飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

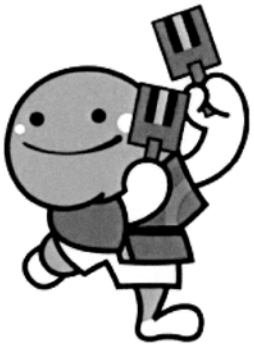
変わろう・変えよう・産業と暮らし

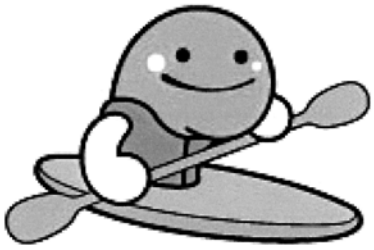
第３期高知県産業振興計画 ver.2

～ 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　》

高知家
NIPPON POSITIVE PROJECT





平成２９年３月

高　知　県

高知家

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、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おりますし、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**』ことにより、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を目指した取り組みを進めています。

産業振興計画の取り組みを通じて、地産外商の取り組みが拡大した結果、本県経済は、人口減少下においても縮むことなく、むしろ拡大する方向へと転じつつあると感じております。また、昨年は、統計史上初めて年間を通じて、有効求人倍率が１倍を超えるなど、手応えをより力強く感じられるものも出てまいりました。

しかしながら、まだまだ道半ばであり、さらには、取り組みが進んだが故の新たな課題も生じております。

このため、平成 29 年度は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」の取り組みをより一層パワーアップさせ、第３期計画をバージョン２へと改定いたしました。

大きな特徴といたしまして、特に各産業分野における民間事業者の皆様の自律的な発展を促す施策、例えば、事業戦略づくりの取り組みなどに注力してまいりますとともに、人手不足という課題も勘案しながら、生産性・付加価値の向上に向けた様々な新たな挑戦を応援してまいります。

また、一定軌道に乗ってきた取り組みにつきましては、「民主導型の官民協働」へと移行し、県としましては、その分、より困難なフロントに、より一層注力してまいりたいとも考えております。

「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 29 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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２
　２　計画策定の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２
　　■「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済
　３　産業振興計画策定の意図（目的）・・・・・・・・・・・・・・・・・・５
　　■負の連鎖を断ち切るために
　　■「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進
　　■「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化
　４　産業振興計画の構成等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７
　　■総論　　■産業成長戦略　　■地域アクションプラン
　５　産業振興計画の効果的な推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・９
　　■官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進める
　　■産業分野や段階を横断した川上から川下までのトータルプランとして策定
　　■ＰＤＣＡサイルにより絶えずバージョンアップを図る
　６　産業振興計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１
　　■県庁内の推進体制
　　■庁外委員によるフォローアップ体制
　７　これまでの取り組みの成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・１３
　　■第１期計画における取り組みの成果と課題
　　■第２期計画における取り組みの成果と課題

Ⅱ　第３期計画の推進
　１　第３期計画の戦略の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１６
　　■「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
　２　第３期計画で掲げる目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１７
　３　本県産業の内的要因・外的要因（ＳＷＯＴ分析）・・・・・・・・・・２２
　　（１）本県の強み　　（２）本県の弱み
　　（３）機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢
　　（４）脅威となる社会経済の動向
　４　第３期計画の基本方向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３１
　　■改革のための５つの基本方向
　５　第３期計画の重点取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３４
　６　第３期計画の改定（第１次改定）・・・・・・・・・・・・・・・・・４２
　７　第３期計画のさらなる進化に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・５０
　　■他の政策との融合・発展
　　■産業振興計画のさらなる進化に向けて

＜付属資料＞

Ⅰ　第１期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５４
　１　第１期計画における改定の経緯　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５４

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括　・・・・・・・・・・・・・・・・５６
　１　第１期計画の評価　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５６
　２　今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）　・・・・・・・・・・・・・・７２

Ⅲ　第２期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７３
　１　第１次改定（平成 25 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・７３
　２　第２次改定（平成 26 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・８０
　３　第３次改定（平成 27 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・８７

Ⅳ　第２期計画（平成 24～27 年度）の総括　・・・・・・・・・・・・・・・・９４
　１　第２期計画の取り組みと成果等（全体まとめ）　・・・・・・・・・・・・９４
　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　・・・９９
　３　産業成長戦略の総括　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１００
　４　地域アクションプランの総括　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１８

Ⅴ　高知県経済等の動向（平成 29 年３月現在）　・・・・・・・・・・・・・１２２

【産業成長戦略】

Ⅰ　専門分野の成長戦略
　１　農業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１３１
　２　林業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２２７
　３　水産業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２８１
　４　商工業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３２９
　５　観光分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４１５

Ⅱ　産業間の連携戦略
　１　地産地消・地産外商戦略の展開　・・・・・・・・・・・・・・・・・・４６７
　２　移住促進による地域と経済の活性化　・・・・・・・・・・・・・・・・５３５
　３　担い手の育成・確保　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５９１
　４　地域産業クラスターの形成　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６５９
　５　起業や新事業展開の促進　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６８９
　６　産学官連携による力強い産業の礎を築く・・・・・・・・・・・・・・・７２５

＜付属資料＞

Ⅰ　用語の解説　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７４８

＜参考資料＞

Ⅰ　計画のフォローアップ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７６０
　１　フォローアップの経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７６０
　２　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等　・・・・・・・・・・・７６７
　（１）フォローアップ委員会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７６７
　（２）専門部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７６８
　（３）連携テーマ部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７７０
　（４）産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　・・・・・・・・・・７７１

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

Ⅰ　地域区分

Ⅱ　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

Ⅲ　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

【 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、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し、「第3期計画 ver.2」へと改定し、取り組みをさらに加速していきます。

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。

---

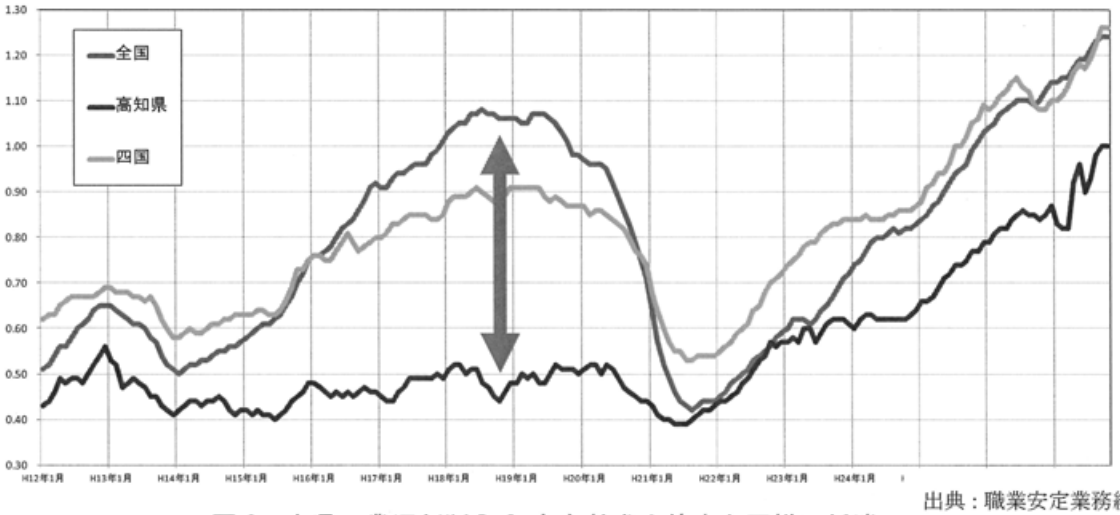
[1] Plan（計画）、Do（実行）、Check（検証）、Action（改善）による行動プロセス

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（H17：2,463 人、H18：3,491 人、H19：4,542 人、H20：4,321 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）。

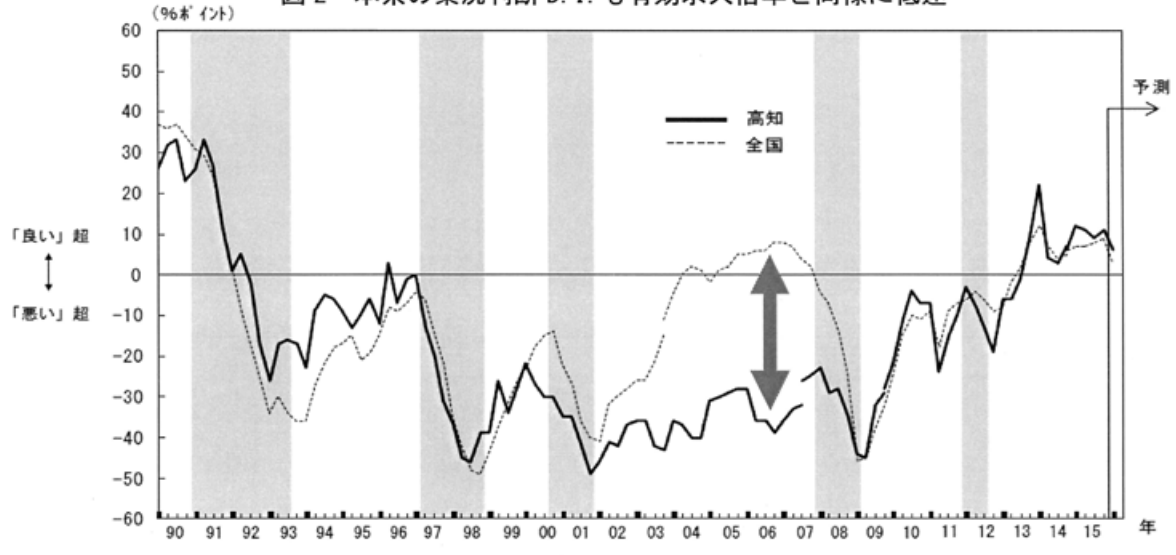
このように、本県では、戦後、人口の社会減による経済の縮小が、さらに人口の社会減を加速させ、それが過疎化と高齢化を同時に招き、特に、出生率の高い中山間地域ほどこうした傾向が顕著になった結果、全国に先行して人口が自然減の状態にも陥り、このことで、より一層経済が縮むという、「人口減少による負のスパイラル」をたどってきました。

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



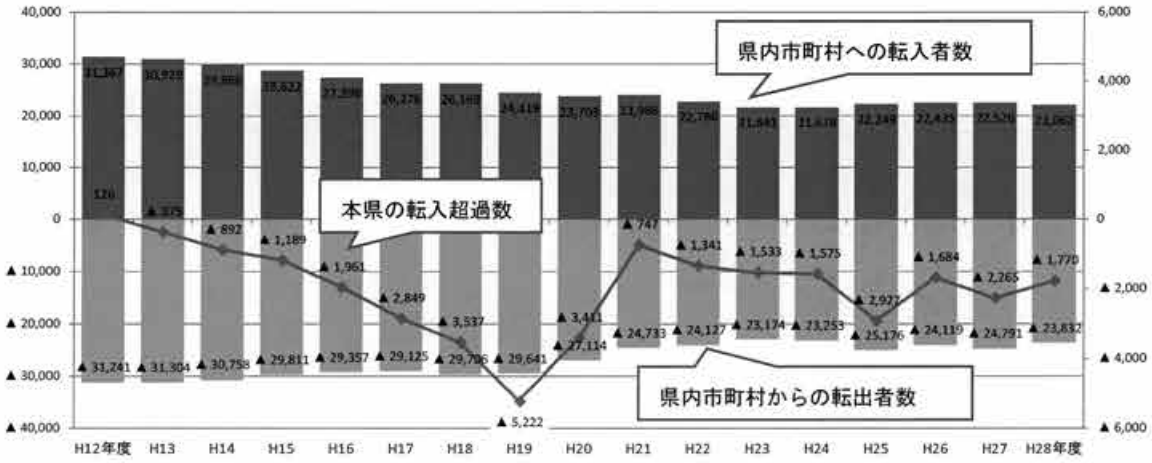
出典：職業安定業務統計

図 2　本県の業況判断 D.I.も有効求人倍率と同様に低迷



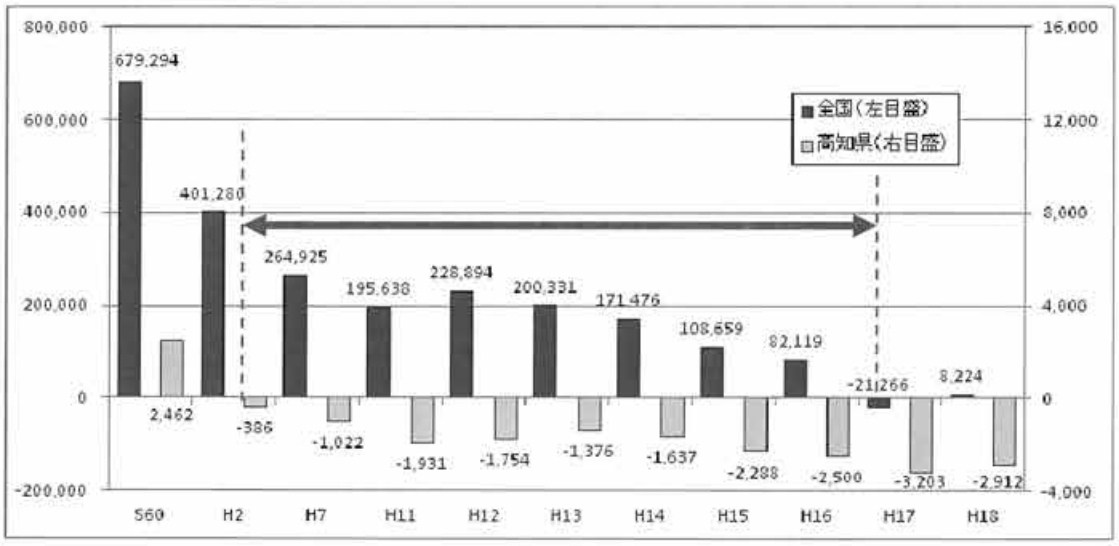
出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」

図３　本県人口の社会減が進行



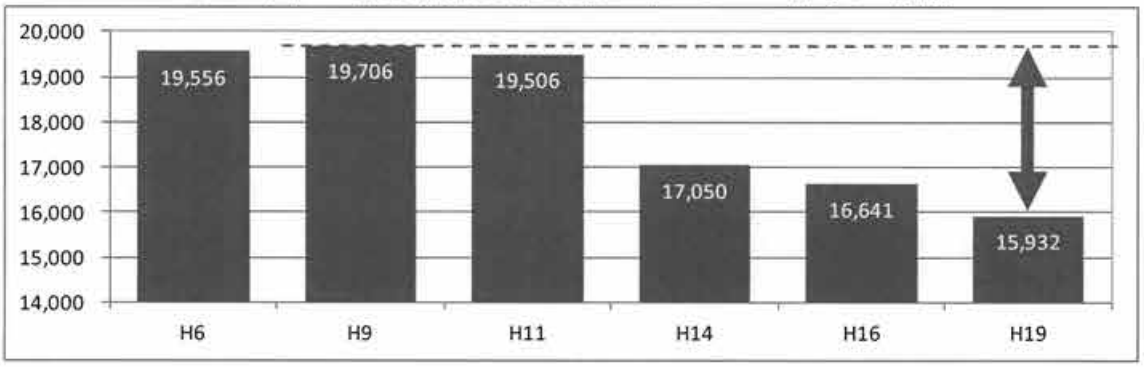
出典：高知県推計人口、市町村別住民基本台帳人口等

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

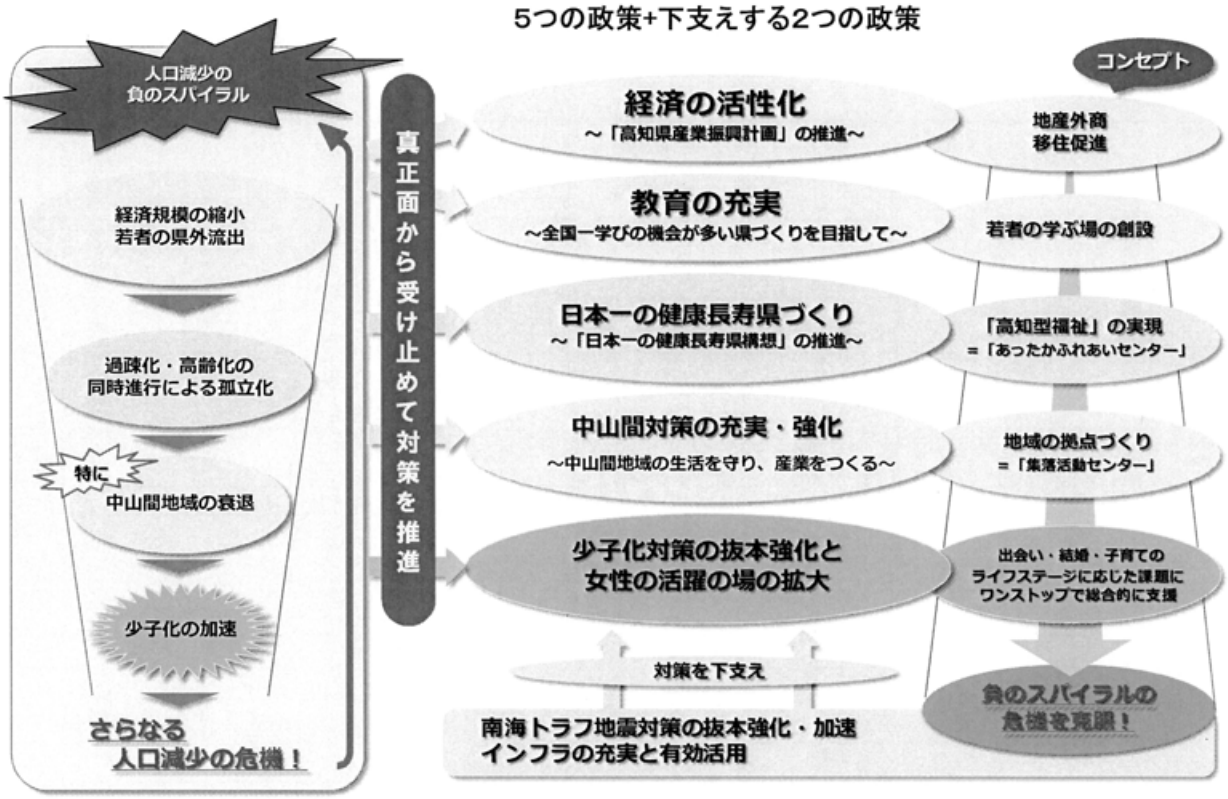


出典：商業統計調査

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」の2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 年度からスタートしました。

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・海外からお金を稼いでくる」＝「地産外商（ちさんがいしょう）」を基本戦略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 22 年の間に、人口が約 4 割減少（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約 1 割）。

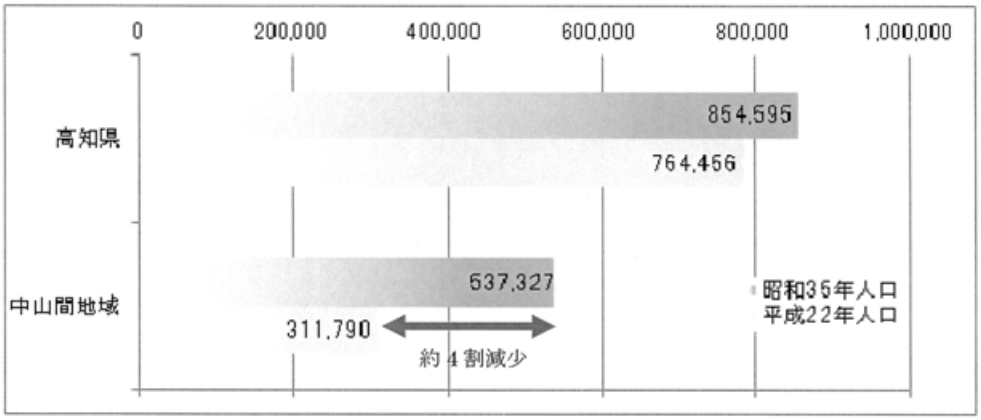
本県の基幹産業である農業や林業などの多くは中山間地域で行われており、観光誘客における高知県の売りである「豊かな自然」の多くは中山間地域に存在し、また、そこから多くの安心安全な食材などが供給されます。

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、中山間地域の価値は本県にとって、なくてはならないものです。

中山間地域の振興無くしては本県全体の県勢浮揚はありません。

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



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.17～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」を活かし、「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拡大再生産策の「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、その分野の「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、県民の方々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.17～p.21 参照

■産業分野や段階を横断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、本県は、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の中においても、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、

生産面だけでなく、ビジネスプランづくりや、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し、そのうえで、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っていきます。

■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」「高知家統一セールスキャンペーン推進本部」「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」を設置しています。そこには、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」や、産学官連携等の連携テーマを受け持つ「連携テーマ部会」、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」などを設置し、約 250 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。

第3期高知県産業振興計画フォローアップ体制

外部委員会【委員数合計　約250名】

産業振興計画フォローアップ委員会

【役　　割】計画全体の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
【メンバー】各産業分野の団体代表者、学識経験者、市町村の代表者　など

産業成長戦略

専門部会（専門分野ごとに開催）

農　業　林　業　水産業　商工業　観　光

【役　　割】各専門分野における進捗状況の検証、評価、修正・追加について検討
【メンバー】フォローアップ委員会委員（関係分野）、各分野の活動実践者　など

連携テーマ部会

取扱いテーマ
◆担い手の育成・確保
◆起業や新事業展開の促進
◆産学官連携による力強い産業の礎を築く

【役　　割】産業間の連携戦略の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
【メンバー】各専門部会の代表　など

移住推進協議会

取扱いテーマ
◆ 移住促進による地域と経済の活性化

【役　　割】移住促進は官民協働で取り組むべき共通テーマという認識のもと、各分野が連携・連動した効果的な戦略の検討、検証
【メンバー】移住に関連する業界、団体、有識者　など

地域アクションプラン

地域アクションプラン フォローアップ会議

【役　　割】地域アクションプランの進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる協議
【メンバー】市町村長、関係団体の長、住民代表　など

地域本部（地域ごとに設置）

安　芸　物部川　高知市　嶺　北
仁淀川　高　幡　幡　多

【役　　割】地域アクションプランの進捗管理、総合補助金の総括、アドバイザー派遣等の企画・実施、新たな取組の発掘　など
【メンバー】地域産業振興監、関係出先機関長、商工労働部主管課長・観光振興部地域観光課課長補佐、地域支援企画員（総括）など

地域アクションプラン実行支援チーム

【役　　割】個別のプランごとのサポート　など
【メンバー】地域本部構成機関の職員、地域支援企画員　など

県庁内部

産業振興推進本部

本部会議

【役　　割】計画全体の進捗管理、課題事項の検討・調整　など
【メンバー】知事、副知事、関係部長、地域産業振興監　など

関係部長会議

【役　　割】産業成長戦略に関する重点協議
【メンバー】知事、副知事、関係部長　など

幹事会

【役　　割】推進本部の活動の補佐
【メンバー】産業振興推進部副部長、関係部主管課長など

高知家統一セールスキャンペーン推進本部

【役　　割】外商活動戦略の効果的・効率的な展開
【メンバー】産業振興推進部長、関係部副部長　など

庁内情報共有会議

【役　　割】計画にかかる情報共有
【メンバー】地域産業振興監、関係部主管課長　など

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月に設立し、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.56～p.72 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が必要でした。

⇒ 第2期計画のより詳細な総括は p.94～p.121 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。

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ます。

＜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不足がさらに深刻化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。

＜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。

＜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。

この拡大再生産に向けた3つのポイントに全力で取り組むことにより、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を目指していきます。

あわせて、生産年齢人口の継続的な減少や雇用情勢の改善による失業率の低下などによって、各産業分野の担い手不足が大きな課題となっていることから、その影響を和らげるため、「生産性の向上」と「人材の定着」に向けた取り組みも進めていきます。

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、県内の産業を持続させたい、地域地域に魅力ある働く場を創出したい」、このことにより「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、到達状況を検証していきます。

《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

この3つの目標に加えて、県民経済計算による「県民所得」についても、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、目標として掲げませんが、産業振興計画の推進によって着実な伸びを目指していきます。

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」などの指標についても、全国との比較や経年の変化を見ていくことで、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

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）

若者の県外流出を防止する、県外からの流入を促進する

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

※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

NEW！ 若者が志を持って打 魅力ある仕事を

計画全体を貫く目標（

■ 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

※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から

◎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	NEW！ 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	1,018億円（H27）	9.0万t（H27）	59.2万㎥（H27）	204億円（H26）	445億円（H26）	175億円（H26）
2期計画発射台	933億円（H22）	－	40.4万㎥（H22）	150億円（H22）	－	160億円（H21）

値目標

で若者が誇りと志を持って働ける高県

指す将来像の実現！

れをより力強い「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。

を持って打ち込める る仕事をつくる

貫く目標 ②

00人の雇用（定量的に把握を創出する

握できないものの観光振興や拡大による雇用創出が見込まれる

2期計画期間における
創出6,139人（定量的に把握できるもの）

間：雇用創出　6,000人
間：雇用創出10,000人
いずれも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、目標として掲げませんが、計画の推進によって着実な伸びを目指します。

ら事業化までの多様なサポートにより、 践者のチャレンジを応援する

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

業分野	商工業分野	観光分野		地産地消・地産外商戦略（食品分野）	移住促進
ずる元気な漁	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
水産加工出荷額	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
175億円（H26）	5,260億円（H26）	424万人（H28）	1,089億円（H27）	892億円（H26）	518組（H27）
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活かして、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。

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。

- 土地生産性（耕地面積 1ha あたりの農業産出額）
  全国第6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 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	36,500t	15.4%	1位
キュウリ	22,900t	4.9%	7位
ピーマン（シシトウを含む）	12,100t	9.9%	3位
シシトウ	2,780t	44.5%	1位
ミョウガ	4,899t	87.1%	1位
ニラ	14,900t	26.8%	1位
オクラ	1,733t	15.6%	2位
ショウガ	17,400t	44.5%	1位
ユズ	10,138t	51.8%	1位
ブンタン	9,547t	93.5%	1位
日向夏（小夏）	1,677t	29.4%	2位
ユリ	1630 万本	11.7%	2位

野菜・花き：平成 27 年産（ミョウガ、オクラは平成 26 年産）
果樹：平成 25 年産

[3] 社会生活統計指標－統計でみる都道府県のすがた 2016－（総務省）
[4] 同上
[5] じゃらん宿泊旅行調査 2008、同 2009、同 2010、同 2011、同 2012、同 2014、同 2015（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4年連続第1位[7]
・全国トップクラスの年間日照時間(平成 25 年 全国第3位(2,373 時間))、年間降水量(平成 25 年 全国第5位(2,327mm))
・森林資源 ： 森林面積が県土の面積の 83.3 パーセント(平成 26 年)(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、坂本龍馬記念館など、10 を超える歴史観光スポット。(新たに「高知城歴史博物館」がオープン(平成 29 年 3 月))

■**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 27 年度のアンケート調査(平成 27 年 9 月)では、高知県への愛着度・好感度は 56.7%、行きたい度は 53.5%、住みたい度は 16.7%、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 84.4%、行きたい度は 79.4%、住みたい度は 35.2%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 17 カ国、19 チームが活動中

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 1 級河川平均水質ランキング 平成 24～27 年度 (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」の強みをより一層活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、製造業分野で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%

---

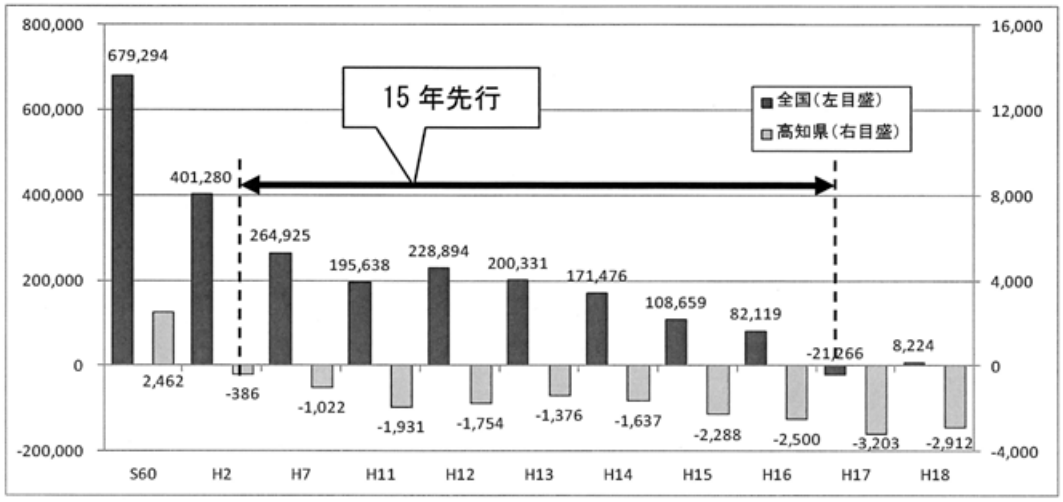
[10] 高知市の「横山龍一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

[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

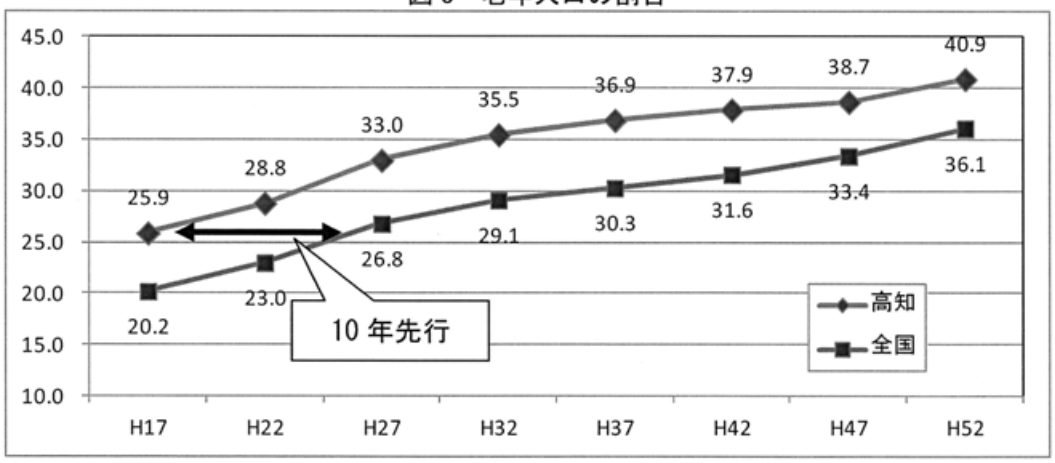
にあたる、およそ 23 万人の人口が減少すると見込まれる一方で、今後も相対的な高齢者の割合はますます高くなります。

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）

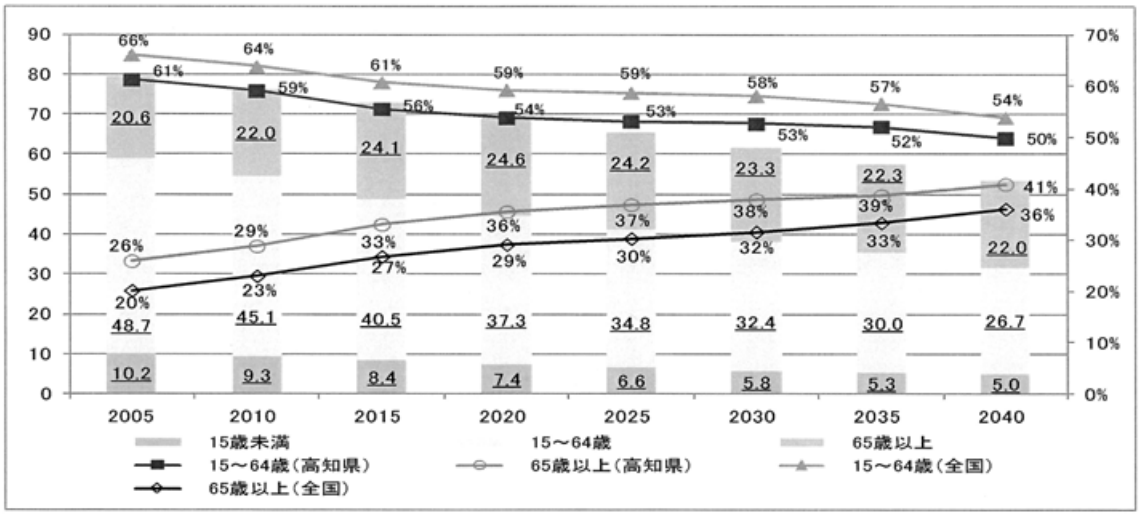
図 8　老年人口の割合



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



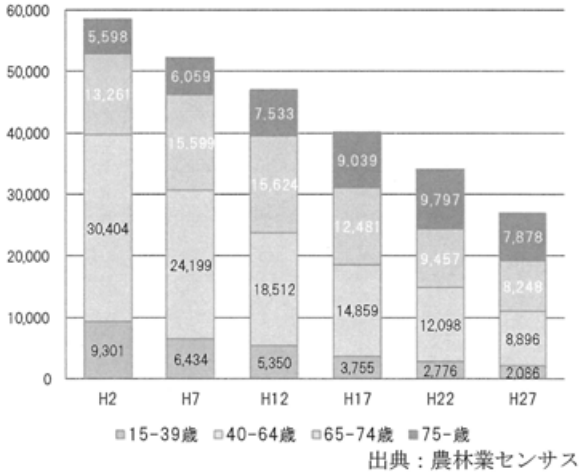
出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25.3）（国立社会保障・人口問題研究所）

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、例えば実際に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、就業人口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。

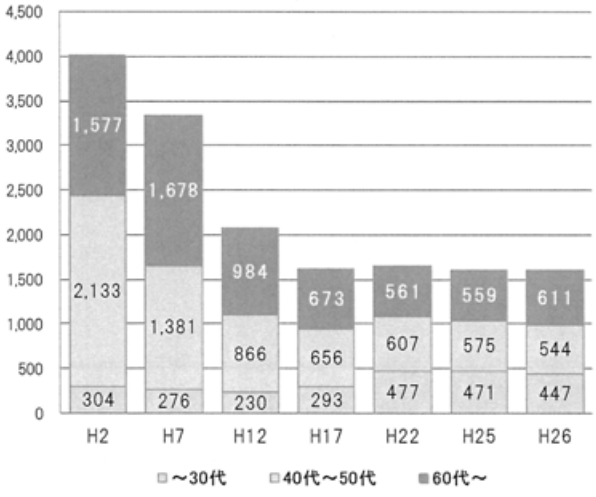
産業振興計画の取り組みにより、第一次産業の新たな担い手の確保につながるといった成果も一定表れていますが、依然として生産年齢人口の減少や若者の県外流出が続き、これに雇用情勢の改善による失業率の低下が加わって、第一次産業だけでなく、第二次産業、第三次産業においても、担い手不足がより深刻になっています。

図 10　農業就業人口の推移



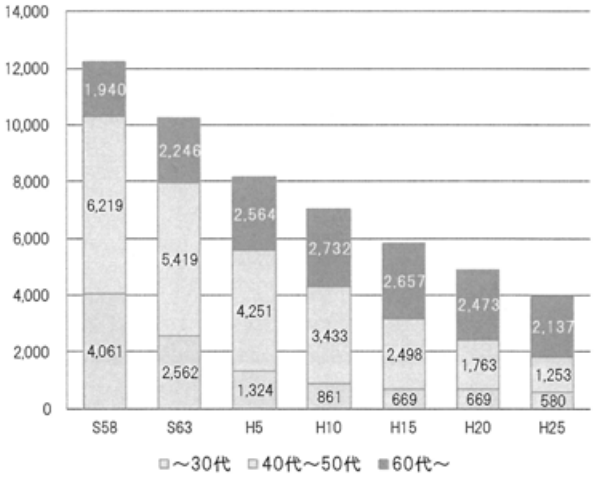
出典：農林業センサス

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

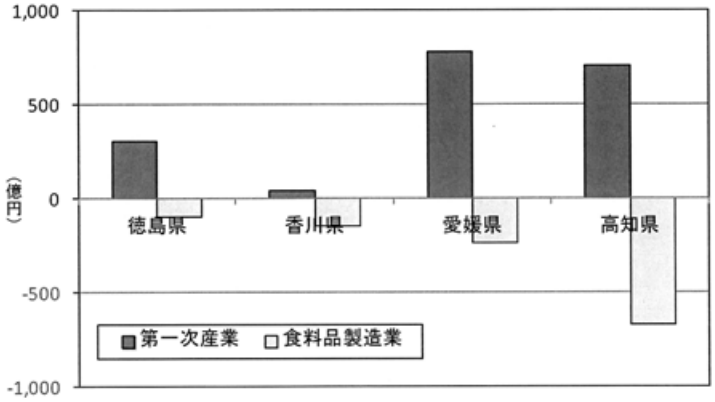
■地理的ハンディ：大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在

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で課題があります。

■経済体質：小規模・零細事業者が多い、製造業分野で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

図 13　四国 4 県の県際収支（第一次産業、食料品製造業）



出典：産業連関表（平成 23 年）

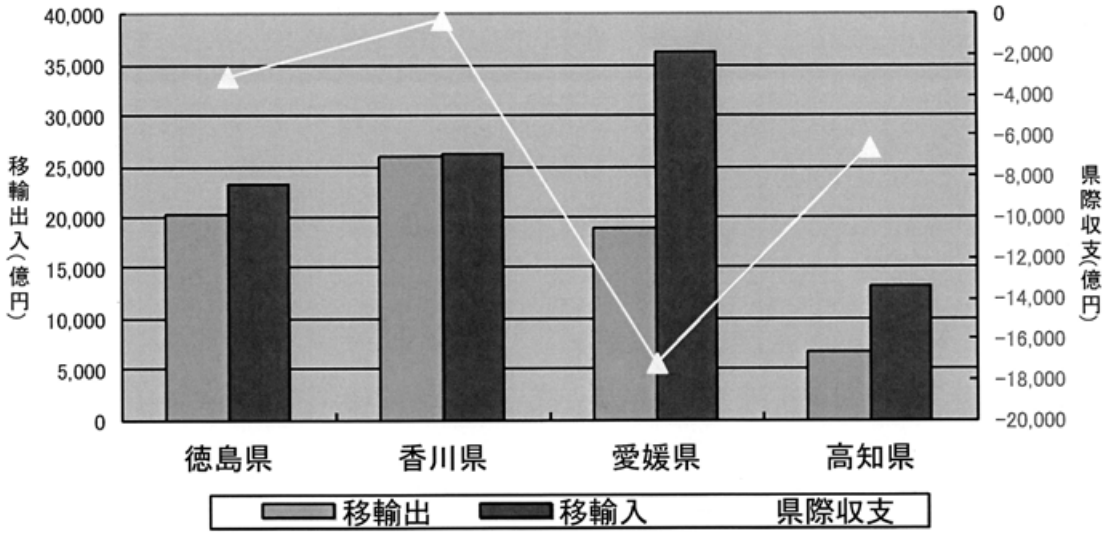
また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。また、機械系のものづくりの分野ではニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

その結果、第一次産業に関連が深く、その強みを最も活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）、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っています。また、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。

その上近年の田舎暮らしやスローライフへの関心の高まりなどから移住への関心も高まってきています。本県の強みや魅力を存分に活かし、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。

また、近年「モノの豊かさ」より「心の豊かさ」を求める人の割合が増えており、地域に貢献したいという志を持った方に本県の担い手として活躍していただけ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 の多面的な活用、大学の地域貢献、歴史イヤー、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、これは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 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作っていくことが可能です。また、本県の様々な分野での生産やサービスに ICT や IoT 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、全国的に注目が集る大政奉還 150 年と明治維新 150 年という節目の年は、本県の強みである歴史を活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、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の外国人観光客が訪れています。外国人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り、さらに加速す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】** 貿易の自由化（安価な外国産品の流入）、全国的な人手不足
- **【地域間競争】** 県外製品や小売の県内進出、地域間競争の激化

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

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。

さらに、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おり、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。

■地域間競争：県外製品や小売の県内進出、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5つの基本方向

① 高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させ、「地産」をさらに強化する
② 「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する
③ 「地産」「外商」の成果を「拡大再生産」につなげる
- ●担い手を育成・確保する
- ●地域産業クラスターを形成する
- ●起業や新事業展開を促進する

④ 産業人材を育成する
⑤ 移住促進により、活力を高める

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、所得の向上や雇用の創出につながる思い切った対策を講じなければなりません。

これまでの考察から、今後本県が目指すべき基本方向について、別表(SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」)のとおり整理できるものと考えられます。

なお、第3期計画の策定に際し、SWOT分析を再点検した結果、新たに地産、外商、拡大再生産それぞれの整理による3つの基本方向へ改編し、現行の「産業人材の育成」「移住促進により、活力を高める」を合わせ、5つの基本方向を導き出しました。

〈 別 表 〉

SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」

-SWOT分析-

高知家 NIPPON POSITIVE PROJECT

O 機会 Opportunities

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
- 高齢化の進行
- ICT・IoTの多面的な活用
- 大学の地域貢献
- 歴史イヤー
- 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）

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

高知県の強みを活かし、

S×O	多様な一次産品/全国トップレベルの食 ／ 食の安全・安心志向/ICT・IoTの多面的な活用/大学の地域貢献	新技術の導入等により、高品質・高収量化を図り、第一次産業を強化する	基本方向1
S×O	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 ／ 外国人観光客の増加/歴史イヤー/食の安全・安心志向	本県の強みをい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×O	過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術 ／ 防災意識の高まり/防災対策の強化	南海トラフ地震対策の加速化とあわせて防災関連産業を振興する	基本方向1・2
S×O	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 ／ 食の安全・安心志向/貿易の自由化(輸出の促進)/日本食ブーム	本県の強みを生かして全国・海外に外商を展開する	基本方向2
S×O	全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/明るい県民性 ／ 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していただく	基本方向5
W×O	中山間地域の衰退/担い手の不足 ／ 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、中山間地域の産業を育成する	基本方向1
W×O	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 ／ 消費者ニーズの多様化/食の安全・安心志向	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×O	担い手の不足/少子化・高齢化の加速/中山間地域が多い ／ 移住への関心の高まり/心の豊かさへの意識の変化	本県産業を支える担い手を育成・確保する	基本方向3-1
W×O	県内各地域に観光スポットが点在 ／ 歴史イヤー/ICT・IoTの多面的な活用	歴史資源等を核とした観光クラスターを地域地域に形成する	基本方向3-2

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	・県外製品や小売の県内進出 ・地域間競争の激化

弱みをカバーする取り組みを推進！

S	全国トップレベルの食/多様な一次産品	付加価値の高い商品開発により、他地域との差別化を図る	基本方向1
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		
S	県外や海外とのつながり/独自の技術を持つ地場企業	築きあげ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
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		
S	志ある実践者の増加	経営感覚を持ち、自ら考え行動できる人材を育成する	基本方向4
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
S	全国トップレベルの食/明るい県民性/多様で豊富な自然	移住希望者に寄り添い、きめ細かなサポートをすることにより移住を呼び込む	基本方向5
T	地域間競争の激化		
W	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	事業戦略づくりから製品開発、販路開拓、設備投資までの一貫サポートにより、ものづくりを強化する	基本方向1
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
W	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	事業の継続・発展の鍵となる、円滑な事業承継者や中核人材を確保する	基本方向3-1
T	県外製品・資本の流入/全国的な人手不足		
W	製造業分野での産業集積度が低い/食料品出荷額が少ない/若者の流出	地域産業クラスターの形成により、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事をつくる	基本方向3-2
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		
W	小規模・零細事業者が多い/中山間地域の衰退	商品やサービスを常に進化し続けることで競争力を維持・向上させる	基本方向3-3
T	県外製品・資本の流入/地域間競争の激化		

飛躍への挑戦！ 高知県産業振興計画

目指す将来像

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

基本方向 1

高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させるとともに、生産性の向上を図ることにより、**「地産」**をさらに強化する

基本方向 2

「地産」で生み出された様々なモノを生かして**「外商」**をさらに拡大する

基本方向 3

「地産外商」の成果を、**「拡大再生産」**につなげる

- 3-1 担い手を育成・確保する
- 3-2 地域産業クラスターを形成する
- 3-3 起業や新事業展開を促進する

基本方向 4

産業人材を育成する

基本方向 5

移住促進により、活力を高める

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.2 では、SWOT分析によって導き出された5つの基本方向に沿って、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。

基本方向1　高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させるとともに、生産性の向上を図ることにより、「地産」をさらに強化する

人口減少下において、本県の「地産」をさらに強化するためには、各産業分野において、新技術の導入や新たな人材の育成、確保などに取り組み、生産性や付加価値の向上を図ることによって販路を拡大していくことが必要不可欠となります。そして、これらを効果的に実現するためのベースとなる事業戦略の策定を各産業分野で徹底してサポートしていくことが極めて重要です。

このため、平成 28 年度から取り組んでいる、ものづくり分野での県内事業者の事業戦略の策定・磨き上げ支援を、他の分野にも広げるとともに、生産性・付加価値の向上を目指した新技術の導入促進や事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策などを進めていきます。

具体的には、それぞれの産業分野で、次の「地産」の強化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、環境制御等の新しい技術を導入した次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進などにより、高収量・高品質化を図るとともに、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などにより、消費地から選ばれる産地を形成します。また、集落営農や中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大することなどにより、中山間地域の農業の競争力を高め、地域の農業を地域全体で支える仕組みを構築します。

林業の分野では、森林組合の生産工程改善や高性能林業機械の導入等による生産性の向上などにより、原木の増産を図っていきます。また、製材所の加工力の強化や、集成材やCLTパネルといった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り、加工体制を強化します。さらに CLT 建築物の普及促進と需要拡大に向けた取り組みや、低層非住宅建築物の木造化の推進などにより、木材需要の飛躍的拡大を目指します。

水産業の分野では、漁業経営の効率化、法人等の生産現場への参入の促進などにより、生産性の高い漁業への構造転換を進めます。また、クロマグロ人工種苗の量産体制の確立と普及を図るなど、養殖業のさらなる振興を図ります。さらに、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整備促進などにより、国内外の様々な市場に対応できる産

地加工体制を確立します。

（2）第二次産業

食品加工の分野では、産学官の食品関係者が継続的に交流し、学び合う「食のプラットホーム」の設置や、商品開発・生産管理の高度化（HACCP手法の導入）に向けた一貫サポートの強化、工業技術センターへの新たな機器の導入など、食品加工高度化支援拠点の整備を図ることにより、本県の食品加工のレベルアップを目指します。

機械系のものづくりの分野では、ものづくり地産地消・外商センターにおける事業戦略や事業化プラン（製品企画書）の策定からその実行までの一貫サポートなどにより、ものづくり力、商品力をさらに強化します。

また、本県の製造品出荷額の約1割を占める紙産業においては、セルロースナノファイバーやリサイクル炭素繊維などの研究会を設置して、紙産業技術センターに導入した装置を活用して企業の製品や技術開発を加速します。

（3）第三次産業

観光の分野では、「志国高知　幕末維新博」の開催を通じて、県内の様々な史跡や偉人にゆかりのある施設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とともに、地域の食・自然などと一体的に組み合わせた周遊コースとなる観光クラスターを形成します。また、本県の豊かな自然などを生かした戦略的な観光拠点整備にも取り組んでいきます。さらに外国人のニーズに応えた定番の旅行商品づくりを進め、外国人観光客のさらなる誘致につなげていきます。

また、商工会等と連携して、地域の事業者の経営計画の策定や事業展開をサポートするとともに、中山間地域の商業の活性化に向けた取り組みを進めます。

重点取り組み

＜生産性・付加価値の向上と事業戦略づくりを支援する＞

■［商工業］　○ものづくり企業の事業戦略策定支援
　　○商工会等と連携した地域の事業者の経営計画の策定支援
［農　業］○中山間農業複合経営拠点、集落営農の事業計画の策定支援
［林　業］○製材事業体の事業戦略の策定支援
［共　通］○土佐ＭＢＡの経営戦略コースの充実

■新技術の導入促進、高知版ＩｏＴの推進

■人材の定着・確保対策（新規高卒者の早期離職防止、従業員の定着対策）

＜第一次産業を強化する＞

■［農　業］　○「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、集落営農の推進

■［林　業］　○森林組合の生産工程改善支援、高性能林業機械等の導入促進

○製材所の加工力強化

○木材需要の拡大（ＣＬＴの普及、低層非住宅建築物の木造化の推進）

■［水産業］　○沿岸漁業生産体制の効率化

○クロマグロ人工種苗生産の事業化など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

＜ものづくりを強化する＞

■第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開

○食品加工高度化支援拠点の整備による食品加工のレベルアップ支援

■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

○ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポート

○ものづくり地産地消のさらなる推進

■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

＜観光商品づくりを強化する＞

■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

○広域観光推進体制の確立

○地域の核となる観光拠点の形成（アウトドア拠点・スポーツ拠点の整備等）

■国際観光の推進

○外国人向け旅行商品づくりの抜本強化

＜商業を活性化する＞

■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「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する

人口の自然減等により、県内市場は今後も縮小していく趨勢にあり、引き続き、「外商」を強力に推し進めていくことが重要です。

引き続き、全国で外商活動を展開するとともに、外食チェーンなど業務筋への外商機会を拡大し、さらなる成果を目指していきます。また、将来のさらなる外商拡大を見据え、海外への輸出を本格化させます。

具体的には、それぞれの産業分野で、次の「外商」の強化の取り組みを進めていきます。

国内の外商については、食品の分野では、地産外商公社の活動範囲を首都圏から関西、中部、中国、四国、九州にまで広げ、全国規模で県内事業者の営業活動を支援します。また、農産物の流通規模に応じた販路開拓や、水産物の高知家の魚応援の店を活用した取引拡大などに取り組みます。また、ものづくりの分野では、平成 28 年度に東京営業本部を設置したものづくり地産地消・外商センターを中心として、外商支援や見本市出展後のフォローアップ営業などの支援を行っていきます。

海外の外商については、貿易推進統括アドバイザーの配置や台湾地域への高知県オフィスの設置など輸出拡大に向けた体制を強化するとともに、これまでに培ったノウハウを生かして、輸出品目ごとに、その特性に応じた戦略を立てて販路の拡大に取り組みます。

観光の分野では、本県観光のさらなる飛躍を図るため、「志国高知 幕末維新博」の広報・セールス活動や、地域の観光情報の提供など、効果的なセールス＆プロモーションを展開していきます。また、国際観光では、増加するクルーズ船の受入体制や Wi-Fi 環境の整備、多言語化の強化など外国人観光客の受入環境整備、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、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」の戦略的展開などにより、外国人観光客のさらなる誘客に取り組みます。

高知家プロモーションについては、これまで積上げてきた高知家の認知度などの成果を生かしながら、マスメディアを通じて必要な告知を適切な時期に発信するとともに、この発信効果を個別品目のセールスプロモーション等と連動させ、外商や観光、移住などの成果に着実につなげていきます。

重点取り組み

＜官民協働で「外商」を強化する＞

■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]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

○[農業]規模に応じた販路開拓、園芸連の中規模流通・小規模流通の強化

○[林業]県外流通拠点を活用した取引拡大

○[水産業]「高知家の魚応援の店」等を活用した取引拡大

■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）

＜県外・海外からの観光客を増やす＞

■効果的なセールス＆プロモーションの展開

○マスメディアを活用したプロモーション

○観光サポートアプリを活用した地域の観光情報の提供

○スポーツツーリズムの推進　　○コンベンション等の誘致

■国際観光の推進

○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

＜高知家プロモーション＞

■高知家プロモーションとの連動による外商や観光、移住の加速化

基本方向3 「地産」「外商」の成果を「拡大再生産」につなげる

これまでの取り組みによって、「地産」「外商」が拡大してきましたが、県勢浮揚を成し遂げるためには、この流れを力強い「拡大再生産」の好循環につなげ、持続可能なものとしていくことが重要です。

この拡大再生産に向けて、次の3つのポイントによって、施策を強力に推進します。

①担い手を育成・確保する

事業を継続・発展させていくためには、各産業分野の担い手の確保が課題となります。

このため、「事業承継・人材確保センター」やU・Iターン就職促進等の取り組みによって、県内事業者の円滑な事業承継や中核人材の確保をサポートします。また、第一次産業の担い手確

保の取り組み強化として、農業の産地提案型担い手確保対策や林業大学校の運営、民間企業等が行う漁業の担い手の育成への支援などに取り組みます。

②地域産業クラスターを形成する

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ていくことで、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。

また、若者や求職者のニーズが高い、コンテンツ関連企業や事務系職場の立地を促進していきます。

③起業や新事業展開を促進する

「地産」「外商」の成果をより力強い「拡大再生産」の好循環につなげていくためには、常に新しい挑戦が生まれ続けることが重要です。

このため、引き続き、各産業分野において起業や新事業展開を促進する施策を展開していきます。また、「こうち起業サロン」の常設化を図るとともに、起業サロンと産学官民連携センター（ココプラ）が一体となって、起業や新事業展開に取り組もうとされる方々を、学びの段階からアイデアづくり、計画策定、実践段階まで切れ目なくサポートしていきます。

重点取り組み

＜担い手を育成・確保する＞

■移住施策と連携した各分野の担い手確保策

○「事業承継・人材確保センター」による中核人材の確保や円滑な事業承継のサポート

○新卒大学生等の県内就職の促進

○首都圏の人材・企業とのネットワークの構築によるコンテンツ人材の確保

○農業担い手育成センター、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

＜地域産業クラスターを形成する＞

■地域産業クラスターの形成

○地域に根差した第一次産業を核としたクラスターの形成

・18 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り組みの強化（遊漁・体験漁業の振興、商店街の活性化等）

○コンテンツ関連企業や事務系職場の集積拡大

＜起業や新事業展開を促進する＞

■起業サロンと産学官民連携センターが一体となった起業等へのサポート

○こうち起業サロンの開催（サロンの常設化、起業コンシェルジュの配置）

○[学びのステージ]土佐MBAでの起業・第二創業コースの実施

○[トレーニングのステージ]アイデアソン、連続講座、ビジネスチャレンジサポート等の実施

○[事業化に繋げるステージ]ビジネスプランコンテストの実施

■各分野の個別サポートの充実

○コンテンツ産業への支援強化　○設備投資の促進　○事業戦略の策定支援

基本方向 ④産業人材を育成する

本県の産業を将来にわたって持続的に発展させ、県勢浮揚を成し遂げていくためには、各産業分野、各地域地域において、新たなことに果敢に挑戦しようとする志と、そのための知識や技術を持った人材が何よりも必要となります。

このため、土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）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への支援など、「志ある産業人材の育成」に力を注いでいきます。また、より早い段階から高知の産業に興味を持ってもらい、将来の担い手を育てていくために、発達段階に応じたキャリア教育も実施します。

重点取り組み

＜志ある産業人材の育成＞

○土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）の実施

○観光創生塾による観光人材の育成

＜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　⑤移住促進により、活力を高める

本県では各産業分野の担い手確保対策と移住促進策との連携を図りながら取り組みを進めた結果、移住者は大幅に増えてきていますが、近年、東京などに近い地域が移住対策に力を入れ始めるなど地域間競争がより激しくなってきています。

このため、新規の相談者の増加に向けた取り組みを強化するほか、相談者の関心ごとに対応した体験ツアーを実施するなど、相談や体験の機会を増やします。

また、各分野の人材ニーズをタイムリーに集約し、移住希望者とのマッチングを速やかに進めていくために、様々な人材ニーズを集約したデータベースを整備した上で、都市部の人材に向けて一元的に情報発信していく仕組みを構築します。

さらに、こうした取り組みの効果を最大限に発揮していくため、人材ニーズの集約、都市部への情報発信、移住相談やUIターン就職相談、中核人材の確保などを一体的に行う組織の設立を目指します。

重点取り組み

■情報発信

○高知家プロモーションと連動した移住PR

○ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開

■高知への移住に関心

○移住ポータルサイトによる情報発信

○発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ

■具体的な行動

○「移住・交流コンシェルジュ」によるきめ細かな相談対応

○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

○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

○移住につながる多様なツアーの実施

○二段階移住の促進、「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）」の具体化支援

■移住を決めてもらう

○全県的な移住支援ネットワークの構築　　○移住者向け住宅等の確保

■定住

○市町村や地域による移住者交流会の開催

6　第3期計画の改定（第１次改定）

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】

7　第3期計画のさらなる進化に向けて

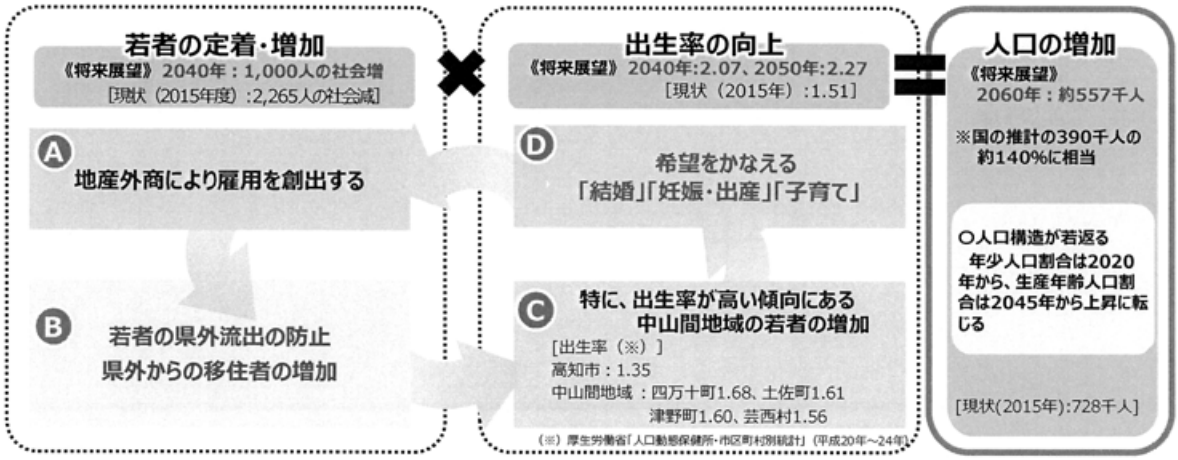
■他の政策との融合・発展

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
- 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

■産業振興計画のさらなる進化に向けて

人口の社会増減の均衡に向けては、若者の県外流出を食い止めることが特に重要であり、そのためには、「若者が地域地域で誇りと志を持って働ける」多様な仕事を数多く作り出していくことが必要です。

あわせて、人口減少下においても、できるだけ本県の経済を縮ませない、むしろ拡大する方向に持っていくためには、生産年齢人口をできるだけ減少させない、すなわち「担い手を育成・確保する」取り組みを行うとともに、仮に担い手が減少したとしても、その影響を和らげるため、「生産性の向上」と「人材の定着」に向けたさらなる取り組みが必要です。

第3期計画では、こうした課題への対応をさらに強化して進めていくこととしていますが、県勢浮揚を成し遂げるために、引き続き、多くの皆様のお知恵を賜りながら、毎年度計画を見直し、さらなる進化を図っていきます。

＜ 付属資料 ＞

Ⅰ　第１期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５４

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括　・・・・・・・・５６

Ⅲ　第２期計画の改定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・７３

Ⅳ　第２期計画（平成 24～27 年度）の総括・・・・・・・・・９４

Ⅴ　高知県経済等の動向（平成 29 年３月現在）・・・・・１２２

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

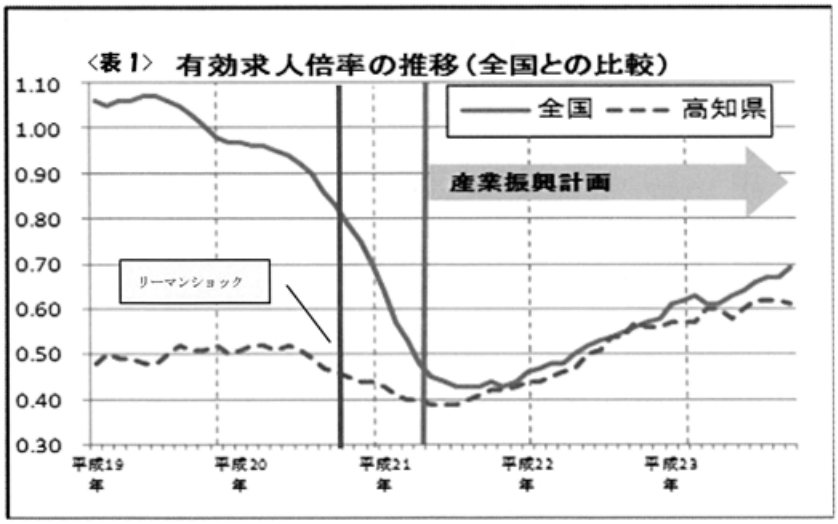
第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

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。

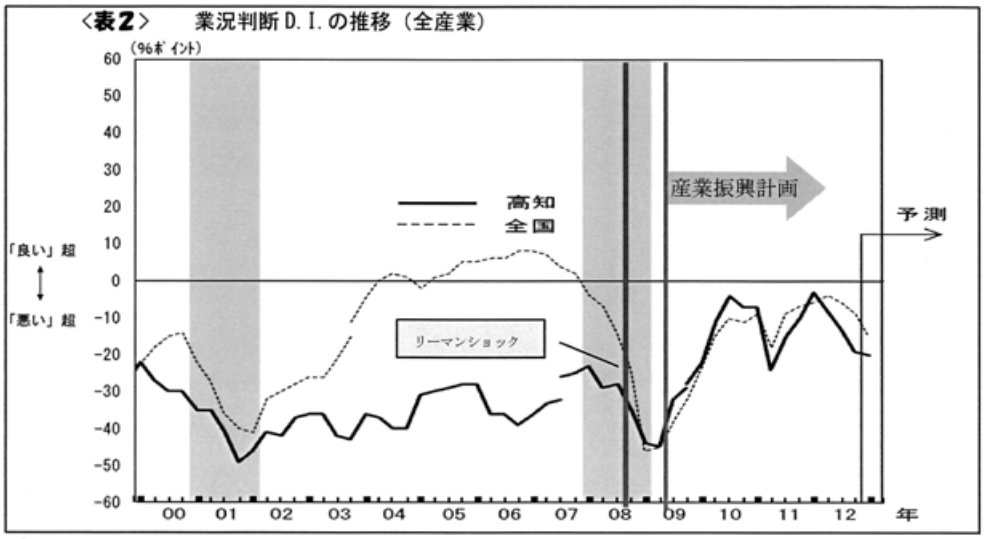
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

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。

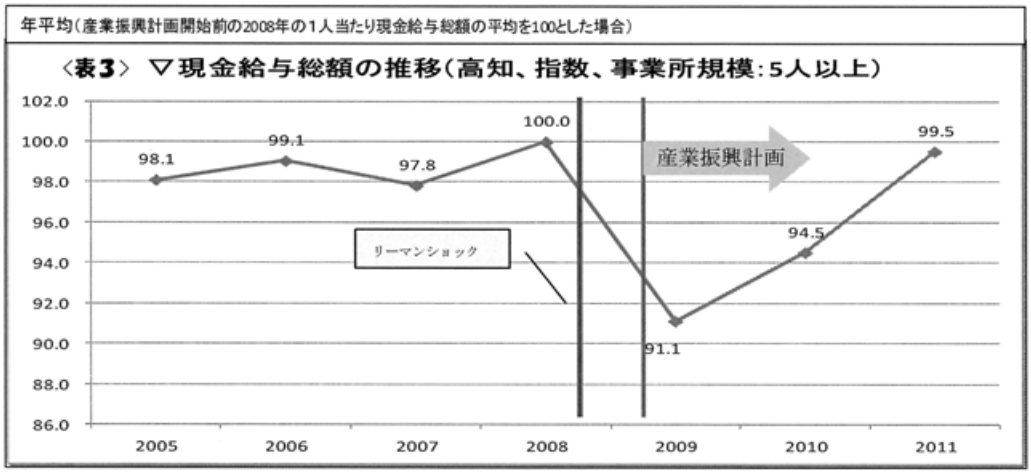
また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

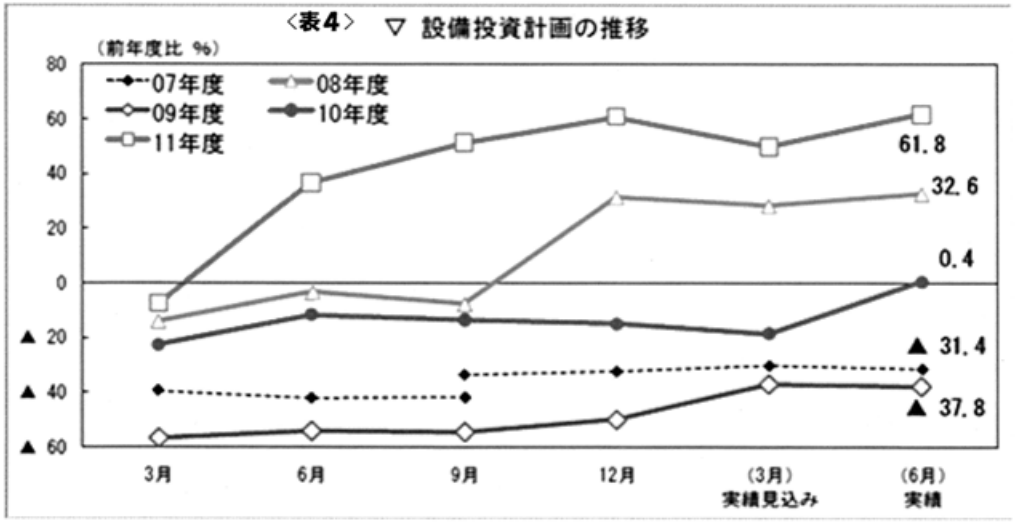


有効求人倍率（表1）や企業の業況判断D.I.（表2）の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで上昇に転じているほか、一人あたりの現金給与総額（表3）などが前年と比べてプラスに転じ、さらにこれまでになく設備投資（表4）に向けた意欲が高まるなど、本県の経済・雇用情勢にも明るい兆しが見え始めています。



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

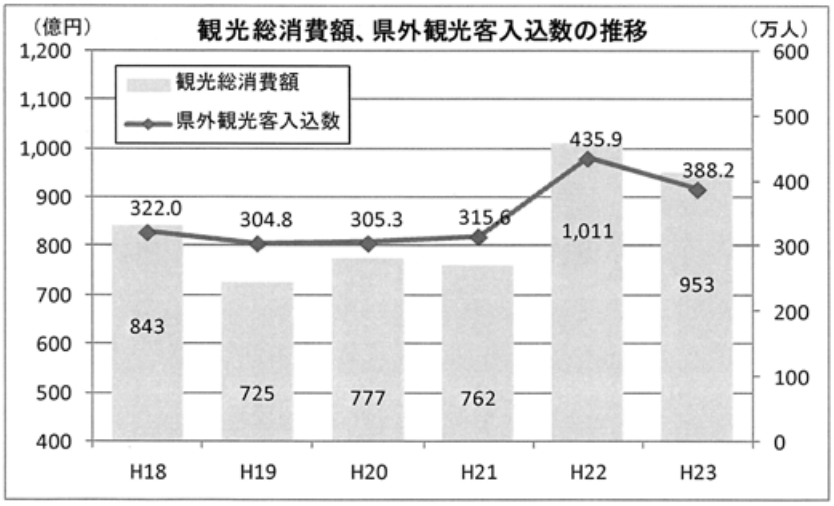
このような成果が現れ始めてはいますが、これを地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えません。また、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いといった問題もあります。こうしたことを踏まえ、これまで成果として芽生えた事業を定着させ、一層発展させていくとともに、新たな事業展開に挑戦する事業者を増やしていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《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）

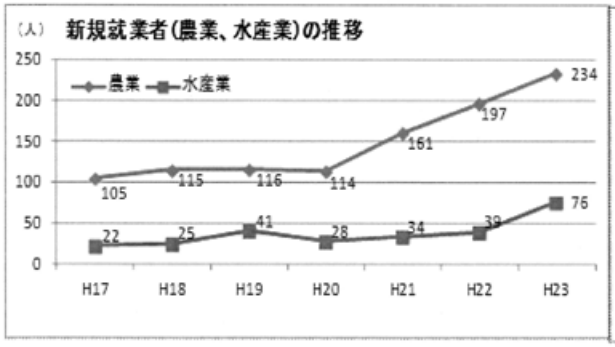
第１次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

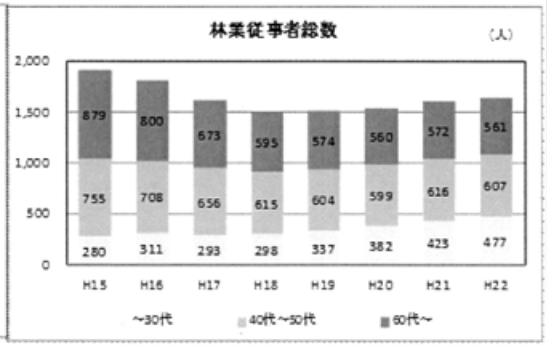
【第１次産業】

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

〇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

〇地域人財のニーズを発掘、顕在化する取り組みを強化

〇求める人財に着実に届けるアクティブな情報発信

〇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

〇「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

〇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

〇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

〇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

○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

○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

○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

○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。

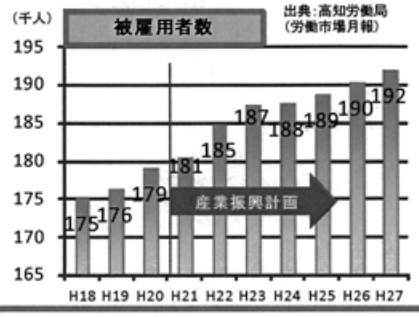
さらには、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成 23 年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じる（表３）とともに、長らく 0.5 倍程度であった有効求人倍率も、平成 27 年に 1 倍を超え、平成 28 年６月には過去最高の 1.16 倍（注：総括を行った H28.9 月時点の数値等）に達するなど、経済全体としてもよい方向に向かっているものと見られます（表４）。

※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. 98 に記載

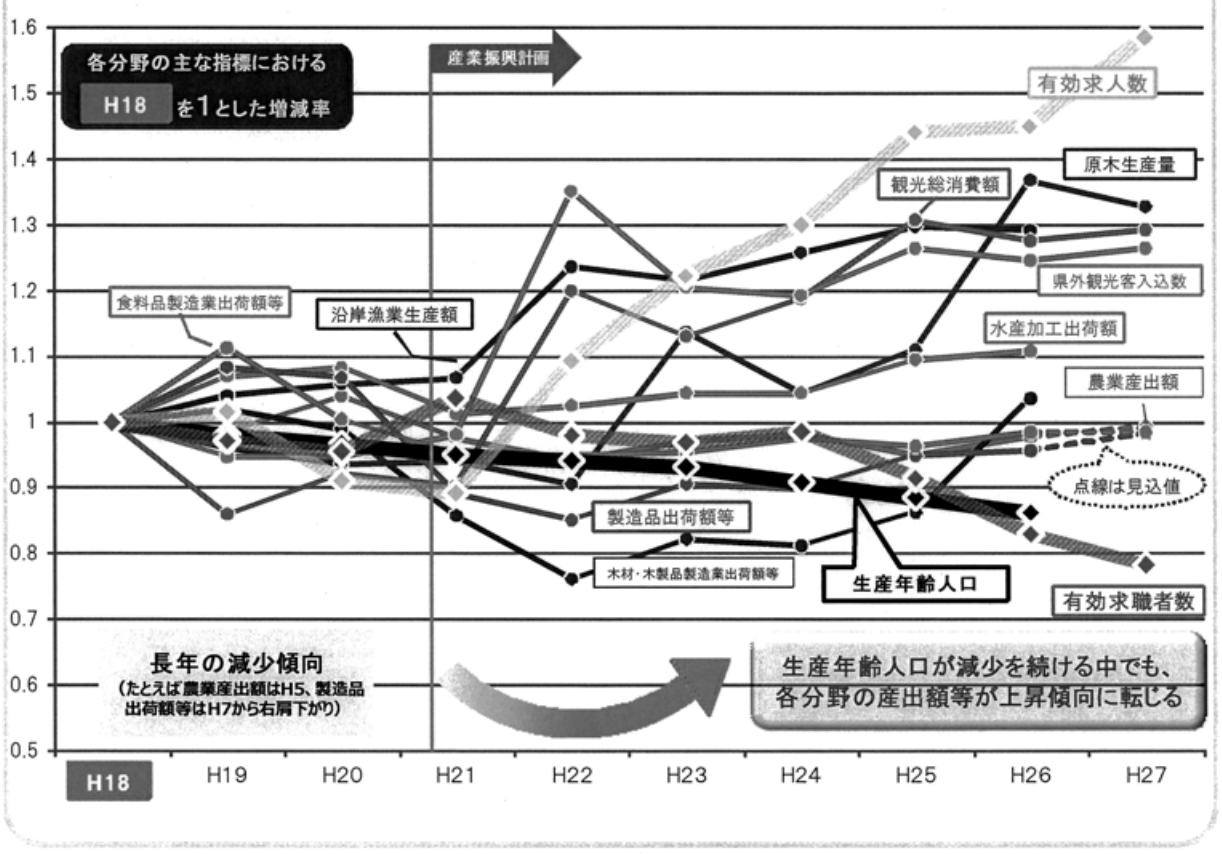
地産外商の拡大などにより新たな雇用が増加［表2］

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

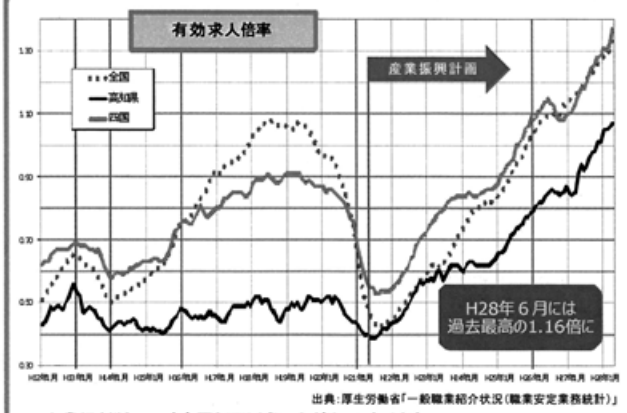


各分野の産出額等が上昇傾向に転じる（上昇傾向に力強さが欠ける分野も）［表3］

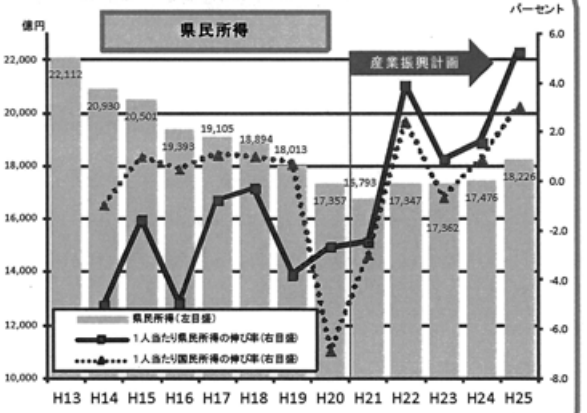


＊表３及び４の数値等は、総括を行ったH28.9時点のもの

経済全体は良い方向に向かっている［表4］



★業況判断D. I. も全国と同じように上がりつつあります。



【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. 102～p. 117 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.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》

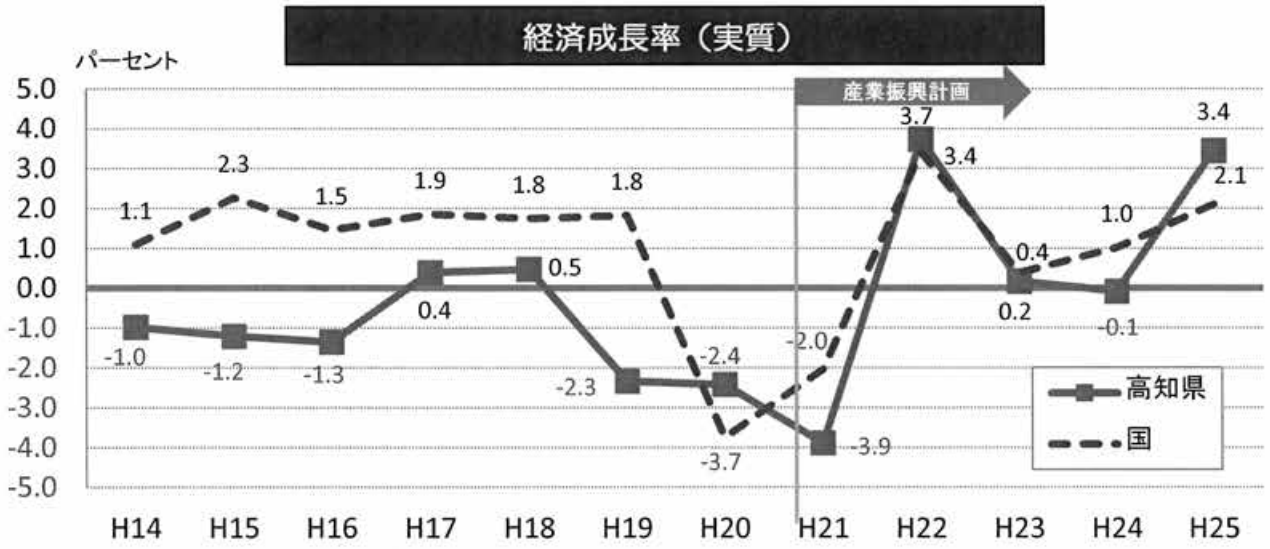
分野別	評価計	A＋	A	A－	B	－
農業分野	79	47	9	9	14	17
林業分野	19	7	6	3	3	13
水産業分野	31	18	4	7	2	49
商工業分野	40	20	9	7	4	22
観光分野	14	9	2	1	2	24
連携テーマ	59	30	12	7	10	32
合計	242	131	42	34	35	157

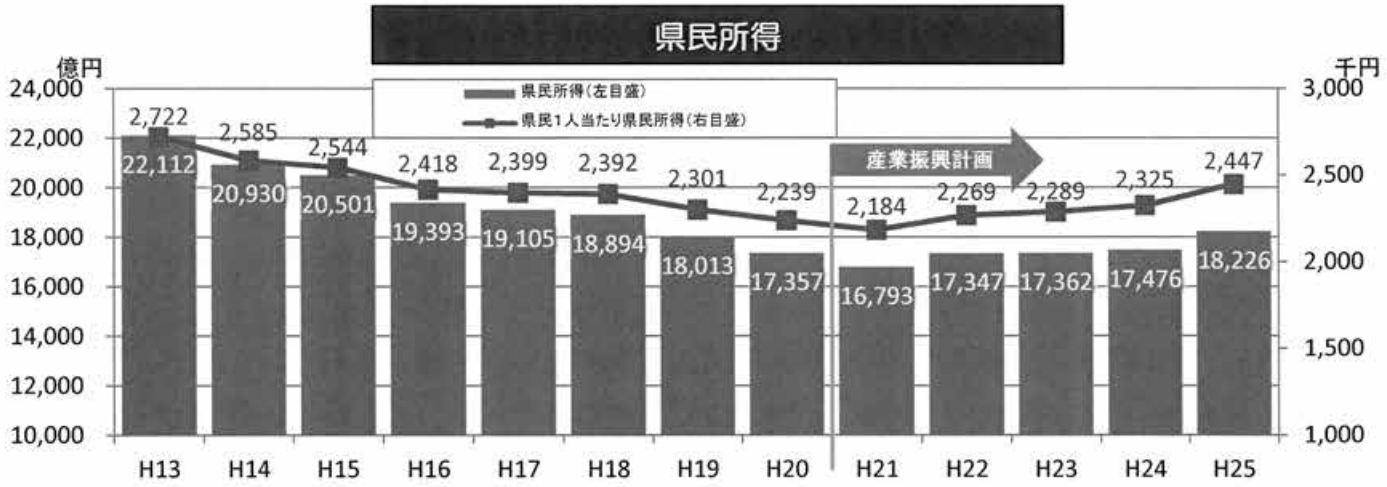
《地域アクションプラン》

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　高知県経済等の動向（平成29年３月現在）

出典：県民経済計算（県統計課）



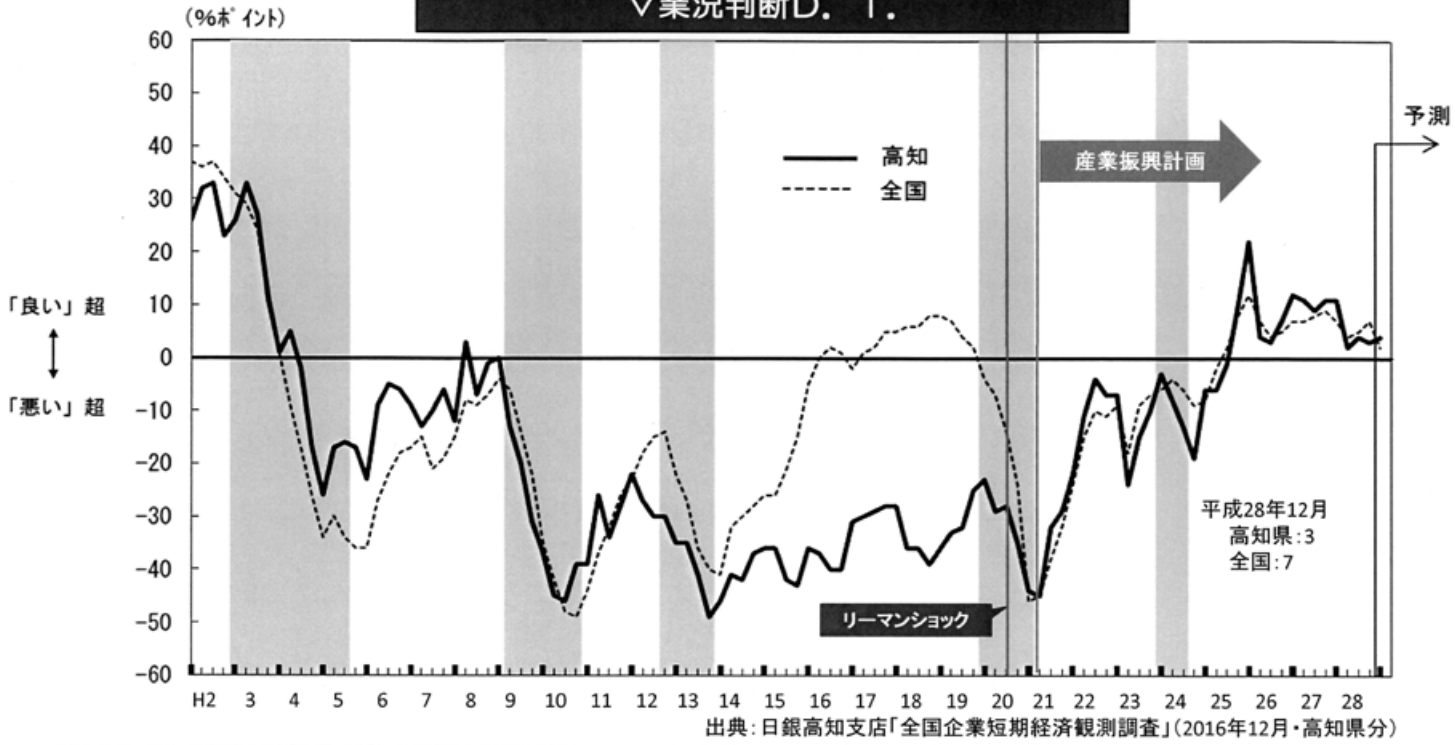


・平成28年2月公表の平成25年度県内総生産は、生産年齢人口が減少を続ける中にあっても、実質では２兆３，７０８億円と前年度比３．４%増（２４年度同０．１%減）と２年ぶりのプラスとなり、本県の経済成長率は国全体の経済成長率を上回った（名目では２兆２，６２７億円と前年度比３．１%増（２４年度同０．３%減）で３年ぶりのプラス）。

・県民所得、一人当たり県民所得いずれも平成22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．



出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2016年12月・高知県分)

《全国》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H28.9月）と比べて2ポイント改善した。
・大企業（資本金10億以上）は前回調査比で2ポイント改善、中小企業（資本金１億円未満）は前回調査比で2ポイント改善した。

《本県》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H28.9月）から概ね横ばいの動きとなった（前回４→今回３）。
（製造業では平成28年9月調査の16から9へと7ポイントの悪化、非製造業ではマイナス1から1へと2ポイントの改善）
・先行き（平成29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3→先行き 4)。

▽設備投資計画

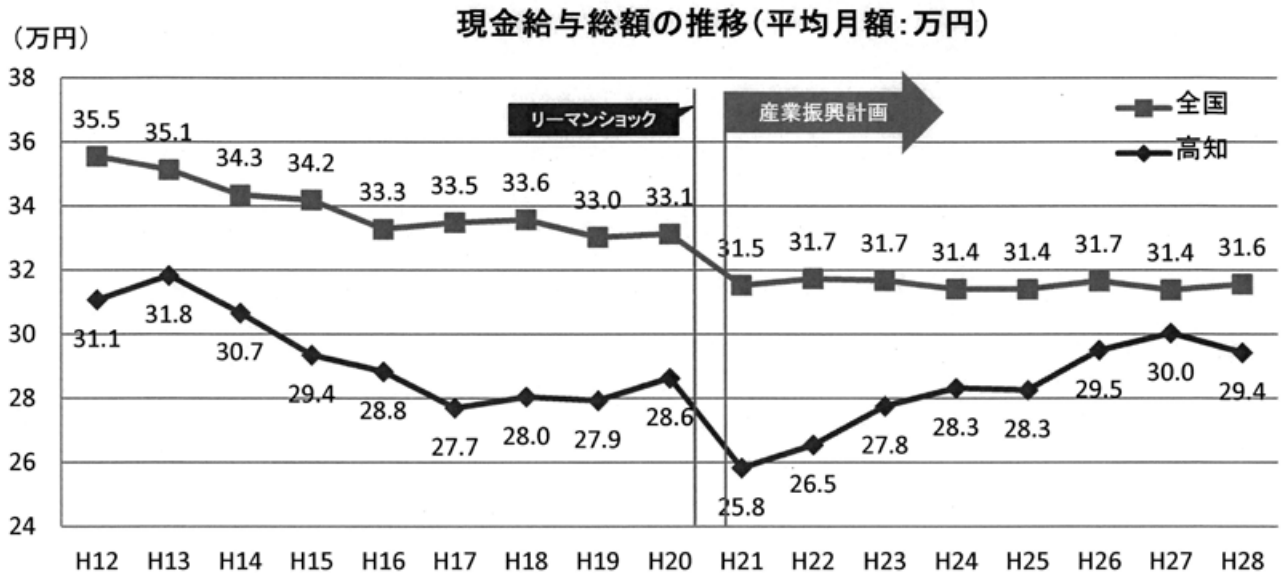
前年度比　単位:%

	実績						2016年度計画		
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	年度全体	上期実績	下期計画
全産業	＋0.4	＋61.8	＋8.1	▲ 39.1	＋36.7	＋34.6	**▲ 30.0**	▲ 35.2	▲ 25.1
製造業	＋19.6	＋81.1	▲ 27.4	▲ 33.5	＋68.1	2.1倍	**▲ 36.5**	▲ 40.1	▲ 32.7
非製造業	▲ 17.3	＋36.2	＋70.7	▲ 43.3	＋20	▲ 18.4	**▲ 18.0**	▲ 24.8	▲ 12.4

出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2016年12月・高知県分ほか)

《日本銀行調査》
・2015年度の設備投資額は、前年度を3割強上回る実績となった。
（全産業：プラス34.6%、製造業：2.1倍、非製造業：マイナス18.4%）
・2016年度の設備投資額は、前年度まで2期連続で3割強の大幅増加となった反動もあって、前年度を3割下回る計画となっている。
（全産業：マイナス30.0%、製造業：マイナス36.5%、非製造業：マイナス18.0%）

▽現金給与総額（事業所規模５人以上、調査産業計、男女計の平均月額）

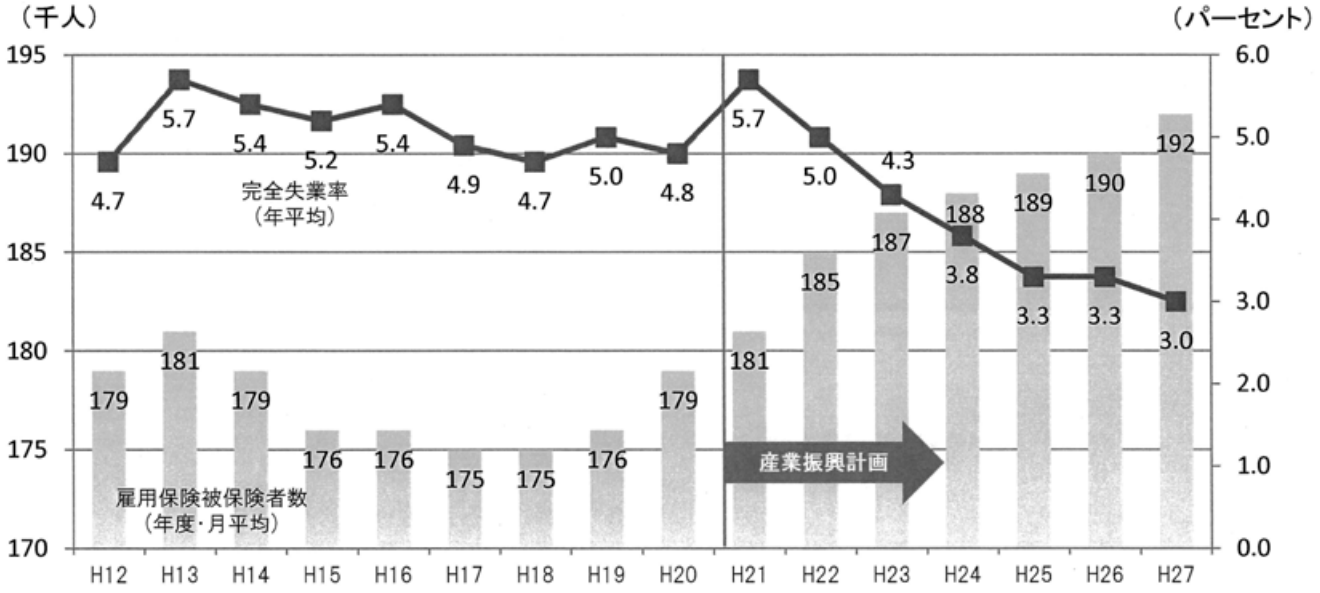


出典：現金給与総額（毎月勤労統計調査：県統計課、厚生労働省）

《全国》
リーマンショック時の平成21年に一旦落ち込み、その後の景気回復局面（H22～）においては、ほぼ横ばいで推移している。

《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年からは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

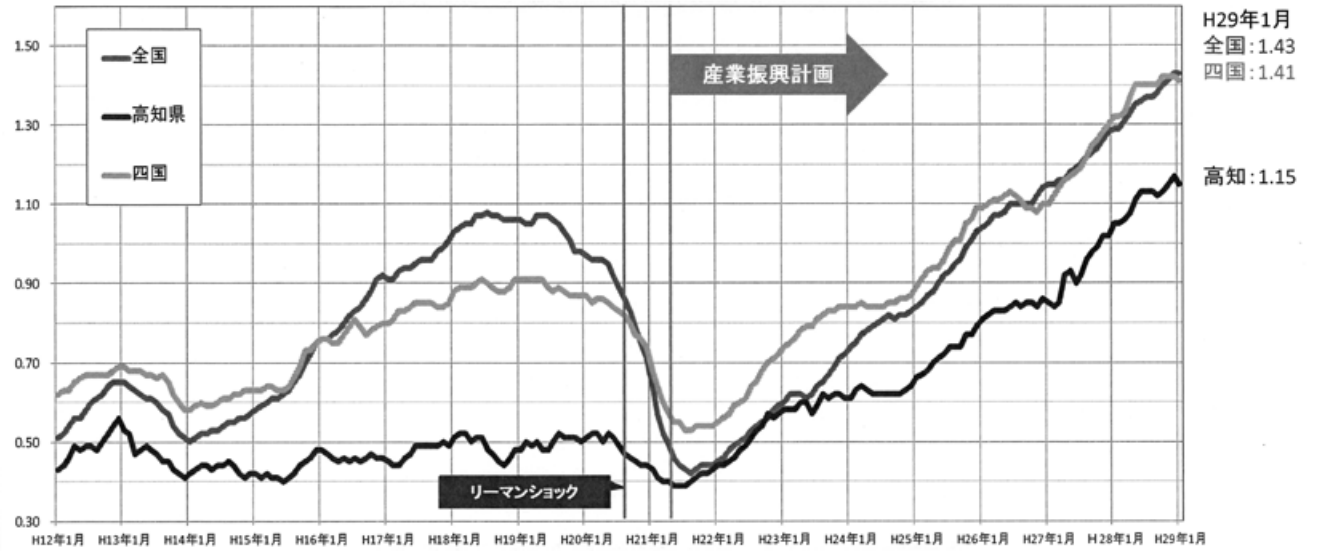


出典：雇用保険被保険者数（高知労働局「雇用こうち」）
完全失業率（労働力調査：県統計課）

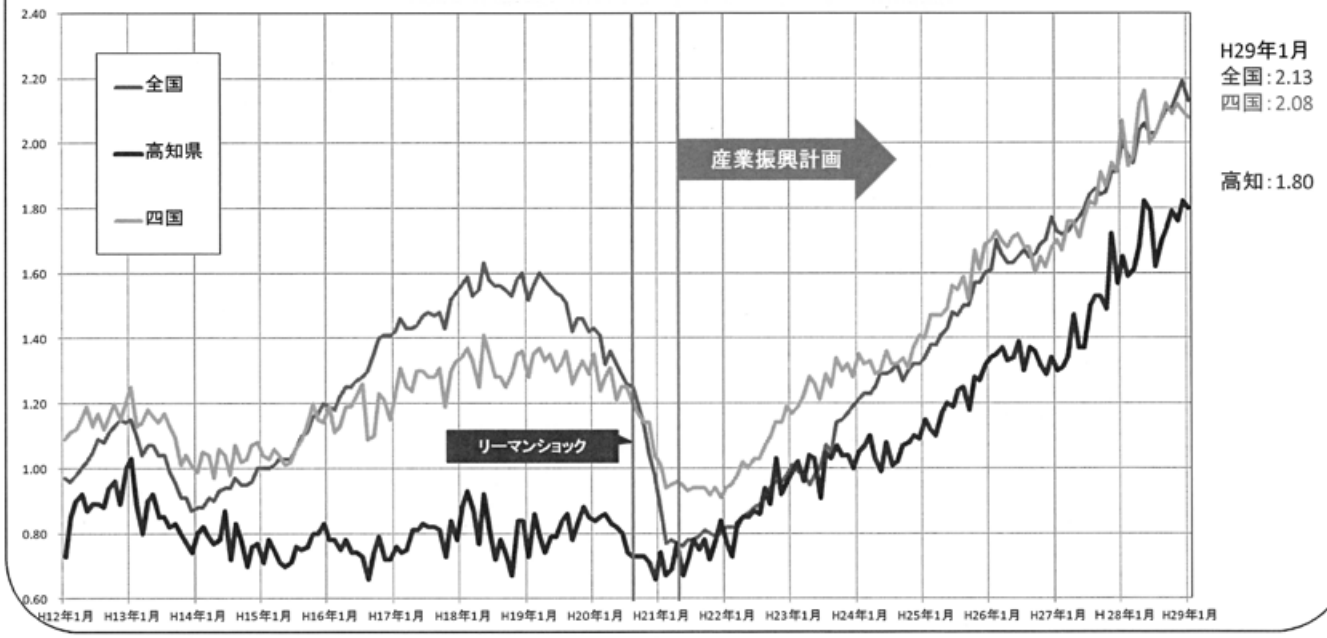
《雇用保険被保険者数》
平成19年度以降、増加傾向となっている。

《完全失業率》
平成22年以降、減少傾向となっており、平成27年は3.0パーセントまで改善している。

▽有効求人倍率（季節調整済み）



▽新規求人倍率（季節調整済み）

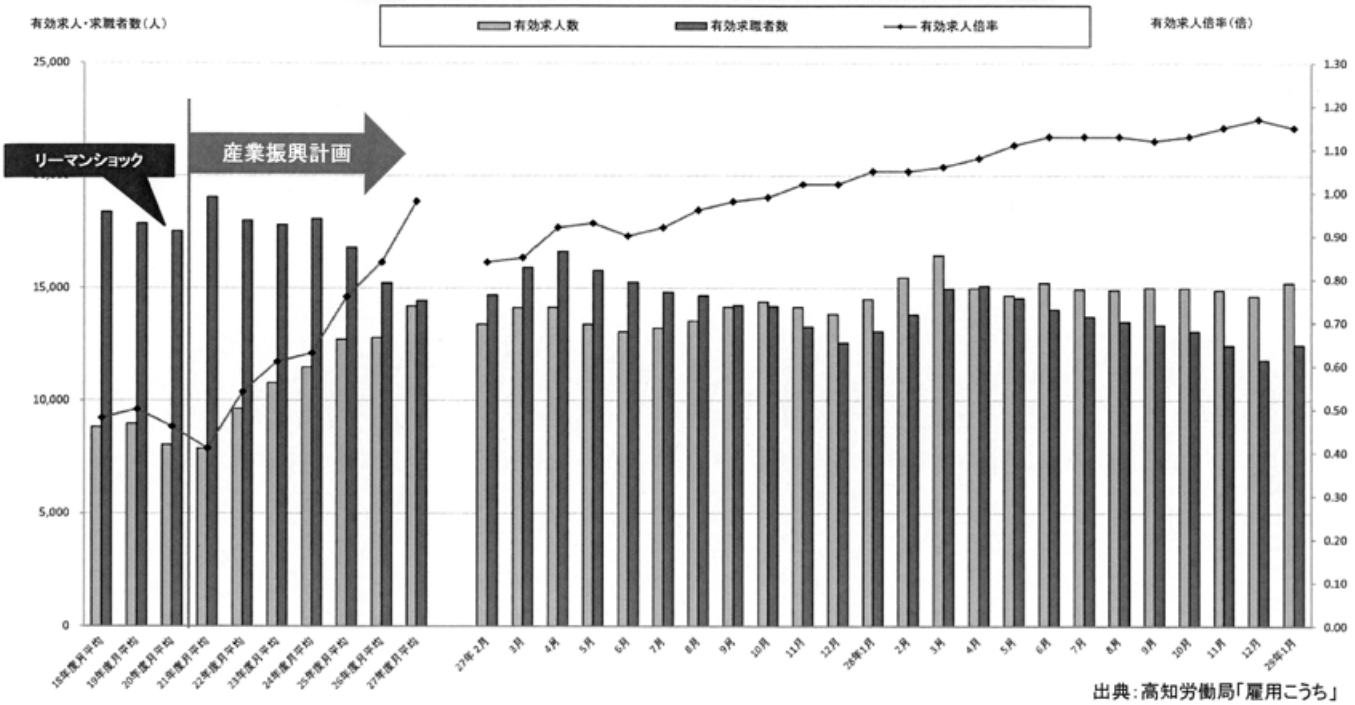


▽主な職業分類別　有効求人倍率（パート含む常用）

職業	高知県				全国			
	H27年7月	H28年1月	7月	H29年1月	H27年7月	H28年1月	7月	H29年1月
専門的・技術的職業	1.41	1.44	1.32	**1.67**	1.70	2.07	1.85	**2.19**
建築・土木技術者等	3.46	4.66	3.41	**7.84**	3.68	4.23	4.31	**5.11**
事務的職業	0.25	0.20	0.35	**0.39**	0.33	0.40	0.37	**0.45**
販売の職業	2.26	0.82	2.15	**2.28**	1.46	1.71	1.74	**1.94**
サービスの職業	1.63	0.89	2.42	**2.19**	2.40	2.87	2.87	**3.21**
介護サービスの職業	1.35	0.77	1.71	**1.71**	2.57	3.01	3.06	**3.53**
接客・給仕の職業	2.14	1.01	2.92	**2.96**	3.02	3.61	3.54	**3.77**
建設・採掘の職業	0.91	1.29	1.09	**1.76**	2.83	3.12	3.19	**3.66**
土木の職業	0.82	1.24	0.83	**1.70**	2.71	2.94	2.92	**3.41**
建設躯体工事の仕事	3.21	3.05	2.56	**3.26**	6.79	7.09	7.08	**8.11**
農林漁業の職業	0.57	0.44	1.14	**0.91**	1.15	1.19	1.27	**1.34**
生産工程の職業	1.01	0.82	1.29	**1.55**	1.06	1.22	1.22	**1.49**
製品製造・加工処理	1.32	0.99	1.63	**2.14**	1.28	1.48	1.50	**1.70**

※有効求人倍率は原数値

▽有効求人数・有効求職者数（実数値）



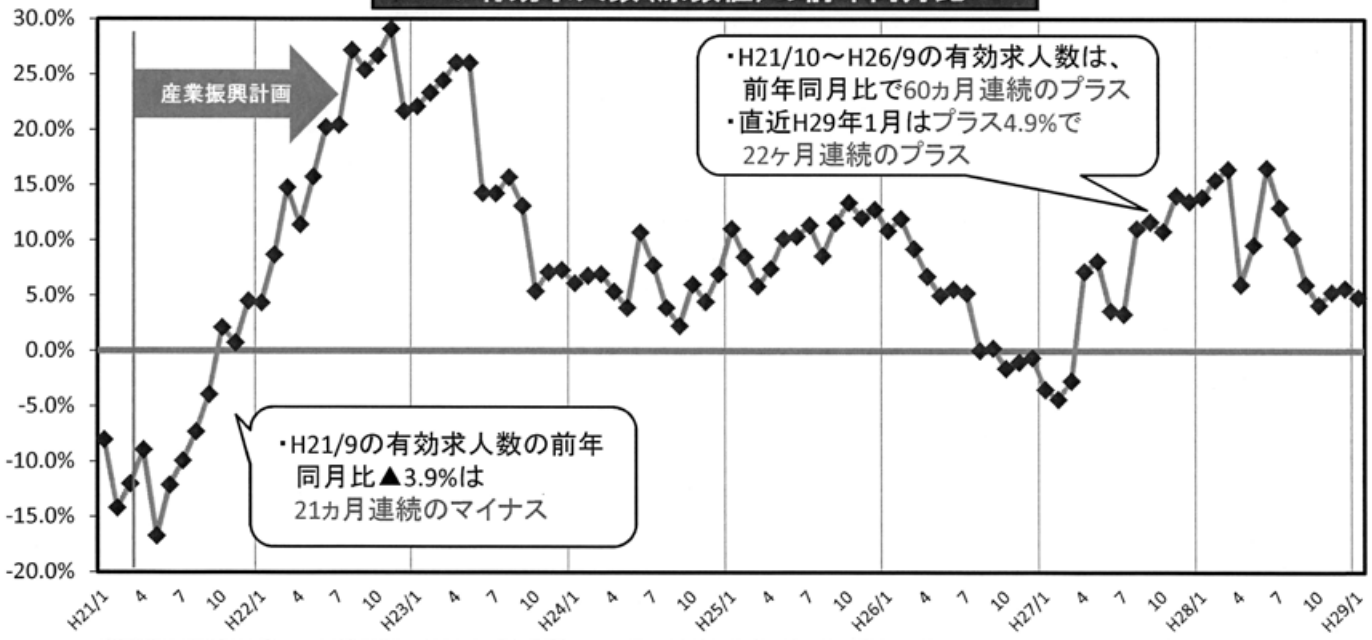
出典：高知労働局「雇用こうち」

	18年度月平均	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
有効求人数	8,834	8,971	8,045	7,877	9,647	10,794	11,484	12,729	12,807	14,196
有効求職者数	18,375	17,861	17,538	19,045	18,004	17,815	18,092	16,804	15,225	14,445

27年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	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
13,396	14,130	14,145	13,385	13,058	13,219	13,540	14,157	14,395	14,150	13,852	14,520	15,471	16,455	14,999	14,672	15,223	14,940	14,926	15,012	14,999	14,905	14,641	15,227
14,687	15,918	16,629	15,794	15,269	14,830	14,663	14,232	14,197	13,286	12,569	13,072	13,830	14,963	15,105	14,560	14,059	13,729	13,521	13,373	13,080	12,454	11,796	12,474

※ 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28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》

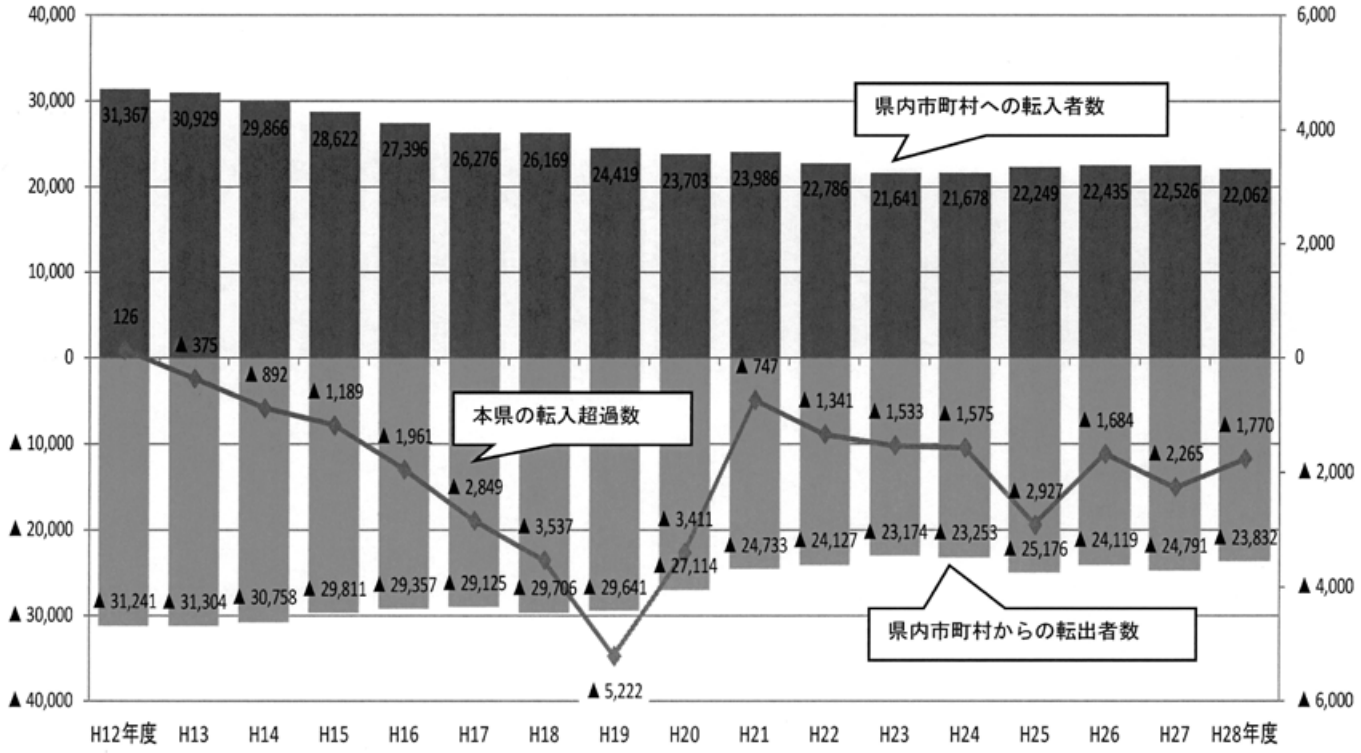
- 平成29年1月の有効求人倍率は1.43倍で、前月と同水準を維持した。
- 同月の新規求人倍率は2.13倍で、前月に比べて0.06ポイント下回った。
- 同月の正社員有効求人倍率は0.99倍で、前年同月を0.12ポイント上回った。

《本県》

- 平成29年1月の有効求人倍率は1.15倍となり、過去最高値となった前月を0.02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1.80倍となり、前月を0.02ポイント下回った。
- 同月の正社員有効求人倍率は0.68倍となり、前年同月を0.08ポイント上回り22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4.9%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。

▽社会増減の状況



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人から改善した。
・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 H29.3.7公表＜抜粋＞（日本銀行高知支店）

【概 論】

高知県の景気は、緩やかに回復している。

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、労働需給が着実に改善し、雇用者所得も緩やかな増加基調にあるもとで、底堅く推移している。観光客は、個人客を中心に堅調に推移している。また、公共投資、住宅投資が増加しているほか、設備投資も高めの水準で推移している。

先行きについても、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維持されるもとで、経済対策の効果も見込まれることから、緩やかに回復していくと考えられる。もっとも、①海外経済や国際金融資本市場の動向の影響、②消費者の根強い低価格志向の帰趨について、注視していく必要がある。

【 産業成長戦略 】

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、農業生産を一定維持することができています。

具体的には、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優れた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、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。

さらに、ここ数年260名を超える新規就農者を確保するとともに、農業担い手育成センターを通じた研修や先進技術の普及体制を強化しています。

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、本県の農業産出額、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.2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

環境制御等の新たな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、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、農業担い手育成センターなどでの、新規就農者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底上げ、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 ～地域で暮らし稼げ

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(H27)　1,018億円 ⇒

農業生産量

野菜（主要11品目）	出発点(H26)　9.5万t	⇒	現状(H27)
果樹（主要２品目）	出発点(H26)　2.12万t	⇒	現状(H27)
花き（主要３品目）	出発点(H26)　2,251万本	⇒	現状(H27)
畜産（土佐あかうし飼養頭数）	出発点(H26)　1,728頭	⇒	現状(H27)

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

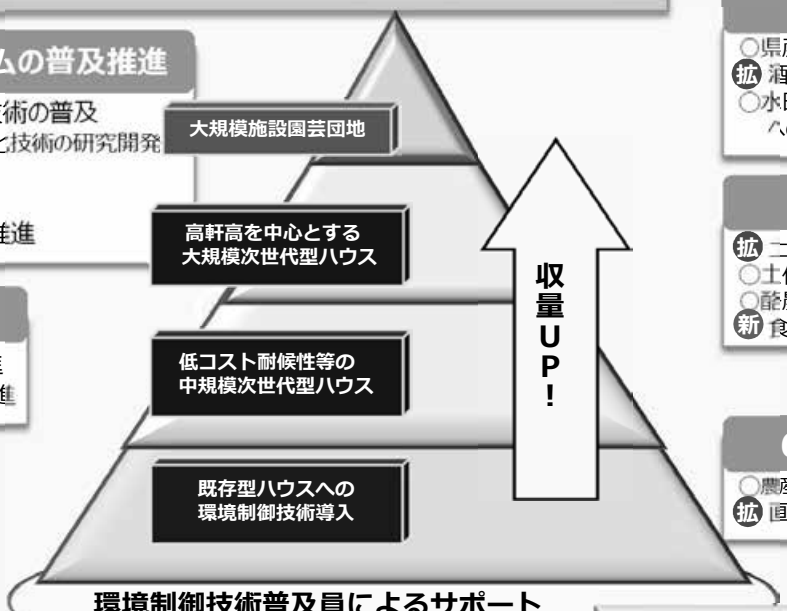
- 拡 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 拡 環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発
- 拡 次世代型ハウス等の整備支援
- 拡 地元と協働した企業の農業参入の推進
- ○オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

環境保全型農業の推進

- 拡 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）
- 拡 花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ）



水田農業

- ○県産米のブランド
- 拡 酒米の生産振興
- ○水田の有効活用への転換

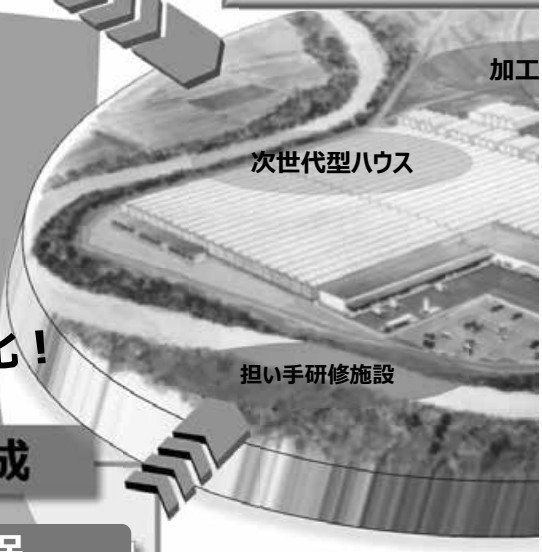
畜産の

- 拡 土佐和牛　拡 養
- ○土佐はちきん地鶏
- ○酪農
- 新 食肉センターの整

６次産業

- ○農産物加工の裾野
- 拡 直販所支援の強

柱５　地域に根
農業クラ



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
- ○雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- 拡 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

農地の確保

- ○担い手への農地集積の加速化
- ○園芸団地の整備促進
- ○国営緊急農地再編整備事業の推進

家族経営体の強化及び法人経営体の育成

- 拡 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

NEW

はちきん農業大学の開催

強化

労働力補完の仕組みづくり

所得の

る農業 ～

４年後(H31) 1,060億円 ⇒ ６年後(H33) 1,090億円 ⇒ 10年後(H37) 1,150億円

9.0万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
2.24万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
2,383万本	⇒ 4年後(H31) 2,655万本	⇒ 6年後(H33) 2,764万本	⇒ 10年後(H37) 3,054万本
1,810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

業の振興

化の推進
に向けた有望品目

の振興

養豚 ○土佐ジロー
鶏
整備

強化

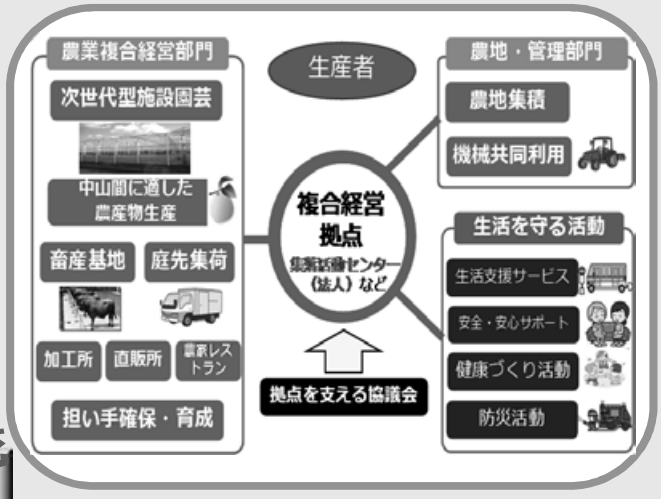
土佐あかうしの増頭対策

化の推進

の拡大とステップアップ
強化

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
○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

○ 土佐茶産地の振興
拡 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

拡充

限差した スターの形成

施設
直販所
物流拠点

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！

向上！

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 拡 加工用ニーズへの対応
小規模	拡 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

拡 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

○卸売市場等との連携による販路開拓

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（H27）：1,018 **農業生産量** 野菜（主要11品目）　出発点(H26) 9.5万t ⇒ 現状(H27) 9.0 果樹（主要２品目）　出発点(H26) 2.12万t ⇒ 現状(H27) 2.2 花き（主要３品目）　出発点(H26) 2,251万本 ⇒ 現状(H27) 2,3 畜産（土佐あかうし飼養頭数）　出発点(H26) 1,728頭 ⇒ 現状(H27) 1,8

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** ㉖：0.46億 ㊲：8億円 **○加工専** ㉖：3品目 ㊲：23品 **○卸売会** **品目数** ー ㊲：18品目
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** ◆[拡充]学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及 ◆[拡充]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 ◆[拡充]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** ◆[拡充]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） ◆[拡充]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** ◆県産米のブランド化の推進 ◆[拡充]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 ◆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** ◆土佐茶産地の振興 ◆[拡充]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 畜産の振興** ◆[拡充]肉用牛の生産基盤の強化 ◆[拡充]養豚、土佐ジロー、土佐はちきん地鶏の生産、加工・販売体制の強化 ◆[新規]食肉センターの整備 **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 ◆[拡充]直販所支援の強化	**1 ブランド** ◆[拡充] 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] ◆[拡充] ・小規模 ◆[拡充] ＜花き＞ ◆展示商 活用し **3 農産物** ◆卸売市

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
24万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
383万本	⇒ 4年後(H31) 2,655万本	⇒ 6年後(H33) 2,764万本	⇒ 10年後(H37) 3,054万本
310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
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
億円→㉛：5.6億円→㉝：6.4億円→

用素材の供給品目数
→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
高知家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
加工用ニーズへの対応

こだわりニッチ野菜・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

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
■家族経営体の底上げや、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
㉗269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
◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
◆［拡充］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
◆［拡充］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
◆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（再掲）
◆［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）

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）
◆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

戦略目標	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開始 ・園芸農業先進国であるオランダから学んだ環境制御等の先進技術を本県の気候・風土に合わせて改良・確立 ⇒ 主要7品目の実証で5～37%の収量アップや、品質向上を確認 ・既存ハウスへの環境制御装置導入を支援 ⇒ 炭酸ガス発生機の導入面積 H24：18.2ha → H28：166.3ha（7品目：139.5ha）	○本県農業を底上げするため、「学び教えあう場」を活用した、県内全域への環境制御技術の普及 ○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 H27まで：6.6ha（8カ所） H28：1.8ha（3カ所） ○小規模面積での、高軒高、高強度の次世代型ハウスの整備支援（園芸用ハウス整備支援） ⇒ 園芸用ハウス整備面積 H27まで：6ha H28：6ha（36カ所）	○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
		○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	○地域の農業に好循環を生み出す形での企業誘致と地元の受入に対する合意形成 ○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
		○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679名が参加（年1回、5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	H27:74,535t	99,000t	103,000t	113,000t
—	H28:20.4ha	72ha	116ha	201ha
H26:施設キュウリ24% 施設カンキツ6%	H28:施設キュウリ38% 施設カンキツ12%	60% 20%	80% 40%	90% 60%
H26:施設ナス0% 施設キュウリ0%	H28:施設ナス6% 施設キュウリ0%	40% 40%	80% 80%	100% 100%

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【農01】 ◆学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及(H29拡充)	○				
【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(H29拡充)	○				
【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H29拡充)	○		○		
【農04】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H29拡充)	○		○		
【農05】 ◆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 H28 施設ナス 62% → 97% 施設キュウリ 15% → 38% 施設ニラ 0% → 8% 施設カンキツ 2% → 12% ○GAPの推進 ・高知県版GAP ⇒ 実践農家（生産者版）H26：75.7% → H27：79.6% ⇒ 実践JA（集出荷場版） H22：9/15JA → H27：10/15JA （50/74 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 H27 ⇒ 取組面積 124ha → 156ha ・有機JAS認定事業者 H23 H27 ⇒ 事業者数 29 → 43 面積 45.3ha → 51.6ha 農家数 88戸 → 83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 → H27：50,000kl ・重油代替ボイラーの累計台数 ⇒ ヒートポンプ H23：587台 → H27：3,581台 木質バイオマスボイラー H23：114台 → H27：228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 ○GAPの取り組みに対する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）への取組 ○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～H28：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 ・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 ⇒学び教えあう場 H23：181カ所（参加農家数：4,473人） → H28：608カ所（参加農家数：4,184人）	○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
【農06】 ◆IPM技術の普及拡大（H29拡充）	○				
【農07】 ◆GAPの推進	○				
【農08】 ◆有機農業の推進	○				
【農09】 ◆省エネルギー対策の推進	○				
【農10】 ◆野菜園芸品目の総合戦略支援（ナス、ニラ、露地野菜等）	○				
【農11】 ◆特産果樹生産振興（ユズ、文旦）	○	○			
【農12】 ◆花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ）（H29拡充）	○	○			

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 ・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 ○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% ○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 → H28:1,262ha	○本県産米のブランド化を図るため、高温耐性品種「高育76号」、「関高IL1号」の普及 ○普及を進めている高温耐性品種「にこまる」は、作付面積の拡大に伴い品質が低下しており、栽培マニュアルに基づく栽培指導が必要 ○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 ○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 H26:1,964円/kg → H27:2,215円/kg ○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 → H27:8,451頭 ○土佐ジロー ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大が低迷し、飼養羽数がやや減少 飼養羽数 H26:24,146羽 → H27:22,573羽 ○土佐はちきん地鶏 ・生産・流通拡大への支援 ⇒ ふ化率の向上などの生産性向上に取り組んだが、生産羽数が伸び悩み 生産羽数 H26:60,000羽 → H27:70,000羽 ○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 → H27:8,166kg ○飼料 ・稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大 ⇒ WCS生産面積 H26:145ha → H28:203ha ○食肉センター ・新食肉センター整備検討会の開催し、整備計画案に向けた検討を開始	○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 ・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 ○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 ・WCSのさらなる生産拡大 ○食肉センター ・新食肉センターの規模と機能等の決定

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【農13】 ◆県産米のブランド化の推進	○	○			
【農14】 ◆酒米の生産振興（H29拡充）	○	○			
【農15】 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換	○				
【農16】 ◆肉用牛の生産基盤の強化（H29拡充）	○				
【農17】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化（H29拡充）	○	○			
【農18】 ◆土佐ジローの生産、販売体制の強化	○	○			
【農19】 ◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化	○	○			
【農20】 ◆酪農における生乳生産能力の向上	○				
【農21】 ◆稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大	○				
【農22】 ◆食肉センターの整備（H29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～H28：6次産業化セミナー受講グループ73団体 ○県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H28：25事業者 ○産振補助金等を活用した直販所の整備支援 ⇒ 直販所の売上　H26：93億円 → H27：95億円 ○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 → H28：123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と、商品の磨きあげのための支援 ○新たな直販所整備の支援と、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
【農23】 ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○	
【農24】 ◆直販所支援の強化（H29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）
【農01】 ◆学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及（H29拡充）	○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 ⇒別図＜農01＞参照（p.212）	炭酸ガス発生機等の普及面積（主要7品目）	72.6ha(H28.3) ↓ 139.3ha(H29.3) ↓ 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 （H29拡充）	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 ⇒別図＜農01＞参照（p.212）	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) ↓ 4.56t(H28) ↓ 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) ↓ 4.23t(H28) ↓ 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） ↓ 24.9t（H26） ↓ 30t
		・促成ナス	・促成ナス 25.2t（H26） ↓ 25.2t（H26） ↓ 30t
		・ハウスミカン 収量5.5t、果実重80g（H28）	・ハウスミカン 収量5.5t、果実重80g（H28） ↓ 収量6.0t、果実重90g（H33)を可能にする炭酸ガス施用時期の解明
		イ）高軒高ハウスに対応した新技術： 中糖度トマトの収量	－ ↓ 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系統の育成
	③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	③省力化技術の現場実証への支援	③試作（H27） ↓ 機械の仕様に対する要望を集約（H28） ↓ 実証機開発
【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援 （H29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 ⇒別図＜農02＞参照（p.213）	次世代型ハウス（軒高2.5m、耐風速35m以上）の整備棟数	－（H27.3） ↓ 37棟（H28.3） ↓ 400棟 （H28～H31累計）

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

省力化機械の開発支援（シシトウパック詰めなど）

省力化機械の普及

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

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農04】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H29拡充)	○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 ⇒別図<農02>参照(p.213)	新たに農業に参入する企業	-(H27.3) ↓ 3社(H29.3) ↓ 7社
【農05】 ◆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

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06】 ◆IPM技術の普及拡大（H29拡充）	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（H28） ↓ 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） ↓ 4(H28) ↓ 9
【農07】 ◆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数	①9JA（H26） ↓ 10JA（50/74 JA集出荷場）（H27） ↓ 15JA（74/74 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） ↓ 2経営体（H28） ↓ 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、弱毒ウイルス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
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の推進とレベルアップ

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08】 ◆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) ↓ 2グループ(H28) ↓ 5グループ
【農09】 ◆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(H27) ↓ 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：有機農業技術部会設置運営、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、省エネルギー部会への参画
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、省エネルギー部会への参画
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、省エネルギー部会の開催

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：省エネルギー部会木質バイオマス利用推進チーム会への参画、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、省エネルギー部会木質バイオマス利用推進チーム会の開催

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10】 ◆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) ↓ 25,711t（H27） ↓ 31,300t ②13,851t(H26) ↓ 13,553t（H27） ↓ 17,300t ③22,328t(H26) ↓ 18,707t（H27） ↓ 23,000t
【農11】 ◆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） ↓ 13,088t （H27～28年平均） ↓ 13,100t （H30～H31年平均） ②10,690t （H25～26年平均） ↓ 10,603t （H27～28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

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

ナスの生産拡大

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

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

ニラの生産拡大

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

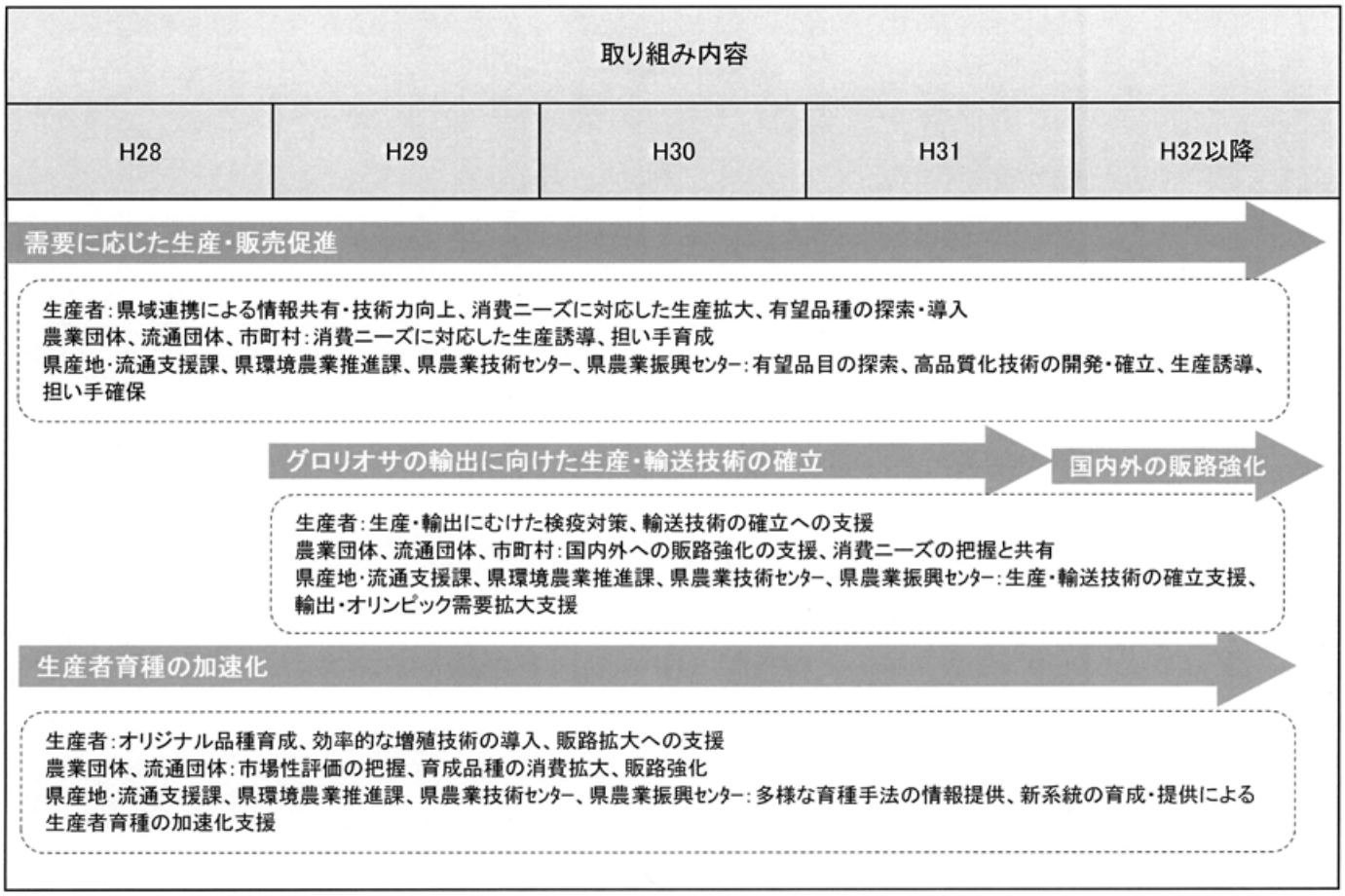
文旦の生産力・生産基盤の強化

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12】 ◆花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ）（H29拡充）	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ﾄﾙｺｷﾞｷｮｳ ③ｸﾞﾛﾘｵｻ（ア） （イ）オリジナル品種 オレンジハート（橙）	①14,383千本(H26) ↓ 13,782千本(H28) ↓ 16,973千本 ②4,199千本(H26) ↓ 4,196千本(H28) ↓ 4,446千本 ③（ア）,929千本 (H26) ↓ 3,862千本(H28) ↓ 5,162千本 （イ）8.5千本(H26) ↓ 22千本(H28) ↓ 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13】 ◆県産米のブランド化の推進	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） ↓ 6組織（H28） ↓ 8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	②高温耐性県奨励品種の作付面積	②361ha（H26） ↓ 423ha（H28） ↓ 1,000ha
【農14】 ◆酒米の生産振興（H29拡充）	○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 （イ） 酒造適性米 ②酒造好適米 1,2等比率	①（ア）50ha（H27） ↓ 54ha（H28） ↓ 80ha （イ）75ha（H27） ↓ 75ha（H28） ↓ 82ha ②54%（H26） ↓ 65%（H28） ↓ 80%以上

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 → 新品種の普及定着

生産者：「にこまる」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」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の検討（現地実証）、県奨励品種への採用、栽培技術の普及

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15】 ◆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― ↓ 4.1ha（H28） 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） ↓ 1,261ha(H28) ↓ 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

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16】 ◆肉用牛の生産基盤の強化(H29拡充)	○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 ⇒別図＜農03＞参照(p.215)	肉用牛飼養頭数	5,043頭(H26) ↓ 5,092頭(H27) ↓ 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

担い手の確保・育成への支援

担い手：産地や大学での研修
高知大学：研修の実施
市町村・県家畜保健衛生所・民間企業：研修への支援、経営継承でのマッチング
（一社）高知県畜産会：経営分析・指導
県畜産振興課：研修への支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値（H31）
【農17】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化（H29拡充）	○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） ↓ 36,463頭(H27) ↓ 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18】 ◆土佐ジロ一の生産、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) ↓ 2.3万羽(H27) ↓ 4万羽
【農19】 ◆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) ↓ 7万羽(H27) ↓ 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20】 ◆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） ↓ 8,166kg(H27) ↓ 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21】 ◆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) ↓ 203ha(H28) ↓ 230ha
【農22】 ◆食肉センターの整備(H29新規)	○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 ⇒別図＜農04＞参照(p.216)	新たな食肉センターの整備	－(H28) ↓ －(H28) ↓ 新たな食肉センターの整備

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

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

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23】 ◆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とパッケージデザイン改良の支援を行う	農林水産加工品販売額	45.8億円(H26) ↓ 43.9億円(H27) ↓ 50億円
【農24】 ◆直販所支援の強化(H29拡充)	○直販所の整備を支援するとともに、直販所活性化のため、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 ⇒別図＜農05＞参照(p.217)	直販所売上高	93.3億円(H26) ↓ 95.3億円(H27) ↓ 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や商品の磨き上げ支援

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%　→　H28：14% ○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　→　H28：47組織 ⇒　法人数 H27：16組織　→　H28：19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
2	中山間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、四万十町、香南市、高知市、南国市)	○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
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　→　H27：2.4億円 ○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%　→　H27：28% ○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、茶樹再生、担い手確保策の一体的な支援 ○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 →H28　交付面積：6,040ha ⇒　多面的機能支払制度 H27　農地維持支払交付面積：8,940ha →H28　農地維持支払交付面積：9,339ha	○中山間地域等直接支払制度 ・高齢化の進行等により、H27の交付面積が大幅に減少。集落協定の広域化や営農のサポート体制づくりが必要 ○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

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:13%	H28:14%	21%	26%	30%
H27:32	H28:47	80	100	140
H27:16 (2)	H28:19 (4)	40 (10)	50 (13)	70 (18)
H27:4	H28:11	20	30	35

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【農25】 ◆集落営農の裾野の拡大	○				
【農26】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ	○				
【農27】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(H29拡充)	○		○		
【農28】 ◆土佐茶産地の振興	○	○			
【農29】 ◆薬用作物の振興(H29拡充)	○				
(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30】 ◆中山間地域等直接支払制度の推進	○				
【農31】 ◆多面的機能支払制度の推進	○				

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25】 ◆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」や研修会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 ⇒別図＜農07＞参照(p.218)	集落営農塾(組織設立コース)への参加集落数(延べ)	－(H27) ↓ 204集落(H28) ↓ 600集落 (H28～H31累計)
【農26】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ	○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 ⇒別図＜農07＞参照(p.218)	①園芸品目等実証圃設置数(延べ) ②集落営農塾(法人化コース)への参加組織数(延べ)	①－(H27) ↓ 11箇所(H28) ↓ 36箇所 (H28～H31累計) ②－(H27) ↓ 119組織(H28) ↓ 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の開催（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の開催（集落営農推進研修会）【再掲】
　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

集落営農法人設立の加速化

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
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の開催（集落営農推進研修会）【再掲】
　「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27】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(H29拡充)	○中山間地域の農業の競争力を高め支えるため、「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08＞参照(p.219)	中山間農業複合経営拠点構想作成地区数	4地区(H27) ↓ 21地区(H28) ↓ 32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　：拠点事業計画の実践
市町村・関係機関　：拠点事業計画の実践支援
県農業振興センター・地域本部：拠点事業計画の実践支援
県地域農業推進課：拠点事業計画の実践支援

中山間農業複合経営拠点の体制整備（新規実施地区）

拠　点　：拠点事業計画の策定と実践
市町村・関係機関　：協議会及び運営委員会の設立、拠点事業計画の策定と実践支援
拠点となる法人の設立
県農業振興センター・地域本部：拠点拠点事業計画の策定と実践支援、法人設立支援
県地域農業推進課　：拠点事業計画の策定と実践支援、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

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

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28】 ◆土佐茶産地の振興	○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	製品茶販売額	2.1億円(H26) ↓ 2.4億円(H27) ↓ 3億円
【農29】 ◆薬用作物の振興(H29拡充)	○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 ⇒別図＜農09＞参照(p.220)	収量30kg／10a以上の生産者の割合	15%(H26) ↓ 28%(H27) ↓ 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

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

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30】 ◆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） ↓ 6,040ha(H28) ↓ 6,320ha
【農31】 ◆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） ↓ 9,339ha（H28） ↓ 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、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
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

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 → H27：110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28年度に、4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：－ →H27：6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：－ → H28：40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 → H27：41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：－ → H28：18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 ユズ果汁・果実 輸出量 H24：76t → H27：112t	○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	H27:2.08億円	5.6億円	6.4億円	8億円
H26:3品目	H27:3品目	11品目	15品目	23品目
—	—	10品目	14品目	18品目

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【農32】 ◆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(H29拡充)		○			
【農33】 ◆<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34】 ◆<青果物>(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓 (H29拡充)		○			
【農35】 ◆<青果物>(中規模)加工用ニーズへの対応(H29拡充)		○			
【農36】 ◆<青果物>(小規模)こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓(H29拡充)		○			
【農37】 ◆<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38】 ◆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32】 ◆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（H29拡充）	○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 ⇒別図＜農10＞参照（p.221）	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） ↓ 106回（H28） ↓ 120回 ②20件（H26） ↓ 40件（H28） ↓ 56件 ③－ ↓ 15.2%（H28） ↓ 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33】 ◆＜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 ⇒別図＜農10＞参照(p.221)	集出荷場の高度化、再編件数	― ↓ 4ヵ所(H28) ↓ 4ヵ所
【農34】 ◆＜青果物＞(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓（H29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10＞参照(p.221)	業務需要開拓に係る卸売会社への委託件数	3件(H26) ↓ 8件(H28) ↓ 32件 (H28～H31の累計)
【農35】 ◆＜青果物＞(中規模)加工用ニーズへの対応(H29拡充)	○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 ⇒別図＜農10＞参照(p.221)	加工専用素材の新たな供給産地	― ↓ 0地区(H28) ↓ 4地区 (H28～H31の累計)
【農36】 ◆＜青果物＞(小規模)こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓(H29拡充)	○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 ⇒別図＜農10＞参照(p.221)	地産地消・外商課等主催の商談会での商談成立件数	― ↓ 20件(H28) ↓ 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

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）：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）：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し、栽培指導

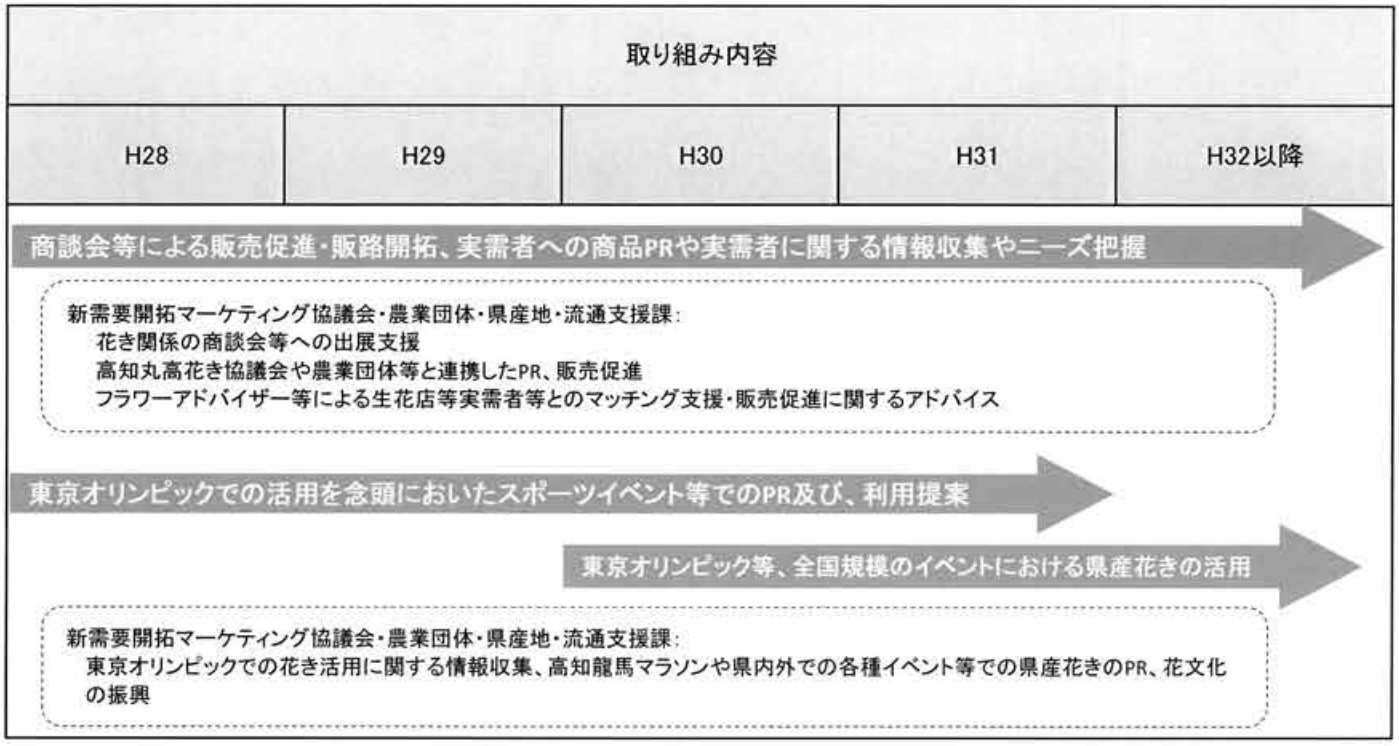
こだわりニッチ野菜・果実の販売促進

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37】 ◆＜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) ↓ 18件(H28) ↓ 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) ↓ 8件(H28) ↓ 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38】 ◆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 ⇒別図＜農10＞参照(p.221)	卸売会社への業務委託により輸出に取り組む品目数	－(H27) ↓ 12品目(H28) ↓ 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：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 ■家族経営体の底上げや、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→　H28：270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
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 ⇒　農業を行う法人数（集落営農法人含む） H27.3時点：116法人　→　H28.12時点：169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12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底上げ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
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）→H27：21.4%（H28.3） ○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 ⇒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	○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 ○次世代施設園芸団地等の大規模経営に対しての営農支援体制の強化 ○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

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)	H28:270人 (H27.6.2～H28.6.1)	年間320人		
H26: 107	H28: 151 (H28.12)	235	299	427
―	―	100%		

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【農39】 ◆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(H29拡充)			○		○
【農40】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		○
【農41】 ◆農業担い手育成センターの充実･強化(H29拡充)			○		○
【農42】 ◆実践研修･営農定着への支援			○		
【農43】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援(H29拡充)			○	○	
【農44】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援			○	○	
【農45】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H29拡充)			○		
【農46】 ◆担い手への農地集積の加速化			○		
【農47】 ◆園芸団地の整備促進			○		
【農48】 ◆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39】 ◆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(H29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	産地提案書の作成市町村数	25市町村(H28.3) ↓ 25市町村 (H28.3) ↓ 34市町村
【農40】 ◆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)
【農41】 ◆農業担い手育成センターの充実・強化(H29拡充)	○新規就農者の確保育成のため、研修生受け入れ体制の強化や研修内容の充実、就農に向けたマッチングの支援を強化する ○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	農業担い手育成センター入校生の人数	20人(H27) ↓ 26人(H28) ↓ 40人

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支援

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

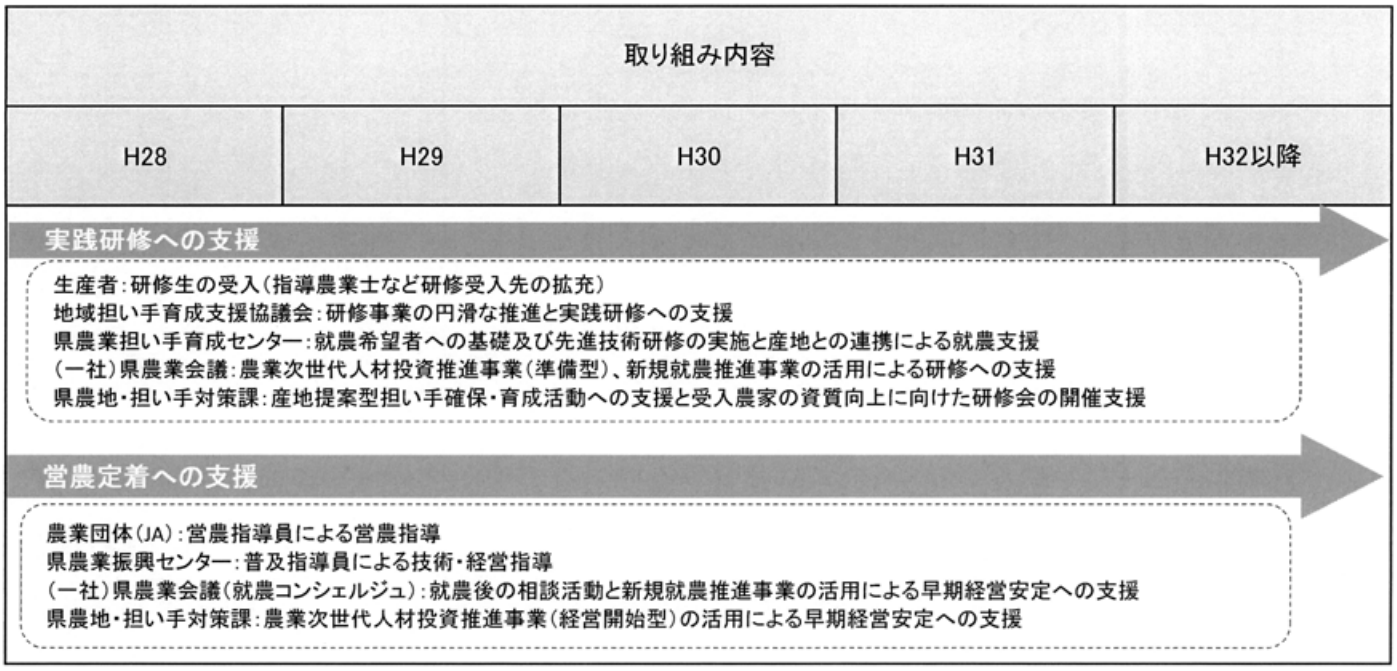
研修生の確保・育成・就農支援

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の実施
・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

生産技術の実証・展示と技術の普及

県農業担い手育成センター：先進技術の実証
・環境制御技術等の先進技術実証

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農42】 ◆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) ↓ 149人(H28) ↓ 184人


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
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43】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援(H29拡充)	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) ↓ －(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) ↓ －(H28) ↓ 9モデル(6品目)
		③収量が向上した経営事例の収集	③－(H27) ↓ －(H28) ↓ 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 ⇒別図＜農12＞参照(p.223)	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) ↓ －(H28) ↓ 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

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44】 ◆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	法人化セミナーの参加者数	延べ119人(H27) ↓ 延べ178人(H28) ↓ 延べ200人
【農45】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H29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13>参照(p.224)	①労働力確保の具体的な取り組み実施地区	①-(H27) ↓ 0地区(H28) ↓ 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) ↓ 機械の使用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）：法人化セミナーの開催、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、個別指導によるビジネスプラン作成支援、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

労働力確保の仕組み作り

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作り
県環境農業推進課、JA中央会、県農業会議：JA、市町村などへの指導・助言、地域間での労働力調整を支援、県内外での新たな援農者の掘り起こし

省力化機械の開発（シシトウ袋詰めなど） → **省力化機械の普及**

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46】 ◆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） ↓ 21.4%（H27） ↓ 37%
【農47】 ◆園芸団地の整備促進	○四万十町の次世代施設園芸団地の営農を支援するとともに、成果や技術の情報発信を行い、新たな園芸団地の普及を推進する ○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 ⇒別図＜農14＞参照（p.225）	園芸団地候補地	－（H27） ↓ －（H28） ↓ 3カ所（10ha）
【農48】 ◆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	－（H27） ↓ 事業参加同意・調査（回収率80%）（（H28） ↓ 事業着手

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

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・ほ場整備委員会（20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年度中に実施し、H31年度から工事に着手

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	次世代型高知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 H27まで：約6.6ha（8カ所）　H28：1.8ha（3カ所） ○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	○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスターの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 ○地域の農業に好循環を生み出す形での企業誘致と地元の受入に対する合意形成 ○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
2	関連産業の集積	○農業クラスターの取り組み開始 ⇒ 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の取り組みを開始	○農業クラスターを推進する体制のさらなる充実が必要
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）→H27：21.4%（H28.3） ○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 ⇒ 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	○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、園芸団地を生み出していく取り組みが必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
―	1カ所	2カ所	3カ所	5カ所
―	―	10億円	15億円	25億円
―	91人	130人	195人	325人
―	4事業者	4事業者	6事業者	10事業者
―	2カ所	3カ所	5カ所	10カ所
―	―	6億円	10億円	20億円
―	―	72人	120人	240人
―	2事業者	3事業者	5事業者	10事業者
―	4カ所	8カ所	12カ所	20カ所
―	―	6億円	9億円	15億円
―	―	90人	135人	225人
―	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
(再掲)【農03】◆次世代型ハウス等の整備支援(H29拡充)	○		○		
(再掲)【農04】◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H29拡充)	○		○		
【農49】◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(H29拡充)	○	○	○		
(再掲)【農46】◆担い手への農地集積の加速化	○		○		
(再掲)【農47】◆園芸団地の整備促進	○		○		

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)
(再掲)【農03】◆次世代型ハウス等の整備支援(H29拡充) (再掲)【農04】◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H29拡充)	○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 ⇒別図<農14>参照(p.225)	新たに農業に参入する企業	ー(H27) ↓ 3社(H28) ↓ 7社
【農49】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(H29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する取り組みを推進するとともに、関連施設の整備を支援し、農業クラスターの形成を図る	クラスタープラン作成数	ー(H27) ↓ 7プラン(H28) ↓ 13プラン

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

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

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

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、関連施設の整備や既設ハウスの撤去にかかる費用を支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【農46】◆担い手への農地集積の加速化 (再掲)【農47】◆園芸団地の整備促進	○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 ○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	園芸団地候補地	-(H27) ↓ 0カ所(H28) ↓ 3カ所(10ha)

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

次世代園芸用地の基本計画作成、農業クラスタープラン作成

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

次世代園芸用地確保の推進

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

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進（環境制御技術の普及促進）　＜農01＞

取組の概要　「次世代型こうち新施設園芸システム」の確立と普及

オランダでは、温度や湿度、光、炭酸ガスの濃度といった環境データを毎日測定して、**ハウス内を常に作物の生育に最適な状態に保つ**ことにより、収量の増加を図っており、例えばトマトでは、**日本の平均的な収穫量の約3倍**となる10a当たり約60t以上の収穫量を誇っています。

県では、このような優れたオランダの先進技術を、**高知の気候条件やハウスの構造、栽培品目などに合わせて改良**を重ね、「次世代型こうち新施設園芸システム」として進化させて確立し、平成26年度から、県内各産地に広く普及させるため、環境制御技術普及推進員の配置や環境制御に必要な機器の導入経費への補助を開始しています。

現状と課題

・効果はあるが、身近に成功事例が少ない！
・技術情報が産地全体に届いていない！

面積及び導入率	～H26累計	～H27累計
全品目	41.2ha	94.6ha
野菜主要7品目	27.7ha	72.6ha
	6.5%	11%

補助事業活用による導入戸数	93戸(H26)	233戸(H27)

・補助事業要件の見直し実施
・成功、失敗事例の共有

各産地で導入が加速化！

～H28累計見込み
166ha
139ha
21%
415戸(H28)

⇒目標(25%)達成まで、あと一歩！

H29年度　目標（野菜主要7品目で50%導入！）を達成するために、さらに取組を強化！

★Point

継続した取り組みの強化！

環境制御技術普及促進事業の活用
- ●**補助事業の見直し**（国 産地パワーアップ事業の活用）
- ●事業ＰＲ
  - ・**説明会の充実**（18→30か所へ）
  - ・ＰＲ用チラシの配布（JAや各市町村の広報等も活用）

＋

環境制御技術普及推進員の活動
- ●未導入農家に対するアプローチの徹底
- ●**各々の技術の増収効果の検証**、普及（CO2,湿度管理、日射比例灌水等）
- ●新たな**マニュアルの作成と活用**（19マニュアル）

＋

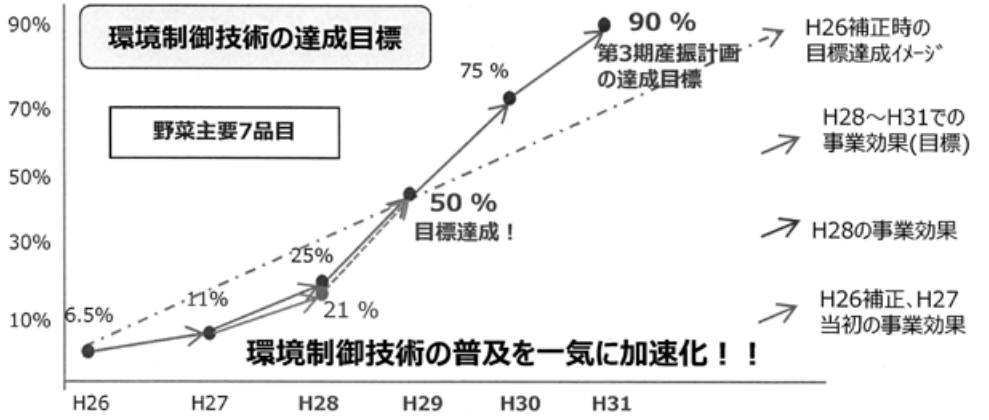
学び教えあう場での検討会等の充実
- ●**「学び教えあう場」の活動充実**
- ●**女性農家を対象**にした取り組みスタート！（はちきん農業大学等での実習）

New! 新たな取り組み！

＋ **外部パワーによる普及促進**
- ●JAの営農に加えて、**農家とつながりの深い購買担当者や集出荷場**からの情報提供充実
- ●**ハウス・農機具・資材メーカー**、リース会社、商系市場等からも、農家へ情報を提供！

New! 国 **産地パワーアップ事業**（生産支援事業）
- ・リース方式による環境制御機器の導入が可能
- ○面積要件：施設野菜5ha、施設花き3ha、果樹10ha（中山間地域等は別途定める）
- ○本体価格（施工費除く）50万円以上のものの1/2以内を補助

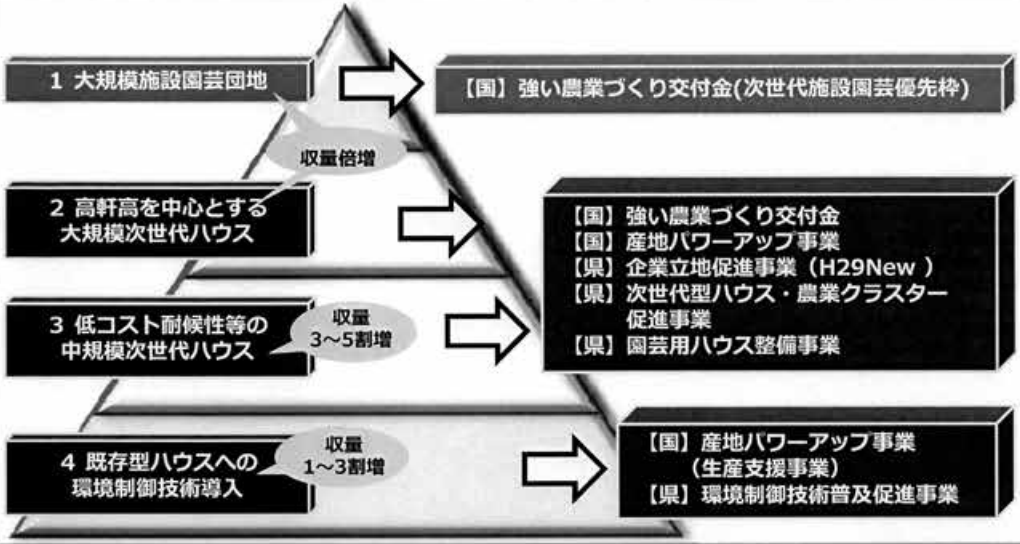
県 **環境制御技術普及促進事業**
- ・国費事業に準じた仕組みと補助率の変更
- ○産地パワーアップ事業要件に該当しないものの本体価格の1/2以内を補助
- ○補助対象メニューはH28と同様



次世代型こうち新施設園芸システムの普及促進（次世代型ハウス等の普及促進）　＜農02＞

次世代型こうち新施設園芸システムの普及

国費事業及び県単事業を総動員して、次世代型こうち新施設園芸システムの中核をなす「次世代型ハウス」の普及を促進



これまでの実績

平成27年度整備

H26補正 次世代施設園芸導入加速化支援事業

① 四万十町次世代団地
3棟,4.3ha（H28.3完成）
販売目標６億円、新たな雇用90名

H27 強い農業づくり交付金

②種苗供給施設 四万十あおぞらファーム
1棟, 50a （H28.2完成）
販売目標1億円、新たな雇用10名

H26.9～H27 次世代施設園芸モデル事業

③安芸市 ピーマン	④芸西村 ピーマン	⑤ 香南市 ニラ	⑥ 南国市 メロン
1棟,42a(H28.3完成)	1棟,54a(H28.3完成)	1棟,40a(H28.2完成)	1棟,41a(H27.11完成)
販売目標37百万円 新たな雇用2名	販売目標30百万円 新たな雇用4名	販売目標20百万円 新たな雇用1名	販売目標33百万円 新たな雇用1名

平成28年度整備

H27 次世代施設園芸モデル事業

⑦安田町 赤ピーマン	⑧南国市 パプリカ・ピーマン
1棟,55a(H28.5完成)	1棟,70a（H29.1完成予定）
販売目標33百万円 新たな雇用1名	販売目標61百万円、新たな雇用3名

H28 産地パワーアップ事業（基金事業）

⑨香南市 ニラ	⑩香南市 小ネギ
1棟, 56a	1棟, 36a
H29.3完成	H29.5完成予定（繰）

平成29年度繰越

H28補正 産地パワーアップ事業（整備事業）

⑪香南市 メロン	⑫須崎市ミョウガ	⑬芸西村 花き
3棟, 62a	6棟, 1ha	6棟,1.3ha
H29.10完成予定（繰）	H29.12完成予定（繰）	H29.12完成予定（繰）

H28 自主施工

⑭安芸市 ナス
1棟, 1ha
H29.5完成予定（繰）

H28次世代型ハウス・農業クラスター促進事業

⑮日高村ミニトマト
1棟, 52a
H29.7完成予定（繰）

これら実績に加えて

平成29年度 競争力強化生産総合対策事業

国の「強い農業づくり交付金」を活用して、次世代型ハウスの普及をさらに推進。

＜国費事業＞
・強い農業づくり交付金

⑯ 芸西村 ナス
6棟, 1ha
H29.12完成予定

平成29年度当初予算 園芸用ハウス整備事業

小規模ではあるが、高軒高、高強度の次世代型ハウスを整備。

＜県費事業＞
・園芸用ハウス整備事業

★ 15市町村
43棟、7.2ha

平成29年度当初予算(債務負担) 企業立地促進事業

農産物の生産拠点の新増設経費に対する助成により企業の立地を推進し、地域経済の活性化と雇用機会の拡大を図る。

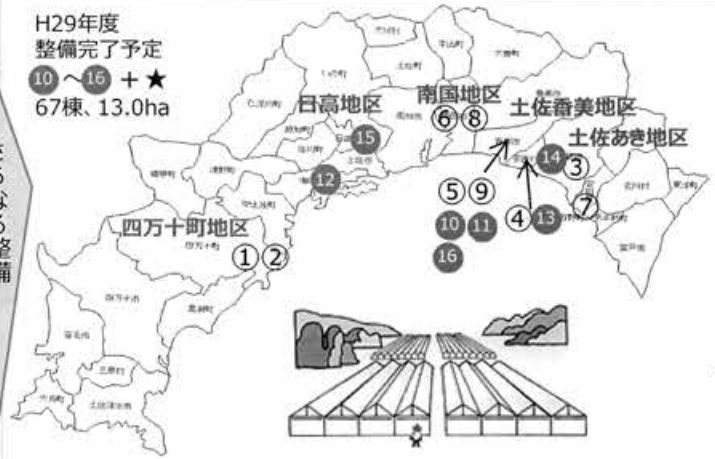
＜県費事業＞
新 ・企業立地促進事業
債務負担（H30年度～H34年度）

日高村 ミニトマト
2棟、1.6ha
H30.６完成予定

さらなる整備

次世代型ハウスの普及拡大

H29年度
整備完了予定
⑩～⑯ ＋★
67棟、13.0ha



次世代型ハウス整備状況・計画

年度	面積(累計) ha
H27	12.6(12.6)
H28	7.9(20.4)見込
H29	13.0(33.4)見込

▲園芸用ハウス整備事業等の実績含む
（H27年度 6.0ha
H28年度 6.0ha見込
H29年度 7.2ha見込）

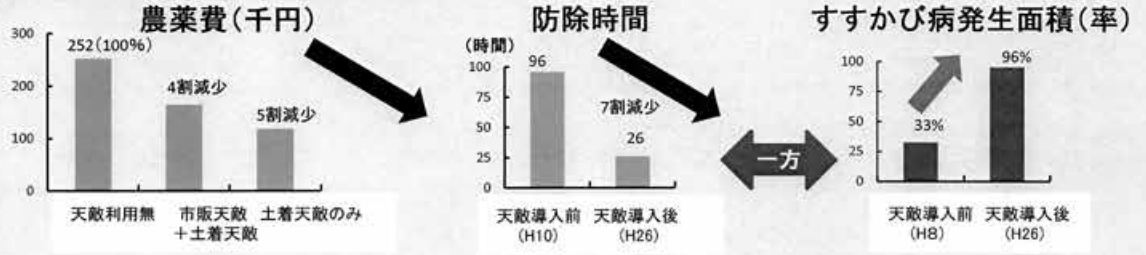
生産増 ⇒ 所得向上 ⇒ 担い手の増加の好循環へ！！

環境保全型農業の推進（防除技術省力化の推進）

<農03>

安全・安心・高品質で選ばれる農産物の効率的な生産につながる、環境に優しい省力防除技術の開発・普及

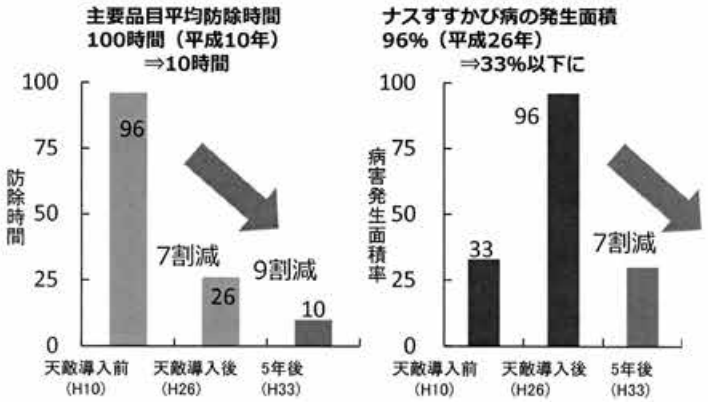
これまでのIPM技術開発



虫害防除は天敵利用により低コスト化、省力化を実現
薬剤費5割減、防除時間7割減、一方、病害の発生は増加傾向

目標

防除時間　⇒　9割削減
病害発生面積率⇒7割削減（H33）



（例）手動での薬剤散布60分/10a⇒くん煙剤10分⇒揮発油剤1分
常温煙霧10分

課題

1剤、1千万円必要

・省力的な病害防除技術＆農薬登録が不足
・農薬の登録には多くの試験、多額の経費と年数が必要

・夜間に無人で防除できる「常温煙霧機」で使用できる農薬や揮発油剤等の登録が必要
※常温煙霧機で使用でき、効果の期待できる農薬登録は3剤のみ
※メーカーは登録拡大に慎重
【登録には経費必要、散布には専用機が必要（常温煙霧）】

対策

環境に優しく、省力的に防除できる農薬登録を増やす

・県から日本植物防疫協会等へ登録試験を委託

日本初

経費負担でメーカーも登録へ前向きに！
通常４年⇒１年と期間短縮！

＋

環境制御等による省力的な防除技術の開発（農業技術センター）

・緑色光、近紫外線照射
・施設内環境制御による湿度管理（ﾋｰﾄﾎﾟﾝﾌﾟ＋ミスト）
⇒ナス、ピーマン、ミョウガ等の病害防除

開発された防除技術を普及推進

・開発された省力的な防除技術⇒各農業振興センターに実証展示圃を設置し、普及推進

※環境保全型農業推進事業補助金により緑色灯、常温煙霧機等の導入支援

畜産の振興（土佐あかうし増頭対策の加速化）

<農04>

対策のポイント

①牛肉需要の高まりに対して供給が大幅に不足
②肥育もと牛の不足により、子牛価格が高騰＝肥育農家の収益性が低下
③家畜市場に上場した雌牛の過半を繁殖農家ではなく、肥育農家が購入

→ ★肥育農家への安定的な肥育もと牛供給
★雌子牛の繁殖仕向け強化 が必要！

子牛を増やす

1．受精卵移植による子牛生産体制の構築

土佐あかうし受精卵移植強化事業

・受精卵生産：畜産試験場、高知大学
・乳用牛へ受精卵移植：県内公共牧場、酪農家牛舎

県内

畜産試験場
高知大学
受精卵生産
受精卵移植
公共牧場
県内酪農家

2．受精卵移植用乳用牛の確保

土佐あかうし受精卵移植用乳用牛貸付事業

・乳用牛を県が酪農家に貸付け（JA全農ET研究所で移植済）
・子牛を県がキャトルステーションに預託
・子牛を県が肥育農家に販売

50頭/年
県が導入し、酪農家に貸付
北海道
受精卵移植
50頭/年
県に納付
キャトルステーション
（哺育育成施設）
約8ヶ月
県が預託
150頭/年
100頭/年
酪農家から県が購入
販売
50頭/年
肥育農家

新 3．受精卵移植体制の強化

★JA全農ET研究所と連携した県内での一斉移植（調整中）

●全国トップクラスの技術を持つJA全農ET研究所職員が移植
→受精卵の増産と受胎率の向上
→県職員の技術向上につながる

なるほど！
【県職員】

繁殖農家
新鮮卵増産
全農ET研究所職員が高知で移植
県内酪農家
一斉に移植！
新鮮な受精卵を移植
受胎率UP！

拡 母牛を増やす

1．土佐あかうしから生まれた雌子牛の繁殖仕向け強化

（1）土佐和牛繁殖用雌牛保有促進事業

・繁殖雌牛の導入：60頭/年
・雌子牛の自家保留：120頭/年
} 合計180頭/年

拡 自家保留 奨励金単価を7万円→10万円に増額！
10万円
導入
10万円
繁殖農家
出産
家畜市場
貸付

拡 基金造成額を40万円/頭→60万円/頭に増額！

（2）肉用牛導入資金供給事業

・市町村が基金を造成し、繁殖雌牛を導入。農家に貸し付け

●H29 基金造成
安田町 20頭
室戸市 15頭
●H30 基金造成
室戸市 15頭

●H29～30 合計50頭
→ 合計216頭（H31～36）の子牛を産む！

新 2．受精卵移植で生まれた雌子牛を新たに繁殖仕向け

★東部地域における繁殖雌牛の生産拡大

・県が受精卵移植で生まれた雌子牛を購入。新規就農者等に貸し付け
→専用キャトルステーションを新たに整備（田野町 一貫農家）
→新規就農者は子牛を同キャトルステーションに預託

●H29～31 合計30頭
→ 合計120頭（H31～36）の子牛を産む！

受精卵移植
10頭/年
県が新規就農者等に貸し付け
繁殖仕向けキャトルステーション
（哺育育成施設）
約8ヶ月
新規就農者等が預託
新規就農者

将来の担い手を増やす

拡 ★土佐和牛担い手確保対策事業

・土佐和牛農家における新規就農希望者（県外一般人）の就農体験（インターンシップ）を民間企業に委託
・空き牛舎や廃業予定農家のリストアップ＝新規就農者とのマッチング
・「産地提案型」による各産地、地域からの新規就農者募集→農業人フェア等の県外でのイベントに参加し、募集

牛舎と牛を継承
【新規就農者】

畜産の振興（新たな食肉センターの整備の推進）

<農05>

県内食肉センターの現状と課題

◆ 経営収支の安定化

○高知県広域食肉センター

・と畜頭数の減少により、収入が減少

・処理頭数(頭)
大動物(牛・馬) ：3,564(H17) → 2,292(H27)
小動物(豚・ﾔｷﾞ)：6,781(H17) → 4,319(H27)
・収支千円 （事業外収入は除く）：
▲15,949(H17)→▲34,967(H27)

○四万十市営食肉センター

・と畜頭数は現状維持（愛媛県産 約７割）

・処理頭数(頭)
大動物(牛)： 1,377(H17) → 1,047(H27)
小動物(豚)：85,497(H17) → 97,650(H27)※
※ 県内産：32,145 愛媛県産：65,505
・運営収支 H27：33,369千円の黒字

◆ 施設の老朽化

○高知県広域食肉センター

・昭和55年に建築、現在36年が経過、H30年に耐用年数を迎える。

○四万十市営食肉センター

・昭和42年に建築、耐用年数は経過、H8施設改修

○HACCP対応可能な施設への更新が必要
⇒国はHACCPの制度化・義務化を推進

県内食肉センターの必要性

◆ 県内の食肉センターが廃止、県外出荷の場合

○生産者の輸送費等の負担増

○輸送に伴う、品質低下による枝肉価格の低下の恐れ等

◆ 第３期高知県産業振興計画による増頭対策

（土佐あかうし）飼育頭数
H27： 1,728頭 → H34： 3,421頭
（土佐和牛・黒牛）飼育頭数
H27： 2,266頭 → H34： 2,646頭
（養豚）出荷頭数
H27：36,463頭 → H34：50,000頭

中山間地域を守るために

産地に近い場所（県内）に、食肉センターが必要！

将来に向けた対応

◆県の基本的な考え方

○食肉センターは、いわゆる川上、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、畜産振興のために必要不可欠な施設で、県内に存続すべきもの

◆県の取組

新食肉センター整備検討会

地域産業に貢献できる施設を整備して欲しい！

安心・安全な食肉を供給する、高知県ならではの食肉センターを！

○県が中心となり、市町村、JAグループ等と連携して、新施設の整備に向けた検討会を進め、早期の実現を目指す。
・新食肉センター整備検討会で、新施設の規模、機能、設置場所等について検討
・平成29年８月頃を目途に、整備計画案を取りまとめ

→ ○食肉センターの整備
・増頭対策、施設整備への支援

→ ○新施設稼働
・施設運営の助言

目指す姿

食肉流通の好循環による拡大再生産の実現

生産の拡大

川上（畜産農家）

出荷

産地食肉センター

と畜解体・内臓処理

格付け・セリ

部分肉加工

食肉処理の高度化
ＨＡＣＣＰ対応
消費者に対する安全・安心の提供

川中（加工・流通業者）

と畜

加工

畜産物の消費拡大による拡大再生産の実現

川下（消費者）

流通

安全・安心

地産外商

地産外商の拡大！

産地食肉センターが生み出す地域内での好循環！

６次産業化の推進（直販所を核とした地域活性化の取り組み）

<農06>

ねらい

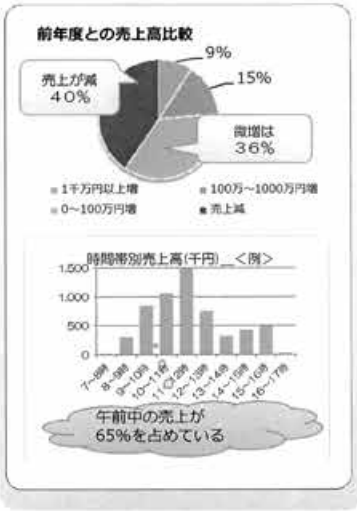
① 【農産物の供給強化】　地域の農家や組織が生産する農産物の供給を強化
② 【農産物の活用強化】　地域の特色のある農産物を活用した付加価値の強化
③ 【人や情報の交流の強化】　地域内外の人々との交流や観光等の情報発信を強化

≪目標：H31年度≫
20店が活性化プランの実行により売上を10%増
売上額　93億円　→　100億円
（県内直販所売上合計）

現状及び課題

◆現状　（H28年度調査）
・店舗数:142店　・売上高:95億円

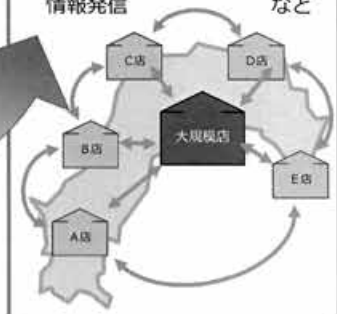
◆課題
・売上が伸びない　・夏場の野菜が品薄
・午後の品物がない　・生産者が高齢化
・施設の老朽化　・・・など



直販所を核とした地域活性化のイメージ

大規模直販店を旗艦とした県内直販所のネットワーク化

➢直販所間の商品供給・配送システムの構築
➢魅力ある農産物等の販売・情報発信　など



外商拡大
交流拡大

課題解決のステップ

ワークショップ形式による活性化プランの作成・実行

ステップ１　プランづくり
直販所活性化セミナー
→現状分析と課題の掘り起こし
→プラン作成

ステップ２　プラン実行
作成したプランの実行
→売上向上への取り組み

ステップ３　プランPDCA
実行したプランの検証
→プランの改善

セミナーの開催手順(H29・30年度)

◆参加直販所（H29）
約10店舗

➢個別セミナー
・各地区
※各店舗ごとに実施

➢集合セミナー
・講演会　高知市　1回
・県外視察（大型バス）
中四国～関西　1回

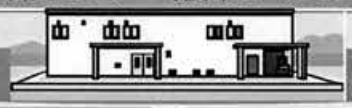
中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

<農07>

【H29年度の取組方針】
- ◆「生産基盤を支える」日本型直接支払制度の活用を拡大し、集落営農の組織化・農業ロールモデルにつなげる
- ◆「農業の競争力を高め・支える」「集落営農」と「複合経営拠点」を両輪で推進
- ◆「生活を守る」ための「集落活動センター」と、「複合経営拠点」「集落営農」との一体・連携を拡大

生活を守る

集落活動センター（農業ロールモデル）



集落営農・複合経営拠点と集落活動センターを一体的に推進

農業の競争力を高め・支える

集落営農

Point
- ◆「集落営農塾」による「こうち型集落営農」、法人化を加速化

拡充
- ①「集落営農塾」に２コースを新設
  - 組織化コース ➡ 法人化コース
  - 組織化コース ➡ ステップアップコース ➡ 法人化コース ➡ 法人経営コース
- ②「集落営農法人ネットワーク協議会」を設立

○こうち型集落営農の拡大
４７組織 ⇒ ５７組織（＋１０組織）

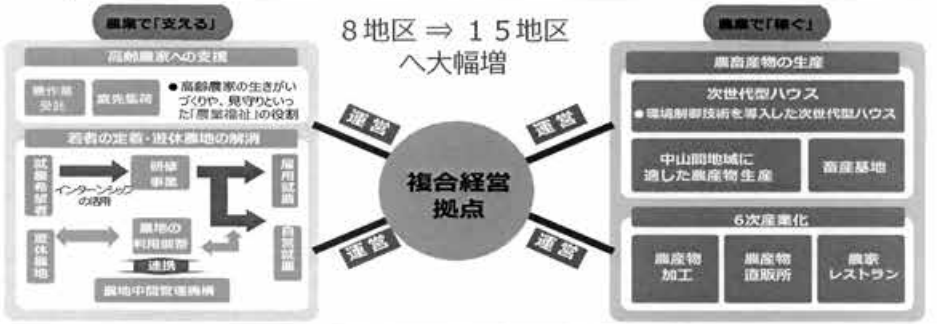
○法人化の推進
１９組織 ⇒ ２８組織（＋９組織）

両輪

複合経営拠点

Point
- ◆既存の実施11地区及びH29実施４地区の取組の早期実現に向けて、ソフト・ハードの両面から支援
- ◆新規掘り起し ⇒ H29目標4地区

拡充
- ①実施地区増に伴うハード事業費の増
- ②経営コンサルを活用した経営強化支援の充実
- ③庭先集荷を支援するメニューの新設
- ④人材育成のための複合経営拠点推進フォーラムの開催



生産基盤を支える

中山間地域の生産基盤を下支え

○日本型直接支払制度（中山間地域等直接支払・多面的機能支払の充実）

Point 【中山間】協定の広域化、交付面積拡大、事務委託の推進

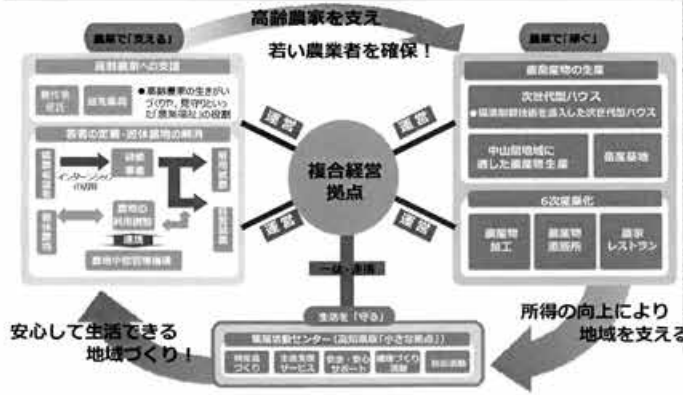
Point 【多面】 活動組織の拡大、交付面積の拡大

新規 ○中山間地農業ルネッサンス事業（中山間地域等の活動や人材育成）

中山間農業複合経営拠点の整備推進（複合経営拠点支援事業の拡充）

＜農08＞

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
県内全域に拡大



実施地区が県内に拡大

中山間農業複合経営拠点の実施・候補地区

H27 実施地区		H26 実施地区				H29 実施予定地区		可能性あり	
		当初		追加					
大豊町	大豊中ヒリファーム	奈半利町	集落活動センター	香南市	香南市農業公社	室戸市	協同キラメッセ室戸	黒潮町	大月町
本山町	本山町農業公社	日高村	コスモスアグリサポート	南国市	南国スタイル	四万十町（十和・大正）	しまんと農業堂	宿毛市	四万十町（窪川）
土佐町	れいほく大来	四万十町（仁井田）	集落活動センター	高知市（土佐山）	事業地ときやま開発公社	神奈川町	津野山農産公社	四万十市	北川村
三原村	三原村農業公社	四万十市（西土佐）	西土佐農業公社			安芸市	農業公社 新設予定		
4		4		3		4		6	

着実な整備の実現

拡充のポイント

①**実施地区増への対応**
・複合経営拠点支援事業費の増

②**経営強化に向けた支援策の充実**
・経営コンサルタントの活用による経営強化に向けて経営発展支援メニューの見直し

③**高齢農家への支援策の充実**
・庭先集荷支援メニューの新設

④**運営する人材の育成強化**
・複合経営拠点推進フォーラムの開催

H29取組手順

働きかけ	事業計画作成	合意形成・法人設立	準　備	実　施
個別訪問	事業計画策定（市町村・ＪＡ） ※コンサルの活用（市場調査等）	組織内 合意・（法人設立）	ポイント④ 運営する人材の確保・育成 **複合経営拠点推進フォーラムの開催**（実施地区の交流、スキルアップ研修等） 農業用機械等の導入・施設整備	事業実施

事業計画へのアドバイス　　法人設立支援　　人材確保・育成先の紹介、各種補助事業紹介、専門家派遣等

県（地域農業推進課）　　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）

●働きかけの対象
・３０の拠点構想のうち、１９の候補地区

●取組内容
・実施地区の視察や個別訪問等の働きかけにより、拠点の実現に向けて取り組む

複合経営拠点支援事業【拡充】

◆複合経営拠点整備事業（ハード）　ポイント①
○**農業機械・施設の整備支援（実施地区の拡大に対し、必要な予算額を確保）**

◆事業計画作成事業（ソフト）
○ 事業計画作成支援
○ 高度計画作成支援

◆経営発展支援事業（ソフト）
○**経営強化支援【拡充】** ポイント③
・経営強化に向けて経営コンサルタントの派遣等のきめ細かな支援を実施

○**庭先集荷支援【新設】** ポイント②
・高齢農家の直販所等への出荷を手助けする庭先集荷を支援
○ インターンシップ支援　○雇用確保支援 ⇒「農の雇用」に加算

（国）農山漁村振興交付金・「農の雇用」事業

中山間に適した農産物等の生産（薬用作物の振興について）

<農09>

薬用作物生産の現状

◆薬用作物の産地と流通

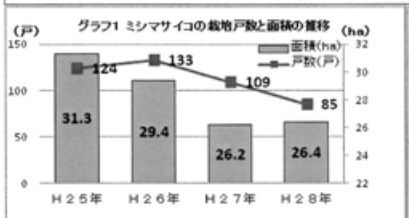
H27年度　主要3品目の栽培状況

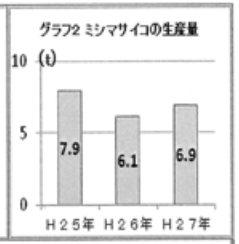
	品目	戸数（戸）	面積（ha）	生産量（t）	ヒューマンライフ土佐取扱率（%）	主産地
①	サンショウ	206	59.6	27.1	100	越知町、大豊町
②	ミシマサイコ	109	26.2	6.9	97	越知町、大月町等
③	ダイダイ	93	26.2	7.2	100	越知町、佐川町

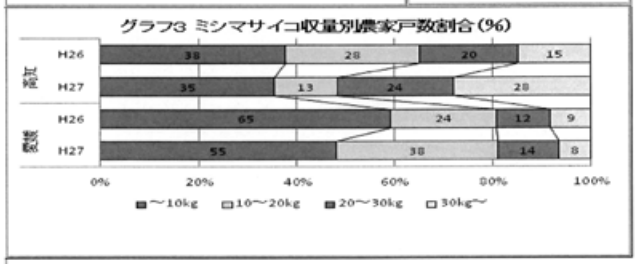
○栽培農家と漢方薬メーカーとの契約栽培
・県内生産量の99.5%が「ヒューマンライフ土佐」へ出荷
「ヒューマンライフ土佐」は県内薬用作物の集出荷における拠点

◆ミシマサイコの生産状況

○栽培戸数は減少．面積及び生産量はわずかに増加（グラフ１，２）
○10a当りの収量が低い。30kg/10a以上の農家割合28%（グラフ３）







◆ヒューマンライフ土佐の施設整備状況

○ダイダイ等の乾燥調整施設を整備
（H28年度こうち農業確立総合支援事業　H28年10月27日落成）

◆有望な薬用作物の探索

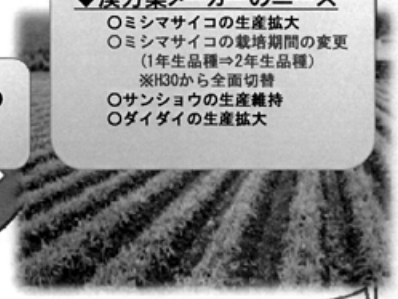
○牧野植物園との連携による探索
・「薬用植物栽培関係機関連絡会」による情報共有
・シャクヤク等の栽培適応実証試験の実施、試験栽培支援
・ムラサキ生産推進協議会（土佐清水市）への支援

生産者と漢方薬メーカーとの契約栽培

実需者のニーズ

◆漢方薬メーカーのニーズ

○ミシマサイコの生産拡大
○ミシマサイコの栽培期間の変更
（1年生品種⇒2年生品種）
※H30から全面切替
○サンショウの生産維持
○ダイダイの生産拡大



戦略のポイント

◆ミシマサイコ産地の維持・拡大

○安定生産技術の普及
・収量30kg／10a以上の生産者の割合アップ
15%（H26）⇒目標50%（H31）
○栽培面積の維持・拡大
・栽培面積　26.4ha（H28）⇒目標　30ha（H31）

◆ヒューマンライフ土佐を核とした安定生産出荷

○サンショウ、ダイダイ等の生産量の維持・拡大
○生産工程管理による品質向上

◆有望な薬用作物の探索

○栽培適応現地実証試験の実施

◎収量アップ
ミシマサイコ目標収量
30kg／10a以上
⇒農家の収益アップ

普及推進

◎栽培面積の維持・拡大

～産地の維持・拡大～

連携

◎生産者組織の強化
・漢方薬メーカーとの連携強化
・需要に応じた生産計画策定・実行

技術指導

隘路

指導上の課題

営農指導員の様な生産者のまとめ役が必要！

○ヒューマンライフ土佐の指導体制強化
・栽培地域の広域化に伴う指導負担の増加
・指導にあたる役員の高齢化

は種：2月～3月

○普及指導員の指導力の向上
・契約栽培のため情報収集に制約がある
・は種から生育初期（2～4月）のきめ細かな個別指導が困難
・現地検討会や栽培講習会などの集団指導の場の設定が困難

○ミシマサイコ2年生品種の技術確立が急務

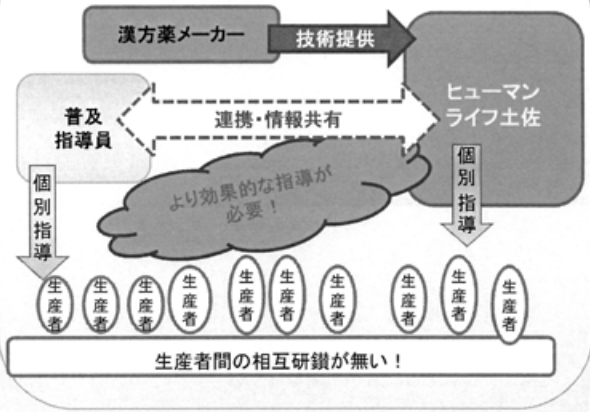
対　策

JA営農指導員のイメージ

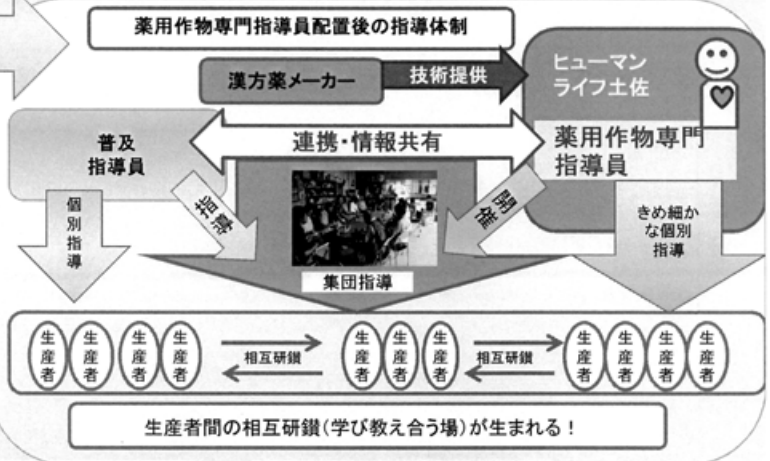
総指導活動時間
1,536時間／年

★薬用作物専門指導員の配置（1名）★
○配置（委託）先：ヒューマンライフ土佐
○役割（委託内容）
①普及指導員と連携した県域での指導活動の実施
・現地検討会　：県内5ヶ所（本山町、いの町、越知町、四万十町、大月町）年間4回
・栽培講習会　：県内5ヶ所、年間2回
・個別巡回指導：対象農家戸数85戸、毎月1回以上個別訪問
②　実証ほの設置・調査への協力
・実証ほ：2年生品種の栽培実証　3ヶ所（越知町、本山町、宿毛市）
③普及指導員、市町村、生産者、ヒューマンライフ土佐、メーカーとの連携
・市町村連絡協議会等への参加、：越知町　年間12回
・普及指導員薬用作物担当者会への参加：年間3回
・漢方薬メーカーとの現地巡回：越知町など年間9回

現状の指導体制



薬用作物専門指導員配置後の指導体制



期待される効果

①集団指導（現地検討会や栽培講習会等）の実施で指導効果・効率が向上
②は種から生育初期（2～4月）にきめ細かな個別巡回指導が実現
③指導機会の増加により普及指導員の指導力が早期に向上

～栽培指導力の強化による薬用作物の安定生産技術の普及促進～

・ミシマサイコ収量30kg/10a以上の生産者数の割合が50%以上（H31）　・2年生品種の栽培技術の確立

流通・販売の支援強化（高知県産園芸品のまるごと地産外商に向けて）

<農10>

これまでの取組　大中小の流通規模に応じた支援により、パートナー量販店の増や新たな業務需要の開拓が進んできた

課題
1　継続的な取り組みが必要
2　高まる外食・中食等業務需要への対応
3　クラスター化に向けた加工用ニーズへの対応
4　輸出の推進
5　多様な販売の強化

取り組みの方向性
- ○販売を意識した産地力のアップ
- ○他県産に打ち勝つ競争力のアップ
- ○クラスター化の推進
- ○輸出の促進
- ○高知県青果物の認知度向上と販売拡大
- ○こだわり野菜・果実の販路開拓・拡大

大規模流通（基幹流通）

①販売活動を通じた販促・ＰＲの強化
（高知青果フェアや品目別セールスプロモーションの実施、企業等とのコラボＰＲ、大手通販会社と連携したプロモーションの展開）
②業務需要開拓の強化（卸売会社等と連携した新たな需要の開拓及び実需者ニーズ等情報収集と新たな産地づくり）

課題
○出荷量の確保
○選ばれる産地に向けたブランド力の強化

園芸連
販売額630億円（H27園芸年度）→ 販売額アップ650億円（青果物）
販売数量9．3万トン（H27園芸年度）→ 販売数量アップ

農協（生産者）

基幹流通（規格品）

園芸品販路開拓・拡大強化事業による販売力の強化（H26～）
（新需要開拓マーケティング協議会から卸売市場への業務委託）

強化ポイント
○次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
○パートナー量販店との連携強化

H28～　課題　1，2　単年計画から複数年計画へ

H28～　課題　3　加工ニーズへの対応

拡充　課題　4　海外ニーズへの対応

卸売市場 62社 → 実需者（量販店）（中食・外食）（通販サイト）

委託先 卸売市場 8社 → 実需者（量販店）（中食・外食）（加工）

委託先 卸売市場 8社 → 海外実需者

中規模流通

③生産者の思いと実需者ニーズに応える出荷・流通・販売体制づくりの強化
（受発注の仕組みづくり、食材・商材アイテムの開発、品目の掘り起こし）

農協 生産者 直販所 → （帳合）特産販売

新規　課題　5　**強化ポイント**
品質とこだわりを発信するプロモーションと販売の強化

H27～　龍馬マルシェ（園芸連によるWEB販売）

H27～　クロネコあんしん決済サービスの利用開始
（小口の取引先へのスピーディーな販売と新規取引先の拡大）

新規　課題　5　**強化ポイント**
産地商談会の開催
（園芸連主催の産地商談会の開催）
→生産者の思いやこだわりと実需者ニーズをつなげる

（帳合）特産販売 → 実需者（量販店）（中食・外食）

小規模流通

④こだわりニッチ野菜・果実販路開拓

課題
○より魅力的な商談会
○産地での商談機会の創出

こだわりの生産者 生産者組織等

○地産外商公社の開催する商談会に一元化
→こだわり野菜を加工品・水産物等とともにオール高知で売り込み！

支援内容：こだわり野菜・果実の訴求力、販売力のアップ
高知野菜サポーター（野菜ソムリエ）による産地へのアドバイスと産地でのマッチング支援

情報発信力のある飲食店 青果店 量販店等

消費者

目指す姿
- ◎販路拡大・販売拡大
- ◎農家所得の向上

新規就農者の確保・育成（東京農業大学との連携推進について）　<農11>

趣旨　高知県と東京農大が結びつきを深め、お互いのもつ経営資源を有効に活用し、ともに発展する

東京農大概要
- 農業系専門大学（125年の歴史）
- 実学主義で体験学習や経験を重視
- 本県出身者（約800名、現存約600名、県職員29名）

連携の目的
- 地域を支える人材の育成確保
- 地域課題の解決
- 技術や情報、人材の活用
- 就職及び就農支援

取組みの内容
- 高知県の理解とサポーター増大（大学での講義や高知県での農業体験）
- 課題提起や研究フィールドとしての活用（中山間等地域でのフィールドワーク支援）
- 試験研究機関との共同研究や連携（鮮度保持や醸造技術など）
- インターンシップの実施、農業研修の支援

高知県のメリット（東京農大のメリット）

- 学生受け入れによる高知家PR、将来の担い手確保（現地研修先や実践学習等）
- 鮮度保持による本県農産物の付加価値向上（研究テーマや素材の確保、研究成果）
- 中山間等地域課題の解決（研究テーマや素材の確保、研究成果）
- 本県酒造技術や製品力向上（研究テーマや素材の確保、研究成果）
- 優れた人材の高知県への呼び込み（就農、就職先の確保）

鮮度保持

連携担当教授陣

- 農家研修、体験ツアー
  高畑　健（農学科助教）
  （高糖度果実生産技術）

- 地域課題対策
  宮林　茂幸（森林総合学科教授）
  （農山村と都市の交流）

- 鮮度保持
  馬場　正（農学科教授）
  （超長鮮度保持技術）

- 微生物
  篠原　弘亮（農学科教授）
  （植物病原菌分類同定）

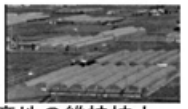
- 醸造関係
  穂坂　賢（醸造科学科教授）
  （有用酵母の分離と利用）

連携項目やテーマ

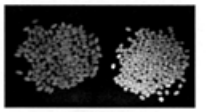
連携項目	テーマ	内　容	予　定
試験研究との連携	鮮度保持技術	農大教授による技術的なアドバイス	鮮度保持技術検討会（1回） 農学科（馬場教授、篠原教授）
	酒米振興		土佐酒振興プラットフォーム（2回） 醸造科学科（穂坂教授）
	鮮度保持技術 酒米振興など	セミナー、講演会への招致	鮮度保持技術に関する講演会（馬場教授）（1回） 土佐酒振興に関するセミナー（穂坂教授）（1回） 微生物活用に関する講演会（農学科　篠原教授）（1回）
人材の交流	学生の農作業体験	担い手センター、農家での受入	体験実習（10名）：担い手育成センター、農家（30日間）
			体験ツアー（15名）：農業担い手育成センター（2日）
	学生の研究支援	研究可能な県機関、農家情報の提供など	研究課題や体験実習先受入農家情報の提示（随時）
	研究員の大学での研修	東京農大での研究員の研修	鮮度保持技術の習得研修（5日間）
	学生の就農・就職支援	就農・就職相談会	学園祭などでのブース設置（11月）
	学生の職場体験	県機関でのインターンシップ	農業関係県出先機関（試験研究、普及所）や県庁で職場体験受入（8月）
高知県のPR	農大での講義、講座	寄付講座（高知県の農業施策、担い手対策など）	大学のカリキュラムへ設定（6月、12月） 内容：高知県の農業について、担い手対策など
	農大イベントへの参加	学園祭での本県PR	学園祭へのブース出展（11月）：パネルや農産物展示、就職就農等相談など
その他	連絡・協議	幹事会の開催	計画の策定・実施協議（5月）、次年度計画の検討（1月）

期待される効果

- 農業の担い手の確保による産地拡大
- 鮮度保持技術による商品力の向上
- 酒米生産の加速化



産地の維持拡大



吟醸酵母

鮮度保持（高知県開発パーシャル包装）

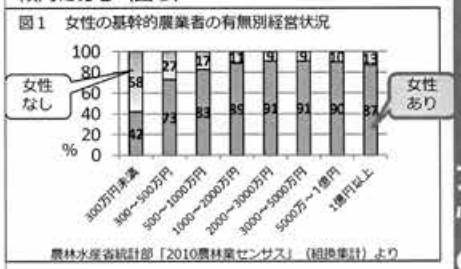
家族経営体の強化及び法人経営体の育成（女性の活躍促進について）　<農12>

背　景

農業の発展のためには、農業就業人口の約43%を占める女性農業者の能力を最大限に活かせる環境整備と次代を担うリーダーの育成が不可欠

●女性が参画している経営体ほど販売額が大きい傾向にある（図１）

図１　女性の基幹的農業者の有無別経営状況



農林水産省統計部「2010農林業センサス」（組換集計）より

●女性役員、管理職がいる経営は、売上や収益の増加率が高い傾向にある（図２）

図2　女性役員等の有無と融資後3年間の売上増加率（%）

日本政策金融公庫「農業経営の現場での女性活躍状況調査（H25.1）より

女性農業者の意見

技術と経営	●経営パートナーとして経営に参画したい。 ●天敵や環境制御など技術を習得したい。 ●女性限定の機械講習会を希望。 ●アシストスーツに興味がある。
労働力	●忙しい。人手が足りない。 ●介護・子育て時の農作業ヘルパーを希望。 ●ＪＡ無料職業紹介所を整備して欲しい。 ●人を雇うと、色々と気を使う。 ●雇用さん用に仮設トイレを整備したい。
交流	●女性の組織活動が低迷している。 ●若い人が組織に入らない。 ●地域での交流が減ってきている。 ●組織や世代を超えて交流をしたい。

課　題

1．経営主とのパートナーシップの構築
- 経営管理能力の向上
- 栽培技術力の向上

2．雇用管理能力の向上
- 雇用管理に関する知識の習得
- 雇用管理に係る負担軽減

3．参加しやすい学習、交流の場づくり
- 世代、組織間を超えた場づくり

女性の学びと交流の場を創出

はちきん農業大学

対象	目的	特徴
県内在住の女性農業者	● 技術・経営力アップへの支援 ● 学びと交流の場の創出 ● 次代を担うリーダーの育成	● 参加しやすい地域会場 ● 県域講座で交流を促進 ● 受講する講座を自由に選択 ● 単位制、聴講制度あり

実施体制

①本校（県域会場：１カ所）
- 学　長　ＪＡ中央会会長
- 副学長　農業振興部長
- 事務局　環境農業推進課

②支部校（地域会場：９普及課・所）
- 支部長　普及課・所長
- 事務局　普及課・所

入学から卒業までのスケジュール（2年間）

※1期生のスケジュールとする

①受講生募集：３００名
②輝く女性チャレンジプラン作成
- 「自己評価表」による課題抽出→プラン作成へ！

③卒業論文発表会
- 「支部校」で開催：「本校発表会」の予選会
- 「本校」で開催：優秀賞は全国コンクールへ
  - 「農業簿記利用優良経営表彰」
  - 「WAP農業の未来をつくる女性活躍経営体100選」

④卒業式：「女性農業経営マイスター」認定

講座内容

● 本校（県域）で開催　○ 支部校（地域）で開催

必修講座
- ●○ 雇用管理対策講座
- ○ 知っておきたい高知県の農業施策講座
- ● 女性が活躍する経営の取り組み

選択講座
- ● 女性のための農業機械講座
- ○ 農業基礎講座
- ○ 新技術講座
- ○ 経営管理講座
- ○ 自主企画講座

実習
- ○ 実証調査　環境制御機器の試用
- ○ 実証調査　アシストスーツの試用

課外ゼミ
- ●○ 先進事例調査
  【テーマ】
  ・ 新規就農への支援
  ・ 雇用管理対策

連携：女性の活躍推進室／産地・流通支援課／東京農業大学／土佐MBA／高知大学

女性が輝く農業の実現

目指す姿

積極的に経営参画

●環境制御技術の更なる普及拡大へ！

●新規就農者確保育成へ！

● 組織、世代間の交流

経営体の発展へ！

- 収量が向上！
- 売上が向上！
- 所得が向上！

【目標】
農業産出額等
1,060億円
（H31）

家族経営体の強化及び法人経営体の育成
（労働力を確保する仕組みの構築について）

<農13>

【現状・課題】
・園芸農家の約4割（※）で労働力不足が発生し、拡大再生産のボトルネックとなっている。
（主に収穫、出荷調整作業等で不足。地域や品目で不足状況が異なる。（※）主要品目340戸を対象）
・これまでの地縁に頼った確保策では限界。既存制度の活用を含め求人方法を改善し、地域外・農業外から人を呼び込む必要がある。

【対策】
◆各地域で求職者（援農者）のリスト化、求人・求職者のマッチングを推進
◆地域間で労働力を補完するために県域での仕組みを構築

必要な労働力を確保

❶地域内の求職者の掘り起こし ❷求職情報の登録を促す ❸JA無料職業紹介所等を核とした地域内でのマッチング支援 ❹県域のポータルサイトへの求職・求人情報の登録
❺ポータルサイトからの情報を基に地域間での連携を推進 ❻地域内の求職者が他地域で就労することを支援

地域の取組

地域内の求職者
（大学・専門学校生、子育て世代（小学生の保護者等）、シルバー世代（定年退職者等）、地域内企業）

※地域内で無料職業紹介所がない場合は、ハローワークや派遣会社の仕組みを活用する

❶求職者の掘り起こし
●新聞折り込みなどで求人情報を広く周知
●大学・専門学校などでアルバイト募集（掲示板）
●子育て世代やシルバー世代向けに求人情報提供
●地域内企業に直接交渉

❷求職情報の登録

地域A
無料職業紹介
地域PT（JA、普及）
登録
紹介
求職者
❸地域内でのマッチング
農家（求人者）
雇用契約

❻他地域への登録

（地域間で労働力を補完）
❺地域間の連携
他地域で働きたい求職者と他地域からの働き手を募集する求人者をマッチング

地域B
無料職業紹介
地域PT（JA、普及）
登録
紹介
求職者
他地域でも働ける求職者
❸地域内でのマッチング
農家（求人者）
雇用契約

❶求職者の掘り起こし
❷求職情報の登録

【地域の取組への支援策】
◆援農隊マッチング支援事業（国費）
・地域の労働力提供システムの構築
・就労前研修、就労中技術指導の実施　等
◆県域担い手サポート連絡協議会による助成事業
・各JAの労働力確保の取り組みに助成（国事業への上乗せにも活用）

・他地域で働ける方
・他地域からの働き手を募集する方

❹求職・求人情報の登録
❹求職・求人情報の登録
雇用契約
作業受託

他地域への誘導をサポートする等、地域間のマッチングを支援
④支援

③情報提供（メール）
③情報提供（メール）
③情報提供（メール）
③情報提供（メール）

県域の取組

県域取組主体：（仮称）援農者確保対策協議会（県、JA高知中央会、高知県農業会議）

①求職・求人情報の収集

【求人・求職情報の収集・登録】
①各地域の求人・求職情報を収集・登録促進（JA中央会）
②県外及び他産業の求職ニーズ 把握・登録誘導（農業会議・県）

【地域をまたぐ労働力の調整】
③他地域の求人・求職情報を登録者に提供（農業会議）
④地域をまたぐマッチングを誘導（JA中央会）

【各地域の活動を強化】
⑤県内外の優良事例を収集・紹介し横展開を促す（県・JA中央会）

①求職・求人情報の収集

【県域の取組への支援策】
新 ①農業労働力確保支援ポータルサイト構築委託事業
新 ②農業労働力確保対策事業
●県域の求人・求職情報の収集・提供
●ポータルサイトの構築・運営
●県外からの援農ツアーの企画　等

②求職情報の登録
②働き掛け
④情報提供（メール）
④情報提供（メール）
②働き掛け
②求職情報の登録

県外求職者等
（新・農業人フェア相談者、こうちアグリスクール受講生、移住相談者、他県の援農隊等）

他産業（企業等）
（建設業、森林組合、大学生、育苗会社等）

農家の意向（規模拡大、収量アップ、現状維持）に沿った労働力が確保され、産地の生産力が維持・向上される。

地域に根差した農業クラスターの形成（園芸農業を核とした農業クラスター形成のための支援メニュー）＜農14＞

現状　・四万十町などで次世代型ハウスによる生産拡大を核とした５つの農業**クラスター**形成の取り組みスタート！　→　さらに、栗（果樹）やショウガ（露地）を核とする２クラスターの取り組みが追加！　**さらに拡大！**　目標：13カ所（H31年度）

★Point①　※さらに地域地域へ取り組みを展開するソフト支援を充実！

クラスタープランの策定

各農振センター　農業クラスター育成チーム
・県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
H29new 県 地域産業クラスター育成セミナー

→ **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

→ 農振センター／地域本部／市町村／関連企業／JA／生産者

クラスターのマネジメント強化へ

・アドバイザーの雇用（篤農家、専門家など）
・県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業

★Point②　※地域の強みを活かし、さらに伸ばしていくクラスター化に必要なハード整備支援メニューを充実！

●関連する二次、三次産業を地元に集積！
＋
●次世代型ハウス等を中心として生産を拡大！

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

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　　但し、高度環境制御栽培施設整備時
・国 産地パワーアップ事業

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　　但し、高度環境制御栽培施設整備時
・国 産地パワーアップ事業

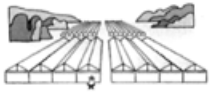
研究・開発施設
・県 **次世代型ハウス・農業クラスター促進事業**
・国 強い農業づくり交付金
・国 産地パワーアップ事業

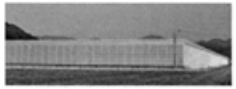
一次加工・食品加工施設
・県 産業振興推進総合支援事業
・県 企業立地促進事業
・国 農林漁業成長産業化ファンド
・国 6次産業化ネットワーク活動交付金
・国 強い農業づくり交付金
・国 産地パワーアップ事業

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** H29拡充
※ポイント：担い手育成・確保のための「研修のれん分け区分」・「新規就農区分」について、県補助率を2/5以内に統一（引き上げ）する。
・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





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

ハウス、資材メーカー等
・ハウス、機器・装置等の営業及びメンテナンス拠点
・農業用資材の販売店　等

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 6次産業化ネットワーク活動交付金

H29new
・国 農山漁村振興交付金　・国 中山間地域所得向上支援事業

「園芸団地」用地の確保と基盤整備

★Point③　※クラスター形成に欠かせない「園芸団地」を生み出すしくみを充実！

≪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

H29拡充
《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

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

≪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

大 国 農業競争力強化基盤整備事業（20ha以上、中山間10ha以上）
中 国 農業基盤整備促進事業（複数年度事業、事業費200万円以上）
小 国 農地耕作条件改善事業（単年度事業、事業費200万円以上）
小 国 中山間地域所得向上支援事業（単年度事業、事業費200万円以上） H29new
小 県 次世代園芸団地基盤整備事業（単年度事業、事業費200万円以上）

県 園芸団地整備円滑化事業　・地元負担分を軽減

《参入者の募集》 → **《農地の貸付・売渡》**
・次世代園芸団地に参入する企業や農家を募集

県 農業クラスター計画策定事業 H29拡充

県 次世代園芸団地農地確保補助金（基金造成）

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、大型製材工場をはじめとする加工体制の強化や、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化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26年には61万立方メートルまで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、平成22年の150億円を底に、製材品の出荷量が回復したことなどにより、平成26年には204億円に増加しています。

しかしながら、原木生産量はここ数年は横ばい状態であり、林道などの路網整備や高性能林業機械の導入と併せて、生産工程のボトルネックを洗い出し、その改善に取り組むなど原木生産量をさらに拡大する取り組みを進めていきます。

②第3期計画ver.2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、平成31年度には原木生産量の目標を78万立方メートル、木材・木製品製造品出荷額等の目標を220億円とし、次の5つの戦略の柱による取り組みについて、バージョンアップを図りながら進めていきます。

柱1　原木生産のさらなる拡大

これまで取り組んできた森の工場による原木の安定供給や皆伐の促進による原木の増産に加えて、作業功程におけるボトルネックを洗い出し、その解消に取り組むとともに、効率的な作業システムの構築に必要な林道をはじめとする路網の整備の促進や、高知県の地形にあった林業機械の開発にも取り組んでいきます。また、今後皆伐の増加が見込まれることから、コンテナ苗による低コスト育林などの再造林を支援することにより、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

消費者のニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成するため、これまでの施設整備に加え、事業戦略づくりや人材育成を支援するとともに、付加価値の高い製品づくりなどにより加工力の強化を促進していきます。また、大断面集成材工場やCLTパネル工場といった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外商活動を促進するため、関東や関西に設置している流通拠点の活用やトレーラーによる低コスト・定期輸送などによる取り組みを進めていきます。また、海外での見本市等においてPRしていくほか、CLT等土佐材の輸出についても挑戦していきます。

柱4　木材需要の拡大

店舗や事務所といった住宅に比べて木造率が低い非住宅建築物の木造化を促進するため、SWPなどの新しい木質建材を利用したモデル建築物の整備を支援していきます。さらに、CLTの利用促進に向けて「CLTで地方創生を実現する首長連合」と連携し、公共施設等に率先利用することによりコスト低減に向けた取り組みを進め、民間需要への拡大を図り、飛躍的な木材需要の拡大を目指します。また、木質バイオマスについて、木質ペレットの安定した供給に取り組むほか、農業用以外における幅広い利用を促進していきます。

柱5　担い手の育成・確保

平成30年度から専攻課程を加え本格開講する県立林業学校の充実・強化を図っていきます。また、UIターン希望者や県内の新卒希望者などを対象に高知の林業について詳しく知ることのできるフォレストスクールを開催するなど、新たな林業従事者の確保を図っていきます。併せて、移住施策との連携や小規模林業の活動を応援することにより、担い手の育成・確保を図っていきます。

以上、5つの柱の取り組みを関係者と一体となって有機的に進めることにより、拡大再生産の流れを大きくし、県内の豊かな森林資源を活用した所得の向上と雇用の創出を目指していきます。

林業分野の展開イメージ　～山で

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⇒４年後（H31）220
原木生産量　出発点（H26）61万㎥ ⇒ 現状（H28）62.8万

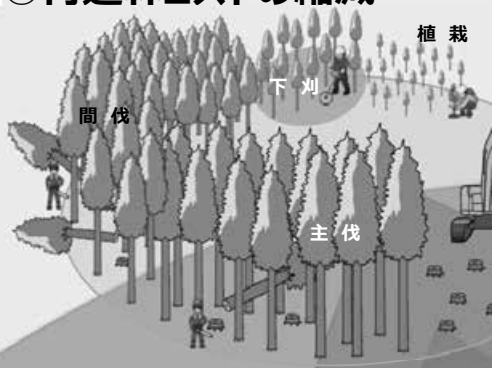
構築した川上から川下までの仕組みを生

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
- 拡 森林情報の精度向上（森林GISの機能拡充）
- ・効率的な生産システムの導入を促進
- 拡 高性能林業機械等の導入・整備
- 拡 林道整備の促進に向けた協議会・ＷＧの設置
- 拡 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



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）

森の資源を余すことなく活用

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４　木材需要の拡

○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

○住
木
・
・

林業・木材クラスター

中

柱２　加工体制の強化

○高次加工施設の整備
- ・集成材工場の整備
- ・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 事業戦略の策定支援
- 拡 人材育成と設備整備の両面から支援
- 拡 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

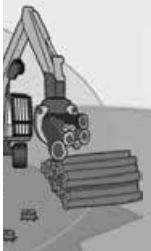
若者が働く、全国有数の国産材産地～

)億円⇒６年後(Ｈ33)232億円⇒10年後（Ｈ37）256億円

万㎥ ⇒４年後（Ｈ31）78万㎥ ⇒６年後(Ｈ33)81万㎥ ⇒10年後（Ｈ37）90万㎥

生かして、“森の資源”を余すことなく活用

苗木生産



柱５　担い手の育成・確保

○林業学校の充実・強化

・林業学校における人材育成及び施設整備

拡 H30専攻課程の開設に向けた研修内容の充実

・森林組合等の県内事業体への雇用促進

○きめ細かな担い手確保の強化

・林業労働力確保支援センターとの連携

拡 定期相談会の開催

新 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

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 新たな木質建材を活用したモデル建築物の整備

県産材を活用した木造住宅建築の促進

○ＣＬＴ等の普及促進

・ＣＬＴ建築物の普及促進と需要拡大

拡 ＣＬＴ首長連合と連携したＣＬＴ利用の促進

新 経済同友会との協働プロジェクトによるCLTを核とした木材需要の拡大

産業の形成

『拡大再生産』の好循環へつなげ、山間地域を元気に！

柱３　流通・販売体制の確立

○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 外商活動体制の抜本強化

○販売先の拡大

・県外での土佐材を使用した建築の促進

・海外への販売促進

新 ＣＬＴ等輸出の可能性を調査

拡 海外見本市等でのＰＲ活動

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⇒4年後（H31）：220億 原木生産量　出発点（H26）： 61万m3⇒現状（H27）：59.2万

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 （□：一般製
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 ◆[拡充]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（森林GISの機能拡充） ◆[拡充]効率的な生産システムの導入を促進 ・高性能林業機械等の導入・整備 ・林道整備の促進に向けた協議会・WGの設置 ・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 ・苗木生産での企業立地 ・集落活動センター等での生産を推進 ◆再造林への支援と低コスト育林の推進 ◆間伐の推進	1．製材工場の強化 ◆[拡充]製材所の加工力強化 ・事業戦略の策定支援 ・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 送の増加 ◆[拡充]外商 2．販売先の ◆県外での土 促進 ◆[拡充]海外 ・CLT等輸出 ・海外見本市

の体系図

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 点を活用した取引の拡大 等による低コスト・定期輸 活動体制の抜本強化 拡大 佐材を使用した建築の への販売促進 の可能性を調査 等でのPR活動	1. 住宅・低層非住宅建築物における木材利用の促進 ◆[拡充]低層非住宅建築物の木造化の促進 ・事例集の作成、施主へのPR ・全国への販売展開 ・新たな木質建材を活用したモデル建築物の整備 ◆ 県産材を活用した木造住宅建築の促進 2. CLTの普及 ◆[拡充]CLT建築物の普及促進と需要拡大 ・CLT首長連合と連携したCLT利用の促進 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. 林業学校の充実・強化 ◆[拡充]林業学校における人材育成 ・H30専攻課程の開設に向けた研修内容の充実 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進 2. きめ細かな担い手確保の強化 ◆[拡充]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 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	・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)	10.1万m3(H27)	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
【林01】◆森の工場の拡大・推進(H29拡充)	○				
【林02】◆効率的な生産システムの導入を促進(H29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（H29拡充）	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.274）	森の工場の承認面積	63,335ha（H26） ↓ 65,980ha（H27） ↓ 81,600ha
【林02】 ◆効率的な生産システムの導入を促進（H29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） ↓ 3.5m3/人日（H27） ↓ 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
- 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：林業機械導入、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

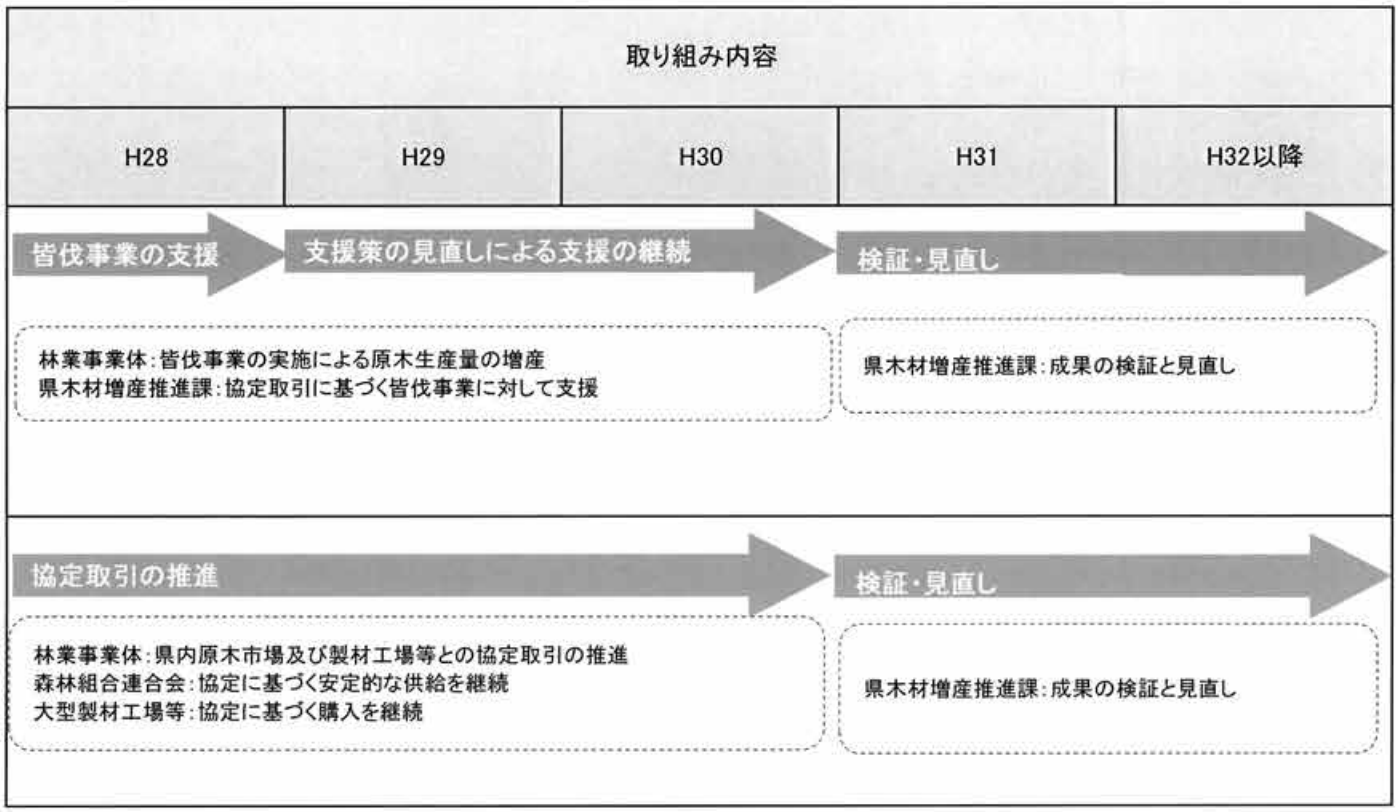
本県の地形等に対応した効率的な生産システムの普及

- 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の設置
- 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) ↓ 31万m3(H27) ↓ 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) ↓ 22万m3(H27) ↓ 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：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.275)	林業用苗木の生産量	76万本(H26) ↓ 87万本(H27) ↓ 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) ↓ 161ha(H27) ↓ 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) ↓ 184ha(H27) ↓ 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) ↓ 5,115ha(H27) ↓ 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、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） ↓ 9,183t-CO2（H27） ↓ 22,494t-CO2 ② 12件（H26） ↓ 12件（H27） ↓ 15件

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

クレジット販売の強化

県環境共生課：プロバイダを活用した大都市圏へのクレジット販路拡大、地元産品を生かしたクレジット付環境貢献商品の販路拡大、公共工事におけるカーボン・オフセットの取組拡大、県主催マッチングイベントの開催、環境マッチングイベントへの参加、新たなクレジット活用方策の検討

森林吸収プロジェクト及び排出削減プロジェクトの推進

県環境共生課：地域版制度の存続、県版J-クレジットプロジェクトの拡大
市町村、事業体：クレジット販売で得た資金による森林整備の推進

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C・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)	22.2万m3(H27)	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
【林10】◆製材所の加工力強化(H29拡充)	○	○	○		
【林11】◆県内企業による協業化・大型化の検討	○	○	○		
【林12】◆集成材工場の整備	○	○	○		
【林13】◆CLTパネル工場の整備	○	○	○		
【林14】◆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 (H29拡充)	県内製材業の加工力強化、製材品の品質向上及び県内製材業の安定した経営による雇用維持、増進を図るために、木材加工技術者等の育成及び経営改善に必要な取組並びに製材関連施設の導入等に対し支援を行う 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	国産材の製材品出荷量	12.9万m3(H26) ↓ 13.4万m3(H27) ↓ 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(H27) ↓ 3社

分野	林業分野

【林12】 ◆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	ー(H26) ↓ ー(H27) ↓ 1施設
【林13】 ◆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	ー(H26) ↓ ー(H27) ↓ 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老朽化した製材設備の更新等による加工力強化を支援

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、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

CLT用ラミナ供給体制の確立

県木材産業振興課：関係団体との調整及び事業主体等の選定

CLT用ラミナ工場の整備

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
県木材産業振興課：事業体の施設整備等を支援

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

集成材の生産・加工

事業体：集成材工場の整備、集成材製造技術の構築、販売先の確保
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り組みを加速化

CLTﾊﾟﾈﾙ工場の整備

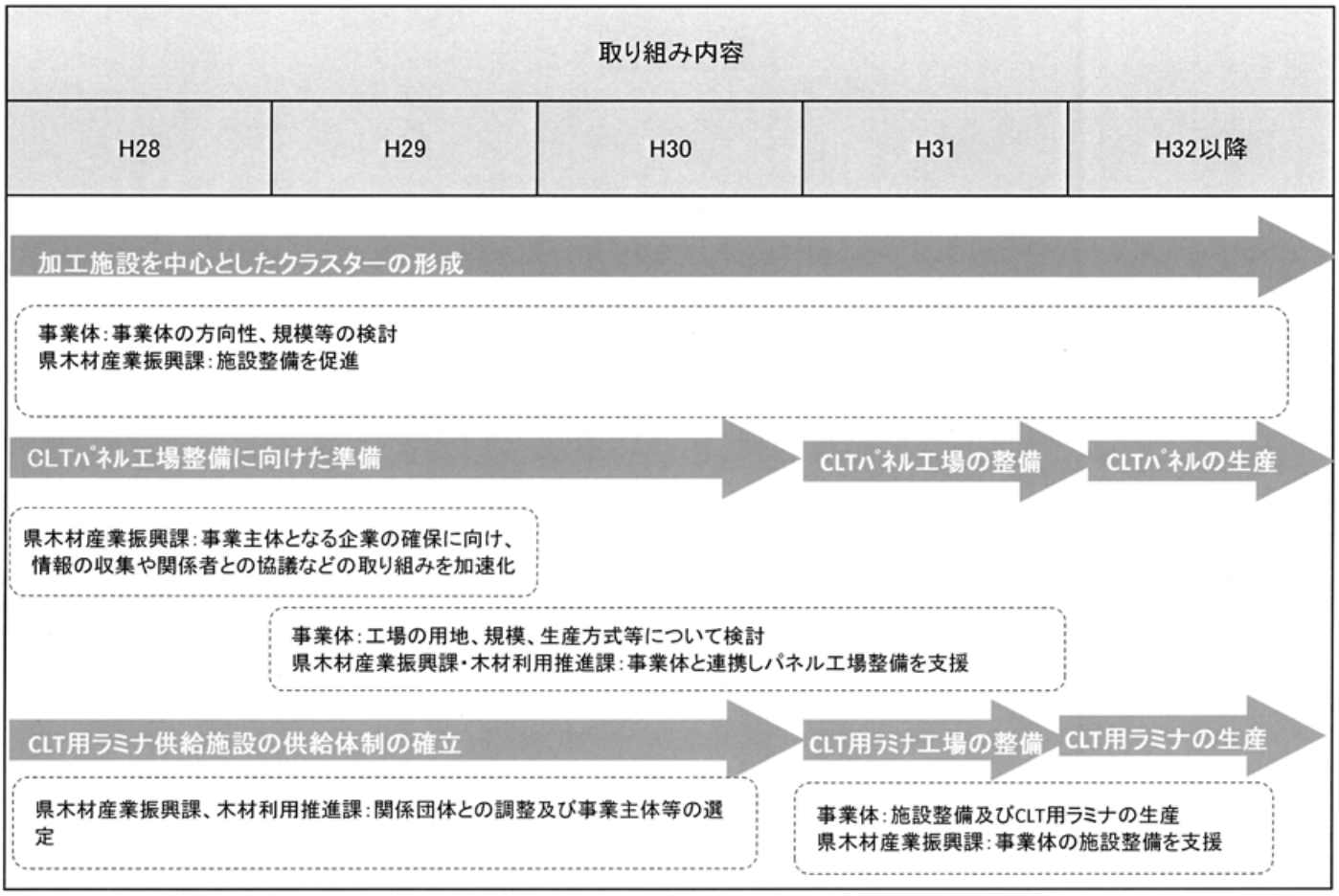
CLTﾊﾟﾈﾙの生産

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

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】 ◆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)	ー(H26) ↓ 16人(H27) ↓ 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（H28年末：22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関東地方に営業拠点を設置するなど、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（H28年末：40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、韓国における市場調査を実施するとともに、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)	14.4万m3(H27)	20.1万m3	19.7万m3	15.8万m3
0.0万m3(H26)	0.0万m3(H27)	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
【林15】◆県外流通拠点を活用した取引の拡大		○			
【林16】◆トレーラ等による低コスト・定期輸送の増加		○			
【林17】◆外商活動体制の抜本強化(H29拡充)		○			
【林18】◆県外での土佐材を使用した建築の推進		○			
【林19】◆海外への販売促進(H29拡充)		○			

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15】 ◆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) ↓ 4.6千m3(H27) ↓ 5.7千m3
【林16】 ◆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) ↓ 1.9千m3(H27) ↓ 3.2千m3
【林17】 ◆外商活動体制の抜本強化(H29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	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) ↓ 23.2千m3(H27) ↓ 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　：　トレーラ等を使用した定期（共同）輸送体制の検証・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

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

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補助事業等により支援

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18】 ◆県外での土佐材を使用した建築の推進	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) ↓ 138棟(H27) ↓ 180棟
【林19】 ◆海外への販売促進(H29拡充)	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) ↓ 2.6千m3(H27) ↓ 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
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の設置を検討

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・木質化の取り組みは浸透 ・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年からわずかではあるが、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28年度には延べ6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（平成29年3月現在構成員97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26年度末の木質バイオマスボイラー導入台数254台 ・平成27年から木質バイオマス発電施設か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)	49.6万トン(H27)	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
【林20】◆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21】◆低層非住宅の木造化の促進(H29拡充)	○		○		
【林22】◆県産材を活用した木造住宅建築の促進	○				
【林23】◆CLT建築物の需要拡大(H29拡充)	○		○		
【林24】◆木質ペレット等の安定供給の促進	○				
【林25】◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大	○				
【林26】◆木質バイオマス発電の促進	○				
【林27】◆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20】 ◆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) ↓ 75%(H26) ↓ 100%
【林21】 ◆低層非住宅の木造化の推進 (H29拡充)	民間施設の木造化の普及を図るため、施主に対し木造施設への理解を深める取り組みの推進と、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の開発する	低層非住宅の木造化率	26%(H26) ↓ 32%(H27) ↓ 34%
【林22】 ◆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%(H27) ↓ 現状値以上 (全国平均以上)

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県方針の取り組みの推進及び進捗管理、市町村に対しても情報の提供と取り組みを要請

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り組みを支援

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及び木材製品の安定供体制の整備
県木材産業振興課：商品の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：モデル建築物への支援

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、土佐材パートナーズ工務店と連携し地産外商を推進
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。県産材活用の取り組みを支援

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

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
県木材利用推進課：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 → 木材に関する相談窓口の検討

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
取り組みを検討

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り組みを推進

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23】 ◆CLT建築物の需要拡大 （H29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	CLT建築物の整備数	1棟（H26） ↓ 3棟（H27） ↓ 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

CLT建築に関する基準等の周知

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・ノウハウの取得。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、技術や情報の収集

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た取り組みの推進
県森づくり推進課：林業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：県有施設ので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

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：林業学校による木造に関する建築士の育成

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

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24】 ◆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が安心していくために、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) ↓ 62%(H27) ↓ 100%
【林25】 ◆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) ↓ 2.1万トン(H27) ↓ 2.5万トン
【林26】 ◆木質バイオマス発電の促進	森林資源の有効活用による再生可能エネルギーを推進するために、既存施設の安定稼働と、新たな小規模発電施設の検討をする	木質バイオマス発電施設の整備量	2施設(H26) ↓ 2施設(H27) ↓ 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り組みを支援

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と取り組みの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り組み趣旨を理解し積極的に導入
県木材産業振興課：熱利用の状況を収集し対応を検討
木質バイオマス推進の意義及び取り組み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、自らの取り組みを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り組みを支援。

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

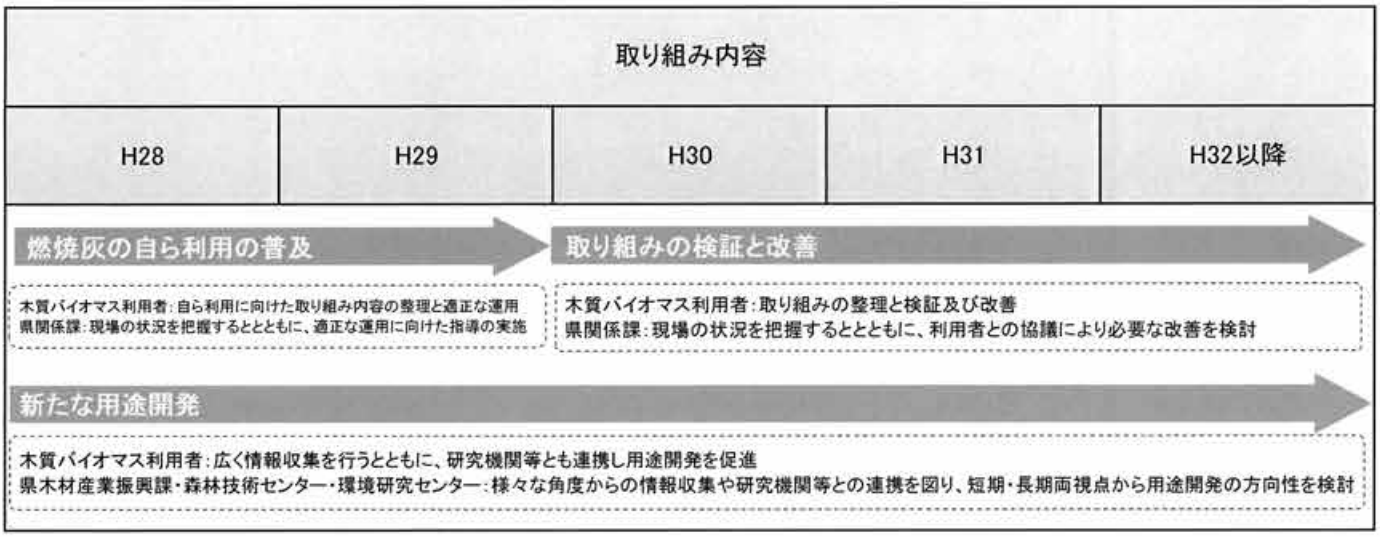
小型木質バイオマス発電施設の検討

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27】 ◆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 (H27) ↓ 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
木質バイオマス利用者：自ら利用に向けた取り組み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
取り組みの検証と改善
木質バイオマス利用者：取り組み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） 基礎課程：14名（H27）、19名（H28） ・高度で専門的な担い手を育成する「専攻課程」の開講を、平成30年4月に予定しており、現在準備を進めている	・平成30年4月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、研修生に最高の学びの場を提供できる体制の強化が急務 ・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 ・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
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
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、「労働力環境改善計画」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 H28.12月末現在：91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	・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） ・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　⇒　H28.12月末現在 365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
―	―	32人	58人	96人

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【林28】◆林業学校における人材育成(H29拡充)			○		○
【林29】◆森林組合等の県内事業体への雇用促進			○		○
【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(H29拡充)			○		○
【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28】 ◆林業学校における人材育成(H29拡充)	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、平成30年4月には専攻課程を開講し、全国から多くの人材を集め、原木増産に必要なより専門的な人材を育成する ⇒別図＜林07＞参照(p.280)	林業学校研修修了者数(年平均)	ー(H26) ↓ 14人(H27) ↓ 27人
【林29】 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進	林業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	林業学校研修修了生の県内就職者数(年平均)	ー(H26) ↓ 14人(H27) ↓ 21人

戦略の柱	5　担い手の育成・確保
取組方針	1　林業学校の充実・強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

林業活動実践者の知識や技術のスキルアップ

県立林業学校短期課程（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）
県森づくり推進課：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

地域の森林を支える高度で専門的な担い手の育成

県立林業学校専攻課程（定員30名）：森林管理、林業技術、木造設計の3コースを設定、将来の林業を支える高度で専門的な人材の育成（研修期間：1年間）

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、林業学校と連携し優秀な人材を確保

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）

高知県立林業大学校の本格開校

県立林業学校：全国から多くの人材が集まる魅力あふれた林業学校の創設、原木増産に必要なより専門的な人材の育成

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
森林組合・事業体：インターンシップの受け入れ、雇用拡大の取り組みを強化

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：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

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

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 (H29拡充)	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) ↓ 59人(H27) ↓ 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) ↓ 6名(H27) ↓ 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) ↓ 3名(H28) ↓ 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） ↓ 48事業体（H27） ↓ 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） ↓ 97事業体（H27） ↓ 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） ↓ 304人（H27） ↓ 350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・林地台帳の整備

・林地台帳の整備・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

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

■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

原木の安定供給

■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

■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

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）

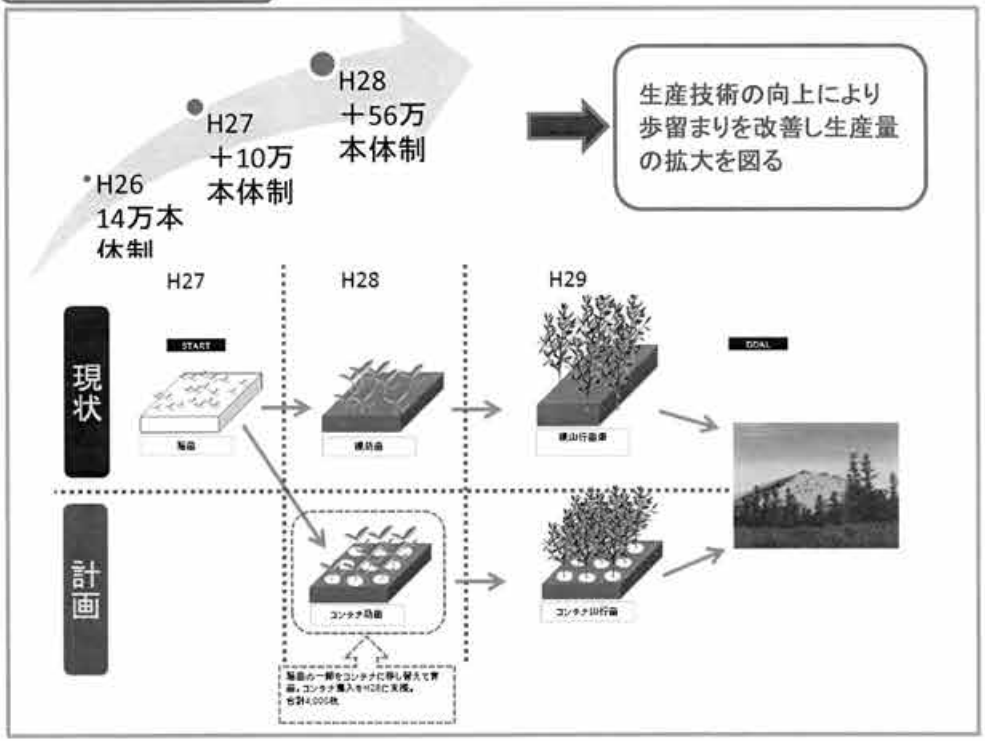
<林02>

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：次世代林業基盤づくり補助金）

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３：流通・販売体制の確立（海外への販売促進）

＜林03＞

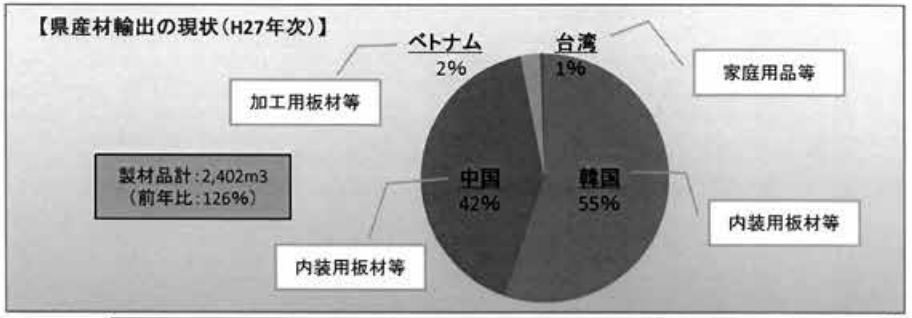
【目的】
製材品　：木材の輸出拡大が期待できるアジア地域において、県内で加工した付加価値の高い県産製材品の輸出を促進する
ＣＬＴ　：国内需要の拡大とともに、普及拡大が見込まれる近隣諸国への輸出に積極的に取り組む

【背景】
- ●豊富な森林資源の活用
- ●韓国における人口増加（2030年ピーク、5,200万人）
- ●台湾は木造建築への関心が高まっているので輸出の可能性が大きい　など

【これまでの取組】
- ●韓国最大の木材見本市へ個別事業体が参加
- ●韓国ビジネスセミナーの開催（JETRO高知・高知県木材協会　主催）
- ●韓国の市場調査（H27補正、JETRO高知委託）

【今年度の実績】（平成28年12月末まで）
- ●営業・商談5回（韓国、フィリピン）、バイヤーの招へい2回（韓国・台湾）
- ●県内12事業体、海外57事業体（韓国、台湾、フィリピン）が商談を実施
- ●CLTについては、日本CLT協会による調査・シンポジウムの開催（台湾）へ県職員同行

【県産材輸出の現状（H27年次）】



【輸出の課題】
◆製材品
- ・製材品の新たな需要先の開拓
- ・現地のニーズにマッチした製品の生産（製品規格の違いによる採材方法のクリアなど）
- ・付加価値の高い製材品の輸出の促進、輸出に取り組む県内企業の育成　等

◆CLT
- ・CLTの新たな需要先の開拓
- ・台湾の詳細な法令等の把握
- ・CLTの輸送コスト　等

【台湾をCLTのターゲットにする理由】
- ・日本から近く、日本産製品への信頼がある
- ・公共建築を中心に環境配慮型建築への取り組みが進んでいる
- ・CLTの建築実績がある（4棟、オーストリア製）
- ・日本CLT協会が実施したCLT輸出可能性検討会に高知県も参加
- ・日本CLT協会が台湾でシンポジウムを開催するなど、輸出の土壌が整いつつある
- ・耐震基準がヨーロッパより厳しい日本製CLTが受け入れられる可能性がある

輸出に向けた取組

- 商談（マッチング）
- 輸出仕様製品の試作・出荷
- 海外木材見本市への出展
- 海外での施工物件によるPR
- CLTの輸出可能性調査（台湾）

土佐材流通促進協議会

参加事業体数
40事業体
うち「輸出部会」
14事業体
（H28.12末現在）

"輸出部会"の設置（H28.4）
（体制強化）

製材品　（県産材輸出促進事業による支援）

- ・営業・商談の継続
- ・輸出仕様製品の試作（開発・加工）
- ・テスト（サンプル）出荷
- ・海外木材見本市（コリアビルド）への共同出展
- ・土佐材施工物件（店舗等）によるPR　など

※韓国最大の木材関係見本市
（2016年度実績　出品者800社・団体
来場者19万人）

CLT　（日本CLT協会に委託）

- ・市場の調査及び予測
- ・流通等の課題や輸送コストの分析
- ・現地の建築展に出展し、CLTの普及促進
- ・現地のモデル施設での活用の検討

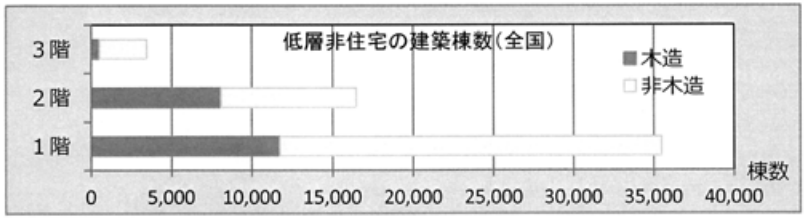
メリット
- ・日本初のCLT輸出に取り組むことによる県産材使用のコネクションの構築
- ・CLT輸出に付随する一般製材品の販売量の拡大
- ・高知新港からの輸出コストの明確化
- ・ターゲット企業との協力関係の強化

県産製材品の販路拡大・CLTの需要拡大・新たな輸出企業の増加

戦略の柱４：木材需要の拡大（低層非住宅の木造化の促進）　＜林04＞

●現　状

・低層非住宅の木造率は低位



（参考）・住宅の木造率　82.3%　・　非住宅の木造率　36.4%

●取組方針

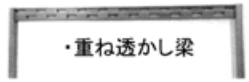
・木造率が低い低層非住宅建築物の木造化を推進
→　一般流通材を活用した新製品による対応

開発支援

●これまでの取組状況

○シングルウッドパネル（SWP）の開発を支援（H25・H27）
（内容）　杉幅はぎパネルを活用した耐力壁（大臣認定取得）
【事業主体】（一社）こうち健康・省エネ住宅推進協議会

○一般流通材を活用した新たな木質建材の開発を支援（H28）
（内容）　新製品のアイディア（10案）から、検討により3案に絞り込み
・重ね透かし梁：比較的広い間取りの床へ対応
・A型トラス：広い空間の屋根へ対応
・木質ラーメン：壁が少ない箇所に対応
【事業主体】高知県林業活性化推進協議会
→アドバイザー　東京大学　稲山教授　ほか



・木質ラーメン

○事例集作成を支援　→普及活動に活用

●見えてきた課題

・施工実績のない新製品の販売を促進するためには、モデル施設の整備による実績づくりが必要
・木造化の有利性を示すためには、新製品のコストダウンを進める一方で、施工を含めたトータルコストを把握することが必要
・SWP（シングルウッドパネル）など、新たに開発された製品については、普及に向けた支援が必要
・木質建材の更なる開発が必要

屋根の面材に活用したSWP

非住宅建築物木造化の推進

①モデル施設整備

・新製品を活用したモデル施設整備
→新製品の活用促進（実績づくり）
→見学会の開催による普及

②新製品の改良・普及

・モデル建築物を活用した施工調査の実施
→コスト（材料・人件費）の把握
・調査結果を活かした製品の改良
・普及啓発冊子の作成

③新たな内装材等の開発

・インテリアデザイナーと木材加工業者等
が連携しデザイン案の作成、試作品の製作

④新製品の販売促進

・施主・建築士・工務店などへの提案
・土佐材パートナー企業などへの提案
・土佐材商談会などを通じた販売の拡大

期待される効果

・モデル施設を通じた新製品の認知度向上
・新製品の改良によるコストダウン、施工性の向上
・普及冊子を活用した新製品の浸透
・木質建材のバリエーションが拡大
・新製品の販路拡大

一般の建築物へ普及・拡大

木材利用の促進

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）	＜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	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	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

＜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

様々なタイプのCLT建築物が整備

＜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

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

CLT需要量

中層・大規模

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

戦略の柱4．木材需要の拡大（木質バイオマスの利用拡大）

<林06>

1．これまでの取組みにより着実に前進

「木質バイオマスボイラー導入状況」

補助事業を活用し木質バイオマスボイラーが大幅に増加

◆合計台数　270台【（H27年度末）

◆分野別の割合

- ・園芸施設　226台（84%）
- ・冷暖房施設　10台（ 4%）
- ・温泉施設　17台（ 6%）
- ・その他（養鰻施設等）　17台（ 6%）

全国トップの導入台数

「木質バイオマス燃料の県内供給状況」

◆ペレット製造
6事業者（生産可能能力10，700t）

◆燃料用チップ製造　3事業者

◆燃料用おが粉製造　2事業者

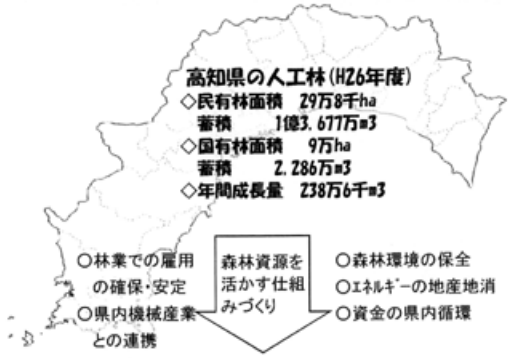
「木質バイオマス発電の取り組み状況」

◆土佐グリーンパワー(株)　6，250kW

◆(株)グリーン・エネルギー研究所　6，500kW

◆住友大阪セメント(株) 20，205kW(石炭混焼)

2．林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方



高知県の人工林（H26年度）

◇民有林面積　29万8千ha
蓄積　1億3，677万m3

◇国有林面積　9万ha
蓄積　2，286万m3

◇年間成長量　238万6千m3

○林業での雇用の確保・安定
○県内機械産業との連携

森林資源を活かす仕組みづくり

○森林環境の保全
○エネルギーの地産地消
○資金の県内循環

高知県産業業振興計画

【木質バイオマス利用の拡大】

H26 →H31 →H37

原木の増産　635増
61万m3 →78万m3 →90万m3

加工・流通基盤の強化　225増
23.3万m3 →27.4万m3 →28.4万m3

木材本来の用途

建築材販売力の強化
- 地産地消の推進
- 地産外商による販路拡大

取り組みの強化による木質バイオマス発生量
H26　35.6万トン
→H31　57.3万トン
→H37　60.6万トン
これらの木質資源を余すことなく活用

木質バイオマス利用の拡大
外的要因による価格変動に左右されることなく、化石燃料に依存しないクリーンなエネルギーを安定的に供給する仕組みをつくることで、地域の豊かな森林資源を有効に活用した取り組みを推進する。

具体的取り組み
- 木質燃料等の安定供給
- 施設園芸等の熱利用
- 木質バイオマス発電

【木質バイオマス利用拡大に向けた目標値】
H26年度実績 35.6万トン → H31年度 57.3万トン → H37年度 60.6万トン

3．これまでの取組みによる効果

【木質バイオマス熱利用】

◆木質バイオマスボイラー導入台数（H27末）

種　類	導入台数（台）	燃料使用量（t/年）	原木換算（m3/年）	燃料含水率
ペレットボイラー	247	8，468	21，170	WB10%
チップボイラー	2	1，260	2，142	WB40%
おが粉ボイラー	12	2，400	6，000	WB10%
薪ボイラー	9	681	1，158	WB40%
計	270	12，809	30，470	

◆木質バイオマス燃料発熱量　約39，800Gcal／年

◆重油換算（削減量）　約5，700kL／年　約4．5億円／年←燃料代の域外流出抑止額　※重油単価：80円/Lで算出

◆CO2削減量　約15，400t-CO2／年　約9千3百万円／年←CO2削減効果額
※CO2分離回収コスト：6,046円/t-CO2 ※林野庁事業評価参考単価表（平成25年度版）
約2，900世帯分　※約5,270kgCO2/世帯 ※全国地球温暖化防止活動推進センター2012）

【木質バイオマス発電利用（専焼）】

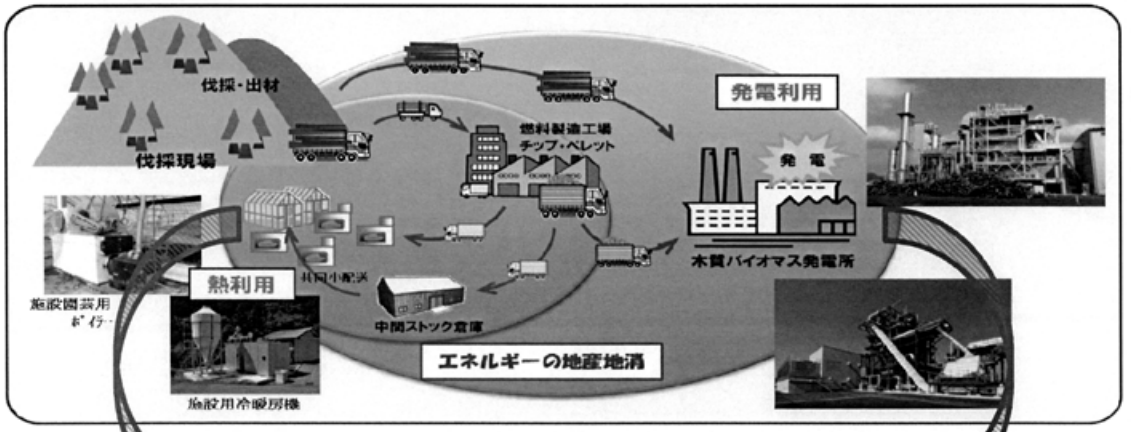
◆木質バイオマス発電施設整備による直接雇用（H27末）　51人／2施設　※グリーン・エネルギー研究所 ペレット製造含む

◆木質バイオマス発電量（年間送電量）　約8千4百万kWh／年　※2施設フル稼働時の合計

◆木質バイオマス利用量　約16万7千トン／年　※2施設フル稼働時の合計

4．今後の利用拡大に向けた取り組みの方向性（課題への対応）

木質バイオマス利用の拡大



「木質バイオマスの更なる利用拡大に向けた取り組み」

◇ 木質燃料の安定供給の促進
◇ 幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大
◇ 小規模木質バイオマス発電の促進
◇ 木質バイオマス燃焼灰の有効利用

林業の担い手確保の取り組み

<林07>

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～

（現状と課題）
- ・ＵＩターン就職相談会等における面談人数は増加しているが、就業に至るケースは５％程度（H27）
- ・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
- ・特に、若者やＵＩターン者を確保するためには、高知県の林業の魅力を強力にアピールする機会をつくることが必要

（対策）
- ✓ 都市部の林業就業希望者の掘り起こし
- ✓ 高知県の林業について詳しく知ることができる新たな取り組みをスタート
- ✓ 就業希望者がいつでも林業体験等ができる受入体制の構築

情報発信	勧誘	ＰＲ	体験	就業準備	マッチング	就業後
●ホームページのリニューアル NEW ●広報ツールの充実 （ＰＲビデオ作製） NEW	●ＵＩターン移住相談会 ●移住座談会 ●首都圏での定期的な相談会 NEW ●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） NEW ●県内新卒者向けセミナー（県内版フォレストスクール） NEW	●希望者のニーズに合わせた視察等の対応 NEW ●林業体験ツアー ●林業職場体験	●林業就業支援講習 ●高校生対応の技術研修	●林業就業相談会 ●林業学校入校案内（ｵｰﾌﾟﾝｷｬﾝﾊﾟｽ、ｴﾌﾞﾘﾃﾞｨｵｰﾌﾟﾝｷｬﾝﾊﾟｽ） ●副業型林業の紹介	●就業後の状況について聞き取り NEW ●新規就業後の相談対応 NEW ●雇用改善計画認定事業体の訪問
間口を広げる			確保する			定着率を上げる

林業学校　～本格開校に向けた取り組み～

POINT①　専攻課程の開講準備

平成30年度から専攻課程を加え「高知県立林業大学校」として本格開校

短期課程

・ヨーロッパ林業を学ぶ
・鳥獣被害対策
・木材流通
・木造建築
・林業改革
・元気な地域創造
・小規模林業（自伐林家）向けコース
・資格取得コース　など

定　　員：コースによる
開講時期：平成２７年４月
研修期間：各コースにより１日～１カ月程度

基礎課程

・森林生態学
・森林科学
・森林・林業経営
・造林・育林技術
・森林路網
・里山保全・活用
・インターンシップ
・森林施業
・木材利用
・林業機械
・森林計測
・技能講習
・安全教育　など

定　　員：２０人
開講時期：平成２７年４月
研修期間：１年間（実質１１カ月）

専攻課程

●森林管理コース	●林業技術コース	●木造設計コース
・公共政策	・高性能林業機械	・木造建築
・森林ＧＩＳ	・架線技術	・木材加工
・森林施業プランナー	・木材利用	・木材利用

定　　員：３０人（各コース１０人程度）
開講時期：平成３０年４月（予定）
研修期間：１年間（実質１１カ月）

POINT②　新校舎の建設

<建設概要>
木造2階建て　延べ床面積1,461m2
CLT棟、耐火棟、在来工法棟、ｷｬﾉﾋﾟｰ棟、駐輪場
（木材使用量計498m3（うちCLT178m3））

POINT③　大型実習棟の建設

<建設概要>
鉄骨（木質化）1階建て　延べ床面積420m2
※実施設計中

本格開校に向けたスケジュール

	平成29年度											
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
平成30年度研修生募集			学校案内やPRパンフ、HPによる研修生募集									
専攻課程の開講準備	カリキュラムの作成・講師との調整											
新校舎の建設	建設（H28.12.15～H29.9.30）						備品整備等					
大型実習棟の建設			建設（H29.6.1～H29.11.30（予定））						備品整備等			

本格開校

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28年度までに量産化技術がほぼ確立し事業化へのめどが立ったことや、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への参加により、積極的に漁業就業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、担い手育成団体による研修を実施した結果、平成28年の新規漁業就業者は55名と、目標の50名を上回りました。

流通・販売では、「高知家の魚応援の店」の登録数は690店舗に達し、その取引額が約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。また、平成28年度から開始した県内水産物の輸出の取り組みも、シンガポールや香港で「応援の店」へ登録いただき取引が始まったことや、商談会などで商社等とのネットワークができるなど、アジアを中心とした海外での販路開拓にも手応えをつかんだところです。

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.2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

民間企業等による養殖業への参入や規模拡大、漁船の代船建造、設備投資に対する支援、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を図ることなどにより、漁業生産の維持・拡大に取り組みます。

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、海外に展開している「応援の店」やこれまでに築いてきた商社等とのネットワークを活かして、アジアを中心とした輸出の取り組みを本格化させるとともに、米国やEUへの輸出を見据えて市場調査を実施していきます。

柱5　活力のある漁村づくり

高齢者の活躍の場づくりとして投石による近場での漁場整備を進めるとともに、事業者間の連携等による遊漁・体験漁業等の取り組みを支援することで、雇用の場を創出するとともに、地域の特色を生かした産業クラスターの形成に取り組みます。

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（H26）445

水産加工出荷額　出発点（H25）：173億円 ⇒ 現状（H26）175

生産から加工・

漁　村

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） 効率的な沿岸漁業生産体制への転換

- 拡 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
- ○ 大敷組合等の経営改善と法人化の促進
- 拡 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

- 拡 クロマグロやカンパチの人工種苗量産体制の確立
- 拡 試験研究機能の充実・強化

（３） 新規漁場の開拓

- 拡 定置網や養殖の遊休漁場等の活用

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

- 拡 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

拡 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

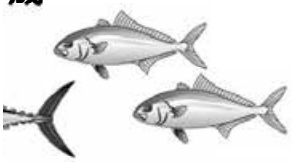
○ 研修の受け入れ体制の強化

○ 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

拡 新規漁業就業者等の設備投資への支援（再掲）



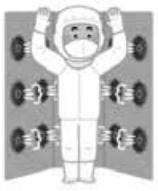
柱③ 市場対応力のある産地加工体制の確立

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

拡 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

拡 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(H26):445億円 水産加工出荷額　出発点(H25):173億円 ⇒ 現状(H26):175億円

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。	国内外の市場に 体制を確立し、生 の場の創出を図
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		★ 衛生管理の高 加工場の割合 ㉖ 24% ⇒ ㉛ 10 ⇒ ・海外HACCP対応 ㉖ 0件 ⇒ ㉛ 3件 ★ 養殖魚の前処 ・出荷額 ㉖ 5億 ⇒ ㉝ ・雇用者 ㉗ 58名 ⇒ ㉝
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	（1） 効率的な沿岸漁業生産体制への転換 ◆[拡充]漁業経営の効率化 ◆大敷組合など漁業経営体の法人化 ◆[拡充]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 ◆[拡充]試験研究機能の充実・強化 ◆[拡充]中間育成漁場の開拓 （3） 新規漁場の開拓 ◆[拡充]定置網や養殖の遊休漁場等の活用	（1） 担い手の育成 ◆[拡充]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 ◆[拡充]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）高度加工 ステップ ◆既存加工施設 ◆既存加工施設 強化 ◆[拡充] HACCP の立地促進 （2）加工関連 ◆残さい加工ビ ◆[拡充]冷凍保 （3） 輸出の ◆養殖魚の加工 への販路開

の体系図

んで稼げる元気な漁村

円 ⇒ 4年後(H31):460億円 ⇒ 6年後(H33):476億円 ⇒ 10年後(H37):490億円
円 ⇒ 4年後(H31):200億円 ⇒ 6年後(H33):203億円 ⇒ 10年後(H37):220億円

力のある 体制の確立	4 流通・販売の強化	5 活力ある漁村づくり
対応できる産地加工 産の拡大により雇用 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。
高度化に対応した 合 0% ㉝ 100% ⇒ ㊲ 100% 型の加工場 牛 ⇒ ㉝ 4件 ⇒ ㊲ 5件 **処理加工** 円 ⇒ ㉛ 29億円 32億円 ⇒ ㊲ 36億円 名 ⇒ ㉛ 120名 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
ビジネスへの アップ 設の高度化 設の衛生管理体制の に対応した加工施設 **ビジネスの展開** ジネスの再構築 管ビジネスの事業化 **促進** 工と連動した海外市場 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** ◆[拡充] 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 [エンジン換装等] H24：5件、H25：4件、H26：6件、H27：9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 ○カツオ一本釣漁船への活餌供給 ・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、元活餌事業者からの技術指導のもと、漁協を中心としたカタクチイワシの供給体制を整備 ○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を実施	・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 ・カツオ一本釣漁船へのカタクチイワシ活餌の安定供給 ・定置網漁業の経営安定 ・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生産量の維持・拡大
2	日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成	○クロマグロ ・人工種苗の生産技術開発に取り組んだ結果、生産技術は一定確立 [沖出し尾数] H26：49尾、H27：1,045尾、H28：約17,000尾 [養殖種苗試験配布尾数] H27：約100尾、H28：約3,000尾 ○カンパチ ・人工種苗の生産技術開発に取り組んだ結果、量産技術を確立 ・H28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	【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 ・中間育成漁場の確保 【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）
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	・定置網や養殖業の遊休漁場の活用による生産量の維持・拡大 ・内湾養殖漁場における環境の悪化

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:85.0億円	H28:79億円	90億円以上	92億円以上	95億円以上
H26:0尾	H28:12,000尾	50万尾	120万尾	300万尾
H26:0尾	H28:0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
【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)(H29拡充)	○		○		
【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(カツオ船へのイワシ活餌の安定供給体制)	○				
【水04】◆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05】◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)	○			○	
【水06】◆大敷組合など漁業経営体の法人化	○				
【水07】◆法人等の生産現場への参入の促進(H29拡充)	○		○		
【水08】◆人工種苗量産体制の確立(H29拡充)	○		○		
【水09】◆試験研究機能の充実・強化(H29拡充)	○		○		
【水10】◆中間育成漁場の開拓 (H29拡充)	○		○		
【水11】◆定置網や養殖の遊休漁場等の活用(H29拡充)	○				
【水12】◆沖合漁場の開拓	○				

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01】 ◆漁業経営の効率化(新規就業者等の設備投資への支援)(H29拡充)	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 ⇒別図＜水02＞参照(p.321)	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) ↓ 1,073トン(H27) ↓ 1,500トン以上/年 (H28年～H31年)
【水03】 ◆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) ↓ 活餌の試験レベルでの出荷(H28) ↓ 県内で採捕した活餌供給の事業化

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

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

宿毛、佐賀での活餌事業への支援

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

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04】 ◆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を支援するとともに、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) ↓ 12,721トン(H27) ↓ 16,400トン以上 ②ー(H27) ↓ 注意喚起の試行 (H28) ↓ 急潮予測手法の確立
【水05】 ◆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) ↓ 37億円(H26) ↓ 48億円
【水06】 ◆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%(H28) ・中型まき網漁業 55%(H28) ↓ ・大型定置網漁業 33% ・中型まき網漁業 77%
【水07】 ◆法人等の生産現場への参入の促進(H29拡充)	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、大型定置網漁業等への生産現場への参入を促進する ⇒別図＜水02＞参照(p.321)	生産現場へ新たに参入した法人数	-(H27) ↓ 1法人(H28) ↓ 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

定置網の敷設状況調査と定置網設置技術者の養成

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：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

技術・知識の習得

漁協、県漁業指導所、県漁業振興課、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08】 ◆人工種苗量産体制の確立(H29拡充)	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、高品質な人工種苗の量産体制を確立する ⇒別図＜水01＞参照(p.320)	①クロマグロ 沖出し尾数 ②カンパチ 種苗生産体制	①1000尾(H27) ↓ 17,000尾(H28) ↓ 3万尾 ②試験出荷(H27) ↓ 種苗生産の事業化(H28) ↓ 高品質な人工種苗の実用化
【水09】 ◆試験研究機能の充実・強化(H29拡充)	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 ⇒別図＜水01＞参照(p.320)	新たな試験研究機関の設置	−(H27) ↓ 新たな試験研究機関を設置・稼働(H28) ↓ 新たな試験研究機関の施設機能強化と本格稼働
【水10】 ◆中間育成漁場の開拓(H29拡充)	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 ⇒別図＜水01＞参照(p.320)	中間育成漁場の開拓	−(H27) ↓ −(H28) ↓ 新たな中間育成漁場を整備

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11】 ◆定置網や養殖の遊休漁場等の活用(H29拡充)	本県の定置網漁業や養殖業の生産量を増大させるため、民間事業者の参入による遊休漁場の事業承継などを支援する ⇒別図＜水02＞参照(p.321)	事業承継された遊休漁場等	−(H27) ↓ 1か所(H28) ↓ 4か所以上

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種苗の安定供給と養殖現場への普及

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

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

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

定置網や養殖の遊休漁場の事業承継等

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【水12】 ◆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(H28) ↓ 2か所

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降
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

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 ○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 ○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	・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	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	H28:79億円	90億円以上	90億円以上	92億円以上
H26:37名/年	H28:55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
【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(H29拡充)	○		○		○
【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(H29拡充)	○		○		○
【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(H29拡充)	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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	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(H28) ↓ 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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	-(H26) ↓ -(H28) ↓ 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(H29拡充)	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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	就業時の設備投資、資金調達への支援の実施件数	0件(H26) ↓ 4件(H28) ↓ 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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	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) ↓ 9名(H28) ↓ 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、沿岸漁業設備投資促進事業への取組、准組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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、沿岸漁業設備投資促進事業への取組、準組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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、沿岸漁業設備投資促進事業、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：沿岸漁業設備投資促進事業、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] H28：12事業者 ○県版HACCP認証取得 ・複数の民間企業が、宿毛市への加工施設等の立地に向けて具体的な検討に着手 ・HACCPに対応した加工施設の整備を支援するため支援制度を検討 [認証取得事業者] H28：4事業者（第1ステージ：2、第2ステージ：1、第3ステージ：1）	・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
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の策定に着手 ○冷凍保管ビジネス ・民間企業が宿毛湾で冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備計画に着手	・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 ・宿毛市での民間企業による新たな冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備に対する支援
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]沖縄大交易会、シンガポールJF全漁連「わだつみ」 [次年度出展等を見据えた現地調査]香港、ベトナム、台湾、インド、マレーシア ○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 ○品質保持試験 ・工業技術センターと連携して、養殖ブリの輸送時間の経過に伴う品質低下を防ぐための技術試験を実施	・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)
H26:24%(0件)	H27:24%(0件)	100%(3件)	100%(4件)	100%(5件)
H26:5億円、58名	H27:6億円、58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
【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(H29拡充)	○	○	○		○
【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(H29拡充)		○	○		○
【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) ↓ 8.6億円(H27) ↓ 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) ↓ 12 社(H28) ↓ 16社
【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(H29拡充)	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 ⇒別図＜水04＞参照(p.323)	HACCP導入のための専門家による指導回数	ー(H27) ↓ 2回(H28) ↓ 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ビジネスの方向性が決まる(H28) ↓ 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(H29拡充)	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 ⇒別図＜水05＞参照(p.324)	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関する構想が浮上(H28) ↓ 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(H29拡充)			
【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 ⇒別図＜水06＞参照(p.325)	国際見本市への出展	ー(H27) ↓ 1回(H28) ↓ 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、実施設計 → 施設整備 → 施設稼働

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

新たな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2億円を達成 ・平成28年度末の「応援の店」登録店舗：690店舗 ・県内事業者との取引店舗：延べ446店舗 ・産地見学会の開催：3回 ・高鮮度処理の指導：県内定置5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～H28）各1回 ・関西地区量販店での県産水産物フェア等の開催（H27、H28）延べ48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 ・消費地市場の県外卸売業者と産地事業者の交流継続による取引の維持、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:すくも湾市場、H25：清水市場、H26：室戸岬市場 ○水揚げの集約化 ・県漁協足摺岬市場を清水市場へ集約（H27） ・県漁協佐賀魚市場において、衛生管理協議会発足（H28） ・高知県漁協田野町魚市場と奈半利町漁協魚市場の統合に着手（H28）	・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
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]沖縄大交易会、シンガポールJF全漁連「わだつみ」 [次年度出展等を見据えた現地調査]香港、ベトナム、台湾、インド、マレーシア ○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 ○品質保持試験 ・工業技術センターと連携して、養殖ブリの輸送時間の経過に伴う品質低下を防ぐための技術試験を実施	・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	H28:2億円	4億円	5億円	6億円
H27:33市場	H28:33市場	28市場	23市場	15市場
H26:0.2億円	H27:0.2億円	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
【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(H29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(H29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07＞参照(p.326)	「高知家の魚応援の店」の登録店舗数	374店舗(H26) ↓ 585店舗(H27) ↓ 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) ↓ 21事業者(H28) ↓ 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) ↓ 47店舗(H28) ↓ 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(H28) ↓ 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、「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

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:交流会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:交流会の企画運営(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) ↓ 0回/年(H28) ↓ 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：179ha（H21～H27）	・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） ・投石での資源量の確保
		○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 ⇒ H27：31百万円 ○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：1,468百万円（H27）	・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 ○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、窪津漁港において広場、駐車場及び植栽等を整備 ・係留施設利用者へ利用実態のアンケート調査結果を基に、施設整備や管理体制改善の項目出しを実施 ○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 ・かぶせ網の下でのアサリの順調な成長を確認	・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 ・効果的な情報発信 ・漁業権の一部開放 ・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、H27・28年度に放流用アユ種苗21トン及び放流用モクズガニ種苗72千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	H27:0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
【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)(H29拡充)	○				
【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)(H29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)(H29拡充)	○				
【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(H28) ↓ 1漁港
【水30】 ◆高齢者等に対応した漁場づくり（漁場）(H29拡充)	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(H28) ↓ 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(H28) ↓ 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)(H29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08>参照(p.327)	遊漁振興に取り組む連携事業体等の掘り起こし	ー(H27) ↓ 遊漁等の実態、ニーズの把握(H28) ↓ 4事業体以上の掘り起こし
【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、係船環、エプロン補修、浮き桟橋等の施設整備を進めるとともに、管理委託している地元漁協と連携しながら、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) ↓ 0項目(H28) ↓ 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(H28) ↓ 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)(H29拡充)	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 ⇒別図<水08>参照(p.327)	食害対策としてのかぶせ網の敷設面積	1,600㎡(H26) ↓ 4,000㎡(H27) ↓ 40,000㎡

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 → **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：遊漁等の実態の把握
- 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

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 → **新たな遊漁者の漁具漁法の制限の周知徹底**

- 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
- 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による遊漁や体験漁業の振興

- 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
  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：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

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

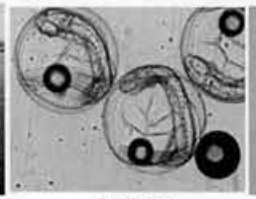
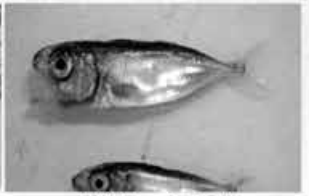
県民：自然保護意識の醸成と環境保全・資源保護活動への参画
　　新たな病気や外来魚を持ち込まないなど、本来の河川の姿を守るための理解と協力
漁協：行政や海面漁協など他団体との連携や流域住民を巻き込んだ環境保全や資源保護の取組推進と情報発信
市町村：流域住民への啓発
　　地域の利害関係者間の調整と連携の促進
県漁業振興課：河川環境保全や資源利用方法の検討による漁場管理計画提言、漁協などが行う資源増強の取組に対する支援、魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備への協力、河川環境保全の推進、県民への啓発、広域的視点からの利害調整

人工種苗生産の事業化によるクロマグロ養殖の振興

<水01>

現状と課題：本県は恵まれた漁場環境を活かしてクロマグロ養殖がさかんであり、全国3位の生産量を誇る。しかし近年、資源の減少により天然種苗の供給が不安定になるとともに、国によって活け込み尾数に規制がかかったため、養殖生産量の安定的な維持や増産のためには、規制のかからない人工種苗の導入が不可欠となっている

目的：県内での人工種苗の安定生産体制の確立と、県内の養殖事業者への人工種苗の普及を図り、クロマグロ養殖生産量の安定と増産を達成する

	第一ステージ（基本的な技術開発）及び 第二ステージ（実用化へ向けて技術を高度化）	第三ステージ（人工種苗生産の事業化）	将来像
	H26～H28	H29～H31	H32～
産卵親魚養成	【産卵親魚養成・採卵技術開発（委託）】 概要：受精卵を得るため、産卵親魚を養成 採卵実績：（H26）3歳魚から約800万粒 （H27）4歳魚から約6,600万粒 （H28）4歳魚から約340万粒	【受精卵生産委託】 ○産卵実績の高い4歳魚を主体に親魚として養成 ○受精卵を安定的に確保して民間企業へ有償配布 ⇒人工種苗生産の事業化を促進	【目指す事業化達成後の姿】 H31をめどに人工種苗7,500尾の生産を目指す ▼ 種苗生産・中間育成ビジネスの創出 ▼ H36をめどに人工種苗3万尾の生産を目指す 〈養殖業者〉 県産人工種苗の導入により、養殖生産量の安定と増産を達成 〈幡多地域〉 マグロ関連産業の集積による地域振興と拡大再生産による雇用の創出 ▼ 若者が住んで稼げる元気な漁村を実現
種苗生産	【人工種苗生産技術開発（共同研究）】 概要：受精卵から沖出し（4cm）サイズの稚魚までを量産する技術を開発 沖出し実績：（H26）49尾 （H27）1,045尾 （H28）約17,000尾	【人工種苗生産委託】 ○人工種苗の養殖業者への普及の促進 （課題） ①成長や生残など品質の評価が十分でない ②現状の生産尾数では、多額の生産経費がかかり、天然種苗の単価よりも高い ▼ ○県が生産を委託し、得られた種苗を県内養殖業者に安定的に供給 ⇒・県内における人工種苗の安定供給体制を確立 ・品質評価を得た人工種苗の導入を促進	
中間育成	【中間育成技術開発（共同研究、委託）】 概要：養成した稚魚（4cm）を海上生簀で30cmサイズまで育成する技術を開発 生産実績：（H26）0尾 （H27）約100尾 （H28）約3,000尾	【古満目分場の活用】 ○大型水槽を活用し、共同研究や施設の有償貸与を実施 ○餌料用ふ化仔魚の安定かつ大量供給技術を開発し、量産につなげる	
試験配布	【成長試験（試験配布）】 概要：人工種苗（30cmサイズ）を養殖漁場で養成し、成長や品質を評価 配布実績：（H27）約100尾 （H28）約3,000尾	養殖生簀  受精卵  稚魚　40ミリ	養殖マグロ

万単位の沖出しと千単位の出荷

クロマグロ種苗の県内での安定供給と普及

養殖業への新規参入及び規模拡大に対する支援

<水02>

1　本県養殖業の現状と課題

現状

・本県沿岸で営まれる養殖業は、重要な漁業生産の場であると同時に、生産された魚の流通、加工等も含め、漁村に雇用の場を提供

沿岸・沖合漁業種別生産量
（H25、農林統計、県資料）
養殖業は沿岸・沖合漁業生産（67,468トン）の28%を占める

・しかし、零細な経営体が多いうえ、近年は資料の高騰等により経営体の廃業が生じ、遊休漁場が発生して生産量と雇用の場が縮小

課題

・養殖業における拡大再生産の達成と雇用の場の確保が必要

・そのため、民間事業者の新規参入・事業承継や既存漁業者の規模拡大による生産量の維持・増大が有効

・しかし、生簀や漁船等に要する多額の費用が新規参入や規模拡大の障壁

2　事業の目的

沿岸の基幹漁業であり、地域雇用の場となりうる養殖業について、一定規模以上の民間事業者の新規参入・事業承継や規模拡大を支援

養殖業における拡大再生産の達成へ

3　事業の内容

・養殖業において、民間事業者の新規参入・事業承継や規模拡大を促進するため、養殖用小割や資材、漁船等の取得や、養殖用小割等の設置に係る費用について支援

補助先：市町村、民間事業者等
事業主体：民間事業者等
補助率：新規参入・事業承継 1/3以内、規模拡大1/6以内
補助上限額：3,000万円以内
補助条件：3年間の事業計画において、１億円以上の生産額の増加が見込めること

平成29年度の候補地

4　事業の効果

（漁村地域）
・養殖生産量の維持・拡大⇒地域ブランドの維持
　マダイ養殖：30万尾、470トン（3.3億円）
・雇用の場の確保⇒漁村の衰退防止：
　マダイ養殖で7人を予定

（民間事業者）
・生産から販売まで一貫した事業展開
・経営の大規模化⇒ｽｹｰﾙﾒﾘｯﾄによる採算性向上

拡大再生産の達成へ

漁業の担い手の育成・確保

<水03>

漁業就業者の高齢化が進み、今後、急激な減少が予想されることから、漁業就業者を確保し、沿岸漁業の活性化を図るため、漁業就業を希望する方の就業相談から技術習得、独立までを総合的に支援する。
さらに、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、法人等と連携した中核的な漁業者の計画的な育成に取り組む。あわせて、漁村での仕事の受け皿を発掘・情報発信し、就業希望者の家族等も漁村へ移住しやすい環境づくりに取り組む。

PR・相談

○就業希望者の掘り起こし

(1)県ホームページ
・高知県の漁業の紹介
・就業支援制度の紹介
・漁村のライフスタイルの紹介
（市町村のホームページ等での情報発信）

(2)漁業就業セミナーの開催
・漁業に興味がある人等を対象として、漁業者の講演や漁業体験を実施

(3)漁業就業フェア、U・Iターン相談会等への出展
・東京、大阪等で開催されるフェア等で高知県の漁業や就業支援制度に加えて漁村のライフスタイルを提案

新
(4)漁村での幅広いライフスタイルを提案し、漁村への移住・就業を促進
漁村地域の特色を生かしたライフスタイルをパッケージ化して提案
（提案型パンフレットの作成）

○相談窓口の設置
・高知県漁協に配置した漁業就業支援アドバイザーを1名増員し、2名体制にし、きめ細やかな対応を実施
・面談、電話、メールによる個別相談
・漁業体験研修（短期研修）の受付・研修実施に向けた調整
・国の研修支援事業の実施主体

体験・マッチング

○漁業体験研修(短期研修)

3～7日間程度、実際の漁業や漁村生活を体験することで、就業後の漁業活動や漁村での生活をイメージしてもらう。

(内容)
・海上研修(漁法、操船等)
・陸上研修(漁具作製、水揚げ作業等)
(対象)
・高知県内で漁業就業を検討している者
・漁村への移住を検討している者　等
(支援内容)
・研修中の宿泊費（上限5千円/日）
・傷害保険料　等
・漁業体験研修受講者とその家族等の漁村での生活体験の実施

○座学研修

各指導所単位で座学研修・交流会を開催することで、研修生同士の交流の促進や地域への定着を図る。

技術習得

○新規漁業就業者支援事業
自営等の漁業就業者の確保育成の促進のため、長期研修期間中の技術研修生の生活支援費等を補助する。
(補助事業者)　(事業実施主体)
市町村　漁業協同組合
(支援内容)
研修及び生活支援費（15万円/月以内）
指導者への謝礼（5万円+α）

○担い手育成団体支援事業
研修期間中、担い手育成団体が研修生を雇用し、特定の漁業種類において計画的に漁業の担い手を育成することを支援する。
(事業実施主体)
担い手育成団体※（H27：3団体認定、H28：3団体認定、計6団体）
※漁業就業希望者に対する実践研修を行う研修受入機関として知事が認定した法人又は団体
(対象とする漁業種類)
マダイ養殖、定置網、メジカひき縄、マグロはえ縄、まき網、クロマグロ養殖
(支援内容)
研修生の給与、指導者への報償 等

担い手確保のために、担い手育成団体の漁業就業フェア等への参加を促進

○新規漁業就業者確保事業（国）
・実践研修
操業等による漁業現場での研修を支援
(研修期間) 雇用型：1年間

独立支援

○漁船リース事業

新 (1) 水産業競争力強化漁船導入緊急支援事業（国）
「浜の活力再生広域プラン」等に基づき、中核的漁業者へのリース方式による漁船の導入を支援する。
(支援内容)
補助率：1/2以内（上限2億5千万円）

新 (2) 漁船導入支援事業
上記(1)の漁船導入への上乗せ補助
(補助事業者)
市町村
(事業実施主体)
(一社)高知県漁船リース事業協会、漁協
(支援内容)
対象船舶：総トン数10トン未満の漁船
補助率：新規就業者1/10以内
その他漁業者1/20以内
補助額：上限250万円

○資金調達への支援
漁船、漁労設備、養殖生産設備等の取得を行う際の資金調達を支援する。
・沿岸漁業改善資金
・高知県漁業近代化資金　など

水産業クラスターの形成促進

<水04>

【概要】

「水産加工」を核に、これと関連する「生産」、「保管」、「流通」、「販売」、「飲食」などの業態が連携した水産業クラスターの形成を促進し、水産業の拡大再生産につなげる取組を支援する。

【現状】

■全国有数の生産額　（H26年農林水産統計）

・漁船漁業生産額　9位（27,764百万円）　・魚類養殖生産額　5位（20,047百万円）

・養殖生産量：クロマグロ4位(1,381t)※、ブリ5位(7,870t)、マダイ3位(4,621t)

※養殖クロマグロはH29から県内産人工種苗の供給が開始、生産尾数の増加が期待

■漁業経営体等の減少が進む

・燃料価格の高騰や魚価の下落など漁業を取り巻く環境は厳しい

　ブリ類、マダイ養殖では経営体数が減少

　節納屋等の加工事業者も経営体数が減少

このままでは漁業が衰退してしまう！

■国内市場は現在飽和状態、人口減少や魚離れにより市場はさらに縮小

・値崩れを防ぐために養殖マダイ、ブリ類については国が生産目標を設定

・国民一人当たりの魚介類の年間消費量が減少（魚離れ）

生産物の売り先がない！
魚価が低迷！

【課題・問題点】

【課題】新たな販路の確保

・輸出等による海外の販路開拓が必要

・国内では市場や消費者のニーズに対応した商品の提供が必要

　輸出に対応したHACCP認証の取得
　大量生産、高度加工に対応できる加工施設　→ 不可欠

【問題点】

○産地加工体制がぜい弱

・県内で加工される養殖魚は全体の1割未満　・県内には輸出に対応した加工施設が少ない

○産地としての認知度が低い

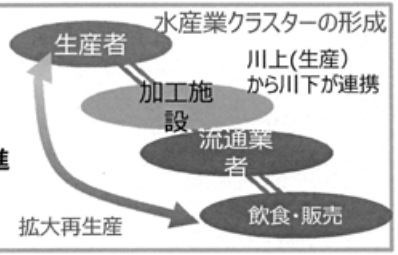
・宗田節や養殖魚等優良な産品があるが認知度が低く、販路の拡大につながりにくい

【対応策】

■輸出に対応できる水産加工施設等の整備を促進

■水産加工施設を核とした水産業クラスターの形成を促進

■地域を主体としたプロモーション活動の展開



【H29年度の取組】

新 水産加工施設等整備事業費補助金

水産業クラスターの核となる輸出等に対応した水産加工施設等の整備に対する補助

□補助要件

・市町村が策定するクラスタープランに位置付け

・県産水産物の利用60%以上　など

（加算）

・土地の取得等を伴う

・投下資本額1億円以上、新規雇用15名以上　など

（輸出促進加算）

・一定金額、割合以上の水産物を輸出　など

□補助先：市町村

□補助率：15,20,25,35,45%以内

クラスターの核となる加工場の立地を促進

水産物の輸出を飛躍的に拡大

地域への誘客も！

○高知県水産物地産外商推進事業費補助金

クラスタープランに基づく水産物のプロモーション活動に対する補助

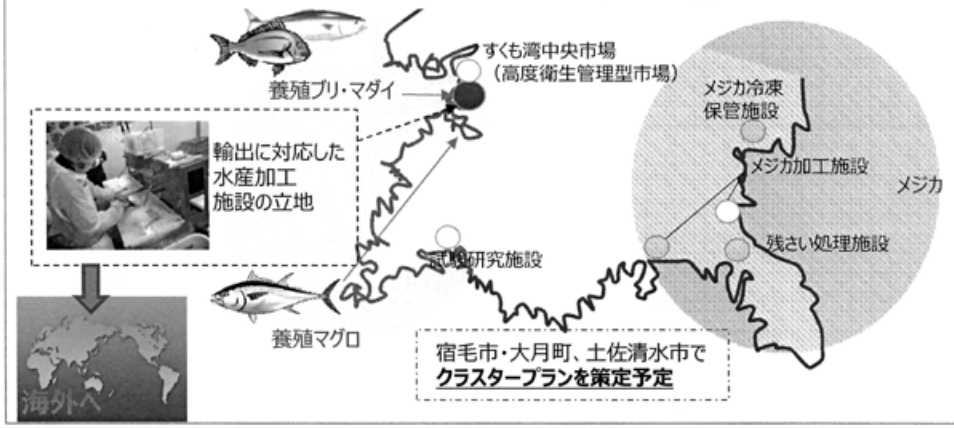
□補助先：市町村　□補助率：1/2以内

地元の特産品としてプロモーションを展開

○事務費

水産業クラスタープラン策定やクラスタープランに基づく活動を促進

幡多広域水産業クラスター



幡多広域水産業クラスターの概要

<水05>

土佐清水メジカ産業クラスタープロジェクト

背景

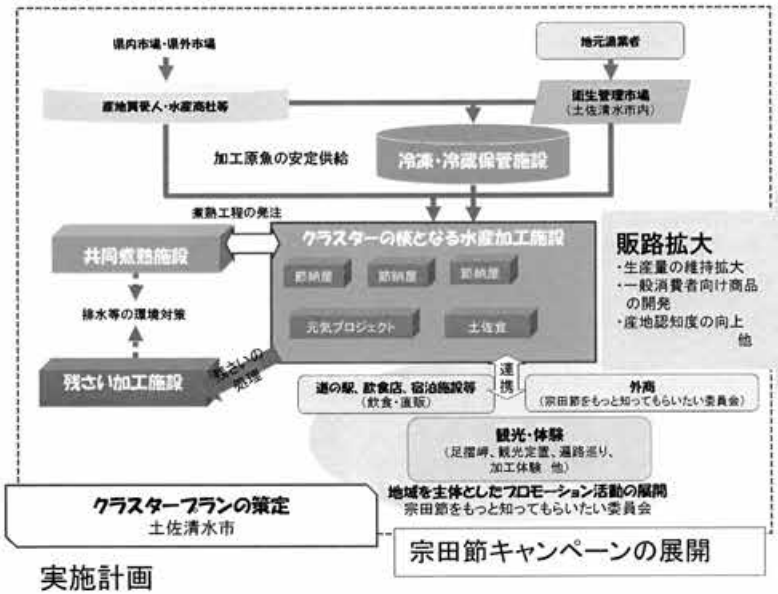
◆土佐清水市はソウダガツオ類の漁獲量全国一　5,652t（H27水揚げ実績）
◆江戸時代から鰹節類の製造が続いており地域の伝統産業として根付く
◆現在主力となっている宗田節は高品質で業界内での評価が高い
◆メジカ関連産業は市の中核産業で多くの人々が関与

メジカ加工施設を核とした水産業クラスターの形成

○冷凍保管施設の整備と一元的原魚調達窓口の構築
○共同煮熟施設整備と協業化等による人手不足への対応
○新たな残さい処理施設の整備と効果的運用
○新たな市場開拓のための消費者向け商品開発とプロモーションの継続

→ 節納屋の経営安定 ↓ メジカ関連産業の維持・拡大

クラスターイメージ



クラスタープランの策定
土佐清水市

宗田節キャンペーンの展開

目標値（H31時点）

○メジカ関連産業の維持・拡大
・メジカ漁獲量：6,500t
・宗田節出荷数量：600t
○産地認知度の向上と地域の交流人口拡大
・観光入込客数：80万人

実施計画

	H29	H30	H31	H32	H33
冷凍保管施設	整備		稼働		
共同煮熟施設		整備		稼働	
残さい処理施設		整備			稼働
観光や飲食店等と連動した宗田節キャンペーンの展開	地域を主体とした宗田節キャンペーン（宗田節ロードほか）				

（クラスタープランの策定）

宿毛・大月養殖ビジネス高度化プロジェクト

背景

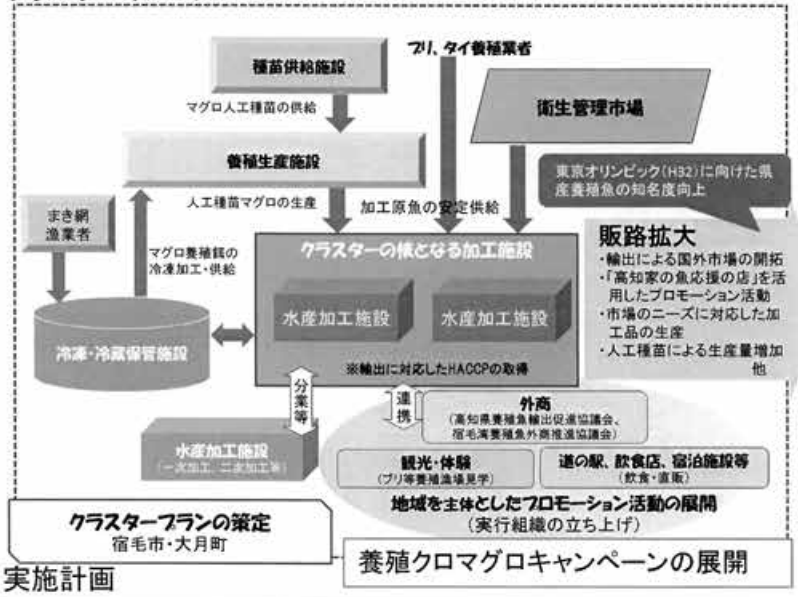
◆高知県は全国有数の養殖産地で宿毛湾はその中心
養殖生産量（H26年農林統計）：クロマグロ4位(1,381t)、ブリ5位(7,870t)、マダイ3位(4,621t)
◆産振補助金等の支援で宿毛湾で複数の加工施設が整備され養殖魚の前処理加工が本格化
夏旨ブリの出荷（H26：約4万尾⇒H27：約7万尾）
◆国内市場の縮小を見据えた海外市場の開拓（H28.3高知県養殖魚輸出促進協議会が発足）
◆クロマグロ等の人工種苗生産技術が確立され事業レベルでの供給開始（H29 予定）

養殖魚の加工施設を核とした水産業クラスターの形成

○輸出を含めた幅広いニーズに対応した加工施設の整備（HACCP対応）
○クラスター内の事業者が広く活用できる冷凍保管施設の整備と活用
○人工種苗生産施設の整備による人工種苗の安定供給
○産地としての認知度を高めるためのプロモーション（養殖マグロ等）

→ 養殖加工による拡大再生産

クラスターイメージ



クラスタープランの策定
宿毛市・大月町

養殖クロマグロキャンペーンの展開

目標値（H31時点）

○産地加工の質的・量的な拡大
養殖魚加工品出荷額：26億円
○養殖の生産拡大
ブリ類養殖生産：8,500t
マダイ養殖生産：3,800t
○産地としての認知度向上と地域の交流人口拡大
観光入込客数：43万人

実施計画

	H29	H30	H31	H32	H33
加工施設【HACCP対応】及びその関連施設	整備		稼働		
クロマグロ人工種苗の供給	供給				
観光や飲食店等と連動した養殖マグロキャンペーンの展開	養殖マグロキャンペーン		人工種苗由来養殖マグロキャンペーン		

（クラスタープランの策定）

県産水産物の輸出の展開

<水06>

ブリ・マグロなど養殖魚を中心に高知県養殖魚輸出促進協議会と連携して県産水産物の海外販路開拓活動に取り組み、輸出を軌道に乗せる

【第１ステージ】　まずはHACCPを含め輸入規制のハードルが低いアジアから取組をスタート（香港、ベトナム、シンガポールなど）

【第２ステージ】　HACCPの導入が不可欠なものの、大きなマーケットを有する米国の販路開拓にステージアップ

【第３ステージ】　よりハードルの高いEU・HACCPの取得を目指しながらＥＵへの進出にチャレンジ

商社や海外飲食店、現地加工業者等との関係性を構築して、人的つながりを最大限に活かした海外販路開拓を推進！

		H28年度の取組	H28年度の成果・今後の取組方向	H29年度	H30年度～
アジア	香　港	見本市調査：香港フードエキスポ、シーフード・エキスポ 販路開拓活動：現地・国内商社、量販店、海外応援の店（養殖ブリ・マグロ等のサンプル出荷）	★パートナー：現地商社（１社）、国内商社（３社）、海外応援店（１店舗） （方向性）見本市出展による商談機会の創出、現地飲食店（応援店）でのフェア開催（一般・業務向け） （戦略魚種）養殖クロマグロ・ブリ、ウツボ等天然魚	出展：香港フードエキスポ（直接出展） シーフード・エキスポ（パートナー商社を通じた代行出品） フェア・商談活動：海外応援の店でのフェア開催 （一般向けメニューフェア、試会を通じた業務向け商談会など）	
	ベトナム	見本市調査：ベトフィッシュ 販路開拓活動：現地加工業者（寿司店ｸﾞﾙｰﾌﾟ取引実績 約1,100万円（県内3社・H28.12現在））	★パートナー：国内商社（大手卸売業者）・現地加工業者 （方向性）現地加工業者が持つコールドチェーンと取引ネットワーク を活用した販路開拓（大手卸売業者と連携して展開） （戦略魚種）養殖ブリ、天然魚	出展：ベトフィッシュ 商談活動：現地加工業者など （現地加工業者及びその取引先である高級飲食店、量販店など）	
	シンガポール	フェア：JF神田わだつみ・高知フェア フェア・商談活動：寿司店グループ・期間ﾒﾆｭｰ、高知ﾌｪｱ 販路開拓活動：現地商社、現地飲食店（養殖ブリのサンプル出荷）	★パートナー：海外寿司店グループ、現地商社（１社） （方向性）寿司店グループとの取引の継続・拡大、現地商社を通じた飲食店への販路開拓（ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ事務所と連携して展開） （戦略魚種）ビンチョウマグロ、天然魚、養殖クロマグロ	フェア・商談活動：寿司店グループでのフェア開催 （フェアの定期開催・取引の定番化・拡大） 商談活動：現地商社・飲食店	
	台　湾	商談会出展：高知県食品商談会等（外商課・貿易協会主催） 販路開拓活動：国内商社と連携した高級飲食店への訪問営業	★パートナー：国内商社（１社） （方向性）台湾に拠点を持つ国内商社の取引ネットワークを活かした現地高級飲食店への販路開拓（国内商社と連携して展開） （戦略魚種）養殖クロマグロ、天然魚	（継続出展） 商談活動：高級飲食店（日本食）	
	その他	販路開拓活動（ﾏﾚｰｼｱ、ｲﾝﾄﾞ）：現地加工業者、現地商社 商談会出展（国内）：沖縄大交易会（10社以上へのトライアル出荷）	★パートナー（ﾏﾚｰｼｱ・ｲﾝﾄﾞ）：国内商社（大手卸売業者）・現地加工業者等（２社） （方向性） ・現地加工業者等との関係性の構築（大手卸売業者と連携して展開）（ﾏﾚｰｼｱ、ｲﾝﾄﾞ） ・成約率が高い沖縄商談会への出展拡大 ・他の新興国への販路開拓活動（タイ）	商談活動（ﾏﾚｰｼｱ、ｲﾝﾄﾞ）：現地加工業者、現地商社 （産地招へいを通じた関係性の構築　など） （継続出展）	
米国			（H29年度から取組着手）	見本市調査（タイ）：タイフェックス	（出展）
ＥＵ				見本市調査（米国）：ｼｰﾌｰﾄﾞ・ｴｷｽﾎﾟ	（出展）
			海外応援店制度の仕掛けも活用！ ＊登録応援店：3社13店舗（香港2、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ10、ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ1）	（H30年度から取組着手）	見本市調査（ベルギー）： シーフード・エキスポ
		主な成果：今後の取引展開が期待できる商社等輸出パートナーの発掘	輸出パートナーをアドバイザーに起用して各国との商談活動を展開（産地招へいを通じた商材の磨き上げ・人的関係の構築→各国での商談活動）		

その他商談会出展：ジェトロ等が国内で開催する各国向け商談会への出展

輸出に伴い必要となる取組への支援をステージに応じて展開

	H28年度	H29年度	H30年度
HACCPなど	（一社）大日本水産会「水産食品加工施設HACCP」（米国HACCP相当）の認定取得の支援など ●一般的衛生管理講習会・輸出セミナー、HACCP研修会（3日間）の開催 ●HACCP導入に向けた専門家派遣	●米国HACCP認定の取得	●EU HACCP認定への取組着手
	●ベトナム向け輸出最終加工施設等の登録促進、ハラールセミナーの開催		
貿易対応	輸出アドバイザーや貿易協会、ジェトロ（輸出有望案件支援サービス）と連携した事業者の輸出実務のサポート（貿易対応力の段階的向上）		
	●輸出アドバイザーや貿易協会（貿易コーディネーター）による相談・アドバイス	●輸出先国に応じたアドバイザーの設置	
	●輸出有望案件支援サービス：掘り起し・申請	（サポートの開始）	
	＊ジェトロ登録の専門家が輸出戦略の策定から商談や契約締結まで事業者に密着し一貫してサポート（2年間）		

「高知家の魚応援の店」との取引拡大に向けた産地体制及び外商活動の強化　＜水07＞

H26年度（創設年・実績）	H28年度（実績）	H29年度（目標）	H31年度（目標）
◆「応援の店」374店舗登録 ◆年間取引額　約6千万円	◆「応援の店」690店舗 ◆年間取引額　約2.2億円	◆「応援の店」800店舗登録 ◆年間取引見込額　目標3億円	◆「応援の店」1,000店舗登録 ◆年間取引見込額　目標4億円

H29年度実施内容

県内事業者（86事業者）

・「応援の店」ニーズに適した県内事業者を選定、紹介
・県内事業者と「応援の店」のマッチングをフォロー

◆サンプル（県内事業者）
・「応援の店」ニーズに適した県内事業者からサンプルを発送
・サンプルを評価はフィードバック

◆サンプル（高級・高鮮度魚）
・エア便やスラリーアイスを活用した高鮮度処理魚や高級魚サンプルを発送

・サンプルの評価をフィードバック

・JFこうちが取引に繋がる可能性が高い産地（県内事業者）にアテンド
・招へいした「応援の店」にはサンプルの発送及び評価の取得

◆産地での高鮮度処理体制の構築
・定置網等5箇所で神経〆等の高鮮度処理を指導

JFこうち・海の漁心市

◆「応援の店」へのニーズ収集（訪問）
・産地情報を提供し、店舗のニーズを収集

・店舗紹介、フォロー　　ニーズ収集産地情報の提供
県内事業者は「応援の店」に連絡

◆「応援の店」へのサンプル提供
・「応援の店」のニーズを収集

サンプル発送を依頼
サンプルを発送

◆高級飲食店への高級・高鮮度魚の試験出荷
・清水さばやアカムツ等を高級飲食店（ミシュラン等）に試験出荷

フィードバック　　サンプルの評価を取得
商品を発注

◆取引に繋がる可能性が高い「応援の店」の産地招へい
・ホテル等の「応援の店」を産地招へい

ホテル等を産地に招へい
サンプルを発送

◆「応戦の店」ニーズに対応した農畜産物との混載による新たな物流方法の試行
・鮮魚と農畜産物を混載（2箱を1梱に連結等）する物流試験を試行

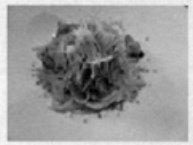
◆「応援の店」及び「県内参画事業者」へのアンケート調査
・取引状況等の把握

「応援の店」

拡 「応援の店」の登録
・アンケート調査の分析結果を基に取引に繋がる可能性が高い店舗（地域、業態等を絞り込み）のうえ登録
⇒100店舗登録
※ホテル、百貨店の登録は公社と連携し、県が実施

◆産地見学会の開催（マッチング）
・県内事業者との商談会、産地市場の視察等を実施
※主に関東、関西等の「応援の店」

◆「応援の店」シェフグループによる県産水産物を活用した取組みへの支援
・シェフグループによる自主的な県産水産物のメニュー開発、勉強会等を支援



◆産地見学会における産地調整、運営フォロー
・出展事業者の募集、フォロー、運営

◆「築地にっぽん漁港市場」での県産水産物試食提案会の開催
・「応援の店」等を対象に、養殖マグロ、ウツボ等の県産水産物の試食会を開催

遊漁船業や体験漁業等の振興 <水08>

遊漁振興の目的

水産業を核とした地域産業クラスターの形成を目指し、その一翼を担う漁村における有望なサービス産業として、豊かな海洋資源を生かした遊漁船業や体験漁業等の取組を推進する。このことにより、地域に多様な仕事を創り出し、産業振興計画（水産業分野）が目指す「若者が住んで稼げる元気な漁村」の実現へとつなげる。

課題

①事業者間の連携による受入体制の整備
②サービス業としての意識改革とノウハウの習得
③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
④効果的な情報発信
⑤アサリ資源の回復と資源の有効活用

H29年度の取組の方向性

（１）協業化と事業者の連携による地域ぐるみでの取り組みの促進
（２）女性、ファミリー層などのターゲットを掘り起こすためのソフト、ハード整備の支援
○アドバイザーによる個別指導やノウハウを習得するための研修会によるサービス業としてのレベル アップ
○情報発信、イベントの開催などのソフト面の支援　○基盤整備の支援
（３）潮干狩り、磯遊びの振興（天皇洲のアサリ潮干狩の復活）

●交流人口拡大による漁村の活性化

事業内容

1　遊漁等振興事業費

①遊漁船業等アドバイザー事業委託料
（委託内容）意欲ある事業者を対象に経営実態を踏まえた助言・指導

②遊漁船業等振興事業費補助金
三者（遊漁船業者二者以上を含む）以上の連携により、漁村振興に資する取組を行う遊漁船業者等に対するソフト・ハードの支援

③研修会の開催
サービス業としての意識改革、ノウハウの習得のための研修会の開催

2（新）アサリ資源回復対策事業費

①アサリ資源回復対策支援交付金
天皇洲のアサリ資源回復に資する活動に対する交付金

H29年度の取組内容

■ 遊漁船業等の振興

遊漁船業者の協業化や事業者の連携等により新たな顧客の掘り起こしのための取り組みを、掘り起こしから事業化まで支援する

取組例①

【須崎】釣り筏の振興
○浦ノ内湾の釣り筏において集客アップを図る
・コアな釣り客に向けた情報発信の強化
・幅広い客層をﾀｰｹﾞｯﾄにホテルと連携したツアーを開催
・ツアー客受入のための施設整備
・周辺飲食店等の連携　など

取組例②

【土佐清水】あしずり港等における遊漁振興
○マリンアクティビティー（ﾄｰｲﾝｸﾞﾁｭｰﾌﾞ、ｼｰｶﾔｯｸ等）と連携した釣り堀や船釣り等を実施する
・維新博や周辺施設と連携した情報発信
・手ぶらで遊漁を楽しめるように受入体制を整備
など

サポート体制

①掘り起こし（研修会）→ ②ブラッシュアップ（ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ派遣）→ ③事業化（ｿﾌﾄ・ﾊｰﾄﾞの支援）

掘り起こしから事業化までを一貫サポート

漁業指導所・地域本部・市町村

■ 浦ノ内湾の潮干狩りの復活

水産試験場のこれまでの研究・調査結果により、被せ網の下ではアサリが順調に育つことを確認
平成29年度は大規模な被せ網を実施し、平成30年度に一部区域での潮干狩りの復活を目指す

～H28年度	H29年度	H30年度
被せ網の効果を確認（これまで0.79haの被せ網を実施）	3haの大規模被せ網の実施	一部区域で潮干狩り復活

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。平成26年には、平成25年に引き続き目標を上回る5,260億円を達成するなど一定の成果が現れています。

地産の強化では、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、27年度は40億8千万円と約16倍になるなど、大幅に増加しました。

このような地産・外商の取り組みの結果、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、円滑な事業承継や事業者の中核人材の確保などが重要であることから、高知県事業承継・人材確保センターを設置して、事業承継や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など、積極的に支援しています。

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、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.2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つを柱にして取り組みを進めます。

柱1　絶え間ないものづくりへの挑戦では、防災関連産業のさらなる振興のため、県内市町村との情報交換や県外の外商コーディネーターによる営業支援活動において得られたユーザー側のニーズを県内企業と共有し、マーケットイン型の製品創出につなげていきます。また、紙産業の振興では、新素材であるセルロースナノファイバー等の研究を進め、県内企業の新製品や技術の開発につなげていきます。

柱2　事業者の持続的発展の支援では、引き続き、ものづくり地産地消・外商センターにおいて、企業の経営ビジョンを実現していくためのベースとなる事業戦略の策定・磨き上げ支援を行うとともに、商工会議所や商工会と連携して、商店街などの地域の事業者の経営計画策定を支援する仕組みを整えます。併せて、IoT技術の活用による地域の課題解決や企業の生産性の向上を目指し、県内中小企業のIoTを活用した新たなサービスの創出やシステムの試作開発への支援など、高知版IoTの推進に取り組みます。

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などにより輸出をさらに加速化させるとともに、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、国際協力機構や日本貿易振興機構などと連携して立ち上げたサポートチームにより県内企業への支援の強化を図ります。

柱4　企業立地や起業の促進では、企業立地において、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の集積拡大を図ります。

柱5　産業人材の育成・確保では、各産業分野の担い手不足の解消に向け、効果的かつ効率的に第一次から第三次産業までの様々な人材ニーズを集約し、一元的に情報発信できる態勢を構築するなど、移住施策等とより一体的な事業展開を図るとともに、新規高卒者の早期離職防止や従業員の定着対策などに重点的に取り組みます。併せて、首都圏在住で高知県ゆかりのエンジニアなどとのネットワーク構築や、アプリ開発人材育成講座を充実・強化し、コンテンツ産業の即戦力となる人材確保・育成に取り組みます。

こうした施策によって、「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。

商工業分野の展開イメージ ～拡大再生産による雇用拡大と、地域

分野を代表する目標　**製造品出荷額等**　現状（H26）5,260億円 ⇒ ４年後（H31）

「地産」のさらなる強化

柱１　絶え間ないものづくりへの挑戦

1　ものづくりの地産地消のさらなる推進
- ○ ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチング支援
- ○ 試作開発や製品改良への支援

2　メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興
- 拡 製品の開発・磨き上げの支援

3　紙産業の飛躍的な成長の促進
- 拡 「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

熱カレンダー装置

4　外商強化に向けた食品加工の高度化
- 拡 工業技術センターの機能強化

柱２　事業者の持続的

1　事業戦略策定等への支援
- ○ 事業戦略の策定・磨き上げへの支援
- ○ 事業化プランの策定から試作開発、販路開拓

2　地域の事業者の経営力強化
- 新 商工会等による経営計画の策定と事業展開へ

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

4　企業の飛躍的な成長の促進
- ○ 生産性を高める設備投資への助成

5　産学官連携によるイノベーションの創出
- ○ 研究成果を産業利用するための支援

6　地域商業の活性化
- 拡 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

7．県内企業と県外から進出している企業のさらなる
8．事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保

高知発のものづくりを

地産外商の成果

柱５　産業人材の育成・確保

1　就職支援の推進
- ○ U・Ｉターンと県内就職の促進

四国U・I・Jターン
就職・転職フェアin大阪

2　事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進
- ○ 事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし
- ○ 事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援

3　事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現
- ○ 事業者の求人ニーズの掘り起こし
- ○ 事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし

4　人材の育成の推進
- ○ 産業界のニーズに応じた人材の育成
- ○ 伝統的工芸品産業等の人材育成

5　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 新規高卒者の離職防止
- 新 従業員の定着対策
- 新 職種間のミスマッチの解消

6　コンテンツ産業の人材確保・人材育成支援
- 新 首都圏高知ＩＴ・コンテンツネットワークの構築
- ○ 会社説明会の開催支援
- 拡 『アプリ開発人材育成講座』(土佐MBA)の充実・強化
- ○ 社外研修費への助成

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

発展の支援

までの一貫支援

の支援

支援

ドローン（マルチコプター）

増設の促進（後掲）
対策の推進（後掲）

「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

中部ライフガードTEC2016 in 名古屋

2　県内企業の海外展開を促進

- ○ 海外での市場調査支援
- ○ 国内貿易商社とのマッチング
- ○ 海外展開支援のさらなる強化
- ○ 海外での外商活動支援
- 新 JICA及びJETRO等と連携したODA（政府開発援助）案件化の推進

3　コンテンツビジネスの販路拡大支援

- ○ 首都圏見本市への出展支援

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　企業立地の推進

- 拡 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現
- ○ 本県ならではの企業への支援策を生かしたコンテンツ関連企業の立地促進

2　県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進

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

3　第一次産業分野等と連携した企業立地の推進

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

4　事務系職場の集積拡大

- ○ パッケージ型支援策の強化
- ○ 多種多様な事務系職場の誘致

5　起業に取り組む事業者等への支援の強化

- ○ 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
- ○ 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

高知県企業立地セミナーin大阪

商工業分野

分野の目指す姿	拡大再生産による雇用拡
分野を代表する数値目標	製造品出荷額等　現状（H26）：5,260億円　⇒　4年後（H31）：6,(

戦略の柱	「地産」のさらなる強化		「外商」の
	1　絶え間ないものづくりへの挑戦	2　事業者の持続的発展の支援	3　外商 海外展
戦略の方向性	●絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に通じる製品・技術を生み出す	●高知版IoTの推進により、一人当たりの生産性向上や地域の課題解決を図る ●商工会等の伴走型支援により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 ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る	●国内にとど 開を促進し、 加速する
戦略目標	・防災関連認定製品（累計） ㉖：85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	・事業戦略を持つ企業数 ㉛：200社(H28～H31累計) ・経営計画の策定支援件数 ㉘ ：209件→ ㉛ ：600件 ・IoTプロジェクト関係 ①創出件数：㉛：20件(H28～H31累計) ②自立件数：㉛：7件(H28～H31累計) ・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 ・設備投資助成関係 ①県内企業の生産能力増加額 ㉖：11.2億円→㉛：150億円 →㉝：195億円→㊲：285億円 ②雇用創出数 （H28からの増加人数） ㉛：120人→㉝：184人→㊲：312人	・ものづくり地産 の外商支援に ㉖：27.1億円− →㉝：100億円 ・防災関連認定 ㉖：15.4億円− →㉝：70億円
取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」	**1．ものづくりの地産地消のさらなる推進** ◆ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチングによる支援 ◆試作開発や製品改良への支援 **2．メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興** ◆[拡充] さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援 **3．紙産業の飛躍的な成長の促進** ◆[拡充]「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化 **4．外商強化に向けた食品加工の高度化** ◆[拡充] 工業技術センターの機能強化	**1．事業戦略策定等への支援** ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援 ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援 **2．地域の事業者の経営力強化** ◆[新規] 商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援 **3．高知版IoTの推進** ◆[新規] 普及啓発セミナー等の開催 ◆[新規] 研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出 ◆[新規] 専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援 **4．企業の飛躍的な成長の促進** ◆生産性を高める設備投資への助成 **5．産学官連携によるイノベーションの創出** ◆県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援 **6．地域商業の活性化** ◆[拡充]商店街のにぎわい創出への支援 ◆新規創業・店舗魅力向上への支援 **7．県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進（後掲）** **8．事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策の推進（後掲）**	**1．ものづくり ンターによる 関連製品含** ◆東京営業 ポート ◆企業の課 等の実施 ◆見本市出 ◆技術提案 ◆[拡充] 防 な販売先の **2．県内企業の** ◆海外での ◆国内貿易 ◆海外バイ 展開支援の ◆海外での ナー、経済 援、見本市 ◆[新規] JI 連携したO 案件化の **3．コンテンツ 拡大支援** ◆首都圏見

の体系図

大と、地域の賑わいによる活気ある商工業

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

さらなる拡大	地産外商の成果を「拡大再生産」へ	
の加速化と 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
まらず、海外展 、外商をさらに	●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
地消・外商センター による成約額 →㉛:73億円 →㊲:183億円 製品の売上高 →㉛:50億円 →㊲:120億円	・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(コンテンツ分野)(H27からの累計) ㉗:71人→㉛:161人→㉝:260人→㊲:566人 ・コンテンツ企業立地件数(H25からの累計) ㉗:6件→㉛:18件→㉝:24件→㊲:36件	・県出身県外大学生の県内就職率 ㉖:13.6%→㉛:30%
地産地消・外商セ 外商促進(防災 む) 本部による外商サ 題に応じたセミナー 展や商談会の開催 型商談会等の開催 災関連製品の新た 開拓 **の海外展開を促進** 市場調査支援 商社とのマッチング ヤーの招聘等海外 のさらなる強化 外商活動支援(セミ ミッション、個別支 出展) CA及びJETRO等と DA(政府開発援助) 推進 **ビジネスの販路** 本市への出展支援	**1. 企業立地の推進** ◆[拡充] 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現 ◆本県ならではの企業への支援策を生かしたコンテンツ関連企業の立地促進 **2. 県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進** ◆徹底したアフターフォロー ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ **3. 第一次産業分野等と連携した企業立地の推進** ◆ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし ◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致 **4. 事務系職場の集積拡大** ◆集積に向けたパッケージ型支援策の強化 ・県内各地域への立地促進 ・企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施 ◆多種多様な事務系職場の誘致 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致 **5. 起業に取り組む事業者等への支援の強化** ◆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 ◆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. 就職支援の推進** ◆U・Iターンと県内就職の促進 ・U・Iターンの促進 ・若年者や女性の就業支援 **2. 事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進** ◆事業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 **3. 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現** ◆事業者の求人ニーズの掘り起こし ◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし **4. 人材の育成の推進** ◆産業界のニーズに応じた人材の育成 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成 **5. 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] 新規高卒者の離職防止 ◆[新規] 従業員の定着対策 ◆[新規] 職種間のミスマッチの解消 **6. コンテンツ産業の人材確保・人材育成支援** ◆[新規] 首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築 ◆会社説明会の開催支援 ◆[拡充]『アプリ開発人材育成講座』(土佐MBA)の充実・強化 ◆社外研修費への助成

分野	商工業分野
戦略の柱	1　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

戦略目標	目標	
	○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

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	ものづくりの地産地消のさらなる推進	・ものづくり地産地消・外商センターを中心として、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654件(H28) ●マッチング件数360件(H28)	・県内企業同士のさらなるマッチングの推進 ・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 ・新たな試作開発や製品の磨き上げ ・地域本部、市町村等とのさらなる連携
		・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 ●11/7～19　131事業者出展、20,700人来場、商談　723件	・高知県の未来の担い手である小中学生、高校生等の来場を増やすため教育機関との連携の強化
		・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	・首都圏をはじめとする大消費地への情報発信と県外企業への営業訪問などビジネスに結びつく（B to B）取組の強化
		・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	・中小企業が多く、研究開発型企業が少ないため、知的財産を事業に活用する意識が薄い ・県内での成功事例を作りだし、他へ普及させることが必要
		・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4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 ・室戸海洋深層水の注目度を向上させるPR
2	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・売上高ともに順調な伸びを見せており、取り組みによる成果が出ている ●防災関連産業交流会会員数　H24：77社⇒H28：167社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H28：32件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H28：119製品 ●県外見本市への出展　H24～H28：40回、237社 ●防災関連製品売上高　H24:0.6億円、H25:10.7億円、H26:15.4億円、H27:23.8億円、H28:30億円（目標額）	さらなる製品開発・磨き上げの促進

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:85品	H28:119品	162品	190品	246品
H26:669億円	H26:669億円	690億円	730億円	800億円

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商01】 ◆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02】 ◆ものづくり総合技術展の開催	○	○			
【商03】 ◆試作開発や製品改良への支援	○	○			
【商04】 ◆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05】 ◆ 知的財産に関する普及啓発及び知的財産の活用促進	○		○		
【商06】 ◆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	○	○	○		
【商07】 ◆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	○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	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24回　参加者：のべ172社、377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153回　参加者：のべ189社、421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18件 専門知識を持った企業OBの配置：4名 ●新製品開発数2件 ●研究会活動等による企業の設備導入2件 【外商支援】 ●紙関連重点支援企業22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。375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5回や出展支援16回等を実施。商談会では6企業を招へいし、25件の商談につながった 【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
4	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、H24～28年度の累計で203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

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商08】 ◆「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(H29拡充)	○	○	○	○	
【商09】 ◆工業技術センターの機能強化(H29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】 ◆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、機械装置開発のマッチング等を実施 ・出前相談会を市町村とタイアップ・開催することにより、「ものづくりの地産地消」や「地産外商」の市町村への一層の浸透を図る ⇒別図＜商01＞参照(p.404)	①相談件数 ②マッチング件数	①550件(H26) ↓ 654件(H28) ↓ 700件 ②95件(H26) ↓ 360件(H28) ↓ 140件
【商02】 ◆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) ↓ 723件(H28) ↓ 750件
【商03】 ◆試作開発や製品改良への支援	高知県発の製品を全国に展開するために、新たな試作開発や製品の磨き上げを支援する ⇒別図＜商01＞参照(p.404)	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件数	75件 (H24～H27累計) ↓ 18件(H28) ↓ 75件 (H28～H31累計)
【商04】 ◆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、西日本での営業活動や商談会開催などの外商支援とともに、高知家キャンペーンや高知海洋深層水企業クラブと連携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) ↓ 104億円(H28) ↓ 112億円 ②-(H27) ↓ 10製品(H28) ↓ 40製品 (H28～H31累計)

戦略の柱	1　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	1　ものづくりの地産地消のさらなる推進

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　：
- ・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）
- ・県主催の各種イベント（一次産業関係）においては積極的に「相談コーナー」を設置
- ・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
- ・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

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

県工業振興課　：
- ・ものづくり地産地消・外商センターとの連携による新たな試作開発を志向する企業の掘り起こしや国内外のニーズを踏まえた製品改良のための支援を実施

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と販促支援
- ・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を強化
- ・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

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
- ・他取水地や高知海洋深層水企業クラブ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による健康増進効果の臨床試験支援

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】 ◆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) ↓ 405人(H27) ↓ 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	①4,097件 (H24～H27累計) ↓ 1,287件(H27) ↓ 3,560件 (H28～H31累計)
		②知的財産相談会及び専門家派遣による支援件数	②687件 (H24～H27累計) ↓ 163件(H27) ↓ 750件 (H28～H31累計)
【商06】 ◆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 ・共同研究や支援事業を拡大させ、その成果の普及を図る	深層水関連の事業化及び製品化数	4件(H24～27累計) ↓ 0件(H28) ↓ 4件(H28～31累計)
【商】 ◆建設業の新分野進出	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	1　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	1　ものづくりの地産地消のさらなる推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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：
　・健康食品や化粧品、医療や医薬品分野の研究と事業化支援
　・共同研究、支援事業の拡大とその成果の普及

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07】 ◆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(H29拡充)	・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 ⇒別図＜商02＞参照(p.405)	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) ↓ 167社 (H28累計) ↓ 206社(H31累計) ②106製品 (H27累計) ↓ 119製品 (H28累計) ↓ 162製品(H31累計)

戦略の柱	1　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	2　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による試作開発等の支援
・専門アドバイザー派遣による人的支援
・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

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24】
・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08】 ◆「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(H29拡充)	「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 ⇒別図＜商03＞参照(p.406)	①新製品開発数 ②技術研修の受講者数	①－(H27) ↓ 2件(H28) ↓ 20件(H28～H31累計) ②239人 (H24～H26平均) ↓ 194人(H28) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～H31)

戦略の柱	1　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	3　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

県立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

県立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
・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

中核人材の確保と育成の強化

県立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09】 ◆工業技術センターの機能強化(H29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支援を実施 ⇒別図＜商04＞参照(p.407)	新製品開発数	165アイテム (H24～H27累計) ↓ 38アイテム(H28) ↓ 140アイテム (H28～H31累計)

戦略の柱	1　絶え間ないものづくりへの挑戦
取組方針	4　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

分野	商工業分野
戦略の柱	2 事業者の持続的発展の支援

戦略の方向性	・高知版IoTの推進により、一人当たりの生産性向上や地域の課題解決を図る ・商工会等の伴走型支援により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 ・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	
	○事業戦略策定等への支援	事業戦略を持つ企業数
	○地域の事業者の経営力強化	経営計画の策定件数
	○高知版IoTの推進	プロジェクト創出件数
		プロジェクト自立件数
	○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
	○企業の飛躍的な成長の促進	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）

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　11回（H28） ●事業戦略の策定　着手50社（内完成23社）（H28） 着手予定30社（H28）　計80社 ＜参考＞既に持っている企業　45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（6/24　164人） ●セグメント別セミナーの開催　7回（H28） 6/20「経営・財務」71人、6/22「企画・マーケティング」85人、7/8「販売」22人 、11/9「研究開発・設計」28人、11/28 「サービス」21人、12/14「製造」42人、3/17「製造」 ・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　35件（H28）	・小規模事業者が多い中、策定過程の「強み、弱みの分析」など企業の現状把握にはある程度の経験や知識を要する ・事業戦略策定への動機づけ、意識の醸成による着手企業のさらなる増加 ・商品開発関連補助金活用予定企業等案件のさらなる増加 ・製品企画書の実現に向けた着実なフォロー活動
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 ●創業および経営革新計画承認：119件（H27年度）	地域経済の活性化を図るには、地域の事業者の経営力の強化が必要であり、経営計画策定への商工会・商工会議所による支援が重要
3	高知版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：79社（H28） セミナー開催数：5回 現場視察・意見交換会：5回（農業2回、林業1回、水産業2回） ・県内におけるIoT技術活用のモデルケースを作るため、実証研究のためのプロジェクトを開始（3件） ・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農林水産業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 ・成功事例がオープンにされておらず、情報が少ない ・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

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
－	H28:68社	200社	－	－
－	H28:－件	600件	680件	840件
－	H28:3件	20件	－	－
－	H28:－件	7件	－	－
59件(H21～26累計)	H28:5件	100件(H28～31累計)	－	－
H27:4箇所	H28:5箇所	14箇所	－	－
H26:11.2億円	84億円(H24～H28累計)	150億円	195億円	285億円
－	102人(H24～H27累計)	120人	184人	312人

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商10】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援	○	○	○		
【商11】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施	○	○	○	○	
【商12】 ◆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13】 ◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H29新規)	○	○	○	○	
【商14】 ◆普及啓発セミナー等の開催(H29新規)				○	
【商15】 ◆研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出(H29新規)	○		○		
【商16】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援(H29新規)	○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	企業の飛躍的な成長の促進	・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：53件（H24～H28累計） ●本補助金活用による生産能力増加額：84億円（H24～H28累計） ●本補助金活用による雇用創出数：129人（H24～H28累計）	本補助事業の実施により、生産能力の増強や雇用創出において一定の成果が出ているが、さらなる拡大再生産に結び付けるために、今後は事業戦略策定などのソフトへの支援とハードへの支援（設備投資）を組み合わせ、さらには生産性向上を支援する制度への転換が必要
5	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、日常的に交流することで、産学官の距離感が縮まり、産学連携の意識が向上した ・産学官連携産業創出研究推進事業（実用化研究）により13件を支援（H23～H28） ・事業化件数が4件となり、事業化が着実に進みつつある ・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
6	地域商業の活性化	・「地域の暮らしや交流を支える商業機能の維持、発展」や「観光や地域文化の拠点となる、中心商店街のさらなる魅力アップ」に向けて、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た	・「高知市、四万十市とそれ以外の市町村の中心商店街との間の商業機能の地域間格差が大きい」「中山間地域で活動に取組む基盤となる団体がない地域も多くある」「若手商業者の集まりがあるものの、新たな動きになっていない」などの課題が見られる

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商17】 ◆生産性を高める設備投資への助成			○		
【商18】 ◆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19】 ◆商店街のにぎわい創出への支援(H29拡充)			○		○
【商20】 ◆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10】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援	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 ⇒別図＜商01＞参照(p.404)	事業戦略を持つ企業数(累計)	ー(H27) ↓ 68社(H28) ↓ 200社 (H28～H31累計)
【商11】 ◆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	ー(H27) ↓ 460人(H28) ↓ 1,000人 (H28～H31累計)
【商12】 ◆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.404)	事業化プランの作成件数	30件(H26) ↓ 35件(H28) ↓ 40件

戦略の柱	2　事業者の持続的発展の支援
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、ものづくり地産地消・外商センター　：
・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

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・相談会を実施

県工業振興課、ものづくり地産地消・外商センター　：
・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

ものづくり地産地消・外商センター　：
・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

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13】 ◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H29新規)	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 ⇒別図＜商05＞参照(p.408)	①経営計画の策定件数 ②中小企業診断士の有資格者数	①－(H28) ↓ －(H28) ↓ 600件 ②12名 (～H27累計) ↓ 12名 (～H28累計) ↓ 16名 (～H31累計)

戦略の柱	2　事業者の持続的発展の支援
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
県経営支援課　：　連絡会議を設置し、商工会等が行う計画策定等の支援を後押し

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　：　職場内外の研修参加等を積極的に支援

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14】 ◆普及啓発セミナー等の開催 (H29新規)	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06＞参照(p.409)	セミナーの開催数	ー(H27) ↓ 5回(H28) ↓ 20回(H31累計)
【商15】 ◆研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出 (H29新規)	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06＞参照(p.409)	IoTプロジェクトの創出件数	ー(H27) ↓ 3件(H28) ↓ 20件(H31累計)
【商16】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援 (H29新規)	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06＞参照(p.409)	IoTプロジェクト自立件数	ー(H27) ↓ 0件(H28) ↓ 7件(H31累計)

戦略の柱	2　事業者の持続的発展の支援
取組方針	3　高知版IoT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、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、民間シンクタンク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17】 ◆生産性を高める設備投資への助成	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01＞参照（p.404）	①設備投資助成による県内企業の生産能力増加額	①16.1億円 （H24～H27累計） ↓ 72.8億円（H28） ↓ 134億円 （H28～H31累計）
		②設備投資助成への申請件数	②38件 （H24 ～27累計） ↓ 15件（H28） ↓ 96件 （H28～H31累計）
		③設備投資助成による雇用創出数	③102人 （H24～H27累計） ↓ 37人（H28） ↓ 120人 （H28～H31累計）

戦略の柱	2　事業者の持続的発展の支援
取組方針	4　企業の飛躍的な成長の促進

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

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

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】 ◆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） ↓ 4件 （H23～H27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－ ↓ － ↓ 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～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　事業者の持続的発展の支援
取組方針	5　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、県新産業推進課　：　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、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

海洋資源等の機能性を活かした新産業の創出

県新産業推進課:
・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19】 ◆商店街のにぎわい創出への支援(H29拡充)	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 ⇒別図＜商07＞参照(p.410)	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) ↓ 49,785人(H28) ↓ 66,000人 ②12.4%(H26) ↓ 12.5%(H28) ↓ 10.0% ③－(H28) ↓ －(H28) ↓ 30件 (H29～H31累計)
【商20】 ◆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、「商店街魅力向上事業費補助金」を活用し、「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」による既存店の魅力アップを支援 【商店街魅力向上事業費補助金】 ・「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 ⇒別図＜商07＞参照(p.410)	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) ↓ 5箇所(H28) ↓ 14箇所 (H27～H31累計) ②59件 (H21～H26累計) ↓ 5件(H28) ↓ 100件 (H28～H31累計) ③10件(H27) ↓ 11件(H28) ↓ 100件 (H28～H31累計)

戦略の柱	2　事業者の持続的発展の支援
取組方針	6　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やリノベーション支援事業、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　：　商店街魅力向上支援事業費補助金（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　：　商店街魅力向上支援事業費補助金（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	
	○ものづくり地産池消・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
		ものづくり地産池消・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	ものづくり地産池消・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 ●サポート対象企業の成果額 H24:2.6億円、H25:16.2億円、H26:27.1億円、H27:40.8億円、H28:50.8億円（H28） ・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・売上高ともに順調な伸びを見せており、取り組みによる成果が出ている ●防災関連産業交流会会員数　H24：77社⇒H28：167社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H28：32件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H28：119製品 ●県外見本市への出展　H24～H28：40回、237社 ●防災関連製品売上高　H24:0.6億円、H25:10.7億円、H26:15.4億円、H27:23.8億円、H28:30億円（目標額）	・県外コーディネーターと連携したさらなる外商の強化 ・県内企業の営業力の向上 ・県外・海外への外商の強化
2	県内企業の海外展開を促進	・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貿易促進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） ●バイヤー招聘 15企業・団体　17名（台湾、タイ、中国、ルーマニア、イギリス）	経営資源の乏しい多くの中小企業は、海外展開に必要なノウハウが不足しており、きめ細やかな海外展開支援が必要
3	コンテンツビジネスの販路拡大支援	・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 ●継続商談　H28：3件	・出展企業の拡大

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:15.4億円	H27:23.8億円	50億円	70億円	120億円
H26:27.1億円	H28:50.8億円	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
【商21】 ◆東京営業本部による外商サポート		○			
(再掲)【商11】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施	○	○	○	○	
【商22】 ◆見本市出展や商談会の開催		○			
【商23】 ◆技術提案型商談会等の開催		○			
【商24】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓(H29拡充)		○	○		
【商25】 ◆海外での市場調査支援		○			
【商26】 ◆国内貿易商社とのマッチング		○			
【商27】 ◆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28】 ◆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29】 ◆JICA及びJETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の促進(H29新規)		○			
【商30】 ◆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21】 ◆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 ⇒別図＜商01＞参照(p.404)	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) ↓ 50.8億円(H28) ↓ 73億円
(再掲)【商11】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施			
【商22】 ◆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) ↓ 50.8億円(H28) ↓ 73億円
【商23】 ◆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) ↓ 3.9億円(H28) ↓ 5億円
【商24】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓(H29拡充)	病院等の仕入れルートの検証を行ったうえで新たな卸業者等との相談会を開催するなど販路開拓をするとともに、技術の外商を行う ⇒別図＜商02＞参照(p.405)	防災関連製品認定制度による認定製品の売上高 (【商21】【商22】と一部重複あり)	15.4億円(H26) ↓ 23.8億円(H27) ↓ 50億円 (※うち海外 －(H26) ↓ 2.8億円(H27) ↓ 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）
- 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
- 外部専門家の派遣等により代理店政策や製品の改良、広報手法など専門的助言を実施

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
- 商談会後のアフターフォローなど、成約実現に向けて支援を展開

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
- 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
- 台湾でセミナー・商談会を実施し、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

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07】

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25】 ◆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 ⇒別図＜商02＞参照(p.405)	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) ↓ 4.9億円(H28) ↓ 10億円
【商26】 ◆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 ⇒別図＜商02＞参照(p.405)	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) ↓ 4.9億円(H28) ↓ 10億円
【商27】 ◆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 ⇒別図＜商02＞参照(p.405)	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) ↓ 4.9億円(H28) ↓ 10億円
【商28】 ◆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 ⇒別図＜商02＞参照(p.405)	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) ↓ 4.9億円(H28) ↓ 10億円
【商29】 ◆JICA及びJETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の促進(H29新規)	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 ⇒別図＜商02＞参照(p.405)	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) ↓ 4.9億円(H28) ↓ 10億円

戦略の柱	3　外商の加速化と海外展開の促進
取組方針	2　県内企業の海外展開を促進

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
- ・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政策や製品の改良、広報手法など専門的助言を実施

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

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】 ◆首都圏見本市への出展支援	比較的小規模な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コンテンツ関連の見本市において高知県としてブースを借上げ、出展するコンテンツビジネス起業研究会会員を公募する	見本市出展事業者数 （コンテンツ分野）	－（H27） ↓ 3社（H28） ↓ 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	3　コンテンツビジネスの販路拡大支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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	
	○全庁が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）
	○県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進	
	○第一次産業分野等と連携した企業立地の推進	
	○事務系職場の集積拡大	
	○起業に取り組む事業者等への支援の強化	新規雇用者数（コンテンツ分野）
		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	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 ・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（(仮称)高知一宮団地及び(仮称)南国日章工業団地）の整備を進めている ・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～H28：197件 ●企業立地件数　H25～H28：9件	・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 ・立地企業の受け皿となる新たな工業団地の早期整備 ・立地有望案件（コンテンツ）の更なる掘り起こし
2	県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進	・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 ・平成21年度から28年度末現在で、延べ63件の工場等の新増設の実績	・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
3	第一次産業分野等と連携した企業立地の推進	・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
4	事務系職場の集積拡大	・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に取り組み、H24年度から28年度末現在で、これまで、14件（新設10件、増設4件）の立地を実現	・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
		・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～H28：11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～H28：7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

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:252億円 ー	422億円 336人	612億円 800人	806億円 1,100人	900億円 1,900人
H27:71人	H28:124人	H31:161人	H33:260人	H37:566人
H27: 6件	H28:9件	18件	24件	36件

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商31】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(H29拡充)			○		
【商32】 ◆立地企業の受け皿の整備			○		
【商33】 ◆本県ならではの企業の支援策を生かしたコンテンツ関連企業の立地促進			○		
【商34】 ◆徹底したアフターフォロー			○		
【商35】 ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ			○		
【商36】 ◆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37】 ◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進	○	○	○		
【商38】 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致	○	○	○		
【商39】 ◆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40】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施			○	○	
【商41】 ◆多種多様な事務系職場の誘致			○		
【商42】 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致			○		
【商43】 ◆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44】 ◆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	○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
5	起業に取り組む事業者等への支援の強化	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進めた（県内7ヵ所にシェアオフィスを設置、入居企業12社（うち県内事業者5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している。 ・平成28年度に県制度融資の創業融資メニューを改め、保証料補給を手厚く行う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 H24～H27融資実績件数：230件	・シェアオフィスへの入居促進活動の強化 ・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
【商45】 ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援			○		○
【商46】 ◆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31】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(H29拡充)	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 ⇒別図＜商08＞参照(p.411)	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商32】 ◆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)高知一宮団地及び(仮称)南国日章工業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) ↓ 7.9ha(H28) ↓ 24ha
【商33】 ◆本県ならではの企業への支援策を生かした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) ↓ 156件(H28) ↓ 150件
【商】 ◆海外への情報発信	コンテンツ関連企業の誘致を視野に入れ、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　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）

（仮称）高知一宮団地の整備

（仮称）南国日章工業団地の整備

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

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34】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商35】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 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	2　県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

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】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商37】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商38】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 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	3　第一次産業分野等と連携した企業立地の推進

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

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

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39】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商40】 ◆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) ↓ 22人(H28) ↓ 195人 (H28～H31累計)
【商41】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商42】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 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	4　事務系職場の集積拡大

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

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
・企業誘致以外に、シェアオフィス、第一次産業等、フック（本県進出のきっかけ）となる情報の発信

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）
・市町村や庁内関連部署（シェアオフィス、コンテンツ産業関連等）と連携した情報発信の強化

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

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43】 ◆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(コンテンツ分野)	10件(H27) ↓ 11件(H28) ↓ 22件 (H27～H31累計)
【商44】 ◆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	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、研究会におけるコンテンツ分野の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い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	コンテンツビジネスマッチング件数	4件(H27) ↓ 12件(H28) ↓ 40件 (H27～H31累計)
【商45】 ◆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) ↓ 7事業者(H28) ↓ 15事業者
【商46】 ◆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) ↓ 230件(H24～H27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	5　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

コンテンツビジネス事業化支援

県産業創造課　：　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　：
・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

県産業創造課　：　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、県産業創造課　：　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	就職支援の推進	・ジョブカフェこうちを設置し、若者の県内への就職を支援してきた ・また、県外在住の大学生や本県へのUIターン希望者に、県内企業や就職情報等を提供するとともに、無料職業紹介を行い、本県への就職を促進を図った	・高校生の県内企業理解の更なる促進 ・若者の正規雇用率の向上及び就職困難者支援の充実 ・新規大学生等への確実な情報提供 ・UIターン希望者と求人企業・求職者の拡大とマッチング強化によるUIターン就職支援の充実
2	事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進	(1) マスメディア等を活用したセンター事業の広報 (2) 事業者及び支援者等への啓発活動 (3)金融機関・各支援機関等と連携した企業訪問　等の活動を通じて、10件のﾏｯﾁﾝｸﾞを成立させた。 また、損害保険会社等3法人と、業務連携・協力の協定を締結し、事業承継をこれまで以上に円滑に進めることが可能となった。	1. 小規模事業者のM＆A促進 2. 金融機関、士業、M＆A専門会社等との連携強化が必要
3	事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現	1. 求職者獲得に向けたセンターの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（29件）の拡大を図ることができた。 (1)「高知家で暮らす」HPトップページにバナー設置等 (2) 同窓会員（県立大及び土佐高等）へチラシ等送付、高知新聞朝刊に保護者向け広告掲載、SEO対策実施等 (3)センター求人求職ポータルサイト（12月7日オープン） (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　51社へ　13件の人材について紹介を依頼 (8)民間ビジネス事業者の有料サービスの活用（44件　8社に依頼中）	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

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:13.6%	H27:16.4%	30.0%	-	-

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商47】 ◆U・Iターンと県内就職の促進			○		○
【商48】 ◆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49】 ◆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50】 ◆事業者の求人ニーズの掘り起こし			○	○	○
【商51】 ◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし			○	○	○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
4	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） ●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） ＜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することで計画どおりの参加が得られた ＜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 4社・計11人 ・かみわざひとづくり事業の実施 49回、延べ62企業139人参加 ・紙産業技術研修会の実施 5回、9企業55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 ・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 ・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
5	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 H28：4回、234人 ・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 ●認証企業数　H29年3月末:173社（H28：26社）	・新入社員のフォローアップ ・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
6	コンテンツ産業の人材確保・人材育成支援	・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2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 ・『アプリ開発人材育成講座＜基礎編＞・＜応用編＞』及び『イラストビジネス基礎講座』（土佐MBA）の開催 ●受講者数　H28：266人 ・社外研修費（旅費、滞在費等）への助成 ●交付決定　H28：1件	・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
【商52】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成			○	○	○
【商53】 ◆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））			○	○	
【商54】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成（高等技術学校）			○	○	
【商55】 ◆新規高卒者の離職防止(H29新規)				○	
【商56】 ◆従業員の定着対策(H29新規)				○	
【商57】 ◆職種間のミスマッチの解消(H29新規)				○	
【商58】 ◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築(H29新規)					○
【商59】 ◆会社説明会の開催支援					○
【商60】 ◆『アプリ開発人材育成講座』(土佐MBA)の充実・強化(H29拡充)				○	
【商61】 ◆社外研修費への助成				○	
【商62】 ◆産学情報交換会の開催				○	

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)
【商47】 ◆U・Iターンと県内就職の促進	【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09＞参照(p.412)	新規高卒者の県内就職率	62.3%(H26) ↓ 63.9%(H27) ↓ 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09＞参照(p.412)	県外大学生のUターン就職率	13.6%(H26) ↓ 16.4%(H28) ↓ 30.0%
	【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 ⇒別図＜商09＞参照(p.412)	ジョブカフェこうちが実施するしごと体験講習受講者の正規雇用率	42.0%(H26) ↓ 44.9%(H28) ↓ 50.0%
	【U・I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 ⇒別図＜商09＞参照(p.412)	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) ↓ 73人(H28) ↓ 140人

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	1　就職支援の推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

新規高卒者の県内企業への就職促進

県商工政策課、 県教育委員会高等学校課:
・県立高等学校での地域産業担い手育成事業等、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

県雇用労働政策課、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　:
・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
・大学就職支援室によるUIターン就職支援を促進するための県内企業情報交換会等の開催
・学生や保護者への情報発信
・県内企業への就職意識の醸成のための学生向けセミナー、学生と県内企業との交流会、面接会の開催
・学生向けUIターン就職支援サイトの開設及び運営(情報発信)
・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

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・適性検査の実施
・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施
・しごと体験講習の実施⇒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　:
・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

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、県内商工会、商工会議所、協定を締結した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。 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	事業承継等に係る相談件数	107件(H27) ↓ 104件(H28) ↓ 750件 （H28～H31累計）
【商49】 ◆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、各支援機関、金融機関からなる支援チームや専門家による支援を行う ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	事業承継等のマッチング件数	4件(H27) ↓ 12件(H28) ↓ 100件 （H28～H31累計）

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50】 ◆事業者の求人ニーズの掘り起こし	ものづくり地産地消・外商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 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	中核人材の求人件数	137件(H27) ↓ 250件(H28) ↓ 300件
【商51】 ◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし	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 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	①新規求職登録者数 ②中核人材のマッチング件数	①－ ↓ 399人(H28) ↓ 400人 ②11件(H27) ↓ 56件(H28) ↓ 100件

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	2　事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進

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り事業承継計画の策定やM＆Aの支援

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	3　事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現

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

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

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】 ◆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 5名 (H28) ↓ 長期研修生 10名
【商53】 ◆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) ↓ 294人(H28) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～31)
		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) ↓ 194人(H28) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～31)

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	4　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

県立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）

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54】 ◆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） ↓ 76.2%（H28） ※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） ↓ 10.6%（H28） ※H18-27平均退校率：21.5% ↓ 10%
		③高等技術学校の就職率	③93.1%（H26） ↓ 83.8%（H28） ↓ 100%
	【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） ↓ 224人（H28） ↓ 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） ↓ 81.9%（H27） ※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　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

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55】 ◆新規高卒者の離職防止(H29新規)	・新規高卒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。 ⇒別図＜商11＞参照(p.414)	新規高卒者の1年目の離職率	ー ↓ 23.4%(H27.3月卒) ↓ 全国平均以下にする (参考) H27.3月卒業生の1年目の離職率全国平均 ：18.1%
【商56】 ◆従業員の定着対策(H29新規)	・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 ⇒別図＜商11＞参照(p.414)	セミナー参加企業数	ー ↓ ー社(H28) ↓ 900社

戦略の柱	5　産業人材の育成・確保
取組方針	5　事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策の推進

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）対象のブラッシュアップセミナーの開催
- 新入社員（入社3カ月以内）向けセミナーの開催
- 新卒者採用企業等対象セミナーの開催

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（東部、中部、西部の3か所）
- 人材育成等促進セミナーの開催（東部、中部、西部の3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）

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】 ◆職種間のミスマッチの解消(H29新規)	【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 ⇒別図＜商09＞参照(p.412)	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%
	【高等技術学校・施設内訓練】(商54一部再掲) ・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) ↓ 10.6%(H28) ※H18-27平均退校率:21.5% ↓ 10% ②93.1%(H26) ↓ 83.8%(H28) ↓ 100%
	【高等技術学校・在職者訓練】(商54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) ↓ 224人 (H28) ↓ 680人 (H28-31累計)
	【高等技術学校・委託訓練】(商54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) ↓ 81.9%(H27) ※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	5　事業者の維持・発展に向けた人材の定着・確保対策の推進

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・適性検査の実施
- ・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施
- ・しごと体験講習の実施⇒受入企業の開拓（重点職種企業の開拓を強化）・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

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

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58】 ◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築(H29新規)	首都圏の人材や企業とのネットワークを構築し、本県へのU・Iターンや県内企業との事業連携、新たな起業や企業立地等を促進する	ネットワーク登録者数	ー(H28) ↓ ー(H28) ↓ 300人
【商59】 ◆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	ー(H27) ↓ 4回(H28) ↓ 3回
【商60】 ◆『アプリ開発人材育成講座』(土佐MBA)の開催(H29拡充)	企業の即戦力となる技術者を育成するため、基礎技術編(Eラーニング、集合講座)及び実際にアプリケーションを企画・開発する応用編で構成する技術者育成講座を土佐MBAで開催する	土佐MBA受講者数	247人(H27) ↓ 365人(H28) ↓ 280人
【商61】 ◆社外研修費への助成	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) ↓ 1件(H28) ↓ 4件
【商62】 ◆産学情報交換会の開催	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) ↓ 1回(H28) ↓ 3回
【商】 ◆クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催	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	6　コンテンツ産業の人材確保・人材育成支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

県産業創造課　：　首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

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

『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

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、高等教育機関及びコンテンツ関連企業間の調整

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、産学官民連携センター　：　セミナー（土佐MBA）の開催

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

＜商01＞

ものづくり地産地消・外商センター

総合相談窓口（ワンストップ対応）

○企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」の策定・磨き上げからその実行までを支援

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

事業戦略支援会議

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） 拡 民間シンクタンク

○アドバイザー（・事業承継・人材確保センター ・ココプラ ・金融機関 ・専門家 等）

事業戦略取り組み企業数の増加に対応

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

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／専門家派遣／生産技術CO／外商CO

○補助金等による実現化への支援

新 事業戦略等推進事業費補助金（実現化支援事業）

・ものづくり産業強化事業費補助金

・小規模事業者販路開拓支援事業（国補助金）

相談・方向付け ＞ プラン策定 ＞ 試作開発・商品開発 ＞ 販路開拓 ＞ 拡大再生産

…産業交流会、紙産業研究会・分科会

…コプラ（土佐MBA等）、経営革新

…プロジェクトチーム 等

○事業化プラン（製品企画書）策定

新たな製品開発に向けた企画書（企画開発・設計段階）

アイデア ノウハウ → 企画開発 設計

専任担当者が中心となって、アイデアを具現化

【サポート体制】 専任担当者による一貫支援

企業 ⇄ 専任担当者：経営統括（産振センター）／技術統括（産振センター）／専門家（事業に応じ選任）／公設試験研究機関／金融機関

○ものづくり産業強化事業費補助金（試作開発・製品改良）による支援

・試作開発

・製品改良（既存製品含む）

・海外向け改良（既存製品含む）

補助金審査会等で検証・アドバイス

○地消の推進

■公的調達制度の活用

■ものづくり地産地消・外商センターよるマッチング

■ものづくり総合技術展の開催

○外商支援

■県外見本市への高知県ブース出展

■県外コーディネーターを活用した国内外商

東京営業本部（東京5名、大阪2名、名古屋1名）

首都圏・阪神圏・中京圏の民間企業等とのネットワーク作りと営業活動

①県外見本市出展による営業相手先の発掘
②訪問営業活動
③ミニ展示商談会（東京都内）やバイヤー高知招聘（ものづくり総合技術展等）による商談深化と横展開

■貿易促進コーディネーターを活用した海外外商

・貿易推進統括アドバイザーとの連携

・台湾活動支援拠点、シンガポール事務所、JETRO、JICA等との連携

■補助制度を活用した販売促進への支援

新 ・事業戦略等推進事業費補助金（外商支援事業）

・農商工連携販路拡大等支援事業（こうち農商工連携基金）

○拡大再生産への支援

【基盤強化】

■震災に強い団地開発等（企業立地課）

【設備投資支援】

■設備投資助成について、

①ものづくり産業強化事業費補助金（設備投資）

②企業立地促進事業費補助金

により支援

■生産技術コーディネーターによる工場内の生産性向上に向けた支援

【雇用創出】

■事業承継・人材確保センターによるマッチング（県外営業人材の確保等を含む）

○各企業毎の専任担当者が事業展開を一貫してサポート

○技術・経営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

○事業戦略の策定・磨き上げを個別支援チームがサポート

○生産技術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）

○貿易促進コーディネーター（2名）を中心に、製品・技術の海外展開をサポート

関連団体との連携をより一層密にした情報発信、サポートを強化

（市町村、金融機関、工業会、製紙工業会、中小企業団体中央会、商工会議所連合会、商工会連合会、経営者協会、大学・高専、産学官民連携センター、事業承継・人材確保センター等）

メイド・イン高知の防災関連産業のさらなる振興
～防災関連製品の「地産地消」・「地産外商」の取組～

<商02>

外商で得られた成果をフィードバック！さらなる製品開発へ

ステップ1 ～交流段階～
＜防災関連産業交流会での交流＞

○県内の全市町村・公設試験・民間企業など異業種間での情報交換を行う場を提供し、地域ニーズや製品情報の共有などを図る

（防災関連産業交流会会員数
H24年度：77団体
⇒H29.1月末：162団体）

ステップ2 ～地産段階～
＜全国・海外に通用するものづくり支援＞

○ものづくり産業強化事業費補助金による試作開発等の支援
○専門アドバイザー派遣による人的支援
○公設試験研究機関等と連携した技術的支援
○ものづくり地産地消・外商センターによる事業戦略・事業化プラン（製品企画書）策定、ブラッシュアップへの一貫支援

ステップ3 ～地消段階～
＜県内でのＰＲ・実績づくり支援＞

○防災訓練や防災イベント等での防災関連製品の展示ＰＲ
○新事業分野開拓者認定制度を活用した公的調達の推進
○防災産業推進ＣＯによる同行営業、公的機関（国・県・市町村）への製品ＰＲ

ステップ4 ～外商段階～
＜県外・海外での販路拡大支援＞

【県外】
○防災関連の見本市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（新たなバイヤーの開拓）
○東京営業本部ほか県外ＣＯと連携した販路拡大支援

【海外】
拡 台湾での防災関連見本市への出展、商談会の開催により防災先進県高知の取組と製品・技術をＰＲ
新 JICAやJETRO等と連携してインフラ技術等のODA案件化をサポート
○貿易促進ＣＯ等による海外同行訪問支援

試作開発から販売までを一貫支援

新 防災関連製品ポータルサイト

・インターネットを活用した国内外への製品・技術の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

さらなる振興により防災関連産業を産業群へ！

防災関連製品認定制度

◆学識経験者・行政関係者・防災用品メーカー等が品質や安全性などの観点で審査したうえで、**「高知県防災関連登録製品」**として認定

◆**登録製品数（累計）：H24（年度）42製品 → H25　66製品→ H26　85製品→ H27　104製品 →H28　119製品（H29.1月末現在）**

「高知県防災関連登録製品」の売上高

平成24年度 約0.6億円 → 平成25年度 約10.7億円 → 平成26年度 約15.4億円 → 平成27年度 約23.8億円

紙産業の飛躍的な成長の促進

飛躍への挑戦！ 高知県産業振興計画

＜商03＞

現状

・紙関連製造品出荷額等は、ここ数年ほぼ横ばい
・本県の製造品出荷額等の約12%を占める重要産業

	H24	H25	H26
製造品出荷額等:	600億円	609億円	669億円
事業所数:	68	66	65
従業者数:	2,642人	2,620人	2,726人

課題

◇ 企業が新たな製品を開発する体制づくり

◇ 技術支援による新製品・新技術の開発
◇ さらなる販路の拡大
◇ 企業の求める人材の確保と育成

強化のポイント

ポイント1 市場ニーズや新技術などの情報提供やアドバイザーなどによる製品開発プランづくりの支援強化
ポイント2 高付加価値製品の開発と加工技術の確立
ポイント3 外商支援の徹底など企業の一貫したサポートの強化
ポイント4 中核人材の確保と育成の強化

紙産業の振興の展開

ステージ1 市場ニーズ 製品開発アイデア → 製品開発 プランづくり
ステージ2 技術支援・試作開発
ステージ3 販路拡大
ステージ4 事業拡大

紙産業技術センター

総合相談窓口

市場ニーズや新技術等に関する勉強会など

製品開発プランづくり　ポイント1

＜研究会＞
個別企業の製品・技術開発を推進
・CNF、リサイクル炭素繊維、複合加工、素材製造技術など

企業の技術相談

・共同研究　・技術支援　・技術試験
・性能試験　・成分分析　など

ポイント1
紙産業振興アドバイザー
＜外部の各分野の専門家＞
※技術支援、相談の実施など

ポイント2

◆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
・研究会事業等による新規及び既存のプラント設備を利用した新技術・高付加価値製品の開発

◆企業の設備投資に対する支援策の強化
・紙産業振興アドバイザー等の指導による製造設備の改善や企業に有益な設備投資の促進

拡 ◆新素材（セルロースナノファイバー（CNF）等）を用いた技術開発の強化
＜研究テーマ＞
セルロースナノファイバー（CNF）による高機能化材料の開発
・抄紙技術を応用したCNF素材の技術開発
・CNFを活用した県内企業との製品開発の推進

◆ものづくり産業強化事業費補助金（試作開発）
◆産学官連携産業創出研究推進事業

ポイント3
◆販売支援の強化（地産地消・外商センターの東京営業本部を設置）
◆国内外の展示会への出展経費等の助成
◆見本市への県ブースの設置

◆ものづくり産業強化事業費補助金（設備投資）
◆企業立地促進事業費補助金

市場ニーズや新技術等の勉強会、企業の事業化プラン相談、研究成果報告会、企業の実態調査など

ものづくり地産地消・外商センター専任担当者による一貫サポート

ポイント4
◆人材の確保と育成
・インターンシップの強化、工業系高校の生徒の企業見学の強化
・分科会や開放試験設備利用研修等を通じて少人数制による製品プランづくりから事業化までを一貫して推進できる中核人材を育成（かみわざひとづくり事業）

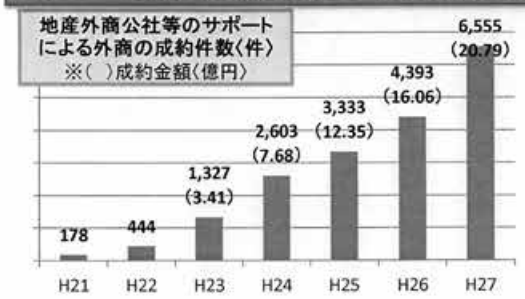
紙産業振興アドバイザー、製紙工業会、ものづくり地産地消・外商センター、県内外大学等（共同研究）、金融機関等と連携したサポートの強化

紙関連の製造品出荷額等の増加
690億円（H31）

食品分野のさらなる飛躍　～外商強化に向けた食品加工の高度化～

<商04>

第１～２期産業振興計画　外商の強化



[出典：地産地消・外商課]

外商の強化で見えてきた課題

◇市場や消費者ニーズに対応した新商品開発力
・年々変化する消費者の嗜好や生活スタイルなどに適合した新商品開発が必要

◇品質管理体制
・大手企業等との取引を拡大するためには、品質及び衛生管理の強化が必要

◇加工の高度化の支援体制
・県内の食品加工事業者は中小零細が多く、支援体制の強化が必要

第３期産業振興計画　３つのポイント

1　地産外商公社をエンジンとした外商の支援や輸出の本格化及び生産管理の一層の高度化

2　地域産業クラスターの形成における県内企業の規模拡大や県外からの立地促進による食品加工群の集積

3　高度な加工技術を用いた研究から試作品開発、最終商品化までの一貫支援による食品産業全体のレベルアップ

拡　食品加工高度化支援拠点の機能強化

食品加工高度化支援機能

◆食品加工の高度化（工業技術センター）

◇新商品開発の強化
　○最新機器の整備
　　・消費者の味覚認識や官能評価
　　・機能性食品開発
　○産学官連携による技術開発

◇品質管理体制の強化
　○自主検査体制の確立
　○企業のHACCP環境等の整備

◇県内ものづくり企業との連携強化
　○食品製造機器の活用促進

新商品開発の強化
・新たな機器設備を整備し、市場・消費者ニーズ等に対応した新商品開発を強化
・新たな加工技術等による商品開発

企業の品質管理体制の強化
・企業の自主検査体制の確立に向けた支援の強化

食品関連企業とものづくり企業との連携強化
・本県オリジナル食品製造機器を利用した高付加価値商品の開発
・試運転や試作を通じ、本県食品製造機器の設備導入を促進

事業化支援機能

◆拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

◇産学官連携の促進

◇事業化プランの策定

事業化プランの策定などの一貫支援
・産学官連携により、食品に関する商品開発の土壌づくりや、食品事業者間や産業間のネットワークづくりなどを促進
・食品ビジネスまるごと応援事業等により事業化プランの策定から実行までを一貫支援

平成２９年度の機能強化

<食品加工高度化支援拠点>

新商品開発の強化
◇人が感じる味わいなどを分析し、トレンドに対応した新商品を開発
◇自社商品の特徴を理解する
　味認識装置
　多感覚器分析システム
　スクリュープレス
　迅速溶媒抽出装置システム

企業の品質管理体制の強化
◇自主的な品質管理体制を強化
　分析天秤及び自動秤量システム
　生物顕微鏡システム

<事業化支援>

「食」をテーマとした産学官のプラットホームの構築

食品ビジネスまるごと応援事業による支援強化

食品加工高度化支援拠点の機能を強化し、新商品開発・販路拡大につなげる

目標1000億円＋α(H31)

さらなる成長へ

商工会・商工会議所との連携による地域の事業者の経営力強化ならびに産業振興計画の推進

<商05>

ポイント

○ 商工会・商工会議所による地域の事業者の経営力の強化に資する経営計画の策定および事業展開の支援を後押し
→ 県域および地域レベルで商工会・商工会議所との連携体制を構築して、産業振興計画の施策を効果的に活用しながら、経営計画の策定ならびに事業展開を強力にサポート

連絡会議の役割

■商工会・商工会議所による経営計画の策定や事業展開の支援の進捗状況、課題を把握し、解決策等をフィードバック

■商工業者のニーズや課題を把握

■産業振興計画の施策等の情報を商工会・商工会議所並びに商工業者に提供

連絡会議の運営

■経営支援課が事務局となり、産業振興センター、商工会連合会、商工会議所連合会をメンバー、金融機関をオブザーバーとする

■年3回程度開催

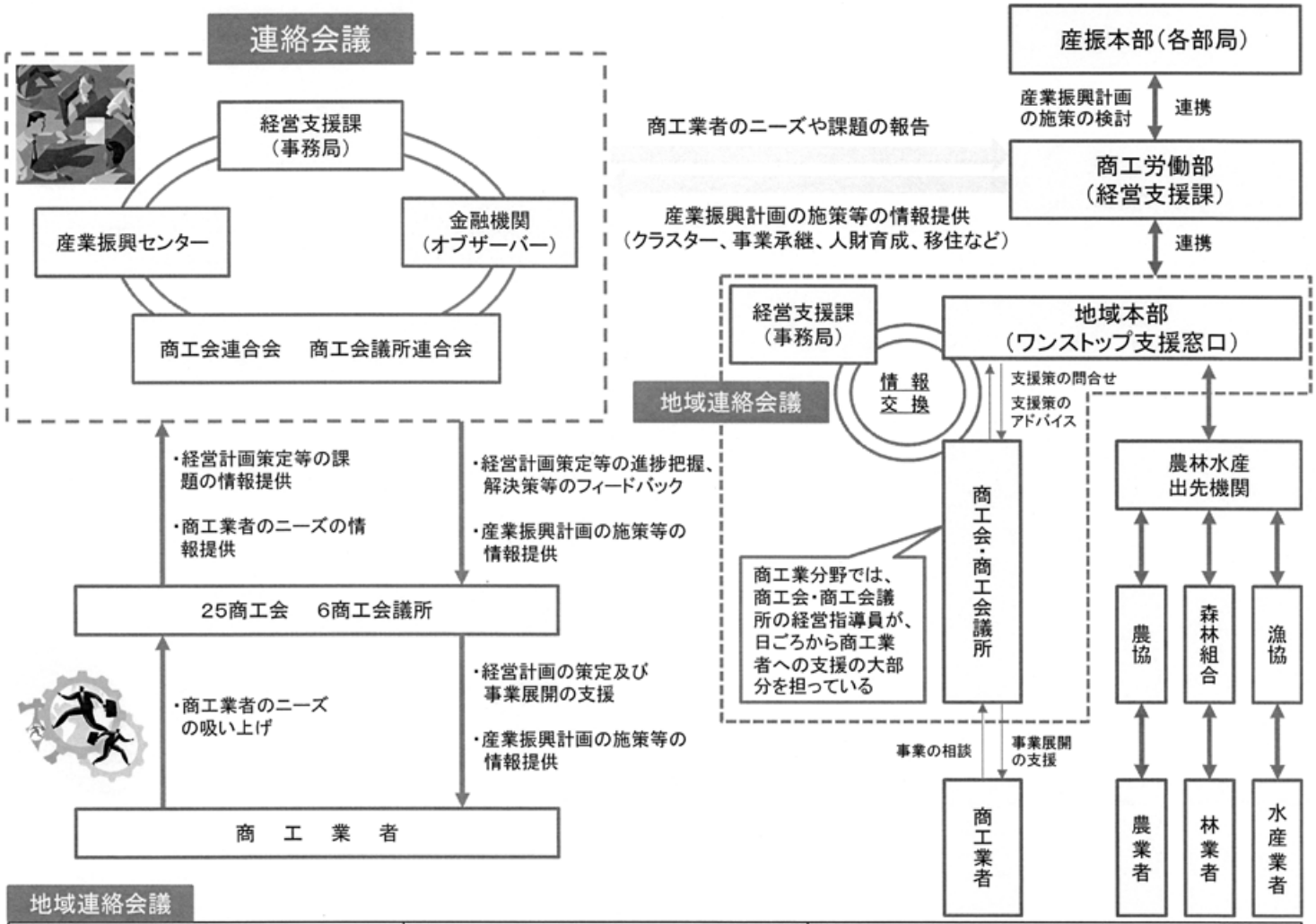
■必要に応じて関係部署が参加

期待される効果

■商工会・商工会議所による経営計画の策定等の支援をサポートすることにより、商工業者の計画策定等が広範に進み、経営力が強化される

■施策の検討に当たり、商工業者のニーズが反映される

■産業振興計画の施策を効果的に活用することで、商工業者の取組が進む



地域連絡会議

役割	運営	効果
・商工業者の現状や課題についての情報を共有し、支援策等をアドバイス ・地域の産振事業の情報共有 ・商工業者のニーズや課題を把握	・経営支援課が事務局となり、商工会・商工会議所、地域本部がメンバー ・地域本部会議等に合わせ、開催 ・必要に応じて関係部署が参加	・適切な支援策のアドバイスにより、産業振興計画の施策を効果的に活用した、商工業者の取り組みが進む ・商工業者への支援策を共有することにより、支援スキルが向上する

高知版ＩｏＴの推進

<商06>

県内の現状と課題

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

IoT活用のねらい

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

※IoTとは　Internet of Things = IoT（モノのデジタル化・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。
○"モノ"をインターネットにつなぐことにより、離れた"モノ"の状態を知ることや離れた"モノ"を操作することが可能となる。
○これまでインターネットに接続されていなかった自動車や家電、電力メーター、産業機器やインフラ等がインターネットにつながることで新たな製品やサービスの創出が期待される。

普及啓発 個別相談 → ◎モデル実証事業 ◎課題抽出 → プロジェクト創出 → プロジェクト自立化 → 自 走

高知県ＩｏＴ推進ラボ研究会（ワンストップ対応）

○セミナー
○企業訪問
▼
研究会入会
▼
○個別相談会

◎ＩｏＴモデル実証事業

○ＩｏＴ推進プロジェクトマネージャーを中心としたコンソーシアムによるＩｏＴ実証モデル構築
・ＩｏＴ活用のモデルケースを構築するため、ＩｏＴ推進プロジェクトマネージャーが関係事業者を統括

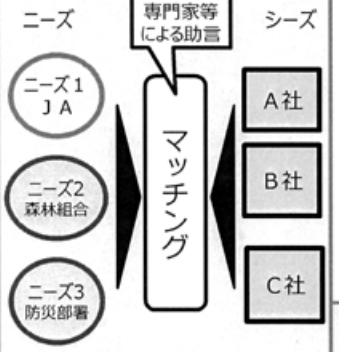
○工業技術センターによるＩｏＴ技術実証研究　・工場内生産システム開発　・鳥獣被害対策へのＩｏＴの活用

◎課題抽出
・研究会メンバーに参加を募り、農・林・水・防災等の現場訪問

・課題抽出アドバイザーによる現場の課題抽出

・関係部局等によるＩｏＴ案件発掘
商工労働部　農業振興部　水産振興部　林業振興・環境部　産業振興センター　ほか

○研究会員同士によるニーズとシーズのマッチング



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

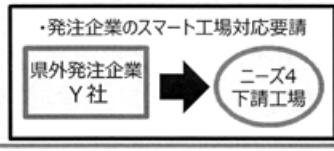
○国の専門家派遣制度
・地方版ＩｏＴ推進ラボ選定地域に対する経済産業省からの派遣

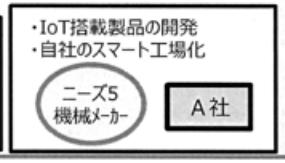
新 ＩｏＴ推進アドバイザーによる支援
・プロジェクト推進上の具体的課題（知的財産・技術等）にアドバイス

○公設試による支援
・共同研究、実証実験
○関係部局等による支援

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

○ものづくり企業によるＩｏＴ導入





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

○プロジェクトがビジネスとして自立化

○高知発のＩｏＴシステムを県内へ地消、県外・海外へ外商

○専門家・アドバイザー等による要望に応じた支援
○土佐MBAにおける人材育成講座を実施

IoT Acceleration Kochi pref Lab

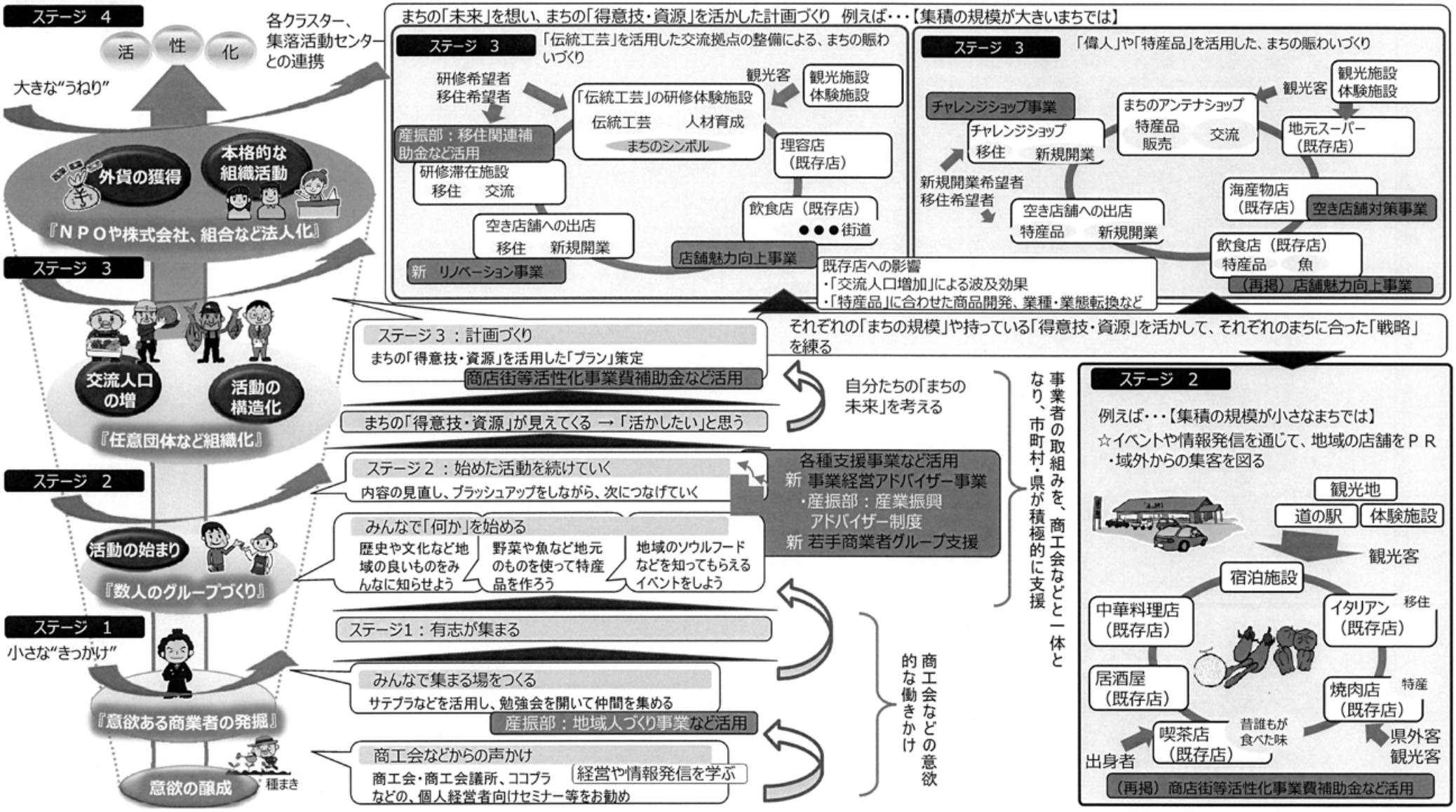
関連団体との連携による情報発信、サポートを実施
（情報産業協会、工業会、製紙工業会、農業協同組合中央会、森林組合連合会、漁業協同組合、大学・高専、産学官民連携センター）

中山間地域の商業活性化に向けた取組みへの支援

＜商07＞

【現状・課題】
○中山間地域では、かつて商店街として栄えていた地域でも、少子高齢化による利用者数、売上の減少に加え、商業者の高齢化による廃業や移転等による商店の減少などにより、商業集積としての機能が低下している
○高齢化が進み、担い手となるメンバーがいないなど、何らかの取組みをするための基盤となる「グループ」がない地域も多く、組織的な取組みが難しい
○担い手となるメンバーがいても、活性化に取り組むためのノウハウや資金がない
○市町村と協働して、新しいことを始めるため、徐々に組織的な取組みの「うねり」をつくることが必要

【ポイント】
○地域商業の活性化に向け、「意欲をつくる、グループづくりをする、活動の組織化をする」といった、それぞれの段階に応じた県の支援策を活用しながら、商店街ごとの「戦略」づくりや、集客に向けた取組みを支援する



高知県の強みを生かした企業立地の総合支援体制

<商08>

【背景（課題）】
・平成24年度以降の新たな企業誘致による新設は、事務系職場を中心に16件、既立地企業の増設は42件、合わせて58件と企業立地は進んでいる
・さらに、本県産業の一層の飛躍のためには、各部局が連携し、集積が進みつつある事務系職場や、本県の強みを生かした第一次産業分野などへの新規誘致により、企業立地を更に加速化していく

⇒ **・本県の強みを生かした誘致戦略**
・全庁が一丸となった企業立地の仕組み

企業立地に向けた流れ

- ポイント1 企業立地推進会議による案件の掘り起こし
- ポイント2 案件ごとに総合支援チームが企業立地プランを構築・提案（支援メニューを含む）
- ポイント3 専任担当者を中心に本格的な企業誘致活動
- ポイント4 立地後のきめ細かなサポートによりさらなる拡大再生産を目指す

全庁が一丸となった企業立地の仕組み

多様なチャンネルを活かした誘致案件の掘り起こし

企業立地セミナー等での情報発信

第一次産業、事務系職場、製造業等の案件掘り起こし

ポイント1

企業立地推進会議

各部局の副部長で構成

・掘り起こし
・戦略づくり
・進捗管理　等

総合支援チーム

案件ごとに企業立地課を中心とした総合支援チームを編成

＜メンバー＞
・企業立地課
・関係部局　等

＜ミッション＞
・案件ごとの企業立地プランの構築　等

さらなる増設の促進（循環）

ポイント2 企業立地プランの構築・提案（支援メニューを含む）

ポイント3 投資への誘導・誘致活動

企業立地の実現

ポイント4 立地後のアフターケア

各部局が連携して一貫支援

支援メニュー

	（主な連携先）		（主な連携先）
原材料調達・地元調整等	市町村、ものづくり地産地消・外商センター　等	人材確保・育成の支援	産学官民連携センター、事業承継・人材確保センター　等
新商品開発・製品改良支援	ものづくり地産地消・外商センター、産学官民連携センター　等	資金調達の支援	金融機関等
販路開拓の支援	地産外商公社、ものづくり地産地消・外商センター　等	受け皿確保の支援	市町村等

新規大卒者等の県内就職の促進

<商09>

【高校生からUIターン希望者までの県内就職支援の展開概要】

Step 1 情報発信の仕組みづくり

-1 学生への情報提供を充実する

- ○県内企業情報提供の仕組の確立
  - ・高校卒業後における保護者へ情報提供先の確保
- ○県内企業と大学職員との情報交換会の開催
- ○大学との連携強化

-2 協力企業の開拓と高知の魅力を広く発信

- ○人材確保のための協力企業等の積極的な開拓
- ○高知の魅力や企業について、広く情報発信

Step 2 高知の企業等を知ってもらう

- ○企業実習等(県立高校)及び職業講話等(私立高校)の実施
- ○保護者向けUターン就職サポートガイドの作成・配布
- ○低学年の大学生を対象としたセミナーの実施
- ○インターネットを活用した企業・就職情報の発信
- ○大学や保護者会等を通じた情報提供
- ○個人・企業等を訪問し、相談対応や情報を提供

Step 3 高知の企業等への関心を高めてもらう

- ○インターンシップ情報の充実と周知
- ○県内企業と大学生の交流の場づくり
- ○合同企業説明会の開催、説明会参加者への支援
- ○ 高知求人ネットによる求人・求職情報の提供
- ○求職者のスキル等に合わせた求人情報等の提供
- ○人材リスト登録者への定期的な訪問と情報提供

Step 4 高知の企業に就職してもらう

- ○合同就職面接会の開催
- ○求職者と求人企業のマッチング
- ○即戦力となる人材の売込み
- ○移住のためのサポート

県内高校生	県内大学生	県外大学生	UIターン希望者等
県内高校生へのアプローチ	県内大学生、大学就職担当者、保護者等へのアプローチ	県外大学生、大学就職担当者、保護者等へのアプローチ	UIターンや転職希望者を考えている人へのアプローチ

Step 1-1 学生への情報提供を充実する

商工政策課
- ○保護者等への情報提供先の確保(公立・私立)

商工政策課
- ○県内企業と大学職員の情報交換会の開催(関西圏・高知)
- ○就職支援協定の締結等による情報発信の強化

人材確保ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ 東京・大阪事務所
- ○県内就職促進への協力大学の開拓

事業承継・人材確保センター
- ○企業(人事部)への説明会等の開催
- ○転職フェア等への参加

Step 1-2 協力企業の開拓と高知の魅力を広く発信

人材確保ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ
- ○協力企業等の開拓・本県に縁のあるキーマンとの連携

Step 2 高知の企業等を知ってもらう

高知労働局
- ○県内企業ガイドブックの発行

教育委員会
- ○職業講話や生徒の企業見学の実施
- ○インターンシップ事業の実施

商工政策課 教育委員会
- ○企業実習等の実施(県立高校)
- ○企業見学、職業講話の実施(私立高校)

商工政策課
- ○保護者向けUターン就職サポートガイドの作成・配布
- ○低学年の大学生を対象としたセミナーの実施(県外)
- ○学生向け情報サイトによる企業・就職情報等の発信
- ○大学の連絡システムや保護者会での情報提供

県内就職支援 会社
- ○学生向け業界理解セミナー等の開催
- ○県内企業ガイドブックの配布

人材確保ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ 東京・大阪事務所
- ○大学のUターンセミナー等で企業・就職情報等の提供

移住・交流ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭ
- ○「高知家で暮らす。」で移住に関する情報を発信

事業承継・人材確保センター
- ○UIターン就職相談会での情報提供
- ○ネット等を通じた求人情報等の発信
- ○民間転職サイトでの求人情報等の発信

人材確保ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ
- ○面談等による個別相談
- ○本県への再就職に向けた協力企業への情報提供

Step 3 高知の企業等への関心を高めてもらう

教育委員会
- ○進路指導教員を対象とした求人事業所説明会
- ○各校での進路ｶﾞｲﾀﾞﾝｽや保護者への企業合同説明会参加案内

商工政策課
- ○インターンシップ情報の充実と周知
- ○四国4県合同による業界理解セミナーの開催（関西圏）

県内就職支援会社
- ○インターンシップ情報サイトの運営、セミナーの開催
- ○県内外での合同企業説明会の開催

高知労働局
- ○合同企業説明会の開催
- ○説明会への帰省バスの運行

事業承継・人材確保センター
- ○求人情報等の提供（高知求人ネット）
- ○転職に伴う相談対応
- ○しごとﾎﾟｰﾀﾙｻｲﾄ登録者への情報の提供

人材確保ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ
- ○求職者への求人情報等の提供
- ○しごとポータルサイトへの登録促進
- ○登録者個別相談対応

Step 4 高知の企業に就職してもらう

商工政策課
- ○求人票の早期提出と求人枠拡大の要請 ※教育委員会、高知労働局と連名

雇用労働政策課
- ○「ジョブカフェこうち」による、若年求職者の県内就職への支援

高知労働局
- ○高校生就職フェアの開催

県内就職支援会社
- ○合同就職面接会の開催

高知労働局
- ○合同就職面接会の開催

移住・交流ｺﾝｼｪﾙｼﾞｭ
- ○移住関連情報の提供
- ○移住のためのサポート

事業承継・人材確保センター
- ○求職者と求人企業のマッチング
- ○即戦力となる人材の売込み

県内就職の実現

事業承継促進・人材確保に向けた取り組み

<商10>

高知県の現状

高知県では、地産外商等、様々な取り組みが進み、各分野で成果がでている。

地産外商公社等のサポートにより外商が飛躍的に拡大

約37倍に増加！(H21⇒H27)

ものづくり地産地消・外商センターの一貫サポートにより外商が大きく前進

約16倍に増加！(H24⇒H27)

これまでの成果を拡大再生産の好循環につなげるため人材確保が必要

【確保できていない人材】

出典：高知県事業承継・人材確保センター公表「県内事業者を対象とした事業承継及び人材確保に関するアンケート調査」

【休廃業等は倒産件数より多い。さらに全国平均の倍近く多い】

高知県事業承継・人材確保センター(H27設置)：企業の円滑な事業承継や県内求人ニーズに応じた人材確保をサポート

事業承継

◆知ってもらう　◆相談につなげる　→　◆相　談　→　◆事業承継の支援

- マスメディア等を活用したセンター事業の広報
- 事業者及び支援者への啓発活動
- 金融機関、各支援機関と連携した企業訪問
- 損保会社等との協定による連携

相談

- 親族内承継
- 親族外承継(従業員・役員・外部)
- 親族外承継(M&A)
- その他

- 課題の抽出・整理
- 経営権のバランスや資金負担を考慮した譲渡スキームの構築などに関するアドバイス
- 後継者人材バンクや民間ビジネス事業者を活用したマッチング
- 民間支援機関への橋渡し

・事業承継計画の策定
・M&A成立

・計画策定後は各支援機関との連携により企業をサポート

人材確保

高知県の求人ニーズ

- 企業系 中核人材等
- 一次産業系 法人経営専門家等
- 福祉系 施設運営責任者等
- 地域系 地域APの人材等
- 起業系 起業人材等

相談 / 提案

事業承継・人材確保センターが人材情報の収集・発信、企業とのマッチング支援

■県内求人ニーズを専門スタッフが掘り起こし
■中核人材を首都圏駐在の人材確保コーディネーターが掘り起こし

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
(高知県求人・求職情報DBの構築)

求人ニーズ集約 → 情報発信

首都圏駐在
- 人材確保コーディネーター
- 移住・交流コンシェルジュ

アプローチ / 登録

都市部の人材

- 企業人材
- 転職希望者
- 高知県出身者

連携

各種相談窓口
- ◆移住・交流コンシェルジュ(高知・首都圏)
- ◆就農コンシェルジュ、林業・漁業就業アドバイザー
- ◆福祉人材センター　◆県産学官民連携・起業推進課

アクティブな情報発信
- ◆webでのプロモーション
- ◆首都圏等での相談会・フェアの開催
(移住関係相談会等(H27):35回)

移住促進策

産業人材の育成・確保の取組

事業者の維持・発展に向けた労働力の定着・確保対策の推進

<商11>

背景【国の動き】

◆H.28.9.27　働き方改革実現会議がスタート

「同一労働同一賃金など非正規雇用の処遇改善」、
「労働生産性の向上」、　「長時間労働の是正」、
「女性・若者が活躍しやすい環境整備」、
「子育て・介護と仕事の両立」
など9項目が検討テーマに

背景【高知県の現状】

○求人数の増加
H28.11末　有効求人数　14,905人
（H26.11　12,403人）

○ 求職者数の減少
H28.11末有効求職者数　12,454人
（H26.11　14,252人）

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

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

出展：厚生労働省　新規学卒者の就職離職調査

○「結婚」「出産・育児」「介護・看護」を理由とする離職者がいる
平成19年10月以降5年間に前職を辞めた転職就業者及び離職非就業者数
結婚：2,300人
出産・育児：6,400人
介護・看護：2,900人
（「平成24年就業構造基本調査」より推計）

≪県として重点とする取組≫

① 新規高卒者の離職防止

② 従業員の定着対策

目指す姿

人手不足

○労働環境・労働条件の見直しをしないままだと・・・・・
・従業員のモチベーションが低下
・従業員が定着しない
↓
○求人を出しても応募がない
↓
○生産性が上がらない（売り上げも減少）
↓
○労働条件の悪化
↓
○従業員が離職する
↓
○ますます人手不足

悪循環

○労働環境・労働条件を改善したら・・・・・
・従業員のモチベーションアップ
・従業員が定着する
↓
○求人を出したら応募がある
↓
○生産性が向上する（売上増加）
○人材育成をするとさらに生産性が向上 ↓
○事業拡大する（人手がいる）
・正社員求人の増加
○売り上げの増加（賃金アップなど）
↓
○求人の増加

好循環

① 新規高卒者の離職防止

離職の理由と考えられる要因

≪離職理由・県教委調査≫
第1位　仕事が向いていない
第2位　勤労意欲の欠如

≪離職理由・厚労省調査≫
第1位　労働条件・休日・休暇の条件がよくなかった
第2位　職場の人間関係

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

対策

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

具体的な取組

拡 ポイント1 ポイント2
・県内企業の就職内定者（高校生）を対象としたブラッシュアップセミナー　（2月、3ヶ所、4回）
（H28実績：242人　◎目標：300人）
内容：社会人を交えたｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸ等による就労意識の醸成と就労後の仲間づくり、ビジネスマナーなど

高校新卒内定者を誘導 → 新 ポイント2
新入社員向けセミナー　（◎目標：200人）
内容：仕事の基本と入社後の不安解消（ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ力）（先輩からの助言）

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

② 従業員の定着対策

人材の育成は、企業の成長につながる

新 官民協働のセミナーの実施

経営計画策定

人材育成計画や採用計画の策定
労働環境・労働条件の見直し

ハローワーク、女性しごと応援室、社会保険労務士の支援

労働環境・労働条件の見直し

○従業員の研修
○人材確保
○福利厚生、休暇制度の充実
○賃金アップ
○非正規職員の正規化

拡 “お墨付き” 次世代育成支援認証制度（介護を追加）

働き続けることのできる企業

経営計画（人材育成計画）の必要性

・経営計画を策定したことがある企業の34%が売上が増加し、策定したことがない企業のうち売上が増加したと回答した企業は20.2%　⇒　策定した方が売上高増加の傾向

・人材育成を行っていると回答した企業は37.5%
人材育成の取組を行っている企業の34.9%が売上が増加し、人材育成をしていない企業のうち 売上が増加したと回答した企業は23.1%
⇒　人材育成に取り組んでいる方が売上高増加の傾向
■【出典：中小企業庁「2016年版　小規模企業白書」】

・若年労働者の職業生活の満足度DI（雇用形態別）
正社員の満足度の高い項目
「雇用の安定性（63.6ポイント）」「しごとの内容・やりがい（56.3ポイント）」
「福利厚生（44.7ポイント）」となっている。
■【出典：厚生労働省「平成25年度若年者雇用実態調査」】

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

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るといった課題を克服すべく、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4年連続で400万人を達成し、平成28年には県外観光客入込数が過去2番目の約424万人となり、400万人観光の定着を図ることができました。

②第3期計画ver.2の取り組み

今後は、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過去最高の435万人観光の定常化を早期に達成するため、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、本県の豊かな自然を生かした戦略的なアウトドア観光の拠点整備にも取り組むほか、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。スポーツツーリズムについては、本県の豊かな自然を生かしたサイクリング観光を推進するとともに、ラグビーワールドカップ2019の開催を見据えた事前合宿の誘致や、施設整備に合わせたスポーツ大会・キャンプの誘致、オープンウォータースイミングを中心とした海洋スポーツ拠点の整備にも取り組みます。

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年にあたる平成29年と明治維新150年にあたる平成30年の2か年にわたって「歴史」を前面に押し出した「志国高知 幕末維新博」を開催することで節目の年の全国的な盛り上がりをつくり出し、県内各地の歴史資源とともに、豊かな食や自然も体験していただける基盤づくりを進めて、さらなる本県観光の飛躍を図ります。また、マスメディアが集中する首都圏等におけるパブリシティ活動を強化するなど、県外でのPR活動を充実させ、全国からの誘客を図ります。さらに、コンベンション等（MICE）の誘致のためのプロモーション活動の強化と開催のサポートを行っていきます。

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、外国人にとって利便性の高い県内Free Wi-Fiの環境整備を図るなど、外国人観光客の受入基盤整備の取り組みも進めていきます。

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4地域を重点市場とし、それぞれの地域で最も効果的な情報発信媒体を活用して継続的なプロモーションを展開するほか、首都圏に拠点を持つ海外マスメディアと定期的な情報交換やニュースリリースを行うなどで情報発信を強化します。また、東京都や香川県など国際直行便がある自治体と連携し、合同商談会の開催や現地旅行情報サイト、旅行雑誌への共同記事掲載等を行い、本県の知名度向上と誘客振興につなげます。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」を戦略的に活用し、全国が連携する体制づくりを進めるとともに、海外でのプロモーションも積極的に展開していきます。

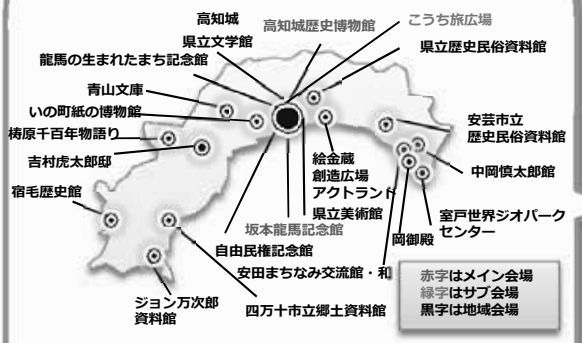
五つ目の戦略の柱「事業体の強化と観光人材の育成」では、観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上を目指します。「土佐の観光創生塾」を通じた地域の観光事業者の育成をはじめ、研修等の実施により外国人観光客へのおもてなしができる人材育成を図るとともに、観光産業を支える事業体の強化にも取り組んでまいります。

観光分野の展開イメージ　～世界に通用する「本物と出会

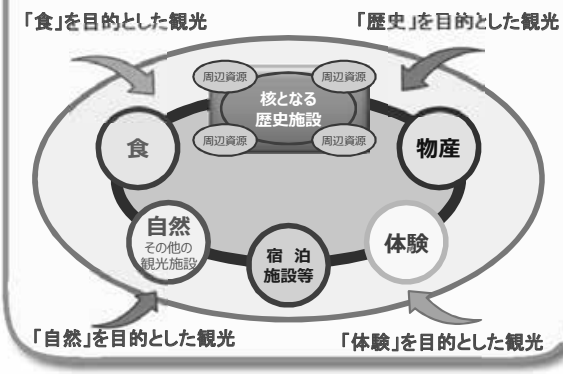
分野を代表する目標

県外観光客入込数　出発点(H27)：408万人　⇒　現状(H28)：424万人　＝
観光総消費額　出発点(H26)：1075億円　⇒　現状(H27)：1089億円

「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

●**歴史と食を一体的に連動させた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)と観光クラスターの形成
・土佐の観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光
促進支援と地域地域の売れる観光商品づくりを支援
拡・**地方創生の核となる観光拠点の再活性化と地域地域の食・**
一体となった観光クラスターの形成による観光地域づくり

●**本県の豊かな自然を生かしたアウトドア拠点の整備**(4か所)

●**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強化(3か所)

●**自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進**
拡・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

“おもてなし”
でリピーター化

外国人観光客に
歴史・食・自然
観光地づくりを

【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(県内広域7ヶ所)
・飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
・津波避難誘導案内板等の設置
・多言語通訳コールセンターの開設　・　モバイルWi-Fiルーターの貸出
拡・**外国人向け県内Free Wi-Fiの統一化**

・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

戦略の柱４　国際観光の推進

・クルーズ客船寄港時の
受入環境の整備

積極的なセールス
&プロモーション
観光客が高知へ

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**
・土佐の観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光
・土佐の観光創生塾のバージョンアップ（モニターツアーとセールス

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

ラスター化)の

自然が

化

開催促進

も対応する
を連動させた
をさらに推進！

戦略の柱４　国際観光の推進

拡 ●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

磨き上げした
観光資源・商品を
国内外の市場へ

外国人旅行者向け 旅行商品の販売促進

各市場毎のニーズに合う、広域での「周遊ルート」を組み込んだ「旅行商品」の販売促進

◆海外現地旅行会社とタイアップして市場別のモデルルートを用いた本県旅行商品を造成・販売

○対象市場：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

◆首都圏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 The blessings of nature JAPAN

【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
拡・「志国高知 幕末維新博」の開催
・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

●自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進
拡・アマ合宿・大会誘致、ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ誘致

●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

戦略の柱４　国際観光の推進

拡 ●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

拡 ●国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域国際観光
・広域周遊観光の推進
・海外旅行博でのプロモーション

拡 ●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
・全国ネットワークによる事業展開
・海外向けプロモーションの展開

で支え

の向上
ラスター化)の促進支援　・広域観光組織の機能強化
活動の実施）　・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支援

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(H28)：424万人 ⇒ 4年** **【観光総消費額】 出発点(H26)：1075億円 ⇒ 現状(H27)：1089億円 ⇒ 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	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生かし、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 歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり** ◆ 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整備 ◆ 土佐の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） ◆ 核となる観光地づくりの推進 ◆ ［拡充］地方創生の核となる観光拠点の再活性化と地域地域の食・自然が一体となった観光クラスターの形成による観光地域づくり **2 本県の豊かな自然を生かしたアウトドア拠点の整備** ◆ アウトドア拠点の整備 **3 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強化 **4 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進** ◆ ［拡充］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） ◆ 自然を生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** ◆ ［拡充］「志国高知 幕末維新博」の開催 ◆ 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 **2 自然環境を生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 ◆ ［拡充］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 **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	**1 国内外からの ための受入環 応を含む）** ◆ 龍馬パス ◆ きめ細か 所（ブロッ 設置） ◆ 観光基盤 ・飲食店の 及促進 ・クルーズ客 の受入態 ・津波避難 ・多言語通 ・モバイルW ◆ おもてなし の拡大 ◆ 観光サポ 域の観光 ◆ ［拡充］外 統一化

の体系図

本物と出会える高知観光」の実現

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
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

※入込数には、MICE、スポーツを含める。

ENASHI（おもてな進	4　国際観光の推進	5　事業体の強化と観光人材の育成
地域の歴史資源の磨き上げと観光クラスターの整備		
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% イレ」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
の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 **ポートの継続と拡充** **な観光情報の提供（県内広域7カク）全てに外国人観光案内所の** **の整備（受入態勢の充実）** **多言語メニュー作成支援及び普** **客船寄港時の乗船客等へ** **勢の充実** **誘導案内板等の設置** **訳コールセンターの開設** **Wi-Fiルーターの貸出** **トイレ、おもてなしタクシー** **ートアプリを活用した地資源の情報発信【再掲】** **国人向け県内Free Wi-Fiの**	**1　効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】** ◆ **［拡充］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** ◆ **海外旅行博でのプロモーション** **2　外国人向け旅行商品の販売促進** ◆ **［拡充］対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進** **3　国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域国際観光** ◆ **［拡充］広域周遊観光の推進** ◆ **海外旅行博でのプロモーション** **4　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」の戦略的な展開** ◆ **［拡充］「よさこい」の全国ネットワークによる事業展開** ◆ **［拡充］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** ◆ **土佐の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【再掲】** ◆ **土佐の観光創生塾を通じた人材育成** ◆ **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**

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	歴史と食を一体的に連動させた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 ・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
2	本県の豊かな自然を生かしたアウトドア拠点の整備	・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計画を策定した	・本県の豊かな自然の認知度はまだ低く、旅行目的となり得るアウトドア拠点が必要
3	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
4	自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進	・県推奨のサイクリングコースを県内全域に43コース設定するとともに、サイクリング環境の整備を図るため、関係機関で構成する協議会を設置し、整備方針等を策定 ・自然環境を生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を創設	・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
【観01】 ◆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整備	○				
【観02】 ◆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)	○			○	
【観03】 ◆核となる観光地づくりの推進	○				
【観04】 ◆地方創生の核となる観光拠点の再活性化と地域地域の食・自然が一体となった観光クラスターの形成による観光地域づくり(H29拡充)	○				
【観05】 ◆アウトドア拠点の整備	○				
【観06】 ◆広域観光組織の機能強化	○			○	
【観07】 ◆地域コーディネーターの配置強化	○			○	
【観08】 ◆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) (H29拡充)	○				
【観09】 ◆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】 ◆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整備	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	－（H27） ↓ 14か所（H28） ↓ 20か所以上
【観02】 ◆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）	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	－（H27） ↓ 11クラスター（H28） ↓ 50クラスター
【観03】 ◆核となる観光地づくりの推進	地域が主体となった全国からの誘客につながる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	核となる観光拠点の整備	2か所（H27） ↓ 3か所（H28） ↓ 10か所
【観04】 ◆地方創生の核となる観光拠点の再活性化と地域地域の食・自然が一体となった観光クラスターの形成による観光地域づくり（H29拡充）	各地の観光拠点等を更に活性化し、周辺地域の特色ある食・自然と一体となった観光クラスターを形成することで、世界に通用する観光地域づくりに取り組む	核となる観光拠点の再活性化整備箇所数	－（H28） ↓ －（H28） ↓ 1か所以上

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

地域観光クラスター化と売れる観光商品づくりの促進 → **地域観光クラスターの磨き上げ**

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、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とクラスターの定着支援

観光拠点の整備

県地域観光課：観光拠点等整備事業補助金による、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

地域観光クラスター化への支援

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化への取組支援

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

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】 ◆アウトドア拠点の整備	本県の豊かな自然を生かした全国からの誘客につながるアウトドア拠点の整備に向け、全国ブランドを有する民間企業と連携して、地元自治体と一体となった取組を加速化する	全国から誘客できるアウトドア拠点の整備	－（H27） ↓ 0ヵ所（H28） ↓ 4か所

戦略の柱	1　戦略的な観光地づくり
取組方針	2　本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備

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

県地域観光課：総合アウトドア交流拠点の整備への支援
・基本計画等の検討～施設整備

県地域観光課：ハイクラスのキャンプ場の整備への支援
・基本計画等の検討～施設整備

県地域観光課：山岳観光拠点の整備への支援
・基本計画等の検討～施設整備

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06】 ◆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07】 ◆地域コーディネーターの配置強化	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	3　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08】 ◆サイクリングツーリズムの取組強化(県内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)(H29拡充)	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	①サイクリング目的の県外観光客数	①ー(H27) ↓ ー(H28) ↓ 2万人
	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	②サイクリングイベントの県外からの参加者数	②927人(H27) ↓ 783人(H28) ↓ 2,000人
	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		
【観09】 ◆自然を生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(385人)(H28) ↓ 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	4　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

自然を生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活かし、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	・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活かし、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	自然環境を生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 ・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、トンガ王国と本県を事前キャンプ地とすることなどが規定された協定書の締結が実現	・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 ・トンガ王国と将来にわたって交流を継続していくための仕組みづくり。また、他の誘致対象国との誘致活動を進めるため、キーマンとなる協力者等の発掘、関係づくり
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 （H26実績）県外入込客数3万2千人	・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	H27:7万人	11万人	13万人	15万人
H26:2.0万人	H27:2.0万人	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
【観10】 ◆大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催(H29拡充)		○			
【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】 ◆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14】 ◆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(H29拡充)		○			
【観15】 ◆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16】 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート		○			

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10】 ◆大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催(H29拡充)	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るとともに、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	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	ー(H27) ↓ ー(H28) ↓ 12万人
【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) ↓ 201件(H27) ↓ 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) ↓ ー(H27) ↓ 1万件

戦略の柱	2　効果的なセールス＆プロモーション
取組方針	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

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

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13】 ◆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) ↓ 44,508人泊(H28) ↓ 55,000人泊
【観14】 ◆ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ等の誘致(H29拡充)	ラグビーワールドカップの日本開催の経済効果を本県にももたらすため、県、(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、施設の管理者等が連携し、ラグビーワールドカップ2019事前チームキャンプ等の誘致及び受入の環境整備を行う 大会終了後も継続して、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	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) ↓ 0チーム(H28) ↓ 1チーム以上

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。

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。

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15】 ◆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) ↓ 89件(H28) ↓ 97件
【観16】 ◆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) ↓ 89件(H28) ↓ 97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、セールスの強化、高知の強みを活かした魅力的なオプショナルツアーや会合スポット（ユニークベニュー）の提案

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

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%	H27:76%	78%	79%	80%
H26:79%	H27:77%	80%	80%	80%
−	−	80%	80%	80%
−	−	80%	80%	80%

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【観17】 ◆龍馬パスポートの継続と拡充			○		
【観18】 ◆きめ細やかな観光情報の提供(県内広域7カ所(ブロック)全てに外国人観光案内所の設置)			○		
【観19】 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)			○		
【観20】 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大			○		
(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17】 ◆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)	ー(H27) ↓ ー(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18】 ◆きめ細やかな観光情報の提供(県内広域7カ所(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(H28) ↓ 11か所
【観19】 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)(H29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 ・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	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	①ー(H27) ↓ 127店舗(H28) ↓ 800店舗 ②ー(H27) ↓ 14か所(H28) ↓ 30か所(H29) ③19か所(H26) ↓ 83か所(H28) ↓ 87か所(H29) ④ー(H28) ↓ 25市町村以上(H29)
【観20】 ◆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	①694か所(H26) ↓ 752か所 (H22～28累計) ↓ 850か所 ②284人(H26) ↓ 329人 (H28.12) ↓ 600人

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

外国人観光客の受入基盤を整備(受入基盤の充実)

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)

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

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、県国際観光課：
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

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

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)
(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

分野	観光分野
戦略の柱	4　国際観光の推進

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、H28:14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27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、H28:39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	国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域国際観光	・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MAP、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27年外国人延べ宿泊者数　全国における四国の割合1%未満）
4	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連携した実行委員会の立ち上げ及びキックオフイベントの開催（3月予定、70団体参加予定） ・世界各地（H28年時点で19以上の国や地域）で、よさこいチームの立ち上げやよさこい祭りが開催	・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)	73,240人泊 (H28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
【観21】 ◆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(H29拡充)		○			
【観22】 ◆海外旅行博でのプロモーション		○			
【観23】 ◆対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進(H29拡充)	○				
【観24】 ◆広域周遊観光の推進(H29拡充)		○			
(再掲)【観22】 ◆海外旅行博でのプロモーション		○			
【観25】 ◆「よさこい」の全国ネットワークによる事業展開(H29拡充)		○			
【観26】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開(H29拡充)		○			

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21】 ◆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（H29拡充）	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） ↓ 130,000PV（H28） ↓ 130,000PV（H29）
【観22】 ◆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（H26） ↓ 16回（H28） ↓ 25回

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
- 首都圏での在日外国人メディア等への情報発信の強化

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23】 ◆対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進（H29拡充）	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）

（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

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24】 ◆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） ↓ 73,240人泊（H28） ↓ 148,000人泊
（再掲）【観22】 ◆海外旅行博でのプロモーション			

戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	3　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25】 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築(H29拡充)	高知市を中心に、県、よさこい祭振興会等が連携し、「よさこいサミット宣言(H25年4月)」も踏まえながら、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、当面、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、全国各地の200以上の「よさこい」が積極的な協調関係を構築する	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) ↓ 70(H28) ↓ 200
【観26】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開(H29拡充)	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ことで、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	①フェイスブックの「いいね」数 ②よさこい祭りが開催されている国の数	①ー(H27) ↓ 413件(H28) ↓ 1万件 ②16ヶ国(H27) ↓ 19ヶ国(H28) ↓ 40ヶ国

戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	4　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

全国のよさこいへの協力呼びかけ → 「よさこい」の全国ネットワークによる展開

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

リオでよさこい紹介 → 「東京2020応援プログラム」等の認証を受け、全国の「よさこい」を披露 → 東京オリ・パラ開閉会式等でよさこい演舞

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広がり（SPORT FOR TOMORROW認定事業）

世界大会の開催

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
(再掲)【観02】 ◆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	○			○	
【観27】 ◆観光創生塾を通じた人材育成			○	○	
(再掲)【観06】 ◆広域観光組織の機能強化	○			○	
(再掲)【観07】 ◆地域コーディネーターの配置強化	○			○	
【観28】 ◆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)
(再掲)【観02】 ◆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			
【観27】 ◆観光創生塾を通じた人材育成	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) ↓ 72件(H28) ↓ 250件
(再掲)【観06】 ◆広域観光組織の機能強化			
(再掲)【観07】 ◆地域コーディネーターの配置強化			
【観28】 ◆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 観光事業者等へのおもてなし研修の実施	観光ボランティアガイド団体数が増加	28団体(H26) ↓ 41団体(H28) ↓ 45団体

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 →		次期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 ・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、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の育成支援		
観光ガイド団体研修の開催、おもてなし研修の開催 →				
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を実施				

地方創生の核となる観光拠点の整備と観光クラスター形成について

<観01>

◆戦略の柱：1　戦略的な観光地づくり　　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

◆現状と見えてきた課題

・「海洋堂ホビー館」や「室戸世界ジオパークセンター」といった核となる観光拠点が整備され、豊かな自然を活かしたアウトドア拠点整備も順調に進捗

・さらなる集客を図るため、新たな観光拠点の整備に加え、核となりうる観光拠点を再活性化させるとともに、歴史、食、自然を含めた周遊コース、観光クラスターの形成が必要

観光拠点の再活性化　　観光クラスターの形成

○核となる観光拠点 《継続した磨き上げ》

海洋堂ホビー館四万十

室戸世界ジオパークセンター

○核となりうる観光拠点の再活性化

龍河洞

桂浜公園

竜串エリア
（新足摺海洋館を核としたクラスター形成）

○新たな核となる観光拠点の整備

本山アウトドアの里
越知町キャンプ場
土佐清水市爪白キャンプ場
土佐西南大規模公園
須崎海洋スポーツパーク
三宝山　　など

◆観光拠点の再活性化と観光クラスターの形成計画案(例：龍河洞)

進め方	Step1 目指すべき姿（構想）の策定	Step2 整備計画づくり	Step3 整備計画の実行
県（地域本部）	（県）外部有識者や専門家のアドバイス（再開発の可能性や方向性、マーケティング）	（県）・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）	（県）・県の整備計画に基づくハード整備の実施
		（県）・支援メニューの提案 ・外部有識者や専門家（マーケティング、観光地経営、プロモーション等）の派遣	（県）・補助金等の支援 ・観光クラスター形成の支援 ・土佐の観光創生塾による観光人材の育成
市町村	Ⅰ．マスタープランづくり a. 現状把握と課題の整理 b. 事業主体や支援策の整理 c. 将来構想の検討・策定 d. 県・市町村・民間（地元）との役割分担 ※庁内プロジェクトチームの編成 関係市町村との情報交換	Ⅱ．整備計画づくり a. 具体的な整備計画 基本設計の策定 b. 経営方針や事業主体の構成 c. 観光クラスター形成計画 d. プロモーション計画 e. 人材育成 f. 県・市町村・民間（地元）との役割分担・連携 ※市町村を中心に地元検討委員会等の設置	Ⅲ．ハード整備 a. 実施設計の策定 b. ハード整備の実施 Ⅳ．受入体制の整備 （広域観光組織等との連携） a. プロモーション b. 旅行商品化 c. 観光クラスター形成 d. インバウンド対応 e. 観光人材の育成
地元事業者 広域観光組織等		（広域）・広域観光戦略等への位置付け	高知県観光活性化ファンドの活用

◆新たな観光拠点整備

地域資源を活かした観光拠点づくり

歴史、食、自然を活かした観光クラスターの形成

国内外から観光客を誘客できる観光地づくり

地域地域の戦略的な観光地づくりの総合的な支援

＜観02＞

【現状と課題】
・「海洋堂ホビー館」や「室戸ジオパークセンター」といった核となる観光拠点が整備され、豊かな自然を生かしたアウトドア拠点整備も順調に進捗
・さらなる誘客を図るため、新たな観光拠点の整備に加え、核となりうる観光拠点を再活性化させるとともに、歴史、食、自然、体験を含めた周遊コースとなる、観光クラスターの形成が必要

【29年度の主な取組】
地域が主体となった観光地づくりを推進するため、観光拠点整備、観光人材の育成等を総合的に支援する。
(1) 観光拠点等整備事業費補助金
　全国からの誘客につながる観光拠点の整備、観光資源の発掘・磨き上げ、地域観光クラスター形成への支援
(2) 地域観光商品造成等委託料
　県内３ブロックへの地域コーディネーター配置及び観光創生塾の開催
　宿泊施設や交通事業者を核とした地域の消費拡大を促進するクラスターの形成支援
(3)広域観光推進事業費補助金
　各広域観光組織の観光客誘致に向けた事業展開をステージに応じて支援
(4)歴史観光資源等強化事業費補助金
　幕末維新博の地域会場における歴史資源の磨き上げ(リアル化)と観光クラスター形成支援
(5)足摺海洋館施設整備事業
　新足摺海洋館の実施設計等を実施

○核となりうる観光拠点の再活性化
・桂浜公園
・龍河洞
・竜串エリア
（新足摺海洋館を核としたクラスター形成）

＋

○新たな観光拠点の整備
・本山アウトドアの里
・越知町キャンプ場
・土佐清水市爪白キャンプ場
・三宝山

国内外から観光客を誘客できる観光地づくり
・地域資源を生かした観光拠点づくり
・歴史、食、自然体験等を周遊する観光クラスターの形成

「志国高知 幕末維新博」の推進

＜観03＞

開催の趣旨

平成29年と平成30年は、大政奉還と明治維新からそれぞれ150年にあたる。この全国的にも意義深い２か年に、高知県の幕末維新期の歴史を辿る博覧会を県内全域で開催し、多くの観光誘客と、本県の歴史観光の基盤づくりを図る。

《博覧会の概要》　メイン会場とサブ会場、さらに地域会場を設け、磨き上げた歴史資源を核とした企画展示など様々なイベントを開催し、その魅力を発信する。また、各会場を拠点に地域の食や自然、体験型観光などを組み合わせた周遊コースに観光客を招き入れる。

展開図

H29.3.4 第一幕開幕

メイン会場 高知城歴史博物館

H30.4 予定 第二幕開幕

メイン会場 坂本龍馬記念館

	大政奉還150年【H29年】		明治維新150年【H30年】	
H29取組	**第一幕　（H29.3～H30.3 ）**	第二幕に向けたPR	**第二幕　（H30.4～H31.3(予定) ）**	ポスト博覧会
広報事業 第二幕に向けた盛り上げ・PRなど	幕末・明治維新を全国に訴求し、かつ、本県に注目を集めるプロモーション （全国メディアとのタイアップ、劇団とのタイアップなど　※次ページ参照）		第一幕の盛り上がりを継続し、本県に注目を集め続けるプロモーション	
受入事業 周遊促進ツールの整備など	地域会場への交通手段の確保や、地域会場の特別企画展などの取組を支援し、地域への周遊を促進		第一幕の取組を継続し、第二幕の新たな展開を図ることなどにより、さらなる地域への周遊を促進	
誘客事業 旅行会社へのセールス活動の本格化	旅行会社へのセールス活動 （高知城歴史博物館や地域会場・観光クラスター等）		旅行会社へのセールス活動 （坂本龍馬記念館・高知城歴史博物館や地域会場・観光クラスター等）	
地域会場等 歴史資源のリアル化・観光クラスターの形成	地域会場に訪れた観光客を観光クラスターの取組により地域の隅々の観光スポットへと誘客、リアル化・観光クラスター形成の取組を博覧会開催期間を通じて継続・拡充し、より魅力的な観光基盤づくりを推進			

平成29年度当初予算の概要

志国高知幕末維新博推進協議会の取組

①プロモーションの強化

全国的な盛り上がりをつくり出していく取組

- 全国テレビキー局など、全国メディアとの番組タイアップ
- 魅力ある資源（人物を含む）などを活用した本県に集中して注目を集めるプロモーション展開
- 航空会社など企業・団体とタイアップした広報

博覧会の開催を広く周知するための取組

- 公式ガイドブック、公式ホームページなどでの情報発信
- 新聞広告や高速道路SAでのパンフレット配架等によるPR
- 高速バスのラッピングや電車内広告などの交通広告の展開

②受入態勢の整備

- 幕末・明治維新をテーマとした特別企画展等を実施
- 歴史を感じさせるイベントの展開
- スマホアプリや龍馬パスポートを活用した周遊促進
- メイン会場周辺の渋滞対策
- 周遊観光バスの運行や交通会社とタイアップした企画切符の発行
- 館内ガイドを地域会場へ配置するなど地域の取組を支援

観光コンベンション協会の取組

①こうち旅広場の運営

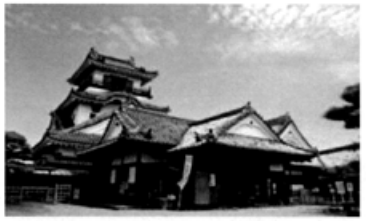
- 博覧会に関連したイベントの開催
- こうち旅広場の管理運営

②旅行会社へのセールス

- 旅行会社への個別訪問や観光商談会を実施
- Web系旅行会社を活用し博覧会のプロモーションを展開する
- 旅行商品造成に係る助成

③イベントの拡充

- 高知城お城まつり（夏・秋）



④旬の観光情報の発信

「志国高知 幕末維新博」のプロモーションの取組 ＜観04＞

目指すべき姿

大政奉還150年・明治維新150年について、多くの人が認識し、話題になっている／幕末・明治維新に関係のある地域を訪れる観光客が増えている

多くのメディアで、幕末・明治維新の時代を題材にしたテレビドラマや特集記事等が組まれている
幕末・明治維新の歴史資源を素材にした旅行番組や、歴史観光情報が取り上げられている

幕末維新博 第一幕 ※大政奉還150年　／　**第二幕** ※明治維新150年

第二幕開幕に向けた盛り上げ・PR

年度	平成28年度（2016）	平成29年度（2017）				平成30年度（2018）	
月	3	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9
トピック	第一幕 オープニング	四国DC ゴールデンウィーク	夏休み シルバーウィーク	大政奉還150年 坂本龍馬没後150年	大河ドラマ（西郷どん）放送予定	第二幕 オープニング	

大政奉還150年を生かしたプロモーション

初公開史料を生かした話題づくり（地域会場での巡回展開催など）

全国に情報発信ができるメディアとの連携による露出の拡大

●大政奉還150年 ⇒ 明治維新150年を背景に各種メディアでの露出による情報発信を展開
【テレビ】情報番組、歴史番組等への取材誘致や企画提案による継続した露出
【新聞・雑誌】新聞、情報誌、歴史雑誌等とのタイアップや取材誘致による継続した露出
【ＷＥＢ】継続的な露出と情報拡散

高知城歴史博物館開館
未公開収蔵物の取材誘致等プロモーション

情報発信の強化【GW向け】 → 情報発信の強化【夏休み向け】 → 情報発信の強化【SW向け】 → 「大政奉還150年」をテーマとした露出の強化

明治維新150年の幕開けに集中的に露出

第二幕開幕に向けて盛り上がりをつくる情報発信

坂本龍馬記念館リニューアル
取材誘致等プロモーション

平成の薩長土肥連合の取組

大都市圏のイベントでの共同観光PR
航空会社とのタイアップ
薩長土肥スタンプラリー

大都市圏のイベントでの共同観光PR
薩長土肥シンポジウム
大河ドラマ放送による連携した取組
大都市圏のイベントでの共同観光PR

大政奉還150年、明治維新150年に関連があり、高知にゆかりがある他県等との連携によるPRの取組

他県の首都圏アンテナショップとの連携PR
他県の首都圏アンテナショップとの連携PR
大政奉還150年に関連のある他県との連携PR
他県の首都圏アンテナショップとの連携PR

他県の博物館（企画展）でのPR
他県の博物館でのPR

基本的な博覧会ＰＲ

オープニングイベント
首都圏のイベントを活用したPR（夏休み）
よさこいを活用したPR
よさこいを活用したPR
オープニングイベント
よさこいを活用したPR

新聞広告、情報番組PR
GW向け新聞広告
近隣県への情報発信（大型連休・夏休みなど時期に応じたPR展開）
情報番組の活用、タウン誌・情報誌とのタイアップ、広告など
夏休み向け → SW向け → 大政奉還１５０年
新聞広告情報番組PR
近隣県への情報発信

旅行雑誌への広告掲載によるPR
旅行雑誌広告

高速バス・航空機ラッピング・電車ラッピングなどの交通公告の展開

公式ホームページによる情報発信　春の情報 → 夏の情報 → 秋の情報 → 冬の情報 → 第二幕情報　春・夏の情報など

公式ガイドブック（春・夏号）
公式ガイドブック（秋・冬号）
公式GB（春・夏号）

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

外国人観光客向け県内 Free Wi-Fiの環境整備

＜観05＞

事業目的　外国人観光客向けに民主導で全国展開されている複数のWi-Fi認証の仕組みを活用し、**外国人観光客が本県にあるWi-Fiアクセスポイントをストレスなく利用できる仕組みづくりを官民挙げて行うことで、広域周遊する外国人観光客の利便性の向上を図る。**

1　現状

①外国人観光客のニーズ　<H27観光庁調査>
- **■旅行中外国人が困ったこと　1位：無料Wi-Fiがない**
- **■滞在中にあると便利な情報　1位：無料Wi-Fi**

②外国人観光客のFree Wi-Fi利用状況
成田空港・関西空港などから入国した外国人観光客は、主に以下のアプリを利用し、各地を移動
- ✓ **Japan Free Wi-Fi**（NTT系）(全国：約15万AP、県内：約1,000AP)
- ✓ **TRAVEL JAPAN Wi-Fi**（KDDI系）(全国：約20万AP、県内：約600AP)

③高知県の現状
- **■無料Wi-Fi整備状況**
  - **✓公的施設等：　約140箇所**
    - **県立文化施設等 10箇所**
    - **市町村観光施設 65箇所**
    - **道の駅 18箇所**
    - その他公共施設等　（空港、駅含む）50箇所以上
  - **✓その他、民間事業者による設置：　約1,000箇所**
    （飲食店、宿泊施設、ｺﾝﾋﾞﾆ、ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞｾﾝﾀｰ等 ）

H27-28の2か年で外国人観光客の受入環境整備として、観光施設や道の駅等に無料Wi-Fiを整備：93箇所（県立10箇所含む）

- **■主なネットワーク利用状況**
  - **✓②大手通信事業者**
  - **✓「Free spot」（112箇所）**
  - **✓その他ケーブルテレビ等**

観光施設や道の駅等のWi-Fiのうち「Free spot」提供：15箇所（県立7箇所含む）

2　課題

①各Wi-Fi設置者によって接続ポイントの名称（SSID）や認証方法がまちまちであり利用者はそれぞれの場所でそれぞれの認証作業を行う必要があり、特に、**短期間のうちに県内を周遊する外国人観光客にとっては面倒（利便性が悪い）**

②無料Wi-Fiの提供にあたっては、犯罪防止の観点で総務省から認証方式などについてガイドラインが示されている他、**Wi-Fiスポット対策など、利用者の安全確保も必要**
[無線LANビジネスガイドライン第2版]＜総務省＞
- ・利用者の安心・安全な利用のための留意事項
  （適切な情報セキュリティ対策、利用者への周知等）

③Wi-Fi認証を技術的に統一する方法は、費用負担が大きい
独自システムやアプリの構築は、開発経費及び毎年の運用負担が発生する

④民主導で全国展開されている複数のWi-Fi認証の仕組みと、公的施設などが採用している仕組み（セキュリティ面での条件設定が可能な「Free spot」）**が連携していない例が多い**

3　国・他県等の動向

●全国的に自治体Wi-Fiのブランド化が進んでおり、四国では3県が運用
- ✓愛媛県 [Ehime Free Wi-Fi]（H26～）
- ✓香川県 [KAGAWA-Wi-Fi]（H26～）
- ✓徳島県 [Tokushima Free Wi-Fi]（H27～）
- ✓徳島市 [TOKUSHIMA CITY Wi-Fi]（H28～）

課題：　単一事業者の提供するサービスに依存

●訪日外国人向けサービスに関し総務省の指導により、
- **✓(一社)公衆無線LAN認証管理機構(Wi-Cert（わいさーと）)設立（H28.9月）**
- **✓Wi-Certにおいて各自治体（エリアオーナー）への技術支援・連携仲介を開始　（H29.1月予定）**

課題：　自治体が設置する施設のみ対象、民間との統一化は難しい

●関西広域連合アプリ [KANSAI Free Wi-Fi(official)] の開発・運用（H28.10月）
- ✓Wi２方式とNTTBP社方式との認証連携アプリを構築（NTTBP社著作権アプリ）
- ✓対象エリア：広域連合に入る徳島県と鳥取県含む8府県のアクセスポイント1万箇所
- ✓対応言語：日本語、英語、韓国語、中国語
- ✓経費：初期費用400万円、ランニングコスト年400～500万円（各府県負担金）
  ※上記の経費の他、独自システム運用していた県については、別途システム改修費用300万円発生

課題：　各県負担が大きい、NTT系とKDDI系以外の通信事業者は未参加

4　取組方針

「県民挙げて外国人観光客をおもてなしする」観点から、外国人観光客向けに民主導で全国展開されている複数のWi-Fi認証の仕組みを活用し、観光施設を所管する市町村への参画依頼及び「Free spot」に分類されているWi-Fi提供施設等の賛同と、県内民間事業者にも協調いただき、高知家のおもてなしとして、安心で便利なWi-Fi環境を提供していく。

5　今後の具体的な取組

①市町村などと公的なFree Wi-Fiを束ねる協議会を設立し、全体の合意を得て、一定の条件のもと、

②民間事業者に対して、広く「Free spot」のFree Wi-Fiをそれぞれの統一認証の仕組みに取り込むことについての提案依頼を実施し、

③一定の審査のうえ、提案に応じていただいた事業者のサービスに「Free spot」を組み込むことで、県内統一認証化を図ることとする（複数に取り込まれることを可とする）。

6　スケジュール

●H29年春頃：協議会設立　⇒　**協議・調整**　⇒　**●H29年夏頃：統一化**

国際観光　国・地域別プロモーション・セールス活動

<観06>

各国・地域におけるプロモーション活動

<重点地域①>　台　湾

<市場選定理由>
2015年観光庁宿泊旅行統計調査の外国人のべ宿泊者数で来高割合１位（約４割：16,100人泊　対前年比23%増）であり、訪日リピーター率７割であるため
（実施プロモーション施策）
○台湾最大の訪日旅行専門誌での毎月記事掲載

<選定理由>
・台湾現地の訪日旅行専門誌での集中的な記事掲載を行うことで、訪日旅行を前提とした層への継続的な情報発信が可能
<期待される効果>
・月刊発刊部数10万部→10万人が購読×12カ月＝のべ最大120万人に本県の観光情報が到達
・推奨観光商品造成販売事業で造成された本県への旅行商品をあわせて掲載するとともに、雑誌読者が来高した際にはノベルティグッズ等を贈呈することで、本県への旅行者増(1000人泊)

<重点地域②>　香　港　（シンガポール）

<市場選定理由>
野球合宿等の特殊要因を持つ韓国を外すと、2015年観光庁宿泊旅行統計調査で実質２位（3,780人泊）。また、昨年の伸びは顕著(対前年比224%増)。右ハンドル・左車線走行であることからレンタカー利用のハードルが低く、2次交通の脆弱な本県内の周遊にレンタカー利用の利便性が高いことからターゲット市場としての優先度は高いため
（実施プロモーション施策）
○ 世界的な旅行情報サイトへの高知県バナー広告掲出（通年）
上記サイトでの「高知県」特設サイト掲載（通年）
<選定理由>
・スマートフォンの利用率も世界屈指の74%(日本は54%)にのぼり、インターネットでの情報収集率が１位の市場であることから、WEBを用いた情報発信が効果的。
<期待される効果>
・世界的な旅行情報サイトの本県特設サイトを経由したVISIT KOCHI JAPANへのアクセス増(1万PV／月)

※英語圏である香港とシンガポールの双方をプロモーションの主たる対象としていく。

<重点地域③>　タ　イ

<市場選定理由>
現状では本県への宿泊人泊は多くはない（2015年観光庁宿泊旅行統計調査で230人泊）が、訪日旅行が増える傾向が続いている(2013年にはビザ免除となったこともあり、訪日客数は2012年から2015年には約３倍（796,731人泊）へ）。親日的かつ陽気、礼儀正しい国民性で県内宿泊施設からも受入拡大要望の声は大きい。
（実施プロモーション施策）
○食を切り口としたプロモーション <イベント開催>
・現地レストラン店舗での高知県フェア開催(メディア露出)
・現地旅行会社とのフェア開催に合わせた商談会
<選定理由>
・スマートフォン普及率は40%とまだまだ低く、どちらかといえばリアルな体験（お祭り等）を好む国民性であり、また食への関心も高く日本食レストランの普及もめざましいことから、「食」を切り口とした現地イベント（商談会含む）が効果的。
<期待される効果>
・高知旅行商品による誘客（600人泊）
・現地レストランでの本県食材の取扱いの拡大(産振部の外商との連携)
・現地メディアでの本県の露出（観光資源及び食材）

ビジット・ジャパン事業

四国縦断ルート(自然・体験)>　※ファムツアー(旅行会社・メディア)
サイクリング・アイランド四国　※ファムツアー(旅行会社)、イベント、四国一周マップ作成

新 台湾中・南部の新規旅行会社招請　※ファムツアー(旅行会社)
新 「TRIP to SHIKOKU」FIT向け認知度向上・誘客促進
※現地説明会・イベント

新 四国地域ドライブ旅行　※セミナー、ファムツアー(旅行会社、メディア)、インターネット広告
「四国～心に響くデスティネーション～」(女性・富裕層向け情報提供)
※現地旅行博出展、現地商談会及びセミナー

[タイ]ネクスト・デスティネーション「四国」　※現地商談会

新 スペイン・イタリア向け「Shikoku」(旅行商品造成等)
※ファムツアー(旅行会社)

[フランス・アメリカ]　庭園・盆栽※ファムツアー(メディア)

国際線直行便を持つ他県及び首都圏との連携

新 **(ToB)<香川県との連携>[対象市場：台湾・香港]**　・現地での合同商談会の開催
新 **(ToC)<香川県との連携>**・台湾最大訪日旅行情報サイト(月間420万PV)への記事掲載・香港で人気の旅行レジャー雑誌（月間９万部）への記事掲載

(To C)　対象市場：フランス
東京都中国四国連携事業
・在日・在外ライター招請　※ファムツアー、WEB広告

各国・地域におけるセールス活動

[海外旅行博・商談会及び個別セールス]
※H28実績：台湾８、香港3、シンガポール2、欧米豪2、韓国3、中国3　タイ4（海外旅行博等のセールス活動時に、観光素材集やパンフレットを活用する）

広域観光周遊ルート事業（予定）

（１）事業計画策定・マーケティング　　（２）受入環境整備・交通アクセスの円滑化：２次交通の情報提供・レンタカーでの周遊促進　　（３）滞在コンテンツの充実：田舎体験コンテンツほか調整中
（４）海外への情報発信・プロモーション事業：海外旅行博への出展（フランス・スペイン他）、訪日旅行情報サイト掲載ほか

首都圏マスメディア情報発信事業

●**海外向けプレスリリース配信**　※県は、在日海外メディア(WEB、フリーペーパー、新聞社等約50社)との間でネットワークを有する民間事業者に業務を委託し、選定した配信内容を受託者を介して、又は直接、メディアへ情報発信する（H28年度開始）。
（配信言語：**英語・中国語(繁)**）・リリース回数　**H28は４回**　※H28年11月末実績：リリース３回／掲載数23回
● **情報交換会（東京）**　　● **プレスツアー**　※テレビによる情報発信を含む

VISIT KOCHI JAPAN

●**VISIT KOCHI JAPAN**
○**WEBサイト**・コンテンツの充実（観光資源追加/Diningページ品目追加　・バナー広告
・香港サーバー設置による中国本土向け簡体字ページの閲覧加速化　・保守管理サーバー費用　・定例ミーティング
○**Facebook**（英語・中国語(繁)）　　○**発地型パンフレット**

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」の戦略的な展開

目指すべき姿

2020年東京オリンピック・パラリンピックを通じて、本県の主要観光資源である「よさこい」を「日本の祭り」として世界にアピールすることにより、海外での「よさこい」と「本家高知」の認知度の飛躍的な向上と本県へのインバウンド誘客につなげていく

世界に向けたプロモーションの展開

STEP1
(2016：RIOｵﾘﾝﾋﾟｯｸ・ﾊﾟﾗﾘﾝﾋﾟｯｸ)

- **◆2016年リオ大会の「ジャパンハウス」で「よさこい」を紹介**
  →よさこい写真ﾊﾟﾈﾙの展示等
- **◆県による「よさこいアンバサダー」の認定**
- **◆東京ｵﾘﾝﾋﾟｯｸ・ﾊﾟﾗﾘﾝﾋﾟｯｸへ向けた全国のよさこいとの連携**
  →キックオフイベントの実施（2017年3月予定）
- **◆よさこい情報発信サイトの立ち上げ**
  →よさこいの歴史や、全国のよさこいについて紹介する

STEP2
(2017～2020夏)

- **◆ 海外でのさらなるプロモーション**
  （「よさこい」＝「日本の祭り」としての認知度向上）
- **◆ 東京ｵﾘﾝﾋﾟｯｸ・ﾊﾟﾗﾘﾝﾋﾟｯｸへ向けた全国のよさこいとの連携**
- **◆ 「東京2020参画プログラム」**（東京ｵﾘﾝﾋﾟｯｸ・ﾊﾟﾗﾘﾝﾋﾟｯｸ競技大会組織委員会）**等の認証**
  ※ 従来「文化プログラム」として計画

STEP3
(2020夏：東京ｵﾘﾝﾋﾟｯｸ・ﾊﾟﾗﾘﾝﾋﾟｯｸ)

- **◆2020年東京大会の開閉会式で全国が一体となって「よさこい演舞」**
- **◆開会式後(2020.8.9)、よさこいにより国内外のアスリート等をおもてなし**

STEP4
(レガシー)

- **◆2020秋「よさこい世界大会」の開催**
- **→ 全国、世界の踊り子が競演する大会を全国的に開催**
- **→ 「レガシー」として継続開催**

2016年度

- ■ **「よさこいアンバサダー」**の認定
  ・ヨーロッパやカナダの6か国19名
- ■ **よさこいチーム海外派遣**
  ・台湾や韓国のイベントに県内のよさこいチームを派遣（3チーム約70名）
- ■ **よさこい海外普及支援員**（仮称）の派遣
- ■ **よさこい情報発信サイト**の立ち上げ

拡充

2017年度

- ■ **「よさこいアンバサダー」の認定**
  ・海外のよさこいチーム代表者を「よさこいアンバサダー」として高知県が認定（アジア、東南アジア等7か国21名を招へい）
- ■ **県内よさこいチームの海外派遣**
  ・よさこいを活用した海外でのプロモーション活動のため、県内チームを海外のイベント等に派遣（3地域約70名を派遣）
- ■ **「よさこいガイド」（パンフレット）の作成** **NEW**
  ・よさこいの歴史などを外国語（英語）でまとめたパンフレットを作成し、海外のプロモーション活動等に活用（10,000部）
- ■ **「よさこい海外普及支援員(仮称)」の派遣**
  ・高知から海外へ普及支援員（仮称）を派遣し、よさこいを普及・啓発
- ■ **「よさこい情報発信サイト」の運営・活用**
  ・よさこいの歴史や全国のよさこいについて日本語／英語で情報発信

■ 東京ｵﾘﾝﾋﾟｯｸ・ﾊﾟﾗﾘﾝﾋﾟｯｸへ向けた全国のよさこいとの連携
・**キックオフイベントの実施**

拡充

■ **東京ｵﾘﾝﾋﾟｯｸ・ﾊﾟﾗﾘﾝﾋﾟｯｸへ向けた全国のよさこいと連携した活動**
・実行委員会による事業展開等の協議、国内の主要な祭り（イベント）への県内よさこいチームの派遣

平成29年度　土佐の観光創生塾バージョンアップの方向性

＜観08＞

◆土佐の観光創生塾の概要

地域が主体となった観光地づくりを推進するために、塾を通じて旅行トレンドや商品の造成ノウハウを学ぶとともに、専門的な知識を持つコーディネーターのハンズオン支援を受けながら事業者自らが中心となって売れる旅行商品の造成や地域内の周遊促進のための地域観光クラスターの形成に取り組む。

各年度の目的	これまでの取組と成果	課題等
【平成27年度】 事業者が主体となり商品の磨き上げや旅行商品として販売するための仕組みを構築 【平成28年度】 （継続）商品造成・磨き上げ （新規）地域観光クラスターの形成及び周遊の仕組みづくり	【平成27年度】 受講者：60名（中央・東部：29名、西部：31名） 地域ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰによる支援：延べ130回＊ 【平成28年度】 受講者：82名（東部：29名、中央：24名、西部：29名） 地域ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰによるハンズオン支援：延べ315回＊（1月末） （＊幡多広域観光協議会へのＯＪＴ支援の日数を含む） 平成27年度の成果 ・旅行商品の造成・磨き上げ 43件 ・旅行会社へのｾｰﾙｽ：30件 うち旅行会社販売：51件	・より売れる旅行商品の造成を図るため、コーディネーターのアドバイスだけでなく他地域の観光事業者の意見を取り入れる取組を実施する必要がある ・広域単位で面的に素材を集約し、地域で一体的なセールスを行っていく必要がある ・更に地域での消費を拡大させる事業者連携の仕組みを検討する必要がある

創生塾バージョンアップのポイント

Version up

◆モニターツアーの実施による商品造成の取組強化

磨き上げた商品や事業者が連携して作り上げたプラン（地域観光クラスター）への他地域の受講者を対象としたモニターツアーを実施することにより、他の事業者からの意見を取り入れることで商品の見直しを行い、より売れる旅行商品の造成を図る

◆地域が一体となったセールスを行うことによる販売力の強化

受講者が造成した商品をコーディネーターや広域観光組織とともに地域が一体となって旅行会社にセールスを行うことにより販売力の強化を図る

◆宿泊施設や交通事業者を巻き込んだ地域での消費拡大を促進するクラスターの形成

宿泊施設や交通事業者を核としたクラスター化を推進し、周遊促進・滞在時間の延長による消費拡大につながるクラスターの形成に取り組む

平成29年度　土佐の観光創生塾のカリキュラムと支援の仕組み

	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回
1部講座	NEW 東部・中央・西部 情報共有・顔合わせ 【前半】 ・創生塾のこれまでの取組（商品化、クラスター化）についての振り返り ・高知県の広域観光の推進について ・幕末維新博の取組について 【後半】 ・創生塾の取組による代表事例の共有（東部・中央・西部）	【導入】 ・地域観光クラスターの意義と必要性について ・旅行会社の仕組みと旅行トレンド、マーケティングについて	【先進事例に学ぶ】 ・事業者連携により消費拡大につながる取組の先進事例について	【マーケットインの視点を学ぶ】 ・マーケットインの視点を踏まえた商品づくりについて	NEW 他地域の受講者を対象としたモニターツアーの実施 東部・中央・西部それぞれの受講者が作り上げた商品への他地域の受講者を対象としたモニターツアーを実施 専	【セールス手法を学ぶ】 ・効果的な情報発信とセールス手法について	強化 セールス活動の実施 受講者がコーディネーターや広域観光組織とともに地域が一体となったセールス（中四国エリア）を行う 共	【観光地づくりの手法を学ぶ】 ・地域が主体となった観光地づくりについて
2部GW		共 商品＆クラスター プランの企画作成 共 ゴールイメージの設定	共 商品＆クラスター プランの磨き上げ 専 モニターツアーに向けた企画考案	共 商品＆クラスター プランの磨き上げ 専 モニターツアーに向けた企画磨き上げ		共 商品＆クラスター プランの磨き上げ 専 ﾓﾆﾀｰﾂｱｰを受けた企画のﾌﾞﾗｯｼｭｱｯﾌﾟ		共 商品の完成&地域観光クラスターの形成 次年度第1回で共有

コーディネーターによるハンズオン支援

事業者ヒアリング（方向性の確認）

強化 クラスター分科会開催①

強化 クラスター分科会開催②

東部・中部・西部の３地域で開催（各20名程度参加）

商品造成及びクラスター形成に向けたハンズオン支援　＆　クラスター形成に向けた県補助金による支援

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27年度は6,555件と大きく伸び、成約金額は20億7,900万円にまで達しました。

輸出の取り組みについては、戦略的にプロモーションを展開し、高知ユズが海外で認知され、市場が広がったことなどにより、食料品の輸出額が平成27年には前年の約1億円増となる4億3,900万円となりました。

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.2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量販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

輸出基幹品目であるユズ、土佐酒のさらなる輸出拡大に加えて、水産物の本格的な輸出に向けた取り組みや新たな品目の掘り起こしを行うとともに、「米国食品安全強化法」への対応支援など、企業のステージに応じたサポートを行います。

また、台湾の活動支援拠点に、商談や打合せの場などとして活用するオフィススペースを確保するとともに、台湾等に人脈を有する専門家を活用し県産品や防災関連製品などの販路拡大に取り組みます。

柱4　拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

事業者の個別課題に対応したサポートチームにより、事業化に向けたプランの策定を支援するとともに、生産管理のさらなる高度化に向けて、HACCP手法の定着と生産性の向上に効果的な機器の整備などの支援を拡充します。また、地域の外商力向上に向けた支援を行うことで地産外商公社の活動との相乗効果を生み出し、地産外商のさらなる拡大につなげていきます。

あわせて、強化した支援策の積極的な活用に向けて、①県内外の商談会などで得たマーケットインの情報、②工業技術センターの技術支援機能、③新たに構築する食品事業者を核とした産学官のプラットホームなどを通じて、県内事業者に働きかけていきます。

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(H26)892億円=

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

拡 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
- ワンストップ相談窓口の設置
- HACCP研修の実施
- HACCPアドバイザー、生産管理コーディネーターの派遣

農産物加工の推進

○農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
拡 直販所支援の強化

水産物加工の推進

拡 HACCPに対応した加工施設の立地促進
拡 冷凍保管ビジネスの事業化

食のプラットホームづくり

新 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

市場が求める商品づくり

○商品力アップへの支援
- 小売用・業務用商品相談会
- 高知県産品商談会

○テストマーケティングを通じた商品の磨き上げ
- アンテナショップ「まるごと高知」

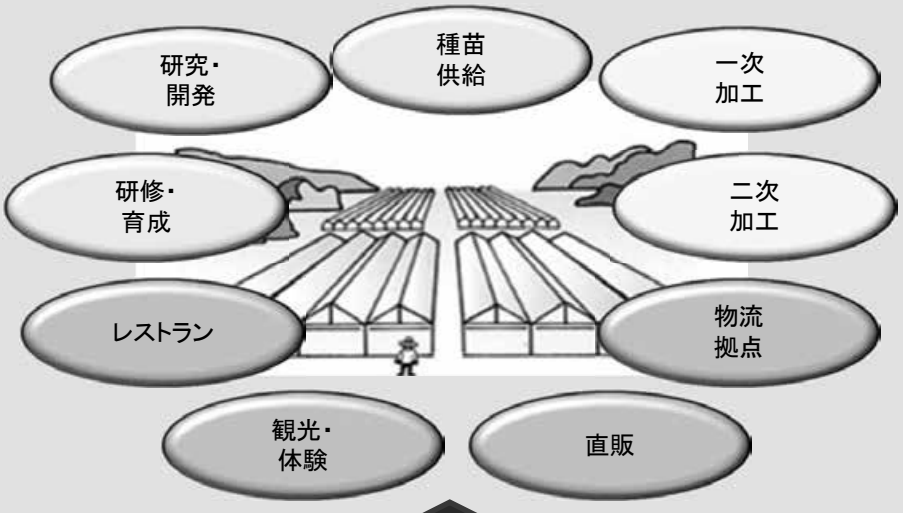
○商品開発・改良に向けた意欲の醸成
- 高知家のうまいもの大賞の開催

好循環を生み出し拡

拡大再生

柱５ 地域に根差した産業クラスターの形成

第一次産業を核として、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推進
・大手卸売業者や高質系量販店等のネットワークを生かしたさらなる外商機会の拡大と業務筋への外商活動の強化

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地域でのさらなる活用を実現する高知家ブランディングの強化

農産物の外商強化

拡 加工用ニーズへの対応

水産物の外商強化

拡 「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
・商流を生かした効果的なﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝの展開

拡 新興(ﾁｬﾚﾝｼﾞ)市場での展開
・商流の確保、輸入規制、衛生管理基準等への対応サポート

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

○定番化に向けた新たな品目の掘り起こし

大再生産へ

産

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

食品ビジネスまるごと応援事業の積極活用に向けた食品事業者へのアクティブな働きかけ

Ⅰ マーケットイン情報
産外商公社の活動、展示商談会出展
査会、小売・業務用商品相談会等で
たバイヤー、専門家アドバイス

Ⅱ 工業技術センター
（食品加工高度化支援拠点）
技術支援機能の強化
既支援事業者への支援継続と新たに
技術支援を行う事業者の掘り起こし

Ⅲ 食のプラットホーム
事業者ニーズの継続的な把握
セミナー、学習会の開催
ネットワークづくり（交流会）

Ⅳ 関係機関・団体
業振興推進地域本部、産業振興セン
ー、市町村、商工会等

アドバイスを基に働きかけ
相談会の活用 展示会への出展
技術支援事業者への働きかけ
食品加工機器の利用
技術的支援
ニーズを基に働きかけ
プラットホーム参加 ネットワークの活用
各機関等の取組を通じた働きかけ
相　談

食品事業者 ⇒ 活用

食品ビジネスまるごと応援事業

1 新商品開発・改良への支援
拡 2 生産管理高度化支援
新 3 地域外商力の向上支援

サポートチームによる支援

事業者の現状や課題を整理・分析
↓
支援スキーム及びサポートチームメンバー決定
↓
サポートチームを編成、事業化プランの策定・実行を一貫支援

新 食品産業総合支援事業費補助金

1 試作品開発費、アドバイザー経費、展示会出展経費等
2 HACCPの導入、定着等に資する関連機器整備費等
3 地域商社の自主的な県内外での商談会開催経費等

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（H26）：892億円⇒4年後（H31）

戦略の柱	地産の強化	外商の強
	1 定番化に向けた商品づくり	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	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
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］（H28～H29累計） ㉗：ー→㉘：100社→㉙：170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
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** ◆［拡充］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） ◆［拡充］直販所支援の強化（再掲） **3.水産物加工の推進** ◆［拡充］HACCPに対応した加工施設の立地促進（再掲） ◆［拡充］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 ◆テストマーケティングを通じた商品の磨き上げ ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成 **5.食のプラットホームづくり** ◆［新規］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 **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** ◆ 地産外商公社の全国展開の推進 **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地域でのさらなる活用を実現する高知家ブランディングの強化 **4.農産物の外商強化** ◆［拡充］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機会

戦略の展開（食品分野）》の体系図

加工立県」・「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

強化

3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

ﾕｽﾞ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

食料品の輸出額
㉖：3.38億円→㉛：9億円→㉝：12億円→㊲：17億円

貿易に取り組む企業
㉖：49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

▸ﾕｽﾞの生産振興（再掲）

▸土佐酒の輸出拡大

▸［拡充］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整備
◆［拡充］工業技術センターの機能強化（再掲）
◆［新規］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）
◆［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）
◆［拡充］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
◆立地ﾌﾟﾗﾝの提案等による投資を促すｱﾌﾟﾛｰﾁ（再掲）
◆生産性を高める設備投資への助成（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
◆［拡充］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（県内計170社の外商企業群）	【県版HACCP（第2ステージ）認証取得企業】（H28～H29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	・事業者のレベルに応じた研修や、地産外商公社を中心に商談会等に出展する事業者に対して、衛生管理手法の導入を指導してきたことから、衛生管理の普及啓発が進んでいる（研修及び講座への参加事業者 H24：延べ410人→H27：延べ500人） ・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 ・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 H24：延べ188人→H27：延べ204人、食品表示アドバイス H24：479件→H27：668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～H28：6次産業化セミナー受講グループ73団体 ・県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H28：25事業者 ・産振補助金等を活用した直販所の整備支援 ⇒ 直販所の売上　H26：93億円　→H27：95億円 ・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　→H28：123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が必要 ・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と、商品の磨き上げのための支援が必要 ・新たな直販所整備の支援と、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が必要 ・「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が必要
3	水産物加工の推進	○HACCPに対応した加工施設の立地促進 ・複数の民間企業が、宿毛市への加工施設等の立地に向けて 具体的な検討に着手 ・HACCPに対応した加工施設の整備を支援するため支援制 度を検討 ○冷凍保管ビジネス ・民間企業が宿毛湾で冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備 計画に着手	・民間企業の加工施設整備に対する支援 ・宿毛市での民間企業による新たな冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備に対する支援

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:ー	H27:ー	H28:100社 H29:170社		
H25:173億円	H26:175億円	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
【外商01】◆衛生管理の高度化における基本の徹底	○				
【外商02】◆HACCP導入型基準の取得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(H29拡充)	○	○			
【外商04】◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	○	○			
(再掲)【農23】◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○	
(再掲)【農24】◆直販所支援の強化(H29拡充)	○	○			
(再掲)【水19】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(H29拡充)	○	○	○		○
(再掲)【水21】◆冷凍保管ビジネスの事業化(H29拡充)		○	○		○

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→H27：3,690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→H27：198件） ・H27より県内事業者の外商への第一歩として、県内量販店等の協力を得てテストマーケティングを行い、商品の認知度向上と磨き上げの支援を実施（協力量販店等17社、参加事業者9社） ・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178社、成約件数H24：68件→H26：93件→H27：108件） ※H27はバイヤーの生産地視察も兼ねた産地視察型商談会を県下（全体会・4ブロック）で開催	・これまでの取組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 ・県内事業者の「まるごと高知」の活用意欲を高め、店舗で取り扱う新商品をさらに増やすことが必要 ・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	・食品産業研究会（H21～H27）を立ち上げ、事業者の商品開発のプランづくりをサポートして、有望なプランを総合的に支援 （認定事業化プラン数：35件（累計））	・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［H28実績見込み含む］） ※産振総合補助金　232件　37.4億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー453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）：207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） H27：52.6億円 ・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28年度新規案件　2件 ※地域づくり支援事業費補助金（食品分野） 平成28年度交付決定　3件　3,881千円 四万十市（農家レストラン「しゃえんじり」） 四万十町（四万十うなぎちまき） いの町（中央地区活性化協議会） ・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・食農教育等を推進	・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

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【外商05】◆商品力アップへの支援	○	○			
【外商06】◆テストマーケティングを通じた商品の磨き上げ	○	○			
【外商07】◆包括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】県内量販店等での商品の磨き上げ・販路拡大	○	○			
【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（H29新規）	○		○		
【外商11】◆地域アクションプランの実行支援	○	○	○		
【外商12】◆小さなビジネスの発掘、育成	○	○			
【外商13】◆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、初級研修を開催する ⇒別図＜外01＞参照（p.532）	研修に参加する企業数	9社（H26） ↓ 21社（H27） ↓ 250社 （H28～H31累計）
【外商02】 ◆HACCP導入型基準の取得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 ⇒別図＜外01＞参照（p.532）	HACCP手法導入に関する相談企業数	－（H27） ↓ －（H27） ↓ 300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（H29拡充）	県版HACCP取得済みの事業者のさらなる食品安全への取組を支援するため、専門コーディネーターを派遣して、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 ⇒別図＜外01＞参照（p.532）	製造現場の改善に関する指導に対応する企業数	－（H28） ↓ －（H28） ↓ 120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 ⇒別図＜外01＞参照（p.532）	食品表示に関する相談企業数	179社（H26） ↓ 151社（H27） ↓ 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管理の推進

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 → 民間事業者の連携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）
（再掲）【農23】 ◆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とパッケージデザイン改良の支援を行う	農林水産加工品販売額	45.8億円（H26） ↓ 43.9億円(H27) ↓ 50億円
（再掲）【農24】 ◆直販所支援の強化（H29拡充）	○直販所の整備を支援するとともに、直販所活性化のため、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 ⇒別図＜農05＞参照（p.217）	直販所売上高	93.3億円（H26） ↓ 95.3億円（H27） ↓ 100億円

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	2 農産物加工の推進

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や商品の磨き上げ支援

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

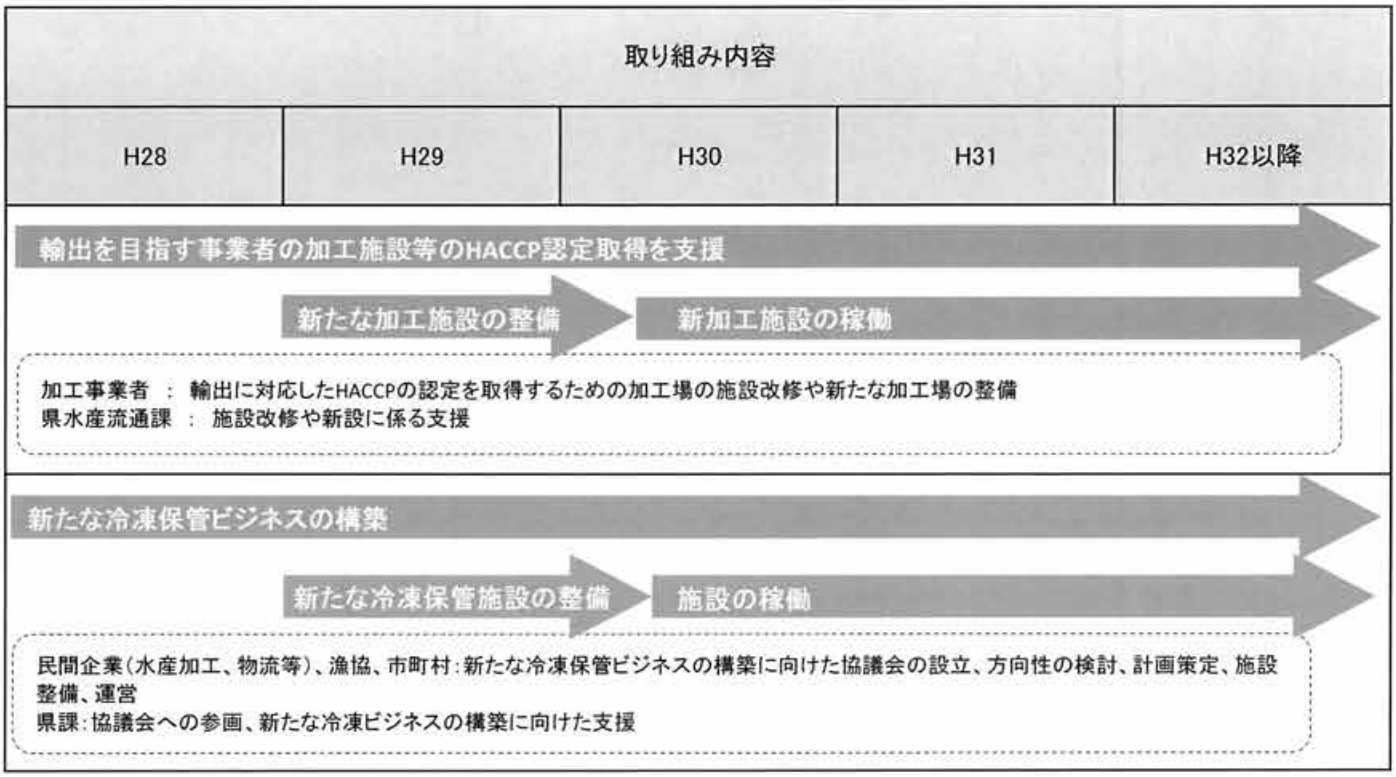
直販所の安全・安心の推進と活性化

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	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）
（再掲）【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進（H29拡充）	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 ⇒別図＜水04＞参照（p.323）	HACCP導入のための専門家による指導回数	－（H27） ↓ 2回（H28） ↓ 9回
（再掲）【水21】 ◆冷凍保管ビジネスの事業化（H29拡充）	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 ⇒別図＜水05＞参照（p.324）	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関する構想が浮上（H28） ↓ 新たな冷凍保管ビジネスの開始

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	3 水産物加工の推進



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) ↓ 65社(H28) ↓ 200社 （H28～H31累計）
【外商06】 ◆テストマーケティングを通じた商品の磨き上げ	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） ↓ 110商品/年（H27） ↓ 200商品/年
【外商07】 ◆包括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、包括協定を締結した量販店・コンビニとの連携により、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 包括協定企業・・・7社	パートナー企業、包括協定締結企業との情報共有・連携	（H27） パートナー企業4回／年 包括協定企業1回／年 ↓ （H28） パートナー企業4回／年 包括協定企業1回／年 ↓ （H31） パートナー企業4回／年 包括協定企業1回／年
【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） ↓ 113社（H27） ↓ 100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：まるごと高知報告会の開催等による、県内事業者への「まるごと高知」活用の継続的な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

包括協定締結企業、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：包括協定締結企業、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) ↓ 86社(H28) ↓ 110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

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

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

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（H29新規）	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.532）	交流会等への参加企業数	－（H29.4） ↓ －（H29.4） ↓ 年間200社以上

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			

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11】 ◆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） ↓ 207人（H28） ↓ 600人 （H28～H31累計） ②36.4億円（H26） ↓ 52.6億円（H27） ↓ 59.7億円 （H31）
【外商12】 ◆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(55件H29.2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） ↓ 2件(H28末) ↓ 22件 （H28～H31累計）
【外商13】 ◆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、学校教育活動全体での継続的な食育・食農教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、お弁当づくり、地域の伝統料理作り等）など、日常的な取組について、学校給食関係者を対象とした研修会や協議会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（食品数ﾍﾞｰｽ）	35.7%（H26） ↓ 32.6%（H27） ↓ 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、県産業振興推進部、市町村 ： 関係機関が連携を図りながら、取組を進める集落や小グループに対して、個々の課題に応

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
県教委スポーツ健康教育課： 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って外商機会の拡大を図りながら、県内事業者の外商活動をサポートしたことから、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→H27：6,555件20.79億円）	・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し、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→H27：4.71億円） （来店者 H23：722,077人→H27：673,034人）	・「まるごと高知」の来店者減少に対応するため、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29万個超え） （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16.6億円（H28.12月末まで））	・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	・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～）	・取扱商品の拡大
5	水産物の外商強化	「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2億円を達成 ・平成28年度末の「応援の店」登録店舗：690店舗 ・県内事業者との取引店舗：延べ446店舗 ・産地見学会の開催：3回 ・高鮮度処理の指導：県内定置5か所で実施	・県産水産物の取扱いに意欲的な店舗の掘り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
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	・首都圏をはじめとする大消費地への情報発信と県外企業への営業訪問などビジネスに結びつく（B to B）取組の強化

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:16.1億円	H27:20.8億円	36億円	ー	ー
H26:95億円	H27:97億円	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
【外商14】◆地産外商公社の全国展開の推進		○			
【外商15】◆店舗プロモーションの展開		○			
【外商16】◆高知家プロモーションの地域地域でのさらなる活用を実現する高知家ブランディングの強化		○			
【外商17】◆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35】◆<青果物>(中規模)加工用ニーズへの対応(H29拡充)		○			
(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(H29拡充)		○			
(再掲)【商04】◆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	○	○			

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
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→H28：1,500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（H28高知フェア等開催数：延べ26回、H28商談会出展回数：延べ5回） ・マスメディアへの「リョーマの休日～高知家の食卓～」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、あべのハルカス等の注目施設での観光PRを実施	・地産外商公社と情報を共有し、協働で事業を実施することにより、これまでの人脈やネットワークを引き継ぎながら、公社のノウハウを取り入れて外商活動を強化していくことが必要 ・高知県産品の特性に合った販路先を開拓するとともに、高知県内の関係機関と連携した情報発信を強化し、商談成約に向けたフォローをより強化していくことが必要 ・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→H27:28回30,930千円） ・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→H27:31,502千円） ・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
【外商18】◆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19】◆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20】◆関西地区における観光展・イベントでの情報発信		○			
【外商21】◆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22】◆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23】◆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24】◆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25】◆中部地区における企業誘致の推進		○			
【外商26】◆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14】 ◆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、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、パートナー企業との同行営業の拡大、高質系量販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等を行う	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） ↓ －社（H27） ↓ 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15】 ◆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） ↓ 67.3万人（H27） ↓ 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、高質系量販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：「まるごと高知報告会」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16】 ◆高知家プロモーションの地域地域でのさらなる活用を実現する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 高知家統一セールスキャンペーン推進本部を中心として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） ↓ 27%（H28.9月） ↓ 35%
【外商17】 ◆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） ↓ 32,329件/月（H27） ↓ 70,000件/月

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）
（再掲）【農35】 ◆＜青果物＞（中規模）加工用ニーズへの対応（H29拡充）	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 ⇒別図＜農11＞参照（p.221）	加工専用素材の新たな供給産地	－（H27） ↓ 0地区（H28） ↓ 4地区 （H28～H31の累計）

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：高知家統一セールスキャンペーン推進本部を中心に、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

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	4 農産物の外商強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

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）：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し、栽培指導

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）
（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(H29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07＞参照（p.326）	「高知家の魚応援の店」の登録店舗数	374店舗（H26） ↓ 690店舗（H28） ↓ 1,000店舗

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）
（再掲）【商04】 ◆海洋深層水関連商品のさらなる7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、西日本での営業活動や商談会開催などの外商支援とともに、高知家キャンペーンや高知海洋深層水企業クラブと連携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） ↓ 104億円(H28) ↓ 112億円 ②-（H27） ↓ 10製品（H28） ↓ 40製品 （H28～H31累計）

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	5 水産物の外商強化

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、「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

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	6 海洋深層水関連商品の外商強化

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と販促支援
・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を強化
・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

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
・他取水地や高知海洋深層水企業クラブ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による健康増進効果の臨床試験支援

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18】 ◆関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保	外商活動機会を確保するため、関西の大企業の幹部を招く高知を語る会や試食商談会の開催、大手卸売事業者や「とさの店」との連携などを通じて、構築してきた関係機関とのネットワークの更なる拡大に向けた取り組みを、地産外商公社とともに進める 地産外商公社と連携しながら、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強化して、県内事業者の外商機会を拡大する	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） ↓ 1,500名（H28） ↓ 2,000名
【外商19】 ◆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	89件（H26） ↓ 98件（H28） ↓ 110件
【外商20】 ◆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。また、「関西応援団」や「とさの店」登録店などを活用する	関西地区における各種イベント等の実施・参加	43件（H26） ↓ 41件（H28） ↓ 65件
【外商21】 ◆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） ↓ 92件（H28） （①旅行会社・スポーツ団体等　89件 ②大学等　3件） ↓ 130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：（一財）地産外商公社との連携を強化し、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

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

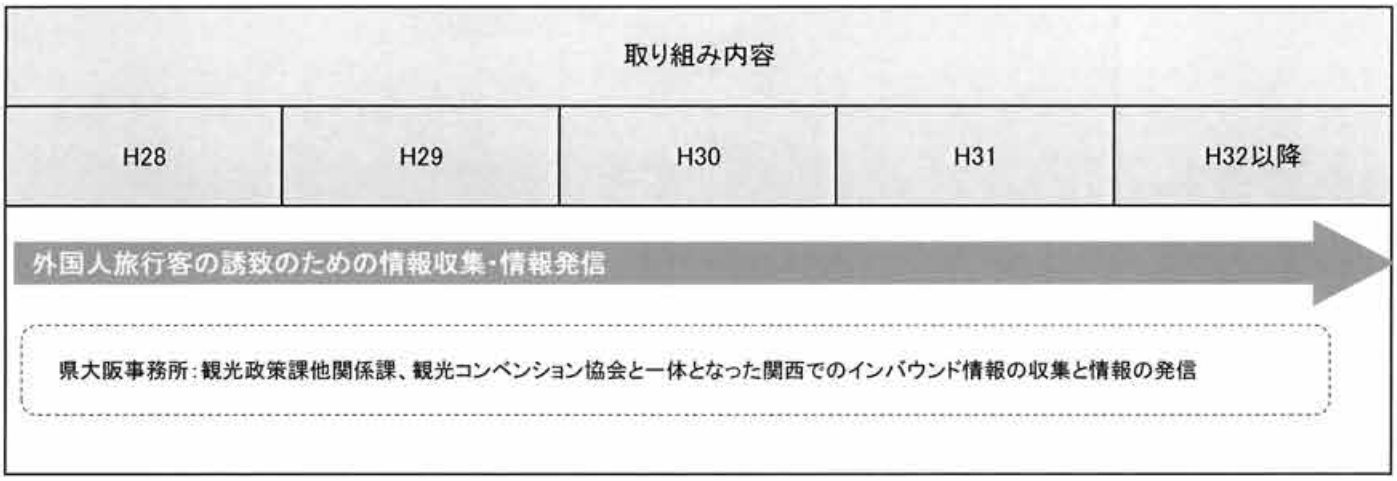
観光展・イベントでの情報発信

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22】 ◆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、INAPへの各国参加、LCCの定期就航、チャーター便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) ↓ 14件(H28) ↓ 20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23】 ◆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） ↓ 31,000千円(H27) ↓ 41,000千円
【外商24】 ◆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) ↓ 31,500千円(H27) ↓ 46,000千円
【外商25】 ◆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	－（H26） ↓ －（H27） ↓ 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

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26】 ◆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) ↓ 86回(H27) ↓ 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	・本県が日本一の産地であるという強みを持つユズを中心に、欧州、米国、豪州等で、賞味会や商談会など、様々なプロモーション活動を展開し、食料品の輸出額が目標の3億円を前倒しで達成 （H21：0.51億円→H23：1.29億円→H26：3.38億円→H27:4.39億円）	・ユズに続く新たな品目の輸出振興の強化が必要 ・輸出額が高い市場には、主要品目をメインに、賞味会等を実施して、輸出の量的拡大を目指すことが必要 ・市場の成長や販路開拓が見込める市場には、展示会出展や商談会の開催、インバウンドとの連携等により、販路開拓にチャレンジすることが必要
2	品目別の輸出拡大	・本県に強みのあるユズを売り込むため、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 ・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） ・まとまりのある園芸産地の育成支援 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。 ⇒学び教えあう場 H23：181カ所(参加農家数:4,473人) → H28：608カ所(参加農家数:4,184人) ・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%） ・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]沖縄大交易会、シンガポールJF全漁連「わだつみ」 [次年度出展等を見据えた現地調査]香港、ベトナム、台湾、インド、マレーシア ・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 ・品質保持試験 ⇒工業技術センターと連携して、養殖ブリの輸送時間の経過に伴う品質低下を防ぐための技術試験を実施 ・シンガポールでのテストマーケティング等を実施し、新たな品目の掘り起こしを実施	・高知産ユズのさらなる認知度向上と、ユズ加工品の販路拡大につなげることが必要 ・ユズ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 ・欧州等における土佐酒の認知度向上、各社の商品特性や戦略に応じた海外市場の選定、安定した商流の確保が必要 ・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 ・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、貿易促進コーディネーターを増員して、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→H27：68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組が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:3.38億円	H27:4.39億円	9億円	12億円	17億円
H26:49社	H27:68社	100社	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【外商27】◆有望(安定)市場での展開(H29拡充)	○	○			
【外商28】◆新興(チャレンジ)市場での展開(H29拡充)	○	○			
【外商29】◆ユズの輸出拡大	○	○			
(再掲)【農11】◆ユズの生産振興	○	○			
【外商30】◆土佐酒の輸出拡大	○	○			
(再掲)【農14】◆酒米の生産振興(H29拡充)	○	○			
(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31】◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし	○	○			
【外商32】◆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27】 ◆有望（安定）市場での展開（H29拡充）	さらなる輸出拡大のため、輸出額10,000千円以上（H26年は7カ国）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.533）	有望市場への食料品輸出額	7カ国253百万円 （H26） ↓ 9カ国348百万円 （H27） ↓ 10カ国以上5億円
【外商28】 ◆新興（チャレンジ）市場での展開（H29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.533）	新興市場への食料品輸出額	－（H26） ↓ 2カ国9百万円（H27） ↓ 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）

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）

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29】 ◆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組を行う ⇒別図＜外02＞参照（p.532）	ユズの輸出額	1億3千万円（H26） ↓ 1億56百万円（H27） ↓ 2億円
（再掲）【農11】 ◆ユズの生産振興	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	ユズの生産量	10,422t （H25～26年平均） ↓ 13,088t （H27～28年平均） ↓ 13,100t （H30～H31年平均）
【外商30】 ◆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組を行う ⇒別図＜外02＞参照（p.532）	土佐酒の輸出額	1億円（H26） ↓ 1億4千万円（H27） ↓ 2億円

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	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（安定供給の仕組つくり等）

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

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）

◆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14】 ◆酒米の生産振興(H29拡充)	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 ②酒造好適米 1,2等比率	①(ア)酒造好適米 50ha(H27) ↓ 54ha(H28) ↓ 80ha (イ)酒造適性米 75ha(H27) ↓ 75ha(H28) ↓ 82ha ② 54%(H26) ↓ 65%(H28) ↓ 80%以上
(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	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 ⇒別図＜水06＞参照(p.325)	国際見本市への出展	ー(H27) ↓ 1回(H28) ↓ 3回
【外商31】 ◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし	ユズ、日本酒に次ぐ輸出基幹品目の輸出促進のための取組を行う ⇒別図＜外02＞参照(p.532)	新たに力を入れて取り組む品目数	1品目(H26) ↓ 2品目(H27) ↓ 3品目

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

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

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32】 ◆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.532）	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） ↓ 12回（H28） ↓ 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、H24～27年度の累計で165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
		・食品産業研究会（H21～H27）を立ち上げ、事業者の商品開発のプランづくりをサポートして、有望なプランを総合的に支援 （認定事業化プラン数：35件（累計）） ・H27から関係機関等と連携して企業の個別課題に対応したサポートチームを設置し、各企業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 H27：13件、H28：42件（H29.1末現在） ⇒事業化プランの策定支援 H28：34件（H29.1末現在） ⇒市場対応商品開発等事業費補助金による支援 H27:5件、H28：23件	・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］ H28：12事業者 ・県版HACCP認証取得 ⇒複数の民間企業が、宿毛市への加工施設等の立地に向けて具体的な検討に着手 ⇒HACCPに対応した加工施設の整備を支援するため支援制度を検討 ［認証取得事業者］ H28：4事業者（第1ステージ：2、第2ステージ：1、第3ステージ：1）	・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
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 ・平成21年度から28年度末現在で、延べ63件の工場等の新増設の実績 ・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：53件（H24～H28累計） ●本補助金活用による生産能力増加額：84億円（H24～H28累計） ●本補助金活用による雇用創出数：129人（H24～H28累計）	・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 ・本補助事業の実施により、生産能力の増強や雇用創出において一定の成果が出ているが、さらなる拡大再生産に結び付けるために、今後は事業戦略策定などのソフトへの支援とハードへの支援（設備投資）を組み合わせ、さらには生産性向上を支援する制度への転換が必要

出発点	現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:ー	H27:11億円	43億円	52億円	72億円
H26:ー	H27:6.5億円	20億円	29億円	44億円
H25:173億円	H26:175億円	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
(再掲)【商09】◆工業技術センターの機能強化(H29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(H29新規)	○		○		
【外商33】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(H29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(H29拡充)	○	○	○		○
(再掲)【商34】◆徹底したアフターフォロー			○		
(再掲)【商35】◆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17】◆生産性を高める設備投資への助成			○		

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）
（再掲）【商09】 ◆工業技術センターの機能強化（H29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支援を実施 ⇒別図＜商04＞参照（p.407）	新製品開発数	165アイテム （H24～H27累計） ↓ 38アイテム（H28） ↓ 140アイテム （H28～H31累計）
（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（H29新規）	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.532）	交流会等への参加企業数	－（H29.4） ↓ －（H29.4） ↓ 年間200社以上
【外商33】 ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化（H29拡充）	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.532）	①事業者等の事業化プランの策定支援件数 ② ①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	① －（H28） ↓ 36件（H28末） ↓ 200件 （H28～H31累計） ②－（H29.4） ↓ －（H29.4） ↓ 10件 （H28～H31累計）

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

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・団体への商品開発等支援
・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

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)高知県地産外商公社、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、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(3～5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

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）
（再掲）【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	－（H27） ↓ 12 社(H28) ↓ 16社
（再掲）【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(H29拡充)	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 ⇒別図＜水04＞参照（p.323）	HACCP導入のための専門家による指導回数	－(H27) ↓ －(H27) ↓ 9回

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	2　高度加工ビジネスへのステップアップ

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）
（再掲）【商34】 ◆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） ↓ 8件（H28） ↓ 40件 （H28～H31累計）
（再掲）【商35】 ◆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） ↓ 8件（H28） ↓ 40件 （H28～H31累計）
（再掲）【商17】 ◆生産性を高める設備投資への助成	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01＞参照（p.404）	①設備投資助成による県内企業の生産能力増加額	①16.1億円 （H24～H27累計） ↓ 67.9億円（H28） ↓ 134億円 （H28～H31累計）
		②設備投資助成への申請件数	②38件 （H24 ～27累計） ↓ 15件（H28） ↓ 96件 （H28～H31累計）
		③設備投資助成による雇用創出数	③102人 （H24～H27累計） ↓ 37人（H28） ↓ 120人 （H28～H31累計）

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	3　企業の設備投資支援の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

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

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

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 （ジャガイモ、ダイコン、ニンジンの3品目） ⇒産地化に向けたセミナーの開催、先進地視察の実施	・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 ・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[H28実績見込み含む]） ※産振総合補助金　232件　37.4億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー453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）：197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） H27：約52.6億円	・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
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	・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が必要

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
【外商34】◆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11】◆地域アクションプランの実行支援	○	○	○		
(再掲)【商31】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(H29拡充)			○		

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】 ◆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	－（H28） ↓ －（H28） ↓ 100名
（再掲）【外商11】 ◆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） ↓ 207人（H28） ↓ 600人（H28～H31累計） ②36.4億円（H26） ↓ 52.6億円（H27） ↓ 59.7億円 （H31）

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

市場調査・マーケット分析

各品目の試験栽培、試験出荷・販売

加工業務用野菜の産地化（県内各地域での生産者の確保、品目の拡大）

中間事業者の検討・設立（既存事業者の活用を含む）

加工設備の拡充、新たな加工場の立地への取り組み、販路拡大

県：JAグループ、流通事業者と協働して部会（運営部会、作業部会）を設置し、継続的に協議しながらプロジェクトを推進
（産業振興推進部、農業振興部、JAグループ、流通事業者、他関係団体）

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

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）
（再掲）【商31】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の推進(H29拡充)	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 ⇒別図＜商08＞参照（p.411）	立地決定件数（食品分野を含む）	50件 （H24～H27累計） ↓ 8件（H28） ↓ 40件 （H28～H31累計）

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	2　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）

食品加工の総合支援

＜外01＞

目的　食品ビジネスまるごと応援事業を強化し、あわせてマーケットイン情報や工業技術センターの食品加工高度化支援機能、食のプラットホーム等を活用して、事業者に対し事業の積極的な活用を働きかけ、新商品開発や生産管理の高度化等を一層促進し、食品産業のさらなる飛躍につなげる。

食品ビジネスまるごと応援事業の積極活用に向けた食品事業者へのアクティブな働きかけ

Ⅰ　マーケットイン情報

○地産外商公社の活動で得たバイヤー等からのアドバイス
○展示商談会出展審査会審査員からのアドバイス
○小売・業務用商品相談会での専門家からのアドバイス　　等

アドバイスをカルテ化し働きかけ（地産外商公社、県）

相談会の活用
展示会への出展

拡　Ⅱ　工業技術センター（食品加工高度化支援拠点）

○技術支援機能の強化
○既に支援している事業者への支援の継続と、新たに技術支援を行う事業者の掘り起こし

技術支援事業者への働きかけ（工業技術センター）

食品加工機器の利用

技術的支援

新　Ⅲ　食のプラットホーム

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
○事業者ニーズの継続的な把握
○事業者のレベルアップにつながるセミナー、学習会の開催
○課題解決に向けたネットワークづくりを促進する交流会の開催

ニーズをカルテ化し働きかけ（プラットホーム、県）

プラットホームへの参加
ネットワークの活用

Ⅳ　関係機関・団体

産業振興推進地域本部、産業振興センター（事業戦略）、市町村、商工会（経営計画）等

各機関等の取組を通じた働きかけ

相　談

食品事業者

活用

拡　食品ビジネスまるごと応援事業

1　商品開発・改良への支援

試作品開発や商品パッケージ開発など新商品の開発や商品改良を支援するとともに、展示会出展など販売促進活動を支援

拡　2　生産管理高度化支援

HACCP手法の導入（県版HACCP認証の取得）や、導入後のHACCPによる生産管理の定着、さらなるレベルアップを支援

新　3　地域外商力の向上支援

地域において商社的機能を果たす事業者の自立的な外商活動を支援

サポートチームによる支援

step1　マーケットイン情報や事業者ニーズ等を踏まえるほか、事業者への直接ヒアリングを実施し、現状や課題を整理・分析

step2　事業者の課題に応じた支援スキーム及びサポートチームの編成メンバーを決定

step3　サポートチームを編成し、事業化プランの策定・実行を一貫支援

＜サポートチームメンバー（案件に応じ適切なメンバーを選択して編成）＞
県関係課（地産地消・外商課、工業振興課、産地・流通支援課、水産流通課 等）、地産外商公社（外商全般）、工業技術センター（技術開発支援）、産業振興センター（事業・企業間のマッチング）、商工会・商工会議所（経営改善）、専門アドバイザー（商品づくり、デザイン、販路）　etc

NEW　食品産業総合支援事業費補助金

商品開発・改良	試作品製作費、商品パッケージ製作費、販促物製作費、展示会出展料、展示会用資材の運搬費・借上料、商品開発のためのアドバイス料、菌検査料 等
生産管理高度化	施設改修の衛生コンサル料、機器整備費、国際衛生基準認証取得 等
地域外商力向上	地域の商社的機能を果たす事業者が企画する県内外での商談会等開催費

食品輸出の取り組みと新たな輸出振興の推進体制

＜外02＞

輸出戦略 第３期産業振興計画 （H28.4.1～ H32.3.31）	1　国・地域別の特性等に応じた販路開拓・拡大を実施 2　輸出基幹品目「ユズ」「土佐酒」「水産物」の強化 3　貿易に取り組む企業の掘り起こしとステージに応じたサポート
強化のポイント	Point 1　**台湾活動支援拠点の強化**（台湾オフィスの設置） Point 2　**高知県貿易推進統括アドバイザーの活用、輸出振興監の配置** Point 3　ＨＡＣＣＰに加えて**「米国食品安全強化法」対応**の取り組みを支援

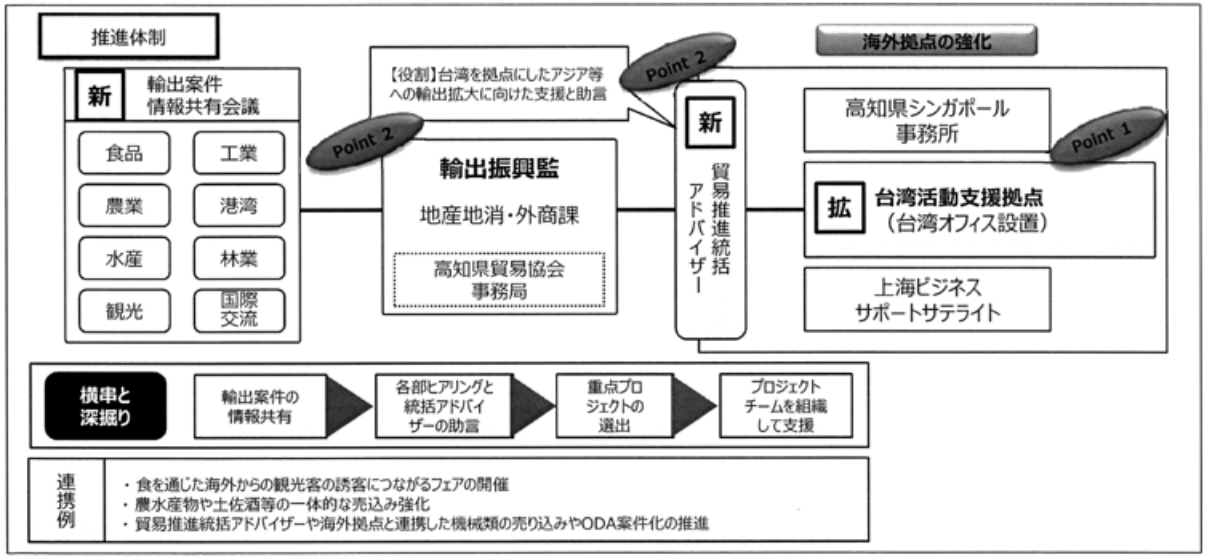
4年後(H31)の目標

◇**食料品輸出額 ： ９億円**
（H27年実績： ４.39億円）
※H21年から8.6倍に拡大

◇**貿易に取り組む企業：100社**
（Ｈ28年12月末：73社）

戦略１：国・地域別の特性に応じた販路開拓・拡大 ／ 戦略２：輸出基幹品目の強化

ユズ	土佐酒	水産物	加工食品	農産物
KOCHI YUZUのブランド化へ 欧州等で「KOCHI YUZU」の商標権を活かしたプロモーション ↓ ◆ANUGA 2017（ドイツ）出展(H29.10) ◆著名なシェフとのコラボ（シンガポール）	**土佐酒の認知度向上へ** ロンドンでの評価をさらに深めるとともにアジアにもその評価を展開 ↓ ◆ロンドンでのプロモーション継続 ◆アジアでの試飲会	**本格的な販路開拓へ** 水産振興部と連携し、商流の確保や販路先の拡大 ↓ ◆シンガポールの飲食店でのフェア ◆これまでの活動で築いた商社等とのネットワークを活用した取り組み ◆FOODEXPO（香港）出展(H29.8)	**新たな市場の開拓へ** 関係機関と連携した取り組み強化 ↓ ◆THAIFEX（タイ）出展(H29.5) ◆四国4県ベトナム販路開拓等	**ユズに続く品目の掘り起しへ** 農業振興部と連携し、認知度向上やニーズ把握 ↓ ◆シンガポールの飲食店でのフェア（再掲） ◆ユズで築いた商社やシェフとのネットワークを活用した取り組み



戦略３：企業の掘り起こしとステージに応じたサポート

＜STEP３：専門家の活用による企業支援＞

Point 2
新 **高知県貿易推進統括アドバイザーにより、海外販路開拓をサポート**

Point 3
新 **米国食品安全強化法（ＦＳＭＡ）の対応を行う事業者にアドバイザーを派遣等**
（平成28年9月から同法が施行され食品安全計画の策定等が義務化。従業員500人未満の企業は1年間の猶予がある。）

◆ 貿易促進コーディネーターによる継続した企業支援

＜STEP２：各機関と連携した商談会の開催等＞

◆ 高知県地産外商公社との連携による東京、大阪での商談会の開催
◆ 商社や海外バイヤーを招聘した商談会の開催
◆ 新輸出大国コンソーシアムの枠組みを活用した各企業の案件に応じた支援（コンソーシアムメンバー：ジェトロ、県、農政局、貿易協会、JICA、金融機関、商工会議所等）

＜STEP１：セミナーの開催、掘り起こし＞

◆ ジェトロ、ココプラとの連携による貿易講座（入門編、基礎編）の開催
◆ ジェトロオンライン貿易講座の受講料の半額補助（1/2補助、上限20万円）
◆ 企業訪問による貿易に取り組む企業の掘り起こし

企業のステージに応じたサポート

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、人口減少により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2期産業振興計画において、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、平成27年度の目標である県外からの移住者500組（H23：120組→H27：518組）を達成するとともに、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おります。

平成28年度からスタートした第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

・高知家プロモーションと徹底的に連携した移住PR　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

・求人ニーズのある事業体等を巡るツアーの実施

・求人のある県内企業が参加した「高知暮らしフェア」の開催

・都市部（東京、大阪）での起業希望者向けの研修の実施　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」

・「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の展開

・「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

その結果、平成29年1月末時点の移住実績が、前年同期より3割以上多い543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.2の取り組み

第3期計画ver.2では、子育て世代やアウトドアに関心のある層などに対する広報機会を充実させるなど、新規の相談者の増加に向けた取り組みを強化するほか、相談者の関心事に応じた体験ツアーを実施するなど、相談や体験の機会を増やしていきます。

また、様々な人材ニーズを集約したデータベースを整備した上で、都市部の人材に向けて一元的に情報発信していく仕組みを構築します。

さらに、こうした取り組みの効果を最大限に発揮していくため、人材ニーズの集約、都市部への情報発信、移住相談やUIターン就職相談、中核人材の確保などを一体的に行う体制や、都市部人材と各産業分野の人材ニーズをスムーズにマッチングを進めるための機能を強化します。

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⇒

基本となる取り組み <平成２５年度～>

Point　移住に至るまでを５段階に分け、取り組みを展開！

Point　５段階のプロセスをベースにＰＤＣＡにより毎年進化！

成
移住者
年間5

「移住・交流情報ガーデン」「全国移住ナビ」の開設（H27～）【国】

最大限活用

「高知家」プロモーション

高知県を知らない？方々
高知を知って・好きになってもらう　ステップ 1

高知ファン
移住に関心を持ってもらう　ステップ 2

「高知家で暮らす。」HPを見てもらう!!
移住に向けた主体的な行動に移ってもらう　ステップ 3

KIPの設立（H26）
民間の移住支援団体のネットワーク形成
（高知家移住促進プロジェクト（ＫＩＰ）の設立）

県の相談窓口を拡大
移住・交流コンシェルジュ：H25：6名⇒H26:9名
⇒H27～:10名
・東京相談窓口の開設
（まるごと高知（H26～）
ふるさと回帰支援センター（H27～））
・大阪出張相談の開始（H26～）

移住に関して、地域や仕事などのご希望をお聞かせください！

「高知家で暮らす。」HPで「仕事」「住む場所」「先輩移住者の声」の情報提供

移住・交流コンシェルジュ
移住について真剣に考えてもらう　ステップ 4

人財誘致の取り組みを開始(H26～)
県と協定を締結した民間人材ビジネス事業者と連携

移住者向け住宅確保
市町村による空き家の中間保有の促進等（H26～）

専門相談員

市町村専門相談員
26市町村37人（H27）
⇒29市町村45人
（H29.1）

高知に安心して住み続けてもらう　ステップ 5

地域移住サポーター
17市町村101人
（H29.1）

地域移住サポーター　定　住

ALL高知家で連携

各産業分野

●各産業分野の中核人材や担い手確保対策、起業支援策と連携強化

農業
・就農コンシェルジュ H27～
・農業担い手育成センター
・農地中間管理機構

林業
・林業学校 H27～
・小規模林業推進協議会
・林業労働力確保センター

水産業
・漁業就業アドバイザー

商工業
・事業承継・人材確保センター　H27～

福祉
・福祉人材センター

中山間地域
・地域おこし協力隊

開イメージ　～移住者と一緒に創る元気な地域～

現状（H27）:518組⇒4年後（H31）:1,000組

果
数
００組

第３期計画における強化策＜平成２８年度～＞
基本となる取り組みに加え、"移住者倍増"を目指して、以下の"３つの視点"により戦略を強化

H31目標
移住者数
年間1000組

1 リーチ（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

■ 高知家プロモーションと徹底的に連携した移住ＰＲ　■ 「高知家で暮らす。」ポータルサイトの魅力向上

拡 **発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ**

○ ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開

拡 **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**

拡 **Uターンを促進するための県内向け広報の強化及び人材ビジネス会社登録者への情報発信**

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

拡 **「高知家で暮らし隊」会員制度の魅力向上と登録ページへの誘導の強化（WEB広告、スマホ版登録ページの開設、市町村限定特典の追加）**

拡 **県内での就業体験機会の提供と支援（ふるさとワーキングホリデー、企業訪問・短期インターンシップの支援）**

拡 **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（暮らし体感ツアー、市町村ツアー等）**

○ 各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進

新 **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**

■ 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

■ 求人ニーズのある事業体を巡るツアー等の実施

拡 **「産地提案型」による農業の担い手確保**

拡 **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**

新 **都市部で高知の林業を学ぶ「フォレストスクール」の開催**

○ 都市部の人材・起業家の誘致

■ 都市部での起業希望者向けの研修の実施

■ 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

3 ゲートウェイ（受け皿）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

新 **高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開**

拡 **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**

■ 「高知家生涯活躍のまち」（高知版ＣＣＲＣ）の取り組みの推進

○ 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

連携テーマ《移住促進による地

分野の目指す姿	移住者と
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（H27）：518組→4年後（H31）

戦略強化に向けた３つの視点

リーチ（届く範囲）を広げる！

アクテ

戦略の柱	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　移住 ても
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	関心から 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　→　㉛：670,000件	移住相 ㉖：3, 「高知家 ㉖：1,
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** **2　（潜在層への）情報発信の大幅拡大** **◆潜在層の取り込みの強化**	**1　（高知ファンへの）アプローチの強化** **◆独自性の高い移住情報の発信** **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** **・発信素材の継続的な発掘と発信法方の磨き上げ** **・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及び人材ビジネス会社登録者への情報発信** **◆新たなエリアでの人材ルートの開拓**	**1　新規** **◆［拡** **・「高** **上と** **・県内** **・ター** **住体** **2　各分** **人財** **◆［拡充** **ローチ** **・様々** **よる** 各産業 ◆［新 ◆［拡 （再掲 ◆［拡 ◆［拡 （再掲 **3　都市** **◆起業** **材の**

域と経済の活性化》の体系図

:一緒に創る元気な地域

):1,000組

ィブに働きかける！ | ゲートウェイ（受け皿）を広げる！

に向けた主体的な行動に移っらう	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 458人　→　㉛:6,700人 で暮らし隊」会員新規登録者数 398 人　→　㉛:2,700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
相談者の獲得対策の強化 充]相談機会の拡大 知家で暮らし隊」会員制度の魅力向 登録ページの誘導 内での就業体験機会の提供と支援 ーゲットや移住検討熱度に応じた移 験ツアー等の実施 野の担い手確保策との連携による 誘致の促進]人財誘致の促進に向けたアプ の強化 々な人材ニーズの顕在化・集約化に 都市部人材とのマッチング強化	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 ◆全県的な移住支援ネットワークの構築 ◆[拡充]「仕事」と「住まい」の確保策の強化 ・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	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
業分野の取り組み[新規・拡充項目] 規]首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築【商工業】(再掲) 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】) 充] 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) 充] 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】)		
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 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》
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%→H27:36%	・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%	H27:36%	H31:35%	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【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	H27:7,600件	H32:11,000件	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住02】◆潜在層の取り込みの強化					○

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） ↓ 9,951件（H27） ↓ 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	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） ↓ 5回（H28） ↓ 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、県地産地消・外商課、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、県地産地消・外商課、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し連携した移住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

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→H26：429,236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	H27:525,243件	H31:670,000件	―	―

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住03】◆独自性の高い移住情報の発信					○

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆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	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） ↓ 16,381件（H27） ↓ 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、民間団体等：
・「高知家で暮らす。」での積極的な情報の発信
・東京のアンテナショップ「まるごと高知」に移住相談窓口の開設による高知ファンへの情報提供

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：
・「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や発信方法の磨き上げ

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

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→H26：429,236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	H27:525,243件	H31:670,000件	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【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(H29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（H29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） ↓ 16回（H28） ↓ 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（H28） ↓ 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、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：
・「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方法の磨き上げ
・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、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 「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数

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→H26:3,458人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H26:1,398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→H26:3,458人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H26:1,398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→H26:3,458人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H26:1,398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	H27:3,943人	6,700人	―	―
H26:1,398人	H27:1,112人	2,700人	―	―

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住06】◆相談機会の拡大(H29拡充)					○
【移住07】◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(H29拡充)			○		○
(再掲)【商47】◆U・Iターンと県内就職の促進			○		○
(再掲)【商51】◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし			○	○	○
(再掲)【商58】◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築(H29新規)					○
(再掲)【農39】◆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(H29拡充)			○		○
(再掲)【農40】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		○
(再掲)【林28】◆林業学校における人材育成(H29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(H29拡充)			○		○
(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(H29拡充)	○		○	○	○
(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(H29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) ↓ 628組(H28) ↓ 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(H29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の参加者	一組(H27) ↓ 29組(H28) ↓ 50組
(再掲)【商47】 ◆U・Iターンと県内就職の促進	【U・I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 ⇒別図＜商09＞参照(p.412)	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) ↓ 73人(H28) ↓ 140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	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

県移住促進課、各産業分野、市町村、民間団体:
・東京に移住・交流コンシェルジュを配置し、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熱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、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

UIターンの促進

県商工政策課　:
・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

◆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51】 ◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし	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 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	①新規求職登録者数 ②中核人材のマッチング件数	①－ ↓ 399人（H28） ↓ 400人 ②11件（H27） ↓ 56件（H28） ↓ 60件
（再掲）【商58】 ◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築（H29新規）	首都圏の人材や企業とのネットワークを構築し、本県へのU・Iターンや県内企業との事業連携、新たな起業や企業立地等を促進する	ネットワーク登録者数	－（H28） ↓ －（H28） ↓ 300人
（再掲）【農39】 ◆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（H29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	産地提案書の作成市町村数	25市町村（H28.3） ↓ 25市町村 （H28.3） ↓ 34市町村
（再掲）【農40】 ◆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）

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

県産業創造課 ： 首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

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支援

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)
(再掲)【林28】 ◆林業学校における人材育成（H29拡充）	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、平成30年4月には専攻課程を開講し、全国から多くの人材を集め、原木増産に必要なより専門的な人材を育成する ⇒別図＜林07＞参照(p.280)	林業学校研修修了者数(年平均)	ー(H26) ↓ 14人(H27) ↓ 27人

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

林業活動実践者の知識や技術のスキルアップ

県立林業学校短期課程（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）
県森づくり推進課：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

地域の森林を支える高度で専門的な担い手の育成

県立林業学校専攻課程（定員30名）：森林管理、林業技術、木造設計の3コースを設定、将来の林業を支える高度で専門的な人材の育成（研修期間：1年間）

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、林業学校と連携し優秀な人材を確保

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）

高知県立林業大学校の本格開校

県立林業学校：全国から多くの人材が集まる魅力あふれた林業学校の創設、原木増産に必要なより専門的な人材の育成

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(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（H29拡充）	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) ↓ 59人(H27) ↓ 68人

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【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) ↓ 6名(H27) ↓ 6名以上
(再掲)【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) ↓ 304人(H27) ↓ 350人

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

移住関心層へ広く情報提供 → **移住者へ定住支援**

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・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

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

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 → **モデル事業の展開**

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

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

◆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(H29拡充)	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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	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(H28) ↓ 13名
(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	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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	-(H26) ↓ -(H28) ↓ 12名
(再掲)【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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	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) ↓ 9名(H28) ↓ 25名

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、沿岸漁業設備投資促進事業への取組、准組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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、沿岸漁業設備投資促進事業への取組、準組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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

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	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) ↓ 87人(H28) ↓ 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

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→H26:403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	H27:518組	1,000組	ー	ー

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住09】◆相談から移住に繋げるための取り組みの強化(H29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(H29拡充)					○
(再掲)【商47】◆U・Iターンと県内就職の促進			○		○
(再掲)【商51】◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし			○	○	○
(再掲)【商58】◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築(H29新規)					○
(再掲)【農39】◆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(H29拡充)			○		○
(再掲)【農40】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		
(再掲)【林28】◆林業学校における人材育成(H29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(H29拡充)			○		○
(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(H29拡充)	○		○	○	○
(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（H29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） ↓ 13.1%（H27） ↓ 15%
【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、全件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） ↓ 4団体（H28） ↓ 8団体
【移住11】 ◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化（H29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） ↓ 6市町（H28.12） ↓ 34市町村 ②59ヶ所（H26） ↓ 115ヶ所（H27） ↓ 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、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

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、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
・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、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

移住者向けの住宅の確保促進

県移住促進課、県住宅課、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

◆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47】 ◆U・Iターンと県内就職の促進	【U・I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 ⇒別図＜商09＞参照（p.412）	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） ↓ 73人（H28） ↓ 140人
（再掲）【商51】 ◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし	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 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	①新規求職登録者数 ②中核人材のマッチング件数	①－ ↓ 399人(H28) ↓ 400人 ②11件(H27) ↓ 56件(H28) ↓ 60件
（再掲）【商58】 ◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築（H29新規）	首都圏の人材や企業とのネットワークを構築し、本県へのU・Iターンや県内企業との事業連携、新たな起業や企業立地等を促進する	ネットワーク登録者数	－（H28） ↓ －（H28） ↓ 300人
（再掲）【農39】 ◆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（H29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	産地提案書の作成市町村数	25市町村（H28.3） ↓ 25市町村 （H28.3） ↓ 34市町村

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

UIターンの促進

県商工政策課 ：
・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

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

首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

県産業創造課 ： 首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

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支援

◆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40】 ◆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）
（再掲）【林28】 ◆林業学校における人材育成（H29拡充）	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、平成30年4月には専攻課程を開講し、全国から多くの人材を集め、原木増産に必要なより専門的な人材を育成する ⇒別図＜林07＞参照（p.280）	林業学校研修修了者数（年平均）	ー（H26） ↓ 14人（H27） ↓ 27人

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

林業活動実践者の知識や技術のスキルアップ

県立林業学校短期課程（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）
県森づくり推進課：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

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

地域の森林を支える高度で専門的な担い手の育成

県立林業学校専攻課程（定員30名）：森林管理、林業技術、木造設計の3コースを設定、将来の林業を支える高度で専門的な人材の育成（研修期間：1年間）

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、林業学校と連携し優秀な人材を確保

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）

高知県立林業大学校の本格開校

県立林業学校：全国から多くの人材が集まる魅力あふれた林業学校の創設、原木増産に必要なより専門的な人材の育成

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(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（H29拡充）	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) ↓ 59人(H27) ↓ 68人
(再掲)【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) ↓ 6名(H27) ↓ 6名以上

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

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【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) ↓ 304人(H27) ↓ 350人
(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(H29拡充)	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 ⇒別図<水03>参照(p.322)	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(H28) ↓ 13名

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 → **モデル事業の展開**

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

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

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：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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

◆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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	-(H26) ↓ -(H28) ↓ 12名
(再掲)【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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	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) ↓ 9名(H28) ↓ 25名

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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、沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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

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	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→H26：11市町44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%	H27:87%	90%以上	―	―

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【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） ↓ 77人（H27） ↓ 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、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２９年度　移住促進策のバージョンアップ

◇平成３１年度の移住者年間１，０００組の達成、更にはその先を見据えた強化策を展開

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と連動したPR

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。」を通じた情報発信
・フェイスブックを通じたタイムリーな情報発信
・「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供

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・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応
・H28：10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

○県外で高知への移住に協力いただく「移住支援特使」の委嘱（11社31人）

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
○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」の運営
○移住希望者に寄り添うサポートの実施
・移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応（再）
・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　H29.1末:29市町村45人

◆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
・各産業分野の担い手確保の窓口
事業承継・人材確保センター、高知県U・Iターン企業就職等支援センター、福祉人材センター、農業担い手育成センター、林業学校等
○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（県から委嘱）H28:17市町村101人
○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

× 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
・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
・高知家プロモーションと徹底的に連携した移住PR
・関東・関西以外の新たなエリアの開拓
・「高知家で暮らす」ＨＰへのアクセス増加対策（ＷＥＢ広告等）

発信量の増（H27比）
ＷＥＢ広告等　約1.8倍
メディアへの広告等　約2.4倍

2　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策の強化
・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
・マネージャー（求人担当）による、県内企業の求人ニーズの掘り起こし

○各分野の担い手確保策との連携
・「産地提案型」による農業の担い手確保対策の強化
・求人のある県内企業の参加を得た「高知暮らしフェア」の開催
移住に繋がるプロジェクト
・求人ニーズのある事業体を巡るツアー等の実施

○起業家の誘致
・都市部での起業希望者向けの研修の実施拡大（開催場所）H28:東京、大阪
・セミナー参加者と「いなか、ラボ（小さな起業支援）事業」などの起業支援策との連携

3　ゲートウェイを広げる！

○「移住について真剣に考えてもらう」仕掛けの強化
・「高知家生涯活躍のまち」の展開
・市町村の相談窓口による「仕事」の紹介・提案機能の向上
・移住希望者に対して、生活圏としての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
・「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、市町村が行う空き家実態調査への支援）

目標達成に向けた課題

課題1　◆KPI：アクセス数◆ 477,862件（前年同期比124%）

戦略的な情報発信により本県への移住関心を更に高めることが必要

→ ○後発県も、リスティングやＷＥＢ広告に取り組む中、ターゲットに応じた広報を戦略的、かつ継続して雑誌やＷＥＢ等により展開していくことが必要

課題2　◆KPI：相談者数／暮らし隊◆ 新規相談3,209人（前年同期比95%）新規暮らし隊701人（前年同期比73%）

相談者獲得のための取り組み強化が必要（前年同期比で伸び悩み）

→ ○移住に関心を持ってから移住相談に至るまでのステップをつなぐ取り組みの充実が必要。

→ ○バス回しによる機会ロスを低減するため、ワンストップ機能の強化が必要

課題3　（参考）暮らし隊から就職登録への誘導　220件／年　移住検討が進まない方の理由…仕事（約２割）

移住相談者をスムーズに移住に繋ぐための県の体制の充実が必要

→ ○「移住」と「就職」の支援機関の連携を更に高めることが必要

→ ○中長期的な視点でスタッフの人材育成を図ることが必要

課題4　◆KPI：移住者数◆ 543組799人（前年同期比135%）

地域の受入体制のレベルアップを図るため、県と市町村、民間とのもう一段の連携強化が必要

→ ○市町村の相談員のスキルアップや市町村、民間団体等との更なる連携が必要

課題5

移住のハードルを下げる仕掛けと1,000組に対応する住宅の確保が必要

Ｈ２９バージョンアップ

リーチを広げる！ Point

1　新規相談者の獲得（暮らし隊会員含む）に向けた取り組みの強化

●新たな層へのリーチを強化
◆発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ
◆ターゲット別の戦略的アプローチの展開

●新規相談者の獲得対策
◆ポータルサイトの機能向上
◆様々な体験・相談機会の提供
◆利用者目線に立った体制や仕組みの強化

アクティブに働きかける！ Point

2　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

潜在的な人材ニーズの顕在化・集約化を行うとともに、「移住」「ＵＩターン就職」「中核人材確保」の業務を一体的に展開

●人材ニーズの顕在化・集約化させるための取り組みの強化
●集約した人材ニーズを一元的に情報提供するための仕組みの構築
●登録制度の一元化による囲い込みの強化
●「移住」「ＵＩターン就職」「中核人材」の相談窓口の一本化によるマッチング機能の強化

ゲートウェイを広げる！ Point

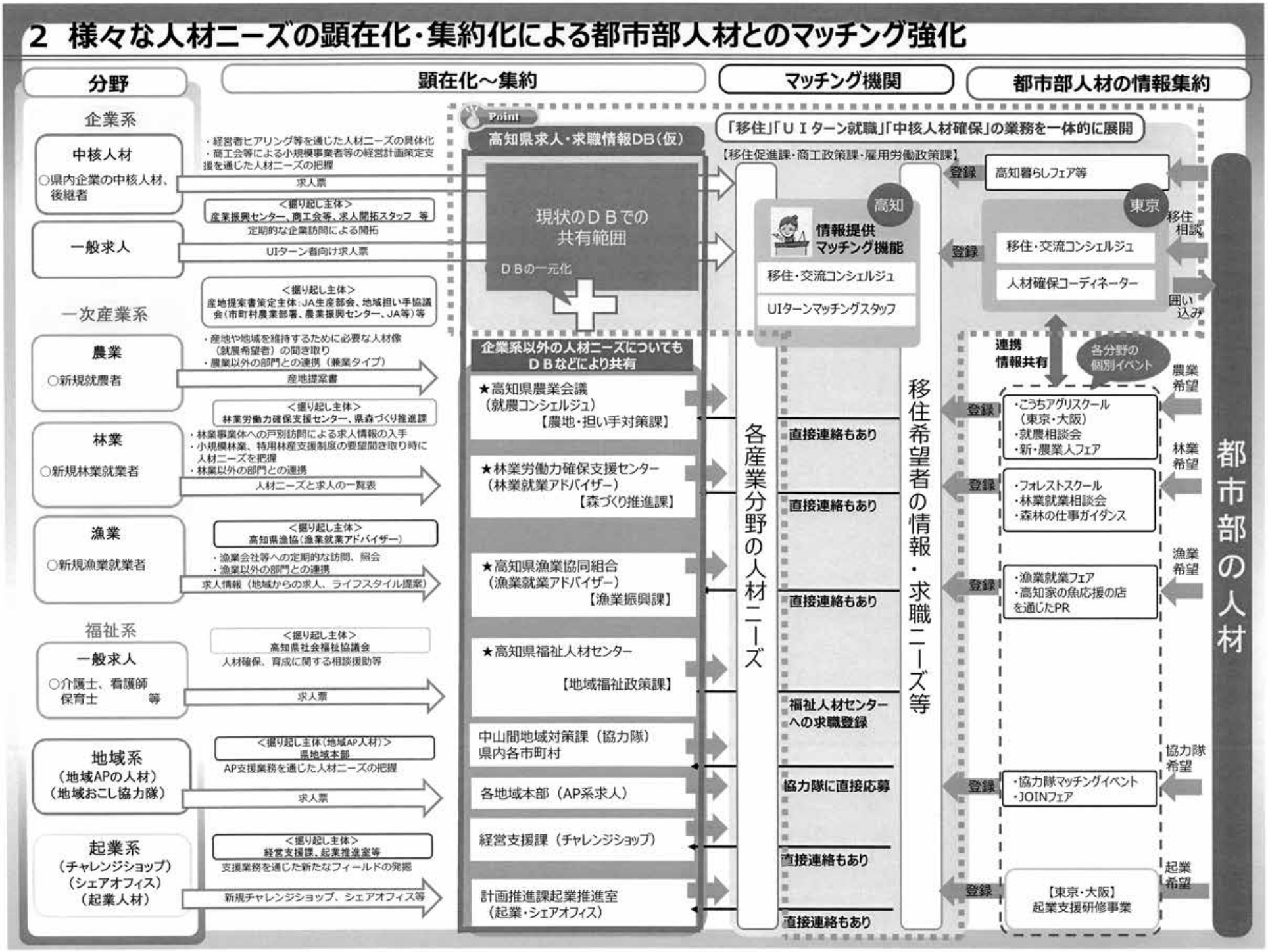
3　移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保対策の強化

●高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
●「高知家生涯活躍のまち」（高知版ＣＣＲＣ）の取り組みの推進
●空き家調査から改修（耐震含む）までの支援による「安全な住まい」の確保を強化

1 新規移住相談者の獲得（暮らし隊会員含む）に向けた取り組みの強化

移住のステップ	現在の主な取り組み及びＫＰＩの現状	新規相談者獲得に向けた課題等	平成29年度のバージョンアップ
Step 1 **認知**（高知を知る）	●高知家プロモーションによる情報発信 ◆KPI：高知家の認知度◆ 27%（H28.9中間調査時点） 順調	Point 入口対策 ①新たな層へのリーチを強化 「ステップ１」から「ステップ２」をさらにボリュームアップさせるため、「自然が豊富、女性が活躍」といった本県の強みや特色を活かし、高知ファンや移住関心層以外の取り込みを図る必要	情報発信の工夫 拡 発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ 拡 ターゲット別の戦略的アプローチの展開 ●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報の展開 ターゲット：Uターン、仕事、地域活性、いなか暮らし NEW 子育て、学ぶ欲求の高い都市部人材、アウトドア など 新 田舎暮らしに憧れつつ不安もある人への「二段階移住」という選択肢の打ち出し
相互に効果を発揮			アクセス数等のボリュームアップにより潜在的な移住相談者を増やす！
Step 2 **関心**（高知に関心）（移住に興味）	●メディアへの広告等 ●移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」へのアクセス増加対策 ●「高知家で暮らす。」やＳＮＳ等での情報発信 「高知家で暮らす。」ホームページ ◆KPI：アクセス数◆ 477,862件（前年同期比124%） 順調	Point ステップアップ対策 ②新規相談者の獲得対策 「ステップ２」から「ステップ３」への移行が思わしくない（ステップ２とステップ３の「段差」が思いのほか大きい）ため、間を埋める取り組みが必要	ポータルサイトの機能向上等 ポータル内で閲覧者の動機に沿った機能向上を行い、移住関心を高める 拡 ・ポータルサイト利用者の検索動機に即した導線への改良 ・地図表示機能の強化（ポータル全般で地図表示へのアクセスを改善） （仕事優先の人）：仕事を探す→分野別→求人事業所の所在地→周辺の住居→教育・医療環境など （住まい優先の人）：住まいを探す→物件情報→周辺の求人事業所→教育・医療環境 など
Step 3 **行動**（移住相談等）	●「移住・交流コンシェルジュ」による相談対応（窓口：東京、高知） ●県外での移住相談会の開催（東京、大阪、名古屋） ◆KPI：相談者数◆ 相談3,209人（前年同期比95%） 暮らし隊701人（前年同期比73%） 課題あり	要因1 「仕事、住まい、地域（市町村）」など関心毎を中心にポータルサイトを構成しているが、それぞれが密接に関連しあってないため、全体像がイメージしにくい 要因2 特に決意も固まっていない移住関心の初期段階では、「この程度では相談するに足らないのではないか、相談するとレールに乗ってしまうのではないか」という躊躇がある 要因3 移住相談と就職相談それぞれが窓口を設置し、オンライン登録も行っているため、利用者にとって分かりにくさや煩雑さがある	様々な体験・相談機会の提供 「決意」が無くても気軽に参加できるイベント（ツアー、相談会）を用意する ・移住ポータルでの観光商品（グリーンツー、体験交流プログラム）の紹介 拡 ・リーチしたターゲット層の関心事に対応した体験ツアーの実施 例：高知の子育て、活躍する女性たち、ワークライフバランス（仕事×アウトドア） ・相談会の告知において、スタッフから声掛けされずにゆっくりと静かに見て回れる用意がある旨の打ち出し（「サイレントタグ」着用） 拡 ・身近な場所で相談ができる機会をつくるため、東京、大阪、名古屋に加え、埼玉、横浜、神戸等での相談会を開催（ポータルへのアクセス元上位などから最終選定）
Step 4 **移住**	●市町村の受入体制（相談員配置等） ●移住者向け住宅の確保対策 ◆KPI：移住者数◆ 543組799人（前年同期比135%） 順調		利用者目線に立った体制や仕組みの強化 間口を広く設けるとともに、機能面の改善や魅力向上を図る 新 ・「移住」「ＵＩターン就職」「中核人材」の相談窓口の一本化 拡 ・ＷＥＢでの会員登録への誘導強化 →ポータルへの再訪問を促すＷＥＢ広告や、スマートフォン版登録ページ開設等 ・市町村限定の「暮らし隊会員特典」の追加による魅力向上
Step 5 **定住**	●移住者交流会、地域移住サポーター ◆KPI：定着率◆ 87%（H27調査結果） 順調		

2 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



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

本県産業を着実に振興していくためには、各々の産業分野や地域で中核となり産業を支えていくことができる人材が必要となります。

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。また、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。

このように、「担い手を育成・確保」するということは、将来に続く拡大再生産を可能とし、また動機づけるものであることから、「時間軸的な拡大再生産」を推進するものであると言えます。

このため、第3期計画では、「拡大再生産策」の一つとして取り組みを大幅に強化しています。

これまでの取り組みによって、たとえば農業分野の新規就業者数は増加傾向にあるものの、各産業分野の担い手全体として見ると、依然として減少している状況となっています。また、産業振興計画の取り組み等を通じて、新たな「働く場」が数多く創出されてきたこと等もあって、本県の有効求人倍率は1倍を超えて推移する等、雇用環境が改善してきましたが、これにより人手不足感が強くなってきています。全国も同様に人手不足が発生しており、人材を定着・確保できるかどうかが企業誘致の決め手にもなるという状況になっています。

②第3期計画ver.2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」「2 移住施策とも連携した県内外での担い手確保対策」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

まず、戦略の柱1の「本県産業を担う人材の育成」では、担い手となる人を県内で育てるため、様々な学びの機会を提供します。

具体的には、義務教育等における産業人材の基礎づくりを行うとともに、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、観光創生塾、平成27年度からスタートした、地域主体の人材育成を支援する制度（地域の頑張る人づくり事業）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、新規高卒者の離職防止対策や従業員の定着対策など、人手不足の影響を緩和する取り組みも進めます。

柱2　移住施策とも連携した県内外での担い手確保対策

次に、戦略の柱2の「移住施策とも連携した県内外での担い手確保対策」では、担い手となる人を県内外で探し、様々な施策によって人と仕事のマッチングを図ります。

具体的には、県内企業の中核人材を確保するため、事業承継・人材確保センターにおいて、平成27年12月に東京に配置した求職コーディネーターも最大限活用しながら、県出身の大学生のほか移住や転職の希望者に対して、様々な方法でアプローチし、マッチングの拡大を図ります。

また、第一次産業の担い手については、産地提案型の農業の担い手確保策や林業大学校の取り組みなどをさらに強化し、さらなる育成・確保を図っていきます。

さらに、各分野の人材ニーズをタイムリーに集約し、移住希望者とのマッチングを速やかに進めていくために、様々な人材ニーズを集約したデータベースを整備したうえで、都市部の人材に向けて一元的に情報発信していく仕組みを構築するなど、移住促進策と各分野の担い手確保対策との連携を図りながら取り組みを進めます。

連携テーマ《担い手の育成・確保》の展開イメージ　～後継

◆ 柱１　本県産業を担う人材の育成

土佐まるごとビジネスアカデミー

＜土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）＞
- 拡 ビジネス研修（アカデミー）として学ぶべき分野・科目体系を整理し、分野ごとに監修講師を配置することで、より一体感のある講義内容にチェンジ
- 拡 「経営戦略コース」の充実
- 新 ビジネストレンドセミナー、事業戦略別セミナー、IoT推進セミナー等を新設　等

連携

＜地域の頑張
- ○ 地域の産業
牽引する意

拡 コンテンツ人材の育成

アプリ開発分野

拡 基礎技術編（アプリ開発）
・オンライン学習サービス（E-ラーニング）を活用したプログラミング等の基礎技 術講座の開催

Tosa Marugoto Business Academy

拡 応用編（アプリ開発）
・県内企業から派遣されたﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄﾏﾈｰｼﾞｬｰと受講者によるｸﾞﾙｰﾌﾟ開発
・参加者の拡大（定員20名→30名）等

拡 サテプラ（サテラ

◆ 柱２　移住施策とも連携した県内外での担い手確保対策

ターゲット

移住者
- 高知ファン
- 移住関心層
- 人財

H31の目標

移住組数
目標（H28）650組
現状（H29.1）543組
前年同期比　+135%

◆移住者倍増に向け、“3つの戦略”に基づき対策を実施！

県外からの移住者数
1000組

（１）移住

戦略1　リーチ（届く範囲）を広げる！　=“情報発信を大幅強化し
- 拡 本県の魅力を発信する素材の継続的な発掘と発信方法
- 拡 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広告等の展開

戦略3　ゲートウェイ（受け皿）を広げる！=“ハードルを下げる仕
- 新 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
- 拡 空き家調査から耐震を含む改修までを一連で支援

「移住」「UIターン就職」「中核人材確保」の業務を一体的

ターゲット

県出身
県外大学生
等

H31の目標

Uﾀｰﾝ就職率
現状（H28.3）
16.4%・334人
前年比　+0.5%・+1人

Uターン就職率30%

（２）U・Iターン就職の促

戦略　学生に確実に情報が届く仕組みの構築！
- ○ Uﾀｰﾝ就職ｻﾎﾟｰﾄｶﾞｲﾄﾞの作成・配布等による保護者等へ
- ○ 県内企業と大学との情報交換会
- ○ Uﾀｰﾝ就職支援ｾﾐﾅｰの開催
- ○ 学生向け情報サイトによる企業・就職情報等の発信
- ○ 奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保
- ○ 大学生等へのｲﾝﾀｰﾝｼｯﾌﾟ受入企業情報等の提供

者や担い手を育成・確保し、取り組みを継承・発展させる～

張る人づくり事業＞

業振興や地域振興の取り組みを
意欲ある担い手の育成を支援

イトプラットフォーム）

土佐MBA講義の受信
・市町村や経済団体等と連携して実施
・受講者同士の出会いと交流の促進
・配信状況の安定化
・ネット受講の年間視聴

ココプラ

＜土佐の観光創生塾＞
○ 事業者の旅行商品造成力の一層の向上と販売力の強化
○ 受講者の連携による地域観光クラスター化の促進
○ 受講者のニーズに応じた専門家の派遣　等

＜発達段階に応じたキャリア教育等の実施＞
○ 小中学校キャリア教育充実プランの推進
○ 高校生の県内企業におけるインターンシップの推進
○ 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+）　等

＜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 新規高卒者の離職防止対策（各種セミナーの開催）
新 従業員の定着対策（経営計画の策定、労働環境の整備）　等

中核人材・担い手として活躍、事業の承継

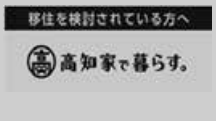
住（人財誘致）の促進、（3）中核人材の確保

、ターゲット別に戦略を展開”

の磨き上げ
のある媒体での

掛けづくりと住宅確保策強化”

推進



に展開

進

の情報提供

等

戦略2　**アクティブに働きかける！**＝“各産業分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進“

拡 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
・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する仕組みの構築
・様々な人材ニーズを集約したデータベースを整備し、都市部の人材に向けて一元的に情報発信していく仕組みの構築
拡 新規相談者の獲得対策
・「高知家で暮らし隊」会員制度の魅力向上と登録ページへの誘導強化
・県内での就業体験機会の提供と支援（ふるさとワーキングホリデー等）
○ 都市部の人材・起業家の誘致促進

連携

人材ニーズＤＢの一元化

（4）各産業分野の担い手育成・確保策

【農　業】拡 産地提案型担い手確保対策の推進
新 女性を対象とした農業講座「はちきん農業大学」の開催
新 地域間で労働力を補完しあう県域での仕組みの構築
【林　業】拡 林業大学校の充実・強化（H27：短期課程・基礎課程、H30：専攻課程開講）
新 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】拡 長期・短期研修、漁業就業セミナーの実施（家族での漁村生活体験）
新 担い手育成団体（法人等）の漁業就業フェア等への参加促進
新 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】○ 事業承継・人材確保センターによる中核人材のマッチング支援
新 [コンテンツ]首都圏の人材・企業とのネットワークの構築　等

事業戦略の策定による人材ニーズの明確化・顕在化

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

戦略の方向性

担い手となる人を県内で育てる

取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」

（1）発達段階に応じたキャリア教育等の実施
◆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
◆社会人基礎力育成の取組の推進
◆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

（2）学びの機会の提供
◆［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
◆土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）（再掲）
◆［拡充］『アプリ開発人材育成講座』（土佐MBA）の充実・強化（再掲）
◆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）
◆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
◆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
◆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）（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）
◆観光創生塾を通じた人材育成（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）
◆［新規］新規高卒者の離職防止（再掲）
◆［新規］従業員の定着対策（再掲）
◆［新規］職種間のミスマッチの解消（再掲）

（3）各産業分野の担い手育成・確保
《農業》
◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ（再掲）
◆［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）
◆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）
◆［拡充］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》
◆［拡充］林業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）
◆［拡充］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　移住施策とも連携した県内外での担い手確保対策

・様々な施策によって人と仕事をマッチングする

（1）移住（人財誘致）の促進
◆新たなエリアでの人材ルートの開拓（再掲）
◆［拡充］人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(再掲)
◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致（再掲）
◆［拡充］相談から移住に繋げるための取り組みの強化（再掲）

（2）U・Iターン就職の促進
◆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
◆U・Iターンと県内就職の促進（再掲）

（3）中核人材の確保
◆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）
◆事業者の求人ニーズの掘り起こし（再掲）
◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし（再掲）

（4）各産業分野の担い手育成・確保（再掲）

《水産業》
◆漁業経営の効率化（既存養殖業の振興）（再掲）
◆［拡充］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）
◆［拡充］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》
◆［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)
◆企業の課題に応じたセミナー等の実施（再掲）
◆［新規］商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援（再掲）
◆［新規］普及啓発セミナー等の開催（再掲）
◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施（再掲）
◆伝統的工芸品産業等の人材育成
◆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）
◆産業界のニーズに応じた人材の育成（高等技術学校）（再掲）
◆［新規］首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築（再掲）
◆会社説明会の開催支援（再掲）
◆社外研修費への助成（再掲）
◆産学情報交換会の開催
《福祉・介護》
◆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

戦略の方向性	担い手となる人を県内で育てる

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	発達段階に応じたキャリア教育等の実施	○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。
2	学びの機会の提供	【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。実践編の受講者が新商品開発や販路開拓につながり、受講生同士のコラボ商品も生まれてきた。 「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　H28：3,000名（見込み） 【観光】 ・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 ・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 ・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 【商工業】 ・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 ・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	【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 ○さらなる受講者の掘り起こし ○県内各地域での学びの場の拡大 【観光】 ・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 ・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 ・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 【商工業】 ・新入社員のフォローアップ ・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

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
【担い手01】◆小中学校キャリア教育充実プランの推進				○	
【担い手02】◆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03】◆社会人基礎力育成の取組の推進				○	
【担い手04】◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催				○	
【担い手05】◆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06】◆専門学校生の県内定着に向けた支援			○		
【担い手07】◆県内大学生等の県内定着に向けた支援			○		
【担い手08】◆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(H29拡充)			○	○	
(再掲)【起03】◆土佐MBAによる起業人材育成機能を強化(起業家養成講座)			○	○	
(再掲)【商60】◆『アプリ開発人材育成講座』(土佐MBA)の充実・強化(H29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09】◆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				○	
【担い手10】◆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02】◆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)	○			○	
(再掲)【観06】◆広域観光組織の機能強化	○			○	
(再掲)【観07】◆地域コーディネーターの配置強化	○			○	
(再掲)【観27】◆観光創生塾を通じた人材育成			○	○	
(再掲)【観28】◆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)【商55】◆新規高卒者の離職防止(H29新規)				○	
(再掲)【商56】◆従業員の定着対策(H29新規)				○	
(再掲)【商57】◆職種間のミスマッチの解消(H29新規)				○	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	各産業分野の担い手育成・確保	【農業】 〇6次産業化に取り組む人材育成 ⇒ H22～H28：6次産業化セミナー受講グループ73団体 〇県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H28：25事業者 ◯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→ H28：270人 （うち雇用就農者 H27：87人→H28：105人） ◯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 ⇒ 農業を行う法人数（集落営農法人含む） H27.3時点：116法人 → H28.12時点：169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 〇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12地域で労働力確保PTを設立 【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） 基礎課程：14名（H27）、19名（H28） ・高度で専門的な担い手を育成する「専攻課程」の開講を、平成30年4月に予定しており、現在準備を進めている ・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	【農業】 〇6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 〇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と、商品の磨きあげのための支援 ◯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 ◯家族経営体の強化を推進し産地の底上げ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 【林業】 ・平成30年4月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、研修生に最高の学びの場を提供できる体制の強化が急務 ・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 ・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 ・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

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
(再掲)【農23】◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○	
(再掲)【農39】◆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(H29拡充)			○		○
(再掲)【農40】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		○
(再掲)【農41】◆農業担い手育成センターの充実・強化(H29拡充)			○		○
(再掲)【農42】◆実践研修・営農定着への支援			○		
(再掲)【農43】◆家族経営体の経営発展に向けた支援(H29拡充)			○	○	
(再掲)【農44】◆法人経営体への誘導と経営発展への支援			○	○	
(再掲)【農45】◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H29拡充)			○		
(再掲)【林28】◆林業学校における人材育成(H29拡充)			○		○
(再掲)【林29】◆森林組合等の県内事業体への雇用促進			○		○
(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(H29拡充)			○		○
(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			○		○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
		【林業】 ・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、「労働力環境改善計画」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 H28.12月末現在:91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 ・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) ・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 ⇒ H28.12月末現在 365名) 【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 ○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 ○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 ○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	【林業】 ・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 ・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】 ○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 ○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

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
(再掲)【林33】◆林業事業体のマネジメント能力向上	○		○		
(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05】◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)	○			○	
(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(H29拡充)	○		○		○
(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15】◆就業時の設備投資、資金調達への支援(H29拡充)	○		○		○
(再掲)【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	○		○		○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
		【商工業】 《事業戦略策定等への支援》 ・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(6/24　164人) ●セグメント別セミナーの開催　7回(H28) 6/20「経営・財務」71人、6/22「企画・マーケティング」85人 7/8「販売」22人 、11/9「研究開発・設計」28人、11/28 「サービス」21人、12/14「製造」42人、3/17「製造」 《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 ●創業および経営革新計画承認:119件(H27年度) 《高知版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:79社(H28) セミナー開催数:5回 現場視察・意見交換会:5回(農業2回、林業1回、水産業2回) 《事務系職場の集積拡大》 ・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に取り組み、H24年度から28年度末現在で、これまで、14件(新設10件、増設4件)の立地を実現 《人材の育成の推進》 ＜伝統産業＞ ・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) ●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) ＜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することで計画どおりの参加が得られた ＜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 4社・計11人 ・かみわざひとづくり事業の実施 49回、延べ62企業139人参加 ・紙産業技術研修会の実施 5回、9企業55人参加 ＜高等技術学校＞ ・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 《コンテンツ産業》 ・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2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 ・社外研修費(旅費、滞在費等)への助成 ●交付決定　H28:1件	【商工業】 《事業戦略策定等への支援》 ・事業戦略策定への動機づけ、意識の醸成による着手企業のさらなる増加 《地域の事業者の経営力強化》 ・地域経済の活性化を図るには、地域の事業者の経営力の強化が必要であり、経営計画策定への商工会・商工会議所による支援が重要 《高知版IoTの推進》 ・県内事業者の多くは、IT活用が限定的 ・成功事例がオープンにされておらず、情報が少ない ・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 《事務系職場の集積拡大》 ・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 《人材の育成の推進》 ＜伝統産業＞ ・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 ＜工業技術センター＞＜紙産業技術センター＞ ・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 ・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＞ ・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 《コンテンツ産業》 ・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
(再掲)【商08】◆「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(H29拡充)	○	○	○	○	
(再掲)【商11】◆企業の課題に応じたセミナー等の実施	○	○	○	○	
(再掲)【商13】◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H29新規)	○	○	○	○	
(再掲)【商14】◆普及啓発セミナー等の開催(H29新規)				○	
(再掲)【商40】◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施			○	○	
(再掲)【商52】◆伝統的工芸品産業等の人材育成			○	○	○
(再掲)【商53】◆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54】◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校)			○	○	
(再掲)【商58】◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築(H29新規)			○		○
(再掲)【商59】◆会社説明会の開催支援			○		○
(再掲)【商61】◆社外研修費への助成				○	
(再掲)【商62】◆産学情報交換会の開催				○	
【担い手11】◆あったかふれあいセンター事業の実施				○	
【担い手12】◆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】 ◆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02】 ◆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） ↓ 77.5%（H27） ↓ 100%
【担い手03】 ◆社会人基礎力育成の取組の推進	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	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） ↓ 6.3%（H27） ↓ 3%以下
【担い手04】 ◆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） ↓ 31校（H27） ↓ すべての県立高等学校（36校）

戦略の柱	1　産業人材を育成する
取組方針	1　発達段階に応じたキャリア教育等の実施

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、配付
・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・配付・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・配付・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）

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）

学習記録ノート活用（指定15校） → **学習記録ノート活用の推進**

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

県高等学校課：
・他の県立高校にも取組を拡大

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

◆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】 ◆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	永国寺キャンパスにおいて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 出発点:991人(H27)	公開講座、県民開放授業の受講延べ人数(年) 991人(H27) ↓ 991人(H27) ↓ 1,300人(H31)
	企業家精神をもとに積極的に経営に取り組む人材を育成するため、高知県内企業のニーズを取り入れた大学院修士レベルの社会人教育コースを開設する	高知工科大学において新(又は改組)コースを開設 出発点:上記指標の検討段階(H27年度)	'左記指標の検討段階 (H27年度) ↓ '左記指標の検討段階 (H27年度) ↓ 開設(予定) (H31年度)
【担い手06】 ◆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) ↓ 73.6% (H27) ↓ 80%(H31)
【担い手07】 ◆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	35.2%(H26) ↓ 32.7%(H27) ↓ 42%

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

永国寺キャンパスにおける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

高知工科大学起業家コースによる人材育成

高知工科大学起業家コースによる人材育成
・起業家精神を習得し、事業経営に必要な知識、方法、戦略を多くの経営実践の事例に基づき教育研究し、新しい価値の創出に向かって積極的に取り組む経営的視点を有する人材の育成

起業家コースの機能強化

起業家コースの機能強化
・起業家コースの機能強化を図るため、県内企業のニーズを取り入れた大学院修士レベルの社会人教育の新たなコースを開設

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

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08】 ◆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（H29拡充）	産業振興の担い手となる人材を育成するために、ビジネスに必要な幅広い分野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）」を産学官民の連携により実施する。 また、社会情勢を踏まえた事業環境の変化に対応するとともに、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	土佐MBAの受講者数	延べ1,718名 （H27） ↓ 延べ3,006名（H28） ↓ 延べ3,000名
（再掲）【起03】 ◆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。 H29から「起業・第二創業コース」として実施する	起業家養成講座の受講者数	－（H27） ↓ 87名（H28） ↓ 120名
（再掲）【商60】 ◆『アプリ開発人材育成講座』（土佐MBA）の開催（H29拡充）	企業の即戦力となる技術者を育成するため、基礎技術編（Eラーニング、集合講座）及び実際にアプリケーションを企画・開発する応用編で構成する技術者育成講座を土佐MBAで開催する	土佐MBA受講者数	247人（H27） ↓ 365人（H28） ↓ 280人
（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	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、起業の促進、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） ↓ 4件（H27） ↓ 10件（H28～H31累計）
【担い手09】 ◆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78% （H28） ↓ 修了生の60%以上

戦略の柱	1　産業人材を育成する
取組方針	2　学びの機会の提供

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

産業界　：　受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介（研修講師）、産学官連携会議への参画
県内高等教育機関（高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高専等）　：　研修（教育）内容の検討、研修講師、産学官連携会議への参画
NPO等　：　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、
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）の実施等により学びの場を地域に拡大

土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）

起業人材育成機能のさらなる強化（応用編講座など）

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

『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

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や起業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。

「土佐まるごと立志塾」の実施　　**修了生のOBネットワークを核とした交流・連携**

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

◆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10】 ◆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修了者数	18人（H27） ↓ 73人（H28見込） ↓ 400人（H28～H31累計）
（再掲）【観02】 ◆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）	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	－（H27） ↓ 11クラスター（H28） ↓ 50クラスター
（再掲）【観06】 ◆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

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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
任意団体、商工会等地域団体、市町村等：地域のニーズやレベルに応じた研修プログラムを企画及び実施。受講生の受講後の活動を支援。
県産学官民連携センター：研修プログラムの作成を支援
県産業振興推進地域本部：研修プログラムの企画、実施及び受講生の受講後の活動を支援
県計画推進課：地域の頑張る人づくり事業費補助金により、地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する担い手育成を支援
産業振興アドバイザーにより、受講者が行う新たな取り組みを支援

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

地域観光クラスターの磨き上げ

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とクラスターの定着支援

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【観07】 ◆地域コーディネーターの配置強化	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
(再掲)【観27】 ◆観光創生塾を通じた人材育成	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) ↓ 65件(H28) ↓ 250件

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

広域観光組織の機能強化の支援 → **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

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 → **次期観光創生塾を通じた受講者への支援**

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

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

観光創生塾を通じた人材育成 → **次期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
- 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、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の育成支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【観28】 ◆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 観光事業者等へのおもてなし研修の実施	観光ボランティアガイド団体数が増加	28団体(H26) ↓ 24団体(H28) ↓ 35団体
(再掲)【商55】 ◆新規高卒者の離職防止(H29新規)	・新規高卒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。 ⇒別図<商11>参照(p.414)	新規高卒者の1年目の離職率	ー ↓ 23.4%(H27.3月卒) ↓ 全国平均以下にする (参考) H27.3月卒業生の1年目の離職率全国平均 : 18.1%
(再掲)【商56】 ◆従業員の定着対策(H29新規)	・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 ⇒別図<商11>参照(p.414)	セミナー参加企業数	ー ↓ ー社(H28) ↓ 900社

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

観光ガイド団体研修の開催、おもてなし研修の開催

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を実施

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）対象のブラッシュアップセミナーの開催
- 新入社員（入社3カ月以内）向けセミナーの開催
- 新卒者採用企業等対象セミナーの開催

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（東部、中部、西部の3か所）
- 人材育成等促進セミナーの開催（東部、中部、西部の3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）

◆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57】 ◆職種間のミスマッチの解消(H29新規)	【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 ⇒別図＜商09＞参照(p.412)	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%
	【高等技術学校・施設内訓練】(商54一部再掲) ・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) ↓ 10.6%(H28) ※H18-27平均退校率:21.5% ↓ 10% ②93.1%(H26) ↓ 83.8%(H28) ↓ 100%
	【高等技術学校・在職者訓練】(商54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) ↓ 224人(H28) ↓ 680人 (H28-31累計)
	【高等技術学校・委託訓練】(商54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) ↓ 81.9%(H27) ※H22-26平均就職率:76% ↓ 80%

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・適性検査の実施
- ・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施
- ・しごと体験講習の実施⇒受入企業の開拓（重点職種企業の開拓を強化）・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

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

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）
（再掲）【農23】 ◆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とパッケージデザイン改良の支援を行う	農林水産加工品販売額	45.8億円（H26） ↓ 43.9億円(H27) ↓ 50億円
（再掲）【農39】 ◆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（H29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	産地提案書の作成市町村数	25市町村（H28.3） ↓ 25市町村 （H28.3） ↓ 34市町村
（再掲）【農40】 ◆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	1　産業人材を育成する
取組方針	3　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

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や商品の磨き上げ支援

産地提案書の策定への支援

新規就農者の確保・育成

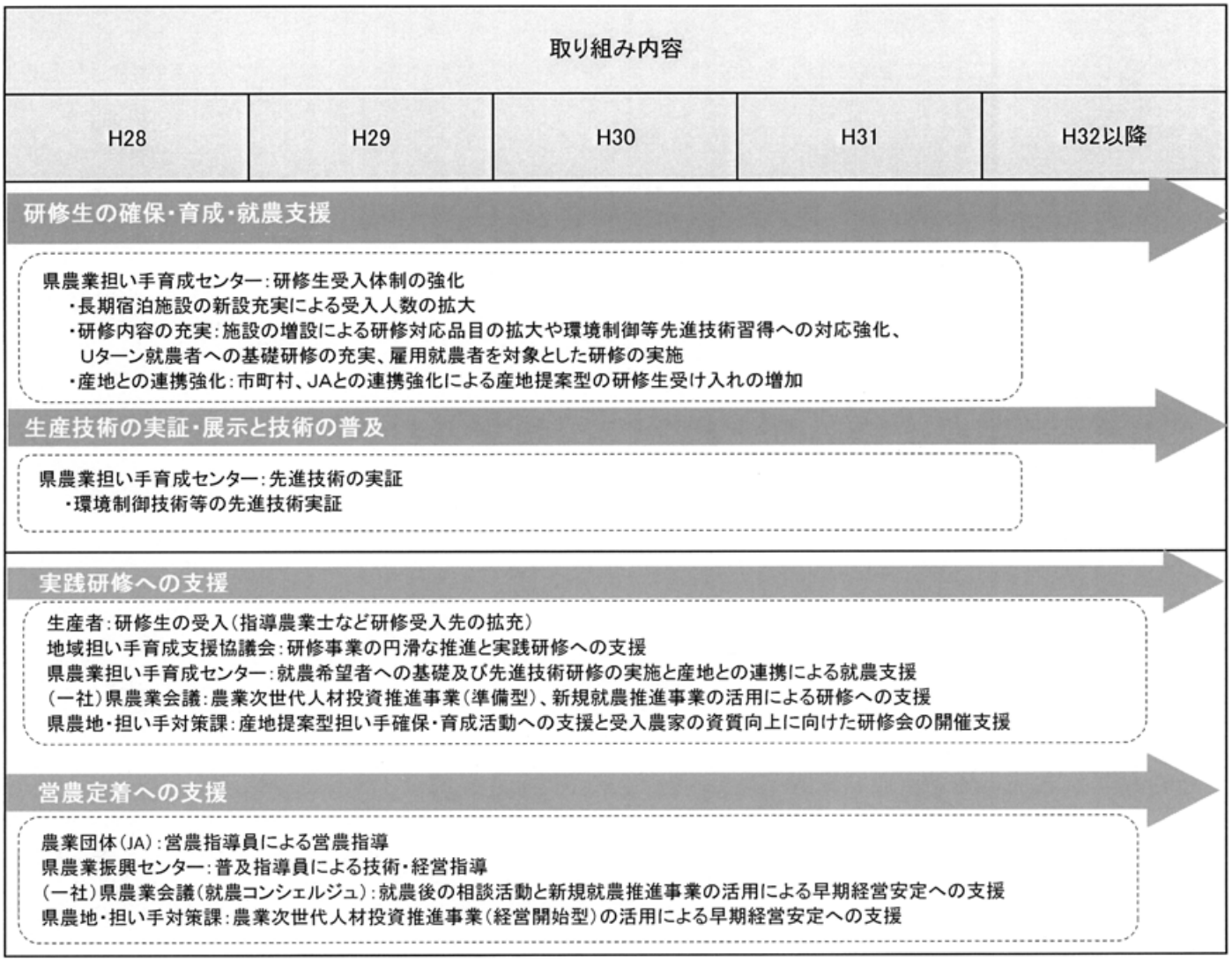
（一社）県農業会議（就農コンシェルジュ）：就農相談総合窓口活動の実施と産地提案型担い手確保・育成に取り組む産地等との連携
県農業担い手育成センター：「こうちアグリスクール」の開催や「こうちアグリ体験合宿」の実施
県農業振興部：専門技術員による「こうちアグリスクール」講義と就農相談活動の実施
県農地・担い手対策課：新規就農情報の発信や、産地提案型担い手確保・育成活動への支援
県環境農業推進課：農業系大学・農業高校との連携による将来の就農希望者の掘り起こし
地域担い手育成支援協議会（市町村、JA等）：産地提案型による新規就農者確保・育成活動および産地提案書の策定支援

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)
(再掲)【農41】 ◆農業担い手育成センターの充実・強化(H29拡充)	○新規就農者の確保育成のため、研修生受け入れ体制の強化や研修内容の充実、就農に向けたマッチングの支援を強化する ○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	農業担い手育成センター入校生の人数	20人(H27) ↓ 26人(H28) ↓ 40人
(再掲)【農42】 ◆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) ↓ 149人(H28) ↓ 184人


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
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の実施
・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
生産技術の実証・展示と技術の普及
県農業担い手育成センター：先進技術の実証
・環境制御技術等の先進技術実証
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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
【農43】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援(H29拡充)	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) ↓ －(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) ↓ －(H28) ↓ 9モデル(6品目)
		③収量が向上した経営事例の収集	③－(H27) ↓ －(H28) ↓ 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 ⇒別図＜農13＞参照(p.223)	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) ↓ －(H28) ↓ 100%

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

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44】 ◆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	法人化セミナーの参加者数	延べ119人(H27) ↓ 延べ178人(H28) ↓ 延べ200人
【農45】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H29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13＞参照(p.224)	①労働力確保の具体的な取り組み実施地区	①-(H27) ↓ 0地区(H28) ↓ 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) ↓ 機械の使用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）：法人化セミナーの開催、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、個別指導によるビジネスプラン作成支援、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

労働力確保の仕組み作り

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作り
県環境農業推進課、JA中央会、県農業会議：JA、市町村などへの指導・助言、地域間での労働力調整を支援、
県内外での新たな援農者の掘り起こし

省力化機械の開発（シシトウ袋詰めなど） → **省力化機械の普及**

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【林28】 ◆林業学校における人材育成(H29拡充)	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、平成30年4月には専攻課程を開講し、全国から多くの人材を集め、原木増産に必要なより専門的な人材を育成する ⇒別図＜林7＞参照(p.280)	林業学校研修修了者数(年平均)	ー(H26) ↓ 14人(H27) ↓ 27人
(再掲)【林29】 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進	林業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	林業学校研修修了生の県内就職者数(年平均)	ー(H26) ↓ 14人(H27) ↓ 21人

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

林業活動実践者の知識や技術のスキルアップ

県立林業学校短期課程（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）
県森づくり推進課：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

地域の森林を支える高度で専門的な担い手の育成

県立林業学校専攻課程（定員30名）：森林管理、林業技術、木造設計の3コースを設定、将来の林業を支える高度で専門的な人材の育成（研修期間：1年間）

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、林業学校と連携し優秀な人材を確保

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）

高知県立林業大学校の本格開校

県立林業学校：全国から多くの人材が集まる魅力あふれた林業学校の創設、原木増産に必要なより専門的な人材の育成

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
森林組合・事業体：インターンシップの受け入れ、雇用拡大の取り組みを強化

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：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

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(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 (H29拡充)	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) ↓ 59人(H27) ↓ 68人
(再掲)【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) ↓ 6名(H27) ↓ 6名以上
(再掲)【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) ↓ 3名(H28) ↓ 20名(H28～H31)

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【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) ↓ 48事業体(H27) ↓ 60事業体
(再掲)【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) ↓ 97事業体(H27) ↓ 100事業体

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【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) ↓ 304人(H27) ↓ 350人
(再掲)【水05】 ◆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) ↓ 37億円(H26) ↓ 48億円

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 → **モデル事業の展開**

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

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

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

技術･知識の習得

漁協、県漁業指導所、県漁業振興課、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

◆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(H29拡充)	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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	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(H28) ↓ 13名
(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	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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	-(H26) ↓ -(H28) ↓ 12名
(再掲)【水15】 ◆就業時の設備投資、資金調達への支援(H29拡充)	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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	就業時の設備投資、資金調達への支援の実施件数	0件(H26) ↓ 4件(H28) ↓ 3件
(再掲)【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 ⇒別図＜水03＞参照(p.322)	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) ↓ 9名(H28) ↓ 25名

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、沿岸漁業設備投資促進事業への取組、准組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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、沿岸漁業設備投資促進事業への取組、準組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資促進事業への取組、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

就業時の設備投資、資金調達への支援

漁協：相談窓口、沿岸漁業設備投資促進事業、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：沿岸漁業設備投資促進事業、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

◆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08】 ◆「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(H29拡充)	「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 ⇒別図＜商03＞参照(p.405)	①新製品開発数 ②技術研修の受講者数	①－(H27) ↓ 2件(H28) ↓ 20件(H28～H31累計) ②239人 (H24～H26平均) ↓ 194人(H28) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～H31)
(再掲)【商11】 ◆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) ↓ 433人(H28.12.15) ↓ 1,000人 (H28～H31累計)

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

県立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

県立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
・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

中核人材の確保と育成の強化

県立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、県新産業推進課 ： 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

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・相談会を実施

県工業振興課、ものづくり地産地消・外商センター ：
・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）別の個別セミナー等を開催

◆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13】 ◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H29新規)	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 ⇒別図＜商05＞参照(p.408)	①経営計画の策定件数 ②中小企業診断士の有資格者数	①－(H28) ↓ －(H28) ↓ 600件 ②12名 (～H27累計) ↓ 12名 (～H28累計) ↓ 16名 (～H31累計)
(再掲)【商14】 ◆普及啓発セミナー等の開催 (H29新規)	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06＞参照(p.409)	セミナーの開催数	－(H27) ↓ 5回(H28) ↓ 20回(H31累計)
(再掲)【商40】 ◆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	－(H27) ↓ 25人(H28) ↓ 195人 (H28～H31累計)
(再掲)【商52】 ◆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 5名 (H28) ↓ 長期研修生 10名

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
県経営支援課 ： 連絡会議を設置し、商工会等が行う計画策定等の支援を後押し

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 ： 職場内外の研修参加等を積極的に支援

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、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

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

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

◆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53】 ◆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) ↓ 294人(H28) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～31)
		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) ↓ 194人(H28) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～31)
(再掲)【商54】 ◆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) ↓ 76.2%(H28) ※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) ↓ 10.6%(H28) ※H18-27平均退校率:21.5% ↓ 10%
		③高等技術学校の就職率	③93.1%(H26) ↓ 83.8%(H28) ↓ 100%
	【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) ↓ 224人(H28) ↓ 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) ↓ 81.9%(H27) ※H22-26平均就職率:76% ↓ 80%

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

県立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

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

◆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58】 ◆首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築(H29新規)	首都圏の人材や企業とのネットワークを構築し、本県へのU・Iターンや県内企業との事業連携、新たな起業や企業立地等を促進する	ネットワーク登録者数	ー(H28) ↓ ー(H28) ↓ 300人
(再掲)【商59】 ◆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	ー(H27) ↓ 4回(H28) ↓ 3回
(再掲)【商61】 ◆社外研修費への助成	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) ↓ 1件(H28) ↓ 4件
(再掲)【商62】 ◆産学情報交換会の開催	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) ↓ 1回(H28) ↓ 3回
【担い手11】 ◆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44カ所(H28見込み) ↓ 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76.0%、スタッフ研修61.3%(H28) ↓ 職員の研修修了者率100%

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

県産業創造課 ： 首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築

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

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、高等教育機関及びコンテンツ関連企業間の調整

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

◆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12】 ◆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) ↓ 177人 (H28見込み) ↓ 年間242人
		②介護福祉士養成校の入学者数	②79人(H27) ↓ 61人 (H28見込み) ↓ 年間73人
		③潜在介護福祉士等の就業者数	③ ー(H27) ↓ 54人 (H28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) ↓ 300人 (H28見込み) ↓ 年間200人

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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　移住施策とも連携した県内外での担い手確保対策

戦略の方向性	様々な施策によって人と仕事をマッチングする

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	移住（人財誘致）の促進	・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→H26：429,236件 ・「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→H26:3,458人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H26:1,398人 ・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→H26:403組	・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 ・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 ・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
2	U・Iターン就職の促進	・ジョブカフェこうちを設置し、若者の県内への就職を支援してきた ・また、県外在住の大学生や本県へのUIターン希望者に、県内企業や就職情報等を提供するとともに、無料職業紹介を行い、本県への就職を促進を図った	・高校生の県内企業理解の更なる促進 ・若者の正規雇用率の向上及び就職困難者支援の充実 ・新規大学生等への確実な情報提供 ・UIターン希望者と求人企業・求職者の拡大とマッチング強化によるUIターン就職支援の充実

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
(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(H29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(H29拡充)			○		○
【担い手13】◆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			○		
(再掲)【商47】◆U・Iターンと県内就職の促進			○		○

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	中核人材の確保	(1) マスメディア等を活用したセンター事業の広報 (2) 事業者及び支援者等への啓発活動 (3)金融機関・各支援機関等と連携した企業訪問等の活動を通じて、10件のﾏｯﾁﾝｸﾞを成立させた。また、損害保険会社等3法人と、業務連携・協力の協定を締結し、事業承継をこれまで以上に円滑に進めることが可能となった 1．求職者獲得に向けたセンターの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（29件）の拡大を図ることができた。 (1)「高知家で暮らす」HPトップページにバナー設置等 (2) 同窓会員（県立大及び土佐高等）へチラシ等送付、高知新聞朝刊に保護者向け広告掲載、SEO対策実施等 (3)センター求人求職ポータルサイト（12月7日オープン） (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　51社へ　13件の人材について紹介を依頼 (8)民間ビジネス事業者の有料サービスの活用（44件8社に依頼中）	1．小規模事業者のM&A促進 2．金融機関、士業、M&A専門会社等との連携強化が必要 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
4	（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
(再掲)【商48】◆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49】◆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)【商50】◆事業者の求人ニーズの掘り起こし			○	○	○
(再掲)【商51】◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし			○	○	○

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）
（再掲）【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（H28） ↓ 3回
（再掲）【移住07】 ◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化(H29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の参加者	一組（H27） ↓ 29組（H28） ↓ 50組
（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	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) ↓ 87人(H28) ↓ 100人
（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（H29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） ↓ 13.1%（H27） ↓ 15%

戦略の柱	2　担い手を確保する
取組方針	1　移住（人材誘致）の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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、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

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、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

都市部の人材の誘致に向けて起業・就業を支援

県移住促進課、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

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、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

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】 ◆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） ↓ 0人 （H28年度） ↓ 120人 （H31年度）

戦略の柱	2　担い手を確保する
取組方針	2　U・Iターン等就職の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

◆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47】 ◆U・Iターンと県内就職の促進	【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09＞参照（p.412）	新規高卒者の県内就職率	62.3%（H26） ↓ 63.9%(H27) ↓ 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09＞参照（p.412）	県外大学生のUターン就職率	13.6%(H26.3) ↓ 16.4%(H28.3) ↓ 30.0%
	【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 ⇒別図＜商09＞参照（p.412）	ジョブカフェこうちが実施するしごと体験講習受講者の正規雇用率	42.0%(H26) ↓ 42.9%（H28） ↓ 50.0%
	【U・I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 ⇒別図＜商09＞参照（p.412）	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） ↓ 48人（H28） ↓ 140人

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

新規高卒者の県内企業への就職促進

県商工政策課、 県教育委員会高等学校課:
・県立高等学校での地域産業担い手育成事業等、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

県雇用労働政策課、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 :
・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
・大学就職支援室によるUIターン就職支援を促進するための県内企業情報交換会等の開催
・学生や保護者への情報発信
・県内企業への就職意識の醸成のための学生向けセミナー、学生と県内企業との交流会、面接会の開催
・学生向けUIターン就職支援サイトの開設及び運営(情報発信)
・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

若年者の就職支援

県商工政策課 :
・キャリアコンサルタントによる職業相談・適性検査の実施
・各種セミナーの開催、学校出前講座の実施
・しごと体験講習の実施⇒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 :
・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

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）
（再掲）【商48】 ◆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、県内商工会、商工会議所、協定を締結した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。 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	事業承継等に係る相談件数	107件(H27) ↓ 104件(H28) ↓ 750件 （H28～H31累計）
（再掲）【商49】 ◆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、各支援機関、金融機関からなる支援チームや専門家による支援を行う ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	事業承継等のマッチング件数	4件(H27) ↓ 12件(H28) ↓ 100件 （H28～H31累計）
（再掲）【商50】 ◆事業者の求人ニーズの掘り起こし	ものづくり地産地消・外商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 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	中核人材の求人件数	137件(H27) ↓ 250件(H28) ↓ 300件
（再掲）【商51】 ◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし	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 ⇒別図＜商10＞参照（p.413）	①新規求職登録者数 ②中核人材のマッチング件数	①－ ↓ 399人(H28) ↓ 400人 ②11件(H27) ↓ 56件(H28) ↓ 60件

戦略の柱	2　担い手を確保する
取組方針	3　中核人材の確保

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り事業承継計画の策定やM＆Aの支援

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

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

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。

平成29年1月には、当初の16プロジェクトに加えて、2つの案件をプロジェクトに追加し、現在、18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1次産業から第3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.2の取り組み

今後、18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、遊漁や体験漁業の振興、地域の伝統文化や1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

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

相談窓口の設置
・県ワンストップ窓口

積極的に情報収集
・県、地産外商公社、ものづくり地産地消・外商センター、市町村、各ＪＡ、園芸連、商工会、観光協会　等

情報集約

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

クラスター

クラスター

⇒プランづくりを通
事業者をさらに拡

【

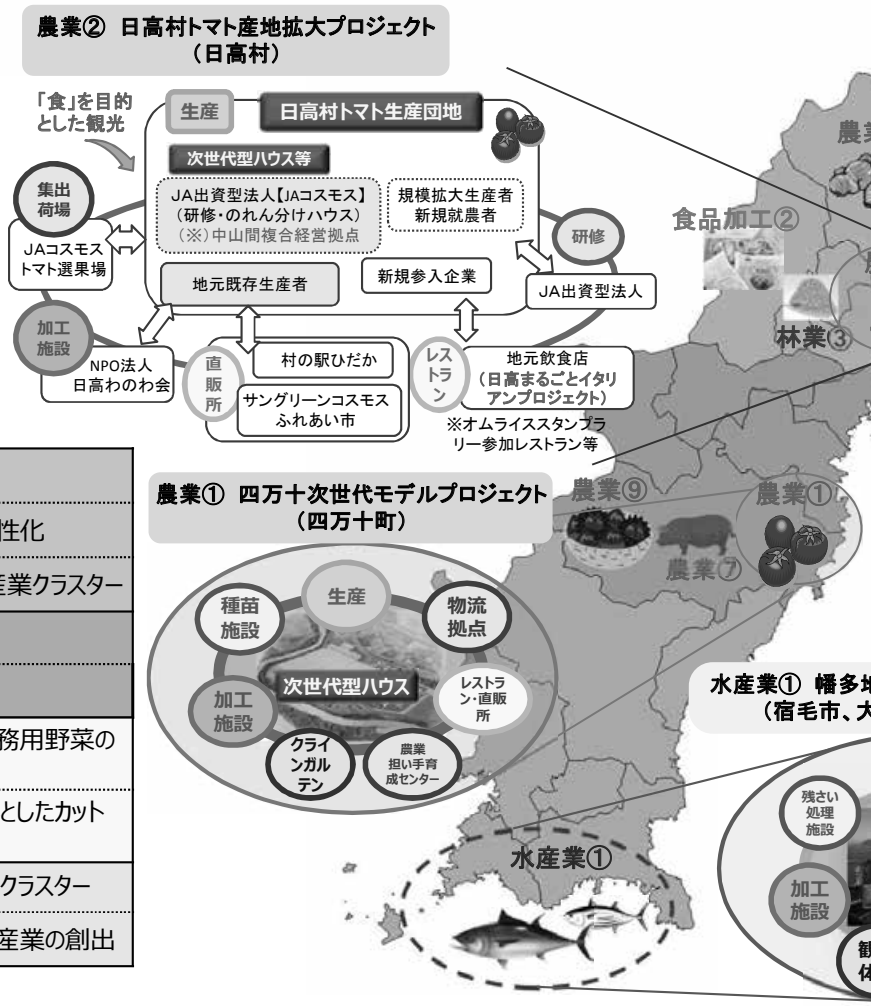
支援メニュー

●クラスタープラン
アドバイザーの派遣
●農業クラスタープ
新 地域産業クラスタ

「クラスタープ

◆18のクラスタープロジェクトを推進（H29.3月現在） ⇒ これらのプロジェクトの

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
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幡多地域広域水産業クラスター
	②中央地域広域水産業クラスター
食品加工	①JAグループ・流通事業者等による加工・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



※図はイメージです。

ージ　～点から面へ。多様な仕事を数多く創出する～

ープランの策定

クラスタープランの実践

地域産業クラスターの形成

ープランの策定

通して、具体の取組と参加
大

「クラスタープラン」に基づき、
第１次から第３次まで様々な取り組みを展開

個別のクラスタープロジェクトチームによる支援

メンバー例】農業振興センター、地域本部、市町村、関係団体、外部アドバイザー　等

の策定・実行をサポートする外部
遣

ランの策定経費への助成

ー育成セミナーの開催　　等

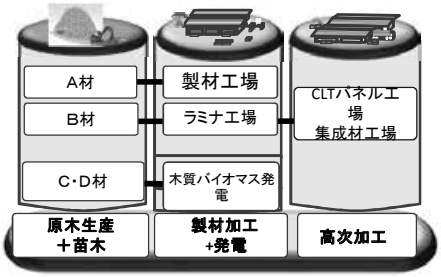
- 補助金による支援
  - ・次世代型ハウス・農業クラスター促進事業費補助金
  - 新 水産物地産外商推進事業費補助金
  - ・産業振興推進総合支援事業費補助金　　等
- その他、企業立地も含めた関連施策を効果的に組み合わせて支援

ロジェクトチーム」と連携し、“クラスタープロジェクト”のさらなる充実強化を支援

の具体化を図るとともに、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
＋
地域の経済波及効果

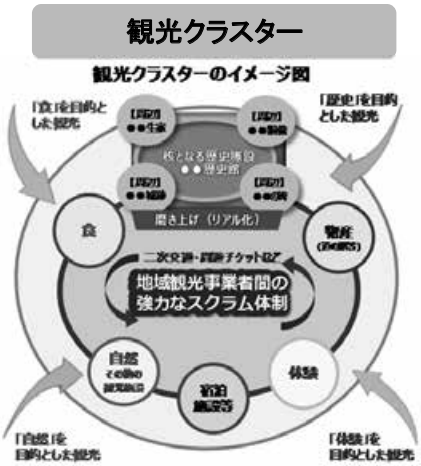
林業①　林業・木材産業クラスタープロジェクト
（県内一円）



地域広域水産業クラスター
土月町、土佐清水市）

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を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。

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）
- ◆【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）

（3）水産業クラスターの形成
- ◆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）
- ◆【拡充】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）
- ◆【拡充】冷凍保管ビジネスの事業化（再掲）

（4）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）

（5）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）
- ◆【拡充】遊漁や体験漁業の振興（アサリの増殖）（再掲）
- ◆【拡充】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
- ◆地域アクションプランの実行支援（再掲）

（6）地域商社の外商活動への支援
- ◆【拡充】食品ビジネスまるごと応援事業の強化（再掲）

（7）企業立地の推進
- ◆【拡充】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）

スターの形成》の体系図

に生み出す

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

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。H28年度は、16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2つのプロジェクトを追加し、計18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	・県内の地域地域に多種多様な仕事を生み出していくためには、核となる第一次産業の生産拡大に加え、第二次産業、第三次産業の集積を図ることが重要。そのためには、生産から加工、流通、販売に至る事業関係者をはじめ、地域、行政が一体となることが重要であることから、目指す方向性を共有し、密接に連携しながら取り組みを進めることが必要
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 H27まで：6.6ha（8カ所）　H28：1.8ha（3カ所） ○小規模面積での、高軒高、高強度の次世代型ハウスの整備支援（園芸用ハウス整備支援） ⇒ 園芸用ハウス整備面積 H27まで：6ha　H28：6ha（36カ所）	○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
		○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	○地域の農業に好循環を生み出す形での企業誘致と地元の受入に対する合意形成 ○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
		○農業クラスターの取り組み開始 ⇒ 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の取り組みを開始	○農業クラスターを推進する体制のさらなる充実が必要
		○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）→H27：21.4%（H28.3）	○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
		○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	○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
		○園芸団地に適した農地の選定 ⇒ 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	

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
【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(H29拡充)	○		○		
(再掲)【農04】◆地元と協働した企業の農業参入の推進(H29拡充))	○		○		
(再掲)【農49】◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進(H29拡充)	○	○	○		
(再掲)【農46】◆担い手への農地集積の加速化	○		○		
(再掲)【農47】◆園芸団地の整備促進	○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	水産業クラスターの形成	○HACCP研修参加（地産地消・外商課が主催） ［参加事業者数］ H28：12事業者 ○県版HACCP認証取得 ・複数の民間企業が、宿毛市への加工施設等の立地に向けて具体的な検討に着手 ・HACCPに対応した加工施設の整備を支援するため支援制度を検討 ［認証取得事業者］ H28：4事業者（第1ステージ：2、第2ステージ：1、第3ステージ：1）	・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
		○残さい加工ビジネス・冷凍保管ビジネス ・土佐清水メジカ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の策定に着手 ○冷凍保管ビジネス ・民間企業が宿毛湾で冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備計画に着手	・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 ・宿毛市での民間企業による新たな冷凍保管施設（加工施設に附帯）整備に対する支援
4	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 （ジャガイモ、ダイコン、ニンジンの3品目） ⇒産地化に向けたセミナーの開催、先進地視察の実施	・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 ・販売先企業の誘致促進
5	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 ○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、窪津漁港において広場、駐車場及び植栽等を整備 ・係留施設利用者へ利用実態のアンケート調査結果を基に、施設整備や管理体制改善の項目出しを実施 ○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 ・かぶせ網の下でのアサリの順調な成長を確認	・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 ・効果的な情報発信 ・漁業権の一部開放 ・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
		・「地域の暮らしや交流を支える商業機能の維持、発展」や「観光や地域文化の拠点となる、中心商店街のさらなる魅力アップ」に向けて、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た	・「高知市、四万十市とそれ以外の市町村の中心商店街との間の商業機能の地域間格差が大きい」「中山間地域で活動に取組む基盤となる団体がない地域も多くある」「若手商業者の集まりがあるものの、新たな動きになっていない」などの課題が見られる
		・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［H28実績見込み含む］） ※産振総合補助金　232件　37.4億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー453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）：207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） H27：52.6億円	・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

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
(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(H29拡充)	○	○	○		○
(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(H29拡充)		○	○		○
(再掲)【外商34】◆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)(H29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)(H29拡充)	○				
(再掲)【商19】◆商店街のにぎわい創出への支援(H29拡充)			○		○
(再掲)【商20】◆新規創業・店舗魅力向上への支援			○		○
【再掲】【外商11】◆地域アクションプランの実行支援	○	○	○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
6	地域商社の外商活動への支援	・H27から関係機関等と連携して企業の個別課題に対応したサポートチームを設置し、各企業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 H27：13件、H28：42件（H29.1末現在） ⇒事業化プランの策定支援 H28：34件（H29.1末現在） ⇒市場対応商品開発等事業費補助金による支援 H27:5件、H28：23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
7	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	・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が必要

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
（再掲）【外商33】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化（H29拡充）	○	○	○		
（再掲）【商31】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現（H29拡充）			○		

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、事業の進捗に関する調整や進捗確認が難しくなることが想定される。 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う。	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 － ↓ 18（H28） ↓ ※今後目標値を検討 ② － ↓ 11/18（H28） ↓ 18/18

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18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化に向けた案件ごとに、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

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

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）
（再掲）【農03】◆次世代型ハウス等の整備支援（H29拡充） （再掲）【農04】◆地元と協働した企業の農業参入の推進（H29拡充）	○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	－（H27） ↓ 3社（H28） ↓ 7社
【農49】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進（H29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する取り組みを推進するとともに、関連施設の整備を支援し、農業クラスターの形成を図る	クラスタープラン作成数	－（H27） ↓ 7プラン（H28） ↓ 13プラン

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	2　農業クラスターの形成

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を図る。

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を行う。

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

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。必要経費を補助。
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

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

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、関連施設の整備や既設ハウスの撤去にかかる費用を支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【農46】◆担い手への農地集積の加速化 (再掲)【農47】◆園芸団地の整備促進	○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 ○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	園芸団地候補地	-(H27) ↓ 0カ所(H28) ↓ 3カ所(10ha)

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

次世代園芸用地の基本計画作成、農業クラスタープラン作成

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

次世代園芸用地確保の推進

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

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【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) ↓ 8.6億円(H27) ↓ 8.0億円
（再掲）【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) ↓ 12 社(H28) ↓ 16社
（再掲）【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進（H29拡充）	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 ⇒別図＜水04＞参照（p.323）	HACCP導入のための専門家による指導回数	ー(H27) ↓ 2回(H28) ↓ 9回
（再掲）【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ビジネスの方向性が決まる(H28) ↓ 幡多圏域での新たな残さい加工施設の稼働
（再掲）【水21】 ◆冷凍保管ビジネスの事業化（H29拡充）	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 ⇒別図＜水05＞参照（p.324）	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関する構想が浮上(H28) ↓ 新たな冷凍保管ビジネスの開始

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	3　水産業クラスターの形成

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

残さい加工ビジネスの検討、計画策定、実施設計 → **施設整備** → **施設稼働**

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

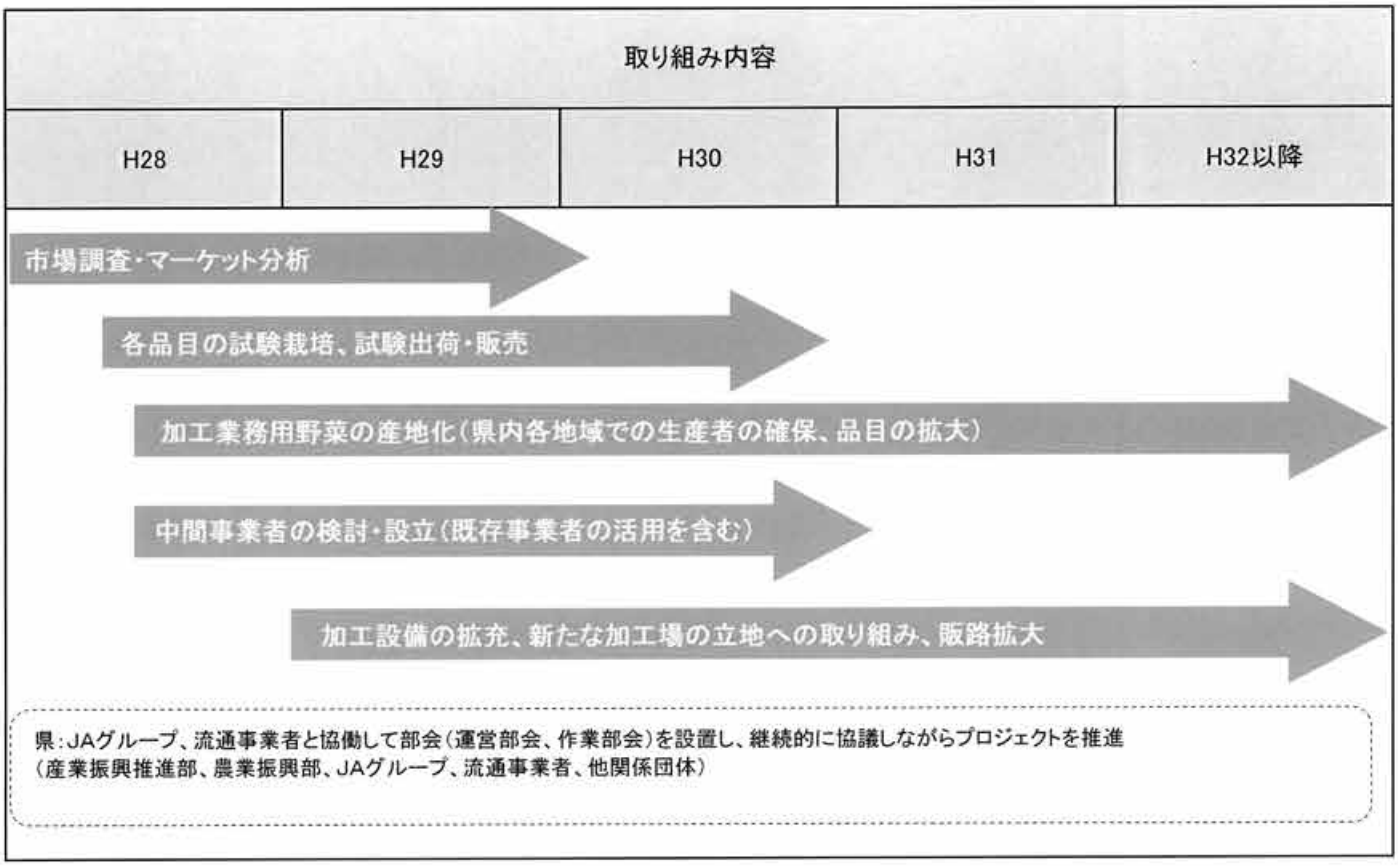
新たな冷凍保管施設の整備 → **施設の稼働**

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

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）
（再掲）【外商34】 ◆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	－（H28） ↓ －（H28） ↓ 100名

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	4　食品産業クラスターの形成



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）
（再掲）【水32】 ◆遊漁や体験漁業の振興（遊漁船業等の振興）（H29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08＞参照（p.327）	遊漁振興に取り組む連携事業体等の掘り起こし	－（H27） ↓ 遊漁等の実態、ニーズの把握（H28） ↓ 4事業体以上の掘り起こし
（再掲）【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、係船環、エプロン補修、浮き桟橋等の施設整備を進めるとともに、管理委託している地元漁協と連携しながら、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） ↓ 0項目（H28） ↓ 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（H28） ↓ 1地区
（再掲）【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	－（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
（再掲）【水35】 ◆遊漁や体験漁業の振興（アサリの増殖）（H29拡充）	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 ⇒別図＜水08＞参照（p.327）	食害対策としてのかぶせ網の敷設面積	1,600㎡（H26） ↓ 4,000㎡（H27） ↓ 40,000㎡

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	5　産業集積の幅を広げる取り組みの強化

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

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：遊漁等の実態の把握
- 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

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による遊漁や体験漁業の振興

- 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
  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：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

◆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19】 ◆商店街のにぎわい創出への支援 (H29拡充)	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 ⇒別図<商07>参照(p.410)	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) ↓ 49,785人(H28) ↓ 66,000人 ②12.4%(H26) ↓ 12.5%(H28) ↓ 10.0% ③ー(H28) ↓ ー(H28) ↓ 30件 (H29～H31累計)
(再掲)【商20】 ◆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、「商店街魅力向上事業費補助金」を活用し、「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」による既存店の魅力アップを支援 【商店街魅力向上事業費補助金】 ・「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 ⇒別図<商07>参照(p.410)	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) ↓ 5箇所(H28) ↓ 14箇所 (H27～H31累計) ②59件 (H21～H26累計) ↓ 5件(H28) ↓ 100件 (H28～H31累計) ③10件(H27) ↓ 11件(H28) ↓ 100件 (H28～H31累計)
(再掲)【外商11】 ◆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) ↓ 207人(H28) ↓ 600人 (H28～H31累計) ②36.4億円(H26) ↓ 52.6億円(H27) ↓ 59.7億円 (H31)

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やリノベーション支援事業、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 ： 商店街魅力向上支援事業費補助金（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 ： 商店街魅力向上支援事業費補助金（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

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

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）
（再掲）【外商33】 ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化（H29拡充）	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.532）	①事業者等の事業化プランの策定支援件数 ② ①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	① －（H28） ↓ 36件（H28末） ↓ 100件 （H28～H31累計） ②－（H29.4） ↓ －（H29.4） ↓ 10件 （H28～H31累計）

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	6　地域商社の外商活動への支援

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)高知県地産外商公社、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、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(3～5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

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商31】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(H29拡充)	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 ⇒別図＜商08＞参照（p.411）	立地決定件数（食品分野を含む）	50件 （H24～H27累計） ↓ 8件（H28） ↓ 40件 （H28～H31累計）

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	7　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）

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、これには、必然的にリスクが伴うこと、また、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、さらには、事業を立ち上げ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、起業や新事業展開へのハードルを下げる取り組みや、事業立ち上げ後の事業の安定化に向けたサポートを実施するなど、それぞれの段階に応じた後押しができるよう、取り組みを強化しました。

具体的には、総合相談窓口の設置や土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）における起業家養成講座の実施に加え、H28年9月には「こうち起業サロン」を立ち上げるなど、継続的に新たな挑戦が行われる環境づくりを進めてきました。

この結果、起業サロンの会員数は170人（P）を超えるとともに、H28.12月末までの9ヶ月間で、県の一連のサポートによる起業や第二創業の件数は23件、新商品開発や改良の件数も47件となるなど、成果が表れ始めています。

②第3期計画ver.2の取り組み

2つの戦略の柱に基づき、起業を志す方々や新事業展開を目指す方々を全力でサポートしていきます。

・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

起業や新事業展開を目指す方々のプランづくりからその実践までを、産学官民連携センター「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、切れ目なく後押しをしていきます。

具体的には、起業コンシェルジュの配置により「こうち起業サロン」を常設化し、段階に応じたプログラムによる事業化に向けたサポートや、具体的課題の解消に向けた個別相談を拡充するなど、起業や新事業展開を目指す方々のさらなる後押しをしていきます。

また、こうした取り組みなどを通じて生まれたビジネスプランを試す場として、また県外の様々なアイディ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、優れたプランについては、事業化に向けた短期集中型のプログラムの実施などを通じてさらなる磨き上げを行い、事業化を強力に後押ししていきます。

加えて、土佐まるごとビジネスアカデミーにおける、起業に関するノウハウを集中的に学べる講座の拡充や、ビジネスのトレンドを学べる講座の新設など、学びの面からも起業や新事業展開を目指す方々をさらに後押ししていきます。

さらに、土佐まるごとビジネスアカデミーの受講生や県内の意欲的な起業希望者、先輩起業家等との相互交流を通じた、新たなコラボレーションを生み出すことにも取り組んでいきます。

・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

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　～

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
〇起業・第二創業件数　現状（H28.12末時点）：23件　⇒　4年後（H28～H31累計）：100
〇新商品開発件数　　現状（H28.12末時点）：47件　⇒　4年後（H28～H31累計）：500

起業や新事業展開に向けての準備段階

潜在段階　着想段階　構想段階

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

『学びのステージ』

起業に必要な知見を習得！（土佐MBA）

本科

起業・第二創業コース 入門講座＋基礎講座
起業入門
リーンスタートアップ
クラウドファンディング
資金繰り　　等

スキルアップセミナー
デザイン思考
プレゼンテーション
コミュニケーション
等

新 **ビジネストレンドセミナー**
IoT・AI
シェアリングエコノミー
世界経済情勢
等

応用
土佐経
エグゼク
コー

専科　女性のための起業Café、IoT技術人材育成講座、土佐FBC人材創出、6次産業化セミナー、貿易実務　等

起業サロンへの参加

実践で見つけた課題の
解決に向け、土佐MBA

新 情報発信の強化（起業ポータルサイト開設等）

こうち起業サロン

起業や新事業展開の実現に向けた『実践』のサポート！

拡 **起業コンシェルジュ**
起業経験等がある者を配置
起業サロン及び相談窓口を常設化

こうち起業サロン（定例）：ともに準備を進める場
ピッチ ＋ メンタリング ＋ 先輩起業家講演

拡 **段階別プログラムによる事業化への『実践』のサポ**
動機の深堀 → 仮説検証 → ビジネスモデル → メンタ

拡 **個別相談**　オンライン相談も可能！
起業や新事業展開の実現への具体的課題の
解消に向け、専門家等による個別相談の実

連携　連携

拡 **サテライトサロン（中山間地域等での起業のサポート）**

移住に関心のある起業者の発掘等
移住相談会
移住ツアー
起業塾　等

地域の起業をサポートする仕組みを構築
・移住支援団体等と連携し、起業相談窓口の設置
・起業サロンプログラムとの連動

＋

地域の課題等のビジネス化
地域のニーズや課題等を集約し、それを解決す
ビジネスを検討する起業家等とのマッチング

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

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サポートを実施

持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる～

)件 ⇒ 6年後(H28～H33累計):150件 ⇒ 10年後(H28～H37累計):250件
)件 ⇒ 6年後(H28～H33累計):750件 ⇒ 10年後(H28～H37累計):1250件

計画段階 | 起業・新事業展開時 | 事業化

貫サポート

トレーニングのステージ』

講座
営塾
ティブ
ス

アイデア創出 仲間探し

シーズ・研究内容紹介
経営者トーク
アイデアソン

ブラッシュアップ・ビジネスモデル

知財マッチング

実科
目指せ！弥太郎 商人塾
ＭＢＡアドバンス
高知ＣＣＢ
新事業創出講座

『事業化支援のステージ』

個別サポート（ココプラビジネスチャレンジサポート）

・専任サポートチームの編成
・専門家派遣や補助事業活用により、事業プランの磨上げをサポート

で学ぶ

事業化への更なるサポート

事業化を一気に後押しするプログラムにより、起業サロンの取組を補完

ビジネスプランコンテストの開催等

事業プランの磨き上げプログラム
入賞者への事業化推進補助
入賞者への事業化サポートプログラム 新

新 **アクセラレーションプログラムの実施**

対象者やテーマを絞り、座学と実践を組み合わせて加速度的に起業の準備～事業化へと進める短期集中型プログラムの実施（３～6カ月程度）

ート
リング
の
実施
する

事業化段階に入れば、各分野の個別サポートへつなぎ

- ものづくり
- コンテンツ
- IoT
- 食品
- 商業
- その他

こうち起業サロンと連携！

●コンテンツビジネス起業研究会
●Iot推進ラボ研究会

ものづくり | コンテンツ | IoT | 食品 | 商業

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 〇起業・第二創業件数　現状（H28.12末時点）：23件　⇒　4年後（H28～H31累計）：100件 〇新商品開発件数　現状（H28.12末時点）：47件　⇒　4年後（H28～H31累計）：500件

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

◆［新規］「こうち起業サロン」を中心とした段階別サポート
◆［拡充］中山間地域での小さな起業等をトータルでサポート
◆土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）
◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化（アイデアソン、連続講座、知財マッチング）
◆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）
◆［拡充］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の人材の誘致（再掲）

展開の促進）の体系図

⇒ 6年後（H28～H33累計）：150件 ⇒ 10年後（H28～H37累計）：250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
◆［新規］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）
◆［新規］専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援（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）
◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援（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）
◆［拡充］さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援（再掲）

（3）コンテンツ分野でのサポート
◆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）
◆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
◆［拡充］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
◆［新規］商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援（再掲）
◆［拡充］ 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］工業技術センターの機能強化（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 ○ココプラ発の起業化プロセス支援 ・起業に関するノウハウを集中的に学べる講座を新設するとともに、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 ・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
		・「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→H26:3,458人 「暮らし隊」会員の新規登録者数　H23:371人→H26:1,398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)
―	―	―	―	―

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【起01】◆「こうち起業サロン」を中心とした段階別サポート(H29新規)			○		
【起02】◆中山間地域での小さな起業をトータルでサポート(H29拡充)			○		○
【起03】◆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04】◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化(アイデアソン、連続講座、知財マッチング)			○		
【起05】◆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06】◆ビジネスプランコンテストの開催(H29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			○		○

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」を中心とした段階別サポート （H29新規）	起業について検討を始めたばかりの方やビジネスプランがある程度固まってきた方々に対するサポート体制を強化するため、「こうち起業サロン」を開設し、各々の思いや準備状況に応じたサポートを実施する また、起業や新事業展開にチャレンジする人を応援し、官民協働でサポートしていく土壌づくりも行う	こうち起業サロンの会員数	－（H27） ↓ 155会員（H28） ↓ 400会員
【起業02】 ◆中山間地域での小さな起業をトータルでサポート（H29拡充）	移住促進で実績のある嶺北地域などで、移住者等による「小さな起業（個人経営や兼業）」が増加している。その中には、IT等を活用し、高知の中山間にいながら全国で活躍する方もおいでる そうした流れを後押しし、かつ県内各地に広めるため、移住支援団体等への委託により地域ごとの支援体制を構築する	①地域における支援体制の構築 ②本支援事業を介した起業件数	①　－（H27） ↓ 4箇所(H28) ↓ 県内5箇所 ②　－（H27） ↓ 0件(H28) ↓ 6件 （H28～H31累計）
【起03】 ◆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） ↓ 87名（H28） ↓ 120名

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

県起業推進室：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ラットフォーム（こうち起業サロン）を運営し、会員の準備段階等に応じたサポートプログラムを実施
- ・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「分科会サロン」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）
- ・短期集中型の事業化支援プログラム（アクセラレーションプログラム）の実施
- ・移住支援団体等と連携したサテライトサロンの設置

県関係部局：起業や新事業展開に関心のある方を「こうち起業サロン」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「こうち起業 サロン」の取組紹介

移住者等による小さな起業への支援

県移住促進課：地域の移住支援団体等への委託による「移住者等による小さな起業」への支援体制を構築
地域の移住支援団体等：上記事業を受託し、「移住者等による小さな起業」に対して支援を実施

土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）

起業人材育成機能のさらなる強化（応用編講座など）

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04】 ◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化（アイデアソン、連続講座、知財マッチング）	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、アイデアソンや連続講座を開催するとともに、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を開催する	①アイデアソンの開催回数、参加者数 ②連続講座の開催講座数、参加者数 ③知財マッチングの開催回数、成約件数	①1回、30人（H27） ↓ 6回、197人（H28） ↓ 16回、120人 （H28～H31累計） ②4講座、143人（H27） ↓ 4講座、81人（H28） ↓ 16講座、400人 （H28～H31累計） ③－（H27） ↓ 説明会2回、0件 （H28） ↓ 4回、4件 （H28～H31累計）
【起05】 ◆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） ↓ 12件（H28） ↓ 40件 （H28～H31累計）
【起06】 ◆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） ↓ 84件（H28） ↓ 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（アイデアソン、連続講座、知財マッチング）

連携協定企業 ： アイデアソンの内容の検討、研修講師、開放特許の提供
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
県産学官民連携センター ： 全体調整、アイデアソン運営、知財マッチングのフォロー

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

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共催、審査員
県産学官民連携センター ： 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

県産学官民連携センター ： 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

◆具体的な取り組み	概要	指標	出発点 ↓ 現状値 ↓ 目標値(H31)
(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	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) ↓ 87人(H28) ↓ 100人

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

県移住促進課、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《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	＜高知版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：79社（H28） セミナー開催数：5回 現場視察・意見交換会：5回（農業2回、林業1回、水産業2回） ・県内におけるIoT技術活用のモデルケースを作るため、実証研究のためのプロジェクトを開始（3件） ・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農林水産業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 ・成功事例がオープンにされておらず、情報が少ない ・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	＜産学官連携によるイノベーションの創出＞ ・産学官連携会議を開催し、日常的に交流することで、産学官の距離感が縮まり、産学連携の意識が向上した ・産学官連携産業創出研究推進事業（実用化研究）により13件を支援（H23～H28） ・事業化件数が4件となり、事業化が着実に進みつつある ・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
		＜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　11回（H28） ●事業戦略の策定 着手50社（内完成23社）（H28） 着手予定　30社（H28）　　計80社 ＜参考＞既に持っている企業　45社 ・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　35件	・小規模事業者が多い中、策定過程の「強み、弱みの分析」など企業の現状把握にはある程度の経験や知識を要する ・事業戦略策定への動機づけ、意識の醸成による着手企業のさらなる増加 ・商品開発関連補助金活用予定企業等案件のさらなる増加 ・製品企画書の実現に向けた着実なフォロー活動
		＜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・売上高ともに順調な伸びを見せており、取り組みによる成果が出ている ●防災関連産業交流会会員数　H24：77社⇒H28：167社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H28：32件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H28：119製品 ●県外見本市への出展　H24～H28：40回、237社 ●防災関連製品売上高　H24:0.6億円、H25:10.7億円、 H26:15.4億円、H27:23.8億円、 H28:30億円（目標額）	さらなる製品開発・磨き上げの促進

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
(再掲)【商15】◆研究会でのマッチング等によるプロジェクトの創出(H29新規)	○		○		
(再掲)【商16】◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援(H29新規)	○		○		
(再掲)【商18】◆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10】◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援	○	○	○		
(再掲)【商12】◆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)【商07】◆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	○		○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
3	コンテンツ分野でのサポート	＜企業立地の推進＞ ・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～H28：197件 ●企業立地件数　H25～H28：9件	・立地有望案件（コンテンツ）の更なる掘り起こし
		＜起業に取り組む事業者等への支援の強化＞ ・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～H28：11件	・事業化プラン案の迅速なブラッシュアップ
		＜起業に取り組む事業者等への支援の強化＞ ・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～H28：7件	・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	＜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	・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
		＜事務系職場の集積拡大＞ ・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に取り組み、H24年度から28年度末現在で、これまで、14件（新設10件、増設4件）の立地を実現	・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

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
(再掲)【商33】◆コンテンツ関連企業の立地促進			○		
(再掲)【商43】◆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44】◆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31】◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(H29拡充)			○		
(再掲)【商42】◆立地企業を核とした新たな企業の誘致			○		

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
5	商業分野でのサポート	<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 ●創業および経営革新計画承認：119件（H27年度）	地域経済の活性化を図るには、地域の事業者の経営力の強化が必要であり、経営計画策定への商工会・商工会議所による支援が重要
		＜地域商業の活性化＞ ・「地域の暮らしや交流を支える商業機能の維持、発展」や「観光や地域文化の拠点となる、中心商店街のさらなる魅力アップ」に向けて、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た	・「高知市、四万十市とそれ以外の市町村の中心商店街との間の商業機能の地域間格差が大きい」「中山間地域で活動に取組む基盤となる団体がない地域も多くある」「若手商業者の集まりがあるものの、新たな動きになっていない」などの課題が見られる
6	食品分野でのサポート	＜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、H24～28年度の累計で203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
		＜食品加工高度化支援拠点の整備＞ ・H27から関係機関等と連携して企業の個別課題に対応したサポートチームを設置し、各企業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 H27：13件、H28：42件（H29.1末現在） ⇒事業化プランの策定支援 H28：34件（H29.1末現在） ⇒市場対応商品開発等事業費補助金による支援 H27:5件、H28：23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
		＜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[H28実績見込み含む]） ※産振総合補助金　232件　37.4億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー453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）：207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） H27：52.6億円	・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	その他の分野でのサポート	＜起業に取り組む事業者等への支援の強化＞ ・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進めた（県内7ヵ所にシェアオフィスを設置、入居企業12社（うち県内事業者5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している。	・シェアオフィスへの入居促進活動の強化
		＜起業に取り組む事業者等への支援の強化＞ ・平成28年度に県制度融資の創業融資メニューを改め、保証料補給を手厚く行う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 H24～H27融資実績件数：230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
(再掲)【商13】◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H29新規)	○	○	○	○	
(再掲)【商19】◆商店街のにぎわい創出への支援(H29拡充)			○		○
(再掲)【商20】◆新規創業・店舗魅力向上への支援			○		○
(再掲)【商09】◆工業技術センターの機能強化(H29拡充)	○	○	○		
(再掲)【外商33】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(H29拡充)	○	○	○		
(再掲)【外商11】◆地域アクションプランの実行支援	○	○	○		
(再掲)【商45】◆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46】◆創業融資メニューの活用促進			○		

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)
(再掲)【商15】 ◆研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出 (H29新規)	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06＞参照(p.409)	IoTプロジェクトの創出件数	ー(H27) ↓ 3件(H28) ↓ 20件(H31累計)
(再掲)【商16】 ◆専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援 (H29新規)	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06＞参照(p.409)	IoTプロジェクト自立件数	ー(H27) ↓ 0件(H28) ↓ 7件(H31累計)

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
取組方針	1　ＩｏＴの推進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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、民間シンクタンク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	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）
（再掲）【商18】 ◆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） 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） 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）	①実用化研究により事業化された件数 ②事業化研究により事業化された件数 ③応用研究により新たな分野で事業化された件数	①4件 （H23～H27累計） ↓ 4件 （H23～H27累計） ↓ 11件 （H23～H31累計） ②－ ↓ － ↓ 1件 （H29～H31累計） ③－ ↓ － ↓ 2件 （H28～H31累計）
（再掲）【商10】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援	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 ⇒別図＜商01＞参照（p.404）	事業戦略を持つ企業数（累計）	－（H27） ↓ 120社（H29.2.3現在） 着手45社(うち完成11社) 着手予定32社　計77社 既に持っている企業43社 ↓ 200社 （H28～H31累計）
（再掲）【商12】 ◆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.404）	事業化プランの作成件数	30件（H26） ↓ 26件 （H29.2.6現在） ↓ 40件

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
取組方針	2　ものづくり分野でのサポート

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、県新産業推進課 ： 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、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:
・事業化および販路拡大の支援

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、ものづくり地産地消・外商センター ：
・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

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

ものづくり地産地消・外商センター ：
・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

◆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07】 ◆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(H29拡充)	・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	①防災関連産業交流会会員数	①138社 (H26累計) ↓ 167社(H28) ↓ 206社(H31累計)
	・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 ⇒別図<商02>参照(p.405)	②防災関連製品認定制度による認定製品数	②106製品 (H27累計) ↓ 119製品 (H28累計) ↓ 162製品(H31累計)

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による試作開発等の支援
・専門アドバイザー派遣による人的支援
・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24】
・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	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）
（再掲）【商33】 ◆本県ならではの企業への支援策を生かした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） ↓ 156件（H28） ↓ 150件
（再掲）【商43】 ◆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（コンテンツ分野）	10件（H27） ↓ 11件（H28） ↓ 40件 （H27～H31累計）
（再掲）【商44】 ◆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	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、研究会におけるコンテンツ分野の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い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	コンテンツビジネスマッチング件数	4件（H27） ↓ 8件（H28） ↓ 40件 （H27～H31累計）

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
取組方針	3　コンテンツ分野でのサポート

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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
・コンテンツ企業立地助成制度を含む包括支援パッケージをPR

コンテンツビジネス事業化支援

県産業創造課　：　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　：
・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

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)
(再掲)【商31】 ◆全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(H29拡充)	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 ⇒別図<商08>参照(p.411)	立地決定件数(食品分野を含む)	50件 (H24～H27累計) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)
(再掲)【商42】 ◆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) ↓ 8件(H28) ↓ 40件 (H28～H31累計)

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
取組方針	4　企業立地分野でのサポート

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）

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

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)
(再掲)【商13】 ◆商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(H29新規)	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 ⇒別図＜商05＞参照(p.408)	①経営計画の策定件数 ②中小企業診断士の有資格者数	①－(H28) ↓ －(H28) ↓ 600件 ②12名 (～H27累計) ↓ 12名 (～H28累計) ↓ 16名 (～H31累計)
(再掲)【商19】 ◆商店街のにぎわい創出への支援(H29拡充)	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 ⇒別図＜商07＞参照(p.410)	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) ↓ 49,785人(H28) ↓ 66,000人 ②12.4%(H26) ↓ 12.5%(H28) ↓ 10.0% ③－(H28) ↓ －(H28) ↓ 30件 (H29～H31累計)
(再掲)【商20】 ◆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、「商店街魅力向上事業費補助金」を活用し、「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」による既存店の魅力アップを支援 【商店街魅力向上事業費補助金】 ・「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 ⇒別図＜商07＞参照(p.410)	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) ↓ 5箇所(H28) ↓ 14箇所 (H27～H31累計) ②59件 (H21～H26累計) ↓ 5件(H28) ↓ 100件 (H28～H31累計) ③10件(H27) ↓ 11件(H28) ↓ 100件 (H28～H31累計)

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
取組方針	5　商業分野でのサポート

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
県経営支援課　：　連絡会議を設置し、商工会等が行う計画策定等の支援を後押し

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　：　職場内外の研修参加等を積極的に支援

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やリノベーション支援事業、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、商店街等での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　：　商店街魅力向上支援事業費補助金（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　：　商店街魅力向上支援事業費補助金（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	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)
(再掲)【商09】 ◆工業技術センターの機能強化(H29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支援を実施 ⇒別図＜商04＞参照(p.407)	新製品開発数	165アイテム (H24～H27累計) ↓ 38アイテム(H28) ↓ 140アイテム (H28～H31累計)
(再掲)【外商33】 ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(H29拡充)	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.532)	①事業者等の事業化プランの策定支援件数 ② ①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	① －(H28) ↓ 36件(H28末) ↓ 100件 (H28～H31累計) ②－(H29.4) ↓ －(H29.4) ↓ 10件 (H28～H31累計)
(再掲)【外商11】 ◆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) ↓ 207人(H28) ↓ 600人 (H28～H31累計) ②36.4億円(H26) ↓ 52.6億円(H27) ↓ 59.7億円 (H31)

戦略の柱	2　各分野での事業立ち上げ前後のサポート
取組方針	6　食品分野でのサポート

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

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)高知県地産外商公社、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、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(3～5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

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

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)
(再掲)【商45】 ◆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) ↓ 7事業者(H28) ↓ 15事業者
(再掲)【商46】 ◆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) ↓ 230件 (H24～H27累計) ↓ 270件 (H28～H31累計)

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
取組方針	7　その他の分野でのサポート

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

県産業創造課　：　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、県産業創造課　：　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

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）の開発に成功しました。

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.2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するとともに、大学等が実施する社会人教育等の情報を一元的に発信します。

○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起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、他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

～「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

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・

❒産学官民連携に関
コーディネーター等が

・起業・新事業展開
多様な相談に産学

❒課題解決・ビジネス
様々な交流機会を創

・大学等のシーズ・研
究内容をテーマに意

・経営者トーク （県
の強みやニーズの紹

・アイデアソン（起業
ループディスカッション

・連続講座（ビジネ
た　様々なテーマの

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
林業振
水産

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～

ンター（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”～

交流機会の創出

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

する様々な相談に、アドバイザーや連携して対応

に向けた支援として、事業化に関する官民の連携によるアドバイス等を実施

チャンスにつなげるため、次のとおり、出

研究内容紹介（大学等のシーズや研見交換や連携のアイデアを出し合う）

内の企業経営者が講師となり、企業介、創業のノウハウ等を紹介）

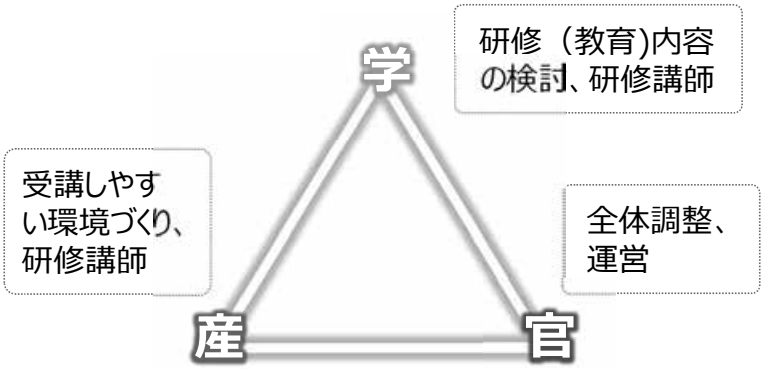
機運を盛り上げ、アイデアを見出すグを定期的に開催）

スのアイデアやプランの磨き上げに向け連携講座の開催）　　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
- 振興部
- 商工労働部
- 興・環境部
- 観光振興部
- 振興部
- 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）

（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）

◆［拡充］試験研究機能の充実強化(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］工業技術センターの機能強化(再掲)

◆［新規］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

な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2年間で延べ1,217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、26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	・産学官連携会議を開催し、日常的に交流することで、産学官の距離感が縮まり、産学連携の意識が向上した ・産学官連携産業創出研究推進事業（実用化研究）により13件を支援（H23～H28） ・事業化件数が4件となり、事業化が着実に進みつつある ・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
【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18】◆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	【水産業】 ○クロマグロ ・人工種苗の生産技術開発に取り組んだ結果、生産技術は一定確立 ［沖出し尾数］ H26：49尾、H27：1,045尾、H28：約17,000尾 ［養殖種苗試験配布尾数］ H27：約100尾、H28：約3,000尾 ○カンパチ ・人工種苗の生産技術開発に取り組んだ結果、量産技術を確立 ・H28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 【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4件の事業化を支援した ［紙産業］（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24回　参加者：のべ172社、377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153回　参加者：のべ189社、421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18件 専門知識を持った企業OBの配置：4名 ●新製品開発数1件 ●研究会活動等による企業の設備導入2件 ［工業技術センター］ ・工業技術センターの支援により、H24～28年度の累計で203アイテムの新商品が開発された。 【食品】 ・食品産業研究会（H21～H27）を立ち上げ、事業者の商品開発のプランづくりをサポートして、有望なプランを総合的に支援 （認定事業化プラン数：35件（累計））	【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 ・中間育成漁場の確保 【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） 【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 ・室戸海洋深層水の注目度を向上させるPR ［紙産業］（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 ［工業技術センター］ ・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】 ・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
【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）【水09】◆試験研究機能の充実・強化（H29拡充）	○		○		
（再掲）【商06】◆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08】◆「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（H29拡充）	○	○	○	○	
（再掲）【商09】◆工業技術センターの機能強化(H29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（H29新規）	○		○		

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、起業の促進、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） ↓ 4件（H27） ↓ 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や起業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）
（再掲）【商18】 ◆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） ↓ 4件 （H23～H27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－ ↓ － ↓ 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～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	1　産学官連携強化による産業の振興
取組方針	2　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、県新産業推進課　：　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

県新産業推進課　：　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、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

海洋資源等の機能性を活かした新産業の創出

県新産業推進課:
・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	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） ↓ 主要16品目の機能性成分分析（H28） ↓ 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）	○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) ↓ 4品目(H28) ↓ 2品目 ②　－(H27) ↓ 試作品の作成（H28） ↓ 1商品
（再掲）【水09】 ◆試験研究機能の充実・強化(H29拡充)	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 ⇒別図＜水01＞参照（p.320）	新たな試験研究機関の設置	－(H27) ↓ 新たな試験研究機関を設置・稼働（H28） ↓ 新たな試験研究機関の施設機能強化と本格稼働

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）
　県産煎茶商品の品質向上とラインアップ強化に向けた仕上げ加工法の確立（H31～33）

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

◆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06】 ◆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 ・共同研究や支援事業を拡大させ、その成果の普及を図る	深層水関連の事業化及び製品化数	4件(H24～27累計) ↓ 0件(H28) ↓ 4件(H28～31累計)
(再掲)【商08】 ◆「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(H29拡充)	「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 ⇒別図＜商03＞参照(p.406)	①新製品開発数 ②技術研修の受講者数	①－(H27) ↓ 2件(H28) ↓ 20件(H28～H31累計) ②239人 (H24～H26平均) ↓ 194人(H28) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～H31)

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

深層水関連の事業化支援

県海洋深層水研究所:
・健康食品や化粧品、医療や医薬品分野の研究と事業化支援
・共同研究、支援事業の拡大とその成果の普及

製品プランづくりの支援強化

県立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

県立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
・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

中核人材の確保と育成の強化

県立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

◆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09】 ◆工業技術センターの機能強化(H29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支援を実施 ⇒別図＜商04＞参照(p.407)	新製品開発数	165アイテム (H24～H27累計) ↓ 19アイテム(H28) ↓ 140アイテム (H28～H31累計)
(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(H29新規)	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.532)	交流会等への参加企業数	－(H29.4) ↓ －(H29.4) ↓ 年間200社以上

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

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

＜ 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。
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。
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
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。㈶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	事業承継・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	企業がもっている新しい技術・材料・サービスなどで、まだ世に出ていないビジネスの種（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。
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・延泊型の博覧会。 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。

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。
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(39才以下)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、ビジネスに必要な幅広い分野の内容について、基礎知識から応用・実践編までを「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	いずれも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
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。

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】◇第３期高知県産業振興計画≪総論・産業成長戦略≫（案）について ◇第３期高知県産業振興計画≪地域アクションプラン≫（案）について ◇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
	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

〃　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
・産業成長戦略の平成28年度の進捗状況等
・産業成長戦略の平成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

2　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等（平成28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	
	竹内　克之		四国経済連合会	副会長	
	山崎　道生		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 （野浪　健）	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	
	大谷　聡		日本銀行高知支店	支店長	
	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	
	上岡　義隆		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
	熊野　裕二		日本放送協会　高知放送局	局長	※報道機関
	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	公立大学法人高知工科大学	学長特別補佐	
	原　幸宏		株式会社日本政策投資銀行	四国支店長	
	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 （岩﨑　憲郎）		高知県町村会	会長	中土佐町長
	井上　哲郎		高知市	副市長	
	計　31名				

※（　　）は、委員変更に伴う前任者

（２）　専門部会

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所　属　及　び　役　職	
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
		土居　正明		全国農業協同組合連合会　高知県本部	本部長
		野村　有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事
	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	
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
		田口　護		四国森林管理局	森林整備部長
	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	
		宮﨑　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	
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	
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
		千頭　邦夫		チカミミルテック株式会社	代表取締役社長
		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
		西　和雄	●	一般社団法人高知県工業会	副会長
		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

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所　属　及　び　役　職	
観　光		赤池　慎吾		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）

部会長	氏　名	専門部会部会	所属及び役職	
	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
	西　和雄	商工業	一般社団法人高知県工業会	副会長
	友田　由美	観　光	土佐経済同友会	観光振興委員長
	川村　晶子		特定非営利活動法人とさはちきんねっと	アドバイザー
	高橋　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	マネージャー
部会長	渡邊　浩幸		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。

（連携テーマ部会）

第６条　産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、産業間の連携戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に連携テーマ部会を設置する。

2　連携テーマ部会の部会員は、専門部会の部会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　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　連携テーマ部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。

５　連携テーマ部会の会議は、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連携テーマ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連携テーマ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連携テーマ部会の会議は、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　連携テーマ部会の事務局は、産業振興推進部計画推進課に置く。

（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。

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.２

～ 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 29 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　088-823-9333
FAX　088-823-9255
E-mail:120801@ken.pref.kochi.lg.jp
http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/