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

～ 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２８年３月

高　知　県

第３期高知県産業振興計画の策定にあたって

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」をたどってきました。

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、平成 21 年度から「高知県産業振興計画」に官民一丸となって取り組んでいます。

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約 5,500 人の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 28 年１月には過去最高の 1.05 倍に達するなど、経済全体としても良い方向に向かっているものと見られます。

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、計画のフォローアップを頂いています約 250 人の委員の皆様のお知恵や、各産業団体や市町村の方々、県民の皆様のご意見などを踏まえまして、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」を策定しました。

この第３期計画では、『**「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**』ことに挑戦してまいります。また、これにより、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まいります。

私自身、県庁職員と共に知恵を出し、汗をかいて、県民の皆様とさらなる飛躍への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 28 年３月

高知県知事　尾﨑　正直

目　次

【総　論】

Ⅰ　産業振興計画の全体像

1　はじめに・・・

＜付属資料＞

Ⅰ　第１期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４４
　１　第１期計画における改定の経緯　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４４

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括　・・・・・・・・・・・・・・・・・４６
　１　第１期計画の評価　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４６
　２　今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）　・・・・・・・・・・・・・・６２

Ⅲ　第２期計画のこれまでの改定　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６３
　１　第１次改定（平成 25 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・６３
　２　第２次改定（平成 26 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・７０
　３　第３次改定（平成 27 年３月）の詳細　・・・・・・・・・・・・・・・・７７

Ⅳ　高知県経済等の動向（平成 28 年３月現在）　・・・・・・・・・・・・・・８５

【産業成長戦略】

Ⅰ　専門分野の成長戦略
　１　農業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・９３
　２　林業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１７５
　３　水産業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２２５
　４　商工業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２６９
　５　観光分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３５１

Ⅱ　産業間の連携戦略
　１　地産地消・地産外商戦略の展開　・・・・・・・・・・・・・・・・・・３９７
　２　移住促進による地域と経済の活性化　・・・・・・・・・・・・・・・・４４９
　３　担い手の育成・確保　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４９３
　４　地域産業クラスターの形成　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５４５
　５　起業や新事業展開の促進　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５５５
　６　産学官連携による力強い産業の礎を築く・・・・・・・・・・・・・・・５６９

＜付属資料＞

Ⅰ　用語の解説　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５８６

＜参考資料＞

Ⅰ　計画のフォローアップ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５９８
　１　フォローアップの経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５９８
　２　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等　・・・・・・・・・・・・６０４
　（１）フォローアップ委員会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６０４
　（２）専門部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６０５
　（３）連携テーマ部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６０７
　（４）産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　・・・・・・・・・・・６０８

【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

推進経過

地域アクションプランフォローアップ会議委員名簿

【 総　論 】

Ⅰ　産業振興計画の全体像

1　はじめに

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

この計画は、社会経済情勢の変化やPDCA[1]サイクルによる改善、新たな課題への対応などを行うため、毎年度、内容をバージョンアップしていますが、平成24年度からスタートした第2期高知県産業振興計画（以下「第2期計画」という。）の計画期間が、平成 27 年度末で終了することから、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。

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。

---

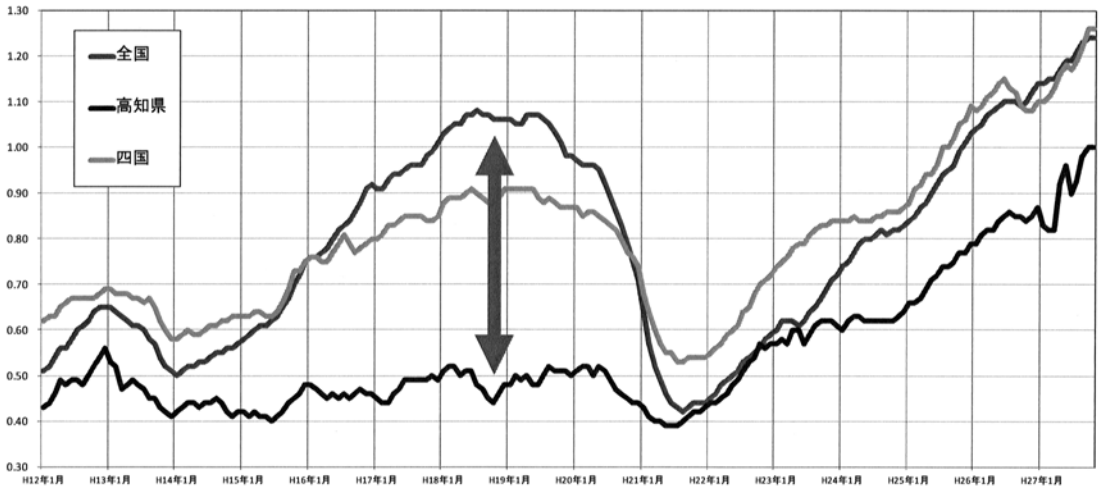
[1] Plan（計画）、Do（実行）、Check（検証）、Action（改善）による行動プロセス

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」の減少を加速させ、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）。

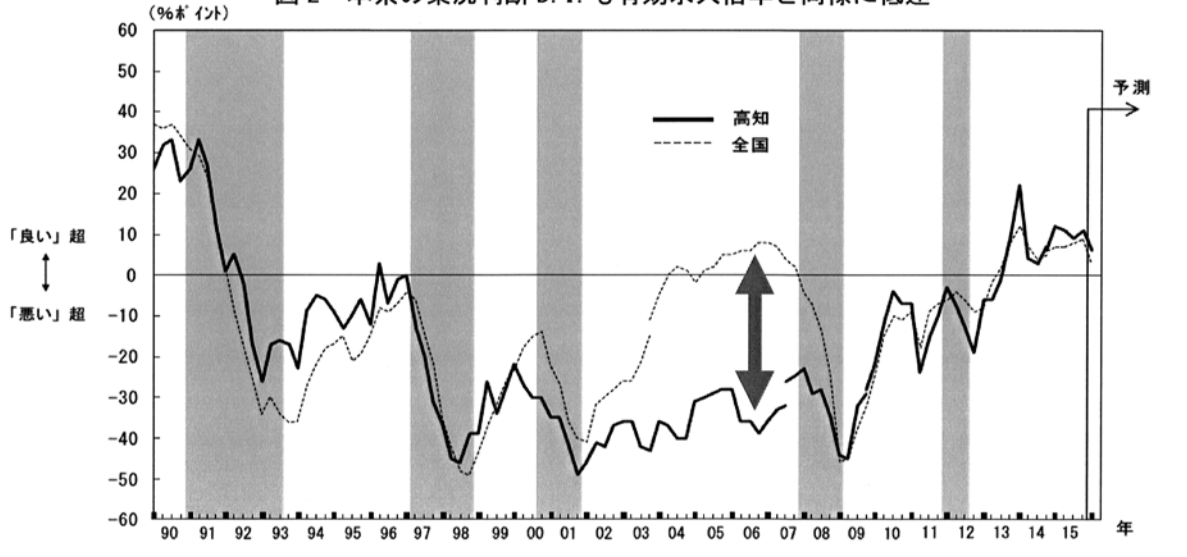
このように、本県では、戦後、人口の社会減による経済の縮小が、さらに人口の社会減を加速させ、それが過疎化と高齢化を同時に招き、特に、出生率の高い中山間地域ほどこうした傾向が顕著になった結果、全国に先行して人口が自然減の状態にも陥り、このことで、より一層経済が縮むという、「人口減少による負のスパイラル」をたどってきました。

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



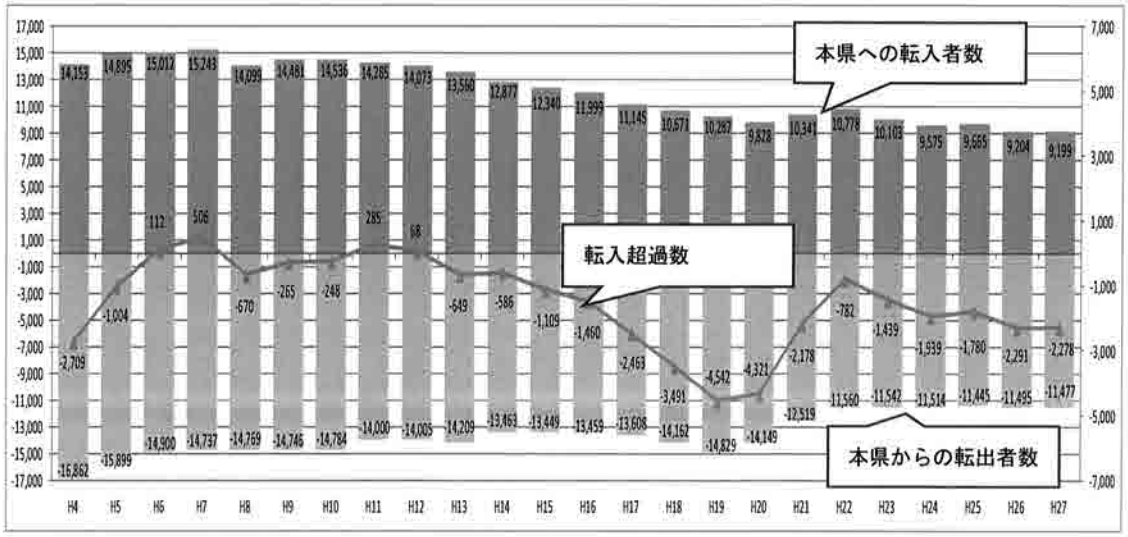
出典：職業安定業務統計

図 2　本県の業況判断 D. I. も有効求人倍率と同様に低迷



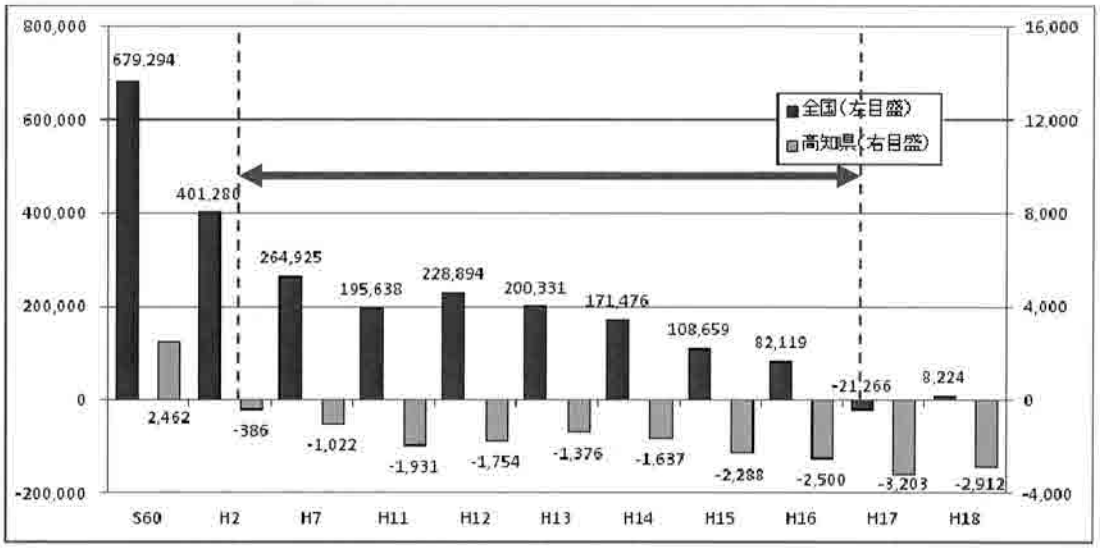
出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」

図３　本県人口の社会減が進行



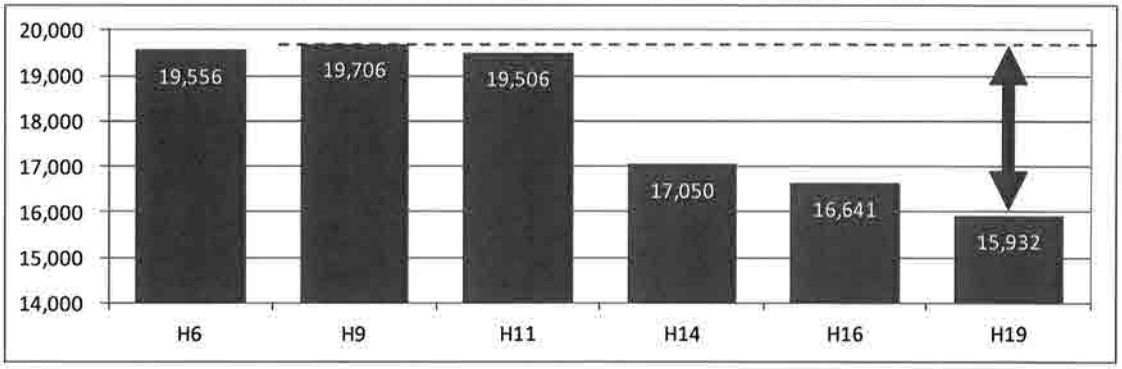
出典：住民基本台帳異動報告

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）。

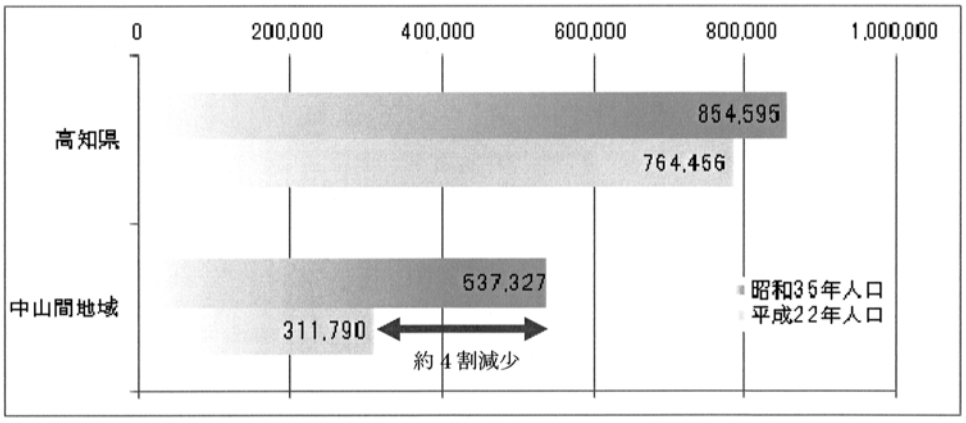
本県の基幹産業である農業や林業などの多くは中山間地域で行われており、観光誘客における高知県の売りである「豊かな自然」の多くは中山間地域に存在し、また、そこから多くの安心安全な食材などが供給されます。

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。

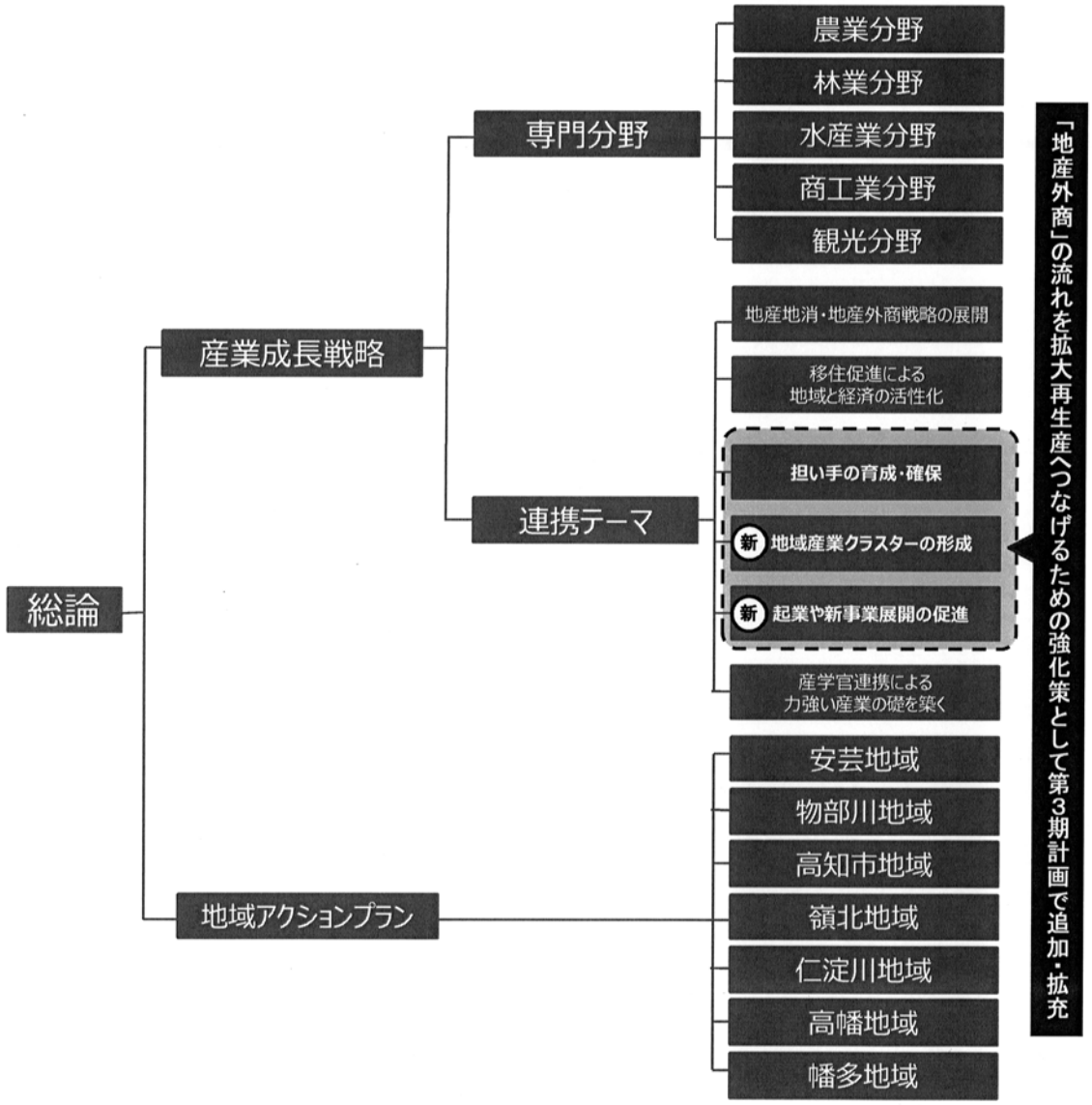
このため、産業振興計画の様々な施策を総動員して、中山間地域の活性化を図っていきます。

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。 ⇒20・21 ページ参照

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。　⇒7 ページへ

■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。

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.46 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 26 年度には 4,393 件と、平成 21 年度の約 25 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 年度の見込みが 36 億円と、平成 24 年度の約 14.4 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 万人が定着してきたところです。

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約 5,500 人の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1月には過去最高の 1.05 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す。

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、飛躍への挑戦を新たなステージへ引き上げ、県勢浮揚を目指して、さらなる官民協働、市町村との連携協調により、取り組みを進めていきます。

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。

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

＜H21～H27 の社会増減（H22 を除く平均） ▲1,966 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期計画に期間における雇用創出 5,491 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 22 年の県際収支 ▲6,628 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（H33 年度）の検証、「10 年後目標（H37 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。

産業振興計画の目指す将来像の

目指す将来像　地産外商が進み、地域地域で

目指す将来像の

戦略　地産外商を強化し、さらに拡

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

※H21～H27の社会増減（H22を除く平均）
▲1,966人

▶ ６年後：社会増減のプラス
10年後：　を定着させる

若者が志を持って打
NEW！　魅力ある仕事をつ

計画全体を貫く目標 ②

■ ４年間で4,000人の雇用できるもの）を創出する

＋ 定量的に把握できないものの
地産外商の拡大による雇用

※第1期・第２期計画期間における雇用創

▶ ６年間：雇用創出
10年間：雇用創出1
※いずれもH28からの

◎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で
実践者のチャレ

	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	965億円（H26）	9.5万t（H26）	61万㎥（H26）	204億円（H26）	446億円（H25）	184億円（H25）
2期計画発射台	930億円（H22）	－	40.4万㎥（H22）	150億円（H22）	428億円（H21）	160億円（H21）

来像の実現に向けた取り組み

域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

将来像の実現！

うに拡大再生産の好循環へ！

持って打ち込める仕事をつくる

目標 ②

人の雇用（定量的に把握出する

きないものの観光振興や による雇用創出が見込まれる

おける雇用創出5,491人

雇用創出 6,000人
雇用創出10,000人
ら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

第２期計画スタートから3年間で約508億円の増加（試算値）
第３期計画ではさらに上乗せを目指す

■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

※H22年　移輸出額　6,690億円
県際収支（移輸出額－移輸入額）　△6,628億円

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。

業化までの多様なサポートにより、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

野	商工業分野	観光分野		地産地消・地産外商戦略（食品分野）	移住促進
元気な漁	拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業	世界に通用する「本物と出会える高知観光」の実現		・素材を生かした加工立県 ・県産品が全国ブランドに	移住者と一緒に創る元気な地域
産加工出荷額	製造品出荷額等	県外観光客入込数	観光総消費額	食料品製造業出荷額等	県外からの年間移住者
220億円以上	7,000億円以上	470万人以上	1,410億円以上	1,085億円以上	3期計画の取組による成果を踏まえて設定
203億円以上	6,400億円以上	450万人以上	1,300億円以上	1,035億円以上	
200億円以上	6,000億円以上	435万人以上	1,230億円以上	1,000億円以上	1,000組以上
184億円（H25）	5,260億円（H26）	408万人（H27）	1,075億円（H26）	892億円（H26）	403組（H26）
160億円（H21）	4,681億円（H22）	388万人（H23）	953億円（H23）	861億円（H22）	120組（H23）

※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5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	38,500t	15.5%	1位
キュウリ	24,200t	5.2%	6位
ピーマン（シシトウを含む）	13,100t	10.3%	3位
シシトウ	3,050t	45.2%	1位
ミョウガ	4,671t	83.3%	1位
ニラ	15,500t	27.9%	1位
オクラ	1,946t	17.3%	2位
ショウガ	16,100t	41.2%	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	1690 万本	11.7%	2位

野菜・花き：平成 26 年産（ミョウガ、オクラは平成 24 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 2015－（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3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 84 パーセント（森林率全国第１位）
・環境のトップ・プランナー ：
全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備、カーボン・オフセットなどCO_2削減の仕組みづくり
・室戸ジオパーク ： 世界ジオパークネットワークへの加盟（平成 27 年9月再認定）

また、本県には全国の人々を魅了する歴史もあります。

・明治維新 ： 『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第１位[8] 坂本龍馬
『上司にしたい幕末の有名人ランキング』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

■**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 24～26 年度（国土交通省）
[8] 情報検索サイト「goo」2011 年７月調査
[9] 情報検索サイト「goo」2010 年６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%

---

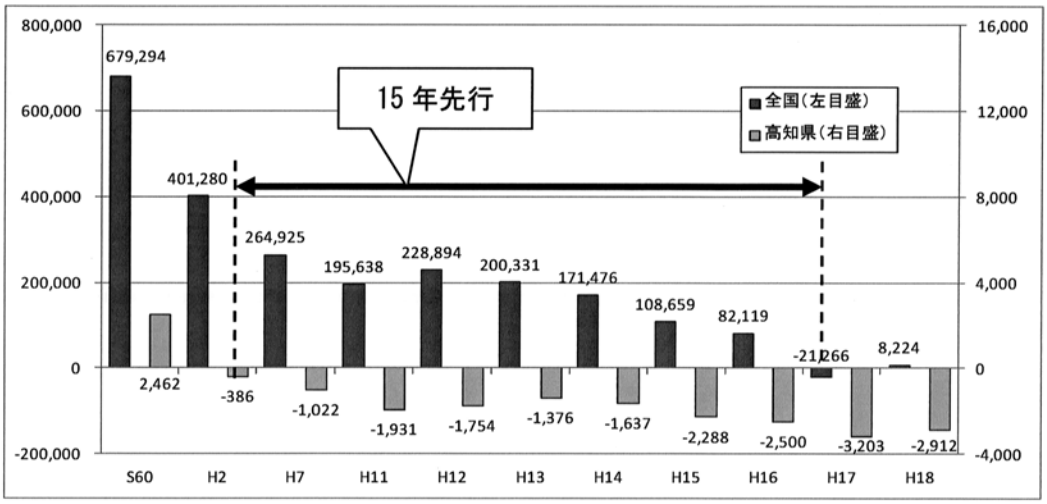
10 高知市の「横山龍一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

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

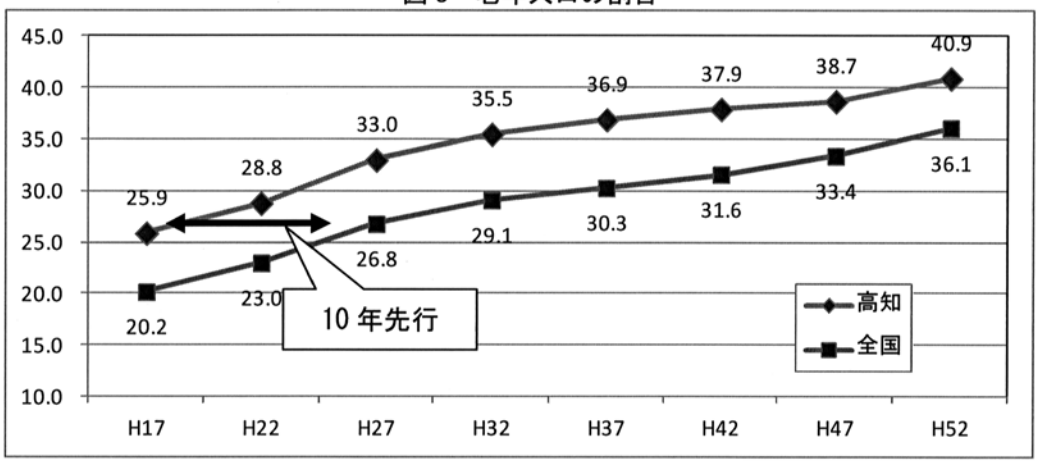
にあたる、およそ 23 万人の人口が減少すると見込まれる一方で、今後も相対的な高齢者の割合はますます高くなります。

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）

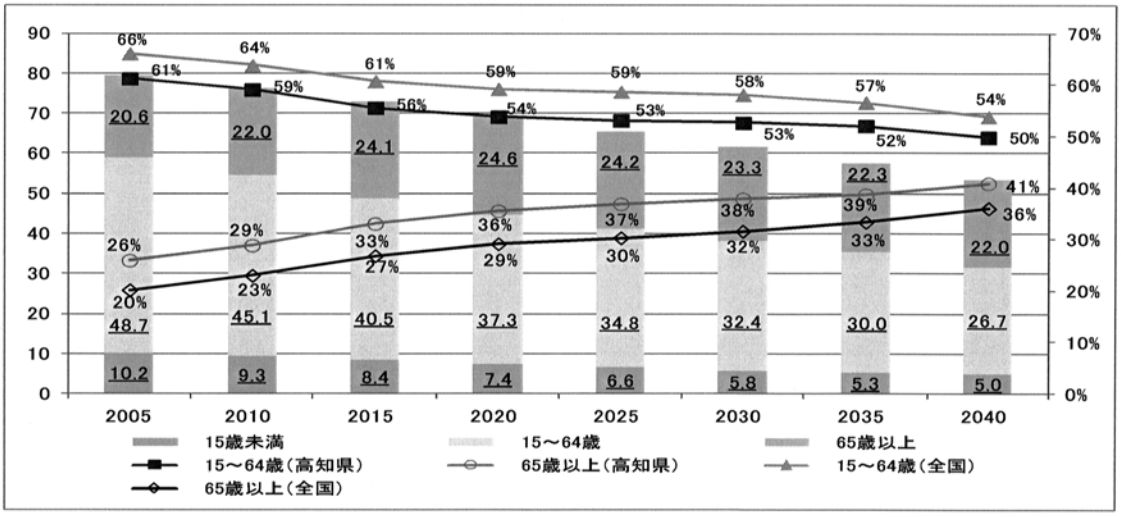
図 8　老年人口の割合



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



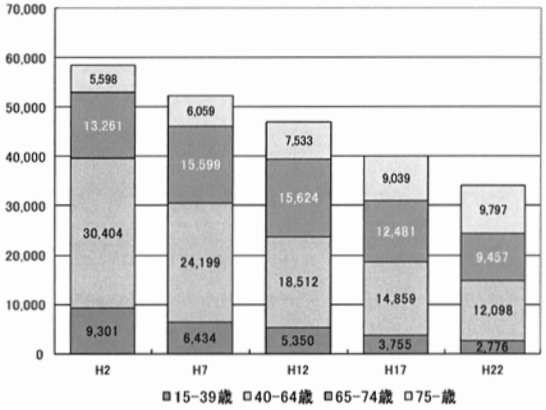
出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25.3）（国立社会保障・人口問題研究所）

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。

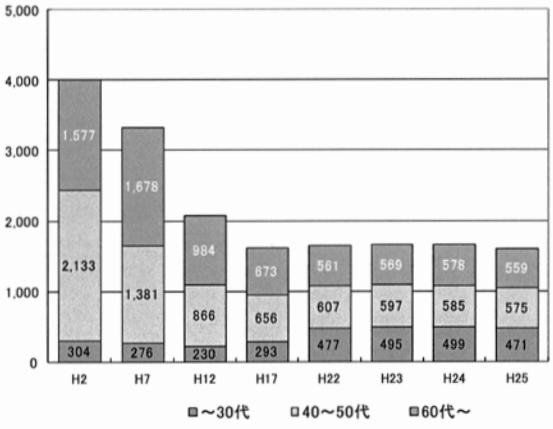
産業振興計画の取り組みにより、第一次産業の新たな担い手の確保につながるといった成果も一定表れていますが、依然として多くの若者の県外流出が続き、第一次産業だけでなく、第二次産業、第三次産業においても、担い手不足がより深刻になっています。各産業での担い手の育成・確保を進めるとともに、若者に県内にとどまっていただくために、県内に多様な仕事を生み出す必要があります。

図 10　農業就業人口の推移



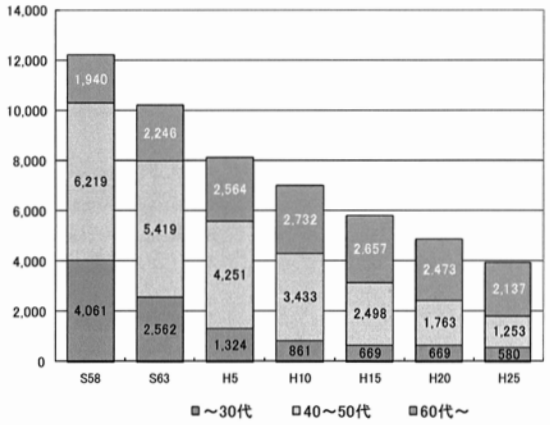
出典：農林業センサス

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

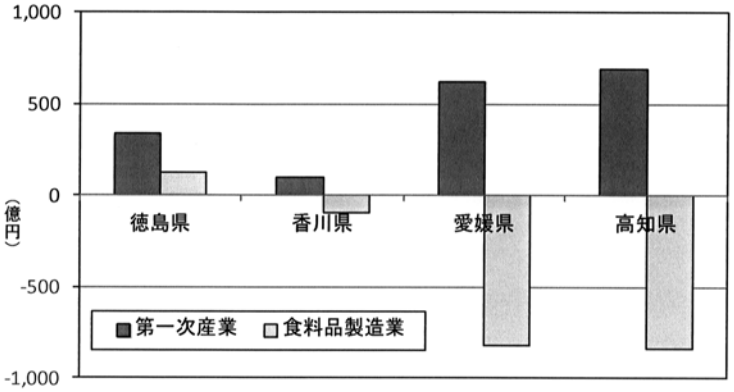
■地理的ハンディ：大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在

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 17 年）

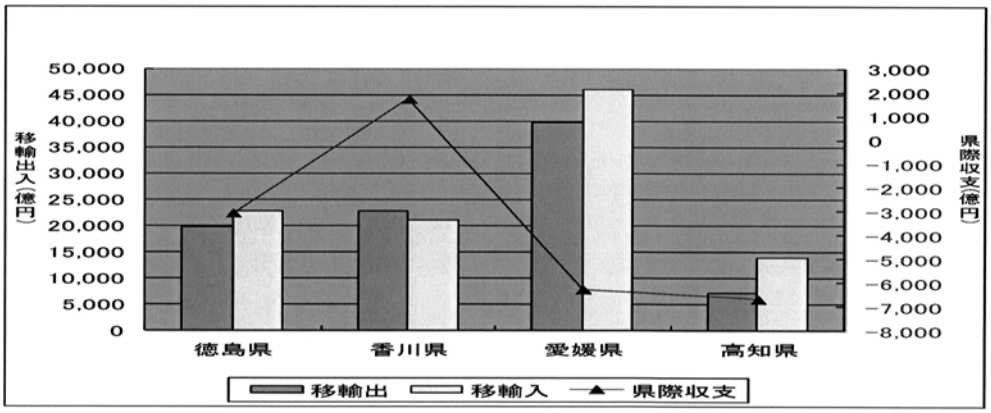
また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。また、機械系のものづくりの分野ではニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

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 6,700 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 17 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（クルーズ船の来航増など）、日本食ブーム、ＴＰＰ（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の経験を防災に生かしてきた知識や経験により、これまでの取り組みのなかで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。

■社会情勢：全国的な高齢化の進行、ICT 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、近年のＣＣＲＣ（Continuing Care Retirement Community）へのトレンドから、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の活用が進んでおり、ICT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にICT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。

■国際化：訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の来航増など）、日本食ブーム、TPP（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、TPPによる関税の撤廃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】** ＴＰＰ（安い輸入品が流入する可能性）、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：TPP（安い輸入品が流入する可能性）、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、平成27年10月のTPPの大筋合意を受けて、関税の撤廃などにより、これから県産品の海外へのさらなる販路開拓に有利になると考えられますが、一方で、農林水産物の生産の減少をもたらすと予想されます。なおかつ、安価な外国産品の流入による価格低下など、現段階では定量的に見通せない影響も生じる可能性があります。また、特に本県の場合は、中山間地域が多いといった厳しい実情もあります。

こうした脅威に立ち向かっていくためにも、第一次産業などの取り組みをさらに力強く展開して

いく必要があると考えています。

■地域間競争：県外製品や小売の県内進出、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 ALL STARS

O 機会 Opportunities

消費者マインド	全国的な社会・経済情勢	国際化
・消費者ニーズの多様化 ・防災意識の高まり ・食の安全・安心志向 ・健康志向 ・移住への関心の高まり ・心の豊かさへの意識の変化	・全国的な高齢化の進行 ・ICT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	・訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の来港増など） ・日本食ブーム ・ＴＰＰ（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、

SO	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
SO	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
SO	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
SO	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/ＴＰＰ(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
SO	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	若者からリア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
WO	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
WO	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
WO	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
WO	県内各地域に観光スポットが点在 歴史イヤー/ICT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
・ＴＰＰ（安い輸入品が流入する可能性） ・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

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



弱みをカバーする取り組みを推進！

S T	全国トップレベルの食/多様な一次産品 ＴＰＰ（安い輸入品が流入する可能性）/県外製品・資本の流入/地域間競争の激化	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
S T	県外や海外とのつながり/独自の技術を持つ地場企業 ＴＰＰ（安い輸入品が流入する可能性）/県外製品・資本の流入/地域間競争の激化	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
S T	志ある実践者の増加 県外製品・資本の流入/地域間競争の激化	経営感覚を持ち、自ら考え行動できる人材を育成する	基本方向 4
S T	全国トップレベルの食/明るい県民性/多様で豊富な自然 地域間競争の激化	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
W T	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 県外製品・資本の流入/地域間競争の激化	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
W T	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 県外製品・資本の流入/全国的な人手不足	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
W T	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 県外製品・資本の流入/地域間競争の激化	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
W T	小規模・零細事業者が多い/中山間地域の衰退 県外製品・資本の流入/地域間競争の激化	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

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

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、「地産」をさらに強化する

これまでの取り組みによって、減少傾向から増加傾向に転じてきた各分野の産出額等をさらなる成長軌道に乗せていくためには、本県の強みを活かして、付加価値を最大限向上させ、「地産」をさらに強化することが必要です。

このため、それぞれの分野での「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。さらに、担い手への農地集積を加速するとともに、積極的に優良農地を作り出す園芸団地の整備にも本格的に取り組みます。

林業の分野では、森の工場や原木の安定供給システムの構築、皆伐の促進などによる生産性の向上により、原木の増産を図っていきます。また、既存の製材工場の加工力の増強を図るとともに、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により、加工体制を強化します。さらに低層非住宅建築物の木造化促進や木質バイオマスエネルギーの推進といった新たな需要の開拓により、木材需要の飛躍的拡大を目指していきます。

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。養殖業においては、人工種苗の量産体制を確立し、「日本一の種苗生産・中間育成拠点」の形成を目指すとともに、沖合養殖など新たな漁場の開拓に取り組みます。また、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の促進を図ることで、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、一層の商品の磨き上げ支援を行います。さらには、定番化に向けて生産管理が不十分であることがボトルネックとなっていることから、生産管理高度化(HACCP手法の導入)を強力に支援します。さらに、食に関わる各産業分野の事業者が参画するプラットフォームを設置し、本県の第一次産業の強みを活かした食品加工の一層の展開を図ります。

機械系のものづくりの分野では、ものづくり地産地消・外商センターの一貫サポート体制をさらに強化し、これまでの事業化プランのサポートに加え、新たに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の支援を行います。

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、大政奉還150年(平成29年)、明治維新150年(平成30年)を前に、県内の様々な歴史上の史跡や遺産、物語などを磨き上げ、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、広域観光組織の法人化への支援や地域博覧会の開催など各地域の主体的な取り組みを支援し、広域観光組織の機能強化を図っていきます。さらに外国人のニーズに応えた定番商品づくりを進め、外国人観光客のさらなる増加につなげていきます。

重点取り組み

＜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
○農地の確保（園芸団地の整備促進等）
○中山間農業複合経営拠点の整備、集落営農の推進

■［林　業］　○生産性の向上と原木の増産
○加工体制の強化（ＣＬＴパネル工場、集成材工場等の整備）
○木材需要の拡大（ＣＬＴの普及、低層非住宅建築物の木造化の推進）
○小規模林業活動の推進

■［水産業］　○効率的な沿岸漁業生産体制への転換
○養殖魚の人工種苗の量産体制の確立
○新規漁場の開拓

＜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

○各産業分野の事業者が参画するプラットフォームの設置

○商品づくりや生産管理高度化支援による市場ニーズへの対応

■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、事業戦略の策定・ブラッシュアップ支援

○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＞

■歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり

○歴史博覧会の開催を通じた歴史資源の磨き上げと観光クラスター化

○地域博覧会の開催を通じた広域観光推進体制の確立

○外国人向け旅行商品づくりの抜本強化　　○アウトドア拠点の整備

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。

このため、食品の分野では、地産外商公社の体制をさらに強化し、規模が大きな量販店グループなど、これまで外商先としてハードルが高かった事業者に対しても積極的な外商活動を展開していきます。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等を活用した取引拡大などにも取り組みます。

機械系ものづくりの分野では、ものづくり地産地消・外商センターに新たに東京営業本部を設置して、外商支援や見本市出展後のフォローアップ営業などへの支援をより積極的に行っていきます。

また、外商活動の国外への展開を本格化させます。これまでのユズの輸出拡大に加えて、ユズの輸出で蓄積したノウハウやネットワークを生かしながら、次に続く輸出品目として土佐酒や加工養殖魚、土佐材などの輸出拡大を図るとともに、輸出を牽引する柱となる新たな品目の掘り起こしに取り組みます。

観光の分野においては、本県観光のさらなる飛躍を図るため、国内外のマスメディアを活用したプロモーションや、観光サポートアプリを活用した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、増加するクルーズ船の受入体制、Wi-Fi 環境の整備や、多言語化の強化など、外国人観光客の受入環境を整備し、国際観光を推進していきます。さらによさこいの聖地・高知の認知度向上を通じて、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活用し、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と連動させるなど、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＞

■「地産外商」のさらなる推進

○地産外商公社を中心とした食品分野の外商拡大

○ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進（東京営業本部の設置）

○[農業]規模に応じた販路開拓、加工専用素材ニーズへの対応

○[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

■海外の販路開拓に挑戦

○国・地域別の輸出拡大

○品目別の輸出拡大（主力のユズ、土佐酒に加え、土佐材、養殖魚、農産物、防災関連製品等の輸出に挑戦）

＜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

○国内外の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強化

■国際観光の推進

○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」の海外向けプロモーションの展開

■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」の好循環につなげることが重要です。

この拡大再生産に向けて、次の3つのポイントによって、施策を抜本的に強化します。

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、後継者や企業のニーズにあった中核人材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 UI ターン、人財誘致の取り組み等によって、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、「産地提案型担い手確保」や林業学校の運営、民間企業等が行う漁業の担い手育成への支援などを実施していきます。

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。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、産学官民連携センターにおける、起業に向けた準備段階からの支援策を大幅に強化していきます。また、起業や新事業展開に関する県内外からの総合相談窓口を設置するとともに、起業時の資金確保の支援、起業後のアフターフォローを強化します。

重点取り組み

＜担い手を育成・確保する＞

■産業の担い手確保対策

○「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

○農業担い手育成センター、林業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

企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせて、

○地域に根差した第一次産業を核とした産業クラスターの形成

○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＞

■産学官民連携センターにおける起業支援

○土佐MBAへの「起業関連講座」の新設

○アイデアソン、知財マッチング、連続講座等の実施

○ビジネスプランコンテストの実施

○サポートチームによるビジネスプランの磨き上げ支援

■支援策の抜本強化

○新たな総合相談窓口の設置　　○事務系職場の立地促進

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重要となります。

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、これまでの「高知ファン」へのアプローチに加え、必ずしも高知県に興味はもっていないが「移住に関心のある層」へのアプローチを大幅に拡大していきます。また、CCRC構想に加えて、民間のノウハウも活用して、各産業分野の研修事業と移住施策を連携させた移住につながるツアーの実施など、「移住に繋がるプロジェクト」の展開を図っていきます。さらに、市町村と県との相談対応の質のさらなる向上や、全県的な移住支援ネットワークの構築を目指します。

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

○高知ファンに加え、移住関心層へのアプローチの拡大

■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

○高知県のQOL（生活の質）の見える化と発信

■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

○各機関と連携した人財誘致策の展開　　○起業家の誘致の促進

○移住につながる多様なツアーの実施　　○高知版CCRCの展開

■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

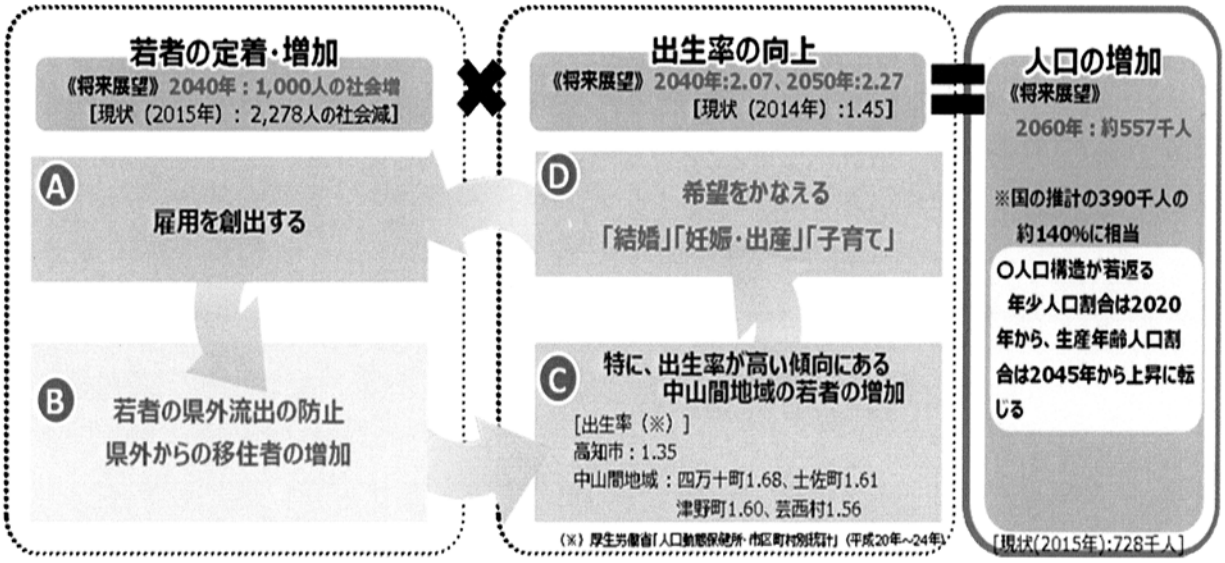
■他の政策との融合・発展

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＞

- ・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、生産量を増やせる要素、すなわち「一人ひとりの生産性」を向上させ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　・・・・・・・・・・・・・・・・・４４

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括　・・・・・・・４６

Ⅲ　第２期計画のこれまでの改定・・・・・・・・・・・・６３

Ⅳ　高知県経済等の動向（平成 28 年３月現在）・・・・・８５

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

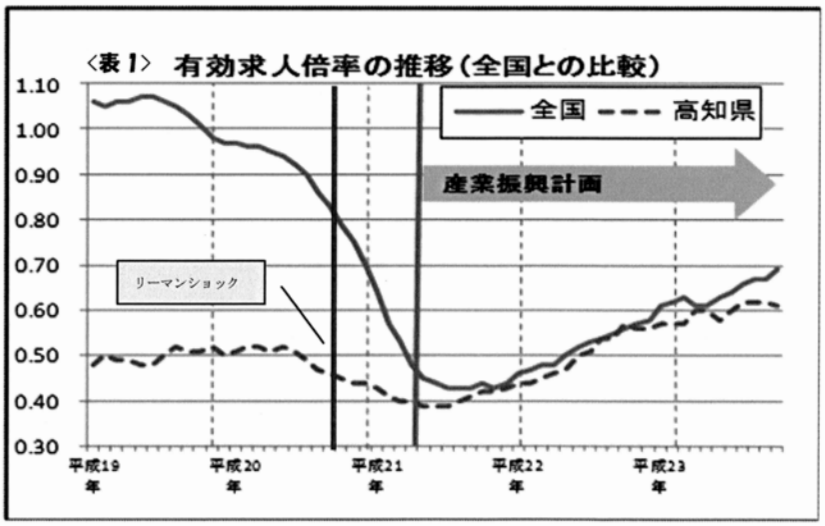
第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

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。

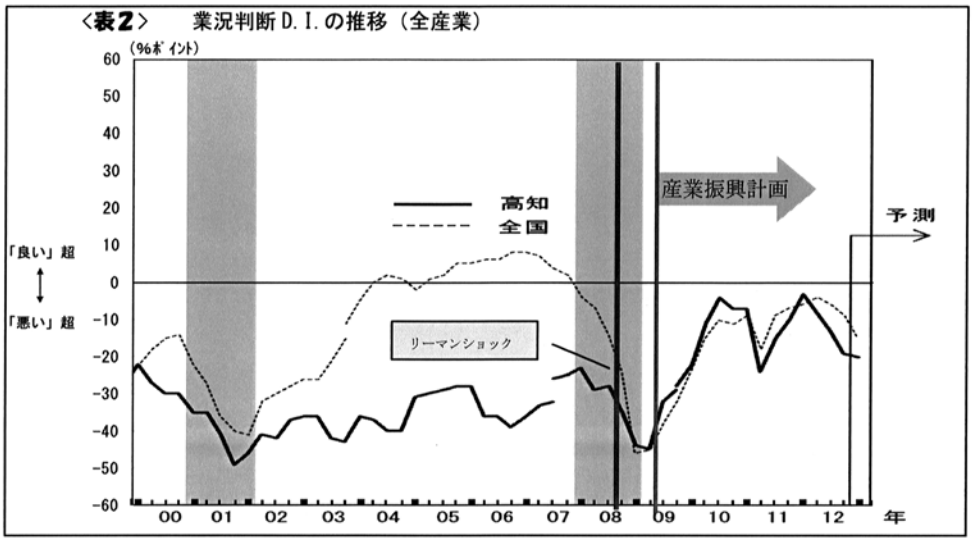
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

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。

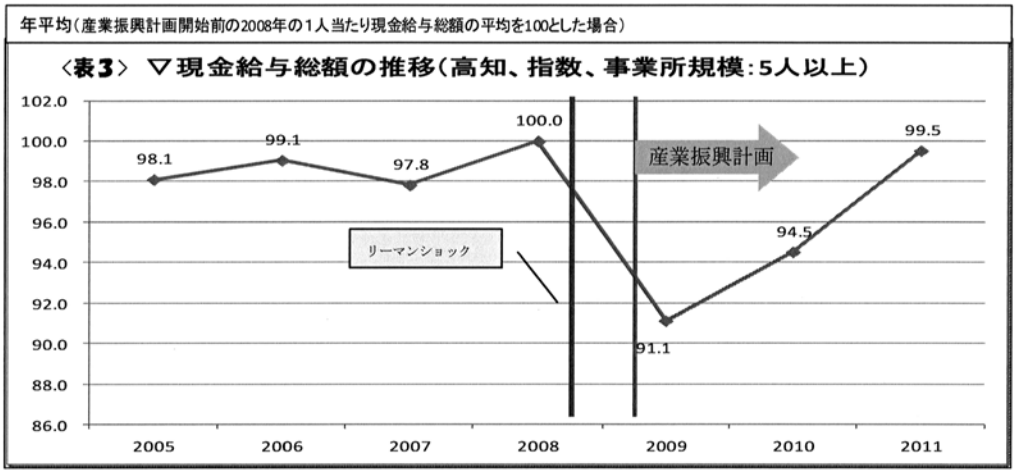
また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

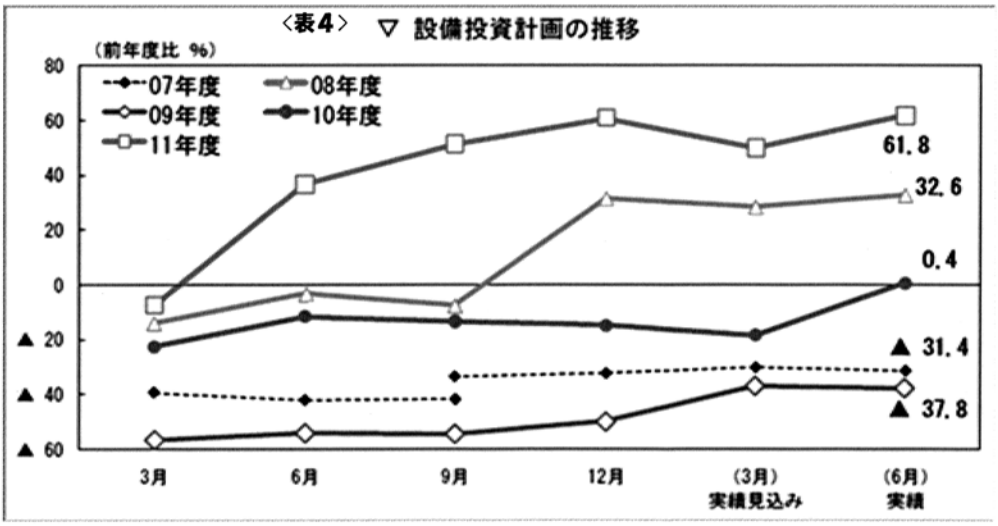


有効求人倍率（表1）や企業の業況判断D.I.（表2）の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで上昇に転じているほか、一人あたりの現金給与総額（表3）などが前年と比べてプラスに転じ、さらにこれまでになく設備投資（表4）に向けた意欲が高まるなど、本県の経済・雇用情勢にも明るい兆しが見え始めています。



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

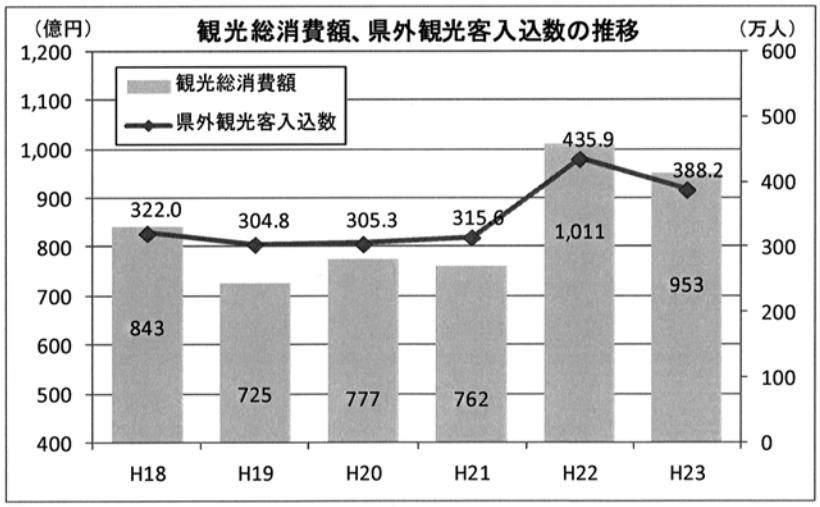
このような成果が現れ始めてはいますが、これを地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えません。また、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いといった問題もあります。こうしたことを踏まえ、これまで成果として芽生えた事業を定着させ、一層発展させていくとともに、新たな事業展開に挑戦する事業者を増やしていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《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）

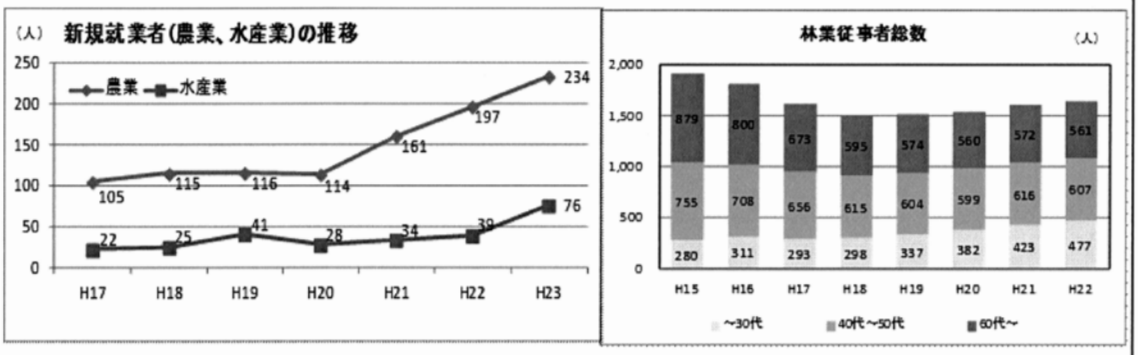
第１次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

【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 ・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	・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
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期計画のこれまでの改定

１　第１次改定（平成２５年３月）の詳細

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

【５つの改定のポイント】

１）移住促進策の抜本強化　～移住の促進により、地域や経済を活性化～

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

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

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

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

以下、５つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント１

移住促進策の抜本強化

（改定の背景）

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

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

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

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

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

(改定のねらい)

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

【さらなる強化策 (主なもの)】

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

・高知県をPRするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作 など

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

・移住ポータルサイトの魅力UPと訪問者の増加対策

・各種メディアを通じたアクティブな情報発信(ターゲット別のプロモーション)

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

③関心から行動へと促すための情報や機会の提供

・移住・交流コンシェルジュの体制強化 など

④不安を解消してもらうサポートの充実

・官民協働による「(仮称)移住推進協議会」を設立

・住まいや暮らしをサポートする「専門相談員」「地域移住サポーター」の配置

・シェアオフィスの整備 など

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

・専門相談員の配置によるフォローアップ など

【次なる展開の検討】

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

改定のポイント２

力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開

（改定の背景）

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

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

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

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

こうした課題を克服するため、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

①第一次産業を支える新たな担い手や規模拡大

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

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

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

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

・木質バイオマス発電施設の整備への支援　など

③食品加工の実践者へのステージに応じた支援と生産管理高度化の推進

・県内大学を核とした生産管理高度化研修等の実施

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

④さらなる定番拡大に向けたエリア別の地産外商戦略の展開

・（首都圏）地産外商公社のプロモーション部門と外商部門の体制強化

・（中部）中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施

・（関西）展示・商談会への出展拡充と高質系スーパーとの連携強化

・（中国・九州）卸業者を対象とした商談会の開催

・（高知）フェイスブック等を活用した「eコマース」の構築

⑤本県に優位性のあるユズを中心にした他県をリードする海外展開

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

改定のポイント３

力強いものづくり産業への体質強化

（改定の背景）

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

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

・香南工業団地の早期完成と新たな工業団地開発の推進、継続的な適地調査の実施

②他県との競争力を確保するための企業立地推進策・設備投資誘発策の強化

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

③産学官連携による新たな産業の育成を強化

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

④成長分野研究会発等の有望なプランの成長を後押しする支援の強化

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

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

⑤防災関連産業を大きなビジネスに育てるための施策の拡充

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

⑥外貨の獲得に向けた地産外商のさらなる強化

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

改定のポイント４

地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進

（改定の背景）

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

①地域が主体となった観光振興の取り組みの促進

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

②ターゲットを明確にした効果的な広報・セールス活動の展開

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

③おもてなしの向上によるリピーターの促進

・おもてなしタクシーの利用促進、おもてなしトイレの拡充　など

④本県の優位性を活かしたスポーツツーリズムの推進

・プロスポーツの誘致、アマ合宿・大会の誘致、スポーツイベントの実施

⑤東アジアを中心とした国別戦略に基づくインバウンドの誘致拡大

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

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

改定のポイント５

さらなる実践者の広がりと実践力の向上に向けた産業人材の育成強化

（改定の背景）

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

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

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策】

①土佐まるごとビジネスアカデミーによる人材育成のパワーアップ

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

・「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施　など

②農林漁業従事者のさらなる育成・確保

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

2　第2次改定（平成26年3月）の詳細

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

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

【５つの改定のポイント】

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

以下、5つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

改定のポイント1

「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化

（改定の背景）

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

（1）「高知家」プロモーションの継続・強化

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

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

○各部・各団体のセールス施策と計画的に連動させたプロモーションの企画・展開

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

○「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」PR強化　など

（3）メイドイン高知のさらなる広がりを目指す地産外商戦略の展開

○首都圏での外商活動のさらなる強化

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

（4）食料品輸出額3億円をめざした県産品のグローバル戦略の推進

○他県との競争に打ち勝つユズを中心とした輸出促進の強化

○ユズに次ぐ輸出品目の販路開拓　など

（5）消費者のニーズに応じたマーケットイン型商品づくりの推進

○マーケットイン型商品づくりの取り組み強化

○お土産物開発プロジェクトの展開　など

改定のポイント2

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

（改定の背景）

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

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

（1）地域観光を牽引する広域観光組織の観光商品づくりの支援

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

（2）ターゲットを明確にした効果的な PR 活動の展開

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

○「龍馬パスポートⅡ」による周遊・リピーター対策のさらなる深化　など

（3）おもてなしの向上によるリピーター確保策の促進

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

（4）スポーツツーリズムの推進

○プロスポーツの誘致活動の強化、アマ合宿・大会の誘致活動の強化　など

（5）高知の強み活かした新たな国際観光戦略の推進

○国別プロモーション戦略に基づくインバウンド対策の加速化

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

改定のポイント3

移住促進策のさらなる強化等により「人財」を誘致

（改定の背景）

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

（1）「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信の強化

○高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR強化　など

（2）求める人財を獲得するアクティブな情報発信

○地域人財のニーズを発掘、顕在化する取り組みを強化

○求める人財に着実に届けるアクティブな情報発信

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

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

（3）移住希望者向けの住宅等の確保策の強化

○移住者に提供できる「空き家」活用の仕組みづくり　など

（4）移住者受入れ体制づくりの加速化

○民間支援団体等との連携強化　など

（5）中山間地域等のシェアオフィス事業の着実な推進

○シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進の強化　など

改定のポイント4

新たな挑戦による第1次産業の競争力強化

（改定の背景）

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

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

【農業】

（1）新規就農者の確保対策の強化と、地域の核となる農業者等の規模拡大の推進

○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。

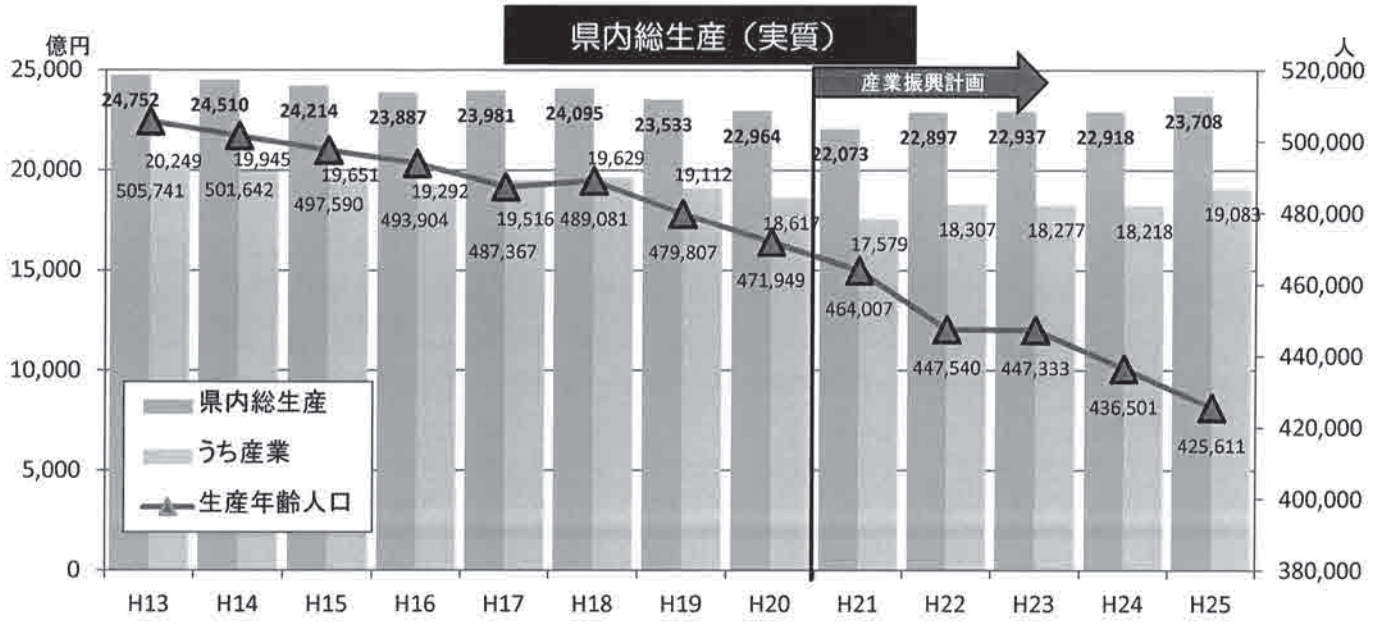
【さらなる強化策（主なもの）】

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

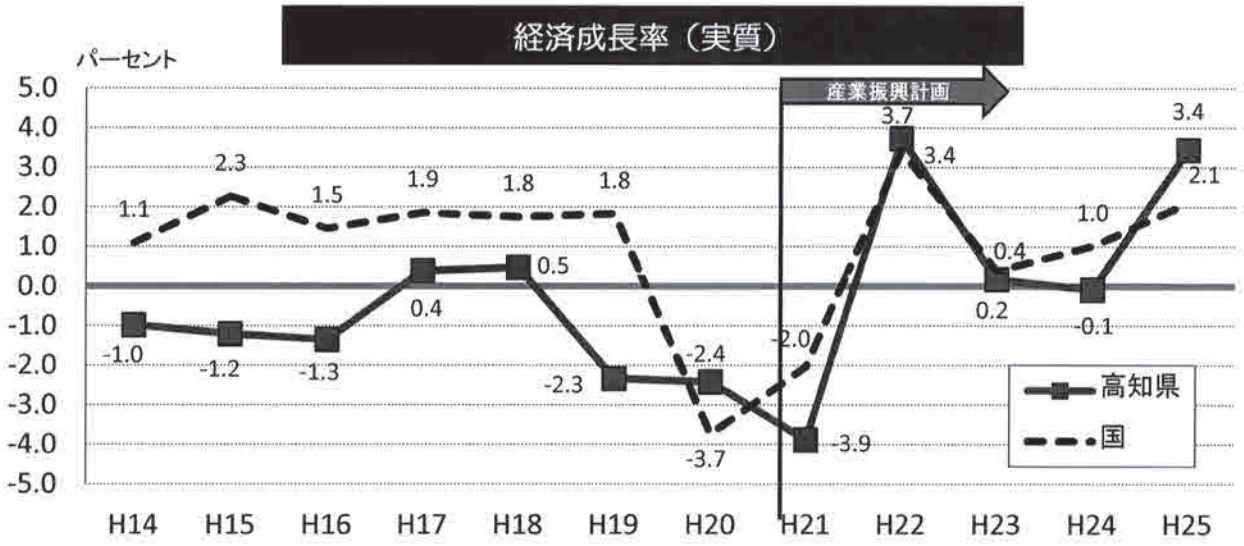
・設備投資を支援する補助制度を強化するとともに、関連する助成制度を統合

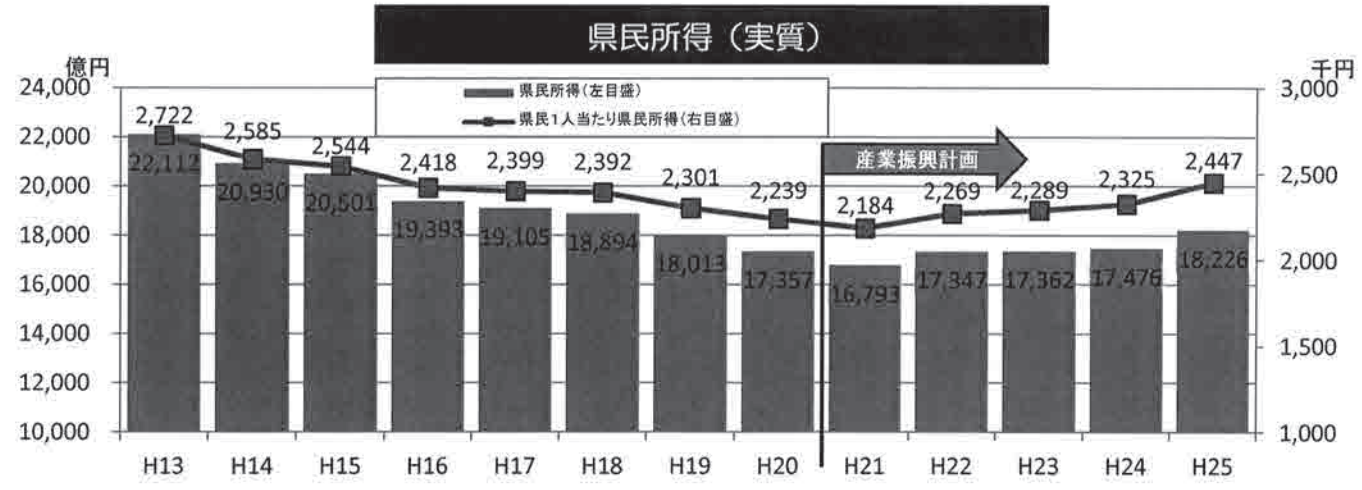
②成長分野育成研究会事業の強化（研究会へのバイヤー等の参加）

Ⅳ　高知県経済等の動向（平成28年３月現在）



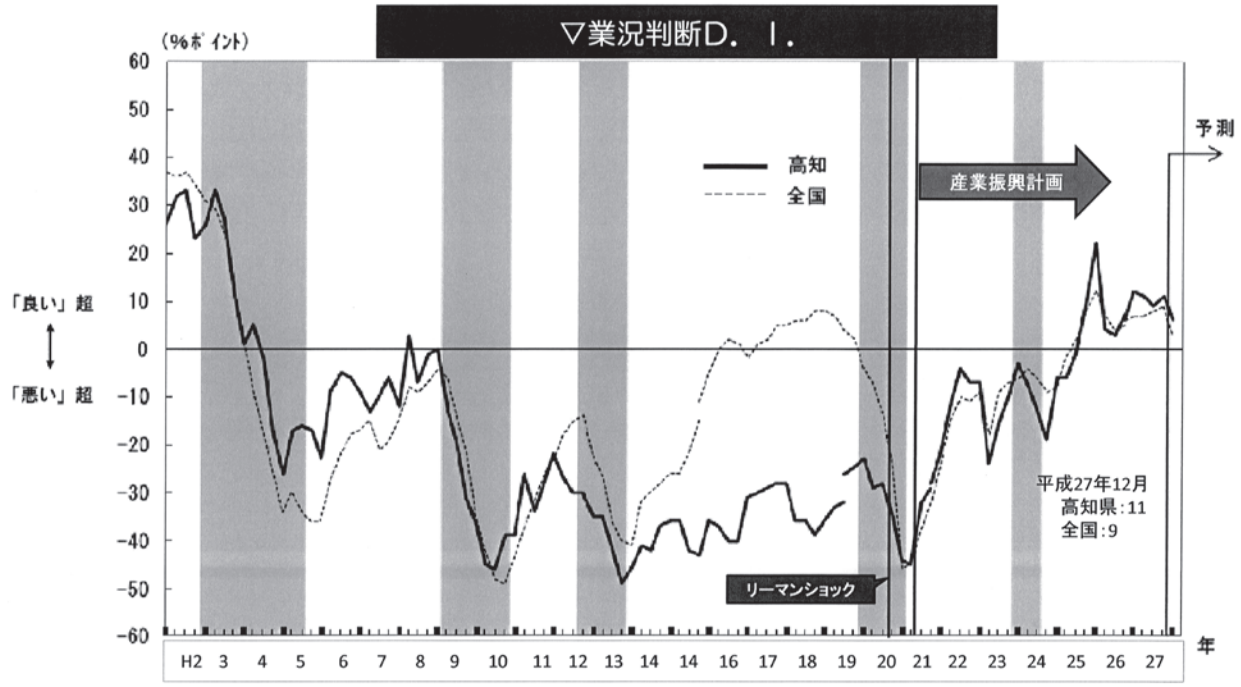
出典：県民経済計算（県統計課）





・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）。
・平成25年度の県民所得、一人当たり県民所得いずれも平成21年以降、増加傾向にある。
※名目値とは、実際に市場で取り引きされている価格に基づいて推計された値。実質値とは、ある年（参照年）からの物価の上昇・下落分を取り除いた値。

▽業況判断D．Ｉ．



出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」（2015年12月・高知県分）

《全国》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H27.9月）と比べて1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1ポイント悪化、中小企業（資本金１億円未満）は前回調査比で変動なし。

《本県》・全産業の業況判断D.I.は前回調査（H27.9月）と比べて2ポイント改善した。
・製造業では平成27年3月調査の28から31へと3ポイントの改善、非製造業では2から3へと1ポイントの改善となっている。
・先行き(平成28年3月までの見通しについては、悪化を見込んでいる(全産業　高知県：今回 11→先行き 6)。

▽設備投資計画

前年度比　単位:%

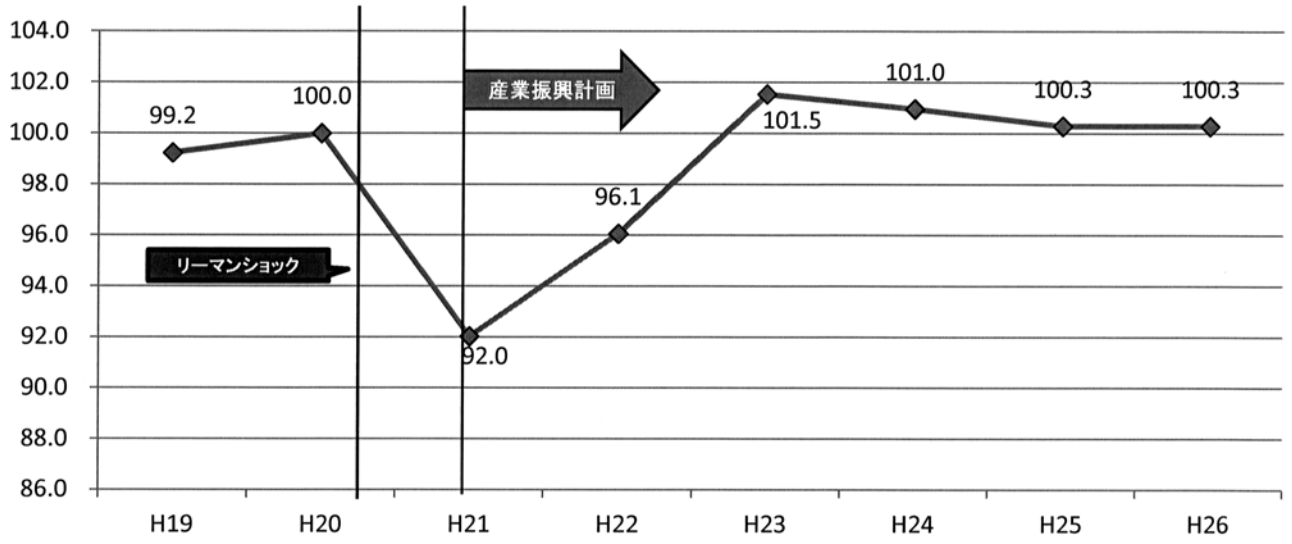
							2015年度計画		
		2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	年度全体	上期実績	下期計画
全産業		＋0.4	＋61.8	＋8.1	▲ 39.1	＋36.7	**＋26.5**	＋47.1	＋7.3
	製造業	＋19.6	＋81.1	▲ 27.4	▲ 33.5	＋68.1	**＋92.6**	2.3倍	＋52.3
	非製造業	▲ 17.3	＋36.2	＋70.7	▲ 43.3	＋20	**▲ 22.9**	▲ 20.6	▲ 25.0

出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」（2015年12月・高知県分ほか）

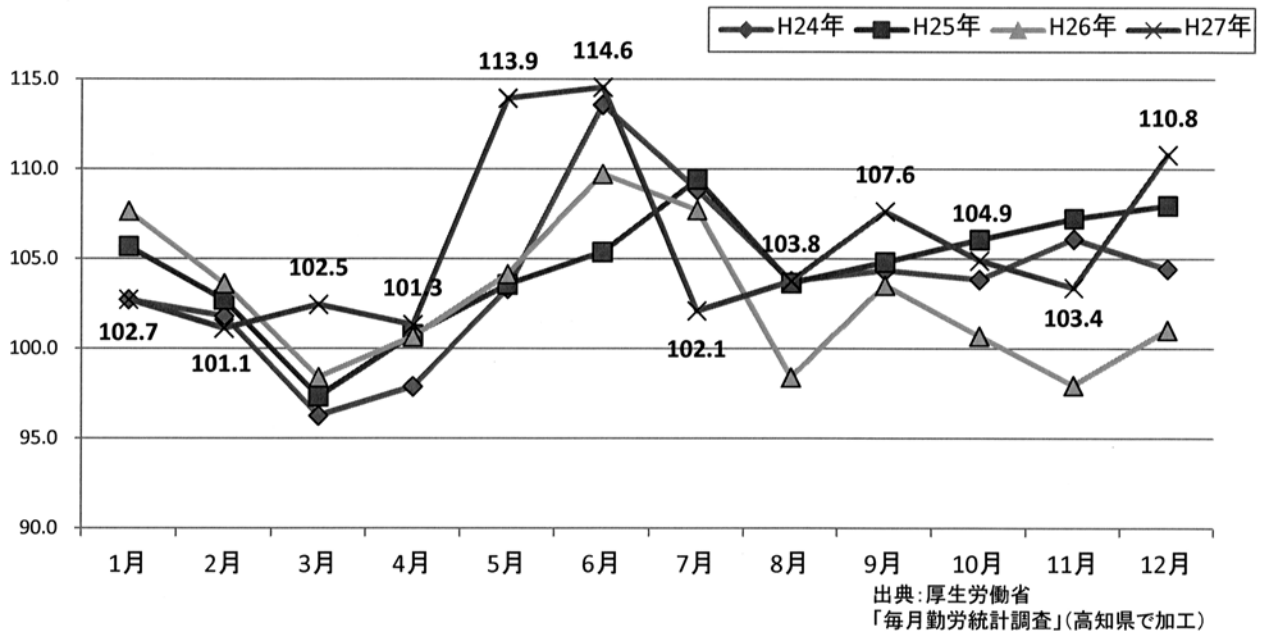
《日本銀行調査》
・2014年度の設備投資額は、前年度を4割近く上回る実績となった。
（全産業：プラス36.7%、製造業：プラス68.1%、非製造業：プラス20.0%）
・2015年度の計画は、全産業でプラス26.5%となっている。
（製造業：プラス92.6%、非製造業：マイナス22.9%）

▽現金給与総額（高知県、指数、事業所規模：５人以上、実質）

年平均（産業振興計画開始前の平成20年の１人当たり現金給与総額の平均を100とした場合）



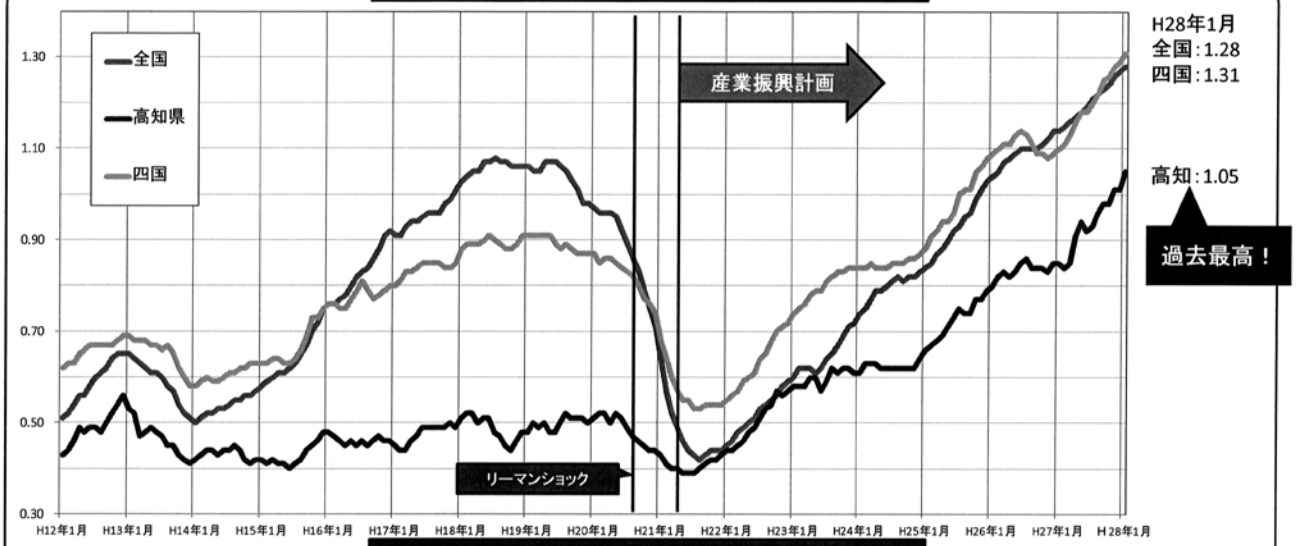
月平均（産業振興計画開始前の平成20年のそれぞれの月の１人当たり現金給与総額の平均を100とした場合）



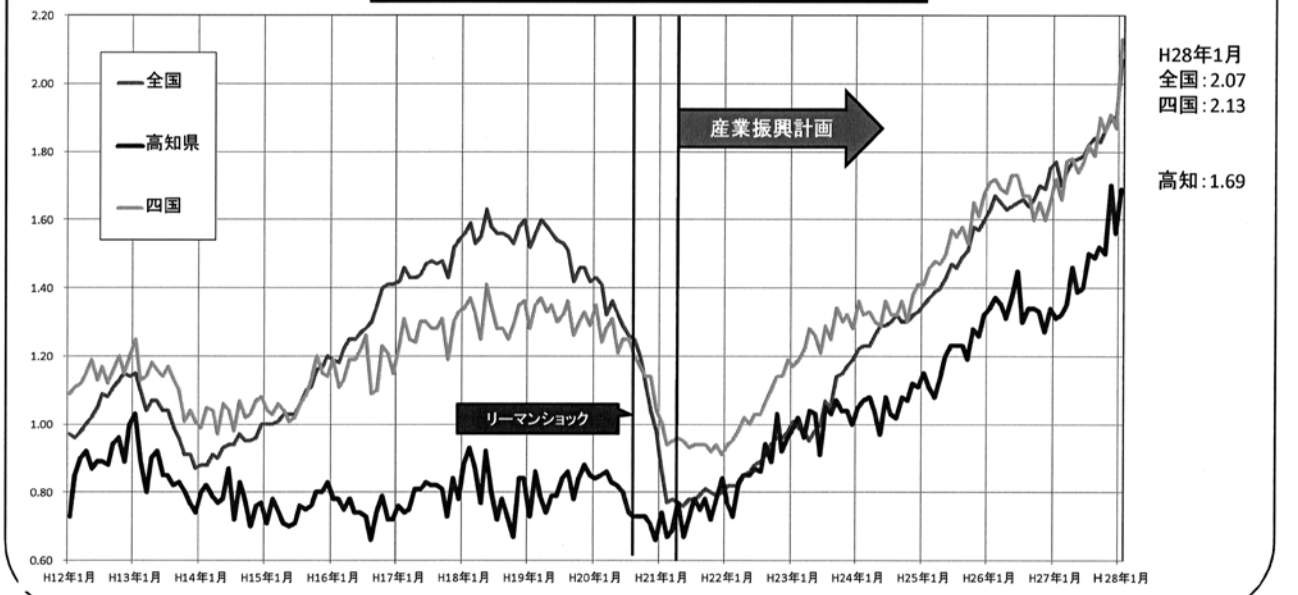
出典：厚生労働省
「毎月勤労統計調査」（高知県で加工）

《本県》
・全体としては、H20年の落ち込みに対し22年・23年の2年間で落ち込み前の水準に戻り、その後ほぼ同水準で推移している。
・H27年の各月は、H26年をおおむね上回る水準で推移している。

▽有効求人倍率(季節調整済み)



▽新規求人倍率(季節調整済み)

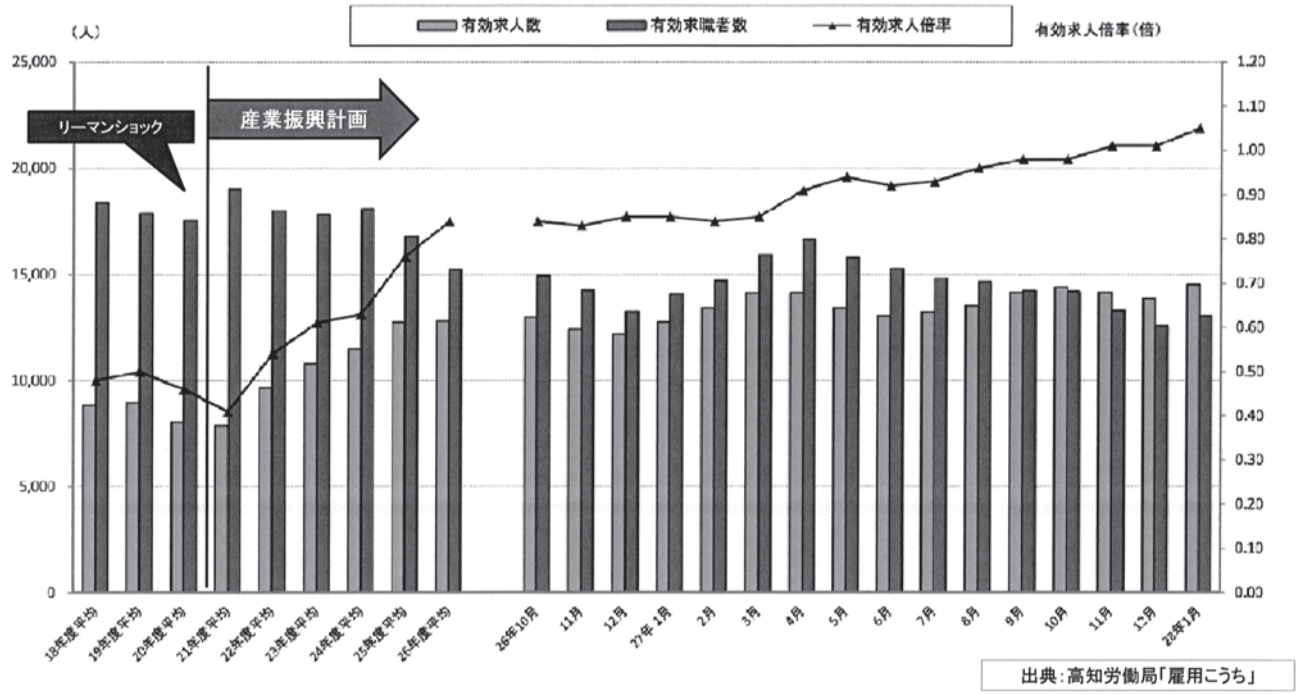


▽主な職業分類別　有効求人倍率(パート含む常用)

職業	高知県				全国			
	H26年7月	H27年1月	7月	H28年1月	H26年7月	H27年1月	7月	H28年1月
専門的・技術的職業	1.35	1.48	1.41	**1.66**	1.57	1.78	1.7	**1.36**
建築・土木技術者等	2.96	4.27	3.46	**5.02**	3.54	3.96	3.68	**4.23**
事務的職業	0.21	0.25	0.25	**0.32**	0.3	0.31	0.33	**0.40**
販売の職業	2.23	2.18	2.26	**2.61**	1.24	1.24	1.46	**1.71**
サービスの職業	1.37	1.47	1.63	**1.74**	2.02	2.02	2.4	**2.87**
介護サービスの職業	1.3	1.24	1.35	**1.49**	2.18	2.22	2.57	**3.01**
接客・給仕の職業	1.8	1.92	2.14	**2.39**	2.53	2.54	3.02	**3.61**
建設・採掘の職業	0.85	1.26	0.91	**1.43**	2.74	2.94	2.83	**3.12**
土木の職業	0.73	1.26	0.82	**1.51**	2.54	2.72	2.71	**2.94**
建設躯体工事の仕事	1.85	3.39	3.21	**3.36**	6.74	7.32	6.79	**7.09**
農林漁業の職業	0.69	0.76	0.57	**1.25**	1.06	0.96	1.15	**1.19**
生産工程の職業	0.88	1	1.01	**1.31**	0.97	0.97	1.06	**1.22**
製品製造・加工処理	1.14	1.26	1.32	**1.99**	1.12	1.14	1.28	**1.48**

※有効求人倍率は原数値

▽有効求人数・有効求職者数（実数値）

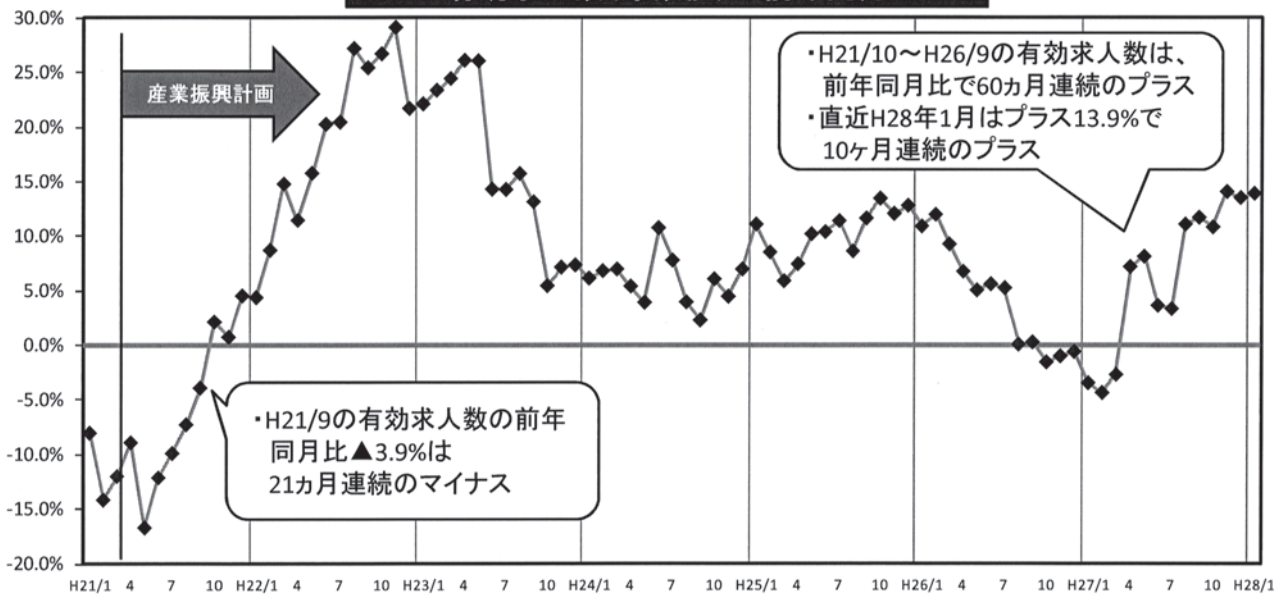


出典：高知労働局「雇用こうち」

	18年度平均	19年度平均	20年度平均	21年度平均	22年度平均	23年度平均	24年度平均	25年度平均	26年度平均	26年10月	11月	12月	27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	28年1月
有効求人数	8,834	8,971	8,045	7,877	9,647	10,794	11,464	12,729	12,807	12,987	12,403	12,201	12,745	13,396	14,130	14,145	13,365	13,956	13,219	13,540	14,157	14,395	14,150	13,852	14,520
有効求職者数	18,375	17,861	17,538	19,045	18,004	17,815	18,052	16,804	15,225	14,955	14,252	13,243	14,078	14,687	15,918	16,629	15,754	15,269	14,830	14,863	14,232	14,197	13,286	12,869	13,072

※ 有効求人倍率の季節調整値はセンサス局法Ⅱ（X-12-ARIMA）による。なお、有効求人倍率の平成27年12月以前の数値は、新季節指数により改訂済み。

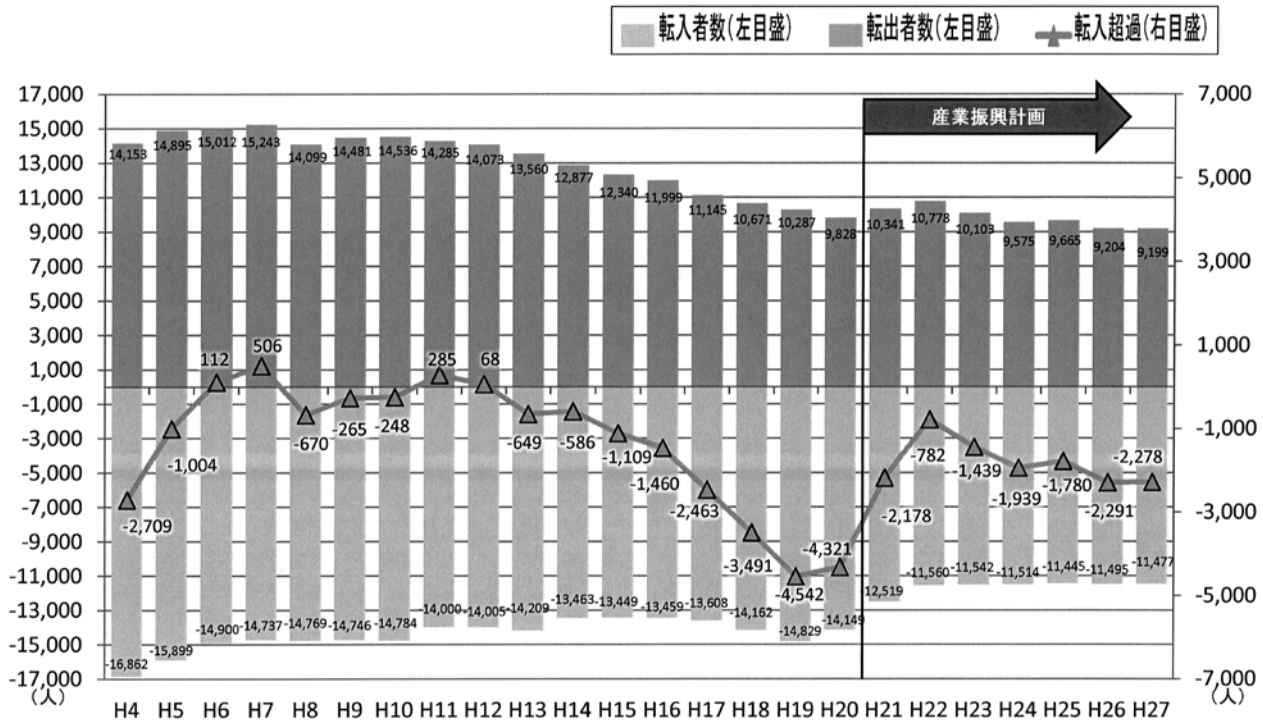
▽有効求人数（原数値）の前年同月比



《全国》
平成28年1月の有効求人倍率は1.28倍、新規求人倍率は2.07倍となり、両倍率ともに前月と同水準を維持した。

《本県》
平成28年1月の有効求人倍率は1.05倍となり、前月を0.04ポイント上回り、過去最高値となった。
同月の新規求人倍率は1.53倍となり、前月を0.13ポイント上回った。
同月の有効求人数は、前年同月比でプラス13.9%となった。
※有効求人倍率・新規求人倍率はいずれも季節調整済みの値。

▽高知県における他都道府県からの転入・転出・転入超過数



出典:住民基本台帳移動報告(統計局)

《本県》
・平成27年の社会増減は－2,278人であり、平成26年の社会増減－2,291人とほぼ同水準だった。
・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 H28.3.7公表＜抜粋＞（日本銀行高知支店）

◎高知県の景気は、緩やかに回復しつつある。
○最終需要の動向をみると、個人消費は、気温の高め推移による一時的な弱さがみられるものの、基調的には底堅く推移している。
○観光は、堅調さを維持しているものの、団体需要に弱さがみられている。
○住宅投資は下げ止まっている。
○設備投資は緩やかな増加基調にある。
○公共投資は高水準で推移しているが、発注ベースではこのところ弱含んでいる。
○製造業の生産は、緩やかな持ち直し基調を維持しつつも、このところ横ばい圏内の動きとなっている。
○雇用・所得環境について、労働需給は着実な改善を続けており、雇用者所得も緩やかに増加している。
○消費者物価は、前年並みとなっている。
○企業倒産は、件数、負債金額とも、低めの水準で推移している。
○先行きについては、国内経済の緩やかな回復が続く中で、県内景気も緩やかに回復していくと考えられる。
　こうした中、当面は、①新興国経済の減速に伴う影響（企業の生産や設備投資への波及）、②人手不足感の強まりによる企業活動や収益面への影響、③金融市場の不安定な動きによるセンチメント（企業・消費者心理による投資・消費）への影響、④個人消費の動向について、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」を開設し、研修や先進技術の普及体制を強化しました。

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や、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、生産を拡大するための農地の確保が困難なケースがあることなどの課題も見えてきました。

② 第3期計画における当該分野の目指す姿、目標、戦略の構成、拡大再生産へ繋げるための仕組み

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、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。

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、「産地提案型の担い手確保対策」を強化するとともに、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します。あわせて、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） 現 状（H26）965億円 ⇒ 4年後（H31）1,060億円

農業生産量 野菜（主要11品目）(H26) 9.5万t ⇒(H31) 11.6万t⇒(H33) 12.2万t＝
花き（主要3品目）(H26) 2,251万本⇒(H31) 2,655万本⇒(H33) 2,764万本＝

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

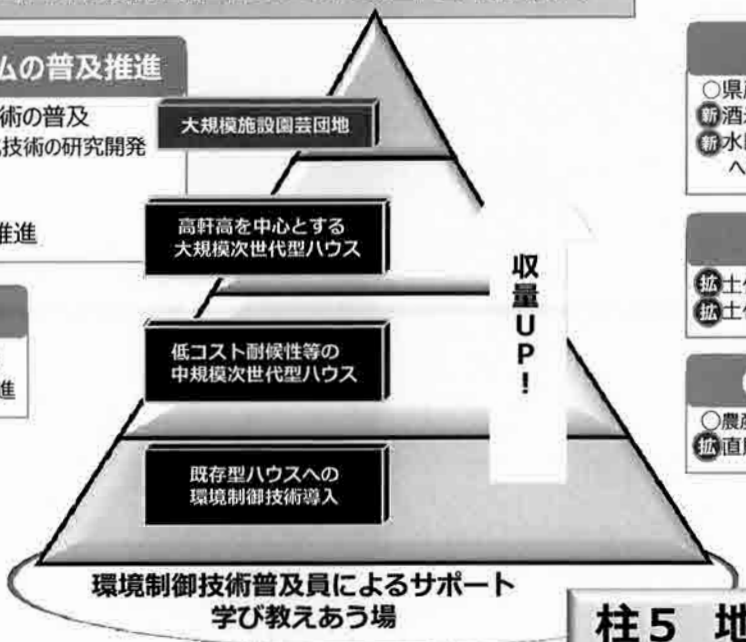
- 拡 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 拡 環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発
- 拡 次世代型ハウス等の整備支援
- ○地元と協働した企業の農業参入の推進
- ○オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

環境保全型農業の推進

- 拡 IPM技術の普及拡大 拡 ＧＡＰの推進
- 拡 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

- 拡 野菜園芸品目の総合戦略支援（ナス、ニラ、露地野菜等）
- ○特産果樹生産振興（ユズ、文旦）
- ○花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ）



水田農業

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

畜産の

- 拡 土佐和牛 拡 養
- 拡 土佐はちきん地鶏

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
- 拡 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- ○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

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

園芸団地を作り出す！

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
- 拡 法人経営体への誘導と経営発展への支援
- 新 経営体を支える労働力の確保と省力化の推進



所得向上

る農業 ～

⇒ 6年後(H33)1,090億円 ⇒ 10年後（H37）1,150億円

⇒(H37) 13.3万t　果樹（主要2品目）　(H26) 2.12万t ⇒(H31) 2.45万t ⇒(H33) 2.47万t ⇒ (H37) 2.52万t

⇒(H37) 3,054万本　畜産（土佐あかうし飼養頭数）(H26)1,728頭 ⇒(H31)2,660頭 ⇒(H33) 3,100頭 ⇒ (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
豚 拡土佐ジロー
鶏 ○酪農

化の推進
の拡大とステップアップ
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

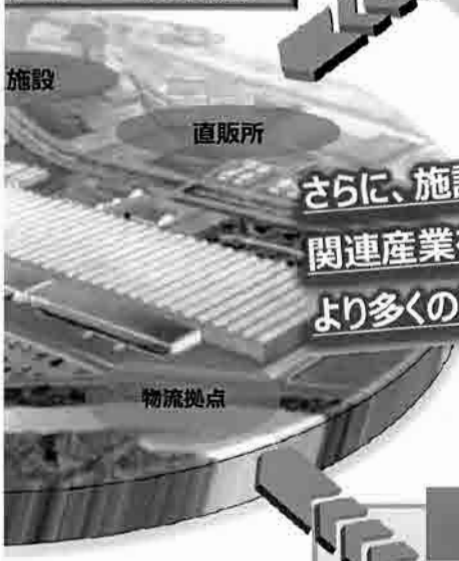


集落営農の推進
拡 集落営農の裾野の拡大
拡 こうち型集落営農と法人化へのステップアップ

中山間に適した農産物等の生産
拡 土佐茶産地の振興
拡 薬用作物の振興

日本型直接支払制度の推進
拡 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

限差した
スターの形成



生産の強化！

さらに、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！

得の
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	拡 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 新 加工用ニーズへの対応
小規模	○こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓
花き	拡 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
新 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） 現状（H26）：965億円 ⇒ 4年後（ **農業生産量** 野菜（主要11品目）（H26）94,878t ⇒ 果樹（主要2品目）（H26）21,214t ⇒ 花き（主要3品目）（H26）2,251万本 ⇒ 畜産（土佐あかうし飼養頭数）（H26）1,728 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	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 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 ◆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 ◆[拡充] GAPの推進 ◆[拡充]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 ◆[拡充]野菜園芸品目の総合戦略支援 （ナス、ニラ、露地野菜等） ◆特産果樹生産振興（ユズ、文旦） ◆花き生産振興（ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ） 4 水田農業の振興 ◆県産米のブランド化の推進 ◆[新規]酒米の生産振興 ◆[新規]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 ◆[拡充]集落営農の裾野の拡大 ◆[拡充]こうち型集落営農と法人化へのステップアップ 2 中山間農業複合経営拠点の整備推進 ◆[拡充]中山間農業複合経営拠点の県内への拡大 3 中山間に適した農産物等の生産 ◆[拡充]土佐茶産地の振興 ◆[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 ◆[拡充]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 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 ◆[拡充] 集出荷 ・中規模 ◆[拡充] ◆[新規] ・小規模 ◆こだわり ＜花き＞ ◆[拡充 活用し 3 農産物 ◆[新規]

の体系図

で暮らし稼げる農業

H31):1,060億円	⇒	6年後(H33):1,090億円	⇒	10年後(H37):1,150億円
116,000t	⇒	122,000t	⇒	133,000t
24,500t	⇒	24,700t	⇒	25,200t
2,655万本	⇒	2,763万本	⇒	3,053万本
2,660頭	⇒	3,100頭	⇒	4,020頭

・販売の支援強化

産物のプロモーション活動等によるブの推進や、流通規模に応じた販路開体制を強化する
用素材(規格外品や新たな品目)の大に取り組む
高品質な園芸品を新たに海外マー売り込み、定番化を図る

卸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

上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
>
集出荷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

ニッチ野菜・果実の販路開拓

]展示商談会や、スポーツイベント等をた販促・PRの強化

の輸出の推進
卸売市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
◆[拡充]雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
◆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
◆[拡充]法人経営体への誘導と経営発展への支援
◆[新規]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
◆[拡充]担い手への農地集積の加速化
◆[新規]園芸団地の整備促進
◆[新規]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)
◆次世代型ハウス等の整備支援(再掲)
◆地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲)

2 関連産業の集積
◆[新規]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 → H27：85ha（7品目：63ha）	○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 ○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 H24：－ → H27：8カ所、約5.1ha（整備中・予定） ○園芸用ハウスの整備支援 ⇒ 園芸用ハウス整備面積　H24～H27：累計64ha （園芸用ハウス事業（～H26まではレンタルハウス整備事業）、国の強い農業づくり交付金等の活用	○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61社に対して延べ125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 ⇒ オランダ交流セミナーに延べ約600名が参加（年1回、4年間）。オランダ施設園芸の最新技術を学ぶことができ、環境制御技術に関する研究開発にもつながった。	○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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26：79,355t	99,000t	103,000t	113,000t
—	72ha	116ha	201ha
H26：施設キュウリ24% 施設カンキツ6%	60% 20%	80% 40%	90% 60%
H26：施設ナス0% 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	○				
【農02】 ◆環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発	○				
【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援	○		○		
【農04】 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○		○		
【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 → H26 施設ナス 62% → 97% 施設キュウリ 15% → 24% 施設ニラ 0% → 8% 施設カンキツ 2% → 6% ○GAPの推進 ・高知県版GAP ⇒ 実践農家(生産者版) H22:69% →H26:75.7% ⇒ 実践JA(集出荷場版) H22:9/15JA→H27:10/15JA ○有機農業の推進 ・有機農業の取組実績 H23 → H26 ⇒ 戸数 243戸 → 329戸 取組面積 114ha → 151ha ・有機JAS認定事業者 H23 → H26 ⇒ 事業者数 29 → 42 面積 45.3ha → 52.5ha 農家数 88戸 → 82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 → H26:54,000kl ・重油代替ボイラーの累計台数 ⇒ ヒートポンプ H23:587台 → H26:3,232台 木質バイオマスボイラー H23:114台 → H26:213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 ○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～H27: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) → H27:207カ所(同:5,155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	○				
【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）	○	○			

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四万十など6組織を支援。 ⇒ 販売量の増加 H22：654t → H26：1,971t ・H27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% → H27：100% ○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 → H27：1,175ha	○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 ○酒米品種「吟の夢」は、酒造適性が高く、酒造メーカーの評価も高いものの、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 ○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 H23:1,366円/kg → H26：1,933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 H23：10,000頭 → H26：10,000頭 ○土佐ジロー ・生産・流通拡大への支援 ⇒ 規模拡大が低迷し、飼養羽数が伸び悩み 飼養羽数 H22：30,000羽 → H26：24,146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 H22：90,000羽 → H26：60,500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 H23：7,883kg → H26：8,063kg ○飼料 ・稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大 ⇒ WCS生産面積 H23：61ha → H26：145ha	○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（H29年度：14万羽）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生乳生産の強化 ○飼料 ・WCSのさらなる生産拡大
6	6次産業化の推進	○6次産業化に取り組む人材育成 ⇒ H22～H27：農業創造セミナー参加グループ 56団体 ○県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H27：25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 H23：85億円 →H26：93億円 ○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 H23：116店 →H26：121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13】 ◆県産米のブランド化の推進	○	○			
【農14】 ◆酒米の生産振興	○	○			
【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	○				
【農17】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化	○	○			
【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】 ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○	
【農23】 ◆直販所支援の強化	○	○			

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	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(H28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 ⇒別図＜農01＞参照(p.162)	炭酸ガス発生機等の普及面積(主要7品目)	72.6ha(H28.3) ↓ 600ha
【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(H28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.162)	①生産現場増収技術のレベルアップ	①ア)ナス 10a当たり増収量 (基準収量11～6月:16.3t) 2.4t(H26)→4.9t イ)ピーマン 10a当たり増収量 (基準収量11～4月:10.8t) 2.6t(H26)→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	②ア)既存型ハウスの収量増 ・促成ピーマン 24.9t(H26) → 30t ・促成ナス 25.2t(H26)→30t 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 →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) ↓ 実証機開発
【農03】 ◆次世代型ハウス等の整備支援(H28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01＞参照(p.162)	次世代型ハウス(軒高2.5m、耐風速35m以上)の整備棟数	－ ↓ 400棟 (H28～H31累計)

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

学び教えあう場、環境制御技術普及加速化事業による普及と導入後のフォロー → 技術の普及と導入後のフォロー

生産者：環境制御技術の導入と実践
農業団体：環境制御技術普及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JA営農指導員9名と県普及指導員5名を配置し、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

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生産技術の開発

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	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	○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01>参照(p.162)	新たに農業に参入する企業	― ↓ 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) ↓ 15名 ②116名(H27) ↓ 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、必要経費の補助
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、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
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

県農業大学校生：留学研修への参加
県農業大学校：学生への支援、語学など留学に必要な基礎教育の実施、オランダ・レンティス校からの留学生受入

最新の施設園芸技術の導入・普及に向けたオランダ関連企業との連携

オランダ施設園芸等関連企業：技術コンサルタント企業からの技術者の派遣、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
環境農業推進課：オランダ技術者の招聘によるセミナーや研修会の開催、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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農06】 ◆IPM技術の普及拡大(H28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ー ↓ 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) ↓ 9
【農07】 ◆GAPの推進(H28拡充)	①高知県版GAP(生産者版、出荷場版)の普及推進のために、推進体制の再構築や研修を実施する	①県版GAP(出荷場版)の実施JA数	①9JA(H26) ↓ 15JA
	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) ↓ 5経営体

戦略の柱	1　生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
取組方針	2　環境保全型農業の推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

虫害版IPM技術の現地実証

虫害版IPM技術の普及推進

県農業振興センター・県農業技術センター・県病害虫防除所：実証圃の設置による施設キュウリ、カンキツにおける天敵利用技術の検討や現地検討会等の開催
県環境農業業推進課：研修等の実施による関係機関及び農業者への情報提およびIPM技術実践に必要な防除資材等に対する補助

病害版IPMの開発（光、湿度制御など）

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

県版GAP（出荷場版）推進体制の再構築

高知県版GAPの普及推進

園芸連、JA：推進体制の構築と実施
県環境農業業推進課：GAP指導者（農業振興センター・JA）の育成と推進体制構築への支援
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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農08】 ◆有機農業の推進(H28拡充)	○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	－ ↓ 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	54,000kl(H26) ↓ 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	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)(H28拡充)	○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 27,825t(H26) ↓ 31,300t ②ニラ 13,851t(H26) ↓ 17,300t ③露地野菜 22,328t(H26) ↓ 23,000t

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【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 10,422t (H25～26年平均) ↓ 13,100t (H30～H31年平均) ②文旦 10,690t (H25～26年平均) ↓ 11,100t (H30～H31年平均)
【農12】 ◆花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ)	①ユリ ・生産の効率化、需要に応じた生産を進めるため、高知県リリーズファミリーの活動強化や生産者交流会の活動を支援する ②トルコギキョウ ・県農業技術センターとの連携による環境制御技術の確立や需要に応じた品種の選定を進め、生産の効率化、販売促進を図る ③グロリオサ ・国内外での県産グロリオサの優位性を保つため、新品種育成および生産拡大への支援を行う	ユリ、トルコギキョウ、グロリオサの生産量	①ユリ 14,383千本(H26) ↓ 16,973千本 ②ﾄﾙｺｷｷｮｳ 4,199千本(H26) ↓ 4,446千本 ③ｸﾞﾛﾘｵｻ (ア)3,929千本(H26) ↓ 5,162千本 (イ)オリジナル品種 オレンジハート(橙) 8.5千本(H26) ↓ 100千本

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

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

生産者：販路強化と消費拡大への支援
農業団体、流通団体、市町村：消費ニーズの把握と共有、販路強化と消費拡大
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：生花店、卸業者等との交流促進、販路強化と消費拡大の支援

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	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組む組織	①4組織（H27） ↓ 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） ↓ 600ha
【農14】 ◆酒米の生産振興（H28新規）	○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を育成する	①酒造好適米の作付面積	①50ha（H27） ↓ 80ha
		②「吟の夢」1,2等比率	②58.8%（H26） ↓ 80%以上
【農15】 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換（H28新規）	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— ↓ 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) ↓ 2,500ha

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：早期米リレー出荷を中心とした県産早期米の販売促進活動の実施、ブランド化に向けた栽培技術、販売促進に向けた取組支援
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・販売促進に向けた取組支援、食味ランキングでの県産米の

にこまるの高品質安定生産

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技術の導入、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、県オリジナル高温耐性品種の栽培技術の確立
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、県オリジナル高温耐性品種

酒米の高品質安定生産技術の普及

生産者：高品質安定生産技術の導入と実践、酒米の産地化、組織化
農業団体：酒米生産計画の策定、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酒米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
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

新品種の開発 → **新品種の普及・定着**

生産者：新品種の導入、生産拡大
農業団体：新品種の導入に向けた適応性の検討、生産者への栽培技術支援
県農業技術センター：新品種の育成と導入に向けた適応性の検討、高品質安定生産技術の確立

露地品目の生産拡大

生産者：有望品目の検討、生産拡大の実践
農業団体・市町村：有望品目の検討、生産拡大への積極的な取り組み
県産地・流通支援課・県環境農業推進課・県農業振興センター：有望品目の検討、市場や企業との連携による露地野菜の産地化支援

非主食用米の生産拡大

生産者：増収技術の導入と実践、生産コストの削減
農業団体：生産者への需要状況等の情報提供、作付ビジョンに基づく非主食用米の生産拡大の推進、飼料用米等の栽培技術支援
市町村・地域農業再生協議会：水田フル活用ビジョンの見直し、取組推進に効果的な産地交付金の設定、生産者への取組推進
県農業技術センター：低コスト・多収生産技術の検討、有望品種の探索
県環境農業推進課・県農業振興センター：制度、事業の情報提供、水田フル活用ビジョンの見直し支援、飼料用米等の栽培技術指導
県農業政策課・県農業再生協議会：水田フル活用ビジョンの見直し、取組推進に効果的な産地交付金の設定

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農16】 ◆肉用牛の生産基盤の強化(H28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.164)	肉用牛飼養頭数	5,043頭(H26) ↓ 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

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：キャトルステーションでの子牛育成
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

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、畜産クラスター関連事業活用への支援

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
市町村：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
高知大学：研修の実施
県畜産振興課：研修への支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【農17】 ◆養豚の生産、加工・販売体制の強化（H28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	豚年間出荷頭数	34,473頭(H26) ↓ 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

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、養豚団地化に向けた研修会等の開催
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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農18】 ◆土佐ジローの生産、販売体制の強化(H28拡充)	○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) ↓ 4万羽
【農19】 ◆土佐はちきん地鶏の生産、販売体制の強化(H28拡充)	○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) ↓ 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 → 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	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) ↓ 8,500kg
【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） ↓ 230ha

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：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用の乳牛の導入および貸付

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、受精卵移植用乳用牛の預託強化

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競争力強化整備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

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

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農22】 ◆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 ⇒別図＜農04＞参照(p.165)	農林水産加工品販売額	45.8億円(H26) ↓ 50億円
【農23】 ◆直販所支援の強化(H28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	直販所売上高	93.3億円(H26) ↓ 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みがきあげの支援

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% → H27：13% ○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 H23：17組織 → H27：32組織 ⇒ 法人数 H23： 2組織 → H27：16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 ⇒ 4地区（大豊町、土佐町、本山町、三原村）で取り組みを実施	○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 H22：1.6億円 → H26：2.1億円 ○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 ・新規生産者の掘り起こしによって生産者数を維持 ⇒ 生産者数 H23：141戸 → H25：124戸 → H26：138戸 ○生産組織と漢方薬メーカーとのマッチング ⇒ H26：1組織（品目：マオウ、ボウフウ）が漢方薬メーカー1社との折衝先として指定	○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 ・栽培マニュアル（H26.10月作成）をもととした増収技術の普及の強化。生産者の規模拡大、新規生産者の掘り起こし ・新品種への転換に伴う栽培技術の確立 ○シャクヤク、マオウ、ボウフウ(有望品目) ・早期の栽培技術確立と普及組織等による栽培技術支援 ・上記以外の有望品目の探索
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：5,818ha ⇒ 多面的機能支払制度 H27　農地維持支払交付面積：8,940ha	○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

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

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【農24】 ◆集落営農の裾野の拡大	○				
【農25】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ	○				
【農26】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大	○		○		
【農27】 ◆土佐茶産地の振興	○	○			
【農28】 ◆薬用作物の振興	○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針3】園芸品目別総合支援	○				
(再掲)【戦略の柱1 取組方針4】水田農業の振興	○	○			
(再掲)【戦略の柱1 取組方針5】畜産の振興	○	○			
(再掲)【戦略の柱1 取組方針6】6次産業化の推進	○	○		○	
【農29】 ◆中山間地域等直接支払制度の推進	○				
【農30】 ◆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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農24】 ◆集落営農の裾野の拡大(H28拡充)	○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05＞参照(p.166)	集落営農塾(組織設立コース)への参加集落数(延べ)	－ ↓ 600集落 (H28～H31累計)
【農25】 ◆こうち型集落営農と法人化へのステップアップ(H28拡充)	○集落営農組織による地域農業の維持・活性化のため、複合経営による所得確保に取り組む「こうち型集落営農」の更なる拡大と法人化の加速化を進める ⇒別図＜農05＞参照(p.166)	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－ ↓ 36箇所 (H28～H31累計) ②－ ↓ 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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農26】 ◆中山間農業複合経営拠点の県内への拡大(H28拡充)	○中山間地域の農業の競争力を高め支えるため、「複合経営拠点推進セミナー」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06＞参照(p.167)	中山間農業複合経営拠点構想(案)作成市町村数	4町村(H27) ↓ 24市町村

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
　　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

市町村・関係機関：複合経営拠点推進セミナーへの参加、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、複合経営拠点構想の作成支援
県地域農業推進課：市町村・関係機関との協議による新規予定地区の掘り起こし
　　複合経営拠点支援事業による複合経営拠点推進セミナーの開催、複合経営拠点構想の作成支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農27】 ◆土佐茶産地の振興(H28拡充)	○土佐茶の消費及び販路の拡大を図るため、クールティー(水出し茶)をメインとした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 ⇒別図＜農07＞参照(p.168)	製品茶販売額	2.1億円(H26) ↓ 3億円
【農28】 ◆薬用作物の振興(H28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	収量30kg／10a以上の生産者の割合	15%(H26) ↓ 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
県地域農業推進課：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
県地域農業推進課：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

安定栽培技術の確立・マニュアル化　→　**マニュアルを用いた栽培指導**

生産者の掘り起こし

生産者：　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
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　→　**有望な薬用作物の導入・栽培指導**

生産組織と漢方薬メーカーとのマッチング支援

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
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、漢方薬メーカーとのマッチング支援

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農29】 ◆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	5,818ha(H27) ↓ 6,320ha
【農30】 ◆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) ↓ 9,800ha

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 → H26：79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 ⇒ 第2期4年間で、4カ所の再編・集約 【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：－ →H26：9件 （売上額46,416千円） ・高知家の野菜・くだもの応援の店制度の創設 ⇒ 応援の店 H24：－ → H26：20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 → H26：55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：－ → H26：11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 ○取扱商品が少ない ○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 → H26：102.7t	○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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:0.46億円	5.6億円	6.4億円	8億円
H26:3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31】 ◆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32】 ◆＜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33】 ◆＜青果物＞(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓		○			
【農34】 ◆＜青果物＞(中規模)加工用ニーズへの対応		○			
【農35】 ◆＜青果物＞(小規模)こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓		○			
【農36】 ◆＜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37】 ◆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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農31】 ◆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(H28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08＞参照(p.169)	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) ↓ 120回 ②20件(H26) ↓ 56件 ③— ↓ 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

取り組み内容				
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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農32】 ◆＜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(H28拡充)	○効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図るため、既存集出荷施設の高度化や複数の集出荷施設の再編・集約を行う産地を支援する	集出荷場の高度化、再編件数	― ↓ 4ヵ所
【農33】 ◆＜青果物＞(中規模)卸売市場と連携した業務需要の開拓 (H28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08＞参照(p.169)	業務需要開拓に係る卸売会社への委託件数	3件(H26) ↓ 32件 (H28～H31の累計)
【農34】 ◆＜青果物＞(中規模)加工用ニーズへの対応(H28新規)	○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08＞参照(p.169)	加工専用素材の新たな供給産地	― ↓ 4地区
【農35】 ◆＜青果物＞(小規模)こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓	○こだわり野菜や果実の販路開拓及び販売促進のため、生産者と飲食店等のマッチング支援や、生産者の販売促進スキル向上に向けた支援を実施 ⇒別図＜農08＞参照(p.169)	地産地消・外商課等主催の商談会での商談成立件数	― ↓ 40件
【農36】 ◆＜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(H28拡充)	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 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	①商談会等での商談成立件数 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活動の強化	①11件(H26) ↓ 24件 ②2件(H26) ↓ 40件 (H28～H31累計)

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：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

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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農37】 ◆卸売市場等との連携による販路開拓(H28新規)	○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めざす ⇒別図＜農08＞参照(p.169)	卸売会社への業務委託により輸出に取り組む品目数	－ ↓ 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
	○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 H22：197人→ H27：269人 H24～27の累計：1,014人（うち雇用就農273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：116法人 （H27.3現在、集落営農法人含む） ○「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	○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 ○産地での労働力不足、生産の増加への対応
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：21.0% （H27.3現在、前年比1.4%アップ） ○次世代施設園芸団地の施設等整備 ⇒ 次世代施設園芸団地4.3ha（四万十町）がH28.3に完成。 ○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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:269人	年間320人		
H26: 107	235	299	427
ー	100%		

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【農38】 ◆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39】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		
【農40】 ◆農業担い手育成センターの充実・強化			○		○
【農41】 ◆実践研修・営農定着への支援			○		
【農42】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援			○	○	
【農43】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援			○	○	
【農44】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進			○		
【農45】 ◆担い手への農地集積の加速化			○		
【農46】 ◆園芸団地の整備促進			○		
【農47】 ◆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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農38】 ◆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(H28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	24市町村 (H28.2) ↓ 34市町村
【農39】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H28拡充)	○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) ↓ 100人
【農40】 ◆農業担い手育成センターの充実・強化	○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、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) ↓ 40人
【農41】 ◆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) ↓ 184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

新規就農相談センター（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：民間活用や農業系大学・農業高校との連携による就農希望者の掘り起こし、新規就農推進事業（H28～）による産地提案型担い手確保・育成活動への支援
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

新規就農相談センター（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：民間活用や農業系大学・農業高校との連携による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及び募集の強化
・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
・産地との連携強化：農家研修や就農先、営農品目の選定のためのマッチング支援や産地との情報交換の充実

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
県農地・担い手対策課：青年就農給付金（準備型）、新規就農推進事業（H28～）の活用による研修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

分野	農業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農42】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援(H28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ー ↓ 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 ③収量が向上した経営事例の収集	②ー ↓ 9モデル(6品目) ③ー ↓ 20事例
【農43】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援(H28拡充)	○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200人

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

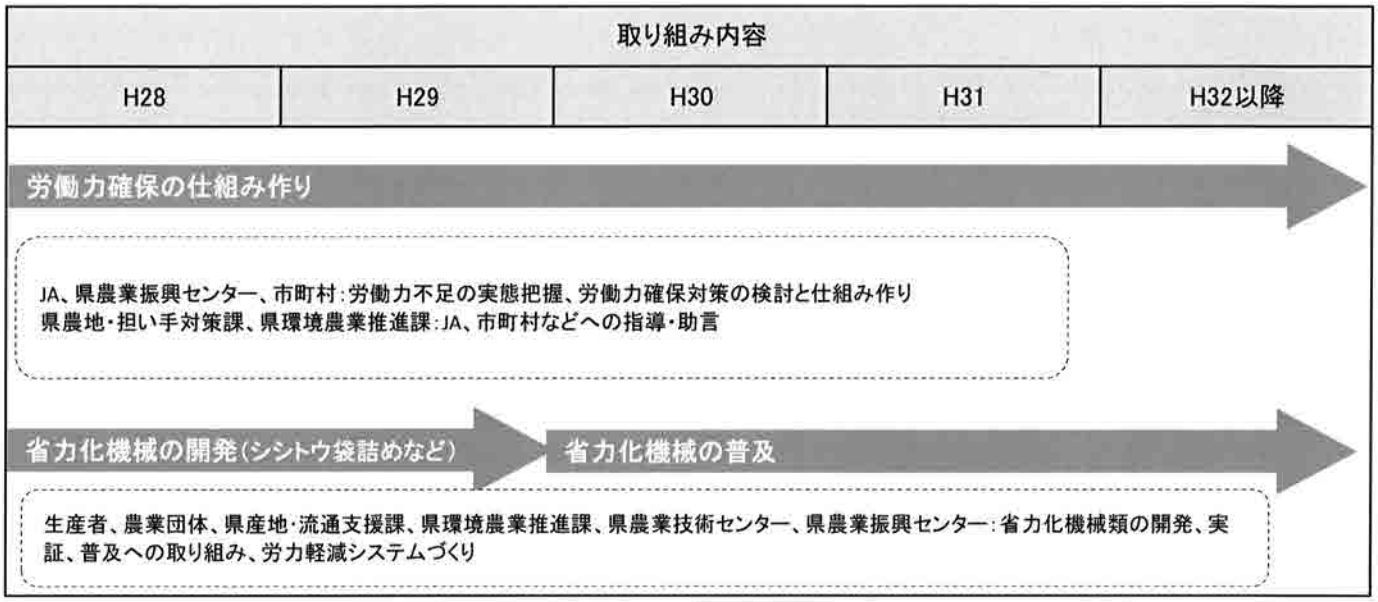
法人経営体への誘導

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

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農44】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H28新規)	①産地の労働力確保のために、確保する仕組み作りへの支援や省力化技術に取り組む	①労働力確保の仕組みが構築される地区	①ー ↓ 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) ↓ 実証機開発


取り組み内容
H28
H29
H30
H31
H32以降
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
県農地・担い手対策課、県環境農業推進課：JA、市町村などへの指導・助言
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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【農45】 ◆担い手への農地集積の加速化(H28拡充)	○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%(H26) ↓ 37%
【農46】 ◆園芸団地の整備促進(H28新規)	○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12・13>参照(p.173,174)	園芸団地候補地	- ↓ 3ヵ所(10ha)
【農47】 ◆国営緊急農地再編整備事業の推進(H28新規)	○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	- ↓ 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・地元代表者等と連携して、事業参加書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する。

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 H24：－ → H27：8カ所、約5.1ha（整備中・予定） ○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61社に対して延べ125回	○地域地域で次世代型ハウス整備や農業クラスター形成を推進するため、園芸団地を生み出していく取り組みが必要 ○市町村等と連携した雇用労働力の確保 ○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が十分ではない。
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：21.0% （H27.3現在、前年比1.4%アップ） ○次世代施設園芸団地の施設等整備 ⇒ 次世代施設園芸団地4.3ha（四万十町）がH28.3月に完成。 ○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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
―	2ヵ所	3ヵ所	5ヵ所
―	10億円	15億円	25億円
―	130人	195人	325人
―	4事業者	6事業者	10事業者
―	3ヵ所	5ヵ所	10ヵ所
―	6億円	10億円	20億円
―	72人	120人	240人
―	3事業者	5事業者	10事業者
―	8ヵ所	12ヵ所	20ヵ所
―	6億円	9億円	15億円
―	90人	135人	225人
―	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	○		○		
(再掲)【農04】◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○		○		
【農48】◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進	○	○	○		
(再掲)【農45】◆担い手への農地集積の加速化	○		○		
(再掲)【農46】◆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	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【農03】◆次世代型ハウス等の整備支援（H28拡充） （再掲）【農04】◆地元と協働した企業の農業参入の推進	○農業クラスターを展開するため、企業の農業参入及び、次世代型ハウス等の整備を推進する ○農業クラスターの形成を促進するため、各農業振興センターに農業クラスター育成チームを設置。関係部局や関係機関とも連携し、川下の企業のニーズに加え、消費者や加工・流通業者の情報及び、産地（川上）のニーズを収集し、地域の強みを活かしたクラスター形成を推進する ○農業クラスター形成につながる企業の農業参入や次世代型ハウスの整備を促進するため、産地の受入支援体制づくりに取り組む ⇒別図＜農13＞参照（p.174）	新たに農業に参入する企業	－ ↓ 7社
【農48】 ◆食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進（H28新規）	○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	－ ↓ 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を図る。

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
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。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：農業クラスター基本計画作成事業で、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、関連施設の整備を支援

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【農45】◆担い手への農地集積の加速化(H28拡充) (再掲)【農46】◆園芸団地の整備促進(H28新規)	○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 ⇒別図<農12・13>参照(p.173,174)	園芸団地候補地	- ↓ 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：農業クラスター基本計画作成事業による支援、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

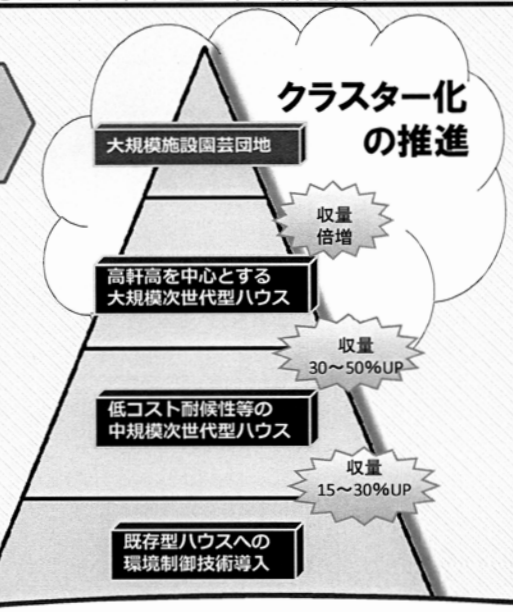
柱１・取組方針１

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

＜農01＞

施設園芸を競争力のある産業として発展させるため、次世代型こうち新施設園芸システムを県内全域へ普及推進

経営スタイル	規模	販売目標額	
県内外企業の農業参入	3～5ha程度	3~5億円	本県農業を牽引する経営体の誘致
意欲ある農業者と県内企業との共同経営 県内外の企業が有望な農業者のスポンサーに	1～3ha程度	1～3億円	本県農業の中核となる経営体の育成
意欲ある農業者や農業生産法人等による規模拡大	50a～1ha程度	5千万円～1億円	
既存型ハウスを使用している農業者 露地や米作から施設園芸に転換する農業者	50a未満	1千万円～5千万円	力強い家族経営体の育成



ハイワイヤー栽培＋養液栽培
生育に最適な状態に統合環境制御

土耕栽培または養液栽培
温度、湿度、CO_2濃度を複合環境制御

土耕栽培または養液栽培
温度、湿度、CO2濃度を個別に制御

第3期産振計画での取り組み

①大規模施設園芸団地（クラスター化）

資本力のある県内外企業の農業参入を促進することで、関連産業を集積させるとともに、雇用の創出と本県農業のステージアップを図る。

②高軒高や低コスト耐候性等の次世代型ハウス（クラスター化）

意欲ある農業者の規模拡大をすすめ、本県農業の中核となる経営体を育成する（県内企業との共同経営、法人化等）。

③環境制御技術のレベルアップと既存型ハウスへの導入促進

さらなる増収を目指した環境制御技術の確立と普及。

○環境制御技術普及推進員を中心とした支援体制の構築
○学び教え合う場を活用した普及促進

28年度の取り組み

①大規模施設園芸団地（クラスター化）

○次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
次世代型ハウスや関連施設整備に対する支援、農業クラスター形成の促進
○企業誘致活動推進事業
参入企業の施設整備に係る経費等を補助
○次世代施設園芸等企業参入事業
農業参入企業の立地への支援

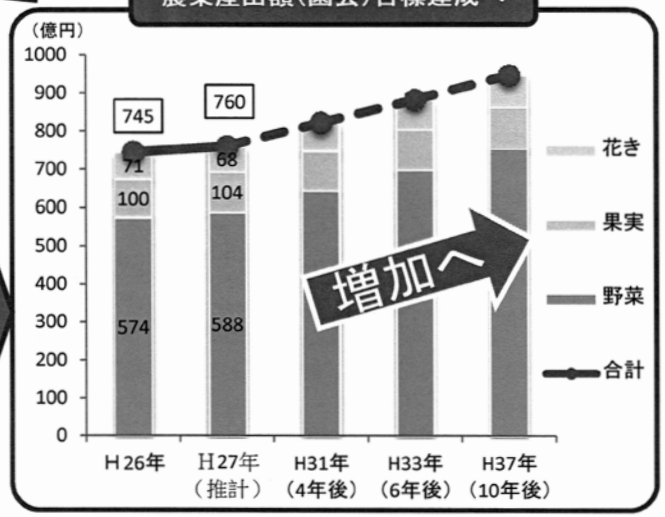
②高軒高や低コスト耐候性等の次世代型ハウス（クラスター化）

○次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
次世代型ハウスや関連施設整備に対する支援、農業クラスター形成の促進
○園芸用ハウス整備事業
ハウスの整備や中古ハウスの改良を補助

③環境制御技術のレベルアップと既存型ハウスへの導入促進

○環境制御技術普及促進事業
炭酸ガス発生装置等の環境制御装置の導入を補助
○新施設園芸技術実証普及事業
学び教えあう場を活用した技術の実証と普及
○農業技術センターを中心とした実証研究
光利用効率の向上や補光技術の確立により、一層の増収へつなげる
○オランダ型技術導入推進事業
オランダ・ウェストラント市との技術交流により、技術の開発と環境制御技術の県内普及を加速化
○園芸用ハウス整備事業
ハウスの整備や中古ハウスの改良を補助

農業産出額（園芸）目標達成へ



環境保全型農業の推進（ＩＰＭ技術のさらなる普及拡大）

IPM技術の現状と課題

現状

1．天敵の普及
（1）施設ナス、施設ピーマン類･シシトウでは、ほぼ全面積で天敵を導入。
（2）施設キュウリ、施設カンキツは伸び悩み。
【要因】:キュウリ→ウイルス病の多発　カンキツ→化学農薬の効果大

天敵（市販＋土着）導入面積率（%）（H23～27）

	H23	H24	H25	H26	H27	目標値	達成率（%）
施設ナス類	62	77	94	97	97	90	108
施設キュウリ	15	17	17	24	31	60	52
施設ニラ	0	0	2	8	8	4	200
施設カンキツ	2	3	3	6	7	40	18
施設ピーマン･シシトウ	86	91	92	95	93	－	－

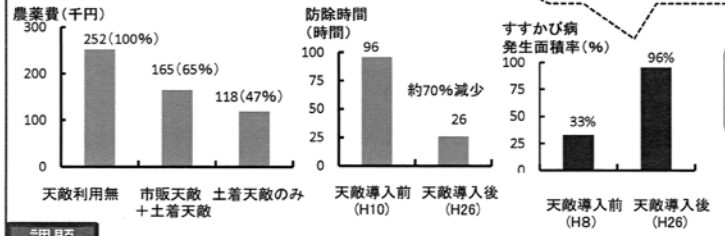
（3）土着天敵の利用が拡大。
・施設ナス、ピーマン農家の大半が土着天敵を導入。
・施設キュウリも増加傾向。

天敵温存ハウス利用の状況（H23～27）

	H23	H24	H25	H26	H27	対比（%）（H27/H23）
温存ハウス面積(a)	87	89	103	144	159	183
土着天敵利用農家戸数	239	260	303	344	359	150
土着天敵利用ハウス面積(a)	6,489	7,224	7,693	8,425	8,774	135

2．天敵導入による効果
（1）低コスト化
・化学農薬中心の防除に比べ、農薬費が大幅に削減。
・地域全体の農薬費も減少傾向。
（2）省力化
・天敵導入以前に比べ、防除時間が大幅に削減。

施設ナスでの事例



天敵が普及し、殺菌剤の散布回数も減少
⇒一方で、新たな病害が問題化
すすかび病　33%→96%

課題

1　虫害に対するIPM技術の普及推進と新たな害虫への対策
・天敵の普及が遅れている施設キュウリ、施設カンキツ等で導入推進
・新たな侵入害虫等(チャノキイロ新系統等)の対策技術

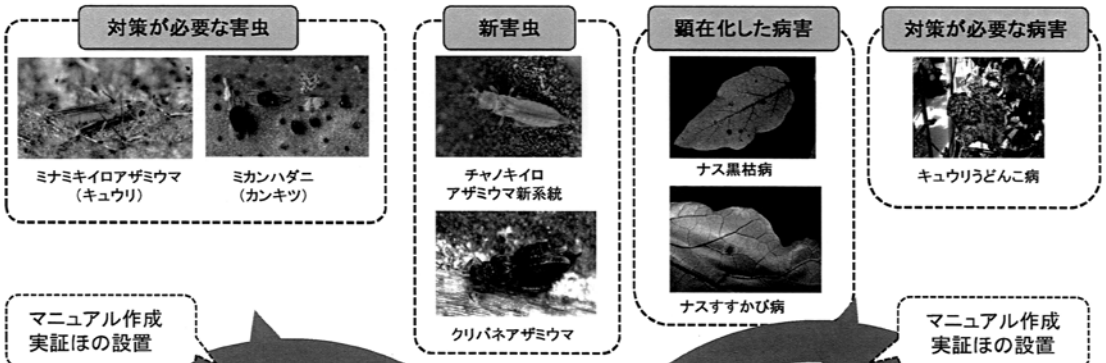
2　病害に対するIPM技術の開発
・天敵が普及し、害虫と同時防除を行っていた病害の防除回数が減少
⇒　これまで問題にならなかった病害の発生が増加
・湿度制御技術や天然物由来資材等を用いたIPM技術の開発と普及

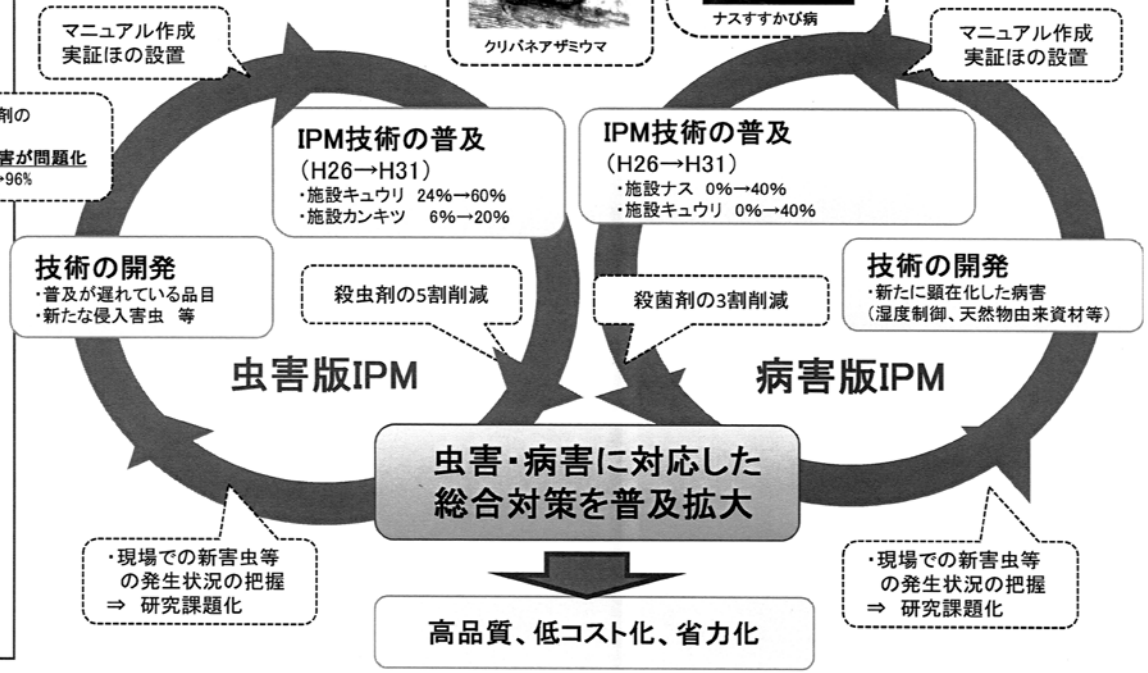
戦略のポイント（対策）

害虫及び病害に対応したIPM技術の開発と普及が必要

拡　虫害版IPM技術
◆施設キュウリ及び施設カンキツにおけるIPM技術の組立と普及
◆侵入害虫等の新たな害虫に対するIPM技術の開発と普及
・研究開発、実証ほの設置、実証成果に基づくマニュアルの作成

新　病害版IPM技術
◆病害を対象としたIPM技術の開発と普及
・研究開発、実証ほの設置、実証成果に基づくマニュアルの作成





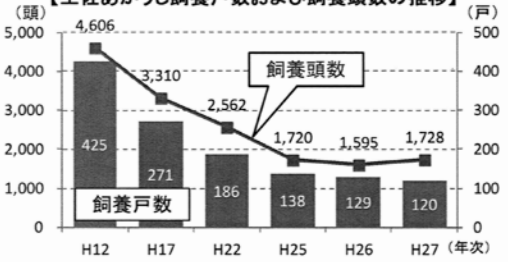
畜産の振興（土佐あかうしの好循環への戦略）

土佐あかうしの現状

◆飼養戸数、飼養頭数の減少

・飼養戸数は減少傾向
・飼養頭数は下げ止まり回復傾向

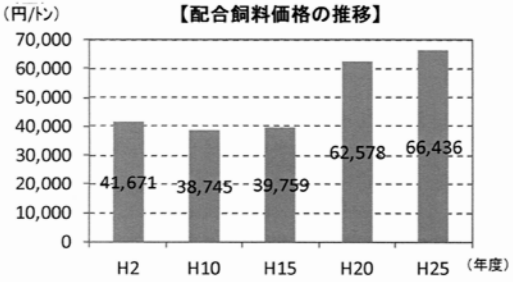
【土佐あかうし飼養戸数および飼養頭数の推移】



◆配合飼料価格の高騰

・トウモロコシ等の原材料価格が高水準で推移したこと等が要因。飼料コストが増大

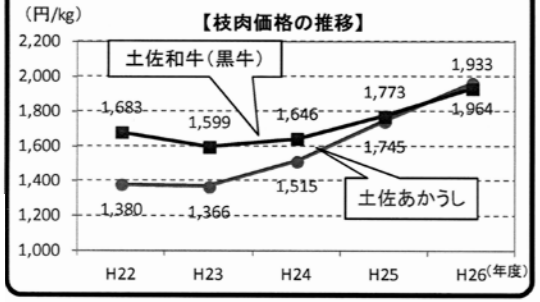
【配合飼料価格の推移】



◆需要の高まり

・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

【枝肉価格の推移】



◆戦略のポイント

土佐あかうし増頭対策のさらなる強化による好循環の実現

○繁殖雌牛の保留推進
○受精卵移植の強化
・受精卵移植用乳牛を県が確保し、酪農家に貸付
○生産基盤の強化
・畜舎等生産施設の整備への支援
・経営体の強化による担い手の確保
・新たな拠点づくりによる産地の活性化



①受精卵移植によって肥育牛出荷頭数を増加しつつ、繁殖雌牛の保留率を向上
②受精卵移植用乳牛を県が確保し、酪農家に貸付



生産体制の強化

●食肉加工品の開発

隘路
需要の低い食肉部位の有効活用



隘路
①繁殖雌牛の不足
②受精卵移植用乳牛の不足
③飼料コストの増大

生産力の強化による好循環の実現

③稲WCSの利用拡大

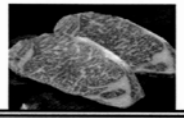
担い手の確保

加工体制の強化

隘路
経営が不安定



赤身がうまい、幻の和牛 土佐あかうし



隘路
増産に対応した販路の確保

●増頭による経営の安定化
●高知大学や産地と連携した新規就農希望者向け研修制度
●複合経営拠点等の組織化や六次産業化の推進による雇用拡大

販売体制の強化

●地産外商公社との連携や畜産振興アドバイザーの活用

柱１・取組方針６

６次産業化の推進

＜農04＞

これまでの取り組み

◆6次産業化サポートセンターによる個別相談対応　（H26：284件）
◆農業創造セミナーにおける商品開発等の支援（H22～H27：56グループ）
◆6次産業化支援チームによる販路拡大等の支援（H27～：25チーム）
◆関係機関における情報共有及び生産者と加工企業とのマッチング支援による産業間連携の推進（マッチング推進定例会、こだわり農産物展示・相談会等）
（ｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ、産業振興ｾﾝﾀｰ、地産地消・外商課、産地・流通支援課、地域農業推進課）

課　題

◆ *裾野の拡大*
・6次産業化に取り組むきっかけ作りと取組意向の把握が必要
◆ *計画作り・体制作り・商品作り*
・具体的な計画づくりや体制整備と商品作りが必要
◆ *ステップアップ*
・販路を拡大するステップアップが必要

“ものづくりの地産地消”の推進

県内農家
県内加工業

マッチング → 商品開発 → 県内流通 → 地産外商

裾野の拡大・実践

動機づけ → 意思確認 → 課題整理 → 計画・商品作り → 準備 → 実施 → 流通開始

- 拡 ➢6次産業入門講座　普及所ごとの研修会
- 新 ➢土佐MBA　6次産業「入門コース」
- 拡 ➢サポートセンター情報発信　メルマガ開設

アンケート：取組意向者の把握
個別面談：取り組み方のｺｰﾃﾞｨﾈｰﾄ
農業振興センター　サポートセンター

取り組み方の選択
- 拡 ➢6次産業化ｾﾐﾅｰ　「基礎ｺｰｽ」計画作り　「実践ｺｰｽ」商品作り
- ➢個別相談　サポートセンター　工業技術センター
- ➢その他セミナー　土佐MBA（ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ等）　土佐FBC（品質管理等）
- ➢農商工連携への誘導　（製造委託など）

取組体制の整備（施設等） → 取組実施 → 新たな課題 → 地域内流通

ステップアップ

地域内流通 → 県内流通を目指す → 6次産業化支援チーム　商品改良・販路開拓 → 県内でのテストマーケティング → 県域流通

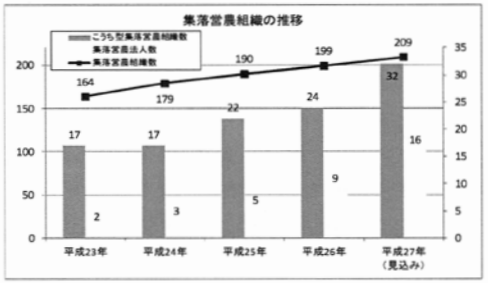
農業振興センター等（ニーズの把握）

新 商品力強化事業費補助金（パッケージのリニューアル支援）

力量に応じて更にステップアップ

柱２・取組方針１　中山間地域の農業を支える仕組みの再構築（集落営農の推進）　<農05>

中山間地域の農業の現状



・集落営農組織数
　H23：164組織→H27：209組織
・こうち型集落営農組織数
　H23：17組織→H27:32組織
・集落営農法人数
　H23：2組織→H27：16組織
集落営農の取り組みは一定推進

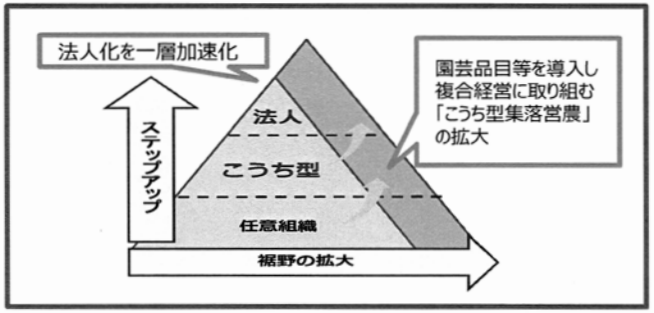
- 不利な生産条件
- 高齢化・担い手・リーダーの不足
- 経営規模が小さい
- 鳥獣被害の深刻化
- 耕作放棄地の増加
- 集落機能の低下

課　題

◆集落営農の更なる裾野の拡大
集落営農を推進する人材の育成が急務
⇒ 対策①

◆「こうち型集落営農」へのステップアップ
収益向上のために米から園芸品目等への転換が必要
⇒ 対策②

◆集落営農組織の法人化への積極的誘導
法人化のメリットが十分認識されていない ⇒ 対策③
法人の経営安定が必要 ⇒ 対策④



<集落営農の目標>

	H27	→ 4年後	→ 6年後	→ 10年後
●集落営農組織によるカバー率	13%	21%	26%	30%
●こうち型集落営農組織数	32	80	100	140
●法人数（売上げ2千万円以上の法人）	16 (2)	40 (10)	50 (13)	70 (18)

ステップアップ

共同利用、農作業受託組織 → こうち型集落営農組織 → 集落営農法人

機械の共同利用、農作業受託 ／ 複合化 ／ 園芸品目等の導入による複合経営 ／ 法人化 ／ 経営の安定と継続性の確保

集落営農の裾野の拡大

ソフト事業

対策①：集落営農塾の充実

◆組織設立コース
⇒参加者の拡大
・開催地を拡大、開催回数の増
・参加者のレベルに応じたカリキュラムの編成
※対象者:中山間地域等直接支払制度の集落協定代表者　など

こうち型集落営農・法人化の加速化

ソフト事業

対策②③：集落営農塾の充実



◆法人化コースの充実
⇒参加者のレベルに応じたカリキュラムの編成
※対象者:法人化、こうち型を目指す集落営農の代表者

対策②：園芸品目等の導入

◆実証ほの設置
・園芸品目等の試験栽培、導入

対策④：集落営農法人の経営安定

◆経営アドバイザーの派遣
◆「集落営農法人ネットワーク協議会」の設立
・組織間の交流により、経営等のレベルアップ

ハード事業

一般タイプ（補助率1/3） → こうち型タイプ(同1/２) → 法人推進タイプ（同３/５）

組織化 ← 中山間地域等直接支払制度の協定集落など → 支援

柱２・取組方針２

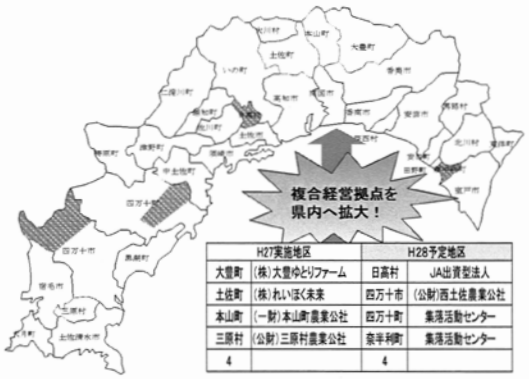
中山間地域の農業を支える仕組みの再構築（中山間農業複合経営拠点の整備推進）

<目標値>

●複合経営拠点整備地区数	H27	→ 4年後	→ 6年後	→ 10年後
	4	20	30	35

<農06>





H27実施地区		H28予定地区	
大豊町	(株)大豊ゆとりファーム	日高村	JA出資型法人
土佐町	(株)れいほく未来	四万十市	(公財)西土佐農業公社
本山町	(一財)本山町農業公社	四万十町	集落活動センター
三原村	(公財)三原村農業公社	奈半利町	集落活動センター
4		4	

課　題

◆**複合経営拠点の周知**
・更なる周知活動が必要

◆**構想づくり**
・地域に即した複合経営拠点の構想づくりが必要

→ 対策①

◆**事業計画の策定**
・法人設立合意のための事業計画が必要 → 対策②

◆**人材確保・育成**
・拠点を運営するスキルを持った人材や新たな雇用の確保・育成が必要 → 対策③

推進手順：働きかけ → 構想づくり → 事業計画策定 → 合意形成 → 法人設立 → 準　備 → 実施

対策①：周知の徹底、構想づくり支援

対策②：事業計画策定の支援

対策③：人材確保・育成への支援

複合経営拠点の周知

複合経営拠点推進セミナー（５カ所で開催）

拠点構想作成（市町村・ＪＡ）

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

運営する人材の確保・育成

従業員の確保・育成

事業実施

農業用機械の導入・施設整備

市町村への周知　構想づくりのｾﾐﾅｰ開催

事業計画へのアドバイス

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、農業振興ｾﾝﾀｰ、地域本部）

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)

New　複合経営拠点支援事業

◆ソフト事業

- **複合経営拠点推進セミナーの開催支援**
- **事業計画作成支援**
- **雇用への支援**（「農の雇用」に加算）
- **自立化支援**（視察研修、専門家派遣等）

◆ハード事業

- **農業用機械・施設整備支援**

（国）「農の雇用」事業

法人内の人材育成支援
・支給額　月１０万円（最長２年）

法人の雇用支援
・支給額　最大１２０万／年（最長２年）

柱２・取組方針３

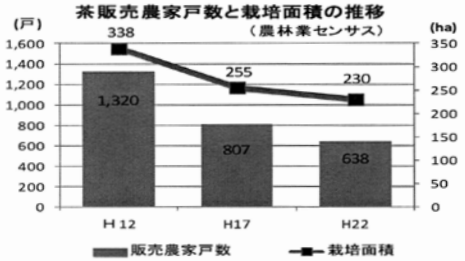
中山間地域に適した農産物等の生産（土佐茶の好循環の実現）

<農07>

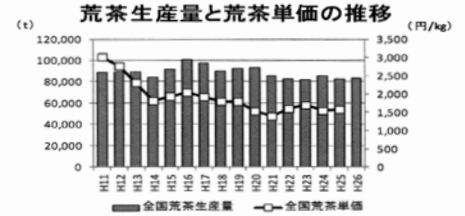
土佐茶を取り巻く現状

◆高知：販売農家戸数、栽培面積の減少

・販売農家戸数、栽培面積は減少傾向

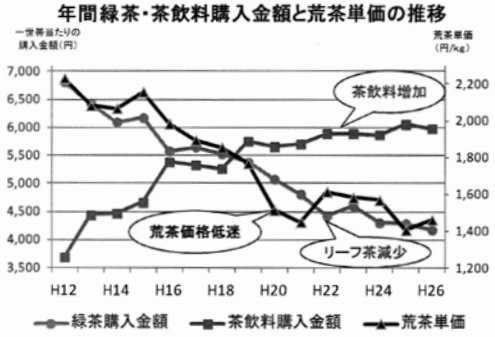


●全国：荒茶生産量は横ばい・荒茶単価は下落



●全国：荒茶単価の低迷の要因

・ペットボトルの普及によるリーフ需要の減少
・主産地の鹿児島県の大規模・低コスト化、大量生産による荒茶単価の低迷



◆高知：仕上げ茶販売額の増加（3倍アップ）

・H20：75百万円 → H26：210百万円 → H27（見込み：228百万円）

◆戦略のポイント

販売強化による「産地の維持・拡大」 ⇒ 「担い手の確保」の好循環を実現



○地消の強化
- ・量販店での試飲販売強化
- ・クールティー（水出し茶）提案による新たな消費者を確保（ペットボトル→マイボトルへ）

○外商の強化
- ・新たな荒茶の販路確保
- ・高質系量販店を中心とした販売促進 活動の展開
- ・継続的な販促活動ができる四国等での販路開拓

製品茶

【県内販売の強化】
- ・量販店でのクールティー（水出し茶）の試飲販売強化
- ・土佐茶カフェを活用した情報発信

【県外販売の強化】
- ・高質系量販店への徹底したPR販売強化
- ・継続的販促ができる四国等での販売強化
- ・高知家プロモーションとの連携、商談会への積極参加

荒　茶
- ・既存の取引先以外への販路開拓



販売体制の強化

●組織化の推進
- ・集落営農等

●産地提案による移住促進
- ・複合経営（茶＋α）

●オーナー制度の導入

隘路
担い手不足





①

隘路
①販売ターゲットが不明確
②新たな需要開拓

②

●商品開発の強化
●「食茶」の需要開拓
（かぶせ茶パウダー等）

販売強化による
好循環の実現



担い手の確保

加工体制の強化



隘路
①茶園の再生（高樹齢化）
②急峻、狭隘によるコスト高

①

②

隘路
加工技術の向上

●農協OB・メーカーによる技術指導の強化
●販売先のニーズに対応した荒茶の加工

産地の維持・拡大

①台切り等の普及
新植は平地に普及
生葉の品質向上

②急傾斜地用機械の開発
・ものづくりセンターとの連携

柱3

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08>

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

①販売活動を通じた販促・ＰＲの強化
（高知青果フェアの実施、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）
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

課題
1　より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

大規模流通（基幹流通）

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）

卸売市場 64社

実需者（量販店）（中食）（外食）

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

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）

拡充　課題　1，2　単年計画から複数年計画へ

新規　課題　3　加工ニーズへの対応

新規　課題　4　海外ニーズへの対応

委託先

特定卸売市場 8社

実需者（量販店）（中食）（外食）（加工）

海外実需者

消費者

中規模流通

③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

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）

実需者（中食・外食）等

H27～　龍馬マルシェ（園芸連によるWEB販売）

小規模流通

④こだわりニッチ野菜・果実販路開拓

こだわりの生産者 生産者組織等

課題
○より魅力的な商談会の創出
○類似商談会の増による出展者の減

強化ポイント
○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・魚等とともにオール高知で売り込み！

情報発信力のある飲食店 青果店 量販店等

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）による実需者への商談会での提案方法等のアドバイス、マッチング支援
新規出展者掘り起こしに向け県内でのセミナー開催等

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
○こだわり野菜・果実の販路開拓・拡大

目指す姿
◎販路拡大・販売拡大
◎農家所得の向上

柱４・取組方針１

産地提案型を核とした園芸産地の担い手確保対策の強化

<農09>

高知で農業 始めてみんかよ！

受入準備	相談・PR活動	基礎研修	実践研修	就　農

１就農までの流れ

- 産地提案書作成
- こうちアグリスクール
- 体験合宿
- 就農相談会
- 移住相談会
- 農業高校での出前授業
- 大学版アグリスクール
- 農業担い手育成センター
- 市町村農業公社・JA出資型法人など
- 指導農業士など（受入農家）
- 農地の確保 ハウスの確保

２対策の強化

対策１－①就農窓口及び入口対策の強化

- 拡 就農コンシェルジュ（受入側と就農希望者のマッチング支援（2⇒3名に増員）
- 拡 就農相談会等　19回→33回
  こうちアグリスクール　4回→6回
- 体験合宿の開催
- 拡 農業担い手育成センター
  長期宿泊定員　20→40人
- 事業①③
- 事業③

対策１－②民間企業のノウハウを更に活用

- 事業①
- 拡 新 高関心層への情報伝達
  県外単独相談会の開催
- 拡 受入農家の更なるスキルアップ
  人材育成研修会

対策２　産地活動及び農家子弟の就農支援の強化

- 拡 産地提案書作成支援　事業②
- 新 拡 産地でのツアー開催等支援
  産地自らの相談活動支援　事業②
- 新 (県)新規就農研修支援事業→新規就農推進事業
  ※専業農家育成研修区分（産地提案型での研修の差別化）
  ※兼業農家育成研修区分　事業②
- (国) 青年就農給付金（準備型）
- (国) 青年就農給付金（経営開始型）
- (国)経営体育成支援事業
- 指導農業士などでの実践研修
- 市町村公社・JA出資型法人　等
- 拡 研修区分(産地提案型)
- 園芸用ハウス整備事業　事業④
- 新 (県)新規就農研修支援事業→新規就農推進事業
  ※親元就農応援区分（Uターンの農家子弟を研修させる認定農業者等（親）を支援）

対策３　移住ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄとの連携

- 事業②
- 新 県内移住就農相談会（農業ツアー）
  自営就農向け・雇用就農向け

対策５　雇用就農対策の強化

- 新 農業大学校での雇用就農に向けたカリキュラムの新設
- (国) 農の雇用事業

対策４　就農希望者の裾野を拡大

- 事業①
- 新 農業系大学版アグリスクールの新設
  高知大学、東京農業大学
- 新 農業高校等との連携(出前授業他)
  高知農業、幡多農業、春野高校他

【関連事業名】
事業①　新規就農人材育成支援事業
事業②　新規就農推進事業
事業③　新規就農総合対策事業
事業④　園芸用ハウス整備事業

課　題

課題１
■激化する他県との競合に打ち勝つことが必要

課題２
■産地提案書の策定や、それに基づく就農希望者の受入の増加

課題３
■移住対策との連携

課題４
■将来の就農希望者の拡大

課題５
■増加する雇用就農への対応

対　策

対策１
①就農窓口及び入口対策の強化
②民間企業のノウハウ活用

対策２
■産地活動及び農家子弟の就農支援の強化

対策３
■移住プロジェクトと連携した体験ツアーの開催

対策4
■就農希望者の裾野を拡大（高校生や大学生へのPR）

対策５
■法人等への雇用就農対策の強化

柱４・取組方針１

新規就農者のハウス・農地確保対策の強化

＜農10＞

施設園芸を志向する就農希望（Iターン）者の就農までの主な流れ

県内外での人材確保対策

研修スタート

《研修（１～２年間）》

（国）青年就農給付金（準備型）：150万円/年
（県）研修支援事業：180万円/年（給付金との計）

《就農準備》

《就農》

（国）青年就農給付金
（経営開始型）：150万円/年（最大）
（最長　5年間）

拡 《産地提案型の仕組みを活用》

【基礎研修】
○農業担い手育成センター（長期研修）

【実践研修】
○指導農業士等



【基礎・実践研修】
○市町村、JA出資型法人等

拡 ※実践的な研修を行う「研修ハウス」の整備を支援

信頼を得て実績を残すことでハウス整備の事業活用が可能

《就農時等に農地・ハウスを取得》

○園芸用ハウス整備事業
・新規就農区分：補助率最大2/3（県1/3、市町村1/3）
・流動化区分：補助率：1/2（県1/4、市町村1/4）
（・研修区分（のれん分け可能）もあり）

○経営体育成支援事業
・補助率：最大55%（国30%、県12.5%、市町村12.5%）

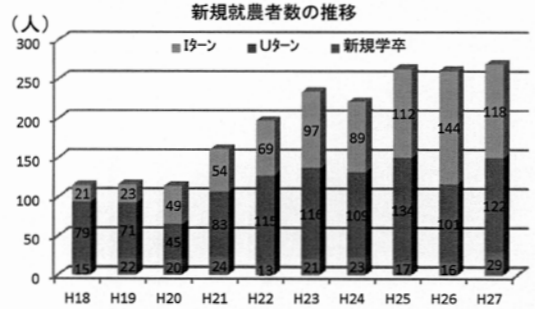
○青年等就農資金
・無利子：貸付限度額3,700万円（施設・機械購入等）

○農地の確保
・産地提案型の取り組みや、新たに農地を作り出す取り組み

経営を開始

園芸産地を担う担い手

《新規就農の状況》



○新規就農者総数：H18=115人 ⇒ H27=269人（約2.5倍）
○Iターン就農者数　：H18= 21人 ⇒ H27=118人（約　6倍）
○H23からは200名以上の新規就農者を確保

《課題》

◆産振計画の実現に必要な新規就農者の確保
・あるべき生産構造の実現に向けた新規就農者確保対策の強化が必要

◆Iターン就農希望者の農地確保
・地域に信頼されないと農地確保が難しい

◆Iターン就農希望者のハウス確保
・技術力に不安がある方はハウス導入の事業活用が難しい
・技術力の実績を残すことができる研修用ハウスが不足

《対策の強化》

拡 産地自らが就農希望者を確保し育成する取り組みを強化（農地確保含む）

○産地提案型に取り組む受入組織の活動支援
・就農相談会参加、体験ツアー開催、農地確保など
○産地提案型での研修と一般研修の差別化

拡 実践的な研修ができる「研修用ハウス」の導入を加速化

○園芸用ハウス整備事業の拡充
・研修用区分の補助率の見直し
・研修用区分の上限額の見直し
※いずれも産地提案型に基づく場合

柱４・取組方針２

家族経営体の強化及び法人経営体の育成

＜農11＞

現　状

○農業経営体に占める
家族経営体の割合…98.3％

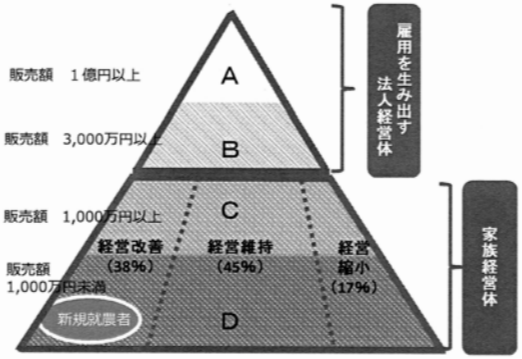
○施設園芸の販売農家の
販売額　1億円以上…　0.1%
3,000万～1億円未満　…　2.4%
1,000～3,000万円未満…30.3%
1,000万円未満 …67.3%

○法人数は増加している（※）
H23：63 → **H27：116**

（※）農地の権利を取得し農業経営を行う法人

本県農業の底上げには
◆家族経営体の強化
◆法人経営体の育成　が必要

担い手ピラミッド（イメージ）



（※）経営改善、経営維持、経営縮小の割合は、H27農林業センサス施設園芸販売農家戸数及びH26認定農業者の意向、H27営農意向調査を元に算出

経営体の抱える課題

		1　経営管理	2　生産性向上	3　農　地	4　労働力
雇用を生み出す法人経営体	A	1-1 組織マネジメント能力の強化	2-1 栽培技術の向上 施設・機械の整備	3-1 規模拡大のための農地の確保 離農者の農地の有効活用 （農地中間管理事業）	4-1 優秀な人材の確保・育成
	B				
家族経営体	C	1-2 法人化への誘導 1-3 経営改善計画の実現 経営者意識の向上 経営維持農家を経営発展に誘導			4-2 労働力不足を解消するための、地域の雇用の仕組みの構築
	D				
	新規就農者				

第３期計画の取組の方向性

■生産性の向上、担い手の確保により、本県農業を支える家族経営体を強化
■地域の中核となり、雇用就農や農地の受皿となる法人経営体の育成強化

具体的な取組内容

雇用を生み出す法人経営体の育成

1-1 **1　組織マネジメント能力を強化する取り組みを支援**
経営発展のための法人向け研修・個別指導を実施【農業会議】

2-1 **2　生産量・品質を上げる取り組みへの支援**
○生産性や品質を上げるための技術向上を支援【県・ＪＡ】
生産性向上のための環境整備（環境制御技術導入など）を支援【県・市町村】

3-1 **3　規模拡大への支援**
○規模拡大（ハウス整備等）を支援【県・市町村】
まとまった農地の確保を支援【農地中間管理機構】

4-1 **4　安定経営のための優秀な人材確保を支援**
農業大学校に労務管理・法人関係のカリキュラムを新設【県】
4-2 労働力不足の産地等を対象に労働力補完の仕組みづくりを支援【県・JA・市町村】

家族経営体から法人経営体への誘導

1-2 **1　法人経営体への誘導支援**
法人化セミナーへの参加誘導（農業会議）
○ 経営発展のための法人化セミナー・個別指導を実施（農業会議）

家族経営体の底上げ

＜経営改善志向農家への支援＞

1-3 **1　経営の視点を持った農家の育成支援**
農家の「農業経営改善計画等」の実現を支援【市町村・県・JA】

2-1 **2　生産量・品質を上げる取り組みへの支援**
○生産性や品質を上げるための技術向上を支援【県・ＪＡ】
4-2 生産性向上のための環境整備（環境制御技術導入など）を支援【県・市町村】
労働力不足の産地等を対象に労働力補完の仕組みづくりを支援（再掲）

3-1 **3　規模拡大への支援**
○規模拡大（ハウス整備など）を支援（再掲）
まとまった農地の確保（再掲）

＜経営維持農家への支援＞

1-3 **1　経営維持から経営改善への移行への働きかけ**
○学び教えあう場等を利用し経営改善の必要性を周知【県・JA】

＜経営縮小農家への支援＞

3-1 **1　経営を次の世代につなぐ取り組みを支援（経営継承）**
○「産地提案型担い手確保対策」の農地・ハウスの提供者となるよう誘導【県・市町村・JA】
○離農者に対して、農地の提供者となるよう誘導【農地中間管理機構】

柱5

地域に根差した農業クラスターの形成

<農12>

意欲ある県内事業者の皆様とともに、本県の強みである第一次産業を核に、第一次産業から第三次産業までの産業集積を図ることで多様な仕事を創り出し、若者が地域に残ることができる土壌を作り上げていくことを目指します。

【消費者・加工業者等のニーズ（川下）】



消費者（市場）

こんな(野菜、加工品)が欲しい！

食品加工 / カット野菜 / 総菜・弁当 / 外食

- 既存の取引を拡大したい
- 業務加工向けの商材が欲しい
- 高知県産品で新たな加工・商品開発したい
- 自社農場を高知に作りたい　等

卸売市場 / 既存の取引先 / 新規開拓企業 / 量販店等 / コンビニ / 食品加工企業

積極的に情報を収集します！

地産地消・外商課 / 産地・流通支援課 / 地産外商公社 / 新需要開拓ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ協議会 / ものづくり地産地消・外商センター / 専門ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ / 東京・大阪事務所園芸分室

情報収集

ステップ0　情報の集約

①川上（産地）と川下（市場）のニーズを、広範囲に情報収集します

②クラスター化に関するワンストップ窓口を設置します

ステップ1　参加意欲がある事業者を募集

①②の情報を集約し、県庁内の**「クラスター情報共有会議」**において、実現性の高いクラスター化案件を抽出していきます

公募！

クラスター化案件への参加意欲がある事業者の皆様（産地・企業・地域）を募集します

関係団体(ＪＡ、地産外商公社等)から、意欲ある事業者の皆様に参画を打診します

情報収集

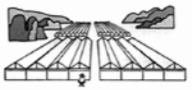
【産地のニーズ（川上）】

産地　（各生産者）

生産を拡大したい！付加価値を高めたい！

ナス / ニラ / トマト / その他‥

- 規模拡大や新しい品目にチャレンジしたい
- ６次産業化に取り組みたい
- 安定的な取引先がほしい
- 園芸団地、農地、開発用地のストック情報





積極的に情報を収集します！

市町村 / 各ＪＡ / 園芸連 / 農業振興センター / 地域本部

情報収集

ステップ2

具体的なビジネスプラン＝「クラスタープラン」の策定を、クラスター育成チーム・専門コーディネーターが支援します

応募事業者（産地・企業・市町村）

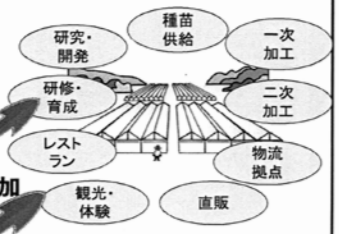
クラスター育成チームの設置（地域）【メンバー】農業振興センター、地域本部、関係団体（ＪＡ等）＋専門コーディネーター

「クラスタープラン」策定

市場ニーズにもとづき、ターゲット商品（品目）の絞込み

商品づくりに向けて、第二次・第三次産業の参加事業者を募る

産地（生産者）の拡大



参加

応募事業者を核に、参画事業者を拡大

ステップ3　協定の締結

支援スタート

クラスタープランの実行に取り組む事業者の皆様と県が協定を結び、クラスターの取り組みを開始！

ステップ4　官民協働で事業者の皆様の取り組みを支援

クラスタープロジェクトチームの設置

農業振興センター、地域本部、市町村、関係団体（ＪＡ等）、専門コーディネーター　等

「クラスタープラン」にもとづき、商品開発・付加価値の向上から、事業の拡大・新規事業の展開までが円滑に進むよう支援します。

新たな商品開発や、販路開拓を進め、新たな基幹産業の創出に挑戦！

1. 市場が求める加工食品などの商品化と原材料の産地形成
2. 産地と、加工・業務用事業者等をつなぐ流通の仕組みを構築
3. 地域資源を活用し、食品・関連産業の集積
4. 新たな加工場の立地の実現へ！

拡大再生産の好循環を実現

【県の主な支援メニュー】

※ 詳細は別紙

商品開発・付加価値の向上	産地の形成	販路開拓・外商の拡大	事業の拡大
商品開発への支援	クラスタープラン作成や園芸団地の農地整備への支援	地産外商公社を中心に販路開拓・外商拡大を支援	拡大再生産を支援
テストマーケティング	次世代型ハウスや関連施設の整備を支援	生産・流通・販売をマネジメントする仕組みづくりを支援	生産管理の更なる高度化を支援

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13>

クラスタープランづくりと実施計画の策定

H27年度 土地確保チーム

各農振センター　農業クラスター育成チーム

・県 次世代施設園芸等企業参入事業（H28New ）

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（H28New ）

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・・・）

・県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業（H28New ）

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（H28New）

・国 強い農業づくり交付金
（次世代施設園芸優先枠）（H28New ）
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（H28New ）



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（H28New）

・国 強い農業づくり交付金
（次世代施設園芸優先枠）（H28New ）
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（H28New ）



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（H28New）

・国 強い農業づくり交付金
（次世代施設園芸優先枠）（H28New ）
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
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（H28New ）
但し、高度環境制御栽培施設整備時

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（H28New）



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
活動整備交付金

・国 強い農業づくり交付金

・国 産地パワーアップ事業（H28New ）

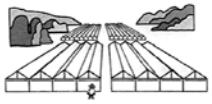


ハウスの整備

大 ・県 企業立地促進事業

中 ・県 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業（H28New）
※ポイント：条件によって生産関連施設も補助対象
※ターゲット：企業参入や法人化して、企業的経営を目指す農業者

小 ・県 園芸用ハウス整備事業（H28拡充）
※ポイント：研修区分を充実
拠点整備区分を創設



・国 次世代施設園芸導入加速化事業（継続地区のみ）

・国 強い農業づくり交付金（次世代施設園芸優先枠）（H28New）・・・地域エネルギー活用要件がネック

・国 新しい野菜産地づくり総合対策(H28New)
中間事業者→加工・業務実需者への流通要件がネック ➡ 政策提言(H27.11)実施

・国 強い農業づくり交付金

・国 産地パワーアップ事業（H28New ）

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
※研修区分を充実



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整備交付金



・国 農山漁村振興交付金

地域地域に新たな付加価値と雇用の増を生み出す！

「園芸団地」用地の確保と基盤整備

≪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

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 H28New 県 次世代施設園芸団地基盤整備事業（単年度事業、事業費200万円以上）

H28New 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

H28New 県 農業クラスター計画策定事業

H28New 県 次世代施設園芸団地農地確保事業（基金造成）

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

林業分野では、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、これまで、大型製材工場や木質バイオマス発電所といった川下側の整備等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や高性能林業機械の導入、路網整備といった原木の生産効率を高める取り組みを進めてきました。

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、26年は61万立方メートルに大幅に増加しました。また、製材品などの出荷額をあらわす木材・木製品製造品出荷額等は、製材品の出荷量が回復してきたことなどにより、平成22年の150億円を底に、26年は204億円に増加しています。

このように、第2期計画では、森林資源を余すことなく活用する仕組みの構築を進めてきたことから、山が大きく動き出しました。一方で、より多くの若者が山で働き活躍していくためには、原木生産量のさらなる拡大に向けた、川上から川下までの流れをさらに大きくする取り組みが必要となっています。

このため、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、4年後の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を進めていきます。

まず、柱1の「原木生産のさらなる拡大」では、森の工場や原木の安定供給システムの構築、皆伐の促進などによる生産性の向上により、原木の増産を図っていきます。また、皆伐の増加が見込まれることから、コンテナ苗の生産体制の強化や再造林の支援などに取り組み、持続可能な森林づくりを進めていきます。

次に、柱2の「加工体制の強化」では、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、製材工場の加工力の強化を促進するとともに、大断面集成材やCLTパネルなどの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ことで、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る、所得の向上と雇用の増加につなげていきます。

柱3の「流通・販売体制の確立」では、県外の消費地をターゲットとした外商活動を展開するため、関東や関西などに設置している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強化を図っていきます。また、トレーラー等による低コスト・定期輸送の取り組みなどを進めていくほか、海外への販売促進にも挑戦していきます。

4つ目の柱である「木材需要の拡大」においては、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の推進やCLTの普及により、飛躍的な木材需要の拡大を図っていきます。また、木質バイオマスについて、木質ペレット等を県内需要者へ安定供給する取り組みや、農業用以外での幅広い利用を促進していきます。

柱5の「担い手の育成・確保」では、平成27年4月に開校した県立林業学校の充実・強化を図っていきます。現在、林業現場での即戦力となる人材を育成する基礎課程と、既に林業活動を実践している方などを対象にした短期課程を開講しているところですが、30年4月には専攻課程を新たに開講する予定です。ここでは、森林施業の集約化の提案や木材の活用などに積極的に取り組み、次世代の林業・木材産業界を牽引していくような、高度で専門的な人材を育成していきたいと考えています。また、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。

以上の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で、拡大再生産の流れを太いものとし、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　～山で若者が働く、全国有数の

分野を代表する目標

木材・木製品製造品出荷額等 現状（H26）204億円⇒４年後（H31）220億

原木生産量 現状（H26）61万m3⇒４年後（H31）78万

柱1　原木生産のさらなる拡大

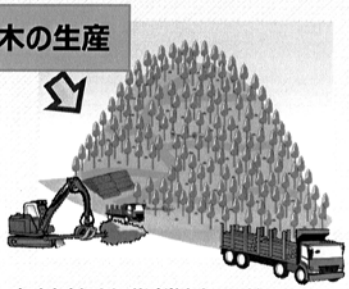
○生産性の向上による原木の増産
- ◆森の工場の拡大・推進
- ◆効率的な生産システムの導入を促進
  - ・高性能林業機械等の導入
  - ・路網の整備
- ◆皆伐の促進
- ◆原木の安定供給システムの構築

○持続可能な森林づくり
- ◆[新規]**苗木の生産体制**の強化
- ◆再造林への支援と低コスト育林の推進
- ◆間伐の推進



構築した川上から川下まで“森の資源”を余す

苗木の生産



高性能林業機械の導入
路網整備
森の工場の拡大



素材生産
森林組合
小規模林

原木生産・担い手の確



C材（低質材）
D材（端材等）
バイオマス利用

木質バイオマス
発電所２箇所
（H27稼働）

バイオマス利用



○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
- ◆木質バイオマス発電の促進

森の資源を余すことなく活用

林業・木
クラスタ

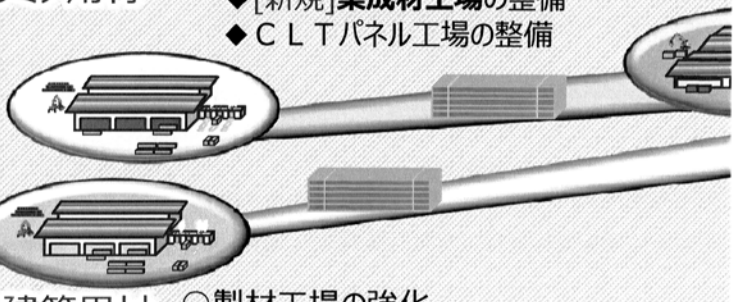
柱2　加工体制の強化

B材（中質材）
ラミナ用材

ラミナ製材工場
（H27整備）

ラミナ用材

○ラミナ製材工場の稼働開始
○高次加工施設の整備
- ◆[新規]**集成材工場**の整備
- ◆ＣＬＴパネル工場の整備



A材（良質材）
建築用材

高知おおとよ製材
（H25稼働）

建築用材

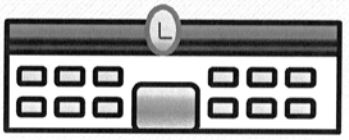
○製材工場の強化
- ◆製材所の加工力強化
- ◆県内企業による協業化・大型化の検討

の国産材産地～

億円⇒６年後(Ｈ33)232億円⇒10年後（Ｈ37）256億円

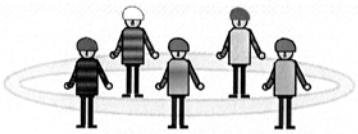
m3⇒６年後(Ｈ33)81万m3⇒10年後（Ｈ37）90万m3

の仕組みを生かして、
ことなく活用



業者

業



保

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
- ◆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連携した就業者の確保
- ◆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
- ◆[拡充]**小規模林業**の活動を支援

拡大再生産へ！

柱４　木材需要の拡大

入の拡大

○住宅・低層非住宅建築物等における木材利用の促進
- ◆[新規]**低層非住宅建築物**の木造化の促進
- ◆県産材を活用した木造住宅建築の促進



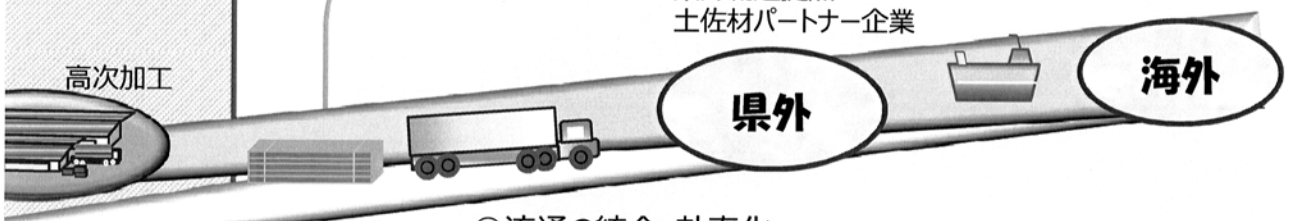
○ＣＬＴの普及
- ◆**ＣＬＴ**建築物の需要拡大

木材産業
ターの形成

柱３　流通・販売体制の確立

県外流通拠点
土佐材パートナー企業

高次加工



○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
- ◆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推進
- ◆[拡充]**海外への販売**促進

林業分野

分野の目指す姿	○　山で若者が働く、全国有数の国産材産地
分野を代表する数値目標	木材・木製品製造品出荷額等　現状（H26）：204億円⇒4年後（H31）：220億円 原木生産量　現状（H26）：61万m3⇒4年後（H31）：78万m3

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 ㉖：10.2万m3 → ㉛：15.1万m3 → ㉝：15.3万m3 → ㊲：17.0万m3	・県産製材品の出荷量の増加 ㉖：23.3万m3　→ ㉛：27.4万m3→ ㉝：28.4万m3　→ ㊲：28.4万m3	・県産製材品 ㉖：□16.1万 ★ 0.0万 ㉝：□19.7万 ★ 1.5万 （□：一般
取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」	1．生産性の向上による原木の増産 ◆森の工場の拡大・推進 ◆効率的な生産システムの導入を促進 ◆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 ◆［新規］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 ◆製材所の加工力強化 ◆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 ◆　［新規］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 ◆　［新規］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 ◆外商活動体 2．販売先の ◆県外での土 推進 ◆　［拡充］海 ・商談、サン

の体系図

刃⇒6年後(H33):232億円⇒10年後(H37):256億円
⇒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
毎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 ラm3 → ㉛:□20.1万m3→ ラm3 ★ 0.1万m3 ラm3 → ㊲:□15.8万m3 ラ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
含・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 制の抜本強化 広大 佐材を使用した建築の 外への販売促進 プル出荷	1. 住宅・低層非住宅建築物等における木材利用の促進 ◆[新規]低層非住宅の木造化の促進 ・事例集の作成、施主へのPR ・全国への販売展開 ◆ 県産材を活用した木造住宅建築の促進 2. CLTの普及 ◆CLT建築物の需要拡大 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 ◆林業学校における人材育成 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進 2. きめ細かな担い手確保の強化 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ◆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 ◆ [拡充]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年度の107千m3から平成26年度には245千m3へと大きく向上 ・「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へと大幅に増産となった	・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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
10.2万m3(H26)	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	○				
【林02】◆効率的な生産システムの導入を促進	○				
【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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【林01】 ◆森の工場の拡大・推進	林業事業体の事業地確保のための施業適地の選定や森林所有者との合意形成、効率的な生産システムを展開するための路網配置等の計画への指導を行うとともに、新規事業体（異業種からの新規参入を含む）の掘り起こしを行い、森の工場づくりの推進を図る ⇒別図＜林01＞参照（P.216）	森の工場の承認面積	63,335ha（H26） ↓ 81,600ha
【林02】 ◆効率的な生産システムの導入を促進	効率的な作業システムの導入により労働生産性能向上に繋げるため、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	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） ↓ 3.6m3/人日
【林03】 ◆皆伐の促進	県内の製材工場や木質バイオマス発電所に必要な原木を確保するため、県内の加工施設等と原木の安定供給協定を締結した林業事業体が実施する皆伐事業に対して支援する	皆伐事業による原木の生産量	28万m3（H26） ↓ 35万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） ↓ 24万m3

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

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

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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【林05】 ◆苗木の生産体制の強化 (H28新規)	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.217)	林業用苗木の生産量	76万本(H26) ↓ 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) ↓ 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) ↓ 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) ↓ 8,000ha
【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) ↓ 22,494t-CO2 ② 12件(H26) ↓ 15件

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

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

新たな排出権取引制度への対応

県環境共生課：J-クレジット制度終了後、新たな排出権取引制度の方向性について、迅速に対応

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により、製材品出荷量が伸び悩んでいる ・県内の既存木材加工施設の老朽化や経営者の高齢化により製材工場数が減少している ・以上のことから、県内企業による協業化・大型化への取組が必要
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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
23.3万m3(H26)	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	○	○	○		
【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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【林10】 ◆製材所の加工力強化	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雇用維持を図るために、製材施設の導入及び更新に対して支援を行う また、CLTパネル工場の整備に伴い、既存製材工場の施設整備を支援し、CLT用ラミナの供給体制を構築する	国産材の製材品出荷量	12.9万m3(H26) ↓ 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) ↓ 3社

分野	林業分野

【林12】 ◆集成材工場の整備 (H28新規)	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 ⇒別図＜林03＞参照(P.218)	構造用集成材工場の工場数	－(H26) ↓ 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	－(H26) ↓ 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
県木材産業課：老朽化した製材設備の更新等による加工力強化を支援

CLT用ラミナ供給体制の確立

県木材産業課、木材利用推進課：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

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ﾊﾟﾈﾙの生産

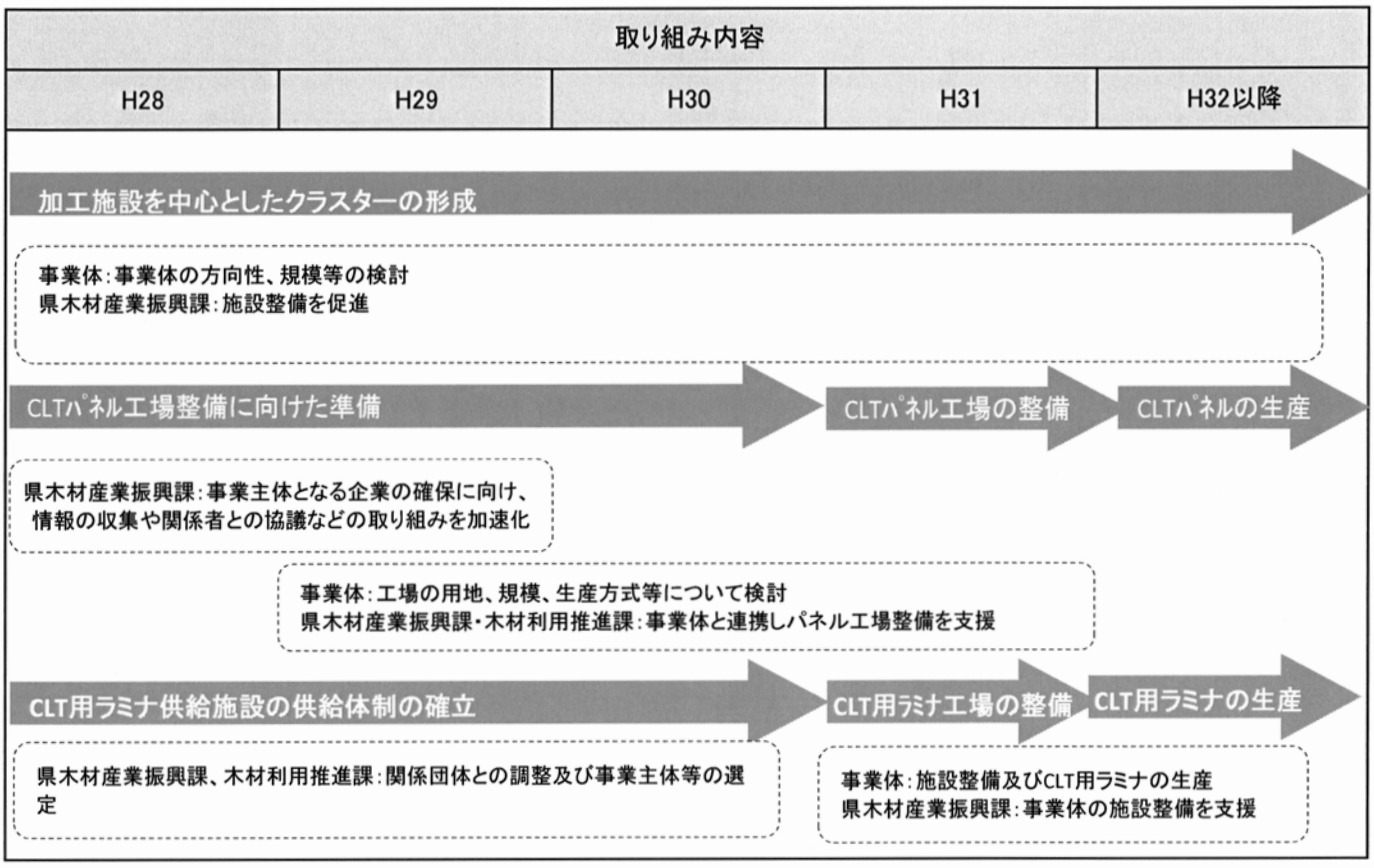
県木材産業振興課：事業主体となる企業の確保に向け、情報の収集や関係者との協議などの取り組みを加速化

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	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 （H28新規）	雇用の拡大及び経済波及効果を高めるため、CLTパネル工場を核とした林業・木材産業クラスターを構築し、川上から販売まで一体となった取組を推進する	新規雇用者数 （製材所・累計）	－（H26） ↓ 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（H27年末：19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（H27年末：30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を開催するとともに、日本産ヒノキの需要拡大が見込まれる韓国の市場調査を実施した	・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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
16.1万m3(H26)	20.1万m3	19.7万m3	15.8万m3
0.0万m3(H26)	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		○			
【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		○			

分野	林業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	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	4.4千m3（H26） ↓ 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	－（H26） ↓ 3.2千m3
【林17】 ◆外商活動体制の抜本強化	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） ↓ 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

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	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） ↓ 180棟
【林19】 ◆海外への販売促進 （H28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 ⇒別図＜林4＞参照（P.219）	県産材製品の輸出量	1.9千m3（H26） ↓ 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

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

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27年度には5施設のCLT建築物の整備に着手 ・平成27年8月には、全国14自治体の首長で構成する「CLTで地方創生を実現する首長連合」を設立し、全国規模でのCLTの普及拡大を展開（現在構成員34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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
35.6万トン(H26)	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	○		○		
【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	○		○		
【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	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の促進する	県有施設の木造化率	75%(H26) ↓ 100%
【林21】 ◆低層非住宅の木造化の推進 (H28新規)	民間施設へ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 ⇒別図＜林05＞参照(P.220)	低層非住宅の木造化率	26%(H26) ↓ 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) ↓ 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

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

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
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：課題等を整理し、現場ニーズに合った商品への改善
　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

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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【林23】 ◆CLT建築物の需要拡大	低・中層建築物への木材利用を拡大していくために、CLTに関する技術等の向上や人材の育成、情報の発信による需要の拡大を推進する ⇒別図＜林06＞参照(P.221)	CLT建築物の整備数	1棟(H26) ↓ 12棟

戦略の柱	4　木材需要の拡大
取組方針	2　ＣＬＴの普及

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

CLTに関する法令等の整備の促進 → CLT建築に関する基準等の周知

CLT建築推進協議会：
CLTに関するデータの収集や課題の洗い出し、国へのデータの提供
県木材産業振興課：
着実な実施に向けて、国や関係機関への提言や提案

県木材産業振興課：関係団体等への情報提供や研修会等を通じた内容の周知
CLT建築推進協議会やCLT首長連合及び日本CLT協会と連携し、更なるCLTの推進に向けて国や関係機関への提言や提案

CLT技術の確立・ノウハウの蓄積

設計及び建築関係者：実践を通したCLT技術・ノウハウの取得。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

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

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

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、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	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) ↓ 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 ⇒別図＜林07＞参照(P.222)	木質バイオマスボイラー燃料利用量	2.1万トン(H26) ↓ 2.5万トン
【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する	木質バイオマス発電施設の整備量	2施設(H26) ↓ 3施設
【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) ↓ 自ら利用に加えて新たな利用が進んでいる

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

燃焼灰の自ら利用の普及 → **取り組みの検証と改善**

木質バイオマス利用者：自ら利用に向けた取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

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702名（11月末現在） 基礎課程：14名（11月末現在） ・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	・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 H27.4.1現在：96事業体 退職金共済の掛金への支援 H24：388人、H25：372人、H26：355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　⇒　11月末現在 277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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
1,602人(H26)	1,747人	1,777人	1,870人
ー	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			○		○
【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			○		○
【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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【林28】 ◆林業学校における人材育成	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08＞参照(P.223)	林業学校研修修了者数(年平均)	ー(H26) ↓ 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) ↓ 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、木材利用推進課、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、森林技術、森林活用の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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【林30】 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保	林業労働力を確保するため、林業労働力確保支援センターに新規就業者職業紹介アドバイザーを配置し、雇用情報の収集や提供を行い、併せて、就業相談会や林業体験教室などを開催し、就業希望者と林業事業体とのマッチングを図り、就業までを支援する また、国の「緑の雇用」制度によるOJT研修や林業技術者養成研修を実施し、就業者の技術力向上と職場定着を支援する	新規就業者数(年平均)	55人(H26) ↓ 68人
【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) ↓ 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

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
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
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

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

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	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) ↓ 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) ↓ 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：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

森林組合の体制強化

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

検証及び支援の見直し

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

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

検証及び支援の見直し

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

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

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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【林35】 ◆小規模林業の活動を支援 (H28拡充)	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 ⇒別図＜林9＞参照(P.224)	小規模林業推進協議会の会員数	203人(H26) ↓ 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、木材利用推進課　：　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）

■森林の集約化
（森林整備地域活動支援交付金の活用）

・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

・**作業システム改善のための既存施設の改良、及び機械装置及び設備の導入**

・林業機械のレンタル支援による作業システムの補完等



■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

・造林事業の採択を受けた作業道が対象



集約化された施業林地
（森の工場）

優れた林業事業体
（経営者・技術者）

生産基盤の充実
（路網・林業機械
・森林資源）

H31末目標　81,600ha



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



コンクリート舗装



災害復旧

戦略の柱1：原木生産のさらなる拡大（苗木の生産体制の強化）

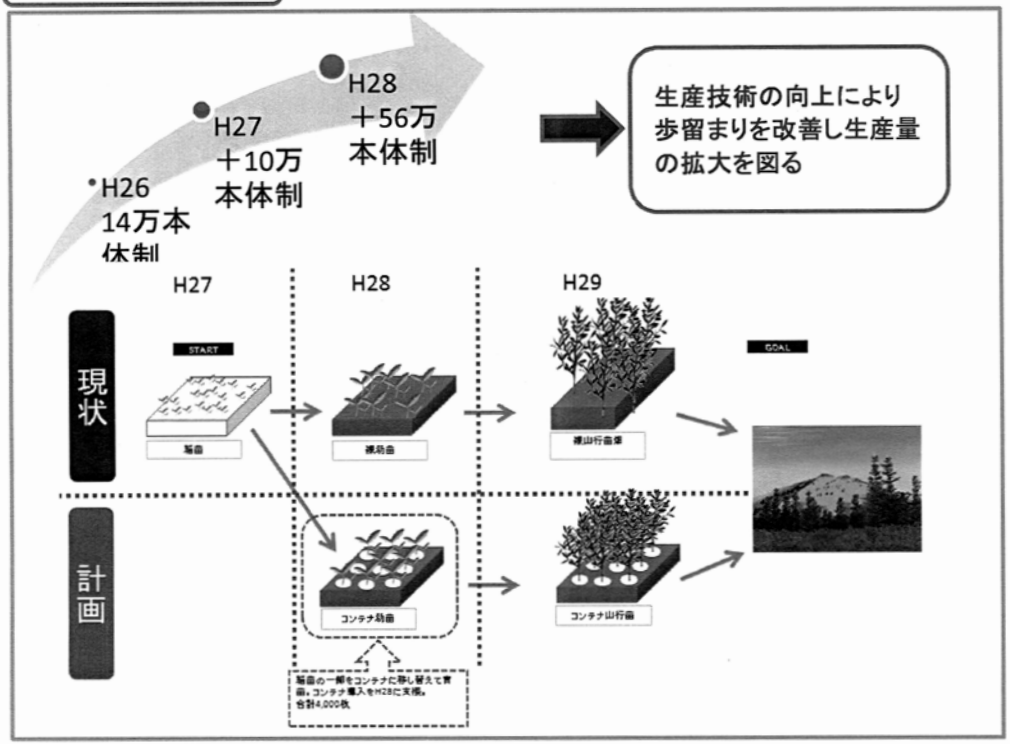
<林02>

再造林に必要となる苗木の確保

【課題】
・高齢化が進む苗木生産者の作業効率化、労働負荷の軽減が期待できるコンテナ苗への転換を図ることによる生産量の維持
・新規参入などによる生産量の拡大

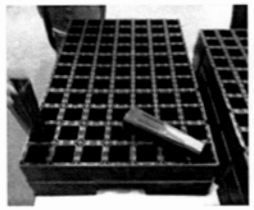
【対策】
・国の新たな交付金を活用し、引き続き苗木生産者に対する生産施設の整備を支援するとともに、新たに参入する企業への支援を行うことでコンテナ苗生産の拡大を図る。

生産体制の整備



優良種苗確保事業（新：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２：加工体制の強化（高次加工施設の整備）

＜林03＞

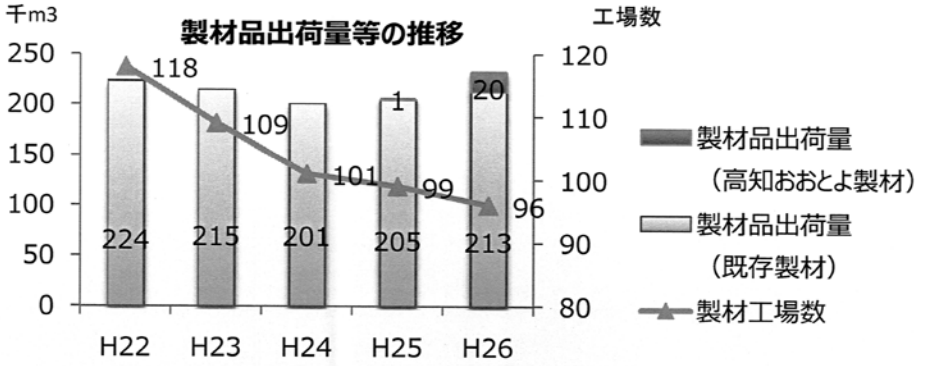
◆木材加工力向上への主な取組み

木材加工流通施設整備事業と県産材加工力強化事業による木材加工施設に対する支援

これまでの主な取組み

- 高知おおとよ製材（株）の操業（H25.8）
- 既存製材施設の設備投資を支援（H24～ ）
- 池川木材工業（有）のＣＬＴ用ラミナ工場の整備（H27）

年々製材工場数が減少する中、平成25年より製材品出荷量が向上



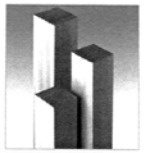
◆高次加工施設（大断面集成材工場）の整備

【構造用集成材とは】

所要の耐力を目的として等級区分したひき板(ラミナ)を集成接着したもので、所要の耐力に応じた断面の大きさと安定した強度性能を持ち、大スパンの建築物の建設も可能。
寸法、断面積によって大断面、中断面、小断面に分類され、木質構造の耐力部材として柱、梁、桁などに使用される。

【構造用集成材の用途】

中断面、小断面集成材：主に木造住宅の柱、梁、桁など、構造物の耐力部材として広く使用される。
大断面集成材：体育館、学校、集会施設、事務所、寺院、教会等の大型木造施設など、優れた強度性能、耐火性能、耐久性等を求められる建物に使用される。



【構造用集成材工場整備の効果】

現状

- 平成20年に構造用集成材製造施設が廃業
- 公共物件に多い地域材の使用要件
- 構造用集成材が四国外から移入

期待される効果

- 木材高次加工技術の向上（集成材製造）
- 地域材利用の振興
- 外商の促進（集成材を他県に）

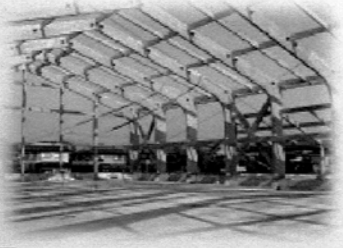
集成材工場を整備

大断面集成材製工場を新たに設置
（ＣＬＴ同様、大断面集成材を非住宅分野に活用）



導入設備（予定）
・モルダーライン（含水率計、モルダー、グレーディング）
・ＦＪプレスライン（フィンガー、メガプレス、湾曲プレス）
・大型４面鉋ライン
・ランニングプレーナ
・ＦＪ接着剤混合塗布機
・レゾ用混合塗布機
・水ビ用混合塗布機

・原木消費量：800m3→4,000m3
・必要人員（フル生産時）：９人
うち新規雇用：5人
※大断面集成材を製造し、更に加工（プレカット）することにより高付加価値材を供給

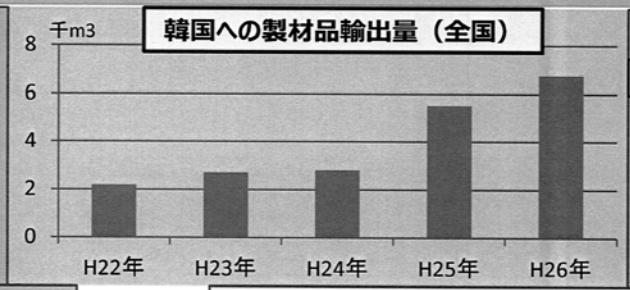


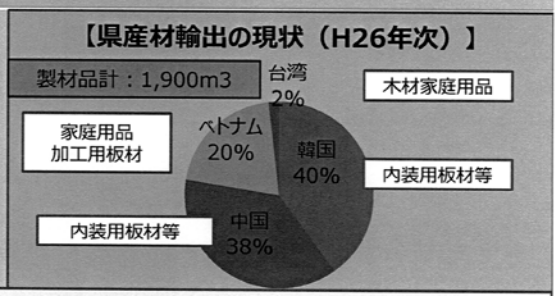
戦略の柱３：流通・販売体制の確立（海外への販売促進）

＜林04＞

【目的】
今後、木材の輸出拡大が期待できる韓国において、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。

【背景】
- ◆ 国内
  - ・人口減少による木材需要の減少
- ◆ 韓国
  - ・韓国では人口増加（2030年がピーク）
  - ・韓国政府が伝統的木造住宅を「新韓屋プラン」と名付けて後押し
  - ・韓国ではヒノキが人気。高級材として評価が高く、香りの良さも好まれる





【課題】
- ◆ 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）
- ◆ 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
- ◆ 与信管理（代金回収）の簡便な輸出方法の普及

【これまでの取組み】
- ◆ キョンヒャンハウジングフェアの視察・企業訪問
- ◆ 韓国ビジネスセミナーの開催（JETRO高知主催）
- ◆ **H27年度に韓国市場調査を実施（JETRO高知委託）**
  - ・県産材の需要先（商談候補企業、輸出仕様製品）等の調査を実施中





輸出に向けた取り組み

商談（マッチング）等

輸出仕様製品の試作・出荷

輸出に向けた活動（ソフト）
- ・営業・商談
- ・テスト（サンプル）出荷

モデル企業

輸出仕様製品の試作等（ハード）
- ・試作品の開発、製造・加工



県産材輸出チャレンジ支援事業費補助金

補助

事業主体：土佐材流通促進協議会等
補助率：1/2以内
- ◆ **輸出仕様県産材製品マッチング事業（ソフト）**
- ◆ **輸出仕様県産材製品試作モデル事業（ハード）**



取組支援

輸出に興味を持つ企業

加入

土佐材流通促進協議会

“輸出部会”の設置検討（体制強化）



新たな販路拡大・既存取引の拡大・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）

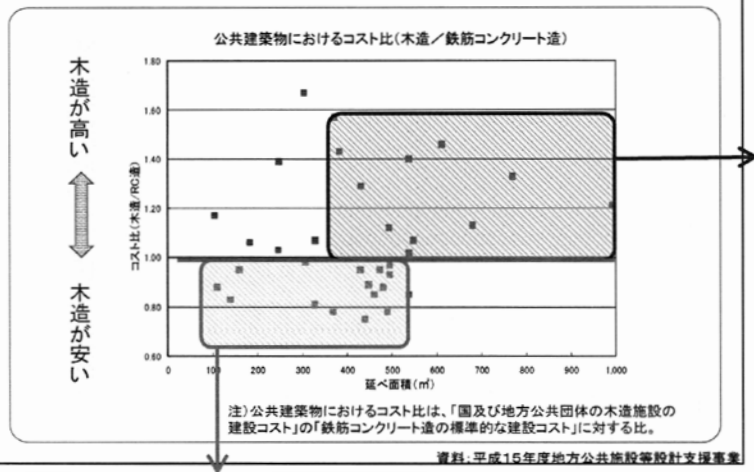
＜林05＞

背　景

◆少子高齢化による住宅着工数の減少（住宅分野における木材需要が減少）
◆県内市場は小さく、外商活動による需要確保が必要（後発は市場確保が困難）
◆豊富な森林資源を活かしていくためには、全国的な木材の需要拡大が必要

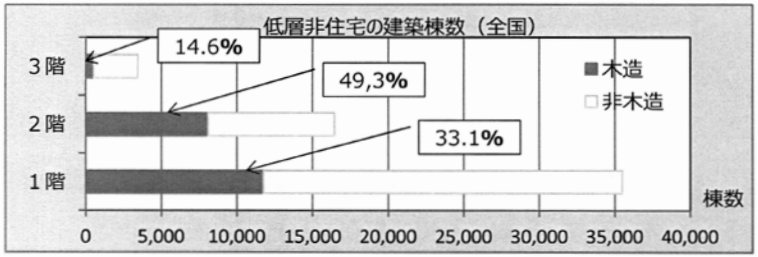
現　状

木造施設を鉄筋コンクリート造で建設したと想定した場合とのコスト比較



ＲＣに比べコストは比較的に安い

■木造化は進んでいない



（参考）・住宅の木造率　82.3%　・　非住宅の木造率　36.4%

●木造化の利点などの理解が進んでいない
・減価償却期間が短く、資金運用しやすい場合がある
・固定資産税等が有利
・建設時のＣＯ２排出量が少なく、環境に貢献

建築面積が広い施設には大きな空間が求められる

施主に木造化を提案できる設計士が不足

施主は木造にするとコストが高くなるイメージを持っている

●中・高層大規模施設については、国と連携して取り組む

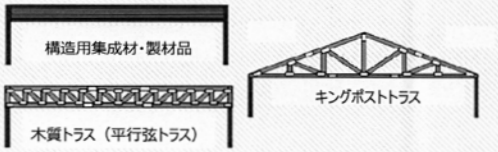
林野庁も製品の開発等でメーカーを支援

●リーズナブルな新商品開発の推進

長スパン等に対応可能で、ＲＣ工法等に対抗できる低コスト化

①一般に流通している木材と接合金具との組み合わせによる製品化

設計士や木材加工事業者と連携した取り組みの推進



②ＣＬＴやツーバイフォーなど面材の活用

③上記①②等を組み合わせた構造の標準化

●設計士の人材育成

①技術研修会の開催
②モデル建築物等を活用した技術・ノウハウの取得と蓄積
③設計士の掘り起こし

●施主へのＰＲ

①事例集等の活用　②現地見学会の開催

●普及ツールの作成

①事例集の作成
・県内外の事例を収集
・参考価格の表示
②標準仕様書の作成
・規模やスパン別に整理
・建築コスト

既に木造化に取り組んでいる設計士と連携した取り組みの推進

全国への販売展開

●ターゲット

福祉・医療関係等の施主

●提案・営業

○県内事業者
・木材関係者　など

＋ タイアップ

○全国の関連事業者
・中大規模木造 プレカット技術協会
・全国建築士事務所協会
・日本ＣＬＴ協会
・土佐材パートナー企業
などのメンバー

●普及ＰＲ

ＣＬＴ首長連合などを活用した普及活動

非住宅建築における木造化の推進

戦略の柱4．木材需要の拡大【CLTの普及】

<林06>

■現状
- ○ CLT建築物に関する基準が一定整備（H28.2にパブリックコメント開始）
- ○ (一社)日本CLT協会が住宅などの建築物への活用に向けた研究を進めている
- ○ CLTの民間利用はこれからの展開
- ○ **ＣＬＴ建築物の事例が少なく、技術が確立されていない**
- ○ CLTを活かした**多様な設計を提案できる技術者が少ない**
- ○ CLTは、技術者や研究者には一定知られているが、**建築会社や施主などへの周知が不足**

■**課題**
- **●ＣＬＴ建築物の需要拡大**
  - ・一般的な部材としての利用、標準化
  - ・事例の積み重ねによるノウハウの蓄積等
- **●技術者等人材の育成**
  - ・設計、施工技術者、CLT製造者
- **●ＣＬＴの普及**
  - ・県内外の施主等にCLTの理解を深める

■具体的戦略

◆県が率先してＣＬＴ建築の需要拡大を推進

●高知県内での需要の拡大
- **・公共施設を中心にＣＬＴの活用を検討**
- **・ＣＬＴの普及に向けたＰＲ・展示**
- ・民間施設への普及拡大

●ユーザー側（工務店や住宅メーカー）の意見も取り入れた製品づくりの推進

◆全国と連携したＣＬＴの普及

●全国の首長との連携による国への政策提言

●都市部の木造化に向けた活動の強化
- ・東京オリンピック・パラリンピック関連施設での活用を契機として、大消費地におけるCLT普及に向けたPR（フォーラム等）
- ・国の関連施設での活用への提案
- ・公共及び民間施設への普及拡大

◆人材の育成

● 設計・施工
- ・県内**建築プロジェクト**を通して、**実践研修及び技術・ノウハウの取得と蓄積**
- ・**国内外の先端技術の取得**
- ・**林業学校において関連講座を開設**



CLTで地方創生を実現する首長連合（H27.8設立）


CLTパネル

■これまでの取組

◆担い手の育成及びＣＬＴ普及ＰＲ

● 技術研修会、フォーラムの開催等

◆ラミナ供給体制の整備

● ラミナ製造工場の整備（H28稼働）

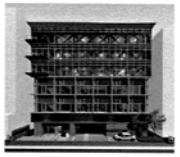
◆モデル建築の推進（H27末：整備中を含む）


高知県森林組合連合会事務所


県立農業担い手育成センター長期研修用宿泊施設


窪津漁業協同組合事務所


(仮称)田井高齢者福祉施設


高知県自治会館新庁舎

ネットワークを活用し、全国の関係者と連携してCLT普及を推進

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07>

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

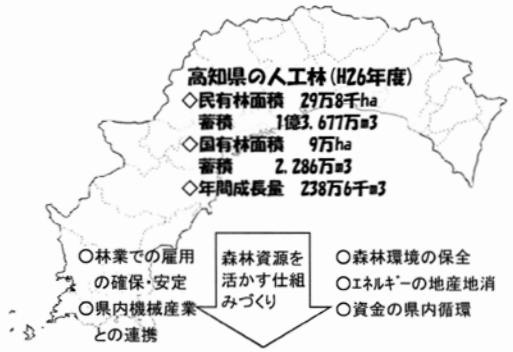
「木質バイオマス発電の取り組み状況」

◆土佐ｸﾞﾘｰﾝﾊﾟﾜｰ（株）　6，250kW

◆（株）ｸﾞﾘｰﾝ・ｴﾈﾙｷﾞｰ研究所　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



○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
○ｴﾈﾙｷﾞｰの地産地消
○資金の県内循環

高知県産業振興計画
【木質バイオマス利用の拡大】

H26 →H31 →H37

原木の増産　63%増
61万m3 →78万m3 →90万m3

加工・流通基盤の強化　22%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）】

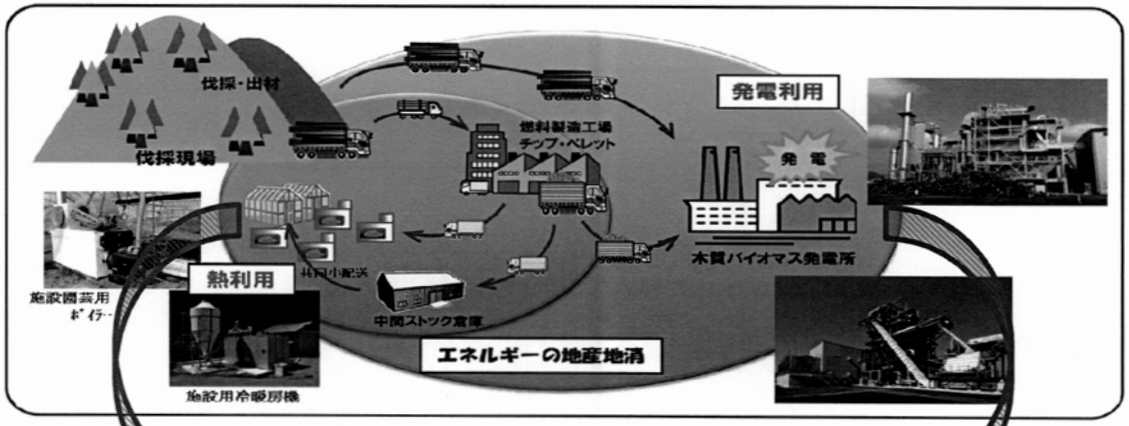
◆木質バイオマス発電施設整備による直接雇用（H27末）　51人／2施設　※グリーン・エネルギー研究所 ペレット製造含む

◆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」

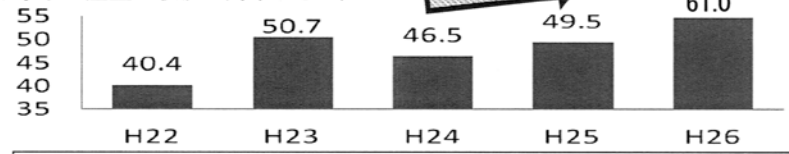
◇ 木質燃料の安定供給の促進
◇ 幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大
◇ 小規模木質バイオマス発電の促進
◇ 木質バイオマス燃焼灰の有効利用

戦略の柱5：担い手の育成・確保 （林業学校の充実、強化）

<林08>

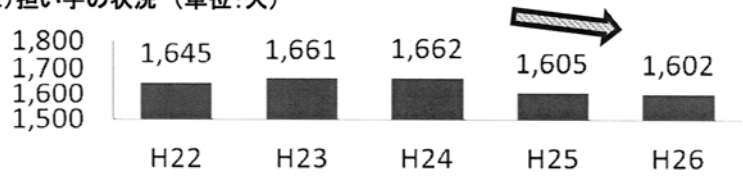
高知県の林業の現状

（1）原木生産量の状況 （単位：万㎥）



・大型製材工場や木質バイオマス発電等の整備が進み原木需要が増大
・原木生産量は、森の工場などの稼働率を上げる取り組みにより大幅に増加

（2）担い手の状況 （単位：人）



・増加傾向であった林業就業者はH25年度に減少し横ばい状況
・原木生産の拡大を進めていくうえで、十分な担い手数が確保されている状況ではない。

高度で専門的な知識を有し、即戦力となる担い手の育成が急務

担い手の育成・確保の課題

●即戦力となる林業の担い手から、将来の林業界の核となる人材の養成が必要
●移住促進対策と連携し、県内のみならず、県外から優秀な人材を呼び込む取り組みの充実強化必要
●林業学校で育成した人材の定着率を上げるため、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を図り、確実な雇用につなげていく必要
●就業者の定着率を向上を図るためには、受け皿となる林業事業体の経営体質の強化を図り、さらなる就労環境の改善が必要

H30年4月の本格開校に向けて、充実・強化

林 業 学 校

全国一の森林率を誇る本県の豊かな森林資源を余すことなく活用し、林業振興や地域経済を活性化するためには、林業の担い手の確保が急務であることから、本格開校に向けて林業学校を整備し、林業や地域に貢献できる高度で専門的な職業能力を持つ人材を育成する。

1 育成する人材

H27年4月開講

■短期課程
林業活動を実践している方を対象に知識・技術のスキルアップを目的とする。

・経営高度化
・人材・組織管理
・林業改革
・先駆者に学ぶ
・小規模林業（自伐林家）養成
・木材活用
・労働安全衛生
・鳥獣被害対策
・元気な地域創造
・ヨーロッパ林業を学ぶ
など

■基礎課程
実践的な技術・知識を身につけ即戦力となる人材の育成を目的とする。

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

H30年4月開講

■専攻課程（H30年4月開講予定）
高度な専門知識を有し、各分野の中核を担う人材の育成を目的とする。

森林管理コース
・公共政策
・GIS
・森林施業プランナー
など

森林技術コース
・高性能林業機械
・架線技術
・作業道開設
など

森林活用コース
・木造建築
・木材加工
など

2 将来の活躍の場

小規模林業の実践や所属する事業体地域を活性化する活動など

森林組合などの林業事業体の技術者など

林業事業体のマネージャー、現場リーダーなど

本格開校に向けた施設整備
（森林総合センター内）



雨天時講習場の整備

CLT部材による木造校舎建設

戦略の柱5：担い手の育成・確保（小規模林業の推進）

<林09>

政策パッケージ

道具

- **●自伐林家等林業機械のレンタル**
  - ・林内作業車等のレンタルに係る経費を支援
- **●森林・山村多面的機能発揮対策交付金**
- **●安全装備の助成**
  - ・林業労働力確保支援センターの研修受講者に対し安全防具の導入を支援

間伐、作業道等

- **●緊急間伐総合支援事業**
  - ・木材の搬出を伴う間伐支援
  - ・作業道開設等への支援
- **●木質バイオマス中間土場確保対策**
  - ・ポータブル型車両重量計導入支援

技術力向上

- **●副業型林家育成支援事業（※1）**
  - ・市町村が副業型林家を育成・支援するためのOJT研修へ助成
- **●林業学校 短期課程**

事業地

- **●林地集約化支援事業（※2）**
  - ・市町村が行なう集約化に要する経費の一部を助成

安全対策

- **●アドバイザー派遣事業**
  - ・実践現地へ現場指導者を派遣
- **●傷害総合保険加入促進事業**
  - ・傷害総合保険加入に要する掛け金の補助
- **●安全点検パトロール**
  - ・実践現場を安全指導員が巡回し、安全指導を実施

【小規模林業総合支援事業】 NEW

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

※1 副業型林家育成支援事業
OJT研修による林業技術の習得支援

※2 林地集約化支援事業
林地集約化による施業地の確保支援

一体的な支援

小規模林業推進協議会 構成員

自己山林で小規模林業を実践

国の支援制度を活用
政策パッケージを活用 → 施業規模の拡大 → 国の支援制度

政策パッケージを活用

林業経験のない森林所有者

政策パッケージを積極的に活用

山仕事に興味のあるU・Iターン

政策パッケージを活用

林業学校（基礎課程）

森林ボランティア

林業学校（短期課程）
政策パッケージ（安全対策）

林業の裾野拡大

専業林家

ステップアップ

副業型林家（長期）

ステップアップ

副業型林家（短期）

林業就業者

- ・森林組合
- ・林業事業体 等へ就業

森林ボランティア活動

効果

定住促進

担い手の確保

中山間地域の活性化

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

水産業分野では漁業者とその家族が将来にわたって漁村で生活していける「若者が住んで稼げる元気な漁村」を目指して取り組みを進めている。

これまで漁業生産量の確保では、黒潮牧場15基体制の確立やイワシ活餌の供給の取り組み、大型定置網の事業承継や操業再開への支援などにより、本県への水揚げの促進を図るとともに、生産基盤の整備などによるクロマグロ養殖拡大への支援など養殖業の振興に取り組んだ。この結果、平成25年の沿岸漁業生産額は、423億円と目標（H27年）の370億円を上回った。

担い手の確保では、漁業就業セミナーの開始や研修制度の拡充、受入体制の強化などにより、短期・長期研修の実施者は大幅に増加し、平成24年から26年の新規漁業就業者数は年平均37人と、目標の32人を上回った。

水産加工業の振興では、地域アクションプランなどで新たに始まった加工事業への支援や養殖魚の産地加工の支援などにより、平成25年の水産加工出荷額は184億円と、目標（H27年）の170億円を上回った。

水産物の販売力の強化と魚価の向上では、都市部の飲食店と直接取引を行う「高知家の魚応援店制度」がスタートするとともに、首都圏での外商拠点となる「さかな屋高知家」がオープンするなど、少量多品種という本県水産物の特性を生かした外商の強化を図った。あわせて、水産物流通の大きな部分を担う市場流通において、都市部の消費地市場とのネットワークの確立や、それを生かした販路の開拓などに取り組んだ。

こうした取り組みの中で、漁業生産量の確保は水産加工をはじめとする関連産業全体に影響する根本的な課題であり、さらには、加工施設の衛生管理体制などの設備の高度化、消費者ニーズに対応するための県内産地の対応力の強化等も見えてきた課題としてあげられる。そのため、漁業生産量をしっかりと確保し、その効果が加工、流通などの関連産業に波及する「生産から加工・流通に至る水産業クラスター」を形成することで、好循環を生み出し拡大再生産につなげていくために第3期計画では、以下の5つの戦略の柱を立てて取り組みを進めていく。

第1の柱の「漁業生産の構造改革」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生産性の高い漁業への構造転換を進めるとともに、人工種苗の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。あわせて、沖合養殖など新たな漁場の開拓に取り組む。

第2の柱の「担い手の育成・確保」では、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、就業時の設備投資や資金調達の支援など就業しやすい環境づくりに取り組む。

第3の柱の「市場対応力のある産地加工体制の確立」では、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の促進を図るとともに、残さい加工体制の再構築や冷凍保管ビジネスの新たな展開を進めることで、国内外の様々な市場に対応できる産地加工体制を確立する。さらに、養殖魚の加工と連動した海外市場への販路の開拓を図る。

第4の柱の「流通・販売の強化」では、「高知家の魚 応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした少量多品種の特性が生きる外商活動の一層の強化や消費地市場とのネットワークを活用した販路の拡大を図るとともに、海外への新たな販路を開拓することで、本県水産物の販売力のさらなる強化を図る。

第5の柱の「活力のある漁村づくり」では、高齢者等に対応した漁場づくりや漁村で活動する加工グループへの支援を行い、漁村での高齢者や女性の活躍の場づくりに取り組む。さらに、遊漁や体験漁業の振興、賑わいのある河川づくりなど漁村の資源を最大限に活用することで交流人口の拡大につなげるなど、漁村地域の経済に好循環を生み出す取り組みを推進する。

水産業分野の展開イメージ　～ 若者が住んで稼げる元気

分野を代表する目標				
	漁業生産額(宝石サンゴを除く)	現状（H25）：446億円	⇒	4年後
	水産加工出荷額	現状（H25）：184億円	⇒	4年後

生産から加工・

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画



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

○　カツオ船へのイワシ活餌の安定供給や黒潮牧場15基体

○　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

新　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種苗生産技術の開発

新　試験研究機能の充実・強化



（3）　新規漁場の開拓

新　定置網の遊休漁場の活用

新　沖合漁場を活用した養殖業の展開

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



新　高齢者等に対応した漁場づくり

○漁村で活動する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

新　遊漁や体験漁業の振興

○にぎわいのある河川づくり





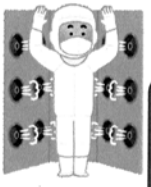
柱③　市場対応力のある産地加工体制の確立

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

新　HACCPに対応した加工施設の立地促進

新　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

新　県内の残さい処理体制の再構築

新　加工品や原料の製造・保管に必要な冷凍保管事業の今後のあり方の検討



（3

新　水

新　輸
向



加工

な漁村 ～

後（H31）：460億円　⇒　6年後（H33）：476億円　⇒　10年後（H37）：490億円
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
新 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機会の充実等による取引の拡大
拡 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

拡 産地市場における鮮度向上や衛生管理等の取り組みの支援
拡 産地市場の統合の推進



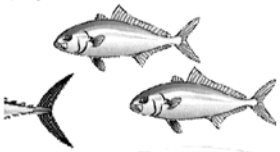
流通

好循環を生み出し拡大再生産へ！！

制の維持



成





3） 輸出の促進

産物の海外販路の開拓

出の促進に向けた水産物の品質上のための技術開発

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）　現状（H25）：446億円　⇒　4年後（H 水産加工出荷額　現状（H25）：184億円　⇒　4年後（H

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革	2 担い手の育成・確保	3 市場対応体制の確
戦略の方向性	生産性の高い漁業への構造改革を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図る。また、新たな漁場の開拓に取り組む。	就業希望者の積極的な掘り起こしを行い新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し次世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。	国内外の市場体制を確立し、の場の創出を
戦略目標	★ 鮮魚の県内市場取扱額 ・㉖ 85億円 ⇒ ㉛ 90億円以上⇒ ㉝ 92億円以上⇒ ㊲ 95億円以上 ★ 人工種苗の供給尾数 ・カンパチ ㉖ 0尾 ⇒ ㉛ 50万尾 ⇒ ㉝ 120万尾 ⇒ ㊲ 300万尾 ・クロマグロ ㉖ 0尾 ⇒ ㉛ 1万尾 ⇒ ㉝ 3万尾 ⇒ ㊲ 10万尾 ★ 新規就業者数 ・(H24-26平均) 37名/年 ⇒ ㉛ 50名/年 ⇒ ㉝ 50名/年 ⇒ ㊲ 50名/年		★ 衛生管理の加工場の ㉖ 24% ⇒ ㉛ ・海外HACCP対 ㉖ 0件 ⇒ ㉛ ★ 養殖魚の ・出荷額 ㉖ 5 ⇒ ・雇用者 ㉗ 5 ⇒
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	（1） 効率的な沿岸漁業生産体制への転換 ◆[拡充]漁業経営の効率化 ◆[拡充]大敷組合など漁業経営体の法人化 ◆[新規]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 ◆[新規]試験研究機能の充実・強化 ◆[新規]中間育成漁場の開拓 （3） 新規漁場の開拓 ◆[新規]定置網の遊休漁場の活用 ◆[新規]沖合漁場の開拓	（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 ◆[新規]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） 高度加テップ ◆[拡充]既存 ◆[拡充]既存制の強化 ◆[新規] HAC の立地促 （2） 加工関 ◆[新規]残さ築 ◆[新規]冷凍 （3） 輸出の ◆[新規]養殖外市場へ

野の体系図

主んで稼げる元気な漁村

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

力のある産地加工立

に対応できる産地加工
生産の拡大により雇用図る。

の高度化に対応した割合
100%
⇒ ㉝ 100% ⇒ ㊲ 100%
対応型の加工場
3件 ⇒ ㉝ 4件 ⇒ ㊲ 5件

前処理加工
億円 ⇒ ㉛ 29億円
㉝ 32億円 ⇒ ㊲ 36億円
8名 ⇒ ㉛ 120名
㉝ 125名 ⇒ ㊲ 130名

工ビジネスへのスアップ
加工施設の高度化

加工施設の衛生管理体

CPに対応した加工施設進

連ビジネスの展開
い加工ビジネスの再構

保管事業の検討

促進
殖魚の加工と連動した海の販路開拓

4 流通・販売の強化

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。

★「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

(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

◆[拡充]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

◆[拡充]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
◆[拡充]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】
◆[新規]養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓

5 活力ある漁村づくり

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

(1) 高齢者や女性の活躍の場づくり
◆[新規] 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
◆[新規] 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	・新規漁業就業者へのリースを目的に中古船を取得する漁協に対して、H24年度からH26年度に6隻の漁船取得を支援し、着業が図られた。 ・エンジン換装等の設備は、H24年度からH26年度に15経営体へ支援した。 この結果、多くの経営体において燃費の削減等による経営改善が図られた。 ・黒潮牧場は、H24年度からH26年度に4基の更新を行い、漁獲量の維持・増加が図られた。 ・カツオ一本釣漁船への活餌供給では、宿毛湾のまき網漁船によるカタクチイワシの採捕と養成技術を開発した。 ・養殖業においては、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、養殖業者の経営力強化が図られた。 ・定置網漁業においては、網成り調査への支援や、急潮の予測のための潮流解析を行った。 ・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、漁協を中心とした活餌買い回し事業が開始された。	・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 ・活餌の蓄養や県外餌場関係者との交渉に携わるスタッフの更なる技術向上 ・定置網漁業の経営安定 ・県内養殖業者の高齢化と後継者不足の進行 ・高い技術と知識を備えた養殖業者の育成 ・餌料費の削減などによる養殖経営の改善
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を行った結果、H26は49尾、H27は1,045尾の稚魚（約5cm）を沖出しするとともに、H27には中間育成した約100尾の養殖種苗（約30cm）を試験配布した。 ・カンパチ人工種苗生産の技術開発を行った結果、高品質な人工種苗が量産できる技術を確立した。	【クロマグロ】 ・餌料用ふ化仔魚の安定確保 ・中間育成技術の開発 ・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		・定置網の遊休漁場の増加による生産量の減少 ・内湾養殖漁場における環境の悪化

現状(H26)	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
85.0億円	90億円以上	92億円以上	95億円以上
0尾	50万尾	120万尾	300万尾
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)	○		○		
【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	○		○		
【水08】◆人工種苗量産体制の確立	○		○		
【水09】◆試験研究機能の充実・強化	○		○		
【水10】◆中間育成漁場の開拓	○		○		
【水11】◆定置網の遊休漁場の活用	○				
【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	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)(H28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	操業の効率化による漁業者の収益性の向上	― ↓ 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	(H24年～H26年) 平均1,500トン/年 ↓ (H28年～H31年) 1,500トン以上/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) ↓ 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

沿岸漁業設備投資支援

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
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
漁協・市町村：支援制度を活用する沿岸漁業者の指導
県漁業振興課：沿岸漁業者が行う設備投資への支援

黒潮牧場の整備

漁業者：耐用年数10年を迎えた黒潮牧場の最適配置に向けた地区協議会及び、黒潮牧場管理運営委員会での協議検討、黒潮牧場での漁獲状況報告
県漁業振興課：黒潮牧場の最適配置に向けた漁業者間の調整支援、黒潮牧場の保全費用の負担のあり方の検討と提案
県漁業振興課・県漁港漁場課：黒潮牧場管理運営委員会等で合意された計画に基づく黒潮牧場の整備
県水産試験場：黒潮牧場の漁獲効果の把握の精度向上及び効果の評価

活餌の供給技術開発

まき網漁業者、漁協：蓄養小割の整備、採捕・養成・輸送技術の実証
カツオ船漁業者、漁協：養成した活餌の評価、採算性の検証と事業化の検討
県水産試験場、県宿毛漁業指導所：採捕・養成・輸送方法についての技術的助言

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	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）（H28拡充）	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	①県内大型定置網の漁獲量 14,900トン以上（H27） ↓ 16,400トン以上 ②急潮の予測手法の開発 ー（H27） ↓ 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）（H28拡充）	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） ↓ 48億円
【水06】 ◆大敷組合など漁業経営体の法人化（H28拡充）	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% ・中型まき網漁業 55% ↓ ・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促進（H28新規）	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、遊休漁場を承継する民間企業等の生産現場への参入を促進する	・生産現場へ新たに参入した法人数	ー ↓ 2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

急潮に強い定置網漁業への転換に向けた現場潮流の解析

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、体制づくりと実施

協業体の支援

協業体：餌の改良や栄養剤の使用、効率的な給餌方法等の新技術を用いた生産試験の実施実施
県漁業指導所：協業体が行う生産試験への支援

技術・知識の習得

漁協、県漁業指導所、県漁協振興課：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

・漁業管理課：法人化取組促進、定置網漁業権の移転
・水産政策課：経営改善計画の策定指導、認定
・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

県漁協振興課、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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【水08】 ◆人工種苗量産体制の確立(H28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	①クロマグロ 沖出し尾数 ②カンパチ 種苗生産体制	①クロマグロ 沖出し尾数 1000尾(H27) ↓ 3万尾 ②カンパチ 試験出荷(H27) ↓ 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(H28新規)	クロマグロ養殖の生産量の増大とカンパチ養殖業者の経営安定を図るため、種苗生産技術開発等を行う試験研究機能の充実・強化を図る	・新たな試験研究機関の設置	― ↓ ・新たな試験研究機関を設置・稼働
【水10】 ◆中間育成漁場の開拓(H28新規)	クロマグロ人工種苗の安定供給体制を構築し、中間育成ビジネスを創出するため、新たな中間育成漁場を開拓する	・中間育成漁場の開拓	― ↓ ・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	現状値 ↓
【水11】 ◆定置網の遊休漁場の活用(H28新規)	本県の定置網漁業の生産量を増大させるため、民間業者の参入による定置網の遊休漁場の事業承継を支援する	事業承継された定置網遊休漁場	― ↓ 2か所以上
【水12】 ◆沖合漁場の開拓(H28新規)	・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) ↓ 2か所

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

クロマグロ人工種苗量産体制の確立 → **クロマグロ人工種苗量産技術の実用化**

生産者、県漁業振興課、県宿毛漁業指導所：親魚養成、採卵技術の開発
民間企業、県水産試験場、マグロ養殖振興協議会：中間育成を含む人工種苗生産技術の開発、出荷後の成長試験

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：ハダムシ寄生を抑えるための親魚選抜、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

試験研究機関の移管と試験運用

県漁業振興課、県水産試験場、県漁業指導所、民間企業：新たな試験研究機関の試験運用

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、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本格運用によるクロマグロ・カンパチ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、県漁業指導所、漁協、民間企業：新たな中間育成漁場の整備と運用

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

定置網遊休漁場の事業承継

県漁業振興課、県漁業指導所、市町村：事業承継候補地と事業者の選定、事業承継への支援
民間事業者：事業承継の実施

沖合養殖漁場の開拓

県漁業振興課、漁業管理課、県漁業指導所、県水産試験場、漁協：沖合養殖の経営安定に向けた支援、調査船による漁場調査、業者の選定と漁業権免許及び整備に係る支援
県漁業振興課、県漁業指導所、民間事業者、市町村、漁協：地元調整及び沖合養殖検討会による課題の検討や振興策の協議

分野	水産業分野
戦略の柱	2 担い手の育成・確保

戦略の方向性	就業希望者の積極的な掘り起こしを行い新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し次世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。

戦略目標	目標	
	県内市場取扱額	鮮魚全体(宝石サンゴを含まない)
	新規就業者数	

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	担い手の育成	・漁業就業セミナーの開始や漁業就業フェアへの参加による就業希望者の掘り起こしを実施した。 ・短期研修では、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を見直した。 ・長期研修では、漁業種類(底びき網、パッチ網、養殖等)の拡大を実施した(H25～)。 ・短期研修受講者及び長期研修開始者が増加した 短期研修受講者 3名(H12～23年度平均)→2名(H24年度)→18名(H25年度)→35名(H26年度) 長期研修開始者 3名(H12～23年度平均)→2名(H24年度)→7名(H25年度)→11名(H26年度) ・H24から26は113名の新規漁業就業者を確保した。	・新規就業希望者の掘り起こし ・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	・新規漁業就業者へのリースを目的に中古船を取得する漁協に対して、H24年度からH26年度に6隻の漁船取得を支援し、着業が図られた。	新規漁業就業者への漁労・養殖生産設備への支援

現状(H26)	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
85.0億円	90億円以上	90億円以上	92億円以上
37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	○		○	○	○
【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり	○		○	○	○
【水15】◆就業時の設備投資、資金調達への支援	○		○		○
【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	○		○		○

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	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(H28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04＞参照(p.265)	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) ↓ 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(H28新規)	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04＞参照(p.265)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	― ↓ 12名

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	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(H28拡充)	漁業就業者を確保するため、新規漁業就業者へは、優先的に設備投資の支援を行う	就業時の設備投資、資金調達への支援の実施件数	0件(H26) ↓ 3件
【水16】 ◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	新規漁業就業者が参入しやすい環境を整備するため、就業に係る地元調整や研修希望者から研修修了生までのフォローアップ等を担当するアドバイザーを増員する	新規漁業就業者支援事業及び担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	2名(H26) ↓ 25名

戦略の柱	2 担い手の育成・確保
取組方針	1 担い手の育成

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実

漁協：相談窓口、漁業体験研修の実施、長期研修の受入調整、沿岸漁業設備投資支援事業への取組、准組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり

担い手育成団体：研修生を研修期間中雇用し、特定の漁業種類において、責任を持って計画的に漁業の担い手を育成
漁協：相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業への取組、準組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

戦略の柱	2 担い手の育成・確保
取組方針	2 就業時における支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

就業時の設備投資、資金調達への支援

漁協：相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、准組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、財政支援
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

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
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	・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：1,144百万円（H26） ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築 原魚取扱量H26：40,000尾 ⇒ H27：80,000尾 ・衛生管理のレベルアップをソフト面で支援 ⇒1社が県版HACCP認証、4社が食品高度衛生管理手法認定を取得	・さらなる産地加工の拡大に向けた加工処理能力の強化及び衛生面の高度化
2	加工関連ビジネスの展開	・宗田節用原魚の安定確保に向け協議の場を設定 ⇒土曜出漁等の対策により原魚取扱量が増加 ・宗田節の認知度向上、新商品の開発や販路開拓等を支援 ⇒PR活動により宗田節の認知度が向上、一般消費者向け宗田節新商品の売上が増加 2社の宗田節新商品売上 H24：33百万円 ⇒ H26：81百万円 【再掲】 ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築 原魚取扱量H26：40,000尾 ⇒ H27：80,000尾	・宗田節加工残さい処理施設の老朽化 ・原魚の安定確保に向けた冷凍保管機能の強化
3	輸出の促進	【再掲】 ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築 原魚取扱量H26：40,000尾 ⇒ H27：80,000尾	・さらなる産地加工の拡大に向けた海外輸出の促進

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
24%(0件)	100%(3件)	100%(4件)	100%(5件)
5億円、58名	29億円、120名	32億円、125名	36億円、130名

具体的な取り組み	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		○	○		○
【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		○	○		○
【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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【水17】 ◆既存加工施設の高度化(H28拡充)	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 ↓ 8.0億円
【水18】 ◆既存加工施設の衛生管理体制の強化(H28拡充)	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	― ↓ 16社
【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(H28新規)	養殖魚の前処理加工事業の拡大を図るため、輸出にも対応できる加工施設の整備を支援する	HACCP導入のための専門家による指導回数	― ↓ 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
県合併・流通支援課 ： 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
県合併・流通支援課 ： 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

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
県合併・流通支援課 ： 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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【水20】 ◆残さい加工ビジネスの再構築(H28新規)	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	― ↓ ・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(H28新規)	加工用原魚の安定確保や加工品等の安定供給を図るため、県内水産業の冷凍保管機能の強化を進める	・新たな冷凍保管ビジネスの構築	― ↓ ・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	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(H28新規)			
【水22】 ◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓(H28新規)	加工養殖魚の輸出の促進を図るため、輸出に取り組む事業者の組織化や国際見本市への出展等を通じた海外販路の開拓等の取組を支援する	国際見本市への出展	― ↓ 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
県合併・流通支援課 ： 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

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
県合併・流通支援課 ： 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：高知県水産物輸出促進協議会の設立、輸出支援アドバイザーとの連携によるサンプル出荷を通じた課題の抽出とノウハウの蓄積、商談会への参加や継続的な輸出への取組
県合併・流通支援課：輸出支援アドバイザーの設置、冷凍養殖魚の品質保持技術の開発、協議会の輸出促進の取組の支援

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	○大都市圏の飲食店と県内事業者とのネットワークを構築するため、「高知家の魚応援店制度」を創設し、県外の飲食店を「高知家の魚応援の店」として登録 ・平成27年度末の登録目標である500店舗を達成 ・県内事業者の取引拡大につなげていくため、商談会や産地見学会等を開催し、現在、県内事業者の取引店舗は延べ200店舗になった ○本県水産物の外商への意欲、知識・ノウハウを有する県内水産関係事業者と県が連携して、築地場外市場に新設された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（目標） ○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 ・大阪市場関係者と産地買受人との交流会の開催 （H24）1回、（H25）2回、（H26）2回 ・関西地区量販店での水産物フェア等の開催 （H27）延べ21店舗で開催 ・関西・中四国・福岡各市場との合同会議の開催 （H24～H27）各1回	○応援店制度 ・県外飲食店とのネットワークを活用し、「応援の店」と県内事業者とのマッチング機会を拡充し取引につなげていく必要がある ・「応援の店」500店舗のうち、取引している店舗、取引の可能性のある店舗を重点的に絞り込み、効果的にフォローを行い、さらなる取引の拡大につなげていく ・産地指導（鮮度処理、荷姿等）による品質、商品力の向上 ○さかな屋　高知家 ・施設を活用した外商機会の創出（商談会や催事の開催） ・店頭販売や外商におけるリピーターの増加 ○消費地市場との連携 ・大阪市場関係者との継続した人的交流の実施とフェア等開催の定番化 ・新たな県外市場関係者の参画や、ビジネスマッチングの場として機能する会議運営の工夫・進化
2	産地市場の機能強化	・県内3市場が優良衛生品質管理市場の認定を取得（すくも湾市場【H24】、清水市場【H25】、室戸岬市場【H26】） ・県漁協足摺岬市場を清水市場へ集約【H27】	・優良衛生管理市場の認定を受けるためには、高度な衛生管理を行うためのハード対策及びソフト対策が必要となるが、特にハード整備については漁協の費用負担が課題 ・市場の集約化については、漁業者や産地買受人の合意を得て進めていくことが必要
3	【再掲】輸出の促進	【再掲】 ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築 原魚取扱量H26：40,000尾　⇒　H27：80,000尾	【再掲】 ・さらなる産地加工の拡大に向けた海外輸出の促進

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
1億円	4億円	5億円	6億円
33市場	28市場	23市場	15市場
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】 ◆「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化		○			
【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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【水23】 ◆「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H28拡充)	県内事業者と「高知家の魚応援の店」との取引を拡大するため、商談会や産地見学会の開催等によるマッチングを支援する	県内事業者の「高知家の魚応援の店」との取引店舗数	延べ105店舗(H26) ↓ 延べ400店舗
【水24】 ◆県内産地の対応力の強化(H28拡充)	「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) ↓ 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) ↓ 100店舗(H28～H31累計)
【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(H28拡充)	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	― ↓ 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

県合併・流通支援課　：「応援の店」や高級飲食店の産地招へい、産地や「さかな屋高知家」での商談会の開催、「応援の店」へのニーズ収集による県内事業者へのフィードバック等を通じて、県内事業者が行う外商の取組を支援
県内事業者：商談会等への参加による外商活動の展開、ブランド化の推進等魅力ある商品の開発

産地体制の強化

県合併・流通支援課　・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
県合併・流通支援課：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

県合併・流通支援課：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	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(H28拡充)	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 ↓ 4回/年
【水28】 ◆荷捌き機能や衛生管理体制の強化	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	優良衛生品質管理市場認定数	計3市場(H27) ↓ 計4市場(H31)

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(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(H28新規)			

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

県合併・流通支援課　・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

県合併・流通支援課・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

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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	・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した。 *H26年度末までのウニ除去活動面積：134ha ・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した。	・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）
		・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 ⇒新たな総合化事業化計画の認定1件 ⇒6次産業化に取り組む事業者の販売額が増加 H24：17百万円 ⇒ H26：23百万円 ・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：1,144百万円（H26）	・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	・観光振興部と連携し、漁村での自然体験、環境学習及び調理・宿泊体験などの体験メニューを観光商品とてプログラム化を行ない、県内10地区で旅行商品として整備。また、これらの商品の認知度を上げるため、県内の主要な観光地や交通拠点へのパンフレット配布やホームページの開設など情報発信・商品売込の強化を図った。 ・H21年度から国の支援を受け、地域活動組織がアサリ漁場の底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を実施した。アサリ漁場に設置したかぶせ網の下でアサリの生息、成長が確認され、アサリ減少の主因が食害であることが示唆された。	・遊漁等の実態把握 ・漁業調整規則の改正による規制緩和 ・漁業権の一部開放 ・遊漁者の利便性向上への対応 ・漁港の利活用 ・他の観光資源との連携 ・新たな観光資源の発掘 ・干潟機能及びアサリ資源の回復の効果検証と地域活動組織などの保全活動の継続 ・食害生物の特定と食害防止対策手法の確立
		県が種苗生産事業を担う体制を構築し、H26・27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74～78千尾を生産し県内漁協等に供給した。 奈半利川では漁協がH25年11月から冬季釣り場を設置し、運営を開始するとともに、近隣の観光施設との連携を実施した。	・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

現状	4年後（H31）	6年後（H33）	10年後（H37）
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）	○				
【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（実態調査等）	○				
【水33】 ◆遊漁や体験漁業の振興（基盤整備）	○				
【水34】 ◆遊漁や体験漁業の振興（規制緩和）	○				
【水35】 ◆遊漁や体験漁業の振興（アサリの増殖）	○				
【水36】 ◆にぎわいのある河川づくり	○				

分野	水産業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	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）（H28新規）	○既存漁港を活用した漁場づくり 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 ↓ 1漁港 ※現在検討が進んでいる漁港数を目標値とした。今後、新たな整備箇所の検討を進め、目標値の見直しを行なう。
【水30】 ◆高齢者等に対応した漁場づくり（漁場）（H28新規）	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 ↓ 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 ↓ 9グループ以上
（再掲）【水17】 ◆既存加工施設の高度化（H28拡充）			

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：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、県合併・流通支援課　：　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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【水32】 ◆遊漁や体験漁業の振興（実態調査等）（H28新規）	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	・遊漁等の実態、ニーズの把握 ・関連施設等の整備 ・遊漁船業者の組織化	― 現在、実態調査を実施しており、その結果をもって目標を設定する
【水33】 ◆遊漁や体験漁業の振興（基盤整備）（H28新規）	○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	H28年度に、宇佐漁港のPB施設利用者にアンケートを実施し、満足度を調査	利用者満足度のアップ ※調査はH28年度に初めて実施するので、その結果をもとに数値目標を設定
	○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 ↓ 1地区 ※現在実施している地区数を目標値とした。今後、新たな整備箇所の検討を進め、目標値の見直しを行なう。
【水34】 ◆遊漁や体験漁業の振興（規制緩和）（H28新規）	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	― ↓ 遊漁者のまき餌釣及びひき縄を見直す
【水35】 ◆遊漁や体験漁業の振興（アサリの増殖）（H28新規）	干潟機能の維持・回復によるアサリの増殖を図るため、干潟機能及びアサリ資源回復の効果検証、地域活動組織などへの支援の継続、食害生物の特定及び食害防止対策手法を確立する	食害対策としてのかぶせ網の敷設面積	かぶせ網敷設面積 1600㎡（H26） ↓ かぶせ網敷設面積 8000㎡

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 → **遊漁や体験漁業の振興**

- 県漁業振興課（漁業指導所）：遊漁等の実態の把握
- 県漁業振興課、県漁業管理課：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

○実施箇所（H27.12現在）
・漁港名：　窪津漁港（土佐清水市）

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**

- 県漁業管理課：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
- 県漁業管理課：HP等を利用した周知

状況に応じた制限内容の見直し

- 県漁業管理課：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：底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を維持、拡大
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	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	― ↓ 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

水産業分野の産業クラスターの実現に向けた全体像

<水01>

好循環を生み出し
拡大再生産へ！！

【流通の拠点を活用した多様な加工事業の展開】

○集荷及び保管調整機能の発揮
・県内外（輸入含む）からの安定した加工原魚の調達
・冷凍保管施設等の強化による需給調整機能
○弘化台周辺加工業者等の連携強化（加工販売組合等）



【拠点市場の形成】

○水揚げの集約による物流拠点の構築
○冷凍保管ビジネスなど関連産業への波及



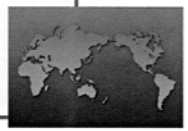
【外商ビジネスの拡大】

○「応援の店」や「さかな屋高知家」を活用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



【輸出の促進】

○養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓



中央地域
広域クラスター

ブランド魚の養殖

沖合養殖の振興

沿岸マグロ
はえ縄漁業

室戸地域
クラスター



【ブランド養殖魚の産地としての地位を確立】

○養殖生産量の確保
・民間企業による生産への参入と担い手の確保、育成
・経営体質の強化 → 協業化、法人化等の促進
○ブランド養殖魚の販路拡大
○既存加工施設の衛生体制、生産性の高度化



★：法人等と連携した計画的な担い手の育成拠点

物流ビジネス
の拡大





沖合漁場の開拓

【養殖魚加工ビジネスの拡大】

○HACCPに対応した加工施設の誘致
○既存加工施設の衛生管理や生産性の高度化
○商社等と連携した輸出ビジネスへのチャレンジ

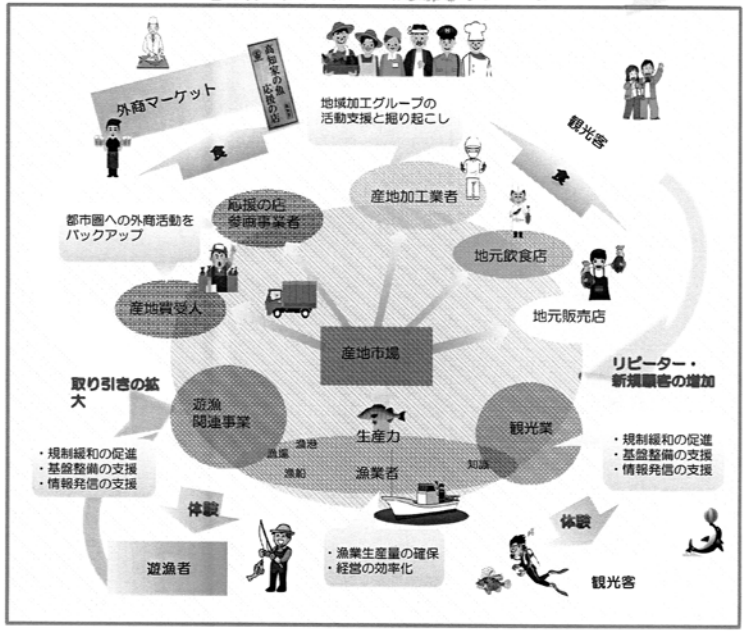


【定置網漁業の承継】

○遊休漁場の活用
○民間事業者の参入



地域クラスターの展開イメージ



まき網漁業

幡多地域
広域クラスター

メジカ漁業

定置網漁業

試験研究機関の
立地候補地

【日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成】

○カンパチ・クロマグロ人工種苗の量産体制の確立
○試験研究機関の充実・強化
○中間育成漁場の開拓





沖合漁場の開拓

【漁港の多面的な活用】

○漁港内での増殖場の整備



【メジカ加エビジネスの振興】

○加工原魚の安定確保
・操業船の増加、冷凍保管能力の強化
○加工残さい処理体制の再構築
○宗田節加工経営体の経営体質の強化
・加工工程の一部集約化や協業化等
○新製品の開発、販売促進





○冷凍保管ビジネスの事業化

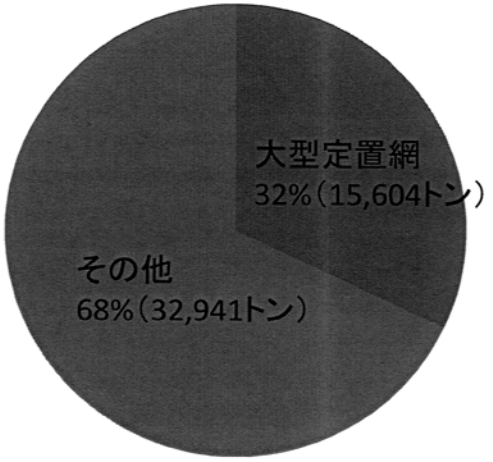
○残さい加エビジネスの再構築

定置網漁業の承継等の支援

1　本県沿岸漁業における大型定置網漁業の位置

・大型定置網とは：大きな網を沿岸に設置し、魚を待ち受ける漁業→人手が必要（雇用）、資源にやさしい（持続性）
・県内に２３経営体、３２漁場が存在
・養殖業を除く本県沿岸漁業において、従事者数では約１割（約370名）、生産量では約３割（15,604トン）を占める（H25）
・流通、加工等も含め、漁村の雇用の場を提供

しかし・・・
・近年、経営体の廃業により、遊休漁場も増加
・時間が経過するほど、漁場特性等の技術承継が困難
・網の設置には多大な費用がかかる
→漁場の再開がますます困難に→漁村の衰退



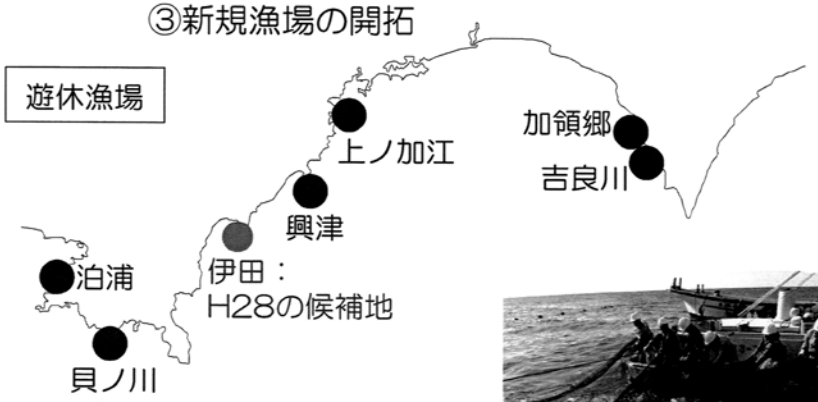
沿岸の漁船漁業に占める大型定置網漁業生産量の割合
（H25）

2　事業の目的

・本県沿岸の基幹漁業である定置網について、遊休漁場への民間事業者参入等による事業承継を支援→漁業生産量の増大
・地域雇用の場となる定置網漁業を承継することで、漁村の衰退を防止

3　事業の内容

・民間事業者参入等による定置網漁業の承継・再開を促進するため、漁網や資材、漁船、定置網の設置費用について支援
・補助条件：①定置網漁業の承継
②遊休漁場の再開
③新規漁場の開拓





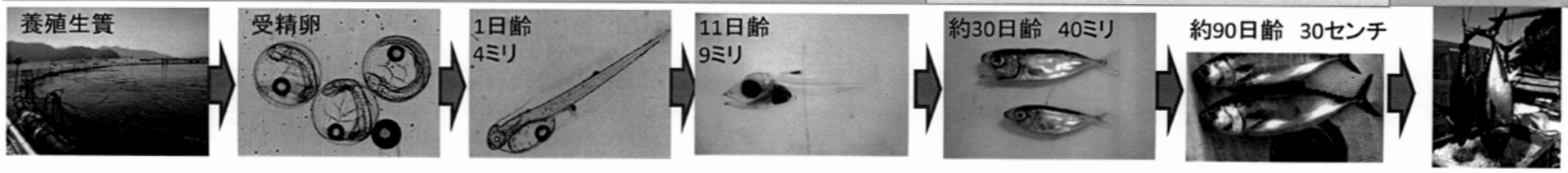
定置網によるブリの大漁

人工種苗の量産化によるクロマグロ養殖の振興

	第一ステージ（基本的な技術開発）		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（実用化）	
	H26	H27	H28	H29	H30	H31
親魚養成	【クロマグロ親魚養成・採卵技術開発事業（民間企業への委託）】 概要：本県マグロ養殖に必要な人工種苗の生産に用いる受精卵を得るため、親魚養成と採卵技術開発を民間養殖会社に委託 実績：（H26）3歳魚約150尾から約800万粒の受精卵を採取 （H27）4歳魚約140尾から約6,600万粒の受精卵を採取 課題と展望：現在養成中の親魚は2度の産卵実績のある優良親魚		【クロマグロ親魚養成・採卵技術開発（継続）】 予想される改善点： ・産卵実績のある現有親魚の高齢化と、新規に導入する若齢魚の加入により、受精卵の量と質の向上が期待される		第三ステージで技術の実用化 ▼ 長期目標 H33には 沖出し100,000尾以上、出荷30,000尾以上 ▼ 種苗生産・中間育成ビジネスの創出 ▼ 人工種苗の導入により、不安定な天然種苗に頼らないマグロ養殖の実現 ▼ マグロ養殖関連産業の集積による地域振興と雇用増 ▼ 若者が住んで稼げる元気な漁村へ	
種苗生産	【人工種苗生産技術開発（県と民間企業の協力・連携）】 概要：陸上水槽で受精卵から沖出し（4cm）サイズの稚魚までを安定的に量産する技術を開発 実績：（H26）受精卵約787万粒から稚魚49尾を沖出し （H27）受精卵約805万粒から稚魚1,045尾を沖出し 課題と展望：クロマグロの餌とするふ化仔魚の大量かつ安定的な供給が課題		【クロマグロ人工種苗生産技術高度化試験（協力・連携）】 概要：民間企業と連携して開発した技術について、健全な種苗を安定的に量産する実用レベルの技術への高度化を図る 重点課題：餌料用ふ化仔魚の大量かつ安定的な供給 目標：H28に10,000尾、H29に30,000尾以上の沖出し			
中間育成	【中間育成技術開発（県と民間企業の協力・連携）】 概要：養成した人工種苗（4cm）を用い、既存の安価な8m角型生簀で30cmサイズまで中間育成する技術を開発 実績：（H26）30cmサイズまで育成できず （H27）30cmサイズの種苗約100尾を試験配布 課題と展望：衝突によると思われる骨折による死亡と、下顎の変形が頻発⇒生簀の形状やサイズが課題		【クロマグロ人工種苗生産技術高度化試験（協力・連携）】 ・従来の8m角型と、改良型（8m角型八角形）、改良型（20m八角形）生簀による試験を実施 【マグロ養殖振興協議会への委託（県事業）】 ・養殖業者が保有する20m円形生簀を活用し、中間育成試験を実施 ★適切な中間育成の技術と施設を決定⇒実用化の加速へ 目標：H28に3,000尾、H29に10,000尾以上の出荷			
試験配布			【成長試験（マグロ養殖振興協議会へ試験配布）】 概要：中間育成した人工種苗を養殖漁場で養成し、その後の成長や品質を評価 実績：（H27）30cmサイズの種苗約100尾を試験配布 ⇒H28以降は配布尾数の増加			

目指す種苗生産から養殖への流れ

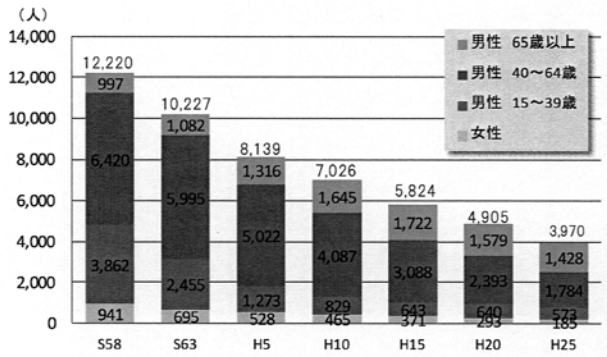
親魚養成・採卵 ／ 人工種苗生産（陸上） ／ 中間育成（海上） ／ 出荷（3歳魚から）



担い手の育成・確保

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。

漁業就業者数の推移



●漁業者の減少・高齢化が深刻
・30年間で漁業就業者数は約3分の1に減少
・60歳以上が占める割合はH25は約50%
・今後も相当数がリタイアする見込み(年齢構成から推計)

●これまでの担い手対策事業の実績
・短期研修及び長期研修希望者は増加傾向
・平成24～26年の3年間で平均37名／年の新規就業者を確保

●課題
・移住促進策と連携した希望者の掘り起こし
・研修生等のフォローアップの充実
・指導者の確保と計画的な担い手の育成
・就業時の設備投資、資金調達への支援



	H12～23 平均	H24	H25	H26
短期研修 受講者（人）	3	2	18	35
長期研修 開始者（人）	3	2	7	11

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

(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・相談会で高知県の漁業や就業支援制度を説明

(4)海洋高校との連携による担い手育成
・体験学習を通じて漁業への興味を高める。

○相談窓口の設置

・就業支援体制（アドバイザー等）の強化
・面談、電話等による個別相談
・漁業体験研修（短期研修）の受付・研修実施に向けた調整
・研修生等のフォローアップ
・担い手育成団体のニーズ把握や研修カリキュラムの作成を支援


相談会の様子

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


漁業就業セミナーの様子


研修の様子（ひき縄漁）

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。

◆事業実施主体
・漁業協同組合

◆支援内容
・技術研修生の生活支援
・指導者への報償



○担い手育成団体支援事業

担い手育成団体が研修生を研修期間中雇用することにより、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する。

◆事業実施主体
担い手育成団体※
※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 等

◆支援内容
研修生の給与
指導者への報償
研修に必要な施設整備

独立支援

○沿岸漁業設備投資支援事業

中古漁船、漁労設備、養殖生産設備のリース事業を行う漁協の設備取得を支援する。全ての沿岸漁業者等が対象であるが、新規漁業就業者を優遇する。

(事業実施主体)
漁業協同組合

(支援内容)
リースする中古船（10トン未満）、漁労設備及び養殖生産設備の取得に対する支援

○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。

(1)沿岸漁業改善資金
・経営等改善資金（エンジンやレーダー、安全設備などを支援）
・青年漁業者等養成確保資金（漁船の購入など沿岸漁業の経営の開始を支援）
(2)高知県漁業近代化資金
・漁船建造、機関換装、漁具、養殖設備等の整備を支援
(3)高知県沿岸漁業等経営育成資金
・経営安定資金（漁船や機器の修繕等を支援）
・経営維持資金（中古船・中古機器の購入、点検費用等を支援）

目標

新規漁業就業者数

50名／年




研修の様子（漁具作り）

加工養殖魚の輸出促進

【概要】

産地で加工した県産養殖魚の海外販路を開拓し、輸出を促進するための総合的な支援を行う。
・輸出に対応するため、加工施設の衛生管理の高度化を促進する。
・海外需要等に関する情報収集、国際見本市などへの出展等を支援し、輸出の促進につなげる。

【現状】

＜県内＞ 養殖魚の産地加工が大きく伸展
・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始
⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築
宿毛湾産ブリ加工尾数：H26 40,000尾 → H27 80,000尾以上　さらなる増産を目指す

＜国内＞ 国内マーケットは縮小傾向
・人口減や高齢化、TPPの影響等により、水産物の国内消費量は減少傾向
・ブリなど主要養殖魚の国内向け生産に国が需給調整のための目標数量を設定
・一方、国は養殖魚の海外輸出を積極的に推進

＜海外＞ 世界での水産物需要の急速な高まり
・新興国の経済発展や欧米での健康志向等により、世界の水産物消費量が急激に上昇
FAO統計：1人当たり水産物の年消費量 9.9kg（1960年代） ⇒ 19.0kg（2012年）
世界銀行の水産物需要予測：1億1170万トン（2006年） ⇒ 1億5180万トン（2030年）
・世界的な和食ブーム等により、国産水産物の海外輸出が急増

拡大再生産に向けた産地加工のさらなる推進のため

加工養殖魚の輸出に挑戦！

【問題点・課題】

○県内水産加工事業者の輸出実績がほとんどない
・加工施設の高度衛生管理体制が未整備
・小規模な事業者が多く、自力での衛生管理の高度化や海外輸出の展開は負担が大きい
・養殖魚を取り扱う県内の加工・流通事業者に国際取引のノウハウが乏しい

【必要な対策】

○輸出の早期実現のための積極的・集中的な支援
・多様な国への輸出が可能な施設整備（既存施設の衛生管理の高度化、誘致等）
・関係者が連携して輸出に取り組む体制の構築
・海外バイヤーとのマッチングや商談支援、販路開拓活動を行うアドバイザーの設置

【これからの取組】

○輸出に対応したHACCPの認定取得を推進
・輸出を目指す事業者の加工施設等のHACCPの認定取得を支援
①HACCP講習会の開催
②HACCP導入のための専門家によるコンサルティング
③HACCP認定取得のための審査手続きの負担軽減
④HACCP基準を満たすための施設の改修整備

○輸出に取り組む事業者等の組織化
・漁協、生産者、加工事業者、県内流通業者等による輸出促進協議会（仮称）を設立
・協議会が行う輸出促進の取組を支援(H28年度：商談会等の実施 のべ5回以上)

○輸出支援アドバイザーの設置
・水産物の国際取引の専門家をアドバイザーに招へいし、海外輸出のノウハウを習得

○国際見本市への出展等を通じ販路を開拓
・衛生管理基準のハードルが低く市場拡大が見込める東南アジアへの輸出から着手
①冷凍養殖魚の品質保持技術の開発
冷凍養殖魚の商品価値が低下する原因となる魚肉の色変化を抑制する技術を開発
②アドバイザーと連携し販路開拓活動を実施
国際見本市への出展、国内外商社や相手国ユーザーとの商談等を実施
サンプル出荷を通じた相手側の品質評価の取得とリードタイムの検証等

三カ年で輸出を軌道に

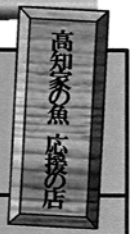
【目指す成果】

★養殖魚前処理加工施設３～４社が
東南アジアや米国への輸出に着手

【波及効果】

◆輸出量の増大により産地加工が
本格化し、新たな雇用を創出！





「高知家の魚応援の店」を活用した外商活動の展開

H26年度	H27年度	H31年度
年間取引額　6,000万円	年間取引額　1億円（見込）	目標年間取引額　4億円
○「応援の店」374店舗 ○県内67事業者が参画	○「応援の店」570店舗（H27年度末見込） ○県内78事業者が参画（H27年度末見込）	○「応援店制度」の拡充やネットワークの強化によるさらなる取引の拡大

見えてきた課題（H26、27年度）

【応援の店】

〈現状〉
- ・継続的な取引も徐々に拡大
- ・一方、取引につながりにくい店舗も存在
  - 市場などの既存の取引先との関係があり新たな取引は困難
  - 取引が目的ではなく、高知県を応援する主旨で登録

「応援の店」登録店舗数（H27.12末時点）

業態	店舗数
居酒屋	405
寿司・割烹	76
洋食・中華	68
その他	20
計	569

〈評価〉
- ・鮮度管理された魚は評価が高い
- ・市場流通には出回らない珍しい魚や量が少ない魚を仕入れることができる（近隣店とのメニューの差別化）
- ・看板を掲げることで話題性もあり来店客が増えた

〈課題〉県内事業者への意見や要望
- ・時化等で魚が出荷できない時など連絡が来ない、それに代わる提案もない
- ・鮮度管理が不十分なので、改善して欲しい
- ・市場価格と比べて割高（主に輸送コスト）

【県内事業者】＜78事業者（うち鮮魚取扱い事業者33、加工事業者37、その他8事業者）＞

〈現状〉（H27.11末時点）

○取引状況に差がある〈取引状況レベル（S～C）〉
- ・大幅に取引先が増えているS級事業者は5業者（鮮魚BOXが主体）
- ・取引先が拡大しているA級事業者は10業者
- ・取引先が少しずつ増えてきており、やる気もあるB級事業者は26業者



〈評価〉
- ・当制度により取引先や取引額が増えている（新規雇用した事業者あり）
- ・コスト面で関東などは営業に行きにくいが、電話やファックスでの営業が可能

〈課題〉取引に至っていない主理由
- ・体制等（人手不足）、商品形態（小売用の加工品が中心）、与信の問題等から営業できていないC級事業者が37事業者（加工品が主体）

※ウツボ、ドロメなど高知ならではの商材は取引に繋がる可能性が高い一方、加工度の高い商材（≒小売商品・高価格）は、「応援の店」との取引に繋がりにくい

これからの展開

◆重点店舗の絞込みによる効果的な「応援の店」へのフォロー
- ・H26～27年度のニーズ収集結果をもとに取引に繋がる可能性が高い「応援の店」を絞込み、重点的にニーズ収集やサンプル出荷を行う等、確実に取引に結び付ける

〈参考〉サンプル出荷（138件）の約3割が取引開始（H27.11末）

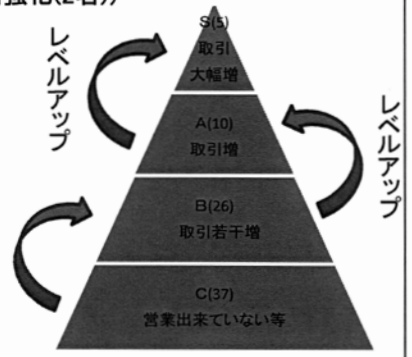
◆「応援の店」紹介パンフレットの作成
- ・定番メニューとして県産水産物を取引している店舗を紹介し、店舗への集客増へ繋げる（「応援の店」メリット）



◆応援店制度の拡充
- ・百貨店、ホテル等の高価格、高品質の販売先を「応援の店」の登録範囲に拡充

◆産地対応の強化
（JFこうち・海の漁心市の体制強化（2名））

◇県内事業者のレベルアップ
- ・「応援の店」の詳細なニーズの収集と県内事業者への確実なフィードバック
- ・産地指導（鮮度管理、荷姿等、品質面、規格面での差別化等）による商品力の向上
- ・その他、野菜等の水産物以外の商材とのタイアップ
- ・代行営業や代行販売による県内事業者の支援
- ・主体的な営業活動の展開



◇産地（漁業者等）のレベルアップ
- ・活き締め、神経締め等の高鮮度処理や施氷方法の改善等、県産水産物の品質の底上げを図る

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、ものづくり地産池消・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振興については、紙産業技術センターに新たな機械設備を導入するなど、次期に向けて飛躍的に推進するための環境整備を進めています。

外商の強化では、ものづくり地産地消・外商センターの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、昨年度は27億１千万円となるなど、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、平成27年4月に「高知県事業承継・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ことが必要です。

②　第3期計画における当該分野の目指す姿、目標、戦略の構成、拡大再生産へ繋げるための仕組み

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」を代表する指標とし、４年後(平成31年)には6,000億円以上を達成する目標を掲げ、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、ものづくり地産地消・外商センターにおいて、新たに企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定・磨き上げを支援し、企業の飛躍的な成長を目指す取り組みを進めていきます。また、紙産業技術センターにおいては、新たに導入した機械設備を活用し、高付加価値製品の開発や新素材の利用研究を推進するとともに、新たな販路開拓など一貫支援の徹底を図ります。

柱2　外商の加速化と海外展開の促進では、ものづくり地産地消・外商センターの東京営業本部を設置するなど県外コーディネーターの体制を充実し、外商サポートをさらに強化します。また、防災関連産業をはじめとする海外展開において、見本市出展や海外バイヤーの招へいを通じ、企業の海外展開支援の本格化を図ります。

柱3　産業集積や設備投資の拡大では、企業立地において、さらに各部局と連携し、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とともに、企業の成長に合わせた補助制度等によって県内企業の設備投資の拡大を図ります。

柱4　産業人材の育成・確保では、事業承継・人材確保センターにおいて、これまでの体制強化の取り組みを活かし、1件でも多くの県内企業の求人ニーズに対応出来るよう、事業を進めるとともに、新規大卒者等の県内就職の促進も図っていきます。

柱5　起業や新事業展開の促進では、起業に取り組む事業者等への支援を強化するとともに、新規創業・店舗の魅力向上等への支援による地域商業の活性化を図ります。

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　事業戦略策定等への支援

新）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
拡）事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援

２　ものづくりの地産地消のさらなる推進

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

３　メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

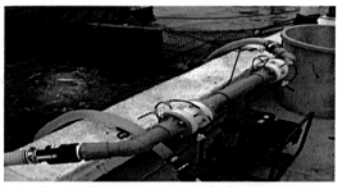
拡）さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援

４　紙産業の飛躍的な成長の促進

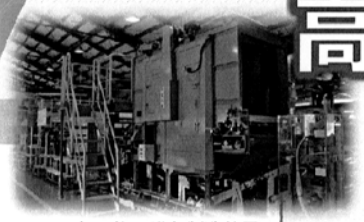
新）「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化

５　産学官連携によるイノベーションの創出

新）県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化



事業化研究への継続例：ファインバブル発生装置のユニット化



多目的不織布製造装置

高知発の
全国・

地産外商の成果を

柱５　起業や新事業展開の促進

１　起業に取り組む事業者等への支援の強化

新）土佐MBAの仕組み等を通じた総合的な起業支援の展開
拡）創業融資メニューの見直し

２　地域商業の活性化

新）商工会等の指導体制の強化
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
・チャレンジショップの推進
・空き店舗対策の推進

（再掲）３　ものづくりの地産池消のさらなる推進

（再掲）４　ものづくり地産池消・外商センターによる外商促進

（再掲）５　産学官連携によるイノベーションの創出

（再掲）６　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



チャレンジショップあき
（安芸市本町商店街H27.11オープン）

柱４　産業人材の育

１　就職支援の推進

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

２　事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進

○ 事業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

域の賑わいによる活気ある商工業～

6,000億円以上 ⇒ 6年後(H33) 6,400億円以上 ⇒ 10年後（H37）7,000億円以上

「外商」のさらなる拡大

柱２　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）

- 新 ○ 東京営業本部の設置等、外商サポートの強化
  （県外コーディネーターの体制充実）
- 新 ○ 企業の課題に応じたセミナー等の実施（ＯＪＴ含む）
- ○ 見本市出展や商談会の開催
- 新 ○ 技術提案型商談会等の開催
- 拡 ○ 防災関連製品の新たな販売先の開拓



防犯防災総合展ｉｎ大阪

ものづくりを
海外へ！

2　県内企業の海外展開を促進

- 拡 ○ 海外での市場調査支援
- 拡 ○ 国内貿易商社とのマッチング
- 拡 ○ 海外バイヤーの招聘等海外展開支援のさらなる強化
- ○ 海外での外商活動支援
  （セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展）



防災先進県高知発の製品・技術商談会ｉｎ台湾

を「拡大再生産」へ

育成・確保

事業承継・人材確
センターによる中核
材情報の収集とマッ
グの実現

業者の求人ニーズの掘り
し
県内外からの事業者の求人
ズにマッチする中核人材の
起こし

材の育成の推進

業界のニーズに応じた人
育成
統的工芸品産業等の人
育成

柱３　産業集積や設備投資の拡大

1　全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進

- 新 ○ 企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現

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

- 新 ○ 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

- 新 ○ 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
- 新 ○ 多種多様な事務系職場の誘致
- 新 ○ 立地企業を核とした新たな企業の誘致

5　企業の飛躍的な成長の促進

- ○ 企業の成長に合わせた設備投資助成
- ○ 国内外での外商をさらに強化

（後掲）６．地域商業の活性化

商工業分野

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

戦略の柱	「地産」のさらなる強化 1　絶え間ないものづくりへの挑戦	「外商」のさらなる拡大 2　外商の加速化と海外展開の促進	3　産
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	●国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する	●本県の強みを活 視点からの産業 ●全国的なニアシ ンワンのきめ細 を目指す ●暮らしを支え、人
戦略目標	・事業化プラン件数 ㉖：30件→㉛：40件→㉝：40件→㊲：40件 ・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	・ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成約額 ㉖：27.1億円→㉛：73億円→㉝：100億円 →㊲：183億円 ・防災関連認定製品の売上高 ㉖：15.4億円→㉛：50億円→㉝：70億円 →㊲：120億円	・企業立地による製 ㉖：252億円→㉛：6 ・設備投資助成によ ㉖：11.2億円→㉛： ・企業立地による雇 ㉛：800人→㉝：1,1 （うち事務系職場 ・設備投資助成によ ㉛：120人→㉝：184
取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」	1．事業戦略策定等への支援 ◆[新規]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 ◆[拡充]事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援 2．ものづくりの地産地消のさらなる推進 ◆ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチングによる支援 ◆試作開発や製品改良への支援 3．メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興 ◆[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 4．紙産業の飛躍的な成長の促進 ◆[新規]「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化 5．産学官連携によるイノベーションの創出 ◆[新規]県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化	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） ◆[新規]東京営業本部の設置等、外商サポートの強化（県外コーディネーターの体制充実） ◆[新規]企業の課題に応じたセミナー等の実施（OJT含む） ◆見本市出展や商談会の開催 ◆[新規]技術提案型商談会等の開催 ◆[拡充]防災関連製品の新たな販売先の開拓 2．県内企業の海外展開を促進 ◆[拡充]海外での市場調査支援 ◆[拡充]国内貿易商社とのマッチング ◆[拡充]海外バイヤーの招聘等海外展開支援のさらなる強化 ◆海外での外商活動支援（セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展）	1．全庁が一丸と ◆[新規]企業立 立地の実現 2．県内企業と県 促進 ◆徹底したアフ ◆立地プランの 3．第一次産業分 ◆[新規]ALL K アプローチ企業 ◆第一次産業分 ◆加工・販売な 4．事務系職場の ◆[新規]集積に ・県内各地域 ・企業のニース ◆[新規]多種多 ◆[新規]立地企 5．企業の飛躍的 ◆企業の成長に ◆国内外での外 （後掲）6．地域商

野の体系図

拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業

6,000億円以上 ⇒ 6年後(H33):6,400億円以上 ⇒ 10年後(H37):7,000億円以上

地産外商の成果を「拡大再生産」へ

業集積や設備投資の拡大	4 産業人材の育成・確保	5 起業や新事業展開の促進
かした第一次産業分野等と連携した幅広いクラスター化を目指す ョア(地方拠点開設)志向を活かしたオールイやかなサポートを武器に、事務系職場の集積 、々が交流する商店街の活性化を図る	●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	●起業等の取り組みへの支援を強化する ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る
造品出荷額等 12億円→㉝:806億円→㊲:900億円 る県内企業の生産能力増加額 150億円→㉝:195億円→㊲:285億円 用創出数(H28からの増加人数) 00人→㊲:1,900人 ㉛:350人→㉝:500人→㊲:900人) る雇用創出数(H28からの増加人数) 人→㊲:312人	・県出身県外大学生の県内就職率 ㉖:13.6%→㉛:30%	・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
なった総合支援体制による企業立地の推進 地推進会議及び総合支援チームによる企業 外から進出している企業のさらなる増設の ターフォロー 提案等による投資を促すアプローチ 野等と連携した企業立地の推進 OCHIでのセミナー・フェア等の開催による の掘り起こし 野等への県内外企業の参入促進 関連産業の一体的な誘致 集積拡大 向けたパッケージ型支援策の強化 への立地促進 に合わせた人材育成訓練の実施 様な事務系職場の誘致 業を核とした新たな企業の誘致 な成長の促進 合わせた設備投資助成 商をさらに強化 業の活性化	1. 就職支援の推進 ◆[新規]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 ◆[新規]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 ◆[拡充]産業界のニーズに応じた人材の育成 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成	1. 起業に取り組む事業者等への支援の強化 ◆[新規]土佐MBAの仕組み等を通じた総合的な起業支援の展開 ◆[拡充]創業融資メニューの見直し 2. 地域商業の活性化 ◆[新規]商工会等の指導体制の強化 ◆[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 ・チャレンジショップの推進 ・空き店舗対策の推進 (再掲)3. ものづくりの地産地消のさらなる推進 (再掲)4. ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進 (再掲)5. 産学官連携によるイノベーションの創出 (再掲)6. 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

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	
	○事業戦略策定等への支援	事業化プラン件数
	○メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興	防災関連認定製品（累計）
	○紙産業の飛躍的な成長の促進	紙産業の製造品出荷額等

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	・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）の作成支援をH26年度より開始 ●H26年度：プラン30件完成 製造業700社への訪問や取り組みへの勧誘を実施	・企業が大きく成長し拡大再生産につなげていくためには、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を共有し、事業戦略の実現化を支援していく取り組みが必要 ・さらなる事業化プラン（製品企画書）の発掘と精度向上 ・事業化プラン（製品企画書）の実現化に向けたフォロー
2	ものづくりの地産地消のさらなる推進	・平成22年度より（公財）高知県産業振興センターに「建設業新分野進出アドバイザー」を配置（平成27年度から「建設業経営革新アドバイザー」に名称変更） ・先進地の視察・勉強会を実施 ・（公財）高知県産業振興センターの「こうち産業振興基金事業」を活用した実現可能性調査や新商品の開発・販路開拓等にかかる経費への支援を実施 ●新分野進出企業数283社（累計）	・新分野進出した建設事業者の新分野進出事業を早期に安定経営につなげるため、企業の課題応じた対応やフォローアップが必要 ・公共事業の増加や好景気による人手不足の中、建設事業者の新分野進出に関するニーズの把握
		・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（H26相談件数550件、マッチング件数95件）、機械装置開発のマッチング（H26：7件）等を実施したほか、成長分野育成研究会や「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	・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
		・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、スラリーアイス製造装置の製品化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
		・H27年度42アイテムが商品化されており、商品開発、品質管理技術の向上が図られている	・全国レベルの加工・品質管理技術を備えた企業が少ない

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:30件	40件	40件	40件
H26:85品	162品	190品	246品
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】 ◆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02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む)	○	○	○	○	
【商03】 ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援	○	○	○		
【商04】 ◆建設業の新分野進出	○				
【商05】 ◆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06】 ◆ものづくり総合技術展の開催	○	○			
【商07】 ◆試作開発や製品改良への支援	○	○			
【商08】 ◆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09】 ◆ 知的財産に関する普及啓発及び知的財産の活用促進	○		○		
【商10】 ◆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11】 ◆工業技術センターが行う技術支援の充実(食品加工)	○	○			

3	メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興	・メイドイン高知の防災関連製品の地産地消・外商を推進するため、「交流」「地産」「地消」「外商」の各段階に応じて企業を支援することにより、関連製品の製品数・売上高ともに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⇒H26：138社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H26：26件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H27：106製品 ●県外見本市への出展　H24～H27：31回、180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、H27:24億円（目標額）	さらなる製品開発・磨き上げの促進
4	紙産業の飛躍的な成長の促進	【高付加価値製品の開発と加工技術の確立】 ・新たに導入した機械設備を利用した試作開発 ●多目的不織布製造装置やレーザー加工機による試作 ・新素材の活用に向けた取り組み ●CNF勉強会開催(県立紙産業技術センター) 延べ31社、77人 ●CNFセミナー開催(四国経済産業局) 企業14社、53人 ●四国連携プロジェクト「炭素繊維シートの開発研究会」の設置 【外商支援の徹底と紙産業の営業力の強化、新分野への進出】 ●ものづくり地産地消・外商センターの専任担当者が19社、188回企業訪問し、事業化プランづくりや、販路拡大(展示会出展や販促活動)を支援 ●ものづくり総合技術展に合わせて、紙バイヤー11社を招へい ●企業と医療現場ニーズのマッチング2件 【人材確保や育成】 ●県内大学等からインターンシップを受入れ 4社・県立紙産業技術センター：計10人 ●かみわざひとづくり事業の実施 42回、延べ361人参加 【土佐和紙等のブランド化】 ・高知家プロモーション(重点品目)と連携した出展支援、商談会の開催など ・新たな商品開発を支援（図書修復紙セットの試作品完成） ・若手経営者グループが、外部有識者を交え、土佐和紙のブランド化を検討	・現在、機械設備を利用している企業は、既に製品を持つ有力企業が中心になっている ・早期のアウトプットに向け、具体的な新商品の開発 ・新たな素材や技術を開発するためには、最新の市場ニーズや技術情報の企業への提供 ・県内に不足する技術や大手メーカなどと競合しない付加価値の高い技術の開発 ・企業の事業戦略の構築や販路の拡大 ・新たな市場の開拓などによる、新製品の開発の促進 ・企業の求める人材の確保 ・企業の将来を担う中核人材の育成 ・新たな市場の開拓などにより、販路拡大や新製品の開発などの促進 ・将来にわたる市場戦略の構築
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、日常的に交流する場ができたことで、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（中期テーマ）により11件を支援（H23～H27） ●事業化件数が4件（実績3件＋見込1件）となり、事業化が着実に進みつつある ●産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ）の実施により、大学と県内企業の具体的な共同研究が推進された ●共同研究により事業化された製品について、販売拡大や多分野利用が期待できるコア技術が生まれてきた	・本事業終了後の応用研究や事業化、事業化後の販路開拓など、県産学官民連携センターや（公財）高知県産業振興センター等との連携強化 ・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、ユーザー、ものづくり企業のネットワーク化 ・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

【商12】 ◆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	○				
【商13】 ◆「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	○	○	○	○	
【商14】 ◆県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化	○		○		

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商01】 ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援(H28新規)	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.322）	①事業戦略スキームの活用 ②事業戦略の策定件数	①－ ↓ 200社 （H28～H31累計） ②－ ↓ 50件（H28～H31累計）
【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施（OJT含む）（H28新規）	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）別の個別セミナー及び相談会を開催する	セミナー等の参加者数	－ ↓ 1,000人 （H28～H31累計）
【商03】 ◆事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援(H28拡充)	・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.322）	事業化プランの作成件数	30件（H26） ↓ 40件

戦略の柱	1　絶え間ないものづくりへの挑戦
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・機運情勢のためのセミナーを開催
・企業ごとの課題に応じたセグメント（要素）別の個別セミナーや相談会を開催

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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商04】 ◆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	277社(H26累計) ↓ 360社(H31累計)
【商05】 ◆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.322)	①相談件数 ②マッチング件数	①550件(H26) ↓ 700件 ②95件(H26) ↓ 140件
【商06】 ◆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) ↓ 750件
【商07】 ◆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.322)	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) ↓ 75件 (H28～H31累計)
【商08】 ◆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) ↓ 112億円 ②－ ↓ 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	2　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

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

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」を配置
・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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商09】 ◆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	1,569人 (H24～H27累計) ↓ 1,830人 (H28～H31累計)
・知的財産の取得と管理、活用の促進	・知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業や団体のニーズを掘り起こし、専門家による相談会や専門家派遣などによって具体的な課題を解決に導く ・地域アクションプランの取り組みにおいて、地域団体商標等を積極的に取得・管理することで、地域ブランドの確立につなげる	①知的財産総合支援窓口等による相談件数 ②知的財産相談会及び専門家派遣による支援件数	①相談件数 4,037件 (H24～H27累計) ↓ 3,560件 (H28～H31累計) ②支援件数 683件 (H24～H27累計) ↓ 750件 (H28～H31累計)
【商10】 ◆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) ↓ 4件(H28～31累計)
【商11】 ◆工業技術センターが行う技術支援の充実(食品加工)	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	県工業技術センターが行う技術支援による商品化アイテム数	165アイテム (H24～H27累計) ↓ 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	2　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、県新産業推進課　：
・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、県新産業推進課　：
・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、県新産業推進課　：
・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

新たな共同研究の推進

県新産業推進課、県海洋深層水研究所、国研究機関、大学等：
・海洋微生物等の共同研究の探索

海洋資源の持つ機能性の解明

県海洋深層水研究所、国研究機関、大学等：
・機能性の解明による産業利用の可能性の探索

産業利用研究及び事業化支援

県海洋深層水研究所、国研究機関、大学等：
・新たな資源を活用した産業利用研究の推進

県新産業推進課、県海洋深層水研究所、県工業技術センター、県産学官民連携センター：
・研究成果に基づく事業化支援

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

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
・品質管理技術等の支援
・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

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商12】 ◆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(H28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.323）	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） ↓ 206社（H31累計） ②106製品 （H27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	3　メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

防災関連産業交流会の開催

県工業振興課　：
・市町村等の防災ニーズと県内企業の製品等とのマッチングや、本県の実情に即した製品の開発・改良などの取り組みを進めるために「防災関連産業交流会」を開催（全体会）

既存の認定商品の地消支援　⇒　製品改良支援

試作開発支援　⇒　認定　⇒　公的調達等による地消支援　⇒　製品改良支援

県工業振興課　：
・ものづくり産業強化事業費補助金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

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商13】 ◆「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(H28新規)	「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を実施する ⇒別図＜商03＞参照(p.324)	①新製品開発数 ②技術研修の受講者数	① － ↓ 20件(H28～H31累計) ②239人 (H24～H26平均) ↓ 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	4　紙産業の飛躍的な成長の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

製品プランづくりの支援強化

県立紙産業技術センター　：　紙産業振興アドバイザー（新規）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　：
・新たに導入する機械設備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

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、ギフトショーや図書館総合展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、プロモーション活動を積極的に展開

（公財）高知県産業振興センター　：
・製品の周知を図り、販売機会の増加を目指すため、東京営業本部を設置
・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
・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、アンケート調査などによってニーズを掘り起こし、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、プロモーション活動を積極的に展開

中核人材の確保と育成の強化

県立紙産業技術センター　：
・少人数の連続講座によって、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
（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

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商14】 ◆県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化(H28新規)	・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	①産学官の共同研究により事業化された件数	①4件 (H23～H27累計) ↓ 11件 (H23～H31累計)
	・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	②産学官の共同研究により新たな分野で事業化された件数	②- ↓ 2件(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	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、銀行、(公財)高知県産業振興センター、県新産業推進課　：
・産学官連携会議を開催し、県内の商工業に関する情報を共有し、関連事業の相互連携を強化

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、新たな課題や重要なテーマ等に対し、課題の共有や対応を検討

産学官連携産業創出研究推進事業(中期テーマ)の推進

県新産業推進課　：　県内の高等教育機関、企業など産学官連携による研究シーズの実用化に向けた共同研究を支援

多分野利用に向けた応用研究・製品改良

県新産業推進課　：
・県内企業、大学等の研究成果により事業化されたコア技術を活用し、多分野・多産業への利用拡大に向けた事業化を支援

事業化(製品化)

販路開拓

県内企業　：　事業化(製品化)及び販路拡大
(公財)高知県産業振興センター　：
・事業化及び販路拡大支援

分野	商工業分野
戦略の柱	2　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、H27:29回（見込） ●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、 H27:36億円（見込）	・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
		・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⇒H26：138社 ●ものづくり産業強化事業費補助金（試作・改良）の活用 H24～H26：26件採択 ●防災関連認定製品数　H24～H27：106製品 ●県外見本市への出展　H24～H27：31回、180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、H27:24億円（目標額）	・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 海外　H27:5回（タイ2回、台湾、韓国、中国）	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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:15.4億円	50億円	70億円	120億円
H26:27.1億円	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15】 ◆東京営業本部の設置等、外商サポートの強化(県外コーディネーターの体制充実)		○			
(再掲)【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む)	○	○	○	○	
【商16】 ◆見本市出展や商談会の開催		○			
【商17】 ◆技術提案型商談会等の開催		○			
【商18】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓		○	○		
【商19】 ◆海外での市場調査支援		○			
【商20】 ◆国内貿易商社とのマッチング		○			
【商21】 ◆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22】 ◆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)		○			

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商15】 ◆東京営業本部の設置等、外商サポートの強化(県外コーディネーターの体制充実)(H28新規)	県外への営業力強化を促すため、販売実績に結び付けるための営業拠点を東京に新設し、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.322)	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) ↓ 73億円
(再掲)【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む)			
【商16】 ◆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) ↓ 73億円
【商17】 ◆技術提案型商談会等の開催(H28新規)	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) ↓ 5億円
【商18】 ◆防災関連製品の新たな販売先の開拓(H28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.323)	防災関連製品認定制度による認定製品の売上高 (【商15】【商16】と一部重複あり)	15.4億円(H26) ↓ 50億円 ※うち海外 (－ ↓ 8億円)

戦略の柱	2　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見本市の開催）
- 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と連携したセミナー開催等、県内企業の海外展開を支援

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商19】 ◆海外での市場調査支援(H28拡充)	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.323)	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) ↓ 10億円
【商20】 ◆国内貿易商社とのマッチング(H28拡充)	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.323)	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) ↓ 10億円
【商21】 ◆海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化(H28拡充)	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.323)	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) ↓ 10億円
【商22】 ◆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.323)	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) ↓ 10億円

戦略の柱	2　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 ：
- ・海外バイヤーを招へいし、商談会や企業視察を実施
- ・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

分野	商工業分野
戦略の柱	3　産業集積や設備投資の拡大

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 ・暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る

	目標	
戦略目標	○全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進	企業立地による製造品出荷額等 企業立地による雇用創出数（H28からの増加人数）
	○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	
	○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	全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進	・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全庁的な総合支援体制をH27に構築 ・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）の整備に着手	・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 ・新たな受け皿となる工業団地の早期整備
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27年度末現在で、延べ59件の工場等の増設の実績	・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年度からこれまで、11件（新設9件、増設2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
5	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 ●「標準型：補助率6.8%」により、新規雇用者数77名、生産能力16.1億円の向上を見込む ●H27に創設した、経済波及効果の高い設備投資に対する「特別型：補助率25%」により、新規雇用者数14名、生産能力 3.7億円を見込む	企業の大きな成長のためには、設備投資支援を含めたトータルサポートが必要
6	地域商業の活性化	・高知県商工会連合会や高知商工会議所と連携し、重点指導を行う経営指導員に対し、現地指導を実施したことで、創業や経営革新等へ取り組む事業者への支援を強化することができた ・「こうち商業振興支援事業費」による、商店街等が取り組むイベント等の全体の取り組みへの支援と、「チャレンジショップ事業」や「空き店舗対策事業」による新規開業支援や平成27年度から新設した「店舗魅力向上事業」による既存店の魅力アップ等の個店への支援といった両輪への支援を実施し、高知市や四万十市など一部での取り組みが進んだ	・県内各商工会や県内各商工会議所の経営指導員には、事業者への支援の強化が求められているが、経営指導員の能力にバラツキがみられる ・「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」、「地域の暮らしや交流を支える商業機能の維持、発展」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展開が必要

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:252億円 －	612億円 800人	806億円 1,100人	900億円 1,900人
H26:11.2億円	150億円	195億円	285億円
－	120人	184人	312人

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商23】 ◆企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現			○		
【商24】 ◆立地企業の受け皿の整備			○		
【商25】 ◆徹底したアフターフォロー			○		
【商26】 ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ			○		
【商27】 ◆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28】 ◆第一次産業分野等への県内外企業の参入促進	○	○	○		
【商29】 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致	○	○	○		
【商30】 ◆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31】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施			○	○	
【商32】 ◆多種多様な事務系職場の誘致			○		
【商33】 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致			○		
【商34】 ◆企業の成長に合わせた設備投資助成			○		
【商35】 ◆国内外での外商をさらに強化		○	○		
【商36】 ◆商工会等の指導体制の強化			○		
【商37】 ◆商店街のにぎわい創出への支援			○		○
【商38】 ◆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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商23】 ◆企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現(H28新規)	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04>参照(p.325)	立地決定件数(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商24】 ◆立地企業の受け皿の整備	企業立地の受け皿となる(仮称)高知一宮団地、(仮称)南国日章工業団地の整備を促進し、新規団地の開発候補地を掘り起こし	工業団地分譲面積	7.9ha(H26) ↓ 24ha

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商25】 ◆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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商26】 ◆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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)

戦略の柱	3　産業集積や設備投資の拡大
取組方針	1　全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進

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　：　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

戦略の柱	3　産業集積や設備投資の拡大
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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商27】 ◆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(H28新規)	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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商28】 ◆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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商29】 ◆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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)

戦略の柱	3　産業集積や設備投資の拡大
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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商30】 ◆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)(H28新規)	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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商31】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施(H28新規)	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	― ↓ 195人 (H28～H30累計)
【商32】 ◆多種多様な事務系職場の誘致(H28新規)	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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)
【商33】 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致(H28新規)	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(全体)	50件 (H24～H27累計) ↓ 40件 (H28～H31累計)

戦略の柱	3　産業集積や設備投資の拡大
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：大阪5月下旬、東京11月中旬
・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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商34】 ◆企業の成長に合わせた設備投資助成	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.322）	①設備投資助成による県内企業の生産能力増加額 ②設備投資助成への申請件数 ③設備投資助成による雇用創出数	①16.1億円 （H24～H27累計） ↓ 134億円 （H28～H31累計） ②38件 （H24～H27累計） ↓ 96件 （H28～H31累計） ③102人 （H24～H27累計） ↓ 120人 （H28～H31累計）
【商35】 ◆国内外での外商をさらに強化	県内の特色ある製品や技術を国内外へ積極的にPRし、様々な支援策で県内ものづくり企業の販路開拓（国内・海外）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 ⇒別図＜商01＞参照（p.322）	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） ↓ 73億円 ※うち海外 2.6億円（H27） ↓ 10億円

戦略の柱	3　産業集積や設備投資の拡大
取組方針	5　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（標準型・特別型））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

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　：
・外商コーディネーター等による同行訪問の積極的なコーディネート
・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
・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
・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

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商36】 ◆商工会等の指導体制の強化(H28新規)	県内各商工会、県内各商工会議所の経営指導員等のスキル向上を図る ・高知県商工会連合会や高知商工会議所と連携した、意欲的な事業者の発掘及び重点指導の実施 ・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等について支援	①創業件数・経営革新計画承認件数 ②中小企業診断士の育成	①119件(H27) ↓ 200件 ②12名(H27) ↓ 16名
【商37】 ◆商店街のにぎわい創出への支援(H28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、「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」や「地域の暮らしや交流を支える商業機能の維持、発展」を図る ・商店街等の活性化計画の策定を支援 ・商店街の賑わい創出のためのソフト事業や、中山間地域での新規開業及び暮らしを支える店舗の維持に向けた事業を支援 ・商店街における、コミュニティの維持・発展につながる事業を支援 ・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05>参照(p.326)	①歩行者通行量 ②空き店舗率	①52,242人(H27) ↓ 66,000人 ②12.4%(H26) ↓ 10.0%

戦略の柱	3　産業集積や設備投資の拡大
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

重点指導の実施

県内各商工会、県内各商工会議所　：　創業、経営革新等へ取り組む事業者を支援するため、重点指導を実施
県経営支援課　：　高知県商工会連合会や高知商工会議所と連携した、意欲的な事業者の発掘及び重点指導の実施

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

市町村や商店街等の活性化や維持に向けた計画策定への支援

県経営支援課　：　こうち商業振興支援事業費補助金（調査・計画策定事業）により、商店街等の活性化計画の策定を支援

商店街等の活性化やコミュニティの維持・発展に向けたイベント実施等ソフト事業への支援

県経営支援課　：
・こうち商業振興支援事業費補助金（商業活性化事業、商店街地域貢献モデル事業）により、商工団体等が取組む商業の活性化事業や地域コミュニティの維持・発展や若者の育成につながる事業の実施を支援

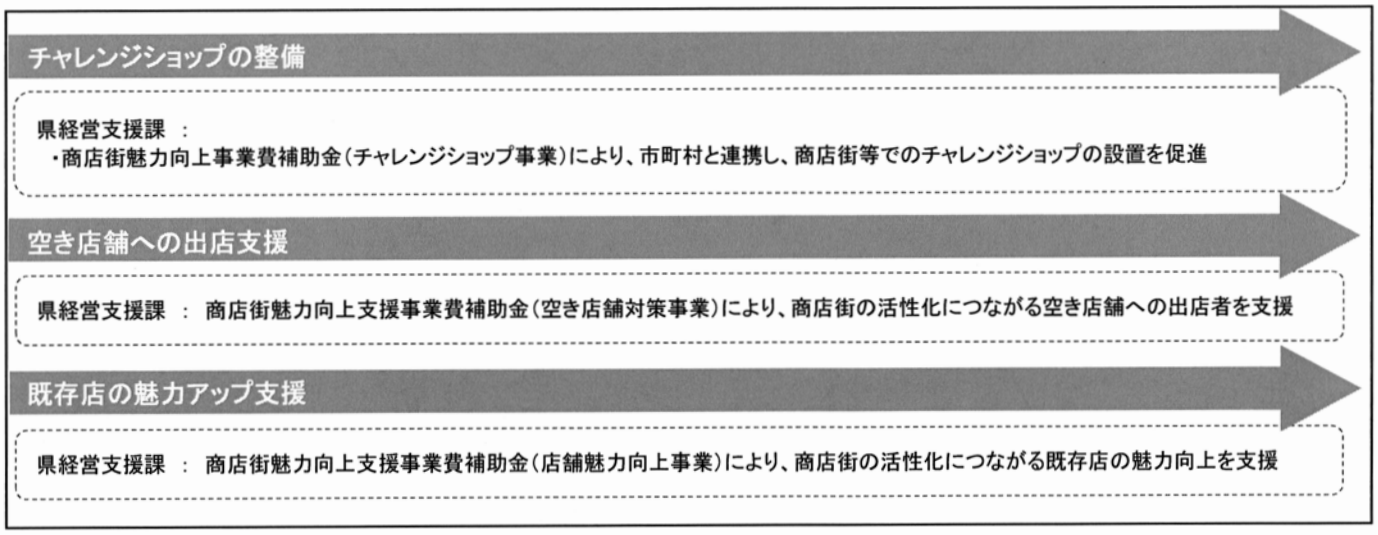
地域の暮らしや利便性の確保を図るための支援

県経営支援課　：
・こうち商業振興支援事業費補助金（商業活性化事業）により、中山間地域への新規開業や暮らしを支える店舗の維持などを、市町村とともに支援

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」や商店街が連携した、にぎわい創出への取組みを支援

【商38】 ◆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05＞参照(p.326)	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) ↓ 14箇所 ②59件 (H21～H26累計) ↓ 100件 (H28～H31累計) ③10件(H27) ↓ 100件 (H28～H31累計)


チャレンジショップの整備
県経営支援課 ：
・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、市町村と連携し、商店街等でのチャレンジショップの設置を促進
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	4　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	・平成27年4月に事業承継や中核人材の確保に関する相談を専門スタッフがワンストップで対応し、一貫してサポートする機能を備えた「高知県事業承継・人材確保センター」を設置し、関係機関や専門家との連携による高度な支援等行った ・金融機関、県内各商工会、県内各商工会議所等へセンターの設置や取り組み内容についての周知や各エリアにおいて各事業者向けのセミナーを実施した	・事業者の事業承継等に対する必要性について意識の向上、センターの取り組みについて周知 ・事業者の事業承継に対す意識や専門的意識の向上 ・業種及び事業者の規模の違いによる多様な案件への対応
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	・平成27年4月に事業承継や中核人材の確保に関する相談を専門スタッフがワンストップで対応し、一貫してサポートする機能を備えた「高知県事業承継・人材確保センター」を設置し、関係機関や専門家との連携による高度な支援等行った ・都市部における新たな人材の掘り起こしを行う求職コーディネーターの配置(東京事務所)、県内企業の求人ニーズを掘り起こすため、求人専任のマネージャーを配置した	・新たな事業展開や拡大再生産に意欲的に取組む事業者のさらなる掘り起こし(求人ニーズの掘り起こし) ・首都圏の転職・UIターン希望者に県内事業者について知ってもらう機会やマッチングの場が少ない
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)、H27:1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) ・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当初計画以上の参加が得られた ・県内大学等からインターンシップを受入れ 4社・県立紙産業技術センター:計10人 ・かみわざひとづくり事業の実施 42回、延べ361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 ・企業の求める人材の確保が必要である ・企業の将来を担う人材の育成が必要である ・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

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

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
【商39】 ◆U･Iターンと県内就職の促進			○		○
【商40】 ◆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41】 ◆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42】 ◆事業者の求人ニーズの掘り起こし			○	○	○
【商43】 ◆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			○	○	○
【商44】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成			○	○	○
【商45】 ◆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46】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校)			○	○	

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商39】 ◆U・Iターンと県内就職の促進(H28新規)	【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06＞参照（p.327）	新規高卒者の県内就職率	62.3%(H26) ↓ 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06＞参照（p.327）	県外大学生のUターン就職率	13.6%(H26.3) ↓ 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06＞参照（p.327）	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) ↓ 50.0%(H31)
	【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06＞参照（p.327）	UIターン人材情報システム登録者の県内企業への就職者数	51人（H26） ↓ 140人（H31）

戦略の柱	4　産業人材の育成・確保
取組方針	1　就業支援の推進

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

県雇用労働政策課、 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

県雇用労働政策課
・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

県雇用労働政策課 :
・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

県雇用労働政策課 :
・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

システムの改修

県雇用労働政策課 :
・UIターン人材情報システムの改修により、情報発信力とマッチング機能を強化し、登録者数の拡大と、それに伴う就職者数の増加を図

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商40】 ◆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周知を行う	事業承継等に係る相談件数	107件 (H27) ↓ 750件 (H28～H31累計)
【商41】 ◆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07＞参照(p.328)	事業承継計画の策定件数	4件 (H27) ↓ 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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商42】 ◆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へ訪問し、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07＞参照(p.328)	中核人材の求人件数	137件(H27) ↓ 200件
【商43】 ◆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(H28新規)	首都圏において求職コーディネーターによる首都圏企業の人事担当者や県人会等の高知県関係者の訪問、民間転職サイト等を活用した情報発信を行い、求人ニーズとのマッチングを行う ⇒別図＜商07＞参照(p.328)	中核人材のマッチング件数	11件(H27) ↓ 200件

戦略の柱	4　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
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	4　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

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、転職希望者に対し、民間転職サイトを活用し、情報発信を行い、転職フェア等への参加者の増加、転職希望者の人材リストへの登録を行う

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【商44】 ◆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　10名
【商45】 ◆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 (H24～26平均) ↓ 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 (H24～26平均) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～31)
【商46】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校)(H28拡充)	【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実績) ※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実績) ※H18-27平均退校率:21.5% ↓ 10%
		③高等技術学校の就職率	③93.1% (H26実績) ↓ 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-H27累計) ↓ 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実績) ※H22-26平均就職率:76% ↓ 80%

戦略の柱	4　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 ：
・少人数の連続講座によって、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

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

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
戦略の柱	5 起業や新事業展開の促進

戦略の方向性	・起業等の取り組みへの支援を強化する ・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	
	○地域商業の活性化	空き店舗への出店
		チャレンジショップ開設

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	起業に取り組む事業者等への支援の強化	・県制度融資の創業融資メニューにおいて、保証料補給を手厚く行うことで、新たに起業する者の負担を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	・創業融資メニューは、貸付利率を一律に定めており、利用者すべてに同じ金利が適用されている ・金融機関からは、起業者ごとに金利設定ができれば、事業の内容に応じた、より低利での融資も可能であるとの意見もある ・起業への取り組みを促進するために、金融機関が事業の内容に応じて、より低利で柔軟な金利設定ができる仕組みを取り入れることが必要
2	（再掲）地域商業の活性化		
3	（再掲）ものづくりの地産地消のさらなる推進		
4	（再掲）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）		
5	（再掲）産学官連携によるイノベーションの創出		
6	（再掲）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		

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H21～H26累計:59件	H28～H31累計:100件	－	－
4箇所	14箇所	－	－

具体的な取り組み	基本方向				
	1	2	3	4	5
(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)【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)			○		
(再掲)【起05】 ◆ビジネスプランコンテストの開催			○		
(再掲)【起06】 ◆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)			○		
【商47】 ◆創業融資メニューの見直し			○		

分野	商工業分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(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) (H28拡充)	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	0名(H27) ↓ 120名
(再掲)【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) (H28拡充)	起業や新事業展開につながるビジネスのアイデアを生み出し、磨き上げるために、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) ↓ 16回、120人 (H28～H31累計) ②4講座、143人 ↓ 16講座、400人 (H28～H31累計) ③0回、0件(H27) ↓ 4回、4件 (H28～H31累計)
(再掲)【起05】 ◆ビジネスプランコンテストの開催 (H28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。	ビジネスプランコンテストへの応募件数	15件(H27) ↓ 60件
(再掲)【起06】 ◆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) (H28拡充)	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) ↓ 40件(H28～H31累計)
【商47】 ◆創業融資メニューの見直し(H28拡充)	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支援融資メニューの利用件数	230件 (H24～H27累計) ↓ 270件 (H28～H31累計)

(再掲)【戦略の柱3　取組方針6】地域商業の活性化
(再掲)【戦略の柱1　取組方針2】ものづくりの地産地消のさらなる推進
(再掲)【戦略の柱2　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)
(再掲)【戦略の柱1　取組方針5】産学官連携によるイノベーションの創出
(再掲)【戦略の柱4　取組方針2】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

戦略の柱	5　起業や新事業展開の促進
取組方針	1　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

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）

シンクタンク等　：　研修（教育）内容の検討、研修講師

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

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、入賞企画のフォロー
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、入賞企画のフォロー

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

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

企業の飛躍的な成長による拡大再生産の促進（ものづくりまるごと応援パッケージの充実） 工業振興課

＜商０１＞

H28充実のポイント

ポイント1
- ○**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
- ○民間シンクタンクをメンバーとする**事業戦略支援会議を設置**し、個別企業の方向性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
- ○**事業戦略支援チーム**が各企業への個別サポートを実施 → 生産技術コーディネーターを新たに設置

ポイント2
- ○ものづくり地産地消・外商センターの**東京営業本部を設置**し、外商サポートをさらに強化（2名→5名）

ものづくり地産地消・外商センター（44人体制）

総合相談窓口（ワンストップ対応）

ポイント1 **新**「事業化プラン（製品企画書）」の取り組みをさらに進め、企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」を磨き上げ

経営ビジョン
5年後10年後の会社の目指す姿

事業戦略
企業全体の目標（販路拡大、コスト削減額、設備投資等）の実現に向けた中長期の工程表

＜事業戦略イメージ例＞
【５年後の売上目標 ●億円】

経営・財務	企画・マーケティング	研究開発・設計	製造	販売	サービス
個別課題	個別課題	個別課題	個別課題	個別課題	個別課題
対応策	対応策	対応策	対応策	対応策	対応策

新 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）、 **新** 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）

指示／助言

新 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

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

防災関連産業交流会、紙産業研究会・分科会
ココプラ（土佐ＭＢＡ等）、経営革新
産学官連携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

○試作開発支援

○製品改良支援（既存製品含む）

○海外向け改良支援（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
- ・地産地消センターによるマッチング

○外商支援
- ■県外コーディネーターと連携した国内での外商強化

ポイント2
新 **・東京営業本部（2名⇒5名）**
- ・大阪事務所（2名）
- ・名古屋事務所（1名）

- ■貿易促進コーディネーターと連携した国外外商の強化
- ■100億ファンドによる販売促進への支援

○県外営業人材の確保

○拡大再生産への支援

【基盤強化】
- ■震災に強い団地開発等

【設備投資支援】
- ■設備投資助成について、
  - ・設備投資補助金
  - ・企業立地促進事業費補助金

により支援

【雇用創出】
- ■事業承継・人材確保センターによるマッチング

- ○各企業毎の専任担当者が事業展開を一貫してサポート（22人）
- ○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
- **新** 事業戦略の策定・磨き上げを個別支援チームがサポート　ポイント1

新 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）　ポイント2
- ○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

工業振興課

＜商０２＞

これまでの取組みの成果

国内

■防災関連産業交流会

	H24	H25	H26	H27
開催回数	2回	4回	7回	7回
会員数	77社	100社	138社	150社

■地産

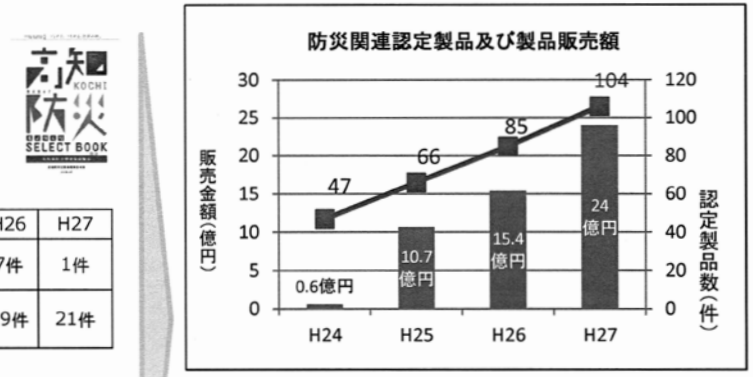
	H24	H25	H26	H27
補助金を活用した試作開発数	11件	9件	7件	1件
「高知県防災関連登録製品」認定数	47件	19件	19件	21件

■地消

	H24	H25	H26	H27
県内での製品PR	16市町村 23会場 223社出展	6市町村 15会場 217社出展	12市町村 26会場 184社出展	13市町村 23会場 183社出展

■外商

	H24	H25	H26	H27
県外見本市出展回数、出展者数	4回 28社	5回 36社	13回 62社	10回 58社



見えてきた課題

・さらなる製品開発の促進が不可欠
・工事請負系の販売サポートを充実していくことが必要
・防災関連製品の新たな販売先の開拓

今後の強化するポイント

拡

大手バイヤーとの個別相談会の充実

⇒新たなバイヤーの開拓を行い、年10回・のべ20社を招聘
（H26実績：6回・のべ9社）

⇒さらなる磨き上げと製品の発掘を実施

拡

県外ＣＯの体制を強化し、外商支援を強化

⇒東京営業本部を設置

今年度の取組みの成果

海外

＜台湾＞
① 「防災先進県高知発の製品・技術商談会ｉｎ台湾」を開催
　セミナー参加者　１０１名、商談件数　のべ４６件
② ＭＯＵ締結による台湾関係機関との連携強化
③ 政府系機関等への訪問
　・台湾世曦工程顧問股份有限公司
　・國家災害防救科技中心（防災行政担当）
　・台湾政府經濟部水利署（海岸堤防・治水担当）

【成果】
・ＭＯＵ締結による、関係機関とのネットワークづくり
・高知県の先進的な防災施策をＰＲ
　⇒防災産業への関心に繋げる



＜その他エリア＞
① 四国４県連携事業　タイＭＥＴＡＬＥＸ　出展
② 四銀ものづくり商談会　タイ・上海

今後の方向性

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

＜台湾＞
継① 防災関連企業を中心とした商談会を実施
　（参加企業10社、年１回実施）
拡② 継続案件への事後フォロー（同行訪問支援）
　（参加企業5社、年1回実施）
継③ 高雄・台南エリアの政府系機関への訪問を行うなど、台湾でのネットワークを広げる。また、「ものづくり総合技術展」への招致も併せて実施。
継④ 防災先進県高知のＰＲセミナーを開催
　（参加200名規模、年1回）※今年度参加者101名
拡⑤ 防災関連見本市への出展（5月予定）

＜その他エリア＞
継① ジャイカ・ジェトロと連携した貿易セミナーなど、関係機関と協働した海外展開支援を実施
継② タイ（バンコク）での見本市出展
拡③ 米西海岸など他エリアでの展開を検討

さらなる振興により防災関連産業を産業群へ！

紙産業の飛躍的な成長の促進

新産業推進課

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

新 ＜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など

拡 ＜分科会＞
機器設備のデモ運転などを通じ、企業の製品開発プランづくりを推進
・不織布、複合・レーザー加工など

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
新 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 拡 ◆新たな機械設備を活用した技術支援等

＜不織布裏打ち装置＞
柔らかいなど特徴のある高付加価値製品の開発

＜熱カレンダー＞
本県に不足する複合加工技術の開発

＜CNF（セルロースナノファイバー）製造装置＞
CNFを利用した新製品・新技術の開発

＜サンプルローラーカード機＞
リサイクル炭素繊維を利用した新製品・新技術の開発

＜レーザー加工機＞
透かし模様技術などによる和紙加工品の開発

◆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
新 ◆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
拡 ◆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
・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）

高知県の強みを生かした企業立地の総合支援体制の構築

<商０４>
企業立地課

【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13件、既立地企業の増設は36件、合わせて49件と企業立地は進んでいる
・しかしながら、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する必要がある

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

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の情報発信機能の強化

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

各部からの案件：63件

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
※詳細は下部

＜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

チーム編成：19件 → プラン構築：14件 → 誘致活動：10件 → 立地決定見込：6件（H27.12末現在）

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

地域商業の活性化　～「暮らしを支え、人々が交流する商店街や地域商業」の活性化～

経営支援課　＜商０５＞

【現状】

商店街のにぎわい創出を図るイベントや、商店街における新規開業や個店の強化を支援

〈新規開業や個店の強化への支援〉

- チャレンジショップ事業（H27：高知市、四万十市、香美市、安芸市の4ヶ所で実施）
- 空き店舗対策事業（H21～27：実績70件　うち、高知市39件、四万十市16件、その他15件）
- 店舗魅力向上事業（H27新規事業：実績10件　うち、高知市4件、四万十市1件、その他5件）

〈にぎわい創出への支援〉

- こうち商業振興支援事業（H20～27：実績52件　うち、高知市25件、四万十市9件、その他18件）

【課題】

- 高知市や四万十市など、商店街活動が活発な地域では、さまざまな施策を活用した取組みが進んでおり、空き店舗の解消が進むなど一定の効果が現れているが、観光の拠点や中心商店街として、さらなる魅力を高めることが必要
- 高知市や四万十市以外の中心商店街では、厳しい商業環境の中で、体系的な取組みが進んでおらず、商店街として維持・発展していくためには、商店街としてのコンセプトや方向性を明確にすることが必要
- 商店街のない中山間地域では、地域を支える商業集積の強化や、店舗の維持が必要

取組みのポイント

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

★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

★地域の暮らしや交流を支える商業機能の維持、発展

1. 高知市や四万十市の中心商店街においては、引き続き、さまざまな施策を組み合わせながら、自立した商店街活動につながるよう、継続して支援
2. 新　高知市や四万十市以外の中心商店街においては、コンセプトや方向性を商店街や市町村が共有し、商店街の活性化を目指す取組みが進むよう支援
3. 拡　商店街のない中山間地域においては、中山間施策とも連携しながら、暮らしを支える商業機能の維持を目指した取組みが進むよう支援
4. 新　県、市町村、商工会・商工会議所、中央会（商振連）によるサポートを強化

地域	方向性	支援策	目指す姿
中心商店街：高知市	商店街が市と連携して活性化に取組み、自立した商店街活動を目指す	商店街の賑わい創出への支援 【こうち商業振興支援事業】（商業活性化事業、商店街地域貢献モデル事業） → 商店街の集客力向上やファン作りにつながるイベント等の実施を支援	観光と交流の拠点となる県の中心商店街
中心商店街：四万十市			幡多地区の暮らしを支える中心商店街
中心商店街：その他市町村	市町村が中心となり、商店街の活性化を目指す	商業活性化のためのプラン作りを支援 新【こうち商業振興支援事業】（調査・計画策定事業） → 商店街等の商業活性化に向けたコンセプトや方向性を共有するための計画策定を支援	魅力ある店舗が集まる中心商店街
中心商店街以外の集積地域	集落活動センターや、中山間地域対策の取組みと協働しながら、地域住民の暮らしを支える	新規開業・店舗魅力向上への支援 新規開業支援：【チャレンジショップ事業】→お試し開業を支援（4年間で県下14ヶ所での設置） 【空き店舗対策事業】→空き店舗への出店のための店舗改装費を支援（4年間で100件の実施） 既存店の強化支援：【店舗魅力向上支援事業】→新たなサービスや商品の提供など、既存店による集客につながる事業計画の実施を支援（4年間で100件の実施） 中山間地域への支援：拡【こうち商業振興支援事業】（商業活性化事業） → ・生活に必要な業種を揃えるために、新規開業を支援 ・生活を支える店舗の維持にかかる経費を支援	地域の暮らしを支える商店の集積
集積地のない地域			近隣住民の暮らしを支える商店の維持

地域の中小企業者等を支援する団体や市町村との連携を強化



新　商工会地域の5ブロック別に、ブロック担当を配置し、体制を強化

新規大卒者等の県内就職の促進

雇用労働政策課 ＜商０６＞

【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

新 ○県内企業情報提供の仕組の確立
・高校卒業後における情報提供先の確保
新 ○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

Step2 高知の企業等を知ってもらう

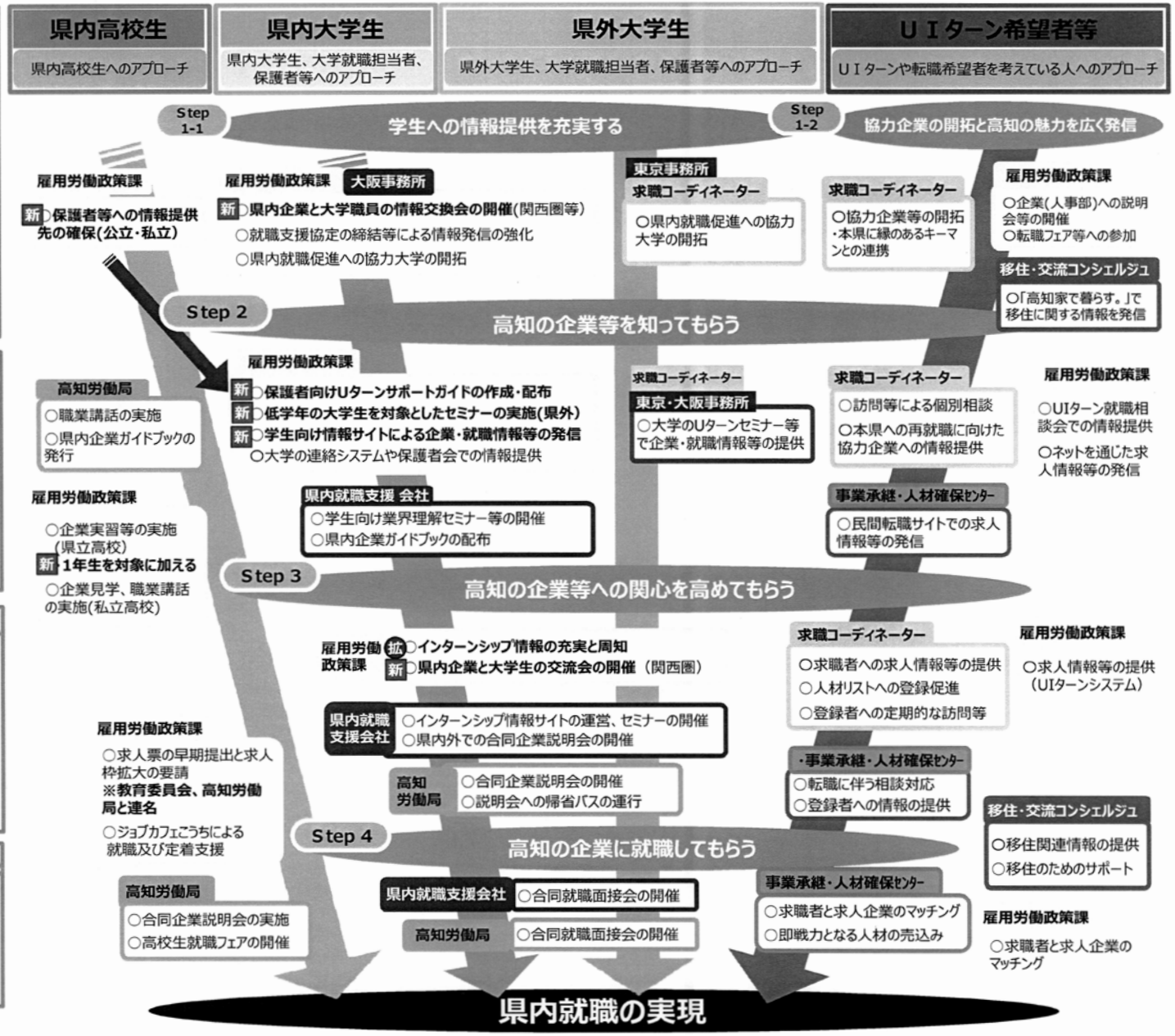
新 ○高校1年生から企業見学等を実施
新 ○保護者向けUターンサポートガイドの作成・配布
新 ○低学年の大学生を対象としたセミナーの実施
新 ○インターネットを活用した企業・就職情報の発信
○大学や保護者会等を通じた情報提供
○個人・企業等を訪問し、相談対応や情報を提供

Step 3 高知の企業等への関心を高めてもらう

拡 ○インターンシップ情報の充実と周知
新 ○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
○ UIターン人材情報システムによる求人・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



高知県事業承継・人材確保センターによる一貫サポート　【商工政策課】

飛躍への挑戦！ 高知県産業振興計画　＜商０７＞

【現状等】・経営者の高齢化が進む中、高知県の後継者内定率は、50%に満たない状況。
・近年、高知県の中小企業の倒産件数は減少傾向にあるが、休・廃業件数は増加傾向。
（平成25、26年度の休廃業等の件数は200件を超えている状況）【出典：H25・26 帝国データバンク調査】
・中小企業は、必要な人材を確保する体制が弱く、新たな事業展開に苦慮。
【課　題】・優良な雇用の場の喪失と本県産業基盤の脆弱化を防ぐための、事業承継対策。
・人口が減少（人材不足）する中、企業が拡大再生産をするための、人材確保のしくみづくり。

取組のポイント

- ポイント1　後継者や事業拡大のための中核人材の確保に係る相談にワンストップで対応
- ポイント2　円滑な事業承継や中核人材の確保を実務に精通したスタッフが一貫サポート
- ポイント3　事業承継の課題解決や中核人材の確保に必要な施策等の情報を県内各地に出向き提供
- ポイント4　新たな事業展開を各支援機関と連携してサポート

H27.4月に「事業承継・人材確保センター」を開設

高知県事業承継・人材確保センター（ポイント1）

総合相談窓口（ワンストップ対応）

◆事業承継への意識向上 → ◆現状の把握 → ◆方針の検討・決定 → ◆事業承継計画の策定支援等 → ◆事業承継計画の策定後の支援

事業承継

- ・意識啓発セミナー、相談会の実施
- ・支援施策の紹介　等

相談企業の課題整理
①企業概要
②株主、親族関係
③個人財産
等



支援チームによる検討会議



＜メンバー＞
- ・産業振興センター
- ・金融機関
- ・商工会議所、商工会
- ・専門家

（税理士、会計士、弁護士など※）

※センター外の人材を含む

事業承継支援開始

事業承継計画策定

- 親族内承継
- 親族外承継（従業員・役員）
- 親族外承継（外部からの受入れ）
- 親族外承継（M&A）
- 廃　業

中核人材の確保

人材情報の収集・発信、企業との人材マッチング支援





- 首都圏での中核人材の掘り起こし（求職コーディネーター）
- 県内企業の求人ニーズの掘り起こし（求人専任マネージャー）
- 移住・交流コンシェルジュの活用や民間人材ビジネス事業者との連携による求職者情報の収集　等

各支援機関と連携

（ポイント4）様々な支援メニューで企業をサポート

- 事業化プランづくり
- 専門家の派遣
- 商品の開発
- 人材育成メニュー
- 生産設備の整備
- 商品の磨き上げ テストマーケティング
- 販路開拓、外商機会の提供

拡大再生産に向けた新たな事業展開の実現へ

（ポイント3）
- ・事業承継に係る意識啓発セミナー、個別相談会等の実施
- ・経営改善や新たな事業展開に必要な中核人材の確保・育成に関するセミナー等を実施
- ・事業承継計画の策定やM&A仲介料等の費用に対する助成など支援施策の紹介　等

（ポイント2）事業承継や中核人材の確保について、実務に精通した専門スタッフが一貫したサポート

Ⅰ　専門分野の成長戦略

商工業分野（コンテンツ産業）

商工業分野（コンテンツ産業）の取り組みの概要

コンテンツ産業については、これまで、若者の就職希望が多い分野であるにも関わらず、県内に雇用の受け皿が少ないために、こうした分野を目指す人材が県外に流出する状況にありました。

このため、官民協働の協議会や研究会を設置し、全国に先駆けてソーシャルゲームビジネスの創出などに取り組んできました。その結果、本県と県外コンテンツ関連企業とのネットワークが構築され、首都圏のゲーム関連会社による合弁会社の設立や、ゲームイラスト制作会社の誘致などに繋がり、平成27年度末までには80人近くの新規雇用者が見込まれるなど、企業集積の土台が形成されつつあります。

コンテンツ産業は、大規模な初期投資を必ずしも必要とせず、ネットワークを通じて事業を展開できるなど、立地が地理的条件に左右されないことや、情報技術やデザインなどを学んだ若者の雇用の受け皿として期待できることなどから、本県として立地を進めるべき分野です。

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期産業振興計画においては、以下の4つを柱として取り組みを進めます。

1つめの柱「企業間の連携支援」では、県内コンテンツ関連企業や金融機関などで構成するコンテンツビジネス起業研究会において取組事例紹介や実技研修等を行い協業を促進するとともに、企業等の発注ニーズを掘り起こし、会員とのビジネスマッチングに繋げていきます。

2つ目の柱「外商の推進」では、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の助成を含むまるごと支援、ビジネスプランコンテストの入賞者に対する官民協働での事業化・起業化支援に加え、首都圏見本市等への出展支援を行い地産外商を後押しします。

3つ目の柱「コンテンツ関連企業の立地」では、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結果を活用した上で立地有望企業を訪問し、広くコンテンツ関連企業を対象とした立地促進補助金を周知するなど、誘致活動を強化します。

4つ目の柱「人材確保・人材育成支援」では、企業の雇用機会に応じた会社説明会の開催支援などによる人材確保支援及びアイデアソンや「アプリ開発人材育成講座」をはじめとした各種セミナーの開催による人材育成支援により、コンテンツビジネスの優秀な担い手の確保・育成を図ります。

こうした施策によって、雇用の創出及び若者の定着に繋げ、集積が新たな立地を促す好循環の実現を目指します。

商工業分野（コンテ

ね ら い	コンテンツ関連企業に対するトータルな支援で好循環を生み出すことにより、コンテ
分野を代表する数値目標	新規雇用者数（累計）　現状 (H27)：71人 ⇒ 4年後 (H31)：16

戦略の柱１　企業間の連携支援

企業間の連携強化

- コンテンツビジネス起業研究会における先進的な取組事例紹介から実技研修まで、様々なメニュー提供による会員への情報提供
- 協業の促進

ビジネスマッチングの推進

- 起業研究会会員企業の商品及びサービスの相互取引を促進

⇒県内事業者等の発注案件を掘り起こし、マッチング支援

事業拡

目指す姿

コンテ
産業ク



担い手確保

戦略の柱４　人材確保・人材育成支援

<人材確保支援>

会社説明会の開催支援

新 雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援

<人材育成支援>

『アプリ開発人材育成講座』（土佐MBA）の開催

新 アプリ開発に関する実践的な研修を実施

クリエイター等向けセミナー（土佐MBA）の開催

拡 デザイン分野等のセミナーを開催

社外研修費への助成

- 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

- 教育カリキュラムへの企業ニーズ等の反映を目的とした産学情報交換会の開催

雇用

全体を

高知県コンテンツビジネス起業研究会

ンツ産業）の展開イメージ

ンツ産業クラスターを形成し、若者の雇用創出及び定着を図る。

1人 ⇒ 6年後 (H33)：260人 ⇒ 10年後 (H37)：566人

拡大

戦略の柱２　外商の推進

コンテンツビジネス事業化支援

●事業計画策定や開発、販路開拓、融資等に関する専門家や金融機関への個別相談会を開催し、事業化を推進するとともに、事業化に係る経費を助成

販路拡大支援

拡 首都圏見本市等への出展支援
⇒県がブースを借上げ、出展料、装飾費を助成

ンツ
ラスター
の形成

売上増



戦略の柱３　コンテンツ関連企業の立地

コンテンツ関連企業の立地促進

新 コンテンツ関連企業立地助成制度を活用した誘致活動強化
⇒操業開始１年以内の新規県内雇用３名を条件に、雇用奨励金、賃借料、改修費、設備リース料、通信費、研修費、人材募集費を対象に補助金を支給

海外への情報発信

新 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

ビジネスプランコンテストの開催

拡 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（産学官民連携センター）

創出

下支え

（高知県・コンテンツ専門家・県内金融機関で運営）

商工業分野（コンテ

分野の目指す姿	コンテンツ関連企業に対するトータルな支援で好循環を生み出す
分野を代表する数値目標	・新規雇用者数（累計）　現状（H27）：71人 ⇒ 4年後（H31）：161人 ⇒ 6

戦略の柱	1 企業間の連携支援	2 外商の推進
戦略の方向性	企業間の連携による事業拡大及び取引促進	付加価値の高いビジネスを構築し、外商の推進による売上増
戦略目標	ビジネスマッチング件数（H27からの累計） ㉗：4件 → ㉛：40件 → ㉝：60件 → ㊲：100件	事業化プラン認定件数（H23からの累計） ㉗：10件 → ㉛：22件 → ㉝：28件 → ㊲：40件 見本市出展事業者数（H28からの累計） ㉗：0社 → ㉛：12社 → ㉝：18社 → ㊲：30社
取組方針・主な「◆ 具体的な取り組み」	1．企業間取引・協業の促進 ◆ 企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進 ・コンテンツビジネス起業研究会における取組事例紹介から実技研修等により、会員への情報共有を行うとともに、企業等の発注ニーズを掘り起こし、会員とのマッチングに繋げる。	1．事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成を含む「まるごと支援」 ◆ コンテンツビジネス事業化支援 ・専門家や金融機関に対する個別相談会の開催による事業化の推進及び事業化に係る経費を助成する。 ◆ ［拡充］販路拡大支援 （首都圏の見本市において高知県としてブースを借上げ、出展するコンテンツビジネス起業研究会会員を公募する。）

ンツ産業）の体系図

ことにより、コンテンツ産業クラスターを形成し、若者の雇用創出及び定着を図る。

年後（H33）：260人 ⇒ 10年後（H37）：566人

	3 コンテンツ関連企業の立地	4 人材確保・人材育成支援
	県外コンテンツ関連企業の誘致及び県内企業のコンテンツ分野への参入並びに起業を促進	コンテンツビジネスの優秀な担い手の確保・育成支援
	企業立地件数（H25からの累計） ㉗：6件 → ㉛：18件 → ㉝：24件 → ㊲：36件	土佐MBA受講者数 ㉗：247人 → ㉛：280人 → ㉝：320人 → ㊲：378人
	1．コンテンツ関連企業の立地 ◆［新規］コンテンツ関連企業の立地促進 ・企業情報・ニーズを把握し、コンテンツ企業立地助成制度や、立地にあたっての人材確保・育成支援等を一連の支援パッケージとしてPRする。 ◆［新規］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 ◆［拡充］ビジネスプランコンテストの開催（再掲） ・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。（産学官民連携センター）	1．人材確保・人材育成支援 ＜人材確保支援＞ ◆［新規］会社説明会の開催支援 ・雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援する。 ＜人材育成支援＞ ◆［新規］『アプリ開発人材育成 講座』（土佐MBA）の開催 ◆［拡充］クリエイター等向けセミナー（土佐MBA）の開催 ◆社外研修費への助成 ・社外研修費（旅費、滞在費含む）へ助成する。 ◆産学情報交換会の開催 ・教育カリキュラムへの企業ニーズ等の反映を目的とした産学情報交換会の開催

分野	商工業分野（コンテンツ産業）
戦略の柱	1　企業間の連携支援

戦略の方向性	企業間の連携による事業拡大及び取引促進

戦略目標	目標	
	○企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進	【ビジネスマッチング件数】（H27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	企業間取引・協業の促進	・コンテンツビジネス起業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により、会員同士の交流、協業の促進を図っている。会員同士が提携して事業を行うなど成果が出てきている。 ・デザインコンテストの開催により、これまで受賞者と県内外のゲーム開発会社との間で51件、300万円の受発注に繋がるとともに、起業研究会の会員と県内企業、団体、行政等とのマッチングは発注案件が徐々に出始めており、これまでに3件の成約に繋がっている。	・会員へのタイムリーな情報提供や会員同士の更なる交流、協業の促進 ・クライアントからの発注案件の掘り起こしとクリエイターとの仲介の継続実施

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27：4件	40件	60件	100件

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【商001】◆企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進	○	○	○		

分野	商工業分野（コンテンツ産業）

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商001】 ◆企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進	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	情報交換会参加事業者数	73事業者（H24～H27累計） ↓ 100事業者（H28～H31累計）

戦略の柱	1　企業間の連携支援
取組方針	1　企業間取引・協業の促進

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

企業間取引・協業の促進

県まんが・コンテンツ課　：
・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	商工業分野（コンテンツ産業）
戦略の柱	2　外商の推進

戦略の方向性	付加価値の高いビジネスを構築し、外商の推進による売上増

戦略目標	目標	
	○コンテンツビジネス事業化支援 ○販路拡大支援	【事業化プラン認定件数】（H23からの累計）
		【見本市出展事業者数】（H28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	事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成を含む「まるごと支援」	・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。これまでソーシャルゲームで7件、その他のアプリ開発等で3件の計10件が事業化プラン認定を受け、うち6件の経費を助成した。 ・起業研究会会員のサービスや商品の外商を推進するため、首都圏等で開催されるコンテンツ関連の見本市等に会員が出展する際の出展料の半額助成制度を創設した。	・事業化の可能性が高い企画案の掘り起こし及びブラッシュアップ ・比較的小規模なコンテンツ関連企業にとって首都圏見本市への出展料等の自己負担が重い。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27：10件	22件	28件	40件
H27：　0社	12社	18社	30社

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【商002】◆コンテンツビジネス事業化支援	○	○	○		
【商003】◆販路拡大支援		○	○		

分野	商工業分野（コンテンツ）

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商002】 ◆コンテンツビジネス事業化支援	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	個別相談会参加事業者数	42事業者（H24～H27累計） ↓ 60事業者（H28～H31累計）
【商003】 ◆販路拡大支援（H28拡充）	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	見本市出展公募対象事業者数	28事業者（H27） ↓ 40事業者

戦略の柱	2　外商の推進
取組方針	1　事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成を含む「まるごと支援」

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

県まんが・コンテンツ課　：　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

販路拡大支援

県まんが・コンテンツ課　：　首都圏見本市等への出展支援

分野	商工業分野（コンテンツ産業）
戦略の柱	3　コンテンツ関連企業の立地

戦略の方向性	・県外コンテンツ関連企業の誘致及び県内企業のコンテンツ分野への参入並びに起業を促進

戦略目標	目標	
	○コンテンツ関連企業の立地促進	【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	コンテンツ関連企業の立地	・デザインコンテスト開催等により培った首都圏のコンテンツ関連企業とのネットワークを活かし誘致活動を展開。これまで首都圏コンテンツ関連企業3社の誘致及び県内ゲーム関連企業3社の立地に繋がり、71人の雇用を創出した。 ・平成27年度からスタートしたココプラの3つの拠点機能によって、産学官民の交流で生み出されたアイデアを新たな事業展開等につなげ、さまざまなイノベーションを創出することを目指して取り組みを進めた。 ・また、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。	・効率的な立地有望企業の掘り起こし ・これまでの取り組みをさらに強化し、具体的な起業等に結びつけていくことが必要

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27：6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004】◆コンテンツ関連企業の立地促進			○	○	○
【商005】◆海外への情報発信		○	○		
(再掲)【起業05】◆ビジネスプランコンテストの開催			○		

分野	商工業分野（コンテンツ産業）

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商004】 ◆コンテンツ関連企業の立地促進 （H28新規）	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） ↓ 150件
【商005】 ◆海外への情報発信（H28新規）	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	― ↓ 3回（H28）
（再掲）【起05】 ◆ビジネスプランコンテストの開催 （H28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	ビジネスプランコンテストへの応募件数	15件（H27） ↓ 60件

戦略の柱	3　コンテンツ関連企業の立地
取組方針	1　コンテンツ関連企業の立地

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

県まんが・コンテンツ課　：
・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

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、入賞企画のフォロー
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、入賞企画のフォロー

分野	商工業分野（コンテンツ産業）
戦略の柱	4　人材確保・人材育成支援

戦略の方向性	・コンテンツビジネスの優秀な担い手の確保・育成支援

戦略目標	目標	
	○アプリ開発人材育成講座（土佐MBA）の開催 ○クリエイター等向けセミナー（土佐MBA）の開催	【土佐MBA受講者数】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	人材確保・人材育成支援	・人材育成研修（OFF-JT）経費の一部助成、土佐MBAでのセミナー開催、学生インターンの企業受入支援、企業の人材ニーズを高等教育機関のカリキュラムに反映させるための協議を行う産学情報交換会の開催などの支援を実施	・企業の即戦力となる技術者の不足

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27：247人	280人	320人	378人

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【商006】◆会社説明会の開催支援			○		○
【商007】◆アプリ開発人材育成講座(土佐MBA)の開催			○	○	
【商008】◆クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催			○	○	
【商009】◆社外研修費への助成			○	○	
【商010】◆産学情報交換会の開催			○	○	

分野	商工業分野（コンテンツ産業）

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【商006】 ◆会社説明会の開催支援（H28新規）	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	— ↓ 3回
【商007】 ◆アプリ開発人材育成講座（土佐MBA）の開催（H28新規）	企業の即戦力となる技術者を育成するため、実際にアプリケーションを企画・開発する実践的な技術者育成講座を土佐MBAで開催する	アプリ開発人材育成講座開催回数	— ↓ 15回
【商008】 ◆クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催（H28拡充）	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） ↓ 15回
【商009】 ◆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） ↓ 4件
【商010】 ◆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） ↓ 3回

戦略の柱	4　人材確保・人材育成支援
取組方針	1　人材確保・人材育成支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

会社説明会の開催支援

県まんが・コンテンツ課　：　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

県まんが・コンテンツ課、県内高等教育機関、県内外コンテンツ関連企業　：技術者（アプリケーション開発者等）育成講座の開催

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

社外研修費への助成

県まんが・コンテンツ課　：　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

県まんが・コンテンツ課　：　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

高知県のコンテンツ産業人材育成・確保支援　概観

コンテンツ関連企業の拡大再生産に最も重要な人材の育成・確保を、県を挙げて支援

期待される効果

①県内企業の売上増　②県内相互協業化　③付加価値の高い企画・開発への事業拡大　④県外企業の立地促進　⑤若者の雇用創出・定着

人材育成・掘り起こし

アプリ開発分野

基礎講座（アプリ開発） 新 Tosa Marugoto Business Academy
言語・開発方法論・ツール・マネタイズについて学ぶ講座

応用講座（アプリ開発） 新 Tosa Marugoto Business Academy
4か月間のチーム開発で実践ノウハウを身に付ける講座
事業者からはチームのプロジェクトマネージャとして参加可能

デザイン分野

基礎講座（イラスト） 新 Tosa Marugoto Business Academy
イラストのマネタイズ方法や専用ツールを学ぶ講座

その他

産学情報交換会
教育カリキュラムへの企業のニーズ等の反映

ｱｲﾃﾞｱﾘﾝ×ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝｺﾝﾃｽﾄ 新
人材の発掘、人脈形成（雇用後でも参加OK）

人材確保

人材紹介支援
首都圏等の中核人材の紹介
U・Iターン、移住希望者の紹介
学生のインターンシップのマッチング支援

会社説明会の開催支援 新
雇用機会に応じた県内外の会社説明会の随時開催支援
採用活動の広報支援

立地補助金（※）交付事業者であれば

人材募集費 補助 新 補助金
広告費・説明会会場借上費等の2分の1を補助

雇用後のスキルアップ

人材育成研修の支援 補助金
社外研修費(旅費/滞在費含)の2分の1、最大50万円まで補助

研修費 補助 新 補助金
雇用者対象の研修費（講師謝金等）の2分の1を補助

※高知県コンテンツ企業立地促進事業費補助金
期間3年、最大2.5億円を支援する補助金。
高知県内に拠点を設け、コンテンツビジネスを実施し、操業開始後1年以内に3名以上の県内新規雇用を創出することが要件。

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

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組を行ってきました。また、第2期計画では、第1期計画の取組を通じて得られた成果や財産を最大限活用し、「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を通じた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もたらすとともに、地域の観光振興に対する意識の向上にもつなげることができました。

その一方で、訪日外国人観光客数が過去最高を記録する中、全国的に見ればまだまだ外国人観光客からの知名度が低く、豊かな自然や歴史資源を活かしきれていないといった課題があります。また、平成30年に明治維新150年という節目を迎えることから、第3期計画では、以下の5つの戦略の柱に沿って取組を進めていきます。

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、地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、幕末・明治維新ゆかりの施設を中核に、食や体験観光などとつなぎ、誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げ、そこを中心とした地域での周遊化を進め、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活かし、これまでにないアウトドア拠点を官民協働で整備することで、新たな顧客層を開拓し、観光客の増加につなげていきます。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、法人化に向けた支援や、地域博覧会の開催など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活かしたサイクリングツーリズムを推進するとともに、ラグビーワールドカップ2019開催を見据えた事前合宿の誘致や、施設整備に合わせたアマチュア合宿・大会の誘致推進にも取り組んでいきます。

二つ目の戦略の柱「効果的なセールス＆プロモーション」では、本県の大きな強みである「食」に加えて、大政奉還150年にあたる平成29年・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150年の全国的な盛り上がりをつくり出し、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、地域の観光資源をきめ細やかに発信できる観光サポートアプリを展開し、情報発信の強化を図ります。併せて、コンベンション等（MICE）の誘致活動を強化するため、組織体制の強化を図り、本県の実情に合わせた大会・学会等の誘致とそ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、外国人観光案内所の設置や多言語メニュー作成支援などの外国人観光客の受入基盤整備を中心とした取り組みを進めていきます。

四つ目の戦略の柱「国際観光の推進」では、外国人旅行者向け観光商品づくりの抜本強化を図り、外国人観光客の満足度を高めていきます。また、広域観光周遊ルートを活用した商品づくりやプロモーションを四国4県が連携して積極的に進めていきます。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、全国ネットワークづくりを進めるとともに、海外へのプロモーションを積極的に展開していきます。

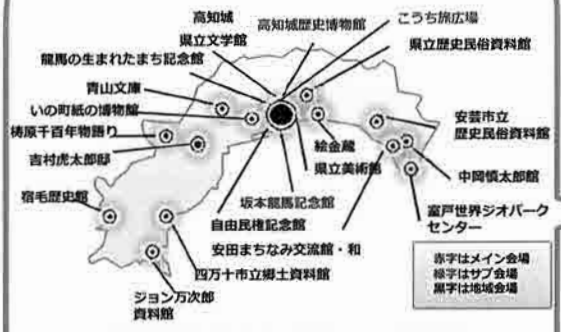
五つ目の戦略の柱「事業体の強化と観光人材の育成」では、観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上を目指します。「土佐の観光創生塾」を通じた地域の観光事業者の育成をはじめ、研修等の実施により外国人観光客へのおもてなしができる人材育成を図るとともに、観光産業を支える事業体の強化にも取り組んでまいります。

観光分野における展開イメージ　～世界に通用する「本物

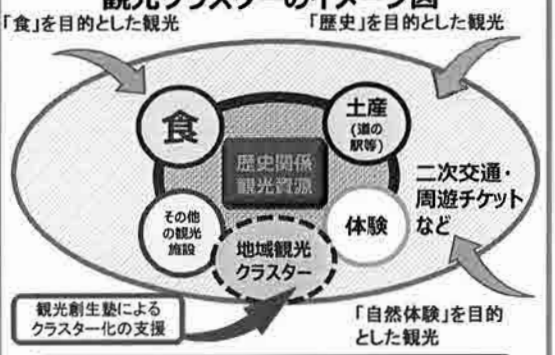
分野を代表する目標

県外観光客入込数　現状(H27)：408万人　⇒　4年後(H31)：
観光総消費額　現状(H26)：1075億円　⇒　4年後(H31)：

博覧会(志国高知 幕末維新博)の会場(予定)



観光クラスターのイメージ図



○地域地域に本物の歴史資源が整う
○歴史と食・自然などが一体となった
周遊観光が定着

【観光商品をつくる】観

戦略の柱1　戦略的な観光地づく

●歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり
・核となる観光拠点の整備
新・歴史資源のリアル化と観光クラスターの整備
新・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
促進支援と地域地域の売れる観光商品づくりを支援
●本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備
・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
拡・広域観光組織の機能強化と地域博覧会の開催支援
拡・地域コーディネーターの配置強化（3か所）
●自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
新・サイクリングコース（40コース）設置とサイクルオアシスの整備
新・自然を活かしたスポーツイベント開催促進（サーフィン・トライア

国内外の観光客が
満足する"おもてな
し"でリピーター化

博覧会の開催を
外国人観光客
歴史・食・自
観光地づく

【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
（クルーズ船の受入対応を含む）
拡・龍馬パスポートの継続と拡充
新・外国人観光案内所の設置（県内広域7か所）
・飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
新・クルーズ客船寄港時の受入体制充実
新・津波避難誘導案内板等の設置
新・多言語通訳コールセンターの開設
新・モバイルWi-Fiルーターの貸出
・おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大
新・観光ｻﾎﾟｰﾄｱﾌﾟﾘを活用した地域の観光情報の提供









戦略の柱4　国際観光の推進

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
新・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
拡・観光創生塾のバージョンアップ（開催地の拡大）と専門講座の
拡・地域コーディネーターの配置強化（3か所）

と出会える高知観光」の実現～

435万人以上　⇒ 6年後(H33)：450万人以上　⇒ 10年後(H37)：470万人以上
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

り

-化)の



化



ロンなど)

戦略の柱4　国際観光の推進

●外国人向け旅行商品づくりの抜本強化
新・外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり
・クルーズ客船の魅力的なオプショナルツアーの造成







通じて
にも対応する
然を連動させた
りをさらに推進!!

磨き上げ整備した
観光資源・商品を
国内外の市場へ

外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

外国人観光客の本県へのさらなる誘客のため、市場のニーズ（し好等）に応じ、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」と「旅行商品」の造成・販売を行う

◆国別周遊ルートを複数設定
◆旅行会社とタイアップした商品販売

○対象市場：台湾・香港・シンガポール（H28）
○周遊ルート設定：3市場×3周遊ルート設定(東・中・西部各１ルート)
○旅行商品販売：３市場各３旅行商品
※H29は韓国・中国・タイにも拡大

連携

国内外メディアを活用したプロモーション

◆首都圏ﾒﾃﾞｨｱ等とのタイアップ
◆VISIT KOCHI JAPANサイトの充実による情報発信の強化
◆旅行情報サイトとの連携
◆既存の着地型観光パンフレットの多言語化等

VISITKOCHI JAPAN
The blessings of nature

【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
新・大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催
拡・国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
新・観光ｻﾎﾟｰﾄｱﾌﾟﾘを活用した地域の観光資源の情報発信
●自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
・施設整備に合わせたアマ合宿・大会誘致強化
・ラグビーW杯2019事前合宿誘致
●コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化
新・中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致
新・大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート







戦略の柱4　国際観光の推進

●効果的な広報・セールス活動の展開
拡・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
●四国4県が連携した広域国際観光（広域観光周遊ルート）の推進
新・広域周遊観光の推進
新・海外旅行博でのプロモーション
●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」の戦略的活用
新・よさこいの全国ネットワークの構築
新・海外向けプロモーションの展開



支え

の向上
-化)の促進支援
開設

拡・広域観光組織の機能強化
・外国人観光客におもてなしできる人材及びガイド団体の育成支援



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】 現状(H27)：408万人 ⇒ 4年後(H31)：435 【観光総消費額】 現状(H26)：1075億円 ⇒ 4年後(H31)：123

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり	2 効果的なセールス&プロモーション	3 OMOT し）の推進
戦略の方向性	「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた		
	歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進	「志国高知 幕末維新博」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化	外国人観光客の抜本的整備
戦略目標	・全国から誘客できる観光拠点の整備 ㉖:2か所→㉛:10か所→㉝:14か所→㊲:17か所 ※県立施設含む ・広域観光組織の体制強化（法人化） ㉗:3か所→㉛:5か所→㉝:6か所→㊲:6か所	・温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを活かし、年間通じたスポーツツーリズムの強化 ㉖:6万人→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 ◆ [新規]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 ◆ [新規]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 2 本県の豊かな自然を活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 ◆ [拡充]広域観光組織の機能強化 ◆ [拡充]地域コーディネーターの配置強化 4 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進 ◆ [新規]サイクリングツーリズムの推進（県内サイクリングコースと休憩所の整備） ◆ [新規]自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	1 効果的な広報・セールス活動の展開 ◆ [新規]大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催 ◆ [拡充]国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化 ◆ [新規]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 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】 ◆ 施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化 ◆ ラグビーワールドカップ2019等の事前合宿の誘致 3 コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化 ◆ [新規]中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致 ◆ [新規]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） ◆ [拡充]龍 ◆ [新規]き 内広域7カ 案内所の ◆ 観光基盤 ・飲食店の 及促進 ・[新規]ク の受入態 ・[新規]津 ・[新規]多 ・[新規]モ ◆ おもてな 大 ◆ [新規]観 域の観光

の体系図

本物と出会える高知観光」の実現

:万人以上　⇒ 6年後(H33)：450万人以上　⇒ 10年後(H37)：470万人以上
0億円以上 ⇒ 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
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% ル」における満足度（「大変良 の割合 80%→㊲:80% クシー」における満足度（「大変良 の割合 80%→㊲:80%	・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ㉖:38,590人泊（3万人泊）→㉛:14.8万人泊 →㉝:22万人泊→㊲:30万人泊 ※(　)内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の宿泊施設での宿泊人泊数。 H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国で一般的に使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数10人未満の宿泊施設の宿泊人泊数を合わせた数値を使用。	・広域観光組織の体制強化（法人化） ㉗:3か所→ ㉛:5か所→㉝:6か所→㊲:6か所
観光客の満足度をさらに高める 環境整備 （クルーズ船の受入対 馬パスポートの継続と拡充 め細やかな観光情報の提供（県 所（ブロック）全てに外国人観光 設置） の整備（受入態勢の充実） 多言語メニュー作成支援及び普 ルーズ客船寄港時の乗船客等へ 勢の充実 波避難誘導案内板等の設置 言語通訳コールセンターの開設 バイルWi-Fiルーターの貸出 トイレ、おもてなしタクシーの拡 光サポートアプリを活用した地 資源の情報発信【再掲】	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 ◆ ［新規］海外旅行博でのプロモーション 2 外国人向け旅行商品づくりの抜本強化 ◆ ［新規］外国人のニーズに対応した商品づくり 3 四国4県が連携した広域国際観光（広域観光周遊ルート）の推進 ◆ ［新規］広域周遊観光の推進 ◆ ［新規］海外旅行博でのプロモーション【再掲】 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 ◆ ［新規］「よさこい」の全国ネットワークの構築 ◆ ［新規］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 ◆ ［新規］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】 ◆ ［拡充］観光創生塾を通じた人材育成 ◆ ［拡充］広域観光組織の機能強化【再掲】 ◆ ［拡充］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（おもてなし研修）

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するが、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活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、豊かな自然を活かしたアウトドアの拠点の整備計画の策定に着手した	・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	自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進	・四国4県で、サイクリングに適した四国一周コースを設定したり、愛媛県と合同でサイクリングイベントを開催するなど広域での取組を実施した ・幡多地域でサイクリングイベントを開催し、同コース上にモデル的にブルーラインを整備した ・県内に約40のサイクリングコース(案)を設定するなど、サイクリストの誘客に取り組んできた	・自転車観光の取組もまだ緒に就いたばかりであり、休憩所の整備やホームページ、パンフレットによるPRなど、しまなみ海道に訪れているサイクリング客を高知まで誘導する取組の強化が必要 ・高知の魅力である自然を誘客に活かし切れていない ・第二の四万十川ウルトラマラソンとなるような自然を活かしたスポーツ大会の立上げ

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:2か所	10か所	14か所	17か所
H27:3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】 ◆アウトドア拠点の整備	○				
【観05】 ◆広域観光組織の機能強化	○			○	
【観06】 ◆地域コーディネーターの配置強化	○			○	
【観07】 ◆サイクリングツーリズムの推進(県内サイクリングコースと休憩所の整備)	○				
【観08】 ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	○				

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	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（H28新規）	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	－ ↓ 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）（H28新規）	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	－ ↓ 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（H26） ↓ 10か所

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

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観04】 ◆アウトドア拠点の整備	本県の豊かな自然を活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	ー ↓ 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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観05】 ◆広域観光組織の機能強化(H28拡充)	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) ↓ 5か所
【観06】 ◆地域コーディネーターの配置強化(H28拡充)	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

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【観07】 ◆サイクリングツーリズムの推進（県内サイクリングコースと休憩所の整備）（H28新規）	県外サイクリストの誘客を図るため、設定したサイクリングコースのPR活動（HPの制作、コースマップの作製・配布など）を行う 快適にサイクリングができるよう、上級コースのハード整備に関する計画の策定と計画に基づいた環境整備に取り組む 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継続開催・拡充を行う 四国全体で誘客するため、四国1周ルートを活用し誘客の促進を図る	①サイクリング目的の県外観光客数 ②サイクリングイベントの県外からの参加者数	①－ ↓ 2万人 ②700人（H26） ↓ 2,000人
【観08】 ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進（H28新規）	県外からの誘客を図るため、県内各地において、本県の強みである自然を活かしたイベントを立上げ、及び拡充しながら継続開催する取組について支援を行う	自然を活かしたイベントによる新規観光入込者数（新規イベント数）	－ ↓ 1,750人（6大会）

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

県観光政策課、(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の制作や、コースマップを作成・配布するなど、PR活動を行う。県内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順次開催し、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

ハード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、距離標、ブルーライン等の環境整備を推進 → 必要により追加整備

県観光政策課、土木部、国土交通省、市町村等、(公財)高知県観光コンベンション協会：関係者による協議会を設置し、ハード整備に係る事業計画を策定し、計画的にブルーライン等の環境整備を行う(休憩所、距離標は、H28・29の2年間で先行しながら整備)

現行のサイクリングイベントの継続開催・拡充

実行委員会(市町村等)、県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会：現行のサイクリングイベントを継続開催・拡充させる取組を支援

四国4県で連携し、四国全体へのサイクリング客の誘致活動

四国4県：四国4県で連携し、四国1周ルートの環境整備やPRを行い、四国全体へサイクリング観光客を呼び込む取組を推進する

自然を活かしたイベントの立上げ、継続開催、拡充

県観光政策課、(公財)高知県観光コンベンション協会：開催助成金を創設し、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、継続開催、拡充する取組を支援する

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、H26、H27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3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	・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	自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進	・競技団体や市町村、関係部局などと連携を密にとりながら、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併せて、アマチュアスポーツ合宿助成金制度を活用し、アマチュアスポーツ合宿誘致の取組を行ってきた ・ラグビーワールドカップ2019の事前合宿誘致の取組として、ターゲット国をサモア、トンガ、フィジーに絞り込み、大使館などへのアプローチとあわせて、トップリーグチームのキャンプや公式戦誘致などキャンプ地としての実績を積み重ねてきた	・合宿について、ニーズはあるが、受入可能なスポーツ施設が十分でない。大学生、高校生等の合宿・大会は、夏休み、春休み等長期の休みに集中しており、一定レベルの施設については、ほぼ飽和状態。施設整備やシルバー世代や障害者スポーツなど新たな誘致ターゲットの開拓が必要 ・ラグビーのキャンプ地としてのノウハウも十分蓄積でき、施設面では受入のための要件を満たしていることが明らかになってきた。イングランド大会も終了したことから、代表国への直接アプローチするなど誘致活動を更に強化する必要がある
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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:6万人	11万人	13万人	15万人
H26:2.0万人	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09】 ◆大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催		○			
【観10】 ◆国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化		○			
【観11】 ◆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12】 ◆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13】 ◆ラグビーワールドカップ2019等の事前合宿の誘致		○			
【観14】 ◆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15】 ◆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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【観09】 ◆大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催（H28新規）	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	— ↓ 10万人
【観10】 ◆国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化（H28拡充）	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	— ↓ 毎年50件以上
【観11】 ◆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（H28新規）	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	－ ↓ 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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観12】 ◆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、土佐西南大規模公園の多目的グラウンドの人工芝化等の施設整備を行いながら、大学、社会人等のアマチュアスポーツの合宿誘致を強化する 合宿・大会誘致のターゲットをシルバー世代や障害者に拡大する	アマチュアスポーツ合宿による県外宿泊者数(人泊)	30,819人泊(H26) ↓ 55,000人泊
【観13】 ◆ラグビーワールドカップ2019等の事前合宿の誘致	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ながら、ターゲット国を絞り込みつつ、ラグビーワールドカップ2019の事前合宿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代表チームの事前合宿の受入チーム数	－ ↓ 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の誘致

県観光政策課、(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、誘致ターゲットも拡大しながら、土佐西南大規模公園の多目的グラウンドの人工芝整備や高知市東部総合運動場の多目的ドームの建設等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事前合宿誘致・受入の環境整備 → **事前合宿の受入** → **継続した合宿の受入**

県観光政策課、(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、ターゲット国を絞り込みつつ、ラグビーワールドカップ2019の事前合宿誘致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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観14】 ◆中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致(H28新規)	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) ↓ 97件
【観15】 ◆大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート(H28新規)	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) ↓ 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向上してきた ・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、受入環境の整備が整いつつある ・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進	・案内標識など多言語化への対応やタクシーの接客などさらなる改善が必要 ・外国人観光客への着地でのきめ細やかな情報提供や受入環境づくりを早急に進めることが必要

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:77%	78%	79%	80%
H26:79%	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16】 ◆龍馬パスポートの継続と拡充			○		
【観17】 ◆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18】 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)			○		
【観19】 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大			○		
(再掲)【観11】 ◆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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観16】 ◆龍馬パスポートの継続と拡充(H28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)	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17】 ◆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)(H28新規)	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) ↓ 11か所
【観18】 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実)(H28新規)	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	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	①メニューを多言語化した飲食店数 ー ↓ 800店舗 ②津波避難案内板設置数 ー ↓ 30か所 ③無料W-IFI環境の整備 19か所 ↓ 83か所
【観19】 ◆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	①おもてなしトイレ 694か所(H26) ↓ 850か所 ②おもてなしタクシー 284人(H26) ↓ 600人
(再掲)【観11】 ◆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(H28新規)			

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）

外国人観光客の受入基盤を整備（メニューの多言語化）

無料Wi－Fi環境の整備

高知市中心市街地における
クルーズ船受入環境を整備

クルーズ客船寄港時の受入基盤の充実

市町村、観光関係団体、(公財)高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課：クルーズ船の対応を含め、県内の外国人観光客の受入環境の整備を推進

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
(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
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、H27:21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26年外国人延べ宿泊者数全国44位）
2	外国人向け旅行商品づくりの抜本強化	・海外旅行会社等ファムツアーの実績 H25:9回、H26:20回、H27:14回（12月末時点）	・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	四国4県が連携した広域国際観光（広域観光周遊ルート）の推進	・観光庁の広域観光周遊ルートに四国が認定 （H27年6月、事業期間：5年間（～H31年）） ◉市場調査・戦略策定（5年間のロードマップ作成） ◉滞在型コンテンツの作成 ◉海外旅行博でのプロモーション（フランス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26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	・国内外の大規模イベントへの「よさこいチーム」派遣等により、全国42都道府県で200以上の祭り・イベントで「よさこい」が演舞され、H25年からは高知市を中心に全国のネットワークも構築 ・世界各地（H27年時点で16か国以上）で、よさこいチームの立ち上げやよさこい祭りが開催 ・2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定後は、国等に対して、「よさこい」を「日本の祭り」として世界へアピールすることについて政策提言しているところ	・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 ◉国の施策と連携して効果的な事業展開を図ること

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26：38,590人泊(3万人泊)	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20】 ◆クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化		○			
【観21】 ◆海外旅行博でのプロモーション		○			
【観22】 ◆外国人のニーズに対応した商品づくり	○				
【観23】 ◆広域周遊観光の推進		○			
(再掲)【観21】 ◆海外旅行博でのプロモーション		○			
【観24】 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築		○			
【観25】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開		○			

分野	観光分野

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【観20】 ◆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（H28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
【観21】 ◆海外旅行博でのプロモーション（H28新規）	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） ↓ 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、県おもてなし課：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

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、おもてなし課：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、県おもてなし課：
・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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観22】 ◆外国人のニーズに対応した商品づくり(H28新規)	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	ー ↓ 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づくりの抜本強化

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「鉄板」旅行商品造成・販売（中国・韓国・タイ）

（公財）高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課：
・市場ニーズに応じた観光資源の抽出・選別・磨き上げ

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、県おもてなし課：
・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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観23】 ◆広域周遊観光の推進(H28新規)	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) ↓ 148,000人泊
(再掲)【観21】 ◆海外旅行博でのプロモーション (H28新規)			

戦略の柱	4　国際観光の推進
取組方針	3　四国4県が連携した広域国際観光（広域観光周遊ルート）の推進

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、県おもてなし課：
・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、県おもてなし課：
・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）

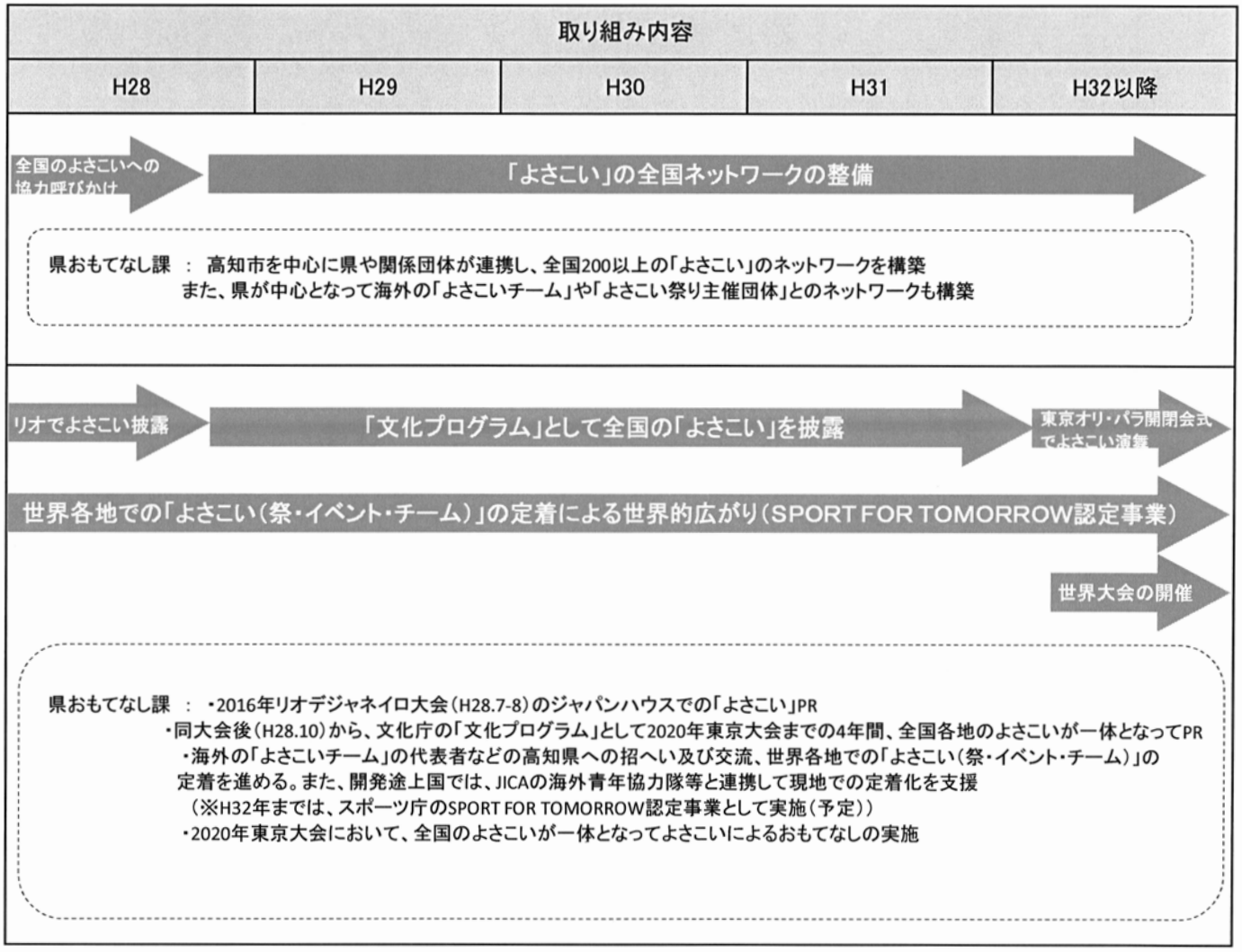
東京・中国地域（山陰・瀬戸内）・四国地域の連携による外国人旅行者誘致事業を活用した広域国際観光の推進

（公財）高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課：
・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	現状値 ↓ 目標値(H31)
【観24】 ◆「よさこい」の全国ネットワークの構築	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	全国よさこいネットワーク組織(仮称)への参加団体数	7(H27) ↓ 200
【観25】 ◆海外(世界)に向けたプロモーションの展開	2020年東京オリンピック・パラリンピックを通じて、「よさこい」を「日本の祭り」として世界へアピールすることで、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フェイスブック ― ↓ 1万件 ②よさこいの開催国数 16ヶ国(H27) ↓ 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



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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:3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26】 ◆観光創生塾を通じた人材育成			○	○	
(再掲)【観05】 ◆広域観光組織の機能強化	○			○	
(再掲)【観06】 ◆地域コーディネーターの配置強化	○			○	
【観27】 ◆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	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(H28新規)			
【観26】 ◆観光創生塾を通じた人材育成(H28拡充)	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	― ↓ 250件
(再掲)【観05】 ◆広域観光組織の機能強化(H28拡充)			
(再掲)【観06】 ◆地域コーディネーターの配置強化(H28拡充)			
【観27】 ◆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) ↓ 35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				

効果的なセールス&プロモーション

<観０１>

平成28年度以降の取り組み

●歴史を中心とした博覧会の開催（平成29年３月～）

明治維新150年に当たる平成30年を大きなチャンスと捉え、歴史を中心としたキャンペーンや博覧会を開催するとともに、博覧会の開催を通じて、地域地域における受入態勢や受入基盤、情報発信等の強化を行い、本県観光のさらなる振興を図る。

●コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化

多くの集客が期待される学会や各種大会等のさらなる誘致を図るため、企業、大学等へのセールス活動の強化や国際ミーティングエキスポへの出展などに取り組む。

●高知県の自然を活かしたスポーツツーリズムの推進

自然環境を活かしたスポーツツーリズムを推進するため、スポーツ大会の新規開催支援と併せてサイクリングコースの整備などサイクリング観光の推進に取り組む。

アマチュアスポーツの合宿・大会誘致の強化と、ラグビーワールドカップ2019の事前合宿誘致に向けて取り組みを本格化させる。

キャンペーンの継続及び博覧会の開催

「リョーマの休日」キャンペーンの継続

○より歴史色を打ち出したキャンペーンに一部リニューアルし、博覧会へのスムーズな接続を図るプロモーションを展開する。

博覧会の開催

○歴史を中心とした博覧会を開催する。



博覧会開催に向けたスケジュール（予定）

年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
トピック	龍馬生誕180年	薩長同盟150年	大政奉還150年	明治維新150年	
取り組み	リョーマの休日キャンペーン		博覧会第一幕 H29.3～H29.12予定	博覧会第二幕 H30.1～12予定	ポスト博覧会
		実施計画等策定	プロモーション展開（「リョーマの休日」から博覧会へ）		
		歴史資源の磨き上げ、歴史観光クラスターの整備	地域会場		

コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化

★県の協定締結企業や観光特使など誘致先となり得る相手方とのネットワークを最大限に活用し、企業研修や企業ミーティング、団体総会、学会等の誘致を進める。

１）セールスの強化

・協定締結企業、病院、大会・学会の運営本部や県内事務局となる大学等へのセールス
・国際ミーティングエキスポ等への出展

２）高知流MICEの検討・提案

・高知の強みを活かした魅力的なツアーの提案
・ユニークベニュー（高知ならではの会議スポット）の調整・提案
・大会開催等にかかる主催団体の準備・運営のサポート

３）体制の強化

４）インセンティブの充実

・助成金の限度額の見直しや新たなメニューの追加



MICE（マイス）とは

Meeting（ミーティング）、Incentive（インセンティブ）、Convention（コンベンション）、Event（イベント）／Exhibition（エキシビジョン）の頭文字を並べたものであり、企業ミーティング、報奨旅行、国内・国際会議、イベント、展示会を指す

スポーツツーリズムの推進

自然を活かしたスポーツツーリズムの推進

○自然環境を活かしたトライアスロン、マラソンなどのスポーツイベントの開催促進
・スポーツイベントの開催をサポートし、大会開催を促進（助成制度の創設）

○関係機関と連携したサイクリング観光の取組の強化
・サイクリングコースのＰＲ（ＨＰの制作、コースマップの作成・配布など）
・休憩所や距離標等の整備とブルーラインなどの整備計画の策定



強みを活かしたプロキャンプ及びアマスポーツ合宿・大会誘致等の推進

○プロ野球やＪリーグのキャンプ誘致、プロゴルフ大会への支援
○アマチュアスポーツ合宿助成金の拡充
○合宿誘致の新たなターゲットの開拓
・シルバー世代の大会や障害者スポーツの合宿

ラグビーワールドカップ2019日本大会等に向けた取組

○ラグビーワールドカップ2019の事前合宿等の誘致

○なでしこリーグやラグビーなどトップリーグの公式戦の誘致



地域地域の戦略的な観光地づくりの総合的な支援

＜観０２＞

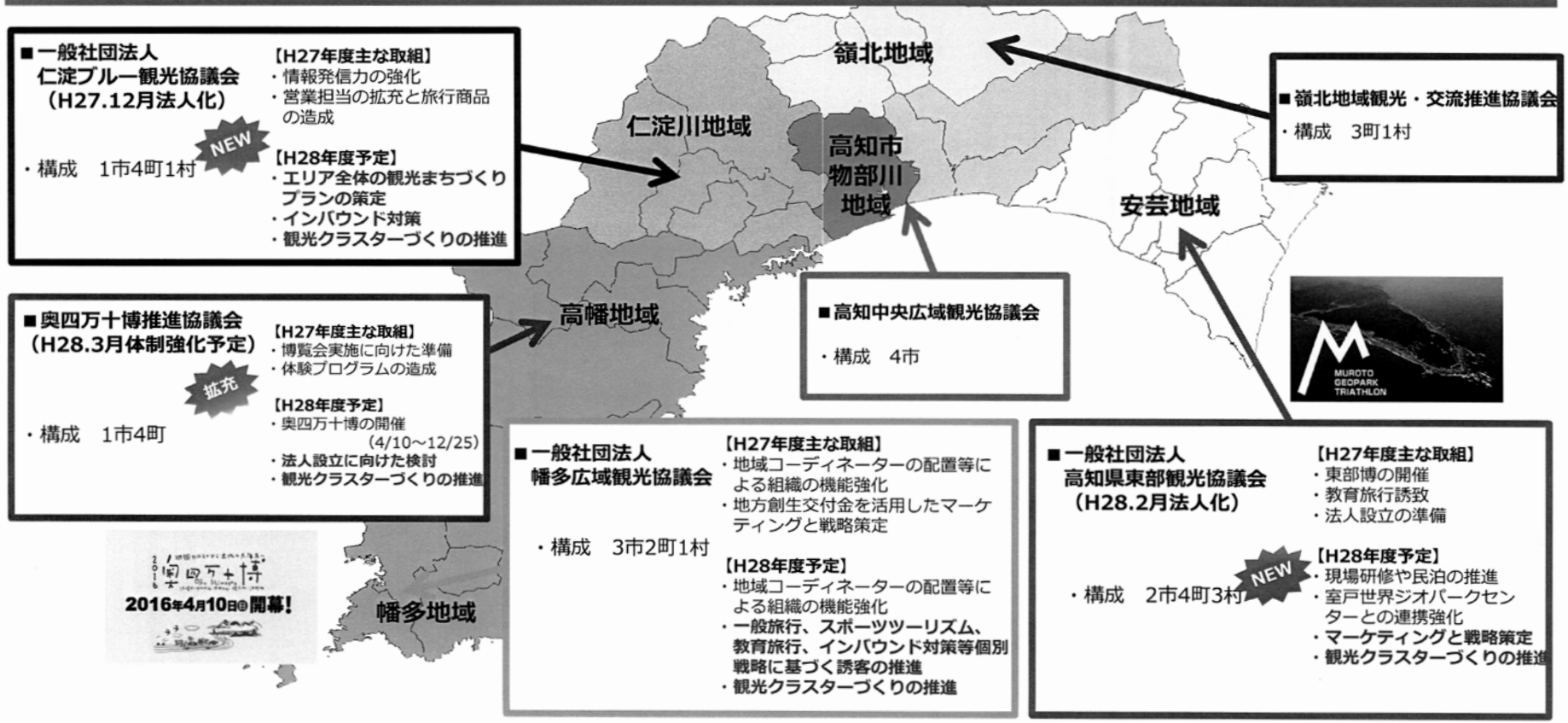
【28年度の主な取組】

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・磨き上げに加えて、**観光クラスター化**への取組を支援
2．地域観光商品造成等事業
　地域の事業者と広域観光組織等が一体となって地域の観光資源を磨き上げ、旅行商品の販売につなげる仕組みをより強化し、地域地域の地域観光クラスター化を推進
　○　地域コーディネーター配置の増（西部、中央部に加えて**東部にも配置**）
　○　観光創生塾の開催地の増（西部、中央部に加えて**東部も開催**）
　○　観光創生塾のｶﾘｷｭﾗﾑの拡充（基礎講座に加えて**専門講座、現地ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸを追加**）
　○　新たな専門講座、現地ｸﾞﾙｰﾌﾟﾜｰｸにより塾生間の連携を促し**地域観光ｸﾗｽﾀｰ化を加速化**
3．広域観光推進事業費補助金
　○　広域観光組織の定める中長期計画等を踏まえ、ステージに応じた事業展開を支援

【広域観光組織が担うべき機能】

①　企画統括機能
　○　マーケティング調査、観光まちづくりの戦略立案
　○　県や市町村等との連携、観光クラスターづくりの推進
②　情報発信機能／パンフ作成、ホームページ・メルマガ、セールス活動等
③　旅行取扱機能／総合窓口、着地型商品造成・販売等
④　観光人材育成／観光事業者、ガイド・インストラクター養成等
⑤　観光産業化
　○　商品開発、地域内産品の販売（インバウンド含む）





■一般社団法人
仁淀ブルー観光協議会
（H27.12月法人化）

NEW

・構成　1市4町1村

【H27年度主な取組】
・情報発信力の強化
・営業担当の拡充と旅行商品の造成

【H28年度予定】
・**エリア全体の観光まちづくりプランの策定**
・**インバウンド対策**
・**観光クラスターづくりの推進**

■嶺北地域観光・交流推進協議会

・構成　3町1村

■奥四万十博推進協議会
（H28.3月体制強化予定）

拡充

・構成　1市4町

【H27年度主な取組】
・博覧会実施に向けた準備
・体験プログラムの造成

【H28年度予定】
・奥四万十博の開催（4/10～12/25）
・**法人設立に向けた検討**
・**観光クラスターづくりの推進**

■高知中央広域観光協議会

・構成　4市

■一般社団法人
幡多広域観光協議会

・構成　3市2町1村

【H27年度主な取組】
・地域コーディネーターの配置等による組織の機能強化
・地方創生交付金を活用したマーケティングと戦略策定

【H28年度予定】
・地域コーディネーターの配置等による組織の機能強化
・**一般旅行、スポーツツーリズム、教育旅行、インバウンド対策等個別戦略に基づく誘客の推進**
・**観光クラスターづくりの推進**

■一般社団法人
高知県東部観光協議会
（H28.2月法人化）

・構成　2市4町3村

NEW

【H27年度主な取組】
・東部博の開催
・教育旅行誘致
・法人設立の準備

【H28年度予定】
・現場研修や民泊の推進
・室戸世界ジオパークセンターとの連携強化
・**マーケティングと戦略策定**
・**観光クラスターづくりの推進**

国際観光のさらなる強化

＜観０３＞

つくる　外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

[事業の目的及び概要]
外国人観光客の本県へのさらなる誘客のため、市場のニーズ（し好等）に応じ、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」と「旅行商品」の造成・販売を行う

「鉄板」観光資源の構成要素

①高知県ならではの地域に根差した「観光資源」であること
②通年での利用が可能であること
（季節性のある資源であっても、年間を通じた利用を志向）
③アクセス（１次交通・２次交通）が確保されていること
④外国人旅行者の受入れが可能なこと
（案内板・パンフレット・クレジットカード対応、Wi-Fi環境など）
⑤リピーターが楽しめる工夫がみられること
（初回ならでは、２回目ならではの楽しみ方があること）

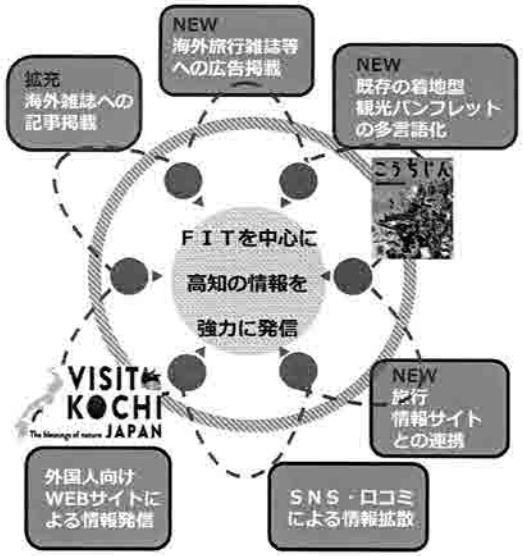
○対象市場：台湾・香港・シンガポール（H28）
○周遊ルート設定：3市場×3周遊ルート設定(東・中・西部各１ﾙｰﾄ)
○旅行商品販売：３市場各３旅行商品



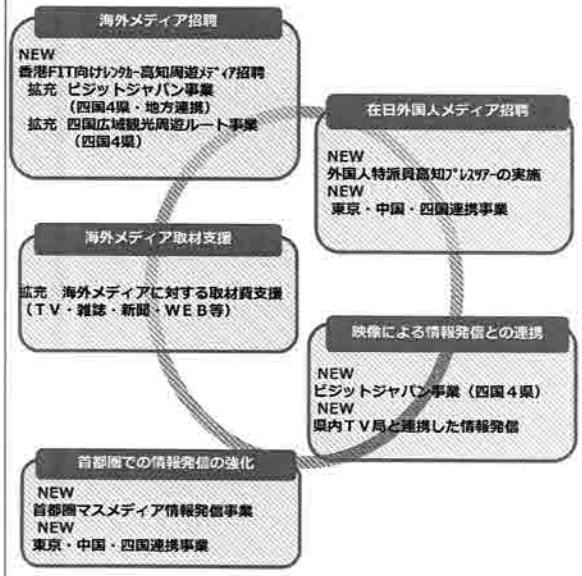


売る　国内外マスメディア等を活用した情報発信の強化

1　クロスメディアによるさらなる情報発信の強化



2　国内外のマスメディアのさらなる活用



OMOTENASHI（おもてなし）の推進

もてなす　外国人観光客の受入基盤整備を２年間（H27～H28）で強力に推進

1　市町村や民間事業者の取組を強力に支援

○国際観光受入環境整備事業費補助金による支援強化　拡充
市町村や民間団体等が実施する観光地、観光施設等における外国人観光客の受入基盤の整備が平成２８年度までに完了するよう支援を充実・強化する。

★整備すべき事項
・観光案内板、観光パンフレットの多言語化
・館内外サインの多言語化
・トイレの洋式改修
・Wi-Fi環境の整備　など

★拡充のポイント
・補助限度額の見直し
・外国人観光案内所の開設等への支援　など




2　県の取組のさらなる強化

○津波避難誘導案内板等の設置　NEW
主要な観光地において多言語で津波避難場所等を表示した誘導案内板等を設置する。

○多言語通訳コールセンターの開設　NEW
「ｉ」案内所や龍馬パスポート参画施設、市町村観光協会等が外国人観光客の接客時に利用することができる24時間対応の多言語通訳コールセンターを設置する。

○モバイルＷｉ-Ｆｉルーターの貸し出し　NEW
外国人観光案内所において、モバイルWi-Fiルーターの無料貸出を行う。

○多言語メニューの普及促進　NEW
県内各地の飲食店へ多言語メニューの普及促進を図る。

土佐の観光創生塾のバージョンアップの方向性

＜観０４＞

平成27年度

◆平成27年度の創生塾

地域の事業者と広域観光組織等が一体となって地域の観光資源を磨き上げ、旅行商品として販売していくための仕組みを構築

中央・東部

★講座+ワーク(2コマ×6回)
①観光旅行動向のﾄﾚﾝﾄﾞ理解
②旅行会社の仕組み
③上期旅行商品の開発
④旅行商品の販売に向けて
⑤ﾈｯﾄなどを活用した販売・情報発信
⑥下期旅行商品の開発
★地域コーディネーターによる個別フォローアップ

西　部

★講座+ワーク(2コマ×6回)
①ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ・地域資源活用
②ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ推進の意義
③県外先進事例
④旅行商品の開発と販売の仕組みづくり
⑤旅行会社と連携した商品開発とｾｰﾙｽ・商品造成
⑥商品造成
★地域コーディネーターによる個別フォローアップ

課題を踏まえてバージョンアップ

平成28年・平成29年度

Version up

創生塾拡充のポイント：地域地域における自律的・持続的な観光地づくりにつなげる

①地域の観光事業者の裾野を広げる
②常に新しい商品を作り（進化し）続ける
③旅行商品を結び周遊の仕組みを作る
④地域地域の地域観光クラスター化を進める（異業者の連携強化・同業者の規模拡大）

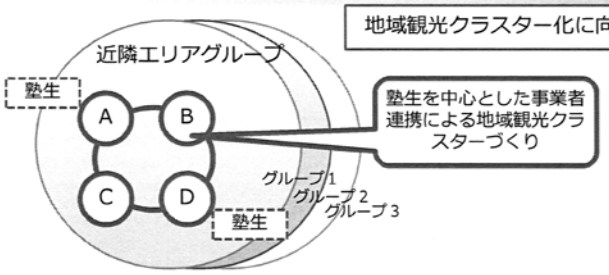
東部・中部・西部の３地域で開催　２部構成×６回＝12プログラム（各20名程度参加）

	基	専	基	専	基	専
1部 講座	第１回 ・地域観光クラスターについて ・旅行トレンド・マーケティング	第２回 ・地域観光クラスターの意義と必要性について ・先進事例に学ぶ	第３回 ・着地型旅行商品の取組の先進事例	第４回 ・地域での効果的な情報発信手法の確立	第５回 ・旅行会社と連携した商品化	第６回 ・エリアコンセプトを明確にした観光地づくり
2部 グループワーク	第１回 ・受講者同士の地域の状況の共有 ・商品の磨き上げ	第２回 ・地域観光クラスタープランの企画	第３回 ・商品の磨き上げ（コーディネーターによる個別アドバイス）	第４回 ・地域観光クラスタープランの磨き上げ	第５回 ・商品の磨き上げ（コーディネーターによる個別アドバイス） **→商品の完成**	第６回 ・地域観光クラスターの形成

現地支援：コーディネーターによるクラスター化に向けたハンズオン支援 → 地域観光クラスター化に向けた現地支援① → 地域観光クラスター化に向けた現地支援②

県補助金による支援

地域観光クラスター化に向けたグループワークイメージ



（創生塾講座内）
参加事業者が地域におけるクラスター化についてグループワークを通じて企画
（ハンズオン）
地域観光クラスター形成に向けてコーディネーターによる現地支援

30・31年度

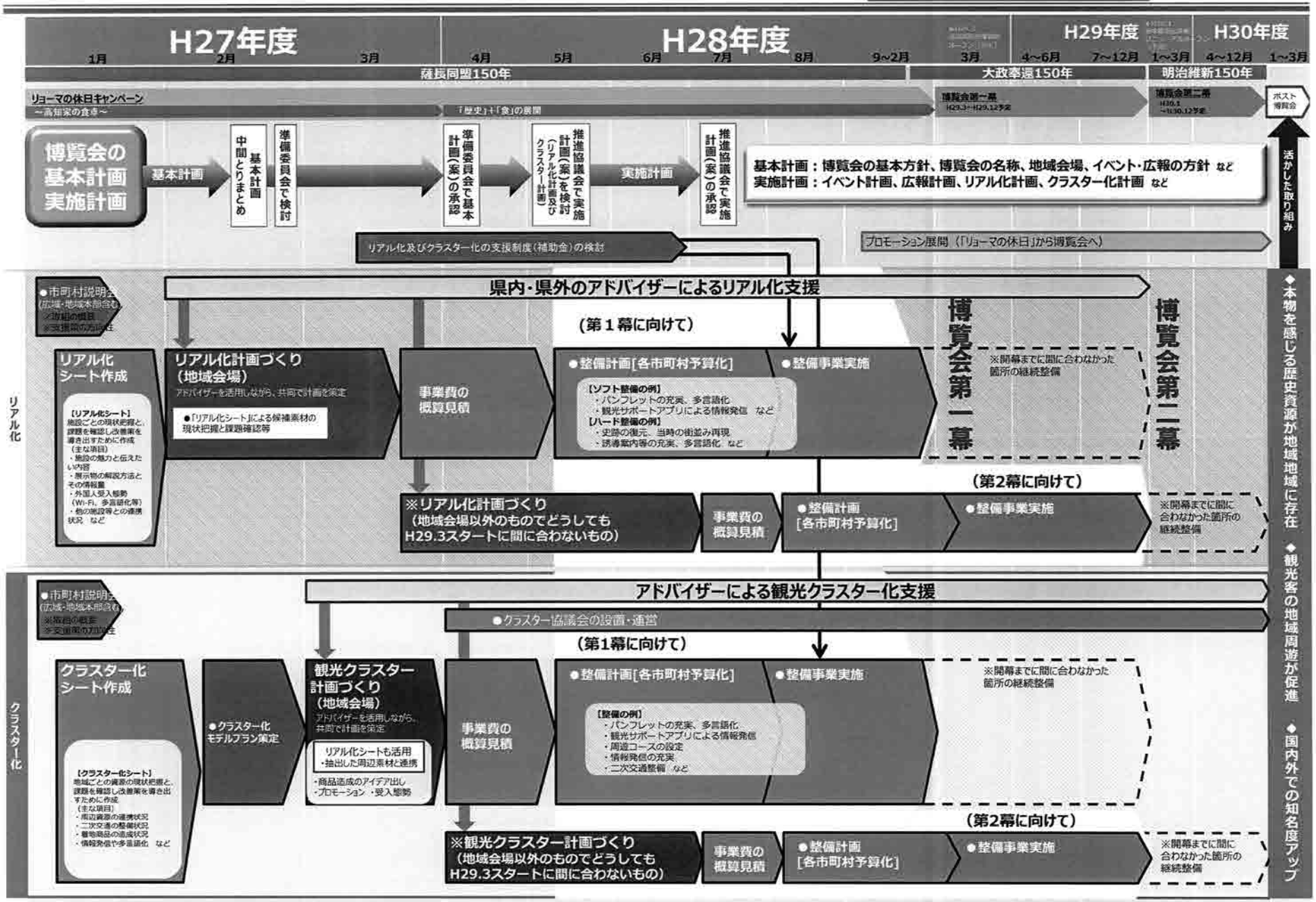
◆学官協働による地域が主体となった人材育成とクラスターの定着

①高知大学が開設する社会人向けの観光講座との連携
・H28：ワークンググループの実施によるプログラム構築　・H29：プログラムの試行　・H30：本格実施
②広域観光組織が中心となった人材育成とクラスターの磨き上げ

歴史資源のリアル化・観光クラスター整備の工程表

凡例：県の取り組み／県・市町村共同／市町村の取り組み／県・市町村・広域共同

<観０５>



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。

地産外商公社の外商活動を契機とした成約件数が、平成23年度の1,327件から平成26年度は4,393件と大きく伸び、平成27年度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進めています。

また、輸出の取り組みについては、戦略的なプロモーションの展開により、高知ユズが海外で認知され、市場が広がるなど、食料品の輸出額が平成26年に目標を上回る3億円を達成しました。

一方で、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が格段にレベルアップしているため、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です。

また、地産外商公社が仲介・あっせんした事業者のうち、中小規模の事業者は出荷額が順調に伸びているものの、比較的に規模の大きな事業者には外商支援が十分に効いていないことや、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といった課題も見えてきました。

2．第3期計画における当該分野の目指す姿、目標、戦略の構成、拡大再生産へ繋げるための仕組み

「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、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

バイヤーやシェフ等による定番化に向けた商品アドバイスを、県内事業者にフィードバックするとともに、外商を支援する関係者がアドバイスを共有して、事業者の取り組みを個別にサポートし、一層の商品の磨き上げにつなげます。

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、HACCP研修の充実や、ワンストップ相談窓口の設置、生産管理コーディネーターの配置など、事業者自らが改善しながら取り組む環境を整えていきます。

柱2　外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商公社の全国展開をさらに進め、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、パートナー企業との同行営業による新たな外商先へのアプローチなど、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強化して、高知家の認知度の維持・向上や、プロモーション項目の強力なセールス活動の展開、地産外商・観光振興・移住促進に直結する具体的な行動の一層の喚起に取り組みます。

柱3　輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

ユズの輸出拡大に加えて、ユズの輸出で蓄積したノウハウを生かしながら、次に続く輸出品目として土佐酒の輸出拡大や、定番化に向けた新たな品目の掘り起こしに取り組みます。

貿易に取り組む企業の掘り起こしと企業のステージに応じたサポートを行って、貿易に取り組む企業のすそ野を広げていきます。

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ため、事業者の個別課題に対応したサポートチームによる支援を強化して、企業の拡大再生産に向けた設備投資等を後押ししていきます。

柱5　地域に根差した産業クラスターの形成

生産から加工、流通、販売までの関係者が、それぞれのノウハウを生かしながら連携し、新たな商品開発や販路開拓に取り組むことを通じて、地域ブランドを創り出す食品産業のクラスターの形成に取り組み、将来的には、県内外の食品加工事業者の新たな立地にもつなげていきます。

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》の展開イメー

分野を代表する目標　**食料品製造業出荷額等**　現状(H26)892億円⇒4年後(H31)1,000億円＋α⇒6年

地産の強化

柱1　定番化に向けた商品づくり

市場が求める商品づくり

新 商品力アップへの支援（バイヤー、シェフ等から定番化に向けた商品アドバイス）
- ・県内事業者へフィードバック
- ・外商を支援する関係者がアドバイスを共有し、企業の取組を個別に支援

○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」、県内量販店等

拡 県内における商談機会の創出
- ・産地視察型商談会

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の強化
- ・ＨＡＣＣＰ研修の充実
- ・ワンストップ窓口の設置
- ・生産管理コーディネーターの配置

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

新 加工関連ビジネスの展開

第一次産業、第二次産業、第三次産業の事業者の相互理解の促進と新事業の創出など、具体的な取組の起点となるプラットフォームの設置

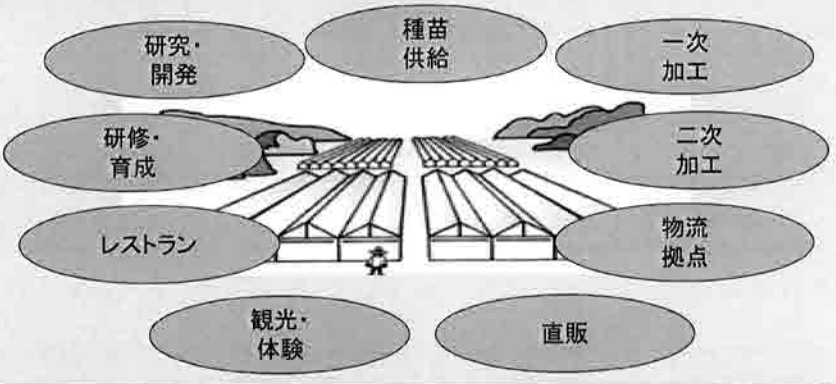
新 「高知家食の未来創造ネットワーク」の設置

好循環を生み出し拡

拡大再

新 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

- ・川上から川下までの情報を集約してクラスター化を誘導
- ・クラスター育成チームを設置してクラスタープランを策定
- ・官民協働のクラスタープロジェクトチームを設置してクラスター形成の取組を開始
- ・クラスターを支援する専門コーディネーターの配置
- ・支援メニューをパッケージ化してクラスターの形成を総合的に支援

ージ ～素材を生かした加工立県、県産品が全国ブランドに～

後(H33)1,035億円＋α⇒10年後(H37)1,085億円＋α ※左記目標は「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

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

地産外商公社の活動強化
・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外商機会の拡大

高知家プロモーションの強化

○県産品の認知度維持・向上と販売促進の展開（ブランディング、マーケティング）
・プロモーション項目のセールス活動との連動

農産物の外商強化

加工用ニーズへの対応

水産物の外商強化

「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化

柱３ 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

国・地域別の輸出拡大

○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

○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)

拡 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）

新 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（農業振興部・水産振興部等との連携、市場調査等）

大再生産へ

生産

拡 柱４ 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

企業の課題に対応したサポートチームを設置し、各企業の拡大再生産をトータルでサポート

食品ビジネスまるごと応援事業

県内事業者からの相談　相談窓口:地産地消・外商課

↓

県や関係機関による支援を希望する事業者を募集

↓

事業化プランの策定

・事業者及び地産地消・外商課、地産外商公社、アドバイザーにより策定（経営ビジョン、戦略、方向性等）

↓

事業化プランの実行
事業化プランの進捗確認と専門家からのアドバイス　月１回程度

↓

補助金

県：ものづくり補助金、農商工連携基金、経営革新支援事業
国：ものづくり補助金

市場対応商品開発等事業費補助金
地産地消・外商課

拡大再生産！

拡大再生産へ

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　現状（H26）：892億円⇒4年後（H31）：1

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	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］ ㉗：ー→㉘：100社→㉙：170社 ・水産加工の出荷額等 ㉕：184億円→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.市場が求める商品づくり ◆［新規］商品力ｱｯﾌﾟへの支援 ◆「まるごと高知」での商品の磨き上げ ◆県内量販店等での商品の磨き上げ・販路拡大 ◆［拡充］県内における商談機会の創出 2.食品加工のさらなる生産管理高度化支援の強化 ◆［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 3.第一次産業、第二次産業、第三次産業の事業者の相互理解の促進と新事業の創出など、具体的な取組の起点となるﾌﾟﾗｯﾄﾌｫｰﾑの設置 ◆［新規］「高知家食の未来創造ﾈｯﾄﾜｰｸ」の設置 4.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 ◆［拡充］直販所支援の強化 5.水産物加工の推進 <加工関連ﾋﾞｼﾞﾈｽの展開> ◆［新規］残さい加工ﾋﾞｼﾞﾈｽの再構築 ◆［新規］冷凍保管ﾋﾞｼﾞﾈｽの事業化 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.地産外商公社の全国展開による事業者の外商機会の拡大 ◆［拡充］地産外商公社の活動強化 2.「まるごと高知」の情報発信力の強化 ◆高知家ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝと連携した店舗ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝの強化 3.高知家ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝの強化 ◆県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開 4.農産物の外商強化 ◆［新規］加工用ﾆｰｽﾞへの対応 5.水産物の外商強化 ◆［拡充］「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化 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 7.関西地区における県産品販路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路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

工立県」・「県産品が全国ブランドに」

，000億円＋α⇒6年後（H33）：1，035億円＋α⇒10年後（H37）：1，085億円＋α
※上記目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

化

輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

ズ及び土佐酒の輸出拡大や、定番化に向て新たに力を入れる品目の掘り起こし等より、国別・品目別の輸出戦略を本格的展開

食料品の輸出額
⑯：3.38億円→㉛：9億円→㉝：12億円→㊲：17億円

貿易に取り組む企業
⑯：49社→㉛：100社

国・地域別の輸出拡大
有望（安定）市場での展開

新興（チャレンジ）市場での展開

品目別の輸出拡大
ユズの輸出拡大

ユズの生産振興

[拡充]土佐酒の輸出拡大

[新規]酒米の生産振興

[新規]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

企業のサポート強化
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

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（成長の芽）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

・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）
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
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）
㉕：184億円→㉛：200億円→㉝：203億円→㊲：220億円

1.事業者の個別課題に対応したサポートチームによる支援の強化
◆［拡充］食品ビジネスまるごと応援事業の強化

2.高度加工ビジネスへのステップアップ
◆［拡充］既存加工施設の衛生管理体制の強化
◆［新規］HACCPに対応した加工施設の立地促進

3.企業の設備投資支援の強化
◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ
◆ 企業の成長に合わせた設備投資助成

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

戦略目標

食品産業クラスターの形成
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
◆［新規］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

◆地域アクションプランの実行支援【再掲】

2.全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進
◆［新規］企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（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】
	○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	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→H26：2,420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→H26：241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15社、参加予定事業者8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]） ・県内事業者と県内外のバイヤーとの商談会を開催し、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、成約件数H24：68件→H26：93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 ・県内量販店等と連携したテストマーケティングを通じて、消費者が求める商品づくりと食の安全・安心の取組を強化することが必要 ・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
2	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→H26：延べ527人） ・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→H26：延べ212人、食品表示アドバイスH24：479件→H26：616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できるように支援することが必要
3	第一次産業、第二次産業、第三次産業の事業者の相互理解の促進と新事業の創出など、具体的な取組の起点となるプラットフォームの設置	・H21に食品産業研究会を立ち上げ、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（事業化プラン作成数H24：5件→H26：17件） （セミナー—H24：9回→H26：28回）	・第一次、二次、三次産業の事業者が交流を深めて、新事業の創出などの具体的な取組の起点となる仕組みを構築することが必要 ・この仕組みの中で、セミナー等を開催して、異業種間の交流を深め、食品産業に携わる人材育成や、売れる商品づくり、食の安全・安心の推進、食品産業クラスターの推進などにつなげることが必要
4	農産物加工の推進	・6次産業化に取り組む人材育成を支援（H22～H27：農業創造セミナー参加グループ56団体） ・県域流通を目指す事業者を支援（H27：25事業者） ・産振補助金等を活用した直販所の整備を支援（直販所の売上 H23：85億円→H26：93億円） ・食の安全・安心を推進するため、直販所に「安心係」を配置（H23：116店→H26：121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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:ー→H28:100社→ H29:170社			
H25:184億円	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】◆商品力アップへの支援	○	○			
【外商02】◆「まるごと高知」での商品の磨き上げ	○	○			
【外商03】◆県内量販店等での商品の磨き上げ・販路拡大	○	○			
【外商04】◆包括協定等による県内事業者の販路開拓・販路拡大	○	○			
【外商05】◆県内における商談機会の創出	○	○			
【外商06】◆衛生管理の高度化における基本の徹底	○	○			
【外商07】◆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08】◆大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援			○		
【外商09】◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	○	○			
【外商10】◆「高知家食の未来創造ネットワーク」の設置	○	○	○		
(再掲)【農22】◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○	
(再掲)【農23】◆直販所支援の強化	○	○			

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（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】
	○水産物加工の推進	【水産加工の出荷額等】

5	水産物加工の推進	・宗田節用原魚の安定確保に向け協議の場を設定 ⇒土曜出漁等の対策により原魚取扱量が増加 ・宗田節の認知度向上、新商品の開発や販路開拓等を支援 ⇒PR活動により宗田節の認知度が向上、一般消費者向け宗田節新商品の売上が増加（2社の宗田節新商品売上H24：33百万円→H26：81百万円） ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築（原魚取扱量H26：4万尾→H27：8万尾）	・宗田節加工残さい処理施設の老朽化対策が必要 ・原魚の安定確保に向けた冷凍保管機能の強化が必要
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、外商への挑戦による事業の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[H27実績見込み含む]） ※産振総合補助金　217件　33.1億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー404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）：518人 ・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 ・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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:ー→H28:100社→ H29:170社			
H25:184億円	200億円	203億円	220億円

(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		○	○		○
【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・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商01】 ◆商品力アップへの支援（H28新規）	事業者の成長を支援するため、市場関係者の協力を得て、定番化に向けた商品アドバイスを行い、商品のブラッシュアップにつなげるとともに、アドバイスの内容をデータベース化し、関係機関が共有する	データベース化して支援する企業数	― ↓ 170社
【外商02】 ◆「まるごと高知」での商品の磨き上げ	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） ↓ 200商品/年
【外商03】 ◆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） ↓ 年間延べ20社
【外商04】 ◆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 ↓ （H31） パートナー企業4回／年 包括協定企業1回／年
【外商05】 ◆県内における商談機会の創出（H28拡充）	県内における商談機会の創出のため、県内事業者に県内での商談機会を提供するとともに、地域で外商活動を行える体制の構築を目指す	県下7ブロックで自発的に開催される商談会回数	― ↓ 4回 （H28～H31累計）

戦略の柱	1　定番化に向けた商品づくり
取組方針	1　市場が求める商品づくり

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

市場関係者からの定番化に向けた商品アドバイス

県内事業者：大規模商談会の審査会や市場ニーズに基づく定番化に向けた相談会、商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：市場関係者からのアドバイスの内容を事業者にフィードバックするとともに、データベース化し、関係機関が共有しながら、事業者の商品力アップ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

テストマーケティングによる県内量販店等での商品の磨き上げ、販売強化

県内事業者：ニーズ把握や商品磨き上げにより県内量販店等での販売を拡大
県内量販店等：売場の提供や商品へのアドバイスによる県産品の発掘及び販売強化
県地産地消・外商課：テストマーケティング実施により県内量販店等と県内事業者との繋がりをつくるとともに販売拡大を支援

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

商談会の開催

県内事業者：商談会への参加、地域での商談会の開催
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、地域の外商活動の支援

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商06】 ◆衛生管理の高度化における基本の徹底（H28拡充）	事業者の基礎的衛生・品質管理の徹底を支援するため、経営者向けトップセミナーや基本知識の向上に向けた一般衛生管理研修を開催する	研修に参加する企業数	－ ↓ 250社 （H28～H31累計）
【外商07】 ◆HACCP導入型基準の取得に向けた衛生管理の高度化支援（H28拡充）	事業者のHACCP手法の導入を支援するため、HACCP研修の実施や衛生管理に関するワンストップ相談窓口の設置、個別支援としてのHACCPアドバイザーの派遣を行う	HACCP手法導入に関する相談企業数	－ ↓ 300社 （H28～H31累計）
【外商08】 ◆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（H28拡充）	HACCP導入型基準を導入した事業者の製造現場の改善を図るため、生産管理コーディネーターを派遣し、事業者が大手小売業者等の工場監査に対応できるよう現地指導するとともに、業界全体の衛生管理水準の向上を図るため買手側（量販店・卸業者等）向け指導者研修を行う	製造現場の改善に関する指導に対応する企業数	－ ↓ 120社 （H28～H31累計）
【外商09】 ◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	新たに施行された食品表示法への事業者の円滑な対応を支援するため、食品表示の適正化のための研修を行うとともに、食品表示関連法の管轄部署と連携して、ワンストップアドバイスを行う	食品表示に関する相談企業数	179社（H26） ↓ 210社 （H31）

戦略の柱	1　定番化に向けた商品づくり
取組方針	2　食品加工のさらなる生産管理高度化支援の強化

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配置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・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商10】 ◆「高知家食の未来創造ネットワーク」の構築（H28新規）	県内で芽生えてきた様々な連携のかたち（高知県農商工連携協議会等）を生かし、新たな事業創出の起点となるようなプラットフォームを構築する	異業種交流会	－ ↓ 年間12回

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【農22】 ◆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 ⇒別図＜農04＞参照（p.165）	農林水産加工品販売額	45.8億円（H26） ↓ 50億円
（再掲）【農23】 ◆直販所支援の強化（H28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	直販所売上高	93.3億円（H26） ↓ 100億円

戦略の柱	1　定番化に向けた商品づくり
取組方針	3　第一次産業、第二次産業、第三次産業の事業者の相互理解の促進と新事業の創出など、具体的な取組の起点となるプラットフォームの設置

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

「高知家食の未来創造ネットワーク」を通じた異業種交流による新事業の創出支援

県地産地消・外商課：高知家食の未来創造ネットワークを設置し、セミナーや異業種交流会を開催することにより、事業者間の相互理解を深めて新事業の創出を図る(高知県農商工連携協議会・土佐フードビジネスクリエーター・高知県食品産業協議会・高知県食品外販協同組合等の関係団体との連携強化)

戦略の柱	1　定番化に向けた商品づくり
取組方針	4　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みがきあげの支援

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、直販所活性化のための支援

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【水20】 ◆残さい加工ビジネスの再構築 （H28新規）	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	― ↓ 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（H28新規）	加工用原魚の安定確保や加工品等の安定供給を図るため、県内水産業の冷凍保管機能の強化を進める	新たな冷凍保管ビジネスの構築	― ↓ 新たな冷凍保管ビジネスの開始

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	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アクションプランを土台とした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） ③地域アクションプランにおけるクラスタープロジェクト数	①518人（H24～H27累計見込） ↓ 600人（H28～H31累計） ②36.4億円 （H26） ↓ 59.7億円 （H31） ③0件（H27） ↓ 20件（H28～H31累計）
【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（61件H28.2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	― ↓ 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（食品数ベース）	35.7%（H26） ↓ 50.0%

戦略の柱	1 定番化に向けた商品づくり
取組方針	5 水産物加工の推進

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
県合併・流通支援課 ： 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

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
県合併・流通支援課 ： 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	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

地域アクションプランを土台とした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、個々の課題に応じたきめ細やかな支援を展開

学校教育活動全体での地場産物を活用した学校給食や食育の推進

各学校・給食センター等： 地場産物活用のための会議等の開催。量販店、生産者、関係機関等と連携した計画的、継続的な食育の推進
県教委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・地産外商戦略の展開（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県内事業者と小売店等との成約】
	○海洋深層水の利用拡大	【海洋深層水関連の売県内製造品売上高（食品関連）】

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	地産外商公社の全国展開による事業者の外商機会の拡大	・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 3.47億円→H26：4,393件16.05億円）	・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→H26：4.41億円） （来店者 H23：722,077人→H26：647,261人）	・「まるごと高知」の来店者減少に対応するため、内装のリニューアル等を含め、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	高知家プロモーションの強化	・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 （H26年度末の高知家の認知度は目標を上回る28%） （高知家ピンバッジ配布数は累計24万個超え） （高知家スターの登録は目標を上回る1,500人以上）	・高知家の認知度35%を目指すとともに、生産者から小売までの関係者が戦略を共有し、より強力なセールス活動の展開でさらなる成果につなげることが必要
4	農産物の外商強化	・顧客と産地をつなぐ新たな流通・販売体制を構築 ⇒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～）	・取扱商品が少ない
5	水産物の外商強化	・大都市圏の飲食店と県内事業者とのネットワークを構築するため、「高知家の魚応援店制度」を創設し、県外の飲食店を「高知家の魚応援の店」として登録 （平成27年度末の登録目標である500店舗を達成） ・県内事業者の取引拡大につなげていくため、商談会や産地見学会等を開催し、現在、県内事業者の取引店舗は延べ200店舗になった ・本県水産物の外商への意欲、知識・ノウハウを有する県内水産関係事業者と県が連携して、築地場外市場に新設された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（目標）	・応援店制度 県外飲食店とのネットワークを活用し、「応援の店」と県内事業者とのマッチング機会を拡充し取引につなげていくことが必要 「応援の店」500店舗のうち、取引している店舗、取引の可能性のある店舗を重点的に絞り込み、効果的にフォローを行い、さらなる取引の拡大につなげていく 産地指導（鮮度処理、荷姿等）による品質、商品力の向上が必要 ・さかな屋　高知家 施設を活用した外商機会の創出（商談会や催事の開催） 店頭販売や外商におけるリピーターの増加
6	海洋深層水関連商品の外商強化	・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（H26相談件数550件、マッチング件数95件）、機械装置開発のマッチング（H26：7件）等を実施したほか、成長分野育成研究会や「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	・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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:16.1億円	36億円		
H26:95億円	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】◆地産外商公社の活動強化		○			
【外商15】◆高知家プロモーションと連携した店舗プロモーションの強化		○			
【外商16】◆県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開		○			
【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34】◆<青果物>(中規模)加工用ニーズへの対応		○			
(再掲)【水23】◆「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化		○			
(再掲)【商08】◆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	○	○			

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（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県内事業者と小売店等との成約】
	○海洋深層水の利用拡大	【海洋深層水関連の売県内製造品売上高（食品関連）】

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	・試食商談会「土佐の宴」の開催や、大手卸売事業者・「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→H26：1,000人） ・高知県フェア等の開催や商談会出展への支援を行い、県産品の認知度向上や販路拡大（H24～H26高知フェア等開催数：延べ144回、H24～H26商談会出展回数：延べ24回、H26成約実績615件3.6億円） ・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 ・関西における人的ネットワークを最大限に活用するとともに、観光コンベンション協会など関係団体等との更なる連携によるPR機会の創出が必要
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→H26：25回34,160千円） ・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→H26：5,391千円） ・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。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:16.1億円	36億円		
H26:95億円	108億円	114億円	122億円

【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・スポーツ団体等への情報提供の強化		○			
【外商22】◆関西地区における大学・専門学校等との連携による交流人口の拡大		○			
【外商23】◆関西地区における外国人旅行客の誘致のための情報収集・情報発信		○			
【外商24】◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保		○			
【外商25】◆中部地区における試食・商談会等を活用した新たな販路開拓		○			
【外商26】◆中部地区における企業誘致の推進		○			
【外商27】◆中部地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開		○			

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商14】 ◆地産外商公社の活動強化（H28拡充）	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アプローチする企業数	－（H27） ↓ 120社

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商15】 ◆高知家プロモーションと連携した店舗プロモーションの強化	来店者数の増加を図るため、高知家プロモーションとも連携しながら、店舗プロモーションを強化する	まるごと高知来店客数	64.7万人（H26） ↓ 80万人

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商16】 ◆県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開	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。 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、高知家ブランドを活用した商品拡大などのセールス促進策を展開する	首都圏、近畿圏における高知家の認知度	28%（H26） ↓ 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）	高知県や県産品の認知度の向上をめざし、県産品の情報や県外における高知フェア等、タイムリーな情報発信により、消費者の「買う」「食べる」への行動誘発を促進する また、Facebook「高知うまいもの情報室」等を活用し、高知県の美味しいものをメインとしながら、各種イベントも併せた情報発信等を行う	まるごとネットページビュー	41,491件/月（H26） ↓ 70,000件/月

戦略の柱	2　外商支援の全国展開でより大きな商流へ
取組方針	1　地産外商公社の全国展開による事業者の外商機会の拡大

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

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

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　高知家プロモーションの強化

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、（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、重点的に支援する品目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
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、高知家ブランドを活用した商品展開）
県民：高知家プロモーションへの参画

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：コンクール受賞情報等、自社商品の情報発信に活用
県地産地消・外商課：高知まるごとネット及び高知うまいもの情報室を運営し、県産品を中心にタイムリーな情報発信を行う

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【農34】 ◆＜青果物＞(中規模)加工用ニーズへの対応(H28新規)	○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08＞参照(p.169)	加工専用素材の新たな供給産地	― ↓ 4地区

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【水23】 ◆「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化(H28拡充)	県内事業者と「高知家の魚応援の店」との取引を拡大するため、商談会や産地見学会の開催等によるマッチングを支援する	県内事業者の「高知家の魚応援の店」との取引店舗数	延べ105店舗(H26) ↓ 延べ400店舗

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【商08】 ◆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) ↓ 112億円 ②－ ↓ 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	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

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

県合併・流通支援課 ： 「応援の店」や高級飲食店の産地招へい、産地や「さかな屋高知家」での商談会の開催、「応援の店」へのニーズ収集による県内事業者へのフィードバック等を通じて、県内事業者が行う外商の取組を支援
県内事業者：商談会等への参加による外商活動の展開、ブランド化の推進等魅力ある商品の開発

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・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	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	食業界のネットワーク人数 1,000名（H26） ↓ 1,500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露出回数	マスメディア訪問、掲載、露出等 89件（H26） ↓ 100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の実施・参加件数	各種観光展・イベント 43件（H26） ↓ 60件
【外商21】 ◆関西地区における旅行会社・スポーツ団体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・スポーツ団体等への訪問件数	旅行会社・スポーツ団体等への訪問 72件（H26） ↓ 110件
【外商22】 ◆関西地区における大学・専門学校等との連携による交流人口の拡大	交流人口を拡大するため、大学や専門学校等と地域を繋ぎ、県内の各地域情報の効果的な発信を図る	関西地区における大学・専門学校等との交流件数	大学・専門学校等との交流 14件（H26） ↓ 20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路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）地産外商公社との連携によるフェア開催に向けた営業活動（商品提案・生産地視察・販促アイテムの提供）

大型商談会への出展及び個別営業活動への支援

県大阪事務所：（一財）地産外商公社が取り組む大型商談会への出展支援、県内事業者への個別訪問先の紹介、県内事業者との同行訪問による営業活動支援をサポート

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

旅行社・スポーツ団体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

大学・専門学校等との連携による交流人口の拡大

県大阪事務所：大学や専門学校等と地域を繋ぎ、県内の各地域情報の効果的な発信を図り、交流人口を拡大する

【外商23】 ◆関西地区における外国人旅行客の誘致のための情報収集・情報発信	外国人旅行客の誘致のため、インバウンド誘致に繋がる情報収集・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件数	インバウンド関連機関への訪問等 6件（H26） ↓ 15件

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商24】 ◆中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保	県産品との触れ合いの機会の場を確保するため、地産外商公社と連携しながら、量販店や飲食店等に高知フェアの開催を提案して、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を提供する 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する	中部地区での高知県産品の販売額	34,000千円（H26） ↓ 83,000千円
【外商25】 ◆中部地区における試食・商談会等を活用した新たな販路開拓	定番的取引拡大のため、これまでの外商活動を通じて、中部地区で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、地産外商公社と連携して進める 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	中部地区での定番的取引額の増加	5,400千円(H26) ↓ 13,000千円
【外商26】 ◆中部地区における企業誘致の推進	企業誘致の推進のため、既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施、高知県への進出希望企業の地道な発掘を行う	中部地区からの誘致企業数	－ ↓ 2社

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

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路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：高知県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

【外商27】 ◆中部地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開	本県への誘客につなげるため、来所者に対して地元情報をきめ細かく提供する 本県への誘客につなげるため、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を実施する 本県への誘客につなげるため、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、高知の露出を高めてもらえるよう、メディアを始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組む	中部地区での観光関係者へ訪問回数	76回(H26) ↓ 97回

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、よさこい夢まつり、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並びに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：エージェントへのイベント情報提供による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・地産外商戦略の展開（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）	・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 ・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%→H27：100%） ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築（原魚取扱量H26：4万尾→H27：8万尾） ・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、後継者の育成が必要 ・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 ・酒米品種「吟の夢」は、酒造適性が高く、酒造メーカーの評価も高いものの、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 ・養殖魚のさらなる産地加工の拡大に向けた輸出の促進が必要 ・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→H26：49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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:3.28億円	9億円	12億円	17億円
H26:49社	100社		

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【外商28】◆有望(安定)市場での展開	○	○			
【外商29】◆新興(チャレンジ)市場での展開	○	○			
【外商30】◆ユズの輸出拡大	○	○			
(再掲)【農11】◆ユズの生産振興	○	○			
【外商31】◆土佐酒の輸出拡大	○	○			
(再掲)【農14】◆酒米の生産振興	○	○			
(再掲)【水22】◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	○	○	○		○
【外商32】◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし	○	○			
【外商33】◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援	○	○			

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商28】 ◆有望（安定）市場での展開	さらなる輸出拡大のため、輸出額10,000千円以上（H26年は7ケ国）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	有望市場への食料品の輸出額	7カ国：2億5千3百万円（H26） ↓ 5億円
【外商29】 ◆新興（チャレンジ）市場での展開	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	新興市場への食料品の輸出額	－ ↓ 2カ国以上：2千万円

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商30】 ◆ユズの輸出拡大	本県の輸出基幹品目であるユズの輸出促進、認知度向上のための取組を行う	ユズの輸出額	1億3千万円（H26） ↓ 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） ↓ 13,100t （H30～H31年平均）
【外商31】 ◆土佐酒の輸出拡大（H28拡充）	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	土佐酒の輸出額	1億円（H26） ↓ 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	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

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

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（酒米の生産拡大）

(再掲)【農14】 ◆酒米の生産振興(H28新規)	○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を育成する	①酒造好適米の作付面積 ②「吟の夢」1,2等比率	①50ha(H27) ↓ 80ha ②58.8%(H26) ↓ 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(H28新規)	加工養殖魚の輸出の促進を図るため、輸出に取り組む事業者の組織化や国際見本市への出展等を通じた海外販路の開拓等の取組を支援する	国際見本市への出展	― ↓ 3回
【外商32】 ◆定番化に向けた新たな品目の掘り起し	ユズに次ぐ新たに力を入れて取り組む品目(輸出基幹品目)の輸出促進のための取組を行う	新たに力を入れて取り組む品目	1品目(H26) ↓ 3品目

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開(食品分野)》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【外商33】 ◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援	貿易に取り組む企業のすそ野を広げるため、企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援を行う	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) ↓ 55回 (H28～H31累計)

酒米の高品質安定生産技術の普及

生産者：高品質安定生産技術の導入と実践、酒米の産地化、組織化
農業団体：酒米生産計画の策定、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酒米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
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

新品種の開発 → **新品種の普及・定着**

生産者：新品種の導入、生産拡大
農業団体：新品種の導入に向けた適応性の検討、生産者への栽培技術支援
県農業技術センター：新品種の育成と導入に向けた適応性の検討、高品質安定生産技術の確立

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：高知県水産物輸出促進協議会の設立、輸出支援アドバイザーとの連携によるサンプル出荷を通じた課題の抽出とノウハウの蓄積、商談会への参加や継続的な輸出への取組
県合併・流通支援課：輸出支援アドバイザーの設置、冷凍養殖魚の品質保持技術の開発、協議会の輸出促進の取組の支援

関係機関との連携・掘り起こし

県地産地消・外商課：（農水産物）農水産部と連携し新たに取組む品目の選定
（個別企業）輸出に意欲のある企業との連携
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

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・地産外商戦略の展開（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（成長の芽）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の拡大再生産に伴う売上増】
	○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の拡大再生産に伴う売上増】
	○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	事業者の個別課題に対応したサポートチームによる支援の強化	・H27より関係機関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、各企業の拡大再生産をトータルでサポート（サポートチームの支援により3社が商品開発・改良、1社がレシピ開発）	・これまで地産外商公社が仲介・あっせんした事業者のうち、中小規模の事業者は出荷額が順調に伸びている一方で、比較的規模が大きな事業者には、外商支援が十分に効いていないことが見えてきたため、これまでの活動に加えて、規模が比較的大きな事業者の成長を後押ししていくことが必要
2	高度加工ビジネスへのステップアップ	・地域アクションプラン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：1,144百万円（H26） ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築（原魚取扱量H26：4万尾→H27：8万尾） ・衛生管理のレベルアップをソフト面で支援 ⇒1社が県版HACCP認証、4社が食品高度衛生管理手法認定を取得	・さらなる産地加工の拡大に向けた加工処理能力の強化及び衛生面の高度化が必要
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 ・H21からH27.12月末現在で、延べ58件の工場等の増設の実績 ・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 ⇒「標準型：補助率6.8%」により、新規雇用者数77名、生産能力16.1億円の向上を見込む ⇒H27に創設した、経済波及効果の高い設備投資に対する「特別型：補助率25%」により、新規雇用者数14名、生産能力 3.7億円を見込む	・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 ・企業の大きな成長のためには、設備投資支援を含めたトータルサポートが必要

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:ー	43億円	52億円	72億円
H26:ー	20億円	29億円	44億円
H25:184億円	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34】◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化			○		
(再掲)【水18】◆既存加工施設の衛生管理体制の強化	○	○	○		
(再掲)【水19】◆HACCPに対応した加工施設の立地促進		○	○		○
(再掲)【商25◆】徹底したアフターフォローー			○		
(再掲)【商26】◆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34】◆企業の成長に合わせた設備投資助成			○		

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商34】 ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化(H28拡充)	外商の成果を拡大再生産につなげていくため、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に対応したサポートチームを設置し、専門家の助言を得ながら総合的な支援に取り組む	企業の事業化プランの策定支援件数	― ↓ 80件 （H28～H31累計）

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	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(H28拡充)	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	― ↓ 16社
（再掲）【水19】 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(H28新規)	養殖魚の前処理加工事業の拡大を図るため、輸出にも対応できる加工施設の整備を支援する	HACCP導入のための専門家による指導回数	― ↓ 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	1　事業者の個別課題に対応したサポートチームによる支援の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

サポートチームによる事業者の事業化プランの策定・実行を支援

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、サポートチームと専門家が連携して支援する

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

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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
県合併・流通支援課　：　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

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
県合併・流通支援課　：　施設改修や新設に係る支援

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【商25】 ◆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（全体）	50件 （H24～H27累計） ↓ 40件 （H28～H31累計）
（再掲）【商26】 ◆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（全体）	50件 （H24～H27累計） ↓ 40件 （H28～H31累計）
（再掲）【商34】 ◆企業の成長に合わせた設備投資助成	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.322）	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） ↓ 134億円 （H28～H31累計）
		②設備投資助成への申請件数	②38件 （H24～H27累計） ↓ 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） ↓ 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（標準型・特別型））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・地産外商戦略の展開（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	―	・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重要
		・産業振興推進地域本部を設置し、市町村との連携のもと、各地域アクションプランに掲げた目標設定に向けたきめ細やかなサポートを実施することで、地域に新たな産業が生まれるとともに、地産、外商への挑戦による事業の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[H27実績見込み含む]） ※産振総合補助金　217件　33.1億円（補助額ベース） ※産振アドバイザー404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）：518人	・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	全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進	・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全庁的な総合支援体制をH27に構築	・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

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26: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35】◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導			○		
(再掲)【外商11】◆地域アクションプランの実行支援	○	○	○		
(再掲)【商23】◆企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現			○		

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【外商35】 ◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導（H28新規）	本県産業の一層の発展を目指すため、県内の食料産業の関係者がお互いの強みを活かし、生産・加工・流通・販売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拡大	－ ↓ 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アクションプランを土台とした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） ③地域アクションプランにおけるクラスタープロジェクト数	①518人（H24～H27累計見込） ↓ 600人（H28～H31累計） ②36.4億円（H26） ↓ 59.7億円（H31） ③0件（H27） ↓ 20件（H28～H31累計）

分野	連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【商23】 ◆企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現(H28新規)	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04＞参照（p.325）	立地決定件数（全体）	50件 （H24～H27累計） ↓ 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	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⇒販売

加工業務用野菜の産地化

新たな加工場の立地への取組

加工設備の拡充、物流機能の整備、販路拡大

県：クラスター情報共有会議を設置してクラスター化案件に参加意欲の事業者（産地・企業・地域）を公募
クラスター育成チーム（県農業振興センター、関係団体、専門コーディネーター等）：応募事業者のクラスタープランの策定を支援
クラスタープロジェクトチーム（県農業振興センター、市町村、関係団体、専門コーディネーター等）：事業の拡大・新規事業の展開を支援

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

地域アクションプランを土台とした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

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　全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進

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）

平成28年度 食品ビジネスまるごと応援事業

<外01>

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（成長の芽）を解決し、次のステージに踏み出せるよう、県内外の専門家の助言を得ながら、関係機関との連携を密にし、総合的な支援に取り組む

端　緒

市場が求める商品づくり

新 商品力アップへの支援（バイヤー、シェフ等から定番化に向けた商品アドバイス）
- 県内事業者へフィードバック
- 外商を支援する関係者がアドバイスを共有し、個別に支援

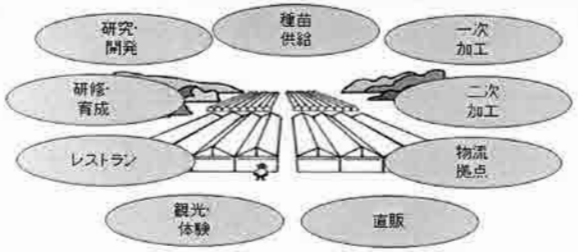
生産管理高度化支援

拡 小売業者等に対応できる生産管理高度化を支援
- ＨＡＣＣＰ研修の充実
- ワンストップ窓口の設置
- 専門コーディネーターの配置

第一次～第三次産業の事業者の相互理解の促進と新事業の創出など、具体的な取組の起点となるプラットフォームの設置

新 「高知家食の未来創造ネットワーク」の設置

新 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

地産外商の成果を拡大再生産へ！

事業化プラン策定

サポートチーム
窓口は地産地消・外商課

関係機関（産業振興センター、金融機関等）や専門家と連携して、企業ごとにサポートチームを設置

専門家
相談・派遣

より専門的な助言・指導を実施

事業化プランの策定

各企業の事業化プランづくりをサポート（地産地消・外商課、地産外商公社、アドバイザー）
【経営ビジョン、事業戦略等】

プランに応じた産業振興計画の支援策をコーディネート

プラン実行

プランに基づく事業展開を、支援策の適用により積極的に支援

サポートチーム
商工労働部、産業振興センター、貿易協会、工業技術センター、商工会、商工会議所、金融機関、市町村等

専門家からのアドバイス

拡 平成28年度 市場対応商品開発等事業費補助金

【ソフト】商品開発、衛生管理、販路拡大
例）パッケージデザイン、専門家コンサル費用、成分検査、展示会旅費 etc.
【ハード】衛生管理に関する機械装置
例）金属探知機、真空包装機、防虫機、ビニールカーテン、エアコン etc.

＜設備投資、規模拡大等の大型補助金＞
県：ものづくり補助金、農商工連携基金、経営革新支援事業
国：ものづくり補助金

アフターフォローの強化
【高知家食の未来創造ネットワーク】との連携
■専門家と連携したフォローアップ

拡大再生産

地産地消・外商課（＋地産外商公社）
- ○関係機関や専門家と連携して、企業ごとにサポートチームを設置（50社）
- ○各企業の事業化プランづくりをサポートし、各企業の事業展開を明確化→カルテ化
- ○生産管理から販路開拓まで、県内企業の成長をトータル支援

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 / 産業振興センター / 工業技術センター / 中小企業団体中央会 / 商工会議所連合会 / 商工会連合会 / 金融機関 / 大学等

平成28年度　食品生産管理高度化支援事業

<外02>

小売店等が求める衛生基準に適合しないために商談機会を逃すことがないよう、製造現場の生産管理の更なる高度化を支援

これまでの取組

○消費地から求められる生産管理（衛生・品質管理、食品表示）の高度化を支援
・県版ＨＡＣＣＰ認定施設
Ｈ22以降　19施設
・高度衛生管理手法認定
Ｈ24開始以降　28施設

課題

○生産管理高度化の強化が必要
・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
・商品の定番化を図るためには、流通事業者の工場監査をクリアすることが必要
○国の動き
・海外の安全基準に対応するＨＡＣＣＰの普及を目指す

今後の取組

○事業者への「ＨＡＣＣＰ手法」の導入を支援
・ＨＡＣＣＰ研修の充実
・事業者自らが改善しながら取り組めるよう支援
○製造現場の改善を支援
・**ワンストップの相談窓口を設置**し、事業者ごとに支援
・県内の卸・小売業者の衛生担当者と連携して、製造現場の改善を支援

STEP1【基礎的なスキルの習得】
・トップセミナー
・一般衛生管理研修、ＨＡＣＣＰ研修
・指導者研修
新

STEP2【食品衛生法「HACCP手法」の導入】
・**HACCPアドバイザーによる個別支援**
・県食品衛生課、各福祉保健所の食品衛生監視員による指導・助言
・食品衛生協会の食品衛生指導員（約450名）によるアドバイス

STEP3　【工場現場の改善】
・**ワンストップ相談窓口を設置**
・**HACCP導入済み事業者に対して、幅広い知識を持つ生産管理コーディネーターを派遣し、工場現場の改善を支援**

流通事業者の工場監査をクリア！

ワンストップ相談窓口　**ＨＡＣＣＰアドバイザー・生産管理コーディネーターを配置**

【支援者ネットワーク】
県内の卸・小売業者とも連携して、製造現場の改善を支援

県立大学、各福祉保健所・食品衛生監視員、食品衛生指導員（約450名）等

県内量販店の後押し
大手量販店の品質管理担当者による取引メーカーの生産管理担当者

パートナー企業の後押し
ビジネスマッチング企業55社の生産管理体制の強化を、パートナー企業が後押し

食品生産管理高度化支援事業委託料

STEP1 基本的なスキルの習得
新 **トップセミナー(半日×3か所)：経営者を対象としたセミナーの開催（高知市、四万十市、安芸市）**
拡 **一般衛生管理(PRP)研修（半日×3か所）：一般衛生管理（５Ｓ）研修会の開催（高知市、四万十市、安芸市）**
拡 **HACCP研修（2日×7か所）：自社の工場の危害要因分析とHACCPプランの作成**演習　（各福祉保健所単位）

STEP2 HACCP手法の導入
新 **指導者研修（6日）：** 流通・小売業者の担当者を中心に、県内事業者向けの**「指導者」となりうる人材**の育成
新 **HACCPｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰによる個別支援：**食品衛生監視員と連携して現地指導・確認　⇒　事業者自らが衛生管理の「自主点検」を徹底。県の「食品総合衛生管理認証」の取得を支援

STEP3 工場現場の改善
新 **生産管理コーディネーターを派遣：**工場現場の改善を個別支援　【製造工程の効率化など、生産管理全般のアドバイスを合わせて実施】

流通事業者の工場監査をクリア！

高知家プロモーション４年目の展開
～これまでの資産を活用した成果の実体化につなげる新たなフェーズへ～

<外03>

１年目

□１年目＝平成25年度はまず高知のことを知ってもらうため、
高知県に「家」をつくりました。

●高知家ウェブサイト90.8万PV（目標70万PVの130%）
●高知家認知度22%（H25.10月）
●広告換算効果3億1,200万円
●動画閲覧数(2/23時点)　記者会見篇192,277回、高知家の唄109,067回
●移住者数270組（468人）（平成24年度121組（225人）の223%）

２年目

□２年目＝平成26年度は「家にあるええもん」を発表し、
具体的な情報発信を行いました。

●高知家認知度28%（H27.3月調査）（目標25%を３%超える）
●高知家ウェブサイト70.2万PV
（コンテンツ充実により開始後１カ月を除いた比較では前年比144%）
●広告換算効果5億3,600万円
●動画閲覧数（2/23時点）　大会議篇106,927回
●移住者数403組（652人）（平成25年度270組（468人）の149%）

３年目

□３年目＝最大の魅力である人の魅力を強力に打ち出し、
①全員が主人公として展開の拡大
②スターが自分自身の言葉で語る説得力ある発信
を行いました。

●高知家認知度 30%（H27.9月中間調査時点）
●スター登録 1,543人（3/7時点）（目標1,000人）
●高知家ピンバッジ　累計約 241,480個（2/19時点）
●高知家ウェブサイト 94.4万PV（3/6時点）
（１年目比で104%、２年目比で134%）
●広告換算効果 6億7,400万円（3/1まで）
●動画閲覧数 みんなぁがスターやき篇 74,832回（前年同期比142%）
（3/6時点）　スター募集篇 48,209回（前年同期比77%）
爺-POP from 高知家ALL STARS 187,705回(2/26-3/6)
●移住者数 398組(642人)(4-1月実績。前年同期比125%)
●フェイスブック、スター情報拡散の取り組み



□重点品目プロモーション
スターである生産者の情報と合わせて産品の客観的強み
を発信し、セールス活動との連動を強化しました。
●広告換算額 6億6,000万円（2月末まで）

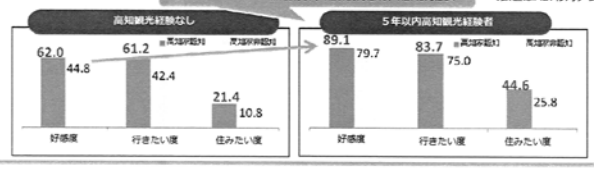
これまでの積み重ねにより高まってきたポテンシャル

□認知度の高まり

H25	H26			H27	
実績	目標	10月実績	3月実績	目標	9月実績
22%	25%	33%	28%	35%※	30%

※H26当初予算時点での目標値は30%であったが、H26.10月の調査結果を踏まえて上方修正

□認知度向上が各意向度の向上に



これまでの成果を活かして次なる展開へ

４年目（平成28年度）のプロモーション戦略
高知家プロモーション事業費補助金

①ペイドパブリシティ等の有効活用により、認知度の維持・向上を行うとともに、情報発信の内容・時期を戦略的にコントロール
→ ペイドパブリシティ：主にＴＶを中心としたコントロールした内容での露出策
→ パブリシティ　　：ペイドパブリシティの補足的な役割、雑誌・WEB等も含めた露出
※ペイドパブリシティ⇒情報機関などの露出費用を一定負担して情報を発信すること
※パブリシティ⇒情報機関などへ情報やニュース素材を提供すること

②事業者と企画段階から協働で取り組むモデル的な項目を設定し、プロモーションとセールスの密接な連動、高知家ブランドを活かした商品開発・ブラッシュアップ等の展開を拡大
→ 重点モデル項目を５程度設定（産品３、観光、移住）
うち、商品開発やチャネル開発過程から発信する施策を３程度実施
→ プロモーション項目（産品、観光、移住分野）を10程度設定
重点モデル項目とともにメディア露出対象とし露出情報を各項目のセールスに最大限活用
→ メディアの反応を関係部局や事業者にフィードバックする場を設け、メディアを意識したノウハウの蓄積やセールスへの連動強化につなげる

③プロモーションサイトから関連サイトへの導線の設計・強化と関連サイト（産品、観光、移住）間の連動強化
→ プロモーションサイトの導線を分析・検証し、サイト構造の見直しやスターコンテンツの充　実により高知家サイトから各サイトへの誘導を強化
→ 産品、観光、移住サイトの各サイト間での誘導や、各サイト内の導線強化に向けたアクセス状況などの課題分析を行い、改善策を策定・実行

④プロモーション活動のさらなる自走化
→ ウェブサイトにおいてブログやQ&Aなどスターが発信するコンテンツを充実
→ 首都圏でのアンテナショップやイベント、フェイスブックなど、委託対象となる事業以外でも活躍いただける場面を提供するとともに、独自に発信いただく機会を創出

第３期産業振興計画　海外展開のバージョンアップのポイント

＜外04＞

ポイント１　輸出をけん引する柱となる品目の拡大

【食料品】ユズに加えて、「日本酒」、「水産物」の輸出振興に本格的に取り組む。
　　日本酒：酒米の生産、酒造りから流通・販売に関わる関係者による協議の場づくりと一貫した戦略に基づく取り組みの推進
　　水産物：新たな品目として輸出にチャレンジ（P266参照）

【ものづくり】防災関連製品を中心としたセミナー商談会の継続・拡充による成約拡大を図る。

ポイント２　民間企業等との連携

【農業】卸売市場への業務委託による農産物の海外販路開拓に新たに取り組む。

【日本酒】高知県酒造組合や酒米の生産者・団体と連携して、酒米の生産や酒造りから販売拡大までの戦略づくりを進めることにより土佐酒の輸出拡大に本格的に取り組む。

【水産】県内外の民間企業等と連携し、水産物の海外輸出に取り組む。

【食料品共通】地産外商公社等のネットワークを活かし、国内大手卸業との連携による輸出拡大を目指す。

【ものづくり】台湾でのセミナー商談会やタイの見本市出展を通じて発掘した現地有力企業を「ものづくり総合技術展」に合わせて招致し、商談会を行うことで輸出拡大を目指す。

ポイント３　政策連携の徹底

海外向け旅行商品づくりや海外での旅行商談会、海外メディア招聘等による情報発信などの国際観光の取り組み（インバウンド）と、食料品をはじめとする県産品の売り込みをしっかりと連動させて相乗効果を高め、輸出拡大に繋げていく。

4年後(H31)の目標

官民連携により目標達成を目指す

◇**食料品輸出：９億円**
◇**ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による輸出額：10億円**
◇**外国人観光誘客：14.8万人泊（延べ宿泊者数）**

支援体制

関係支援機関

日本貿易振興機構	高知県産業振興センター	農林水・商工団体	国・自治体
高知県貿易協会	ものづくり地産地消・外商センター	高知県地産外商公社	金融機関

⇔ 連携 ⇔ 高知県

支援の流れ

スタート：国内販売が中心の事業者
→ 展開１：セミナー・講座等でノウハウの習得
→ 展開２：市場調査（輸出国、地域、品目の絞り込み）
→ 展開３：商流の斡旋等
→ 展開４：商品(製品）改良、表示・取扱説明書等作成
→ 展開５：マッチング（商談会・展示見本市出展等）
→ 展開６：成約
→ 展開７：事後フォロー

H28 主な取り組み

【セミナーの開催等】
・県：土佐ＭＢＡ（貿易）入門編～基礎編
　新 ジェトロ高知主催の貿易実務オンライン講座の受講料一部助成
　新 海外商談セミナー（観光）H28:５回
　拡 HACCP手法の導入支援（P445(全体)、P266（水産）参照）
　（研修の充実、専門家派遣による現地指導等）
・ものづくり地産地消・外商センター：海外進出セミナー等
・ジェトロ高知：貿易投資相談会、木材輸出セミナー 等

【市場調査、商流の斡旋等】
・貿易促進コーディネーターによる事業者支援
　（食品系：3名、工業系：２名）
　新 輸出支援アドバイザーを設置（水産物の国際取引の専門家をアドバイザーに招へいし、海外輸出のノウハウを習得）
・国際観光推進コーディネーター（２名）によるセールス活動
・高知県シンガポール事務所による事業者支援
・上海ビジネスサポートデスクによる事業者支援
・台湾海外拠点の活用（食品、ものづくり、観光）　等

【マッチング~事後フォロー】
・商談会（バイヤー等招聘、ロンドンでの土佐酒セミナー・商談会等）
・フェア・物産展（海外の百貨店や飲食店等での食品フェア・物産展）
・展示見本市（フランス、タイでの食品展示見本市、台湾での防災商談会等）
　拡 国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
　（海外旅行雑誌への記事・広告掲載等）　（P394参照）
　拡 海外旅行博でのプロモーション等
　（台湾、香港、シンガポール、タイでの開催等）
・海外事務所・拠点、コーディネーター等による
　事後フォロー（食品、ものづくり、観光）　等

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

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の概要

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。

このため、第2期産業振興計画において、平成25年度に「移住促進による地域と経済の活性化」を取り組みの柱に位置付けるとともに、平成27年度末の目標として、県外からの移住者500組を掲げ、官民協働、市町村との連携協調のもと、取組を進めてまいりました。

こうした取組によって、

・高知家プロモーションと連携した移住PRの展開等により、移住といえば「高知県」というイメージが浸透したことで、高知ファンや高知への移住の関心層の増加につながりました。

・移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」ホームページの機能強化や、移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応、東京の移住相談窓口の開設などにより、高知ファンや高知への移住の関心層のスムーズな相談につながりました。

・市町村や移住支援団体などと連携し、移住者の受け入れ体制の整備に取り組んだ結果、市町村の移住専門相談員の配置拡大、県内の移住支援団体ネットワーク「高知家移住促進プロジェクト（KIP）」の設立、地域移住サポーターの普及につながりました。

・県や市町村、関係団体、有識者で組織する「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」の運営などを通じて、官民協働の取り組みが進み、「ALL　高知家」で移住促進策を展開する土台が整いました。

などの成果を上げることができました。

その結果、県外からの移住者の大幅な増加（H23：120組241人→H26：403組652人）につながるとともに、移住者が地域や経済の担い手として活躍するなどの成果が現れ始めております。

一方で、年平均2,000人近くの社会減が続く本県にとって、人口減少を緩和し、地域や経済を支える人材を確保していくためには、移住促進策をさらにバージョンアップしていく必要があります。

第3期産業振興計画においては、これまでの取組による成果を土台に、従来のメインターゲットと想定していた高知ファンに加え、移住関心層に対する情報発信を大幅に拡大するとともに、民間のノウハウを活かし、都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアー等を新たに展開するなど、より多くの移住につながるよう施策のバージョンアップを図ります。

また、各産業分野において担い手確保策が整う一方で、首都圏においては事業承継・人材確保センターの求職コーディネーターが配置されるなど、人材確保の施策とその実施機関が多様化をしてきました。このため、都市部の人材と県内の人材ニーズを的確にマッチングできるよう関係機関相互のパス回しを強化します。

さらに、移住支援団体の配置拡大を進めていくことで「高知家移住促進プロジェクト（KIP）」を更に強化するとともに、移住希望者に対して生活圏を意識した情報提供を行えるよう、近隣市町村が連携した相談会や移住体験ツアー等の移住促進の取り組みを支援することで、県内の各地域の受け入れ体制の更なるレベルアップを図ります。

こうした取組により、平成31年度末の目標として移住者1,000組の達成を目指します。

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の展

分野を代表する目標　**県外からの移住者**　現状値（H26）:403組⇒4年

移住までの流れ

Point　KPIをボリュームアップ　移住に至る割合を更に高める

更なる強化の視点	視点1	視点2	視点3
	高知ファンだけでなく、移住関心層にも広くＰＲし、取り込みの拡大を図る。	地域の働く場を確保するため、人財が人財を呼ぶ好循環を仕掛けていく。	県・市町村の相談対応のレベルを更に向上するとともに、民間活力による移住促進を拡大させる。

マス・ターゲット（高知ファン）

ステップ1−1



高知家プロモーション

ステップ1−2

移住関心層

ステップ1−2



全国移住ナビ



他県と連携した都市部イベント

ステップ2−2



「高知家で暮らす。」
セッション数
429,236件(H26)
↓
670,000件(H31)

移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」

ＨＰから移住相談までの誘導率
0.8%（H26）→1.0%（H31）

ステップ3



移住・交流コンシェルジュ(東京・高知)

移住相談者数
3,458人(H26)
↓
6,700人(H31)

「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数
1,398人(H26)
↓
2,700人(H31)

ステップ4



移住専門相談員（県内市町村）

移住相談から移住までの誘導率
11.7%（H26）→15%（H31）

移住達成

移住者数
403組(Ｈ26)
↓
1,000組(H31)

ステップ5

定住へ

開イメージ　～移住者と一緒に創る元気な地域～

後（H31）:1,000組

マス・ターゲット

潜在的な移住関心層

Step1－1

高知を知って・好きになってもらう（戦略の柱１－１）

◆**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** 拡
- ・高知家プロモーションと徹底的に連携した移住ＰＲ
- ・ＡＬＬ高知家による情報拡散

Step1－2

移住についての関心を更に高める（戦略の柱１－２）

◆**移住関心層の取り込みの強化**
- ・高知家プロモーションと徹底的に連携した移住ＰＲ
- ・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
- ・「全国移住ナビ」を活用した情報発信

高知ファン

顕在化された移住関心層

Step2－1

移住に関心を持ってもらう（戦略の柱2－１）

◆**効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる** 拡
- ・移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」で情報発信
- ・幸せ移住パッケージシステムでの機能強化と情報発信
- ・高知県のQOL（生活の質）の見える化と発信

◆**新たな人材ルートの開拓** 新
- ・関東、関西に次ぐ新しいエリアの開拓

Step2－2

顕在化された移住関心層に高知を意識してもらう（戦略の柱２－２）

◆**効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる** 拡
- ・「高知家で暮らす。」へのアクセス増加対策の実施（リスティング広告、WEB広告等）
- ・移住専門誌等への広告掲載
- ・雑誌記者の県内招致を通じた移住ＰＲ

移住を検討されている方へ
高知家で暮らす。

Step3

移住に向けた主体的な行動に移ってもらう（戦略の柱３）

◆**移住相談体制の強化** 拡
- ・関心から相談、暮らし隊への誘導を図るための移住相談体制を更に強化

◆**各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開** 新
- ・民間のノウハウを活用した事業展開の促進（都市部の人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアーの実施）
- ・高知版ＣＣＲＣの展開

◆**起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致** 拡
- ・高知県での起業や就業を考えている都市部の人材を対象にした研修の実施



移住・交流コンシェルジュ

Step4

移住について真剣に考えてもらう（戦略の柱４）

◆**相談から移住に繋げるための取り組みの強化** 拡
- ・様々な求人ニーズを持つ複数の機関相互のパス回しの強化
- ・県内での移住体験ツアー（高知暮らし体感ツアー）の実施





◆**全県的な移住支援ネットワークの構築** 拡
- ・高知家移住促進プロジェクト（KIP）の参加団体の拡大と体制の強化
- ・近隣市町村が連携した移住促進の取り組み（複数市町村が連携した相談会や移住体験ツアー等）を支援

◆**「仕事」と「住まい」の確保策の強化** 拡
- ・市町村の相談窓口による「仕事」の紹介・提案機能の向上
- ・「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）
- ・空き家に関する相談体制の強化

Step5

高知に安心して住み続けてもらう（戦略の柱５）

◆**「ＡＬＬ高知家」による地域の移住者の受入機運の醸成** 拡
- ・地域の受け入れの核となる「地域移住サポーター」の活動を県において広くＰＲ（ＨＰなど）
- ・市町村や地域による移住者交流会の開催
- ・地域移住サポーターと市町村の更なる連携を図るための意見交換会を開催



地域移住ｻﾎﾟｰﾀｰ

連携テーマ《移住促進による地

分野の目指す姿	移住者
分野を代表する数値目標	県外からの移住者　現状値（H26）：403組→4年後（H31）：1,000組

	ターゲット：マス・ターゲット（高知ファン）		ターゲット：移住関
戦略の柱	1－1　高知を知って・好きになってもらう	2－1　移住に関心を持ってもらう	1－2　移住についての関心を更に高める
戦略の方向性	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。	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。	潜在的な移住関心層に、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	高知家の認知度 ㉖：28%（3月実績）→ ㉛：35%	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・交流情報ガーデンの年間移住あっせん件数 ㉗：約4,000件（11月末実績） →㉜：11,000件 ＊国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略2015」（改訂版）より
取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」	1　マス・ターゲットを対象にした情報の発信 ◆［拡充］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	1　高知ファンを対象にした情報の発信と強化 ◆［拡充］効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる ◆［新規］新たな人材ルートの開拓	1　潜在的な移住関心層を対象にした情報の発信 ◆移住関心層の取り込みの強化

地域と経済の活性化》の体系図

と一緒に創る元気な地域

心層	ターゲット：共通（高知ファン、移住関心層）		
2 顕在化された 住関心層に高知を 択してもらう	3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	4 移住について真剣に考えてもらう	5 高知に安心して住み続けてもらう
化された移住関心層 多住と言えば高知県と をしてもらえるような情 信。	関心から行動に促すための情報や機会の提供。	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。
ポータルサイト「高知暮らす。」のセッション再掲） 29,236件→ ㉛：670,000件	移住相談者数 ㉖：3,458人→㉛：6,700人 「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数 ㉖：1,398人→㉛：2,700人	県の相談窓口を通じた移住者数 ㉖：166組→㉛：420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
在化された移住関心 を対象にした情報の 信と強化 拡充］効果的な情報 信と発信情報の総量 質を上げる	1 関心から相談、暮らし隊会員への誘導の強化 ◆［拡充］移住相談体制の強化 2 人財が人財を呼ぶ好循環を仕掛けていく取り組みの展開 ◆［新規］各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開 ・ツアーの実施 ・高知版CCRCの展開 ◆［拡充］起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致	1 相談から移住までの誘導を強化 ◆［拡充］相談から移住に繋げるための取り組みの強化 2 各地域における移住希望者の受入体制を更にレベルアップ ◆［拡充］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	1 移住後のフォロー体制を更に深化 ◆［拡充］「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成

各産業分野の取り組み
◆［新規］U・Iターンと県内就職の促進（商工）
◆［新規］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（商工）
◆［拡充］U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化（農業）
◆ 移住施策との連携による担い手の確保（林業）
◆［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（水産業）

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・ターゲットを対象にした情報の発信	・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%	・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。

現状	4年後（H31）	6年後（H33）	10年後（H37）
H26:28%	H31:35%		

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	2-1　移住に関心を持ってもらう

戦略の方向性	「2-1　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	高知ファンを対象にした情報の発信と強化	・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。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:429,236件	H31:670,000件		

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住02】◆(高知ファンへの)効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる					○
【移住03】◆新たな人材ルートの開拓			○		○

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	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（H28拡充）	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を拡散を促進する	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） ↓ 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】 ◆（高知ファンへの）効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる（H28拡充）	高知ファンをターゲットに、高知への移住について意識を高めていくため、独自性の高い情報の発信	「幸せ移住パッケージシステム」へのアクセス数	17,350件（H26） ↓ 26,000件
【移住03】 ◆新たな人材ルートの開拓（H28新規）	都市部の人材の誘致に向けた取り組みを強化するため、関東、関西に次ぐ新しいエリアを開拓する。	関東、関西以外でのエリアでの移住セミナーの開催回数	0回（H26） ↓ 3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・ターゲットを対象にした情報の発信

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	2－1　移住に関心を持ってもらう
取組方針	1　高知ファンを対象にした情報の発信と強化

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、「仕事」「住む場所」「遊び」の情報を「幸せ移住パッケージシステム」において提供
・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

県移住促進課、民間団体等：
・「幸せ移住パッケージシステム」の機能強化策の検討

県移住促進課、民間団体等：
・「幸せ移住パッケージシステム」の機能強化策の実施

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：
・関東、関西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	1-2　移住についての関心を更に高める

戦略の方向性	「1-2　移住についての関心を更に高める」：潜在的な移住関心層に、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
1	潜在的な移住関心層を対象にした情報の発信	・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。	・移住関心層の顕在化に向けた取り組みの強化が必要。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H27:4,000件(11月末)	H32:11,000件		

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住04】◆移住関心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》
戦略の柱	2-2　顕在化された移住関心層に高知を意識をしてもらう

S

戦略の方向性	「2-2　顕在化された移住関心層に高知を意識してもらう」：顕在化された移住関心層に、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	顕在化された移住関心層を対象にした情報の発信と強化	・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。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:429,236件	H31:670,000件		

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住05】◆(移住関心層への)効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる					○

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04】 ◆移住関心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・交流情報ガーデンを活用した高知県関連イベントの開催回数	2回(H27) ↓ 4回

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05】 ◆(移住関心層への)効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる(H28拡充)	移住関心層をターゲットに、移住といえば高知県と思ってもらえるため、独自性の高い情報を発信する	雑誌媒体等への広告掲載回数	11回(H26) ↓ 20回

戦略の柱	1－2移住についての関心を更に高める
取組方針	1　潜在的な移住関心層を対象にした情報の発信

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
・国への首都圏における移住プロモーション活動の強化に向けた提案活動の実施
・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

戦略の柱	2－2　顕在化された移住関心層に高知を意識してもらう
取組方針	1　顕在化された移住関心層を対象にした情報の発信と強化

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、「仕事」「住む場所」「遊び」の情報を「幸せ移住パッケージシステム」において提供
・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（移住関連キーワード検索のリスティング広告等）の実施
・パブリシティ効果を狙った雑誌記者の県内招致、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

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

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	関心から相談、暮らし隊会員への誘導の強化	・「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	人財が人財を呼ぶ好循環を仕掛けていく取り組みの展開	・「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。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:3,458人	6,700人		

具体的な取り組み	基本方向				
	①	②	③	④	⑤
【移住06】◆移住相談体制の強化					○
【移住07】◆各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開			○		○
【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)【商39】◆U・Iターンと県内就職の促進			○		○
(再掲)【商43】◆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)【農38】◆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)【農39】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○		○
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○		○
(再掲)【林35】◆小規模林業の活動を支援			○		○
(再掲)【水13】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実	○		○	○	○
(再掲)【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり	○		○	○	○
(再掲)【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	○		○		○

分野	連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
【移住06】 ◆移住相談体制の強化(H28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	502人(H26) ↓ 1,000人

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07】 ◆各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開(H28新規)	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「移住に繋がるプロジェクト」を展開する	都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアーの参加者	ー ↓ 130人
【移住08】 ◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致(H28拡充)	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) ↓ 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	1　関心から相談、暮らし隊会員への誘導の強化

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

移住相談体制の強化

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
・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を図るための体制強化
・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、市町村、民間一体となった「ALL　高知家」による高知家で暮らし隊会員の獲得、暮らし隊の魅力を前面に出したPRの展開、会員特典の

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　人財が人財を呼ぶ好循環を仕掛けていく取り組みの展開

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「移住に繋がるプロジェクト」の展開

県移住促進課、各産業分野、市町村、民間団体等：
・民間のノウハウを活用した都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアー等の実施
・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
・高知版CCRCの展開

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、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

(再掲)【商39】 ◆U・Iターンと県内就職の促進(H28新規)	【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06＞参照(p.327)	UIターン人材情報システム登録者の県内企業への就職者数	51人(H26) ↓ 140人(H31)
(再掲)【商43】 ◆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(H28新規)	首都圏において求職コーディネーターによる首都圏企業の人事担当者や県人会等の高知県関係者の訪問、民間転職サイト等を活用した情報発信を行い、求人ニーズとのマッチングを行う ⇒別図＜商07＞参照(p.328)	中核人材のマッチング件数	11件(H27) ↓ 200件
(再掲)【農38】 ◆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(H28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	24市町村 (H28.2) ↓ 34市町村
(再掲)【農39】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H28拡充)	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) ↓ 100人

UIターンの促進

県雇用労働政策課　：
・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

システムの改修

県雇用労働政策課　：
・UIターン人材情報システムの改修により、情報発信力とマッチング機能を強化し、登録者数の拡大と、それに伴う就職者数の増加を図

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、転職希望者に対し、民間転職サイトを活用し、情報発信を行い、転職フェア等への参加者の増加、転職希望者の人材リストへの登録を行う

産地提案書の策定への支援

新規就農者の確保・育成

新規就農相談センター（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：民間活用や農業系大学・農業高校との連携による就農希望者の掘り起こし、新規就農推進事業（H28～）による産地提案型担い手確保・育成活動への支援
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

新規就農相談センター（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：民間活用や農業系大学・農業高校との連携による雇用就農希望者の掘り起こし

(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	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	55人(H26) ↓ 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名以上

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

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
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
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

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

(再掲)【林35】 ◆小規模林業の活動を支援 (H28拡充)	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 ⇒別図＜林09＞参照(P.224)	小規模林業推進協議会の会員数	203人(H26) ↓ 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 (H28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04＞参照(p.265)	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) ↓ 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(H28新規)	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04＞参照(p.265)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	― ↓ 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	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) ↓ 25名

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、木材利用推進課 ： 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：沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり

担い手育成団体：研修生を研修期間中雇用し、特定の漁業種類において、責任を持って計画的に漁業の担い手を育成
漁協：相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業への取組、準組合員制度の活用
市町村：沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

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
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	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	県の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	相談から移住までの誘導を強化	・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。
2	各地域における移住希望者の受入体制を更にレベルアップ	・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	・移住希望者の様々なニーズに対応できるように市町村の仕事紹介・提案する機能の強化が必要。 ・取組の進んだ地域などにおける、移者向け住宅が不足している状況の解決に向けた取組強化が必要。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
H26:166組	420組		

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			○		○
(再掲)【商39】◆U・Iターンと県内就職の促進			○		○
(再掲)【商43】◆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)【農38】◆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)【農39】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		
(再掲)【林30】◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保			○		○
(再掲)【林31】◆移住施策との連携による担い手の確保			○		○
(再掲)【林35】◆小規模林業の活動を支援			○		○
(再掲)【水13】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実	○		○	○	○
(再掲)【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり	○		○	○	○
(再掲)【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	○		○		○
【移住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					○

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09】 ◆相談から移住に繋げるための取り組みの強化(H28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	移住相談から移住までの誘導率	11.7%(H26) ↓ 15%
(再掲)【商39】 ◆U・Iターンと県内就職の促進(H28新規)	【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06>参照(p.327)	UIターン人材情報システム登録者の県内企業への就職者数	51人(H26) ↓ 140人(H31)
(再掲)【商43】 ◆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(H28新規)	首都圏において求職コーディネーターによる首都圏企業の人事担当者や県人会等の高知県関係者の訪問、民間転職サイト等を活用した情報発信を行い、求人ニーズとのマッチングを行う ⇒別図<商07>参照(p.328)	中核人材のマッチング件数	11件(H27) ↓ 200件
(再掲)【農38】 ◆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(H28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	24市町村 (H28.2) ↓ 34市町村

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　相談から移住までの誘導を強化

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:
・様々な求人ニーズを持つ複数の機関相互間のパス回しの強化等による移住希望者向けの情報の提供やサポートの充実
・各産業分野と市町村等と連携した移住を決断してもらうためのツアーの実施

UIターンの促進

県雇用労働政策課　:
・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

システムの改修

県雇用労働政策課　:
・UIターン人材情報システムの改修により、情報発信力とマッチング機能を強化し、登録者数の拡大と、それに伴う就職者数の増加を図

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、転職希望者に対し、民間転職サイトを活用し、情報発信を行い、転職フェア等への参加者の増加、転職希望者の人材リストへの登録を行う

産地提案書の策定への支援

新規就農者の確保・育成

新規就農相談センター(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:民間活用や農業系大学・農業高校との連携による就農希望者の掘り起こし、新規就農推進事業(H28～)による産地提案型担い手確保・育成活動への支援
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

（再掲）【農39】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化（H28拡充）	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） ↓ 100人
（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	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	55人（H26） ↓ 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名以上

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

新規就農相談センター（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：民間活用や農業系大学・農業高校との連携による雇用就農希望者の掘り起こし

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

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
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
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

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

(再掲)【林35】 ◆小規模林業の活動を支援 (H28拡充)	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 ⇒別図＜林09＞参照(P.224)	小規模林業推進協議会の会員数	203人(H26) ↓ 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 (H28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04＞参照(p.265)	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) ↓ 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(H28新規)	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04＞参照(p.265)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	― ↓ 12名

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、木材利用推進課 ： 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:沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり

担い手育成団体:研修生を研修期間中雇用し、特定の漁業種類において、責任を持って計画的に漁業の担い手を育成
漁協:相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業への取組、準組合員制度の活用
市町村:沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

(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	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) ↓ 25名

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10】 ◆全県的な移住支援ネットワークの構築(H28拡充)	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(H27) ↓ 8団体
【移住11】 ◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化(H28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) ↓ 34市町村 ②59ヶ所(H26) ↓ 700ヶ所 (H28～31累計)

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
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

戦略の柱	4　移住について真剣に考えてもらう
取組方針	2　各地域における移住希望者の受入体制を更にレベルアップ

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

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
・移住者向け住宅等の確保に向けた市町村の取組への支援を強化し、住宅の供給を促進
・県職員住宅等を活用し、県内都市部（高知市等）で「お試し滞在」の受け皿の確保

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	移住後のフォロー体制を更に深化	・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。

現状	4年後(H31)	6年後(H33)	10年後(H37)
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	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（H28新規・拡充）	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） ↓ 150人（累計）

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　移住後のフォロー体制を更に深化

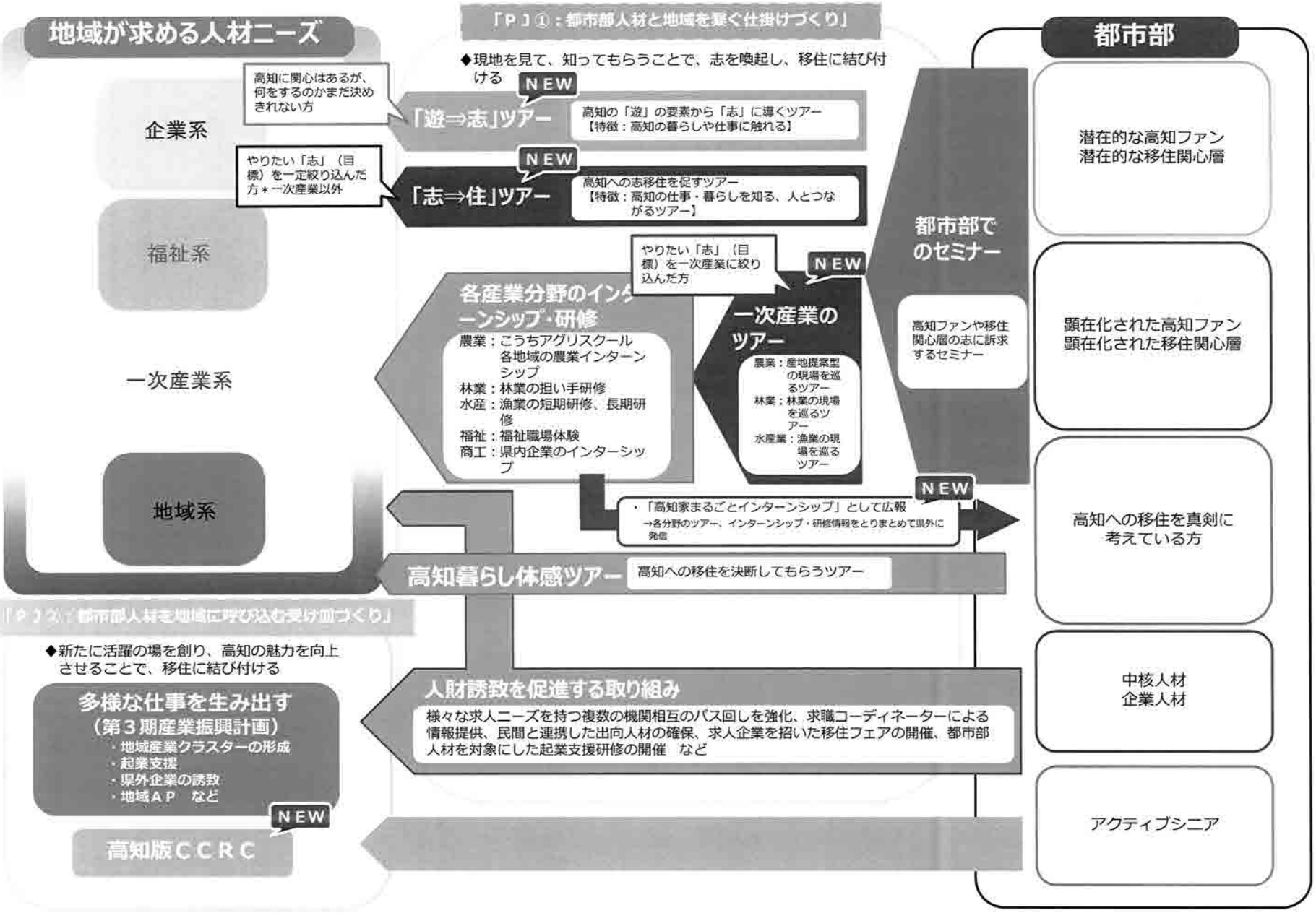
取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

移住に繋がるプロジェクトの展開について

<移01>



都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアー(「遊⇒志」・「志⇒住」ツアー)の実施イメージ <移02>

ステップ

1. 高知への移住に関心を持ってもらう
   - ゴール：セミナーへの参加
   - KPI:参加者数
2. 高知(現地)に行ってみたいと思ってもらう
   - ゴール：ツアーへの参加
   - KPI:応募者数
3. 実際に現地で実感してもらい、具体的なイメージを持ってもらう
   - ゴール：高知への志移住の意欲が高まる
   - KPI:移住意向度
4. 「志」実現に向けた具体的な行動に移ってもらう
   - ゴール：各分野の施策とのマッチング
   - KPI:マッチング件数

アンケート

アンケート

セミナー後、ツアー後にアンケートを実施し、意識の変化を把握

ターゲット　志ある高知ファン・移住関心層

志はあるが何をしたいか決まっていない

仕事のやりがいが欲しい

地方へ転職したい
ワークライフバランスを考えて地方へ

★雑誌記者の招致による記事広告
★高知家ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝのﾍｲﾄﾊﾟﾌﾞﾘｼﾃｨ
★ツアー参加の先輩移住者の発信

東京、大阪各１０回実施予定のセミナーの中で実施

民間ノウハウによる情報発信!!
エッシの効いた取り組みを「志」ある人材へ届ける
- ALL高知家による発信
- WEB広告

都市部セミナー

テーマ別のセミナーの実施
(各ツアーの1~2月前)

- 分野を代表する人たちがその「志」や仕事の魅力(楽しさ、やりがい、厳しさ、暮らしぶり)を直接参加者に伝える
- 県スタッフから「志」を実現するためのきめ細かな各種支援施策、高知のＱＯＬを紹介
- 参加者へのヒアリングを通じ、その人にあった「志」実現の場の候補を伝え、各ツアーに誘導

暮らし隊会員登録の案内

分野別ツアー

コンシェルジュ、各マッチング支援機関、市町村担当者が同行

全１０回：やりたい「志」（目標）が定まっている方
全３回：高知に関心はあるが、何をするかまだ決めきれない方

就職 / 起業 / 地域おこし / 農業 / 林業 / 水産業 / 全般

仕事を知る

◎セミナーで聞いた、知った「志」の現場を実際に見ることで、自らがそこで活躍するイメージを具体化させる

■人材確保センターに求人を登録している企業等
■ココプラ
■起業支援センター
■シェアオフィス
■地域おこし協力隊
■集落活動センター
■地域ＡＰ
■次世代施設園芸団地
■担い手センター
■自伐林業
■漁業体験
（各分野）の様々な志の現場

高知人とつながる

◎現場（地域）で働く人、暮らす人、支援する人と出会い交流することで、移住に向けたハードルを下げる

■求人企業で働く社員との交流
■人材確保Ｃ職員との交流
■地域で既に起業している先輩移住者
■起業を支援している現場の人
■協力隊員を受け入れる市町村担当職員
■地域活性化にチャレンジしている地元の人々
■研修生の指導農家
■先輩就農者
■研修生
■人材を求める森林組合の職員
■先輩就業者
■漁業者
■漁業研修生
■移住支援団体
■各分野の先輩移住者
■地域移住サポーター

暮らしを知る

◎セミナーで聞いた、知った地域の生活を深く知ることで、自らがそこで暮らすイメージを具体化させる

■市町村職員、移住相談員による生活関連情報提供
■空き家バンク登録物件訪問
■地元のスーパーや商店の訪問
■商店街等の街歩き
■地元ならではの食材を使った昼食
■地域の伝統行事への参加

共通

■最後にクロージングセッションを実施し、参加者に次の行動に向けたガイダンス等を実施
（各分野の求人、研修等の案内と申し込み書の配布等）

各分野のマッチング支援施策

就業支援研修事業
企業との面談
事業承継・
人材確保ｾﾝﾀｰへの登録

起業塾参加
シェアオフィス、ﾁｬﾚﾝｼﾞｼｮｯﾌﾟへの相談
いなか・ラボ

- 地域おこし協力隊へ応募
- 産地提案型農業へ申込
- 市町村の無料職業紹介窓口、移住支援団体へ相談

【農】ｱｸﾞﾘｽｸｰﾙ登録
【林】林業学校
【漁】短期・長期研修

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

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。このため、第2期計画では、新たに『産業人材を育成・確保する』ことを連携テーマに掲げ、様々な取り組みを進めてきました。

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初めて1倍を超え、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。

そうした状況下にあって、「担い手の育成・確保」は従来よりさらに重要性を増しています。

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。

第3期計画では、「担い手の育成・確保」を今回の強化の柱である「拡大再生産」の3つの強化ポイントのひとつとして改めて位置づけ、移住施策とも連携した県内外での担い手対策と将来を担う人材の育成に取り組んでいくことにより、「時間軸的な拡大再生産」を目指してまいります。

この「担い手の育成・確保」は、「1　産業人材を育成する」「2　担い手を確保する」という2つの戦略の柱で取り組みを進めます。

まず、戦略の柱1の「産業人材を育成する」では、担い手となる人を県内で育てるため、学びの機会の提供をさらに拡大していきます。

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ていきます。

また、第1次産業の担い手については、これまでの産地提案型の農業の担い手確保策や林業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。

次に、戦略の柱2の「担い手を確保する」では、担い手となる人を県外で探し、様々な施策によって人と仕事のマッチングを図っていきます。

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月に東京へ新た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、本格的に、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っていきます。

さらに、移住促進においても、高知ファンに加え移住関心層へのアプローチを大幅に強化するとともに、移住につながるツアーの実施など、各分野の担い手確保対策と連携した移住につながるプロジェクトを展開してまいります。

こうした様々な「担い手の確保」の取り組みを、分野を超えて連携し、生産年齢人口の減少をできるだけ押しとどめることにより、「地産外商」の流れを「拡大再生産」へしっかりとつなげていきたいと考えています。

連携テーマ《担い手の育成・確保》の展開イメージ　～後継

担い手

マッチング（新たな担い手を確保）

受け皿

戦略の柱１
産業人材を育成する

担い手となる人を県内で育てる

義務教育等における産業人材の基

学びの機会の提供

拡 土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MB
・「目指せ！弥太郎　商人塾」地域セミナーやサテ
プラットフォーム）など、県中央部以外での「学び
・起業関連やアプリ開発等の講座の新設
○地域主体の人材育成を支援(地域の頑張
○観光創生塾

担い手となる人を県外で探す

戦略の柱２
担い手を確保する

様々な施策によって人と仕事をマッチングする

移住（人財誘致）

○移住者倍増を目指してパワーアップした移住促進策により都市部人財の誘致を展開
新 「志×遊」ツアーや「遊×志」ツアー、各産業分野
アーなど、移住につながる多様なツアーを実施
新 高知版ＣＣＲＣの展開
拡 都市部人材の誘致に向けた起業・就業を支援



下

地域地域に多様な仕事

拡 地産外商の取り組みの強化　＋

者や担い手を育成・確保し、取り組みを継承・発展させる～

礎づくり　○小中学校キャリア教育情実プランの推進　など

A)
プラ（サテライト
の機会」を強化

る人づくり事業）
など

第一次産業等の担い手の育成・確保

○多様な施策により新規就業者の育成と確保を推進
- 【農業】　農業担い手育成センター、こうちアグリスクール
- 【林業】　林業学校、小規模林業支援
- 【水産業】長期・短期研修
  法人等の参入による担い手育成
  漁業就業セミナー　など

各分野の担い手として活躍

のツ

など

UIターン等

○高校生からUIターン希望者までの県内就職支援の展開

拡 県内外の学生等への情報提供　の充実、高知の企業を知ってもらう取り組み　など

新 奨学金の返還支援制度を創設し、本県産業の発展に貢献できるリーダー人材を確保

中核人材の確保や円滑な事業承継のサポート

○事業承継・人材確保センターの専門スタッフが企業と人材とのマッチングを支援

新 首都圏で担い手候補を探すためのコーディネーターを東京に配置
- 県内企業の求人ニーズを掘り起こす専任マネージャーを県内に配置

など



支え！

事をつくる（受け皿を増やす）

新 地域産業クラスターの形成
拡 コンテンツ関連企業、事務系職場の集積拡大
新 起業や新事業展開の促進

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 産業人材を育成する

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）義務教育等における産業人材の基礎づくり
◆［新規］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）

（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
◆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
◆あったかふれあいセンター事業の実施
◆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
◆［拡充］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］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】
◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ【再掲】
◆［拡充］家族経営体の経営発展に向けた支援【再掲】
◆［拡充］法人経営体への誘導と経営発展への支援【再掲】
◆［拡充］漁業経営の効率化（既存養殖業の振興）【再掲】
◆［新規］企業の課題に応じたセミナー等の実施（OJT含む）【再掲】
◆［新規］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【再掲】
◆工業技術センター等が行う技術研修 （人材育成事業（工業技術センター・紙産業技術センター））【再掲】
◆［新規］コンテンツ関連企業の立地促進【再掲】
◆［新規］アプリ開発人材育成講座（土佐MBA）の開催【再掲】
◆［拡充］クリエイター等向けセミナー（土佐MBA）の開催【再掲】
◆社外研修費への助成【再掲】
◆産学情報交換会の開催【再掲】
◆［新規］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】
◆［拡充］広域観光組織の機能強化【再掲】
◆［拡充］地域コーディネーターの配置強化【再掲】
◆［拡充］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】

（3）第一次産業等の担い手の育成
◆［拡充］福祉・介護分野への就業促進事業の実施
◆［新規］専門学校生の県内定着に向けた支援
◆［新規］県内大学生等の県内定着に向けた支援
◆［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】
◆［拡充］雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化【再掲】
◆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】
◆［新規］経営体を支える労働力の確保と省力化の推進【再掲】
◆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】
◆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】

育成・確保）の体系図

2　担い手を確保する

・担い手となる人を県外で探す
・様々な施策によって人と仕事をマッチングする

（1）移住（人材誘致）
◆［新規］新たな人材ルートの開拓【再掲】
◆［新規］各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開【再掲】
◆［拡充］起業・就業マインドを持つ都市部の人材の発掘【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ターン等
◆［新規］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
◆［新規］U・Iターンと県内就職の促進【再掲】

（3）中核人材情報の収集とマッチングの実現
◆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】
◆［新規］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）第一次産業等の担い手の育成【再掲】

む）

◆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】
◆［拡充］小規模林業の活動を支援【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】
◆［新規］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】
◆［拡充］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］会社説明会の開催支援【再掲】

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	1　産業人材を育成する

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	義務教育等における産業人材の基礎づくり	○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 【農業】 ○6次産業化に取り組む人材育成 ⇒ H22～H27：農業創造セミナー参加グループ56団体 ○県域流通を目指す事業者への支援 ⇒ H27：25事業者 ○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：116法人 （H27.3現在、集落営農法人含む） ○「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 【水産業】 ・養殖業においては、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、養殖業者の経営力強化が図られた。	【産学官民連携センター】 ・県内各地域におけるさらなる受講者の掘り起こし ・ニーズに対応するカリキュラムの拡充 ・学びを実際の成果に結び付ける取組の強化 ・これまでの取り組みをさらに強化し、具体的な起業等に結びつけていくことが必要 ・交流事業として開催している連続講座やセミナー、人材育成研修を効果的に運用するための改善 ・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構築 【農業】 ○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 ○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 【水産業】 ・県内養殖業者の高齢化と後継者不足の進行 ・高い技術と知識を備えた養殖業者の育成 ・餌料費の削減などによる養殖経営の改善

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07】◆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			○	○	
【担い手08】◆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09】◆あったかふれあいセンター事業の実施				○	
【担い手11】◆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)【起業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)【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)【農22】◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ	○	○		○	
(再掲)【農42】◆家族経営体の経営発展に向けた支援			○	○	
(再掲)【農43】◆法人経営体への誘導と経営発展への支援			○	○	
(再掲)【水05】◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)	○			○	
(再掲)【商02】◆企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む)	○	○	○	○	
(再掲)【商31】◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施			○	○	
(再掲)【商44】◆伝統的工芸品産業等の人材育成			○	○	○
(再掲)【商45】◆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))			○	○	

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	1　産業人材を育成する

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
		【商工業】 [企業支援] ・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）の作成支援をH26年度より開始 ●H26年度：プラン30件完成 製造業700社への訪問や取り組みへの勧誘を実施 [事務系職場] ・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年度からこれまで、11件（新設9件、増設2件）の立地を実現 「伝統工芸品] ・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）、H27：1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） [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当初計画以上の参加が得られた ・県内大学等からインターンシップを受入れ 4社・県立紙産業技術センター：計10人 ・かみわざひとづくり事業の実施 38回、延べ286人参加 [コンテンツ] ・デザインコンテスト開催等により培った首都圏のコンテンツ関連企業とのネットワークを活かし誘致活動を展開。これまで首都圏コンテンツ関連企業3社の誘致及び県内ゲーム関連企業3社の立地に繋がり、71人の雇用を創出した。 ・人材育成研修(OFF-JT)経費の一部助成、土佐MBAでのセミナー開催、学生インターンの企業受入支援、企業の人材ニーズを高等教育機関のカリキュラムに反映させるための協議を行う産学情報交換会の開催などの支援を実施 【観光】 ・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【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	【商工業】 [企業支援] ・企業が大きく成長し拡大再生産につなげていくためには、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を共有し、事業戦略の実現化を支援していく取り組みが必要 [事務系職場] ・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 [伝統工芸品] ・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] ・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 ・企業の求める人材の確保が必要である ・企業の将来を担う人材の育成が必要である [コンテンツ] ・効率的な立地有望企業の掘り起こし ・企業の即戦力となる技術者の不足 【観光】 ・旅行者のトレンドやシーズン別のニーズなどに応じた体験プログラムや周遊プランの継続的な磨き上げが必要 ・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

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004】◆コンテンツ関連企業の立地促進			○	○	○
(再掲)【商007】◆アプリ開発人材育成講座(土佐MBA)の開催			○	○	
(再掲)【商008】◆クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催			○	○	
(再掲)【商009】◆社外研修費への助成			○	○	
(再掲)【商010】◆産学情報交換会の開催			○	○	
(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05】◆広域観光組織の機能強化	○			○	
(再掲)【観06】◆地域コーディネーターの配置強化	○			○	
(再掲)【観26】◆観光創生塾を通じた人材育成			○	○	
(再掲)【観27】◆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	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	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（H28新規）	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） ↓ 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） ↓ 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） ↓ 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　義務教育等における産業人材の基礎づくり

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 → **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
（東部地区、中部地区、西部地区、各年1回）

企業・学校見学、インターンシップの推進

県高等学校課：
・すべての県立高等学校において、主に1，2年生の生徒を対象に県内企業及び上級学校の見学やインターンシップを実施
・卒業を間近に控えた3年生を対象に、ビジネスマナーや労働に関する研修会を開催

社会人基礎力育成の取組の推進（指定6校）

県高等学校課：
・県立高校6校を研究指定校として、社会人基礎力育成のための取組を推進
（年間指導計画の作成・実践・評価）

学習記録ノート活用（指定14校） → **学習記録ノート活用の推進**

県高等学校課：
・県立高校14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

【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、社会人や企業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	公開講座、県民開放授業の受講延べ人数（年） 991人（H27） ↓ 1,300人（H31）
	現在設置している、高知工科大学大学院起業家コースの機能強化を図るため、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の新たなコースを開設する	高知工科大学において新（又は改組）コースを開設	'左記指標の検討段階 （H27年度） ↓ 開設（予定） （H31年度）

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、社会人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

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手07】 ◆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（H28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。	土佐MBAの受講者数	延べ1,718名 （H27） ↓ 延べ3,000名
【担い手08】 ◆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60%以上
【担い手09】 ◆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カ所 （H27末見込み） ↓ 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%（H27末見込み） スタッフ研修59.2% （H27末見込み） ↓ 職員の研修修了者率100%
【担い手11】 ◆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	21人（H27見込） ↓ 400人（H28～H31累計）

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

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　：
〇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。
〇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　：
〇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。

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

（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） （H28拡充）	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	0名（H27） ↓ 120名（累計）
（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 （H28拡充）	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予定） ↓ 10件（H28～H31累計）
（再掲）【農22】 ◆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 ⇒別図＜農04＞参照（p.165）	農林水産加工品販売額	45.8億円（H26） ↓ 50億円

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

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。

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みがきあげの支援

（再掲）【農42】 ◆家族経営体の経営発展に向けた支援（H28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－ ↓ 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 ③収量が向上した経営事例の収集	②－ ↓ 9モデル（6品目） ③－ ↓ 20事例
（再掲）【農43】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援（H28拡充）	○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200人

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

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

(再掲)【水05】 ◆漁業経営の効率化(既存養殖業の振興)(H28拡充)	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) ↓ 48億円
(再掲)【商02】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む)(H28新規)	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)別の個別セミナー及び相談会を開催する	セミナー等の参加者数	― ↓ 1,000人 (H28～H31累計)
(再掲)【商31】 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施(H28新規)	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	― ↓ 195人 (H28～H30累計)
(再掲)【商44】 ◆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　10名
(再掲)【商45】 ◆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) ②技術研修の受講者数(県立紙産業技術センター)	①314人 (H24～26平均) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～31) ②239人 (H24～26平均) ↓ 年平均300人 累計1,200人 (H28～31)

協業体の支援

協業体：餌の改良や栄養剤の使用、効率的な給餌方法等の新技術を用いた生産試験の実施実施
県漁業指導所：協業体が行う生産試験への支援

技術・知識の習得

漁協、県漁業指導所、県漁協振興課：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

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・機運情勢のためのセミナーを開催
・企業ごとの課題に応じたセグメント（要素）別の個別セミナーや相談会を開催

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

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 ：
・少人数の連続講座によって、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

(再掲)【商004】 ◆コンテンツ関連企業の立地促進(H28新規)	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) ↓ 150件
(再掲)【商007】 ◆アプリ開発人材育成講座(土佐MBA)の開催(H28新規)	企業の即戦力となる技術者を育成するため、実際にアプリケーションを企画・開発する実践的な技術者育成講座を土佐MBAで開催する	アプリ開発人材育成講座開催回数	― ↓ 15回
(再掲)【商008】 ◆クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催(H28拡充)	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) ↓ 15回
(再掲)【商009】 ◆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) ↓ 4件
(再掲)【商010】 ◆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) ↓ 3回
(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)(H28新規)	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	― ↓ 50クラスター
(再掲)【観05】 ◆広域観光組織の機能強化(H28拡充)	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) ↓ 5か所

コンテンツ関連企業の立地促進

県まんが・コンテンツ課 ：
・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

アプリ開発人材育成講座（土佐MBA）の開催

県まんが・コンテンツ課、県内高等教育機関、県内外コンテンツ関連企業 ：技術者（アプリケーション開発者等）育成講座の開催

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

社外研修費への助成

県まんが・コンテンツ課 ： 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

県まんが・コンテンツ課 ： 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

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

(再掲)【観06】 ◆地域コーディネーターの配置強化 (H28拡充)	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
(再掲)【観26】 ◆観光創生塾を通じた人材育成 (H28拡充)	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 ↓ 250件
(再掲)【観27】 ◆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) ↓ 35団体

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

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

次期観光創生塾を通じた人材育成

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

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	1　産業人材を育成する

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
3	第一次産業等の担い手の育成	【農業】 ○PRから相談、技術習得など各段階に応じた支援により、新規就農者が増加傾向 ⇒ 新規就農者数 H22：197人→ H27：269人 H24～27の累計：1,014人（うち雇用就農273人） 【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702名（11月末現在） 基礎課程：14名（11月末現在） ・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 ・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 H27.4.1現在：96事業体 退職金共済の掛金への支援 H24：388人、H25：372人、H26：355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 ⇒ 11月末現在 277名）	【農業】 ○よりスムーズな就農に向けた、産地・地域による受入体制整備と積極的な新規就農者確保対策 ○産地での労働力不足、生産の増加への対応 【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 ・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

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10】◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施			○		
【担い手12】◆専門学校生の県内定着に向けた支援			○		
【担い手13】◆県内大学生等の県内定着に向けた支援			○		
(再掲)【農38】◆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)【農39】◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化			○		
(再掲)【農40】◆農業担い手育成センターの充実・強化			○		○
(再掲)【農41】◆実践研修・営農定着への支援			○		
(再掲)【農44】◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進			○		
(再掲)【林28】◆林業学校における人材育成			○		○
(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			○		○
(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			○		○

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	1　産業人材を育成する

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
		【水産業】 ・漁業就業セミナーの開始や漁業就業フェアへの参加による就業希望者の掘り起こしを実施した。 ・短期研修では、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を見直した。 ・長期研修では、漁業種類（底びき網、パッチ網、養殖等）の拡大を実施した（H25～）。 ・短期研修受講者及び長期研修開始者が増加した 短期研修受講者 3名（H12～23年度平均）→2名（H24年度） →18名（H25年度）→35名（H26年度） 長期研修開始者 3名（H12～23年度平均）→2名（H24年度）→7名（H25年度）→11名（H26年度） ・H24から26は113名の新規漁業就業者を確保した。 ・新規漁業就業者へのリースを目的に中古船を取得する漁協に対して、H24年度からH26年度に6隻の漁船取得を支援し、着業が図られた。 【商工業】 ・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	【水産業】 ・新規就業希望者の掘り起こし ・民間企業等による漁業生産現場への参入と担い手育成 ・新規漁業就業者への漁労・養殖生産設備への支援 【商工業】 ・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

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)【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13】◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実	○		○	○	○
(再掲)【水14】◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり	○		○	○	○
(再掲)【水15】◆就業時の設備投資、資金調達への支援	○		○		○
(再掲)【水16】◆新規就業者が参入しやすい環境づくり	○		○		○
(再掲)【商46】◆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006】◆会社説明会の開催支援			○		○

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手10】 ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施（H28拡充）	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のうち就職者数 ②介護福祉士養成校の入学者数 ③潜在介護福祉士等の就業者数 ④福祉人材センターにおける就職者数	①　― ↓ 125人 ②　― ↓ 70人 ③　― ↓ 40人 ④　― ↓ 70人 ※純増ののべ人数 （H28～H31　累計）
【担い手12】 ◆専門学校生の県内定着に向けた支援（H28新規）	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%（H27） ↓ 80%（H31）
【担い手13】 ◆県内大学生等の県内定着に向けた支援（H28新規）	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) ↓ 42%
（再掲）【農38】 ◆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（H28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	24市町村 （H28.2） ↓ 34市町村

戦略の柱	1　産業人材を育成する
取組方針	3　第一次産業等の担い手の育成

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

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会の実施(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

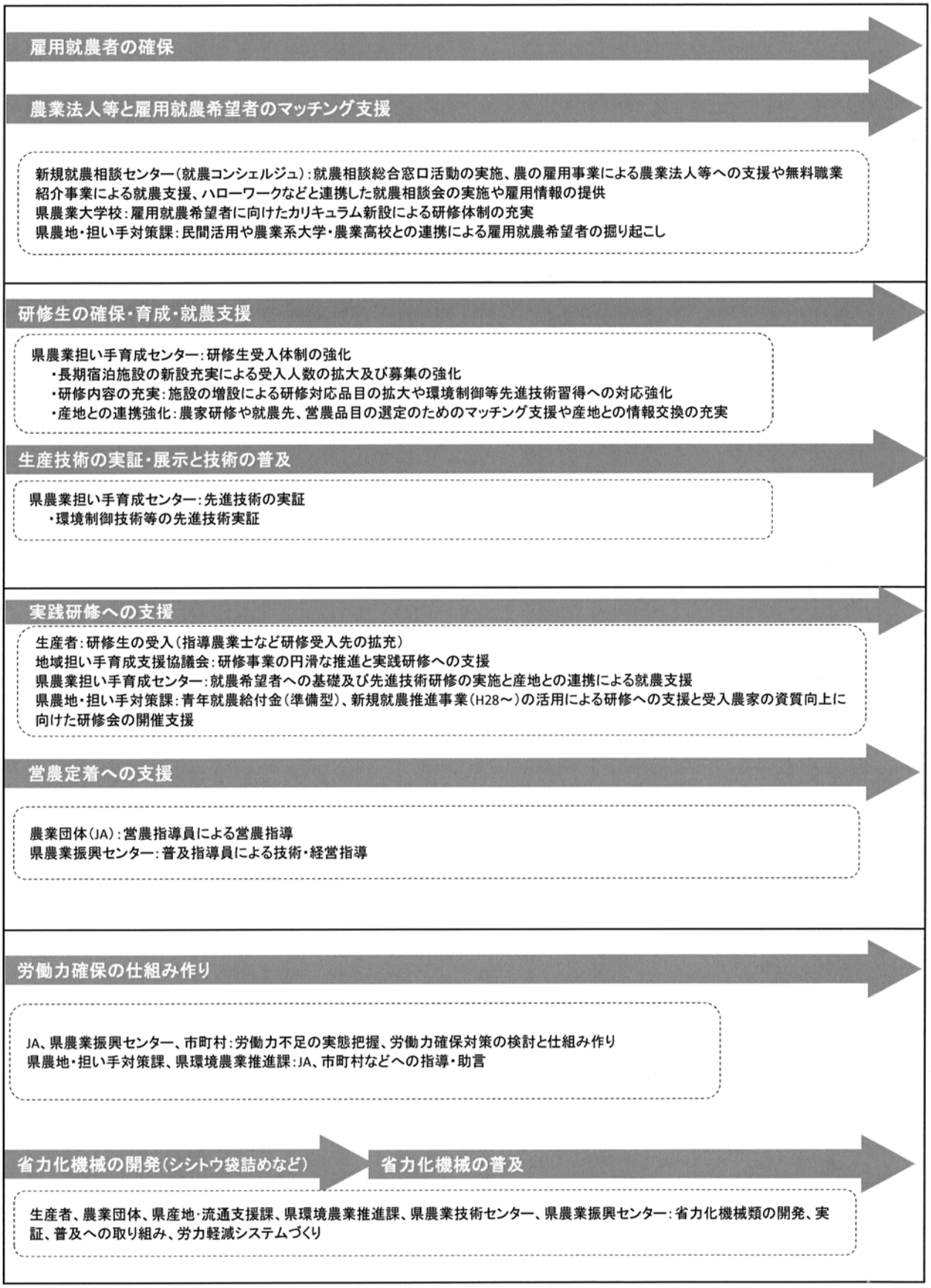
高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知工業高等専門学校、高知学園短期大学、土佐経済同友会、高知県中小企業家同友会、高知県工業会、高知県経営者協会、県関係課:
COC＋の参加機関が連携し、県内高等教育機関卒業生の県内企業への就職促進や雇用創出の取り組みを実施

産地提案書の策定への支援

新規就農者の確保・育成

新規就農相談センター(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:民間活用や農業系大学・農業高校との連携による就農希望者の掘り起こし、新規就農推進事業(H28～)による産地提案型担い手確保・育成活動への支援
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

(再掲)【農39】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(H28拡充)	○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) ↓ 100人
(再掲)【農40】 ◆農業担い手育成センターの充実・強化	○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、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) ↓ 40人
(再掲)【農41】 ◆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) ↓ 184人
(再掲)【農44】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(H28新規)	①産地の労働力確保のために、確保する仕組み作りへの支援や省力化技術に取り組む 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	①労働力確保の仕組みが構築される地区 ②省力化技術の現場実証への支援	①ー ↓ 9地区 ②試作(H27) ↓ 実証機開発


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
新規就農相談センター（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：民間活用や農業系大学・農業高校との連携による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及び募集の強化
・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
・産地との連携強化：農家研修や就農先、営農品目の選定のためのマッチング支援や産地との情報交換の充実
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
県農地・担い手対策課：青年就農給付金（準備型）、新規就農推進事業（H28～）の活用による研修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
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
県農地・担い手対策課、県環境農業推進課：JA、市町村などへの指導・助言
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

(再掲)【林28】 ◆林業学校における人材育成	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08＞参照(P.223)	林業学校研修修了者数(年平均)	－(H26) ↓ 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)	－(H26) ↓ 21人

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、木材利用推進課、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、森林技術、森林活用の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

(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	林業労働力を確保するため、林業労働力確保支援センターに新規就業者職業紹介アドバイザーを配置し、雇用情報の収集や提供を行い、併せて、就業相談会や林業体験教室などを開催し、就業希望者と林業事業体とのマッチングを図り、就業までを支援する また、国の「緑の雇用」制度によるOJT研修や林業技術者養成研修を実施し、就業者の技術力向上と職場定着を支援する	新規就業者数(年平均)	55人(H26) ↓ 68人
(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) ↓ 20名(H28～H31)

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

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
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
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

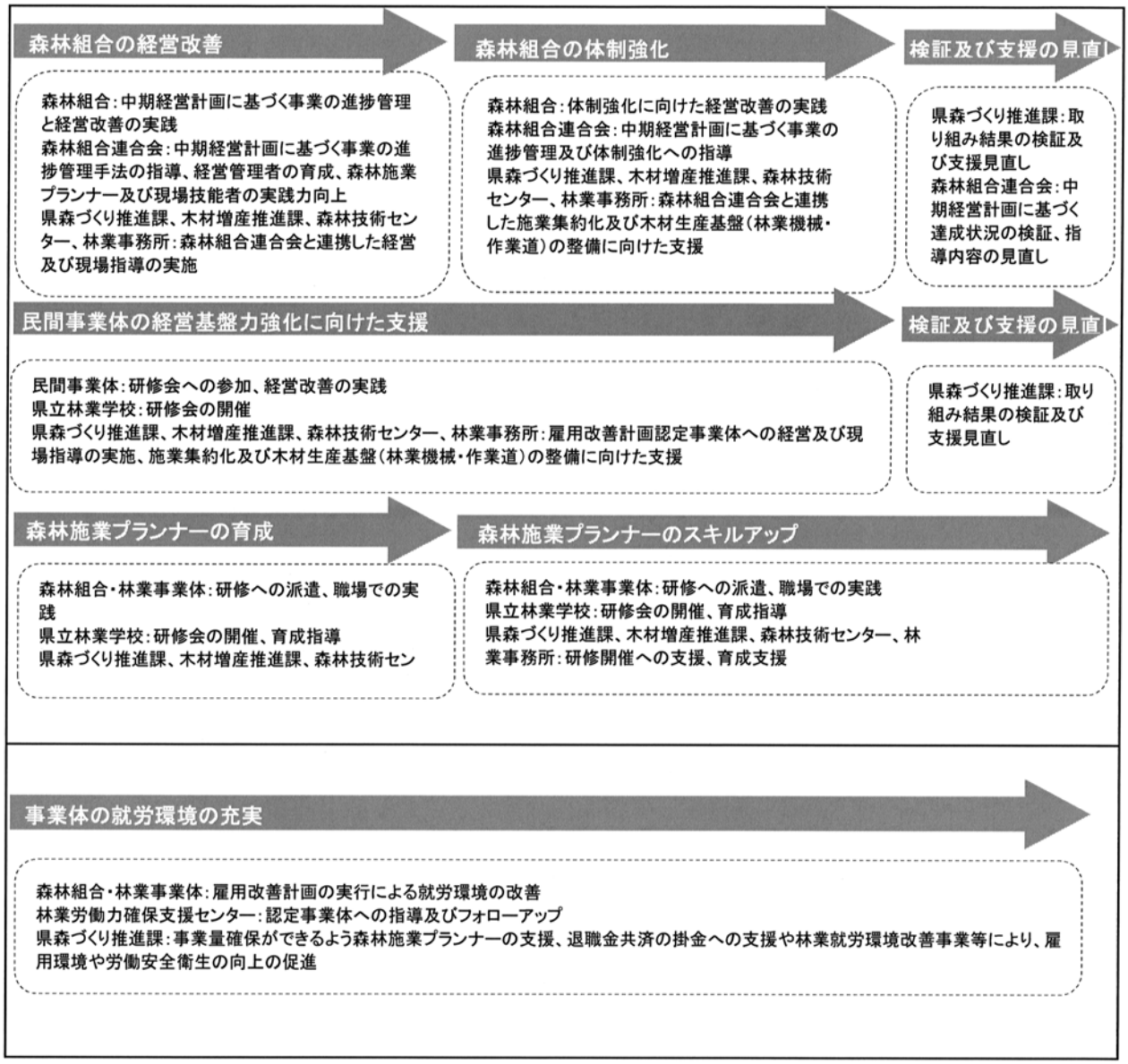
移住者へ定住支援

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

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

(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	
(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) ↓ 100事業体


森林組合の経営改善
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
森林組合の体制強化
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
検証及び支援の見直し
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
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
検証及び支援の見直し
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
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
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

(再掲)【林35】 ◆小規模林業の活動を支援 [H28拡充]	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 ⇒別図＜林09＞参照(P.224)	小規模林業推進協議会の会員数	203人(H26) ↓ 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(H28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04＞参照(p.265)	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) ↓ 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(H28新規)	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04＞参照(p.265)	担い手育成団体支援事業による新規漁業就業者数	― ↓ 12名
(再掲)【水15】 ◆就業時の設備投資、資金調達への支援(H28拡充)	漁業就業者を確保するため、新規漁業就業者へは、優先的に設備投資の支援を行う	就業時の設備投資、資金調達への支援の実施件数	0件(H26) ↓ 3件

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、木材利用推進課 ： 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:沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり

担い手育成団体:研修生を研修期間中雇用し、特定の漁業種類において、責任を持って計画的に漁業の担い手を育成
漁協:相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業への取組、準組合員制度の活用
市町村:沿岸漁業設備投資支援事業への取組、財政支援、移住支援
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

就業時の設備投資、資金調達への支援

漁協:相談窓口、沿岸漁業設備投資支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、准組合員制度の活用
市町村:沿岸漁業設備投資支援事業及び浜の担い手漁船リース緊急事業への取組、財政支援
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

（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	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） ↓ 25名
（再掲）【商46】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成（高等技術学校）（H28拡充）	【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 ②高等技術学校の中途退校率（自己都合） ③高等技術学校の就職率	①97.1% （H26実績） ※H18-27平均応募率：104% ↓ 120% ②4.3% （H26実績） ※H18-27平均退校率：21.5% ↓ 10% ③93.1% （H26実績） ↓ 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-H27累計） ↓ 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実績） ※H22-26平均就職率：76% ↓ 80%
（再掲）【商006】 ◆会社説明会の開催支援（H28新規）	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	— ↓ 3回

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
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

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

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

会社説明会の開催支援

県まんが・コンテンツ課 ： 企業の雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援

分野	連携テーマ（担い手の育成・確保）
戦略の柱	2　担い手を確保する

戦略の方向性	・担い手となる人を県外で探す ・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（人材誘致）	【移住】 ・「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	【移住】 ・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。 ・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ターン等	【商工業】 ・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	【商工業】 ・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
3	中核人材情報の収集とマッチングの実現	【商工業】 ・平成27年4月に事業承継や中核人材の確保に関する相談を専門スタッフがワンストップで対応し、一貫してサポートする機能を備えた「高知県事業承継・人材確保センター」を設置し、関係機関や専門家との連携による高度な支援等行った ・金融機関、県内各商工会、県内各商工会議所等へセンターの設置や取り組み内容についての周知や各エリアにおいて各事業者向けのセミナーを実施した ・都市部における新たな人材の掘り起こしを行う求職コーディネーターの配置(東京事務所)、県内企業の求人ニーズを掘り起こすため、求人専任のマネージャーを配置した	【商工業】 ・事業者の事業承継等に対する必要性について意識の向上、センターの取り組みについて周知 ・事業者の事業承継に対す意識や専門的意識の向上 ・業種及び事業者の規模の違いによる多様な案件への対応 ・新たな事業展開や拡大再生産に意欲的に取組む事業者のさらなる掘り起こし（求人ニーズの掘り起こし） ・首都圏の転職・UIターン希望者に県内事業者について知ってもらう機会やマッチングの場が少ない
4	（再掲）第一次産業等の担い手の育成		

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03】◆新たな人材ルートの開拓			○		○
(再掲)【移住07】◆各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開			○		○
(再掲)【移住08】◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の発掘			○		○
(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			○		○
【担い手06】◆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39】◆U・Iターンと県内就職の促進			○		○
(再掲)【商40】◆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41】◆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42】◆事業者の求人ニーズの掘り起こし			○	○	○
(再掲)【商43】◆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	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【移住03】 ◆新たな人材ルートの開拓（H28新規）	都市部の人材の誘致に向けた取り組みを強化するため、関東、関西に次ぐ新しいエリアを開拓する	関東、関西以外でのエリアでの移住セミナーの開催回数	0回（H26） ↓ 3回
（再掲）【移住07】 ◆各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開（H28新規）	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「移住に繋がるプロジェクト」を展開する	都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアーの参加者	－ ↓ 130人
（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（H28拡充）	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） ↓ 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（H28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	移住相談から移住までの誘導率	11.7%（H26） ↓ 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）

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：
・関東、関西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「移住に繋がるプロジェクト」の展開

県移住促進課、各産業分野、市町村、民間団体等：
・民間のノウハウを活用した都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアー等の実施
・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
・高知版CCRCの展開

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、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

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：
・様々な求人ニーズを持つ複数の機関相互間のパス回しの強化等による移住希望者向けの情報の提供やサポートの充実
・各産業分野と市町村等と連携した移住を決断してもらうためのツアーの実施

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【担い手06】 ◆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（H28新規）	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） ↓ 120人 （H31年度）
（再掲）【商39】 ◆U・Iターンと県内就職の促進（H28新規）	【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06＞参照（p.327）	新規高卒者の県内就職率	62.3%(H26) ↓ 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06＞参照（p.327）	県外大学生のUターン就職率	13.6%(H26) ↓ 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06＞参照（p.327）	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) ↓ 50.0%(H31)
	【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06＞参照（p.327）	UIターン人材情報システム登録者の県内企業への就職者数	51人（H26） ↓ 140人（H31）

戦略の柱	2　担い手を確保する
取組方針	2　U・Iターン等

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

新規高卒者の県内企業への就職促進

県雇用労働政策課、 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

県雇用労働政策課
・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　：

新規大卒者の県内企業への就職促進

県雇用労働政策課　：
・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

県雇用労働政策課　：
・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

システムの改修

県雇用労働政策課　：
・UIターン人材情報システムの改修により、情報発信力とマッチング機能を強化し、登録者数の拡大と、それに伴う就職者数の増加を図

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【商40】 ◆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周知を行う	事業承継等に係る相談件数	107件 （H27） ↓ 750件 （H28～H31累計）
（再掲）【商41】 ◆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07＞参照（p.328）	事業承継計画の策定件数	4件 （H27） ↓ 100件 （H28～H31累計）
（再掲）【商42】 ◆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へ訪問し、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07＞参照（p.328）	中核人材の求人件数	137件（H27） ↓ 200件
（再掲）【商43】 ◆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（H28新規）	首都圏において求職コーディネーターによる首都圏企業の人事担当者や県人会等の高知県関係者の訪問、民間転職サイト等を活用した情報発信を行い、求人ニーズとのマッチングを行う ⇒別図＜商07＞参照（p.328）	中核人材のマッチング件数	11件（H27） ↓ 200件

戦略の柱	2　担い手を確保する
取組方針	3　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
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

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、転職希望者に対し、民間転職サイトを活用し、情報発信を行い、転職フェア等への参加者の増加、転職希望者の人材リストへの登録を行う

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

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初めて1倍を超えるなど、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。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づけ、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きます。

具体的には、県庁内に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するとともに、県庁内で「クラスター情報共有会議」を開催し、情報の集約と、実現可能性の高いクラスター案件の抽出を行います。

この実現可能性の高い案件については、具体的な「クラスタープロジェクト」として位置付けた上で、これに参画する事業者を募集していきます。

さらに、市町村などと共に「クラスタープラン」の策定に取り組みます。このプランづくりを通じても具体の取り組みと参画事業者さらに拡大していきます。

「クラスタープラン」が完成段階に入った際には、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、このプランに基づき展開される第1次から第3次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きめ細かくサポートしていきます。

現時点において、クラスターの形成を目指すプロジェクトとしては、産業成長戦略の取り組みを土台とした9つのプロジェクトと、地域アクションプランの取り組みを土台とした、やや小規模な7つのプロジェクトが予定されています。

今後、これらのプロジェクトについて、産業団体や市町村など様々な関係機関の皆様のご協力を得ながら着実に実行していくとともに、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、地域地域にクラスターの形成を図っていきます。

連携テーマ《地域産業クラスターの形成》の展開イメ

◆地域産業クラスターを意図的に生み出す仕組み

第１段階：クラスターの形成に向けた検討

第２段階：クラ

○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、　等

情報集約

クラスター情報共有会議（県庁内）

○情報を集約し、実現性の高いクラスター案件を抽出
↓
○参加意欲のある事業者（産地・企業・地域）の呼び掛け・募集
※工程表や展開図を作成し、関係者間で共有

クラスター

⇒プランづくりを通
事業者をさらに拡

策定支

案件ごとにクラスター

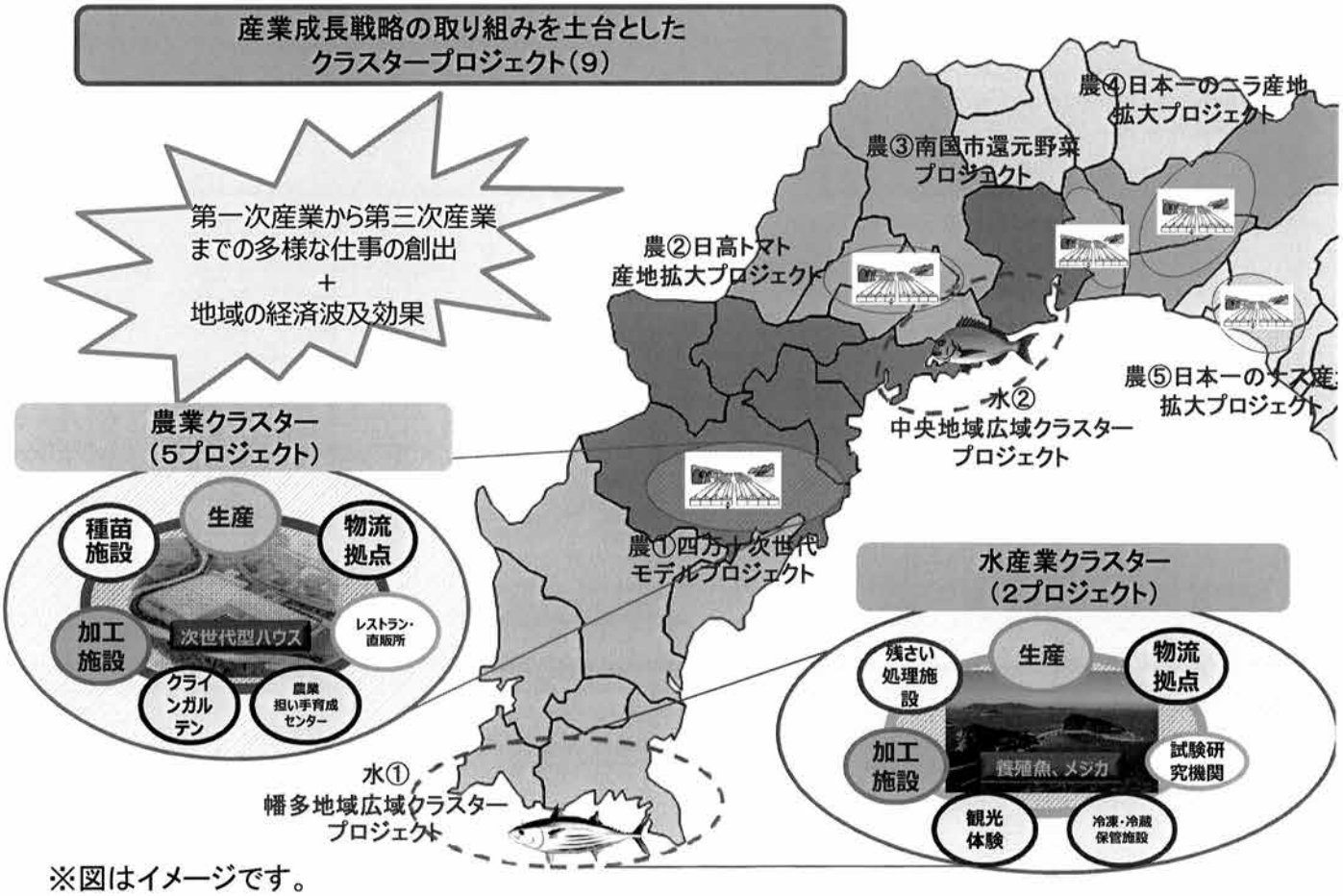
【メンバー例】農業振
関係団体、専門コ

支援メニュー

新 プランの策定・実行
ネーター」の配置、
新 農業クラスタープラ

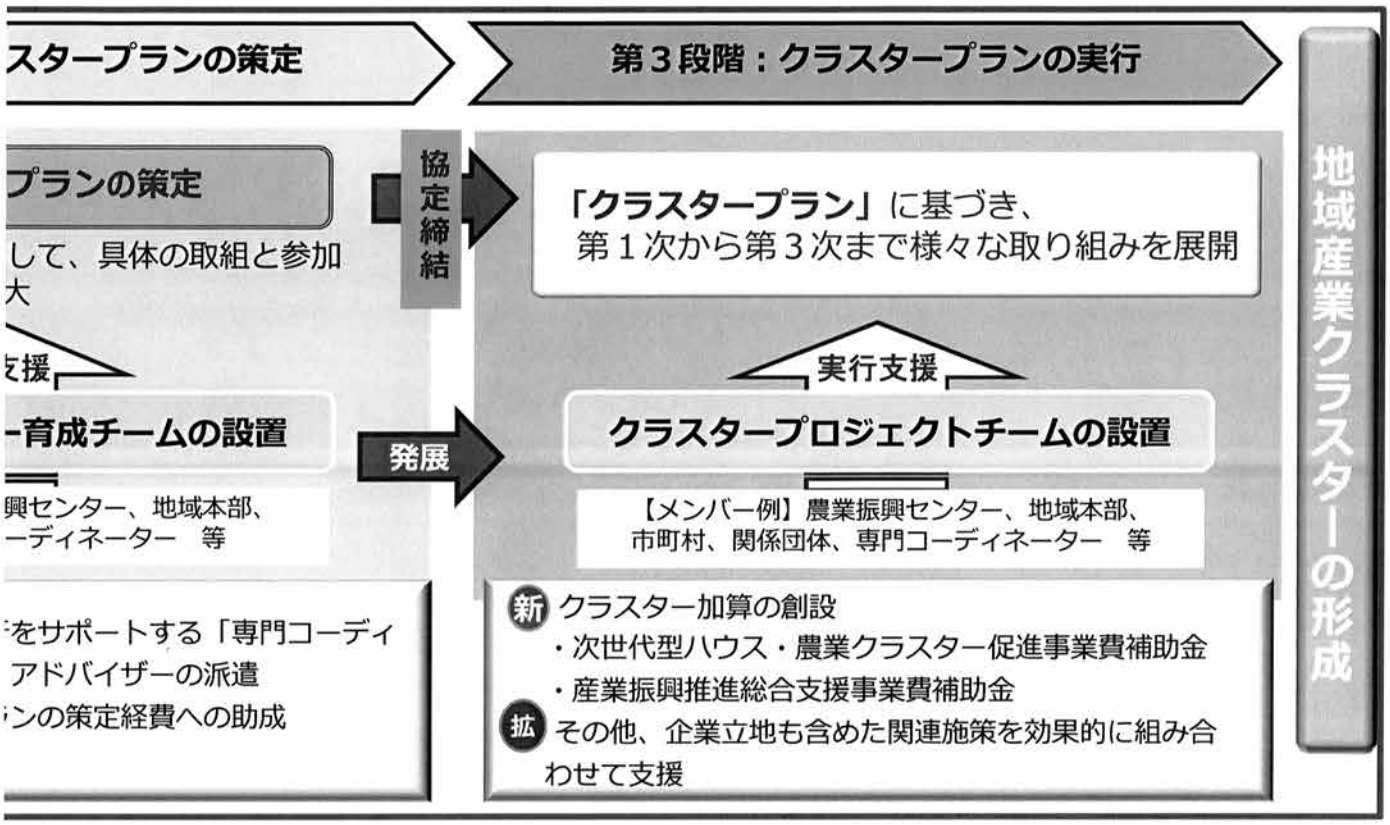
◆16のクラスタープロジェクト（産業成長戦略系9、地域アクションプラン

⇒ 今後、上記の仕組みを通じて、**新たなプロジェクトをさらに掘り起こし、各地で展開**



※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～

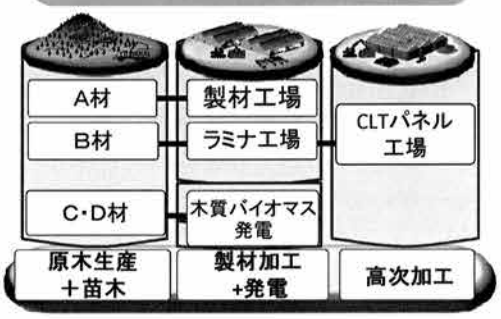


7）を推進（H28.3月現在）

食品産業クラスター（1プロジェクト）



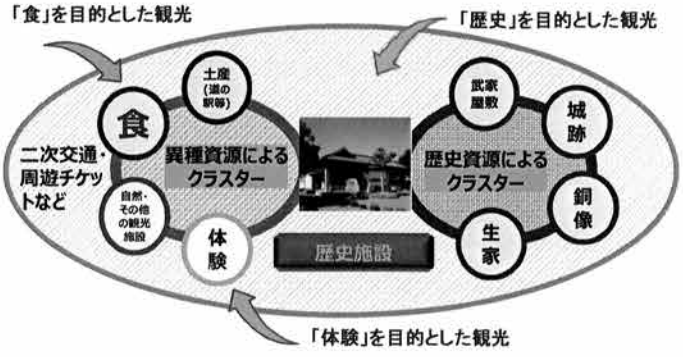
林業・木材産業クラスター（1プロジェクト）



地域アクションプランの取り組みを土台としたクラスタープロジェクト（7）

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
③ 嶺北畜産クラスターによる地域の活性化
④ 嶺北地域の林業クラスターによる地域の活性化
⑤ 仁淀川町の㈱フードプランを中心としたカット野菜事業クラスター
⑥ 佐川町で展開する自伐型林業での木材産業クラスター
⑦ 四万十ポークブランド推進プロジェクト

観光クラスター　※準備中



○歴史を中心とした博覧会の開催に向けて、歴史資源の磨き上げと周遊コースの整備を実施

➢今後、各地域において、県、地域本部、市町村、広域観光組織等により「観光クラスター計画」を策定

連携テーマ《地域産業クラ

分野の目指す姿	点から面へ。多様な仕事を数多く創出する

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

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

◆[新規]地域産業クラスタープロジェクトへの支援
◆[新規]新たな地域産業クラスタープロジェクトの掘り起こし

ラスターの形成》の体系図

分野	連携テーマ（1　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	・地域アクションプランの実行支援などを通じて、第一次産業を核に新たな加工や販売などの集積が一定進んできた	・地域地域に多様な仕事を数多く生み出していくためには、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ことが必要。そのためには、クラスターに多くの参加者を募るとともに、関係者間で目指す方向性の共有や進捗確認を綿密に行っていくことが重要

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への支援			○		
【ク02】 ◆新たな地域産業クラスタープロジェクトの掘り起こし			○		

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）
【ク01】 ◆地域産業クラスタープロジェクトへの支援 （H28新規）	地域地域に第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を生み出していくため、地域に根差した第1次産業や観光などを核としたクラスター（地域産業クラスター）の地域地域での展開を支援していく 平成28年3月時点で16件の地域産業クラスタープロジェクト（産業成長戦略系：9件、地域アクションプラン系：7件）を先行して推進していくが、新たなクラスタープロジェクトの掘り起こし（ク02）によって出てきた案件についても随時クラスター化を目指して取り組む	－ ※次期改定において指標と目標値を検討	
【ク02】 ◆新たな地域産業クラスタープロジェクトの掘り起こし （H28新規）	平成28年3月時点で16件の地域産業クラスタープロジェクト（産業成長戦略系：9件、地域アクションプラン系：7件）が地域産業クラスター化に向けて動き出しているが、今後、さらに多くの地域産業クラスターを地域地域に生み出していくため、クラスター情報共有会議等を通じて新たなプロジェクトの掘り起こしを行う	－ ※次期改定において指標と目標値を検討	

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プロジェクト全体の進捗管理

県計画推進課 ： 産業振興推進本部会議や関係部長会議を開催し、クラスタープロジェクト全体の進捗確認

産業成長戦略の取り組みを土台とした地域産業クラスタープロジェクトへの支援

県各部局・地域本部 ： クラスタープロジェクトへの支援（市町村や参画事業者等との調整、クラスタープランの策定及び実行への支援）
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、クラスタープランの策定及び実行

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プロジェクトへの支援

地域本部・県各部局 ： クラスタープロジェクトへの支援（市町村や参画事業者等との調整、クラスタープランの策定及び実行への支援）
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クラスタープランの策定及び実行

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 ： 地域産業クラスター化につながるニーズを掘り起こし

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を設置、相談等に対応

クラスター情報共有会議による情報集約

県地産地消・外商課 ： クラスター情報共有会議の開催と情報の集約・整理
県各部局 ： クラスター情報共有会議に参画し情報を共有、参加意欲のある事業者（産地・企業・地域）への呼びかけ・募集

Ⅱ　産業間の連携戦略

起業や新事業展開の促進

連携テーマ《起業や新事業展開の促進》の概要

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。

「新たな挑戦」には、新しく事業を立ち上げることもありますし、既存の事業における強みを生かして、新商品の開発や新しい事業展開を行うこともあります。

こうした「新たな挑戦」がそれぞれの地域で継続的に行われてこそ、地域の産業の活力は維持・向上されますが、「新たな挑戦」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、事業を立ち上げ後も事業が安定するまでには課題を乗り越えないといけないこと等から、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、起業や新事業展開のハードルを下げ、また事業立ち上げ後の、事業の安定化へ向けたサポートを行うための施策を抜本強化し、各分野における起業や新事業展開の促進を図っていくことにより、「質的な拡大再生産」を目指していきます。

事業の準備段階から事業立ち上げ後までの支援策について、次の3つのポイントによって強化します。

一つ目は、起業や新事業展開の取り組みに対するサポート機能の強化です。

産業振興推進部内に、新たに起業推進室を設置して、県内外からの起業や新事業展開に関する総合的な窓口として様々な相談に対応するとともに、事業化後も事業がしっかりと定着し、さらに成長できるよう、関係機関と連携しながらサポートしてまいります。

二つ目は、土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）をベースとした、学びからビジネスにつなげるまでの起業化プロセスの強化です。

第1ステップとして、土佐MBAの中に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など、起業を志す方にとっての学びの環境を充実してまいります。

第2ステップとして、本年度から実施しているアイディアソン（※）などといった新事業のアイディアを生み出すプログラムを拡充するとともに、それらを実際にビジネスプランにまで仕上げる連続講座に新たな課程を設けるなど、アイディアを生み出し、事業につなげる場を拡大してまいります。

※アイデアソン：「アイデア」と「マラソン」をかけ合わせた造語で、ある特定のテーマについて対話やワークショップを通じてアイデアを出し合い、まとめていく手法またはイベント

第3ステップとして、学んだ成果を試す場となり、県外からアイディアを呼び込む仕掛けともなるビジネスプランコンテストを新たに実施し、優れたビジネスプランの事業化を支援してまいります。

三つ目は、ビジネスの立ち上げに必要となる資金調達に関する支援の強化です。

創業等支援融資制度の拡充に加え、ビジネスプランコンテストの入賞プランを支援するための補助金や、小規模な事務系職場の起業や立地を促進するための補助金を創設するなど支援策を強化いたします。

連携テーマ「起業や新事業展開の促進」では、これらの一連の施策により、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。

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
○起業・第二創業件数　100件（H28～H31累計）　150件（H28～
○新商品開発件数　500件（H28～H31累計）　750件（H28～

強化ポイント① 起業推進室を設置し、県内外からの相談機能を強化！

強化ポイント② 学びからビジネスにつなるまでの支援を強化！

起業や新事業展開に向けての準備段階

土佐MBAをベースとした起業化プロセスの強化

1　学びのステージ

新 **土佐MBAの起業人材育成機能を強化**
・起業に特化した講座の新設
・推奨講座のガイダンス

新 **土佐MBAの地域人材育成機能を強化**
・サテライトプラットフォームの開設
・地域の頑張る人づくり事業との連携

2　トレーニングのステージ

拡 **アイディアを生み出し、磨く機能を強化**
・アイディアソン
・知財マッチング　　など

3　事業化につなげるステージ

○事業化につなげるためのステ

新 **【ビジネスプランコンテストの**
・イノベーション部門（成長分野
・ローカル・ビジネス部門(地域

【サポートプログラムによる磨
新 ・ブラッシュアッププログラム
新 アクセラレーションプログラム
・ココプラビジネスチャレンジサ

ココはイノベー
プラットフォーム
koc
Kochi Regional C

連携

新たなビジネスモデル等

新 **新たな総合相談窓口の設置**

コンテンツ

新 **【土佐MBAでの人材育成】** アプリ開発者育成講座、イラストレーター育成講座
【高知県コンテンツビジネス起業研究会】
○事業計画策定から開発、販路開拓、広報支援までを「まるごと支援」　○首都圏の見
○ビジネスプランコンテストの入賞者に対する官民協働での事業化・起業支援

連携

ものづくり

【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）】
○「事業化プランの策定」から「販路拡大」「設備投資」までを一貫サポー
新 ・企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」の策定・ブラッシュアップを

連携

移住

○移住・交流コンシェルジュによる相談対応
○移住者の起業を支援する仕組みを強化
拡 ・起業・就業支援研修事業：起業希望者の必要な知識の習得支援
新 ・移住者等小規模起業促進事業：中山間地域での小さな起業をサポート

連携

連携

金融機関
【各種融資制度等】

商工会議所
【各種相談、

～持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる～

～H33累計）　250件（H28～H37累計）
～H33累計）　1250件（H28～H37累計）

げ

強化ポイント③ 起業・新事業展開時の資金確保の支援を強化！

強化ポイント④ 事業化後のアフターフォローを強化！

起業・新事業展開時 → 事業化後

ージを新設
開催】
予）
密着型）
き上げ】

ポート
ションを生み出す
opla
collaboration Center

本市等への出展支援

ト
サポート　など

資金確保の支援

新 ビジネスプランコンテスト入賞企画事業化推進事業費補助金

新 小規模起業促進事業費補助金

○中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金

拡 創業等支援融資
（高知県中小企業等融資制度）

○コンテンツ企業立地促進事業費補助金
○研究会発事業化支援事業費補助金

○ものづくり産業強化事業費補助金
○こうち産業振興基金事業
（高知県産業振興センター）
○こうち農商工連携基金事業
（高知県産業振興センター）

○チャレンジショップ事業費補助金
○空き店舗対策事業費補助金　　等

起業後のアフターフォローの窓口

新 新たな総合相談窓口
（アドバイザー派遣等）

地消・外商支援

○高知県地産外商公社
○ものづくり地産地消・外商センター
○各種地産外商を支援する補助制度等



人材確保支援

○高知県事業承継・人材確保センター



所　商工会　連携
各種セミナーの開催、創業支援等】　等

連携テーマ(起業や新事

分野の目指す姿	持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる
分野を代表する数値目標	県のサポートによる起業・新事業展開件数 ○起業・第二創業件数　100件(H28～H31累計)　150件(H28～H33累計)　250件(○新商品開発件数　500件(H28～H31累計)　750件(H28～H33累計)　1250件

戦略の柱

起業や新事業展開への総合的な支援を抜本強化

戦略の方向性

思いをビジネスプランに、そして事業化していくためのサポートを推進

取組方針・主な「◆　具体的な取り組み」

(1)起業等に関する総合的な支援体制の構築

◆[新規]起業等に関する新たな総合相談窓口の設置
◆[新規]移住者等による中山間地域での小さな起業をトータルでサポート
◆コンテンツビジネス事業化支援【再掲】

(2)起業に向けての準備段階に対する支援

◆[拡充]土佐MBAによる起業人材育成機能を強化(起業家養成講座)
◆[拡充]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
◆[拡充]ビジネスプランコンテストの開催
◆[拡充]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]起業・就業マインドを持つ都市部の人材の発掘【再掲】

(3) 事業の立ち上げ前後の段階に対する支援

◆[新規]小規模な起業等に対する資金的支援を実施
◆[拡充]創業融資メニューの見直し【再掲】
◆[拡充]シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援

業展開の促進）の体系図

H28～H37累計）
（H28～H37累計）

ング）

分野	連携テーマ（起業や新事業展開の促進）
戦略の柱	1　起業や新事業展開への総合的な支援を抜本強化

戦略の方向性	■思いをビジネスプランに、そして事業化していくためのサポートを推進

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	起業等に関する総合的な支援体制の構築	これまでは、それぞれの分野ごとで個別に対応を行ってきた	・分野ごとに対応してきたため、起業等を考えている方など外部から見て、どこへまず相談すればいいのかが分かりにくい状況だった ・起業等の対応をそれぞれの分野が行ってきたため、所管の谷間にあると考えられる事業など、現体制では十分な対応が難しい事例があった
2	起業等に向けての準備段階に対する支援	平成27年度からスタートしたココプラの3つの拠点機能によって、産学官民の交流で生み出されたアイデアを新たな事業展開等につなげ、さまざまなイノベーションを創出することを目指して取り組みを進めた また、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	・これまでの取り組みをさらに強化し、具体的な起業等に結びつけていくことが必要
3	事業の立ち上げ前後の段階に対する支援	平成27年度からスタートしたココプラの3つの拠点機能によって、産学官民の交流で生み出されたアイデアを新たな事業展開等につなげ、さまざまなイノベーションを創出することを目指して取り組みを進めた また、創業融資による起業者の負担軽減とともに、中山間地域での起業推進のため、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	・たとえば小規模な事務系職場の立ち上げへの具体的な支援策が無いなど、支援の谷間が生じていた

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
【起業01】◆起業等に関する新たな総合相談窓口の設置			○		
【起業02】◆移住者等による中山間地域での小さな起業をトータルでサポート			○		
(再掲)【商002】◆コンテンツビジネス事業化支援	○	○	○		
【起業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05】◆ビジネスプランコンテストの開催			○		
【起業06】◆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)			○		
(再掲)【移住08】◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の発掘			○		○
【起業07】◆小規模な起業等に対する資金的支援を実施			○		
(再掲)【商47】◆創業融資メニューの見直し			○		
【起業08】◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援			○		○

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【起業01】 ◆起業等に関する新たな総合相談窓口の設置 （H28新規）	現在様々な機関がそれぞれの所管業務に応じて起業や新事業展開に関する相談対応や支援を行っていることから、起業に関する相談希望者において、どの機関に相談するべきか分かりにくい面もある そのため、起業等の相談対応の円滑化を図ることを目指して、新たに県庁内に起業等に関する総合相談窓口を設置する	・起業推進室で受け付けた相談件数	－ ↓ 100件
【起業02】 ◆移住者等による中山間地域での小さな起業をトータルでサポート （H28新規）	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 － ↓ 県内5箇所 ② － ↓ 6件 （H28～H31累計）
（再掲）【商002】 ◆コンテンツビジネス事業化支援	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	個別相談会参加事業者数	42事業者（H24～H27累計） ↓ 60事業者（H28～H31累計）

戦略の柱	1　起業や新事業展開への総合的な支援を抜本強化
取組方針	1　起業等に関する総合的な支援体制の構築

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

起業等の総合相談窓口である起業推進室の設置

県起業推進室：新たに起業推進室を設置し、起業等に関する相談対応・関係機関等との連絡調整を実施
県関係部局：それぞれが所管する業務に関する起業等についての具体的な相談対応や支援を実施
（公財）産業振興センター内よろず支援拠点：中小企業・小規模事業者の経営上の相談対応
金融機関・商工会・商工会議所：それぞれの所管地域の相談対応

起業等後の事業者へのフォローアップ

県起業推進室：・主にココプラビジネスチャレンジサポートやビジネスプランコンテストを通じて起業した事業者や、小規模起業促進事業費補助金を活用した起業等を対象にフォローアップ
・小規模起業促進事業費補助金を活用した事業者に対しては必要に応じてアドバイザーを派遣
県関係部局：主にココプラビジネスチャレンジサポートやビジネスプランコンテストを通じて起業した事業者や、小規模起業

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

コンテンツビジネス事業化支援

県まんが・コンテンツ課　：　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

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【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） （H28拡充）	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	0名（H27） ↓ 120名（累計）
【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） （H28拡充）	起業や新事業展開につながるビジネスのアイデアを生み出し、磨き上げるために、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） ↓ 16回、120人（累計） ②4講座、143人 ↓ 16講座、400人（累計） ③0回、0件（H27） ↓ 4回、4件（累計）
【起05】 ◆ビジネスプランコンテストの開催 （H28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。	ビジネスプランコンテストへの応募件数	15件（H27） ↓ 60件
【起06】 ◆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） （H28拡充）	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） ↓ 40件（累計）
（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（H28拡充）	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) ↓ 100人

戦略の柱	1　起業や新事業展開への総合的な支援を抜本強化
取組方針	2　起業等に向けての準備段階に対する支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

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

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、入賞企画のフォロー
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、入賞企画のフォロー

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

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、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

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
【起業07】 ◆小規模な起業等に対する資金的支援を実施 （H28新規）	起業や第二創業などの新たな取り組みの立ち上がりの段階では、比較的小規模な事業展開からスタートするケースが多くなる こうした小規模な起業等を資金的に支援し、企業する者の負担を軽減する	小規模起業促進事業費補助金の活用件数	－ ↓ 12件
（再掲）【商47】 ◆創業融資メニューの見直し（H28拡充）	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支援融資メニューの利用件数	230件 （H24～H27累計） ↓ 270件 （H28～H31累計）
【起業08】 ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援 （H28拡充）	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） ↓ 15事業者

戦略の柱	1　起業や新事業展開への総合的な支援を抜本強化
取組方針	3　事業の立ち上げ前後の段階に対する支援

取り組み内容				
H28	H29	H30	H31	H32以降

小規模起業促進事業費補助金による資金的支援

県起業推進室：小規模起業促進事業費補助金による支援
県関係部局等：小規模起業促進事業費補助金を受ける事業者への支援

起業等後の事業者へのフォローアップ

県起業推進室：・小規模起業促進事業費補助金を活用した起業等を対象にフォローアップ必要に応じてアドバイザーを派遣）
県関係部局等：小規模起業促進事業費補助金を受けた後の事業者に対し必要に応じてフォローアップ

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

シェアオフィスへの入居促進

県起業推進室　：　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、県起業推進室　　：　シェアオフィス入居企業と地方進出を検討している企業との意見交換・情報交換や現地視察などの実施

専門人材等の確保と地域の雇用創出

県起業推進室　：　シェアオフィス入居企業等と自然豊かな環境で働きたい都市部のIT系技術者とのマッチングを実施
市町村、県起業推進室　　：　入居企業と連携し、県内等の学生を対象とした合宿型インターンや交流などにより地域の雇用を促進

新規創業等の事業者支援

市町村、県起業推進室　　：　入居事業者に対する初期経費への支援
産業支援機関、県起業推進室　　：　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

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》

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。

こうした弱みに対し、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商品づくりや人材育成を加速し、本県産業の振興につなげることを目指して、次の取組を行います。

○産学官民のプラットフォームの設置（高知県産学官民連携センター）

平成27年度に「高知県産学官民連携センター（愛称：ココプラ）」を開設し、3つの拠点機能により新たな事業展開に挑戦する事業者をサポートしています。

具体的には、一つ目に「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するため、大学などと連携した事業化につなげるためのワンストップ窓口を設置します。

二つ目に「交流の拠点」機能として、ワークショップや連続講座など産学官民の交流の機会を積極的に設け、県内外から多くの人材や知恵を呼び込んでいきます。

三つ目に「人材育成の拠点」機能として、後述する土佐まるごとビジネスアカデミーなど、様々な研修事業を実施します。

ココプラで行うこれらの交流事業や人材育成研修で生まれた事業化構想について、目利きやアドバイスを行い、事業構想検証事業費補助金も活用して事業化を支援していきます。

○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）

産学官連携会議を開催し、県内の産学官相互の情報共有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します。この中では、個別課題に応じたプロジェクトチームを設置し、本県の取り組むべき研究テーマや推進する手法などを検討するとともに、共同研究の推進や研究成果の事業化によって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産学官共同研究を重点的に支援するために、芽出し段階の研究の育成から中期テーマの研究の推進まで、各フェーズに応じた研究推進事業を実施するとともに、事業化研究への円滑な移行や研究成果の事業化を促進するため、産業振興センターなどの関係機関、関連事業との連携を強化していきます。

こうした取組等を進め、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。

連携テーマ「産学官連携による力

～産学官の連携・交流により、様々なアイデアが生

高知県産学官民連携セン

～「高等教育機関の知見・活力」・「永国寺キャンパス内に設置」

知の拠点　県内の高等教育機関につなぐ相談窓口の設置

交流の拠点　産学官民の交

産学官連携会議

❐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

事業構想（仮

❐高知県産学官民連携
流事業で出てきた事業
イス等
❐フィージビリティスタディ

個別課題に応じたプロジェクトチームを設置

❐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　など

共同研究

❐産学官連携産業創
（育成研究支援、中

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
- 高知大学
- 高知学園短期大学
- 高知高専

県の産
- 産業
- 農業振興部
- 林業振興・環境部
- 水産振興部

強い産業の礎を築く」の展開イメージ

み出され新たな事業化につながる土壌を醸成する～

ター（愛称：ココプラ）

]を活かし県勢浮揚を目指す“３つの(つながる)拠点機能”～

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

説）の可能性の検証

センターの人材育成研修・交
化構想の目利き、助言・アドバ

（ＦＳ）補助金

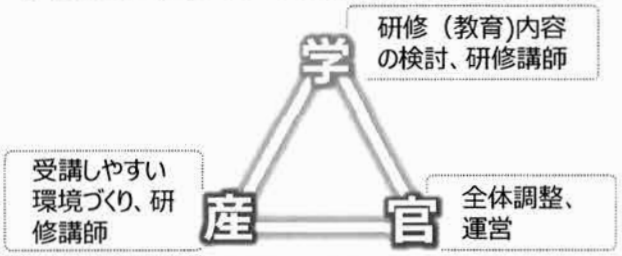
究への重点支援

出研究推進事業
期テーマ研究支援）

産業人材の育成
→連携テーマ「産業人材の育成・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

業振興関係部局

- 振興推進部
- 商工労働部
- 観光振興部
- その他関係部局

県内関係機関等

- 産業振興センター
- 工業技術センター
- その他公設試
- 市町村、地域 等
- 企業
- 金融機関
- 経済団体等
- 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

◆[拡充]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

◆［新規］県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化【再掲】

（3）産学官連携による具体的な取り組みの推進

◆県農産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究

◆園芸技術の試験研究機関と関係機関との連携強化（新技術、新商品の開発や技術支援等）

◆［新規］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への事業化支援【再掲】

◆工業技術センターが行う技術支援の充実（食品加工）【再掲】

◆[新規]「紙産業の在り方検討会」のとりまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化【再掲】

力強い産業の礎を築く）の体系図

事業化につながる土壌を醸成する

分野	連携テーマ（産学官連携による力強い産業の礎を築く）
戦略の柱	1　産学官連携強化による産業の振興

戦略の方向性	産業振興に資する産学官連携の取り組みを推進

戦略目標	目標	
	－	－

NO	取組方針	これまでの取り組みと成果	課題
1	産学官連携のプラットフォームの設置	【産学官民連携センター】 ・県内すべての高等教育機関の協力のもと、産学官民連携センターを開設。当初想定したペースで事業は進捗している	【産学官民連携センター】 ・交流事業として開催している連続講座やセミナー、人材育成研修を効果的に運用するための改善 ・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構築
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、日常的に交流する場ができたことで、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（中期テーマ）により11件を支援（H23～H27） ●事業化件数が4件（実績3件＋見込1件）となり、事業化が着実に進みつつある ●産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ）の実施により、大学と県内企業の具体的な共同研究が推進された ●共同研究により事業化された製品について、販売拡大や多分野利用が期待できるコア技術が生まれてきた	・本事業終了後の応用研究や事業化、事業化後の販路開拓など、県産学官民連携センターや（公財）高知県産業振興センター等との連携強化 ・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、ユーザー、ものづくり企業のネットワーク化 ・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
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を行った結果、H26は49尾、H27は1,045尾の稚魚（約5cm）を沖出しするとともに、H27には中間育成した約100尾の養殖種苗（約30cm）を試験配布した。 ・カンパチ人工種苗生産の技術開発を行った結果、高品質な人工種苗が量産できる技術を確立した 【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、スラリーアイス製造装置の製品化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 ［工業技術センター］ ・H28年1月末で33アイテム（H27）商品化されており、商品開発、品質管理技術の向上が図られている ［紙産業］（高付加価値製品の開発と加工技術の確立） ・新たに導入した機械設備を利用した試作開発 ●多目的不織布製造装置やレーザー加工機による試作 ・新素材の活用に向けた取り組み ●CNF勉強会開催（県立紙産業技術センター） 延べ32社、85人 ●CNFセミナー開催（四国経済産業局） 企業14社、53人 ●四国連携プロジェクト「炭素繊維シートの開発研究会」の設置	【水産業】 ［クロマグロ］ ・餌料用ふ化仔魚の安定確保 ・中間育成技術の開発 ・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 （ベ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 ［工業技術センター］ ・全国レベルの加工・品質管理技術を備えた企業が少ない ［紙産業］ ・現在、機械設備を利用している企業は、既に製品を持つ有力企業が中心になっている ・早期のアウトプットに向け、具体的な新商品の開発 ・新たな素材や技術を開発するためには、最新の市場ニーズや技術情報の企業への提供 ・県内に不足する技術や大手メーカなどと競合しない付加価値の高い技術の開発

現状（H26）	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14】◆県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化	○		○		
【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	○		○		
（再掲）【商10】◆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11】◆工業技術センターが行う技術支援の充実（食品加工）	○	○			
（再掲）【商13】◆「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	○	○	○	○	

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	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（H28拡充）	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予定） ↓ 10件(H28～H31累計)

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	現状値 ↓ 目標値（H31）
（再掲）【商14】 ◆県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化（H28新規）	・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	①産学官の共同研究により事業化された件数	①4件 （H23～H27累計） ↓ 11件 （H23～H31累計）
	・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	②産学官の共同研究により新たな分野で事業化された件数	②- ↓ 2件（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。

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、銀行、（公財）高知県産業振興センター、県新産業推進課　：
・産学官連携会議を開催し、県内の商工業に関する情報を共有し、関連事業の相互連携を強化

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、新たな課題や重要なテーマ等に対し、課題の共有や対応を検討

産学官連携産業創出研究推進事業（中期テーマ）の推進

県新産業推進課　：　県内の高等教育機関、企業など産学官連携による研究シーズの実用化に向けた共同研究を支援

多分野利用に向けた応用研究・製品改良

県新産業推進課　：
・県内企業、大学等の研究成果により事業化されたコア技術を活用し、多分野・多産業への利用拡大に向けた事業化を支援

事業化（製品化）

販路開拓

県内企業　：　事業化（製品化）及び販路拡大
（公財）高知県産業振興センター　：
・事業化及び販路拡大支援

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	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） ↓ 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） ↓ 2品目 ②　－（H27） ↓ 1商品

戦略の柱	1　産学官連携強化による産業の振興
取組方針	3　産学官連携による具体的な取り組みの推進

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

機能性成分の分析 → 農産物の機能性を高める栽培方法の評価

機能性成分を活かした販売方法の検討 → 販売の実践と評価

農産物機能性成分活用研究会（県環境農業推進課、県地域農業推進課、県産地・流通支援課、県新産業推進課、県農業技術センター）により推進
　県農業技術センター：県産主要農産物等の持つ機能性成分の分析及び生産現場における栽培方法の違いが機能性に与える影響を明らかにする
　農産物機能性成分活用研究会：農産物の機能性成分等を活かした表示・PRなど有利販売に繋がる販売方法を検討、実践と評価を行う

機能性表示できる品目・成分の探索

機能性表示プロジェクトチーム会議（高知大学、県立大学、企業、県関係各課）との連携により、機能性表示できる品目・成分の探索。農産物の機能性表示食品としての有効性の検討

産官学連携によるこうち新施設園芸技術の研究開発

試験研究機関 ： こうち新施設園芸技術の研究開発。高知大学との企画連携会議及び新施設園芸技術研究会（大学、民間企業、農業団体、県等）の開催、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（H26～29）
　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（H30～32）

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【水09】 ◆試験研究機能の充実・強化 (H28新規)	クロマグロ養殖の生産量の増大とカンパチ養殖業者の経営安定を図るため、種苗生産技術開発等を行う試験研究機能の充実・強化を図る	・新たな試験研究機関の設置	― ↓ ・新たな試験研究機関を設置・稼働
(再掲)【商10】 ◆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) ↓ 4件(H28～31累計)
(再掲)【商11】 ◆工業技術センターが行う技術支援の充実(食品加工)	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	県工業技術センターが行う技術支援による商品化アイテム数	165アイテム (H24～H27累計) ↓ 140アイテム (H28～H31累計)

取り組み内容

H28	H29	H30	H31	H32以降

試験研究機関の移管と試験運用 → **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、県漁業指導所、民間企業：新たな試験研究機関の試験運用
- 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本格運用によるクロマグロ・カンパチ人工種苗生産技術の向上

新たな共同研究の推進 → **海洋資源の持つ機能性の解明** → **産業利用研究及び事業化支援**

- 県新産業推進課、県海洋深層水研究所、国研究機関、大学等：
  ・海洋微生物等の共同研究の探索
- 県海洋深層水研究所、国研究機関、大学等：
  ・機能性の解明による産業利用の可能性の探索
- 県海洋深層水研究所、国研究機関、大学等：
  ・新たな資源を活用した産業利用研究の推進
- 県新産業推進課、県海洋深層水研究所、県工業技術センター、県産学官民連携センター：
  ・研究成果に基づく事業化支援

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

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
  ・品質管理技術等の支援
  ・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

◆具体的な取り組み	概要	指標	現状値 ↓ 目標値(H31)
(再掲)【商13】 ◆「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(H28新規)	「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を実施する ⇒別図＜商03＞参照(p.324)	①新製品開発数 ②技術研修の受講者数	① - ↓ 20件(H28～H31累計) ②239人 (H24～H26平均) ↓ 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

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（新規）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 ：
・新たに導入する機械設備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

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、ギフトショーや図書館総合展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、プロモーション活動を積極的に展開

（公財）高知県産業振興センター ：
・製品の周知を図り、販売機会の増加を目指すため、東京営業本部を設置
・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
・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、アンケート調査などによってニーズを掘り起こし、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、プロモーション活動を積極的に展開

県立紙産業技術センター ：
・少人数の連続講座によって、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
（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

＜ 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。
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。
MY遊バス	（公財)高知県観光コンベンション協会が運行しているJR高知駅～五台山～桂浜を定額料金で一日又は二日間乗り放題のバス。路面電車の市内190円区間乗り放題や観光施設の入場料の割引などの特典がある。 JR高知駅発、五台山、桂浜行の周遊観光バスで、「はりまや橋」「牧野植物園」「桂浜」などの高知市内の観光スポットを回る。料金は定額で1日券と2日券がある。乗車券の提示で割引を受けられる協賛施設がある。
OJT	「On-the-Job Training」の略。仕事の現場等で、業務に必要な知識や技術を日々の仕事を通じて習得させる能力開発手法又は習得させる研修、教育訓練。
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）。
インバウンドフェア	四国ツーリズム創造機構と四国運輸局がタイアップして国のビジット・ジャパン事業の一環として取り組んでいる事業。東アジア地域の旅行会社やマスコミを四国に招いて、観光・宿泊施設の視察や商談会を開催し、四国への旅行商品の造成や現地の雑誌等への四国の情報の掲載などを促進している。
エコツーリズム	地域の自然や文化への理解を深め、より良い保全とゆとりある活用により、観光と産業を持続的に発展させる活動。
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、かつおー本釣り漁業で、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。
観光圏整備事業	観光地が広域的に連携した「観光圏」を整備することで、国内外の観光客が2泊3日以上滞在できるエリアの形成を目指す観光庁の補助事業。県内では幡多地域で、「四万十・足摺エリア(幡多地域)観光圏」(計画期間:H21.5.1～H26.3.31)が平成21年4月に認定を受けた。
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。
求職コーディネーター	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。
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。
クリエイター	デジタルコンテンツの制作者、デザイナー、イラストレーター、漫画家、作家、作曲家、画家など創造的な活動を行う人。

グリーン・ツーリズム	農山漁村地域の豊かな自然に親しみ、そこに息づく暮らしや文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。
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。
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6,267人（県内シェア55%、H26）、販売取扱高約87億円（県内シェア：57%、H26）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	企業において、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。
四国観光立県推進協議会	四国4県とJR四国の5団体で構成する観光協議会。海外や首都圏への情報発信、旅行会社や航空会社とタイアップした四国のキャンペーンを展開するなど、四国の認知度の向上や誘客促進に取り組んでいたが、平成21年7月に発展的に解消し、四国ツーリズム創造機構に継承。
四国ツーリズム創造機構	行政主体であった四国観光立県推進協議会を平成21年7月に発展的に解消し、新たに立ち上げた四国4県と民間企業が参画する官民一体の広域観光推進組織。前身の四国観光立県推進協議会の取組の総括を踏まえ、新たにアクションプランを策定し、取組を強化。国内外での四国の認知度の向上や誘客促進に取り組んでいる。

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。
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）。
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。
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。
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。
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。
土佐のおさかなまつり	県産水産物の消費拡大を目的に平成22年度から毎年1月に実施しているイベント。県内の水産関係団体等が水産物の出店販売を行うほか、水産物の魅力をPRする催しを行っている。
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、椙原町、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。
ニューツーリズム	テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなどの体験的な要素を取り入れた旅行のこと。テーマとしては産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズムなどがあり、旅行会社主導でなく地域側が旅行商品を作るという特徴がある。
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。
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。
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。
フィルムコミッション	映画、テレビドラマ、CMなどのあらゆるジャンルのロケーション撮影を誘致し、実際のロケをスムーズに進めるための支援を行う非営利機関。地方公共団体（都道府県・市町村）か、観光協会の一部署が事務局を担当していることが多く、映画撮影などを誘致することによって地域活性化、文化振興、観光振興を図ることを目的としている。高知県においては、(財)高知県観光コンベンション協会内に高知フィルムコミッションが設置されている。
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。
ブルーツーリズム	漁村に滞在して、漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ余暇活動のことをいう。
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。
マリン・エコラベル・ジャパン	水産資源と海に優しい漁業を応援する制度として2007年10月に全国的な水産団体である大日本水産会が創設したもの。資源と生態系の保護に積極的に取り組んでいる漁業を認証し、その製品（商品）に水産エコラベルを付けることにより、このような漁業を奨励・促進する制度である。
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
よさこいネット	（公財）高知県観光コンベンション協会が運営する高知県の観光情報ホームページ。県内の季節ごとのイベント情報なども掲載している。

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。
ランドオペレーター	旅行先での旅行を円滑に実施するためのワンストップ窓口の役目を果たす管理者。旅行者が旅行先で利用する宿泊場所、移動手段、食事、ガイドなどを事前に手配し、旅行中においては、旅程を管理する。旅行後は旅行代金の収受と支払い等の清算を行う。
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（平成21年）
- 4月1日 地産外商推進協議会設置要綱 一部改正
- 6月16日 第４回地産外商推進協議会
- 6月16日 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
- 6月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
- 9月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
- 9月8日 第１回連携テーマ部会
- 9月10日 第１回観光部会
- 9月〃 第１回林業部会
- 9月15日 第１回農業部会
- 9月〃 第１回水産業部会
- 9月〃 第１回商工業部会
- 9月25日 第３回食品加工WG
- 9月〃 **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
- 11月20日 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
- 12月18日 第６回地産外商推進協議会
- 12月18日 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
- 12月22日 第２回林業部会
- 12月〃 第２回水産業部会

2010年（平成22年）
- 1月7日 第２回観光部会
- 1月12日 第２回農業部会
- 1月13日 第４回食品加工WG
- 1月〃 第７回地産外商推進協議会
- 1月14日 第２回商工業部会
- 1月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
- 1月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
- 2月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
- 3月23日 産業振興計画 ver.２の決定
- 3月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

2　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等

（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	特別顧問	土佐経済同友会 特別幹事
	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	野村　直史		株式会社四国銀行	代表取締役頭取	
	森下　勝彦		株式会社高知銀行	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
	時久　惠子 （大野　吉彦）		高知県市町村教育委員会連合会	会長	香美市教育長 （南国市教育長）
	折田　晃一 （小野川　公作）		日本労働組合総連合会高知県連合会	会長 （会長代行）	※労働団体
	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
	河合　祐子		日本銀行高知支店	支店長	
	熊野　裕二		日本放送協会　高知放送局	局長	※報道機関
	栗田　豊滋		四国経済産業局	地域経済部長	
	小松　弘明		ソフトブレーン・サービス株式会社	取締役会長	
	竹葉　傳		大宮地域振興協議会	会長	※中山間対策
	筒井　早智子		公益財団法人こうち男女共同参画社会づくり財団	理事長	※女性の活躍促進
	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
	岩﨑　憲郎		高知県町村会	会長	大豊町長
	井上　哲郎		高知市	副市長	
	計　30名				

※（　　）は、委員変更に伴う前任者

（２）　専門部会

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所　属　及　び　役　職		備考
農　業		市川　昌広	●	国立大学法人高知大学　教育研究部自然科学系農学部門	教授	
		遠藤　貢司		高知県全国取引会社協議会	会長	
		川井　由紀		JA高知女性組織協議会	会長	
		東谷　望史		馬路村農業協同組合	代表理事組合長	
		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		備考
林　業		小川　康夫	◎	一般社団法人高知県木材協会	会長	
		國友　昭香		国友商事株式会社	代表取締役	
		後藤　純一		国立大学法人高知大学　教育研究部自然科学系農学部門	教授	
		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		一般社団法人高知県建築士会		
		宮崎　聖		シマント　モリモリ団	団長	

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所　属　及　び　役　職		備考
水産業		浦尻　和伸	◎	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長	
		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	組合長	
		國吉　正稔		高知市中央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	
	部会長	森岡　克司	●	国立大学法人高知大学農学部	教授	
		山下　英		高知県水産物産地買受人連絡協議会	会長	
		山本　力		有限会社タカシン水産	代表取締役	

※「委員会委員等」･･･ ◎:フォローアップ委員会委員　●:連携テーマ部会部会員

（敬称略　部会毎に五十音順）

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所　属　及　び　役　職		備考
商工業	部会長	青木　章泰	◎	高知県商工会議所連合会	会頭	
		加藤　稔		一般社団法人高知県情報産業協会	会長	
		白山　早苗		南国市商工会	女性部長	
		千頭　邦夫		チカミルテック株式会社	代表取締役社長	
		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		備考
観　光		有馬　義雄		NTT西日本株式会社高知支店	支店長	
	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	特別顧問	
		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	
		小松　加枝		高知県立牧野植物園	企画広報課長	
		寺村　勉		土佐経済同友会	観光振興委員長	
		野浪　健	◎	日本旅行業協会高知地区	委員長	
		濱田　征男		公益財団法人高知県体育協会	事務局長	
		浜田　正博		公益財団法人高知県文化財団	理事長	
		藤本　正孝		高知県観光誘致連絡協議会	会長	高知県旅館ホテル生活衛生同業組合理事長
		宮村　耕資	◎	日本観光旅館連盟高知県支部	支部長	

※「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	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
	川村　晶子	観　光	特定非営利活動法人とさはちきんねっと	アドバイザー
	今西　正和		高知県農業振興部	副部長（総括）
	山根　則彦		高知県林業振興・環境部	副部長
	近藤　雅宏		高知県水産振興部	副部長（総括）
	橋口　欣二		高知県文化生活部	副部長
	松岡　哲也		高知県商工労働部	副部長（総括）
	井上　浩之		高知県観光振興部	副部長
	田所　実		高知県教育委員会事務局	教育次長（総括）
	鎌倉　昭浩		高知県産業振興推進部	副部長（中山間対策担当）
部会長	吉村　大		高知県産業振興推進部	副部長（総括）

※　取扱いテーマ
1　産学官連携による力強い産業の礎を築く
2　中山間の暮らしを支える産業づくり
3　産業人材の育成・確保

（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、専門部会の部会員並びに高知県の文化生活部副部長、産業振興推進部副部長、商工労働部副部長、観光振興部副部長、農業振興部副部長、林業振興・環境部副部長、

水産振興部副部長及び教育委員会事務局の教育次長の職にある者のうちから知事が委嘱又は任命する。

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。

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

～ 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２８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/