飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

変わろう・変えよう・産業と暮らし

第３期高知県産業振興計画 ver.３

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《　総論・産業成長戦略　》







平成３０年３月

高　知　県

第３期高知県産業振興計画の改定にあたって

高知県は、人口の減少が県内市場の縮小を招くことにより若者がさらに県外に流出し、さらに人口減少が加速するといった「人口減少による負のスパイラル」をたどってまいりました。

こうした本県の根本的な課題に真正面から立ち向かい、生産年齢人口の減少に伴い下降を続けていた本県経済を上昇に転じさせ、県勢浮揚を成し遂げるため、「高知県産業振興計画」を策定し、官民一丸となって挑戦を続けています。

これまでの第１期計画（H21 年度～H23 年度）、第２期計画（H24 年度～H27 年度）の取り組みを通じて、地産外商が大きく進み、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成 23 年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じているところです。

この流れをさらに力強いものとするため、「第３期高知県産業振興計画」（H28 年度～H31 年度）では、『**「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげる**』ことを目指して、取り組みを進めています。

産業振興計画の取り組みをスタートして以降、本当に多くの方々が地産外商に取り組まれるようになり、本県経済は今や人口減少下においても拡大する経済へと構造を転じつつあります。

しかしながら、まだまだ道半ばであり、さらには、完全雇用状態を背景とする人手不足の深刻化という新たな問題も生じており、本県経済の成長を阻む壁になってきています。

このため、平成 30 年度は、完全雇用状況下における持続的な拡大再生産の好循環の創出に向け、「**成長の「壁」を乗り越える**」、「**成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する**」、「**成長を支える取り組みを強化する**」という３つの側面からの取り組みを大幅に強化し、第３期計画をバージョン３へと改定しました。

人口減少の下押し圧力に屈することなく、本県経済の持続的な発展を成し遂げていくために、人手不足の深刻化という現下の課題にしっかり対応していくとともに、新たな付加価値の創出が交易の範囲の拡大につながり、さらに、交易の範囲の拡大が新たな付加価値の創出を促すという好循環を生み出してまいりたいと考えております。

「地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」の一日も早い実現を目指し、私自身、県庁職員と共に知恵を出し、大いに汗をかいて、県民の皆様と共に、さらなる挑戦を続けてまいりたいと考えております。

皆様の積極的なご参画とご協力を心よりお願い申し上げます。

平成 30 年３月

高知県知事　尾﨑　正直

目 次

【総 論】

Ⅰ 産業振興計画の全体像

1 はじめに・・・

＜付属資料＞

Ⅰ　第１期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４８
　１　第１期計画における改定の経緯　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４８

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括　・・・・・・・・・・・・・・・・・５０
　１　第１期計画の評価　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５０
　２　今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）　・・・・・・・・・・・・・・６６

Ⅲ　第２期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６７
　１　第１次改定（平成 25 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・６７
　２　第２次改定（平成 26 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・７４
　３　第３次改定（平成 27 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・８１

Ⅳ　第２期計画（平成 24～27 年度）の総括　・・・・・・・・・・・・・・・・８８
　１　第２期計画の取り組みと成果等（全体まとめ）　・・・・・・・・・・・・８８
　２　県政浮揚に向けて乗り越えるべき課題と第３期計画の戦略の方向性　・・・９３
　３　産業成長戦略の総括　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・９４
　４　地域アクションプランの総括　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１２

Ⅴ　第３期計画のこれまでの改定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１６
　１　第１次改定（平成 29 年３月）の詳細・・・・・・・・・・・・・・・・・１１６

Ⅵ　高知県経済等の動向（平成 30 年３月現在）　・・・・・・・・・・・・・・１２４

【産業成長戦略】

Ⅰ　専門分野の成長戦略
　１　農業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１３３
　２　林業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３５
　３　水産業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２９３
　４　商工業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３４５
　５　観光分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４２９

Ⅱ　産業間の連携戦略
　１　地産地消・地産外商戦略の展開　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４８１
　２　移住促進による地域と経済の活性化　・・・・・・・・・・・・・・・・・５３７
　３　担い手の育成・確保　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５７３
　４　地域産業クラスターの形成　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６０５
　５　起業や新事業展開の促進　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６１９
　６　産学官連携による力強い産業の礎を築く　・・・・・・・・・・・・・・・６３９

＜付属資料＞
Ⅰ　用語の解説　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６５４

＜参考資料＞
Ⅰ　計画のフォローアップ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６６４
　１　フォローアップの経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６６４
　２　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等　・・・・・・・・・・・６７２
　（１）フォローアップ委員会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６７２
　（２）専門部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６７３
　（３）連携テーマ部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６７５
　（４）産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　・・・・・・・・・・６７６

【地域アクションプラン】・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・《別冊》
Ⅰ　地域区分

Ⅱ　地域産業クラスターの展開

Ⅲ　各地域の具体的な取組
　１　安芸地域
　２　物部川地域
　３　高知市地域
　４　嶺北地域
　５　仁淀川地域
　６　高幡地域
　７　幡多地域

Ⅳ　地域アクションプランからの自立プラン

＜付属資料＞
　用語の解説

　地域アクションプランフォローアップ会議委員名簿

【総論】

Ⅰ　産業振興計画の全体像

1　はじめに

高知県では、県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、「高知県産業振興計画」を策定し、平成 21 年度から官民一丸となって県勢浮揚に挑戦してきました。

この計画は、社会経済情勢の変化やPDCA[1]サイクルによる改善、新たな課題への対応などを行うため、毎年度、内容をバージョンアップしていますが、平成24年度からスタートした第2期高知県産業振興計画（以下「第2期計画」という。）の計画期間が、平成 27 年度末で終了したことから、これまでの7年間の取り組みを土台に、飛躍への挑戦を新たなステージへ引き上げるため、平成28年度から平成31年度までの4年間を計画期間とする「第3期高知県産業振興計画」（以下「第3期計画」という。）を策定しました。

さらに、今回、完全雇用状況下における持続的な拡大再生産の創出に向け、「地産外商」の政策群をさらにパワーアップし、「第3期計画 ver.3」へと改定しました。

2　計画策定の背景

第1期高知県産業振興計画（以下「第1期計画」という。）を策定した当時は、以下のような背景がありました。

■「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済

当時、日本全体としては、平成 14 年 2 月から始まった景気回復が戦後最長の 69 ヶ月間続き、有効求人倍率や業況判断D. I.（日本銀行調査）等も上昇を続けていましたが、平成 19 年夏以降、アメリカのサブプライム住宅ローン問題を背景とした原油・原材料価格の高騰、輸出の減少等により景気後退局面に入ったところでした。

本県においては、公経済への依存度が高く、産業基盤が弱いことから、戦後最長と言われた景気回復の恩恵を十分に受けることができず、また、かつては全国の景気に一定連動していた有効求人倍率（図 1）も、この間 0.5 倍前後で低迷、業況判断D. I.（図 2）もほぼ同じような形で全国の動きに関わりなく、低迷を続けていました。

こうしたところに、全国的な景気回復の波に乗ることができなかった本県経済の構造的な問題が見て取れます。

---

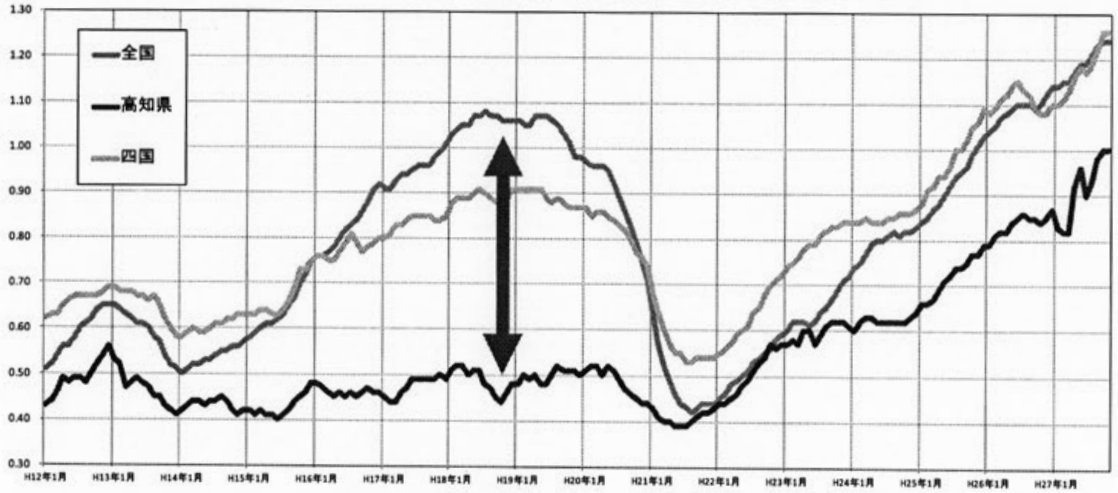
[1] Plan（計画）、Do（実行）、Check（検証）、Action（改善）による行動プロセス

同時に、全国の景気回復局面では、若者を中心に多くの人材が県外に流出し、本県から他都道府県への人口の転出超過が加速(H17 年度:2,849 人、H18 年度:3,537 人、H19 年度:5,222 人、H20 年度:3,411 人)しました(図 3)。

また、本県は、全国より 15 年先行して平成 2 年から人口が自然減の状態に陥り(図 4)、また、高齢化も全国より 10 年先行して進行しています。これにより、働き手となる「生産年齢人口」の減少が加速し、同時に、消費意欲が旺盛な若者を中心に、「モノを買う人」の数が減少した結果、本県の年間商品販売額は平成 9 年から平成 19 年の 10 年間で約 2 割減少するなど、県内市場も大きく縮小しました(図 5)。

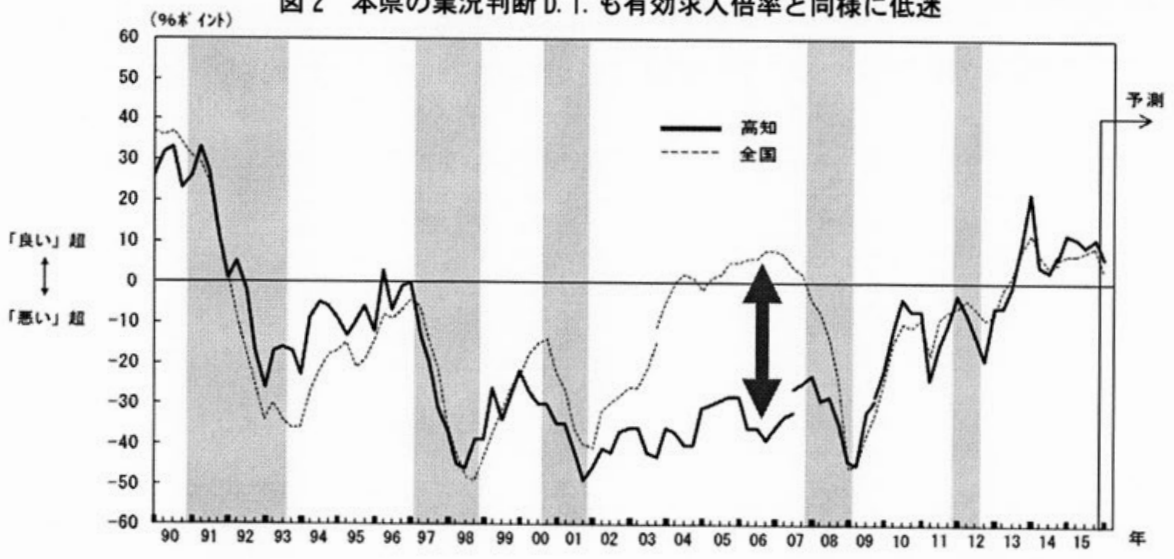
このように、本県では、戦後、人口の社会減による経済の縮小が、さらに人口の社会減を加速させ、それが過疎化と高齢化を同時に招き、特に、出生率の高い中山間地域ほどこうした傾向が顕著になった結果、全国に先行して人口が自然減の状態にも陥り、このことで、より一層経済が縮むという、「人口減少による負のスパイラル」をたどってきました。

図 1　平成 14 年から 20 年頃にかけて全国平均に大きく引き離される本県の有効求人倍率



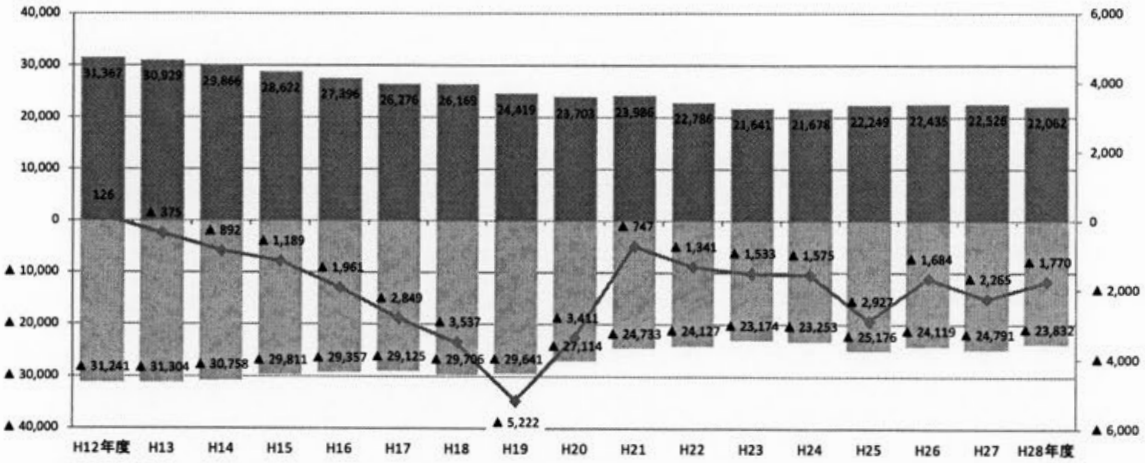
出典：職業安定業務統計

図 2　本県の業況判断 D. I. も有効求人倍率と同様に低迷



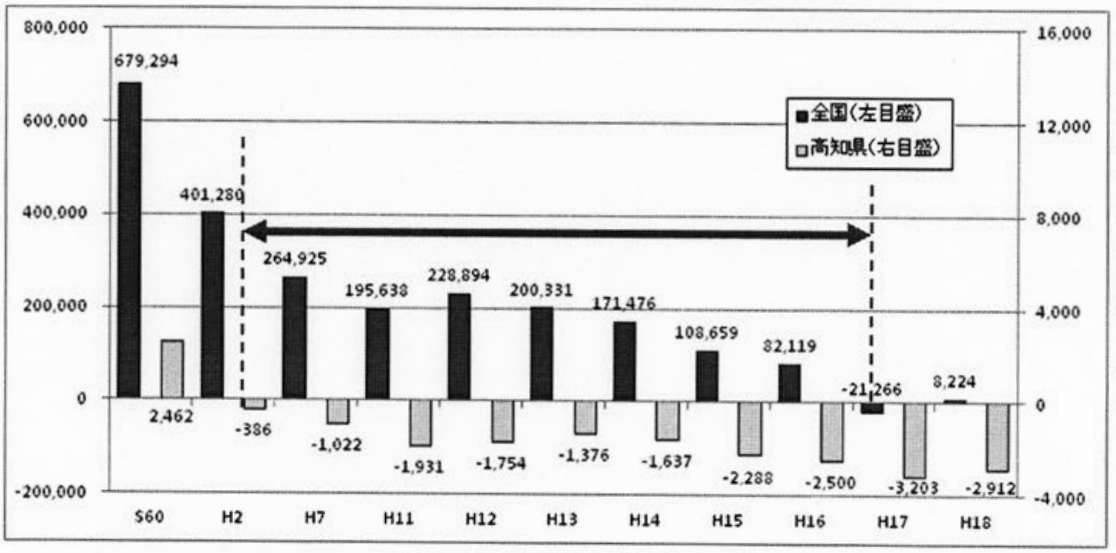
出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」

図３　本県人口の社会減が進行



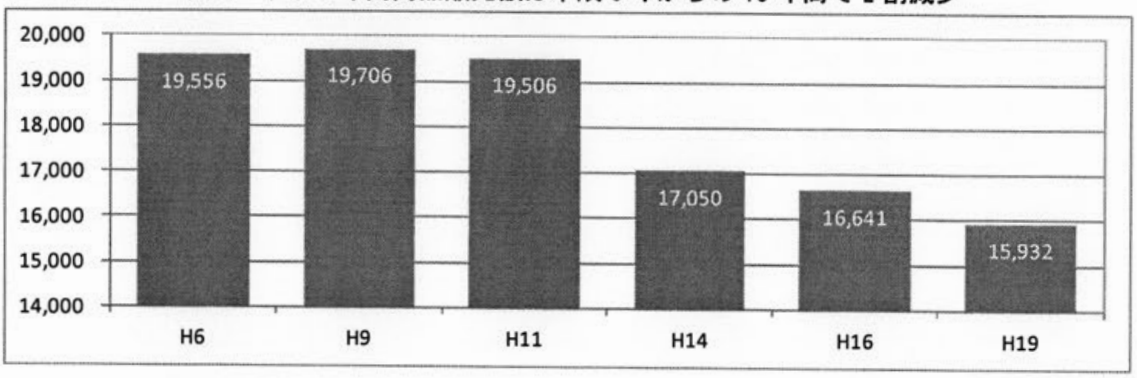
出典：高知県推計人口、市町村別住民基本台帳人口等

図４　全国に 15 年先行して進む本県の人口自然減



出典：人口動態調査等

図５　本県の年間商品販売額は平成 9 年からの 10 年間で 2 割減少

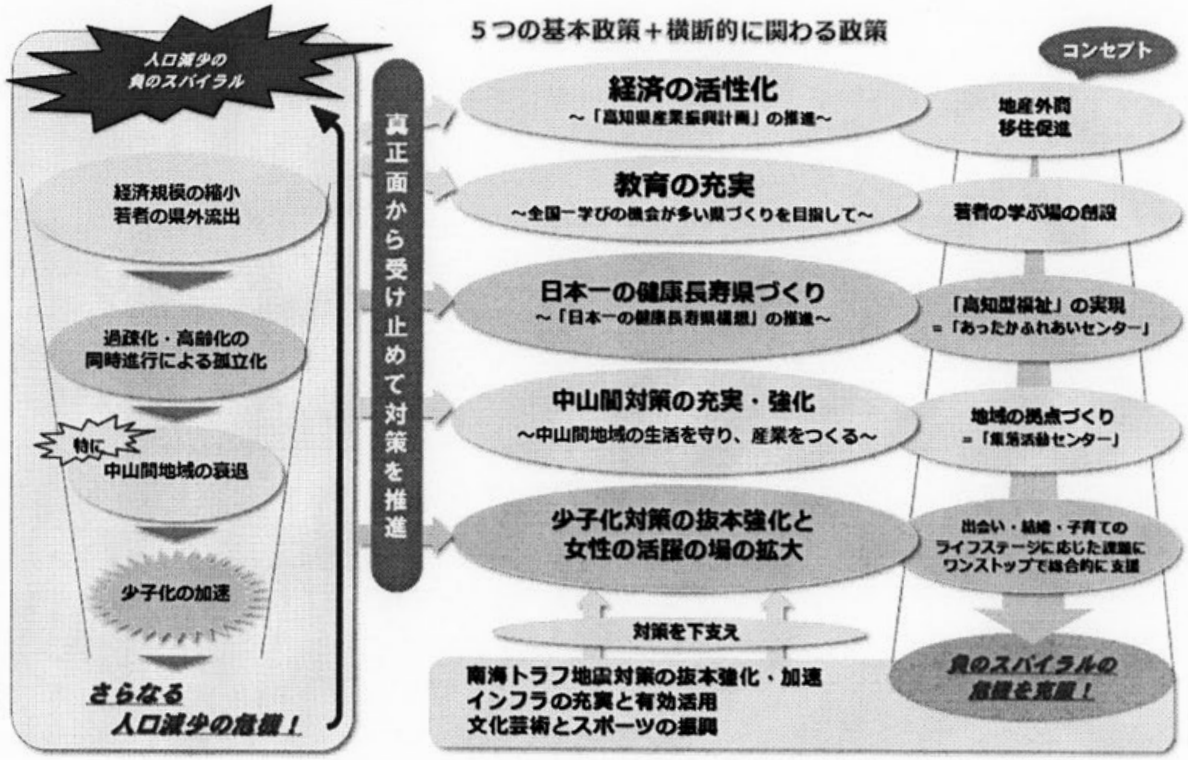


出典：商業統計調査

3　産業振興計画策定の意図（目的）

■負の連鎖を断ち切るために

この人口減少がもたらす負のスパイラル、1つ1つに立ち向かい、これを断ち切るため、「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用」「文化芸術とスポーツの振興」の3つの政策を総合的に推進しています。



■「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進

このうち、「経済の活性化」では、生産年齢人口の減少に伴い、下降を続けていた本県経済を上昇に転じさせ、県勢浮揚を成し遂げるため、本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図ることが必要でした。

このため、官民が同じ方向に力を合わせて進む旗印ともなる、本県経済の体質強化に向けた

トータルプランとして「高知県産業振興計画」を平成 20 年に策定し、平成 21 年度からスタートさせました。

今後も、本県の人口減少が続き、県内市場の規模も減少傾向が続くことが見込まれるため、この計画では、縮小を続ける県内市場頼りではなく、「活力ある県外・海外の市場に高知県産のモノを売ることで、県外・海外からお金を稼ぐ」＝「地産外商（ちさんがいしょう）」を戦略の柱として進めています。

■「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化

本県では県土の約 9 割を中山間地域が占め、そこに県民の皆様の約 4 割が暮らしています。その中山間地域では、昭和 35 年から平成 27 年の間に、人口が 46.9%減少（図 6）するなど、一段と厳しい状況に置かれています（同時期における県全体の人口減少は 14.8%）。

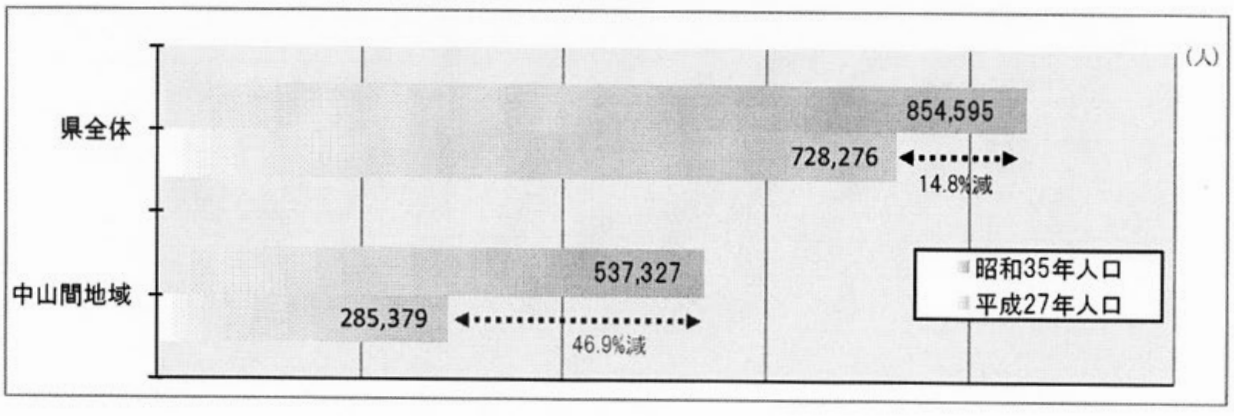
本県の基幹産業である農業や林業などの多くは中山間地域で行われており、観光誘客における高知県の売りである「豊かな自然」の多くは中山間地域に存在し、また、そこから多くの安心安全な食材などが供給されます。

また、産業面のみならず、水源涵養や防災など国土保全の面でも、また日本の原風景であり憩いや癒しの場としても、中山間地域は本県にとって、なくてはならないものです。

中山間地域の振興なくして県勢浮揚はなし得ないものと考えています。

このため、産業振興計画の様々な施策を総動員して、中山間地域の活性化を図っていきます。

図 6　高知県と中山間地域の人口動態比較（単位：人）



4 産業振興計画の構成等

産業振興計画は、計画全体の基本的な考え方や方向性などを示した「総論」と、各産業分野や連携して取り組むテーマの戦略を示した「産業成長戦略」、さらに、県内7つの地域それぞれにおける取り組みを行動計画として取りまとめた「地域アクションプラン」の3つで構成しています。



■総論

総論では、より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みに参画いただき官民協働で進めていくため、県民の皆様と共有させていただく「目指す将来像」や、「計画全体を貫く目標」、「各分野の数値目標」などを掲げています。 ⇒p.16～p.21 参照

また、目指す将来像を実現するために、SWOT 分析（本県の持つ強みや弱み、機会や脅威を整

理し、「強み」を生かし、「弱み」を逆手に取る視点から取るべき施策を導き出す分析）を行ったうえで、今後本県が目指すべき「改革のための基本方向」と、それに基づいて進める重点取り組みなどを整理しています。

■産業成長戦略

総論で示した「改革のための基本方向」を具体化する戦略として、「専門分野」と「連携テーマ」を設定しています。

専門分野は、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野で構成しており、これら専門分野間を結ぶ取り組みである連携テーマは、「地産地消・地産外商戦略の展開」「移住促進による地域と経済の活性化」「産学官連携による力強い産業の礎を築く」のほか、第3期計画で抜本強化した「担い手の育成・確保」「地域産業クラスターの形成」「起業や新事業展開の促進」の計6つのテーマで構成しています。

それぞれの専門分野等ごとに、「目指す姿」や数値目標を設定し、その実現に向けた戦略の柱や戦略目標、具体的な取り組みなどを記載しています。

そして、この具体的な取り組みの一つひとつについて、数値目標を設定したうえで、どういう取り組みを、いつ、誰が、どのような形で実施していくのか（5W1H）を記載しています。

■地域アクションプラン

地域の文化や特色といった地域性や、生活圏域、行政サービス面でのまとまりを考慮して、県内7つの地域を設定し、それぞれの地域で進める具体的な取り組みを明らかにしています。その取り組みは、「地域からの発案で提案されるもの」と「産業成長戦略を地域で具体化する取り組みとして提案されるもの」の2つに大別されます。

地域アクションプランは、地域の雇用の創出や所得の向上を目指す取り組みに対して、県が市町村との連携のもとに支援する県の計画ですが、プランの内容は、事業実施主体の行動計画としての性格を有しています。

産業成長戦略の取り組みと同様に、数値目標を設定したうえで、5W1Hを記載しています。

５ 産業振興計画の効果的な推進

■官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進める

産業振興計画は、計画の策定の段階から実行に至るまで、県民の皆様や各産業に携わる方々、民間の有識者の方々など、数多くの皆様にご参画いただいており、この「官民協働」により進めることを基本としています。

県勢浮揚を成し遂げるためには、さらに多くの皆様に産業振興の取り組みにご参画いただくことが重要です。このため、積極的な広報や、県民の皆様・産業団体の方々との対話を通して、産業振興計画の取り組みや、目指すところを丁寧に説明させていただくことにより、官民協働のさらなる推進を図っていきます。

また、この官民協働を進めていくためにも、県と市町村が現状や課題を共有し、ベクトルを合わせて取り組みを加速していくことが重要です。このため、県と市町村が両輪となって、産業振興にあたっていけるよう、さらなる連携協調を図っていきます。

なお、官民協働による取り組みを進めていくうえで、多くの皆様と成功イメージを共有させていただくことが重要となることから、第２期計画から、「目指す将来像」や「各産業分野の数値目標」などを掲げています。 ⇒p.16～p.21 参照

■産業間の連携を重視した川上から川下までのトータルプランとして策定

言うまでもなく、経済活動そのものを行うのは民間の事業者や団体、個人の皆様であり、本県の産業振興を図るうえで、多くの民間の皆様の挑戦が何よりも不可欠です。

一方、本県は、小規模で零細な中小企業が多く、また産業や技術の集積も少ないため、資金や人材、技術など、様々な経営資源が不足し、生産基盤が必ずしも十分とはいえない事業者も多くいらっしゃいます。

事業者の皆様の多様なニーズに応えていく必要があることや、本県が、全国に先駆けて人口減少や少子高齢化が進む、課題先進県であることを考えたときに、ある特定の分野だけに政策を集中させるのでは、県勢浮揚を成し遂げることはできません。

また、産業分野は多岐にわたり、またそれぞれの産業分野においても、生産から加工・流通・販売といくつもの段階にわたっています。しかも、経済の実態としては、こうした産業間や各段階が密接に結びついています。

このため、産業振興計画は、従来の行政の計画のような、分野ごとに分断、特化した縦割りの計画ではなく、産業間の連携を重視し、かつ、川上から川下までの多様なニーズに対応できるよう、

生産面はもとより、事業戦略の策定や、商品開発、販路開拓、設備投資、担い手育成など、総合的な仕組みを用意したトータルプランとして策定しています。

県として推進体制を整えてしっかりと政策を実践するとともに、多くの方々が県経済の発展に向けて力を合わせて取り組めるよう、民間や地域の方々の挑戦に対し、県としての公正性・公益性を担保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行います。

■PDCA サイクルにより絶えずバージョンアップを図る

どんなに計画を作っても、その計画に基づいて実際に取り組みが行われなければ、絵に描いた餅でしかありません。また、計画は様々な検討を行った上で策定していますが、実際に実行してみると、事前の見込みと違ったり、社会状況が大きく変化し、実態と合わなくなったりすることがしばしば起こります。

このため、産業振興計画では、Plan（計画）→Do（実行）→Check（検証）→Action（改善）というPDCA サイクルを絶えず繰り返すことで、計画の実効性を高めています。

具体的には、個々の取り組みについては、数値目標を設定したうえで、その取り組みの進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、四半期ごとに、点検しています。

これに加えて、政策群ごとに、各施策がうまく連携できているか、また連携の太さが十分かという視点から、ある施策で実施したことが、効果的に次の施策に繋がっているのか、一連の施策群の成果がプラスのスパイラルになり次のステージに繋がっているのか、新たな参加者が広がる形になっているのか、一連の取り組みが数値目標及び定性的な目標の達成に繋がっているのか、といった大きな視点での点検・検証も行っています。

さらに、各分野で設定した4年後の目標達成に向けては、毎年度の到達点を定めたうえで、各施策がどこまで進んでいるのか、その道筋は正しいのか、施策の投入量が足りているのか、新しい仕組みは必要ないのか、といった視点での点検・検証を行っています。

こうした様々な角度からの点検・検証を通じて、施策をより実効性の高いものへと適宜改善しています。

併せて、好循環の創出に向け、システム全体を考察したうえで、隘路（ボトルネック）を解消し、牽引役をつくる取り組みを強化しています。そして、毎年度、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図っています。

産業振興計画は、こうした考え方により推進していきますが、第3期計画からは、各産業分野に

おける民間の皆様の自律的な発展を促す施策に注力しながら進めることとし、一定軌道に乗ってきた取り組みについては、「民主導型の官民協働」へと移行し、その分、県としては、より困難なフロントに一層力を注いでいきたいと考えています。

6 産業振興計画の推進体制

■県庁内の推進体制

産業振興計画は、農業、林業、水産業、商工業、観光、そして、地産地消・地産外商や移住促進など、振興を図る分野が多岐にわたりますので、関係する部局や関連する計画との連携を図り、全庁一丸となって推進していく必要があります。

そのための推進組織として、知事を本部長とする「産業振興推進本部」を設置し、計画全体の進捗管理や課題事項の検討・調整などを行っています。

あわせて、この推進本部の下に「関係部長会議」「幹事会」「庁内情報共有会議」を設置し、戦略についての重点的な協議や情報の共有などを行っています。

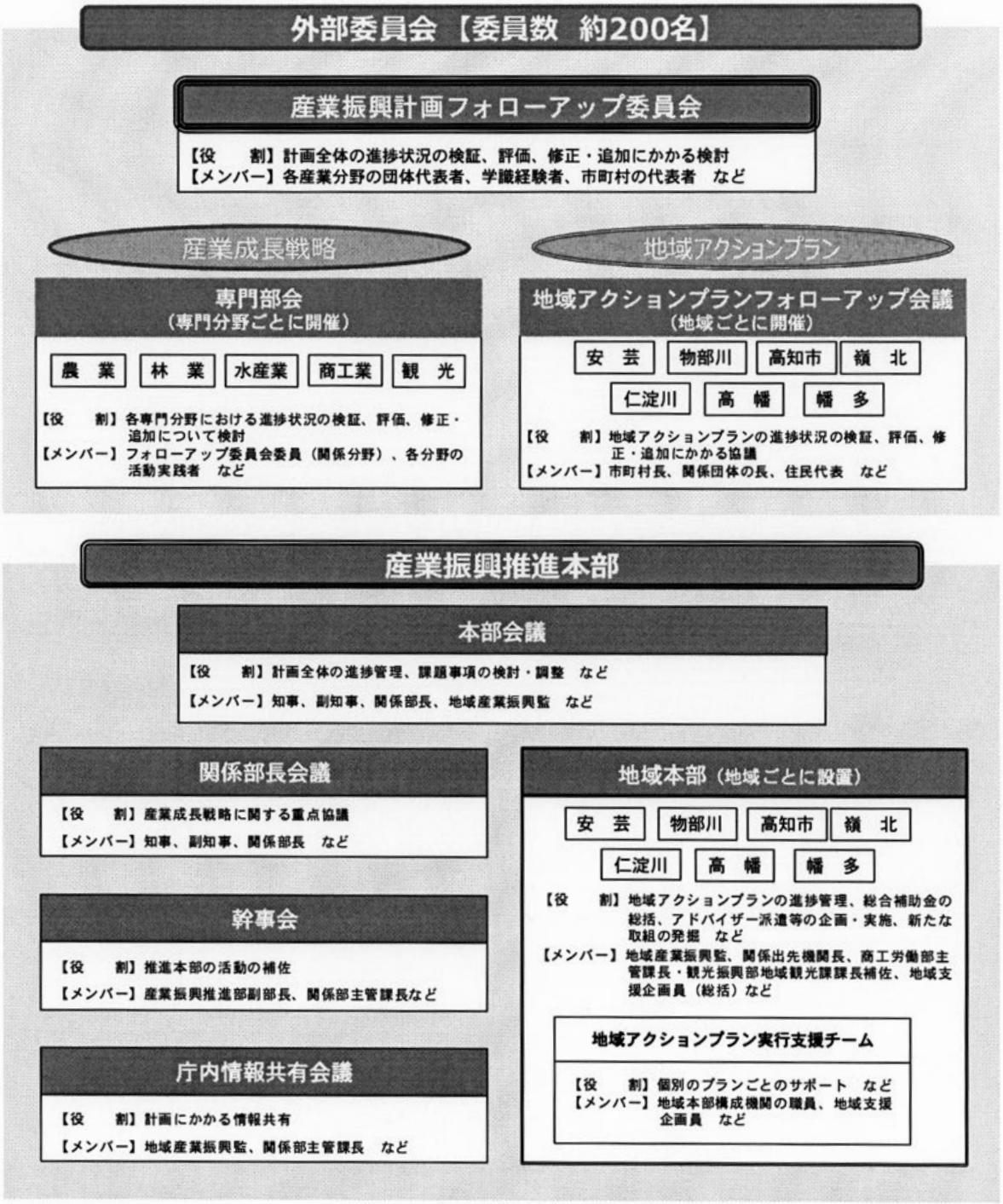
さらに、必要に応じて、「プロジェクトチーム」を設置し、関係するセクションが連携し個別のテーマについて施策の立案などの検討を行っています。

また、地域アクションプランの実行を支援するため、7つの地域に「産業振興推進地域本部」を設置し、産業部門の出先機関や地域支援企画員等を統括する責任者（地域産業振興監）を置き、その地域における地域アクションプラン全体の推進を図っています。あわせて、個別の地域アクションプランごとに、関係機関の担当者などで構成する「地域アクションプラン実行支援チーム」を設け、地域アクションプランの実行をきめ細かくサポートしています。

■庁外委員によるフォローアップ体制

官民協働で実行する産業振興計画を、より効果的かつ実行性あるものとするため、産業団体の代表者や学識経験者、市町村長等で構成し、計画全体を受け持つ「産業振興計画フォローアップ委員会」を頂点に、専門分野を受け持つ５つの専門分野ごとの「専門部会」、地域アクションプランを受け持つ県内7つの地域ごとの「地域アクションプランフォローアップ会議」を設置し、約 200 名の委員の方々にご参画いただき、計画の進捗状況や評価、検証、修正・追加などに関する検討を行っています。

なお、「産業振興計画フォローアップ委員会」では、平成 27 年度から、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」についても、産業振興計画と同様にフォローアップをしています。



7　これまでの取り組みの成果と課題

■第1期計画における取り組みの成果と課題

平成21年4月にスタートした第1期計画では、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、次の3つの「改革のための基本方向」のもと、取り組みを進めました。

改革のための基本方向①　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
②　産業間連携の強化
③　足腰を強め、新分野へ挑戦

資本の蓄積や産業の集積が乏しく、財政状況も厳しい本県において、当初は100年に1度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりました。また、その後も、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進する外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたこと、加えてNHK大河ドラマ「龍馬伝」放送による龍馬ブーム再燃などが、計画推進の大きな後押しとなりました。

こうした逆風や追い風のある中での挑戦となりましたが、第1期計画全体を見ると、本県産業の振興に向けて積年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出したところであり、県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、一定の成果を残せたと見ることができるものと考えています。

具体的には、「地産外商」の推進母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立するとともに、首都圏の外商拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。県と地産外商公社の外商支援によって、外商の成約件数は平成21年度の178件（うち定番採用77件）から、平成22年度は444件（同264件）、平成23年度は1,327件（同611件）と、大きく伸びました。

観光分野では、「土佐・龍馬であい博」を産業振興計画のリーディングプロジェクトとし、官民一体で取り組んできた結果、平成22年の県外観光客入込数は435万人、観光総消費額は1,010億円と、現在の統計方法となった平成15年以降で最高となりました。

また、大きな反動減が心配された翌年も、「志国高知　龍馬ふるさと博」などの対策が功を奏し、

県外観光客入込数 388 万人と、歴代2位という高い水準を維持できました。他にも、「ものづくり地産地消センター」を平成 23 年度に設置したこと、四国内でも有数の規模となる大型製材工場の誘致が決定するなど、各分野で取り組みの進展が見られました。

また、地域アクションプランの取り組みや、平成 22 年度からスタートした本県独自の人材育成事業「目指せ！弥太郎　商人塾」などによって、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

これら様々な成果もあり、県経済全体としても、これまで全国に引き離されていた有効求人倍率や業況判断 D.I.が、この間においては全国と同様に上昇に転じるなど、良い兆しが見え始めました。

一方で、県民の皆様が県勢浮揚を実感していただけるまでの成果には至っておらず、より一層の取り組みの充実が必要でした。

⇒　第１期計画のより詳細な総括は p.50～p.66 を参照

■第２期計画における取り組みの成果と課題

平成 24 年４月からスタートした第２期計画においては、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指して、さらなる挑戦を続けていくため、次の３つの視点をもって計画を進化させました。

第１の視点

「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内産業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指します。

第２の視点

「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致や県内産業の投資の誘発を進めるとともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指します。

第３の視点

「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策や移住促進策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出していくことで、その経済効果を地域地域に広げていきます。

あわせて、計画全体の見直しを行い、これまでの 3 つの「改革のための基本方向」に、新たに「新たな産業づくりに挑戦する」「産業人材を育成・確保する」の 2 つを加え、さらに、平成 25 年度の第2期計画 ver.2からは、「移住促進により、活力を高める」を加えて、6 つの基本方向により、取り組みを進めました。

その結果、県と地産外商公社の外商支援による成約件数は平成 27 年度には 6,555 件と、平成 21 年度の約 37 倍に、また、ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による受注金額は平成 27 年度には 40.8 億円と、平成 24 年度の約 16 倍となるなど、飛躍的に拡大してきました。

さらに、観光振興では、県外観光客入込数が平成 25 年・26 年・27 年と3年連続で 400 万人を超え、400 万人が定着してきました。

こうした取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも 6,000 人を超える雇用が生まれていますし、それ以外にも、観光振興や地産外商の拡大による雇用創出効果も見込まれます。また、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成 23 年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じるとともに、長らく 0.5 倍程度であった有効求人倍率も、平成 27 年に 1 倍を超え、平成 28 年3月には過去最高の 1.06 倍に達するなど、経済全体としてもよい方向に向かっているものと見られました。

しかしながら、正社員の有効求人倍率は、過去最高とはいえ、いまだ 0.6 倍程度にとどまっており、地域間や職種間の求人の格差も大きいなどの課題がありました。

また、産出額などが上昇に転じたものの力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が拡大再生産に十分につながっていない分野も見受けられました。

さらに、本県の人口の社会減は、過去の景気回復局面に比して2分の1程度に縮小しているものの、いまだ人口減少の負のスパイラルは続いており、地域に残りたいと願う若者の希望を十分にかなえる状況には至っていません。

このため、真の県政浮揚を目指して、これまでの2期、7年間の取り組みの土台の上に立って、飛躍への挑戦を新たなステージへと引き上げることとしました。

⇒ 第2期計画のより詳細な総括は p.88～p.115 を参照

Ⅱ　第3期計画の推進

1　第3期計画の戦略の方向性

■「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環につなげることを目指す

県勢浮揚を成し遂げるためには、これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、拡大してきた「地産外商」を、さらにより確実に「拡大再生産」につなげられるかどうかがポイントとなります。

産業振興計画に取り組む前の平成 20 年度と直近のデータを比較すると、本県の一人当たりの県民所得や現金給与総額、労働生産性は、国を大きく上回る伸びを示しており、県勢浮揚に向け、一定の手応えを感じているところです。

一人当たりの県民所得	H20 年度→H26 年度：＋11.0%（国＋3.4%）、	H26 年度：国の 88.2%
一人あたりの現金給与総額	H20 年　→H28 年　：＋2.8%（国△4.7%）、	H28 年　：国の 93.2%
労働生産性	H20 年度→H26 年度：＋13.2%（国△1.7%）、	H26 年度：国の 89.8%

しかしながら、これらは、依然、絶対水準では、国を下回っている状況にありますし、本県の人口の社会増減は、近年、かつての全国的な景気回復の局面に比べて2分の1程度に改善してきたとはいえ、平成 28 年度は1,770人減となっています。

このように、本県は改善傾向にあるとはいえ、依然として厳しい状況にあるものと考えています。

また、完全雇用状態を背景とする人手不足の深刻化は、今や経営上の大きな課題となっており、これまでの「地産外商」の取り組みを継続していくためにも、新たな取り組みにチャレンジしていくためにも、この成長の「壁」を乗り越えていくことが一層重要となっています。

このため、第3期計画において、「成長の「壁」を乗り越える」、「成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する」、「成長を支える取り組みを強化する」という3つの側面から取り組みをさらに強化していくことを通じて、本県経済の持続的な発展につなげることを目指します。

⇒取り組みの詳細は、p34～p43 参照

2　第3期計画で掲げる目標

①産業振興計画の推進によって目指す将来像（成功イメージ）

『地産外商が進み、 地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』

より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていくために、第2期計画より目指す将来像として掲げている「地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」」の実現に向け、引き続き、官民協働、市町村との連携協調により、全力で取り組みます。

なお、この将来像には、「人口減少による県内経済の縮みという本県が抱える積年の課題への対応策として、第一次産業から第三次産業までの『地産』を強化し、県外や海外市場に向けた『外商』に取り組むことで、県内産業の維持・発展と、地域地域に魅力ある働く場の創出を図り、次代を担う若者が、地域地域で誇りと志を持ち、産業の新たな担い手となって活力が保たれる高知県にしていきたい」という思いが込められています。

②計画全体を貫く目標

産業振興計画の取り組みの効果を測るため、「人口の社会増減」「雇用創出数」「県際間の収支」の3つの指標それぞれについて4年後・6年後・10年後（注1）の目標を設定し、到達状況を検証します。

《目標1》 4年後に人口の社会増減（転入数と転出数の差による増減）をゼロにする

＜H25：▲2,927人、H26：▲1,684人、H27：▲2,265人＞

⇒6年後・10年後　社会増減のプラスを定着させる

《目標2》 若者が誇りと志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

4年間で4,000人の雇用（定量的に把握できるもの）を創出する

（＋定量的に把握できないものの観光振興や地産外商の拡大による雇用創出が見込まれる）

＜第1期、第2期計画期間における雇用創出 6,139人＞

⇒6年後　雇用創出 6,000人

⇒10年後　雇用創出 10,000人　※いずれも平成28年度からの累計

《目標3》 県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる4年後の移輸出額の増加効果をプラス700億円にする

＜平成23年の移輸出額 6,743億円、県際収支▲6,528億円＞

⇒6年後　プラス1,000億円

⇒10年後　プラス1,600億円　※いずれも産業連関表を用いた推計値

また、結果の公表が2年遅れであることや、外部要因の影響を大きく受けることから、県民経済計算による「県民所得」については、目標として掲げていませんが、産業振興計画の推進によって

「県民所得」の着実な伸びを目指します。

その他、「現金給与総額」「日銀短観の業況判断D. I. 」「日銀短観の設備投資計画」「有効求人倍率」「県内総生産」「労働生産性」などの指標についても、全国との比較や経年の変化を注視し、計画の効果を検証し、施策等の改善につなげていきます。

注1）「4年後目標」は第3期計画の終期（平成31年度）における達成目標、「6年後目標」は第2期計画で設定した10年後目標（平成33年度）の検証、「10年後目標（平成37年度）」は第3期計画における中長期的な視点としての目標として、それぞれ設定

この「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」の実現に向けて、各分野においても、これに連なる「4年後・6年後・10年後の目標」「分野の目指す姿」を掲げて取り組みますが、その際、特に、次のことを意識して各施策を進めていきます。

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

様々なチャレンジを応援するため、各分野において、多様な支援メニューを取り揃え、個々のニーズにあったメニューを選択できる環境をより充実させ、「全国一学びの機会が多い県」、また、「全国一サポート体制が整った県」となることを目指していきます。

③各分野における目標

「計画全体を貫く目標」と同様に、各分野の目標においても、「4年後」「6年後」「10年後」の目標を設定し、到達状況を検証していきます。

なお、掲げた数値目標は、官民が共有して、何としても成し遂げるという強い思いを持ち、取り組もうとするものですが、世界経済や社会情勢などの環境に大きな変化があり、目標の前提が大きく変わった場合は、柔軟に対応することが必要だと考えられます。

国全体の人口が減少し、国内市場がますます縮む中で、現状を維持すること自体、簡単なことではありません。まして、増加を目指すことは大変困難なことだと考えています。

しかし、第1期・第2期計画の取り組みを通じて、生産年齢人口が減少する中にあっても、各分野の産出額等が増加傾向に転じ、成長軌道に乗ってくるという形で、一定、局面が変わってきました。多くの皆様と「やればできる」という思いを共有させていただき、第3期計画に掲げた目標の達

成に向け、官民一丸となって挑戦を続けます。

産業振興計画の取り組みを検証するための数値目標



目指す将来像　地産外商が進み、地域地域で若者が

目指す将来像

戦略　地産外商をさらに強化し、その流れをより力

若者の県外流出を防止する、県外からの流入を促進する

NEW！　若者が志を持って打
魅力ある仕事を

目標年次の意味

◆4年後目標
‖
第３期計画の終期における達成目標

◆6年後目標
‖
第２期計画で設定した10年目標の検証

◆10年後目標
‖
第３期計画における中長期的な視点の目標（かくありたい数字）

計画全体を貫く目標 ①

総合戦略に掲げた目標（2040年に年間1,000人の社会増）の達成に向けて、

■ ４年後に人口の社会増減(転入数と転出数の差による増減)をゼロにする

※H26：△1,684人、H27：△2,265人、H28：△1,770人

６年後、10年後：
社会増減のプラスを定着させる

計画全体を貫く目標 ②

■ ４年間で4,000人の雇用
できるもの）を創出する

（＋ 定量的に把握できないもの
地産外商の拡大による雇用

※第1期・第２期計画期間に
雇用創出6,139人（定

６年間：雇用創
10年間：雇用創
※いずれもH28か

◎全国一学びの機会が多い県を目指す

学びの段階から事業化ま
実践者のチャ

	農業分野		林業分野		水産業分野	
分野の目指す姿	地域で暮らし稼げる農業		山で若者が働く、全国有数の国産材産地		若者が住んで稼げる元気な漁村	
分野を代表する目標 目標項目	農業産出額等	農業生産量 ※野菜主要11品目	原木生産量	木材・木製品製造業出荷額等	漁業生産額 ※サンゴ除く	水産加工出荷額
10年後（H37）	1,150億円以上	13.3万t以上	90万㎥以上	256億円以上	490億円以上	220億円以上
6年後（H33）	1,090億円以上	12.2万t以上	81万㎥以上	232億円以上	476億円以上	203億円以上
4年後（H31）	1,060億円以上	11.6万t以上	78万㎥以上	220億円以上	460億円以上	200億円以上
現状	1,152億円（H28）	9.3万t（H28）	62.8万㎥（H28）	207億円（H28）	483億円（H27）	204億円（H27）
3期計画発射台	965億円（H26）	9.5万t（H26）	61万㎥（H26）	204億円（H26）	446億円（H25）	173億円（H25）
2期計画発射台	933億円（H22）	－	40.4万㎥（H22）	150億円（H22）	－	160億円（H21）

若者が誇りと志を持って働ける高知県

将来像の実現！

より力強い「拡大再生産」の好循環へ！



計画の実効性をさらに高めるため、PDCAサイクルにより、数値目標の到達状況を定期的に点検・検証しています。

持って打ち込める仕事をつくる

く目標 ②

人の雇用（定量的に把握）創出する

きないものの観光振興や
による雇用創出が見込まれる

計画期間における
,139人（定量的に把握できるもの）

：雇用創出　6,000人
：雇用創出10,000人
れもH28からの累計

県際間の収支を改善する

計画全体を貫く目標 ③

■ 産業振興計画の取り組みによる４年後の移輸出額の増加効果をプラス700億円にする

※H23年　移輸出額　6,743億円
県際収支（移輸出額－移輸入額）△6,528億円

６年後：プラス1,000億円
10年後：プラス1,600億円
※いずれも産業連関表を用いた推計値

県民所得の向上

県民所得については、結果の公表が２年遅れであること、外部要因の影響を大きく受けることから、目標として掲げていませんが、計画の推進によって「県民所得」の着実な伸びを目指します。

事業化までの多様なサポートにより、者のチャレンジを応援する

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

分野	商工業分野	観光分野		地産地消・地産外商戦略（食品分野）	移住促進
元気な漁	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	世界に通用する「本物と出会える高知観光」の実現		・素材を生かした加工立県 ・県産品が全国ブランドに	移住者と一緒に創る元気な地域
産加工出荷額	製造品出荷額等	県外観光客入込数	観光総消費額	食料品製造業出荷額等	県外からの年間移住者
220億円以上	7,000億円以上	470万人以上	1,410億円以上	1,085億円以上	3期計画の取組による成果を踏まえて設定
203億円以上	6,400億円以上	450万人以上	1,300億円以上	1,035億円以上	
200億円以上	6,000億円以上	435万人以上	1,230億円以上	1,000億円以上	1,000組以上
204億円（H27）	5,675億円（H28）	440万人（H29）	1,101億円（H28）	1,080億円（H28）	683組（H28）
173億円（H25）	5,260億円（H26）	408万人（H27）	1,075億円（H26）	892億円（H26）	403組（H26）
160億円（H21）	4,681億円（H22）	388万人（H23）	953億円（H23）	861億円（H22）	120組（H23）

注）・農業分野の「農業生産量」の目標は、野菜（主要11品目）のほか、果樹（主要2品目）、花き（主要3品目）、畜産（あかうし飼養頭数）を設定しています
・水産業分野の目標は、第2期計画では「沿岸漁業生産額」でしたが、第3期計画では「漁業生産額（サンゴ除く）」に変更しています
・地産地消・地産外商戦略（食品分野）の目標である「食料品製造業出荷額等」は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額の合算としています

3　本県産業の内的要因・外的要因（SWOT分析）

本県の厳しい経済の状況を抜本的に変えていくためには、まずは本県の強みとするところを今一度見つめ直し、弱みを洗い直したうえで、強みの持つ潜在力を生かして、弱みを補いながら、さらに伸ばせるところ、可能性のあるところに資源を集中していく必要があります。

今回、計画の実行によって得られた成果や残された課題、本県を取り巻く社会経済情勢の変化などを踏まえて、改めて本県の強み（S）・弱み（W）・機会（O）・脅威（T）の4要因による分析（SWOT分析）を行い、第3期計画 ver.3 に反映しました。

（1）本県の強み

- **【食】** 全国トップレベルの食、多様な一次産品
- **【自然と歴史】** 日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出
- **【人・技術力】** 明るい県民性、独自の技術力を持つ地場企業、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり、志ある実践者の増加、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

■食：全国トップレベルの食、多様な一次産品

本県は、温暖な気候や全国トップクラスの年間日照時間と年間降水量[3]からもたらされる多様な農畜産物や水産物に恵まれており、「地元ならではのおいしい食べ物が多い都道府県ランキング」で全国トップクラスという評価を得ています。

- 農業生産性（耕地面積 1ha あたりの園芸農業産出額）
  全国第1位[4]
- 全国シェアトップクラスの農作物（表1）
- 環境保全型農業の先進的取り組み
- 大手旅行情報誌の宿泊旅行アンケート調査[5]
  『地元ならではのおいしい食べ物が多かった都道府県』
  高知県　平成 20、21 年　全国第2位
  平成 22、23、24、26、27、29 年　全国第1位

表1　高知県の主要品目の全国における位置づけ

品目名	出荷量	全国シェア	全国順位
ナス	37,200t	15.8%	1位
キュウリ	21,800t	4.6%	7位
ピーマン（シシトウを含む）	12,500t	9.8%	3位
シシトウ	2,900t	45.8%	1位
ミョウガ	4,899t	87.1%	1位
ニラ	15,800t	28.1%	1位
オクラ	1,733t	15.6%	2位
ショウガ	17,800t	44.4%	1位
ユズ	11,097t	52.8%	1位
ブンタン	9,604t	94.1%	1位
日向夏（小夏）	1,670t	29.4%	2位
ユリ	1690 万本	12.2%	2位

野菜・花き：平成 28 年産（ミョウガ、オクラは平成 26 年産）
果樹：平成 27 年産

[3] 社会生活統計指標－統計でみる都道府県のすがた 2018－（総務省）
[4] 農林水産省データ（H28 年産）より高知県算出（産出額は米、畜産、加工農産物を除き、耕地面積は米（稲）を除く）
[5] じゃらん宿泊旅行調査（株式会社リクルートライフスタイル）

■**自然と歴史**：日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出

本県は、全国的な知名度を有する自然に恵まれ、環境保全の取り組みも全国に先駆けて進めています。

・四万十川 ：『もっとも自然が残っていると考える日本の川』13 年連続第1位[6]
・仁淀川 ： 『平均水質（BOD値）が最も良好な河川』に直近 5 年連続選出[7]
・全国トップクラスの年間日照時間(平成 28 年 全国第 11 位(2,097 時間))、年間降水量(平成 28 年 全国第3位(2,823mm))
・森林資源 ： 森林面積が県土の面積の 84 パーセント（森林率全国第1位）
・環境のトップ・プランナー ：
全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備、カーボン・オフセットなどCO_2 削減の仕組みづくり
・室戸ジオパーク ： 世界ジオパークネットワークへの加盟（平成 27 年9月再認定）

また、本県には全国の人々を魅了する歴史資源もあります。

・明治維新 ：『幕末の偉人で最も会ってみたい人』第1位[8] 坂本龍馬 （47.2%）
『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第1位[9] 坂本龍馬
・四国八十八箇所霊場と遍路道（平成 27 年4月日本遺産（文化庁）に認定）
・高知城、高知城歴史博物館、坂本龍馬記念館など、多くの歴史観光スポット

■**人・技術力**：明るい県民性、独自の技術力を持つ地場企業、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり、志ある実践者の増加、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

高知県は、「おいしい食」や「豊かな自然」など、たくさんの魅力がありますが、一番の魅力は「高知県人の家族のような温かさ」です。

・「高知の人は、明るくて元気だと思いますか」というアンケートに、大いに、やや・ある程度そうだと答えた人：73.8% （平成 25 年土佐経済同友会アンケート）

こうした高知県の魅力を「高知家」プロモーションを通して、全国に向けて発信しています。

・都市部住民 5,000 人に対して行った平成 29 年度のアンケート調査（平成 29 年 9 月）では、高知県への愛着度・好感度は 55.3%、行きたい度は 51.3%、住みたい度は 17%、5年以内に高知県に来たことがある方になると、愛着度・好感度は 83.8%、行きたい度は 79%、住みたい度は 35.3%へ上昇

また、高知県人は、よさこい祭りに代表される活力も合わせ持っています。

・よさこい鳴子踊り ： 国内では全国 42 都道府県、204 の祭りで演舞される
海外では 26 の国や地域で祭りが開催される

また、多くの著名な漫画家を輩出していることでも知られ、高知にはまんが文化を育む土壌があると言えます。

---

[6] 水にかかわる生活意識調査 1997～2009 年（ミツカン水の文化センター）
[7] 全国一級河川の水質状況 2012～2016 年（国土交通省）
[8] 県アンケート調査 2017 年 2 月調査
[9] 情報検索サイト「goo」2011 年 7 月調査

・「まんが甲子園」： 毎年8月、全国の高校生を対象に本県で開催

・まんがやキャラクターをテーマとした施設[10]

製造業の分野では、伝統的な技術の応用や先進的な技術の開発などにより独自の分野を切り拓いた機械工業や紙産業にみられるように、先見性・創造力ある優れた人材や先進的な技術力を有しています。

・ニッチな分野[11]で全国的、世界的シェアを誇るキラリと光る地場企業の技術[12]
（高知では18の日本一）

また、たびたび本県を襲ってきた台風や地震など、過去の自然災害の経験や教訓により培った防災に関する知識や技術があります。 さらに、地産外商や観光をはじめとする産業振興の取り組みを通して、志のある実践者が増加するとともに、県外や海外とのつながりが築き上げられ、本県の強みが増しています。

このように、本県にはおいしい食、豊富な自然や歴史資源、優れた人材や技術力があります。しかしながら、本県産業をさらに力強いものにしていくためには、こうした「食」「自然と歴史」「人・技術力」の強みをより一層生かしていく必要があります。

（2）本県の弱み

・**【人口問題】**少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の流出、中山間地域の衰退

・**【地理的ハンディ】**大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在

・**【経済体質】**小規模・零細事業者が多い、製造業分野の産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加

■人口問題：少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の流出、中山間地域の衰退

本県では、人口が全国に15年先行して自然減（図7）となり、高齢化率（図8）の上昇でも10年先行しています。

また、中山間地域を中心に総人口そのものも減少が続いており、必然的に県内市場は縮小を続けています。

2040年までの県人口の将来推計（図9）では、若者や働き盛りの世代を中心に全体の約30%

---

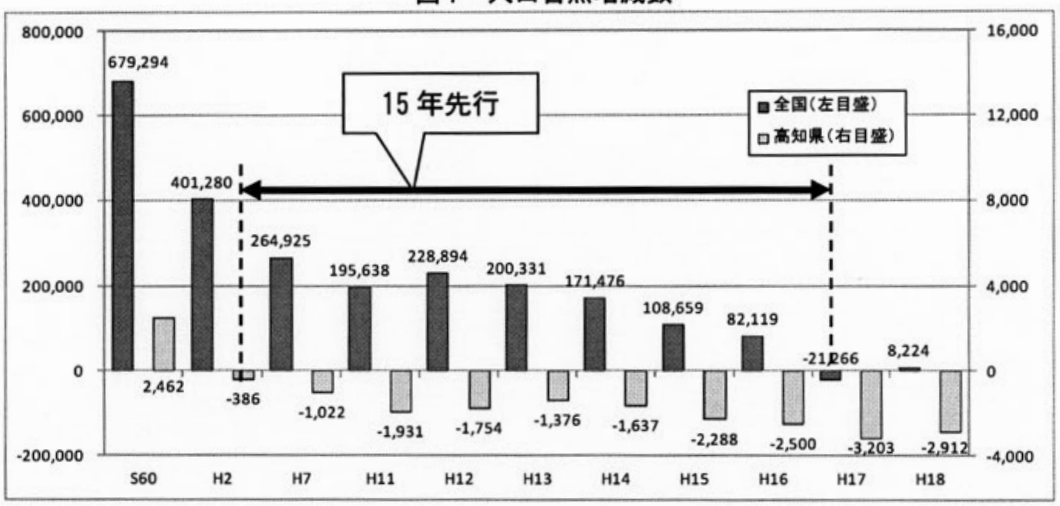
[10] 高知市の「横山龍一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

[11] ニッチとは「隙間」の意味で、大企業がターゲットとしないような小さな市場や、潜在的にはニーズがあるが、まだビジネスの対象として考えられていないような分野

[12] 四国経済産業局「四国が一番　四国が誇る日本一・世界一（平成16年度版）」生産シェア等が日本一・世界一である製品

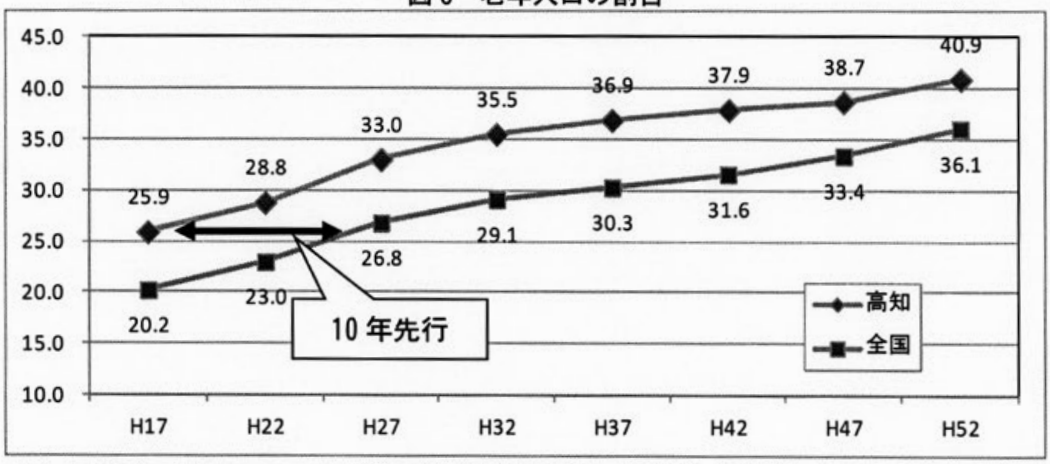
にあたる、およそ 23 万人の人口が減少すると見込まれる一方で、今後も高齢者の割合はますます高くなります。

図 7　人口自然増減数



出典：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

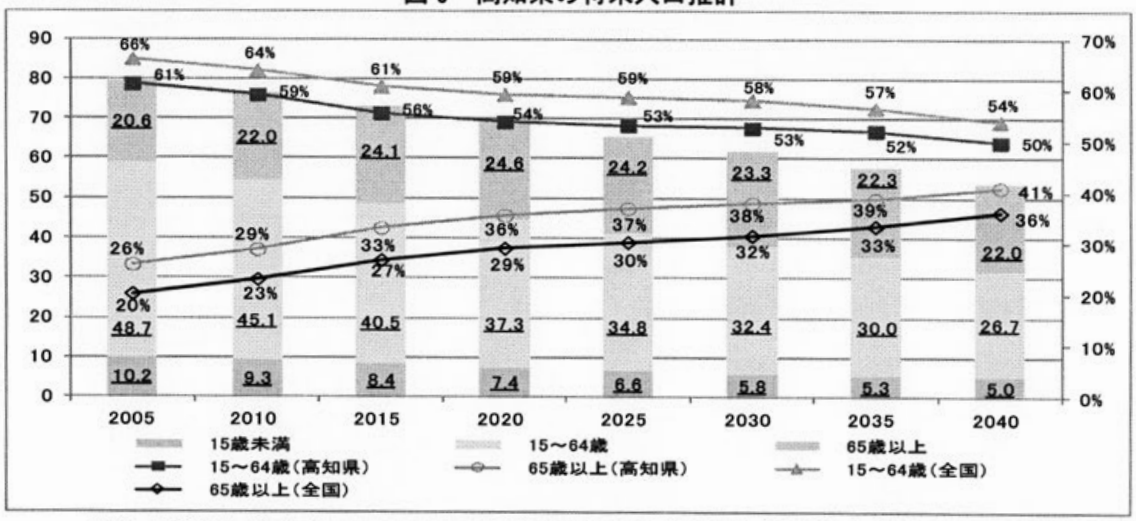
図 8　老年人口の割合



出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25.3）（国立社会保障・人口問題研究所）

（万人）

図 9　高知県の将来人口推計



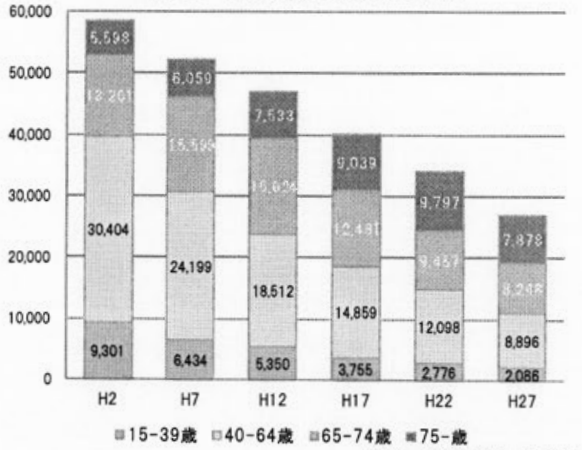
出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25.3）（国立社会保障・人口問題研究所）

こうした少子化・高齢化の進行による影響は様々なところに及んでおり、例えば県内の年間商品販売額(p.4　図５参照)は、平成９年に２兆円程あったものが平成 19 年には１兆６千億円程に減り、この 10 年間で 20%も減っています。将来の人口推計に照らせば、県内市場は、今後も縮小を続けていくことが予想されます。

本県の強みとなっている食や自然の豊かさは、本県の基幹産業である第一次産業によって支えられていますが、担い手の減少や高齢化が進んでいることが問題となっています。

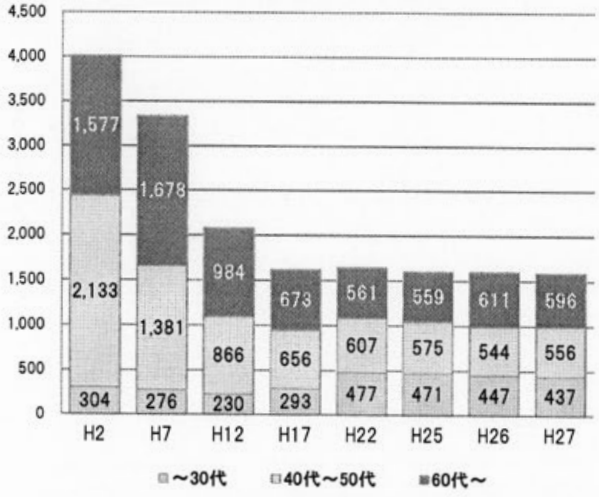
産業振興計画の取り組みにより、第一次産業の新たな担い手の確保につながるといった成果も一定表れていますが、依然として生産年齢人口の減少や若者の県外流出が続き、これに雇用情勢の改善による失業率の低下が加わって、第一次産業だけでなく、第二次産業、第三次産業においても、担い手不足がより深刻になっています。

図 10　農業就業人口の推移



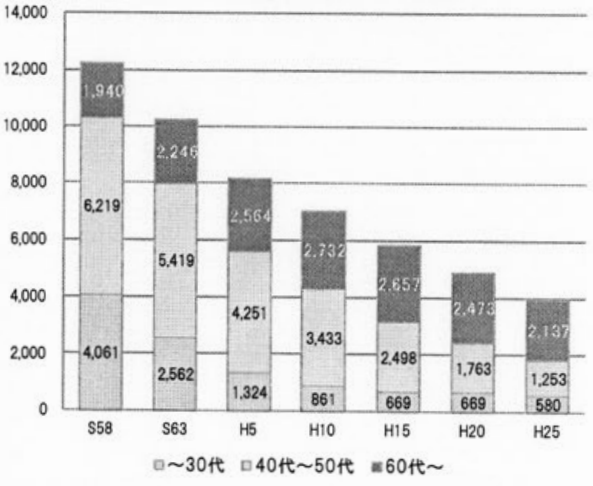
出典：農林業センサス

図 11　林業就業者数の推移



出典：県林業振興・環境部林業労働力調査

図 12　漁業就業者数の推移



出典：漁業センサス

■地理的ハンディ：大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在

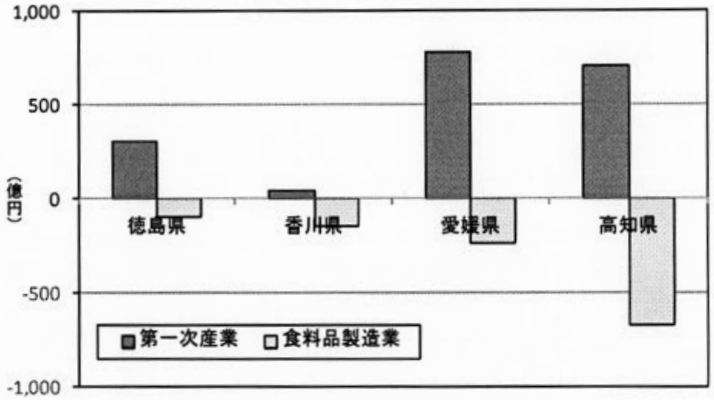
本県は、東京や大阪など人口が集中する大消費地から遠いうえに、中山間地域が県土の約９割を占め、大規模に生産できる平野が少ないという地理的、地形的なハンディキャップがあります。このため、大消費地への物流コストがかさむことや生産規模が小さいためにロットが揃いにくいという弱点があります。

加えて、県内の道路や公共交通網の整備が十分でなく、県内各地に点在している景勝地や観光施設、体験スポットなどを効率よく巡ることが難しいといった点も課題です。

■経済体質：小規模・零細事業者が多い、製造業分野の産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加

また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の加工工程をわざわざ県外でせざるを得ないなど、機会損失も生じています。また、機械系のものづくりの分野ではニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

図 13　四国 4 県の県際収支（第一次産業、食料品製造業）

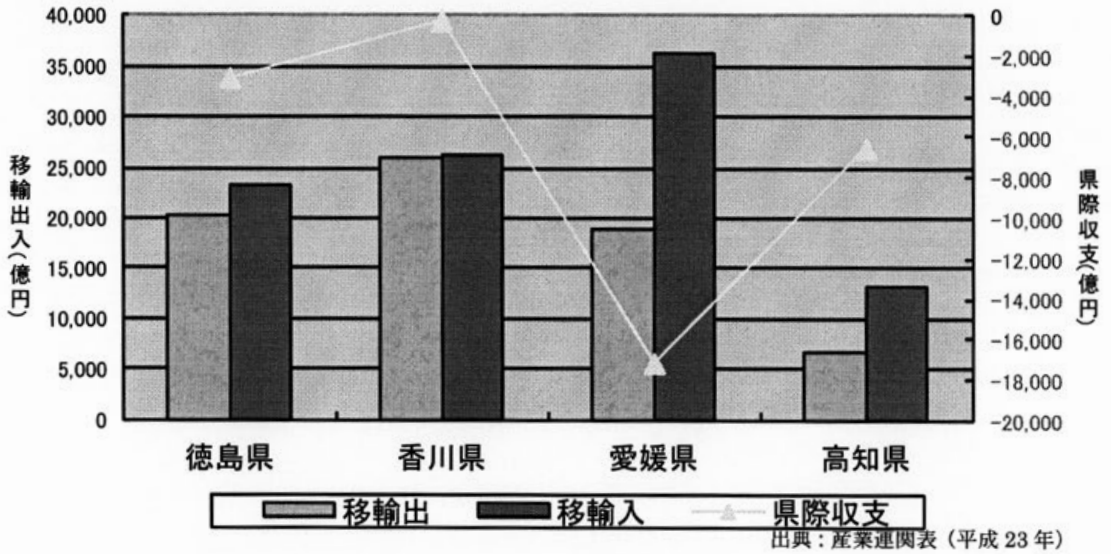


その結果、第一次産業に関連が深く、その強みを最も生かせると考えられる食料品製造業の分野における県際収支(図 13)が、大幅な移輸入超過（赤字）となっています。

さらには、県際収支全体（図 14）を見てみますと、本県は約 6,500 億円の移輸入超過となっており、縮小した県内市場において、県外資本に大きく食い込まれている状況です。

また、休廃業・解散の件数は増加傾向にあり、このままでは多くの働く場が失われてしまいます。

図 14 四国 4 県の移輸出・移輸入額



出典：産業連関表（平成 23 年）

（3） 機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢

・【消費者マインド】消費者ニーズの多様化、防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり、心の豊かさへの意識の変化
・【全国的な社会・経済情勢】全国的な高齢化の進行、ＩＣＴ、ＩｏＴ・ＡＩの多面的な活用、大学の地域貢献、歴史イヤー（大政奉還 150 年、明治維新 150 年）、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会、防災対策の強化
・【国　際　化】訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の寄港増など）、日本食ブーム、貿易の自由化（輸出の促進）

■消費者マインド：消費者ニーズの多様化、防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり 心の豊かさへの意識の変化

平成 23 年3月に発生した東日本大震災をはじめ、土砂災害や噴火などの自然災害や異常気象により、全国的、世界的に防災の意識が高まっています。

こうした中、本県では、台風や南海地震といった自然災害と戦ってきた歴史があり、これらの自然災害への対策を通じて得たノウハウを生かした防災関連産業が振興してきています。

また、国内外で頻発する食品偽装問題などの影響により、消費者の食の安全・安心へのニーズが高まるとともに、高齢者の増加や疾病予防に重点を置いた購買・消費動向への変化により、健康的な食生活への志向が強まっています。

その上、近年、田舎暮らしやスローライフへの関心が高まるとともに、「モノの豊かさ」より「心の豊かさ」を求める人の割合も増えており、移住への関心が高まっています。本県の強みや魅力を存分に生かし、全国に情報発信することで高知ファンや移住に関心のある方を増やし、本県への移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげるチャンスだと言えます。

■全国的な社会・経済情勢：全国的な高齢化の進行、ICT、IoT・AI の多面的な活用、大学の地域貢献、歴史イヤー、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会、防災対策の強化

今後、大都市圏においては、より多くのリタイアメント層が生じることが見込まれます。本県は、全国に 10 年先行して高齢化が進んでおり、今後、高齢者の減少も見込まれることから、大都市圏からリタイアメント層を受け入れる余地が大きいという意味では、これも大きなチャンスと見ることもできます。

リタイアメント層の受け入れによって、経済波及効果だけでなく、医療や福祉、介護などの関連サービスの振興と雇用の創出が期待されます。さらに、「生涯活躍のまち（日本版 CCRC）」の取り組みにより、都会のアクティブシニア層を地方に呼び込む流れが生まれれば、このチャンスはさらに拡大していくと考えられます。

大学においては、地域や民間との連携を促進する専門の機関を設け、それぞれの得意分野や

最先端の研究活動を実用化につなげるとともに、地域における専門人材の育成に取り組むなど、地域貢献につながる取り組みを積極的に進めており、こうした機会を各産業分野に活かしていく環境が整いつつあります。

また、様々な分野でICTやIoT・AIの活用が進んでおり、これらを活用して、売り上げを大きく伸ばす企業も増えていますし、業務のアウトソーシングやアプリの開発など、様々な新しい仕事も増えてきています。こうした仕事は中山間地域でも行うことが可能です。また、本県の様々な分野での生産やサービスにICTやIoT・AIを取り入れることにより、生産性の向上を図っていくことが期待されます。さらに、中山間地域の様々な課題の解決に、IoT等の技術を活用することにより、新たな産業化につなげていくことも期待されます。

そのほか、全国的に注目が集まる大政奉還、明治維新から150年という節目の年であるとともに、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催に向け、全国的にスポーツやこれに関連するカヌー体験といったアクティビティに対する関心が高まることが予想されるため、本県の強みである歴史と自然を生かして観光客を増やすことができるという点で、さらに、国内外で大規模な自然災害が多発し、防災対策が強化される中、国内だけでなく海外にも、本県の防災製品や技術を売り込んでいけるという点でも、大きなチャンスと言えます。

■国際化：訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の寄港増など）、日本食ブーム、貿易の自由化（輸出の促進）

近年、日本を訪れる外国人観光客の数は毎年増加しており、それにともない、本県の外国人観光客の数も年々増加しています。

本県では、外国クルーズ客船の寄港が大幅に増加するなど、これまで以上に様々な国から外国人観光客が訪れています。外国人観光客の満足度をさらに高めるべく、多言語化やおもてなしなどの受入環境を整備し、さらに外国人のニーズに応じた旅行商品づくりを進めることで、本県への外国人観光客の飛躍的な増加を図ることができると考えられます。

また、本県産品の海外への外商については、貿易の自由化による関税の撤廃・引き下げや外国人の日本食ブームなどが追い風となることが期待されます。

（4）脅威となる社会経済の動向

- **【全国的な社会・経済情勢】** 全国的な人手不足、貿易の自由化（安価な外国産品の流入）
- **【地域間競争】** 県外製品・資本の流入、地域間競争の激化

■全国的な社会・経済情勢：全国的な人手不足、貿易の自由化（安価な外国産品の流入）

生産年齢人口の減少や景気の回復などによって、ここ数年、全国的に人手不足感が一層強まってきています。また、本県においても、有効求人倍率が過去最高を更新するとともに、完全失業

率も減少傾向にあるなど、「概ね完全雇用の状態」（日本銀行高知支店特別調査平成 29 年 6 月）と考えられ、本県経済の持続的な発展を図るうえで、この人手不足という問題を克服していくことが不可欠であると考えています。

さらに、平成 26 年の日本の貿易総額（輸出額と輸入額の合計）約 159 兆円は、同年の日本の国家予算（約 96 兆円）を大きく上回り、中国、アメリカ、ドイツに次ぐ世界第4位の規模となっています。貿易総額は国内外の様々な経済動向の影響を受け増減を繰り返してきました。経済のグローバル化が進み、世界のどこかの国で顕在化した影響が、少なからず日本にも波及する状況となっており、世界経済が不安定な中、今後も日本経済への様々な影響が懸念されます。

また、貿易の自由化による関税の撤廃・引き下げにより、安価な外国産品の流入に伴う価格の低下、それによる生産の減少といった影響も考えられます。特に本県の場合は、生産条件が不利な中山間地域が多いといった厳しい実情もあります。

こうした脅威に立ち向かっていくためにも、第一次産業などの取り組みをさらに力強く展開していく必要があると考えています。

■地域間競争：県外製品・資本の流入、地域間競争の激化

インターネットなどの ICT（情報通信技術）の普及は、人・物・情報の交流の飛躍的な進展をもたらしましたが、その一方で、近隣地域だけでなく全国や海外との競合を余儀なくされ、様々な県外製品や資本が流入し、様々な分野で厳しい集客交流競争や産地間競争にいや応なく巻き込まれるという状況も生み出しています。

また、人口減少を抑制するために、移住促進に力を入れる自治体も増えてきました。

このため、他地域との競争を常に意識し、外からの視点や他地域の情報などを積極的に収集し、本県の魅力を打ち出していけるよう、これらを踏まえた取り組みが求められています。

4　第3期計画の基本方向

■改革のための8つの基本方向

1　成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する
　①　継続的に新たな付加価値を生み出す仕組みを意図的に構築する
　②　交易の範囲のさらなる拡大を図る
2　成長の「壁」を乗り越える
　③　担い手の確保策を抜本強化する
　④　省力化・効率化の徹底に向けたサポートを強化する
3　成長を支える取り組みを強化する
　⑤　起業や新事業展開を促進する
　⑥　地域産業クラスターを形成する
　⑦　人材育成・確保の取り組みを充実する
　⑧　金融機関等との連携により事業戦略の策定と実行支援を強化する

本県産業をさらに力強いものにしていくためには、ここまで見てきたような「強み」「弱み」「機会（チャンス）」「脅威」とその組み合わせを整理し、さらなる体質強化を図る戦略を導き出すことが重要です。

そのうえで、それらの戦略に沿って、本県が目指すべき姿に向けてのこれまでの取り組みを徹底的に検証し、その対策として欠けていた点、手が届いていなかった点を明らかにして、思い切った対策を講じなければなりません。

第3期計画 ver.3 への改定に際して現下の課題や最新の全国の動向等を分析するとともに、SWOT分析の再点検を行った結果、今後本県が目指すべき新たな基本方向について、別表(SWOT分析と「改革のための8つの基本方向」)のとおり整理しました。

〈 別 表 〉

SWOT分析と「改革のための8つの基本方向」



O 機会 *Opportunities*

消費者マインド	全国的な社会・経済情勢	国際化
・消費者ニーズの多様化 ・防災意識の高まり ・食の安全・安心志向 ・健康志向 ・移住への関心の高まり ・心の豊かさへの意識の変化	・高齢化の進行 ・IoT・AI等の活用 ・大学の地域貢献 ・歴史イヤー ・オリ・パラ東京大会 ・防災対策の強化	・訪日外国人観光客の増加 ・日本食ブーム ・貿易の自由化（輸出の促進）

S 強み *Strengths*

食
- 全国トップレベルの食
- 多様な一次産品

自然と歴史
- 日本一の森林率
- 多様で豊富な自然
- 多くの偉人を輩出

人・技術力
- 明るい県民性
- 独自の技術力を持つ地場企業
- （これまで築き上げてきた）県外や海外とのつながり
- 志ある実践者の増加
- 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

W 弱み *Weaknesses*

人口問題
- 少子化・高齢化の加速
- 県内経済規模の縮小
- 担い手の不足
- 若者の流出
- 中山間地域の衰退

地理的ハンディ
- 大消費地から遠距離
- 県内各地に観光スポットが点在

経済体質
- 小規模・零細事業者が多い
- 製造業分野の産業集積度が低い
- 食料品出荷額が少ない
- 休廃業・解散の増加

S 多様な一次産品/日本一の森林率/全国トップレベルの食 ／ **O** 食の安全・安心志向/IoT・AI等の活用/大学の地域貢献

➡ 新技術の導入等により、農畜産物や水産物等の高品質・高収量化（第一次産業の強化）を図り、全国・海外に外商を展開する　基本方向 1・2

S 全国トップレベルの食/独自の技術力を持つ地場企業/県外や海外との繋がり ／ **O** 食の安全・安心志向/IoT・AI等の活用/貿易の自由化/日本食ブーム

➡ 豊富な食材や地場産業の技術力を生かして、食品産業、ものづくり産業の高度化を図り、全国・海外に外商を展開する　基本方向 1・2

S 全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/多くの偉人を輩出 ／ **O** 訪日外国人観光客の増加/歴史イヤー/オリ・パラ東京大会

➡ 食・歴史・自然の魅力を生かした観光商品をつくり、県外・海外から観光客を呼び込む　基本方向 1・2

S 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術/県外や海外との繋がり ／ **O** 防災意識の高まり/防災対策の強化/IoT・AI等の活用

➡ 防災関連産業、IT・コンテンツ産業などの新たな産業を創出し、付加価値を生み出す　基本方向 1

S 全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/明るい県民性 ／ **O** 移住への関心の高まり/全国的な高齢化の進行

➡ 若者からリタイアメント層まで多くの方に高知の魅力を感じてもらい移住・定住していただく　基本方向 3・7

S 志ある実践者の増加 ／ **O** 消費者ニーズの多様化/IoT・AI等の活用

➡ 継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成し、起業・新事業展開を促進する　基本方向 5

W 県内経済規模の縮小/小規模、零細事業者が多い/大消費地から遠距離 ／ **O** 消費者ニーズの多様化/食の安全・安心志向/日本食ブーム/貿易の自由化

➡ 外商のハードルを下げる共通のプラットホームをつくり、県内事業者の挑戦を後押しする　基本方向 2

W 中山間地域の衰退/担い手の不足 ／ **O** 大学の地域貢献/食の安全・安心志向

➡ 地域アクションプランの取り組みを通じて、中山間地域の新たな産業や新たな価値を創出する　基本方向 1

W 若者の流出/製造業分野の産業集積度が低い/食料品出荷額が少ない/県内各地域に観光スポットが点在 ／ **O** 歴史イヤー/オリ・パラ東京大会/IoT・AI等の活用/消費者ニーズの多様化

➡ 地域産業クラスター、観光クラスターを形成することにより、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を地域地域につくる　基本方向 6

高知県の強みを生かし、弱みをカバーする取り組みを推進！

T 脅威 *Threats*

全国的な社会・経済情勢	地域間競争
・貿易の自由化（安価な外国産品の流入） ・全国的な人手不足	・県外製品・資本の流入 ・地域間競争の激化



S 多様な一次産品/日本一の森林率/全国トップレベルの食/独自の技術力を持つ地場企業/県外や海外との繋がり/多様で豊富な自然/多くの偉人を輩出

T 貿易の自由化（安価な外国産品の流入）/県外製品・資本の流入/地域間競争の激化

T 全国的な人手不足

（第一次産業、食品産業、ものづくり産業、観光等　共通）

➡ 他地域との差別化を図ることができる付加価値の高い商品開発を進める　基本方向 1

➡ 人手不足を補い、競争力を高める省力化・効率化の取り組みを促進する　基本方向 4

S 県外や海外との繋がり/独自の技術力を持つ地場企業

T 貿易の自由化（安価な外国産品の流入）/地域間競争の激化

➡ 築き上げてきた国内外とのネットワークを最大限活用し、外商を拡大する　基本方向 2

S 志ある実践者の増加

T 全国的な人手不足/地域間競争の激化

➡ 経営感覚を持ち、自ら考え行動できる人材を育成・確保する　基本方向 7

W 中小規模・零細事業者が多い/休廃業・解散の増加/担い手の不足

T 県外製品・資本の流入/全国的な人手不足

➡ 事業の継続・発展に向けて、円滑な事業承継や中核人材の確保を図る　基本方向 3

W 小規模・零細事業者が多い/中山間地域の衰退

T 県外製品・資本の流入/地域間競争の激化

➡ 競争力の維持・向上に向けて、商品やサービスを常に進化し続ける　基本方向 5

W 担い手の不足/若者の流出/少子化・高齢化の加速

T 全国的な人手不足/地域間競争の激化

➡ 本県産業を支える人材を育成・確保する　基本方向 3・7

基本方向 1
継続的に新たな付加価値を生み出す仕組みを意図的に構築する

基本方向 2
交易の範囲のさらなる拡大を図る

基本方向 3
担い手の確保策を抜本強化する

基本方向 4
省力化・効率化の徹底に向けたサポートを強化する

基本方向 5
起業や新事業展開を促進する

基本方向 6
地域産業クラスターを形成する

基本方向 7
人材育成・確保の取り組みを充実する

＋ すべての取り組みの土台

基本方向 8
金融機関等との連携により事業戦略の策定と実行支援を強化する

5 第3期計画の重点取り組み

「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後・6年後・10年後の目標」（p.20～p.21 に記載）を実現していくため、第3期計画 ver.3 では、8つの新たな基本方向に沿って、取り組みをさらに充実・強化し、引き続きさらなる挑戦を続けます。

【1. 成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する】

基本方向1　継続的に新たな付加価値を生み出す仕組みを意図的に構築する

人口減少の下押し圧力に屈することなく、本県経済が持続的な発展を成し遂げていくためには、新たな付加価値を生み出し、これにより交易の範囲をさらに拡大し、それをさらなる付加価値の創出へとつげていく、という「地産外商」の好循環を生み出すことが重要となります。このため、すべての産業分野において、継続的に新たな付加価値を生み出していく仕組みをさらに強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

（1）第一次産業

農業の分野では、高品質・高収量を実現するため、環境制御などの先進技術を導入した「次世代型こうち新施設園芸システム」のさらなる普及を図るとともに、IoT や AI 技術を活用した、「Next 次世代こうち新施設園芸システム」へと進化を図ります。また、生産条件が不利な中山間地域の農業を維持し、活性化するため、集落営農の裾野の拡大と、複合経営に取り組む「こうち型集落営農」の法人化へのステップアップを一体的に進めるとともに、中山間農業複合経営拠点の整備を推進します。

林業の分野では、効率的な生産システムの導入や森林組合の生産工程改善、高性能林業機材の導入、皆伐の促進など生産性向上により、原木生産のさらなる拡大を図るとともに、製材工場の強化や高次加工施設の整備などにより、加工体制の強化を図ります。また、低層非住宅建築物等の木造化や付加価値の高い木材製品の開発、CLT の利用促進により、飛躍的な木材需要の拡大を図ります。

水産業の分野では、生産性の高い漁業への構造改革を進めるとともに、クロマグロ等の人工種苗の量産体制の確立による養殖生産ビジネスの拡大や新たな漁場の開拓などにより、漁業生産の維持・拡大に取り組みます。また、高度な衛生管理基準を備えた大型の加工施設の立地などにより、国内外の市場ニーズに対応できる産地加工体制の強化に取り組みます。

(2)第二次産業

ものづくりの地産地消のさらなる推進を図るとともに、外商ができる付加価値の高い製品を数多く生み出していくため、食品加工や機械系ものづくり、防災関連産業の分野において、徹底した一貫サポート体制により、設備投資の促進とものづくり力や商品力のさらなる強化を図ります。

また、本県の強みである紙産業の飛躍的な成長を促進するため、新素材の技術開発や加工技術の確立などに取り組みます。

(3)第三次産業、全般

生産性向上や地域の課題解決を図るためのIoTシステムや機械の開発を進めるとともに、本県経済の新たな強みを創り出すため、人材育成・確保と企業誘致を両輪とした取り組みを通じてIT・コンテンツ産業の集積を図ります。

観光の分野では、世界に通用する「本物と出会える高知観光」を実現するため、「志国高知 幕末維新博」の開催を通じて、歴史と食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりに取り組みます。幕末維新博後には、これまで磨き上げてきた食や歴史資源を活用しつつ、本県のもう一つの強みである自然景観や自然体験を前面に出した新たな観光キャンペーンを展開することとしており、そのための観光資源の磨き上げやクラスター形成の取り組みを進めます。また、国際観光の推進に向け、外国人旅行者向けの旅行商品の販売促進に取り組みます。

地域における雇用の創出と所得の向上を図るため、「地域アクションプラン」の推進により、地域の資源を活用した新たな産業づくりを進めるとともに、商店街のにぎわい創出や新規創業などへの支援により、地域商業の活性化を図ります。

重点取り組み　※下線は、第３期計画 ver. 3 で特に強化した取り組み（以下、同じ）

＜第一次産業の付加価値向上と飛躍的な生産拡大＞

［農　業］　○「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及推進

○ＩｏＴやＡＩ技術を活用したＮｅｘｔ次世代農業等の展開（「Ｎｅｘｔ次世代こうち新施設園芸システム」への進化、「Ｎｅｘｔこうち新畜産システム」の実証と確立）

○中山間農業複合経営拠点の整備、集落営農の推進

［林　業］　○生産性の向上による原木の増産

○加工体制の強化（製材事業体の加工力強化、高次加工施設の整備）

○木材需要の拡大（ＣＬＴの普及、低層非住宅建築物の木造化の促進、Ａ材（良質材）の高付加価値化）

［水産業］　○沿岸漁業生産体制の効率化

○養殖生産ビジネスの拡大

○輸出等にも対応できる水産加工施設の立地促進

＜本県の強みや資源を生かした新産業・成長産業の創出＞

○第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開（食のプラットホームを活用した食品加工の一貫サポート）

○機械系ものづくりや防災関連産業のものづくり力、商品力の強化（高知県産業振興センター（ものづくり地産地消・外商センター）による一貫サポート、金融機関等との連携による設備投資への支援の強化）

○課題解決型の産業創出（ものづくり地産地消・外商のさらなる推進（第一次産業等の生産性向上プロジェクトの推進））

○新素材等を用いた製品や技術の開発による紙産業の振興

○地域アクションプランの推進

○人材育成・確保と企業立地を両輪とした取り組みを通じたＩＴ・コンテンツ産業の集積

＜食・歴史・自然の魅力を生かした戦略的な観光地づくり＞

（戦略的な観光地づくり）

○幕末維新博を通じた歴史資源の磨き上げ（リアル化）と観光クラスター化

○自然体験型観光の推進（ポスト幕末維新博）

○広域観光推進体制の確立

（国際観光の推進）

○外国人向け旅行商品づくり

＜商業の活性化＞

○商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化

基本方向2　交易の範囲のさらなる拡大を図る

本県経済が先々に渡って成長をし続けていくためには、「基本方向1」の取り組みにより生み出された付加価値を武器に対象市場の「量的・質的拡大」を図っていくことが重要となります。このため、すべての産業分野において、交易の範囲のさらなる拡大を図ります。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

国内に向けては、食品加工の分野では「高知県地産外商公社」の活動範囲を関東から関西、中部、中国、四国、九州に広げ、全国規模で県内事業者の営業活動を支援するとともに、機械系ものづくり分野では、「ものづくり地産地消・外商センター」の東京営業本部を中心として、外商支援や見本市出展後のフォローアップ営業等の支援を行います。また、農業分野での規模に応じた販路開拓や加工専用素材の流通拡大、林業分野での「TOSAZAI センター」の設置による外商促進と県外流通拠点を活用した取引拡大、水産業分野での消費地市場と連携した販路拡大や「高知家の魚応援の店」等を活用した取引拡大などを行います。

海外に向けては、輸出拡大に向けた体制強化を図るとともに、海外の商社や飲食店などとの連携をさらに強化し、輸出拡大に取り組みます。

観光分野では、国内外のマスメディアを活用したプロモーションやコンベンション等の誘致活動の強化など、効果的なセールス＆プロモーションを展開します。また、国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境を整備するとともに、外国人観光客に高知県の認知度を飛躍的に向上させるプロモーションを、個人旅行者も意識して展開します。

重点取り組み

＜食品分野や機械系ものづくり分野における外商機会の拡大＞

（国内の外商）

○[食品分野]地産外商公社を中心とした外商活動の支援

○[ものづくり分野]高知県産業振興センター（ものづくり地産地消・外商センター）を中心とした外商活動の支援

（海外の外商）

○輸出拡大に向けた体制強化（貿易推進統括アドバイザーの配置、台湾地域における高知県オフィスの設置、各国に輸出拠点機能を設ける取り組みの推進等）

○国・地域別、品目別の輸出戦略の展開（ユズ、土佐酒、水産物、農産物、木材、防災関連製品等の輸出拡大、インフラ技術等の ODA（政府開発援助）案件化の推進）

＜一次産品等の流通の仕組みの強化＞

○[農業]規模に応じた青果物の販路開拓、県産米のブランド化の推進

○[林業]A材（良質材）の販売促進・外商体制の強化

○[水産業]「高知家の魚応援の店」と連携した外商活動の強化

＜観光商品の効果的なセールス＆プロモーション＞

（効果的な広報・セールス活動）

○マスメディアを活用したプロモーション

○スポーツツーリズムの推進

○コンベンション等の誘致

（インバウンド観光のさらなる強化）

○国・地域に応じた戦略的・重点的なプロモーション・セールス活動の展開

○高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上

○外国人観光客の受入環境の整備（クルーズ船の受入体制、Wi-Fi 環境、多言語化の強化）

○「よさこい」の戦略的展開

【2. 成長の「壁」を乗り越える】

基本方向3　担い手の確保策の抜本強化

完全雇用状態を背景とする人手不足の深刻化は、今や経営の大きな課題となっており、これまでの地産外商の取り組みを継続していくためにも、新たな取り組みにチャレンジしていくためにも、大きなボトルネックとなる可能性があります。このため、移住促進策と連携した各産業分野の担い手確保策や新規卒業生などの県内人材の確保・定着の取り組みを強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

（1）雇用環境の改善

事業戦略の策定と実行支援を通じて、国が設置する高知県働き方改革推進支援センターと連携し、経営と両立する形での「働き方改革」を支援します。

（2）アクティブに働きかける

「高知県移住促進・人材確保センター」を中心とした「オール高知体制」による移住希望者等へのアプローチの強化、「高知家の女性しごと応援室」などによる女性や若者、高齢者などの労働参画機会の拡大促進、新規卒業者の県内就職の促進などを通じて、各分野の担い手や中核人材の確保に取り組みます。

また、事業引継ぎ支援センターや士業、金融機関などとの連携体制を構築し、県内事業者の円滑な事業承継を支援します。

重点取り組み

＜雇用環境の整備＞

○経営と両立する形での働き方改革の促進

＜アクティブに働きかける＞

（マッチング機能の強化）

○高知県移住促進・人材確保センターにおける移住促進と人材確保の取り組みの推進

○高知家の女性しごと応援室の機能拡充

○ジョブカフェこうちの支援機能の拡充

（担い手の受け皿となる機能の強化）

○高校や大学などの新規卒業生の県内就職の促進

○各産業分野の担い手確保策の強化

・IT・コンテンツ人材の育成・確保

・農業担い手育成センター、農業大学校、林業大学校による人材育成・確保

・産地提案型を核とした園芸産地・畜産の担い手確保対策

・民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成支援

基本方向4　省力化・効率化の徹底に向けたサポートの強化

人手不足に対応していくためには、「基本方向3」の担い手確保の取り組みに加え、各事業体における省力化や効率化による生産性の向上が重要になることから、こうした取り組みのサポートを強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

第一次産業等における現場のニーズを抽出し、それに対応したIoTシステムや機械の開発を進めるとともに、各産業分野において新技術の導入を促進します。

また、金融機関等とも連携しながら、事業戦略の策定から、生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた設備投資までを一貫してサポートします。

重点取り組み

［ものづくり分野］

○課題解決型の産業創出（ものづくり地産地消・外商の推進）［再掲］

○設備投資への支援の強化［再掲］

［第一次産業］

○［農業］ＩｏＴやＡＩを活用したＮｅｘｔ次世代農業等の展開（「Ｎｅｘｔ次世代こうち新施設園芸システム」への進化、「Ｎｅｘｔこうち新畜産システム」の実証と確立）［再掲］

○［林業］原木生産に向けた生産性向上支援（森林組合の生産性向上の取り組み、高性能林業機械の導入促進、林道等の路網の整備、再造林コストの縮減に向けた一貫作業システム等）

○［水産業］スマート漁業の推進（機械化・IoT化、作業工程の見直し等）

【3. 成長を支える取り組みを強化する】

基本方向5　起業や新事業展開の促進

地域の持続的な発展をもたらすためには、継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成していくことが重要となることから、各産業分野における起業や新事業展開の取り組みを強化します。

具体的には、次の取り組みを進めていきます。

県内での起業や新事業展開の着実な実現に向け、個々のアイデアや事業プランへのアドバイスと、具体化のための支援プログラムによる一連のサポートを行います。また、産学官の連携による様々なイノベーションを創出するため、「産学官民連携センター」において、県内外の英知を導入しながら、新たな事業展開に挑戦する事業者等を後押しします。

さらに、地域の資源を生かした地域アクションプラン等の取り組みへのサポートのほか、ものづくりやコンテンツ、食品などの各分野において、アイデア段階から計画づくり、商品開発、販路開拓までの各段階に応じた一貫サポートを行います。また、拡大再生産に向け、企業立地や設備投資の促進、食品加工の高度化支援に取り組みます。

IT・コンテンツ産業の集積に向けた取り組みを進めるとともに、IT・コンテンツ産業と他産業との融合等による新産業創出に取り組みます。

重点取り組み

○起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

○土佐MBAによる起業・新事業展開へのサポート

○各分野の個別サポート（IT・コンテンツ産業への支援強化、設備投資の促進等）

○IT・コンテンツ産業と他産業との融合等による新事業創出

基本方向6　地域産業クラスターの形成

地域に残りたいと願う若者の就職に関する希望を叶えるためには、地域地域に第一次、第二次、第三次の各産業にわたる厚みをもった産業群を数多く作り出していくことが必要です。

このため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせて、地域地域に第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター（地域産業クラスター）を意図的に生み出し、それぞれの地域に多様な仕事をつくっていきます。併せて、産業集積の幅を広げるため、遊漁・体験漁業等の振興や中山間地域の商業の活性化を図っていきます。

重点取り組み

○20 のクラスタープロジェクトの着実な推進

○クラスター形成に向けた支援策の強化（園芸団地の整備促進等）

○産業集積の幅を広げる取り組みの強化（遊漁・体験漁業の振興、商店街の活性化等）

○地域の拠点施設を核とした地域経済の活性化

基本方向7　人材育成・確保の取り組みの充実

時々の状況に応じた的確な進化を可能とするのは「人」の力であり、「人」の力こそ、持続的な成長には不可欠です。そのため、人材を育成・確保する取り組みを一層充実します。

具体的には、「土佐まるごとビジネスアカデミー」による体系的な人材育成や地域における人材育成の取り組みを支援するとともに、将来の担い手を育てていくため、発達段階に応じたキャリア教育を実施します。

また、「IT・コンテンツアカデミー」によるIT・コンテンツ人材の育成や文化芸術を産業に生かせる人材の育成など、各分野における人材育成・確保の取り組みを進めます。

重点取り組み

＜様々な産業分野における人材育成・確保の取り組みの推進＞

［全般、第三次産業］

○土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）の実施

○IT・コンテンツアカデミーの開講

○土佐の観光創生塾による観光人材の育成

○文化人材育成プログラムの実施

［第二次産業］

○工業技術センターによる企業の技術力向上支援

○高等技術学校における在職者訓練等

［第一次産業］

○農業担い手育成センター、農業大学校、林業大学校による人材育成・確保［再掲］

＜年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり＞

○発達段階に応じたキャリア教育の実施

基本方向8　金融機関等との連携による事業戦略の策定・実行支援の強化

各事業体において、基本方向1から4までに掲げた、新たな付加価値の創出や交易の範囲の拡大、担い手の確保、省力化・効率化の取り組みを効果的に進めるためには、自社の強みや弱み等を分析したうえで、取組べき方向性等を明確化することが重要となります。

このため、第3期計画から重点的に取り組んでいる、事業戦略の取り組みを全ての産業分野に広げるとともに、金融機関などとの連携をさらに強化し、内容のさらなる充実を図ります。

重点取り組み

［三次産業、全般］

○商工会・商工会連合会と連携した地域の事業者の経営計画の策定・実行支援

○土佐の観光創生塾等を通じた観光事業者の事業戦略の策定・実行支援

［第二次産業］

○ものづくり企業の事業戦略策定・実行支援

○食のプラットホームを起点とした食品加工事業者の事業戦略の策定・実行支援

［第一次産業］

○中山間農業複合経営拠点、集落営農法人の事業戦略の策定・実行支援

○製材事業体の事業戦略の策定・実行支援

○漁業経営体の事業戦略の策定・実行支援

［地域アクションプラン］

○産業振興推進地域本部を中心とした地域アクションプランの事業計画の策定・実行支援

［学びの面からの支援］

○土佐MBAの経営戦略コースの実施

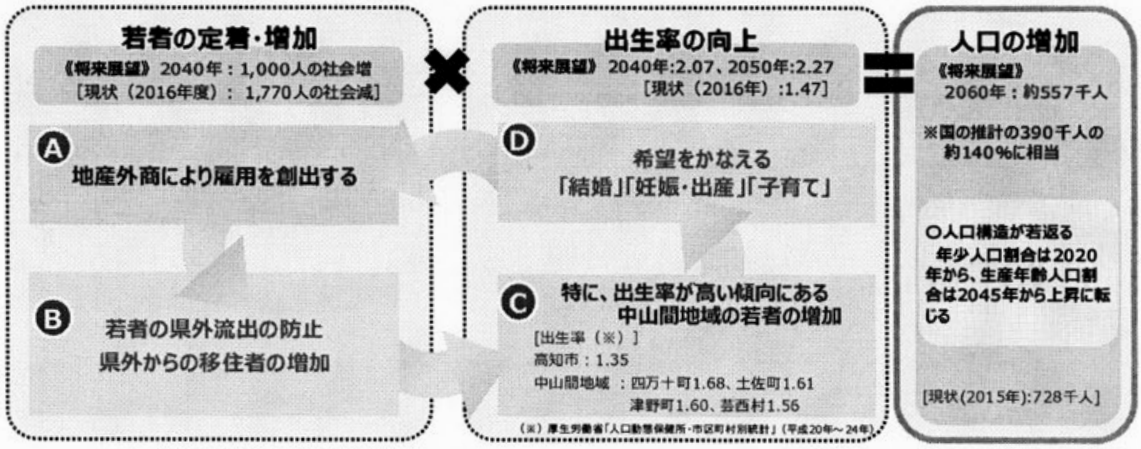
6　第3期計画のさらなる進化に向けて

■他の政策との融合・発展

現在、高知県が進めています「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用」「文化芸術とスポーツの振興」は、すべて「人口減少の負のスパイラル」1つ1つに立ち向かい、断ち切るための取り組みです。本県は、この人口減少による負のスパイラルという根本的な課題を抱えており、それを克服することが県政における最大の課題です。

この克服に向け、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、平成27年8月に、2060年の本県人口の将来展望として、国の推計によると約39万人まで減少するとされる本県の人口を、約55万7千人に踏みとどまらせ、将来的な人口の若返りと人口増への転換を目指すという目標を掲げたところです。

この目標の実現のためには、若者のさらなる県内定着や増加を図るとともに、出生率の向上を図っていく必要があります。



若者の定着や増加に向けては、まず、地産外商・拡大再生産の取り組みを通じて、地域地域で多様な働く場の創出を図っていきます。（図のA）

こうして県内に働く場を創出することにより、若者の県外流出を防止するとともに、県外からの移住者の増加にも取り組んでいきます。（図のB）

また、出生率のさらなる向上に向けて、都市部に比べて相対的に出生率が高い中山間地域に若者がとどまることができるよう、この2つ（図のAとB）の取り組みを、特に、中山間地域において力を入れて進めていきます。（図のC）

その上で、県民の皆様の結婚、妊娠・出産、子育ての希望がかなえられる環境を整えていきます。（図のD）

この4つの対策を一連のものとして講じることで、若者の定着・増加と出生率の向上に向けた良き好循環を生み出せるよう、第3期計画では、引き続き、他の政策の取り組みとの融合、発展を図っていきます。

＜他の政策との融合・発展の取り組み例＞

- 「高知家生涯活躍のまち（高知版CCRC）」の推進に向けた、産業振興計画の移住促進策と、日本一の健康長寿県構想の健康・福祉サービスとの連携
- 中山間地域の産業振興に向けた、産業振興計画の産業成長戦略及び地域アクションプランの取り組みと、中山間対策の集落活動センターの取り組みとの連携
- 防災関連産業の振興に向けた、産業振興計画の防災関連製品の開発と、南海トラフ地震対策の防災対策との連携
- 文化芸術の力を産業振興に生かすための文化芸術振興ビジョンによる文化芸術に関わる人材育成の取り組みと、産業振興計画の起業・新事業展開やコンテンツ分野などの取り組みとの連携

■産業振興計画のさらなる進化に向けて

第3期計画バージョン3では、「成長の「壁」を乗り越える」、「成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化する」、「成長を支える取り組みを強化する」という3つの施策群を大幅に強化し、全力で展開していくこととしていますが、人口減少の下押し圧力に屈することなく、本県経済が先々に渡って成長し続けいていくために、今後も、引き続き、多くの皆様のお知恵を賜りながら、計画のさらなる進化を図ってまいります。

＜付属資料＞

Ⅰ　第１期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４８

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括　・・・・・・・・・５０

Ⅲ　第２期計画の改定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６７

Ⅳ　第２期計画（平成 24～27 年度）の総括　・・・・・・・・・８８

Ⅴ　第３期計画の改定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１６

Ⅵ　高知県経済等の動向（平成 30 年３月現在）・・・・・・１２４

Ⅰ　第１期計画の改定

1　第1期計画における改定の経緯

平成 21 年4月にスタートした第1期計画では、中長期的な視点（概ね 10 年）に立ちながらも、当面の目標を平成 23 年度末に設定し、そこに至る具体的な道筋を示して取り組みました。取り組みの推進にあたっては、状況の変化や地域の新たな動きなどにも対応し、計画をより効果的かつ実効性あるものとするため、PDCAサイクルを通じて、毎年度、計画の改定を重ねてきました。

この間、常に、産業成長戦略の充実とあわせて、地域アクションプランに新たな活動を取り入れることで、多くの県民の方々に参画いただきながら、官民協働で県経済の成長に向けて取り組んできたところです。

■第1次改定（平成 22 年3月）

平成 21 年度は、計画の「実行元年」と位置付けて、「本気で実行」を合言葉に取り組みを進めました。そうした中、一定の成果が表れ、成果につながる兆しも見え始めた一方で、計画を実行に移すことによって、修正すべき部分や拡充すべき部分、新たに追加すべき項目なども明らかになってきました。

このため、実行段階でいただいた県民の皆様の様々なご意見も踏まえ、さらなる効果を発揮させるため、下の5つの柱を中心とした改定により、計画のバージョンアップを図りました。

平成 22 年度は、「挑戦の年」と位置付け、この産業振興計画 ver.2のもと、「果敢に挑戦」を合言葉に取り組みを加速しました。

〔ver. 2 における改定の５本柱〕

（1）地産外商戦略の加速化
- ・首都圏新アンテナショップのオープン（巨大マーケットでの地産外商戦略の本格的展開）
- ・関西・中部地区での地産外商戦略のワンランクアップを目指した展開　等

（2）「ものづくりの地産地消」の促進
- ・県内の受発注につながる情報を集約し、関連団体に提供
- ・県内企業の試作品開発を支援する補助金の創設　等

（3）ポスト「龍馬博」の推進
- ・広域ブロック（東部、中央部、西部）ごとに、観光資源の磨き上げによる、1泊以上滞在できる観光地づくり
- ・龍馬人気を生かし、更に広がりを持たせた観光PR、プロモーションの展開　等

（4）地域の取り組みのステップアップ推進
- ・ステップアッププランへの支援メニューの創設　等

（5）地域産業を創造・リードする人材の育成・確保
- ・「目指せ！弥太郎　商人（あきんど）塾」の開講　等

■第２次改定（平成 23 年３月）

平成 22 年度は、龍馬ブームを追い風にした観光や地産外商の取り組みをはじめ、雇用の創出などの面でその成果が見え始めてきました。

その一方で、PDCAサイクルによる検証によって、引き続き着実な展開を図るべき取り組みや、更に充実させるべき点が明らかになってきました。

このため、平成 23 年度は、龍馬ブームの追い風が弱まる中で、これまでに蓄積した仕組みやノウハウを土台として県勢浮揚の足掛かりをしっかりと築く、まさに「正念場の年」と位置付け、着実な成果につなげるための次の5つの柱を中心とした計画のさらなるバージョンアップを図り、挑戦を続けました。

〔ver. ３における改定の５本柱〕

（1）外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」を抜本強化
- 「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置
- 工業技術センター食品加工研究棟を整備
- 「まるごと高知」を拠点にした外商活動の一層の促進　等

（2）「龍馬ふるさと博」を核としたポスト龍馬博の展開
- 「志国高知　龍馬ふるさと博」の開催
- 広域ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくりの加速化　等

（3）新エネルギーを産業振興に生かす
- 木質バイオマスの地域内循環利用システムの構築
- 企業誘致などによる太陽光発電機器関連産業の集積の推進
- 小水力発電関連機器の開発促進　等

（4）産学官連携の強化
- 産学官連携会議の設置
- 産学官共同研究に対する中期テーマ支援制度の創設
- 産業人材育成プログラムの構築　等

（5）地域産業の育成と事業化支援の強化
- 第1次産業と加工・観光などと組み合わせた「地域拠点ビジネス」の更なる推進
- 地域アクションプランの取り組みの地域への定着　等

Ⅱ　第１期計画（平成２１～２３年度）の総括

１　第１期計画の評価

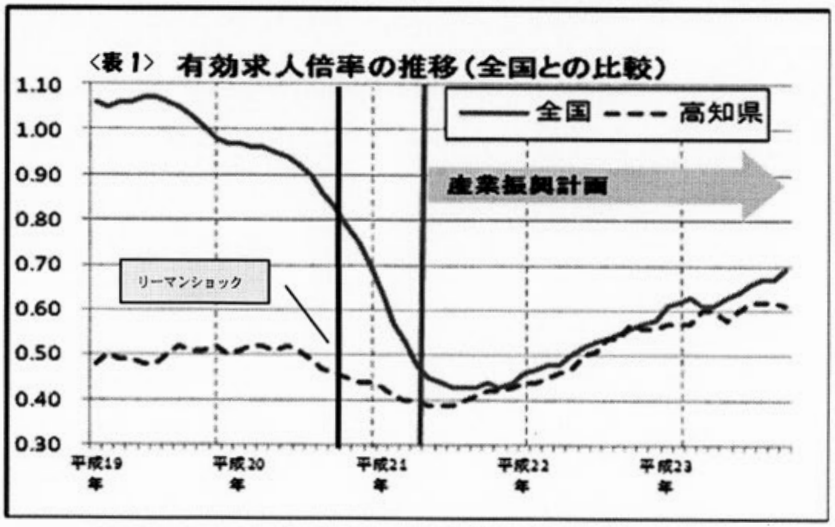
第１期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第１次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

当初は、資本の蓄積や産業の集積が乏しく、財政状況も厳しい本県において、100 年に1度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりました。また、その後も、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進する外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

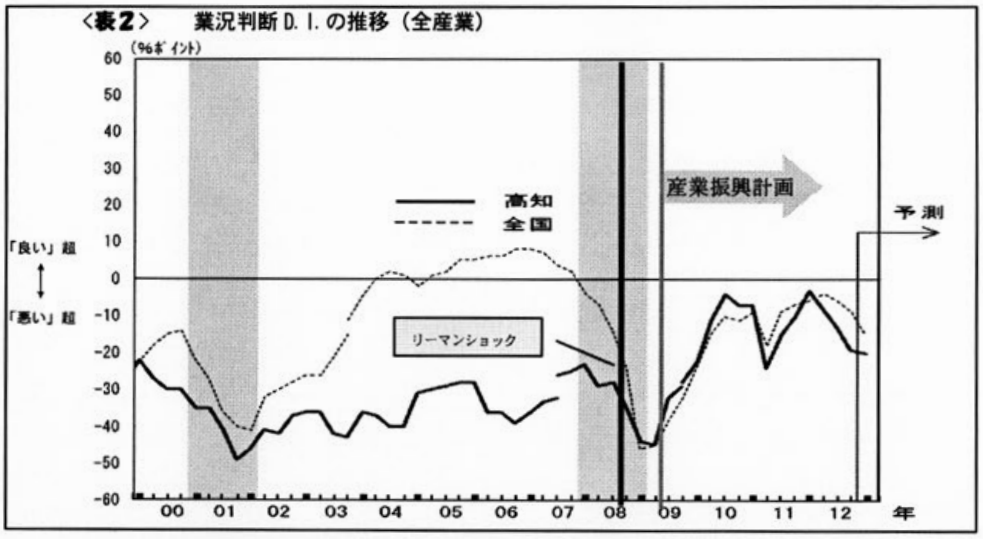
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

こうした逆風や追い風のある中での挑戦となりましたが、第１期計画全体を見ると、本県産業の進行に向けて積年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出したところであり、県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、一定の成果を残せたと見ることができるものと考えています。

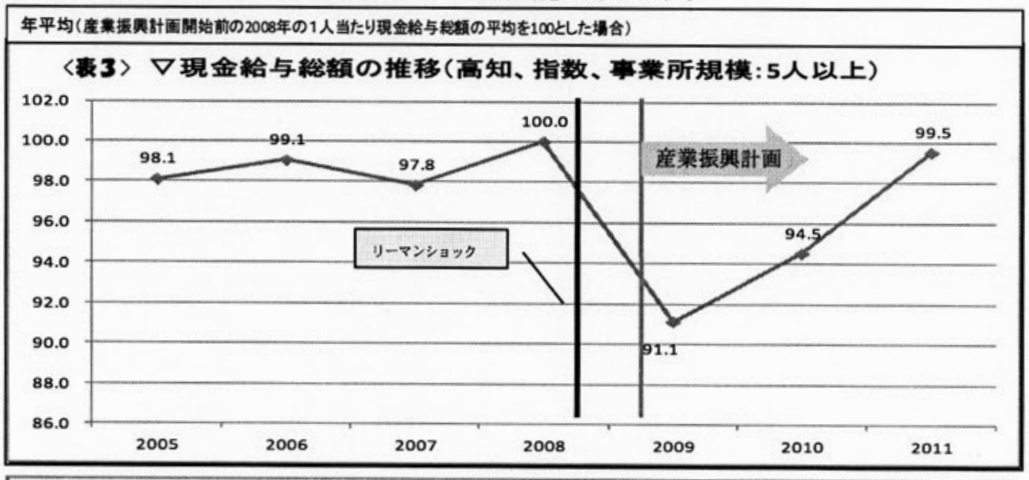
また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

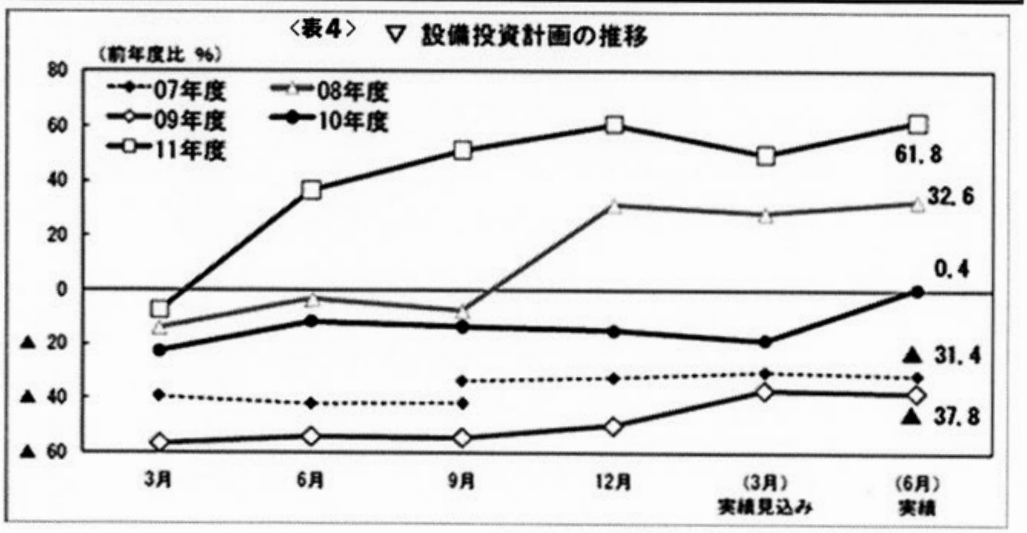


有効求人倍率(表1)や企業の業況判断D.I.(表2)の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで上昇に転じているほか、一人あたりの現金給与総額(表3)などが前年と比べてプラスに転じ、さらにこれまでになく設備投資(表4)に向けた意欲が高まるなど、本県の経済・雇用情勢にも明るい兆しが見え始めています。



一方で、県民の皆様が県勢浮揚を実感するまでの成果には至っておらず、また、これまで実行してきたからこそ明らかになった「乗り越えるべき課題」もあります。





以上の第1期計画の評価を踏まえて、これまでに動き始めた取り組みを軌道に乗せ、県勢浮揚に向けさらに飛躍できるよう、全県的な広がりや浸透をさらに図りながら、第2期計画で掲げた目標の達成に向けて取り組んでまいります。

《主な取り組みの成果》

■基本方向①「足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」(地産外商の推進)

「地産外商の推進」の母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立し、首都圏の外商活動の拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。名古屋事務所、大阪事務所の外商の取り組みも大幅に強化する中で、高知フェアや展示・商談会などの外商機会が、平成20年度の13件から平成23年度には129件と飛躍的に拡大しました。

公社の外商活動が本格化するにつれて、事業者の方々の外商活動も活発化し、新たにチャレンジする事業者の方々も着実に増えてきています。こうした取り組みを通して、商談の成約件数が平成23年度は1,327件と、その前年度の444件から大幅に増加するとともに、公社はもとより、県内事業者の方々に様々なノウハウが蓄積され、さらなる外商活動の展開に向けた足固めができました。

さらには、大消費地における販路拡大の挑戦により農産物や土佐材、土佐の魚(いお)の認知度が向上し、今後も取引の拡大が期待されます。

海外への挑戦については、本県に強みのあるユズを中心としたフランスやシンガポールでの認知度向上の取り組みや香港、台湾などでのフェアの開催などを通じて、食料品の輸出額が増加するとともに、新たに貿易に挑戦する実践者も広がりました。

▶まるごと高知の状況

平成23年度：売上高390百万円　来店者72.2万人

・テストマーケティング及び催事への参加（平成23年度）：92事業者211商品

▶フェア、展示・商談会の開催等

・高知フェアの開催、展示・商談会への出展(首都圏をはじめ、関西地区、中部地区など全国での開催件数)

平成20年度：13件 → 平成21年度：72件 → 平成22年度：111件

→平成23年度：129件

※上記のうち

・食の大商談会 2010、2011 での成約件数：のべ 122 事業者 210 件（平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月の間に成約した件数）

・スーパーマーケット・トレードショー2010、2011、2012 での成約件数

：のべ 57 事業者 289 件の成約（平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月の間に成約した件数）

※「スーパーマーケットで買いたい!フード 30 選」の中に、高知ブースから全国最多の 7 商品が選出(平成 23 年度)

⇒地産外商公社による仲介・あっせんによる成約件数

平成 22 年度：444 件 → 平成 23 年度：1,327 件

地産外商公社のプロモーション活動による広告効果：平成 22 年度：17 億円、

→平成 23 年度：23.3 億円

▶新たに貿易に取り組む企業（平成 21～23 年度合計）：24 社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

・貿易促進コーディネーターによるサポート（平成 21～23 年度合計）：982 件

・伊勢丹シンガポールや香港そごう等でのフェアの開催（平成 22～23 年度合計）：10 回

・フランスでユズ賞味会の開催（平成 23 年度） → ユズ果汁注文：11.5 トン

・シンガポールの大手飲料メーカーへのユズ果汁の輸出（平成 23 年度）：9 トン

また、機械金属加工系などのものづくりに関しても、県外の主要な見本市への県ブースの設置や商談会の開催など、積極的な外商機会の確保に努めました。その結果、事業者の方々が積極的に外商機会にチャレンジし、新規の取引先の獲得や受注の拡大につながりつつあります。

▶見本市、商談会　平成 21 年度：6 回　参加者 82 社 2 団体　成約件数 291 件

→平成 22 年度：9 回　参加者 159 社 5 団体　成約件数 1,270 件

→平成 23 年度：12 回　参加者 123 社　成約件数 82 件

このように現れ始めた成果を踏まえ、外商の取り組みをさらに発展させていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○商品の競争力の強化を図るため、大都市市場と生産地間相互の情報交換をさらに活発化することが必要

○地理的なハンディを克服するための新たな物流の構築も必要（リードタイムの短縮・コストダウン・高鮮度流通等）

○海外においては、県産品の認知度が十分でなく、事業者にはハードルが高い状況。挑戦の継続・定着に向けて、他県との競争を勝ち抜く施策の強化が必要

■基本方向②「産業間の連携を強化する」（ものづくりの地産地消・食品加工・観光）

「ものづくりの地産地消」や「食品加工」の推進によって、付加価値を高める工程を県内で強化、拡大していく取り組みを進めるとともに、すそ野の広い観光産業の戦略的展開に取り組んできました。

【ものづくりの地産地消】

県内で必要とする加工や機械設備の製造等を県内事業者同士で行う「ものづくりの地産地消」の仕組みとして、「ものづくり」に関する総合相談窓口「ものづくり地産地消センター」を財団法人高知県産業振興センター内に設置し、相談・マッチング支援活動を行う体制を整えました。センターの設置後10ヶ月間で、218件の相談があり、マッチング活動を通して生産者と機械メーカーが連携して、新しい機械の試作開発を行うといった具体的な動きが出てきています。

また、試作機開発や企業立地の助成制度を拡充したほか、技術力を高める研修の充実や、食品加工研究棟の設置など、サポート体制も強化しました。

こうしたことにより、県内事業者同士で新たな付加価値を生み出そうとする取り組みを後押しするための仕組みが、本格的に動き出しました。

▶ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング件数
相談件数（平成23年6月～平成24年3月末）：218件
▶ものづくり技術展示会の開催（平成23年6月）：来場者4,300人、出展事業者29事業者
▶県工業技術センター食品加工棟における試作品開発支援（平成23年度）：48事業者のべ156回の利用
▶ものづくりの地産地消に係る試作機の開発支援（平成22～23年度合計）：32件
▶技術研修の受講者（平成21～23年度合計）：（機械・金属等）52コース1,230名
（食品加工）37コース1,123名
▶企業立地　平成23年度に全国トップクラスの支援策に拡充

このように現れ始めた成果を踏まえ、「ものづくりの地産地消」の取り組みによる経済波及効果をさらに大きなものにしていく取り組みが必要ですが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○経済効果を大きなものにするための県内事業者のさらなる参画が必要

○県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大が必要

○地場企業が将来にわたり競争力を保ち続けるための支援策の強化が必要

【食品加工】

本県の強みである第1次産業を生かし付加価値を生み出す取り組みとして、各地でユズやショウガ、ウルメなど、地域資源を活用した農水産加工が動き出し、雇用の創出や売上の増加といった効果が一部に現れ始めています。

また、試験研究機関との共同研究や技術支援、食品分野の研究会活動等により、酒類、グアバ飲料、栗加工品等の新しい商品が104件誕生するなど、食品加工の取り組みが活発化していることから、今後、事業の本格化に伴い、雇用の創出や売上高の増加につながることが期待されます。

▶県試験研究機関の技術支援等により、食品加工分野で91件が商品化（平成21～23年度合計）

▶食品分野の研究会活動への参加企業等　平成21年度：51 → 平成22年度：86

→ 平成23年度：102

3年間の研究会活動を通して13件が商品化

人材育成の面では、各種の人材育成研修を通して、地域産業を創造、リードする人材のビジネススキルや技術力のレベルアップが図られ、県外商談会への参加や研修受講者のネットワークを通じた新商品開発など、事業者の方々の積極的な活動となって現れつつあります。

また、食品加工を進めるうえで、基本となる生産管理の高度化や食品表示の適正化についても、食品加工施設の個別調査指導、生産管理高度化研修、食品表示のワンストップ相談窓口の設置などにより、事業者の方々の意識も高まっています。

▶食品加工技術研修の受講者（平成21～23年度合計）：37コース1,123名

▶目指せ！弥太郎　商人塾(実践・応用編)の受講生(平成22～23年度合計)：37業者

▶適正表示の支援：平成22年度　266件、高度化研修（12講座）受講者：422人

平成23年度　430件、高度化研修（20講座）受講者：580人

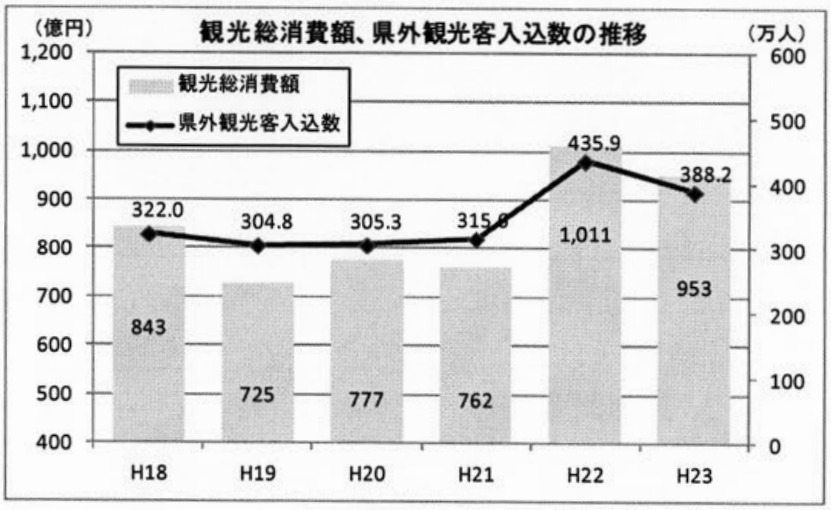
このような成果が現れ始めてはいますが、これを地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えません。また、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いといった問題もあります。こうしたことを踏まえ、これまで成果として芽生えた事業を定着させ、一層発展させていくとともに、新たな事業展開に挑戦する事業者を増やしていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》
○民間の新たなチャレンジを促していくための仕組みの構築が必要
○加工を目的とした原材料の生産から、加工、流通、販売までの大規模な仕組みの構築が必要
○全国との取引を拡大するための「信用の見える化」（ISO, HACCP 等） が必要

【観光】

すそ野の広い観光産業の戦略的展開については、大河ドラマ「龍馬伝」の追い風を最大限に生かすため、「土佐・龍馬であい博」を産業振興計画のリーディングプロジェクトとして、官民一体となった広報や誘致活動、観光地づくりに取り組んだ結果、「400 万人観光、1 千億円産業」の目標を上回る 435.9 万人、1,010 億円を達成し、雇用の創出や大きな経済波及効果をもたらし、本県経済に大きく貢献しました。

また、懸念された大河ドラマ終了後の観光客の反動減も、「志国高知　龍馬ふるさと博」などの対策が功を奏し、一昨年に次ぐ歴代２位の 388.2 万人の県外観光客入込数となりました。



▶県外観光客入込数

平成 19 年：304. 8 万人→平成 22 年：435. 9 万人→平成 23 年：388. 2 万人

▶県内観光客の県内観光総消費額

平成 19 年：725 億円→平成 22 年：1, 011 億円→平成 23 年：953 億円

▶「龍馬伝」放送による経済波及効果 535 億円（日銀高知支店調べ）

この間、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが生まれるとともに、市町村の枠組みを超えた広域観光を推進する地域コーディネート組織も新たに設立されました。

▶体験型観光アドバイザーによる研修会（平成 21～23 年度合計）：20 回、2, 644 名参加

▶観光ガイド団体の増加　平成 20 年度：15 団体 346 人 → 平成 23 年度：28 団体 583 人

さらには、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源も誕生しています。こうした動きにより、本県観光がさらに飛躍していく可能性が広がったところです。

▶室戸ジオパーク　室戸岬ガイド利用者（平成 23 年 9 月～平成 24 年 3 月末）

：4, 404 人（前年比 7. 4 倍）

▶海洋堂ホビー館四万十　入館者数（平成 23 年 7 月～平成 24 年 3 月末）：76, 720 人

このように現れ始めた成果を踏まえ、今後は、これまで培ってきた県内外の人とのつながりといった財産を最大限に活用し、博覧会がなくても全国に通用する観光地づくりを行っていく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○全国に通用する持続可能な観光地づくりが必要（地域の核となる拠点づくり＋周遊コースの形成＋旅行商品化）

○本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化が必要

○地理的なハンディ（移動時間、移動料金等）を克服するための魅力づくりが必要

■基本方向③「足腰を強め、新分野へ挑戦」（第１次産業・新産業の創出・企業立地の推進・新エネルギー）

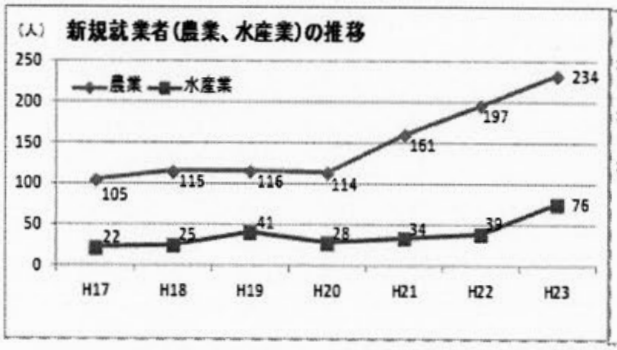
第１次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

【第１次産業】

第１次産業においては、全体的な傾向としては、担い手の減少や高齢化が進んでいる状況にありますので、担い手の確保が共通する課題となっています。

＜過去５年間の就業者人口減少数（農業：平成 22 年まで△6,006 人、漁業：平成 20 まで△919 人）＞

このため、研修などによる技術の修得支援、研修期間中の給付金や研修手当の支給、レンタルハウスや漁船のリースなどによる初期投資の軽減など、各段階に応じたきめ細やかな支援策を講じたところ、次代を担う若い世代などの新規就業者が徐々に増加し、林業分野では全体の従事者数の増加につながるなど、明るい兆しも見えています。





また、各分野の個別の取り組みとしては、農業分野では、産地の強化策や積極的な販促活動などにより、産地のまとまりの形成や高知野菜の認知度の向上が図られつつあります。

▶ＩＰＭ技術のマニュアル化　平成 20 年度：５品目 → 平成 22 年度：11 品目

▶こうち型集落営農組織　平成 20 年度：10 組織

→ 平成 23 年度：17 組織（うちモデル集落　16 組織）

▶集落営農組織数（準じる組織を含む）　平成 20 年度：125 組織 → 平成 23 年度：164 組織

▶学び教えあう場の設置　平成 20 年度：123 ヶ所 → 平成 23 年度：181 ヶ所

▶パートナーシップ店でのフェア開催（平成 21～23 年度合計）：165 回

同店消費者の県の取り組み認知度　平成 22 年６月：８％ → 平成 24 年２月 21.5%

▶県内緑茶消費量の県内産のシェア　平成 19 年度：48％ → 平成 23 年度：62％

▶県内外での畜産物の新規取扱店舗の開拓（平成 21 年度～平成 23 年度）：

土佐あかうし 78 店舗、窪川ポーク米豚 56 店舗、土佐ジロー33 店舗、土佐はちきん 170 店舗

林業分野では、森の工場や外商の拠点の整備、さらにはバイオマスボイラーなど新エネルギー普及に向けた取り組みが進展しています。また、新たな大型製材工場が平成25年度早期の操業に向けて本格的に動き出しており、これを起爆剤として、本県の成熟した森林資源をダイナミックに活用することが期待されます。

▶森の工場　平成20年度:61工場　45事業体　23,483ha → 23年度:103工場　62事業体44,407ha
▶間伐面積（平成21～23年度合計）：32,451ha
▶大消費地に土佐材の流通拠点を10ヶ所設置し外商活動を展開
▶戸建住宅の木造率　平成20年：82.8% → 平成23年：86.3%

水産業分野では、地産地消・地産外商の活動や、産地と県外の消費地市場とのネットワークづくり、カツオ一本釣用活餌の供給開始などの取り組みによって、浜値の向上や水揚げの増加などの成果が現れ始めています。

▶高知県漁協がキンメダイを主体に神戸、京都等への試験出荷を開始
▶水産物の大消費地市場（大阪、名古屋、築地）と県内産地市場との交流会の開催
（平成21～23年度合計）：計８回
▶黒潮町佐賀でカツオ一本釣用活餌供給開始：水揚げ量　平成21年度（供給前）：45t
→ 平成23年度：208t
▶漁村での滞在型・体験型観光（主要な５地区での体験者数）：平成18年～平成20年：15,759人
→ 平成21年～平成23年：18,814人

このような成果が現れ始めた一方で、第１次産業の生産基盤が弱体化する傾向を大きく改善するまでには至っていませんので、さらに、取り組みを強化していく必要があります。そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

農業分野
○高度な生産技術の普及やこうち型集落営農（周年化、関連産業の育成）などによる所得向上に向けた取り組みのさらなる推進が必要
○法人化など担い手の経営強化と雇用拡大が必要

林業分野
○競争力を保つための設備の更新さえもままならない状況の改善が必要
○成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みづくりが必要

水産業分野
○水産物の生産（養殖漁業、種苗生産）や加工、流通過程におけるさらなる民間活力の導入が必要
○高鮮度流通、リードタイムの短縮、コストダウンなどを実現するための新たな物流の構築が必要

【新産業の創出・企業立地の推進】

新産業の創出に向けては、成長が期待される食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツの５つのテーマで研究会を設置し、年々、参加者が増加する中、情報交流や事業者のマッチング支援、事業化プランの検討などが進められています。３年間の研究会活動を通して認定された 39 件のビジネスプランの中から、高齢者用の軟化食や感染症の防疫用消毒マットなどの新たなビジネスが動き出し、雇用の創出や売り上げが増加するといった成果も見え始めています。

また、継続的な企業誘致活動と全国トップクラスに引き上げた立地促進制度の活用により、30 件の企業立地が実現し、フル操業時には 1,079 人の新規雇用が見込まれるなど、産業の厚みを増すことにつながっています。

▶参加企業・支援機関数　平成 21 年度：160 → 平成 22 年度：203 → 平成 23 年 12 月：247

▶認定された 39 の事業化プランのうち、32 件が事業化（残り 7 件も事業化に向けて準備中）

⇒雇用効果 29 名、売上累計高 3.3 億円

▶高知県ソーシャルゲーム企画コンテストによるゲーム化　平成 24 年 1 月配信開始

▶30 件の企業立地が実現（平成 21～23 年度）

⇒フル操業時の新規雇用 1,079 人、出荷額 245 億円の増

今後は、こうした取り組みをさらに強化するとともに、南海地震などの自然災害への備えを進める観点も視野に入れた新たな産業を生み出す活動を、より大きな動きにつなげていく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○研究会活動による事業成果をより大きなものとすることが必要

○防災関連産業の振興が必要＜防災分野のものづくりの地産地消・外商の支援、産学官連携、県内の製品や技術の行政調達の促進＞

○産学官のネットワークの強化が必要＜さらに太く、強く＞

【新エネルギー】

本県は、全国一の森林率を誇る豊富な森林資源をはじめ、トップクラスの日照時間や年間降水量など、全国でも優位な新エネルギーの資源を備えており、こうした強みを産業振興に生かす取り組みを進めています。

木質バイオマスの本格的な普及に向け、施設園芸等を対象に、コンパクトなエリアで木質バイオマスの需要と供給が循環する仕組みづくりを行うとともに、バイオマス発電の検討を進めています。また、太陽光や小水力、風力による発電の本格的な導入に向けた検討も始めています。

▶木質バイオマスボイラーの導入台数（累計）平成20年度以前：21台 → 平成23年度末：144台

▶木質バイオマスエネルギーとしての利用　　平成19年度：97,000t → 平成22年度：133,000t

「再生可能エネルギー特別措置法」の制定による電力の固定価格買取制度が始まるなど、全国的に新エネルギー導入に向けて条件整備が進んできています。こうした追い風を受けて、新エネルギー関連産業を本県の強みを生かした新たな産業分野として確立していく必要があります。

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○恵まれた新エネルギー資源を県内で活かしきるための地域参画型の推進体制の構築が必要

○木質バイオマスの初期導入コストの低減と安定供給体制の確立が必要

■地域にある強み（資源）を生かす＜地域アクションプラン＞

地域アクションプランの取り組みに対しては、県内７つの地域に置いた産業振興推進地域本部を中心に、ソフト、ハードの施策を組み合わせて、生産の強化から販売の拡大まで一貫した支援を行ってきました。

その結果、各地でユズやショウガ、うるめなど、地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進するとともに、「まるごと高知」を通して、外商に挑戦し、都会の消費者に認められ、県外で販路を広げる例も増えてきました。

また、地域の観光資源の磨き上げにより、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが生まれるとともに、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源が誕生するなど、本県観光の魅力が高まり、目標とした400万人観光、1,000億円産業の実現に貢献しました。

▶地域アクションプランによる雇用の創出：623人（第1期計画期間を通しての雇用増数）

▶総合補助金活用実績（平成21～23年度）

：のべ138事業　総事業費5,597百万円（県補助金額：2,073百万円）

○事業者内訳

民間・・・・・・・・・・・25（18.1%）
市町村、三セク、公社・・39（28.3%）
地域団体等・・・・・・・74（53.6%）

○分野別件数及び県補助金額

農業・・・・・41件（29.7%）　763百万円
林業・・・・・・11件（8.0%）　64百万円
水産業・・・・21件（15.2%）　217百万円
商工業・・・・25件（18.1%）　427百万円
観光・・・・・・29件（21.0%）　316百万円
地域拠点ビジネス・・・11件（8.0%）　286百万円

※「地域拠点ビジネス」とは、地域の中核となる組織を核にした加工、直販、農作業の受委託等の多角的な事業

経済効果：平成21～22年度に総合補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成23年度の売上高が把握できない事業を除く）58事業の売上高の増減合計

⇒平成22年度　約6.1億円/年の増［35事業計］

平成23年度　約14.5億円/年の増［58事業計］（いずれも事業実施前との比較）

＜地域アクションプランの項目数の推移＞

［件］

年度／地域	安芸	物部川	高知市	嶺北	仁淀川	高幡	幡多	計
H21当初	34	22	37	18	35	38	37	221
H21最終	34	22	37	18	35	38	38	222
H22当初	35	22	38	23	36	37	47	238
H22最終	37	22	38	23	38	37	45	240
H23当初	34	22	32	24	38	37	41	228
H23最終	33	22	32	24	38	37	41	227

※３年間（H21～23）で新たに３６プランを追加（プランの動きについては、分割・統合・削除があるため全体の増減数と追加数は一致しません）

このことにより、地域での雇用や経済効果につながるなど、成果を伴う取り組みも現れ始めましたが、こうした取り組みが継続的に生まれ、地域の基幹産業として根付き、地域経済全体の底上げにつながる大きな動きとなるためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

○動き出した事業を軌道に乗せていくための継続的な取り組み、支援が必要
（ソフト・ハードの各種支援策を総動員）

○より大きな事業、より多くの雇用を生む事業の展開が必要

⇒ 地域外、他産業との連携も意識したダイナミックな取り組みへのサポート

⇒ 民間の力が縦横に発揮されるための仕組みの充実・強化

○地域の観光資源を点から線、線から面につなげて売り込むための体制づくりが必要

○民間の方々の参画を一層促進するため、計画のさらなる周知・徹底が必要

○現場実態に即した制度の改正が必要（民間のスピード感への対応等）

《参考資料①　産業成長戦略の各施策の個別評価》

産業振興計画の目指す成果は、本県の産業全体の底上げにあります。

その評価は前述のとおりですが、こうした計画全体の成果は、まずは個々の施策が着実に進むとともに、関係の皆様のご努力の中で、相互に組み合わさり、相乗効果が発揮されてこそもたらされるものです。

このため、個々の施策の結果が必ずしもそのまま全体の成果となるわけではありませんが、基礎を形づくるものとして個々の施策の数値目標に対する実績や到達度などの進捗度合いを見ていくことも重要です。

こうした観点から産業成長戦略の個々の施策の進捗状況を評価すると以下のとおりです

（注）第１期計画では、「地産外商公社の立ち上げ」や「ものづくりの地産地消の仕組みづくり」など、新しい仕組みをゼロから創りあげるために、準備に時間を要するものも多くあり、そうしたものは、アウトカム（成果）目標を設定できていないものもあります。

このため、第１期計画の評価は、アウトカム（成果）だけでなく、インプット（講じた手立て・投入量）により具体的に現われたアウトプット（結果）の状況も含めて、評価の基準としています。

（インプットの例）　展示商談会の開催：●回

（アウトプットの例）展示商談会への 参加事業者：●事業者

（アウトカムの例）　展示商談会による成約件数：●件、成約額：●●億円

【評価基準】

	数値目標の設定のあるもの	数値目標の設定のないもの
S	・数値目標を達成した（又は達成する見込みがある）もの	・目指すべき姿として掲げた短期的な視点を実現するに足りる著しい成果があったもの ・課題を解決し得る著しい成果があったもの
	・数値目標を達成できない（又は達成する見込みがない）が、課題を解決し得る著しい成果があったもの	
A	・数値目標を達成できない（又は達成する見込みがない）が、課題の解決につながる一定の成果があったもの	・目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながる一定の成果があったもの ・課題の解決につながる一定の成果があったもの
B	・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの	・成果の兆しがあり、今後、目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながるに足りる成果が期待できるもの ・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの
C	・対策による成果がほとんど見られなかったもの	・対策による成果がほとんど見られなかったもの

◎４段階評価の結果

施策数	S	A	B	C
４２０	８９	２８３	４６	２

《参考資料②　地域アクションプランの成果等》

《取り組みごとの特徴》

【食品加工の取り組み】

■地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進

・農産加工：ﾕｽﾞ茶、米粉、四方竹、ｼｮｳｶﾞや文旦の飲料、こだわり野菜の加工品、直七の調味料等

・水産加工：ｻﾊﾞ、ｼｲﾗ、うるめ、ｷﾋﾞﾅｺﾞ、養殖魚等

【地産地消・地産外商の取り組み】

■直販所の機能強化・新設

・高知市内へのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの新設及び道の駅布施ケ坂の機能強化（津野町）

・道の駅あぐり窪川の機能強化（四万十町）

・観光物産館おち駅の新設（越知町）

・アンテナショップてんこすの新設（高知市）

・かっぱ市の機能強化（芸西村）

・田野駅屋の機能強化（田野町）　　等

■県内での商品の発掘・磨き上げ、外商活動に挑戦

【魅力ある観光地づくり】

■県内の観光資源の磨き上げによる魅力の高まり

・室戸ジオパーク、モネの庭、森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、土佐っ歩、海洋堂ホビー館　等

■地域に根差した体験メニューの育成

・ｲﾙｶとのふれあい体験、ｻﾝｺﾞｳｫｯﾁﾝｸﾞやｼｰｶﾔｯｸ、仁淀川ｶﾇｰ・ﾗﾌﾃｨﾝｸﾞ、ﾄﾞﾗｺﾞﾝｶﾇｰ、農業・漁業体験、森林ｾﾗﾋﾟｰﾛｰﾄﾞ、ｶﾂｵのたたきづくり　　等

【多角的なビジネスの展開】

■中山間地域の活性化につながる地域資源を活用した多角的なビジネスが進展

・本山町特産品ブランド化未来創造構築事業

・津野町地域資源「ふる」活用ビジネス事業

・四万十町拠点ビジネス体制整備事業

・地域資源を統括したﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ構築によるしみずの元気再生事業

・果樹（ユズ）・露地野菜の産地づくりによる三原村農業所得安定向上支援事業

・大月まるごと販売事業　など

■その他の特徴的な取り組み

・薬用作物（大手製薬会社での漢方薬製造の原料となる薬用作物の産地育成）

・土佐はちきん地鶏（県内での生産拠点の展開により新しい地場産業を目指す）

・土佐備長炭（新たな共同窯・研修窯の設置による生産量の拡大、新規生産者の養成）

・農家レストラン（地産地消、安全安心を背景に生産者と消費者をつなぐ仕組みとして構築）

・「かつお」まるごと商品開発ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ（かつおを加工・商品化し、新たな「食」ビジネスを展開）　等

《効　　果》

【雇用の受け皿、売上高等経済効果】

■地域アクションプランによる雇用の創出

623 人（第 1 期計画期間を通しての雇用増数）

■総合補助金活用事業の効果

●平成 21～22 年度に総合補助金を導入した 76 事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成 23 年度の売上高が把握できない事業を除く）58 事業の売上高の増減合計

⇒平成 22 年度　約 6.1 億円/年の増[35 事業計]

平成 23 年度　約 14.5 億円/年の増[58 事業計]

（いずれも事業実施前との比較）

【産地と一体となった企業の取り組み】

・定置網で獲れた低価格魚の加工（水産物加工会社⇔県漁協）

・土佐文旦のリキュール等（酒造会社⇔ＪＡとさし）

・芋菓子の加工食品（芋菓子加工販売会社⇔芋生産者の協議会）

・木質系猫砂の製造（大手ペット用品会社⇔木材事業者、茶業組合）

・地域産品を活用した冷菓等（冷菓等製造販売会社⇔ユズ、トマト等の生産事業者）

・シイラの加工食品（練り物加工会社⇔漁業者の企業組合）

・宿毛湾の水産物加工（県外大手飲食店⇔すくも湾漁協）　　等

【全国・世界基準に挑戦】

・室戸ジオパークの世界ジオパークの認証

・ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ米「土佐天空の郷」のお米日本一ｺﾝﾃｽﾄ最優秀賞

・世界的に有名な海洋堂との連携によるﾌｨｷﾞｭｱのﾐｭｰｼﾞｱﾑ整備

【地域ブランドの確立へ】

・ごめんケンカシャモ（南国市）

・四方竹（高知市）

・米粉（嶺北地域全域）

・シュガートマト（日高村）

・宇佐の一本釣りうるめ（土佐市）

・さかわの地乳（佐川町）

・カツオ商品（中土佐町）（黒潮町）

・津野山産原木しいたけ（梼原町・津野町）

・直七（宿毛市）　　等

2　今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）

○　実行３年間の取り組みでは、前述したような成果が出始めており、今回の総括により、改めて、本県経済の根本的な課題を解決し、県勢浮揚を成し遂げるために、３つの基本方向によって進めてきたことが間違いなかったことを確認できました。

　一方で、その成果は、まだ一部にとどまっており、また、これまで実行してきたからこそ明らかになった「乗り越えるべき課題」もあります。

○　このため、第２期計画は、次の３つの視点を持って、第１期計画をさらに進化させました。また、各産業分野に共通する方向として「産業人材を育てる」を新たに加えて整理した５つの基本方向により、強力に推進していくこととしました。

【３つの視点】

①これまでの取り組みによって、地産外商をはじめ、観光、ものづくりの地産地消など動き出した数々の事業の定着と、さらなる成長・発展を目指す。

②本県産業が長期にわたって成長し、発展を続ける礎を築くことができるよう、防災関連産業や新エネルギー産業の振興など、将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、より大きな動き、大きな産業を目指す。

③地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策を抜本的に強化することで、より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みの実践者として参画いただき、その経済効果を地域地域に広げていく。

【改革のための基本方向】

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

○　第２期計画の推進にあたっては、より明確なアウトカム（成果）目標を掲げ、今まで以上に官民が協働して取り組むとともに、ＰＤＣＡサイクルを一層徹底してまいります。今後、第２期計画のもと、さらなる飛躍に向けた挑戦を続け、県経済の活性化を目指します。

Ⅲ　第２期計画の改定

１　第１次改定（平成２５年３月）の詳細

６つの基本方向に向けて、各種の取り組みを進めるため、次の5つのポイントを中心に計画の改定を行います。

【５つの改定のポイント】

１）移住促進策の抜本強化　～移住の促進により、地域や経済を活性化～

２）力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開
～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～

３）力強いものづくり産業への体質強化
～ものづくりの地産地消のさらなる徹底や震災に強い産業基盤づくりなどにより、本県製造業の競争力を強化～

４）地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進
～400 万人観光、さらにその先の 435 万人観光を目指して取り組みをｽﾃｰｼﾞｱｯﾌﾟ～

５）さらなる実践者の広がりと実践力の向上に向けた産業人材の育成強化
～全国一学びの機会が多い県を目指して～

以下、５つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント１

移住促進策の抜本強化

（改定の背景）

本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県が行った試算からは、移住による経済波及効果等が一定見込まれており（※）、また、本県には移住希望者に対し訴求できる強みがあること、さらには、全国的な背景から移住に関する環境が変化してきたことなどを踏まえると、移住の促進は、地域の人材確保だけでなく、本県経済の活性化の面からも、大きな効果をもたらすものと考えられます。

このため、全国的な少子高齢化の進展を脅威と捉えるのではなく、将来にわたっての持続的な発展を実現する機会と捉え、課題先進県として課題に真正面から向き合い、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中心部の賑わいづくり」「中山間対策」などを有機的に結び付け、移住促進策を強化することによって、経済活性化に繋げる仕組みづくりを、市町村とのさらなる連携のもと官民一体となって取り組んでいきます。

また、全国に 10 年先行して高齢化が進展する本県と、大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込むためのソフト、ハードの施策を、高知市中心市街地をモデルに検討していきます。

※夫婦 50 組（100 名）が大都市圏等から高知市に移住（夫婦同年齢で 60 歳時に健康状態）した場合、65 億円の経済波及効果

（改定のねらい）

市町村とのさらなる連携強化のもと、移住促進策を抜本強化し、高知ファンや移住に関心のある方を拡げ、本県への移住に結び付けることで、地域の活性化と経済の活性化に繋げていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信

・高知県をPRするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作　など

②移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信

・移住ポータルサイトの魅力UPと訪問者の増加対策

・各種メディアを通じたアクティブな情報発信（ターゲット別のプロモーション）

・「仕事」「住む場所」「趣味」の3つのコンテンツを組み合わせた「幸せ移住パッケージ」を作成・提供　など

③関心から行動へと促すための情報や機会の提供

・移住・交流コンシェルジュの体制強化　など

④不安を解消してもらうサポートの充実

・官民協働による「（仮称）移住推進協議会」を設立

・住まいや暮らしをサポートする「専門相談員」「地域移住サポーター」の配置

・シェアオフィスの整備　など

⑤地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実

・専門相談員の配置によるフォローアップ　など

【次なる展開の検討】

○中心市街地での移住促進策の強化に向け、高知市及び経済団体とともに具体策を検討

改定のポイント２

力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開

（改定の背景）

本県の第一次産業は、農業や漁業の就業者の減少、販売価格の低迷といった厳しい環境に加え、大消費地から距離が遠いというハンディを抱えています。

こうした中、第１期計画の取り組みによって明るい兆しも見え始めており、第２期計画では、生産高のアップを目標に掲げて挑戦しています。

食品加工の分野では、地域アクションプランなどにより、地域資源を活用した新たな加工品づくりが進んでいますが、県外・海外との競争に打ち勝つためには、生産段階からの加工産業の一層の拡大と高付加価値化を進めていく必要があります。

外商面では、挑戦する事業者が着実に増え、販路も広がってきていますが、まだ、一事業者あたりの成約額は少ない状況にあります。

こうした課題を克服するため、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

（改定のねらい）

農林水産業や食品加工品分野において、高品質で高付加価値なものづくりや、品目を横断した戦略的なプロモーション活動をもう一段高いレベルで展開することで、さらなる販路の拡大と成約アップを図り、より大きな動き、骨太なものに押し上げます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①第一次産業を支える新たな担い手や規模拡大

・農地集約化の管理経費や園芸用ハウスの整備を支援（新規就農者をトータルにサポート）、レンタル畜産施設等の整備　など

②市場のニーズに応えられる生産から流通・販売までを見通した足腰の強い生産地づくり

・こうち新施設園芸システム（炭酸ガス供給装置、ハウス内環境測定器等）の普及の加速

・養殖魚の地産外商の推進（養殖産地との交流ツアーの実施など）、県産水産物の統一ブランドの確立

・木質バイオマス発電施設の整備への支援　など

③食品加工の実践者へのステージに応じた支援と生産管理高度化の推進

・県内大学を核とした生産管理高度化研修等の実施

・高品質系スーパーや業務メニュー開発企業と連携したマーケットイン型の商品づくりを支援　など

④さらなる定番拡大に向けたエリア別の地産外商戦略の展開

・（首都圏）地産外商公社のプロモーション部門と外商部門の体制強化

・（中部）中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施

・（関西）展示・商談会への出展拡充と高質系スーパーとの連携強化

・（中国・九州）卸業者を対象とした商談会の開催

・（高知）フェイスブック等を活用した「ｅコマース」の構築

⑤本県に優位性のあるユズを中心にした他県をリードする海外展開

・欧州横断ユズプロモーション、豪州ユズ賞味会、米国・シンガポール等での展示・商談会などの実施

改定のポイント３

力強いものづくり産業への体質強化

（改定の背景）

本県は、産業集積が乏しいことに加え、毎年 5,000 人を超える生産年齢人口が減少しており、製造業における出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあります。

こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消、新たな技術や製品の開発、防災関連産業や新エネルギー関連産業の創出などに挑戦しています。

こうした取り組みを通して、新たな機械製品が誕生し県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、本県を取り巻く環境は依然として厳しい状況にあることから、中長期的な視点に立った力強いものづくり産業を目指して、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

（改定のねらい）

産業の厚みを増す「企業立地」や震災に強い産業基盤づくり、動き出した「防災関連産業」、「ものづくりの地産地消」、外商などをさらに強力に推進し、力強いものづくり産業への体質強化を図ります。

【さらなる強化策（主なもの）】

①新想定を踏まえた高台への団地開発の加速化（4年後の開発目標 20ha の前倒し）

・香南工業団地の早期完成と新たな工業団地開発の推進、継続的な適地調査の実施

②他県との競争力を確保するための企業立地推進策・設備投資誘発策の強化

・ものづくり企業の誘致強化（雇用奨励金の創設、補助限度額のアップ）、事務系職場（コールセンター等）の誘致強化（補助制度の創設など） など

③産学官連携による新たな産業の育成を強化

・産業振興に繋がる共同研究への支援強化（中期テーマの実現と新規テーマの採択・支援） など

④成長分野研究会発等の有望なプランの成長を後押しする支援の強化

・有望なプランへのパッケージ支援（設備投資への助成の拡充、販路拡大支援、人材支援）

・ビジネスの立ち上がり期への支援強化（事業育成支援金、ハンズオン支援事業の創出）など

⑤防災関連産業を大きなビジネスに育てるための施策の拡充

・防災製品開発アドバイザー等の配置、全市町村での公的調達制度の創設支援、県外の展示会への出展機会の拡大 など

⑥外貨の獲得に向けた地産外商のさらなる強化

・高知県産業振興センター外商支援部の機能の拡充、県外の展示会への出展機会の拡大

改定のポイント４

地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進

（改定の背景）

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験観光プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」を通して、さらに本県観光のポテンシャルが高まっています。

第２期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけに、地域博覧会の主体的な企画の発案に結びつくなど、地域の観光振興に対する意識も高まっています。

高知を舞台としたドラマの放送や映画の公開など本県の露出を拡大させる絶好の機会を活かし、本県への誘客に結びつけていく必要があります。

（改定のねらい）

400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して、地域コーディネート組織を中心に、地域が主体となった自律的な観光を推進し、本県観光の底上げを図るとともに、よりターゲットを明確にした戦略的な誘客活動を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①地域が主体となった観光振興の取り組みの促進

・観光資源のさらなる発掘・磨き上げ、広域観光組織等の地域コーディネート機能の強化、地域が主体的に開催する大規模イベントの支援、エリアキャンペーンの実施　など

②ターゲットを明確にした効果的な広報・セールス活動の展開

・個人旅行を意識した旅行会社へのセールス活動の強化、近隣県へのイベント情報の発信による週末型の観光客の呼び込み　など

③おもてなしの向上によるリピーターの促進

・おもてなしタクシーの利用促進、おもてなしトイレの拡充　など

④本県の優位性を活かしたスポーツツーリズムの推進

・プロスポーツの誘致、アマ合宿・大会の誘致、スポーツイベントの実施

⑤東アジアを中心とした国別戦略に基づくインバウンドの誘致拡大

・四国4県が一体となった外国人観光客誘致の取り組み、大型クルーズ客船やLCCの誘致活動　など

上記①～⑤の他、観光キャンペーン「リョーマの休日」終了後の平成 26 年度からの観光戦略の構築を行います。

改定のポイント５

さらなる実践者の広がりと実践力の向上に向けた産業人材の育成強化

（改定の背景）

本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が課題です。

このため、第2期計画では、基本方向の一つに「産業人材を育てる」を新たに位置付けるとともに、「全国一学びの機会の多い県」を目指して、取り組みを充実させていくこととしています。

平成 24 年度は、これまで実施してきた「目指せ弥太郎！商人塾」をバージョンアップし、産学官

が連携して「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」を開講しました。受講者からは高い評価をいただいていますが、さらに参加者を広げ、ビジネスの実践力を身に付けていただくためには、受講者のニーズに併せて研修内容をバージョンアップしていく必要があります。

併せて、農林漁業従事者を育成・確保するためには、ニーズに即した学びの機会の充実と学びやすい環境を整える必要があります。

（改定のねらい）

産学官が連携し、様々なニーズに応えられる「学びの機会」として人材育成研修を充実させるとともに、第一次産業の担い手拡大や受講者同士のネットワークづくりを進めることで、実践者の輪を広げ、産業振興の取り組みを地域地域に広げていきます。

【さらなる強化策】

①土佐まるごとビジネスアカデミーによる人材育成のパワーアップ

・新設科目の創設（出前講座、トップレクチャー、現場研修）、大学への寄付講座等の開設（土佐フードビジネスクリエーター（土佐FBC）、生産管理高度化研修）

・「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施　など

②農林漁業従事者のさらなる育成・確保

・「こうちアグリスクール」の拡充（定数増、PR強化）、林業技術者研修のメニュー充実、漁業研修制度の充実（研修期間の延長など）　など

2　第2次改定（平成26年3月）の詳細

これまでの5年間、官民協働により産業振興計画の取り組みを積み重ねてきた結果、例えば、林業分野における大型製材工場の稼働のように、その分野を大きく動かすような、本格的な取り組みに挑戦できるようになってきました。

今回の第2次改定では、こうしたこれまでの蓄積を生かし、次の5つの改定のポイントを中心に、より大きな、より実効性のある施策へとバージョンアップしました。

【５つの改定のポイント】

1）「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化
2）観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興
3）移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致
4）新たな挑戦による第１次産業の競争力強化
5）ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化

（改定の背景）

全国に先行した人口自然減や高齢化の進展等により、県内市場は大きく減少（年間商品販売額は、平成 9 年からの 10 年間で約2割減少）を続けています。

こうした本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図るため、平成 21 年度から「高知県産業振興計画」により、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を進めることを全体戦略として、県を挙げた取り組みを推進してきました。

これまでの取り組みの結果、外商の成約件数や定番化の件数が大きく伸び、また観光総消費額が 1000 億円を超えるなど、具体的な成果が見えてきましたが、この手応えをさらに確かなものとし、県勢浮揚を成し遂げるためには、施策と連動させ、高知県の認知度をさらに向上させる取り組みを進めることで、具体的な成果に結びつけていくことが必要です。

（改定のねらい）

平成 25 年6月からスタートした「高知家」プロモーションをさらに強力に推進し、「高知家」の認知度のさらなる向上を図るとともに、県産品の販売拡大といった具体的成果に結び付けていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

（1）「高知家」プロモーションの継続・強化

○PV 動画制作、「高知家」特設サイトの充実等による切れ目ない話題の提供　など

（2）「高知家」プロモーションとの連携による「県産品」「観光」「移住」の PR 促進

○各部・各団体のセールス施策と計画的に連動させたプロモーションの企画・展開

○平成 26 年度以降の誘客戦略に基づき、「食」を前面に出したプロモーション活動「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」PR強化　など

（3）メイドイン高知のさらなる広がりを目指す地産外商戦略の展開

○首都圏での外商活動のさらなる強化

○定番化拡大を見据えた外商活動の展開（卸業者との連携による外商活動等）　など

（4）食料品輸出額3億円をめざした県産品のグローバル戦略の推進

○他県との競争に打ち勝つユズを中心とした輸出促進の強化

○ユズに次ぐ輸出品目の販路開拓　など

（5）消費者のニーズに応じたマーケットイン型商品づくりの推進

○マーケットイン型商品づくりの取り組み強化

○お土産物開発プロジェクトの展開　など

改定のポイント2

観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興

（改定の背景）

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」や「龍馬パスポート」を通して、本県観光のポテンシャルが高まってきています。また、第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域

観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけとした幡多地域の地域博覧会「楽しまんと！はた博」の実施を通して、地域の観光振興に対する意識が高まってきています。

地理的ハンディキャップを克服するスポーツツーリズムや国別戦略に基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要です。

400 万人観光の定常化、さらにワンステージアップのためにも、こうした観光振興策のさらなる強化が必要です。

（改定のねらい）

高知ならではの「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」を推進し、本県の食のブランドイメージの定着を図り、観光資源としての魅力の向上につなげます。

【さらなる強化策（主なもの）】

（1）地域観光を牽引する広域観光組織の観光商品づくりの支援

○地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり、地域コーディネート組織の機能強化　など

（2）ターゲットを明確にした効果的な PR 活動の展開

○「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進

○「龍馬パスポートⅡ」による周遊・リピーター対策のさらなる深化　など

（3）おもてなしの向上によるリピーター確保策の促進

○「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催など、県民による「食」を通じたおもてなし気運の盛り上げ、高知の「食」を満喫できるイベントの開催　など

（4）スポーツツーリズムの推進

○プロスポーツの誘致活動の強化、アマ合宿・大会の誘致活動の強化　など

（5）高知の強み活かした新たな国際観光戦略の推進

○国別プロモーション戦略に基づくインバウンド対策の加速化

○高知県の強みである「おもてなし」や「体験」を最大限に活かした精神的満足度の高い体験型観光商品の発掘・磨き上げ・造成及びターゲット市場のニーズに合わせたプロモーション活動の強化　など

改定のポイント3

移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致

（改定の背景）

本県は、全国に 10 年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、第 2 期計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めています。

県土の多くを占める中山間地域は、特に少子高齢化が深刻であり、新たなプロジェクトやコミュニティの維持のための活動を実施する場合にプレイヤーとなる人が不足しており、人材の確保が課題となっています。

移住促進は、平成 25 年度に移住促進策の抜本強化を計画に位置付け、「高知家プロモーション」と連携した情報発信や、移住・交流コンシェルジュの体制を強化して相談対応に取り組むなどした結果、平成 25 年度の県外からの移住実績は、平成 24 年度実績を大幅に上回りましたが、平成 27 年度の目標である「500 組以上」の達成に向けては、もう一段、施策を強化していく必要があります。

（改定のねらい）

平成27年度の目標である県外からの移住者数「500組以上」の達成に向け、求める人財の獲得を目指したアクティブな情報発信や移住者向け住宅の確保促進、民間支援団体等との連携などの移住促進策のさらなる強化を行います。

【さらなる強化策（主なもの）】

（1）「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信の強化

○高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR強化　など

（2）求める人財を獲得するアクティブな情報発信

○地域人財のニーズを発掘、顕在化する取り組みを強化

○求める人財に着実に届けるアクティブな情報発信

○国等の制度を活用した都市部人財に起業や地域ビジネス事業者への就業を促す仕組みづくり

○「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実（東京に移住・交流コンシェルジュを配置）　など

（3）移住希望者向けの住宅等の確保策の強化

○移住者に提供できる「空き家」活用の仕組みづくり　など

（4）移住者受入れ体制づくりの加速化

○民間支援団体等との連携強化　など

（5）中山間地域等のシェアオフィス事業の着実な推進

○シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進の強化　など

改定のポイント4

新たな挑戦による第1次産業の競争力強化

（改定の背景）

県の第一次産業は、農業など全国的に見て比較的に優位である分野でも、ここ 10 年で就業者数が約2割減少するなど、本県の強みが強みでなくなりつつあります。

農業分野では、平成 25 年度に行った調査により、県内 JA の主要な園芸品目の生産部会員が 10 年後には 16%減少すると予想されていることから、その減少を補うためには年間 280 人の新規就農者の確保が必要となっています。

林業分野では、大型製材工場の稼働により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがついに動き始めましたが、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層しっかりとしたものにする必要があります。また、国内で普及すれば飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT工法について、本県がトップランナーとしての地位を確立するためには、早期の取り組みが非常に重要となります。

水産業分野では、カツオ一本釣りの活餌供給や、地産地消・地産外商活動などにより、浜値の向上や水揚げの増加といった成果が現れてきており、その成果を漁港・漁村の賑わいにつなげていく必要があります。

（改定のねらい）

新たな担い手の増加など明るい兆しを確かなものにするため、中長期的な発展・成長を可能ならしめる、大規模かつ戦略的な施策を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

【農業】

（1）新規就農者の確保対策の強化と、地域の核となる農業者等の規模拡大の推進

〇本県で就農を希望する方が技術や経営の基礎から実践までを学ぶ「農業担い手育成センター」の創設

〇農地を集積して意欲的な農家や法人への貸し出しを促進する「農地中間管理機構」の創設　など

（2）先進的技術を活かし、収益性の高い園芸農業の実現に向けた本県農産物等の生産基盤強化

〇高軒高ハウスや統合環境制御技術の導入などによる高品質、多収量、周年生産が可能な「次世代施設園芸団地」の整備　など

（3）県産園芸品のマーケティングの強化

〇量販店や中食・外食等の実需者への営業商談の強化による販路開拓　など

【林業】

（1）飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT（直交集成板）の推進

○先導的なモデル建築物の整備促進、CLT関係法令等の整備促進に向けた加速化

○CLT パネル工場の整備検討・誘致　など

（2）土佐材販売力の抜本強化

○土佐材販売力抜本強化プロジェクトチームの大規模取引実現に向けた取り組みへの支援　など

【水産業】

（1）大都市圏の飲食店等と連携した「高知家の魚」の販売促進

○「高知家の魚　応援の店」として登録いただいた大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の強化

（27 年度末までに「高知家の魚　応援の店」500 店舗の登録を目標）

○東京築地場外市場の「全国漁港マーケット」（仮称）を首都圏での本県水産物の情報発信や販売活動の拠点として活用　など

（2）漁業生産量の維持・拡大のための仕組みづくりと支援の強化

○県内でのカツオ一本釣り用活餌の安定確保に向けた確保手段の検討

○カツオ等の県内水揚げの促進に向けた協議会の設置　など

（3）協業化による規模拡大の促進と高品質化の推進による養殖業の振興

○中小経営体の協業化と規模拡大に向けた支援

○養殖業に携わる人材の技術習得支援と新規参入者への支援

○マグロの人工種苗の安定確保に向けた挑戦　など

改定のポイント5

ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫してサポート

（改定の背景）

県の製造業は、資本や産業の集積が弱く、層の厚みも乏しい状況にあり、出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあり、平成 24 年は 4,944 億円で全国最下位となっています。

こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消の推進、新たな技術や製品の開発支援、企業立地の推進に取り組み、また、防災関連産業

や新エネルギー関連産業の新たな産業創出などにも挑戦しています。

これらの取り組みにより、新たな機械製品が誕生し、県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めていますが、まだまだ効果は限定的であり、ものづくりの地産地消から地産外商までの一連の流れをしっかりと築き、外商の効果を本県経済に大きく呼び込んでくるため、さらなる施策の抜本強化が必要です。

（改定のねらい）

県内企業のビジネスプランづくりから経営から開発、販売に至る過程の一貫支援を行うことにより、ものづくり産業の総合力を高め、力強いものづくり産業へ発展させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

（1）産業振興センターを中心としたビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一貫した支援の強化

○ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一連の施策をパッケージで支援　など

（2）力強い産業基盤づくりのための企業立地推進策・設備投資誘発策等の強化

○震災に強い新たな団地開発の加速化

○新たな設備投資支援策の充実、産業振興計画推進融資の創設　など

（3）新たな産業の創出、発展に向けた支援策の強化

○防災関連産業の振興　など

（4）成長分野研究会発のプラン実現に向けた支援の強化と産学官連携による継続的な産業育成支援

○大きな成長が見込まれるプランの実現に向けた支援内容を拡充　など

（5）地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化

○南海トラフ地震に備えた安全・安心な商店街の環境づくりへの支援を創設

○移住促進と連携した商店街活性化の取り組みを実施　など

3　第3次改定（平成 27 年3月）の詳細

これまで、産業振興計画の取り組みの結果、例えば、地産外商公社の「外商」活動を契機とした成約件数が平成 21 年度の 178 件から平成 25 年度には 3,333 件と大幅に増加するなど、一部に成果が表れ始めています。また、これまでの6年間の取り組みの積み重ねにより、それぞれの分野を大きく動かす仕組みが整ってきているところでもあります。

こうした状況を最大限生かして、「地産」の取り組みをさらに強化するとともに、「外商」の取り組みも一層強化し、加えて、この地産外商の成果を拡大再生産につなげていくための取り組みも強化し、バージョンアップしました。

この3つの取り組みの強化を柱として、第2期産業振興計画をバージョン4へと改定し、第2期計画に掲げた4年後の数値目標の達成はもとより、さらにその先のより高い次元の新しいステージを目指して、全力で取り組みます。

国の地方創生の動きを受け、今後、他県においても、地産外商や移住促進などの取り組みが活発化し、地域間での競争がさらに激しくなることが想定される中で、本県としても、この他県との競争に打ち勝つことができるよう、より実効性のある施策へと常に施策のバージョンアップを図りながら、官民が一体となって産業振興計画の取り組みをさらに加速していきます。

【３つの改定の柱】

１）「外商」の取り組みの強化
２）「地産」の取り組みの強化
３）「地産外商」の成果を拡大再生産につなげていくための取り組みの強化

【７つの改定のポイント】

１）外商活動の全国展開の強化や輸出振興の本格化
２）400 万人観光の定着と国際観光の抜本強化
３）新技術の導入による第一次産業のステージアップ
４）本県の強みである紙産業のさらなる競争力強化
５）産学官民連携によるイノベーションの創出
６）人財確保・事業承継の取組強化
７）「地産外商」の成果をさらなる雇用の増加へ

以下、7つの改定のポイントについてそれぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

外商活動の全国展開の強化や輸出振興の本格化

（改定の背景）

本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図るため、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を計画の全体戦略として推進してきました。

その取り組みの結果、地産外商公社の成約件数は、平成21年度の178件から平成25年度には3,333件まで拡大してきており、また、食料品輸出額は当初目標としていた2億円を早期に達成し、その後も順調に輸出額の増加につながっています。

勢いがついてきたこの「外商」の流れをさらに太いものにしていくことが重要です。

（改定のねらい）

これまで培ってきたノウハウを生かして、外商活動の全国展開や機械分野での海外販路の開拓支援等に本格的に取り組むことで、勢いのついてきた「外商」の流れを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①外商活動の全国展開の強化

・地産外商公社の体制を強化し、首都圏に加え、関西・中部、中国、四国、九州にも拡大（従来、県外事務所等が担っていた役割をさらに強化）

・ものづくり地産地消・外商センターに主任コーディネーター制を導入するなど支援体制を強化

②食品に加え、機械系も含めた輸出振興を本格化

・輸出振興の体制強化（貿易コーディネーターの増員3名→5名、シンガポールや台湾等での輸出振興拠点の整備）

改定のポイント2

400万人観光の定着と国際観光の抜本強化

（改定の背景）

官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、本県観光のポテンシャルが高まってきています。県全体の観光の更なる底上げにつなげるためには、各地域において、持続的に旅行商品を生み出す仕組みの強化が必要です。

国別戦略や高知家流おもてなしプロジェクトに基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要です。

（改定のねらい）

400万人が定着しつつあるという現状を踏まえ、地域が一体となった戦略的な観光地づくりの推進や国際観光の抜本強化等を行うことで、「旅行商品をつくる」「PRする」「もてなす（リピーターを確保する）」の一連のサイクルをより強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①地域が一体となった戦略的な観光地づくり

・魅力的な観光商品づくりの支援と広域観光組織の機能強化

・地域博覧会（H27「高知家・まるごと東部博」、H28「奥四万十博」）の開催支援

②国際観光の抜本強化

・国際観光推進コーディネーターの配置（2名）　・国内外の博覧会等への積極参加

・国際観光推進拠点の整備（香港国際観光団体への職員派遣、台湾現地法人への業務委託）

改定のポイント3

新技術の導入による第一次産業のステージアップ

（改定の背景）

農業分野では、環境制御などの先進技術を活用して高品質・高収量を目指す「次世代型こうち新施設園芸システム」を、農業担い手育成センターや農地中間管理機構の取組と連携し、本格的に県内各地に普及させていくことにより、新たなステージに展開することが重要です。

林業分野では、大型製材工場の稼働や木質バイオマス発電施設の整備により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがついに動き始めましたが、この仕組みを生かし、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層太いものにしていく必要があります。

水産業分野では、「高知家の魚応援の店制度」や「築地にっぽん漁港市場」の取り組みにより、大都市圏での本県水産物の外商活動推進に向けての仕組みが整い、この仕組みをしっかりとしたものに進化させる必要があります。

（改定のねらい）

「次世代型こうち新施設園芸システム」など、それぞれの分野で生まれてきた新技術を生かして、第一次産業のステージアップを目指します。

【さらなる強化策（主なもの）】

【農業】

○「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及促進

○県内外企業の農業参入の促進

【林業】

○CLTパネルの前工程となるラミナ工場の整備支援

○小規模林業を実践する方々のニーズに応じた施策をパッケージとして支援

【水産業】

○「高知家の魚　応援の店」や「築地にっぽん漁港市場」を活用した都市圏での外商活動の強化

○民間事業者と連携して、カンパチ・マグロの人工種苗の種苗生産・中間育成ビジネスのチャレンジ

改定のポイント4

本県の強みである紙産業のさらなる競争力強化

（改定の背景）

高知県の紙産業は、土佐和紙の生産に端を発した、長い伝統のある重要産業の一つであり、高品質の不織布や高機能紙など独自の高い技術によりニッチ分野の市場を確保しています。

一方、新聞・書籍の電子化や人口の減少などにより、紙の需要は縮小傾向にあり、ここ数年の製造品出荷額等はほぼ横ばいの状況です。

紙・紙加工等の製造品出荷額等は 601 億円（H24）で本県の製造品出荷額等の 12%を占めて

おり、紙産業の発展が本県経済に大きく寄与することから、さらなる振興が必要です。

（改定のねらい）

本県の強みである紙産業の振興を行うことで、力強い産業づくりを推進し、紙関連製造品出荷額等を伸ばしていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①技術・製品開発の拠点である紙産業技術センターの機能強化

②「高知県紙産業の在り方検討会」の議論に基づき、新たな戦略を推進

・複合加工技術、リサイクル炭素繊維やナノセルロースなどの素材を活用した新技術・高付加価値製品の開発支援

・高知家プロモーションと連動させた土佐和紙のブランド化（重点プロモーション品目）

改定のポイント5

産学官民連携によるイノベーションの創出

（改定の背景）

本県の産業を将来に渡って持続的に発展させるため、志や知識・技術を持った産業人材の育成に力を入れてきました。

平成 24 年度から始まった「土佐まるごとビジネスアカデミー」には、年間に延べ約 1,800 人が参加するなど、多くの方の関心が高まっており、今後さらに産業人材の広がりを推し進めていく必要があります。

また、地方創生が我が国の重要なテーマとなっている中、全国に先駆けて人口減少や高齢化が進む本県としては、いろいろな課題に対して、大学などの高等教育機関の知見の活用や、産学官民の連携を促進していくことが極めて重要です。

（改定のねらい）

新たに開設した「産学官民連携センター」を核に産学官民連携を推進し、県内外の英知を導入しながら、「知の拠点」「交流の拠点」「人材育成の拠点」という3つの拠点機能によって、新たな事

業展開に挑戦する皆様を後押しすることで、様々なイノベーションの創出につなげていきます。

【さらなる強化策（主なもの）】

①高等教育機関等の知見を産業振興などに生かす「産学官民連携センター」を開設

・「知」「交流」「人材育成」の3つの拠点機能の整備

・外部人材との交流促進や新たな事業展開への支援

②「知の拠点」永国寺キャンパスの新たなスタート

・高知工科大学経済・マネジメント学群の設置　・県立大学の文化学部の定員の拡充

改定のポイント6

人財確保・事業承継の取組強化

（改定の背景）

第一次産業を始め、地域地域で新たな取組が進んでいますが、担い手が確保できないため事業展開ができないといったケースも見られます。

特に、近年、休廃業件数が増加していることや後継者不在の企業が5割を超える状況を考慮すると、高知県全体で官民あげて、中小企業・小規模事業者の事業継承を支援する必要があります。

平成 26 年度から、民間人材ビジネス事業者と連携して進めてきた都市部からの人財誘致の取り組みと連動させながら、県内での受け皿をしっかりと確保したうえで、様々な取り組みの担い手の確保を抜本的に強化する必要があります。

（改定のねらい）

事業承継対策や事業の拡大を図るうえで必要となる中核人材の積極的な確保を支援することで、円滑な事業の継承や拡大再生産につなげ、さらなる売上げや雇用の増を後押しします。

また、第一次産業の担い手確保対策を抜本強化することで、第一次産業のステージアップに必要な人材確保を推進します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①事業承継に向けた計画の策定や事業拡大に向けた人材のマッチングをサポートする「事業承継・人材確保センター」の設置

②人財誘致に向けた民間人材ビジネス事業者との連携の強化・拡大

③全国の林業をリードできる人材を輩出する「林業学校」の開校

④新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュの配置（2名）

改定のポイント7

「地産外商」の成果をさらなる雇用の増加へ

（改定の背景）

地産外商公社の成約件数は、平成 21 年度の 178 件から平成 25 年度には 3,333 件まで拡大してきました。また、食料品輸出額は当初目標としていた2億円を早期に達成し、その後も順調に輸出額の増加につながっています。[再掲]

平成 26 年度に設置した「ものづくり地産地消・外商センター」では、県内事業者のビジネスプランづくりから販路拡大に至るまで一貫したサポートを展開しており、その結果、外商支援企業の売上高が前年度約4割増になるなど、取組が加速しています。

外商によって成果が上がった県内企業が、雇用の拡大を行い、さらに設備投資を行うといった経済の好循環を、官民協働で進めていく必要があります。

（改定のねらい）

ものづくりの各段階における企業のニーズに対応できるよう、企業を一貫して支援できるパッケージ型の補助制度の創設等により、事業拡大に向けた企業の設備投資等を後押しします。

【さらなる強化策（主なもの）】

①企業のビジネスプランづくりから外商支援、設備投資までの一貫支援体制の整備

・設備投資を支援する補助制度を強化するとともに、関連する助成制度を統合

②成長分野育成研究会事業の強化（研究会へのバイヤー等の参加）

Ⅳ　第２期計画（平成 24～27 年度）の総括

1　第２期計画の取り組みと成果等（全体まとめ）

第１期計画（平成 21 年度～23 年度）では、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第一次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な３つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という３つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めました。

こうした取り組みにより、本県の産業振興に向けて積年の課題に立ち向かうための「仕組み」が整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出しました。また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がりました。

第２期計画（平成 24 年度～27 年度）においては、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指して、さらなる挑戦を続けていくため、次の３つの視点をもって第１期計画を進化させました。

【３つの視点】

第１の視点

「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内産業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指します。

第２の視点

「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致や県内産業の投資の誘発を進めるとともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指します。

第３の視点

「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策や移住促進策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出していくことで、その経済効果を地域地域に広げていきます。

あわせて、計画全体の見直しを行い、これまでの３つの「改革のための基本方向」に、新たに「新たな産業づくりに挑戦する」「産業人材を育成・確保する」の２つを加え、さら

に、平成25年度の第2期計画ver. 2からは、「移住促進により、活力を高める」を加えて、6つの基本方向により、さらなる官民協働、市町村政との連携協調のもと、取り組みを進めました。

【改革のための基本方向】

《第1期計画》	《第2期計画》
①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る	①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
②産業間の連携を強化する	②産業間の連携を強化する
③足腰を強め、新分野に挑戦 →	③足腰を強め、地力を高める
	④新たな産業づくりに挑戦する
	⑤産業人材を育成・確保する
	⑥移住促進により、活力を高める

さらに、第2期計画からは、「産業振興計画の推進によって目指す将来像」や、「計画全体を貫く目標」「各分野の数値目標」などの目標を新たに設定し、この目標達成に向けた状況を絶えず点検・検証しながら、施策をより実効性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図ってきました。

＜平成24年度＞

防災関連産業の振興、土佐まるごとビジネスアカデミーの開講、観光キャンペーン「リョーマの休日」の推進、龍馬パスポートの発行、養殖業の振興　等

＜平成25年度＞

移住促進策の抜本強化、高知家プロモーションの展開、地産外商公社のプロモーションの強化、欧州横断ユズプロモーションの展開、高知おおとよ製材の稼動、ＣＬＴの普及促進、高台への団地開発の加速化、「楽しまんと！はた博」の開催　等

＜平成26年度＞

ものづくり地産地消・外商センターの設置によるものづくりの一貫サポート、次世代型こうち新施設園芸システムの普及開始、農業担い手育成センターの設置、次世代施設園芸団地整備の支援、高知家魚応援の店制度の創設、都市部人財の誘致、東京への移住・交流コンシェルジュの配置　等

＜平成27年度＞

外商活動の全国展開、産学官民連携センターの開設、事業承継・人材確保センターの設置、紙産業の競争力強化、林業学校の開設、小規模林業の推進、ラミナ工場整備の支援、土佐の観光創生塾の実施、「高知家・まるごと東部博」の開催　等

こうした取り組みの結果、県と地産外商公社の外商支援による成約件数は平成27年度には6,555件と、平成21年度の約37倍に、また、ものづくり地産地消・外商センターの外

商支援による受注金額は平成 27 年度には 40.8 億円と、平成 24 年度の約 16 倍となるなど、飛躍的に拡大、さらに、観光振興では、県外観光客入込数が平成 25 年、26 年、27 年と 3 年連続で 400 万人を超え、400 万人観光が一定定着するなど、各分野で地産外商が大きく進みました。（表１）

また、これまでの第１期計画、第２期計画の７年間の取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも約 6,000 人の雇用が生まれています（表２）し、これ以外にも、観光振興や地産外商の拡大等により、多くの雇用創出が見込まれます。

さらには、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成 23 年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じる（表３）とともに、長らく 0.5 倍程度であった有効求人倍率も、平成 27 年に 1 倍を超え、平成 28 年６月には過去最高の 1.16 倍（注：総括を行った H28.9 月時点の数値等）に達するなど、経済全体としてもよい方向に向かっているものと見られます（表４）。

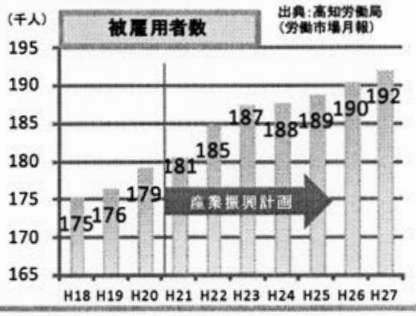
※第２期計画から新たに設定した数値目標の達成状況は p.92 に記載



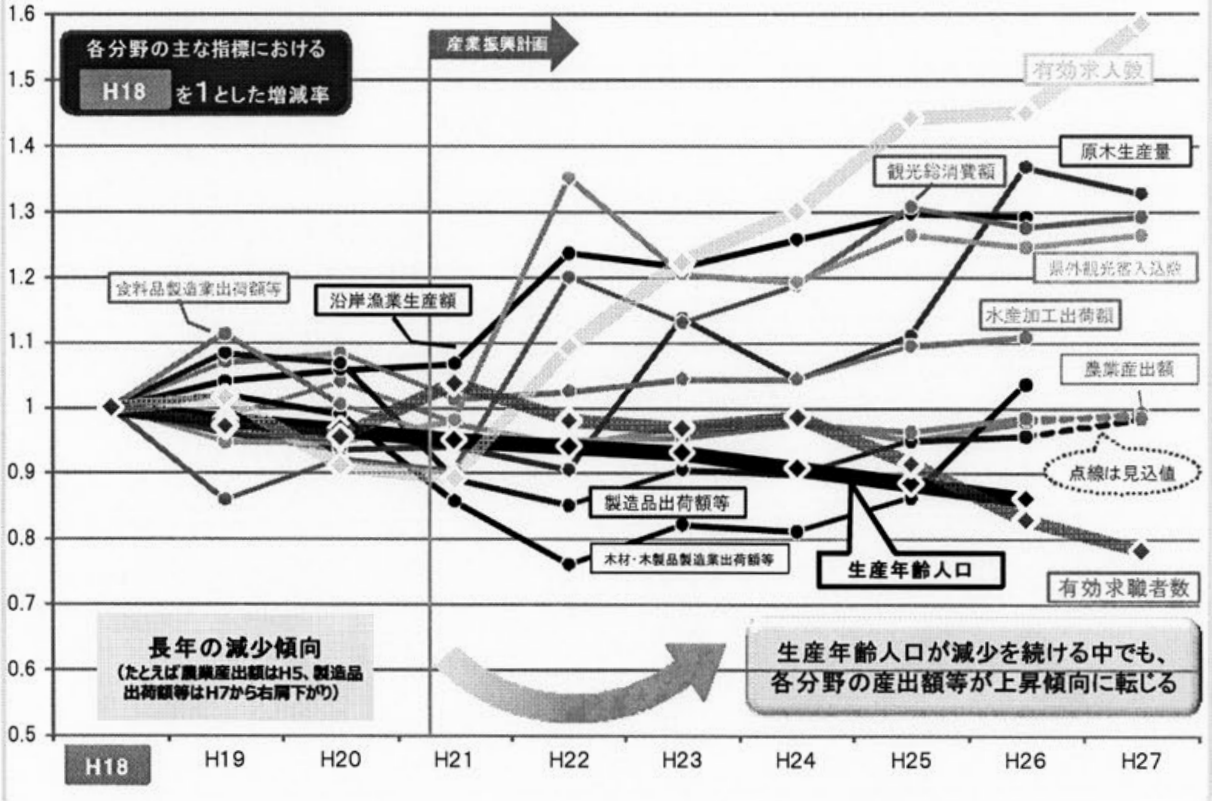
地産外商の拡大などにより新たな雇用が増加［表2］

県が定量的に把握できているものだけでも以下の雇用を創出。これ以外にも、観光振興等により多くの雇用創出が見込まれるところ

- ○地域アクションプラン（H21～27）：1,145人
- ○企業立地（H21～27）［フル操業時の雇用創出計画値］：2,167人
- ○設備投資促進事業（H24～27）：102人
- ○成長分野育成支援事業（H21～27）：200人
- ○第一次産業の新規就業者（H21～27）：2,458人
  ［農業1,606人、林業543人、水産業309人］
- ○その他（木質バイオマス発電所等）：67人

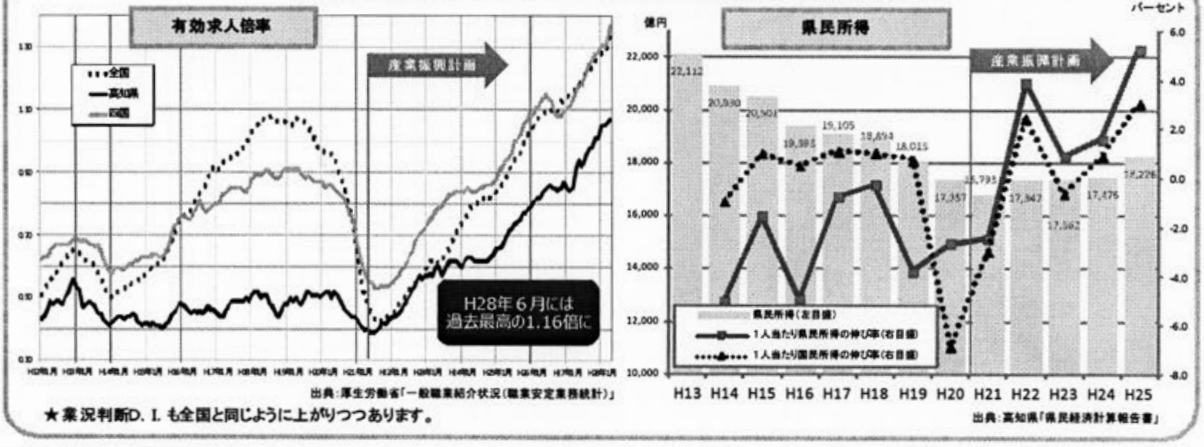


各分野の産出額等が上昇傾向に転じる（上昇傾向に力強さが欠ける分野も）［表3］



＊表３及び４の数値等は、総括を行ったH28.9時点のもの

経済全体は良い方向に向かっている［表4］



【数値目標の達成状況】

＜計画全体を貫く目標＞

① 県際間の収支を改善する（10年後の移輸出額の増加効果＋1,300億円）

第２期計画スタートから３年間で約 508 億円の増加効果。これを 10 年間で換算すると約 1,693 億円にあたり、目標とする 10 年間で＋1,300 億円の達成に向け、順調に進んでいるといえる。

② 今後10年間の人口の社会増減（転入数と転出数の差による増減）をプラスにする

第２期計画期間の社会減は、年平均で約 2,000 人。

過去の全国的な景気回復局面では 4,000 人程度あった社会減が、産業振興計画のスタート以降は、同様の局面でも 2,000 人前後の社会減に留まっているが、人口の社会増減をプラスにするという高い目標の実現に向けては、産業振興計画の取り組みによって、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を創出し、若者が地域地域で働き続けられる土壌を作っていくことが必要。

＜各分野を代表する数値目標＞

第２期計画では、７つの分野で10項目の目標を設定。このうち７項目が目標達成又は達成見込み。なお、その他の３項目についても、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった産出額等が上昇傾向に転じている。

凡例：第２期計画策定時→第２期計画目標　直近値

［目標達成又は達成見込みの項目］

▶農業（農業産出額）H22：930億円→H27目標：1,000億円以上　直近値(H27)：1,011億円

▶林業（木材・木製品製造業出荷額等）H22：150億円→H27目標：190億円以上　直近値(H26)：204億円

▶水産業（沿岸漁業生産額）H21：348億円→H27目標：370億円以上　直近値(H26)：421億円

（水産加工出荷額）H21：160億円→H27目標：170億円以上　直近値(H26)：175億円

▶商工業（製造品出荷額等）H22：4,681億円→H27目標：5,000億円以上　直近値(H26)：5,260億円

▶観光（県外観光客入込数）H23：388万人→H27目標：400万人以上　直近値(H27)：408万人

▶移住促進（移住者数）H23：120組→H27目標：500組以上　直近値(H27)：518組

［目標未達成又は達成が難しい項目］

▶林業（原木生産量）H22：40.4万㎥→H27目標：72万㎥以上　直近値(H27)：59.2万㎥

▶観光（観光総消費額）H23：953億円→H27目標：1,100億円以上　直近値(H27)：1,089億円

▶食品加工（食料品製造業出荷額等）H22：861億円→H27目標：935億円以上　直近値(H26)：892億円

注）食品加工については、増設された工場や設備が計画どおりフル稼働すれば、概ね目標を達成する見込みだが、フル稼働に至らない場合もあることから、現時点では目標達成が難しい項目として整理

2　県勢浮揚に向けて乗り越えるべき課題と第３期計画の戦略の方向性

第２期計画の取り組みにより、前述のような一定の成果が見られますが、正社員の有効求人倍率は、過去最高水準とはいえ、いまだ 0.55 倍（平成 28 年６月）にとどまっており、地域間や職種間の求人の格差も大きいなどの課題があります。

また、産出額などが上昇に転じたものの力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が拡大再生産に十分につながっていない分野も見受けられます。

さらに、本県の人口の社会減は、過去の景気回復局面に比して２分の１程度に縮小しているものの、いまだ人口減少の負のスパイラルは続いており、地域に残りたいと願う若者の希望を十分にかなえる状況には至っていません。

このため、第３期計画では、これまでの２期、７年間の取り組みを土台として、県勢浮揚を目指して、さらなる官民協働、市町村政との連携協調により、次の方向性により取り組みを進めていきます。

【第３期計画の戦略の方向性】

■　地産外商の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげる

県勢浮揚を成し遂げるためには、これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、拡大してきた「地産外商」を、さらにより確実に「拡大再生産」につなげられるかどうかがポイントとなります。

このため、第３期計画では、「地産外商」の取り組みをさらなる「地産」の強化に向かわせ、それがさらに「外商」の拡大につながるという「拡大再生産」の力強い好循環を作り出すことを目指します。特に、この力強い「拡大再生産」に向けて、次の３つのポイントで施策を抜本強化し、全力で取り組みます。

強化ポイント①　**「担い手の育成・確保」（時間軸的な拡大再生産を目指す取り組み）**

各産業分野の担い手が依然として減少している状況を踏まえ、移住施策とも連動し、後継者や担い手の育成・確保対策に一層取り組む。

強化ポイント②　**「地域産業クラスターの形成」（量的な拡大再生産を目指す取り組み）**

地域において持続的な雇用とより大きな経済波及効果を創出するため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせて、地域地域に「第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター」（地域産業クラスター）を意図的に生み出す。

強化ポイント③　**「起業や新事業展開の促進」　（質的な拡大再生産を目指す取り組み）**

地域の持続的な発展をもたらすためには、継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成していくことが重要であるため、起業や新事業展開の促進を図る。

3　産業成長戦略の総括　※詳細は p. 96～p. 111 ページ参照

各分野の取り組みの成果等は、次のとおりです。

分　野	総括＜◎取り組みの成果　◆見えてきた課題＞	さらなる挑戦（重点項目）
農　業	◎高齢化等による農家戸数の減少や産地の縮小が進む中にあって、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などの取り組みにより、農業産出額は増加。目標とした 1,000 億円を上回る（H18：987 億円→H21：963 億円→H27：1,011 億円） 高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」を確立し、普及を開始するなど、次のステージに向けた生産拡大の仕組みが整う ◆地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展していくためには、さらなる生産性の向上や中山間地域の農業を支える仕組みの再構築、生産を拡大するための農地の確保などについて、より強力な取り組みが必要	農業の拡大再生産に向けた好循環の実現と農業クラスターの形成に取り組む
林　業	◎目標とした 72 万㎥には届かないものの、大型加工施設の整備や木質バイオマスの利用拡大など、森林資源を余すことなく活用する仕組みの構築により、原木生産量が大幅に増加（H18：44.6 万㎥→H21：42.0 万㎥→H27：59.2 万㎥）　長らく衰退傾向にあった高知の山が大きく動き出した ◆高知の山でより多くの雇用の場を生み出していくためには、木材需要のより一層の拡大を図るとともに原木生産をさらに拡大させることが必要	成熟した森林資源をさらに生かすことを目指して、新たな木材需要の創出と専門的な人材の育成とに取り組む
水産業	◎高齢化等により漁業者の減少が進む中にあって、県内への水揚げの促進や養殖業の拡大などにより、沿岸漁業生産額は増加。目標とした 370 億円を上回る（H18：326 億円→H21:348 億円→H26:421 億円） 養殖業や水産加工業が、本県水産業の柱として成長。また、本県の魚の特性（少量多品種）を生かした都市圏での新たな商流を生み出す仕組みが整う ◆本県水産業がより多くの若者の雇用の受け皿となるためには、漁業生産量をさらに増加させ、その効果を水産加工や流通などの関連産業により力強く広げていくことが必要	沿岸漁業生産体制や水産加工の取り組みを強化するとともに、都市圏や海外への外商活動を一層進め、生産から加工・流通に至るクラスターの形成を図る
商工業	◎ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポートなどにより、最終製品の開発・販売に挑戦する企業が増加し、外商が飛躍的に拡大。製造品出荷額等も増加に転じ、目標とした 5,000 億円を平成 25 年に前倒しで達成（H18：5,498 億円→H21：4,909 億円→H26:5,260 億円） 防災関連産業は、新たな産業として大きく成長。また、コンテンツ産業も企業とのネットワークが広がり、企業集積の土台が形成 ◆本県のものづくり企業の拡大再生産を図るためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定から、その実行までを支援していく取り組みが必要	高知発のものづくりの国内外での展開に向け、ものづくりの強化と外商支援の加速化に取り組む

分　野	総括＜◎取り組みの成果　　◆見えてきた課題＞	さらなる挑戦（重点項目）
観　光	◎観光商品を「つくる」、その観光商品を効果的にPRして県外に向けて「売る」、本県を訪れる観光客に満足いただけるように「もてなす」という一連のサイクルを抜本強化して取り組んできた結果、目標とした県外観光客入込数400万人を3年連続で達成。400万人観光が一定定着（H18:322万人→H21:315万人→H27：408万人） ◆次の目標である435万人観光を早期に実現するためには、本県観光の強みである歴史・食・自然を生かした観光地づくりと国際観光にも対応できる受入環境の整備が必要	外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりを加速させる
外　商（食品加工）	◎現時点では目標とする935億円には届いていない（※）ものの、人口減少により県内市場が縮小する中でも、食料品製造業出荷額等を一定維持（H18：906億円→H21：862億円→H26：892億円）※p.98下の注意書き参照 　高知県地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額ともに飛躍的に拡大。また、戦略的なプロモーションにより、高知ユズが海外で認知され市場が広がるなど、食料品の輸出額は、当初目標の２億円を前倒しで達成 ◆食品加工業をさらに伸ばすためには、市場が求める衛生基準への対応や、売上規模の大きな事業者の外商拡大が必要	市場が求める商品づくりや生産管理の高度化を一層推進するとともに、外商公社の全国展開をさらに進める
移　住	◎移住に至るまでのプロセスを５段階に分けて、それぞれに応じた対策を実施。移住・定住に向けた一連の官民協働による仕組みが整い、目標とした本県への移住者数の年間500組を達成（H23：120組→H27：518組） 　移住者が地域や経済の担い手として活躍するといった成果が表れ始める ◆全国的な地方創生の動きの中で、他県との競争がより厳しくなることが想定。また、地域における後継者や中核人材確保の要請も高まってきており、移住促進の取り組みの更なるパワーアップが必要	移住希望者への情報発信や、地域の受け入れ体制などをさらにレベルアップする
産業人材の育成・確保	◎各産業を支える人材の育成・確保が図られ、地産外商が一層活発に。「事業承継・人材確保センター」や「産学官民連携センター」が開設し、地産、外商、拡大再生産を後押しする仕組みが整う ◆依然として、各産業の担い手が不足しており、担い手確保対策と移住促進策との更なるリンケージの強化が必要	移住促進策とも連携した県内外での担い手確保対策と将来を担う人材の育成に取り組む

《各分野における主な取り組みと成果》

■ 農業分野

高齢化等による農家戸数の減少や産地の縮小が進む中にあって、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などの取り組みにより、農業産出額は増加。目標とした1,000億円を上回る。

高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」を確立し、普及を開始するなど、次のステージに向けた生産拡大の仕組みが整う

▽ 農業産出額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
987	963	930	958	969	938	962	1,011

［農業生産の維持・拡大］

○県内各地への学び教えあう場の設置により栽培技術が向上。また、安全・安心で高品質な生産につながるIPM（総合的な病害虫や雑草の管理）技術の普及を加速化

▶学び教えあう場の設置数　平成23年度：181 → 平成27年度：207

▶園芸用ハウスの整備面積　平成24～27年度：63ha

▶IPM技術の導入面積（施設ナス）　平成23年度：62% → 平成27年度：97%

○米、土佐茶、畜産等の地域の特産物の生産拡大やブランド化、生産性の向上を推進

▶米のブランド化支援組織数（取組面積）　平成23年度：4組織（158ha） → 平成26年度：6組織（471ha）

▶土佐茶販売額　平成23年度：189百万円 → 平成27年度：214百万円

▶土佐あかうしの枝肉価格（kgあたり）　平成23年度：1,434円 → 平成27年度：2,392円

［集落営農の推進等による地域農業の維持］

○中山間地域の農業の維持・発展に向けた集落営農や中山間農業複合経営拠点の取り組みが拡大

▶集落営農組織のカバー率　平成23年度：9% → 平成27年度：13%

▶こうち型集落営農組織　平成23年度：17組織 → 平成27年度：32組織

▶中山間農業複合経営拠点　平成27年度：4拠点

［次世代型こうち新施設園芸システムの確立と普及］

○施設園芸の先進国であるオランダから学んだ環境制御技術を本県の気候や生産条件に適合させ作り上げた「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及を開始（H26秋～）

▶環境制御機器の導入面積　平成22年度：17.5ha → 平成26年度：59ha → 平成27年度：95ha

▶次世代施設園芸団地（四万十町）の整備（4.3ha、平成28年7月から営農開始）

［流通・販売の支援強化］

○園芸品の基幹流通の強化と実需者ニーズに対応できる新たな流通・販売体制を構築

（基幹流通：パートナー量販店での販売強化、中規模流通：中食・外食等の業務需要の開拓、小規模流通：こだわりの農産物と飲食店等をマッチング）

▶《基幹流通》パートナー量販店での高知青果フェア開催回数　平成23年度：53回 → 平成27年度：108回

▶《中規模流通》卸売会社との連携による中食・外食等の業務需要の顧客開拓数：60件（平成21年6月～28年3月）

高知家の野菜・くだもの応援の店制度の店舗数　平成26～27年度：39店舗

▶《小規模流通》生産者と飲食店等の実需者とのマッチング件数　平成24～27年度：211件

○２地域からEU等への青果輸出が始まり、これに併せて果汁輸出量が大幅に拡大

▶ユズ果汁、ユズ玉等の輸出量　平成23年度：16t → 平成26年度：103t

［担い手確保対策の推進］

○新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュを配置し、研修から就農までを一貫サポートする仕組みを構築。また、平成26年度に農業担い手育成センターを開設し、研修や先進技術の普及体制を強化。これらの取り組みにより新規就農者が増加

▶新規就農者数：平成23年：234人→平成27年：269人（平成24～27年の累計：1,014人）

○産地が求める人材を募集する産地提案型の担い手確保対策を推進

▶産地提案書策定数：25市町村31提案（平成27年度末時点）

○農地等の集積・集約化に向け、農地中間管理事業を開始（平成26年４月）

▶農地中間管理機構での担い手への貸付：162件193.4ha（平成26～27年度）

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展していくためには、さらなる生産性の向上や中山間地域の農業を支える仕組みの再構築、生産を拡大するための農地の確保などについて、より強力な取り組みが必要

□農業の拡大再生産に向けた好循環の実現と農業クラスターの形成に取り組む

・次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
・中山間農業複合経営拠点の整備促進
・規模に応じた販路開拓、販売体制の強化と農産物の輸出の推進
・産地提案型の担い手確保対策の強化等による新規就農者の確保、家族経営体の強化及び法人経営体の育成
・担い手への農地集約の加速化と園芸団地の整備促進

▽

《第３期計画における４年後の目標》

○農業産出額等：1,060億円以上

○農業生産量（※）（野菜主要11品目）：11.6万トン以上

※「農業生産量」の目標は野菜（主要11品目）のほか、果樹（主要2品目）、花き（主要3品目）、畜産（土佐あかうし飼養頭数）を設定

■ 林業分野

目標とした 72 万㎥には届かないものの、大型加工施設の整備や木質バイオマス利用拡大など、森林資源を余すことなく活用する仕組みの構築により、原木生産量が大幅に増加

長らく衰退傾向にあった高知の山が大きく動き出した

▽ 原木生産量の推移（単位：万㎥）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
44.6	42.0	40.4	50.7	46.5	49.5	61.0	59.2

［原木生産の拡大］

○効率的・計画的に原木生産を行う「森の工場」の整備や高性能林業機械の導入、路網整備など、原木の生産効率を高める取り組みが進む

▶森の工場　平成 23 年度：103 工場　62 事業体 44,407ha→平成 27 年度：177 工場　67 事業体 65,980ha

［加工体制の強化・木材需要の拡大］

《A 材》

○平成 25 年 8 月に新たな大型加工施設が稼働するとともに、既存製材所の加工力が増強。戸建住宅や公共建築物等での県産木材の利用も進む

▶平成 25 年 8 月に高知おおとよ製材が稼働（平成 28 年 3 月時点：雇用人数 67 人）

▶戸建住宅の木造率　平成 23 年：86.2% → 平成 27 年：91.5%

《B 材》

○全国に先駆けて平成 25 年 7 月に「CLT 建築推進協議会」を設立、平成 27 年 8 月に「CLT で地方創生を実現する首長連合」を設立するなど、本県がトップランナーとして CLT の普及拡大に向けた取り組みを推進

▶CLT 建築物の推進：平成 26 年 3 月には日本初となる CLT 建築物が大豊町で完成

このほか、5 施設の CLT 建築物を整備中（平成 28 年 9 月にはすべて完成）

▶CLT 用ラミナ工場の整備（H28 年度稼働）

《C 材・D 材》

○平成 27 年に県内 2 ヵ所で木質バイオマス発電所（専焼）が操業を開始したほか、農業用を中心とした木質バイオマスボイラーの導入促進などにより、木質バイオマスの利用量が大きく増加

▶県内 2 ヵ所で木質バイオマス発電所が操業開始（平成 28 年 3 月時点：雇用人数 56 人）

▶木質バイオマスボイラー導入台数（累計）　平成 24～27 年度:125 台（うち農業分野 110 台）

▶木質バイオマス利用量　平成 21 年度：22 万 7 千トン → 平成 27 年度:40 万 7 千トン

［流通・販売の支援強化］

○土佐材の流通拠点の活用や、土佐材パートナー企業との連携等、大消費地をターゲットとした外商活動を展開。トレーラー等による定期輸送の取り組みにより、輸送コストを低減

▶流通拠点　平成 23 年度：10 ヵ所 → 平成 27 年度：19 ヵ所（関東 7 ヵ所、中部 2 ヵ所、関西 7 ヵ所、中国 1 ヵ所、四国 1 ヵ所、九州 1 ヵ所）

［担い手の育成・確保策の推進］

○林業労働力確保支援センターと連携して林業就業者の確保対策を推進

▶林業就業者数は、他産業への流出の影響等により減少　平成 23 年度：1,661 人 → 平成 26 年度：1,602 人

○平成 27 年度に林業学校を開設し、即戦力となる人材を育成する基礎課程がスタート。さらに平成 30 年４月には高度で専門的な人材を育成する専攻課程がスタート予定

▶林業学校基礎課程の修了者　平成 27 年度：14 名

○「小規模林業推進協議会」を設立し、小規模林業の実践者を組織化。政策パッケージによる一体的支援により小規模林業を推進

▶小規模林業推進協議会構成員（平成 27 年度末）：304 名

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆高知の山でより多くの雇用の場を生み出していくためには、木材需要のより一層の拡大を図るとともに原木生産をさらに拡大させることが必要

□成熟した森林資源をさらに生かすことを目指して、新たな木材需要の創出と専門的な人材の育成に取り組む

・林業事業体の生産性向上、森林組合の経営基盤強化、苗木の生産体制の強化などによる原木生産のさらなる拡大

・既存製材所の加工力の強化、大断面集成材や CLT パネル等の付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備などによる加工体制の強化

※これらの取り組みにより林業・木材の関連産業のクラスター形成を目指す

・低層非住宅建築物の木造化促進などによる木材需要の拡大

・土佐材の海外への販売促進

・林業現場での即戦力となる人材の育成と高度で専門的な担い手の育成

▽

《第３期計画における４年後の目標》

○原木生産量：78 万㎥以上

○木材・木製品製造業出荷額等：220 億円以上

■ 水産業分野

高齢化等により漁業者の減少が進む中にあって、県内への水揚げの促進や養殖業の拡大などにより、沿岸漁業生産額は増加。目標とした370億円を上回る

養殖業や水産加工業が、本県水産業の柱として成長。また、本県の魚の特性（少量多品種）を生かした都市圏での新たな商流を生み出す仕組みが整う

▽ 沿岸漁業生産額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
326	348	403	396	410	423	421

▽ 水産加工出荷額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
158	160	162	165	165	173	175

［県内水揚げの確保・推進］

○黒潮牧場15基体制の維持や、イワシ活餌供給の取り組みの推進、メジカの土曜出漁の開始、大型定置網の事業承継や操業再開の支援等により、漁業生産量を確保

▶黒潮牧場でのカツオ水揚げ量

平成20年度－22年度平均：624トン → 平成23年度－26年度平均：796トン

▶メジカ漁獲量　平成24年－26年平均：3,756トン → 平成27年：4,375トン

▶大型定置網の上半期漁獲量　平成26年：4,672トン → 平成27年：6,441トン

［養殖業の振興・拡大］

○クロマグロの養殖漁場の拡大や生産基盤の整備を支援するとともに、平成26年度からクロマグロ人工種苗の生産技術開発、平成27年度から中間育成の技術開発に着手。平成24年12月から開始したカンパチ人工種苗の量産技術開発を確立

▶クロマグロ養殖生産量 H24年:651トン → H27年:1,517トン、平成27年度には1,000尾の沖出しに成功

▶カンパチ人工種苗　平成27年度に17万尾の量産に成功

○養殖ビジネススクールの開講、設備投資・新技術の導入支援などにより、養殖魚の品質向上や経営体の経営力の強化につながる

［水産加工業の強化・拡大］

○地域アクションプランの取り組みなどにより、新たな水産加工業の事業化や養殖魚の産地加工の取り組みが広がる

▶新たな加工品出荷額・雇用人数　平成21年度：0.1億円・26人 → 平成26年度：11.4億円・164人

▶宿毛地区での養殖ブリの加工・出荷数　平成26年度：40,000尾 → 平成27年度：74,000尾

［少量多品種の特性を活かした外商活動の展開］

○消費地市場とのネットワークを活用したフェアの開催や、「高知家の魚応援の店制度」の創設、東京築地の水産物直販施設「築地にっぽん漁港市場」への「さかな屋 高知家」の

オープンなどの外商活動の強化により、本県水産物の取引が拡大

▶関西の量販店でのフェア　平成 27 年度：22 店舗

▶高知家の魚応援の店　平成 27 年度末：585 店舗の県外飲食店が登録
81 の県内事業者が参画（取引額 1.2 億円）

［担い手確保対策の強化］

○漁業就業セミナーの実施や短期・長期研修制度の拡充、受入態勢の強化などにより、新規漁業就業者が増加

▶新規漁業就業者数：平成 22 年：39 人→平成 27 年：47 人（平成 24～27 年の累計：160 人）

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆本県水産業がより多くの若者の雇用の受け皿となるためには、漁業生産量をさらに増加させ、その効果を水産加工や流通などの関連産業により力強く広げていくことが必要

□沿岸漁業生産体制や水産加工の取り組みを強化するとともに、都市圏や海外への外商活動を一層進め、生産から加工・流通に至るクラスターの形成を図る

- 漁業経営の効率化、法人等の生産現場への参入促進等による生産性の高い漁業への構造転換
- 人工種苗の量産体制の確立等による養殖生産ビジネスの拡大
- 既存加工施設の高度化や衛生管理体制の強化、HACCP に対応した加工施設の立地促進などによる市場対応力のある産地加工体制の確立
- 少量多品種の特性が生きる外商活動の一層の強化、水産物の海外販路の開拓等による流通・販売の強化
- 新規就業者の積極的な掘り起こしと中核的な漁業者の計画的な育成
- 高齢者等に対応した漁場づくりや遊漁・体験漁業の振興等による漁村の資源を活かした活動の支援

▽

《第３期計画における４年後の目標》

○漁業生産額（宝石サンゴ除く）：460 億円以上

○水産加工出荷額：200 億円以上

※第 2 期計画の目標「沿岸漁業生産額」を、第 3 期計画では「漁業生産額（宝石サンゴ除く）」に変更

■ 商工業分野

ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポートなどにより、最終製品の開発・販売に挑戦する企業が増加し、外商が飛躍的に拡大。製造品出荷額等も増加に転じ、目標とした5,000億円を平成25年に前倒しで達成

防災関連産業は、新たな産業として大きく成長。また、コンテンツ産業も企業とのネットワークが広がり、企業集積の土台が形成

▽ 製造品出荷額等の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
5,498	4,909	4,681	4,981	4,945	5,218	5,260

［ものづくりの振興］

○平成26年度に「ものづくり地産地消・外商センター」を設置（※）し、ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築したほか、製品開発への支援策を強化。これにより外商が大きく前進

（※）平成23年度に産業振興センターに開設した「ものづくり地産地消センター」と、平成24年度に設置した「外商支援部」を統合

▶ものづくりの地産地消の推進

相談件数（うちマッチング件数）　平成24年度：400件（78件）　→　平成27年度：603件（176件）

▶ものづくり地産地消・外商センターのサポートによる事業化プラン作成件数：65件（平成26～27年度累計）

▶見本市出展回数　平成24年度：13回　→　平成27年度：31回

▶企業訪問回数　平成24年度：1,212回　→　平成27年度：3,328回

▶外商支援の成果（売上額）　平成24年度：2.5億円　→　平成27年度：40.8億円

○全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の取り組みにより、事務系職場を中心とした新設や既立地企業の増設が進み、新規雇用者が着実に増加

▶立地件数（平成24～27年度）：製造業39件（新設4件、増設35件）、事務系11件（新設9件、増設2件）

▶製造品出荷額等：＋350億円（一部推計値含む）　▶新規雇用：1,268人（フル操業時の計画値）

○防災関連産業交流会の開催や防災関連製品の製品開発等への支援、防災関連製品認定制度の創設、国内外での販路開拓支援などにより、防災関連産業が新たな産業として大きく成長

▶防災関連産業交流会の会員数　150社（平成28年3月末現在）

▶防災関連登録製品数　104件（平成24年度～27年度）

▶防災関連製品登録製品販売額　平成24年度：0.6億円　→　平成27年度：23.8億円

○県内の産学官の連携による共同研究を促進し、ファインバブル（微細気泡）や動脈可視化装置などの事業化を実現

▶産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ研究）実施件数：11件（事業化件数4件）（平成24～27年度）

［産業人材の育成・確保］

○平成27年度に事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継や新たな事業展開に必要

な中核人材の確保に係る支援体制を構築（高知 14 名、東京 2 名）

▶相談件数（うちマッチング件数）事業承継：107 件（4 件）、人材確保：137 件（11 件）（平成 28 年 3 月末現在）

○新規高卒者の県内企業への就職を促進。県外大学との就職支援協定等により県出身県外大学生の県内就職を促進

▶高校生の県内就職割合　平成 23 年度：58.7% → 平成 27 年度：63.9%

▶県出身県外大学生の U ターン就職率　平成 23 年度：14.0% → 平成 26 年度：15.9%

［商業の活性化］

○商店街全体の賑わい創出やチャレンジショップ、空き店舗対策による新規開業支援などにより、空き店舗の活用が進む

▶空き店舗率　平成 23 年度：15.0% → 平成 27 年度：13.1%

［コンテンツ産業の推進］

○コンテンツビジネス起業研究会を平成 22 年に設置し、事業化プランのブラッシュアップや実行を支援。また、県外コンテンツ関連企業へのアプローチ等を実施。本県と県外関連企業とのネットワークが拡大

▶コンテンツビジネス起業研究会の会員数：29 事業者（平成 28 年 3 月末現在）

▶コンテンツ関連企業の立地による新規雇用者数：71 人（平成 25～27 年度累計）

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆本県のものづくり企業の拡大再生産を図るためには、これまでの取り組みに加え、企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定から、その実行までを支援していく取り組みが必要

□高知発のものづくりの国内外での展開に向け、ものづくりの強化と外商支援の加速化に取り組む

- 事業戦略の策定・磨き上げへの支援
- ものづくり地産地消・外商センター東京営業本部の設置など外商サポートの強化
- 防災関連産業のさらなる振興（認定製品のさらなる増加、海外での外商の強化）
- 新素材等を用いた製品や技術の開発による紙産業の振興
- パッケージ型支援策の強化等による事務系職場の集積拡大
- 助成制度の創設や、人材確保・育成などを含めた支援パッケージによるコンテンツ関連企業のさらなる誘致

《第３期計画における４年後の目標》

○製造品出荷額等：6,000 億円以上

■ 観光分野

観光商品を「つくる」、その観光商品を効果的に PR して県外に向けて「売る」、本県を訪れる観光客に満足いただけるように「もてなす」という一連のサイクルを抜本強化して取り組んできた結果、目標とした県外観光客入込数 400 万人を 3 年連続で達成。400 万人観光が一定定着

▽ 県外観光客入込数の推移（単位：万人）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
322	315	435	388	384	407	401	408

▽ 観光総消費額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
843	762	1,010	953	1,000	1,102	1,075	1,089

＜観光商品をつくる＞

［地域地域の観光資源の磨き上げ］

○地域博覧会の開催や広域観光組織の体制強化、地域観光の担い手の育成等を通じて、持続的に観光資源を磨き上げ、魅力的な旅行商品を造成していく仕組みを構築

▶県内 6 ブロックで広域観光組織の設置

▶地域博覧会の開催

楽しまんと！はた博（平成 25 年）、高知家・まるごと東部博（平成 27 年）

▶地域博覧会の開催などを通じた地域地域の旅行商品づくり

体験プログラム数　はた博：65 件、東部博：64 件

周遊プラン数　　はた博：　9 件、東部博：23 件

▶セミナー等の開催による人材育成

土佐の観光創生塾：60 名（平成 27 年度）、広域観光みらい会議：164 名（平成 27 年度）

＜売る＞

［全国に向けた観光キャンペーンとセールスプロモーションの展開］

○「リョーマの休日」や旅行会社向けセールスキャラバンの実施、首都圏等のマスメディアでの情報発信などの効果的なセールスプロモーション活動を展開

▶観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」の実施

「高知家の食卓」県民総選挙の実施

▶旅行会社向けセールスキャラバンの実施

旅行会社等出席者数（延べ）　平成 24 年度：209 社、411 人 → 平成 27 年度：264 社、753 人

▶首都圏等のマスメディアでの情報発信（メディア露出件数、広告換算）

平成 24 年度：33 件、13.7 億円 → 平成 27 年度：201 件、55.6 億円

［スポーツツーリズムの推進］

○スポーツイベントの開催やプロスポーツ及びアマチュアスポーツ合宿の誘致を促進。スポーツツーリズムによる観光客誘致の取り組みが前進

▶平成 27 年度新規誘致：全国大学女子野球、なでしこリーグ、東京６大学野球

▶スポーツ合宿　平成 23 年度：28,365 人泊 → 平成 27 年度：33,923 人泊

［国別戦略に基づく国際観光の推進］

○東アジアを主要なターゲットとして、国内外での旅行博・商談会への参加やセールス活動の強化、海外向け情報発信コンテンツの充実などの取り組みを積極的に展開。外国人観光客が大幅に増加

▶多言語 WEB サイト（VISIT KOCHI JAPAN）の開設（平成 27 年 9 月）

▶国内外の旅行博・商談会でのセールス　平成 25 年度：4 回 → 平成 27 年度：22 回

▶海外旅行会社の新規開拓数：175 社（平成 25～27 年度累計）

▶外国人延べ宿泊者数　平成 23 年：1.6 万人泊 → 平成 27 年：4.5 万人泊

＜もてなす＞

［受入環境の整備］

○龍馬パスポートを活用した周遊促進や、おもてなしトイレ・おもてなしタクシーなどのおもてなし活動を官民挙げて推進

▶龍馬パスポート発行：146,902 人（平成 28 年 3 月末時点）

▶おもてなしトイレ：721 箇所、おもてなしタクシー：486 人（平成 28 年 3 月末時点）

○多言語案内板・パンフレット、Wi-Fi 環境の整備など外国人観光客の受入態勢を強化

▶免税店　平成 26 年 4 月：4 店舗 → 平成 28 年 4 月：104 店舗

▶外国クルーズ船の寄港　平成 24 年度：0 隻 → 平成 27 年度：3 隻

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆次の目標である 435 万人観光を早期に実現するためには、本県観光の強みである歴史・食・自然を生かした観光地づくりと国際観光にも対応できる受入環境の整備が必要

□外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりを加速させる

・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史資源のリアル化と観光クラスターの形成
・アウトドア拠点の整備
・外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備
・外国人向け旅行商品づくりの抜本強化、よさこいの海外向けプロモーションの展開
・観光産業を支える人材の育成と事業体の強化

▽

《第３期計画における４年後の目標》

○県外観光客入込数：435 万人以上

○観光総消費額：1,230 億円以上

■ 地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）

現時点では目標とする935億円には届いていない（※）ものの、人口減少により県内市場が縮小する中でも、食料品製造業出荷額等を一定維持 ※p. 92下の注意書き参照

高知県地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額ともに飛躍的に拡大。また、戦略的なプロモーションにより、高知ユズが海外で認知され市場が広がるなど、食料品の輸出額は、当初目標の２億円を前倒しで達成

▽　食料品製造業出荷額等の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26
906	862	861	864	884	873	892

［県外市場への売り込みの強化］

○地産外商の推進母体となる高知県地産外商公社を平成21年に設立。首都圏ではアンテナショップ「まるごと高知」を拠点に外商活動を推進

○名古屋事務所、大阪事務所の外商の取り組みを大幅に強化するとともに、平成27年度からは公社の活動範囲を関西・中部、中国・四国・九州に拡大して、外商活動の全国展開を推進

▶地産外商公社の体制：東京27人、大阪2人、高知4人（平成28年3月末現在）

▶高知県と地産外商公社の支援による外商の主な成果

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
外商成約件数	178	444	1,327	2,603	3,333	4,393	6,555
うち定番採用	77	264	611	1,117	1,828	2,420	3,690
成約金額（億円）	－	－	3.41	7.68	12.35	16.06	20.79
広告換算（億円）	－	17	23.3	22.2	68.1	52.4	60.6
まるごと高知売上（億円）	－	2.5	3.9	3.9	4.2	4.4	4.7

▶県内外での高知フェア・商談会等の開催（地産外商公社実施分を含む）

平成23年度：129回 → 平成27年度：255回

▶外商活動への参画事業者数（地産外商公社の仲介・あっせん数）

平成23年度：103社→平成27年度：137社

［農林水産物の外商支援］【再掲】

○農産物：パートナー量販店等での販促活動、中食、外食等の業務加工需要の顧客開拓

○水産物：消費地市場と県内産地市場との交流会、大都市圏における本県水産物の販売力の強化（「高知家の魚 応援の店」の創設、「さかな屋 高知家」のオープン）

［海外の販路開拓に挑戦］

○本県に強みのあるユズを中心としたフランスやシンガポールでの認知度向上の取り組みのほか、香港、台湾などでのフェアの開催など各事業者のステージに応じたサポートを実施。食料品の輸出額が増加するとともに、新たに貿易に挑戦する実践者も拡大

▶海外での商談会やフェア等への参加事業者　平成 23 年：4 回、24 社→平成 27 年：13 回、49 社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

貿易促進コーディネーターによるサポート（平成 21～27 年度累計）：延べ 3,042 件

平成 21～23 年度累計：延べ 982 件 → 平成 24～27 年度累計：延べ 2060 件

▶フランス、スペイン、デンマーク、ベルギー、アメリカ、シンガポール、オーストラリアでユズ賞味会開催（ユズ果汁・ユズ玉等輸出（平成 26 年）：103ｔ）

▶食料品の輸出額　平成 23 年：1.3 億円 → 平成 26 年：3.4 億円

［食品加工の生産管理の高度化・市場が求める商品づくり］

○消費地から求められる生産管理（衛生・品質管理、食品表示）の高度化や市場が求める商品づくりに取り組む事業者が増加

▶(旧)県版 HACCP 認定施設　平成 22 年度以降：25 施設

▶高度衛生管理手法認定　平成 24 年度開始以降：29 施設

▶県内量販店でのテストマーケティング　平成 27 年度：8 社 13 回

▶「まるごと高知」を活用したテストマーケティング・催事　平成 27 年度：39 社 198 商品

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆食品加工業をさらに伸ばすためには、市場が求める衛生基準への対応や、売上規模の大きな事業者の外商拡大が必要

□市場が求める商品づくりや生産管理の高度化を一層推進するとともに、外商公社の全国展開をさらに進める

・事業者への HACCP 手法の導入支援

・各企業の事業化プランの策定・実行のサポートにより拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

・地域に根差した食品産業クラスターの形成

・主力のユズ・日本酒に加え、土佐材、養殖魚、農産物等の輸出に挑戦

▽

《第３期計画における４年後の目標》

○食料品製造業出荷額等：1,000 億円以上

■　移住促進による地域と経済の活性化

移住に至るまでのプロセスを５段階に分けて、それぞれに応じた対策を実施。移住・定住に向けた一連の官民協働による仕組みが整い、目標とした本県への移住者数の年間500組を達成

移住者が地域や経済の担い手として活躍するといった成果が表れ始める

▽　移住達成までの各ステップの実績

	「高知家で暮らす。」アクセス数	相談者数	暮らし隊会員登録者数	移住者数	うち県の相談窓口を通じた移住者数
H23	－	－	371人	120組241人	47組104人
H24	260,012件	1,259人	503人	121組225人	64組111人
H25	430,080件	1,817人	690人	270組468人	91組168人
H26	429,236件	3,458人	1,398人	403組652人	166組294人
H27	525,243件	3,943人	1,112人	518組864人	230組411人

［Step１：高知を知って・好きになってもらう］

○高知家プロモーションと連動した移住のＰＲにより、高知ファンの増加や高知の認知度向上が図られる

▶高知家の認知度　平成25年度：22%　→　平成27年度：36%

［Step２：移住に関心を持ってもらう］

○移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」の機能強化や「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供、アクティブな情報発信等を実施。高知ファンや移住関心層の掘り起こしにつながる

▶「高知家で暮らす。」のアクセス数　平成24年度：260,012件　→　平成27年度：525,243件

［Step３：移住に向けた主体的な行動に移ってもらう］

○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応のほか、移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施、人財誘致の取り組みなど、関心から行動へと促すための情報や機会を提供。これにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「高知で暮らし隊」会員登録につなげることができた

▶移住・交流コンシェルジュ　　平成25年度：6名　→　平成27年度：10名

東京相談窓口の開設　まるごと高知（平成26年度～）、ふるさと回帰支援センター（平成27年度～）

大阪出張相談の開始（平成26年度～）

▶移住体験ツアー、都市部等での移住相談会　平成24年度：28回　→　平成27年度：38回

▶県と協定を締結した民間人材ビジネス事業者と連携した人財誘致の取り組みの開始（平成26年度～）

［Step４：移住について真剣に考えてもらう］

○移住・交流コンシェルジュ、市町村の移住専門相談員・地域移住サポーターが綿密に連携し、移住希望者に寄り添いながら、不安解消に向けたサポートやきめ細かな情報提供等を実施

○移住促進策と各産業分野の担い手確保策との連携や市町村の受け入れ体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者が大幅に増加

▶官民協働による具体的な移住促進策の協議を行う「高知県移住推進協議会」を平成 25 年度に設立

▶移住専門相談員　平成 24 年度：10 市町村 → 平成 27 年度：26 市町村 37 人

▶移住促進策と各産業分野の担い手確保対策との連携

農業分野：農業担い手育成センター、就農コンシェルジュ

林業分野：林業学校、小規模林業推進協議会、林業労働力確保支援センター

水産業分野：漁業就業アドバイザー　　商工業分野：事業承継・人材確保センター　　等

▶お試し滞在住宅や移住者支援施設等の整備　平成 23 年度：11 市町村 → 平成 27 年度：21 市町村

▶市町村による空き家の中間保有の促進等（平成 26 年度～）

［Step５：高知に安心して住み続けてもらう］

○移住専門相談員や地域移住サポーターによるきめ細かなフォローアップや、移住者交流会の開催による移住者間のネットワークづくりなど、地域になじんでもらい、住み続けていただくための地域の受け入れ体制を充実

▶地域移住サポーター（県から委嘱）　平成 27 年度：16 市町村 77 人

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆　全国的な地方創生の動きの中で、他県との競争がより厳しくなることが想定。また、地域における後継者や中核人材確保の要請も高まってきており、移住促進の取り組みの更なるパワーアップが必要

□　移住希望者への情報発信や、地域の受け入れ体制などをさらにレベルアップする

・リーチ（届く範囲）を広げる

高知ファンにとどまらず移住関心層への情報発信の大幅拡大

・アクティブに働きかける

事業承継・人材確保センターを中心とした人財誘致、各分野の担い手確保策との連携（都市部人材と地域をつなぐ仕掛けとなるツアーの実施等）、起業家の誘致

・ゲートウェイ（受け皿）を広げる

高知版 CCRC の展開など、移住について真剣に考えてもらう仕掛けの強化

▽

《第３期計画における４年後の目標》

○県外からの年間移住者：1,000 組以上

■ 産業人材の育成・確保

各産業を支える人材の育成・確保が図られ、地産外商が一層活発に。「事業承継・人材確保センター」や「産学官民連携センター」が開設し、地産、外商、拡大再生産を後押しする仕組みが整う

［第一次産業の担い手確保］【再掲】

＜農業＞

○新規就農の総合窓口となる就農コンシェルジュを配置し、研修から就農までを一貫サポートする仕組みを構築。また、平成 26 年度に農業担い手育成センターを開設し、研修や先進技術の普及体制を強化。これらの取り組みにより新規就農者が増加

▶新規就農者数：平成 23 年：234 人→平成 27 年：269 人（平成 24～27 年の累計：1,014 人）

○産地が求める人材を募集する産地提案型の担い手確保対策を推進

▶産地提案書策定数：25 市町村 31 提案（平成 27 年度末時点）

＜林業＞

○林業労働力確保支援センターと連携して林業就業者の確保対策を推進

▶林業就業者数は、他産業への流出の影響等により減少　平成 23 年度：1,661 人 → 平成 26 年度：1,602 人

○平成 27 年度に林業学校を開設し、即戦力となる人材を育成する基礎課程がスタート。さらに平成 30 年４月には高度で専門的な人材を育成する専攻課程がスタート予定

▶林業学校基礎課程の修了者　平成 27 年度：14 名

○「小規模林業推進協議会」を設立し、小規模林業の実践者を組織化。政策パッケージによる一体的支援により小規模林業を推進

▶小規模林業推進協議会構成員（平成 27 年度末）：304 名

＜水産業＞

○漁業就業セミナーの実施や短期・長期研修制度の拡充、受入態勢の強化などにより、新規漁業就業者が増加

▶新規漁業就業者数：平成 22 年：39 人→平成 27 年：47 人（平成 24～27 年の累計：160 人）

［産業人材の育成・担い手の確保］

○本県の産業人材の育成の核となる取り組みとして、平成 24 年度から「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐 MBA）」をスタート。学びを生かして地産外商に挑戦し、成果を上げる事業者が増加

▶科目数、受講者数　平成 24 年度：25 科目、延べ 1,672 人 → 平成 27 年度：35 科目、延べ 1,718 人

○観光やものづくり、6 次産業化等、各分野の担い手を育成

▶セミナー等の開催による人材育成（主なもの）

土佐の観光創生塾：60 名（平成 27 年度）、広域観光みらい会議：164 名（平成 27 年度）

農業創造セミナー（実践コース）：56 グループ参加（平成 22～27 年度累計）

ものづくり技術研修：2,635 人（平成 22～27 年度累計）

○県内全ての高等教育機関の協力のもと、「知の拠点」「交流の拠点」「人材育成の拠点」という３つの拠点機能を持つ産学官民連携センター（ココプラ）を開設し、平成 27 年 4 月から取り組みをスタート

▶大学等のシーズ・研究内容紹介：全 26 回、609 人参加（以下、平成 27 年度実績）

▶経営者トーク：全 10 回、249 人参加　　**▶高知家フューチャーセミナー：全 4 回、285 人参加**

▶アイデアソン：全 2 回、60 人参加　　**▶連続講座：4 コース、全 22 回、143 人参加**

○平成 27 年度に事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継や新たな事業展開に必要な中核人材の確保に係る支援体制を構築（高知 14 名、東京 2 名）【再掲】

▶相談件数（うちマッチング件数）事業承継：107 件（4 件）、人材確保：137 件（11 件）（平成 28 年 3 月末現在）

○新規高卒者の県内企業への就職を促進。県外大学との就職支援協定等により県出身県外大学生の県内就職を促進【再掲】

▶高校生の県内就職割合　平成 23 年度：58.7% → 平成 27 年度：63.9%

▶県出身県外大学生のＵターン就職率　平成 23 年度：14.0% → 平成 26 年度：15.9%

《見えてきた課題（◆）と、さらなる挑戦（□）》

◆　依然として、各産業の担い手が不足しており、担い手確保対策と移住促進策との更なるリンケージの強化が必要

□　移住施策とも連携した県内外での担い手確保と将来を担う人材の育成に取り組む

＜移住・人財誘致の促進＞

・リーチ（届く範囲）を広げる【再掲】
　高知ファンにとどまらず移住関心層への情報発信の大幅拡大

・アクティブに働きかける【再掲】
　事業承継・人材確保センターを中心とした人財誘致、各分野の担い手確保策との連携（都市部人材と地域をつなぐ仕掛けとなるツアーの実施等）、起業家の誘致

・ゲートウェイ（受け皿）を広げる【再掲】
　高知版 CCRC の展開など、移住について真剣に考えてもらう仕掛けの強化

＜Ｕ・Ｉターン等の促進＞

・学生に確実に情報が届く仕組みの構築（保護者等に対する県内企業情報等の提供、奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保等）

＜第一次産業分野での担い手確保対策＞

・林業学校の充実強化、法人等の参入による中核的な漁業者の育成等

＜本県の産業を担う人材の育成＞

・起業関連やアプリ開発等の講座の新設や県中央部以外での学びの機会の強化等、土佐まるごとビジネスアカデミーをさらに充実

・地域主体の人材育成の取り組みを支援

4　地域アクションプランの総括

地域アクションプランについては、県内７つのブロックに置く産業振興推進地域本部を中心に、ソフト、ハードの施策を組み合わせてきめ細かなサポートを行うとともに、ＰＤＣＡサイクルによる点検・検証・改善を通して、取り組みの充実を図ってきました。

＜地域アクションプランへの主な支援（第２期計画期間中）＞

○産業振興推進総合支援事業費補助金：77 件、県補助額 1,199,322 千円

○観光拠点整備等補助金等：143 件、県補助額 941,012 千円

○産業振興アドバイザー（専門家の派遣）：163 件、延べ 499 回

その結果、葉にんにくやシラスなど地域資源を活用した新たな農水産加工品が数多く誕生し、さらに、県内各地に地域産品の販売拠点となる直販施設が次々とオープンしたことで、地域の加工品づくりが活発になってきました。

また、土佐備長炭や土佐あかうし、きびなごやカツオ等の水産加工の取り組みでは、需要の増大や衛生管理の高度化に対応して生産体制が強化され、外商がさらに加速するという、拡大再生産に向けた良い流れが生まれてきましたし、ユズの青果や地域資源を活用した冷菓などでは海外への輸出の取り組みが定着・拡大しています。

観光分野では、室戸ジオパークセンターやよさこい情報交流館など、地域の核となる新たな観光拠点施設の整備が進んだほか、地域地域で観光資源の磨き上げや観光人材の育成が図られたこと等により、旅行商品の造成が進展し、400 万人観光の定着に貢献しました。

こうしたことから、全体としては、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商の挑戦により順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっています。また、地域アクションプランの取り組みが、地域における新たな経済活動の基盤として重要な役割を果たすようになってきたところも一部に見られるようになってきました。

しかしながら、一部に取り組みの遅れているものや、課題のあるものも見られており、引き続き、実行支援チームによるサポートの強化等、さらなる対策が必要です。

▽　地域アクションプランへの位置付けによる新たな挑戦が増加

・第２期計画期間中の追加 48 件

＜地域アクションプランの項目数（単位：件）＞

年度／地域	安芸	物部川	高知市	嶺北	仁淀川	高幡	幡多	計
H24 当初	28	23	30	27	38	33	41	220
H27 最終	34	26	32	28	40	48	48	256

（プランの動きについては分割・統合・削除があるため、全体の増減数と追加数は一致しません）

・第３期計画当初の新規 28 件

▽　地域アクションプランによる雇用の創出：522 人（第 2 期計画期間中）
［参考：第 1 期計画期間中の雇用創出数　623 人］

▽　平成 21～25 年度に産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した地域アクションプラン関連事業（売上高により補助事業の効果を図ることが適当と判断される事業に限る）の売上増加額（※）

（※各事業における補助金の活用前と当該年度の売上の伸びの合計）

・平成 24 年度　約 20.96 億円［65 事業　95 件］
・平成 25 年度　約 29.66 億円［73 事業 107 件］
・平成 26 年度　約 36.48 億円［87 事業 126 件］

［主な成果等］

○地域資源を活用した新たな農水産加工品が誕生

葉にんにくのたれ、アレルゲン対応グルメ缶詰、栗加工品、シラス加工品、米焼酎、トレフルッタ加工品、カンパチ加工品、四万十ポーク加工品　等

○地域産品の販売拠点となる直販施設が次々とオープンし、地域の加工品づくりが活発化

東洋町海の駅、キラメッセ室戸「楽市」、ＪＡ長岡「なの市」、津野町満天の星、村の駅ひだか、ＪＡ四万十みどり市、なぶら土佐佐賀、ＪＡ土佐くろしお「土佐くろしお村村営とさっ子広場」　等

○需要の増大や衛生管理の高度化に対応して生産体制が強化され、外商がさらに加速

土佐備長炭、土佐あかうし、きびなご加工品、カツオ・ブリの加工品、洋ラン、宗田節加工品　等
⇒土佐備長炭は生産量全国一に

○海外への新たな挑戦が定着・拡大

《ユズ》フランス等ヨーロッパ諸国に 4 年連続で青果を輸出　約 3ｔ（H24）→約 4ｔ（H27）
《地域産品を使用した冷菓》海外市場での売上が増加　5,554 千円（H22）→36,915 千円（H27）
《洋ラン》海外輸出に向け営業活動を展開
《仁淀川流域木材》県産材住宅の部材 1 棟分を韓国に初輸出（H26）

○新たな観光拠点施設の整備や地域地域の観光資源の磨き上げ、観光人材の育成、旅行商品の造成などが進展。また、地域博覧会などを通じて、広域観光組織の機能強化も進む。

・観光拠点施設の整備（室戸ジオパークセンター、よさこい情報交流館、海洋堂ホビー館等）
・地域博覧会の開催（H25 はた博、H27 東部博）
⇒体験プログラムの数：幡多地域 63（H25 はた博）、東部地域 64（H27 東部博）

［各地域の主な取り組みと成果］

安芸地域	ユズの青果輸出におけるヨーロッパとの取引の定着化や、シラス加工施設の整備、土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化により、販売額の増加や新たな雇用の創出が図られた。その他、地域博覧会開催を契機として、室戸ジオパーク等の観光拠点施設の整備や観光商品づくりが進み、東部地域の観光資源の魅力向上が図られた。
物部川地域	農業分野では、直販所「なの市」「やすらぎ市」の整備により、新たな雇用の創出が図られた。また、シイラの販路開拓や、「シャモ鍋セット」などの特産品開発も進んだ。その他、観光面では「高知中央広域観光協議会」が設立され、交流人口の拡大に向け圏域一体となった観光客の誘致活動を展開した。

高知市地域	農産品加工施設の機能強化や、民間事業者と連携したトマトや乳製品の開発など、農産加工による付加価値向上が図られた。また、県産竹材を用いた製品では材料の安定出荷体制を構築した。その他、観光分野では、近隣地域等との連携により滞在型・体験型観光を推進し、観光商品づくりが進んだ。
嶺北地域	れいほくブランドの園芸産地を維持するための研修の充実や土佐あかうしの生産基地の整備、大型製材工場の稼働などにより、新規就農者や新たな雇用の創出が図られた。また、大阪圏都市部の行政、民間団体や県外の大学等と連携し、地域資源の掘り起こしや新たな商品開発、販促活動の充実に取り組み、人的・物的交流が拡大した。
仁淀川地域	仁淀川など観光資源を活かした観光客の誘致が進み、カヌー・ラフティング、屋形船等の新たな体験型観光メニューの利用者が増加。その他、地域産品の販売拠点となるドラゴン広場や村の駅ひだかの整備、地域資源を活用したアイスクリームやカット野菜、一本釣りうるめいわし等の販売促進により、生産者の所得向上や新たな雇用の創出が図られた。
高幡地域	津野町アンテナショップは好調な販売により新たな雇用を創出、四万十町の滞在型市民農園も高い稼働率を継続し移住者の増加に繋がっている。観光分野では「2016 奥四万十博」に向け、5 市町村による協議会設立や商工団体・住民の参画により受入準備が進んでいる。その他、四万十の栗や葉にんにく等、地域の素材を活用した加工品づくりなど、新たな取り組みも生まれた。
幡多地域	農林水産加工の販路拡大が進み、事業拡大に着手する取り組みも増えた。商談会への積極的な参加や生産体制の強化により、水産加工品や宗田節、ユズ、備長炭、黒潮町の缶詰などでは、売上の増加や新たな雇用の創出が図られた。その他、観光分野では、「はた博」「はた旅」の誘客促進の取り組みにより、認知度が向上し、観光施設等への入り込みや一般旅行者数が増加した。

《見えてきた課題(◆)と、さらなる挑戦(□)》

◆地域の雇用を数多く生み出す基幹産業となるためにはより大きな展開が必要
⇒□産業振興推進地域本部を中心とするきめ細かなサポートにより、外商や拡大再生産に向けた挑戦を後押しする

◆取り組みが遅れているものや課題がある案件への支援の強化が必要
⇒□うまくいかなかった要因を分析し、必要な手立てを講じる

◆地域を元気にするためには地域アクションプランの取り組みをさらに広げていくことが必要であるが、地域によっては担い手がいない、または偏在している
⇒□地域が主体の担い手育成を支援することにより、地域の産業を牽引する意欲ある実践者を育成し、新たな取り組みへの挑戦をサポートする

◆地域に若者が残るためには、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を数多く創出することが必要
⇒□地域アクションプランの取り組みを土台とした地域産業クラスターの形成に全力で取り組む

【参考資料：各施策、地域アクションプランで設定した数値目標の達成状況】

第２期計画の取り組み一つひとつについても、具体的な取り組みや成果、目標に対する実績などを確認し、総括をしました。また、この総括の中では、「達成状況を客観的に評価できる目標」については、次の４段階評価を実施しています。

「数値目標等に対する客観的評価」の方法
・達成状況を客観的に評価できる目標について、以下により４段階評価を実施
（客観的に評価できない定性的な目標については、「－」としている）

区分	評価基準	
A＋	第２期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できたもの、または状況を改善できたもの	・数値目標を達成したもの →　数値目標の達成率（または達成見込率）が100％以上 ・数値目標ではないが客観的評価ができる目標を達成した（または達成する見込みがある）もの
A		・数値目標をほぼ達成したもの →　数値目標の達成率（または達成見込率）が60％以上100％未満
A－		・数値目標の達成に向けて十分な進展が見られなかったもの →　数値目標の達成率（または達成見込率）が60％未満
B	第２期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できなかったもの、または状況を改善できなかったもの	

（※）４段階評価は、一つひとつの取り組みの進展を確認し、その改善を図っていくために実施するものですが、産業振興計画の目指すところは、地産外商を進め、産業全体の底上げを図ることで、「地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」を創っていくことにあり、この実現に向けて、計画全体として、どういう成果が上がったかがむしろ重要と考えています。

したがって、計画全体の総括及び各分野の総括とあわせて見ていくことが必要となります。

《産業成長戦略》

分野別	評価計	A＋	A	A－	B	－
農業分野	79	47	9	9	14	17
林業分野	19	7	6	3	3	13
水産業分野	31	18	4	7	2	49
商工業分野	40	20	9	7	4	22
観光分野	14	9	2	1	2	24
連携テーマ	59	30	12	7	10	32
合計	242	131	42	34	35	157

《地域アクションプラン》

分野別	評価計	A＋	A	A－	B	－
安芸地域	49	15	4	15	15	10
物部川地域	48	26	6	5	11	1
高知市地域	36	9	4	7	16	5
嶺北地域	39	15	4	14	6	0
仁淀川地域	62	18	9	13	22	4
高幡地域	68	21	10	17	20	6
幡多地域	74	23	7	29	15	1
合計	376	127	44	100	105	27

Ⅴ　第３期計画の改定

１　第１次改定（平成２９年３月）の詳細

これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、地産外商が大きく進み、生産年齢人口が減少する中でも各産業分野の産出額等が上昇傾向に転じてきました。人口が減少する中にあっても、本県経済は縮むことなく、むしろ拡大する方向に転じつつあると考えられます。

この流れをさらに力強いものとするため、第3期計画では、「拡大再生産」の好循環を創出していくことを大いに意識しながら、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を地域地域に数多く創り出していくことを目指し、スピード感を持って取り組みを進めてきました。

こうした中、平成 28 年は年間を通して有効求人倍率が1倍を超えるなど、経済活性化に向けての手応えも感じられるようになってきました。

しかしながら、正社員の有効求人倍率は過去最高とはいえ 0.68 倍（平成 28 年 12 月）と依然として低く、また、雇用情勢の改善などによる失業率の低下に伴い各産業分野における人手不足がさらに深刻になってきています。

このため、これまでの取り組みの土台の上に立って「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをもう一段パワーアップさせ、第3期計画をバージョン2へと改定しました。

○持続的な「拡大再生産」の好循環の創出を目指し、「地産」「外商」「拡大再生産」の取り組みをさらにパワーアップ！

【改定のポイント】

１）海外への輸出の本格化
２）435 万人観光の早期達成と定常化に向けた取組強化
３）第一次産業における飛躍的な生産拡大
４）1,000 億円産業に向けた食品加工のレベルアップ
５）生産性・付加価値の向上と事業戦略の策定によるさらなる地産の強化
６）移住者年間 1,000 組の実現と定常化に向け、移住施策と担い手確保策との連携をさらに強化
７）地域産業クラスタープロジェクトの具体化による雇用創出
８）起業や新事業展開のさらなる促進

以下、8つの改定のポイントについてそれぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

海外への輸出の本格化

（改定の背景）

○ 地産外商公社によるサポート等を通じた外商の成約件数は、平成 21 年度の 178 件から平成 27 年度には 6,555 件と約 37 倍に増加するなど、国内での外商は飛躍的に拡大しています。

○ 海外での外商についても、食料品の輸出額は、平成 21 年の 5 千百万円から平成 27 年の 4 億 3 千 9 百万円と 8.6 倍に増加するとともに、ユズや土佐酒の輸出拡大に加え、新たに防災関連製品や水産物、木材などの輸出もスタートしました。これまでの取り組みの結果に一定の手応えを感じており、さらに大きく伸ばすことが可能と考えています。

（強化の方向性）

○ 全国展開など、これまでの積極的な国内の外商活動に加えて、輸出を本格化させるため輸出拡大に向けた体制をさらに強化し、国・地域、品目に応じた輸出戦略を展開します。

【さらなる強化策（主なもの）】

①輸出拡大に向けた体制強化

- 貿易推進統括アドバイザーの配置等により戦略的に輸出を促進
- 台湾活動支援拠点の強化

②ユズ、土佐酒、水産物、農産物、木材、防災関連製品等の輸出拡大に向けた取組の強化

- 「KOCHI YUZU」の商標権を生かしたユズの輸出拡大
- CLT輸出への挑戦
- 防災関連製品・技術の台湾や東南アジアでの展開の本格化
- インフラ技術等の ODA（政府開発援助）案件化の推進

改定のポイント2

435 万人観光の早期達成と定常化に向けた取組強化

（改定の背景）

○ これまでの官民を挙げた取組により、県外観光客入込数は平成 25 年から4年連続で 400 万人を超えており 400 万人観光が定着してきています。

○ 近年、外国クルーズ客船の高知新港への寄港が大幅に増加するなど、外国人観光客が増加しています。

○ 大政奉還 150 年(平成 29 年)、明治維新 150 年(平成 30 年)は、本県の魅力である歴史や自然、食をアピールする絶好の機会であり、官民を挙げて、観光地としてのポテンシャルをさらに高める取組を進めてきました。

(強化の方向性)

○ 435 万人観光の早期達成と定常化に向け、「志国高知 幕末維新博」の開催や地域の核となる観光拠点の形成を通じて持続的な観光振興の基盤をつくり上げるとともに、国際観光の取組をさらに加速させます。

【さらなる強化策(主なもの)】

①戦略的な観光地づくり

・幕末維新博を通じた歴史資源の磨き上げ(リアル化)と観光クラスターの形成

・地域の核となる観光拠点の形成

(自然を生かしたアウトドア拠点・スポーツ拠点の整備、龍河洞等の再活性化)

②国際観光のさらなる推進

・国・地域に応じた戦略的・重点的なプロモーション・セールス活動の展開

・外国人観光客向け県内 Free Wi-Fi の統一化

・2020 年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的展開

改定のポイント3

第一次産業における飛躍的な生産拡大

(改定の背景)

○ 担い手の減少に連動する形で減少傾向にあった本県の第一次産業の生産額は、増加に転じています。

農　業（農業産出額）　H22：930 億円 → H27：1,011 億円

林　業（木材・木製品製造業出荷額等）H22：150 億円 → H26：204 億円

水産業（沿岸漁業生産額）H21：348 億円 → H26：421 億円

○ この流れをさらに力強いものとしていくためには、さらなる生産性や付加価値の向上を図るとともに、需要の拡大を図っていくことが必要です。

（強化の方向性）

○ 飛躍的な生産拡大を実現するため、新技術の導入等により、それぞれの地産の取り組みを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

［農業］

○「次世代型こうち新施設園芸システム」のさらなる普及

○「中山間農業複合経営拠点」のさらなる整備推進

○園芸連の中規模流通・小規模流通の強化

［林業］

○原木増産に向けた森林組合の生産工程改善や高性能林業機械等の導入支援

○製材所の加工力強化に向けた人材育成と設備整備の支援

○CLT建築の需要拡大に向けた取組の強化

○新たな木質建材の開発・普及への支援

［水産業］

○クロマグロ人工種苗生産の事業化等、養殖業のさらなる振興

○輸出等にも対応できる水産加工施設の立地促進

○新規漁業者等の設備投資や沿岸の雇用型漁業への新規参入等の支援

改定のポイント4

1,000 億円産業に向けた食品加工のレベルアップ

（改定の背景）

○ 地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額も飛

躍的に拡大しました。これに伴い、食料品製造業出荷額等も増加に転じてきました。（食料品製造業出荷額等　H21:862 億円　→　H26:892 億円（＋30 億円））

○　さらなる飛躍のためには生産管理や加工技術の一層の高度化などにより、食品産業全体のさらなるレベルアップを図っていくことが必要です。

（強化の方向性）

○　飛躍的な生産拡大を実現するため、新技術の導入等により、それぞれの地産の取り組みを強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○食品加工高度化支援拠点の整備

・工業技術センターの機能強化

・食品事業者を核とした産学官のプラットホームづくり

・商品開発や生産管理の高度化等に向けたアクティブな働きかけと一貫サポートの強化

○地域商社の外商活動への支援（外商公社のノウハウ等の提供、商談会等の開催支援）

改定のポイント5

生産性・付加価値の向上と事業戦略の策定によるさらなる地産の強化

（改定の背景）

○　本県の生産年齢人口は減少を続けていますが、産業振興計画の取組などにより各分野の産出額等はむしろ拡大する傾向にあり、人口減少下でも縮まない経済に転換しつつあります。

○　引き続き、人口減少下にあっても各分野の成長を維持・拡大させるためには、「担い手の確保」の取組に加えて、各産業分野において、さらなる生産性や付加価値の向上に取り組むとともに、事業者の事業戦略の策定を進めていくことが必要です。

（強化の方向性）

○　地域の事業者の経営計画や製材事業体の事業戦略など、各産業分野の事業戦略づくりを一貫して支援します。これを基礎として、新技術の導入促進や高知版 IoT の推進により生産性の飛躍的な向上と付加価値の向上を図るとともに、事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策を推進します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○各産業分野の事業者の成長の礎となる事業戦略の策定支援の強化

・商工会等による経営計画の策定支援

・製材事業体の事業戦略の策定支援

・土佐MBAの経営戦略コースの充実　等

○各産業分野における新技術の導入促進

○高知版IoTの推進

・実証プロジェクトの推進

・システム・サービスの試作開発への支援

・IoT 分野の人材育成

○事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策の推進

・新規高卒者の離職防止・従業員の定着対策

・職種間のミスマッチの解消

改定のポイント6

移住者年間 1,000 組の実現と定常化に向け、移住施策と担い手確保策との連携をさらに強化

（改定の背景）

○これまでの取組により、移住者数は着実に増加してきました。

平成 27 年度：移住者数 518 組 （平成 23 年度と比較して約 4 倍に増加）

○他方、生産年齢人口が継続的に減少していることに加えて、地産外商が進んだが故に、例えば、新しいことにチャレンジしようとしても人材がいない、新しい農業を展開しようとしても後継者がいないといったような状況が一層深刻になってきています。

○人口減少下においても、本県経済を縮ませず、むしろ拡大の方向にもっていくためには、「引退等により生じるポスト」や「事業創出による新たなポスト」をいかに若い人につなげていけるかがポイントとなります。

（強化の方向性）

○ 移住者年間 1,000 組の実現と定常化に向けて、各産業分野の人材ニーズを顕在化、集約化させ、都市部人材とマッチングしていく仕組みをさらに強化するとともに、各産業分野の担い手確

保策を一層強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○様々な人材ニーズの顕在化・集約化と都市部人材とのマッチング強化

・移住促進と密接に関連する「U・Iターン就職」「中核人材確保」の業務を一体的に展開

・各産業分野の担い手確保策をさらに強化

［農　業］労働力を確保する仕組みの構築

［林　業］都市部でのフォレストスクールの開催

［水産業］漁村での幅広いライフスタイルの提案

［商工業］事業承継・人材確保センターによる人材ニーズの掘り起こし、コンテンツ人材の確保対策の強化（首都圏の人材・企業とのネットワークの構築等）

○移住のハードルを下げる仕掛けづくり（「二段階移住」の促進、「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の取組の推進）と住宅確保対策の強化

改定のポイント7

地域産業クラスタープロジェクトの具体化による雇用創出

（改定の背景）

○ 第3期の産業振興計画では、拡大再生産策として、第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスターを地域地域に生み出していく取組をスタートしました。

○ 28年度は18のクラスタープロジェクト（年度途中に2件追加）を立ち上げ、官民協働でクラスタープランの作成などを進めていますが、まだまだ緒についたばかりの状況です。

（強化の方向性）

○　クラスタープロジェクトの具体化支援や、遊漁・体験漁業の振興や商店街等の戦略づくりの支援等の産業集積の幅を広げる取組の強化などにより、地域産業クラスターの形成を本格化させます。

【さらなる強化策（主なもの）】

○クラスタープロジェクトの具体化支援

○産業集積の幅を広げる取組の強化

・遊漁・体験漁業の振興

・商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化

○地域商社の外商活動への支援【再掲】

改定のポイント8

起業や新事業展開のさらなる促進

（改定の背景）

○継続的に新たな挑戦が行われる環境を整備するため、第3期の産業振興計画では、拡大再生産策として、起業や新たな事業展開を促進する取組をスタートしました。

○28 年度に抜本強化した取組（総合相談窓口の設置、土佐まるごとアカデミーをベースとした起業化プロセスの構築、「こうち起業サロン」など）をさらに強化していくことが必要です。

（強化の方向性）

○ 起業コンシェルジュを配置し、「こうち起業サロン」の常設化とプログラムのさらなる充実を図るとともに、「ココプラ」と「こうち起業サロン」が一体となって起業等へのサポートを行います。あわせて、コンテンツ産業や創業及び拡大再生産に向けた設備投資への支援を強化します。

【さらなる強化策（主なもの）】

○「ココプラ」と「こうち起業サロン」とが一体となった起業等へのサポートの強化

○コンテンツ産業への支援強化

○設備投資の促進

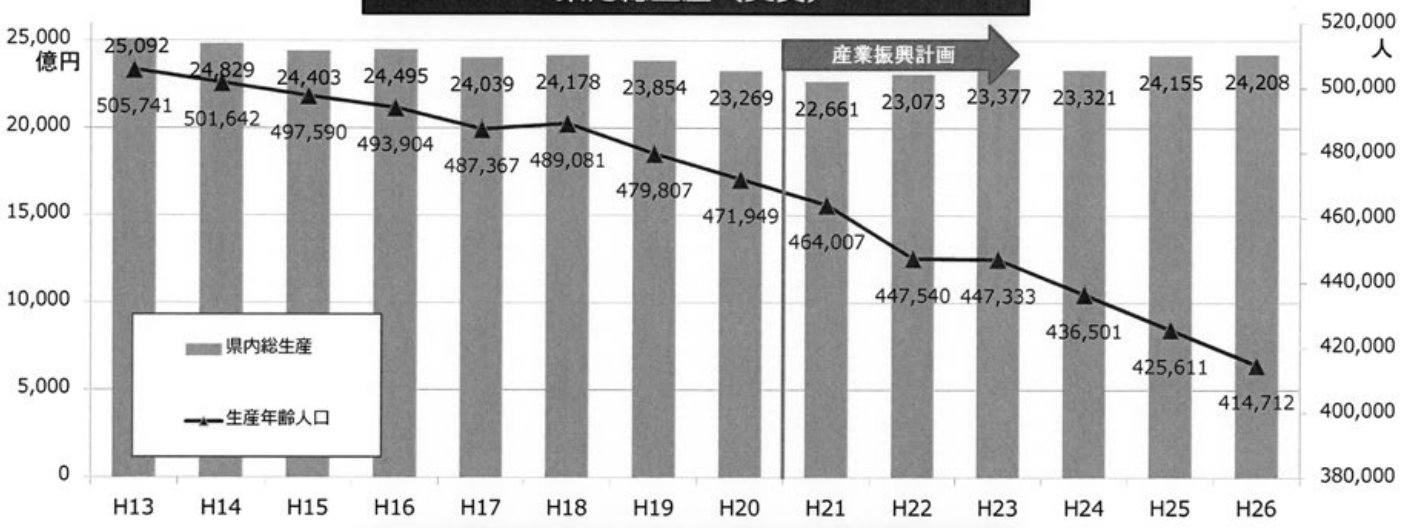
○各産業分野の事業者の成長の礎となる事業戦略の策定支援の強化【再掲】

○商工会等との連携による中山間地域の商業の活性化【再掲】

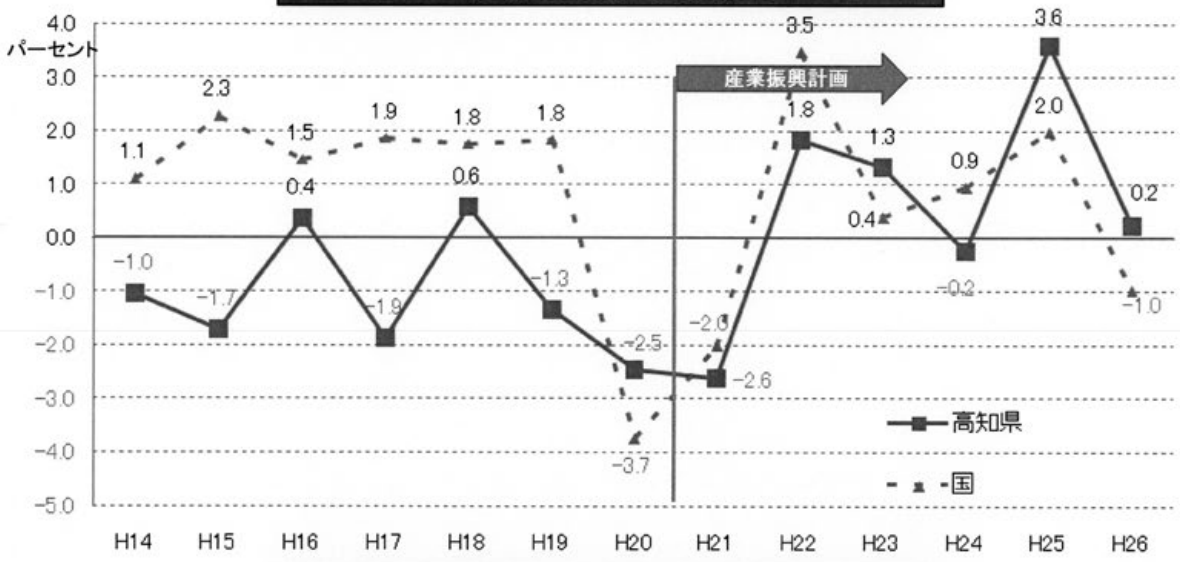
Ⅵ　高知県経済等の動向（平成30年３月現在）

県内総生産（実質）

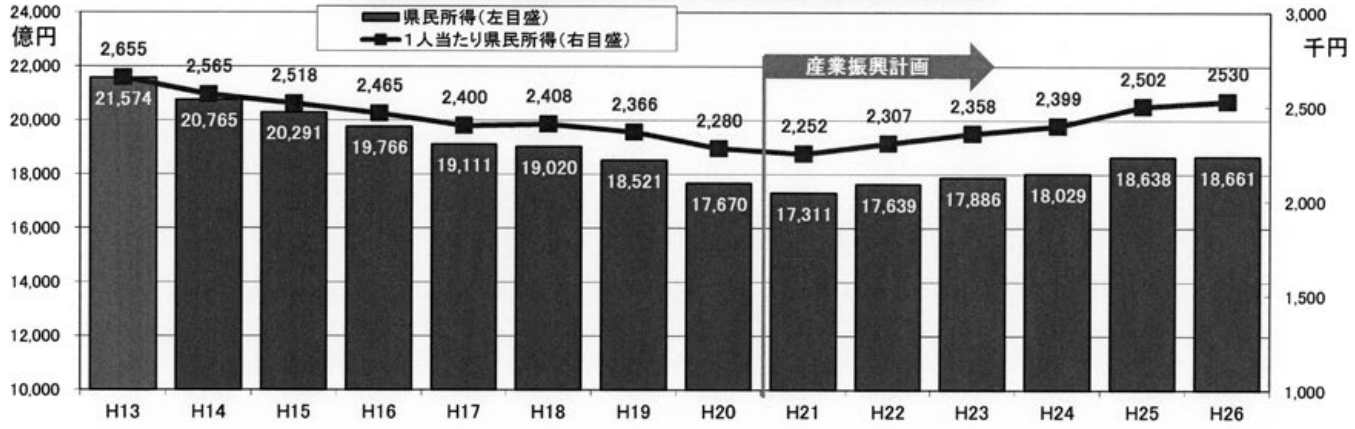
出典：県民経済計算（県統計課）



経済成長率（実質）



県民所得



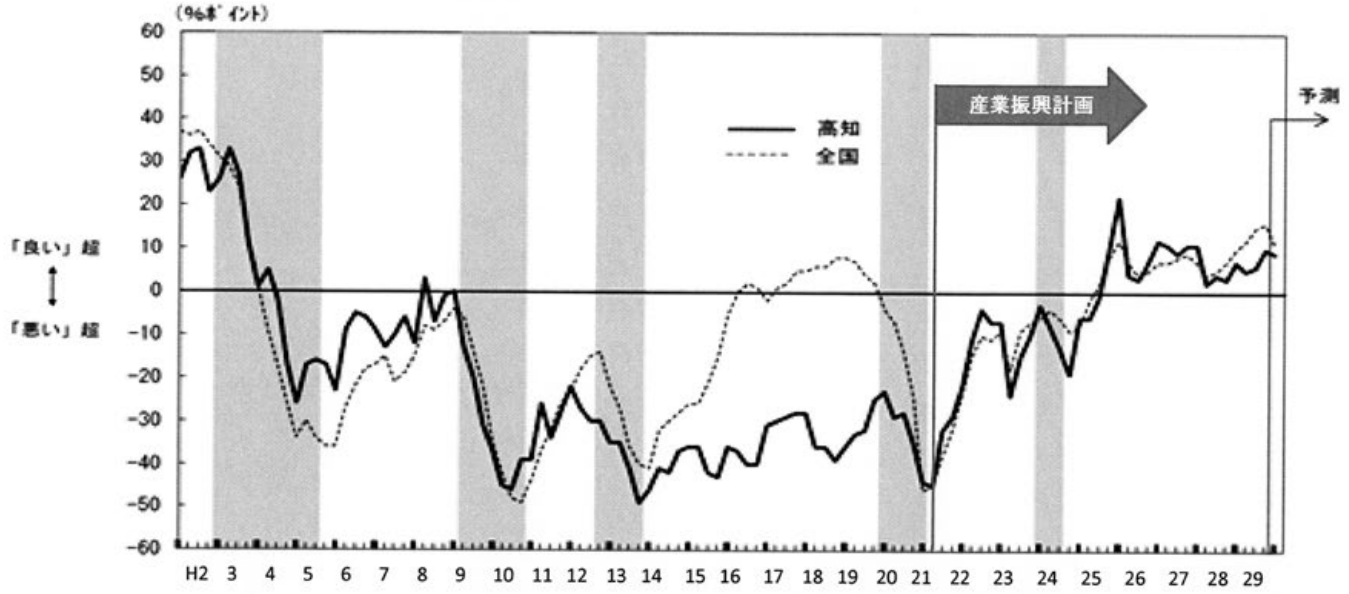
・平成29年４月公表の平成26年度県内総生産は、生産年齢人口が減少を続ける中にあっても、実質では２兆４，２０８億円と前年度比０．２%増（２５年度同３．６%増）と２年連続のプラスとなった。（名目では２兆３，４９５億円と前年度比１．９%増（２５年度同３．３%増）で２年連続のプラス）。

・平成26年度の県民所得、一人当たり県民所得いずれも平成21年以降、増加傾向にある。

※名目値とは、実際に市場で取り引きされている価格に基づいて推計された値。実質値とは、ある年（参照年）からの物価の上昇・下落分を取り除いた値。

▽業況判断D．Ｉ．

▽ 業況判断 D.I.の推移（全産業）



出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」（2017年12月・高知県分）

《全国》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H29.9月）と比べて1ポイント改善した。
・製造業では平成29年9月調査の15から19へと4ポイントの改善、非製造業では現状対比横ばいの動きとなった。（前回14）
《本県》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H29.9月）と比べて4ポイント改善した。
（製造業では平成29年9月調査15から22へと7ポイントの改善、非製造業では3から6へと3ポイントの改善となっている。
・先行き(平成30年3月までの見通し）については、現状対比概ね横ばいを見込んでいる(全産業：今回10→先行き 9)。

▽設備投資計画

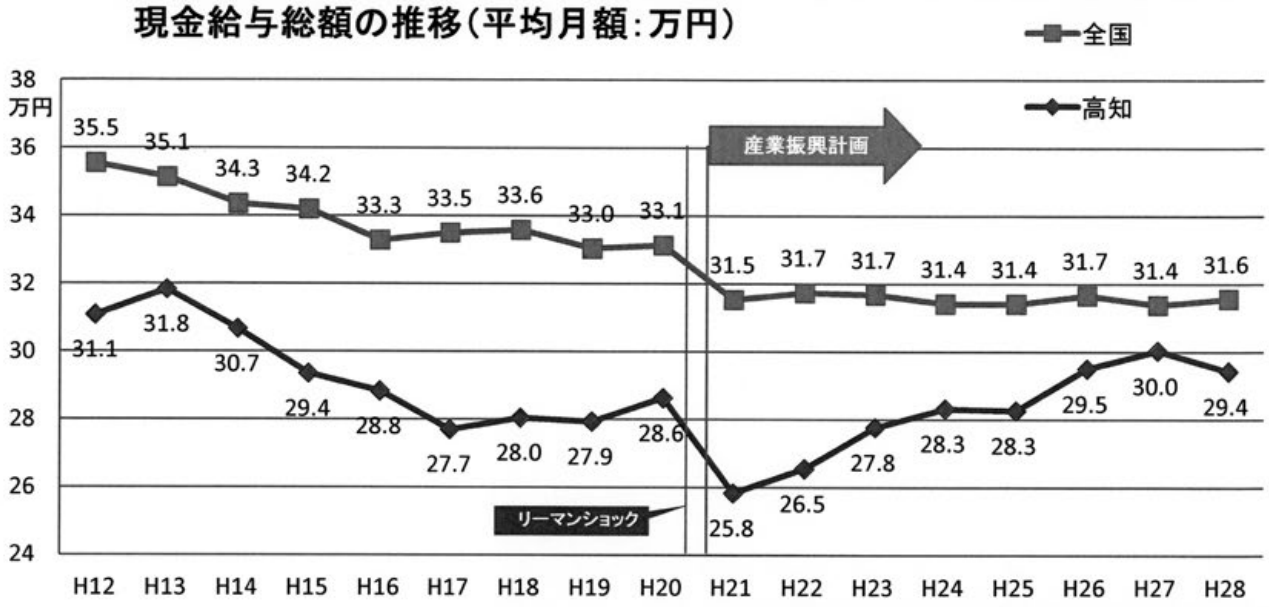
前年度比　単位:%

	実績							2017年度
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	年度計画
全産業	0.4	61.8	8.1	▲ 39.1	36.7	34.6	▲ 24.9	11.3
製造業	19.6	81.1	▲ 27.4	▲ 33.5	68.1	2.1倍	▲ 32.4	0.6
非製造業	▲ 17.3	36.2	70.7	▲ 43.3	20.0	▲18.4	▲ 10.6	25.3

出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」（2017年12月・高知県分）ほか

《日本銀行調査》
・2016年度の設備投資額は、前年度を２割強下回る実績となった。
（全産業：マイナス24.9%、製造業：マイナス32.4%、非製造業：マイナス10.6%）
・2017年度の設備投資額は、前年度を１割上回る計画となっている。
（全産業：プラス11.3%、製造業：プラス0.6%、非製造業：プラス25.3%）

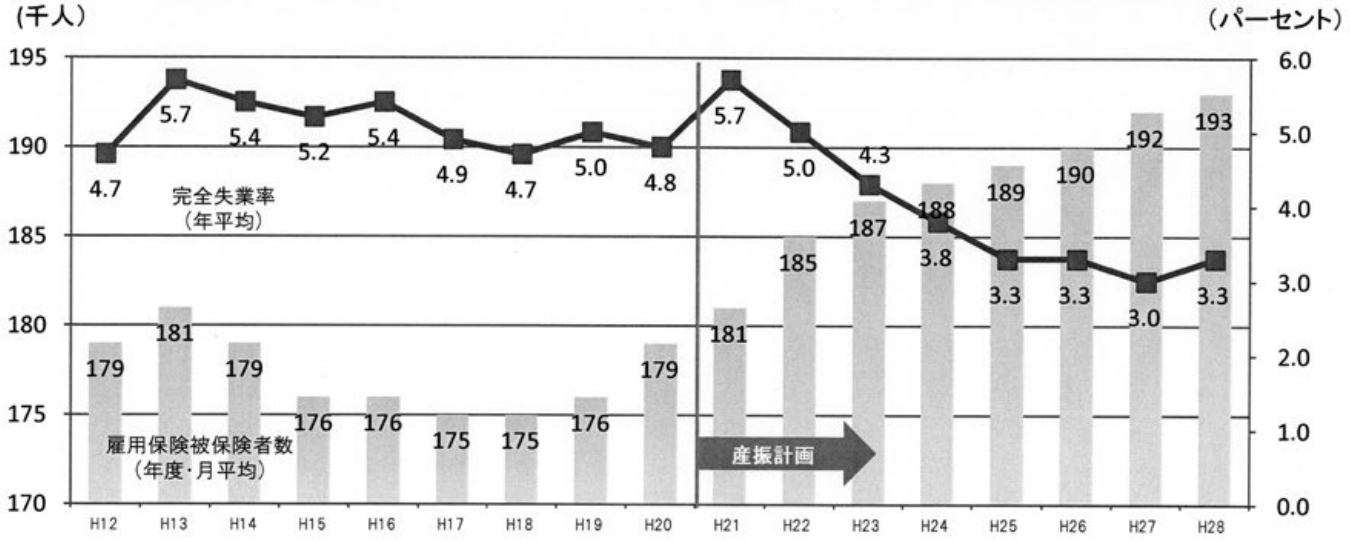
▽現金給与総額（高知県、指数、事業所規模：5人以上、実質）



出典：現金給与総額（毎月勤労統計調査：県統計課、厚生労働省）

«全国»
　リーマンショック時の平成21年に一旦落ち込み、その後の景気局面（H22～）においては、ほぼ横這いで推移している。
«本県»
　全国と同じく平成21年に一旦落ち込んだものの、その後ほぼ横ばいで推移している全国に対し、平成22年から増加傾向に転じている。その結果、全国との差が大幅に縮小している。

▽雇用保険被保険者数・完全失業率

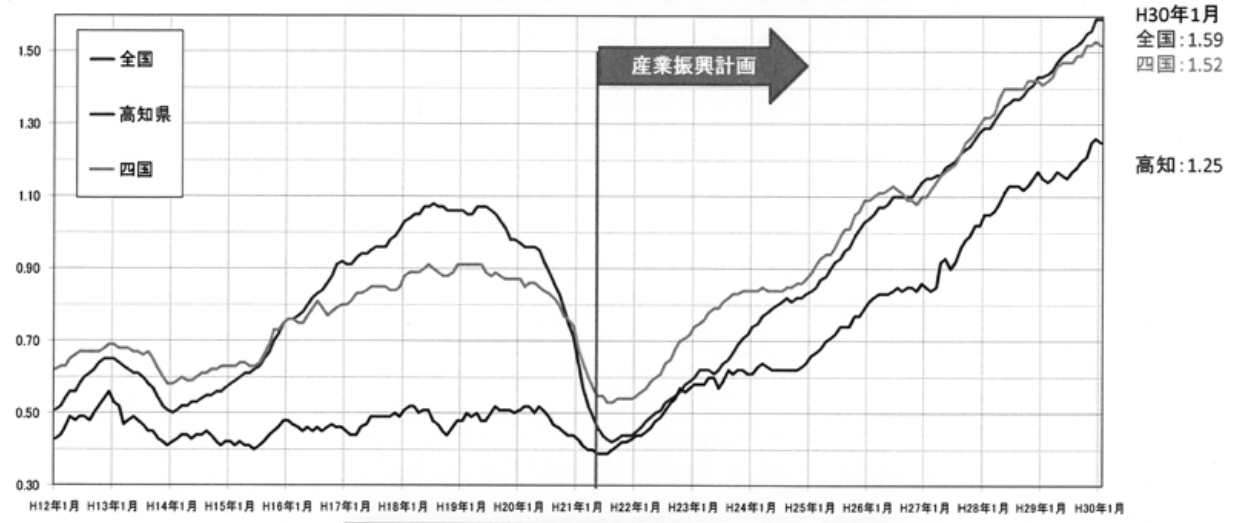


出典：雇用保険被保険者数（高知労働局）「雇用こうち」
完全失業率(労働力調査：県統計課）

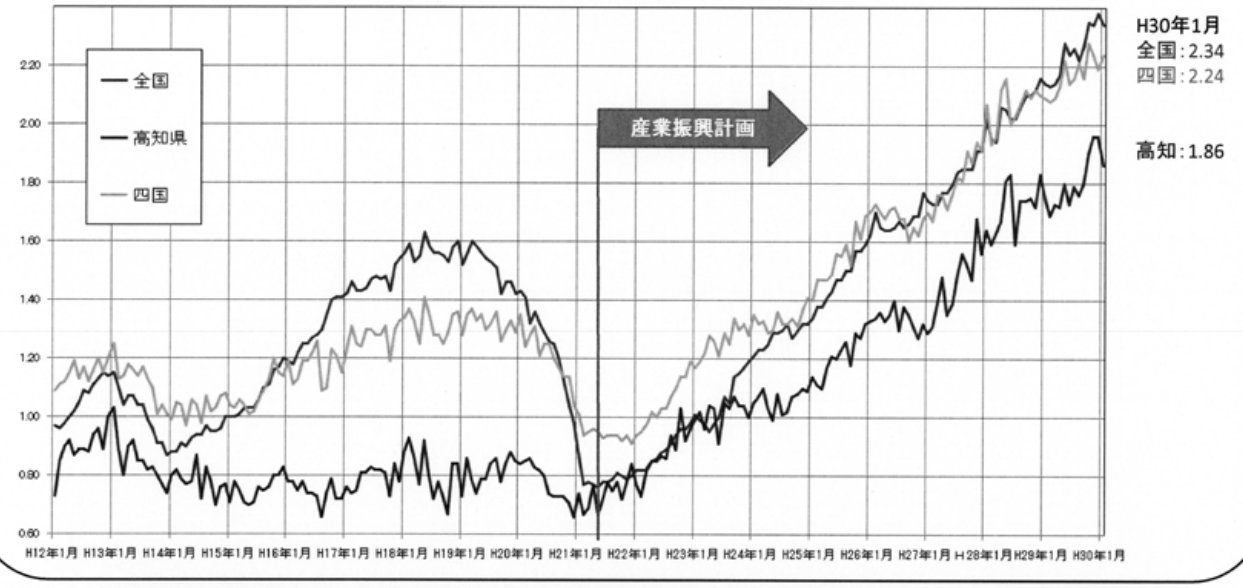
《雇用保険被保険者数》
　平成19年度以降、増加傾向となっている。

《完全失業率》
　平成22年以降、減少傾向となっており、平成28年は3.3%まで改善している。

▽有効求人倍率(季節調整済み)



▽新規求人倍率(季節調整済み)

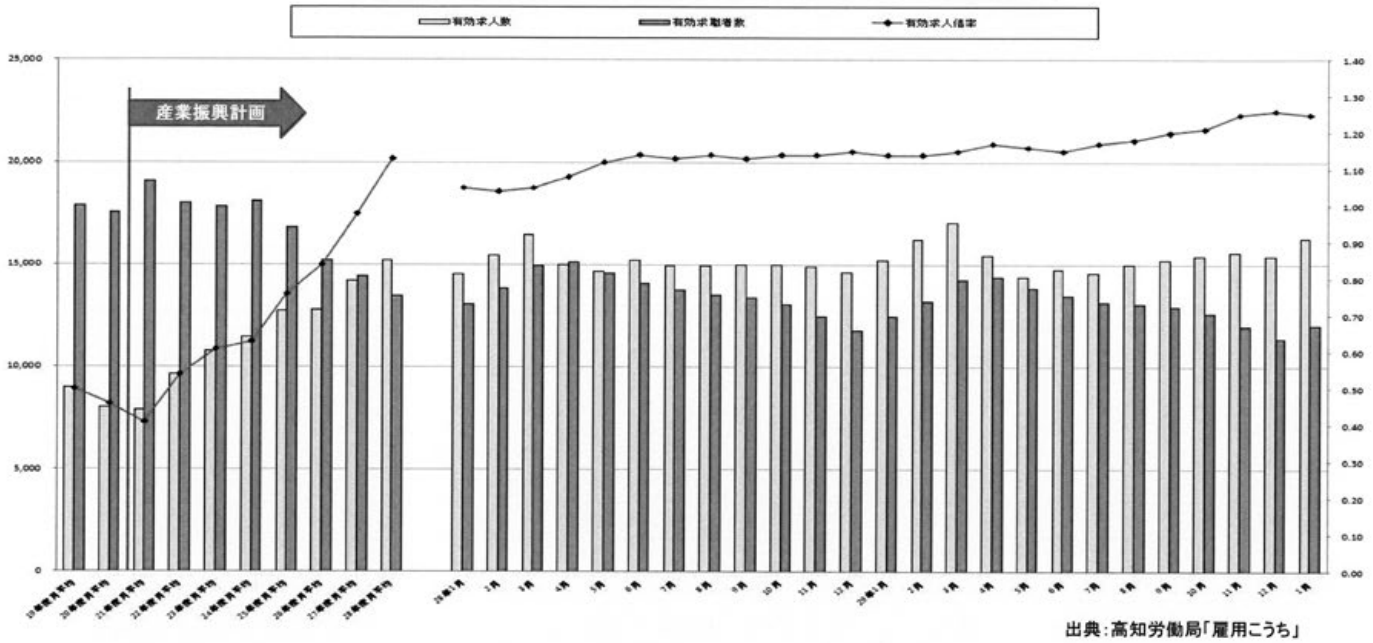


▽主な職業分類別　有効求人倍率(パート含む常用)

職業	高知県				全国			
	H28年7月	H29年1月	7月	H30年1月	H28年7月	H29年1月	7月	H30年1月
専門的・技術的職業	1.32	1.67	1.48	1.71	1.85	2.19	1.97	2.38
建築・土木技術者等	3.41	7.84	5.94	6.84	4.31	5.11	5.00	5.85
事務的職業	0.35	0.39	0.37	0.41	0.37	0.45	0.42	0.51
販売の職業	2.15	2.28	1.72	3.01	1.74	1.94	1.98	2.30
サービスの職業	2.42	2.19	2.29	2.35	2.87	3.21	3.18	3.68
介護サービスの職業	1.71	1.71	1.77	1.84	3.06	3.53	3.56	4.18
接客・給仕の職業	2.92	2.96	2.54	3.03	3.54	3.77	3.76	4.29
建設・採掘の職業	1.09	1.76	1.56	2.02	3.19	3.66	3.90	4.54
土木の職業	0.83	1.70	1.33	1.96	2.92	3.41	3.53	4.37
建設躯体工事の仕事	2.56	3.26	4.40	6.27	7.08	8.11	9.59	10.47
農林漁業の職業	1.14	0.91	1.04	1.23	1.27	1.34	1.45	1.46
生産工程の職業	1.29	1.55	1.70	1.93	1.22	1.49	1.55	1.80
製品製造・加工処理	1.63	2.14	2.61	2.53	1.50	1.70	1.78	1.96

※有効求人倍率は原数値

▽有効求人数・有効求職者数（実数値）



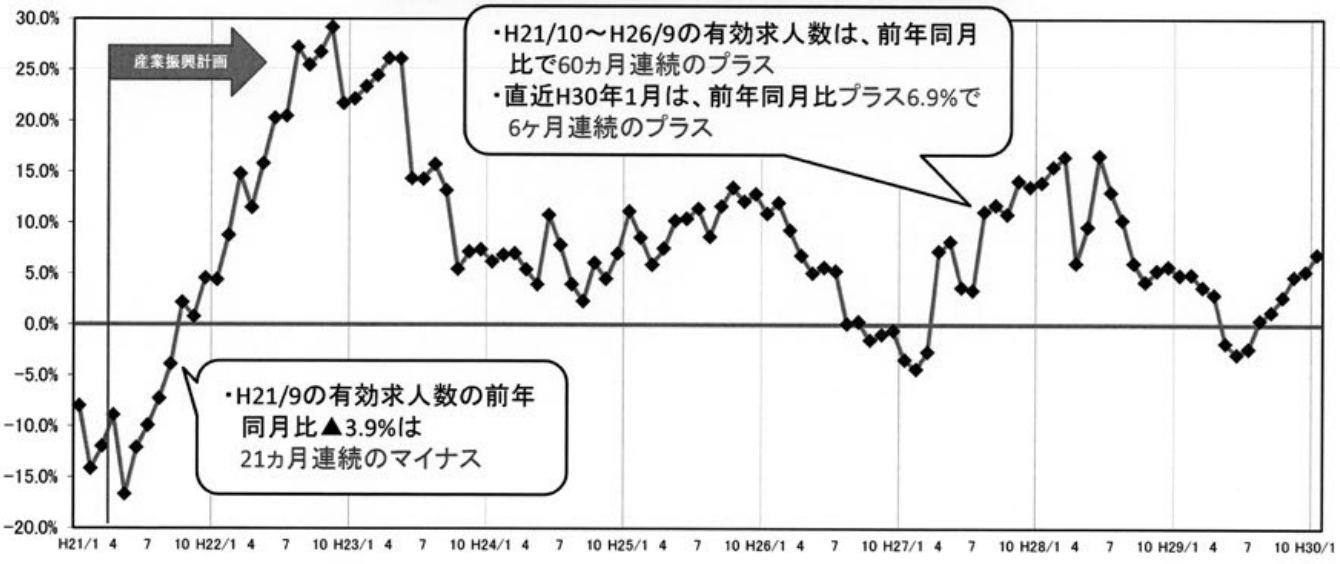
出典：高知労働局「雇用こうち」

	19年度月平均	20年度月平均	21年度月平均	22年度月平均	23年度月平均	24年度月平均	25年度月平均	26年度月平均	27年度月平均	28年度月平均
有効求人数	8,971	8,045	7,877	9,647	10,794	11,484	12,729	12,807	14,196	15,237
有効求職者数	17,861	17,536	18,045	18,004	17,815	18,092	16,804	15,225	14,445	13,467

	28年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	29年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
有効求人数	14,520	15,471	16,455	14,999	14,672	15,223	14,940	14,926	15,012	14,999	14,905	14,841	15,227	16,230	17,064	15,442	14,407	14,781	14,589	14,989	15,200	15,406	15,606	15,405	16,280
有効求職者数	13,072	13,836	14,863	15,105	14,560	14,059	13,739	13,521	13,373	13,080	12,454	11,796	12,474	13,184	14,264	14,395	13,842	13,487	13,139	13,087	12,941	12,601	11,977	11,369	12,063

※ 有効求人倍率の年度平均は原数値で、各月は季節調整値（センサス局法Ⅱ（X-12-ARIMA）による）。なお、平成29年12月以前の季節調整値は、新季節指数により改訂済み。

▽有効求人数（原数値）の前年同月比

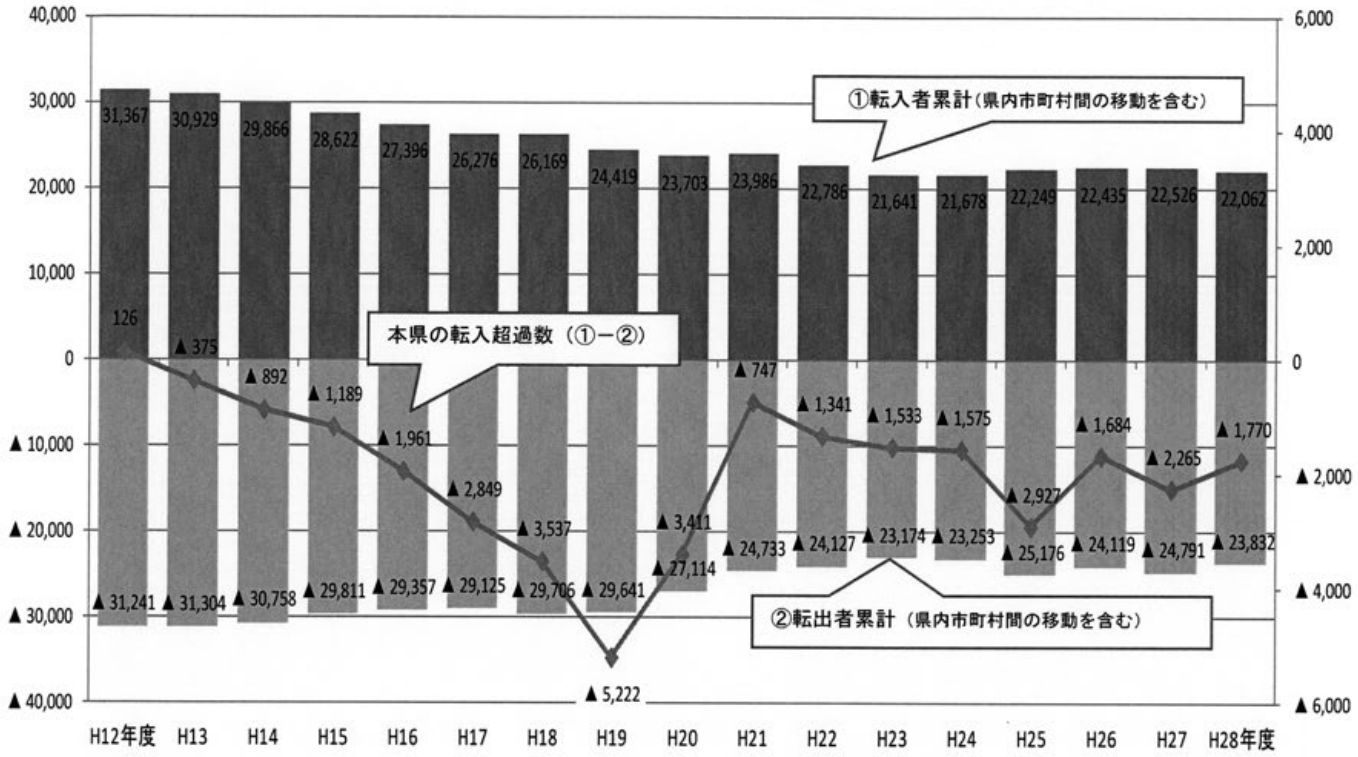


《全国》
- 平成30年1月の有効求人倍率は1.59倍で、前月に比べて0.09ポイント下回った。
- 同月の新規求人倍率は2.34倍で、前月に比べて0.04ポイント下回った。
- 同月の正社員有効求人倍率は1.05倍で、前年同月を0.02ポイント上回った。

《本県》
- 平成30年1月の有効求人倍率は1.25倍となり、過去最高値となった前月を0.01ポイント下回ったものの、高水準を維持した。
- 同月の新規求人倍率は1.86倍となり、前月を0.1ポイント下回った。
- 同月の正社員有効求人倍率は0.79倍となり、前年同月を0.11ポイント上回り34カ月連続で前年同月を上回った。
- 同月の有効求人数は、前年同月比でプラス6.9%となった。

※有効求人倍率・新規求人倍率はいずれも季節調整済みの値。

▽高知県における他都道府県からの転入・転出・転入超過数



出典：高知県推計人口、市町村別住民基本台帳人口等

《本県》
・平成28年度の社会増減は－1,770人であり、前年度の－2,265人から改善している。
・全国が景気回復状況下では、本県の社会減が増加する傾向があるが、今回の景気回復局面（H22～）における社会減の幅は、過去の同様局面（H18～H20頃）における社会減の幅の1/2程度にとどまっている。

◆高知県金融経済概況 H30.3.12公表＜抜粋＞（日本銀行高知支店）

【概 論】
高知県の景気は、回復している。

前回の概況公表時（２月上旬）以降の県内景気をみると、個人消費は労働需給が引き締まり傾向にあり、雇用者所得も緩やかな増加基調にあるもとで、底堅さを増しつつある。観光客は個人客を中心に増加している。住宅投資は高水準ながらも、減少に転じているものの、設備投資が緩やかに増加しているほか、公共投資も高水準で推移している。こうした需要動向等を背景に、生産は緩やかに増加している。

先行きについては、企業・家計の両部門において、所得から支出への前向きの循環が続くもとで、回復が続くと考えられる。もっとも、①人手不足の影響、②底堅さを増しつつある個人消費の動向、③国際金融資本市場の動向等の影響について、注視していく必要がある。

Ⅰ　専門分野の成長戦略
農業分野

農業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高齢化や担い手不足などにより農家戸数が減少する中で、生産性の向上や販路の開拓、新規就農者の確保などに取り組んできたことにより、徐々にその成果が現れ始め、平成28年の農業産出額は1,144億円となり過去最高となりました。

具体的な取り組みとしては、県内各地に学び教えあう場を設置することにより栽培技術を向上させるとともに、オランダから学んだ最先端の環境制御技術を本県の気候や生産条件に適合させ作り上げた「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及を推進しています。

また、中山間農業複合経営拠点の整備を県内に拡大するとともに、集落営農の取り組みも積極的に推進し、中山間地域の農業・農村を支える仕組みづくりを進めてきました。

さらに、園芸連と連携したパートナー量販店での販売強化や、卸売会社との連携による中規模流通の拡大、こだわりのある生産者と実需者とのマッチングも進んできました。

担い手の確保については、産地提案型の担い手確保対策を県内全域に拡げ、ここ数年260名を超える新規就農者を確保しています。

この他、農業クラスターの形成についても、新たなプロジェクトが立ち上がるなど、着実に取り組みの進展が図られており、生産の拡大や販路開拓、関連産業の集積等のさらなる取り組み推進について、関係団体等と継続して協議を重ねています。

一方で、本県の農業を支えている家族経営体を持続可能な経営体としていくため、さらなる生産性の向上を図る必要があること、また、耕地面積の約8割を占める中山間地域では複合経営や法人化を進めるとともに、地域全体で農業を支える仕組みが必要であること、さらに、生産を拡大していくために、労働力が不足していること、農地の確保が困難な場合があることなどの課題も見えてきました。

② 第3期計画ver.3の取り組み

地域で暮らし稼げる農業を目指し、若者にとって魅力ある産業として発展できるよう、農業の拡大再生産に向けて、引き続き、次の5つを戦略の柱として取り組みます。

柱1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

環境制御やIoT技術の導入等の新技術の積極的な展開、次世代型ハウスなど生産性の高い施設の整備や更新により、生産力を高めるとともに、安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成します。

また、地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げて、農産物の付加価値を高めます。

柱2　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

中山間地域の農業を維持・活性化するために、集落営農の裾野の拡大と、複合経営に取り組む「こうち型集落営農」と法人化へのステップアップを一体的に進めるとともに、中山間地域の農業の競争力を高め、支える中山間農業複合経営拠点の整備を推進します。また、「事業戦略」の策定及び実行を支援し、好循環のシステム構築を推進します。さらには、中山間に適した土佐茶や薬用作物などの農産物の生産振興を図るとともに、日本型直接支払制度を推進します。

柱3　流通・販売の支援強化

増産する農産物により市場での価格形成力を高め、農家所得の一層の向上につなげるために、プロモーション活動等によるブランド化を推進するとともに、園芸連を通じた基幹流通をさらに強化しながら、外食等の業務需要などの販路開拓・販売体制の強化を支援します。特に、園芸連の中規模流通・小規模流通を強化し、さらなる販路開拓を図ります。また、加工専用素材（規格外品や新たな品目）の流通拡大に取り組むとともに、本県農産物の輸出の拡大にも取り組みます。

柱4　生産を支える担い手の確保・育成

力強い産地の形成に必要な人材を確保するために、引き続き、産地提案型の担い手確保対策を強化していくとともに、農業大学校や農業担い手育成センターなどでの担い手の育成に取り組みます。

また、生産性の向上や経営改善支援による家族経営体の持続的発展、法人化の推進などにより、力強い経営体を育成するとともに、労働力を確保する仕組みの構築に取り組みます。

さらに、農地中間管理機構を有効に機能させ、担い手への農地集積を加速化するとともに、積極的に優良農地を作り出すため、園芸団地の整備にも取り組みます。

柱5　地域に根差した農業クラスターの形成

本県農業をもう一段力強く成長させるために、次世代型ハウスによる施設園芸団地等を核として、食品加工、物流拠点、直販所、レストラン等、関連産業を集積させ、より多くの雇用を生み出す農業クラスターの形成に、農業団体や、市町村と連携して取り組みます。

農業分野の展開イメージ

分野を代表する目標

農業産出額等（飼料用米交付金含む）		出発点(H26) 965億円	⇒ 現状(H28)
農業生産量	野菜（主要11品目）	出発点(H26) 9.5万t	⇒ 現状(H29)
	果樹（主要２品目）	出発点(H26) 2.12万t	⇒ 現状(H29)
	花き（主要３品目）	出発点(H26) 2,251万本	⇒ 現状(H29)
	畜産（土佐あかうし飼養頭数）	出発点(H26) 1,728頭	⇒ 現状(H28)

柱１　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

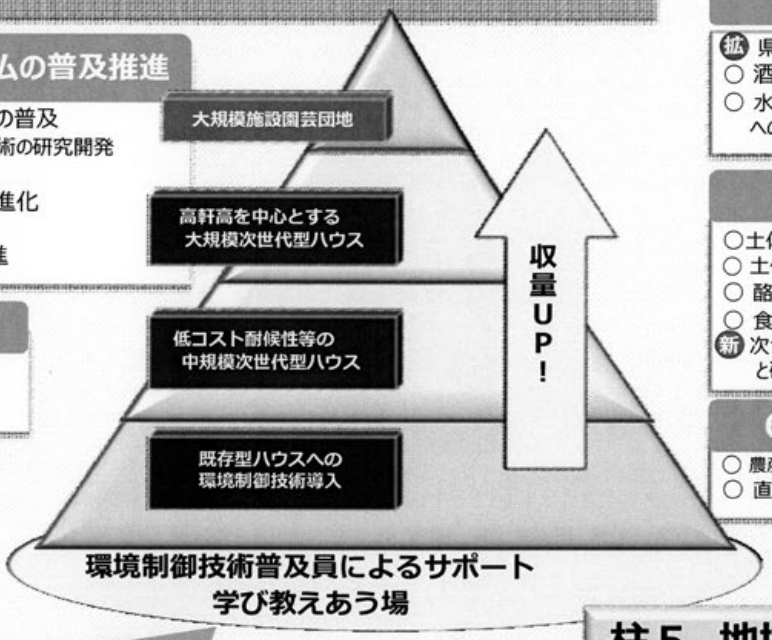
- ○ 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- ○ 環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発
- 拡 次世代型ハウス等の整備支援
- 新 Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化
- ○ 地元と協働した企業の農業参入の推進
- ○ オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

環境保全型農業の推進

- ○ IPM技術の普及拡大　○ＧＡＰの推進
- ○ 有機農業の推進　○省エネルギー対策の推進

園芸品目別総合支援

- ○ 野菜園芸品目の総合戦略支援（ナス、ニラ、露地野菜等）
- ○ 特産果樹生産振興（ユズ、文旦）
- ○ 花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ）



水田農業

- 拡 県産米のブランド
- ○ 酒米の生産振興
- ○ 水田の有効活用への転換

畜産の

- ○土佐和牛　○養
- ○ 土佐はちきん地鶏
- ○ 酪農
- ○ 食肉センターの整
- 新 次世代こうち新畜と確立

６次産業

- ○ 農産物加工の裾野
- ○ 直販所支援の強

柱５　地域に根差す農業クラス



生産増⇒所得向上⇒担い手増の好循環を拡大再生産へ！

担い手の確保＆経営体の強化！

柱４　生産を支える担い手の確保・育成

新規就農者の確保・育成

- 拡 U・Ｉターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化
- 新 畜産の担い手確保に向けた体制の強化
- ○ 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- 拡 農業大学校・農業担い手育成センターの充実・強化
- ○ 実践研修・営農定着への支援

家族経営体の強化及び法人経営体の育成

- ○ 家族経営体の経営発展に向けた支援
- ○ 法人経営体への誘導と経営発展への支援
- 拡 経営体を支える労働力の確保と省力化の推進

農地の確保

- ○ 担い手への農地集積の加速化
- 拡 園芸団地の整備促進
- ○ 国営緊急農地再編整備事業の推進



労働力補完の仕組みづくり

所得の

～地域で暮らし稼げる農業～

1,152億円	⇒ 4年後(H31)	1,060億円	⇒ 6年後(H33)	1,090億円	⇒ 10年後(H37)	1,150億円
9.3万ｔ	⇒ 4年後(H31)	11.6万t	⇒ 6年後(H33)	12.2万t	⇒ 10年後(H37)	13.3万t
2.08万ｔ	⇒ 4年後(H31)	2.45万t	⇒ 6年後(H33)	2.47万t	⇒ 10年後(H37)	2.52万t
2,085万本	⇒ 4年後(H31)	2,655万本	⇒ 6年後(H33)	2,764万本	⇒ 10年後(H37)	3,054万本
1,964頭	⇒ 4年後(H31)	2,660頭	⇒ 6年後(H33)	3,100頭	⇒ 10年後(H37)	4,020頭

柱２　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

中山間農業複合経営拠点の整備推進

拡 中山間農業複合経営拠点の県内への拡大



集落営農の推進

○集落営農の裾野の拡大
拡 こうち型集落営農と法人化へのステップアップ

中山間に適した農産物等の生産

拡 土佐茶産地の振興
○薬用作物の振興

日本型直接支払制度の推進

○ 中山間地域等直接支払制度の推進
○ 多面的機能支払制度の推進

事業戦略の策定・実行支援

新 事業戦略による好循環のシステム構築

拡充



生産の強化！

施設園芸団地を核に
関連産業を集積させ、
より多くの雇用を生み出す！

地域地域で若者が暮らせる
持続可能な農業を実現！

柱３　流通・販売の支援強化

規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

青果物	
基幹流通	○ 集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化
中規模	拡 卸売市場と連携した業務需要の開拓 ○ 加工用ニーズへの対応
小規模	○ こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓
花き	○ 展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化

ブランド化の推進

○高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促・ＰＲ

農産物の輸出の推進

○ 規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

農業分野

分野の目指す姿	地域で
分野を代表する数値目標	**農業産出額等**（飼料用米交付金含む）　出発点（H26）：965億円 ⇒ 現状（H28）：1,152 **農業生産量** 野菜（主要11品目）　出発点(H26) 9.5万t ⇒ 現状(H29) 9.3 果樹（主要２品目）　出発点(H26) 2.12万t ⇒ 現状(H29) 2.0 花き（主要３品目）　出発点(H26) 2,251万本 ⇒ 現状(H29) 2,0 畜産（土佐あかうし飼養頭数）　出発点(H26) 1,728頭 ⇒ 現状(H28) 1,9

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築	3 流通
戦略の方向性	■環境制御等の新たな技術の積極的な展開、生産性の高い施設の整備や更新により、生産力を高める ■安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成する ■地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げて農産物の付加価値を高める	■集落営農と中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大し、中山間地域の農業の競争力を高め、地域全体で支える仕組みを構築する	■本県農 ランド化 拓・販売 ■加工専 流通拡大 ■本県の ケットに
戦略目標	○次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 ・導入7品目の出荷量 ㉖：79,355t →㉛：9.9万t→㉝：10.3万t→㊲：11.3万t ・次世代型ハウスの整備促進（累計） ー →㉛：72ha→㉝：116ha→㊲：201ha ○安全・安心・高品質で選ばれる園芸品の生産 ・天敵利用による害虫防除技術（IPM虫害版）の導入面積率 施設キュウリ ㉖ 24% → ㉛：60%→㉝：80% →㊲：90% 施設カンキツ ㉖ 6% → ㉛：20%→㉝：40% →㊲：60% ・省力的病害防除技術（IPM病害版）の導入面積率 施設ナス ㉖ 0% → ㉛：40%→㉝：80% →㊲：100% 施設キュウリ ㉖ 0% → ㉛：40%→㉝：80% →㊲：100%	○集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率（耕地面積ベース） ㉗：13%→ ㉛ ：21%→㉝：26%→ ㊲： 30% ○こうち型集落営農組織数 ㉗：32→㉛：80→㉝：100→㊲：140 ○集落営農法人組織数 （うち収入20,000千円以上の組織数） ㉗：16(2)→㉛：40(10)→㉝：50(13)→㊲：70(18) ○中山間農業複合経営拠点の整備数 ㉗：4→㉛：20→㉝：30→㊲：35	○委託先 取引金額 ㉖：0.46 ㊲：8億円 ○加工専 ㉖：3品目 ㊲：23品 ○卸売会社 品目数 ー ㊲：18品
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	**1 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進** ◆ 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及 ◆ 環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発 ◆【拡充】次世代型ハウス等の整備支援 ◆【新規】Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 ◆ 地元と協働した企業の農業参入の推進 ◆ オランダ交流を活かした先進技術の普及推進 **2 環境保全型農業の推進** ◆ IPM技術の普及拡大 ◆ GAPの推進 ◆ 有機農業の推進 ◆ 省エネルギー対策の推進 **3 園芸品目別総合支援** ◆ 野菜園芸品目の総合戦略支援（ナス、ニラ、露地野菜等） ◆ 特産果樹生産振興（ユズ、文旦） ◆ 花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ） **4 水田農業の振興** ◆【拡充】県産米のブランド化の推進 ◆ 酒米の生産振興 ◆ 水田の有効活用に向けた有望品目への転換	**1 集落営農の推進** ◆ 集落営農の裾野の拡大 ◆【拡充】こうち型集落営農と法人化へのステップアップ **2 中山間農業複合経営拠点の整備推進** ◆【拡充】中山間農業複合経営拠点の県内への拡大 **3 中山間に適した農産物等の生産** ◆【拡充】土佐茶産地の振興 ◆ 薬用作物の振興 ◆ 園芸品目別総合支援（再掲） **4 日本型直接支払制度の推進** ◆ 中山間地域等直接支払制度の推進 ◆ 多面的機能支払制度の推進 **5 事業戦略の策定・実行支援** ◆【拡充】こうち型集落営農と法人化へのステップアップ（再掲） ◆【拡充】中山間農業複合経営拠点の県内への拡大	**1 ブランド** ◆ 高知家 ナー量 **2 規模に** ＜青果物 ・基幹流通 ◆ 集出荷 集出荷 ・中規模 ◆【拡充】 ◆ 加工用 ・小規模 ◆ こだわ ＜花き＞ ◆ 展示商 活用し **3 農産物** ◆ 卸売市
	5 畜産の振興 ◆ 肉用牛の生産基盤の強化 ◆ 養豚、土佐ジロー、土佐はちきん地鶏の生産、加工・販売体制の ◆ 食肉センターの整備 ◆【新規】次世代こうち新畜産システムの実証と確立		

の体系図

で暮らし稼げる農業

億円 ⇒ 4年後(H31):1,060億円 ⇒ 6年後(H33):1,090億円 ⇒ 10年後(H37):1,150億円

万t ⇒ 4年後(H31) 11.6万t ⇒ 6年後(H33) 12.2万t ⇒ 10年後(H37) 13.3万t
8万t ⇒ 4年後(H31) 2.45万t ⇒ 6年後(H33) 2.47万t ⇒ 10年後(H37) 2.52万t
85万本 ⇒ 4年後(H31) 2,655万本 ⇒ 6年後(H33) 2,764万本 ⇒ 10年後(H37) 3,054万本
64頭 ⇒ 4年後(H31) 2,660頭 ⇒ 6年後(H33) 3,100頭 ⇒ 10年後(H37) 4,020頭

・販売の支援強化

産物のプロモーション活動等によるブの推進や、流通規模に応じた販路開体制を強化する
用素材(規格外品や新たな品目)の大に取り組む
高品質な園芸品を新たに海外マー売り込み、定番化を図る

売会社を通じた業務需要青果物の
円→㉛:5.6億円→㉝:6.4億円→

素材の供給品目数
→㉛:11品目→㉝:15品目→
目

への業務委託により定着する輸出
→㉛:10品目→㉝:14品目→
目

化の推進
プロモーションの活用やパート
販店等との連携による販促、PR

応じた販路開拓、販売体制の強化
>
施設の再編統合等による
体制の強化

卸売市場と連携した業務需要の開拓
ニーズへの対応

ニッチ野菜・果実の販路開拓

談会や、スポーツイベント等を
た販促・PRの強化

の輸出の推進
場等との連携による販路開拓

6 6次産業化の推進
◆ 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
◆ 直販所支援の強化

強化

4 生産を支える担い手の確保・育成

■生産を強化し、拡大再生産を実現するために必要な、産地が求める担い手の確保・育成を図る
■家族経営体の持続的発展や、法人化の推進などにより、強い経営体を育成する

○新規就農者数
㉗:267人 → 320人/年間

○農地の権利を取得し農業経営を行う法人数
㉖:107 → ㉛:235 → ㉝:299 →㊲:427

○H26新規認定農業者の経営改善計画の目標達成率
100%

1 新規就農者の確保・育成
◆【拡充】U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化
◆【新規】畜産の担い手確保に向けた体制の強化
◆ 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
◆【拡充】農業大学校・農業担い手育成センター の充実・強化
◆ 実践研修・営農定着への支援

2 家族経営体の強化及び法人経営体の育成
◆ 家族経営体の経営発展に向けた支援
◆ 法人経営体への誘導と経営発展への支援
◆【拡充】経営体を支える労働力の確保と省力化の推進

3 農地の確保
◆ 担い手への農地集積の加速化
◆【拡充】園芸団地の整備促進
◆ 国営緊急農地再編整備事業の推進

5 地域に根差した農業クラスターの形成

■次世代型ハウスによる施設園芸団地を核として、食品加工、物流拠点、直販所、レストラン等の関連産業が集積した「地域に根差した農業クラスター」を形成し、より多くの雇用を生み出す

○農業クラスターの形成数

＜大規模(販売金額:3億円以上)＞

	4年後	6年後	10年後
箇所数	2	⇒ 3	⇒ 5
販売金額(億円)	10	⇒ 15	⇒ 25
雇用創出 (人) (※)	130	⇒ 195	⇒ 325
参入事業者数	4	⇒ 6	⇒ 10

＜中規模(販売金額:1～3億円)＞

	4年後	6年後	10年後
箇所数	3	⇒ 5	⇒ 10
販売金額(億円)	6	⇒ 10	⇒ 20
雇用創出 (人) (※)	72	⇒ 120	⇒ 240
参入事業者数	3	⇒ 5	⇒ 10

＜小規模(販売金額:1億円未満)＞

	4年後	6年後	10年後
箇所数	8	⇒ 12	⇒ 20
販売金額(億円)	6	⇒ 9	⇒ 15
雇用創出 (人) (※)	90	⇒ 135	⇒ 225
参入事業者数	4	⇒ 6	⇒ 10

(※)パート含む。

1 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
◆【拡充】次世代型ハウス等の整備支援(再掲)
◆【新規】Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(再掲)
◆ 地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲)

2 関連産業の集積
◆【拡充】食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進

3 農地の確保 (再掲)
◆ 担い手への農地集積の加速化(再掲)
◆【拡充】園芸団地の整備促進(再掲)

分野	農業分野
戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

戦略の方向性	■環境制御等の新たな技術の積極的な展開とともに、生産性の高い施設の整備や更新を図ることで生産力を高める ■安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成する ■地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げて農産物の付加価値を高める

	目標	
戦略目標	○次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進	【導入7品目の出荷量】
		【次世代型ハウスの整備促進】（累計）
	○安全・安心・高品質で選ばれる園芸品の生産	【天敵利用による害虫防除技術（IPM虫害版）の導入面積率】
		【省力的病害防除技術（IPM病害版）の導入面積率】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進	○次世代型こうち新施設園芸システムの確立と普及促進 ・更なるステップアップに向けた取り組みが進み、技術導入農家の増収効果が向上 ⇒ 20%以上増収した農家が増加　H27：9%→H28：34% ・環境制御技術導入への支援 ⇒ 環境制御技術導入面積（累計） H28：166.3ha → H29：275.0ha（7品目：234.9ha）	○環境制御技術の新規導入農家の掘り起こし ○ミョウガでは作型によって効果が不明確、ニラでは厳寒期に一部で生理障害が発生 ○炭酸ガス施用技術に加えて、より増収効果を目指した複合環境制御技術へのバージョンアップ ○環境制御技術によるハウスミカンの増収技術が未確立 ○収量増に伴い、収穫や出荷調整にかかる労力が増加するため、作業体系の効率化
		○環境制御技術を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 ⇒ 次世代型ハウス整備面積（累計） H28：20.4ha → H29：32.6ha	○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地を生み出していく取り組みが必要 ○市町村等と連携した雇用労働力の確保
		○Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化	○全国に次世代施設園芸の取組が普及 ⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要
		○高知県農業への参入に興味のある企業へのアプローチ ⇒ 企業訪問や産地への招聘活動 H27：アンケート回答企業等計66社、延べ146回 H28：アンケート回答企業等計46社、延べ142回 ・農業参入フェア等での事業PR（H29:3回） ・参入を希望する企業（新規・継続）への支援、産地とのマッチング　→ 7/13清水建設、農林中金、県との連携協定締結 ・四万十市における農業参入希望企業等との協議（14回） → H30.1.9 法人の立ち上げ、用地の絞り込み ・南国市への農業参入希望企業との協議（2社24回）	○農業参入企業の経営安定への支援（栽培技術、雇用労力確保への支援） ○参入を希望する企業（新規・継続）への支援、産地とのマッチング ○JAや篤農家等による参入企業への技術指導体制の構築、市町村等と連携した雇用労働力の確保 ○園芸団地整備のための優良農地の確保 ⇒優良農地の掘り起こしによる園芸団地化への誘導、長期にまとまった農地を確保するための協力金制度の検討
		○オランダとの技術交流の推進 ⇒ オランダ技術交流セミナーに延べ約780名が参加（年1 回、6年間）。オランダ交流により施設園芸の最新技術を学ぶとともに、環境制御技術に関する研究開発や普及拡大にもつながった	○四万十町の次世代施設園芸団地にオランダの技術や機器が本格的に導入されており、さらなる交流による技術の普及とステップアップ

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:79,355t	H29:80,141t	99,000t	103,000t	113,000t
—	H29:32.6ha	72ha	116ha	201ha
H26:施設キュウリ24% 施設カンキツ6%	H29:施設キュウリ40% 施設カンキツ13%	60% 20%	80% 40%	90% 60%
H26:施設ナス0% 施設キュウリ0%	H29:施設ナス10% 施設キュウリ3%	40% 40%	80% 80%	100% 100%

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農01】 ◆学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及	○			○				
【農02】 ◆環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発	○			○				
【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H30拡充)	○			○		○		
【農04】 ◆Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 (H30新規)	○			○		○		
【農05】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○			○		○		
【農06】 ◆オランダ交流を活かした先進技術の普及推進	○			○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	環境保全型農業の推進	○IPM技術の普及拡大 ・土着天敵を活用したIPM技術体系の構築や現地実証等により、取り組み面積が拡大 ⇒ 天敵の普及面積率 H23 H29 施設ナス 62% → 98% 施設キュウリ 15% → 40% 施設カンキツ 2% → 13% ○GAPの推進 ・高知県版GAP ⇒ 実践農家（生産者版）H26：75.7% → H28：76.7% ⇒ 実践JA（集出荷場版） H22：9/15JA → H28：15/15JA （64/73 JA集出荷場） ○有機農業の推進 ・有機農業の取組実績（有機JASと環境保全型農業直接支払交付金の合計面積） H23 H28 ⇒ 取組面積 124ha → 159ha ・有機JAS認定事業者 H23 H28 ⇒ 事業者数 29 → 44 面積 45.3ha → 54.6ha 農家数 88戸 → 86戸 ○省エネルギー対策の推進 ・園芸用A重油の使用量 ⇒ H20～22の平均：71,000kl → H28：50,000kl ・重油代替ボイラーの累計台数 ⇒ ヒートポンプ H23：587台 → H28：3,600台 木質バイオマスボイラー H23：114台 → H28：229台	○普及の遅れている施設キュウリ、施設カンキツへの害虫管理技術（虫害版IPM）と農薬のみに頼らない病害管理技術（病害版IPM）の開発と普及 ○省力的に防除できる常温煙霧やくん煙剤の登録促進 ○国ガイドライン準拠GAPの実践に向けた更なる意識啓発に加え、国内外での販路開拓・ブランド化への対応等を見据えた認証GAP（グローバルGAP）取得に向けた支援 ○新規就農者等の基本技術不足、有利な販売先の確保と拡大、地域や指導者側の理解不足の解消等 ○ヒートポンプや木質バイオマス暖房への転換、木質バイオマス燃料の安定供給
3	園芸品目別総合戦略	○農業団体と県が生産出荷指標・生産出荷計画を共同策定 ・県及び地域目標のそれぞれを共有し、生産から販売までの品目別課題の解決へ向けた取り組みを推進 ⇒品目別戦略シート及び地域版による進捗管理 H24～H29：野菜10，果樹1、花き1 ○まとまりのある園芸産地の育成支援 ・現地実証圃を中心に学び教えあう場，県域の生産者交流会，現地検討会の取り組みを充実 H29：品目別技術実証10カ所 新品目実証 1カ所 省力化実証 2カ所	○産地のまとまり強化、将来のあるべき力強い産地ビジョンと、その目標達成に向けた課題解決策・取り組みの農業団体との共有 ○ナス、ニラの産地維持、拡大のためのビジョンの作成、増収・高品質技術確立と普及による産地の活性化 ○高まる加工業務用ニーズへの対応 ○ユズ、文旦の産地維持及び拡大のための、優良系統への新植・改植の推進等による生産力の向上、高品質果実等ニーズに対応した生産への誘導、後継者の育成 ○ユズの国内外での需要並びに販路拡大とブランド力の強化、大都市圏における文旦の認知度向上による需要拡大と価格形成 ○花き3品目（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ）について、組織活動への支援による高品質栽培技術の普及および販売促進 ○グロリオサについて、多様な育種手法の導入による効率的な新品種の育成

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農07】 ◆IPM技術の普及拡大	○			○				
【農08】 ◆GAPの推進	○			○				
【農09】 ◆有機農業の推進	○			○				
【農10】 ◆省エネルギー対策の推進	○			○				
【農11】 ◆野菜園芸品目の総合戦略支援（ナス、ニラ、露地野菜等）	○			○				
【農12】 ◆特産果樹生産振興（ユズ、文旦）	○	○		○				
【農13】 ◆花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ）	○	○		○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	水田農業の振興	○地域ブランド米の育成 ・本山町特産品ブランド化推進協議会、JA四万十、土佐岩戸米営農組合など8組織を支援 ⇒ 販売量の増加 H22:654t→H27:1,954t→H29:2,181t ・H27、28には静岡県のお米コンテストで本県産米が特別最高金賞を受賞。全国的に評価される事例も生まれた ・H29に県オリジナル品種「よさ恋美人」を奨励品種に採用	○本県産米のブランド化を図るため、高温耐性品種「よさ恋美人」の普及とPR活動 ○平坦部の「よさ恋美人」から中山間部の「にこまる」につながるリレー出荷体制の構築
		○酒米の生産振興 ・高知県酒造組合(酒造メーカー18社)からの需要量を満たすため作付拡大を図った ⇒ 酒造好適米需給割合 H25:80% → H29:100% ・酒造好適米の品質向上に向けた栽培技術の普及を図った⇒ 酒造好適米「吟の夢」の1,2等米比率 H27:79% → H29:80%	○本県産酒造好適米は、酒造メーカーの評価が高いものの、品質(1,2等米比率)が低いため、品質向上に向けた栽培技術の普及が必要 ○酒造用加工用米の安定供給体制の整備 ○育成した酒造好適米新系統の特性評価
		○水田活用の推進 ・地域農業再生協議会や全農こうち、JAと連携し、飼料用米などによる水田の有効活用を推進 ⇒ 非主食用作付面積拡大 H25:399ha → H28:1,255ha →H29:1,308ha	○非主食用米の作付面積は増加したものの、生産数量目標の達成までは至っておらず、引き続き関係機関と連携した作付の推進 ○飼料用米では、収量が地域の標準収量を下回ったケースもあり、増収技術の普及 ○水稲から露地野菜へ転換するなど、水田の有効活用による農家所得の安定・向上 ○高まる加工業務用ニーズへの対応
5	畜産の振興	○土佐あかうし ・増頭を目指した生産基盤の強化、販路拡大を目指した地産外商による生産流通戦略の展開 ⇒ 大都市圏を中心とした需要の高まりにより、枝肉価格や子牛価格が上昇 枝肉価格(税抜) H26:1,964円/kg→ H29:2,269円/kg	○土佐あかうし ・需要に応えるため、さらなる増頭対策の強化
		○養豚 ・飼料用米を飼料とした「米豚」のブランド化と生産頭数の維持(年間10,000頭)への支援 ⇒ 米豚生産頭数 H26:10,000頭 → H29:8,456頭	○養豚 ・さらなる収益確保のため、規模拡大による生産量の増加や生産コストの低減、6次産業化
		○土佐ジロー ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大への支援により、飼養羽数がやや増加 飼養羽数 H26:24,146羽 → H29:24,447羽	○土佐ジロー ・飼養羽数の増加のため、規模拡大の支援や、新たな販売戦略
		○土佐はちきん地鶏 ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大により、生産羽数は増加傾向 生産羽数 H26:60,000羽 → H29:88,021羽	○土佐はちきん地鶏 ・規模拡大による将来の増産体制(H31年度:15万羽)に対応した販路拡大
		○酪農 ・牛群検定の推進による乳量改善 ⇒ 経産牛1頭当たりの年間乳量 H26:8,063kg → H28:8,260kg	○酪農 ・さらなる収益性の確保のため、牛群検定の推進強化や土佐あかうし受精卵移植関連事業等を活用した後継牛確保による生乳生産の強化
		○飼料 ・稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大 ⇒ WCS生産面積 H26:145ha → H29:225ha	○飼料 ・WCSのさらなる生産拡大
		○食肉センター ・新食肉センター整備検討会(計7回)を開催し、「新食肉センター整備の基本方針への意見」をとりまとめた	○食肉センター ・設置、運営主体となる新会社の設立に向けて、出資金等の決定
		○次世代こうち新畜産システム ・環境負荷軽減のための新技術の情報収集、および有効性を検証 ・IoTを活用した家畜管理による生産性向上を図るための活用方法の実証	○次世代こうち新畜産システム ・地域に応じた環境負荷軽減のための新技術の情報収集、および有効性を検証 ・土佐あかうしにおけるデータの収集とシステムの有効性の検証

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農14】 ◆県産米のブランド化の推進(H30拡充)	○	○		○				
【農15】 ◆酒米の生産振興	○	○		○				
【農16】 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換	○			○				
【農17】 ◆肉用牛の生産基盤の強化	○			○				
【農18】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化	○	○		○				
【農19】 ◆土佐ジローの生産、販売体制の強化	○	○		○				
【農20】 ◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化	○	○		○				
【農21】 ◆酪農における生乳生産能力の向上	○			○				
【農22】 ◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大	○			○				
【農23】 ◆食肉センターの整備	○			○				
【農24】 ◆次世代こうち新畜産システムの実証と確立(H30新規)	○			○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
6	6次産業化の推進	○6次産業化に取り組む人材育成 ⇒ H22～H29：6次産業化セミナー受講グループ64団体 ○県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H29：20事業者 ○産振補助金等を活用した直販所の整備支援 ⇒ 県内直販所の売上　H26：93億円 → H28：98億円 ○食の安全・安心を推進するため、「安心係」の配置 ⇒ 安心係の配置　H27：121店 → H29：124店	○6次産業化の裾野を広げるため、プランナーによる個別相談継続と、6次産業化に関する情報発信及びセミナーの充実 ○ステップアップに向けた、6次産業化支援チームによる支援継続 ○新たな直販所整備の支援と、活性化プランの策定支援及び直販所のネットワーク化等による顧客獲得に向けた支援 ○「安心係」の配置継続と、食品の安全・安心に関する知識のレベルアップ

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農25】 ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○			○	
【農26】 ◆直販所支援の強化		○						

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【農01】 ◆学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及	○環境制御技術を県内全域、全品目へ普及させるため、環境制御技術普及推進員を配置 ○関係機関と連携し、「学び教えあう場」を活用した現地検討会等を開催。技術支援、情報発信、成果を共有 ○環境制御技術普及促進事業により導入を支援	環境制御技術導入面積（主要7品目）	72.6ha(H28.3) ↓ 234.9ha(H30.3) ↓ 600ha

戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	1　次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

環境制御技術普及推進員の活動

県環境制御技術普及推進員、県農業振興センター：県内5ブロックに県普及指導員5名とJA営農指導員10名を配置し、環境制御技術の普及、事業活用の推進、技術導入後のフォローを行う

学び教えあう場を活用した環境制御技術の普及

生産者：環境制御技術の導入と実践
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県環境制御技術普及推進員、県農業振興センター：県環境制御技術普及推進員を中心に関係機関と連携し、「学び教えあう場」を活用した現地検討会等を開催し、技術支援、情報発信、成果の共有を図る

環境制御技術普及促進事業による導入支援

生産者：環境制御技術の導入と実践
農業団体、民間団体：生産者への情報提供、実践のための補助を行う
県産地・流通支援課、県環境制御技術普及推進員、県農業振興センター：事業内容の見直しを行いながら、継続して実施し、導入を支援する。
生産者への事業内容の周知を図る

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農02】 ◆環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発	①更なる増収技術の実践と効果の安定化を図るため、篤農家の「学び教えあう場」を活用し、環境制御技術のレベルアップを実践。併せて技術の普及を図る	①生産現場増収技術のレベルアップ ・ナス 10a当たり増収量 (基準収量11～6月:16.3t)	①・ナス 2.4t(H26) ↓ 3.4t(H29) ↓ 4.9t
		・ピーマン 10a当たり増収量 (基準収量11～4月:10.8t)	・ピーマン 2.6t(H26) ↓ 4.3t(H29) ↓ 3.3t
	②更なる増収を図るため、これまで取り組んできた炭酸ガス施用や温湿度制御に加え、光利用効率の向上等の技術開発を行う	②試験研究における新技術の確立 ア)既存型ハウスの収量増 ・促成ピーマン	②・促成ピーマン 24.9t(H26) ↓ 24.2t(H28) ↓ 30t
		・促成ナス	・促成ナス 25.2t(H26) ↓ 29.4t(H28) ↓ 30t
		・ハウスミカン 高品質、多収技術の開発	・ハウスミカン 収量5.5t、果実重80g (H28) ↓ 収量6.0t、果実重90g (H33)を可能にする技術の開発
		イ)高軒高ハウスに対応した新技術: 中糖度トマトの収量	ー ↓ 38.7t(H28) ↓ 37t
		ウ)ナス・ピーマン有望系統の育成	有望親系統の選定 (H27) ↓ 有望F1系統候補育成 ナス2、ピーマン4系統 (H28) ↓ 有望F1系統の育成
	③施設野菜などの栽培管理、収穫・出荷調製等の省力化(軽労化も含む)技術について実証検討、普及を行う	③省力化技術の現場実証への支援	③試作(H27) ↓ 現地実証の実施 ナス4件・シシトウ2件 (H29) ↓ マニュアル作成

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

環境制御技術の生産現場での普及と更なる高収量をめざしたレベルアップ

新たな増収技術の実証

生産者:レベルアップ技術の実践
農業団体:実践への主体的な関わり
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県環境制御技術普及推進員、県農業振興センター:増収のために環境制御データの収集・分析を行い、次世代型こうち新施設園芸システム関連技術の速やかな技術確立とマニュアルの作成に取り組む

光環境改善によるナス・ピーマンの増収技術の開発

県農業技術センター:既存型ハウスにおいて、これまでの環境制御技術(炭酸ガス施用等)に加え、光を効率的に利用できる栽培様式、養液管理の最適化を組み合わせた増収技術の開発

環境制御によるハウスミカン多収栽培技術の確立

県果樹試験場:既存型ハウスにおいて、ハウスミカンの環境制御技術(炭酸ガス施用時期、水分ストレス管理、温湿度管理等)による増収・高品質化技術の開発

環境制御による中糖度トマト多収栽培技術の確立

県農業技術センター:高軒高ハウスでのトマトロックウールハイワイヤー誘引栽培において、温室内環境制御(温度、炭酸ガス濃度、培地内水分、EC濃度)による、中糖度トマトの多収栽培技術の開発

高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマン有望系統の育成

高軒高に適したナス・ピーマン品種の育成

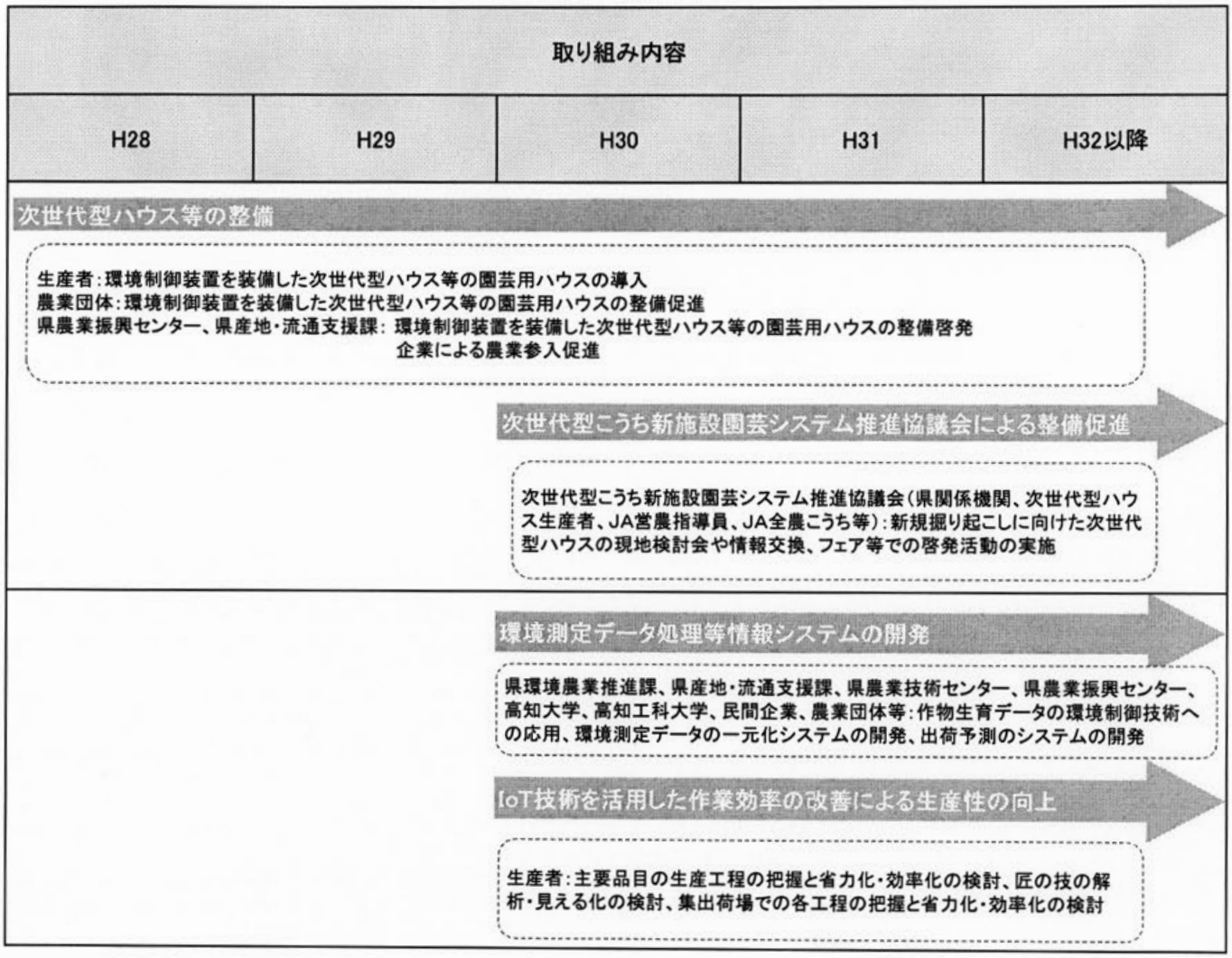
県農業技術センター:高軒高ハウスでのハイワイヤー栽培に適したナス・ピーマン品種の育成

省力化技術の実証支援

省力化技術の普及

生産者、農業団体、県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:省力化技術の検討、実証、普及への取り組み、労力軽減システムづくり

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援 (H30拡充)	○次世代型こうち新施設園芸システムを推進するため、環境制御装置を標準装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの整備を促進する	次世代型ハウス(軒高2.5m、耐風速35m以上)の整備棟数	-(H27.3) ↓ 143棟(H30.3) ↓ 400棟 (H28～H31累計)
【農04】 ◆Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(H30新規)	①環境測定データ、出荷データ等のビッグ・データを活用した情報システムを開発する ②IoT技術を活用した生産工程・労働時間・匠の技の見える化、生産・集出荷・流通販売の工程の効率化による作業効率の改善を進める ⇒別図<農01, 02>参照(p.222,223)	①環境測定データ処理等情報システム ②主要品目の各工程のデータ化	①システム開発:0 (H30.3) ↓ 試作システム:2 (H32.3) ②0品目(H30.3) ↓ 5品目(H32.3)


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
次世代型ハウス等の整備
生産者：環境制御装置を装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの導入
農業団体：環境制御装置を装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの整備促進
県農業振興センター、県産地・流通支援課：環境制御装置を装備した次世代型ハウス等の園芸用ハウスの整備啓発
企業による農業参入促進
次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会による整備促進
次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会（県関係機関、次世代型ハウス生産者、JA営農指導員、JA全農こうち等）：新規掘り起こしに向けた次世代型ハウスの現地検討会や情報交換、フェア等での啓発活動の実施
環境測定データ処理等情報システムの開発
県環境農業推進課、県産地・流通支援課、県農業技術センター、県農業振興センター、高知大学、高知工科大学、民間企業、農業団体等：作物生育データの環境制御技術への応用、環境測定データの一元化システムの開発、出荷予測のシステムの開発
IoT技術を活用した作業効率の改善による生産性の向上
生産者：主要品目の生産工程の把握と省力化・効率化の検討、匠の技の解析・見える化の検討、集出荷場での各工程の把握と省力化・効率化の検討

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農05】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○本県において園芸農業に新たに参入する企業を誘致するため、アンケートや展示会でのPR等を実施して、誘致対象企業を掘り起こし、個別訪問により立地企業誘致活動を行う ○地元と協働した企業の農業参入を推進するため、地元関係者(県農業振興センター、地元市町村や農業団体等)と連携し、受入体制づくりを行う ○企業による産地視察の受入の他、地元関係者による企業訪問、先進地視察を支援 ○更なる地元との協働や規模拡大等につなげるため、立地後の企業の要望に対して、関係機関と連携してアフターフォローを行う	新たに農業に参入する企業	-(H27.3) ↓ 5社(H30.3) ↓ 7社
【農06】 ◆オランダ交流を活かした先進技術の普及推進	○県産農産物の高品質・安定生産を図るため、オランダウェストラント市との園芸技術交流を発展させ、技術の開発と環境制御技術の県内普及を加速化する	①技術交流訪問団への参加者数(次世代型ハウスを整備する企業参入者、生産者等) ②オランダ技術交流セミナーへの参加者	①9名(H27) ↓ 9名(H28) ↓ 15名 ②116名(H27) ↓ 115名(H28) ↓ 150名

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

企業誘致活動

県産地・流通支援課：企業の掘り起こし、企業への個別訪問を行う
地元関係者：意識啓発、取組周知、地域のニーズの掘り起こし
関係部局：企業や消費者のニーズの収集、県産地・流通支援課への情報提供

受入支援体制づくり

県産地・流通支援課：企業の産地視察、地元関係者による企業訪問・先進地視察の実施
地元関係者：候補地のリストアップ、地元の合意形成、産地視察の受入、企業訪問、先進地視察の実施
上記＋関係部局：課題解決へ向けた連携（優良農地の確保、技術指導体制の構築、雇用労働力の確保等）

立地企業へのアフターフォロー

県産地・流通支援課：課題対応のワンストップ窓口、各課と連携して課題解決
地元関係者：事業についてPDCAサイクルによる進捗管理
上記＋関係部局：課題解決への連携

施設園芸技術のレベルアップに向けた技術交流、オランダ技術交流セミナー開催

生産者：高収量・高品質生産への取組や情報の活用、技術交流セミナーでの交流成果報告
農業団体：技術交流への参加と協力
県環境農業推進課：交流事業のコーディネート、技術交流セミナーの運営、情報集積と発信、環境制御技術推進員の計画的派遣
県環境制御技術普及推進員：オランダでの最新技術の習得と普及

国際的な視野を持つ農業後継者育成のための技術交流

農業専攻高校生：技術交流訪問団への参加
県農業大学校生：レンティス校への留学研修による最新のオランダ施設園芸技術などの学習
県農業大学校：学生への支援、語学など留学に必要な基礎教育の実施、オランダ・レンティス校からの留学生受入

最新の施設園芸技術の導入・普及に向けたオランダ関連企業との連携

オランダ施設園芸等関連企業：特色ある新品種の導入に向けた種苗会社との連携、新たな機器や技術などの導入に向けた施設園芸機器関連企業との連携
県農業担い手育成センター：オランダ品種の栽培実証やオランダ型栽培技術の実証
県農業技術センター：企業との連携による技術課題の検討、研究の実施
県環境農業推進課・産地・流通支援課：オランダ企業とのパートナーシップの構築

10周年記念行事

県環境農業推進課：オランダ交流記念行事の実施

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農07】 ◆IPM技術の普及拡大	①施設キュウリ、施設カンキツでIPM技術の取り組みを拡大するために、天敵の導入を推進する	①天敵利用マニュアルの作成数	①－(H27) ↓ 1(H29) ↓ 2
	②農薬だけに頼らない省力的病害管理技術(病害版IPM)の取り組みを拡大するために、病害防除の技術開発及び省力化に繋がる農薬登録の促進と普及を図る	②ナス、キュウリの病害を対象とした省力的防除技術の開発数	②3(H27) ↓ 7(H29) ↓ 9
【農08】 ◆GAPの推進	①高知県版GAP(生産者版、出荷場版等の基礎GAP)や国ガイドライン準拠GAPの普及のために推進体制の構築や指導者研修などを実施する	①県版GAP(出荷場版)の実施JA集出荷場数	①9JA(H26) ↓ 15JA(68/71 JA集出荷場)(H29) ↓ 71/71 JA集出荷場
	②認証GAP(GLOBAL GAP)取得のために、研修や相談対応などを行う	②GLOBAL GAP認証取得経営体数	②1経営体(H27) ↓ 3経営体(H29) ↓ 5経営体

戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	2　環境保全型農業の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

虫害版IPM技術の現地実証

虫害版IPM技術の普及推進

県農業振興センター・県農業技術センター・県病害虫防除所：実証圃の設置による施設キュウリ、カンキツにおける天敵利用技術の検討や現地検討会等の開催
県環境農業業推進課：研修等の実施による関係機関及び農業者への情報提およびIPM技術実践に必要な防除資材等に対する補助

病害版IPMの開発（光、湿度制御など）

省力化に繋がる農薬登録の促進（常温煙霧登録薬剤、くん煙剤など）

病害版IPMの現地実証・普及

県農業技術センター：湿度制御、光制御、揮発油剤等の省力的病害防除技術の開発
県農業振興センター：実証圃の設置による施設ナス、キュウリにおける省力的病害防除技術の検討や現地検討会等の開催
県環境農業業推進課：研修等の実施による関係機関及び農業者への情報提およびIPM技術実践に必要な防除資材等に対する補助、省力化に繋がる農薬登録を増やすため、登録に必要なデータ作成を専門機関に委託

県版GAP（出荷場版）推進体制の再構築

国ガイドライン準拠GAP（生産者版、集出荷場版）の推進体制の構築と普及拡大

園芸連、JA：推進体制の構築と実施
県環境農業業推進課：GAP指導者（農業振興センター・JA）の育成と推進体制構築への支援、国ガイドライン準拠GAP基準書作成と確認体制の構築
県農業振興センター：研修の実施や現地指導による高知県版GAPから国ガイドライン準拠GAPへのレベルアップ

認証GAP（GLOBAL　GAP）の取得に向けた支援

認証GAP（GLOBAL　GAP）の取得、実践に向けた支援

県環境農業推進課、県産地・流通支援課：研修及び説明会実施によるJA等関係機関及び農業者への情報提供・意識啓発、認証GAP取得・実践に向けた支援
県農業振興センター：GLOBAL　GAPを志向する農業者への相談対応

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農09】 ◆有機農業の推進	○有機農業を推進するために、生産者の確保、生産者のグループ化、生産の拡大と販路の開拓・販売の拡大を図る	まとまりにより生産・販売に取り組むグループ数	ー(H27) ↓ 4グループ(H29) ↓ 5グループ
【農10】 ◆省エネルギー対策の推進	○暖房コストの低減を図るため、重油代替暖房機の導入とともに、生産段階で実践できる基本的な省エネ対策を徹底する	園芸用A重油使用量	53,000kl(H26) ↓ 50,000kl(H28) ↓ 50,000kl

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

有機農業者の確保

県環境農業推進課：就農支援及び就農後のフォローアップ、市町村・JAへの意識啓発
県農業担い手育成センター：栽培や経営の基礎研修、産地と連携した就農までの総合支援
県農業振興センター：有機農業新規就農希望者への就農支援、就農開始後の技術研修及び経営支援
市町村：有機農業の推進体制整備、産地提案型による新規就農者募集、環境保全型農業直接支払における有機農業の取り組みの拡大

技術指導の充実とグループ化の促進

まとまりの活動による品質向上と生産の拡大

グループによる販路開拓、販売の拡大

県環境農業推進課：有機農業に関する研修会の開催、有機農業者間の交流促進、有機JAS認定取得支援
県産地・流通支援課：有機農業者と流通・販売業者とのマッチング
県農業振興センター：実証ほ設置や基礎技術研修の実施等、慣行農業者との技術交流による有機農業者間の交流促進、有機農業者のグループ化及びグループの活動支援
県農業技術センター：IPM技術の開発と普及

保温対策の徹底、省エネ技術及び耐低温性品種の開発

生産者：生産段階で実践できる基本的な省エネ対策の実施（保温対策、暖房機の管理、温度管理）
農業団体：省エネ対策の実践支援
県農業振興センター：省エネ対策の指導、現地事例情報の収集
県農業技術センター：省エネ技術の開発、耐低温性品種の開発
県環境農業推進課・県産地・流通支援課：省エネに係る情報収集

重油代替暖房機の普及推進

生産者：重油代替暖房機や省エネ暖房機の導入
農業団体・県農業振興センター・県産地・流通支援課・県木材利用推進課：木質バイオマスの需給動向に係る情報共有
県環境農業推進課：重油代替暖房機導入状況の取りまとめ

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農11】 ◆野菜園芸品目の総合戦略支援 (ナス、ニラ、露地野菜等)	○産地の維持・発展につながる技術の確立、普及を図るため、地域・品目の実情に応じて高収量・高品質を実現し、生産拡大に向けた取り組みを進め、特に下記の品目について重点的に取り組む ①ナス ・日本一のナス産地再構築のため、高夜温栽培技術の確立、普及により品質・収量の向上を図る ②ニラ ・日本一のニラ産地の維持・発展のため、環境制御技術の確立と普及により、品質・収量の向上を図る ③露地野菜 ・水田の有効活用を図るため、法人、集落営農組織、個人による主要露地品目の生産拡大と、新規品目の導入を支援する	ナス、ニラ、露地野菜の生産量 ①ナス ②ニラ ③露地野菜	①27,825t(H26) ↓ 25,747t(H29) ↓ 31,300t ②13,851t(H26) ↓ 14,962t(H29) ↓ 17,300t ③22,328t(H26) ↓ 19,567t(H29) ↓ 23,000t
【農12】 ◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)	①ユズ ・国内生産量の約50%を占める中山間地域の基幹品目であるユズの生産振興を図るため、生産性向上につながる新植・改植や消費拡大に取り組む ②文旦 ・本県を代表する特産果樹の生産振興を図るため、高品質化栽培技術や販路開拓に取り組む	ユズ、文旦の生産量 ①ユズ ②文旦	①10,422t (H25～26年平均) ↓ 12,056t (H28～29年平均) ↓ 13,100t (H30～H31年平均) ②10,690t (H25～26年平均) ↓ 10,672t (H28～29年平均) ↓ 11,100t (H30～H31年平均)

戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	3　園芸品目別総合支援

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

ナスの技術確立 → ナスの生産拡大

生産者:高夜温栽培技術の確立
農業団体・市町村:技術確立への取り組み
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな技術確立への支援

生産者:高品質生産技術及び品種の導入による生産拡大の実践
農業団体・市町村:技術普及、生産拡大への積極的な取り組み
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな技術普及および生産拡大への支援

ニラの技術確立 → ニラの生産拡大

生産者:炭酸ガス施用、電照技術等の環境制御技術確立
農業団体・市町村:技術確立への積極的な取り組み
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな課題解決、技術確立への支援

生産者:環境制御技術の導入及び生産拡大の実践
農業団体・市町村:技術の普及、生産拡大への積極的な取り組み
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:速やかな技術の普及および生産拡大への支援

露地野菜の生産拡大

生産者:有望品目の検討、生産拡大の実践
農業団体・市町村:有望品目の検討、生産拡大への積極的な取り組み
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター:有望品目の検討、市場や企業との連携による露地野菜の産地化支援

ユズの生産力・生産基盤の強化

生産者:優良系統の情報提供、新植・改植、交流会等まとまりの場への参加、輸出用ユズの栽培
農業団体等:優良系統の探索、複製母樹園の設置、苗木の安定供給、担い手の育成、改植事業等の活用支援、輸出用ユズの栽培支援
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター、市町村等:優良系統の選抜・育種・穂木の提供、改植事業の活用による改植の推進、担い手の確保・育成支援、輸出にかかる技術支援

ユズのプロモーション・販路拡大

生産者:県域連携による国内外でのPR支援
農業団体等:県域連携による国内外でのPR
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター、市町村等:生産者・農業団体が行う青果、果汁、加工品等の国内外でのPR・販路拡大支援

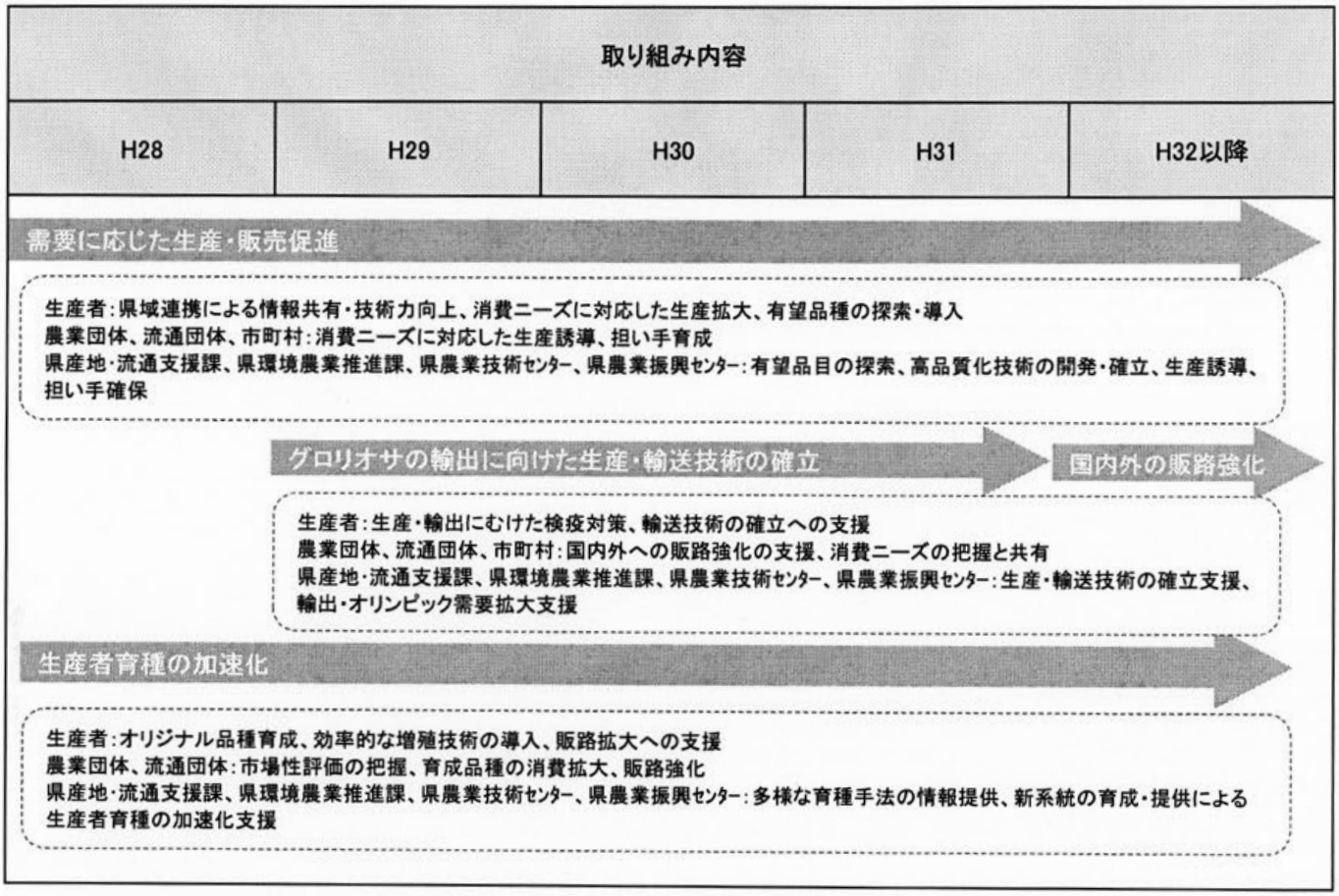
文旦の生産力・生産基盤の強化

生産者:優良系統の情報提供、新植・改植、マルチ栽培等高品質化技術の導入、交流会等まとまりの場への参加
農業団体等:優良系統の探索、高品質化技術導入支援、担い手の育成、改植事業等導入支援
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター:優良系統の選抜・育種、国庫補助事業活用による改植の推進、高品質化技術の推進、担い手の確保・育成支援

文旦のプロモーション・販路拡大

生産者:生産者自身によるPR
農業団体等:県域連携によるPR、文旦の日等の活用による消費拡大
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県果樹試験場、県農業振興センター:生産者・農業団体が行うPR・販路拡大支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農13】 ◆花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ)	①ユリ ・生産の効率化、需要に応じた生産を進めるため、高知県リリーズファミリーの活動強化や生産者交流会の活動を支援する ②トルコギキョウ ・県農業技術センターとの連携による環境制御技術の確立や需要に応じた品種の選定を進め、生産の効率化、販売促進を図る ③グロリオサ ・国内外での県産グロリオサの優位性を保つため、新品種育成および生産拡大への支援を行う ・海外への販路強化・オリンピック・パラリンピックにむけた生産および輸送技術の確立を図る	ユリ、トルコギキョウ、グロリオサの生産量 ①ユリ ②ﾄﾙｺｷｷｮｳ ③ｸﾞﾛﾘｵｻ (ア)グロリオサ全体 (イ)オリジナル品種 オレンジハート(橙)	①14,383千本(H26) ↓ 12,864千本(H29) ↓ 16,973千本 ②4,199千本(H26) ↓ 4,404千本(H29) ↓ 4,446千本 ③(ア)3,929千本(H26) ↓ 3,581千本(H29) ↓ 5,162千本 (イ)8.5千本(H26) ↓ 29千本(H29) ↓ 100千本


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
需要に応じた生産・販売促進
生産者：県域連携による情報共有・技術力向上、消費ニーズに対応した生産拡大、有望品種の探索・導入
農業団体、流通団体、市町村：消費ニーズに対応した生産誘導、担い手育成
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：有望品目の探索、高品質化技術の開発・確立、生産誘導、担い手確保
グロリオサの輸出に向けた生産・輸送技術の確立
国内外の販路強化
生産者：生産・輸出にむけた検疫対策、輸送技術の確立への支援
農業団体、流通団体、市町村：国内外への販路強化の支援、消費ニーズの把握と共有
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：生産・輸送技術の確立支援、輸出・オリンピック需要拡大支援
生産者育種の加速化
生産者：オリジナル品種育成、効率的な増殖技術の導入、販路拡大への支援
農業団体、流通団体：市場性評価の把握、育成品種の消費拡大、販路強化
県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：多様な育種手法の情報提供、新系統の育成・提供による生産者育種の加速化支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農14】 ◆県産米のブランド化の推進(H30拡充)	①米産地のブランド化を推進するために、栽培技術の確立や販売促進に取り組む組織を支援する	①米のブランド力強化に取り組む組織	①4組織(H27) ↓ 9組織(H29) ↓ 10組織
	②県産米のブランド力を強化するために、高温耐性県奨励品種の生産拡大を支援する ⇒別図＜農03＞参照(p,224)	②高温耐性県奨励品種の作付面積	②361ha(H26) ↓ 459ha(H29) ↓ 1,000ha
【農15】 ◆酒米の生産振興	○酒米の生産振興を図るため、高品質・安定栽培技術の確立および新品種導入への取組を支援する	①酒造好適米、酒造適性米の作付面積 (ア)酒造好適米	①(ア)50ha(H27) ↓ 51ha(H29) ↓ 80ha
		(イ)酒造適性米	(イ)75ha(H27) ↓ 68ha(H29) ↓ 82ha
		②酒造好適米の1,2等比率	②54%(H26) ↓ 80%(H29) ↓ 80%

戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	4　水田農業の振興

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

既存ブランド米産地の品質向上・販路拡大

新規ブランド米産地の掘り起こし・技術確立 → 新規ブランド米産地の品質向上・販路拡大

生産者：良食味生産に向けた栽培技術の改善、食味コンテストへの出品による知名度アップ、販売促進活動などによる米のPR
農業団体：県産早期米の県外販売促進活動の実施、ブランド化に向けた栽培技術の改善、販売促進活動への支援
県環境農業推進課・農業振興センター：ブランド化に向けた栽培技術の改善・販売促進活動への支援、食味ランキングでの県産米の評価アップ

高温耐性品種「にこまる」の高品質安定生産

高温耐性新品種の開発・栽培技術の確立

新品種「よさ恋美人」の普及定着

生産者：「にこまる」、「よさ恋美人」など県奨励品種の作付拡大、肥培管理技術の改善等による高品質安定生産、販売促進活動による米のPR
農業団体：「にこまる」、「よさ恋美人」など県奨励品種の栽培技術の改善への支援、販売促進・消費拡大の取組支援
県農業技術センター：県オリジナル高温耐性品種の育成と導入に向けた現地適応性の検討、栽培技術の確立
県環境農業推進課・農業振興センター：県オリジナル高温耐性品種「よさ恋美人」の普及拡大

酒造好適米・酒造適性米の高品質安定生産

酒造適性が優れる新品種の開発・選定 → 新品種の普及・定着

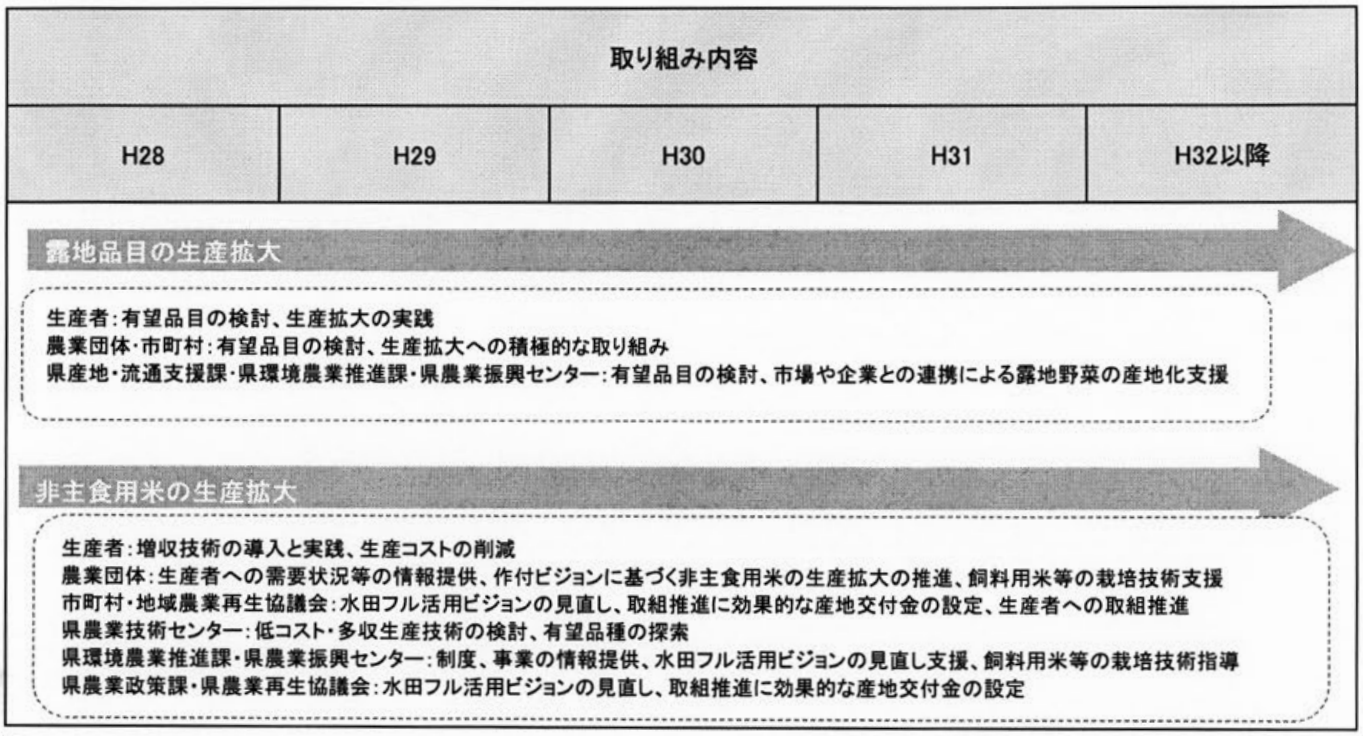
生産者：高品質安定生産技術の導入と実践、新品種の導入と生産拡大、酒米の産地化、組織化
【土佐酒振興プラットフォーム】
農業団体：生産計画の策定、生産者への高品質安定生産技術支援、酒米の産地化への取組支援
高知県酒造組合：酒造メーカーからの要望数量の取りまとめ、土佐酒の販売促進活動の実施
県農業技術センター：高品質安定生産技術の確立、生産者ごとの酒米の品質分析と情報提供、新品種の育成と栽培技術の確立
県工業技術センター：生産者ごとの酒造適性・醸造適性の分析と情報提供、酒造メーカーへの醸造技術支援
県環境農業推進課・農業振興センター：高品質安定生産技術・新品種の普及推進、酒米生産者の組織化への取組支援

酒造適性が優れる加工用米の生産拡大

酒造適性が優れ収量性の高い新品種の選定 → 新品種の普及・定着

生産者：加工用米の取組拡大、高品質安定生産技術の導入と実践、酒造適性が優れる品種への作付転換、新品種の導入
【土佐酒振興プラットフォーム】
農業団体：取組農家の掘り起こし、生産計画の策定、高品質安定生産技術支援
高知県酒造組合：酒造メーカーからの要望数量の取りまとめ、土佐酒の販売促進活動の実施
県農業技術センター：新品種の選定と栽培技術の確立
県環境農業推進課・農業振興センター：主食用米並の所得確保に対する支援、高品質安定生産技術支援、新品種の普及推進

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農16】 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換	①水田の有効活用を図るため、法人、集落営農組織、個人による主要露地品目の生産拡大と、新規品目導入への取り組みを支援する	①露地品目(ﾌﾞﾛｯｺﾘｰ、ﾆﾗ、ｵｸﾗ、ｼｮｳｶﾞ等)の新規取り組み面積	①— ↓ 9.7ha(H29) ↓ 48ha
	②水田の有効活用による飼料用米などの非主食用米の生産拡大を図るため、低コスト･多収技術等への取り組みを支援する	②非主食用米作付面積	②1,174ha(H27) ↓ 1,308ha(H29) ↓ 2,500ha


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
露地品目の生産拡大
生産者：有望品目の検討、生産拡大の実践
農業団体・市町村：有望品目の検討、生産拡大への積極的な取り組み
県産地・流通支援課・県環境農業推進課・県農業振興センター：有望品目の検討、市場や企業との連携による露地野菜の産地化支援
非主食用米の生産拡大
生産者：増収技術の導入と実践、生産コストの削減
農業団体：生産者への需要状況等の情報提供、作付ビジョンに基づく非主食用米の生産拡大の推進、飼料用米等の栽培技術支援
市町村・地域農業再生協議会：水田フル活用ビジョンの見直し、取組推進に効果的な産地交付金の設定、生産者への取組推進
県農業技術センター：低コスト・多収生産技術の検討、有望品種の探索
県環境農業推進課・県農業振興センター：制度、事業の情報提供、水田フル活用ビジョンの見直し支援、飼料用米等の栽培技術指導
県農業政策課・県農業再生協議会：水田フル活用ビジョンの見直し、取組推進に効果的な産地交付金の設定

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【農17】 ◆肉用牛の生産基盤の強化	○肉用牛の安定生産のため、生産性向上やブランド力強化に取り組む ○生産拡大のため、繁殖雌牛の増頭、子牛生産性の向上、畜産施設整備、担い手の確保・育成を支援する ○特に土佐あかうしについては、育種改良と血統の維持、乳用牛への受精卵移植による生産拡大を支援する	肉用牛飼養頭数	5,043頭（H26） ↓ 5,685頭（H29） ↓ 6,026頭

戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	5　畜産の振興

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

土佐和牛繁殖雌牛の増頭による子牛生産拡大への支援

生産者：家畜市場からの導入や自家保留による増頭
市町村・JA・全農こうち：家畜市場からの導入や自家保留による増頭への支援
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：増頭の支援、優良繁殖雌牛供給・選抜への支援

生産者：子牛生産拡大への取り組み
JA・県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：子牛生産拡大への支援

乳用牛への受精卵移植による土佐あかうし生産拡大への支援

全農ET研究所・酪農家：乳用牛に土佐あかうし受精卵を移植し、子牛を生産
全農こうち・県畜産振興課：酪農家への乳用牛貸付け

移植体制整備

県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：機器導入や技術向上による受精卵移植体制の整備
全農こうち：キャトルステーションの整備

受精卵生産・移植の強化、子牛哺育体制の拡充

全農こうち・高知大学・県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：受精卵生産の強化

土佐町酪農組合・福永畜産（中土佐町）：キャトルステーションでの肥育向け子牛育成
全農ET研究所・全農こうち：受精卵移植への支援
家畜人工授精師・県畜産振興課・県家畜保健衛生所：受精卵移植の実施

池地畜産（田野町）：キャトルステーションでの繁殖向け雌子牛育成
県家畜保健衛生所：受精卵移植の実施
県畜産振興課：新規就農者等への雌子牛の貸付け

規模拡大に向けた施設整備への支援

生産者：規模拡大による増頭
JA・市町村・県畜産振興課・県家畜保健衛生所：レンタル畜産施設等整備事業、畜産クラスター事業活用への支援

土佐和牛の流通戦略の展開

土佐和牛ブランド推進協議会（生産者団体・流通団体・県）：県内外でのPRや生産流通戦略の展開による販路の拡大
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：県内外でのPR、試食販売や商談会への支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農18】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化	○生産体制の強化のため、新たなブランド豚の作出や多産系種豚の導入の推進、また養豚団地化等の規模拡大を支援する ○加工・販売体制の強化のため、6次化や加工品製造の取り組みや地消・外商の強化による販路拡大の取り組みを支援する ○県内消費率拡大のため、県内量販店及び県内飲食店における地産・地消の強化による販路拡大の取組を支援する	豚年間出荷頭数	34,473頭(H26) ↓ 43,472頭(H29) ↓ 50,000頭

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

新たなブランド豚の作出

養豚農家：高知県の特産物（かんきつ精油抽出残渣、焼酎粕など）を飼料に加えた豚の生産
県畜産振興課・県家畜保健衛生所：給与技術の指導、肉質評価（成分分析）への支援
県畜産試験場：適切な給与方法（給与時期、配合割合、肉質への影響等）の確立

需要に見合ったブランド豚の生産頭数の確保

養豚農家：新たなブランド豚の生産頭数の確保
県畜産振興課・県家畜保健衛生所：豚肉の品質チェック（成分分析）への支援、PR活動への支援

新たなブランド豚の作出にチャレンジ

県畜産試験場：新たな給与飼料の研究
養豚農家：新たな給与飼料を与えた豚の生産実証
県畜産振興課・県家畜保健衛生所：給与技術の指導、肉質評価（成分分析）への支援

収益性の向上への取り組み支援

養豚農家：多産系種豚の導入や施設整備による生産コスト削減への取り組み実施
JA：多産系種豚の導入促進等による生産コスト削減への取り組みの支援、畜産クラスター関連事業の活用への支援
（一社）高知県畜産会：経営分析・指導
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：飼養管理技術の普及や指導、畜産クラスター関連事業の活用への支援

6次化や加工品製造の取り組み支援

養豚農家・JA・流通販売業者：6次化や加工品製造および販売
県畜産振興課：PR活動（試食販売、イベントへの参加等）の実施による販路拡大への支援、畜産クラスター関連事業の活用への支援

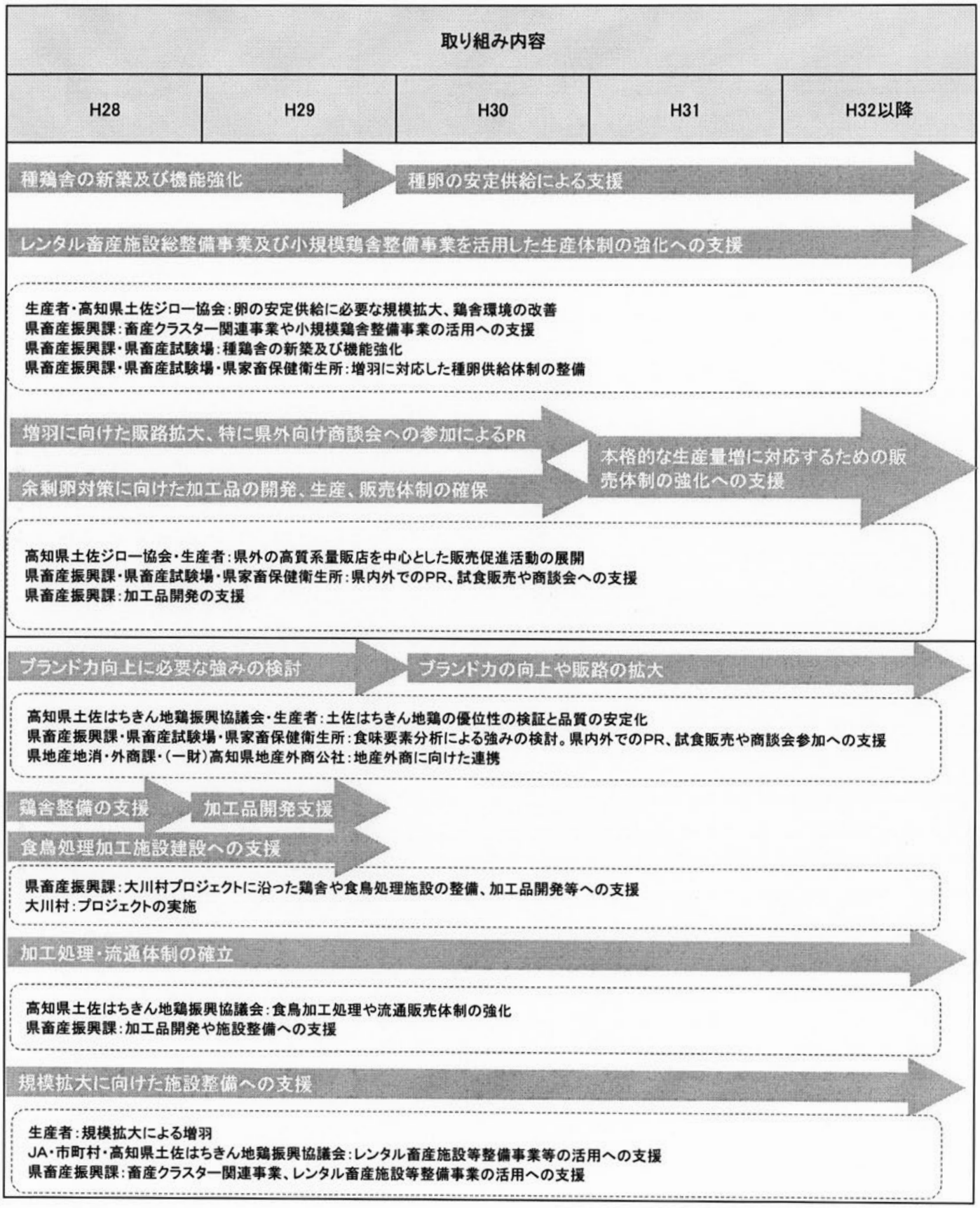
地消や外商の強化による販路拡大

県養豚協会・養豚農家：県内の大型量販店を中心とした販売促進活動の展開
全農高知県本部・（一財）地産外商公社：県外の高質系量販店や飲食店を中心とした販売促進活動の展開
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：県内外でのPR、試食販売や商談会への支援
県畜産振興課：加工品開発への支援、地産地消拡大事業の委託
県内量販店・県内飲食店：地産地消拡大事業への協力

養豚農家の団地化等による規模拡大への支援

養豚農家：規模拡大による増頭
JA：畜産クラスター関連事業の活用への支援、候補地の選定、研修会等の開催
市町村：畜産クラスター関連事業の活用への支援、候補地の選定
県畜産振興課・県家畜保健衛生所：畜産クラスター関連事業の活用への支援、衛生管理体制の向上に向けた取り組み支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農19】 ◆土佐ジローの生産、販売体制の強化	○土佐ジローの増羽のため、生産体制の強化や販路の拡大についての取組を支援する	土佐ジロー飼養羽数	2.5万羽(H26) ↓ 2.4万羽(H29) ↓ 4万羽
【農20】 ◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化	○土佐はちきん地鶏増産のため、ブランド力の向上や販路拡大、規模拡大を支援する	土佐はちきん地鶏年間出荷羽数	6万羽(H26) ↓ 8.8万羽(H29) ↓ 15万羽


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
種鶏舎の新築及び機能強化
種卵の安定供給による支援
レンタル畜産施設総整備事業及び小規模鶏舎整備事業を活用した生産体制の強化への支援
生産者・高知県土佐ジロー協会：卵の安定供給に必要な規模拡大、鶏舎環境の改善
県畜産振興課：畜産クラスター関連事業や小規模鶏舎整備事業の活用への支援
県畜産振興課・県畜産試験場：種鶏舎の新築及び機能強化
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：増羽に対応した種卵供給体制の整備
増羽に向けた販路拡大、特に県外向け商談会への参加によるPR
余剰卵対策に向けた加工品の開発、生産、販売体制の確保
本格的な生産量増に対応するための販売体制の強化への支援
高知県土佐ジロー協会・生産者：県外の高質系量販店を中心とした販売促進活動の展開
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：県内外でのPR、試食販売や商談会への支援
県畜産振興課：加工品開発の支援
ブランド力向上に必要な強みの検討
ブランド力の向上や販路の拡大
高知県土佐はちきん地鶏振興協議会・生産者：土佐はちきん地鶏の優位性の検証と品質の安定化
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：食味要素分析による強みの検討。県内外でのPR、試食販売や商談会参加への支援
県地産地消・外商課・(一財)高知県地産外商公社：地産外商に向けた連携
鶏舎整備の支援
加工品開発支援
食鳥処理加工施設建設への支援
県畜産振興課：大川村プロジェクトに沿った鶏舎や食鳥処理施設の整備、加工品開発等への支援
大川村：プロジェクトの実施
加工処理・流通体制の確立
高知県土佐はちきん地鶏振興協議会：食鳥加工処理や流通販売体制の強化
県畜産振興課：加工品開発や施設整備への支援
規模拡大に向けた施設整備への支援
生産者：規模拡大による増羽
JA・市町村・高知県土佐はちきん地鶏振興協議会：レンタル畜産施設等整備事業等の活用への支援
県畜産振興課：畜産クラスター関連事業、レンタル畜産施設等整備事業の活用への支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農21】 ◆酪農における生乳生産能力の向上	○乳量・乳質向上のために、牛群検定加入と検定情報の活用促進を支援 ○乳用後継牛確保のために、土佐あかうし受精卵移植用の乳用牛を無償貸付 ○生産性向上のために、規模拡大や牛舎快適性改善のための牛舎整備を支援 ○牛乳の消費拡大のために、牛乳料理コンクールや牛乳消費拡大イベントでのPR活動を支援	経産牛1頭当たりの年間乳量	8,063kg(H26) ↓ 8,260kg(H28) ↓ 8,500kg

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

牛群検定情報の活用と検定加入促進

全農こうち、県酪連協：牛群検定の推進、分娩頭数増加に対する奨励金の交付
県畜産試験場・県家畜保健衛生所：勉強会などによる牛群検定加入促進、牛群検定情報を活用した乳量・乳質改善への指導
県畜産振興課：検定農家に対する検定費用の補助、分娩頭数増加に対する奨励金の交付

乳用後継牛確保への支援

生産者：土佐あかうし受精卵移植用乳用牛を借り受け、土佐あかうしの子牛と生乳を生産
全農こうち・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：土佐あかうし受精卵の生産および移植
県畜産振興課：土佐あかうし受精卵移植用の乳用牛の導入および酪農家への貸付

移植体制整備

県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：機器導入や技術向上による受精卵移植体制の整備
全農こうち：キャトルステーションの整備

受精卵生産・移植の強化

全農こうち・高知大学・県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：受精卵生産の強化

土佐町酪農組合：キャトルステーションでの受精卵移植用乳用牛の預託
全農こうち：受精卵移植への支援
家畜人工授精師・県畜産振興課・県家畜保健衛生所：受精卵移植の実施
県畜産振興課：受精卵移植用乳用牛の預託支援

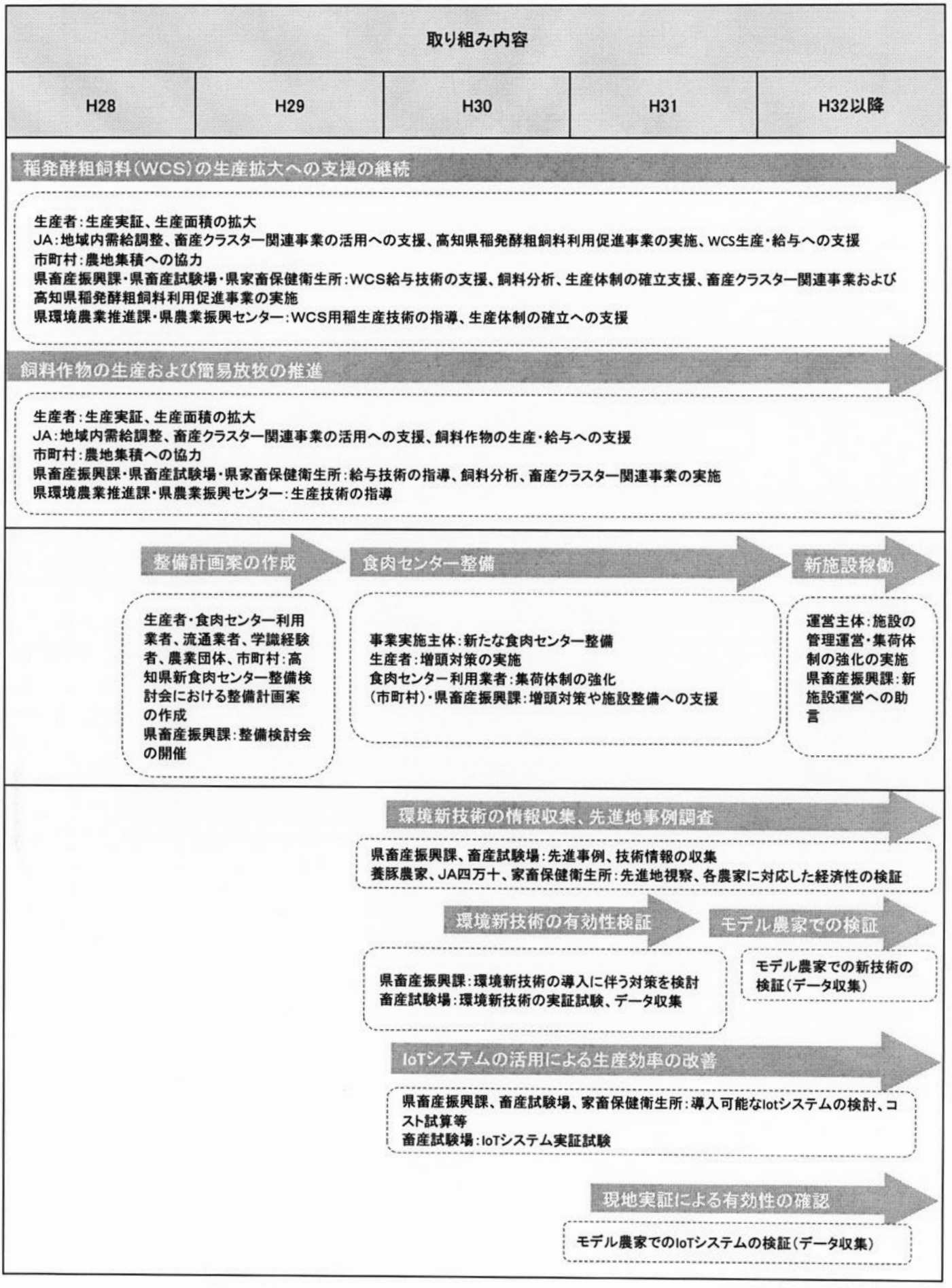
牛舎整備への支援

（牛舎快適性改善の推進）
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所：マニュアルに基づく牛舎快適性改善のための施設改修等の普及
（規模拡大への支援）
県畜産振興課・県家畜保健衛生所・JA・市町村：レンタル畜産施設等整備事業および畜産クラスター事業による施設整備への支援

牛乳消費拡大への支援

全農こうち・県酪連協：イベントでのPR活動、牛乳料理コンクールの開催
県畜産振興課・家畜保健衛生所：消費拡大イベント等への支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農22】 ◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大	○稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続や飼料作物の生産および簡易放牧の推進により、自給飼料の生産拡大に向けた取り組みを支援	稲発酵粗飼料(WCS)の生産面積	145ha(H26) ↓ 210ha(H29) ↓ 230ha
【農23】 ◆食肉センターの整備	○食肉センターは、川上、川中、川下の取組を好循環させ、拡大再生産につなげていく重要な役割を担っており、畜産振興や県民への安全・安心な食肉の供給などに必要不可欠な施設である。現施設は、老朽化が進んでいることから、新たな整備に向け、県が中心となり検討を進める	新たな食肉センターの整備	ー(H28) ↓ ー(H29) ↓ 新たな食肉センターの整備
【農24】 ◆次世代こうち新畜産システムの実証と確立(H30新規)	○環境対応型施設の導入を推進するため、臭気対策を中心とした環境負荷軽減のための新技術の情報収集、および有効性を検証・導入の推進 ○IoTを活用した家畜管理による生産性向上を推進するため、肉用牛繁殖経営における活用方法の検討と実証試験の実施 ⇒別図＜農04＞参照(p.225)	モデル農家戸数	①0(H29) ↓ 1戸(H31) ②0(H29) ↓ 7戸(H31)


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続
生産者:生産実証、生産面積の拡大
JA:地域内需給調整、畜産クラスター関連事業の活用への支援、高知県稲発酵粗飼料利用促進事業の実施、WCS生産・給与への支援
市町村:農地集積への協力
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所:WCS給与技術の支援、飼料分析、生産体制の確立支援、畜産クラスター関連事業および高知県稲発酵粗飼料利用促進事業の実施
県環境農業推進課・県農業振興センター:WCS用稲生産技術の指導、生産体制の確立への支援
飼料作物の生産および簡易放牧の推進
生産者:生産実証、生産面積の拡大
JA:地域内需給調整、畜産クラスター関連事業の活用への支援、飼料作物の生産・給与への支援
市町村:農地集積への協力
県畜産振興課・県畜産試験場・県家畜保健衛生所:給与技術の指導、飼料分析、畜産クラスター関連事業の実施
県環境農業推進課・県農業振興センター:生産技術の指導
整備計画案の作成
生産者・食肉センター利用業者、流通業者、学識経験者、農業団体、市町村:高知県新食肉センター整備検討会における整備計画案の作成
県畜産振興課:整備検討会の開催
食肉センター整備
事業実施主体:新たな食肉センター整備
生産者:増頭対策の実施
食肉センター利用業者:集荷体制の強化
(市町村)・県畜産振興課:増頭対策や施設整備への支援
新施設稼働
運営主体:施設の管理運営・集荷体制の強化の実施
県畜産振興課:新施設運営への助言
環境新技術の情報収集、先進地事例調査
県畜産振興課、畜産試験場:先進事例、技術情報の収集
養豚農家、JA四万十、家畜保健衛生所:先進地視察、各農家に対応した経済性の検証
環境新技術の有効性検証
県畜産振興課:環境新技術の導入に伴う対策を検討
畜産試験場:環境新技術の実証試験、データ収集
モデル農家での検証
モデル農家での新技術の検証(データ収集)
IoTシステムの活用による生産効率の改善
県畜産振興課、畜産試験場、家畜保健衛生所:導入可能なIotシステムの検討、コスト試算等
畜産試験場:IoTシステム実証試験
現地実証による有効性の確認
モデル農家でのIoTシステムの検証(データ収集)

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農25】 ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○6次産業化に取り組む農業者等の裾野を広げるため、6次産業化セミナーの開催と6次産業化に関する情報発信やプランナーによる個別相談を行う ○6次産業化の取り組みのステップアップを図るため、6次産業化支援チームによるハンズオン支援を行う	農林水産加工品販売額	46.4億円(H26) ↓ 46.5億円(H28) ↓ 50億円
【農26】 ◆直販所支援の強化	○直販所の整備を支援するとともに、直販所活性化のため、活性化プランの策定及び直販所のネットワーク化や県外観光客も含めた顧客獲得を図る ○直販所における食の安全・安心を確保するため、直販所への「安心係」の配置の継続と、「安心係」のレベルアップを図る	直販所売上高	93.3億円(H26) ↓ 98.4億円(H28) ↓ 100億円

戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	6　6次産業化の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

農産物加工に取り組む裾野の拡大

農業者等：土佐MBAをはじめとする各種セミナー等への参加及びプランナーのアドバイスを契機とする6次産業化への取り組み開始
サポートセンター：6次産業化に係る情報発信、プランナーによる6次産業化に係る個別相談対応
県地域農業推進課：土佐MBAと連携を強化した6次産業化セミナーの開催
県関係課：6次産業化に関する情報共有

取り組み内容のステップアップと商品の磨き上げ

農業者等：商品の磨き上げと販路拡大
県農業振興センター・地域本部：専門家を活用した農業者等が取り組む6次産業化のステップアップ支援
県地域農業推進課：土佐MBAと連携を強化した6次産業化セミナーの開催及び専門家を活用したステップアップ支援

直販所の整備

直販所のネットワーク化

JAグループ等：直販所の整備、直販所のネットワーク化や県外観光客も含めた顧客獲得
県地域農業推進課：直販所の整備支援、直販所のネットワーク化支援

直販所の安全・安心の推進と活性化

直販所：安心係の配置
県関係課：専門家派遣等による活性化支援、安心係の養成支援、直販所の情報発信支援
県地域農業推進課：安心係の養成とレベルアップ、直販所活性化セミナーの開催（H29～）、直販所活性化のための支援

分野	農業分野
戦略の柱	2　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

戦略の方向性	■集落営農と中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大し、中山間地域の農業の競争力を高め、地域全体で支える仕組みを構築する

戦略目標	目標
	○集落営農組織による農地（田・畑）　のカバー率（耕地面積ベース）
	○こうち型集落営農組織数
	○集落営農法人数 （うち収入20,000千円以上の組織数）
	○中山間農業複合経営拠点の整備数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	集落営農の推進	○集落営農組織設立への支援 ⇒ 集落営農組織のカバー率 H23：9% → H29：15% ○こうち型集落営農の推進と法人化の支援 ⇒ こうち型集落営農組織数 H27：32組織 → H29：59組織 ⇒ 法人数 H27：16組織 → H29：24組織	○地域の農業を維持発展していくためには、リーダーや関係機関の人材育成を進め、集落営農の更なる裾野の拡大が必要 ○複合経営に取り組む「こうち型集落営農」の更なる拡大と法人化の推進 ○事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローする体制の構築
2	中山間農業複合経営拠点の整備推進	○中山間農業複合経営拠点の整備推進 ⇒ 中山間農業複合経営拠点の整備数 H27:4拠点（大豊町、土佐町、本山町、三原村） → H28:11拠点（追加:奈半利町、日高村、四万十市（西土佐）、四万十町（仁井田）、香南市、高知市（土佐山）、南国市） → H29:16拠点（追加:室戸市、四万十町（十和・大正）、四万十町（窪川）、黒潮町、四万十市（中村）	○中山間地域の農業を支え、競争力を高めるためにも、中山間農業複合経営拠点の取り組みの県内への拡大が必要 ○事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローする体制の構築
3	中山間に適した農産物等の生産	○製品茶の販売促進 ⇒ 製品茶販売額 H26：2.1億円 → H28：2.7億円 ○茶樹の再生と茶加工施設の再編整備を支援 ○ミシマサイコの栽培指導や新規生産者の掘り起こし ⇒収量30kg/10a以上の生産者の割合 H26：15% → H28：8% ○有望な薬用作物の導入支援 ・関係機関との連携による情報共有 ・産地化に向けた地域相談会等の情報提供	○荒茶価格は低迷傾向。生産者の所得確保に向けた、ターゲットを明確にした販売促進活動と消費拡大の強化 ○茶産地の振興に向けた、高品質な荒茶生産のための加工体制の整備、台切り・改植による茶樹の再生、収穫・整枝時の労力を大幅に削減できる自走式茶園管理機の導入及び作業道整備への支援 ○ミシマサイコ ・2年生品種への転換に伴う栽培技術の確立と普及 ・生産者組織の強化と指導者の確保・育成 ○有望な薬用作物の導入支援 ・地域に適した有望品目の選定と栽培技術の確立
4	日本型直接支払制度の推進	○日本型直接支払制度の普及推進 ⇒ 中山間地域等直接支払制度 H27　交付面積：5,815ha →H29　交付面積：6,641ha ⇒ 多面的機能支払制度 H27　農地維持支払交付面積：8,940ha →H29　農地維持支払交付面積：9,253ha	○中山間地域等直接支払制度 ・集落協定の広域化や営農のサポート体制づくりが必要であり、次期対策に向けた集落間の連携や複数集落による広域の集落協定の締結促進 ○多面的機能支払制度 ・水路、農道等の地域資源を維持していくための取り組みの拡大
5	事業戦略の策定・実行支援		

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:13%	H29:15%	21%	26%	30%
H27:32	H29:59	80	100	140
H27:16 (2)	H28:19 (4)	40 (10)	50 (13)	70 (18)
H27:4	H29:16	20	30	35

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農27】 ◆集落営農の裾野の拡大	○			○				○
【農28】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ(H30拡充)	○			○				○
【農29】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(H30拡充)	○			○				○
【農30】 ◆土佐茶産地の振興(H30拡充)	○	○		○				
【農31】 ◆薬用作物の振興	○		○	○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針3】園芸品目別総合支援	○	○		○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針4】水田農業の振興	○	○		○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針5】畜産の振興	○	○		○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針6】6次産業化の推進	○	○		○			○	
【農32】 ◆中山間地域等直接支払制度の推進	○			○				
【農33】 ◆多面的機能支払制度の推進	○			○				
(再掲)【戦略の柱2 取組方針1】集落営農の推進	○			○				○
(再掲)【戦略の柱2 取組方針2】中山間農業複合経営拠点の整備推進	○			○				○

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農27】 ◆集落営農の裾野の拡大	○中山間地域の農業・農村を支える「集落営農」を推進するため、集落のリーダーを育成する「集落営農塾」等を県内各地域で実施し、集落営農組織の設立を進め、カバー率の向上を図る	集落営農塾(組織化コース)への参加集落数(延べ)	－(H27) ↓ 363集落 (H28～H29) ↓ 600集落 (H28～H31累計)
【農28】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ(H30拡充)	○集落営農組織による地域農業の維持・活性化のため、複合経営による所得確保に取り組む「こうち型集落営農」の更なる拡大と法人化の加速化を進める ○事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローアップする体制の構築	①園芸品目等実証圃設置数(延べ) ②集落営農塾(ステップアップ・法人化・法人経営コース)への参加組織数(延べ)	①－(H27) ↓ 26箇所 (H28～H29) ↓ 36箇所 (H28～H31累計) ②－(H27) ↓ 243組織 (H28～H29) ↓ 240組織 (H28～H31累計)

戦略の柱	2　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	1　集落営農の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

集落営農組織の育成

集　落　:集落営農への合意形成と組織設立に向けた取り組み
市町村・農業団体　:講演会、視察研修の実施
　農業振興センターと連携した集落営農組織化のための支援
県農業振興センター:市町村・農業団体と連携した「集落営農塾」の実施によるリーダーや関係機関の人材育成と講演会、視察研修の実施
　集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農組織化のための支援
県地域農業推進課　:集落営農をサポート、コーディネートできる人材を育成するための研修会等の開催（推進チーム会、集落営農推進研修会）
　集落営農支援事業による県内全域での集落営農の取り組みとステップアップの支援

こうち型集落営農の県内全域へ拡大

集　落　:こうち型集落営農に向けた合意形成と取り組み
市町村・農業団体　:講演会、視察研修の実施
　農業振興センターと連携したこうち型集落営農への取り組み支援
農業会議、専門家　:専門家の派遣による個別指導
県農業振興センター:市町村・農業団体と連携した「集落営農塾」の実施によるリーダーや関係機関の人材育成と講演会、視察研修の実施
　こうち型集落営農を進めるための話し合いの場づくりと園芸品目等の実証圃の設置支援
県地域農業推進課　:集落営農をサポート、コーディネートできる人材を育成するための研修会等の開催（推進チーム会、集落営農推進研修会）
　集落営農支援事業によるこうち型集落営農へのステップアップの支援

集落営農法人の拡大

集　落　:法人化に向けた合意形成と取り組み
市町村・農業団体　:講演会、視察研修の実施
　農業振興センターと連携した法人設立に向けた支援
農業会議、専門家　:専門家の派遣による個別指導
　アグリ事業戦略サポートセンターの設置（H30～）
県農業振興センター:市町村・農業団体と連携した「集落営農塾」の実施によるリーダーや関係機関の人材育成と講演会、視察研修の実施
　法人設立に向けた支援
県地域農業推進課　:集落営農をサポート、コーディネートできる人材を育成するための研修会等の開催（推進チーム会、集落営農推進研修会）
　「集落営農法人ネットワーク協議会」の設置による法人組織の連携・交流促進と経営のレベルアップ
　集落営農支援事業による法人化へのステップアップの支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農29】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(H30拡充)	○中山間地域の農業の競争力を高め支えるため、事業戦略の策定支援とPDCAサイクルをフォローする体制を構築する。また、「複合経営拠点推進フォーラム」の開催や複合経営拠点支援事業による体制整備支援を行い、「中山間農業複合経営拠点」の取り組みを県内各地域へ拡大する ⇒別図＜農05＞参照(p.226)	中山間農業複合経営拠点の整備数	4地区(H27) ↓ 16地区(H29) ↓ 20地区

戦略の柱	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	2 中山間農業複合経営拠点の整備推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

中山間農業複合経営拠点の経営拡大・発展（既存実施地区）

拠　点　：拠点事業戦略の実践
市町村・関係機関　：拠点事業戦略の実践支援
県農業振興センター・地域本部：拠点事業戦略の実践支援
県地域農業推進課：拠点事業戦略の実践支援
　　複合経営拠点支援事業による複合経営拠点の体制整備支援
アグリ事業戦略サポートセンター（H30～）：拠点事業戦略の策定サポート、PDCAサイクルのフォロー

中山間農業複合経営拠点の体制整備（新規実施地区）

拠　点　：拠点事業戦略の策定と実践
市町村・関係機関　：協議会及び運営委員会の設立、拠点事業戦略の策定と実践支援
　　拠点となる法人の設立
県農業振興センター・地域本部：拠点事業戦略の策定と実践支援、法人設立支援
県地域農業推進課　：拠点事業戦略の策定と実践支援、法人設立支援
　　複合経営拠点支援事業による複合経営拠点の体制整備支援
アグリ事業戦略サポートセンター（H30～）：拠点事業戦略の策定サポート

中山間農業複合経営拠点の新規掘り起こし

拠　点：構想案作成と組織内取組合意
市町村・関係機関：複合経営拠点推進セミナーへの参加（H28）、複合経営拠点推進フォーラムへの参加（H29～）
　　複合経営拠点構想の作成
県農業振興センター・地域本部：複合経営拠点推進セミナーの実施支援（H28）、複合経営拠点推進フォーラムの実施支援（H29～）
　　複合経営拠点構想の作成支援
県地域農業推進課：市町村・関係機関との協議による新規予定地区の掘り起こし、複合経営拠点推進フォーラムの開催（H29～）
　　複合経営拠点支援事業による複合経営拠点推進セミナーの開催（H28）、複合経営拠点構想の作成支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農30】 ◆土佐茶産地の振興(H30拡充)	○土佐茶の消費及び販路の拡大を図るため、水出し茶の飲み方の提案活動など、県内外での土佐茶のPRや販促活動を強化する ○土佐茶産地の維持・活性化を図るため、加工技術の向上による高品質な荒茶生産と、台切り等による茶園再生、担い手の育成・確保を一体的に進める ○収穫・整枝の機械作業時の労力を大幅に削減できる自走式茶園管理機の導入及び作業道整備支援への支援	製品茶販売額	2.1億円(H26) ↓ 2.7億円(H28) ↓ 3億円
【農31】 ◆薬用作物の振興	○ミシマサイコの産地の維持・拡大を図るため、増収技術の普及や生産者の掘り起こしを行う ○有望な薬用作物の生産振興を図るため、関係機関との連携による情報提供や栽培技術の支援をする	収量30kg／10a以上の生産者の割合	15%(H26) ↓ 8%(H28) ↓ 50%
(再掲)【戦略の柱1 取組方針3】園芸品目別総合支援 (再掲)【戦略の柱1 取組方針4】水田農業の振興 (再掲)【戦略の柱1 取組方針5】畜産の振興 (再掲)【戦略の柱1 取組方針6】6次産業化の推進			

戦略の柱	2　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	3　中山間に適した農産物等の生産

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

土佐茶の消費及び販路拡大の強化

生産者・農業団体：県内外に向けた消費・販路拡大活動
県環境農業推進課：県内での水出し茶の普及、生産者・農業団体の取り組む活動の支援

産地の維持・活性化に向けた支援

自走式茶園管理機導入・作業道整備の支援

生産者・農業団体：荒茶加工体制の強化、中切り・台切り・新植・改植等による茶園再生、担い手の確保
県茶業試験場：産地の状況に対応した茶再生技術の確立
県環境農業推進課：産地が取り組む維持・活性化に向けた活動の支援、担い手の確保支援
収穫・整枝の機械作業時の労力を大幅削減できる自走式茶園管理機の導入及び作業道整備の支援

ミシマサイコの安定栽培技術の確立・マニュアル化

新規生産者の掘り起こし

マニュアルを用いた栽培指導と実証ほ等での検証によるマニュアル内容のブラッシュアップ

生産者：ミシマサイコの増収技術の実践、漢方薬メーカーとの情報共有、新規生産者の掘り起こし
農業団体：栽培技術支援、薬用作物専門指導員の配置
漢方薬メーカー：栽培技術等の情報提供
県農業振興センター：実証ほの設置、新規生産者の掘り起こし、生産部会での研修会の開催等による生産技術の改善と普及
生産者の組織化、産地化
県農業担い手育成センター：漢方薬メーカーとの共同研究の実施による安定生産技術の確立
県環境農業推進課：栽培マニュアルの見直し、県域での研修会の開催、新規生産者の掘り起こし、漢方薬メーカーとの情報共有

有望な薬用作物の試作・評価・選定

有望な薬用作物の安定栽培技術確立と栽培指導

栽培希望者への情報提供と導入支援

栽培農家の拡大と産地化支援

生産者：　有望な薬用作物の試作、有望な薬用作物の生産拡大、漢方薬メーカーとの契約
牧野植物園：有望な薬用植物の探索・提案
県環境共生課：「薬用植物栽培のための関係機関連絡会」の開催（牧野植物園との情報共有）
県農業振興センター：生産者の試作及び栽培技術の支援、生産者への薬用作物に関する情報提供、実証ほの設置
県農業担い手育成センター：有望な薬用作物の現地適応性評価
県環境農業推進課：生産者への薬用作物に関する情報提供、栽培技術支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【農32】 ◆中山間地域等直接支払制度の推進	○農業生産条件の不利な中山間地域等の農業生産活動を継続するため、中山間地域等直接支払交付金を活用し農用地の維持・管理を実施する	集落協定加入面積	5,815ha（H27） ↓ 6,641ha(H29) ↓ 6,320ha
【農33】 ◆多面的機能支払制度の推進	○農業農村の有する多面的機能の維持・発揮を図るため、多面的機能支払交付金を活用し地域資源（農用地、水路、農道等）の保全管理を実施する	農地維持支払交付面積	8,940ha（H27） ↓ 9,253ha（H29） ↓ 9,800ha

戦略の柱	2　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	4　日本型直接支払制度の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

中山間地域等直接支払協定の維持・拡大（第4期対策） → 次期対策で継続

農業者（集落協定）：協定の締結・再締結、広域化、交付面積の拡大
市町村・推進協議会・県農業振興センター・県地域農業推進課：協定の再締結、広域化、営農活動サポート体制、次期対策に向けた環境整備、交付面積拡大の支援

中山間地域等直接支払交付金の活用（第4期対策） → 次期対策で継続

農業者（集落協定）：集落協定を締結し農業生産活動の継続に取り組む
市町村・推進協議会・県農業振興センター・県地域農業推進課：制度の普及・啓発及び実施における指導・助言

多面的機能支払活動組織の維持・拡大

農業者（活動組織）：活動組織の設立、広域化、交付面積の拡大
市町村・推進協議会・県農業振興センター・県地域農業推進課：活動組織の設立、広域化、交付面積拡大の支援

多面的機能支払交付金（農地維持支払・資源向上支払）の活用

農業者等（活動組織）：非農家を含む地域コミュニティーによる地域資源（農用地、水路、農道等）の保全管理の実施
市町村・推進協議会・県農業振興センター・県地域農業推進課：制度の普及・啓発及び実施における指導・助言

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【農28】◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ(H30拡充) (再掲)【農29】◆中山間複合経営拠点の県内への拡大(H30拡充)			

戦略の柱	2　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
取組方針	5　事業戦略の策定・実行支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

分野	農業分野
戦略の柱	3　流通・販売の支援強化

戦略の方向性	■本県農産物のプロモーション活動等によるブランド化の推進や、流通規模に応じた販路開拓・販売体制を強化する ■加工専用素材（規格外品や新たな品目）の流通拡大に取り組む ■本県の高品質な園芸品を新たに海外マーケットに売り込み、定番化を図る

戦略目標	目標
	○委託先卸売会社を通じた業務需要青果物の取引金額
	○加工専用素材の供給品目数
	○卸売会社への業務委託により定着する輸出品目数（累計）

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ブランド化の推進	○パートナー量販店（関西等8社）での販売強化 ⇒ 高知青果フェアの開催増加 H24：35回 → H28：106回	○パートナー量販店との継続した良好な関係づくり ○県産青果物のさらなる認知度の向上 ○招へい産地の固定化
2	規模に応じた販路開拓、販売体制の強化	【大規模な流通】 ○集出荷施設の再編統合による集出荷体制の強化 ⇒ 平成29年度に、3カ所の集出荷場の機能強化を実施 【中規模な流通】 ○中食・外食等との業務需要開拓 ・卸売会社との連携による業務需要の拡大 ⇒ 新規開拓数 H24：－ →H29：3件 ・高知家の野菜・くだもの応援の店制度の創設 ⇒ 応援の店 H24：－ → H29：40店舗 ○顧客と産地をつなぐ新たな流通・販売体制の構築 ⇒ 個人向け通販サイト「龍馬マルシェ」の開設（園芸連、H27.4.1～） ⇒ 業務の効率化を目的に、宅配業者と連携した新しい決済システムを導入（園芸連、H27.11月～） 【小規模な流通】 ○こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 ・生産者と飲食店等の実需者とのマッチング ⇒ 成約件数 H24：45件 → H29：35件 【花の流通】 ○花きの販売PR強化 ・生産者と生花店等の実需者とのマッチング ⇒ 成約件数 H24：－ → H29：21件	○県一JA構想に伴う集出荷施設の再編に関する関係団体との課題と方向性の共有、計画的な再編の実施 ○単年度事業では、短期間で成果が見込まれる取り組みが中心になっており、受託者の活動が制限される ○輸出拡大に向けた海外ニーズの把握及び販路開拓 ○クラスター化に必要な業務加工用ニーズの把握と販路開拓による新たな産地づくり ○取扱商品の拡大 ○来場者の固定化及び外部主催を含め、類似商談会の増加による出展者の減少 ○営業方法やパッケージ等のブラッシュアップ及び新規出展者の掘り起こし ○来場者の固定化 ○新規出展者の掘り起こし
3	農産物の輸出の推進	○輸出品目の定番化 ⇒ ユズについては、これまでの支援により定番化され、輸出促進につながっている ユズ果実 輸出量 H26：3.6t → H29：9.3t	○輸出拡大に向けた海外ニーズの把握 ・国外の野菜等の嗜好や流通ルートなど、輸出品目の定番化に向けた情報収集 ・販売に結びつけるため、国外の流通ルートに乗せていくことができる輸出方法の確保

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:0.46億円	H28:2.15億円	5.6億円	6.4億円	8億円
H26:3品目	H28:3品目	11品目	15品目	23品目
—	H29:24品目	24品目	28品目	32品目

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農34】 ◆高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促、PR		○						
【農35】 ◆<青果物>(基幹流通)集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化		○						
【農36】 ◆<青果物>(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓 (H30拡充)		○						
【農37】 ◆<青果物>(中規模)加工用ニーズへの対応		○						
【農38】 ◆<青果物>(小規模)こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓		○						
【農39】 ◆<花き> 展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化		○						
【農40】 ◆卸売市場等との連携による販路開拓		○						

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【農34】 ◆高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促・PR	○本県の園芸品の流通・販売を支援するため、パートナー量販店との連携による販促・PR活動の充実・強化及び高知家プロモーションでのPRや「高知家の野菜・くだもの応援の店」等での高知フェアの開催を支援する	①パートナー量販店での高知青果フェア開催 ②「高知家の野菜・くだもの応援の店」件数 ③パートナー量販店での「こうちのエコ野菜」認知度	①79回（H26） ↓ 75回（H29） ↓ 120回 ②20件（H26） ↓ 40件（H29） ↓ 56件 ③－ ↓ 19%（H29） ↓ 調査店での認知度50%

戦略の柱	3　流通・販売の支援強化
取組方針	1　ブランド化の推進

H28	H29	H30	H31	H32以降

パートナー量販店を中心とした販売促進

新需要開拓マーケティング協議会・農業団体:
パートナー量販店を中心とした高知青果フェアの積極的展開、基幹店舗での活動充実、常設コーナーの拡大、新商品の開発促進、パートナー量販店や販売支援員を対象とした産地招へいやセールスプロモーション活動実施による、本県園芸品への理解促進と認知度向上、販促面でのセールス力のアップ
県産地・流通支援課:上記の活動支援

高知家プロモーション等の活用による認知度向上

新需要開拓マーケティング協議会・農業団体:高知家プロモーション推進室と連携した情報発信、及び応援の店との連携による高知野菜の周知・PRや大手通販会社との連携による認知度向上、卸売市場との委託事業等での園芸品の情報発信やPR活動による本県園芸品の認知度向上、取扱店・取扱品目の増加、新商品の開発推進、パートナー量販店での産地PRや、販売活動の充実による消費者の本県園芸品への理解の浸透
県産地・流通支援課:上記の活動支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農35】 ◆＜青果物＞(基幹流通)集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化	○効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図るため、既存集出荷施設の高度化や複数の集出荷施設の再編・集約を行う産地を支援する	集出荷場の高度化、再編件数	ー ↓ 3カ所(H29) ↓ 4カ所
【農36】 ◆＜青果物＞(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓(H30拡充)	○外食・中食等の業務需要を拡大させるため、卸売会社と連携した取り組みを強化する ⇒別図＜農06＞参照(p.227)	業務需要開拓に係る卸売会社への委託件数	3件(H26) ↓ 8件(H29) ↓ 32件 (H28～H31の累計)
【農37】 ◆＜青果物＞(中規模)加工用ニーズへの対応	○業務加工用野菜の需要を開拓するため、川下のニーズに対応した業務加工用野菜の担い手と産地を育成する	加工専用素材の新たな供給産地	ー ↓ 2地区(H29) ↓ 4地区 (H28～H31の累計)
【農38】 ◆＜青果物＞(小規模)こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓	○こだわり野菜や果実の販路開拓及び販売促進のため、生産者と飲食店等のマッチング支援や、生産者の販売促進スキル向上に向けた支援を実施	地産地消・外商課等主催の商談会での商談成立件数	ー ↓ 30件(H29) ↓ 40件

戦略の柱	3　流通・販売の支援強化
取組方針	2　規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

集出荷施設の集出荷体制の強化

農業団体：集出荷施設の計画的な高度化や再編計画の策定、高度化や再編の実施
県産地・流通支援課：国事業等を活用した施設の高度化や再編整備支援
農業団体との連携による再編計画等の調査・把握

卸売会社と連携した業務需要の開拓

新需要開拓マーケティング協議会、農業団体：卸売市場等関係者と連携・協力した本県園芸品の情報発信やセミナーの実施、営業販売活動の展開、実需者ニーズに基づく商品開発、ニーズに基づく新たな産地づくり等
県（産地・流通支援課、農業振興センター）、販路拡大PT：上記の活動を支援

業務加工用野菜のニーズ把握

流通業者、農業団体、県（産地・流通支援課、地域農業推進課、地産地消・外商課）等：業務加工用ニーズの把握、提示品目の経営試算や課題の整理

産地とのマッチングによる担い手の掘り起こしと産地づくり

農業団体、県（農業振興センター、産地・流通支援課）、販路拡大PT：産地への提示（マッチング）、JA等との連携による担い手の掘り起こ

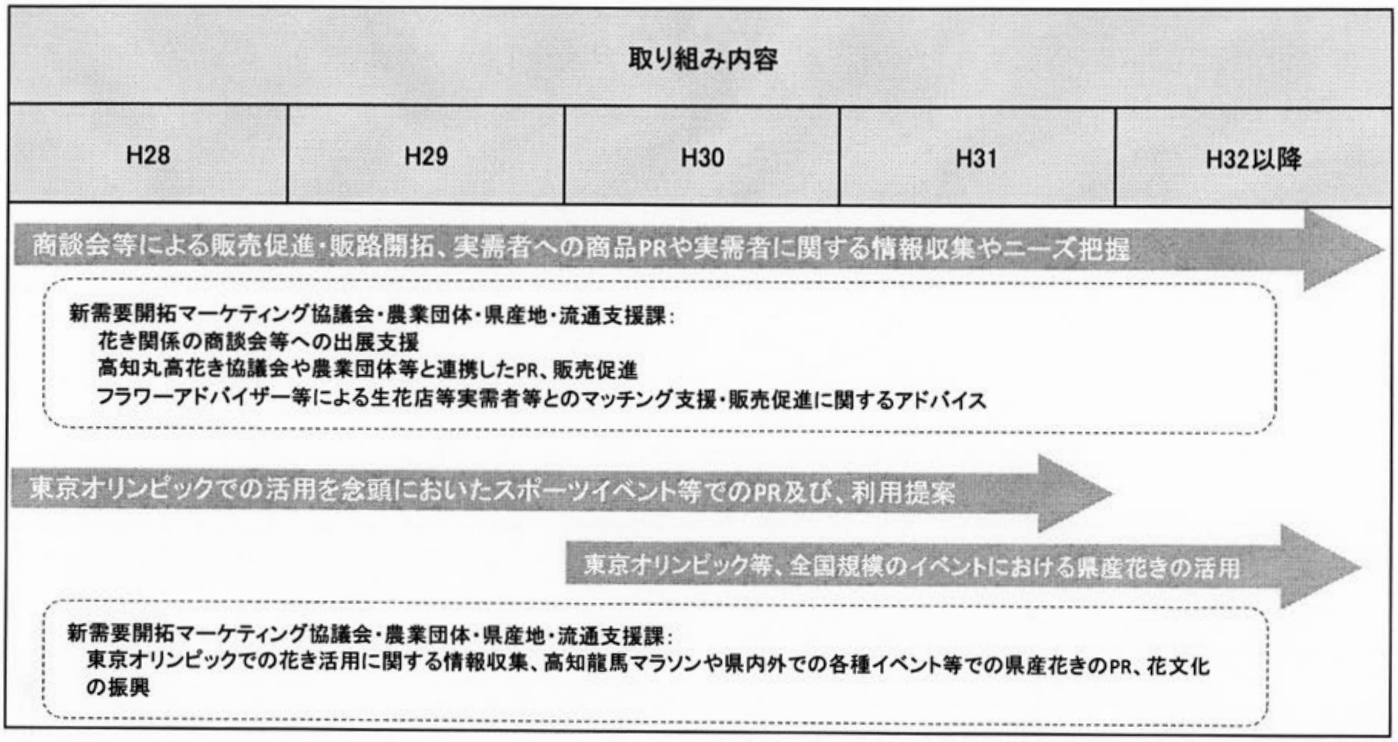
こだわりニッチ野菜・果実の販売促進

県産地・流通支援課：県産地・流通支援課、地産地消・外商課及び（一社）高知県地産外商公社が実施する商談会を活用した、こだわり野菜等の生産者とこだわり野菜を求める飲食店等とのマッチング支援、商談のサポート、新規出展の掘り起こし
地産地消・外商課及び地産外商公社が実施する商談会への出展者等を対象としたセミナーや個別指導の実施

関係団体と連携した販路開拓・販売促進のためのマッチング・ブラッシュアップ支援

県産地・流通支援課：こだわり野菜や果実の生産者への支援を行っている団体との連携強化、生産者の販促ツールや販売スキル等の向上に係るブラッシュアップ活動の実施、こだわりを求める飲食店等の産地招へい及びマッチング支援、商談のサポート支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農39】 ◆＜花き＞展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化	①本県花きの販売促進のため、商談会等への参加や実需者へのアプローチ強化、情報収集を支援する	①商談会等での商談成立件数	①11件(H26) ↓ 21件(H29) ↓ 24件
	②本県花きの認知度向上と活用を促進するため、東京オリンピック(H32年)での県産花きの活用を念頭においた、スポーツイベント等でのPR活動の強化	②東京オリンピック(H32年)での県産花きの活用を念頭においた、スポーツイベント等でのPR活動件数	②2件(H26) ↓ 10件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
商談会等による販売促進・販路開拓、実需者への商品PRや実需者に関する情報収集やニーズ把握
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体・県産地・流通支援課:
花き関係の商談会等への出展支援
高知丸高花き協議会や農業団体等と連携したPR、販売促進
フラワーアドバイザー等による生花店等実需者等とのマッチング支援・販売促進に関するアドバイス
東京オリンピックでの活用を念頭においたスポーツイベント等でのPR及び、利用提案
東京オリンピック等、全国規模のイベントにおける県産花きの活用
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体・県産地・流通支援課:
東京オリンピックでの花き活用に関する情報収集、高知龍馬マラソンや県内外での各種イベント等での県産花きのPR、花文化の振興

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農40】 ◆卸売市場等との連携による販路開拓	○本県園芸品の輸出を推進するため、卸売市場等との業務委託を通じて輸出に取り組む品目の増加を目指す	卸売会社への業務委託により輸出に取り組む品目数	ー(H27) ↓ 14品目 (H28～H29の累計) ↓ 24品目 (H28～H31の累計)

戦略の柱	3　流通・販売の支援強化
取組方針	3　農産物の輸出の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

輸出促進にむけた国外での情報収集活動支援

農業団体・生産者：輸出促進のためのテスト販売の実施による課題の抽出及びノウハウの獲得、新たな国・地域への輸出に関する現地情報収集、地域のニーズに合致した商材提案等
県産地・流通支援課、販路拡大PT：県内農業団体や生産者の農産物輸出に向けた取り組みへの支援、貿易関係団体等の連携促進
輸出推進協議会（輸出関係農業団体・市町村等）：勉強会の実施による輸出関係情報の収集や情報共有

輸出促進にむけた輸出活動支援

農業団体・生産者：テスト販売や国外の見本市出展などによる輸出ルートの確立、継続した輸出活動の取り組み実施
新需要開拓マーケティング協議会：卸売会社との業務委託により、市場を通じた輸出への取り組み活動の推進
県産地・流通支援課：農業関係団体や輸出に強い卸売市場との連携体制確立、県内農業団体や生産者の農産物輸出に向けた取り組みへの支援、貿易関係団体等の連携促進
輸出促進部会（高知県園芸連・（公社）高知県貿易協会、県）：地域別重点品目による輸出方針の実施状況の検証、見直し、実施
県地産地消・外商課・（公社）高知県貿易協会：海外での高知県フェア等の開催及び出展支援、商談サポート

分野	農業分野
戦略の柱	4　生産を支える担い手の確保・育成

戦略の方向性	■生産を強化し、拡大再生産を実現するために必要な、産地が求める担い手の確保・育成を図る ■家族経営体の持続的発展や、法人化の推進などにより、強い経営体を育成する

戦略目標	目標
	○新規就農者数
	○農地の権利を取得し農業経営を行う法人数（集落営農法人を除く）
	○H26新規認定農業者の経営改善計画の目標達成率

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	新規就農者の確保・育成	○PRから相談、技術習得など各段階に応じた支援により、新規就農者が増加傾向 ⇒ 新規就農者数 H27：269人→ H28：276人 （うち雇用就農者 H27：87人→H28：105人）	○よりスムーズな就農に向けた、産地・地域による受入体制整備と積極的な新規就農者確保対策 ○畜産部門に特化した、就農相談から就農に至るまでの担い手の確保・育成対策
2	家族経営体の強化及び法人経営体の育成	○地域を担う経営体の育成を図るため、法人化セミナーや法人向け研修会、個別相談を実施 ⇒ 農業経営を行う法人数（集落営農法人を除く） H26：107法人 → H29：158法人 ○「農業経営支援システム」により1,043件の経営データを収集、蓄積及び経営データに基づく経営管理支援 ⇒ モデル経営体を16戸育成 ⇒ 経営モデル（10品目）を作成 ○地域毎に不足している労働力の実態を把握し、労働力確保対策等について検討を開始 ⇒ 県内11地域で労働力確保PTを設立	○家族経営体の強化を推進し産地の持続的発展を図っていくためには、環境制御技術を導入するなど経営発展を目指す農家をフォローアップし、経営の質の向上を図る総合的な取り組みが必要 ○地域の中核となる雇用や農地の受皿となる法人経営体の育成 ○各産地で労働力不足と生産増加への対応を進めると共に、地域間で労働力を補完する取り組みが必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:269人 (H26.6.2～H27.6.1)	H28:276人 (H28.4.1～H29.3.31)	年間320人		
H26: 107	H29: 158	235	299	427
―	―	100%		

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【農41】 ◆U･Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H30拡充)			○				○	
【農42】 ◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H30新規)			○				○	
【農43】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○				○	
【農44】 ◆農業大学校、農業担い手育成センターの充実･強化(H30拡充)			○				○	
【農45】 ◆実践研修･営農定着への支援			○				○	
【農46】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援			○				○	
【農47】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援			○				○	
【農48】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H30拡充)			○	○			○	

3	農地の確保	○担い手への農地集積を図るため、地域での話し合いと農地中間管理事業の活用を推進 ⇒ 担い手への農地集積率 H26：21.0%（H27.3） → H28：26.0%（H29.3） ○次世代施設園芸団地の施設等整備 【四万十町次世代施設園芸団地】 ⇒ H28.3：ハウス・集出荷施設等が完成 H28.5：周辺の舗装工事等も完了し、団地として完成。竣工式の実施 H28.7：営農開始 ○園芸団地に適した農地の選定 ⇒H28：県が基盤整備した土地の中から、候補農地21地区を選定。それを基に、市町村と園芸団地に適した農地の確保について検討を開始 ○南国市植田地区において園芸団地整備のための関係機関との協議(13回)、地権者との話し合い、地権者アンケート調査（9月） ⇒ 園芸団地候補地 H28:0ヵ所 → H29：1ヵ所（4ha） ○四万十市における園芸団地用地の候補地選定の取組関係機関との協議(13回) → H29：選定中	○条件の良い農地の情報は地区内で留まる事が多いため、地域に埋もれている情報を収集して担い手にマッチングしていく仕組みの強化が必要 ○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地用地を生み出していく取り組みが必要 → H30年度に1ha以上のまとまった用地を20年以上賃借していただける地権者等に協力金を交付する制度の創設を検討 ○園芸用地の確保には、地権者のみならず、既存耕作者への支援策が必要

【農49】 ◆担い手への農地集積の加速化						○		
【農50】 ◆園芸団地の整備促進(H30拡充)						○		
【農51】 ◆国営緊急農地再編整備事業の推進			○	○		○		

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農41】 ◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H30拡充)	○産地が求める新規就農者の確保・育成に向けて、産地提案書を活用した県内外での就農相談活動や研修実施を支援する ⇒別図<農07>参照(p.228)	産地提案書の作成市町村数	25市町村(H28.3) ↓ 29市町村 (H29.3) ↓ 34市町村
【農42】 ◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H30新規)	○肉用牛就農希望者の確保・育成に、畜産版「県域産地提案書」を策定し、相談窓口から就農までの各ステージでの支援体制を確立する ○畜産研修施設の確保のため、畜産試験場に「畜産担い手育成畜舎」を設置し、「畜産担い手育成センター」としての機能を持たす ⇒別図<農07, 08>参照(p.228,229)	畜産新規就農者数	ー(H29) ↓ 3人
【農43】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化	○雇用就農者の確保に向けて就農相談会の開催や農の雇用事業の活用促進等により人材を確保したい農業法人等と雇用就農希望者のマッチングを支援する	新規雇用就農者数	87人(H27) ↓ 105人(H28) ↓ 100人(年間)

戦略の柱	4　生産を支える担い手の確保・育成
取組方針	1　新規就農者の確保・育成

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

産地提案書の策定への支援

新規就農者の確保・育成

（一社）県農業会議（就農コンシェルジュ）：就農相談総合窓口活動の実施と産地提案型担い手確保・育成に取り組む産地等との連携
県農業担い手育成センター：「こうちアグリスクール」の開催や「こうちアグリ体験合宿」の実施
県農業振興部：専門技術員による「こうちアグリスクール」講義と就農相談活動の実施
県農地・担い手対策課：新規就農情報の発信や、産地提案型担い手確保・育成活動への支援
県環境農業推進課：農業系大学・農業高校との連携による将来の就農希望者の掘り起こし
地域担い手育成支援協議会（市町村、JA等）：産地提案型による新規就農者確保・育成活動および産地提案書の策定・改定支援

畜産版「県域産地提案書」策定による担い手確保の支援

生産者：研修生の受入（指導農業士など研修受入先の拡充）
（一社）高知県畜産会：畜産版県域産地提案書の策定、畜産経営技術指導による就農窓口相談、就農、経営支援、産地との連携
市町村：インターンシップの実施、地域での産地提案書の策定、農業次世代人材投資推進事業（準備型）等の支援
家畜保健衛生所：空き牛舎、活用可能な畜産施設の情報共有による就農マッチング
県畜産振興課：関係機関と連携した担い手確保・育成活動への支援、畜産担い手担当者会の開催

担い手育成畜舎設計 → 畜舎整備 → 運用開始

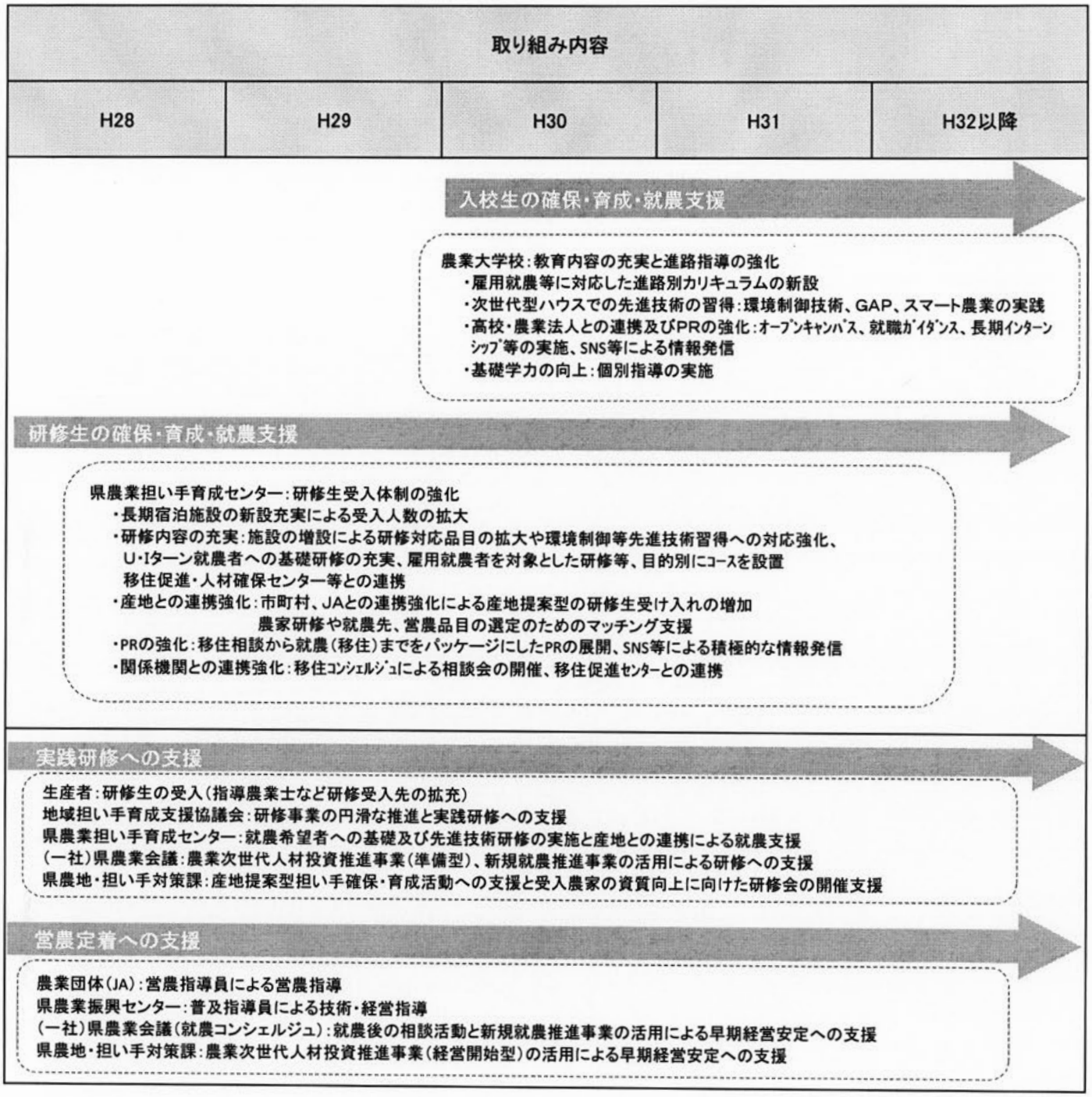
県畜産試験場：畜舎施設整備、担い手研修カリキュラムの検討
県畜産振興課：運用に向けた体制づくり

雇用就農者の確保

農業法人等と雇用就農希望者のマッチング支援

（一社）県農業会議（就農コンシェルジュ）：就農相談総合窓口活動の実施、農の雇用事業による農業法人等への支援や無料職業紹介事業による就農支援、ハローワークなどと連携した就農相談会の実施や雇用情報の提供
県農業大学校：雇用就農希望者に向けたカリキュラム新設による研修体制の充実
県農地・担い手対策課：新規就農情報の発信や農業系大学・農業高校との連携による将来の雇用就農希望者の掘り起こし

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農44】 ◆農業大学校・農業担い手育成センターの充実・強化(H30拡充)	①農業大学校 農業の担い手を育成するため、雇用就農等の進路希望に応じたカリキュラムの実施及び高校・農業法人との連携強化を図る ⇒別図＜農09＞参照(p.230)	①農業大学校入校生の人数	①24人(H29) ↓ 50人
	②農業担い手育成センター ○新規就農者の確保育成のため、PRや研修生受け入れ体制、研修内容の充実、就農に向けたマッチングの支援を強化する また、新たに目的別研修コース(移住等)の設置、移住促進・人材確保センター等との連携などに取り組む ○先進的な生産技術の普及を推進するため、実証・展示機能を充実する ⇒別図＜農10＞参照(p.231)	②農業担い手育成センター入校生の人数	②20人(H27) ↓ 34人(H29) ↓ 40人
【農45】 ◆実践研修・営農定着への支援	○就農希望者の営農定着に向けて、農業担い手育成センターでの基礎技術や就農予定地での指導農業士などによる実践技術の習得を支援する ○新規就農者の経営の早期安定化のため、栽培技術及び経営指導を強化する	指導農業士認定数	124人(H27) ↓ 169人(H29) ↓ 184人


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
入校生の確保・育成・就農支援
農業大学校：教育内容の充実と進路指導の強化
・雇用就農等に対応した進路別カリキュラムの新設
・次世代型ハウスでの先進技術の習得：環境制御技術、GAP、スマート農業の実践
・高校・農業法人との連携及びPRの強化：ｵｰﾌﾟﾝｷｬﾝﾊﾟｽ、就職ｶﾞｲﾀﾞﾝｽ、長期ｲﾝﾀｰﾝｼｯﾌﾟ等の実施、SNS等による情報発信
・基礎学力の向上：個別指導の実施
研修生の確保・育成・就農支援
県農業担い手育成センター：研修生受入体制の強化
・長期宿泊施設の新設充実による受入人数の拡大
・研修内容の充実：施設の増設による研修対応品目の拡大や環境制御等先進技術習得への対応強化、
U・Iターン就農者への基礎研修の充実、雇用就農者を対象とした研修等、目的別にｺｰｽを設置
移住促進・人材確保センター等との連携
・産地との連携強化：市町村、JAとの連携強化による産地提案型の研修生受け入れの増加
農家研修や就農先、営農品目の選定のためのマッチング支援
・PRの強化：移住相談から就農（移住）までをパッケージにしたPRの展開、SNS等による積極的な情報発信
・関係機関との連携強化：移住ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭによる相談会の開催、移住促進ｾﾝﾀｰとの連携
実践研修への支援
生産者：研修生の受入（指導農業士など研修受入先の拡充）
地域担い手育成支援協議会：研修事業の円滑な推進と実践研修への支援
県農業担い手育成センター：就農希望者への基礎及び先進技術研修の実施と産地との連携による就農支援
（一社）県農業会議：農業次世代人材投資推進事業（準備型）、新規就農推進事業の活用による研修への支援
県農地・担い手対策課：産地提案型担い手確保・育成活動への支援と受入農家の資質向上に向けた研修会の開催支援
営農定着への支援
農業団体（JA）：営農指導員による営農指導
県農業振興センター：普及指導員による技術・経営指導
（一社）県農業会議（就農コンシェルジュ）：就農後の相談活動と新規就農推進事業の活用による早期経営安定への支援
県農地・担い手対策課：農業次世代人材投資推進事業（経営開始型）の活用による早期経営安定への支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農46】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援	①産地を支える農業者を育成するため、経営改善意識の醸成、認定農業者への誘導、経営改善計画実現への支援を行う	①H26新規認定農業者に対するフォローアップ実施率	①－(H27) ↓ 87%(H28) ↓ 100%
	②家族経営の発展を図るため、環境制御等の先進技術に取り組む農業者や新規就農者に経営管理等の支援を行う	②経営モデル(環境制御技術を導入した既存ハウス)の作成	②－(H27) ↓ 6モデル (H29) ↓ 9モデル(6品目)
		③収量が向上した経営事例の収集	③－(H27) ↓ 7事例 (H29) ↓ 20事例
	③女性農業者を対象に栽培技術や経営管理能力の向上と、世代や組織を超えた交流の場として、農業講座「はちきん農業大学」を開催する	④経営改善目標(チャレンジプラン)を達成した女性農業者の割合	④－(H28) ↓ －(H29) ↓ 100%

戦略の柱	4　生産を支える担い手の確保・育成
取組方針	2　家族経営体の強化及び法人経営体の育成

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

認定農業者の育成

地域担い手育成支援協議会（市町村、JA等）：経営改善に向けた意識付け、経営改善計画の策定支援
県農地・担い手対策課、県環境農業推進課：市町村、JA、（一社）県農業会議などへの指導・助言

認定農業者の経営改善の推進

地域担い手育成支援協議会：経営改善計画の進捗度確認と目標達成に向けた支援
県農地・担い手対策課、県環境農業推進課：市町村、JAなどへの指導・助言

調査対象農家の経営分析・診断

収量が向上した経営事例の収集と活用

県農業振興センター：栽培・経営データに基づく分析・診断、その結果に基づいた個別農業者への経営管理支援、農家の経営実態調査・評価
県環境農業推進課：経営評価などに係る研修会の開催及び指導・助言、JA組織など関係機関との連携

モデル作成品目の選定

農業経営モデルの作成

県農業振興センター：環境制御技術を導入した経営モデルの作成
県環境農業推進課：経営モデル作成などに係る研修会の開催及び指導・助言、JAなど関係機関との連携

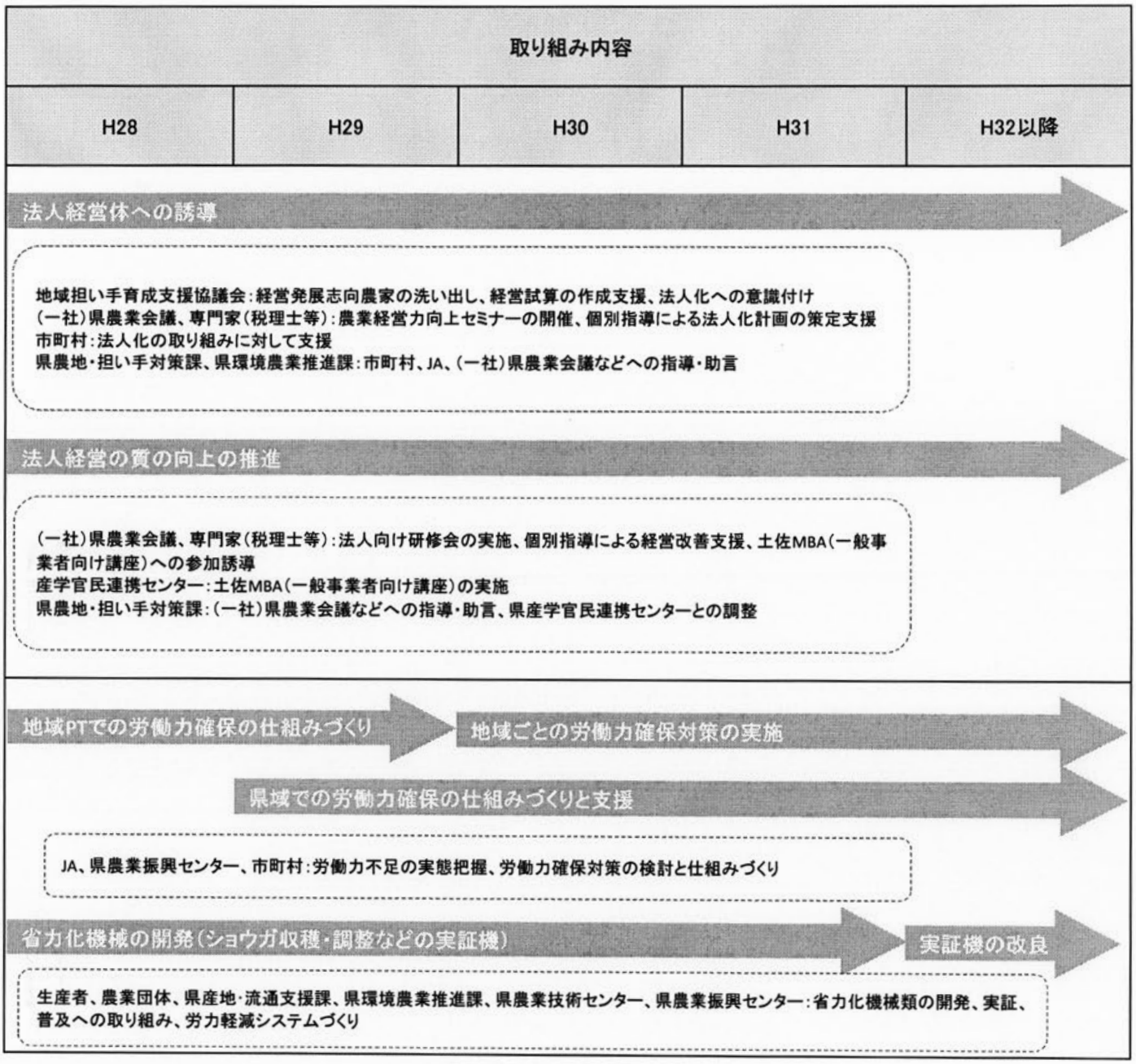
積極的に経営参画する女性農業者の育成

農業振興センター：各種講座の開催(地域)、先進事例調査、実証調査
県環境農業推進課：各種講座の開催（県域）、地域講座等開催への指導・助言、JA中央会など関係機関との連携

検証・見直し

農業振興センター：各種講座等の内容、開催方法の検証・見直し
県環境農業推進課：各種講座等の内容、開催方法の検証
地域講座等開催への指導・助言、JA中央会など関係機関との連携

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農47】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援	○法人経営体の育成・強化を図るため、経営発展を志向する農家の選定や法人化への誘導と、法人経営の質の向上への支援を行う	農業経営力向上セミナーの参加者数	延べ119人(H27) ↓ 延べ147人(H29) ↓ 延べ200人
【農48】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H30拡充)	①産地の労働力確保のために、労働力確保の仕組み作りへの支援や省力化技術に取り組むとともに、地域間での労働力の調整や県内外での新たな援農者掘り起こしに取り組む ⇒別図<農11>参照(p.232)	①労働力確保の具体的な取り組み実施地区	①-(H27) ↓ 3地区(H29) ↓ 9地区
	②シシトウ、ナバナ、オクラ、ニラなどの出荷調整にかかる労力を削減するため、機械類の開発と普及、システム作り、現場実証への支援を行う	②省力化技術の現場実証への支援	②試作(H27) ↓ 機械の仕様に対する要望を集約(H28) ↓ 実証機開発


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
法人経営体への誘導
地域担い手育成支援協議会：経営発展志向農家の洗い出し、経営試算の作成支援、法人化への意識付け
（一社）県農業会議、専門家（税理士等）：農業経営力向上セミナーの開催、個別指導による法人化計画の策定支援
市町村：法人化の取り組みに対して支援
県農地・担い手対策課、県環境農業推進課：市町村、JA、（一社）県農業会議などへの指導・助言
法人経営の質の向上の推進
（一社）県農業会議、専門家（税理士等）：法人向け研修会の実施、個別指導による経営改善支援、土佐MBA（一般事業者向け講座）への参加誘導
産学官民連携センター：土佐MBA（一般事業者向け講座）の実施
県農地・担い手対策課：（一社）県農業会議などへの指導・助言、県産学官民連携センターとの調整
地域PTでの労働力確保の仕組みづくり
地域ごとの労働力確保対策の実施
県域での労働力確保の仕組みづくりと支援
JA、県農業振興センター、市町村：労働力不足の実態把握、労働力確保対策の検討と仕組みづくり
省力化機械の開発（ショウガ収穫・調整などの実証機）
実証機の改良
生産者、農業団体、県産地・流通支援課、県環境農業推進課、県農業技術センター、県農業振興センター：省力化機械類の開発、実証、普及への取り組み、労力軽減システムづくり

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農49】 ◆担い手への農地集積の加速化	○担い手への農地集積を図るため、農地の有効活用などについての地域合意の形成と、農地の利用調整・集約への支援を行う	担い手への農地集積率	21.0%(H26) ↓ 26.0%(H28) ↓ 37%
【農50】 ◆園芸団地の整備促進(H30拡充)	○農業クラスターの形成と園芸団地の基盤整備を促進するため、市町村が作成、改定する農業クラスタープランに対して支援するとともに、市町村や民間企業による次世代園芸団地基盤整備基本計画の作成を支援する ○園芸団地の整備に必要な優良農地を確保するために、農地の基盤整備の費用に対する農家(貸し手)負担を軽減する ○まとまった園芸団地用地を確保するため、1ha以上の用地を20年以上の長期にわたり賃借してくれる地権者等に対して、協力金を交付する ⇒別図<農12>参照(p.233)	園芸団地候補地	ー(H27) ↓ 1カ所:4ha(H29) ↓ 3カ所(10ha)
【農51】 ◆国営緊急農地再編整備事業の推進	○南国市において、担い手が活用できる優良農地の確保や大規模な施設園芸団地を創設するため、国営事業を導入し農地整備を実施する	国営緊急農地再編整備事業の進捗	ー(H27) ↓ 仮同意取得 (同意率87%) (H29) ↓ 事業着手(H31)

戦略の柱	4　生産を支える担い手の確保・育成
取組方針	3　農地の確保

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

地域での合意形成の推進

市町村：農地の有効利用に向けた意識付け、人・農地プランの作成・更新
農業委員会：農地の有効利用に向けた意識付け
（一社）県農業会議：農業委員会への指導・助言
県農地・担い手対策課：市町村、農業委員会、（一社）県農業会議への指導・助言

担い手への農地集積の推進

市町村、農業委員会：農地の利用調整と集積の促進
農地中間管理機構：農地の出し手の掘り起こし、受け手の募集、マッチング
（一社）県農業会議：農業委員会への指導・助言
県農地・担い手対策課：市町村、農業委員会、（一社）県農業会議、農地中間管理機構への指導・助言

次世代施設園芸団地（四万十町）の営農支援及び園芸団地の普及推進

・次世代施設園芸団地推進協議会（事務局：県産地・流通支援課）による園芸団地の普及推進

・県高南農業改良普及所・県農業担い手育成センター・県専門技術員・県農業技術センター・県環境制御普及推進担当等：次世代施設園芸団地（四万十町）の営農支援

農業クラスタープランの策定、次世代園芸団地基盤整備基本計画の作成

県農業振興センター、県産地・流通支援課：農業クラスター計画策定事業による支援、意識啓発、取組周知
市町村・民間企業：候補地選定、地元住民の意向確認、適地調査（地盤調査、現況測量）、先進地調査、次世代園芸団地基盤整備基本計画作成、農業クラスタープラン策定

園芸団地整備の円滑化

県農地・担い手対策課：園芸団地整備円滑化事業による農地の基盤整備の費用に対する農家（貸し手）負担を軽減

同意徴集・事業計画策定（営農・農地集積・工事計画等）　→　事業実施

県農業基盤課（中央東農業振興センター）：農政局・南国市・JA・ほ場整備委員会（17組織）と連携して、事業参加者の同意徴集と事業計画の取りまとめをH30～H31に実施し、H32から事業に着手

分野	農業分野
戦略の柱	5　地域に根差した農業クラスターの形成

戦略の方向性	■次世代型ハウスによる施設園芸団地を核として、食品加工、物流拠点、直販所、レストラン等の関連産業が集積した「地域に根差した農業クラスター」を形成し、より多くの雇用を生み出す。

戦略目標	目標	
	○農業クラスターの形成数 ・大規模（販売金額：3億円以上）	箇所数
		販売金額
		雇用創出
		参入事業者数
	・中規模（販売金額：1～3億円）	箇所数
		販売金額
		雇用創出
		参入事業者数
	・小規模（販売金額：1億円未満）	箇所数
		販売金額
		雇用創出
		参入事業者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進（再掲）	○環境制御技術を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 ⇒ 次世代型ハウス整備面積（累計） H28：20.4ha → H29：32.6ha ○Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 ○高知県農業への参入に興味のある企業へのアプローチ ⇒ 企業訪問や産地への招聘活動 H27：アンケート回答企業等計66社、延べ146回 H28：アンケート回答企業等計46社、延べ142回 ・農業参入フェア等での事業PR（H29:3回） ・参入を希望する企業（新規・継続）への支援、産地とのマッチング → 清水建設、農林中金、県との連携協定締結 ・四万十市における農業参入希望企業等との協議（14回） → 法人の立ち上げ、用地の絞り込み ・南国市への農業参入希望企業との協議（2社24回）	○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地を生み出していく取り組みが必要 ○市町村等と連携した雇用労働力の確保 ○全国に次世代施設園芸の取組が普及 ⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要 ○農業参入企業の経営安定への支援（栽培技術、雇用労力確保への支援） ○参入を希望する企業（新規・継続）への支援、産地とのマッチング ○JAや篤農家等による参入企業への技術指導体制の構築、市町村等と連携した雇用労働力の確保 ○園芸団地整備のための優良農地の確保 ⇒優良農地の掘り起こしによる園芸団地化への誘導、長期にまとまった農地を確保するための協力金制度の検討
2	関連産業の集積	○農業クラスタープロジェクトの充実・強化 ⇒ 園芸団地や次世代型ハウス等を核として、関連産業を集積させ、さらなる好循環を目指す農業クラスタープランが7つの地域で取り組みが開始し、プロジェクトの充実・強化に向けて、ワーキンググループ設置やプラン検討会等を実施 ・四万十栗クラスター：栗ペースト加工場が10/5に落成 ・いの町生姜クラスター：JAコスモス生姜集出荷場が12/18に落成 ・日高村トマトクラスター：JAコスモスミニトマト選果場が11/9に落成 ○新たな農業クラスター形成への動き ・地域産業クラスターセミナーの開催：ｷｯｸｵﾌｾﾐﾅｰ60名、第1回ｽｷﾙｱｯﾌﾟｾﾐﾅｰ（7月）、第2回ｽｷﾙｱｯﾌﾟｾﾐﾅｰ（8月） ｽｷﾙｱｯﾌﾟｾﾐﾅｰには14市町村から参加があり、参加市町村から新たな農業クラスターを掘り起こすため、個別（2市町）の支援を実施。南国市で新たな農業クラスタープロジェクトがスタートし、四万十市では、新たなクラスター形成の動きがある	○農業クラスターを推進する体制のさらなる充実が必要 ○2次・3次関連産業とのさらなる連携が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
ー	H29:1カ所	2ヵ所	3ヵ所	5ヵ所
ー	H29:5.98億円	10億円	15億円	25億円
ー	H29:96人	130人	195人	325人
ー	H29:4事業者	4事業者	6事業者	10事業者
ー	H29:2カ所	3ヵ所	5ヵ所	10ヵ所
ー	ー	6億円	10億円	20億円
ー	H29:41人	72人	120人	240人
ー	2事業者	3事業者	5事業者	10事業者
ー	H29:4カ所	8ヵ所	12ヵ所	20ヵ所
ー	ー	6億円	9億円	15億円
ー	H29:42人	90人	135人	225人
ー	H29:4事業者	4事業者	6事業者	10事業者

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H30拡充)	○			○		○		
(再掲)【農04】 ◆Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(H30新規)	○			○		○		
(再掲)【農05】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○			○		○		
【農52】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(H30拡充)	○	○		○			○	

3	農地の確保（再掲）	○担い手への農地集積を図るため、地域での話し合いと農地中間管理事業の活用を推進 ⇒ 担い手への農地集積率 H26：21.0%（H27.3）→ H28：26.0%（H29.3） ○次世代施設園芸団地の施設等整備 【四万十町次世代施設園芸団地】 ⇒ H28.3：ハウス・集出荷施設等が完成 H28.5：周辺の舗装工事等も完了し、団地として完成。竣工式の実施 H28.7：営農開始 ○園芸団地に適した農地の選定 ⇒H28：県が基盤整備した土地の中から、候補農地21地区を選定。それを基に、市町村と園芸団地に適した農地の確保について検討を開始 ○南国市植田地区において園芸団地整備のための関係機関との協議(13回)、地権者との話し合い、地権者アンケート調査（9月） ⇒ 園芸団地候補地 H28:0ヵ所 → H29：1ヵ所（4ha） ○四万十市における園芸団地用地の候補地選定の取組 関係機関との協議(13回) → H29：選定中	○条件の良い農地の情報は地区内で留まる事が多いため、地域に埋もれている情報を収集して担い手にマッチングしていく仕組みの強化が必要 ○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地用地を生み出していく取り組みが必要 → H30年度に1ha以上のまとまった用地を20年以上賃借していただける地権者等に協力金を交付する制度の創設検討 ○園芸用地の確保には、地権者のみならず、既存耕作者への支援策が必要

（再掲）【農49】 ◆担い手への農地集積の加速化						○		
（再掲）【農50】 ◆園芸団地の整備促進(H30拡充)						○		

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【農03】◆次世代型ハウス等の整備支援(H30拡充) (再掲)【農05】◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○農業クラスターを展開するため、企業の農業参入及び、次世代型ハウス等の整備を推進する ○農業クラスターの形成を促進するため、各農業振興センターに農業クラスター育成チームを設置。関係部局や関係機関とも連携し、川下の企業のニーズに加え、消費者や加工・流通業者の情報及び、産地(川上)のニーズを収集し、地域の強みを活かしたクラスター形成を推進する ○農業クラスター形成につながる企業の農業参入や次世代型ハウスの整備を促進するため、産地の受入支援体制づくりに取り組む	新たに農業に参入する企業	ー(H27) ↓ 5社(H29) ↓ 7社
(再掲)【農04】◆Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(H30新規)	①環境測定データ、出荷データ等のビッグ・データを活用した情報システムを開発する ②IoT技術を活用した生産工程・労働時間・匠の技の見える化、生産・集出荷・流通販売の工程の効率化による作業効率の改善を進める	①環境測定データ処理等情報システム ②主要品目の各工程のデータ化	①システム開発:0 (H30.3) ↓ 試作システム:2 (H32.3) ②0品目(H30.3) ↓ 5品目(H32.3)

戦略の柱	5　地域に根差した農業クラスターの形成
取組方針	1次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進、2関連産業の集積、3農地の確保

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

農業クラスター育成チーム（各農業振興センター）と連携した情報収集

県産地・流通支援課：各農業振興センターの農業クラスター育成チームと連携し、農業クラスターに関する情報収集や各市町村への推進

関係機関への情報発信・ニーズの掘り起こし

県産地・流通支援課：事業説明会や関係機関（市町村・農協・県農業振興センター・県地域支援企画員）を対象としたクラスター推進セミナーの実施等を通じた情報発信、ニーズの掘り起こし

次世代型ハウスの整備（次世代型ハウス・農業クラスター促進事業）

生産者：環境制御装置を装備した次世代型ハウスの導入
農業団体：環境制御装置を装備した次世代型ハウスの整備促進
県農業振興センター、県産地・流通支援課：環境制御装置を装備した次世代型ハウスの整備啓発

企業誘致活動

県産地・流通支援課：企業の掘り起こし、企業への個別訪問
地元関係者：意識啓発、取組周知、地域のニーズの掘り起こし
関係部局：企業や消費者のニーズの収集、県産地・流通支援課への情報提供

受入支援体制づくり

県産地・流通支援課：企業の産地視察、地元関係者による企業訪問・先進地視察の実施
地元関係者：候補地のリストアップ、地元の合意形成、産地視察の受入、企業訪問、先進地視察の実施
上記＋関係部局：課題解決へ向けた連携（優良農地の確保、技術指導体制の構築、雇用労働力の確保等）

立地企業へのアフターフォロー

県産地・流通支援課：課題対応のワンストップ窓口、関係部局と連携して課題解決
地元関係者：事業についてPDCAサイクルによる進捗管理
上記＋関係部局：課題解決への連携

環境測定データ処理等情報システムの開発

県環境農業推進課、県産地・流通支援課、県農業技術センター、県農業振興センター、高知大学、高知工科大学、民間企業、農業団体等：作物生育データの環境制御技術への応用、環境測定データの一元化システムの開発、出荷予測のシステムの開発

IoT技術を活用した作業効率の改善による生産性の向上

生産者：主要品目の生産工程の把握と省力化・効率化の検討、匠の技の解析・見える化の検討、集出荷場での各工程の把握と省力化・効率化の検討

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農52】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(H30拡充)	○生産基盤の強化を図る中で、さらなる付加価値と雇用の創出を実現するために、市町村が中心となった農業クラスタープロジェクトチームで、農業クラスタープランを策定、改定する取り組みを推進するとともに、関連施設の整備やを支援し、農業クラスターの形成を図る ⇒別図＜農12＞参照(p.233)	クラスタープラン作成数	ー(H27) ↓ 7プラン(H29) ↓ 13プラン
(再掲)【農49】◆担い手への農地集積の加速化 (再掲)【農50】◆園芸団地の整備促進(H30拡充)	①担い手への農地集積を図るため、農地の有効活用などについての地域合意の形成と、農地の利用調整・集約への支援を行う ②農業クラスターの形成と園芸団地の基盤整備を促進するため、市町村が作成、改定する農業クラスタープランに対して支援するとともに、市町村や民間企業による次世代園芸団地基盤整備基本計画の作成を支援する ③園芸団地の整備に必要な優良農地を確保するために、農地の基盤整備の費用に対する農家(貸し手)負担を軽減する ④まとまった園芸団地用地を確保するため、1ha以上の用地を20年以上の長期に渡り賃借してくれる地権者等に対して、協力金を交付する	園芸団地候補地	-(H27) ↓ 1カ所4ha(H29) ↓ 3カ所(10ha)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

各市町村の農業クラスタープラン策定の推進

県産地・流通支援課：農業クラスター計画策定事業で、農業クラスタープラン策定までの取り組みを支援
農業クラスタープロジェクトチーム：市町村、県農業振興センター、関係機関等で構成し、農業クラスタープランを検討
市町村：農業クラスタープランの策定、見直し

農業クラスター関連施設の整備

県産地・流通支援課：次世代型ハウス・農業クラスター促進事業で、関連施設の整備や露地園芸作物の生産拡大に必要な設備等の導入にかかる費用を支援

地域での合意形成の推進

市町村：農地の有効利用に向けた意識付け、人・農地プランの作成・更新
農業委員会：農地の有効利用に向けた意識付け
（一社）県農業会議：農業委員会への指導・助言
県農地・担い手対策課：市町村、農業委員会、（一社）県農業会議への指導・助言

担い手への農地集積の推進

市町村、農業委員会：農地の利用調整と集積の促進
農地中間管理機構：農地の出し手の掘り起こし、受け手の募集、マッチング
（一社）県農業会議：農業委員会への指導・助言
県農地・担い手対策課：市町村、農業委員会、（一社）県農業会議、農地中間管理機構への指導・助言

農業クラスタープランの策定・改訂、次世代園芸用地の基本計画作成

県農業振興センター、県産地・流通支援課：農業クラスター計画策定事業による支援、意識啓発、取組周知
市町村及び民間企業：候補地選定、地元住民の意向確認、適地調査（地盤調査、現況測量）、先進地調査
基本計画策定、農業クラスタープラン策定、見直し

次世代園芸用地確保の推進

県農地・担い手対策課、県産地・流通支援課：園芸団地整備円滑化事業による農地の基盤整備の費用に対する農家（貸し手）負担を軽減
農業クラスター計画策定事業において地権者に協力金を交付し、まとまった用地を確保

Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 ＜農01＞

今までの取組



①オランダ・ウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、技術交流を継続！
（H21～）

②オランダの技術を**高知の気候条件や栽培品目などに合わせて進化**
（H23～）

③次世代型こうち新施設園芸システムとして普及
（H26～）

農業産出額増へ
- 環境制御技術：267ha →16億円の効果
- 次世代型ハウス：32.6ha →30.6億円の効果（H29年見込み）

ハウス内の**温度、湿度、炭酸ガスなどの環境を制御**することで
高収量・高品質を実現！

さらなるイノベーションを実現！

「Next次世代へ」

課題
- 各ハウスの環境データ等の情報の一元化
- 作物の生育状況の見える化
- 収量増に伴う労働力不足
- 新規就農者や後継者への篤農家の栽培技術の継承
- 作物の正確な出荷予測

環境制御×IoTやAI技術を活用して栽培から出荷、流通までを見通したシステムへ！

超高収量・高品質 ＋ **高付加価値化・超省力化**

技術の確立

◆施設野菜の生産性向上技術の確立
- 光合成能力を最大化させる環境制御技術の開発
- IT企業と連携したIoT機器の開発・実証（生育診断の自動化）
  →より確実に、より簡単に、さらなる収量アップ



作物データの自動収集



光合成速度の測定

有利販売、さらなる改善

◆出荷予測システムの開発
- 環境、作物、気象、収量・品質等の各データによる精度の高い出荷予測の開発
  →週間・月間の出荷予測情報で契約取引の増加

◆出荷データの活用
- 収量・品質の分析データを栽培にﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ
  →栽培管理の見直し、改善、営農指導



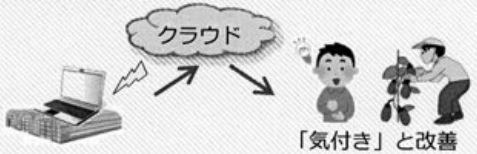


「攻め」の商談

普及・展開

◆次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会
- 次世代施設園芸の各地域への展開を促進するため、成果の情報発信や研修を支援。

◆各種情報の一元化システムの開発
- 環境、作物、収量・品質の各データを一元化
  →新規就農者等へ篤農家の匠の技を伝承



「気付き」と改善

本システム構築による目指すアウトカム

◆環境制御技術のさらなる普及
- 主要7品目：21%（H28）→95%（H33）
- 平均収量アップ/10a：10%→30%

◆次世代型ハウスのさらなる普及
- 20ha（H28）→116ha（H33）

◆農業産出額のアップ
- 1,011億円（H27）→1,150億円（H37）

◆出荷予測情報発信による販売力の強化
- 出荷予測情報に基づく契約販売
  0％（H29園芸年度）→ 20%（H34園芸年度）

◆主要7品目の面積当たり必要労働力
- 20%減



Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化　＜農02＞

これまでの取組（環境の見える化＋環境制御）で平均10%（最大30%程度）増収を達成！ ⇨ 「Next次世代」（環境制御×IoT）で、平均30%増収、労力20%減を実現！

①

環境・生育・作業の見える化

→高収量技術や篤農家の作業速度の解析
および出荷予測のための基礎データ収集

各種データの自動アップロード

- **環境データ**（毎日）
- **作物情報**（茎径、開花花房高、葉長、**開花数**、**着果数**、日々の収量、果径etc、週1回）
  →将来、**画像解析による自動化**
- **作業情報**（収穫、つる下げ、摘葉、薬剤散布、**各作業の速度**etc）

②

環境測定＋手動設定変更
→統合環境制御への展開

→環境制御の高度化・省力化

自動アップロード（1回/日）

File変換

A農家（データ公開）

通信・利用料

共通CSV file

日報・週報

アラート通知etc

- 集計データ（日報、週報）
- グループ内でのデータ共有（グラフ比較など）
- 民間等メッシュ気象情報
- 出荷場データ・市況データ（収量・品質、部会での位置）

↓

週と日々の管理方針決定

③ 情報一元化によるビッグデータの活用
④ 出荷予測システムの開発
⑤ 生産工程、労働時間、匠の技の見える化

→③日報・週報等の各種情報の取得、高収量技術の解明
→⑤匠の技の解析・見える化と伝承による新規就農者の育成

メッシュ気象情報

ビッグデータの編集と AI分析（高収量・出荷予測）、匠の技の解析 etc

クラウドサーバ（県1ＪＡ運用？）

共通CSV file

日報・週報

自動アップロード

File変換

B農家（データ公開）

④

出荷予測システムの販売戦略での活用！

→④環境データ、作物データ、気象データ、出荷場データによる精度の高い出荷予測で、週間・月間値決めなど大口の「攻めの商談」が可能

出荷予測データ

出荷場データ

→産地の信頼性向上
→価格形成力の向上
→系統率・販売額の向上

県１JA・園芸連・大規模農業法人等

共通CSV file

日報・週報

自動アップロード

File変換

Z農家（データ非公開も可）

情報共有の活発化

ドローン

収穫ロボット

一気に労力減へ

・・・

⑥

栽培管理や作業効率の改善による生産性の向上

→「気づき→考え→行動」によるさらなる収量・品質・作業効率の向上

栽培管理での活用（PDCA）

（基本、月曜日）　（火曜日～日曜日）

C 植物状態の把握（生育調査等）－植物情報－

各種データのアップロードとダウンロード

植物情報と環境データの分析

A P 設定変更と週の方針決定

D 方針に基づく栽培管理

・・・

- 茎径、開花花房高、葉長、開花数etc
- 日々の収量、果径etc

本システムの活用

- 地上部管理
- 地下部管理
- 作業管理（摘果・摘葉etc）

年々 技術力アップ・収量アップ

本システム構築による目指すアウトカム

◆環境制御技術のさらなる普及
- 主要7品目：21%（H28）→95%（H33）
- 10a当たりの平均収量アップ：10%→30%

◆次世代型ハウスのさらなる普及
- 20ha（H28）→116ha（H33）

◆農業産出額のアップ
- 1,011億円（H27）→1,150億円（H37）

◆出荷予測情報発信による販売力の強化
- 出荷予測情報に基づく契約販売
  0％（H29園芸年度）→ 20%（H34園芸年度）

◆主要7品目の面積当たり必要労働力
- 20%減

県産米のブランド化の推進

<農03>

現状

平坦部【早期栽培】

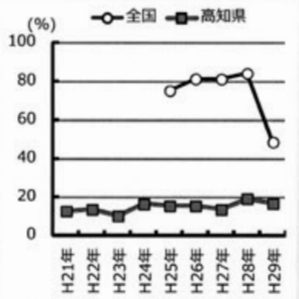


図　コシヒカリの1等米比率

●コシヒカリの1等米比率は20%以下に低迷
●農家は1等米比率の高い県オリジナル品種を切望

早場米の品質向上を

「よさ恋美人」を育成

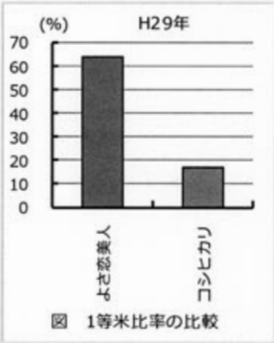


図　1等米比率の比較

●おいしい
（コシヒカリと同等）
●玄米がきれい
●粒が大きい
●早く収穫・収量が多い
●高温に強い

県産米全体の評価向上を

中山間部【普通期栽培】



●全国的な食味コンテストで入賞するブランド米が育成
『土佐天空の郷にこまる』
『宮内商店にこまる』
●「にこまる」が『特A』評価を獲得
（H28:県西地域、H29:県北地域）

課題



★「よさ恋美人」の知名度の向上と販路拡大
★ブランド化に向けた高品質生産、早期収穫技術の開発
★円滑な品種転換によるロットの確保

★他県では･･･
新品種の積極的なPR活動、イメージ戦略を展開
※「おいでまい」（香川県：H25年）
・リーフレット、ポスター等の作成
・PR大使の任命、着ぐるみの制作
・食味コンテストの開催　　等

対策

◆PR活動、販売促進活動の展開
・新名称の商標登録
・統一ロゴ、パッケージの作成
・販促資材（ポスター、ポップ等）の作成
・業界紙（3回）や新聞等への掲載
・県内スーパー・ホテル等への販路開拓等による県内需要の喚起（60店舗）
・都市圏でのキャンペーン
大手量販店への販路開拓（80店舗）　等
・収穫祭の開催（7月末）

◆高品質生産・早期収穫技術の開発
・農業技術センターでの栽培試験の実施
・県内各地での実証ほの設置
・栽培講習会の開催

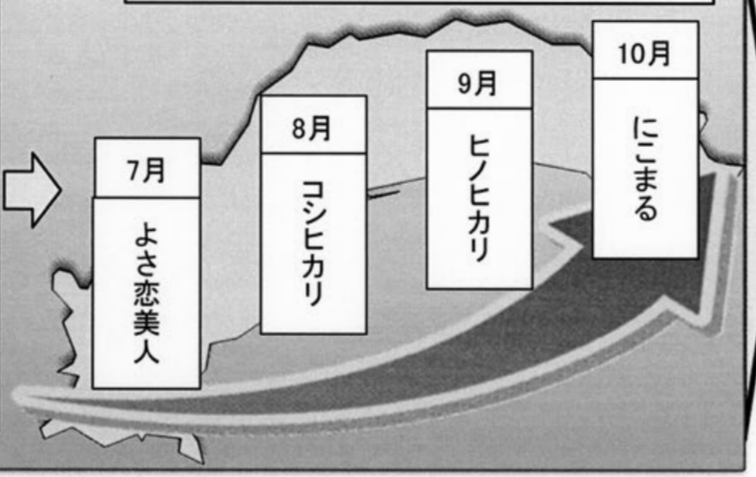




知名度の向上と販路拡大

早場米のブランド化

中山間の地域ブランド米とのリレー出荷
相乗効果による県産米全体の評価向上



外商の強化、農家の所得向上！

水田農業の活性化へ！

次世代こうち新畜産システムの実証と確立 <農04>

-増頭の加速化にあわせた新たな畜舎整備と、畜産経営の安定化のための繁殖技術の強化-

生産施設の充実

畜産施設の新築・増築への取り組み強化

・畜産クラスター等による整備

集約化 →生産基地や団地化

周辺への配慮

増築

大規模

増頭の加速化に対応した畜舎の確保

環境対応型施設の整備

周辺環境への対策

・臭気対策
・排水対策
・騒音対策

→臭気対策を中心とした環境負荷軽減のための新技術の情報収集

・先進地事例調査
・各種技術の有効性
・経済性（建設コスト、ランニングコスト）etc...

HACCP
・飼育衛生管理整備
→生産から流通まで切れ目のない衛生管理システムの構築

アニマルウェルフェア
・飼育環境整備
→家畜１頭当たりの十分な飼養面積の設定

メリット

○ 飼養頭数の増加

生産者
・安心して長期的な飼育が可能
・十分な飼育頭数の確保
→所得向上、担い手確保・育成

産地
・環境問題の軽減
・地域の活性化

流通・販売（食肉センター・ＪＡ等）
・と畜頭数の確保
→取引量の増加、 安定的な経営
・価格形成力の向上
→計画的な商談の実施、取引量の増加

生産効率の改善

IoTを活用した生産効率の改善

☆肉用牛の個体管理への利用
① 繁殖データの活用による個体管理の見える化（スマートフォン等の活用による情報の共有）
② 牛にセンサーを取り付け、行動変化の随時計測

（大規模農家）

発情・繁殖
治療・成績

・将来を予測
次の発情・分娩時期
子牛の出荷時期等

一年一産運動による生産性向上

（中小規模農家）

データ提供

情報提供

家畜保健衛生所
・農家個々の情報を一元集約化
⇒分娩時期の予測
・センサー情報の活用
⇒発情・疾病の発生

情報提供

農業共済組合
・治療の実施

→IoTを活用した肉用牛繁殖雌牛の管理実証

・先進地事例調査
・各種技術の有効性
・畜産試験場（土佐あかうし）での検討

メリット

○ 生産性の向上による所得増

生産者
・客観的データに基づく管理による繁殖成績の向上
→ＩｏＴ管理による労働時間の短縮
→早期問題牛の発見による損耗防止

家畜保健衛生所
・データを生かした迅速で的確な指導

共済・人工授精師
・計画的な治療による効率化
・適期授精による受胎率の向上

○ 他の畜種へ拡がる可能性

中山間農業複合経営拠点の整備推進 ～ 拠点の経営発展に向けて ～ <農05>

現状

稼ぐ取組と支える取組を複合経営し、中山間地域の農業の競争力を高め、支える仕組みを県内に拡大

実施地区 H27:4地区
⇒H29:16地区

課題

①拠点の経営発展に向けて、「新技術の導入」や「園芸品目の生産拡大」の推進が必要

②事業戦略の策定と、これをＰＤＣＡサイクルで回すためのサポート体制の構築が必要

③さらに経営発展していくためには、拠点と民間企業等との連携を広げていく、ネットワーク化が必要

◆バージョンアップのポイント《「事業戦略」による好循環のシステム構築》

①拠点の経営強化
・「新技術の導入」と「園芸品目の生産拡大」の取り組みを加速化

②事業戦略の支援体制の強化
・事業戦略の策定からＰＤＣＡのフォローを経営コンサルタント等の専門家が一貫してサポートする「アグリ事業戦略サポートセンター」を創設し、支援体制を強化

③ネットワークの構築
・拠点と民間企業との連携等、点と点の連携を広げ、さらに横展開するネットワークの構築を推進

ポイント① 拠点の経営強化

○新技術の導入
○園芸品目の生産拡大(水田の畑作化)

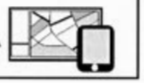
◆省力化機械
・ニラ洗浄そぐり機
・野菜移植機
・アシストスーツ 等


野菜移植機

◆農地の有効活用
・米から園芸品目等への転換（土地利用型作目など）
・地域の特色ある品目生産 等

◆栽培技術
・環境制御装置
・電照装置 等

◆ＩｏＴ
・園芸ハウス環境制御システム
・GPS活用圃場管理システム



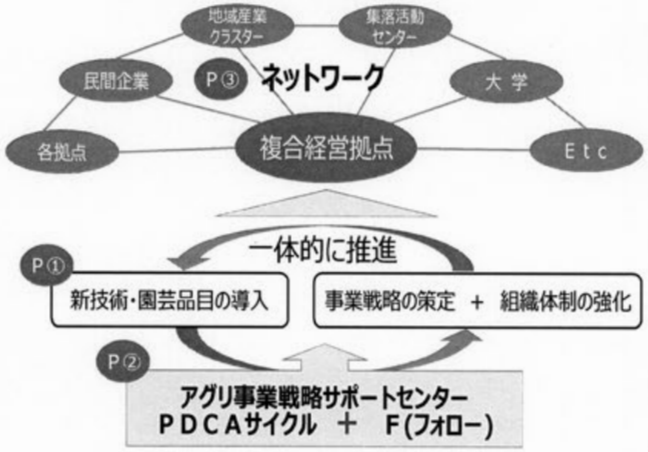
ポイント③ ネットワークの構築

◆産学官連携
・省力化装置、機械開発 等

◆集落営農組織や集落活動センターと連携
・機械共同利用
・人役の相互活用 等

◆拠点間連携
・複合経営拠点推進フォーラム、複合経営拠点通信(情報交換)

「事業戦略」による好循環のシステム



ポイント② 事業戦略の支援体制の強化

アグリ事業戦略サポートセンター

農業における事業戦略のワンストップ窓口

○電話による相談から専門家の派遣に至るまで、事業戦略の実行をきめ細かにサポート

（支援対象：中山間農業複合経営拠点、集落営農法人
専門家：経営コンサルタント、社会保険労務士、税理士など）

策定のサポート

現状・課題の整理：決算書分析／ヒアリング＋現地確認／課題解決ワーク／裏付けリサーチ
戦略策定：目標設定／具体策検討／行動計画／戦略マップ

PDCAサイクルのフォロー



推進手順

	周知	働きかけ	事業戦略策定・追加	実践	普及推進
◆新技術 ・省力化機械 ・ＩｏＴ ◆園芸品目の導入	・先進地視察 ・複合経営拠点推進フォーラム ・拠点通信発行 ・先進技術事例集の活用 等	個別訪問	事業戦略の策定・追加	戦略の実行 → PDCAサイクル（新技術、園芸品目の導入）→ 検証 → 改善 → 戦略の見直し	・現地説明会(視察対応) ・拠点通信 ・複合経営拠点推進フォーラム 等で情報発信

普及拡大へ

支援体制

○協議会（市町村、ＪＡ、県(農業振興センター、地域本部)）
・運営委員会（市町村、ＪＡ、県（農業振興センター、地域本部※実務担当者で構成）
○アグリ事業戦略サポートセンター （経営コンサルタント等の専門家）

支援策

ソフト・ハード支援策 ⇒ 複合経営拠点支援事業費補助金

ソフト事業：拠点構想作成支援／インターンシップ支援／庭先集荷支援／新 高収益作物導入支援／高度計画作成支援／経営発展支援／新 経営管理支援／雇用確保支援

ハード事業：農業用機械等整備支援／特別承認支援

卸売市場との連携による業務需要の開拓

<農06>

高知県、園芸連、中央会で組織する「新需要開拓マーケティング協議会」で、「業務開拓」「加工開拓」「輸出」の各タイプの業務委託プロポーザルを実施し販路開拓に取り組んでいる。
業務委託プロポーザルはH26年度より「業務開拓」から開始
・H26・・・「業務開拓」3社　・H27・・・「業務開拓」5社　・H28・・・「業務開拓」5社、「加工開拓」2社、「輸出」2社(青果、花き)

H29の取り組み	見えてきた成果と課題	今後の取り組み方向
○業務開拓・・・5社 ・量販店等のフェアを通じた取り扱いの拡大 ・大手通販会社での取り扱い ・商談会開催による取引開拓 ・量販店や直販所等への高知県コーナーの設置によるPR販売 ・バイヤーの産地招聘等による産地との交流	・量販店でのフェアは取り扱い額が増えているが、定番化に繋がっているのか課題 ・フェアは産地の販売戦略の反映が十分ではない ・大手通販会社の取引は、まだ試行段階のレベル ・惣菜等業務加工での取引も生まれている ・小規模の商談会が外食需要等の取引拡大に効果を上げている ・直販所や量販店のマルシェの高知県コーナーの設置は規格外品の販路の拡大にも繋がっている **園芸連青果物の近年の比較**(3カ年平均) H24-26園芸年度　H27-29園芸年度 販売額　603億円　→　626億円 数量(青果物)　997百トン　→　926百トン **全体的な価格は高値で安定してきた中、取引の定番化による安定取引と産地提案による取引の拡大が今後のテーマとなる**	**★開拓部門の見直しと戦略品目の設定による取引強化** **◆一般消費者向けと業者向けの2大需要への対応として部門を見直し** **◆着実な販売額アップに繋げるため戦略品目とそれぞれの取り組み方針を設定** **○量販店業務開拓** 産地の販売戦略を反映した展開 ・ミョウガ→関西地区の消費拡大 ・特産カンキツ→土佐文旦、ゆずの関東以北への拡大　等 ・量販店取引の定番化へ →量販店と産地の取り組みのマッチングを行い販売強化へ(土佐甘とう) ・新たな販売先の掘り起こし→直販所等 **○加工業務開拓** 量販店を除く外食、中食、加工業務の取引拡大 ・バラ品や特殊規格を含む業務出荷の強化 →ニラやシシトウ等産地と連携した飲食、惣菜等業務開拓(加工含む)と産地化
○加工開拓・・・1社 ・社員食堂等への提案による取引の拡大	・社員食堂への提案はハードルが高く大きな取引に繋がっていない	
○輸出・・・2社 **青果** ・シンガポールの量販店のフェア等の開催を通じた野菜、果物の取り扱いの定番化 **花き** ・オランダでの商談会出展によるオランダ・EUへの出荷の拡大	・輸出は現在は大きな取引額ではないが将来に向けた仕組み作りがされている ・青果では定番化に向けた取り組みの強化が必要 ・花きは人気の高い品種の生産拡大が必要	**★取引の継続により輸出の定着と品目の拡大を図る** **○輸出** ・バイヤーの産地招聘等による交流によりフェア等への取引品目の拡大 ・産地連携の強化による商品性の向上と出荷量の確保

新規就農者の確保・育成（産地提案書の増加・ブラッシュアップと相談会活動の強化） ＜農07＞

産地提案型担い手確保対策の取り組み状況

《 産地提案書による担い手確保の流れ 》

受入体制整備 → 産地提案書策定（募集） → 就農情報発信 → 就農相談（相談会） → 講座アグリスクール → 産地体験 → 基礎研修（農育C） → 実践研修（受入農家） → 就農



【具体的な実績】

①「産地提案書」の策定

区　分		H27.2	H28.3	H29.3	H30.3
市町村数		18	25	29	31
産地提案書数		18	31	42	60
	専業区分	14	25	40	58
	兼業区分	4	6	5	7
	親元区分	-	1	21	37

◎31市町村で57提案書が策定

②県内外での相談活動（相談件数）

	27年度	28年度	29年度
相談会	383	629	468
就農ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭ	265	304	277
合　計	484	759	537

※ 合計は相談会でのｺﾝｼｪﾙｼﾞｭ相談は除く

③産地提案による実績

	27年度	28年度	29年度
研修開始	22人	26人	36人
募集人数	61人	84人	125人
充足率	36%	31%	29%

産地提案型担い手確保対策の課題

■産地提案書の増加や募集人員の充足に向けた取り組みが必要

○年間320人のうち、産地提案書で96人（Ｉターン中心）の確保が必要
○研修生は着実に増加しているが、新規就農者数は目標に達していないことから、新たな提案書の策定等による提案書の増加が必要
○また、都市部での就農相談会(新・農業人ﾌｪｱ)が大幅に減少 ※H28:7回→H29:4回
○相談会の減少により相談数の伸びが鈍化 ※H28:759人→H29.10:204人
○このため、都市部人材に相談会参加を誘導する情報を積極的に発信するとともに、都市部における就農希望者との出会いの場を確保し、相談者を増やすことが必要

■受入体制の強化や産地提案書の内容の充実が必要

○各市町村において農業者や関係機関と連携した産地提案型の取り組みが進みつつあるが、4町村では技術指導等を担う指導農業士が不在
○産地提案書を策定している31市町村のうち、10市町村では受入実績がないことから、受入体制の強化や産地提案書のブラッシュアップが必要
○畜産では、各地域における産地規模が小さいことから、県域エリアでの産地提案型の取り組みが必要

【戦略の方向性】

●産地提案書数の増加・ブラッシュアップと相談活動の強化

課題解決に向けたバージョンアップ

① 産地提案書の増加と受け入れ体制等の強化

○産地検討会等により、新たな提案書の策定及び指導農業士の確保を誘導
※ 96人分（Ｉターン）の倍の募集枠確保を目指す（192人分）
※ 全ての提案書において指導農業士を確保
○受入農家研修会などによる受入体制の見直しやレベルアップ
○受入実績の乏しい産地については、要因分析により提案書をブラッシュアップ

② 就農希望者との出会いの場の確保

○より多くの就農希望者との出会いの場を確保するため、県（農業）主催相談会の開催を拡充
① 県外相談会【拡充】
・「こうち暮らしフェア」と「就農相談会（各産地参加）」を同時開催し、相乗効果を発揮（6、12月に東京・大阪で開催）
② 県内相談会
・帰省時期を狙った大型ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾓｰﾙ等で、高知県農業のPRを兼ねた就農相談会を開催
※ 年間、約1,000人の相談者を確保し、歩留まりを10%とすることで96人の新規就農者（Ｉターン）を確保

③ 相談者を呼び込むための就農関連情報の発信を強化

○SNSなどによる就農関連情報の発信を強化
①集客効果の高いディスプレイ広告の活用【拡充】
②発信力のあるライターによるSNS発信や、移住専門誌への就農関連情報の発信を強化【拡充】
③農業担い手育成センターからのfacebook発信

④ 畜産版「県域産地提案書」策定と受け入れ体制強化

○(一社)高知県畜産会が実施する県域での「産地提案書」策定の支援及び畜産就農相談会への支援
○市町村が実施するインターンシップ（就農体験）の支援
○家畜保健衛生所の調査による空き牛舎等の情報を活用したマッチングの強化

⑤ 畜産研修施設の新設

○畜産試験場に畜産担い手育成畜舎を整備し、研修と実践の場としての機能向上
○土佐あかうしの飼育管理研修の実施（最長２年間、年３名を受け入れ）
○篤農家先での研修にはない座学の実施
※人工授精講習会での畜産概論、解剖学等の講義
※農業担い手センターとの連携による経営簿記等の講義
○研修終了後の実践就農コースも設置（最長３年間）

【目標】
●産地提案書：全市町村策定、192人分の募集枠策定
●年間就農相談者：1,000人

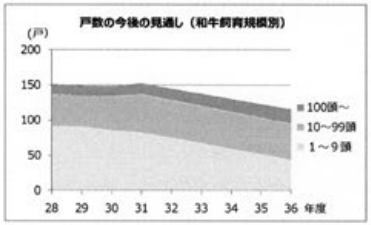
【目標】
●畜産版「県域産地提案書」：肉用牛の提案書策定
●県域での受入体制：肉用牛での受入体制の構築

畜産の担い手確保に向けた体制の強化 <農08>

現　状（～H36予測）

経営意向調査(H28）でのH36状況予測

頭数：中規模以上農家の規模拡大により増頭
戸数：小規模の農家を中心に戸数は40戸減少
（うち中規模農家も10戸ほど廃業意向）
→肉用牛生産基盤の維持・拡大には年間あたり
３～６名程度の新たな担い手必要
（親元・雇用含め）



畜産における課題

1．相談窓口がない
⇒畜産に特化した窓口がない

畜産の始め方が解らない。

2．市町村単位の「産地提案書」の支援はなじまない
⇒農家戸数が少なく、同一市町村内（産地内）での研修・就農が実現しないケースが多い。

近所には研修の出来るところがない。

3．畜産担い手育成センターがない
⇒篤農家に研修受け入れ体制が整っていない。
⇒基礎知識や技術を研修できる施設がない。

畜産の基礎や経営も学びたい。

4．独立就農する際に、適当な飼養場所や畜舎の確保が困難
⇒空き畜舎を活用する。
⇒家畜保健衛生所の調査による空き牛舎等の情報を活用したマッチングの強化

担い手確保から育成まで

情報発信
情報収集
＋
就農相談

産地体験

産地提案書での研修地調整

基礎研修
実践研修

就農地マッチング

就農

対　応

各ステージでの課題を解決し、就農に向けた支援を実施

1．担い手確保に向け、窓口とアンテナを広げる

【畜産就農相談窓口の設置】
畜産コンサルタント業務を行う（一社）高知県畜産会を窓口団体に、個別のケースに対応した就農相談に応じる

【移住促進フェア等への参加】
市町村・畜産会が移住促進フェア等で就農相談の実施
市町村が行うインターンシップ短期研修等へ誘導

【インターンシップ研修（産地体験）の実施】
生産地の市町村が農家での短期研修を支援
受け入れ農家へのフォローも行い、円滑な研修を実施

2．新たな支援体制を確立

【畜産版県域「産地提案書」での研修支援】
畜産会が県域での「産地提案書」を策定
県内であれば研修・就農地にかかわらず「産地提案書」の研修支援が可能

県全域が産地！
どこで研修してもOK!

3．畜産研修施設の新設

【畜産試験場に「畜産担い手育成畜舎」を新設】
「畜産担い手育成センター」の機能を持たす
篤農家先での研修にはない座学の実施
※人工授精講習会での畜産概論、解剖学等の講義
※農業担い手センターとの連携による経営簿記等の講義
研修終了後の実践就農コースも設置（最長３年間）

専門スタッフによる座学もある。

4．就農から経営安定までの支援体制の確立

【畜産継承機能強化】
家畜保健所による空き牛舎、活用可能な畜産施設の情報共有によるマッチングを強化

【就農から経営安定までの支援強化】
畜産会、市町村、家畜保健所と連携し、経営指導、技術支援継続

フォローも充実

レンタル畜産施設整備事業・家畜導入事業等の活用により、経営開始の初期投資に対し支援
→肉用牛経営新規参入のハードルを下げ、産地の活性化、増頭につなげていく

農業大学校の充実・強化

環境農業推進課　＜農09＞

現状

1　入校者数が減少している！

農大応募・入校者数

	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
応募者数(人)	53	31	47	39	36	32	42
入校者数(人)	32	27	39	33	23	24	36

H30年度は回復の兆し



2　高校生・先生へのPR不足！

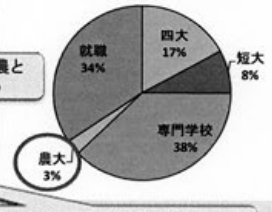
先生の声
- 農大を希望する学生が少ない
- 農大へ行かせたいという父兄の声は少ない
- 四年制大学に進学させたい
- 農大は農業関連企業への就職に有利

高校生の声
- 専門学校へ行きたい
- 農大をよく知らなかった
- 農家になる人が行く所と思っていた
- 家は農業をしていない
- 寮が2人部屋なのは心配
- 推薦入試の学力テストがある
- もっと加工や6次産業化の勉強がしたい

農大＝即就農と誤解している

農業高校の約8割が非農家出身

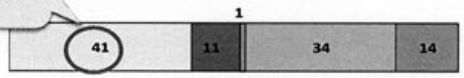
農業高校2校の進路状況
（H24～27年度卒業生1,140名対象）



3　農大卒業後の雇用就農が増加傾向！

農大新卒時に約4割が就農。就職後の就農を合わせると約7割が就農

農大卒業生の進路割合（%）
（H20～28卒業生287名対象）



就農者数と雇用就農率

	親元就農	雇用就農	合計(人)	雇用就農率(%)
H25	4	3	7	43
H26	4	1	5	20
H27	10	8	18	44
H28	5	6	11	55
H29	5	8	13	62

H29年度は就農13人の内8人が法人へ雇用就農

～農大の在り方が転換期に～

従来の就農キャリアパスモデル

高校 → 農大 → JA営農指導員 資材メーカー等農業関連会社へ就職 / （親元就農）自営就農

新たな就農キャリアパスモデル

農業法人の育成が重要！

高校 → 農大 → 企業参入農業法人へ就職（雇用就農）
・環境制御データ管理担当⇒ 幹部（クラスターの中核人材）
→ 農業法人へ就職（雇用就農）
・栽培責任者 → 自営就農
→ 資材メーカー等農業関連会社へ就職 → 担い手育成センターで研修 → 自営就農

～時代のニーズにマッチした新たな農大の在り方～
農業後継者の育成に加え、雇用就農に対応した産地や法人が求める人材（担い手）を育成

課題

- 【1】カリキュラムが多様なキャリアパスに対応していない！
  ※全員が同じカリキュラムを受講している
- 【2】環境制御技術やGAPの実習が出来ていない！
- 【3】農業高校、農業法人等とのパイプが弱い！
  ※高校生、保護者へのPRが不足
- 【4】学力の向上が必要！
  ※四年制大学への編入希望者もいる

強化対策

	H29年度～	H30年度～
【1】進路別カリキュラムの実施	①進路別カリキュラムの検討 ②雇用就農に対応した講座の強化 ・労務管理・環境制御技術・GAP等	新 ①進路別カリキュラムの実施 ・【自営就農】、【雇用就農・就職】、【進学】の3コースで講座を選択　例)【雇用就農・就職】:労務管理・経営管理・環境制御技術・GAP等の講義と実習
【2】次世代型ハウスで環境制御技術や高度なGAPを実践	①次世代型ハウスを建設 ②グローバルGAP認証取得の準備 ・研修・専門家による現場指導 ・学生によるGAPチームが自己点検を実施 ③Wi－Fiの整備	新 ①次世代型ハウスでの農業実習 ・環境制御技術・機器操作・高所作業等の実践 新 ②グローバルGAP認証の取得（H30年度） 新 ③ICTを活用したスマート農業の実践 ・インターネット、タブレット等を活用した授業
【3】高校、農業法人と太いパイプ作り＆PRの強化	①ｵｰﾌﾟﾝｷｬﾝﾊﾟｽ、寮宿泊体験の実施 ②HP、SNS等での情報発信強化 ③高校訪問・農業系高校教員との意見交換会の実施 ④法人での短期ｲﾝﾀｰﾝｼｯﾌﾟの実施	①農業法人との連携強化 ・法人による就職ガイダンスの実施 ・クラスター参入企業・農業法人（畜産含む）での長期インターンシップの実施 並行して、雇用就農の受け皿となる法人の育成・経営強化が必要！
【4】基礎学力向上・進学への挑戦	①推薦入試要件の改正 ②習熟度別個別指導の実施 ・農業数学、英会話 ③四年制大学編入事例調査	①四年制大学への編入支援 ・進学コースの設置(再掲) ・編入に関する情報収集、個別指導の実施

目指す姿

就農者の増加
入校者の増加

高校・保護者・地域から信頼され、選ばれる農大に

生徒と保護者が納得できる確実な就農・就職の実現

産地や法人の求める人材を育成

カリキュラム・施設の充実と個別指導による学力アップ

農業担い手育成センターの充実・強化

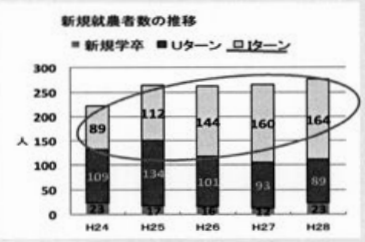
環境農業推進課　＜農10＞

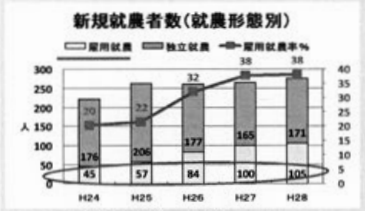
現状

【新規就農者を取り巻く状況】

1　新規就農者は緩やかに増加

・Ｉターン就農者・雇用就農者は H24⇒H28で約２倍に増加





2　産地提案書の増加

産地提案書数

H26	H27	H28	H29
18	31	41	57(内25親元含む)

【担い手センターの状況】

1　長期研修生は順調に増加

・県外出身者は横ばい（研修後の就農率は約80%と高い）

県外向けに担い手センターのタイムリーな情報・魅力の発信、PRが必要！

長期研修生

	H26	H27	H28	H29	累計
研修生数(人)	16	21	26	34	97
県外出身者数(人)	8	9	11	10	38
平均年齢	40	37	35	36	－
平均研修期間(月)	8.5	6.7	7.6	6	－
(参考)新規就農者数	261	265	276	－	－

県外出身研修生の声

・親身に就農相談に乗ってもらえる。対応も迅速。
・素人にもわかりやすく基礎から学べ、仲間ができた。
・就農地近くで住宅を探したい。

研修内容や就農支援には満足。住宅探しは担い手センターだけでは限界がある！

2　研修後の就農形態が多様化

・自営就農、雇用就農、親元就農

《法人から雇用前の研修要請が増加》
全農　2名（安芸市ナス）
イチネン農園　2名（日高村トマト）
ｺｽﾓｽｱｸﾞﾘｻﾎﾟｰﾄ　2名（日高村トマト）

親元就農研修生の声

・親元では学べない基本技術を学べた。
・機械操作を習得出来た。
・職員や研修生と知り合えた。

3　東京農業大学との連携・交流がスタート

・出前授業（6月・12月）、農業実習生受入（9月）、体験バスツアー・農業実習生受入（2～3月）

課題

新規就農者320人の確保には、研修生の更なる確保が必要

【課題１】ＰＲの強化が必要

【課題２】県外からの研修生確保が必要
～就農地と住宅探しをセットで支援する必要がある～

【課題３】多様な就農形態に対応した研修が必要

【課題４】東京農業大学と継続性のある連携が必要

～移住コンシェルジュ等との連携で移住と就農をセットにした支援が必要～

目指す姿

新規就農者の安定確保

研修生のスムーズな移住就農





移住と就農をセットにした支援で入口から出口までの導線を確保

対策

1　PRの強化（強化）

①HP＋SNS、Web広告の強化
②アグリスクール（東京・大阪）での長期研修修了者による体験発表
③東京・大阪等での就農・移住相談会で担い手センターをPR
・入口（研修）から出口（就農と移住両面）までのサポート体制をPR

2　移住就農への支援を強化（強化）

①移住促進・人材確保センターとの連携
・移住コンシェルジュによるアグリスクール（東京・大阪）での講義
・移住コンシェルジュ同席による移住就農相談（東京・大阪）の実施
⇒研修生の確保へ
②市町村との連携強化
・産地提案書で求める人材育成と就農地とのマッチング
・市町村の移住・就農担当者と長期研修生との意見交換会
③体験研修（2泊3日）の実施で移住就農へのイメージをより明確化

3　就農目的別研修コースの設置（新）

①移住就農コース
・移住コンシェルジュによる講義や相談会を実施
②雇用就農コース
・労務管理・経営管理等の座学、法人でのインターンシップの実施
・協力企業登録により求人情報を随時提供
③親元就農コース
・親元では学べない基礎技術や機械操作を習得
④農家の「学び直し」の場としての機能強化

4　東京農業大学との連携

①出前授業⇒農業実習・農業体験バスツアー⇒⇒研修・就農へ
・将来を見据えた連続性のある人材交流の実施

強化ポイント　★目的に応じた研修コースを設置★

新 コース	基礎課程	専門課程	出口支援
自営就農	基礎的な座学（経営・病害虫防除等）＋基本的な栽培技術実習（1品目を2週間で交代）＋産地見学	品目を絞った栽培技術・経営管理＋	就農希望産地とのマッチング → 自営就農
移住就農		・農村生活の座学（先輩移住農家の体験談等） ・移住コンシェルジュによる講義・相談	住宅探し → 移住 → 雇用就農
雇用就農		・労務管理・経営管理等の座学 ・次世代団地でのオランダ式先進技術実習	農業法人とのマッチング 新 協力企業登録 → 雇用就農
親元就農	基礎的な座学と並行して品目を絞った専門研修		→ 親元就農
学び直し	新規就農者や一般農家のニーズに応じて、基礎から高度な最新技術（環境制御技術等）までを学ぶ		



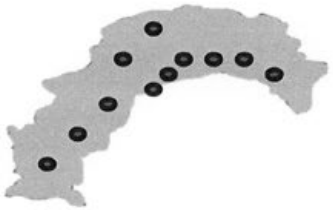
アグリマネジメントクラブ会員等の県内農業生産法人

経営体を支える労働力の確保　＜農11＞

現状

農業経営の拡大再生産の維持のため農業労働力確保の取り組みが必要

○地域単位に労働力確保対策PT会を設置
- ・11地域で普及・JA・市町村での課題共有と対策協議
- ・労務管理研修等を実施



○高知県農業労働力確保対策協議会を設置
- ・県域での対策を協議
- ・援農ツアーの開催
  マッチング3名（JA土佐あき）



○農業労働力確保支援ポータルサイトの開設
- ・地域を超えた職業紹介が可能に
  サイト登録：求人43名・求職3名
  JA等の求人募集チラシのアップ→マッチング28名



課題

○潜在的な労働力の掘り起こし
- ・ターゲット毎の対策の整理と実施
- ・農作業を理解してもらうための農作業体験の実施

○農繁期や緊急時にサポートできる体制の整備
- ・JA無料職業紹介所へのヘルパー登録の強化
- ・JA等に農作業サポート隊の設置

○県内外の援農者の受入体制の強化
- ・地域外からの援農者の移動手段の確保
- ・地域外からの援農者の宿泊施設の確保

○働く場として選ばれる経営体への体質強化
- ・農家側と求職者側の雇用条件のミスマッチ解消
- ・標準的な労賃を支払うことのできる経営体の育成

対策

拡　潜在的な労働力の掘り起こし（事業主体：農業会議、JA、市町村　補助率：定額、1／2）

子育て世代	親子農業体験イベント等を開催
シルバー世代	新聞広告やJA広報・HP等で農業体験イベントやヘルパー登録の呼びかけ
大学生	大学版アグリスクール開催、インターンシップ・ボランティアの呼びかけ
障害者	障害者や福祉施設指導員等を対象とした農業体験会の開催、農作業の切り出し

＊JAや市町村による独自の農業体験・援農ツアーの開催等、各地域地域で実施する取り組みに支援を拡大

新　県内外の援農者の受入体制の強化（事業主体：JA・市町村　補助率1／2）
- ・援農者、農作業アルバイター専用の宿泊所の確保：空き家の改修（トイレの水洗化、シャワーの設置等）
- ・地区外からの援農者の移動手段の確保：高知市や最寄駅等から現地、宿泊施設から農作業現場への送迎等
- ・受け入れのための施設充実：簡易トイレ、休憩所　等の設置

新　農繁期や緊急時に農作業をサポートできる体制の構築（事業主体：JA等　補助率1／2）
- ・一時的な短期雇用に対応するため、JA出資型法人等によるサポート隊（仮称）の設置

新　働く場として選ばれる産業、経営体への体質強化
- ・個人や地域で、周年の農作業ができる作物作型の導入を啓発
- ・労働生産性を高め一定水準の労賃が払えるよう、GAP、トヨタのカイゼン方式の導入による農作業の効率化や、省力化技術（ニラのそぐり機等）の導入推進
- ・専門家によるモデル農家へのカイゼンコンサルの実施

安定的な雇用確保と経営発展

農業クラスター形成のための支援メニュー

<農12>

●クラスタープランの計画～策定までのしくみ

各市町村　農業クラスタープロジェクトチーム

県・農業クラスター計画策定事業

★クラスタープランの作成を支援！
・先進地視察による情報収集
・アドバイザー等の経費を支援

※クラスタープランを策定するためのソフト支援！

市町村／農振センター／地域本部／JA／生産者／関連企業／検討

アドバイザーによる助言等

さあ、これからプランの実践だ！

農業クラスタープランの策定！

P D C A

プロジェクトチームで、PDCAによる改善（毎年）

さらに！新たな関連産業の集積（雇用創出）等の動きに伴う

クラスタープランのバージョンアップ

★Point NEW

H30拡充

県農業クラスター計画策定事業

☆農業クラスタープランのバージョンアップに要する経費に対する支援を追加！

●クラスター形成に欠かせない「園芸団地用地」を生み出すしくみ

≪適地選定の予備調査≫
- 市町村との協議（全市町村へ周知）
- 調査箇所の洗い出し基盤条件、法規制等の調査
- 地元住民の意向確認

候補地決定

《適地調査の実施》
- 権利者、境界等確認
- 地盤調査（地下水調査含む）
- 現況測量（面積）

《整備計画づくり》
- 事業計画作成（クラスタープラン）
- 基盤整備の基本設計

《ハウス等の移設・撤去》
- 団地の形成に必要なハウス等の移設・撤去

県 農業クラスター計画策定事業

地権者との交渉

《農地の借受け・買入れ》
- 地権者と農地中間管理機構の間で賃貸借契約又は売買契約を締結

賃料一括前払いや農地買取に基金を活用

中間管理機構

★Point

県 農業クラスター計画策定事業のうち 次世代園芸団地用地確保事業 NEW

H30拡充

☆1ha以上のまとまった土地を、20年以上貸借してくれる地域に対して支援！

≪地元調整②≫
- 区画割設計・従前地評価
- 換地計画案作成

工事着手 → 工事完了

国 農地耕作条件改善事業（複数年度事業、事業費200万円以上）

県 園芸団地整備円滑化事業
- 基盤整備の地元負担分を軽減

ハウス整備へ

《参入者の募集》 → **《農地の貸付》**
- 次世代園芸団地に参入する企業や農家を募集

●農業クラスターの核となる生産拡大に必要なハード整備支援メニュー！

関連する一次、二次、三次産業を地元に集積！

集出荷場・物流拠点

県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
- 国 強い農業づくり交付金（次世代施設園芸優先枠）但し、高度環境制御栽培施設整備時
- 国 強い農業づくり交付金
- 国 産地パワーアップ事業



一次加工・食品加工施設

県 産業振興推進総合支援事業
- 県 企業立地促進事業
- 国 農林漁業成長産業化ファンド
- 国 食品産業・6次産業化交付金
- 国 強い農業づくり交付金
- 国 産地パワーアップ事業



直販所・レストラン等

県 産業振興推進総合支援事業
- 国 農林漁業成長産業化ファンド
- 国 食品産業・6次産業化交付金



次世代型ハウス等を中心として生産を拡大

次世代型ハウスの整備

大
- 県 企業立地促進事業

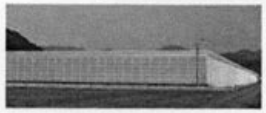
※ポイント：商工労働部の企業立地促進事業の農業振興部版
補助先：民間企業、JA出資法人等
補助内容：土地の取得、建物（ハウス、選果施設等）及び機械設備、雇用奨励金
補助率：25～45%



中
- 県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業



小
- 県 園芸用ハウス整備事業
- 国 次世代施設園芸導入加速化事業
- 国 強い農業づくり交付金（次世代施設園芸優先枠）
- 国 強い農業づくり交付金
- 国 産地パワーアップ事業



★Point NEW

H30拡充 県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業

☆露地園芸作物の生産拡大に必要な施設及び機械・設備の導入に対する支援を追加！

種苗供給施設

県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
- 国 強い農業づくり交付金（次世代施設園芸優先枠）
- 国 強い農業づくり交付金
- 国 産地パワーアップ事業

但し、高度環境制御栽培施設整備時



エネルギー供給施設

県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
- 国 強い農業づくり交付金（次世代施設園芸優先枠）
- 国 強い農業づくり交付金
- 国 産地パワーアップ事業

但し、高度環境制御栽培施設整備時

研修施設、体験・滞在型施設

県 産業振興推進総合支援事業

県 園芸用ハウス整備事業
※研修ハウスの整備



地域地域に新たな付加価値と多様な雇用を生み出す！

Ⅰ　専門分野の成長戦略
林業分野

林業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県土の84パーセントを占める森林の豊富な資源を余すことなくダイナミックに活用するため、集成材工場の整備などの加工体制の強化や木質バイオマス発電施設の整備など、川下側の整備を進めてきたことにより、県内の原木需要は大きく高まりました。これに応じて、川上側では施業地を集約した森の工場の推進や高性能林業機械の導入などにより、原木生産の拡大に取り組んできました。

この結果、県内の原木生産量は、平成22年の40万4千立方メートルから平成28年には62万立方メートル余りと大幅に増加しました。また、製材品の出荷額等を表す木材・木製品製造品出荷額等は、製材品の出荷量が回復したことなどにより、平成22年の150億円から平成28年には207億円まで増加しています。

一方、こうした取り組みにより特にB材からD材の需要は拡大してきていますが、良質でより高単価での取り引きが期待されるA材の需要を一層拡大させることにより、豊富な森林資源を余すことなく活用するため、ここ数年横ばい状態である原木生産量をさらに拡大していくとともに、A材を「より高く」「より多く」売る仕組みづくりが必要となります。

②第3期計画ver.3の取り組み

第3期計画では「山で若者が働く、全国有数の国産材産地」を目指す姿として、本県の豊富な森林資源を余すことなく活用し、林業・木材産業の拡大再生産の好循環につなげることにより中山間地域が元気になるようA材対策を核とした次の5つの戦略の柱により取り組みを進めていきます。

柱1　原木生産のさらなる拡大

作業功程改善におけるボトルネックの洗い出しとその解消について、引き続き取り組んでいきます。併せて、高性能林業機械や林道などの基盤整備を進め生産性の向上を図るとともに、事業規模の拡大による一時的な機械不足への対応や資金面から購入が困難となる事業体に向けてリースによる導入を支援することで効率的な原木生産につなげていきます。また、皆伐後の再造林を進めるため、コンテナ苗の生産体制の強化と一貫作業システムを促進して再造林コストを縮減することにより、持続可能な森林づくりを進めていきます。

柱2　加工体制の強化

市場のニーズに柔軟に対応して競争力の高い加工事業体を育成するため、製材事業体の事業戦略づくりとそのフォローアップ、人材育成や設備投資による付加価値の高い製品づくりなど加工力の強化を進めていきます。また、大断面集成材工場やCLTパネル工場などの高次加工施設を核とした林業・木材産業クラスターの形成により、所得の向上と雇用の創出につなげていきます。

柱3　流通・販売体制の確立

県外の消費地をターゲットとした県産材製品の外商活動をさらに促進するため「TOSAZAIセンター」を設置し、新たに開発された商品を一般の製材品とセットで売り込むなど外商体制の強化に取り組んでいきます。また、関東などの消費地に設置している流通拠点の活用やトレーラーによる定期輸送などの取り組みも引き続き進めていきます。

柱4　木材需要の拡大

住宅に比べ木造率が低い非住宅建築物の木造・木質化を促進するため、構造材としての木質建材や、店舗、マンションなどの内装に使用する木製品の開発、改良、A材の付加価値を向上させる新たな活用策などを展開していきます。また「CLTで地方創生を実現する首長連合」などとも連携し、木材需要のけん引役となるCLTの普及や利用拡大とともに、木質ペレット等の安定供給などに引き続き取り組んでいきます。

柱5　担い手の育成・確保

本年4月に本格開校する県立林業大学校では、新たに開講する専攻課程において林業経営の中核となる人材や林業技術のエキスパート、木造設計のプロデューサーを育成するとともに、基礎課程、短期課程を通じてこれからの林業をけん引していく人材の育成・確保に取り組んでいきます。また、林業労働力確保支援センターと連携してUIターン就職相談会やフォレストスクールなどの開催、移住施策との連携などを通じて、新たな林業従事者の確保に取り組んでいきます。

以上、5つの戦略の柱による取り組みを関係者と一体となって進めることにより、拡大再生産の流れを大きくし、本県の豊かな森林資源を活用した所得の向上と雇用の創出により、中山間地域の活性化を目指していきます。

林業分野の展開イメージ　～山で若者が働く、全国有

分野を代表する目標　木材・木製品製造業出荷額等　出発点（H26）204億円⇒ 現状（H28）
原木生産量　出発点（H26）61万m3⇒ 現状（H28）6

構築した川上から川下までの仕組みを生

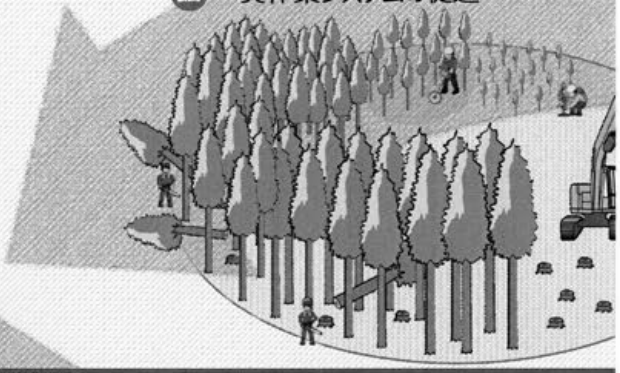
柱1　原木生産のさらなる拡大

○生産性の向上による原木の増産
- ・森の工場の拡大・推進
  森林情報の精度向上（林地台帳の運用開始）
- ・効率的な生産システムの導入を促進
  本県の地形に適した林業機械の開発
  拡 高性能林業機械等の導入・整備（リース事業の創設）
  林道整備の促進に向けた協議会・ＷＧの開催
  森林組合の生産工程改善による生産性向上
- ・皆伐の促進
- ・原木の安定供給システムの構築




○持続可能な森林づくり
- ・苗木の生産体制の強化
- ・間伐の推進

○再造林コストの縮減
拡 一貫作業システムの促進





D材（端材等）
C材（低質材）
バイオマス利用
木質バイオマス発電所２箇所（H27稼働）

柱4　木材需要の

○木質バイオマス発電所の安定稼働
○木質バイオマスの利用拡大
- ・木質ペレット等の安定供給の促進
- ・幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大
- ・木質バイオマス発電の促進



森の資源を余すことなく活用

林業・木材クラスター

B材（中質材）
ラミナ用材
CLT用ラミナ工場（H28稼働）
集成材工場（H28稼働）

A材（良質材）
建築用材
大型製材工場（H25稼働）

柱2　加工体制の強化

○高次加工施設の整備
- ・ＣＬＴパネル工場の整備



○製材工場の強化
- ・製材事業体の加工力強化
  拡 事業戦略の策定及びフォローアップ
  付加価値の高い製品づくり
- ・県内企業による協業化・大型化の検討



有数の国産材産地～

207億円 ⇒４年後（H31）220億円⇒６年後(H33)232億円⇒10年後（H37）256億円

2.8万m3⇒４年後（H31）78万m3⇒６年後(H33)81万m3⇒10年後（H37）90万m3

:かして、“森の資源”を余すことなく活用

柱５　担い手の育成・確保



○林業大学校の充実・強化

・林業大学校における人材育成

新 専攻課程において林業・木造設計のエキスパートを育成

・森林組合等の県内事業体への雇用促進

○きめ細かな担い手育成・確保の強化

・林業労働力確保支援センターとの連携

定期相談会の開催

フォレストスクールの実施

・移住施策との連携による担い手の確保

・特用林産業新規就業者の支援



○事業体の経営基盤の強化

・林業事業体のマネジメント能力向上

・林業事業体における就労環境の改善

○小規模林業の推進

・小規模林業の活動を支援

拡大

A材の需要拡大

新 木造化を促進するため設計へ支援

拡 デザイナー等と連携した商品開発



CLT等の普及促進

CLT建築物の普及促進と需要拡大

新 木造化を促進するため設計へ支援〔再掲〕

経済同友会との連携

○住宅・低層非住宅建築物における木材利用の促進



・低層非住宅建築物の木造化の促進

新 木造化を促進するため設計へ支援〔再掲〕

拡 デザイナー等と連携した商品開発〔再掲〕

・県産材を活用した木造住宅建築の促進



材産業の形成

拡大再生産』の循環へつなげ、間地域を元気に！



柱３　流通・販売体制の確立

○外商体制の強化・A材の販売促進

新 TOSAZAIセンターによる販売促進



○流通の統合・効率化

・県外流通拠点を活用した取引の拡大

・トレーラー等による低コスト・定期輸送の増加

拡 役物定期便の定着



○販売先の拡大

・県外での土佐材を使用した建築の促進

拡 非住宅建築物への土佐材の活用

・海外への販売促進

海外見本市等でのＰＲ活動



林業分野

分野の目指す姿	○　山で若者が働く、全国有数の国産材産地
分野を代表する数値目標	木材・木製品製造品出荷額等　出発点（H26）：204億円⇒現状（H28）：　207億 原木生産量　出発点（H26）：61万m3⇒現状（H28）：62.8万

戦略の柱	1　原木生産のさらなる拡大	2　加工体制の強化	3　流通・販
戦略の方向性	・成熟した森林資源を最大限に生かせる仕組みづくりを推進する	・消費者ニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成する ・CLTパネル工場をはじめとする林業・木材産業クラスターの形成を目指す	・大消費地や 織的・継続的
戦略目標	・森の工場からの原木生産量（間伐）の拡大 ㉖：10.9万m3 → ㉛：15.1万m3 → ㉝：15.3万m3 → ㊲：17.0万m3	・県産製材品の出荷量の増加 ㉖：23.3万m3　→ ㉛：27.4万m3→ ㉝：28.4万m3　→ ㊲：28.4万m3	・県産製材品 ㉖：□16.1万 ★ 0.0万 ㉝：□19.7万 ★ 1.5万 （□：一般
取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」	1．生産性の向上による原木の増産 ◆森の工場の拡大・推進 ・集約化に必要な森林情報の精度向上（林地台帳の運用開始） ◆効率的な生産システムの導入を促進 ・本県の地形に適した林業機械の開発 ・[拡充]高性能林業機械等の導入・整備（リース事業の創設） ・林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催 ・森林組合の生産工程の改善による生産性の向上 ◆皆伐の促進 ◆原木の安定供給システムの構築 2．持続可能な森林づくり ◆ 苗木の生産体制の強化 ◆再造林への支援と低コスト育林の推進 ・一貫作業システムの促進 ◆間伐の推進	1．製材工場の強化 ◆製材工場の加工力強化 ・[拡充]事業戦略の策定支援及びフォローアップ ・人材育成と設備整備の両面から支援 ・付加価値の高い製品づくり ◆県内企業による協業化・大型化の検討 2．高次加工施設の整備 ◆集成材工場の整備 ・構造用集成材の製造 ◆CLTパネル工場の整備 3．林業・木材産業クラスターの形成 ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	1．流通の統 ◆県外流通拠 ◆トレーラー等 の増加 ◆外商体制の ・[新規]TOS るA材の販 2．販売先の拡 ◆県外での土 促進 ・[拡充]非住 活用 ◆海外への販 ・海外見本市

の体系図

億円⇒ 4年後（H31）：220億円⇒ 6年後（H33）：232億円⇒ 10年後（H37）：256億円
'm3⇒ 4年後（H31）： 78万m3⇒ 6年後（H33）： 81万m3⇒ 10年後（H37）：90万m3

売体制の確立	4 木材需要の拡大	5 担い手の育成・確保
海外をターゲットとした、組 な外商活動を展開する	・低層非住宅の木造化等により飛躍的な需要拡大を図る ・木質バイオマスの利用拡大を促進する	・優れた人材を育成・確保する
の県外出荷量の増加 万m3 → ㉛：□20.1万m3→ 万m3 ★ 0.1万m3 万m3 → ㊲：□15.8万m3 万m3 ★ 5.4万m3 製材品 ★：高次加工品）	・木質バイオマス利用量の増加 ㉖ ：35.6万トン → ㉛：57.3万トン → ㉝ ：58.0万トン → ㊲：60.6万トン	・林業就業者数の増加 ㉖：1,602人 → ㉛：1,747人→ ㉝：1,777人 → ㊲：1,870人 ・新規雇用者数の増加（川下・累計） ㉛：32人 → ㉝：58人 → ㊲：96人
合・効率化 拠点を活用した取引の拡大 等による低コスト・定期輸送 抜本強化 SAZAIセンターの設置によ 売促進の強化 拡大 佐材を使用した建築の 宅建築物への土佐材の 売促進 等でのPR活動	1．住宅・低層非住宅建築物等における木材利用の促進 ◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用と木製品の需要拡大 ◆低層非住宅建築物の木造化の促進 ・[拡充]木造化を促進するための設計支援 ・[拡充]デザイナー等と連携した商品開発 ・[拡充]新商品の提案等によるA材需要の拡大 ◆ 県産材を活用した木造住宅建築の促進 2．CLTなどの普及 ◆CLT建築物の需要拡大 ・[拡充]木造化を促進するための設計支援〔再掲〕 ・[拡充]経済同友会との連携 3．木質バイオマスの利用拡大 ◆木質ペレット等の安定供給の促進 ◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大 ◆木質バイオマス発電の促進	1．林業大学校の充実・強化 ◆林業大学校における人材育成 ・[新規]専攻課程において林業・木造設計のエキスパートを育成 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進 2．きめ細かな担い手育成・確保の強化 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ・定期相談会の開催 ・フォレストスクールの充実 ◆移住施策との連携による担い手の確保 ◆特用林産業新規就業者の支援 3．事業体の経営基盤の強化 ◆林業事業体のマネジメント能力向上 ◆林業事業体における就労環境の改善 4．小規模林業の推進 ◆小規模林業の活動を支援 ・林地集約化による施業地の確保

分野	林業分野
戦略の柱	1　原木生産のさらなる拡大

戦略の方向性	・成熟した森林資源を最大限に生かせる仕組みづくりを推進する

戦略目標	目標	
	○森の工場からの原木生産量（間伐）の拡大	【森の工場における原木生産量（間伐）】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	生産性の向上による原木の増産	・森林の集約化と、効率的かつ安定的な間伐材生産を目指す「森の工場」の推進等により、民有林の間伐材生産量は平成22年の107千m3から平成27年には171千m3へと大きく向上（木質バイオマス用材を除く） ・「森の工場」における搬出間伐の生産性は、森の工場以外に比べて高くなり、民有林の間伐事業に従事する林業事業体の多くが「森の工場」に取り組むなど制度の普及が図られた ・皆伐施業地における作業道や集材架線への支援を始めたことなどにより、新たに皆伐事業に取り組む森林組合等が増加した ・事業体の個別訪問により、支援策の説明や原木増産の要請等を行ったことで、これまで関係が希薄であった皆伐や国有林の請負を主体とした林業事業体等とも協力体制が構築されつつある ・大型製材所等の稼働により、県内で原木の供給先が確保されたことから、原木協定販売の取り組みが進められ、山側が安心して出材できる体制が整った ・以上の取り組みにより、県内の原木生産量は、平成22年の40.4万m3から平成26年は61万m3へと大幅に増産、平成27年は59.2万m3と横ばい状況	・特に小規模な林業事業体を中心に事業地の確保に苦心している状況にあり、安定的にかつ収益性を確保して事業を展開できるまでに至っていないところが多い ・新たに「森の工場」へ参入する林業事業体が著しく減少している ・森林への関心が希薄な森林所有者が増加し、森林の集約化が難しくなっている ・効率的な生産システムの構築には路網の整備が不可欠であり、増産に向けて従業員を増員する林業事業体では、機械装備が不足するケースが見られる ・効率的な生産システムを構築するノウハウが不十分であり、新たな仕組みづくりを後押しする必要がある ・川下が求めるアイテム別の原木の増産や、年間を通した安定供給の構築が必要（木質バイオマス発電用を含む） ・国有林事業の仕事を主体としている林業事業体に、国有林事業が少ない時期に民有林で事業展開を図ってもらうため、事業地の確保に対する支援の検討が必要
2	持続可能な森林づくり	・持続可能な森林づくりを進めるため、再造林や獣害防止施設の設置についての支援を実施 ・伐採跡地の更新を促進するため、「省力化のための低コスト育林指針」を策定 ・今後増加が見込まれる再造林に必要な苗木を確保するため、コンテナ苗生産支援や採種園の整備を実施 ・造林事業や森林環境税を活用した公益林保全整備事業による保育間伐の支援を実施するとともに、市町村広報や林業機関誌を活用した間伐のPRを実施 ・住友大阪セメント（株）高知工場発電設備において、木質バイオマスを化石燃料と代替利用することで削減されたCO2排出量をクレジット化、また、県有林の間伐により増大した森林のCO2吸収量をクレジット化 ・平成22年度に創設した高知県J-VER制度（平成25年度から高知県版J-クレジット制度に移行）を運営し、プロジェクト登録、クレジット認証を実施 ・再造林コストの縮減に向けた伐採から再造林を一体的に行う一貫作業システムの普及促進に取り組む。	・苗木生産者が高齢化等により減少している中で、今後増加が見込まれる苗木の需要に対応できるように、生産者の確保や施設整備、生産技術の支援が必要 ・再造林の推進には、補助事業による支援と併せて造林・育林コストを低減し、森林所有者の負担を軽減することが必要 ・再造林の増加に伴い、シカ被害対策として被害防止ネット等による防除に加え、今後は関係機関と連携した生息密度低減に向けた効果的な取り組みについても検討が必要 ・間伐等の森林整備の必要性について、幅広い周知が必要 ・J-VER（現在はJ-クレジット）プロジェクト参入者の増加により、高知県クレジットの先駆的な取り組みという特徴が薄れつつあるので、高知県のクレジットの特色をどう打ち出していくかの検討が必要 ・全国的にクレジットの販売量が伸び悩んでいる状況であり、クレジット活用の様々な方法の検討が必要 ・高知県の地形条件などに応じた一貫作業システムの確立が必要。

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
10.9万m3(H26)	10.8万m3(H28)	15.1m3	15.3万m3	17万m3

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林01】◆森の工場の拡大・推進	○			○				
【林02】◆効率的な生産システムの導入を促進(H30拡充)	○			○				
【林03】◆皆伐の促進	○			○				
【林04】◆原木の安定供給システムの構築	○			○				
【林05】◆苗木の生産体制の強化	○			○				
【林06】◆再造林への支援と低コスト育林の推進	○			○				
【林07】◆獣害対策への支援	○			○				
【林08】◆間伐の推進	○			○				
【林09】◆クレジット活用の促進	○	○		○				

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林01】 ◆森の工場の拡大・推進	林業事業体の事業地確保のための施業適地の選定や森林所有者との合意形成、効率的な生産システムを展開するための路網配置等の計画への指導を行うとともに、新規事業体(異業種からの新規参入を含む)の掘り起こしを行い、森の工場づくりの推進を図る また、林地集約化に必要となる森林情報を林業事業体に提供することにより、事業地の確保を促進する ⇒別図<林01>参照(p.286)	森の工場の承認面積	63,335ha(H26) ↓ 67,474ha(H28) ↓ 81,600ha
【林02】 ◆効率的な生産システムの導入を促進(H30拡充)	効率的な作業システムの導入により労働生産性の向上に繋げるため、森の工場活性化対策事業並びに原木増産推進事業により、高性能林業機械等の導入や作業道の整備、作業システム改善、架線集材への支援を行う また、林業普及指導員による効率的な作業システムの導入、作業道の作設指導等を実施し、事業体の生産性向上を図る。特に、異業種からの新規参入事業体については、生産システムの改善指導の強化によりその定着を図る さらに、平成29年度からは高知県の地形に適した林業機械の開発プロジェクトをスタートさせる	森の工場における搬出間伐の労働生産性	3.2m3/人日 (H24-26平均) ↓ 3.3m3/人日(H28) ↓ 3.6m3/人日

戦略の柱	1　原木生産のさらなる拡大
取組方針	1　生産性の向上による原木の増産

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

森の工場づくりの推進 → 検証・見直し

- 林業事業体：森林所有者との合意形成
- 県木材増産推進課：森林所有者との経営委任に向けた支援、効率的な計画づくりの指導、新規事業体（異業種からの新規参入を含む）の掘り起こし
- 県木材増産推進課：成果の検証と見直し

森林情報・林地台帳の整備 → **集約化の促進**

- 県森づくり推進課：林地台帳原案作成
- 県森づくり推進課：総合行政ネットワークによる市町村との共有化（森林GIS）
- 市町村：林地台帳の公表・更新
  県森づくり推進課：森林所有者情報の精度向上

作業道や林業機械導入等への支援 → 検証・見直し

- 林業事業体：現地に対応した生産システムの導入と習熟
- 県木材増産推進課：林業機械の導入及びリース、作業道整備（開設、改良、復旧）、作業システム改善、架線集材への支援
- 県木材増産推進課：成果の検証と見直し

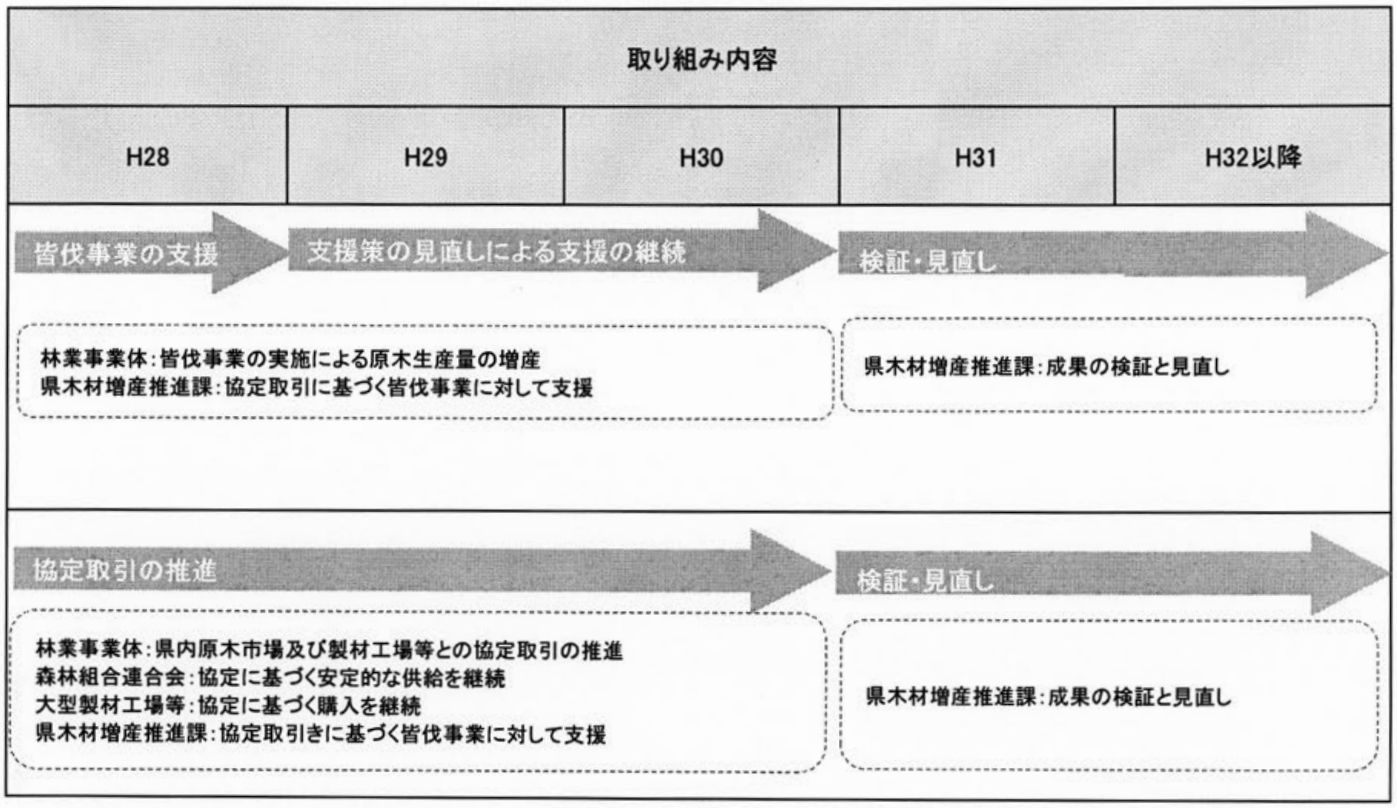
本県の地形等に対応した効率的な生産システムの普及

- 林業事業体：効率的な生産システムでの試行
  県木材増産推進課：効率的なシステムの普及、事業体雇用者の技術取得の支援、生産効率の低い事業体への作業システム改善指導強化
- 治山林道課：林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催
- 治山林道課：林道の新規採択

検討会の開催・市場調査 → **試作機の開発** → **実証・改良**

- 林業事業体・機械メーカー・森林技術センター：高知県の地形に適した林業機械の開発のための市場調査、仕様等の検討

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林03】 ◆皆伐の促進	県内の製材工場や木質バイオマス発電所に必要な原木を確保するため、県内の加工施設等と原木の安定供給協定を締結した林業事業体が実施する皆伐事業に対して支援する	皆伐事業による原木の生産量	28万m3(H26) ↓ 35.7万m3(H28) ↓ 35万m3
【林04】 ◆原木の安定供給システムの構築	整備された大型製材工場や木質バイオマス発電所等に原木を安定的に供給するため、協定取引の推進を強化する	協定取引による原木生産量	20万m3(H26) ↓ 25.9万m3(H28) ↓ 24万m3


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
皆伐事業の支援
支援策の見直しによる支援の継続
検証・見直し
林業事業体:皆伐事業の実施による原木生産量の増産
県木材増産推進課:協定取引に基づく皆伐事業に対して支援
県木材増産推進課:成果の検証と見直し
協定取引の推進
検証・見直し
林業事業体:県内原木市場及び製材工場等との協定取引の推進
森林組合連合会:協定に基づく安定的な供給を継続
大型製材工場等:協定に基づく購入を継続
県木材増産推進課:協定取引きに基づく皆伐事業に対して支援
県木材増産推進課:成果の検証と見直し

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林05】 ◆苗木の生産体制の強化	コンテナ苗の生産体制を強化するため、補助事業によるコンテナ苗の生産施設の整備の支援や新規生産者等への生産技術を支援する また、苗木の生産に必要な種苗を確保するため、成長に優れた品種等による採種園を整備する ⇒別図＜林02＞参照(p.287)	林業用苗木の生産量	76万本(H26) ↓ 94万本(H29) ↓ 95万本
【林06】 ◆再造林への支援と低コスト育林の推進	今後増加することが見込まれる皆伐跡地の適切な更新を図るため、再造林等への県単独事業による支援を実施する また、森林所有者の費用負担を軽減するため、新たな知見などを踏まえた造林・保育の低コスト手法を検討・普及する	再造林面積	220ha(H26) ↓ 227ha(H28) ↓ 326ha
【林07】 ◆獣害対策の支援	植林の食害防除のため、シカ被害防止施設への支援を実施するとともに、関係機関と連携した効果的な被害対策を検討する	シカ被害対策の実施面積	60ha(H26) ↓ 191ha(H28) ↓ 196ha
【林08】 ◆間伐の推進	間伐の必要性を周知するため、広報誌等を活用した森林整備のPRを実施する また、適正な森林管理を推進するため、補助事業による間伐への支援を実施する	間伐面積	5,259ha(H26) ↓ 5,469ha(H28) ↓ 8,000ha

戦略の柱	1　原木生産のさらなる拡大
取組方針	2　持続可能な森林づくり

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

林業用苗木の確保

原木生産者、高知県種苗緑化協同組合：コンテナ苗生産拡大に向けた取り組み
県木材増産推進課、森林技術センター　：コンテナ苗生産施設整備等への支援、生産技術の指導

採種園の整備（第1期）

県木材増産推進課、森林技術センター：特定母樹等による採種園の整備（第1期）

採種園の整備（第2期）

県木材増産推進課、森林技術センター：特定母樹等による採種園の整備（第2期）

再造林への支援

林業事業体：再造林の補助制度を活用した伐採跡地の更新
県木材増産推進課：更新に必要な再造林への支援

検証・見直し

県木材増産推進課：成果の検見直し

低コスト造林の検討、推進

林業事業体：低コスト造林・一貫作業システムの実施
県木材増産推進課・森林技術センター・各林業事務所：低コスト造林・一貫作業システムの促進、育林方法の手法の検討、普及・指導

獣害対策の推進

事業体：獣害対策の実施
県木材増産推進課：確実な更新を行うため、再造林地への食害防止ネット等防除施設設置への支援、被害対策の検討

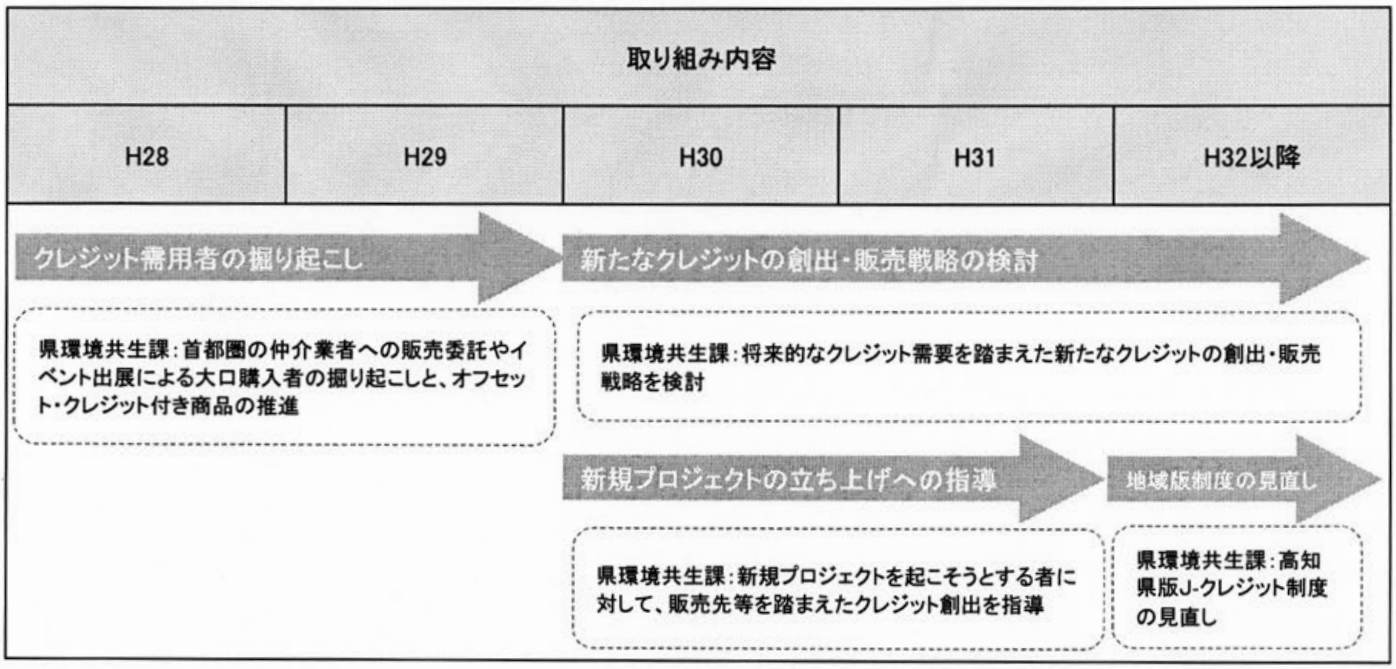
間伐の推進

林業事業体、森林所有者：補助制度を活用した間伐の実施
県木材増産推進課：第3期緊急間伐推進計画に基づく森林整備のPRや補助事業による間伐への支援

間伐の推進

林業事業体、森林所有者：補助制度を活用した間伐の実施
県木材増産推進課：第4期緊急間伐推進計画の策定及びこれに基づく森林整備のPRや補助事業による間伐への支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林09】 ◆クレジット活用の促進	森林の環境価値を活用し森林整備への資金循環を進めるため、新たなクレジット活用の方策を検討し、民間企業へのアプローチを推進する また、森林の環境価値を活用し林業振興に寄与するため、高知県版J-クレジット制度運営に取り組み、全国のクレジット流通動向を見つつ、新たなプロジェクトの発掘を目指す	①クレジット販売量 ②高知県版J-クレジット制度のプロジェクト登録件数	① 8,855t-CO2(H26) ↓ 9,882t-CO2(H29) ↓ 22,494t-CO2 ② 12件(H26) ↓ 12件(H29) ↓ 15件


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
クレジット需用者の掘り起こし
新たなクレジットの創出・販売戦略の検討
県環境共生課：首都圏の仲介業者への販売委託やイベント出展による大口購入者の掘り起こしと、オフセット・クレジット付き商品の推進
県環境共生課：将来的なクレジット需要を踏まえた新たなクレジットの創出・販売戦略を検討
新規プロジェクトの立ち上げへの指導
地域版制度の見直し
県環境共生課：新規プロジェクトを起こそうとする者に対して、販売先等を踏まえたクレジット創出を指導
県環境共生課：高知県版J-クレジット制度の見直し

分野	林業分野
戦略の柱	2　加工体制の強化

戦略の方向性	・消費者ニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成する ・CLTパネル工場をはじめとする林業・木材産業クラスターの形成を目指す

戦略目標	目標	
	○県産製材品の出荷量の増加	【製材品出荷量】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	製材工場の強化	・製材品出荷量を拡大させるために、県内の加工事業体の施設整備を支援してきた ・県外から企業誘致を行い、本県の木材産業を牽引する大型製材施設を整備した	・住宅着工戸数の減少などにより、販売が伸び悩んでいる ・競争力や付加価値の高い製品づくりが必要 ・経営者の高齢化等により、事業承継が必要 ・従業員も高齢化しており、人材確保と加工力の強化のために人材育成が必要
2	高次加工施設の整備	・加工事業体によるCLT用ラミナ工場及び集成材工場の整備を行った	・製材品価格が低迷しており、木材の高付加価値化や需要拡大につながる高次加工施設の整備が必要
3	林業・木材産業クラスターの形成	・高知おおとよ製材や木質バイオマス発電所、ラミナ工場等の施設整備が進み、A材からD材までを余すことなく使う体制が大きく前進した	・さらなる所得の向上と雇用の増加を図るため、付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備を進めるなど、加工施設を核とした林業・木材産業クラスターの形成が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
23.3万m3(H26)	22.7万m3(H28)	27.4万m3	28.4万m3	28.4万m3

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林10】◆製材所の加工力強化(H30拡充)	○			○				○
【林11】◆県内企業による協業化・大型化の検討	○							
【林12】◆CLTパネル工場の整備	○							
【林13】◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	○			○		○		

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林10】 ◆製材所の加工力強化(H30拡充)	県内製材事業体の経営力を強化するため、事業戦略の策定とその実践に対する支援を行うとともに、製材事業体の事業戦略に基づく経営力の向上に必要な技術者の育成や製材関連施設の導入等に対して支援を行う。 　また、CLTパネル工場の整備に伴い、既存製材工場の施設整備を支援し、CLT用ラミナの供給体制を構築する ⇒別図＜林03＞参照(p.288)	国産材の製材品出荷量	12.9万m3(H26) ↓ 14.3万m3(H28) ↓ 17.0万m3
【林11】 ◆県内企業による協業化・大型化の検討	県内製材事業体の強化及び製材コストの削減を図るために、県内企業の協業化や大型化に向けた施設整備を支援することにより、競争力のある木材製品の生産・出荷を目指す	原木消費量3万m3の製材工場数	2社(H26) ↓ 2社(H28) ↓ 3社

分野	林業分野

◆集成材工場の整備	木材の高付加価値や需要拡大のため、県内企業が行う木材加工高次施設の整備に対して支援を行い、本県の木材加工力を強化する	構造用集成材工場の工場数	－(H26) ↓ 1施設(H28) ↓ 1施設 28年度に終了
【林12】 ◆CLTパネル工場の整備	本県の成熟した森林資源を活用するため、本県の木材加工施設の核となるCLTパネル工場の整備を行う	CLTパネル工場の工場数	－(H26) ↓ －(H28) ↓ 1施設

戦略の柱	2　加工体制の強化
取組方針	1　製材工場の強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

既存製材所の製材施設を整備

事業体：事業体の方向性、規模等の検討
県木材産業振興課：県産材加工力強化事業等で製材施設、品質向上や表示のための施設等の整備を支援

製材工場の経営者及び技術者の育成

事業体：事業戦略づくりとその実践による経営力の強化及び加工技術のスキルアップ
木材協会等：事業体の経営力強化などに関する講習会及び勉強会などの開催
県木材産業振興課：事業体の事業戦略づくり及びそのフォローアップによる経営力の強化及び加工技術力のアップに向けた人材育成への支援
森林技術センター等：乾燥技術などに関する技術支援

CLT用ラミナの生産

事業体：施設整備及びCLT用ラミナの生産

県内企業及び関係団体との調整

県木材産業振興課：県内企業及び関係団体と調整を行い、候補先を選定

県内企業の製材所を大型施設に整備

事業体：生産の方向性、規模等の検討
県木材産業振興課：県内企業の協業化・大型化に向けた施設整備を促進

戦略の柱	2　加工体制の強化
取組方針	2　高次加工施設の整備

集成材工場の整備

事業体：集成材工場の整備
県木材産業振興課：木材加工流通施設整備事業で施設整備を支援

CLTﾊﾟﾈﾙ工場整備に向けた準備

県木材産業振興課：事業主体となる企業の確保に向け、情報の収集や関係者との協議などの取組を加速化

CLTﾊﾟﾈﾙ工場の整備

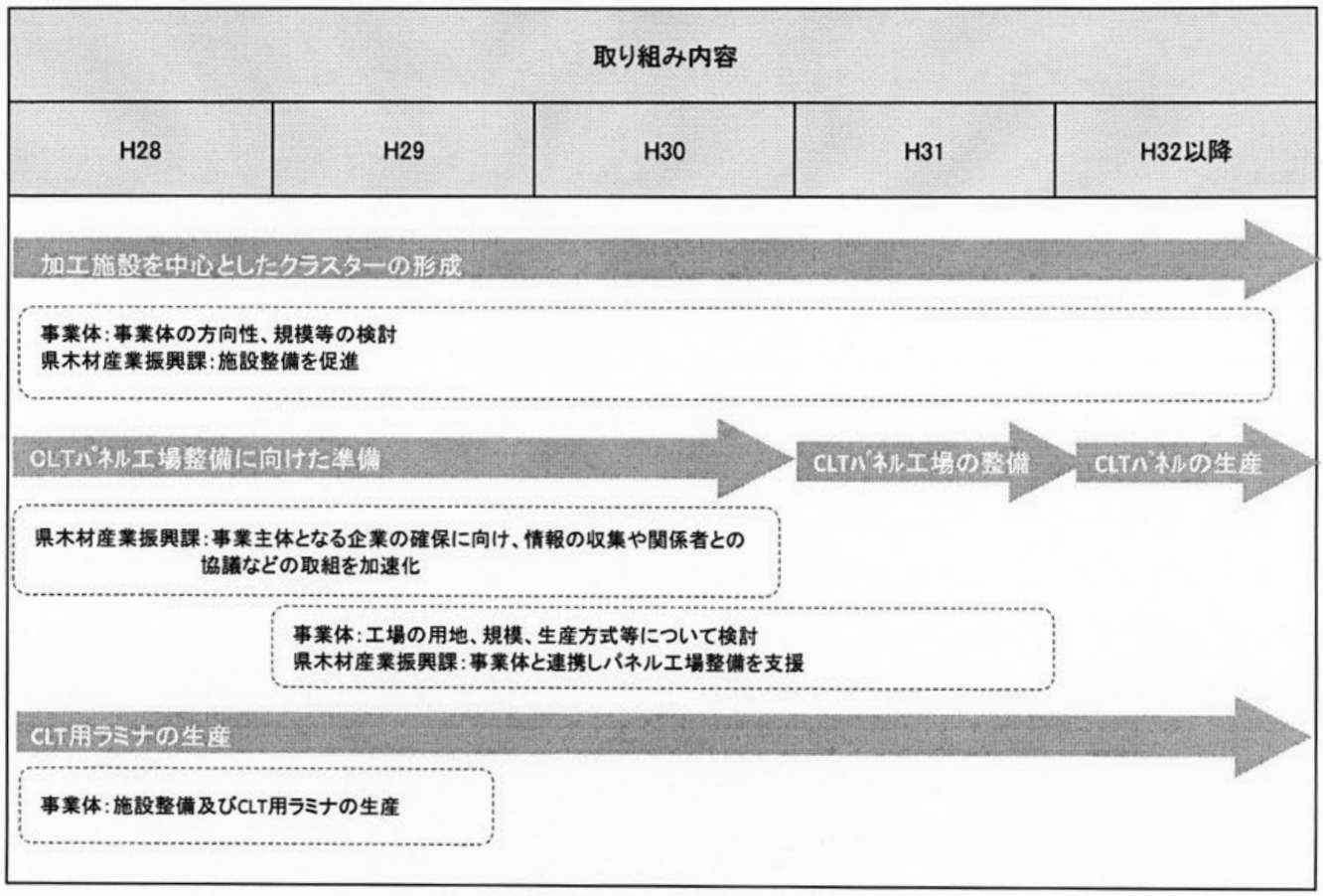
事業体：工場の用地、規模、生産方式等について検討
県木材産業振興課：事業体と連携しパネル工場整備を支援

CLTﾊﾟﾈﾙの生産

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【林13】 ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	雇用の拡大及び経済波及効果を高めるため、CLTパネル工場を核とした林業・木材産業クラスターを構築し、川上から販売まで一体となった取組を推進する	新規雇用者数 （製材所・累計）	－（H26） ↓ 15人（H29） ↓ 20人

戦略の柱	2　加工体制の強化
取組方針	3　林業・木材産業クラスターの形成



分野	林業分野
戦略の柱	3　流通・販売体制の確立

戦略の方向性	・大消費地や海外をターゲットとした、組織的・継続的な外商活動を展開する

戦略目標	目標	
	○県産製材品の県外出荷量の増加	【県産製材品の県外出荷量（一般製材品）】
		【県産製材品の県外出荷量（高次加工品）】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	流通の統合・効率化	・県外企業と協定を締結して流通拠点を設置（H29年末：24箇所）し、消費地における保管・配送工程等の改善と土佐材の展示によるPRを行った ・また、大型トレーラ等を使用し、製材品を積み合わせて定期的に関東、東海、近畿地方に出荷する取り組みにより、消費地までの輸送コストの低減を図った ・製材品の県外販売窓口一元化に向けて、協同組合高知木材センターに外商担当職員を配置するとともに、一般社団法人高知県木材協会に関東地方の営業職員を配置するなど、外商活動の体制強化を行った ・土佐材販売力抜本強化プロジェクトチームを設置し、事業者の共同による大規模取引や低コスト輸送体制の構築に取り組んだ	・県外流通拠点の増加、トレーラを使用した定期・低コスト輸送の増便により、土佐材の利便性とコスト競争力を高め、更なる取引の拡大を図ることが必要 ・取引の規模や形態（ロット、邸別など）、取引先（中間流通業、最終消費者など）に応じて、県内製品市場や製材事業者を適切にマッチングし、販売に繋げる体制を強化することが必要
2	販売先の拡大	・土佐材流通促進協議会（H29年12月末：43社）が、県外消費地において商談会を開催するとともに、県外工務店や設計士等を県内産地に招待して商談会を開催し、土佐材販売のパートナー企業の登録に繋げた ・また、パートナー企業と連携して土佐材のPRを行い、県外で土佐材を使用した建築を推進した ・海外での販売拡大を図るため、木材輸出に関するセミナーの開催、韓国や台湾での展示会出展、台湾へのCLTの試験的な輸出のほか、土佐材流通促進協議会及びその構成員が行った輸出に向けた営業・商談等を支援した	・消費地や県内産地での商談会等で面談した事業者に対して、継続的にアフターフォローを行い、取引に繋げることが必要 ・木材輸出に関する知識や事例の普及により県内事業者の意欲を高めるとともに、土佐材に対する海外事業者のニーズを適切に把握し、マッチングして取引に繋げる体制づくりが必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
16.1万m3(H26)	15.1万m3(H28)	20.1万m3	19.7万m3	15.8万m3
0.0万m3(H26)	0.0万m3(H28)	0.1万m3	1.5万m3	5.4万m3

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林14】◆県外流通拠点を活用した取引の拡大		○						
【林15】◆トレーラ等による低コスト・定期輸送の増加		○						
【林16】◆外商活動体制の抜本強化(H30拡充)		○						
【林17】◆県外での土佐材を使用した建築の促進(H30拡充)		○						
【林18】◆海外への販売促進		○						

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林14】 ◆県外流通拠点を活用した取引の拡大	県外消費地における輸送の効率化を図るとともに、土佐材の知名度を向上させて販売拡大につなげるため、木材市場やプレカット工場等に設置した土佐材の流通拠点を活用して実施する住宅の建築工程に応じた配送や土佐材展示会の開催等を支援する	県外流通拠点における県産製材品の取扱量	4.4万m3(H26) ↓ 5.9千m3(H29) ↓ 5.7千m3
【林15】 ◆トレーラ等による低コスト・定期輸送の増加	土佐材を県外消費地に低コストで安定的に供給できる体制を構築するため、トレーラ等を利用して実施する積み合わせによる定期輸送を支援する	トレーラ等による県産製材品の定期輸送量	ー(H26) ↓ 4.0千m3(H28) ↓ 3.2千m3
【林16】 ◆外商活動体制の抜本強化 (H30拡充)	県内の事業者の外商活動を強化し、土佐材の販売を拡大するため、県外販売窓口となる企業の営業体制強化を支援し、経営の自立を促進するとともに、取引の規模や形態、取引先に応じて、県内事業者を適切にマッチングできる事業者を育成する また、他県、他メーカーの製品からの優位性を確立するため、産地や品質等のブランド化を推進するための取組を支援する ⇒別図＜林04＞参照(p.289)	県外販売窓口による県産製材品の県外出荷量	20.1千m3(H26) ↓ 28.3千m3(H28) ↓ 22.2千m3

戦略の柱	3　流通・販売体制の確立
取組方針	1　流通の統合・効率化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

拠点を活用した流通の効率化と販売拡大

土佐材流通促進協議会又は事業体　：　企業と協定を結び県外流通拠点を設置、拠点を利用して定期便等によるロット輸送や建築工程に応じた邸別配送などの取扱量を拡大、拠点を活用して展示会を開催
県木材産業振興課　：　拠点を活用した流通の効率化や土佐材のPR活動を補助事業等により支援

拠点活用の検証等

県外流通拠点企業及び県木材産業振興課　：　拠点活用事業の検証、今後の効果的な拠点活用方法等の検討

拠点を活用した販売拡大

土佐材流通促進協議会又は事業体　：　検討された内容で拠点利用
県木材産業振興課　：　補助事業等による支援

定期輸送体制の検証・改善

土佐材販売力抜本強化プロジェクトチーム又は事業体、土佐材流通促進協議会：　トレーラ等を使用した定期（共同）輸送・役物定期便体制の検証・改善
県木材産業振興課　：　トレーラ等を使用した定期（共同）輸送・役物定期便の検証・改善を補助事業等により支援

定期輸送の事業化検討

土佐材販売力抜本強化プロジェクトチーム及び県木材産業振興課　：　定期輸送の事業化案の作成、関連事業体との調整

定期輸送の事業化

土佐材販売力抜本強化プロジェクトチーム又は事業体　：　定期輸送を事業化し、補助事業なしで運行

県外販売窓口の強化

県外販売窓口　：　県外企業への営業及び販売
県木材産業振興課　：　補助事業等により外商活動を支援

新たな外商推進体制の構築

業界団体及び事業者　：　取引の規模や形態（ロット、邸別など）、取引先（中間流通業、最終消費者など）に応じて、県内事業者を個別、又は連携させてマッチングできる販売体制を構築
県木材産業振興課　：　販売体制の構築に係る関係者の調整、補助事業等により外商活動を支援

TOSAZAIセンターを設置し外商体制を強化

（一社）高知県木材協会　：　協会内にTOSAZAIセンターを設置し、県産材の外商促進に向けた取組を支援する体制を構築
県木材産業振興課　：　A材等の販売を促進するための体制の強化に係る関係者の調整、委託事業等により外商活動を支援

県産材のブランド化の推進

事業体　：　産地や品質の証明など、県産材のブランド化に向けた取組を実施
県木材産業振興課　：　県産材ブランド化の取組を支援

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林17】 ◆県外での土佐材を使用した建築の促進(H30拡充)	県外消費地での土佐材を使用した建築を推進するため、県内事業者が連携して行う県外工務店や設計士等との商談会の開催、商談会等で面談した企業へのアフターフォローを支援する また、県外企業を土佐材販売のパートナーとして登録し、連携して土佐材のPR活動を行う	県外での土佐材を使用した住宅等の建築棟数	119棟(H26) ↓ 144棟(H29) ↓ 180棟
【林18】 ◆海外への販売促進	海外の有望な国において、土佐材の販売を拡大するため、木材輸出に関する情報を収集し、県内事業者に提供するとともに、その営業活動等を支援する	県産材製品の輸出量	1.9千m3(H26) ↓ 2.7千m3(H28) ↓ 3.0千m3

戦略の柱	3　流通・販売体制の確立
取組方針	2　販売先の拡大

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

県外での土佐材を使用した住宅等の建築を推進

土佐材流通促進協議会又は事業体　：　県外消費地商談会、県内産地商談会の開催、面談企業へのアフターフォロー
県外の土佐材パートナー企業　：　土佐材のPR、土佐材を使用した住宅等の建築、非住宅建築物への土佐材の活用
県木材産業振興課　：　土佐材パートナー企業の登録、商談会の開催・アフターフォロー・土佐材を使用した建築を補助事業等により支援、県外事務所と連携し、県の信用力を生かして県内企業及びパートナー企業の営業活動を支援

パートナー制度の検討

県外の土佐材パートナー企業及び県木材産業振興課　：　効果的な販売促進手法等の検討・協議

パートナー制度の改善

県外の土佐材パートナー企業　：　検討された内容での販売促進活動の実施
県木材産業振興課　：　補助事業等による支援

輸出拡大のための試行的取組の強化

土佐材流通促進協議会又は事業体　：　新たな輸出先や輸出品目等に関する情報収集、海外企業との商談、輸出仕様製品の開発（試作・改良）及びテスト出荷
県木材産業振興課　：　ジェトロ等の外部機関と協力して補助事業等により県産材の輸出を支援、四国4県連携による海外情報の収集と輸出の検討、台湾等のアジア地域において、CLT等の木材輸出に関する調査・検討

営業力の強化等による輸出の拡大

土佐材流通促進協議会又は事業体　：　輸出先企業へのアフターフォロー、事業者連携による輸出の検討・試行
県木材産業振興課　：　ジェトロ等の外部機関と協力して補助事業等により県産材の輸出を支援

輸出体制の強化

土佐材流通促進協議会及び県木材産業振興課　：　ジェトロ等の外部機関との協力体制の強化、土佐材流通促進協議会内に輸出部会を設置

新たな外商（輸出）推進体制の構築

業界団体及び事業者　：　県内事業者が輸出に取り組む際、その取組を支援する体制の構築
県木材産業振興課　：　支援体制の構築に係る関係者の調整、補助事業等により輸出に向けた取組を支援

分野	林業分野
戦略の柱	4　木材需要の拡大

戦略の方向性	・低層非住宅の木造化等により飛躍的な需要拡大を図る ・木質バイオマスの利用拡大を促進する

戦略目標	目標	
	○木質バイオマス利用量の増加	【木質バイオマス利用量】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	住宅・低層非住宅建築物等における木材利用の促進	・公共施設等については、県産材利用推進方針及び行動計画を作成し、県庁全体で共有することで施設の木造・木質化の取り組みが浸透 ・全市町村で地域材の率先利用の方針を策定 ・低層非住宅の木造化は新たな取り組みであり、県内の建築士等から木造建築に関する意識調査を実施 ・木造住宅については、県産材の利用量に応じた支援やPR活動に取り組み、戸建住宅の木造率は平成24年から全国平均を上回っている	・低層非住宅の木造化は進んでおらず、木造率は低い状況 ・住宅の木造化の取り組みは浸透してきているものの、木材需要の拡大に向けてはさらなる推進が必要
2	CLTなどの普及	・平成25年度にCLT建築推進協議会を設立し、フォーラムや研修会を開催するなどCLTの普及を推進 ・平成29年度末には累計12施設のCLT建築物が完成 ・平成27年8月には、全国14自治体の首長で構成する「CLTで地方創生を実現する首長連合」を設立し、全国規模でのCLTの普及拡大を展開（現在構成員108首長に拡大）	・CLTの認知度は広がってきているものの、様々な施設での活用までには至っていない
3	木質バイオマスの利用拡大	・高知県木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を中心に、関係者による意見交換や情報の共有を実施 ・日本木質バイオマス協会や日本木質ペレット協会と連携し、最新技術の情報収集や県内事業者の取り組みへのアドバイスなどを実施 ・施設園芸を中心に、木質バイオマスボイラー導入を支援 ・平成29年度末の木質バイオマスボイラー導入台数276台 ・平成27年から木質バイオマス発電施設が2箇所稼働 ・低質材の需要が大幅に拡大 ・燃焼灰の自ら利用の考え方を整理	・木質バイオマスボイラーの導入は進んできたが、施設園芸での利用が多く、他業種への浸透は深まっていない ・木質バイオマス燃料の安定確保に対する不安がある ・木質バイオマス発電施設が稼働したことから、燃焼灰の発生量が大幅に増加している

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
35.6万トン(H26)	43.7万トン(H28)	57.3万トン	58.0万トン	60.6万トン

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林19】◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大	○							
【林20】◆低層非住宅の木造化の促進(H30拡充)	○							
【林21】◆県産材を活用した木造住宅建築の促進	○							
【林22】◆CLT建築物の需要拡大(H30拡充)	○							
【林23】◆木質ペレット等の安定供給の促進	○							
【林24】◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大	○							
【林25】◆木質バイオマス発電の促進	○							
【林26】◆燃焼灰の有効利用	○							

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林19】 ◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大	建築物の木造化を推進するために、公的機関における県産材の率先利用を促進する	県有施設の木造化率	75%(H26) ↓ 100%(H29) ↓ 100%
【林20】 ◆低層非住宅の木造化の推進 (H30拡充)	民間施設の木造化を図るため、施主に対し木造施設への理解を深める取組の推進と、木造施設を提案できる建築士を育成する また、施設内の空間を確保するために、長スパン等に対応可能な商品を開発する	低層非住宅の木造化率	26%(H26) ↓ 32%(H28) ↓ 34%

戦略の柱	4　木材需要の拡大
取組方針	1　住宅・低層非住宅建築物等における木材利用の促進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

県及び市町村による木造・木質化及び公共工事での木材利用の促進 → 県産材利用方針の見直し → 新たな利用方針に基づく木材利用の促進

木材関係団体・事業者：木材製品の供給体制の整備
市町村：各市町村の木材利用推進方針に基づき、施設の木造・木質化を推進
県関係課：「高知県県産木材の供給及び利用の促進に関する条例」及び「高知県産材利用推進方針」に基づき、公共施設等の木造・木質化と、公共工事への積極的な木材利用の推進
県木材産業振興課：木材利用に関する情報提供と条例及び県方針の取組の推進及び進捗管理、市町村への情報の提供と取組を要請

木製品の需要促進 → 県産材利用方針の見直し → 新たな利用方針に基づく木製品の需要促進

県民及び事業者：県産木製品の積極的な活用
木材関係団体・事業者：木製品の供給体制の整備
市町村：各市町村の木材利用推進方針に基づき、県産木製品の積極的な活用
県関係課：「高知県県産木材の供給及び利用の促進に関する条例」及び「高知県産材利用推進方針」に基づき、県産木製品の積極的な活用
県木材産業振興課：木製品に関する情報の提供と事業者や市町村の取組を支援

普及ツールの作成 → **普及ツールの充実**

木材関係団体：　関係者との協議及び事例集の作成
県木材産業振興課：作成等を支援

木材関係団体：建築情報の収集と事例集の更新
県木材産業振興課：作成を支援

新たな商品の開発 → **商品のブラッシュアップ**

木材関係団体・事業者：長スパン等に対応可能な商品の開発、内装材等の開発
県木材産業振興課：商品開発に向けた支援

木材関係団体・事業者：モデル建築物を活用した課題等を整理し、現場ニーズに合った商品への改善、デザイナーと連携した商品開発及び木材製品の安定供給体制の整備
県木材産業振興課：商品の開発及びブラッシュアップへの支援

モデル建築物の推進

設計及び建築関係者：民間施設での活用促進
市町村及び県関係課：公共施設での活用推進
県木材産業振興課：補助事業による設計・建築への支援

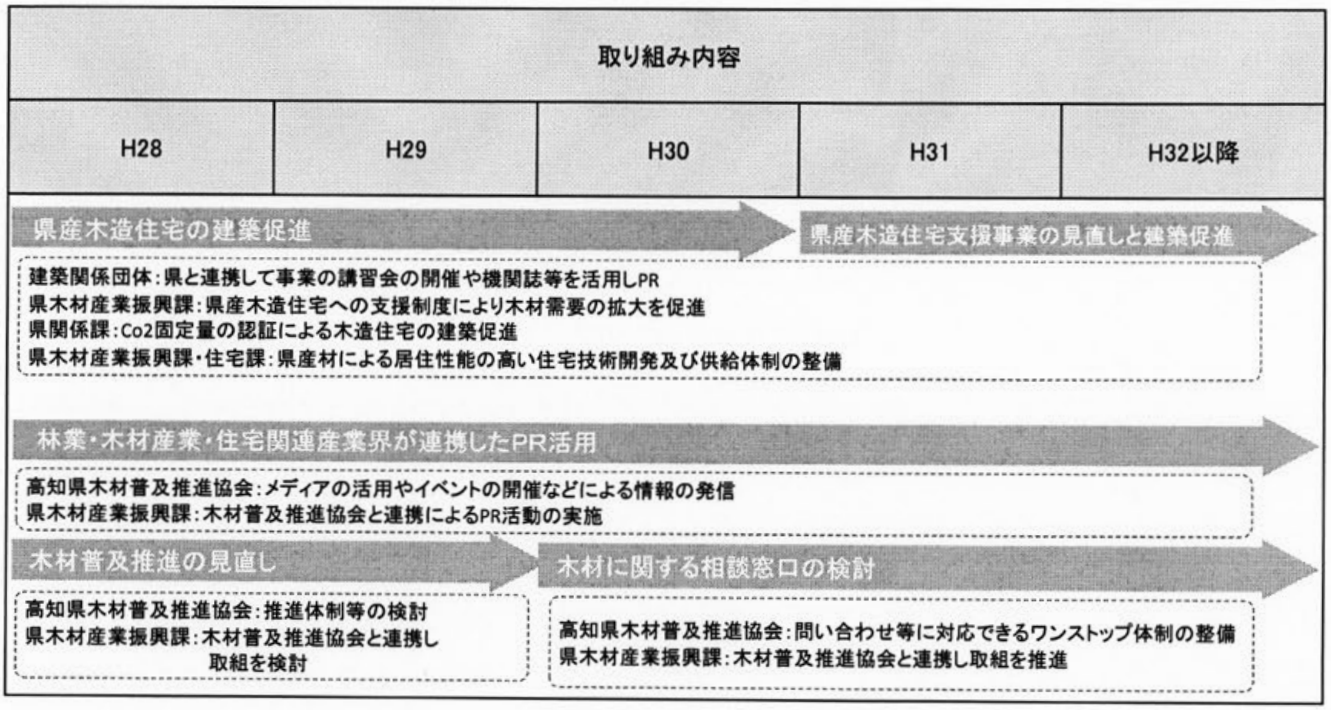
施主（事業者）への普及 → **民間施設等での木造化の更なる掘り起こし**

施主：フォーラム等への積極的な参加
事業者：施主への積極的なPR、土佐材パートナー企業と連携したA材需要の拡大
県木材産業振興課：建築に関する情報の収集、事例集等を活用し施主等へのPRや現地見学会等の開催等への支援
補助事業による設計・建築への支援

建築士等の技術者への木造に対する理解の促進 → **技術力の向上のための研修会等の開催**

建築士・施工事業者：研修会等への積極的な参加
県木材産業振興課　：事例集等を活用し研修会や現地見学会等の開催への支援
県関係課：林業大学校での研修会等の開催。業界団体が行う研修会等への支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【林21】 ◆県産材を活用した木造住宅建築の推進	個人の住宅における木材利用を促進するために、県産材を活用した木造住宅への支援と取組のPR 施主に対し積極的に情報発信することで、県産材利用の促進を図る	戸建て住宅の木造率	90.4%（H26） ↓ 91.5%（H28） ↓ 現状値以上 （全国平均以上）


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
県産木造住宅の建築促進
県産木造住宅支援事業の見直しと建築促進
建築関係団体：県と連携して事業の講習会の開催や機関誌等を活用しPR
県木材産業振興課：県産木造住宅への支援制度により木材需要の拡大を促進
県関係課：Co2固定量の認証による木造住宅の建築促進
県木材産業振興課・住宅課：県産材による居住性能の高い住宅技術開発及び供給体制の整備
林業・木材産業・住宅関連産業界が連携したPR活用
高知県木材普及推進協会：メディアの活用やイベントの開催などによる情報の発信
県木材産業振興課：木材普及推進協会と連携によるPR活動の実施
木材普及推進の見直し
高知県木材普及推進協会：推進体制等の検討
県木材産業振興課：木材普及推進協会と連携し
取組を検討
木材に関する相談窓口の検討
高知県木材普及推進協会：問い合わせ等に対応できるワンストップ体制の整備
県木材産業振興課：木材普及推進協会と連携し取組を推進

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【林22】 ◆CLT建築物の需要拡大 （H30拡充）	低・中層建築物への木材利用を拡大していくために、CLTに関する技術等の向上や人材の育成、情報の発信による需要の拡大を推進する ⇒別図＜林05＞参照（p.290）	CLT建築物の整備数	1棟（H26） ↓ 10棟（H29） ↓ 12棟

戦略の柱	4　木材需要の拡大
取組方針	2　ＣＬＴの普及

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

CLTに関する法令等の整備の促進

CLT建築に関する基準等の周知

CLT建築推進協議会：
CLTに関するデータの収集や課題の洗い出し、国へのデータの提供
県木材産業振興課：
着実な実施に向けて、国や関係機関への提言や提案

県木材産業振興課：関係団体等への情報提供や研修会等を通じた内容の周知
CLT建築推進協議会やCLT首長連合及び日本CLT協会と連携し、更なるCLTの推進に向けて国や関係機関への提言や提案

CLT技術の確立・ノウハウの蓄積

設計及び建築関係者：実践を通したCLT技術・ノウハウの習得。研修会等への積極的な参加
CLT建築推進協議会：建築事例を生かした設計・施工技術の取りまとめやノウハウの蓄積、国や日本CLT協会等からCLTに関する技術研究や情報の収集
県木材産業振興課・森林技術センター：CLT建築推進協議会と一体となった技術の蓄積、オーストリア（グラーツ工科大学木材工学技術研究所）との交流や国や研究機関とも連携し、技術や情報を収集

技術・ノウハウを生かしたCLT建築のブラッシュアップ

設計及び建築関係者：施工性や流通の効率化によるコストの改善
CLT建築推進協議会：CLTに関する技術研究や情報の収集及び取りまとめ
県木材産業振興課・森林技術センター：
CLT建築推進協議会と一体となった設計・施工技術の改善への支援
オーストリア（グラーツ工科大学木材工学技術研究所）との交流や国や研究機関とも連携し、技術や情報の収集
県森づくり推進課：林業大学校による木造に関する建築士の育成

設計や施工に関する人材の育成

設計及び建築関係者：研修会等への積極的な参加
CLT建築推進協議会：設計や施工に関する技術研修の実施
県木材産業振興課：CLT建築推進協議会と連携した取組の推進
県森づくり推進課：林業大学校による木造に関する建築士の育成

CLT建築物の推進

設計及び建築関係者：民間施設でのCLT建築の推進
CLT建築推進協議会：フォーラムの開催やホームページなどの活用、建築物の見学会などによる情報の発信
市町村：フォーラム等へ積極的な参加などCLTに関する知識等の習得、公共建築物でのCLTの活用
県関係課：県有施設でのCLTの活用
県木材産業振興課：CLT建築推進協議会と連携し、需要拡大に向けた情報発信
国への支援策に関する政策提言、補助事業による設計・建築への支援

都市部でのCLT建築需要の拡大

県木材産業振興課：「CLTで地方創生を実現する首長連合」として、全国の構成自治体と連携し、各自治体における公共建築物への利用の促進などCLT需要拡大や都市木造の推進に向けた情報発信や国等への政策提言、フォーラムや研修会の開催
日本CLT協会等関係団体や旅行事業者などとタイアップし、県内CLT建築物と観光等が連携した見学ツアーの開催
経済同友会などと連携したCLT等の木材利用の推進

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林23】 ◆木質ペレット等の安定供給の促進	木質バイオマスの利用者の安心を得るために、木質ペレット等燃料の供給に関する仕組みを構築する	木質ペレットの県内自給率	40%(H26) ↓ 70%(H28) ↓ 100%
【林24】 ◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大	低質材の熱利用の拡大を図り、重油等の化石燃料の削減を推進するため、木質バイオマスボイラーの取組を広くPRし、様々な業種での導入を促進する	木質バイオマスボイラー燃料利用量	2.1万トン(H26) ↓ 2.5万トン(H28) ↓ 2.5万トン
【林25】 ◆木質バイオマス発電の促進	森林資源(再生可能エネルギー)の有効活用による発電を推進するために、既存施設の安定稼働と、新たな小規模発電施設の整備を検討する	木質バイオマス発電施設の整備量	2施設(H26) ↓ 2施設(H28) ↓ 3施設

戦略の柱	4　木材需要の拡大
取組方針	3　木質バイオマスの利用拡大

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

木質ペレットの県内自給率の向上 → **木質バイオマスボイラー導入の促進に合わせた供給体制の検討**

製造事業者：原料となる低質材の安定確保と製造コストのダウン及び品質の確保
流通・配送事業者：効率的な流通・配送の仕組みづくり
県木材産業振興課：関係事業者とビジョンを共有のうえ連携し、現場等の情報の把握及び取組を支援

様々な分野での熱利用の状況を把握 → **木質バイオマスボイラーの取り組みのPRによる幅広い分野での導入促進**

事業者：木質バイオマスボイラーの取組の趣旨を理解し積極的に導入
県木材産業振興課：熱利用の情報を収集し対応を検討
木質バイオマス推進の意義及び取組事例を広く情報発信するとともに、導入に対する支援

環境貢献の仕組みづくり → **環境貢献を認証する制度の普及及び運用**

県木材産業振興課及び県関係課：CO2削減認証制度等の仕組みづくり

事業者：制度を活用し、自らの取組をPR
県木材産業振興課及び関係各課：制度の普及と適正な運用

木質バイオマスボイラーの改良・低コスト化

県内機械メーカー：安価で信頼性の高い木質バイオマス利用機器の開発
県関係課：機器の開発等への支援

既存の木質バイオマス発電施設の安定稼働

木質バイオマス発電事業者：燃料となる低質材の安定確保
県関係課：木質バイオマス発電事業者及び林業関係者双方の情報を把握し、低質材の確保に向けた取組を支援

小型木質バイオマス発電に関する情報の収集及び勉強会の開催

木質バイオマスエネルギー利用推進協議会：
市町村や事業者等関係者による小規模バイオマス発電に関する勉強会等を開催
県木材産業振興課・木材増産推進課：
小型木質バイオマス発電に関する情報の発信と関係者による勉強会等の取組を支援

小型木質バイオマス発電施設の整備

木質バイオマス発電事業者：発電施設の整備とともに、燃料となる低質材安定確保に向けて、林業事業体等との連携を強化
県木材産業振興課・木材増産推進課：小型木質バイオマス発電の整備や低質材の確保に向けた取組を支援

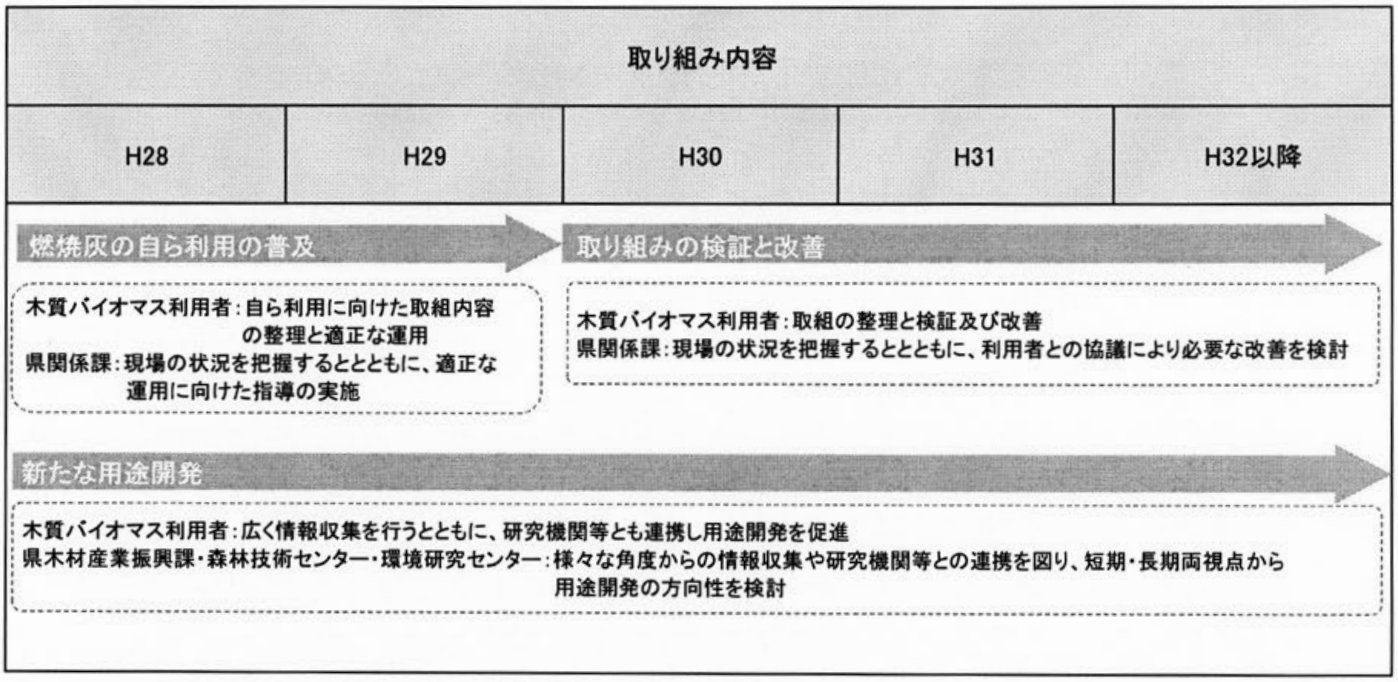
小型木質バイオマス発電施設の検討

事業実施主体：具体的な施設整備に向けた検討
市町村：地域の関係者と事業化に向けた調整
県木材産業振興課・木材増産推進課：関係者の取組を支援

木質バイオマス証明ガイドラインの適正な運用

事業者：木質バイオマス証明ガイドラインの内容を理解し適正に運用
市町村：木質バイオマス代行証明の仕組みを導入し、自伐林家など小規模林業者の参入を促進
県木材産業振興課・木材増産推進課：制度の普及に取り組むとともに、適正な運用に向けた制度の周知

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林26】 ◆燃焼灰の有効利用	純粋な木質バイオマス燃料の使用により発生した燃焼灰をさらに循環利用していくために、燃焼灰の有効利用に向けた取組を推進する	燃焼灰の利用が広がっている	自ら利用の普及 (H26) ↓ 自ら利用の普及 (H29) ↓ 自ら利用に加えて新たな利用が進んでいる


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
燃焼灰の自ら利用の普及
取り組みの検証と改善
木質バイオマス利用者：自ら利用に向けた取組内容の整理と適正な運用
県関係課：現場の状況を把握するとともに、適正な運用に向けた指導の実施
木質バイオマス利用者：取組の整理と検証及び改善
県関係課：現場の状況を把握するとともに、利用者との協議により必要な改善を検討
新たな用途開発
木質バイオマス利用者：広く情報収集を行うとともに、研究機関等とも連携し用途開発を促進
県木材産業振興課・森林技術センター・環境研究センター：様々な角度からの情報収集や研究機関等との連携を図り、短期・長期両視点から用途開発の方向性を検討

分野	林業分野
戦略の柱	5　担い手の育成・確保

戦略の方向性	・優れた人材を育成・確保する

戦略目標	目標	
	○林業就業者数の増加	【林業就業者数】
	○新規雇用者数の増加	【新規雇用者数（川下・累計）】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	林業大学校の充実・強化	・平成27年4月に県立林業学校を開校し、即戦力となる林業の担い手を育成する「基礎課程」と、既に林業活動を実践している方を対象にした「短期課程」を開講 短期課程：延べ1,179名（H27）、延べ1,479名（H28）、延べ1,000（H29） 基礎課程：14名（H27）、19名（H28）、20名（H29） ・平成30年度の本格開校に向けて、校舎等の施設整備や専攻課程のカリキュラムの策定などを進めてきた。 ・その結果、CLTを活用した校舎や全国初の架線シュミレーターを装備した大型実習棟が完成 ・平成30年4月に、専攻課程を新たに設置し、県立林業大学校として本格開校し、初代校長に世界的建築家の隈研吾氏が就任	・優秀な人材を確保するために、県内のみならず移住施策と連携しながら県外からのU・Iターン者への働きかけが必要 ・特に本年開講した専攻課程の研修生確保のため、教育内容の充実や就業先の開拓を強力に進め、基礎課程と同様の実績を作っていく必要がある。 ・林業学校で育成した人材の県内定着率を上げるため、労働力確保支援センターと連携して、森林組合や林業事業体とのマッチングを図るとともに、インターンシップを通じて確実な雇用につなげていく必要がある ・林業大学校としての認知度を上げるため、全国に向けて情報発信力を高める必要がある ・開かれた林業大学校づくりに向け地域や関係機関との組織的、継続的な連携強化に努める必要がある。
2	きめ細かな担い手確保の強化	・林業労働力確保支援センターに新規就業アドバイザーを配置し、雇用情報の収集・整理、高校訪問及び就業希望者への情報提供を実施した ・就業相談会や林業体験教室等の開催による就業希望者と林業事業体のマッチングを行い、県内事業体への就業に繋げるとととともに、国の「緑の雇用」制度を活用したOJT研修や林業技術者養成研修により、技術力をアップさせ定着率の向上に努めた ・市町と連携したOJT研修で、土佐備長炭などの新規委就業者の養成を行った 修了生数（H24年度～H27年度）：8名 （H28年度）：3名	・高齢化や他産業への流出により、一旦増加に転じた林業就業者は減少から横ばい状況となっており、労働力確保支援センターと連携し、就業希望者へのよりきめ細やかな対応（情報提供、就労相談・体験、雇用先の斡旋）が必要 ・原木増産を進めるうえで、新規就業者の確保は喫緊の課題となっており、県内のみならず移住促進の取り組みとの連携を強化し、県外から優秀な人材を呼び込む取組が必要 ・土佐備長炭などの特用林産業の振興のため、高齢化等に対応して引き続き新規就業者を確保する必要がある
3	事業体の経営基盤の強化	・森林組合経営改善事業により、森林組合の安定経営やこれを支える人材の育成に努めた。また、23森林組合が中期経営計画の策定を行った ・林業事業体の就労環境の改善を進めるために、「労働環境改善計画」認定事業体数を増やすとともに、認定事業体を対象に退職金共済の掛金への支援、林業就労環境改善事業等による雇用環境や労働安全衛生の向上に努めた 「労働環境改善計画」認定事業体数 H29.3月末現在：89事業体 退職金共済の掛金への支援 H24：388人、H25：372人、H26：355人、H27：360人、H28：369人	・森林組合や林業事業体の経営基盤が脆弱であり、賃金や雇用条件などの就労環境が、他産業と比較して必ずしも良好とはいえず、さらなる改善が必要 ・原木増産の取り組みが進む中、森林組合については、意識改革の進んでいる組合と進まない組合の2極化が見られるため、経営基盤の脆弱な森林組合等への重点的な支援が急務となっている ・林業事業体についても、経営基盤は脆弱であり、高性能機械等の施設整備への支援や、雇用環境の改善や労働安全衛生の向上のための支援が引き続き必要 あわせて、労働改善の安定に取り組む認定事業体数を増やすなど、全体のレベルアップを図る必要がある
4	小規模林業の推進	・NPO団体に助成し、OJT研修により副業型林家を養成した（H21年度～H26年度：受講者105名） ・H28年度から小規模林業総合支援事業をスタートさせ、事業地の確保や人材育成に取り組む市町村を支援（佐川町ほか5市町村） ・平成27年1月18日小規模林業推進協議会をに設立し、政策パッケージで支援することで、担い手の裾野を広げる取り組みをしている（会員数：設立時 45名　⇒　H29.3月末現在 381名）	・市町村との連携を強化して施業地の確保等に努めることで、中山間地域の定住促進を図る必要がある ・特に、担い手の裾野を広げていくためには、県内のみならず移住施策との連携により県外からU・Iターン者を呼び込んでいく努力が必要 ・小規模林業推進協議会の構成員は多様であり、個々のニーズにあった支援策が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
1,602人(H26)	1,602人(H26)	1,747人	1,777人	1,870人
ー	ー	32人	58人	96人

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【林27】◆林業大学校における人材育成(H30拡充)			○				○	
【林28】◆県内事業体等への就業促進・定着率の向上			○				○	
【林29】◆開かれた大学校づくりの推進			○				○	
【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○				○	
【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○				○	
【林32】◆特用林産業新規就業者の支援			○				○	
【林33】◆林業事業体のマネジメント能力向上	○		○	○			○	
【林34】◆林業事業体における就労環境の改善	○			○			○	
【林35】◆小規模林業の活動を支援			○				○	

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【林27】 ◆林業大学校における人材育成 (H30拡充)	○関係機関と連携した入校生の確保 森林の有する多面的な機能の継続的発揮や、木材利用の視点に立った効率的な林業経営ができる高度で専門的な職業能力を持つ人材を育成するため、全国から多くの人材を集め、林業のエキスパートから木造設計士まで幅広い人材を育成する 特に今年からスタートした専攻課程の入校生確保に向けて、昨年度の学校訪問で得た学校担当者との人脈を活かした早期の募集活動やフォレストスクール、移住相談会など労働力確保支援センター等関係機関と連携した研修生確保の取り組みを強化 ⇒別図＜林06＞参照(p.291) ○質の高い教育の提供 今年からスタートした専攻課程の教育内容の充実を図るとともに、より完成的な技術力が身につき、質の高い教育が提供できるよう、インターンシップの受け入れ企業等の開拓を進めていく。	林業学校研修修了者数(年平均)	ー(H26) ↓ 20人(H29) ↓ 27人

戦略の柱	5　担い手の育成・確保
取組方針	1　林業大学校の充実・強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

高知県立林業学校の先行開校

県立林業学校：林業学校を創設、短期課程及び基礎課程を先行開講し即戦力となる人材を育成

高知県立林業大学校の本格開校

県立林業大学校：専攻課程を新設し、林業のエキスパートから木造設計士まで幅広い人材を育成

本格開校に向けた校舎等の施設整備

県森づくり推進課、建築課：H30年4月の本格開校に向けた新校舎等の建築（CLT部材を利用した木造工法）

移住促進と連携した研修生の確保

林業労働力確保支援センター　：　U･Iターン就業相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加
県立林業大学校　：　U･Iターン就業相談会等への参加、オープンキャンパス開催による優秀な人材の確保、インターネットを通じた積極的な情報発信
県森づくり推進課：移住促進課、林業労働力確保支援センター、林業大学校と連携し優秀な人材を確保

専攻課程の入校生確保

県立林業大学校専攻課程：大学・農業高等学校等での進路ガイダンスの実施、人脈を活かした高校、大学等への積極的な訪問活動、大学等へのフォレストスクールの紹介・参加要請
県森づくり推進課、労確センター：フォレストスクール等での学校紹介

林業活動実践者の知識や技術のスキルアップ

県立林業大学校短期課程（定員：コースにより設定）：林業活動実践者の知識と技術のスキルアップ研修の実施
県森づくり推進課：ニーズに応じたカリキュラムの作成・講師の確保、講座内容のPR、受講者アンケート調査によるカリキュラムの見直し

実践的な技術・知識を持つ即戦力となる人材の育成

県立林業大学校基礎課程（定員：20名）：林業活動に必要な基礎的な知識の修得、現場での実践研修の実施、インターンシップの実施（研修期間：1年間）、即戦力の人材を養成するカリキュラムの作成・講師の確保、緑の青年就業準備給付金（県費上乗せ）による研修受講への支援
森林組合・事業体：インターンシップの受け入れ

専攻課程のカリキュラムの策定

県森づくり推進課、木材増産推進課、木材産業振興課、森林技術センター：H30年4月の本格開校に向け、専攻課程の講義内容、シラバス、講師等の検討

高度で専門的な知識や技術を持ち中核を担う人材の育成

県立林業大学校専攻課程（定員30名）：森林管理、林業技術、木造設計の3コースを新設、将来の林業を支える高度で専門的な人材を育成（研修期間：1年間）

専攻課程の教育内容の充実強化

県立林業大学校専攻課程（定員:30名）：特別教授による高度で専門的な授業の実施、CPD制度を活用した研修の充実強化、専門家等からのアドバイスを受けた既存カリキュラム、シラバス等の見直し・作成、研究機関等とのプロジェクト研修の開催、緑の青年就業準備給付金（県費上乗せ）による研修受講者への支援

【林28】 ◆県内事業体等への就業促進・定着率の向上	林業大学校の研修修了生が、森林組合等の県内企業に就業できるよう雇用促進を働きかけるとともに、労働力確保支援センターと連携した林業事業体とのマッチングや、インターンシップを通じて確実な雇用につなげる また、林業大学校で養成した人材の県内定着率を上げるため、森林組合・事業体の取り組みに対し、雇用条件などの就労環境の改善や雇用拡大が図るよう指導を強化する 特に、新たに開講した専攻課程では、インターンシップ受け入れ企業や就業先の開拓を行い確実な就業につなげる。	林業学校研修修了生の県内就職者数（年平均）	－（H26） ↓ 12人（H29） ↓ 21人
【林29】 ◆開かれた大学校づくりの推進	地域や関係機関との組織的、継続的な連携強化に向け、経済同友会、地元大学校等との連携を進めるとともに、外部委員による運営委員会の設置や地元行事への積極的な参加など開かれた大学校づくりの取り組みを強化する。	短期課程（リカレントコース等）の受講者数（延べ人数）	－（H26） ↓ 1,377人（H29） ↓ 1,670人

基礎課程研修修了生への就業支援

林業労働力確保支援センター：就業者アドバイザーによる森林組合・事業体へとのマッチング（就業相談会の実施）
県森づくり推進課：労働力確保支援センターと連携した就業相談会の開催、森林組合・事業体に雇用拡大を働きかけ

専攻課程研修修了生への就業支援の強化

林業労働力確保支援センター：就業者アドバイザーによる森林組合、事業体へとのマッチング（就業相談会の実施）
県森づくり推進課・県立林業大学校：労働力確保支援センターと連携した 就業相談会の開催、森林組合・事業体に雇用拡大を働きかけ
森林組合・事業体：インターンシップの受け入れ、雇用拡大の取組を強化

建築分野等への就業促進の強化

林業労確力確保支援センター、県立林業大学校：専攻課程のインターンシップ受け入れ企業や就業先の開拓を強化、建設分野等への就業促進〔確実な就業につなげる取り組みを強化〕

就業条件等の把握

林業労働力確保支援センター：就業者アドバイザーによる雇用情報の収集、雇用条件の把握等
県森づくり推進課：労働力確保支援センターと連携した雇用情報の収集、認定事業体の雇用改善計画の実行管理を指導強化
森林組合・事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善

全国に向けた情報発信力の充実強化

県立林業大学校専攻課程：HPやFacebook等の広報活動の充実、マスコミへのPR（新聞、TV、ラジオ）、地方紙・業界紙への積極的な情報提供、エブリディ・オープンキャンパスの開催

運営委員会の設置・運営

県立林業大学校：外部委員による運営委員会の設置、開かれた大学校づくりに向けた検討・運営

経済同友会・地元大学等の連携強化

県立林業大学校：経済同友会、地元大学等との連携による共通講座等の検討・実施
経済同友会：民間企業の人材による出張授業、公開講座の開催等
研究機関・地元大学等：共通講座の検討、次年度のカリキュラムへの講座の組み込み

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【林30】 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保	林業労働力を確保するため、林業労働力確保支援センターに新規就業者職業紹介アドバイザーを配置し、雇用情報の収集や提供を行い、併せて、就業相談会や林業体験教室などを開催し、就業希望者と林業事業体とのマッチングを図り、就業までを支援する また、国の「緑の雇用」制度によるOJT研修や林業技術者養成研修を実施し、就業者の技術力向上と職場定着を支援する	新規就業者数（年平均）	55人（H26） ↓ 68人（H29） ↓ 68人
【林31】 ◆移住施策との連携による担い手の確保	U・Iターン就職相談会等において、移住希望者に林業体験教室等への参加を促し、林業という仕事への理解を深めてもらい、移住・定住の実現を図るとともに、林業の担い手を確保する	林業分野へのUIターン新規就業者数（年平均）	6名（H26） ↓ 11名（H29） ↓ 6名以上
【林32】 ◆特用林産業新規就業者の支援	特用林産業に新たに就業し市町村が認定した者に対し、OJTによる生産等技術習得に要する経費を市町村と連携して支援する	特用林産業における新規就業者数（累計）	8名（H24～H27） ↓ 10名（H28～H29） ↓ 20名（H28～H31）

戦略の柱	5　担い手の育成・確保
取組方針	2　きめ細かな担い手育成・確保の強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

就業希望者への情報提供

林業労働力確保支援センター：林業就業相談会の開催、林業事業体等の雇用情報の収集提供、高校生の就職状況の把握、ホームページへ林業就業相談会を掲載、U･Iターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加
県森づくり推進課：林業就業相談会の開催を支援、新規就業者職業紹介アドバイザーの配置、高校生等への林業学校の紹介、さんSUN高知へ林業就業相談会を掲載、U･Iターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加

就業希望者の受入強化

林業労働力確保支援センター：PRビデオ作製、定期的な相談会の開催、フォレストスクールの開催、希望者のニーズに応じた視察対応
県森づくり推進課：PRビデオ作製の支援、定期的な相談会の開催を支援、フォレストスクールの開催を支援、希望者のニーズに応じた視察対応を支援

新規就業者への支援

林業労働力確保支援センター：林業体験教室・林業就業支援講習・高校生研修の開催、林業事業体等の雇用情報の収集提供、ホームページによる研修情報の提供、労働環境改善計画の実行管理、就業後の相談対応を実施
県森づくり推進課：林業体験教室等の開催を支援、新規就業者職業紹介アドバイザーの配置、労働環境改善計画の指導

技術者養成研修の実施

林業事業体等：緑の雇用現場技能者育成対策事業と林業労働力確保支援センター事業を活用した担い手の育成
森林組合連合会等：林業事業体の指導
林業労働力確保支援センター：緑の雇用現場技能者育成対策事業と林業労働力確保支援センター事業による研修の実施及び林業事業体等への周知
県森づくり推進課：技術者養成研修の実施を支援、労働環境改善計画の認定、森林研修センター研修館の管理運営状況を把握

移住関心層へ広く情報提供

林業労働力確保支援センター：林業体験教室・林業就業支援講習・森林未来塾の開催、U･Iターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加、林業事業体等の雇用情報の収集提供、フォレストスクールの開催
県森づくり推進課：林業体験教室等の開催を支援、さんSUN高知へ林業就業相談会を掲載、U･Iターン就職相談会・森林の仕事ガイダンスへの参加、フォレストスクールの開催を支援

移住者へ定住支援

林業労働力確保支援センター：新規就業者職業紹介アドバイザーによる就職後の継続的なフォローを実施
県立林業大学校：即戦力となる林業就業者を育成（基礎課程）、小規模林業実践者向けの研修を実施（短期課程）
小規模林業推進協議会：小規模林業実践者同士の交流・連携・情報交換、スキルアップ
県森づくり推進課：給付金制度による基礎課程研修生を支援、小規模林業推進協議会会員の安全防具の導入等への支援、「高知家で暮らす。ポータルサイト」の住まいの情報の提供

特用林産業新規就業者の育成支援

地域林業者等：生産技術の習得
市町村：新規就業者の認定、実践研修経費への支援
県森づくり推進課：市町村が負担する実践研修経費への支援

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【林33】 ◆林業事業体のマネジメント能力向上	林業事業体が安定的に経営を継続できる意欲と能力を備えた組織に変わるとともに、これを支える人材を育成するため、事業体に対する指導及び研修を実施する また、原木生産の担い手である民間事業体の林地集約化を的確に進めるため、森林施業プランナーの育成を働きかけ、経営基盤となる施業地の集約化を主体的に進めていく事業体数を増やしていく	森林施業プランナーがいる雇用改善計画認定事業体数	47事業体（H26） ↓ 50事業体（H29） ↓ 60事業体
【林34】 ◆林業事業体における就労環境の改善	林業事業体の経営状態が脆弱で計画的な雇用ができないため、就労環境の改善や経営の安定化に取り組む認定事業体の雇用改善計画の実行により就労環境の改善を図る	雇用改善計画認定事業体数	96事業体（H26） ↓ 83事業体（H29） ↓ 100事業体

戦略の柱	5　担い手の育成・確保
取組方針	3　事業体の経営基盤の強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

森林組合の経営改善 → 森林組合の体制強化 → 検証及び支援の見直し

森林組合：中期経営計画に基づく事業の進捗管理と経営改善の実践
森林組合連合会：中期経営計画に基づく事業の進捗管理手法の指導、経営管理者の育成、森林施業プランナー及び現場技能者の実践力向上
県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：森林組合連合会と連携した経営及び現場指導の実施

森林組合：体制強化に向けた経営改善の実践
森林組合連合会：中期経営計画に基づく事業の進捗管理及び体制強化への指導
県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：森林組合連合会と連携した施業集約化及び木材生産基盤（林業機械・作業道）の整備に向けた支援

県森づくり推進課：取り組み結果の検証及び支援見直し
森林組合連合会：中期経営計画に基づく達成状況の検証、指導内容の見直し

民間事業体の経営基盤力強化に向けた支援 → 検証及び支援の見直し

民間事業体：研修会への参加、経営改善の実践
県立林業大学校：研修会の開催
県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：雇用改善計画認定事業体への経営及び現場指導の実施、施業集約化及び木材生産基盤（林業機械・作業道）の整備に向けた支援

県森づくり推進課：取り組み結果の検証及び支援見直し

森林施業プランナーの育成 → 森林施業プランナーのスキルアップ

森林組合・林業事業体：研修への派遣、職場での実践
県立林業学校：研修会の開催、育成指導
県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：研修開催への支援、育成支援

森林組合・林業事業体：研修への派遣、職場での実践
県立林業大学校：研修会の開催、育成指導
県森づくり推進課、木材増産推進課、森林技術センター、林業事務所：研修開催への支援、育成支援

事業体の就労環境の充実

森林組合・林業事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善
林業労働力確保支援センター：認定事業体への指導及びフォローアップ
県森づくり推進課：事業量確保ができるよう森林施業プランナーの支援、退職金共済の掛金への支援や林業就労環境改善事業等により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【林35】 ◆小規模林業の活動を支援	林業の裾野を広げ新たな担い手を確保するため、他部局や市町村の移住施策と連携し県外からのU・Iターン者の呼び込みを強化する 併せて、小規模林業推進協議会の活動を通じて、実践者のニーズを把握したうえで、政策パッケージの内容を充実させる また、施業地の確保等に取り組む市町村等を支援し、小規模林業に参入しやすい受入体制を整えることで、中山間地域の定住促進を図る 林業大学校（短期課程）において、実践活動に必要な資格取得研修を実施し、スキルアップを図る	小規模林業推進協議会の会員数	203人（H26） ↓ 468人（H29） ↓ 400人

戦略の柱	5　担い手の育成・確保
取組方針	4　小規模林業の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

移住施策と連携したU・Iターン者の呼び込みの強化

県移住促進課　：　HPによる移住情報の発信、移住セミナー、モニターツアーの開催
市町村　：　移住体験ツアーの開催、住居情報等の発信、生活基盤の確保支援
農業担い手育成センター　：　就農相談会、体験教室の開催
県森づくり推進課　：　林業版モニターツアーの開催、小規模林業広報誌の作成

市町村と連携した小規模林業の推進による移住促進をモデル展開

市町村　：　副業型林家の育成及び活動拠点の確保支援
NPO、集落活動センター　：　技術指導の実施、支援
県森づくり推進課　：　市町村と連携した事業展開

モデル事業の展開

市町村　：　モデル事業を参考に事業展開
NPO、集落活動センター　：　技術指導の実施、支援
県森づくり推進課　：　市町村と連携した事業展開

小規模林業実践者のニーズにあった支援施策の実施

小規模林業推進協議会　：　小規模林業実践者同士の交流・連携・情報交換、スキルアップ
市町村　：　小規模林業の推進に参画
林業大学校短期課程　：　小規模林業実践者向けのスキルアップ講習を開催
県森づくり推進課、木材増産推進課、木材産業振興課　：　支援施策を集約した政策パッケージにより、一体的な支援を実施

小規模林業推進協議会の組織強化

小規模林推進協議会　：　小規模林業実践者同士の交流・連携・情報交換、スキルアップ
市町村、森林組合　：　オブザーバーとして参加
県森づくり推進課　：　協議会事務局
県林業(振興)事務所　：　地区協議会事務局

戦略の柱1：原木のさらなる生産（森の工場の拡大・推進）　＜林01＞

■林業普及指導員による支援

・新たな作業システムの試行に伴う調査等

・災害に強い作業道づくりの指導、オペレータ養成

・森林施業プランナー養成

・情報の提供 など
（県森林技術センターと連携）





■森林情報・林地台帳の運用開始

・林地台帳の公表・更新
・森林所有者情報の精度向上
・総合行政ネットワークによる、森林GISの市町村との共有化

■集約化の促進

・合意形成
・境界確定
・資源調査
・プランニング



■高性能林業機械等の整備

・高性能林業機械等の導入支援
（リース事業の創設）



■作業道の整備

・効率的な作業システムの展開に必要な路網の整備

・造林事業等の国庫補助事業の採択を受けた作業道が対象



集約化された施業林地
（森の工場）

優れた林業事業体
（経営者・技術者）

生産基盤の充実
（路網・林業機械
・森林資源）

H31末目標　81,600ha

■間伐材搬出の支援

・森の工場をフィールドとするＯＪＴによる人材の育成を条件に、森の工場からの間伐　材搬出に対して助成



原木の安定供給

■林道整備の促進に向けた協議会・ＷＧの開催

・効率的な作業システムの構築に必要な林道の整備



■作業道の災害復旧・改良の支援

・既存作業道の継続的利用、災害の早期復旧による施業の安定的実施



コンクリート舗装



災害復旧

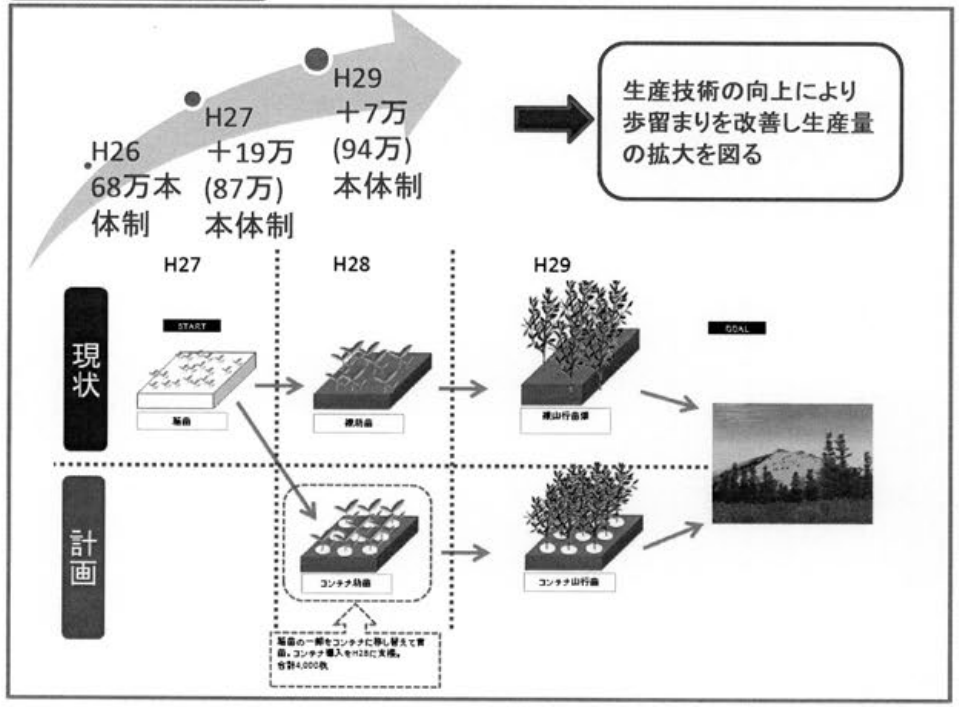
戦略の柱1：原木生産のさらなる拡大（苗木の生産体制の強化）　＜林02＞

再造林に必要となる苗木の確保

【課題】
・高齢化が進む苗木生産者の作業効率化、労働負荷の軽減が期待できるコンテナ苗への転換を図ることによる生産量の維持
・新規参入などによる生産量の拡大

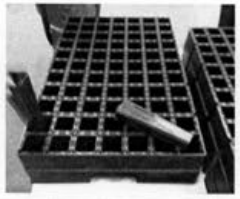
【対策】
・国の新たな交付金を活用し、引き続き苗木生産者に対する生産施設の整備を支援するとともに、新たに参入する企業への支援を行うことでコンテナ苗生産の拡大を図る。

生産体制の整備



優良種苗確保事業（新：林業・木材産業成長産業化促進対策交付金）

増加傾向にある皆伐後の再造林に必要な苗木の確保を進めるため、コンテナ苗の生産施設整備を支援する。
【支援内容】









○既存生産者の体制強化
○苗木生産での企業立地
さらには、○集落活動センターでの生産を推進

戦略の柱２：加工体制の強化（製材工場の加工力強化）　〈林０３〉

製材事業体の課題

○昨年実施した製材調査では、経営状況について、55社中、横ばい：26社、悪化：20社との回答があり、製材事業体の多くで経営改善が必要
- 経営状況の正確な把握
- 経営改善に向けた経営者のスキルアップ
- 時代の変化に対応したビジョン、目標の明確化
- 借入金に依存した経営からの改善

製材事業体に対する取組

○「事業戦略」の策定・磨き上げからその実践までの支援を行い、製材事業体の経営力を強化
- 財務、収益状況を随時把握できる仕組みづくり
- 利益を予測した製材品の生産と計画的な設備投資の実施
- PDCAサイクルによる事業戦略の実践
- 利益を着実に生み出す経営体質への改善

事業戦略への取組

製材事業体の経営力向上へのサイクル

ステップ１
- 事業戦略策定の準備
- 経営状況の把握

ステップ２
- 事業戦略の策定（設備投資を含む）
- 従業員と一体となった事業戦略の実行

ステップ３
- PDCAサイクルによる事業戦略の実践
- 安定した事業活動

H29　事業戦略づくりへの足がかり

○事業戦略の普及
- セミナーの開催（19事業体が参加）

○事業戦略づくりの取り組み
- 事業戦略づくりを策定（2事業体）
- PDCAサイクルによる事業戦略の試行

○事業戦略づくりへの誘導
- 成果報告会の開催
- 事業戦略に取り組む事業体への支援策の紹介

H30　H31　H32　「事業戦略」の策定・磨き上げからその実行を支援（取組の本格化）

○セミナーの開催
- 経営力のスキルアップ
- 事業戦略の更なる浸透

○事業戦略のフォローアップ
- 事業戦略を策定した事業体を支援（事業戦略の効果を高める）
- PDCAサイクルによる事業戦略の実践（事業戦略策定後、3年間）

○事業戦略の策定
- 事業戦略づくりの支援（ 3事業体/年）

※事業戦略未策定の事業体には、専門家による経営支援

事業戦略と併せて、人材育成、商品開発、設備投資を並行して支援

※事業戦略を策定した事業体を優先採択

《参考》
- 4年間で11事業体が事業戦略を策定

目指す成果１　経営力のアップ

製材事業体の経営力向上及び人材の育成

○持続的な成長を続ける製材事業体
（安定した収益を生む製材事業体）
○経営に対して高いスキル・ノウハウを持った経営者
（市場ニーズに柔軟に対応できる経営者）
○技術力とコスト意識を持った技術者
（目的意識を持った技術者）
○安定した経営による事業承継
（後継者が継ぎたがる製材事業体の育成）
○雇用の促進
（加工量の増大）

目指す成果２　事業戦略に基づく生産及び販売の促進

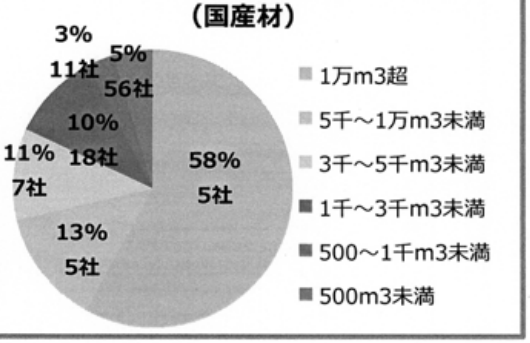
国産製材を牽引する製材事業体の加工力の強化

○ターゲットとする県内国産原木入荷量の8割以上を取り扱う17事業体（3千m3以上/年、事業体）の加工力を強化
- 競争力や付加価値の高い生産・販売を展開

〈ターゲットとする17事業体の内訳〉
- 当該事業による事業戦略策定事業体11事業体
（H29:2事業体、H30～32:9事業体（3事業体/年×3年））
- 経営方針策定済事業体：6事業体
（高知おおとよ製材（株）、池川木材工業（有）、４森林組合）

※17事業体原木入荷量/原木入荷量（H27）＝214千m3/261千m3＝約81%

参考：製材事業体の規模別原木入荷量（国産材）



戦略の柱３　：　流通・販売体制の確立（Ａ材（良質材）の新たな活用）　〈林04〉

【対策のポイント】 Ａ材の需要拡大と販売促進を強化（木材需要の大半を占める建築用材（Ａ材）の外商を拡大）

●現状
ＣＬＴ用ラミナ工場や木質バイオマス発電所の整備等により、中質・低質(B～D)材の需要が拡大

●課題
高単価での取引が見込まれるＡ材の需要拡大と外商促進が必要

戦略１　マーケットシェアの拡大 【住宅】
・外材や他産地と競争し、県産材のシェアを拡大する仕組みづくり

戦略２　新たなマーケットの開拓 【非住宅】
・非住宅建築物への木材利用の促進及び木造建築を推進する人材の育成

戦略３　新たな活用策の展開 【内装材等】
・高付加価値な木材製品の開発及び販路の開拓

●目指す姿
木材製品を 「より高く」「より多く」 売り
中山間地域へ「利益を還元」

戦略１　マーケットシェアの拡大 【住宅】

●既存マーケットでのシェア拡大

県外市場における外商促進に向け、県内生産体制の整備や流通の改善等の取組を展開

製材事業体の強化
・木材乾燥機等の整備、事業戦略策定　等

展示会・商談会の充実
・展示会開催地の拡大、県内外における商談会開催　等

流通の効率化・利便性の向上
・県外流通拠点の活用、共同定期輸送の拡大　等

県外パートナー企業との連携
・土佐材のＰＲによる販売促進　等

戦略２　新たなマーケットの開拓 【非住宅】

●新たな需要の開拓

非住宅建築物の木造化を促進するため、新商品と一般製材品をセットで提案・売り込み

利用促進
・商品のＰＲ及び販売促進　等

人材の育成
・実務者向けセミナー等の開催
・林業大学校の短期課程の活用（建築士、インテリアデザイナー等向けセミナー開催）等

施主等への提案
・経済同友会、ＣＬＴ首長連合との連携による需要拡大
・木造非住宅建築物の設計支援　等

外商体制の強化

（一社）高知県木材協会内に

ＴＯＳＡＺＡＩセンター設置

県産材の外商促進に向けた取組の支援体制を強化

戦略３　新たな活用策の展開 【内装材等】

●付加価値の向上

木材製品の付加価値を高めるため、店舗・マンション内装等に使用する県産材製品（内装、建具、家具等）の開発、製造、販売をサポートする取組を展開

・県内メーカーのデザイン・提案力の強化や人材育成（林業大学校との連携）
・県内メーカー等の営業、受注体制の確立

戦略の柱4．木材需要の拡大【CLTの普及】

<林05>

	H25 試行期（ステップ1）	H28（CLT普及元年） 普及・拡大期（ステップ2）	H31 飛躍期（ステップ3）
国等の取組状況	・JASの制定（H25.12） ・CLT普及に向けたロードマップの公表（H26.11） ・一般社団法人日本CLT協会の設立（H26.4） →会員数　323社（H28.12現在） ・CLTで地方創生を実現する首長連合の設立（H27.8） →会員数　97名（H29.3現在）	・CLT建築に関する関連告示（H28.3-4） →基準強度、燃えしろ設計、一般的な設計法 ・CLT活用促進に関する関係省庁連絡会議設置（H28.6） →公共施設等への総務省通知、一元窓口を設置 ・CLT普及に向けた新たなロードマップの公表（H29.1） ・1時間耐火基準の整備（見込み）【4階建てに必要】	＜目　標＞ H36年度までに年50万m3の生産体制を構築 ・オリンピック・パラリンピック競技施設への活用 ・2時間耐火基準への対応【14階建ての建築物へ】
高知県の取組状況・今後の目標	・CLT建築推進協議会の設立（H25.7） →CLT普及、技術者の育成、建築支援・ノウハウ蓄積 ・CLTによる産業振興に向けた協力協定 →銘建工業㈱×高知県（H27.1） ・CLTラミナ製材工場の整備（H28.3完成）	・全国のCLT需要拡大への取組 ・CLTパネル工場整備のターゲット企業との関係強化 ・CLTラミナの供給体制の確立 ・CLT輸出に向けた調査・検討 ・県有施設へのCLTの率先利用（県産材利用推進本部） ・経済同友会等と連携したCLT等の木材利用の推進	＜目標＞ CLTパネル工場の整備
CLT需要拡大に向けた戦略	建築物にCLTをいかに活用するかに挑戦 3階建て 2階建て（部分利用） 2階建て 6階建て（部分利用） 様々なタイプのCLT建築物が整備 ＜需要拡大の概念図＞ 県における取組を全国に発信しCLT需要を拡大	一般的なCLT建築物の普及（CLT関連告示の活用） ・マーケットが大きい低層建築を中心に推進 ・併せて、これまで木材が活用されてこなかった中層・大規模建築の建築を進め、技術・ノウハウを蓄積 2階建て（部分利用） ＜民間施設＞ ・銀行、温泉施設など3施設が設計・施工中 6階建て ＜民間施設＞ ・サービス付き高齢者住宅1施設が設計中	都市部におけるCLT利用の拡大 ・中層・大規模建築の普及・拡大 ・海外へのCLT輸出 CLT需要量 中層・大規模 輸出・他分野（土木等）での利用拡大、非住宅における耐震補強 低層 CLTを活用し易い低層建築の需要が先行して拡大 続いて、耐火や強度面の技術を要する中層・大規模建築物の需要が拡大
取組	**認知度の向上** （課題）CLTの魅力を伝えきれていない フォーラムや見学会の開催、HP、パンフレットによるCLTのPR 施主や設計士等への個別提案（CO2や木の良さを含めた魅力）		
	技術者の育成 （課題）建築事例が少なく、価格が不明確 （課題）設計できる人が一部となっている 技術講習会の開催（蓄積した技術・ノウハウの普及） 林業学校(専攻課程・短期課程)における技術者育成 比較設計や標準歩掛による価格の明確化 構造計算ソフトの配布、オープン化 設計コンペによる技術向上と設計者の裾野拡大 蓄積した技術・ノウハウを活かし、講習会等による普及	
	コストの削減 （課題）建築費が割高 先駆的な建築物の整備推進 公共施設における率先利用による民需への波及 民需の拡大、補助・優遇税制 設計コンペによるコスト削減 建築デベロッパー（都市開発等）と連携した取組 意見反映による技術発展	

林業の担い手確保の取り組み

<林06>

担い手確保対策　～林業労働力確保支援センターと連携したきめ細かな担い手確保の取り組み～

◆対策のポイント
- 高知県の林業の魅力について学ぶセミナーを都市部や県内で開催
- 林業体験ツアーの開催や就業希望者のニーズに合わせた視察をコーディネート
- 本県林業事業体とのマッチング等の取り組みを強化

（現状と課題）
- 相談者を就業につなげるためには、一人ひとりのニーズに合わせたきめ細かな対応が必要
- 若者やＵＩターン希望者に高知県の林業の魅力を強力にアピールする機会が必要

情報発信	勧誘	ＰＲ	体験	就業準備	マッチング	就業後
						
●ホームページ（就業支援情報充実）	●ＵＩターン就職相談会 ●移住座談会 ●首都圏での個別相談会 ●森林の仕事ガイダンス	●首都圏等で開催する高知県の林業を学ぶセミナー（フォレストスクール） ●県内新卒者向けセミナー（県内版フォレストスクール）	●希望者のニーズに合わせた視察等 ●林業体験ツアー ●高校生対象の林業職場体験	●林業就業支援講習 ●高校生対象の技術研修	●林業就業相談会 ●林業学校入校案内（オープンキャンパス） ●副業型林業の紹介	●就業後の状況について聞き取り、相談対応 ●労働環境改善計画認定事業体への訪問
間口を広げる			人材を確保する			定着率を上げる

林業大学校　～専攻課程を開講し本格開校！～

◆対策のポイント
- 世界的な建築家　隈研吾氏を初代校長に迎え、林業大学校として本格開校
- 新校舎・大型実習棟の完成による充実した学習環境のもと、平成30年度から専攻課程を開講
- 平成27年度から先行開講した基礎課程・短期課程を一層充実させ、多様な人材を育成

POINT　専攻課程の開講

新規 **専攻課程**
大学教授や各分野の第一線で活躍する講師による充実した授業で最先端の技術や知識を身に付け、地域の森林を支える高度で専門的な能力を持つ人材を養成

●森林管理コース	●林業技術コース	●木造設計コース
森林GISの活用方法や森林施業プラン書の作成技術などを身につけた、林業経営の中核を担う人材を養成 ・公共政策講座 ・森林GIS講座 ・森林施業プランナー講座 ・インターンシップ ・課題研究	高性能林業機械のメンテナンスや架線技術などを身につけた、林業技術のエキスパートを養成 ・高性能林業機械講座 ・架線技術講座 ・作業道講座 ・インターンシップ ・課題研究	木造住宅から中大規模木造までの設計技術を身につけた、木造建築のプロデューサーを養成 ・木造設計講座 ・木造防災講座 ・施工・木材利活用講座 ・インターンシップ ・課題研究

定　　員：３０人（各コース１０人程度）
研修期間：１年間

基礎課程・短期課程の運営

基礎課程	短期課程
林業の実践的な技術や知識を学び、即戦力となる人材を１年間で養成	すでに林業に従事している方などの知識や技術の向上を図る
定　　員：２０人 研修期間：１年間	定　　員：コースによる 研修期間：各コースにより１日～１カ月程度





Ⅰ　専門分野の成長戦略
水産業分野

水産業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

これまでの地産の強化の取り組みでは、平成26年度から進めてきたクロマグロの人工種苗生産で平成29年度までに量産化技術がほぼ確立したことや、大型定置網漁業の民間企業の事業承継による操業再開が実現するなど生産面の強化が大きく前進しました。

担い手の育成・確保では、漁業就業セミナーの開催や漁業就業者フェアなどに参加し、各地域の特色ある漁業やライフスタイルの提案により、就業希望者を掘り起こすとともに、漁業体験研修や就業に向けた長期研修などにより平成27～29年は年間平均で新規漁業就業者を約49名確保しました。

流通・販売では、「高知家の魚応援の店」の登録数は803店舗（H29年度末）に達し、その取引額が約3.2億円に拡大しました。産地では定置網を中心に、鮮度の良い魚を求める応援の店のニーズに応えるため、神経締めなどの高鮮度処理に取り組む漁業者が増加し、県産魚の評価が高まりつつあります。

加工では、養殖ブリやマダイの産地加工の取扱量が拡大するとともに、複数の加工事業者が輸出に対応したHACCPの認証取得を目指すなど、衛生管理体制の構築に向けた取り組みも前進しました。

さらに、漁村におけるサービス産業として、今後大きな伸びが期待される遊漁船業等の受入体制の整備や情報発信などへの支援を開始しました。

②第３期計画ver.3の取り組み

漁業者とその家族が将来にわたって生活していける「若者が住んで稼げる元気な漁村」の実現を目指して、次の５つを戦略の柱として、これまでの取り組みのステップアップを図るとともに、生産から加工、流通・販売に至る水産業クラスターを形成し、好循環を生み出すことにより拡大再生産を図っていきます。

柱1　漁業生産の構造改革

伝統ある本県の近海カツオ一本釣りの存続に向けて、国際的な資源管理措置の構築に取り組むとともに経営の安定化を進めていきます。

養殖業においては、クロマグロの人工種苗生産の量産体制の確立と県内養殖業者への普及の促進するとともに海外市場においてニーズの高い養殖ブリの人工種苗生産の技術開発に取り組んでいきます。

また、漁業生産の各工程における課題について、機械化やIoT化、作業工程の見直しにより、生産性を向上させ、漁業経営の安定化を図っていきます。

柱2　担い手の育成・確保

漁業就業セミナーの開催や漁業就業フェアなどへの参加により、積極的に就業希望者を掘り起こすとともに、本県の漁業や漁村に興味を持つ方を対象に、漁村での幅広いライフスタイルを地域別にパッケージ化して提案し、専業のみならず、兼業者やそのご家族なども対象に漁村への移住や就業を促進します。

柱3　市場対応力のある産地加工体制の確立

輸出にも対応できる衛生管理基準を備えた大型の加工施設の立地や原料等の安定確保に不可欠な冷凍冷蔵施設の整備、HACCPの導入などの支援により、国内外のニーズに対応できる産地加工体制の強化に取り組みます。

柱4　流通・販売の強化

平成31年度の「応援の店」との取引額4億円を目指して、登録店舗の増加や県内事業者の「応援の店」との取引の拡大を進めていきます。また、養殖クロマグロのPR活動や、東京オリンピック・パラリンピックを見据え、訪日観光客を対象とした本県水産物をはじめとする食や観光に関する情報発信にも取り組みます。

さらに、「応援の店」の農産物へのニーズにもきめ細かく対応していきます。

柱5　活力のある漁村づくり

漁村に多様なサービス産業を創り出すため、「自然」や「体験」を全面に出して展開するポスト幕末維新博にあわせて、釣り筏をはじめとする遊漁や各種マリンアクティビティーの体験メニューの磨き上げを行い、情報発信を強化するとともに、旅行商品化を加速させていきます。

水産業分野の展開イメージ ～ 若者が住んで稼げる元気な

分野を代表する目標

- 漁業生産額(宝石サンゴを除く)　出発点（H25）：446億円 ⇒ 現状（H27）483
- 水産加工出荷額　出発点（H25）：173億円 ⇒ 現状（H27）204

生産から加工・



柱① 漁業生産の構造改革

漁業の構造改革と養殖生産ビジネ

（1） 効率的な漁業生産体制への転換

- 新 生産工程の改善による生産性の向上
- 新 カツオ漁業の経営の安定化対策等の強化
- ○ 新規漁業就業者等の設備投資への支援
- ○ 黒潮牧場15基体制の維持
- ○ 急潮予測システムの構築

（2） 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形

- 拡 クロマグロやブリ類の人工種苗量産体制の確立
- ○ 中間育成漁場の開拓

（3） 新規漁場の開拓

- ○ 定置網や養殖の遊休漁場等の活用





漁 村

柱⑤ 活力ある漁村づくり

漁村の資源を生かした活動の支援！！

（1） 高齢者や女性の活躍の場づくり



- ○ 高齢者等に対応した漁場づくり
- ○ 加工グループの商品開発や販路開拓などの支援

（2） 交流人口の拡大

- 拡 遊漁や体験漁業の振興
- ○ にぎわいのある河川づくり







柱④ 流通・販売の強化

都市圏や国外への外商活動の強化！！

（1） 外商ビジネスの拡大

- 拡 「高知家の魚　応援の店」と県内事業者とのマッチング等による取引の拡大
- ○ 高鮮度出荷や「さかな屋 高知家」を活用した首都圏における県産水産物のＰＲと外商活動の推進の支援
- ○ ｼｰﾌｰﾄﾞｼｮｰへの出展や商談会等への参加による販路開拓とＰＲ活動の支援
- ○ 消費地市場とのネットワークを活かした取引の拡大

（2） 産地市場の機能強化

- ○ 鮮度向上や衛生管理等の取り組みの支援
- ○ 産地市場の統合の推進

流 通



漁村 ～

億円 ⇒ 4年後（H31）：460億円 ⇒ 6年後（H33）476億円 ⇒ 10年後（H37）：490億円

億円 ⇒ 4年後（H31）：200億円 ⇒ 6年後（H33）203億円 ⇒ 10年後（H37）：220億円

流通に至る水産業クラスターの形成

生 産

柱② 担い手の育成・確保

新規就業者の積極的な掘り起こしと中核的な漁業者の計画的な育成！！



（1）担い手の育成

- ○ 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進
- ○ 研修の受け入れ体制の強化
- ○ 新規就業希望者が自立するための長期研修の実施
- ○ 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成の支援

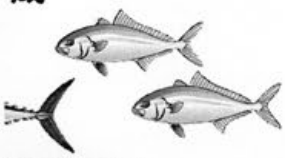


（2）就業時における支援

- ○ 新規漁業就業者等の設備投資への支援（再掲）







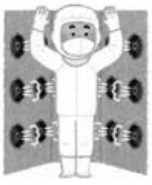
好循環を生み出し
拡大再生産へ！！

柱③ 市場対応力のある産地加工体制の確立

産地加工の拡大と雇用の場の確保！！

（1） 高度加工ビジネスへのステップアップ

- ○ HACCPに対応した加工施設の立地促進
- ○ 加工施設の衛生管理体制の高度化



（2） 加工関連ビジネスの展開

- ○ 県内の残さい処理体制の再構築
- ○ 加工品や原料の製造・保管に必要な冷凍保管ビジネスの事業化



加工



3） 輸出の促進

産物の海外販路の開拓

水産業分野

分野の目指す姿	若者が住
分野を代表する数値目標	**漁業生産額**（宝石サンゴを除く）　出発点（H25）：446億円 ⇒ 現状（H27）：483億 **水産加工出荷額**　出発点（H25）：173億円 ⇒ 現状（H27）：204億

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革	2 担い手の育成・確保	3 市場対応 産地加工
戦略の方向性	生産性の高い漁業への構造改革を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図る。また、新たな漁場の開拓に取り組む。	就業希望者の積極的な掘り起こしを行い新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し次世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。	国内外の市場体制を確立し、の場の創出を
戦略目標	★ 鮮魚の県内市場取扱額 ・㉖ 85億円 ⇒ ㉛ 90億円以上⇒ ㉝ 92億円以上⇒ ㊲ 95億円以上 ★ 人工種苗の供給尾数 ・カンパチ ㉖ 0尾 ⇒ ㉛ 50万尾 ⇒ ㉝ 120万尾 ⇒ ㊲ 300万尾 ・クロマグロ ㉖ 0尾 ⇒ ㉛ 1万尾 ⇒ ㉝ 3万尾 ⇒ ㊲ 10万尾 ★ 新規就業者数 ・(H24-26平均) 37名/年 ⇒ ㉛ 50名/年 ⇒ ㉝ 50名/年 ⇒ ㊲ 50名/年		★ 衛生管理の加工場の ㉖ 24% ⇒ ㉛ ・海外HACCP対 ㉖ 0件 ⇒ ㉛ ★ 養殖魚の ・出荷額 ㉖ 5 ⇒ ・雇用者 ㉗ 5 ⇒
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	**（1） 効率的な漁業生産体制への転換** ◆ [新規]生産工程の改善による生産性の向上 ◆ [新規]カツオ漁業の経営安定対策等の強化 ◆ 法人等の生産現場への参入の促進 **（2） 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成** ◆ [拡充]人工種苗量産体制の確立 ◆ 試験研究機能の充実・強化 ◆ 中間育成漁場の開拓 **（3） 新規漁場の開拓** ◆ 定置網や養殖の遊休漁場等の活用	**（1） 担い手の育成** ◆ 移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実 ◆ 法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり **（2）就業時における支援** ◆ 就業時の設備投資、資金調達への支援 ◆ 新規就業者が参入しやすい環境づくり	**（1）高度加ステッ** ◆ 既存加工 ◆ 既存加工 強化 ◆ HACCPに対 促進 **（2）加工関** ◆ 残さい加 ◆ 冷凍保管 **（3） 輸出** ◆ 養殖魚の への販路

野の体系図

主んで稼げる元気な漁村

億円 ⇒ 4年後(H31):460億円 ⇒ 6年後(H33):476億円 ⇒ 10年後(H37):490億円
億円 ⇒ 4年後(H31):200億円 ⇒ 6年後(H33):203億円 ⇒ 10年後(H37):220億円

応力のある 工体制の確立	4 流通・販売の強化	5 活力ある漁村づくり
に対応できる産地加工 生産の拡大により雇用 図る。	少量多品種の特性を活かした外商の拡大や消費地市場とのネットワークの強化を図るとともに、国外への販路を開拓することで、本県水産物の販売力の向上を図る。	漁村の資源を活用した活動を支援し、地域での暮らしを支える。
の高度化に対応した 割合 100% ⇒ ㉝ 100% ⇒ ㊲ 100% **対応型の加工場** 3件 ⇒ ㉝ 4件 ⇒ ㊲ 5件 **前処理加工** 億円 ⇒ ㉛ 29億円 ㉝ 32億円 ⇒ ㊲ 36億円 8名 ⇒ ㉛ 120名 ㉝ 125名 ⇒ ㊲ 130名	★ **「応援の店」** ・県内参画事業者の出荷額 ㉗ 1億円 ⇒ ㉛ 4億円 ⇒ ㉝ 5億円 ⇒ ㊲ 6億円 ★ **産地市場の集約化** ㉗ 33市場 ⇒ ㉛ 28市場 ⇒ ㉝ 23市場 ⇒ ㊲ 15市場 ★ **水産物の輸出** ㉖ 0.2億円 ⇒ ㉛ 3億円 ⇒ ㉝ 4億円 ⇒ ㊲ 6億円	★ **高齢者等に対応した漁港漁場づくり** ㉗ 0か所 ⇒ ㉛ 5か所 ⇒ ㉝ 7か所 ⇒ ㊲ 10か所
エビジネスへの プアップ 施設の高度化 施設の衛生管理体制の 対応した加工施設の立地 **連ビジネスの展開** エビジネスの再構築 ビジネスの事業化 **の促進** 加工と連動した海外市場 開拓	**(1) 外商ビジネスの拡大** ◆ [拡充]「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化 ◆ 県内産地の対応力の強化 ◆ 消費地市場と連携した外商活動の展開 ◆ 販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築 **(2) 産地市場の機能強化** ◆ 市場統合による拠点市場への水揚げの集約化 ◆ 荷捌き機能や衛生管理体制等の強化 **(3) 輸出の促進【再掲】** ◆ 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	**(1)高齢者や女性の活躍の場づくり** ◆ 高齢者等に対応した漁場づくり ◆『地域加工』の支援 **(2) 交流人口の拡大** ◆ [拡充]遊漁や体験漁業の振興 ◆ にぎわいのある河川づくり

分野	水産業分野
戦略の柱	1 漁業生産の構造改革

戦略の方向性	生産性の高い漁業への構造改革を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図る。また、新たな漁場の開拓に取り組む。

戦略目標	目標	
	県内市場取扱額	鮮魚全体(宝石サンゴを含まない)
	人工種苗の供給尾数	カンパチ
		クロマグロ

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	効率的な沿岸漁業生産体制への転換	○設備投資等への支援 ・新規漁業就業者等を対象に漁船取得やエンジン換装等の設備を支援 [漁船取得] H24:4件、H26:2件、H27:4件、H28:4件、H29:6件 [エンジン換装等] H24:5件、H25:4件、H26:6件、H27:9件、H28:6件 H29:11件 ○黒潮牧場15基体制の堅持 [黒潮牧場の更新] H24:2基、H25:1基、H26:1基、H27:2基、H28:1基 H29:1基 ○カツオ一本釣り漁船への活餌供給 ・宿毛湾のまき網漁船においてカタクチイワシの採捕と養成技術を確立 ・黒潮町佐賀において、漁協を中心とした活餌供給体制を整備 ○養殖業の経営体質の強化 ・養殖ビジネススクールの開講による知識の習得、協業体の形成による経営改善、新技術の導入による餌料費削減を支援し、養殖業者の経営力を強化 ○定置網漁業の経営の効率化等 ・網成り調査への支援や、急潮の予測のための潮流解析及び急潮予報の試行	・新たな設備投資支援事業による新規漁業就業者の確保と既存漁業者の経営改善 ・黒潮牧場の最適配置に向けた漁業関係者の合意形成 ・民間企業等による新規参入や既存漁業者の規模拡大による養殖生産量の維持・拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:85億円	H29:87億円	90億円以上	92億円以上	95億円以上
H26:0尾	H29:50,000尾	50万尾	120万尾	300万尾
H26:0尾	H29:2,100尾	1万尾	3万尾	10万尾

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水01】◆漁業経営の効率化(新規就業者等の設備投資への支援)	○			○				
【水02】◆漁業経営の効率化(黒潮牧場15基体制の維持)	○			○				
【水03】◆漁業経営の効率化(近海カツオ一本釣り漁業の経営安定対策等の強化)(H30新規)	○			○				
【水04】◆漁業経営の効率化(生産工程の改善による生産性の向上)(H30新規)	○			○				
【水05】◆漁業経営の効率化(定置網漁業の安定的な経営体制の確立)	○			○				
【水06】◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)	○		○	○			○	
【水07】◆大敷組合など漁業経営体の法人化	○			○				
【水08】◆法人等の生産現場への参入の促進	○			○				

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成	○クロマグロ ・人工種苗の基礎的な生産技術を確立 [沖出し尾数] H26：49尾、H27：1,045尾、H28：約17,000尾、H29：約23,000尾 [中間育成漁場の確保] H29：新たな中間育成漁場を免許し、運用を開始 [養殖種苗試験配布尾数] H27：約100尾、H28：約3,000尾、H29：約2,100尾(出荷サイズ約7,700尾生産) ○カンパチ ・H28に民間事業者による事業レベルでの供給を開始 [養殖種苗出荷尾数] H28：12,000尾、H29：50,000尾 ○試験研究機能の充実・強化 ・H28に水産試験場古満目分場を開設し、運用を開始	【クロマグロ】 ・人工種苗の量産体制の確立 ・人工種苗の養殖現場への普及 ・人工種苗を活用したマグロ養殖への新規参入の促進 【カンパチ】 ・種苗の品質向上 ・中間育成漁場の適地等の検討(べこ病感染のリスク回避) 【ブリ】 ・高品質な人工種苗の量産技術の確立
3	新規漁場の開拓	○定置網漁業の復活 ・黒潮町伊田漁場での再開に向けた支援を実施し、H28に操業が再開 ・H29に、須崎市野見湾においてマダイ養殖への新規参入を支援	・大型定置網、中型まき網や養殖業における事業承継・遊休漁場の活用等による生産量の維持・増大

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水09】◆人工種苗量産体制の確立（H30拡充）	○					○		
【水10】◆試験研究機能の充実・強化	○					○		
【水11】◆中間育成漁場の開拓	○					○		
【水12】◆定置網や養殖の遊休漁場等の活用	○							

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水01】 ◆漁業経営の効率化(新規就業者等の設備投資への支援)	沿岸漁業設備投資促進事業では、漁業者の漁業用設備の整備へ支援し、設備投資意欲を促進するため、操業の効率化による経営の基盤強化を図る。 漁業就業者を確保するため、新規漁業就業者の設備投資に優先的かつ有利な条件で支援する	操業の効率化による漁業者の収益性の向上	—(H27) ↓ 4件(H28) ↓ 新規漁業就業者13名のうち、10名が設備投資を実施
【水02】 ◆漁業経営の効率化(黒潮牧場15基体制の維持)	漁業者の漁獲量の維持・向上を図るため、耐用年数10年を迎えた黒潮牧場から順次更新、最適配置を行う	黒潮牧場の年平均漁獲量	平均1,500トン/年 (H24年～H26年) ↓ 1,193トン(H28) ↓ 1,500トン以上/年 (H28年～H31年)
【水】 ◆漁業経営の効率化(カツオ船へのイワシ活餌の安定供給体制)	カツオの県内への水揚げを促進するため、宿毛湾で漁獲されるイワシ類を活餌に養成する実証試験を行い、活餌を県内で安定的に確保する手段を構築する	県内での活餌安定供給	活餌の試験レベルでの出荷(H27) ↓ 活餌事業の開始 (H29) 29年度に終了

戦略の柱	1　漁業生産の構造改革
取組方針	1　効率的な沿岸漁業生産体制への転換

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

沿岸漁業者への設備投資の支援

漁業者：支援制度の積極的活用による漁業の効率化、漁業経営の基盤強化
漁協、市町村：支援制度を活用する沿岸漁業者の指導
県水産政策課：金融制度活用による漁業者の資金調達への支援
県漁業振興課：沿岸漁業者が行う設備投資への支援、国の漁船取得に係る補助制度への上乗せ支援

黒潮牧場の整備

漁業者：耐用年数10年を迎えた黒潮牧場の最適配置に向けた地区協議会及び黒潮牧場管理運営委員会での協議検討、黒潮牧場での漁獲状況報告
県漁業振興課：黒潮牧場の最適配置に向けた漁業者間の調整支援、黒潮牧場の保全費用の負担のあり方の検討と提案
県漁業振興課・県漁港漁場課：黒潮牧場管理運営委員会等で合意された計画に基づく黒潮牧場の整備
県水産試験場：黒潮牧場の漁獲効果の把握の精度向上及び効果の評価

活餌の供給技術開発

まき網漁業者、漁協：蓄養小割の整備、採捕・養成・輸送技術の実証
カツオ船漁業者、漁協：養成した活餌の評価、採算性の検証と事業化の検討
県水産試験場、県宿毛漁業指導所：採捕・養成・輸送方法についての技術的助言

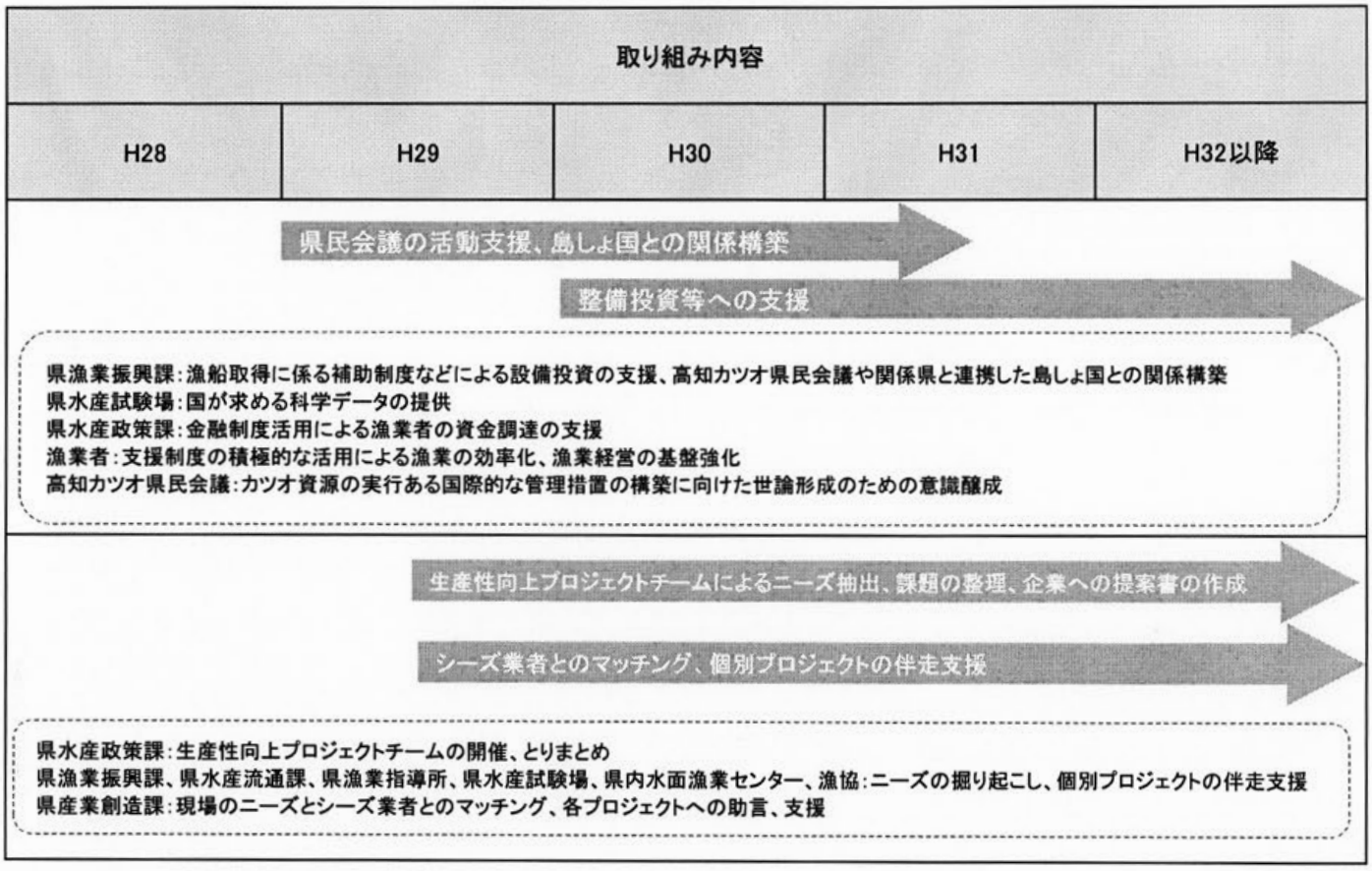
活餌事業への支援

まき網漁業者、漁協：活餌供給事業の事業化
カツオ船漁業者：養成した活餌利用と評価
県宿毛漁業指導所、県土佐清水漁業指導所、県水産試験場：事業への技術的助言

技術承継を支援

県合併・流通支援課、県土佐清水漁業指導所：黒潮町活餌供給機能強化対策協議会の取組を支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水03】 ◆漁業経営の効率化(近海カツオ一本釣り漁業の経営安定対策等の強化)(H30新規)	カツオ漁業を次代につなぐための、カツオ漁業経営の改善やカツオ資源の回復に向けた資源管理の取組を推進する ⇒別図<水01>参照(p.338)	カツオ生産量	平均17,088トン/年 (H23年～H27年) ↓ 14,104トン(H28) ↓ 17,000トン (H31年)
【水04】 ◆漁業経営の効率化(生産工程の改善による生産性の向上)(H30新規)	現場ニーズに対する解決策についてニーズの掘り起こしを行い、機械化や新技術の導入により課題解決を図る ⇒別図<水02>参照(p.339)	新技術の導入や機械化による生産工程の改善の件数	-(H29) ↓ -(H29) ↓ 4件


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
県民会議の活動支援、島しょ国との関係構築
整備投資等への支援
県漁業振興課：漁船取得に係る補助制度などによる設備投資の支援、高知カツオ県民会議や関係県と連携した島しょ国との関係構築
県水産試験場：国が求める科学データの提供
県水産政策課：金融制度活用による漁業者の資金調達の支援
漁業者：支援制度の積極的な活用による漁業の効率化、漁業経営の基盤強化
高知カツオ県民会議：カツオ資源の実行ある国際的な管理措置の構築に向けた世論形成のための意識醸成
生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出、課題の整理、企業への提案書の作成
シーズ業者とのマッチング、個別プロジェクトの伴走支援
県水産政策課：生産性向上プロジェクトチームの開催、とりまとめ
県漁業振興課、県水産流通課、県漁業指導所、県水産試験場、県内水面漁業センター、漁協：ニーズの掘り起こし、個別プロジェクトの伴走支援
県産業創造課：現場のニーズとシーズ業者とのマッチング、各プロジェクトへの助言、支援

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水05】 ◆漁業経営の効率化(定置網漁業の安定的な経営体制の確立)	定置網漁業の経営安定を図るため、網成りの状況調査や先進地での研修等の結果を活用するとともに、急潮の予測手法を開発する	①定置網の漁獲量 ②急潮の予測手法の開発	①11,594トン以上(H26) ↓ 10,710トン(H28) ↓ 16,400トン以上 ②ー(H27) ↓ 注意喚起の拡張(H29) ↓ 急潮予測手法の確立
【水06】 ◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)	県内養殖業者の後継者を確保するため、協業化等による新規参入や規模拡大を促進し、経営基盤強化を図る。また、高い技術と知識を備えた担い手を育成するため、実践研修や知識を習得するための各種研修を実施する。さらに、経費の削減のため、水産試験場が開発した餌料費を削減できる給餌方法の導入促進を図る	養殖マダイの生産額	48億円(H25) ↓ 50億円(H28) ↓ 48億円
【水07】 ◆大敷組合など漁業経営体の法人化	地域産業を維持し、雇用を確保するため、一定雇用を有する定置網漁業やまき網漁業等の沿岸漁業経営体の法人化を支援する	沿岸漁業経営体の法人化	○漁業別法人数(率) ・大型定置網漁業 16%(H27) ・中型まき網漁業 55%(H27) ↓ ・大型定置網漁業 20%(H29) ・中型まき網漁業 55%(H29) ↓ ・大型定置網漁業 33% ・中型まき網漁業 77%
【水08】 ◆法人等の生産現場への参入の促進	生産現場での漁業経営の近代化を図るため、担い手育成団体となった法人や、民間企業等の養殖業、中型まき網漁業、大型定置網漁業への生産現場への参入を促進する	生産現場へ新たに参入した法人数	-(H27) ↓ 2法人(H29) ↓ 4法人以上

戦略の柱	1　漁業生産の構造改革
取組方針	1　効率的な沿岸漁業生産体制への転換

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

敷設状況調査と設置技術者の養成 → 敷設状況調査等の活用による生産性の向上

定置網漁業者、民間企業、漁協：自航式水中カメラによる網成り調査、潮流及び深度調査、GPS敷設位置確認調査、自航式水中カメラによる立碇設置状況調査、調査結果を踏まえた小規模漁具改良試験、若手職員の先進地における派遣研修
市町村、県漁業振興課、県水産政策課：生産性向上に係る取組の支援
定置網漁業者、民間企業、漁協、県漁業指導所、水産試験場：調査結果を基礎資料とし、漁場カルテの作成や定置網の網成り改良を検討

現場潮流の解析

県水産試験場：調査の実施
定置網漁業者、漁協：調査への協力

調査結果に基づく急潮対策の具体化

県水産試験場：急潮予測手法の開発
定置網漁業者、民間企業、漁協、県漁業指導所、水産試験場、県漁業振興課：解析結果や上記敷設状況調査等に基づく急潮対策の検討と体制づくり

協業体の支援

協業体：餌の改良や栄養剤の使用、効率的な給餌方法等の新技術を用いた生産試験の実施実施
県漁業指導所：協業体が行う生産試験への支援

技術・知識の習得と生産性の向上

漁協、県漁業指導所、県漁協振興課、県水産試験場：技術を習得するための実践研修と知識を習得するための各種研修の実施

漁業経営体の法人化推進

県漁業管理課：法人化取組促進、定置網漁業権の移転
県水産政策課：経営改善計画の策定指導、認定
県漁業振興課：養殖業協業体の法人化を促進

法人等の生産現場への参入促進

県漁業振興課、県漁業指導所、県漁業管理課：担い手育成団体の活動支援や大敷組合の法人化、定置網の遊休漁場や中型まき網漁業、養殖業への民間企業参入の促進
民間企業等：漁業生産への参入の検討

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水09】 ◆人工種苗量産体制の確立(H30拡充)	クロマグロ養殖の生産量の増大とカンパチ、ブリ養殖業者の経営安定を図るため、高品質な人工種苗の量産体制を確立する ⇒別図＜水03,04＞参照(p.340,341)	①クロマグロ沖出し尾数	①1,000尾(H27) ↓ 23,000尾(H29) ↓ 3万尾
		②カンパチ種苗生産体制	②試験出荷(H27) ↓ 種苗生産の事業化(H29) ↓ 高品質な人工種苗の実用化
		③ブリ種苗生産体制	③生産技術未開発(H29) ↓ -(H29) ↓ 人工種苗生産の事業化
【水10】 ◆試験研究機能の充実・強化	クロマグロ養殖の生産量の増大とカンパチ養殖業者の経営安定を図るため、種苗生産技術開発等を行う試験研究機能の充実・強化を図る	新たな試験研究機関の設置	-(H27) ↓ 新たな試験研究機関の稼働(H29) ↓ 新たな試験研究機関の施設機能強化と本格稼働
【水11】 ◆中間育成漁場の開拓	クロマグロ人工種苗の安定供給体制を構築し、中間育成ビジネスを創出するため、新たな中間育成漁場を開拓する	中間育成漁場の開拓	-(H27) ↓ 中間育成漁場の運用を開始(H29) ↓ 新たな中間育成漁場の本格運用

戦略の柱	1　漁業生産の構造改革
取組方針	2　日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

人工種苗量産技術の確立 → **クロマグロ人工種苗量産体制の確立と技術の事業化への支援**

生産者、県漁業振興課、県水産試験場：親魚養成、採卵技術の開発
民間企業、県漁業振興課、県水産試験場、高知県クロマグロ養殖振興協議会：中間育成に係る施設整備、人工種苗生産委託による人工種苗の安定供給と養殖現場への普及、ヨコワ養殖技術開発試験委託による人工種苗の活用と中小規模の既存養殖業の振興

カンパチ人工種苗量産体制の確立

民間企業：事業化に向けた量産体制の確立、優良親魚の育種、養殖現場での成長試験による品質の確認
県水産試験場：白点病、ハダムシ等の寄生虫防除技術の開発、ハダムシ寄生を抑えるための養殖現場での防除技術の開発、べこ病に関する疫学調査による中間育成漁場の適地の検討

ブリ人工種苗量産体制の確立

県漁業振興課、民間企業：事業化に向けた量産技術開発、養殖現場での成長試験による品質の確認
県水産試験場：べこ病等の魚病及び赤潮による被害の軽減に向けた試験研究

試験研究機関の開設 → **試験研究機関の施設機能強化と本格運用**

県漁業振興課、県水産試験場：新たな試験研究機関の開設

県漁業振興課、県水産試験場、県漁業指導所、民間企業：施設の機能強化に係る工事の実施と、施設の運用によるクロマグロ・カンパチ等の人工種苗生産技術の向上

中間育成漁場整備の準備 → **中間育成漁場整備と運用**

県漁業振興課、県漁業管理課、県漁業指導所、漁協：新たな中間育成漁場の適地選定、地元調整及び漁業権免許の設定

県漁業振興課、市町村、民間企業：新たな中間育成漁場の施設整備
民間企業：新たな中間育成漁場を活用したクロマグロ人工種苗生産の事業化

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水12】 ◆定置網や養殖の遊休漁場等の活用	本県の定置網漁業や中型まき網、養殖業の生産量を増大させ、雇用の場を確保するため、民間事業者の参入による事業承継や遊休漁場の再開等を支援する	事業承継された遊休漁場等	ー(H27) ↓ 2か所(H29) ↓ 4か所以上
【水】 ◆沖合漁場の開拓	本県養殖業の持続的な振興を図るため、新たな養殖漁場を沖合に開拓する	沖合養殖漁場	1か所(H27) ↓ 1か所(H29) 29年度に終了

戦略の柱	1　漁業生産の構造改革
取組方針	3　新規漁場の開拓

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
定置網や中型まき網、養殖の遊休漁場の活用や事業承継等				
県漁業振興課、県漁業指導所、市町村：事業承継等の候補地と事業者の選定、事業承継等への支援 民間事業者：事業承継等の実施				
沖合養殖漁場の開拓				
県漁業振興課、漁業管理課、県漁業指導所、県水産試験場、漁協：沖合養殖の経営安定に向けた支援、調査船による漁場調査、業者の選定と漁業権免許及び整備に係る支援 県漁業振興課、県漁業指導所、民間事業者、市町村、漁協：地元調整及び沖合養殖検討会による課題の検討や振興策の協議				

分野	水産業分野
戦略の柱	2 担い手の育成・確保

戦略の方向性	就業希望者の積極的な掘り起こしを行い新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し次世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。

戦略目標	目標
	県内市場取扱額　鮮魚全体（宝石サンゴを含まない）
	新規就業者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	担い手の育成	○就業者の掘り起こし ・漁業就業セミナーの実施や漁業就業フェアへの参加により就業希望者を掘り起こし ○短期研修 ・県漁協への委託により迅速・柔軟に研修を実施できるよう仕組みの見直し [受講者数] 3名（H12～23年度平均）→H24:2名、H25:18名、H26:35名、H27:33名、H28:21名、H29:17名 ○長期研修 ・漁業種類（底びき網、パッチ網、養殖等）の拡大（H25～） [受講者数]3名（H12～23年度平均）→H24:2名、H25:7名、H26:11名、H27:12名、H28:16名、H29:8名 ○担い手育成団体 ・担い手育成団体が研修生を雇用し、計画的に漁業の担い手を育成する制度を創設（H27～） ○新規就業者の確保 ・以上の取り組みにより次のとおり就業者を確保 H25:37名、H26:29名、H27:47名、H28:55名、H29:44名	・主要漁業の新規就業希望者をはじめとする漁村地域での幅広い担い手の掘り起こし ・民間企業等による漁業生産現場への参入と担い手育成
2	就業時における支援	・新規漁業就業者等を対象に独立に向けた漁船取得を支援 [漁船取得] H24:4件、H26:2件、H27:4件、H28:4件、H29:5件	新規漁業就業者の漁労・養殖生産設備取得への支援による就業の促進

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:85.0億円	H29:87億円	90億円以上	90億円以上	92億円以上
H26:37名/年	H29:44名/年	50名/年	50名/年	50名/年

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水13】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○				○	
【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○				○	
【水15】◆就業時の設備投資、資金調達への支援	○		○	○			○	
【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり			○				○	

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水13】 ◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実	自営等の沿岸漁業者を確保するため、移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実を図る	新規漁業就業者支援事業による新規漁業就業者数	2名(H26) ↓ 9名(H29) ↓ 13名
【水14】 ◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり	漁業生産量の維持・増大と優秀な担い手の確保を図るため、従来のマッチングによる研修に加えて、民間企業や漁業協同組合が行う漁業の担い手の育成を支援する	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	-(H26) ↓ 3名(H29) ↓ 12名

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水15】 ◆就業時の設備投資、資金調達への支援	漁業就業者を確保するため、新規漁業就業者へは、優先的に設備投資を支援する	就業時の設備投資、資金調達への支援の実施件数	0件(H26) ↓ 5件(H29) ↓ 3件
【水16】 ◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	新規漁業就業者が参入しやすい環境を整備するため、就業に係る地元調整や研修希望者から研修修了生までのフォローアップ等を担当するアドバイザーを増員する	新規漁業就業者支援事業及び担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	2名(H26) ↓ 12名(H29) ↓ 25名

戦略の柱	2 担い手の育成・確保
取組方針	1 担い手の育成

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実

漁協：相談窓口、漁業体験研修の実施、長期研修の受入調整、沿岸漁業設備投資支援事業への取組、准組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
漁業就業アドバイザー：県内外就職相談会での勧誘活動、指導者の確保に向けた取組、移住担当機関との連携
県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進
県漁業指導所：研修の受け入れ調整や指導者の確保に向けた取組の支援
県漁業振興課：研修制度の充実、生活支援・技術指導、アドバイザー及び移住担当機関との連携による就業希望者の掘り起こし、研修未実施地区に対する事業説明会の開催による制度の周知、漁村の魅力を生かした幅広いライフスタイルをパッケージ化して提案、漁業体験研修の受講者とその家族に対して、漁村体験に係る経費を支援

法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり

担い手育成団体：研修生を研修期間中雇用し、特定の漁業種類において、責任を持って計画的に漁業の担い手を育成
漁協：相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業への取組、準組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
漁業就業アドバイザー：県内外就職相談会での勧誘活動、研修生の確保に向けた取組、移住担当機関との連携
県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進
県漁業指導所：研修の受け入れ調整や研修生の確保に向けた取組の支援、研修カリキュラム等の作成のフォローアップ
県漁業振興課：対象となる漁業種類及び担い手育成団体に適した法人の掘り起こし、生活支援・技術指導、アドバイザー及び移住担当機関との連携による就業希望者の掘り起こし、対象となる漁業種類に関連する地区に対する事業説明会の開催による制度の周知、担い手育成団体の漁業就業フェア等への参加を促進

戦略の柱	2 担い手の育成・確保
取組方針	2 就業時における支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

就業時の設備投資、資金調達への支援

漁協：相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業、漁船導入支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、准組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資支援事業、漁船導入支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、財政支援
漁業就業アドバイザー：漁船・漁労設備の取得に向けた支援
県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進
県漁業指導所：漁船・漁労設備の取得に向けた支援
県漁業振興課：就業時の設備投資及び資金調達への支援の充実、国の漁船取得に係る補助制度への上乗せ支援

新規就業者が参入しやすい環境づくり

漁協・市町村：地元への定着支援
漁業就業アドバイザー：研修修了生の操業状況調査、相談への対応
県漁業指導所：漁労技術、水揚向上への技術的助言
県漁業振興課：支援制度の拡充とアドバイザーの増員、アドバイザーや関係機関と連携した指導助言

分野	水産業分野
戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立

戦略の方向性	国内外の市場に対応できる産地加工体制を確立し、生産の拡大により雇用の場の創出を図る。

戦略目標	目標
	衛生管理の高度化に取り組んだ加工場の割合（海外HACCP対応型の衛生管理高度化養殖魚加工場）
	養殖魚の前処理加工製造品出荷額、雇用者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	高度加工ビジネスへのステップアップ	○HACCP研修参加（地産地消・外商課が主催） ［参加事業者数］ H29：8事業者 ○県版HACCP認証取得 ［認証取得事業者］ H29：9事業者（第2ステージ：7、第3ステージ：2） ○HACCPに対応した加工施設の立地促進 ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が竣工 ・宿毛市で民間企業が水産加工施設整備に着手	・HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成 ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保
2	加工関連ビジネスの展開	○残さい加工ビジネス・冷凍保管ビジネス ・土佐清水メジカ産業クラスタープロジェクト推進協議会が発足 ・土佐清水市における宗田節加工の協業化や共同煮熟、冷凍保管、残さい加工施設の整備の包括的な事業計画を策定 ○冷凍保管ビジネス ・土佐清水市が冷凍保管施設の整備に着手 ・宿毛市で民間企業が冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備に着手	・メジカ関連産業の維持、拡大のための加工原魚の安定確保、作業工程の効率化及び安定した残さい加工体制の構築 ・冷凍保管施設の効率的な運用

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:24%(0件)	H28:50%(0件)	100%(3件)	100%(4件)	100%(5件)
H26:5億円、58名	H28:10億円、65名	29億円、120名	32億円、125名	36億円、130名

具体的な取組	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水17】◆既存加工施設の高度化	○	○		○		○		
【水18】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○		○		
【水19】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
【水20】◆残さい加工ビジネスの再構築		○				○		
【水21】◆冷凍保管ビジネスの事業化		○				○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	輸出の促進	○高知県養殖魚輸出促進協議会 ・漁協、加工業者、ディーラー、商社、物流業者等による高知県養殖魚輸出促進協議会が設立 ・水産物の国際取引に精通した企業にアドバイス業務を委託し、協議会の輸出に向けた活動を支援 ・協議会が行う国際商談会への出展等による販路開拓、次年度の出展等を見据えた現地調査などを支援 [国際商談会への出展等] FOOD EXPO（香港）、THAIFEX（タイ）、VIETFISH（ベトナム）、SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA（米国）、沖縄大交易会 ○HACCP対応等 ・大日本水産会等による一般的衛生管理講習会・輸出セミナーやHACCP研修会の開催	・海外商談会出展など高知県養殖魚輸出促進協議会による輸出に向けた活動の促進 ・HACCP認証の取得など輸出に対応した水産加工施設の衛生管理体制の高度化への対応 ・輸出に取り組む事業者の貿易対応力の向上

具体的な取組	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【再掲】【水19】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
【水22】◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	○	○						

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水17】 ◆既存加工施設の高度化	さらなる産地加工の拡大と外商の推進に向けて、事業者のフォローアップや新たな掘り起こしを行うとともに、事業者間の連携の強化を支援する	地域APや6次産業化等による水産加工出荷額が増加	6.8億円(H26) ↓ 8.8億円(H28) ↓ 8.0億円
【水18】 ◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	県内水産加工事業者の外商拡大を目指して、大手小売や飲食店等の業務筋の安全基準に対応できるよう、衛生・品質管理の高度化を目指した研修を開催する	HACCP等の研修に参加した事業者数	ー(H27) ↓ 8社(H29) ↓ 16社
【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	養殖魚の前処理加工事業の拡大を図るため、輸出にも対応できる加工施設の整備を支援する	HACCP導入のための専門家による指導回数	ー(H27) ↓ 2回(H29) ↓ 9回

戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立
取組方針	1 高度加工ビジネスへのステップアップ

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

産地加工ビジネスのさらなる推進に向けた施策の推進

加工事業者：事業の円滑な運営、事業者間の連携による製造販売体制の強化
県水産流通課：地域支援企画員と連携した事業者の取組の支援、新たな取り組みの掘り起こし、ブランド化への支援

HACCP手法導入に向けたハード・ソフト面での取組の推進

加工事業者：食品衛生法「HACCP手法」の導入を視野に入れた衛生管理体制の整備
県水産流通課：地産地消・外商課及び食品衛生課と連携した事業者の取組への支援

輸出を目指す事業者の加工施設等のHACCP認定取得を支援

新たな加工施設の整備 → **新加工施設の稼働**

加工事業者：輸出に対応したHACCPの認定を取得するための加工場の施設改修や新たな加工場の整備
県水産流通課：施設改修や新設に係る支援

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水20】 ◆残さい加工ビジネスの再構築	メジカ加工や養殖魚の前処理加工で発生する残さいビジネスを再構築するため、既存処理施設の老朽化や残さい利用を巡る情勢の変化を踏まえた、県内の残さい処理体制の今後のあり方を検討する	幡多圏域での残さい加工ビジネスの構築	-(H27) ↓ 土佐清水市における残さい処理整備に向けた事業計画の策定に着手(H29) ↓ 幡多圏域での新たな残さい加工施設の稼働
【水21】 ◆冷凍保管ビジネスの事業化	加工用原魚の安定確保や加工品等の安定供給を図るため、県内水産業の冷凍保管機能の強化を進める	新たな冷凍保管ビジネスの構築	-(H27) ↓ 土佐清水市と宿毛市で冷凍保管施設整備に着手(H29) ↓ 新たな冷凍保管ビジネスの開始

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進			
【水22】 ◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	加工養殖魚の輸出の促進を図るため、輸出に取り組む事業者の組織化や国際見本市への出展等を通じた海外販路の開拓等の取組を支援する	国際見本市への出展	ー(H27) ↓ 5回(H29) ↓ 3回

戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立
取組方針	2 加工関連ビジネスの展開

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

残さい加工ビジネスの検討、計画策定、実施 → 施設整備

水産加工事業者、漁協、市町村：残さい加工ビジネスの再構築に向けた協議会の設立、方向性の検討、計画策定、施設整備、運営
県水産流通課：協議会への参画、残さい加工ビジネスの再構築に向けた支援

新たな冷凍保管ビジネスの構築

冷凍保管施設の整備 → 施設の稼働

民間企業（水産加工、物流等）、漁協、市町村：新たな冷凍保管ビジネスの構築に向けた協議会の設立、方向性の検討、計画策定、施設整備、運営
県水産流通課：協議会への参画、新たな冷凍ビジネスの構築に向けた支援

戦略の柱	3 市場対応力のある産地加工体制の確立
取組方針	3 輸出の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

加工養殖魚の海外販路の開拓

養殖業者、加工事業者、流通業者、すくも湾漁協：高知県養殖魚輸出促進協議会の設立、協議会による国際見本市への出展等を通じた海外の販路開拓活動、HACCP認証取得など輸出に対応した水産加工施設の衛生管理体制の高度化
県水産流通課：協議会の輸出促進活動の支援、輸出支援アドバイザーの設置、養殖ブリの褐変対策対応、輸出に対応した水産加工施設HACCPの認証取得支援

分野	水産業分野
戦略の柱	4 流通・販売の強化

戦略の方向性	少量多品種の特性を活かした外商の拡大や消費地市場とのネットワークの強化を図るとともに、国外への販路を開拓することで、本県水産物の販売力の向上を図る。

戦略目標	目標
	「応援の店」県内参画事業者の出荷額
	産地市場の集約化
	水産物の輸出額

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	外商ビジネスの拡大	○「高知家の魚応援の店」の取引拡大のため、「応援の店」300店舗を絞り込み重点店舗としてフォロー、産地における高鮮度魚の出荷体制の構築 ・県内事業者の「応援の店」との取引額3.2億円 ・「応援の店」登録店舗：803店舗（H29年度末） ・県内事業者との取引店舗：延べ569店舗（30.1末現在） ・産地見学会の開催：3回 ・高鮮度処理の指導：県内定置等6か所で実施 ○県内水産関係事業者と県が連携して、築地にっぽん漁港市場に「さかな屋　高知家」を出店し、店舗を拠点に首都圏における本県水産物の外商活動・PRを展開 ・テストマーケティングの実施： （H26）12回、（H27）24回 ○関西、中四国、九州の消費地市場（卸売業者等）との交流による関係強化やフェアの開催 ・関西・中四国・福岡各市場との合同会議の開催　（H24～H29）年1回高知県で開催 ・関西地区量販店での県産水産物フェア等の開催（H27～H29）延べ55店舗で開催	○高知家の魚応援店制度 ・県産水産物の取扱いに意欲的な店舗の掘起こしによる登録店舗の拡大 ・マッチングの機会を活かした取引の拡大 ・店舗訪問によるフォローアップ、信頼関係の構築 ・産地指導による高鮮度処理体制の定着化と高鮮度魚の流通拡大 ○消費地市場との連携 ・水産物フェアの継続、高知県産品フェアへの移行 ・消費市場でのイベントの参加による取引の拡大
2	産地市場の機能強化	○優良衛生品質管理市場の認定 ・県内3市場が優良衛生品質管理市場の認定を取得 H24:すくも湾中央市場、H25：清水魚市場、H26：室戸岬魚市場 ○水揚げの集約化 ・足摺岬魚市場の漁獲物を清水魚市場へ集約（H27） ・佐賀魚市場にて、市場の集約化や衛生管理に関する協議会が発足（H29） ・田野町魚市場の漁獲物を奈半利町魚市場へ集約（H29） ・以布利魚市場と清水魚市場との集約について県漁協理事会が意思決定（H30中に集約予定）	・優良衛生管理市場の認定取得のためのハード対策及びソフト対策に当たっての漁協の費用負担 ・市場の集約化のための漁業者や産地買受人の合意形成 ・市場集約化のための施設整備や不要施設撤去に係る漁協の費用負担
3	輸出の促進（再掲）	○高知県養殖魚輸出促進協議会 ・漁協、加工業者、ディーラー、商社、物流業者等による高知県養殖魚輸出促進協議会が設立 ・水産物の国際取引に精通した企業にアドバイス業務を委託し、協議会の輸出に向けた活動を支援 ・協議会が行う国際商談会への出展等による販路開拓、次年度の出展等を見据えた現地調査などを支援 [国際商談会への出展等] FOOD　EXPO（香港）、THAIFEX（タイ）、VIETFISH（ベトナム）、SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA（米国）、沖縄大交易会 ○HACCP対応等 ・大日本水産会等による一般的衛生管理講習会・輸出セミナーやHACCP研修会の開催	・海外商談会出展など高知県養殖魚輸出促進協議会による輸出に向けた活動の促進 ・HACCP認証の取得など輸出に対応した水産加工施設の衛生管理体制の高度化への対応 ・輸出に取り組む事業者の貿易対応力の向上

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:1億円	H29:3.2億円	4億円	5億円	6億円
H27:33市場	H29:32市場	28市場	23市場	15市場
H26:0.2億円	H28:1.7億円	3億円	4億円	6億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水23】◆「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H30拡充)		○						
【水24】◆県内産地の対応力の強化	○	○						
【水25】◆消費地市場と連携した外商活動の展開		○						
【水26】◆販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築		○						
【水27】◆市場統合による拠点市場への水揚げの集約化	○			○				
【水28】◆荷捌き機能や衛生管理体制の強化	○			○				
【再掲】【水22】◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	○	○						

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水23】 ◆「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H30拡充)	平成31年度末までに「応援の店」の登録店舗を1,000店舗まで増やし、県内事業者の「応援の店」との取引の拡大を支援する ⇒別図＜水05＞参照(p.342)	「高知家の魚応援の店」の登録店舗数	374店舗(H26) ↓ 803店舗(H29) ↓ 1,000店舗
【水24】 ◆県内産地の対応力の強化	「高知家の魚応援の店」のニーズに対応していくため、産地での神経締めや血抜き等の高鮮度処理、施氷方法の改善等、県内事業者の商品力向上を図り取引店舗の拡大を支援する	「高知家の魚応援の店」1店舗あたり、年100万円以上の取引をする県内事業者数	15事業者(H26) ↓ 25事業者(H29) ↓ 40事業者
【水25】 ◆消費地市場と連携した外商活動の展開	県外消費地市場(卸業者等)での取引の維持・拡大を目的に、県内産地市場の買受人と取引のある県外卸業者・仲卸業者との人的交流の構築を図る場として交流事業を展開するとともに、これまでに構築した人的ネットワークを活かした関西地区等量販店での水産物フェア等を開催する	県外消費地市場地区の量販店での水産物フェア等の開催店舗数	20店舗(H27) ↓ 累計55店舗(H29) ↓ 累計100店舗
【水26】 ◆販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築	首都圏や関西圏等の遠隔地への新たな物流システムを構築するため、荷物の集約化等、効率的な物流の検討、試行を支援する	新たな物流に取り組む地区	ー(H27) ↓ ー(H29) ↓ 3地区

戦略の柱	4 流通・販売の強化
取組方針	1 外商ビジネスの拡大

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

「応援の店」や「さかな屋高知家」を活用した外商強化

県水産流通課 ：「応援の店」の登録店舗の増加に伴い、産地見学会や商談会等のさらなるマッチング機会の創出、「応援の店」と連携した養殖クロマグロ、外国人向けのプロモーション、「さかな屋高知家」での県産水産物の提案会等、県内事業者の外商活動を支援
県内事業者：「応援の店」の増加に伴う営業活動の展開、事業者間による連携の検討

産地体制の強化

県水産流通課 、県漁業指導所：生産者や県内事業者への神経締めや施氷方法等、高鮮度処理技術の指導、助言を行い品質の高い水産物を供給する体制を構築
漁協：品質向上に向けた生産者や県内事業者への指導等
生産者：漁獲直後の十分な施氷や活き締め等の処理による品質の向上
県内事業者：出荷時の十分な施氷や荷姿の改善等による商品力の向上

県外の主要な消費地市場の卸売業者等との交流事業の展開・関西地区量販店での水産物フェア等の開催

産地買受人：交流事業への参加による大阪市場など県外消費地市場関係者（卸業者等）との交流促進
県水産流通課：交流事業の企画運営（消費地市場関係者の招へいと産地買受人への参加の働きかけ）や、水産物フェア等の開催に向けた関西地区量販店の発掘・実施調整

効果的な物流方法の検討、試行

県水産流通課：県漁協による市場統合への取組支援や「さかな屋高知家」を活用した関東圏での物流の効率化の検討と試行、エア便等の活用によるリードタイムの短縮に向けた試行
県漁協：佐賀市場等の改修整備計画の策定と市場統合に向けた取組に着手
県内事業者：事業者間連携による物流コストの圧縮に向けた検討

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水27】 ◆市場統合による拠点市場への水揚げの集約化	漁協経営の効率化や魚価の向上、物流の合理化を図るため、重点市場への市場統合を推進する	合意形成に向けた協議開催数(延べ)	0回/年(H27) ↓ 2回/年(H29) ↓ 4回/年
【水28】 ◆荷捌き機能や衛生管理体制等の強化	市場競争力を高めるため、荷捌き機能の強化や衛生管理講習会の開催等による新たな優良衛生品質管理市場の認定取得を支援する	優良衛生品質管理市場認定数	計3市場(H27) ↓ 計3市場(H28) ↓ 計4市場

分野	水産業分野

(再掲)【水22】 ◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓			

戦略の柱	4 流通・販売の強化
取組方針	2 産地市場の機能強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

水産物拠点市場の機能向上を支援

県水産政策課 、市町村：市場統合を目指した漁協の取組を支援
漁協：市場統合に向けた地元合意形成やハード整備計画等を推進

市場の衛生管理体制の強化

県水産政策課、市町村：市場の衛生管理体制の強化に向けた漁協の取組を支援
漁協：衛生管理講習会の開催、ソフト及びハード体制の強化

戦略の柱	4 流通・販売の強化
取組方針	3 【再掲】輸出の促進

分野	水産業分野
戦略の柱	5 活力ある漁村づくり

戦略の方向性	漁村の資源を活用した活動を支援し、地域での暮らしを支える。

戦略目標	目標
	高齢者等に対応した漁場づくり

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	高齢者や女性の活躍の場づくり	○ウニ駆除による地先海域の藻場の再生 ・H21年度から国の支援を受け、磯焼け対策としてのウニ除去活動を毎年計画的に実施 ・ウニ除去したエリアを追跡調査し、テングサ類やホンダワラ類の藻場が形成されていることを確認 *ウニ除去活動面積：222ha（H21～H28）	・ウニが原因の磯焼け面積は293haあるので、活動面積のさらなる拡大が必要 ・再生した藻場の有効活用（高齢者等に対応した漁場づくり等） ・投石による近場の漁場整備
		○地域加工グループの取り組み支援 ・地域加工グループが取り組む商品開発や販売促進を支援 ⇒県内地域加工9グループが活動を継続、雇用の場の確保に貢献 ・漁業者による6次産業の創出を支援 ⇒6次産業化に取り組む事業者の販売額：H24：17百万円 ⇒ H28：122百万円 ○既存加工施設の高度化 ・地域AP等による加工施設の整備や連携した外商の取組等を支援 ⇒新たな事業化による出荷額：1,704百万円（H28）	・地域加工グループの担い手確保 ・さらなる外商の推進に向けた連携の強化 ・6次産業化認定事業者のフォローアップと新たな掘り起こし ・さらなる産地加工の拡大に向けた人材の確保
2	交流人口の拡大	○遊漁船業等の振興 ・遊漁船業等の実態調査により、利用客の減少、固定化等による経営規模の縮小等の現状を把握 ・アドバイザーの派遣により遊漁船業者等への指導、助言を実施 ○基盤整備 ・都市と漁村の交流及び漁村・漁港の環境整備を促進するため、窪津漁港において休憩所、広場、駐車場及び植栽等を整備 ・宇佐漁港において係留施設利用者へのアンケート結果を基に改善項目を設定、照明灯の設置やタラップの修繕等を実施 ○規制緩和 ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限（まき餌釣り、やす）の規制を緩和 ○アサリ資源の回復 ・地域活動組織による浦ノ内湾でのアサリ漁場の底質の改善や食害の防止（かぶせ網）等の保全活動の実施 ・かぶせ網によるアサリ資源の回復手法の確立 ・資源の管理と持続的利用に取り組む団体に対する採補の承認制の導入	・事業者間の連携による受入体制の整備 ・サービス業としての意識改革とノウハウの取得 ・安全で快適なサービスの提供による女性客等の掘り起こし ・周辺観光との連携による旅行商品づくりの加速化 ・効果的な情報発信 ・遊漁者の利便性向上への対応 ・来訪者及びプレジャーボート係留施設利用者の利便性向上への対応 ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限（ひき縄釣り）の規制緩和 ・かぶせ網等のアサリ資源の保全活動の継続 ・食害生物の駆除
		○河川資源の種苗放流 ・県が種苗生産事業を担う体制を構築し、H28・29年度に放流用アユ種苗5.3トン及び放流用モクズガニ種苗81千尾を生産し県内漁協等に供給	・産卵場の造成や放流等の継続的な実施による河川資源の増殖 ・河川環境保全の取組支援

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:0か所	H28:0か所	5か所	7か所	10か所

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【水29】◆高齢者等に対応した漁場づくり(漁港)	○			○				
【水30】◆高齢者等に対応した漁場づくり(漁場)	○			○				
【水31】◆『地域加工』の支援	○			○				
【再掲】【水17】◆既存加工施設の高度化	○	○		○		○		
【水32】◆遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(H30拡充)	○					○		
【水33】◆遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)	○					○		
【水34】◆遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)	○					○		
【水35】◆遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)	○					○		
【水36】◆にぎわいのある河川づくり	○							

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水29】 ◆高齢者等に対応した漁場づくり（漁港）	漁港の泊地を増殖場・養殖場として利用するなど、近場の漁場づくりに向けた施設整備を進めることで、高齢者等が漁業活動を行い生活できる環境づくりを図る	漁港の泊地等を活用し新たな漁場が整備された漁港数	0漁港(H27) ↓ 0漁港(H29) ↓ 1漁港
【水30】 ◆高齢者等に対応した漁場づくり（漁場）	沿岸域の環境・生態系を維持・回復するため、地域活動組織の活動の支援を継続し、ボランティア等の参加者や活動面積を拡大する 高齢者等に対応した漁場づくりのために、藻場の活用や投石等を行う	高齢者等に対応した漁場の整備	0漁場(H27) ↓ 0漁場(H29) ↓ 4漁場
【水31】 ◆『地域加工』の支援	漁村の雇用の場を確保するため、地域加工グループの活動の継続を支援する	活動している地域加工グループ	9グループ(H27) ↓ 9グループ(H29) ↓ 9グループ以上
（再掲）【水17】 ◆既存加工施設の高度化			

戦略の柱	5　活力ある漁村づくり
取組方針	1　高齢者や女性の活躍の場づくり

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

既存漁港を活用した漁場の整備

県漁港漁場課：市町村及び漁協関係者との調整を図り、既存漁港を活用して増殖場・養殖場などの漁場造成を促進

磯焼け対策活動の継続などによる高齢者等に対応した漁場づくり

漁業者、地域活動組織：磯焼け対策活動の継続
市町村：財政面及び円滑な運営の支援、広報でのボランティア参加呼びかけ
県漁業振興課：国補助事業の導入による財政面での支援
県水産試験場：地域活動組織の取組に対する技術的支援

漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開

地域加工グループ：持続可能な活動の展開
漁協、市町村：円滑なグループ活動の実施に向けた支援
県漁業指導所、県水産流通課：グループの方向性に応じた取組の支援、新たなグループの掘り起こし

分野	水産分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水32】 ◆遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(H30拡充)	遊漁等の振興を図るため、遊漁船業等の入込客数や地域への経済的な波及効果、海面利用に関する地元ルール、遊漁者のニーズなどの実態を調査し、ニーズに沿った取組を進める ⇒別図<水06>参照(p.343)	遊漁振興に取り組む連携事業体等の掘り起こし	ー(H27) ↓ 遊漁船業者の組織化、基盤整備への支援(H29) ↓ 5地域における遊漁船業等の旅行商品化
【水33】 ◆遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)	○プレジャーボート係留施設の整備と適正管理 プレジャーボート係留施設の照明灯、タラップ等の整備・補修を進めるとともに、指定管理者と連携しながら、適正な管理と利用者サービスの向上を図る	整備対象施設における機能や安全性の確保等に関する対策項目数	0項目(H27) ↓ 1項目(H29) ↓ 10項目
	○来訪者受け入れのための環境整備 漁村での豊かな自然や漁業体験を通じて、都市と漁村の交流を促進し漁村地域の活性化を図るため、漁村・漁港において来訪者の受け入れのため環境整備を進める	都市からの来訪者を受け入れるための環境整備がされた漁村地区数	0地区(H27) ↓ 0地区(H29) ↓ 1地区
【水34】 ◆遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)	高知県漁業調整規則で制限されている遊漁者の漁具漁法について、漁業や海洋環境等に支障のない範囲で見直しを行う	高知県漁業調整規則の改正	ー(H27) ↓ まき餌釣及びやす使用の制限を解除(H28) ↓ ひき縄の制限を解除
【水35】 ◆遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)	干潟機能の維持・回復によるアサリの増殖を図るため、地域活動組織などが行うかぶせ網等のアサリ資源の保全活動への支援の継続等を行う	食害対策としてのかぶせ網の敷設面積	1,600m2(H26) ↓ 22,000㎡(H29) ↓ 30,000㎡

戦略の柱	5　活力ある漁村づくり
取組方針	2　交流人口の拡大

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

実態の把握

県漁業振興課、県漁業指導所：遊漁等の実態の把握

遊漁船業や体験漁業等の振興

県漁業振興課、県漁業指導所：実態やニーズに基づく振興策の検討、遊漁船業者の組織化、整備への支援（支援制度の拡充、基盤整備等）、アドバイザーの設置、新たな観光資源の発掘

旅行商品の開発支援

県水産政策課、県漁業指導所：遊漁船業等の旅行商品の企画提案と旅行エージェントへの売り込みを支援

プレジャーボート係留施設の整備

県漁港漁場課：利用者の安全確保と利便性を向上させるため、プレジャーボート係留施設の整備を促進

来訪者受け入れのための環境整備

県漁港漁場課：都市と漁村の交流を促進するため、漁村・漁港の環境整備を促進

高知県漁業調整規則の改正

漁業管理課：改正に向けた水産庁との協議
高知海区漁業調整委員会：沿岸部会による制限緩和の影響等の調査

新たな遊漁者の漁具漁法の制限の周知徹底

漁業管理課：HP等を利用した周知

状況に応じた制限内容の見直し

漁業管理課：遊漁や漁業の状況に応じて、制限内容の見直しを随時行う

地域活動組織による保全活動の継続

潮干狩りの試験開放

潮干狩り事業の実施

垂下式養殖の推進

漁業者、地域活動組織：底質の改善や食害生物の駆除などの保全活動を維持、拡大、大規模被せ網の実施、垂下式養殖の実施
漁協：潮干狩り事業の実施
市町村：財政面及び円滑な運営の支援、広報でのボランティア参加呼びかけ
県漁業振興課・水産政策課：財政面での支援
県水産試験場、県中央漁業指導所：地域活動組織の取組に対する技術的支援

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水36】 ◆にぎわいのある河川づくり	内水面における水産資源の増強を図るため、防疫や遺伝的多様性に配慮した責任ある種苗放流、産卵場造成、禁漁期・禁漁区の設定及び冷水病等の疾病対策を支援する。 自然の再生産能力を高めるため、資源増殖の試験研究、自然保護意識の醸成と活動への参画、流域住民などによる環境保全、魚類等の生態に配慮した河川改修の提案等を実施する	・種苗放流や産卵場造成などの人工的対策の実施 ・自然再生産による資源増殖につながる取り組みの実施	-(H27) ↓ -(H28) ↓ 種苗放流や産卵場造成など人工的な対策により資源の維持が図られている状態

戦略の柱	5　活力ある漁村づくり
取組方針	2　交流人口の拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖

漁協：防疫や遺伝的多様性などに配慮した責任ある種苗放流
　　産卵場造成や禁漁期設定などによる資源保護の取組推進と情報発信
市町村：県が行うアユ等種苗生産事業への支援、協力
県漁業振興課：内水面資源増強や河川環境に応じた放流技術などの調査研究の一層の推進、関係機関の応分の役割分担のもとでのアユ種苗生産事業の実施、漁協などが行う資源増強の取り組みに対する支援、魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備等への協力、河川環境保全の推進、県民への啓発とHPによる情報発信、利水関係者等の協力を得るための庁内外の連携

自然再生産による資源増殖につながる取組

県民：自然保護意識の醸成と環境保全・資源保護活動への参画
　　新たな病気や外来魚を持ち込まないなど、本来の河川の姿を守るための理解と協力
漁協：行政や海面漁協など他団体との連携や流域住民を巻き込んだ環境保全や資源保護の取組推進と情報発信
市町村：流域住民への啓発
　　地域の利害関係者間の調整と連携の促進
県漁業振興課：河川環境保全や資源利用方法の検討による漁場管理計画提言、漁協などが行う資源増強の取組に対する支援、魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備への協力、河川環境保全の推進、県民への啓発、広域的視点からの利害調整

伝統ある近海カツオ一本釣り漁業を次代へつなぐ対策の実施 <水01>

現状

●中西部太平洋でまき網によるカツオの漁獲量が大きく増加
●海外まき網の漁獲量が増加した一方、**本県の近海カツオ一本釣りの漁獲量が大きく減少**

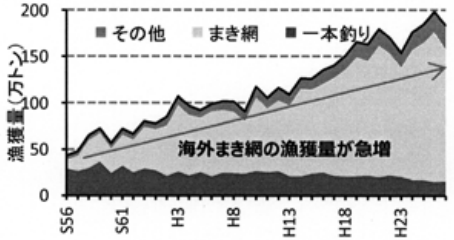


図1．中西部太平洋におけるかつおの漁獲量の推移

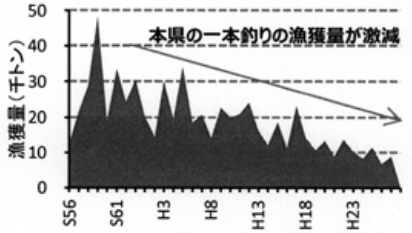


図2．高知県の近海一本釣りによるかつおの漁獲量

●特にカツオ漁業の主力である近海船では、漁獲量の減少に加えて、これまでの燃油や資材の高騰などにより、**漁船数が減少。**
●残っている経営体も**経営状況がひっ迫し、資金繰りが悪化**

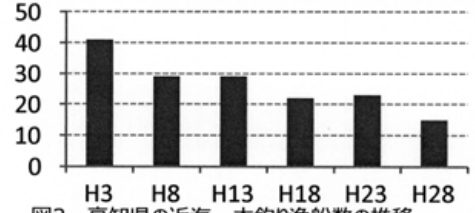


図3．高知県の近海一本釣り漁船数の推移

●漁獲量減少による売上減
↓
●経営体の減少
●多額の借入金に依存した経営、繰越欠損金が増加
↓
●社会的情勢の変化（燃油高騰）等により自助努力だけでは経営改善が困難

表1．高知県近海一本釣りの経営状況（H28決算）

繰越剰余金（千円）		借入金残高（千円）	
11経営体	1経営体あたり	11経営体	1経営体あたり
▲346,512	▲31,501	1,943,430	176,675

●近海カツオ船は**高船齢化が進行**し、漁船の更新時期に廃業せざるを得ない状況

表2．高知県の近海かつお一本釣り漁船の船齢

～10年未満	2隻
～20年未満	4隻
20年以上	8隻

50%以上の漁船が20年以上の高船齢

本県の伝統ある<u>カツオ一本釣り漁業の存続が危機的な状況</u>

課題①

●カツオ資源の回復

海外まき網を含めた実効あるカツオなどの資源の保存管理措置の確立し、我が国海域へのカツオの来遊量を回復する。
・長期管理目標の水準引き上げ
・まき網漁船の漁獲規制や隻数制限

対策①

●「高知カツオ県民会議」
・県民・国民世論を盛り上げ、カツオ資源の実効ある管理措置の構築のための国の国際交渉を後押し
・カツオ資源に危機感を有する**海外NGOなどとの関係を深め**、島嶼国と問題意識を共有し、資源管理に向けた意識を醸成
●「県」
・国（水産庁、外務省）、関係県と連携し、島しょ国との友好関係を構築
・客観的な科学データ取得のために、国（水産庁）の実施する熱帯域でのカツオ資源調査に参画

□ただし、カツオ資源の回復までには粘り強い長期的な取り組みが必要

○カツオの生態や資源の解明
○資源管理の必要性を国際社会と共有
○利害関係国の理解に向けた粘り強い交渉
↑国の交渉等を力強く後押し
「高知カツオ県民会議」

WCPFCでの決定
※参加26カ国・地域の合意が基本

○資源管理措置の構築
↓ 資源管理の継続
○カツオ資源の回復

一方、近海カツオ一本漁業の経営は待ったなしの状況

課題②

●近海カツオ一本釣り漁業の経営改善

高船齢化している漁船の代船建造を促進し、戦闘力の高い漁船での効率的な操業により経営を改善する。
代船建造に向けて、社会的情勢の変化により悪化している資金繰りを改善し、代船建造につなげる。
・資金繰りの改善
・代船の建造による高戦闘力の漁船取得

対策②

○資金調達の支援の充実
制度資金のメニュー拡充による資金繰りの改善
→代船建造につなげ経営を改善

○戦闘力の向上支援
漁船リース事業等による代船建造、設備投資への支援

※漁船リース事業（H27国補正～ 代船取得に対する1/2の補助）の継続期間内の代船建造を目指す

カツオ漁業の存続に向けて

「資源」、「経営」両面から対策を講じ、カツオ漁業の灯を守る

資源：カツオ資源管理措置の構築 → カツオ資源の回復
経営：カツオ漁業経営資金繰り改善 → 代船建造による経営改善

→ カツオ生産量の維持・拡大 → **カツオ漁業の存続**

水産業分野における生産工程の改善等による生産性の向上 <水02>

バージョンアップ取組の方向性

- 漁業生産の各工程の問題点を体系立てて洗い出し、ニーズを顕在化
- 隘路（ボトルネック）の解消を図り、漁業経営の安定化を図る
- 漁業経営等を幅広く見渡して事業戦略（中・長期計画）を策定

課題：①人手不足を解消するための省力化　②効率的な操業による漁獲量の維持・拡大　③事業戦略（中長期計画）の策定

	操業前	出漁判断	漁労作業	市場・流通
定置漁業	●漁獲量を安定させるための定置網の最適配置 →計量魚探による漁獲量増大のための定置網の形状や敷設位置の検討	●急潮予測システムの開発 →急潮による被害軽減及び出漁判断 ●設置型計量魚探による漁獲予測 →出漁や漁船に積み込む氷の量を判断	●省力化に向けた網形状、操業方法の検討	●選別作業の効率化 →画像認識技術を用いた選別機の開発 ●流通の改善 →「高知家の魚 応援店制度」参画事業者による流通改善（物流・受発注）の検討
漁船漁業	●漁具 の改良、操業準備の省力化 →改良型漁具による操業準備の効率化 ●黒潮牧場をはじめとする魚礁の最適配置の検討	●黒潮牧場（漁海況システム）の有効活用 ●標本船調査結果の即日周知 →出漁判断や効率的な操業	●省力化に向けた操業方法や漁具 の改善 →改良型漁具による操業の効率化【再掲】	

	稚魚の導入	給餌管理	網替え・分養	生産管理
養殖業	●人工種苗による生産の安定化 →人工種苗の量産化による種苗の安定供給（クロマグロ、カンパチ、ブリ）	●給餌の省力化、コスト削減 →自動制御機能を備えた給餌器の開発	●省力化に向けた作業工程の見直しや機器導入の検討	●データによる生産管理 →給餌量、環境データの自動取得による生産履歴の管理

効率化や事業戦略の策定などにより、漁業経営を安定

水産業生産性向上PTで幅広く検討

- 漁業生産の各工程を広く見渡し、機械化・IoT化、作業工程の見直し等により隘路（ボトルネック）を解消
- ニーズの抽出から解決策の検討を継続して実施

生産性向上の各取組を導入し、「事業戦略（中長期計画）」の策定

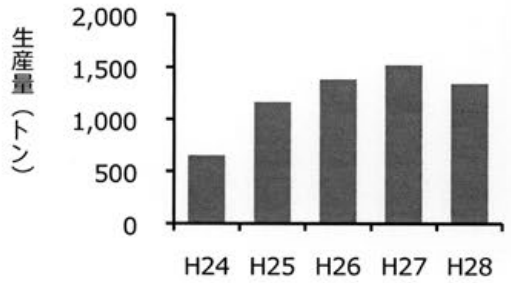
人工種苗の活用によるクロマグロ養殖業及び既存養殖業の振興 <水03>

ヨコワの横展開

1　本県マグロ養殖の現状と課題

クロマグロ養殖

■宿毛湾において、4業者が年間約1,500トン（45億円）を生産





■既存漁場のキャパや活け込み規制により、今後、天然種苗による生産量は頭打ち
・農林水産大臣指示を受け、天然種苗の活け込みを規制
・WCPFCの議論に対応し、30キロ未満のクロマグロは県別に漁獲枠を設定

■平成29年度から、県内企業がクロマグロ人工種苗の供給を開始
・23,000尾を沖出しし、7,700尾の人工種苗（体長30cm）を生産
・うち2,100尾を（県委託分）を養殖事業者に配布

■生産量を拡大するためには、人工種苗の活用が必要

その他の魚類養殖

■魚価の低迷等により、ここ5年間で60経営体が廃業

■愛媛県や和歌山県は、スマ養殖に着手
⇒高知の海域特性を活かし、小規模な養殖業者でも導入できる新魚種開発が課題

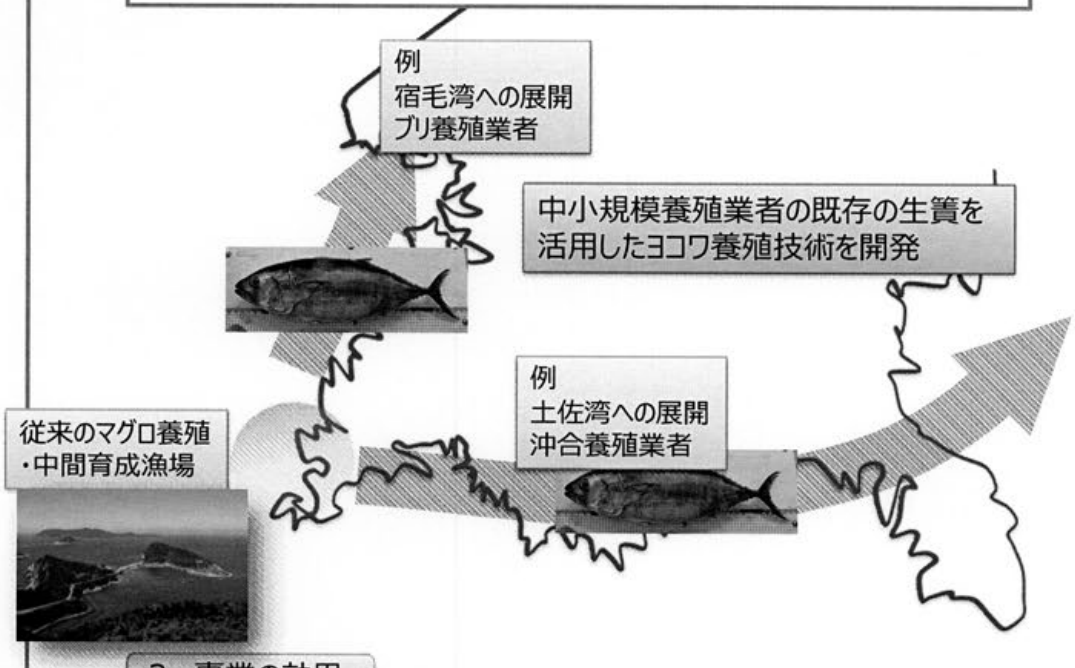
本県の養殖経営体数

	H20	H25
ぶり類	80	57
マダイ	116	86
その他	41	32
計	237	175

2　事業の目的

●現行のクロマグロ養殖業者への人工種苗の普及
★クロマグロ人工種苗生産委託料（H29～H31）
県内の種苗生産企業に委託し、人工種苗2,500尾を生産配布

●ブリ類養殖業者へのヨコワ養殖普及に向けた養殖試験
★（新）ヨコワ養殖技術開発試験（H30～H31）
ブリ類養殖の施設でクロマグロ人工種苗500尾を10か月飼育し、品質や採算性等を検証



3　事業の効果

●人工種苗の活用によるクロマグロ養殖生産量の増加
●新たな養殖魚種の導入による中小規模の養殖業者の経営安定

ヨコワ養殖の横展開による拡大再生産の達成

ブリ人工種苗の量産化に向けた人工種苗生産技術の確立 ＜水04＞

目　的

本県ブリ養殖の持続的な振興に向け、高品質なブリ人工種苗の生産技術を確立するとともに、県内養殖業者への人工種苗の普及を図る。

現　状

【養殖生産及び経営体数】

・H27年の本県における養殖ブリ類の生産額は122億円で、養殖産出額の約57%を占める。

・近年のブリ類養殖経営体数は減少傾向（H20：80経営体→H25：57経営体）

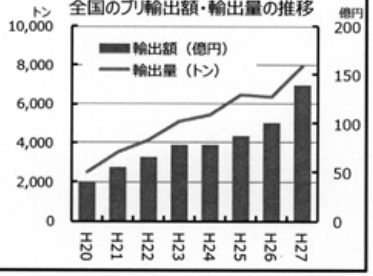
・ブリ類の養殖生産量は横ばい傾向（H22:12,804トン→H27：12,453トン）

【需要等】

・国内需要が低迷する中、ブリ輸出量・輸出額は、米国向けを中心に順調に増加

・日EU・EPAの発効に伴い、ブリ（冷凍フィレ）にかかる関税の撤廃が大筋合意され、輸出拡大への期待が高まっている。

・環境保全意識の高い欧米への輸出には、資源管理やトレーサビリティの観点から、人工種苗を用いた養殖魚のニーズが高い。



課　題

【天然種苗への依存】

・県内のブリ養殖では天然種苗（もじゃこ）を用いているが、種苗の供給量は、もじゃこの採捕状況に左右されるため、不安定。

もじゃこ導入状況

	養殖計画	導入実績	充足率
H26	2,163千尾	1,908千尾	88%
H27	2,563千尾	1,413千尾	55%
H28	2,500千尾	1,179千尾	47%

【人工種苗の生産】

・他機関におけるブリ人工種苗生産事例では、形態異常の発生が多いことや、単価が天然種苗に比べて高くなるという課題がある。

・県内では、ブリ人工種苗の生産実績がほとんど無く、事業化されておらず、海外マーケットでニーズの高い人工種苗を用いた養殖魚の供給体制が整っていない。

本県の強み

【生産環境】

・本県沿岸海域は比較的温暖で、ブリ養殖に適した環境が整っている。

【輸出対応】

・宿毛市において、輸出に対応した大規模加工施設の整備が進められており、H31の稼働を予定

【人工種苗生産】

・県内民間企業が、ブリの近縁種であるカンパチの人工種苗生産技術を有している。



対策・効果

【対策】

ブリ人工種苗を陸上施設で沖出しサイズまで飼育し、品質や歩留まり等を検証し、高品質な人工種苗の大量生産技術の確立を図る。

【効果】

ブリ人工種苗生産技術の確立、事業化に伴い、天然資源に影響を与えない、かつ、トレーサビリティが明確な養殖魚の生産が可能

・海外マーケットでの販売における優位性の確保

・輸出を視野に入れた水産加工業の振興



「高知家の魚応援店制度」の今後の展開

<水05>

	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
年間取引額（目標額）	2.2億円	3.2億円	3.5億円	4億円
登録店舗数	690店舗	803店舗	900店舗	1,000店舗
取組内容	・産地見学会の開催 ・「応援の店」へのニーズ収集や産地へのフィードバック ・「応援の店」の産地招へいや試食提案会の開催 ・産地での高鮮度処理体制の構築			





・SNSを活用した双方向での情報交換の仕組みづくり
【産地側】産地の水揚げ情報の発信
【応援店側】フェア等に備えたニーズの発信　など

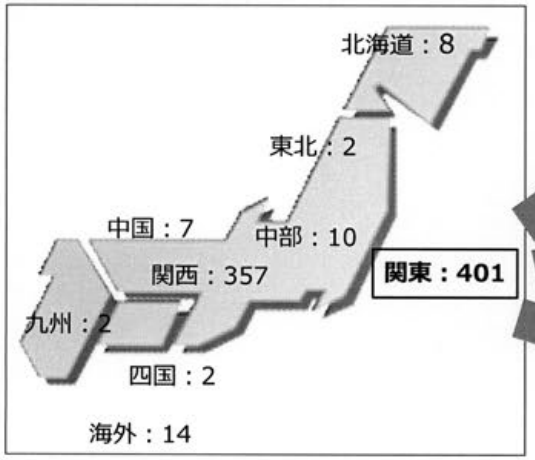
これまでの成果

・少量多品種の特色をもつ県産水産物を県外飲食店のニーズとマッチングする仕組み作りによる販路拡大
・県外の飲食店とのネットワーク体制の構築



今後の取組方針

「応援の店」とのネットワークを幅広く活用





《クラスターへの対応》
「応援の店」を活用した養殖マグロフェアの開催
・メニューフェアによる一般消費者へのPR
・大手グルメサイトを活用した特設サイトでの産地や観光等の情報発信

《オリパラへの対応》
訪日観光客への情報発信
・大手グルメサイトを活用した特設サイトでの情報発信
関東の応援店の情報　＋　本県の観光情報



《農産物ニーズへの対応》
水産物と農産物のタイアップ
・農業振興部と連携し、「応援の店」の農産物ニーズに対してきめ細かな対応が可能となる仕組み作りに着手

平成32年度オリパラ開催

平成37年度
応援の店との取引額　6億円

拡大再生産へ好循環を生み出し

海洋資源を生かした漁村でのサービス業の振興 ＜水06＞

対策のポイント　ポスト幕末維新博を見据え遊漁船業等の観光商品化を支援することで、漁村におけるサービス産業を活性化

現　状

基本的な考え方

【現状】
- ○バブル期をピークに利用客は減少・固定化
- ○一部の渡船業者を除いて小規模零細な経営で多くが個別に活動
- ○情報発信が十分でない
- ○施設・設備が顧客の満足するものとなっていない

→ **利用客の確保が大きな課題**

新たな顧客の獲得に向けて

- ○「4定条件」の確保
- ○顧客満足度の向上
- ○効果的なＰＲ

【新たな顧客層（初心者、ファミリー層、団体客）】の獲得
- ・新たな顧客層に対する営業や受入れ、情報発信のノウハウの取得（筏釣り、潮干狩り、マリンアクティビティ、ホエールウォッチングなど）
- ・施設、設備やサービスなどの受入体制の整備
- ・魅力のある体験メニューのラインナップ

【既存客層（コアな釣客・ダイバー、リピーター）】の確保
- ・タイムリーな情報発信が低調（磯釣り、船釣り、ダイビング　など）
- ・施設、設備やサービスなどの受入体制が不十分

対　策

ポスト幕末維新博を見据え、入込客の増加を図るため、新たな顧客層をターゲットとする対策に着手

- ○手軽に安全に楽しめるサービスや受入体制の整備
- ○サービス業としての意識改革によるサービス水準の向上
- ○受入施設や設備の整備
- ○事業者間の連携による受入体制の強化
- ○旅行エージェントへの企画・提案
- ○情報発信の強化

漁村でのサービス業の掘り起こしから商品化に向けた進め方

参加者を募る（計画づくり）

- **○研修会の開催**
  - ・サービス業としての基礎研修
- **○シンポジウムの開催**
  - ・地域と連携した取組の意識醸成
- **○地域での組織化の推進**
  - ・複数事業者の連携を促進
- **○遊漁船業等ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ等による計画策定ｻﾎﾟｰﾄ**
  - ・クラスタープランの策定
  - ・渚泊推進事業提案書の策定
- **○観光部門との連携**
  - **・土佐の観光創生塾への誘導**
  - **・個別事業者の事業計画策定支援**

（事業戦略ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰによるｻﾎﾟｰﾄ）

つくる（磨き上げ・商品化）

- ○施設・設備等整備支援
  - ・団体客等に対応するための増設
  - ・新たな顧客のﾆｰｽﾞに対応した施設整備　等
- ○情報発信支援
  - ・HP、SNSでの発信
  - ・PRグッズ作成支援
- ○誘客支援
  - ・事業者（宿泊、飲食、温泉等）と連携した誘客

商品化を加速

- ○自然体験観光商品化の支援
- 新 遊漁船業等旅行商品化推進事業委託料
  - ①体験メニューの磨き上げ・組合せ
  - ②観光事業者への企画書の作成
  - ③観光事業者へのプレゼンの場の設定

- ○ソフト・ハードの支援による受入体制の充実
- 新 渚泊推進施設整備事業費補助金
- ・遊漁船業等振興事業費補助金
- ・遊漁船業等アドバイザー事業委託料
- ・遊漁船業等振興資金利子補給金
- ・アサリ資源回復対策支援交付金

- **・土佐の観光創生塾　基礎編～応用編**
- **・事業戦略の策定**

売る→もてなす

観光部門の販売ツールを活用

- ○多様な販売先への発信
  - ・自然体験観光のポータルサイトへ情報掲載
- ○旅行会社へのセールス支援
- ○商品の質の確保
  - ・人材育成（スキルアップ）
  - ・利用者の評価の取得

→フィードバックを元にさらなる磨き上げによる利用客増を目指す

新 海洋レジャー等事業者カルテ作成委託料
- ・ウエブサイトやSNSで情報発信をしている遊漁船業者やその他海洋資源を活用したサービス事業者を対象とした実態調査

新 遊漁マップ作成委託料
- ・遊漁船業等に関する県内事業者等の情報を網羅した遊漁マップの作成

Ⅰ　専門分野の成長戦略
商工業分野

商工業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

商工業分野では「製造品出荷額等」を代表する指標とし、平成27年には5,000億円以上を達成する目標を掲げ、「地産の強化」、「外商の強化」、「地産外商の成果を拡大再生産へ」の3つを柱にして取り組みを進めてきました。その結果、平成27年の製造品出荷額等は5,673億円と目標を上回っており、着実に成果が現れています。

地産の強化では、産業振興センターにものづくり地産地消・外商センターを設置し、企業のものづくりの流れを一貫してサポートする支援体制を構築したほか、製品開発への支援策の充実を図りました。その結果、相談件数、マッチング件数、事業化プラン数ともに増加しました。

また、本県の強みである紙産業の飛躍的な推進では、紙産業技術センターに新たな機械設備を導入し、企業への技術支援を強化することで、着実に新製品の開発や企業の設備投資につながりつつあります。

外商の強化では、ものづくり地産地消・外商センターに東京営業本部を設置し、外商支援体制と活動の抜本強化を図り、外商支援による成約額が、平成24年度は2億5千万円であったものが、29年度は58億円と約23倍になるなど、大幅に増加しました。

このような地産・外商の推進の結果、拡大再生産の動きが着実に進んでいます。企業立地では、事務系職場やIT・コンテンツ関連企業を中心とした新設と、既立地企業の増設及びそれに伴う新規雇用も着実に増加するとともに、設備投資においても補助制度の拡充等により企業の生産額や雇用数が増加しました。

また、拡大再生産の好循環を実現するためには、移住施策と一体となった事業者の中核人材の確保などが重要であることから、平成29年度から高知県移住促進・人材確保センターを設置して、新たな事業展開に必要な中核人材の確保を行う支援体制を構築するとともに、高知県事業引継ぎ支援センターと連携して小規模M&Aの促進を図り、休廃業件数の抑制と地域の雇用維持に取り組んでいます。

しかしながら、産出額等の上昇傾向に力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が設備投資や雇用の増加といった拡大再生産に十分につながっていない分野も見受けられます。

今後は、上向きに転じたこれまでの流れを一層伸ばし、力強いループに乗せるため、事業戦略・経営計画の策定・磨き上げ・実行支援を基軸に据え、各施策のさらなるバージョンアップを図っていく必要があります。

②第3期計画ver.3の取り組み

これまでの取り組みをさらに加速し、拡大再生産への流れを力強く進めるため、第3期計画においても製造品出荷額等を代表する指標に定め、4年後（平成31年）の目標である6,000億円以上の達成に向けて、以下の5つを柱にして「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」を目指して取り組みを進めていきます。

柱1　持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定では、引き続き、産業振興センターにおいて、事業戦略の策定・磨き上げ・実行支援を行うとともに、商工会や商工会議所と連携して、商店街などの地域の事業者の経営計画策定・実行を支援していきます。加えて、県内企業のさらなる生産性や付加価値の向上を図っていくため、事業戦略・経営計画の策定支援と平成30年4月に国が設置する「高知県働き方改革推進支援センター」の取り組みを融合させ、働き方改革の推進も併せて行います。

柱2　絶え間ないものづくりへの挑戦では、事業戦略や経営計画に基づく高付加価値な製品開発や企業の生産性を高める設備投資への支援を強化します。また、第一次産業等の現場ニーズを抽出し、機械化・IoT化のマッチングを進める第一次産業等の生産性向上プロジェクトに取り組み、ものづくりの地産地消・外商を強化します。加えて、防災関連産業のさらなる振興に向け、補助制度を活用してニーズに対応した防災関連製品の開発を支援するとともに、Eコマースの活用等により民需への販路開拓に取り組みます。また、工業技術センターにおいて県内企業の生産性向上に向けた人材育成の取り組みを進めます。

柱3　外商の加速化と海外展開の促進では、防災関連製品などについて、台湾や東南アジアでの国際見本市への県ブースの出展やセミナーの開催などにより輸出をさらに加速化させるとともに、引き続き、ODA（政府開発援助）関連事業を活用した海外展開の促進に向け、取り組みのさらなる深化と拡大を図ります。

柱4　企業立地や起業の促進では、各部局と連携し、第一次産業分野等への県内外企業の参入促進と関連産業の一体的な誘致及び事務系職場、IT・コンテンツ関連企業の集積拡大を図ります。

柱5　産業人材の育成・確保では、経営者の高齢化や後継者不在による企業の休廃業に歯止めをかけるため官民連携の事業承継ネットワークによる支援スキームを構築します。また、各産業分野の担い手不足の解消に向け、移住促進・人材確保センターと連携し、移住施策等とより一体的な事業展開を図るとともに、高齢者、若年無業者について、組織連携による労働参画機会の拡大に取り組みます。併せて、首都圏在住のITエンジニアやクリエイターなどとのネットワーク構築や、IT・コンテンツアカデミーを開催し、IT・コンテンツ産業の即戦力となる人材確保・育成の取り組みの充実・強化を図ります。

商工業分野の展開イメージ ～拡大再生産によ

分野を代表する目標　**製造品出荷額等**　現状（H28）5,675億円 ⇒ ４年後（H31

「地産」のさらなる強化

柱２　絶え間ないものづくりへの挑戦

１　ものづくり企業の製品開発の促進



にらのそぐり機の開発

- ○ 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
- 拡 高付加価値な製品開発への支援
- ○ 農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携プロジェクトへの支援

２　生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

- 新 各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出
- ○ 高知版ＩｏＴの推進
- 新 生産性を高める設備投資の推進（補助事業＋融資制度）
- 新 工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化

３　メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 拡 高付加価値な製品開発への支援[再掲]

４　紙産業の飛躍的な成長の促進



熱カレンダー装置

- ○ 「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
- 拡 高付加価値な製品開発への支援[再掲]

５　外商強化に向けた食品加工の高度

- 拡 市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援

６　産学官連携によるイノベーションの

- ○ 研究成果を産業利用するための支援

７　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

柱１　持続的な拡大
循環に向けた事業者

１　事業戦略策定等への支

- ○ 事業戦略の策定・磨き上げ・実行
- ○ 事業化プランの策定から試作開発
- 拡 事業戦略等の策定・実行支援を通化・高付加価値化）及び働き方

２　地域の事業者の経営力

- 拡 商工会及び商工会議所との連携事業展開への支援





地産外商の成

柱５　産業人材の育成・確保

１　人材確保の推進



四国U・I・Jターン
就職・転職フェアin大阪

- ○ 移住施策と一体となった中核人材の確保
- 拡 新規学卒者の県内就職促進
- 新 組織連携による労働参画機会の拡大
- 拡 IT・コンテンツ産業の人材の確保

２　円滑な事業承継と中核人材の確保への支援

- ○ 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
- ○ 小規模Ｍ＆Ａの促進

３　人材の育成の推進

- 拡 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
- 拡 IT・コンテンツ産業の人材の育成

４　生産性向上の取り組みを通じた働き方改革の推進

- 拡 事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進[再掲]
- ○ 従業員の定着対策
- ○ 従業員の能力開発支援
- ○ 新規高卒就職者の離職防止



る雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業～

）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


ファインバブル発生装置

「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
- 拡 防災関連製品の新たな販売先の開拓



防災関連製品カタログ


中部ライフガードTEC2016 in名古屋

2 県内企業の海外等展開を促進

- ○ 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
- ○ 海外での外商活動支援
- ○ JICA及びJETRO等と連携したODA（政府開発援助）案件化の促進



全国・海外へ！

果を「拡大再生産」へ

柱４ 企業立地や起業の促進

1 全庁一丸となった企業立地の推進

- ○ 地域産業クラスターからの発展による企業立地
- ○ ものづくり企業の強化につながる企業立地
- ○ 本県をフィールドとした防災分野や第一次産業のIoT化等に取り組む高知ならではの新産業の企業立地
- ○ 事務系職場の集積拡大
- ○ IT・コンテンツ関連企業の集積拡大


高知中央産業団地

2 起業に取り組む事業者等への支援の強化

- ○ IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進
- ○ 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
（IT・コンテンツ人材の育成、首都圏の人材・企業とのネットワークの構築等）
➡ IT・コンテンツ関連企業 事務系職場の集積拡大

商工業分野

分野の目指す姿	拡大再生産による雇用
分野を代表する数値目標	製造品出荷額等　現状(H28):5,675億円　⇒　4年後(H31):

戦略の柱	1　持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定	「地産」のさらなる強化 2　絶え間ないものづくりへの挑戦	「外商」 3　外 海外
戦略の方向性	●事業者の事業戦略、経営計画の策定を支援し、持続的な拡大再生産の好循環へつなげる	●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 ●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 開を促進 速する
戦略目標	・事業戦略を持つ企業数 ㉛:200社(H28～H31累計) ・策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合100% ・経営計画の策定支援件数 ㉘:209件 →㉛:2,058件(H28～H31累計)	・IoTプロジェクト関係 ①創出件数:㉛:30件(H28～H31累計) ②自立件数:㉛:7件(H28～H31累計) ・設備投資助成関係 ①生産性向上計画の作成支援件数 ㉛:22件(H30～H31累計) ②利子補給制度を活用した設備投資実施件数 ㉛:160件(H30～H31累計) ・防災関連認定製品(累計) ㉕:85品→㉛:162品 →㉝:190品→㊲:246品 ・紙産業の製造品出荷額等 ㉖:669億円→㉛:690億円 →㉝:730億円→㊲:800億円 ・空き店舗への出店 ㉖:59件(H21～H26累計) →㉛:100件(H28～H31累計) ・チャレンジショップ開設 ㉗:4箇所→㉛:14箇所	・ものづくり地 の外商支援 ㉕:27.1億 →㉝:100 ・防災関連認 ㉕:48.5億
取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」	1. 事業戦略策定等への支援 ◆事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援 ◆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 ◆[拡充]事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上(省力化・高付加価値化)及び働き方改革の推進 2. 地域の事業者の経営力強化 ◆[拡充]商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援	1. ものづくり企業の製品開発の促進 ◆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 ◆[拡充]高付加価値な製品開発への支援 ◆農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携プロジェクトへの支援 2. 生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進 ◆[新規]各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出 ◆高知版IoTの推進 ◆[新規]生産性を高める設備投資の推進(補助事業＋融資制度) ◆[新規]工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化 3. メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興 ◆[拡充]高付加価値な製品開発への支援[再掲] 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 ◆[拡充]高付加価値な製品開発への支援[再掲] 5. 外商強化に向けた食品加工の高度化 ◆[拡充]市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化 6. 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 7. 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	1. ものづく ターによ 製品含む ◆東京営 ポート ◆企業の 等の実 ◆見本市 ◆技術提 ◆[拡充] な販売 2. 県内企 ◆海外で ◆国内貿 ◆海外展 強化 ◆海外で ◆JICA及 たODA 化の促

野の体系図

拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業

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

のさらなる拡大	地産外商の成果を「拡大再生産」へ	
商の加速化と 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
とどまらず、海外展 進し、外商をさらに加	●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
地産地消・外商センター 援による成約額 円→㉛:73億円 億円→㊲:183億円 認定製品の売上高 円→㉛:64億円	・企業立地による製造品出荷額等 ㉖:252億円→㉛:612億円→㉝:806億円→㊲:900億円 ・企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数) ㉛:800人→㉝:1,100人→㊲:1,900人 (うち事務系職場 ㉛:350人→㉝:500人→㊲:900人) ・新規雇用者数(IT・コンテンツ分野)(H27からの累計) ㉗:71人→㉛:300人→㉝:500人→㊲:900人 ・IT・コンテンツ関連企業立地件数(H25からの累計) ㉗:6件→㉛:20件→㉝:26件→㊲:38件	・県出身県外大学生の県内就職率 ㉖:13.6%→㉛:30%
り地産地消・外商セン る外商促進(防災関連 ン) 業本部による外商サ 課題に応じたセミナー 施 出展や商談会の開催 案型商談会等の開催 防災関連製品の新た 先の開拓 業の海外展開を促進 の市場調査支援 易商社とのマッチング 開支援のさらなる の外商活動支援 びJETRO等と連携し (政府開発援助)案件 進	1. 全庁一丸となった企業立地の推進 ◆ 地域産業クラスターからの発展による企業立地 ◆ ものづくり企業の強化につながる企業立地 ◆ 本県をフィールドとした防災分野や第一次産業のIoT化等に取り組む高知ならではの新産業の企業立地 ◆ 事務系職場の集積拡大 ◆ IT・コンテンツ関連企業の集積拡大 2. 起業に取り組む事業者等への支援の強化 ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進 ◆創業融資メニューの活用促進	1. 人材確保の推進 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保 ◆ [拡充]I新規学卒者の県内就職促進 ◆ [新規]組織連携による労働参画機会の拡大 ◆ [拡充]IT・コンテンツ産業の人材の確保 2. 円滑な事業承継と中核人材の確保への支援 ◆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 ◆小規模M&Aの促進 3. 人材の育成の推進 ◆ [拡充]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 ◆ [拡充]IT・コンテンツ産業の人材の育成 4. 生産性向上の取り組みを通じた働き方改革の推進 ◆ [拡充]事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上(省力化・高付加価値化)及び働き方改革の推進[再掲] ◆従業員の定着対策 ◆従業員の能力開発支援 ◆新規高卒就職者の離職防止

分野	商工業分野
戦略の柱	1　持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定

戦略の方向性	事業者の事業戦略、経営計画の策定を支援し、持続的な拡大再生産の好循環へつなげる

戦略目標	目標	
	○事業戦略策定等への支援	事業戦略を持つ企業数（累計）
		策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合 100%
	○地域の事業者の経営力強化	経営計画の策定支援件数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	事業戦略策定等への支援	・民間シンクタンク等をメンバーとする「事業戦略支援会議」の指示・助言を受け企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」の策定・磨き上げ・実行をサポート ●事業戦略支援会議の開催　12回（H29） ●事業戦略の策定（H28からの累計） 着手111社（内完成87社） 着手予定15社　計126社 ・事業戦略に取り組む企業の掘り起こしや意識の醸成を目的とする普及啓発セミナーや課題に応じたセグメント（要素）別セミナーの開催 ●普及啓発セミナーの開催　1回（5/10　202人） ●セグメント別セミナーの開催　6回 6/19「経営・財務」11人、7/18「企画・マーケティング」19人、8/28「研究開発・設計」17人 、9/29「製造」29人、10/27「販売」15人、11/30「サービス」13人 ・全国に通用する製品づくりを目指して、県内事業者が新たに取り組む製品開発について、企画段階から販路拡大までをまとめた事業化プラン（製品企画書）を作成支援 ●事業化プランの作成　策定済26件（H29）	・さらなる事業戦略策定着手への動機づけや意識の醸成が必要 ・職員のさらなる能力向上と支援チームの連携強化 ・企業の担当者の課題解決のための学びの場への参加促進 ・事業戦略でのより根本的な課題分析と継続的な磨き上げ ・働き方改革推進支援センターの取り組みと「人材確保、育成・定着」「生産性向上」等の取り組みの推進 ・事業戦略と絡めた案件のさらなる掘り起こし ・工技センター、紙技センター等との連携
2	地域の事業者の経営力強化	・商工会や商工会議所と連携し、意欲的な事業者の発掘や重点指導を実施 ・連絡会議・地域連絡会議を開催し、商工会・商工会議所による経営計画の策定や実行への支援の状況、地域の事業者のニーズや課題を把握するとともに、産業振興計画の施策等の情報を共有 ●経営計画策定支援件数（H28からの累計） 策定支援済1,128件、策定支援中100件（H30.3末現在）	・事業者への経営計画策定の必要性の浸透 ・地域の事業者の個々の経営課題に対応するため、他機関との関係を強化 ・経営指導員のさらなる支援力の向上

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
－	H29：87社	200社	－	－
－	－	－	－	－
－	H29:1,128件 (H28～H29累計)	2,058件 (H28～H31年度累計)	－	－

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商01】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援								○
【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施			○				○	○
【商03】 ◆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								○
【商04】 ◆事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上(省力化・高付加価値化)及び働き方改革の推進(H30拡充)			○				○	○
【商05】 ◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H30拡充)			○				○	○

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商01】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げ・実行への支援	企業の経営ビジョンを実現する事業戦略の策定から課題解決までを支援し、企業の成長を総合的にサポートすることで拡大再生産につなげる 事業戦略策定後は、事業戦略支援会議でPDCAサイクルを回しながら目標達成に向けた伴走支援を行う ⇒別図＜商01＞参照(p.420)	①事業戦略を持つ企業数(累計) ②策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合	① －(H27) ↓ 87社 (H28～H29累計) ↓ 200社 (H28～H31累計) ② － ↓ 100%
【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施	事業戦略に取り組む企業の掘り起こしのための普及啓発セミナーや課題に応じたセグメント(要素)別の個別セミナー等を開催する	セミナー等の参加者数	－(H27) ↓ 1,107人 (H28～H29累計) ↓ 3200人 (H28～H31累計)
【商03】 ◆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	・県内のものづくり企業を訪問し、(公財)高知県産業振興センターの取り組みをPR。意欲ある事業者の発掘やその後の活動のフォローを実施 ・企業訪問等を通じた事業化プラン(製品企画書)作成企業の掘り起こしと作成済みプランの実現化をサポート ⇒別図＜商01＞参照(p.420)	事業化プランの作成件数	30件(H26) ↓ 26件(H29) ↓ 40件
【商04】 ◆事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上(省力化・高付加価値化)及び働き方改革の推進(H30拡充)	産業振興センターや商工会・商工会議所と連携し、事業戦略や経営計画の策定・実行支援を通じて人材確保・育成定着のための魅力ある職場づくりを推進する ⇒別図＜商01＞参照(p.420)	ワークライフバランス推進認証レベル企業数	173社 (参考:H28認証企業数) ↓ 500社(H30) ↓ 1,000社(H31)

戦略の柱	1　持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定
取組方針	1　事業戦略策定等への支援

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

事業戦略の策定 ⇒ 磨き上げ ⇒ 経営ビジョン実現に向けたサポート活動の展開

県工業振興課、(公財)高知県産業振興センター ：
・企業と協働で経営ビジョン(5年後10年後の目指す姿)を明確化したうえで、企業の事業戦略(課題解決に向けた中長期の工程表)を策定・磨き上げ
・事業戦略支援会議において、個別企業の方向性、事業戦略支援チームの構成や具体的なアドバイス内容を決定するとともに、事業戦略支援チームへの指示/助言、その後の進捗管理とフォローを実施
・事業戦略支援チームが、充実した施策を活用し、各企業への個別サポートを実施

県工業振興課、(公財)高知県産業振興センター ：
・事業戦略シートのKPI項目に「人材育成・確保・定着」の視点等を実施

事業戦略に取り組む企業の掘り起こし(普及啓発セミナーの開催や関係機関との連携)

企業の成長に向け、課題に応じたセグメント(要素)別の個別セミナーやココプラと連動した土佐MBA講座の開催

県工業振興課、(公財)高知県産業振興センター ：
・事業戦略の取り組みに関する普及啓発・機運醸成のためのセミナーを開催
・課題に応じたセグメント(要素)別の個別セミナーやココプラと連動した土佐MBA講座等を開催

既存の事業化プランの実現化サポート

事業化プランの作成サポート ⇒ 実現化サポート

(公財)高知県産業振興センター ：
・県内ものづくり企業を訪問し、意欲ある事業者を掘り起こし、製品開発に向けた活動をフォロー
・統括及び専任担当者により、事業化プラン(製品企画書)の案件または候補先を発掘
・作成にあたっては、統括のアドバイスを得ながら、事業者と専任担当者が共同で作成
・事業者・同センターが合同で計画の進捗状況を定期的に確認し、計画変更の必要性について協議・実行
・プランの実施に際しては、県や国等の施策を活用しながら、専任担当者が中心になってフォローを実施

(公財)高知県産業振興センター ：
・統括及び専任担当者による事業戦略の策定支援の中での作成促進

事業戦略、経営計画の策定・実行の支援

商工会、商工会議所：経営計画の策定、実行
(公財)高知県産業振興センター：事業戦略の策定、実行
・事業戦略・経営計画の取り組みと「高知県働き方改革推進支援センター」の取り組みを融合させた働き方改革の推進
県雇用労働政策課：(社会保険労務士会等と連携)
・事業戦略支援会議等による事業戦略の改善や進捗管理
・専門家派遣による人材確保、育成等に向けた魅力ある職場づくりの支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商05】 ◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H30拡充)	商工会や商工会議所の伴走型支援により地域の事業者の経営計画の策定や事業展開をサポートし、経営力の強化を図る ・高知県商工会連合会や高知県商工会議所連合会と連携し、経営力の強化を目指す地域の事業者の経営計画の策定等を支援 ・経営指導員のスキル向上を図るため、中小企業大学校での受講や、中小企業診断士の資格取得について支援 ・経営指導員の支援力向上を図るため、高知県商工会連合会にスーパーバイザーを新たに配置し、経営計画の事業展開を支援 ・経営計画の策定・実行支援の質を確保し、確実な実行を支援するため、経営支援コーディネーターを新たに配置する ⇒別図＜商02＞参照(p.421)	①経営計画の策定支援件数 ②中小企業診断士の有資格者数	①－(H28) ↓ 1,128件 (～H29累計) ↓ 2,058件 (～H31累計) ②12名 (～H27累計) ↓ 12名 (～H29累計) ↓ 16名 (～H31累計)

戦略の柱	1　持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定
取組方針	2　地域の事業者の経営力の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

経営計画の策定支援

県内各商工会、県内各商工会議所　：　経営力の強化を目指す地域の事業者の経営計画の策定等を支援

経営指導員のスキル向上を図るための支援

県内各商工会、県内各商工会議所　：　経営指導員がスキル向上を図るため、中小企業大学校研修を積極的に受講
県経営支援課　：
・スーパーバイザーを高知県商工会連合会に配置し、経営指導員のOJTを実施（H30～）
・経営支援コーディネーターを各ブロック（5ブロック）に配置し、経営計画の策定・実行支援の質の確保、確実な実行を支援（H30～）
・職場内外の研修参加等を積極的に支援

分野	商工業分野
戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦

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 ・暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る

戦略目標	目標	
	○生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進	IoTプロジェクト創出件数
		IoTプロジェクト自立件数
		設備投資助成による県内企業の生産能力増加額
		設備投資助成による雇用創出数（H28からの増加人数）
		生産性向上計画の作成支援件数
		利子補給制度を活用した設備投資実施件数
	○メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興	防災関連認定製品（累計）
	○紙産業の飛躍的な成長の促進	紙産業の製造品出荷額等
	○地域商業の活性化	空き店舗への出店
		ﾁｬﾚﾝｼﾞｼｮｯﾌﾟ開設

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ものづくり企業の製品開発の促進	・ものづくり地産地消・外商センターを中心として、総合相談窓口を設置し、機械装置開発のマッチング等を実施したほか、「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援し、企業の商品開発への支援を行った ●相談件数673件（H29） ●マッチング件数495件(H29)	・各分野の生産性向上PTや関係機関と連携した機械化案件の増加や製品の磨き上げ ・高知発の製品・技術の周知と、外商につなげていくための商談機会の確保 ・高知県の未来の担い手である小中学生、高校生等の来場をさらに増やすための教育機関との連携
		・ものづくりの地産地消の推進と高知発の製品・技術を広く県外・海外へ発信する「ものづくり総合技術展」を開催 ●11/16～18　132事業者出展、22,706人来場（うち、小中高生2,439人）、商談　730件	・開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要 ・「防災関連産業」や「紙産業」など、機械設備以外の開発ニーズに対応できるよう補助対象の拡大が必要
		・「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援 ●補助事業による支援件数128件（H22～H29）	
		・商談会開催などの外商支援とともに、高知家プロモーションや高知海洋深層水企業クラブと連携した情報発信を展開	・室戸海洋深層水のブランド化を推進し、他地域との区分化や市場信頼性の向上を図る ・一般社団法人化（H30.4.1）する海洋深層水企業クラブとの連携強化
		・知的財産に関する普及啓発を行うことで、知的財産に対する理解が広まりつつある ・知的財産に関する相談会や専門家派遣を行うことにより、知的財産の取得や活用が広まりつつある	・中小企業等の知的財産に関する意識を高めるため、普及啓発を行うとともに、県内での成功事例を増やすことが必要
		・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施 ・深層水を利用した共同研究や技術支援が増加し、スラリーアイスの利用拡大やスジアオノリの陸上養殖など6件の事業化を支援した	・新分野開拓のための県内公設試、県内外大学、産業支援機関との連携

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
－	21件(H28～H29累計)	30件	－	－
－	1件(H28～H29累計)	7件	－	－
H26:11.2億円	H29:107.3億円 (H24～H29累計)			
－	60人(H28～ H29.12月末累計)			
－	－	22件(H30～H31累計)	－	－
－	－	160件(H30～H31累計)	－	－
H26:85品	H29:132品	162品	190品	246品
H26:669億円	H27:689億円	690億円	730億円	800億円
59件(H21～26累計)	17件(H28～H29累計)	100件(H28～31累計)	－	－
H27:4箇所	12箇所	14箇所	－	－

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商06】 ◆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	○							
【商07】 ◆ものづくり総合技術展の開催	○	○						
【商08】 ◆高付加価値な製品開発への支援(H30拡充)	○							
【商09】 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化	○	○						
【商10】 ◆ 知的財産に関する普及啓発及び知的財産の活用促進	○							
【商11】 ◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援	○							

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進	・H29年7月までに農林水産業の各分野ごとの3つの生産性向上プロジェクトチームを設置 ・プロジェクトチームが生産現場を訪問するなどしてニーズ抽出を実施するとともに、生産性向上推進アドバイザーとともにニーズに応える機械化やIoT化のプロジェクト創出に向けた仕様書を作成	・機械・IoTシステムを開発するシーズ側企業が試作開発を行うための補助金の裏負担への投資のリスクが大きい ・機械・IoTシステムを導入するニーズ側（一次産業生産者等）が製品を導入するための費用負担ができず、試作開発に躊躇するシーズ側企業が多い
		・H28年7月に高知県IoT推進ラボを設立し、国により「地方版IoT推進ラボ」として選定される ・高知県IoT推進ラボ研究会の会員を幅広く募集し、定期的なIoTセミナーや現場視察を開催 ・研究会会員数：133社（H30末時点） ・H29セミナー開催数：7回 ・H29現場視察・意見交換会：8回（農業3回、林業1回、水産業1回、その他3回） ・IoTプロジェクトの創出件数21件（H28-H29末累計） ・IoTプロジェクト自立件数1件（H28-H29末累計） ・IoT技術を活用するテーマを掘り起こすため、課題抽出アドバイザーが一次産業や公共サービスの現場の課題抽出を実施	・県内事業者の多くは、IT活用が限定的 ・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 ・IoTに関する「システム」「サービス」の試作開発を行うための費用への支援 ・IoT技術の活用やデータ分析を行うスキルを身につける人材育成
		・ものづくり産業強化事業費補助金により、県内企業の積極的な設備投資を支援 （本補助金の取組みとこれまでの成果） ●本補助金への申請件数：58件（H24～H29累計） ●本補助金活用による生産能力増加額：107.3億円（H24～H29累計） ●本補助金活用による雇用創出数：139人（H24～H28累計）	・人手不足を補い、各事業者の競争力を高めるために、省力化、効率化のための設備投資の促進が必要 ・事業戦略や生産性向上に向けた計画の策定支援から設備投資を促す融資の実行までの一連の仕組みの強化
3	メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興	・メイドイン高知の防災関連製品の地産地消・外商を推進するため、「交流」「地産」「地消」「外商」の各段階に応じて企業を支援することにより、関連製品の製品数・売上高ともに伸びてきたもののやや鈍化している ●防災関連産業交流会会員数　H24：77社 ⇒H29：182社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H29：37件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H29：132製品 ●県外見本市への出展　H24～H29：49回、306社 ●防災関連製品売上高　H24:0.6億円、H25:10.9億円、H26:48.5億円、H27:52.0億円、H28:47.4億円、H29:52.6億円（目標額）	・開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要 ・機械装置以外の開発ニーズに対応できるよう補助対象の拡大が必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商12】 ◆生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出（H30新規）	○			○				
【商13】 ◆生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出（H30新規）	○			○				
【商14】 ◆生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援（H30新規）	○			○				
【商15】 ◆普及啓発セミナー等の開催	○		○	○			○	
【商16】 ◆高知県IoT推進ラボ研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出	○			○				
【商17】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援	○			○				
【商18】 ◆生産性を高める設備投資の推進（補助事業＋融資制度）（H30新規）	○	○		○				
【商19】 ◆工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化（H30新規）	○			○			○	
【商20】 ◆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	○							
（再掲）【商08】 ◆高付加価値な製品開発への支援（H30拡充）	○							

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	紙産業の飛躍的な成長の促進	【新製品・新技術の開発】 ●分科会活動の実施 複合加工機分科会、CNF分科会、紙質分科会、 土佐方式分科会、素材製造技術分科会を設置 開催数：のべ9回　参加者：のべ40社、67人 ●研究会活動の実施 複合加工機研究会、CNF研究会、紙質研究会、 リサイクル炭素繊維研究会、素材製造技術研究会を設置 開催数：のべ178回　参加者：のべ211社、416人 ●支援体制の強化 新たな機械設備を活用した技術支援を実施 紙産業振興アドバイザー：派遣8件 専門知識を持った企業OBの配置：4名 ●新製品開発数4件 ●研究会活動等による企業の設備導入1件 【外商支援】 ●紙関連重点支援企業24社にものづくり地産地消・外商センターの専任担当者を配置。305回訪問し、事業戦略の策定や販路拡大（展示会出展や販促活動）を支援 ●各種商談会・展示会への出展支援を13回実施し、延べ26社・1団体の販路開拓を支援した 【土佐和紙等のブランド化】 ・高知家プロモーションと連動した出展支援や情報発信 ・新たな商品開発を支援（図書修復紙セットの試作品完成） 【取り組み方針の確認と強化】 ●紙産業フォローアップ委員会の実施　2回	・早期の製品開発プラン作りを支援し、新製品の開発につなげることが必要 ・新規材料関連製品の県内企業の参画や評価方法の確立 ・高知家プロモーションと連動した情報発信が必要 ・インターネットを通じた販路開拓への支援が必要 ・さらなる市場の開拓と製品の開発の促進 ブランド化に向けた事業展開の見直しが必要
5	外商強化に向けた食品加工の高度化	・工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された	・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 ・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
6	産学官連携によるイノベーションの創出	・産学官連携会議の開催等により、産学官の連携意識が向上 ・産学官連携産業創出研究推進事業（実用化研究）、産学官連携事業化支援推進事業（事業化研究・応用研究）による支援を実施 （実用化研究） 支援件数：15件（H23～H29） 事業化件数：5件（H23～H29） （事業化研究） 支援件数：3件（H29） 事業化件数：0件（H29） （応用研究） 支援件数：1件（H28～H29） 事業化件数：2件（H28～H29） ・引き続き事業化や、さらに付加価値の高い製品づくり、多分野での産業利用に向けた研究開発が進んでいる	・研究成果を生かして、幅広い分野で活用できる製品の開発など事業化の拡大に向けた県内の研究機関、ものづくり企業等のネットワーク化 ・産業振興につながる有望な研究テーマのさらなる掘り起こし ・実用化研究の研究成果の事業化、事業化後の販路開拓などに向けた、産学官民連携センターや産業振興センター等の関連機関等との連携強化
7	地域商業の活性化	・高知市および四万十市の中心商店街については、継続しての活性化に向けた支援を行い、その他中山間地域の中心商店街や商業集積地については、新規事業などを組合せながら支援を行っている ・チャレンジショップが12箇所、中山間地域でグループが6箇所以上掘り起こせ、新たな活動などにつながっている	・「活動初期の商業者グループ」や「戦略づくりに取り組む組織」など、各ステージに応じたそれぞれの活性化策について協議する中で、「関係者間の危機意識の差」、「空き店舗や閉店した店舗の有効活用ができていない」などが共通課題としてあり、振興計画の策定や戦略づくりがすすんでいない

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商21】 ◆「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	○		○				○	
(再掲)【商08】 ◆高付加価値な製品開発への支援(H30拡充)	○							
【商22】 ◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H30拡充)	○	○						
【商23】 ◆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を強化	○							
【商24】 ◆商店街のにぎわい創出への支援	○					○		
【商25】 ◆新規創業・店舗魅力向上への支援	○					○		

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商06】 ◆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	・ものづくり総合相談窓口を設置し、各分野の生産性向上PTや関係機関と連携した機械装置開発等のマッチング(相談対処)等を実施	①相談件数	①550件(H26) ↓ 673件(H29) ↓ 700件
		②マッチング件数	②95件(H26) ↓ 495件(H29) ↓ 500件
【商07】 ◆ものづくり総合技術展の開催	ものづくりの地産地消の推進と高知発の製品・技術を知ってもらうために、ものづくり総合技術展を継続開催。あわせて、国内外の企業を招へいし、商談会を開催	商談件数	558件(H26) ↓ 730件(H29) ↓ 750件
【商08】 ◆高付加価値な製品開発への支援(H30拡充)	高知県発の製品を全国に展開するために、徹底した市場調査とそれに基づく新たな製品開発を支援 ⇒別図<商03>参照(p.422)	①調査事業による支援件数	①ー(H29) ↓ ー(H29) ↓ 35件 (H30～H31累計)
		②試作開発準備事業・試作開発事業・製品改良事業(H30以降は製品開発事業)による支援件数	②102件 (H22～H27累計) ↓ 26件 (H28～H29累計) ↓ 56件 (H28～H31累計)
	製造業の生産性向上や熟練技術の継承などに対応するため、新たに導入したCAE(Computer Aided Engineering)・3Dプリンタを活用した分科会を開催し、デジタルエンジニアリングに関する講習会や技術支援を行う	2分科会(CAE、3Dプリンタ)参加者数	-(H29) ↓ 305人 (H30～H31累計)

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	1　ものづくり企業の製品開発の促進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

ニーズ掘り起こし ⇒ マッチング支援

ものづくり地産地消・外商センター ：
・県主催の各種イベント等（産業振興計画ｼﾝﾎﾟｼﾞｳﾑ等）において「相談コーナー」を設置
・企業訪問により県内ニーズに対応した商品開発をする企業を発掘

ものづくり地産地消・外商センター ：
・出前相談会を市町村とタイアップ・開催（年：7地域14市町村）
・業界団体のイベントについては、1件ごとにその効果を検証し、継続案件を選抜

ものづくり地産地消・外商センター ：
・各分野の生産性向上PTとの連携・情報共有を図り、ものづくり地産地消会議を有効活用することで、機械装置開発のマッチング等を支援

総合技術展の開催 ⇒ 商談会のフォローアップ

ものづくり地産地消・外商センター ：
・ものづくり総合技術展を開催
・ものづくり総合技術展にあわせて、国内外の企業を招へいし、商談会を開催

ものづくり産業強化事業費補助金（試作開発準備事業・試作開発事業・製品改良事業）による支援

ものづくり事業戦略推進事業費補助金（調査事業・製品開発事業）による支援

県工業振興課 ：
・ものづくり地産地消・外商センターや金融機関と連携し、徹底した市場調査に基づく高付加価値な製品開発を支援

機器の導入

分科会の開催（機器の講習会、製品開発支援・人材育成）

県工業技術センター：
＜CAE分科会＞
・CAE装置を活用し工業製品の構造解析を行うなど、効率的な製品開発や品質の向上につなげる
＜3Dプリンタ分科会＞
・大型機械のミニチュア模型を作成し、作動確認や使用環境下での影響を確認するなど、製品開発期間の短縮につなげる

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商09】 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化	新たな商品開発について、公設試験研究機関での研究等を活用した商品開発支援を行う また、H30.4.1から一般社団法人化する海洋深層水企業クラブとの連携強化を図るとともに、高知家キャンペーン等とも連動した情報発信を行う。	①深層水関連の県内製造品売上高 ②商品開発支援数	①98億円(H26) ↓ 101億円(H29) ↓ 112億円 ②-(H27) ↓ 16製品(H29) ↓ 40製品 (H28～H31累計)
【商10】 ◆知的財産に関する普及啓発及び知的財産の活用促進 ・知的財産に関する普及啓発を継続し、意識と知識を向上	・関係機関において実施される知的財産セミナーなどの情報を集約し、対象者のニーズに応じた学習機会を確保することで、効果的に知的財産に関する知識と意識の向上を図る	知的財産セミナー参加者の拡大	1,674人 (H24～H27累計) ↓ 525人(H29) ↓ 1,830人 (H28～H31累計)
・知的財産の取得と管理、活用の促進	・知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業や団体のニーズを掘り起こし、専門家による相談会や専門家派遣などによって具体的な課題を解決に導く ・地域アクションプランの取り組みにおいて、地域団体商標等を積極的に取得・管理することで、地域ブランドの確立につなげる	①知的財産総合支援窓口等による相談件数 ②知的財産相談会及び専門家派遣による支援件数	①4,097件 (H24～H27累計) ↓ 1,106件(H29) ↓ 3,560件 (H28～H31累計) ②687件 (H24～H27累計) ↓ 199件(H29) ↓ 750件 (H28～H31累計)
【商11】 ◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援 ・有望と思われる研究の顕在化 ・研究開発及び事業化の推進	・海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化を支援する ・県内公設試験研究機関、大学の深層水に関するシーズの探索と県内企業のニーズをマッチングさせ、事業化につなげる	深層水関連の事業化及び製品化数	4件(H24～27累計) ↓ 2件(H29) ↓ 4件(H28～31累計)

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	1　ものづくり企業の製品開発の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

商品開発の支援強化と商談機会の増設

県工業振興課　：
・公設試験研究機関での研究等を活用した商品開発支援
・首都圏に加え関西を中心とした西日本の量販店等への営業活動（～H28）
・大規模商談会への出展と（一財）高知県地産外商公社等と連携した商談会の開催（～H28）

海洋深層水の利用拡大に向けた研究開発と情報発信

県工業振興課　：
・県工業技術センターや大学での研究促進と研究成果や深層水の有効性等に関する企業勉強会の開催
・高知家統一セールスキャンペーンでの深層水関連の情報発信
・（一社）高知海洋深層水企業クラブ等と連携した県内外のイベント等での深層水PR
・高知大学医学部との室戸海洋深層水の長期飲用等による健康増進効果の検証支援

知的財産に関する知識と意識の向上

（一社）高知県発明協会、高等教育機関、市町村、県産業創造課　：
・関係機関において実施される知的財産セミナーなどの情報を集約し、対象者のニーズに応じた学習機会を確保することで、効果的に知的財産に関する知識と意識の向上を図る

知的財産の取得と管理、活用の促進

（一社）高知県発明協会、県産業創造課　：
・知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業や団体のニーズを掘り起こし、専門家による相談会や専門家派遣などによって具体的な課題を解決に導く

市町村、県地域支援企画員、（一社）高知県発明協会、県産業創造課　：
・地域アクションプランの取り組みにおいて、地域団体商標等を積極的に取得・管理することで、地域ブランドの確立につなげる

深層水関連の事業化支援

県海洋深層水研究所：
・海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商】 ◆建設業の新分野進出 (H28年度に終了)	建設業の持つ能力を活かして、農林業や介護福祉など、新たな分野へ進出し、地域で働く場を確保するため、新分野進出を行おうとする建設事業者を総合的に支援する	建設業の新分野進出数	284件(H27) ↓ 315社(H28)

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	1　ものづくり企業の製品開発の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
建設事業者の経営強化のため新分野進出に対する取り組みを支援				

県商工政策課　：　建設業経営革新推進アドバイザーを配置し、企業訪問による個別支援、セミナーや先進地視察等の実施
(公財)高知県産業振興センター　：　こうち産業振興基金の建設業経営革新支援事業による支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商12】 ◆生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出(H30新規)	関係部局等によるプロジェクトチームが、川上から川下までの全生産過程を俯瞰し、生産性向上のボトルネックとなっている課題を見つけるとともに、これらの課題の解決につながる機械化・IoT化等のニーズ抽出を行う ⇒別図<商04>参照(p.423,424)	ニーズ抽出件数	ー (H29) ↓ 34件(～H29累計) (内訳:農業13件、林業9件、水産業12件) ↓ 51件(～H31累計) (内訳:農業18件、林業13件、水産業20件)
【商13】 ◆生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出(H30新規)	ニーズに対する解決策を、ものづくり企業やIT企業から提案してもらうための仕様書等に基づき、ニーズとシーズのマッチングを行い、個別のプロジェクトを創出する ⇒別図<商04>参照(p.423,424)	機械化・IoT化のプロジェクト創出件数	-(H29) ↓ 4件(～H29累計) (内訳:農業4件、林業0件、水産業0件) ↓ 18件(～H31累計) (内訳:農業9件、林業5件、水産業4件)
【商14】 ◆生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援(H30新規)	試作開発費用を助成する補助制度等を活用し、企業が行う機械やIoTシステムなどの開発や実証実験を支援する ⇒別図<商04>参照(p.423,424)	製品開発の完了件数	-(H29) ↓ 2件(～H29累計) (内訳:農業2件) ↓ 11件(～H31累計) (内訳:農業5件、林業4件、水産業2件)

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	2　生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

各部局の生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出、案件の個別シート作成

個別シートに基づき、仕様書を作成

・農業振興部IoT推進PT　・林業・木材産業生産性向上PT　・水産業生産性向上PT:
　各生産現場の生産性向上のための機械化・IoT化のニーズを抽出（農業PTはIoT化のみ）、生産性向上推進アドバイザーと連携し、ニーズに対する解決策をIT企業やものづくり企業に提案してもらうための仕様書を作成
・JA高知中央会「省力化・機械化推進検討プロジェクト会議」:
　生産性向上のための機械化のニーズ抽出、ニーズとシーズとのマッチングを実施
・県産業創造課:
　各プロジェクトチームが行うニーズの抽出や、解決策をIT企業やものづくり企業に提案してもらうための仕様書作成を伴走支援

仕様書の提示等により、ニーズ（課題）とシーズ（解決策）のマッチング

・県産業創造課
　高知県IoT推進ラボ研究会において、仕様書等に基づき、現場のニーズとシーズ業者とのマッチングを実施
・（公財）高知県産業振興センター
　ものづくり地産地消推進会議において、仕様書等に基づき、現場のニーズとシーズ業者とのマッチングを実施
・農業振興部IoT推進PT・JA高知中央会「省力化・機械化推進検討プロジェクト会議」・林業・木材産業生産性向上PT・水産業生産性向上PT:
　高知県IoT推進ラボ研究会やものづくり地産地消推進会議との連携によりマッチングを促進

試作開発に係る補助金等による支援

・県産業創造課
　国や県の補助制度の活用等により、IoTシステムの製品開発を支援
・（公財）産業振興センター
　国や県の補助制度の活用等により、機械の製品開発を支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商15】 ◆普及啓発セミナー等の開催	IoTの仕組みや活用方法を学ぶためのセミナーを開催する。また、土佐MBAにおいて、IoTで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技術教育を県内情報通信事業者等に対して行う ⇒別図＜商04＞参照(p.423,424)	IoT普及啓発セミナーの開催回数	ー(H27) ↓ 12回(H28～H29累計) ↓ 20回(H28～H31累計)
【商16】 ◆高知県IoT推進ラボ研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出	IoTが解決策となり得る課題の抽出を行い、課題解決のニーズを持つ現場とその解決のためのシーズを持つ企業とのマッチングを行うこと等により個別のプロジェクトを立ち上げる ⇒別図＜商04＞参照(p.423,424)	IoTプロジェクトの創出件数	ー(H27) ↓ 21件(H28～H29累計) ↓ 30件(H28～H31累計)
【商17】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援	プロジェクトをビジネスとして自立させるため、IoTの専門家派遣や試作開発費用を支援する補助制度等を活用し、専任担当者による伴走支援を行う ⇒別図＜商04＞参照(p.423,424)	IoTプロジェクト自立件数	0件(H28) ↓ 1件(H28～H29累計) ↓ 7件(H28～H31累計)

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	2　生産性向上（省力化･高付加価値化）の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

セミナー開催により、IoT技術を活用する企業を掘り起こしするとともに、活用事例を研究

土佐MBAによるIoT技術に関する人材育成講座を開講

県産業創造課:
・普及啓発セミナーの内容の検討、講師選定、個別相談会の実施
県産業創造課、県産学官民連携センター: :
・土佐MBA人材育成講座 : 全体調整、研修運営、受講生へのフォローアップ

庁内関係部局へのヒアリングや研究会企業による現場訪問により、課題を抽出

課題（ニーズ）を抽出後、解決策（シーズ）を提案できる企業とのマッチングを実施

県産業創造課、庁内関係部局 :
・庁内関係部局へのヒアリングを実施し、各分野の生産性向上プロジェクトチームや研究会企業とともに現場訪問を実施
・専門家による助言を得ながら、現場のニーズとシーズ業者とのマッチングを実施

IoT推進アドバイザーや国のメンター派遣等による専門家による支援

試作開発に係る補助金による支援

県産業創造課、庁内関係部局:
・専門家の選定、派遣の実施、相談者へのフォローアップ
・国や県の補助制度の活用により、プロジェクトの自立化を支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商18】 ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業＋融資制度)(H30新規)	県内企業が生産性等を高め、県内での生産活動の継続と雇用の維持につなげ、より成長するよう、県内企業に対する設備投資を促す ⇒別図＜商05＞参照(p.425)	①生産性向上計画の作成支援件数	①－(H29) ↓ －(H29) ↓ 22件 (H30～H31累計)
		②利子補給制度を活用した設備投資実施件数	②－(H29) ↓ －(H29) ↓ 160件 (H30～H31累計)
		旧①設備投資助成による県内企業の生産能力増加額	旧①11.2億円(H26) ↓ 107.3億円 (H24～H29累計)
		旧②設備投資助成への申請件数	旧②38件 (H24 ～H27累計) ↓ 20件 (H28～H29累計)
		旧③設備投資助成による雇用創出数	旧③102人 (H24～H27累計) ↓ 37人(H28)
【商19】 ◆工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(H30新規)	生産性向上に取り組む企業に対して、①技術スキルの向上をめざした人材育成、②企業の具体的な改善プラン作成を支援する。また、企業ごとに専任担当者を配置し、人材育成から改善プランの作成・実行までをサポートする。 ⇒別図＜商06＞参照(p.426)	①技術者養成講座の受講者数	①－(H29) ↓ 年平均100人
		②改善プラン作成及び実行企業数	②－(H29) ↓ 年平均5社

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	2　生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

ものづくり産業強化事業費補助金（設備投資促進事業（一般型・IoT型））による支援

ものづくり事業戦略推進事業費補助金（生産性向上計画作成事業）による支援

利子補給を活用した融資による支援

県工業振興課　：
・金融機関やものづくり地産地消・外商センターとの連携による広報活動等により、県内企業の設備投資を促進
ものづくり地産地消・外商センター　：
・拡大再生産に向け、事業戦略の策定・磨き上げまで踏み込んだ企業の成長につながるサポートを実施

県工業振興課　：
・金融機関やものづくり地産地消・外商センターとの連携による広報活動等により、県内企業の設備投資を促進
・導入機器の選定や配置、導入による効果等を定量的に示す「生産性向上計画」の策定を支援
県経営支援課　：
・地域の事業者の経営計画の策定や実行を商工会、商工会議所とともに支援
・経営計画や生産性向上計画等に基づく設備投資を金融機関や信用保証協会と連携して、利子補給などを活用した融資により支援
ものづくり地産地消・外商センター　：
・拡大再生産に向け、事業戦略の策定・磨き上げまで踏み込んだ企業の成長につながるサポートを実施

企業の生産性向上に向けた支援　→　技術支援の継続

県工業技術センター：
・技術スキルの向上をめざした技術者養成講座の実施

県工業技術センター・中小企業大学校：
・生産性向上に取り組む企業の中核人材の育成や改善プランを作成する講座の実施

県工業技術センター・（公財）産業振興センター：
・企業の改善プランの実行を支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【商20】 ◆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	・異業種間での情報交換を行う防災関連産業交流会の活動を通じ、ニーズの把握や製品情報の収集を行うほか、専門家派遣や試作開発助成金などの支援策を活用した「メイドイン高知」の防災関連製品の開発・磨き上げを支援 ・防災関連製品認定制度や公的調達による与信の付与や県内の防災訓練等での展示により県内での購入促進を支援	①防災関連産業交流会会員数 ②防災関連製品認定制度による認定製品数	①138社 （H26累計） ↓ 182社 （H29累計） ↓ 206社（H31累計） ②106製品 （H27累計） ↓ 132製品 （H29累計） ↓ 162製品（H31累計）
（再掲）【商08】 ◆高付加価値な製品開発への支援（H30拡充）			

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	3　メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

防災関連産業交流会の開催

県工業振興課　：
・市町村等の防災ニーズと県内企業の製品等とのマッチングや、本県の実情に即した製品の開発・改良などの取り組みを進めるために「防災関連産業交流会」を開催（全体会）

既存の認定商品の地消支援 ⇒ 製品改良支援

試作開発支援 ⇒ 認定 ⇒ 公的調達等による地消支援 ⇒ 製品改良支援

県工業振興課　：
・ものづくり産業強化事業費補助金（H30以降はものづくり事業戦略推進事業費補助金）による市場調査と製品開発の支援
・公設試験研究機関等と連携した技術的支援の実施
・防災関連製品認定制度に基づく「メイドイン高知」の製品・技術の認定
・新事業分野開拓者認定制度を活用した公的調達の推進
・公的調達制度未導入の市町村に対して早期創設のためのフォローを実施
・防災訓練や防災イベント等での防災関連製品の展示PR支援

ポータルサイト構築 → 「防災関連製品ポータルサイト」の運用

県工業振興課　：
・インターネットを活用した国内外への製品・技術PR【商29】
・アクセス状況を分析し、製品開発・販路開拓に有効な情報を県内企業にフィードバック

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商21】 ◆「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	「紙産業の在り方検討会」で取りまとめた5つの基本方針に基づき、紙産業をさらに強化するため ・製品開発プランづくりの支援強化 ・高付加価値製品の開発と加工技術の確立 ・外商支援の徹底 ・中核人材の確保と育成の強化	①新製品開発数 ②技術研修の受講者数	①－(H27) ↓ 10件(H28～H29累計) ↓ 20件(H28～H31累計) ②239人 (H24～H26平均) ↓ 491人 (H28～H29累計) ↓ 累計1,200人 (H28～H31)
(再掲)【商08】 ◆高付加価値な製品開発への支援(H30拡充)			

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	4　紙産業の飛躍的な成長の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

製品プランづくりの支援強化

県紙産業技術センター　：　紙産業振興アドバイザーなどと連携し、現場ニーズと企業とのマッチングによる新製品開発を強化

高付加価値製品の開発と加工技術の確立

県紙産業技術センター　：
・新規導入機械設備等の利用による企業の製品開発の推進
・早期の製品化や新技術の確立、本県独自の事業化の推進
・研究成果の情報発信
・企業の設備投資に対する支援策の強化
・新素材（セルロースナノファイバー（CNF）等）に関する技術開発の強化

外商支援の徹底

県工業振興課　：
・高知家プロモーションを活用した情報発信により、本県製品のPR力を高めるとともに、ギフトショーなどへの出展による販路拡大の強化
・バイヤーを招へいした商談会の強化
・若手経営者グループなどと連携し、高知家プロモーション活動を通じて積極的に展開

（公財）高知県産業振興センター　：
・ギフトショー(東京)やMETALEX(タイ)など、国内外の展示会への出展支援を強化
・東京営業本部や専任担当者などによる新たな販路開拓などの外商支援を徹底
・バイヤーを招へいした商談会の強化
・紙関連企業の設備機器・部品やメンテナンスの県内調達などを推進するため、ものづくり企業とのマッチングを強化

中核人材の確保と育成の強化

県紙産業技術センター　：　アイデア～事業化プラン～研究開発～事業化までを一貫して推進できる中核人材を育成（各分科会、開放試験設備利用研修、講演会を実施）
（一社）高知県製紙工業会、県工業振興課　：　インターンシップや工業系高校の生徒の企業見学などを強化

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商22】 ◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H30拡充)	食品関係企業・団体が地産外商を進めるため、商品開発や品質管理技術の向上を支援をする	新製品開発数	165アイテム (H24～H27累計) ↓ 76アイテム (H28～H29累計) ↓ 140アイテム (H28～H31累計)
	消費者や市場ニーズに対応した売れる商品づくりに向け、新たに導入した味認識装置や多感覚器分析システムを活用した分科会を開催する。また、HACCP対応まで届かない中小零細事業者が、さらなる外商の拡大に向けて安全・安心な製品づくりを進めるための分科会を開催し、講習会や技術支援を行う	2分科会(味の数値化、自主検査)参加者数	-(H29) ↓ 300人 (H30～H31累計)

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	5　外商強化に向けた食品加工の高度化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援

県工業技術センター:
- 食品関係企業・団体への商品開発や品質管理等の支援
- ものづくり企業への製造技術等の支援
- 特別技術支援員による製品開発等技術支援の推進
- 技術指導アドバイザーの派遣による課題解決

外商強化に向けた食品加工の高度化

県工業技術センター:
- 機器の整備による技術支援拠点の機能強化など

機器の導入 → **分科会の開催（機器の講習会、新製品開発の技術支援）**

県工業技術センター:

＜味の数値化分科会＞
- 味認識装置（味覚センサー）等で、甘み、塩味、酸味、苦味などを数値化・マッピングし、自社製品の科学的な説明や市場ニーズに対応した新製品開発などにつなげる

＜自主検査分科会＞
- 企業の自主検査体制の構築を支援することで、衛生管理や品質管理のレベルアップを図り、安全で消費者に信頼される製品づくりやクレームの低減などにつなげる

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商23】 ◆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を強化	①大学等の研究シーズや企業ニーズに基づき、概ね3年程度で事業化研究(製品化の研究)に移行するなど、将来的に事業化が期待できる産学官連携による新たな研究開発を支援する(実用化研究)	①実用化研究により事業化された件数	①4件 (H23～H27累計) ↓ 5件 (H23～H29累計) ↓ 11件 (H23～H31累計)
	②大学等の中期的な研究成果や企業の優れた技術等に基づく、概ね2年程度で製品又は試作品開発が見込める研究開発を支援する(事業化研究)	②事業化研究により事業化された件数	②－ ↓ 0件 (H29) ↓ 1件 (H29～H31累計)
	③これまでの研究成果により事業化されたコア技術を活用し、産業間・企業間連携をさらに推進することで、多分野での産業利用やものづくりにつながる研究や製品改良等を支援する(応用研究)	③応用研究により新たな分野で事業化された件数	③－ ↓ 2件 (H28～H29累計) ↓ 2件 (H28～H31累計)
	・国の政府機関移転の取組に端を発し、県及び高知大学、国立研究開発法人海洋研究開発機構(JAMSTEC)が連携して、海底微生物の機能性の解明及び機能性を活用した新産業の創出をめざす ・JAMSTECから提供される海底微生物の機能性解明に着手し、事業化につながる可能性を調査する		

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	6　産学官連携によるイノベーションの創出

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

産学官連携会議の開催

県内大学等、(一社)高知県工業会、金融機関、(公財)高知県産業振興センター、県産業創造課　：　県内の産学官が日常的に情報共有や交流を図り、共同研究や事業化を推進

産学官連携プロジェクトチームによる取り組み

県産業創造課　：　産学官連携におけるプロジェクトチームを設置し、新たな課題の解決や重要なテーマ等を連携して推進

産学官連携共同研究推進事業

◆産学官連携産業創出研究推進事業(実用化研究)
◆産学官連携事業化支援推進事業(事業化研究)　(H29～)
◆産学官連携多分野利用促進事業(応用研究)

H29:こうち産業振興基金の終了に伴い、新たに事業化段階の支援事業を創設することで、実用化研究から事業化研究、応用研究までの各フェーズを切れ目なく支援する

県産業創造課:
・産業振興につながることが期待される産学官共同研究を支援
県産業創造課、県工業技術センター等:
・継続研究及び研究成果を生かした事業化を支援
県内企業:
・事業化(製品化)の推進及び販路の拡大
(公財)高知県産業振興センター:

海洋資源等の機能性を活かした新産業の創出

県産業創造課:
・高知大学等の機能性解明研究を支援
高知大学:
・JAMSTECから提供される海底微生物の機能性を解明
JAMSTEC:
・海底微生物に関する情報及び微生物の提供
・高知大学における研究の技術支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商24】 ◆商店街のにぎわい創出への支援	地域ごとに、中心商店街や中山間地域などの実態を踏まえた施策を展開し、地域商業の活性化を図る ・商業活性化計画の策定や商店街の賑わい創出のためのソフト事業の実施を支援 ・中山間地域の商業集積地での若手商業者による取組みや新規開業、地域の魅力の再発見等を支援し、商業機能の向上を図る ・アンテナショップ「てんこす」を通じた商店街の賑わい創出への支援	①高知市中心商店街歩行者通行量 ②高知市中心商店街空き店舗率 ③中山間地域の商業活性化に向けて新たな取組みを進めるグループの動き	①52,242人(H27) ↓ 54,564人(H29) ↓ 66,000人 ②12.4%(H26) ↓ 11.7%(H29) ↓ 10.0% ③ー(H28) ↓ ー(H28) ↓ 30件 (H29～H31累計)
【商25】 ◆新規創業・店舗魅力向上への支援	商店街のさらなる魅力向上を図るため、チャレンジショップ事業」や「空き店舗対策事業」による新規開業、「店舗魅力向上事業」よる既存店の魅力アップを支援(店舗魅力向上事業はH29で終了) ・「チャレンジショップ事業」により、商店街等での開業を目的とした、お試し開業施設の運営を支援 ・「空き店舗対策事業」により、商店街等の空き店舗を活用した新規開業を支援 ・「店舗魅力向上事業」により、新たなサービスや商品の提供を行おうとする既存店の事業計画の実施を支援	①チャレンジショップ開設箇所数 ②空き店舗への出店数 ③店舗魅力向上事業の活用数	①4箇所(H27) ↓ 12箇所 ↓ 14箇所 (H27～H31累計) ②59件 (H21～H26累計) ↓ 17件 (H28～H29累計) ↓ 100件 (H28～H31累計) ③10件(H27) ↓ 13件(H28～H29累計)

戦略の柱	2　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	7　地域商業の活性化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

地域商業の活性化計画の策定や商店街等の賑わい創出につながるソフト事業実施への支援

県経営支援課 ：
・商店街等活性化事業により、商工団体等が取組む商業の活性化計画の策定や商店街等の賑わい創出につながるソフト事業の実施を支援

中山間地域での商業活性化に向けた取組みを支援

県経営支援課 ： 若手商業者グループ支援事業、事業経営アドバイザー事業等の各支援策を活用して中山間地域での商業活性化を支援

アンテナショップ「てんこす」を通じた商店街のにぎわい創出への支援

県経営支援課 ：
・アンテナショップ「てんこす」が実施する、にぎわい創出への取組みを支援

チャレンジショップの整備

県経営支援課 ：
・チャレンジショップ事業により、市町村と連携し、商店街等でチャレンジショップを設置し、円滑な運営と効果的な事業の実施を支援

空き店舗への出店支援

県経営支援課 ： 空き店舗対策事業により、商店街の活性化につながる空き店舗への出店者を支援

既存店の魅力アップ支援

県経営支援課 ： 店舗魅力向上事業により、商店街の活性化につながる既存店の魅力向上を支援

分野	商工業分野
戦略の柱	3　外商の加速化と海外展開の促進

戦略の方向性	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

戦略目標	目標	
	○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）	防災関連認定製品の売上高
		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

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
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）	・各企業ごとの専任担当者や統括等が、企業ニーズに応じた各種施策の提案や活用、同行訪問、技術的助言などの積極的な支援を各支援機関と連携し展開 ・県外コーディネーターと連携し、見本市出展や商談機会を拡大し、外商成果額が飛躍的に増加 ●見本市出展 国内　H24:13回、H25:41回、H26:40回、H27:31回、H28:30回、H29:26回 ●サポート対象企業の成果額 H24:2.5億円、H25:16.2億円、H26:27.1億円、 H27:40.8億円、H28:50.8億円 H29:58.0億円 ・メイドイン高知の防災関連製品の地産地消・外商を推進するため、「交流」「地産」「地消」「外商」の各段階に応じて企業を支援することにより、関連製品の製品数・売上高ともに伸びてきたもののやや鈍化している ●防災関連産業交流会会員数　H24:77社 ⇒H29:182社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H29:37件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H29:132製品 ●県外見本市への出展　H24～H29:49回、306社 ●防災関連製品売上高　H24:0.6億円、H25:10.9億円、 H26:48.5億円、H27:52.0億円、 H28:47.4億円、H29:52.6億円（目標額）	・首都圏を中心としたさらなる販路の拡大 ・防災関連製品は売上増に向けた民需の拡大等の検討 ・県外・海外への外商の強化 ・Eコマースとの連携強化などによる民需の開拓
2	県内企業の海外等展開を促進	・各企業ごとの専任担当者や統括等が、企業ニーズに応じた各種施策の提案や活用、同行訪問、技術的助言などの積極的な支援を各支援機関と連携し展開 ・（公財）高知県産業振興センター内に海外支援コーディネーターを配置し、統括を含めた海外支援チームを編成し、県内企業の海外展開支援を開始 ●見本市出展・商談会 海外　H27:5回（タイ2回、台湾、韓国、中国） H28:6回（タイ2回、台湾2回、ベトナム、フィリピン） H29:6回（タイ2回、台湾2回、スリランカ、インドネシア） ●バイヤー招聘 H28:15企業・団体　17名（台湾、タイ、中国、ルーマニア、イギリス） H29:13企業・団体　18名（台湾、タイ） ・首都圏見本市（デジタルコンテンツEXPO）への出展支援（県がブース借上げ） ●出展企業　H28:3社、H29:4社 ●継続商談　H28:3件、H29:5社	海外にチャレンジする企業の増加と、海外展示会・商談会後の成約に向けた取り組み（同行訪問、バイヤー招聘、商談サポート等） ・出展企業の営業力強化

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:48.5億円	H28:47.4億円	64億円	-	-
H26:27.1億円	H29:58.0億円	73億円	100億円	183億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商26】 ◆東京営業本部による外商サポート		○						
(再掲)【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施			○				○	○
【商27】 ◆見本市出展や商談会の開催		○						
【商28】 ◆技術提案型商談会等の開催		○						
【商29】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓(H30拡充)		○						
【商30】 ◆海外での市場調査支援		○						
【商31】 ◆国内貿易商社とのマッチング		○						
【商32】 ◆海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化		○						
【商33】 ◆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)		○						
【商34】 ◆JICA及びJETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の促進		○						
【商35】 ◆首都圏見本市への出展支援		○						

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商26】 ◆東京営業本部による外商サポート	県外への営業力強化を促し、販売実績に結び付けるための営業拠点として設置した東京営業本部において、首都圏における外商サポートを強化する	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(防災関連製品含む)	40.8億円(H27) ↓ 58.0億円(H29) ↓ 73億円
(再掲)【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施			
【商27】 ◆見本市出展や商談会の開催	県内の特色ある製品や技術を国内外へ積極的にPRし、県内ものづくり企業の販路開拓をサポートすることで、県内製造品出荷額の増加につなげる	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(防災関連製品含む)	40.8億円(H27) ↓ 58.0億円(H29) ↓ 73億円
【商28】 ◆技術提案型商談会等の開催	複数の県外発注企業を招へいして商談会を実施するとともに、工場の視察や加工技術のデモ等を行い、県内企業の技術を紹介することで新たな下請受注につなげる	商談会開催事業(技術提案型商談会等)など下請受注拡大支援による成約額	1.3億円(H26) ↓ 4.4億円(H29) ↓ 5億円
【商29】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓(H30拡充)	防災関連の主要な展示会への高知県ブースの設置や都市部でのミニ商談会の開催、Eコマースとの連携強化などにより、民需も含めた新たな販売先を開拓	防災関連製品認定制度による認定製品の売上高 (【商26】【商27】と一部重複あり)	48.5億円(H26) ↓ 47.4億円(H28) ↓ 64億円 (※うち海外 ー(H26) ↓ 2.7億円(H28) ↓ 8億円)

戦略の柱	3　外商の加速化と海外展開の促進
取組方針	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）

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

ものづくり地産地消・外商センターによる外商サポート活動の推進

ものづくり地産地消・外商センター　：
- 東京営業本部の設置（新規商談先の開拓やミニ展示商談会の開催）
  （H30年度のミニ展示商談会は、東京の年5回の開催に加え、新たに東京・大阪・名古屋でも各1回追加開催予定）
- 外商コーディネーターによる同行訪問の積極的なコーディネート
- 首都圏でのマーケット調査等による支援

事前準備のサポート ⇒ 見本市出展・商談会開催 ⇒ 商談のフォローアップ

ものづくり地産地消・外商センター　：
- 大都市圏で開催される主要見本市や専門分野の見本市に高知県ブースを出展し、県内企業の製品・技術のPRを通じた販路拡大を支援
- 見本市及び商談会の出展内容等企画提案、広報、商談フォローなど、成約実現に向けて支援を展開

技術提案型商談会等の開催 ⇒ 商談のフォローアップ

ものづくり地産地消・外商センター　：
- 下請企業の受注拡大に向けて、県外企業を招へいして、加工技術デモや工場視察などをセットにした技術提案型の商談会を開催
- 県外で開催される合同受注拡大商談会への参加を支援

ものづくり地産地消・外商センター
- 見本市出展で県内の優れた技術や工法をPR

県外・海外への販路拡大

県工業振興課、ものづくり地産地消・外商センター　：
- 病院や福祉施設などの物流を検証し、新たな販路開拓を実施
- 県外コーディネーターと連携した販路拡大支援 やEコマースとの連携強化などによる民需の開拓
- 防災関連の主要な展示会に高知県ブースを設置し、メイドイン高知の製品・技術をPR
- 大手バイヤーとの個別相談会によりマッチングと製品・技術のブラッシュアップを支援
- 台湾での見本市への出展や技術セミナーの開催により、製品・技術の紹介と併せて、防災先進県高知をPR
- 台湾での展開を拡充しながら、他エリアへも市場拡大を図る
- JICA・JETRO・損保会社等、関係機関と連携したセミナー開催等、県内企業の海外展開を支援
- JICAやJETRO等と連携してインフラ技術等のODA案件化を支援

ポータルサイト構築 ⇒ 「防災関連製品ポータルサイト」の運用

県工業振興課　：
- インターネットを活用した国内外への製品・技術PR
- アクセス状況を分析し、製品開発・販路開拓に有効な情報を県内企業にフィードバック【商08】
- Eコマースとの連携強化による民需の開拓Eコマース

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商30】 ◆海外での市場調査支援	国内における県内企業の海外展開に向けた体制づくりや取り組みを、個別の市場調査や専門家派遣等により支援する	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 6.6億円(H29) ↓ 10億円
【商31】 ◆国内貿易商社とのマッチング	国内貿易商社とのマッチングを実施することで、県内企業の特色ある製品や技術の海外での販路開拓につなげる	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 6.6億円(H29) ↓ 10億円
【商32】 ◆海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化	海外での商談会や見本市出展で発掘した現地の有力企業を本県で開催するものづくり総合技術展での商談会や企業視察等に招へいすることにより販路開拓につなげる	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 6.6億円(H29) ↓ 10億円
【商33】 ◆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)	海外における商談会や展示会への出展支援、営業活動の同行等、具体的なサポートを実施することで、県内製造品出荷額の増加につなげる	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 6.6億円(H29) ↓ 10億円
【商34】 ◆JICA及びJETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の促進	ODA関連事業を活用した海外展開を促進し、県内企業の製品や技術の販路開拓につなげるために、ODA関連セミナーの開催やODAコンサルタントとのマッチング、現地政府へのトップセールス活動など具体的なサポートを実施する	ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果額(海外分)	2.6億円(H27) ↓ 6.6億円(H29) ↓ 10億円
【商35】 ◆首都圏見本市への出展支援	比較的小規模なIT・コンテンツ関連企業にとって重荷となっている見本市出展に係る負担を軽減し、販路開拓に繋げるため、首都圏で開催される見本市において高知県としてブースを借上げ、出展するIT・コンテンツビジネス起業研究会会員を公募する	見本市出展事業者数(IT・コンテンツ分野)	ー(H27) ↓ 7社 (H28～H29 累計) ↓ 12社 (H28～H31累計)

戦略の柱	3　外商の加速化と海外展開の促進
取組方針	2　県内企業の海外等展開を促進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

セミナー開催・掘り起こし ⇒ 海外での市場調査支援、各種専門家派遣等支援

ものづくり地産地消・外商センター ：
- ・企業訪問により新たなサポート対象企業を掘り起こし
- ・ものづくりや海外展開に関するセミナーや個別相談会を開催
- ・JETRO等関係機関のネットワークを活用し、個別の市場調査を支援、また、海外展開計画を連携して作成支援
- ・取引契約書等の作成を支援
- ・外部専門家の派遣等により代理店開拓や製品の改良、広報手法など専門的助言を実施
- ・統括や海外支援コーディネーター等による海外展開支援

国内貿易商社とのマッチング ⇒ 商談のフォローアップ

ものづくり地産地消・外商センター ：
- ・企業訪問により新たなサポート対象企業を掘り起こし
- ・国内貿易商社とのマッチングを実施
- ・マッチング後の成約に向けたフォローアップの実施

海外バイヤーを招へいした商談会・企業視察の実施 ⇒ 商談のフォローアップ

ものづくり地産地消・外商センター ：
- ・海外バイヤー等を招へいし、商談や企業視察を実施
- ・商談会、展示会後の成約に向けたフォローアップの実施

見本市出展・商談会開催 ⇒ 商談のフォローアップ

企業ニーズに応じた同行訪問等個別サポート

ものづくり地産地消・外商センター ：
- ・海外でのセミナー商談会の開催や各種展示会への出展をサポート
- ・商談会、展示会後の成約に向けたフォロー支援の実施
- ・海外企業、代理店とのアポイント実現や商談への同行支援の実施

ODA案件化サポートチームによる取り組み

県工業振興課 ：
- ・ものづくり地産地消・外商センター、JETRO、JICA、中小企業基盤整備機構等と連携して「高知県ODA案件化サポートチーム」を設置
- ・ODA関連セミナーの開催
- ・海外事業戦略の策定支援からODAコンサルタントとのマッチングなど、JICAが募集するODA関連事業への申請に向けたサポート
- ・相手国政府機関へのトップセールスなどによる県内企業の製品や技術のPR

販路拡大支援

県産業創造課 ： 首都圏見本市等への出展支援

分野	商工業分野
戦略の柱	4　企業立地や起業の促進

戦略の方向性	・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

戦略目標	目標	
	○全庁一丸となった企業立地の推進	企業立地による製造品出荷額等
		企業立地による雇用創出数（H28からの増加人数）
		新規雇用者数（IT・コンテンツ分野）
		IT・コンテンツ企業立地件数（H25からの累計）

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	全庁一丸となった企業立地の推進	・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数：62件（H24～29年度末）	・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開 ・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化 ・企業ニーズにあった人材の不足への対応
		・新規県外誘致や県内企業の新増設ニーズに対応する、新たな工業団地（高知中央産業団地及び(仮称)南国日章工業団地）の整備を進めており、高知中央産業団地については、H29年度末に工事が完成	・立地企業の受け皿となる新たな工業団地の早期整備
		・県内企業及び県外から進出している企業への継続的な企業訪問により、業況確認を行うとともに、企業の課題解決に向けた支援や補助金制度など企業立地に関わる各種優遇措置の紹介を実施	・業績が好調な県内企業の県外への工場等の増設や転出を防ぎ、県内での更なる設備投資を促進 ・県外から進出している企業の工場等が、その企業にとって主力工場等となるよう業容の拡大を図るための更なる設備投資や工場等の増設を促進
		・農業分野については、平成27年度に企業立地補助金を拡充して企業の農業参入支援を対象化し、県農業振興部と連携した企業誘致活動を実施 ・平成27年度に、企業立地推進会議を設置し、庁内各部局と連携した誘致対象企業の掘り起こしと誘致活動を開始	・本県の強みを活かした第一次産業分野等と連携した企業立地の推進 ・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化
		・地理的条件の影響が少なく、雇用創出に即効性があるバックオフィスやコールセンターを中心に、全国トップクラスの支援制度や人材確保を中心とするきめ細かなアフターフォローを強みとして誘致活動を実施	・主に県中心部に集積が進みつつある事務系職場の立地の更なる加速化と、県内各地域への立地の実現 ・また、企業ニーズにあった人材の不足への対応
		・IT・コンテンツ企業立地助成制度を活用した誘致活動を展開 ●企業訪問件数　H27～H29：303件 ●企業立地件数　H25～H29：14件	・立地有望案件（IT・コンテンツ）の更なる掘り起こし

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:252億円	422億円	612億円	806億円	900億円
―	336人	800人	1,100人	1,900人
H27:71人	H29:162人	H31:300人	H33:500人	H37:900人
H27: 6件	H29:14件	20件	26件	38件

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商36】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○						
【商37】 ◆立地企業の受け皿の整備	○							
【商38】 ◆徹底したアフターフォロー	○	○						
【商39】 ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ	○	○						
【商40】 ◆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	○							
【商41】 ◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進	○							
【商42】 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致	○							
【商43】 ◆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)	○							
【商44】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施	○		○				○	
【商45】 ◆多種多様な事務系職場の誘致	○							
【商46】 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致	○							
【商47】 ◆本県ならではの企業への支援策を生かしたIT・コンテンツ関連企業の立地促進	○				○			

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	起業に取り組む事業者等への支援の強化	・IT・コンテンツビジネス起業研究会において、事業計画策定等に関する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 ●事業化プラン認定件数　H22～H29：11件	・事業化プラン案の迅速なブラッシュアップ
		・起業研究会会員の商品・サービスと県内企業等のニーズをマッチングし、相互取引を促進 ●成約件数　H27～H29：9件（H28申込分の成約1件）	・県内企業等のニーズの更なる掘り起こし
		・市町村が整備する中山間地域等シェアオフィスの利用を促進 ●シェアオフィス設置　県内8カ所 ●入居企業16社（うち県内事業者9社、県外事業者7社） ・入居事業者が農業・林業インターンシップの企画運営による移住・就業支援や、地元自治体のCM・PR動画の製作等を行っており、雇用の拡大だけでなく地域の活性化にも寄与	・シェアオフィスへの入居促進活動の強化
		・平成28年度に県制度融資の創業融資メニューを改め、金利を引き下げるとともに以内金利を導入することで、新たに起業する者の負担をより軽減するなど資金面での支援を行った H28～H29融資実績件数：134件	・起業者及び金融機関への、融資メニューの周知

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商48】 ◆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	○				○			
【商49】 ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進	○				○			
【商50】 ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援	○				○			
【商51】 ◆創業融資メニューの活用促進	○				○			

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商36】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	企業立地推進会議(各部の副部長で構成)による、各部案件の掘り起こしと、有望な案件に対する総合支援チームによる、立地プランの提案からアフターフォローまで一貫した支援を実施	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商37】 ◆立地企業の受け皿の整備	企業立地の受け皿を確保するため、(仮称)南国日章工業団地及び(仮称)高知布師田団地の整備を促進するとともに、さらなる開発候補地の掘り起こしを行う	工業団地の分譲面積	7.9ha(H26) ↓ 12.9ha(H29) ↓ 24ha
【商38】 ◆徹底したアフターフォロー	県内企業及び県外から進出している企業への継続的な訪問による業況確認及び各支援機関や金融機関、市町村等との情報共有・連携による企業の課題解決支援	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商39】 ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ	業績が好調な県内企業の県外への工場等の増設や転出を防ぎ、県内での更なる設備投資を促進するとともに、県外から進出している企業の工場等が、その企業にとって主力工場等となるよう業容の拡大を図るための更なる設備投資や工場等の増設を促進	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商40】 ◆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	大都市圏で開催するセミナーやフェア等において、高知県の立地環境や各種取り組みを企業立地推進会議等の庁内各部局と連携してPRすることで、新規の誘致対象企業を掘り起こし	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)

戦略の柱	4　企業立地や起業の促進
取組方針	1　全庁一丸となった企業立地の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

企業立地推進会議及び総合支援チームによる一貫支援

県企業立地課　：
・各部からの案件を掘り起こし
・総合支援チームによる支援（立地プラン構築・提案、投資への誘導・誘致活動、企業立地後のアフターフォロー等）

高知中央産業団地の整備

（仮称）南国日章工業団地の整備

（仮称）高知布師田団地の整備

開発候補地の掘り起こし

県企業立地課、市：立地企業の受け皿が不足する県中央部において、県市の共同による工業団地整備を促進

企業訪問活動の強化による徹底したアフターフォロー

県企業立地課　：
・継続的かつ定期的に、また要請に応じて企業訪問を行い、業況等の確認をするとともに企業の課題解決に向けた支援を各機関と連携して行うなど、徹底したアフターフォローを実施

業績好調な県内企業や県外から進出している企業への更なる投資を促すアプローチ

県企業立地課　：　補助制度など優遇措置や工業団地の紹介等、立地プランの提案による設備投資の促進

企業立地セミナー開催及びフェア出展等による県外での企業誘致促進のためのPR活動

県企業立地課　：　大都市圏で高知県のPRを行うことで、新規案件の掘り起こしを行い、誘致活動を通じて企業立地を促進

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商41】 ◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進	農業や水産業など、本県の強みである第一次産業分野等への県内外企業の参入を促進	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商42】 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致	第一次産業分野等への企業の参入の促進とあわせて、加工工場や販売拠点等の関連産業を一体的に誘致	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商43】 ◆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)	コールセンター等立地促進事業費補助金のバージョンアップ(サテライトオフィス設置時の補助要件緩和)等による支援の強化	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商44】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施	立地企業のそれぞれのニーズにマッチした人材を育成するため、雇用型OJT形式の実務訓練及び従業員のキャリアアップにつながる訓練を実施	新規雇用者数	ー(H27) ↓ 59人(H29) ↓ 195人 (H28～H31累計)
【商45】 ◆多種多様な事務系職場の誘致	ダイレクトメールによる本県立地情報の発信及びコールセンター見本市(東京及び大阪で開催)への出展による、県民のニーズに応じた多種多様な事務系職場の掘り起こし	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 15件(H29) ↓ 40件 (H28～H31累計)

戦略の柱	4　企業立地や起業の促進
取組方針	1　全庁一丸となった企業立地の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

第一次産業分野等への企業参入の促進

県企業立地課　：
・多様なチャンネルによる案件のキャッチ（企業立地セミナー、フェア、DM、金融機関等からの紹介等）と企業訪問による立地プランの提案

加工・販売など関連産業の一体的な誘致

県企業立地課　：
・多様なチャンネルによる案件のキャッチ（企業立地セミナー、フェア、DM、金融機関等からの紹介等）と企業訪問による立地プランの提案

コールセンター等立地促進事業費補助金のバージョンアップ等による支援の強化

県企業立地課　：
・サテライトオフィス設置時の補助要件を緩和
・市町村や民間による、受け皿となるオフィス整備への誘導

オーダーメード型雇用訓練の実施

県企業立地課　：　立地企業での雇用によるOJT形式の実務訓練を通した育成

オーダーメード型スキルアップ訓練の実施

県企業立地課　：
・立地企業の従業員を対象とした、専門技能などキャリアアップにつながる研修型訓練の実施

事務系職場を対象とした、ダイレクトメールによる立地情報の発信

県企業立地課　：
・企業の事業計画検討時期にあわせ、関東圏及び関西圏に発送

コールセンター見本市（東京及び大阪）への出展

県企業立地課　：
・見本市開催時期：H28大阪5月下旬、東京11月中旬、H29～東京7月下旬、11月初旬（予定）

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【商46】 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致	立地後の人材確保等のきめ細かなアフターフォローによる立地企業の事業拡大を支援し、関連企業の誘致につなげる	立地決定件数（食品分野を含む）	50件 （H24～H27累計） ↓ 15件（H29） ↓ 40件 （H28～H31累計）
【商47】 ◆本県ならではの企業への支援策を生かしたIT・コンテンツ関連企業の立地促進	立地有望企業を効率的に掘り起こし、立地に繋げるため、これまで培ったネットワークや立地意向アンケート調査により、企業情報・ニーズを把握し、コンテンツ関連企業立地助成制度や、立地に当たっての人材確保・育成支援、立地後の企業間の連携等を一連の支援パッケージとしてPRする	訪問事業者延べ件数	41件（H27） ↓ 106件（H29） ↓ 150件
【商】 ◆海外への情報発信 （H28年度に終了）	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するため、国内外向けPR番組を制作し、放送する	国内外向けPR番組放送回数	― ↓ 9回（H28）

戦略の柱	4　企業立地や起業の促進
取組方針	1　全庁一丸となった企業立地の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

立地企業へのアフターフォロー

県企業立地課　：
・ハローワーク、県、市町村の合同による人材確保の支援
・きめ細かな企業訪問による企業の課題への対応

IT・コンテンツ関連企業の立地促進

県産業創造課　：
・アンケート調査等により企業情報・ニーズを把握
・立地有望企業を訪問

海外への情報発信

県文化推進課　：
・国内向けBS番組の制作・放送
・BS番組を再編集・翻訳し海外でも放送

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商48】 ◆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	事業化の可能性が高い企画案を掘り起こし、ビジネスに繋げるため、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、事業化を推進するとともに、事業化に係る経費を助成する	事業化プラン認定件数(IT・コンテンツ分野)	10件(H27) ↓ 11件(H29) ↓ 22件 (H27～H31累計)
【商49】 ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進	IT・コンテンツビジネス起業研究会の会員同士の更なる交流や協業を促進するため、研究会における先進的な取組事例紹介から実技研修に至るまでの様々なメニュー提供や会員への情報共有を行って協業を促進するとともに、企業、団体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	IT・コンテンツビジネスマッチング件数	4件(H27) ↓ 18件(H29) ↓ 40件 (H27～H31累計)
【商50】 ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援	中山間地域の活性化を図るため、豊かな自然環境や遊休施設等を活用して市町村によるシェアオフィスの整備や入居する企業・新規創業者等への支援を実施する	シェアオフィスへの入居事業者数	6事業者(H26) ↓ 9事業者(H29) ↓ 15事業者
【商51】 ◆創業融資メニューの活用促進	金融機関と信用保証協会の協力により県が融資条件等を定め、低利・低保証料で融資を行うことで、新たに起業する者の負担を軽減し、資金面での支援を行う	県融資制度の創業等融資メニューの利用件数	230件 (H24～H27累計) ↓ 134件(H28～H29累計) ↓ 270件 (H28～H31累計)

戦略の柱	4　企業立地や起業の促進
取組方針	2　起業に取り組む事業者等への支援の強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

IT・コンテンツビジネス事業化支援

県産業創造課　：　IT・コンテンツビジネス起業研究会による事業計画策定から開発、販路開拓、広報支援までの経費助成を含む「まるごと支援」を実施

企業間取引・協業の促進

県産業創造課　：
・IT・コンテンツビジネス起業研究会における情報交換会や勉強会の開催、企業や団体等の発注ニーズの掘り起こしにより企業間取引・協業を促進

シェアオフィスへの入居促進

県産業創造課　：　市町村と連携したシェアオフィスのPRや入居者の募集

市町村、県産業創造課　：　シェアオフィス入居企業と地方進出を検討している企業との意見交換・情報交換や現地視察などの実施

専門人材等の確保と地域の雇用創出

県起業推進室　：　シェアオフィス入居企業等と自然豊かな環境で働きたい都市部のIT系技術者とのマッチングを実施
市町村、県起業推進室　：　入居企業と連携し、県内等の学生を対象とした合宿型インターンや交流などにより地域の雇用を促進

新規創業等の事業者支援

市町村、県産業創造課　：　入居事業者に対する初期経費への支援
産業支援機関、県産業創造課　：　専門家派遣によるハンズオン支援や事業連携先の紹介などによる創業や事業の継続・拡大に対する支援

起業者への資金面の支援

県経営支援課　：　高知県中小企業等融資制度の創業融資メニューにより、起業者の資金面を支援

分野	商工業分野
戦略の柱	5　産業人材の育成・確保

戦略の方向性	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	目標	
	○就職支援の推進	県出身県外大学生の県内就職率

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	人材確保の推進	1．求職者獲得に向けた高知県移住促進・人材確保センターのPRを行い、登録増に繋げるとともに、県内求人の掘り起しを行うこと等を通じて、マッチング（71件）の拡大を図ることができた (1)「高知家で暮らす」HPと連携強化し、高知求人ネットへの誘導を図り高知の求人情報を発信 (2) 同窓会員（県立大及び土佐高等）へチラシ等送付、SEO対策実施等 (3)センター求人求職ポータルサイト機能追加（一次産業、ハローワーク、福祉、雇用を伴わない求人情報を一元的に集約し情報発信する機能） (4)メルマガによる県内求人情報の定期的配信 (5)UIターン就職相談会・転職フェア等参加 (6)産振センター等と連携を図り、経営者等とのヒアリングを通じて人材面での課題を明確にし、必要となる求人ニーズを掘り起こす。 (7)首都圏企業　60社へ　21件の人材について紹介を依頼	(1)マッチングの増加には、求人企業に紹介可能な求職登録者をこれまでよりも大幅に確保することが必要 (2)県内企業に潜在する求人ニーズをより効果的に集約することが必要
		(1)県内外での新規学卒者を対象にしたセミナーの実施 (2)就職情報誌等を活用した県内企業や就職支援情報の提供	(1)新規学卒者及び保護者等に対する県内就職への意識醸成 (2)県内外の大学との連携強化 (3)企業のプレゼン力向上
			(1)潜在する働く意欲のある高年齢者の掘り起し (2)事業所が切り出した高年齢者ができる仕事と高年齢者の就労条件とのマッチング (3)県内の若年求職者等支援機関の連携 (4)ジョブカフェこうち仕事力パワーアップ事業の利用者確保
		・首都圏で開催する高知家IT・コンテンツネットワーク交流会（ネットワーク会員数：110人）等を通じて、首都圏の人材の掘り起こしと確保、人材と企業のマッチング、企業誘致を推進 ・立地企業6社（H28～H29）の会社説明会の共催又は開催支援 ●新規雇用者数　H28～H29：16人（H28:12+H29:+4）	・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・人材・企業の掘り起こし ・企業とのマッチング

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:15.9%	H28:16.4%	30.0%	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商52】 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○				○	
【商53】 ◆新規学卒者の県内就職促進(H30拡充)			○				○	
【商54】 ◆組織連携による労働参画機会の拡大(H30新規)			○				○	
【商55】 ◆IT・コンテンツ産業の人材の確保(H30拡充)			○				○	
【商56】 ◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	円滑な事業承継と中核人材の確保への支援	(1)事業承継等推進事業費補助金の交付 【交付件数:H27:3件、H28:10件、H29:5件】 (2)セミナーや包括協定機関との連携を活用した承継支援の周知【相談件数:321件、マッチング件数:28件(H27～H29累計)】	(1)金融機関、士業等と連携した支援スキームの構築 (2)事業承継診断の効率化 (3)士業を主とした連携機関のスキルアップ
3	人材の育成の推進	・伝統的工芸品産業等後継者育成対策事業による短期体験研修や研修生受入事業の実施 ●短期研修の実施状況 H26:3名(和紙1名、硯2名)、H28:1名(硯)、H29:1名(硯) ●長期研修の実施状況 H27:5名(和紙2名、打刃物2名、硯1名) H28:5名(和紙2名、打刃物2名、硯1名) H29:8名(和紙2名、打刃物4名、硯2名)	・伝統的産業に興味のある人材の発掘・育成と販路開拓 ・研修希望者の受入生産者の確保、負担軽減 ・研修後、後継者として地域に定着するためのフォローが必要
		＜工業技術センター＞ ・技術研修開催 企業、団体からの要望に沿った研修を実施し、H28～29年度の累計で、598名が参加	・若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定 ・研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応
		＜紙産業技術センター＞ ・県内大学等からインターンシップを受入れ 3社・計8人 ・かみわざひとづくり事業の実施 35回、延べ105企業201人参加 ・紙産業技術初任者研修会の実施 3回、25企業40人参加 ・経営技術者講演会 3回、24企業56人参加	・企業の受入体制の充実や、企業、大学、学生のマッチング促進 ・企業の取組みが多岐にわたるため、適切な技術情報の提供や研修テーマの選定
		・高等技術学校において、ものづくり分野の人材育成のための学卒者向けや企業在職者向けの職業訓練、また、早期就職を目指す離転職者向けの職業訓練を実施した	・学卒者向け・企業在職者向け訓練の、学生や企業等への周知 ・就職率の向上に向けての支援
		・首都圏のコンテンツ産業関連の専門家と連携しながらコンテンツ関連企業との人脈形成等を推進 ・立地企業6社の会社説明会を共催又は開催支援 ●新規雇用者数 H28:12人、H29:4人 ・『アプリ開発人材育成講座』及び『イラストビジネス基礎講座』(土佐MBA)の開催 ●受講者数 H28:365人(延べ受講者数)、H29:82人(受講者実数) ・社外研修費(旅費、滞在費等)への助成 ●交付決定 H28:1件	・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・企業が求める専門化・多様化に対応した人材育成、企業とのマッチング
4	事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策の推進	・ジョブカフェこうちで、就職内定者(高校生)を対象にした早期離職防止を目的としたセミナーを実施	・新入社員のフォローアップ
		・ワークライフバランスを推進するため、子育てしやすい職場環境づくりに取組む企業の認証、支援やセミナーを実施	・従業員定着のための労働環境改善や人材育成への企業の意識の醸成

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【商57】 ◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし			○				○	
【商58】 ◆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			○				○	
【商59】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成							○	
【商60】 ◆工業技術センター等が行う技術研修 （人材育成事業（工業技術センター・紙産業技術センター））							○	
（再掲）【商19】 ◆工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化（H30新規）	○			○			○	
【商61】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成（高等技術学校）							○	
【商62】 ◆IT・コンテンツ産業の人材の育成（H30拡充）							○	
（再掲）【商4】 ◆事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進（H30拡充）								○
【商63】 ◆新規高卒就職者の離職防止			○				○	
【商64】 ◆従業員の定着対策			○				○	
【商65】 ◆従業員の能力開発支援			○				○	

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【商52】 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保	産業振興センター等との連携強化により、事業拡大が期待できる事業者を訪問し、求人ニーズの掘り起こしを行う 　また、セミナー等の開催により経営者に対し、中核人材の必要性について周知	中核人材の求人件数	137件(H27) ↓ 426件(H29) ↓ 420件
	首都圏において人材確保コーディネーターによる首都圏企業や県人会等の訪問等を通じて求職登録者の増加を図り、求人ニーズとのマッチングを行う	①新規求職登録者数	①－ ↓ 600人(H29) ↓ 570人
		②中核人材のマッチング件数	②11件(H27) ↓ 71件(H29) ↓ 100件
【商53】 ◆新規学卒者の県内就職促進（H30拡充）	【新規高卒者の県内企業への就職促進】 本県産業を担う人材の育成と確保を促進するため、教育委員会等と連携し、県内企業への就職希望意識の醸成を図るとともに、求人票の早期提出や求人の拡大要請等により、新規高卒者の県内就職を支援する ⇒別図＜商07＞参照（p.427）	新規高卒者の県内就職率	62.3%（H26） ↓ 64.1%(H29) ↓ 75.0%
	【新規大卒者の県内企業への就職促進】 ・県内外の大学生に、高知県の企業情報や採用・インターンシップ情報等を発信する ・企業との面談会や就職相談会の開催等により県内企業への就職の動機づけや、Uターン就職を支援する ⇒別図＜商07＞参照（p.427）	県外大学生のUターン就職率	15.9%(H26) ↓ 16.4%(H28) ↓ 30.0%

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	1　人材確保の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

事業者の求人ニーズの掘り起こし

県事業承継・人材確保センター　：
・事業者への訪問やセミナーの開催により、中核人材の必要性の周知や求人ニーズの掘り起こしを行う
・商工会や商工会議所が地域の事業者の経営計画策定を伴走型支援する中で、計画実現に必要な人材ニーズを掘り起こす

（一社）高知県移住促進・人材確保センター　：
・事業者への訪問やセミナーの開催により、中核人材の必要性の周知や求人ニーズの掘り起こしを行う

中核人材の掘り起こし、企業とのマッチング

県事業承継・人材確保センター　：
・UIターン等転職希望者に対し、センターの高知求人ネットによる情報発信や首都圏等で開催するUIターン就職相談会での相談対応等を通じて、求職登録者の増加を図り、マッチングを拡大する
・移住施策と連携した、様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化

（一社）高知県移住促進・人材確保センター　：
・UIターン等転職希望者に対し、センターの高知求人ネットによる情報発信や首都圏等で開催するUIターン就職相談会での相談対応等を通じて、求職登録者の増加を図り、マッチングを拡大する。

新規高卒者の県内企業への就職促進

県教育委員会高等学校課:
・県立高等学校での担い手・志育成事業等、県内企業理解促進のための事業の実施
県商工政策課　：
・私立高等学校での県内企業理解促進事業の実施及び実施校の拡大
県商工政策課、県教育委員会高等学校課、高知県労働局　：
・新規高卒者への求人票の早期提出や求人枠の拡大などを県内企業等に要請

新規大卒者の県内企業への就職促進

県商工政策課　：
・官民連携による県内就職促進に向けた広報活動
・高知求人ネットの学生向け情報ページによる情報発信
・Uターン就職サポートガイドによる情報発信と定期購読の登録促進
・就職支援協定先大学の拡大、訪問等による協力大学の開拓
・県内の就職に向けた意識の醸成のための学生向けセミナーの開催
・関係団体や民間企業との連携によるインターンシップ情報の充実と周知

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
	【若年者の就職支援】 「ジョブカフェこうち」において、就職相談や各種セミナー及び職場体験講習を実施し、若年者の就業を支援する	ジョブカフェこうちが実施する職場体験講習受講者の正規雇用率	42.0%(H26) ↓ 44.9%(H28) ↓ 50.0%
	【UIターンの促進】 UIターン就職希望者と県内求人企業に求人・求職情報を提供するとともに、無料職業紹介を実施し、UIターン就職を促進する	高知求人ネットへの登録者の県内企業への就職者数	51人(H26) ↓ 71人(H29) ↓ 140人(H31)
【商54】 ◆組織連携による労働参画機会の拡大(H30新規)	【高齢者】 年齢に関わりなく生涯現役で活躍し続けられる環境づくりを推進するため、高年齢者と企業のマッチングを図る合同説明会の開催や高年齢者の就労支援を行う「相談窓口」を設置するなどの生涯現役促進地域連携事業を実施する	生涯現役促進地域連携事業実施による就業者数	－(H29) ↓ 160人 (H30～32累計)
	【若者無業者等】 コミュニケーション力や社会人としての自覚の不足など何らかの課題を抱えていることから就職や定着に至りにくい若年求職者へのサポートを強化して就職に繋げる事業(仕事力パワーアップ事業)を実施する	事業を利用した求職者の就職率	－(H29) ↓ 仕事力パワーアップ事業を利用した求職者の就職率:70% うち、正規雇用率50% (H31)
【商55】 ◆IT・コンテンツ産業の人材の確保(H30拡充)	高知家IT・コンテンツネットワークを核として、首都圏からの人材確保や本県への立地企業の掘り起こしを積極的に推進するため、首都圏における「人材・企業の掘り起こし」、「交流・勉強の場の充実」、「人材と企業のマッチング」までを一気通貫で推進する仕組みを構築 ⇒別図＜商08＞参照(p.428)	ネットワーク登録者数	－(H27) ↓ 110人(H29) ↓ 300人
【商56】 ◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援	よりスムーズな採用に繋げるため、企業の雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援する	企業の雇用機会に応じた会社説明会の開催回数	－(H27) ↓ 7回(H29) ↓ 3回

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	1　人材確保の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

若年者の就職支援

県雇用労働政策課　：
- ・キャリアコンサルタントによる職業相談・職業適性診断の実施
- ・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施
- ・職場体験講習の実施⇒受入企業の開拓・受講後の正規雇用率の向上
- ・求職者の特性に応じた研修と事前の職業訓練による就職困難者の就職・定着事業の検討と実施

UIターンの促進

県商工政策課、(一社)高知県移住促進・人材確保センター　：
- ・本県へのUIターン就職希望者と県内求人企業の双方に求人・求職情報の提供
- ・無料職業紹介所の運営(県内求人企業への就職斡旋、紹介状の発行)
- ・UIターン就職相談会への参加による取組の周知とシステム登録の促進

生涯現役促進地域連携事業の実施

県雇用労働政策課:(生涯現役促進地域連携協議会等と連携)
- ・高年齢者就職支援に関するホームページの開設や情報誌の発行
- ・高年齢者就職支援セミナーの開催
- ・高年齢者の就労支援に関する相談窓口の設置

ジョブカフェこうちにおける仕事力パワーアップ事業の実施

県雇用労働政策課
<仕事力パワーアップ事業の内容>
- ・キャリアコンサルタントによる就職相談
- ・就職基礎力養成講座の実施
- ・業界研究・企業見学の実施
- ・少人数セミナーの実施
- ・職場体験講習の実施　など

高知家IT・コンテンツネットワークの構築

県産業創造課　：　高知家IT・コンテンツネットワークの構築

IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援

県産業創造課　：　企業の雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【商57】 ◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし	事業承継の必要性やセンターの取り組み内容について、マスメディアを活用した広報のほか、金融機関、商工会、商工会議所および協定を締結している損保会社等と連携し、事業者向けセミナーや個別相談の実施により周知を行う	事業承継等に係る相談件数	107件(H27) ↓ 321件(H29) ↓ 750件 （H28～H31累計）
【商58】 ◆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	円滑な事業承継等の推進のため、士業等による専門的な支援を行う	事業承継等のマッチング件数	4件(H27) ↓ 28件(H29) ↓ 100件 （H28～H31累計）

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	2　円滑な事業承継と中核人材の確保への支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

事業承継等の必要性の普及・啓発

県事業承継・人材確保センター　：
・事業者向けセミナーや個別相談会の実施により周知
・金融機関、県内各商工会、県内各商工会議所等を対象とした研修会の実施

事業引継ぎ支援センター　：
・事業者向けセミナーや個別相談会を活用した事業承継ニーズの掘り起こし
・金融機関、商工会、商工会議所等を対象とした実務研修の実施

事業承継やM&Aの推進

県事業承継・人材確保センター　：
・支援チームや専門家派遣による支援
・小規模M&Aにおける士業活用の仕組みづくり
県商工政策課　：　事業承継等推進事業費補助金による事業承継計画の策定やM&Aの支援

県商工政策課、事業引継ぎ支援センター　：
・事業承継等推進事業費補助金による事業承継計画策定およびM&A等の承継支援
・金融機関、商工会、士業等と連携した支援スキームの構築
・士業等専門家向けの実務セミナー

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【商59】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成	伝統的工芸品産業等が求める後継者の育成を行うため、短期研修、長期研修、研修環境の整備を促進する	研修生の増加を図り、研修後に後継者として活躍する人材を育成する	長期研修生 5名 (H27) ↓ 長期研修生 8名 (H29) ↓ 長期研修生 10名
【商60】 ◆工業技術センター等が行う技術研修 (人材育成事業(工業技術センター・紙産業技術センター))	機械・金属、化学、食品加工企業等に対する技術人材を育成するための技術研修等を実施する	①技術研修の受講者数(県工業技術センター)	①314人 (H24～H26平均) ↓ 598人 (H28～H29累計) ↓ 累計1,200人 (H28～H31)
		②技術研修の受講者数(県立紙産業技術センター)	②239人 (H24～H26平均) ↓ 491人 (H28～H29累計) ↓ 累計1,200人 (H28～H31)
(再掲)【商19】 ◆工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(H30新規)			
【商61】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校)	【高等技術学校・施設内訓練】 ・人手不足分野である「ものづくり分野」に人材を輩出していくため、高知校において製造系、中村校において建築系の訓練を実施する ・各訓練科の入校生を確保し、それぞれの職業に必要な基礎的技能・知識を習得させた人材を育成し、就職につなげる	①高等技術学校の入校選考応募率	①97.1%(H26) ↓ 64.8%(H29) ※H18-27平均応募率:104% ↓ 120%
		②高等技術学校の中途退校率(自己都合)	②4.3%(H26) ↓ 5.8%(H29) ※H18-27平均退校率:21.5% ↓ 10%
		③高等技術学校の就職率	③93.1%(H26) ↓ 98.1%(H29) ↓ 100%

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	3　人材の育成の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

伝統的工芸品産業等の後継者育成研修の実施

県工業振興課、市町村 ： 伝統的工芸品産業等後継者育成対策事業の実施

機械・金属・電子、化学、食品加工企業等に対する技術人材の育成

県工業技術センター ：
・専門的技術研修の実施
・特別技術支援員の配置
・技術指導アドバイザーの派遣

県紙産業技術センター ： アイデア～事業化プラン～研究開発～事業化までを一貫して推進できる中核人材を育成（各分科会、開放試験設備利用研修、講演会を実施）

高等技術学校における学卒者訓練の実施

高等技術学校 ： 産業界のニーズに沿った基礎的な技能・知識の習得等のための訓練を実施し、地域産業を担う人材を育成・輩出

高等技術学校の機能強化

高等技術学校 ：
・企業ニーズに沿った技術の取得ができる訓練カリキュラムへの変更
・パンフレット、ホームページ内容の充実や、学校訪問の強化等による広報活動の実施
・訓練に必要な機器等の計画的な更新

訓練生に対する支援体制等の強化

高等技術学校（高知校） ：
・自己都合退校防止のための生活相談員の配置日数等の増による相談体制の強化
・訓練生の就職率向上等のための就職コーディネーターの配置期間の増による支援体制の強化

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
	【高等技術学校・在職者訓練】 産業界や企業のニーズに合った企業在職者向けの訓練を実施することで、企業在職者にとって必要な資格取得やスキルアップを目指す	高等技術学校の在職者訓練受講者数	565人 （H24-27累計） ↓ 221人（H29） ↓ 680人 （H28-31累計）
	【高等技術学校・委託訓練】 離転職者等が、再就職に必要な技能及び知識を習得するために、地域の実情に応じた職業訓練を実施し、早期就職につなげる	高等技術学校が実施する委託訓練受講者の就職率	79.2%（H26） ↓ 83.4%（H28） ※H22-26平均就職率：76% ↓ 80%
【商62】 ◆IT・コンテンツ産業の人材の育成 （H30拡充）	IT・コンテンツ関連企業の更なる県内集積を実現するため、土佐MBAにおいて、企業や大学、専門学校等と連携した講座を体系的に組み合わせて実施する「高知県IT・コンテンツアカデミー（仮称）」を開講し、人材育成を大幅に充実・強化 ⇒別図＜商08＞参照（p.428）	土佐MBA受講者数	247人（H27） ↓ 82人（H29） ↓ 1,000人
【商】 ◆社外研修費への助成 （H29年度に終了）	即戦力となる人材の育成を促進するため、社外研修費（旅費、滞在費含む）へ助成する	社外研修費への助成件数	1件（H27） ↓ 0件（H29）
【商】 ◆産学情報交換会の開催 （H29年度に終了）	教育カリキュラムへ企業ニーズ等を反映するため、産学情報交換会を開催する	産学情報交換会開催回数	2回（H27） ↓ 0回（H29）
【商】 ◆クリエイター等向けセミナー（土佐MBA）の開催 （H28年度に終了）	県内クリエイター及び事業者の意識を啓発し、引いてはアプリ開発分野との産業連携に繋げるため、首都圏等で活躍するクリエイターやコンテンツプロデューサーを招聘し、デザイン分野等のセミナー土佐MBAで開催する	クリエイター等向けセミナー開催回数	10回（H27） ↓ 5回（H28）

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	3　人材の育成の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

高等技術学校における在職者訓練の実施

高等技術学校 ：
・産業界や企業のニーズにあった「レディメイド型研修」、「オーダーメイド型研修」の設定
・企業在職者に必要な資格の取得や、スキルアップを目指した訓練の実施

民間教育訓練施設を活用した離転職者訓練の実施

高等技術学校 ：
・企業ニーズに応じたビジネスマナー等の基礎的訓練や資格取得を目指した訓練の実施
・求職者等のニーズにあったパソコンスキル習得のための基礎的訓練の実施
・介護福祉士養成コースを含む、雇用吸収率の高い介護系訓練の実施
・企業実習を併用したより実践的な訓練の実施

アプリ開発人材育成講座（土佐MBA）の開催

県産業創造課 ： アプリ開発人材育成講座（土佐MBA）の開催

IT・コンテンツアカデミー（土佐MBA）の開催

県産業創造課 ： IT・コンテンツアカデミー（土佐MBA）の開催

社外研修費への助成

県産業創造課 ： 社外研修費（旅費、滞在費含む）への助成

産学情報交換会の開催

県産業創造課 ： 産学情報交換会の開催、高等教育機関

クリエイター等向けセミナー（土佐MBA）の開催

県まんが・コンテンツ課、県産学官民連携センター ： セミナー（土佐MBA）の開催

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【商4】 ◆事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進（H30拡充）			
【商63】 ◆新規高卒就職者の離職防止	・新規高卒就職者の離職防止のため、入社前後の不安の解消や社会人としての自覚と責任感を養成する県内企業就職内定者及び新入社員向けセミナーの実施、また、新卒者採用企業等を対象とした人材育成・社員の定着支援のためのセミナーを実施する 　また、県立高校において、就職アドバイザー等が、生徒へ企業情報提供・相談及び定着指導を行うとともに、定着支援に重点を置いた企業訪問を行う	新規高卒者の1年目の離職率	ー ↓ 23.5%(H28.3月卒) ↓ 全国平均以下にする （参考） H28.3月卒業生の1年目の離職率全国平均 ：17.2%
【商64】 ◆従業員の定着対策	・生産性の向上や従業員が働き続けられる企業を目指して、労働条件・労働環境の整備や経営計画の策定、人材育成などをテーマとするセミナーを開催し、企業の取組み促進の気運を高める	セミナー参加企業数	ー ↓ ー社(H28) ↓ 900社
【商65】 ◆従業員の能力開発支援	【若年者の就職支援】 「ジョブカフェこうち」において、就職相談や各種セミナー及びしごと体験講習を実施し、若年者の就業を支援する	ジョブカフェこうちが実施するしごと体験講習受入企業のうち、重点職種企業の就職率	67.0%(H27) ↓ 67.0%（H27） ↓ 70.0%

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	4　生産性向上の取り組みを通じた働き方改革の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

ブラッシュアップセミナー（高校内定者対象）の開催

ブラッシュアップセミナー、新規高卒者対象セミナー及び企業対象セミナーの開催

県雇用労働政策課：
- ・県内企業就職内定者（高校生）向けのブラッシュアップセミナーの開催
- ・新入社員向けセミナーの開催
- ・新卒者採用企業等向けセミナーの開催

就職アドバイザー等による定着指導

県教育委員会高等学校課
- ・就職アドバイザーによる生徒への企業情報提供、相談及び定着指導
- ・就職アドバイザー及び教員による企業訪問

官民協働のセミナーの実施

県雇用労働政策課（労働局等と連携）：
- ・働き方改革推進セミナーの開催（県内2か所）
- ・人材育成等促進セミナーの開催（県内2か所）
- ・企業のニーズに応じた研修会、勉強会の実施（商工会議所、商工会の連絡会等の単位で県下19か所程度）

若年者の就職支援

県雇用労働政策課　：
- ・キャリアコンサルタントによる職業相談・職業適性診断の実施
- ・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施
- ・職場体験講習の実施⇒受入企業の開拓・受講後の正規雇用率の向上
- ・求職者の特性に応じた研修と事前の職業訓練による就職困難者の就職・定着事業の検討と実施

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
	【高等技術学校・施設内訓練】(商61一部再掲) ・人手不足分野である「ものづくり分野」に人材を輩出していくため、高知校において製造系、中村校において建築系の訓練を実施する ・各訓練科の入校生を確保し、それぞれの職業に必要な基礎的技能・知識を習得させた人材を育成し、就職につなげる	①高等技術学校の中途退校率(自己都合) ②高等技術学校の就職率	①4.3%(H26) ↓ 5.8%(H29) ※H18-27平均退校率:21.5% ↓ 10% ②93.1%(H26) ↓ 98.1%(H29) ↓ 100%
	【高等技術学校・在職者訓練】(商61再掲) 産業界や企業のニーズに合った企業在職者向けの訓練を実施することで、企業在職者にとって必要な資格取得やスキルアップを目指す	高等技術学校の在職者訓練受講者数	565人 (H24-27累計) ↓ 221人 (H29) ↓ 680人 (H28-31累計)
	【高等技術学校・委託訓練】(商61再掲) 離転職者等が、再就職に必要な技能及び知識を習得するために、地域の実情に応じた職業訓練を実施し、早期就職につなげる	高等技術学校が実施する委託訓練受講者の就職率	79.2%(H26) ↓ 82.5%(H28) ※H22-26平均就職率:76% ↓ 80%

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	4　生産性向上の取り組みを通じた働き方改革の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

高等技術学校における学卒者訓練の実施

高等技術学校　：　産業界のニーズに沿った基礎的な技能・知識の習得等のための訓練を実施し、地域産業を担う人材を育成・輩出

高等技術学校の機能強化

高等技術学校　：
- 企業ニーズに沿った技術の取得ができる訓練カリキュラムへの変更
- パンフレット、ホームページ内容の充実や、学校訪問の強化等による広報活動の実施
- 訓練に必要な機器等の計画的な更新

訓練生に対する支援体制等の強化

高等技術学校（高知校）：
- 自己都合退校防止のための生活相談員の配置日数等の増による相談体制の強化
- 訓練生の就職率向上等のための就職コーディネーターの配置期間の増による支援体制の強化

高等技術学校における在職者訓練の実施

高等技術学校　：
- 産業界や企業のニーズにあった「レディメイド型研修」、「オーダーメイド型研修」の設定
- 企業在職者に必要な資格の取得や、スキルアップを目指した訓練の実施

民間教育訓練施設を活用した離転職者訓練の実施

高等技術学校　：
- 企業ニーズに応じたビジネスマナー等の基礎的訓練や資格取得を目指した訓練の実施
- 求職者等のニーズにあったパソコンスキル習得のための基礎的訓練の実施
- 介護福祉士養成コースを含む、雇用吸収率の高い介護系訓練の実施
- 企業実習を併用したより実践的な訓練の実施

事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進 ＜商01＞

事業戦略支援の進め方

人口減少や雇用情勢の改善に伴う人手不足感が強まる中、県内企業のさらなる生産性や付加価値の向上を図っていくためには、「公益財団法人 高知県産業振興センター」が行っている事業戦略の策定・実行の伴走支援と、H30に国が設置する「高知県働き方改革推進支援センター」による支援を融合させ、「生産性の向上」に向けて、「事業戦略」、「働き方改革」両面での進捗管理やそれぞれの課題に対する必要な支援を行っていく。

方向付け → 戦略策定 → 試作開発・商品開発 → 製造・販路開拓 → 働き方改革 → 拡大再生産

高知県働き方改革推進支援センター

公益財団法人高知県産業振興センター

事業戦略策定支援

経営ビジョン
5年後10年後の会社の目指す姿

事業戦略

企業全体の目標（販路拡大、コスト削減額、設備投資等）の実現に向けた中長期の工程表

＜事業戦略イメージ例＞
【５年後の売上目標 ●億円】

経営・財務	企画・マーケティング	研究開発・設計	製造	販売	サービス
個別課題	個別課題	個別課題	個別課題	個別課題	個別課題
対応策	対応策	対応策	対応策	対応策	対応策
新 共通目標に人材育成・確保・定着の視点を加える					

事業戦略支援会議（月１回開催）

個別企業の方向性、支援チームの編成や具体的なアドバイス内容を決定するとともに進捗管理を実施

○産業振興センター（・理事長 ・センター長 ・統括 等）、 民間シンクタンク
○アドバイザー（・移住促進・人材確保センター・ココプラ・金融機関・大学・公設試験研究機関
新・高知県働き方改革推進支援センター・専門家 等）

指示／助言

事業戦略支援チームによる個別サポート 充実した施策を活用し、重点的にサポート（専門家派遣等）

（例）

	専任担当者	
チームA	専任担当者	技術統括
		生産技術CO
		ココプラ
チームB	専任担当者	シンクタンク
		メインバンク
		公設試験研究機関
チームC	専任担当者	生産技術CO
		人材確保センター
		働き方改革センター

実行支援（省力化・高付加価値化による生産性の向上）＋働き方改革

設備投資や業務見直し	○国ものづくり補助金（経済産業省） ○金融機関融資 ○設備資金利子補給金 ○生産性向上計画作成事業
高付加価値製品の開発・改良	○ものづくり事業戦略推進事業費補助金 ○国ものづくり補助金（経済産業省）
販路開拓	○事業戦略実現化販路開拓補助金 ○県外・海外支援コーディネーターによる外商支援
人材育成・キャリアアップ	○基礎講座・専門講座開催 ○人材開発支援助成金 ○高等技術学校などでの職業訓練や在職者訓練
人材確保	○高校生・大学生の就職セミナー開催 ○首都圏等の中核人材とのマッチング
事業承継（M&A）	○専門家派遣（事業引継ぎ支援センター、金融機関）
経営者の意識改革	○個別訪問やコンサルタント等による労務環境整備への支援

労働条件の整備：就業規則・給与表の整備／非正規雇用の処遇改善

伴走支援

事業戦略支援チームによる個別サポート

新 人材確保・育成・定着に向けた労働条件、職場環境改善支援（働き方改革を新たにサポート）

磨き上げ

さらなる拡大再生産へ

○各企業毎の専任担当者が事業展開を一貫してサポート
○戦略支援経営・技術統括と外部専門家が全国に通じる製品・会社づくりをサポート
○海外支援コーディネーター（2名）を中心に、製品・技術の海外展開をサポート
○生産技術・機械設計コーディネーターが、生産効率化についてアドバイス
○県外コーディネーターが外商をサポート（東京・名古屋・大阪 計8名）

○個別訪問による企業の機運醸成　○コンサルタント等による労務環境整備への支援　○非正規雇用の処遇改善支援

企業が目指す経営ビジョンの実現

商工会等による小規模事業者の経営計画策定・実行への支援 ＜商02＞

現状

・商工会・商工会議所が経営戦略を策定
（31商工会・商工会議所のうち、19が認定済、12が未認定）

・経営戦略に基づき、事業者の経営計画の策定を支援
（28～32年度目標累計：2,058件、28・29年度実績累計：1,128件）

課題

①経営課題に対応するためのコーディネート力が必要

②経営計画を策定する必要性の浸透

③経営指導員のさらなる支援力の向上

④人材の確保・育成・定着のための労働条件や労働環境等の整備が必要

取組のポイント

ポイント1 各地域ごとにコーディネーターを配置

ポイント2 地域連絡会議に金融機関等が参加

ポイント3 新たな県融資制度（利子補給等）等の活用

ポイント4 スーパーバイザーを指導現場に派遣

ポイント5 経営計画を通じて生産性向上と「働き方改革」を促進

地域の事業者

ステップ1 意欲の醸成 → ステップ2 計画の策定（P） → ステップ3 計画の実行（D） → ステップ4 見直し・実行（C・A）

商工会・商工会議所

商工会・商工会議所の取り組み例

- ステップ1：・セミナーの開催 ・巡回指導等による情報発信
- ステップ2：・SWOT分析・財務分析 ・事業承継計画との連携
- ステップ3：・新商品開発 ・販路開拓
- ステップ4：・要因分析 ・改善支援

国 商工会・商工会議所が行うセミナーの開催等への助成

ポイント2 金融機関等が顧客に対し、セミナー参加等を呼びかけ

ポイント3 計画の策定・実行段階から、金融機関等が事業者を支援

国 小規模事業者持続化補助金 等

新 中小企業設備資金利子補給金

産業振興計画推進融資 等

金融機関等

高知県働き方改革推進支援センター

＜経営計画策定・実行等の支援＞

ポイント5 ＜経営と両立する形での「働き方改革」を促進＞

組織化等へ向けた取り組みへ

高知県商工会連合会、高知商工会議所

拡 ①スーパーバイザー → 経営計画策定等の段階で経営指導員に助言 ポイント4

②専門経営指導員 → 専門的な知見から地域の事業者を支援

③専門家 → 事業者の課題に応じて税理士等を派遣

- 地域本部 → 地域アクションプラン等県施策の情報共有
- 産業振興センター → 事業戦略セミナー等の情報共有
- 事業引継ぎ支援センター → 事業承継計画の策定等で連携
- 金融機関等 → 融資する立場からのアドバイス

ポイント1

新 **経営支援コーディネーター**
事業者の課題に応じて各支援機関をコーディネート
（安芸、嶺北・物部川、仁淀川、高幡、幡多の5ブロックに配置）

経営指導員

支援 → 事業者

高付加価値な製品開発への支援

<商03>

現状・課題

・補助申請時に製品企画書の作成を必須とし、その中で申請者が想定している製品の市場ニーズや販売ターゲットなどを確認しているものの、開発後に販売実績へとつながらない事例があり、より客観的かつ徹底した市場性の確認が必要

・現補助制度は開発の対象を機械装置に限定しているため、繊維や紙、木材を活用する製品など、「防災関連産業」や「紙産業」等における幅広い製品開発ニーズに対応できていない。

調査会社を活用するなど徹底した市場調査の実施とその結果に基づく高付加価値な製品開発へのチャレンジを支援することで、企業の生産性や収益率の向上につなげる必要がある。

ポイント1

○徹底した市場調査に基づく高付加価値な製品開発を幅広く支援

「ものづくり事業戦略推進事業費補助金（調査事業、製品開発事業）」の創設

イ）調査事業：外部委託による市場調査経費、自社による調査旅費等を補助
（補助率1/2、補助上限２,000千円）

ロ）製品開発事業：食品を除く工業製品全般について、開発に係る費用を補助
（補助率1/2、補助上限10,000千円）

ポイント2

○事業戦略、経営計画をベースとして、その経営目標実現を支援するための施策投入を実施
⇒ 県補助への申請に当たっては、事業戦略或いは経営計画の添付を要件とする。

各機関の連携による支援イメージ

事業戦略・経営計画の策定 → 製品開発 → 販路開拓

事業者（企業）

- 産業振興センター
- 事業戦略の策定
- 金融機関
- 経営計画の策定
- 商工会・商工会議所

製品開発の実行支援

製品開発に係る相談

○技術・経営統括、CO等による「製品企画書」策定に向けた内容確認、助言

産業振興センター

徹底した市場調査の実施

事業戦略、経営計画

製品企画書

【補助金】
新 県「ものづくり事業戦略推進事業費補助金」（調査事業）

県（工業振興課）

【技術サポート】
○公設試の機器活用、分科会活動（CAE、3Dプリンタ等）

県（工業技術センター等）

製品開発の実施

【補助金】
○国「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金」（経済産業省）

国の支援制度

新 県「ものづくり事業戦略推進事業費補助金」（製品開発事業）

県（工業振興課）

【融資】
○金融機関 融資

金融機関

○県 産業振興計画推進融資

県（経営支援課）

人材育成

県（工業技術センター）

新 **技術者養成講座**
○導入、基礎、応用の各段階ごとの技術を学習し、生産性向上に向けた課題を解決できる技術スキルを習得

新 **中核人材養成講座**
○企業の職長を対象として、自社工場の改善に取り組むための現場分析や現場改善技術を習得

販路開拓(外商支援)

○県外コーディネーターと連携した国内での外商支援
・東京営業本部（5名）
・大阪事務所（2名）
・名古屋事務所（1名）

○首都圏等見本市への出展支援

○東京営業本部ミニ展示商談会の開催

○ものづくり総合技術展の開催及び県外からのバイヤーの招聘

○販路開拓支援事業助成金による販売促進への支援

○海外支援コーディネーターと連携した海外展開支援

○海外見本市への出展支援

○サポートチームによるODA案件化の支援

県・産業振興センター

→ 高付加価値化による生産性の向上

課題解決型産業創出（ＩｏＴ推進ラボ研究会・生産性向上プロジェクト発のＩｏＴシステム等の開発の推進） ＜商04＞

県内の現状と課題

○本県産業の拡大再生産に向けたボトルネックとして、担い手不足が顕在化
○事業者の多くはこれまでIT技術の活用が限定的であること、一方、情報産業は生産現場等の課題の把握が十分でないことなどから、県内でのIoT技術導入は限定的
○IoT技術の学びの機会が地方では限定的

事業概要

各産業分野の生産性向上等の課題や防災対策等に対し、IoTを活用した課題解決及びビジネスの振興を図る。

※IoTとは Internet of Things = IoT
(モノのデジタル化・ネットワーク化)
○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
○離れた"モノ"の状態を知ることや離れた"モノ"の操作が可能
○自動車や家電、電力メーター、産業機器等が新たに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実現

ニーズ抽出 → **プロジェクト創出** → **プロジェクト自立化** → **自 走**

●IoT推進ラボ研究会の現場訪問によるニーズ抽出

・第一次産業、医療・福祉、防災、教育等のあらゆる分野の課題解決に対応
・研究会会員と現場訪問を行い、現場ﾆｰｽﾞ・解決策に関する意見交換会を開催




●第一次産業等における生産性向上プロジェクト

・関係部局等のPTが、川上から川下までの全過程の中でボトルネックを見つけ、IoTや機械の導入等のニーズを抽出

ＪＡ高知中央会「省力化・機械化推進検討ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ会議」
農業振興部IoT推進ＰＴ
林業・木材産業生産性向上ＰＴ
水産業生産性向上ＰＴ
防災関連産業交流会

○生産性向上推進アドバイザー
・PTが抽出したニーズの解決策となる仕様書作成を専門家が支援

IoT化
機械化

高知県IoT推進ラボ研究会（H28年7月発足）【事務局：県産業創造課】

IoTA Kochi pref Lab

○ニーズとシーズ(研究会会員)のマッチング

ニーズ：ニーズ1 ＪＡ／ニーズ2 森林組合／ニーズ3 防災部署
生産性向上推進アドバイザーの助言
マッチング
IT企業 A社／IT企業 B社／IT企業 C社

プロジェクトⅠ：ニーズ1 ＪＡ／IT企業 B社
プロジェクトⅡ：ニーズ2 森林組合／IT企業 A社／IT企業 C社
プロジェクトⅢ：ニーズ3 防災部署／県外企業 X社

ものづくり企業によるIoT導入
・IoT搭載製品の開発
・自社のスマート工場化
ニーズ4 機械ﾒｰｶｰ／IT企業 D社

県内企業で対応できない場合、経済同友会会員等の県外企業とマッチング

ニーズ側・シーズ側のプレイヤーを拡大
専門家・公設試・試作開発補助金等による伴走支援

普及啓発・人材育成

○ＩｏＴ推進ラボ研究会セミナー
・年間５回予定
・関係部局、工業会、産業振興ｾﾝﾀｰ等と連携して開催

(拡)ＩｏＴ技術人材育成講座
・データを分析しビジネスモデルを提案できる人材の育成講座
※「ｼｰｽﾞ側」と「ﾆｰｽﾞ側」が学べる２ｺｰｽを設定

○ＩｏＴ推進アドバイザーによる支援
・具体的な現場の課題解決へのアドバイス

○公設試による支援
・共同研究や実証実験

○関係部局等による支援

【補助制度】
○国
・総務省、経済産業省等
・地域経済循環創造事業費補助金
○県
・ものづくり事業戦略推進事業費補助金(機械製品の製品開発)
・IoT推進事業費補助金
(ｼｽﾃﾑ等の試作開発)

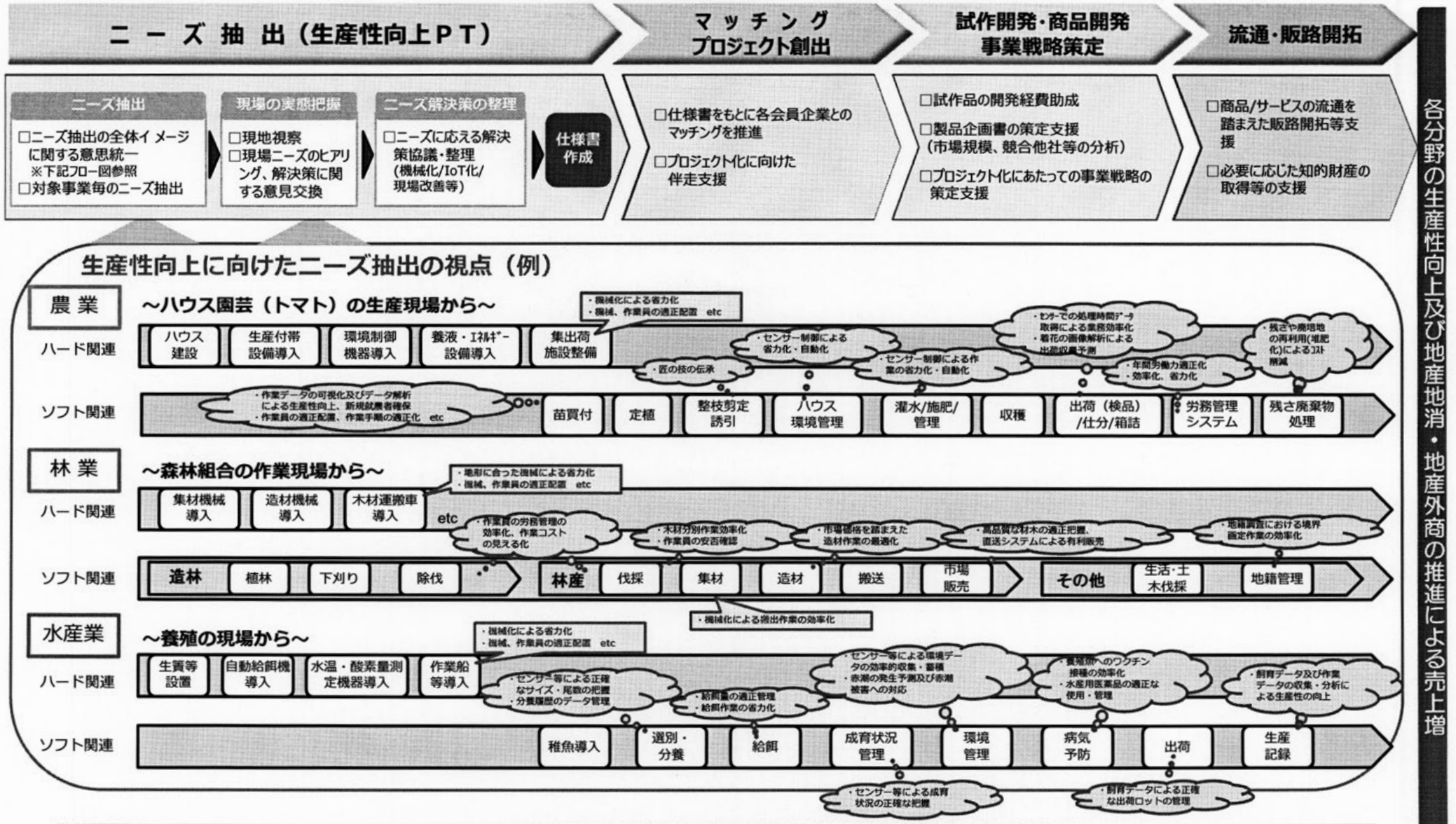
ものづくり地産地消推進会議（H26年4月発足）【事務局：産業振興センター】で推進

○プロジェクトがビジネスとして自立化
○高知発のIoTシステムや機械を県内へ地消、県外・海外へ外商

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、産業振興センター）

各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出について

<商04>



生産性を高める設備投資の推進

<商05>

対策のポイント

○県・産業振興センター・商工会・商工会議所に加え、金融機関・保証協会も参加し、事業戦略・経営計画策定から生産性向上に向けた設備投資まで、一貫した事業者支援を実施
○国及び市町村との施策連携により、企業の設備投資を強力に後押しするとともに、事業戦略・経営計画に基づく企業の成長へと好循環を生み出していく

事業戦略・経営計画の策定 → 設備投資計画の策定 → 設備投資 → 拡大再生産

事業者（企業）

産業振興センター

（策定支援、承認）

「事業戦略」の策定

（策定支援）

金融機関

（策定支援）

「経営計画」の策定

（策定支援、認定）

商工会・商工会議所

生産効率化、高付加価値化に係る相談

○戦略支援経営統括・技術統括、生産技術・機械設計コーディネーター等による内容確認、助言

産業振興センター

国の制度に基づく設備投資計画の策定（a または b）

a「先端設備等導入計画」（導入による労働生産性向上）<市町村認定>

または、

b「経営革新計画」（新事業展開による付加価値向上等）<県承認>

一定規模以上の設備投資を効果的に行うための「生産性向上計画」の策定

【補助金】

新「ものづくり事業戦略推進事業費補助金」（生産性向上計画作成事業）

（補助率*1/2*、上限*150*万円）

県（工業振興課）

設備投資の実行支援

【補助金】

国の支援制度

補助率UP 1/2⇒2/3

ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金（もの補助）

固定資産税率ゼロの市町村の事業者を優先採択

【融資】

○金融機関 融資

金融機関・保証協会

新 中小企業設備資金利子補給金

県（経営支援課）

制度	①経営計画・事業戦略型	②先端設備等導入計画型	③生産性向上計画型
業種	限定なし	限定なし	製造業のみ
規模（想定）	中小企業・小規模事業者	中小企業・小規模事業者	一定規模以上の投資
要件	経営計画（商工会・商工会議所認定）又は事業戦略（産業振興センター承認）策定	経営計画又は事業戦略策定＋先端設備等導入計画（市町村認定）又は経営革新計画（県承認）策定	経営計画又は事業戦略策定＋生産性向上計画策定
保証付き融資対象	○	○	○
利子補給の対象融資額上限（１件あたり）	2,000万円	5,000万円	1億円
期間	10年（据え置き2年）以内		
補給率	1%以内		
融資枠	10億円	10億円	10億円

生産性の向上（生産効率化、高付加価値化）

工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化 ＜商06＞

現　状	• 県内は中小企業が多く、生産性の向上などに取り組む課題意識やノウハウに乏しく、実行できる人材が少ない • 企業の具体的な取り組みは経営者の意向が大きく左右するが、事業戦略づくりで経営者の意識が向上しつつある
課　題	• 求められる技術スキルを持った中核・若手人材の育成が必要 • 習得したスキルを生かし、企業ごとに具体的な改善の動きにつなげることが必要
取組のポイント	➢ ①技術スキルの向上をめざした人材育成、②企業の具体的な改善活動の促進、③企業の自立的・継続的な取り組みをめざす ➢ 「講座の講師～企業(参加者)ごとの受講プラン決定～現場分析・改善案の作成～改善の実行」までを、企業ごとの専任担当者でサポート ➢ 産業振興センターの事業戦略づくりを生かし、生産技術・機械設計コーディネーターや工業会などと連携して「生産性の向上」「働き方改革」を推進

技術者養成講座　※工業技術センター職員が講師（内容により外部講師を招へい）

＜導入：気づき＞

新

生産性向上事例
- ・生産工程の改善
- ・クレーム減少

新製品開発事例
- ・先行品紹介
- ・競合他社の分析

知的財産戦略事例
- ・ソフトウェアライセンスの基礎知識

など

＜基礎：知見の向上＞

新

材料工学論
- ・プラスチック材料
- ・金属材料

機器分析概論
- ・材料分析
- ・異物クレーム

計測工学論
- ・精密測定

など

＜応用：技術スキルの習得＞

化学分析技術　拡 充実・体系化
- ・湿式分析
- ・X線分析
- ・熱分析
- ・ガス成分分析　など

計測・評価技術　拡 充実・体系化
- ・材料試験
- ・欠陥検査
- ・顕微鏡観察
- ・IoT技術講習会　など

企業（参加者）ごとに講座を組合せてコース設定（技術者一人ひとりと面談し、受講プランを作成）

＜期待する効果＞

①改善のための技術的課題の明確化
②課題を解決できる技術スキルの習得
③習得した技術スキルを生かし改善を実行
※工技センターの設備機器の利用促進

生産工程の改善等に取り組む中核人材養成講座　※中小企業大学校サテライトゼミと連携

新

- ➢ 企業の職長を対象に、自社工場の改善策を作成する能力を身に付ける
- ➢ 経営者への提案や部下への指導ができる人材を育成し、企業での具体的な動きを促す
- ➢ 都市圏に行かなくても高知で受講できる

※定員：15名、企業の負担額：28,000円/人

① 現場改善技術の習得 | ② 自社をモデルとした現場分析 | ③ 改善策作成演習

①企業の改善策の策定
②企業内での改善の打合せ
③改善の実行の決定

企業の具体的な改善活動

【生産性向上】
（省力化・高付加価値化）

【新製品開発】

＜めざす姿＞
◇成功モデルをつくり、取り組む企業を拡大
◇企業が自立した、継続的な取り組み

企業における継続的な改善の取り組み

企業ごとに工業技術センターの専任担当者を配置し、伴走支援を実施（１年サイクル）

技術支援を継続

新規学卒者(大学生)の県内就職促進について

<商07>

目標:大学生県内就職率(H31)
県出身県外大学生　30%
県内大学生　42%
現状(H29)　県外16.4%　県内35.8%

【取り巻く環境の変化】 新規大卒者の求人倍率は大幅に増加しており、県内企業より県外企業からの求人活動が活発化している。
・県内企業求人件数 H26:935件→H28:1,521件(H26比:1.6倍)　・県外企業求人件数H26:10,214件→H28:21,396件(H26比:2.1倍)

今後の取り組み

	STEP 0	STEP 1	STEP 2	STEP 3
ターゲット	県民全体	Uターン意向県外大学生4,000人(1～4年生) 県内大学生　8,300人(1～4年生)	県外大学生約1,000人 県内大学生約1,500人　(主に3年生)	主に4年生

県内就職意向者を増やす

強化

○官民協働による広報活動の強化

官民協働による広報活動を行うことで、県内就職を促進する気運を醸成する「高知で就職！応援プロジェクト」を実施

(強化内容)
・各団体において積極的な周知を行うよう働きかける
・新聞だけでなく、テレビ、ラジオ、SNS等様々なメディアを活用

○高知求人ネットの学生向け情報ページの充実

県内の各産業分野の仕事や高知での暮らしについて紹介

(充実させたページをSNS等あらゆる手段で周知)

より多くの県内就職意向者に情報を届ける

○Uターン就職サポートガイドの登録促進
登録者:1,242名(2/28現在)

強化

○保護者向けセミナーの開催
県内就職に関する情報提供

○就職支援協定大学の増加
締結済:12校(2/28現在)
手続中:　1校(　〃　)

特に首都圏大学への取り組みを強化

○協定校を中心とした大学生ネットワーク構築
県内出身学生による県内就職に関するSNS情報拡散

大学生に県内企業の魅力や県内就職情報を伝える場を創出し関心を高める

○学生向け就職セミナーの開催
・近年早期化傾向にある就職活動に対応するため、7月以降に都市部や県内で開催
・理系学生向けの機械系企業セミナー等、業種を絞ったセミナー
・ワークライフバランスを積極的に推進する企業を集めたセミナー　等

強化

○学生向けインターンシップセミナーの開催
移住促進課「高知就職フェア」と連携
(5/26東京、5/27大阪)
県内のインターンシップ受入企業による企業PRや受入体制の説明　等

○県内3大学等を対象とした合同企業セミナーの開催
・個別ブースよる企業PR
・ITコンテンツ系等、本県に集積しつつある業種を集めたブースの設置　等

県内企業に就職してもらう

○県内で就職する学生の奨学金返還を支援
(支援額)
奨学金借入月額の1／2
(上限25,000円)
×　奨学金借入月数
(私学大学支援課)

○新規大卒等「就職フェア」の開催
(8/16高知市文化プラザかるぽーと)
・県内企業に就職を希望する学生等と県内企業との面接・面接会
・ハローワーク等による就職相談
・就職に役立つ各種支援情報の提供、相談　等
(高知労働局)

企業の魅力を向上する

ターゲット:県内企業

○働き方改革に関する各種セミナーの開催　(6月以降を予定)
・従業員が働きやすい労働環境づくりへの取組方法　等

○企業向け求人力強化セミナーの開催　(6月以降を予定)
・自社の魅力発見　・採用課題と対策　・求人チラシ作成　等
(雇用労働政策課)

IT・コンテンツ産業の人材育成・確保 ＜商08＞

現状・課題
- ●県内で情報系の知識や技術を学ぶ学生の多くが、就職時に県外に転出
- ●一方、これまでの取組により、IT・コンテンツ関連企業の県内立地が進捗し、アプリ開発人材等の県内での採用が増加
- ●企業の即戦力人材の育成には、大学等の教育を補完する多様な学びの場が必要

ポイント対策の
- ●県内にIT・コンテンツ関連の新たな学びの場を創出することによって、①実践的プログラミング技術等を持つ人材が増加 ⇒ ②IT・コンテンツ関連企業へ安定的に人材を供給 ⇒ ③人材確保が容易であることで更に企業立地が促進 ⇒ ④就職先が確保されていることで人材の県内定着・集積が更に促進する好循環を実現
- ●首都圏の人材や企業とのネットワークを活用し、人材確保・企業立地を促進

IT・コンテンツ産業従業者をH37年度末までに2,000人に倍増！新規雇用900名を創出！　※H24経済センサスにおける情報通信業従業者数1,112名

第3期産業振興計画における目標
- ◆企業立地件数(累計)
  - ・H31年度末：18件
  - ・H37年度末(10年後)：36件
- ◆新規雇用者数(累計)
  - ・H31年度末：161名
  - ・H37年度末(10年後)：566名

これまでの成果⇒企業立地件数：14件、新規雇用者数：162名

県内IT企業	㈱アイレップ	㈱AVOCADO	㈱シンフィールド
	㈱SHIFT PLUS	㈱オルトプラス高知	㈱コムニコ
WICKS㈱	㈲データプロ	㈱Nextremer	㈱dataremer
……	……	……	……

新たな目標
- ◆企業立地件数
  - ・H31年度末：20件
  - ・H37年度末：38件
- ◆新規雇用者数
  - ・H31年度末：300名
  - ・H37年度末：900名

人材供給

県内高等教育機関
- ○高知工科大学
- ○高知大学
- ○高知県立大学
- ○高知工業高等専門学校
- ○高知情報ビジネス＆フード専門学校
- ○国際デザイン・ビューティカレッジ
- ○高知開成専門学校
- ○土佐情報経理専門学校
- ○高知職業能力開発短期大学校

連携

土佐MBA　高知県ＩＴ・コンテンツ アカデミー

専門講座
- 拡 ●ＩｏＴ技術人材育成講座
  - ①プログラミング上級者コース
  - ②プログラミング初心者コース
- 新 ●ゲームプログラマー育成講座
  - ・立地企業のOJTプログラムを活用
- 新 ●SNSマーケティング人材育成講座＜初級編＞
  - ・立地企業の人材育成プログラムを活用した講座
- 新 ●IT先端技術利活用講座
  - ・Webサービス等の技術を習得
- 新 ●ゲームデザイナー育成講座
  - ・立地企業のOJTプログラムを活用
- 新 ●アプリ開発人材育成講座＜エキスパートコース＞
  - ・最先端の教育プログラムに基づき、Webアプリの設計、開発、リリース、運用などのプログラミング技術を習得

基礎講座
- 拡 ●アプリ開発人材育成講座＜アドバンスコース＞
  - ・最先端の教育プログラムに基づき、大学生や専門学校生が中・高校生にプログラミングを教える講座
- 新 ●アプリ開発人材育成講座＜ベーシックコース＞
  - ・中学校・高等学校におけるプログラミングの出前講座
- 新 ●ＩＴ・コンテンツビジネス入門
  - ・ＩＴ・コンテンツ産業の業界動向、身につけるべき知識・技術等に関する講演等

広報・PR

受講

人材供給・企業立地

首都圏ＩＴ・コンテンツネットワーク
- 拡 ①人材・企業の掘り起こしの強化
  - ・業界とのネットワークを持つ企業との連携
- 拡 ②交流・勉強の場の充実
  - ・大交流会に加えてミニ交流会を開催
- 拡 ③人材マッチング機能の強化
  - ・高知県移住促進・人材確保センター等との連携

Ⅰ　専門分野の成長戦略
観光分野

観光分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

第1期計画では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を契機として開催した「土佐・龍馬であい博」「志国高知 龍馬ふるさと博」の二つの博覧会を通じて、自然や歴史など本県の持つ魅力を組み合わせた体験プログラムの開発や、観光客から高い評価を受けている「食」のイベントを開催するなど、観光分野から他の産業への波及効果をさらに高める取り組みを行ってきました。また、第2期計画では、第1期計画の取り組みを通じて得られた成果や資源を最大限活用し、「楽しまんと！はた博」や「高知家・まるごと東部博」といった地域博覧会の開催、龍馬パスポートの取り組みなどによる全国に通用する観光地づくり、本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化などに取り組みました。このような一連の取組の結果、雇用の創出や大きな経済波及効果を導き出すとともに、地域の持続的な観光振興に対する意欲の向上にもつなげることができました。

平成28年度からの第3期計画では、外国人観光客をしっかりと受け入れることができるよう観光地としての地力を付けることや、豊かな自然や歴史資源の魅力を引き出し磨き上げ、地域を一体的に周遊できる観光クラスターを形成するなど、5つの戦略の柱に沿って取り組みを進めてきた結果、平成25年以降5年連続で400万人を達成し、平成29年には県外観光客入込数が過去最高の約440万人となりました。

②第3期計画ver.3の取り組み

歴史資源を中心とした持続的な観光基盤づくりをはじめ、新たな観光拠点の整備や国際観光の振興にも一層取り組み、第3期計画の目標である435万人観光を定常化させるため、引き続き以下の5つの戦略の柱に沿って取り組みを進めていきます。

一つ目の戦略の柱「戦略的な観光地づくり」では、歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりを進め、県内各地域への誘客を促進するため、地域として一定のまとまりがあるエリアにおいて、幕末・明治維新ゆかりの施設を中核に、食資源や自然体験などとつなぎ、周遊観光の魅力を押し出した観光クラスターを形成し、観光消費の拡大を目指していきます。また、民間活力の導入も図りながら本県の豊かな自然を生かしたアウトドア観光の拠点整備や自然体験型の観光地づくりにも取り組むほか、龍河洞や四国カルストなどの魅力をさらに高める取り組みを進めます。さらに、地域での持続的な観光振興の中心的な役割を担う広域観光組織に対して、法人化に向けた支援や、各地域の主体的な取り組みを積極的に支援し、官民の一層の連携により広域観光組織の機能強化を図っていきます。

二つ目の戦略の柱「効果的なセールス＆プロモーション」では、大政奉還150年にあたる2017年、明治維新150年にあたる2018年を節目の年と捉え、「志国高知 幕末維新博」のメイン会場である県立坂本龍馬記念館を前面に出したプロモーションなどで露出を図り、誘客につなげていきます。また、博覧会後は2020年に向けて、全国的にスポーツ振興や自然体験の機運が盛り上がることなどを見据え、自然景観や自然を生かした体験を前面に出した全県的な観光キャンペーンを展開することとし、これまで整えてきた歴史、食とあわせて観光基盤として整備し、プロモーション活動を展開することで、持続的な観光振興につなげていきます。スポーツツーリズムについては、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会及びラグビーワールドカップ2019の日本開催を好機と捉え、関係機関と連携して事前チームキャンプ等の誘致活動や受入環境の整備に取り組みます。

三つ目の戦略の柱「OMOTENASHI（おもてなし）の推進」では、国内外からの観光客の満足度をさらに高めるため、バリアフリー観光の推進に向けた取組や、外国人観光客とのコミュニケーション力の向上のための研修実施など、外国人観光客の受入基盤整備の取り組みをさらに進めていきます。

四つ目の戦略の柱「国際観光の推進」では、台湾、香港、シンガポール、タイの重点市場において、旅行業界に精通した現地法人と連携し、これまでの団体旅行者への対策に加え、個人旅行者（FIT）の動向や流行に対応した「旅行商品」の造成に向けたセールス活動を強化していくとともに、重点市場の現地メディアに対して、高知県情報を効果的・継続的に提供することで、訪日旅行シーズン前などに合わせたタイムリーな情報発信を図ります。また、四国ツーリズム創造機構の四国DMO化によるインバウンドの推進や高知龍馬空港の整備と連携した国際チャーター便の戦略的な誘致拡大などアクセス環境の向上に取り組みます。さらに、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、「よさこい」を戦略的に活用するため、全国のよさこい主催団体が連携する組織の活動強化を進めるとともに、よさこいのネットワークを拡大することで海外でのプロモーションを積極的に展開していきます。

五つ目の戦略の柱「事業体の強化と観光人材の育成」では、観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上を目指します。「土佐の観光創生塾」を通じた地域の観光事業者の育成をはじめ、研修等の実施により外国人観光客へのおもてなしができる人材育成を図るとともに、観光産業を支える事業体の強化にも取り組んでいきます。

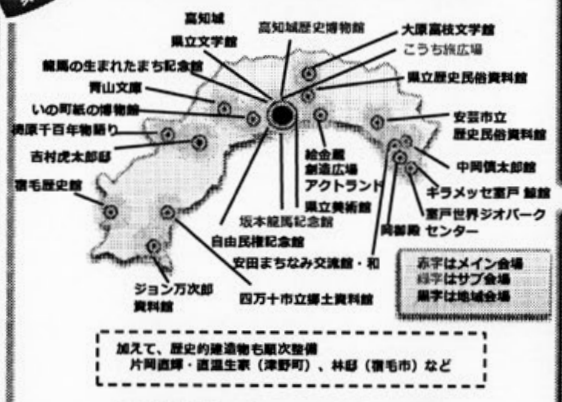
観光分野の展開イメージ　～世界に通用する「本物と出会

分野を代表する目標

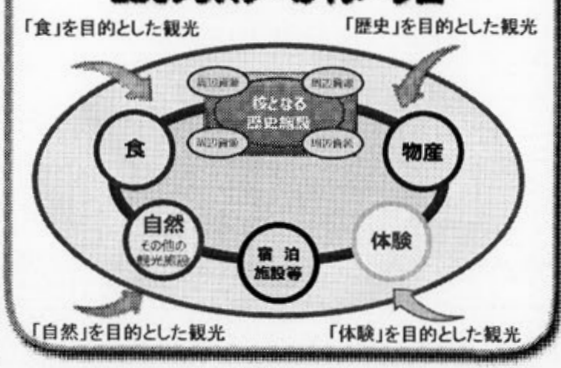
県外観光客入込数　出発点(H27)：408万人　⇒　現状(H29)：440万人　=
観光総消費額　出発点(H26)：1075億円　⇒　現状(H29)：1126億円

H30.4.21 第二弾 開幕

「志国高知 幕末維新博」の会場



観光クラスターのイメージ図



【観光商品をつくる】観

戦略の柱１　戦略的な観光地づくり

●本県観光の強みである「食」「歴史」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり
・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史資源の磨き上げ(リアル化)と官民協働による観光クラスターの形成
新 ポスト幕末維新博に向けた準備対応（対象となる資源の磨き」クラスターの形成（外国人受入対応を含む））
拡 「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然体験型観光商品事業者連携（地域観光クラスター化）の推進
・アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化

●官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強
・広域観光組織の機能強化
・地域コーディネーターの配置



●自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
・サイクリングコースのPR及び環境整備の促進　・スポーツイベント

外国人観光客に
歴史・食・自然
観光地づくりを

"おもてなし"でリピーター化

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

戦略の柱３　OMOTENASHI(おもてなし)の推進

●国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備
・外国人観光案内所の設置　・クルーズ客船寄港時の受入態勢の充実
・飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
・モバイルWi-Fiルーターの貸出　・多言語通訳コールセンターの設置
新 外国人観光客とのコミュニケーション力の向上支援
新 バリアフリー観光の推進

戦略の柱４　国際観光の推進

新 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上
・高松空港等からのアクセスの向上

積極的なセールス&プロモーションで観光客が高知へ


・クルーズ客船受入


・おもてなしトイレ



・おもてなしタクシー


・龍馬パスポート



・観光サポートアプリ

全体を下

戦略の柱５
事業体の強化と観光人材の育成

●観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力
拡 「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光
・広域観光組織の機能強化
・外国人観光客におもてなしできる人材及びガイド団体の育成

える高知観光」の実現～

⇒ 4年後(H31)：435万人以上　⇒ 6年後(H33)：450万人以上　⇒ 10年後(H37)：470万人以上
⇒ 4年後(H31)：1230億円以上 ⇒ 6年後(H33)：1300億円以上 ⇒ 10年後(H37)：1410億円以上

光資源の発掘・磨き上げ

上げと

品づくりと

民間活力の導入

化

開催促進

戦略の柱４　国際観光の推進

●**外国人向け旅行商品の販売促進**
・対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進

新 **高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上**
・国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売





外国人旅行者向け旅行商品の販売促進

旅行者に近い場所にセールス機能を置き、旅行動向や流行を把握しながら、団体旅行に加え、個人旅行者（FIT)のニーズに対応した「旅行商品」の販売を促進

○重点市場：台湾・香港・シンガポール（H28）
タイにも拡大（H29）

連携

国内外メディアを活用したプロモーション

・海外現地メディア等とのタイアップ
・VISIT KOCHI JAPANサイトの充実
・旅行情報サイトとの連携　等

VISITKOCHI JAPAN
The blessings of nature

も対応する
を連動させた
をさらに推進！

磨き上げした観光資源・商品を国内外の市場へ

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱２　効果的なセールス&プロモーション

●**効果的な広報・セールス活動の展開**
・**「志国高知 幕末維新博」**の開催
新 ポスト幕末維新博に向けた準備対応(キャンペーン戦略の策定と一部先行実施)
・国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
・観光ｻﾎﾟｰﾄｱﾌﾟﾘを活用した地域の観光資源の情報発信

●**自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進**
・アマ合宿・大会誘致、2020東京オリパラ、ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ等誘致、高知龍馬マラソンの開催

●**コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化**
・中小規模の大会・学会・報奨旅行の誘致
・高知県ゆかりの企業へのアプローチ



新 四国ツーリズム創造機構の四国ＤＭＯに向けた取組

戦略の柱４　国際観光の推進

●**効果的な広報・セールス活動の展開**
・クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化
・海外旅行博等でのプロモーション

●**国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進**
・広域周遊観光の推進

●**東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用**
・全国ネットワークの構築
・海外向けプロモーションの展開

支え

の向上
人材の育成と事業者連携(地域観光クラスター化)の推進

援



観光分野

分野の目指す姿	世界に通用する「
分野を代表する数値目標	【県外観光客入込数】 出発点(H27)：408万人 ⇒ 現状(H29)：440万人 ⇒ 4年 【観光総消費額】 出発点(H26)：1075億円 ⇒ 現状(H28)：1101億円 ⇒ 4年

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり	2 効果的なセールス&プロモーション	3 OMOT し）の推進
戦略の方向性	・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた地域の歴史資源の磨き上げと観光ク ・[新規]ポスト幕末維新博の展開に向けた対象となる資源の磨き上げと観光ク		
	歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進	「志国高知 幕末維新博」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化	外国人観光客の抜本的整備
戦略目標	・全国から誘客できる観光拠点の整備 ㉖:2か所→㉛:10か所→㉝:14か所→㊲:17か所 ※県立施設含む ・広域観光組織の体制強化（法人化） ㉗:3か所→㉛:5か所→㉝:6か所→㊲:6か所	・温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを活かし、年間通じたスポーツツーリズムの強化 ㉖:6万人→ ㉗：7万人→㉛:11万人→㉝:13万人→㊲:15万人 ・MICEの受入強化 ㉖:2万人※(3.2万人)→㉛:4.0万人→㉝:5.0万人→ ㊲:5.0万人 ※3.2万人からスポーツ関連を除いたもの	・観光客満足度 い」の回答の割 「宿泊先」「 ㉛:78%→㉝: 「食事処・料 →㉝:80%→ ・「おもてなしト い」、「良い」） ㉛:80%→㉝: ・「おもてなしタク い」、「良い」） ㉛:80%→㉝:
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	1 本県観光の強みである「食」「歴史」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり ◆「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史観光資源の磨き上げ（リアル化）と官民協働による観光クラスターの形成 ◆[新規]ポスト幕末維新博に向けた準備対応（対象となる資源の磨き上げとクラスターの形成（外国人受入対応を含む）） ◆[拡充]「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然体験型観光商品づくりと事業者連携（地域観光クラスター化）の推進 ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化 2 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化 ◆広域観光組織の機能強化 ◆地域コーディネーターの配置 3 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進 ◆サイクリングツーリズムの取組強化（県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進） ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	1 効果的な広報・セールス活動の展開 ◆「志国高知 幕末維新博」の開催 ◆[新規]ポスト幕末維新博に向けた準備対応（キャンペーン戦略の策定と一部先行実施） ◆国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信 ◆[新規]四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組 2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】 ◆施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化 ◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致 ◆高知龍馬マラソンの開催 3 コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ	1 国内外からの ための受入環 を含む） ◆龍馬パスポ ◆きめ細やか 7ヵ所（プロ の設置） ◆[拡充]観光 ・クルーズ客 態勢の充 ・飲食店の 普及促進 ・モバイルW ・多言語通 ・外国人観光 向上支援 ◆[新規]バリ ◆おもてなしト ◆外国人観光 人材及び観 支援 ◆観光サポー 源の情報発

の体系図

本物と出会える高知観光」の実現

後(H31)：435万人以上　⇒ 6年後(H33)：450万人以上　⇒ 10年後(H37)：470万人以上
F後(H31)：1230億円以上 ⇒ 6年後(H33)：1300億円以上 ⇒ 10年後(H37)：1410億円以上

※入込数には、MICE、スポーツを含める。

ENASHI（おもてな	4 国際観光の推進	5 事業体の強化と観光人材の育成
ラスターの整備 ラスターの整備		
客にも対応した受入基盤 備	外国人観光客のニーズに対応した商品づくりと高知県の認知度を飛躍的に向上するプロモーションの展開	観光産業を支える人材の育成と事業体の強化
度調査における「大変良い」、「良 合の増加 「観光施設」㉖：77%→ 79%→㊲:80% 料理店」 ㉖:79%→㉛：80% ㊲:80% ハレ」における満足度（「大変良 の割合 80%→㊲:80% クシー」における満足度（「大変良 の割合 80%→㊲:80%	・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ㉖:38,590人泊（3万人泊）→㉛:14.8万人泊 →㉝:22万人泊→㊲:30万人泊 ※(　)内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の宿泊施設での宿泊人泊数。 H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国で一般的に使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数10人未満の宿泊施設の宿泊人泊数を合わせた数値を使用。	・広域観光組織の体制強化（法人化） ㉗:3か所→ ㉛:5か所→㉝:6か所→㊲:6か所
観光客の満足度をさらに高める 環境整備（クルーズ船の受入対応 ポートの継続と拡充 いな観光情報の提供（県内広域 ック）全てに外国人観光案内所 化基盤の整備（受入態勢の充実） 客船寄港時の乗船客等への受入 実 多言語メニュー作成支援及び Wi-Fiルーターの貸出 訳コールセンターの設置 光客とのコミュニケーション力の アフリー観光の推進 ハレ、おもてなしタクシーの拡大 客へのおもてなしができる観光 光ボランティアガイド団体の育成 トアプリを活用した地域の観光資 信【再掲】	1 効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】 ◆クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化 ◆海外旅行博等でのプロモーション ◆［新規］四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組【再掲】 2 外国人向け旅行商品の販売促進 ◆対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進 3 ［新規］高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上 ◆国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売 ◆高松空港等からのアクセスの向上 4 国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進 ◆広域周遊観光の推進 5 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築 ◆海外（世界）に向けたプロモーションの展開	1 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上 ◆［拡充］「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携（地域観光クラスター化）の推進【再掲】 ◆広域観光組織の機能強化【再掲】 ◆地域コーディネーターの配置強化【再掲】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援【再掲】

分野	観光分野
戦略の柱	1　戦略的な観光地づくり

戦略の方向性	・歴史を中心とした博覧会の開催を通じた地域の歴史資源の磨き上げと観光クラスターの整備 ・歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進

戦略目標	目標
	全国から誘客できる観光拠点の整備
	広域観光組織の体制強化（法人化）

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	本県観光の強みである「食」「歴史」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり	・全国から誘客できる観光拠点のほか、本県を代表する観光名所等観光拠点の整備計画に着手した ・全国的なブランド力を有する企業の監修による、豊かな自然を生かしたアウトドアの拠点の整備に着手し、オープンに向けて進捗した ・地域博覧会の開催などを通じて、地域地域の観光資源の磨き上げや商品造成などにつながった ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ	・明治維新150年にあたる平成30年に向け、県中央部に核となる歴史施設が完成したが、地域地域において本物を感じられるよう、歴史資源や歴史施設のさらなる磨き上げが必要 ・歴史を中心としつつ、本県の強みである「食」などが地域地域で一体的に連携した観光地づくりが必要 ・地域で面的な規模拡大を図るための事業者連携の促進支援と、常に新しい観光商品を作り続ける取組が必要 ・「志国高知 幕末維新博」後の観光振興策に向けた準備が必要
2	官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化	・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ【再掲】 ・県内6ブロックに広域観光組織が設置され、官民の連携による情報発信やセールス活動の強化につながった ・人的・財政的な広域観光組織への支援を継続することで、地域自らの企画による地域博覧会の開催につながるとともに、官民による広域観光推進体制基盤が構築できた ・地域博覧会の開催などを通じて、広域観光組織の体制整備と地域地域の観光資源の磨き上げや旅行商品造成などにつながった	・広域組織基盤がまだまだ脆弱であり、官民がより一体となった組織体の強化とリーダーの育成が必要 ・体験プログラムや周遊プランを国内外の旅行者のトレンドやニーズに応じて、継続的に磨き上げることが必要 ・広域観光組織においては、マーケティングによる戦略づくりなど先駆的な取組やステップアップを目指す動きがある一方、情報発信等にとどまっている事例がある
3	自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進	・県内のサイクリストによる県推奨のサイクリングコース（ぐるっと高知サイクリングロード）の環境調査を行うとともに、調査を基にブルーライン等の環境整備に向けた協議を行った ・ぐるっと高知サイクリングロードのPVや多言語（英、繁、韓）のパンフレットを作成するとともに、香港や国内でのサイクリングイベントへの出展によるプロモーションを行った ・自然環境を活かしたスポーツイベントの開催を促進するため、イベント立ち上げ時の経済的負担を軽減するための助成制度の見直しを行った	・県推奨サイクリングコースの国内・外へのPR及びブルーラインやサイクルオアシスなどサイクリング環境の整備 ・新たなスポーツイベントの大会開催の促進

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:2か所	H28:3か所	10か所	14か所	17か所
H27:3か所	H28:3か所	5か所	6か所	6か所

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観01】 ◆「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史観光資源のリアル化と官民協働による観光クラスターの形成	○							
【観02】 ◆ポスト幕末維新博に向けた準備対応(対象となる資源の磨き上げとクラスターの形成(外国人受入対応を含む))(H30新規)	○							
【観03】 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進(H30拡充)	○						○	
【観04】 ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化	○							
【観05】 ◆広域観光組織の機能強化	○						○	
【観06】 ◆地域コーディネーターの配置	○						○	
【観07】 ◆サイクリングツーリズムの取組強化 (県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進)	○							
【観08】 ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	○							

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【観01】 ◆「志国高知　幕末維新博」の開催を通じた歴史観光資源のリアル化と官民協働による観光クラスターの形成	地域の歴史資源を磨き上げ、歴史観光の基盤を整備するとともに、地域の食や自然などと一体となった周遊コース（観光クラスター）を作り上げることで、持続的な観光振興につなげる	観光クラスターの整備数	ー（H27） ↓ 14か所（H28） ↓ 20か所以上
【観02】 ◆ポスト幕末維新博に向けた準備対応（対象となる資源の磨き上げとクラスターの形成（外国人受入対応を含む））（H30新規）	地域の自然や体験型観光資源の磨き上げと地域の観光クラスターを形成することで、個人旅行者等を誘客できる観光地づくりに取り組む ⇒別図〈観02〉参照（p.477）	自然・体験をテーマにした観光拠点等の整備	ー（H30） ↓ 28ヵ所以上 ※観04との重複を含む
【観03】 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携（地域観光クラスター化）の推進(H30拡充)	地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターのハンズオン支援による自然・体験型観光商品の磨き上げ・販売と地域の事業者が連携した地域観光クラスター化を促進するための取組を支援する ⇒別図〈観05〉参照（p.480）	創生塾を通じたアウトドア・自然体験商品（地域観光クラスターを含む）の販売	ー（H29） ↓ 60商品（単年度）

戦略の柱	1　戦略的な観光地づくり
取組方針	1　歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

博覧会に向けた歴史資源のリアル化と観光クラスター整備 → **観光クラスターの定着** → **観光クラスターの拡大**

県観光政策課、地域観光課：各地域における、歴史資源のリアル化・周遊コース（観光クラスター）づくりに対し、アドバイザーの派遣や、財政的な支援などを行い、持続的な観光振興につなげる

県地域観光課：地域が主体となったクラスターの定着支援、新たなクラスターの形成促進

自然・体験をテーマにした観光拠点等の整備

県地域観光課、市町村、広域観光組織、地元事業者等
- 新たな財政的支援制度の創設
- 観光拠点整備やクラスターの形成に際してのアドバイザー派遣

地域観光クラスター化と売れる観光商品づくりの促進 → **自然・体験型観光商品の磨き上げと販売の促進**

県地域観光課：
- 「土佐の観光創生塾」の開催（基礎コース6コマ、専門コース6コマ）
- 地域コーディネーターによるハンズオン支援
- 事業者連携の促進によるクラスター形成支援

県地域観光課：
- 「土佐の観光創生塾」の開催（応用編、基礎編）
- 地域コーディネーター等のハンズオン支援によるアウトドア・自然体験商品の磨き上げ・販売と事業者連携の促進

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観04】 ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化	全国からの誘客につながる、本県の豊かな自然を生かしたアウトドア拠点の整備や地域が主体となった観光地づくりを総合的に支援するため、観光拠点の施設の整備や再活性化をはじめ、観光商品のさらなる磨き上げや観光資源の創出、「土佐の観光創生塾」受講者による連携の取組などを支援する	全国から誘客できるアウトドア拠点や核となる観光拠点の整備と再活性化	2か所(H27) ↓ 3か所(H28) ↓ 10か所
【観】 ◆観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援と売れる観光商品づくり(産業観光を含む) (H29年度に終了)	地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターを配置するとともに、地域観光クラスター化を促進するための取組を支援する	地域観光クラスター化の促進	ー(H27) ↓ 17クラスター(H29)

戦略の柱	1　戦略的な観光地づくり
取組方針	1　歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

アウトドア拠点の整備

県地域観光課：観光拠点等整備事業補助金などによる、全国的なブランド力を持つ企業の監修による計画づくりや整備への取組支援

観光拠点の整備

県地域観光課：観光拠点等整備事業費補助金による、全国からの誘客につながる広域観光の核となる拠点整備の取組支援
- ・観光拠点整備支援　　・観光資源創出支援
- ・観光商品磨き上げ支援　　・広域観光圏二次交通支援

地方創生の核となる観光拠点の再活性化と食・自然が一体となった観光クラスターの整備

県地域観光課、市町村、広域観光組織、地元事業者等：
- ・庁内プロジェクトチームの編成、関係市町村との情報共有等を通じたマスタープランの作成
- ・役割分担に基づく県の整備計画づくり、部局間調整（庁内推進チームの設置）、市町村を中心とした地元検討委員会等の設置
- ・県の整備計画に基づくハード整備の実施、市町村の実施するハード・受入体制整備、観光事業者が連携して実施する観光クラスター形成支援

地域観光クラスター形成への支援

県地域観光課：観光拠点等整備事業補助金による、「土佐の観光創生塾」受講者を中心とした地域観光クラスター形成への取組支援

地域観光クラスター化と売れる観光商品づくりの促進

県地域観光課：
- ・「土佐の観光創生塾」の開催（基礎コース6コマ、専門コース6コマ）
- ・地域コーディネーターによるハンズオン支援
- ・事業者連携の促進によるクラスター形成支援

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観05】 ◆広域観光組織の機能強化	広域観光組織が地域の観光地づくりをマネジメントしていくために必要な事業を展開するための体制づくりや周遊観光の推進、「土佐の観光創生塾」の開催や地域コーディネーターの配置による広域観光職員のスキルアップなど、広域的な観光地づくりを総合的に支援する	広域観光組織の法人化	3か所(H27) ↓ 3か所(H28) ↓ 5か所
【観06】 ◆地域コーディネーターの配置	広域観光組織の自律化や地域観光を担う人材の育成に向けて旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、広域観光組織の機能強化のためのOJT支援や「土佐の観光創生塾」受講者へのハンズオン支援などを行う	地域コーディネーターの配置	2エリア(H27) ↓ 3エリア(H28) ↓ 3エリア

戦略の柱	1　戦略的な観光地づくり
取組方針	2　官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

広域観光組織の総合的な支援

県地域観光課：広域観光推進事業費補助金による広域観光組織の機能強化支援や、周遊観光の推進等の支援
- ・広域観光推進事業（組織自律化支援、ステップアップ支援　等）
- ・地域博覧会の開催支援

県地域観光課：「土佐の観光創生塾」の開催や地域コーディネーターによるOJT支援を通じた、広域観光組織職員の観光商品造成力やセールス等のスキルアップ支援

広域観光組織の機能強化の支援

県地域観光課：地域コーディネーターの配置による、広域観光組織の自律化支援
- ・「土佐の観光創生塾」による人材育成
- ・地域コーディネーターによるOJT支援

広域観光組織のステージに応じた事業展開を支援

県地域観光課：地域コーディネーターの配置による、広域観光組織のステージに応じた事業展開支援

観光創生塾受講者への支援

県地域観光課：地域コーディネーターの県内3エリアへの配置による、個々の事業者の熟度や課題に応じた適切なフォローを実施
- ・地域コーディネーターによるハンズオン支援
- ・売れる観光商品の造成支援
- ・地域観光クラスター形成支援　等

次期観光創生塾を通じた受講者への支援

県地域観光課、広域観光組織：学官協働による、地域が主体となった人材育成プログラムを踏まえた地域観光を担う人材育成支援

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【観07】 ◆サイクリングツーリズムの取組強化（県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進）	県推奨サイクリングコースのホームページによるPR、コースマップの配布及びプロモーション動画の作成に加え、台湾などから誘客を図るための外国語版マップを作成するなど、国内・外への情報発信の取組を強化する 安全かつ快適にサイクリングを楽しんでいただくため、サイクリンク環境の整備に向けて関係機関が連携して取り組みを行う サイクリストが高知で走るきっかけとするため、サイクリングイベントの開催支援を行う	サイクリングイベントの県外からの参加者数	927人(H27) ↓ 783人（H29） ↓ 2,000人
【観08】 ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	県外からの誘客を図るため、本県の強みである自然を活かしたイベントの立上げなどの開催支援を行う	自然環境を活かしたスポーツ大会支援事業助成金申請件数（開始3年以内の新規イベント）	－（H27） ↓ 1大会(376人)（H29） ↓ 6大会（1,750人）

戦略の柱	1　戦略的な観光地づくり
取組方針	3　自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

HP制作・マップ作成 → **HPやマップ等によるサイクリングコースのPR活動**

県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会：県内サイクリングコースのホームページによるPR、コースマップの配布、プロモーション動画の作成に加え、台湾などから誘客を図るための外国語版マップを作成するなど、国内・外への情報発信の取組を強化する。また、県推奨サイクリングコースを活用したサイクリングイベントを開催することにより、誘客と併せてサイクリングコースの知名度アップを図る

サイクリング環境の整備に関する協議会を定期的に開催

整備計画の策定 → **整備計画に基づき、休憩所、ブルーライン等の環境整備を促進** → **必要により追加整備**

県スポーツ課、土木部、国土交通省、高知県警察、高知県サイクリング協会による協議会を設置し、サイクルオアシス(休憩所)、ブルーライン等の環境整備を策定方針に沿って、計画的に進める

自転車走行環境調査 → **調査結果に基づき、設置計画を策定、順次設置**

県スポーツ課、土木部、国土交通省、高知県警察、高知県サイクリング協会で協議しながら、県推奨コースの安全性、快適性を高めるため、走行注意箇所の抽出など、サイクリング環境の調査を実施、注意喚起看板及びコース案内版設置の計画を策定し、順次設置する

サイクリングイベントの開催支援

実行委員会(市町村等)、県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会：サイクリングイベントの新たな立ち上げ、継続のための支援を行う

自然を活かしたイベントの立上げ、継続開催、拡充

県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会：開催助成金を活用し、各地域での実行委員会、民間団体等の主催による自然を活かしたイベントの立上げを支援する

分野	観光分野
戦略の柱	2　効果的なセールス&プロモーション

戦略の方向性	・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた地域の歴史資源の磨き上げと観光クラスターの整備 ・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化

戦略目標	目標
	温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを生かし、年間通じたスポーツツーリズムの強化
	MICEの受入強化

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	効果的な広報・セールス活動の展開	・観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じ、官民一体となったセールス活動を展開 ・H25～28の県外観光客の入込数は、H27度末に掲げた目標（400万人以上）を4年連続で達成した ・新たな観光素材が旅行商品化されること等により、県内各地域への誘客が進んだ ・首都圏等のマスメディアを通じた全国への情報発信の強化 ※首都圏等マスメディア情報発信事業による露出、広告換算効果 H24実績：33件・広告換算13億6400万円 H25実績：50件・広告換算26億8000万円 H26実績：167件・広告換算29億6400万円 H27実績：201件・広告換算55億6200万円 H28実績：279件・広告換算22億4000万円	・本県観光のさらなるレベルアップのためには、より戦略的な誘客戦略により、他県をリードしていくことが必要 ・全国的に注目が集まると思われる明治維新150年といった歴史的な節目を生かし、全国的な盛り上がりをつくり出していくプロモーションが必要 ・WEBやアプリを活用したきめ細やかな着地からの情報発信の強化が必要
2	自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進	・競技団体や市町村、関係部局などと連携を密にとりながら、春野運動公園や土佐西南大規模公園の多目的グラウンドなどの施設整備と合わせて、アマチュアスポーツ合宿助成金制度等を活用し、アマチュアスポーツ合宿や大会誘致の取組を行ってきた ・ホストタウン登録国（オランダ、シンガポール、オーストラリア、チェコ、トンガ、ハンガリー）等を中心としたスポーツ交流活動の実施や、関係者の招へいを行うなど、関係性を深めながら誘致活動に取り組んだ ・ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ誘致については、トンガ王国への訪問や、トンガの子供たちにラグビーボール等をプレゼントする「トンガ応援プロジェクト」の立ち上げなどにより、機運の醸成を図るとともに、トンガ代表チームの関係者による県内ホテルや練習施設の視察の受け入れなどの誘致活動に取り組んだ ・高知龍馬マラソン2018大会については、前回大会に引き続き出走者が1万人を超え、県内をはじめ全国各地や海外から参加いただくなど、県内のイベントとして定着し、認知度が高まってきた	・年間を通じた合宿、大会の受入のため、障害者スポーツ等の新たなターゲットの開拓 ・関係競技団体やキーマンとなる協力者等とのさらなる関係づくりや、誘致対象国と将来にわたって交流を継続していくレガシー構築のための仕組みづくり
3	コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化	・継続的な助成制度等による支援を行うと同時に、販促ツールや過去の大会・学会のデータベースを構築し、効率的かつ効果的なセールスを実施するための基盤を整備 ・国際ミーティングエキスポ等展示会に積極的に参加し、主催団体等との関係構築に取り組んだ （H28実績）県外参加者数3万6千人 ・ゆかりの企業へのアプローチのためのターゲットを選定	・専門性が求められ競合が激しい分野であるため、他県に比較して会場基盤や地理的条件など本県の弱みを補完しつつ強みを活かしたターゲットの絞り込みや、高知流MICEの企画提案、体制強化が必要 ・他県では既に蓄積されている大会主催者・関係者との信頼関係をしっかりと構築していく必要がある

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:6万人	H29:8.9万人	11万人	13万人	15万人
H26:2.0万人	H28:3.6万人	4.0万人	5.0万人	5.0万人

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観09】 ◆「志国高知 幕末維新博」の開催		○						
【観10】 ◆ポスト幕末維新博に向けた準備対応(キャンペーン戦略の策定と一部先行実施)(H30新規)		○						
【観11】 ◆国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化		○						
【観12】 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信		○						
【観13】 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組(H30新規)		○						
【観14】 ◆施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化		○						
【観15】 ◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致		○						
【観16】 ◆高知龍馬マラソンの開催		○						
【観17】 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致		○						
【観18】 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート		○						
【観19】 ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ(H30新規)		○						

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観09】 ◆「志国高知 幕末維新博」の開催	大政奉還150年にあたる平成29年と、明治維新150年にあたる平成30年を大きなチャンスと捉え、「志国高知 幕末維新博」を開催する 博覧会を通じて、県内の様々な史跡などの歴史資源を磨き上げ、地域地域に歴史観光の基盤を整える 磨き上げた歴史資源と、地域の食・自然などが一体となった周遊コースを作り上げ、地域の産業群となる観光クラスターを整備し、博覧会終了後の持続的な観光振興につなげる ⇒別図〈観01〉参照(p.476)	①メイン会場(県立坂本龍馬記念館)の入館者数 ※H30.4.21オープン	13万人(H28) ↓ －(H29) ↓ 15万人 (H30.4～12)
		②メイン会場(県立高知城歴史博物館)の年間入館者数 ※H29.3.4オープン	－(H27) ↓ －(H28) ↓ 12万人 (H30.1～12)
【観10】 ◆ポスト幕末維新博に向けた準備対応(キャンペーン戦略の策定と一部先行実施)(H30新規)	2020年が近づくにつれ全国的にスポーツ振興や自然体験の機運が盛り上がってくることが予想されること、また県内ではキャンプ場が整備されるなど自然を生かした観光施設やスポーツ拠点が順次整備されていくことなど、県内外の流れを踏まえ、自然景観や自然を活かした体験を前面に出した全県的な観光キャンペーンを展開することとし、これまで整えてきた歴史、食とあわせて観光基盤を整備しプロモーション活動を展開することで、持続的な観光振興につなげていく ⇒別図〈観02〉参照(p.477)	キャンペーンサイトの構築	― ↓ キャンペーンサイトの構築(H30)

戦略の柱	2　効果的なセールス&プロモーション
取組方針	1　効果的な広報・セールス活動の展開

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

博覧会準備 → 博覧会第一幕 → 博覧会第二幕

県観光振興部、市町村、(公財)高知県観光コンベンション協会:関係者の協働による博覧会の開催

博覧会の開催を活用したプロモーション

県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:博覧会の開催や全国的な明治維新150年の気運を活かした県外へのプロモーション活動の実施、博覧会の検証を踏まえつつポスト博覧会を見据えたプロモーション活動

ポスト博覧会の検討 → プロモーション → ポスト博覧会の取り組み

県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:博覧会の検証と終了後のキャンペーン等の展開

旅行会社向けのセールス、キャンペーン&プロモーション

県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:博覧会の開催や四国DCなどの時機を捉えた適切なセールス活動の実施、旅行会社の種別に合わせた販促キャンペーンの提案、時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施

ポスト維新博の準備対応

県観光振興部、市町村、(公財)高知県観光コンベンション協会、民間事業者:関係者の協働によるキャンペーン等の展開

プロモーション

県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:幕末維新博の検証と全国的な機運の盛り上がりを活かした県内外のプロモーション活動の実施

旅行会社向けのセールス、キャンペーン&プロモーション

県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会:キャンペーン展開などに合わせた適切なセールス活動の実施、旅行会社の種別に合わせた販促活動の提案、時機を捉えた効果的な誘客プロモーションの実施

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観11】 ◆国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化	全国及び海外における本県観光の認知度拡大、誘客促進を図るため、首都圏等のマスメディアへの積極的な情報発信を実施することにより、テレビ・雑誌等の媒体で取り上げてもらうパブリシティ活動を強化する	マスメディア等の媒体での露出件数	201件(H27) ↓ 279件(H28) ↓ 毎年50件以上
【観12】 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信	観光客が、スマートフォンから容易に高知県の観光情報等が取得できるよう、地図サポートアプリケーションを制作し、観光情報の発信を行うとともに、利用者の移動の利便性を向上させることにより、周遊促進を図る	観光サポートアプリのダウンロード数	ー(H27) ↓ 9,578件(H28) ↓ 1万件
【観13】 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組(H30新規)	四国を一つの観光地域としてマーケティングやマネジメント等を行うことのできる観光地域づくり組織(DMO化)の立ち上げに向けて、金融機関や交通機関など民間活力の幅広い導入などについて支援していく	H30年度中のDMO化	-(H29) ↓ 法人格の取得・ DMO法人登録(H30)

戦略の柱	2　効果的なセールス&プロモーション
取組方針	1　効果的な広報・セールス活動の展開

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

首都圏等でのパブリシティ活動の推進

県観光政策課、おもてなし課：マスメディアのネットワークを活用したパブリシティ活動の推進と海外向けのパブリシティ活動の強化による高知県の露出拡大

スマートフォンアプリを活用した地域の観光資源の情報発信

県観光政策課、（公財）高知県観光コンベンション協会：地図サポートアプリケーションを活用した、きめ細かな情報発信による観光客の周遊促進・誘導強化、蓄積データによる観光客動向の分析とマーケティングへの活用

法人化に向けた準備 → 法人化に向けた手続き → 四国DMOとして運営

四国ツーリズム創造機構、四国4県、民間等による協議
四国ツーリズム創造機構：運営主体として事業を実施

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観14】 ◆施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化	県、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体等が連携を密にし、春野総合運動公園や土佐西南大規模公園の施設整備に合わせて、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する。また、年間を通じた合宿、大会の受入のため、障害者スポーツ等の新たなターゲットの開拓にも取り組む。	アマチュアスポーツ合宿による県外宿泊者数(人泊)	35,536人泊(H27) ↓ 31,214人泊(H29) ↓ 55,000人泊
【観15】 ◆2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ等の誘致	2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会及びラグビーワールドカップ2019の日本開催を好機と捉え、関係機関と連携し、事前チームキャンプ等の誘致活動や受入環境の整備を行う。 また、大会終了後は、受入国との継続した交流を図り、地域の活性化につなげるとともに、受入により培ったノウハウをトップリーグチーム等の合宿誘致・受入に活かす	①2020年オリンピック・パラリンピック競技大会の事前合宿や視察等の受入回数	ー(H27) ↓ 12回(H29) ↓ 12回以上
		②ラグビーワールドカップ2019代表チームの事前キャンプ等の受入チーム数	ー(H27) ↓ -(H29) ↓ 1チーム以上
【観16】 ◆高知龍馬マラソンの開催	高知龍馬マラソンの開催を通じて、県民のスポーツや健康への関心を高めるとともに、県内外、国外から多くの方に参加いただくため、安心・安全な大会運営や魅力的な大会づくりを行う。	高知龍馬マラソンへの出走者数	6,543人(H27) ↓ 11,194人(H30.2) ↓ 1万人規模の大会継続

戦略の柱	2　効果的なセールス&プロモーション
取組方針	2　自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

施設整備に合わせた大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致

県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、競技団体：各団体が連携を密にし、春野総合運動公園や土佐西南大規模公園の施設整備に合わせて、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿・大会誘致を強化する。

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会 事前合宿招致・受入環境整備 → **事前合宿等の受入**

県スポーツ課、市町村、競技団体、施設の管理者、宿泊施設等が連携しながら、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の事前合宿誘致等及び受入の環境整備を行う。大会終了後も受入国と交流を行うなどして、レガシーの構築や継続と地域の活性化につなげる。

ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ誘致・受入環境整備 → **チームキャンプの受入** → **継続した合宿の受入**

県スポーツ課、(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、高知県ラグビーフットボール協会、施設の管理者、宿泊施設等が連携しながら、ラグビーワールドカップ2019の事前チームキャンプ誘致等及び受入の環境整備を行う。大会終了後も受入国と交流を行うとともに、受入により培ったノウハウをトップリーグチームの合宿誘致・受入に活かす。

1万人規模の大会継続に向けた魅力ある大会づくり

県スポーツ課、市町村等関係機関と連携しながら、高知龍馬マラソンへの参加者1万人規模の大会継続に向けて、ランナーにとって「安心・安全な」大会運営及び魅力ある大会づくりを行う。

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【観17】 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致	県の協定締結企業や観光特使など、誘致先となり得るネットワークを最大限活用し、企業研修や企業ミーティング、学会等の誘致を進める あわせて、本県の強みである食や自然を活かした、他県にはない魅力的なメニューの提案を行う	コンベンション等の開催件数	55件（H26） ↓ 104件(H28) ↓ 106件
【観18】 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート	大会を受け入れる業界団体や大学等との連携を強化するとともに、地元事務局となる県内の大学等との関係強化を図る また、会場基盤や地理的条件など本県の弱みを補完し、強みである「食」や「自然」などを活かした特色ある高知流MICEの企画・調整を行う	コンベンション等の開催件数	55件（H26） ↓ 104件（H28） ↓ 106件
【観19】 ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ（H30新規）	明治維新150年の機を捉え、明治期に高知出身の人物が創業・発展に携わり、殖産興業の発展に寄与したゆかりの企業に対し、幅広い視点からアプローチを行う	ゆかりの企業とのタイアップの件数	—（H29） ↓ 8件

戦略の柱	2 効果的なセールス&プロモーション
取組方針	3 コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

セールス展開 → **実績を積み、評価を高める** → **誘致活動の継続**

観光政策課：庁内PT開催（関係部局との情報共有と連携強化）
観光政策課・庁内各課室、県外事務所、（公財）高知県観光コンベンション協会：企業等へのセールス（協定締結企業、協働の森、病院等）
（公財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：大会等の運営本部等訪問
（公財）高知県観光コンベンション協会：国際ミーティングエキスポ（IME）等への出展、旅行会社への企画提案や、商品素材の提供など、

業界団体や大学等との関係強化 → **実績を積み、評価を高める** → **取り組みの継続**

（公財）高知県観光コンベンション協会： 県内事務局となる大学関係者、宿泊施設・会場関係者等の訪問、大会関係者への会場、懇親会会場、魅力的な観光資源の情報提供や郷土芸能等手配調整、会場・宿泊施設等との連絡会を開催し、連携を強化
（公財）高知県観光コンベンション協会、施設関係者：高知ならではの会議・会合スポットの企画や調整

企業選定セールス → **セールス展開** → **取り組みの継続・拡大**

県観光政策課、（公財）高知県観光コンベンション協会：高知出身の人物が創業・発展に携わり、殖産興業の発展に寄与したゆかりの企業をピックアップ
県観光政策課、（公財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：ピックアップしたゆかりの企業に対してタイアップの具体的内容についてヒアリングし、個別に企画の提案を行い、セールスを実施

分野	観光分野
戦略の柱	3　OMOTENASHI（おもてなし）の推進

戦略の方向性	・歴史を中心とした博覧会の開催を通じた地域の歴史資源の磨き上げと観光クラスターの整備 ・外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備

戦略目標	目標	
	観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加	「宿泊先」「観光施設」
		「食事処・料理店」
	「おもてなしトイレ」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合	
	「おもてなしタクシー」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備（クルーズ船の受入対応を含む）	・観光案内板や観光地の公共トイレ等の整備を支援し、また、おもてなしタクシーの利用促進などを進めることにより、観光客の満足度は全体的に高い傾向にある ・外国人観光客の受入態勢を市町村と連携しながら官民協働で強力に推進し、受入環境が整いつつある ・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進	・満足度は全体的に高い傾向にありつつも横ばいであり、もう一段高めるためにには、接客マナーの向上などさらなる改善が必要 ・外国人観光客へ着地でのきめ細やかな観光情報を提供するための外国人観光案内所の設置数の拡大 ・外国人観光客の満足度を高めるための受入基盤のさらなる環境整備 ・おもてなしトイレ、おもてなしタクシーへの誘導並びに利用促進

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:77%	H28:77%	78%	79%	80%
H26:79%	H28:79%	80%	80%	80%
-	H28:83%	80%	80%	80%
-	H28:71%	80%	80%	80%

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観20】 ◆龍馬パスポートの継続と拡充	○	○						
【観21】 ◆きめ細やかな観光情報の提供(県内広域7ヵ所(ブロック)全てに外国人観光案内所の設置)	○	○						
【観22】 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)(H30拡充)	○	○						
【観23】 ◆バリアフリー観光の推進(H30新規)	○	○						
【観24】 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大	○	○						
【観25】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援	○	○					○	
(再掲)【観12】 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信		○						

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【観20】 ◆龍馬パスポートの継続と拡充	高知県を訪れる観光客の県内周遊を促進するためのツールとして、また、リピーターとなるきっかけづくりを行うため、「龍馬パスポート」事業を継続・拡充する	特別なスタンプ企画の対象施設の利用者数（地域周遊の促進）	－（H27） ↓ －（H28） ↓ 対象施設の期間中の利用者数が、同施設の前年の同期間の利用者数を上回ること
【観21】 ◆きめ細やかな観光情報の提供（県内広域7ヵ所（ブロック）全てに外国人観光案内所の設置）	きめ細やかな観光情報を提供するため、県内広域7ブロックに外国人観光案内所の設置を進める	外国人観光案内所の設置箇所数	3か所（H26） ↓ 10か所（H30.1月末） ↓ 11か所
【観22】 ◆観光基盤の整備（受入態勢の充実）（H30拡充）	外国人観光客の満足度を高めるため、受入基盤を整備する ・クルーズ客船寄港時における高知市中心商店街での受入態勢の充実 ・飲食店の多言語メニュー作成の支援及び普及拡大 ・主要観光地への津波避難場所等を表示した多言語案内板の設置 ・観光案内所等が利用できる通訳コールセンターの設置 ・外国人観光客へのモバイルWi-Fiルーターの貸出 ・観光施設・観光地等への無料Wi-Fi環境の整備 ・無料Wi-Fi認証手続きの簡素化の推進 ・外国人観光客とのコミュニケーション力の向上のための研修の実施	①メニューを多言語化した飲食店の数 ②津波避難多言語案内板の設置数 ③無料Wi-Fi環境の整備箇所数 ④Free Spotを含むWi-Fi提供市町村の協議会への参画数 ⑤研修受講事業者数	①－（H27） ↓ 127店舗（H28） ↓ 800店舗 ②3か所（H27） ↓ 14か所（H28） ↓ 30か所（H29） ③19か所（H27） ↓ 82か所（H28） ↓ 87か所（H29） ④－（H28） ↓ 25市町村以上（H29） ⑤－（H29） ↓ 30事業者（H30）

戦略の柱	3 OMOTENASHI（おもてなし）の推進
取組方針	1 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備(クルーズ船の受入対応を含む)

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

龍馬パスポートの継続・拡充

県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会：龍馬パスポートを活用した周遊促進、リピーター対策の実施

外国人観光案内所の設置支援

外国人観光案内所の設置、運営

県おもてなし課：県内7広域ブロックごとに1カ所以上の外国人観光案内所の設置を支援
(公財)高知県観光コンベンション協会、市町村、観光協会等：外国人観光案内所の設置、運営等により、きめ細やかな観光案内や地域の周遊を促す観光案内等を実施

クルーズ客船寄港時の受入基盤の充実

外国人観光客の受入基盤を整備(飲食メニューの多言語化)

津波避難多言語案内板の設置

無料Wi－Fi環境の整備

協議会設立

認証手続きの簡素化にかかる仕組みの運用

観光地ごとのセミナー及び事業者別研修の実施

観光地ごとのセミナーの実施
市町村が実施する取組への支援

市町村、観光関係団体、(公財)高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課：クルーズ船の対応を含め、県内の外国人観光客の受入環境の整備を推進

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観23】 ◆バリアフリー観光の推進(H30新規)	高齢者や障害者、外国人など多様なニーズを持つ観光客にきめ細やかな情報提供ができるようバリアフリー観光の相談態勢を整える ⇒別図〈観03〉参照(p.478)	バリア情報、バリアフリー情報の収集件数	ー(H29) ↓ 宿泊施設40件(H30) 観光施設40件(H30) 交通施設10件(H30) ↓ 宿泊施設100件 観光施設100件 交通施設30件
【観24】 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大	観光地で清潔でおもてなしの心が感じられるおもてなしトイレの拡大を図る おもてなしの心が感じられる観光ガイドタクシー(おもてなしタクシー)の拡大を図る	①おもてなしトイレの認定数 ②おもてなしタクシーの稼働数	①696か所(H26) ↓ 800か所 (H29) ↓ 850か所 ②284人(H26) ↓ 366人 (H30.2月末) ↓ 600人
【観25】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援	県内各地域の観光ボランティアガイド団体の連携や質の高いガイドの技術の習得を目的とする研修会の開催や外国人対応のできるボランティアガイドの育成	観光ボランティアガイド団体数	28団体(H26) ↓ 43団体(H29) ↓ 45団体
(再掲)【観12】 ◆観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信			

戦略の柱	3　OMOTENASHI（おもてなし）の推進
取組方針	1　国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備(クルーズ船の受入対応を含む)

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

点検シートの配布・集約 → 情報収集、現地調査、研修会実施 → バリアフリー観光相談窓口態勢の整備

県関係各課、県コンベンション協会、広域観光協議会、観光協会、観光事業者等：現地調査により観光施設のバリア情報、バリアフリー情報を蓄積及び理解推進のための研修会の開催

おもてなしトイレの普及拡大

おもてなしタクシーの普及拡大

県おもてなし課、市町村等：清潔でおもてなしの心が感じられるトイレ「おもてなしトイレ」の普及拡大を図り、観光客の満足度を向上させる
県おもてなし課、（公財）高知県観光コンベンション協会、タクシー業界団体：おもてなしの心が感じられるおもてなしタクシーの普及拡大を図り、観光客の満足度を向上させる

観光ガイド団体研修及び交流会の開催によるガイド団体のレベルアップと連携強化

おもてなし課：県内各地域の観光ボランティアガイド団体や観光事業者等が観光客におもてなしの心で対応できるよう研修会等を実施

分野	観光分野
戦略の柱	4　国際観光の推進

戦略の方向性	・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた地域の歴史資源の磨き上げと観光クラスターの整備 ・[新規]ポスト幕末維新博の展開に向けた対象となる資源の磨き上げと観光クラスターの整備 ・外国人観光客のニーズに対応した商品づくりと高知県の認知度を飛躍的に向上するプロモーションの展開

戦略目標	目標
	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ※(　)内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の宿泊施設での宿泊人泊数 H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国で一般的に使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数10人未満の宿泊施設の宿泊人泊数を合わせた数値を使用

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	効果的な広報・セールス活動の展開	・国内外の旅行博・商談会への参加数 H25:4回、H26:14回、H27:22回、H28:16回、H29:23回（予定含む） ・外国人向け観光情報サイト「VISIT KOCHI JAPAN」（5言語）の開設（H27.9月～）	・全国的に見ると高知県への外国人観光客はまだまだ少なく、認知度向上に向けた取組が必要（平成28年外国人延べ宿泊者数全国42位）
2	外国人向け旅行商品の販売促進	・海外旅行会社等ファムツアーの実績 H25:9回、H26:20回、H27:19回、H28:40回、H29:45回（予定含む）	・外国人観光客のし好やニーズに対応した旅行商品の造成が必要
3	高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上		・国際定期路線化を見据えたチャーター便の誘致 ・アクセス環境の向上
4	国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進	・観光庁の広域観光周遊ルートに四国が認定 （H27年6月、事業期間：5年間（～H31年）） ※市場調査・戦略策定（5年間のロードマップ作成） ※滞在型コンテンツの作成 ※海外旅行博でのプロモーション（フランスSMT、シンガポールTravel Revolutionへの出展他） ・四国4県による旅行博・商談会等への参加 ・Visit Japan事業での旅行会社及びメディア招請 ・東京都・中国・四国連携事業（H28年4月～）	・四国地域への外国人観光客もまだまだ少ないことから、さらなる外国人観光客の誘客には四国4県や国際線をもつ他の自治体等との連携した取組が必要（平成28年外国人延べ宿泊者数　全国における四国の割合1%未満）
5	2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用	・全国のよさこい団体との連携による事業を展開 ※2020よさこいで応援ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ実行委員会設立（H29年3月～）31都道府県78団体（平成30年2月現在） ※総会、理事との意見交換会を開催 ※ｵﾘﾊﾟﾗ開閉会式でのよさこい演舞を目指した共通認識（ｷｰｺﾝｾﾌﾟﾄ）や事業計画等の決定 ※理事を中心とした組織委員会会長への要望実施 ・世界各地で、よさこいチームの立ち上げやよさこいの祭りを開催　26カ国/地域（平成30年2月現在）	・本県の主要な観光資源の一つである「よさこい」を「日本の祭り」として世界へアピールし、世界での「よさこい」と「本家高知」の認知度を飛躍的に高めるには、以下の取り組みが必要 ※全国200以上の「よさこい」が一体となってオールジャパンでPRを展開すること ※世界各地での「よさこい（祭・イベント・チーム）」の定着による世界的な広がりを図ること

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:38,590人泊(3万人泊)	79,630万人泊 (H29速報値)	14.8万人泊	22万人泊	30万人泊

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観26】 ◆クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化		○						
【観27】 ◆海外旅行博でのプロモーション		○						
(再掲)【観13】 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組(H30新規)		○						
【観28】 ◆対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進		○						
【観29】 ◆国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売(H30新規)	○	○						
【観30】 ◆高松空港等からのアクセスの向上(H30新規)	○	○						
【観31】 ◆広域周遊観光の推進		○						
【観32】 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築		○						
【観33】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開		○						

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【観26】 ◆クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化	海外における当県の認知度を向上させるため、外国人向けウェブサイト「VISIT KOCHI JAPAN」及びSNSによる情報発信、旅行情報サイトとの連携、海外雑誌への記事掲載、既存の着地型観光パンフレットの多言語化等クロスメディアによる情報発信と、在日外国人メディア招請や海外メディアのモニターツアー招請による露出強化	外国人向けウェブサイト「VISIT KOCHI JAPAN」のページビュー（PV）数	15,000PV（H27） ↓ 180,160PV（H28） ↓ 130,000PV
【観27】 ◆海外旅行博でのプロモーション	当県を含む旅行商品の造成を促進するため、ターゲット市場における海外旅行博等に四国または高知で出展し、あわせて現地旅行会社等への個別セールスを行う	海外旅行博等出展回数	14回（H27） ↓ 16回（H28） ↓ 25回
（再掲）【観13】 ◆四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組（H30新規）			

戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	1　効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

インターネットを活用した情報発信の強化

（公財）高知県観光コンベンション協会、県国際観光課：海外での認知度を向上させ、本県へのさらなる誘客を図るため、インターネットを活用して国内外への情報発信を強化
- 多言語による情報発信WEBサイトの充実
- 旅行情報サイト等との連携
- SNSを使った口コミによる情報拡散

国内外のメディアを活用した情報発信の強化

（公財）高知県観光コンベンション協会、県観光政策課、国際観光課：海外での認知度を向上させ、本県へのさらなる誘客を図るため、メディアを活用して国内外への情報発信を強化
- 国内外メディア招請等による取材支援
- 海外メディア等への情報発信の強化

現地メディアを活用した情報発信の強化

県国際観光課、（公財）高知県観光コンベンション協会：海外での認知度を向上させ、本県へのさらなる誘客を図るため、重点市場（台湾・香港・シンガポール・タイ）において現地メディアを活用した情報発信を強化
- 現地メディアへの定期的なセールス
- 現地雑誌、テレビ、ブログ等での情報発信
- 現地での情報交換会の開催（台湾・香港）

海外旅行博等でのプロモーション

（公財）高知県観光コンベンション協会、県国際観光課：
- 国内外での商談会・旅行博等への参加
- 現地旅行会社への個別営業
- 海外拠点（シンガポール・台湾・香港等）を活用した情報収集およびフォロー

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【観28】 ◆対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進	本県のターゲット市場のニーズ（し好等）に応じた商品を造成するため、高知の魅力を体感できる「鉄板」観光資源で構成された、各市場毎の「周遊ルート」設定と「旅行商品」の造成・販売を行うとともに、四国内を周遊できる鉄道パス「ALL SHIKOKU RAIL PASS」及び路線バスの利用促進事業や、香港現地雑誌レンタカー企画事業を推進	外国人向け旅行商品の販売による誘客数	－（H27） ↓ －（H28） ↓ 7,400人

戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	2　外国人向け旅行商品の販売促進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

外国人旅行者のニーズに対応した「鉄板」旅行商品造成・販売（台湾・香港・ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ）

外国人旅行者のニーズに対応した旅行商品造成・販売（タイ）

現地の旅行業界等に精通した現地法人と連携した旅行会社への定期的・継続的なセールス

（公財）高知県観光コンベンション協会、県国際観光課：
・市場ニーズに応じた観光資源の抽出・選別・磨き上げ
・市場毎の周遊ルート設定・旅行商品化

県国際観光課、（公財）高知県観光コンベンション協会：
・旅行会社への定期的・継続的なセールス
・インセンティブセミナーの開催

2次交通等を活用した旅行商品づくり

（公財）高知県観光コンベンション協会、県国際観光課：
・2次交通事業者をはじめとする県内観光関係者と協力し、2次交通を活用した周遊商品づくりを進める仕組み作りを構築

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観29】 ◆国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売(H30新規)	海外からのアクセス環境を向上させるため、国際定期路線化を見据え、高知龍馬空港の整備と連携した国際チャーター便の誘致拡大を図る ⇒別図〈観04〉参照(p.479)	国際チャーター便の運航数	4便(H28) ↓ 4便(H29.12) ↓ 30便
【観30】 ◆高松空港等からのアクセスの向上(H30新規)	国際線直行便を持つ他県からの周遊促進を図るため、高松空港から高知駅へ向かう直行の高速バス等の運行を目指す ⇒別図〈観04〉参照(p.479)	高松空港-高知駅間直行バス等の外国人乗客数	ー(H28) ↓ ー(H29) ↓ 1,440人

戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	3　高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
	国際チャーター便の誘致			
	県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会　：　高知龍馬空港への国際チャーター便の運航を目指し、海外航空会社及び旅行会社へセールスを行う			
	課題の把握及び整理	高知駅直行バス等運行実証調査	高知駅直行バス等運行化を検討	
	県国際観光課、(公財)高知県観光コンベンション協会　：　高松空港-高知駅間直行バス等の運行に向けて課題の把握及び整理、運行実証調査、運行化の検討を行う			

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【観31】 ◆広域周遊観光の推進	当県の外国人のべ宿泊者数を増加させるため、四国4県および国際線を持つ他の自治体等と連携し、広域での周遊ルートづくり（新規コンテンツの発掘含む）を進めるとともに周遊ルート上における観光案内の強化等を図る	観光庁宿泊統計調査 外国人のべ宿泊者数 （従業員数10人未満の施設含む）	38,590人泊（H26） ↓ 79,630人泊（H29） ↓ 148,000人泊

戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	4　国際直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域国際観光

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

観光庁広域観光周遊ルート事業を活用した広域国際観光の推進

（公財）高知県観光コンベンション協会、県国際観光課：
・観光庁・四国広域観光周遊ルート事業（H27～H31）の推進

その他国施策を活用した広域国際観光の推進

（公財）高知県観光コンベンション協会、県国際観光課：
・観光庁Visit Japan地方連携事業の推進（海外旅行博への出展や、旅行会社・海外メディア招請）

東京・中国地域（山陰・瀬戸内）・四国地域の連携による外国人旅行者誘致事業を活用した広域国際観光の推進

（公財）高知県観光コンベンション協会、県国際観光課：
・東京都・中国・四国連携事業での周遊ルートづくりや国内外の外国人によるファムツアー実施（H28～）

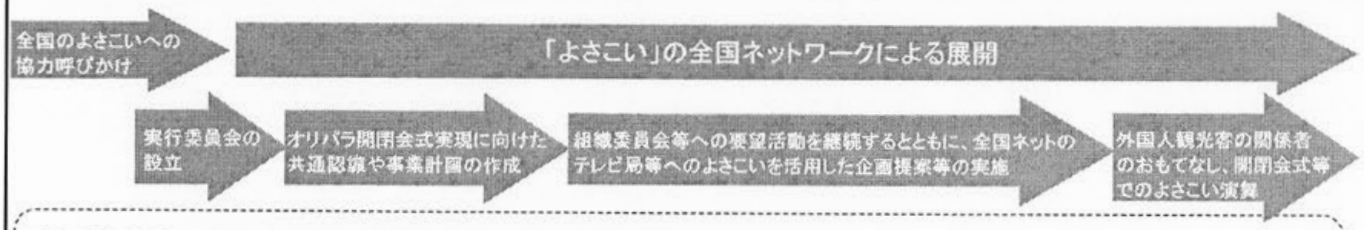
分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観32】 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築	全国のよさこい主催団体と、県、よさこい祭振興会、高知市等が連携し、よさこいの魅力を「日本の祭り」として世界へ発信していくため、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開閉会式での演舞を目指し、関係機関への要望活動や各地でのオリパラを盛り上げる活動を行う	2020よさこいで応援プロジェクト実行委員会への参加団体数	7(H27) ↓ 78(H30.2) ↓ 200
【観33】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開	2020年東京オリンピック・パラリンピックを通じて、「よさこい」を「日本の祭り」として世界へアピールするとともに、世界でのよさこいネットワークの拡大を図り、「よさこい」と「発祥の地高知」の認知度を飛躍的に高める	①フェイスブックの「いいね」数 ②よさこいが開催されている国/地域の数	①ー(H27) ↓ 926件(H30.2) ↓ 1万件 ②16ヶ国(H27) ↓ 26ヶ国(H30.2) ↓ 40ヶ国

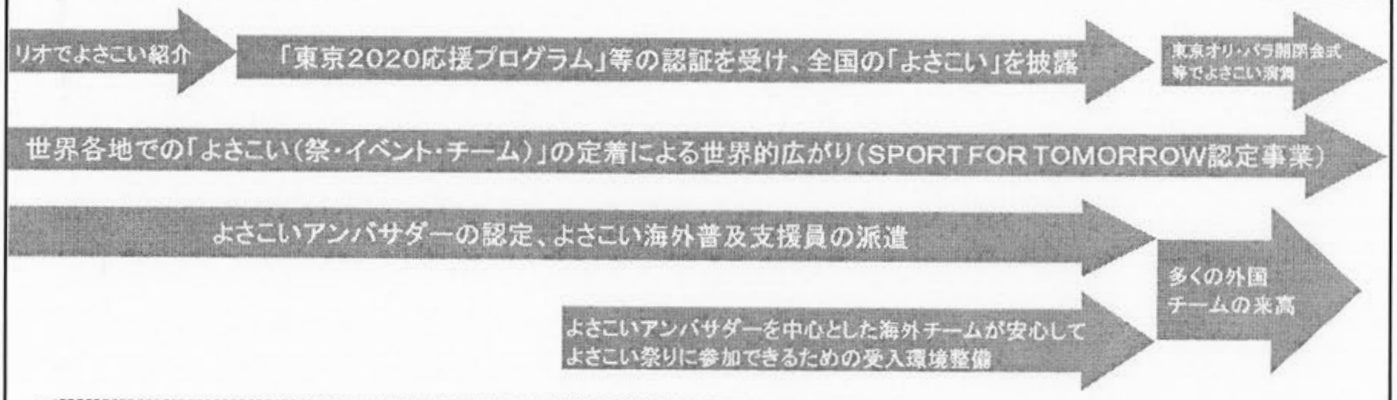
戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	5　2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降



県国際観光課　：　高知市を中心に県や関係団体が連携し、全国200以上の「よさこい」のネットワークを構築
2020年に向けた全国のよさこいが連携した事業展開
また、県が中心となって海外の「よさこいチーム」や「よさこい祭り主催団体」とのネットワークも構築



県国際観光課　：　・2016年リオデジャネイロ大会（H28.7-8）のジャパンハウスでの「よさこい」PR
・同大会後（H28.10）から、オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会の「東京2020応援プログラム」等として2020年東京大会まで の4年間、全国各地のよさこいが一体となってPR
・海外の「よさこいチーム」の代表者などのよさこいアンバサダーとしての認定、高知県への招へい及び交流、世界各地での「よさこい（祭・イベント・チーム）」の定着を進める。また、開発途上国では、JICAの海外青年協力隊等と連携して現地での定着化を支援（※H32年までは、スポーツ庁のSPORT FOR TOMORROW認定事業として実施（予定））
・2020年東京大会において、全国のよさこいが一体となってよさこいによるおもてなしの実施

分野	観光分野
戦略の柱	5　事業体の強化と観光人材の育成

戦略の方向性	・歴史を中心とした博覧会の開催を通じた地域の歴史資源の磨き上げと観光クラスターの整備 ・観光産業を支える人材の育成と事業体の強化

戦略目標	目標
	広域観光組織の体制強化（法人化）

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上	・地域博覧会の開催などを通じて、広域観光組織の体制整備と地域地域の観光資源の磨き上げや商品造成などにつながった【再掲】 ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ【再掲】 ・県内の各地域の観光ボランティアガイド団体の連携や質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会や観光事業者に対するおもてなし研修を実施し、観光客に質の高いサービスの提供につながっている	・体験プログラムや周遊プランを国内外の旅行者のトレンドやニーズに応じて、継続的に磨き上げることが必要【再掲】 ・地域地域において観光産業を担う事業体は零細であり人材や後継者は依然として不足 ・広域組織基盤がまだまだ脆弱であり、官民がより一体となった組織体の強化とリーダーの育成が必要【再掲】 ・外国人観光客へ対応できる観光ボランティアガイドの育成及び観光事業者への人材育成支援

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:3か所	H28:3か所	5か所	6か所	6か所

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【観34】 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成(H30拡充)	○						○	
(再掲)【観03】 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進	○						○	
(再掲)【観05】 ◆広域観光組織の機能強化	○						○	
(再掲)【観06】 ◆地域コーディネーターの配置	○						○	
(再掲)【観25】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援	○	○					○	

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【観34】 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成(H30拡充)	地域地域における自律的・持続的な観光地づくりの推進及び地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターのハンズオン支援による自然・体験型観光商品の磨き上げ・販売と地域の事業者が連携した地域観光クラスター化を促進するための取組を支援する ⇒別図〈観05〉参照(p.480)	創生塾を通じたアウトドア・自然体験商品(地域観光クラスターを含む)の販売	ー(H29) ↓ 60商品(単年度)
(再掲)【観03】 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進			
(再掲)【観05】 ◆広域観光組織の機能強化			
(再掲)【観06】 ◆地域コーディネーターの配置			
(再掲)【観25】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援			
【観】 ◆観光創生塾を通じた人材育成 (H29年度に終了)	地域観光を担う人材の育成に向け、「土佐の観光創生塾」を開催し、地域コーディネーターを配置するとともに、地域観光クラスター化を促進するための取組を支援するとともに、商品づくりを継続する仕組みを構築する	売れる観光商品の造成	ー(H27) ↓ 75件(H29)

戦略の柱	5　事業体の強化と観光人材の育成
取組方針	1　観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
観光創生塾を通じた人材育成		観光創生塾等を通じた人材育成		
県地域観光課： ・「土佐の観光創生塾」の開催（基礎コース6コマ、専門コース6コマ） ・地域コーディネーターによるハンズオン支援 ・事業者連携の促進によるクラスター形成支援		県地域観光課： ・「土佐の観光創生塾」の開催（応用編、基礎編） ・地域コーディネーター等のハンズオン支援によるアウトドア・自然体験商品の磨き上げ・販売と事業者連携の促進		
観光創生塾を通じた人材育成				
県地域観光課： ・「土佐の観光創生塾」の開催（基礎コース6コマ、専門コース6コマ） ・地域コーディネーターによるハンズオン支援				

「志国高知 幕末維新博」のプロモーションの取組

	第一幕 （大政奉還150年）	第二幕 （明治維新150年）			
年度	平成29年度（2017）	平成30年度（2018）			
四半期	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月
トピック等	◆春休み ●1/7大河ドラマ「西郷どん」放送開始 ●3月～4月 地域会場や歴史施設のリニューアルオープン	◆GW ★4/21 第二幕開幕イベント ★4/21 坂本龍馬記念館グランドオープン ●4/21-7/9 坂本龍馬記念館 開館記念特別展示 土佐に残された龍馬の「志」展	◆夏休み ◆秋の連休 ●夏頃 坂本龍馬など土佐の志士登場（想定） ●よさこい祭り	●10/23 明治改元150年 ◆冬休み ●11/11 明治150年記念式典 ●11月 龍馬月間 ●10/25-12/24 坂本龍馬記念館 開館記念特別展示「龍馬」展（仮称）	◆春休み ●1月～大河ドラマ「いだてん～東京オリムピック噺～」放送開始
明治維新150年を活かした全国向けプロモーション	◆坂本龍馬を中心とした情報発信 ○坂本龍馬記念館グランドオープンを前面に出した年間を通じた情報発信 ○首都圏での記者発表	○第二幕開幕に合わせたモニターツアー、商談会等 ○幕末明治土佐学講座の開講	○企画展等を活用したプロモーション活動 ○夏休みの子供向け施設情報の発信	○企画展等を活用したプロモーション活動 ○10/6 龍馬ファンの集い（東京）	
	○大河ドラマ「西郷どん」ゆかりの資料・場所等の情報発信 ⇒坂本龍馬との関係や対比を活用するなど、高知を関連づけ		○公式HP、SNS ⇒関連する情報を整理して発信	○首都圏での西郷どん関連県とのタイアップ等PR企画	
	◆明治維新150年の盛り上がりを活用した情報発信 ○明治維新150年を契機とした民間企業等とのタイアップによるプロモーション展開 ※博覧会を応援する商品等でのPR展開も検討 ○航空会社機内誌掲載	○在京キー局イベント	○航空会社機内誌掲載	○首都圏での交通広告等	
	平成の薩長土肥連合によるPR活動 ○コンビニでの商品販売	○共通パスポートによる周遊促進 ○開幕イベントへの知事参加	○首都圏での情報発信	○物産展でのPR	
	○自由民権運動を起こしていった人物たちの系譜を情報発信 ※地域会場の企画展等とも関連づけ				
	◆明治期の産業や本県ゆかりの企業等と連携した情報発信 ○高知県の偉人ゆかりの企業と連携した情報発信と企業研修等の誘致 ※産業革命を起こしてきた経済人達の系譜を露出 ○連携に向けた事前アプローチ	○トップ対談等のメディア露出	○誘致に向けた具体的アプローチ	○本県への企業研修等での来県	
	○魚梁瀬森林鉄道遺産や土佐和紙、路面電車などが組み込まれた旅行商品のセールスと情報発信			○ゆずの旬に合わせたPR	
基本的な博覧会PR	○第二幕開幕イベント ○近畿・近県向けTV、雑誌、タウン誌の露出		○よさこいを活用したPR ○近畿・近県向けTV、雑誌、タウン誌の露出	○よさこいを活用したＰＲ ○近畿・近県向けTV、雑誌、タウン誌の露出	
	○近隣県向けＴＶＣＭ	○近隣県向けＴＶＣＭ →具体的情報を発信して直接的な誘客につなげる			
	○交通機関のラッピング広告等交通広告の展開				
	○公式ホームページによる情報発信 施設リニューアル、第二幕、GW情報		○夏休み向け情報、西郷どん関連情報	○明治維新150年、秋観光情報	○冬情報、春休み向け情報
	○第一幕 ポスター、のぼり等の掲出	○第二幕 ポスター、のぼり旗の掲出、パンフレット配布（高速道路サービスエリア、観光施設、宿泊施設）などのツールを活用したPR			
	○公式ガイドブックの発行	○公式ガイドブック春・夏号		○公式ガイドブック秋・冬号	
	○シーズンブックの発行	○シーズンブックの発行（春号）	○シーズンブックの発行（夏号）	○シーズンブックの発行（秋・冬号）	

ポスト幕末維新博に向けたプロモーション展開

ポスト幕末維新博の展開イメージ

<観02>

前　提

・本県の強みである食・歴史・自然について、食はこれまでの取り組みにより高い評価を獲得してきており、歴史については幕末維新博を通じてレベルアップを図っているところ。
・平成30年度の越知町などを皮切りに県内各地で新たなキャンプ場がオープンし、カヌー・スイミングなどのアクティビティの拠点施設も順次整備される。
・2020年オリ・パラ東京大会が近づき、全国的にスポーツ振興や自然体験の機運の高まりが予想される。

方向性

■「ポスト幕末維新博」では、幕末維新博で培ってきた歴史観光の勢いを維持させつつ、「自然」や「体験」を前面に出したキャンペーンを展開し、自然体験型観光の磨き上げとともに周辺施設や事業者等とのクラスター形成をさらに進めていくことで、受入態勢のレベルアップをはかる。
■その後はレベルアップした「歴史」、「自然」、「食」をベースに、その時々の流行をつかみながら本県の強みを最大限に活かした展開を行う。

整ってきている歴史観光基盤

＋

整えてきた食観光基盤

＋

自然体験型観光の推進

■プロモーション　×　キャンペーン等の展開

◆平成30年度からポスト維新博を意識した情報発信を徐々に織り込んで展開

■磨き上げ等による基盤整備

対　象

<各種 アクティビティ・体験>

■カヌー、ラフティング
■レンタサイクル
■山岳、ボルダリング
■シュノーケリング、ダイビング
■屋形船、グラスボート
■釣り、ホエールウォッチング
■サーフィン、ボディーボード
■キャンピング　等

磨き上げ

Ⅰ.４定条件
・定時・定量・定質・定額
Ⅱ.顧客満足度の向上
・サービス内容の磨き上げ
Ⅲ.ＰＲの強化等
・ユーザーアクセスの向上
Ⅳ.民間活力の導入

アドバイザー支援、財政支援

商品化

キャンペーン参加旅行商品＋クラスター化

ＰＤＣＡサイクルを継続的に回す仕組みを導入

ＰＲ

専用ウェブサイトへの登録

全体を下支え

■事業体の強化と観光人材の育成

観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上

・民間活力の積極的な導入　・個人旅行者向けの旅行商品の造成と販売力の強化支援
・広域観光組織の機能強化　・外国人等の観光客におもてなしできる人材等の育成支援
・顧客満足度の向上に向けた受け入れ人材の育成支援

本県観光における受入基盤のさらなるレベルアップ

バリアフリー観光の推進

<観03>

【概要】誰もが楽しむことのできる高知県観光の実現のため、高齢者や障害者、外国人など多様なニーズを持つ観光客にきめ細やかな情報提供ができるよう**バリアフリー観光の相談態勢を整える。**

取組内容	H29	H30	H31	目　標	H32～
①観光、宿泊、交通施設の詳細な**情報収集・蓄積**	**【自己点検シート及び現地調査による情報収集】** 宿泊施設：自己点検	現地調査（40施設）	現地調査（60施設） ※対象：10室以上の宿泊施設（休業等除く）	**情報の蓄積** **観光:100施設** **宿泊:100施設** **交通:　30施設**	**バリアフリー観光相談窓口の開設・運営開始** **誰もが安心して旅行を楽しむことのできる高知県観光の実現**
	観光施設：自己点検	現地調査（40施設）	現地調査（60施設） ※対象：観光施設、道の駅　等		
	交通機関	自己点検・現地調査（10施設）	現地調査（20施設） ※対象：鉄道、バス、航空、タクシー等の駅、停留所、車両情報　等		
②相談対応のための**人材育成**	**【相談窓口運営のためのスキルの取得】**	現地調査等（OJT)による情報収集スキルの習得	相談対応スキルの習得 ※対象：県、KVCA、観光案内所職員　等	**専門スキルの習得**	
③バリアフリー観光に関する**理解の推進**	**【県内各地での研修会の開催】**	1回	5回 5回 ※対象：観光関連事業者　等	**バリアフリー観光に関する機運の醸成**	
④情報提供や相談対応等に関する関係機関との検討	**【関係機関との検討会の開催】※適宜** （関係機関） 県観光振興部、県健康政策部、県地域福祉部、県文化生活スポーツ部、県教育委員会、市町村、KVCA、広域観光協議会、観光協会、観光事業者　等 （検討項目） 情報共有、スケジュール、運営主体、場所、経費負担　等			**県内観光案内所等との連携体制や関係機関との役割分担が整う**	

外国人延べ宿泊者数の大幅増の実現に向けたアクセス環境の向上

①国際定期路線化を見据えたチャーター便の誘致

（観光振興部 中山間振興・交通部）

【海外航空会社へのセールス】

【H29】	【H30】	【H31～】
課題の把握及び整理 ○台湾チャーターの誘致	セールスの強化（台湾・香港）	セールスの拡大（韓国・中国追加）

【国内航空会社へのセールス】

②空港インフラ整備

（中山間振興・交通部）

【空港インフラのバージョンアップ】

【H29】	【H30】	【H31～】
・課題整理 ・関係者との情報交換	・整備基本方針の決定	・計画的な整備の実施

【検討項目】・ボーディングブリッジの増設　・CIQ施設の整備
・免税店、ラウンジ等の設置　・民間活力の導入　など

③高松空港等からのアクセスの向上

（観光振興部 中山間振興・交通部）

【高松空港からのアクセスの向上】

【H29】	【H30】	【H31～】
課題の把握及び整理	二次交通運行に向けた協議及び調査	二次交通の運行

【国際空港からの乗継によるアクセスの向上】

成田線・関西線（国内LCC）の**早期就航に向けたセールス**

【目　標】
- ●定期チャーター化（50便/年）

【目　標】
- ●国際線就航に向けた施設のバージョンアップ

【目　標】
- ●他の国際空港との連携による外国人観光客入込の増

国際定期路線化

アクセス環境の向上

外国人延べ宿泊者数の大幅増の実現

平成30年度　土佐の観光創生塾のさらなる強化　＜観05＞

【概要】ポスト維新博の取り組みをにらんで、一定の品質を確保した商品とするための磨き上げを行い、継続した販売に繋げるとともに、地域での消費拡大を目指した事業者同士の連携を促進

これまでの「土佐の観光創生塾」の取り組み・成果

【平成27年度】
旅行商品の造成・磨き上げ：43件
旅行会社等販売：22件

【平成28年度】
旅行商品の造成・磨き上げ：72件
旅行会社等販売：26件

【平成29年度】
（H29.12月時点）
旅行商品の造成・磨き上げ：84件
旅行会社等販売(予定含)：23件

大手旅行代理店から販売された主な商品

（東部）
・伊尾木洞探検
・野根山街道トレッキング

（中央）
・仁淀川ＳＵＰ
・浦戸湾クルーズ

（西部）
・足摺岬クルーズ
・柏島クルーズ

今後の方向性

旅行トレンドに対応し、継続して売れる商品とするためには、４定条件＋αが必要

4定条件
・定時
・定量
・定質
・定額
＋α
・**顧客満足度の向上**　サービス内容の磨き上げ
・**PRの強化等**　ユーザーアクセスの向上

商品の見直しだけでなく、受入態勢等受講者が抱える個別の課題に対応する必要がある

向けた見直し　ポスト維新博に

「土佐の観光創生塾」の取り組みの見直し

◆プログラムの拡充
体験・ｱｸﾃｨﾋﾞﾃｨ事業者等を対象に、より売れる商品づくりに取り組む応用編と、広く観光事業者の人材育成を行う基礎編を設定

◆支援の強化
受講者の個別の課題に対応するためコーディネーターのハンズオン支援を強化

強化の方向性

◆ポスト維新博の開催をにらみアウトドア・自然体験の磨き上げを強化

◆４定条件＋αを満たす商品となることを目指す

平成30年度のカリキュラムと支援の仕組み

対象者
（応用編）ポスト維新博の対象となる体験事業者
（基礎編）地域の観光事業者等＋地域産業クラスターの対象事業者

観光商品の磨き上げ

応用編（各エリアで開催）

座学や地域コーディネーターのハンズオン支援を中心に受講者の商品の磨き上げを行い、OTA等での販売を目指す。
また、受講者が主体となり地域での消費に繋がる連携を推進する。
（参加者）各エリア20人程度

第一回
（導入）
・「土佐の観光創生塾」について
・ポスト維新博の目的等について
（座学）
講座：ビジネスとしての観光

第二回
（座学）
ＯＴＡセミナー
・登録に必要な条件提示
・個別相談会の開催
（個別対応）
・受講者の現状確認
・ﾌｫｰﾏｯﾄを活用した商品の課題確認

第三回
（座学）
講座：アウトドア・自然体験の取り組みについて
（個別対応）
・受講者の現状確認
・商品の磨き上げ
・事業戦略の策定支援

第四回
（座学）
講座：顧客管理、顧客満足度について
（個別対応）
・受講者の現状確認
・商品の磨き上げ
・事業戦略の策定支援

事業者連携の推進（クラスター分科会）
受講生が中心となり地域の宿泊施設や食資源との連携を促進するために随時開催
・セットプランの検討（宿＋体験でのOTA掲載）等
・周遊に必要な連携策やツールの検討（案内板の整備、周遊割引プランの検討）等

基礎編（高知市で開催）

旅行トレンドやインバウンドの動向等、観光地づくりを推進するための知識を学び、観光人材の育成を図る。
（参加者）50人程度

第一回
（講座）
<旅行・観光のトレンド>
・旅行・観光トレンド
・インバウンドの動向

第二回
（講座）
<観光商品を作る>
・観光商品に求められる要件
・旅行会社の仕組み

第三回
（講座）
<観光商品を売る>
・SNS、WEBを活用した情報発信
・旅行会社へのセールス手法
・広域観光組織、KVCA、観光協会との連携

第四回
（講座）
<観光客の受け入れと磨き上げ>
・満足度向上のための手法
・外国人旅行者受入れのロールプレイ

地域コーディネーターの支援

◆セミナーでの支援
セミナー内での個別対応による受講者の商品の磨き上げ支援
OTAセミナーを通じ、登録に必要な手続きを支援

◆ハンズオン支援
受講者が中心となった地域での事業者連携の促進の支援
受講者の個別の課題に対する支援
商品のセールスに向けた支援
事業戦略の策定に向けた支援

◆セミナーでの支援
セミナー内での受講者フォロー
事業者連携の促進に関する支援

目指す成果

旅行トレンドである個人旅行者にも対応し、継続して売れる商品とするために必要と考えられる
４定条件＋αの達成

4定条件
・定時 ・定量 ・定質 ・定額
＋α
・**顧客満足度の向上**　サービス内容の磨き上げ
・**PRの強化等**　ユーザーアクセスの向上

◆ポスト維新博でプロモーション・アドバイザーによる支援・財政面での支援

Ⅱ　産業間の連携戦略
地産地消・地産外商戦略の展開(食品分野)

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開(食品分野)》の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県内市場の縮小に打ち勝つためには、より活力のある県外市場にモノを売って、「外貨」を稼ぐ地産外商の施策を展開していくことが重要であるため、地産外商の推進母体となる高知県地産外商公社を設立するとともに、首都圏における外商活動の拠点となるアンテナショップ「まるごと高知」を設置しました。

地産外商公社は外商活動の全国展開を進めており、公社の外商活動を契機とした成約件数は、平成21年度の178件から平成28年度は8,112件と大きく伸び、成約金額は28億4800万円にまで達しました。

輸出の取り組みにつきましては、国別、品目別に戦略を立て、欧米やアジアにおいて、商談会や展示見本市への出展などにより販路拡大に取り組んできた結果、平成28年の食料品輸出額が前年対比約2億8000万円増となる約7億2000万円まで大きく伸びてまいりました。

一方で、食品の地産外商をさらに拡大していくためには、小売店等が製造現場に求める高度な衛生基準に対応し、県内事業者がビジネスチャンスを逃さないよう、生産管理の高度化を一層強化していくことが必要です。

また、本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題に細やかに対応していくことや、食品加工業の外商成果を第一次産業などの関連産業の拡大にもつなげ、県経済全体の好循環を生み出すことが必要です。

②第3期計画ver.3の取り組み

「素材を生かした加工立県」「県産品が全国ブランド」を「目指す姿」として掲げ、次の五つを戦略の柱として取り組みます。

柱1　定番化に向けた商品づくり

大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理の高度化に向けて、研修や相談支援を充実させるとともに、専門アドバイザーの活用により、HACCP手法の導入を強力に推進していきます。また、県版HACCPを取得した事業者に対して、専門コーディネーターを派遣し、さらなる食品安全の取り組みへの改善を支援するなど、HACCP手法の定着・改善に向けた施策を強化します。

柱2　外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商公社の活動の全国展開を推進し、大手卸売業者や高質系小売店のネットワークを生かした外商機会の拡大や、外食産業など新たな外商分野への展開の強化など、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げて、大きな商流につなげていきます。

高知家プロモーションを地域地域においてより一層活用していただくことで高知家ブランディングを強化し、地産外商・観光振興・移住促進のさらなる成果に結びつけます。

柱3　輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

有望市場において現地の商社や量販店・飲食店などとの関係をさらに強化し、各国に輸出の拠点となる機能を設け、さらなる販路拡大に取り組むとともに、輸出に取り組む企業のステージに応じた戦略の策定と実行を支援し、そのニーズに応じた新たな市場の開拓にも取り組んでまいります。

柱4　拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品事業者を核とした食のプラットホームの取り組みを通して、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや、個別の商品の磨き上げの機会を充実します。また、工業技術センターが有する食品加工の高度化支援機能を活かして、科学的な分析データに基づく商品づくりや品質管理の取り組みを広げていきます。

さらに、事業者の個別課題に対応したサポートチームにより、商品開発などの事業化の支援や、外商を行う事業者のさらなるステージアップに向けた事業戦略の策定と実行を支援していきます。

柱5　地域に根差した産業クラスターの形成

生産から加工、流通、販売までの関係者が、それぞれのノウハウを生かしながら連携し、新たな商品開発や販路開拓に取り組むことを通じて、地域ブランドを創り出す食品産業のクラスターの形成に取り組み、将来的には、県内外の食品加工事業者の新たな立地にもつなげていきます。

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》の展開イメ

分野を代表する目標　食料品製造業出荷額等　出発点(H26)892億円⇒現状(H28)1,080億円⇒

地産の強化

柱１　定番化に向けた商品づくり

食品加工のさらなる生産管理高度化支援

○ 大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援

導入支援：HACCP研修等受講 → アドバイザー派遣 → 認証
定着支援：コーディネーター派遣

・HACCP手法の定着・改善に向けた専門家派遣
拡・一般衛生管理研修の充実強化

農水産物加工の推進

農産物
○ 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
○ 直販所支援の強化

水産物
○ HACCPに対応した加工施設の立地促進
○ 冷凍保管ビジネスの事業化

市場が求める商品づくり

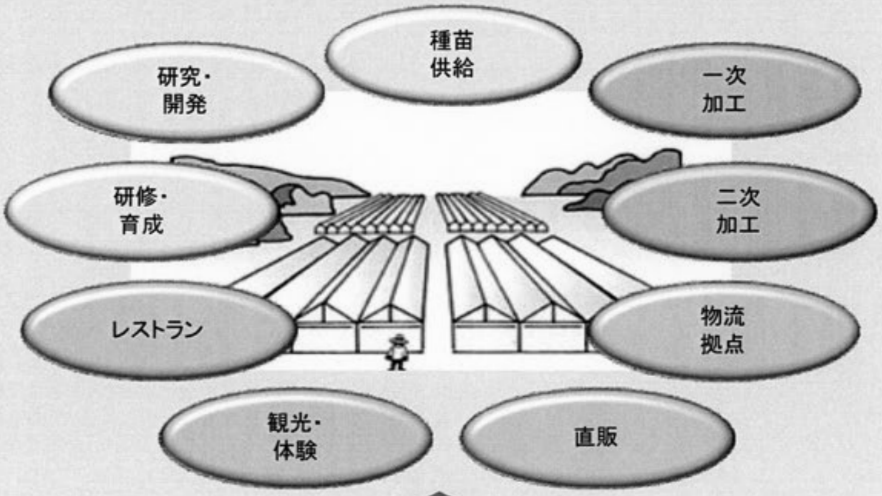
○ 商品力アップへの支援
拡・外食・中食用商品相談会、商品力アップ相談会
拡・高知県産品商談会の拡充（年２回開催）
○ 商品開発・改良に向けた意欲の醸成
・高知家のうまいもの大賞の開催
○ 外商事業者のすそ野の拡大
地産外商公社による
新・商品づくりの伴走型支援
拡・ブロック別商談・相談会の開催

好循環を生み出し拡

拡大再生産策

柱５ 地域に根差した産業クラスターの形成

第一次産業等を核として、地域地域に関連する産業群を生み出し、持続的な雇用と、より大きな経済波及効果を創出



地域の産業クラスターの形成に向けた支援

ージ ～素材を生かした加工立県、県産品が全国ブランドに～

›4年後(H31)1,000億円＋α⇒6年後(H33)1,035億円＋α⇒10年後(H37)1,085億円＋α

※目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

外商の強化

柱2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商公社を核とした外商機会の拡大

○ 地産外商公社の全国展開のさらなる推進

拡・中部圏の外商活動の強化

拡・ターゲット(小売・業務筋)を絞った効果的な外商活動の展開

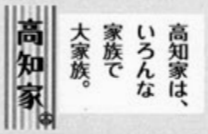
・ボランタリーチェーン等との関係強化

県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開

○ 高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化

・高知家コンセプトのさらなる浸透

・Web等を活用した高知家情報の発信



農水産物の外商強化

○ 加工用ニーズへの対応

拡「高知家の魚 応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化



柱3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

国・地域別の輸出拡大

拡 ○ 有望(安定)市場での展開

・現地商社やキーパーソンとの関係を強化し、輸出促進を加速化

拡 ○ 新興(ﾁｬﾚﾝｼﾞ)市場での展開

・企業の輸出戦略づくりと実行支援の強化

品目別の輸出拡大

・ユズの輸出拡大
(商社と目標・戦略を共有した取組強化等)

・土佐酒の輸出拡大
(情報発信の強化、マッチング機会の拡大)

・養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓

・生産現場と結びついた新たな品目の掘り起こし



拡大再生産へ

の強化

柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品加工の総合支援

「食のプラットホーム」を起点に「食品ビジネスまるごと応援事業」を活用

食のプラットホーム

セミナー＆交流会	勉強会	相談会	新 商品づくりﾜｰｷﾝｸﾞ
外商や商品開発への意欲醸成、事業者間の交流・連携促進	外商や商品開発等に関するより実践的な学びの場を提供	商品の開発や磨き上げに関する個別相談	事業者間連携、公社のノウハウの活用による商品づくりの伴走支援

誘導

食品加工高度化支援拠点（工業技術センター）

- ◆商品力アップに向けた分科会 ⇒ 味の数値化、自主検査
- ◆技術支援・研究開発の推進

活用誘導

商工会・地域本部・市町村等

誘導

機器利用・技術支援

食品ビジネスまるごと応援事業

食品事業者

事業者のニーズ・状態の把握

事業戦略・事業化プランの策定・実行等

補助制度による支援

＜支援体制＞

新 1 事業戦略の策定支援	□事業戦略ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ □事業戦略ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ □サポートチーム	事業戦略を通じて企業のステージアップを支援 ◆事業戦略アドバイザー　◆事業戦略コーディネーター	計画期間中の新商品開発、生産管理高度化などを重点支援
新 2 連携による商品づくり	□商品開発ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ □サポートチーム	事業者間連携等による商品づくりを伴走支援 事業化プランの策定　事業化のフォローアップ　関係機関の活用	連携による新商品開発・改良、販売店での商品PRに必要な経費等を支援
3 商品開発・改良、生産管理高度化、地域外商力向上	□商品開発ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ □サポートチーム	個別の課題解決に向けた支援 課題等の整理分析　支援スキームの設定　事業化の実行支援	事業実施年度の新商品開発・改良生産管理高度化等を支援

連携テーマ《地産地消・地産外商

分野の目指す姿	「素材を生かした加
分野を代表する数値目標	食料品製造業出荷額等 出発点（H26）：892億円⇒現状（H28）：1，080億円⇒4年後（H31）

戦略の柱	地産の強化 1 定番化に向けた商品づくり	外商の強 2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ	3
戦略の方向性	市場が求める商品づくりに向けて、市場関係者の協力を得ながら各企業を個別に支援するとともに、生産管理高度化の支援など、定番化に向けた商品づくりを強化する	地産外商公社の全国展開を進めるとともに、外商に挑戦する事業者のﾋﾞｼﾞﾈｽﾁｬﾝｽを広げ、より大きな商流につなげていく	ユ け に に
戦略目標	・生産管理高度化（県内計170社の外商企業群） ［県版HACCP（第2ｽﾃｰｼﾞ）認証取得企業］ ㉗：ー→㉛200社 ・水産加工の出荷額等 ㉕：173億円→ ㉛：200億円→㉝：203億円→㊲：220億円	・地産外商公社の活動による成約 ㉖：16.1億円→ ㉛：36億円 ・海洋深層水関連の県内製造品売上高（食品関連） ㉖：95億円→ ㉛ ：108億円→㉝：114億円→㊲：122億円	・食 ② ・賞 ②
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	1.食品加工のさらなる生産管理高度化支援 ◆ 大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援 2.農産物加工の推進 ◆農産物加工の裾野の拡大とｽﾃｯﾌﾟｱｯﾌﾟ（再掲） ◆直販所支援の強化（再掲） 3.水産物加工の推進 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進（再掲） ◆冷凍保管ﾋﾞｼﾞﾈｽの事業化（再掲） 4.市場が求める商品づくり ◆商品力アップへの支援 ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成 ◆外商事業者のすそ野の拡大 5.食のプラットホームを起点とした商品づくり ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築 ◆［新規］事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援 6.地場産物の利用推進 ◆地域ｱｸｼｮﾝﾌﾟﾗﾝの実行支援 ◆小さなﾋﾞｼﾞﾈｽの発掘・育成	1.地産外商公社を核とした外商機会の拡大 ◆［拡充］地産外商公社の全国展開のさらなる推進 2.「まるごと高知」の情報発信力の強化 ◆店舗プロモーションの展開 3.県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開 ◆高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化 4.農産物の外商強化 ◆加工用ﾆｰｽﾞへの対応（再掲） 5.水産物の外商強化 ◆［拡充］「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化（再掲） 6.海洋深層水関連商品の外商強化 ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化（再掲） 7.関西地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝの展開 ◆関西地区における高知ﾌｪｱ等の外商活動機会の確保 8.中部地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝの展開 ◆中部地区における高知ﾌｪｱ等の外商活動機会の確保	1. ◆ ◆ 2. ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ 3. ◆

戦略の展開（食品分野）》の体系図

工立県」・「県産品が全国ブランドに」

）：1，000億円＋α⇒6年後（H33）：1，035億円＋α⇒10年後（H37）：1，085億円＋α
※上記目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

化

輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

ｽﾞ及び土佐酒の輸出拡大や、定番化に向て新たに力を入れる品目の掘り起こし等より、国別・品目別の輸出戦略を本格的展開する

ｷ料品の輸出額
⑥：3.38億円→㉛：9億円→㉝：12億円→㊲：17億円

ｷ易に取り組む企業
⑥：49社→㉛：100社

国・地域別の輸出拡大
［拡充］有望（安定）市場での展開

［拡充］新興（ﾁｬﾚﾝｼﾞ）市場での展開

品目別の輸出拡大
ﾕｽﾞの輸出拡大

特産果樹生産振興（ユズ、文旦）

土佐酒の輸出拡大

酒米の生産振興（再掲）

養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓（再掲）

定番化に向けた新たな品目の掘り起こし

企業のｻﾎﾟｰﾄ強化
貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ｽﾃｰｼﾞに応じた支援

拡大再生産

4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、企業の総合力を高める支援体制を強化するとともに、拡大再生産に向けた設備投資等を支援する

・規模の大きな事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増（食品関連工場の新増設等）
㉖：ー→㉛：43億円→㉝：52億円→ ㊲：72億円
・外商活動参画事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増
㉖：ー→㉛：20億円→㉝：29億円→ ㊲：44億円
・水産加工の出荷額等（再掲）
㉕：173億円→ ㉛：200億円→㉝：203億円→㊲：220億円

1.食品加工高度化支援拠点の機能強化
◆［拡充］市場ﾆｰｽﾞに基づく製品開発や品質管理の支援強化（再掲）
◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築(再掲)
◆［新規］事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援(再掲)
◆［拡充］食品ﾋﾞｼﾞﾈｽまるごと応援事業の強化

2.高度加工ﾋﾞｼﾞﾈｽへのｽﾃｯﾌﾟｱｯﾌﾟ
◆既存加工施設の衛生管理体制の強化（再掲）
◆HACCPに対応した加工施設の立地促進（再掲）

3.企業の設備投資支援の強化
◆［新規］生産性を高める設備投資の推進（補助事業＋融資制度）（再掲）

戦略の柱

5 地域に根差した産業クラスターの形成

戦略の方向性

本県産業をもう一段力強く成長させていくため、地域に根差した産業を核としたｸﾗｽﾀｰを地域地域で生み出し、持続的な雇用と大きな経済波及効果を創出する

戦略目標

食品産業クラスターの形成による出荷額等
㉗：ー→㉛：10億円→㉝：15億円→ ㊲：15億円以上

取組方針・主な「◆」具体的な取り組み」

1. 地域の産業ｸﾗｽﾀｰの形成に向けた支援
◆川上から川下までの情報を効率的に集約してｸﾗｽﾀｰ化を誘導

◆地域ｱｸｼｮﾝﾌﾟﾗﾝの実行支援（再掲）

2. 企業立地の推進
◆ 全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の実現（再掲）

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	1　定番化に向けた商品づくり

戦略の方向性	市場が求める商品づくりに向けて、市場関係者の協力を得ながら各企業を個別に支援するとともに、生産管理高度化の支援など、定番化に向けた商品づくりを強化する。

戦略目標	目標	
	○生産管理高度化	【県版HACCP（第2ステージ）認証取得企業】（累計）
	○水産物加工の推進	【水産加工の出荷額等】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	食品加工のさらなる生産管理高度化支援	・衛生管理手法の普及啓発 ⇒H28.6から国際標準のHACCP手法に準拠した新たな高知県版HACCP認証制度をスタート。認証取得に向けた研修や専門家派遣などのHACCP導入支援と、認証取得後の定着改善支援を実施（研修参加事業者H27：延べ500人、H28：延べ783人） ・県版HACCP認証（H28からの累計） ⇒100社（第3ステージ：27社、第2ステージ：73社） ・食品表示に関する研修の実施とワンストップアドバイス窓口の設置により、食品表示の適正化を支援（研修参加者H27：延べ204人、H28：延べ374人、食品表示アドバイスH27：668件、H28：751件）	・近年の食品事故の影響などから、小売店等が製造現場に求める衛生基準は格段にレベルアップしており、小売店等の基準に適合しないことで、ビジネスチャンスを逃さないよう、一層の生産管理の高度化が必要 ・食品表示に関する事業者へのアドバイスと研修を充実させて、事業者が食品表示法の改正に円滑に対応できるように支援することが必要
2	農産物加工の推進	○6次産業化に取り組む人材育成 ⇒ H22～H29：6次産業化セミナー受講グループ64団体 ○県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H29：20事業者 ○産振補助金等を活用した直販所の整備支援 ⇒ 県内直販所の売上　H26：93億円 → H28：98億円 ○食の安全・安心を推進するため、「安心係」の配置 ⇒ 安心係の配置　H27：121店 → H29：124店	○6次産業化の裾野を広げるため、プランナーによる個別相談継続と、6次産業化に関する情報発信及びセミナーの充実 ○ステップアップに向けた、6次産業化支援チームによる支援継続 ○新たな直販所整備の支援と、活性化プランの策定支援及び直販所のネットワーク化等による顧客獲得に向けた支援 ○「安心係」の配置継続と、食品の安全・安心に関する知識のレベルアップ
3	水産物加工の推進	○HACCP研修参加（地産地消・外商課が主催） ［参加事業者数］ H29：8事業者 ○県版HACCP認証取得 ［認証取得事業者］ H29：9事業者（第2ステージ：7、第3ステージ：2） ○HACCPに対応した加工施設の立地促進 ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が竣工 ・宿毛市で民間企業が水産加工施設整備に着手 ○冷凍保管ビジネス ・土佐清水市が冷凍保管施設の整備に着手 ・宿毛市で民間企業が冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備に着手	・HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成 ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保 ・冷凍保管施設の効率的な運用

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:ー	H29:100社	200社		
H25:173億円	H27:204億円	200億円	203億円	220億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商01】◆衛生管理の高度化における基本の徹底	○							
【外商02】◆HACCP導入型基準への移行に向けた衛生管理の高度化支援	○							
【外商03】◆大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援	○	○						
【外商04】◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	○							
(再掲)【農25】◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○			○	
(再掲)【農26】◆直販所支援の強化		○						
(再掲)【水17】◆既存加工施設の高度化	○	○		○		○		
(再掲)【水18】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○		○		
(再掲)【水19】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
(再掲)【水21】◆冷凍保管ビジネスの事業化		○				○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	市場が求める商品づくり	・地産外商公社を中心とした外商活動や商品の磨き上げの支援により、定番採用となる県産品が増加（定番採用H24：1,117件→H28：4,721件） ・アンテナショップ「まるごと高知」の設立以降、県内事業者の外商意欲が高まり、テストマーケティング・催事への出展商品が増加（テストマーケティング・催事への出展商品数H23：52件→H28：200件） ・H26年6月に旭食品と「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」を締結し、旭食品と食品加工事業者や農林漁業者とのビジネスマッチングを支援（旭食品と55事業者のマッチングが成立[H26：26事業者、H27：29事業者、H28：2事業者]） ・県内事業者と県内外のバイヤーとの県内での商談会を開催し、県産品の販路拡大を支援（参加事業者H24：延べ60社→H27：延べ150社→H28：延べ183社、参加バイヤーH24:延べ39社→H27:延べ92社→H28:延べ87社） ※H27・28はバイヤーの生産地視察も兼ねた商談会を県内（全体会・4ブロック（H27）、4カテゴリー（H28））で開催	・これまでの取り組みで成果が見えてきた外商活動を拡大し、定番化につなげていくためには、消費者ニーズに基づく売れる商品づくりをさらに進めていくことが必要 ・「まるごと高知」を外商活動の第一ステップと位置づけ、「まるごと高知」を活用した商品の磨き上げを進めていくことが必要 ・パートナー企業及び包括協定を締結している企業とのさらなる連携が必要 ・新たに外商活動に取り組む事業者の掘り起こし、事業者の段階に応じた外商支援が必要
5	食のプラットホームづくり	・食品事業者を核として、産学官が集うプラットホームを構築し（H29～）、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供（セミナー・勉強会参加者H29：187社（累計）延べ523名）	・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要
6	地場産物の利用推進	・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施。これにより、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている （これまでの実績[H29実績見込み含む]） ※産振総合補助金　245件　39.9億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー 494件 ※地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画（H21～23）：623人 第2期計画（H24～27）：522人 第3期計画（H28～29）：363人 ※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額（単年度）H28：64.6億円 ・地域の小グループや集落活動センター等による加工品づくりなどの小規模なビジネスの取り組みに対して、生産体制の確立や販路拡大に向けた支援を実施。各地に小さなビジネスの取り組みが広がり、県内外への販路拡大や売上の増加など、ビジネスとしてステップアップする事例も出てきた ※平成29年度新規案件　3件 ※集落の活力づくり支援事業費補助金（小さなビジネス案件） 平成29年度交付決定　5件　3,164千円 香美市（香北町菌床生産組合） 香美市（地域交流施設ほっと平山） 香美市（土佐塩の道保存会香美支部） 香美市（共同組合韮生の里） 津野町（白石地区活性化検討委員会） ・学校給食に地場産物を活用するための市町村等でのネットワークづくりや、関係機関と連携して、各地域や学校での食育等を推進	・地域アクションプランの取り組みを地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取り組みの創出が必要 ・地域産品を活用した加工品づくり等の取り組みを広げ、地域住民の所得向上につなげるため、新規案件の掘り起こしと、個々のビジネスのブラッシュアップを図ることが必要 ・学校給食の計画的でバランスのとれた献立作成と、安全・安心でおいしい給食を提供する必要があるなかで、関係者間での食材の確保、安定的な規格での納品、円滑な配送等の協力体制の強化が必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商05】◆商品力アップへの支援	○	○						
【外商06】◆外商事業者のすそ野の拡大	○	○						
【外商07】◆外商関係の協定等による県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援	○	○						
【外商08】◆県内における商談機会の創出	○	○						
【外商09】◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成	○	○						
【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築	○				○		○	○
【外商11】◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援（H30新規）	○				○			
【外商12】◆地域アクションプランの実行支援	○	○			○	○		
【外商13】◆小さなビジネスの発掘、育成	○	○						
【外商14】◆地場産物を使った学校給食や食育の推進	○							

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商01】 ◆衛生管理の高度化における基本の徹底	事業者の基礎的衛生・品質管理の徹底を支援するため、一般衛生管理研修を開催する	研修に参加する企業数	21社（H27） ↓ 123社 （H28～H29累計） ↓ 250社 （H28～H31累計）
【外商02】 ◆HACCP導入型基準への移行に向けた衛生管理の高度化支援	事業者のHACCP手法の導入を支援するため、衛生管理に関するワンストップ相談窓口を設置するとともにHACCPアドバイザーを派遣する	HACCP手法導入に向けたアドバイザー派遣企業数	ー（H27） ↓ 165社 （H28～H29累計） ↓ 250社 （H28～H31累計）
【外商03】 ◆大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援	県版HACCP取得済みの事業者のさらなる食品安全への取り組みを支援するため、専門コーディネーターを派遣して、HACCP手法の定着や製造現場のさまざまな改善を図り、事業者が大手小売業者や業務筋の工場監査に対応できるよう支援する	HACCP手法の定着・改善に向けたコーディネーター派遣企業数	ー（H28） ↓ 35社（H29） ↓ 170社 （H28～H31累計）
【外商04】 ◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	研修やアドバイス事業を通して、新たに施行される食品表示法への事業者の円滑な対応を支援するため、食品表示の適正化のための研修を行うとともに、食品表示関連法の管轄部署と連携して、ワンストップアドバイスを行う	食品表示に関する相談企業数	151社（H27） ↓ 148社（H28） ↓ 210社

戦略の柱	1　定番化に向けた商品づくり
取組方針	1　食品加工のさらなる生産管理高度化支援

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

外商企業群の衛生管理の徹底 → 事業者の基礎的衛生管理の徹底

県地産地消・外商課、県食品・衛生課（各福祉保健所）：一般衛生管理研修を実施し、事業者の衛生管理の基本の徹底に向けた支援を行う

外商企業群のHACCP手法の導入支援 → 事業者のHACCP手法を用いた自主衛生

ワンストップ相談窓口による専門家支援 → 官民連携によるHACCP手法導入の支援

県地産地消・外商課、県食品・衛生課（各福祉保健所）：HACCP研修の実施と衛生管理に関する相談窓口の設置により事業者の支援体制を強化する。各福祉保健所とも連携しながら、HACCPアドバイザーによる事業者の現場支援を行うことにより、事業者のHACCP手法導入を支援する

製造現場のレベルアップを目指した生産管理の徹底

専門コーディネーターの派遣による生産管理の高度化

県地産地消・外商課、県食品・衛生課：HACCP導入型基準を導入した事業者に対し、専門コーディネーターを派遣して、製造現場のレベルアップに向けた支援を行うとともに、包括協定企業、量販店や卸業者を対象とした指導者向け研修の開催などにより、事業者全体の衛生管理レベルの向上を図る

食品表示研修およびワンストップ相談窓口による知識向上

県地産地消・外商課：食品表示ワンストップ窓口を設置して、研修や個別アドバイスを充実させて事業者が混乱なく新制度へ移行できるように支援を行う。また、ワンストップ相談窓口の積極的なPR活動を行って、より多くの事業者を支援する

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商05】 ◆商品力アップへの支援	県内事業者の持つ個別の課題に対し、専門家がアドバイスを行うことで、商品力アップや商品の改良、開発を促進する	商品力アップや商品の改良、開発を促進するために県が支援する事業者数	65社(H28) ↓ 118社(H28～H29) ↓ 200社 (H28～H31累計)
【外商06】 ◆外商活動のすそ野の拡大	県内事業者の商品の磨き上げを支援するため、「まるごと高知」でのテストマーケティング機会の提供や、首都圏の消費者や外商活動を通じて収集したバイヤー等の情報や、店舗で得た情報を県内の生産者・事業者にフィードバックする	まるごと高知での新規採用商品数	183商品/年（H26） ↓ 247商品/年（H29） ↓ 200商品/年
【外商07】 ◆外商関係の協定等による県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援	県産品の販路開拓・販売拡大を支援するため、パートナー企業との連携や、外商関係の協定を締結した機関との連携により、県産品の取扱拡大を図り、県内外での県産品の認知度向上を進める パートナー企業・・・1社 外商関係協定機関・・・2社	パートナー企業、外商関係協定締結機関との情報共有・連携	(H27) パートナー企業4回／年 包括協定企業1回／年 ↓ (H29) パートナー企業4回／年 協定機関2回／年(随時) ↓ (H31) パートナー企業4回／年 協定機関2回／年(随時)
【外商08】 ◆県内における商談機会の創出	事業者が参加しやすい県内での商談会の開催により、商談機会を確保するとともに、商談の機会等を通じた商品力のアップを目指す	県が開催する商談会への参加事業者数	113社（H27） ↓ 108社（H29） ↓ 140社／年

戦略の柱	1　定番化に向けた商品づくり
取組方針	4　市場が求める商品づくり

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

専門家からの商品の開発、改良に向けたアドバイス

県内事業者：相談会への積極的な参加
県地産地消・外商課、（一財）地産外商公社：専門家からのアドバイスの内容を元に、関係機関が共有しながら、事業者の商品力アップや、商品の改良、開発への取り組みを支援する

「まるごと高知」の活用による商品の改良・開発への支援

県内事業者：首都圏での外商活動の拠点として「まるごと高知」を積極的に活用、「まるごと高知」におけるテストマーケティング等への積極的な参加
（一財）地産外商公社：県内での商品発掘を行うと同時に、「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を通じて収集した消費者やバイヤー等の情報を県内の生産者・事業者にフィードバックするとともに、県や産業振興センター、金融機関等との連携により、商品の磨き上げを支援
（一財）地産外商公社・県：県内事業者への「まるごと高知」を活用した磨き上げの継続的なPR

パートナー企業や包括協定締結企業と連携した県産品の認知度向上、販売促進

協定締結機関、パートナー企業：県産品の販路拡大・販売促進
県地産地消・外商課：協定締結機関、パートナー企業への情報提供・提案等

県内での商談会の開催

県内事業者：商談会への参加
量販店・卸売業者：商談会への参加
県地産地消・外商課：商談会の開催

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商09】 ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成	県内事業者の商品開発や改良の意欲の醸成等を図るため、商品発掘コンクールを開催し、PRや外商活動を通じ販路開拓・拡大につなげる	商品発掘コンクールへの応募事業者数	86社(H28) ↓ 71社(H29) ↓ 80社
【外商】 ◆県内量販店等での商品の磨き上げ、販路拡大	新たに外商にチャレンジする事業者や商品の第一ステップとして、商品の磨き上げと県内での認知度向上を支援するため、県内量販等の協力によるテストマーケティングを行う	テストマーケティングへの参加事業者数	延べ13社（H27） ↓ 延べ2社（H28） ↓ 年間延べ20社 28年度に終了

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

商品発掘コンクールの開催

県内事業者：商品開発・改良、外商に意欲を持つ事業者のコンクールへの応募
県地産地消・外商課：コンクールの開催、審査員のアドバイスのフィードバックによる商品磨き上げ・受賞商品の販売拡大

テストマーケティングによる県内量販店等での商品の磨き上げ、販売強化

県内事業者：ニーズ把握や商品磨き上げにより県内量販店等での販売を拡大
県内量販店等：売場の提供や商品へのアドバイスによる県産品の発掘及び販売強化

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商10】 ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築	食品団体を核としてものづくり系企業や生産者、大学などが広く参加するネットワークづくりを進め、商品開発をはじめとする様々な課題解決の仕組みを構築する ⇒別図＜外01＞参照（p.534）	セミナー・勉強会への参加企業数	－（H29.4） ↓ 187社（H30.3） ↓ 年間200社以上
【外商11】 ◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援（H30新規）	食のプラットホームに商品開発・改良を具体的に実践する場（商品づくりWG）を設け、事業者間連携等による商品づくりを関係機関の役割分担のもと、伴走型で支援する ⇒別図＜外01＞参照（p.534）	商品アイテム数	－（H30.4） ↓ －（H30.4） ↓ 年間10アイテム以上

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	5 食のプラットホームづくり

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

産学官のネットワークによる商品開発等の促進

県地産地消・外商課：食品団体を核としたネットワークづくりを進め、商品開発をはじめとする課題解決の仕組みを構築するとともに、課題の共有や学習機会の確保により事業者のレベルアップを図る

事業者間連携等による商品づくりを支援

県地産地消・外商課：食のプラットホームー商品づくりWGを設け、事業間連携等による商品づくりを支援する

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商12】 ◆地域アクションプランの実行支援	地域の雇用の創出や所得の向上を図るため、県内7地域に地域本部体制を整え、地域アクションプランの実行支援と地域産業クラスターの形成に取り組む また、地域アクションプランの取り組みをさらに広げていくため、新たな実践者の発掘と育成を図る	①雇用創出人数 ②産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額（単年度）	①522人 （H24～H27累計） ↓ 363人 （H28～H29累計） ↓ 600人 （H28～H31累計） ②36.4億円（H26） ↓ 64.6億円（H28） ↓ 59.7億円
【外商13】 ◆小さなビジネスの発掘、育成	中山間地域における潜在力を引き出し、地域の元気づくりを進めるため、市町村と連携し、地域の資源を活用した小さなビジネス事業(53件H30.2現在)のサポート及び新たな案件の掘り起こしを行う	小さなビジネスの新規件数	－（H28.4） ↓ 5件 （H28～H29累計） ↓ 22件 （H28～H31累計）
【外商14】 ◆地場産物を使った学校給食や食育の推進	学校給食での地場産物の活用を促進するための地域の関係者等との協議、「高知の食べ物いっぱい入っちゅう日」の取り組みについて、また学校教育活動全体での継続的な食育を学校で定着させるための「食育月間」・「食育の日」の具体的な取組事例（献立の工夫、地域の伝統料理作り等）など、日常的な取り組みについて、学校給食関係者等を対象とした研修会や会議等を通して周知することにより、学校給食への地場産物活用の意識の向上を図る	学校給食への地場産物活用割合（食品数ベース）	35.7%（H26） ↓ 33.9%（H28） ↓ 50.0%

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	6 地場産物の利用推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

地域アクションプランの実行支援、新たな実践者の発掘・育成

地域産業クラスターの形成

県：産業振興推進地域本部を引き続き設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標達成に向け、きめ細かなサポートを実施
県計画推進課：・産業振興推進総合支援事業費補助金による支援
・産業振興アドバイザーによる支援
・地域の頑張る人づくり事業費補助金による支援

「小さなビジネス」の取り組みへのサポート（生産基盤の整備支援・専門家派遣・販路開拓支援等）

県産業振興推進地域本部、県中山間振興・交通部、市町村 ： 関係機関が連携を図りながら、取り組みを進める集落や小グループに対して、個々の課題に応じたきめ細かな支援を展開

学校教育活動全体での地場産物を活用した学校給食や食育の推進

各学校・給食センター等： 地場産物活用のための会議等の開催。量販店、生産者、関係機関等と連携した計画的、継続的な食育の推進
県教委保健体育課： 地場産物活用のための会議等の開催。現状把握のための学校給食栄養報告（週報）の実施：年2回
高知県の地場産物学習教材等を活用した食育の推進

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	2　外商支援の全国展開でより大きな商流へ

戦略の方向性	地産外商公社の全国展開を進めるとともに、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていく

戦略目標	目標	
	○地産外商公社の活動強化	【地産外商公社の活動による成約】
	○海洋深層水の利用拡大	【海洋深層水関連の県内製造品売上高（食品関連）】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	地産外商公社を核とした外商機会の拡大	・地産外商公社を中心に、大手卸売業者等との関係構築などにより外商機会の拡大を図るとともに、県内事業者の外商活動をサポートしたことにより、外商に意欲的に取り組む事業者が増え、公社の活動を契機とした成約実績も飛躍的に増加 （公社の活動を契機とした成約件数・金額 H23：1,327件3.41億円→H28：8,112件28.48億円）	・地産外商公社の活動の全国展開をさらに進めるとともに、大手卸売業者やパートナー企業との連携や外食産業など新たな外商分野への展開を一層強化することで、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていくことが重要
2	「まるごと高知」の情報発信力の強化	・アンテナショップ「まるごと高知」を拠点とした地産外商公社の情報発信や外商活動により、バイヤーに「まるごと高知」の存在が浸透し、直接店舗に来店して商品を吟味しているケースも増加 （店舗売上 H23：3.9億円→H28：4.66億円） （来店者 H23：722,077人→H28：763,073人）	・「まるごと高知」の来店者の増加を図るため、店舗プロモーションの展開などにより、常に新しい発見や魅力ある店舗づくりに取り組むことが必要
3	県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開	・H25から高知県をひとつの大家族に見立てた高知家プロモーション活動を官民協働で取り組み、高知家統一セールスキャンペーン推進本部が核となって、高知家プロモーションと連動した地産外商、観光振興、移住促進の各施策を展開 （H27年度末の高知家の認知度は目標を上回る36%） （高知家ピンバッジ配布数は累計32万個超え） （高知家スターの登録は目標を上回る1,600人以上） （H28年度の広告換算効果は18.1億円）	・高知家の認知度35%を目指すとともに、地域地域で高知家を活用したさらなる展開を実現することで高知家ブランディングを強化し、地産外商、観光振興、移住促進の一層の成果につなげる展開を図る。
4	農産物の外商強化	○地域ブランド米の育成 ・本山町特産品ブランド化推進協議会、JA四万十、土佐岩戸米営農組合など8組織を支援 ⇒ 販売量の増加 H22：654t→H27：1,954t→H29：2,181t ・H27、28には静岡県のお米コンテストで本県産米が特別最高金賞を受賞。全国的に評価される事例も生まれた ・H29に県オリジナル品種「よさ恋美人」を奨励品種に採用 ○養豚 ・飼料用米を飼料とした「米豚」のブランド化と生産頭数の維持（年間10,000頭）への支援 ⇒ 米豚生産頭数 H26：10,000頭 → H29：8,456頭 ○土佐ジロー ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大への支援により、飼養羽数がやや増加 飼養羽数 H26：24,146羽 → H29：24,447羽 ○土佐はちきん地鶏 ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大により、生産羽数は増加傾向 生産羽数 H26：60,000羽 → H29：88,021羽	○本県産米のブランド化を図るため、高温耐性品種「よさ恋美人」の普及とPR活動 ○平坦部の「よさ恋美人」から中山間部の「にこまる」につながるリレー出荷体制の構築 ○養豚 ・さらなる収益確保のため、規模拡大による生産量の増加や生産コストの低減、6次産業化 ○土佐ジロー ・飼養羽数の増加のため、規模拡大の支援や、新たな販売戦略 ○土佐はちきん地鶏 ・規模拡大による将来の増産体制（H31年度：15万羽）に対応した販路拡大
		○製品茶の販売促進 ⇒ 製品茶販売額 H26：2.1億円 → H28：2.7億円 ○茶樹の再生と茶加工施設の再編整備を支援	○荒茶価格は低迷傾向。生産者の所得確保に向けた、ターゲットを明確にした販売促進活動と消費拡大の強化 ○茶産地の振興に向けた、高品質な荒茶生産のための加工体制の整備、台切り・改植による茶樹の再生、収穫・整枝時の労力を大幅に削減できる自走式茶園管理機の導入及び作業道整備への支援
		○パートナー量販店（関西等8社）での販売強化 ⇒ 高知青果フェアの開催増加 H24：35回 → H28：106回	○パートナー量販店との継続した良好な関係づくり ○県産青果物のさらなる認知度の向上 ○招へい産地の固定化
		【大規模な流通】 ○集出荷施設の再編統合による集出荷体制の強化 ⇒ 平成29年度に、3カ所の集出荷場の機能強化を実施	○県一JA構想に伴う集出荷施設の再編に関する関係団体との課題と方向性の共有、計画的な再編の実施

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:16.1億円	H28:28.5億円	36億円	ー	ー
H26:95億円	H28:100億円	108億円	114億円	122億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商15】◆地産外商公社の全国展開のさらなる推進(H30拡充)		○						
【外商16】◆店舗プロモーションの展開		○						
【外商17】◆高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化		○						
【外商18】◆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)		○						
(再掲)【農14】◆県産米のブランド化の推進(H30拡充)	○	○		○				
(再掲)【農18】◆養豚の生産、加工・販売体制の強化	○	○		○				
(再掲)【農19】◆土佐ジローの生産、販売体制の強化	○	○		○				
(再掲)【農20】◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化	○	○		○				
(再掲)【農30】◆土佐茶産地の振興(H30拡充)	○	○		○				
(再掲)【農34】◆高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促、PR		○						
(再掲)【農35】◆＜青果物＞(基幹流通)集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化		○						

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	農産物の外商強化	【中規模な流通】 〇中食・外食等との業務需要開拓 ・卸売会社との連携による業務需要の拡大 ⇒ 新規開拓数 H24:ー →H29:3件 ・高知家の野菜・くだもの応援の店制度の創設 ⇒ 応援の店 H24:ー → H29:40店舗 〇顧客と産地をつなぐ新たな流通・販売体制の構築 ⇒ 個人向け通販サイト「龍馬マルシェ」の開設(園芸連、H27.4.1～) ⇒ 業務の効率化を目的に、宅配業者と連携した新しい決済システムを導入(園芸連、H27.11月～) 【小規模な流通】 〇こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 ・生産者と飲食店等の実需者とのマッチング ⇒ 成約件数 H24:45件 → H29:35件 【花の流通】 〇花きの販売PR強化 ・生産者と生花店等の実需者とのマッチング ⇒ 成約件数 H24:ー → H29:21件	〇単年度事業では、短期間で成果が見込まれる取り組みが中心になっており、受託者の活動が制限される 〇輸出拡大に向けた海外ニーズの把握及び販路開拓 〇クラスター化に必要な業務加工用ニーズの把握と販路開拓による新たな産地づくり 〇取扱商品の拡大 〇来場者の固定化及び外部主催を含め、類似商談会の増加による出展者の減少 〇営業方法やパッケージ等のブラッシュアップ及び新規出展者の掘り起こし 〇来場者の固定化 〇新規出展者の掘り起こし
5	水産物の外商強化	〇「高知家の魚応援の店」の取引拡大のため、「応援の店」300店舗を絞り込み重点店舗としてフォロー、産地における高鮮度魚の出荷体制の構築 ・県内事業者の「応援の店」との取引額3.2億円 ・「応援の店」登録店舗:803店舗(H29年度末) ・県内事業者との取引店舗:延べ569店舗(30.1末現在) ・産地見学会の開催:3回 ・高鮮度処理の指導:県内定置等6か所で実施 〇県内水産関係事業者と県が連携して、築地にっぽん漁港市場に「さかな屋 高知家」を出店し、店舗を拠点に首都圏における本県水産物の外商活動・PRを展開 ・テストマーケティングの実施: (H26)12回、(H27)24回 〇関西、中四国、九州の消費地市場(卸売業者等)との交流による関係強化やフェアの開催 ・関西・中四国・福岡各市場との合同会議の開催 (H24～H29)年1回高知県で開催 ・関西地区量販店での県産水産物フェア等の開催(H27～H29)延べ55店舗で開催	〇高知家の魚応援店制度 ・県産水産物の取扱いに意欲的な店舗の掘起こしによる登録店舗の拡大 ・マッチングの機会を活かした取引の拡大 ・店舗訪問によるフォローアップ、信頼関係の構築 ・産地指導による高鮮度処理体制の定着化と高鮮度魚の流通拡大 〇消費地市場との連携 ・水産物フェアの継続、高知県産品フェアへの移行 ・消費市場でのイベントの参加による取引の拡大
6	海洋深層水関連商品の外商強化	・商談会開催などの外商支援とともに、高知家プロモーションや高知海洋深層水企業クラブと連携した情報発信を展開	・室戸海洋深層水のブランド化を推進し、他地域との区分化や市場信頼性の向上を図る ・一般社団法人化(H30.4.1)した海洋深層水企業クラブとの連携強化
7	関西地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開	・地産外商公社・「とさの店」・「高知家の魚応援の店」等との連携により、関西の食業界とのネットワークを構築し、協力関係を深めた(食業界ネットワーク人数 H23:450人→H29:2,500人) ・高知県フェアや商談会出展等への支援を行い、県産品の認知度向上や販路拡大(H29高知フェア等開催数:延べ16回、H29商談会出展回数:延べ14回) ・マスメディアへの「リョーマの休日」及び「志国高知 幕末維新博」等の観光PRや、関西における人的ネットワークを活用して、グランフロント大阪等の注目施設やインテックス大阪、JR京都駅前広場等での集客力のあるイベントでの観光PRを実施	・県のネットワークの一層の活用により、新たな営業先を獲得し地産外商公社と連携して外商に取り組むことが必要。 ・県産品の動向を注視しながら、関西市場の特性にマッチしたBtoCのプロモーションが必要。 ・高知県への誘客を促進するためには、人的ネットワークを拡充し、メディアへの露出の増や、イベント場所の増が必要 ・観光コンベンション協会や地域の観光協議会、市町村など関係団体との情報交換、連携の強化が必要
8	中部地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開	・量販店や飲食店等に高知フェアの開催を提案し、フェア開催機会の拡大に取り組むとともに、県内企業に対する消費者ニーズ等の情報を提供し、商品の磨き上げにつなげた(高知フェア等の売上H24:14回24,420千円→H28:25回44,750千円) ・中部地区への進出を目指す県内事業者の掘り起こしと進出支援を行い、中部地区でのビジネスマッチングを支援(ビジネスマッチングによる成約実績H25:2,065千円→H28:34,500千円) ・高知県産品の認知度向上を図るため、中京メディアとのネットワークづくりとメディアプロモーション活動を展開	・定番取扱商品を増やすことが必要 ・取引先(取扱い店舗数)の拡大が必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農36】◆＜青果物＞(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓 (H30拡充)		○						
(再掲)【農37】◆＜青果物＞(中規模)加工用ニーズへの対応		○						
(再掲)【農38】◆＜青果物＞(小規模)こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓		○						
(再掲)【農39】◆＜花き＞　展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化		○						
(再掲)【水23】◆「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H30拡充)		○						
(再掲)【水24】◆県内産地の対応力の強化	○	○						
(再掲)【水25】◆消費地市場と連携した外商活動の展開		○						
(再掲)【水26】◆販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築		○						
(再掲)【商09】◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化	○	○						
【外商19】◆関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保		○						
【外商20】◆関西地区におけるマスメディアを活用した観光情報発信		○						
【外商21】◆関西地区における観光展・イベントでの情報発信		○						
【外商22】◆関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供の強化		○						
【外商23】◆関西地区における外国人旅行客の誘致のための情報収集・情報発信		○						
【外商24】◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保		○						
【外商25】◆中部地区における試食・商談会等を活用した新たな販路開拓		○						
【外商26】◆中部地区における企業誘致の推進		○						
【外商27】◆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		○						

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商15】 ◆地産外商公社の全国展開の推進	県産品の販路の開拓、販売の拡大を図るため、県産品データベースを活用しながら、大手卸業者のネットワークを活用し、商品ターゲットに合わせた外商機会の拡大を図るとともに、パートナー企業との同行営業の拡大や高質系小売店等のネットワークを生かした外商の展開、新たな外商先へのアプローチを行う	新たな外商先としてリストに基づいてアプローチする企業数	－社（H27） ↓ 84社（H28） ↓ 120社

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商16】 ◆店舗プロモーションの展開	来店者数の増加を図るため、店舗プロモーションを展開する	まるごと高知来店客数	64.7万人（H26） ↓ 76.3万人（H28） ↓ 80万人

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	1 地産外商公社を核とした外商機会の拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

県内事業者の外商活動の支援

県内事業者：商品の磨き上げや供給力の向上、県産品データベースへの登録、公社主催等の商談会等への出展
（一財）地産外商公社：大手卸売業者のネットワークを活用し、商品ターゲットに合わせた外商機会の拡大、パートナー企業との同行営業、高質系小売店等のネットワークを生かした外商の展開、新たな外商先へのアプローチ、県産品データベースの活用
（一財）地産外商公社・県：「まるごと高知商談会」の開催等による、県内事業者の公社活用の継続的なPR

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	2 「まるごと高知」の情報発信力の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

店舗プロモーションの強化

（一財）地産外商公社・県：連携しながら、店頭での店舗や商品情報の発信、メディア、HP、SNS等の活用、イベントの実施等、店舗プロモーションを強化する

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商17】 ◆高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化	県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげるため、これまでの取り組みにより高まってきた高知家の認知度とポテンシャル（高知県に対する各意向度の向上）を活かし、県産品等の見込み客の育成へ効果的につなげる情報発信や情報導線の強化を行うため高知家ブランディングを強化する 関係部局と連携を図りながらセールスとプロモーション活動の内容・タイミングのさらなる連動を行う	首都圏、近畿圏における高知家の認知度	28%（H26） ↓ 25%（H29.9月） ↓ 35%
【外商18】 ◆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）	「高知まるごとネット」と「県産品データベース」を統合し、県産品情報を効率的に提供することで、高知県や県産品の認知度の向上と販路拡大を目指す。	まるごとネット総ページビュー	32,329件/月（H27） ↓ 42,725件/月（H28） ↓ 70,000件/月

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	3 県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

プロモーション・セールス活動の連動強化と販売拡大支援

県民：高知家プロモーションへの参画
関係団体、県内事業者：高知家プロモーションへの参画、プロモーション活動のセールス活用（メディア露出活用）
県、（一財）地産外商公社：部局間の連携を図りながらセールスプロモーション戦略の企画立案、情報導線の強化を行い、
セールス施策の効果的な連動を行う

ホームページの改修

県産品に関する情報発信機能の充実・強化

県内事業者：商品情報やコンクール受賞情報等、自社の情報発信に活用
（一財）地産外商公社：高知まるごとネットを運営し、県産品を中心にタイムリーな情報発信を行う

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商19】 ◆関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保	食の業界とのネットワークの拡大を図るため、大手卸売事業者や「とさの店」との連携に加え、業界団体や大規模な商業施設などの料理人等を招いた産地視察・試食会等を開催するほか、「高知家応援企業ミーティング@KANSAI」参加企業や包括協定締結企業との連携を通じて関係を強化する。そのネットワークを活用し、地産外商公社と連携して外商の一層の強化につなげる また、高知フェア及び四国フェアの開催や、大型商談会への出展支援、個別営業活動への支援を行い、県内事業者の外商機会を拡大のため、地産外商公社と協力して取り組む	関西地区における高知県産品の売込相手先となる食業界のネットワーク人数	1,000名（H26） ↓ 2,500名（H29） ↓ 3,000名
【外商20】 ◆関西地区におけるマスメディアを活用した観光情報発信	高知県の観光情報を充実させるため、高知家プロモーションと連動して、新聞・雑誌・フリーペーパーなどマスメディアを活用した情報発信を行う 観光情報の発信を効果的なものにするため、マスメディアのニーズに合ったモニターツアーを実施し、本県の強みである「食」をはじめ、歴史・体験・スポーツツーリズムなどを実際に担当者に体験してもらい、ファンになってもらう	関西地区におけるメディアでの高知情報の発信	68件（H26） ↓ 58件（H29） ↓ 90件
【外商21】 ◆関西地区における観光展・イベントでの情報発信	観光展・イベントでの継続的な情報発信のため、テーマ性を持って他県との連携PRを強化し、話題性・注目度の高いイベントを実施する。あわせて、「関西応援団」や「とさの店」登録店なども活用し、広く情報発信する	関西地区における各種イベント等の実施・参加	43件（H26） ↓ 55件（H29） ↓ 65件
【外商22】 ◆関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供の強化	教育旅行・スポーツ旅行、MICEを含めた旅行商品造成に繋げるため、観光コンベンション協会や関係団体と連携して、旅行会社、スポーツ団体、大学等に対して、施設情報とともに高知の強みである食や自然体験などを個別にきめ細かく情報提供して誘客活動を行う	関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供	86件（H26） ↓ 134件（H29） （①旅行会社・スポーツ団体等　123件 ②大学等　11件） ↓ 140件

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	7 関西地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光ＰＲ、プロモーションの展開

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

ネットワークを活かした営業活動

県大阪事務所：県で培った業界団体や大規模商業施設などとのネットワークを活用し、（一財）地産外商公社との一層の連携により、外商ターゲットに合わせた外商機会を拡大。高品質系スーパー等からの商品磨き上げに向けた意見のフィードバック
四国の他県大阪事務所との連携強化

高知フェア・四国フェアの開催支援

県大阪事務所：（一財）地産外商公社と連携し、フェア開催の際の県産品のプロモーションを強化
包括協定締結企業との関係強化による外商機会の拡大

県産品取扱店との連携

県大阪事務所：「とさの店」や「高知家の魚応援の店」、「高知家の野菜・くだもの応援の店」との連携拡充による高知県産品の認知度向上と販路拡大

マスメディアを活用した観光情報の発信

県大阪事務所：地域特性を考慮し、人的な繋がりを最大限に生かした各種マスメディアの活用と更なる情報発信

観光展・イベントでの情報発信

県大阪事務所：事務所の立地をはじめとした様々な機会を活かす形でのイベントを実施

旅行会社・スポーツ団体、大学等への情報提供の強化

県大阪事務所：コンベンション協会や各地域観光協会、市町村など関連団体と連携した効果的な情報提供と誘客活動の実施

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商23】 ◆関西地区における外国人旅行客の誘致のための情報収集・情報発信	インバウンド誘致に繋がる情報の収集・発信、関係先との情報共有、LCCの定期就航、チャーター便、クルーズ客船の誘致支援へのアプローチを行う	関西地区におけるインバウンド関連機関への訪問等	6件(H26) ↓ 21件(H29) ↓ 25件

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
外国人旅行客の誘致のための情報収集・情報発信				
県大阪事務所：観光政策課他関係課、観光コンベンション協会と一体となった関西でのインバウンド情報の収集と情報の発信				

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商24】 ◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保	県産品の販売額を増やすため、地産外商公社と連携しながら、中部地区への進出を目指す県内事業者の掘り起こしやビジネスマッチングの実施 量販店や飲食店等に高知フェアの開催を提案して、県産品と触れ合う機会を確保し、外商機会の拡充に取り組む 商品の磨き上げの一助を担えるよう、県内企業に対する消費者ニーズ等の情報提供を行う	中部地区での高知フェア等における高知県産品の販売額	34,000千円（H26） ↓ 44,750千円(H28) ↓ 41,000千円
【外商25】 ◆中部地区における試食・商談会等を活用した新たな販路開拓	定番的取引拡大のため、地産外商公社と連携して、中部地区で外商活動を通じて、構築できつつある人的ネットワークの更なる拡大・強化に向けた取り組みを行う 高知県産品の認知度向上を図るため、中京メディアとのネットワークづくりとメディアプロモーションを実施する	中部地区での高知県産品の定番的取引額	5,400千円(H26) ↓ 34,500千円（H28） ↓ 46,000千円
【外商26】 ◆中部地区における企業誘致の推進	企業誘致の推進のため、既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施や、高知県への進出検討企業には、企業立地課と連携を図り、速やかに訪問を行うなど地道な発掘を行う	中部地区からの新たな誘致企業数	ー（H26） ↓ ー（H28） ↓ 2社

戦略の柱	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	8 中部地区における県産品販売拡大の支援及び効果的な観光ＰＲ、プロモーションの展開

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

高知フェア等の外商機会の確保

県内事業者：中部地区での高知フェア等の外商機会への参加、バイヤーのアドバイスを踏まえた商品の開発・改良
卸・小売業者：高知フェア等の開催、バイヤーによる商品へのアドバイス
県名古屋事務所、（一財）地産外商公社：量販店等に対する高知フェア等の企画提案等による外商機会の確保
全国センター合同物産観光展での県産品販売
県内企業への消費者ニーズ等の情報提供
地産外商公社職員を事務所内に配置し中部エリアの外商活動を強化

中部地区地産外商戦略の着実な実行（人的ネットワークの構築・拡大、認知度向上に向けた取り組みの実施）

県内事業者：名古屋で開催される食の展示・商談会への参加
名古屋バイヤー等：名古屋、大阪での商談会等への参加
県名古屋事務所、（一財）地産外商公社：名古屋で開催される食の展示、商談会への出展、出展業者の選定

卸・小売業のバイヤー：県内で開催される商談会への参加
県名古屋事務所、（一財）地産外商公社：県内で開催される商談会への名古屋バイヤー等の招待を契機とした人的ネットワークの構築

中部地区のホテル・レストラン等の料理人：県内産地視察の実施や、県内食材を用いた料理教室への参加による県産品のPR
県名古屋事務所：高知県食材を使用した料理教室の開催による高知県産品のPR及び新規販路の開拓

中部メディア：高知県への取材、高知県情報の発信
県名古屋事務所：中京メディアとの人的ネットワークの構築及び当該ネットワークを活用した高知県情報の発信

既立地企業に対するアフターケアの実施

県名古屋事務所：既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施による増設や新規誘致企業の発掘

高知県への進出希望企業の地道な発掘

県名古屋事務所：県内への進出希望企業の地道な発掘、中部高知県経済活性化顧問等の人材活用

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商27】 ◆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	本県への誘客につなげるため、来所者に対して地元情報のきめ細かい提供、四国ツーリズム創造機構や観光コンベンション協会と連携したPRの実施、マスメディア等を通じて、高知家プロモーションと連動した高知県のPR等を実施する 複便化された航空路線の維持及び更なる増便に向け、航空路線の利用促進に取り組むとともに、高知への旅行商品造成に向けて取り組む 高知の魅力を知ってもらい、露出を高めてもらえるよう、メディアをはじめとする関係機関に対して定期的に観光情報を提供する 各種イベントを通じて高知県のPRを実施するとともに、よさこい鳴子踊りを通じた文化交流に取り組む	中部地区での観光関係者へ訪問回数	76回(H26) ↓ 125回(H28) ↓ 97回

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

高知県観光のPRの実施、エージェントへの商品化の要請

県名古屋事務所：にっぽんど真ん中祭りへのよさこいチームのエキシビジョン参加、津まつりへのミス高知派遣、全国県人会まつり、名古屋まつり、旅まつりへのブース出展及び高知フェア開催時における高知県観光に関する情報発信

県名古屋事務所：エージェントへイベント情報提供等を行いツアー等商品化の要請、四国ツーリズム創造機構と共同した観光PRの実施

中部メディア：高知県への取材、高知県情報の発信
県名古屋事務所：中京メディアとの人的ネットワークの構築及び当該ネットワークを活用した高知県情報の発信

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	3　輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

戦略の方向性	ユズ及び土佐酒の輸出拡大や、定番化に向けて新たに力を入れる品目の掘り起こし等により、国別・品目別の輸出戦略を本格的に展開する。

戦略目標	目標	
	○食料品の輸出拡大	【食料品の輸出額】
	○貿易に取り組む企業の掘り起こし	【貿易に取り組む企業】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	国・地域別の輸出拡大	・ユズ、日本酒、水産物を中心に、欧米やアジア等で、食品展示見本市や商談会など、様々なプロモーション活動を展開し、H21年からH28年までの7年間で食料品の輸出額が14.1倍に拡大 （H21：0.51億円→H23：1.29億円→H26：3.38億円→H27:4.39億円→H28:7.21億円）	・有望市場でのさらなる販路拡大および販路拡大が期待でき、かつ県内企業の要望が高い新たな市場の開拓が必要 ・市場の特性の見極めや、市場に応じた衛生基準等への対応が必要
2	品目別の輸出拡大	・本県に強みのあるユズの輸出拡大・認知度向上に向けて、食の情報発信力の高いパリで、現地商社と連携してトップシェフ、バイヤー、マスコミを招いた賞味会を開催し、そこでの高評価を力に、欧州全土や豪州等への展開につなげる手法を確立 欧州、シンガポール、香港、中国で「KOCHI YUZU」の商標を取得し、ブランド化に向けた取り組みを推進	・高知産ユズのさらなる認知度向上と、ユズに続く輸出有望品目の掘り起こしが必要
		○農業団体と県が生産出荷指標・生産出荷計画を共同策定 ・県及び地域目標のそれぞれを共有し、生産から販売までの品目別課題の解決へ向けた取り組みを推進 ⇒品目別戦略シート及び地域版による進捗管理 H24～H29：野菜10，果樹1、花き1	○ユズ、文旦の産地維持及び拡大のための、優良系統への新植・改植の推進等による生産力の向上、高品質果実等ニーズに対応した生産への誘導、後継者の育成 ○ユズの国内外での需要並びに販路拡大とブランド力の強化、大都市圏における文旦の認知度向上による需要拡大と価格形成
		○まとまりのある園芸産地の育成支援 ・現地実証圃を中心に学び教えあう場,県域の生産者交流会,現地検討会の取り組みを充実 H29:品目別技術実証10カ所 新品目実証　1カ所 省力化実証　2カ所	
		・土佐酒をユズに続く輸出の基幹品目に位置づけて、ロンドンでの賞味会の開催や、欧州全体をターゲットにした販路拡大を展開 ・酒米の生産振興 ⇒高知県酒造組合（酒造メーカー18社）からの需要量を満たすため作付拡大を図った（酒造好適米需給割合　H25：80%→H28：100%）	・欧州等における土佐酒の認知度向上、各社の商品特性に応じた輸出戦略の策定とともに、販路拡大が必要 ・本県産酒造好適米は、酒造メーカーの評価が高いものの、品質（1,2等米比率）が低いため、品質向上に向けた栽培技術の普及が必要 ・酒造用加工用米の安定供給体制の整備
		○酒米の生産振興 ・高知県酒造組合（酒造メーカー18社）からの需要量を満たすため作付拡大を図った ⇒　酒造好適米需給割合　H25：80%　→　H29：100% ・酒造好適米の品質向上に向けた栽培技術の普及を図った⇒　酒造好適米「吟の夢」の1,2等米比率 H27：79%　→　H29：80%	○本県産酒造好適米は、酒造メーカーの評価が高いものの、品質（1,2等米比率）が低いため、品質向上に向けた栽培技術の普及が必要 ○酒造用加工用米の安定供給体制の整備 ○育成した酒造好適米新系統の特性評価
		○輸出品目の定番化 ⇒　ユズについては、これまでの支援により定番化され、輸出促進につながっている ユズ果実　輸出量　H26：3.6t　→　H29：9.3t	○輸出拡大に向けた海外ニーズの把握 ・国外の野菜等の嗜好や流通ルートなど、輸出品目の定番化に向けた情報収集 ・販売に結びつけるため、国外の流通ルートに乗せていくことができる輸出方法の確保

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:3.38億円	H28:7.21億円	9億円	12億円	17億円
H26:49社	H29:91社	100社	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商28】◆有望(安定)市場での展開(H30拡充)	○	○						
【外商29】◆新興(チャレンジ)市場での展開(H30拡充)	○	○						
【外商30】◆ユズの輸出拡大	○	○						
(再掲)【農12】◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)	○	○		○				
【外商31】◆土佐酒の輸出拡大	○	○						
(再掲)【農15】◆酒米の生産振興	○	○		○				
(再掲)【農40】◆卸売市場等との連携による販路開拓		○						

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	品目別の輸出拡大	○高知県養殖魚輸出促進協議会 ・漁協、加工業者、ディーラー、商社、物流業者等による高知県養殖魚輸出促進協議会が設立 ・水産物の国際取引に精通した企業にアドバイス業務を委託し、協議会の輸出に向けた活動を支援 ・協議会が行う国際商談会への出展等による販路開拓、次年度の出展等を見据えた現地調査などを支援 [国際商談会への出展等] FOOD EXPO(香港)、THAIFEX(タイ)、VIETFISH(ベトナム)、SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA(米国)、沖縄大交易会 ○HACCP対応等 ・大日本水産会等による一般的衛生管理講習会・輸出セミナーやHACCP研修会の開催 ・貿易に取り組む企業を支援するため、セミナーの開催、商流の斡旋、マッチング、成約、事後フォローなど、企業のステージに応じたサポートを展開してきた結果、貿易に取り組む企業が大幅に増加(H22:15社→H29:91社)	・海外商談会出展など高知県養殖魚輸出促進協議会による輸出に向けた活動の促進 ・HACCP認証の取得など輸出に対応した水産加工施設の衛生管理体制の高度化への対応 ・輸出に取り組む事業者の貿易対応力の向上 ・ユズの輸出で蓄積したノウハウ(※)を活用して、定番化に向けた新たな品目の掘り起こしが必要 (※)確実に成約につなげるために現地商社と連携した賞味会を開催して、高い評価を力に各国へ拡販
3	企業のサポート強化	・貿易に取り組む企業を支援するため、セミナーの開催、商流の斡旋、マッチング、成約、事後フォローなど、企業のステージに応じたサポートを展開してきた結果、貿易に取り組む企業が大幅に増加(H22:15社→H29:91社)	・企業のステージや商品に応じたサポートを行って、貿易に取り組む企業や団体のすそ野を拡大する取り組みが必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
（再掲）【水22】◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	○	○						
【外商32】◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし	○	○						
【外商33】◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援	○	○						

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商28】 ◆有望（安定）市場での展開（H30拡充）	さらなる輸出拡大のため、輸出額10,000千円以上（H26年実績）を有望市場として位置付け、有望市場での輸出額増と販路拡大に向けた支援を行う ⇒別図＜外02＞参照（p.535）	有望市場への食料品輸出額	7カ国253百万円 （H26） ↓ 7カ国525百万円 （H28） ↓ 10カ国以上 680百万円
【外商29】 ◆新興（チャレンジ）市場での展開（H30拡充）	さらなる輸出拡大のため、富裕層の増加や日本の食品市場の成長性などから販路開拓・販路拡大が期待できる国（タイ、インドネシア等）を新興市場として位置付け、新興市場での輸出額増と販路拡大に向けた支援を行う ⇒別図＜外02＞参照（p.535）	新興市場への食料品輸出額	－（H26） ↓ 2カ国13百万円（H28） ↓ 2カ国以上2千万円

戦略の柱	3　輸出戦略に基づく輸出振興の本格化
取組方針	1　国・地域別の輸出拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

販路拡大を支援

県地産地消・外商課：既存の商流等を活かした展示商談会など効果的なプロモーション機会の創出による輸出支援
海外支援拠点・支援体制の強化：台湾の活動支援拠点を拡充するとともに、高知県貿易推進統括アドバイザーを設置（H29～）
外部専門家：米国食品安全強化法（FSMA）への対応を行う事業者支援のため外部専門家を派遣（H29～）
現地の商社や量販店など「キーパーソン」とのネットワークを強化し、有望市場での輸出促進をさらに加速化

販路開拓・拡大を支援

県地産地消・外商課：商流の確保、輸入規制や衛生管理基準への対応サポート、市場調査、商談会等のプロモーション機会の創出による輸出支援
海外支援拠点・支援体制の強化：台湾の活動支援拠点を拡充するとともに、高知県貿易推進統括アドバイザーを設置（H29～）（再掲）
輸出に取り組む企業のステージに応じた戦略の策定と実行を支援し企業ニーズに応じた新たな市場を開拓

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商30】 ◆ユズの輸出拡大	本県の輸出基幹品目であるユズの輸出促進、認知度向上のための取り組みを行う ⇒別図＜外02＞参照（p.535）	ユズの輸出額	1億3千万円（H26） ↓ 1億79百万円（H28） ↓ 2億円
【外商31】 ◆土佐酒の輸出拡大	本県の輸出基幹品目である土佐酒の輸出促進、認知度向上のための取り組みを行う ⇒別図＜外02＞参照（p.535）	土佐酒の輸出額	1億円（H26） ↓ 1億7千万円（H28） ↓ 2億円
【外商32】 ◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし	ユズ、日本酒、水産物に次ぐ輸出基幹品目の輸出促進のための取り組みを行う ⇒別図＜外02＞参照（p.535）	新たに力を入れて取り組む品目数	1品目（H26） ↓ 3品目（H29） ↓ 3品目

戦略の柱	3　輸出戦略に基づく輸出振興の本格化
取組方針	2　品目別の輸出拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

関係機関との連携・情報発信力の強化

県地産地消・外商課：商社と目標・戦略を共有した取り組みの強化
情報発信力（食べ方、品質、商品群）の強化による認知度向上
農業振興部との連携（安定供給の仕組みづくり等）

情報発信力強化・関係機関との連携

県地産地消・外商課：情報発信力強化（土佐酒セミナー、試飲会等）による認知度向上
マッチング機会（商談会、展示会等）の拡大
農業振興部との連携（酒造好適米の生産拡大）

関係機関との連携・掘り起こし

県地産地消・外商課：（農水物）農水産部と連携し新たに取り組む品目の選定
（個別企業）公募方式で輸出に意欲のある企業を募る
市場調査、マッチング、マーケティング機会の創出支援、国別輸入規制等の情報提供等

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商33】 ◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援	貿易に取り組む企業のすそ野を広げるため、企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援を行う ⇒別図＜外02＞参照（p.535）	海外での商談機会の提供数（県が開催又は参画するフェア等）	13回（H26） ↓ 22回（H29） ↓ 55回 （H28～H31累計）

戦略の柱	3　輸出戦略に基づく輸出振興の本格化
取組方針	3　企業のサポート強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

関係機関と連携した支援

県地産地消・外商課：貿易促進コーディネーター、ジェトロ高知、（一財）地産外商公社等と連携した支援
（貿易セミナーの開催、市場情報や輸入規制等の提供、バイヤーの紹介・マッチング、商談機会の提供、プロモーション機会の提供、事後フォロー）

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	4　拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

戦略の方向性	事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、企業の総合力を高める支援体制を強化するとともに、拡大再生産に向けた設備投資等を支援する。

戦略目標	目標	
	○規模の大きな事業者への支援による拡大再生産（食品関連工場の新増設等） ※食品ビジネスまるごと応援事業や設備投資の支援策により、規模の大きな事業者（従業者50人以上）の拡大再生産を後押し	【規模の大きな事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増加額（食品関連工場の新増設等）】
	○外商活動参画事業者への支援による拡大再生産 ※地域アクションプランや設備投資の支援策により、外商活動参画事業者の拡大再生産を後押し	【外商活動参画事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増加額（地域アクションプランや設備投資の支援策による売上増）】
	○水産物加工の推進	【水産加工の出荷額等】（再掲）

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	食品加工高度化支援拠点の整備	・工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された。 ・食品事業者を核として、産学官が集うプラットホームを構築し（H29～）、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供（セミナー・勉強会参加者H29：187社（累計）延べ523名） ・食品ビジネスまるごと応援事業を活用して、商品開発・改良など各事業者の個別課題に対応したサポートチームを編成し、事業化の取り組みをトータルでサポート ⇒サポートチームの設置 H28：46件、H29：37件 ⇒事業化プランの策定支援 H28：37件、H29：28件 ⇒食品産業総合支援事業費補助金による支援 H28：23件、H29：22件	・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 ・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 ・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要 ・本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題にこまやかに対応していくことが必要 ・また、公社の活動等によって蓄積してきたマーケット側の情報や事業者ニーズなどを活用して、食品ビジネスまるごと応援事業の積極的な活用を働き掛け、商品開発等の一層の促進が必要
2	高度加工ビジネスへのステップアップ	○HACCP研修参加（地産地消・外商課が主催） ［参加事業者数］ H29：8事業者 ○県版HACCP認証取得 ［認証取得事業者］ H29：9事業者（第2ステージ：7、第3ステージ：2） ○HACCPに対応した加工施設の立地促進 ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が竣工 ・宿毛市で民間企業が水産加工施設整備に着手	・HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成 ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保
3	企業の設備投資支援の強化	・県内企業及び県外から進出している企業への継続的な企業訪問により、業況確認を行うとともに、企業の課題解決に向けた支援や補助金制度など企業立地に関わる各種優遇措置の紹介を実施 ・ものづくり産業強化事業費補助金により、県内企業の積極的な設備投資を支援 （本補助金の取組みとこれまでの成果） ●本補助金への申請件数：58件（H24～H29累計） ●本補助金活用による生産能力増加額：107.3億円 （H24～H29.） ●本補助金活用による雇用創出数：139人 （H24～H28）	・業績が好調な県内企業の県外への工場等の増設や転出を防ぎ、県内での更なる設備投資を促進 ・県外から進出している企業の工場等が、その企業にとって主力工場等となるよう業容の拡大を図るための更なる設備投資や工場等の増設を促進 ・人手不足を補い、各事業者の競争力を高めるために、省力化、効率化のための設備投資の促進が必要 ・事業戦略や生産性向上に向けた計画の策定支援から設備投資を促す融資の実行までの一連の仕組みの強化

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:ー	H28:41億円	43億円	52億円	72億円
H26:ー	H28:25億円	20億円	29億円	44億円
H25:173億円	H27:204億円	200億円	203億円	220億円

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商22】◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(H30拡充)	○	○						
(再掲)【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築	○				○		○	○
(再掲)【外商11】◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援(H30新規)	○				○			
【外商34】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(H30拡充)	○	○						
(再掲)【水18】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○		○		
(再掲)【水19】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
(再掲)【商38】◆徹底したアフターフォロー	○	○						
(再掲)【商39】◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ	○	○						
(再掲)【商18】◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)(H30新規)	○	○		○				

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商34】 ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化	県内事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、地産外商のさらなる拡大が図られるよう、関係機関や専門家との密接な連携のもと、新たな商品開発・改良をはじめ、生産管理の高度化、地域の外商力の向上に向けてトータルでサポートする ⇒別図＜外01＞参照（p.534）	①事業者等の事業化プランの策定支援件数	①　－（H27） ↓ 65件 （H28～H29累計） ↓ 130件 （H28～H31累計）
		②①のうち、商談会等を自主的に企画する地域商社への支援件数	②－（H29.4） ↓ －（H29.4） ↓ 6件 （H28～H31累計）
		③事業戦略の策定支援件数	③－（H30.4） ↓ －（H30.4） ↓ 年間20社

戦略の柱	4　拡大再生産に向けた企業の成長を後押し
取組方針	1　食品加工高度化支援拠点の整備

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

事業者等の事業化プランの策定・実行を関係機関等で編成するサポートチームにより支援

県地産地消・外商課、(一財)地産外商公社、県商工労働部、(公財)産業振興センター、県工業技術センター、商工会・商工会議所、金融機関、市町村等：事業者の拡大再生産を目指し、事業化プラン(3年)の策定や達成(定番化・販路拡大等)に向けて、関係機関や専門家でサポートチームを編成して支援する

地域商社が主体となった商談会の開催等を支援

地域商社：商談会の企画・開催等
量販店・卸売業者：商談会への参加
県地産地消・外商課：補助メニューでの支援、運営等

専門家とサポートチームで事業戦略の策定を支援

事業戦略アドバイザー：戦略の柱となる商品力等について専門指導
県地産地消・外商課、地域本部、(一財)地産外商公社、商工会・商工会議所等：事業戦略の策定に向けて、専門家と連携して支援する

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》
戦略の柱	5　地域に根差した産業クラスターの形成

戦略の方向性	本県産業をもう一段力強く成長させていくため、地域に根差した産業を核としたクラスターを地域地域で生み出し、持続的な雇用と大きな経済波及効果を創出する。

戦略目標	目標	
	○食品産業クラスターの形成	【食品産業クラスターの形成による出荷額等】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	地域の産業クラスターの形成に向けた支援	・加工・業務用野菜産地化プロジェクトの取り組み ⇒関係団体と協働した部会の設置、継続的な取組内容の検討 ⇒試験栽培及び試験出荷・販売の実施、試験栽培品目の拡大 （ジャガイモ、ダイコン、ニンジン、ネギ、キャベツの5品目） ⇒産地化に向けたセミナーの開催、先進地視察の実施 ⇒県内量販店、一次加工事業者の加工・業務用野菜の取扱いに関するアンケートの実施	・食品産業クラスターの形成に向けて、第一次産業から第三次産業までの関係事業者間の連携強化 ・加工・業務用野菜の産地化に向けた関係者の意識醸成と取り組みの促進 ・加工・業務用野菜の栽培に取り組む生産者の確保 ・販売先企業の誘致促進
		・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施。これにより、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている （これまでの実績[H29実績見込み含む]） ※産振総合補助金　245件　39.9億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー 494件 ※地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画（H21～23）：623人 第2期計画（H24～27）：522人 第3期計画（H28～29）：363人 ※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額（単年度）H28：64.6億円	・地域アクションプランの取組を地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取り組みの創出が必要
2	企業立地の推進	・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数：62件（H24～29年度末）	・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開 ・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化 ・企業ニーズにあった人材の不足への対応

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:ー	H28:ー	10億円	15億円	15億円以上

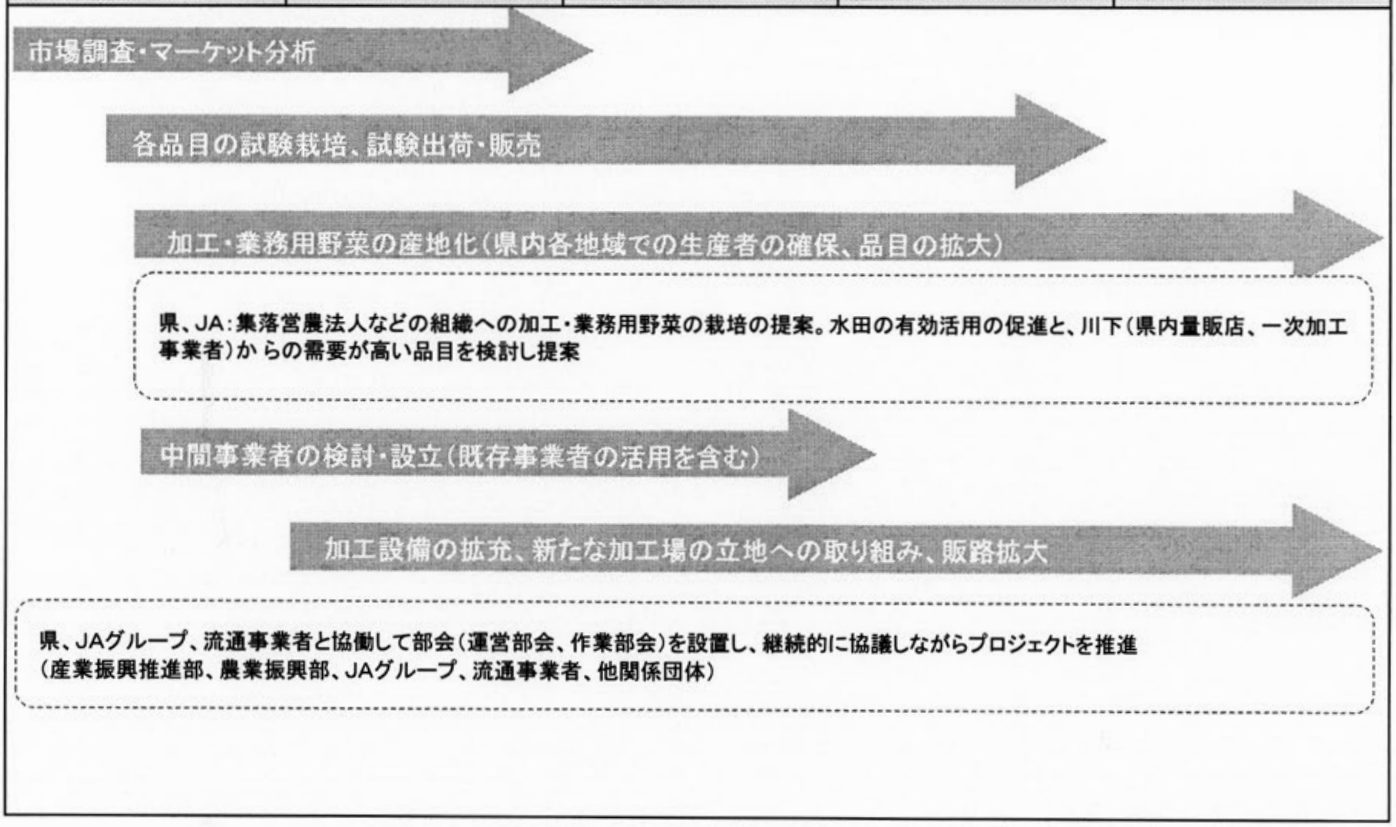
具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【外商35】◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導						○		
(再掲)【外商12】◆地域アクションプランの実行支援	○	○			○	○		
(再掲)【商36】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○						

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商35】 ◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導	本県産業の一層の発展を目指すため、県内の食品産業の関係者がお互いの強みを活かし、原料となる農産物の生産をはじめ、加工・流通・販売に至る取り組みを一体的に展開することで、大きな経済効果を生み出し、第一次産業から第三次産業までの所得向上と雇用の創出を図る	食品産業クラスターの形成による雇用の創出数	－（H27） ↓ －（H29） ↓ 100名

戦略の柱	5　地域に根差した産業クラスターの形成
取組方針	1　地域の産業クラスターの形成に向けた支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降



食品加工の総合支援の推進 <外01>

食品分野の地産のさらなる強化に向けて

課題
- 商品開発・改良をはじめとする課題解決の場(プラットホーム)への参画促進
- 工業技術センターの食品加工高度化支援機能への誘導
- 食品ビジネスまるごと応援事業を活用した個別の課題解決

「食のプラットホーム」を起点に、食品ビジネスまるごと応援事業や食品加工高度化支援拠点のサポートと連動させ、研究から試作品開発、商品化、事業戦略の策定・実行までを一貫してサポート

食のプラットホーム
<食品産業連携促進事業委託料 4,533千円>

セミナー＆交流会	勉強会	相談会	新 商品づくりワーキング
外商や商品開発への意欲の醸成や事業者間の交流・連携を促進	外商や商品開発等に関するより実践的な学びの場を提供	商品の開発や磨き上げに関する個別相談	事業者間連携や地産外商公社のノウハウの活用による商品づくりを伴走型で支援

誘導

食品加工高度化支援拠点（工業技術センター）

商品力アップに向けた分科会の開催 ⇒ 味の数値化、自主検査	技術支援・研究開発の推進

活用誘導

商工会・地域本部・市町村等 誘導

機器利用・技術支援

食品ビジネスまるごと応援事業
<42,701千円>

事業者のニーズ・状態の把握 → 事業戦略・事業化プランの策定・実行等

補助制度による支援
食品産業総合支援事業費補助金
29,500千円

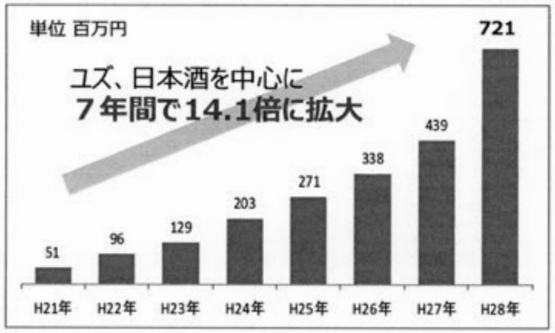
<支援体制>

食品事業者			
新 1 事業戦略の策定支援	□ 事業戦略ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ □ 事業戦略ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ □ サポートチーム	事業戦略を通じて企業のステージアップを支援 ◆事業戦略アドバイザー ◆事業戦略コーディネーター	計画期間中の新商品開発、生産管理高度化などを重点支援
新 2 連携による商品づくり	□ 商品開発ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ □ サポートチーム	事業者間連携等による商品づくりを伴走支援 ◆事業化プランの策定 ◆事業化のフォローアップ ◆関係機関の活用	事業者間の連携による新商品開発・改良、販売店での商品PRに必要な経費等を支援
3 商品開発・改良、生産管理高度化、地域外商力向上	□ 商品開発ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ □ サポートチーム	個別の課題解決に向けた支援 課題等の整理・分析 支援スキームの設定 事業化の実行支援	事業実施年度の新商品開発・改良、生産管理高度化、地域の外商力向上を支援

輸出の本格化 2nd フェーズ

<外02>

食料品の輸出額の推移



さらなる輸出拡大に向けた課題

1. 有望市場でのさらなる販路の拡大
2. 販路開拓が期待でき、かつ県内企業の要望が高い新たな市場の開拓
3. ユズ、日本酒、水産物に続く、輸出有望品目の掘り起こし

強化の方向性

POINT１　輸出促進の足場を築く！

○ 現地の商社や量販店・飲食店・コンサルタントなど「キーパーソン」とのネットワークを強化し、有望市場での輸出促進をさらに加速化

POINT2　県内企業の輸出戦略の策定と実行を支援！

○ 輸出に取り組む企業のステージに応じた戦略の策定と実行を支援し、企業ニーズに応じた新たな市場を開拓

POINT3　生産現場と連携し新たな品目を発掘！

POINT4　1～3の推進に向けALL高知の輸出促進体制を構築！

1．輸出促進の足場固めと新たな事業の展開

台湾	【キーパーソン】 ・現地商社、量販店	食品とキッチン関連商品をセットにしたプロモーション等
シンガポール	【キーパーソン】 ・現地商社、量販店 ・飲食店、有名シェフ	見本市出展、量販店でのプロモーションや飲食店等の業務筋への売込の強化
米国	【キーパーソン】 ・現地商社、量販店 ・アドバイザー	・米国食品安全強化法(FSMA)対策支援の継続 ・展示会出展、プロモーションの実施等
欧州	【キーパーソン】 ・現地商社、飲食店 ・アドバイザー	・土佐酒と観光をセットにしたプロモーションの実施 ・フランスの見本市で「KOCHI YUZU」を効果的にPR
香港	【キーパーソン】 ・現地商社、飲食店	業務筋向けの販路開拓
タイ	【キーパーソン】 ・現地商社、飲食店	見本市出展・業務筋向けの販路開拓

2．企業の輸出戦略の策定・実行支援と新たな市場開拓

新たな市場	ド バ イ／中東最大規模の見本市に出展 ベ ト ナ ム／ホーチミンの販路開拓等 マレーシア／バイヤー招へい商談会開催等

4．ALL高知の輸出促進体制を構築

県内食品企業・生産者

高知県地産外商公社（国内商社情報）

高知商工会議所（海外事業）等

ジェトロ高知（海外展開支援の専門機関）

体制の充実・強化

- 産地・流通支援課
- 畜産振興課
- 水産流通課
- 輸出振興監
- 地産地消・外商課　新たに輸出振興室を設置
- 高知県貿易協会　○ 貿易促進コーディネーター　○ 貿易推進統括アドバイザー

案件に応じ専門家を積極的に活用

3．生産現場と連携した有望品目の発掘

輸出に関するノウハウや人脈の蓄積

シンガポール事務所・高知県台湾オフィス・上海ビジネスサポートサテライト

海外に広がるキーパーソン（現地商社、飲食店・コンサルタント等）との連携強化

・海外経済活動支援事業委託料(61,408千円)　・輸出促進企業支援事業委託料(55,030千円)
・高知貿易情報センター負担金(11,503千円)　・四国４県・東アジア輸出振興協議会負担金(2,500千円)

Ⅱ　産業間の連携戦略
移住促進による地域と経済の活性化

移住促進分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

本県では、全国に15年先行して人口が自然減の状態に陥り、人口減少による県内の市場は縮小を続けています。このような中、県内の都市部や中山間地域では、それぞれ、空洞化や担い手不足などの諸問題が顕在化してきています。

第３期を迎えた産業振興計画においても、官民協働、市町村政との連携協調のもと、移住促進の取組を進めてきた結果、県外からの移住者の大幅な増加（H23:120組→H28:683組）につながるとともに、移住者が地域や経済の担い手として活躍するなどの成果が現れ始めています。

一方で、年2,000人近くの人口の社会減が続く本県にとって、人口減少を緩和し、地域経済を支える担い手を確保していくためには、さらなる移住促進策の強化が必要です。

平成28年度からの第３期産業振興計画では、平成31年に人口の社会増減の均衡を図ることを目指して、年間移住者1,000組という目標を掲げ、以下の3つの視点により取組の強化を図りました。

視点①：情報発信の「リーチ（届く範囲）を広げる」

・メディアの県内招致を通じた移住PR

・移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」HPへのアクセス増加対策

・子育て世代やアウトドア関心層等、ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開　など

視点②都市部人材に対して「アクティブに働きかける」

・人材確保コーディネーターと県外事務所が連携した都市部での中核人材の掘り起こし

・県内での就業体験機会の提供と支援（短期インターシップの支援　など）

・県内企業・市町村・各産業分野等が参加した「高知暮らしフェア」の開催

・様々な人材ニーズを掘り起こし、集約したデータベースの整備　など

視点③：移住の間口や受け皿となる「ゲートウェイを広げる」

・高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開

・「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の取り組みの推進

・「住まい」の確保策を更に拡充し、移住者向け住宅を確保（中間保有の促進、住宅改修補助の限度額拡充）　など

また、移住相談と人材確保を総合的に行うため、県と全市町村、関係団体の参画の下、平成29年7月に「一般社団法人高知県移住促進・人材確保センター」を設立しました。平成29年10月には事務所を開所し、官民一体となった“オール高知”体制で本県産業の担い手となる人材確保をさらに進めています。

その結果、平成30年1月末時点の移住実績が、前年同期より約2割近く多い642組となるなど、順調に推移しております。しかしながら、目標に掲げた1,000組の達成とその定常化に向けて、各産業分野の人材ニーズと都市部人材とのマッチングをしていくための仕組みをさらに強化していく必要があります。

②第３期計画ver.3の取り組み

第３期計画ver.3では、他県との競争に埋没せず、本県への移住や就業を広くPRするため、メディアで活躍した民間の方が参画する「高知家で暮らす。」情報編集部や包括協定企業等の協力を得て、移住促進情報の対外的発信力の大幅な強化に取り組みます。

また、都市部のUIターン希望者の志を満たすような魅力的な仕事の掘り起こしを進めるとともに、移住希望者の多い関西圏におけるマッチング体制を強化するため、大阪事務所内にも移住や就職に関する常設の相談窓口を設置します。

あわせて、市町村と連携した「二段階移住」の取り組みなど移住のハードルを下げる仕掛け作りや、移住者の受け皿となる空き家の活用策など住宅確保策の強化を行います。

こうした強化策を移住促進・人材確保センターが核となり関係機関と連携しながら展開していくことにより、移住や就業希望者の様々なニーズに対応できるよう取り組みを進めていきます。

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の展開

分野を代表する目標　**県外からの移住者**　出発点（H26）：403組⇒現

基本となる取り組み＜平成２５年度～＞

移住に至るまでを５段階に分け、取り組みを展開！

5段階

都市部の人材

Step 1　高知を知って・好きになってもらう

◆高知家プロモーションと連動したPR

高知家は、いろんな家族で大家族。

Step 2　移住に関心を持ってもらう

◆情報発信・提供

○「高知家で暮らす。」やSNSを通じた情報発信
○ホームページへのアクセス増加対策（Web広告等）
○メディアへの広告等



Step 3　主体的な行動に移ってもらう

◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供

○移住・交流ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭによるきめ細かな相談対応
・H29：10名体制（高知・東京・大阪（出張相談））

○移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施

○移住促進策と各産業分野の担い手確保策との連携
＜各産業分野の担い手確保の相談窓口等＞
［農　業］就農コンシェルジュ、農業担い手育成センター、農業大学校
［林　業］林業大学校、林業労働力確保支援センター、小規模林業推進協議会
［水産業］漁業就業支援アドバイザー　［商工業］事業引継ぎ支援センター
［福　祉］福祉人材センター　等



移住・交流コンシェルジュ

H29.10月に発足した「移住促進・人材確保センター」と各分野の相談窓口が“オール高知”体制で連携

Step 4　移住について真剣に考えてもらう

◆サポート体制の充実

○移住促進策の取り組みの方向性について議論を行う、「移住促進アドバイザー会議（移住推進協議会を改組）」の運営

○移住希望者に寄り添うサポートの実施
・移住・交流ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭによるきめ細かな相談対応（再掲）
・市町村の「移住専門相談員」が相談対応や空き家調査等を実施
⇒ 移住専門相談員：27市町村45人（H30.1月末現在）



◆受入体制の充実

○移住促進策と各産業分野の担い手確保策との連携（再掲）
○移住者向け住宅の確保促進



Step 5　高知に安心して住み続けてもらう

◆地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実

○「移住専門相談員」や「地域移住サポーター」によるフォローアップ
⇒ 地域移住サポーター：19市町村106人（H30.1月末現在）

○移住者交流会の開催などによる移住者間のネットワークづくり



地域移住ｻﾎﾟｰﾀｰ

1 リ
（1）情
拡
新
（2）タ
■
拡

2 ア
（1）魅
拡
■各
［農
［林
［水
［商
（2）本
拡
新

3 ゲ
（1）市
新 知
■ 高
拡 市
■ 「
（2）住
拡 定

画イメージ　～移住者と一緒に創る元気な地域～

現状（H28）:683組⇒4年後（H31）:1,000組

第３期計画における強化策

の基本となる取り組みに加え、"移住者倍増"を目指して、次の"３つの視点"により戦略を強化

Ver.3では以下の拡 新 の取り組みをさらに強化

H31目標
移住者数
年間1000組

ーチ（届く範囲）を広げる！

情報発信の大幅拡大とアプローチの強化



発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ

協定企業等の協力を得た情報発信

ーゲット別の戦略的アプローチ策の展開



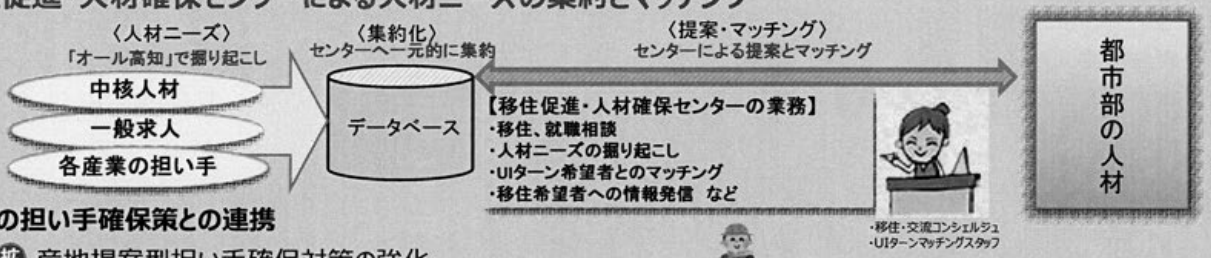
ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開

Uターンを促進するための県内向け広報の強化

クティブに働きかける！

力的な人材ニーズの掘り起こしと提案、マッチングの強化

移住促進・人材確保センターによる人材ニーズの集約とマッチング



分野の担い手確保策との連携

業] 拡 産地提案型担い手確保対策の強化

業] ・ 都市部で高知の林業を学ぶ「フォレストスクール」の充実

拡 林業大学校の本格開校（H30：専攻課程開講）







産業] ・漁村の地域の特色を生かしたライフスタイルのパッケージ化による提案

工業] 拡 首都圏のＩＴ・コンテンツ人材・企業の掘り起こしから、人材マッチングまでの一貫した仕組みの構築



県出身者に対するアプローチの強化

本県出身者に情報を届けるための発信方法の工夫や継続的なネットワークづくり

本県出身者が多い関西圏における相談体制の強化

ートウェイ（受け皿）を広げる！

町村や企業等と連携した受入れ体制の充実

期間（派遣・出向等）の人材誘致の促進

高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開

町村間の連携事業への支援

高知家生涯活躍のまち」（高知版ＣＣＲＣ）の取り組みの推進

宅確保策の強化



用可能な空き家の掘り起こしや移住者のニーズに合った住まいの提案

連携テーマ《移住促進による地

分野の目指す姿	移住者
分野を代表する数値目標	県外からの移住者　出発点（H26）：403組→現状（H28）：683組→4年後（H3

戦略強化に向けた3つの視点：リーチ（届く範囲）を広げる！　アク

	1－1 高知を知って、好きになってもらう 1－2 潜在層の移住についての関心を高める	2－1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう 2－2 顕在層に高知の移住について意識してもらう	3 移 て
戦略の柱			
戦略の方向性	（1－1）広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信 （1－2）潜在的な移住関心層等に、移住や地方で活躍することについて魅力を感じてもらい、移住についての関心を更に高めるような情報発信	（2－1）高知ファンに、移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信 （2－2）顕在化された移住関心層等に、移住と言えば高知県と意識をしてもらえるような情報発信	関心が 提供
戦略目標	高知家の認知度 ㉖：28%（3月実績）→ ㉛：35% 総務省の移住・交流情報ガーデンの地方への年間移住あっせん件数 ㉗：約7,600件 → ㉜：11,000件 ※国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」におけるKPI	移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」のセッション数 ㉖：429,236件 → ㉛：588,000件	移住相 ㉖： 「高知 ㉖：
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	1 （マス・ターゲットへの）情報発信の大幅拡大 ◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散の促進 2 （潜在層への）情報発信の大幅拡大 ◆[拡充] 潜在層の取り込みの強化 ・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ ・包括協定企業の協力を得た情報発信	1 （高知ファンへの）アプローチの強化 ◆ [拡充] 独自性の高い移住情報の発信 ・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ[再掲] ・県外での関係者（出身者、移住希望者、高知ファン等）のネットワークづくり 2 ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開 ◆ [拡充] 効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる ・子育て世代やアウトドア関心層等、ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開 ・Uターンを促進するための県内向け広報の強化 ・求人サイト等と連携した情報発信 ◆ 新たなエリアでの人材ルートの開拓	1 新 ◆ [拡 ・「 知 ・大 2 各 よ ◆ [拡 ロー ・移 タ り ・仕 3 都 ◆ 起 材

地域と経済の活性化》の体系図

と一緒に創る元気な地域

1）：1,000組

ティブに働きかける！

ゲートウェイ（受け皿）を広げる！

住に向けた主体的な行動に移っもらう	4 移住について真剣に考えてもらう	5 高知に安心して住み続けてもらう
ら行動に促すための情報や機会の	不安を解消してもらうサポートの充実。移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実
談者数 3,458人 → ㉛：6,700人 家で暮らし隊」会員新規登録者数 1,398 人 → ㉛：2,200人	相談窓口を通じた移住者数 ㉖：403組 → ㉛：1,000組	県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率 ㉗：87% → ㉛：90%以上
規相談者の獲得対策の強化 充] 相談機会の拡大 高知家で暮らし隊」会員増加及び「高暮らしフェア」への更なる誘客対策 阪相談窓口の強化 分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進 充] 人財誘致の促進に向けたアプチの強化 住促進・人材確保センターと産振センター等との連携による人材ニーズの掘起こしの強化 事×移住のモデル提案	1 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保策の強化 ◆ [拡充] 相談から移住に繋げるための取り組みの強化 ・高知市を中心とした二段階移住の取組の展開 ・市町村間の連携への支援 ◆ [拡充]「仕事」と「住まい」の確保策の強化 ・短期間（派遣・出向等）の人材誘致の促進 ・活用可能な空き家の掘り起こしや移住者のニーズに合った住まいの提案	1 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化 ◆「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成
各産業分野の取り組み例 ◆ [拡充] U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化【農業】（再掲） ◆ 林業労働力確保センターと連携した就業者の確保【林業】（再掲） ◆ 移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実【水産業】（再掲） ◆ [拡充] IT・コンテンツ産業の人材確保【商工業】（再掲）		
市部の人材・起業家の誘致 業・就業マインドを持つ都市部の人り誘致	◆全県的な移住支援ネットワークの構築	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	1-1　高知を知って、好きになってもらう

戦略の方向性	「1-1　高知を知って、好きになってもうら」：広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信

戦略目標	目標	
	○高知の認知度の向上	【高知家の認知度】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	（マス・ターゲットへの）情報発信の大幅拡大	・高知家プロモーションの推進により、高知ファンの増加や高知の認知度の向上につながった。 高知家の認知度　H25:22%→H26:28%→H28:31%	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:28%	H28:31%	H31:35%	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住01】◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散の促進			○				○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	1-2　潜在層の移住についての関心を高める

戦略の方向性	「1-2　潜在層の移住についての関心を更に高める」：潜在的な移住関心層等に、移住や地方で活躍することについて魅力を感じてもらい、移住についての関心を更に高めるような情報発信

戦略目標	目標	
	○潜在的な移住な移住関心層等の顕在化	【移住・交流情報ガーデンの年間移住あっせん件数】 ＊国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略2015」（改訂版）より

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	（潜在層への）情報発信の大幅拡大	・内閣府の調査（H26.8）によると東京在住者の4割が地方への移住又は今後検討したいと考えている。これを受けて、国において、地方への移住関連情報の提供・相談支援の一元的な窓口として「移住・交流情報ガーデン」の設置、国のポータルサイト「全国移住ナビ」の開設等、地方移住の促進に向けた環境が整いつつある。	・移住関心層等の顕在化に向けた取り組みの強化が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:7,600件	H28:6,800件	H32:11,000件	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住02】◆潜在層の取り込みの強化(H30拡充)			○				○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【移住01】 ◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散の促進	広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じて、好印象を持ってもらうため、高知家プロモーションと連動した移住PRを展開するとともに、高知家スター、KIP、移住者等と連携した高知の情報の拡散を促進する	高知県特設サイトから移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」への誘導数（HPセッション数）	21,131件（H26） ↓ 9,407件（H28） ↓ 42,000件

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【移住02】 ◆潜在層の取り込みの強化 （H30拡充）	国等と連携して、潜在的な移住関心層等をターゲットに地方移住についての関心を更に高める取り組みを推進する	移住・交流情報ガーデン等を活用した高知県関連イベントの開催回数	2回（H27） ↓ 6回（H29） ↓ 5回

戦略の柱	1－1高知を知って、好きになってもらう
取組方針	1　（マス・ターゲットへの）情報発信の大幅拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらうための多様な情報発信

県移住促進課、（一社）県移住促進・人材確保センター、県地産地消・外商課、（一財）県地産外商公社：
・「高知家」を核として各分野で連携し、ストーリー仕立てで高知家の魅力を打ち出した情報の発信
・移住の入口である高知ファンづくりから、暮らし隊会員オンライン登録までを「高知家」プロモーションと徹底的に連携した移住PRの展開
・高知家スターやKIPや移住者、移住支援特使、県人会、同窓会、保護者等の「ALL高知家」による情報拡散

戦略の柱	1－2　潜在層の移住についての関心を高める
取組方針	2　（潜在層への）情報発信の大幅拡大

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

移住についての関心を更に高める情報発信

県移住促進課、（一社）県移住促進・人材確保センター、県地産地消・外商課、（一財）県地産外商公社等：
・中四国や四国ブロックの県と連携した都市部イベントの開催、国のポータルサイト「全国移住ナビ」を活用した情報発信
・国等への移住交流情報ガーデンやふるさと回帰支援センターを活用した多様なイベントの開催に向けた提案活動の実施
・移住相談から、暮らし隊会員オンライン登録までを「高知家」プロモーションと徹底的に連携した移住PRの展開
・パブリシティ効果を狙った雑誌記者等の県内招致
・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ
・包括協定企業等の協力を得た情報発信

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	2-1　高知ファンに移住に関心を持ってもらう

戦略の方向性	「2-1　高知ファンに移住に関心を持ってもらう」：移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信

戦略目標	目標	
	○移住ポータルサイト「高知家で暮らす」のセッション数の増加	【「高知家で暮らす。」のセッション数】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	（高知ファンへの）アプローチの強化	・高知家プロモーションとの連携による移住PRや、「高知家で暮らす。」への誘導策の強化により、サイトの訪問件数（セッション数）は増加した。 「高知家で暮らす。」のセッション数 H23:87,566件→H28：531,678件	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要 ・移住に向けた情報収集において大きな役割を果たしているホームページの訪問件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:429,236件	H28:531,678件	H31:670,000件	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住03】◆独自性の高い移住情報の発信(H30拡充)			○				○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【移住03】 ◆独自性の高い移住情報の発信 （H30拡充）	高知ファンをターゲットに、高知への移住について意識を高めていくため、独自性の高い情報を発信する。	「幸せ移住パッケージシステム」へのアクセス数	17,350件（H26） ↓ 7,838件（H28） ↓ 26,000件

戦略の柱	2－1　高知ファンに移住に関心を持ってもらう
取組方針	1　（高知ファンへの）アプローチの強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

HPや県外の移住相談窓口等を活用した高知ファンへの効果的な情報発信

県移住促進課、（一社）県移住促進・人材確保センター、民間団体等：
・「高知家で暮らす。」での積極的な情報の発信

高知ファン向けの発信情報の総量と質を上げる

県移住促進課、（一社）県移住促進・人材確保センター：
・「高知家で暮らす。」のアクセス増加対策（高知関連キーワード検索のリスティング広告等）の実施
・高知のQOL（生活の質）の見える化とHPやガイドブック、セミナー等での情報発信
・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ
・県外での関係者（出身者、移住希望者、高知ファン等）のネットワークづくり

県移住促進課、民間団体等：
・「幸せ移住パッケージシステム」の機能強化策の検討

県移住促進課、民間団体等：
・「幸せ移住パッケージシステム」の機能強化策の実施

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	2-2　顕在層に高知の移住について意識してもらう

戦略の方向性	「2-2　顕在層に高知の移住について意識してもらう」：顕在化された移住関心層等に、移住と言えば高知県と意識をしてもらえるような情報発信

戦略目標	目標	
	○移住ポータルサイト「高知家で暮らす」のセッション数の増加	【「高知家で暮らす。」のセッション数】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開	・高知家プロモーションとの連携による移住PRや、「高知家で暮らす。」への誘導策の強化により、サイトの訪問件数（セッション数）は増加した。 「高知家で暮らす。」のセッション数 H23:87,566件→H28：531,678件	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要 ・移住に向けた情報収集において大きな役割を果たしているホームページの訪問件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:429,236件	H28:531,678件	H31:670,000件	―	―

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住04】◆効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる(H30拡充)			○				○	
【移住05】◆新たなエリアでの人材ルートの開拓			○				○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住04】 ◆効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる(H30拡充)	移住関心層等をターゲットに、移住といえば高知県と思ってもらえるような、独自性の高い情報を発信する	雑誌媒体等への広告掲載回数	11回(H26) ↓ 20回(H29) ↓ 20回
【移住05】 ◆新たなエリアでの人材ルートの開拓	都市部の人材の誘致に向けた取り組みを強化するため、東京、大阪に次ぐ新しいエリアを開拓する。	東京、大阪以外のエリアでの移住セミナーの開催回数	0回(H26) ↓ 2回(H29) ↓ 3回

戦略の柱	2－2　顕在層に高知の移住について意識してもらう
取組方針	2　ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

HPや県外の移住相談窓口等を活用した移住関心層への効果的な情報発信

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、民間団体等:
・「高知家で暮らす。」での積極的な情報の発信
・ふるさと回帰支援センターに移住相談窓口の開設による移住関心層への情報提供

移住関心層への発信情報の総量と質を上げる

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター:
・「高知家で暮らす。」のアクセス増加対策(移住関連キーワード検索のリスティング広告等)の実施
・移住専門誌等への広告掲載等による情報発信の強化
・高知のQOL(生活の質)の見える化とHPやガイドブック、セミナー等での情報発信
・子育て世代やアウトドア関心層等のターゲット別に訴求力のある媒体での広告の展開
・Uターン促進のために県内向け広告の強化及び人材ビジネス会社登録者への情報発信
・発信素材の継続的な発掘と発信情報の磨き上げ
・パブリシティ効果を狙った雑誌記者等の県内招致

新たな人材ルートを開拓し、都市部の人材の誘致に向けた取り組みの強化

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体:
・東京、大阪以外の新たなエリアにおいてイベントの実施
・民間団体等との連携事業の実施

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	3　移住に向けた主体的な行動に移ってもらう

戦略の方向性	関心から行動に促すための情報や機会の提供

戦略目標	目標	
	○移住相談者の増加 ○「高知家で暮らし隊」会員新規登録者の増加	移住相談者数
		新規登録者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	新規相談者の獲得対策の強化	・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。 移住相談者数　H23:1,254人→H28:3,740人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H28:790人	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要 ・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要
2	各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進	・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。 移住相談者数　H23:1,254人→H28:3,740人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H28:790人	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要 ・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要
3	都市部の人材・起業家の誘致	・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。 移住相談者数　H23:1,254人→H28:3,740人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H28:790人	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要。 ・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要。

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:3,458人	H28:3,740人	6,700人	ー	ー
H26:1,398人	H28:790人	2,700人	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住06】◆相談機会の拡大(H30拡充)			○				○	
【移住07】◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【商52】◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○				○	
(再掲)【商53】◆新規学卒者の県内就職促進(H30拡充)			○				○	
(再掲)【商55】◆IT・コンテンツ産業の人材の確保(H30拡充)			○				○	
(再掲)【商56】◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○				○	
(再掲)【農41】◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【農42】◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H30新規)			○				○	
(再掲)【農43】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○				○	
(再掲)【農44】◆農業大学校、農業担い手育成センターの充実・強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【林27】◆林業大学校における人材育成(H30拡充)			○				○	
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○				○	
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○				○	
(再掲)【林35】◆小規模林業の活動を支援			○				○	
(再掲)【水13】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○				○	
(再掲)【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○				○	
(再掲)【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり			○				○	
【移住08】◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致			○		○		○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住06】 ◆相談機会の拡大(H30拡充)	関心から移住に向けた主体的な行動に促すため、情報や機会を提供する	高知暮らしフェアの参加者	399組(H26) ↓ 753組(H29) ↓ 800組

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住07】 ◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(H30拡充)	関心から移住に向けた主体的な行動に促すため、各分野の担い手確保策と連携した人財誘致策を展開する	求人ニーズのある事業体を巡るツアー等の参加者	一組(H27) ↓ 40組(H29) ↓ 50組

戦略の柱	3　移住に向けた主体的な行動に移ってもらう
取組方針	1　新規相談者の獲得対策の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

相談機会の拡大

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体:
・東京、大阪(H30～)に(一社)県移住促進・人材確保センターの職員を配置し、相談対応や都市部人材の収集等を行う
・各産業分野、県内の民間人材ビジネス事業者等と連携した移住セミナーやフェアを開催し、地域・企業と都市部人材がマッチングする機会の提供
・県内での就業体験機会の提供と支援
・「高知家で暮らし隊」会員制度の更なる魅力向上と会員登録ページへの誘導の強化
・ターゲットや移住検討熟度に応じた移住体験ツアー等の実施

戦略の柱	3　移住に向けた主体的な行動に移ってもらう
取組方針	2　各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

各分野の担い手確保策と連携した人財誘致の促進

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体等:
・様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化
・求人ニーズのある事業体を巡るツアー等の実施
・各産業分野のインターンシップ・研修に繋げるツアーの実施
・「高知家生涯活躍のまち」の普及啓発
・仕事と移住のモデル(提案書)作成と広報

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【移住08】 ◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致	地方での起業や就業を考えている都市部の人材を対象に、その実現に向けた主体的な行動を促すため、研修等の機会を提供する	座学研修参加者数	61人(H26) ↓ 71人(H29) ↓ 100人

戦略の柱	3　移住に向けた主体的な行動に移ってもらう
取組方針	3　都市部の人材・起業家の誘致

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

都市部の人材の誘致に向けて起業・就業を支援

（一社）県移住促進・人材確保センター、県産学官民連携・起業推進課、県計画推進課、民間団体等：
・地方での起業、高知での就業を検討する都市部の人材を対象に、その実現に向けた都市部での座学研修や県内企業と直接面談する機会を提供
【就業】都市部での座学研修と企業との就職相談会、高知での短期研修の実施
【起業】都市部での座学研修、高知での現地研修の実施
・起業研修参加者を対象に「こうち起業サロン」等の取り組みと連携し、起業までのサポートの実施

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	4　移住について真剣に考えてもらう

戦略の方向性	不安や解消してもらうサポートの充実。移住に到るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示。

戦略目標	目標	
	○県外からの移住者の増加	相談窓口を通じた移住者数

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	移住のハードルを下げる仕組みづくりと住宅の確保策の強化	・移住促進策と産業分野の担い手確保策の連携や、市町村の受入体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者も増加した。 移住者数　H23:120組→H28:683組	・各産業分野と連携し、本県の魅力のある人材ニーズを都市部人材に届け、マッチングするための取り組みの強化が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:403組	H28:683組	1,000組	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住09】◆相談から移住に繋げるための取り組みの強化(H30拡充)			○				○	
【移住10】◆全県的な移住支援ネットワークの構築			○				○	
【移住11】◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化(H30.拡充)			○				○	
(再掲)【商52】◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○				○	
(再掲)【商53】◆新規学卒者の県内就職促進(H30拡充)			○				○	
(再掲)【商55】◆IT・コンテンツ産業の人材の確保(H30拡充)			○				○	
(再掲)【商56】◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○				○	
(再掲)【農41】◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【農42】◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H30新規)			○				○	
(再掲)【農43】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○				○	
(再掲)【農44】◆農業大学校、農業担い手育成センターの充実・強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【林27】◆林業大学校における人材育成(H30拡充)			○				○	
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○				○	
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○				○	
(再掲)【林35】◆小規模林業の活動を支援			○				○	
(再掲)【水13】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○				○	
(再掲)【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○				○	
(再掲)【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり			○				○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住09】 ◆相談から移住に繋げるための取り組みの強化(H30拡充)	相談から移住につなげるため、移住希望者へのサポートを充実するとともに、移住に至るまでの仕事や住まい等の多様な情報を提供する	相談から移住までの誘導率	11.7%(H26) ↓ 18.3%(H28) ↓ 18%
【移住10】 ◆全県的な移住支援ネットワークの構築	移住相談や移住後のフォロー体制を更なる充実を図るため、全県的な移住支援ネットワークを構築する	・高知家移住促進プロジェクト(KIP)の参加団体	5団体(H26) ↓ 6団体(H29) ↓ 8団体
【移住11】 ◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化(H30拡充)	移住者の更なる受入を促進するため、各地域における「仕事」と「住まい」の確保策を強化する	①市町村の職業紹介所の開設数 ②移住者向け住宅及びお試し滞在施設等の整備箇所数	①4市町(H27.12) ↓ 8市町(H30.1) ↓ 34市町村 ②59ヶ所(H26) ↓ 154ヶ所(H28) ↓ 700ヶ所 (平成28～31年度累計)

戦略の柱	4　移住について真剣に考えてもらう
取組方針	1　移住のハードルを下げる仕組みづくりと住宅の確保策の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

移住に至るまでの多様な情報や道筋の提示

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、各産業分野、市町村、民間団体:
・移住・交流コンシェルジュのノウハウの蓄積と市町村移住専門相談員を含めた継続的なレベルアップ
・移住に向けた方向性が定まっている方を対象にした市町村主催の移住体験ツアーを支援
・「高知家生涯活躍のまち」の展開に向けた支援
・様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化
・高知市を中心とした二段階移住の取組の展開
・市町村間の連携への支援

各地における移住希望者の受入体制を更にレベルアップ

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体等:
・移住支援団体の拡大により「高知家移住促進プロジェクト(KIP)」の更なる強化と体制の強化
・官民協働による「高知県移住推進協議会」「高知県移住推進協議会民間サポート部会」での移住者支援策の検討(H30から「移住促進アドバイザー会議」に改組)
・移住希望者に対して生活圏を意識した情報提供が行えるよう、近隣市町村が連携した移住促進の取り組みを支援

移住希望者への仕事の紹介・提案機能の向上

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体:
・市町村における移住専門相談員の更なるレベルアップ、市町村への職業紹介所の開設等による地域の人材ニーズの掘り起こしに向けた取り組みの強化
・都市部企業との人材交流など常時雇用に限らない短期間(派遣・出向等)の人材誘致策の強化

移住者向けの住宅の確保促進

県移住促進課、県住宅課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体:
・市町村をサポートするための空き家の活用に係る相談体制の強化
・空き家調査から、耐震を含む改修までを一連で支援し、「安全な住まい」の確保を強化
・活用可能な空き家の掘り起こしや移住者のニーズに合った住まいの提案の実施

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》
戦略の柱	5　高知に安心して住み続けてもらう

戦略の方向性	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実

戦略目標	目標	
	○移住後のミスマッチを防ぐ	県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	移住後の定住に向けたフォロー体制の深化	・移住者のフォローを行う「地域移住サポーター」は、増えてはいるものの、移住者の伸びに比して不十分 地域移住サポーターの委嘱 H23：0人→H28：16市町99人	・移住者が地域に馴染み、定着できるよう、地域地域のフォローアップ体制の更なる充実が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:87%	H28:87%	90%以上	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【移住12】◆「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成			○				○	

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【移住12】 ◆「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成	地域になじんでもらい、住み続けていただくため、定住に向けた情報や機会を提供する	地域移住サポーターの委嘱と普及	44人（H26） ↓ 99人（H28） ↓ 150人

戦略の柱	5　高知に安心して住み続けてもらう
取組方針	1　移住後の定住に向けたフォロー体制の深化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

地域に住み続けてもらうための情報や機会の提供

県移住促進課、(一社)県移住促進・人材確保センター、市町村、民間団体等:
・地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の委嘱の促進や活動PR
・移住・交流コンシェルジュ、市町村、地域移住サポーター等が連携した移住者のフォローアップの実施
・移住者同士の交流会や移住者と地域住民の交流会などの開催を支援

平成30年度　移住促進策のバージョンアップ

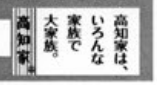
<移01>

現状

基本となる取り組み

Step 1　高知を知って・好きになってもらう

高知家プロモーション



Step 2　移住に関心を持ってもらう

ホームページ等での情報発信



Step 3　主体的な行動に移ってもらう

移住・交流コンシェルジュによる相談対応

都市部での相談会や移住体験ツアーの実施



Step 4　移住について真剣に考えてもらう

市町村のサポート体制の充実（専門相談員の配置等）

移住促進策と各産業分野の担い手確保窓口との連携



Step 5　高知に安心して住み続けてもらう

地域移住サポーターによるフォローアップ

移住者交流会の開催



戦略強化に向けた３つの視点

（3期計画で強化）

1　リーチを広げる！

○情報発信の大幅拡大とアプローチの強化
- メディアへの広告等による露出増
- メディアの県内招致を通じた移住PR
- 関東・関西以外の新たなエリアの開拓
- ホームページへのアクセス増加対策

○ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開
- ターゲットに応じた媒体での広報の展開
- 県内向け広報の強化

2　アクティブに働きかける！

○新規相談者の獲得対策の強化
- 県内での就業体験機会の提供と支援
- ターゲットに応じた移住体験ツアー等の実施

○様々な人材ニーズの顕在化・集約化と都市部人材のマッチング強化
- （一社）高知県移住促進・人材確保センターによる「移住」「人材確保」の一体的な展開
- 各分野の担い手確保策との連携

3　ゲートウェイを広げる！

○移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保策の強化
- 「二段階移住」の取り組みの展開
- 空き家調査から改修までを一連で支援し、「安全な住まい」の確保を強化
- 「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の推進

目標達成に向けた課題

※各実績は平成30年1月末時点

◆ＫＰＩ：ホームページアクセス数◆
424,118件（前年同期比89%）

課題1

他県との競争に打ち勝つため、戦略的な情報発信等により本県への移住関心を更に高めることが必要
- 様々なターゲットに応じた戦略的な広報や、発信方法の更なる工夫が必要

◆ＫＰＩ：相談者数／暮らし隊◆
新規相談　3,858人（前年同期比118%）
新規暮らし隊 780人（前年同期比111%）

課題2

移住者の更なる増加を図るため、都市部のUIターン希望者の「志」を満たすような、魅力的な仕事の掘り起こしと提案の強化が必要
- 県内の多様な人材ニーズを掘り起こし、魅力的な仕事として都市部人材へ的確に提案していくことが必要
- 本県出身者に情報を届けるため、発信の工夫や、本県出身者等との継続的なネットワークづくりが必要
- 本県出身者が多い関西圏において、相談体制を更に強化していくことが必要

◆ＫＰＩ：移住者数◆
642組935人（前年同期比120%）

課題3

移住希望者の様々なニーズに対応するため、移住促進・人材確保センターや市町村等による受入体制の更なる深化が必要
- 活用可能な空き家の更なる掘り起こしと移住者ニーズに対応した住まいの提案が必要
- 市町村間の連携体制の更なる強化が必要

平成30年度の取り組み

1　リーチを広げる！　情報発信の更なる強化

●情報発信の大幅拡大とアプローチ強化
- ◆「高知家で暮らす。」情報編集部による情報発信メディアの展開や発信情報の磨き上げ
- ◆協定企業の協力を得た情報発信

●ターゲット別の戦略的アプローチの展開
- ◆求人サイト等と連携した情報発信
- ◆Uターン促進に向けた県内広報の増

2　アクティブに働きかける！　魅力的な仕事の掘り起こしと提案、マッチングの強化

●県内人材ニーズの掘り起こしの強化
- ◆移住促進・人材確保センターと産振センター等との連携による人材ニーズの掘り起こしの強化

●都市部人材に対する提案の深化
- ◆仕事×移住のモデル（提案書）作成と広報
- ◆短期間（派遣・出向等）の人材誘致の促進

●本県出身者に対するアプローチの強化
- ◆Uターン促進に向けた県内広報の増（再掲）
- ◆「高知求人ネット」の学生向けページの強化
- ◆県外での関係者（出身者、移住希望者、高知ファン等）のネットワークづくり
- ◆県内での仕事体験（インターンシップ等）の支援

●相談窓口の体制強化
- ◆大阪における相談窓口の強化

3　ゲートウェイを広げる！　市町村等と連携した受入体制の強化

- ◆高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
- ◆空き家関連事業者との連携強化による移住者向け住宅の確保促進
- ◆市町村間の連携事業への支援を強化

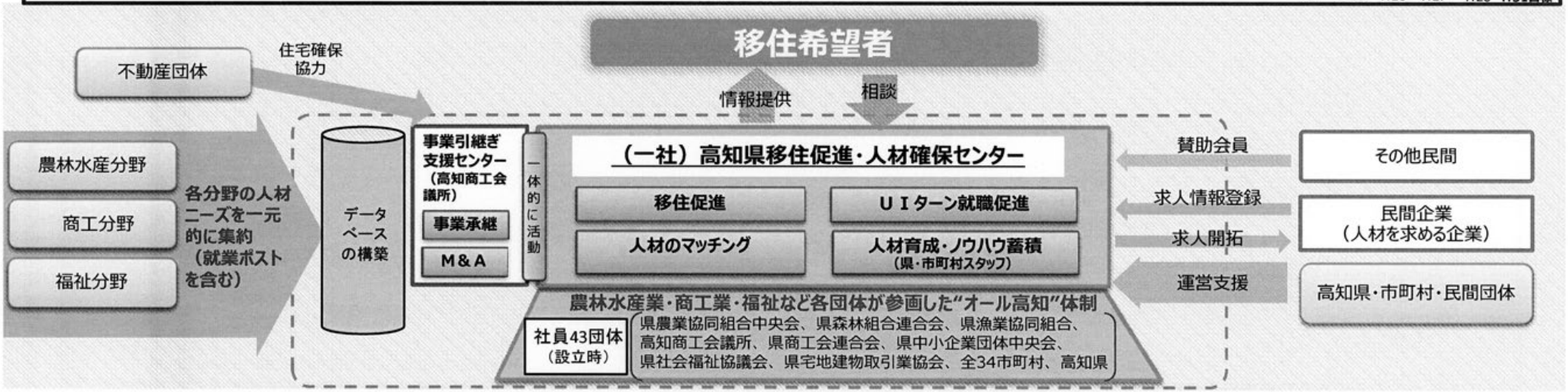
移住促進事業費補助金 87,418千円

「オール高知」の移住促進・人材確保センターによる事業展開

高知県移住促進・人材確保センターの取り組み

◆ 第３期産業振興計画に掲げた移住者数年間1,000組の達成と定常化を目指し、「一般社団法人高知県移住促進・人材確保センター」を開所（平成29年10月17日）
◆ 以下３つの強化のポイントにより、「オール高知」体制で移住促進と人材確保の一体的な強化策を実施中
　①官民挙げて人材ニーズを掘り起こす体制を構築し、潜在的な人材ニーズを顕在化
　②人材ニーズを一元的に集約し、都市部人材に発信するとともに、希望に応じた多様な働き方や移住プランを提案
　③移住相談・人材確保を担うスタッフを育成





センターの業務内容

移住・就職相談	●移住相談の総合窓口業務（高知・東京） ●県内へのUIターン就職の支援
人材ニーズの掘り起こしとマッチング	●各産業分野と連携した人材ニーズの集約とマッチング ●人材情報（求職）の収集 ●事業引継支援センター（商工会議所）と連携した後継者人材の確保
情報発信	●移住や就職に関するHPの運営 ●集約した人材情報の提供
イベント運営	●移住・就職イベントの実施 ●移住体験ツアーの実施
人材育成等	●市町村の移住相談員の人材育成 ●民間の移住支援団体と連携した活動

センター開所後の主な取り組み

移住・就職相談	◇移住コンシェルジュの地域担当者制（３ブロック制）を導入し、各市町村との相談協力・連携体制を強化 ◇センター本格稼働後の新規移住・就職相談件数：666件（開所（10/17）～1月末）
人材ニーズの掘り起こしとマッチング	◇移住促進、人材確保の協力連携協定締結（企業６社） 12/20：東京海上日動火災保険、明治安田生命保険、キリンビール、三菱電機、三井住友海上火災保険、損害保険ジャパン日本興亜 ◇東京コーディネーター２名による首都圏企業へのアプローチ（日立製作所ほか延べ115社(10月～1月)） 当センターとの関係づくり及び高知県企業求人の情報提供 ◇人材確保マッチング件数　21件（11月～1月） ◇各分野と連携した人材ニーズの集約 ・各分野が掘り起こした人材ニーズ（1月末有効求人数）企業系312件、農林水産業系113件、福祉系P613件
情報発信	◇ＨＰ、フェイスブックなどでの移住・就職情報の発信　53件（11月～1月） ◇「高知家で暮らす。」情報編集部の開催による情報発信手法等の検討（12/5、2/9）
イベント運営	◇相談会、フェアへの相談ブース出展：7件　（来場者数）東京:3件・8,420名、横浜:1件・30名 大阪:3件・429名 ◇移住体験ツアーの実施：2件（14組16名参加） 
人材育成等	◇市町村移住担当職員等との情報交換会（11/27） ◇ＫＩＰ（高知家移住促進プロジェクト）定例会への参加（11/28、1/30）

Ⅱ　産業間の連携戦略
担い手の育成・確保

連携テーマ《担い手の育成・確保》の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

担い手の育成・確保の取り組みは、本県経済発展の礎となる極めて重要な取り組みです。

例えば、地産外商に取り組み始めたとしても、後継者がいなければ、せっかくの取り組みも一過性のものとなってしまうかもしれませんし、将来、取り組みを続けていってくれる人材が社内にいなければ、取り組みを拡大しようという意欲も生まれてこないかもしれません。

また、時々の状況に応じて的確に進化してくためには、何よりも「人」の力が必要となります。

このため、産業振興計画では、すべての産業分野において、担い手を確保する取り組みと、学びを通じて一人ひとりの能力を高めていく取り組みを重点的に進めており、地産外商の取り組みの継承・発展や新たな事業の展開につながっています。

こうした地産外商の拡大によって、県内の人材ニーズはさらに高まってきており、そうした中で、完全雇用状態に達していると見られることもあり、県内の多くの経営者からは、人材を確保したくても確保できない、新たな挑戦が持続できるかどうかは人材の確保が鍵となるといった声があがっています。

現下の人手不足の深刻化という課題に対応していくために、また、地産外商の成果を拡大再生産の好循環のパスに乗せていくために、もう一段、取り組みを強化していくことが重要となってきています。

②第3期計画ver.3の取り組み

この「担い手の育成・確保」は、「1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実」「2 担い手の確保策の抜本強化」という2つの戦略の柱で分野を超えて連携して取り組みを進めます。

柱1　本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

まず、戦略の柱1の「本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実」では、人材を育成・確保する取り組みを一層充実します。

具体的には、平成24年度からスタートした「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」や、土佐の観光創生塾、平成27年度からスタートした「地域の頑張る人づくり事業（地域主体の人材育成を支援する制度）」などによって、県内各地での人材育成の機会を増やします。

また、農業大学校や農業担い手育成センターの充実・強化、林業大学校の本格開校など第一次産業の担い手の育成・確保の取り組みを強化するほか、「IT・コンテンツアカデミー」の開講によるIT・コンテンツ人材の育成や「食のプラットホーム」の設置による食品加工業者の学習機会の提供など、様々な産業分野における人材育成・確保の取り組みを強化します。

柱2　担い手の確保策の抜本強化

次に、戦略の柱2の「担い手の確保策の抜本強化」では、移住促進策と連携した各産業分野の担い手確保策や新規卒業生などの県内人材の確保・定着の取り組みを強化します。

具体的には、事業戦略の策定と実行支援を通じて、国が設置する高知県働き方改革推進支援センターと連携し、経営と両立する形での「働き方改革」を支援します。

また、「高知県移住促進・人材確保センター」を中心とした「オール高知体制」による移住希望者等へのアプローチの強化、「高知家の女性しごと応援室」などによる女性や若者、高齢者などの労働参画機会の拡大促進、新規卒業生の県内就職の促進などを通じて、各産業分野の担い手や中核人材の確保に取り組みます。

さらに、事業引継ぎ支援センターや士業、金融機関などとの連携体制を構築し、県内事業者の円滑な事業承継を支援します。

連携テーマ《担い手の育成・確保》の展開イメージ　～後継者や

柱１　本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

（１）産業人材の育成

土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）

○ビジネスの基礎知識から応用・実践力まで、受講生のレベルに応じて体系的に習得できるプログラム

- 拡 体験講座や気軽に相談できる場を設ける「おためしMBA」の開催
- 拡 ニーズに応じたカリキュラムへの再編
  （事業戦略策定済企業のニーズに応じた講座の受講を推奨　等）
- 拡 「目指せ!弥太郎商人塾」の短期集中セミナーを幡多地域で開催

地域の頑張る人づくり事

・地域主体の人材育成の

拡 土佐の観光創生塾

・本県観光を担う観光人材
・自然・体験型観光商品つ

柱２　担い手の確保策の抜本強化

（１）雇用環境の改善

拡 事業戦略等の策定・実行支援を通じた経営と両立する形での「働き方改革」の促進

事業戦略等の策定支援

事業戦略　　経営計画

産業振興センター　　商工会・商工会議所

（国）高知県働き方改革推進支援センター

実行支援

生産性の向上
（省力化・高付加価値

＋

働き方改革
（労働条件や労働環境の

個別サポート

（２）新規卒業生等の県内就職の促進

ターゲット：県出身 県外大学生等



戦略　学生に情報を届けるための仕組みづくり

- 拡 高知求人ネット（高知の仕事を紹介するポータルサイト）の学生向け情報ページの充実
- 拡 Uﾀｰﾝ就職ｻﾎﾟｰﾄｶﾞｲﾄﾞによる保護者等への情報提供
- 拡 県外大学との就職支援協定の締結促進

戦略　県内就職・県内企業への関心を高める取り組み

- ○ 県内就職・県内企業に関心を持ってもらう機会の充実
  ・インターンシップセミナー・業界研究セミナー等の開催
- ○ 福祉・介護職場でのインターンシップへの支援
- 拡 IT・コンテンツアカデミーの開講【再掲】
- ○ 奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保

ターゲット：県内大学生等

- ○ 県内大学生等の地域定着のための雇用創出ﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ・教育ﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑの実施（COC+）
- 拡 県内企業による合同企業セミナーの開催

ターゲット：女性、若年無業者等

- 拡 労働参画機会の拡大（高知家の女性しごと応援室の機能拡充、ジョブカフェこうちの支援機能の強化　等）

ターゲット：移住者



ターゲット：中核人材 後継者

（３）

戦略

- 拡 発
- 新 協
- ○ タ

戦略

- ○ 高
- 新 短
- 拡 活
  合

（４）

- ○ 事
  ・事

～担い手を育成・確保し、取り組みを継承・発展させる～

業

取組を支援

の育成
くりと事業者連携の推進　等

（柱１・２共通）各産業分野の担い手育成・確保

【農業分野】
拡 産地提案型担い手確保対策の推進（畜産版「県域産地提案書」等）
拡 農業担い手育成センター、農業大学校の充実・強化
拡 畜産試験場の機能強化

【林業分野】
拡 林業大学校の本格開校
○ 都市部で高知の林業を学ぶ「フォレストスクール」の開催

【水産業分野】
○ 長期・短期研修、漁業就業セミナーの実施（漁村生活体験）
○ 漁村の地域の特色を生かしたライフスタイルのパッケージ化による提案

【商工業分野】
拡 IT・コンテンツアカデミーの開講
拡 工業技術センター、紙産業技術センターにおける技術研修

【食品分野】
拡 食をテーマとした産学官のプラットホーム

【福祉・介護分野】
○ 福祉・介護分野への就業促進事業の実施

化）
整備等）

●業績の向上
●人材の定着・確保

官民を挙げて人材ニーズの掘り起し
（一次産業系、商工系、福祉系、地域系　等）

連携

）移住（人財誘致）の促進、中核人材の確保

1 リーチ（届く範囲）を広げる

信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ
定企業等の協力を得た情報発信
ーゲット別の戦略的アプローチの展開

3 ゲートウェイ（受け皿）を広げる

知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
期間（派遣・出向等）の人材誘致の促進
用可能な空き家の掘り起しや移住者のニーズに
った住まいの提案

戦略2 アクティブに働きかける

拡 高知県移住促進・人材確保センターによる移住促進・人材確保の取り組みの一体的な推進

＜高知県移住促進・人材確保センター＞



一体的に活動

）円滑な事業承継の促進

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
業引継ぎ支援センターや士業、金融機関などとの連携体制を構築し、円滑な事業承継を支援

連携テーマ（担い手の

分野の目指す姿	後継者や担い手を育成・確保し、取り組みを継承・発展させる

戦略の柱

1　本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

戦略の方向性

本県経済発展の礎となる人材の育成や確保の取り組みを一層充実する

取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」

（1）産業人材の育成

◆[拡充]産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」の実施
◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進（再掲）
◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援
◆[拡充]「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成（再掲）
◆[拡充]「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携（地域観光クラスター化）の推進（再掲）
◆広域観光組織の機能強化（再掲）
◆地域コーディネーターの配置強化（再掲）
◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援（再掲）

（柱1・柱2共通）各産業分野の担い手育成・確保

《農業分野》
◆[拡充]U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化（再掲）
◆[新規]畜産の担い手確保に向けた体制の強化（再掲）
◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化（再掲）
◆[拡充]農業大学校、農業担い手育成センターの充実・強化（再掲）
◆実践研修・営農定着への支援（再掲）
◆家族経営体の経営発展に向けた支援（再掲）
◆法人経営体への誘導と経営発展への支援（再掲）
◆[拡充]経営体を支える労働力の確保と省力化の推進（再掲）

《林業分野》
◆[拡充]林業大学校における人材育成（再掲）
◆森林組合等の県内事業体への雇用促進（再掲）
◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保（再掲）
◆移住施策との連携による担い手の確保（再掲）
◆特用林産業新規就業者の支援（再掲）
◆林業事業体のマネジメント能力向上（再掲）
◆林業事業体における就労環境の改善（再掲）
◆小規模林業の活動を支援（再掲）

育成・確保）の体系図

2 担い手確保策の抜本強化

成長の「壁」を乗り越えるため、完全雇用状態を背景とした人手不足の深刻化という現下の課題に対応できる有効な対策を総合的に講じる

（1）雇用環境の改善
- ◆[拡充]事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進
- ◆新規高卒就職者の離職防止（再掲）　（再掲）
- ◆従業員の定着対策（再掲）　◆従業員の能力開発支援（再掲）

（2）新規卒業生等の県内就職の促進
- ◆小中学校キャリア教育充実プランの推進
- ◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進
- ◆[拡充]社会的自立のための進路支援プログラムの実践
- ◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催
- ◆社会人教育の一層の充実（高知県立大学・高知工科大学）
- ◆専門学校生の県内定着に向けた支援
- ◆県内大学生等の県内定着に向けた支援
- ◆[拡充]新規学卒者の県内就職促進（再掲）
- ◆[拡充]奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保と定着促進
- ◆[拡充]高知家の女性しごと応援室による就労支援
- ◆[新規]組織連携による労働参画機会の拡大（再掲）

（3）移住の促進、中核人材の確保
- ◆[拡充]移住促進・人材確保センターを中心とした移住促進、人材確保策の推進（再掲）
- ◆移住施策と一体となった中核人材の確保（再掲）

（4）円滑な事業承継の促進
- ◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし（再掲）
- ◆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（再掲）

《水産業分野》
- ◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実(再掲)
- ◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり(再掲)
- ◆就業時の設備投資、資金調達への支援(再掲)
- ◆新規就業者が参入しやすい環境づくり(再掲)

《商工業分野》
- ◆「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（再掲）
- ◆[拡充]IT･コンテンツ産業の人材確保（再掲）
- ◆IT･コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援（再掲）
- ◆[拡充]IT・コンテンツアカデミー（土佐MBA）の開催（再掲）
- ◆伝統的工芸品産業等の人材育成（再掲）
- ◆工業技術センター等が行う技術研修　（人材育成事業（工業技術センター・紙産業技術センター））（再掲）
- ◆[新規]工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化（再掲）
- ◆産業界のニーズに応じた人材の育成（高等技術学校）（再掲）

《食品分野》
- ◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築（再掲）

《福祉・介護分野》
- ◆あったかふれあいセンター事業の実施
- ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	1　本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実

戦略の方向性	本県経済発展の礎となる人材の育成や確保の取り組みを一層充実する

戦略目標	目標
	-

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	産業人材の育成	【産学官民連携センター】 本県の産業人材育成の核となる取り組みとして、平成24年度から産学官連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」をスタート。新商品開発や販路開拓による事業規模拡大、受講生同士のコラボ商品の開発などの成果が出ている。 「土佐まるごとビジネスアカデミー」の延べ受講者数 H24：1,672名　H25：1,648名　H26：1,921名 H27：1,718名　H28：3,006名 H29：4,313人	【産学官民連携センター】 ○情報発信の強化・学びを体験できる機会の提供 ○ニーズに対応したカリキュラムへの再編 ○地域で学ぶ機会の拡充
		【産学官民連携センター】 ・県内すべての高等教育機関の協力のもと、H27年4月、産学官民連携センターを開設 ・大学等のシーズ・研究内容を紹介するセミナーに3年間で延べ1586名が参加するなど、"知の拠点"機能が発揮されている ・ココプラビジネスチャレンジサポートで、34件の案件をサポートするなど、ビジネスアイデアやプランを事業化に結び付けるための支援システムが構築された	【産学官民連携センター】 ・変化する事業環境や受講者のニーズに合わせたカリキュラムの構築 ・ワンストップ窓口での相談や講座等を通じて出されたアイデアやシーズ、ニーズ等を事業に結びつける「ココプラビジネスチャレンジサポート」の仕組みの活用によって、より早くスムーズにビジネスプランを取りまとめる支援システムの効果的運用
		・地域博覧会の開催などを通じて、広域観光組織の体制整備と地域地域の観光資源の磨き上げや商品造成などにつながった【再掲】 ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ【再掲】 ・県内の各地域の観光ボランティアガイド団体の連携や質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会や観光事業者に対するおもてなし研修を実施し、観光客に質の高いサービスの提供につながっている	・体験プログラムや周遊プランを国内外の旅行者のトレンドやニーズに応じて、継続的に磨き上げることが必要【再掲】 ・地域地域において観光産業を担う事業体は零細であり人材や後継者は依然として不足 ・広域組織基盤がまだまだ脆弱であり、官民がより一体となった組織体の強化とリーダーの育成が必要【再掲】 ・外国人観光客へ対応できる観光ボランティアガイドの育成及び観光事業者への人材育成支援
		・全国から誘客できる観光拠点のほか、本県を代表する観光名所等観光拠点の整備計画に着手した ・全国的なブランド力を有する企業の監修による、豊かな自然を生かしたアウトドアの拠点の整備に着手し、オープンに向けて進捗した ・地域博覧会の開催などを通じて、地域地域の観光資源の磨き上げや商品造成などにつながった ・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ	・明治維新150年にあたる平成30年に向け、県中央部に核となる歴史施設が完成したが、地域地域において本物を感じられるよう、歴史資源や歴史施設のさらなる磨き上げが必要 ・歴史を中心としつつ、本県の強みである「食」などが地域地域で一体的に連携した観光地づくりが必要 ・地域で面的な規模拡大を図るための事業者連携の促進支援と、常に新しい観光商品を作り続ける取組が必要 ・「志国高知 幕末維新博」後の観光振興策に向けた準備が必要
		・セミナー等を継続的に開催して人材の育成を図るとともに、旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターを配置し、商品のさらなる磨き上げに取り組んだ【再掲】 ・県内6ブロックに広域観光組織が設置され、官民の連携による情報発信やセールス活動の強化につながった ・人的・財政的な広域観光組織への支援を継続することで、地域自らの企画による地域博覧会の開催につながるとともに、官民による広域観光推進体制基盤が構築できた ・地域博覧会の開催などを通じて、広域観光組織の体制整備と地域地域の観光資源の磨き上げや旅行商品造成などにつながった	・広域組織基盤がまだまだ脆弱であり、官民がより一体となった組織体の強化とリーダーの育成が必要 ・体験プログラムや周遊プランを国内外の旅行者のトレンドやニーズに応じて、継続的に磨き上げることが必要 ・広域観光組織においては、マーケティングによる戦略づくりなど先駆的な取組やステップアップを目指す動きがある一方、情報発信等にとどまっている事例がある

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【担い手01】◆産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施(H30拡充)					○		○	○
(再掲)【産学官01】◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進					○		○	
【担い手02】◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援			○				○	
(再掲)【観34】◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成(H30拡充)	○						○	
(再掲)【観03】◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進(H30拡充)	○						○	
(再掲)【観05】◆広域観光組織の機能強化	○						○	
(再掲)【観06】◆地域コーディネーターの配置	○						○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	産業人材の育成	・観光案内板や観光地の公共トイレ等の整備を支援し、また、おもてなしタクシーの利用促進などを進めることにより、観光客の満足度は全体的に高い傾向にある ・外国人観光客の受入態勢を市町村と連携しながら官民協働で強力に推進し、受入環境が整いつつある ・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進	・満足度は全体的に高い傾向にありつつも横ばいであり、もう一段高めるためにには、接客マナーの向上などさらなる改善が必要 ・外国人観光客へ着地でのきめ細やかな観光情報を提供するための外国人観光案内所の設置数の拡大 ・外国人観光客の満足度を高めるための受入基盤のさらなる環境整備 ・おもてなしトイレ、おもてなしタクシーへの誘導並びに利用促進
2	各産業分野の担い手育成・確保	【農業】 ○PRから相談、技術習得など各段階に応じた支援により、新規就農者が増加傾向 ⇒ 新規就農者数 H27：269人→ H28：276人 （うち雇用就農者 H27：87人→H28：105人）	【農業】 ○よりスムーズな就農に向けた、産地・地域による受入体制整備と積極的な新規就農者確保対策 ○畜産部門に特化した、就農相談から就農に至るまでの担い手の確保・育成対策
		○地域を担う経営体の育成を図るため、法人化セミナーや法人向け研修会、個別相談を実施 ⇒ 農業経営を行う法人数（集落営農法人を除く） H26：107法人 → H29：158法人	○家族経営体の強化を推進し産地の持続的発展を図っていくためには、環境制御技術を導入するなど経営発展を目指す農家をフォローアップし、経営の質の向上を図る総合的な取り組みが必要
		○「農業経営支援システム」により1,043件の経営データを収集、蓄積及び経営データに基づく経営管理支援 ⇒ モデル経営体を16戸育成 ⇒ 経営モデル（10品目）を作成	○地域の中核となる雇用や農地の受皿となる法人経営体の育成
		○地域毎に不足している労働力の実態を把握し、労働力確保対策等について検討を開始 ⇒ 県内11地域で労働力確保PTを設立	○各産地で労働力不足と生産増加への対応を進めると共に、地域間で労働力を補完する取り組みが必要
		【林業】 ・平成27年4月に県立林業学校を開校し、即戦力となる林業の担い手を育成する「基礎課程」と、既に林業活動を実践している方を対象にした「短期課程」を開講 短期課程：延べ1,179名（H27）、延べ1,479名（H28）、延べ1,000（H29） 基礎課程：14名（H27）、19名（H28）、20名（H29） ・平成30年度の本格開校に向けて、校舎等の施設整備や専攻課程のカリキュラムの策定などを進めてきた。 ・その結果、CLTを活用した校舎や全国初の架線シュミレーターを装備した大型実習棟が完成 ・平成30年4月に、専攻課程を新たに設置し、県立林業大学校として本格開校し、初代校長に世界的建築家の隈研吾氏が就任	【林業】 ・優秀な人材を確保するために、県内のみならず移住施策と連携しながら県外からのU・Iターン者への働きかけが必要 ・特に本年開講した専攻課程の研修生確保のため、教育内容の充実や就業先の開拓を強力に進め、基礎課程と同様の実績を作っていく必要がある。 ・林業学校で育成した人材の県内定着率を上げるため、労働力確保支援センターと連携して、森林組合や林業事業体とのマッチングを図るとともに、インターンシップを通じて確実な雇用につなげていく必要がある ・林業大学校としての認知度を上げるため、全国に向けて情報発信力を高める必要がある ・開かれた林業大学校づくりに向け地域や関係機関との組織的、継続的な連携強化に努める必要がある。
		・林業労働力確保支援センターに新規就業アドバイザーを配置し、雇用情報の収集・整理、高校訪問及び就業希望者への情報提供を実施した ・就業相談会や林業体験教室等の開催による就業希望者と林業事業体のマッチングを行い、県内事業体への就業に繋げるととともに、国の「緑の雇用」制度を活用したOJT研修や林業技術者養成養成研修により、技術力をアップさせ定着率の向上に努めた ・市町と連携したOJT研修で、土佐備長炭などの新規委就業者の養成を行った 修了生数（H24年度～H27年度）：8名 （H28年度）：3名	・高齢化や他産業への流出により、一旦増加に転じた林業就業者は減少から横ばい状況となっており、労働力確保支援センターと連携し、就業希望者へのよりきめ細やかな対応（情報提供、就労相談・体験、雇用先の斡旋）が必要 ・原木増産を進めるうえで、新規就業者の確保は喫緊の課題となっており、県内のみならず移住促進の取り組みとの連携を強化し、県外から優秀な人材を呼び込む取組が必要 ・土佐備長炭などの特用林産業の振興のため、高齢化等に対応して引き続き新規就業者を確保する必要がある
		・森林組合経営改善事業により、森林組合の安定経営やこれを支える人材の育成に努めた。また、23森林組合が中期経営計画の策定を行った ・林業事業体の就労環境の改善を進めるために、「労働環境改善計画」認定事業体数を増やすとともに、認定事業体を対象に退職金共済の掛金への支援、林業就労環境改善事業等による雇用環境や労働安全衛生の向上に努めた	・森林組合や林業事業体の経営基盤が脆弱であり、賃金や雇用条件などの就労環境が、他産業と比較して必ずしも良好とはいえず、さらなる改善が必要 ・原木増産の取り組みが進む中、森林組合については、意識改革の進んでいる組合と進まない組合の2極化が見られるため、経営基盤の脆弱な森林組合等への重点的な支援が急務となっている

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【観25】◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援	○	○					○	
(再掲)【農41】◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【農42】◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化(H30新規)			○				○	
(再掲)【農43】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○				○	
(再掲)【農44】◆農業大学校、農業担い手育成センターの充実・強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【農45】◆実践研修・営農定着への支援			○				○	
(再掲)【農46】◆家族経営体の経営発展に向けた支援			○				○	
(再掲)【農47】◆法人経営体への誘導と経営発展への支援			○				○	
(再掲)【農48】◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H30拡充)			○	○			○	
(再掲)【林27】◆林業大学校における人材育成(H30拡充)			○				○	
(再掲)【林28】◆県内事業体等への就業促進・定着率の向上			○				○	
(再掲)【林29】◆開かれた大学校づくりの推進			○				○	
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○				○	
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○				○	
(再掲)【林32】◆特用林産業新規就業者の支援			○				○	
(再掲)【林33】◆林業事業体のマネジメント能力向上	○		○	○			○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	各産業分野の担い手育成・確保	「労働環境改善計画」認定事業体数 H29.3月末現在：89事業体 退職金共済の掛金への支援 H24：388人、H25：372人、H26：355人、H27：360人、H28：369人	・林業事業体についても、経営基盤は脆弱であり、高性能機械等の施設整備への支援や、雇用環境の改善や労働安全衛生の向上のための支援が引き続き必要 あわせて、労働改善の安定に取り組む認定事業体数を増やすなど、全体のレベルアップを図る必要がある
		・NPO団体に助成し、OJT研修により副業型林家を養成した（H21年度～H26年度：受講者105名） ・H28年度から小規模林業総合支援事業をスタートさせ、事業地の確保や人材育成に取り組む市町村を支援（佐川町ほか5市町村） ・平成27年1月18日小規模林業推進協議会をに設立し、政策パッケージで支援することで、担い手の裾野を広げる取り組みをしている（会員数：設立時 45名 ⇒ H29.3月末現在 381名）	・市町村との連携を強化して施業地の確保等に努めることで、中山間地域の定住促進を図る必要がある ・特に、担い手の裾野を広げていくためには、県内のみならず移住施策との連携により県外からU・Iターン者を呼び込んでいく努力が必要 ・小規模林業推進協議会の構成員は多様であり、個々のニーズにあった支援策が必要
		【水産業】 ○就業者の掘り起こし ・漁業就業セミナーの実施や漁業就業フェアへの参加により就業希望者を掘り起こし ○短期研修 ・県漁協への委託により迅速・柔軟に研修を実施できるよう仕組みの見直し [受講者数] 3名（H12～23年度平均）→H24：2名、H25：18名、H26：35名、H27：33名、H28：21名、H29：17名 ○長期研修 ・漁業種類（底びき網、パッチ網、養殖等）の拡大（H25～） [受講者数]3名（H12～23年度平均）→H24：2名、H25：7名、H26：11名、H27：12名、H28：16名、H29：8名 ○担い手育成団体 ・担い手育成団体が研修生を雇用し、計画的に漁業の担い手を育成する制度を創設（H27～） ○新規就業者の確保 ・以上の取り組みにより次のとおり就業者を確保 H25：37名、H26：29名、H27：47名、H28：55名、H29：44名	【水産業】 ・主要漁業の新規就業希望者をはじめとする漁村地域での幅広い担い手の掘り起こし ・民間企業等による漁業生産現場への参入と担い手育成

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
（再掲）【林34】◆林業事業体における就労環境の改善	○			○			○	
（再掲）【林35】◆小規模林業の活動を支援			○				○	
（再掲）【水13】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実			○				○	
（再掲）【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり			○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	各産業分野の担い手育成・確保	・新規漁業就業者等を対象に独立に向けた漁船取得を支援 ［漁船取得］ H24：4件、H26：2件、H27：4件、H28：4件、H29：5件	新規漁業就業者の漁労・養殖生産設備取得への支援による就業の促進
		【商工業】(新製品・新技術の開発) ●分科会活動の実施 複合加工機分科会、CNF分科会、紙質分科会、 土佐方式分科会、素材製造技術分科会を設置 開催数：のべ9回　参加者：のべ40社、67人 ●研究会活動の実施 複合加工機研究会、CNF研究会、紙質研究会、 リサイクル炭素繊維研究会、素材製造技術研究会を設置 開催数：のべ178回　参加者：のべ211社、416人 ●支援体制の強化 新たな機械設備を活用した技術支援を実施 紙産業振興アドバイザー：派遣8件 専門知識を持った企業OBの配置：4名 ●新製品開発数4件 ●研究会活動等による企業の設備導入1件	【商工業】(新製品・新技術の開発) ・早期の製品開発プラン作りを支援し、新製品の開発につなげることが必要 ・新規材料関連製品の県内企業の参画や評価方法の確立
		・首都圏で開催する高知家IT・コンテンツネットワーク交流会（ネットワーク会員数：110人）等を通じて、首都圏の人材の掘り起こしと確保、人材と企業のマッチング、企業誘致を推進	・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・人材、企業の掘り起こし ・企業とのマッチング
		・立地企業6社（H28～H29）の会社説明会の共催又は開催支援 ●新規雇用者数　H28～H29：16人（H28:12+H29:+4）	
		・首都圏のコンテンツ産業関連の専門家と連携しながらコンテンツ関連企業との人脈形成等を推進 ・立地企業6社の会社説明会を共催又は開催支援 ●新規雇用者数　H28：12人、H29：4人 ・『アプリ開発人材育成講座』及び『イラストビジネス基礎講座』（土佐MBA）の開催 ●受講者数　H28：365人（延べ受講者数）、H29:82人（受講者実数） ・社外研修費（旅費、滞在費等）への助成 ●交付決定　H28：1件	・IT・コンテンツ産業人材の不足 ・企業が求める専門化・多様化に対応した人材育成、企業とのマッチング

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【水15】◆就業時の設備投資、資金調達への支援	○		○	○			○	
(再掲)【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり			○				○	
(再掲)【商21】◆「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	○		○				○	
(再掲)【商55】◆IT・コンテンツ産業の人材の確保(H30拡充)			○				○	
(再掲)【商56】◆IT・コンテンツ関連企業の会社説明会の開催支援			○				○	
(再掲)【商62】◆IT・コンテンツアカデミー(土佐MBA)の開催(H30拡充)							○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	各産業分野の担い手育成・確保	・伝統的工芸品産業等後継者育成対策事業による短期体験研修や研修生受入事業の実施 ●短期研修の実施状況 H26：3名（和紙1名、硯2名）、H28：1名（硯）、H29：1名（硯） ●長期研修の実施状況 H27：5名（和紙2名、打刃物2名、硯1名） H28：5名（和紙2名、打刃物2名、硯1名） H29：8名（和紙2名、打刃物4名、硯2名） <工業技術センター> ・技術研修開催 企業、団体からの要望に沿った研修を実施し、H28～29年度の累計で、598名が参加 <紙産業技術センター> ・県内大学等からインターンシップを受入れ 3社・計8人 ・かみわざひとづくり事業の実施 35回、延べ105企業201人参加 ・紙産業技術初任者研修会の実施 3回、25企業40人参加 ・経営技術者講演会 3回、24企業56人参加 ・高等技術学校において、ものづくり分野の人材育成のための学卒者向けや企業在職者向けの職業訓練、また、早期就職を目指す離転職者向けの職業訓練を実施した	・伝統的産業に興味のある人材の発掘・育成と販路開拓 ・研修希望者の受入生産者の確保、負担軽減 ・研修後、後継者として地域に定着するためのフォローが必要 <工業技術センター> ・若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定 ・研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応 <紙産業技術センター> ・企業の受入体制の充実や、企業、大学、学生のマッチング促進 ・企業の取組みが多岐にわたるため、適切な技術情報の提供や研修テーマの選定 ・学卒者向け・企業在職者向け訓練の、学生や企業等への周知 ・就職率の向上に向けての支援
		【食品分野】 ・食品事業者を核として、産学官が集うプラットホームを構築し（H29～）、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供（セミナー・勉強会参加者H29：187社（累計）延べ523名）	【食品分野】 ・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商59】◆伝統的工芸品産業等の人材育成							○	
(再掲)【商60】◆工業技術センター等が行う技術研修 （人材育成事業(工業技術センター・紙産業技術センター))							○	
(再掲)【商19】◆工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化(H30新規)	○			○			○	
(再掲)【商61】◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校)							○	
(再掲)【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築	○				○		○	○
【担い手03】◆あったかふれあいセンター事業の実施							○	
【担い手04】◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施			○				○	

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手01】 ◆産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」の実施（H30拡充）	産業振興の担い手となる人材を育成するために、ビジネスに必要な基礎知識から応用・実践力まで、受講生のレベルに応じて体系的に習得できる研修プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」を実施する。 また、社会情勢を踏まえた事業環境の変化に対応して、より多くの受講層のニーズに合わせるため、カリキュラムの見直しを実施するとともに、さらなる情報発信の強化や地域で学ぶ場の拡大を図る。	土佐MBAの受講者数	延べ1,718名 （H27） ↓ ↓ 延べ4,313人 （H29） ↓ 延べ3,000名
【担い手02】 ◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援	産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手を育成するため、地域が主体となって実施する研修会の開催等を支援する	・地域の頑張る人づくり事業による研修終了者数	18人(H27) ↓ 200人(H29見込) ↓ 400人(H28～H31累計)
【担い手】 ◆県と市町村の職員がともに学び合う研修「土佐まるごと立志塾」の実施	産業振興の課題解決に向けて、県と市町村がベクトルを合わせた取り組みを促進するために、地域の産業振興に向けた取組への支援に欠かせない知識やスキル、マインドを身に付ける研修「土佐まるごと立志塾」を実施し、県と市町村の職員の課題解決力と連携を強化する。	「土佐まるごと立志塾」での研修を通じて作成した課題解決プランの実施予定率（実施中を含む）	修了生の57% （H27） ↓ 修了生の81% （H29） ↓ 修了生の60%以上 （29年度に終了）

戦略の柱	1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実
取組方針	1 産業人材の育成

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」の実施

県内高等教育機関（高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知学園短期大学、高知高専等）： 講師の派遣、受講者の確保への協力
県産学官民連携センター ：サテプラ（サテライトプラットフォーム：双方向通信による遠隔講義）や録画配信、地域での研修講座の実施等により学びの場を地域に拡大、講師の確保、カリキュラムの見直し、受講生確保の取り組み、事業運営委託手続

意欲ある担い手の育成を支援

事業者等： 研修会への参加によりビジネス等に必要な知識を習得

「土佐まるごと立志塾」の実施

市町村職員、県職員（地域支援企画員等）： 産業振興に向けた取組への支援に欠かせない知識やスキル、マインドを習得、修了後は「こうち立志塾政策デザイン研究会」（立志塾OBによる任意団体）を核とした交流・連携
県産学官民連携センター ： 全体調整、研修運営、修了生の交流・連携のサポート

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手03】 ◆あったかふれあいセンター事業の実施	【拠点整備・機能強化】 あったかふれあいセンター事業の実施及び機能強化	①あったかふれあいセンター等の小規模多機能支援拠点の整備	①29市町村42ヵ所 （H27） ↓ 29市町村43カ所 （H29） ↓ 旧市町村に1カ所以上：34市町村で53カ所以上
	【地域福祉の人材育成】 あったかふれあいセンター職員を地域福祉人材として育成する体系的な研修等の実施	②あったかふれあいセンター職員の研修修了者率100%	②コーディネーター研修 70.0%、 スタッフ研修59.2% （H27） ↓ コーディネーター研修89.1%、 スタッフ研修55.3% （H29） ↓ 職員の研修修了者率100%
【担い手04】 ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施	増大する福祉・介護ニーズに対応するため、多様な人材の参入促進策の抜本強化を行う	①県が支援する介護職員初任者研修の修了者数	①107人（H27） ↓ 160人 （H29見込み） ↓ 年間242人
		②介護福祉士養成校の入学者数	②79人（H27） ↓ 65人 （H29見込み） ↓ 年間73人
		③潜在介護福祉士等の就業者数	③ －（H27） ↓ 64人 （H29見込み） ↓ 年間10人
		④福祉人材センターにおける就職者数	④ 340人（H27） ↓ 252人 （H29見込み） ↓ 年間200人

戦略の柱	1 本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実
取組方針	2 各産業分野の担い手育成・確保

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

あったかふれあいセンター事業の推進・機能強化

地域福祉政策課、高齢者福祉課 ：
○子どもから高齢者まで年齢や障害の有無を問わず、誰もが住み慣れた地域地域で健康の維持・増進と日常生活を支援する必要なサービスを受け、安心して暮らすことができる小規模多機能な支援拠点となる「あったかふれあいセンター」の整備を促進し、生活の質の向上を目指す。
○リハビリテーション専門職等の派遣による介護予防サービスの充実や、認知症カフェの設置推進による在宅生活を支えるための機能の充実・強化等

地域福祉の人材育成

地域福祉政策課 ：
○あったかふれあいセンター職員を対象とした認知症をはじめとする体系的な研修の実施や、リハビリテーション専門職等の派遣等により、地域福祉を支える人材を育成

福祉・介護職場で活躍する人材の安定確保

県地域福祉政策課：
①資格取得支援策の抜本強化
②介護福祉士等修学資金の拡充
③潜在介護福祉士等の掘り起こし
④福祉人材センターのマッチング力の強化

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	2　担い手確保策の抜本強化

戦略の方向性	成長の「壁」を乗り越えるため、完全雇用状態を背景とした人手不足の深刻化という現下の課題に対応できる有効な対策を総合的に講じる

戦略目標	目標
	-

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	雇用環境の改善	民間シンクタンク等をメンバーとする「事業戦略支援会議」の指示・助言を受け企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」の策定・磨き上げ・実行をサポート ●事業戦略支援会議の開催　12回（H29） ●事業戦略の策定（H28からの累計） 着手111社（内完成87社） 着手予定15社　計126社 ・事業戦略に取り組む企業の掘り起こしや意識の醸成を目的とする普及啓発セミナーや課題に応じたセグメント（要素）別セミナーの開催 ●普及啓発セミナーの開催　1回（5/10　202人） ●セグメント別セミナーの開催　6回 6/19「経営・財務」11人、7/18「企画・マーケティング」19人、8/28「研究開発・設計」17人 、9/29「製造」29人、10/27「販売」15人、11/30「サービス」13人 ・全国に通用する製品づくりを目指して、県内事業者が新たに取り組む製品開発について、企画段階から販路拡大までをまとめた事業化プラン（製品企画書）を作成支援 ●事業化プランの作成　策定済26件（H29）	・さらなる事業戦略策定着手への動機づけや意識の醸成が必要 ・職員のさらなる能力向上と支援チームの連携強化 ・企業の担当者の課題解決のための学びの場の機会創出 ・経営改善に資する「人材確保、育成・定着」「生産性向上」等の取り組みの推進 ・事業戦略と絡めた案件のさらなる掘り起こし ・工技センター、紙技センター等との連携
		・ジョブカフェこうちで、就職内定者（高校生）を対象にした早期離職防止を目的としたセミナーを実施	・新入社員のフォローアップ
		・ワークライフバランスを推進するため、子育てしやすい職場環境づくりに取組む企業の認証、支援やセミナーを実施	・従業員定着のための労働環境改善や人材育成への企業の意識の醸成
2	新規卒業生等の県内就職の促進	○すべての小・中学校にキャリア教育の全体計画が整備され、また、年間指導計画の作成率は向上してきており、各学校の教育課程上の位置付けが図られている。 ○高等学校では、各支援事業が学校の取組の一部として位置づけられるようになり、中途退学者の減少につながっている。	○小・中学校については、全体計画や年間指導計画に基づいて、キャリア教育の視点を取り入れた教育活動が県内各校で実践されていく必要がある。 ○高等学校については、就職して1年目の離職率は依然として全国平均より高い状況が続いている。 社会性の育成に向けて、1年次から系統的、体系的な進路指導の充実を図る必要がある。
		1)県内外での新規学卒者を対象にしたセミナーの実施 (2)就職情報誌等を活用した県内企業や就職支援情報の提供	(1)新規学卒者及び保護者等に対する県内就職への意識醸成 (2)県内外の大学との連携強化 (3)企業のプレゼン力向上

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商04】◆事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上(省力化・高付加価値化)及び働き方改革の推進(H30拡充)			○				○	○
(再掲)【商63】◆新規高卒就職者の離職防止			○				○	
(再掲)【商64】◆従業員の定着対策			○				○	
(再掲)【商65】◆従業員の能力開発支援			○				○	
【担い手05】◆小中学校キャリア教育充実プランの推進							○	
【担い手06】◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進							○	
【担い手07】◆社会的自立のための進路支援プログラムの実践(H30拡充)							○	
【担い手08】◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催							○	
【担い手09】◆社会人教育の一層の充実(高知県立大学・高知工科大学)							○	
【担い手10】◆専門学校生の県内定着に向けた支援			○				○	
【担い手11】◆県内大学生等の県内定着に向けた支援			○				○	
(再掲)【商53】◆新規学卒者の県内就職促進(H30拡充)			○				○	
【担い手12】◆奨学金の返済支援制度を活用した産業人材の確保と定着促進			○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	新規卒業生等の県内就職の促進	○働くことを希望する全ての女性を応援する相談窓口として平成26年に「高知家の女性しごと応援室」を開設し、きめ細かなワンストップ就労支援を実施してきた。 ・相談者数：1,503人　相談件数：4,471件　就職者数：507人 3ヶ月以内に就職を希望する相談者の就職率：62.5% （いずれも開室からH30.2末時点の累計）	・潜在的な女性労働力の掘り起こし ・働き続けられる職場環境づくり ・応援室のもつノウハウや、女性の就労に対するニーズを企業に伝える仕組みが必要
			(1)潜在する働く意欲のある高年齢者の掘り起し (2)事業所が切り出した高齢者ができる仕事と高年齢者の就労条件とのマッチング (3)県内の若年求職者等支援機関の連携 (4)ジョブカフェこうち仕事力パワーアップ事業の利用者確保
3	移住の促進、中核人材の確保	・高知家プロモーションとの連携による移住PRや、「高知家で暮らす。」への誘導策の強化により、サイトの訪問件数（セッション数）は増加した。 「高知家で暮らす。」のセッション数 H23:87,566件→H28：531,678件	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要 ・移住に向けた情報収集において大きな役割を果たしているホームページの訪問件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要
		・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。 移住相談者数　H23:1,254人→H28:3,740人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H28:790人	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要 ・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要
		・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。 移住相談者数　H23:1,254人→H28:3,740人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H28:790人	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要。 ・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要。
		・移住促進策と産業分野の担い手確保策の連携や、市町村の受入体制の充実等により、相談から移住までの一連の支援体制が整い、移住者も増加した。 移住者数　H23:120組→H28:683組	・各産業分野と連携し、本県の魅力のある人材ニーズを都市部人材に届け、マッチングするための取り組みの強化が必要
		1．求職者獲得に向けた高知県移住促進・人材確保センターのPRを行い、登録増に繋げるとともに、県内求人の掘り起しを行うこと等を通じて、マッチング（71件）の拡大を図ることができた (1)「高知家で暮らす」HPと連携強化し、高知求人ネットへの誘導を図り高知の求人情報を発信 (2) 同窓会員（県立大及び土佐高等）へチラシ等送付、SEO対策実施等 (3)センター求人求職ポータルサイト機能追加（一次産業、ハローワーク、福祉、雇用を伴わない求人情報を一元的に集約し情報発信する機能） (4)メルマガによる県内求人情報の定期的配信 (5)UIターン就職相談会・転職フェア等参加 (6)産振センター等と連携を図り、経営者等とのヒアリングを通じて人材面での課題を明確にし、必要となる求人ニーズを掘り起こす。 (7)首都圏企業　60社へ　21件の人材について紹介を依頼	(1)マッチングの増加には、求人企業に紹介可能な求職登録者をこれまでよりも大幅に確保することが必要 (2)県内企業に潜在する求人ニーズをより効果的に集約することが必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【担い手13】◆高知家の女性しごと応援室による就労支援			○				○	
(再掲)【商54】◆組織連携による労働参画機会の拡大(H30新規)			○				○	
(再掲)【移住05】◆新たなエリアでの人材ルートの開拓			○				○	
(再掲)【移住07】◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【移住08】◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致			○		○		○	
(再掲)【移住09】◆相談から移住に繋げるための取り組みの強化(H30拡充)			○				○	
(再掲)【商52】◆移住施策と一体となった中核人材の確保			○					○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	円滑な事業承継の促進	(1)事業承継等推進事業費補助金の交付 【交付件数:H27:3件、H28:10件、H29:5件】 (2)セミナーや包括協定機関との連携を活用した承継支援の周知【相談件数:321件、マッチング件数:28件(H27～H29累計)】	(1)金融機関、士業等と連携した支援スキームの構築 (2)事業承継診断の効率化 (3)士業を主とした連携機関のスキルアップ
5	(再掲)各産業分野の担い手育成・確保		

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商57】◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし			○				○	
(再掲)【商58】◆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			○				○	

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手05】 ◆小中学校キャリア教育充実プランの推進	子どもたちの社会的・職業的自立に向けた力を育てるため、高知のキャリア教育指針に基づき、各地域の特色を生かしたキャリア教育の実践を支援するとともに、県民ぐるみのキャリア教育を推進し、児童生徒が将来の夢や志を持てるようにする 各学校のキャリア教育の指導力を向上させるため、学校・地域で取り組むキャリア教育の研究実践をもとにキャリアシートを作成・配付し、各学校で活用する 教員のキャリア教育の指導力を向上させるため、キャリア教育担当者対象の指導者養成研修を実施するとともに、各学校での校内研修の充実を図る	キャリアシート活用率（小・中学校におけるキャリア教育に関する実態調査）	― ↓ キャリアシート作成（H28） ↓ 活用率90%以上
【担い手06】 ◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進	各県立高等学校において、生徒の進路実現のために必要な職業観、勤労観を身に付けさせるため、県内企業、大学、短大、専門学校等の見学やインターンシップを推進する	県立高等学校在学中に、企業・大学等におけるインターンシップ等に参加した生徒の割合	77.5%（H26） ↓ 75.9%（H28） ↓ 100%
【担い手07】 ◆社会的自立のための進路支援プログラムの実践（H30拡充）	各県立高等学校において、高校生の進路決定における課題解決を図るため、高知のキャリア教育の柱のひとつである社会性の育成に焦点をあて、「円滑な人間関係を構築する力」、「何事においても継続する力」を意識した教育を指定校6校において推進する H29年度で指定校による実践は終了し、以後はすべての県立高校で実践している「社会的自立のための進路支援プログラム」の社会性育成の取組を進める。	県立高等学校卒業者のうち、進路未定で卒業する生徒の割合	8%（H26） ↓ 6.0%（H28） ↓ 3%以下
【担い手08】 ◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催	各県立高等学校において、生徒のキャリア形成の支援を図るため、県内外の産業界及び教育機関や就職支援機関などの、第一線で活躍されている優れた人材を招へいし、進路講演会などを開催する	生徒・保護者・教職員対象の進路講演会を開催した県立高等学校の校数	31校（H26） ↓ 32校（H28） ↓ すべての県立高等学校（36校）

戦略の柱	2　担い手確保策の抜本強化
取組方針	2　新規卒業生等の県内就職の促進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

キャリアシート・指導の手引きの作成・活用 → **キャリアシート・指導の手引き・活用事例の活用**

県小中学校課：キャリアシート・指導の手引の作成、配信
・各教科等におけるキャリア教育実践のためのシートの作成・ダウンロード版の配信（H28）
・キャリアシートの活用事例の作成・ダウンロード版の配信（H29）

キャリア教育地区別指導者養成研修 → **キャリア教育地区別指導者研修** → **各地区のキャリア教育の推進**

県小中学校課：
・キャリア教育担当者対象の指導者養成研修（H28）
・キャリア教育担当者対象の指導者研修（H29）
（東部地区、中部地区、西部地区、各年1回）

企業・学校見学、インターンシップの推進

県高等学校課：
・すべての県立高等学校において、主に1，2年生の生徒を対象に県内企業及び上級学校の見学やインターンシップを実施
・卒業を間近に控えた3年生を対象に、ビジネスマナーや労働に関する研修会を開催

社会人基礎力育成の取組の推進（指定6校）

県高等学校課：
・県立高校6校を研究指定校として、社会人基礎力育成のための取組を推進
（年間指導計画の作成・実践・評価）

社会的自立のための進路支援プログラムの実践

県高等学校課：
・すべての県立高校において、プログラムに基づく社会性育成のための取組を実施

学習記録ノート活用（指定15校）

県高等学校課：
・県立高校15校（中退防止指定校及び社会人基礎力育成研究指定校）において、教員と生徒が双方向でやりとりを行い作り上げる学習記録ノートを活用

生徒・保護者・教職員対象進路講演会の開催

県高等学校課：
・県内外の産業界及び教育機関や就職支援機関などの、第一線で活躍されている優れた人材を各県立高校に招へいし、生徒、保護者、教員を対象とする進路講演などを高校1年生から実施し、生徒自身のキャリア形成を支援

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手09】 ◆社会人教育の一層の充実（高知県立大学・高知工科大学）	地域や産業を支える人づくりに向け、県民や社会のニーズに応じた社会人教育の充実を図る	産業人材等の育成につながる社会人向け学習プログラムを実施	公開講座、県民開放授業の受講延べ人数（年） 1,782人（H27） ↓ 4,687人（H28） ↓ 4,300人
	大学院社会人教育コースにおいて、組織や社会における高度で複雑な課題を解決し、新たな価値を創造するリーダーを育成する	高知工科大学において既存の起業家コースを機能強化（修士・博士課程の在籍数） 出発点：上記指標の検討（H27年度）	左記指標の検討 （H27年度） ↓ 起業家コースの再編 （H29年度） ↓ 40人
【担い手10】 ◆専門学校生の県内定着に向けた支援	県内専門学校生の県内定着に向け、各学校や県庁内の関係課等と連携しながら、専門学校生の県内定着に向けた取り組みの検討を行うとともに、県内定着に向けたKPIについてPDCAサイクルを通じて進捗管理を行う	県内専門学校生の県内就職率	77.8%（H26） ↓ 70.4%（H28） ↓ 80%（H31）
【担い手11】 ◆県内大学生等の県内定着に向けた支援	高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知工業高等専門学校及び高知学園短期大学卒業生の県内定着に向け、これらの教育機関と、経済団体、県とが連携し、県内就職率を高める取り組みを実施する （文部科学省の地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（以下「COC＋」という。）を活用して実施）	県内大学生等の県内就職率	35.9%(H26) ↓ 35.8%（H28） ↓ 42%
【担い手12】 ◆奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保と定着促進	本県経済を牽引する中核的な担い手を確保するとともに、その定着を促進するため、大学等を卒業後、県内において4年間及び8年間就業する者に対し、日本学生支援機構への奨学金の返還を支援する	奨学金の返還支援の対象となる県内就職者数（中核的な担い手候補者）	0人 （H27年度） ↓ 27人 （H28年度） ↓ 120人 （H31年度）

戦略の柱	2　担い手確保策の抜本強化
取組方針	2　新規卒業生等の県内就職の促進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

社会人教育機能の充実・強化

産業人材等の育成に向けた社会人教育の機能を充実・強化
・公開講座や県民開放授業の開催、履修証明プログラム、科目等履修制度などにより、県民や社会のニーズに応じた多様な学習プログラムの提供

起業家コースの機能強化を検討 → 起業マネジメントコースによる人材育成

高知工科大学起業家コースの機能強化を検討

起業マネジメントコースにおける受入れ強化・人材育成の推進
・起業家コースの機能強化を図り、県内企業のニーズを取り入れた起業マネジメントコースに再編し、学生募集・人材育成を実施

専門学校生の県内定着を促進

県計画推進課：専門学校との定期的な意見交換の実施、関係各課との支援策の検討（個別分野の支援については、関係各課で対応）
専門学校：各学校において学生の県内定着に向けた取り組みの実施

県内大学生等の県内定着を促進

高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知工業高等専門学校、高知学園短期大学、土佐経済同友会、高知県中小企業家同友会、高知県工業会、高知県経営者協会、県関係課：
　COC＋の参加機関が連携し、県内高等教育機関卒業生の県内企業への就職促進や雇用創出の取り組みを実施
　「大学連携まち・ひと・しごと創生推進本部」における事業の進捗状況等の把握

本県経済を牽引する中核的な担い手の確保と定着促進

・H28年度からH31年度に大学等を卒業し、県内で就業する中核的な担い手候補者を小論文と面接により各年度30名選考
・上記の担い手候補者が、県内で4年間及び8年間の就業を継続したことを確認し、日本学生支援機構への奨学金の返還を支援

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手13】 ◆高知家の女性しごと応援室による就労支援	潜在的な女性求職者を掘り起こすとともに、働くことを希望する女性に対して、多様なニーズに応じたきめ細かな就労支援を実施する。	高知家の女性しごと応援室における就職率	45.8%(H26) ↓ 62.5%（H29） ↓ 65%

戦略の柱	2　担い手確保策の抜本強化
取組方針	2　新規卒業生等の県内就職の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

高知家の女性しごと応援室による就労支援

県民生活・男女共同参画課、高知家の女性しごと応援室、ハローワークなど関係機関:
・働くことを希望する女性に対して、多様なニーズに応じたきめ細かなワンストップ就労支援を実施
・求人開拓員による求職者のニーズにあった求人開拓や、求職者、企業双方の希望条件調整等の実施
・再就職支援イベントの開催や子育て支援センター等への訪問による潜在的な女性求職者の掘り起こし(H30)
・ハローワークと連携した東部、西部への出張相談の実施(H30)
・求職者へのアフターフォローやキャリア形成支援の実施(H30)
・働きやすい職場づくりに向けた企業へのアドバイスの実施(H30)

Ⅱ　産業間の連携戦略
地域産業クラスターの形成

連携テーマ《地域産業クラスターの形成》の概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

産業振興計画のこれまでの取り組みなどによって、各分野で多くの雇用が生まれ、また本県の有効求人倍率は1倍を超えて推移するなど、経済全体として良い方向へ向かっているものと見られます。しかしながら、引き続き人口の社会減が続いていることなどからも、地域に残りたいと願う若者の就職に関する希望を十分にかなえられる状況にはいまだ至っていません。

このため、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を地域地域に生み出すことが重要となります。

そのための手段としては、「第一次産業や観光など、地域に根差した産業を核としたクラスター」（地域産業クラスター）を地域地域に生み出していくことが有効であると考えています。

例えば、農業であれば、農業生産の核となる次世代型ハウスの整備を中心として、集出荷場や食品加工場、農産物の直販所やさらにはレストランなどの関連施設を集積させ、これらの産業群を観光などにも生かしていくことで、農業の仕事のみならず、工場や販売、接客、企画、事務など、様々な種類の仕事が生まれていくものと考えています。

これまでの産業振興計画においても、地域アクションプランの実行支援などを通じて、第一次産業を生かした新たな加工や販売、観光拠点を中心とした地域の周遊ルートなど、地域での集積が一定進んできたところですが、第3期計画では、新たに「地域産業クラスターの形成」を連携テーマに位置付け、こうした集積を地域地域で意図的に生み出し、より大きくしていく、つまり点から面に広げ「量的な拡大再生産」を図っていくための仕組みを設け、県内各地で取り組みを展開しています。

具体的には、県庁内へのワンストップ窓口の設置や積極的な川上側・川下側の情報収集によって、クラスターの形成が見込まれる案件に関する情報を収集・集約するとともに、実現可能性の高い案件については、「クラスタープロジェクト」として位置付け、取り組みをスタートさせました。

スタートした当初の16プロジェクトに、4つの案件を追加し、現在、20のクラスタープロジェクトについて、官民協働で取り組みを進めています。

取り組みに当たっては、県や市町村、関係団体で構成する「クラスタープロジェクトチーム」を設置し、「クラスタープラン」の策定に取り組んでいます。このプランづくりを通じて、より具体的な取組内容の検討を行うとともに、個々の取り組みに参画する関係事業者をさらに拡大することとしています。

また、「クラスタープラン」の策定後には、クラスタープランに基づき展開される第一次産業から第三次産業までの様々な取り組みに対して、各種の補助制度なども総動員しながら、クラスタープロジェクトチームを中心にきめ細かくサポートしていくこととしています。

②第3期計画ver.3の取り組み

今後、20のクラスタープロジェクトの具体化に向けて、関係事業者や市町村など様々な関係団体と密接に連携しながら、核となる第一次産業の生産拡大を図るとともに、加工や販売、観光といった第二次、第三次産業の集積を推進していきます。

あわせて、新たなクラスタープロジェクトの掘り起こしを積極的に行っていくことにより、県内の地域地域にクラスターを形成し、多様な雇用の場を創出していきます。

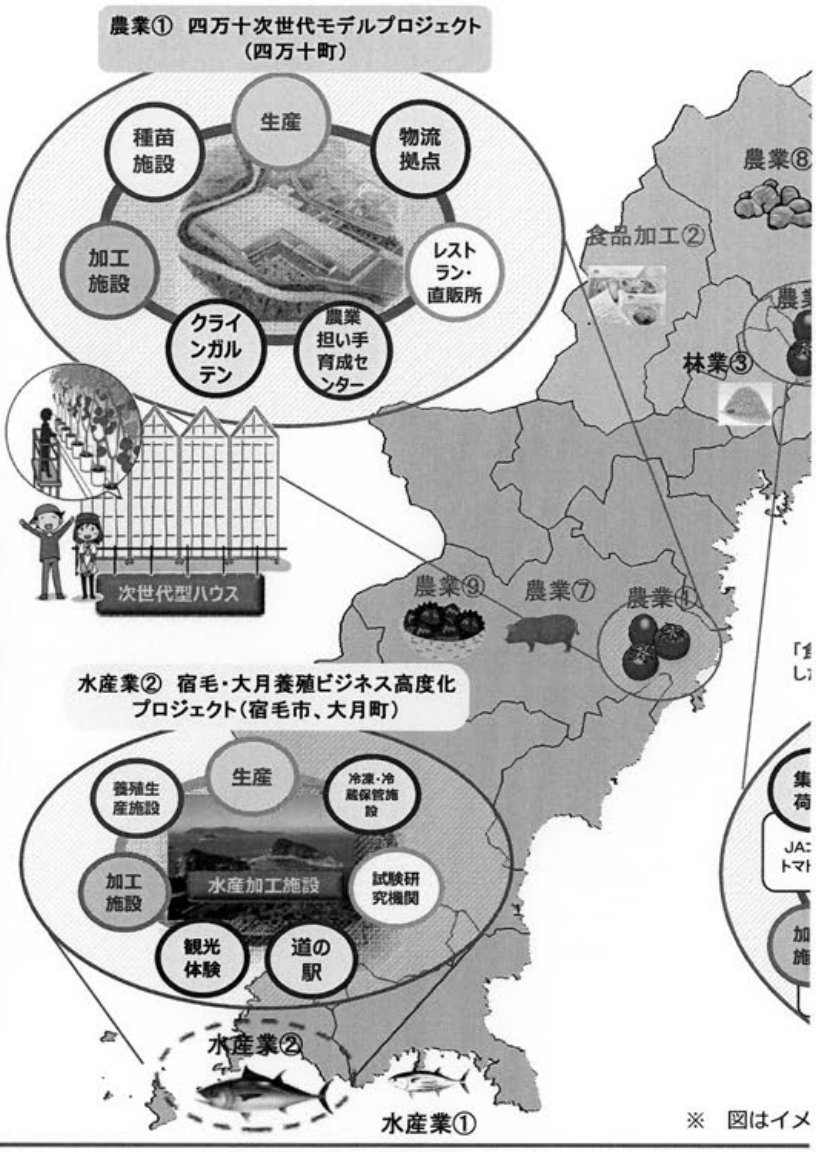
また、クラスターの効果がより大きなものとなるよう、クラスタープランのバージョンアップに必要な支援や遊漁・体験漁業の振興、地域の伝統文化や一次産品などを生かした商店街の活性化など、産業集積の幅を広げる取り組みも強化していきます。

連携テーマ《地域産業クラスターの形成》の展開イメ

分野を代表する目標　　クラスタープランの策定状況を踏まえて設定

◆「20のクラスタープロジェクト」を推進中（H30.3月現在）　⇒ これらの

農業	①四万十次世代モデルプロジェクト
	②日高村トマト産地拡大プロジェクト
	③南国市還元野菜プロジェクト
	④日本一のニラ産地拡大プロジェクト
	⑤日本一のナス産地拡大プロジェクト
	⑥嶺北畜産クラスターによる地域の活性化
	⑦四万十ポークブランド推進プロジェクト
	⑧いの町生姜生産・販売拡大プロジェクト
	⑨四万十の栗プロジェクト
NEW	⑩南国市農業クラスタープロジェクト（ニラ）
林業	①林業・木材産業クラスタープロジェクト
	②嶺北地域の林業クラスターによる地域の活性化
	③佐川町で展開する自伐型林業での木材産業クラスター
水産業	①土佐清水メジカ産業クラスタープロジェクト
	②宿毛・大月養殖ビジネス高度化プロジェクト
	③宇佐・浦ノ内水産資源活用クラスタープロジェクト
食品加工	①加工・業務用野菜の産地化プロジェクト
	②株式会社フードプラン、仁淀川町等を中心としたカット野菜事業クラスター
その他	①奈半利町の集落活動センターを中心としたクラスター
	②竹資源の活用による中山間地域の新たな産業の創出



※　図はイメ

（地域産業クラスターの推進体制）

クラスター形成に向けた検討

○消費者・加工事業者等のニーズ（川下）
こんな野菜・加工品が欲しい！

○産地のニーズ（川上）
生産を拡大したい！
付加価値を高めたい！

情報収集

地域産業クラスター化推進チーム（県庁内）

○ 地域産業クラスタープロジェクトの構築

○「地域産業クラスターの形成」に向けた“クラスタープロジェクト”の充実強化

計画段階

クラスタープランの策定

個別のクラスタープロジェクト

【メンバー例】農業振興センター、地域本部、市町村、

支援メニュー
- ●農業クラスタープランの策定経費への助成
- 拡 農業クラスター計画策定事業（プランの改定経費を助成対象に追加）　等

「クラスタープロジェクトチーム」と連携し、“クラスター

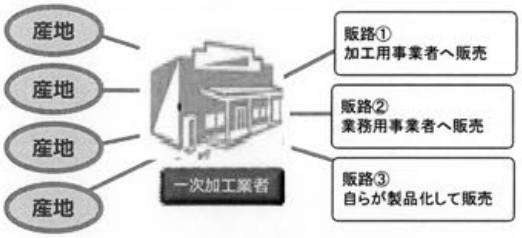
ージ　～点から面へ。多様な仕事を数多く創出する～

プロジェクトを本格展開するとともに、新たなプロジェクトを掘り起こし、各地で展開

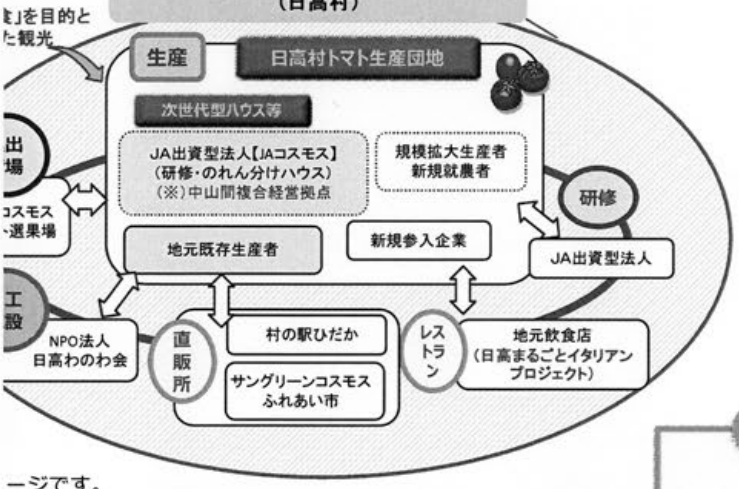


第一次産業から第三次産業までの
多様な仕事の創出
＋
地域への経済波及効果

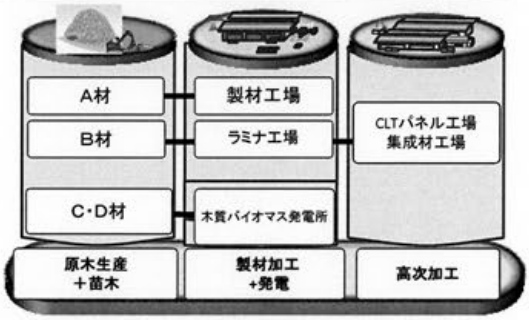
食品加工①　加工・業務用野菜の産地化プロジェクト（県内一円）



農業②　日高村トマト産地拡大プロジェクト（日高村）



林業①　林業・木材産業クラスタープロジェクト（県内一円）



ージです。

実践段階

ープラン」に基づき、取り組みを展開
プランは、取り組みの進捗に応じて、見直し・改定を行う

・チームによる支援
関係団体、外部アドバイザー　等

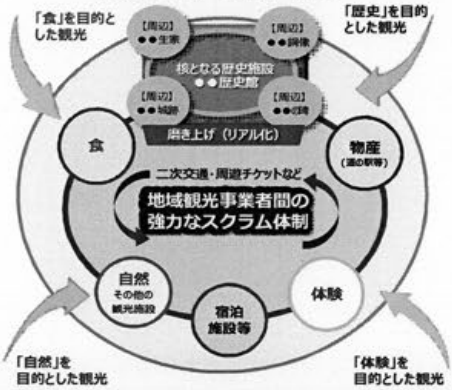
助金による支援
次世代型ハウス・農業クラスター促進事業費補助金
水産加工施設等整備事業費補助金
産業振興推進総合支援事業費補助金　等

プロジェクト”のさらなる充実強化を支援

地域産業クラスターの形成

観光クラスター

観光クラスターのイメージ図



○「志国高知　幕末維新博」の開催を通じて、歴史資源を磨き上げ、歴史観光の基盤を整えるとともに、磨き上げた歴史資源と地域の食や自然などを一体的に周遊できるコース（観光クラスター）を作り上げる。

連携テーマ《地域産業クラ

分野の目指す姿	点から面へ。多様な仕事を数多く創出する
分野を代表する数値目標	クラスタープランの策定状況を踏まえて設定

戦略の柱

1　地域産業クラスターの形成を促進する

戦略の方向性

地域地域に第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスターを意図的

取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」

(1)地域産業クラスターの形成を促進する
- ◆地域産業クラスタープロジェクトの具体化支援

(2)農業クラスターの形成
- ◆【拡充】次世代型ハウス等の整備支援(再掲)
- ◆【拡充】地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲)
- ◆【新規】Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化(再掲)
- ◆【拡充】食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(再掲)
- ◆担い手への農地集積の加速化(再掲)
- ◆園芸団地の整備促進(再掲)
- ◆国営緊急農地再編整備事業の推進(再掲)

(3)林業・木材産業クラスターの形成
- ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進(再掲)

(4)水産業クラスターの形成
- ◆人工種苗量生産体制の確立(再掲)
- ◆試験研究機能の充実・強化(再掲)
- ◆中間育成漁場の開拓(再掲)
- ◆既存加工施設の高度化(再掲)
- ◆既存加工施設の衛生管理体制の強化(再掲)
- ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲)
- ◆残さい加工ビジネスの再構築(再掲)
- ◆冷凍保管ビジネスの事業化(再掲)

(5)食品産業クラスターの形成
- ◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導(再掲)

(6)産業集積の幅を広げる取り組みの強化
- ◆【拡充】遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(再掲)
- ◆遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)(再掲)
- ◆遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)(再掲)
- ◆遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)(再掲)
- ◆商店街のにぎわい創出への支援(再掲)
- ◆新規創業・店舗魅力向上への支援(再掲)
- ◆地域アクションプランの実行支援(再掲)

ラスターの形成》の体系図

的に生み出すとともに、第一次、第二次、第三次産業の集積化を進める

(7)地域商社の外商活動への支援

◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(再掲)

(8)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(再掲)

分野	連携テーマ《地域産業クラスターの形成》
戦略の柱	1　地域産業クラスターの形成を促進する

戦略の方向性	地域地域に第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスターを意図的に生み出すとともに、第一次、第二次、第三次産業の集積化を進める

戦略目標	目標	
	-	-

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	地域産業クラスターの形成を促進する	・H28年度から地域産業クラスターの形成に向けた取り組みをスタート。H29年度は、19のプロジェクトにおいて具体的な取り組みを進めてきた。年度末には、新たに1つのプロジェクトを追加し、計20のクラスタープロジェクトで取り組みを進めている ・これまでの取り組みの結果、農業の次世代型ハウスや選果場の整備など、特に生産部門を中心に取り組みが進捗している	・核となる一次産業の生産拡大は進んできたが、地域産業クラスターの形成に向けた第二次、第三次産業のさらなる産業集積と連携が必要
2	農業クラスターの形成	○環境制御技術を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 ⇒ 次世代型ハウス整備面積（累計） H28：20.4ha → H29：32.6ha	○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地を生み出していく取り組みが必要 ○市町村等と連携した雇用労働力の確保
		○Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化	○全国に次世代施設園芸の取組が普及 ⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要
		○高知県農業への参入に興味のある企業へのアプローチ ⇒ 企業訪問や産地への招聘活動 H27：アンケート回答企業等計66社、延べ146回 H28：アンケート回答企業等計46社、延べ142回 ・農業参入フェア等での事業PR（H29:3回） ・参入を希望する企業（新規・継続）への支援、産地とのマッチング　→ 7/13清水建設、農林中金、県との連携協定締結 ・四万十市における農業参入希望企業等との協議（14回） → H30.1.9 法人の立ち上げ、用地の絞り込み ・南国市への農業参入希望企業との協議（2社24回）	○農業参入企業の経営安定への支援（栽培技術、雇用労力確保への支援） ○参入を希望する企業（新規・継続）への支援、産地とのマッチング ○JAや篤農家等による参入企業への技術指導体制の構築、市町村等と連携した雇用労働力の確保 ○園芸団地整備のための優良農地の確保 ⇒優良農地の掘り起こしによる園芸団地化への誘導、長期にまとまった農地を確保するための協力金制度の検討
		○農業クラスタープロジェクトの充実・強化 ⇒ 園芸団地や次世代型ハウス等を核として、関連産業を集積させ、さらなる好循環を目指す農業クラスタープランが7つの地域で取り組みが開始し、プロジェクトの充実・強化に向けて、ワーキンググループ設置やプラン検討会等を実施 ・四万十栗クラスター：栗ペースト加工場が10/5に落成 ・いの町生姜クラスター：JAコスモス生姜集出荷場が12/18に落成 ・日高村トマトクラスター：JAコスモスミニトマト選果場が11/9に落成 ○新たな農業クラスター形成への動き ・地域産業クラスターセミナーの開催：キックオフセミナー60名、第1回スキルアップセミナー(7月)、第2回スキルアップセミナー(8月) スキルアップセミナーには14市町村から参加があり、参加市町村から新たな農業クラスターを掘り起こすため、個別（2市町）の支援を実施。南国市で新たな農業クラスタープロジェクトがスタートし、四万十市では、新たなクラスター形成の動きがある	○農業クラスターを推進する体制のさらなる充実が必要 ○2次・3次関連産業とのさらなる連携が必要
		○担い手への農地集積を図るため、地域での話し合いと農地中間管理事業の活用を推進 ⇒ 担い手への農地集積率 H26：21.0%（H27.3）→ H28：26.0%（H29.3）	○条件の良い農地の情報は地区内で留まる事が多いため、地域に埋もれている情報を収集して担い手にマッチングしていく仕組みの強化が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【ク01】◆地域産業クラスタープロジェクトの具体化支援						○		
(再掲)【農03】◆次世代型ハウス等の整備支援(H30拡充)	○			○		○		
(再掲)【農04】◆Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 (H30新規)	○			○		○		
(再掲)【農05】◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○			○		○		
(再掲)【農52】◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(H30拡充)	○	○		○			○	
(再掲)【農49】◆担い手への農地集積の加速化						○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	農業クラスターの形成	○次世代施設園芸団地の施設等整備 【四万十町次世代施設園芸団地】 ⇒ H28.3：ハウス・集出荷施設等が完成 H28.5：周辺の舗装工事等も完了し、団地として完成。竣工式の実施 H28.7：営農開始 ○園芸団地に適した農地の選定 ⇒H28：県が基盤整備した土地の中から、候補農地21地区を選定。それを基に、市町村と園芸団地に適した農地の確保について検討を開始 ○南国市植田地区において園芸団地整備のための関係機関との協議(13回)、地権者との話し合い、地権者アンケート調査（9月） ⇒ 園芸団地候補地 H28:0ヵ所 → H29：1ヵ所（4ha） ○四万十市における園芸団地用地の候補地選定の取組関係機関との協議(13回) → H29：選定中	○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地用地を生み出していく取り組みが必要 → H30年度に1ha以上のまとまった用地を20年以上賃借していただける地権者等に協力金を交付する制度の創設を検討 ○園芸用地の確保には、地権者のみならず、既存耕作者への支援策が必要
3	林業・木材産業クラスターの形成	・高知おおとよ製材や木質バイオマス発電所、ラミナ工場等の施設整備が進み、A材からD材までを余すことなく使う体制が大きく前進した	・さらなる所得の向上と雇用の増加を図るため、付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備を進めるなど、加工施設を核とした林業・木材産業クラスターの形成が必要
4	水産業クラスターの形成	○クロマグロ ・人工種苗の基礎的な生産技術を確立 [沖出し尾数] H26：49尾、H27：1,045尾、H28：約17,000尾、H29：約23,000尾 [中間育成漁場の確保] H29：新たな中間育成漁場を免許し、運用を開始 [養殖種苗試験配布尾数] H27：約100尾、H28：約3,000尾、H29：約2,100尾(出荷サイズ約7,700尾生産) ○カンパチ ・H28に民間事業者による事業レベルでの供給を開始 [養殖種苗出荷尾数] H28：12,000尾、H29：50,000尾 ○試験研究機能の充実・強化 ・H28に水産試験場古満目分場を開設し、運用を開始 ○HACCP研修参加（地産地消・外商課が主催） [参加事業者数] H29：8事業者 ○県版HACCP認証取得 [認証取得事業者] H29：9事業者（第2ステージ：7、第3ステージ：2） ○HACCPに対応した加工施設の立地促進 ・宿毛市で民間企業の水産加工施設が竣工 ・宿毛市で民間企業が水産加工施設整備に着手 ○残さい加工ビジネス・冷凍保管ビジネス ・土佐清水メジカ産業クラスタープロジェクト推進協議会が発足 ・土佐清水市における宗田節加工の協業化や共同煮熟、冷凍保管、残さい加工施設の整備の包括的な事業計画を策定 ○冷凍保管ビジネス ・土佐清水市が冷凍保管施設の整備に着手 ・宿毛市で民間企業が冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備に着手	【クロマグロ】 ・人工種苗の量産体制の確立 ・人工種苗の養殖現場への普及 ・人工種苗を活用したマグロ養殖への新規参入の促進 【カンパチ】 ・種苗の品質向上 ・中間育成漁場の適地等の検討（ベこ病感染のリスク回避） 【ブリ】 ・高品質な人工種苗の量産技術の確立 ・HACCP認証取得に必要な施設改修や人材の育成 ・HACCP研修受講後のフォローアップ ・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・円滑な施設整備及び従業員の確保 ・メジカ関連産業の維持、拡大のための加工原魚の安定確保、作業工程の効率化及び安定した残さい加工体制の構築 ・冷凍保管施設の効率的な運用

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【農50】◆園芸団地の整備促進(H30拡充)						○		
(再掲)【農51】◆国営緊急農地再編整備事業の推進			○	○		○		
(再掲)【林13】◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	○			○		○		
(再掲)【水09】◆人工種苗量産体制の確立(H30拡充)	○					○		
(再掲)【水10】◆試験研究機能の充実・強化	○					○		
(再掲)【水11】◆中間育成漁場の開拓	○					○		
(再掲)【水17】◆既存加工施設の高度化	○	○		○		○		
(再掲)【水18】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○		○		○		
(再掲)【水19】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進	○	○		○		○		
(再掲)【水20】◆残さい加工ビジネスの再構築		○				○		
(再掲)【水21】◆冷凍保管ビジネスの事業化		○				○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
5	食品産業クラスターの形成	・加工・業務用野菜産地化プロジェクトの取り組み ⇒関係団体と協働した部会の設置、継続的な取組内容の検討 ⇒試験栽培及び試験出荷・販売の実施、試験栽培品目の拡大 （ジャガイモ、ダイコン、ニンジン、ネギ、キャベツの5品目） ⇒産地化に向けたセミナーの開催、先進地視察の実施 ⇒県内量販店、一次加工事業者の加工・業務用野菜の取扱いに関するアンケートの実施	・食品産業クラスターの形成に向けて、第一次産業から第三次産業までの関係事業者間の連携強化 ・加工・業務用野菜の産地化に向けた関係者の意識醸成と取り組みの促進 ・加工・業務用野菜の栽培に取り組む生産者の確保 ・販売先企業の誘致促進
6	産業集積の幅を広げる取り組みの強化	○遊漁船業等の振興 ・遊漁船業等の実態調査により、利用客の減少、固定化等による経営規模の縮小等の現状を把握 ・アドバイザーの派遣により遊漁船業者等への指導、助言を実施 ○基盤整備 ・都市と漁村の交流及び漁村・漁港の環境整備を促進するため、窪津漁港において休憩所、広場、駐車場及び植栽等を整備 ・宇佐漁港において係留施設利用者へのアンケート結果を基に改善項目を設定、照明灯の設置やタラップの修繕等を実施 ○規制緩和 ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限（まき餌釣り、やす）の規制を緩和 ○アサリ資源の回復 ・地域活動組織による浦ノ内湾でのアサリ漁場の底質の改善や食害の防止（かぶせ網）等の保全活動の実施 ・かぶせ網によるアサリ資源の回復手法の確立 ・資源の管理と持続的利用に取り組む団体に対する採補の承認制の導入	・事業者間の連携による受入体制の整備 ・サービス業としての意識改革とノウハウの取得 ・安全で快適なサービスの提供による女性客等の掘り起こし ・周辺観光との連携による旅行商品づくりの加速化 ・効果的な情報発信 ・遊漁者の利便性向上への対応 ・来訪者及びプレジャーボート係留施設利用者の利便性向上への対応 ・漁業調整規則の改正による遊漁者の漁具・漁法等の制限（ひき縄釣り）の規制緩和 ・かぶせ網等のアサリ資源の保全活動の継続 ・食害生物の駆除
		・高知市および四万十市の中心商店街については、継続しての活性化に向けた支援を行い、その他中山間地域の中心商店街や商業集積地については、新規事業などを組合せながら支援を行っている ・チャレンジショップが12箇所、中山間地域でグループが6箇所以上掘り起こせ、新たな活動などにつながっている	・「活動初期の商業者グループ」や「戦略づくりに取り組む組織」など、各ステージに応じたそれぞれの活性化策について協議する中で、「関係者間の危機意識の差」、「空き店舗や閉店した店舗の有効活用ができていない」などが共通課題としてあり、振興計画の策定や戦略づくりがすすんでいない
		・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施することで、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている （これまでの実績[H29実績見込み含む]） ※産振総合補助金　245件　39.9億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー 494件 ※地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画（H21～23）：623人 第2期計画（H24～27）：522人 第3期計画（H28～29）：363人 ※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額（単年度）H28：64.6億円	・地域アクションプランの取組を地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取組の創出が必要
7	地域商社の外商活動への支援	・食品ビジネスまるごと応援事業を活用して、商品開発・改良など各事業者の個別課題に対応したサポートチームを編成し、事業化の取り組みをトータルでサポート ⇒サポートチームの設置 H28：46件、H29：37件 ⇒事業化プランの策定支援 H28：37件、H29：28件 ⇒食品産業総合支援事業費補助金による支援 H28：23件、H29：22件	・本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題にこまやかに対応していくことが必要 ・また、公社の活動等によって蓄積してきたマーケット側の情報や事業者ニーズなどを活用して、食品ビジネスまるごと応援事業の積極的な活用を働き掛け、商品開発等の一層の促進が必要
8	企業立地の推進	・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数：62件（H24～29年度末）	・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開 ・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化 ・企業ニーズにあった人材の不足への対応

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【外商35】◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導						○		
(再掲)【水32】◆遊漁や体験漁業の振興(遊漁船業等の振興)(H30拡充)	○					○		
(再掲)【水33】◆遊漁や体験漁業の振興(漁港等の整備)	○					○		
(再掲)【水34】◆遊漁や体験漁業の振興(規制緩和)	○					○		
(再掲)【水35】◆遊漁や体験漁業の振興(アサリの増殖)	○					○		
(再掲)【商24】◆商店街のにぎわい創出への支援	○					○		
(再掲)【商25】◆新規創業・店舗魅力向上への支援	○					○		
(再掲)【外商12】◆地域アクションプランの実行支援	○	○			○	○		
(再掲)【外商34】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(H30拡充)	○	○				○		
(再掲)【商36】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○				○		

分野	連携テーマ（地域産業クラスターの形成）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【ク01】 ◆地域産業クラスタープロジェクトの具体化支援	地域産業クラスターは第1次産業から第3次産業まで、様々な分野に関連し、また関係者の数も多く多様となることから、事業の進捗状況を共有しながら、取り組んでいく必要がある そのため、県や市町村、関係団体で構成する「クラスタープロジェクトチーム」を設置し、「クラスタープラン」の策定に取り組むとともに、クラスタープロジェクトごとに工程表等を作成し、定期的に進捗確認を行いながら、具体的な取り組みを実行していく	①クラスタープロジェクト数 ②①のうちクラスタープランの策定件数	① － ↓ 20（H29） ↓ ※今後目標値を検討 ② － ↓ 13/20（H29） ↓ 20/20

戦略の柱	1　地域産業クラスターの形成を促進する
取組方針	1　地域産業クラスターの形成を促進する

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

地域産業クラスターの形成を全庁挙げて推進（定期的に進捗管理）

県各部局等　：　地域産業クラスターを全庁挙げて推進
県地産地消・外商課　：　産業振興推進本部会議や関係部長会議において、進捗確認のための協議を実施
関係事業者・地域・産業団体・市町村等　：　地域産業クラスターへの参画及び形成支援

地域産業クラスターに関するワンストップ窓口の設置

県地産地消・外商課　：　地域産業クラスターに関する県のワンストップ相談窓口の設置

川上側（産地）と川下側（消費者・加工事業者等）それぞれのニーズに関する情報収集

県各部局等　：　地域や企業を訪問し、地域産業クラスター化につながるニーズ情報を掘り起こし・整理

地域産業クラスターの形成支援

県各部局・地域本部　：　各産業分野の事業・取り組みを地域産業クラスター化へつなげる取り組みを連携して推進
※現在プロジェクトに位置付けている20案件の充実強化及び新たなクラスター案件の掘り起こし
地域産業クラスタープロジェクトの案件ごとに、関係機関等で構成するクラスタープロジェクトチームを設置し、関係機関等と調整の上、クラスタープラン等（クラスター化のイメージ図と工程表）を作成し、クラスター形成に向けた具体的な支援を実施
関係事業者・地域・産業団体・市町村等　：　地域産業クラスターへの参画及びクラスター形成への支援等

クラスター化推進チームによる支援

県地産地消・外商課　：　クラスター化推進チームの設置・運営
県各部局・地域本部　：　クラスター化推進チームへの参画、情報共有、プロジェクトの取り組みへの支援

第二次・第三次産業のさらなる集積支援

県各部局・地域本部・（第二次・第三次産業に関わる）関係事業者・地域・産業団体・市町村等　：二次・三次ワーキンググループを設置し、第二次・第三次産業の集積の構想についての協議・具体的な取り組みの実行

Ⅱ　産業間の連携戦略
起業や新事業展開の促進

起業分野の取り組みの概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

地域の持続的な発展をもたらすためには、継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成していくことが重要です。この「新たな挑戦」には、新しく事業を立ち上げることもありますし、既存の事業における強みを生かして、新商品の開発や新しい事業展開を行うこともあります。

こうした「新たな挑戦」がそれぞれの地域で継続的に行われてこそ、地域の産業の活力は維持・向上されますが、新たな事業を立ち上げるには、様々なスキルや資源を必要とすること、また、事業を立ち上げた後も経営が安定化するまでの間に乗り越えなければならない課題も多いことなどから、実際に事を起こす実践者にとって「新たな挑戦」はハードルの高いものとなっています。

このため、第3期計画では、新たに「起業や新事業展開の促進」を連携テーマとして位置づけ、「起業に関心がある人を増やす」・「起業にチャレンジする人を増やす」・「起業件数を増やす」ことに重点を置いて、起業等に挑戦される方の思いや準備状況に応じた段階ごとの後押しができるよう取り組みを進めています。

まず、平成28年9月には、起業に関心がある人を増やしていくために、起業や新分野への挑戦を考えている方、専門家や支援機関の方、先輩起業家等が集う「こうち起業サロン」の取り組みをスタートさせました。このサロンでは、「起業に興味があるが何から始めればよいか分からない」・「アイデアはあるが具体的な進め方に悩んでいる」といった方などを対象に、先輩起業家による講演会や意見交換会などを毎月開催してきましたが、サロンの会員数が大きく伸びたこともあり、これまでの月1回のイベント的なサロンの開催だけでは、アイデアを事業化に結びつけていくサポートが難しくなってきました（28年度末の起業家会員172人）。

このため、平成29年度からは、起業にチャレンジする人を増やしていくことも見据え、起業コンシェルジュによる相談態勢の常設化や、様々な支援プログラムを新たに設けた通年のプロジェクト「こうちスタートアップパーク」を展開しています。その結果、起業サロンの会員数は、平成30年3月末現在で286人に達するとともに、起業コンシェルジュ等による個別相談件数も257件となるなど、起業にチャレンジする人は着実に増加していますが、今後さらに起業件数を増やしていくためにも、起業等にチャレンジしようする方々のそれぞれの成長ステージに応じたサポートをもう一段バージョンアップすることが必要となっています。

②第3期計画ver.3の取り組み

「起業や新事業展開の促進」では、2つの戦略の柱に基づき、関連する一連の施策の充実を図るとともに、産学官民連携センター「ココプラ」の取り組みと「こうちスタートアップパーク」が一体となって、起業を志す方々や新事業展開を目指す方々へのサポートを行っていきます。

■柱1　起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

起業件数を増やすための取り組みとして、アイデアを事業化につなげていくステップアップのためのプログラムを先輩起業家などの継続的なメンタリングも交えることで、より充実させるとともに、準備段階における資金確保の課題に対応できるよう、起業準備に必要な各種調査や試作品の製作費用、事業立ち上げ時の初期投資費用に対する補助制度を創設します。

また、都市圏在住の起業希望者を対象としたセミナーを東京・大阪で開催し、地域の資源や課題等のビジネスシーズの提供や、県内での現地ツアーなどを通じて、「起業するなら高知県で」という方々を増やして本県に呼び込んでくる取り組みも進めていきます。

さらに、様々なアイデアを呼び込む仕掛けとしてビジネスプランコンテストを実施し、優れたアイデアを持つ起業家を発掘するとともに、優れたプランについては事業化までサポートしていきます。

企業の新事業展開については、土佐まるごとビジネスアカデミーにおいて、新事業や新商品のアイデア発想や計画策定のプロセスを学ぶ「社内起業家育成支援講座」や、特定のテーマのもとに企業の技術者や大学の関係者等が集い、新分野進出のヒント探しなどを行う「似業種交流会議」を開催するなど、産学官民が連携した取り組みを進めていきます。

■柱2　起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート

事業者の皆様のもう一段、取り組みを強化したいというニーズに対してサポートをすることで、地域の資源を生かした地域アクションプラン等の取り組みへのサポートはもとより、ものづくりやIT・コンテンツ、食品などの各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までの各段階に応じた一貫したサポートを行っていきます。

連携テーマ《起業や新事業展開の促進》の展開イメージ　～持続的

分野を代表する目標

県のサポートによる起業・新事業展開件数
- ○起業・第二創業件数　現状（H28～H29累計（3月末時点））　75件 ⇒ ４年後
- ○新商品開発件数　現状（H28～H29累計（3月末時点））313件 ⇒ ４年後

戦略の柱１　起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

新事業展開の推進に関する取組み

【土佐ＭＢＡ】
- 新 おためしMBA
  - きめ細やかな情報提供や学びを体験できる機会の創出
  - 体験講座
  - ＭＢＡガイダンス
  - ＭＢＡカフェ
- 本科
  - 入門講座＋基礎講座
    - ■経営戦略コース
    - ■情報ビジネスコース
    - ■マーケティング・商品開発コース
    - ■組織・人的資源マネジメントコース
    - ■会計コース
    - ■財務戦略コース
    - ■事業管理コース
  - 応用講座
    - ■エグゼクティブコース
  - ビジネストレンドセミナー
  - スキルアップセミナー
- 実科
  - 新 社内起業家育成支援
    - 企業内での新事業立ち上げを促
  - 新事業創出講座
    - 企業の海外進出や異業種参入等促進

新分野進出のヒント探し
新 似業種交流会議
拡 企業訪問キャラバン
知財マッチング

起業推進の取組み

起業に関心がある人を増やす　顕在化　起業にチャレンジする人を増やす

モヤモヤ段階
具体的な起業準備はこれからで、何をどう進めればよいのかイメージができておらず、やる気の浮き沈みが激しい段階

アイデア段階
目指す方向が具体化してきており、その実現に向けを抱えているかを探り、解消するための方法（アイデ

（起業支援プログラム）こうちスタートアップパーク

拡 （起業家インタビュー等の記事掲載）広報・啓発機会の拡充

起業コンシェルジュ
起業経験者による個別相談を通じて、日々の起業準備をサポー

拡 スタートサロン
- ・起業への意識を高め、ともに起業に取り組む仲間づくり
- ・起業家による基調講演や起業準備を体験するワークショップにより参加者の交流を促進

拡 第１段階（S
- ・アイデアの実効性、有効性
- ・事業アイデアの具体化

デモデイ
商品やサービスの試作品を披
声を聞いて磨き上げ

誘導

ビジネスプランコンテスト

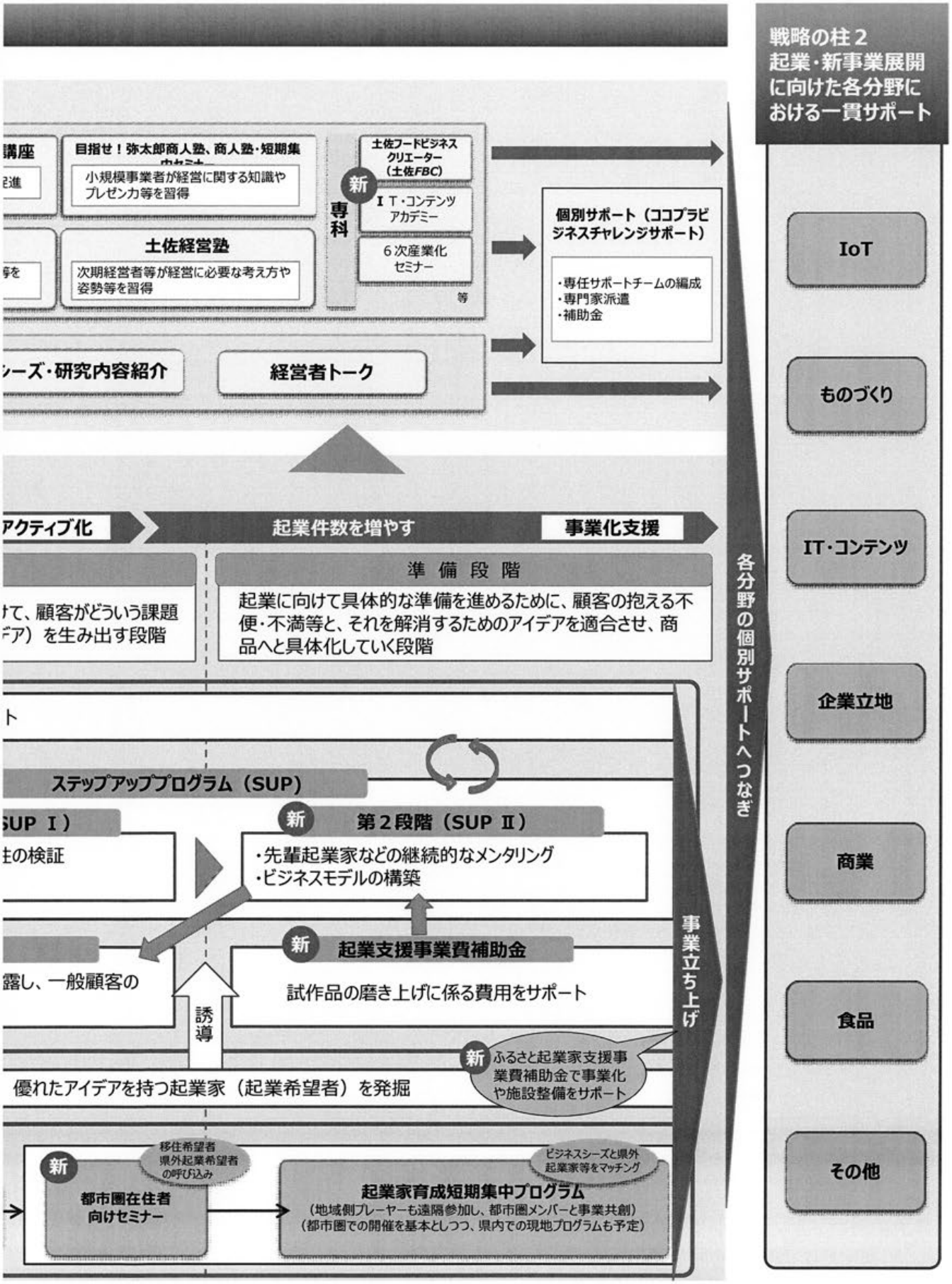
ローカルベンチャー創出プログラム
（優れたアイデアの発掘や都市圏からの呼び込みを目的として実施）

ナリワイスタートアップサロン
- ・地域の資源や課題からビジネスシーズの掘り起こし
- ・掘り起こしたビジネスシーズの見える化
- ・ビジネスシーズと起業家等とのマッチング

ビジネスシーズの情報提供

に新たな挑戦が行われる環境をつくる～

（H28～H31累計）100件 ⇒ 6年後（H28～H33累計）150件 ⇒ 10年後（H28～H37累計）　250件
（H28～H31累計）500件 ⇒ 6年後（H28～H33累計）750件 ⇒ 10年後（H28～H37累計）1,250件



連携テーマ(起業や新事

分野の目指す姿	持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる
分野を代表する数値目標	県のサポートによる起業・新事業展開件数 ○起業・第二創業件数　現状(H28～H29累計(3月末時点)): 75件 ⇒ 4年後(H28 ○新商品開発件数　現状(H28～H29累計(3月末時点)):313件 ⇒ 4年後(H28

戦略の柱

1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

戦略の方向性

起業や新事業展開を目指す方々の事業プランづくりからその実践までを、ココプラとこうち起業サロンが一体となって、それぞれのステージごとに切れ目なく後押しする

取組方針・主な「◆」具体的な取り組み

(1)起業(第二創業含む)に関する総合的なサポート

◆[拡充]「こうち起業サロン(こうちスタートアップパーク)」を中心とした段階別サポート
◆[拡充]中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した、都市圏の起業希望者の呼込み
◆[拡充]アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、知財マッチング、企業訪問キラバン)
◆サポートプログラムによる磨き上げ(ココプラビジネスチャレンジサポート等)
◆ビジネスプランコンテストの開催
◆起業・就業マインドを持つ都市部人材の誘致(再掲)
◆[拡充]産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミ(土佐MBA)」の実施(再掲)

業展開の促進）の体系図

～H31累計）：100件　⇒　6年後（H28～H33累計）：150件　⇒　10年後（H28～H37累計）：250件
～H31累計）：500件　⇒　6年後（H28～H33累計）：750件　⇒　10年後（H28～H37累計）：1250件

2　起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート

各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までを一貫してサポートする

（1）IoTの推進
◆高知版IoTの推進（再掲）

（2）ものづくり分野でのサポート
◆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を強化（再掲）
◆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（再掲）
◆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（再掲）
◆［新規］生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出
◆［新規］生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出（再掲）
◆［新規］生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援（再掲）
◆［拡充］高付加価値な製品開発への支援（再掲）
◆［新規］生産性を高める設備投資の推進（補助制度＋融資制度）（再掲）
◆［新規］工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化（再掲）
◆「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（再掲）
◆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（再掲）

（3）IT・コンテンツ分野でのサポート
◆本県ならではの企業への支援策を生かしたIT・コンテンツ関連企業の立地促進（再掲）
◆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（再掲）
◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進（再掲）

（4）企業立地分野でのサポート
◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現（再掲）
◆立地企業を核とした新たな企業の誘致（再掲）

（5）商業分野でのサポート
◆商店街のにぎわい創出への支援（再掲）
◆新規創業・店舗魅力向上への支援（再掲）

（6）食品分野でのサポート
◆［拡充］市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化（再掲）
◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築（再掲）
◆［新規］本県の強みを生かした商品づくりを伴走型で支援（再掲）
◆［拡充］ 食品ビジネスまるごと応援事業の強化（再掲）
◆地域アクションプランの実行支援（再掲）

（7）その他の分野でのサポート
◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援
◆創業融資メニューの活用促進（再掲）

分野	連携テーマ《起業や新事業展開の促進》
戦略の柱	1　起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

戦略の方向性	■起業や新事業展開を目指す方々の事業プランづくりからその実践までを、ココプラとこうち起業サロンが一体となって、それぞれのステージごとに切れ目なく後押しする

戦略目標	目標	
	―	―

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	起業（第二創業含む）に関する総合的なサポート	○起業等に関する新たな相談窓口の設置 ・平成28年4月に起業等に関する新たな総合相談窓口を設け、関係機関と連携したサポート体制を構築。また、同年9月からは「こうち起業サロン」を開催するなど、継続的に新たな挑戦が行われる環境づくりを進めた。 ・H29年6月から「こうち起業サロン」の取り組みを進化させて、起業に向けた体系的な支援プログラムである「こうちスタートアップパーク」を開始し、起業コンシェルジュによる相談体制を整え、起業を目指す方の準備状況に応じたきめ細かなサポートを行った。 相談件数　H28　65件　　H29　257件 ○ココプラ発の新事業展開プロセスの支援 ・新事業展開に関するノウハウを集中的に学べる講座を開設するとともに、ビジネスのアイデアやシーズ・ニーズを事業化に結びつけるための支援（相談対応やビジネスプランの磨き上げなど）を行った	・起業に向けた準備段階は様々であり、起業の実現に向けたサポートの強化が必要 ・起業や新事業展開にチャレンジする人をさらに増やしていくためには、潜在的起業家層へのアプローチの強化が必要 ・企業間の交流や大学等との協力など産学官連携による新事業展開の促進の強化が必要
		・「高知家で暮らす。」の積極的な情報更新や、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知への移住関心層をスムーズに移住相談や「暮らし隊」会員の新規登録につなげることができた。 移住相談者数　H23:1,254人→H28:3,740人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H28:790人	・他県の移住促進策の取組が加速化する中、競争に打ち勝つことが必要。 ・移住の入り口となる相談件数の更なる増加を図る取り組みの強化が必要。
		【産学官民連携センター】 本県の産業人材育成の核となる取り組みとして、平成24年度から産学官連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」をスタート。新商品開発や販路開拓による事業規模拡大、受講生同士のコラボ商品の開発などの成果が出ている。 「土佐まるごとビジネスアカデミー」の延べ受講者数 H24：1,672名　H25：1,648名　H26：1,921名 H27：1,718名　H28：3,006名 H29：4,313人	【産学官民連携センター】 ○情報発信の強化・学びを体験できる機会の提供 ○ニーズに対応したカリキュラムへの再編 ○地域で学ぶ機会の拡充 ○土佐まるごとビジネスアカデミーとして必要十分で分かりやすいカリキュラム構成に再編するとともに、新たな受講者の掘り起こしや、県内各地での学びの場の拡大が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
―	―	―	―	―

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【起01】◆「こうち起業サロン(こうちスタートアップパーク)」を中心とした段階別サポート(H30拡充)					○			
【起02】◆中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した都市圏の起業希望者の呼び込み					○			
【起03】◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、知財マッチング、企業訪問キャラバン)(H30拡充)					○			
【起04】◆サポートプログラムによる磨き上げ(ココプラビジネスチャレンジサポート等)					○			
【起05】◆ビジネスプランコンテストの開催					○			
(再掲)【移住08】◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致			○		○		○	
(再掲)【担い手01】◆産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施(H30拡充)					○		○	○

分野	連携テーマ《起業や新事業展開の促進》

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【起01】 ◆「こうち起業サロン(こうちスタートアップパーク)」を中心とした段階別サポート （H30拡充）	・「こうち起業サロン」を進化させた「こうちスタートアップパーク」の取り組みを通じて、起業希望者を支えるコミュニティを形成し、新たなチャレンジを次々と生み出す環境の構築を目指す。 ・モヤモヤ段階からアイデアをプロダクトへと具体化していくために、下記の段階別サポートを展開。 ①「起業コンシェルジュ」を配置し、起業希望者へのメンタリング（起業相談）を実施 ②自身の志から事業アイデアを掴むとともに、起業への第一歩を後押しする「スタートサロン」の実施 ③事業アイデアをサービスやプロダクトへと具体化していく「ステップアッププログラム」の実施 ④一般の方にお披露目し、フィードバックを得る「デモデイ」の実施 ・資金面では、「起業支援事業費補助金」によりプロトタイプ（試作品）の構築等を支援するとともに、クラウドファンディング型ふるさと納税の仕組みを活用した「ふるさと起業家支援事業費補助金」で事業化を後押しする。	こうち起業サロンの会員数	－（H27） ↓ 286会員 （H28～H29累計） ※H30.3月末時点 ↓ 400会員 （H28～H31累計）
【起業02】 ◆中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した都市圏の起業希望者の呼び込み	「ローカルベンチャー創出プログラム」を通じて、都市圏等から起業家等を地域に呼び込む。地域の有休資源や課題を事業シーズとしてデータベース化し地域外にも見える化するとともに、東京等で開催するセミナー等で、それらを活用する事業アイデアを持つ起業家等とのマッチングを行う。また、都市圏の起業希望者等と高知県側のプレイヤーが共に事業開発を行うプログラムを実施し、高知県での新たな起業等の創出に繋げる。	本支援事業を介した起業件数	－（H27） ↓ 0件 （H28～H29） ↓ 6件 （H28～H31累計）
【起】 ◆土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）	起業家マインドを持った人材を育成するために、「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」（基礎編）に「起業家養成講座」を開設する	起業家養成講座の受講者数	－（H27） ↓ 69名（H29） 29年度に終了

戦略の柱	1　起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート
取組方針	1　起業（第二創業含む）に関する総合的なサポート

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

事業アイデアの具体化や磨き上げをサポート

県産学官民連携・起業推進課：起業希望者、先輩起業家、起業をサポートする方々が集い、起業や新たな事業展開に取り組むことを応援するプログラム（こうちスタートアップパーク）を運営し、会員の準備段階等に応じたサポートを実施
・交流機会の提供、メンタリングの実施（起業コンシェルジュ設置、起業段階別プログラムの実施）
・個別相談の実施（専門家や起業経験者等による相談対応、オンライン個別相談の開設）

県関係部局：起業や新事業展開に関心のある方を「こうちスタートアップパーク」に誘導
産業支援機関：サポーター会員として新たなチャレンジ（起業や新事業展開の取り組み）への助言・伴走支援、各機関への相談者に対し「こうちスタートアップパーク」の取組紹介

移住者等による小さな起業への支援 → 都市圏からの起業家等の地域への呼び込みを通じた新たな起業の創出

県産学官民連携・起業推進課：地域の有休資源や課題をデータベース化するとともに、それらを活用する事業アイデアを持つ起業家等とのマッチングを実施
東京等で事業開発プログラムを開催。都市圏の起業家等と高知県側のプレイヤーがともに事業開発を行うことを通じて、高知県の中山間地域での新たな起業等（ローカルベンチャー）の創出に繋げる。
県移住促進課：都市圏在住者向けセミナー等の参加者確保に向けた広報など
地域の移住支援団体等：移住者等による起業に対して相談支援等の実施

土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）

※H30以降は こうちスタートアップパークで対応

シンクタンク、県産学官民連携センター等 ： 研修（教育）内容の検討、研修講師
県産学官民連携センター ： 全体調整、研修運営、土佐MBA相談員の配置等による受講生へのフォローアップ

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【起03】 ◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、知財マッチング、企業訪問キャラバン)(H30拡充)	起業や新事業展開につながるビジネスのアイデアを生み出し、磨き上げるために、連続講座の開催、大企業等の開放特許と本県中小企業が持つ技術とを結び付ける知財マッチングの開催や、関係機関が連携して企業訪問し、共同研究テーマ等の提案を行う企業訪問キャラバンを実施する	①連続講座の開催講座数、参加者数 ②知財マッチングの開催回数、成約件数 ③企業訪問キャラバンの企業訪問数	①4講座、143人(H27) ↓ 4講座、139人 (H28～H29 累計) ↓ 16講座、400人 (H28～H31 累計) ②－(H27) ↓ 説明会3回、アイデアソン3回、0件 (H28～H29 累計) ↓ 4回、4件 (H28～H31 累計) ③2社(H29) ↓ 2社(H29) ↓ 20社 (H29～H31 累計)
【起04】 ◆サポートプログラムによる磨き上げ(ココプラビジネスチャレンジサポート等)	ビジネスのアイデアやシーズ、ニーズを事業につなげるため、専任サポートチームを結成し、専門家の派遣や補助事業の活用等によるビジネスプランの磨き上げをサポートする	ココプラビジネスチャレンジサポート等による支援件数	4件(H27) ↓ 31件 (H28～H29 累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【起05】 ◆ビジネスプランコンテストの開催(H29拡充)	県内に新しいビジネスが起こり続ける環境を整え、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 また、入賞プラン等に対して、磨き上げのプログラムの提供、補助事業の活用等によるプランの事業化をサポートする	ビジネスプランコンテストへの応募件数	15件(H27) ↓ 36件(H29) ↓ 60件

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

アイデアを生み出し、磨く機能を強化（連続講座、知財マッチング、企業訪問キャラバン）

連携協定企業 ： 研修講師、開放特許の提供、企業訪問先のリストアップ
シンクタンク等 ： 連続講座の内容の検討、研修講師
県内高等教育機関 ：研修講師、知財マッチングのフォロー、研究内容等の情報提供、企業訪問キャラバン後のフォロー
県産学官民連携センター ： 全体調整、知財マッチングのフォロー、似業種交流会議の開催、企業訪問キャラバン後のフォロー

サポートプログラムによる磨き上げ（ココプラビジネスチャレンジサポート等）

専門家 ： 専任サポートチームへの参加、サポート事業へのアドバイス
産業振興支援機関：専任サポートチームへの参加
県内高等教育機関 ：専任サポートチームへの参加
県産学官民連携センター ： 専任サポートチームの編成、全体調整
県関係部局 ： 専任サポートチームへの参加

ビジネスプランコンテストの開催

連携協定企業 ： ビジネスプランコンテストの協賛、審査員
県産学官民連携・起業推進課 ： 全体調整、ビジネスプランコンテストの運営

入賞プラン等の事業化に向けた支援

県産学官民連携・起業推進課 ： 全体調整、入賞したビジネスプラン等の事業化に向けたフォロー

分野	連携テーマ《起業や新事業展開の促進》
戦略の柱	2　起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート

戦略の方向性	各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までを一貫してサポートする

戦略目標	目標	
	―	―

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	IoTの推進	・H28年7月に高知県IoT推進ラボを設立し、国により「地方版IoT推進ラボ」として選定される ・高知県IoT推進ラボ研究会の会員を幅広く募集し、定期的なIoTセミナーや現場視察を開催 ・研究会会員数：133社（H30年末時点） ・H29セミナー開催数：7回 ・H29現場視察・意見交換会：8回（農業3回、林業1回、水産業1回、その他3回） ・IoTプロジェクトの創出件数21件（H28-H29末累計） ・IoTプロジェクト自立件数1件（H28-H29累計） ・IoT技術を活用するテーマを掘り起こすため、課題抽出アドバイザーが一次産業や公共サービスの現場の課題抽出を実施	・県内事業者の多くは、IT活用が限定的 ・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 ・IoTに関する「システム」「サービス」の試作開発を行うための費用への支援 ・IoT技術の活用やデータ分析を行うスキルを身につける人材育成
2	ものづくり分野でのサポート	・産学官連携会議の開催等により、産学官の連携意識が向上 ・産学官連携産業創出研究推進事業（実用化研究）、産学官連携事業化支援推進事業（事業化研究・応用研究）による支援を実施 （実用化研究） 支援件数：15件（H23～H29） 事業化件数：5件（H23～H29） （事業化研究） 支援件数：3件（H29） 事業化件数：0件（H29） （応用研究） 支援件数：1件（H28～H29） 事業化件数：2件（H28～H29） ・引き続き事業化や、さらに付加価値の高い製品づくり、多分野での産業利用に向けた研究開発が進んでいる ・民間シンクタンク等をメンバーとする「事業戦略支援会議」の指示・助言を受け企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」の策定・磨き上げ・実行をサポート ●事業戦略支援会議の開催　12回（H29） ●事業戦略の策定(H28からの累計) 着手111社（内完成87社） 着手予定15社　計126社 ・事業戦略に取り組む企業の掘り起こしや意識の醸成を目的とする普及啓発セミナーや課題に応じたセグメント（要素）別セミナーの開催 ●普及啓発セミナーの開催　1回（5/10　202人） ●セグメント別セミナーの開催　6回 6/19「経営・財務」11人、7/18「企画・マーケティング」19人、8/28「研究開発・設計」17人 、9/29「製造」29人、10/27 「販売」15人、11/30「サービス」13人 ・全国に通用する製品づくりを目指して、県内事業者が新たに取り組む製品開発について、企画段階から販路拡大までをまとめた事業化プラン（製品企画書）を作成支援 ●事業化プランの作成　策定済26件(H29)	・事業戦略と絡めた案件のさらなる掘り起こし ・工技センター、紙技センター等との連携

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
―	―	―	―	―

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(再掲)【商16】◆高知県IoT推進研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出	○			○				
(再掲)【商17】◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援	○			○				
(再掲)【商23】◆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を強化	○							
(再掲)【商03】◆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								○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	ものづくり分野でのサポート	・ものづくり地産地消・外商センターを中心として、総合相談窓口を設置し、機械装置開発のマッチング等を実施したほか、「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援し、企業の商品開発への支援を行った ●相談件数673件（H29） ●マッチング件数495件(H29) ・ものづくりの地産地消の推進と高知発の製品・技術を広く県外・海外へ発信する「ものづくり総合技術展」を開催 ●11/16～18　132事業者出展、22,706人来場（うち、小中校生2,439人）、商談　730件 ・「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援 ●補助事業による支援件数128件（H22～H29） ・H29年7月までに農林水産業の各分野ごとの3つの生産性向上プロジェクトチームを設置 ・プロジェクトチームが生産現場を訪問するなどしてニーズ抽出を実施するとともに、生産性向上推進アドバイザーとともにニーズに応える機械化やIoT化のプロジェクト創出に向けた仕様書を作成	・各分野の生産性向上PTや関係機関と連携した機械化案件の増加や製品の磨き上げ ・高知発の製品・技術の周知と、外商につなげていくための商談機会の確保 ・高知県の未来の担い手である小中学生、高校生等の来場をさらに増やすための教育機関との連携 ・開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要 ・「防災関連産業」や「紙産業」など、機械設備以外の開発ニーズに対応できるよう補助対象の拡大が必要 ・機械・IoTシステムを開発するシーズ側企業が試作開発を行うための補助金の裏負担への投資のリスクが大きい ・機械、IoTシステムを導入するニーズ側（一次産業生産者等）が製品を導入するための費用負担ができず、試作開発に躊躇するシーズ側が多い
		・「ものづくり産業強化事業費補助金」により、県内企業が実施する試作開発・製品改良を支援 ●補助事業による支援件数128件（H22～H29）	・開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要 ・「防災関連産業」や「紙産業」など、機械設備以外の開発ニーズに対応できるよう補助対象の拡大が必要
		・ものづくり産業強化事業費補助金により、県内企業の積極的な設備投資を支援 （本補助金の取組みとこれまでの成果） ●本補助金への申請件数：58件（H24～H29累計） ●本補助金活用による生産能力増加額：107.3億円 （H24～H29.） ●本補助金活用による雇用創出数：139人 （H24～H28）	・人手不足を補い、各事業者の競争力を高めるために、省力化、効率化のための設備投資の促進が必要 ・事業戦略や生産性向上に向けた計画の策定支援から設備投資を促す融資の実行までの一連の仕組みの強化
		【新製品・新技術の開発】 ●分科会活動の実施 複合加工機分科会、CNF分科会、紙質分科会、 土佐方式分科会、素材製造技術分科会を設置 開催数：のべ9回　参加者：のべ40社、67人 ●研究会活動の実施 複合加工機研究会、CNF研究会、紙質研究会、 リサイクル炭素繊維研究会、素材製造技術研究会を設置 開催数：のべ178回　参加者：のべ211社、416人 ●支援体制の強化 新たな機械設備を活用した技術支援を実施 紙産業振興アドバイザー：派遣8件 専門知識を持った企業OBの配置：4名 ●新製品開発数4件 ●研究会活動等による企業の設備導入1件	・早期の製品開発プラン作りを支援し、新製品の開発につなげることが必要 ・新規材料関連製品の県内企業の参画や評価方法の確立

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
（再掲）【商06】◆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	○							
（再掲）【商12】◆生産性向上プロジェクトチームによるニーズ抽出（H30新規）	○			○				
（再掲）【商13】◆生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズのマッチング等によるプロジェクト創出（H30新規）	○			○				
（再掲）【商14】◆生産性向上プロジェクトチームで抽出したニーズの試作開発支援等による製品開発支援（H30新規）	○			○				
（再掲）【商08】◆高付加価値な製品開発への支援（H30拡充）	○							
（再掲）【商18】◆生産性を高める設備投資の推進（補助事業＋融資制度）（H30新規）	○	○		○				
（再掲）【商19】◆工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化（H30新規）	○			○			○	
（再掲）【商21】◆「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	○		○				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
2	ものづくり分野でのサポート	・メイドイン高知の防災関連製品の地産地消・外商を推進するため、「交流」「地産」「地消」「外商」の各段階に応じて企業を支援することにより、関連製品の製品数・売上高ともに伸びてきたもののやや鈍化している ●防災関連産業交流会会員数　H24：77社 ⇒H29：182社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H29：37件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H29：132製品 ●県外見本市への出展　H24～H29：49回、306社 ●防災関連製品売上高　H24:0.6億円、H25:10.9億円、 H26:48.5億円、H27:52.0億円、 H28:47.4億円、H29:52.6億円（目標額）	・開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要 ・機械装置以外の開発ニーズに対応できるよう補助対象の拡大が必要
3	IT・コンテンツ分野でのサポート	・IT・コンテンツ企業立地助成制度を活用した誘致活動を展開 ●企業訪問件数　H27～H29：303件 ●企業立地件数　H25～H29：14件 ・IT・コンテンツビジネス起業研究会において、事業計画策定等に関する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 ●事業化プラン認定件数　H22～H29：11件 ・起業研究会会員の商品・サービスと県内企業等のニーズをマッチングし、相互取引を促進 ●成約件数　H27～H29：9件（H28　申込分の成約1件）	 ・事業化プラン案の迅速なブラッシュアップ ・県内企業等のニーズの更なる掘り起こし
4	企業立地分野でのサポート	・製造業と事務系職場を中心に企業誘致を展開、さらに、第一次産業やコンテンツ産業など、本県の強みを生かした誘致を進めるため、全庁的な総合支援体制により、企業立地を推進 ・立地決定件数：62件（H24～29年度末） ・地理的条件の影響が少なく、雇用創出に即効性があるバックオフィスやコールセンターを中心に、全国トップクラスの支援制度や人材確保を中心とするきめ細かなアフターフォローを強みとして誘致活動を実施	・庁内外での立地案件の掘り起こしと、有望な案件への総合支援チームによる誘致活動の展開 ・企業のニーズを踏まえた各部局との連携強化 ・企業ニーズにあった人材の不足への対応 ・主に県中心部に集積が進みつつある事務系職場の立地の更なる加速化と、県内各地域への立地の実現 ・また、企業ニーズにあった人材の不足への対応
5	商業分野でのサポート	・高知市および四万十市の中心商店街については、継続しての活性化に向けた支援を行い、その他中山間地域の中心商店街や商業集積地については、新規事業などを組合せながら支援を行っている ・チャレンジショップが12箇所、中山間地域でグループが6箇所以上掘り起こせ、新たな活動などにつながっている	・「活動初期の商業者グループ」や「戦略づくりに取り組む組織」など、各ステージに応じたそれぞれの活性化策について協議する中で、「関係者間の危機意識の差」、「空き店舗や閉店した店舗の有効活用ができていない」などが共通課題としてあり、振興計画の策定や戦略づくりがすすんでいない
6	食品分野でのサポート	・工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された ・食品事業者を核として、産学官が集うプラットホームを構築し （H29～）、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供（セミナー・勉強会参加者H29：187社（累計）延べ523名）	・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 ・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 ・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
（再掲）【商20】◆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	○							
（再掲）【商47】◆本県ならではの企業への支援策を生かしたIT・コンテンツ関連企業の立地促進	○				○			
（再掲）【商48】◆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	○				○			
（再掲）【商49】◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進	○				○			
（再掲）【商36】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現	○	○						
（再掲）【商46】◆立地企業を核とした新たな企業の誘致	○							
（再掲）【商24】◆商店街のにぎわい創出への支援	○					○		
（再掲）【商25】◆新規創業・店舗魅力向上への支援	○					○		
（再掲）【商22】◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化（H30拡充）	○	○						
（再掲）【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築	○				○		○	○
（再掲）【外商11】◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援（H30新規）	○				○			

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
6	食品分野でのサポート	・食品ビジネスまるごと応援事業を活用して、商品開発・改良など各事業者の個別課題に対応したサポートチームを編成し、事業化の取り組みをトータルでサポート ⇒サポートチームの設置 H28：46件、H29：37件 ⇒事業化プランの策定支援 H28：37件、H29：28件 ⇒食品産業総合支援事業費補助金による支援 H28：23件、H29：22件	・本県食品産業のさらなる発展に向けては、商品の開発や製造、販売といった各段階における事業者の様々な課題にこまやかに対応していくことが必要 ・また、公社の活動等によって蓄積してきたマーケット側の情報や事業者ニーズなどを活用して、食品ビジネスまるごと応援事業の積極的な活用を働き掛け、商品開発等の一層の促進が必要
		・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施。これにより、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦により事業は順調な成長を続けており、地域の雇用の創出と所得の向上につながっている （これまでの実績[H29実績見込み含む]） ※産振総合補助金　245件　39.9億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー 494件 ※地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画（H21～23）：623人 第2期計画（H24～27）：522人 第3期計画（H28～29）：363人 ※産振総合補助金を活用した事業の売上の増加額（単年度）H28：64.6億円	・地域アクションプランの取組を地域に定着・拡大させるとともに、地域の産業を牽引する意欲ある実践者の育成等による新たな取組の創出が必要 ・地域産品を活用した加工品づくり等の取組を広げ、地域住民の所得向上につなげるため、新規案件の掘り起こしと、個々のビジネスのブラッシュアップを図ることが必要 ・学校給食の計画的でバランスのとれた献立作成と、安全・安心でおいしい給食を提供する必要があるなかで、関係者間での食材の確保、安定的な規格での納品、円滑な配送等の協力体制の強化が必要
7	その他の分野でのサポート	・市町村が整備する中山間地域等シェアオフィスの利用を促進 ●シェアオフィス設置　県内8ヵ所 ●入居企業16社（うち県内事業者9社、県外事業者7社） ・入居事業者が農業・林業インターンシップの企画運営による移住・就業支援や、地元自治体のCM・PR動画の製作等を行っており、雇用の拡大だけでなく地域の活性化にも寄与	・シェアオフィスへの入居促進活動の強化
		・平成28年度に県制度融資の創業融資メニューを改め、金利を引き下げるとともに以内金利を導入することで、新たに起業する者の負担をより軽減するなど資金面での支援を行った H28～H29融資実績件数：134件	・起業者及び金融機関への、融資メニューの周知

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
（再掲）【外商34】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化（H30拡充）	○	○						
（再掲）【外商12】◆地域アクションプランの実行支援	○	○			○	○		
（再掲）【商50】◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援	○				○			
（再掲）【商51】◆創業融資メニューの活用促進	○				○			

Ⅱ　産業間の連携戦略
産学官連携による力強い産業の礎を築く

連携テーマ《産学官連携による力強い産業の礎を築く》の概要

①産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社のみで研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業が少ないという弱みがあります。

こうした課題を克服するため、産学官連携により「産」の持つ技術やノウハウ、「学」の持つ智恵や研究開発力、「官」（行政）の持つ資金やネットワークを連携させることによって、地域資源の強みを生かした製品づくりや人材育成などを推進することが重要です。

そのため、県内の産学官で構成する「産学官連携会議」や産学官民連携のプラットフォームとなる「産学官民連携センター（ココプラ）」を設置し、取り組みの強化を図ってきました。

これまでの取り組みにより、産学官民の交流機会が数多く創出されるとともに、ファインバブル（微細気泡）の発生装置や、本県で初となる医療用装置（動脈の可視化装置）が開発されるなどの成果が表れてきました。

今後も、さらなる産学官民の連携・交流により、様々なアイデアが生み出され、新たな事業化につながる土壌を醸成するための取り組みを、より一層進めていく必要があります。

②第3期計画ver.3の取り組み

産学官民連携センターの3つの拠点機能を十分に発揮させることで、知が人を呼び、人が知を呼ぶという好循環を生み出し、様々なイノベーションの創出につなげるとともに、産学官連携の一層の強化による産業振興を目指します。

○産学官民連携のプラットフォームの設置

産学官民連携センターでは、次の3つの拠点機能により、様々なイノベーションの創出につなげていくことを目指した取り組みを進めます。

1つ目に「知の拠点」機能として、産学官民連携についての企業や地域などのニーズにしっかり対応し、それを事業化につなげていくため、県内高等教育機関のコーディネータを配置するなど、県内高等教育機関と連携した相談窓口を設置します。

2つ目に「交流の拠点」機能として、県内外から多くの人材や知恵を呼び込み、課題解決・ビジネスチャンスにつなげるため、大学等のシーズ・研究内容紹介や連続講座など産学官民の交流の機会を積極的に創出します。

3つ目に「人材育成の拠点」機能として、産業振興・地域振興の担い手となる人材を育成するため、土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）において様々な研修事業を実施します。

○産学官連携によるイノベーションの創出

産学官連携会議を開催し、相互の情報共有や交流を促進するとともに、科学技術を活用した新事業・新産業の創出を目指します。また、個別課題に応じたプロジェクトチームを設置し、産業利用が期待される研究テーマについて、関係機関や部局間の連携による共同研究や事業化を推進することで、より大きな産業の振興につなげていきます。

具体的には、本県の産業振興につながる可能性のある有望な研究テーマについて、次のとおり各フェーズに応じた切れ目ない一貫支援を実施します。

1　実用化研究（大学等の研究シーズや企業ニーズに基づき、概ね3年程度で事業化研究（製品化の研究）へ移行するなど将来的に事業化が期待できる研究開発）

2　事業化研究（大学等の中期的な研究成果や企業の優れた技術等に基づく、概ね2年程度で製品または試作品開発が見込める研究開発）

3　応用研究（これまでの研究成果により事業化されたコア技術を活用し、産業間・企業間連携をさらに推進することで、多分野での産業利用やものづくりにつながる研究や製品改良等）

連携テーマ「産学官連携による力

～産学官の連携・交流により、様々なアイデアが生

高知県産学官民連携セン

～「高等教育機関の知見・活力」・「永国寺キャンパス内に設置」

知の拠点　県内の高等教育機関につなぐ相談窓口の設置

交流の拠点　産学官民の交

産学官共同研究への重点支援

❒学の研究シーズなどを生かした共同研究を重点的に支援
・各フェーズ（実用化研究・事業化研究・応用研究）を切れ目なく支援

産学官連携会議

❒県内の産学官連携を強化し、相互の情報共有や交流を促進するとともに、科学技術を活用した新産業の創出などを目指す

❒大学等のポテンシャルを活かした産学官共同研究や人材育成などを推進し、本県の産業振興や地域の活性化に寄与する

個別課題に応じたプロジェクトチームの設置

・ファインバブル（微細気泡）プロジェクト
・機能性表示プロジェクト

交流・連

❒産学官民連携に関す
コーディネーター等が連

・新事業展開に向けた
な相談に産学官民の

❒課題解決・ビジネスチ
様々な交流機会を創出

・大学等のシーズ・研究
究内容をテーマに意見

・経営者トーク（県内
の強みやニーズの紹介

・アイデアソン（起業機
ループディスカッションを

・連続講座（ビジネス
た　様々なテーマの連

県内外の英知を導入し、

県外機関等
- 大学
- 研究所
- 企業
- その他機関

県内高等教育機関
- 高知県立大学
- 高知工科大学
- 高知高専
- 高知学園短期大学
- 高知大学

農業振
林業振興
水産振

強い産業の礎を築く」の展開イメージ

み出され新たな事業化につながる土壌を醸成する～

ター（愛称：ココプラ）

]を活かし県勢浮揚を目指す“３つの(つながる)拠点機能”～

流機会の創出

人材育成の拠点

産業振興や地域振興につながる人材の育成

連携機会の創出

る様々な相談に、アドバイザーや携して対応

支援として、事業化に関する多様連携によるアドバイス等を実施

ャンスにつなげるため、次のとおり、

究内容紹介（大学等のシーズや研交換や連携のアイデアを出し合う）

の企業経営者が講師となり、企業、創業のノウハウ等を紹介）

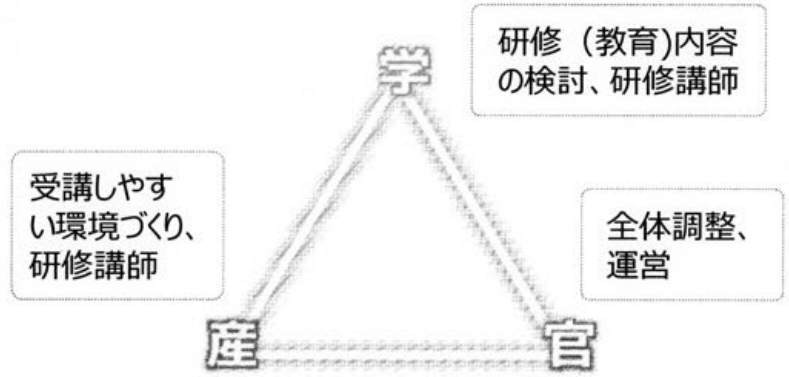
機運を盛り上げ、アイデアを見出すグ定期的に開催）

のアイデアやプランの磨き上げに向け携講座の開催）　　等

産業人材の育成 →連携テーマ「担い手の育成・確保」

人材育成のメニューを体系化し、受講者のニーズやレベルに応じて受講できるような環境を整備し、本県の産業や地域を支える人材育成を進める

□土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）



イノベーションを創出

県の産業振興関係部局

- 産業振興推進部
- 興部
- 商工労働部
- ・環境部
- 観光振興部
- 興部
- その他関係部局

県内関係機関等

- 産業振興センター
- 企業
- 工業技術センター その他公設試
- 金融機関
- 経済団体等
- 市町村、地域 等
- NPO

連携テーマ（産学官連携による

分野の目指す姿	産学官の連携・交流により、様々なアイデアが生み出され新たな

戦略の柱

1　産学官連携強化による産業の振興

戦略の方向性

産業振興に資する産学官連携の取り組みを推進

取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」

（1）産学官連携のプラットフォームの設置

◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進

（2）産学官連携によるイノベーションの創出

◆県内で研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援を強化（再掲）

（3）産学官連携による具体的な取り組みの推進

◆県農産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究

◆園芸技術の試験研究機関と関係機関との連携強化（新技術、新商品の開発や技術支援等）

◆［新規］Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化（再掲）

◆試験研究機関の充実・強化（再掲）

◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援（再掲）

◆［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（再掲）

◆［拡充］市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化（再掲）

◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築（再掲）

力強い産業の礎を築く）の体系図

事業化につながる土壌を醸成する

分野	連携テーマ（産学官連携による力強い産業の礎を築く）
戦略の柱	1　産学官連携強化による産業の振興

戦略の方向性	産業振興に資する産学官連携の取り組みを推進

戦略目標	目標	
	－	－

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	産学官連携のプラットフォームの設置	【産学官民連携センター】 ・県内すべての高等教育機関の協力のもと、H27年4月、産学官民連携センターを開設。 ・大学等のシーズ・研究内容を紹介するセミナーに3年間で延べ1,586名が参加するなど、"知の拠点"機能が発揮されている。 ・ココプラビジネスチャレンジサポートで、34件の案件をサポートするなど、ビジネスアイデアやプランを事業化に結び付けるための支援システムが構築された	【産学官民連携センター】 ・変化する事業環境や受講者のニーズに合わせたカリキュラムの再編 ・ワンストップ窓口での相談や講座等を通じて出されたアイデアやシーズ、ニーズ等を事業に結びつける「ココプラビジネスチャレンジサポート」の仕組みの活用によって、より早くスムーズにビジネスプランを取りまとめる支援システムの効果的運用
2	産学官連携によるイノベーションの創出	・産学官連携会議の開催等により、産学官の連携意識が向上 ・産学官連携産業創出研究推進事業（実用化研究）、産学官連携事業化支援推進事業（事業化研究・応用研究）による支援を実施 （実用化研究） 支援件数：15件（H23～H29） 事業化件数：5件（H23～H29） （事業化研究） 支援件数：3件（H29） 事業化件数：0件（H29） （応用研究） 支援件数：1件（H28～H29） 事業化件数：2件（H28～H29） ・引き続き事業化や、さらに付加価値の高い製品づくり、多分野での産業利用に向けた研究開発が進んでいる	・研究成果を生かして、幅広い分野で活用できる製品の開発など事業化の拡大に向けた県内の研究機関、ものづくり企業等のネットワーク化 ・産業振興につながる有望な研究テーマのさらなる掘り起こし ・実用化研究の研究成果の事業化、事業化後の販路開拓などに向けた、産学官民連携センターや産業振興センター等の関連機関等との連携強化

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
-	-	-	-	-

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【産学官01】◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進					○		○	
(再掲)【商23】◆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を強化	○							

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	産学官連携による具体的な取り組みの推進	【農業】 〇Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化	【農業】 〇全国に次世代施設園芸の取組が普及 ⇒高知県農業の先進性の維持・発展のためには、システムの継続的な改善が必要
		【水産業】 〇クロマグロ ・人工種苗の基礎的な生産技術を確立 ［沖出し尾数］ H26：49尾、H27：1,045尾、H28：約17,000尾、 H29：約23,000尾 ［中間育成漁場の確保］ H29：新たな中間育成漁場を免許し、運用を開始 ［養殖種苗試験配布尾数］ H27：約100尾、H28：約3,000尾、 H29：約2,100尾(出荷サイズ約7,700尾生産) 〇カンパチ ・H28に民間事業者による事業レベルでの供給を開始 ［養殖種苗出荷尾数］ H28：12,000尾、H29：50,000尾 〇試験研究機能の充実・強化 ・H28に水産試験場古満目分場を開設し、運用を開始	【水産業】 【クロマグロ】 ・人工種苗の量産体制の確立 ・人工種苗の養殖現場への普及 ・人工種苗を活用したマグロ養殖への新規参入の促進 【カンパチ】 ・種苗の品質向上 ・中間育成漁場の適地等の検討(ベこ病感染のリスク回避) 【ブリ】 ・高品質な人工種苗の量産技術の確立
		【商工業】【海洋深層水】 ・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施 ・深層水を利用した共同研究や技術支援が増加し、スラリーアイスの利用拡大やスジアオノリの陸上養殖など6件の事業化を支援した	【商工業】【海洋深層水】 ・新分野開拓のための県内公設試、県内外大学、産業支援機関との連携
		【新製品・新技術の開発】 ●分科会活動の実施 複合加工機分科会、CNF分科会、紙質分科会、 土佐方式分科会、素材製造技術分科会を設置 開催数：のべ9回　参加者：のべ40社、67人 ●研究会活動の実施 複合加工機研究会、CNF研究会、紙質研究会、 リサイクル炭素繊維研究会、素材製造技術研究会を設置 開催数：のべ178回　参加者：のべ211社、416人 ●支援体制の強化 新たな機械設備を活用した技術支援を実施 紙産業振興アドバイザー：派遣8件 専門知識を持った企業OBの配置：4名 ●新製品開発数4件 ●研究会活動等による企業の設備導入1件	・早期の製品開発プラン作りを支援し、新製品の開発につなげることが必要 ・新規材料関連製品の県内企業の参画や評価方法の確立
		・工業技術センターの支援により、H28～29年度の累計で76アイテムの新商品が開発された	・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 ・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
		・食品事業者を核として、産学官が集うプラットホームを構築し(H29～)、新商品の開発や改良に向けた実践的な学びや個別商品の磨き上げなどの機会を提供(セミナー・勉強会参加者H29：187社(累計)延べ523名)	・商品開発力の強化など事業者が抱える様々な課題解決を図るため、セミナー・勉強会の開催による意欲の醸成やレベルアップを図るとともに、ものづくり系企業等との連携による新たな事業の創出など、具体的な行動につなげる仕組みづくりが必要

具体的な取り組み	基本方向							
	1	2	3	4	5	6	7	8
【産学官02】◆県農産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究	○							
【産学官03】◆園芸技術の試験研究機関と関係機関との連携強化（新技術、新商品の開発や技術支援等）	○							
（再掲）【農04】◆Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 （H30新規）	○			○		○		
（再掲）【水10】◆試験研究機能の充実・強化	○					○		
（再掲）【商11】◆海洋深層水の新たな分野への展開と県内企業の事業化支援	○							
（再掲）【商21】◆「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	○		○				○	
（再掲）【商22】◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化（H30拡充）	○	○						
（再掲）【外商10】◆食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットホームを構築	○		○					

分野	連携テーマ（産学官連携による力強い産業の礎を築く）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【産学官01】 ◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進	県内外の知恵や人材を導入し産学官民が連携して行う産業振興や地域の課題解決に向けた取組を促進するために、産学官民連携に向けたワンストップ窓口の設置、アイデアを生み出す仕組みづくり、新事業展開の促進、土佐MBAによる産業人材育成の推進を行う	県産学官民連携センターにおける産学官民が連携した事業化案件数	4件（H27） ↓ 9件（H29） ↓ 10件(H28～H31累計)

戦略の柱	1　産学官連携強化による産業の振興
取組方針	1　産学官連携のプラットフォームの設置

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進

県産学官民連携センター　：県内外の高等教育機関や企業等と連携し、相談窓口に寄せられたシーズやニーズ、交流事業、人材育成事業等を通じて出されたアイデア等を新事業展開につなげるための仕組みを構築・点検。必要に応じて修正を加えながら、取り組みを推進。

分野	連携テーマ（産学官連携による力強い産業の礎を築く）

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【産学官02】 ◆県農産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究	○本県産主要農産物の機能性成分を明らかにするため、分析並びに機能性を高める栽培方法を評価する ○農産物の機能性成分等を活かした有利販売を行うため、販売方法の検討、実践と評価を行う	機能性成分等をPRした農産物の品目数	－（H27） ↓ 0品目（H29） ↓ 3品目
【産学官03】 ◆園芸技術の試験研究機関と関係機関との連携強化（新技術、新商品の開発や技術支援等）（H30拡充）	○こうち新施設園芸技術の研究開発を推進するため、産学官の連携を図り、生産現場に対する技術支援を行う ①果樹分野では特産果樹の研究開発、技術の普及を図るため、高知県果樹研究協議会と連携し、研究成果を共有する ②茶分野では新製品を開発するため新たな製造技術を確立する	①中山間地域での有望果樹品目の選定 ②茶の新商品開発	①　－(H27) ↓ 候補として4品目を選定(H29) ↓ 2品目 ②　－(H27) ↓ 試作品の作成(H29) ↓ 1商品

戦略の柱	1　産学官連携強化による産業の振興
取組方針	3　産学官連携による具体的な取り組みの推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

機能性成分の分析 → 農産物の機能性を高める栽培方法の評価

機能性成分を活かした販売方法の検討 → 販売の実践と評価

農産物機能性成分活用研究会（県環境農業推進課、県地域農業推進課、県産地・流通支援課、県新産業推進課、県農業技術センター）により推進
県農業技術センター：県産主要農産物等の持つ機能性成分の分析及び生産現場における栽培方法の違いが機能性に与える影響を明らかにする
農産物機能性成分活用研究会：農産物の機能性成分等を活かした表示・PRなど有利販売に繋がる販売方法を検討、実践と評価を行う

機能性表示できる品目・成分の探索

機能性表示プロジェクトチーム会議（高知大学、県立大学、企業、県関係各課）との連携により、機能性表示できる品目・成分の探索。農産物の機能性表示食品としての有効性の検討

産官学連携によるこうち新施設園芸技術の研究開発

試験研究機関 ： こうち新施設園芸技術の研究開発。高知大学との企画連携会議、県及び地区環境制御技術普及推進会議での技術支援

特産果樹の研究開発及び有望果樹の探索・選定

県果樹試験場：高知県果樹研究協議会との連携による特産果樹の生産技術の開発、中山間における有望果樹の探索・選定（H28～32）

茶の新商品開発（高品質半発酵茶） → 茶の新商品開発（高品質煎茶）

県茶業試験場、全農こうち、茶商 ： 高品質半発酵茶製造技術の確立（H26～30）
仕上げ加工技術の確立による土佐茶の品質向上（H30～32）

＜付属資料＞

Ⅰ 用語の解説

アルファベット

用語	解 説
ALL KOCHI	農林水産業等の第一次産業分野やIT・コンテンツ産業など、高知（KOCHI）の特色をすべて（ALL）活かし、全庁が一丸となって企業立地の推進に取り組むこと。
CAE	「Computer aided engineering」の略。コンピュータを活用して製品の設計、製造や工程設計の事前検討を行うツール。部品等のぜい弱部を予測する構造解析、空気抵抗や水の対流を可視化し予測する流体解析などができ、解析結果は設計へフィードバックすることで、試作の回数を減らすなどの開発プロセスを効率化することができる。
CCRC	「Continuing Care Retirement Community」の略。シニア世代の方々が健康な間に移り住み、医療や介護が必要になっても、心豊かにアクティブに自立した暮らしができる共同体で、アメリカには2,000以上あると言われている。日本での名称は「生涯活躍のまち」。
CLT	直交集成板（CLT）は、ひき板を幅方向に並べたものを繊維方向が直交するように積層接着した製品。日本農林規格（JAS規格）平成25年12月20日制定、平成26年1月19日施行。CLTは、「Cross Laminated Timber」の略。
FIT	Foreign Independent(Individual) Tour(Traveler)の略。団体旅行に参加せず、航空券などや宿泊施設の手配などを自己手配する海外個人旅行、もしくは外国人の個人旅行者。
F1系統	雑種強勢とよばれる遺伝の現象を利用して、優れた形質を持つ異なる親どうしの交配でできる集団。
HACCP	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
IoT	「Internet of Things」の略。様々なモノをインターネットに接続し、通信機能を持たせ、遠隔操作や自動制御を行うとともに、情報の収集、分析等を通じて、最適な手段を選択し、生活を豊かにしたり、仕事を効率化したりする仕組み。
IT・コンテンツビジネス	漫画や写真、映像、音楽、ゲーム、ソフトウェアなど創造的活動によって生み出されたものを活用したビジネス。
JA出資法人	JAが出資して設立された法人。県内で設立を進めようとするJA出資法人は、担い手が不足している地域などで、地域農業の振興のために、ＪＡが経営を主導して事業（農作業の受託、農業経営など）を行う法人のことで、産業振興計画ではこの法人のことを指している。
JETRO	「Japan External Trade Organization」日本貿易振興機構の略称。国際見本市の開催、輸出促進への協力などを行う。
JICA	「Japan International Cooperation Agency」国際協力機構の略称。日本の政府開発援助（ODA）を一元的に行う実施機関として、開発途上国への国際協力を行う。
METALEX（タイ）	年1回タイのバンコクで開催される金属加工機器・工作機械を対象とするアセアン最大規模の見本市。
MICE	企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。
ODA（政府開発援助）	発展途上国の経済発展や福祉の向上のために、先進工業国の政府及び政府機関が発展途上国に対して行う援助や出資のこと。インフラ整備の他、海賊対策、感染症対策、人材育成・法制度整備等がある。
ODA案件化サポートチーム	自社の製品や技術のODA事業での活用を目指す県内企業に対して、相手国の情報収集や実現に向けた課題整理、政府機関への橋渡し等の支援をするために、県がJICAやJETROなど関係機関と連携して立ち上げた組織。
PDCA（サイクル）	計画（Plan）を実行（Do）し、評価（Check）して改善（Action）に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。
VISIT KOCHI JAPAN	（公財）高知県観光コンベンション協会が、高知県内の観光情報を5言語（英語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、韓国語、タイ語）圏別の趣味・嗜好に沿って構成した高知県の外国人向け観光情報サイト。平成27年9月開設。
VJ事業（ビジット・ジャパン事業）	ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の略称。2016年までに1,800万人、2020年までに2，500万人との中間的な目標の達成を目指して、日本の観光情報を海外に発信するとともに日本の魅力的な旅行商品の造成等を官民一体で推進するため国が提唱している事業。

あ行

用語	解　説
アイデアソン	アイデアとマラソンを組み合わせた言葉。特定のテーマに興味・関心がある人が集まり、テーマに沿ったアイデアを出し合い、課題解決につながるようプランをまとめていくワークショップ形式のイベント。
あったかふれあいセンター	子どもから高齢者まで、年齢や障害の有無に関わらず、誰もが集い、子育てや生活支援、介護などの必要なサービスを受けることができる地域福祉の拠点。
アプリケーション	ある特定の機能や目的の為に開発・使用されるソフトウェア。略してアプリということもある。
アンテナショップ	企業や自治体などが自社（当該地方）の製品の紹介や消費者の反応を見ることを目的として開設する店舗のこと。
移住・交流コンシェルジュ	高知県への移住を検討されている方のニーズに応じて、地域や仕事、住まいなど、移住に向けた様々な情報を提供する県の移住総合案内スタッフ
移住・交流情報ガーデン	国がJR東京駅近くに開設した地方移住に関連する一元的な相談窓口
移住専門相談員	市町村の移住相談窓口として、移住を検討されている方のニーズに応じて、マッチする地域や支援制度、住まい、仕事などの情報を提供するスタッフ
移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」	高知県への移住を検討されている方向けに、仕事や住まいの情報、先輩移住者のインタビューなど、高知県への移住にまつわる様々な情報を発信しているポータルサイト
一般社団法人高知県移住促進・人材確保センター	移住相談と人材確保を総合的に行うため、平成29年7月に設立した法人の名称。県と全市町村、関係団体の参画の下（設立時社員43団体）、官民一体となった“オール高知”体制で本県産業の担い手となる人材確保に取り組んでいる。
磯焼け	海藻類が繁茂している水域を「藻場（もば）」と呼び、藻場が大規模に消失し焼け野原のようになった状態を「磯焼け」という。磯焼けの原因は、海水温の上昇などの環境変化や藻食性魚類、ウニ類による食害などが考えられている。
稲発酵粗飼料	稲の子実が完熟する前に刈り取り、ロール状にしたものを、長期保存を可能とするためにサイレージ（発酵）化した牛の飼料のこと。
インバウンド	一般的には、外から中に入ってくる意味を持ち（inbound）、観光分野では日本を訪れる外国人旅行者を指す（反対語：アウトバウンド（outbound）…海外旅行をする日本人）。
沖合養殖	通常は内湾、内海域で行われる養殖業を外海、沖合域で行おうとするもの
おもてなしタクシー	乗客の皆様に「おもてなしの心」で接客を行うタクシー。(財)高知県観光コンベンション協会が実施する所定の講座を受講し、認定試験に合格したドライバーが乗務している。なお、料金は通常のタクシーと同じ。
おもてなしトイレ	観光客が利用可能であり「おもてなし」に取り組んでいるトイレを公募し、認定されたトイレ。高知県観光振興部おもてなし課が所定の条件を満たしたトイレを認定する。
オプショナルツアー	旅行先で楽しむ、小旅行のこと。クルーズ客船の場合、寄港中の自由時間における数時間程度のツアーを指す。

か行

用語	解　説
海外事務所	この計画では、高知県シンガポール事務所のこと。
皆伐	一定範囲の樹木を一時的に全部又は大部分伐採すること。
家畜市場	家畜を取引するために開設された市場のこと。県内では、高原家畜市場（津野町）と嶺北家畜市場（土佐町）の2ヶ所に開設され、2ヶ月ごとに開催されている。
活餌	生きている餌。この計画では、かつお一本釣り漁業で、かつおの群を船に引き寄せるために撒かれる活きたかたくちいわし、まいわしなどのこと。
合宿型インターン	宿泊を伴うインターンシップのこと。

カーボン・オフセット	日常生活や経済活動において避けることができないCO_2等の温室効果ガスの排出について、まずできるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資することにより、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方。
釜炒り茶	緑茶には釜炒り茶と蒸し茶がある。釜炒り茶は茶葉を鉄製の釜で炒って作られる。
「紙産業の在り方検討会」	高知県紙産業の振興をさらに推進するための方策について協議を行った検討会。県内外の有識者で構成し、平成26年9月に設置、平成27年3月に今後の方針について取りまとめを行った。
かみわざひとづくり事業	高知県立紙産業技術センターで行う人材育成事業の名称。
科目等履修制度	科目等履修制度とは、大学、大学院の正規の授業の一部を社会人等の学生以外の者が履修（受講）できる制度で、学校が指定する「科目履修可能科目」などのなかから、関心のある科目のみを選んで履修することができる制度。
環境制御技術	外気温度、ハウス内の温度、湿度、二酸化炭素濃度、日射量等を測定し、これを換気や加湿、二酸化炭素施用等により作物の栽培に適した環境に制御する技術。
間伐	育成段階にある森林において、樹木の込み具合に応じて樹木の一部を伐採（間引き）すること。残存木の利用価値の向上と森林の有する諸機能の維持増進を図るために行う。
起業家コース	起業家コースとは、高知工科大学大学院のコースの一つ。多くの経営実践の事例に基づき、事業経営に必要な知識、方法、戦略などを教育研究するコース。主に社会人が対象
企業立地推進会議	全庁が一丸となって、企業誘致や既立地企業による拡大再生産を推進する庁内組織。メンバーは庁内関係部局の副部長により構成。
機能性成分	食品の機能性は一次機能（栄養機能）、二次機能（味覚機能：美味しさ）、三次機能（健康を維持する体調調整機能）からなる。機能性成分はこの三次機能を持つ成分。
ギフトショー（東京）	年2回東京で開催される日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市。
キャトルステーション	生後間もない子牛を預かり、1頭ごとの小屋で人工的に哺乳をするなど、子牛を集めて育てるための施設。
牛群検定	毎月、検定員が酪農家の搾乳に立ち会い、乳量、乳成分、繁殖、濃厚飼料などの情報を得て、経営改善に役立てる事業。一言でいえば、牛群の健康診断。
急潮	沿岸域で突然潮の流れが速くなり、沿岸に設置された定置網や養殖網に被害を与える現象。黒潮や親潮の流向変化による影響、低気圧通過による吹送流の発達、潮汐流の影響などが原因として考えられている。
グローバルGAP	ヨーロッパを中心に発展してきた世界標準とも言える第三者認証GAP。認証農場は、世界に約14万農場有り、うち日本は約200農場。認証は、グローバルGAP認証機関が監査し認証する。
黒潮牧場	かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置（現在15基）されている表層型浮魚礁。
経営計画	企業が将来の経営活動について意思決定を行い、その行動予定を具体的に取りまとめたもの。
コア技術	製品化するうえで欠かすことのできない中心的な（核となる）技術のこと。
広域観光周遊ルート	複数の都道府県を跨って、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク化し、平均6～7日である外国人旅行者の滞在日数に見合った、訪日を強く動機づける骨太な「観光動線」。その形成により訪日外国人旅行者の周遊を促進し、地方への誘客を図る観光庁の事業はを「広域観光周遊ルート形成促進事業」という。四国は平成27年度に認定された全国7ルートのうちのひとつ。
高知海洋深層水企業クラブ	室戸海洋深層水商品を製造・販売している企業で構成される団体。室戸海洋深層水の特性を活かした商品開発研究や室戸海洋深層水ブランドの確立に取り組んでいる。
こうち型集落営農	集落内の合意形成により、園芸品目等や農産加工などの経営の複合化を行い、農業で生活のできる所得の確保を目指す取り組み。

高知求人ネット	（一社）県移住促進・人材確保センターが運営する求職者・求人企業双方の情報検索を円滑に行えるポータルサイト
高知家で暮らし隊	高知県への移住を検討されている方をサポートするための会員制度
高知家の魚応援店制度	東京や大阪などの都市圏で高知県の水産物に関心を寄せる飲食店に「高知家の魚　応援の店」として登録をしてもらい、県内の水産関係事業者とのマッチングを図り、県内水産物の外商を強化する制度。平成26年度から開始した。
高知家の野菜・くだもの応援の店	本県の園芸品に関心があり、取り扱いがある県外の飲食店に登録していただき、本県園芸品を使ったメニューの提供や、パンフレット等の配置により、県外での本県園芸品のPRや販売促進に協力してもらう制度。
高知家（こうちけ）プロモーション	「高知県はひとつの大家族やき。高知家」のコンセプトコピーのもと「温かい大家族のような高知県人」の魅力を全国に発信し、高知を知ってもらい、好きになってもらうことで、県産品の販売拡大や観光振興、移住促進につなげようと平成25年6月から展開しているプロモーション。
高知県紙産業フォローアップ委員会	「高知県紙産業の在り方検討会」において取りまとめた取り組み方針のフォローアップを行うため、平成28年3月に設置。
高知県漁協（県漁協）	高知県漁業協同組合。県内25の海面漁協が合併して平成20年4月1日に発足した。組合員数6,231人（県内シェア56%、H28）で四国最大の規模を有する。
高知県漁業調整規則	この規則は、漁業法、水産資源保護法に基づき、本県の海面における水産資源の保護、漁業秩序の確立を目的に知事が定めたもので、水産動植物の採捕等に関する制限、禁止、罰則等が規定されている。規則を定めるとき、また、変更するときは農林水産大臣の認可が必要
高知県食品総合衛生管理認証制度（高知県版HACCP）	HACCPの考え方に基づく自主衛生管理プログラムを導入する高知県内の食品取扱施設を認証する制度で、3段階の認証ステージで構成されている。 平成28年にこれまでの制度が全面的にリニューアルされた。
高知県リリーズファミリー	高知県産ユリの魅力発信と、県内のユリ関係者の交流を図るため、平成26年8月に設立された協議会。系統内外のユリ農家、農協、球根会社、運送会社が参加している。
公的調達制度	県内中小企業者等が生産する新規性や独創性のある新商品の市場への普及拡大を図るため、基準を満たす商品を生産する中小企業者等を認定し、県又は市町村が必要に応じて発注を行い、受注実績を作る制度。
高等技術学校	職業能力開発促進法に基づき設置された県立の公共職業能力開発施設で、高知校・中村校の2校がある。就職に必要な技術・知識を習得するための訓練を実施している。
高夜温栽培技術	ハウス栽培において、収量増加や品質向上を意図して、夜間のハウス内の温度（夜温）を慣行栽培よりも高く設定する栽培法。
ココプラ	平成27年4月に開所した県の組織である高知県産学官民連携センターの愛称。キャッチフレーズの「ココはイノベーションを生み出すプラットフォーム」から。
コールセンター	事業所等において、オペレーターが集約的に、電話等を利用して顧客へのサービス提供を専門に行う部門のこと。
コンテンツビジネス	漫画や写真、映像、音楽、コンピュータゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用したビジネス。

さ行

用語	解　説
さかな屋高知家	「築地にっぽん漁港市場」内にオープンした高知県の店舗。県内の2事業者と高知県漁協、すくも湾漁協が共同で出店している。
酒米	日本酒を醸造する原料となる米。主に麹米（こうじまい）として使われる酒造好適米、掛け米（かけまい）として使用される酒造適性米に分けられる。
作業道	林道などから分岐し、立木の伐採、搬出、造林などの林内作業を行うために作設される簡易な構造の道路。
サテライトオフィス	企業又は団体の本拠から離れた所に設置されたオフィス。

残さい	水産加工品を製造する過程で発生する内臓や骨などの不要部分のこと
産地市場	主として漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売のため、その水産物の陸揚地において開設される市場。
産地提案型担い手確保対策	産地や地域が求める人材像を明記した「産地提案書」を策定し、県内外から広く就農希望者を募集する取り組み。
シーズ	企業や大学等が有している新しい技術・材料・サービスなどで、新たな産業を生み出す可能性を秘めたビジネスの種（Seeds）。
シェアオフィス	複数の利用者が同じスペースを共有するオフィスのこと。 本県では、中山間地域等において、廃校などの遊休施設を活用し、光インターネットを完備して、都市部の企業や新規創業者の新たなビジネス展開の場所としてシェアオフィスを開設している。
ジェトロ	「Japan External Trade Organization」日本貿易振興機構の略称。国際見本市の開催、輸出促進への協力などを行う。
ジョブカフェ（こうち）	若年者（概ね40歳まで）のための就職支援相談センターで、高知市帯屋町に開設。併設のハローワークと連携することにより、就職相談から職業紹介まで、ワンストップでサービスを提供している。
自家保留	畜産農家が自身の農場で生産した家畜を家畜市場等で販売することなく、繁殖などの目的のために自身の農場に残すこと。
事業承継	会社の経営を後継者に引き継ぐこと。大きく分けて、親族が承継する場合、従業員が承継する場合、M&Aで承継する場合の3つの方法がある。事業承継は、時間がかかるため、早期に着手することが重要。
事業承継計画	中長期の経営計画に、事業承継の時期、具体的な対策を盛り込んだもの。
事業戦略支援会議	企業の経営ビジョンを実現する事業戦略の策定・磨き上げをサポートするために（公財）高知県産業振興センターに設置する会議。個別企業の方向性、支援チームの編成や具体的なアドバイス内容を決定するとともに戦略の進捗管理を実施する。
事業戦略支援チーム	事業戦略策定により明らかとなる企業ごとの課題解決のために、（公財）高知県産業振興センターに設置するサポートチーム。企業と成長イメージを共有し、充実した施策を活用しながら重点的なサポートを行う。
志国高知 龍馬ふるさと博	NHK大河ドラマ「龍馬伝」や「土佐・龍馬であい博」で盛り上がった龍馬ブームを生かし、本県観光の底上げを図るための「ポスト龍馬博の推進」の柱として取組む観光イベント。 龍馬を育んだ土佐の風土をまるごと体感できるよう、「歴史」「花」「食」「自然体験」の4つのテーマで県内各地でイベント等を開催。また、メイン会場としてJR高知駅前に「こうち旅広場」が平成23年7月9日にオープンした。
志国高知 幕末維新博	大政奉還から150年の平成29年と明治維新から150年の平成30年の2カ年にわたって開催する「歴史」を中心とした、“本物のこうちに出会える”楽しさ満載の周遊型・猛泊型の博覧会。 会期は平成29年3月4日（土）から平成31年3月31日（日）の予定。 京や江戸から遠く離れた土佐の山間から、なぜ多くの若者が維新の志士となって飛び出し、また、その後の自由民権運動に関わっていくのかを探究することで、彼らを育んだ時代につながる土佐の風土・文化や地域の人々、食・自然を知っていただくことを目的とする。
次世代型こうち新施設園芸システム	炭酸ガス濃度や温度、湿度、養水分などのハウス内の環境を制御する「環境制御技術」や、ハウスの天井を従来よりも2倍程度高くし、環境制御技術を標準装備した「次世代型ハウス」といった、オランダの先進技術を、高知県の気候や環境に応じた形にアレンジして、普及推進する取り組み。 Next次世代こうち新施設園芸システムは、上述のシステムの次の世代を見据えて、さらなる収量増加、高品質化、省力化などを実現していくため、環境制御技術にIoTやAI技術を融合するとともに、栽培のみならず出荷、流通までをも見通したシステム。
次世代型ハウス	環境制御装置を標準装備した、軒高2.5m、耐風速35m以上のハウス。
次世代施設園芸団地	オランダを参考にした、地域資源によるエネルギー供給から生産、調製・出荷までを一気通貫して行う園芸団地。高知県では、28年度から四万十町で4.3haのモデル団地が稼働する。
次世代こうち新畜産システム	畜産施設における臭気、騒音、排水対策のための新技術や、IoTを活用した家畜管理における生産性の向上のための技術を、地域の実情に応じた形で普及推進する取り組み。
就農コンシェルジュ	就農相談への対応や地域の要望とのマッチングを図るなど、就農に結びつけるための総合窓口として平成27年4月に（一社）高知県農業会議に配置。
集落営農・集落営農組織	「集落営農」とは、集落の農地と集落を守っていくために、集落で営農について話し合い、集落での合意のもと、共同で作業を行ったり、機械や施設を共同利用したりしながら、集落ぐるみで営農活動を行うもの。 組織に関する定款または規約があり、総会、収支の計画、事業計画等に基づき農業生産活動の一部又は全部を共同で行う組織を「集落営農組織」という。

受精卵移植	受精卵を提供する動物から着床する前の受精卵を取り出し、別の同じ動物種の子宮に移して、妊娠・分娩させる技術。
種苗（大型・小型）	養殖用や放流用の魚類などの稚魚のこと。県では、クロマグロ、カンパチについて、養殖用種苗を卵から安定生産する技術開発を進めている。
消費地市場	水産物の卸売りのために消費地において開設される市場
小規模林業	「自営業者」「一人親方」「NPO法人」「ボランティア団体」「地域おこし協力隊」「林業研究グループ」などが行う小規模な林業経営や林業活動のこと。
抄紙技術	紙を製造する際に必要な原料処理。通常原料となる木材パルプを細かくほぐしてから紙を製造するが、このほぐす処理が、セルロースナノファイバー化するのに有効である。
ジョブカフェ（こうち）	若年者(概ね40歳まで)のための就職支援相談センターで、高知市帯屋町に開設。併設のハローワークと連携することにより、就職相談から職業紹介まで、ワンストップでサービスを提供している。
シンクタンク	様々な分野の専門家を集めた研究機関。幅広い分野で調査・分析を行い、問題解決や将来予測などの提言をする。
人材確保コーディネーター	主に首都圏おいて人材情報などを収集するコーディネーター。 移住や地方での仕事に関心を持っている都市部の人材に高知の情報を発信し、高知の企業への就・転職を働きかける。
新事業分野開拓者認定制度	県内中小企業者等が生産する新規性や独創性のある新商品を、県や市町村が必要に応じて発注するため、基準を満たす商品を生産する中小企業者等を県が認定する制度。
森林施業プランナー	森林を所有する方に、森林の管理などに必要な施業の方法、間伐等に必要な経費、木材販売見込額などを明らかにした提案書「森林施業プラン」を提示するなど、きめ細かなプランを作成できる人。
セルロースナノファイバー（CNF）	木材や竹等の植物繊維を、化学的、機械的に、繊維幅数nm～数十nmまで解きほぐしたもの。植物を原料とするため地球に優しく、鉄と比較して重さは1/5で強度は5倍と言われており、幅広い産業利用が期待される新素材。
全国移住ナビ	全国の移住関連情報を一元化した国のポータルサイト
総合支援チーム	企業立地推進会議のもとで、関連部局が連携して企業立地に具体的に取り組むため構成するチーム。

た行

用語	解　説
多産系種豚	産子数向上を目的として育種改良された繁殖用の雌豚。
多面的機能支払制度	農業、農村の有する、国土の保全、水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成等といった多面的機能の維持・発揮を図るための地域の共同活動に係る支援を行い、地域資源の適切な保全管理を推進する制度。
地域移住サポーター	「移住者の身近な相談役」として、移住者がスムーズに地域に溶け込み、馴染むことができるよう、地域と移住者とのつなぎ役としての活動を行う方
地域コーディネート組織	広域的な観光情報の発信や問い合わせへの対応、着地での旅行手配などをワンストップで行う組織のこと。この組織があると観光客の利便性が格段に向上し、旅行会社も旅行商品を作りやすくなる。また、広域ブロックでの観光振興を図る際に中心的な役割を担うことになる。
地域産業クラスター	地域地域に多種多様な雇用の場を生み出すために、第一次産業や観光など、地域に根差した産業を核とし、その周辺に関連産業を集積した産業群（クラスター）。
畜産クラスター	地域の畜産の収益性を高めるために、農家を中心に県や市町村、農協等の関係者が連携して、それぞれの責任・役割のもとに取り組みを行うための組織。
着地型旅行商品	着地（旅行先）の旅行会社などが企画した現地発着ツアーのこと。例えば、東京で高知への旅行商品を売る場合は発地型旅行商品というのに対して、着地の高知で「龍馬を巡る旅」などを企画して売ることを着地型旅行商品という。
チャレンジショップ	商店街等への出店を目指し、小売業やサービス業の方などが半年～1年間お試し開業をすることができる施設。

中核人材	企業の後継者候補なる人材や企業の経営、事業拡大を図る際に中核的な役割を担う人材。
中山間農業複合経営拠点	地域農業の核となる市町村農業公社等の経営体が、高収益の施設園芸や中山間地域に適した農産物の生産、6次産業などの稼ぐ取組と、新規就農者の研修事業や庭先集荷、農作業受託などの支える取組を複合経営し、中山間地域の農業の競争力を高め、支える仕組み。
中糖度トマト	糖度5.5～6.0%のトマト。高糖度トマトは一般に糖度8%以上。
築地にっぽん漁港市場	各地の漁協や水産物店から直送された魚を販売するために、NPO法人築地食のまちづくり協議会が平成26年10月、東京築地の場外市場にオープンした施設。高知県の他に、新潟県、北海道、静岡県、長崎県が出店している。
テストマーケティング	新商品の本格的な市場参入に先立って、試験的に実市場で販売や広告宣伝活動などを行い、その反応を調査・検証する活動のこと。
「鉄板」観光商品・資源	外国人旅行者からの人気が高い、定番とも言える観光商品や資源。
電照技術	一部の作物が有する、昼夜の長さ(日長)に生育や開花が影響される特性を利用し、栽培期間中の夜間に、電灯等を照射することで日長を操作し、生育や開花を促進または抑制する栽培法。
土佐あかうし	土佐和牛のうち、褐毛和種高知系(土佐褐毛牛)の流通ブランド名。明治時代から高知県内のみで改良されてきた貴重な品種であり、美しい褐色の毛色に、毛分けといわれる目や鼻が黒いのが特徴。程良い霜降りと赤身の美味しさが評価されている。平成24年に地域団体商標に登録された。
土佐MBA	土佐まるごとビジネスアカデミーの略。高知県産学官民連携センターが行う産業人材を育てる取り組みとして、ビジネスに必要となる、経営に関する基礎知識から応用・実践力までを「まるごと」身に付けていただく研修。
土佐ジロー	高知県原産の天然記念物土佐地鶏の雄と米国原産のロードアイランドレッドの雌を交配して生まれた卵肉兼用の地鶏。卵は小ぶりながら濃厚な味、肉は適度な歯ごたえがあり深い味わいが特徴。平成7年に商標登録された。
土佐はちきん地鶏	高知県原産の土佐九斤と大軍鶏を交配させたクキンシャモの雄と白色プリマスロックの雌から生まれた高品質肉用鶏。ほど良い歯ごたえと脂質の少ない地鶏本来の旨さが特徴。平成18年に商標登録された。
土佐・龍馬であい博	2010年のNHK大河ドラマ「龍馬伝」の放送にあわせて開催した観光イベント。JR高知駅前をメイン会場とし、誘客の核としてドラマ関連の展示を行う「高知・龍馬ろまん社中」と、観光や物産の情報を一元的に発信する情報発信館「とさてらす」を設置。また、サテライト会場として、安芸市、梼原町、土佐清水市に、ドラマ関連の展示を行う「社中」を設置し、その地域の広域情報をきめ細かく発信することで、更なる周遊を促す。 さらに、県内各地で「自然」や「食」、「歴史」や「文化」などの魅力を活かした滞在型・体験型観光のイベントを実施し、高知県のイメージアップとファンを獲得する。
特用林産業	林野から産出される木材以外の産物を生産し営みを行うこと。きのこ、木炭等。

な行

用語	解　説
二段階移住	移住希望者が比較的都市部の地域等へいったん、移住(滞在)しながら、そこを拠点に自分に合った地域や仕事などを見つけ出し、さらに"二段階目"の移住をすることをいう。「田舎暮らしに憧れるが、一歩がなかなか踏みだせない」といった移住希望者の不安解消や移住地でのミスマッチを防ぐための手法の一つ
日本学生支援機構	日本学生支援機構とは、主に学生向けの奨学金貸与事業を行っている独立行政法人。大学に通う学生のうち約半数が、日本学生支援機構の奨学金の貸与(有利子・無利子)を受けている。
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づき、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、自ら作成した5年後の目標とその改善策を内容とする「農業経営改善計画」について市町村長の認定を受けた農業者をいう。
農業担い手育成センター	高知県で就農を予定している方への基本的な栽培技術習得から、指導者などへの先進技術習得にまで対応した実践型研修施設。長期研修が主体であるが、体験合宿や各種講座など、多様な研修メニューがあり、長期宿泊施設も完備している。
農作業受託組織	農地の所有者等から農作業の一部又は全ての作業の委託を受け、委託者に代わって農作業を行う組織。
農地中間管理機構	農地中間管理事業を実施する機関として県が指定した組織。(高知県では(公財)高知県農業公社)

は行

用語	解　説
ハイワイヤー	軒高が4m以上ある高軒高ハウスの上部にワイヤーを設置し、このワイヤーに生長点部分を誘引して栽培する。生育が進めば、このワイヤーに沿って生長点部をずらしていく。
パートナー量販店	都市圏を中心に、「高知青果フェア」の開催や、バイヤーや青果担当者の産地視察等を通じて、本県の園芸品や環境保全型農業の取り組みのPRに協力いただいている県外の量販店。
はちきん農業大学	女性のための農業講座。女性農業者の活躍促進に向け、栽培技術力・経営管理能力の向上や世代を超えた交流を目的に県域、地域単位で開催する。
ハンズオン支援	ハンズオン（Hands－On）とは、直訳で「手を置く（触れる）」との意味。ハンズオン支援とは、専門家等が直接的に手取り足取り指導することをいう。
伴走型支援	商工会や商工会議所などが、企業の取組みを一緒に走りながら支援すること。
半発酵茶	茶葉を発酵させない緑茶と、完全に発酵させる紅茶の中間にあたる半発酵させた茶（ウーロン茶等）。
ビジネスマッチング	中小企業やベンチャー企業、起業家の事業展開を支援するため、それらの企業等とビジネスパートナーの出会いの場を提供し、ビジネスパートナーとの事業連携や事業提携等を図ろうとするもの。
非主食用米	新規需要米、加工用米、政府備蓄米など、主食用米の需給に影響を及ぼさない米。
副業型林家	森林の所有の有無にかかわらず、森林整備や木材生産活動に関わって、林業の営みを副業的に行っている人々の総称。
プラットフォーム機能	様々な情報の発信や機会の提供を行うことで、交流が生まれ、ビジネスや研究などの連携を進める役割。
ブルーライン	サイクリング推奨ルートを明示し，分かりやすい案内を行うために路面に塗布された青色のライン。車道を走行する自転車利用者には，左側走行の原則に対する注意を促し、自動車運転者に対しては，自転車への注意を喚起するなどの役割を持つ。
プレカット	木造住宅の建設において、従来、大工が手で刻んでいた木材の継手・仕口などを工場に設置された自動工作機械で加工すること。
防災関連製品認定制度	県内企業が開発・製造した防災関連製品を県内外のユーザーに安心して購入してもらうために、大学教授などの有識者を審査員として、品質や安全性等の観点で審査を行い認定する制度。

ま行

用語	解　説
前処理加工	魚類の場合では、魚類の料理や加工品の材料とするために、魚のうろこを剥ぎ、エラや内臓あるいは頭部を除いた状態やさらに3枚におろしたり、切り身の状態に加工することをいう。下ごしらえのことをいう。
学び教えあう場	篤農家の持つ栽培技術を伝承するため、篤農のほ場を「学び教えあう場」として位置付けし、そのほ場を活用した現地検討会等の活動を通じ、技術の普及、産地のまとまりづくりを推進する。
メジカ	標準和名はマルソウダ。小型のカツオの近縁種で、最大で全長40cmほどまでにしか成長しない。土佐清水で製造される宗田節の原料。
木質バイオマス	バイオマスとは再生可能な生物由来の有機性資源で、樹木からなるバイオマスのことを木質バイオマスという。樹木の木部、樹皮、葉などで、林地に残された材や製材工場の残材、建築解体木材も含む。
木質ペレット	木材を粉砕、圧縮、成型した固形燃料で、長さは1～2cm、太さは6～12mm程度の円筒状のもの。
ものづくり総合技術展	年1回高知市のぢばさんセンターで開催されているものづくりの展示会。県内ものづくり事業者の製品・技術の紹介を行うほか、県外事業者を招致した商談会も行われている。
ものづくり地産地消・外商センター	平成26年4月に（公財）高知県産業振興センター内に設置された組織。事業化プラン（製品企画書）づくりから、試作開発、販路開拓まで一貫支援を行う体制を敷いており、ものづくり企業へのサポートを実施している。
ものづくりの地産地消	県内で必要とするものづくりをできるだけ、県内事業者で行うこと。
森の工場	一団の森林を対象に、林業事業体が森林所有者と森林の管理に関する協定や受委託契約を結び、計画的・効率的に間伐などの森林整備を実施し、収益や安定的な雇用の確保等を図りながら、持続的な林業経営を行う森林の団地。

や行

用語	解　説
遊漁	レクリエーションを目的に海や川などで水産動植物を採捕する行為のことであり、釣り、潮干狩りなどがある。
遊漁船業	船舶により乗客を漁場に案内し、釣りなどで水産動植物を採捕させる事業のこと。
ヨコワ	クロマグロの若い魚のことで、高知県などでの呼称。関東地方では若いマグロをメジと呼ぶ。

ら行

用語	解　説
ラミナ	集成材の1つの層を構成する木材のこと。1枚のひき板の場合と、ひき板などを縦つぎ・幅はぎして一定の長さと幅に修正接着したひき板の場合がある。
リアル化（歴史観光資源の磨き上げ）	歴史施設の展示物と施設周辺の史跡などを一体的に関連付けて、時代背景や資源の持つ意味が連続性を持って詳細に説明できるようにすること。
履修証明プログラム	履修証明プログラムとは、学生を対象とする学位プログラムの他に、社会人等の学生以外の者を対象とした一定のまとまりのある学習プログラムを開設し、その修了者に対して法に基づく履修証明書（Certificate）を交付できる制度
林業事業体	森林所有者などから委託又は立木の購入等により、造林、伐採などの林業作業を行う森林組合、素材生産業者など。世界農林業センサスでは「林業サービス事業体等」に相当する。
林業労働力確保支援センター	林業労働力の確保の重要性から施行された「林業労働力の確保の促進に関する法律（平成8年法律第45号）」に定められた知事が指定した団体で、林業における雇用改善、林業就業者の育成・確保対策、情報の提供相談その他の援助等を総合的な業務としている団体。
冷水病	ギンザケやアユに発生する細菌感染症で、現在、養殖場や河川で全国的に流行し、最も被害を与えている病気の一つ。高知県においては、平成4年に養殖場で、平成6年には河川で確認された。元々は、北米のマスの病気であり、琵琶湖産アユの放流により全国へ広がったと見られている。
レディメイド型研修	開催日程や訓練内容、時間帯などをあらかじめ設定して実施する企業在職者を主な対象者とした職業訓練。
レンタル畜産施設	レンタル畜産施設等整備事業で整備した施設。県及び市町村の補助を受けて農協等が整備した施設を生産者に貸付け。生産者は補助残額を耐用年数に応じて農協等に支払う。
6次産業化	農業者等が自ら生産（1次産業）、加工（2次産業）、流通・販売（3次産業）に一体的に取り組み、所得の確保を目指す、あるいは農業者等が主体的に、2次、3次産業事業者と連携して、地域ビジネスの展開や、新たな産業の創出を図る取り組みのこと。1次×2次×3次＝6次を意味する。

わ行

用語	解　説
ワークショップ	特定のテーマに興味・関心がある参加者たちが、互いに意見を出し合い、学び合う参加者体験型のイベント。司会進行等の役割を担うファシリテーターが、参加者たちの発言を促したり、議論の方向性を示したりする。

＜参考資料＞

Ⅰ 計画のフォローアップ

1 フォローアップの経過

2009年	4月	1日	地産外商推進協議会設置要綱　一部改正
（平成21年）	6月	16日	第４回地産外商推進協議会
			第４回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
		17日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　施行
	7月	31日	第１回食品加工ＷＧ
	8月	21日	第２回食品加工ＷＧ
	9月	2日	第５回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
		7日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　一部改正
		8日	第１回連携テーマ部会
		10日	第１回観光部会
		〃	第１回林業部会
		15日	第１回農業部会
		〃	第１回水産業部会
		〃	第１回商工業部会
		25日	第３回食品加工ＷＧ
		〃	**第１回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等 ◇ 計画全体の進捗状況に対する評価等
	11月	20日	第５回地産外商推進協議会
			第６回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
	12月	17日	第２回連携テーマ部会
		18日	第６回地産外商推進協議会
			第７回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
		22日	第２回林業部会
		〃	第２回水産業部会
2010年	1月	7日	第２回観光部会
（平成22年）		12日	第２回農業部会
		13日	第４回食品加工ＷＧ
		〃	第７回地産外商推進協議会
		14日	第２回商工業部会
		22日	第８回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
		25日	**第２回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 産業振興計画の取り組みの成果等 ◇ 産業成長戦略の改定 ◇ 今後の進め方等
	2月	4日	第３回観光部会
		28日	第９回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
	3月	23日	**第３回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 地域アクションプランの成果と今後の展開 ◇ 産業振興計画の改定 ◇ 平成22年度の進め方等
		23日	産業振興計画 ver. ２の決定
		30日	第８回地産外商推進協議会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過　（続き）

2010年	9月	3日	第１回連携テーマ部会
（平成22年）		6日	第１回林業部会
		7日	第１回農業部会
		〃	第１回水産業部会
		8日	第１回商工業部会
		〃	第１回観光部会
		10日	第９回地産外商推進協議会
		22日	**第１回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ・これまでの取り組みの実績及び施策拡充のポイント ・「ポスト龍馬博」の取り組みの具体化 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等
	11月	22日	第５回食品加工ＷＧ
	12月	24日	第２回連携テーマ部会
2011年	1月	12日	第２回農業部会
（平成23年）		〃	第２回林業部会
		〃	第２回商工業部会
		13日	第２回水産業部会
		18日	第２回観光部会
		〃	第10回地産外商推進協議会
		24日	**第２回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 産業振興計画の次期改定のポイント
	3月	31日	産業振興計画 ver. ３の決定
	5月	11日	**第１回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の取り組み状況等 ◇ 平成23年度の進め方
	8月	23日	第１回農業部会
		〃	第１回水産業部会
		〃	第１回商工業部会
		24日	第１回観光部会
		〃	第６回食品加工ＷＧ
		29日	第１回連携テーマ部会
		〃	第11回地産外商推進協議会
		31日	第１回林業部会
	9月	1日	第１回連携テーマ部会
		〃	第２回観光部会
	9月	12日	**第２回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の実行２年半の取り組みの総括等 ◇ 産業成長戦略の次のステージにおける柱（乗り越えるべき課題）等について

※　下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過　（続き）

	9月 22日	第３回観光部会
	11月 10日	第４回観光部会
2012年	1月 11日	第２回農業部会
（平成24年）	〃	第２回林業部会
	〃	第２回商工業部会
	13日	第５回観光部会
	〃	第２回連携テーマ部会
	16日	第２回水産業部会
	16日	第12回地産外商推進協議会
	24日	**第３回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 第２期高知県産業振興計画の策定方針等 ◇ 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 ◇ 重点施策（防災関連産業、新エネルギー関連産業、中山間対策、観光振興）の平成24年度以降の進め方
	3月 12日	第３回林業部会
	13日	第３回農業部会
	3月 23日	**第４回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 第２期高知県産業振興計画（案） ・総論・産業成長戦略 ・地域アクションプラン ・産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 ◇ 平成24年度産の進め方
	31日	第２期産業振興計画の決定
	9月 4日	第１回農業部会
	6日	第１回水産業部会
	10日	第１回林業部会
	〃	第１回商工業部会
	11日	第１回観光部会
	〃	第１回連携テーマ部会
	12日	第13回地産外商推進協議会 （同協議会の発展的改編を決定）
	14日	**第１回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇第１期計画の総括 ◇第２期計画の取り組み状況等 ◇高知県経済等の動向及び第２期計画で今後挑戦する新たなテーマ ◇さらなる飛躍へのポイントの検討状況
2013年	1月 10日	第２回農業部会
（平成25年）	〃	第２回林業部会
	〃	第２回水産業部会
	〃	第２回観光部会
	15日	第２回商工業部会
	22日	第２回連携テーマ部会

※　下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過　（続き）

2013年（平成25年）　2月4日　**第２回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇高知県経済等の動向
◇第２期産業振興計画の取り組み状況等（産業成長戦略）
◇平成２５年度の改定のポイント（産業成長戦略）
◇第２期産業振興計画（ver.2）改定のポイント（全体まとめ）

3月29日　**第３回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇平成25年度県予算を踏まえた重点項目（産業成長戦略）
◇地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目
◇各産業分野の４年後、１０年後の目標
◇計画の基本方向への追加等

31日　第２期産業振興計画ver.２の決定

9月2日　第１回商工業部会

4日　第１回連携テーマ部会

5日　第１回水産業部会

9日　第１回農業部会

〃　第１回観光部会

11日　第１回林業部会

13日　**第１回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇高知県経済等の動向
◇第２期計画ver.2の進捗状況
・産業成長戦略の各分野における４年後・10年後の目標達成に向けた確認資料
◇第２期計画ver.3へのバージョンアップのポイント

2014年（平成26年）　1月20日　第２回農業部会

21日　第２回林業部会

〃日　第２回水産業部会

〃日　第２回商工業部会

〃日　第２回観光部会

23日　第２回連携テーマ部会

27日　**第２回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇高知県経済等の動向
◇産業成長戦略の平成25年度の進捗状況等
◇産業成長戦略の平成26年度の改定のポイント
◇第２期産業振興計画ver.3改定のポイント（全体まとめ）

※　下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過　（続き）

2014年（平成26年）　3 月 25 日　**第３回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇地域アクションプランの平成25年度の進捗状況
◇第２期高知県産業振興計画ver. 3（案）
・地域アクションプランの平成26年度の追加・拡充・削除項目
・産業成長戦略の平成26年度県予算を踏まえた重点項目
・第２期高知県産業振興計画ver. 3の主な改定内容
◇平成26年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール

31 日　第２期産業振興計画ver. ３の決定

9 月　1 日　第１回農業部会

2 日　第１回林業部会

〃　第１回連携テーマ部会

3 日　第１回水産業部会

〃　第１回商工業部会

4 日　第１回観光部会

12 日　**第１回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇高知県経済等の動向
◇第２期計画ver. 3の進捗状況
◇第２期計画ver. 4へのバージョンアップのポイント

2015年（平成27年）　1 月 19 日　第２回農業部会

〃　第２回水産業部会

20 日　第２回林業部会

〃　第２回商工業部会

〃　第２回観光部会

21 日　第２回連携テーマ部会

23 日　**第２回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇高知県経済等の動向
◇産業成長戦略の平成26年度の進捗状況等
◇産業成長戦略の平成27年度の改定のポイント
◇第２期産業振興計画ver. 4改定のポイント（全体まとめ）

3 月 23 日　**第３回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇地域アクションプランの平成26年度の進捗状況
◇第２期高知県産業振興計画ver. 4（案）
・地域アクションプランの平成27年度の追加・拡充・削除項目
・産業成長戦略の平成27年度県予算を踏まえた重点項目
・第２期高知県産業振興計画ver. 4の主な改定内容
◇平成27年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール

31 日　第２期産業振興計画ver. 4の決定

※　下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過　（続き）

2015年（平成27年）　8月24日　**第１回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略〈平成27年度改定版〉」の概要について
◇総合戦略で取り組む分野（少子化対策、女性の活躍の場の拡大、中山間対策）の取り組み概要及び進捗状況について

8月31日　第１回農業部会

9月1日　第１回水産業部会

2日　第１回林業部会

7日　第１回商工業部会

〃　第１回観光部会

9日　第１回連携テーマ部会

14日　**第２回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」のバージョンアップのポイントについて（少子化対策等）
◇第２期産業振興計画ver. ４の進捗状況等について（地域アクションプランの追加等）
◇第２期産業振興計画の実行３年半の取り組みの総括等について
・産業成長戦略の実行３年半の取り組みの総括
・地域アクションプランの実行３年半の取り組みの総括
◇第２期産業振興計画の成果や課題を踏まえた次のステージにおける「さらなる挑戦」について

2016年（平成28年）　1月18日　第２回連携テーマ部会

〃　第２回水産業部会

19日　第２回農業部会

20日　第２林業部会

〃　第２回商工業部会

〃　第２回観光部会

22日　**第３回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇第３期高知県産業振興計画の全体像（案）について
◇第３期高知県産業振興計画の産業成長戦略（案）について
◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略の平成28年度の重点施策（案）について（基本目標４）

3月28日　**第４回フォローアップ委員会**
【主な検討事項】◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成28年度版）（案）について
・総合戦略の改定案
・基本目標３の重点施策（案）
◇第３期高知県産業振興計画（案）について
・総論・産業成長戦略（案）
・地域アクションプラン（案）
・地域産業クラスタープロジェクト（案）

31日　第３期産業振興計画の決定

※　下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過　（続き）

2016年（平成28年）　9月　1日　第１回水産業部会

2日　第１回農業部会

〃　第１回商工業部会

5日　第１回林業部会

7日　第１回観光部会

〃　日　第１回連携テーマ部会

12日　**第１回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇第２期産業振興計画の総括について
◇第３期産業振興計画の取り組み状況等について
・産業成長戦略の上半期の進捗状況等、取り組みの強化の方向性
・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等
◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について（基本目標３、４）

2017年（平成29年）　1月　13日　第２回商工業部会

16日　第２回農業部会

〃　第２回林業部会

〃　第２回水産業部会

17日　第２回連携テーマ部会

18日　第２回観光部会

20日　**第２回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇第３期産業振興計画について
・平成28年度の進捗状況等
・平成29年度の改定のポイント
◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について（基本目標４）
・平成28年度の進捗状況等
・平成29年度の改定のポイント

3　月　28　日　**第３回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇第３期産業振興計画の進捗状況について
・地域産業クラスターの平成28年度の進捗状況等
・地域アクションプランの平成28年度の進捗状況等
◇第３期産業振興計画ver.２（案）について
・地域アクションプランの改定
・産業成長戦略の改定
◇まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成29年度版）（案）について

31日　第３期産業振興計画ver.２の決定

※　下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過　（続き）

2017年（平成29年）　9月　5日　第１回商工業部会

11日　第１回農業部会

〃　第１回林業部会

〃　第１回水産業部会

〃　第１回観光部会

14日　第１回連携テーマ部会

19日　**第１回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇第３期産業振興計画ver. 2の取り組み状況等について
・産業成長戦略の上半期の進捗状況等
・持続的な拡大再生産の好循環に向けたさらなる「地産の強化」
・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等
◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について（基本目標３、４）

2018年（平成30年）　1月　16日　第２回農業部会

17日　第２回商工業部会

18日　第２回林業部会

〃　第２回水産業部会

〃　第２回観光部会

〃　第２回連携テーマ部会

22日　**第２回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇第３期産業振興計画について
・第３期産業振興計画ver. 3の改定のポイント（全体まとめ）
・産業成長戦略の平成29年度の進捗状況等と平成30年度の改定のポイント
◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について（基本目標３、４）
・平成29年度の進捗状況等
・平成30年度の改定のポイント

3月27日　**第３回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇第３期産業振興計画ver. 3（案）について
・計画の改定
・地域産業クラスタープロジェクトの追加等（平成29年度の進捗状況等を含む）
・地域アクションプランの改定（平成29年度の進捗状況等を含む）
・平成30年度のフォローアップ体制
◇まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成30年度版）（案）について

31日　第３期産業振興計画ver. 3の決定

※　下線部は、フォローアップ委員会関係

2　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等（平成29年度）

（1）フォローアップ委員会

（敬称略・分野毎に五十音順）

分　野	氏　名	専門部会部会員等	所　属　及　び　役　職		備考
農　業	久岡　隆	農　業	高知県農業協同組合中央会	会長	
	弘田　憲一	農　業	高知県園芸農業協同組合連合会	代表理事会長	
林　業	小川　康夫	林　業	一般社団法人高知県木材協会	会長	
	中越　利茂	林　業	高知県森林組合連合会	代表理事会長	
水産業	浦尻　和伸	水産業	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長	
	澳本　健也	水産業	高知県漁業協同組合	代表理事組合長	
商工業	青木　章泰	商工業	高知県商工会議所連合会	会頭	
	山崎　道生	商工業	一般社団法人高知県工業会	会長	
観　光	岡内　啓明	観　光	公益財団法人高知県観光コンベンション協会	顧問	土佐経済同友会 特別幹事
	眞田　直也	観　光	日本旅行業協会高知地区	委員長	
	宮村　耕資	観　光	日本観光旅館連盟高知県支部	支部長	
地　方 金融機関	森下　勝彦		株式会社高知銀行	代表取締役頭取	
	山元　文明		株式会社四国銀行	代表取締役頭取	
有識者等	受田　浩之		国立大学法人高知大学	副学長	地域連携推進センター長
	臼井　純子		オフィス・ウスイ	代表	
	野々口　秀樹 （大谷　聡）		日本銀行高知支店	支店長	
	小田切　泰禎		社会福祉法人　高知県社会福祉協議会 （高知県少子化対策推進県民会議）	会長 （副会長）	※少子化対策
	小原　励一		日本政策金融公庫高知支店	支店長	
	折田　晃一		日本労働組合総連合会高知県連合会	会長	※労働団体
	金谷　明倫		四国経済産業局	地域経済部長	
	北澤　和彦		日本放送協会　高知放送局	局長	※報道機関
	久保田　和雅		株式会社日本政策投資銀行	四国支店長	
	竹葉　傳		大宮地域振興協議会	会長	※中山間対策
	筒井　早智子		公益財団法人こうち男女共同参画社会づくり財団	理事長	※女性の活躍促進
	時久　惠子		高知県市町村教育委員会連合会	会長	香美市教育長
	那須　清吾	商工業	高知県公立大学法人高知工科大学	学長特別補佐	
	政所　利子		株式会社　玄	代表取締役	
市町村長 の 代表者等	岡﨑　誠也		高知県市長会	会長	高知市長
	池田　洋光		高知県町村会	会長	中土佐町長
	中澤　慎二		高知市	副市長	
	計　30名				

※（　　）は、委員変更に伴う前任者

（2） 専門部会

（敬称略 部会毎に五十音順）

部会	部会長	氏名	委員会委員等	所属及び役職		備考
農業		市川 昌広	●	国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門	教授	
		遠藤 貢司		高知県全国取引会社協議会	会長	
		川井 由紀		JA高知女性組織協議会	会長	
		東谷 望史		馬路村農業協同組合	代表理事組合長	
		野村 有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事	
		濱口 達也		全国農業協同組合連合会 高知県本部	本部長	
		林 幸一		高知県農業会議	会長	
	部会長	久岡 隆	◎	高知県農業協同組合中央会	会長	
		弘田 憲一	◎	高知県園芸農業協同組合連合会	代表理事会長	
		三谷 英子		学校法人三谷学園RKC調理師学校	校長	
		吉澤 文治郎		土佐経済同友会	代表幹事	

部会	部会長	氏名	委員会委員等	所属及び役職		備考
林業		小川 康夫	◎	一般社団法人高知県木材協会	会長	
		國友 昭香		国友商事株式会社	代表取締役	
		後藤 純一		国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門	教授	
	部会長	中越 利茂	◎	高知県森林組合連合会	代表理事会長	
		西村 秀雄	●	高知県素材生産業協同組合連合会	専務理事	
		半田 州甫		株式会社とされいほく	代表取締役副社長	
		政岡 慶子		公益社団法人高知県建築士会		
		松本 寛喜 （森谷 克彦）		四国森林管理局	森林整備部長	
		宮崎 聖		シマント モリモリ団	団長	

部会	部会長	氏名	委員会委員等	所属及び役職		備考
水産業		浦尻 和伸	◎	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長	
	部会長	澳本 健也	◎	高知県漁業協同組合	代表理事組合長	
		木下 清		奈半利町漁業協同組合	代表理事組合長	
		國吉 正稔		高知市公設水産地方卸売市場鮮魚仲卸協同組合	代表理事組合長	
		武政 嘉八		土佐清水鰹節水産加工業協同組合	代表理事組合長	
		西内 正		株式会社タカビシ食品	代表取締役社長	
		浜町 明恵		有限会社土佐佐賀産直出荷組合	代表取締役社長	
		森岡 克司	●	国立大学法人高知大学農林海洋科学部	教授	
		山下 英		高知県水産物産地買受人連絡協議会	会長	
		山本 力		有限会社タカシン水産	代表取締役	

※「委員会委員等」・・・ ◎:フォローアップ委員会委員 ●:連携テーマ部会部会員

（敬称略　部会毎に五十音順）

部会	部会長	氏名	委員会委員等	所属及び役職		備考
商工業	部会長	青木　章泰	◎	高知県商工会議所連合会	会頭	
		加藤　稔		一般社団法人高知県情報産業協会	会長	
		寺村　みゆき		高知県商工会議所女性会連合会	会長	
		戸梶　圧美		高知県商工会女性部連合会	副会長	
		中川　香代		国立大学法人高知大学教育研究部 人文社会科学系人文社会科学部門	教授	
		中島　和代	●	株式会社なかじま企画事務所	代表取締役社長	
		那須　清吾	◎	公立大学法人高知工科大学	学長特別補佐	
		浜田　敦夫		高知県商工会連合会	会長	
		広末　幸彦		高知県商店街振興組合連合会	理事長	
		弥勒　美彦		公益社団法人高知県貿易協会	会長	
		森澤　正博		一般社団法人高知県製紙工業会	会長	
		安岡　寛道		株式会社野村総合研究所コンサルティング事業本部 ICT・メディア産業コンサルティング部	プリンシパル	
		山崎　道生	◎	一般社団法人高知県工業会	会長	

部会	部会長	氏名	委員会委員等	所属及び役職		備考
観光		赤池　慎吾		国立大学法人高知大学地域連携推進センター	特任講師	
		岩村　大志		物部川DMO協議会	会長	
	部会長	岡内　啓明	◎	公益財団法人高知県観光コンベンション協会	顧問	
		片岡　万知雄		一般社団法人高知県バス協会	会長	
		北古味　潤		高知ファイティングドッグス球団株式会社	取締役副社長	
		眞田　直也	◎	日本旅行業協会高知地区	委員長	
		友田　由美	●	土佐経済同友会	観光振興委員長	
		藤本　正孝		高知県観光誘致連絡協議会	会長	
		町田　美紀		高知おせっかい協会	共同代表	
		宮村　耕資	◎	日本観光旅館連盟高知県支部	支部長	
		渡部　淳		高知県立高知城歴史博物館	館長	

※「委員会委員等」･･･　◎:フォローアップ委員会委員　●:連携テーマ部会部会員

（３）　連携テーマ部会

（敬称略）

部　会	部会長	氏　名	専門部会部会	所属及び役職		備考
連携テーマ		市川　昌広	農　業	国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門	教授	
		西村　秀雄	林　業	高知県素材生産業協同組合連合会	専務理事	
		森岡　克司	水産業	国立大学法人高知大学農林海洋科学部	教授	
		中島　和代	商工業	株式会社なかじま企画事務所	代表取締役社長	
		友田　由美	観　光	土佐経済同友会	観光振興委員長	
		川村　昌子		特定非営利活動法人とさはちきんねっと	アドバイザー	
		髙橋　和夫		トサクリエイターズギルド	会長	
		古川　陽一郎		株式会社地域経済活性化支援機構地域活性化支援部	シニアマネージャー	
	部会長	渡邊　浩幸		公立大学法人高知県立大学地域教育研究センター	産官学研究部会長	

※　取り扱いテーマ

1　担い手の育成・確保

2　起業や新事業展開の促進

3　産学官連携による力強い産業の礎を築く

（4）　高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

（設置）

第１条　県経済に活力を取り戻し、将来に一層の希望を持って暮らすことのできる高知県づくりを目指して、官民協働で実行する高知県産業振興計画（以下「産業振興計画」という。）及び高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「総合戦略」という。）の検証等を行い、より効果的かつ実効性あるものとするため、高知県産業振興計画フォローアップ委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（所掌事務）

第２条　委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

（1）　産業振興計画の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。

（2）　総合戦略の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。

（3）その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

（委員及び組織）

第３条　委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

（1）　農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者

（2）　地方銀行の代表者

（3）　有識者

（4）　市町村長の代表者

（5）　その他知事が必要と認める者

２　委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の３月３１日までとする。

３　委員会に委員長１名及び副委員長２名を置き、委員の互選により定める。

４　委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

５　副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

６　委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

（会議）

第４条　委員会の会議（以下「委員会議」という。）は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議については、知事が招集することが

できる。

2　委員会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

3　委員会議は公開とする。ただし、委員会において特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。

4　第３条第１項に定める委員が委員会議を欠席する場合、委員長は当該委員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議は、第３条第１項に定める委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

（専門部会）

第５条　産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、専門分野の成長戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に次の各号に定める専門部会を設置する。

（1）　農業部会

（2）　林業部会

（3）　水産業部会

（4）　商工業部会

（5）　観光部会

2　各専門部会の部会員は、委員会の委員及び次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。

（1）　学識経験者

（2）　地域活性化の実践的な活動に実績を有する者

（3）　商工業、観光に関する実務に識見を有する者

3　部会員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の３月３１日までとする。

4　専門部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。

5　専門部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議については、知事が招集することができる。

6　第２項に定める部会員が専門部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議は、第２項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

7　専門部会の事務局は、当該分野を所管する部の主管課に置く。

第６条　削除

（地域アクションプランフォローアップ会議）

第７条　産業振興計画の地域アクションプランの実行に関し、必要なフォローアップを行うため、地域アクションプランフォローアップ会議（以下「フォローアップ会議」という。）を設置する。

2　フォローアップ会議の名称及びそれぞれの対象地域は、次の表に定めるとおりとする。

名称	対象地域
安芸地域アクションプラン フォローアップ会議	室戸市　安芸市　東洋町　奈半利町　田野町　安田町 北川村　馬路村　芸西村
物部川地域アクションプラン フォローアップ会議	南国市　香南市　香美市
高知市地域アクションプラン フォローアップ会議	高知市
嶺北地域アクションプラン フォローアップ会議	本山町　大豊町　土佐町　大川村
仁淀川地域アクションプラン フォローアップ会議	土佐市　いの町　仁淀川町　佐川町　越知町　日高村
高幡地域アクションプラン フォローアップ会議	須崎市　中土佐町　檮原町　津野町　四万十町
幡多地域アクションプラン フォローアップ会議	宿毛市　土佐清水市　四万十市　大月町　三原村　黒潮町

3　各フォローアップ会議の委員（以下「会議委員」という。）は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

（1）　市町村長

（2）　農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者

（3）　その他知事が必要と認める者

4　会議委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する翌年度の３月３１日までとする。

5　フォローアップ会議に座長を置き、会議委員の互選により定める。

6　フォローアップ会議の会合は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議については、知事が招集することができる。

7　第３項に定める会議委員がフォローアップ会議を欠席する場合、座長は当該会議委員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議は、第３項に定める会議委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

8　フォローアップ会議の事務局は、対象地域に設置する産業振興推進地域本部に置く。

（事務局）

第８条　委員会の事務局は、産業振興推進部計画推進課に置く。

（雑則）

第９条　この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附　則

この要綱は、平成２２年５月７日から施行する。

附　則

この要綱は、平成２４年７月１３日から施行する。

附　則

この要綱は、平成２６年７月１８日から施行する。

附　則

この要綱は、平成２７年７月９日から施行する。

附　則

この要綱は、平成２８年７月２６日から施行する。

附　則

この要綱は、平成３０年４月１日から施行する。

変わろう・変えよう・産業と暮らし

第３期高知県産業振興計画 ver.３

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《総論・産業成長戦略》

平成３０年３月
高知県 産業振興推進部 計画推進課

〒780-8570 高知市丸ノ内１丁目２－２０
TEL　088-823-9049
FAX　088-823-9255
E-mail:120801@ken.pref.kochi.lg.jp
http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/