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２期高知県産業振興計画 ver.４

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

## 《　総論・産業成長戦略　》

高知県は、ひとつの大家族やき。

高知家

平成２７年３月

高　知　県

# 第２期産業振興計画の改定にあたって

本県では、人口減少や高齢化の進展が県内市場の縮小を招くことで、若者がさらに県外流出し、そのためさらに人口が減少するといった負の連鎖に陥ってきました。

産業振興計画では、こうした本県経済の根本的な課題に真正面から向き合い、負の連鎖を断ち切るため、「地産外商」を全体戦略として、県勢浮揚に向け全力で挑戦を続けてまいりました。

その結果、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件と大幅に増加し、製造品出荷額等や県外観光客入込数も目標を前倒しして達成するなど、一定の成果が表れ始めております。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、今回、「地産」の取り組みと「外商」の取り組みをそれぞれ一層強化し、加えて、この地産外商の成果を設備投資や雇用の増大などの拡大再生産につなげていくための取り組みも強化するという、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へと改定しました。

第２期計画の最終年度となる平成27年度は、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、引き続き全力で取り組んでまいりたいと考えております。

また、今般の国の「地方創生」の取り組みは、全国に先駆けて人口減少等の課題に取り組んできた産業振興計画の大きな後押しになるものと考えています。この地方創生の動きを最大限活用し、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まいりたいと考えております。

私自身、県庁職員と共に知恵を出し、汗をかいて、県民の皆様と飛躍への挑戦をしてまいりたいと考えております。

皆さま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27年３月

高知県知事　尾﨑　正直

# 目 次

## 【総 論】


Ⅰ はじめに ・・・

## 【産業成長戦略】


Ⅰ　産業間の連携戦略

1　地産地消・地産外商戦略の展開　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　９１

（１）地産地消の徹底　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　９７

（２）「ものづくりの地産地消」の促進　・・・・・・・・・・・・・・・・・１１１

（３）食品加工の推進　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１２７

（４）地産外商の推進　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１３９

2　新エネルギーを産業振興に生かす　・・・・・・・・・・・・・・・・・・１６１

3　産学官連携による力強い産業の礎を築く・・・・・・・・・・・・・・・・１８７

4　中山間の暮らしを支える産業づくり　・・・・・・・・・・・・・・・・・２０９

5　産業人材の育成・確保　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２１７

6　移住促進による地域と経済の活性化　・・・・・・・・・・・・・・・・・２５７

Ⅱ　専門分野の成長戦略

1　農業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２７５

2　林業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３５５

3　水産業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３９７

4　商工業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４６５

5　観光分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５１５

＜付属資料＞

Ⅰ　用語の解説　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５５６

＜参考資料＞

Ⅰ　計画のフォローアップ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５７２

1　フォローアップの経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５７２

2　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等　・・・・・・・・・・・・５７７

（１）フォローアップ委員会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５７７

（２）専門部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５７８

（３）連携テーマ部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５８０

（４）産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　・・・・・・・・・・５８１

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

Ⅰ　地域区分

Ⅱ　第１期地域アクションプランの総括と
　　第２期地域アクションプランへの挑戦

Ⅲ　各地域の展望と具体的な取り組み

**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**

**＜付属資料＞**

用語解説

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　はじめに

## 1　計画策定の趣旨

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。

この計画が、平成 23 年度末で当面の目標としてきた時期を迎えたことから、この間の取り組みを総括（※）し、課題を明らかにしたうえで、官民協働を一層強化し、より高いレベルを目指して新たな挑戦を行うため、平成24年度から平成27年度までの4年間を計画期間とする「第2期高知県産業振興計画」（以下「第2期計画」という。）を策定しました。

「産業振興計画」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。

今回、これまでの取り組みの蓄積を生かし、より大きな、より実効性のある施策を盛り込んで、「第2期計画 ver.4」へと改定し、産業振興計画の取り組みをさらに加速していきます。

※第1期高知県産業振興計画の総括は＜付属資料＞p.52～p.68 をご覧ください。

## 2　第1期計画策定の背景

- 本県経済の浮揚を図るためには、景気の動向に左右されない抜本的な体質強化が必要
- 生産から流通・販売に至る、産業間の連携を意識したトータルプランを描く

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。

**■本県経済の構造的課題**

当時、主として先端的な産業や輸出産業が牽引する形で全国的に景気が回復していました。しかしながら、公経済への依存度が高く、産業基盤が弱い本県では、その恩恵を十分に受けることができませんでした。これに加え、全国に先行する人口減少と高齢化により、県内市場が縮

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

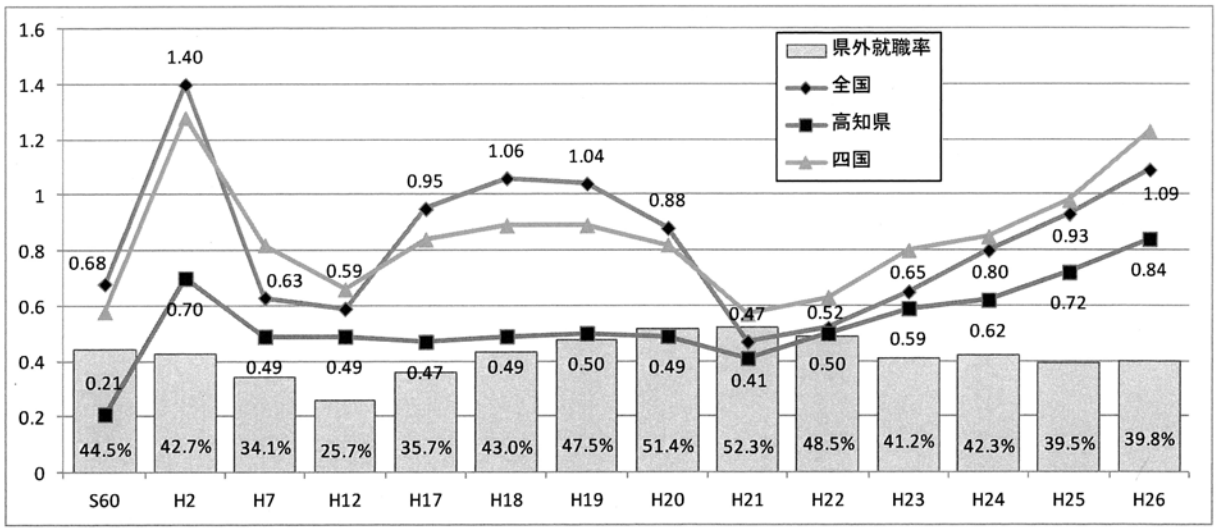
小し続けてきたこと、さらには、厳しさを増す県内自治体の財政状況の影響により、公共投資が減少したこと等も相まって、本県経済は、長らく厳しい状況が続き、全国水準との間に大きな格差が生じています。

| | |
|---|---|
| 一人当たり県民所得 | 平成 20 年度: 220.4 万円（全国平均の 79.5%） |
| | ＜参考　平成 24 年度：225.2 万円（全国平均の 81.8%）＞ |
| 製造品出荷額等 | 平成 20 年：5,870 億円（全国最下位） |
| | ※平成 21 年度：4,909 億円 |
| | ＜参考　平成 25 年：5,218 億円（全国最下位）＞ |
| 人　口　減　少 | 平成２年から自然減（全国に 15 年先行） |
| 高　齢　化　率 | 平成 17 年：　25.9%（全国に 10 年先行） |
| | ＜参考　平成 22 年：　28.8%＞ |

有効求人倍率（図1）を見ても、かつては全国の景気動向に一定連動していたものが、第1期計画をスタートする前の6年程（平成 15 年度～平成 20 年度）は連動せず、しかも、その数値は 0.49 倍（平成 20 年度）と、全国平均とは大きな隔たりがありました。

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あることが見て取れます。

図 1　有効求人倍率と新規高卒者の県外就職率の推移




出典：一般職業紹介状況（職業安定業務統計）（厚生労働省）、高等学校卒業（予定）者の就職（内定）状況に関する調査（文部科学省）

※平成 26 年 12 月の本県の有効求人倍率は、0.87 倍で過去最高　　※平成 26 年度の新規高卒者の県外就職率は、12 月末時点

## ■計画策定の必要性

下降傾向にある本県経済を上昇に転じ、飛躍の機会を逃すことなく県勢の発展につなげていく

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らなければなりません。

そのためには、各産業分野において、生産から加工、流通、販売に至る各段階における本質的な課題を明らかにしていく必要があります。

また、実体経済の姿に即し、産業分野間の連携を意識した総合的な戦略が必要となってきます。

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本計画を策定したものです。

## 3 産業振興計画の構成等

### (1)産業振興計画の構成

- 産業別の成長戦略と地域別のアクションプランで構成
- 改革のための基本方向を打ち出す

産業振興計画は、計画策定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つの地域のアイデアや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」で構成しています。

**■総論**

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、成功イメージや目標などを掲げています。

また、本県の強みや弱み、機会や脅威を整理し、「強み」を活かしきる視点から、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、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野及びこれらの産業分野間を結ぶ連携テーマごとに取りまとめています。その中では、目指すべき姿やこれまでの取り組みの分析を示したうえで、これからの対策を、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。

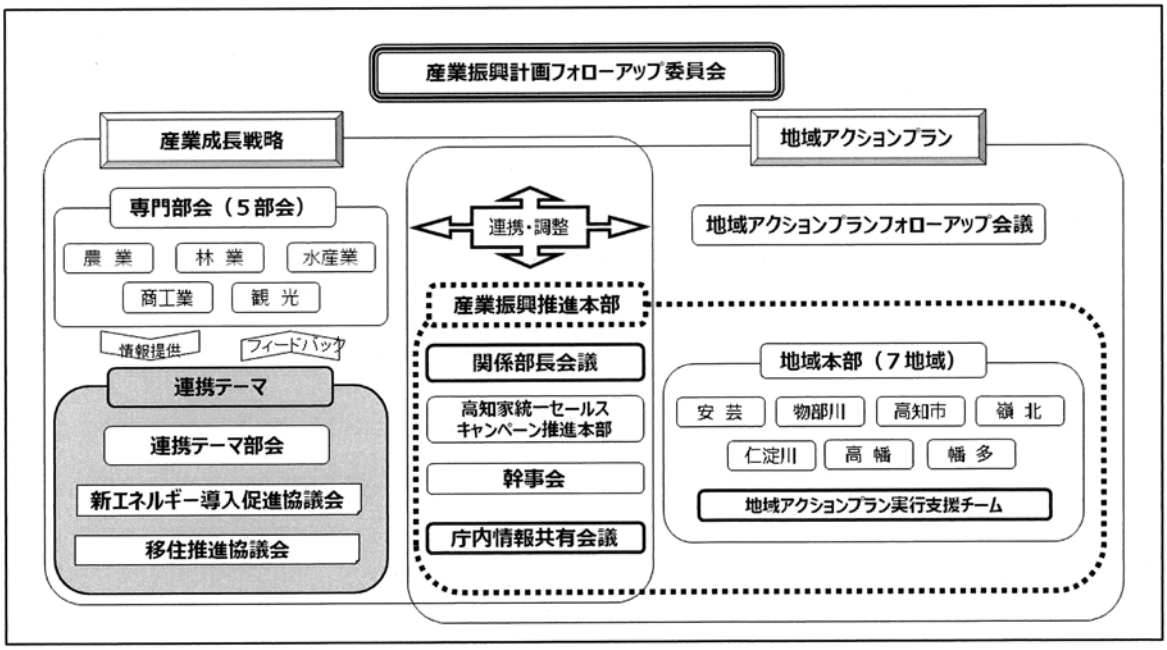
## （2） 産業振興計画の推進体制

### ・ 実行体制とフォローアップ体制

産業振興計画は、策定の段階から多くの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に参画いただき、官民協働で策定作業を進めてきました。計画の実行段階においても同様に、県民の皆様と県が手を携えて着実に計画を推進することを目指してきました。

そのために、まず県庁が汗をかく、すなわち、推進体制を整えてしっかりと実践し、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頑張りに対し、県としての公正性を確保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行っています。併せて、全庁横断的な組織を作り計画の実現に向けて積極的に施策展開を図っています。

図２　実行・フォローアップ体制図



■実行体制

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、全庁が一体となって推進を図ります。

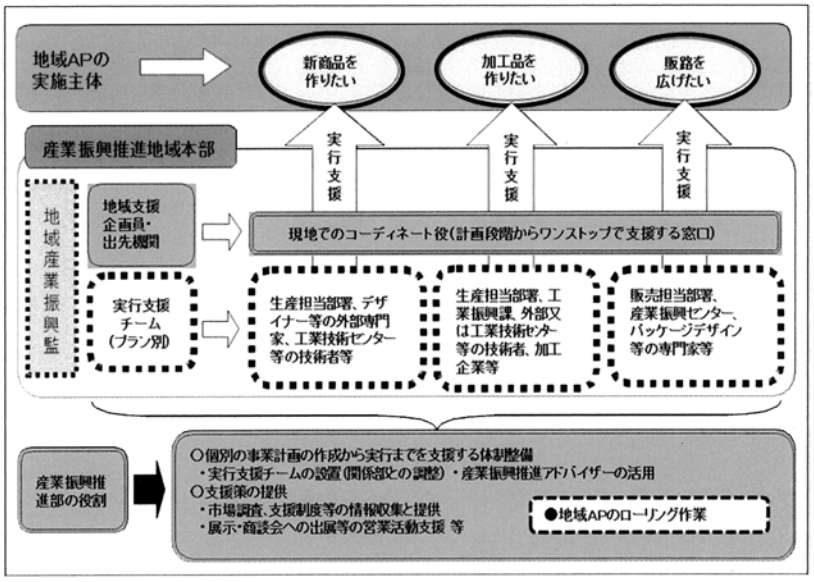
そのための推進組織として、知事を本部長とする「産業振興推進本部」を設置し、計画全体の進捗管理や課題事項の検討・調整などを行っています。

併せて、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、各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、個別のプランごとに関係機関が連携して取り組むなど、地域アクションプランの実行を徹底して支援しています。

図３　各地域における推進イメージ




■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、市町村長等で構成する「産業振興計画フォローアップ委員会」「地域アクションプランフォローアップ会議」「専門部会」等を設置し、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。

## （3） 産業振興計画の進め方

・取り組みのさらなる点検・検証と政策どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出す
・官民協働や市町村との連携協調など、様々な対外的な連携の強化により計画を推進

**■取り組みのさらなる点検・検証と政策どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出す**

産業振興計画の推進にあたっては、PDCAサイクルにより、一つ一つの施策や事業の進め方、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、四半期毎に点検し、取り組み状況の把握に努めています。

上記に加え、平成 25 年度からは、次の2点について点検・検証を行っています。

ひとつは、第2期計画で掲げた4年後の目標を見据えて、この目標を達成するための主要な要素を設定し、それぞれの要素ごとに、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、施策の投入量は足りているのか、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。

もうひとつは、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、といった視点の点検・検証を行っています。

また、平成 26 年度からは、4年後、10 年後の目標の達成に向けて、こうした様々な観点からの点検・検証をさらに徹底するとともに、政策群どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出していくことを強く意識して計画を推進しています。

こうした取り組みを通じて、施策をより実行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。

**■官民協働や市町村との連携協調など、様々な対外的な連携の強化により計画を推進**

産業振興計画の推進にあたって、見え始めてきた成果をさらに広げるためには、さらに多くの皆様に産業振興の取り組みに参画いただくことが重要であることから、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じて、官民協働のさらなる推進を図ってきました。

このため、本県の現状や目指そうとしていることなどを積極的に発信し、県外とのネットワークの絆を拡げ、県外から多くの人材や知恵、資本を呼び込むことに取り組んでいきます。

平成 27 年度はこうした進め方により、国の「地方創生」の動きを追い風として最大限に活用しながら、平成 27 年度末の数値目標の達成はもとより、その先の高い次元の新しいステージを目指して、引き続き全力で取り組みます。

# Ⅱ　計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿

県勢浮揚に向けた挑戦を続けていくためには、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必要があります。

この官民協働を成し遂げるためにも、県民の皆様と共有しうる成功のイメージを掲げたいと考え、第2期計画では、広範な県民の皆様との議論を通して「産業振興計画の推進によって目指す将来像（10年後の成功イメージ）」や「計画全体を貫く目標」を練り上げるとともに、産業分野ごとにも「4年後の目標」や「10年後の目指す姿」を明らかにしました。

### ①産業振興計画の推進によって目指す将来像（10年後の成功イメージ）

**『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」』**

この全体イメージが、県民の皆様の行動に結びつくよう、さらに具体的にわかりやすく表現した3つの成功イメージを付記します。

1　本県の地域資源を使った新しい商品が次々と誕生し、全国、海外において数多く認知されるようになる
2　防災や新エネルギーの関連産業が形成され、高知県の産業として誰もがイメージできるようになる
3　厳しい時代を生き抜くたくましい産業人材が数多く輩出され、各地で活躍するとともに、地域を支える新しい基幹産業が各地に定着し、地域の明るい未来が広がる

### 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、経済の面から「県際間の収支」、人口の面から「人口の社会増減」の2つの指標により、10年後の目標を掲げ、毎年、進捗状況を検証していきます。

**《目標1》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10年後の移輸出額の増加効果**

**＋1,300億円［試算値］**

＜平成17年の県際収支　▲6,678億円＞

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

＜平成12～22年（年平均）の社会減2,158人＞

この2つの目標に加えて、次の経済指標も活用し、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。

・製造品出荷額等
・一人当たりの県民所得
・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の推移
・有効求人数　など

※直近の「高知県経済等の動向」は＜付属資料＞p.83～p.88 をご覧ください。

こうした「産業振興計画の推進によって目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」の実現に向けて、各産業分野においても、これに連なる「4年後の目標」「10 年後の目指す姿」を掲げて取り組むこととしていますが、その際、各施策を進めるにあたって共通して意識すべきこととして、次の3つがあげられます。

**◎若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる**

さらに、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ため、

**◎全国一学びの機会が多い県を目指す**
**◎全国一サポート体制が整った県を目指す**

目指す将来像である「地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」を実現するためには、まず、人口社会増につながるような「若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる」ことが重要です。

このために、各産業分野においても、これを意識した施策を進める必要がありますし、さらに言えば、仕事に就いた後も、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ことで、さらに本県で働く魅力が高まるものと考えられます。このため、「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ます。

そうしたことをトータルで進めることによって、若者を呼び込み、人口社会増の達成、ひいては、産業振興計画の推進によって目指す将来像である『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」』を実現していきます。

### ③各産業分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」

「4年後の目標」は、人口が減少し、経済が縮む中にあっても、これまで築き上げてきた土台に立って施策をさらに強化し、官民一丸となって挑戦を続けることで達成が可能と思われるもの、何としても達成したいものを掲げています。

また、「10年後の目指す姿」は、そうした中で、それぞれの産業が持続的な成長を遂げていくうえで、かくありたいという姿を掲げています。

その実現のためには、これまでの施策の延長線上の取り組みに加えて、新たな発想による取り組みを行うことが必要となります。第2期計画では、この新たな発想による取り組みについて、その戦略的な方向性を「さらなる飛躍へのポイント」として整理をしました。第2期計画の4年間を通して、官民で共に知恵を出し合いながら、この「さらなる飛躍へのポイント」それぞれについて、具体的な戦術を練り上げてまいります。

また、第2期計画では、各産業分野において、産出額等についての数値目標を掲げています。

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なことですが、様々な取り組みを進めながら、県勢浮揚に向け、官民一体となって挑戦していきます。

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。ただし、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。

## 《農業分野》

### ◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○ＩＰＭ技術がより高度化するとともに、全地域・全品目に普及する
○集落営農（こうち型集落営農を含む）の取り組みが県内各地に広がっている
○新規就農者が継続的に確保され、営農が定着し地域の中核的な農業者が増える
○地域資源を活用した加工の取り組みが県内各地に広がる
○本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている
○実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている

**⇒4年後に農業産出額 1,000 億円以上を目指す**

（【目標設定時】H22：930 億円⇒【直近値】H25：938 億円）

### ◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

**◎地域で暮らし稼げる農業**

・農で働き高知で暮らす
・若者からお年寄りまで笑顔で暮らせる中山間の農業の確立
・攻めの外商で稼ぐ農業

**⇒10 年後に農業産出額 1,050 億円以上を目指す**

**《さらなる飛躍へのポイント》**

・生産性の向上と、安全・安心による選ばれる産地の形成（オランダ並みの生産性を目指す「新施設園芸システム」を県内各地に普及）
・一経営体あたりの収入をアップ（農地を集積、施設の高度化・大規模化、経営力のある企業的経営体を県内各地に育てる）
・中山間で収入を得る仕組みを定着（こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスを各地域へ拡大）
・農産物の付加価値を向上（各地に生まれた加工の動きを産業に育てる）

## 《林業分野》

### ◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○原木の増産が進み、山の資産価値がアップするとともに、中山間の雇用が確保される
○加工力の強化により、木材の付加価値が高まる
○県内での県産材利用が拡大するとともに、県外市場での認知度が向上する
○適切な資源循環の中で、余すことなく森林資源を生かし切り、木の価値がアップする

**⇒4年後に原木生産量 72 万立方メートル以上、**
**木材・木製品製造業出荷額等 190 億円以上を目指す**

（【目標設定時】H22：原木生産量 40.4 万㎥
木材・木製品製造業出荷額等 150 億円
⇒【直近値】H25：原木生産量 49.5 万㎥
木材・木製品製造業出荷額等 170 億円）

※4 年後の原木生産量は実績等を踏まえ 62 万㎥から上方修正（第一次改定時）
※H25 の数値については、「平成 25 年工業統計調査」の速報（従業員 4 人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

### ◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

**◎山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地**

**⇒10 年後に原木生産量 81 万立方メートル以上、**
**木材・木製品製造業出荷額等 200 億円以上を目指す**

※10 年後の原木生産量は実績等を踏まえ 65 万㎥から上方修正（第一次改定時）

**《さらなる飛躍へのポイント》**

・森林の集約化を一層推進
・作業システムの改善による原木生産の効率化
・単板工場の誘致
・製材工場の効率化・高品質化を進め、競争力を強化
・ＣＬＴ（直交集成板：クロス・ラミネイティド・ティンバー）[2]の推進
・県外への流通・販売システムのさらなる強化
・土佐材の知名度の向上による活発な取引
・木質バイオマスを低コストで大量に収集するシステムづくり

---

2 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木質構造パネル

## 《水産業分野》

### ◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○安定した漁業生産が確保される
○県外市場で認知度が向上し、ブランド化が図られる
○水産加工の広がりにより地域の雇用の場が確保される

**⇒4年後に沿岸漁業生産額 370 億円＋水産加工出荷額 170 億円以上を目指す**

（【目標設定時】H21：沿岸漁業生産額 348 億円、水産加工出荷額 160 億円
⇒【直近値】H24：沿岸漁業生産額 409 億円、H24：水産加工出荷額 173 億円）

### ◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

**◎若者が住んで稼げる元気な漁村**

・海・資源と共存する土佐の漁業
・鮮度で勝負！土佐の魚
・加工で広がる漁村の雇用

**⇒10 年後に沿岸漁業生産額 400 億円＋水産加工出荷額 200 億円以上を目指す**

**《さらなる飛躍へのポイント》**

・沿岸から沖合までの漁場整備
・養殖魚の産地としてのさらなる認知度向上
・民間企業や新規就業者が参入しやすい環境整備
・県１漁協構想の実現による拠点市場への集約化
・高知県漁協の買取販売の抜本的な強化
・買受人のさらなる連携による戦略的な外商活動の展開
・養殖魚の出荷形態をフィレ等に転換するための前処理加工能力の向上
・水揚げの集約化や県外からの調達による加工用原魚の安定確保

## 《商工業分野》

### ◆4年後（平成27年度末）の目標

○積極的な設備投資と技術力の強化が相まって、生産性や競争力が向上する
○新たな企業立地が進むとともに、防災や食品、一次産業関連機器等の分野で競争力のある製品や企業が生まれ、県内外での本県企業への評価が高まる
○数多くの企業が積極的な販売の拡大に取り組み、売上の増加につながるとともに、営業ノウハウ等も蓄積される。また、ものづくり産業の拡大、地産・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化する

**⇒4年後に製造品出荷額等5,000億円以上を目指す**

（【目標設定時】H22：4,681億円⇒【直近値】H25：5,218億円）

※H25の数値については、「平成25年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

### ◆10年後（平成33年度末）の目指す姿

**◎ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい**

・全国と対等に競い合う企業が育ち、産業集積の拡大と県内でのサプライチェーンが実現　～地理的なハンディを乗り越えて～
・高知ならではの技術やノウハウを活かして、存在感をアピールできるものづくり産業の創出　～防災産業と言えば高知県～
・全国に広がるMade in Kochiと商業の活性化

**⇒10年後に製造品出荷額等6,000億円以上を目指す**

**《さらなる飛躍へのポイント》**

・継続した団地開発と企業立地の推進の加速化
・県内企業の設備投資の促進とものづくりをリードする中堅企業の育成
・次世代の成長産業の育成（南海地震対策と連動した防災関連産業の育成）
・地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり

## 《観光分野》

### ◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている
○核となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している
○様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができている

**⇒4年後に県外観光客入込数 400 万人以上、観光総消費額 1,100 億円以上を目指す**

（【目標設定時】H23:県外観光客入込数 388 万人　観光総消費額 953 億円
⇒【直近値】H26：県外観光客入込数 401 万人　H25:観光総消費額 1,102 億円

### ◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

**◎地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業**

・観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している
・「歴史」「食」「文化」など、本県が持つ優位性が観光地づくりに生かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている
・本県が持つ個性に県外客が惹かれ、リピーターとなって繰り返し訪れているとともに、中長期の滞在も進んでいる
・観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の周遊観光が根付いている

**⇒10 年後に県外観光客入込数 435 万人以上、観光総消費額 1,300 億円以上を目指す**

**《さらなる飛躍へのポイント》**

・世界に通用する核となる観光拠点の形成
・三日以上滞在できる質の高い観光地づくり
・国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上
・県内交通アクセスの充実
・ヘビーリピーターの拡大
・観光立県としての県民意識の醸成

## 《地産地消・地産外商戦略～食品分野～》

### ◆4年後（平成27年度末）の目標

○県産品の販路開拓・販売拡大により事業者・生産者の所得が向上する

**⇒4年後に食料品製造業出荷額等 800億円以上を目指す**

（【目標設定時】H22：726億円⇒【直近値】H25：710億円※）

※H25の数値については、「平成25年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。また、H22に比べ減少しているが、規模の大きい事業所が製品構成の変化等により他の分野に分類変えされたことによる。

### ◆10年後（平成33年度末）の目指す姿

**◎ALWAYS地産地消**
**◎素材を生かした加工立県**
**◎県産品が全国ブランドに**

**⇒10年後に食料品製造業出荷額等 900億円以上を目指す**
**数多くの「新たな産業を担う人材」の輩出によりさらなる飛躍を目指す**

**《さらなる飛躍へのポイント》**

・地域の壁を越えた事業者の連携
・県外に流出している加工工程が県内でできるインフラの整備
・産学官連携による技術革新、機能性成分を生かした商品開発
・設備投資による加工規模の拡大

## 《移住促進》

### ◆4年後（平成27年度末）の目標

○移住といえば「高知県」というイメージが浸透し、高知ファンや高知への移住の関心層が大幅に拡大する
○県・市町村・民間団体等の連携が強化され、高知県全体での移住者の受入体制が確立する

**⇒4年後に県外からの移住者 年間500組以上を目指す**

（【目標設定時】H23：120組⇒【直近値】H25：270組

◆目指す姿　**◎移住者と一緒に創る元気な地域**

# (別図)　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＜その１＞

## 産業振興計画の推進によって目指す将来像（１０年後の成功イメージ）

### 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

1　本県の地域資源を使った新しい商品が次々と誕生し、全国、海外において数多く認知されるようになる
2　防災や新エネルギーの関連産業が形成され、高知県の産業として誰もがイメージできるようになる
3　厳しい時代を生き抜くたくましい産業人材が数多く輩出され、各地で活躍するとともに、地域を支える新しい基幹産業が各地に定着し、地域の明るい未来が広がる

**計画全体を貫く目標①**

■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10年後の移輸出額の増加効果　＋1，300億円　［試算値］

《参考：平成17年の県際収支　▲6,678億円》

【今後10年の見通し】
○各産業分野の取り組みにより生産額が増加する
○もの づくりの地産地消など、地産地消の徹底により、県外へのお金の流出を食い止める

【今後10年の見通し】

働く場（需要）
○高齢世代の大量退職等により若者の働く場が発生
○但し、人口自然減により経済が縮み、働く場の規模が縮小
⇧　縮小を緩やかに
産業振興計画により魅力ある雇用の場を創出

労働力（供給）
○新たに仕事に就く若年層（少子化により減少傾向）

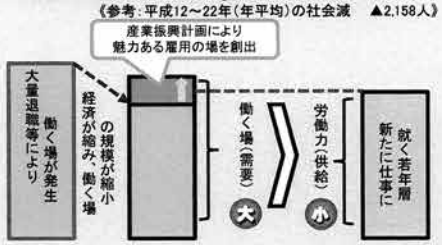
◆産業振興計画により魅力ある雇用の場を創出していくことで、働く場が労働力の供給よりも大きくなり、高知県で育った者全員が県内で働くことができる状況へ。

さらに、県外からの受け入れも可能 ⇒ 人口社会増へ。

**計画全体を貫く目標②**

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

《参考：平成12～22年（年平均）の社会減　▲2,158人》




**移住促進**

・移住者と一緒に創る元気な地域

（代表する数値目標）

○県外からの移住者

【4年後】年間500組以上
【現状（H25）】270組
【出発点（H23）】120組

## 若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

◎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

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

### 農業分野

・地域で暮らし稼げる農業

（代表する数値目標）

○農業産出額

| 【10年後】 | 【4年後】 | 【現状（H25）】 | 【出発点（H22）】 |
|---|---|---|---|
| 1,050億円以上 | 1,000億円以上 | 938億円 | 930億円 |

### 林業分野

・山で若者が働く、全国トップ３の国産材産地

（代表する数値目標）

| ○原木生産量 | | ○木材・木製品製造業出荷額等 | |
|---|---|---|---|
| 【10年後】 | 【4年後】 | 【10年後】 | 【4年後】 |
| 81万㎥以上 | 72万㎥以上 | 200億円以上 | 190億円以上 |
| 【現状（H25）】 | | 【現状（H25）】 | |
| 49.5万㎥ | | 170億円※ | |
| 【出発点（H22）】 | | 【出発点（H22）】 | |
| 40.4万㎥ | | 150億円 | |

### 水産業分野

・若者が住んで稼げる元気な漁村

（代表する数値目標）

| ○沿岸漁業生産額 | | ○水産加工出荷額 | |
|---|---|---|---|
| 【10年後】 | 【4年後】 | 【10年後】 | 【4年後】 |
| 400億円以上 | 370億円以上 | 200億円以上 | 170億円以上 |
| 【現状（H24）】 | | 【現状（H24）】 | |
| 409億円 | | 173億円 | |
| 【出発点（H21）】 | | 【出発点（H21）】 | |
| 348億円 | | 160億円 | |

### 商工業分野

・ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

（代表する数値目標）

○製造品出荷額等

| 【10年後】 | 【4年後】 | 【現状（H25）】 | 【出発点（H22）】 |
|---|---|---|---|
| 6,000億円以上 | 5,000億円以上 | 5,218億円※ | 4,681億円 |

### 観光分野

・地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業

（代表する数値目標）

| ○県外観光客入込数 | | ○観光総消費額 | |
|---|---|---|---|
| 【10年後】 | 【4年後】 | 【10年後】 | 【4年後】 |
| 435万人以上 | 400万人以上 | 1,300億円以上 | 1,100億円以上 |
| 【現状（H26）】 | | 【現状（H25）】 | |
| 401万人 | | 1,102億円 | |
| 【出発点（H23）】 | | 【出発点（H23）】 | |
| 388万人 | | 953億円 | |

### 地産地消・地産外商戦略（食品分野）

・ALWAYS地産地消
・素材を生かした加工立県
・県産品が全国ブランドに

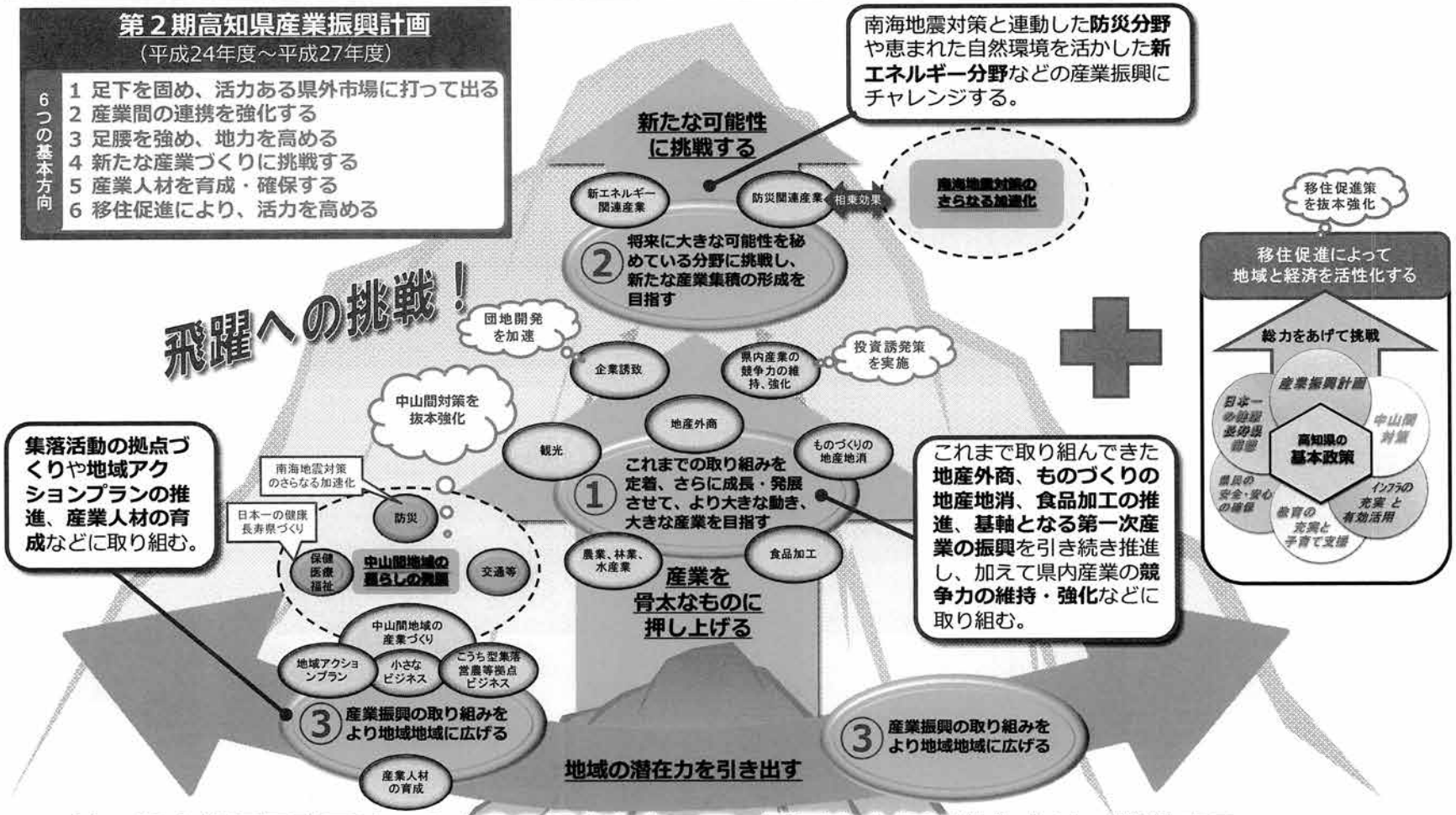
（代表する数値目標）

○食料品製造業出荷額等

| 【10年後】 | 【4年後】 | 【現状（H25）】 | 【出発点（H22）】 |
|---|---|---|---|
| 900億円以上 | 800億円以上 | 710億円※ | 726億円 |

※H25の数値については、「平成25年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

# 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＜その２＞




**第２期産業振興計画は、①～③の視点をもって、計画をさらに進化させ、推進する**

**第１期産業振興計画（H21～H23）**

| 高知県経済が抱える積年の課題 | |
|---|---|
| ◆人口減少により縮小を続ける県内市場<br>◆産業間の連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）<br>◆強みである第一次産業さえも弱体化 | 第１期計画では、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動き出す |

# Ⅲ　第2期計画の挑戦

## 1　第2期計画の挑戦

「産業振興計画の推進によって目指す将来像（10 年後の成功イメージ）」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後の目標」「10 年後の目指す姿」（p.8～p.18 に記載）を実現していくためには、これまで以上に、県民の皆様や、生産者、企業、団体などの方々に主体的に参画いただくとともに、その取り組みを、県と市町村の密接な連携・協力のもとで強力に支援することが必要です。

加えて、第2期計画では、次の3つの視点をもって、計画を進化させ、腰を据えて継続的な取り組みを行うとともに、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していきます。

**◆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。

## 2 本県の強みと弱み、機会（チャンス）と脅威

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2期計画 ver.4に反映しました。

### （1） 本県の強み

・安全でおいしい食、多様な一次産品
・豊富な自然と歴史資源
・優れた人材、技術力

**■おいしい食**

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 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 | 35,300t | 14.4% | 1位 |
| キュウリ | 23,600t | 4.8% | 7位 |
| ピーマン（シシトウを含む） | 12,500t | 9.9% | 3位 |
| シシトウ | 2,940t | 45.2% | 1位 |
| ミョウガ | 4,671t | 83.3% | 1位 |
| ニラ | 14,900t | 25.8% | 1位 |
| オクラ | 1,946t | 17.3% | 2位 |
| ショウガ | 15,800t | 40.9% | 1位 |
| ユズ | 10,389t | 54.0% | 1位 |
| ブンタン | 9,914t | 93.2% | 1位 |
| 日向夏（小夏） | 1,552t | 28.7% | 2位 |
| ユリ | 1740万本 | 11.7% | 2位 |

野菜・花き：平成25年産（ミョウガ、オクラは平成24年産）
果樹：平成24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（株式会社リクルートライフスタイル）

■豊富な自然と歴史資源

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

・四万十川 ： 『もっとも自然が残っていると考える日本の川』13 年連続第 1 位[6]
・仁淀川 ： 『平均水質（BOD値）が最も良好な河川』に直近5年間のうち3回第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

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

■高知県人の家族のような温かさ、人々の活気と優れた人材・技術力

高知県は、「美味しい食」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。

・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、全国に向けて発信中
・都市部住民 5,000 人に対して行った平成 26 年度のアンケート調査では、高知県への愛着度・好感度は 57.9%、行きたい度は 52.9%、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 83.8%、行きたい度は 77.8%、住みたい度は 33.3%へ上昇

また、高知県人は、よさこい祭りに代表される活力も合わせ持っています。

・よさこい鳴子踊り ： 全国 42 都道府県、204 の祭りで演舞される

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

・「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]

[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 21～25 年度（国土交通省）
[8] 情報検索サイト「goo」2008 年 6 月調査
[9] 同上

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、過去の自然災害から得た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、より高いレベル、より広がりのある産業の振興を目指すためには、こうした「食」「自然と歴史」「人」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

- 人口減少、少子化・高齢化、生産年齢人口の減少
- 大消費地から遠距離（地理的ハンディキャップ）
- 製造業分野での産業集積度が低く、小規模・零細事業者が多い
- 観光スポットが点在

### ■縮小を続ける県内市場

人口が全国に15年先行して自然減（図4）となり、高齢化率（図5）の上昇でも10年先行する本県では、消費意欲の旺盛な年齢層が減少し続けています。

また、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6）では、若者や働き盛りの世代を中心に全体の約30%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。

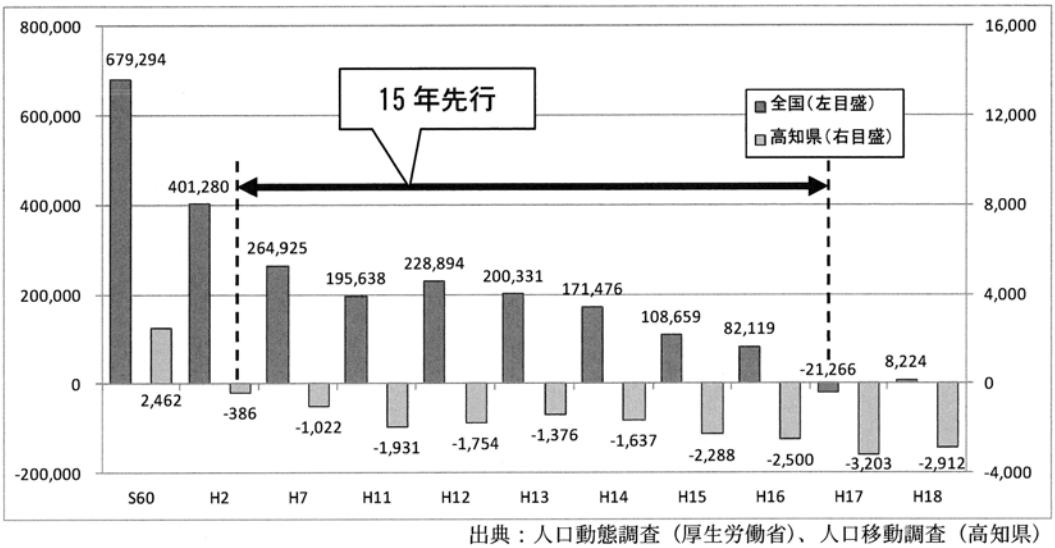
---

[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

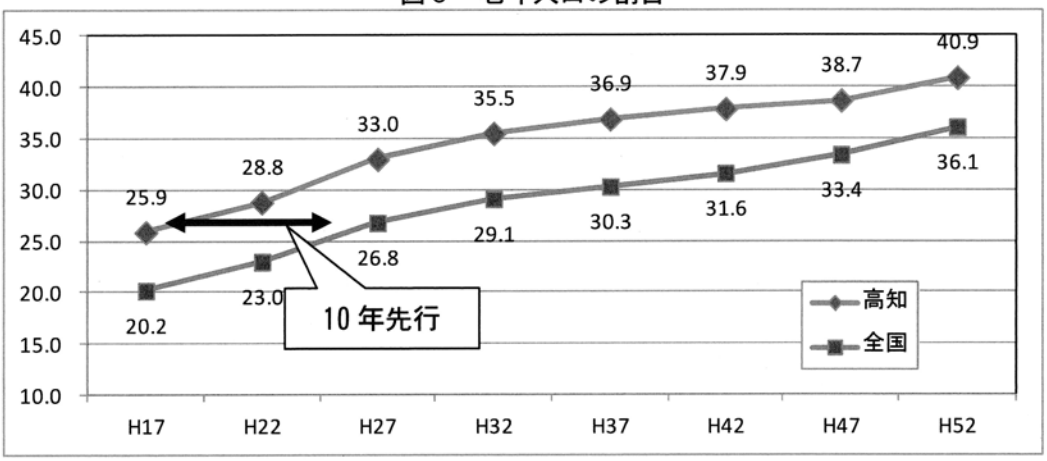
[12] 四国経済産業局「四国が一番　四国が誇る日本一・世界一（平成16年度版）」生産シェア等が日本一・世界一である製品

図４　人口自然増減数



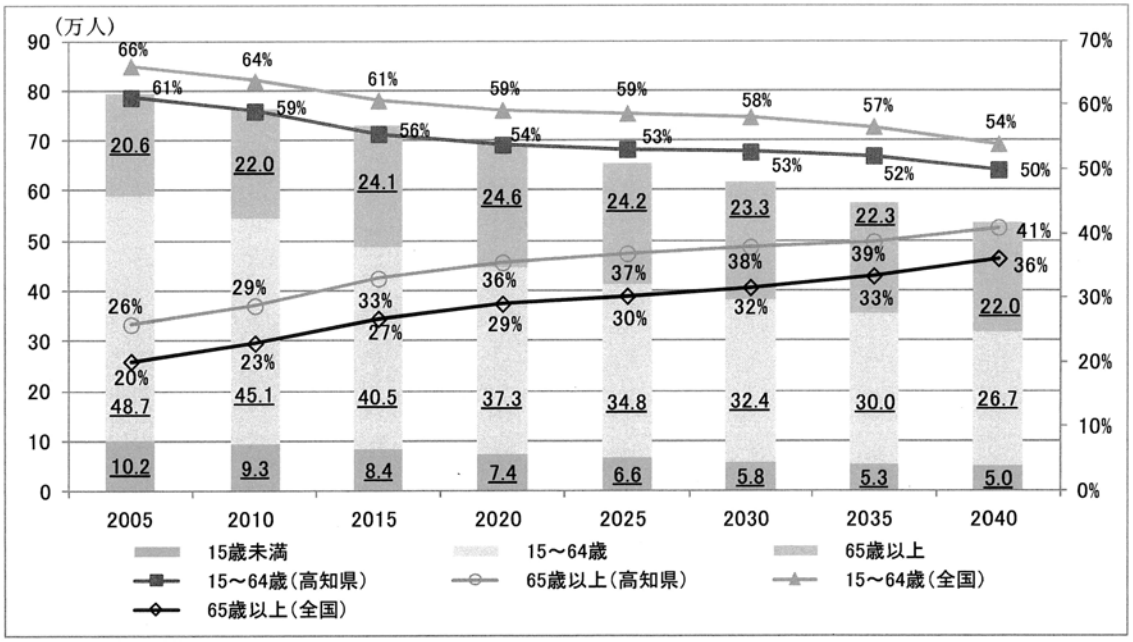

出典：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

図５　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）

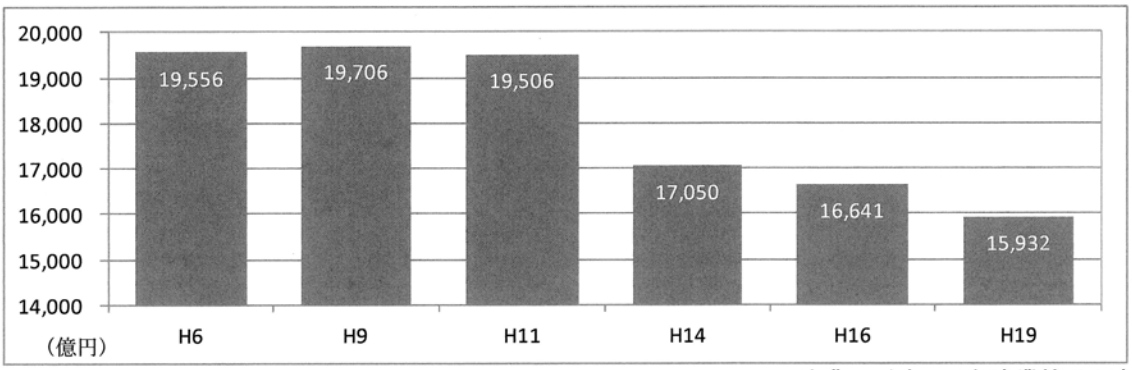
図６　高知県の将来人口推計




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）

実際に県内の年間商品販売額(図7)を見ても、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、今後もますます縮小を続けていくことが予想されます。

図７　高知県の年間商品販売額の推移




出典：平成１９年商業統計調査

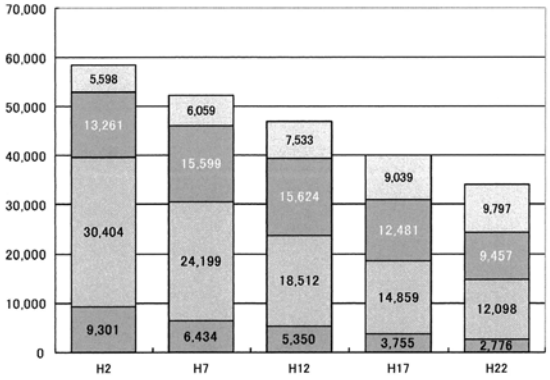
■第一次産業の強みが強みでなくなる危機

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。

産業振興計画では、第一次産業を担う人材の確保・育成に取り組み、新たな担い手の確保につながるといった成果も得られています。

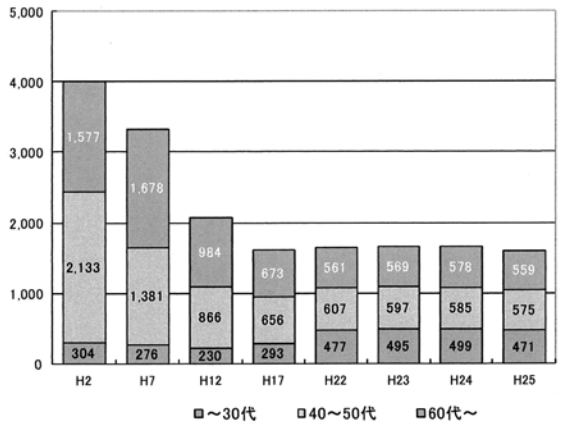
しかし、全体としては、依然、第一次産業の就業人口の減少や高齢化の傾向は続いており、本県の強みを支える第一次産業の生産基盤が弱まっていくことが懸念されます。

図８　農業就業人口の推移



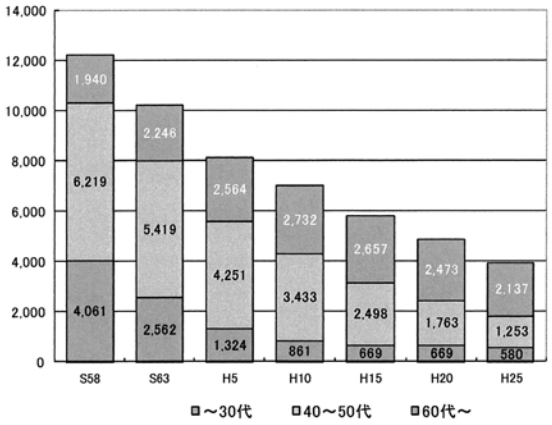

出典：農林業センサス

図９　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 10　漁業就業者数の推移




出典：漁業センサス

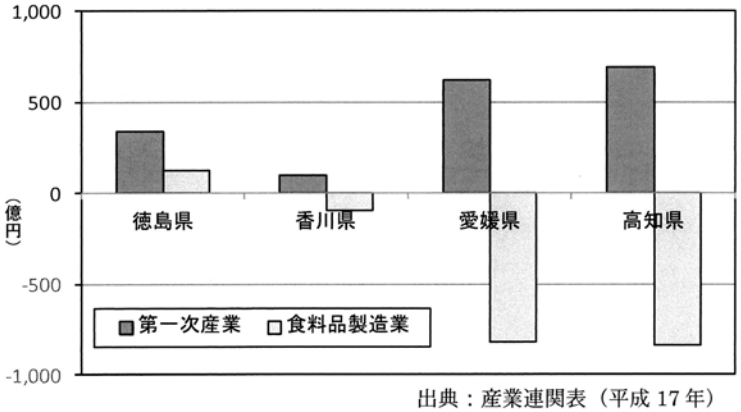
■地理的ハンディキャップと乏しい産業集積

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93%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。

また、第2次産業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。

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。

図 11　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）

■食料品製造業の脆弱さ

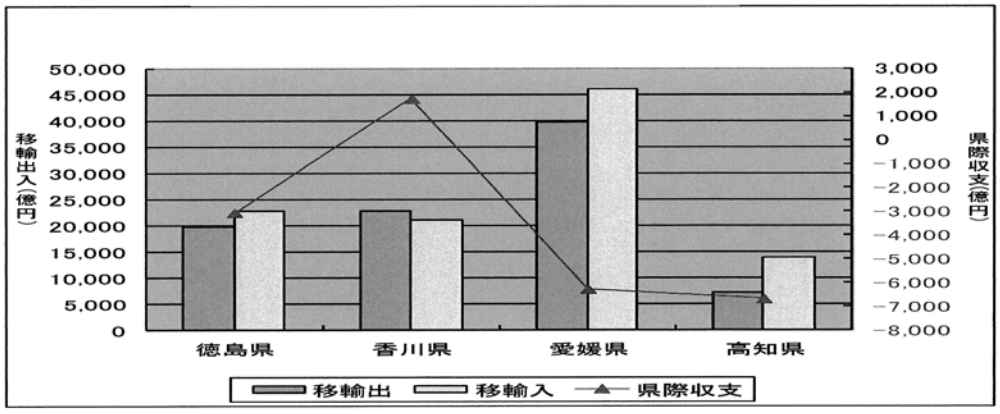
また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。

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 11)が、大幅な移輸入超過(赤字)となっています。

■県内市場は県外資本に食い込まれている状況

さらには、県際収支全体(図 12)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。

図 12 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

- 防災の意識や再生可能エネルギーの関心の高まり
- 食の安全・安心志向
- 健康志向
- 自然回帰志向
- 情報化・デジタル化
- 移住への関心の高まり
- 世界的な食料不足
- 大学の地域貢献
- 全国的な高齢化の進行

**■防災の意識や再生可能エネルギーの関心の高まり**

平成 23 年3月に発生した東日本大震災による甚大な被害や原発事故によって、全国的、世界的に防災の意識や再生可能エネルギーへの関心が高まっています。

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経験があります。また、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資源を有しているところです。

このため、こうした全国の趨勢や世界の潮流を、県内のみならず全国や世界に貢献できる機会と捉えることで、本県は、防災関連産業や新エネルギー関連産業といった新たな産業おこしにつなげていくことができる環境にあるといえます。

**■環境との共生**

環境への配慮や省エネルギー、省資源への取り組みが、これまでのような企業の社会的責任(CSR)や社会貢献という視点に加えて、企業自体の競争力を高める収益動機へと転換しつつあるとされており、国内外の長期的な動向なども念頭に置く必要があるものの、経済成長を描くうえで欠くことのできない視点となっています。

こうした中、日本有数の日照時間を確保できる本県の気象をはじめ、海洋深層水などの恵まれた海洋資源といった自然条件や、森林資源保全のための森林環境税やカーボン・オフセットなどの先進的な取り組みの実績は、本県の環境を産業振興に結びつけていける可能性が大きい貴重な財産と考えられます。

**■食の安全・安心志向、健康志向、世界的な食料不足**

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。

一方、世界を見れば、異常気象による生産の減少や中国をはじめとする新興国の需要の急拡大による食料不足、それに伴う食料価格の上昇傾向が続いています。日本は、食料の多くを海外に頼っているため、食料自給率の向上が重要な課題となっています。

こうしたことは、本県の強みである第一次産業の強みを活かし切り、食料の供給県として確固たる地位を築いていけるチャンスでもあります。

**■自然回帰志向の高まり**

価値観の変化による自然回帰志向の高まりなどにより、地方においても、優秀な人材が確保しやすい環境となっています。

こうした人材は、本県の産業や社会を支える担い手として大いに期待できます。また、中山間地域の生産資源を活かし、不足する第一次産業の担い手を確保し、地域産業に新たな活力をもたらすためにも、大きなチャンスと言えます。

**■大学の地域貢献**

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います。

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。

**■移住への関心の高まりと全国的な高齢化の進行**

近年、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が高まっています。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です。

また、全国に 10 年先行して高齢化が進む本県では、今後、急激に高齢化の進行が見込まれる大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、その受け皿として大都市圏からリタイアメント層を本県に呼び込むことができる大きなチャンスと言えます。そのことにより、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。

### （4）脅威となる社会経済の動向

・経済情勢の変化　・自由貿易の拡大　・県外製品の流入や県外資本の進出
・集客交流競争　・産地間競争の激化

■経済情勢の変化

我が国の経済は、リーマンショック後の急速な景気悪化から持ち直しつつあった中、東日本大震災やタイの大洪水が発生し、サプライチェーンの寸断や電力供給の制約などに起因する生産活動の急激な落ち込みにより、大きな影響を受けました。

その後も、海外における景気の動向や為替相場の変動による影響を受け平成26年の貿易収支は統計が比較できる昭和 54 年以降過去最大の貿易赤字(△12.8 兆円)となり、景気の先行きは依然として不透明な状況にあります。

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。

(日本経済への影響が懸念される事項)

・新興国における経済成長の減速、先進国のゆるやかな景気回復

・為替相場の変動、生産拠点の海外へのシフト

・原油価格や資源価格の長期的な高騰　など

■自由貿易の拡大

平成 25 年の日本の貿易総額(輸出額と輸入額の合計)約 155 兆円は、同年の日本の国家予算(約 93 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。

近年、2ヵ国以上の国や地域の間で関税やサービス貿易の障壁等を削減・撤廃するFTA(自由貿易協定)や、これを多国間で行うTPP(環太平洋戦略的経済連携協定)の動向が注目されています。このような貿易自由化の流れは国内産業に大きな影響を及ぼす可能性があり、今後とも注視する必要があります。

■集客交流競争・産地間競争の激化

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。

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、これらを踏まえた取り組みが求められています。

## 3 第2期計画の基本方向と基本方向に基づく重点取り組み

### (1)改革のための6つの基本方向

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

より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指すためには、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方向や戦略を導き出すことが重要です。

そのうえで、それらの方向や戦略に沿って、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6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2期計画の改定に際し、SWOT分析を再点検した結果、以下のように基本方向を修正しました。

第1次改定(平成25年3月)においては、新たに「⑥ 移住促進により、活力を高める」を加えました。

第2次改定(平成26年3月)においては、「② 産業間の連携を強化する」に位置づけていた観光振興を「① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」に位置づけを変更しました。

第3次改定(平成27年3月)においては、「産業人材の確保」の視点を基本方向の中に明確に位置付けるため、「⑤ 産業人材を育てる」を「⑤ 産業人材を育成・確保する」に変更しました。

〈 別 表 〉

# SWOT分析と「改革のための６つの基本方向」

-SWOT分析-

## O 機会 Opportunities

| 安全・安心、環境、健康の時代 | 社会情勢の変化 | 情報化等 |
|---|---|---|
| 防災意識の高まり、再生可能エネルギーの関心の高まり/食の安全・安心志向/健康志向・自然回帰志向/移住への関心の高まり | 世界的な食料不足/エネルギー不足/全国的な高齢化の進行 | 情報化・デジタル化の進展（いつでもどこでも誰でもの時代）/大学の地域貢献 |

## S 強み Strengths

**食**

安全でおいしい食/多様な一次産品

**自然と歴史**

全国トップクラスの年間日照時間・年間降水量/森林率全国一/豊富な自然と歴史資源（四万十川、仁淀川、室戸ジオパーク、歴史・偉人、四国八十八箇所など）

**人・技術力**

高知県人の家族のような温かさ、活気（よさこい）、先見性、創造力ある優れた人材/キラリと光る独自の技術力を持つ地場企業/地産外商や観光を通じて築きあげてきた県外や海外とのつながり/過去の自然災害から得た知識・技術/志ある実践者の増加/本県独自の政策展開による仕事の提供

## W 弱み Weaknesses

**県内の人口減少**

少子化・高齢化/生産年齢人口の減少

**地理的・地形的ハンディ**

大消費地から遠距離/中山間地域が多く平野が少ない

**生産基盤のぜい弱さ**

小規模・零細事業者が多く経営基盤が弱い/製造業分野での産業集積度が低い/食料品製造業の出荷額が少ない/観光スポットが点在

## 本県の考えられる方向性、

① 食の強みを生かして地産外商活動を展開する
- S 築きあげた県外や海外のつながり 安全でおいしい食、多様な一次産品
- O 食の安全・安心志向 健康志向・自然回帰志向 情報化・デジタル化の進展

④ 全国でも有数の新エネルギー資源を活用した産業づくりに取り組む
- S 全国トップクラスの年間日照時間 年間降水量、森林率全国一
- O エネルギー不足 再生可能エネルギーの関心の高まり

④ これまでの経験を土台に、産学官連携によりさらなる発展を図り、防災関連産業の可能性に挑戦する
- S 過去の自然災害から得た知識・技術
- O 防災意識の高まり 大学の地域貢献

⑤ 産・学・官が協力し、将来の産業を支える人材育成に取り組む
- S 先見性、想像力ある優れた人材 志ある実践者の増加
- O 大学の地域貢献

⑤ 県内企業の新たな事業展開等に必要な中核的人材を県内外から確保する。
- S 地産外商の成果を拡大再生産につなげる企業の増加
- O 移住への関心の高まり

⑥ 強みや魅力を活かして高知ファンや移住に関心のある方を増やし、移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげる
また、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
- S 本県独自の政策展開による仕事の提供 食や自然、暮らしなどの魅力 高知県人の家族のような温かさ
- O 移住への関心の高まり 全国的な高齢化の進行

② 食料品製造業は、大幅な移輸入超過であり、食の安全・安心志向等を追い風に、食品加工を推進する
- W 食料品製造業の出荷額が少ない
- O 食の安全・安心志向 健康志向・自然回帰志向

② 食品の遠距離輸送を可能にするため、技術の高度化を図り、加工品の開発力を強化する
- W 大消費地から遠距離
- O 食の安全・安心志向、健康志向 世界的な食料不足

③ 県土の大半を占める中山間地域の特性を生かし、新たな産業づくりや担い手の確保対策を講じる。
- W 生産年齢人口の減少 中山間地域が多く、平野が少ない
- O 健康志向、自然回帰志向

# 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

## T 脅威 *Threats*

| 経済情勢の変化 | 地域間競争の激化 |
|---|---|
| 世界同時不況/為替相場の変動・震災の影響（消費の低迷、製造業の沈滞、低価格志向）/石油価格や資源価格の長期的な高騰/自由貿易の拡大 | 県外製品の流入や県外資本の進出/集客交流競争・産地間競争の激化（首都圏近県、競合県との競争激化） |

## 必要性のある取り組み

### 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 高付加価値な商品開発により、他地域との差別化を図り、競争に生き残る
- S 安全でおいしい食、多様な一次産品 ---- T 集客交流競争、産地間競争の激化

③ 優れた農水産品を生産できる食料供給県として、第一次産業の生産力を強化する
- S 安全でおいしい食、多様な一次産品 志のある実践者の増加 ---- T 長期的な石油価格や資源価格の高騰 自由貿易の拡大

⑤ 経営感覚を持ち自ら考え行動できる人材の育成
- S 先見性・創造力ある優れた人材 志ある実践者の増加 ---- T 集客交流競争、産地間競争の激化

### 基本方向②　産業間の連携を強化する

### 基本方向③　足腰を強め、地力を高める

① 人口自然減により縮小が続くと予想される県内市場では、地産地消、地産外商の徹底により県内産業に競争力をつける
- W 県内の人口減少 ---- T 県外製品の流入や県外資本の進出

① 新たな物流体制を構築し、地理的なハンディキャップを克服する
- W 大消費地から遠距離 小規模・零細事業者が多く、経営基盤が弱い ---- T 集客交流競争、産地間競争の激化

### 基本方向④　新たな産業づくりに挑戦する

① 「観光商品をつくる」「PRする」「リピーターを確保する（おもてなし）」の3つの取り組みを連動させることにより、県外から観光客を呼び込む
- W 観光スポットが点在 ---- T 集客交流競争、産地間競争の激化

### 基本方向⑤　産業人材を育成・確保する

② 高付加価値化を図る加工の工程や機械設備の製造を県内事業者どうしで行う「ものづくりの地産地消」を強化するとともに、投資の誘発を進め、県内産業の力をつける
- W 小規模・零細事業者が多く、経営基盤が弱い 製造業分野での産業集積度が低い ---- T 県外製品の流入や県外資本の進出 産地間競争の激化

### 基本方向⑥　移住促進により、活力を高める

## (2)基本方向に基づく重点取り組み

「産業振興計画の推進によって目指す将来像(10 年後の成功イメージ)」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後の目標」「10 年後の目指す姿」(p.7～p.17 に記載)を実現していくため、第2期計画 ver.4では、SWOT分析によって導き出された6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足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

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ます。このため、「地産地消の徹底」により、できるだけ県産品を使うことで、県外へのお金の流出を避けるとともに、生産地の力、県内産業の力を強めていきます。あわせて、県外からお金を稼ぐ「地産外商のさらなる推進」により、首都圏、関西・中部地区などの大消費地を中心に、外商活動の全国展開を図るとともに、「海外の販路開拓への挑戦」により、欧州、東南アジアや中国はもとより、アメリカ、オーストラリアなどの海外市場をにらんで、輸出の拡大につなげていきます。

また、多くの観光客を県内に呼び込むことで、外貨を稼ぐ「外商」の取り組みを拡大することも重要です。昨年の県外観光客の入込数は、2年連続で 400 万人台を達成しており、この定着を目指し、本県観光のさらなる飛躍を図るため、「観光商品をつくる」「PRする」「リピーターを確保する」の3つの取り組みを連動させた「全国に通用する観光地づくり」を進めていきます。さらに、国際観光を抜本強化し、これまで十分に獲得できていなかった新たな観光客層の一層の誘客を図ります。

これらの取り組みによって、県際収支の改善を目指します。

◆重点取り組み

＜地産地消の徹底＞

○県民との協働による「地産地消」の促進

○直販所、県内量販店等での販売拡大

＜地産外商のさらなる推進＞

○「まるごと高知」を拠点とした外商活動の強化

○外商活動の全国展開の強化

○「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

＜海外の販路開拓に挑戦＞

○本県に優位性のあるユズなどの食品に加え、機械系も含めた輸出振興の本格化

○貿易を担う人材育成の強化

＜全国に通用する観光地づくり＞

○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

○自律的に発展する地域観光推進の仕組みづくり（観光創生塾、地域博覧会の開催）

○国際観光推進コーディネーターの配置や、海外への観光推進拠点整備など、国際観光の抜本強化

## 基本方向 ②産業間の連携を強化する

外商による効果を、さらに県内での経済波及効果につなげていくためには、産業間が連携して、県外との競争に打ち勝てる商品や製品を生み出していくことが重要です。このため、「第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開」により、消費地が求める商品づくりの一層の推進と、全国に通用する衛生管理のもとで生産された商品を安定的に供給することを目指します。

また、新たな工業団地の開発の加速化、県内企業の設備投資の促進支援、本県の強みである紙産業のさらなる振興などとともに、ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで一貫したサポートを行うことにより、本県の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と発展させていきます。

さらに、これまで以上に産学官民が連携して、企業や地域の方々を巻き込んだ新たな事業展開を図っていきます。

◆重点取り組み

＜第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開＞

○消費地が求める商品づくりの一層の推進

○基本の徹底（生産管理、食品表示）

○「信用の見える化」に向けた中核的な人材の育成とネットワーク化の推進

○加工業者間連携による大規模加工の仕組みづくり

＜ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで一貫したサポートによる力強いものづくり産業の発展＞

○「ものづくりの地産地消」の推進

○県内に需要のある機械や設備を県内事業者同士で開発・製造する取り組みを推進

○企業誘致の受け皿となる高台への団地開発の加速化や事務系職場誘致等の抜本強化

○地場企業の競争力を維持するための設備投資の促進支援

○「ものづくり地産地消・外商センター」の活動等による、ビジネスプランづくりから商品開発・

販売促進まで一貫したサポートの実施

○紙産業のさらなる競争力強化

＜産学官連携によるイノベーションの創出＞

○「産学官民連携センター」を中心に、県内外の産学官民の英知の導入や外部との交流促進による新たな事業展開を支援

## 基本方向 ③足腰を強め、地力を高める

全国的に見て比較的優位にある農業などの第一次産業でも、担い手の減少などにより、このままでは、本県の強みが強みでなくなってしまうことが懸念されます。

このため、第一次産業の担い手の確保・育成に加えて、「農業の振興」では、本県農産物の品質をさらに高め、付加価値を増すとともに、生産量を増やす取り組みや、産地のこだわりを伝える販売等による園芸品の基幹流通のさらなる強化、実需者の多様なニーズに対応できる新たな流通・販売体制の構築など、生産から流通・販売まで一体となった取り組みを進めます。特に、これまでの取り組みにより、園芸作物の大幅な収量アップをもたらす「次世代型こうち新施設園芸システム」を普及できる段階になったことから、県内各地への普及を強力に進め、本県農業のステージアップを目指します。

また、「林業の振興」では、成熟期を迎えた森林資源をダイナミックに活用するため、新たな大型製材工場の稼働というチャンスを生かして、原木の生産から加工・流通・販売までの体制を確立するとともに、新たな木材需要を創出するCLTのトップランナーを目指す取り組みや木質バイオマス発電の事業化によって木材の利用を拡大するなど、本県の豊富な森林資源を余すことなくダイナミックに活用する川上から川下までの仕組みにより森林、林業、木材産業の活性化を図ります。

「水産業の振興」では、漁業生産量を維持しつつ、「高知家の魚」の認知度向上や新たな物流体制の構築、「高知家の魚応援の店制度」などの都市部の飲食店とのネットワークによる県外での消費拡大、地域水産物を活用した新たな加工事業の展開により、漁家所得の向上を目指します。

併せて、第2期計画において抜本強化を図った中山間対策では、取り巻く環境がさらに厳しさを増している中山間地域において、安心して暮らしていけるよう、産業面では、地域における産業の担い手の確保と、地域の特性を生かした新たなビジネスの創出による所得の向上・雇用の創出を目指し、「中山間の暮らしを支える産業づくり」を進めます。

◆重点取り組み

＜農業の振興＞

○「次世代型こうち新施設園芸システム」の県内各地への普及

○新園芸ブランドによる販売の強化や新たな出荷・流通体制の構築等による販売力の向上

○中山間地域の農業・農村を支える仕組みの強化

○新たな担い手の確保・育成と企業的経営体の育成

＜林業の振興＞

○大型製材工場の整備・稼働

○小規模林業活動の推進

○ラミナ工場の整備を支援することにより、CLT関連産業をスタート

○大消費地に設置した流通拠点等を活用した地産外商の推進

○木質バイオマスのエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大

＜水産業の振興＞

○新規就業者の確保などによる漁業生産量の確保と、民間活力を導入した養殖漁業の振興

○都市圏等での外商活動の強化

○水産加工の裾野の広がりと新たな事業化による地域の所得向上

＜中山間の暮らしを支える産業づくり＞

○集落活動センターの機能も活用しながら、地域の潜在力を引き出し、各集落での加工品といった小さなビジネスの拡大

○地域の中核的な事業体が主体となって多角的な経営を行う拠点ビジネスの推進

○地域アクションプランの推進による新たな産業づくり

## 基本方向　④新たな産業づくりに挑戦する

資本や産業集積が乏しいことが、本県の製造業の弱さにつながっていることから、こうした弱みを克服する取り組みとともに、新しい産業を創出していくことが、経済を上昇に転じ県勢浮揚を図るために重要となります。

このため、新たな産業集積を目指して、防災分野では、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本県の経験を土台として、今後、さらなる南海地震対策の加速化と併せ、防災関連産業の振興を図ります。また、新エネルギー分野では、全国トップクラスの日照量や降水量、森林率を誇る本県の優位な環境を、新エネルギー研究における全国有数の実証フィールドとして提供していくことで、「新エネルギー関連産業の育成・誘致」に取り組みます。

◆重点取り組み

＜防災関連産業の振興＞

○「防災分野の地産地消」の意識醸成、防災関連製品・技術の情報共有を行うための「防災関連産業交流会の実施」

○防災関連製品や技術の設計開発の早期事業化を支援

○自治体での公的調達を促進し、県外への販路開拓を支援

＜新エネルギー関連産業の育成・誘致＞

○木質バイオマスの安定的な供給、利用体制の確立

○新エネルギー発電事業の推進、エネルギー自給の推進

○新エネルギー関連製品・技術の開発支援、企業誘致促進

## 基本方向 ⑤産業人材を育成・確保する

長らく低迷を続けてい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。

こうした人材を県内全域に広げていくため、市町村や産業界、大学などと連携し、「産業人材育成プログラム」に基づく体系的な人材育成や、第一次産業の担い手の育成など、「志ある産業人材の育成」に力を注いでいきます。

また、中核人材の確保や円滑な事業承継を、実務に精通した専門スタッフが一貫してサポートする「事業承継・人材確保センター」を設置するほか、新たなに林業学校を開校するなど、「人材確保」の取り組みを強化します。

◆重点取り組み

＜志ある産業人材の育成＞

○「産業人材育成プログラム」による産業人材の育成

○知の拠点「永国寺キャンパス」の新たなスタート

＜人材確保の取組強化＞

○「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

○第一次産業の担い手確保対策の推進

## 基本方向 ⑥移住促進により、活力を高める

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、「高知家」プロモーションと連動した移住促進策を推進するとともに、「高知家」のコンセプトの下に、地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することで、「高知家」の認知度をさらに向上させ、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ていきます。

また、アクティブな情報発信により、地域や企業などで活躍していただける「人財」の誘致に取り組みます。

あわせて、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、トータルで 65 億円の経済波及効果

◆重点取り組み

＜市町村や民間団体とのさらなる連携強化のもと移住促進策を推進＞

○「高知家」プロモーションの切れ目ない実施と「高知家」のコンセプトのもと、地産外商、観光振興、移住促進を統一的に展開することで、移住者増へ繋げる

○移住とい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

○関心から行動へと促すための情報や機会の提供

○不安を解消してもらうためのサポートの充実と、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

○都市部からの「人財」誘致

＜中心市街地での移住促進策の強化＞

○高知市及び経済団体とともに具体策を検討

## （3）各産業分野を超えた連携（連携テーマ）

**「地産地消・地産外商戦略の展開」など、産業分野を越えた連携テーマを推進**

第2期計画では、基本方向に基づく各産業分野の取り組みや、各地域での取り組みをより効果的に進めるため、農業、林業、水産業、商工業、観光の産業分野を超えた連携テーマとして、次の6つを設定して、連携強化を図っていきます。

① 地産地消・地産外商戦略の展開（地産地消の徹底、ものづくりの地産地消の促進、食品加工の推進、地産外商の推進）
② 新エネルギーを産業振興に生かす
③ 産学官連携による力強い産業の礎を築く（研究開発、人材育成）
④ 中山間の暮らしを支える産業づくり
⑤ 産業人材の育成・確保
⑥ 移住促進による地域と経済の活性化（※第1次改定で追加）

## 4　第2期計画の改定（第3次改定）

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）

## 5 第2期計画のさらなる発展に向けて

■他の政策との融合・発展

高知県では、人口減少や高齢化の著しい進展などの構造的な問題を抱える中、県民の方が将来に希望を持って住み続けられる県づくりを目指すため、産業振興計画をはじめとする「経済の活性化」の取り組みのほか、「子育て支援と教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「県民の安心・安全の確保」「インフラの充実と有効活用」といった各種の政策を積極的に進めています。

各政策に共通する課題を解決し、より大きな成果が得られるよう、第2期計画では、さらに他の政策の取り組みとの融合、発展を図っていきます。

**◆産業振興計画と他の施策の取り組みとの融合・発展（第2期計画で実施する主な施策）**

**①中山間対策との融合・発展**

集落活動センターを拠点とした地域資源や潜在力の活用の場づくり、集落での加工品づくりなどの小さなビジネスの推進、こうち型集落営農などの拠点ビジネスの展開、こうち型二地域居住の推進　等

⇒中山間地域の集落の維持・再生に貢献

**②南海地震対策との融合・発展**

防災関連商品・製品・技術の開発支援、事業者の事業継続計画の作成支援、事業所の耐震化支援　等

⇒災害に強い県土づくりに貢献

**③日本一の健康長寿県構想との融合・発展**

健康・福祉テーマでの研究会方式による事業化支援、介護・福祉人材の育成・確保　等

（※今後、「医療・介護・福祉関連サービス」を推進するための施策を検討し展開）

⇒日本一の健康長寿県づくりに貢献

平成 24 年度からスタートした「集落活動センター」の取り組みは、中山間の集落機能を維持するために、これまで生活、福祉、産業、防災など分野ごとに個々に進めてきた活動を、地域が一丸となって総合的に推進することで、それぞれの地域が抱える課題の解決を図っていくものです。このため、各分野における取り組みがこれまで以上に相互に連携して集落機能が発揮できる仕組みづくりを進め、これが地域に定着するとともに、さらに広がっていくことを目指します。

また、全国に10年先行し高齢化が進む高知県では、今後も、65歳以上の高齢者人口が増加[12]を続けると予測されており、増大または潜在する医療・福祉・介護の需要に対して、供給面の拡大を図っていく必要があります。

このため、日本一の健康長寿県構想をメインエンジンとして、必要なサービスの拡充や人材の育成・確保を図っていくことで、より大きな雇用や経済効果に結びつくよう、取り組んでいきます。

加えて、産業振興計画では、これまで実施してきた健康・福祉テーマでの研究会方式による事業化支援と併せて、今後、需要の増加が見込まれる高齢者向けの食事の宅配サービスやハウスキーピング、病院への移送サービスなど、様々な関連サービスの産業化の可能性について、どのようなアプローチ、サポートができるのか、産業界の方々と一緒に検討し、具体の取り組みを展開していくこととします。

■県版総合戦略との連携

平成26年11月の「まち・ひと・しごと創生法」の施行を受け、都道府県においても、国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「国の総合戦略」という。）」を踏まえて、総合戦略を策定することが努力義務として規定されました。

本県では、人口減少の負の連鎖を断ち切るため、全国に先んじて、困難な課題に真正面から向き合い、経済の活性化や日本一の健康長寿県づくりなど5つの基本政策と、中山間地域対策の充実・強化や少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大といった5つの基本政策に横断的に関わる2つの政策に果敢に取り組んでいるところです。

今回、県が策定する総合戦略は、人口減少による負の連鎖を断ち切るために特に重要となる経済の活性化に挑戦している「高知県産業振興計画」の取り組みに加え、「地域の活性化」や「少子化」に関連する取り組みなどを盛り込んで策定する予定です。

国の総合戦略に盛り込まれた施策で、現時点で、本県で実施していない「企業の地方拠点強化」や「奨学金を活用した大学生等の地元定着の取り組み」「日本版CCRC」などについては、平成27年度中に検討し、必要な取り組みを産業振興計画に位置づけ、推進を図っていきます。

---

[12] 高知県の65歳以上の人口は、平成22年の約22万人が、10年後の平成32年は24万6千人に達すると推計されています。（推計は、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の都道府県別将来推計人口（H25.3月）」）

# ＜ 付属資料 ＞

Ⅰ　第１期計画の改定　・・・・・・・・・・・・・・・・５０

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括　・・・・・・５２

Ⅲ　第２期計画のこれまでの改定・・・・・・・・・・・６９

Ⅳ　高知県経済等の動向（平成 27 年３月現在）・・・・８３

# 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

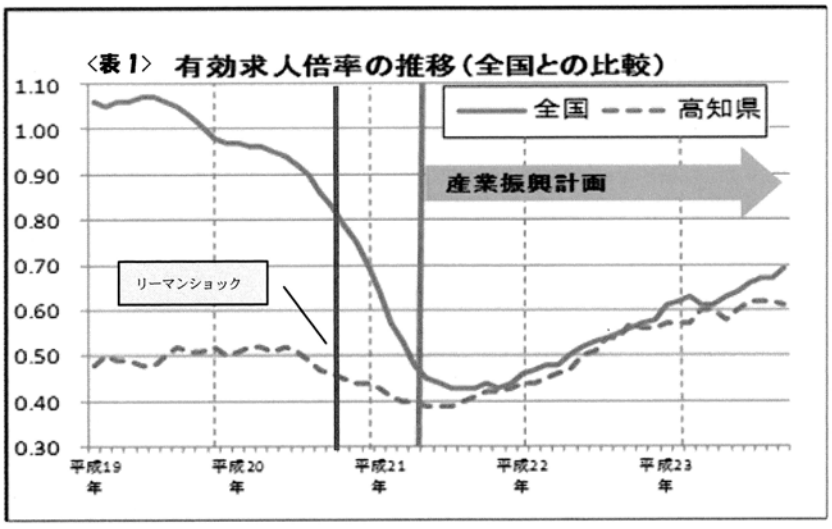
第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

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。

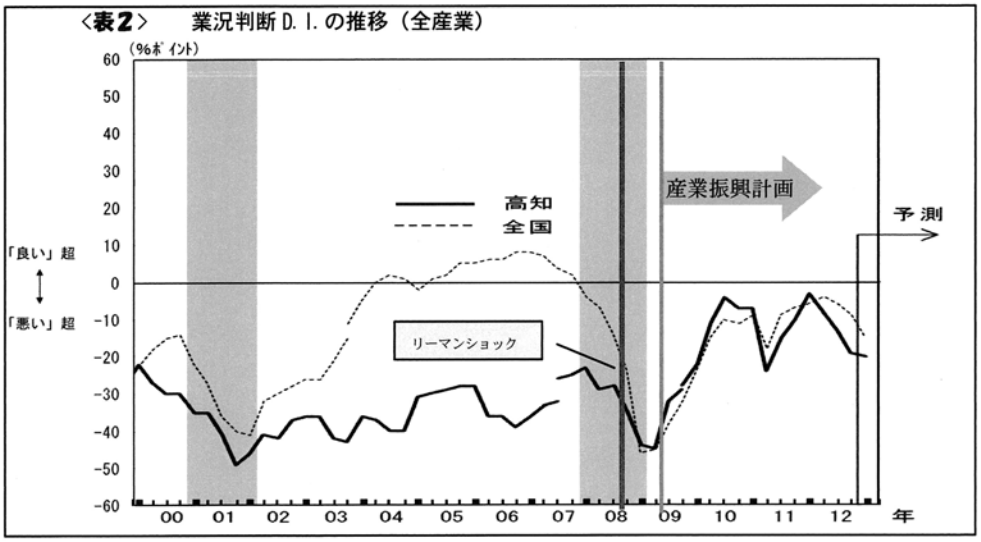
その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。加えて、NHK大河ドラマ「龍馬伝」放送の効果も、計画推進の大きな後押しとなりました。

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。

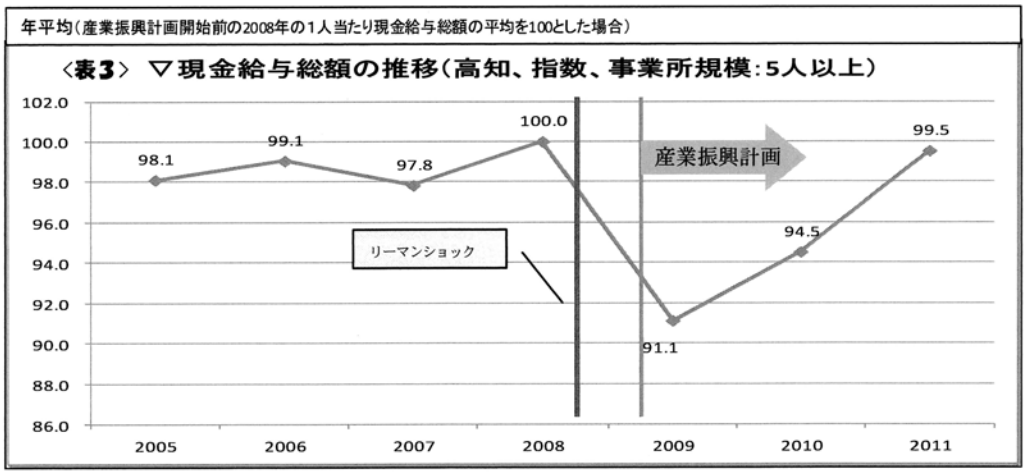
また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

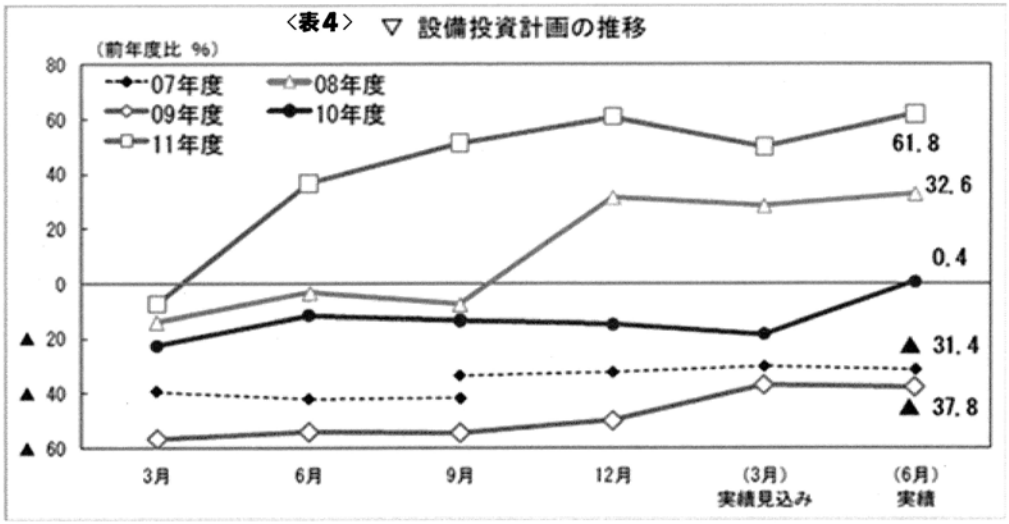


有効求人倍率（表1）や企業の業況判断D.I.（表2）の全国比較では、ここ数年全国の景気回復の波に乗れず低迷していたものが、産業振興計画の取り組みとともに全国的な動向に並んで上昇に転じているほか、一人あたりの現金給与総額（表3）などが前年と比べてプラスに転じ、さらにこれまでになく設備投資（表4）に向けた意欲が高まるなど、本県の経済・雇用情勢にも明るい兆しが見え始めています。




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**

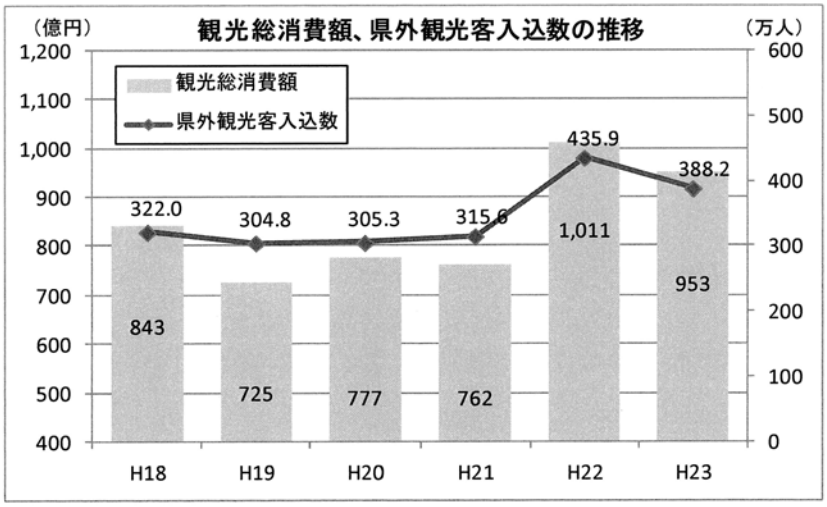
このような成果が現れ始めてはいますが、これを地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えません。また、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いといった問題もあります。こうしたことを踏まえ、これまで成果として芽生えた事業を定着させ、一層発展させていくとともに、新たな事業展開に挑戦する事業者を増やしていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《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）

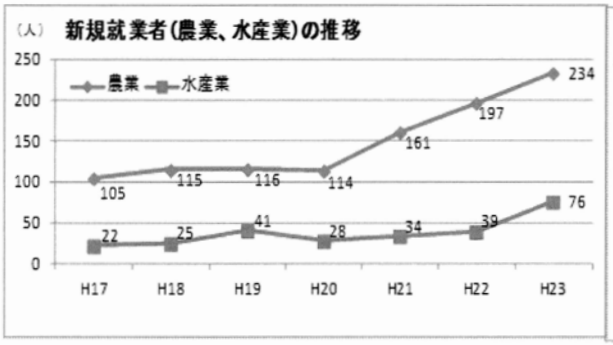
第１次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

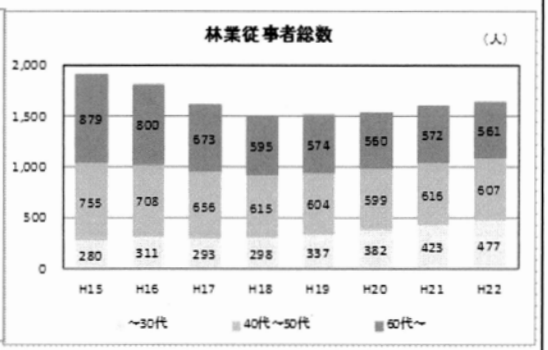
【第１次産業】

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<br>・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<br>・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<br>・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<br>・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、もまま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、H25 年の県外からの移住実績は、H24 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

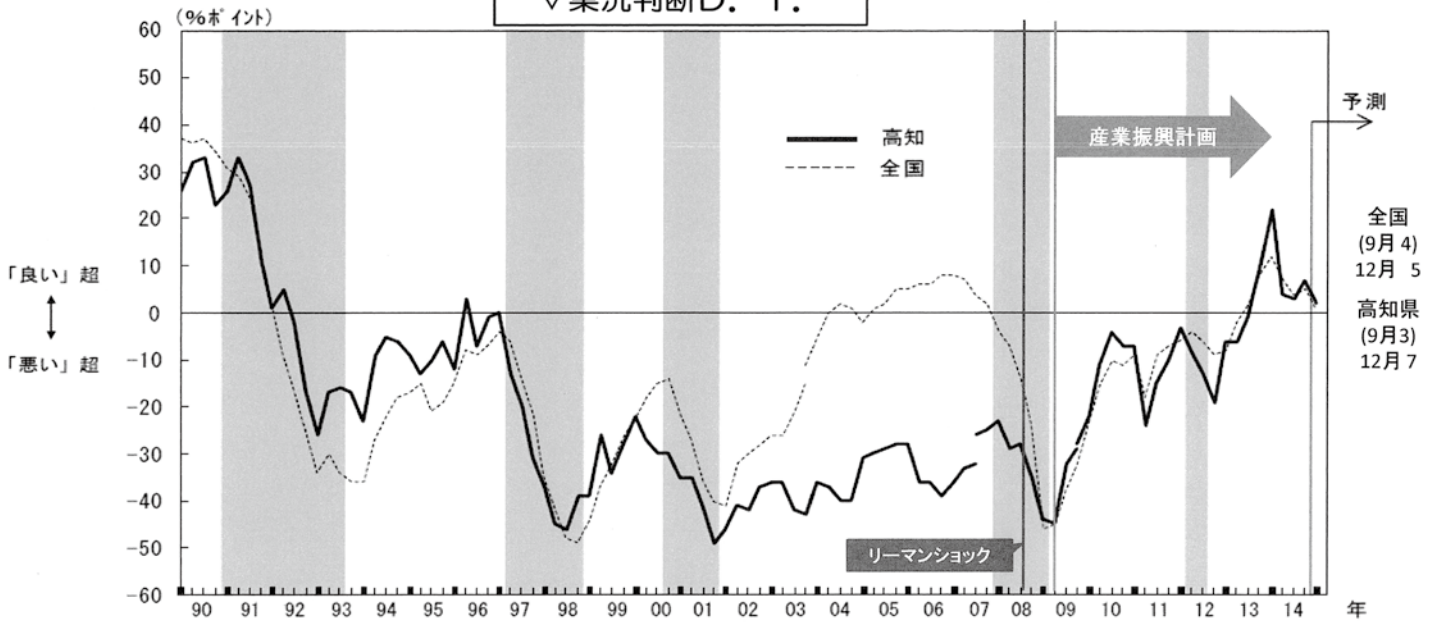
（5）地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化

○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

# Ⅳ　高知県経済等の動向（平成27年３月現在）

▽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」（2014年12月・高知県分）

《全国》・全産業の業況判断D.I.は前回調査比（H26.9月）で1ポイントの改善。
・大企業（資本金10億以上）、中小企業（資本金１億円未満）の業況判断D.I.は前回調査比でそれぞれ1ポイントの悪化。

《本県》・平成25年12月調査の10ポイント、平成26年3月調査の22ポイントは、バブル景気の余韻を残していた平成3年（1991年）以来の水準となった。
・直近の状況としては、非製造業を中心に前回調査と比べて改善した（前回 3→今回 7）。先行き(平成27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 7→先行き 2)。

▽設備投資計画の推移（日本銀行調査）

前年度比　単位:%

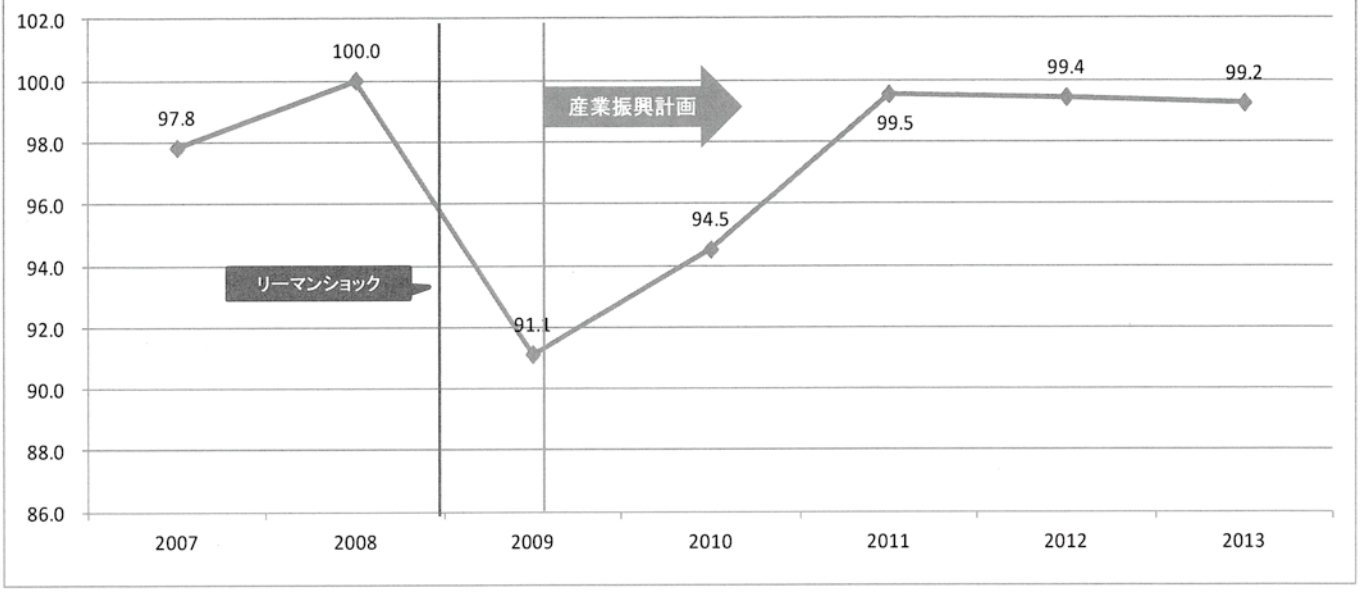
| | | 実績 | | | | 2014年度 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2010年度 | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | **年度全体** | 上期実績 | 下期計画 |
| 全産業 | | 0.4 | 61.8 | 8.1 | ▲ 39.1 | **42.7** | 71.5 | 23.7 |
| | 製造業 | 19.6 | 81.1 | ▲ 27.4 | ▲ 33.5 | **53.5** | 75.1 | 37.4 |
| | 非製造業 | ▲ 17.3 | 36.2 | 70.7 | ▲ 43.3 | **33.2** | 68.0 | 12.6 |

出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」
（2014年12月・高知県分ほか）

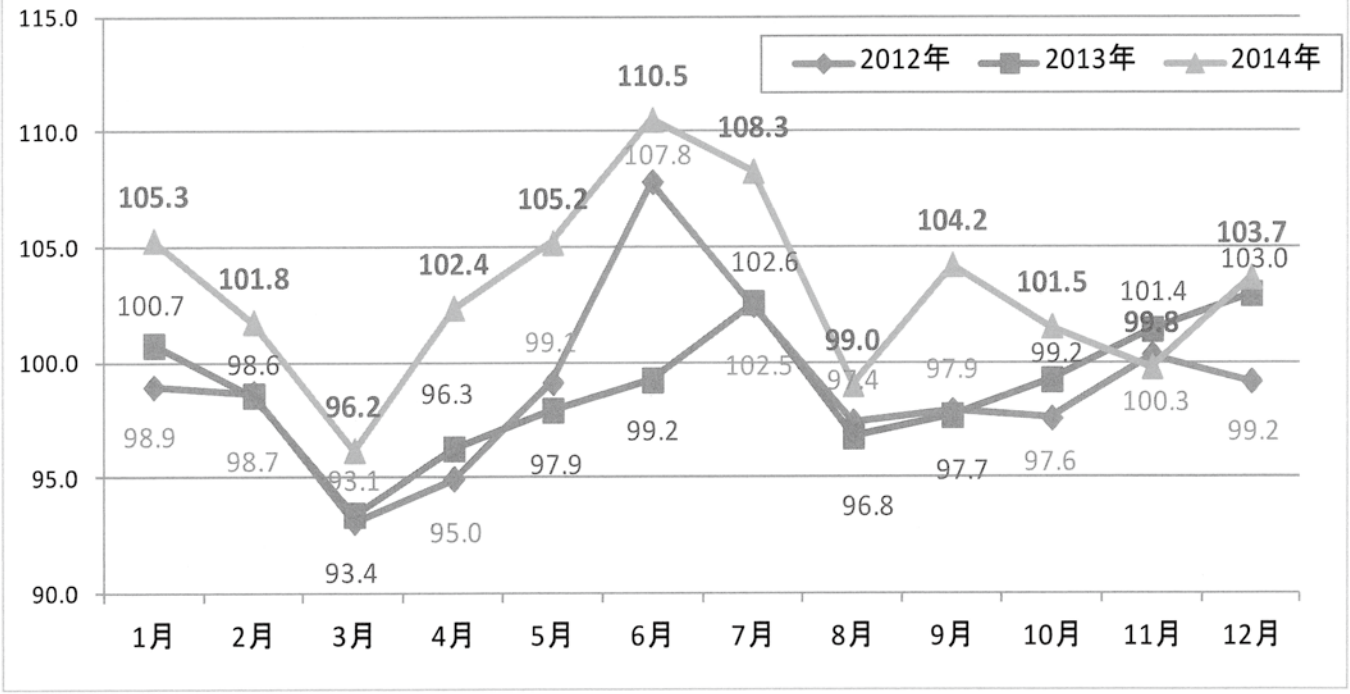
《日本銀行調査》
・2014年度の設備投資額は、前年度を4割強上回る計画（全産業：プラス42.7%、製造業：プラス53.5%、非製造業：プラス33.2%）。

## ▽現金給与総額の推移（高知県、指数、事業所規模：5人以上）

年平均（産業振興計画開始前の2008年の1人当たり現金給与総額の平均を100とした場合）



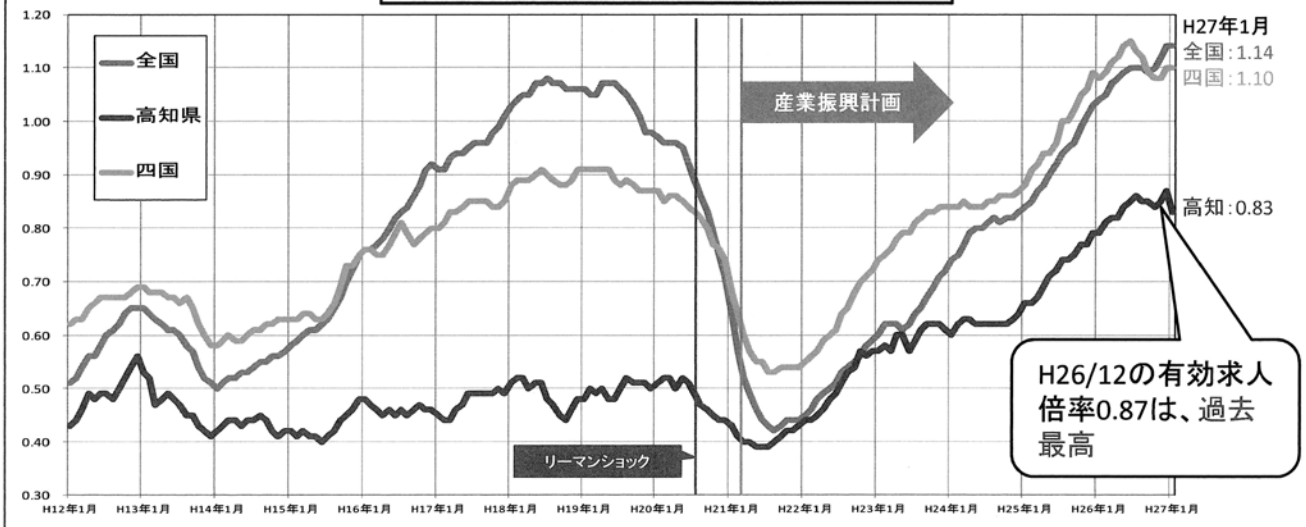

月平均（産業振興計画開始前の2008年のそれぞれの月の1人当たり現金給与総額の平均を100とした場合）



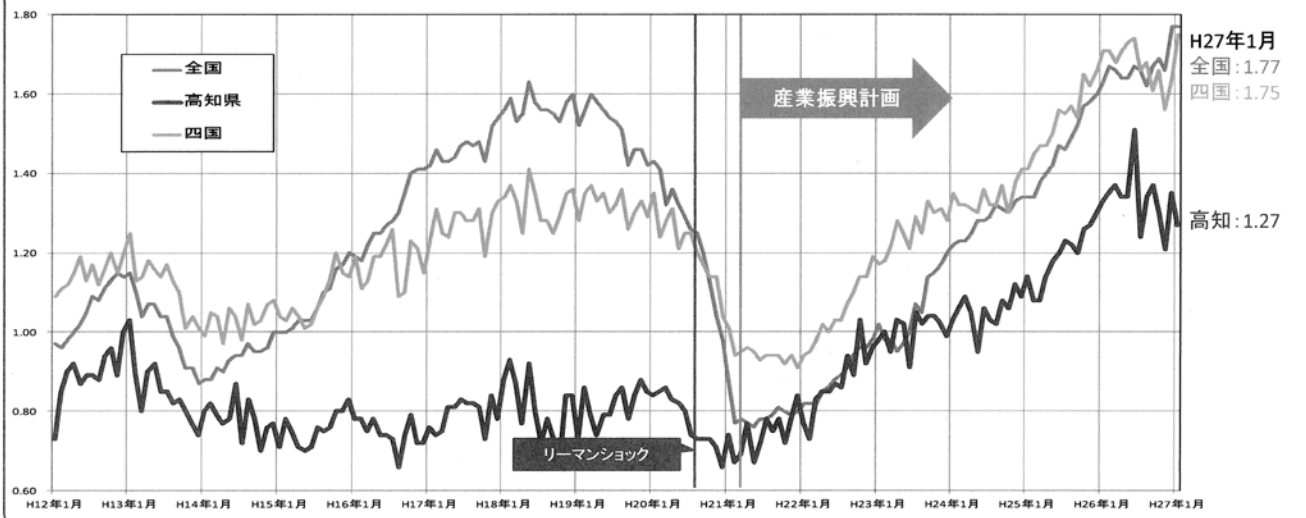

出典：厚生労働省
「毎月勤労統計調査」（高知県で加工）

《本県》
・全体としては、2009年の落ち込みに対し2010年・2011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。
・2014年は、11月以外の月で2012年・2013年を上回って推移している。

## ▽有効求人倍率(季節調整済み)




## ▽新規求人倍率(季節調整済み)

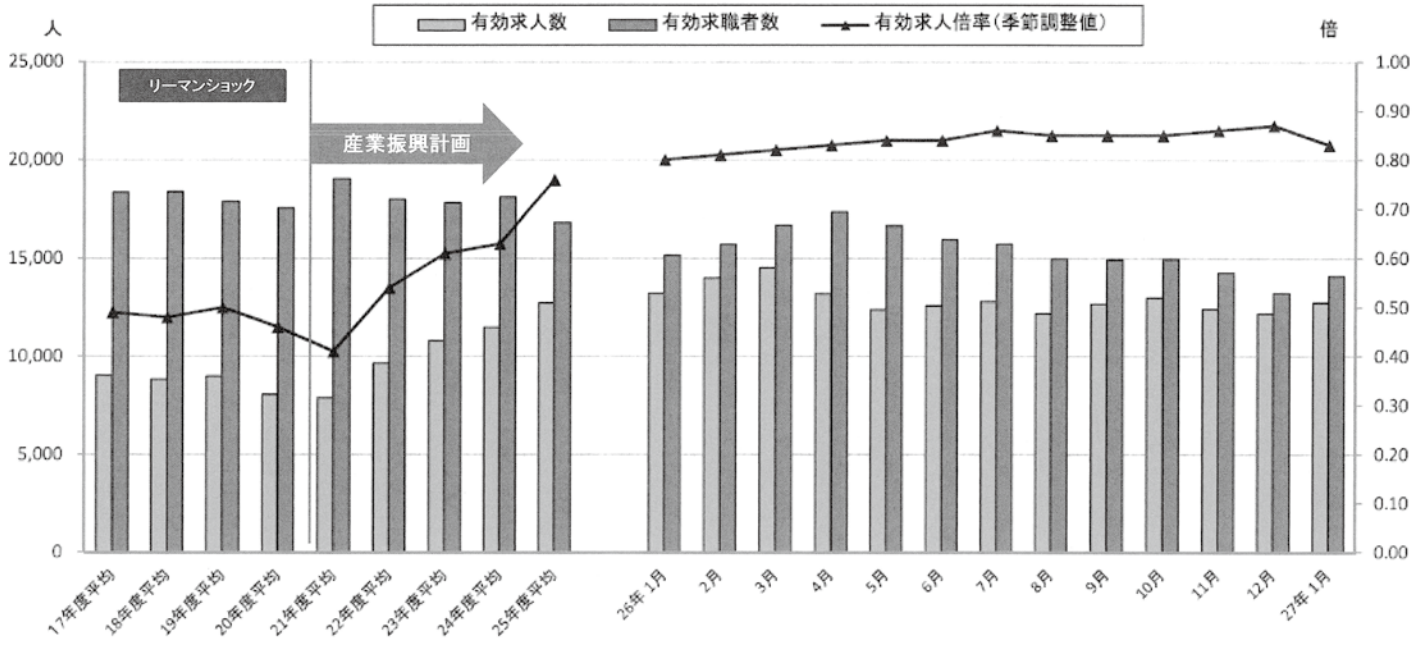



## ▽主な職業分類別　有効求人倍率

| 職業 | 高知県 | | | 全国 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | H26年7月 | 11月 | H27年1月 | H26年7月 | 11月 | H27年1月 |
| 専門的・技術的職業 | 1.35 | 1.47 | **1.48** | 1.57 | 1.78 | 1.78 |
| 建築・土木技術者等 | 2.96 | 4.04 | **4.27** | 3.54 | 3.98 | 3.96 |
| 事務的職業 | 0.21 | 0.21 | **0.25** | 0.3 | 0.32 | 0.31 |
| 販売の職業 | 2.23 | 2.04 | **2.18** | 1.24 | 1.38 | 1.24 |
| サービスの職業 | 1.37 | 1.43 | **1.47** | 2.02 | 2.27 | 2.02 |
| 介護サービスの職業 | 1.3 | 1.33 | **1.24** | 2.18 | 2.51 | 2.22 |
| 接客・給仕の職業 | 1.8 | 1.71 | **1.92** | 2.53 | 2.79 | 2.54 |
| 建設・採掘の職業 | 0.85 | 1.21 | **1.26** | 2.74 | 3.12 | 2.94 |
| 土木の職業 | 0.73 | 1.18 | **1.26** | 2.54 | 3.13 | 2.72 |
| 建設躯(く)体工事の仕事 | 1.85 | 2.62 | **3.39** | 6.74 | 7.61 | 7.32 |
| 農林漁業の職業 | 0.69 | 0.94 | **0.76** | 1.06 | 1.12 | 0.96 |
| 生産工程の職業 | 0.88 | 0.88 | **1.00** | 0.97 | 1.07 | 0.97 |
| 製品製造・加工処理 | 1.14 | 1.14 | **1.26** | 1.12 | 1.25 | 1.14 |

※有効求人倍率は原数値

## ▽有効求人数・有効求職者数の推移（実数値）

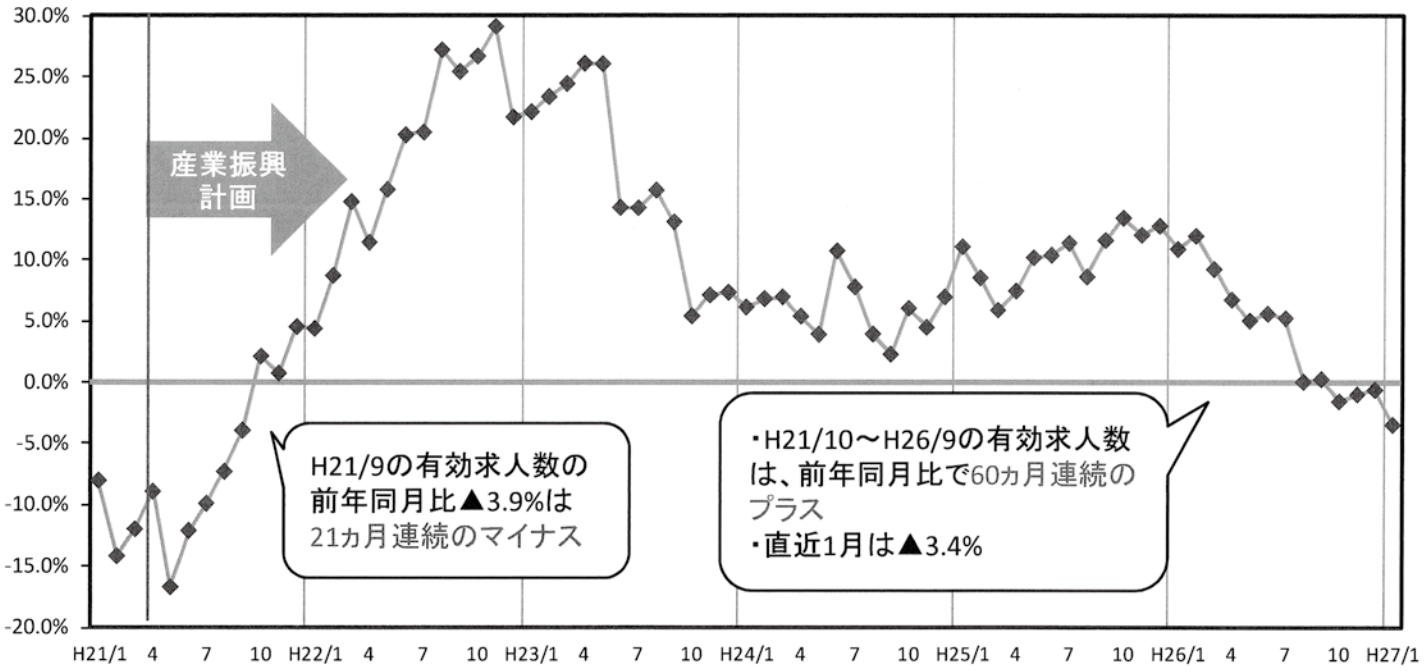



| | 17年度平均 | 18年度平均 | 19年度平均 | 20年度平均 | 21年度平均 | 22年度平均 | 23年度平均 | 24年度平均 | 25年度平均 | 26年1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 27年1月 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 有効求人数 | 9,033 | 8,834 | 8,971 | 8,045 | 7,877 | 9,647 | 10,794 | 11,484 | 12,729 | 13,200 | 14,005 | 14,520 | 13,195 | 12,377 | 12,598 | 12,790 | 12,188 | 12,673 | 12,987 | 12,403 | 12,201 | 12,745 |
| 有効求職者数 | 18,340 | 18,375 | 17,861 | 17,538 | 19,045 | 18,004 | 17,815 | 18,092 | 16,804 | 15,158 | 15,703 | 16,674 | 17,351 | 16,654 | 15,938 | 15,731 | 14,967 | 14,927 | 14,955 | 14,252 | 13,243 | 14,078 |

※ 季節調整法はセンサス局法Ⅱ（X-12-ARIMA）による。なお、有効求人倍率の平成26年12月以前の数値は、新季節指数により改訂されている。

出典：高知労働局「雇用こうち」

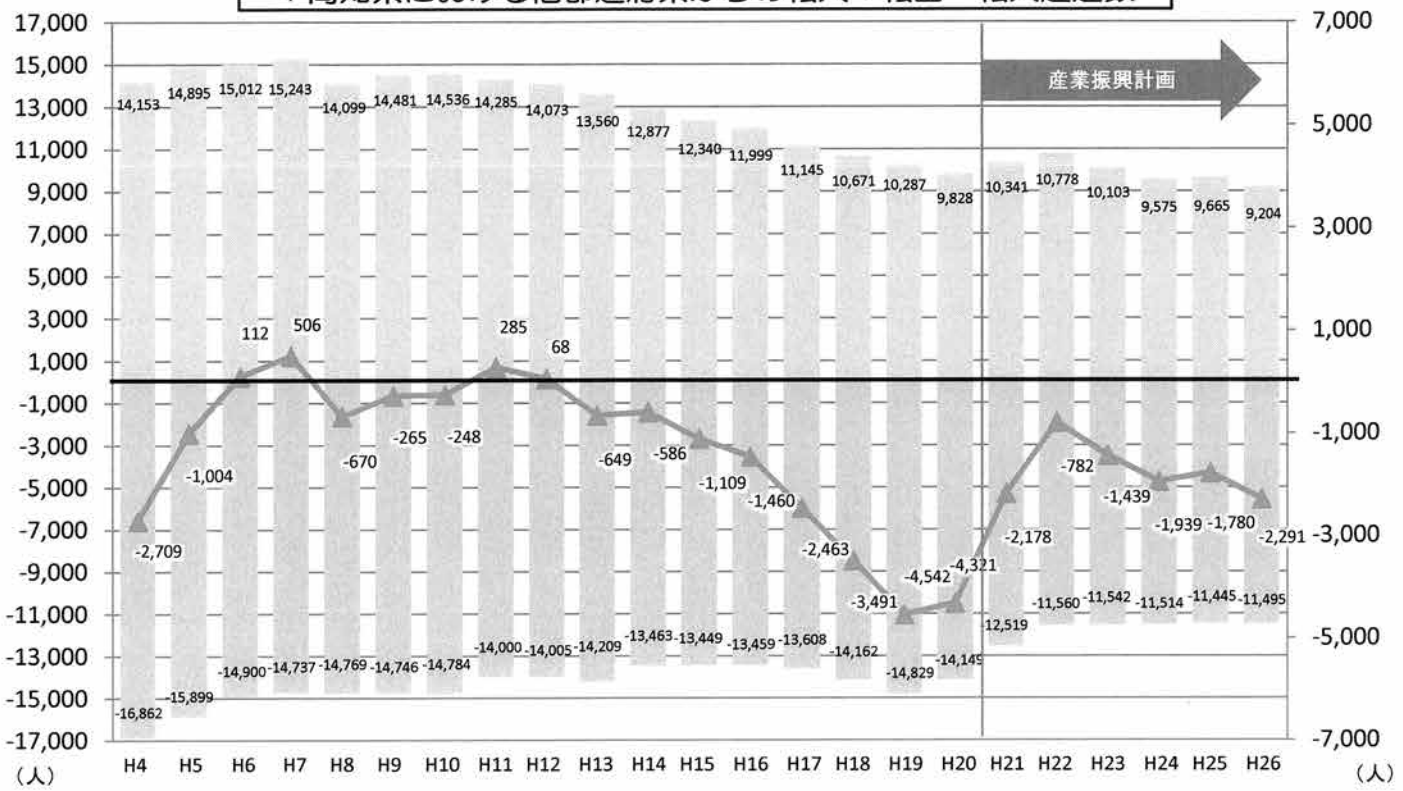
## ▽有効求人数の前年同月比の推移




《全国》
平成27年1月の有効求人倍率は1.14倍、新規求人倍率は1.77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27年1月の有効求人倍率は0.83倍となり、前月を0.04ポイント下回った。
平成27年1月の新規求人倍率は1.27倍となり、前月を0.08ポイント下回った。
平成27年1月の有効求人数は、前年同月比で3.4ポイント下回った。

## ▽高知県における他都道府県からの転入・転出・転入超過数

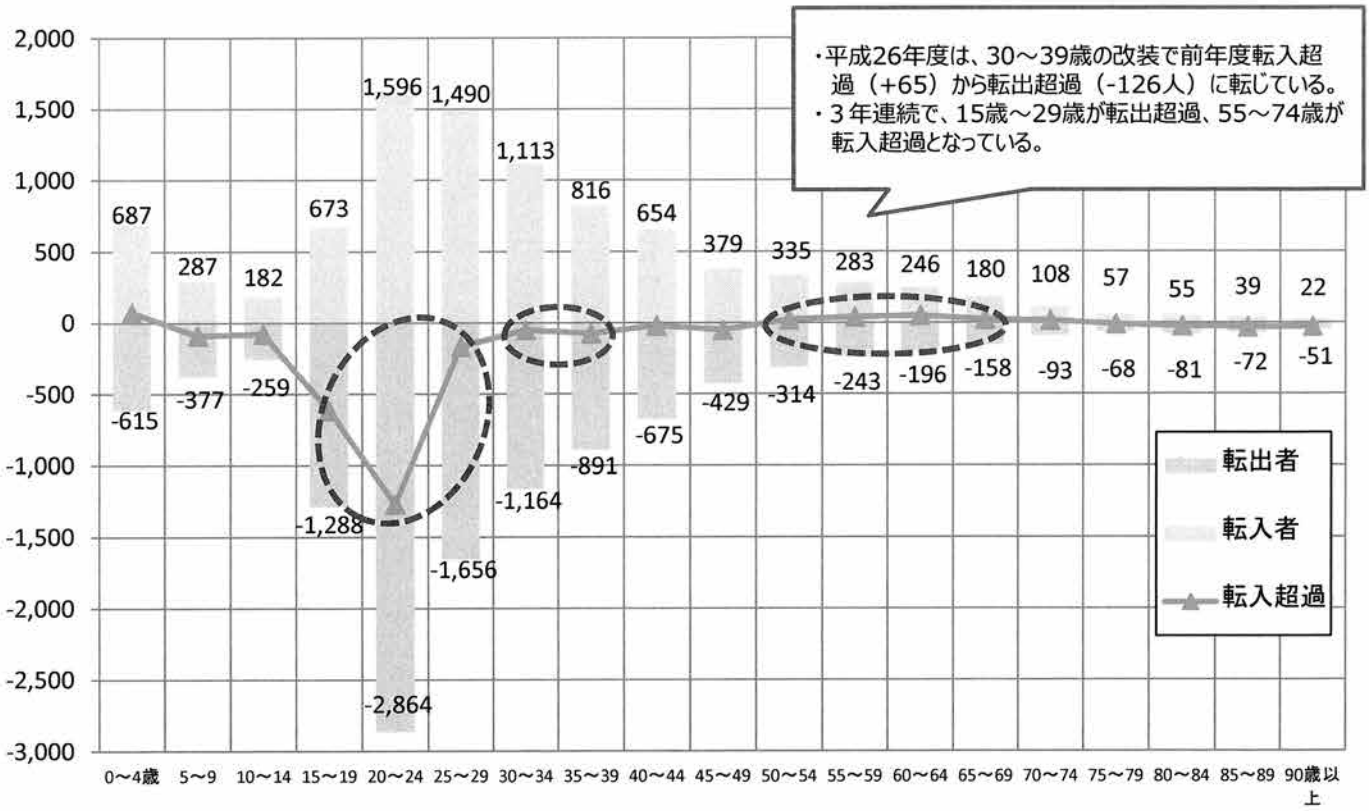



《本県》

・平成26年の社会増減は－2,291人であり、平成25年（-1,780人）と比べ社会減が拡大傾向にある。

（ 平成26年に社会増となっている都道府県は、宮城県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・愛知県・福岡県の７団体。
平成25年に社会増だったが、平成26年に社会減となった都道府県は、大阪府・沖縄県。 ）

## ▽平成26年　年齢別　高知県の転入（転出）超過数



▽平成26年　年齢別　高知県の転入（転出）超過数（表）

| | | | 総数 | 0～4歳 | 5～9 | 10～14 | 15～19 | 20～24 | 25～29 | 30～34 | 35～39 | 40～44 | 45～49 | 50～54 | 55～59 | 60～64 | 65～69 | 70～74 | 75～79 | 80～84 | 85～89 | 90歳以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 転入超過 | H26 | 男性 | -966 | 43 | -50 | -42 | -403 | -533 | -65 | -1 | -49 | 8 | -5 | 25 | 29 | 40 | 27 | 24 | 0 | 1 | -10 | -7 |
| | | 女性 | -1,325 | 29 | -40 | -35 | -212 | -735 | -101 | -50 | -26 | -29 | -45 | -4 | 11 | 10 | -5 | -9 | -11 | -27 | -23 | -22 |
| | | 総数 | -2,291 | 72 | -90 | -77 | -615 | -1,268 | -166 | -51 | -75 | -21 | -50 | 21 | 40 | 50 | 22 | 15 | -11 | -26 | -33 | -29 |
| | H25 | 総数 | -1,780 | 68 | -4 | -16 | -565 | -1,233 | -100 | 17 | 48 | -44 | -55 | -8 | 70 | 103 | 27 | 23 | -18 | -35 | -44 | -17 |
| | H24 | 総数 | -1,939 | -4 | -8 | -8 | -622 | -1,252 | -49 | -91 | -34 | -24 | -12 | 25 | 41 | 132 | 64 | 32 | -10 | -33 | -55 | -32 |

※総数には年齢不詳も含むため、各年齢の合計と合わない場合がある

## ◆高知県金融経済概況 H27. 3. 6公表＜抜粋＞（日本銀行高知支店）

◎高知県の景気は、基調的に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、一部に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、天候の影響などによる振れを伴いつつも、宿泊需要を中心に堅調に推移している。また、公共投資は高水準で推移しており、設備投資は緩やかな増加基調にある。一方、住宅投資は駆け込み需要の反動減が続いている。
○製造業の生産は、業種によるバラツキがみられるものの、全体としては緩やかに持ち直している。
○雇用・所得環境について、労働需給は緩やかな改善を続けており、雇用者所得も緩やかに持ち直している。
○消費者物価は、前年比プラスで推移している。
○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、国内需要と海外経済が基調的には緩やかに回復していく中で、県内景気も緩やかな回復経路に復していくと考えられる。こうした中、当面は、①家計所得の動向、②為替や原油価格などの変動に伴うプラス・マイナス両面の影響、③供給制約（建設費の上昇や人手不足など）の影響を含めた全国的な建設投資（公共投資、設備投資、住宅投資）の動向と、それを受けた製造業の生産活動の変化などについて、注視していく必要がある。

## 《本県経済等の動向を踏まえた産業振興計画の進め方》

本県経済の状況を表す各種の指標などからは、基調的には緩やかに回復しつつあるとされていることから、本県の経済活動に直ちに大きな影響を及ぼすような状況は見てとれない。

個別の指標においては、平成26年12月の有効求人倍率は過去最高となる0.87を記録するなど、平成26年は高い水準を保っており、また、設備投資計画や現金給与総額等も前年と比べ改善傾向にある等、明るい兆しが見えてきたが、高い水準を保っているとはいうものの本県の有効求人倍率は全国平均を大きく下回っており、また、人口の社会増減についても、依然、社会減の状態が続いている。

このため、平成27年度においては、７つの改定のポイントを中心に、第２期産業振興計画のバージョンアップを行うことで、全力で「飛躍への挑戦」を続けていく。

また、平成27年度は第２期産業振興計画の目標年次であることから、ＰＤＣＡサイクルによる各施策の進捗確認、各産業分野における４年後（平成27年度）・10年後（平成33年度）の目標達成に向けた確認、施策間の連携の確認などを引き続き綿密に行っていくことで、目標達成を確実なものとする。

# 【 産業成長戦略 】

# Ⅰ　産業間の連携戦略

## 1　地産地消・地産外商戦略の展開

# 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す

現状

食料品製造業出荷額等 726億円(H22)→ 740億円(H23)→ 723億円(H24) → 710億円(H25) ※

【参考】中分類「飲料・たばこ・飼料製造業」との合計値 860億円(H22)→ 864億円(H23)→ 884億円(H24)→ 873億円(H25)※

第2期計画ver.4の取り組み

H24 > H25 > H26 > H27

## 生産

○農産物の高収量化・高品質化に向けた取り組みの展開（P280~293）
新 「次世代型こうち新施設園芸システム」の県内全域への普及加速化
新 農業分野への企業参入の推進
○環境保全型農業のトップランナーの地位を確立（P294~303）
・オランダとの協定を活かし、高収量・高品質に向けたさらなる技術革新を目指す研究開発の推進
○漁業生産量の確保と養殖業の振興（P402~419、 P436~439）

## 加工

拡 課題解決に向けた県内食品加工業者の取り組みを総合的な視点から支援（P132~133）
○土産物・特産品の商品開発･改良等を通じた、新たなヒット商品の開発支援
○高知県立大学を核とした生産管理高度化に向けた中核的人材の育成（P134~135）
○直販所を販売拠点とした加工品開発支援（P104~105）
○農業・水産業の6次産業化支援（P116~117）
・農業創造セミナーによる６次産業化に取り組む人材の育成
新 地域６次産業化支援チームによる意欲ある事業者へのハンズオン支援
・こうち型集落営農のステップアップの支援
・地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチング
○水産加工業の新たな事業化の推進（P446~447）
拡 夏季に出荷する養殖ブリの産地加工の拡大への支援
新 養殖クロマグロの産地加工の支援
・加工事業者間の連携やグループ化による販路拡大等の促進
○伝統的な水産加工業の振興（P448~449）
・宗田節・シラス加工業の振興
○県内企業の設備投資の促進（P470~471）
企業の設備投資を一層後押しするメニューの創設

## 流通

○園芸品の基幹流通の強化（P304~305）
○新たな販路の開拓とともに、実需者のニーズを的確に捉え生産に活かす（P304~307）
○こだわり野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチングを推進（P308~309）
○ユズ青果や果汁・加工品、花き等の輸出支援。ＥＵ向け農産物輸出支援（P312~313）

## 販売

拡 「高知家」プロモーションと連動したセールス施策の展開（P140~141）
拡 地産外商の全国展開の強化
○卸業者との連携の強化や、食材・ブランド群等での商品提案などを通じた取引金額、定番件数のアップ⇒県内事業者が外商成果を実感できる活動の展開（P142~143）
新 産地視察型商談会の開催（P144~145）
新 県内量販店等でのテストマーケティング実施（P104~105）
○6次産業化パートナー企業との包括協定を生かした全国展開（P130~131）
○県産品データベースを活用した県産品の販路開拓･販売拡大の支援（P146~147）
○本県農業の取り組みを理解してくれるパートナー量販店での販売の強化（P304~309）
新 「高知家の野菜・くだもの応援の店」を活用した地産外商の推進（P308~309）
拡 「高知家の魚 応援の店」登録店舗数の増大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（P434~435）
拡 「築地にっぽん漁港市場」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（P434~435 ）
拡 漁協の販売子会社の機能を活かした「応援の店」や「漁港市場」の活用による外商の強化（ P434~435 ）
新 高品質な水産物を取り扱う取引先の開拓と高鮮度出荷体制の構築（P420~421）

◎ ◎ 事業化された地域アクションプランの発展・拡大の支援、新たな事業化の支援
消費地が求める商品開発の支援（生産・加工・流通・販売までの一貫した支援） ◎ 産業人材育成プログラムの実践

※H25の数値については、「平成25年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

# 本県産業の姿　地産地消・外商分野～食品分野～

**4年後の目標（H27年度末）**

- ●農業産出額 **1,000億円以上**
- ●販売金額が800万円以上の漁業経営体 **510経営体（22％）以上**
- ●地域アクションプラン等の事業化・定着・規模拡大支援等 **60億円増**
  - 新たな水産加工業の取扱高 **10億円増**
- ●外商活動による全国各地での成約金額 **20億円**
  - H23：成約金額 3.41億円
  - H24：成約金額 7.68億円
  - H25：成約金額12.35億円
- ●プロモーション活動の広告効果 **25億円**
  - H23：広告効果23.3億円
  - H24：広告効果22.2億円
  - H25：広告効果68.1億円
- ●継続的に貿易に取り組む食品企業が倍増 **50社（輸出額3億円）**
  - H22：輸出額　9,600万円
  - H23：輸出額 1億2,900万円
  - H24：輸出額　2億300万円
  - H25：輸出額 2億7,100万円

**県産品の販路開拓・販売拡大による事業者・生産者の所得の向上**

**食料品製造業出荷額等 800億円以上を目指す**

**さらなる飛躍へのポイント**

- 地域の壁を越えた事業者の連携
- 県外に流出している加工工程が県内でできるインフラの整備
- 産学官連携による技術革新
- 機能性成分を生かした商品開発
- 設備投資による加工規模の拡大

**10年後の目指す姿（H33年度末）**

- ALWAYS 地産地消
- 素材を生かした加工立県
- 県産品が全国ブランドに

**食料品製造業出荷額等 900億円以上を目指す**

**数多くの「新たな産業を担う人材」の輩出によりさらなる飛躍を目指す**

※現行では、「食料品製造業出荷額等」を達成目標として設定しているが、「飲料・たばこ・飼料製造業」の分類には、本県の重要な品目である「土佐茶」や「海洋深層水」などが含まれる。
また、工業統計の集計は、出荷額がトップである製品の分類によって、当該事業所のすべての製造品出荷額等を集計することとされており、事業所の製品構成の変化により「食料品」から「飲料・たばこ・飼料」に分類替えされるケースがある。

（参考）

| 日本標準産業分類 | H22 | H23 | H24 | H25 | H25-H22 |
|---|---|---|---|---|---|
| 中分類09 食料品製造業 | 726億円 | 740億円 | 723億円 | 710億円 | ▲16億円 |
| 中分類10 飲料・たばこ・飼料製造業 | 135億円 | 124億円 | 161億円 | 163億円 | ＋28億円 |
| 計 | 861億円 | 864億円 | 884億円 | 873億円 | ＋12億円 |

# 地産地消・地産外商戦略の展開

## 食料品製造業出荷額等800億円の達成に向けて

より高いステージをめざす

**トップ企業群** 約20社

**外商へのチャレンジ群** 約120社

**地域内流通群** 約200社

### 地産外商の推進

【国内】地産外商の全国展開

**■地産外商公社の体制をさらに強化**
- 公社の活動範囲を全国に広げ、これまで培ってきたノウハウを生かして、さらなる取引の拡大
  【首都圏、関西・中部、中国、四国、九州　等】

**■県産品の販路拡大支援**
- 全国的な展示商談会への出展、産地視察型商談会の開催
- 大手卸売業者主催の商談会への出展拡大
- 高知フェア等による県産品の認知度向上と販売拡大
- 「6次産業化及び地産外商に推進に関する協定」に基づくパートナー企業と県内事業者の活動を支援

**■商品の磨き上げ支援**
- アンテナショップ「まるごと高知」の活用
- 県内量販店等でのテストマーケティング
- 産業振興アドバイザー　など

【海外】食品分野に加え、機械分野の販路開拓も支援
- 本県に優位性のある品目を中心とした販路拡大
- 貿易促進コーディネーターの増員
- シンガポールと上海に加え、台湾に支援拠点を設置

### 地産地消の徹底

**■地産地消に対する意識の向上を促進**
- 野菜で元気店PLUS、土佐の料理伝承人、おいしい風土こうちサポーター　など

**■地域産品の販路拡大を支援**
- 県内量販店等でのテストマーケティング（再掲）
- 直販所を拠点とした地域活性化

**■地場産物の給食利用の促進**　など

情報のフィードバック

事業者の段階に応じた支援

### 食品加工の推進

**■食品企業のさらなる成長をサポート**
- 県内事業者の課題を解決していくためのサポート体制を強化
- マーケットのニーズに基づいた売れる商品づくりを支援
  「業務用商品開発プロジェクト」
  「土産物・特産品開発プロジェクト」

**■地域加工の取組支援**
- 地域アクションプランの実行支援
- 産業振興アドバイザー

**■食品加工の生産管理の高度化支援**
- 県立大学と連携した生産管理高度化支援
- ワンストップ相談窓口での適正表示支援
- 産業人材育成プログラム　など

連携

### 「ものづくりの地産地消」の促進

**■事業者間のマッチング支援の強化**
- 「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機会の創出

**■県内産業の技術力、商品開発力向上への支援**
- 工業技術センター等による支援

**■県内に不足している業種・工程等の誘発**
- 企業誘致の推進

外商への参画機会の拡大

セールスの拡大を後押し

高知家

### 高知家プロモーション 3rdシーズン

【ポイント】
- ◆高知家の「人」に着目したプロモーションの展開
- ◆行動誘発に効果的なメディア媒体によるプロモーションの強化

連携

### 高知家統一セールスキャンペーン

高知家プロモーションの話題性や行動誘発の効果を最大限活かし、外商・観光・移住のセールスプロモーションを強化

| 外商（重点品目） | 観　光 | 移　住 |
|---|---|---|
| 各品目の魅力を発信して、行動を誘発し、具体的なセールスを展開 | 本県への旅のバリエーションを増やし観光客の層を拡大 | 高知ファンづくりから、「暮らし隊」登録までを一体的に展開 |

**産業成長戦略の概要（地産地消・地産外商戦略）**

高知県は、地元ならではのおいしい食べ物が多いところとして全国トップクラスの評価を得ています。また、気候が温暖で日照時間や年間降水量もともに全国で1、2位を争うなど、太平洋に開かれた気候風土からもたらされる多彩な農畜産物や海産物、それらの優れた産品を加工した食品があります。

こうした「食」の強みを最大限に生かすため、まずは「地産地消」を徹底することで、県内産業の力を強めていきます。特に、県民運動としての盛り上がりを促進するため、県民の皆様と協働して「地産地消」の推進に向けた取組を進めるほか、県内での認知度向上と商品の磨き上げを支援するための県内量販店等でのテストマーケティングなど、県産品の販売拡大を支援していきます。

一方で、本県では、平成2年から、全国に15年先行して人口が自然減少しており、県内市場はどんどん縮小しています。こうした状況に打ち勝っていくためには、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」の施策を展開していくことが重要です。

地産外商戦略の推進母体となる一般財団法人高知県地産外商公社の設立や、首都圏における外商拠点となるアンテナショップ「まるごと高知」の設置、県内事業者の方々との官民協働による外商活動に取り組んできた結果、地産外商公社の外商活動を契機とした成約件数が、平成22年度の444件から平成25年度は3,333件と大きく伸びてきました。平成27年度は、地産外商公社の体制をさらに強化し、首都圏が中心だった活動範囲を関西・中部、中国、四国、九州にまで広げ、これまで培ってきたノウハウを生かして、さらなる取引の拡大を目指します。

また、海外の巨大市場の開拓を目指す事業者に対しては、海外事務所と高知県貿易協会内の貿易促進コーディネーターが一体となり、ジェトロ（日本貿易振興機構）とも協力しながら支援を行ってきた結果、ユズを中心として食料品の輸出額が増加してきたとともに、新たに貿易に挑戦する事業者も増えてきました。今後は、地産外商公社との連携をより密接にし、県内事業者の輸出への取組と県外への外商活動を一体的に支援していくとともに、貿易促進コーディネーターを増員し、機械分野での海外販路の開拓支援にも本格的に取り組みます。あわせて、シンガポールと上海に加え、新たに台湾に海外支援拠点を設けることで、現地企業と県内事業者とのマッチング機会の確保などに取り組み、輸出の拡大を図ります。

これらの取組を効果的に進めるためには、マーケットのニーズに基づいた売れる商品づくりが欠かせませんので、業務用商品の開発支援や高知を代表する新たな土産物・特産品の商品開発など、「高知家」を代表するようなヒット商品づくりを支援していきます。

一方で、付加価値を高めるための食品加工や加工機械の製造などの工程が県外で行われ、その効果が県外に流出しているという事例もあることから、県内でできるものは、できるだけ県内で行う「ものづくりの地産地消」を進めるため、「ものづくり地産地消・外商センター」と連携し、加工事業者や生産者と製造業者との互いのニーズのマッチングを行うとともに、新たな商品の開発や商品の磨き上げなどの民間事業者の取組を支援していきます。

こうした地産地消・地産外商の成果を、雇用の拡大や設備投資などの拡大再生産につなげていくことが重要ですので、県内事業者の皆様が、外商活動の中で明らかになった課題を解決していくためのサポート体制を強化します。また、食品加工を進めるうえでの基本となる生産管理の高度化に向けて、県内の大学とも連携しながら、研修の実施や適正な食品表示に関するワンストップ助言体制の構築などに取り組み、事業者の方々の意識の向上と実践につなげていきます。

平成25年6月からスタートした「高知家」プロモーションは、官民が一体となった様々な活動を展開した結果、「高知家」の認知度が大幅に向上するなど成果が上がっていますので、高知家を認知した方々の「高知のものを買う」「高知に行く」「高知に住む」といった具体的な行動を、さらに誘発するためのプロモーションを強化します。その上で、重点品目の個別セールスプロモーションと効果的に連動させるなど、人の魅力を原動力に高知家の効果を最大限に生かして、外商や観光、移住などでの具体的な成果の上積みにつなげていきます。

# Ⅰ　産業間の連携戦略

## 1　地産地消・地産外商戦略の展開

### （１）地産地消の徹底

# 地産地消の展開

## 地産地消の推進

- ●県民との協働による地産地消の促進
- ●「おいしい風土こうちサポーター」相互のネットワークの構築
- ●地産地消に取組む飲食店「野菜で元気店PLUS」と生産者、消費者等との交流の場づくり
- ●「土佐の料理伝承人」による食文化の継承
- ●イベント等で県産品をＰＲ
- ●食育の推進

県民の意識向上

**「地産地消」の徹底**

## 付加価値を生み出す

足下を固め、すそ野を広げる

### 地域資源

**○地域資源の掘り起こし**
- ・伝統作物や伝統的加工品等の活用
- ・直販所等を販売拠点とした地域の加工品づくり
- ・集落営農組織の加工、交流の取組を支援

### マーケットインの商品づくり

**○消費者ニーズに合った商品開発支援**
- ・地域ＡＰ等の商品開発及び商品製造への総合的支援
- ・６次産業化に取り組む事業者の支援
- ・テストマーケティング（商品の磨き上げ・フィードバック）

### ものづくりの地産地消

**○県内で付加価値を生み出す仕組みづくり**
- ・「ものづくり地産地消・外商センター」と連携した支援
- ・加工機械の開発、施設整備の支援

### 人材育成

**○産業や地域を支える人材育成の支援**
- ・土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐ＭＢＡ）「目指せ！弥太郎 商人塾」、「農業創造セミナー」
- ・工業技術センターの活用
- ・県立大学を核とした生産管理の高度化支援

## 売り場の確保

販路開拓・販売拡大

### 直販所の販売拡大

**○直販所を地域活性化の拠点として支援**
- ・安全安心に向けた意識向上の徹底
- ・アドバイザー派遣による魅せる店づくり
- ・直販所間の交流促進

### 県内量販店等の販売拡大

**○ビジネスマッチング機会の創出による販売強化**
- ・県内量販店等でのテストマーケティング
- ・県内５ブロックでの産地視察型商談会の開催
- ・こだわり青果市（商談会）の開催

### 食育の推進

**○食育による生産、消費双方の育成**
- ・学校給食への地場産物の利用拡大
- ・出前授業による高知県産農畜水産物応援団の増加
- ・消費者を対象とした農業と食の体験交流の支援

**県産品の販路開拓・販売拡大による生産者・事業者の所得向上**

# 戦略の柱【地産地消の徹底】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 地産地消に対する意識を高める取組を推進 | ◆地産地消については、県民の約9割が認知しており、県民生活に定着しつつあるが、行動には十分結びついていない | ・県産食材を積極的に活用し地産地消に取り組む飲食店等を「野菜で元気店PLUS」として登録（69店舗）<br>◆県産食材の認知度の向上や消費の拡大に繋がった<br>・各地域の郷土料理を伝承する「土佐の料理伝承人」を選定（59団体）<br>◆各地域で伝えられてきた食材や郷土料理等食文化の継承<br>・「野菜で元気店PLUS」を巡るスタンプラリーや高知の食文化を伝えるイベント等の開催<br>◆パンフレット配布やイベント開催により高知の食材や食文化への県民の関心を得られた | ◆実需者と生産者が情報交換できる仕組みづくり<br>◆店舗間の情報交換の場づくり<br>◆新たな登録店や食文化を継承する人材の掘り起こし<br>◆高知県食材をPR及び高知の食文化を継承する人材の活用 | ◆◎「野菜で元気店PLUS」と県民との交流の場を強化し、県産食材の消費拡大活動への支援 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆◎高知の食文化を継承する人材の発掘及び活用 | ○ | | | | | |
| | | ・直販所マップやのぼりを作成し、運営しているサポーター関連施設に設置<br>◆サポーター登録数が増加し、地産地消を推進することができた 495社（人） | ◆サポーターの所在・意向確認のうえ、登録状況の整理を行い、横のつながりを強化し、活動を活性化する必要がある | ◆◎「おいしい風土こうちサポーター」のネットワーク構築及びサポーター活動の充実強化を図る | ○ | | | | | |
| | | | ◆消費者の生産活動への理解を深める機会の提供 | ◆★生産者組織が消費者に農作業体験や食の体験の機会を提供する体験交流事業の実施 | ○ | | | | | |
| | | ・特産農畜産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供（土佐はちきん地鶏・土佐ジロー・エメラルドメロン等）<br>◆初めて食べたという子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった<br>・特産農畜産物等の出前授業<br>ジュニア博士の育成<br>H26末：14,560人<br>◆子どもたちは、生産者の苦労やこだわりを知ることで農畜産物への思いが構築される<br>◆生産者が出前授業に参加し子どもたちと接することで、生産意欲の向上に繋がった<br>・小学生が考えた、高知野菜を活用したメニューの表彰<br>◆子どもたちが自分でメニューを考案することで、より高知野菜への意識が高まった | ◆特産農畜産物やその生産方法の認知度が低いため、今後も継続的に出前授業を実施するとともに県下に広く実施できるよう、未実施市町村等の掘り起こしを行う<br>◆特産農畜産物の学校給食への活用を増やしていくことで、家庭や地域への認知度を高める必要がある | ◆特産農畜産物等の食農教育<br>○小学校等における出前授業の実施によるジュニア博士の育成 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 地産地消に取り組む飲食店等と、生産者、消費者との交流の場づくり<br>生産者・農業団体：消費者、実需者との積極的な交流、登録店舗の拡大<br>事業者：「野菜で元気店」選定飲食店等の地産地消の取組、交流の場への参加<br>県地域農業推進課：消費者、実需者、生産者との交流の機会の創出への支援、店舗間の連携活動への支援 | | | | | ◆「野菜で元気店」等、地産地消に取組む加盟店が増加（70→100店舗） | ◆県民一人ひとりが地産地消を徹底 |
| 土佐の料理伝承人の人材発掘・活動支援<br>事業者：地域の食文化を継承する人材確保<br>県地域農業推進課：各地域の料理伝承人や新たな食文化を継承する人材を発掘するとともに、県民等との交流及び食文化継承の場づくりを行う | | | | | ◆地域食材や食文化の継承に関する意識の向上（56団体・個人→90団体・個人） | |
| おいしい風土こうちサポーター店を中心としたネットワークの強化<br>「おいしい風土こうちｻﾎﾟｰﾀｰ」店：地産地消の取組事例の提供。<br>県地域農業推進課：県内生産者や事業者を量販サポーター店舗などへ取次（地産地消イベントへの勧誘を含む）。 おいしい風土こうちサポーターの地産地消の取組事例などの情報収集と提供。地産地消関係のイベント等へ積極的にサポーターを勧誘し交流の場を設ける | | | | | ◆サポーター間の連携が強まり、県民との協働による地産地消が徹底 | ◆サポーターの事例にならって、地産地消に取り組もうという意欲ある団体・個人が増加 |
| | | 農作業体験交流活動の推進<br>生産組織等：農作業体験交流活動食への積極的な取組<br>県農業振興センター：農作業体験交流活動に取り組む生産組織への技術支援<br>県地域農業推進課：指導者養成講座の実施 | | | ◆体験交流活動を実施する生産者組織の増加 | |
| 高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食農教育の推進<br>農業者・農業団体：食農教育への積極的な取組<br>県農業振興センター：食農教育に取り組む産地への技術支援<br>県地域農業推進課：高知の特産物ジュニア博士の育成、生産者との交流、メニュー紹介等による給食への食材勝使用PR | | | | | ◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える<br>ジュニア博士育成：18,000人（H23末：5,969人→H27末：18,000人） | ◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増加する |
| 「高知野菜大好きっ子」の表彰と普及啓発<br>県地域農業推進課：高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発 | | | | | ◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもたちが増える | ◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知県農畜産物の応援団となる |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産地消の徹底】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．地産地消に対する意識を高める取組を推進 | ◆魚離れの進行<br>H18には国民1人が1日に消費する肉の量が魚介類の量を逆転<br><br>◆高知市中央卸売市場での水産物の取扱高が大幅に減少<br>・H4：293億円<br>→H22：125億円<br><br>◆県民が水産物を購入する際の県内産への意識が高い（H20県民意識調査：76.4%）<br><br>◆魚の旬や調理方法、漁業者に関する情報を求める県民が多い<br><br>◆子どもに魚を食べさせる機会を増やしたいと考える母親が多い（8割以上：大日本水産会調査）<br><br>◆食の安心・安全を求める消費者意識の高まりから、地域水産物に対する潜在的なニーズが高い | ・量販店等と連携したプレゼントキャンペーンの実施（H21）<br><br>・土佐のおさかなまつりの開催（H22～）<br><br>・高知市中央卸売市場と連携した親子料理教室の開催（H21～）<br><br>◆土佐のおさかなまつりの来場者数<br>H22:3,700名<br>H23:4,800名<br>H24:6,912名<br>H25:13,500名<br>H26:14,900名<br><br>・ホームページによる漁業や県産魚等に関する情報発信（H21～）<br><br>・おさかなPR大使による県産水産物のPR（H21～）<br><br>・土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR（H21～）・龍馬博メイン会場での県産水産物のPR（H22）<br><br>・県産水産物を使用した料理レシピの募集、応募作品の飲食店でのメニュー化、入賞作品のレシピ化（H22）<br><br>・水産物消費拡大対策検討会の運営（H21～）<br><br>・量販店等と連携した「土佐のたたき文化」の情報発信（H22～）<br><br>・県産魚の「たたき料理」を提供し、たたき文化の発信を行う飲食店を紹介したパンフレットの作成と配布（H23～）<br><br>◆ホームページ、料理教室、パートナー店、PR大使、たたき文化の発信、おさかなまつりなどが県民に一定認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みや漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。しかし、消費者の食生活の多様化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である | ◆消費者への効果的な情報発信<br><br>◆水産物の生産から流通に関わる関係者の連携と主体的なPR活動等の展開 | ◆水産関係事業者等と連携した消費拡大対策の展開<br><br>○土佐のおさかなまつりの開催<br><br>○県内の小・中学生を対象に地域の魚食文化や漁業の実態等をテーマにした食育活動を展開<br><br>○親子料理教室の開催<br><br>○土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR<br><br>○ホームページによる本県漁業、県産魚の旬や食べ方、イベント情報等の発信<br><br>○おさかなPR大使による県産水産物のPR | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆水産物の生産・流通・消費に関わる関係者間で 消費拡大に向けた連携体制が整備されている<br><br>◆おさかなまつり、料理教室などのイベントやおさかなPR大使・ホームページが県民等に認知されている | ◆県民の魚の消費量が全国で上位に位置づけられる<br>【参考】生鮮魚介類の1世帯あたり購入量（H22年家計調査年報：高知市 31.3kg 全国51都市中32位）<br><br>◆高知市中央卸売市場における本県産鮮魚の取扱シェアが向上している<br>【参考】高知市中央卸売市場における高知県産鮮魚の取扱量のシェア<br>【H22年】41.1% |

**土佐のおさかなまつりの開催**

漁協・市場・水産加工業：おさかなまつりへの参画・県産水産物のPR
県合併・流通支援課：おさかなまつりの全体企画の運営

**食育活動の実施**

漁業者・水産加工業者・高知県学校給食会・量販店：各機関と連携し食育活動を実施
県合併・流通支援課：小中学校での魚食普及活動の企画運営及び漁業者等が実施する食育活動を支援

**親子料理教室の開催**

市場関係者：食材の供給等事業運営への協力
高知市：会場の提供
県合併・流通支援課：料理教室の全体企画の運営

**ホームページによる情報発信**

県合併・流通支援課：ホームページの運営（保守管理・情報の更新）

**おさかなPR大使・土佐の魚PR活動推進パートナー店によるPR**

おさかなPR大使：県事業等への協力によるPR
土佐の魚PR活動推進パートナー店（小売店・飲食店）：県事業等への協力と県産水産物の積極的な使用
県合併・流通支援課：PR大使のイベント等での活用、PRパートナー店の募集・情報発信

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産地消の徹底】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 地域産品の販路拡大を支援 | ◆業務筋の露地野菜に対するﾆｰｽﾞに対応できる食材供給ｼｽﾃﾑがない<br><br>◆食関係の業務筋の直近の傾向は、中国餃子事件以降、加工品（惣菜）企業や消費者から、安心・安全な県産野菜を求める傾向が高まる<br><br>◆多くの直販所が、商品の出荷・補充を生産者任せにしている<br><br>◆高知市は人口34万人の大きなﾏｰｹｯﾄであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる<br><br>◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある | ・直販所の商品の見せ方から接客手法や経営指導など、魅せる直販所づくりへのアドバイザーを派遣<br>・直販所の商品力の強化や運営改善につながった<br>・直販所を販売拠点とした加工品開発のアドバイザーを派遣<br><br>◆地域の素材を活用した加工商品の販売に繋がった<br>・直販所「安心係」養成講習会の実施<br><br>◆生産者や運営管理者に農薬の適正使用や加工商品の適正表示などへの理解と安心・安全への意識の向上が図られた<br>・「安心係」や「運営管理者」への、先進的な直販所の視察や、「観光」「連携」をテーマとした講習会の開催<br><br>◆直販所の課題を共有し地域の活性化の拠点とする取組とした<br>・県産業振興の総合補助金を活用した施設整備への支援を実施<br><br>◆直販所の拡充・整備が図られた<br><br>・地域産品商談会を県内で開催し、県内量販店等への販路開拓、販売拡大を支援<br><br>◆平成26年11月末現在<br>商談会出展者103社<br>買い手42社<br>商談回数592回<br>成約41社　93商品 | ◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる仕組みづくり<br><br>◆商品の品揃えや商品情報などの発信力を充実させ、経営の強化を図る<br><br>◆地域産品の販売拠点であるとともに、地域の活性化拠点施設として活動する直販所とする<br><br>◆多くの直販所の運営方法が、売り上げや入荷情報などのデータにもとづくことなく、生産者に任されている | ◆業務筋（外食、中食、学校給食等）のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくりを支援<br><br>○直販所から業務筋に食材を供給するためのマッチングの機会の提供（地域内循環の仕組みづくり）<br><br>○ｽｹｰﾙﾒﾘｯﾄを活かした業務筋への対応等のため、直販所のﾈｯﾄﾜｰｸづくりを支援 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆直販所を地域の活性化の拠点にする取組への支援<br><br>◎直販所を販売拠点とした加工品開発の支援<br><br>◎直販所の販売形態の充実、強化を図るため、アドバイザーを派遣し、販売データ等を活用した店舗の魅力アップにつながるアドバイスを実施<br><br>◎食の安全・安心の推進や生産者と消費者の信頼を結ぶ役割を担う「安心係」の配置<br><br>★直販所での連携したイベント実施等による一層の誘客を図るため、直販所のネットワークづくりを支援 | ○ | | ○ | | | |
| | | | ◆更に県内で目に見える商品としての販売拡大 | ◆県内事業者の一層の販路開拓、販売拡大を支援<br><br>◎対象バイヤーを県外量販店や卸にも拡大し、県外への販路拡大も支援<br><br>★県内量販店でのテストマーケティングにより、県内販路の拡大を支援 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 直販所を拠点とした地域活性化の充実・強化 | | | | | ◆直販所販売額（80億円キープ） | ◆直販所のネットワークを活かした地域内循環の仕組みが地産地消による地域の活性化につながる |
| 直販所間が連携した発展に向けた支援<br>生産者・農業団体：地域の素材を活用した加工品づくり<br>直販所：地域産品の販売、直販所のネットワークづくり<br>県地域農業推進課：店舗の魅力アップ及び業務筋等への販路拡大に関する支援 | | | | | | |
| 中山間地域の所得向上に向けた新たな加工品開発 | | | | | ◆直販所で地域の特産品を活用した加工品が販売され、生産者の所得が向上 | ◆地域の高齢者等の所得が向上し地域の活性化につながる |
| 生産者：地域の素材を活用した加工品づくり<br>直販所：地域産品の販売、交流の場としての活動<br>県地域農業推進課：地域で売れる加工品開発支援、地域の魅力発信・活性化支援 | | | | | | |
| 県内事業者の販路開拓等を支援 | | | | | ◆地域産品の販路開拓・販売拡大<br>◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している | ◆県内あらゆる量販店等で県産品が販売される |
| 県内事業者：商談会へ出展し県内での販売拡大の展開<br>県内量販店：県内量販店で県産品の販売強化<br>県地産地消・外商課：商談会の開催等による販路開拓、販売拡大を支援 | | | | | | |
| | | | テストマーケティングによる県内量販店での販売強化 | | | |
| | | | 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での販売を拡大<br>県内量販店：売場の提供や商品へのアドバイスによる県産品の販売強化<br>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での販売拡大を支援 | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産地消の徹底】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 地域産品の販路拡大を支援 | ◆高知市は人口34万人の大きなﾏｰｹｯﾄであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる<br><br>◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある | ・高知市内でのアンテナショップの開設<br><br>◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった<br><br>・おかみさん市の拡充<br><br>◆おかみさん市の拡充により、地域産品の販路拡大へとつながった | ◆アンテナショップ「てんこす」の販売額の増加<br><br>◆アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR<br><br>◆おかみさん市の出店者数の増加を図る | ◆○高知市内でのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ、産直市の取組を継続し、地域産品の売上の増加を図る | ○ | | | | | |
| 3. 木材に関する地産地消<br><br>(1)住宅や施設等への県産材の利用 | ◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている<br><br>◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている | ・県有施設及び市町村施設の木造化の推進<br><br>◆学校教育施設の木造化率で全国平均を上回る<br>3ヶ年平均（H24-26）<br>全国平均 17%<br>高 知 県 25%<br><br>・公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進<br><br>◆平成25年度<br>木材利用量 2,945m3<br>木製型枠の使用率 97%<br>工事用資材の木製品の使用率 93% | ◆今後もより一層の木造・木質化を進めるために、県の率先利用と市町村を含めた木を使う仕組みや意識の強化を図りながら、県産材利用の実効性を高めて行くことが必要 | ◆○公共事業や公共施設等での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大 | ○ | | | | | |
| | | ・県産材利用住宅への助成<br><br>◆戸建て住宅の木造率が平成24年から全国平均を上回る | ◆平成24,25年は全国平均を上回ったものの、今後も維持していけるよう取り組みの強化が必要 | ◆○県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援 | ○ | | | | | |
| | | ・木と人出会い館等による県産木造住宅の安全・安心のPR<br><br>◆平成25年度<br>放送回数 24回<br>平均視聴率 6.7% | ◆平均視聴率が下がってきており、取り組みの強化が必要 | ◆○木造住宅に関する情報発信の強化 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 高知市内でのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ、産直市の取組を支援<br>生産者、一次産業団体：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」などを活用し、売上の増加を図るとともに商品力の向上や消費者ニーズの把握に努める<br>県経営支援課：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」やおかみさん市と連携し、地域産品の掘り起こしや販路の確保、情報収集、紹介により販路の確保をはかる | | | | | ◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている<br><br>◆販売目標額：184,300千円 | ◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップ機能の充実が図られている |
| ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」への支援<br>県経営支援課：補助事業については、H24.10月で終了 | | | | | | |
| 県産材の率先利用と市町村の利用の拡大<br>市町村：公共建築物木材利用促進法の施行を受け、県方針に即した市町村方針の作成及び具体的利用の拡大、<br>県関係課：「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大<br>県木材産業課：市町村方針の作成指導、市町村の利用の支援 | | | | | ◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている<br><br>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている<br><br>◆県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている | ◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材があらゆるところで積極的に使用されている |
| 県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援<br>県民：県産木材の積極的な利用<br>県木材産業課：幼稚園、保育園、小学校、中学校や民間施設への木製品の導入に対して支援、木製品カタログを活用した県外へのPRの強化 | | | | | | |
| 県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援<br>建築関係団体：県と連携して事業の講習会を開催し積極的にPRを行う<br>県木材産業課：県産材利用住宅への助成制度により木材需要の拡大を促進<br>県関係課：$CO_2$固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進<br>県木材利用推進課・県住宅課：県産材による居住性能の高い住宅の技術開発及び供給体制の整備 | | | | | | |
| 森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動を展開<br>高知県木材普及推進協会：新たな仕組による情報発信及び次年度以降の体制の検討<br>県木材産業課：木材普及推進協会との連携による実施 | 高知県木材普及推進協会：新たな体制による情報発信の実施<br>県木材産業課：木材普及推進協会との連携によるPR活動の実施 | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産地消の徹底】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 食材の安定供給体制の構築を支援 | ◆地場産物の使用状況は、軽量野菜を中心とする本県の生産状況からみると、米、野菜を中心に地域食材が積極的に活用されている状況<br>※重量ベースでの使用状況（米97.1%、野菜49.6%、水産物31.9%）<br><br>◆学校給食における地場産物の活用状況は37.3%であり、これは佐賀県（44.2%）、大分県（42.8%）、岡山県（40.9%）、北海道（40.8%）、熊本県（37.9%）に次ぎ第6位である。（平成19年度文部科学省調査 食品数ﾍﾞｰｽ） | ・地場産物活用状況調査活用割合（食品数ﾍﾞｰｽ）H25：39.9%（全国25.8%）（文科省調べ）<br><br>◆各地域での生産者や流通関係者等の学校給食への理解が深まり、学校給食関係者の積極的な地場産物の活用が促進され、活用割合が全国的にも高い状況となった<br><br>・高知県地場産物活用ネットワーク会議及び地域ネットワーク会議等の開催<br><br>◆各地域では関係者による日常的な情報交換の場が定着し、流通関係者・料理研究家・学校給食関係者等の協働による課題解決への取組が進んだ | ◆学校給食の食材として地域からの地場産物が、安定的に供給される体制の構築<br><br>◆関係者間のよりきめ細かい情報の共有 | ◆○高知県及び地域での地場産物活用ネットワーク会の開催 | ○ | | | | | |
| 5. 地場産物の給食への利用促進を支援 | ◆学校給食は大量調理であること、食材は当日納入、当日調理、決まった時間までに提供しなければならないことから、納入には一次処理が必要だが、その対応ができていない | ・地場産物を活用した学校給食用レシピ集や学習教材の活用<br><br>◆四季の献立、高知県の基幹11品目を使った料理100品、地場産物加工品を使った献立等を掲載したレシピ集は、献立の作成や食育に活用できた<br><br>・地場産物活用割合50%以上の献立を月1回以上実施することを目指した「高知の食べものいっぱい入っちゅう日」（H26.9月～H27.3月）の実施<br><br>◆学校給食関係の市町村（学校組合）教育委員会等に事業実施を依頼し、取組が進んだ | ◆学校給食の食材としての地場産物の利用拡大に向けた、学校給食用レシピ集のさらなる活用 | ◆地場産物を使った学校給食や食育の推進<br><br>◎「高知の食べものいっぱい入っちゅう日」に取り組む学校給食関係市町村（学校組合）教育委員会等の増加を図る | ○ | | | | | |
| 6. 将来の本県農畜水産物の応援団づくりを支援 | ◆各地域の学校で行われている給食に使われる食材を教材とした食育でも、米、野菜での取組事例が大部分 | ・食育・食農教育等の体験学習の実施<br><br>◆田植え、稲刈りなどの米作り体験や野菜や果物の栽培収穫体験、等が学校活動として定着 | ◆学校と地域が連携した食育・食農教育等の体験学習を計画的、継続的に実施する | ◆○各学校の学校教育活動全体での継続的な食育・食農教育等の推進 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 高知県及び地域での地場産物活用ネットワーク会議等の開<br>各学校・給食センター等：地場産物活用ネットワーク会議の開催<br>県スポーツ健康教育課：地場産物活用ネットワークの開催（年2回）、現状把握のための学校給食栄養報告（週報）の実施 | | | | | ◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大につながる<br><br>地場産物活用割合<br>44.9%<br>（H21.9～H22.7）<br>↓<br>50%（H27）<br>（食品数ベース） | ◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大が一層進む |
| 地場産物を使った学校給食や食育の推進<br>各学校給食関係市町村（学校組合）教育委員会等：「高知の食べものいっぱい入っちゅう日」の取組促進（H26. 9月～）<br>県スポーツ健康教育課：地場産物を使った学校給食や食育の推進（学校給食用レシピ集の活用等）、関係団体と連携した地場産物活用の支援 | | | | | | |
| 各学校の学校教育活動<br>県スポーツ健康教育課：地場産物を使った学校給食や食育の推進（学校給食用レシピ集の活用等）、関係団体と連携した地場産物活用の支援 | | | | | ◆地場産物の学校給食への活用や地場産物の理解促進、食べ物や作る人への感謝の気持ちを育み、郷土を誇りに思う子どもの育成につながる | ◆地場産物の学校給食への活用や地場産物の理解促進、食べ物や作る人への感謝の気持ちを育み、郷土を誇りに思う子どもの育成が一層進む |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# Ⅰ　産業間の連携戦略

## 1　地産地消・地産外商戦略の展開

### （２）「ものづくりの地産地消」の促進

# ものづくりを支える基盤の強化と「ものづくりの地産地消」による経済波及効果の拡大！
## ～メイド・イン高知を全国へ！～

**これまでの取組**

◆平成22年度　改定の柱②「ものづくりの地産地消」の促進　→ 取組を強化！

◆平成23年度　改定の柱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」の抜本強化

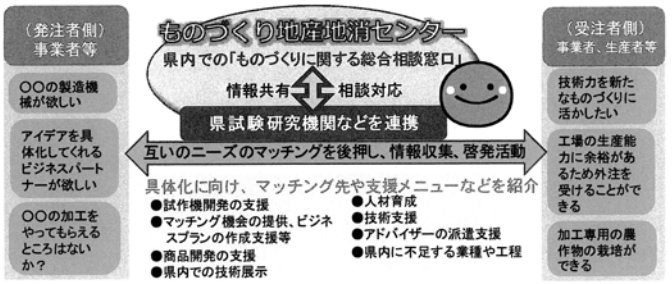
《ものづくりの地産地消の抜本強化》

**対応策１　「ものづくりの地産地消」に関する相談・マッチング支援機能の強化**
- 「ものづくり地産地消センター」の設置
- ものづくり技術展示会の開催

**対応策２　県内事業者の企画力・技術力・商品開発力の強化**
- 工業技術センター食品加工研究棟の整備
- 試作機開発などへの支援の拡充

**対応策３　県内に不足している業種・工程や新たな成長産業の誘発**
- 県内・県外問わず企業等を対象とした支援策（補助金）の拡充

（ものづくり地産地消センターの概要）




**次期計画に向けて、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

**築いた仕組み・仕掛けを生かし、より大きな効果をもたらすためバージョンアップ**

## 第2期計画での取組

### １．事業者間のマッチング支援を強化！

●マッチング支援の強化
- ⇒ものづくり地産地消推進会議の設置
- ⇒食品加工業者と産地とのマッチング
- ⇒試験研究機関による個別支援

●マッチングの機会創出
- ⇒ものづくり総合技術展の開催

●新しい分野でのマッチング支援
- ⇒テーマ別研究会の取組支援
  - ＊（拡）マーケットインの視点の導入
- ⇒コンテンツ産業の事業化に向けた支援
- ⇒防災関連産業の振興
  - ＊防災産業交流会の取組支援、防災製品開発アドバイザーの配置、公的調達の仕組みづくり

### ２．県内産業の技術力・商品開発力の向上へ支援！

●新商品開発や技術力支援
- ⇒試験研究機関の充実・強化
- ⇒試作機開発などへの支援
  - ＊（拡）外商を見据えた海外展開ニーズに対応した試作機開発も支援

●競争力を維持・強化するための支援
- ⇒（新）新商品の企画立案から製品開発、販路開拓、設備投資までを総合的に支援する補助制度を創設
- ⇒（拡）生産設備の更新・導入支援の強化

### ３．県内に不足する業種・工程や新たな産業を誘発！

●企業の増設、企業立地への支援
- ⇒補助金による資金的支援
  - ＊全国トップレベルの支援

### ４．「ものづくりの地産地消」から外商への展開支援！

●ものづくり企業の県外・海外への販路拡大を支援
- ⇒県外見本市、商談会への出展支援
- ⇒（新）貿易コーディネータ（２名）をものづくり地産地消・外商センターに配置
- ⇒（拡）海外販路開拓支援を強化

**ものづくり地産地消・外商センターが事業化プランづくりから商品開発・販売促進まで一貫してサポートすることにより、「ものづくり」の総合力が高まり、競争力を備えたメイド・イン高知の製品が誕生！そして、全国へ販売展開！**

# 戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．事業者間のマッチング支援機能の強化 | ◆製造品出荷額等は、H7年（7,055億円）をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい<br>・H18年　5,498億円（全国46位）<br>・45位（鳥取）1兆346億円、47位（沖縄）5,280億円<br>※H19年工業統計（速報）<br><br>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人　全体の47%<br>〃　100人以上　全体の 3%<br><br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人　全体の 6%<br>〃　100人以上　全体の49% | ・ものづくり地産地消センターの開設<br><br>・ものづくり技術展示会の開催<br><br>・ものづくり企業による現場視察や意見交換会の実施<br><br>◆県内相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ | ◆「ものづくり地産地消センター」を中心に、各関係機関が連携し、新たな相談案件の掘り起こしを行う必要がある<br><br>◆下請けを中心とした中小企業における製品開発力や営業力、資金力の不足 | ◆「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機会の創出<br><br>○タイムリーな情報提供<br><br>○相談・マッチング機能の強化<br><br>○高知県工業会等、各種団体との連携強化<br><br>◎ものづくり総合技術展での商談機会の充実<br><br>★産振センターの組織体制の強化 | | ○ | | | | |
| | ◆産地側、食品加工企業側ともに、お互いの情報（栽培状況、技術力、情報力）をよく知らないため、商品化に向けたマッチングができていない | ・マーケットイン型商品づくりを支援<br><br>◆専門家のアドバイスを生かした新たな商品開発や、販路開拓、商品PR方法などの実践手法を取得できた | ◆加工用に利用できる原料の掘り起こしと需要者とのマッチングが必要 | ◆★県内食品加工業と産地とのマッチング | | ○ | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| ものづくりの地産地消の推進 | | ものづくりの地産地消・外商の推進 | | | ◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している<br><br>・ものづくり補助金を活用した製品開発件数　40件（H24～H27） | ◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している<br><br>◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている |
| ものづくり地産地消センター：<br>・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施 | | 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」：<br>・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート<br>・外商支援活動を充実させるため、中小企業基盤整備機構や商工会議所等構成されたものづくり企業外商支援会議を開催し、互いに意見交換を実施<br>・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援<br>・県内のものづくり活動やニーズのマッチング等を促進させるため、ものづくり企業や関係団体等で構成された高知県ものづくり地産地消推進会議を新しく設立 | | | |
| ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム（庁内関係機関等）：<br>・庁内における「ものづくりの地産地消の推進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施<br><br>県計画推進課、県工業振興課、県地産地消・外商課、県地域本部等：<br>・情報フローを通じた発注予定情報等の収集 | | | | | | |
| 総合的な技術展示会等の開催 | | | | | | |
| 県計画推進課、県工業振興課、高知県産業振興センター：<br>・県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催（※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討）<br>・ものづくり総合技術展開催に合わせて県外企業を招聘し、製品等商談会を開催<br>・ものづくり総合技技術展に関する委託業務を県工業振興課に移管（H27～）<br><br>ものづくり企業、産業団体等：<br>・技術展示会等への出展、技術の紹介、商談 | | | | | | |
| 加工用原料の掘り起こしとマッチング支援 | | | | | ◆食料品製造業出荷額<br>800億円<br>（10%UP） | ◆第一次産業を伸ばす食品加工業が自立的な発展、成長を遂げるとともに、県外の加工業者が企業誘致等により県内で大規模な製造を開始 |
| 生産者：加工用原料の掘り起こし<br>県関係課：情報共有と戦略の組み立て<br>県地産地消・外商課：情報共有の場の設置と調査及び需要者へのマッチング推進 | | | | | | |

※改革の方向　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、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 事業者間のマッチング支援機能の強化 | ◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている<br><br>◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心 | ・各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施<br><br>・農業創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援<br><br>・6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備<br><br>・県の産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施<br><br>・起業支援型地域雇用創造事業による6次産業化に取り組む事業者の支援 | ◆農業者等の商品開発ノウハウの向上<br><br>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化 | ◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり（生産、加工、サービス、未利用資源利用等）<br><br>★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る<br><br>★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援 | | ○ | ○ | | | |
| | ◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷<br><br>◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化 | ・水産加工業交流促進協議会を設置、開催（H23：2回）（H24：3回）（H25：2回）（H26:2回）<br><br>◆事業者間の交流により、新たな取引につながる事例がみられた | ◆関係者間の情報交換の場の提供等による新たな連携の促進 | ◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大 | ○ | ○ | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援<br>農業者等　：伝統作物等の栽培への取組、地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発　、販路拡大<br>県農業振興センター・地域支援企画員　：栽培実証、種苗の確保・保存、商品開発・販路拡大に向けた支援<br>県関係課　：商品開発、磨き上げの支援対策の整備<br>農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援 | | | | | ◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加 | ◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化 |
| | 伝統作物の栽培実証、販売・加工品開発の支援<br>農業者等　：伝統作物の栽培への取組<br>県農業振興センター・地域支援企画員　：栽培実証、種苗の確保・保存、販売・加工品開発の支援<br>県関係課　：栽培品目や地域の拡大、販売・加工品開発の支援対策の整備、加工業者等とのマッチング支援 | | | | | |
| 事業者間のマッチングによるビジネス機会の創出<br>加工事業関係者、生産者等：情報交換等をきっかけとした新たな連携と取引の拡大<br>県合併・流通支援課：情報交換の場の提供等による新たな連携の促進 | | | | | | ◆水産食料品の県際収支の黒字幅を拡大 |

※改革のための6つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．事業者間のマッチング支援機能の強化 | ◆製造品出荷額等は、H7年（7,055億円）をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい<br>・H18年 5,498億円（全国46位）<br>・45位（鳥取）1兆346億円、47位（沖縄）5,280億円<br>※H19年工業統計（速報）<br><br>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人 全体の47%<br>〃 100人以上 全体の 3%<br><br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人 全体の 6%<br>〃 100人以上 全体の49% | ・成長が期待され潜在力のある4つの分野（食品、天然素材、環境、健康福祉）ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援<br>会員数<br>361社(H27.2末)<br><br>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた<br><br>プラン<br>65件(H21～H27.2)<br>販売金額<br>17.7億円(H21～H26.9)<br>新規雇用<br>104人 (H21～H26.9) | ◆マーケットイン視点での事業の見直し<br><br>◆マーケットイン視点でプランの精度を上げる<br><br>◆PDCAを働かせ、プランの検証・再構築を実施する仕組みづくり<br><br>◆より早期の成約に結び付ける工夫を加速 | ◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援<br><br>★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br><br>★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施<br><br>★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起<br><br>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化 | ○ | ○ | | ○ | | |
| | | | | ◆○研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施 | ○ | ○ | | ○ | | |
| | ◆発注者である事業者から潜在的な受注者である県内クリエイターへの発注ニーズの情報がうまく伝達されていない | ・(H21)県内クリエイター実態調査の実施<br><br>・(H22～25)クリエイター見本市の開催(県内クリエイターと事業者との出会いの場)<br><br>・(H25)コンテンツプロデューサーによる個別指導及びセミナーの実施<br><br>・(H26)クリエイター及び事業者向け「地域発ブランディングセミナー」の開催<br><br>◆実態調査における県内クリエイターの希望として、行政による事業者とのマッチングの場の提供が挙がったことから、見本市を開催。ネットワーク構築の場として有効であるとともに一部で商談も実施され、今後のビジネスマッチングへの可能性を拡げた<br><br>◆セミナー開催やコンテンツプロデューサーの個別指導による県内クリエイターの人材育成と人脈を活かしたビジネスチャンスの拡大に繋がった | ◆具体的な商談成立の実現<br><br>◆クリエイター及び事業者向けセミナーの体系化 | ◆商工労働部の高知家「ものづくり企業」まるごと支援パッケージと連携し、県内クリエイターへの商品デザイン等の発注を促進<br><br>◎商工労働部のシェアオフィス事業と連携し、入居企業への支援や県外企業の誘致<br><br>◎意識啓発に繋がるセミナーや個別相談会、コンテンツプロデューサーによる個別指導の開催<br><br>○カードデザインコンテストの開催により、県内イラストレーターの発掘と雇用創出促進<br><br>◎コンテンツ関連事業者や金融機関を会員とするコンテンツビジネス起業研究会によるビジネスマッチングの推進 | | ○ | | ○ | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 成長分野での事業化促進<br>県工業振興課、県新産業推進課：即戦力の会員づくり<br>・個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化<br>・力のある企業の研究会活動への加入促進とマッチング<br>・より大きく飛躍するために販促を中心としたプランの検証と再構築を実施<br>・研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化<br>・新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援 | | | 県工業振興課、県新産業推進課：<br>・研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br>・研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施<br>バイヤーを招いた個別相談会を等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起 | | ◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している<br>・事業化プラン認定件数　60件（H24～H27）<br>・販売金額　100億円（H24～H27）<br>・新規雇用　110人（H24～H27） | ◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される<br>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている |
| 県工業振興課、県新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、ものづくり産業強化事業費補助金制度の実施 | | | | | | |
| 事業化プラン策定段階からの参画<br>認定済み事業化プランの事業化を支援<br>産業支援機関、公設試などとの連携強化<br>県工業振興課、県新産業推進課：新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援 | | | | | | |
| クリエイター地産地消<br>県まんが・コンテンツ課：県内クリエイター見本市<br>著作権セミナー | | 県まんが・コンテンツ課：<br>商工労働部と連携したクリエイターの意識啓発に繋がるセミナーや個別相談会の開催開催<br>民による自主的な活動 | 県まんが・コンテンツ課：コンテンツ関連事業者や金融機関を会員とするコンテンツビジネス起業研究会によるビジネスマッチングの推進、産業振興推進部と連携した意識啓発に繋がるセミナーの開催、商工労働部と連携したクリエイターの地産地消の推進 | | ◆クリエイターの収入増、クリエイターのレベルの底上げ | ◆高知県クリエイターのブランド化 |

※改革のための6つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 事業者間のマッチング支援機能の強化 | ◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている<br><br>◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される | ・ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金（防災枠）を活用した製品の開発<br>◆補助金交付件数 22件(H23～26)<br><br>・「製品開発アドバイザー派遣制度」の創設<br>◆製品開発時の課題にきめ細かに支援 | ◆新たな製品開発の掘り起こしと、既に開発中の製品について販売に至るまでの加速化<br><br>◆売れる製品にするためのブラッシュアップが必要 | ◆南海トラフ地震への備えと連動させた防災関連産業の地産地消・外商の推進<br><br><「地産」を推進するためのものづくり支援><br>★試作機の開発支援<br>★試験研究機関での技術支援<br>★全国に通用するものづくり支援<br>★海外展開のための製品改良支援 | ○ | ○ | ○ | | | |
| 2. 県内産業の技術力、商品開発力の向上への支援 | ◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にあるまた、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている | ・技術研修開催<br><br>◆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 | ◆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<br><br>◆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 | ◆工業技術センター等が行う技術研修<br><br>◎人材育成事業（工業技術センター）<br><br>◎人材育成事業（紙産業技術センター） | | | ○ | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 新たな防災関連製品や技術の開発・全国に通用するものづくり<br>県工業振興課・県工業技術センター・大学等：<br>・県内外に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援<br>県工業振興課・県工業技術センター・大学等：<br>・全国に通用するものづくりを推進するための有識者との情報交換や、製品開発アドバイザーの設置等による技術支援<br>工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための機械装置等の開発・製造<br>高知県産業振興センター：<br>・新商品開発支援、防災産業連携コーディネータ等による防災関連製品等の企画・開発・ブラッシュアップのサポート<br>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」：<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート | | | | | ◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる<br>・ものづくり補助金を活用した製品開発件数　20件（H24～H27）<br>・県内の全市町村への県内製品の導入件数　100% | ◆県内外の企業や研究機関とのネットワークが拡大する中で、競争力を備えた多くの製品開発や企業集積が進み、売上額が大きく増加している<br>◆「防災関連産業と言えば高知県」というイメージが定着し始めている |
| 機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成<br>県工業技術センター：<br>・専門的技術研修の実施<br>・食品加工特別技術支援員の配置<br>・機械金属加工特別技術支援員の配置<br>・資源利用加工特別技術支援員の配置<br>・技術指導アドバイザーの派遣<br>・土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等）<br>県紙産業技術センター：<br>・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成 | | | | | ◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ<br>技術研修　1,600人（H24～H27）<br>紙産業技術初任者研修会　延べ145人（H24～H27）<br>技術指導アドバイザーの派遣　10社25回派遣（H24～H27） | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 県内産業の技術力、商品開発力の向上への支援 | ◆製造品出荷額等は、H7年（7,055億円）をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい<br>・H18年 5,498億円（全国46位）<br>・45位（鳥取）1兆346億円、47位（沖縄）5,280億円<br>※H19年工業統計（速報）<br><br>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人 全体の47%<br>〃 100人以上 全体の 3%<br><br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人 全体の 6%<br>〃 100人以上 全体の49% | ・ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金の創設<br><br>◆産業間の連携による機械装置の開発が進み、県内外への販売も開始されるなど、機械系の地産地消の気運の高まりや成果が表れ始めた<br>補助金交付件数（H22～H26）<br>企画立案 11件<br>試作開発 66件 | ◆開発期間の長期化<br><br>◆海外展開を希望する企業が増加 | ◆「ものづくり産業強化事業費補助金」によるものづくり企業に対する支援<br><br>○試作機の開発支援<br><br>★防災関連の製品開発の推進<br><br>◎企業間連携や産学官連携の充実・強化<br><br>◎県内外の展示会等でのPR<br><br>★補助金のメニューの明確化と審査会機能の強化<br><br>◎海外展開のための製品改良支援 | | ○ | | | | |
| | ◆東日本大震災に伴うマイナスの影響はほぼ解消したが、急激な円高等により、企業の生産拠点の海外移転や業務縮小、雇用調整など県経済への深刻な影響が懸念される<br>◆H22製造品出荷額等は約4,681億円（対前年比▲6.1%）で、4年連続全国最下位となっている<br>※H22工業統計<br>◆過去10年間平均の設備投資額の動向を見ても、本県製造業は四国全体の10.6%であり、全国平均値を100とした場合の値も37とかなり低くなっている<br>※工業統計 | ・県内事業者（製造業）の設備投資に対する費用への助成。<br><br>◆県内事業者の設備投資に対する支援を行い雇用の増加につながった。<br>新規雇用者<br>H24年度:53人<br>H25年度：16人<br>H26年度：6人<br>（1月末現在） | ◆小規模事業者の行う設備投資に対する支援の実施<br><br>◆事業者の投資意欲の喚起と事業の周知 | ◆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繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進<br><br>★現行の企業立地に対する補助制度に加え、地元企業の設備投資を支援<br><br>○県制度融資による事業者支援<br><br>◎小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援<br><br>★産業振興センターと連携した設備投資の促進<br><br>★金融機関や関係支援機関等との連携の強化 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消の推進 | | ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消・外商の推進 | | | ◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している<br><br>・ものづくり補助金を活用した製品開発件数　40件（H24～H27） | ◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している<br><br>◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている |
| 県工業振興課・県工業技術センター：<br>・県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援 | | 県工業振興課・県工業技術センター：<br>・県内外に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援<br>・支援事業の審査会機能の強化や支援メニューの明確化により、販売をみすえた製品開発を支援 | | | | |
| 県工業振興課・ものづくり地産地消センター：<br>・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPR | | 県工業振興課・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」：<br>・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPRを実施<br><br>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」<br>・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことにより、ビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート<br>・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援 | | | |
| 工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための情報収集・情報交換、機械装置の開発・製造 | | | | | | |
| 県制度融資、補助制度等による事業者支援 | | | | | ◆設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する<br><br>・一事業所当たりの設備投資額：全国平均値の68%（香川県と同程度）<br>15百万円<br>→ 28百万円 | ◆設備投資が全国並みまで増加し、設備投資や工場の立地等が継続的に行われている<br><br>・一事業所当たりの設備投資額<br>41百万円 |
| 県工業振興課：<br>・県内中小企業（製造業）が行う設備投資に要する経費を対象とする中小企業設備投資促進事業費補助金の創設（H24～）<br>・津波避難施設の整備を行う製造業者への要件緩和等による設備投資の促進（H24.11～）<br>・中小企業以外も補助対象に加え、設備投資を促進（H25～）<br>・自己資金要件を緩和（借入必要相当額に対しフル融資を受けることが可能に）（H26～）<br>・産業振興センターと連携した設備投資の促進<br>・金融機関や支援機関等を対象とした事業説明会の開催<br>・地元企業を対象とした設備投資や新しい設備や機械の開発を支援する補助制度などを統合し、県内ものづくり企業の活動を総合的に支援する補助制度を創設（H27～）<br>・地元企業対象の設備投資事業において、補助要件を選択制とするとともに、補助率をかさ上げした事業を新設（H27～）<br><br>県経営支援課：<br>・安心実現のための高知県緊急融資<br><br>高知県産業振興センター：<br>・小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援<br>・こうち産業振興基金を活用し、規模の小さな事業者にとっても使い勝手のよい設備投資を対象とした補助制度を創設（事業期間H26～27） | | | | | | |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

## 戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 県内に不足している業種・工程や新たな成長産業の誘発 | ◆製造品出荷額等の50%従業員数30%を占める<br><br>◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている<br><br>◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる | ・高知岡豊工業団地の開発・分譲完了<br>・香南工業団地の完了<br>・54市（安芸市、南国市、高知市、土佐市、四万十町）で工業団地の適地を調査<br><br>◆香南工業団地などの企業立地基盤の整備が進む | ◆開発中の工業団地の早期完成 | ◆○企業誘致の受け皿の整備 | ○ | ○ | | | | |
| 4.「ものづくりの地産地消」から外商への展開支援 | ◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人<br>全体の47%<br>〃 100人以上<br>全体の 3%<br><br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人<br>全体の 6%<br>〃 100人以上<br>全体の49% | ・見本市への高知県ブースの設置<br><br>・商談会の開催<br><br>・インターネットを活用した企業情報の発信<br><br>◆販路の拡大が図れ、販売増につながった成約金額<br>H24年度 2.5億円<br>H25年度 16.2億円<br>H26年度（1月現在）<br>17.5億円 | ◆機械・金属加工系を中心に取り組んできたため、紙産業等の地場産業への取組の拡大<br><br>◆産業振興センターと連携し、県外見本市出展を中心にした外商支援の実施 | ◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施<br><br>○新たな分野の見本市へ出展<br><br>○成約につながりやすい効果的な商談会の開催<br><br>○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ<br><br>○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援<br><br>★新製品の企画立案から販路開拓等までを総合的に支援する補助制度を創設<br><br>★海外への販路開拓を推進するため、貿易協会と連携し、支援体制を強化 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 工業団地の開発<br>県企業立地課：香南工業団地　完成・分譲 | | | | | ◆新たな工業団地などの企業立地基盤の整備が進んでいる<br>・新規工業団地面積<br>H27：20ha | ◆高規格道路などの産業基盤が整い、企業立地が進んでいく |
| | 工業団地の開発<br>県企業立地課：高知一宮団地　測量設計　用地買収　造成工事　分譲 | | | | | |
| | | 工業団地の開発<br>県企業立地課：南国日章工業団地　測量設計　用地買収　造成工事 | | | | |
| | 適地調査<br>県企業立地課：計画的な団地開発のための継続的な適地調査の実施 | | | | | |
| 販路の拡大<br>県工業振興課：<br>・県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内製品のPRや販路開拓を支援<br>・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施<br>高知県産業振興センター：<br>・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保<br>・地方開催の見本市中心にブース出展（H25）<br>・見本市・商談会参加企業へのフォローアップ、県外企業への同行訪問など外商活動に関する支援の実施 | | 販路の拡大<br>県工業振興課：<br>・産業振興センターと連携し、県外の見本市における、県内製品のPRや販路開拓を支援<br>・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施<br>・新製品の企画立案から製品開発、販路開拓、設備投資まで総合的に支援する補助制度を創設（H27～）<br>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」：<br>・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施。<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート。<br>・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援<br>・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保<br>・海外での販路開拓支援のため、貿易協会と連携し、貿易に関するコーディネータ２名を新たに産振センターに配置（H27～）<br>・海外での販路開拓を行う企業を対象とした支援事業を強化し、海外への進出をはかろうとする県内企業への支援策を充実（H27～） | | | ◆商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている<br>・見本市・商談会開催件数　50回（H24～H27累計）<br>・受注金額　20億円（H24～H27累計）（防災関連・ものづくりの地産地消含む） | ◆製品の競争力の向上や継続的な営業活動により、売上額が大きく増加している |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# Ⅰ　産業間の連携戦略

## 1　地産地消・地産外商戦略の展開

### （３）食品加工の推進

# 戦略の柱【食品加工の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．地域加工の取組支援 | ◆年間販売額100万円未満の製造者が約60%を占めており、製造者の意向も現状維持、減産が全体の3/4に達するなど、地域における加工の担い手である農林漁家の生産意欲が低い<br><br>◆消費者視点の売れる商品づくりができていない<br><br>◆県内の農協や生産者グループ等が、自らが生産した農林水産物を原材料として加工している農林水産加工品の約90%は、ユズの加工品 | ・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備<br>・地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施<br>・事業支援として、産業振興推進総合支援事業費補助金や産業振興アドバイザーを活用<br>これまでの実績<br>（H26実績見込み含む）<br>産振総合補助金<br>206件30.1億円<br>（補助額ベース）<br>産振アドバイザー<br>360件<br>地域アクションプランによる雇用の創出<br>第1期計画：623人<br>（うち総合補助金導入事業関連312人）<br>第2期計画（H24～H26）：397人<br>（うち総合補助金導入事業関連258人）<br>◆地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制のもと、地域アクションプランの取組ごとに設置した実行支援チームによるサポートにより、地域の取組が雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた | ・地域アクションプランの取組の地域への定着・拡大<br>（産振総合補助金等を導入した事業の地域の産業としての定着、拡大）<br><br>・各地域における新たな取組の創出 | ◆地域アクションプランの実行を、個別のﾃｰﾏごとに徹底して支援<br><br>○支援ツールとして産振総合補助金、産振アドバイザーを活用<br><br>★産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援、土佐の産業おこし参加プランの募集 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | ◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる<br><br>◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい | ・産業振興アドバイザー制度の実施<br><br>◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった | ◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要<br><br>◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い | ◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣<br><br>○産業振興アドバイザー | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| | ◆県内で9つの地域加工グループが活動<br><br>◆多くのグループは経営規模が零細で、安定した雇用が困難 | ・漁村女性グループ等の交流活動の支援、専門家の派遣、講習会の開催等による経営面や加工技術面での支援を実施<br><br>◆儲けを実感し経営的視点を持った取組への意欲・自覚が高まるとともに衛生管理意識の向上に一定寄与 | ◆今後も持続可能な経営体質の確保<br><br>◆雇用の場として魅力のある労働条件等の確保<br><br>◆衛生管理面のレベルアップ | ◆○雇用の安定に向けた活動を支援 | ○ | ○ | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 地域アクションプランの実行を支援<br>県：産業振興推進地域本部を引き続き設置し、本部会議を開催することにより、地域アクションプラン全体の進捗確認等を実施<br>地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、事業ごとの進捗確認や支援を実施<br>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<br>産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援（26年度まで）<br>産業振興アドバイザーによる支援<br>産業振興計画への民間事業者の参画促進（土佐の産業おこし参加プランへの応募等）<br>P160 別図（外3）参照 | | | | | ◆新たな事業に挑戦する事業者等が増加し、地域の資源を活用した商品が次々と誕生するとともに、地産地消・地産外商の活動を通じて、事業が定着し、所得が向上する | ◆地域に雇用の受け皿となる産業が数多く育ち、若者が地域に定着する |
| 産業振興アドバイザーの派遣<br>事業者：課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識<br>県計画推進課：アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り<br>地域本部：事業者の課題の発掘、フォローアップ | | | | | ◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる<br>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる | ◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす<br>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる（若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持） |
| 漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開<br>地域加工グループ：経営感覚をもった持続可能な活動の展開、衛生管理の強化等<br>漁協、市町村：円滑なグループ活動の実施に向けた支援<br>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各種研修制度等の活用支援、新たなグループの掘り起こし | | | | | ◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献 | ◆事業継続・拡大により地域雇用に貢献 |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【食品加工の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業化の取組支援<br>（1）生産に関する施策 | ◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている<br><br>◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心 | ・各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なｺｰﾃﾞｨﾈｰﾄの実施による先進地視察、地域活性化計画、事業計画書の策定支援<br>H24：9グループ27名<br>H25：〔入門ｺｰｽ〕<br>8グループ28名<br>〔応用・実践コース〕<br>7グループ21名<br>H26：〔入門ｺｰｽ〕<br>12グループ20名<br>〔応用・実践コース〕<br>6グループ24名<br>・6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備<br>・県の産業振興総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施<br>・起業支援型地域雇用創造事業による6次産業化に取り組む事業者の支援<br>◆地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた | ◆農業者等の商品開発や販売力の向上<br><br>◆6次産業化に取り組む事業者の育成<br><br>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化 | ◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり（生産、加工、サービス、未利用資源利用等）<br><br>★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援<br><br>★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る | | ○ | ○ | | | |
| | ◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷<br><br>◆消費者・業務筋の省力化志向の強まり<br><br>◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化<br><br>◆国が6次産業化法を制定<br><br>◆安全・安心志向の定着による、衛生管理への要請<br><br>◆県外大手と取引するうえで大口需要や衛生管理体制は重要<br><br>◆県産養殖魚は活魚や鮮魚出荷が主体 | ・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成<br>・新たな連携による事業化の働きかけと補助金活用等の支援を実施<br>・原料魚の安定確保や販路確保の支援を実施<br>◆地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工等の事業化（8カ所）が実現した<br>・水産加工業交流促進協議会を設置、開催（H23：2回）（H24：3回）（H25：2回）（H26：2回）<br>◆事業者間の交流により、新たな取引につながる事例がみられた<br>・6次産業化法に基づく総合化事業計画の認定を4事業者が受ける<br>◆6次産業化法での支援を活用した取組が開始<br>・水産加工施設の施設の衛生管理レベルの向上（ソフト・ハード）を支援<br>・水産加工の衛生管理に関する講習会を開催<br>◆衛生管理面のレベルアップが一定進展<br>・水産物前処理加工協業化促進協議会を設置、加工事業の協業化や連携について協議<br>◆複数の加工事業者による新たな連携の取組が開始<br>・漁協、養殖業者、加工事業者等の連携により養殖魚の前処理加工に着手 | ◆事業化した前処理加工等の円滑な運営（原料魚の安定確保等）<br><br>◆関係者間の情報交換の場の提供等による新たな連携の促進<br><br>◆漁業者が主体となった生産・加工・流通の一体的な取組の促進<br><br>◆県外等の取引に対応できる衛生管理体制の強化<br><br>◆大口需要や衛生管理体制等の多様なニーズへの対応<br><br>◆養殖魚の前処理加工 | ◆★事業化を軌道に乗せる活動への支援 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★漁業者による6次産業の創出 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆○衛生管理の高度化を促進 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★事業者間の連携強化による多様なニーズへの対応を促進 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★養殖魚の前処理加工の促進 | ○ | ○ | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援<br>農業者等：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大<br>県農業振興センター・地域支援企画員：商品開発・販路拡大に向けた支援<br>県関係課：商品開発、磨き上げの支援対策の整備、農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援 | | | | | ◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加 | ◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化 |
| | 伝統作物の栽培実証、販売・加工品開発の支援<br>農業者等：伝統作物の栽培への取組<br>県農業振興センター・地域支援企画員：栽培実証、種苗の確保・保存、販売・加工品開発の支援<br>県関係課：栽培品目や地域の拡大、販売・加工品開発の支援対策の整備、加工業者等とのマッチング支援 | | | | | |
| 事業化を軌道に乗せる活動への支援<br>加工事業者：前処理加工事業等の円滑な運営<br>県合併・流通支援課、漁業指導所：前処理加工事業等の円滑な運営の支援（原料魚確保、販路確保等）や新たな事業の掘り起こし | | | | | ◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現 | ◆前処理加工等の取組により魚価が安定し、新たな産業として定着<br>◆水産食料品の県際収支の黒字幅を拡大 |
| 事業者間のマッチングによるビジネス機会の創出<br>加工事業関係者、生産者等：情報交換等をきっかけとした新たな連携と取引の拡大 | | | | | | |
| 漁業者による6次産業化の創出<br>漁業者：生産・加工・流通が一体となった新たな取組の実施<br>加工業者等：漁業者と連携した新たな取組の実施<br>6次産業化サポートセンター：計画策定の指導、取組の円滑な実行に向けたアドバイス<br>県合併・流通支援課、県漁業指導所：取組の掘り起こし、計画策定と円滑な実行を支援 | | | | | ◆漁業者による6次産業化の取組等、新たな水産加工が事業化 | |
| 衛生管理の高度化を促進<br>加工業者等：県版HACCPの認証取得を視野に入れ、衛生管理体制を整備<br>市町村、県合併・流通支援課：衛生管理のレベルアップをハード・ソフト両面で支援<br>県食品衛生課：衛生管理の高度化、改善に向けた指導、県版HACCP認証の取得に係る指導 | | | | | ◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工場が取得 | |
| | | 事業者間の連携強化による多様なニーズへの対応を促進<br>加工業者等：連携の組織づくり、製造販売体制の確立 | | | ◆事業者間連携による製造販売体制の確立 | |
| | | 養殖魚の前処理加工の促進<br>養殖事業者、漁協：協議会組織による養殖魚に関する外商戦略の検討<br>市町、県合併・流通支援課：検討に係る一連の取組に対する支援 | 養殖事業者、漁協：事業実施の体制づくり、前処理加工の取組推進<br>市町、県合併・流通支援課：取組に対する支援 | | ◆養殖魚の前処理加工事業が開始 | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【食品加工の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業化の取組支援<br>（2）加工に関する施策 | （加工等における現状）<br>◆食の外部化が進行している現在、加工することによって、高付加価値をつけ、流通させていくことの重要性が増加<br><br>◆新たな商品開発力が不足<br><br>◆首都圏など大きな市場の情報を的確に掴んだ商品づくりができていない<br><br>◆小規模な経営体が多く、大きな取引や加工用設備の整備が難しい<br><br>◆産地側、食品加工企業側ともに、お互いの情報（栽培状況、技術力、情報力）をよく知らないため、商品化に向けたマッチングができていない | ・マーケットイン型商品づくりを支援<br><br>◆第1期計画では、専門家のアドバイスを生かした新たな商品開発や、販路開拓、商品PR方法などの実践手法を取得できた<br><br>◆第2期計画においては、首都圏マーケットのパートナー店と連携することで、具体的な商品開発・改良につながった<br><br>◆産業フードプロデューサーとの連携によって、業務筋への販路開拓につながった | ◆事業者の更なる外商拡大のために、商品の磨き上げにとどまらず総合的な支援が必要 | ◆★事業者に対する総合的な支援 | ○ | ○ | | ○ | | |
| | | | ◆第2期計画における新たな取組として、まずは首都圏の高質系スーパーをパートナー店としてきたが、首都圏以外のマーケットへのニーズも大きくなった | ◆○首都圏マーケットと連携した商品づくり<br><br>◎関西・中部地区のマーケットと連携した商品づくり<br><br>○業務筋向けの商品づくり<br><br>◆★高知県を代表するヒット商品の開発支援<br><br>P138<br>別図（食1）参照 | ○ | ○ | | ○ | | |
| | | | ◆加工用に利用できる原料の掘り起こしと需要者とのマッチングが必要 | ◆★県内食品加工業と産地とのマッチング | | ○ | ○ | | | |
| | ◆県内で機械設備等を導入する場合、大部分が県外発注となっている。また、加工品（特に食品加工）についても、加工の工程を県外発注するケースが多く、付加価値を高める工程が県内で行われず、機会損失が大きくなっている | ・ものづくり地産地消センターの開設<br><br>・ものづくり技術展示会の開催<br><br>・ものづくり企業による現場視察や意見交換会の実施<br><br>◆県内相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ | ◆「ものづくり地産地消センター」を中心に、各関係機関が連携し、新たな相談案件の掘り起こしを行う必要がある<br><br>◆下請けを中心とした中小企業における製品開発力や営業力、資金力の不足 | ◆「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機会の創出<br><br>○タイムリーな情報提供<br><br>○相談・マッチング機能の強化<br><br>○高知県工業会等、各種団体との連携強化<br><br>◎ものづくり総合技術展での商談機会の拡大<br><br>★産振センターの組織体制の強化 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆食料品製造業出荷額 800億円（10%UP） | ◆第一次産業を伸ばす食品加工業が自立的な発展、成長を遂げるとともに、県外の加工業者が企業誘致等により県内で大規模な製造を開始 |
| | | | 課題解決の取組を総合的に支援<br>県内事業者：課題解決のためのプラン作成及び実行<br>県地産地消・外商課：課題の明確化、専門家及び地産外商公社ほか関係機関と連携した総合的支援 | | | |
| マーケットイン型商品づくりの支援<br>県内事業者：マーケットイン型の商品づくり<br>首都圏パートナー店：マーケット情報のフィードバック、 開発（改良）アドバイス<br>県地産地消・外商課：県内事業者の開発（改良）支援、地産外商公社・県外事務所と連携した販路開拓・販売拡大支援 | | 県地産地象・外商課<br>：パートナー店を関西・中部地区にも拡大 | 販路先等と連携した県内事業者の主体的な商品づくりの支援<br>県内事業者：マーケットイン型の商品づくり<br>販路先等：日常的な取引での助言<br>県地産地消・外商課：県内事業者の開発（改良）支援、地産外商公社・県外事務所と連携した販路開拓・販売拡大支援 | | | |
| | 業務用商品開発プロジェクト<br>県内事業者：業務用の商品開発<br>業務需要企業等：業務用商品としての改良アドバイス<br>県地産地消・外商課：県内事業者の開発（改良）支援 | | 業務用商品の開発<br>県内事業者：業務用の商品づくり<br>業務需要企業：日常的な取引での助言<br>県地産地消・外商課：県内事業者の開発（改良）支援 | | | |
| | | 土産物・特産品開発の支援<br>県内事業者：ヒット商品開発主体として参画<br>県地産地消・外商課：県内事業者の開発支援 | | 県内事業者：ヒット商品を生産・販売 | | |
| 加工用原料の掘り起こしとマッチング支援<br>生産者：加工用原料の掘り起こし<br>県関係課：情報共有と戦略の組み立て<br>県地産地消・外商課、県地域農業推進課：情報共有の場の設置と調査及び需要者へのマッチング推進 | | | | | | |
| ものづくりの地産地消の推進<br>ものづくり地産地消センター：<br>・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施 | | ものづくりの地産地消・外商の推進<br>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」：<br>・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート<br>・外商支援活動を充実させるため、中小企業基盤整備機構や商工会議所等構成されたものづくり企業外商支援会議を開催し、互いに意見交換を実施<br>・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援<br>・県内のものづくり活動やニーズのマッチング等を促進させるため、ものづくり企業や関係団体等で構成された高知県ものづくり地産地消推進会議を新しく設立 | | | ◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している<br>・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 40件（H24～H27） | ◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している<br>◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている |
| ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム（庁内関係機関等）：<br>・庁内における「ものづくりの地産地消の推進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施<br>県計画推進課、県工業振興課、県地産地消・外商課、地域本部等：・情報フローを通じた発注予定情報等の収集<br>・第1次産業者・工業団体・食品加工団体等へのタイムリーな情報提供 | | | | | | |
| 総合的な技術展示会等の開催<br>県計画推進課、県工業振興課、高知県産業振興センター：<br>・県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催（※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討）<br>・ものづくり総合技術展開催に合わせて県外企業を招聘し、製品等商談会を開催<br>・ものづくり総合技技術展に関する委託業務を県工業振興課に移管（H27～）<br>ものづくり企業、産業団体等： 技術展示会等への出展、技術の紹介、商談 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【食品加工の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業化の取組支援<br>（2）加工に関する施策 | | ・食品分野で企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援<br>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた | ◆マーケットイン視点での事業の見直し<br>◆マーケットイン視点でプランの精度を上げる<br>◆PDCAを働かせ、プランの検証・再構築を実施する仕組みづくり<br>◆より早期の成約に結び付ける工夫を加速 | ◆食品産業研究会における企業の事業化支援<br>★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br>★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施<br>★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起<br>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化 | ○ | ○ | | | | |
| | | ・農業・食品関係の企業や団体への商品開発、品質管理技術向上のための支援を行った<br>◆地域APの各課題とも連携し、品質管理技術の向上や商品化などにつながった | ・企業によっては商品開発力・品質管理能力が不十分なところもあり、技術レベルに合わせたきめ細かな支援が必要 | ◆工業技術センターが行う技術支援の充実（食品加工）<br>○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援 | ○ | ○ | | | ○ | |
| | ◆主に県内流通食品を対象とした製造・販売施設が大半であり、県外流通に対応できる食品の衛生管理能力を持つ施設が少数に留まる | ・相談・指導体制の強化<br>◆福祉保健所にHACCP指名食品衛生監視員を3名以上配置<br>・HACCPシステムによる自主衛生管理の意義と重要性の普及<br>◆関係各課と連携し、講習会等による自主衛生管理の啓発を実施<br>・食品衛生管理認証制度及び食品高度衛生管理手法認定制度の推進<br>◆両制度取得施設が着実に増加 | ◆施設に合わせた適切な助言が可能なHACCP指名食品衛生監視員の育成<br>◆HACCPシステムによる自主衛生管理及び両制度取得の更なる推進 | ◆工場の衛生管理の高度化を支援<br>◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化<br>○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし<br>○関連部署と連携した食品表示に対する指導・支援<br>★HACCP導入型基準の設定及び普及 | ○ | ○ | | | | |
| | | ・県内食品関連企業の生産管理高度化を支援<br>・参加者のニーズに応じた研修実施<br>◆HACCP管理者の輩出や衛生管理の「見える化」に対する食品事業者の意識向上 | ◆参加者のニーズに応じた研修<br>◆事業者の主体的な取組を推進するためには、中核的な人材の育成が必要 | ◆◎生産管理高度化における基本の徹底と信用の見える化に向けた中核的人材の育成とネットワーク化 | ○ | | | ○ | ○ | |
| | | ・関係各課と連携した研修会の開催や、ワンストップアドバイスによる適正表示の推進<br>◆表示のアドバイスにより、適正表示の意識が高まった | ◆表示に関する相談件数も多く、外商の拡大に向けては、引き続き、ワンストップの相談体制が必要 | ◆◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底 | ○ | | | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援<br>県工業技術センター：<br>・食品関係企業・団体への商品開発等支援<br>・品質管理技術の高度化支援<br>・食品加工特別技術支援員による商品開発の推進<br>・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決 | | | | | ◆食品産業研究会において、事業化プランの作成、事業化に取り組む多数の企業を創出 | ◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用を創出 |
| 食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援<br>県工業技術センター：<br>・食品関係企業・団体への商品開発等支援<br>・品質管理技術の高度化支援<br>・食品加工特別技術支援員による商品開発の推進<br>・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決 | | | | | ◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加 | ◆自立した商品開発ができ、外商で本当に売れる企業へ |
| HACCP手法を用いた自主衛生管理認証・認定資格取得への誘導<br>県食品・衛生課：食品衛生法施行条例の管理運営基準に新たにHACCP導入型基準を追加する<br>県食品・衛生課：認証・認定制度の普及推進（認証施設数：22施設、認定施設数：21施設）<br>福祉保健所：施設立入時における食品衛生管理方法及び表示に関するアドバイス及び指導 | | | | | ◆条例へのHACCP導入型基準の新たな設定により、HACCP手法による自主衛生管理を取り入れた施設が増加する<br>◆認証施設数 30施設<br>◆認定施設数 50施設 | ◆HACCP手法に基づく自主衛生管理が広く浸透し、これを取り入れた施設が一般化する<br>◆認証施設数 40施設<br>◆認定施設数 100施設 |
| 生産管理高度化における基本の徹底<br>中核的人材の育成とネットワーク化<br>（2年間で中核的人材20人を育成）<br>事業者：生産管理高度化の実践<br>県地産地消・外商課：生産管理高度化研修の実施<br>中核的人材の育成とネットワーク化<br>高知県立大学：中核的人材育成の研修等の実施及びネットワーク化支援 | | 中核的人材ネットワークを中心とした自立的な生産管理高度化の実践への支援<br>事業者：生産管理高度化の実践<br>県地産地消・外商課：ネットワークを中心とした高度化支援 | | | ◆衛生管理や適正な表示が徹底され、多くの事業者が外商にチャレンジ | |
| ワンストップの相談体制による適正表示の支援<br>事業者：適正表示の実践<br>県地産地消・外商課：適正表示助言体制の整備<br>県表示所管部署：適正表示指導 | | 国の動向も睨みつつ、庁内連携による適正表示の支援<br>事業者：適正表示の実践<br>県表示所管部署：適正表示指導 | | | | |

※改革の方向
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、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【食品加工の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業化の取組支援<br>（3）人材に関する施策 | ◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる<br><br>◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい | ・産業振興アドバイザー制度の実施<br><br>◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった | ◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要<br><br>◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い | ◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣<br><br>○産業振興アドバイザー | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| | ◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない<br><br>◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足<br><br>◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある | ・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施<br><br>・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施<br><br>◆基礎から実践まで一貫したビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施や異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある<br>（受講者数）<br>H24年度：延べ1,672名<br>H25年度：延べ1,648名<br>H26年度：延べ1,921名 | ◆研修受講後のフォローアップやネットワーク化が必要<br><br>◆さらなる受講生の掘り起こしが必要 | ◆★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）」の実施<br><br>P254,255<br>別図（人1、2）参照<br><br>○商品やビジネスプランづくりを通じた産業人材の育成<br>～目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾～ | | ○ | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

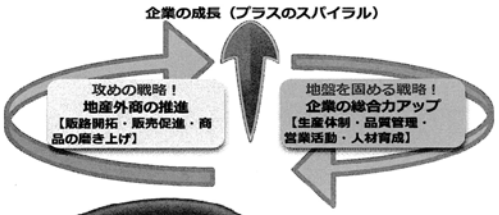
【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **産業振興アドバイザーの派遣**<br>事業者：課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識<br>県計画推進課：アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り<br>地域本部：事業者の課題の発掘、フォローアップ | | | | | ◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる<br><br>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる | ◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす<br><br>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる（若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持） |
| **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」の実施**<br>産業界：受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画<br>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<br>県計画推進課等：プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画<br>（H27～産学官民連携センター等） | | | | | ◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成<br><br>◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる | ◆地域産業の担い手を育成 |
| 県計画推進課：県立大学改革との連動の検討 | | | | | | |
| | | 県計画推進課：土佐MBA相談員の配置による受講生へのフォローアップ体制の強化<br>（H27～産学官民連携センター） | | | | |
| **目指せ！弥太郎　商人塾の開催**<br>事事業者：研修を受講し、ビジネスの基礎力から応用力まで習得<br>関係団体、市町村、地域支援企画員等：事業者とともに受講し、ビジネスの基礎力を習得<br>県計画推進課：上記研修を主催<br>（H27～産学官民連携センター） | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 地産外商のNEXT STAGEへの進化

H27目標
①食料品製造業出荷額等800億円以上
②外商成約20億円




ポイント
1 地産外商の全国展開
2 県内事業者の外商参画機会の拡大
3 食品加工業のさらなる成長をサポート

連動 高知家プロモーション

別図（食1）

## ポイント1 地産外商の全国展開

**首都圏**

**公社外商課　2課7名→2課8名（+1名）**

- まるごと高知を拠点とした外商活動の展開
- 大規模展示商談会への出展
  （ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ･ﾄﾚｰﾄﾞｼｮｰ、FOODEX JAPANなど）
- 大手卸売業者へのあっせん強化
- 県産品ﾃﾞｰﾀﾍﾞｰｽの充実・強化　など

**関西・中部**

**県大阪事務所内に公社職員を新たに 配置（+2名）**

- 県外事務所と公社が連携した効果的な外商活動
- 大規模展示商談会への出展（フーデムなど）
- 試食商談会「土佐の宴」の開催　など

**中国・四国・九州**

**公社高知事務所　4名→5名（+1名）**

- 県と公社高知事務所が連携した効果的な外商活動
- 産地視察型商談会など【再掲】
- 県産品の認知度向上に向けた高知フェア等の開催　など

**北海道**

- 県産品の販売拡大　・観光PR活動
- サポーターネットワークづくり

## ポイント2 県内事業者の外商参画機会の拡大

**産地視察型商談会**

隠れた県産品の発掘や磨き上げ・成約につながる機会を創出するため、県内外の小売店等のバイヤーを県内5ブロックに招き、各エリアの生産現場を訪れていただき、県内食品事業者、生産者と商談を行う産地視察型の商談会を開催

**県内量販店でのテストマーケティング**

新たに外商に挑戦する事業者や商品の第1ステップとして、県内での認知度向上と商品の磨き上げを主目的に県内量販店等でのテストマーケティングを新たに実施
地域産品販売促進事業費　502

**大手卸やパートナー企業との連携強化**

- 販路開拓や商品の磨き上げを目指した「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」に基づくパートナー企業と県内の食品事業者、農林漁業者の方々とのビジネスマッチングを支援
- パートナー企業のパイプを生かす形で、大手卸売業者主催の商談会への出展拡大等を通じて、外商のパイプを強化

## ポイント3 食品加工業のさらなる成長をサポート

県内事業者の外商活動上の商品づくり、販路開拓、事業拡大等の課題に対して、専門家の助言や、関係機関の参画を得て、企業のビジネスプラン作成と実行の過程を総合的にサポート

関係機関：地産外商公社、産業振興センター、金融機関等

マーケットのニーズに基づいた売れる商品づくり
・業務用商品開発ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ　・土産物・特産品開発ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ

### 食品加工の生産管理高度化支援

外商を進めるに当たって消費地から求められる生産管理高度化への対応を図る
- 県立大学を核とした研修の実施・関係支援機関のネットワークづくり
- 食品表示の適正化に向けたワンストップ相談窓口の設置

# Ⅰ　産業間の連携戦略

# 1　地産地消・地産外商戦略の展開

## （４）地産外商の推進

# 戦略の柱【地産外商の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．総合的な支援 | ◆産業分野ごとに販売促進の支援は行われているが、産業間の連携による取組が弱い | ・新しい組織を設置し、産業間で連携して県産品の販売を促進<br><br>◆産業間の連携により商品の開発・改良から流通・販売まで、トータルに県産品の販路開拓・販売拡大を支援する体制が構築された<br><br>・「高知家」プロモーションと連動したセールス関連施策の展開<br><br>◆「高知家」及び本県に対する認知度等の向上が進んだ | ◆多様な販路の確保やさらなる販売拡大にむけ、継続的な支援体制の確保が必要 | ◆◎県産品の販売促進のため、産業間で連携して支援<br><br>◎「高知家」の認知度の維持・向上、より具体的な行動誘発につなげるため「高知家」プロモーションの継続・強化を図るとともに、「高知家」プロモーションと連動した統一セールスキャンペーンの実施 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | ・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備<br><br>・地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施<br><br>・事業支援として、産業振興推進総合支援事業費補助金や産業振興アドバイザーを活用<br><br>（これまでの実績（H26実績見込み含む）<br>産振総合補助金<br>206件30.1億円<br>（補助額ベース）<br>産振アドバイザー<br>360件<br>地域アクションプランによる雇用の創出<br>第1期計画：623人<br>（うち総合補助金導入事業関連312人）<br>第2期計画（H24～H26）：397人<br>（うち総合補助金導入事業関連258人））<br><br>◆地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制のもと、地域アクションプランの取組ごとに設置した実行支援チームによるサポートにより、地域の取組が雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた | ・地域アクションプランの取組の地域への定着・拡大<br><br>（産振総合補助金等を導入した事業の地域の産業としての定着、拡大）<br><br>・各地域における新たな取組の創出 | ◆地域アクションプランの実行を、個別のテーマごとに徹底して支援<br><br>○支援ツールとして産振総合補助金、産振アドバイザーを活用<br><br>★産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援、土佐の産業おこし参加プランの募集 | ○ | ○ | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **産業間の連携による支援**<br>県：産業振興推進本部・産業振興推進部による産業間で連携した支援<br>地産外商公社：官民協働で「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を行い、関係機関と連携しながら県内の生産者・事業者の販路開拓・販売拡大を支援<br>地産外商推進協議会（～H24）：地産外商の実践に関する協議<br>県地産地消・外商課：地産外商推進協議会（～H24）の運営 | | | | | ◆商品発掘や新商品の企画、流通・販売にいたるまでトータルで県産品の販売支援が行われている | ◆大都市市場に様々な販路が生まれ、競争力のある多くの県産品が送り込まれている |
| **プロモーション活動の実践強化による販売拡大支援**<br>県：高知家統一セールスキャンペーン推進本部（H26～外商推進本部より名称変更）を中心に、重点品目のセールスプロモーション戦略の企画立案の決定<br>県関係部：ターゲットや成果を明確にし、高知家プロモーションと連動した販売促進活動を展開<br>地産外商公社：外商推進本部の「司令塔」として、各部及び関係団体とともに、プロモーション計画を策定・実践<br>県民：「高知家」プロモーションへの参画<br>県内事業者：「高知家」プロモーションへの参画と「高知家」を活用した商品PR<br>地産外商公社・県：「高知家」プロモーション及び「高知家」統一セールスキャンペーンを展開<br>P158 別図（外1）参照 | | | | | ◆県及び関係団体が戦略と情報を共有し、同じベクトルのもとでの営業活動が行われている | ◆効果的な営業活動により、県産品の認知度が一層向上し、販売が拡大している |
| **地域アクションプランの実行を支援**<br>県：産業振興推進地域本部を引き続き設置し、本部会議を開催することにより、地域アクションプラン全体の進捗確認等を実施<br>地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、事業ごとの進捗確認や支援を実施<br>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<br>産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援（26年度まで）<br>産業振興アドバイザーによる支援<br>産業振興計画への民間事業者の参画促進（土佐の産業おこし参加プランへの応募等）<br>P160 別図（外3）参照 | | | | | ◆新たな事業に挑戦する事業者等が増加し、地域の資源を活用した商品が次々と誕生するとともに、地産地消・地産外商の活動を通じて、事業が定着し、所得が向上する | ◆地域に雇用の受け皿となる産業が数多く育ち、若者が地域に定着する |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 商品の磨き上げを支援 | ◆県外市場を視野に入れた商品づくりが十分できていない<br>・優れた地域資源がありながら全国に展開している商品はごく一部に止まっている<br>◆首都圏の既存のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟは、郊外型の立地のため消費者情報の生産者へのﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ機能や情報発信力が十分でない<br>◆地域資源を活用した新しい取組が少ない<br>地域団体商標登録数<br>高知県： 4件<br>全 国：406件<br>地域団体商標：地域の名称及び商品（ｻｰﾋﾞｽ）の名称等から商標について、一定の範囲で周知された場合に、事業協同組合等の団体による登録を認める制度。「土佐打刃物」等4件が登録済み | ・東京・銀座に新しくｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ（まるごと高知）を設置し、県内事業者へテストマーケティング機会を提供するほか、外商活動を通じて収集した首都圏の消費者やバイヤー等の情報のフィードバックを実施<br>◆首都圏をはじめとする県外市場にチャレンジする事業者が増加し、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりが進められている<br>・地域産品開発の意欲のある事業者について、発掘から育成まで関係機関と連携したサポートを実施（産業振興ｾﾝﾀｰの専門家や各種助成制度の紹介、事業者への必要とする情報提供等）<br>◆新たな販売機会の確保や商品開発を実施する事業者が増加し、県外市場にチャレンジする地域資源を活用した商品が増加し、磨き上げが進んだ | ◆販路のステージが上がるのに比例して商品のさらなるレベルアップが求められており、フィードバックされた情報を活用した商品の磨き上げを強化する必要がある<br>◆「まるごと高知」を活用する事業者の増加 | ◆◎「まるごと高知」の活用等による首都圏の消費者やバイヤー等の情報のフィードバック充実やテストマーケティング機会の提供、また定番化を見据えた外商活動の展開 | ○ | ○ | | | | |
| | | | ◆応募商品の増加を図るため、効果的な募集の周知と事業者による商品開発の取組 | ◆地域資源を活用した商品発掘コンクールの隔年実施<br>○コンクール入賞賞品をはじめとする、地域資源を活用した商品の販路開拓を支援 | ○ | ○ | | | | |
| | ◆商品企画の弱さ等から市場ﾆｰｽﾞに合った商品の提供力が弱い<br>◆食品製造業は零細企業が多く企業体力が弱いことなどから出荷額が低迷している | ・産業振興アドバイザー制度の実施<br>◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった | ◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要<br>◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い | ◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣<br>○産業振興アドバイザー | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| | | | | ◆○産学官連携による新商品の開発を支援 | ○ | ○ | | ○ | ○ | |
| | ◆主に県内流通食品を対象とした製造・販売施設が大半であり、県外流通に対応できる食品の衛生管理能力を持つ施設が少数に留まる | ・相談・指導体制の強化<br>◆福祉保健所にHACCP指名食品衛生監視員を3名以上配置<br>・HACCPシステムによる自主衛生管理の意義と重要性の普及<br>◆関係各課と連携し、講習会等による自主衛生管理の啓発を実施<br>・食品衛生管理認証制度及び食品高度衛生管理手法認定制度の推進<br>◆両制度取得施設が着実に増加 | ◆施設に合わせた適切な助言が可能なHACCP指名食品衛生監視員の育成<br>◆HACCPシステムによる自主衛生管理及び両制度取得の更なる推進 | ◆○工場の衛生管理の高度化を支援<br>◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化<br>○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし<br>○関連部所と連携した食品表示に対する指導・支援<br>★HACCP導入型基準の設定及び普及 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 「まるごと高知」の活用等による商品の開発・改良への支援<br>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<br>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首都圏の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、金融機関との連携により、商品の磨き上げを支援<br>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 | | | | | ◆商品の磨き上げに積極的に取り組む事業者が増加している（「まるごと高知」でのテストマーケティング・催事商品180商品/年） | |
| 消費者やバイヤー等の情報を活かした商品の磨き上げへの支援<br>県内事業者：商談会など外商機会への積極的な参加<br>県地産地消・外商課：地産外商公社が実施するテストマーケティングの結果や、公的機関等が実施する商談会等を通じて得た情報を踏まえて事業者が行う商品の改良等の取組を支援 | | | | | | |
| | 地域資源を活用した商品の発掘とPR支援<br>県内事業者：地域資源を活用した商品の開発<br>県地産地消・外商課：「高知家のいい物おいしい物発見コンクール」を開催し、商品の発掘を行うとともに、県内外での商品PRと磨き上げを支援 | | | 地域資源を活用した商品の発掘とPR支援<br>県内事業者：地域資源を活用した商品の開発<br>県地産地消・外商課：「高知家のいい物おいしい物発見コンクール」を開催し、商品の発掘を行うとともに、県内外での商品PRと磨き上げを支援 | ◆コンクールへの応募商品が増加している（269商品→300商品） | |
| 産業振興アドバイザーの派遣<br>事業者：課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識<br>県計画推進課：アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り<br>地域本部：事業者の課題の発掘、フォローアップ | | | | | ◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる<br>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる | ◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす<br>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる（若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持） |
| 産学官連携による共同研究の実施<br>県内大学、企業等：外部資金等も活用しながら共同研究を実施し、新たな事業の創出を図る＜県工業技術センター＞<br>県内大学、企業等：紙、不職布分野での共同研究を実施し、その成果の事業化を図る＜県紙産業技術センター＞<br>県内大学、企業等：海洋深層水の資源特性を生かした共同研究を実施し、様々な分野での産業利用を図る＜県海洋深層水研究所＞ | | | | | | |
| HACCP手法を用いた自主衛生管理認証・認定資格取得への誘導 | | | 県食品・衛生課：食品衛生法施行条例の管理運営基準に新たにHACCP導入型基準を追加する | | ◆条例へのHACCP導入型基準の新たな設定により、HACCP手法による自主衛生管理を取り入れた施設が増加する<br>◆認証施設数 30施設<br>◆認定施設数 50施設 | ◆HACCP手法に基づく自主衛生管理が広く浸透し、これを取り入れた施設が一般化する<br>◆認証施設数 40施設<br>◆認定施設数 100施設 |
| 県食品・衛生課：認証・認定制度の普及推進（認証施設数：22施設、認定施設数：21施設） | | | | | | |
| 福祉保健所：施設立入時における食品衛生管理方法及び表示に関するアドバイス及び指導 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 県産品の販路の拡大を支援 | ◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない<br><br>（首都圏の既存のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの現状）<br>・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ機能や情報発信力が十分でない(再掲)<br><br>・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく卸売機能がない<br><br>ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの来場者数の県別比較<br>都道府県名 / 来場者数(H19)<br>沖縄県 234万人<br>北海道 206万人<br>新潟県 91万人<br>岩手県 60万人<br>鹿児島県 50万人<br>香川県・愛媛県 46万人<br>※ 高知県 11万人<br><br>既存のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟは首都圏に立地している27道県のうち、利用者数、売上額ともに15位。他県平均と比べて、利用者数で39%、売上額で38%と低位にある | ・高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京都心に新しいアンテナショップ（まるごと高知）を設置し、県内事業者の販路の拡大を支援<br><br>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化して高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の多様な販路を確保し、販売が拡大している<br><br>・大都市から離れるという地理的なハンディを克服するため、食品外販協同組合が中心となって、事業者へのアンケート調査を実施するなど新たな物流の仕組みの構築に向けて検討<br><br>◆食品外販協同組合が中心となってチルド便の共同配送システムを試行<br><br>・食品外販協同組合による販路開拓の支援<br><br>◆県外卸・量販店等への販路開拓、展示・商談会などでの販売促進が進んだ<br><br>・消費者及び企業、事業者に向けた情報発信を行い県産品の販売や商談会等の外商機会を展開<br><br>◆高知フェア、商談会等の開催による外商機会が確保できた | ◆販売力不足による県外への販路確保ができていない小規模事業者が多いため、まるごと高知の活用をさらにPRする必要がある<br><br>◆大都市から離れているという地理的なハンディを克服するための新たな物流の仕組みを構築する必要がある<br><br>◆県産品の認知度向上を図り、ビジネスに結び付く外商活動の展開が必要である<br><br>・業務筋（外食・中食等）等へ新たな需要の掘り起こしを継続的に実施、PRする必要がある | ◆◎「まるごと高知」を首都圏での外商活動の拠点とした、県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆◎官民協働による効果的な物流の仕組みづくり | ○ | | | | | |
| | | | | ◆◎官民協働による外商活動のさらなる展開 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆高知フェア等更なる県産品の認知度向上に向けた外商機会を展開し、県内事業者の販路開拓・販売拡大を支援<br><br>○大型量販店との包括協定を生かした認知度向上の取組 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆全国的な展示商談会や見本市等への出展による相互のビジネスマッチングを推進することによる、外商機会の展開・強化<br><br>◎商談のラインナップを充実させ、商談機会を拡大 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆大都市市場のニーズや様々な販路に対応した県産品が誕生するとともに、「まるごと高知」を拠点とした情報発信、外商活動により本県の認知度が向上し、販路が飛躍的に拡大している<br><br>◆「まるごと高知」設置による経済波及効果（H27:25億円）<br><br>◆情報発信の広告換算:25億円 | ◆高知県産品が日本を代表するブランドになっている |
| 「まるごと高知」を首都圏での外商活動の拠点とした、県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援<br>県内事業者:「まるごと高知」を首都圏での外商活動の拠点として積極的に活用<br>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県産品の販路開拓・販売拡大を支援<br>地産外商公社・県地産地消・外商課:県産品情報ネットワークの活用、「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 | | | | | | |
| より効果的・効率的な物流の仕組みづくりの支援<br>県内事業者:効果的な物流の仕組みづくり<br>県地産地消・外商課:物量の把握などによる効果的な物流の仕組みづくりへの支援 | | | | | ◆官民協働での新たな物流の仕組みにより多くの県産品が効率的に首都圏等に輸送されている | |
| 県産品の外商活動を行う協同組合の活動支援<br>県内事業者:県及び地産外商公社など関係公的機関と連携して地産外商活動を展開する高知県食品外販協同組合の運営、効率的な外商活動の展開<br>県地産地消・外商課:高知県食品外販協同組合の運営、効率的な外商活動の支援 | | | | | | |
| 高知フェア等の開催<br>県内事業者: 事前商談会等への参加、高知フェア出展(人員派遣)、消費者情報及びバイヤーのアドバイスを踏まえた商品の開発・改良<br>地産外商公社: 高知フェア・商談会の企画、出展フォロー、県内事業者への フィードバック<br>県地産地消・外商課: 地産外商公社と連携した外商活動の支援、高知フェア・商談会の開催、外食関係団体の産地訪問等、県産品のPR、四国産品外商ネットワーク会議による四国で連携したセールス活動 | | | | | ◆県産品の認知度が向上し、定番化商品が拡大 | |
| 全国的な展示会や見本市への出展支援<br>県内事業者:出展事業者の選考会、事前セミナー、展示商談会への出展、事後フォロー<br>地産外商公社:展示商談会の出展企画、出展者の募集・選考、出展効果を高めるためのセミナー、事後フォロー<br>県地産地消・外商課:地産外商公社と連携した外商活動の支援、出展商品のPR | | | | | | |
| | | | 産地視察型商談会への出展、開催支援<br>県内事業者:商談会への出展、事後フォロー<br>県外量販店・卸事業者:商談会への参加<br>地産地消・外商課:外商活動の支援、出展商品のPR | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>(・取組　◆成果) | 課題 | これからの対策 | 改革の方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 県産品の販路の拡大を支援 | | ・各企業のステージに応じた、きめ細やかな海外展開(ビジネスマッチング)へのサポートと体制強化による強力なセールス活動の推進<br><br>◆新たに貿易に取り組む企業が増加し、ビジネスに結び付く多様な販路を確保するとともに商談機会も拡大した | ◆海外における高知県及び県産品の認知度が低い<br><br>◆海外展開に対する県内企業の知識や経験が十分でない | ◆本県に優位性のある品目を中心にした海外への販路拡大<br>P159<br>別図(外2)参照<br><br>◎公社と連携した海外展開へのきめ細かい支援 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆◎貿易を担う人材育成の強化 | ○ | | | | ○ | |
| | | ・高知まるごとネットの運営等、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)<br><br>◆県産品の情報集として県外からのアクセスは安定している | ◆情報集として整理縮小したため、県外からのアクセス数の維持対策として、より効果的な情報発信 | ◆◎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) | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 本県に優位性のある品目を中心にした海外への販路拡大<br>県地産地消・外商課：地産外商公社、貿易促進コーディネーター及び海外事務所による国内外における県内事業者の活動支援、貿易セミナー等の開催による、海外での販売促進活動等（中国、シンガポール、香港、台湾等）、輸出商談会、海外市場調査<br>県地産地消・外商課：これまでの海外事業を基礎としながら、本県に優位のある品目を中心としたプロモーションの強化やフェア・商談会等の機会の拡大と展示会への出展充実による認知度の向上など、更にステップアップするための施策を展開、また四国4県・東アジア輸出振興協議会による四国4県が連携した取り組みも実施 | | | | | ◆貿易に継続的に取組む事業者（食品関係）が倍増している<br>食料品輸出事業者<br>(H23) 25社<br>→(H27) 50社<br>輸出額<br>(H23) 約1億円<br>→(H27) 3億円 | ◆豊富なノウハウと人材を活用して多くの県内企業が貿易に積極的・継続的に取り組んでいる |
| 貿易を担う人材育成の強化<br>県内事業者：研修への積極的な参加<br>県地産地消・外商課：各種セミナーや人材育成プログラム等に基づいた研修の実施 | | | | | | |
| 県産品に関する情報発信機能の充実・強化<br>県内事業者：eコマースを活用した販路拡大の展開、webモニターの積極的な活用<br>県地産地消・外商課：高知まるごとネットを運営し、県産品を中心に高知を丸ごと情報発信 | | | | | ◆eコマースサイトへの誘導数が増加し、県内事業者のインターネットを活用した販売拡大につながっている。<br>(H23)<br>7,000件／月<br>↓<br>(H27)<br>10,000件／月<br>◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 県産品の販路の拡大を支援 | ◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調（脂が少ない等）<br><br>◆鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大<br><br>◆鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人<br><br>◆産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者<br><br>◆産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難<br><br>◆地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ<br><br>◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ | ・本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴを地産外商加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手（H22～）<br><br>・高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁法と、すくも湾漁協がキビナゴを対象とした漁法でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得（H24）<br><br>◆カツオ、キンメダイ、ゴマサバのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコラベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外商に結び付くよう支援する必要がある | ◆県産水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場とのネットワークの強化<br><br>◆産地買受人が連携した地産外商活動の展開<br><br>◆マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及<br><br>◆マリン・エコラベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上<br><br>◆加速化品目ごとの推進組織による主体的な外商活動の継続 | ◆商談会への参加機会の拡大等による県産水産物の外商活動の強化<br><br>○地産外商に取り組む推進組織による地産外商活動の実施<br><br>○マリン・エコラベル・ジャパンの普及 | ○ | | ○ | | | |
| | ◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調（脂が少ない等）<br><br>◆鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大<br><br>◆鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人<br><br>◆産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者<br><br>◆産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難<br><br>◆地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ<br><br>◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ<br><br>◆首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない | ■「応援の店」<br><br>・「高知家の魚応援店制度」の構築<br>・「応援の店」の掘り起こし<br>・県内参画事業者の募集<br><br>◆「応援の店」355店舗登録（3月末時点）<br><br>◆県内参画事業者66業者（3月末時点）<br><br>■「漁港市場」<br><br>・県内出店事業者の出店体制や店舗の運営方針を構築<br>・「漁港市場」を活用した催事やﾃｽﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞの実施支援<br><br>◆漁港市場内に「さかな屋高知家」をオープン | ■「応援の店」<br><br>◆制度を活用した事業者間取引のさらなる活性化<br><br>◆「応援の店」のニーズに対応した取引形態の確立<br><br>■「漁港市場」<br><br>◆情報発信拠点としての認知度向上（首都圏及び県内の関係事業者）<br><br>◆催事等を活用した首都圏の業務筋への販売拡大 | ◆大都市圏の飲食店等とのネットワークの構築による地産外商活動の推進<br><br>★大都市圏の飲食店等を「高知家の魚 応援の店」として登録し、そのネットワークを活かして、養殖魚を含む県産魚の地産外商を推進<br><br>◎県漁協子会社による「応援の店」とのマッチングなど県内事業者の外商活動を支援<br><br>★県産園芸品等を積極的に取り扱い、PRしてくれる飲食店や小売店を「高知家の野菜・くだもの応援の店」として登録し、地産外商を推進 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆首都圏での本県水産物のPRと外商活動の展開<br><br>★「築地にっぽん漁港市場」出展事業者と連携した本県水産物のPR活動と外商活動の展開<br><br>◎県漁協子会社による「漁港市場」での商談会の開催など県内事業者の外商活動を支援 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 地産外商に取り組む推進組織による販売促進活動の実施<br>推進組織（漁協等）：主体的な販売促進活動を実施<br>県合併・流通支援課：推進組織の取組を人的・財政的に支援 | | | | | ◆推進組織による主体的な外商活動が定着<br>◆主要な魚種・地域でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得し、認知度が向上 | ◆関西市場を中心に、高知県の水産物は品質が高いとのイメージが浸透し、他産よりも高値で取引 |
| マリン・エコラベル・ジャパンの普及<br>漁協・流通加工業者：認証の取得と販売活動への活用<br>市町村：認証取得者への財政的支援<br>県合併・流通支援課：認証制度のPRと認証取得への人的・財政的支援 | | | | | | |
| | | 「高知家の魚 応援の店」を活用した地産外商の推進<br>産地買受人等：応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施<br>県合併・流通支援課：応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 | | | ◆応援の店500店舗とのネットワークの構築 | ◆応援の店との取引拡大 |
| | | | 「高知家の魚 応援の店」のニーズ収集と県内事業者へのフィードバック<br>県漁協（子会社）：応援の店とのネットワークを活かし、県内事業者の外商活動を支援<br>県合併・流通支援課：上記取組の支援 | | | |
| | | | 「高知家の野菜・くだもの応援の店」を活用した地産外商の推進<br>県産地・流通支援課 ：<br>県産園芸品等を積極的に取り扱い、PRしてくれる飲食店や小売店を「高知家の野菜・くだもの応援の店」として登録し、生産者と応援の店との情報交流等を促進し、県産園芸品等の地産外商を推進する | | | |
| | | 「築地にっぽん漁港市場」を活用した首都圏での本県水産物のPRと外商活動を展開<br>出店事業者：築地を拠点とする県産水産物のPRと業務筋向け外商活動の推進<br>出展事業者以外の県県内事業者：施設を活用した産水産物のPRと外商活動の推進<br>県合併・流通支援課：出店事業者と連携しPR活動と販売促進活動を実施 | | | ◆漁港市場を活用した情報発信により本県水産物の首都圏での認知度が向上 | ◆大消費地である首都圏での本県水産物の浸透 |
| | | | 「築地にっぽん漁港市場」における県内事業者の商談活動を支援<br>県漁協（子会社）：商談会の開催・運営、県内事業者の出展調整 | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．県産品の販路の拡大を支援 | ◆大消費地から遠隔地にあるとともに、取引単位が小さいことから、輸送コストがハンディとなっている<br><br>◆個々の事業体では営業力に限界があるため、市場に頼らざるを得ないが、年々売り上げは減少している | ・大消費地に流通拠点を設置（15カ所）<br><br>◆流通拠点を利用した土佐材の流通が進んだ | ◆流通拠点の利用を拡大し、土佐材流通量の増加に取り組む | ◆大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大<br><br>★県外中堅プレカット工場の販売先の確保 | ○ | | | | | |
| | | ・協同組合高知木材センターの設立<br><br>・共同輸配送や定期輸送体制の検討<br><br>◆協同組合高知木材センターによる製品流通を実施<br><br>◆関西方面への共同輸配送を実施 | ◆製品の高品質化と販売・供給力の強化 | ◆販売組織の抜本強化に向けた取組の促進<br><br>◎県外販売の窓口の一元化に向けた取組の促進<br><br>○共同乾燥等の共同事業による商品力と販売力の向上を支援<br><br>★販売窓口一元化に伴う加工力向上 | ○ | | | | | |
| | ◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている | ・土佐材流通促進協議会の設立<br><br>・消費地商談会の実施<br><br>・産地商談会の実施<br><br>・展示販売会の実施<br><br>◆県内企業が一体化し、県外への活発な外商活動を開始 | ◆消費地商談会等の出席者へ継続的にアフターフォローを実施することにより、商取引につなげることが必要 | ◆大消費地への販路拡大<br><br>○消費地セミナーを、消費地商談会にステップアップし、新たな顧客との関係構築<br><br>○消費地商談会での新規顧客等に向けた、産地商談会の実施により商取引を拡大<br><br>○展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加 | ○ | | | | | |
| | | ・JAS認定取得への支援<br><br>・性能表示木材の流通支援<br><br>◆JAS認定工場が15社となり、性能表示木材の生産と流通が進んだ | ◆JAS製品の安定供給体制の確立<br><br>◆各JAS工場の出荷量の増加により、格付けにかかるコストを削減<br><br>◆県産JAS製品の市場評価を得る | ◆JAS工場の製品出荷量を増やして、JAS製品の安定供給体制を確立<br><br>○各JAS工場の製品出荷量の増加<br><br>○JAS認定（構造用製材機械等級）工場の拡大 | ○ | | | | | |
| | | ・トレーサビリティのガイドラインを作成<br><br>・産地を明らかにした規格化住宅の開発<br><br>・木づかい固定量認証制度の実施<br><br>◆地域材のブランド化や商品力が高まった | ◆付加価値を高める地域材のブランド化の推進 | ◆○産地や品質の証明など、地域材ブランド化を推進し、商品力を向上 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **拠点を活用した流通の効率化の推進**<br>業界団体又は事業体：県外流通拠点の設置、定期便などロット販売による流通量の拡大と建築工程に応じた配送システムによる拠点利用を推進<br>県木材産業課：流通拠点を活用した流通の効率化を支援 | | | | | ◆流通拠点を利用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している | ◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている<br>◆製品市場の機能を改善・活用することで、営業力を強化し、消費者の求める製材品の質・量を確保、供給できている |
| | **県外中堅プレカット工場の販売先の確保**<br>業界及び事業体：県外中堅プレカット工場への営業及び販売<br>県木材産業課：営業同行等の支援 | | **一元化された販売窓口による県外中堅プレカット工場の販売先の確保**<br>一元化された販売窓口：県外中堅プレカット工場への営業及び販売<br>県木材産業課：一元化された販売窓口への支援 | | | |
| **販売窓口一元化の仕組みづくり**<br>業界団体及び事業体：業界で連携し土佐材製品の販売を拡大するため、地産外商に関する販売窓口一元化の仕組みづくりと内航船を利用した大規模輸送や乾燥等の共同事業に取り組む<br>県木材産業課：販売窓口の一元化に向けた取組を支援（指導調整役） | | | **販売窓口一元化による製品流通の拡大**<br>一元化された販売窓口：内航船輸送の定期化や木材乾燥等の共同事業の拡大により、品質が確保された製品の販売拡大を推進<br>県木材産業課：補助金等の支援 | | | |
| | **販売窓口一元化に伴う加工力向上**<br>業界団体及び事業体：設備の計画策定<br>県木材産業課：計画策定の支援 | | **一元化された販売窓口による加工力向上**<br>一元化された販売窓口：施設整備・加工施設の稼働<br>県木材産業課：補助金等の支援 | | | |
| **事業体や団体等と連携した営業活動の推進**<br>事業体：消費地商談会の実施により新規顧客を獲得、消費地商談会を契機に産地へ呼び込み、商取引へ繋げる展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加<br>業界団体：商談会などの外商活動の場の設定<br>県木材産業課：県外事務所と連携した県の信用力を活かした営業支援の実施、販路拡大への支援 | | | | | ◆県外の土佐材等の建築棟数 150棟／年間 | ◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている |
| **JAS表示製品の流通量の拡大**<br>JAS認定工場：製品出荷量のJAS製品割合を増やし、安定的な供給体制を確立<br>業界団体：JAS製品流通量の拡大に向けたPR活動<br>県木材産業課：JAS製品の安定供給体制の確立、助成制度を活用した性能表示材の流通支援<br>県木材産業課：JAS認定（機械等級）の取得支援 | | | | | ◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている | ◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている |
| **地域材ブランド化の推進**<br>事業体：産地や品質の証明など、地域材ブランド化に向けた取組<br>県関係課：高知県CO2固定量認証制度の適正な運用とPR | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 3. 県産品の販路の拡大を支援 | | ・消費地の工務店等とのネットワークづくりを促進し、消費地で土佐材をPRする、「土佐材パートナー企業登録制度」を創設<br><br>◆平成26年度末<br>パートナー登録数<br>74社（団体）<br><br>◆木造住宅への土佐材利用が広まった | ◆まだまだ認知度不足のため、企業と連携し土佐材のファンを増やす取組を展開 | ◆土佐材パートナー企業の増加と邸別販売の拡大<br><br>○消費地商談会や産地商談会参加者のパートナー化による土佐材利用住宅の拡大<br><br>★県外中堅ビルダー販売先の確保、邸別部材「土佐パッケージ」の仕組みづくり | ○ | | | | | |
| 4. 知的財産の有効活用 | ◆知的財産に対する認識が十分でなく、地場技術や地域資源を再評価したうえで、知的財産として活用していく必要がある | ・知的財産の中小企業向け総合支援窓口を開設（発明協会）し、ワンストップによる支援<br><br>・知的財産に関するセミナーの開催などによる普及啓発活動を実施<br><br>・専門家（弁理士）による相談会を開催し、課題の解決に向けた助言を実施<br><br>◆知的財産に対する理解が広がりつつある<br><br>◆具体的に活用する事例をさらに増やしていく必要がある | ◆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<br><br>◆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 | ◆○知的財産に関する普及啓発を継続し、意識と知識を向上 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆◎知的財産の取得と管理、活用の促進 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆○知的財産の活用による地域アクションプランの取組の支援 | ○ | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 県外での邸別販売による土佐材利用住宅の拡大<br>業界団体又は事業体：邸別販売による「顔の見える取引」の推進<br>県木材産業課：「土佐材パートナー企業」による、県産材の知名度向上と土佐材利用住宅拡大の取組を支援 | | | | | ◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている | ◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている |
| | 県外中堅ビルダー販売先の確保<br>業界団体及び事業体：県外中堅ビルダーへの営業及び販売、土佐パッケージの基準など仕組みづくり<br>県木材産業課：営業同行等の支援 | | 一元化された販売窓口による県外中堅ビルダー販売先の確保<br>一元化された販売窓口：県外中堅ビルダーへの営業及び販売<br>県木材産業課：一元化された窓口への支援 | | | |
| 知的財産に関する知識と意識の向上<br>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 | | | | | ◆知的財産セミナー参加者の拡大<br>→ 年間450人（H22年度実績を20%増加） | ◆特許権等が有効活用され、事業において新たな価値が生み出される<br>◆商標権等が有効活用され、地域ブランドを確立することで、地産外商が推進される |
| 知的財産の取得と管理、活用の促進<br>発明協会、県新産業推進課：企業や団体への訪問活動などを通じて、知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業ニーズを掘り起こし、専門家（弁理士）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 | | | | | ◆知的財産総合支援窓口（発明協会）による相談件数<br>→年間1,500件（H22年度実績の50%増加）<br>◆知的財産相談会・専門家派遣による支援件数<br>→年間550件（H22年度実績の20%増加） | |
| 知的財産の活用による地域アクションプランの取組の支援<br>市町村、地域支援企画員、発明協会、県新産業推進課：地域アクションプランの取組において、地域団体商標や商標を積極的に取得し適切に管理することで地域ブランドを確立し、商品販売の拡大を図る | | | | | ◆地域アクションプラン関連事業による知的財産の活用<br>→21件（7地域×3件、H23年度全228事業の約1割） | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進（関西地区）】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5. 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<br><br>（1）高知フェア等の外商機会の確保 | ◆関西地区は本県にとって最も近い大消費地であり、近年でも、園芸品の約20%、木材の約40%は、関西に流通し、高知県への観光客の30%は関西圏からの入り込み客である | ・新たな関西ネットワークの構築<br><br>◆関西の大企業の幹部を招いての高知を語る会の開催及び高知県産品の試食商談会の実施、とさの店との連携、高知応援団への募集などにより新たなネットワークを構築した<br><br>・関西における高知県産品のPR及び生産者の商談機会の確保<br><br>◆関西のホテル・量販店などで高知フェアや高知県食材の試食商談会を開催することにより高知県産品のPR機会を増やした<br>大型商談会への高知県ブースの出展などにより商談機会を創出した | ◆ネットワークの拡大<br><br>◆関西地区における高知県産品の認知度の更なる向上<br><br>◆高知県産品の特性に合った販路先の開拓や商品開発 | ◆関係機関等とのネットワーク拡大<br><br>★四国産品外商ネットワークの充実 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆関西における高知県産品のPRと外商機会の確保<br><br>◎高知フェア及び四国フェアの開催と開催支援、大型展示商談会等への高知県ブース出展 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆県産品取扱店との連携<br><br>○関西の直販所等との連携<br><br>◎とさの店との連携<br><br>★高知家の魚PRパートナー店との連携 | ○ | | | | | |
| （2）マスメディアを活用した観光情報発信 | ◆本県への県外観光客は約400万人（H25）でありその約3割は関西圏からの旅行者であるそのうち約8割が自動車・バスでの入込みである<br><br>◆旅行雑誌のアンケート調査では、高知県は「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」県の上位に入っている | ・マスメディアを活用した観光情報の発信<br>◆メディアでの高知情報の発信の拡大<br>51件（H25）<br><br>・マスメディアのニーズに呼応したモニターツアーを実施<br>◆雑誌、新聞の高知特集ページを創出、または大幅拡大<br><br>・観光展、イベントでの情報発信・PR<br>◆高知情報を一般に提供する機会の拡大<br>53件（H25）<br><br>・コンベンション協会や関連団体と連携した誘客活動の実施<br><br>・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<br>◆INAPへの各国参加<br>・LCCの定期就航、チャーター便へのアプローチ | ◆関西からのリピーター（交流人口）を増やしていく<br><br>◆継続的な情報発信を実施する | ◆○マスメディアを活用した観光情報の発信 | ○ | | | | | |
| （3）観光展やイベントなどでの情報発信 | | | | ◆○観光展・イベントでの情報発信・PR | ○ | | | | | |
| （4）誘客活動の実施 | | | | ◆◎旅行社・スポーツ団体等への情報提供の強化<br><br>★大学・専門学校等との連携による交流人口の拡大 | ○ | | | | | |
| （5）外国人観光客の誘致のための情報収集、情報発信 | ◆本県での外国人宿泊者数は全国46位<br>◆外国人観光客の主な発地である東アジアと関西空港は直行便が多く、多くの政府が大阪に拠点を置いている | | | ◆○インバウンドに関する情報収集 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ネットワークを活かした個別営業活動<br>県内企業者：関西で売れる商品づくり<br>関西食業界：特色のある売れ筋商品の要望<br>県大阪事務所：関西食業界のネットワークの拡大及び個別営業活動による県産品の提案、四国の他県大阪事務所との連携 | | | | | ◆販売相手先となる食業界ネットワークを（H23)450名→800名に開拓し、関西地区での取引を拡大する | ◆高知県産品が関西においての地位を確立し、県内産業が活発化している |
| 高知フェア及び四国フェアの開催<br>県内事業者：フェアに向けた商談会への参加、バイヤーの生産地視察等での対応とフェアへの出展及び定番化に向けた商品のブラッシュアップ<br>関西食業界：高知フェア及び四国フェアの開催、商談会を通じた県産品の採用、商品改良の提案<br>県大阪事務所：高知フェア及び四国フェア開催に向けた営業活動（生産地視察・販促アイテムの提供）<br>話題性のあるスポットでのプロモーション活動の実施（H26年度から） | | | | | | |
| 試食・展示商談会の開催・出展<br>県内事業者：試食・展示商談会への出展、商談<br>県大阪事務所：関西の食の業界人を招いての試食商談会の開催、関西開催の展示商談会への高知県ブース出展 | | | | | | |
| 関西の直販所との連携<br>関西の直販店等：大阪事務所での物販の開催及びイベント出展<br>県大阪事務所：直販店等のイベント出展への支援 | | | | | | |
| とさの店との連携<br>「とさの店」登録店：高知県の情報発信とキャンペーンへの参加<br>県大阪事務所：「とさの店」登録店の拡大、キャンペーンの開催及び高知県食材の提案 | | | | | | |
| | | 高知家の魚応援の店との連携<br>県内生産者：出荷者情報や商品情報等の提供提供<br>関西のパートナー店：消費者ニーズをフィードバック・県産品のPRと取引拡大<br>県大阪事務所：パートナー店との連携と県内情報の提供 | | | | |
| マスメディアを活用した観光情報の発信<br>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、各種マスメディアを活用して情報発信していく<br>・「高知家」など、統一キャンペーンをきっかけとして、新聞・雑誌・フリーペーパーなどで継続した露出を図る<br>・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、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ことで、魅力を効果的に露出する | | | | | ◆メディアでの高知情報の露出回数 78件→100件 関西において、高知県の魅力ある観光・物産情報を広げる | ◆高知県のイメージアップと、観光客の増加につながっている |
| 観光展・イベントでの情報発信・PR<br>県大阪事務所：あらゆる機会を活かし、またオフィス街の立地を活かした事務所でのイベントを実施する<br>・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<br>・「関西応援団」や「とさの店」登録店を活用する | | | | | ◆各種イベントの実施・参加（H22）47件→（H27）60件<br>◆定期的に他県との連携PRを開催 4回／年 に増やし近畿圏からの観光客入込数を増やす | |
| 旅行社・スポーツ団体等への情報提供の強化、大学・専門学校等との連携<br>県大阪事務所：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、旅行商品造成につなげる。観光コンベンション協会と密に連携し、教育旅行・スポーツ旅行を含めた誘客活動を実施する<br>・短大や専門学校等と地域を繋ぐことにより、地域情報の効果的な発信を図るとともに、交流人口を拡大させる | | | | | | |
| インバウンドに関する情報収集<br>県大阪事務所：観光政策課他関係課、コンベンション協会と一体となり、関西でのインバウンド情報の収集、発信を行う | | | | | ◆インバウンドに有効な情報が的確に高知に伝わり、受け入れ体制が整う | ◆外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する<br>◆海外で四国や高知の認知度が高まる |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【地産外商の推進(中部地区)】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>(・取組 ◆成果) | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 県産品の販売拡大<br>(1)高知フェア等の外商機会の確保 | ◆中部地区(＝愛知、三重、岐阜の3県)は、1人当たり県民所得や1世帯当たり貯蓄現在高が高い、巨大なマーケット<br>・県民所得(H22)<br>愛知県 4位<br>三重県 9位<br>岐阜県 26位<br>・貯蓄現在高(H24)<br>愛知県 4位<br>三重県 7位<br>岐阜県 9位 | ・高知フェア等の外商機会の拡大に努めた<br>◆高知フェア等の開催回数は増えてきている<br>H24 14回<br>H25 17回<br>H26 25回<br>◆中部地区での高知県の知名度アップや当地区における外商関係者との信頼関係構築の取組が、一定の成果に結びつきつつある | ◆高知フェア開催に向けて、新規ルートの開拓<br>◆中部地区で売れる商品の発掘・磨き上げ等による県産品の魅力アップ<br>◆高知フェアでの売れ筋商品等を量販店等での定番商品につなげていく | ◆高知フェア等の外商機会の確保<br>○既存ルートに対して、多様な高知フェアの開催形態を提案した開催機会の拡充<br>○商談会等の機会を利用して、新規ルート開拓のためのネットワークの構築<br>○県内企業に対する中部地区での消費者ニーズ等の情報提供<br>○マーケットイン事業を契機とする新たな高知フェアの開催 | ○ | | | | | |
| (2)試食・商談会等を活用した新たな販路開拓 | ◆中部地区において、高知県の認知度が低い<br>◆販路開拓につながるような人的ネットワークが未構築 | ・NAGOYAフードビジネスショーへの出展(H23～H26)<br>・中部地区地産外商戦略策定(H23)<br>・高知県産品を使った料理教室の開催(H25～H26)<br>◆高知県産品に対する認知度向上のための取組みにより、中部地区における高知県の認知度は高まりつつある<br>◆高知県を支えてくれる人的ネットワークが構築できつつある | ◆中部地区での高知県の認知度向上のため、中期的・継続した取組が必要<br>◆既存の人的ネットワークについて、信頼関係の更なる積上げが必要<br>◆中部地区地産外商戦略の着実な実行 | ◆試食・商談会等を活用した新たな販路開拓<br>○販路開拓の基礎となる人的ネットワークの構築・拡大<br>○NAGOYAフードビジネスショーへの出展の継続<br>○県大阪事務所が開催する商談会への名古屋バイヤー等の招待<br>○高知県の認知度向上のための、テレビや雑誌などの中京メディアと連携したプロモーションの展開 | ○ | | | | | |
| (3)企業誘致の推進 | ◆自動車産業以外にも優れた技術と資金力を持つ企業が多数あり、製造品出荷額等も全国屈指<br>・製造品出荷額等(H23)<br>愛知県 37.0兆円<br>三重県 9.4兆円<br>岐阜県 4.9兆円<br>【参考】<br>高知県 0.49兆円 | ◆新規に工場誘致<br>・安芸市(H22.3月)<br>◆企業立地セミナーの開催(H26) | ◆企業を取り巻く経営環境は依然厳しく、高知県に進出しようという企業を発掘することが困難 | ◆企業誘致の推進<br>○既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施<br>○高知県への進出希望企業の地道な発掘 | ○ | | | | | |
| (4)効果的な観光PR、プロモーション活動の展開 | ◆中部地区での空海人気は高い<br>◆信仰心に厚い土地柄 | ・名古屋を中心に、観光PRの機会を大幅に増加させた<br>・四国ツーリズム創造機構、観光コンベンション協会及びFDAとのエージェント訪問や商談会を通じて、高知県の観光及びイベント情報を提供<br>◆事務所の仲介による1件の旅行商品の造成(H25) | ◆旅行エージェントとの関係強化 | ◆○旅行エージェント等への訪問回数を増やし、人的ネットワークを構築 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 高知フェア等の外商機会の確保 | | | | | ◆中部地区での高知県産品の販売額の増加<br>H23年度<br>：4千万円<br>↓<br>H27年度<br>：5.1千万円<br>◆中部地区において、一つでも多くの高知県産品が定番商品として定着 | ◆販売額を把握することが困難なほどに、中部地区で高知フェアが定番化している状況の創出 |
| 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<br>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<br>県名古屋事務所：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<br>・全国センター合同物産観光展等での県産品販売<br>・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組の実施） | | | | | ◆飲食店等での高知県フェアの定番化<br>◆高知県食材の取扱店舗数の拡大 | ◆中部地区において、高知県産品が容易に入手できる環境整備 |
| 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<br>名古屋バイヤー等：名古屋・大阪での商談会等への参加<br>県名古屋事務所：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<br>・県大阪事務所が開催する商談会への名古屋バイヤー等の招待 | | 中京メディア：高知県への取材、高知県情報の発信<br>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 | | | | |
| 卸・小売業のバイヤー：県内で開催される商談会への参加<br>県名古屋事務所：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<br>県名古屋事務所：高知県の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 | | | | |
| 既立地企業に対するアフターケアの実施 | | | | | ◆企業誘致の推進<br>新規企業の誘致<br>～27年度：1件 | ◆多数の企業の県内誘致の実現 |
| 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、企業立地セミナーの実施 | | | | | | |
| 高知県観光のPRの実施、エージェントへの商品化の要請 | | | | | ◆商品造成につなげるためのエージェントとの関係強化<br>・エージェント訪問回数<br>H27：延60社 | ◆高知県のイメージアップと、観光客の増加につながっている |
| 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、よさこい夢まつり、全国県人会まつり、津まつり及び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の商品化の要請、他県事務所と共同した観光PRの実施 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 平成27年度高知家プロモーション及びセールスプロモーション

別図（外1）

高知家

**A 認知度**
**B 行動誘発**
**高知家プロモーション**

**拡充** 高知家プロモーション　3rdシーズン

【ポイント】
◆**高知家の「人」に着目したプロモーションの展開**
・高知家の一番の魅力である「人」の魅力を発信。高知家の「人」を通して、外商、観光、移住などの具体的な情報を発信・拡散
◆**行動誘発に効果的なメディア媒体によるプロモーションの強化**
・若手社会人などターゲットを絞り、具体的な行動誘発に有効なメディア（雑誌等）とタイアップしたプロモーションを強化

連携

○各分野の施策への高知家の家族の参画
○家族から各分野の具体的な情報発信などによる魅力の高まりを活かす

**C-1 買う 行く 住むの具体的検討**
**プロモーション**

| NEW 外商（重点品目） | NEW 観　光 | 移　住 |
|---|---|---|
| （重点品目プロモーション事業） | （高知家着地型旅行商品造成等事業） | （移住プロモーション関連） |
| 【ポイント】<br>◆高知家の家族（つくり手）と説得力のある方（つかい手）により、品目の魅力の訴求度を高める高知家プロモーションからセールスに至る一連の流れを強化、連携するプロモーションを展開 | 【ポイント】<br>◆高知家プロモーションと連動し、観光プロモーションを強化するとともに、個人の旅行者をターゲットとした高知家らしい新しい切り口による旅行商品を開発<br>◆本県への旅のバリエーションを増やし、観光客の層の拡大を図る | 【ポイント】<br>◆移住への入口である高知ファンづくりから、暮らし隊登録までを高知家プロモーションと一体となって展開<br>・「高知家で暮らす。」ホームページ<br>・移住関連雑誌等への広告掲載<br>・移住ガイドブック　等 |

連携

**C-2 買う 行く 住む**
**セールス**

| 重点品目担当部 | 観　光 | 移　住 |
|---|---|---|
| ・フェア、商談会等での販売促進<br>・企業等への営業活動<br>・流通関係者等を招聘した産地見学会 | ・県外旅行会社等に対するセールスキャラバンやモニターツアー等の実施<br>・個人手配の旅行者をターゲットにWebを活用した高知家ならではの着地型旅行商品を販売<br>・高知家ならではの旅行造成などのノウハウを地域が主体となった旅行商品づくりにも活用 | ・コンシェルジュ等によるサポート体制の充実<br>・スムーズなパス回しを意識した相談会、体験ツアー等の開催<br>・各産業分野の人材確保策と連携した人財誘致の取組<br>・高知市周辺でのお試し滞在の促進　など |
| **外商(公社)** | | |
| ・外商活動の全国展開の強化（首都圏に加え、関西・中部、中国、四国、九州にも拡大）<br>・事業者への商談会出展支援<br>・バイヤーを招聘した商談会、県外量販店等での高知フェアの開催 | | |

# 高知発の食品及び製品・技術の輸出、観光誘致の強化ポイント

別図（外2）

## 【バージョンアップのポイント】 <食品系>×<機械系（ものづくり）>×<国際観光>

拡 ①貿易促進コーディネーターの２名増（新規採用（機械系：１名・食品系：１名））
現状：３名（食品系2名・機械系１名） ⇒ H27：５名 ＝機械系2名（ものづくり地産地消・外商センター内　常駐）
＝食品系3名（貿易協会事務局内　常駐）

新 ②海外支援拠点の増
-シンガポールでのテストマーケティングの場の設置（現地日系スーパーに売場設置　３社３ヶ月間　出展社入替で２回実施）
-台湾における貿易振興・観光推進拠点の整備（食品系及び機械系の輸出と国際観光の支援を現地法人に業務委託）
-香港の国際観光団体へ職員派遣（観光振興部）

| | 展開０ | 展開１ | 展開２ | 展開３ | 展開４ | 展開５ | 展開６ | 展開７ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 国内販売（ものづくり）が中心の事業者 | セミナー・講座等で貿易のノウハウの習得 | 市場調査（輸出国・地域・品目の絞り込み） | 商流等の斡旋 | 製品改良・取り扱い説明書等作成 | マッチング | 成約 | 事後フォロー |
| 食品 | 地産外商公社と貿易協会の連携強化 | | 新 テストマーケティングの場の設置（ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ） | 国内貿易商社とのマッチング H26:2回 → H27:2回（予定） | 拡 産業振興センターの基金事業に海外向けメニューを追加（事前調査～出展） | 外商機会の増（国内外商談会・展示会出展） H26:14回 → 拡 H27:20回（予定） | | |
| 機械系 | [体制強化] 貿易促進ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ増員（2名）→（３名）<br>[体制強化] 貿易促進ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ増員（1名）→（2名）<br>ものづくり地産地消・外商ｾﾝﾀｰと貿易協会の連携強化 [貿易促進ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ（2名）外商ｾﾝﾀｰ常駐] | | シンガポール事務所 | 国内貿易商社とのマッチング H26:1回 → H27:1回+α | 新 産業振興センターに「ものづくり産業強化事業費補助金」を創設して海外向け改良事業を支援 | 外商機会の増（中小機構等と連携した国内外商談会・展示会出展） ＊H26参加実績なし 拡 H27:13回 商談会：7回 展示会：6回（予定） | | |
| 国際観光 | [体制強化] 国際観光推進ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ新規設置（0名）→（2名） | 新 香港国際観光団体への職員派遣<br>外部の専門家のアドバイスによる旅行商品の磨き上げ | | | | 外商機会の増（国内外商談会・展示会出展） H26:14回 → 拡 H27:16回（予定） | | |

新 台湾現地法人業務委託

別図（外3）

# 高知県の産業振興を推進するための主な支援制度

**生産（商品化）**
- 地域資源を活用したい
- 商品を企画したい
- 新たに商品を作りたい
- 他の産業と連携したい
- 新分野へ進出したい

**加工（高付加価値化）**
- 地域の農産物を使って加工品を作りたい
- 既存商品に付加価値を付けたい
- デザインを工夫したい
- 商品力を付けたい

**販売（市場化）**
- 地産地消を徹底したい
- 販売拠点を作りたい
- 地域外へ打って出たい
- 販売相手を見つけたい

《 産振補助金の仕組み 》
○**市町村の間接補助、地域アクションプランへの位置づけ**
市町村の産業政策との整合をとって事業を進めるためには市町村のコンセンサスが必要
○**外部審査会**
事業の意義、効果、継続性、コンプライアンスをチェック、事業を成功に導くために必要な助言

**産業振興推進総合支援事業費補助金【一般事業・特別承認事業】**
事業の各段階で、事業者のニーズや課題に応じて、ハード、ソフト面から総合的に支援
◆補助率：1/2 以内(地域への波及効果が高い事業は2/3以内)
◆補助限度額：50,000千円（ハード事業、ソフト事業） ◆補助先：原則として市町村等

**目標（成果）**
「地域の基幹産業」
地域の雇用創出
所得の向上等

本格的な実施

産業人材の育成
産業人材育成プログラムの実践

産業振興アドバイザーなど専門家の派遣

事業拡大に向けた挑戦

ビジネスの実践

スキルの向上

都市圏・全国・海外で流通する商品

地産外商戦略を強化する商品

地産外商の加速化

・大規模展示商談会への出展

県内で流通する商品

・「まるごと高知」でのテストマーケティング
・展示・商談会の開催

・業務用メニュー開発企業と連携した商品づくりの支援
・土産物・特産品の商品づくりの支援

・県内量販店等でのテストマーケティング

・産地視察型商談会

マーケットイン型の商品づくりを支援するための
**市場対応商品開発事業費補助金の活用**
◆補助率：1/2以内
◆補助限度額：1,000千円
◆補助先：県内事業者（直接補助）

地域本部
地産外商公社 等

新たな素材、事業の発掘・目出し

企業の総合力を高める支援体制の強化

<県直営研修> 衛生・品質管理の向上を目指す <県立大学開設講座>

食品表示の適正化を図る <直営研修>と<食品表示ワンストップ窓口の設置>

食品生産管理の高度化

**産業振興推進総合支援事業費補助金【ステップアップ事業】**
○地域アクションプランへの位置付けを目指すために、地域産業人材育成事業等を受講し、スキルを身につけた事業者の取組を支援
○地域アクションプランに位置付けられた取組又はこれに準ずる取組であって、事業等の立ち上げ段階や試行段階にある取組を支援
◆補助率：1/2 以内 ◆補助限度額：2,000千円（ソフト事業）
◆補助先：事業実施主体への直接補助も可

# Ⅰ　産業間の連携戦略

# 2　新エネルギーを産業振興に生かす

# 新エネルギーを産業振興に生かす

連携テーマ
・林業振興・環境部
・商工労働部
・公営企業局

## 現状と課題

**強み**

- ・全国一の森林率
- ・全国トップクラスの日照時間
- ・豊富な降水量
- ・恵まれた風況

- ・固定価格買取制度が導入
- ・大型製材工場が立地

**課題**

- ・メリットを地域内に最大限還流することが必要
- ・南海地震対策のための災害に強い街づくり
- ・系統連系枠の確保
- ・設備の導入コストが高い
- ・メガソーラーなど大規模太陽光発電に必要なまとまった土地が少ない

- ・県内の新エネルギー関連の人材と技術的知見の蓄積が必要

## Step 0 導入促進

事業化の検討とモデル実施
・事業スキームの検討
・設備規模
・資金調達
・利害関係者との合意形成
など

適地の調査・把握・提供

支援策の検討・実施

新エネルギー地域コーディネーターの発掘、育成

新エネを活用した事業アイデアの抽出（庁内各課への照会・アンケート調査）
＜活用の視点＞
・防災
・中山間地域の活性化
・地域産業の振興 など

## Step 1

【地域還流型の発電事業の推進】
◆太陽光発電事業（メガソーラー）
（こうち型地域還流再エネ事業スキームの推進）
◆小水力発電（売電型）事業
◆風力発電事業
◆木質バイオマス発電事業

◇新エネ収益の地域への還元
◇公共施設等での新エネ導入のルール化
◇一般家庭、民間事業所での新エネ普及拡大
◇エネルギー自給地域の拡大

【エネルギー自給の推進】
◆太陽光発電事業（住宅用及び事業所用）
◆地域での小水力発電利用事業
◆木質バイオマス熱エネルギー利用事業

【再生可能エネルギー等の地域資源を活用した災害に強く、低炭素なまちづくり】
◆防災拠点等への新エネルギーの導入促進
（グリーンニューディール基金を活用）

## Step 2

新エネ産業交流会
・市場の把握
・技術、動向の把握
・県内企業の動向の把握
・県内参画事業者の掘りおこし

商品開発
・アイデアの具体化
・商品や技術の企画、設計
・開発、改良

産学官の連携

購入促進支援
・県内での広報
・販路の開拓
・公的調達

全国展開
・見本市、展示会
・商談会

県内資源の調査 （人材、技術、設備、適地）

先進事例の情報収集
・戦略
・導入手法、支援メニュー
・産学官の連携
・人材、企業

## Step 3 ものづくり

実証研究
研究者　研究機関
誘致

実証実験
研究者　研究機関
民間企業研究所
誘致

事業化
研究者　研究機関
民間企業研究所
誘致

県外企業（工場）
県内企業への波及

総合特区

## めざす姿

**新エネルギー関連産業の振興・活性化**
～地域の資源を地域で活かしきる～

- 災害に強い地域づくり
- 地域資源を活用し、メリットを最大限地域へ還流
- 地球温暖化対策
- エネルギー自給率の向上

◆新エネルギーによる発電量（推計）
107百万kWh
→ 595百万 kWh
◆電力需要に対する率
2.3 % → 12.7 %

- 産業の育成
- 雇用の創出
- 関連産業の誘致
- 全国有数の実証フィールド

**産業成長戦略の概要（連携テーマ：新エネルギーを産業振興に生かす）**

高知県は、全国一の森林率を誇る豊富な森林資源や年間降水量、日照時間が長いことなど、全国でも優位な再生可能エネルギー資源を備えており、こうした豊富な資源を十分に生かし地球温暖化対策に寄与するとともに、産業振興や県民生活の向上につなげていくため、新エネルギーの導入に向けた具体的な施策を示す「高知県新エネルギービジョン」を平成２３年３月に策定しました。

このビジョンでは、①新エネルギーを産業振興に生かす、②新エネルギーで地球温暖化対策に貢献する、③将来期待される新エネルギーに取り組むという３つの基本的な考え方のもと、県民の皆様が主役となって地域資源から得られる新エネルギーを活用し、「エネルギーの地産地消」を進めるとともに、持続可能な低炭素社会を構築することにより、将来にわたって活気あふれる元気な高知県となることを目指して、産業振興計画とも連動する形で様々な取組を進めています。

このような中、平成２４年７月から、再生可能エネルギーを活用して発電した電力を一定の価格・期間で電力会社が買取る、いわゆる「固定価格買取制度」が導入され、制度導入後３年間を「促進期間」と位置づけ、発電事業者の利潤に配慮した価格が設定されることとなったことから、本県におきましても、この期間をチャンスととらえ、発電設備の導入促進の取組を加速させています。

特に、地域の資源を地域で活かしきることが重要であることから、官民協働による「こうち型地域還流再エネ事業」により、新エネルギーによる発電事業の収益を、地域に最大限還流させる取組を進めています。また、再生可能エネルギー等の地域資源を活用した災害に強く低炭素な街づくりを進めていくために、公共施設や地域の防災拠点等への新エネルギーの導入促進を図っていくこととしています。これらの取組により、新エネルギーの収益を地域に還元させ、地域振興や雇用の創出につなげるとともに、本県における新エネルギーに関するニーズの拡大を図っていきます。

さらに、導入促進による新エネルギーに関するニーズの拡大を産業振興につなげるために、ものづくりや研究開発の分野において新たな取組を進めます。
具体的には、市場ニーズの動向調査や新エネルギー産業に関わる広い層に呼びかけ、新エネルギー産業交流会等を実施し、産学官が連携して、新エネルギー関連の技術や県内企業の動向の把握を行うとともに、県内参画事業者の掘り起こしや人材の発掘等を行い、新エネルギー関連産業のシーズの発掘・育成に努めます。

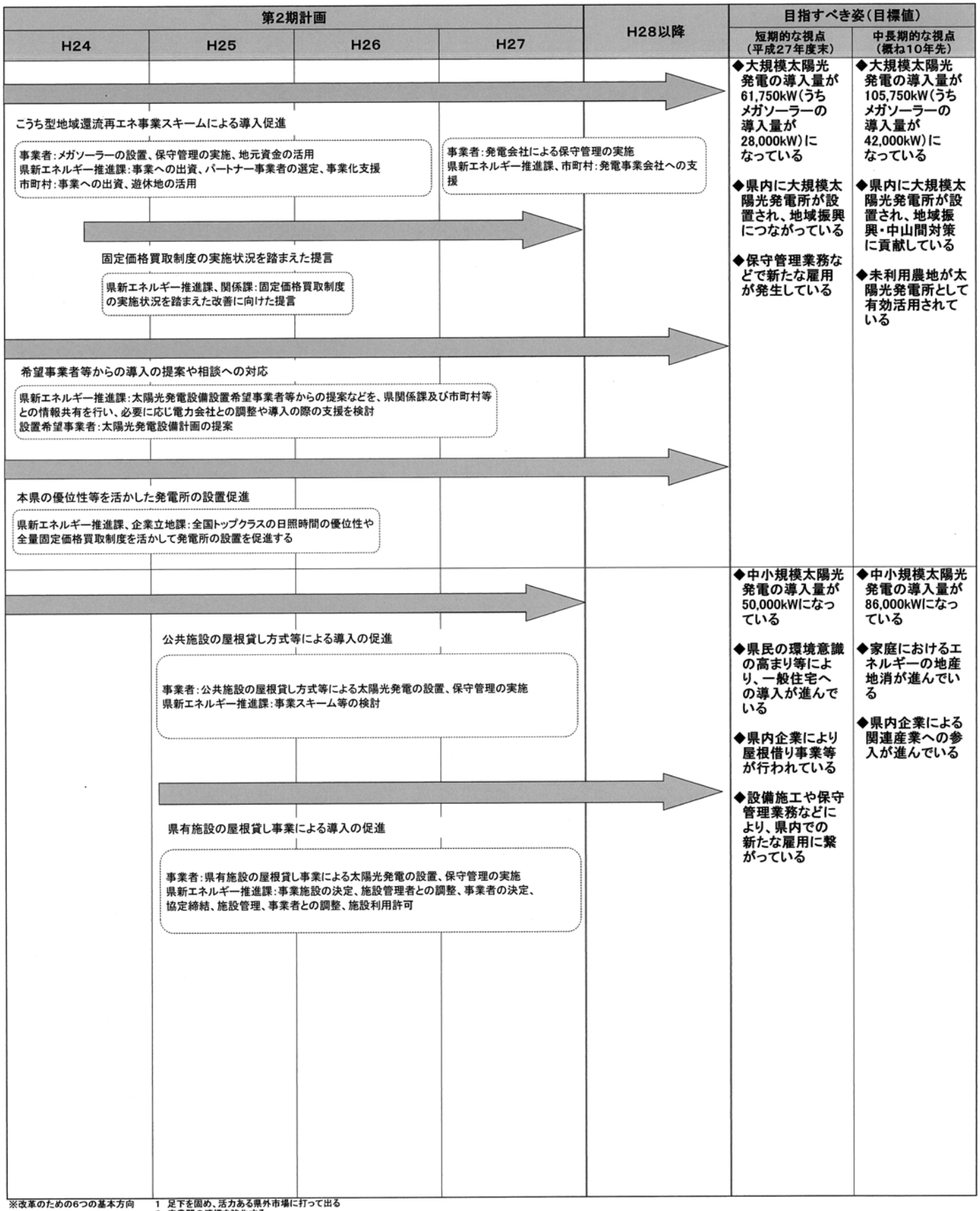
こうした、導入促進によるニーズの拡大と、産学官連携による技術開発やものづくりの地産地消に向けてのシーズの発掘・育成の循環を拡大させることにより、新エネルギー関連産業の振興と活性化を図っていくこととしています。

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．太陽光発電の導入促進<br><br>（1）大規模太陽光発電の導入促進<br><br>P180<br>別図（新エネ1）参照 | ◆地球温暖化対策として新エネルギーの導入促進が求められている<br><br>・国による$CO_2$の25%削減の表明<br><br>◆全国トップクラスの日照時間<br><br>◆10kW以上の設備のRPS法による認定状況<br>・認定件数77件<br>（四国1位）<br><br>◆電力10 社は今後2020年度までに、全国約30地点でメガソーラー発電所の建設を計画<br><br>◆四国内では、四国電力の松山太陽光発電所が稼働中<br><br>◆現在、国において再生可能エネルギーの全量買取制度の詳細検討が行なわれている | ◆大規模太陽光発電の導入が進んでいる<br><br>◆固定価格買取制度による設備認定状況<br>（H26年11月末現在）<br>1,000kW以上<br>98件　416,006kW<br><br>◆こうち型地域還流再エネ事業スキームにより、6市町村で事業展開（7ケ所、約10MW）<br><br>・固定価格買取制度<br>・H24年7月～<br>40円/kWh<br>・H25年4月～<br>36円/kWh<br>・H26年4月～<br>32円/kWh | ◆全国トップクラスの日照時間等の自然条件を活かし発電事業のメリットを地域内に最大限還流させることが重要<br>◆送電網が脆弱で適地が限られるなか、メガソーラーの導入が急速に進み、電力会社との接続問題や適地の確保など、新た問題が明らかになっている<br>◆固定価格買取制度の優遇期間に関し、太陽光発電についてはH27.6末までとなっており、今後、収益の確保が課題となってくる | ◆本県の自然条件を活かしたメガソーラーの整備<br><br>○こうち型地域還流再エネ事業スキームによる事業化の推進<br><br>○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応<br><br>○本県の優位性等を生かした太陽光発電所の設置促進 | | | | ○ | | |
| （2）中小規模太陽光発電の導入促進<br><br>P181<br>別図（新エネ2）参照 | ◆地球温暖化対策として新エネルギーの導入促進が求められている<br>・国による$CO_2$の25%削減の表明<br><br>◆住宅用太陽光発電設備は買取価格の充実により急増している<br>H21年度末RPS法による認定状況<br>・認定件数　3,475件<br>・導入率　1.55%<br>（全国1.88%、<br>四国2.06%）<br><br>◆10kW以上の設備のRPS法による認定状況<br>・認定件数69件<br>（四国1位） | ◆固定価格買取制度による設備認定状況<br>（H26年11月末現在）<br>・10kW未満<br>5,435件　26,073kW<br>・10kW以上1000kW未満<br>5,049件　205,284kW<br><br>◆市町村施設における屋根貸し事業の実施<br>（高知市、土佐市、土佐清水市）<br><br>◆県有施設の屋根貸し事業における事業候補者の決定（県有施設6施設） | ◆固定価格買取制度を追い風に住宅用太陽光を中心に導入は急速に進み、電力会社の受入れ可能量を超える恐れがでてきたため、これまで対象外であった中小規模の太陽光発電も出力抑制の対象となり、安定的な稼働が確保できない状態となっている<br><br>◆固定価格買取制度の優遇期間がH27.6末まで終了し、買取価格が大　幅に下がり、採算性の問題から事業化が困難となってきている | ◆設備整備等に対する支援<br><br>○公共施設の屋根貸し方式等による導入の支援 | | | | ○ | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 小水力発電の導入促進<br>P182<br>別図（新エネ3）参照 | ◆地球温暖化防止対策として、再生可能エネルギーの利用への関心が高まっている<br>・国による$CO_2$の25%削減の表明<br><br>◆県内での設置状況は、RPS法の認定設備として、<br>・電気事業者　5箇所（合計　2,346kW）<br>・大川村　60kW<br>・椿原町　53kW<br>にとどまっている<br>その他、個人や地域団体などが、独自で小規模な設備を設置し、外灯などへ利用している | ・仁淀川流域（いの町）での、県内企業が試作中の小水力発電機器による実証調査（緑の分権改革推進事業）<br><br>・県内自治体による開発地点調査<br>・香南市<br><br>・河川法の水利権等事務手続きの簡素化の提言<br><br>◆県公営企業局による土佐町における小水力発電所建設計画基本設計及び実施設計実施<br><br>◆地域住民等による検討が進められている<br><br>◆固定価格買取制度による設備認定状況（H26年11月末現在）<br>3件　936kW | ◆全国トップクラスの豊富な降水量を小水力発電に生かしきれていない<br><br>◆発電に必要な水量のある適地の選定が難しい<br><br>◆市町村独自では発電計画等の作成が難しい<br><br>◆水利権等の法的手続きが複雑である<br><br>◆実施主体の資金力が脆弱であることが多い<br><br>◆地元との合意形成に時間を要する | ◆具体的な事業実施に向けた取組（小水力発電）<br><br>○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応<br><br>○小水力発電導入に向けた検討<br><br>★水源のさと石原「北郷」発電所（仮称）の建設<br><br>○県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術的支援<br><br>★事業化に向けての支援 | | | | ○ | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆小水力発電の導入量が2,459kWである<br><br>◆県内の複数の地域において小水力発電が導入され、地域でのエネルギーが有効活用されている | ◆小水力発電の導入量が3,800kWになっている<br><br>◆地域でのエネルギーの地産地消が進んでいる |

希望事業者等からの導入の提案や相談への対応

県新エネルギー推進課：小水力発電設置希望事業者等からの提案などを、県関係課及び市町村等との情報共有を行い、必要に応じ電力会社との調整や導入の際の支援を検討
設置希望事業者：小水力発電設置計画の提案

小水力発電導入に向けた検討

県電気工水課：有望地点においての詳細調査及び概略設計の実施、地域での活用方策についての検討

水源のさと石原「北郷」発電所（仮称）の建設

県電気工水課：水源のさと石原「北郷」発電所（仮称）の建設
基本設計 → 実施設計 → 建設 → 運営

県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術的支援

県電気工水課：各市町村等と協働で事業化有望地点の現地調査を実施し、
導入に向けた発電計画作成の支援を行う
・発電計画の検討立案、経済性の検討、総合評価

事業化に向けての支援

県新エネルギー推進課：事業化の検討、課題解決に向けた支援

固定価格買取制度の実施状況を踏まえた提言

県新エネルギー推進課、関係課：固定価格買取制度の実施状況を踏まえた改善に向けた提言

水利権等事務手続きの簡素化の提言

県新エネルギー推進課、関係課：水利権等事務手続きの簡素化の提言

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 風力発電の導入促進<br>P183<br>別図（新エネ4）参照 | ◆県内では平成18年度に整備された施設を最後に新たな整備は行われていない<br>・7箇所　40基<br>・合　計　36,450kW<br><br>◆民間企業による新たな整備の動きがあるが、現行の四国電力の系統連系（買取）枠に制約があるため、新たな大規模な設備の系統連系は行えない<br><br>◆NEDOの風況マップでは、県内でも発電の適地（風速6m/s以上）がある<br><br>◆現在、国において再生可能エネルギーの全量買取制度の詳細検討が行なわれている | ◆民間企業による導入への取り組みが進められている<br><br>◆固定価格買取制度による設備認定状況<br>（H26年11月末現在）<br>1件　35,000kW<br><br>◆椿原町での風力発電事業実施に向けた基本協定の締結（椿原町、高知県、パートナー事業者）<br><br>◆県内への洋上風力発電導入の可能性を探るための勉強会の開催（2回、のべ145名の参加） | ◆風況には恵まれているが、工事搬入路がないことや電力の系統線が遠いことがあり、建設適地が限られる<br><br>◆県外資本で整備された場合、建設後は雇用面などへの経済効果が薄く、事業収益のほとんどは県外へ流出<br><br>◆電力品質の安定供給のため、新たな風力設備の接続を制限する電力会社による系統連系（買取）枠が設定されている<br><br>◆出力10,000kW以上の場合には、環境影響評価が義務付け<br><br>◆関係者との合意形成に時間を要する | ◆具体的な事業実施に向けた取組（風力発電）<br><br>○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 | | | | ○ | | |
| | | | | ◆地域のメリットの創出<br><br>○地域のメリットの創出に向けた支援<br><br>★事業化に向けての支援 | | | | ○ | | |
| | | | | ◆★洋上風力発電の検討 | | | | ○ | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆風力発電の導入量が71,450kWである<br><br>◆県内に大規模な風力発電が整備され、雇用が生み出されている | ◆風力発電の導入量が151,000kWになっている<br><br>◆県内に大規模な風力発電が整備され、所得の向上や雇用の創出がされている |

希望事業者等からの導入の提案や相談への対応

県新エネルギー推進課：風力発電設備設置希望事業者等からの提案などを、県関係課及び市町村等との情報共有を行い、必要に応じ電力会社との調整や導入の際の支援を検討
設置希望事業者：風力発電設備設置計画の提案

地域のメリットの創設に向けた支援

市町村、県新エネルギー推進課：関係者（企業）との協議により地域のメリットを検討
・地域による出資の検討
・新たな活用方策の検討

事業化に向けての支援

市町村、民間事業者：事業化の検討、事業計画等の作成
県新エネルギー推進課：事業化の検討、事業計画作成等の支援

環境アセスメントの対応検討

環境アセスメントに着手（配慮書、方法書）

事業計画、基本設計等

固定価格買取制度の実施状況を踏まえた提言

県新エネルギー推進課、関係課：固定価格買取制度の実施状況を踏まえた改善に向けた提言

洋上風力発電の検討

県新エネルギー推進課：地元漁協、地元自治体、地元事業者等を対象とした導入に向けた勉強会の開催

県新エネルギー推進課：地元漁協、地元自治体、地元事業者等を対象とした導入に向けた検討会の開催

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 木質バイオマスエネルギーの利用促進 | | | | | | | | | | |
| 【原料供給対策】<br>P184<br>別図（新エネ5）参照 | ◆ペレットが規格化されておらず、メーカーにより品質のばらつきがある<br>◆利用が進んでいるのは主としてペレット | ・燃料用未利用資源の収集を支援<br>◆端材等の搬出に対する支援により木質バイオマス原材料が増加<br>・木質ペレット製造施設の整備への支援<br>◆既存の木質ペレット製造施設の見直しを行い、品質の向上や安定生産が可能となった<br>◆新たな木質ペレット製造施設が整備され木質ペレット供給量が増加 | ◆ペレット以外の燃料形態は需要供給ともに普及していない<br>◆年間を通して計画的な木質ペレットの生産が出来る体制の整備が必要<br>◆木質バイオマス利用量の増加に伴い原料となる原木の安定供給体制の整備が必要 | ◆◎原木や林地残材の搬出に対する支援 | | ○ | | | | |
| | | | | ◆◎木質バイオマス燃料の安定供給 | ○ | ○ | | | | |
| 【利用促進対策】<br>P184<br>別図（新エネ5）参照 | ◆多様な産業分野で木質バイオマスの利用が進みはじめた<br>◆施設園芸では、施設内加温のため化石燃料による暖房機の利用が広く普及している | ・木質バイオマスボイラーの導入への支援<br>◆平成21年度以降、木質バイオマスボイラーの導入が大幅に拡大<br>◆製紙業や養鰻業など、新たな業種での木質バイオマスボイラーの導入が進むなど、今後の展開への可能性が拡大<br>・「木質バイオマス燃焼灰の自ら利用の手引き」の公表<br>◆農業利用の燃焼灰の自ら利用の方法を整理したことで、有効利用が進み始めた | ◆イニシャル、ランニングのコスト高が利用拡大の障害となっている<br>◆燃料用以外での用途が限られている<br>◆燃焼灰の自ら利用の方法をより広く周知する必要がある | ◆○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化 | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | **木質バイオマス年間利用量 40万3千トン** | **木質バイオマス年間利用量 53万トン** |
| 林地残材等の搬出への支援<br>事業体等：燃料向け低質材の効率的な搬出、小規模自伐型による供給の仕組みづくり<br>県木材増産推進課：端材等の搬出に対する支援<br>県木材利用推進課：小規模自伐型による供給の仕組みづくりの支援 | | | | | ◆林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている<br>◆森林からの収集量 23万5千トン<br>◆製材工場等からの収集量 16万8千トン | ◆林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている<br>◆森林からの収集量 33万8千トン<br>◆製材工場等からの収集量 19万2千トン |
| 需要の拡大に合わせた燃料の供給施設の追加整備<br>事業体：新たな生産施設の整備<br>県木材利用推進課：新たな生産施設整備の支援 | | | | | | |
| 木質バイオマス燃料の品質調査と品質確保<br>県木材利用推進課・森林技術センター：県内流通製品の品質調査 | | | | | | |
| 県木材利用推進課：木質ペレットの規格化に向けた調整 | | | | | | |
| 木質バイオマス燃料の安定供給<br>県内燃料製造事業者：品質の安定した製品の供給 | | | | | | |
| 県内燃料製造事業者：品質・規格を明らかにした木質ペレットの供給 | | | | | | |
| 木質バイオマスボイラーの改良・低コスト化<br>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改良<br>県関係課：機器開発への支援 | | | | | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている<br>◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている |
| 木質バイオマス利用の普及<br>県関係課：導入事例の分析、広報素材の作成、関係業者等への広報及びマテリアル利用の拡大に向けた取り組み事例の紹介、県施設での率先利用及び関係機関への導入要請 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | ◆○燃焼灰の適正処理 | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆○コスト差を埋める支援の仕組みの検討 | ○ | ○ | | | | |
| 【事業化対策】<br>P184<br>別図（新エネ5）参照 | ◆各地で意欲ある事業者がそれぞれ木質バイオマスボイラーを導入<br><br>◆燃焼灰処理は各者それぞれで実施<br><br>◆重油価格の上昇を背景に、施設園芸では生産コストが上昇し、経営を圧迫している | ・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を設立<br><br>・安芸地域において地域循環システムの設定に向けて協議が始まる<br><br>◆協議会の設立により関係者の情報交換と事業者間の交流が始まる<br><br>・木質バイオマス発電2ヵ所の事業化支援<br><br>◆高知市と宿毛市の2ヵ所に木質バイオマス発電施設が整備され、固定価格買取制度による売電が始まる | ◆木質バイオマス利用には課題が多く、関係者個々での対応は困難<br><br>◆散発的に燃料供給施設整備、ボイラー導入が進むと非効率で広がりにくい<br><br>◆原木の増産にともない発生する林地残材の発電施設での活用などの対策が必要<br><br>◆発電に供する木質バイオマスの証明ガイドラインの適正な運用 | ◆○推進体制の強化 | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆◎需要側を中心とした集団化による効率的な事業展開（システム化による利用を促進） | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆★木質バイオマス発電の推進 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている<br>◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている |

**燃焼灰有効利用の推進**

県関係課：燃焼灰の自家利用のための手引きの策定と関係者への周知

県関係課：利用現場での実態を踏まえ、必要により手引きの見直しと関係者への周知を徹底、燃焼灰の有効利用の取り組み推進

**仕組みの検討**

県関係課：排出量取引など国内外の情報を把握し、有効な手法を検討

**普及促進への体制づくり**

木質バイオマスエネルギー利用促進協議会：参加者の拡大、協議内容等の拡充
県木材利用推進課、産地・流通支援課：上記協議会運営の支援

**地域循環利用の仕組みの構築**

安芸地域関係事業者：県内を先導するビジネスモデルとしての実践と検証
市町村：県と連携し事業者のサポートと補助事業による支援
県関係課：事業者のサポートと補助事業による支援

**地域循環利用の実践**

他地域関係者：先導的な事例の導入とアレンジにより地域にあった取り組みを実践
市町村：県と連携し事業者のサポートと補助事業による支援
県関係課：先導的事例のPRと他地域への展開

**集約型地域熱利用システムの検討**

県木材利用推進課：市町村と連携し候補地の選定

**集約型地域熱利用システムの実施**

事業実施者（市町村を含む）：具体的な事業の実施と検証
県木材利用推進課：事業実施を支援するとともに、事業実施者と連携して取組の検証

**木質バイオマス発電の検討**

事業者：木質バイオマス発電施設の検討、整備計画の作成
県関係課：再生可能エネルギーによる電力の固定価格買取制度の内容を踏まえ事業化に向けて事業体との調整、整備計画の作成支援

**木質バイオマス発電の推進**

事業者：木質バイオマス発施設の整備
県関係課：関係者間の調整及び補助事業による施設整備支援

事業者：木質バイオマス発電所の操業
県木材利用推進課：関係者と連携した発電事業の推進支援

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5. 防災拠点等への新エネルギーの導入促進<br>P185<br>別図（新エネ6）参照 | ◆東日本大震災を契機とした電力需給のひっ迫<br>・地域資源を活用した新エネルギー等の導入による低炭素社会の実現<br>◆地球温暖化対策税の施行<br>・国による地域の防災拠点等への再生可能エネルギー等の導入支援事業の創設<br>◆国の南海トラフ巨大地震による新想定の公表<br>・本県における甚大な被害想定が明らかとなる<br>・災害に強い新エネルギー等の自立・分散型エネルギーの導入の必要性<br>・対策のトータルプランとして「新行動計画」を策定 | ・国の補助金を活用し、グリーンニューディール基金を造成（H25年度、18億円）<br>・導入する公共施設の決定（H25年度、県有10施設、市町村等施設60施設）<br>◆民間施設事業の完了（1施設） | ◆設備導入費用の負担が大きい<br>◆一度の大量の防災拠点施設等への導入が困難<br>◆助成制度の周知徹底<br>◆国の動向などの情報収集<br>◆グリーンニューディール基金事業終了後の対応（H28年度以降の予算確保等） | ◆★防災拠点等に対する導入の支援 | | | | ○ | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | 防災拠点等に対する導入の支援 | | | | ◆新エネルギー発電設備等が県内の主な防災拠点において導入されている | ◆新エネルギー発電設備等が防災拠点において原則として整備されている |
| | 県新エネルギー推進課：設備・機器の導入支援 | | | | | |

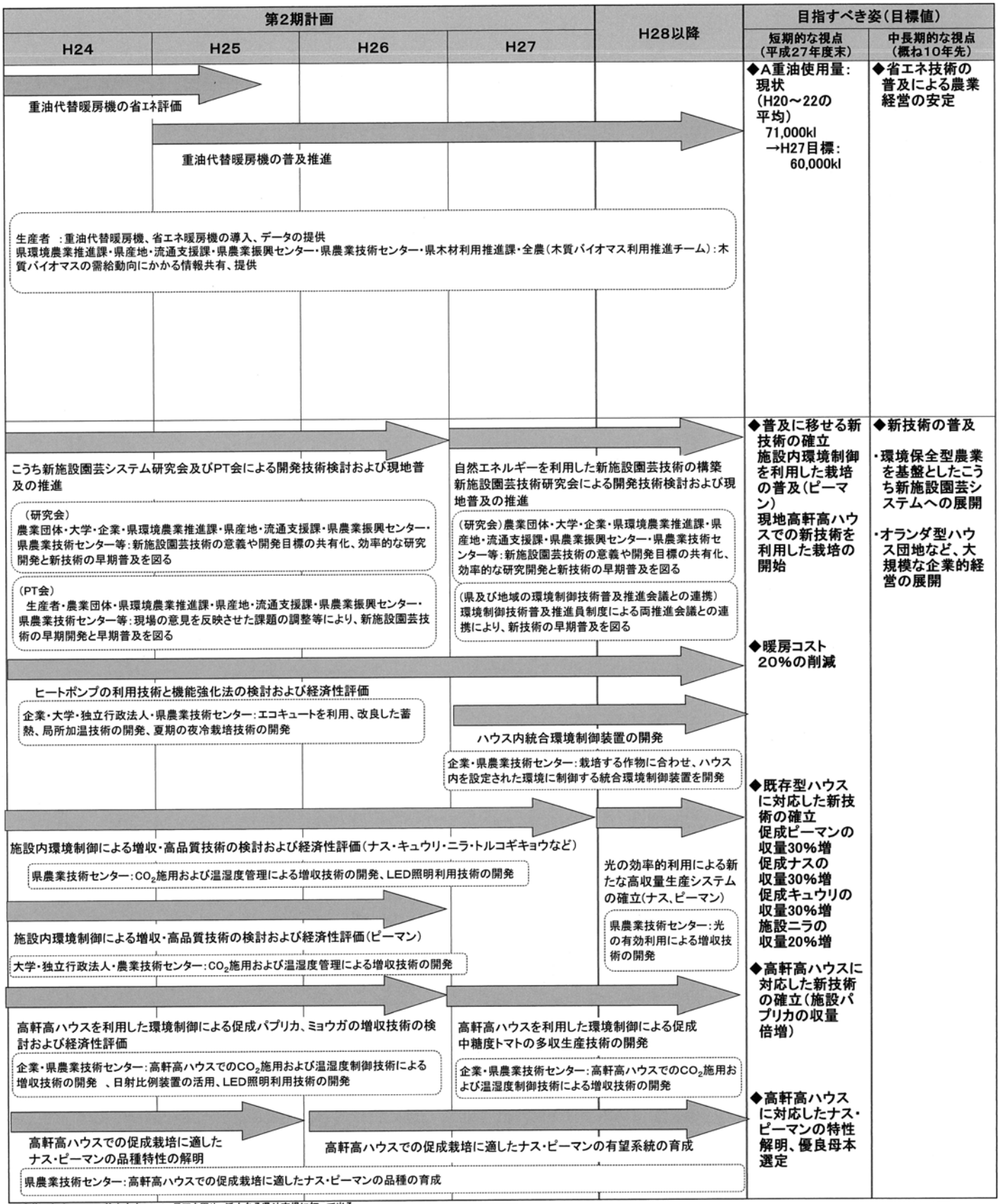
※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6. 農業分野での新エネルギーの有効活用<br>（1）省エネルギー対策支援 | ◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的<br>◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇<br>◆東日本大震災の影響も相まって、重油価格動向の先行きは不透明。化石燃料の削減については既に社会的な動きになっている | ・省エネルギー部会（平成20年度～）では、県内A重油使用量の削減を目標に、関係者で情報共有しながら省エネ対策を推進<br>◆園芸用A重油使用量<br>19年度：75,000KL<br>24年度：66,000KL<br>・ハウス内張被覆の多層化などの指導徹底<br>・耐低温性品種は中間母本育成中<br>◆事業活用による重油代替加温機の導入推進<br>バイオマスボイラー<br>20年度：7台<br>24年度：140台<br>25年度：167台<br>ヒートポンプ<br>20年度：206台<br>24年度：681台<br>25年度：1,791台 | ◆重油価格は80円/リットル以上で高止まり<br>◆省エネ対策として次の取組を継続的に行うことが必要<br>①省エネ推進に向けた意識啓発、②省エネ資材活用等の推進、③省エネにかかる施設・機械の計画的な導入 | ◆○重油代替暖房機の普及推進（木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ等） | | | ○ | | | |
| （2）新施設園芸システムの構築<br>P186<br>別図（新エネ7）参照 | ◆園芸産品の価格の低迷<br>◆重油などの生産コストが上昇とハウス施設が老朽化<br>◆農業者の高齢化や後継者不足<br>◆環境への配慮が求められ、CO2削減、化石燃料の使用量削減が必要 | ・新施設園芸技術研究会を立ち上げ、産官学の研究推進体制を整備<br>・研究成果、技術情報等の情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった<br>・生産現場と一体的な研究開発が加速した<br>・ピーマン、ナス、パプリカ等の増収効果が確認され、技術確立の目処が立った | ・オランダなどの先進的生産システムにおいて本県のような温暖地での環境制御による生産性の向上に関する事例が少ない<br>・本県に適合したシステムとして再構築を図り、強い競争力をもった園芸品を生産する必要がある | ◆新施設園芸技術の確立に向けた研究開発<br>○新施設園芸技術研究会による開発支援<br>★施設内環境制御技術の開発推進<br>★新施設園芸技術の普及推進に向けての検討<br>○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究<br>○施設内環境制御技術に関する研究<br>○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発<br>★オリジナル品種の育成 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 7. 新エネルギー関連産業の育成 | ◆全国一の森林率、全国トップクラスの日照時間、豊富な降水量など、恵まれた自然条件を有している<br><br>◆固定価格買取制度が施行され、新エネルギーの導入が加速化している<br><br>◆地域の資源を地域で活かしきる取り組みが必要 | ・新エネルギー産業交流会の開催 | ◆新エネルギー関連産業育成体制構築 | ◆新エネルギー関連産業づくり体制の構築<br><br>★産学官連携による推進体制の整備<br><br>★新エネルギー関連の企業等との情報交換<br><br>★新エネルギー関連の企業等との情報交換 | | | | ○ | | |
| P182<br>別図（新エネ3）参照 | ◆県内で、小水力発電関連機器の開発に関心を持っている企業もある | ・県産振センターによる開発支援 | ◆小水力発電の水車発電機は汎用装置が少なく、それぞれの導入地の条件にあわせた設計が必要 | ◆小水力発電関連機器開発支援<br><br>○県内企業による水車発電機の開発への支援 | | | ○ | | | |
| | ◆県内には太陽光発電関連企業が立地している | ・太陽光発電関連企業の誘致 | ◆工業集積が脆弱である | ◆太陽光発電関連企業の集積<br><br>○太陽光発電関連産業の誘致 | | | ○ | | | |
| | ◆県内の企業では、小型の風力発電機器（太陽光発電併設型街路灯用）の製造が行われている<br><br>◆大型の機器（1,000kWクラス）や小型（10kW未満）の風力発電機器は、国内メーカーでも製造されているが、普及型の中型（10～100kW）機器は殆どない | ・小型の機器を製造販売する県内企業により、中型（20kW以上）の機器の開発研究が行われている | ◆普及型の中型機器の製造はあまり行われていないが、県外大手企業が参入した場合、安価な外国部品の活用などで製造コストの競争が厳しくなる<br><br>◆商品開発には、部品などの製造コストに加え、機器の試験など経費負担が大きい | ◆風力発電の機器普及<br><br>○県内企業による機器の普及 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆産学官連携による新エネルギー関連の商品開発がされている | ◆新エネルギー関連産業の集積の兆しがある |
| 産学官連携による推進体制の整備<br>新エネルギー関連事業への参画事業者の掘り起こしや、人材の発掘等を行い、新エネルギー関連産業のシーズの発掘等を行う | | | | | | |
| 新エネルギー産業の交流会の実施<br>専門家を招へいしての勉強会の実施（市場、技術、動向の把握）、参画企業の掘り起こしを行う | | 有望技術のピックアップ、県内企業・大学等マッチング | | | | |
| 新エネルギー関連の企業等との情報交換<br>新エネルギーに関連する企業等と、随時情報交換を行う | | | | | | |
| | | | | | ◆小水力発電関連機器の開発、製造に県内企業が携わっている | ◆小水力発電機の県外需要が高まり、県内企業の県外への販売（地産外商）が増加している |
| 県内企業による水車発電機の開発への支援<br>県関係課、大学、県内企業等：水車発電機の開発に関する研究会を開催し、県内企業による水車発電機の開発を連携して支援 | | 県内企業：水車発電機の開発<br>県、大学：県内企業による水車発電機開発の支援<br>（ステップ1）オーダーメイドでの安価で信頼性の高い製品の開発<br>（ステップ2）汎用型化によるコストダウン | | | | |
| 太陽光発電関連産業の誘致<br>本県に立地している太陽光発電関連企業と連携した関連産業企業の誘致 | | | | | | |
| | | | | | ◆県内企業による風力発電の中型機器が開発され県内での導入が行われている | ◆開発された機器が県外へも普及し、地産外商が進むことによる県内での経済波及効果が現れている |
| 機器の普及<br>県内企業：開発した機器の販売、県内への導入 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 太陽光発電の導入促進（大規模太陽光発電）

別図（新エネ1）

## 現状

◆本県は全国トップクラスの日照時間

◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成26年8月末現在）
メガソーラー　99件　456,957kW
出典：資源エネルギー庁公表資料

◆県内の民間企業によるメガソーラー発電事業が始まっている

◆ＲＰＳ法（※）認定の11kW以上の設備（平成24年1月末現在）
99件 3,518kW　出典：四国経済産業局発行「新エネアイランド四国平成24年版」

※電気事業者による新エネルギー等の利用に関する特別措置法（Renewables Portfolio Standardの略）
電気事業者に対して、毎年度、販売電力量に応じて一定割合以上の新エネルギーから発電される電気の利用を義務付けるもの

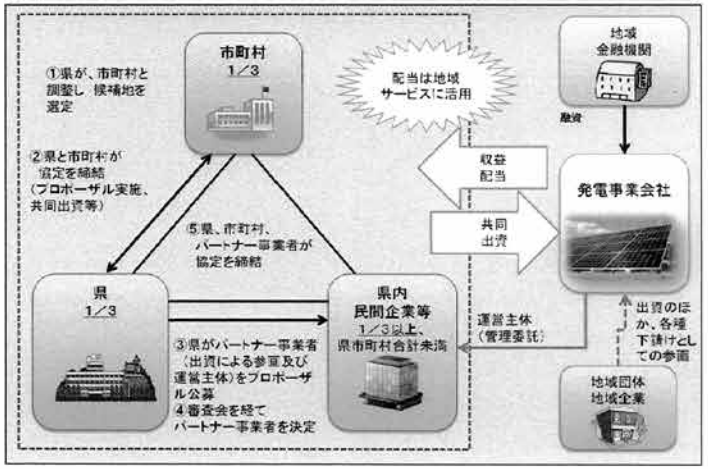
## 大規模太陽光発電導入の主な課題

◆全国トップクラスの日照時間を十分に活用していない
◆再エネ発電事業で得られるメリットを地域内に最大限還流することが必要
◆場所によっては電力会社への接続が困難な場合や、費用負担が大きい場合がある
◆発電所の建設には相当規模の用地が必要となり、適地が限られている
◆固定価格買取制度の優遇期間である３年間経過後の買取価格が不透明であるため、スピード感をもって取り組む必要がある

## 導入のための対策

◆県内企業や地元資金を活用した地域主導型による導入の促進
◆地元企業によるノウハウの蓄積　◆未利用地等の活用

## こうち型地域還流再エネ事業スキーム




## 導入のメリット

【地域のメリット】
・固定資産税収入
・建設時雇用
・保守管理業務への雇用

【事業者のメリット】
・売電収入
・環境貢献

## 具体的な対応策

こうち型地域還流再エネ事業スキームの推進
（固定価格買取制度の活用）

送電網の増強、農地法等の規制緩和に向けた提言

# 太陽光発電の導入促進（中小規模太陽光発電）

別図（新エネ2）

## 現状

◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成２６年８月末現在）
10kW未満（住宅用）　5,０１４件　２３,９８６kW
10kW以上1,000kW未満　4,５４８件　１８９,５０４kW
出典：資源エネルギー庁公表資料

◆住宅用太陽光発電は、国の補助金の再開や発電電力の買取価格の充実により県内でも増加している

◆中規模太陽光発電の適地が少ないための導入が遅れている

◆県外では公共施設の屋根貸しの導入が進んでいる

◆ＲＰＳ法認定の10kW以下の設備
・平成22年度末　4,749件　導入率2.12%
出典：四国経済産業局発行「新エネアイランド四国平成24年版」

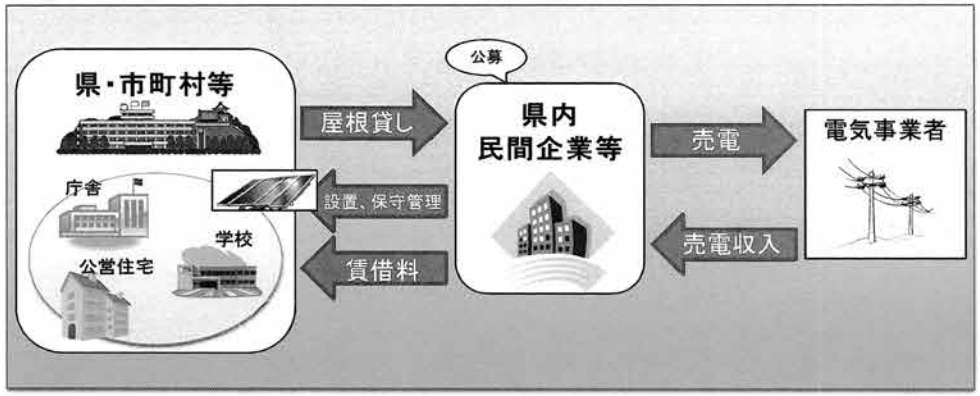
## 中小規模太陽光発電導入の主な課題

◆中規模の発電所を建設できる適地が少なく、固定価格買取制度のメリットを活かしきれていない
◆民間施設の屋根借りは、借りる側、貸す側ともにリスクが大きい
◆初期費用の負担が大きい

## 導入のための対策

◆公共施設の屋根貸しの検討
【屋根貸しの課題】
・建物の耐震性、施工性の判断
・雨漏りのリスク
・長期貸付における事業継続のリスク　など

## 公共施設の屋根貸し方式による太陽光発電事業のイメージ



## 導入のメリット

【自治体のメリット】
・屋根使用料収入
・固定資産税収入
・環境貢献

【事業者のメリット】
・売電収入
・環境貢献
・屋根を長期で借りられる

## 具体的な対応策

公共施設の屋根貸しによる導入の促進

建築基準法等の規制緩和に向けた提言

# 小水力発電の導入促進

別図（新エネ3）

## 現状

◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成26年8月末現在）
2件　266kW　出典：資源エネルギー庁公表資料

◆国土交通省による水利権等の規制緩和により水利使用手続きの簡素化などが進められている

◆RPS法認定の県内の既存施設
・電気事業者 5箇所（合計 2,346kW）
・大川村　60kW　・椿原町　53kW
その他、県内では小規模な設備の活用実績がある
（香美市、馬路村）

◆小水力発電関連機器の開発に関心を持っている県内企業がある

## 小水力発電導入の主な課題

◆全国トップクラスの豊富な降水量を小水力発電に生かしきれていない
◆建設単価が高い
◆採算の合う適地の選定が難しい
◆水利権等の法的手続きが複雑
◆小規模の水車発電機は汎用装置が少なく、それぞれの導入地の条件にあわせた設計が必要

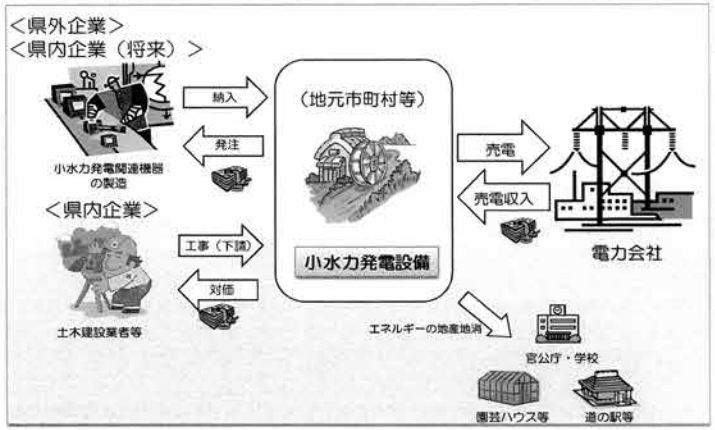
## 導入のための対策

◆採算性の確保
・県内適地での事業化可能性の研究
◆県内市町村等に対する技術的支援
◆河川法の規制緩和に向けた提言

## 機器開発のための対策

◆県内企業による水車発電機開発への支援

## 小水力発電活用のイメージ




## 導入のメリット

【地域・個人のメリット】
・未利用資源の有効活用
・エネルギーの地産地消
・コミュニティの再生

○県内企業の関連産業への参入
→県外市場への参入拡大

## 具体的な対応策

小水力発電導入に向けた調査・検討
・地蔵寺川発電所（仮称）の建設

県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術支援
小水力発電市町村支援事業

県内企業による水車発電機開発への支援

河川法における水利権等事務手続きの簡素化の提言

# 風力発電の導入促進

別図（新エネ4）

## 現状

◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成２６年８月末現在）
1件　35,000kW　出典：資源エネルギー庁公表資料

◆電力品質の安定供給のため、新たな風力設備の接続を制限する電力会社による系統連系（買取）枠が設定されている

◆出力10,000kW以上の場合には、環境影響評価が義務付け

◆５事業者により、７箇所、４０基、36,450kWによる発電事業が行われている（うち、公営のものは県公営企業局3箇所５基2,950kW、椿原町1箇所2基1,200kW）

◆風の強さを示した風況マップ（NEDO）によれば、県内に適地（風速6m/s以上）がある

◆小規模から100kWまでの中型の機器を製造する国内の企業は少ない

◆国による洋上風力発電の実証研究が開始された

## 風力発電導入の主な課題

◆県外資本により建設された場合、地元で資金が還流しない
◆環境影響評価が義務付けられたため、電力会社への系統連系枠の確保に時間を要する
◆小規模の場合は、採算性の確保が難しい
◆関係者との合意形成に時間を要する
◆発電機器の開発には、部品などの製造コストに加え、製品試験などの経費負担が大きい

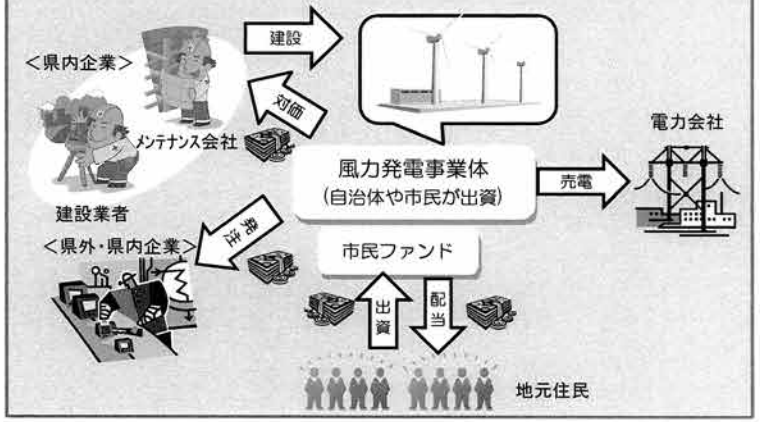
## 導入のための対策

◆地元への波及効果の拡大
◆具体的な事業実施に向けた取組

## 新たな分野への挑戦

◆洋上風力発電の検討

## 自治体出資（運営）や市民出資による事業イメージ



## 導入時のメリット

【地域のメリット】
・固定資産税収入
・建設時の雇用
・保守管理業務の雇用

【事業者のメリット】
・売電収入
・地域貢献

## 具体的な対応策

市町村による出資や一部単独運営などに向けた検討

希望事業者等からの導入の提案や相談への対応

地元の漁協、自治体、事業者等を対象とした洋上風力発電導入に向けた勉強会の開催

別図（新エネ5）

# 戦略の柱４．木質バイオマスの利用拡大

## １．これまでの取組みにより着実に前進

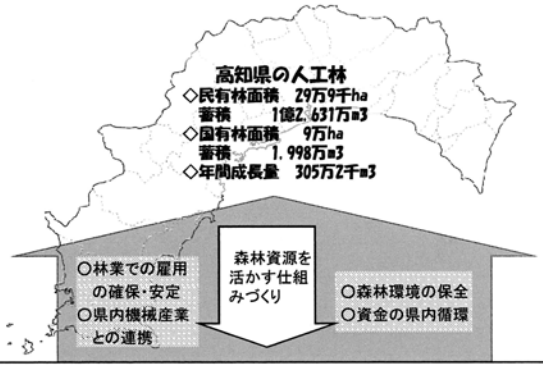
**「木質バイオマスボイラー導入状況」**
**基金事業を活用し木質バイオマスボイラーが大幅に増加**

◆合計台数　208台 【（H25年度末】
◆分野別の割合
- ・園芸施設　169台（81%）
- ・冷暖房施設　10台（ 5%）
- ・温泉施設　15台（ 7%）
- ・その他（養鰻施設等）　14台（ 7%）

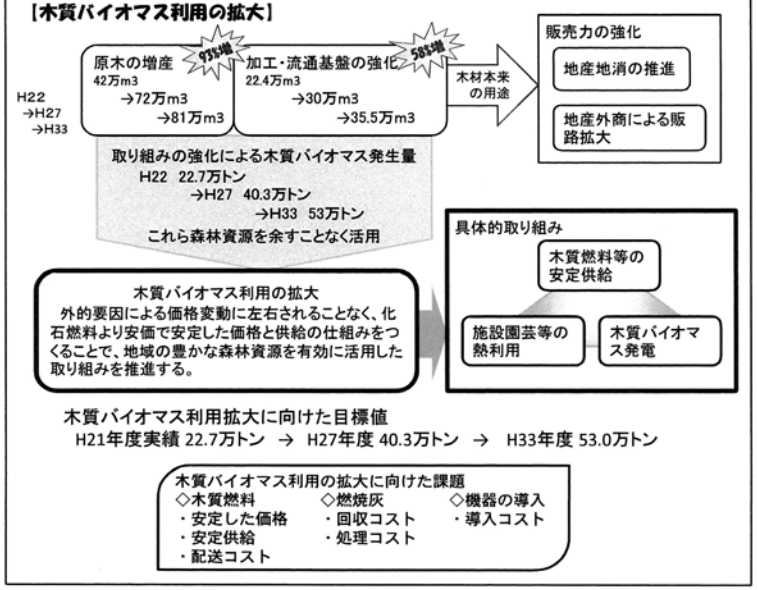
**「木質バイオマス燃料の県内供給状況」**
◆ペレット製造施設
6個所（生産可能能力10，700t）
◆燃料用チップ製造施設
3個所
◆燃料用おが粉製造施設
1箇所

**「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取り組み状況」**
◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
・平成25年度実施量　約4万トン

## ２．林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方




**高知県産業振興計画**
**【木質バイオマス利用の拡大】**



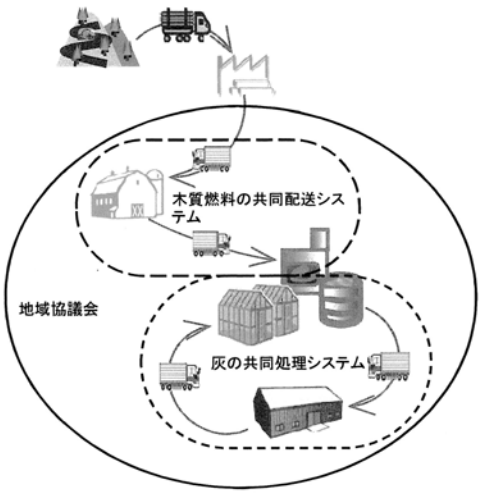

木質バイオマス利用拡大に向けた目標値
H21年度実績 22.7万トン → H27年度 40.3万トン → H33年度 53.0万トン

木質バイオマス利用の拡大に向けた課題
- ◇木質燃料
  - ・安定した価格
  - ・安定供給
  - ・配送コスト
- ◇燃焼灰
  - ・回収コスト
  - ・処理コスト
- ◇機器の導入
  - ・導入コスト

## ３．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）

### ア、効率的な事業展開

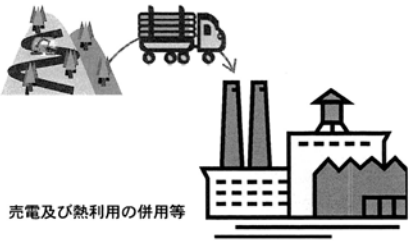
◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討




◆集約型地域熱利用の可能性を調査

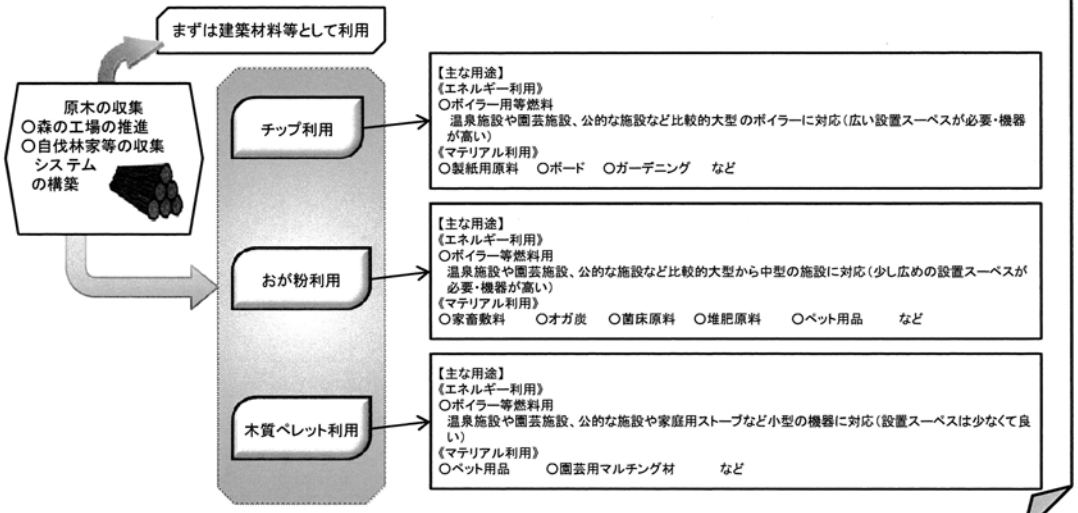
### イ、木質バイオマス発電

◆木質バイオマス発電の推進




### ウ、総合カスケード利用に向けた新たな展開

◆多様な用途への対応を考慮した総合カスケード利用の検討と供給体制の整備



# 防災拠点等への新エネルギーの導入促進

別図（新エネ6）

## 現状

◆高知県版の南海トラフ巨大地震の震度分布及び津波浸水予測が公表された

◆最大クラスの津波からも命を守ることができるように、県をあげて地域の防災拠点施設や避難所の整備等に最優先で取り組んでいる

◆災害時等の非常時に必要なエネルギーの確保のため、非常用自立電源の整備が求められている

## 主な課題

◆災害時等の非常時に必要なエネルギーを確保するための新エネルギーや蓄電池など設備の導入費用の負担が大きい

◆新エネルギーを導入している防災拠点施設等は１割程度

◆一度の大量の防災拠点施設等への導入が困難

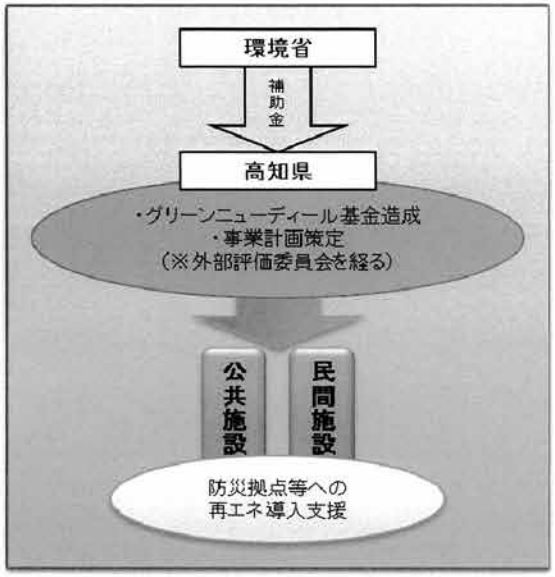
## 対策

◆防災拠点施設等に対する設備導入の支援

## 具体的な対応策

グリーンニューディール基金を活用した
新エネルギーの導入促進

## 基金事業スキーム



## 導入時のメリット

【メリット】
・災害時等の停電時の電力確保
・平常時の電力使用

別図（新エネ7）

# 先進的技術を導入した新施設園芸技術開発事業

## これまでの取り組み成果

○促成ピーマンにおいてヒートポンプ（エコキュート）利用による局所加温の効果を確認
○ヒートポンプエアコン（冷房機能）の高温期夜冷によりオリエンタル系ユリの高品質化が可能であることを確認
○高軒高ハウスのパプリカにおいて、オランダ型温度管理と循環型養液栽培による増収効果を確認
○ミョウガにおいて、炭酸ガス施用による増収効果を確認
○ピーマン、ナスで炭酸ガス施用による増収効果を確認
○LED照明利用による光質の差がトルコギキョウの生育に影響を与えることを確認

## 今後の方向

○高軒高ハウス
・ハイワイヤー栽培による収量増
・環境制御による高品質高収量生産
・高軒高用品種の育成（ナス・ピーマン）

○既存ハウス
・温湿度制御技術の確立
・日射比例かん水装置の活用
・高温期の昇温抑制技術の確立
・炭酸ガス施用による増収
・局所加温技術の開発
・統合環境制御装置の開発

## オランダ型施設栽培システムの理論を導入した新施設園芸技術の開発

### 平成27年度の研究内容

○高軒高ハウス
◆研究課題
・高軒高ハウスでの促成栽培に適したナスおよびピーマン有望系統の育成（平成26～30年度）
・高軒高ハウスを利用した環境制御による促成中糖度トマトの多収生産技術の開発（平成27～29年度）

○既存ハウス
◆研究課題
・環境制御による促成ナス・キュウリの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
・電照及び炭酸ガス施用によるニラの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
・ハウス内統合環境制御装置の開発（平成27～28年度）
・促成作型における高温期の昇温抑制技術の確立（平成27～29年度）
・ヒートポンプエアコンによる低コスト夜間冷房技術の開発（平成26～28年度）
・トルコギキョウの2～3月出し栽培における炭酸ガス施用による高品質安定生産技術の開発（平成27～29年度）

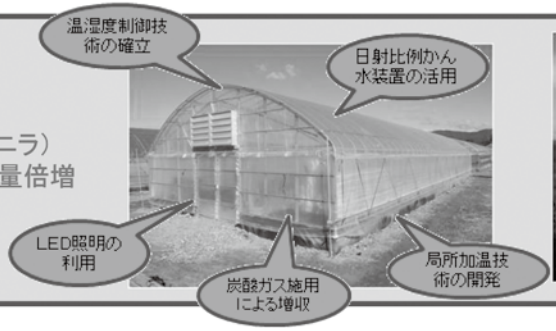
### 産官学連携体制の整備

**新施設園芸技術研究会**

○設立の目的：システム開発への取り組みへの支援、開発目標の共有化、研究計画や成果の検討
○研究会構成員
高知県：環境農業推進課、産地・流通支援課、農業技術センター、工業技術センター、農業振興センター等
大　学：高知大学、高知工科大学
農業団体等：JA高知中央会、全農高知県本部、園芸連、民間企業（施設園芸関係）等

### 平成27年度までの達成目標

① 既存型ハウスでの収量30%増（ピーマン、ナス、キュウリ）
② 既存型ハウスでの収量20%増（ニラ）
③ 高軒高ハウスの養液栽培での収量倍増（パプリカ）
④ 暖房コスト20%削減
⑤ CO2排出量50%以上削減



→ 現場への普及

# Ⅰ　産業間の連携戦略

## 3　産学官連携による力強い産業の礎を築く

# 産学官連携による力強い産業の礎を築く

## 高知県産学官民連携センター

~「高等教育機関の知見・活力」・「永国寺キャンパス内に設置」を活かし
県勢浮揚を目指す“３つの(つながる)拠点機能”~

- 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

### 産学官連携会議

❒県内の産学官連携を強化し、相互の情報共有や交流を促進するとともに、科学技術を活用した新産業の創出などを目指す
❒大学等のポテンシャルを活かした産学官共同研究や人材育成などを推進し、本県の産業振興や地域の活性化に寄与する

### 個別課題に応じたプロジェクトチームを設置

食品の機能性表示プロジェクト　等

### 事業構想（仮説）の可能性の検証

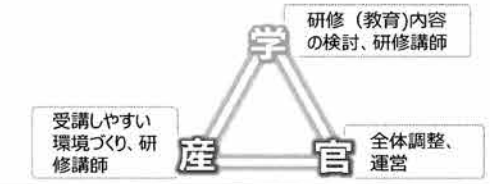
❒高知県産学官民連携センターの人材育成研修・交流事業で出てきた事業化構想の目利き、助言・アドバイス等
❒フィージビリティスタディ（ＦＳ）補助金

### 共同研究への重点支援

❒産学官連携産業創出研究推進事業
（育成研究支援、中期テーマ研究支援）

### 産業人材の育成

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）**




## 県内外の英知を導入し、イノベーションを創出

- 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
- 県の産業振興関係部局：産業振興推進部／農業振興部／商工労働部／林業振興・環境部／観光振興部／水産振興部／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

## 産業成長戦略の概要（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は多くありません。こうした本県の弱みを補うため、産学官連携により「産」の持つ技術やノウハウ、「学」の持つ智恵や研究開発力、「官」（行政）の持つ資金やネットワークを連携させることによって、地域資源の強みを生かした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ため、次の取組を行います。

### ○産学官民が連携し、県内外の英知を導入する「高知県産学官民連携センター」の開設

新たに、「高知県産学官民連携センター」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。

センター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。

### ○産業や地域を支える人材の育成

第2期産業振興計画では、全国一学びの機会が多い県を目指して、大学や産業団体等と協働して策定した産業人材育成プログラムに基づき、ビジネスに必要な幅広い分野の内容について、基礎知識から応用・実践力までまるごと身につけていただける研修「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐 MBA）」を実施し、身近な場所で受講できる仕組みを整えるとともに、受講者の学びのステップアップを促進したり、様々な支援施策に橋渡ししたりするために相談員を配置し、受講生へのフォローアップを行っています。

研修の実施にあたっては、「産」は受講しやすい環境づくりや研修講師を、「学」は研修内容の検討や研修講師を、「官」は全体調整や運営を担当することにより、産学官が連携して効果的な研修プログラムの実現を図り、本県の産業や地域を支える人材の育成を進めていきます。

### ○産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進

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強い産業の礎を築く】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．県内の産学官が一堂に集まり、連携した取組を進める仕組みづくり | ◆永国寺キャンパスを社会貢献する「知の拠点」と位置づけ、その機能を果たすための整備について検討 | ・高知県産学官民連携センターの開設準備<br><br>◆永国寺キャンパス内に産学官民連携センターを開設（H27.4～） | ◆高知県産学官民連携センターの取組周知及び事業への参加を促進する<br><br>◆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 | ◆産学官民連携による産業振興などの推進<br><br>★産学官民連携に向けたワンストップ窓口の設置<br><br>★事業化に向けた支援プログラムの実施<br><br>★県内外の知恵や人材等を活用した産学官民連携の推進<br><br>○土佐MBAによる産業人材育成の推進 | | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| | ◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に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は多くない<br><br>◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められていた | ・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された<br><br>・中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の実施により具体的な共同研究が開始された<br><br>◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された<br><br>◆中期テーマ研究推進事業（H23採択研究）は、特許出願により独自の技術の確立や新たな研究につなげる動きがある<br><br>◆来年度の製品販売を予定する企業や新たに製品化を目指す県内企業が出現するなど、事業化の動きが着実に進みつつある | ◆産学官連携会議による共同研究の創出<br><br>◆産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化<br><br>◆中期テーマ研究開発事業の進捗管理 | ◆産学官連携による新産業の創出<br><br>○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進<br><br>◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進<br><br>◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進<br><br>◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣 | | | ○ | ○ | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | （仮称）産学官民連携センターの設置検討及び準備<br>県文化推進課：関係機関との調整<br>各大学等：各機関の取り組み等をふまえた協議への参加<br>経済団体等：活用方法等ニーズをふまえた協議への参加 | | 高知県産学官民連携センター開設<br>県産学官民連携センター：相談窓口の設置、交流事業、産業人材育成研修等の実施 | | ◆高知県産学官民連携センターの取組が周知され、県内外の英知を導入した産業人材育成研修等へ、本県の産業や地域の担い手などが参加 | ◆本県の産学官民がつながり、コミュニケーションを深め、知の創造、産業や地域のイノベーションを促進する |
| 産学官連携会議の開催<br>県新産業推進課：産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る | | | | | ◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている<br>・産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数3件以上 | ◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究の中から、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている<br>◆産学官間連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している |
| 産学官連携会議分野別テーマ部会の活動<br>県新産業推進課：分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する | | | 産学官連携会議プロジェクトチームの活動<br>新たな機能性表示制度など、個別課題に応じたプロジェクトチームを設置して取組を推進する | | | |
| 中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の推進<br>県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる | | | | | | |
| | 医療関連分野専門家の派遣<br>県新産業推進課：専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る | | | | | |
| 新事業創出支援チームの活動<br>県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取り組みの推進 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進<br><br>（1）事業化を促進する支援制度の一層の活用 | ◆製造品出荷額等は、H7年（7,055億円）をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい<br>・H18年　5,498億円<br>（全国46位）<br>・45位（鳥取）<br>1兆346億円、<br>47位（沖縄）5,280億円<br>※H19年工業統計<br>（速報）<br><br>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人<br>全体の47%<br>〃　100人以上<br>全体の 3%<br><br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人<br>全体の 6%<br>〃　100人以上<br>全体の49% | ・成長が期待され潜在力のある4つの分野（食品、天然素材、環境、健康福祉）ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援<br>会員数<br>361社（H27.2末）<br><br>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた<br><br>プラン<br>65件（H21～H27.2）<br>販売金額<br>17.7億円（H21～H26.9）<br>新規雇用<br>104人　（H21～H26.9） | ◆マーケットイン視点での事業の見直し<br><br>◆マーケットイン視点でプランの精度を上げる<br><br>◆PDCAを働かせ、プランの検証・再構築を実施する仕組みづくり<br><br>◆より早期の成約に結び付ける工夫を加速<br><br>P510<br>別図（商工9）参照 | ◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援<br><br>★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br><br>★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施<br><br>★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起<br><br>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化 | ○ | ○ | | ○ | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 成長分野での事業化促進 | | | | | ◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している<br><br>・事業化プラン認定件数　60件（H24～H27）<br><br>・販売金額　100億円（H24～H27）<br><br>・新規雇用　110人（H24～H27） | ◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される<br><br>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている |
| 県工業振興課、県新産業推進課：即戦力の会員づくり<br>・個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化<br>・力のある企業の研究会活動への加入促進とマッチング<br>・より大きく飛躍するために販促を中心としたプランの検証と再構築を実施<br>・研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化<br>・新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援 | | | | | | |
| | | | 県工業振興課、県新産業推進課：<br>・研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br>・研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施バイヤーを招いた個別相談会を等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起 | | | |
| 県工業振興課、県新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、ものづくり産業強化事業費補助金制度の実施 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進<br><br>(2)生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進 | ◆平成元年より産学官が連携した共同研究や個別の研究を実施してきた<br><br>◆様々な分野で研究が実施され、事業化された商品もあるが、研究が一巡し、今後の研究の方向性について、再検討が必要な状況にある | ・新分野に向けての研究開発動向の把握<br><br>・従来の研究内容の調査及び見直し<br><br>・新たな研究者や関係機関との関係構築及び共同研究の実施<br><br>・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施<br><br>◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野への予備試験や各種研究を開始した | ◆幅広い分野での研究に対応するため、これまで以上に、大学や企業などとの共同研究が必要となっている<br><br>◆地元での事業化の検討が必要となっている | ◆海洋深層水の新たな分野への展開と地元企業の事業化支援<br>＜新たな利用分野への展開＞<br>○推進中の共同研究の成果を出す<br><br>○取組が有望と思われる研究の検討<br><br>◎県内での事業化を検討<br><br>◎高付加価値商品等への利用法検討<br><br>＜従来の研究成果を見直して再チャレンジ＞<br><br>★新技術利用での研究進展により事業化へつなげる<br><br>★他地域での研究成果や埋もれたシーズを県内で再度研究し、今後の事業化につなげる<br><br>＜地元企業や関係機関への事業化支援＞<br><br>○水産物の陸上養殖<br><br>★新技術利用の検討 | | | ○ | ○ | | |
| | | | | ◆食品加工のさらなる促進試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援<br><br>★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br><br>★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施<br><br>★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起<br><br>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化 | ○ | ○ | | | ○ | |
| | | | | ◆産学官連携による新商品の開発を支援<br><br>○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援 | ○ | ○ | | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 新たな利用分野への展開<br>県海洋深層水研究所：<br>・産学官連携による新たな共同研究の推進（県内外企業、大学、公設試等との連携）<br>・今後有望視される研究シーズの検討（冷熱エネルギー、有用資源、微細藻、健康、医療、深海微生物等）<br>・共同研究成果の事業化検討<br>・補助制度活用の検討 | | | | | ◆研究の進展により、海洋深層水の利用用途が拡大して再度注目される資源となっている<br>◆海洋深層水を利活用した新たな産業化が進みつつある<br>◆地元企業や関係団体の新たな事業化が進んでいる | ◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している<br>◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている |
| 従来の研究成果を見直して再チャレンジ<br>県海洋深層水研究所：<br>・事業化が有望視される研究シーズの洗い出し<br>・研究者や関係機関との新たな共同研究への検討<br>・補助制度活用の検討 | | 共同研究の実施<br>県海洋深層水研究所：<br>新たな共同研究の推進・成果の事業化 | | | | |
| 地元企業や関係団体への事業化支援<br>県海洋深層水研究所：<br>・事業化のための予備試験及び技術支援の実施（スジアオノリ、トコブシ、アマノリ、コンブ類　他）<br>・補助制度活用の検討<br>・事業化後の技術支援実施 | | | | | | |
| 食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援<br>県工業技術センター：<br>・食品関係企業・団体への商品開発等支援<br>・品質管理技術の高度化支援<br>・食品加工特別技術支援員による商品開発の推進<br>・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決 | | | | | | ◆自立した商品開発ができ、外商で本当に売れる企業へ |
| 産学官連携による共同研究の実施<br>県内大学、企業等：外部資金等も活用しながら共同研究を実施し、新たな事業の創出を図る＜県工業技術センター＞<br>県内大学、企業等：紙、不職布分野での共同研究を実施し、その成果の事業化を図る＜県紙産業技術センター＞<br>県内大学、企業等：海洋深層水の資源特性を生かした共同研究を実施し、様々な分野での産業利用を図る＜県海洋深層水研究所＞ | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進<br><br>（2）生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進 | ◆平成元年より産学官が連携した共同研究や個別の研究を実施してきた<br><br>◆様々な分野で研究が実施され、事業化された商品もあるが、研究が一巡し、今後の研究の方向性について、再検討が必要な状況にある | ・新分野に向けての研究開発動向の把握<br><br>・従来の研究内容の調査及び見直し<br><br>・新たな研究者や関係機関との関係構築及び共同研究の実施<br><br>・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施<br><br>◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野への予備試験や各種研究を開始した | ◆幅広い分野での研究に対応するため、これまで以上に、大学や企業などとの共同研究が必要となっている<br><br>◆地元での事業化の検討が必要となっている | ◆○県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 | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆○試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの連携 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 研究会の開催による検討<br><br>県地域農業推進課：農産物機能性成分活用研究会を設置<br>高知県産主要農産物の持つ機能性成分に着目し、その活用により農産物の付加価値向上が期待され、有利販売へと繋がる品目や新たな機能性が期待される成分や品目について（実務担当者レベルで）継続的に検討し、具体的な成分、品目について絞り込みを行うとともに、絞り込まれたものについて、具体的な試験研究機関段階での情報共有、方向性の確認、付加価値向上に寄与する表示・PR戦略の検討、実践を行う | | | | | ◆県産農産物が特異的にもつ機能性成分により有利販売につながっている | ◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化 |
| 農産物の高品質・安定・多収技術の開発、IPM等新たな技術開発<br><br>試験研究機関：高知大学との企画連連携会議の開催、<br>こうち新施設園芸システムの開発<br>気候変動適応推進プログラム等データの相互共有<br>果樹協議会等生産者組織及びJA等加工流通業者との技術情報交換<br>民間企業開発技術の活用による技術開発 | | | | | ◆魅力ある商品づくりが進められている<br><br>・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくり | ◆魅力ある商品の生産拡大<br><br>・高品質な農産物の生産拡大による農家所得の向上 |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進<br><br>（2）生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進 | ◆試験研究機関を中心として、各産業分野の生産や販売、製品化に結びつく技術開発や調査分析を支援 | ・試験研究機関を中心とした研究開発、技術開発、調査分析、技術支援等<br><br>◆補助事業等も活用した、研究開発、技術開発、販路開拓、マーケティング、施設整備等への支援<br><br>・新施設園芸技術研究会を立ち上げ、産官学の研究推進体制を整備<br>・研究成果、技術情報等の情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった<br>・生産現場と一体的な研究開発が加速した<br>・ピーマン、ナス、パプリカ等の増収効果が確認され、技術確立の目処が立った | ◆生産物や製品の競争力向上 | ◆新施設園芸技術の確立に向けた研究開発<br><br>○新施設園芸技術研究会による開発支援<br><br>★施設内環境制御技術の開発推進<br><br>★新施設園芸技術の普及推進に向けての検討<br><br>○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究<br><br>○施設内環境制御技術に関する研究<br><br>○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発<br><br>★オリジナル品種の育成 | | | ○ | | | |
| | ◆森林資源は成熟しつつある<br><br>◆県産材の生産（資源の活用）は依然として低調<br><br>◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞 | ◆森の工場での生産性などは工場以外に比べ効率的になった | ◆大型製材工場の進出に伴い、木材の安定供給が間伐だけでは十分でない<br><br>◆効率の高い生産システムを稼働させるための路網や機械装備が不足している<br><br>◆効率的な生産システムを使いこなすノウハウが不十分 | ◆地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入を促進<br><br>○林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援<br><br>○効率的な路網や架線集材などの普及<br><br>○事業体の作業システム改善に向けた支援 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進<br><br>（2）生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進 | ◆試験研究機関を中心として、各産業分野の生産や販売、製品化に結びつく技術開発や調査分析を支援 | ・試験研究機関を中心とした研究開発、技術開発、調査分析、技術支援等<br><br>◆補助事業等も活用した、研究開発、技術開発、販路開拓、マーケティング、施設整備等への支援 | ◆生産物や製品の競争力向上 | ◆小水力発電関連機器開発支援<br><br>○県内企業による水車発電機の開発への支援<br><br>P182<br>別図（新エネ3）参照 | | | ○ | | | |
| | （漁業調整）<br>◆各種漁業間の紛争が存在する一方で就業者が減少・高齢化<br><br>◆漁業制度と漁業実態が部分的に不調和<br><br>◆漁業の効率化に制約<br><br>◆資源の持続的利用に支障 | 【さんご漁業】<br>・H24.3から資源管理措置を盛り込んだ新たな内容で許可<br><br>◆宝石サンゴの持続的な利用を目指した資源管理を開始<br><br>・宝石サンゴ資源の持続的利用のため、潜水艇による資源生態調査、県調査船による海洋観測及び海底地形調査を実施 | ◆本県のサンゴ漁業の資源管理に対する諸外国の理解の促進 | ◆○宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ◆各産業分野の生産や販売活動を支援する技術開発や調査分析の推進 | | | | | ◆各産業分野の生産や販売活動を支援する技術開発や調査分析の推進 | ◆県内産業の競争力強化 |
| 県内企業による水車発電機の開発への支援 | | | | | | |
| 県関係課、大学、県内企業等：水車発電機の開発に関する研究会を開催し、県内企業による水車発電機の開発を連携して支援 | | | | | | |
| | 県内企業：水車発電機の開発<br>県、大学：県内企業による水車発電機開発の支援<br>（ステップ1）オーダーメイドでの安価で信頼性の高い製品の開発<br>（ステップ2）汎用型化によるコストダウン | | | | | |
| ◆適正な資源管理手法の確立<br>◆CITES・COP16・17での規制提案の否決 | | | | | ◆適正な資源管理手法の確立<br>◆CITES・COP16・17での規制提案の否決 | ◆適切な管理による宝石サンゴ資源の持続的利用 |
| 宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組 | | | | | | |
| 漁業者、漁協：資源調査への協力と資源管理の実践<br>県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する漁業資源調査<br>県漁業管理課：資源調査の結果や漁獲状況に応じて許可要件の見直しを検討 | | | | | | |
| 高知大学等：宝石サンゴの持続的利用のための資源管理技術を開発するために調査研究を実施（H22～24） | | | | | | |
| CITES・COP16・17を見据えた集中的な取組 | | | | | | |
| 漁業者・漁協：漁業許可要件の厳守<br>県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する資源調査<br>県漁業管理課：許可要件の見直し | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進<br><br>（2）生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進 | ◆景気の低迷、過剰生産等により養殖魚の価格が下落<br><br>◆近年の燃油価格の高騰により資材・飼料費が影響を受け、養殖生産費用が増大<br><br>◆養殖生産物は、産地市場（漁協）を通さず、民間業者等により消費地市場へ流通<br><br>◆県外企業依存型の生産割合が高い | （水産試験場による新たな養殖技術の開発）<br>・季節や成長段階に応じた適正な給餌量の把握<br><br>・ショウガ粉末の餌に添加した効果の把握<br><br>・赤潮被害の防除対策としての餌止めの効果と成長への影響の把握<br><br>◆餌料費削減につながる適正な給餌方法が確立<br><br>◆餌へのショウガ添加で抗病性の上昇を確認<br><br>◆餌止めにより赤潮被害が低減、給餌再開後の魚体重が回復、赤潮対策として有効と確認<br><br>（漁場環境調査や魚病対策の継続）<br>・赤潮等を精力的に調査、結果を速やかに周知<br><br>・赤潮や魚病の対策等に関する学習会を開催<br><br>◆赤潮や魚病の被害予防、低減に貢献<br><br>◆漁業者の環境モニタリング意識の向上 | ◆個々のグループの活動に応じた支援の継続による、品質向上や経費節減、販売の拡大<br><br>◆生産性の向上や漁業者自らが漁場を管理する意識の向上を図るための、魚病や環境、新しい養殖技術等の調査研究への取組 | ◆養殖生産技術向上のための技術開発<br><br>◎効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及<br><br>★養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及 | | | | | ◆生産技術の向上による、より高いレベルでの品質の均一化・安定生産 | ◆漁協による系統出荷の拡大<br>◆生産者に有利な販売体制の実現 |
| 高知大学：高品質魚の生産に向けた飼料添加物の開発に必要な成分分析と効果の検証<br>県水産試験場：養殖技術向上化試験（H25まで）<br>○水温・成長段階別の適正給餌量の把握（マダイ、カンパチ）<br>○給餌制限により成熟を抑制し、マダイの商品価値の低下を防止（身痩せ、体色黒化）<br>○県産特産物を使った高品質魚の生産（ショウガ、直七など） | | 漁協、県水産試験場、県漁業指導所、県漁業振興課：効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の普及指導 | | | | |
| 養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続 | | | | | | |
| 県水産試験場、県漁業指導所、県漁業振興課：漁場環境（水温・酸素濃度等）・赤潮調査の実施、調査結果の速報による被害予防・軽減、漁業者の環境モニタリング意識の醸成、魚病診断と治療方法の指導 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進<br><br>（3）中期テーマの共同研究を加速する支援制度の創設 | ◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に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は多くない<br><br>◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められていた | ・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された<br><br>・中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の実施により具体的な共同研究が開始された<br><br>◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された<br><br>◆中期テーマ研究推進事業（H23採択研究）は、特許出願により独自の技術の確立や新たな研究につなげる動きがある<br><br>◆来年度の製品販売を予定する企業や新たに製品化を目指す県内企業が出現するなど、事業化の動きが着実に進みつつある | ◆産学官連携会議による共同研究の創出<br><br>◆産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化<br><br>◆中期テーマ研究開発事業の進捗管理 | ◆産学官連携による新産業の創出<br><br>○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進<br><br>◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進<br><br>◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進<br><br>◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣 | | | ○ | ○ | | |
| 3. 産学官連携による本県産業を担う人材の育成 | ◆永国寺キャンパスを社会貢献する「知の拠点」と位置づけ、その機能を果たすための整備について検討 | ◆「県立大学改革にかかる永国寺キャンパス検討会」の提言をとりまとめ<br><br>◆県と関係する3大学による「永国寺キャンパス整備等検討チーム会」を発足<br><br>◆永国寺キャンパスに関する基本方針をとりまとめ<br><br>◆永国寺キャンパス整備にかかる基本設計及び実施設計をとりまとめ<br><br>◆永国寺キャンパス教育研究棟及び地域連携棟を竣工<br><br>◆高知県立大学の文化学部の拡充と高知工科大学の経済・マネジメント学群の設置 | ◆永国寺キャンパス整備の計画的な推進 | ◆○永国寺キャンパスを整備し、産業振興に資する人材育成や社会人教育等の充実を図る | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている<br>・産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数3件以上 | ◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究のなかから、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている<br>◆産学官間連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している |
| 産学官連携会議の開催<br>県新産業推進課：産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る | | | | | | |
| 産学官連携会議分野別テーマ部会の活動<br>県新産業推進課：分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する | | | 産学官連携会議プロジェクトチームの活動<br>新たな機能性表示制度など、個別課題に応じたプロジェクトチームを設置して取組を推進する | | | |
| 中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の推進<br>県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる | | | | | | |
| | 医療関連分野専門家の派遣<br>県新産業推進課：専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る | | | | | |
| 新事業創出支援チームの活動<br>県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取り組みの推進 | | | | | | |
| | | | | | ◆工科大の社会科学系学部の開設、県立大の文化学部の拡充、一層充実した社会人教育の実施 | ◆永国寺キャンパスが整備され、県の産業振興に貢献する人材を育成 |
| 永国寺キャンパスの整備<br>県私学・大学支援課：永国寺キャンパス整備の推進（基本設計、実施設計、建築工事等）<br>各大学：各大学で行う教育内容等の具体化、単独又は連携して行う社会人教育の充実 | | | 各大学：新キャンパスの利用開始<br>（既存部分の整備は継続）<br>・一層充実した社会人教育等の実施<br>・高知県立大学文化学部の拡充と高知工科大学の経済マネジメント学群の設置 | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 産学官連携による本県産業を担う人材の育成 | ◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない<br><br>◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足<br><br>◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある | ・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施<br><br>・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施<br><br>◆基礎から実践まで一貫したビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施や異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある<br><br>（受講者数）<br>H24年度：延べ1,672名<br>H25年度：延べ1,648名<br>H26年度：延べ1,921名 | ◆研修受講後のフォローアップやネットワーク化が必要<br><br>◆さらなる受講生の掘り起こしが必要 | ◆★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）」の実施<br><br>P254,255<br>別図（人1,2）参照<br><br>○商品やビジネスプランづくりを通じた産業人材の育成<br>～目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾～ | | ○ | | | ○ | |
| | ◆豊富な農産物を生産する地域でありながら、生鮮出荷に依存し、食品加工業の生産額が低い | ・寄附講座の開設（H25～26）、人材育成プログラムとの連携<br><br>◆土佐FBCと土佐まるごとビジネスアカデミーの受講生の相互乗り入れを行った<br><br>（土佐FBC修了者数）<br>H20～24：151名<br>H25年度：39名<br>H26年度：38名 | ◆遠隔地におけるさらなる受講生の掘り起こしが必要 | ◆○高知大学と連携し、今後の地域における食料産業を支える中核人材を養成する事業を実施（土佐ﾌｰﾄﾞﾋﾞｼﾞﾈｽｸﾘｴｰﾀｰ（FBC）人材創出事業） | | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 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」の実施<br>産業界：受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画<br>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<br>県計画推進課等：プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画<br>（H27～産学官民連携センター等） | | | | | ◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成<br>◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる | ◆地域産業の担い手を育成 |
| 県計画推進課：県立大学改革との連動の検討 | | | | | | |
| | | 県計画推進課：土佐MBA相談員の配置による受講生へのフォローアップ体制の強化<br>（H27～産学官民連携センター） | | | | |
| 目指せ！弥太郎　商人塾の開催<br>事業者：研修を受講し、ビジネスの基礎力から応用力まで習得<br>関係団体、市町村、地域支援企画員等：事業者とともに受講し、ビジネスの基礎力を習得<br>県計画推進課：上記研修を主催<br>（H27～産学官民連携センター） | | | | | | |
| 土佐FBC実施<br>高知大学：全体運営<br>県（工業技術センター）：土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等）<br>県（計画推進課）：人材育成プログラムとの連携にむけた検討 | 土佐FBCⅡの実施<br>高知大学：全体運営<br>県（工業技術センター）：土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等）<br>県（計画推進課）：寄附講座の開設（H25～27）、人材育成プログラムとの連携<br>（H27～産学官民連携センター） | | | | ◆食品産業の中核人材を3年間で129名輩出 | ◆地域産業の担い手を育成 |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# Ⅰ　産業間の連携戦略

## 4　中山間の暮らしを支える産業づくり

# 中山間の暮らしを支える産業づくり

## 課題

・農林水産業の一次産品の価格低迷による所得減少
・就業者の高齢化、後継者の減少
・公共事業の減少に伴う建設業の衰退
・地理的な条件等による企業進出やビジネス展開の困難性

地域活力の低下、農山村・漁村の伝統文化、景観の喪失

**人口減少に拍車**
（H22国勢調査‥中山間地域の人口減少　前回比△7．3%）

**中山間地域の衰退（集落の消滅の恐れ）**

## 強化するポイント

*○基幹産業として第一次産業の強化*
・生産、流通・販売体制の一体的な強化
・本県独自のブランド化の確立
・6次産業化の取り組みの推進
・後継者や担い手の確保・育成

*○新たな担い手の参画促進*
・地域の潜在能力の引き出し
・地域資源の活用促進
・外部からの人材の確保

*○新たな分野へのチャレンジ*
・新エネルギーへの取り組み強化
・地域の強みを生かしたビジネス展開の推進

**地域での産業づくりの拡大**

**4つの政策の柱**

## 政策の柱

生活の糧

### 1．中山間地域の基幹産業としての「第一次産業」の振興

◆農業の振興
○農地の維持・管理　○人材（担い手）の確保・育成
○集落営農の推進　○6次産業化の取り組みによる拠点ビジネス化
○生産力の向上、流通・販売の強化　○品目別総合戦略

◆林業の振興
○原木生産の拡大　○加工体制の強化　○流通・販売体制の確立
○木質バイオマスの利用拡大　○森のものの活用　○健全な森づくり

◆水産業の振興
○漁業生産量の確保　○水産物の販売力の強化と魚価の向上
○養殖業の振興　○水産加工の振興　○漁業費用の削減
○人材（担い手）の確保・育成

### 2．建設業などの新事業展開、新分野進出

◆建設業の新分野進出
○視察勉強会の拡充や実態調査の実施等による情報提供の充実
○専門家派遣ネットワーク構築等によるフォローアップ強化

### 3．中山間地域の生活を守るための安定した所得の確保

◆小さなビジネスの推進
○地域活性化、コミュニティービジネスの促進

◆地域拠点ビジネスの推進
○拠点ビジネスの強化、普及の推進

### 4．地域特性を生かした新たなビジネスの創出

◆新エネルギーの利用拡大
○木質バイオマスのエネルギー利用の推進

**目指す方向**

若者等が定住できる雇用の場づくり

地域住民の所得の確保・向上

**中山間地域の生活を支える産業の振興・活性化**

## 産業成長戦略の概要（中山間の暮らしを支える産業づくり）

本県の県土の92%を占める中山間地域は、豊かな山や川、海の資源に恵まれ、気候を生かした農作物や木材の供給など、数々の産業を担うとともに、それぞれの地域で伝統的に受け継がれてきた様々な文化や風習があり、多くの人々が中山間地域で生まれ育ち、高知の「原風景」を守ってきました。

しかしながら、近年、この中山間地域の産業を取り巻く環境は厳しく、一次産品の価格低迷による所得の減少をはじめ、過疎化、高齢化による担い手不足や就労意欲の減退、さらには、公共事業の減少による建設業の衰退など、様々な課題が山積しています。

今後も、こうした状況が継続すれば、人口減少や高齢化に一層拍車がかかり、地域活力の低下や集落の消滅などを招き、貴重な農山村・漁村の伝統文化、芸能、さらには美しい景観までも喪失する恐れがあります。

こうしたことから、「中山間地域の生活を支える産業づくり」を、産業振興計画の連携テーマの一つに掲げ、関係する部局が互いに連携を図りながら、住み慣れた地域で引き続き暮らしていけるよう、「若者等が定住できる雇用の場づくり」と「地域住民の所得の確保・向上」を目指した取組を進めていきます。

具体的には、４つの政策の柱を据えて、中山間地域の産業づくりに取り組んでいきます。

まず、１つ目の柱は、「中山間地域の基幹産業としての第一次産業の振興」です。

農業分野では、生産から流通・販売まで一体となった取組の強化や　環境保全型農業の推進により、本県農産物の高付加価値化を図るとともに、加工、グリーンツーリズムなど６次産業化の取組による拠点ビジネスづくりを推進します。

林業分野では、生産性の向上や担い手育成などの増産体制づくりを通じた原木生産の拡大をはじめ、加工体制の強化や流通販売体制の確立、さらには木質バイオマスの利用拡大など、成熟した森林資源をダイナミックに活用した所得の向上と雇用の創出を目指します。

水産業では、中核的漁業者や新規就業者など人材の確保、育成を進めるとともに、小・中学生への食育活動などによる地産地消の推進や県産水産物の認知度向上と統一ブランドの構築等による地産外商の強化に取り組みます。また、漁村における水産加工業の振興や滞在型・体験型観光の推進等による雇用の場の確保に努めます。

次に、２つ目の柱である「建設業等の新事業展開、新分野進出」については、新分野アドバイザー等を通じた支援体制の充実を図るとともに、新分野進出に向けた説明会やセミナーの開催、成功事例等の情報提供を充実させることで、建設業者の新たなビジネス展開を支援していきます。

３つ目の柱である「中山間地域の生活を支えるための安定した所得の確保」に向けて、中山間地域の住民の皆様の日々の生活が少しでも改善され、豊かさが実感できるよう、各集落や集落営農組織、小グループが取り組む加工品づくりなど小規模なビジネスの発掘、育成を進めます。あわせて、そうした産品を地域の直販所や道の駅等で容易に販売できる仕組みづくりやネットワークづくりを推進し、地域で産業振興計画に取り組む実践者を県内全域に広げていきます。

４つ目の柱である「地域特性を生かした新たなビジネスの創出」に向け、本県の森林率や日照時間など全国トップクラスの自然資源を新エネルギーに有効活用していきます。特に、木質バイオマスについては、その集荷とエネルギー利用の体制づくりを進め、本格的な利用促進を図っていきます。

こうした４つの政策を効果的に推進するためには、それぞれの取組を支える人材の確保が大変、重要になります。

このため、地域外から人材を呼び入れる移住促進の政策と連動させながら、中山間の暮らしを支える産業づくりを進めていきます。

# 戦略の柱【中山間の暮しを支える産業づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 小さなビジネスの推進 | ◆中山間地域では、集落単位や地域のNPO、任意団体・グループなど、比較的小さな事業体が主体となって、「生きがいづくり」や「元気づくり」、「地域貢献」などを目的に、限られたエリアで事業展開している「小さなビジネス」の事例が数多くみられる | ・講座セミナーの実施<br>・専門家、アドバイザーの派遣<br>・生産基盤整備支援（ハード事業）<br>◆各種人材育成の取組により、地域を支える人材育成が進みつつある<br>・各地域における支援体制の構築（地域本部の設置等の体制強化）<br>◆地域のニーズに応じたきめ細やかな支援ができるようになり、地域での取組の事例が増加した | ◆人材育成が一定進み、ビジネスの芽がでているもののあるが、まだ多くのケースは緒についたばかりの取組であり、引き続きあと押しが必要である<br>◆小さなビジネスの取組をさらに県全域に広げる必要がある<br>P214,215 別図（中山間1、2）参照 | ◆集落、小グループが取り組むコミュニティービジネス等の発掘、育成<br>◎スキルやノウハウの習得に向けた人材の育成とネットワークづくり<br>◎商品づくりや仕組みづくりを円滑に進めていくための資金面での支援の充実 | ○ | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆集落活動センター等を核とした地域での生産、販売の仕組みや拠点づくりと関係機関とのネットワークの構築<br>○情報提供や橋渡しによるバックアップ体制の充実 | ○ | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆集落営農組織等による6次産業化の推進<br>○地域資源の発掘と活用 | ○ | ○ | ○ | | ○ | ○ |
| 2. 拠点ビジネスの推進 | ◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や、農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めるための政策を進めることが不可欠になっている<br>◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている<br>◆こうしたことから、「小さなビジネス」などを集約しながら、多角的なビジネスを展開する「拠点ビジネス」といった取組を推進していく必要がある | ・産業振興推進総合支援事業費補助金の創設<br>・産業振興アドバイザーの創設<br>◆各種の講座や研修会の開催、補助金等による資金面での支援を通じ、組織における人材育成や、様々なビジネスのノウハウの蓄積、事業の拡大などが図られた<br>◆地域への波及により新たに拠点ビジネスに取り組む市町村等も現出した | ◆各地域において拠点ビジネスの展開が一定進んだものの、現段階では、すべての市町村での展開には至っておらず、引き続き進めていくことが必要である | ◆○多角経営を基本とする地域拠点ビジネスの推進 | ○ | ○ | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 取組の育成・発掘<br>県産業振興推進地域本部、産業振興推進部、市町村：<br>連携を図りながら、取組を進める集落や小グループに対するきめ細やかな支援を展開<br>（研修会、セミナー開催、アドバイザー派遣、資金面での支援） | | | | | ◆「集落活動センター」等を通じて小さなビジネスが芽生え、成功事例が生まれている(集落活動センターの整備 4年間で30ケ所程度） | ◆「集落活動センター」等を通じて小さなビジネスが創出されている（集落活動センターの整備 10年間で 130ケ所程度） |
| 生産・販売拠点づくりの推進<br>産業振興推進地域本部、産業振興推進部、市町村：<br>各機関が有する情報を共有し、それぞれ地域や集落活動センターの課題に応じた支援策の検討<br>（各種支援事業の実施、先進事例の紹介、関係機関への橋渡しなど） | | | | | | |
| 集落営農組織等による6次産業化の推進<br>集落：　集落営農への合意形成と取組<br>市町村・農業団体等：<br>集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成<br>県農業振興センター：<br>集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催<br>県地域農業推進課：<br>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<br>集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催<br>集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援<br>更にステップアップして、所得の確保できる組織（野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取組を含めた経営の多角化→こうち型集落営農）への支援 | | | | | ◆「こうち型集落営農数」<br>H24.3<br>17組織<br>↓<br>H28.3<br>32組織 | ◆「こうち型集落営農数」<br>100組織 |
| 多角経営を基本とする地域拠点ビジネスの推進<br>県：地域アクションプランに位置付け実行を支援<br>（プランごとに実行支援チームを設置し事業の進捗確認や支援を実施）、（庁内推進チーム会議を設置し、庁内で進捗状況や課題を共有）<br>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<br>産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援（26年度まで）<br>産業振興アドバイザーによる支援 | | | | | ◆新たな拠点ビジネスの展開<br>4年間で3箇所 | ◆新たな拠点ビジネスの展開<br>10年間で10箇所 |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

別図（中山間1）

# 集落活動センターの取り組み概要

## 集落活動センターとは

地域住民が主体となって、旧小学校や集会所等を拠点に、地域外の人材等を活用しながら、近隣の集落との連携を図り、生活、福祉、産業、防災などの活動について、それぞれの地域の課題やニーズに応じて総合的に地域ぐるみで取り組む仕組み

皆さまのその一歩が
集落の未来をかえる！！

## 集落活動センターによる集落維持の仕組み

高知県
全庁挙げて、集落活動センターの取り組みを支援

産業
生活
福祉
医療
防災

「人」と「施策」を総動員
（パッケージ支援）

・支援チーム編成
・助成制度の創設
・アドバイザー派遣
・人材研修等の実施
・ガイドブック等の作成
etc

センターごとの課題やニーズに応じて、きめ細やかな支援

市町村と緊密に連携

市町村

地域団体
（商工会、農協、社協等）

支援

支援

旧小学校区単位を想定
（集落連携による活動）

連携集落内の組織や個人との連携した取り組み

集落活動センター
活動の推進役

高知ふるさと応援隊
（事務局・実動）
地域リーダー　地元有志、スタッフ

集落　集落　集落

集落活動の拠点

集落内への波及効果が大きい取り組み

①集落活動サポート
・草刈り、農作業等の共同作業の実施
・よろずサービスの実施

②生活支援サービス
・食料品、ガソリン等の店舗経営
・移動販売、宅配サービスの実施
・過疎地有償運送等の移動手段の確保

③安心・安全サポート
・高齢者等の見守り活動の実施
・あったかふれあいセンターとの連携
・デイ等の福祉サービスの展開

④健康づくり
・健康づくりの事業の実施
・健康づくり活動の拠点づくり

⑤防災活動
・防災研修、自主防災活動の展開
・災害時に向けた防災拠点づくり
・ヘリポートの整備

⑥鳥獣被害対策
・集落ぐるみによる仕組みづくり
・ジビエ（シカ肉、シシ肉等）の取り組み

⑦交流・定住サポート
・自然や食等の体験メニューづくり
・宿泊施設の運営、・交流イベントの実施
・移住相談窓口の開設

⑧農産物等の生産、販売
・集落営農　・耕作放棄地の解消
・地域資源を生かした有望品目づくり
・薬草、山菜など新たな作物への挑戦

⑨特産品づくり・販売
・地域特性を生かした加工品づくり
・直販所の開設、運営・

⑩エネルギー資源活用
・小水力、太陽光発電等の導入
・エネルギーの売電等の仕組みづくり

⑪その他の活動
・冠婚葬祭サービスの実施
・行政業務等の受託

婦人会・老人クラブ等
道の駅 直販所
民生委員
地元商店 量販店
病院・診療所
加工グループ
NPO・団体
農林水産業従事者
ボランティアグループ
地域の事業者

## 集落活動センターのポイント

**①主役は、地域住民の皆さま**
主役である住民の皆様と市町村の一体となった取り組みを支援

**②活動は地域のオーダーメイド**
住民の皆さまの話し合いから生まれたアイデアや提案を取り組みに繋げる仕組み

**③皆さまの集まりやすい場所が活動の中心**
集会所や廃校となった施設など、住民の皆さまが自然と集い、語り合える場所が拠点

**④様々な人材を活用**
住民の皆さまと一緒に取り組むUターン、移住者など地域外の人材の導入

**⑤集落の連携による取り組み**
近隣の集落が互いに連携し、助け合うことにより、今までできなかったことが可能になる取り組み

別図（中山間2）

# 高知ふるさと応援隊

地域に担い手を！！

## 平成23年度集落実態調査の結果から

▶中山間地域では、若者層や壮年層の地域外への流出により、集落活動や産業の担い手不足が深刻化
　⇒コミュニティー機能が維持できない、地域の支え合いや見守りができない、産業の衰退に拍車がかかるなどの課題を誘因
▶68.9%の集落が「Ｉターン移住者を受け入れたい」と回答するなど、外部からの人材の受け入れを希望

## 地域の活性化・担い手の確保のために

「地域内の人材の活用」に加えて、「地域外からの人材の導入」が必要
　⇒地域住民の皆様とともに、新たな視点を持って、集落活動センターを拠点とした仕組みづくりをはじめとする
　地域活動の推進役となる人材

**高知ふるさと応援隊** を導入

＊総務省「地域おこし協力隊」・「集落支援員」を含む

活動内容
- ★集落活動センターの運営活動、設置に向けた準備活動
- ☆市町村が特定した産業づくり、地域おこしに関する支援活動
  特産品づくり・販売、観光・交流事業、地域交通の仕組みづくりなど
- ☆特定されない幅広い産業づくり、地域おこしに関する支援活動

## 高知ふるさと応援隊・市町村に対する支援

～導入段階から活動段階、活動終了後までの総合支援を実施～

### 導入段階

**○財政支援（導入～活動段階を通じて）**
・集落活動センター推進事業費補助金による支援
《対象経費》センター活動従事者等の人件費・活動経費
《補助率》市町村事業費の2分の1以内　（上記★のみ）
《補助上限額》隊員1人あたり　1，000千円
《対象期間》最長4年（準備期間1年＋活動期間3年）

**○募集にかかる支援**
・県外での募集説明会の開催
・移住相談会や全国規模の支援団体等を通じた募集、PR 等

**○応援隊の取り組み・支援策の情報発信**
・移住相談会等での情報発信
・移住促進と連動したプロモーション活動 等

**○県の中山間対策の取り組みの情報発信**
・高知県における集落活動センターやあったかふれあいセンターの取り組みの全国的な発信

### 活動段階

**○財政支援（導入～活動段階を通じて）**

**○応援隊の活動にかかる支援**
・高知ふるさと応援隊を対象とした研修会、意見交換会等の開催
・集落活動センター研修会の開催
・全国規模の研修会、各分野の研修会等に関する情報提供 等

**○定住準備にかかる支援**
・移住・交流コンシェルジュなどによる定住に向けたフォローアップ
・就業に向けたセミナー、研修会等に関する情報提供　等

**○導入市町村等への支援**
・導入市町村等を対象とした研修会、意見交換会等の開催

### 活動終了後

**○農林水産業への就業支援**
・就業前の技術取得指導
・就業支度や準備への支援 等

**○起業、開業等に向けた支援**
・産業振興関連等の助成制度の紹介
・シェアオフィス等による起業等の支援 等

**○生活基盤づくりへの支援**
・暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の普及
・空き家バンクの登録情報の充実
・移住者支援住宅の整備促進
・「移住者交流会」など移住者間ネットワークの強化 等

# Ⅰ　産業間の連携戦略

## 5　産業人材の育成・確保

# 産業人材の育成・確保

## 目指す方向

産業振興計画を推進し、本県産業を着実に振興していくためには、各々の地域で中核となり産業を支えていくことができる「人材」が重要

人材を増やす方策として

Ⅰ 人材を県内で育てる（育成戦略）　Ⅱ 人材を外から呼び込む（獲得戦略）　Ⅲ人材を引き留める（流出防止戦略）

支援の内容 ⇒ ⅰ）基礎的なもの、ⅱ）高度化・専門化したものを対象とするもの

### 1．人材を県内で育てる

#### （1）年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

- ①小学校、中学校、高等学校、大学における教育（P220～221）
- ②県内企業の情報の提供、就職相談（P222～223）

#### （2）地域産業を創造、リードする人材育成

- ①産業振興アドバイザー等の専門家派遣（P222～223）
- ②「産業人材育成プログラム」に基づいた体系的な研修の実施（P224～237）
  ⇒受講者が自らのニーズやレベルに応じて柔軟に受講できるような環境の整備

### 2．人材を外から呼び込む・人材を引き留める

#### （1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり

- ①移住促進（P248～249）
- ②担い手対策（第一次産業）（P238～247）
- ③UJIターン、就業相談（P250～251）
- ④県外大学等への県内就職に向けた情報提供（P250～251）

#### （2）専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の確保

- ①UJIターン関連事業の推進（P250～251）
- ②キャリア人材の誘致（P250～251）
- ③中核人材の確保（P250～251）

基礎的なもの

高度化・専門化したものを対象とするもの

**高度化・専門化した産業人材**

産業成長戦略の概要（産業人材の育成・確保）

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です。そのため、第１期産業振興計画に引き続き、産業成長戦略の連携テーマの一つに「産業人材の育成・確保」を掲げ、取組をさらに推進していきます。人材を増やす方策として、「１．人材を県内で育てる」「２．人材を外から呼び込む・人材を引き留める」の２つの戦略の柱ごとに、基礎的なものから高度化・専門化したものを対象とするものまで、体系的に支援内容を位置付け、取組を進めていきます。

１．人材を県内で育てる

（１）年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

発達段階に応じたキャリア教育の一環として、小学校での職場見学や中学校における職場体験、高等学校での企業実習や企業見学、大学における企業インターンシップ等を実施することとしています。また、就職支援相談センター（ジョブカフェこうち）における職業相談や求人のある企業における職場体験といった取組を通じて、基礎人材づくりを行っていきます。

（２）地域産業を創造、リードする人材育成

産業振興アドバイザー等の専門家による組織づくりや商品企画、生産、流通、販売に至るまでの指導及び助言を通じて、地域の産業づくりを支援します。また、全国一学びの機会が多い県を目指して、大学や産業団体等と協働して策定をしました「産業人材育成プログラム」に基づき、体系的な人材育成に取り組みます。また、身近な場所で受講できる仕組みを整えるため、講義のインターネット中継や講師を地域に派遣する出前講座を実施するとともに、新たな産業人材の掘り起こしにつながるようカリキュラムを充実します。併せて、受講者の学びのステップアップを促進したり、様々な支援施策に橋渡ししたりするために相談員を配置し、受講生へのフォローアップ体制を強化します。

２．人材を外から呼び込む・人材を引き留める

（１）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり

第一次産業の担い手の確保として、農業においては、①ＰＲや相談、技術を習得するための実践研修など就農希望者への支援、②農業担い手育成センターの整備による就農希望者の研修及び産地とのマッチング機能の強化、③農地やハウス確保など営農開始時の支援、④営農技術指導や経営面でのフォローアップなど、営農が軌道に乗り経営が安定するまでの段階に応じた支援を行います。林業においては、①林業学校における担い手の育成・確保、②小規模林業の生産活動の支援、③森林所有者に対して計画的な施業を提案する「森林施業プランナー」の育成に取り組んでいきます。水産業においては、①漁業就業セミナーの開催や求人情報の提供等による就業希望者の確保、②養殖業も含めた漁業技術を習得するための研修や就業時の漁船や小割の購入に対する支援、③養殖技術や経営に関する専門知識を学ぶことができる養殖ビジネススクールを開設など、広く漁業の担い手の確保に取り組んでいきます。また、移住促進については、移住・交流コンシェルジュの配置等によるサポート体制の充実や、お試し滞在施設の整備に対する支援といった受入基盤の整備に加えて、各産業分野、市町村、民間団体と更に連携を深めることで、地域や産業の担い手の確保に取り組みます。さらに、Ｕ・Ｉターン希望者と企業とのマッチングを進めるとともに、県内外大学等へ進学した学生等への県内就職に向けた情報提供を通じ、本県へのＵ・Ｉターンを促進します。

（２）専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の確保

高知県Ｕ・Ｉターン人材情報システムによる求人・求職者情報の提供、高知県Ｕ・Ｉターン企業就職等支援センターにおける無料職業紹介、県内外におけるＵ・Ｉターン就職相談会の実施及びＵＩＪターン就業支援補助金の活用などによってＵ・Ｉターン関連事業を進めることで、専門的なノウハウや技術を持った中核人材の確保に努めます。また、地域が求める「人財」ニーズを発掘し、顕在化させるとともに、都市部等の人財にアクティブな情報発信をすることで、都市部の人財と地域とを結びつけます。また、平成 27 年度から「高知県事業承継・人材確保センター」を高知商工会議所に設置して人材確保のサポート体制を整備し、このような取組と連携して、中核人材の確保などを積極的に支援していきます。

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br>（1）年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり<br>P254 別図（人1）参照 | ◆キャリア教育全体計画作成率（H22）<br>小学校 62.6%<br>中学校 67.2% | ・学校支援訪問による指導・助言の実施<br>・先進地域の取組事例紹介<br>・キャリア教育連絡協議会の開催<br>・小・中学校におけるキャリア教育に関する実態調査の実施<br>◆発達段階に応じたキャリア教育全体計画が整備された<br>◆連絡協議会や学校への支援訪問を通じて、キャリア教育に対する理解が深まっている | ◆発達段階に応じたキャリア教育が実施されるため、キャリア教育への理解を一層深めるとともに、キャリア教育全体計画や年間指導計画の内容を充実していく必要がある | ◆小中学校における発達段階に応じたキャリア教育の推進<br>キャリア教育指針「高知のキャリア教育」に基づく取組<br>◎キャリア教育全体計画及び年間指導計画の充実<br>◎先進地域の取組事例紹介<br>○キャリア教育連絡協議会の開催<br>◎小・中学校におけるキャリア教育に関する実態調査の実施<br>★中学生用キャリア教育副読本の活用の促進<br>★推進地域でのキャリア教育の視点でとらえた授業実践及び研究成果の普及 | | | | | ○ | |
| | ◆公立高等学校の就職内定率は、平成22年度卒業生では92.2%と過去10年間で最高となったが、86名が就職未内定で卒業している厳しい状況がある<br>◆新規学卒就職者の早期離職率が高い<br>◆中途退学者が増加傾向にある<br>◆体験活動などの取組を充実させ、企業等で通用する社会性を育成する必要がある<br>◆農業の担い手が不足している | ・高校生スキルアップ講習会の開催<br>◆ビジネスマナーや就職試験対策などを実施し、生徒の意識付けとなるとともに、その取組の継続を担う教員の指導力の向上にもつながった<br>・インターンシップ推進事業の実施<br>◆生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験を行ったことで、勤労観・職業観の育成ができた<br>・農林業体験インターンシップ事業の実施<br>※アグリリサーチ・アグリサポート：農業高校や普通高校農業関連コース等の生徒を対象にしたインターンシップの実施<br>※アグリウォッチング：普通科高校も含め、全生徒を対象にした農林業体験を実施<br>◆農林業の学びの実態に応じたインターンシップを行うことで地域農業の理解や学校での学習の補完、学習意欲の向上が図れた | ◆就職前の3年生に加え、1，2年生を対象に早期から取り組んできたが、系統的でより効果的な取組とするため、各学校で実施時期や内容を見直す必要がある<br>◆各学校ではインターンシップの事前事後指導を行っているが、目的意識を持たせる取組が不十分なため成果につながっていないケースがある<br>◆普通科高校でもインターンシップに取り組みはじめているが、まだまだ実施校が少ない<br>◆アグリウォッチングは普通科高校も含めた全学校に案内しているが、参加者が少なく、農業への興味・関心が広がっていない<br>◆専門高校のみならず、普通科高校への取組も進めてきたが、全体への広がりができていない | ◆高等学校における発達段階に応じたキャリア教育の推進キャリア教育指針「高知のキャリア教育」に基づく取組<br>【基本的生活習慣の確立】<br>【学力向上】<br>○高校生スキルアップ講習会の充実<br>【社会性の育成】<br>★生徒のビジネスマナーや勤労観を学ぶ研修会の推進（進路決定生徒研修）<br>★中途退学者の半減（中途退学者の多い10校を重点校として指定）<br>○自己の学びに応じたインターンシップまたは企業見学の推進<br>○アグリウォッチングの充実 | | | | | ○ | |
| | | ・保護者対象進路講演会の開催<br>◆企業から講師を招聘し保護者や生徒に講演することにより、家庭でのキャリア教育の重要性や厳しい社会情勢と就職状況について情報共有することにより、就職支援につながった | ◆進路講演会への保護者の参加が少ない | ◎生徒・保護者・教員対象進路講演会の推進（キャリアサポート事業） | | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 小中学校におけるキャリア教育の推進<br>県小中学校課：各小・中学校のキャリア教育全体計画作成と生き方指導に連なるキャリア教育の推進<br>・キャリア教育全体計画及び年間指導計画の充実<br>・キャリア教育連絡協議会において、モデルとなる地域や先進校の事例紹介やキャリア教育推進のための協議を行い、各学校におけるキャリア教育をさらに充実<br>・郷土出身の著名人や郷土を代表する産業や観光、自然等について学習し、郷土を愛する態度を育てるとともに自らの生き方について考えを深める中学生用キャリア教育副読本を作成し、県下の全中学生に配布各教科及び領域の授業等において活用<br>・推進地域でのキャリア教育の視点でとらえた授業実践及び研究成果の普及 | | | | | ◆各学校のキャリア教育全体計画が整備され、充実したキャリア教育の取組が実施される<br>H22：小学校62.6%（142/227校）中学校67.2%（78/116校）<br>↓<br>H27：小・中学校ともに100% | ◆社会的・職業的自立に向けて必要な能力等を身に付けた生徒の育成 |
| 高校生スキルアップ講座の充実<br>県高等学校課：<br>・進路実現に必要な学力、知識・技能、マナーを身に付けさせる（就職希望の多い学校）<br>・各学年に応じた系統的な取組としていく | | | | | ◆各事業実施校の拡大<br>・高校生スキルアップ講習会 H22：21/37校 →H27：30/36校<br>・生徒のビジネスマナーや勤労観を学ぶ研修会 H27：36/36校<br>・中途退学者数の減少（重点校） H24：137名 H27：指定校の中退者数を半減<br>・インターンシップまたは企業見学 H22：20/37校 →H27：36/36校<br>・農林業インターンシップ（アグリウォッチングの充実） H22：18/30名 →H27：30/30名（定員30名）<br>・生徒・保護者・教員対象進路講演会 H22：9校/37校 →H27：36/36校<br>・離職率（1年目）の減少 H22年3月卒業生 27.5%(高知県) 20.7%(全国) ↓ H27:全国水準にする | ◆社会的・職業的自立に向けて必要な能力等を身に付けた生徒の育成 |
| | 社会性の育成プラン（生徒の社会性を育む教育の実践：（進路決定生徒研修など））<br>県高等学校課：<br>・高知県版 社会人基礎力育成プログラムの作成及び実践と検証<br>・進路決定者にビジネスマナーや労働法、諸リスクに対応する力を身に付けさせる<br>・就職決定者や進学者も含めた指導を行う | | | | | |
| | | 中途退学者半減プラン （H26に中途退学者の多かった10校を重点校として指定）<br>県高等学校課：<br>・心の教育アドバイザー等の専門家による支援強化（個々に応じたカウンセリング）<br>・多様な生徒に対する進路支援（チェックシートや学び直し、外部就労機関との連携強 | | | |
| 自己の学びに応じたインターンシップまたは企業見学の推進<br>県高等学校課：<br>・就業体験や職業人等へのインタビュー、対話を通して、進路実現のための職業観・勤労観を身に付けさせる<br>・自己の学びに応じた体験内容にするとともに、事前事後指導の充実を図る<br>・普通科高校へも拡大する | | | | | | |
| アグリウォッチングの充実<br>県高等学校課：<br>・これまでの1日の体験学習を、種まき、苗植え、収穫といったつながりのある内容とし、農業の本来の喜びを感じることで、農業への興味・関心を引く取組となるよう内容を工夫し、生徒の参加を増やす | | | | | | |
| 生徒・保護者・教員対象進路講演会の推進<br>県高等学校課：<br>・将来の就職につながるよう講演内容の充実を図るとともに、生徒・保護者・教員が進路情報を共有することで、生徒の進路実現を図る<br>・全生徒の保護者を対象とした講演会だけでなく、参加対象を学年、学科、進路別など小さな単位としたり、実施時期・時間帯を工夫したりすることなどにより、できるだけ多くの保護者が参加できるようにする。また、講演会を通して、学校での学びが実社会にどのようにつながっているかを認識させ、進路実現のための職業観・勤労観を身に付けさせる | | | | | | |

※改革の方向
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、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br>（1）年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり | ◆県外求人の増加により県外への就職が増加新規高卒者の就職率が向上するなかで、県外就職者は増加し20年3月には52%と半数を超過<br>15年3月：24.8%<br>→20年3月：52.0%<br>◆県内企業に対する生徒、学生、教員、保護者の認知度が低い | ・公立の専門高校等に対して、企業実習や技術指導の事業の実施<br>・私立中高等学校に対して企業見学等の実施<br>・産業界と連携した教員研修の支援<br>◆産業界、行政、学校との連携体制が促進された。<br>H24実績<br>参加生徒899名<br>協力企業150社 | ◆今後も継続して高校生に県内産業や県内企業の魅力を伝える産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことの重要性について、学校や担当教員の理解を深める<br>◆普通科高校に対する職業理解の促進と情報提供 | ◆県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進<br>○公立の専門高校等では、地域産業担い手人材育成事業の企業実習や技術指導等を通じて学校と産業界との連携を強化<br>○民間と連携して企業実習等の魅力や県内産業・県内企業の情報発信<br>★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援 | | | | | ○ | |
| | ◆望ましい職業観を持った人材育成のために、大学生の企業等でのインターンシップを実施 | ・工科大は2年次、県立大は3年次からの選択科目とし、オリエンテーション等を行い学生の参加を促進<br>◆インターンシップ実績<br>県大103名<br>工科大412名<br>（H27．3月末時点） | ◆実施率の向上と受入先の拡大 | ◆○インターンシップを継続・強化し、学生のキャリア形成を支援【大学】 | | ○ | ○ | | ○ | |
| | ◆就業者は減少し失業率も高い<br>（国勢調査7年→17年）<br>・人口816千人→796千人（▲20千人）<br>・就業者410千人<br>→370千人（▲40千人）<br>・失業率(17年)<br>県7.9%、全国6.0%<br>・若年者の失業率(17年)<br>県11.7%、全国8.5%<br>◆有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい<br>19年度平均<br>県0.50倍　全国1.02倍<br>◆ニート、フリーターが多く存在<br>ニート　3,230人<br>（17年国勢調査）<br>フリーター 12,400人<br>（14年就業構造基本調査） | ・ジョブカフェこうちのしごと体験枠の拡充による若年求職者の就職促進、キャリアコンサルタントの増員による相談体制の充実、セミナーの実施や、併設ハローワークとの連携による就職支援<br>◆利用者の就職者数は目標を上回る結果となっている<br>◆H21年4月ジョブカフェ幡多サテライトの開設 | ◆ジョブカフェ利用者の就職率の向上、正規雇用割合の増<br>◆ジョブカフェ来所者の相談割合の増<br>◆幡多サテライトの機能充実<br>◆効果的なセミナーの開催 | ◆就職支援相談センター「ジョブカフェこうち」による若年者の就職促進<br>○しごと体験受講による就職者の正規雇用率の向上<br>○ジョブカフェ利用者のキャリア形成の支援を図る<br>○幡多サテライトの機能の強化を図る<br>◎利用者のニーズをとらえたセミナーを開催する<br>★女性求職者の訓練プログラムを実施して就職を支援する | | | | | ○ | |
| （2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる<br>◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい | ・産業振興アドバイザー制度の実施<br>◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった | ◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要<br>◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い | ◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣<br>○産業振興アドバイザー | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 企業実習や技術指導等を通じて県内産業や県内企業への理解を深める<br>県雇用労働政策課：<br>公立の専門高等学校への企業実習・技術指導など継続的な支援を行い、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む）や企業等への理解を促進する<br>私立中高等学校には、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える<br>県雇用労働政策課：<br>生徒・教員等には、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト<br>「まなともネット」の活用を周知して、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を深める | | | | | ◆産業界、行政、教育界の連携の強化により、高校生の県内就職と大学生のUターン就職が促進される<br>◆高校生の県内就職割合<br>H22:58.1%<br>↓<br>H27:72% | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| インターンシップの実施<br>高知工科大学、高知県立大学<br>：学生が企業等で就労体験をすることにより、働くことへのイメージを培い、望ましい職業観を持った人材の育成につなげる | | | | | ◆望ましい職業観を持った人材の輩出 | |
| ジョブカフェこうちによる若年者の就業支援<br>県雇用労働政策課：幡多サテライトの機能強化として、しごと体験コーディネーターを1名配置するとともに開所日を週3日から4日に拡充<br>県雇用労働政策課：本部及び幡多サテライトに広報員を配置して、事業の認知度を向上させる(平成24年度) | | | 若年女性求職者の訓練プログラムの実施 | | ◆しごと体験受講者の正規雇用率<br>H22：10%<br>↓<br>H27 :50%<br>◆ジョブカフェ来所者の相談件数割合<br>H22：54%<br>↓<br>H27：70% | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| 産業振興アドバイザーの派遣<br>事業者：課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識<br>県計画推進課：アドバイザー制度の周知と運用、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り<br>地域本部：事業者の課題の発掘、フォローアップ | | | | | ◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる<br>◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者のうち6割以上に効果が現れる | ◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす<br>◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる（若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持） |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br>（2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない<br><br>◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足<br><br>◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある | ・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施<br><br>・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施<br><br>◆基礎から実践まで一貫したビジネス研修「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施や異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある<br>（受講者数）<br>H24年度：延べ1,672名<br>H25年度：延べ1,648名<br>H26年度：延べ1,921名 | ◆研修受講後のフォローアップやネットワーク化が必要<br><br>◆さらなる受講生の掘り起こしが必要 | ◆★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）」の実施<br><br>P255<br>別図（人2）参照<br><br>○商品やビジネスプランづくりを通じた産業人材の育成<br>～目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾～ | | ○ | | | ○ | |
| | ◆地域の産業を継続的に底上げしていくためには、県と市町村の職員がベクトルを合わせ、産業振興の課題解決に取り組むことが重要 | ・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、マインドを身につける研修カリキュラムの検討<br><br>◆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」を実施 | ◆地域の取り組みや課題解決のためのスキルアップに繋がる講義内容の充実<br><br>◆交流を促進する研修スケジュールの設定 | ◆★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」を実施 | | | | | ○ | |
| | ◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない<br><br>（首都圏の既存ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの現状）<br>・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ機能や情報発信力が十分でない（再掲）<br>・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく卸売機能がない | ・各企業のステージに応じた、きめ細やかな海外展開（ビジネスマッチング）へのサポートと体制強化による強力なセールス活動の推進<br><br>◆新たに貿易に取り組む企業が増加し、ビジネスに結び付く多様な販路を確保するとともに商談機会も拡大した | ◆海外における高知県及び県産品の認知度が低い<br><br>◆海外展開に対する県内企業の知識や経験が十分でない | ◆◎貿易を担う人材育成の強化 | ○ | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成<br><br>◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる | ◆地域産業の担い手を育成 |
| 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」の実施<br>産業界：受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画<br>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<br>県計画推進課等：プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画<br>（H27～産学官民連携センター等） | | | | | | |
| 県計画推進課：県立大学改革との連動の検討 | | | | | | |
| | | 県計画推進課：土佐MBA相談員の配置による受講生へのフォローアップ体制の強化<br>（H27～産学官民連携センター） | | | | |
| 目指せ！弥太郎　商人塾の開催<br>事業者：研修を受講し、ビジネスの基礎力から応用力まで習得<br>関係団体、市町村、地域支援企画員等：事業者とともに受講し、ビジネスの基礎力を習得<br>県計画推進課：上記研修を主催<br>（H27～産学官民連携センター） | | | | | | |
| | | | | | ◆地域の産業振興のためのノウハウと志を持った人材の育成<br><br>◆受講者が研修を通じて作成した政策提案の内3割以上が、各地域の取組につながる | ◆地域産業の支援人材を育成 |
| | 土佐まるごと立志塾の開催<br>市町村職員、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<br>県計画推進課：上記研修を主催<br>（H27～産学官民連携センター）<br>こうち人づくり広域連合：上記研修を共催 | | | | | |
| | | | | | ◆貿易に継続的に取組む事業者（食品関係）が倍増している食料品輸出事業者<br><br>（H23）25社<br>→（H27）50社<br><br>輸出額<br>（H23）約1億円<br>→（H27）3億円 | ◆豊富なノウハウと人材を活用して多くの県内企業が貿易に積極的・継続的に取り組んでいる |
| 貿易を担う人材育成の強化<br>県内事業者：研修への積極的な参加<br>県地産地消・外商課：各種セミナーや人材育成プログラム等に基づいた研修の実施 | | | | | | |

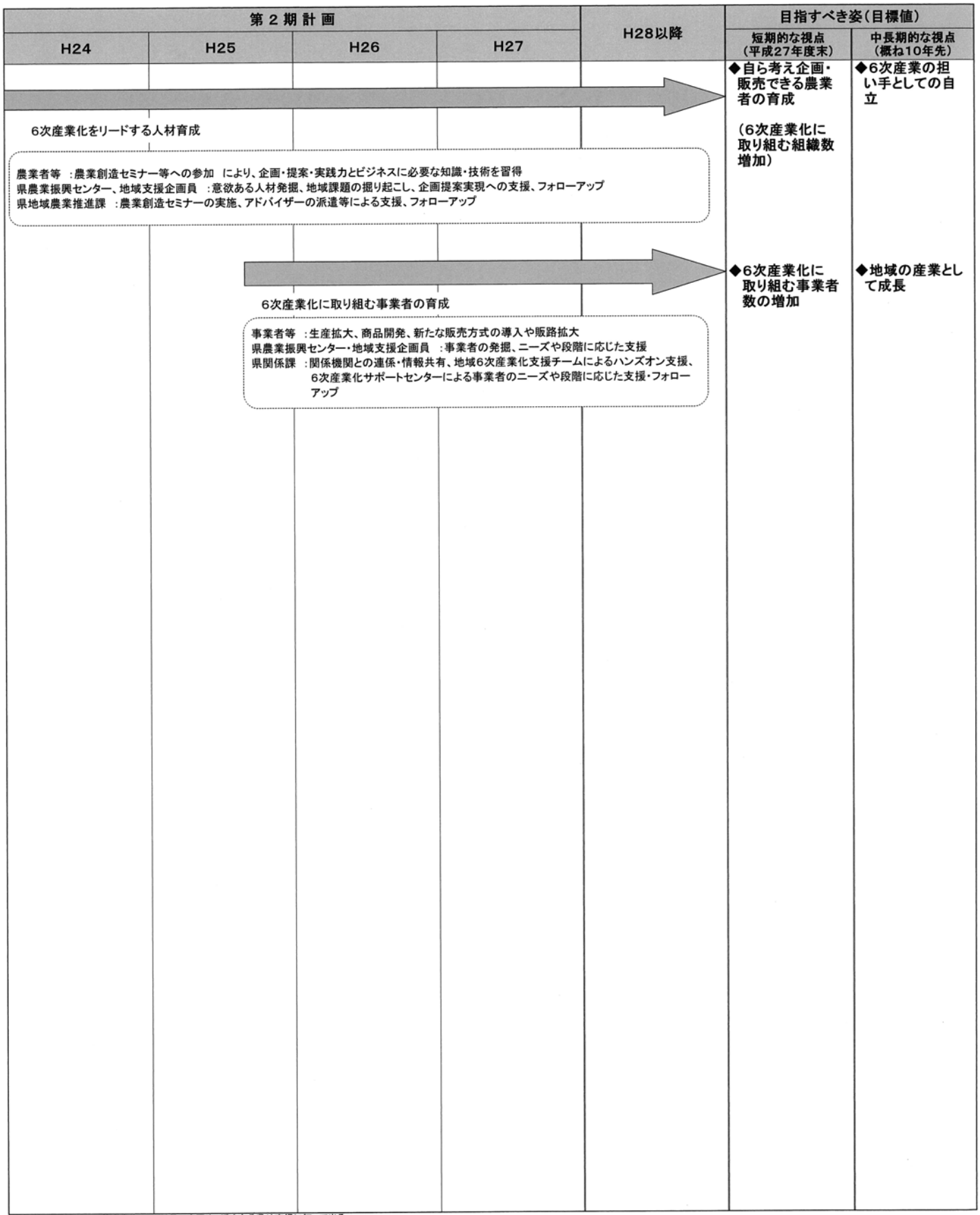
※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1．人材を県内で育てる<br><br>（2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている<br><br>◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心 | ・各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施<br><br>・農業創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画、事業計画書の策定支援<br>H24<br>9グループ27名<br>H25<br>〔入門コース〕<br>8グループ28名<br>〔応用・実践コース〕<br>7グループ21名<br>H26<br>〔入門コース〕<br>12グループ20名<br>〔応用・実践コース〕<br>6グループ24名<br><br>・6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備<br><br>・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施<br><br>・起業支援型地域雇用創造事業による6次産業化に取り組む事業者の支援<br><br>◆意欲ある地域や団体の農産物の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた | ◆農業者等の商品開発や販売力の向上<br><br>◆6次産業化に取り組む事業者の育成<br><br>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化 | ◆6次産業化をリードする人材育成<br><br>○魅力ある商品づくりを通じた企画・提案・実行していくための技術力習得支援<br><br>★6次産業化に取り組む事業者の育成 | | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br>（2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている | ・観光ガイド連絡協議会を通じた観光ガイドの育成やガイド間の連携への支援<br>◆観光ガイド連絡協議会による研修会等の開催により、ガイドのレベルアップや連携意識が高まったうえ、独自の取り組みにも繋がった<br>・観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムの磨き上げ<br>◆体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた<br>・観光人材育成塾による各地域における観光の担い手の育成<br>◆各地域において、観光商品づくりやセールス活動のノウハウを学び、広域の活動を支える地域リーダーの育成が進んだ | ◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している<br>◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要<br>◆地域において、魅力的な観光商品づくりを行う人材の継続的な育成が必要 | ◆観光産業を担う人材の育成<br>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆観光ガイドの育成、技術の向上<br>○県内各地域の観光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の開催等 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆○観光事業者等へのおもてなし研修の実施 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保 | ○ | | | | ○ | |
| | ◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある<br>また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている | ・技術研修開催<br>◆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 | ◆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<br>◆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 | ◆工業技術センター等が行う技術研修<br>◎人材育成事業（工業技術センター）<br>◎人材育成事業（紙産業技術センター） | | | ○ | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **観光人材育成塾を通じた担い手の育成**<br>地域の事業者：観光人材育成塾への参加<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催 | | P554 別図（観5）参照 | **観光事業者の育成**<br>地域の事業者：研修への参加<br>県地域観光課、県地域本部：地域の事業者等を対象とした観光分野経営学等の研修を開催 | | ◆観光産業を担う人材が育成される<br>◆人材育成塾の参加者 200名<br>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる | ◆地域で観光をビジネスとする人材が根付くことで地域が活性化する<br>◆各地域に体験型観光を推進する人材（リーダー）が活動している |
| 県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査 | **地域観光推進の取組支援**<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自律的な地域観光を検討し、推進していく取組へ、の支援（H26からは、地域リーダーが参画）、地域コーディネーターの配置 | | | | | |
| **地域観光推進における課題解決の支援**<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援 | | | | | | |
| **観光ガイドの育成、充実**<br>観光ガイド団体：研修会等の開催、有料ガイドへの移行<br>観光ガイド連絡協議会：県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有等を行う協議会の運営<br>県地域観光課：県内ガイド団体等への観光アドバイザーの派遣<br>県おもてなし課：観光ガイド団体の育成支援とレベルアップ、ネットワークの推進 | | | | | | |
| **観光事業者等へのおもてなし研修の実施**<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施<br>県おもてなし課：観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施 | | | | | | |
| **社会教育等での学習機会の確保**<br>市町村等、県関係課：地域の自然、暮らし、文化などを活用した体験型観光のメニューづくり、県立施設等での郷土出身の著名人や産業・自然等を学習する機会の確保 | | | | | | |
| **機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成**<br>県工業技術センター：<br>・専門的技術研修の実施<br>・食品加工特別技術支援員の配置<br>・機械金属加工特別技術支援員の配置<br>・資源利用加工特別技術支援員の配置<br>・技術指導アドバイザーの派遣<br>・土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等）<br>県紙産業技術センター：<br>・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成 | | | | | ◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ<br>技術研修 1,600人（H24～H27）<br>紙産業技術初任者研修会 延べ145人（H24～H27）<br>技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣（H24～H27） | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |

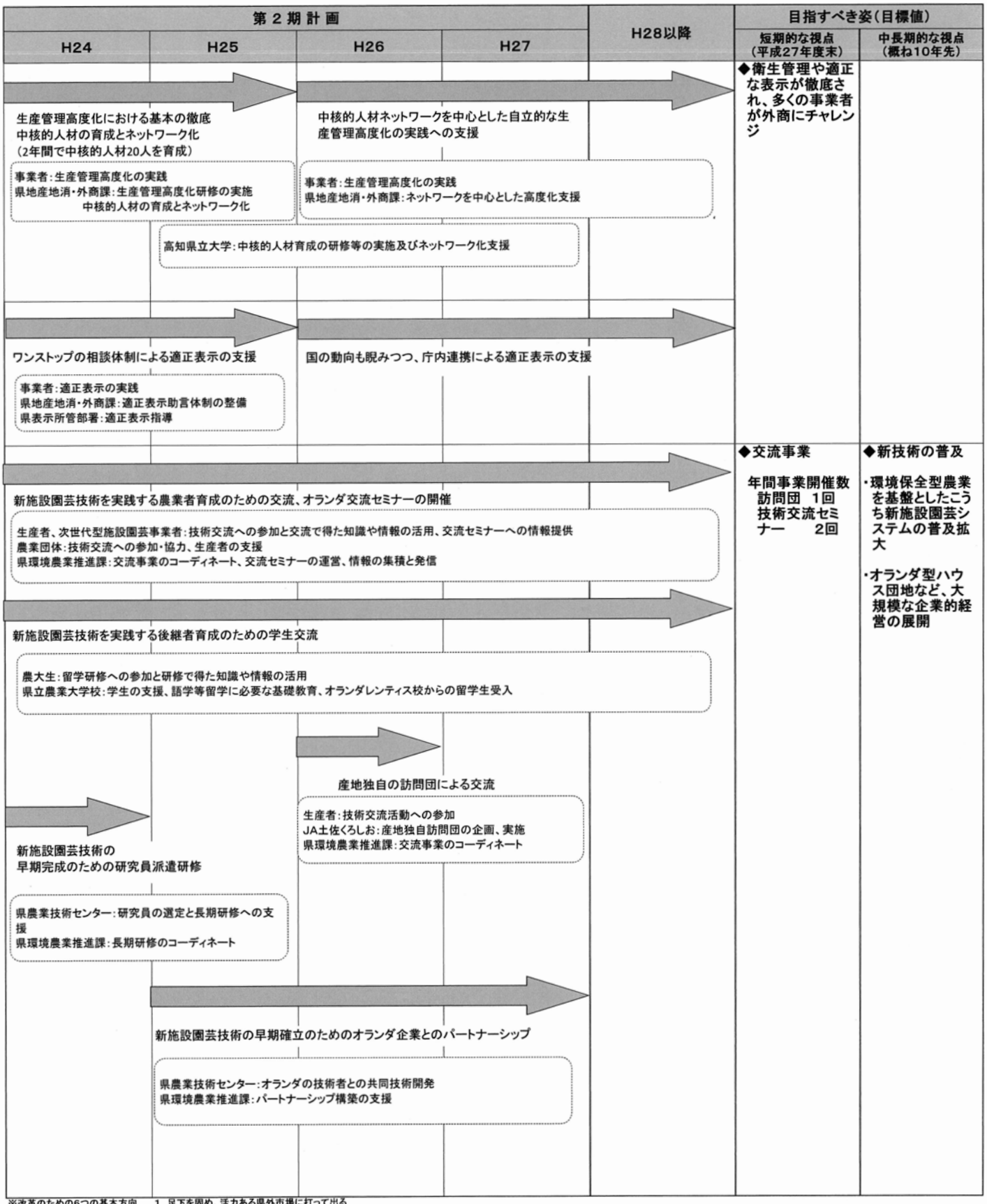
※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br><br>（2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆消費地の求める生産管理はますます高度化している<br><br>◆食品表示関連法が頻繁に改正されるとともに、煩雑さを解消するための一元化がされることとなった（食品表示法の公布） | ・県内食品関連企業の生産管理高度化を支援<br><br>◆生産管理高度化研修により、基礎知識の習得に繋がった<br><br>◆個別調査と改善提案により、管理体制が改善された<br><br>◆高知県立大学を核とする支援体制の構築に繋がりつつある<br><br>◆次世代を担う企業内の中核的人材の育成につながった | ◆参加者のニーズに応じた研修の構築が必要<br><br>◆事業者の主体的な取り組みを推進するためには、高知県食品企業をリードする中核的な人材及び企業を担う人材の育成が必要 | ◆◎生産管理高度化における基本の徹底と信用の見える化に向けた中核的人材の育成とネットワーク化 | ○ | | | ○ | ○ | |
| | | | ◆表示に関する相談件数も多く推移しており、外商の拡大に向けては、引き続き、ワンストップの相談体制が必要 | ◆○外商の拡大に向けた表示適正化の徹底 | ○ | | | ○ | ○ | |
| | ◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している<br><br>◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農薬や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている<br>そこで、オランダの施設園芸の中心であるウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する | ・友好園芸農業協定の締結<br><br>・技術交流訪問団の派遣<br><br>◆技術交流訪問団の参加者（農大生を除く）<br>21年度～26年度<br>のべ176名<br><br>◆オランダとの交流で得た知識、人脈、刺激等が、本県の環境保全型農業の拡大や環境制御技術などの先進導入の動機づけとして有効に働いた<br><br>・学生交流の実施<br><br>・研究員長期研修の実施<br><br>◆農大生の短期訪問<br>21年度～25年度<br>計35名<br><br>◆農大生の留学研修<br>22年度2名（1か月）<br>23年度1名（2週間）<br>24年度2名（1か月）<br>25年度2名（3週間）<br>26年度1名（2週間）<br><br>◆レンティス校から受入<br>24年度3名（3週間）<br>26年度3名（2週間）<br><br>◆研究員長期研修<br>23年度2名（3か月）<br>24年度2名（3か月）<br><br>◆オランダからの技術アドバイザー招聘<br>25年度2回<br>26年度2回 | ◆受けた刺激が一過性のものに終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要<br><br>◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要<br><br>◆新施設園芸システムの各産地への速やかな普及につながる効果的な交流活動が必要 | ◆派遣研修の継続<br><br>○技術交流訪問団<br><br>○学生交流<br><br>★民間交流への支援<br><br>◆★成果報告や情報交換の場となる技術交流セミナーの定期的な開催<br><br>◆新施設園芸技術の早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップを構築<br><br>★オランダ技術アドバイザーの招聘 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br>（2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆森林資源は成熟しつつある<br>◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞 | ・提案型集約化施業を実践できる森林施業プランナーの育成<br>◆プランナー研修を受講した120名が、森の工場等の集約化に向けて取組を始めた | ◆森林経営計画の策定と実行 | ◆森林経営計画の策定等に向けた集約化の促進<br>○森林施業プランナーの育成（増員、実践力の向上）<br>○計画策定に向けた合意形成及び森林境界の明確化の促進 | | | ○ | | ○ | |
| | ◆高いマネジメント能力や効率的な生産（伐採・搬出）システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業体が少ない | ・事業体に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導<br>◆事業体の認識が高まった<br>・森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催<br>◆参入した建設事業体（H25：22社）で技術力などの向上により事業規模を拡大する事業体も出てきた<br>・経営者を対象としたマネジメント研修の実施<br>◆経営者に森林施業プランナー等の育成への理解と必要性が認識されるとともに、中期経営計画策定組合では、組織内での情報共有・協議が活発化し、経営改革に向けて行動する機運が高まってきた<br>・経営力強化のための森林組合の合併促進の支援<br>◆高幡3組合が合併 | ◆新規参入事業体などに優良事例の情報が十分に活用されていない<br>◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった<br>◆事業体の中に核となる人材が十分に育っていない<br>◆中期経営計画を立て、経営改革の成果を出すためのPDCAサイクルの定着には、時間を要し、研修など更なるサポートが必要 | ◆事業体のマネジメント能力の向上<br>○建設業者等の新規参入と定着を支援 | | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆森林組合の経営力強化<br>○中期経営計画の策定や定着のための研修の支援<br>○森林組合の合併促進の支援 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 森林施業プランナーの育成<br>事業体：研修への派遣、職場での実践<br>森林組合連合会：研修会の開催、育成指導<br>県森づくり推進課、木材増産推進課、林業事務所：研修開催への支援、育成支援 | | | | | ◆森林経営計画の樹立<br>155千ha | ◆森林経営計画の樹立<br>155千ha |
| 計画策定に向けた集約化の促進<br>事業体：森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化の促進<br>市町村：森林所有者情報の提供等事業体への支援<br>県森づくり推進課：森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化への支援 | | | | | | |
| 森林整備事業への参入促進と定着への支援<br>事業体：ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導<br>参入事業体：林業事業体との協調、技術習得<br>県森づくり推進課・木材増産推進課：事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援 | | | | | ◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している | ◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している |
| 中期経営計画策定と定着の支援<br>森林組合：中期経営計画の策定、ローリングの実施<br>森林組合連合会：中期経営計画の策定、計画の実行や見直し手法（ローリング）の指導、実効性向上のためのフォローアップ（H24～）を実施<br>県森づくり推進課、木材増産推進課及び林業事務所：森林組合連合会と連携して経営計画策定森林組合をサポート | | | | | | |
| 森林組合の合併支援<br>森林組合：合併に必要な業務を推進、事業経営計画の実施<br>森林組合連合会：森林組合経営革新プランや合併モデルプランの作成により合併を支援<br>県森づくり推進課：合併指導方針に基づき、各森林組合への指導、合併後の事業経営計画の実行支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br>（2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆漁業者のみならず、漁協の役職員数も、組織再編、経営合理化等により減少傾向にある<br><br>◆経営状況が悪化している漁協が相当数あり、経営改善に取り組む必要がある<br><br>◆産業振興計画に取り組む上で、漁業者や地域を支える漁協職員の役割は重要性を増している | ・2ブロック（中・東部、西部）で階層別研修会（「役員・管理職員」「中堅・若手職員」）を開催<br><br>◆研修参加者<br>H24：延べ164人<br>H25：延べ195人 | ◆漁協のニーズに即した研修テーマの設定<br><br>◆研修内容の周知及び研修への参加要請 | ◆漁協役職員の人材育成<br><br>○中長期的な視点で幹部役職員や若手職員を育成するため研修を継続 | | | ○ | | ○ | |
| | ◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある<br>また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている | ・県立高等技術学校を中心とした公共職業訓練の実施<br><br>（施設内訓練）<br>◆民間では担うことが困難なものづくり分野や大工、左官タイル等の建築分野における人材育成を行い、関係団体から高い評価を得ている | （施設内訓練）<br>◆定員に対する充足率の低さ、自己都合による途中退校率の高さ、修了生の就職率の伸び悩み | ◆県立高等技術学校の機能の強化<br><br>（施設内訓練）<br>◎広報活動の強化<br><br>○自己都合退校の防止に向けた訓練生の支援体制の強化<br><br>◎就職率向上に向けた訓練生の支援体制の強化<br><br>◎質の高い訓練を実施するための、職業訓練指導員の資質・指導力の向上<br><br>○産業界のニーズに合った訓練を円滑に実施するための施設設備等訓練環境の整備 | | | | | ○ | |
| | | （委託訓練）<br>◆民間教育訓練施設を活用した公共職業訓練は、離転職者の早期就職につながっている | （委託訓練）<br>◆高い雇用吸収力が期待される介護福祉分野の人材の育成<br><br>◆就職率の伸び悩み | ◆早期就職につながる訓練の実施<br><br>◎介護分野の訓練の充実<br><br>★企業に委託した訓練の実施 | | | | | ○ | |
| | | ・企業が行う人材育成のための研修事業を支援<br><br>◆集合型研修、講師派遣型研修とも企業の評価は高く、企業の求める人材育成につながっている | ◆中小企業においては、雇用労働者に対するキャリア形成のための支援が十分でない<br><br>◆介護福祉分野においては、離職防止につなげるため、キャリア形成支援の充実が必要 | ◆在職者のキャリア形成支援<br><br>○講師派遣研修の実施<br><br>○研修における介護福祉分野の事業所枠の設定 | | | | | ○ | |
| | | ・高等技術学校における在職者訓練の実施<br><br>◆技術学校における訓練の実施は、企業の評価も高く、企業に求められる人材の育成につながっている | ◆製造業では、企業内で技術や技能を身につけさせていく余力がない | ◆産業界のニーズに応じた在職者訓練の実施<br><br>◎新入社員を対象とした訓練の実施 | | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆職務の一環として研修事業が定着するとともに、経営改善の中核となる役職員が育成される | ◆若手・中堅職員の意識改革が進み、経営改善に向けた取組を継続できる仕組みが確立される |
| 漁協の将来を担う人づくり<br>漁協：研修を受講することで、役職員の意識改革を進めるとともに、経営戦略を実行するためのスキルを習得する<br>県水産政策課：ブロック別研修会の開催等により人材の育成を促進する<br>短期：幹部役職員の育成<br>中長期：若手を含め、自律的な人材育成の体制確立 | | | | | | |
| | | | | | ◆企業が求める人材供給の進展<br>（施設内）<br>◆定員に対する充足率<br>H22：62.9%<br>↓<br>H27：100.0% | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| 高等技術学校での職業訓練の実施<br>県高等技術学校：<br>産業界のニーズに沿った技術・技能の習得や仕事をするうえで必要な資格を取得するための訓練の実施により、地域産業を担う人材を育成する | | | | | | |
| | 高等技術学校の機能の強化<br>県高等技術学校：<br>・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<br>・パンフレットのリニューアルやHPへの動画掲載などによる広報活動の強化<br>・自己都合退校の防止のため、生活相談員の配置などによる生活面を含めた指導体制の強化<br>・訓練生の就職率向上のため、就職支援コーディネーターの配置などによる支援体制の強化<br>・職業能力開発大学校や他の職業能力開発施設等における職業訓練指導員の研修の実施<br>・訓練機器の計画的な更新 | | | | ◆自己都合による途中退校率<br>H22：18.9%<br>↓<br>H27：10.0%<br><br>◆就職率<br>H22：82.6%<br>↓<br>H27：90.0% | |
| | | | | | （委託訓練）<br>◆就職率<br>H22：68.4%<br>↓<br>H27：75.0%以上 | |
| 民間教育訓練施設を活用した職業訓練の実施<br>県高等技術学校：<br>・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、求職者のニーズに応じたパソコンスキル習得のための基礎的な訓練、企業実習を併用した訓練など、ニーズに応じた多様な訓練の実施により、産業界の求める人材を育成する<br>・介護福祉士養成コースの実施<br>・求人企業に委託した事業主委託訓練の実施 | | | | | | |
| | | | | | ◆研修受講者数<br>H22：346人<br>↓<br>H27：580人 | |
| 在職者を対象としたキャリア形成のための研修会の実施<br>県雇用労働政策課：<br>・研修会の実施　・企業が行う研修会への講師派遣<br>・高知県職業能力開発協会と連携して、企業による事業活用を推進 | | | | | | |
| | | | | | ◆在職者訓練の実施<br>500人<br>（H24～H27） | |
| 高等技術学校における在職者訓練の実施<br>県高等技術学校：<br>・産業界のニーズに応じたオーダーメイド型訓練の実施<br>・基礎的技術を身につける訓練の実施 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．人材を県内で育てる<br>（2）地域産業を創造、リードする人材育成 | ◆永国寺キャンパスを社会貢献する「知の拠点」と位置づけ、その機能を果たすための整備について検討 | ◆「県立大学改革にかかる永国寺キャンパス検討会」の提言をとりまとめ<br>◆県と関係する3大学による「永国寺キャンパス整備等検討チーム会」を発足<br>◆永国寺キャンパスに関する基本方針をとりまとめ<br>◆永国寺キャンパス整備にかかる基本設計及び実施設計をとりまとめ<br>◆永国寺キャンパス教育研究棟及び地域連携棟を竣工<br>◆高知県立大学の文化学部の拡充と高知工科大学の経済・マネジメント学群の設置 | ◆永国寺キャンパス整備の計画的な推進 | ◆○永国寺キャンパスを整備し、産業振興に資する人材育成や社会人教育等の充実を図る | | | ○ | | ○ | |
| | | ・高知県産学官民連携センターの開設準備<br><br>◆永国寺キャンパス内に産学官民連携センターを開設（H27.4～） | ◆高知県産学官民連携センターの取組周知及び事業への参加を促進する<br><br>◆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 | ◆産学官民連携による産業振興などの推進<br><br>★産学官民連携に向けたワンストップ窓口の設置<br>★事業化に向けた支援プログラムの実施<br>★県内外の知恵や人材等を活用した産学官民連携の推進<br>○土佐MBAによる産業人材育成の推進 | | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| | ◆工科大の大学院に、主に社会人を対象とした起業家コースを設置 | ・土日開講の起業家コースによる人材育成<br><br>・平成22年度からは、永国寺キャンパスを拠点として授業を配信<br><br>◆平成26年度起業家コース受講者数23名（うち県内7名） | ◆経営的視点を有する人材の育成 | ◆○工科大大学院の起業家コースによる人材育成 | | | ○ | | ○ | |
| | ◆県民に開かれた県が関与する大学として公開講座や、専門職の方々の知識・技術の向上のためのリカレント教育などを実施 | ・大学の社会貢献活動の一環として、県民向けの公開講座等を実施 | ◆社会人教育の一層の充実 | ◆○大学間連携の強化による公開講座・リカレント教育等の社会人教育の一層の充実 | | | ○ | | ○ | |
| | ・本県の人口は全国に先行して人口減少や高齢化が進んでおり、これまで地域が担ってきた支え合いの力が弱まっている。<br><br>・本県の中山間地域等は、全国一律の縦割りの福祉サービスの基準では、子育てや介護、自立支援など多様ニーズがありながらも、それぞれのサービス利用者が少ないため、サービスが提供されにくい状況となっている。 | ・小規模多機能支援拠点「あったかふれあいセンター」を整備<br>（平成21年度）<br>22市町村、28箇所<br>〈新規雇用：76人〉<br>（平成22年度）<br>30市町村、39箇所<br>〈新規雇用：113人〉<br>（平成23年度）<br>31市町村、40箇所<br>〈新規雇用：121人〉<br><br>◆住民力や遊休施設の活用など、地域資源を活用した取組が進み、地域の活性化にもつながっている。 | ・集いの場づくりに終始し、相談や訪問活動などきめ細かく行う機能面の充実や、地域ニーズを把握し柔軟に対応できる「小規模多機能支援制度」の創設が必要 | 【拠点整備】<br>◆○あったかふれあいセンター事業の実施<br><br>【国への制度化提案】<br>◆★国の交付金を活用した取組の実施<br><br>◆★生活困窮者支援や新たな地域支援事業等への対応<br><br>【地域福祉の人材育成】<br>◆○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の実施 | | ○ | | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆工科大の社会科学系学部の開設、県立大の文化学部の拡充、一層充実した社会人教育の実施 | ◆永国寺キャンパスが整備され、県の産業振興に貢献する人材を育成 |
| 永国寺キャンパスの整備<br>県私学・大学支援課：永国寺キャンパス整備の推進（基本設計、実施設計、建築工事等）<br>各大学：各大学で行う教育内容等の具体化、単独又は連携して行う社会人教育の充実 | | | 各大学：新キャンパスの利用開始<br>（既存部分の整備は継続）<br>・一層充実した社会人教育等の実施<br>・高知県立大学文化学部の拡充と高知工科大学の経済マネジメント学群の設置 | | | |
| | （仮称）産学官民連携センターの設置検討及び準備<br>県文化推進課：関係機関との調整<br>各大学等：各機関の取り組み等をふまえた協議への参加<br>経済団体等：活用方法等ニーズをふまえた協議への参加 | | 高知県産学官民連携センター開設<br>県産学官民連携センター：相談窓口の設置、交流事業、産業人材育成研修等の実施 | | ◆高知県産学官民連携センターの取組が周知され、県内外の英知を導入した産業人材育成研修等へ、本県の産業や地域の担い手などが参加 | ◆本県の産学官民がつながり、コミュニケーションを深め、知の創造、産業や地域のイノベーションを促進する |
| 大学院起業家コースによる人材育成<br>高知工科大学：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とり組む経営的視点を有する人材の育成 | | | | | ◆経営的視点を有する人材の育成 | ◆起業や地域再生に取り組む経営能力の高い人材が多数育成され、産業の振興につながる |
| 公開講座、リカレント教育の実施<br>県が関与する大学（高知工科大学、高知県立大学、高知短期大学）<br>県民向けの公開講座や職業人の再教育などを実施<br>高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高等専門学校で4大学県民講座を実施 | | | 県文化推進課：産学官民連携センターにおける社会人教育、人材育成研修の企画・実施等 | | | ◆県が関与する大学が連携して社会人教育を実施し、地域産業をリードする人材が育成される |
| あったかふれあいセンター事業の実施<br>県地域福祉政策課：あったかふれあいセンター事業の実施<br>・集いや訪問・相談・つなぎ、生活支援を基本機能とした上で地域ニーズに応じた機能（サービス）の前方展開を支援 | | | | | ◆あったかふれあいセンター（地域福祉の拠点）の設置箇所数<br>34市町村45箇所<br><br>◆職員の研修修了者率<br>100%<br><br>⇒あったかふれあいセンターが、地域や様々な関係機関と連携することで、地域課題の早期発見・解決の仕組みづくりを進め、職員が地域のコーディネーターの役割を担う | ◆県内全域であったかふれあいセンターを拠点とした新たな官民協働の支え合い活動が継続的に行われる |
| 研修の実施<br>県地域福祉政策課・県社会福祉協議会：体系的な研修の実施 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br><br>（1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり | ◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している<br><br>◆産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある | ・PR段階<br>就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページに掲載し、就農希望者へ呼びかけ<br><br>・相談段階<br>県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会への参加、県独自相談会の開催、産地「提案型」募集活動の実施<br><br>・技術習得段階<br>農大や農業担い手育成センターでの基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施<br><br>・営農準備段階<br>農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援<br><br>・営農開始後<br>普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施<br><br>◆PR段階から営農開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時（H21）の161人からH26は261人と新規就農者の増加につながっている | ◆就農希望者の確保<br><br>◆研修支援等の強化<br><br>◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保<br><br>◆実践研修を支援する指導農業士の確保<br><br>◆新規就農者の定着 | （就農前）<br>◆U・Iターン就農者の確保<br><br>★農業担い手育成センターの整備による就農希望者の研修及び産地とのマッチング機能の強化<br><br>★相談窓口の一元化と体制強化<br><br>★提案型募集に取り組む産地への支援 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆実践研修への支援<br><br>★青年就農給付金（準備型）の活用<br><br>★条件不利地就農希望者への研修支援<br><br>○農地等の情報提供<br><br>★農地の確保への支援<br><br>○実践研修から就農へのスムーズな移行への支援 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆新規就農者数 年間280人<br><br>◆指導農業士 H23：49人 H27：90人<br><br>◆人・農地プランの作成 200集落 | ◆新規就農者数 年間280人 |

**就農希望者の確保**

新規就農相談センター（農業会議）：就農相談活動の実施、就農コンシェルジュの設置（H27～）
県農業担い手育成センター：「こうちアグリスクール（東京・大阪・名古屋・高知会場）」の運営、アグリ体験スクーリング研修の実施
県農業振興部：専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施
県農地・担い手対策課：県独自就農相談会の開催（H26～）
市町村担い手協議会（JA、市町村等）：産地「提案型」募集活動の実施（H26～）

**農業の担い手育成強化**

県：農業担い手育成センターの整備
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・経営管理研修の強化（ネット研修、講座、実習）
　就農希望者と産地とのマッチング
　農業者や技術指導者の先進技術研修の実施

**研修の拡充**

生産者：研修生の受け入れ（指導農業士等の受入先の拡充）
市町村等：実践研修の実施
市町村担い手協議会等：研修事業の円滑な推進の支援
県農地・担い手対策課：研修生（就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内）への青年就農給付金（準備型）の
　給付＋県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援
　研修生（上記以外で65歳未満）への県新規就農研修支援事業による支援
　県新規就農研修支援事業に条件不利地就農者育成区分を拡充（H27～）
県農業担い手育成センター：就農希望者に対して座学・実習など最長2年間の実践的な研修教育を実施
県農業担い手育成センター：新いなかビジネススクール（ネット研修）や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施

**遊休農地やハウス等の活用**

市町村担い手協議会（農業委員会等）：ハウス情報の収集・提供
県担い手協議会：耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援
農業団体（県農業公社）：
　遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供、耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援（国への上乗せ）
県農地・担い手対策課：
　農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を図る取組を促進し、管理に要する経費を支援（H25～H26）
　（H27～ 農地中間管理事業で対応）

**農地中間管理機構の創設**

農地中間管理機構：規模縮小や離農する農家の農地を借入れ、地域の担い手に貸し付けを行い、農地の集積・集約化を図る
県農地・担い手対策課：農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援

**初期投資の軽減**

県産地・流通支援課：新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援
県協同組合指導課：新規就農者等に対する無利子の資金の貸付（制度変更により、H26年10月からは公庫資金に移行）

**円滑な就農に向けた支援**

市町村担い手協議会（市町村、農業委員会、JA等）：農地や研修等の情報提供や助言などの実施
市町村：集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施
県農地・担い手対策課：JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の
　実施と整備したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る（H25～H26）
　（H27～「1－(5)園芸用ハウス面積の確保」の中で対応）

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br><br>（1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり | ◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している<br><br>◆産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある | ・PR段階<br>就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページに掲載し、就農希望者へ呼びかけ<br><br>・相談段階<br>県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会への参加、県独自相談会の開催、産地「提案型」募集活動の実施<br><br>・技術習得段階<br>農大や農業担い手育成センターでの基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施<br><br>・営農準備段階<br>農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援<br><br>・営農開始後<br>普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施 | ◆就農希望者の確保<br><br>◆研修支援等の強化<br><br>◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保<br><br>◆実践研修を支援する指導農業士の確保<br><br>◆新規就農者の定着 | ◆営農定着への支援<br><br>（就農時）<br>○青年就農給付金（経営開始型）の活用<br><br>（就農後）<br>○経営安定への支援<br><br>○雇用就農に向けた支援 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | ◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり<br><br>◆有機農業実践者の育成により、県内での就農者数が増加<br><br>◆有機農業推進法の制定（H18）、高知県有機農業推進基本計画の策定（H20） | ・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援<br>◆卒塾生の卒塾時の県内就農者数は47名（うちIターン者25名、H18～H25）<br><br>・環境直接支払（有機農業の取組等）の周知<br>◆有機農業の推進体制は9市町村で整備、環境直接支払に係る有機農業の取組は14市町村で実施（H23）<br><br>・有機栽培実証ほの設置及び県内優良事例の探索<br>◆36品目の有機栽培事例を作成<br><br>・生産者PRパンフレットの作成及び実需者の有機農産物ニーズの把握<br>◆生産者と実需者のマッチングが必要<br><br>・補助金や委託事業により有機JAS認証取得支援を実施<br>◆有機JAS認証取得を農家数は82戸17事業者（H21）→83戸38事業者（H25） | ◆有機農業新規就農者の生産技術や販路が不安定であり経営状況は厳しい<br><br>◆各作物の有機栽培事例はとりまとめたが、周年作付の体系化が不十分<br><br>◆県内の有機農業実践者の多くは少量多品目の生産で流通販売先も個別で不安定 | ◆有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援<br><br>○就農相談の実施と就農後の技術及び経営指導 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆有機栽培の作付体系の実証<br><br>◎実証結果の有機農業者への情報提供 | | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり<br><br>◎講演会の開催や有機団体が実施する消費者との交流に対する支援 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆新規就農者数 年間280人<br><br>◆指導農業士 H23：49人 H27：90人<br><br>◆人・農地プランの作成 200集落 | ◆新規就農者数 年間280人 |
| | | | | | ◆有機JAS認証農家戸数 5件/年 H23：88戸 ↓ H27：108戸<br><br>◆支援体制設置市町村 H23：9市町村（26%） ↓ H27：17市町村（50%） | ◆有機農業の普及拡大による産地化 |

**営農定着への支援**

県産地・流通支援課：就農サポートハウスにより1～3年実績を積むための支援(H24終了)
県農地・担い手対策課：45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金（経営開始型）の給付

**経営安定への支援**

農業団体（県農業公社）：就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施（H22年度から新たに職員を配置）
農業団体（農協）：営農指導員による営農指導
県農業振興センター：普及職員による技術指導

**雇用就農の拡大に向けた支援**

国：農の雇用事業による農業法人等への支援
県農地・担い手対策課：従業員のスキルアップへの支援
農業団体（農業会議）：ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供

**有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援**

生産者：遊休農地・施設等の情報提供、技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力
農業団体：遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、技術及び経営指導
有機農業推進団体：研修教育の実施、就農支援、就農後のフォローアップ（技術、販路等）
市町村：遊休農地・施設等のリスト化、相談窓口の設置、有機農業の推進体制整備
県環境農業推進課：就農支援、県職員・市町村・JAへの意識啓発
県農業振興センター：就農支援、技術及び経営指導体制の充実

**有機栽培の作付体系実証**

生産者：有機栽培事例の情報提供
県環境農業推進課：有機栽培技術部会の設置運営
環境保全型畑作振興センター：有機栽培事例の収集と実証展示及び作付体系の実証（～H25）
農業担い手育成センター：有機栽培事例の収集と実証展示(H26～)
県環境農業推進課・農業振興センター：県内優良事例の収集

**有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり**

消費者：援農活動への参加、有機農産物の購入
生産者：組織活動への参加、有機JAS認証の取得、共同出荷体制の整備　　実需者・流通業者：有機農産物の取り扱い
有機農業推進団体：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大
県環境農業推進課・産地・流通支援課：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、生産者と実需者のマッチング
県農業振興センター：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、産地化に向けた支援

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br><br>（1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり | ◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行<br><br>◆産地においては、高齢で零細な経営体が多く、今後、生産力の減少が懸念されるため、将来にわたって安定した経営を行っていくことのできる農業法人を含めた担い手の育成が必要 | ・規模拡大等による企業的経営体の育成を行うため、企業的経営の普及啓発を行うとともに、農家をリストアップし、カウンセリング・コンサルテーションの実施や研修会の開催による支援を実施<br><br>・優良な労働力の確保や従業員の人材育成への支援を実施<br><br>◆規模拡大志向農家の経営状況や課題の把握を行い、改善に向けた助言や支援を実施し、改善につながる事例もみられた | ◆規模拡大には、設備投資や経費の負担が大きく、長期的な視点に立った経営計画の作成が必要<br><br>◆また、雇用労働力を活用していくためには、受け入れ側の環境整備等が必要<br><br>◆長期的に安定して経営する企業的経営体の一つの形態として、法人化の取組を強化<br><br>◆あわせて、県内の農業法人の組織化を推進 | ◆◎経営者（担い手）の育成 | | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆◎法人経営体の育成 | | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆農地の権利を取得し農業経営を行う法人数<br>H23：63法人<br>↓<br>H27：140法人 | ◆地域で暮らし稼げる農業 |

**企業的経営体志向農家の掘り起こし**

市町村：「人・農地プラン」作成による中核的な農業者や法人化を志向する農業者をピックアップ
農業団体（農業会議）：研修会の開催等により、企業的経営に向けた意識啓発を行い、志向農家を掘り起こし

**経営者の育成（企業的経営に向けた経営発展計画作成支援）**

法人化など経営発展志向農家：経営計画の作成と実践
農業団体等（農業会議）：法人化に向けたセミナーの開催、経営方式の改善（税理士・社会保険労務士等の専門家を活用した計画への助言・指導）
県農地・担い手対策課・農業振興センター：経営発展に向けた意識啓発、計画作成支援

**個別経営計画の実践と法人化の推進**

法人化など経営発展志向農家：経営計画の実践、事業導入による施設整備
県農地・担い手対策課・農業振興センター：計画実現に向けた助言・支援
県産地・流通支援課：規模拡大農家に対するレンタル用のハウス整備を支援
農業団体（農業会議）：計画達成に向けた助言・指導（専門家の活用等）

**規模拡大に向けた農地情報の収集と提供事業の充実**

農業団体（県農業公社）：遊休ハウス等の農地情報を収集し、規模拡大志向農家に情報提供
規模拡大を図るため農地の買入や借入を希望する農業者を農地の受け手として登録

**農地の流動化と担い手への集積**

市町村：「人・農地プラン」作成や農地利用集積円滑化団体による中核的な農業者への農地の利用集積を支援
農業団体（県農業公社）：農地保有合理化事業により農地の利用集積を支援

**農地中間管理機構の創設**

農地中間管理機構：規模縮小や離農する農家の農地を借入れ、地域の担い手に貸し付けを行い、農地の集積・集約化を図る
県農地・担い手対策課：農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援

**農業法人の組織化**

農業団体（農業会議）：県内の農業法人等の緩やかな集まりである任意組織を設置し、農業法人間での情報共有や相互研鑽を図る場を設置
日本農業法人協会高知県支部であるコウチ・アグリマネジメント・クラブの活動を強化
（経営の多角化等への支援）
県農地・担い手対策課：農業会議の活動を支援

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br>（1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり | ◆林業の担い手が高齢化・減少している | ・新規就業者職業紹介アドバイザーの設置<br>・林業体験教室や就業相談会の開催<br>・高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施<br>◆就業希望者と林業事業体それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある<br>・技術者養成手法の改善、強化<br>◆県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより基幹となる林業技術者の育成が進んだ | ◆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<br>◆木材の増産に向け素材生産を行える人材の育成が必要<br>◆効率的な生産ができる事業者が少ない<br>P387 別図（林2）参照 | ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保<br>○就業者向けの林業体験の実施<br>○就業希望者へのPR方法の改善 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆林業技術者養成手法の改善、強化<br>★林業学校における人材の育成・確保<br>◎木材生産の技術習得の推進<br>◎先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上 | | | ○ | | ○ | |
| | | ・所得の確保など事業体における就労条件の改善<br>◆就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた | | ◆○事業体における就労環境の改善 | | | ○ | | ○ | |
| | | ・市町村、森林組合等への説明会の実施<br>・市町村広報誌や林業機関誌への掲載による森林整備のPR<br>◆H21からH24まで、のべ355人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった<br>・自伐林家等による生産を促進<br>◆副業型林家の育成による収入機会の拡充 | ◆担い手の確保と技術の向上<br>P388 別図（林3）参照 | ◆自伐林家等による生産を促進<br>○自伐林家の生産活動の支援<br>○副業型林家の育成<br>★小規模林業推進協議会による情報共有等<br>★自伐林家等の生産活動に必要な林業機械レンタル費用等の支援 | | | ○ | | ○ | |
| | | ・キノコや木炭など特用林産物の生産活動への支援<br>（安芸地域）<br>土佐備長炭の生産、出荷、販売体制の強化<br>（嶺北地域）<br>シキミ、サカキの生産拠点づくり<br>（仁淀川地域）<br>シキミ、サカキの販路の拡大<br>（高幡地域）<br>シイタケ生産の拡大<br>（幡多地域）<br>備長炭生産拠点の整備<br>・特用林産就業者の育成<br>◆H22から土佐備長炭やシイタケ生産について研修を実施し、6名が就業 | ◆研修終了者が地域で定着できる体制づくりが必要 | ◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR<br>○市町村と連携した総合的な支援 | ○ | | | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている<br>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる<br>◆担い手 1,732人 | ◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている<br>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている<br>◆担い手 1,756人<br>◆林業雇用労働者（原木生産）の年収 400万円 |
| 就業希望者への支援<br>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強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施<br>県森づくり推進課：林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業体の指導を実施 | | | | | | |
| 技術者養成研修の実施<br>林業事業体：県の研修と併せて緑の雇用現場技能者育成対策事業を活用した担い手の育成<br>森林組合連合会等：事業体の指導<br>林業労働力確保支援センター：研修事業の実施及び事業体の指導<br>県森づくり推進課：林業技術者養成研修等の拡充、研修の中核を担う労確センターの支援、林業学校の設立(H27.4から) | | | | | | |
| 事業体の就労環境の充実<br>事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善<br>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 | | | | | | |
| 自伐林家の生産活動の支援<br>自伐林家：生産活動への積極的な取組<br>森林組合：管轄内の自伐林家支援に積極的に参画<br>県林業改革課：森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援 | | 自伐林家：生産活動への積極的な取組<br>森林組合：管轄内の自伐林家支援に積極的に参画<br>高知県森と緑の会：国の森林・山村多面的機能発揮対策交付金事業による支援<br>県林業環境政策課、県木材増産推進課：高知県森と緑の会への支援、搬出間伐等への支 | | | | |
| 副業型林業への技術支援<br>自伐林家等：研修制度の積極的な活用と森林整備の促進<br>NPO等：研修会の開催による技術指導の実施、修了生の就業状況把握、自伐林家等のネットワークづくり | | | | | | |
| | | 小規模林業推進協議会による情報共有等<br>自伐林家・NPO等：推進協議会への参加、研修等によるスキルアップ及び木材生産活動の推進<br>県森づくり推進課：推進協議会の運営、安全対策の支援<br>県木材増産推進課：林業機械レンタル費用等の支援 | | | | |
| | | | | | ◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいる<br>また、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている | ◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得が向上している<br>また、高齢の方でも収入が得られる機会を創出されている |
| 特用林産物の生産活動の支援<br>地域林業者等：施設整備など生産コストの削減等による積極的な生産活動<br>県木材産業課：市町村との連携強化や補助制度を活用した地域発の取組を支援 | | | | | | |
| 特用林産業新規就業者の育成支援<br>地域林業者等：生産技術の習得<br>市町村：新規就業者を認定し、実践研修経費を助成<br>県木材産業課・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 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br><br>（1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり<br><br>P464<br>別図(水9)参照 | ◆漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少<br><br>◆新規漁業参入者<br>H15年 19名<br>H16年 23名<br>H17年 22名<br>H18年 25名<br>H19年 41名<br>H20年 28名<br><br>◆近年はサラリーマンなどから転職した新規漁業就業者が多い傾向にある<br><br>◆支援事業で確保した漁業者17名（平均年齢37歳）は中堅漁業者として定着（H22年度末） | ・支援制度の見直し、拡充<br>H21：生活費支給額や対象年齢の上限を引き上げ<br>H21、22：漁船リース制度の創設<br>H25：短期研修の委託化による受入手続の迅速化、共同経営型漁業を研修対象に追加、研修期間を最長3年間に延長、指導者謝金の支給期間の延長など<br><br>・高知県漁協に漁業就業支援アドバイザーを配置<br>就業フェア等における勧誘や研修受入に関する地元調整、修了生のフォローアップ等を担当：1名（H21～）<br>幡多地域における研修受入調整、指導者の確保を担当：1名（H23）<br>漁業求人情報の収集とデータベース化等を担当：1名（H25）<br><br>・未経験者や高校生を対象としたPR活動<br>海洋高校生の漁業体験研修（H24～）<br>沿岸部の高校における出前授業（H24～）<br>漁業就業セミナーの開催（H25～）<br><br>◆支援制度の拡充やアドバイザーの配置、セミナーの開催等の取組により、それまで頭打ち若しくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた<br><br>◆セミナー参加者数<br>H25年度 46名<br>H26年度 28名<br><br>◆短期研修受入実績<br>H24年度 2名<br>H25年度 18名<br>H26年度 34名<br><br>◆長期研修受入実績<br>H24年度 2名<br>H25年度 5名<br>H26年度 9名<br><br>◆新規漁業参入者<br>H21年 34名<br>H22年 39名<br>H23年 78名<br>H24年 47名<br>H25年 37名<br>H26年 29名 | ◆研修希望者の増加に対応する指導者の確保、受入体制の整備<br><br>◆家族経営型で零細規模の養殖生産者の担い手対策 | ◆漁業の担い手の確保<br><br>◎研修未実施地区での研修受入<br><br>◎幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進<br><br>○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし<br><br>◎アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆高知市の小型底曳網など研修実施地区、漁業種類を拡大<br>◆年間32名の新規就業者を確保<br>◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成 | ◆若手漁業者の比率拡大により、漁業生産量を確保、漁村の活性化<br>◆新規就業者を320名確保 |

研修未実施地区での研修受入
幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進

漁協：相談窓口、漁業体験研修の実施、長期研修の受入調整、漁船リース事業への取組、准組合員制度の活用
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
市町村：漁船リース事業への取組、財政支援、移住支援
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：研修の受入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、アドバイザーとの連携、研修未実施地区に対する事業説明会の開催による制度の周知

漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし

漁業者（認定漁業士）：漁業就業セミナーでの漁業の詳しい実態等についての講演、体験プログラム指導
漁協：セミナー等での市場の仕組みについての講演と模擬セリ等の実演、雇用型漁業の基礎情報や求人情報等の提供
アドバイザー：漁業求人情報の更新、就業希望者への情報提供と勧誘、支援制度の紹介
県漁業指導所：漁業求人情報の収集や就業希望者とのマッチングの支援、漁業就業セミナーの開催支援
県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導提言、漁業就業セミナーの開催

アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実

アドバイザー：研修修了生の操業状況調査、相談への対応
漁協、市町村：地元への定着支援
県漁業指導所：漁労技術、水揚げ向上への技術的助言
県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導助言

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 実施上の課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br>（1）産業の担い手確保に向けた仕組みづくり | ◆移住促進に取り組む地域間での競争が激化 | ・移住・交流コンシェルジュの体制強化及び都市部での移住相談会等への出展、移住体験ツアーの実施<br>◆県への新規移住相談件数は、前年度同時期を上回っている（H27.2末現在） | ◆移住に関心を持った方々に移住相談や移住体験ツアーへの参加等の主体的な行動に移ってもらうこと | ◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供<br>◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応/東京相談窓口の充実/大阪出張相談の実施<br>★高知の魅力や、移住に関する情報を県外に発信するためのガイドブック等のリニューアル<br>★アクティブな情報発信による「人財」誘致 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | ◆行政が主体となり移住を促進 | ・官民協働での「高知県移住推進協議会」の設立と協議会の開催<br>◆官民協働による移住希望者への新たな支援策の開始（レンタカー割引、引越割引、宿泊特典、リフォーム割引）<br>・市町村における「専門相談員」の配置の促進<br>◆平成26年度においては、22市町村で配置（H27.2末現在）<br>・住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及<br>◆平成26年度においては、10市町43人に委嘱（H27.2末現在） | ◆移住促進の取り組みの必要性や目標の共有による市町村や民間団体等との更なる連携協調 | ◆市町村や民間団体等との連携強化によるサポート体制の充実<br>○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営<br>◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応［再掲］<br>○市町村における専門相談員の配置の促進<br>○住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及<br>★移住促進に取り組む、民間支援団体のネットワーク化を支援 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆移住者数<br>年間500組<br>※県＋市町村で把握する移住者数 | |

関心から行動へと促すための情報や機会の提供

県産業振興推進部、県商工労働部、県農業振興部、県林業振興・環境部、
県水産振興部、市町村、民間団体等：
・首都圏に移住・交流コンシェルジュを配置し、移住相談対応や都市部人材情報の収集等を行う
・移住・交流コンシェルジュによるサポート体制を充実（H25：6名→9名に増員）
・都市部での移住相談会等の開催（県全体の移住関連イベントのスケジュールを集約し、県がコーディネート、都市部における全国規模の相談会への出展強化）
・地域の求める人材情報の掘り起しを行い、民間人材ビジネス会社等と連携して都市部人材に提供し、地域と都市部人材を結びつける

移住希望者の不安を解消してもらうための情報の提供や、サポートの充実

県産業振興推進部、市町村、民間団体等
官民協働による「高知県移住推進協議会」での移住者支援策の検討や、市町村における「専門相談員」の配置の促進、地域における「地域移住サポーター」の委嘱の促進、移住・交流コンシェルジュの充実等により、官民が連携して移住希望者をサポートする体制を整え、移住希望者への情報提供やサポートにあたる。

民間の移住支援団体との連携強化

県産業振興推進部、市町村、民間団体等
移住支援に取り組む民間団体等の全県的なネットーワーク形成と連携した事業の実施を支援

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

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br>（1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり | ◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数<br>H20年度　10件<br>◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い | ・「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施<br>◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した | ◆登録企業と求職者とのマッチングの促進<br>◆無料職業紹介対象事業所の拡大 | ◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化<br>○U・Iターン人材情報システムへ求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う<br>◎職業紹介対象企業をシステムに登録された全求人企業に拡大する | | | | | ○ | ○ |
| | ◆県内高校から大学に進学する生徒の約8割は県外大学へ進学<br>◆県内企業では新規大卒求人が充足しない雇用のミスマッチがある | ・本県出身の県外大学生等に、ダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出展、県外大学保護者会への参加など、本県の魅力や県内企業情報を周知した<br>◆県外大学生等に高知の魅力を発信したり、就職情報の提供ができた | ◆学生に対する県内企業の情報提供<br>◆保護者の県内企業への理解促進<br>◆県外大学に進学する高校生に対しての情報提供<br>◆就職支援協定を締結した大学を中心に、Uターン就職に向けた取組強化 | ◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供<br>◎新規大卒者等県内就職支援事業ダイレクトメール、保護者会などを通じて、県内企業の企業説明会等の情報を提供、東京・大阪の就職相談会では、高知県の魅力を伝えることにより、県内への就職促進を図る<br>○民間と連携して、県外大学生に対する県内インターンシップ情報を提供し、県内企業の理解促進を図る<br>★就職支援協定を締結した大学を中心に、県内企業を知ってもらう取組を進める<br>★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援（再掲） | | | | | ○ | |
| （2）専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保 | ◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数<br>H20年度　10件<br>◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い | ・「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施<br>◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した | ◆登録企業と求職者とのマッチングの促進<br>◆無料職業紹介対象事業所の拡大 | ◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化<br>○U・Iターン企業就職等支援事業<br>県の無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う県内高校生に対して、卒業時に「U・Iターン人材情報システム」を周知する | | | | | ○ | ○ |
| | ◆仕事や住居の確保など、移住後の生活に不安を持つ人が多い（そもそも移住するということはハードルが高い） | ・高知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<br>◆都市部での座学研修に計61名が参加、マッチング交流会に計15名が参加して県内の23事業者と面談、フィールドワーク研修に4名が参加　（H27.3.1現在） | ◆地域の求める人材ニーズと都市部人材等との結びつけ | ◆都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援<br>★都市部での座学や高知での短期研修の実施<br>★企業等が実施するOJTやOFF－JT研修を支援 | | | | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進<br>県雇用労働政策課・県外事務所：<br>・機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する<br>・無料職業紹介対象企業の拡大と体制の強化（平成27年度～）<br>P505 別図（商工4）参照 | | | | | ◆企業が求める人材の確保 | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| 県外大学生のUターン就職の促進<br>県雇用労働政策課・県外事務所：県外大学への情報提供、民間が実施する就職ガイダンスへの県の直接参加、県外大学訪問や保護者会への参加等により、高知県の魅力や県内企業の情報を発信する<br>県雇用労働政策課：<br>県外大学生向けには、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」を周知することで、県内企業への就職促進を行う<br>【再掲】県雇用労働政策課：<br>私立中学高等学校の生徒に、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える | | | | | ◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材を確保 | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| 無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進<br>県雇用労働政策課・県外事務所：<br>・機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する<br>・無料職業紹介対象企業の拡大と体制の強化（平成27年度～）<br>P505 別図（商工4）参照 | | | | | ◆企業が求める人材の確保 | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| | | 都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援<br>県産業振興推進部：<br>・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その実現に向けた研修や県内企業とのマッチングの機会を提供<br>［就業］都市部での座学研修や高知での短期研修（マッチング交流会、フィールドワーク研修）の実施<br>［起業］テーマを絞って都市部での座学研修と高知でのフィールドワーク研修を組み合わせて実施<br>・受入企業等が実施するOJT、OFF－JT研修を支援<br>・市町村等が受け入れる都市部の民間企業人材の人件費について、市町村を支援 | | | ◆年間20組の都市部等からの移住者が、支援事業を活用したOJT、OFF－JT研修を受講 | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 連携テーマ【産業人材の育成・確保】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める<br><br>(2)専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保 | ◆後継者不在による事業者の休廃業数の増加 | | ・後継者の確保・育成 | ◆県内事業者等への事業承継に対する理解促進及び後継者人材の確保<br><br>★円滑な事業承継をすすめるための研修会等の実施<br><br>★後継者・中核人材等の育成支援 | | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆事業承継の必要性について認知される | ◆中小企業等が必要とする後継者・中核人材の育成・確保 |

円滑な事業承継及び後継者等の確保

県事業承継・人材確保センター：
・事業承継についての普及・啓発
・金融機関等を対象として研修会等の開催

県雇用労働政策課：
事業承継・人材確保センターと連携し、UIJターン就業支援補助金を活用し、後継者・中核人材の確保を促進する

P507,508
別図（商工6,7）参照

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

別図（人1）

# 高知のキャリア教育構想図　「発達段階に応じ、就学前・小・中・高が連携してすすめる高知のキャリア教育」

社会的・職業的自立

高知のキャリア教育３本柱 ➡ 学力向上 ／ 基本的生活習慣の確立 ／ 社会性の育成

自らの将来を切り拓く力を育てる

見通しをもつ力・やりぬく力を育てる

かかわり合う力・自ら学ぼうとする力を育てる

豊かな心情・意欲・態度を育てる

社会・上級学校

## 就学前

◇就学前は、生涯にわたる人格形成の基礎となる、豊かな心情、物事に自分からかかわろうとする意欲、健全な生活を営むために必要な態度などが培われる重要な時期である。
◇保育所・幼稚園等では、小学校以降の生活や学習の基盤の育成につながることに配慮し、幼児期にふさわしい生活を通して、創造的な思考や主体的な生活態度の基礎を培う。
◇保育所・幼稚園等における幼児の生活が、家庭や地域社会と連続性を保ちつつ展開されるようにする。その際、地域の自然、人材、行事や公共施設などの地域の資源を積極的に活用し、幼児が豊かな生活体験を得られるようにする。

## 小学校【６年間】

学力向上
◇各教科等の授業や単元等のガイダンスを工夫し、目的意識を高める。
◇各教科の学習内容を吟味し、生活との関連を深める。
◇職業に関することや人の生き方に関する内容を活用する。
◇日常生活における言語の役割や機能などについて意識や関心をもって正しい国語を用いることができるようにする。など

基本的生活習慣の確立
◇生活のリズムを習慣化させる。
◇返事やあいさつ、時間や約束を守ることができるようにする。
◇家庭学習の習慣化を図り、自ら学ぼうとする力を育てる。
◇読書を通して、自分と他者の気持ちを考えられる豊かな心を育む。など

社会性の育成
◇自分の役割や責任を果たし、役立つ喜びを体得させる。
◇社会と自己のかかわりから、自らの夢や希望をふくらませる。
◇職場見学等を通し、働くことの意義について考えさせる。
◇地域に関する副読本や教材等を活用し、郷土を愛する心を育てる。など

## 中学校【３年間】

学力向上
◇各教科等とキャリア教育との関連性について正しく理解し、見通しをもつ力を育てる。
◇各教科等の特質と単元や題材などの内容を生かした創意工夫を行う。
◇学ぶことや働くこと、生きることの尊さを実感させ、学ぶ意欲を向上させる。
◇日常生活における言語の役割や機能などについて意識や関心をもち、正しく美しい国語を用いることができるようにする。など

基本的生活習慣の確立
◇生活のリズムを習慣化し、自己管理能力を育てる。
◇場に応じた返事やあいさつ、時間や約束を守ることができるようにする。
◇家庭学習の習慣化を図り、見通しをもつ力・やりぬく力を育てる。
◇読書を通して、自分と他者の気持ちを考え、自己の考えをもつことができるよう豊かな心を育む。など

社会性の育成
◇自分の役割や責任を果たし、自主性を高める。
◇社会と自己のかかわりから、自分の特徴に気付き、自分らしい生き方について考えさせる。
◇職場体験やボランティア活動等を通し、職業観・勤労観を深め、ともに助け合い生きる喜びを体感させる。
◇高知県に関する副読本や教材等を活用し、郷土を愛する心を育てる。など
（キャリア教育副読本の活用）

## 高等学校【３年間】

学力向上
◇中学校段階までの基礎学力を定着させ、進路実現をイメージしながら学習に取り組むようにする。
◇専門的な知識・技能を身に付けさせる。
◇自分の考えを文章にしたり、発表するなど社会生活に必要なスキルを身に付けさせる。
◇物事を論理的に判断できる能力を身に付けさせる。
◇言語活動を活発かつ適正に行わせ、豊かな言語能力を養う。など

基本的生活習慣の確立
◇基本的な学校のルールを守ることで、自己管理能力を高める。
◇社会で通用するマナーを身に付けさせる。
◇自らの進路を考えた家庭学習をできるようにする。
◇読書を通して感性を磨き、読解力や表現力、想像力を高め、人生をより豊かに生きる力を育てる。など

社会性の育成
◇主体的に社会の形成に参画していくために必要な思考力、判断力、コミュニケーション能力を育てる。
◇自分と他者が互いを認め合い、切磋琢磨し、自分の良さを伸長できるようにする。
◇「場」に合った言動ができるようにする。
◇インターンシップを通して社会に出る具体的イメージをもたせる。
◇郷土の将来を考え、自分の担う役割を自覚させるとともに、多くの人との触れ合いを通して、公共の精神を養い、グローバルな視野をもった人材を育てる。
など

道徳性の芽生えを培う　　道徳性の育成

キャリア教育全体計画及び年間指導計画の充実

小・中学校における職場見学・職場体験等の体験学習の充実

人材育成・人材確保

年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

生徒の意欲を高める応援プラン（中途退学者半減プラン・社会性育成プラン）

高校生スキルアップ講座

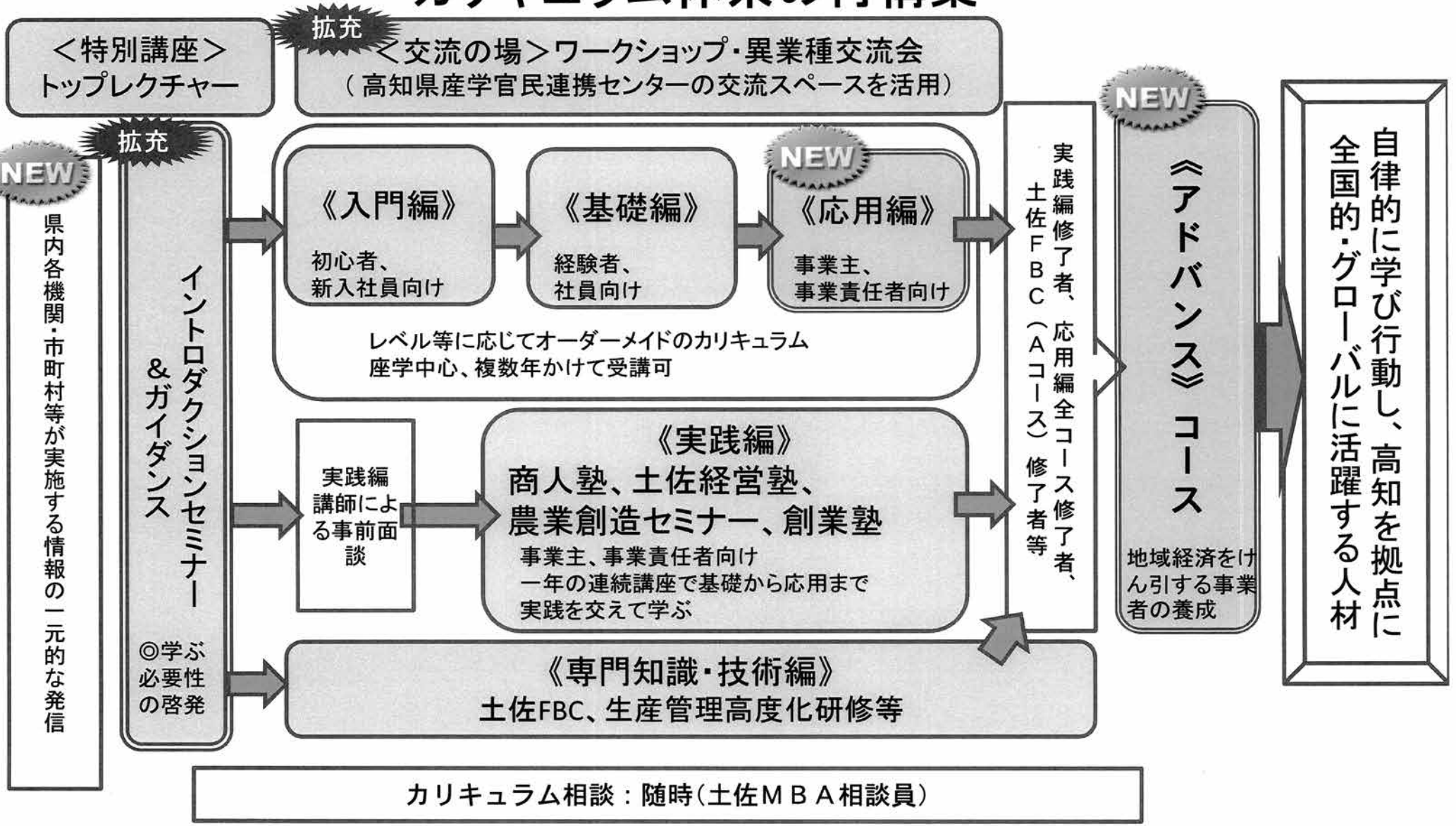
インターンシップ及び企業見学

農林業体験インターンシップ

職業人を招へいした対話型進路講座（生徒・保護者対象）

別図（人2）

# 平成27年度　土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）カリキュラム体系の再構築



Ⅰ　産業間の連携戦略

# 6　移住促進による地域と経済の活性化

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

| 現状 | | 課題 | 施策の方向性 |
|---|---|---|---|
| 県外からの移住者120組（H23）→121組（H24）→270組（H25）→319組（H26・1月末時点）<br>※上記は、県及び市町村の相談窓口等を通して移住した者の数 | 高知を知って・好きになってもらう | 全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない | 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 |
| | 移住に関心を持ってもらう | 移住を意識している人が少ない | 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 |
| | 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう | 移住に関心を持っても、具体的に行動に移す人は、極めて少ない | 関心から行動へと促すための情報や機会の提供 |
| | 移住について真剣に考えて決めてもらう | 移住後の生活に不安を持つ人が多い（仕事や住居の確保等）<br>（そもそも移住するということはハードルが高い） | 不安を解消してもらうサポートの充実<br>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 |
| | 高知に安心して住み続けてもらう | 居場所を見つけ、生きがいやりがいを感じてもらう | 地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実 |

# を目指す本県産業の姿　移住促進による地域と経済の活性化

## 第2期計画ver.4の取り組み

H24 ＞ H25 ＞ H26 ＞ H27

**4年後の目標（H27年度末）**

県外からの移住者　年間500組以上を目指す
～移住者と一緒に創る元気な地域～

◎市町村や民間団体等との連携協調による取り組み

○高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」ＰＲ(P262~263)
　拡 移住への入り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」プロモーションと一体となって展開
　新 相談会のブースの装飾等を高知家のﾄｰﾝ&ﾏﾅｰに揃え、ALL高知家の一体感を演出
○移住促進と各分野のプロモーション活動との連携強化(P262~263)

○移住ポータルサイトの機能強化・訪問者増加対策(P262~263)
　・マーケティング手法を活用した機能の改善、ＳＥＯ対策等
新 ○ターゲット別（分野×年代等）移住促進戦略の展開(P262~263)
　・県のHP「高知家で暮らす」に仕事別に加え、暮らし方や世代に着目したコンテンツを追加
○アクティブな情報発信による「人財」誘致(P262~263)
　・専門誌（農林漁業、田舎暮らし、子育て）、県の広報誌による魅力の発信
　・民間支援団体や移住者の協力を得てfacebook等で口コミ情報の発信
○「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供(P262~263)
　・コンテンツ(仕事、住む場所、趣味)の充実

高知家で暮らすHP

○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応(P262~263)
　拡 移住・交流コンシェルジュによるサポート体制を充実（東京窓口の拡充等）
○高知で暮らし隊や移住支援特使、県外関係機関に向けた移住関連情報の提供(P262~263)
○各地の県人会、校友会等を通じた高知県出身者へのタイムリーな情報発信(P262~263)
○都市部での移住相談会等の開催や移住体験ツアーの実施(P262~263)
　新 県全体の移住関連イベントのスケジュールを集約し、県がコーディネート
　・少人数相談会やセミナーの実施（ターゲット別の移住促進戦略とも連動）
　・県、市町村、民間団体が合同で実施するＡＬＬ高知移住相談会の充実
　拡 都市部における全国規模の相談会への出展強化
新 ○ガイドブック及びリーフレットのリニューアル
○アクティブな情報発信による「人財」の誘致［再掲］
　・民間人材ビジネス事業者と連携した都市部人材に向けた情報発信
　新 ・多種多様な人材の獲得に向けて、事業承継・人材確保センター等との連携

○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営(P264~265)
○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応［再掲］
拡 ○市町村「専門相談員」の配置の拡大(P264~265)
○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及 (P264~265)
○求人／就職情報の提供等によるＵ・Ｉターンの促進
拡 ○農業・林業・漁業就業希望者のための各種研修や支援事業の実施〈国事業を含む〉
（農業）就農相談活動の強化（就農コンシェルジュの配置、提案型募集の実施等）、農業担い手育成センターでの基礎～実践研修（こうちアグリスクール・長期研修などの実施）、研修手当・青年就農給付金の支給、農地確保の支援、園芸用ハウスの整備　など
（林業）林業就業支援講習、特用林産物生産技術の長期研修の実施・研修手当の支給
林業学校「基礎コース」及び「短期コース」の開講、緑の青年就業準備給付事業費補助金の支給　など　など
（漁業）漁業体験研修・長期研修の実施、研修指導者への手当の支給、漁業就業セミナーの開催、漁船のリースへの支援、

○高知ふるさと応援隊の導入や活動の支援
○移住者向け住宅の確保促進(P264~265)
　・市町村等による空き家の中間保有の促進、空き家内の荷物の整理・処分を支援
新 ○県内都市部における「お試し滞在」の促進(P264~265)
　・民間事業者と連携し、県内都市部（高知市等）で「お試し滞在」の受け皿を確保
○クラインガルテン（滞在型市民農園）の利用促進　　○二地域居住の促進
○新しいビジネスへのチャレンジのサポート(P224~225,P272~273)
　・シェアオフィスの整備や創業者等への支援　・土佐まるごとビジネスアカデミー
拡 ○アクティブな情報発信による「人財」の誘致［再掲］
　・都市部人材の円滑な移住の実現をサポート（都市部での座学研修や高知での短期研修の実施、起業研修の充実、OJT・OFF-JT研修を支援など）
拡 ○高知家移住促進プロジェクト（ＫＩＰ）の更なる取り組みを支援(P262~263)

○市町村「専門相談員」の配置によるフォローアップ［再掲］
○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及［再掲］
○移住者交流会の開催などによる移住者間ネットワークの強化(P272~273)
○地域住民と移住者の交流による地域コミュニティ活性化への支援(P272~273)

**◆移住といえば「高知県」というイメージが浸透し、高知ファンや高知への移住の関心層が大幅に拡大**

●ポータルサイト「高知家で暮らす。」へのアクセス数
　64万件
(H23： 50,105件)
(H24：247,365件)
(H25：342,980件)
(H26：215,209件)

●移住相談者数
　3,400人
(H23：599人)
(H24：1,259人)
(H25：1,817人)
(H26：2,862人)

●暮らし隊の会員新規登録者数
　1,300人
(H23：371人)
(H24：503人)
(H25：690人)
(H26：1,194人)

※H26は1月末までの実績

**◆県・市町村・民間団体等の連携が強化され、高知県全体での移住者の受入体制が確立**

●専門相談員を全市町村が配置
(H23：10市町村)
(H24：10市町村)
(H25：18市町村)
(H26：22市町村)

●全市町村でお試し滞在住宅、移住者支援施設等が整備
(H23：11市町村)
(H24：13市町村)
(H25：17市町村)
(H26：17市町村)

●地域移住サポーターの委嘱と普及
　300人
(H25：28人)
(H26：43人)

※H26は1月末までの実績

# 移住促進による地域と産業の活性化

**課題⑥** 生産年齢人口や担い手の減少により、地域や経済を支える人材が不足している

本県では、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や少子高齢化が見込まれています。こうした中、県内の市場は縮小を続けており、県内の都市部、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います。

このため、産業振興計画では、地産外商や本県の産業を担う人材の育成に取り組んでいますが、県外から、志を持った方に移住していただき、地域や経済の活性化のために活躍していただくことも重要です。

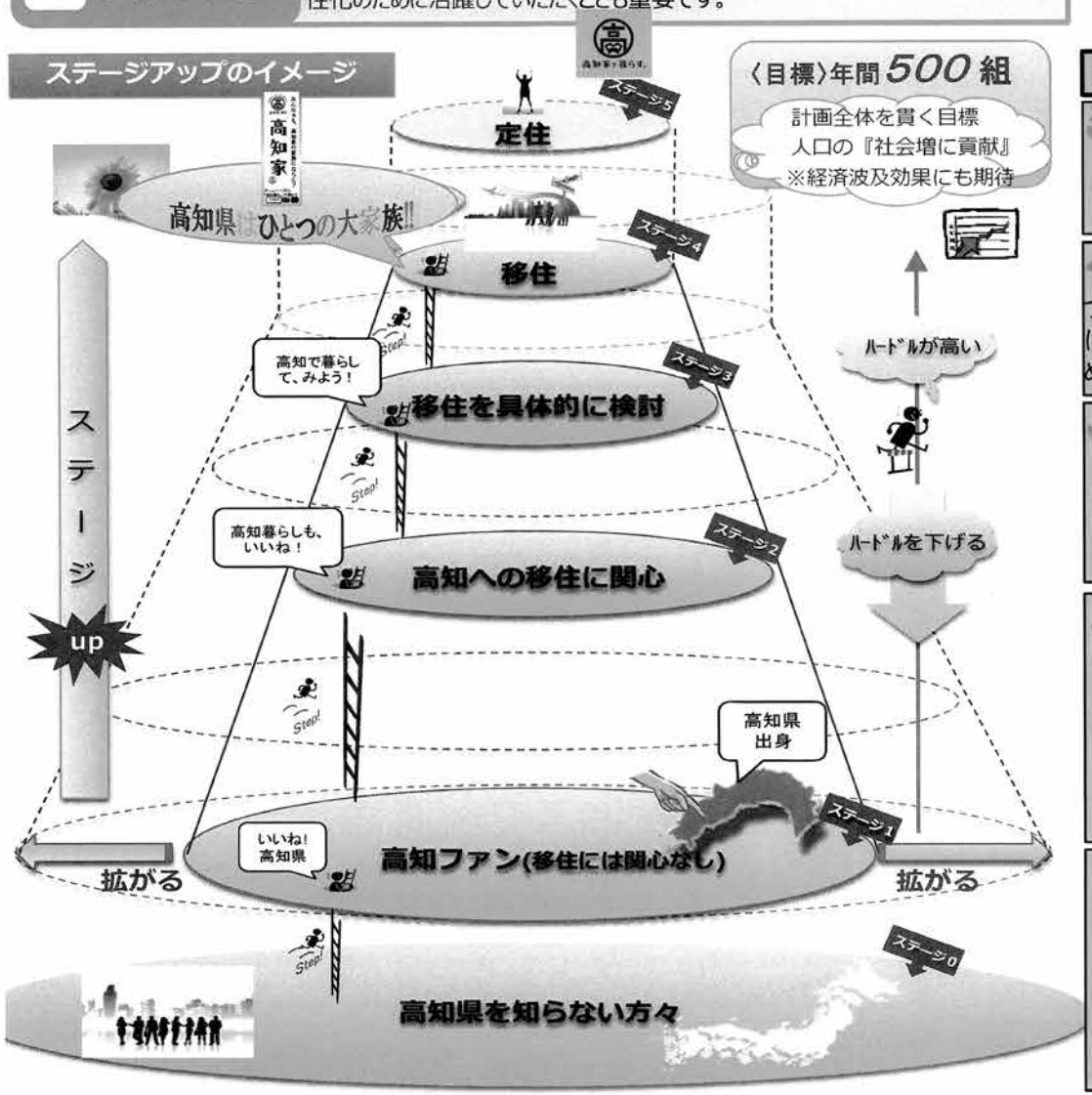
**基本方向６**

H25年度追加

**◆移住促進により、活力を高める**

官民協働・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、地域と経済の活性化につなげます。

**ステージアップのイメージ**




| ステップ | 各ステージの課題 | 施策の方向性 |
|---|---|---|
| 5 高知に安心して住み続けてもらう | 居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらう。 | 地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実。 |
| 4 移住について真剣に考えて決めてもらう | 移住後の生活に不安を持つ人が多い。<br>(仕事や住居の確保等)<br>-移住自体ﾊｰﾄﾞﾙが高い- | 不安を解消してもらうサポートの充実。<br>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。 |
| 3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう | 移住に関心を持っても、具体的に行動に移す人は極めて少ない。 | 関心から行動へと促すための情報や機会の提供。 |
| 2 移住に関心を持ってもらう | 移住を意識している人が少ない。 | 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。 |
| 1 高知を知って・好きになってもらう | 全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない。 | 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。 |

産業成長戦略の概要（連携テーマ：移住促進による地域と経済の活性化）

本県では、全国に 15 年先行して人口が自然減に転じ、10 年先行して高齢化率が上昇しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれています。こうした中、県内の市場は縮小を続けており、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、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取組を進めている一方、平成24年に県が試算した経済波及効果では、60歳のご夫婦50組が大都市等から高知市へ移住をされ、平均寿命まで生活された場合、約 65 億円が見込まれることから、移住の促進は、地域の人財確保だけではなく、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ています。

そのため、移住促進にあたっては、平成27年度末の目標として、県及び市町村の相談窓口などを通した年間の移住者数 500 組を掲げ、その実現に向けて、移住促進策を強化するとともに、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中山間地域対策」といった政策群の総力をあげて、官民協働、市町村との連携協調のもと、取り組むことで地域と産業の活性化につなげていきます。

これまでの取組によって、新規移住相談者数や移住実績といった各指標は、前年度を大きく上回る成果に結びついていますが、平成 27 年度に掲げる目標の達成に向け、もう一段、ギアチェンジが必要なことから、平成 27 年度は国の「地方創生」の動きとも連動しつつ、各産業分野、市町村、民間団体との連携を更に深め、「ALL　高知家」で移住促進策の展開を図ることを狙いとし、施策のバージョンアップを図ります。

まず、国の「地方創生」の動きの中で、今後ますます他県との競争が見込まれることから、国が平成 27 年3月末に開設した「全国移住促進センター」との連携を十分に図るとともに、新たに「ふるさと回帰支援センター」に移住相談窓口を開設します。また、「高知家」プロモーションとも更に密接に連携し、情報発信を行ってまいります

次に、県内の各地域で「ひと（移住希望者）」を呼び込む受入体制の整備をより一層進めるとともに、県、市町村、民間団体が行う相談会やツアーなどのイベントについて、より相乗効果を高める視点から、多くの市町村や産業分野が出展する、言わば“間口の広い”相談会で様々な情報や選択肢を移住希望者に提供した上で、各分野やテーマ別に開催する個別相談会につなぎ、更には高知に実際に来て、体験してもらう、といったスムーズなパス回しを意識して開催します。

また、ターゲット（分野×年代等）別に移住促進戦略を展開するほか、昨年度から本格的に取り組んできた人財誘致は、多様な人材の獲得に向けて「事業承継・人材確保センター」等と連携し、マッチングに取り組んでいきます。
なお、これら全ての取組を通じて、民間団体で構成する高知家移住促進プロジェクト（KIP）に、ネットワークを活かした民間ならではの取り組みを県とともに一層進めていただきます。

こうした取組によって、平成 27 年度に掲げる目標を達成するとともに、「移住者と一緒に創る元気な地域」の成功イメージの実現に向けて取組を加速してまいります。

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 高知を知って・好きになってもらう | ◆全国的にはまだまだ高知県を知っている人が少ない | ・コンセプトコピー「高知県はひとつの大家族やき。高知家」を核とした「高知家」プロモーションの実施<br><br>◆首都圏、関西圏における「高知家」の認知度は目標としていた25%を上回る33%となり、大幅に向上。プロモーションに賛同いただいた多くの方々から「高知家ファミリー募金」にご協力いただくなど、大きな盛り上がりにつながっている | ◆高知県の一番の魅力である「高知県人の家族のような温かさ」を様々な方法で全国に発信し、「高知家」の認知度を更に高めること | ◆広く高知のよさを知って、魅力を感じて、好印象を持ってもらうための多様な情報発信<br><br>★「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR<br><br>◎移住促進と各分野（県産品、観光、中山間対策）のプロモーション活動との連携強化 | | | | | | ○ |
| 2. 移住に関心を持ってもらう | ◆移住を意識している人が少ない | ・移住のポータルサイト「高知で暮らす。」の内容変更等、移住の取り組みを「高知家」と連動<br><br>◆「高知で暮らす。」は、21万5千件余り（H27.2末現在）のアクセス件数を獲得し、「高知で暮らし隊」の新規会員登録者数は、前年度を上回るなど一定の効果が出ている<br><br>・移住希望者のニーズの多い、「仕事」「住む場所」に加え「趣味」の情報をホームページからパッケージで提供する「幸せ移住パッケージシステム」を構築<br><br>◆運用開始以降、3万4千件余り（H27.2末現在）のアクセス件数を獲得 | ◆「高知家」プロモーションの盛り上がりを十分に移住促進に結びつけていくこと<br><br>◆「幸せ移住パッケージシステム」への登録情報を充実させること | ◆移住といえば高知県と思ってもらえるような独自性の高い情報の発信<br><br>★移住ポータルサイトの機能強化（マーケティング手法の活用）<br><br>★アクティブな情報発信による「人財」誘致<br><br>★「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供<br><br>★「幸せ移住プランコンテスト」の実施（～H26）<br><br>★ターゲット別（仕事×年代等）移住促進戦略の展開 | | | | | | ○ |
| 3. 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう | ◆移住に関心を持っても、具体的に行動に移す人は、極めて少ない | ・移住・交流コンシェルジュの体制強化及び都市部での移住相談会等への出展、移住体験ツアーの実施<br><br>◆県への新規移住相談件数は、前年度同時期を上回っている（H27.2月末現在） | ◆移住に関心を持った方々に移住相談や移住体験ツアーへの参加等の主体的な行動に移ってもらうこと | ◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供<br><br>◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応/東京相談窓口の充実/大阪出張相談の実施<br><br>★高知の魅力や、移住に関する情報を県外に発信するためのガイドブック等のリニューアル<br><br>★アクティブな情報発信による「人財」誘致［再掲］ | | | | | | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆移住者数<br>年間500組<br>※県＋市町村で把握する移住者数 | |

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ための多様な情報発信

県産業振興推進部、県観光振興部、県農業振興部、高知県地産外商公社公社：
・コンセプトコピー「高知県はひとつの大家族やき、高知家」を核として各分野で連携した情報発信を行い、ストーリー仕立てで高知県の魅力を打ち出し、高知県の知名度、認知度を上げていく
・移住へ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」プロモーションと一体となって展開

移住と言えば高知県と思ってもらえるような独自性の高い情報の発信

県産業振興推進部：
・マーケティング手法を活用して移住のポータルサイトの運用を行い、ホームページの使い易さの向上を図ることとともに、地域の求める個別の求人情報等、移住希望者にとって魅力的な情報の発信を行う
・「仕事」「住む場所」「趣味」の情報を組み合わせて検索できる「幸せ移住パッケージシステム」の登録情報を充実させ、ホームページから移住希望者に提供する。
・県のHP「高知家で暮らす」に仕事別に加え、暮らし方や世代に着目したコンテンツを追加するなど、ターゲット別の移住促進戦略を展開

アクティブな情報発信による「人財」誘致

県産業振興推進部、県商工労働部、県観光振興部、県農業振興部、
県林業振興・環境部、県水産振興部、市町村、民間団体：
・専門誌や広報紙、民間支援団体や移住者の協力による口コミ等、各種メディアを通じた情報発信を強化する

関心から行動へと促すための情報や機会の提供

県産業振興推進部、県商工労働部、県農業振興部、県林業振興・環境部、
県水産振興部、市町村、民間団体等：
・首都圏に移住・交流コンシェルジュを配置し、移住相談対応や都市部人材情報の収集等を行う
・移住・交流コンシェルジュによるサポート体制を充実（H25：6名→9名に増員）
・都市部での移住相談会等の開催（県全体の移住関連イベントのスケジュールを集約し、県がコーディネート、都市部における全国規模の相談会への出展強化）
・地域の求める人材情報の掘り起しを行い、民間転人材ビジネス会社等と連携して都市部人材に提供し、地域と都市部人材を結びつける

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 移住について真剣に考えて決めてもらう | ◆仕事や住居の確保など、移住後の生活に不安を持つ人が多い（そもそも移住するということはハードルが高い） | ・官民協働での「高知県移住推進協議会」の設立と協議会の開催<br><br>◆官民協働による移住希望者への新たな支援策の開始（レンタカー割引、引越割引、宿泊特典、リフォーム割引）<br><br>・市町村における「専門相談員」の配置の促進<br><br>◆平成26年度においては、22市町村で配置（H27.2末現在）<br><br>・住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及<br><br>◆平成26年度においては、10市町43人に委嘱（H27.2末現在） | ◆移住促進の取り組みの必要性や目標の共有による市町村や民間団体等との更なる連携協調 | ◆市町村や民間団体等との連携強化によるサポート体制の充実<br><br>○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営<br><br>◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応［再掲］<br><br>○市町村「専門相談員」の配置の促進<br><br>○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及<br><br>★移住促進に取り組む、民間支援団体のネットワーク化を支援 | | | | | | ○ |
| | | ・お試し滞在住宅等の移住者支援施設の整備を支援<br><br>◆平成26年度においては、16市町村が移住者支援施設を保有（H27.2末現在） | ◆移住者の希望する地域の空き家情報がない、希望を満たす空き家情報がないというミスマッチが生じている | ◆受入施設の整備と利用促進<br><br>★移住者向け住宅の確保促進<br><br>★県内都市部における「お試し滞在」の促進 | | | | | | ○ |
| | | ・高知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<br><br>◆都市部での座学研修に計61名が参加、マッチング交流会に計15名が参加して県内の23事業者と面談、フィールドワーク研修に4名が参加 （H27.3.1現在） | ◆地域の求める人材ニーズと都市部人材等との結びつけ | ◆都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援<br><br>★都市部での座学や高知での短期研修の実施<br><br>★企業等が実施するOJTやOFF－JT研修を支援 | | | | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆移住者数<br>年間500組<br>※県＋市町村で把握する移住者数 | |
| | 移住希望者の不安を解消してもらうための情報の提供や、サポートの充実<br>県産業振興推進部、市町村、民間団体等：<br>官民協働による「高知県移住推進協議会」での移住者支援策の検討や、市町村における「専門相談員」の配置の促進、地域における「地域移住サポーター」の委嘱の促進、移住・交流コンシェルジュの充実等により、官民が連携して移住希望者をサポートする体制を整え、移住希望者への情報提供やサポートにあたる | | | | | |
| | | 民間の移住支援団体との連携強化<br>県産業振興推進部、市町村、民間団体等：<br>移住支援に取り組む民間団体等の全県的なネットーワーク形成と連携した事業の実施を支援 | | | | |
| 受入施設の整備と利用の促進<br>県産業振興推進部、県土木部、市町村、民間団体等：<br>・移住者向け住宅情報の掘り起しの際の課題となる空き家内の荷物や移住者に家を貸すことに対する不安の問題を解消するため、 空き家内の荷物の整理や市町村、NPO等による住宅の中間保有を支援し、移住者への住宅の供給を促進する<br>・市町村とともに、NPO等によるお試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備を支援する<br>・民間事業者と連携し、県内都市部（高知市等）で「お試し滞在」の受け皿を確保 | | | | | | |
| | | 都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援<br>県産業振興推進部：<br>・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その実現に向けた研修や県内企業とのマッチングの機会を提供<br>［就業］都市部での座学研修や高知での短期研修（マッチング交流会、フィールドワーク研修） の実施<br>［起業］テーマを絞って都市部での座学研修と高知でのフィールドワーク研修を組み合わせて実施<br>・受入企業等が実施するOJT、OFF－JT研修を支援<br>・市町村等が受け入れる都市部の民間企業人材の人件費について、市町村を支援 | | | ◆年間20組の都市部等からの移住者が、支援事業を活用したOJT、OFF－JT研修を受講 | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 移住について真剣に考えて決めてもらう | ◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数<br>H20年度　10件<br><br>◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い | ・「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施<br><br>◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した | ◆登録企業と求職者とのマッチングの促進<br><br>◆無料職業紹介対象事業所の拡大 | ◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化<br><br>○U・Iターン人材情報システムへ求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う<br><br>◎職業紹介対象企業をシステムに登録された全求人企業に拡大する | | | | | ○ | ○ |
| | ◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している<br><br>◆産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある | ・PR段階<br>就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページへの掲載し、就農希望者への呼びかけ<br><br>◆東京、大阪でのこうちアグリスクールの定員を20名から40人に増やし、受講生が倍増<br><br>・相談段階<br>県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会への参加、県独自相談会の開催、産地「提案型」募集活動の実施<br><br>・技術習得段階<br>農大や農業担い手育成センターでの基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施<br><br>・営農準備段階<br>農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援<br><br>・営農開始後<br>普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施<br><br>◆PR段階から営農開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時（H21）の161人からH26は261人と新規就農者の増加につながっている | ◆就農希望者の確保<br><br>◆研修支援等の強化<br><br>◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保<br><br>◆実践研修を支援する指導農業士の確保<br><br>◆新規就農者の定着 | （就農前）<br>◆U・Iターン就農者の確保<br><br>★農業担い手育成センターの整備による就農希望者の研修及び産地とのマッチング機能の強化<br><br>★相談窓口の一元化と体制強化<br><br>★提案型募集に取り組む産地への支援 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆実践研修への支援<br><br>★青年就農給付金（準備型）の活用<br><br>★条件不利地就農希望者への研修支援<br><br>○農地等の情報提供<br><br>★農地の確保への支援<br><br>★実践研修から就農へのスムーズな移行への支援 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 H24 | 第2期計画 H25 | 第2期計画 H26 | 第2期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆企業が求める人材の確保 | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている。また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| 無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進<br>県雇用労働政策課・県外事務所:<br>・機会を捉えた「U･Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する<br>・無料職業紹介対象企業の拡大と体制の強化（平成27年度～）<br>県雇用労働政策課：本部及び幡多サテライトに広報員を配置して、事業の認知度を向上させる<br>P505 別図（商工4）参照 | | | | | | |
| | | | | | ◆新規就農者数 年間280人<br>◆指導農業士 H23：49人 H27：90人<br>◆人・農地プランの作成 200集落 | ◆新規就農者数 年間280人 |
| 就農希望者の確保<br>新規就農相談センター（農業会議）：就農相談活動の実施、就農コンシェルジュの設置（H27～）<br>県立農業担い手育成センター：「こうちアグリスクール（東京・大阪・名古屋・高知会場）」の運営、アグリ体験スクーリング研修の実施<br>県農業振興部：専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施<br>県農地・担い手対策課：県独自就農相談会の開催（H26～）<br>市町村担い手協議会（JA、市町村等）：産地「提案型」募集活動の実施（H26～） | | | | | | |
| | | 農業の担い手育成強化<br>県：農業担い手育成センターの整備<br>県立農業担い手育成センター：<br>就農希望者への基礎及び先進技術・経営管理研修の強化（ネット研修、講座、実習）<br>就農希望者と産地とのマッチング<br>農業者や技術指導者の先進技術研修の実施 | | | | |
| 研修の拡充<br>生産者：研修生の受け入れ（指導農業士等の受入先の拡充）<br>市町村等：実践研修の実施<br>市町村担い手協議会等：研修事業の円滑な推進の支援<br>県農地・担い手対策課：研修生（就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内）への青年就農給付金（準備型）の給付＋県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援<br>研修生（上記以外で65歳未満）への県新規就農研修支援事業による支援<br>県新規就農研修支援事業に条件不利地就農者育成区分を拡充（H27～）<br>県立農業担い手育成センター：就農希望者に対して座学・実習など最長2年間の実践的な研修教育を実施<br>県立農業担い手育成センター：新いなかビジネススクール（ネット研修）や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施 | | | | | | |
| 遊休農地やハウス等の活用<br>市町村担い手協議会（農業委員会等）：ハウス情報の収集・提供<br>県担い手協議会：耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援<br>農業団体（県農業公社）：遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供、耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援（国への上乗せ）<br>県農地・担い手対策課：農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を図る取組を促進し、管理に要する経費を支援（H25～H26）（H27～ 農地中間管理事業で対応） | | | | | | |
| | | 農地中間管理機構の創設<br>農地中間管理機構：規模縮小や離農する農家の農地を借入れ、地域の担い手に貸し付けを行い、農地の集積・集約化を図る<br>県農地・担い手対策課：農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援 | | | | |
| 初期投資の軽減<br>県産地・流通支援課：新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援<br>県協同組合指導課：新規就農者等に対する無利子の資金の貸付（制度変更により、H26年10月からは公庫資金に移行） | | | | | | |
| 円滑な就農に向けた支援<br>市町村担い手協議会（市町村、農業委員会、JA等）：農地や研修等の情報提供や助言などの実施<br>市町村：集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施<br>県農地・担い手対策課：JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の実施と整備したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る（H25～H26）（H27～ 「1－(5)園芸用ハウス面積の確保」の中で対応） | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 移住について真剣に考えて決めてもらう | ◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している<br><br>◆産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある | ・PR段階<br>就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページへの掲載し、就農希望者への呼びかけ<br><br>◆東京、大阪でのこうちアグリスクールの定員を20名から40人に増やし、受講生が倍増<br><br>・相談段階<br>県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会への参加、県独自相談会の開催、産地「提案型」募集活動の実施<br><br>・技術習得段階<br>農大や農業担い手育成センターでの基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施<br><br>・営農準備段階<br>農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援<br><br>・営農開始後<br>普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施<br><br>◆PR段階から営農開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時（H21）の161人からH26は261人と新規就農者の増加につながっている | ◆就農希望者の確保<br><br>◆研修支援等の強化<br><br>◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保<br><br>◆実践研修を支援する指導農業士の確保<br><br>◆新規就農者の定着 | （就農時）<br>◆★営農定着への支援<br>青年就農給付金（経営開始型）の活用<br><br>（就農後）<br>○経営安定への支援<br><br>◎雇用就農に向けた支援 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | ◆林業の担い手が高齢化・減少している | ・新規就業者職業紹介アドバイザーの設置<br><br>・林業体験教室や就業相談会の開催<br><br>・高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施<br><br>◆就業希望者と林業事業体それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある | ◆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 | ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保<br><br>○就業者向けの林業体験の実施<br><br>○就業希望者へのPR方法の改善 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 営農定着への支援<br>県産地・流通支援課：就農サポートハウスにより1～3年実績を積むための支援(H24終了)<br>県農地・担い手対策課：45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金（経営開始型）の給付 | | | | | ◆新規就農者数<br>年間280人<br>◆指導農業士<br>H23：49人<br>H27：90人<br>◆人・農地プランの作成<br>200集落 | ◆新規就農者数<br>年間280人 |
| 経営安定への支援<br>農業団体（県農業公社）：就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施（H22年度から新たに職員を配置）<br>農業団体（農協）：営農指導員による営農指導<br>県農業振興センター：普及職員による技術指導 | | | | | | |
| 雇用就農の拡大に向けた支援<br>農業団体（農業会議）：ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供<br>国：農の雇用事業による農業法人等への支援<br>県農地・担い手対策課：従業員のスキルアップへの支援 | | | | | | |
| 就業希望者への支援<br>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強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施<br>県森づくり推進課：林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業体の指導を実施 | | | | | ◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている<br>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる<br>◆担い手<br>1,732人 | ◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている<br>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている<br>◆担い手<br>1,756人<br>◆林業雇用労働者（原木生産）の年収　400万円 |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 移住について真剣に考えて決めてもらう | ◆漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少<br><br>◆新規漁業参入者<br>H15年 19名<br>H16年 23名<br>H17年 22名<br>H18年 25名<br>H19年 41名<br>H20年 28名<br><br>◆近年はサラリーマンなどから転職した新規漁業就業者が多い傾向にある<br><br>◆支援事業で確保した漁業者17名（平均年齢37歳）は中堅漁業者として定着<br>（H22年度末） | ・支援制度の見直し、拡充<br>H21：生活費支給額や対象年齢の上限を引き上げ<br>H21、22：漁船リース制度の創設<br>H25：短期研修の委託化による受入手続の迅速化、共同経営型漁業を研修対象に追加、研修期間を最長3年間に延長、指導者謝金の支給期間の延長など<br><br>・高知県漁協に漁業就業支援アドバイザーを配置<br>就業フェア等における勧誘や研修受入に関する地元調整、修了生のフォローアップ等を担当：1名（H21～）<br>幡多地域における研修受入調整、指導者の確保を担当：1名（H23）<br>漁業求人情報の収集とデータベース化等を担当：1名（H25）<br><br>・未経験者や高校生を対象としたPR活動<br>海洋高校生の漁業体験研修（H24～）<br>沿岸部の高校における出前授業（H24～）<br>漁業就業セミナーの開催（H25～）<br><br>◆支援制度の拡充やアドバイザーの配置、セミナーの開催等の取組により、それまで頭打ち若しくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた<br><br>◆セミナー参加者数<br>H25年度 46名<br>H26年度 28名<br><br>◆短期研修受入実績<br>H24年度 2名<br>H25年度 18名<br>H26年度 34名<br><br>◆長期研修受入実績<br>H24年度 2名<br>H25年度 5名<br>H26年度 9名<br><br>◆新規漁業参入者<br>H21年 34名<br>H22年 39名<br>H23年 78名<br>H24年 47名<br>H25年 37名<br>H26年 29名 | ◆研修希望者の増加に対応する指導者の確保、受入体制の整備<br><br>◆家族経営型で零細規模の養殖生産者の担い手対策 | ◆漁業の担い手の確保<br><br>◎研修未実施地区での研修受入<br><br>◎幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進<br><br>○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし<br><br>◎アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆高知市の小型底曳網など研修実施地区、漁業種類を拡大<br>◆年間32名の新規就業者を確保<br>◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成 | ◆若手漁業者の比率拡大により、漁業生産量を確保、漁村の活性化<br>◆新規就業者を320名確保 |

研修未実施地区での研修受入
幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進

漁協：相談窓口、漁業体験研修の実施、長期研修の受入調整、漁船リース事業への取組、准組合員制度の活用
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
市町村：漁船リース事業への取組、財政支援、移住支援
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：研修の受入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、アドバイザーとの連携、研修未実施地区に対する事業説明会の開催による制度の周知

漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし

漁業者（認定漁業士）：漁業就業セミナーでの漁業の詳しい実態等についての講演、体験プログラム指導
漁協：セミナー等での市場の仕組みについての講演と模擬セリ等の実演、雇用型漁業の基礎情報や求人情報等の提供
アドバイザー：漁業求人情報の更新、就業希望者への情報提供と勧誘、支援制度の紹介
県漁業指導所：漁業求人情報の収集や就業希望者とのマッチングの支援、漁業就業セミナーの開催支援
県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導提言、漁業就業セミナーの開催

アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実

アドバイザー：研修修了生の操業状況調査、相談への対応
漁協、市町村：地元への定着支援
県漁業指導所：漁労技術、水揚げ向上への技術的助言
県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導助言

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 移住について真剣に考えて決めてもらう | ◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めることが不可欠になっている<br><br>◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている | ・市町村が行うシェアオフィスの整備事業計画づくりを支援<br><br>・シェアオフィスへの入居を促進するため、ビジネスプランコンテストの実施やDMなどによる情報発信<br><br>◆県内4町にシェアオフィスを設置し、6社が入居した | ◆企業のサテライトオフィスを誘致する取組の強化<br><br>◆入居企業へのITなど専門人材の確保と地域雇用の創出 | ◆シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援<br><br>★市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援<br><br>★企業のサテライトオフィスの誘致<br><br>◎専門家派遣やセミナー開催、事業連携先の紹介などを通じた創業や事業継続・拡大への支援<br><br>★入居する企業や新規創業者への初期経費へ支援<br><br>★地域の雇用創出 | | | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 5. 高知に安心して住み続けてもらう | ◆安心して住み続けてもらうためには、居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらうことが重要 | ・移住者交流会の開催<br><br>◆H26年度は、延べ47人の移住者が参加 | ◆定住に向けたサポート体制の充実 | ◆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<br><br>◎市町村の「専門相談員」の配置によるフォローアップ[再掲]<br><br>★地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及[再掲]<br><br>○移住者交流会の開催などによる移住者間ネットワークの強化<br><br>○地域住民と移住者の交流による地域コミュニティ活性化への支援 | | | | | | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆シェアオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上しつつある<br><br>◆県内6地域に、20企業が創業し、IT企業等の集積が始まりつつある | ◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域等の知名度が向上し、ブランド化されている<br><br>◆IT企業等が集積している<br><br>◆中山間地域への移住や交流人口、雇用が拡大し、地域の活性化が図られている |

シェアオフィス整備等の支援

県計画推進課、移住促進課、中山間地域対策課、情報政策課 ：
市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援

シェアオフィスへの入居促進

県新産業推進課 ：市町村と連携した シェアオフィスのPRや入居者の募集

県新産業推進課 ：企業のサテライトオフィス誘致に向けた関東、関西などでの企業誘致セミナーの開催や現地視察ツアーなどの実施

新規創業等の事業者支援

県新産業推進課、支援機関 ： 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

県新産業推進課 ： 中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金による入居者に対する初期経費への支援

専門人材等の確保と地域の雇用創出

県新産業推進課 ：入居企業等へのITなどの専門人材確保に向けた首都圏等での転職フェアの開催

県新産業推進課 ： 入居企業と連携し、県内等の学生を対象とした合宿型インターンや交流などにより地域の雇用を促進

◆移住者数
年間500組
※県＋市町村で把握する移住者数

地域になじんで、住み続けてもらうための情報や機会の提供

県産業振興推進部、市町村，民間団体等：
「地域移住サポーター」、「専門相談員」、「移住・交流コンシェルジュ」が連携したフォローアップの実施
移住者同志の交流会や移住者と地域住民の交流会などの開催を人的、財政的に支援

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 平成27年度　移住促進策のバージョンアップ

**【バージョンアップのねらい】**
**○平成27年度の目標に掲げる県外からの移住者数「500組」の達成に向け、 国の「地方創生」の動きと連動するとともに、各産業分野や県・市町村・民間団体との連携を更に深め、「ＡＬＬ　高知家」による移住促進策の展開を図る。**

## 平成26年度の実績

ステップ1 **高知ファンの獲得**

「高知家」プロモーションと一体となった取り組み

高知家認知度（H26）33%
高知県の好感度（H26）86.5%

ステップ2 **高知への移住に関心**

移住HP「高知家で暮らす」

| 目標指標 | アクセス数 | |
|---|---|---|
| H25実績 | 342，980件 | 0.53% |
| H26目標 | 510，000件 | 0.53% |
| 26．4～27．1実績 | 203，645件 | 1.41% |
| H27目標 | 640，000件 | 0.53% |

課題1

ステップ3 **具体的な行動**

移住・交流コンシェルジュ

| 相談者数 | うち県の相談窓口を通じた新規相談者数 | 暮らし隊新規会員登録者数 | |
|---|---|---|---|
| 1，817人 | 1，076人 | 690人 | 14.9% |
| 2，700人 | － | 1，000人 | 14.9% |
| 2，869人 | 1，655人 | 1，194人 | 11.1% |
| 3，400人 | － | 1，500人 | 14.9% |

課題1　課題2・3

ステップ4 **移住達成**

| 移住者数 | うち県の相談窓口を通じた移住者数 |
|---|---|
| 270組468人 | 91組168人 |
| 400組 | － |
| 319組 | 105組 |
| 500組 | － |

ステップ5 **定住へ**

課題4

## 目標達成に向けた課題

**課題1**

○国の「地方創生」の動きの中で、激化する他県との競争に打ち勝つことが必要

**課題2**

○増加する移住相談に的確に対応し、移住希望者をスムーズに移住・定住に繋げるためには県・市町村の受け入れ体制の更なる整備促進が必要

**課題3**

○県・市町村・民間団体の移住関連イベントが個別に展開されており相乗効果が十分に発揮されておらず、スムーズなパス回しを意識してイベントを開催することが必要

○各産業分野が実施する担い手確保の施策に加え、目的が明確でない人財に情報を届けることが必要

**課題4**

○移住後のミスマッチをできるだけ防ぐため、移住前・移住後の支援策の質、量の更なる拡大が必要

## 課題解決に向けた平成２７年度当初予算の概要（予算額　239,583千円）

※H26.2補正を含む
※移住促進課計上分

**「全国移住促進センター(仮)」等との連携**

- 移住・交流総合案内業務委託料　59,049千円
  - 東京相談窓口の拡充（2→3名、ふるさと回帰支援センター（東京）への窓口開設）

**「高知家」プロモーションと連携した取り組みの展開**

- 【地産地消・外商課】高知家プロモーション推進事業費　124,743千円　H26.12補正で対応
  - 移住への入り口である高知ファンづくり（ステップ1）から、暮らし隊員オンライン登録（ステップ3）までを「高知家」プロモーションと一体となって展開。
- NEW バンフレット作成等委託料　3,250千円
  - 相談ブースの装飾等を高知家のﾄｰﾝ&ﾏﾅｰに揃え、ALL高知家の一体感を演出

**県内の地域地域で「ひと（移住希望者）」を呼び込む受け入れ体制の整備促進**

- 【再掲】移住・交流総合案内業務委託料　59,049千円
  - 移住・交流コンシェルジュによるサポート体制の充実(H26.9補正で6→9名)
- 移住促進事業費補助金　135,700千円　H26.2補正で対応
  - 市町村専門相談員の配置拡大（H26:22市町村→H27:30程度市町村(予定)）
  - 移住者向け住宅の確保促進

**県・市町村・民間団体と連携協調した移住促進戦略の展開**

- 【再掲】移住・交流総合案内業務委託料　59,049千円
  - 都市部における全国規模の相談会への出展強化
- 【再掲】移住促進事業費補助金　135,700千円
  - 相談会等に市町村が出展する経費や、市町村独自の移住体験ツアーを支援
- NEW スムーズなパス回しを意識した相談会、体験ツアー等の開催

**ターゲット別（分野×年代等）移住促進戦略の展開**

- 【再掲】高知家プロモーション推進事業費　124,743千円
  - 県のHP「高知家で暮らす」のコンテンツに仕事別に加え、「子育て」「アクティブシニア」など暮らし方や世代に着目したコンテンツを追加

**人財誘致のＰＤＣＡを踏まえた取り組みの展開**

- 【計画推進課】起業・就業支援研修事業委託料　12,942千円
- 人財誘致促進事業費補助金　6,000千円
  - 多種多様な人財の獲得に向けて、事業承継・人材確保センター等との連携

**移住後のミスマッチの防止**

- 【再掲】移住・交流総合案内業務委託料　59,049千円
- 【再掲】移住促進事業費補助金　135,700千円
  - 移住・交流コンシェルジュの体制充実や市町村専門相談員の配置拡大により、相談段階で地域の情報などを十分に提供　※地域移住サポーターの普及も実施
  - お試し滞在施設の整備と併せて体験ﾂｱｰ等のソフト事業の実施を促進
- NEW 高知市及び高知市周辺部でのお試し移住の促進

**【共通】**

**ＫＩＰ（高知家移住促進プロジェクト）の取り組みの更なる支援**

【再掲】移住促進事業費補助金　135,700千円

民間のネットワークを活かし、クリエーター層をターゲットにした都市部でのイベントの開催などを支援

# Ⅱ　専門分野の成長戦略

## 1　農業分野

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

農業産出額 930億円(H22) → 958億円(H23) → 969億円(H24) → 938億円(H25)

## 第2期計画ver.4の取り組み

H24 → H25 → H26 → H27

### 生産

**◆本県農産物の高収量化および高品質化**

○高収量・高品質に向けた取組の展開（P280～293）
- 「学び教えあう場」の取り組みのさらなる拡大
- 次世代施設園芸団地の整備

新 「次世代型こうち新施設園芸システム」の県内全域への普及加速化
新 農業分野への企業参入の推進
拡 新規就農者から規模拡大農家まで、園芸用ハウスの整備を一元的に支援
新 園芸用ハウスの災害復旧を支援

○環境保全型農業のトップランナーの地位を確立（P294～303）
- 天敵導入など安全・安心につながるＩＰＭ技術を全地域、全品目へ普及
- オランダとの協定を活かし、高収量・高品質に向けたさらなる技術革新を目指す研究開発の推進

○米・土佐茶・畜産など地域の特産物の生産拡大やブランド化、生産性の向上（P314～323）
- 水田農業の担い手となる稲作経営体の育成
- 土佐茶産地の強化、ブランド化、販売促進
- 畜産の生産基盤の強化

**◆担い手の確保と、地域の中核となる農業者等の規模拡大の推進**

○ 新規就農者の確保・育成と、実践研修などによる営農定着の支援（P332～333）
拡 産地が求める人材を積極的に呼び込み、研修から就農までを一貫支援
- 農業担い手育成センターの整備

○農地の集積による規模拡大や、経営体質の強化の推進（P334～339）
- 農地中間管理機構による農地の集積・集約化

**◆中山間地域の農業の維持・活性化**

○集落営農の県内全域への拡大、法人化等のステップアップ支援（P324～325）
- 法人化や組織が行う加工等への取組の促進

新 中山間地域で攻めの農業を実現する「複合経営拠点」の整備

○中山間に適した農産物等の生産（薬用作物の生産拡大支援など）（P330～331）
- 中山間での有望品目として、軽量で初期投資の少ないミシマサイコの生産拡大の支援

### 加工

**◆生産と一体となった加工ができる体制づくり**
**◆農業者の収入につながる地域資源の加工の推進**

○６次産業化に取り組む人材の育成（P326～329）
- 農業創造セミナーによる裾野の拡大とステップアップへの支援

新 地域６次産業化支援チームによる地域内流通から県域流通を目指す事業者への支援

○地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチング（P326～327）
- 地域に残された伝統作物の生産基盤を整え、増やす、加工につなげる

### 流通・販売

**◆園芸品の基幹流通を強化するとともに、実需者のニーズに対応できる新たな流通・販売体制の構築**

○新たな販路を開拓するとともに、実需者のニーズを的確に捉え生産に活用（P304～307）
- 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、販売拡大
- 市場流通以外の「顧客と産地をつなぐ新たな受発注システム」の構築

○産地を伝える販売を強化し、本県園芸品のファンづくり（P308～311）
- 「新園芸ブランド」による販売の拡大
- 本県農業の取り組みを理解してくれるパートナー量販店での販売の強化
- 流通関係者等の産地招へいや、品目のセールスプロモーションによる産地の取組のＰＲ

○こだわり野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチングを推進
○高知県産花きの販売強化（関東で商談会の実施、花きアドバイザーの活動）
○ユズ青果や果汁・加工品、花き等の輸出支援。ＥＵ向け農産物輸出支援

**◆特産農産物のPRや販促、商談会等により販路を拡大**

# を目指す本県産業の姿　農業分野

| 4年後の目標（H27年度末） | さらなる飛躍へのポイント | 10年後の目指す姿（H33年度末） |
|---|---|---|
| ●ＩＰＭ技術がより高度化するとともに、全地域・全品目へ普及<br><br>●集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率<br>(耕地面積ﾍﾞｰｽ)<br>H23：9%→H27:13%<br>（H26:12%）<br>（経営耕地面積ﾍﾞｰｽ）<br>H23：12%→H27:19%<br>（H26:17%）<br><br>●こうち型集落営農数<br>H23：17組織<br>→H27：32組織<br>（H26：24組織）<br><br>●新規就農者数<br>280人/年<br>（H26：261人） | **生産性の向上と、安全・安心による選ばれる産地の形成**<br><br>オランダ並みの生産性を目指す「新施設園芸システム」を県内各地に普及 | **農で働き高知で暮らす**<br><br>●新規就農者数<br>:280人/年 |
| ●地域資源を活用した加工の取り組みが県内各地に広がる | **一経営体あたりの収入をアップ**<br><br>農地を集積<br><br>施設の高度化・大規模化<br><br>経営力のある企業的経営体を県内各地に育てる | **若者からお年寄りまで笑顔で暮らせる中山間の農業の確立**<br><br>●集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率:<br>(耕地面積ﾍﾞｰｽ) 26%<br>(経営耕地面積ﾍﾞｰｽ) 38%<br>●集落営農のうち、こうち型集落営農数<br>:100組織 |
| ●本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている<br><br>●実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている | **中山間で収入を得る仕組みを定着**<br><br>こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスを各地域へ拡大<br><br>**農産物の付加価値を向上**<br><br>各地に生まれた加工の動きを産業に育てる | **攻めの外商で稼ぐ農業**<br><br>●販売金額1,000万円以上の農業経営体の割合:20%<br>（H22:11.5%） |

**農業産出額　1000億円以上を目指す**

**農業産出額　1050億円以上を目指す**
**～地域で暮らし稼げる農業～**

# 産業成長戦略【農業分野】の概要

消費者に選ばれる産地へ

## 農業産出額の増加・所得の向上

安心して農業を継続

### 1．本県農産物の高付加価値化

生産力の向上　販売力の向上

#### ①まとまりのある園芸産地総合支援

**「次世代型こうち新施設園芸システム」の推進**

- ●次世代施設園芸団地の整備
- 新 ●県域への普及
- 新 ●農業分野への企業参入の推進

高品質 高収量 低コスト

**まとまりづくり**

- ●「学び教えあう場」の強化
- ●有望な園芸品目の導入
- ●園芸品目の総合戦略支援

野菜　果樹　花き

**産地づくり**

- 拡 ●ハウス整備事業を再編し、新規就農から規模拡大までを一体的に支援
- 新 ●園芸用ハウスの災害復旧支援
- ●集出荷等施設の再編・集約、機能向上を支援

#### ②環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

安全・安心

- ●IPM技術を全品目へ普及
- ●GAPの活用　●土づくりと施肥の改善
- ●高品質・高収量を目指す研究開発
- ●オランダウェストラント市との友好園芸農業協定を活かす
- ●有機農業の推進

#### ③流通・販売の支援強化

**販売額拡大・販路拡大**

- ●量販店とのパートナーシップの強化
- ●新たな出荷・流通・販売体制の構築
- ●業務需要開拓等のマーケティングの強化
- ●展示商談会の開催
- ●輸出の推進

**PR・消費拡大**

- ●高知フェアの開催
- ●アンテナショップ等での販促
- ●花きの消費拡大等に向けた取組を強化
- ●出前授業

販売を見据えた生産　産地を伝える販売

#### ④品目別総合戦略

高付加価値化

| | |
|---|---|
| 米 | 高品質安定生産<br>地域ブランド米の育成<br>水田農業の担い手となる稲作経営体の育成 |
| 土佐茶 | 生産性・品質向上<br>販売活動の強化 |
| 畜産 | 酪農・肉用牛・養豚<br>土佐ジロー・土佐はちきん地鶏 |

特色のある農産物の生産量を拡大

### 2．中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

地域農業の活性化、雇用・所得の確保

#### ⑤集落営農の推進

- ●集落営農組織の育成と活動促進
  - ・話し合いの場づくりと実践
  - ・地域が行う研修会や先進地視察等への支援
  - ・中山間地域等直接支払制度の活用

ステップアップ　園芸品導入周年化

- ●こうち型集落営農の実現
  - ・コーディネーターや集落リーダーの育成
  - ・農産物加工やグリーン・ツーリズムへの取組を支援
  - ・法人化への支援
  - ・加工、交流施設への取組を促進
- 新 ●中山間地域で攻めの農業を実現する「複合経営拠点」の整備

地域の拠点ビジネス

#### ⑥6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり

- ●加工、グリーン・ツーリズムの取組強化と6次産業化の推進
- 拡 6次産業化をリードする人材の育成
- 新 地域6次産業化支援チームによるハンズオン支援
- ●拠点ビジネスづくりの推進
  - ・こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり

#### ⑦中山間に適した農産物等の生産

- ●薬用作物の生産拡大支援など

本県農産物のファンづくりと地産地消の推進

### 3．新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

地域の核となる農業の担い手を育成

産地を支える

#### ⑧担い手の育成と生産資源の保全

**新規就農者の確保・育成**

- 拡 ・UIターン就農者の確保
- ・実践研修など就農に向けた支援
- ・農業担い手育成センターの体制強化
- ・研修用ハウスを活用した技術支援
- 新 産地が求める人材を積極的に確保する「提案型」の活動

**農地の集積・集約化**

- ・農地中間管理機構による農地の集積・集約化
- ・担い手への農地のマッチング

規模拡大 経営強化

**企業的経営体の育成**

- ・法人経営体の育成・組織化と経営発展への支援
- ・品目別規模拡大方策の策定
- ・施設整備や資金面での支援

**生産資源の保全**

- ・基幹的水利施設等の長寿命化対策
- ・多面的機能支払交付金の活用

地域の担い手を確保、雇用の創出

## 産業成長戦略の概要（農業分野）

生産資材の高騰や農産物価格の低迷など、農業を取り巻く情勢には、依然として厳しいものがあります。今後、農業者が意欲とやりがいを持って農業に従事し、農地や生産を次世代に引き継いでいくため、生産基盤の強化や農家所得の向上が求められています。

第１期産業振興計画では「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」など２つの戦略の柱を掲げ、「高知ブランド」を全国に売り込む流通・販売の強化や、本県農業の強みである「環境保全型農業」の推進、担い手の確保・育成などに取り組んできた結果、地域のまとまりの形成や収量アップ、本県産農産物の認知度向上や販路拡大、環境保全型農業の取組の拡大、集落営農組織の育成や新規就農者の確保などの成果が出てきました。

一方で、生産技術のさらなる高度化や、環境保全型農業の取組を消費者に十分に伝える販売の仕方、集落営農組織の法人化や「こうち型集落営農」による所得の向上、担い手の一層の確保など、取組をさらに強化する必要がある課題も浮かび上がってきました。第２期産業振興計画では、これまでの取組の成果や課題を踏まえ、農業産出額の増加や農業者の所得向上によって本県農業全体の底上げと雇用の創出につなげていくため、次の３つを戦略の柱として取り組んでいます。

### １．本県農産物の高付加価値化

これまで、オランダとの技術交流を活かし、作物の生育を促進する環境制御などの先進技術を、本県の気候・風土に適合した形に改良するための研究開発と生産現場での実証を進めてきました。こうして築き上げた「次世代型こうち新施設園芸システム」を県内全域に速やかに普及させるため、環境制御装置を備えた次世代型ハウスの整備や既存型ハウスへの環境制御装置導入といったハード面での支援と、環境制御技術に習熟したスタッフによるソフト面での支援とを一体的に行っていきます。

また、従来複数に分かれていた園芸用ハウス整備関連の事業を、新規就農者の研修用ハウスを含めて一本化・拡充し、より利用しやすいものとするとともに、台風等の災害が相次いだ平成 26 年度の教訓を踏まえ、災害後の迅速な復旧を実現するため「園芸用ハウス災害復旧事業」を創設しました。

こうした施策により、本県農業の中核となる力強い家族経営体の育成を、より一層推進していくとともに、生産に関連した新たな試みとして、県内ＪＡグループとの連携の下、一定の資本力を持つ県内外の事業者に対し、農業分野への参入を働きかけていく取組もスタートさせます。

流通・販売の支援強化では、従来行ってきたパートナー量販店での販売強化やこだわりの野菜果物、花きの展示商談会の開催などに加え、流通のキーパーソンである卸売会社との連携により、中食・外食をはじめとする新たな業務需要の開拓に取り組んでいきます。

### ２．中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

中山間地域は、本県の農業生産において重要な地位を占めているだけでなく、水源涵養や県土の保全といった多面的機能、古くから守り伝えられてきた豊かな農村文化など、有形・無形の様々な価値を有する、かけがえのない存在です。過疎化や高齢化が進む中、中山間地域の方々が安心して農業を続けていくことによって、地域そのものを守っていけるよう、所得の確保や雇用の創出に向けた、農業・農村を支える仕組みの強化が欠かせません。

中山間地域の農業を支えるために重要な集落営農については、組織化の広がりと法人化へのステップアップとを一体的に進めていくため、集落の皆様と行政をはじめとする支援側とが一緒になって学び教えあう「集落営農塾」を、県内全域で開催します。また、中山間地域の農業を面的に支える仕組みの構築に向け、ＪＡ出資型法人等を核とした複合経営拠点の整備を、集落活動センターをはじめとする各種の取組とも連動させながら進めていきます。

６次産業化に関しては、これまで取り組んできた裾野の拡大に加え、各農業振興センターに「地域６次産業化推進チーム」を置き、地域内流通から県域流通へのステップアップを、事業者に寄り添った形で支援するとともに、意欲ある事業者の外商への取組など、さらなるステージアップに向け、関係部局と連携して取組を進めていきます。

### ３．新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

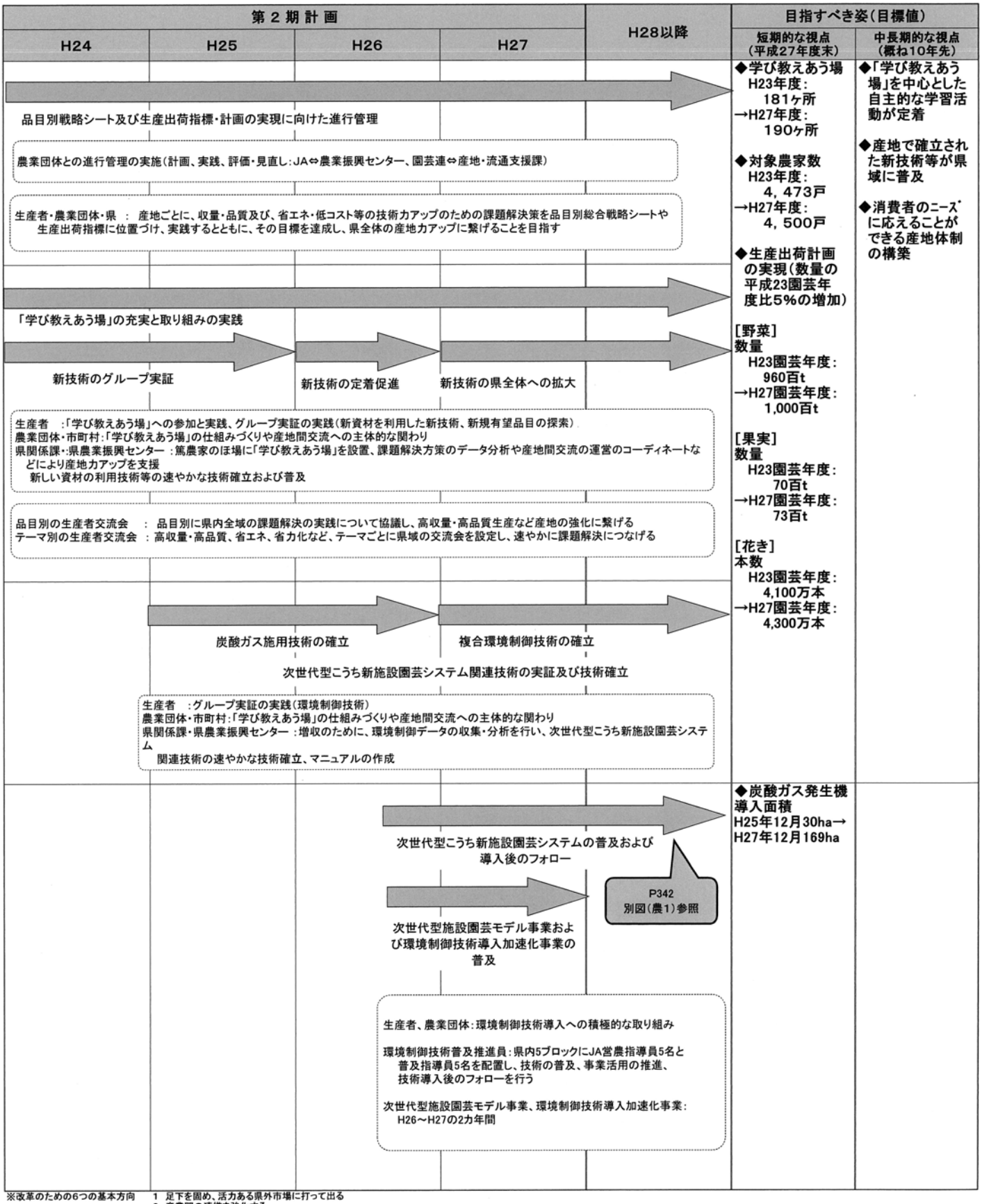
農業を維持・発展させるためには、地域の農業を支える担い手の確保・育成と、個々の経営体の強化を図ることが重要です。

目標である年間 280 人の新規就農者確保に向け、産地自らが受け入れたい人材像や研修から就農までの道筋などを提案して募集する「提案型」の担い手確保対策に取り組むほか、新規就農の総合窓口を「就農コンシェルジュ」と位置付け、産地や就農に関する情報を収集・発信するとともに、就農希望者のニーズに応じ、相談から就農まで一貫したサポート体制を強化します。また、中山間地域等においては、農外収入を組み合わせて生計を立てる方々が、地域の重要な担い手となっていることを踏まえ、「新規就農研修支援事業」を拡充し、地域の実情に応じた、より柔軟な支援を行っていきます。

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．まとまりのある園芸産地総合支援<br><br>（1）「学び教えあう場」の強化 | ◆燃油や生産資材の高騰により、園芸農家の経営は厳しい状況が続いている。また、県内の各産地においては高齢化による担い手の減少が進み、このままでは産地規模の縮小、県全体の生産・出荷量の減少が懸念される<br><br>◆平成20～23年度の4年間では、園芸農家の所得確保のために、篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、篤農家の栽培技術の移転を進めてきた。<br>しかし、篤農家技術に加え、高収量・高品質、省エネ・低コスト、省力化などに関わる新技術についても早急に普及・定着を進めるとともに、消費地での販売状況を見据えた産地の強化を図る必要がある | ・地域の基幹品目の生産振興を支援するため、県域で37品目、207箇所（H26年度）の篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、栽培技術などの情報交換を進めてきた。また、県域で品目別の生産者交流会を開催することで、県内の生産者同士の交流や高度な技術の情報収集を促進してきた<br><br>◆園芸連など農業団体が単独で作成していた生産出荷指標・計画を県と共同策定し、目標を共有して、その実現に向けた取り組みができた。<br>さらに、取り組みの実績・成果を共有する仕組みづくりが出来た<br><br>◆「学び教えあう場」を中心にした産地活動が活発になり、検討会への参加者数も増加した（平成26年度：207カ所、5,065人）<br><br>◆各産地において、目標収量を達成した農家数や、販売数量が増加する出荷場数が出るなど成果が現れてきた。<br>また、交流会がきっかけで、県内他産地との相互交流が活発になってきた<br><br>◆次世代型こうち新施設園芸システムの普及加速化を図るため2つの事業を創設 | ◆生産者の高齢化や生産資材の高騰による農業所得の低下などの産地力の低下を考慮して、生産者や関係機関がしっかりまとまり、将来のあるべき力強い産地ビジョンを共有し、その目標達成に取り組む必要がある<br>品目別総合戦略シートなどに掲げる目標達成のための課題解決策の取り組みについて、農業団体と連携し、進行管理を行う必要がある<br><br>◆「学び教えあう場」ごとに課題解決のテーマを設定し、高収量や高品質などの目標達成に向け、勉強会グループが行う実践活動を支援していく<br>また、効果的な活動とするためには、普及指導員の産地を牽引する総合力が求められている<br><br>◆環境制御技術の情報をすべての県下生産者まで周知徹底を図る必要がある | ◆○品目別戦略シート及び生産出荷指標・計画の実現に向けた進行管理 | ○ | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆「学び教えあう場」を活用した産地全体での栽培技術向上<br><br>○地域・品目の実情に応じた、高収量・高品質など、産地の維持・発展につながる技術の普及のテーマに沿った技術確立<br>①高収量・高品質生産技術の導入<br>②省エネ・低コスト生産の導入<br>③省力化技術の導入など<br><br>○確立した技術を県域で共有する仕組み作り | ○ | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆新施設園芸技術の技術確立と普及<br><br>○技術の開発に取り組む農業技術センターと連携した生産現場における実証及び、データ収集・分析 | ○ | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進<br><br>★「次世代型施設園芸モデル事業」、「環境制御技術導入加速化事業」を環境制御技術普及推進員制度により効果的に実施。 | ○ | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．まとまりのある園芸産地総合支援<br><br>（1）「学び教えあう場」の強化<br><br>（有望な園芸品目の導入支援） | ◆農業者に新規有望品目に取り組むだけの時間的・経済的余裕が少なくなっている<br><br>◆高知県では水稲収穫後の農地はその多くが有効利用されていない<br><br>◆タバコ需要量の減少から、葉タバコ廃作農家が増加しており、経営支援が必要となっている | ・園芸連、県で有望品目プロジェクトチームを結成し、有望16品目を3年間で実証栽培、販売促進（補助事業）、普及推進を図った<br><br>◆16品目の内、販売額がハスイモ、ニガウリ、パプリカ、甘長シシトウで5,000万円を、アスパラガスで1億円を超した（平成23園芸年度販売実績）。事業目標であった販売額5,000万円以上を5品目が達成できた<br><br>・22～23年度には水稲後作に野菜5品目をモデル導入し、作付奨励（補助事業）を行った<br><br>◆水稲後作では新規作物としてカット用ネギやカイランの生産が始まり、ブロッコリーやソラマメでは作付面積が拡大した | ◆栽培技術が十分に確立されていない品目も残されており（花ニラ、3色ピーマン等）、残された1年で栽培技術を高めて産地化を図る必要がある<br><br>◆稲作農家を中心に水稲後作への野菜導入に関心が高まってきたが、まだ、大きな動きになっていない<br>さらに、葉タバコ廃作者の経営維持が緊急の課題であり、野菜等への導入奨励が有効な手段である | ◆有望品目の産地づくり<br><br>○栽培技術の確立及び普及推進の支援<br><br>○販売促進の支援 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆水稲後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入支援<br><br>○水稲後作地への導入推進<br><br>★葉タバコ廃作者への導入推進 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 有望品目の栽培技術の確立と定着<br>生産者・農業団体・市町村　：実証栽培への協力、有望品目の面積拡大、販売促進<br>県関係課・県農業振興センター　：導入品目の有望性の検証と地域への提示<br>→実証ほの設置→経済性評価<br>（栽培講習会の開催、生産者組織の設立支援、産地化支援） | | | | | ◆販売額5,000万円を超す品目を5品目<br>（H24年度末）<br>H20年度：2品目<br>→H24年度：5品目 | ◆有望品目の定着 |
| 水稲後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入・定着<br>生産者・農業団体・市町村<br>：有望品目の選定、生産者グループの募集、モデル栽培・出荷・販売、有望品目の面積拡大<br>県関係課・県農業振興センター<br>：有望品目の選定、栽培講習会の　開催、栽培・出荷支援、産地化支援（補助事業） | | | | | ◆水稲後作への露地野菜の作付けモデル；5グループ(年間)<br>◆葉タバコ廃作農家による野菜の作付けモデル；3グループ(年間) | ◆水稲後作への露地野菜の作付け面積増加による水稲農家、園芸農家の所得増加<br>◆葉タバコ廃作農家による野菜栽培の経営安定 |

※改革のための6つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．まとまりのある園芸産地総合支援<br>（2）花き産地づくりの支援 | ◆県産花きの栽培面積、販売額は減少傾向であり、このままでは花き産地の弱体化がさらに進むことが予測される<br>◆主要品目の多くは10年前との比較で単価が低下している | ・平成22年度から各農振センター7地区で新品目の栽培実証を進めた<br>◆実証<br>H22：7箇所・9品目<br>H23：7箇所・9品目<br>H24：4箇所・3品目<br>H25：1箇所・1品目<br>H26：2箇所・7品目<br>◆特に有望な品目についてモデル栽培を実施（H22黒潮町テマリソウ26a、H23黒潮町ダリア65a）<br>◆2年間の取り組みにより、新品目の探索・導入のための体制が構築できた<br>◆鑑賞用トウガラシ、キイチゴ,花木の試作に取り 組む<br>◆県育成品種グロリオサ・オレンジハートは14,000球に増 | ◆若手花き農家の確保、育成<br>◆林業分野との連携<br>◆豊富な品目の中でも、既存品目に即代わるまでの有望な品目は極少ない<br>◆現在、地域の独自品種を核とした花き産地は足腰が強いため、こうした生産者の育種ノウハウの継承を支援する取り組みが必要である | ◆◎新品目の生産拡大と産地支援 | ○ | | ○ | | ○ | | |
| | | | | ◆★育種技術の向上支援 | ○ | | ○ | | ○ | | |
| （3）省エネルギー対策支援 | ◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的<br>◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇<br>◆東日本大震災の影響も相まって、重油価格動向の先行きは不透明。化石燃料の削減については既に社会的な動きになっている | ・省エネルギー部会の平成20年度からの取組は、県内A重油使用量の目標を7万klとし、関係者で情報共有しながら省エネ対策を推進<br>◆ハウス内張被覆の多層化などの指導徹底（H23年度：研究会4カ所）<br>◆耐低温性品種は中間母本育成中<br>◆事業活用による木質バイオマスボイラーの導入<br>（H20：7台<br>→H22：96台<br>→H23：114台<br>→H25：167台<br>→H26：209台）<br>◆ヒートポンプの導入<br>（H20：206台<br>→H22：354台<br>→H23：587台<br>→H25：1,791台<br>→H26：3,225台） | ◆重油コストが収益を圧迫している<br>◆①省エネ推進に向けた意識啓発、②省エネにかかる施設・機械の計画的な導入、③省エネ資材活用等の継続的な推進が必要 | ◆○省エネ対策の徹底 | | | ○ | | | | |
| | | | | ◆○重油代替暖房機の普及推進（木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ等） | | | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 新たな花き新品目の導入・普及及び経済性の検証<br>生産者代表・農業団体・市町村　：モデル栽培、実証販売の実施、試験栽培実証ほへの協力、地区プロジェクトチーム会への参画<br>県産地・流通支援課・県農業振興センター　：試験栽培実証ほの設置、新品目の評価と地域への提示、モデル栽培の経済性評価、栽培講習会の開催、地区プロジェクトチーム会の設置、花き生産振興方針の作成 | | | | | ◆導入品目数<br>H23：2品目<br>H25：2品目<br>→H27：4品目 | ◆足腰の強い花き産地体制の構築 |
| 育種ができる人材づくり支援<br>生産者・農業団体：育種にかかる県内外講師による研修への参加、知的財産権の活用<br>県関係課：県域での研修会の開催 | | 育種・知的財産に関する技術や知識の伝承支援<br>生産者・農業団体：県内外で育種を実践している方を講師とする研修への参加、知的財産権の活用<br>県関係課：育種を行う花き生産者の組織化、県域での研修会の開催、新規育種農家への基礎研修の実施 | | | ◆花き種苗登録出願者数（累計）<br>現状（H20～23）：8名→（H24～27）：10名 | |
| 保温対策の徹底、耐低温性品種の開発<br>生産者：保温対策の実践（省エネチェックリストによる点検、省エネ資材の活用）<br>農業団体：省エネルギー部会への参画、保温対策の実践支援<br>県農業振興センター：現地事例情報の収集及び省エネ技術の分析・評価、保温対策の実践支援、省エネルギー部会への参画<br>県農業技術センター：耐低温品種の開発、省エネ技術の分析・評価<br>県環境農業推進課・県産地・流通支援課：県域の省エネにかかる情報収集及び省エネ技術の分析・評価、省エネルギー部会の開催 | | | | | ◆A重油使用量：現状（H20～22の平均）<br>71,000kl<br>→H27目標：<br>60,000kl | ◆省エネ技術の普及による農業経営の安定 |
| 重油代替暖房機の省エネ評価 | | 重油代替暖房機の普及推進 | | | | |
| 生産者：重油代替暖房機、省エネ暖房機の導入、データの提供<br>県環境農業推進課・県産地・流通支援課・県農業振興センター・県農業技術センター、県木材利用推進課、全農（木質バイオマス利用推進チーム）：木質バイオマスの需給動向にかかる情報共有、提供 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．まとまりのある園芸産地総合支援<br>（4）園芸品目の総合戦略支援 | ◆「高知県産業振興計画」の品目別推進計画として、平成20年度に「品目別総合戦略」を策定。野菜18品目、果樹6品目、花き4品目に水稲、茶、畜産5部門を加え、生産対策、流通対策などを各部門で展開してきた<br><br>◆生産戦略としては収量や品質を向上するための技術対策、生産を振興するための施設整備支援対策など、流通対策としては鮮度保持対策、消費拡大対策など、さまざまな課題に対して取組を推進してきた | ・品目別の生産、流通、需要拡大及び販売対策を関係機関と連携して実施<br><br>◆需要や販路の拡大、流通時の課題改善、生産量の拡大（反収、作付面積の増加）が図られた品目も多い | ◆高齢化による生産基盤の縮小に歯止めがかからない中で、全国的な消費量の減少、消費流通構造の変化、生産コストの増加を含めた生産構造の変化、に総合的に対応する生産から流通までを一元的に捉えた総合戦略とそれに基づく展開が必要 | 産地や生産量を維持し、拡大すべき品目を絞り込んだ生産から流通までの総合戦略に基づく総合的・効率的な取組の推進 | | | | | | |
| （ア）ミョウガ | ◆ミョウガは、本県が全国流通量の約8割を占め、全国1位の出荷量を誇る。<br>県内の栽培面積は、104ha。出荷量はH25園芸年度4,726tである<br><br>◆近年、資材や燃油など、生産コストの上昇などで、生産者の経営環境は厳しい状況にある<br><br>◆収量減や品質低下など、今ある課題を克服し、将来的にも、栽培面積や出荷量を維持し、産地が発展すること求められている | 【ミョウガ】<br>・4～6月の販売のだぶつき解消<br>◆需要期前の4～6月の出荷量増加に対応して、取り扱い市場への出荷予測等の情報提供を積極的に行うことにより、販売のだぶつきを解消することができた<br>・価格安定制度の創設<br>◆高知県単独品目野菜価格安定事業として、平成21年4月施行した。この制度により、平成23年度から交付が始まった<br>・養液栽培における排液処理装置の開発<br>◆農業技術センターと民間企業とで共同研究され、平成23年度に、実用型機が開発された<br>◆新たな排液処理の実験機を現場に設置、実証中<br>◆企業と県内産地が協同で、循環式排液処理装置の検討がされるようになった | ◆「水やけ症」により、7～8月の最需要期の出荷量が不安定<br><br>◆7～8月に、病害によると見られる出荷後の花蕾<br>腐敗により、市場事故が多い。<br><br>◆排液処理装置など、環境に配慮した栽培管理技術の普及が求められている | ◆「水やけ症」への対応<br><br>★「水やけ症」の原因究明と対策の検討による7～8月の最需要期の出荷量確保<br><br>★「水やけ症」との関連も含めた出荷後の花蕾腐敗の原因究明と対策の検討 | ○ | ○ | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆○排液処理装置の実証による性能等の評価及び現地での普及推進 | ○ | ○ | ○ | | ○ | |
| （イ）ナス | ◆冬春ナスの出荷量35,300t、シェア28.5%で全国1位（H21）<br><br>◆農業用資材、重油価格の高騰等により農家所得は低下<br><br>◆競合産地の品質が向上している中、春期以降の県産の品質が相対的に低下している<br>◆価格安定制度の要件（系統出荷率）を割る恐れのある産地がある | ・土佐鷹の普及<br>◆JA、ナス部会、農業振興センターで組織される「土佐鷹普及推進協議会」で各出荷場毎に作付面積を設定して普及推進した結果、県全体で平成23年度には30.65haとなった。燃油価格の上昇などの影響により、平成25年度には24.7haとなっている<br><br>・系統率の向上<br>◆営農相談日等を設定して系統外農家への情報提供などにより系統の利点などを啓発した結果、県域で69.6%、安芸市で60.2%（H24年度産、目標60%）であった | ◆土佐鷹の普及が緩慢となっており、普及面積も十分でない<br><br>◆安芸市の系統率も50%台を維持しているものの、低く推移している地域もある<br><br>◆消費地の出荷要請量に出荷実績が足りていない | ◆消費地の出荷要請量に応え、価格形成力、産地間競争力を強化するために系統率の向上、反収の増加、土佐鷹作付面積の増加を継続<br><br>○土佐鷹普及推進の継続<br><br>○系統率向上対策の継続 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 「水やけ症」の原因究明、対策の検討<br>生産者・県関係課・県農振センター・県農技センター：「水やけ症」の原因究明、対策の検討<br>生産者・農業団体・県農業振興センター：新素材の遮光資材などについて検討 | | | 「水やけ症」の対策の普及<br>生産者・農業団体・県農振センター：「水やけ症」の対策について現地での展示実証、現地検討会などの開催 | | ◆年間出荷量を維持しながら、夏場を中心とする需要期の出荷量を確保する | ◆県産ミョウガの信頼確保および国内シェアの一層の向上 |
| | | 出荷後の花蕾腐敗の原因究明、対策の検討・普及<br>農業団体・県農振センター・県農技センター：<br>プロジェクトチームを組織し、定期的に検討会を開催 | | | | |
| 排液処理装置の能力向上対策<br>生産者・農業団体・県農業振興センター・県農業技術センター：<br>排液処理装置や処理方法の見直し<br>試作機の開発及び試運転と装置の改良 | | 排液処理対策の啓発<br>生産者・農業団体・県農業振興センター・県関係課：<br>現地検討会、講習会を通じた排液処理対策の啓発<br>排液処理装置の現地実証及び成果の検証と装置の改良 | 市町村・県農業振興センター・県関係課：<br>事業導入の検討・支援 | 排液処理対策の普及推進<br>生産者・農業団体・県農業<br>振興センター・県関係課：<br>現地検討会、講習会を通じた排液処理対策の普及推進 | ◆排液処理装置の普及<br>改良・見直し段階（H23）<br>→実証段階（H27） | ◆環境に配慮した栽培方法の普及 |
| 優良品種「土佐鷹」の普及推進<br>生産者　：土佐鷹の作付け、栽培技術習得、新系統の試作<br>農業団体・県農業振興センター：組織的な土佐鷹の普及推進、講習会・作付け奨励説明会等の開催、品種特性を活かした販売実践<br>JA土佐あき普及推進協議会開催支援、土佐鷹の新技術開発及び新系統の育成（試験研究） | | 普及推進の評価及び対策の実施 | | | ◆土佐鷹作付面積の増加<br>30.6ha（H23）→<br>83ha（H27） | ◆国内の冬春ナス産地をリードできるまとまりのあるナス産地の形成 |
| 系統率の向上対策<br>農業団体・県農業振興センター：営農相談活動等による系統外出荷者への情報提供<br>県組織：実態把握、関係機関との改善策の協議、実践支援 | | 対策の評価と改善策の実施 | | | ◆系統出荷率の維持（県域）<br>65.2%（H22）→<br>67.0%（H26） | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．まとまりのある園芸産地総合支援<br>(4)園芸品目の総合戦略支援<br>(ウ)ユズ | ◆全国1位の生産量（H20：10,041t）、シェア50%である<br>◆生産者の高齢化や隔年結果等で生産量が不安定<br>◆主要産地の青果出荷量は約1,500t（約20%）、うち冬至用は50%以上を占める<br>◆近年、加工原料用ユズの供給が不安定で、H21年以降は供給過剰ぎみである | ・生産量<br>11,384t(H24)<br>10,859t(H25)<br>9,948t(H26)<br>・将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくりを推進<br>◆地域にあった様々な労働力補完システムが実践されている。（労働力補完システム：11事例）<br>・加工原料用ユズ果汁等の安定供給と販路・需要の拡大<br>◆実需者ニーズに対応した搾汁施設の機能強化を支援し、果汁の安定供給体制が整備できた。（HACCPゆず搾汁業～H23：3、H24:1、H25:2、H26:1施設）<br>◆ゆず振興対策協議会（以下協議会という）の体制強化や県域での需要開拓への積極的な取り組み、ゆず振興基金の創設など、新たな仕組みづくりができた<br>販売力強化により、果汁販売環境が改善してきている<br>・青果の海外販路開拓が実現（H26,オランダ、840kg） | ◆ユズ園を維持管理する仕組みづくりと県内への普及<br>◆ユズ果汁等の安定供給と生産拡大<br>◆販路、需要の拡大 | ◆○産地での実践支援 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆○ユズ果汁等の安定供給と国内外への需要拡大、搾汁加工施設でのHACCP取得推進、品質規格基準の設定等による県産ユズのブランド化 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆○冬至用ユズの集中出荷の分散化と加工品の一体となったPR活動及び発動を含む基金運営支援 | ○ | ○ | ○ | | | |
| (エ)ユリ | ◆ユリは高知県の花き産出額の42%(H24農林統計)を占める主要品目<br>◆栽培面積は新潟県に次いで全国2位、出荷量は埼玉県に次いで全国2位<br>◆業務用の高品質品と、安定品質・安定価格のユリの双方を冬季に供給<br>◆販売は予約相対やネット販売などの信用取引が主流 | ・経営管理能力向上のためのコンサルタント活動を実施<br>◆作型別に経営試算が行えるよう試算シートを作成（3地区）し、各地域で随時、ユリの経営指導を継続している<br>◆コスト削減の一環でヒートポンプの導入を支援（累計台数H20：113台<br>→ H22：120台<br>H23：124台<br>H24： 14台<br>H25：229台<br>・切り下球の利用<br>◆輸入球根のウイルス感染が問題となり、積極的な利用は難しい状況となった<br>・現場で問題となったユリの品質低下対策<br>◆ヒートポンプの導入による適正温度及び施肥管理により改善できた<br>・ユリ交流会の開催により、県域組織の設立に向けた協議が開始<br>◆高知県リリーズファミリーを設立し、生産者による県域の交流、消費拡大への取組を開始 | ◆消費地の販売環境が変化していく中で、産地の目指すべき方向性や戦略が明確でない産地が多い<br>◆生産場面では、高い種苗費に加え、重油価格の高騰等により、粗収益に占める経営コストが約85%と非常に高い<br>◆産地ごとに顧客が異なり、それぞれで消費地ニーズに対応した出荷規格や荷姿の改善等が求められている<br>また、毎年新品種が出される中で、主要品種と新品種のバランスを常に見直ししていく必要がある | ◆○経営コスト削減に向けた重油コスト削減対策等の継続とヒートポンプの効果的な活用方法の啓発 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆○市場と連携した消費地ニーズの分析・情報共有と積極的な情報発信などによる戦略的な産地づくり | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 維持管理の仕組みづくり<br>生産者・農業団体：農作業受委託組織等への積極的参加<br>県産地・流通支援課・県農業振興センター：農作業受委託組織、作業班体制等による管理作業請負の仕組みづくり・実践・県内への普及支援 | | | 産地での実践 | 県内への普及 | ◆ユズの生産量<br>H22～H23：10,979t<br>↓<br>H26～H27：12,000t | ◆国内外の産地を寄せ付けない生産・販売システムの構築 |
| ユズ果汁の安定供給<br>生産者：搾汁施設等への原料ユズの安定供給、産地間連携の強化<br>農業団体等：計画的な搾汁施設等の導入、需要動向に基づいた安定供給・県版HACCP取得<br>県関係課：需要動向調査、国庫補助事業導入への支援、県産ユズ果汁の標準規格設定への支援 | | | | 産地間連携強化 | ◆県版HACCPの導入<br>H23：3か所<br>→H27：8か所 | |
| ユズ果汁等の販路・需要の開拓とゆず振興基金の運用<br>農業団体：県域協議会が行う青果ユズや果汁等のPRによる需要開拓及び海外向けの販路開拓<br>県関係課：農業団体が行うユズ果汁の需要拡大・販路開拓への支援 | | | | 基金の継続協議・運用 | ◆各JAが県域標準規格の適合性について、自主検査が出来る体制<br>H23：0施設<br>→H27：8施設 | |
| 経営計画の実践支援及び経営コストの削減<br>生産者　：経営コストの削減<br>農業団体：経営コスト削減支援<br>県関係課・県農業振興センター：カウンセリングの実施、経営コスト削減支援 | | | | | ◆栽培面積の維持<br>H25園芸年度：77ha<br>→H27園芸年度：79ha<br>（農業振興センター調べ） | ◆消費者ニーズに対応したユリ産地の再構築 |
| 消費地ニーズに対応した販売、ブランド化の取り組み推進<br>生産者　：消費地ニーズの把握、出荷・販売体制の再検討、消費地への積極的な情報発信<br>農業団体：消費地ニーズ・他産地の情報収集・分析、消費地との交流の場づくり<br>県産地・流通支援課・県農業振興センター：消費地との交流の場づくり、共通課題の解決策の検討、花き生産方針の作成 | | | | | ◆市場販売額の維持<br>H25園芸年度：26億円<br>→H27園芸年度：26億円以上<br>（園芸連調べ） | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. まとまりのある園芸産地総合支援<br>（5）園芸用ハウス面積の確保 | ◆本県農業の強みである園芸において、ハウス面積の減少や老朽化が進んでおり、今後、生産等の維持が危ぶまれる | ・レンタルハウス整備事業の拡充（対象区分の追加及び補助率、補助限度額のアップ）と、関係団体への周知及び農家へのPRの強化（ラジオ、パンフレット等）<br><br>◆H24～H26の3カ年間に園芸用ハウス約43.6haを整備し、新規就農者の就農促進や、規模拡大農家の経営発展につながった<br>レンタル：35.2ha<br>流動化：6.9ha<br>国事業：1.5ha | ◆毎年度、ハウスの新設、建て替えは、一定の面積で進むが、老朽化ハウス等の解体が増加しており、ハウス面積の減少は止まっていない | ◆ハウスの整備や改良を支援<br><br>◎園芸用ハウス整備事業（レンタルハウス整備事業 園芸用ハウス活用促進事業、新規就農トータルサポート事業を統合。研修用ハウス、研修のれん分けハウスや、新規就農者の就農促進、園芸農家の規模拡大、施設の高度化、既存ハウスの流動化と改良等を支援）<br><br>★次世代施設園芸モデル事業（環境制御装置を標準装備した次世代型ハウスの整備を支援） | | | ○ | | | |
| （6）園芸用集出荷施設等の再編促進 | ◆本県園芸農業の強みを流通面から支えてきた集出荷場等の共同利用施設において、既存設備の機能低下や消費ニーズに対応した新たな機能が備わっていないことなどから、将来にわたっての産地維持・発展が危ぶまれる | ・効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等につながる取組を関係団体に啓発し、国の強い農業づくり交付金の活用を支援<br><br>◆集出荷施設の再編<br>3カ所 | ◆持続的かつ安定的な供給体制を維持していくためには、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図っていくことが必要 | ◆複数の集出荷等施設を再編・集約し、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図る産地を支援<br><br>★競争力強化生産総合対策事業 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 園芸用ハウスの整備 | | | | | ◆事業支援による園芸用ハウスの新設及び再利用等の目標面積 60ha<br>単年度15ha<br>レンタル10ha<br>流動化 5ha | ◆新たな担い手や規模拡大農家等によるハウスの有効利用で産地規模を維持 |
| 県産地・流通支援課 ： 新規就農・規模拡大・高度化・研修・流動化等の各区分でハウス整備を促進 | | | | | | |
| 就農サポート区分の新設 | 就農サポート区分の廃止<br>南海地震対応策の拡充 | 整備面積の要件を緩和 | 研修区分、流動化区分の新設、事業主体の追加 | P343,344 別図（農2）（農3）参照 | | |
| | | | 環境制御装置を標準装備した次世代型ハウスの整備を促進 | | | |
| | | | 農業分野への企業参入の推進 | P345 別図（農4）参照 | | |
| 新事業（園芸用ハウス流動化促進事業）の実施 | | | 園芸用ハウス整備事業（旧レンタルハウス整備事業）に統合 | | | |
| 県産地・流通支援課：<br>既存ハウスの再利用に伴う改良費への支援で流動化を促進 | | | | | | |
| | 補助対象経費の拡充<br>南海地震対応策の拡充 | 災害復旧区分の新設 | | | | |
| | 集出荷施設再編促進への支援 | | | | ◆計画的な集出荷等施設の再編整備 4ヶ所程度（単年度1ヶ所×4ヶ年） | ◆再編計画に沿った主な拠点集出荷施設等が整備される |
| | 県産地・流通支援課：施設の再編整備への支援<br>農業団体との連携による再編計画の調査・把握 | | | | | |

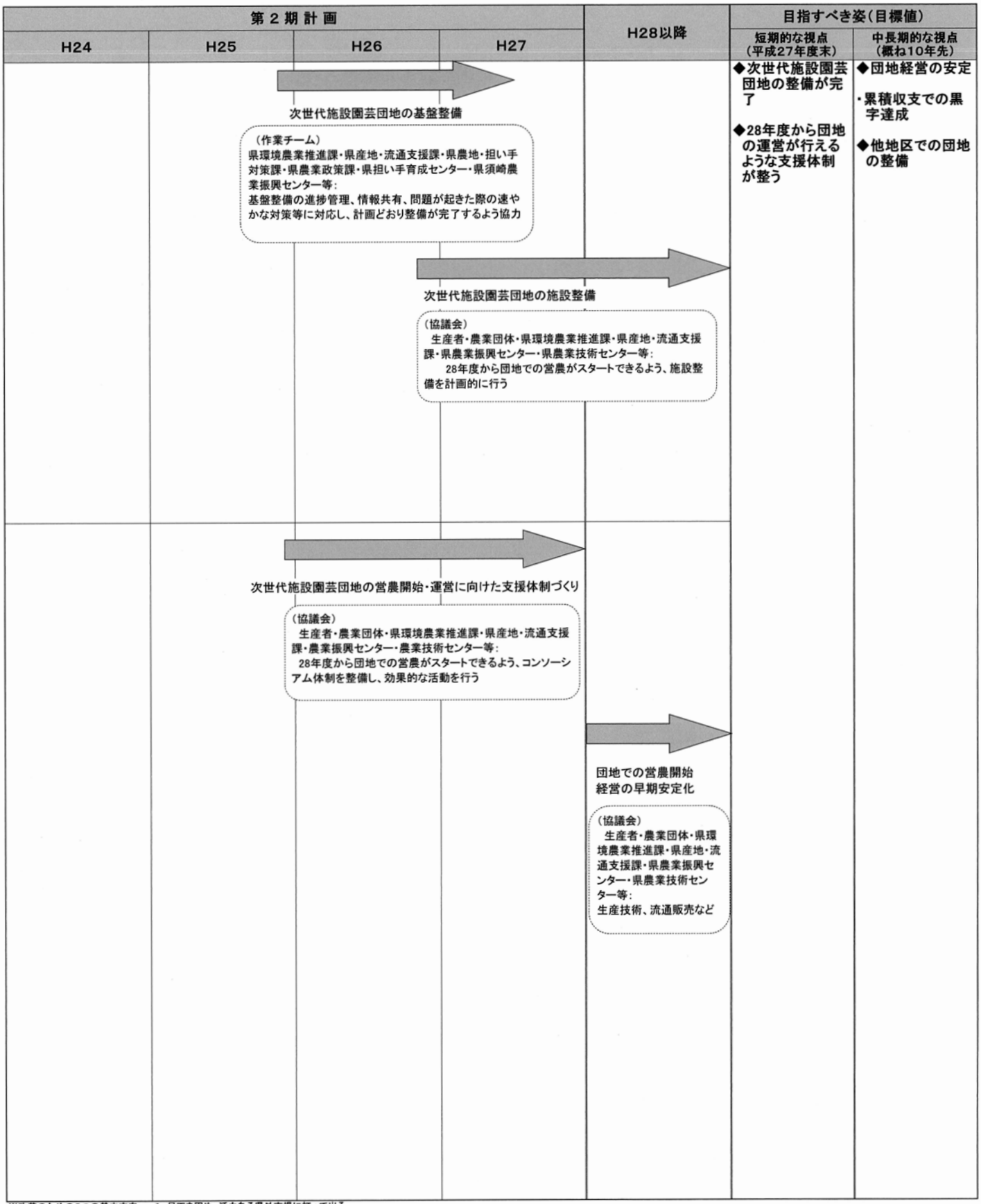
※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．まとまりのある園芸産地総合支援<br>（7）次世代施設園芸団地の整備 | ◆オランダとの交流の進展<br>◆IPM技術や環境制御などの先進技術への関心の高まり<br>◆農業者の高齢化や後継者不足<br>◆CO2削減、化石燃料の使用量削減など社会的な要請の高まり<br>◆新施設園芸システムの研究開発の取組 | ・オランダウェストラント市とH21に友好園芸農業協定を締結し訪問団や研究員の派遣、技術アドバイザーの招聘などを実施<br>・H23から新施設園芸技術の研究開発に着手<br>・オランダ型の先進技術導入により飛躍的な増収を実現するための事業を国に提言し、H26.2に次世代施設園芸導入加速化支援事業が創設 | ◆次世代施設園芸団地の計画的な施設等の整備<br>◆次世代施設園芸団地の営農開始・運営に向けた支援体制づくり | ◆次世代施設園芸団地の施設等整備<br>★ほ場整備のH26年度末の完了（揚水機場、パイプライン整備はH27.7まで）<br>★ハウス、集出荷場等の施設の実施設計の実施<br>★ハウス、集出荷場等の施設整備の着手 | ○ | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆次世代施設園芸団地の支援体制づくり<br>★コンソーシアムの体制整備<br>★コンソーシアムの計画的な活動 | ○ | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 農業分野 】




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立<br><br>（1）IPM技術の全品目への普及を加速化 | ◆高知の園芸は、天敵等を利用した減農薬の取組（IPM技術：総合的病害虫・雑草管理技術）が日本一となっている。施設ナス、ピーマン類ではIPM技術の普及により難防除害虫に対する安定的な防除、薬剤散布コストの低減および消費者の求める安心な農産物の生産が可能となってきた。今後は野菜類全般、果樹類、花き類へのIPM技術の普及拡大が望まれている | ・土着天敵の活用、品目毎の技術確立、各地での実証展示ほの設置<br><br>・各地区でIPM技術研究会等の開催<br><br>・自主企画研修等普及指導員等の研修充実により普及指導員相互および研究員との技術情報の共有<br><br>◆IPM技術が普及<br>○IPM技術体系品目数<br>H20（5）→H26（11）<br>○天敵導入率<br>（H23→H26）<br>[施設ナス類]<br>62%→97%<br>[ピーマン類]<br>59%→95%<br>[施設キュウリ]<br>15%→24%<br>[施設ニラ]<br>0% →8%<br>[施設カンキツ]<br>2%→6%<br>○土着天敵リレー体制（温存ハウス活用市町村数）<br>H23（12）→H26（13） | ◆更に全品目へのIPM技術の普及促進<br><br>◆天敵を利用したIPMは施設ナス類では94%などナス科果菜類では大きく推進されたが、ウリ科果菜類、葉菜類、果樹類、花き類では進んでいない | ◆IPM技術の普及加速化<br><br>○ウリ科果菜類、葉菜類、果樹類、花き類へのIPM技術の普及<br><br>○病害を対象としたIPM技術の開発<br><br>○外来天敵から在来（土着）天敵の利用へ | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 野菜類へのIPM技術の普及促進（施設ナス、キュウリ、ニラ等）<br>生産者・農協等関係機関・県農業振興センター・:県農業技術センター・県環境保全型畑作振興センター（～H25）、県農業担い手育成センター（H26～）: | | | | | ◆IPM技術の普及（天敵の普及率）<br>施設ナス<br>H23年度：62%<br>→H27年度：90%<br>施設キュウリ<br>H23年度：15%<br>→H27年度：60%<br>施設ニラ<br>H23年度：0%<br>→H27年度：5%<br>施設カンキツ<br>H23年度：2%<br>→H27年度：40% | ◆低コストIPM技術確立による持続可能な農業の実現 |
| 果樹類でのIPM技術の普及促進<br>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:<br>実証ほの設置（施設カンキツ）によるIPM技術の検討 | | | | | | |
| 病害を対象としたIPM技術の普及促進<br>県農業振興センター:<br>実証ほの設置によるIPM技術の検討<br>県農業技術センター:<br>ハウス内環境制御、光質利用、微生物利用によるナス等の病害防除技術の開発 | | | | | | |
| 施設花き類でのIPM技術の検討<br>県農業振興センター・県農業技術センター:<br>施設花きにおける病害虫の発生状況調査、生物的防除資材の検討 | | 施設花き類でのIPM技術の普及<br>県農業振興センター・県農業技術センター:<br>実証ほの設置（施設花き）によるIPM技術の検討 | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立<br><br>（2）GAPの活用 | ◆県産園芸品の品質・衛生管理レベルの向上、異物混入事故や農薬残留事故の発生ゼロを目指し、県版GAP（生産から出荷販売までの工程を点検・見直し・改善する工程管理手法）に取り組む産地の育成を推進してきた。さらに県内全域への普及・充実を図る | ・GAPの普及啓発<br>・指導者の育成<br>・点検シートの作成と配布<br>・GAP実践研修会の開催<br>・農産物事故ゼロキャンペーンの実施<br><br>◆高知県版GAPについては、実践農家およびJAともに増加しており、生産者へは一定浸透。指導者育成研修等の受講者も増え、推進体制は整備されてきた<br><br>県版GAP普及状況<br>生産者版 43%(H21)→65%（H26.3末）<br>集出荷場版<br>6JA(H21)→9JA/15JA(H26.3末) | ◆品目・地域に応じた点検シートへの見直し<br><br>◆第三者等も含めたチェック体制の整備と定着<br><br>◆生産農家のレベルアップによるPDCAサイクルの定着が必要 | ◆GAPを活用した各種取組の充実・信頼性の向上<br><br>○地域版・品目版点検シートの普及・拡大<br><br>○PDCAサイクルの定着<br><br>○ウォッチャー制度の活用 | | | ○ | | | |
| | ◆残留農薬基準がポジティブリスト制に移行し、外国産等の輸入農産物（特に生鮮品）で基準値オーバーが相次ぎ、国産志向が高まるなか、県産農産物においても農薬事故が発生 | ・農薬販売店立入検査や販売業者・農薬管理指導士を対象とした研修会の実施<br><br>・農薬安全使用講習会の実施<br><br>・生産履歴記帳・回収・点検の啓発<br><br>・残留農薬検査の実施<br><br>◆生産履歴記帳率と農薬の適正使用は着実に進展し、農薬事故は減少<br><br>農薬事故発生件数<br>8件(H19)→1件（H26）<br><br>防除履歴記帳<br>84%（H22)→87%（H26） | ◆危機意識の希薄化と取組のマンネリ化<br><br>◆県内全域で生産履歴記帳・回収・点検を徹底 | ◆農薬の適正使用の徹底<br><br>○適正使用指導の継続<br><br>○防除履歴記帳・回収・点検の徹底<br><br>○IPMマニュアルの活用 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆農薬の適正販売の徹底<br><br>○販売業者の知識・技能習得の徹底<br><br>○営農と購買の情報共有と連携強化 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 地域版・品目版点検シートの普及・拡大<br>生産者・部会：使用している点検シートの内容精査・改善（現状に合った項目・点検時期等）<br>農業団体・県環境農業推進課・県農業振興センター：点検項目の内容精査・改善にあたっての支援（研修の実施） | | | | | ◆高知県版GAP生産者版実践農家 69%（H23.3月末）→100%(H27)<br>集出荷場版実践JA 9JA（H23.3月末）→15/15JA（H27） | ◆持続的な農業生産活動の確立<br>◆生産活動のレベルアップが図られ、農産物の信頼性が高まることから選ばれる産地となる |
| PDCAサイクルの定着<br>生産者・生産部会・農業団体：点検を組織活動に位置づけ（自己点検、内部点検等）、点検結果の活用によりレベルアップした計画の策定・実践<br>農業団体・県環境農業推進課・県農業振興センター：指導者及びリーダーの育成、先進地（先進部会）の事例導入、部会の計画活動を支援、点検等へのウォッチャー制度等の活用によるステップアップを支援 | | | | | | |
| 農薬の適正使用と防除履歴記帳・回収・点検を徹底<br>IPMマニュアルの活用<br>生産者：登録内容と履歴の確認。記帳の徹底と保管・提出<br>農業団体・研究会・生産部会：巡回指導・研修会等の実施・充実、購買・販売・集荷場との連携強化<br>直販所：安心係を通じた指導の徹底<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：農薬の適正使用、記帳の徹底を啓発、生産者等の活動支援 | | | | | ◆農薬事故の発生 2件(H23)→0件(H27)<br>◆防除履歴記帳 89%（H23）→100%(H27) | ◆適正な使用により農薬の安全性・信頼の確保を得る |
| 生産者及び農薬販売業者の知識・技能習得の徹底<br>（農業団体）営農と購買の情報共有と連携強化<br>生産者：農薬の知識の習得、登録内容の確認<br>農業団体・全肥商連：登録内容の説明の徹底、農薬販売員の意識・資質の向上、窓口対応の徹底、電算システムの活用、販売履歴チェックの徹底<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：農薬の適正使用、記帳の徹底を啓発・支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立<br>（3）土づくりと施肥の改善 | ◆環境にやさしい農業を行うため、良質なたい肥による土づくり、化学合成肥料の適正使用を推進<br><br>◆適正施肥の推進や肥料価格の高騰対策として、土壌診断に基づいた低コスト施肥低減技術の普及を進める必要がある | ・家畜ふん堆肥の製造の改善<br>・家畜ふん堆肥の利活用の促進<br>◆家畜ふん堆肥の利用に関する研修会の開催、堆肥マップの作成・配布および県HP掲載、ステップアップ土づくり事業による利用事例の収集を継続。家畜ふん堆肥余剰量は1,530t（H23）、2,056t（H25）であり、引き続き耕種部門等で利用されている<br><br>・土壌診断による適正施肥の推進<br>◆土壌診断処方箋点数は約14,900点（H26）に達しており、生産現場において土壌診断の必要性は理解されている<br><br>・県施肥基準の作成<br>◆施肥適正化対策として、本県の野菜27品目、花き10品目、果樹9品目の主要品目について県施肥基準を作成し、適正施肥推進のための指針を示すことができた | ◆栽培技術や品種等の変化にともなって変動する、収量や生育に合わせた施肥管理の見直しが必要 | ◆家畜ふん堆肥を活用した土づくりおよび土壌診断に基づく適正施肥の推進<br><br>○家畜ふん堆肥の利用促進<br><br>○家畜ふん堆肥を利用した肥料代替技術の導入<br><br>○家畜ふん堆肥やL型肥料を利用した施肥低減技術の普及 | | | ○ | | | |
| （4）有機農業の推進 | ◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり<br><br>◆有機農業実践者の育成により、県内での就農者数が増加<br><br>◆有機農業推進法の制定（H18）、高知県有機農業推進基本計画の策定(H20) | ・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援<br>◆卒塾生の卒塾時の県内就農者数は47名（うちIターン者25名、H18～H25）<br><br>・環境直接支払（有機農業の取組等）の周知<br>◆有機農業の推進体制は9市町村で整備、環境直接支払に係る有機農業の取組は14市町村で実施(H23)<br><br>・有機栽培実証ほの設置及び県内優良事例の探索<br>◆36品目の有機栽培事例を作成<br><br>・生産者PRパンフレットの作成及び実需者の有機農産物ニーズの把握<br>◆生産者と実需者のマッチングが必要<br><br>・補助金や委託事業により有機JAS認証取得支援を実施<br>◆有機JAS認証取得農家数：82戸17事業者（H21）→83戸38事業者（H25） | ◆有機農業新規就農者の生産技術や販路が不安定であり経営状況は厳しい<br><br>◆各作物の有機栽培事例はとりまとめたが、周年作付の体系化が不十分<br><br>◆県内の有機農業実践者の多くは少量多品目の生産で流通販売先も個別で不安定 | ◆有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援<br><br>○就農相談の実施と就農後の技術及び経営指導 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆有機栽培の作付体系の実証<br><br>◎実証結果の有機農業者への情報提供 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり<br><br>◎講演会の開催や有機団体が実施する消費者との交流に対する支援 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 家畜ふんたい肥の利活用の促進<br>生産者：作物別の利用事例の収集のための情報提供、生産部会による研究活動の促進<br>農業団体：地域内循環の仕組み作り（耕種農家と畜産農家との連携促進）、土壌診断・処方箋に基づく施肥設計の推進<br>県環境農業推進課：家畜たい肥を活用した土づくり資材・施肥低減方法の普及 | | | | | ◆家畜ふんたい肥の余剰<br>H23：1,530t<br>↓<br>H27：0t | ◆地域有機質資源の循環利用の推進 |
| 土壌診断に基づく施肥低減実証(主としてリン酸)と県施肥基準の地区施肥基準への反映<br>生産者：現地実証試験への協力、生産部会による研究活動の促進<br>農業団体：現地実証試験への協力、生産部会による研究活動の促進<br>県農業技術センター：養分吸収量算定試験の実施、リン酸施肥低減現地実証試験の実施および減肥基準の策定<br>県農業振興センター：施肥適正化現地実証および地区施肥基準の検討・見直し、地区施肥基準の普及<br>県環境農業推進課：適正施肥管理の普及 | | | | | ◆土壌診断処方箋点数（野菜）<br>H23：9,711点<br>↓<br>H27：10,200点 | |
| | | | 施設栽培における土壌診断に基づいた蓄積養分有効活用技術の確立<br>県農業技術センター：<br>土壌中の養水分の動態を把握し、蓄積養分の有効利用を図る | | | |
| 有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援<br>生産者：遊休農地・施設等の情報提供、技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力<br>農業団体：遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、技術及び経営指導<br>有機農業推進団体：研修教育の実施、就農支援、就農後のフォローアップ（技術、販路等）<br>市町村：遊休農地・施設等のリスト化、相談窓口の設置、有機農業の推進体制整備<br>県環境農業推進課：就農支援、県職員・市町村・JAへの意識啓発<br>県農業振興センター：就農支援、技術及び経営指導体制の充実 | | | | | ◆有機JAS認証農家戸数<br>5件/年<br>（H23：88戸<br>↓<br>H27：108戸）<br>◆支援体制設置市町村<br>H23：9市町村（26%）<br>↓<br>H27：17市町村（50%） | ◆有機農業の普及拡大による産地化 |
| 有機栽培の作付体系実証<br>生産者：有機栽培事例の情報提供<br>県環境農業推進課：有機栽培技術部会の設置運営<br>県環境保全型畑作振興センター：有機栽培事例の収集と実証展示及び作付体系の実証（～H25）<br>県農業担い手育成センター：有機栽培事例の収集と実証展示(H26～)<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：県内優良事例の収集 | | | | | | |
| 有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり<br>消費者：援農活動への参加、有機農産物の購入<br>生産者：組織活動への参加、有機JAS認証の取得、共同出荷体制の整備<br>実需者・流通業者：有機農産物の取り扱い<br>有機農業推進団体：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大<br>県環境農業推進課・県産地・流通支援課：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、生産者と実需者のマッチング<br>県農業振興センター：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、産地化に向けた支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立<br><br>（5）オランダウェストラント市−高知友好園芸農業協定を活かした環境保全型農業の推進 | ◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している<br><br>◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農薬や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている<br>そこで、オランダの施設園芸の中心であるウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する | ・友好園芸農業協定の締結<br><br>・技術交流訪問団の派遣<br><br>◆技術交流訪問団の参加者（農大生を除く）<br>21年度44名<br>22年度32名<br>23年度25名<br>24年度28名<br>25年度21名<br>26年度26名<br><br>◆オランダとの交流で得た知識、人脈、刺激等が、本県の環境保全型農業の拡大や環境制御技術などの先進導入の動機づけとして有効に働いた<br><br>・学生交流の実施<br><br>・研究員長期研修の実施<br><br>◆農大生の短期訪問<br>21年度4名<br>22年度14名<br>23年度9名<br>24年度6名<br>25年度2名<br><br>◆農大生の留学研修<br>22年度2名（1か月）<br>23年度1名（2週間）<br>24年度2名（1か月）<br>25年度2名（3週間）<br>26年度1名（2週間）<br><br>◆レンティス校から受入<br>24年度3名（3週間）<br>26年度3名（2週間）<br><br>◆研究員長期研修<br>23年度2名（3か月）<br>24年度2名（3か月）<br><br>・オランダ企業とのパートナーシップを構築<br>◆オランダからの技術アドバイザー招聘<br>25年度2回<br>26年度2回 | ◆新施設園芸技術の各産地への速やかな普及につながる効果的な交流活動が必要<br><br>◆受けた刺激が一過性のものに終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要<br><br>◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要 | ◆★成果報告や情報交換の場となる技術交流セミナーの定期的な開催<br><br>◆派遣研修の継続<br><br>○技術交流訪問団<br><br>○学生交流<br><br>★民間交流への支援<br><br>◆新施設園芸技術の早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップを構築<br><br>★オランダ技術アドバイザーの招聘 | | | ○ | | ○ | |
| | | | | | | | ○ | | ○ | |
| | | | | | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

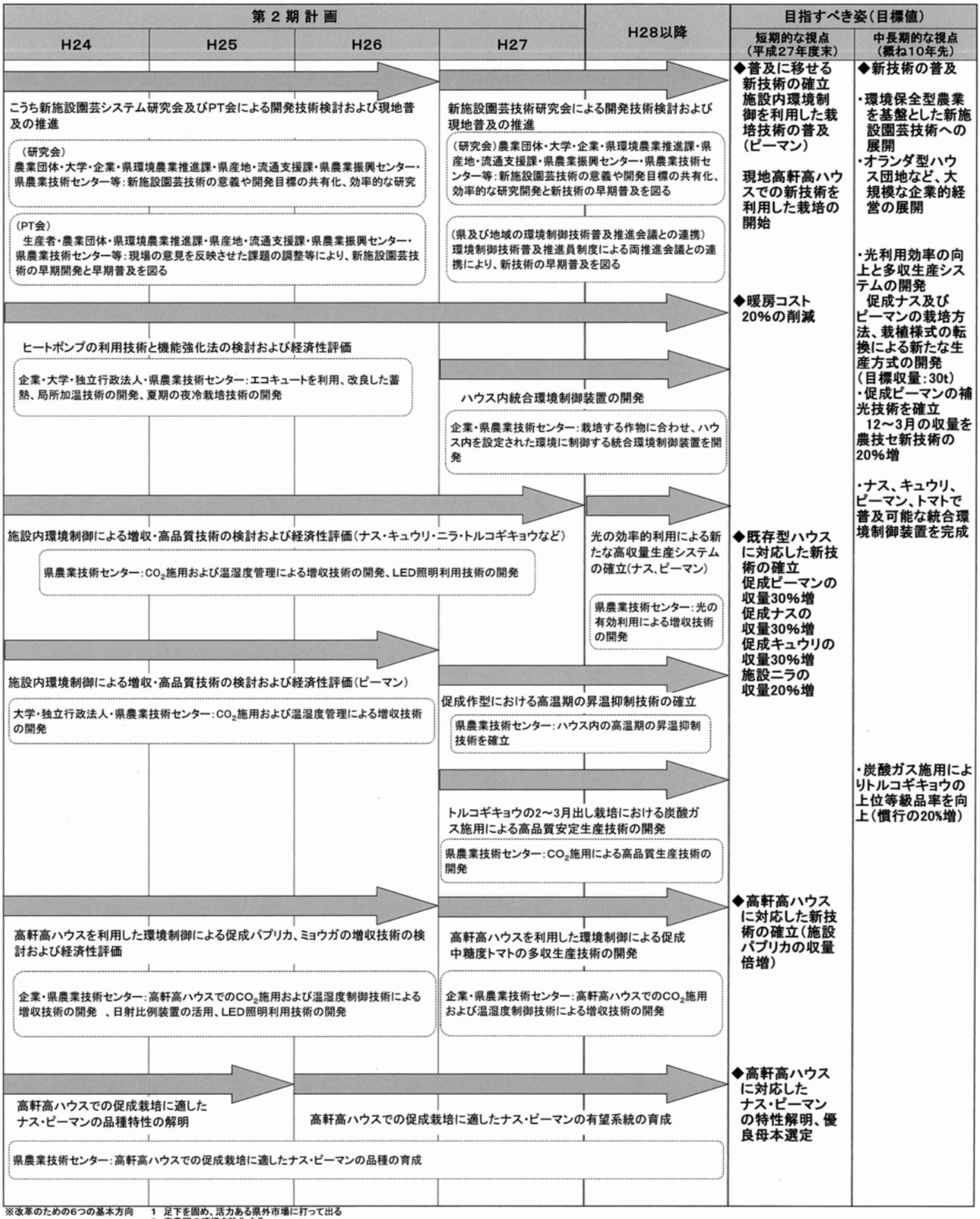
| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 新施設園芸技術を実践する農業者育成のための交流、オランダ交流セミナーの開催<br>生産者・事業者：技術交流への参加と交流で得た知識や情報の活用、交流セミナーへの情報提供<br>農業団体：技術交流への参加・協力、生産者の支援<br>県環境農業推進課：交流事業のコーディネート、交流セミナーの運営、情報の集積と発信 | | | | | ◆交流事業<br>年間事業開催数<br>訪問団　1回<br>技術交流セミナー　2回 | ◆新技術の普及<br>・環境保全型農業を基盤とした新施設園芸技術の普及拡大<br>・オランダ型ハウス団地など、大規模な企業的経営の展開 |
| 新施設園芸技術を実践する後継者育成のための学生交流と流<br>農大生：留学研修への参加と研修で得た知識や情報の活用<br>県立農業大学校：学生の支援、語学等留学に必要な基礎教育、オランダレンティス校からの留学生受入 | | | | | | |
| 新施設園芸技術の早期完成のための研究員派遣研修<br>県農業技術センター：研究員の選定と長期研修への支援<br>県環境農業推進課：長期研修のコーディネート | | 産地独自の訪問団による交流<br>生産者：技術交流活動への参加<br>JA土佐くろしお：産地独自訪問団の企画、実施<br>県環境農業推進課：交流事業のコーディネート | | | | |
| 新施設園芸技術の早期完成のための研究員派遣研修<br>県農業技術センター：研究員の選定と長期研修への支援<br>県環境農業推進課：長期研修のコーディネート | | | | | | |
| | 新施設園芸技術の早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップ<br>県農業技術センター：オランダの技術者との共同技術開発<br>県環境農業推進課：パートナーシップ構築 | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立<br><br>（6）新施設園芸システムの構築<br><br>P346<br>別図（農5）参照 | ◆園芸産品の価格の低迷<br><br>◆重油などの生産コストが上昇とハウス施設が老朽化<br><br>◆農業者の高齢化や後継者不足<br><br>◆環境への配慮が求められ、CO2削減、化石燃料の使用量削減が必要 | ・新施設園芸技術研究会を立ち上げ、産官学の研究推進体制を整備<br><br>◆研究成果、技術情報等の情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった<br><br>◆生産現場と一体的な研究開発が加速した<br><br>◆ピーマン、ナス、パプリカ等の増収効果が確認され、技術確立の目処が立った | ・オランダの先進的な生産システムにおいて本県のような温暖地での環境制御による生産性の向上に関する事例が少ない<br><br>・本県に適合したシステムとして再構築を図り、強い競争力をもった園芸品を生産する必要がある | ◆新施設園芸技術の確立に向けた研究開発<br><br>○新施設園芸技術研究会による開発支援<br><br>★施設内環境制御技術の開発推進<br><br>★新施設園芸技術の普及推進に向けての検討<br><br>○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究<br><br>○施設内環境制御技術に関する研究<br><br>○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発<br><br>★オリジナル品種の育成 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．流通・販売の支援強化<br>（1）流通・販売の強化に向けた支援 | ◆量販店の価格支配力の増大、家庭消費の減少、業務需要の拡大、輸入の増大など消費流通構造の変化<br><br>◆全国でも高いシェアのある品目の産地化や環境保全型農業の先進的な取組などの多くの実績を上げているが、産地づくりと流通販売の情報交換が十分に行われているとはいえない<br><br>◆これまでに無いほど生産資材が高騰し、農家所得が大幅に減少するなど園芸農業は非常に厳しい状況<br><br>◆園芸の産出額は、1,021億円から737億円（H5→H18△284億円）<br>園芸連の取扱額は，935億円から630億円（H4→H20△305億円） | ・新需要開拓マーケティング事業による販売の強化<br>①量販店とのパートナーシップの構築<br>・関東3社、関西1社、仙台2社、名古屋2社とのパートナー関係を構築<br>・量販店の青果担当等を産地へ招へいすることで、環境保全型農業など産地の取組に対する理解が深まった<br>◆基幹店舗での高知野菜フェアの定期的な開催や、一部の店舗では高知野菜の常設棚が設置されるなど、本県産青果物を優先的に扱ってもらうことで、パートナー店での売上げが増加した<br>◆栽培方法等の取組を伝えた販売により本県の環境保全型農業の認知度が向上した<br>H22.6：8%→H26.2：30% | ◆販売戦略の明確化と、卸会社、量販店との戦略共有<br><br>◆より関係を強化した取り組みエリアの拡大<br><br>◆店舗の青果担当者への本県の取組の理解促進<br><br>◆取引量の拡大要請など量販店側のニーズに応える産地対応 | 新需要開拓マーケティング事業による販売力の強化<br><br>◆量販店とのパートナーシップの強化<br><br>○パートナー量販店におけるフェアの積極展開<br><br>◎生産者や本県専属の販売支援員による環境保全型農業など本県の取組を伝える販売の強化<br><br>◎高知家プロモーションと連携した販売強化<br><br>○量販店の高付加価値ブランド品（PB）対応の検討 | ○ | | | | | |
| | ◆県内80以上の集出荷場から園芸連に一元集出荷し、全国の市場へ輸送販売 | ②中食・外食等の業務需要の展開<br>・卸会社や仲卸等と連携した営業活動を実施<br>・各展示商談会での提案<br>◆飲食店やホテルで県産野菜を使った料理がメニュー化されるなど41社での新規取引につながった(H26.3末現在)<br>・卸売会社への業務委託<br>・ネット通販（高知県特設コーナー設置）による園芸品の売り込み<br>・外食チェーンと連携したメニュー開発及び高知フェアの開催<br>◆新たな量販店や飲食店等との取引、WEB販売の開始等により、売上げが増加。今後さらなる売上増が見込まれる | ◆単発のフェアで終わってしまう場合も多く、恒常的な取引に向けた、フェア後のフォローなど継続的な営業活動<br><br>◆実需者ニーズの把握及び、ニーズに合わせた契約や産地の出荷体制づくり<br><br>◆新たな営業ルートの開拓 | ◆中食・外食等の業務需要開拓<br><br>◎卸売会社等と連携した営業活動の強化<br><br>◎展示商談会での食材・商材提案 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築<br><br>★顧客ニーズに柔軟に対応できる体制づくり<br>（従来の流通に加え、顧客と産地をつなぐ受発注システムなど、エンドユーザーに対応できる仕組みを検討） | ○ | | | | | |
| | | | | ◆特産野菜等コラボレーション事業<br><br>○補助金による産地支援<br><br>○普及センター、園芸連等の関係機関によるバックアップ体制の強化 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| **パートナー量販店での販売強化** | | | | | ◆パートナー量販店との信頼関係が深まり、産地から量販店までのサプライチェーンが構築されている<br><br>◆実需者ニーズにあった柔軟な販売が実施されている | ◆産地から消費者までのサプライチェーンにより、見える化による安全・安心の県産青果物が、お客様に届けられている<br><br>◆販売面と生産面の一体的な取組により、元気のある産地づくりが行われている |
| フェアの積極展開、パートナー量販店の充実・拡大、流通関係者への産地理解の促進、PB等高付加価値商品の検案・導入・販売体制づくり | | | | | | |
| **新園芸ブランドによる販売強化** | | | | | | |
| 新ブランドマークへの切り替え促進<br>販促資材の作成<br>「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目の拡充、流通関係者や消費者への新園芸ブランドの認知度向上 | | | | | | |
| | | **高知家プロモーションと連携した販売強化** | | | | |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体　：パートナー量販店での販売力強化、新園芸ブランドによる販売力強化<br>県産地・流通支援課　：上記取組への支援 | | | | | | |
| **業務需要開拓の強化** | | | | | ◆営業活動体制の強化により、効果的な営業活動が実施されている<br><br>◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている<br>※新規取引件数<br>5件／年 | |
| 流通関係者等との連携による営業活動の展開、商談会への積極的な出展<br>営業活動の強化のための体制づくり<br>業務需要に柔軟な対応ができる販売方法の検討・流通販売体制づくり　業務需要に対応した販売の推進<br>業務需要に対応したオリジナル商品づくり | | | | | | |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体　：　業務需要開拓の強化<br>県産地・流通支援課　：　上記取組への支援 | | | | | | |
| **顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築（顧客ニーズへの柔軟な対応）** | | | | | ◆顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通販売体制が構築されている<br><br>◆新たな流通体制による県産青果物の地産外商が増加 | |
| 出荷・流通・販売体制の検討 | 出荷・流通・販売体制の構築 | | 新たな体制での販売の推進 | | | |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体　：顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築<br>県産地・流通支援課　：上記取組への支援、園芸連の機能強化による新たな流通システムの構築 | | | | | | |
| **特産野菜等コラボレーションによる地域フェアの開催** | | (P309<br>「◆県産園芸品のPR」に統合して実施) | | | ◆地域フェアの開催を通じて、販売拠点との関係を強化し継続取り引きにつなげるとともに、地域をまるごと売り込みファンを増やすことで販売を拡大する | ◆消費地との交流が進み、農産物の販売拡大だけでなく地域全体が活性化する |
| 地域産品の掘り起こし→卸と連携したパートナーの選定<br>→関東や関西の量販店等でのフェア等開催 | | | | | | |
| 農業団体・市町村等<br>環境保全型農業の取組など地域の取組を実需者へ紹介、 一次産品や観光資源とのコラボ企画提案、実需者と産地の交流、企画の実践・総括<br><br>県産地・流通支援課：上記取組の企画・実践を支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．流通・販売の支援強化<br>（1）流通・販売の強化に向けた支援 | | ④特産果樹の販売強化<br>＜文旦＞<br>・パートナー量販店を軸にした販促、販売を実施<br>・高知市での「ぶんたん祭」、アンテナショップでの「ぶんたん祭in東京」の開催によるPRを実施<br>・土佐文旦振興対策協議会の活動を支援<br>◆量販店での試食宣伝、青果担当者の産地招へい等により、商材としての認知度が向上したことに併せ、産地の戦略的な出荷や販促活動の実施<br>◆「ぶんたん祭」の開催により、生産者の一体感が醸成されつつある<br>＜ユズ＞<br>・パートナー量販店で青果担当者を対象としたプロモーションを実施<br>・アンテナショップを活用したPRを実施<br>◆プロモーションの実施によりパートナー量販店で食材として見直され、青果の販売が強化された<br>◆アンテナショップでは、青果と加工品のセットでフェアを展開することで効果的なPRにつながった<br>＜新高梨＞<br>・アンテナショップを活用したPRの実施<br>◆関東地区で高級梨としての認知度が高まった | ＜文旦＞<br>◆パートナー量販店等で販売拡大を進めていくため、出荷量の確保と品質のバラツキをなくしていく<br>◆下級品の加工利用促進<br>◆振興対策協議会による「ぶんたん祭」の内容充実とPRのための土佐文旦の更なる情報発信<br>＜ユズ＞<br>◆青果と加工品とのプロモーションミックスによる総合的な販促活動<br>◆パートナー量販店やアンテナショップとの連携による販売拡大<br>＜新高梨＞<br>◆針木梨組合の積極的な販促PR活動を県内他産地に広げていく | ◆特産果樹の販売強化<br>○パートナー量販店やアンテナショップでの販促活動支援<br>○実需者等の産地招へい<br>○産地、出荷団体との出荷販売方針の共有<br>○「ぶんたん祭」や各品目の販促フェア等への支援<br>○展示商談会等への出展による実需者とのマッチング支援 | ○ | | | | | |
| | | ⑤花きの販売PR強化<br>・アンテナショップ「まるごと高知」等での展示PRを実施<br>・県産花きの販促用DVDを作成（H23）<br>◆大消費地の人の多く集まる場所で展示PRを行ったことで、花きの産地としての高知のイメージアップにつながった<br>・高知フラワーアドバイザーの設置<br>◆産地交流が深められ、PR活動が充実<br>・展示商談会の開催による販売の拡充<br>◆20件以上の新たな取引が開始<br>◆産地の生産改善に向けた意識が高まる<br>・国産花きイノベーション推進事業等を活用した発信の強化<br>◆首都圏における「高知の花」の効果的なPRで認知度が向上<br>◆花育やフラワーコンテストにより県内においても花き振興が図られた | ◆県産花きの効果的なPRの実施<br>◆商談会の実施による販売の強化 | ◆花きの販売PR強化<br>◎販促用DVDを活用した市場等でのPR<br>○アンテナショップ等での展示PR<br>○産地における生産面での品質等の改善（生産対策で実施）<br>★高知フラワーアドバイザーの設置<br>★展示商談会の実施 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **＜文旦＞ パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化（商材としての認知度向上）** | | | | | ◆パートナー量販店での取り扱い拡大による冬、春果実としての定番商材化（文旦） | ◆特に北関東地区での認知度向上による商品の定番化（文旦） |
| フェアや産地招へい等の拡充により、量販店への「土佐文旦」の商品としての価値を向上させ取扱店舗、取引量の拡大を図る | | | | | | |
| | 土佐文旦振興対策協議会による県内外への発信力強化 | | | | | |
| | 産地との情報及び販売戦略の共有 | | | | | |
| 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・アンテナショップを軸にした認知度の向上による販売力の強化<br>生産者団体： 関係機関と連携し「土佐文旦」の県内外へ発信・PR<br>県産地・流通支援課： 上記取組への支援 | | | | | | |
| **＜ユズ＞ パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化（食品としての認知度向上）** | | | | | ◆食材としての活用拡大 | ◆年間を通じた青果ユズの安定消費（ユズ） |
| フェアや産地招へい、商品提案等の拡充による「青果の食品としての需要」の拡大を図る | | | | | | |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体（ゆず協含）：<br>パートナー量販店・アンテナショップを軸にした利用拡大の提案等による販売力の強化<br>関係機関と連携し「ゆず」の県内外へ発信・PR<br>県産地・流通支援課： 上記取組への支援 | | | | | | |
| **＜新高梨＞ パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化（高級果実としての認知度向上）** | | | | | ◆アンテナショップ等での販売による認知度向上 | ◆量販店出荷と個人出荷販売の両立で高級梨としての認知度が高まる（新高梨） |
| フェアの拡充や産地招へい等を実施し、「大玉完熟の高級梨」としての価値を向上させ取扱店、取引量の拡大を図る | | | | | | |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体：<br>アンテナショップ等を軸にした「高級果実」としての認知度向上による販売力の強化<br>園芸連流通を利用した業務需要等への展開<br>県産地・流通支援課：上記取組への支援 | | | | | | |
| **花きのPR** | | | | | ◆県産花きの認知度向上による県産花きの販売額の維持 | ◆生産者がいきいきとやりがいを持って生産に取り組み、県内花きの生産が活発化 |
| 生産者・農業団体・県産地・流通支援課（～H25）、新需要開拓マーケティング協議会・農業団体（H26～）：<br>アンテナショップや百貨店等での高知県フェアで県産花きの展示PRを行う | | | | 生産者・農業団体・県産地・流通支援課 ：<br>実需者や消費者等、最終顧客に近い層に向けた県産花きのPR実施 | | |
| 生産者・農業団体・県農業振興センター・県産地・流通支援課（～H25）、<br>新需要開拓マーケティング協議会・農業団体（H26～）：市場や実需者を対象にした花きの出前授業の実施 | | | | | | |
| **花きのPR（海外）** | | | | | | |
| 生産者・農業団体：<br>国際園芸博覧会（フロリアード2012）への出展<br>県産地流・通支援課：<br>国際園芸博覧会への出展支援 | | **国産花きイノベーション推進事業の活用** | | | | |
| | | 新需要開拓マーケティング協議会花き専門部会（H26～）：<br>国の補助事業を活用した県産花きの需要拡大と花き文化の振興 | | | | |
| | **展示商談会開催による販売の強化** | | | | | |
| | 農業団体等：産地の特長を活かした商談の実施及び関西地区への拡大<br>四国4県花き振興協議会（H26～）：四国合同商談会による販路開拓<br>県産地・流通支援課：上記取組の企画・実践 | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．流通・販売の支援強化<br><br>（1）流通・販売の強化に向けた支援 | | ⑥新園芸ブランド構築<br>・特別栽培ピーマンと土佐鷹ナスをモデルに産地のこだわりを伝えた販売を開始（H22.11～）<br>・特別栽培及びエコシステム栽培品のブランドマークを一新（H23.10）<br>◆販売した量販店及び購入した消費者からの品質等に対する評価は高い<br>◆栽培方法等の取組を伝えた販売により本県の環境保全型農業の認知度が向上した<br>H22.6：8%→H26.2：30% | ◆生産・品質のこだわりを活かした訴求力あるブランドとして認知されることが必要<br>◆新ブランドの効果的なPR | ◆新園芸ブランドによる販売強化<br><br>○新園芸ブランドによるパートナー量販店等での販売強化<br><br>◎「見える化」商品の品目の拡充<br><br>◎生産者や本県専属の販売支援員による環境保全型農業など本県の取組を伝える販売の強化<br><br>◎販促資材等の作成<br><br>◎見える化商品の情報発信を効果的に行うための園芸連HPの内容充実<br><br>○ブランド認知を図るためのキャンペーン実施 | ○ | | | | | |
| | ◆有機栽培や美味しさ、鮮度、栽培などにこだわりを持つ生産者が増加している<br><br>◆一方、実需者側でも、青果物などのこだわりを前面に出した飲食店が増えてくるなど、これまでの規格品では対応し切れない需要ニーズが顕在化してきている | ⑦こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓<br>・展示商談会開催<br>・H24：東京2回<br>出展33者、来場129社<br>◆成約件数：延べ45件<br>・H25：東京1回、大阪1回<br>出展45者、来場216社<br>◆成約件数：延べ53件<br>・H26：高知1回、大阪1回<br>東京1回<br>出展67者、来場1145社<br><br>・野菜ソムリエによる販売力を高めるための個別の助言を行った<br>H24：5回（商談会、説明会他）<br>H25：5回<br>H26：3回<br><br>◆各農家に合ったきめ細かなアドバイスがされた<br><br>・高知家の野菜・くだもの応援の店制度を創設<br>◆京阪神8社、京浜4社のレストラン等のシェフと生産者との交流・商談により、新たな取引が見込まれる | ◆新たな出展者及び参加者の発掘 | ◆こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓<br><br>★こだわりニッチ野菜等の展示商談会開催<br><br>★こだわりニッチ野菜等の販売力を高めるためのブラッシュアップ | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| **新園芸ブランドによる販売強化** | | | | | ◆パートナー量販店から選ばれるブランドへ<br><br>◆高知県の環境保全型農業により生産された農産物＝新ブランドマークのイメージが認知される（パートナー店での認知度25%）<br><br>◆産地と一体となった情報発信、ブランド作りが行われる | ◆量販店等と情報を共有化した販売が進み、契約的な販売が拡大される<br><br>◆消費者ニーズと産地の取り組みをマッチさせた販売方法が定番化し、出荷面だけではなく生産面からの改善・販売力の強化が進む |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 ：<br>新ブランドマークへの切り替え促進・販促資材の作成、「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目の拡充、流通関係者や消費者への新園芸ブランドの認知度向上、HPのリニューアルによる情報発信の見直し、HPの活用による生きた情報発信の実施<br>県産地・流通支援課：上記取組への支援 | | | | | | |
| **量販店及び販売支援員との交流による販売力の強化** | | | | | | |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 ：<br>産地招へいや品目別のプロモーションによる流通関係者や販売支援員への「見える化商品」等の認知向上によるセールス力の育成<br>県産地・流通支援課：上記取組への支援 | | | | | | |
| **パートナー量販店を軸にした販売拡大** | | | | | | |
| 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 ：<br>パートナー量販店を軸にした新園芸ブランドによる販売・認知度の向上による県産青果物の競争・販売力の強化、新ブランドマークのキャンペーン等、フェアの積極展開、基幹店舗の充実・拡大と合わせた定番品としての拡充<br>県産地・流通支援課：上記取組への支援 | | | | | | |
| **展示商談会の開催** | | | | | ◆営業活動体制の充実強化により、効果的な営業活動が実施されている<br><br>◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている<br>※新規取引件数<br>30件／3年間 | ◆県内生産者等と県外の実需者との取引が活発になり、新たな販売システムの活用等によって、特徴のあるこだわり農産物の県外向け販売額が拡大 |
| 県産地・流通支援課 ：<br>「こだわり」の生産者と、「こだわり」を求める飲食店等とのマッチング（展示商談会）を開催<br>東京や大阪などの消費地を中心とした、加工品や水産物とのコラボ商談会の開催 | | | | | | |
| **こだわり青果物の販売力向上** | | | | | | |
| 販売力のスキルアップとの販促ツール等のブラッシュアップ | | | | | | |
| 県産地・流通支援課 ：<br>展示商談会への出展者を対象に、野菜ソムリエによるマーケティング講習や個別指導を実施し、生産者等の販売力のスキルアップと販促ツール等のブラッシュアップを図る<br>新規出展者の掘り起こしと、こだわりレストラン等への商談サポート | | | | | | |
| | | **県産園芸品の地産外商の推進** | | | | |
| | | 「高知家の野菜・くだもの応援の店」を活用した地産外商の推進 | | | | |
| | | P347<br>別図（農6）参照 | | | | |
| | | 県産地・流通支援課 ：<br>県産園芸品等を積極的に取り扱い、PRしてくれる飲食店や小売店を「高知家の野菜・くだもの応援の店」として登録し、県産園芸品等の地産外商を推進 | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．流通・販売の支援強化<br><br>（1）流通・販売の強化に向けた支援 | | ・県産園芸品のPR<br><br>＜総合的なPR＞<br>・テレビ番組内での放映及びCM<br>H21：6番組、CM67本<br>H22：4番組<br>H23：7番組<br>・県内外での「高知やさい体操」などを活用したイベントを実施<br>H21：キッザニア東京<br>高知市中央公園<br>H22：キッザニア甲子園<br>ぢばさんセンター<br>H23：横浜MM21<br>ぢばさんセンター<br>H24：横浜赤レンガ<br>ぢばさんセンター<br>＜出前授業＞<br>・関東、関西の小学校等で出前授業を実施<br>・市場関係者や県外消費者向け出前授業を実施<br><br>＜高知野菜サポーター＞<br>・関東12名、関西6名の野菜ソムリエを登録<br>・サポーターの産地招へい実施<br>◆全国ネットのテレビ番組での特集や、人気施設を利用し親子連れ等にターゲットを絞りイベントを実施したことで、多くの消費者に本県産園芸品の良さをPRできた<br>◆出前授業では、将来的な高知野菜のファンづくりであるが、授業実施後に保護者と一緒に近くの量販店で高知産を買い求めるなど、本県産野菜の良さが伝わるとともに、消費拡大にもつながっている<br>◆サポーターの産地招へいでは、環境保全型農業を中心とする取組を伝えることで、高知野菜への理解を深めてもらい、サポーターが実施する料理教室やブログなどでの情報発信につながっている。また、産地（生産者）では、消費地から見た意見をいただくことで、効果的な販促方法等の学びにつながっている<br><br>・企業との連携による県産青果物のPR<br>◆県産青果物を使った新商品の販促やイベントを通じたSNSによる情報発信など効果的なPRができた<br><br>・高知家ロゴマークを活用した県産青果物のPR<br>◆ニラを皮切りに出荷開始し全国の量販店に「高知家」包装が流通 | ◆PRについては、主要な各産各県とも取り組んでいることから、高知だけの認知度が上がるところまでは至っていない<br><br>◆限られたPRでの予算内での効果的なPR手法の検討と継続的なPRの実施<br><br>◆出前授業では、将来的な野菜の消費拡大、本県野菜のファンづくりで取り組んでいることから、即効性の効果は限定的 | ◆県産園芸品のPR<br><br>○関東、関西などの大消費地でのイベント開催やマスメディア等を活用したPR<br><br>○出前授業<br><br>○高知野菜サポーターによる情報発信<br><br>★販売活動を通じた販促・PR | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆メディア等での露出度増加<br>◆高知野菜ファンの増加 | ◆県産園芸品の認知向上<br>◆高知野菜を優先的に選択する消費者の増加 |

**高知県青果物のイメージアップと消費拡大**

園芸こうち販売促進事業実行委員会（園芸連、JA中央会、県で組織）：
園芸こうち販売促進事業により、イベント開催やメディア等を活用した県産野菜のPR等を実施
より効果的なPR手法の検討と実践

**高知野菜の出前授業の実施**

関東、関西など大消費地の小学校や消費者等を対象にした出前授業を実施

生産者・農業団体・県農業振興センター：
県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組のPR
県産地・流通支援課：
効果的な企画立案による出前授業の実施

**高知野菜サポーターによる情報発信**

高知野菜サポーターによる料理教室やブログ等で高知野菜の良さをPR

高知野菜サポーター：
県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組等の情報発信
県産地・流通支援課：
県産園芸品のPRに向けたサポーターの活動支援

**園芸品のセールスプロモーションの実施**

新需要開拓マーケティング協議会・農業団体・高知野菜サポーター：
販売拡大・販路開拓につながる県産園芸品の販売促進活動

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．流通・販売の支援強化<br><br>（2）農産物輸出の推進向けた支援 | ◆平成17年からの事業化により、アジアを中心とした青果物・花き・ユズ加工品等の販路開拓に取り組む産地が増えてきた。輸出商社等のパートナーとの連携や販売促進活動の実施、情報収集などは徐々に充実してきており、取組を進める中で、グロリオサがニューヨークで継続的に販売されるなど、パートナーの主導で海外の販路開拓が進む事例が出てきた | ・輸出補助金による農業団体等への支援実施<br>H21：4団体<br>H22：5団体<br>H23：4団体<br>H24：5団体<br>H25：5団体<br>・農業団体との検討による戦略的品目の決定（グロリオサ、メロン、文旦）（この他、加工商材としてユズ）<br>・海外の市場ニーズ調査（シンガポール、ニューヨーク、フランス他）<br>◆JA馬路がぽん酢の商標登録出願。海外での販路拡大が見込まれる<br>◆北川村によるシンガポールでの販促活動で、東南アジア向けの輸出拡大が見込まれる<br>◆輸出促進補助金は、農業団体の積極的な海外へ向けたテストマーケティングの支援策として機能を果たしている<br>◆継続した支援により、ユズ製品の定番化やグロリオサの輸出量が増えるなど、農産物関連の輸出増につながった<br><br>※グロリオサの輸出量<br>（目標）25,000本/年<br>→（実績）23,000本/年（H24）<br><br>・オランダでの展示商談会への出展<br>◆オランダへ週1回定期航空便で、みょうが、ししとう、生姜、ユズ加工品等を輸出開始<br>◆JA土佐れいほく青果ユズのオランダ向け輸出が開始され定番化の見通しができた | ◆テストマーケティングによる市場ニーズの把握と、ニーズに対応するため、継続的なテストマーケティング等の積極展開<br><br>◆商習慣の違いなどのリスク軽減のため、信頼できる輸出パートナー（商社等）の確保<br><br>◆検疫条件、残留農薬基準が国により違いがあり、それぞれの国に対応した出荷体制<br><br>◆地産地消・外商課や高知県貿易協会等の関係機関との連携 | ◆輸出の増加及び定番化に向けた継続的な支援の実施<br><br>○重点品目を中心としたテストマーケティング等への出展支援<br><br>◎ユズ加工品に加え、ユズ青果の輸出<br><br>○輸出促進協議会での勉強会や情報共有<br><br>○海外ホテルでの賞味会の開催による商材提案<br><br>○東南アジア等で開催される高知フェアへの参加<br><br>○輸出に関する産地証明書の発行 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 輸出の拡大に向けた実践<br>生産者・農業団体：テスト輸出を通した課題の抽出とノウハウの蓄積、商談会への参画や継続的な輸出への取組<br>海外ホテルでの賞味会への商材提案など新たな地域や品目の拡大への取組<br>県産地・流通支援課：農産物輸出促進事業による支援、信頼できる輸出の専門パートナーとの関係強化、<br>パートナーと連携した輸出の拡大、検証と改善<br>県輸出担当課・貿易協会（シンガポール・上海）：海外での高知県フェア等の開催及び出展支援 | | | | | ◆輸出方針に掲げる重点品目の定番化<br>H23年度：1品目<br>→H27年度：3品目<br>◆ユズ果汁の輸出量<br>H27年度：100t | ◆農産物（野菜、果実、花き）の輸出の拡大 |
| 輸出推進協議会や輸出促進部会の開催<br>輸出推進協議会（輸出関係農業団体、市町村等）：勉強会による輸出関係情報の収集や情報共有<br>輸出促進部会（園芸連、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 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4．品目別総合戦略 | | | | | | | | | | |
| （1）園芸品目の総合戦略支援【再掲】<br>※取組方針1の（4）のとおり | | | | | | | | | | |
| （2）米産地の育成 | ◆近年の温暖化等により品質低下が著しく、県産米の評価は低下<br><br>◆米の生産過剰等により米価は下落傾向、加えて生産基盤の整備が遅れており、生産コスト低減が進みにくい<br><br>◆リタイヤする農家の水田が、意欲ある農家に集積・集約化される動きが見られる<br><br>◆中山間地域では、稲作を中心とした担い手として、小規模農家が集まった集落営農の取組が増加 | ・県下JA稲作部会等において高品質安定生産技術を指導<br>◆高温耐性を備えた「にこまる」を件奨励品種に採用<br><br>・近未来型創造型若手稲作研究会で低コスト生産技術について検討<br>◆台風等の影響もあり、品質向上は十分にできなかった<br><br>・こうち売れる米づくり産地育成事業により、早期米の販売促進や地域ブランド米を育成<br><br>・県産米ブランド化セミナーを開催<br><br>◆早期米については県内外での新たな販路開拓が進んだ<br><br>◆地域ブランド米は大野見米、四万十にこまる等の取り組みが進んだ<br><br>・非主食用米実証展示ほを設置し、検討会を開催<br><br>◆非主食用米（飼料用米・WCS・米粉用米等）の栽培面積は約600haに拡大 | ◆施肥技術の見直し等による気象変動への対応<br><br>◆普通期栽培地帯には「にこまる」を推進<br><br>◆各品種の特徴をアピールしながら品質管理を徹底することによる他産地との差別化<br><br>◆地域に適した新品種の導入等を検討し、非主食用米の安定生産を推進 | ◆高品質安定生産<br><br>○高品質安定生産とコスト低減の取組への支援 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆地域ブランド米の育成<br><br>◎他産地との差別化による県産米の販売強化<br><br>◎県内地域ブランド米への取組支援 | ○ | | ○ | | | |
| | ◆米政策の見直しにより、5年後を目途に、行政による生産数量目標に頼らず、自らの経営判断に基づき、需要に応じた生産が行われるよう、国は環境整備を推進 | | | ◆水田農業の担い手となる稲作経営体の育成<br><br>◎機械、施設、土地基盤の整備支援<br><br>★農地中間管理機構による担い手への農地の集積・集約化支援<br><br>★水田活用の直接支払交付金、産地交付金を活用した非主食用米（飼料用米等）による水田活用の促進支援 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | | |
| 高品質安定生産とコスト低減の取組<br>生産者：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と実践、高温耐性品種への転換<br>農業団体：販売戦略に基づく高品質米生産への支援、肥培管理技術の改善等による高品質安定生産技術の確立への支援<br>県農業技術センター：高品質安定生産技術（高温障害対策技術）の実証、高温耐性品種の育成と導入に向けた適応性の検討<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：肥培管理技術の改善等による高品質安定生産技術・ 高温耐性品種の普及 | | | | | ◆水稲うるち玄米1等米比率<br>H22年：14.4%<br>↓<br>H27年：30%以上 | ◆水稲作付面積10ha以上の経営体の育成<br>・個別経営体（家族経営、法人経営）<br>・集落営農型法人<br>・JA出資型法人<br>【21経営体（H22）→200経営体】 |
| 県産米の県外および県内販売、消費拡大の強化<br>生産者：試食宣伝販売、リレー出荷に向けた安定生産<br>全農こうち：県産米の販売促進活動の実践<br>農業団体：地域特性を活かした米づくりの販売促進活動の実践、販路拡大・消費拡大への取組強化、品質管理の徹底<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：県産米の販売促進活動・ブランド化推進への支援、品質基準の策定 | | | | | ◆ブランド化支援組織数<br>H22年：2組織<br>↓<br>H27年：7組織 | ◆集落営農の育成<br>・水稲作業受託組織<br>・機械の共同利用組織<br>【160組織（H22）→400組織】 |
| 地域ブランド米の育成<br>生産者：早期米リレー出荷体制を堅持する計画的な栽培、特色ある米づくり等による地域ブランド米の生産拡大<br>全農こうち：早期米リレー出荷を中心とした県産米の販売促進活動の実施<br>農業団体：特色ある米づくり、地域ブランド米の販売促進活動等への支援<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：特色ある米づくり、ブランド化、販売促進活動への支援 | | | | | | |
| | | 水田農業の担い手となる稲作経営体の育成<br>生産者：経営規模拡大による生産コストの低減<br>農業団体：大規模稲作経営体のネットワーク化による情報共有、意欲ある稲作経営体への農地の集積・集約支援<br>県環境農業推進課・農業振興センター：経営所得安定対策、日本型直接支払制度、経営育成支援事業 等を活用した大規模農家の育成支援 | | | ◆水稲作付面積10ha以上の経営体数<br>H22年：21経営体<br>↓<br>H27年：50経営体 | |
| 新規需要米の取組支援<br>県農業技術センター：品種育成・選定、低コスト新技術の検討<br>県関係課・県農業振興センター：事業の情報提供・周知、新規需要米の取組（実証ほ設置、栽培技術指導） | | 水田活用の推進<br>生産者：主食用米と非主食用米（飼料用米、加工用米等）による水田の活用<br>農業団体：生産者への需要状況等の情報提供、飼料用米、加工用等の生産の推進<br>市町村：水田フル活用ビジョンの作成、地域の裁量による戦略的な産地資金の設定・活用<br>県農業技術センター：省力多収生産技術の検討<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：事業の情報提供、水田フル活用ビジョンへの助言、飼料用米、加工用等の生産拡大支援（飼料用米専用品種の実証ほ設置、栽培技術指導） | | | ◆非主食用米作付面積<br>H25年：399ha<br>↓<br>H27年：2,200ha | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4．品目別総合戦略<br>（3）土佐茶産地の再構築<br>P348 別図（農7）参照 | ◆消費動向の変化により、リーフ茶の消費が減少し、本県産荒茶価格が、大きく低下している<br>◆荒茶価格の低下による生産者の収益の減少や、生産者の高齢化により、栽培面積が急激に減少している | ◆産地計画・県茶振興指針の策定（3JA）<br>◆仕上げ茶販売額増加<br>H20 7,500万円<br>⇒H25 19,822万円<br>◆県内の緑茶購入量の増加<br>H20 483g<br>⇒H26 855g<br>◆土佐茶の認知度向上<br>H21 49%⇒H26 65%<br>・県内外に向けたPR・販売拡大の取組を強化<br>・土佐茶販売対策協議会で関係機関が連携しPR・販路拡大を実施<br>・「土佐茶カフェ」への土佐茶PR拠点業務の委託の実施<br>◆荒茶・仕上茶の生産性・品質向上が進んだ。仕上茶では、新たなティーバッグ・パウダーの商品化が進んだ<br>◆土佐茶の商品<br>H23まで 13商品<br>⇒H25 27商品<br>・新たなブランド「土佐炙茶」の立ち上げ<br>◆仁淀工場、十和工場の高度化 | ◆県内外に向けた土佐茶のPR・販売拡大の取組を強化する<br>◆各関係機関が連携し、県産茶の品質向上に向けた取組を行う<br>◆1番茶の魅力ある商品開発の活動強化及び生産が継続できる仕組み（契約生産）の推進 | ◆土佐茶の消費・販路拡大活動の強化<br>★試飲・PR活動、新たな飲み方の創造・提案による消費拡大、営業活動の強化による販路拡大<br>★土佐茶のブランド化推進 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆生産を維持する活動の強化<br>★荒茶の生産性・品質向上対策の実施<br>★荒茶加工施設の再編・高度化 | ○ | | ○ | | | |
| （4）畜産の振興<br>（ア）酪農<br>P349 別図（農8）参照 | ◆生乳生産は、国や生産者団体において需要に即した計画生産を実施。近年は酪農家戸数の減少により生乳生産量も減少していることから増産計画を継続<br>◆飼料価格の高騰による所得の減少 | ・牛群検定情報や小型電子乳量計を活用した乳量・乳質改善の取組や牛群検定の加入を促進<br>◆経産牛1頭当たり乳量の向上<br>H19：7,500kg<br>→H25：8,134kg<br>◆検定農家加入率のアップ<br>H19：23.8%<br>→H25：35.1%<br>・学校給食等消費拡大への取組<br>◆学校給食への牛乳供給やイベントでのPR活動を実施<br>・牛舎の快適性改善の実証を支援<br>◆モデル農家4戸での実証展示や普及・啓発用マニュアルを作成<br>・レンタル畜産施設等整備事業による牛舎整備支援<br>◆安田町で新規就農者1戸が牛舎整備 | ◆乳量・乳質向上のための更なる取組が必要<br>◆消費拡大の取組が必要<br>◆規模拡大や新規就農に必要な牛舎整備への支援が必要 | ◆乳量・乳質向上の取組への支援<br>○牛群検定の指導強化と加入促進<br>○小型電子乳量計を活用した乳質改善指導の強化<br>○消費拡大の推進<br>○牛舎の快適性改善の推進 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆生産基盤の強化<br>○畜産施設等整備促進への支援 | | | ○ | | | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

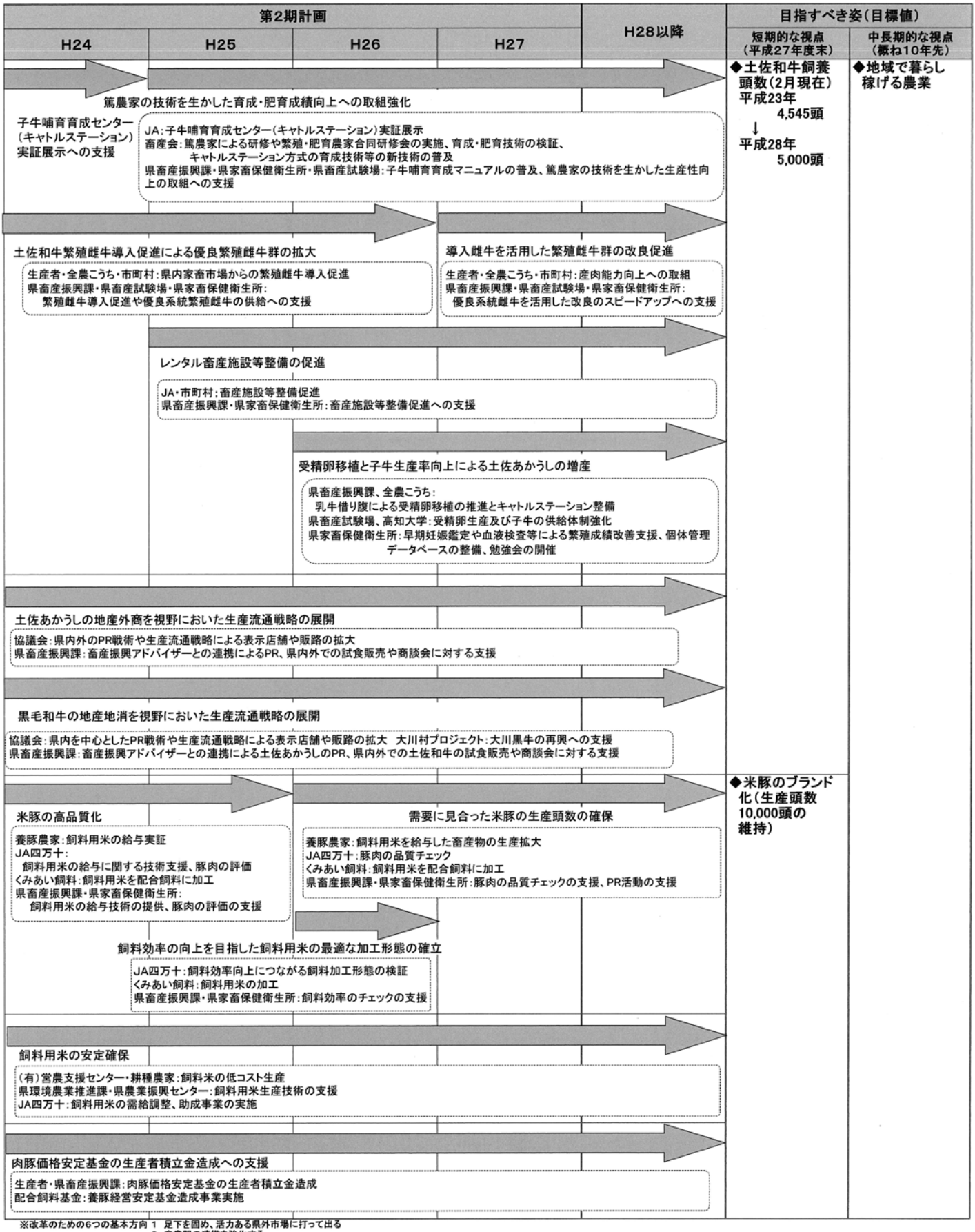
| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆仕上茶販売額のアップ<br>H20 → H27<br>3倍へ<br>［H20 7,500万円<br>↓<br>H27 22,800万円］ | ◆地域で暮らし稼げる農業 |
| 土佐茶の消費・販路拡大活動の強化<br>生産者・農業団体・茶商・土佐茶カフェ： 試飲・PR活動や営業の強化等による、県内外に向けた消費・販路拡大活動の実施<br>高知家プロモーションによる県外販促活動の強化（H27～）<br>県地域農業推進課・県茶業試験場・県農業振興センター：消費・販路拡大対策の支援強化<br>生産者・農業団体・茶商 ： 県の特徴を活かした商品の開発・販売によるブランド化の推進<br>県地域農業推進課・県茶業試験場・県農業振興センター： ブランド化の支援強化 | | | | | | |
| 生産を維持する活動の強化<br>生産者・農業団体 ： 荒茶の生産性及び品質向上対策の取組の実施<br>市町村・県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター ： 荒茶の生産性及び品質向上対策の支援強化<br>生産者・農業団体 ： 荒茶加工施設の再編・高度化 | | | | | | |
| 牛群検定の指導強化と加入促進及び消費拡大<br>全農こうち・酪連協：牛群検定の推進や消費拡大イベントの開催<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所・県畜産試験場： 牛群検定情報の活用、リーフレットによる加入促進、小型電子乳量計を活用した乳質及び改善指導<br>消費拡大イベントへの支援 | | | | | ◆1頭当たり県平均乳量<br>H22年度：<br>7,800kg<br>↓<br>H27年度：<br>8,200kg | |
| 牛舎の快適性改善の推進<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所・県畜産試験場：牛舎快適性改善マニュアルによる普及・啓発 | | | | | | |
| | レンタル畜産施設等整備の促進<br>JA・市町村：畜産施設等整備促進<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所：畜産施設等整備促進への支援 | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4．品目別総合戦略<br>（4）畜産の振興<br>（イ）肉用牛 | ◆肉用牛農家戸数や頭数の減少<br>◆飼料高騰や子牛・枝肉市場価格の低下による所得の減少<br>◆土佐和牛の中で、土佐あかうしは、黒毛和牛を中心とした脂肪交雑重視の和牛肉流通体系では、販売価格の上積みは厳しい状況 | ・生産性向上や生産基盤強化への支援<br>◆土佐和牛（去勢）枝肉重量の上昇<br>H23：455kg<br>↓<br>H26.11：462kg<br>◆土佐和牛繁殖雌牛導入促進による導入頭数<br>H25：59頭<br>・土佐和牛ブランドの再構築への支援<br>◆土佐和牛ブランド推進協議会での黒毛和種、土佐あかうしそれぞれの販売流通戦略によって、新規取扱店が拡大し、とくに土佐あかうしの枝肉価格と子牛価格が上昇<br>枝肉単価（去勢）<br>H20：1,461円/kg<br>↓<br>H26.11：2,180円/kg<br>子牛価格<br>H20：213千円<br>↓<br>H26.11：485千円<br>◆肉用牛導入資金供給事業による基金造成<br>H26:20頭分<br>◆レンタル畜産施設等整備事業により、土佐町1戸、梼原町2戸で畜舎整備 | ◆土佐和牛の安定生産に向けた生産基盤の維持・拡大<br>◆ブランド力向上に向けた黒毛、褐毛和種それぞれの生産流通戦略の徹底 | ◆生産性向上や生産基盤強化への支援<br>◎土佐和牛繁殖雌牛導入促進や肉用牛導入資金供給事業による生産基盤拡大<br>◎レンタル畜産施設等整備事業による新規就農や規模拡大への支援<br>★土佐あかうし緊急増頭対策事業による子牛生産頭数の増加 | ○ | | ○ | | | ○ |
| | | | | ◆土佐和牛ブランド力の向上への支援<br>◎土佐あかうし（地産外商）・黒毛和牛（地産地消）の生産流通戦略の展開 | ○ | | ○ | | | |
| （ウ）養豚 | ◆飼料価格の高騰や畜産環境対策に対応しながら、堅調な肉豚価格の推移により生産規模を維持してきたが、H20から肉豚価格の低落などにより、厳しい経営状況<br>◆米豚の生産は順調に拡大、H23年度は当初計画3千頭を大幅に超える1万頭にまで拡大 | ・ブランド化を目指した飼料米給与豚（米豚）の生産実証（JA四万十）を支援<br>◆飼料用米生産面積<br>H20年度：1ha<br>↓<br>H25年度：46ha<br>◆米豚生産頭数<br>H21年度：120頭<br>↓<br>H25年度：10，000頭<br>◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援 | ◆必要となる飼料用米の安定確保<br>◆飼料用米の加工の工夫による飼料効率の向上 | ◆★米豚の品質の維持<br>◆○需要に見合った米豚の生産頭数の確保 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆飼料用米の安定確保<br>○飼料用米低コスト生産 | ○ | | ○ | | | |
| | | | ◆肉豚価格安定基金の生産者分積立金積み増しの軽減 | ◆○肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業




※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4．品目別総合戦略<br>（4）畜産の振興<br>（エ）土佐ジロー | ◆県が開発した卵肉兼用鶏として昭和61年から普及を開始、平成8年7月に県の商標登録後、土佐ジロー協会を中心としたブランド化に向けた取組を実施 | ・雛の安定供給への支援<br>◆ふ卵体制の整備（土佐ジロー協会：H22年度から雛供給開始）<br>・品質向上への支援<br>◆マニュアルに基づく技術巡回指導、卵質検査の実施<br>・認知度向上や販路拡大の取組への支援<br>◆試食販売会、展示商談会やイベント開催や参加、食べ歩きマップによるPRによって、新規取扱店や県外へ供給量は拡大<br>◆第2種鶏場の運営開始<br>◆新たな加工品開発及び販売の開始 | ◆更なる生産の拡大と生産性向上の取組<br>◆ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の確保 | ◆生産・流通拡大への支援（飼養羽数5万羽体制の確立）<br>○生産基盤の拡大や品質向上の推進（種卵の安定供給体制の確立）<br>○ブランド力の向上や販路の拡大<br>○加工処理・流通体制の確立<br>○畜産施設等整備促進への支援 | ○ | | ○ | | | ○ |
| （オ）土佐はちきん地鶏 | ◆産業規模で飼育可能な高品質肉用鶏として県が開発、平成18年8月に商標登録、土佐はちきん地鶏振興協議会を中心としたブランド化に向けた取組を実施<br>◆雛生産羽数は平成19年度の約1万羽から平成22年度は約9万羽へ生産拡大 | ・生産拡大と生産性向上への支援<br>◆新規農家の参入<br>H23年：試験飼育（1戸）<br>H24年：試験飼育（1戸）<br>◆種鶏の安定供給、技術研修会や巡回指導の実施<br>・流通拡大の取組への支援<br>◆試食販売会、展示商談会の開催・参加や食べ歩きマップ等によるPRによって、新規取扱店が拡大<br>◆特定JAS認定取得<br>◆新規取扱店舗27店舗増<br>◆第二種鶏場の運営開始 | ◆更なる生産の拡大と生産性向上の取組<br>◆ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の確保 | ◆生産・流通拡大への支援（生産羽数14万羽体制の確立）<br>○生産基盤の拡大や生産性向上の推進（増羽体制の確立）<br>○ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の拡大<br>○加工処理・流通体制の確立<br>◎畜産施設等整備促進への支援 | ○ | | ○ | | | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 飼養羽数の拡大や品質向上の推進（新規農家の育成、卵質検査の実施等） | | | | | ◆土佐ジロー飼養羽数<br>H22年度：3万羽<br>↓<br>H27年度：5万羽 | ◆地域で暮らし稼げる農業 |
| 種鶏場の設置に向けた検討（現地実証） | | 種卵の安定供給体制の確立 | | | | |
| | レンタル畜産施設等整備の促進 | | | | | |
| | 協会：雛安定供給、中山間地域の農家育成（篤農家による現地説明会）や品質向上の取組（卵質検査、技術研修会の開催等）<br>JA・市町村：畜産施設等整備促進 | | | | | |
| ブランド力の向上や販路の拡大 | | | | | | |
| 協会：地産地消の徹底と地産外商の更なる推進（PRや販路拡大）<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所・県畜産試験場：ブランド力向上や地産地消・外商への支援 | | | | | | |
| 加工処理・流通体制の確立 | | | | | | |
| 協会：加工処理・流通体制の確立（加工品の開発や流通販売体制の整備）<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所・畜産試験場：加工処理・流通販売体制確立への支援 | | | | | | |
| 生産羽数の拡大や生産性向上の推進（大川村プロジェクト：生産基盤の拡大、技術研修会の開催等） | | | | | ◆土佐はちきん地鶏生産羽数<br>H22年度：9万羽<br>↓<br>H27年度：14万羽 | |
| | レンタル畜産施設等整備の促進 | | | | | |
| | 生産者・協議会：雛の安定供給、既存農家の規模拡大や新規農家参入による生産基盤の拡大、生産性向上の取組<br>JA・市町村：畜産施設等整備促進<br>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：生産基盤拡大、畜産施設等整備促進や生産性向上への支援 | | | | | |
| ブランド力の向上や販路の拡大 | | | | | | |
| 協議会・会員企業：地産地消の徹底と地産外商の更なる推進（PRや販路拡大）<br>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：ブランド力向上や地産地消・外商への支援 | | | | | | |
| 加工処理・流通体制の確立 | | | | | | |
| 協議会：食鶏加工処理や流通販売体制の確立<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所・県畜産試験場：食鶏加工処理や流通体制確立への支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4．品目別総合戦略<br>（4）畜産の振興<br>（カ）飼料 | ◆穀物の高騰等を反映して配合飼料価格は上昇、経営収支は悪化<br><br>◆配合飼料価格安定制度による経営への影響緩和及び経営安定対策による経営の安定化を図りながら、自給飼料の生産拡大を推進 | ・飼料自給率の向上に向けた取組への支援<br>◆稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大<br>稲発酵粗飼料生産面積<br>H20年度：16ha<br>↓<br>H26年度：145ha<br><br>◆飼料作物の生産拡大<br><br>◆簡易放牧実証試験 | ◆取組途中の地域への支援<br><br>・稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大 | ◆飼料自給率の向上に向けた取組への支援の継続<br><br>○稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大への支援の継続<br><br>○飼料作物の生産および簡易放牧の推進 | | | ○ | | | |
| （キ）防疫・衛生 | ◆H22における国内での口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生状況や近隣国での続発を受け、農場における病原体の侵入防止対策を徹底・強化するとともに、万一、県内農場で発生した場合の早期の封じ込めを図る取組を実施<br><br>◆呼吸器感染症などの慢性疾病に対する生産性向上対策を実施 | ・口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生予防対策（農場における消毒の実施、防鳥ネットの整備など）、発生時のまん延防止対策（防疫マニュアルや防疫資機材の整備、防疫演習）の実施<br><br>・四国4県の相互防疫協力体制の構築<br><br>・慢性疾病対策等の生産性向上対策の推進<br><br>◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止<br><br>◆慢性疾病等による生産性低下の阻止 | ◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止<br><br>・防疫資材の更新 | ◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの防疫<br><br>○発生阻止と万一の発生時における迅速な封じ込め | | | ○ | | | |
| | | | | ◆○家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆稲発酵粗飼料（WCS）の生産面積：<br>H23年度：61ha<br>→H27年度：100ha | ◆地域で暮らし稼げる農業 |
| 稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大への支援の継続<br>生産者：生産実証、面積拡大<br>JA：地域内需給調整、関連事業の実施、WCS生産・給与に係る支援<br>市町村：農地集積への協力<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所・畜産試験場：WCS給与技術の支援、飼料分析<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：WCS生産技術の支援 | | | | | | |
| 飼料用作物の生産および簡易放牧の推進<br>生産者：生産実証、面積拡大<br>JA：地域内需給調整、関連事業の実施、生産・給与に係る支援<br>市町村：農地集積への協力<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所・県畜産試験場：給与技術の支援、飼料分析<br>県環境農業推進課・県農業振興センター：生産技術の支援 | | | | | | |
| | | | | | ◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止 | |
| 口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの防疫<br>生産者：病原体の侵入防止対策の実施<br>農業団体：対策実施への支援<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所：対策の実施状況の確認・指導、定期的な防疫資材の更新、防疫作業チームやリーダーの育成 | | | | | | |
| | | | | | ◆地域における生産性阻害要因（衛生状況）の改善 | |
| 家畜衛生対策の強化による生産性向上<br>生産者：取組策定と実践<br>農業団体：取組支援<br>県畜産振興課・県家畜保健衛生所：生産性阻害要因の分析と対策への支援、対策効果の検証 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 生活できる所得を確保する集落営農の実現<br>（1）集落営農の推進 | ◆高知県の中山間地域では、耕地面積で84%、農業人口で80%、農業生産額で82%を占めているが、生産条件の不利等で、担い手不足や高齢化が進んでいる<br><br>◆本県では、これまで個人経営による園芸農業が中心であったことから、集落営農の組織化があまり進んでいない状況<br><br>◆このため、中山間地域で農業で生活できる所得を確保できる仕組みの早期の構築が求められている | ◆市町村・農協等の連携・体制強化<br><br>◆農地のカバー率<br>H23 9%⇒H26 12%<br><br>◆組織数H23 164組織<br>⇒H26 204組織<br><br>◆こうち型集落営農組織<br>24組織<br><br>◆法人H23 2組織<br>⇒H26 9組織<br><br>・ソフト・ハード両面から集落営農の育成支援を実施<br><br>・集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成<br><br>・こうち型集落営農組織(25組織)支援と新たなこうち型組織育成を実施<br><br>・中山間地域等直接支払制度の取組を集落営農の合意形成の契機として支援<br><br>・既存の集落営農組織のステップアップ及び新たな組織化を推進 | ◆集落営農支援に向けた市町村・農協等との連携・体制強化<br><br>◆集落営農を進めるための指導、人材の育成・確保<br><br>◆集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成<br><br>◆既存の集落営農組織のステップアップや新規組織の育成による法人化・こうち型集落営農のの取組の拡大 | ◆集落営農組織の育成<br><br>○県内全域で、集落営農を進めるため、市町村・JAと連携した体制の整備<br><br>○集落営農を推進できる人材の育成・確保への支援（研修会や先進地視察等）<br><br>○地域農業を担う、地域に即した営農の仕組みづくり<br><br>★中山間農業複合経営拠点の整備 | | | ○ | | | |
| （2）こうち型集落営農の実現 | ◆過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等の導入や、農産加工・グリーン・ツーリズムなどに取り組む集落営農組織を育成し、地域農業の維持・活性化及び6次産業化への発展を図る | こうち型集落営農とは<br>過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、所得確保が期待できる園芸品目等の導入や、更に農産加工やグリーンツーリズムの取組など経営の多角化を進め、農業で生活できる所得を確保する仕組み | | ◆こうち型集落営農の実現<br><br>○既存24のこうち型集落営農組織の自立化（所得の向上、経営の多角化）への支援<br><br>○既存集落営農組織から、こうち型集落営農組織へのステップアップへの支援 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 集落営農組織の育成<br>集落：集落営農への合意形成と取組<br>市町村・農業団体等：<br>集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成<br>県農業振興センター：<br>集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催<br>県地域農業推進課：<br>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<br>集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催<br>集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援<br>更にステップアップして、所得の確保できる組織（野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化→こうち型集落営農）への支援 | | | | 継続して、集落営農の育成を行うとともに、経営を重視した組織育成を支援 | ◆農地（田・畑）のカバー率<br>H23　9%<br>↓<br>H25　10%<br>↓<br>H27　13% | ◆農地（田・畑）のカバー率（集落営農数）<br>26%<br>（500組織） |
| | | P350<br>別図（農9）参照 | 中山間農業複合経営拠点の整備<br>中山間地域の農業を支える複合経営の拠点を整備することで、担い手となる人材の確保と地域農業・農村の活性化を総合的に支援 | 中山間地域において、農業で生活できる地域営農システムの構築を推進 | | |
| こうち型集落営農を県内全域に拡大<br>集落：こうち型集落営農への合意形成と取組<br>市町村・農業団体等：<br>集落営農の取組を進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成<br>県農業振興センター：<br>集落営農を進める話し合いの場づくりと組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催<br>県地域農業推進課：<br>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<br>集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催<br>集落営農・拠点ビジネス支援事業により、ステップアップして、所得の確保できる組織（野菜の導入、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの新たな取組を含めた経営の多角化も支援<br>⇒こうち型集落営農へ）への支援 | | | | 継続して、こうち型集落営農の育成を行うとともに、経営を重視した組織育成を支援 | ◆上記集落営農数のうち「こうち型集落営農組織」<br>H24.3<br>17組織<br>↓<br>H28.3<br>32組織<br>◆上記集落営農数のうち「法人組織」<br>H24.3<br>2組織<br>↓<br>H28.3<br>27組織 | ◆上記集落営農数のうち「こうち型集落営農組織」<br>100組織 |

※改革のための６つの基本方向
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、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆総括） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり<br>（1）加工、グリーン・ツーリズム等への取組強化と6次産業化の推進 | ◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている<br><br>◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心 | ・各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施<br>・農業創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画、事業計画書の策定支援<br>H24<br>9グループ27名<br>H25<br>〔入門コース〕<br>8グループ28名<br>〔応用・実践コース〕<br>7グループ21名<br>H26<br>〔入門コース〕<br>12グループ20名<br>〔応用・実践コース〕<br>6グループ24名<br>・6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備<br>・県の産業振興総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施<br>・起業支援型地域雇用創造事業による6次産業化に取り組む事業者の支援<br><br>◆意欲ある地域や団体の農産物の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた | ◆農業者等の商品開発や販売力の向上<br><br>◆6次産業化に取り組む事業者の育成<br><br>◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化 | ◆6次産業化をリードする人材育成<br><br>○魅力ある商品づくりを通じた企画・提案・実行していくための技術力習得支援<br><br>★6次産業化に取り組む事業者の育成 | | | | | ○ | |
| | | | | ◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり（生産、加工、サービス、未利用資源利用等）<br><br>★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援<br><br>★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る | | ○ | ○ | | | |
| | | ・特産農畜産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供（土佐はちきん地鶏・土佐ジロー・エメラルドメロン等）<br>◆初めて食べたという子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった<br>・特産農畜産物等の出前授業<br>ジュニア博士の育成<br>H26末：14,560人<br>◆子どもたちは、生産者の苦労やこだわりを知ることで農畜産物への思いが構築される<br>◆生産者が出前授業に参加し子どもたちと接することで、生産意欲の向上に繋がった<br>・小学生が考えた、高知野菜を活用したメニューの表彰<br>◆子どもたちが自分でメニューを考案することで、より高知野菜への意識が高まった | ◆消費者の生産活動への理解を深める機会の提供 | ◆★生産者組織が消費者に農作業体験や食の体験の機会を提供する体験交流事業の実施 | ○ | | | | | |
| | | | ◆特産農畜産物やその生産方法の認知度が低いため、今後も継続的に出前授業を実施するとともに県下に広く実施できるよう、未実施市町村等の掘り起こしを行う<br><br>◆特産農畜産物の学校給食への活用を増やしていくことで、家庭や地域への認知度を高める必要がある | ◆特産農畜産物等の食農教育<br><br>○小学校等における出前授業の実施によるジュニア博士の育成 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成<br>（6次産業化に取り組む組織数増加） | ◆6次産業の担い手としての自立 |
| 6次産業化をリードする人材育成<br>農業者等　：農業創造セミナー等への参加　により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術を習得<br>県農業振興センター、地域支援企画員　：意欲ある人材発掘、地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ<br>県地域農業推進課　：農業創造セミナーの実施、アドバイザーの派遣等による支援、フォローアップ | | | | | | |
| | P351<br>別図（農10）参照 | 6次産業化に取り組む事業者の育成<br>事業者等　：生産拡大、商品開発、新たな販売方式の導入や販路拡大<br>県農業振興センター・地域支援企画員　：事業者の発掘、ニーズや段階に応じた支援<br>県関係課　：関係機関との連係・情報共有、地域6次産業化支援チームによるハンズオン支援、6次産業化サポートセンターによる事業者のニーズや段階に応じた支援・フォローアップ | | | ◆6次産業化に取り組む事業者数の増加 | ◆地域の産業として成長 |
| 地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援<br>農業者等　：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発　、販路拡大<br>県農業振興センター・地域支援企画員　：商品開発・販路拡大に向けた支援<br>県関係課　：商品開発、磨き上げの支援対策の整備、農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援 | | | | | ◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加 | ◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化 |
| | 伝統作物の栽培実証、販売・加工品開発の支援<br>農業者等　：伝統作物の栽培への取組<br>県農業振興センター・地域支援企画員　：栽培実証、種苗の確保・保存、販売・加工品開発の支援<br>県関係課　：栽培品目や地域の拡大、販売・加工品開発の支援対策の整備、加工業者等とのマッチング支援 | | | | | |
| | | 農作業体験交流活動の推進<br>生産組織等：農作業体験交流活動への積極的な取組<br>県農業振興センター：農作業体験交流活動に取り組む生産組織への技術支援<br>県地域農業推進課：指導者養成講座の実施 | | | ◆体験交流活動を実施する生産者組織の増加 | |
| 高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食育活動の推進<br>農業者・農業団体：食農教育への積極的な取組<br>県農業振興センター：食農教育に取り組む産地への技術支援<br>県地域農業推進課：出前授業の実施によるジュニア博士の育成、生産者との交流、メニュー紹介等による給食への食材活用PR | | | | | ◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える<br>ジュニア博士育成：18,000人<br>（H23末：5,969人→H27末：18,000人） | ◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増加する |
| 「高知野菜大好きっ子」の表彰と普及啓発<br>県地域農業推進課：高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発 | | | | | ◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもたちが増える | ◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知県農畜産物の応援団となる |

※改革のための６つの基本方向
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、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組 ◆総括） | 課題 | これからの対策 | 改革の方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり<br><br>（2）集落営農組織による6次産業化の推進 | ◆都市の農村に対する関心は高く、両者間で交流を進めることを必要と考える都市住民が約8割を占める等、農村への強い期待感<br><br>◆一方、県内中山間の高齢化は顕著で、集落機能が衰退しており、あらゆる方面から活性化を図ることが急務 | ◆農村資源の活用<br>・グリーン・ツーリズムの活用方法の検討、実践<br>・農村資源の活用をおこなう組織の立ち上げ、及び支援<br>・新たな資源の発掘、生産体制確立支援 | ◆農村資源の活用<br>・農村の価値の再認識と付加価値化<br>・集落及び組織が一体となった生産体制づくり、販売の確立<br><br>◆情報発信<br>・集落の魅力を発信するする仕組みづくり | ◆○こうち型集落営農を通じて所得の確保が期待できる農産加工やグリーンツーリズムなどの経営の多角化に取り組む | | | | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援<br>農業者等　：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大<br>県農業振興センター、地域支援企画員　：商品開発・販路拡大に向けた支援<br>県関係課　：商品開発、磨き上げの支援対策の整備<br>農家と製造業者、販売業者等とのマッチング支援 | | 集落営農組織の育成<br>集落：　集落営農への合意形成と取組<br>市町村・農業団体等：<br>集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成<br>県農業振興センター：<br>集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催<br>県地域農業推進課：<br>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<br>集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催<br>集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取組を支援<br>更にステップアップして、所得の確保できる組織（野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化→こうち型集落営農）への支援 | | | 【再掲】<br>◆「こうち型集落営農数」<br>H24.3<br>17組織<br>↓<br>H28.3<br>32組織 | 【再掲】<br>◆「こうち型集落営農数」<br>100組織 |

※改革のための６つの基本方向
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、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 中山間に適した農産物等の生産<br><br>(1)園芸品目の総合戦略支援【再掲】<br>※戦略の柱1 取組方針1の(4)のとおり<br><br>(2)土佐茶産地の再構築【再掲】<br>※戦略の柱1 取組方針4の(3)のとおり<br><br>(3)畜産の振興【再掲】<br>※戦略の柱1 取組方針4の(4)のとおり | | | | | | | | | | |
| (4)薬用作物の振興 | ◆薬用作物は取引先からの需要と単価が安定しており、軽労働で投資額も少ないため、中山間での所得向上につながる作物（複合経営品目）である | ・ミシマサイコの安定生産に向けた栽培実態調査の実施、実証ほの設置、栽培技術指導<br><br>◆ミシマサイコ栽培指針（暫定）の作成<br><br>・製薬会社、生産者団体とのミシマサイコの生産拡大の向けた協議、情報共有<br><br>◆製薬会社と共同研究の実施<br><br>・有望な薬用作物の選定に向けた栽培実証の開始、関係機関との連絡会の開催 | ◆ミシマサイコの低収要因の解明と安定生産技術の確立<br><br>◆有望な薬用作物の選定、安定生産技術の確立と販売に向けた取引先との協議 | ◆薬用作物の生産拡大<br><br>★ミシマサイコ等の栽培技術の確立・普及<br><br>★有望な薬用作物の現地適応性評価 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | | ◆地域で暮らし稼げる農業 |
| | 薬用作物の生産拡大<br>生産組織： ミシマサイコ等の安定生産<br>県農業振興センター：栽培実態調査、実証圃の設置、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栽培技術の改善と普及<br>県農業技術センター：有望な薬用作物の現地適応性評価（～H26）、ミシマサイコの安定生産技術の開発<br>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（H27～）<br>県環境農業推進課：県域での研修会の開催、新規生産者の掘り起こし、産地と製薬メーカーとのマッチング支援 | | | | ◆ミシマサイコの栽培面積<br>37ha（H22年度）<br>↓<br>60ha（H27年度） | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 担い手の育成と生産資源の保全<br><br>（1）新規就農者の確保・育成 | ◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している<br><br>◆産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある | ・PR段階<br>就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページに掲載し、就農希望者への呼びかけ<br><br>◆東京、大阪でのこうちアグリスクールの定員を20名から40人に増やし、受講生が倍増<br><br>・相談段階<br>県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会への参加、県独自相談会の開催、産地「提案型」募集活動の実施<br><br>・技術習得段階<br>農大や農業担い手育成センターでの基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施<br><br>・営農準備段階<br>農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する負担の軽減、JA出資型法人設立への支援<br><br>・営農開始後<br>普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施<br><br>◆PR段階から営農開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時（H21）の161人からH26は261人と新規就農者の増加につながっている | ◆就農希望者の確保<br><br>◆研修支援等の強化<br><br>◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保<br><br>◆実践研修を支援する指導農業士の確保<br><br>◆新規就農者の定着 | ◆U・Iターン就農者の確保<br><br>★農業担い手育成センターの整備による就農希望者の研修及び産地とのマッチング機能の強化<br><br>★相談窓口の一元化と体制強化<br><br>★提案型募集に取り組む産地への支援<br><br>P352<br>別図（農11）参照<br><br>◆実践研修への支援<br><br>★青年就農給付金（準備型）の活用<br><br>★条件不利地就農希望者への研修支援<br><br>○農地等の情報提供<br><br>★実践研修から就農へのスムーズな移行への支援 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆新規就農者数 年間280人<br><br>◆指導農業士 H23：49人 H27：90人<br><br>◆人・農地プランの作成 200集落 | ◆新規就農者数 年間280人 |

**就農希望者の確保**

新規就農相談センター（農業会議）：就農相談活動の実施、就農コンシェルジュの設置（H27～）
県農業担い手育成センター：「こうちアグリスクール（東京・大阪・名古屋・高知会場）」の運営、アグリ体験スクーリング研修の実施
県農業振興部：専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施
県農地・担い手対策課：県独自就農相談会の開催（H26～）
市町村担い手協議会（JA、市町村等）：産地「提案型」募集活動の実施（H26～）

**農業の担い手育成強化**

P353
別図（農12）参照

県：農業担い手育成センターの整備
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・経営管理研修の強化（ネット研修、講座、実習）
　就農希望者と産地とのマッチング
　農業者や技術指導者の先進技術研修の実施

**研修の拡充**

生産者：研修生の受け入れ（指導農業士等の受入先の拡充）
市町村等：実践研修の実施
市町村担い手協議会等：研修事業の円滑な推進の支援
県農地・担い手対策課：研修生（就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内）への青年就農給付金（準備型）の給付＋県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援
研修生（上記以外で65歳未満）への県新規就農研修支援事業による支援
県新規就農研修支援事業に条件不利地就農者育成区分を拡充（H27～）
県農業担い手育成センター：就農希望者に対して座学・実習など最長2年間の実践的な研修教育を実施
県農業担い手育成センター：新いなかビジネススクール（ネット研修）や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施

**遊休農地やハウス等の活用**

市町村担い手協議会（農業委員会等）：ハウス情報の収集・提供
県担い手協議会：耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援
農業団体（県農業公社）：
　遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供、耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援（国への上乗せ）
県農地・担い手対策課：
　農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を図る取組を促進し、管理に要する経費を支援（H25～H26）
　（H27～　農地中間管理事業で対応）

**初期投資の軽減**

県産地・流通支援課：新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援
県協同組合指導課：新規就農者等に対する無利子の資金の貸付（制度変更により、H26年10月からは公庫資金に移行）

**円滑な就農に向けた支援**

市町村担い手協議会（市町村、農業委員会、JA等）：農地や研修等の情報提供や助言などの実施
市町村：集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施
県農地・担い手対策課：JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の実施と整備したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る（H25～H26）
（H27～「1－（5）園芸用ハウス面積の確保」の中で対応）

※改革のための6つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 担い手の育成と生産資源の保全<br><br>（1）新規就農者の確保・育成 | ◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している<br><br>◆産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある | ・PR段階<br>就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページに掲載し、就農希望者への呼びかけ<br><br>◆東京、大阪でのこうちアグリスクールの定員を20名から40人に増やし、受講生が倍増<br><br>・相談段階<br>県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会への参加、県独自相談会の開催、産地「提案型」募集活動の実施<br><br>・技術習得段階<br>農大や農業担い手育成センターでの基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施<br><br>・営農準備段階<br>農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援<br><br>・営農開始後<br>普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施 | ◆就農希望者の確保<br><br>◆研修支援等の強化<br><br>◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保<br><br>◆実践研修を支援する指導農業士の確保<br><br>◆新規就農者の定着 | ◆営農定着への支援<br><br>★青年就農給付金（経営開始型）の活用<br><br>○経営安定への支援<br><br>◎雇用就農に向けた支援 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆★農地の確保への支援 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆新規就農者数 年間280人<br><br>◆指導農業士 H23：49人 H27：90人<br><br>◆人・農地プランの作成 200集落 | ◆新規就農者数 年間280人 |

**営農定着への支援**

県産地・流通支援課：就農サポートハウスにより1～3年実績を積むための支援(H24終了)
県農地・担い手対策課：45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金（経営開始型）の給付

**経営安定への支援**

農業団体（県農業公社）：就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施（H22年度から新たに職員を配置）
農業団体（農協）：営農指導員による営農指導
県農業振興センター：普及職員による技術指導

**雇用就農の拡大に向けた支援**

農業団体（農業会議）：ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供
国：農の雇用事業による農業法人等への支援
県農地・担い手対策課：従業員のスキルアップへの支援

**遊休農地やハウス等の活用**

市町村担い手協議会（農業委員会等）：ハウス情報の収集・提供
県担い手協議会：耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援
農業団体(県農業公社)：
　遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供、耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(国への上乗せ)
県農地・担い手対策課：
　農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を図る取組を促進し、管理に要する経費を支援（H25～H26）

**農地中間管理機構の創設**

農地中間管理機構：規模縮小や離農する農家の農地を借入れ、地域の担い手に貸し付けを行い、農地の集積・集約化を図る
県農地・担い手対策課：農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援

※改革のための6つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3．新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．担い手の育成と生産資源の保全<br><br>（2）地域農業を担う経営体の育成 | ◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行<br><br>◆産地においては、高齢で零細な経営体が多く、今後、生産力の減少が懸念されるため、将来にわたって安定した経営を行っていくことのできる農業法人を含めた担い手の育成が必要 | ・規模拡大等による企業的経営体の育成を行うため、企業的経営の普及啓発を行うとともに、農家をリストアップし、カウンセリング・コンサルテーションの実施や研修会の開催による支援を実施<br><br>・優良な労働力の確保や従業員の人材育成への支援を実施<br><br>◆規模拡大志向農家の経営状況や課題の把握を行い、改善に向けた助言や支援を実施し、改善につながる事例もみられた | ◆規模拡大には、設備投資や経費の負担が大きく、長期的な視点に立った経営計画の作成が必要<br><br>◆また、雇用労働力を活用していくためには、受け入れ側の環境整備等が必要<br><br>◆長期的に安定して経営する企業的経営体の一つの形態として、法人化の取組を強化<br><br>◆あわせて、県内の農業法人の組織化を推進 | ◆◎法人経営体の育成 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆農地の権利を取得し農業経営を行う法人数<br>H23：63法人<br>↓<br>H27：140法人 | ◆地域で暮らし稼げる農業 |

**企業的経営体志向農家の掘り起こし**

市町村：「人・農地プラン」作成による中核的な農業者や法人化を志向する農業者をピックアップ
農業団体（農業会議）：研修会の開催等により、企業的経営に向けた意識啓発を行い、志向農家を掘り起こし

**経営者の育成（企業的経営に向けた経営発展計画作成支援）**

法人化など経営発展志向農家：経営計画の作成と実践
農業団体等（農業会議）：法人化に向けたセミナーの開催、経営方式の改善（税理士・社会保険労務士等の専門家を活用した計画への助言・指導）
県農地・担い手対策課・農業振興センター：経営発展に向けた意識啓発、計画作成支援

**個別経営計画の実践と法人化の推進**

法人化など経営発展志向農家：経営計画の実践、事業導入による施設整備
県農地・担い手対策課・農業振興センター：計画実現に向けた助言・支援
県産地・流通支援課：規模拡大農家に対するレンタル用のハウス整備を支援
農業団体（農業会議）：計画達成に向けた助言・指導（専門家の活用等）

**規模拡大に向けた農地情報の収集と提供事業の充実**

農業団体（県農業公社）：遊休ハウス等の農地情報を収集し、規模拡大志向農家に情報提供
規模拡大を図るため農地の買入や借入を希望する農業者を農地の受け手として登録

**農地の流動化と担い手への集積**

市町村：「人・農地プラン」作成や農地利用集積円滑化団体による中核的な農業者への農地の利用集積を支援
農業団体（県農業公社）：農地保有合理化事業により農地の利用集積を支援（～H25）

**農地中間管理機構の創設**

農地中間管理機構：規模縮小や離農する農家の農地を借入れ、地域の担い手に貸し付けを行い、農地の集積・集約化を図る
県農地・担い手対策課：農地中間管理機構の農地の集積・集約化への取組を促進し、事業に要する経費を支援

**農業法人の組織化・経営発展への支援**

農業団体（農業会議）：県内の農業法人等の緩やかな集まりである任意組織を設置し、農業法人間での情報共有や相互研鑽を図る場を設置
日本農業法人協会高知県支部であるコウチ・アグリマネジメント・クラブの活動を強化
（経営の多角化等への支援）
県農地・担い手対策課：農業会議の活動を支援

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>(・取組 ◆成果) | 課題 | これからの対策 | 基本方向 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. 担い手の育成と生産資源の保全<br><br>(2)地域農業を担う経営体の育成 | ◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行<br><br>◆年齢や経営規模にかかわりなく「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成・確保を進めているところ | ・企業的経営に取り組む経営体のリストアップと、個別支援によるモデル経営体の育成<br><br>◆個別支援により、県下での企業的経営に向けた意識は向上し、モデル経営体が16戸育成された<br><br>・品目ごとの生産組織による経営データを基にした規模拡大方策の策定<br><br>◆JAオンライン「農業経営支援システム」の活用が始まり、経営データに基づく経営管理支援が始まった<br><br>◆モデル生産組織が9組織でき、生産組織に応じた経営モデルの作成や、新規就農者確保、農地流動化の取組が始まった | ◆所得向上を図るための一つの方法として規模拡大が必要である<br><br>◆規模拡大には新たな設備投資が必要となるため、経営データに基づいた規模拡大方策が必要である<br><br>◆生産者間の収益のバラツキが大きく、生産組織として個々の経営改善に取り組む必要がある | ◆品目別規模拡大方策(生産組織のビジョン、経営モデル)の策定<br><br>◎経営データの収集・蓄積と、分析・診断<br><br>○生産組織(品目部会等)による規模拡大方策の策定<br><br>★環境制御技術等に取り組む企業的経営体への個別支援 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆品目別規模拡大方策（経営モデル）の策定数<br>H23年度：2品目<br>→H27年度：<br>10品目 | ◆施設園芸による大規模経営の確立 |

経営データの収集・蓄積

農業団体（JA高知中央会・JA電算センター）：
JAオンライン「農業経営支援システム」の開発
（既存システムの活用促進と、新システムの開発・活用促進）
県環境農業推進課：システムの開発および活用促進支援

JAオンライン「農業経営支援システム」の活用促進

農業団体（JA高知中央会・JA電算センター）：システムの効果的な運用と利用拡大
地域JA、農業振興センター：システム活用による分析・診断の実施
県環境農業推進課：システムの活用推進、システム活用に向けた経営指導者の養成

産地力の向上

生産組織（品目部会等）： 経営データの提供、地域・品目別ビジョンの策定
農業団体（地域JA）： 経営データの分析・診断、地域・品目別ビジョンの策定、 担い手の確保・育成体制の整備
県農業振興センター： 地域JAと連携のもと、経営データを収集・蓄積、環境制御技術等に取り組む企業的経営体への個別支援
地域・品目別ビジョンの策定支援、担い手の確保・育成体制の整備
県環境農業推進課： 研修等の開催による県域活動の強化、規模拡大・担い手の確保・育成に向けた関係機関等の連絡・調整

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 担い手の育成と生産資源の保全<br><br>（3）農業生産基盤の戦略的な保全管理 | ◆県では昭和30年代以降、農業の生産性向上や農業構造の改善により、農業振興を図る上で不可欠な農業農村の基盤整備を継続的に実施<br><br>その結果、ほ場整備9,830ha（平成19年度末）をはじめ、農業用用排水路や取水堰、排水機場等の整備により、安定した農業生産に寄与<br><br>一方、これまで整備してきた土地改良施設の多くが耐用年数を経過し老朽化に伴う機能低下が進行<br><br>このため、施設機能の長寿命化を図るための予防保全対策の計画的な実施が不可欠 | ・機能診断マニュアルの策定<br><br>◆予防保全は新しい分野であり技術的に確立されたものではなかったが、基幹的農業水利施設を対象に県が実施した機能保全計画の策定を通じて、機能診断のノウハウが蓄積され、また診断マニュアルの策定により末端施設への取組の広がりも見え始めた<br><br>・基幹的農業水利施設の機能保全計画を策定（27/32施設）<br><br>◆機能保全計画に基づく予防保全対策が着実に実施され、また計画策定を通じて、適正な更新と予防保全に対する施設管理者の意識が醸成された<br><br>・多面的機能支払交付金（資源向上支払（長寿命化））の推進（A=5,972ha）<br><br>◆多面的機能支払交付金の活用により、老朽化が進む農地周りの農業用用排水路等の長寿命化のための活動が着実に定着し、取組の広がりも見え始めた | ◆計画的かつ適正な予防保全対策を実施するためには、県、市町村、農業者等の適切な役割分担の明確化が必要<br><br>特に、農業者が主として行う農地周りの施設の予防保全対策については、非農家を含む地域コミュニティを活用した取組が不可欠 | ◆適切な役割分担の下での予防保全対策の推進<br><br>◎農業者等は、多面的機能支払交付金を活用し、農地周りの施設の長寿命化を推進<br><br>◎市町村は、主として団体営事業等で整備した農業水利施設の長寿命化を推進<br><br>○県は、県営事業で整備した基幹的農業水利施設の長寿命化を推進 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆地域の主体性・協働力により施設の長寿命化が拡大<br>目標値　50% | ◆地域で暮らし稼げる農業 |
| 農地・水保全管理支払交付金（向上活動支援）の活用（H25まで） | | | | | | |
| | | 多面的機能支払交付金（資源向上支払（長寿命化））の活用（H26から） | | | | |
| 農業者等（活動組織）：　非農家を含む地域コミュニティによる農地周りの末端施設等の補修・更新の実施 | | | | | | |
| 市町村・県（県農業基盤課・県農業振興センター）：　事業の普及・啓発及び実施における指導・助言 | | | | | | |
| | | | | | 対象面積※に対する「多面的機能支払（資源向上支払（長寿命化））」の実施面積の割合 | |
| | | | | | ※「多面的機能支払（農地維持支払）」＋「中山間地域等直接支払」の実施面積 | |
| 地域自主戦略交付金（地域農業水利施設保全型）の活用（H24まで） | | | | | | |
| | 農山漁村地域整備交付金（地域農業水利施設保全型）の活用（H25から） | | | | | |
| 市町村：　機能保全計画の策定、予防保全対策の実施 | | | | | | |
| 県農業基盤課・県農業振興センター：<br>事業の普及・啓発、機能保全計画策定及び対策の実施における指導・助言 | | | | | | |
| 地域自主戦略交付金（基幹水利施設保全型）の活用　（H24まで） | | | | | | |
| | 農山漁村地域整備交付金（基幹水利施設保全型）の活用（H25から） | | | | | |
| 県農業基盤課・県農業振興センター：　機能保全計画に基づく予防対策の実施 | | | | | | |

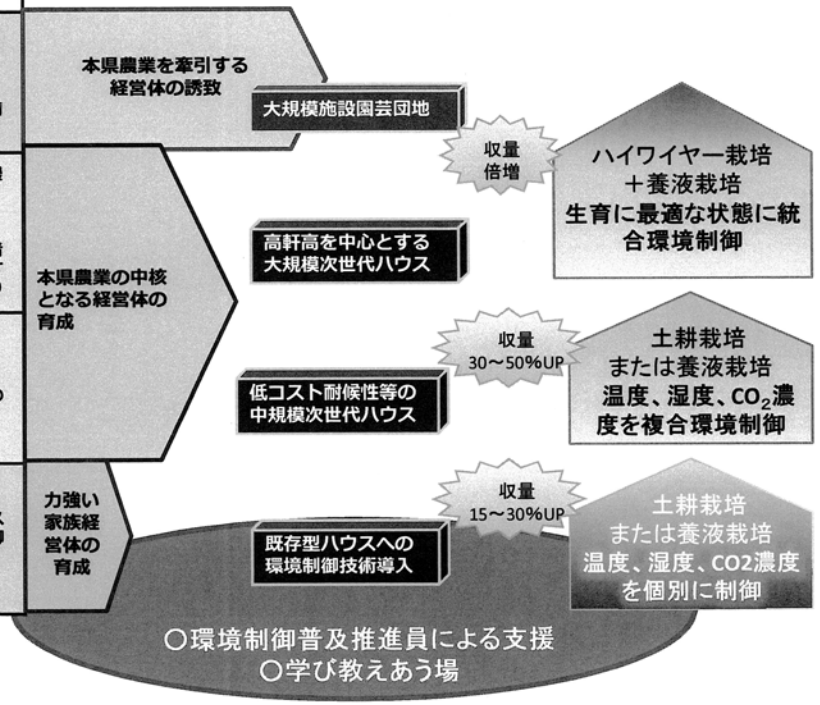
※改革のための6つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

別図（農1）

# 次世代型こうち新施設園芸システムの普及促進

施設園芸を競争力のある産業として発展させるため、園芸農業先進国オランダの優れた技術を参考に、環境制御などの先進技術や次世代型ハウス（高軒高、低コスト耐候性）を、施設規模に応じた支援策により県内全域へ普及促進

| 経営スタイル | 規模 | 販売目標額 | 導入手法 | |
|---|---|---|---|---|
| 県内外企業の農業参入 | 3～5ha程度 | 3～5億円 | 企業誘致的手法<br>農業団地整備 | 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<br>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 | 地域企業支援策に準じた支援<br>有望な農業者に「出資」する仕組づくり | 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 | ハウス整備に関する各種支援策の活用 | |
| 既存型ハウスを使用している農業者<br>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 | 既存型ハウスへの環境制御技術導入 | 力強い家族経営体の育成 |




## 大規模施設園芸団地

資本力のある県内外企業の農業参入を促進することで、雇用の創出と本県農業のステージアップを図る。

## 高軒高や低コスト耐候性等の次世代型ハウス

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）。

## 既存型ハウスへの環境制御技術の導入

先進技術のすそ野をさらに拡げ、本県の農業生産を支える力強い家族経営体を育成する。

## 27年度の取り組み

○企業誘致活動推進事業費（146,250千円）【債務負担】
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費（4,067千円）
ビジネスモデルの作成、企業参入支援

○次世代型こうち新施設園芸システム導入水資源確保調査費（18,790千円）
地下水調査等による候補地の選定

○次世代施設園芸モデル事業費（368,520千円）
県内複数個所での次世代型ハウスのモデル整備を補助

○環境制御技術導入加速化事業費（107,040千円）
炭酸ガス発生装置等の環境制御装置の導入を補助

○まとまりのある園芸産地活性化事業費（19,591千円）
学び教えあう場のしくみづくり

別図（農2）

# ハウス整備関係事業の見直し概要

## 26年度

○県単のハウス整備事業が、２課、３事業に分散
- 新規就農トータルサポート事業（農地・担い手対策課）
- レンタルハウス整備事業（産地・流通支援課）
- 園芸用ハウス活用促進事業（産地・流通支援課）

見直し

## 27年度

○県単のハウス整備事業を統合し、窓口を一本化する
- 園芸用ハウス整備事業（産地・流通支援課）

### 新規就農トータルサポート事業

概要：就農希望者が栽培技術を習得し、研修終了後は、のれん分けできる研修ハウスの整備　等

課題：事業主体が市町村農業公社、JA出資型法人で、事業を活用できる市町村が限定される。
JA出資型法人：JA馬路村、JA南国市、JA土佐れいほく、JA四万十
農業公社：香南市、本山町、いの町、四万十市、黒潮町、三原村
研修ハウス確保に中古ハウスが活用できない
（中古ハウスの改良は補助対象外）

### 園芸用ハウス活用促進事業

概要：放棄ハウスの削減と、新規就農者や規模拡大農家の投資コストを抑制するため、中古ハウスの改良を支援。

課題：県単事業が複数に分かれ、利用者にとっては分かりにくく、市町村にとっては事務の増加等、使い勝手が悪い。

### レンタルハウス整備事業

統合

### 拡 園芸用ハウス整備事業（レンタルハウス整備事業の組み替え拡充）

改善点：研修区分を設け、
①事業主体をJA、市町村にも拡大する
②中古ハウスの改良費を補助対象とする
③３つの県単事業を統合する

効果：①県全域で実践研修用ハウスの確保と、のれん分けによる就農が可能
②研修・のれん分けハウスがより低コストで確保可能となり、新規就農者の負担の軽減と放棄ハウスの削減に寄与
③研修ハウスの整備から、新規就農者の営農開始、既存農家の規模拡大、既存ハウスの高度化、中古ハウスの改良まで、一つの事業で一元的に支援
④利用者、市町村の使い勝手が向上
⑤補助金事務の軽減

○基礎研修→実践研修→就農へとステップアップする仕組を構築
○新規就農希望者に幅広い選択肢の提案が可能
（産地提案型のＵ・Ｉターン就農の確保に活用）

### (国) 経営体育成支援事業

概要：人・農地プランに位置づける中心経営体等が導入する機械・施設への補助

課題：補助率が低く（融資残補助：国３/10、300万円）、新規就農者のハウス整備実績なし（規模拡大１件）

拡充

### 拡 (国) 経営体育成支援事業

改善点：国の補助に加えて、県と市町村が上乗せ補助する
（県1/8、市町村1/8）

効果：①レンタル事業を利用できなくても、施設園芸での新規就農が可能
②平坦地域の場合、レンタル事業の補助率と遜色ない
投資額1,000万円の場合、合計補助率55％（レンタル58％）
＊青年等就農資金（公庫資金、無利子）の融資残補助

別図（農3）

# （新規） 園芸用ハウス災害復旧事業

## 目 的

自然災害で被災した園芸用ハウスの迅速な復旧と、支援対象者の拡大による生産量の確保と産地の維持を図る。

## 既存事業の課題

### （県）レンタルハウス整備事業（災害復旧区分）

課題：①事業主体は、実質的にＪＡに限られ、理事会の承認が必要
　　経営状況、返済能力、年齢等が審査される
②手続きが多く、着工まで時間がかかる
　被災
　→見積書（業者等に依頼）
　→ＪＡの理事会承認
　　市町村の予算確保（補正など）
　→園芸施設共済金の確定（１～２ヶ月）
　→地域協議会の承認
　→交付申請、交付決定、入札、着工

園芸施設共済の控除を実績報告時の清算とするなど、可能な事務の簡素化に努めたが、最も早いもので入札まで２ヶ月を要した。

### （国）被災農業者向け経営体育成支援事業

要件等：融資または県市町村補助が必須
　　補助率　国３／１０
　　補助対象　ハウス本体、附帯設備・機械、被覆資材等
課題：事業を利用できない者がある
　　市町村補助がなく、融資を受けない場合
　　賃貸物件（レンタルハウス）は補助対象外
　事業の発動決定が、災害発生から約１ヶ月後で、復旧計画を早期に立てにくい

見直し

## 園芸用ハウス災害復旧事業（新規）

### 見直しのポイント

①**事業主体はＪＡ又は経営体等**
　市町村が経営体に補助する場合は、県も補助する
②**事務手続きのスピードアップ**
　被災→市町村から被災報告（被災から３日）
　　→市町村から復旧計画の承認申請（被災から14日）
　　→県による復旧計画の承認（被災から21日）
　　→市町村による交付申請＋指令前着手届（被災から25日）
　　→事業主体による入札（被災から30日以内）

### 補助要件等

**補助先**　：市町村（市町村が助成する場合に補助する）
**助成対象者**　：自然災害で被災した農業者（年齢制限なし）
　又は施設の所有者（ＪＡ等）
　**（園芸施設共済への加入ハウスに限る）**
**補助対象経費**：ハウス本体、附帯設備・機械（被覆資材は対象外）
　（ハウス本体の建て替え、骨材の交換等の修繕）
※事前着工した応急経費は対象外（競争性が担保されない随意契約のため）
**補助対象限度額**：一般700万、高強度・軒高1,000万、中古450万/10ａ
**補助率**　：県１/３、市町村１/５　計８/15（レンタルと同じ）
※被災農業者向け経営体育成支援事業を活用すれば、県7/48、市町村7/80
**補助金額**　：（補助対象限度額－共済支払金）×１/３

### 目指す効果

①**迅速な復旧開始**（目標：**入札まで１ヶ月以内**）
②一人でも多くの園芸ハウスの復旧
　高齢者、系統外農家、レンタルハウス利用農家　等

# 農業分野への企業参入の推進

別図(農4)

| 経営スタイル | 規模 | 販売額 | 導入手法 | イメージ |
|---|---|---|---|---|
| 企業による農業参入 | 3~5ha程度 | 3~5億円 | 企業誘致的手法<br>農業団地整備 | 10カ所<br>(計50ha程度) |
| 意欲ある農業者と県内外の企業との共同経営<br>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 | 地域企業支援策に準じた支援<br>有望な農業者に「出資」する仕組づくり | 50カ所<br>(計100ha程度) |
| 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 | 5,000万円<br>~1億円 | ハウス整備に関する各種支援策の活用 | 100カ所<br>(計100ha程度) |
| 既存型ハウスを使用している農業者<br>露地や米作から施設園芸に転換する農業者 | 50a未満 | 1,000万円<br>~5,000万円 | 既存型ハウスへの環境制御技術導入 | 主要7品目での導入率90% |

## より力強い園芸農業の実現

本県農業を牽引する大規模経営体を誘致

本県農業の中核となる経営体の育成

力強い家族経営体の育成

A 大規模施設園芸団地

B 高軒高を中心とする大規模次世代ハウス

C 低コスト耐候性等の中規模次世代ハウス

D 既存型ハウスへの環境制御技術導入

ステップアップ支援

リニューアル

次世代施設園芸拠点
高軒高ハウス
低コスト耐候性ハウス
既存ハウス+環境制御装置

<露地園芸>

・高品質、高収量実現への支援
・規模拡大による経営の効率化
・所得向上により、力強い経営体へ

露地は露地で力強く！

施設と併せ、厚い中間層を形成

★県外企業の農業参入による企業的な農業の展開
⇒若者の雇用の場を創出

★県内資本と県内の技術との融合による新たな農業の展開
⇒若者の雇用の場を拡大、生産力の強化

参入企業・産地・農業団体の協調による好循環の実現

## 経営のスタイルに応じた流通

【独自流通】
・自社による加工、販売
・系列飲食店への供給
・独自のルートによる契約栽培　など

【基幹流通】
・園芸連を中心としたメインルート
・大ロット、安定した品質
・パートナー量販店等と連携
大

【中規模流通】
・量が限られるが高品質な商品や、従来の規格から外れるものなどを、実需者のニーズに応じ柔軟に供給
中

【小規模流通】
・こだわりの生産物と実需者をマッチング
・消費者への直接販売
小

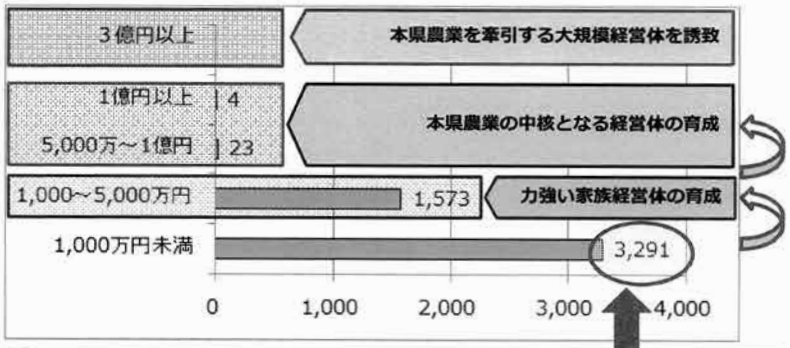
★「次世代型こうち新施設園芸システム」により多量に生産した農産物を、市場へと大々的に流していく
・県外産品、輸入品のシェア奪取
・県産園芸品のまるごと地産外商化
・輸出

★地産地消の徹底
・学校や病院の給食に県産食材を
・直販所の更なる活性化

★さらなる高付加価値化の追求
・機能性、地理的表示など

★新たな６次産業化への挑戦
・「農業者が生産、加工も」という従来の枠組みから踏み出す
・他産業との連携により、規模の大きな複合経営体をつくる

## 施設園芸農家の販売額規模（販売農家ベース、総数4,891戸）




※出典：H22農林業センサス
販売農家のうち、施設野菜と花き・花木が主となっているものを対象に集計した。

課題

・販売額1,000万円未満が7割近くを占める脆弱な構造
↓
・資材等の高騰により所得率が低下する中、生活していけるだけの収入確保が困難
・先の見通しが立たず、若者が就農をためらう状況
・地域の人々を受け入れる雇用の場とならない

別図（農5）

# 先進的技術を導入した新施設園芸技術開発事業

## これまでの取り組み成果

○促成ピーマンにおいてヒートポンプ（エコキュート）利用による局所加温の効果を確認
○ヒートポンプエアコン（冷房機能）の高温期夜冷によりオリエンタル系ユリの高品質化が可能であることを確認
○高軒高ハウスのパプリカにおいて、オランダ型温度管理と循環型養液栽培による増収効果を確認
○ミョウガにおいて、炭酸ガス施用による増収効果を確認
○ピーマン、ナスで炭酸ガス施用による増収効果を確認
○LED照明利用による光質の差がトルコギキョウの生育に影響を与えることを確認

## 今後の方向

○高軒高ハウス
・ハイワイヤー栽培による収量増
・環境制御による高品質高収量生産
・高軒高用品種の育成（ナス・ピーマン）

○既存ハウス
・温湿度制御技術の確立
・日射比例かん水装置の活用
・高温期の昇温抑制技術の確立
・炭酸ガス施用による増収
・局所加温技術の開発
・統合環境制御装置の開発

# オランダ型施設栽培システムの理論を導入した新施設園芸技術の開発

## 平成27年度の研究内容

○高軒高ハウス
◆研究課題
・高軒高ハウスでの促成栽培に適したナスおよびピーマン有望系統の育成（平成26～30年度）
・高軒高ハウスを利用した環境制御による促成中糖度トマトの多収生産技術の開発（平成27～29年度）

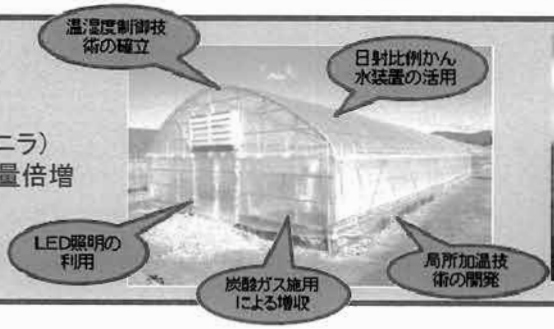
○既存ハウス
◆研究課題
・環境制御による促成ナス・キュウリの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
・電照及び炭酸ガス施用によるニラの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
・ハウス内統合環境制御装置の開発（平成27～28年度）
・促成作型における高温期の昇温抑制技術の確立（平成27～29年度）
・ヒートポンプエアコンによる低コスト夜間冷房技術の開発（平成26～28年度）
・トルコギキョウの2～3月出し栽培における炭酸ガス施用による高品質安定生産技術の開発（平成27～29年度）

## 産官学連携体制の整備

新施設園芸技術研究会
○設立の目的：システム開発への取り組みへの支援、開発目標の共有化、研究計画や成果の検討
○研究会構成員
高知県：環境農業推進課、産地・流通支援課、農業技術センター、工業技術センター、農業振興センター等
大　学：高知大学、高知工科大学
農業団体等：JA高知中央会、全農高知県本部、園芸連、民間企業（施設園芸関係）等

## 平成27年度までの達成目標

① 既存型ハウスでの収量30%増（ピーマン、ナス、キュウリ）
② 既存型ハウスでの収量20%増（ニラ）
③ 高軒高ハウスの養液栽培での収量倍増（パプリカ）
④ 暖房コスト20%削減
⑤ CO2排出量50%以上削減



現場への普及

別図（農6）

# 高知家の野菜・くだもの　応援の店

## （高知の野菜・くだものサポーター店）

高知県のええもん、ぜーんぶおすそわけやき。
高知家

産地・流通支援課

## 【高知家の野菜・くだもの応援の店とは？】

高知は、豊かな自然に恵まれて、年間通じて、**たくさんの種類のおいしい野菜やくだもの**が作られています。

これらの魅力をぜひ知っていただいて、その**美味しさを、お伝えしたり、料理等で表現いただく**ことにご賛同いただけるお店に、ぜひなっていただきたいと考えています！

## 【応援の店になっていただくには？】

・レストラン、居酒屋、八百屋・・・**一般のお客さまに食をご提供するお店**（業種は、特に問いません）

・高知の野菜・くだものに**ご興味を持っていただき、ご紹介いただける**お店
（現在、高知の野菜やくだものを取扱いいただいている場合はもちろん、今は、取扱いなくても、高知の野菜やくだものに関心を持っていただければOKです！）

## 【応援の店のささやかメリット！】

・試食や、メニュー開発等のために必要な**高知の野菜やくだものをご提供**いたします。

・実際に、**高知に来ていただき**、生産者との交流や体験を通じて、**そのこだわりや魅力を体感**していただくための支援をいたします。

・県の広報やパンフレット、WEB等で、**できる限りご紹介**させていただきます。また、フェアや商談会等のご案内をいたします。

・右のようなイメージの
小さなプレートも準備します。
（壁掛けもしくはスタンドタイプ）

いろいろ
おいしいもんが
あるき、よろしゅう
お願いします！

※高知家の魚　応援の店の制度もあります！（合併・流通支援課）

# 土佐茶の振興方向

別図（農7）

**現状**

① 荒茶価格の低迷（荒茶平均価格/kg）
H20 1,513円→H23 1,581円→H24 1,568円⇒H25 1,406円/kg
② 生産者の高齢化の進展（主要産地の基幹的農業従事者65才以上
H17 58% → H22 63%）
③ 栽培条件の不利性
（急峻：傾斜地10度以上が245ha H25実績 全体の約60%急傾斜地）
④ 茶園の老朽化、土壌管理の粗放化、施肥量の不足による生産性・品質の低下 樹齢30年以上の茶園割合85% H22）

**これらのことから産地の維持が困難となりつつある。**

**産振計画目標値**

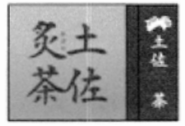
仕上茶販売額
22,800万円
（H27）

H 20実績 7，500万円 → H 24実績 19,260万円 → H 25実績 19,822万円 → H 27年度目標 22，800万円

**これまでの主な取り組みと成果**

**土佐茶振興対策事業費（平成26年度まで）土佐茶を「ブレンドからブランド化」を目的に仕上げ茶の県内向け販売・消費拡大事業を実施**

1 消費拡大対策：○土佐茶カフェで土佐茶の魅力PR、産地情報の発信 ○土佐茶販売対策協議会を中心に土佐茶をPR
→ **県内の消費拡大**（世帯当たり緑茶購入量H20年483g→H25年666g）や**県内での土佐茶認知度60%超**（H21 49%→H25 63%）
2 販路拡大対策：JAコスモス・JA津野山による販路拡大、土佐茶販売対策協議会による県内外での主体とした商談会の参加
→ **仕上げ茶販売金額が約2億まで増加**
3 土佐茶のブランド化：商品開発等へのアドバイザーを利用した支援
→ 土佐炙茶新規認定事業者3事業者（合計11事業者）
4 品質向上対策：老朽化した荒茶・仕上茶加工施設の高度化や茶工場の再編
→茶工場の改修（JAコスモス・JA高知はた）




**荒茶を仕上茶に加工することにより荒茶の3～5倍の価格で販売できる。**

## 課 題

**－仕上茶販売額22,800万円に向けた活動の強化－**
【産地再生】
①販売額の上昇の一方、茶園の高樹齢化等による生産量及び品質の低下（荒茶生産量 H23 310t→ H24年304t→ H25年255t）
⇒国事業による改植等支援はあるが、未収益期間が長い（元に戻るのが5年程度かかる）ことやその期間の維持管理の負担が大きいことなどにより、活用実績が低い。
今後の販売額の伸びに対応するためにも県として**産地再生の対策が必要**
②茶工場の老朽化に未対応の産地がある（JA津野山）
⇒施設の**高度化・再編が必要**

【販売促進】
③県内での緑茶購入単価（円/100g）は大都市より低い
（H25年 大都市 4,838円 高知市 1,309円）
⇒さらなる販売額の増加には県内市場の拡大とともに**県外市場を重点的に拡大する取り組みが必要**
④従来から有名産地（静岡茶）のブレンド茶として利用され、価格低迷の影響が大きい。⇒仕上茶の量を増加させる取り組みが必要

**産地再生**

**販売促進**

## （新規）土佐茶ブランド化推進事業費

**－産地再生対策－**
①土佐茶産地育成事業費補助金
▼産地計画に基づく活動支援
▼立地条件によらない高価格商品（かぶせ茶等契約栽培）の拡大支援
▼台切りや改植等の実施を支援【新】
②競争力強化生産総合対策事業費補助金
▼荒茶加工の品質の維持向上のため茶工場の改修支援

**－販売促進活動の強化－**
①土佐茶産地育成事業費補助金（再掲）
▼各産地ごとの販売促進活動支援
②土佐茶の魅力情報発信事業委託料（土佐茶カフェ）
▼従来の活動に加えて「土佐茶サポーター」の育成や支援により消費拡大を強化
③土佐茶販売対策協議会負担金
▼ 土佐茶販売対策協議会を中心としたPR活動・販路拡大対策とあわせて高知家プロモーションと連携した県外でのPR活動の強化

**生産から販売まで一貫した支援を実施!**

# こうちの畜産物販売拡大事業

畜産振興課

別図（農8）

## これまでの取組（特産畜産物生産流通拡大事業）

土佐あかうしや土佐ジロー、土佐はちきん地鶏などの特産畜産物や県内産牛乳について販路開拓や消費拡大の取組と生産基盤強化を一体的に推進

【成果】
●全国的な知名度の向上
例：取扱店舗数の増加（H22→H25）
土佐あかうし　131店舗増
はちきん地鶏　166店舗増

## 課題

需要は増えたが供給力が弱く、新規契約が困難
例：土佐あかうしの出荷頭数
H22＝547頭→H25＝386頭
●増産体制の構築が必要
●顧客ニーズに対応できる商品ラインナップが必要

## 生産基盤強化の取組

・レンタル畜産施設等整備事業
・大家畜生産基盤回復支援事業　など

## 目標

・生産基盤強化に対応した県内産畜産物の販路拡大と価格安定
・商品ラインナップの充実による県内産畜産物全体の販売力向上

＝産出額の増加

## 新たな取組

・知名度の高い特産畜産物と地域アクションプランに位置づけられた県内産畜産物等について、販路開拓や消費拡大の取組を一体的に推進

### 畜産物販路拡大事業費補助金

各団体の取組を支援
①消費拡大に向けたＰＲ活動
②販路開拓に向けた商談会等の開催、参加
③販売促進用資材の作成
④品質管理のための成分分析、生産現場指導

### 知名度は高いが供給力が弱い商品　さらなる磨き上げが必要な商品

●土佐はちきん地鶏振興協議会
●土佐ジロー協会
●全農高知県本部
●高知県酪農連合協議会
●ＪＡ四万十

安心のブランド 土佐和牛
土佐あかうし
土佐はちきん地鶏
TOSA JIRO
米豚
MILK JAPAN

生産基盤強化に応じた特産畜産物の販路拡大

＋

### 供給力のある商品　地域性の強い商品

新たな県内産畜産物のＰＲ（地域APや６次化商品等）

●ごめんケンカシャモ
●ディアランドファーム（乳製品）
●さかわの地乳
●本川キジ　●梼原キジ
●大川黒牛　●津野山牛
●四万十牛　●四万十鶏
●卵、加工品　など

●高知県畜産会　・県内商談会「高知家の畜産展示・商談会」開催　→　県内産畜産物を一体的にＰＲ

●畜産振興課　県内産畜産物のＰＲを一体的に支援
・商談会、ＰＲイベント等への参加
・パンフレット作成
・畜産物の磨き上げ、掘り起こし
← 畜産振興アドバイザー

# 中山間地域で攻めの農業を実現する「中山間農業複合拠点」の整備

別図（農9）

## 中山間地域の農業の現状

◆急峻で狭小な農地が多く、規模拡大による生産性の向上が困難。高齢化も進展、個別経営では生計を立てるだけの所得確保が難しい。

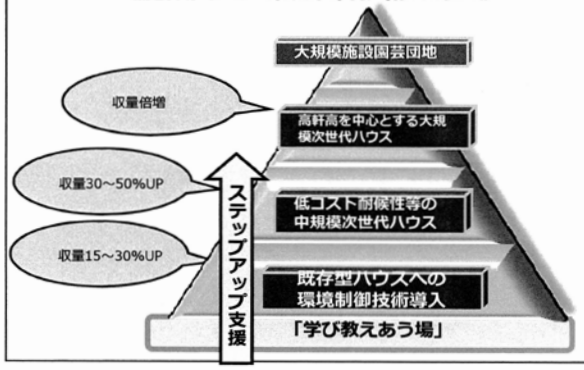
## ★複合経営の推進

◆中山間地域の農業を支える「複合経営拠点」を整備することで、中山間地域の農業の競争力が高められる。

◆スケールメリットを活かした運営で、経営の効率化・安定化が図られる。

◆担い手の確保、雇用の創出、農地の維持、地域の農業生産額向上など、様々な事業効果

### 次世代型こうち新施設園芸システム
《施設園芸に環境制御技術を導入》




## 中山間農業複合経営拠点のイメージ

### 庭先集荷

●高齢農家が安心して農産物を生産できるように、生産者の庭先から拠点施設等への集荷を行う。

※高齢農家の生き甲斐づくりや見守りといった『農業福祉』の役割も

### 新たな担い手育成・確保

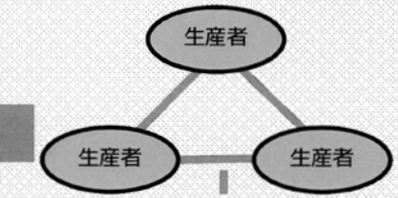
●研修による就農支援
●雇用就農による新たな担い手の確保

### 中山間に適した農産物生産

● ユズ、薬草、山菜、茶などの有望品目の生産

### 畜産基地

● 土佐和牛の繁殖から肥育までの一貫生産




複合経営拠点
を支える協議会
（行政や農業団体等の関係機関で構成）

### 集落営農

● 集落での合意形成を元に、農地を計画的に利用し営農を行う。

『農村女性が活躍できる場』
『都市住民との出会いの場』

### 農産物加工所（6次産業化）

● 農産物加工等により地域資源の付加価値を高め、所得向上や雇用創出につなげる。

### 農産物直販所

● 地産地消の推進と流通コストの削減や農産物の付加価値向上により、所得確保につなげる。

### 農家レストラン

● 地元食材を使った郷土料理の提供

### 次世代施設園芸

● 中山間地域においても、高収益の次世代型施設園芸に取り組むことにより、収益の向上と新たな雇用創出につなげる

環境制御装置

炭酸ガス施用装置

新

# 地域6次産業化支援チームの取組

別図（農10）

◇ステージ1から2へのステージアップを目指す事業者に対してハンズオン支援を行うため、地域ごとの支援チームを設置する。（9ヶ所）
◇役割：対象事業者の決定、支援プログラムの策定・実施支援
◇メンバー：振興監オフィス（地域支援企画員）、農業振興センター（普及指導員）、関係機関

対象事業者の絞り込み → 支援プログラムの策定〔事業者面接〕 → 支援実施〔PDCA〕 → 目標到達〔ステージUP〕

農業振興部
（地域農業推進課）

委 託

6次産業化サポートセンター

拡

地域支援チーム
のサポート

進捗管理

## ○○地域6次産業化支援チーム

### 支援対象事業者の絞り込み

《地域内流通（ステージ1）》
200事業者＋α
↓
－候補事業者の検討－

【絞り込みの視点】
・事業者の活動状況
・商品の魅力、付加価値
・商品の生産体制
・原材料の供給体制. . . 等

### 事業者情報の整理

支援事業者の決定

【整理項目】
・農業経営の状況
・生産者の活動意欲
・売上額（利益額）
・商品の特徴
・商品の生産可能量
・販売先
・原材料となる一次産品の種類や供給可能量
・加工施設の整備状況.....等

### 支援プログラム策定 －25事業者程度－

【プログラム項目】
・農業経営の改善
・販売（卸売）価格の見直し
・商品のブラッシュアップ
・商品の生産拡大方法
・商品のPR方法
・販路の拡大先
・新商品の開発
・原材料の安定供給
・支援制度の活用.....等

### プログラムに基づく支援の実施

効果の検証

支援プログラムの見直し

支援制度の活用
・小さなビジネス支援事業
・集落の力につなげる活動推進支援事業
・産振ステップアップ事業
・こうち農業確立総合支援事業
・量販店等との商談会. . . 等

各々の分野でのアドバイス等

地産外商公社（高知事務所）
地産地消・外商課
産業振興センター
市町村
工業技術センター
関係機関

・所得の向上
・地域の活性化
・雇用の創出

県域流通
（ステージ2）

ステージ
UP

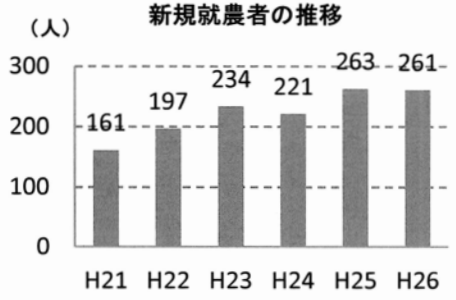
地域内流通
（ステージ1）

別図（農11）

# 担い手確保に向けた新たな取り組み

## これまでの取り組みと成果

就農相談会やアグリスクール等の実施により、新規就農者は増加傾向




## 担い手確保の課題

【相談窓口の明確化と強化】
・就農希望者に就農相談時の総合窓口が十分に認識されていない
・就農イメージが固まっていない相談者には、きめ細かいフォローアップが必要
【産地・地域とのマッチング】
・就農希望者に合わせた受け身の相談となっていることから、産地等が求める人材を明らかにした「提案型」の取り組みが必要
・中山間地域等の農業の維持・発展には、多様な就農希望者の確保・育成が必要

## 提案型担い手確保・育成

### ステップ1 産地が求める人材確保

Point
○「提案型」の取り組み実践

提案書持参で募集活動
応募
面談・体験研修等により選考

【就農希望者】
○ 全国規模等の相談会
○ 県独自の相談会

### ステップ2 産地の担い手となり得る人材育成

○指導農業士等による実践研修

産地が選考した人材を派遣
基礎研修修了者を産地が引受
産地と担い手センターが連携し人材育成

【農業担い手育成センター】
○ 基礎研修の実施
※基礎研修の必要性がある者

### ステップ3 就農・産地の担い手として育成

○学び教えあう場での技術支援
○農業講座での経営管理支援
○関係機関を巻き込んだ就農支援

連携

【県農業公社】
○農地の確保
※農地中間管理事業の活用

【JA等】
○就農者用ハウス整備

【市町村等】
○就農者用住居確保支援

## 就農コンシェルジュ

Point
○総合窓口として、「就農コンシェルジュ」を2名配置
○就農相談から希望する地域での就農までをバックアップ!!
○「移住コンシェルジュ」との密接な連携

【新規就農研修支援事業】
（条件不利地域での就農者の研修も支援）

【園芸用ハウス整備事業】
（研修用ハウスの整備も支援）

# 農業担い手育成センターの充実・強化

別図（農12）

**担い手センターの強み**

○消費者に喜ばれる安全・安心な農作物の生産技術を習得
（全国トップクラスの技術を持つIPM技術の実践研修）
○最先端技術による飛躍的な増収技術を習得
（次世代施設園芸団地との連携による環境制御技術の実践研修）
○研修生の希望する多様な品目に対応した研修が可能
（充実した施設、講師陣による主要13品目＋αの指導）
○地域を知り、仲間を増やす
（県内農業者の技術検討会への参加による先輩農業者との交流）
○研修期間中に農地・住居を確保
（意向に沿ったマッチングの実施）

**第1期　（H26.4～）**
**新規就農者の育成を強化**

◆内容
○栽培技術、経営管理の講義
（24→37科目）
○基礎、先進技術の実習
（6→13品目）
○研修生の就農支援
◆施設
・既存ハウス6棟（26a）
・育苗ハウス6棟（0.65a）

＋

**第2期（H27.4～）**
**先進技術の実証・普及を強化**

◆内容
○環境制御技術等の実証
○中山間農業技術の実証
○技術指導者の育成
◆施設
・高軒高ハウス2棟（11a）
・低コスト耐候性ハウス5棟（20a）
・全ハウスに環境制御装置を装備

＋

**第3期　（H28.4～）**
**新規就農者の育成を拡充**

◆内容
○長期研修生の受入枠
20人⇒　40人
◆施設
・長期宿泊施設（CLT工法）
を新たに建設

※　1期、2期と併せて
フルスペックでスタート

## 県内外から新規就農者を育てる

研修生の約70%は高知県で就農

### 県内の人材を育てる

・長期研修が次世代園芸農業の実践に直結

拡 研修生が継承する経営や希望する作物の実践研修
講義24科目→37科目：外部講師による流通等の研修（H26～）
実習6品目→13品目：新施設での環境制御技術習得（H27～）
新 次世代団地で最先端技術を体験（H28～）
拡 就農希望地、作物での短期農家研修
拡 研修中に農業者等との交流と産地とのマッチング

・県内就農希望者のきっかけは担い手センターを知ること

拡 アグリスクール高知会場の新設（H26～）
定員の拡大　20人（H26）⇒30人（H27～）
拡 農業後継者（農家の子弟）への働きかけ（H26～）
就農支援制度、担い手センターでの最先端の研修

・長期研修生の約20%が市町村、JAの紹介
・県内でのPRが重要

拡 市町村、JA生産部会との協力体制づくり
出向く活動（適宜）
オープンキャンパス（H26.～）
H27：研修実証施設
H28：フルスペック（CLTの寮、次世代団地等）
拡 県、市町村、JA等の広報誌への掲載

高知県での就農を目指す人40名確保

就農を意識している段階

就農に漠然とした興味を持つ段階

### 県外からの人材を育てる

・就農を見据えた研修の実施
・生産現場を知る機会が必要

拡 研修生の希望する作物の実践研修
講義24科目→37科目：外部講師による流通等の研修（H26～）
実習6品目→13品目：新施設での環境制御技術習得（H27～）
新 次世代団地で最先端技術を体験（H28～）
拡 就農希望地、作物での短期農家研修
拡 研修中に農業者等との交流と産地とのマッチング

・研修先を決めるきっかけは、高知を知ること
・産地の熱意がきっかけに

拡 アグリスクールの県外会場を増設
東京、大阪、名古屋（H27～）
拡 高知県の農業を見るツアーの実施
大阪（H26～）、大阪、東京、名古屋（H27～）
拡 部独自の産地提案型の相談会を実施
大阪、東京（H26）、大阪など6箇所（H27～）

・長期研修生の約30%がアグリスクール修了生
・アグルスクール生の確保が重要

拡 インターネットで高知の魅力をPR
高知家プロモーション内「高知で暮らす」
トップバナーに常設
新 農学系大学及び自衛隊との連携協力体制づくり
広報誌への掲載、農業体験研修等

◆こうち農業ネット等でのPRを充実
・担い手センターの強みを紹介

◆ソーシャルネットワークシステムを活用した情報発信
・アグリ体験塾修了生を組織し就農体験を情報発信

◆関係機関との連携による就農相談会でのPR
・移住・就農相談会等

# Ⅱ　専門分野の成長戦略

# 2　林業分野

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

**現状**

木材・木製品製造業出荷額等150億円（H22）→ 162億円（H23）→ 160億円（H24）→ 170億円（H25）
原木生産量40.4万立方メートル（H22）→ 50.7万（H23）→ 46.5万（H24）→ 49.5万立方メートル（H25）

**第2期計画ver.4の取組**

H24 → H25 → H26 → H27

## 原木生産

○森林の集約化と経営委任の推進（P360～P361）
・森林経営計画と森の工場の整備
○地形や地質にマッチした効率的な生産システムの導入を促進（P360～361）
○皆伐による原木の増産（P360～361）
○大型製材工場や県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築（P362～363）
○森林組合の経営力強化（P362～363）
新 林業学校における担い手の育成・確保（P364～365）
拡 小規模林業による生産を促進（P364～365）

## 加工体制

○大型製材工場等の施設整備の促進（P366～367）
・大型製材工場による製材品の生産拡大
新 ラミナ工場の整備
○県内事業者による大型製材工場整備（P368～369）
・ビジネスプランの作成、工場の整備
○既存事業者の加工力の増強を推進（P368～369）
・乾燥施設等の新設及び増強
○CLT（直交集成板）の推進（P370～371）
・CLT建築物の普及・建設の促進
・CLTパネル関連産業の育成

## 流通・販売

○大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大（P372～373）
○県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進（P372～375）
拡 内航船（RORO船）による定期的な輸送や乾燥等の共同事業の実施
○大消費地への販路拡大（P372～375）
・消費地商談会や展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加
○品質が確保された製品の安定供給体制を確立（P372～373）
○県産材を利用した木造住宅への支援（P374～375）
○公共事業や公共施設等での県産材の利用推進（P374～375）

## 木質バイオマス

○原木や林地残材の搬出に対する支援（P376～377）
○木質バイオマス燃料の安定供給（P376～377）
○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化（P376～377）
○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進（P376～377）
○燃焼灰の適正処理（P378～379）
○コスト差を埋める支援の仕組みの検討（P378～379）
○推進体制の強化（P378～379）
○木質バイオマス発電の推進（P378～379）

# を目指す本県産業の姿　林業分野

| 4年後の目標（H27年度末） | さらなる飛躍へのポイント | 10年後の目指す姿（H33年度末） |
|---|---|---|
| ～山の資産価値をアップ、中山間の雇用を確保～<br>●立木の資産価値<br>20%アップ（H22年比）<br>●担い手数<br>1,732人（87人増）<br>H22:1,645人、H23:1,661人<br>H24:1,662人、H25:1,605人 | ○森林の集約化を一層推進<br>○作業システムの改善による原木生産の効率化 | 立木の資産価値<br>30%アップ<br>（H22年比）<br>担い手数<br>1,756人 |
| ～木材の付加価値を高める～<br>●製材品の生産量<br>30万㎥（30％増）<br>H21:20.6万㎥<br>H22:22.4万㎥<br>H23:21.5万㎥<br>H24:20.1万㎥<br>H25:20.6万㎥ | ○単板工場の誘致<br>○製材工場の効率化・高品質化を進め、競争力を強化<br>○CLTの推進 | 製材品の生産量<br>35万5千㎥ |
| ～県外市場での認知度の向上～<br>●県産材製品の県外出荷量<br>22万㎥/年（70%増）<br>（H21:13万㎥、H25:13.4万㎥）<br>～県内での県産材利用が拡大～<br>●戸建て住宅の木造率<br>全国平均以上<br>H22:全国86.4%、高知86.0%<br>H25:全国88.0%、高知89.1% | ○県外への流通・販売システムのさらなる強化<br>○土佐材の知名度の向上による活発な取引 | 県産材製品の県外出荷量<br>26万㎥<br>戸建て住宅の木造率<br>四国No.1 |
| ～森林資源を生かし切り木の価値をアップ～<br>●木質バイオマス利用量<br>40.3万トン（78%増）<br>（金額換算：28億円）<br>H22:22.7万トン<br>H23:29.0万トン<br>H24:29.3万トン<br>H25:30.5万トン | ○木質バイオマスを低コストで大量に収集するシステムづくり | 木質バイオマス利用量<br>53万トン<br>（金額換算：41億円） |

木材・木製品製造業出荷額等　190億円以上を目指す
原木生産量　72万立方メートル以上を目指す

木材・木製品製造業出荷額等　200億円以上を目指す
原木生産量　81万立方メートル以上を目指す
～山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地～

# 産業成長戦略（林業分野）の概要

## 成熟した森林資源をダイナミックに活用した所得の向上と雇用の創出

**森林資源 H22末**
蓄積：1.74億㎥
成長量:314万㎥/年
（うち人工林）
（蓄積：1.49億㎥）
（成長量:300万㎥/年）

原木生産量
H22年 404千㎥
（H25年 495千㎥）

増産 316千㎥
78%増産

H27年 72万㎥
⇩
H33年 81万㎥

増産 90千㎥

### 柱6. 健全な森づくり

循環型の林業を持続

【課題】
①地域の実情に応じた持続的な森林経営のプランが必要
②保育コスト高等から適切な手入れがされず荒廃森林が発生
③成林までのトータルコストが高く、再造林が困難
④獣害（シカ、ウサギ等）により確実な更新が困難

フォレスターによる支援

【施策】

◆持続可能な森林づくり
①地域の森林整備に関する計画の作成支援
（適地適木、資源循環 など）
③再造林への支援、省力化の検討
④獣害対策（防護柵設置等）の支援

◆荒廃森林の解消
②保育間伐の推進
・公益的機能が高い森林の間伐支援
・オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進

### 柱1. 原木生産の拡大

間伐と皆伐を組み合わせて増産

【課題】
①森林の所有規模が小さい
②地形が急峻
③原木の販売価格が不安定
④効率的な生産ができる事業者が少ない
⑤担い手の確保と技術の向上

【施策】
◆生産性の向上と原木の増産
①森林の集約化と経営委任の推進
・森林経営計画と森の工場の整備
・森林施業プランナーの活動支援
・国・公有林等を活用した大規模化

②地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入促進
・林業機械や林内路網の整備
・効率的な路網や架線集材などの普及
・事業体の作業システム改善の支援
③協定取引による安定供給の推進
◆事業体や担い手の育成
④事業体のマネジメント能力の向上
・中期的なビジョンに基づく森林組合経営を支援
・森林組合の合併を推進
・森林施業プランナーの育成
・建設業者等の新規参入と定着を支援
⑤担い手の確保・育成
・搬出作業等の技術力アップ
新 林業学校の創設による担い手の育成・確保
拡 小規模林業の生産活動への支援強化

### 柱2. 加工体制の強化

品質の向上と加工量の増大

【課題】
①成熟した豊富な森林資源を使い切れない
②機械設備が不十分で、生産コスト高
③消費者の求める品質確保の取り組みが不十分
④財務体質が弱く、設備投資が困難

【施策】
◆企業誘致等による大型加工施設の整備
①～③大型加工施設の整備
・大型製材工場による製材品の生産拡大
新 ラミナ工場の整備
（低質材の加工力強化）

◆県内加工事業体の生産力等の強化
①～④既存加工事業体の生産力等の維持・強化
・県内事業者による大型製材工場の整備
・新たな設備導入や既存設備更新の支援
（効率化、低コスト化、高品質化等）
◆高次加工施設の整備
①、③CLT（直交集成板）の推進
・CLT建築物の普及・建設の促進
・CLTパネル関連産業の育成

### 柱3. 流通・販売体制の確立

地産地消・地産外商の推進

【課題】
①大消費地から遠隔地であり輸送コスト高
②県外での土佐材の認知度が不足
③事業者の営業力の強化が必要
④木材を使う仕組みや意識の強化が必要

【施策】
◆流通の統合・効率化
①拠点を活用した流通の効率化の推進
・販売窓口の一元化
・県外の流通拠点の設置
・建築工程に応じたきめ細かな配送の推進
・県内事業者の共同輸送（県外へ）体制の強化
拡 内航船（RORO船）による定期的な輸送

◆販売力の強化
②、③地産外商の推進（流通拠点の活用など）
・企業・団体と行政が連携した営業活動を推進
（土佐材展示会、セミナー、商談会の開催など）
・商品力の向上への支援
（JAS表示、地域材ブランド化の推進など）
④地産地消の推進
・県産材使用住宅の建築、リフォームの支援
・公共施設、公共事業での木材利用の推進

### 柱5. 森のものの活用

森の恵みを余すことなく活用

【課題】
①重要な換金品目の生産・販売振興が必要
②地域の森林や産物を活用した取り組みの推進が必要

【施策】
◆特用林産物の生産等の振興
①特用林産物（炭、キノコ、シキミ等）の生産・販売支援
②提案型等の地域発の取り組みを支援

### 柱4. 木質バイオマスの利用拡大

マテリアル ＋ エネルギー 利用の推進

【課題】
①原木や林地残材の集荷コスト高
②バイオマス利用ボイラーの導入経費や管理経費（燃焼灰処理等）が他製品に比較して割高
③原木増産に伴い発生する多量のバイオマスの有効利用が必要

【施策】
◆木質バイオマスの効率的なエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大
①原木や林地残材の搬出に対する支援
②バイオマス利用施設の導入・管理コストの低減
・バイオマス利用ボイラーの導入支援
・一定の地域内での効率化を推進（共同利用・処理）
③発電や製品原材料など多用途利用の推進
・再生可能エネルギーの全量固定価格買取制度に対応し、バイオマス発電を推進

### 数値目標

H22 → H33
（H27）

- ●原木生産量（再掲）
  404千㎥ →810千㎥
  （720千㎥）
- ●森の工場 整備面積
  37,161ha →90,000ha
  （69,800ha）
- ●担い手
  1,645人 →1,756人
  （1,732人）
- ●林業労働者の年収
  → 4百万円/年
  （4百万円/年）
- ●製材品生産量
  224千㎥ →355千㎥
  （300千㎥）
- ●乾燥材生産量
  54千m3 →120m3
  （111千m3）
- ●木質バイオマス利用量
  227千トン（H21）
  →530千トン
  （403千トン）

## 産業成長戦略の概要（林業分野）

高知県は、面積の約84パーセントが林野である全国でも有数の“山”の国です。その山では、長い間、そこに住む人々が豊かな森林資源を守り育て、水源を守り、暮らしを営んできました。

産業振興計画の林業分野では、この森林資源を生かして所得の向上を図ることを目指し、山の産業を元気にします。

そのための取組の一つに、「森の工場」があります。これは、森林所有者の協力によって複数の森林をひとまとめに集約することで、作業道の開設や高性能林業機械の導入を行いやすくし、工場のように計画的・効率的に木を伐り出すものです。この取組により平成26年度末までに合計６万２千ヘクタールを超える「森の工場」が設置されました。

本県では、森林の所有規模が小さく、まとまりのある作業ができにくいことが、木材生産の停滞の一因であることから、引き続き、「森の工場」による生産の集約化を拡大していきます。さらに今後は、育成権も含めた森林経営の委任形態による「森の工場」の拡大や、間伐と皆伐の組み合わせによる素材の生産などにより、原木の増産・安定供給と収益の向上に取り組みます。

また、原木増産の要である担い手の育成・確保については、県立林業学校を開校して、即戦力となる人材から将来の林業界を担う人材までの幅広い人材を育成します。併せて、自伐林家やＮＰＯといった小規模な林業活動に従事する方々の活動を支援することで、担い手の裾野を広げていきます。

戦後に植林された本県の森林資源は、成熟期を迎え、利用される時期へとさしかかっていますが、県内の加工事業体の多くは中小零細であり、乾燥設備等の導入が進んでいないため、消費者ニーズに対応しきれず、製品の生産量は年々減少しています。

こうした状況下、成熟した森林資源をダイナミックに動かすため、全国に販売チャンネルを持つ県外企業などによる大型製材工場を整備し、高品質な県産材製品の増産・販売を推進しています。

加えて、県内製材工場の中で大型製材に取り組む企業が行う施設整備への支援や、既存事業者が競争力を保ち、雇用や生産力を維持できるよう、加工力の強化に対する必要な支援を行います。

また、行政と県内の木材関係者が協働し、木材の需要を拡大することも重要です。県産材を利用した木造住宅の建築促進や、公共事業・公共施設への県産材の率先使用などを図ることにより、引き続き、県内での木材需要の拡大を進めます。併せて、現在、関東、東海、関西、九州の15カ所に設置している県産材の一時保管や荷捌きを行う流通拠点を活用し販売を拡大するため、土佐材の展示会や商談会を開催するとともに、大きな木材需要が見込まれる大消費地をターゲットに船舶を活用した輸送による低コストな流通体制の確立に取組むなど、組織的かつ継続的な外商活動を展開します。

さらに、木材需要の飛躍的な拡大につながる可能性を持つＣＬＴ（直交集成板）を活用する工法の普及に向け、国による設計基準等の早期制定を目指すとともに、技術の蓄積やラミナ工場の整備といったＣＬＴ関連産業の育成に取り組みます。

こうした林業・木材産業の再生に向けた生産、加工、流通、販売の取組のほか、全国一の森林率による豊富な森林資源を、木材産業の活性化、「エネルギーの地産地消」による雇用の創出や県内経済への波及に生かすため、木質バイオマスの発電利用を含めた多面的な利用促進とともに、効率的な利用体制の構築や林地残材の効率的な搬出などを進めることで、利用を加速化し、未利用資源の有効活用を図っていきます。

また、引き続き、多様な効果が見直されている木炭などの特用林産物の生産や地域の森林を生かす取組を各地域で進めていくことにより、中山間地域での所得向上や地域の活性化につなげていくとともに、国の補助制度や森林環境税などを活用した計画的な間伐やオフセット・クレジット（Ｊ－ＶＥＲ）制度を活用した森林整備を推進することにより、荒廃森林の解消を図っていきます。

さらに、今後、原木の増産に伴い増加する皆伐の跡地については、再造林の支援やシカの被害対策により適切に更新を促し、循環型の林業を進めてまいります。

林業・木材産業を取り巻く状況は依然として厳しく、手応えを感じるようになるまでには、継続的な取組が必要だと考えています。そのため、生産から加工、販売に至るまであらゆる可能性を探り、林業分野の大きな目標である、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、関係者と一体となって挑戦していきます。

# 戦略の柱【1. 原木生産の拡大】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 間伐と皆伐を組み合わせて増産 | ◆森林資源は成熟しつつある<br>◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている<br>◆県産材の生産（資源の活用）は依然として低調 | P386 別図（林1）参照 | | | | | | | | |
| (1) 生産性の向上と原木の増産 | 原木生産量（H18）<br>44万6千m3<br>◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞 | ・「森の工場」の拡大、推進<br>◆森林施業の集約化の有効性は一定認識され、森の工場の面積及び木材生産量が増大<br>◆森の工場の間口の緩和や簡素化によって、新規事業体の増加や集約化が加速<br>◆森の工場での生産性などは工場以外に比べ効率的になった<br>◆「森の工場」<br>H27.2末累計整備<br>面積62,044ha | ◆制度改正により森林経営計画の策定の重要性が増した<br>◆森林への関心が希薄な所有者が増加し、集約化が難しくなってきた<br>◆大型製材工場の進出に伴い、木材の安定供給が間伐だけでは十分でない<br>◆効率の高い生産システムを稼働させるための路網や機械装備が不足している<br>◆効率的な生産システムを使いこなすノウハウが不十分<br>◆森林の境界などの森林情報の把握に対する取組が不十分であった | ◆森林の集約化と経営委任の推進<br>◎森林経営計画と森の工場の整備<br>★国・公有林を活用した大規模化の推進 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入を促進<br>○林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援<br>○効率的な路網や架線集材などの普及<br>○事業体の作業システム改善に向けた支援 | | | ○ | | | |
| | | ・提案型集約化施業を実践できる森林施業プランナーの育成<br>◆プランナー研修を受講した120名が、森の工場等の集約化に向けて取組を始めた<br>◆森林経営計画<br>H27.1末累計樹立<br>面積52,740ha | ◆森林経営計画の策定と実行 | ◆森林経営計画の策定等に向けた集約化の促進<br>○森林施業プランナーの育成（増員、実践力の向上）<br>○計画策定に向けた合意形成及び森林境界の明確化の促進 | | | ○ | | ○ | |
| | | ・皆伐の促進のため、皆伐事業地に対する作業道等整備、流通経費の支援制度を創設<br>◆皆伐事業地からの木材供給協定の締結、皆伐事業による伐採が拡大された | | ◆皆伐による原木の増産<br>◎皆伐促進のための支援に木質バイオマス発電用の広葉樹を追加<br>★事業地の確保が困難な事業体に対する事業地取得の支援 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | 原木生産量 72万m3 | 原木生産量 81万m3 |
| | | | | | ◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことのできる「森の工場」や森林経営計画が整備されている | ◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことのできる「森の工場」や森林経営計画が整備されている |
| 森の工場づくりの推進（経営計画を含む）<br>事業体：森林所有者との合意形成<br>県木材増産推進課：効率的な経営委任に向けた支援 | | | | | ◆整備済「森の工場」面積69,800ha | ◆整備済「森の工場」面積90,000ha |
| 作業道や林業機械導入への支援<br>事業体：現地に対応した生産システムの導入と習熟<br>県木材増産推進課：作業道整備（開設、機能復旧）、林業機械導入、架線集材システムへの技術指導等の支援 | | | | | | |
| 本県の地形等に対応した効率的な生産システムの普及<br>事業体：効率的な生産システムでの試行<br>県木材増産推進課：効率的なシステムの普及、生産効率の低い事業体への作業システム改善の指導強化、作業システム改善のための機械器具等の整備への支援<br>高知大学等：生産システムのデータ分析に基づく指導 | | | | | | |
| | | | | | ◆森林経営計画の樹立 155千ha | ◆森林経営計画の樹立 155千ha |
| 森林施業プランナーの育成<br>事業体：研修への派遣、職場での実践<br>森林組合連合会：研修会の開催、育成指導<br>県森づくり推進課、木材増産推進課、林業事務所：研修開催への支援、育成支援 | | | | | | |
| 計画策定に向けた集約化の促進<br>事業体：森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化の促進<br>市町村：森林所有者情報の提供等事業体への支援<br>県森づくり推進課：森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化への支援 | | | | | | |
| 皆伐による原木の増産の推進<br>事業体：原木の増産<br>県木材増産推進課：事業体の原木増産の支援（事業地確保支援、林業機械整備支援、再造林支援による間接的な皆伐の推進等） | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．原木生産の拡大】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．間伐と皆伐を組み合わせて増産<br>(1) 生産性の向上と原木の増産 | ◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材という自然素材に対して、安全・安心といった面での関心が高まっている<br>◆新たな流通システムが生まれつつあるが、既存システムとの調整が取れていない<br>◆県内には、木材を大量にかつ安定的に取り扱う供給先が少ない | ・素材生産の現場と製材工場の間での直送体制や協定取引の推進<br>◆素材生産の現場と県内の一部の製材工場との協定取引(直送)が実施された<br>・原木市場における椪立(はえたて)の見直しなど、コスト改善の促進<br>◆県森林組合連合会では、従来の毎月2回実施する市売方式から、一般材は3カ月に1回の入札をする方式に変更 | ◆大豊町で稼働した大型製材工場へ安定的な原木の供給 | ◆大型製材工場への原木の安定供給システムの構築<br>◎協定取引の推進 | | | ○ | | | |
| | | | ◆県内製材工場等へ安定的な原木の供給 | ◆県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築<br>◎協定取引の推進 | | | ○ | | | |
| | | ・山元からの原木供給協定締結を推進<br>◆山元から直接加工施設に供給する取り引きが拡大した | ◆原木の流通経費の削減 | ◆○山元選別の促進による流通経費の削減 | | | ○ | | | |
| (2) 事業体や担い手の育成 | ◆高いマネジメント能力や効率的な生産（伐採・搬出）システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業体が少ない | ・事業体に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導<br>◆事業体の認識が高まった<br>・森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催<br>◆参入した建設事業体（H25：22社）で技術力などの向上により事業規模を拡大する事業体も出てきた<br>・経営者を対象としたマネジメント研修の実施<br>◆経営者に森林施業プランナー等の育成への理解と必要性が認識されるとともに、中期経営計画策定組合では、組織内での情報共有・協議が活発化し、経営改革に向けて行動する機運が高まってきた<br>・経営力強化のための森林組合の合併促進の支援<br>◆高幡3組合が合併 | ◆新規参入事業体などに優良事例の情報が十分に活用されていない<br>◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった<br>◆事業体の中に核となる人材が十分に育っていない<br>◆中期経営計画を立て、経営改革の成果を出すためのPDCAサイクルの定着には、時間を要し、研修など更なるサポートが必要 | ◆事業体のマネジメント能力の向上<br>○建設業者等の新規参入と定着を支援 | | | ○ | ○ | |
| | | | | ◆森林組合の経営力強化<br>○中期経営計画の策定や定着のための研修の支援<br>○森林組合の合併促進の支援 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆原木が安定供給され、大型製材工場等への協定取引が進んでいる<br>◆コスト改善が進み、原木市場が原木増産のコーディネート役を発揮している | ◆原木市場を活用した山側と大型製材工場等との協定による年間を通じた取引が安定的に進んでいる |
| 大型製材工場との協定取引の推進<br>生産事業者：森林組合連合会との協定取引の開始<br>大型製材工場：森林組合連合会と協定取引開始<br>森林組合連合会：原木の安定供給、流通システムの構築、生産事業者・大型製材工場との協定取引開始<br>県木材増産推進課：流通経費支援等による協定取引の推進 | | | 協定の継続と安定的な供給の推進<br>生産事業者：協定に基づく安定的な供給を継続<br>大型製材工場：協定に基づく購入を継続<br>森林組合連合会：協定に基づく安定的な供給を継続 | | | |
| | | | | | 協定取引量<br>14万m3 | 協定取引量<br>21万m3 |
| 県内製材工場等への効率的な原木の供給・販売方法の検討と試行<br>県内原木市場：原木の供給・販売方法の改善、県内製材工場等と協定取引の検討及び試行<br>県木材増産推進課：協定取引に向けた支援 | | 県内製材工場等との協定取引の実施<br>事業体：県内原木市場と県内製材工場等と協定取引の実施<br>県木材増産推進課：協定取引の推進支援 | | | | |
| 山元選別の促進による流通経費の削減<br>事業体：生産事業者が、需要先ごとの原木の選別を山元で実施し、流通経費を削減するため山元のストックポイントを活用する<br>県木材増産推進課：山元のストックポイント設置への支援 | | | | | | |
| 森林整備事業への参入促進と定着への支援<br>事業体：ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導<br>参入事業体：林業事業体との協調、技術習得<br>県森づくり推進課・県木材増産推進課：事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援 | | | | | | |
| 中期経営計画策定と定着の支援<br>森林組合：中期経営計画の策定、ローリングの実施<br>森林組合連合会：中期経営計画の策定、計画の実行や見直し手法（ローリング）の指導、実効性向上のためのフォローアップ（H24～）を実施<br>県森づくり推進課、県木材増産推進課及び県林業事務所：森林組合連合会と連携して経営計画策定森林組合をサポート | | | | | ◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している | ◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している |
| 森林組合の合併支援<br>森林組合：合併に必要な業務を推進、事業経営計画の実施<br>森林組合連合会：森林組合経営革新プランや合併モデルプランの作成により合併を支援<br>県森づくり推進課：合併指導方針に基づき、各森林組合への指導、合併後の事業経営計画の実行支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．原木生産の拡大】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．間伐と皆伐を組み合わせて増産<br>(2) 事業体や担い手の育成 | ◆林業の担い手が高齢化・減少している | ・新規就業者職業紹介アドバイザーの設置<br>・林業体験教室や就業相談会の開催<br>・高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施<br>◆就業希望者と林業事業体それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある<br>・技術者養成手法の改善、強化<br>◆県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより基幹となる林業技術者の育成が進んだ<br>・所得の確保など事業体における就労条件の改善<br>◆就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた<br>◆担い手<br>1,605人（H25.3末） | ◆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<br>◆木材の増産に向け素材生産を行える人材の育成が必要<br>◆効率的な生産ができる事業者が少ない<br>P387<br>別図（林2）参照 | ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保<br>○就業者向けの林業体験の実施<br>○就業希望者へのPR方法の改善 | | | ○ | | ○ | ○ |
| | | | | ◆林業技術者養成手法の改善、強化<br>★林業学校における人材の育成・確保<br>◎木材生産の技術習得の推進<br>◎先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上 | | | ○ | | ○ | |
| | | | | ◆○事業体における就労環境の改善 | | | ○ | | ○ | |
| | | ・市町村、森林組合等への説明会の実施<br>・市町村広報誌や林業機関誌への掲載による森林整備のPR<br>◆H21からH24まで、のべ355人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった<br>・自伐林家等による生産を促進<br>◆副業型林家の育成による収入機会の拡充 | ◆担い手の確保と技術の向上<br>P388<br>別図（林3）参照 | ◆自伐林家等による生産を促進<br>○自伐林家の生産活動の支援<br>○副業型林家の育成<br>★小規模林業推進協議会による情報共有等<br>★自伐林家等の生産活動に必要な林業機械レンタル費用等の支援 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている<br>◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる<br>◆担い手 1,732人 | ◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている<br>◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている<br>◆担い手 1,756人<br>◆林業雇用労働者（原木生産）の年収 400万円 |

**就業希望者への支援**

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雇用情報の収集強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施
県森づくり推進課：林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業体の指導を実施

**技術者養成研修の実施**

林業事業体：県の研修と併せて緑の雇用現場技能者育成対策事業を活用した担い手の育成
森林組合連合会等：事業体の指導
林業労働力確保支援センター：研修事業の実施及び事業体の指導
県森づくり推進課：林業技術者養成研修等の拡充、研修の中核を担う労確センターの支援、林業学校の設立(H27.4から)

**事業体の就労環境の充実**

事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善
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

**自伐林家の生産活動の支援**

自伐林家：生産活動への積極的な取組
森林組合：管轄内の自伐林家支援に積極的に参画
県木材増産推進課：森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援

自伐林家：生産活動への積極的な取組
森林組合：管轄内の自伐林家支援に積極的に参画
高知県森と緑の会：国の森林・山村多面的機能発揮対策交付金事業による支援
県林業環境政策課、県木材増産推進課：高知県森と緑の会への支援、搬出間伐等への支援

**副業型林業への技術支援**

自伐林家等：研修制度の積極的な活用と森林整備の促進
NPO等：研修会の開催による技術指導の実施、修了生の就業状況把握、自伐林家等のネットワークづくり
県森づくり推進課：副業型林家を育成するための研修会の支援

**小規模林業推進協議会による情報共有等**

自伐林家・NPO等：推進協議会への参加、研修等によるスキルアップ及び木材生産活動の推進
県森づくり推進課：推進協議会の運営、安全対策の支援
県木材増産推進課：林業機械レンタル費用等の支援

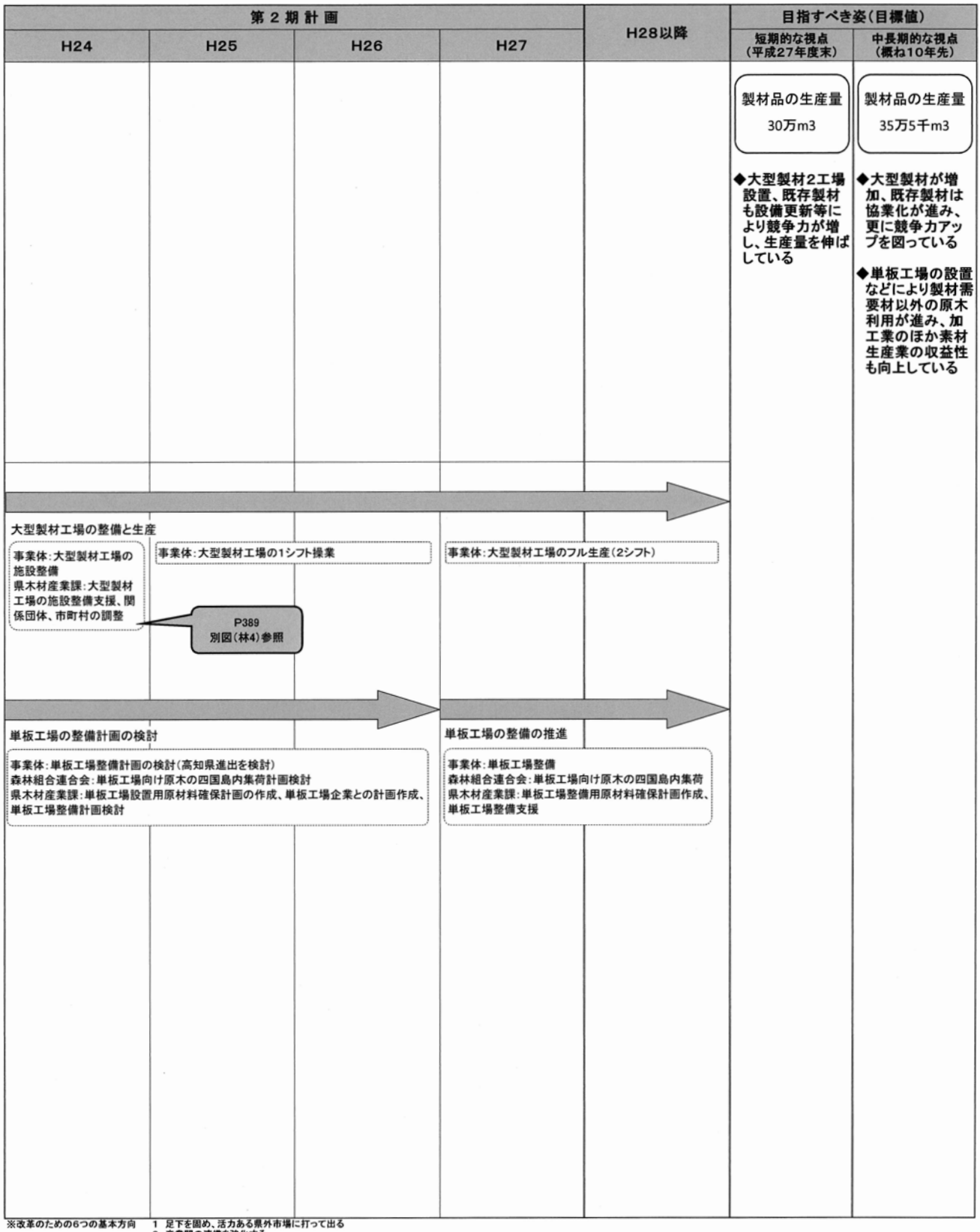
※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

## 戦略の柱【2. 加工体制の強化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 品質の向上と加工量の増大 | ◆森林資源は成熟しつつある<br><br>◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている<br><br>◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材と言う自然素材に対して、安心・安全といった面で関心が高まっている<br><br>◆県内の加工事業体の多くは、消費者ニーズに対応しきれず、生産量が年々減少している<br><br>**製材品の生産量（H18）31万1千m3** | | | | | | | | | |
| (1) 企業誘致等による大型加工施設の整備 | ◆高品質、低価格、大ロットの製品という消費者ニーズに対応できる大型製材工場が必要 | ・県外企業を誘致<br><br>◆高知おおとよ製材株式会社が操業開始 | ◆材価の低迷による原木の安定供給不安<br><br>◆県内事業者は経営体質が脆弱<br><br>◆輸入木材の為替変動による価格変動を回避するため、木材需要の国産化が進行している<br><br>◆全国各地に大型製材が誕生し、低価格・高品質製品が多量に流通することが予想される | ◆◎大型製材工場等の施設整備の促進 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】



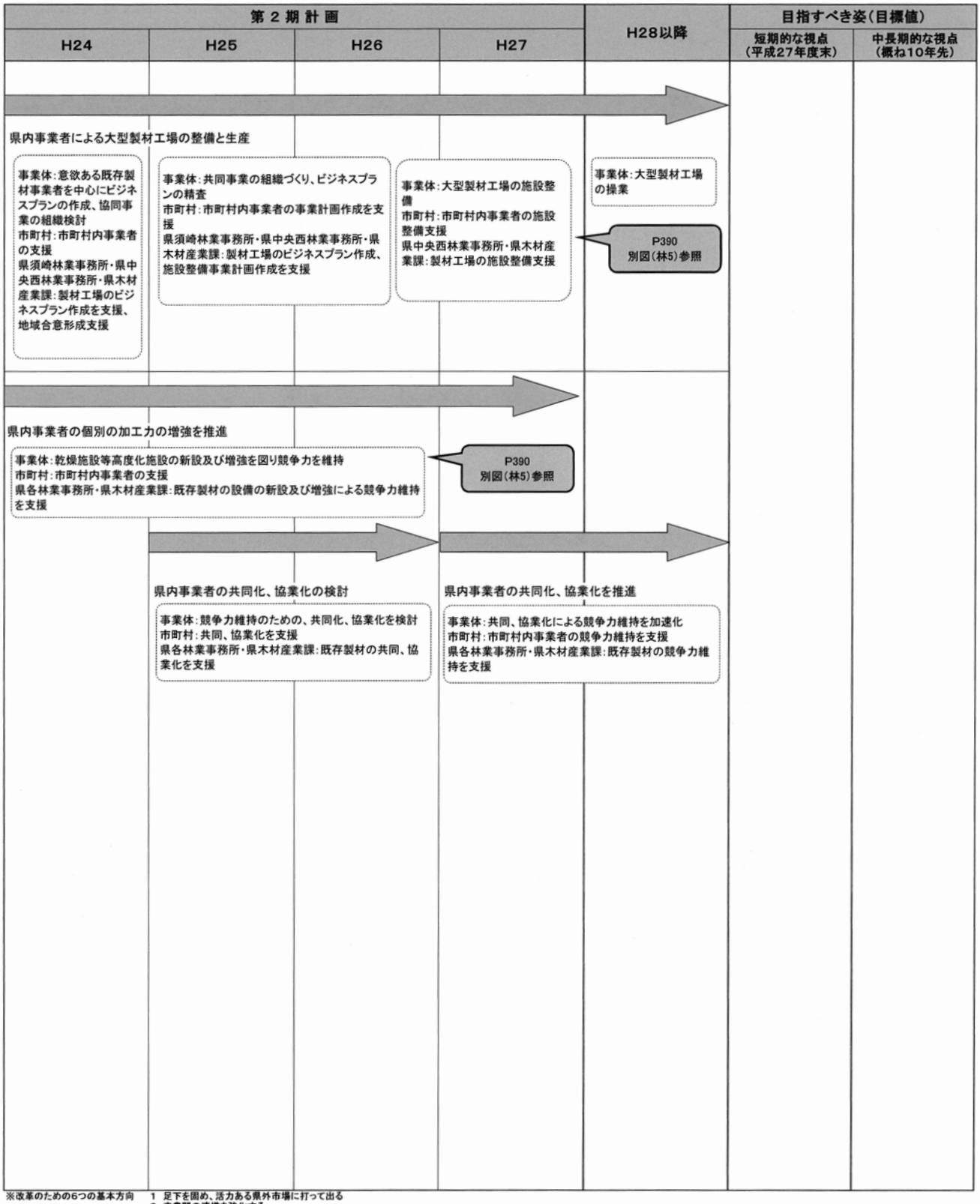

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

## 戦略の柱【2. 加工体制の強化】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 品質の向上と加工量の増大<br>(2) 県内加工事業体の生産力等の強化 | ◆県内の加工事業体の多くは、消費者ニーズに対応しきれず、生産量が年々減少している<br>◆中小零細な事業者が多く、乾燥設備等への設備投資が困難 | ・県内事業者の協業化等による加工力強化を推進<br>◆県内事業者による大型製材工場の設置に向けてプラン作りを支援 | ◆材価の低迷による原木の安定供給<br>◆高額となる施設整備費(支援補助金)の確保<br>◆輸入木材の為替変動による価格変動を回避するため、木材需要の国産化が進んでいる<br>◆全国各地に大型製材が誕生し、低価格・高品質製品が多量に流通することが予想される<br>◆製品価格の低迷等による経営環境の悪化から、必要な設備投資がままならない事業者が増加している | ◆○県内事業者による大型製材工場整備 | ○ | | ○ | | | |
| | | ・国の制度の対象外となる個別事業者の加工力増強のための支援制度を創設<br>◆県内既存製材の競争力の維持増進の推進 | | ◆★既存事業者の加工力の増強を推進 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】



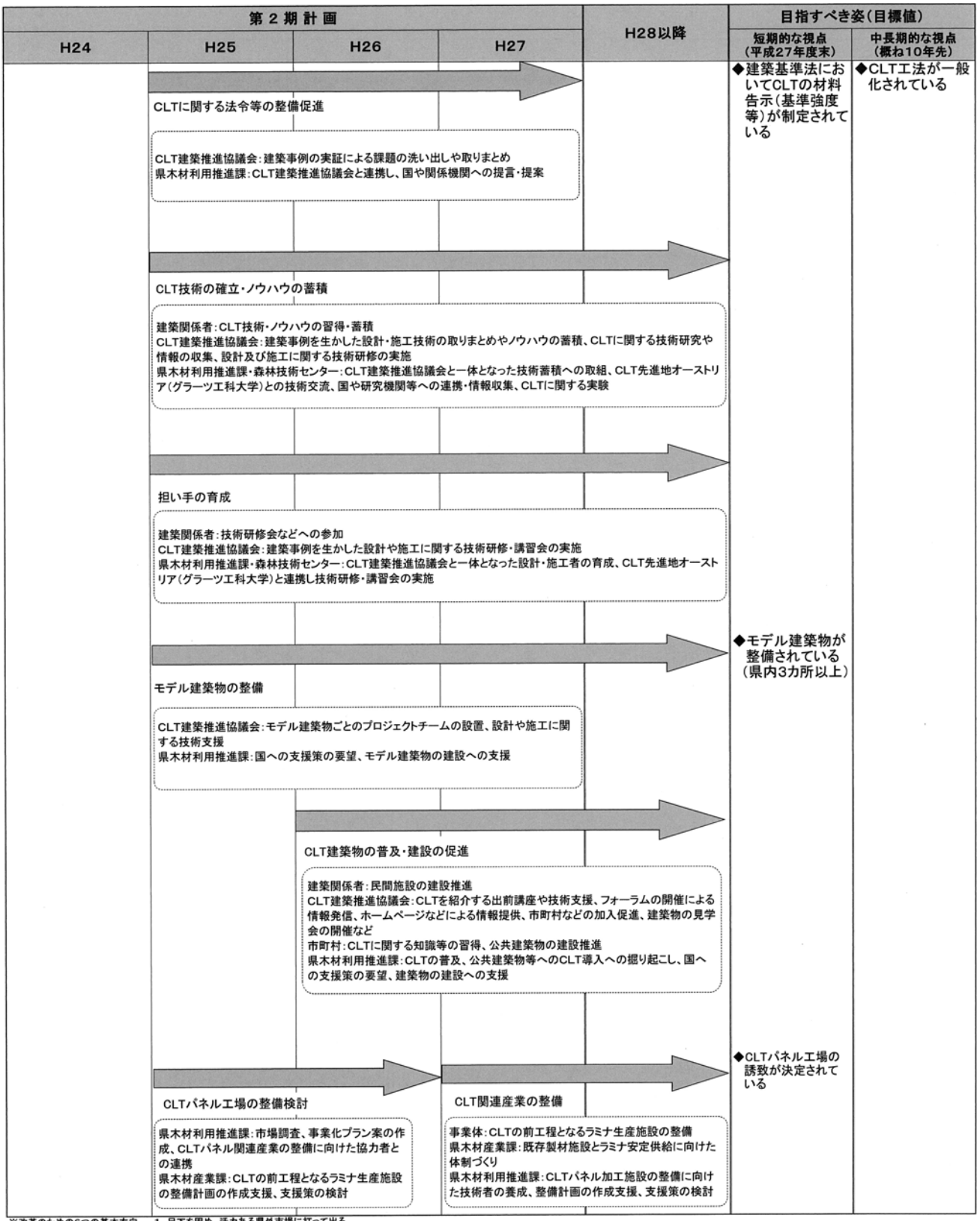

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

## 戦略の柱【2. 加工体制の強化】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. 品質の向上と加工量の増大<br><br>（3）高次加工施設の整備 | ◆開発された高付加価値製品の中に、飛躍的に需要拡大など期待できるものがある<br><br>◆先駆けて加工施設を整備することにより、新たな市場が開拓できる | ・CLT建築推進協議会の設立 | | ◆★CLT（直交集成板）の推進<br><br>P391<br>別図（林6）参照 | ○ | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】




※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

## 戦略の柱【3. 流通・販売体制の確立】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 地産地消・地産外商の推進<br>(1) 流通の統合・効率化 | ◆大消費地から遠隔地にあるとともに、取引単位が小さいことから、輸送コストがハンディとなっている<br>◆個々の事業体では営業力に限界があるため、市場に頼らざるを得ないが、年々売り上げは減少している | ・大消費地に流通拠点を設置（15カ所）<br>◆流通拠点を利用した土佐材の流通が進んだ | ◆流通拠点の利用を拡大し、土佐材流通量の増加に取り組む | ◆大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大<br>★県外中堅プレカット工場の販売先の確保 | ○ | | | | | |
| | | ・協同組合高知木材センターの設立<br>・共同輸配送や定期輸送体制の検討<br>◆協同組合高知木材センターによる製品流通を実施<br>◆関西方面への共同輸配送を実施 | ◆製品の高品質化と販売・供給力の強化 | ◆販売組織の抜本強化に向けた取組の促進<br>◎県外販売の窓口の一元化に向けた取組の促進<br>○共同乾燥等の共同事業による商品力と販売力の向上を支援<br>★販売窓口一元化に伴う加工力向上 | ○ | | | | | |
| (2) 販売力の強化【地産外商】<br>P392 別図（林7）参照 | ◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている | ・土佐材流通促進協議会の設立<br>・消費地商談会の実施<br>・産地商談会の実施<br>・展示販売会の実施<br>◆県内企業が一体化し、県外への活発な外商活動を開始 | ◆消費地商談会等の出席者へ継続的にアフターフォローを実施することにより、商取引につなげることが必要 | ◆大消費地への販路拡大<br>○消費地セミナーを、消費地商談会にステップアップし、新たな顧客との関係構築<br>○消費地商談会での新規顧客等に向けた、産地商談会の実施により商取引を拡大<br>○展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加 | ○ | | | | | |
| | | ・JAS認定取得への支援<br>・性能表示木材の流通支援<br>◆JAS認定工場が15社となり、性能表示木材の生産と流通が進んだ | ◆JAS製品の安定供給体制の確立<br>◆各JAS工場の出荷量の増加により、格付けにかかるコストを削減<br>◆県産JAS製品の市場評価を得る | ◆JAS工場の製品出荷量を増やして、JAS製品の安定供給体制を確立<br>○各JAS工場の製品出荷量の増加<br>○JAS認定（構造用製材機械等級）工場の拡大 | ○ | | | | | |
| | | ・トレーサビリティのガイドラインを作成<br>・産地を明らかにした規格化住宅の開発<br>・木づかい固定量認証制度の実施<br>◆地域材のブランド化や商品力が高まった | ◆付加価値を高める地域材のブランド化の推進 | ◆○産地や品質の証明など、地域材ブランド化を推進し、商品力を向上 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 拠点を活用した流通の効率化の推進<br>業界団体又は事業体：県外流通拠点の設置、定期便などロット販売による流通量の拡大と建築工程に応じた配送システムによる拠点利用を推進<br>県木材産業課：流通拠点を活用した流通の効率化を支援 | | | | | ◆流通拠点を利用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している | ◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている<br>◆製品市場の機能を改善・活用することで、営業力を強化し、消費者の求める製材品の質・量を確保、供給できている |
| | 県外中堅プレカット工場の販売先の確保<br>業界及び事業体：県外中堅プレカット工場への営業及び販売<br>県木材産業課：営業同行等の支援 | | 一元化された販売窓口による県外中堅プレカット工場の販売先の確保<br>一元化された販売窓口：県外中堅プレカット工場への営業及び販売<br>県木材産業課：一元化された販売窓口への支援 | | | |
| 販売窓口一元化の仕組みづくり<br>業界団体及び事業体：業界で連携し土佐材製品の販売を拡大するため、地産外商に関する販売窓口一元化の仕組みづくりと内航船を利用した大規模輸送や乾燥等の共同事業に取り組む<br>県木材産業課：販売窓口の一元化に向けた取組を支援（指導調整役） | | | 販売窓口一元化による製品流通の拡大<br>一元化された販売窓口：内航船輸送の定期化や木材乾燥等の共同事業の拡大により、品質が確保された製品の販売拡大を推進<br>県木材産業課：補助金等の支援 | | | |
| | 販売窓口一元化に伴う加工力向上<br>業界団体及び事業体：設備の計画策定<br>県木材産業課：計画策定の支援 | | 一元化された販売窓口による加工力向上<br>一元化された販売窓口：施設整備・加工施設の稼働<br>県木材産業課：補助金等の支援 | | | |
| 事業体や団体等と連携した営業活動の推進<br>事業体：消費地商談会の実施により新規顧客を獲得、消費地商談会を契機に産地へ呼び込み、商取引へ繋げる展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加<br>業界団体：商談会などの外商活動の場の設定<br>県木材産業課：県外事務所と連携した県の信用力を活かした営業支援の実施、販路拡大への支援 | | | | | ◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間 | ◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている |
| JAS表示製品の流通量の拡大<br>JAS認定工場：製品出荷量のJAS製品割合を増やし、安定的な供給体制を確立<br>業界団体：JAS製品流通量の拡大に向けたPR活動<br>県木材産業課：JAS製品の安定供給体制の確立、助成制度を活用した性能表示材の流通支援<br>県木材産業課：JAS認定（機械等級）の取得支援 | | | | | ◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている | ◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている |
| 地域材ブランド化の推進<br>事業体：産地や品質の証明など、地域材ブランド化に向けた取組<br>県関係課：高知県CO2固定量認証制度の適正な運用とPR | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 流通・販売体制の確立】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 地産地消・地産外商の推進<br>(2) 販売力の強化<br>【地産外商】<br>P392<br>別図（林7）参照 | | ・消費地の工務店等とのネットワークづくりを促進し、消費地で土佐材をPRする、「土佐材パートナー企業登録制度」を創設<br>◆平成26年度末<br>パートナー登録数<br>74社（団体）<br>◆木造住宅への土佐材利用が広まった | ◆まだまだ認知度不足のため、企業と連携し土佐材のファンを増やす取組を展開 | ◆土佐材パートナー企業の増加と邸別販売の拡大<br>○消費地商談会や産地商談会参加者のパートナー化による土佐材利用住宅の拡大<br>★県外中堅ビルダー販売先の確保、邸別部材「土佐パッケージ」の仕組みづくり | ○ | | | | | |
| 【地産地消】 | ◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている<br>◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている | ・県有施設及び市町村施設の木造化の推進<br>◆学校教育施設の木造化率で全国平均を上回る<br>3ヶ年平均（H24-26）<br>全国平均 17%<br>高 知 県 25%<br>・公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進<br>◆平成25年度<br>木材利用量 2,945m3<br>木製型枠の使用率<br>97%<br>工事用資材の木製品の使用率 93% | ◆今後もより一層の木造・木質化を進めるために、県の率先利用と市町村を含めた木を使う仕組みや意識の強化を図りながら、県産材利用の実効性を高めて行くことが必要 | ◆○公共事業や公共施設等での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大 | ○ | | | | | |
| | | ・県産材利用住宅への助成<br>◆戸建て住宅の木造率が平成24年から全国平均を上回る | ◆平成24,25年は全国平均を上回ったものの、今後も維持していけるよう取り組みの強化が必要 | ◆○県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援 | ○ | | | | | |
| | | ・木と人出会い館等による県産木造住宅の安全・安心のPR<br>◆平成25年度<br>放送回数 24回<br>平均視聴率 6.7% | ◆平均視聴率が下がってきており、取り組みの強化が必要 | ◆○木造住宅に関する情報発信の強化 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 県外での邸別販売による土佐材利用住宅の拡大<br>業界団体又は事業体：邸別販売による「顔の見える取引」の推進<br>県木材産業課：「土佐材パートナー企業」による、県産材の知名度向上と土佐材利用住宅拡大の取組を支援 | | | | | ◆県外の土佐材等の建築棟数150棟/年間<br>◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている | ◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている<br>◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている |
| | 県外中堅ビルダー販売先の確保<br>業界団体及び事業体：県外中堅ビルダーへの営業及び販売、土佐パッケージの基準など仕組みづくり | | 一元化された販売窓口による県外中堅ビルダー販売先の確保<br>一元化された販売窓口：県外中堅ビルダーへの営業及び販売<br>県木材産業課：一元化された窓口への支援 | | | |
| 県産材の率先利用と市町村の利用の拡大<br>市町村：公共建築物木材利用促進法の施行を受け、県方針に即した市町村方針の作成及び具体的利用の拡大、<br>県関係課：「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大<br>県木材利用推進課：市町村方針の作成指導、市町村の利用の支援 | | | | | ◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている<br>◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている<br>◆県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている | ◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材があらゆるところで積極的に使用されている |
| 県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援<br>県民：県産木材の積極的な利用<br>県木材利用推進課：幼稚園、保育園、小学校、中学校や民間施設への木製品の導入に対して支援、木製品カタログを活用した県外へのPRの強化 | | | | | | |
| 県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援<br>建築関係団体：県と連携して事業の講習会を開催し積極的にPRを行う<br>県木材産業課：県産材利用住宅への助成制度により木材需要の拡大を促進<br>県関係課：CO2固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進<br>県木材利用推進課・県住宅課：県産材による居住性能の高い住宅の技術開発及び供給体制の整備 | | | | | | |
| 森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動を展開<br>高知県木材普及推進協会：新たな仕組による情報発信及び次年度以降の体制の検討<br>県木材利用推進課：木材普及推進協会との連携による実施 | 高知県木材普及推進協会：新たな体制による情報発信の実施<br>県木材利用推進課：木材普及推進協会との連携によるPR活動の実施 | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【4. 木質バイオマス利用の拡大】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. マテリアル ＋ エネルギー利用の推進 | | | | | | | | | | |
| 【原料供給対策】<br>P393 別図（林8）参照 | ◆ペレットが規格化されておらず、メーカーにより品質のばらつきがある<br>◆利用が進んでいるのは主としてペレット | ・燃料用未利用資源の収集を支援<br>◆端材等の搬出に対する支援により木質バイオマス原材料が増加<br>・木質ペレット製造施設の整備への支援<br>◆既存の木質ペレット製造施設の見直しを行い、品質の向上や安定生産が可能となった<br>◆新たな木質ペレット製造施設が整備され木質ペレット供給量が増加 | ◆ペレット以外の燃料形態は需要供給ともに普及していない<br>◆年間を通して計画的な木質ペレットの生産が出来る体制の整備が必要<br>◆木質バイオマス利用量の増加に伴い原料となる原木の安定供給体制の整備が必要 | ◆◎原木や林地残材の搬出に対する支援 | | ○ | | | | |
| | | | | ◆◎木質バイオマス燃料の安定供給 | ○ | ○ | | | | |
| 【利用促進対策】<br>P393 別図（林8）参照 | ◆多様な産業分野で木質バイオマスの利用が進みはじめた<br>◆施設園芸では、施設内加温のため化石燃料による暖房機の利用が広く普及している | ・木質バイオマスボイラーの導入への支援<br>◆平成21年度以降、木質バイオマスボイラーの導入が大幅に拡大<br>◆製紙業や養鰻業など、新たな業種での木質バイオマスボイラーの導入が進むなど、今後の展開への可能性が拡大<br>・「木質バイオマス燃焼灰の自ら利用の手引き」の公表<br>◆農業利用の燃焼灰の自ら利用の方法を整理したことで、有効利用が進み始めた | ◆イニシャル、ランニングのコスト高が利用拡大の障害となっている<br>◆燃料用以外での用途が限られている<br>◆燃焼灰の自ら利用の方法をより広く周知する必要がある | ◆○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化 | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | **木質バイオマス年間利用量 40万3千トン** | **木質バイオマス年間利用量 53万トン** |
| 林地残材等の搬出への支援 | | | | | | |
| 事業体等：燃料向け低質材の効率的な搬出、小規模自伐型による供給の仕組みづくり<br>県木材増産推進課：端材等の搬出に対する支援<br>県木材利用推進課：小規模自伐型による供給の仕組みづくりの支援 | | | | | ◆林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている<br>◆森林からの収集量 23万5千トン | ◆林地残材、製材端材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている<br>◆森林からの収集量 33万8千トン |
| 需要の拡大に合わせた燃料の供給施設の追加整備 | | | | | ◆製材工場等からの収集量 16万8千トン | ◆製材工場等からの収集量 19万2千トン |
| 事業体：新たな生産施設の整備<br>県木材利用推進課：新たな生産施設整備の支援 | | | | | | |
| 木質バイオマス燃料の品質調査と品質確保 | | | | | | |
| 県木材利用推進課・県森林技術センター：県内流通製品の品質調査 | | | | | | |
| 県木材利用推進課：木質ペレットの規格化に向けた調整 | | | | | | |
| 木質バイオマス燃料の安定供給 | | | | | | |
| 県内燃料製造事業者：品質の安定した製品の供給 | | | | | | |
| 県内燃料製造事業者：品質・規格を明らかにした木質ペレットの供給 | | | | | | |
| 木質バイオマスボイラーの改良・低コスト化 | | | | | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている<br>◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている |
| 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改良<br>県関係課：機器開発への支援 | | | | | | |
| 木質バイオマス利用の普及 | | | | | | |
| 県関係課：導入事例の分析、広報素材の作成、関係業者等への広報及びマテリアル利用の拡大に向けた取組事例の紹介、県施設での率先利用及び関係機関への導入要請 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【4. 木質バイオマス利用の拡大】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. マテリアル ＋ エネルギー利用の推進<br>【利用促進対策】<br>P393 別図（林8）参照 | | | | ◆○燃焼灰の適正処理 | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆○コスト差を埋める支援の仕組みの検討 | ○ | ○ | | | | |
| 【事業化対策】 | ◆各地で意欲ある事業者がそれぞれ木質バイオマスボイラーを導入<br>◆燃焼灰処理は各者それぞれで実施<br>◆重油価格の上昇を背景に、施設園芸では生産コストが上昇し、経営を圧迫している | ・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を設立<br>・安芸地域において地域循環システムの設定に向けて協議が始まる<br>◆協議会の設立により関係者の情報交換と事業者間の交流が始まる<br>・木質バイオマス発電2ヵ所の事業化支援<br>◆高知市と宿毛市の2ヵ所に木質バイオマス発電施設が整備され、固定価格買取制度による売電が始まる | ◆木質バイオマス利用には課題が多く、関係者個々での対応は困難<br>◆散発的に燃料供給施設整備、ボイラー導入が進むと非効率で広がりにくい<br>◆原木の増産にともない発生する林地残材の発電施設での活用などの対策が必要<br>◆発電に供する木質バイオマスの証明ガイドラインの適正な運用 | ◆○推進体制の強化 | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆◎需要側を中心とした集団化による効率的な事業展開（システム化による利用を促進） | ○ | ○ | | | | |
| | | | | ◆★木質バイオマス発電の推進 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている | ◆発電施設における化石燃料との混焼施設や、ビニールハウスの加温用設備、事業所や家庭用の冷暖房機の普及と、その燃料として、木屑や木質ペレット等が広く利用されている<br><br>◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている |

**燃焼灰有効利用の推進**

県関係課：燃焼灰の自家利用のための手引きの策定と関係者への周知

県関係課：利用現場での実態を踏まえ、必要により手引きの見直しと関係者への周知を徹底、燃焼灰の有効利用の取組推進

**仕組みの検討**

県関係課：排出量取引など国内外の情報を把握し、有効な手法を検討

**普及促進への体制づくり**

木質バイオマスエネルギー利用促進協議会：参加者の拡大、協議内容等の拡充
県木材利用推進課、県産地・流通支援課：上記協議会運営の支援

**地域循環利用の仕組みの構築**

安芸地域関係事業者：県内を先導するビジネスモデルとしての実践と検証
市町村：県と連携し事業者のサポートと補助事業による支援
県関係課：事業者のサポートと補助事業による支援

**地域循環利用の実践**

他地域関係者：先導的な事例の導入とアレンジにより地域にあった取組を実践
市町村：県と連携し事業者のサポートと補助事業による支援
県関係課：先導的事例のPRと他地域への展開

**集約型地域熱利用システムの検討**

県木材利用推進課：市町村と連携し候補地の選定

**集約型地域熱利用システムの実施**

事業実施者（市町村を含む）：具体的な事業の実施と検証
県木材利用推進課：事業実施を支援するとともに、事業実施者と連携して取組の検証

**木質バイオマス発電の検討**

事業者：木質バイオマス発電施設の検討、整備計画の作成
県関係課：再生可能エネルギーによる電力の固定価格買取制度の内容を踏まえ事業化に向けて事業体との調整、整備計画の作成支援

**木質バイオマス発電の推進**

事業者：木質バイオマス発電施設の整備
県関係課：関係者間の調整及び補助事業による施設整備支援

事業者：木質バイオマス発電所の操業
県木材利用推進課：関係者と連携した発電事業の推進支援

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【5. 森のものの活用】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 森の恵みを余すことなく活用<br>(1) 特用林産物等の生産の振興 | ◆中山間地域は高齢化・人口減少が続いている<br>◆食の安全・安心や、自然への関心が高まっている<br>◆特用林産物をはじめ、森の資源が活かしきれていない<br>◆都市部での自然志向は高まっているが、中山間地域との交流人口は増えていない | ・キノコや木炭など特用林産物の生産活動への支援<br>（安芸地域）<br>土佐備長炭の生産、出荷、販売体制の強化<br>（嶺北地域）<br>シキミ、サカキの生産拠点づくり<br>（仁淀川地域）<br>シキミ、サカキの販路の拡大<br>（高幡地域）<br>シイタケ生産の拡大<br>（幡多地域）<br>備長炭生産拠点の整備<br>・特用林産就業者の育成<br>◆H22から土佐備長炭やシイタケ生産について研修を実施し、6名が就業 | ◆動き始めた取組の定着<br>◆地域アクションプランにまで上がらない各地域の取組の掘り起こし<br>◆研修修了者が地域で定着できる体制づくりが必要 | ◆○普及指導員による生産技術の普及 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR<br>○市町村と連携した総合的な支援 | ○ | | | | ○ | ○ |
| | | | | ◆販売体制への支援<br>○市町村と連携した情報発信<br>○東京アンテナショップ等地産外商基地と連携した情報発信や販売力の強化 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいるまた、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている | ◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得が向上しているまた、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている |

地域に適した特用林産物の生産の促進

県木材産業課・県森づくり推進課・県各林業事務所：生産技術の普及に向けた検討会や研修会の開催、生産技術の向上に向けた情報提供や販路拡大へ向けた支援

特用林産物の生産活動の支援

地域林業者等：施設整備など生産コストの削減等による積極的な生産活動
県木材産業課：市町村との連携強化や補助制度を活用した地域発の取組を支援

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
県木材産業課・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

特用林産物の販売体制への支援

地域林業者等：道の駅など販売チャネルの確保やインターネットを活用した販売
県木材産業課：補助制度を活用した顔の見える安全・安心な特用林産物の販売への支援、産地特有の個性ある情報を消費者に情報発信する取組への支援、首都圏アンテナショップなどを活用した特用林産物に関する情報発信や販売の強化への支援

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【6. 健全な森づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 循環型の林業を持続 | | | | | | | | | | |
| (1) 持続可能な森林づくり | ◆成林までに要する施業（再造林、保育施業）のトータルコストが高く、再造林が困難<br><br>◆シカの生息密度が大幅に増大しており、森林環境への悪影響が深刻化している | ・森林境界の明確化に関する事業の促進<br><br>◆加速化事業等により、境界明確化を実施 | ◆森林経営計画の策定と実行<br><br>◆地域の実情に応じた持続的な森林経営プランが必要 | ◆森林経営計画の策定等の推進<br><br>○計画策定に向けた森林境界の明確化の促進 | | | ○ | | | |
| | | ・再造林について造林事業への嵩上げ支援を実施<br><br>◆H25再造林面積65ha<br><br>・市町村に対する再造林支援の働きかけ<br><br>◆11市町村が継ぎ足し支援を実施<br><br>・再造林や保育作業の省力化の検討<br><br>◆低コスト育林指針の策定 | | ◆再造林への支援、省力化の検討<br><br>★再造林への県単独事業による支援<br><br>P394<br>別図（林9）参照<br><br>★林業用苗木の確保 | | | ○ | | | |
| | | ・6林業（振興）事務所でシカ食害に対するモニタリング調査を実施<br><br>・林業（振興）事務所と獣害の情報共有<br><br>◆獣害に対する認識が高まった<br><br>・シカ食害防止ネット等の設置（H24～H26.12）30,009m<br><br>◆115haの森林を保護 | ◆獣害（シカ、ウサギ等）により確実な更新が困難 | ◆獣害対策の支援<br><br>★植林の食害防除のため県単独事業による支援 | | | ○ | | | |
| (2) 荒廃森林の解消 | ◆水源かん養や災害防止など森林のもつ公益的機能が注目されており、特に近年森林吸収源対策としての森林整備が求められている<br><br>◆適正に管理されず荒廃が懸念される森林が増加している<br><br>◆林業の採算性が悪化し、森林所有者の経営意欲が減退している<br><br>◆小規模な森林所有者が多く、森林所有者の高齢化や世代交代により、森林の所在地や境界が不明になるなど、森林の情報が失われつつある | ・市町村、森林組合等への説明会の実施<br><br>・市町村広報誌や林業機関誌等への掲載による森林のPR<br><br>◆市町村や森林組合等への森林整備のPR活動や説明会の実施を継続してきたことにより、補助事業等を活用しH25までの2年間で約1万haの間伐を実施<br><br>・森林の管理代行などの仕組みづくりの検討<br><br>◆森林管理手法検討委員会を設置し、モデル事業の実施結果等をもとに管理の手法や経費について取りまとめを行った。また国による制度化などが一定図られた | ◆保育コスト高等から適切な手入れがされず荒廃森林が発生 | ◆保育間伐の推進<br><br>○補助事業による間伐の推進 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆持続可能な森林づくりが行われている | ◆持続可能な森林づくりが行われている |
| 計画策定に向けた境界明確化の促進<br>事業体：森林境界の明確化を実施<br>市町村：森林所有者情報の提供等事業体への支援<br>県森づくり推進課：森林境界の明確化への支援 | | | | | | |
| 再造林への支援<br>事業体：再造林の補助制度を活用した伐採跡地の更新<br>県木材増産推進課：更新に必要な再造林への支援 | | | | | | |
| 省力化の検討<br>県木材増産推進課・県森林技術センター：再造林や保育作業の省力化によるコスト縮減 | | | | | | |
| | | 低コスト施業の普及・推進<br>事業体：低コスト造林、育林の実施<br>県木材増産推進課・県各林業事務所：低コスト造林、育林方法の普及・指導 | | | | |
| | | | 苗木の確保<br>生産者：コンテナ苗等の生産の取り組み<br>県木材増産推進課・県森林技術センター：ミニチュア採種園の整備、生産施設整備への支援、生産技術の指導 | | | |
| 獣害対策の支援<br>事業体：獣害対策の実施<br>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 | | | | | | |
| | | | | | ◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている | ◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている |
| 間伐の推進<br>事業体：保育間伐の実施<br>県木材増産推進課：補助による間伐への支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【6．健全な森づくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．循環型の林業を持続<br><br>(2) 荒廃森林の解消 | | ・「協働の森」の協定締結件数<br>H20年度末：39件<br>→H27.1月末：62件<br>・間伐等<br>H20年度末：663ha<br>→H25年度末：2,937ha<br>・交流活動<br>（H21～H27.1）<br>244件、14,619人<br><br>◆パートナーズ協定企業数の増加や企業間のネットワーク等により協働の森の認知度が高まり、順調に協定件数は推移している | ◆高知市近辺や四万十川流域など特定の市町村に協定が集中している<br><br>◆協働の森による多種・多数の企業とのパイプが、庁内で十分に活用されていない<br><br>◆市町村有林の整備が進み、協定森林候補地が少ない地域がある | ◆○県民参加や企業支援による森林管理の促進 | | | ○ | | | |
| | | ・森林を活用した排出量取引のスキームづくり<br><br>◆環境省のJ-VER制度におけるCO2削減プロジェクトで、第1号登録及び、CO2森林吸収プロジェクトでも都道府県第1号登録により、クレジット創出と販売において、全国的にもトップクラスの成果を上げることができた<br><br>◆高知県J-VER制度の創設により、県内のプロジェクトの取組が普及拡大した<br><br>◆プロジェクト事業者の経費負担軽減と審査レベル向上のため地方検証人を育成した<br><br>◆営業販売活動における、東京事務所との連携により、県のクレジット活用が拡大した<br><br>【実績値】<br>◆J-VERｸﾚｼﾞｯﾄの発行<br>・木質資源エネルギー活用事業<br>20,257t-CO2<br>（H27.1末）<br>・森林吸収量取引ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄA,B<br>2,305t-CO2<br>（H27.1末）<br>◆J-VERｸﾚｼﾞｯﾄ販売<br>・削減：195件、<br>8,686t-CO2<br>・吸収：13件、48t-CO2<br>（H27.1末）<br>◆高知県J-VERﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ<br>・登録11件、認証16件<br>認証(発行)量<br>9,206t-CO2<br>（H27.1末）<br>◆高知県版J-ｸﾚｼﾞｯﾄ制度<br>・H25.10.1認証<br>・H25.10.15募集開始<br>・H27.1.20排出削減系方法論追加<br>◆高知県版J-ｸﾚｼﾞｯﾄﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ<br>・登録11件 | ◆未利用林地残材等木質バイオマス活用の更なる推進<br><br>◆J-VER販売の新たな戦略<br><br>◆高知県版J-クレジット制度の普及促進による案件拡大とクレジット販売サポート | ◆オフセット・クレジット（J-VER）制度、高知県版J-クレジット制度を活用した森林整備及び木質バイオマス利用の推進<br><br>○CO2排出削減プロジェクトの推進<br><br>○CO2吸収プロジェクトの推進<br><br>P395<br>別図（林10）参照 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆協定森林の間伐面積<br>3,300ha<br>（H18～H27） | ◆協定森林の間伐面積<br>5,300ha<br>（H18～H33） |
| 協働の森づくりの推進<br>パートナーズ企業・団体：協賛金の提供、地域との交流<br>市町村：協賛金を活用した森林整備の推進<br>県林業環境政策課：「協働の森づくり事業」参画の呼びかけ | | | | | | |
| 排出量取引の推進<br>事業体：住友大阪セメント㈱高知工場における木質バイオマスの混焼<br>県環境共生課：CO2排出削減プロジェクト事業の実施 | J-クレジット制度の推進<br>事業体：未利用林地残材を主体とした木質バイオマス利用の推進<br>県環境共生課：J－クレジット制度の普及、事業体の取組支援<br>県環境共生課：J－クレジット制度の存続 | | | 県環境共生課：国の中長期計画に対応した制度の推進 | ◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている<br>◆J-VER削減クレジット<br>18,000t-CO2<br>（現在のプロジェクト期間内～H25.3）<br>◆J-VER吸収クレジット<br>60,000t-CO2<br>（現在のプロジェクト期間内～H25.3） | ◆間伐の必要性が周知されるとともに、森林保全管理が新たな環境ビジネスとして展開されている<br>◆オフセット・クレジット(J-VER)制度、排出量取引制度が温暖化対策の手法として定着している |
| J-VER販売の強化<br>県環境共生課：全国J-VER自治体会議・企業マッチングイベント・J-VER活用企業エクスカーション会の開催、販売促進用パンフ等営業ツールの作成・配布 | 県環境共生課：活用目的の拡大（遵守目的活用の検討） | | | | | |
| J-VER販売の新戦略を検討<br>県環境共生課：プロバイダを活用した販売と新たな市場の検 | | | | | | |
| 森林吸収量取引(CO2吸収)プロジェクト事業の推進<br>県環境共生課：県J－VERプロジェクトの拡大 | 高知県版J-クレジット制度の推進<br>県環境共生課：地域版制度の存続<br>事業体・市町村：高知県オフセット・クレジット認証センターでの森林管理プロジェクト及び排出削減系プロジェクトの申請・登録・クレジット発行の運営・管理業務<br>①登録プロジェクトのクレジット発行にかかる永続性管理<br>②登録プロジェクトのクレジット発行管理<br>③ブランド化 | | | | | |
| 高知県J-VER制度及び高知県版J-クレジット制度のサポート強化<br>県環境共生課：販売・流通の機会を提供 | | | | | | |
| オフセット・クレジット制度に関する検討<br>県環境共生課：第一約束期間満了後における新たな排出量取引制度の方向性について情報収集及び対応の検討 | オフセット・クレジット制度に関する対応<br>県環境共生課：第一約束期間満了後における新たな排出量取引制度に迅速に対応 | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱1．原木生産の拡大　【森の工場の整備・推進】

別図（林1）

**対策のポイント**

収益性の向上、林業就業者の確保と育成を進めるため、施業の集約化や森林整備（間伐実施、作業道開設など）、生産活動（機械整備、作業システムの確立、間伐材の搬出）を支援します。

## 1 作業道整備

・新規開設

## 2 高性能林業機械等整備

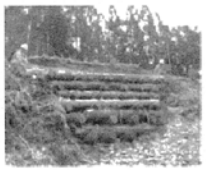
・高性能林業機械等の整備
・高性能林業機械等のﾚﾝﾀﾙ

機械導入等
レンタル

## 3 林内路網アップグレード事業

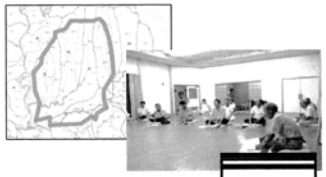
・既設作業道等における機能の強化や災害復旧

ｺﾝｸﾘｰﾄ舗装



災害復旧

● 森林の集約化
（森林整備活動支援交付金の活用）



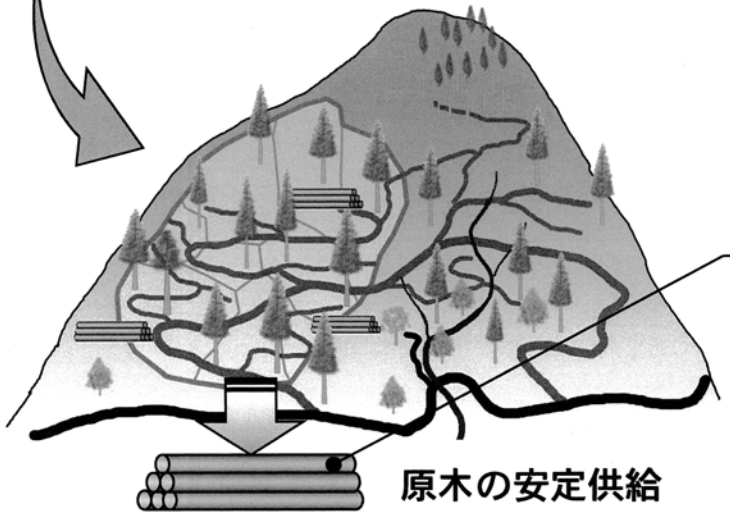
・合意形成
・資源調査
・プランニング

**集約化された施業林地**
**（森林）**

必要な生産基盤
（路網・林業機械）

優れた林業事業体
（経営者・技術者）

H27末目標　69,800ｈａ



**原木の安定供給**

● 林業普及指導員、森林技術センターによる支援
● 各種研修会への参加　など

・新たな作業システムの試行に伴う調査等
・調査結果に基づく研修会
・技術の習得
・情報の提供
・経営計画作成支援　など

## 4 間伐材搬出支援

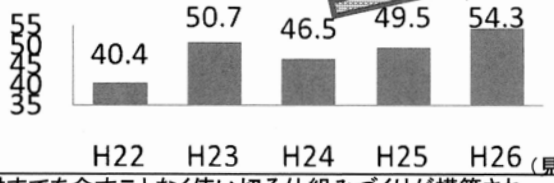
・一般用材、チップ等端材

# 成長戦略の柱１．原木生産の拡大　【新たな林業学校の設立】

別図（林2）

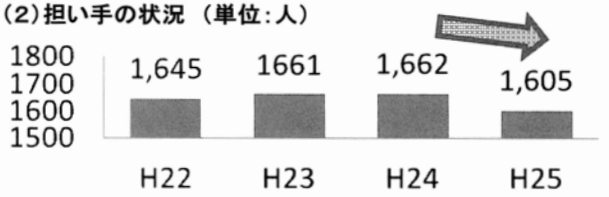
## 高知県の林業の現状と見通し

（1）原木生産量の状況　（単位：万㎥）




A材からC材までを余すことなく使い切る仕組みづくりが構築され、
今後の増産が期待できる
・A材→加工体制の強化（高知おおとよ製材等）による消費の拡大
・B材→CLTの推進による消費の拡大
・C材→木質バイオマス発電所の整備による消費の拡大

（2）担い手の状況　（単位：人）




近年増加傾向だったが、平成25年度は大幅に減少
60歳以上の占める割合は35%と大きく、高齢化のさらなる進展が懸念される

今後の林業の新たな担い手をさらに育成していく必要がある

## 現行の担い手育成の取り組み

＜現状＞

- ●緑の雇用事業集合研修・・・新規就労者を対象としたOJT研修や集合研修
- ●高校生林業体験講習・・・林業就業希望者や高校生を対象とした林業体験研修
- ●小規模林業推進協議会・・・林業活動の情報共有や森林・林業の知識・技術の修得等のスキルアップへの取り組み

＜課題＞

| | |
|---|---|
| ●林業就業者や自伐林家の方々が林業経営等を学び直しする機会が十分でない。 | ●林業活動実践者のさらなる意欲の向上や知識・技術のスキルアップのための場の提供 |
| ●就業前の人材育成が十分な担い手の確保に至っていない。<br>●労働条件の改善が進んでいないことなどから、年々、定着率が下がる傾向にあるため、離職を防止する取り組みへのニーズが高まっている。 | ●実践的な技術・知識を持ち、即戦力として就業できる人材の育成<br>●育成した人材の事業体とのマッチング強化 |
| ●事業体の経営改善のためには、経営能力を持った人材の育成が必要<br>●既存の担い手育成事業は技術養成が主であることから、森林経営やCLTなど最先端の技術を持つ人材の育成につながらない。 | ●林業事業体等の持続的な経営を支える高度で専門的な人材の育成 |

## 新たな林業学校（仮称）の設立

［林業学校（仮称）のイメージ］

| コース | 育成する人材 | 研修内容 | 定員 | |
|---|---|---|---|---|
| 短期コース | ●林業活動実践者の知識・技術のスキルアップ　など | ・森林経営　・鳥獣対策　など | コースにより定員を設定 | 平成27年4～6月開講 |
| （自伐林家向けコース） | ●自立し、事業展開ができる自伐林家 | ・小規模林業経営 | 20人 | |
| 基礎コース（緑の青年就業準備支援事業） | ●実践的な技術・知識を持ち即戦力となる人材 | ・森林科学　・森林施業<br>・森林・林業経営　・木材利用　など | H27. 28は10人 | 平成27年4月開講 |
| 専攻コース | ●林業事業体等の持続的な経営を支える高度で専門的な能力を持った人材 | ◆森林経営　◆加工流通販売<br>・森林管理　・経営戦略<br>・森林環境　・ＣＬＴ　など | 20人 | 平成29年4月開講を目指して検討<br>設置検討会の運営 |

※研修内容や定員の詳細は今後検討

日本一の林業学校を目指す！

# 戦略の柱１．原木生産の拡大　【小規模林業の推進】

別図（林３）

## 課題

**道具**

一定の初期投資が必要

**間伐作業道等**

支援制度が不十分

**事業地**

確保できない

**技術力向上**

研修を受ける機会がない

**安全対策**

安全対策が不十分

## 小規模林業者とは

- 自伐林家
- 一人親方
- NPO法人
- ボランティア団体
- 地域おこし協力隊
- 林研グループ

総勢約1，500名

会員登録／情報提供／会員登録／ネットワークの拡大／会員登録

## 高知県小規模林業推進協議会

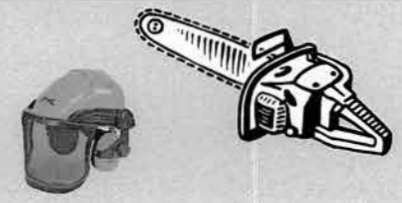
**活動内容**

- ○情報共有
- ○スキルアップ研修
- ○活動報告
- ○意見交換要望

## 政策パッケージ

### 道具

◇活動を実施するために必要な資機材購入
◎林業機械のレンタル
◎研修受講者に対して安全防具を支給



### 間伐・作業道等

◇搬出間伐、作業道開設
◎小規模林業支援
・木材の搬出を伴う間伐支援
・作業道開設等への支援（開設、路面整備、作業ポイント）
◎木質バイオマス中間土場運営支援
・ポータブル型車両重量計の導入等

### 事業地

◎公有林等の活用などを協議会において検討

### 技術力向上

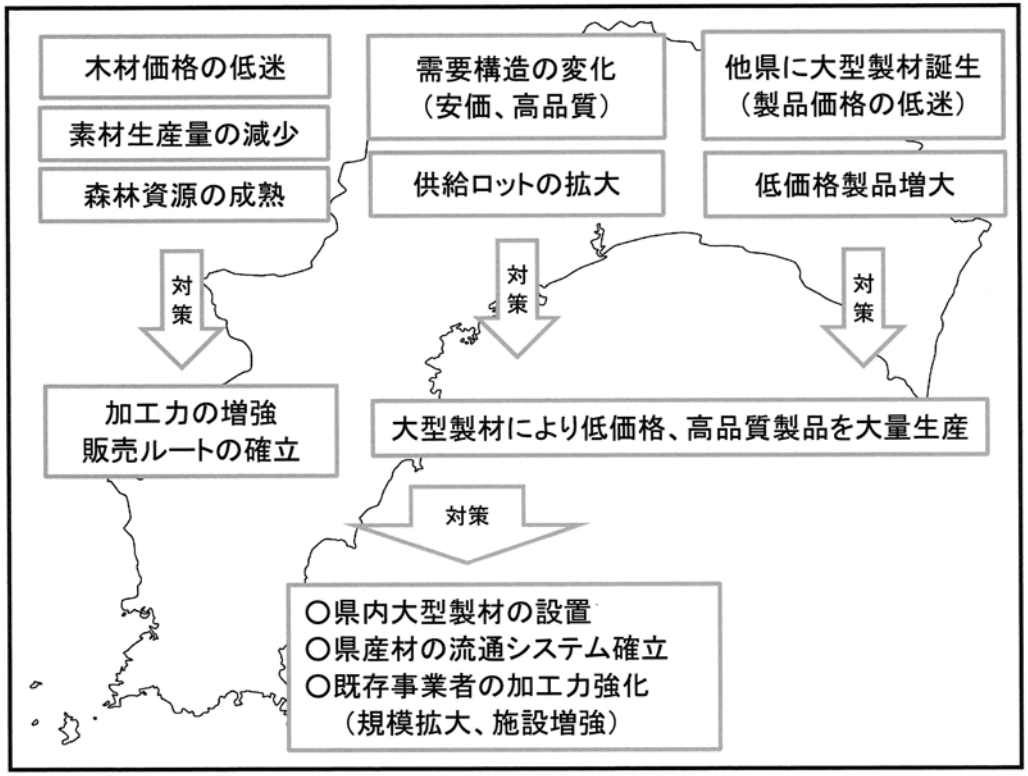
◇副業型林家育成のためのOJT研修の実施
◎小規模林業推進協議会における実地研修
◎林業学校における研修（H27.4～）

### 安全対策・その他

◇協議会運営（協議会の開催、協議会HP）
◎安全対策
・アドバイザー派遣《現場指導者の派遣》
・傷害総合保険加入促進支援《傷害総合保険加入に要する掛け金の支援》
・実践現場安全点検パトロール《安全指導員の巡回による労働安全指導》

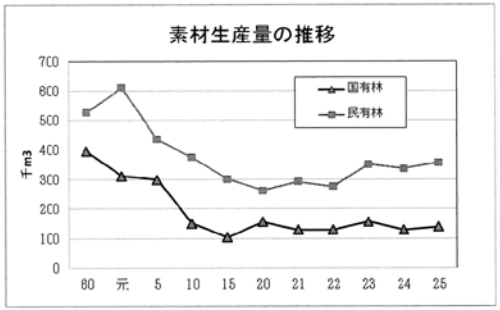
# 戦略の柱2. 加工体制の強化 【大型加工施設の整備】

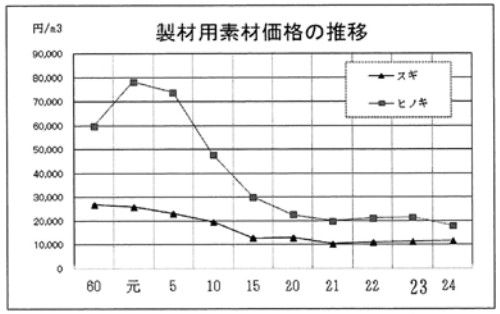
別図（林4）




**【現況】**

県内の森林資源は、人工林の蓄積量は約1億5千万m3（H21）となり、膨大な森林資源の活用が課題となっている。一方、木材価格の低迷等から、素材生産量は減少している。




**【新流通加工体制】**

| 素材生産 | 流　通 | 加　工 | 販　売 |
|---|---|---|---|
| ○施業集約化の推進<br>○皆伐と間伐のミックス<br>○生産性の向上<br>○山元還元の拡大<br>○事業地を先行確保<br>○生産量、品質の安定化 | ○協定供給の推進<br>○流通量の増大 | ○競争力ある大型製材設置<br>○既存事業者の競争力増強<br>○既存製材の施設増強<br>○既存製材の品質向上<br>○CLT等高付加価値材の製品化 | ○低価格、高品質製品の販売<br>○大手ビルダー等へのロット販売<br>○県産材の商品力アップ<br>○邸別販売の強化 |

**関　連　産　業　全　体　を　嵩　上　げ**

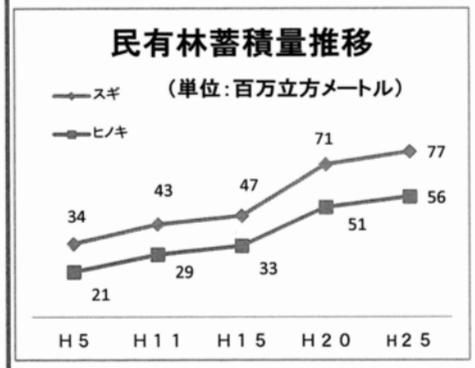
# 戦略の柱２．加工体制の強化　　【県内加工事業体の生産力等の強化】

別図（林5）

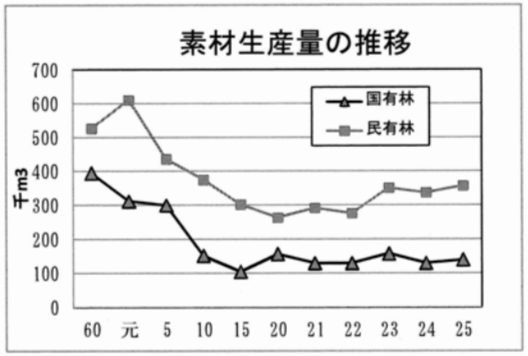
【林業・木材産業の状況】

## 林業

### 森林資源の成熟



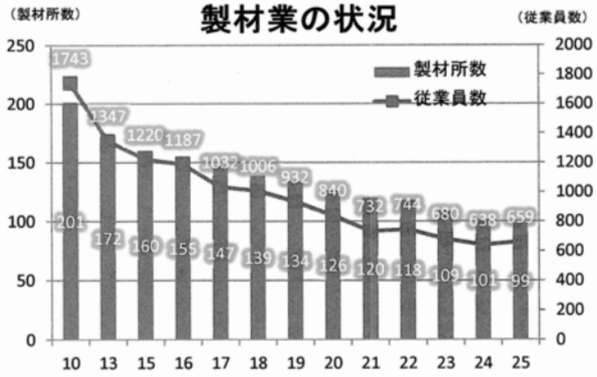

### 素材生生産量の減少




## 木材産業

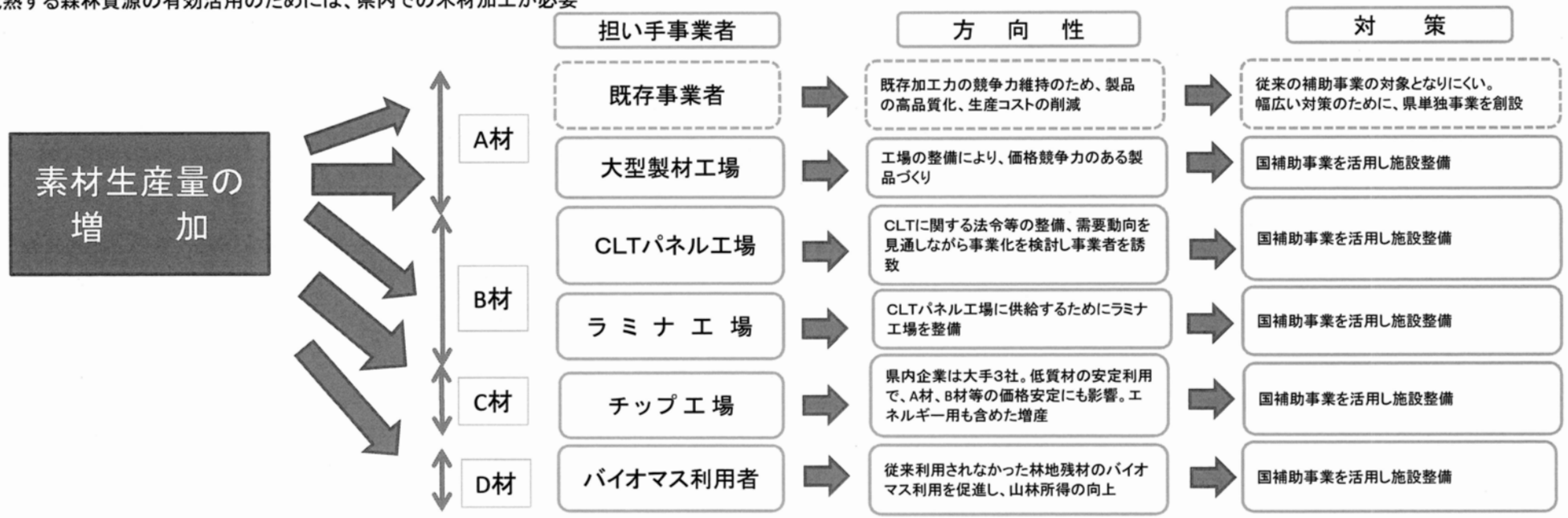
### 加工力の減少

◆製材工場数
　H25　99工場（H10対比　49.3%）
◆従業員数
　H25　659人（H10対比　37.8%）
◆漸減の要因
　・住宅着工戸数の減
　・外材の流入
　・木材価格の低迷
　・低コスト化、高品質化への取り組みの遅れ
　・経済不況 など




【対策】

成熟する森林資源の有効活用のためには、県内での木材加工が必要



# 戦略の柱2. 加工体制の強化【CLTパネル関連産業の育成】

別図(林6)

■現状
- ○ 国ではCLT建築物に関する基準づくりに着手
- ○ 住宅メーカー等は、**関心がある一方で動向を見守っている**状況
- ○ そのため、現時点では**具体的な需要ニーズの把握は難しく、需要の見通しが不明確**
- ○ **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は木材利用の新たな分野での取り組みであり、**効率的な工場運営の核となる技術者が少ない**
- ○ **国産材ラミナは外材に比べてコストが高く、供給量が少ない**

**■課題**
- **●ＣＬＴ建築物の需要拡大**
  - ・一般的な部材及び工法として標準化
  - ・コストの抑制
  - ・事例の積み重ねによるノウハウの蓄積
- **●技術者等人材の育成**
  - ・設計、施工技術者
  - ・パネルの製造技術者
- **●国産材ラミナの安定供給体制の整備**

## ■具体的戦略

### ◆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**
- ● パネル工場
  - ・パネル工場の整備に向けて、**核となる技術者を実践的に育成**

### ◆ラミナ供給体制の整備 (ＣＬＴパネル用の原材料の確保)

- ● CLTパネル工場の稼働に合わせて、ラミナ必要量を確保
  - ・**新たなラミナ工場の施設整備**
  - ・既存製材工場と**安定供給に向けた体制を構築**

**◆原木の安定供給に向けた官民連携による取り組みの推進**

### ◆県が率先してＣＬＴパネルの需要拡大を推進

**●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**
- ・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**

**●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に向けた提案
- ・国の関連施設での活用への提案
- ・CLTの普及に向けたPR
- ・民間施設への普及拡大

**推進ネットワークを構築し、各方面で連携してCLTを推進**

# 戦略の柱３．流通・販売体制の強化　【地産外商の推進】

別図（林7）

PR・販路拡大対策

競争力向上対策（商品力・）

## これまでの取り組み結果、成果

### 土佐材商談会

土佐材流通促進協議会を設立

東京、名古屋、大阪、神戸で開催

土佐材商談会　参加企業　約60社/年で推移

消費地 商談会の開催（新規開拓型）

### 土佐材展示会

消費地企業と連携して開催（茨城、千葉、名古屋、福岡）

県内製品市場が共同で開催（高知）

土佐材展示会　販売量　約1,300m3/年

土佐材展示会（茨城県）

### 県外土佐材使用住宅の促進

「土佐材パートナー企業」登録制度をH23から取組

土佐材住宅 約100棟/年

土佐材パートナー企業 全国に33社（H23）⇒ 74社（H26）

土佐材住宅の着工（愛知県）

### 流通拠点

流通拠点の設置　15ヶ所（関東6、東海2、関西6、九州1）

流通拠点 15ヶ所

即別利用　20棟/年

ロット利用　2,900m3/年

流通拠点の活用

### 性能表示木材流通促進

性能表示木材（JAS、含水率表示、強度表示）の拡大

ＪＡＳ認定工場 15工場

性能表示木材流通量 約20,000m3/年

四万十ヒノキ JAS製品

## 今後の取り組み（H27年度）

- ●即別販売の拡大に繋げる商談会の開催（東京、愛知、大阪）
- ●商談会に参加した有望な企業へ後追い営業や産地商談会の開催
- ●「県外中堅ビルダー」への販路開拓の推進

土佐材商談会参加企業数　100社／年

- ●ロット販売の拡大へ繋げる展示会の開催（茨城、千葉、愛知、岡山、高知、福岡）
- ●「県外中堅プレカット工場、木材流通業」への販路開拓の推進

ロット販売の取引先の拡大
ロット販売量の増加

- ●商談会や展示会等に参加した企業を土佐材パートナー企業登録
- ●関東をはじめ土佐材パートナー企業等と連携した土佐材使用住宅の拡大

土佐材住宅（即別販売）150棟（H27）

土佐材パートナー企業 80社（H27）

- ●建築工程に応じた小配送による即別利用の推進
- ●拠点(プレカット工場など)を活用したロット利用の拡大
- ●内航船を利用した輸送の試行と定期便化の検討

流通拠点の活用と増加

即別利用の拡大

ロット利用の拡大

- ●JAS製品に特化して、性能表示木材の出荷支援
- ●県内JAS認定工場の拡大

ＪＡＳ認定工場の拡大

ＪＡＳ木材製品流通量 30,000m3（H27）

土佐材パートナー企業の増加

消費地へ安定的に土佐材製品を供給し、販売拡大

ＪＡＳ認定工場の製品出荷量の30%以上がＪＡＳ製品

# 戦略の柱４．木質バイオマスの利用拡大

別図（林8）

## 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」**
**基金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　208台【（H25年度末】
◆分野別の割合

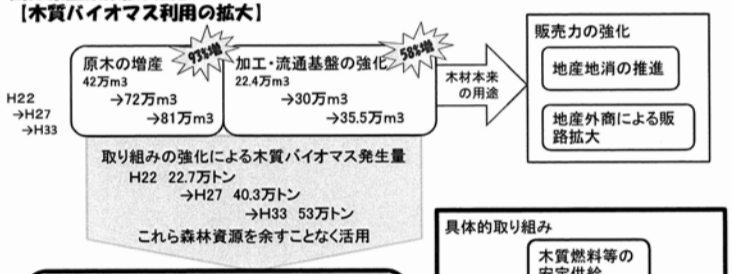
| | |
|---|---|
| ・園芸施設 | 169台（81%） |
| ・冷暖房施設 | 10台（ 5%） |
| ・温泉施設 | 15台（ 7%） |
| ・その他（養鰻施設等） | 14台（ 7%） |

**「木質バイオマス燃料の県内供給状況」**
◆ペレット製造施設
6個所（生産可能能力10，700t）
◆燃料用チップ製造施設
3個所
◆燃料用おが粉製造施設
1箇所

**「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取り組み状況」**
◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
・平成25年度実施量　約4万トン

## ２．林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方

**高知県産業振興計画**
**【木質バイオマス利用の拡大】**




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、化石燃料より安価で安定した価格と供給の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
H21年度実績 22.7万トン → H27年度 40.3万トン → H33年度 53.0万トン

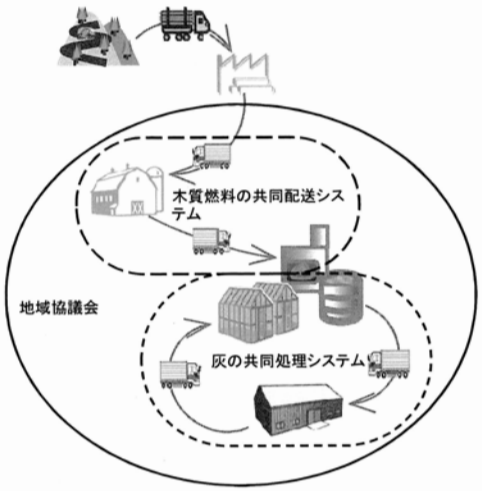
木質バイオマス利用の拡大に向けた課題

| ◇木質燃料 | ◇燃焼灰 | ◇機器の導入 |
|---|---|---|
| ・安定した価格 | ・回収コスト | ・導入コスト |
| ・安定供給 | ・処理コスト | |
| ・配送コスト | | |

## ３．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）

### ア、効率的な事業展開

◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討



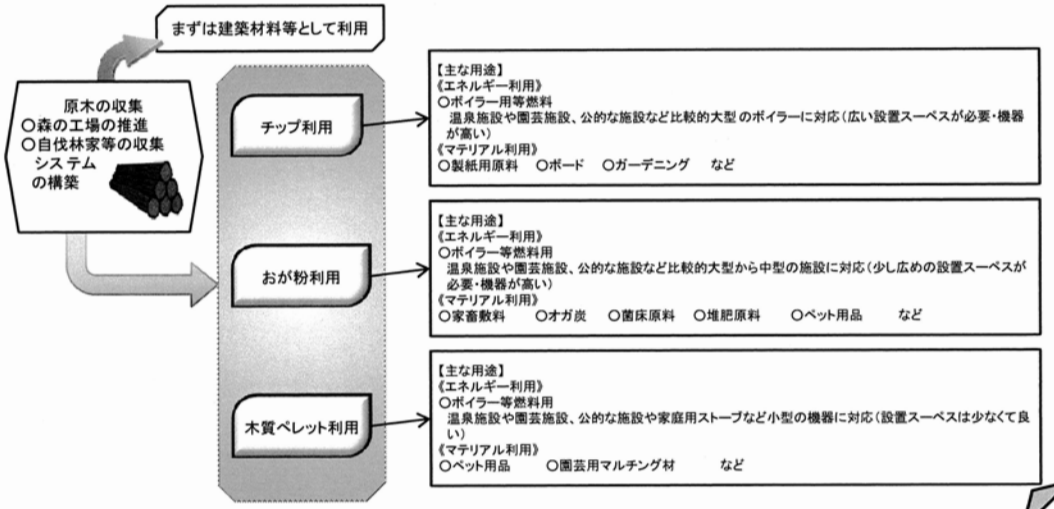

◆集約型地域熱利用の可能性を調査

### イ、木質バイオマス発電

◆木質バイオマス発電の推進

### ウ、総合カスケード利用に向けた新たな展開

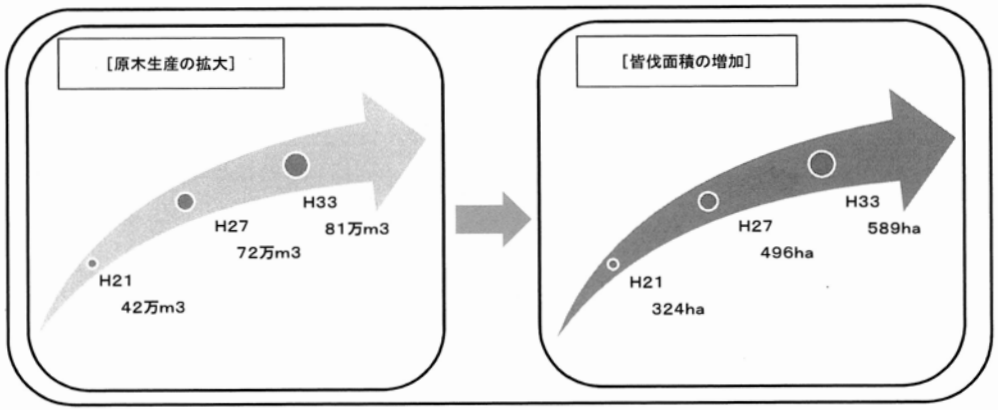
◆多様な用途への対応を考慮した総合カスケード利用の検討と供給体制の整備

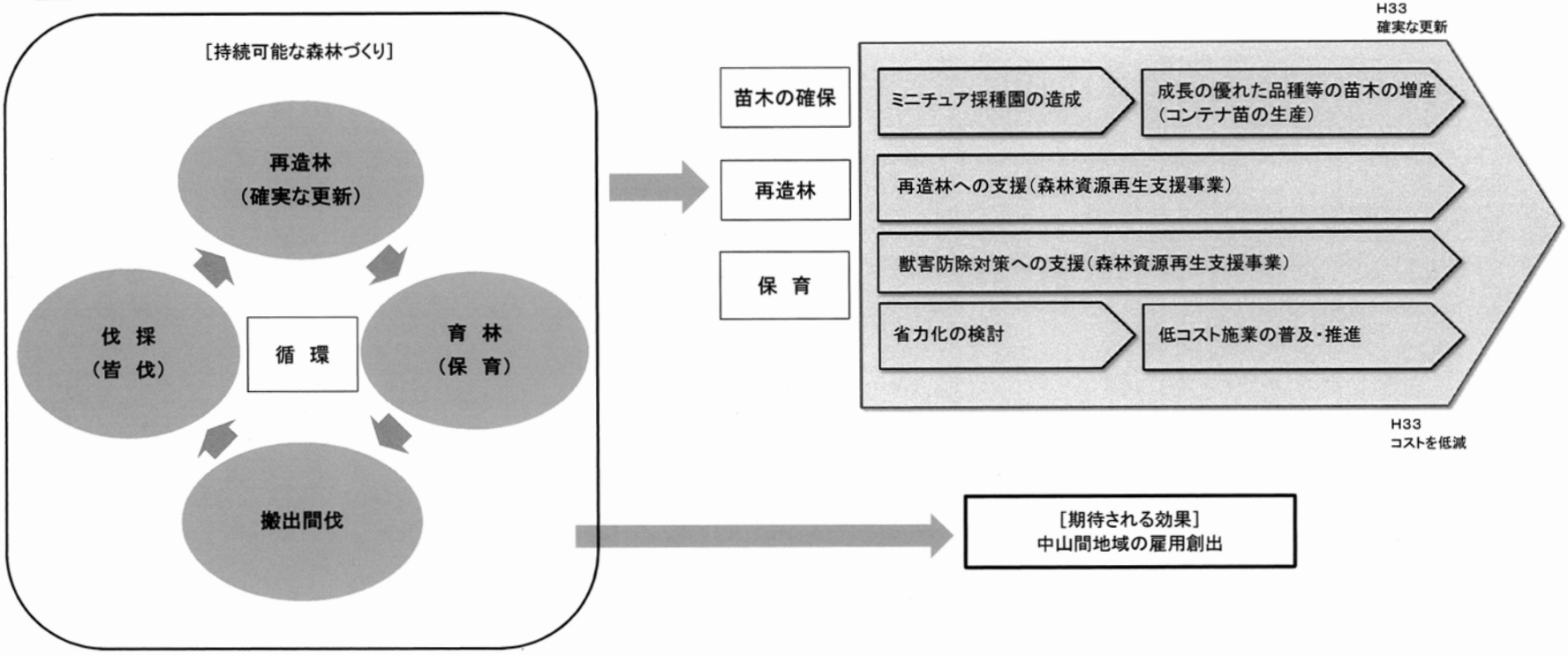


# 戦略の柱6.　健全な森づくり　【持続可能な森づくり】

［課題］
- 皆伐地の増大に伴う再造林の推進
  成林までに要する施業（再造林、保育）のトータルコストが高く、再造林が困難
- 再造林地における獣害
  シカの生息密度の増加により、密度の高い生息域での森林環境が悪化
- 地球温暖化防止など社会的なニーズに対応する森林の造成
  成長の優れた品種や花粉の少ない品種等の苗木の増産

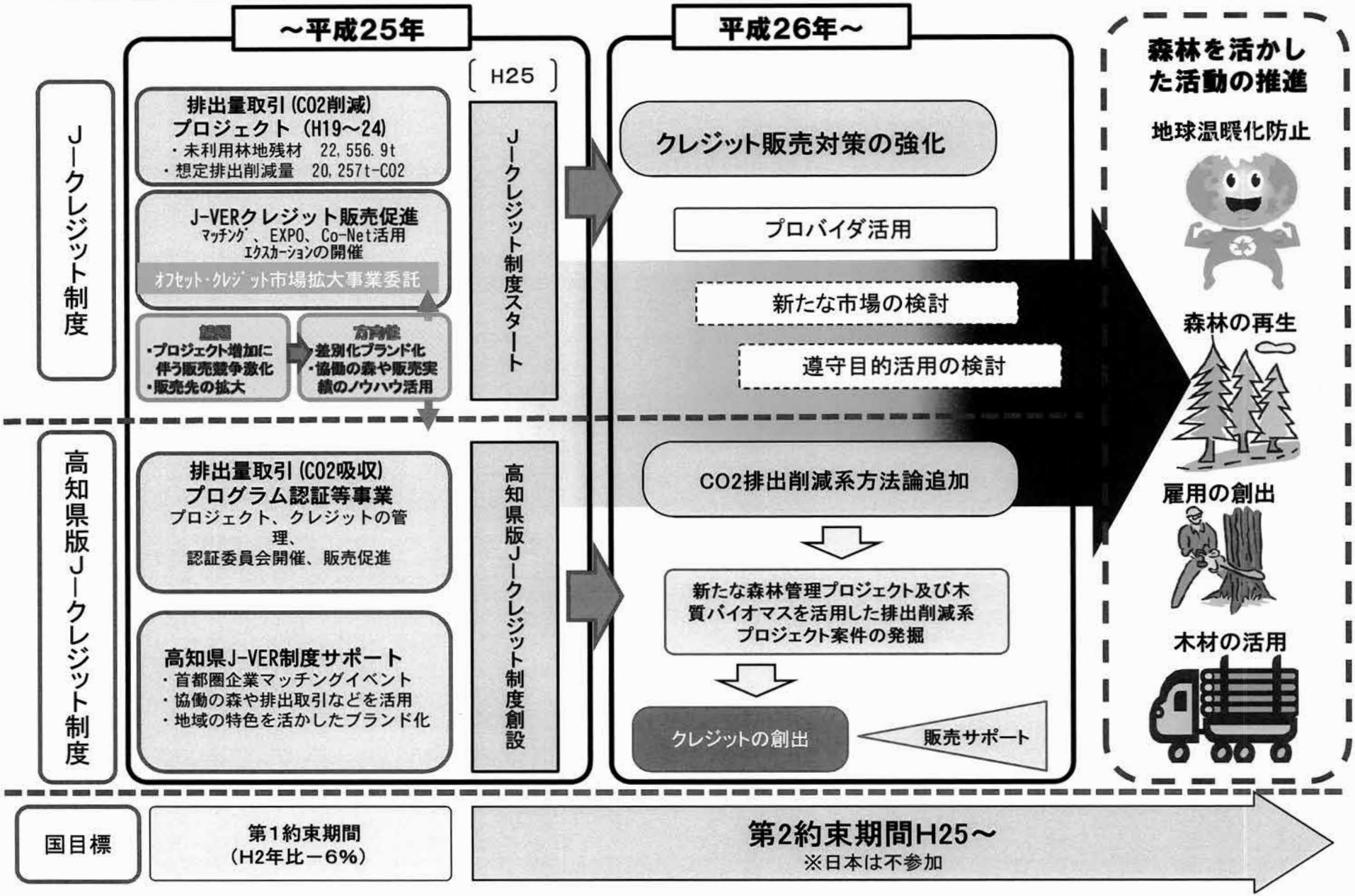
［対策］
- 成林までに要する施業のトータルコストの低減
  再造林等への支援及び低コスト施業の普及推進、コンテナ苗の生産支援
- 森林被害防除
  再造林地における獣害被害対策への支援
- ミニチュア採種園の造成
  成長に優れた花粉の少ない品種の種子を短期間で生産



# 戦略の柱６．健全な森づくり
## 【オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進】

別図（林10）



# Ⅱ　専門分野の成長戦略

# 3　水産業分野

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

**現状**

沿岸漁業生産額
348億円（H21）→ 396億円（H23）→ 409億円（H24）→ 423億円（H25）

水産加工出荷額
160億円（H21）→ 162億円（H22）→ 165億円（H23）→ 184億円（H25）

## 第2期計画ver.4の取り組み

H24 > H25 > H26 > H27

### 生産

**◆漁業生産量の確保**

○カツオ等の水揚げ促進（P402～405）

・漁獲の増加に貢献する「土佐黒潮牧場」の整備

・カツオ船へイワシ活餌を供給するため、黒潮町佐賀で漁協を軸とした新たな体制の構築

拡 イワシ資源が豊富な宿毛湾をカツオ船への活餌供給基地とする取組の強化

新 近海カツオ一本釣り船のダウンサイジング等の促進

新 清水サバの漁獲量拡大に向けた、漁具作成の新たな体制の構築と、サメ被害の軽減への支援

○定置網漁業の収益性の向上（P416～419）

新 急潮の予測に向けた、潮流の解析

拡 定置網の網成り調査や先進地での技術研修の支援

拡 大敷組合の経営改善と法人化の促進

○新規就業者の確保（P414～415）

・漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘活動、短期研修の実施、研修指導者のグループ化による受け入れ体制の強化

・新規就業者が自立するための長期研修の実施

・漁船リース事業への支援

**◆養殖業の振興**

○養殖業の経営基盤の強化（P436～437）

・養殖ビジネススクールの開講

拡 協業化に向けた設備投資や、新技術の導入等の支援

○種苗生産・中間育成ビジネスの育成（カンパチ、クロマグロ）（P438～439）

拡 クロマグロの親魚養成・種苗生産・中間育成の技術開発

新 カンパチ人工種苗の養殖現場への導入と、更なる品質の向上に向けた生産技術開発

### 流通・販売

**◆水産物の販売力の強化と魚価の向上**

○大都市圏での外商ビジネスの拡大・強化（P430～435）

拡 「高知家の魚 応援の店」登録店舗数の増大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 「築地にっぽん漁港市場」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

拡 漁協の販売子会社の機能を活かした「応援の店」や「漁港市場」の活用による外商の強化

新 高品質な水産物を取り扱う取引先の開拓と高鮮度出荷体制の構築

・シーフード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

新 大阪市場とのネットワークを活かした関西の量販店でのフェア等の開催

・関西・中四国・九州の消費地市場関係者を招聘した県内事業者との交流会の開催

○地産地消の推進（P428～429）

・「土佐のおさかなまつり」や親子料理教室の開催、小中学校での魚食普及活動の実施

### 加工

**◆水産加工業を振興**

○水産加工業の新たな事業化の推進（P446～447）

拡 夏季に出荷する養殖ブリの産地加工の拡大への支援

新 養殖クロマグロの産地加工の支援

・加工事業者間の連携やグループ化による販路拡大等の促進

○伝統的な水産加工業の振興（P448～449）

・宗田節・シラス加工業の振興

# を目指す本県産業の姿　水産業分野

| 4年後の目標（H27年度末） | さらなる飛躍へのポイント | 10年後の目指す姿（H33年度末） |
|---|---|---|
| **安定した漁業生産の確保**<br>●沿岸漁業総生産量を**7万トン以上**維持<br>（H22:69,046 t<br>H23:69,090 t<br>H24:72,952 t<br>H25:67,468 t）<br>●新規就業者（中核漁業者）を**128名（32名／年）**確保<br>●販売金額が800万円以上の経営体<br>**510経営体（22%）以上**<br>（H20:20%<br>H25:24%） | ・沿岸から沖合までの多面的活用<br>・養殖魚の産地としてのさらなる認知度向上<br>・民間企業や新規就業者が参入しやすい環境整備<br>（支援の充実、地元の理解促進） | **海・資源と共存する土佐の漁業**<br>●沿岸漁業生産量を7万トン以上維持<br>●新規就業者（中核漁業者）を320名確保<br>●販売金額が800万円以上の経営体<br>4人に1人（25%以上） |
| **県外市場での認知度向上・ブランド化**<br>●県外主要市場である大阪市場における本県産水産物のシェア<br>**18億円（5%）**<br>（H22:16億円、4.4%<br>H23:20億円、5.7%<br>H24:17億円、4.8%<br>H25:17億円、4.6%） | ・県1漁協構想の実現による拠点市場への集約化<br>・高知県漁協の買取販売の抜本的な強化<br>・買受人のさらなる連携による戦略的な外商活動の展開 | **鮮度で勝負！土佐の魚**<br>●大阪市場における本県産水産物のシェア<br>21億円（6%） |
| **地域の雇用の場を確保**<br>●新たな水産加工業の取扱高<br>**10億円増加**<br>（H22:2億円<br>H23:3.2億円<br>H24:4.2億円<br>H25:5億円）<br>●漁村における新たな雇用が**100名増加** | ・養殖魚の出荷形態をフィレ等に転換するための前処理加工能力の向上<br>・水揚げの集約化や県外からの調達による加工用原魚の安定確保 | **加工で広がる漁村の雇用**<br>●新たな水産加工業の取扱高<br>40億円増加<br>●漁村における新たな雇用が650名増加 |

**沿岸漁業生産額370億円＋水産加工出荷額170億円以上を目指す**

**沿岸漁業生産額400億円＋水産加工出荷額200億円以上を目指す**
**～若者が住んで稼げる元気な漁村～**

# 第２期高知県産業振興計画　産業成長戦略（水産業分野）の取り組み

高知家は、ひとつの大家族やき。 高知家

10年後の目指す姿

沿岸漁業生産額　400億円以上　水産加工出荷額200億円以上
～若者が住んで稼げる元気な漁村～

飛躍への挑戦！ 高知県産業振興計画

## 戦略の柱１．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上

### 取組方針１．漁業生産量の確保

カツオ等の水揚げ促進

- ○ 黒潮牧場6号（足摺岬沖）及び8号（興津沖）の更新
- ○ カツオ船へイワシ活餌を供給するため、黒潮町佐賀で漁協を軸とした新たな体制の構築
- 拡 イワシ資源が豊富な宿毛湾をカツオ船への活餌供給基地とする取組の強化
- 新 近海カツオ一本釣り船のダウンサイジング等の促進
- 新 清水サバの漁獲量拡大に向けた、漁具作成の新たな体制の構築と、サメ被害の軽減への支援

定置網漁業の収益性の向上

- 新 急潮の予測に向けた、潮流の解析
- 拡 定置網の網成り調査や先進地での技術研修の支援
- 拡 大敷組合の経営改善と法人化の促進

新規就業者の確保

- ○ 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘活動、短期研修の実施、研修指導者のグループ化による受け入れ体制の強化
- ○ 新規就業者が自立するための長期研修の実施
- ○ 漁船リース事業への支援

### 取組方針2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上

大都市圏での外商ビジネスの拡大・強化

- 拡 「高知家の魚　応援の店」登録店舗数の増大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 「築地にっぽん漁港市場」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
- 拡 漁協の販売子会社の機能を活かした「応援の店」や「漁港市場」の活用による外商の強化
- 新 高品質な水産物を取り扱う取引先の開拓と高鮮度出荷体制の構築
- ○ 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
- 新 大阪市場とのネットワークを活かした関西の量販店でのフェア等の開催
- ○ 関西・中四国・九州の消費地市場関係者を招聘した県内事業者との交流会の開催

地産地消の推進

- ○「土佐のおさかなまつり」や親子料理教室の開催、小中学校での魚食普及活動の実施

### 取組方針3. 養殖業の振興

養殖業の経営基盤の強化

- ○ 養殖ビジネススクールの開講
- 拡 協業化に向けた設備投資や、新技術の導入等の支援

種苗生産・中間育成ビジネスの育成（カンパチ、クロマグロ）

- 拡 クロマグロの親魚養成・種苗生産・中間育成の技術開発
- 新 カンパチ人工種苗の養殖現場への導入と、更なる品質の向上に向けた生産技術開発

## 戦略の柱2. 漁業費用を削減

### 取組方針１．漁業者による漁業費用の削減

- ○ 省エネエンジン等の導入による漁業経営の改善
- ○ 資源管理・漁業経営安定対策の推進
- 新 近海カツオ一本釣り船のダウンサイジング等の促進（再掲）

### 取組方針２．漁協による漁業費用の削減

- ○ 漁協役職員の人材育成
- ○ 県漁協の組織再編整備計画の着実な実行
- ○ 供給価格の引き下げに向けた購買事業の見直し
- ○ 漁業者に対する経営指導の強化

## 戦略の柱3. 水産加工を振興

### 取組方針１．地域加工グループによる雇用の場の確保

- ○ 雇用の場としての持続可能な活動の展開を支援

### 取組方針２．水産加工業の新たな事業化の推進

- 拡 夏季に出荷する養殖ブリの産地加工の拡大への支援
- 新 養殖クロマグロの産地加工の支援
- ○ 加工事業者間の連携やグループ化による販路拡大等の促進

### 取組方針３．伝統的な水産加工業の振興

宗田節加工業の振興

- ○ 認知度向上、ブランド化の推進
- ○ 新製品の開発、販路開拓への支援

シラス加工業の振興

- ○ 高知新港への水揚げ集約の支援

## 戦略の柱４．地域資源を活用し、交流を拡大

### 取組方針１．滞在型・体験型観光の推進

- ○ 主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくりと情報発信の強化

### 取組方針２．資源豊かで賑わいある河川づくりの推進

- 拡 アユ資源の維持・増強
- 拡 ウナギ資源の保護と養鰻業の振興
- 新 テナガエビ類の繁殖生態等の把握

**産業成長戦略の概要（水産業分野）**

本県は東西に総延長712kmの海岸線を有し、豊かな海の恵みを受け古くから漁業が盛んに営まれてきました。しかし、不安定な資源や魚価の低迷、燃料・資材の高騰等により、本県の水産業は近年厳しい状況が続いています。このため、産業振興計画の水産業分野では「若者が住んで稼げる元気な漁村」の実現に向け、以下の取組を重点的に進め、漁業者や地域の所得の向上と漁業や漁村の担い手の確保を目指します。

まず、戦略の中でも中枢となります**戦略の柱１．「漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上」**の、**取組方針１．「漁業生産量の確保」**では、本県の主要な魚種であります**「カツオ等の水揚げ促進」**と漁獲量の多い**「定置網漁業の収益性の向上」**に重点を置いた取組を進めていきます。**「カツオ等の水揚げ促進」**では、イワシ資源が豊富な宿毛湾のイワシ活餌の供給基地化を目指し、イワシの漁獲や運搬、蓄養の各段階での歩留まり向上に取り組むとともに、近海カツオ船から操業効率の高い19トン船への転換などを支援する新たな融資制度を創設します。また、清水サバの漁獲量の拡大に向け、漁具の作成やサメ被害への支援を行い、操業機会の確保に取り組みます。**「定置網漁業の収益性の向上」**では、急潮のメカニズムを探る取組をスタートさせるとともに、今年度から始めた網成り調査やそれに基づく網の小規模改良に加え、経営の足腰を強くするための法人化促進の取組を強化します。

**取組方針２．「水産物の販売力の強化と魚価の向上」**では、平成26年度からスタートした「高知家の魚　応援の店」や「築地にっぽん漁港市場」を活用し**「大都市圏での外商ビジネスの拡大・強化」**に重点的に取り組みます。「応援の店」については、平成２６年度末現在、登録店舗数が350店舗余りと順調に伸びており、来年度には、500店舗を目指して、より一層の掘り起こしを行うとともに、登録店舗に対する産地情報の提供や大都市圏での商談会の開催など、県内事業者とのマッチング機会を充実させていきます。「築地にっぽん漁港市場」については、本県水産物のPRや県内事業者のテストマーケティングを活発に行うとともに、応援の店をはじめとする首都圏の飲食店等への外商活動を活発に行うことで、本県水産物の販路拡大につなげます。あわせて、品質にこだわる飲食店等に、時間距離を短縮し、高鮮度な魚を届ける新たな高鮮度出荷体制の構築に取り組みます。さらに、これらの取組をより力強く進めるため、高知県漁協の販売子会社の抜本強化を支援し、その機能を最大限に活用していきます。

**取組方針３．「養殖業の振興」**では**「種苗生産・中間育成ビジネスの育成」**を目指した取組を進めます。カンパチとクロマグロにつきましては、養殖現場から安全な人工種苗の供給が強く求められており、本県も人工種苗の生産技術開発に取り組んでいます。カンパチにつきましては、種苗の量産化の目途が立ったので、品質評価のために養殖現場に試験的に配布を行い、早期の実用化につなげます。また、クロマグロについては、平成26年度は親魚の養成が進み、一定量の受精卵の確保にも成功しました。今年度は親魚養成と採卵技術開発に加え、受精卵からふ化させた種苗の量産化に向けた陸上での生産技術開発の本格化し、さらには海上での中間育成までの展開を目指して取り組みます。

**戦略の柱２「漁業費用を削減」**では、漁船への省エネエンジンの導入や資源管理・漁業経営安定対策を推進するとともに漁船のダウサイジングを促進します。また高知県漁協の経営改善計画の着実な実行等に取り組んでまいります。

**戦略の柱３「水産加工を振興」**では、**取組方針２．「水産加工業の新たな事業化の推進」**として、今年度スタートした宿毛湾での夏場の養殖ブリの産地加工の拡大に向けて、必要な設備等を支援しますとともに、養殖クロマグロの産地加工の事業化に向け、都市圏へのサンプル出荷等を支援します。

**戦略の柱４「地域資源を活用し、交流を拡大」**では、**取組方針２．「資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進」**として、アユやウナギ資源の維持・増強対策に一層力を注ぐとともに、四万十川などで資源の急激な減少が指摘されていますテナガエビについて、産卵等の実態調査を行います。

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．漁業生産量の確保<br>（1）漁港・漁場の整備・活用 | ◆黒潮牧場12基体制の維持<br>◆黒潮牧場は1基あたり年間平均5千万円程度の水揚げがあるが、設置場所により水揚げに大きな差がある<br>◆原材料の高騰により整備コストが増加した | ・更新時期を待たずに3基の黒潮牧場を増設し、15基体制となった<br>◆最適な15基体制にむけ、着実な取組が図られた<br>・増設した黒潮牧場のうち、2基は整備費が低コストの長円形タイプを整備した<br>◆設置海域によっては、整備コストの削減に成功し、財政面でも更新しやすい状況となった<br>・漁獲効果と漁業者間の調整に基づく最適化配置<br>◆9号、8号、11号で漁獲の増加に向けた最適化配置が図られた | ◆漁獲効果の評価と漁業者間の調整を踏まえた効果的な配置 | ◆漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備<br>○ハード面の低コスト化<br>○漁獲効果と漁業者間の調整に基づく最適化配置 | | | ○ | | | |
| | ◆沈設型魚礁による漁場整備は、効果が明らかでないことなどからその整備を休止中 | ・県調査船により県設置の沈設型魚礁の現況（位置配置）を調査し、全体の85%が終了した（H24.2月末）<br>・とりまとめた調査結果は、5市町、16漁協（支所含）に提供した（H24年2月末）<br>・黒潮町において、漁協の電算システムを利用した沈設型魚礁の漁獲効果把握の新たな仕組みづくりに取組み、H23年6月から、魚礁の漁獲状況が一部ではあるが蓄積されつつある<br>・また、魚礁のうちでも高頻度で利用されているエリアを把握するため、GPSによる位置データを利用した操業実態調査をH24年度から開始した<br>◆沈設型魚礁の漁獲効果を把握するしくみの本格稼働により、沈設型魚礁の整備方針案の骨子の作成につながった（H24年度）<br>◆沈設型魚礁に特化した漁獲データが入手可能となり、操業実態と併せて魚礁効果を定量的に検証する仕組みの一つを構築することができた<br>◆黒潮町の沈設型魚礁の調査結果をもとに、沈設型魚礁の整備方針を策定することができた | ◆漁獲効果把握のための漁業者の協力体制の強化<br>◆新たな漁獲効果を把握するしくみを用いた費用対効果の検証<br>◆魚礁調査結果の広報による既設沈設型魚礁の有効利用 | ◆沈設型魚礁の再整備に向けた取組<br>○魚礁調査結果の広報による利用の促進及び効果把握の仕組みづくり<br>○漁獲効果の調査結果を基にした沈設型魚礁整備方針の策定及び今後の検討 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ハード面の低コスト化<br>県漁業振興課・県漁港漁場課：黒潮牧場の構造や設置方式、調達方法等の検討と整備の実施 | | | | | ◆更新を迎える黒潮牧場の再設置について、漁業者間の調整に基づく判断が適正にされていること<br>◆低コスト化に向けたデータの蓄積ができること<br>◆従来型の黒潮牧場の発注は、最も低コストな方式で実施されていること | ◆黒潮牧場が最適に配置されることによる漁獲の増加と漁業所得の向上 |
| 漁獲効果と漁業者間の調整に基づく最適化配置<br>漁業者：最適化配置に向けた漁業者間の調整（黒潮牧場管理運営委員会で協議検討）、漁獲状況の報告<br>県漁業振興課：漁業者間調整への支援と最適化配置方針の提案、保全費用の負担のあり方の検討と提案<br>県漁業振興課・県漁港漁場課：合意された計画に基づく黒潮牧場の整備<br>県水産試験場：低コスト仕様を含む黒潮牧場の漁獲効果の把握の精度向上及び効果の評価 | | | | | | |
| 魚礁調査結果の広報による利用の促進及び効果把握の仕組みづくり<br>漁業者：沈設型魚礁の積極的活用と情報提供<br>新たな漁獲効果把握の仕組みへの協力、漁獲情報の提供<br>市町村：漁業者が行う漁獲効果把握の仕組みづくりの支援<br>県漁業振興課：新たな漁獲効果把握の仕組みの推進、漁獲情報の収集と漁獲効果の検証<br>県水産試験場：平成23年度までに調査が完了した地区の調査結果を随時漁業者に提供、研修会等での調査結果の紹介、漁獲情報の解析等魚礁の漁獲効果の調査・検証<br>県漁業指導所：水産試験場の調査結果を漁業者へ提供 | | | | | ◆確実に魚礁の漁獲効果が確実に把握され、検証がされるようになること<br>◆沈設型魚礁の事業実施の方向性が見えてくること | ◆既存魚礁の利用が促進され漁獲の増加に寄与<br>◆漁獲効果が明確になり、整備方針に基づく沈設型魚礁事業の実施 |
| 漁獲効果調査の結果を基にした整備方針の策定及び今後の事業の実施の検討<br>（沈設型魚礁整備方針の策定）<br>県漁業振興課：沈設型魚礁設置整備方針の策定、新たな基準による魚礁設置事業の制度の検討及び国への提言<br>県水産試験場：整備方針の策定に必要な調査を実施 | | | 沈設型魚礁整備方針に基づく取組<br>県漁業振興課：沈設型魚礁整備方針の周知及び市町村による魚礁効果の把握のための支援<br>市町村：沈設型魚礁整備方針に基づく事業の実施及び効果を把握する体制の整備 | | | |

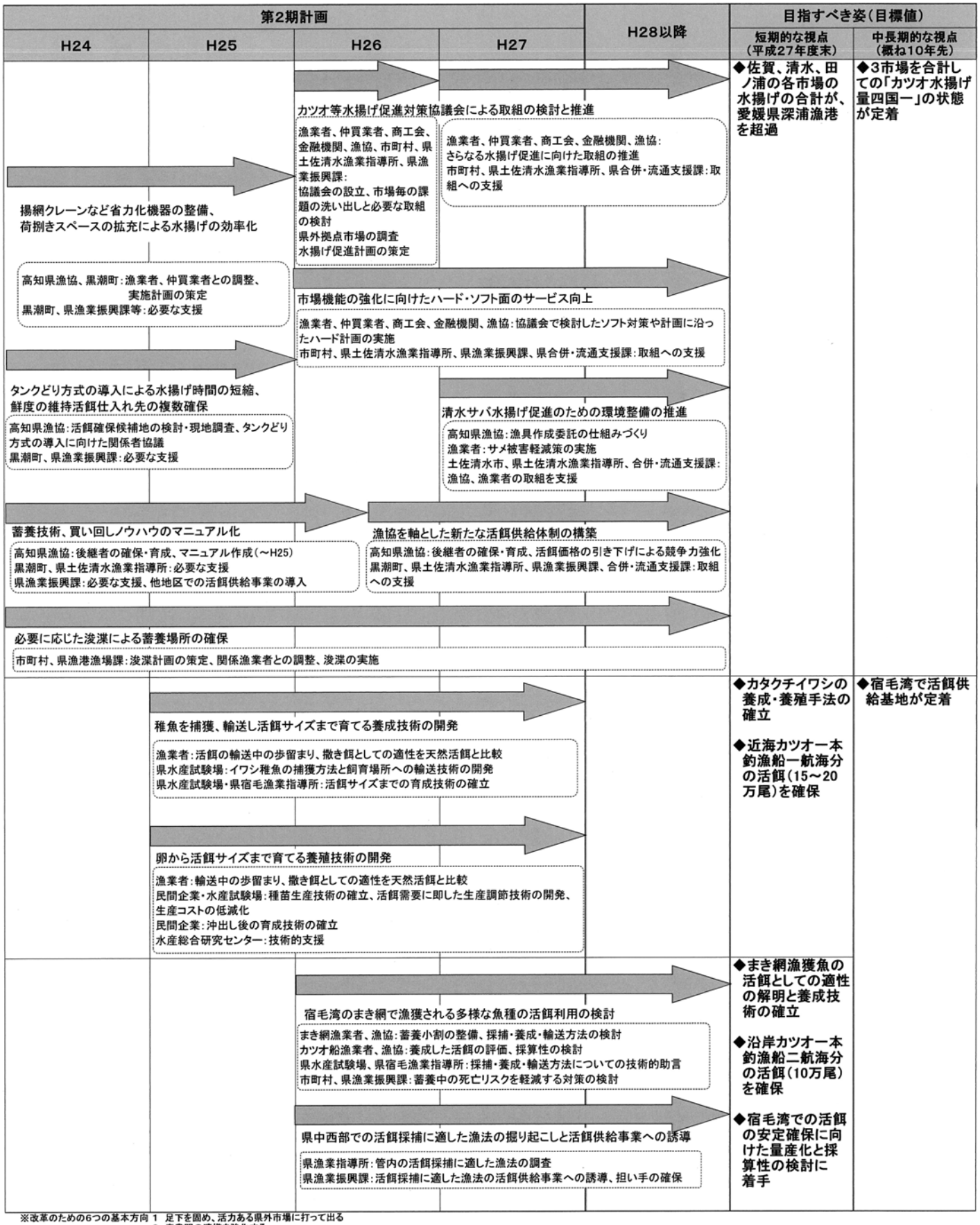
※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．漁業生産量の確保<br>（1）漁港・漁場の整備・活用<br>P456 別図(水1)参照<br>P457 別図(水2)参照 | （カツオの県内への水揚げ促進）<br>◆カツオ一本釣り漁業の生産性向上のために必要な活餌供給基地が不足<br>佐賀：盛漁期のみ県外事業者による活餌供給を実施<br>土佐清水：H19から休止<br>須崎：定置網等の漁業者が供給しているが、漁模様に左右され不安定<br>◆好漁場は足摺岬より西側に多く形成されるため、愛媛県深浦漁港への水揚げが依然として多い<br>（メジカの水揚げ促進）<br>◆メジカの漁獲量が減少したため、宗田節加工業者の原魚が不足<br>（清水サバ水揚げ促進）<br>◆操業者の他漁業への転換等により清水サバの漁獲量が減少 | （カツオの県内への水揚げ促進）<br>・H22.1月から黒潮町佐賀地区で県外採捕地からの買い回しによる活餌供給を開始<br>・活餌供給事業の円滑な実施と佐賀への水揚げ促進のため、ハード・ソフトの支援策を実施（港内浚渫、蓄養小割、給水施設、冷蔵保管庫、魚函倉庫等の整備、活餌供給マニュアルの策定など）<br>・活餌死亡リスクを緩和する基金を黒潮町が創設<br>◆複数の採捕地との関係構築、小割等の必要な基盤整備により、活餌供給事業が定着<br>◆活餌供給による水揚げ増加、物資補給などの波及効果が得られた<br>・カタクチイワシ安定供給システムの開発に向けた技術開発試験を実施（H25～）<br>◆水産試験場が養成したカタクチイワシを遠洋・近海カツオ一本釣り船に積み込み、漁場で使用し、天然活餌と同等との高評価<br>・カツオ等水揚げ促進対策協議会による取組の検討と推進<br>◆佐賀でカツオ船への営業を強化したことなどにより、愛媛県深浦から佐賀へ水揚げがシフト<br>（メジカの水揚げ促進）<br>・土佐清水市メジカ需給調整対策協議会による検討の着手<br>◆清水で宗田節加工用のメジカ原魚の安定確保に向け、土曜出漁などの取組が定着<br>（清水サバ水揚げ促進）<br>・清水サバのサメ被害軽減策の実施<br>◆サメを捕獲した直後は一時的に清水サバの漁獲量が増加 | ◆水揚げ促進に向けたハード・ソフト対策の実施<br>◆活餌の県内での確保と安定供給<br>◆佐賀での活餌事業者の経営からの撤退<br>◆宗田節加工業者へのメジカ原魚の円滑な供給<br>◆清水サバ操業者を増やす環境整備 | ◆県西部に複数のカツオ水揚げ拠点港を整備<br>★カツオ等水揚げ促進対策協議会による取組の検討と推進<br>★市場機能の強化に向けたハード・ソフト面のサービス向上<br>★漁協を軸とした新たな活餌供給体制の構築<br>★清水サバ水揚げ促進のための環境整備の推進 | | | ○ | ○ | | |
| | | | | ◆活餌用カタクチイワシの県内での確保に向けた安定供給システムの開発<br>★稚魚を捕獲、輸送し活餌サイズまで育てる養成技術の開発<br>★卵から活餌サイズまで育てる養殖技術の開発 | | | ○ | ○ | | |
| | | | | ◆佐賀以外の漁港で活餌供給を事業化<br>★宿毛湾のまき網で漁獲される多様な魚種の活餌利用の検討<br>★県中西部での活餌採捕に適した漁法の掘り起こしと活餌供給事業への誘導 | | | ○ | ○ | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】




※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．漁業生産量の確保<br>（2）資源の確保と栽培漁業の推進 | （磯焼け対策）<br>◆県内の藻場面積は減少傾向<br>（S50の1,035ha<br>→H12には700ha、H21には344haにまで減少）<br>◆ウニ除去により一部の地域では藻場が回復したが、回復の見られない地域も見られる<br>◆水産庁に要望を行い、H21年度からの事業の制度化を図った | ・H21年度から国の支援を受け、ウニ除去活動を毎年計画的に実施<br>◆H26年度の活動状況：8市町、11箇所<br>◆ウニ除去活動面積：61ha（H24年度末）<br>・水産試験場によるウニ除去効果の追跡調査<br>◆追跡調査で成果を確認（テングサやホンダワラの繁茂、カジメの芽生え等）<br>◆ウニ除去の効果は5～6年持続（一部区域）<br>・藻場の有効利用方法の検討<br>◆再生した藻場にアカウニを放流し、一定の水揚げ高を確保 | ◆ウニが原因とされる磯焼け面積は293haあり、さらなる活動面積の拡大が必要<br>◆保全活動への支援の継続<br>◆再生した藻場の有効利用 | ◆水産多面的機能発揮対策事業（国事業）による磯焼け対策の実施<br>○漁業者グループの活動を引き続き支援<br>◎ボランティア等参加者や実施範囲の拡大<br>◆藻場の有効利用方法の確立<br>○ウニ再侵入予測モデルの開発（ウニ除去効果の持続性を解明）<br>◎藻場を有用水産生物の漁場として活用 | | | ○ | | | |
| | （干潟の機能回復）<br>◆浦ノ内湾のアサリ漁獲量は昭和58年をピークに大きく減少<br>◆夏から冬にかけての稚貝の減耗が大きいことを水産試験場が確認<br>◆アサリ資源の減少原因を底質の悪化、競合生物（アオサ、ホトトギス貝）の増加などと想定 | ・H21年度から国の制度（水産多面的機能発揮対策事業）を導入し、地元活動組織が底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を実施<br>・H23年度に浦ノ内湾天皇州において大規模な干潟機能回復事業を実施<br>◆地元協議を踏まえ、工区・工法を決定し、天皇州西側の3haで工事を実施<br>・活動組織と水産試験場の連携によりかぶせ網や底質改良材の試験を実施<br>◆かぶせ網下でアサリの生息、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 | ◆事業実施区の効果検証<br>◆活動組織による試験区の維持管理<br>◆食害生物の特定と食害防止対策手法の検討 | ◆干潟機能回復、アサリ資源の効果検証と保全活動の継続<br>★工事区での干潟機能回復状況の把握<br>（底質環境の改善状況、アサリ等底生生物の生息状況）<br>★工事区でのアサリ資源保護区域の設定<br>○活動組織による保全活動の継続 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

| 第２期計画 H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 漁業者グループの活動を引き続き支援<br>ボランティア等参加者や実施範囲の拡大<br>漁業者、地域活動協議会：磯焼け対策活動の継続<br>市町村：財政面・円滑な運営の支援、広報でのボランティア参加呼びかけ<br>県漁業振興課：財政面での支援<br>県水産試験場：追跡調査の実施 | | | | | ◆H27年度末でウニ除去活動面積を100haに拡大<br>◆漁業生産に結びつく再生藻場の維持・活用 | ◆藻場回復を受けた漁業生産活動の実施<br>◆ウニ除去実施地域の拡大 |
| ウニ再侵入予測モデルの開発<br>県水産試験場：ウニ除去効果の持続性を解明、モデル開発 | | | | | | |
| 藻場を有用水産生物の漁場として活用<br>漁業者、漁協：再生した藻場における漁業生産活動を持続させるための資源管理等の取組<br>市町村、県漁業指導所、県漁業振興課：種苗放流など藻場の有効利用の取組を促進 | | | | | | |
| 工事区での干潟機能回復状況の把握<br>県水産試験場：底質環境の改善状況、アサリ等底生生物の生息状況調査 | | | | | ◆地域協議会の活動区域及び県工事区でのアサリ資源の回復<br>◆地域が主体なったアサリ資源管理の定着 | ◆浦ノ内湾全体のアサリ資源回復<br>◆地域にアサリ漁業が復活 |
| 工事区でのアサリ資源保護区域の設定<br>漁業者等、土佐市、須崎市：保護区域の設定に向けた地元協議と漁場調査<br>県水産試験場、県漁業振興課：追跡調査の結果を広報し、保護区域の設定の気運を醸成 | | 漁業者等、土佐市、須崎市：保護区域の設定と周知、遵守の徹底 | | | | |
| 県漁業管理課：委員会指示（アサリ採取禁止区域の設定）の発動 | | | | | | |
| 地域協議会による保全活動の継続（国事業　～H29）<br>漁業者グループ：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<br>漁協：地域が主体となったアサリ資源の持続的利用の推進<br>土佐市、須崎市：財政面での支援<br>県漁業振興課：財政面での支援<br>県水産試験場：地域の取り組みに対する技術的支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1．漁業生産量の確保<br><br>（2）資源の確保と栽培漁業の推進 | ◆栽培漁業基本計画の目標（大型種苗の放流）達成が遅れている<br><br>◆マダイ、ヒラメ、エビ類、イサキ（いずれも小型種苗）の生産と放流を実施 | ・ヒラメ、エビ類について放流サイズの大型化を推進<br><br>・イサキやカサゴ等の種苗を県内企業の生産により確保し、多様な魚種の放流ニーズに対応<br><br>◆大型ヒラメの放流は、尾数、全放流尾数に対する割合とも年々増加し定着しつつある<br>H21：75,000尾(41%)<br>H22：181,000尾(83%)<br>H23：234,000尾(90%)<br>H24：158,000尾(89%)<br>H25：0尾<br>※H25は疾病発生のため大型種苗を確保できず<br>H26：204,000尾(97%)<br><br>・市町、水産試験場、漁業指導所の連携と漁業者の参画による放流効果の検証体制の整備<br><br>◆大型種苗の放流に伴い黒潮町で混獲率調査が開始され、漁業者及び漁協が調査精度の向上を図ったことで、放流努力に伴う混獲率の変動を確認できた<br>H20：43.9%<br>H21：25.1%<br>H22：40.4%<br>H23：66.8%<br>H24：38.2%<br>H25：18.2% | ◆疾病発生防除のための栽培漁業センターの施設整備等<br><br>◆市町村の財政難等による栽培漁業関連事業の縮小 | ◆大型種苗の集中放流と効果の検証<br><br>○ヒラメ、エビ類の大型種苗の生産、配布<br><br>◎より効果のあがる放流手法の確立に向けた追跡調査の実施<br><br>◎マダイ、イサキ等の県外調達の斡旋 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| ヒラメ・エビ類の大型種苗の生産、配布<br>市町村：漁協からの放流要望のとりまとめ、財政支援<br>漁港漁場協会、県漁業振興課：市町村からの需要とりまとめ、需要調査に基づく生産計画の策定、種苗生産業務委託先・市町村との生産及び配布調整 | | | | | ◆大型種苗の放流が定着し、漁業者が放流効果を実感<br><br>◆放流種苗に占める大型種苗の割合が概ね90%以上 | ◆大型種苗により放流効果が増し、漁獲量が安定増加 |
| より効果のあがる放流手法の確立に向けた追跡調査の実施<br>漁業者、高知県漁協：操業日誌による調査協力<br>県漁業指導所・県水産試験場：放流効果の検証、追跡調査、適正放流手法や資源管理の導入 | | | | | | |
| マダイ、イサキ等の県外調達の斡旋<br>県漁業振興課：県外生産機関との連絡調整 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上 】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．漁業生産量の確保<br>（3）漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲 | （漁業取締）<br>◆漁業違反の頻発<br><br>◆県外漁船による越境違反操業 | ・漁業違反の多い海域での集中的な取組を実施<br><br>◆各海域における違反の特性に応じた対応策を実施<br><br>・西部海域では用船や3隻の取締船による集中的な取締を実施<br><br>◆3年間（H21～H23）で県外船による違反を7件摘発したが依然として県外船の違反情報が寄せられている<br><br>・室戸岬沖では毎日フェリーから情報を収集<br><br>◆3年間（H21～H23）、県外船の違反操業に関する情報はなかった | ◆越境違反漁船が取締船の動きを警戒し、巧妙に行われ始めたため、取締方法を工夫する必要が生じている | ◆○県西部海域における県外船の取締を強化 | | | ○ | | | |
| | ◆県警、海保との連携が不十分<br><br>◆違法な漁獲が存在するため漁業者が資源を有効に活用できない | ・芸東、宿毛湾周辺において、地元の漁業関係者や県警、海上保安部等で構成する地域防犯組織を設置し、違反情報の収集に努めた<br><br>◆H22年度は県警との連携によって密漁常習者3名を逮捕、1名を検挙し小康状態となっている<br><br>◆H23年度は地域防犯組織からの情報をもとに2名を逮捕、6名を検挙<br><br>◆これらの活動によって磯根資源の違法な漁獲が減少<br><br>◆H24年度は地域防犯組織からの情報をもとに、県警と連携し密漁者1名を逮捕すると共に、県外船（中まき）による違反を1件摘発した | ◆平日や昼間の違反情報は少なくなってきた反面、土日や夜間の密漁に移行している情報がある | ◆地域防犯組織の活動を支援するとともに、特に芸東地区において、巧妙化する違反者の取締を強化<br><br>○県警等との捜査機関との連携強化 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 県西部海域における県外船の取締を強化<br>漁業者・漁協・市町村：違反情報の提供<br>県漁業管理課：提供された違反情報の分析と取締方法の工夫<br>3隻の取締船の効率的な運用による取締の実施 | | | | | ◆違反の減少 | ◆効率的な取締活動と実績によって違反の発生を抑止 |
| 地域防犯組織の活動を支援するとともに、特に芸東地区において、悪質・巧妙な違反者の取締を強化<br>漁業者：相互牽制による法令の遵守<br>漁業者・漁協・市町村：地域防犯組織の構成員として活動(啓発、巡視、情報提供)、モラル向上への取組<br>県漁業管理課：地域防犯組織の活動支援、提供された情報の分析、取締の実施<br>：県警や海保との連携 | | | | | ◆自主的な組織運営と違反の減少 | ◆違反を許さない気運の醸成と違反の撲滅 |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．漁業生産量の確保<br>（3）漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲 | （漁業調整）<br>◆各種漁業間の紛争が存在する一方で就業者が減少・高齢化<br><br>◆漁業制度と漁業実態が部分的に不調和<br><br>◆漁業の効率化に制約<br><br>◆資源の持続的利用に支障 | ◆関係する地域や漁業と合意が形成され規制緩和が進展し、漁獲量や品質が向上するなど、経営の安定に寄与<br><br>【バッチ網漁業】<br>・高知中央地区で周年操業を許可（H22.1）<br>・須崎地区で日の出前1時間からの操業を許可（H22.1）<br><br>・網目及び漁船（片船）の馬力・過給機の規制を緩和（H25.11）<br>【たい他地びき網漁業】<br>・漁船（片船）の馬力・過給機の規制を緩和（H26.8）<br>【小型底びき網漁業】<br>・幡東海域で操業区域を拡大、操業時間を変更（H25.4）<br>・宿毛湾で操業時間を変更（H25.6）<br>・高知沖で、漁具規模の規制を緩和（H25.8）<br>【しいらまき網漁業】<br>・通常の操業期間（4～11月）に加え、3月と12月を許可<br>・幡多海域へ操業区域を拡大（H22.11）<br><br>◆紛争の防止に向けた意識醸成と秩序維持<br><br>【しいらまき網漁業】<br>・沖合底びき網漁業とのトラブルの防止、解決に向けて構築した関係漁業者による連絡体制が、機能を発揮 | ◆規制緩和後の漁業秩序の維持<br><br>◆規制緩和後も円滑に漁場や資源が利用されるよう地元漁業関係者への指導・助言が必要<br><br>◆利害関係の対立を調整する漁協の指導力の向上<br><br>◆関係者の合意形成及び合意形成に基づく規制緩和の継続 | ◆紛争の解消と規制緩和の推進<br><br>○自主的な紛争の防止に向けた関係者の意識醸成<br><br>○紛争当事者間の協議の場の設定<br><br>○紛争の防止<br><br>○規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築 | | | ○ | | | |
| | | 【さんご漁業】<br>・H24.3から資源管理措置を盛り込んだ新たな内容で許可<br><br>◆宝石サンゴの持続的な利用を目指した資源管理を開始<br><br>・宝石サンゴ資源の持続的利用のため、潜水艇による資源生態調査、県調査船による海洋観測及び海底地形調査を実施 | ◆本県のサンゴ漁業の資源管理に対する諸外国の理解の促進 | ◆○宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆○CITES、COP16・17を見据えた集中的な取組 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆漁業者の相互理解による紛争解消<br>◆規制緩和による漁業生産活動の効率化 | ◆地元主体による調整と紛争の解消 |
| 紛争当事者間の協議の場の設定<br>漁業者・漁協:<br>・必要に応じ新たな協議の場の設定・参加<br>・規制緩和等の検討<br>県漁業管理課:<br>・協議の場づくりの働きかけ | | | | | | |
| 紛争の防止<br>漁業者・漁協:<br>・業者間の紛争防止協議の推進<br>・積極的な紛争防止、解決<br>・自主的なルール作りとその成文化<br>・規制緩和の推進<br>県漁業管理課:<br>・第3者的立場での参加、意見の対立を調整<br>・協議結果のルール化、法令遵守の指導・支援<br>・自主的な紛争防止に向けた漁業者等の資質向上を支援 | | | | | | |
| 規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築<br>県漁業管理課:<br>・紛争の解決等協議の整った案件につき着手<br>・地元関係者、周辺地区調整<br>・試験操業等の実施<br>・調整の整ったものから順次制度の見直し | | | | | | |
| | | | | | ◆適正な資源管理手法の確立<br>◆CITES、COP16・17での規制提案の否決 | ◆適切な管理による宝石サンゴ資源の持続的利用 |
| 宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組<br>漁業者、漁協：資源調査への協力と資源管理の実践<br>県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する漁業資源調査<br>県漁業管理課：資源調査の結果や漁獲状況に応じて許可要件の見直しを検討 | | | | | | |
| 高知大学等：宝石サンゴの持続的利用のための資源管理技術を開発するために調査研究を実施（H22～24） | | | | | | |
| CITES、COP16・17を見据えた集中的な取組<br>漁業者・漁協：漁業許可要件の厳守<br>県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する資源調査<br>県漁業管理課：許可要件の見直し | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．漁業生産量の確保<br>（4）広く「漁業の担い手」を確保<br><br>P464<br>別図(水9)参照 | ◆漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少<br><br>◆新規漁業参入者<br>H15年 19名<br>H16年 23名<br>H17年 22名<br>H18年 25名<br>H19年 41名<br>H20年 28名<br><br>◆近年はサラリーマンなどから転職した新規漁業就業者が多い傾向にある<br><br>◆支援事業で確保した漁業者17名（平均年齢37歳）は中堅漁業者として定着（H22年度末） | ・支援制度の見直し、拡充<br>H21：生活費支給額や対象年齢の上限を引き上げ<br>H21、22：漁船リース制度の創設<br>H25：短期研修の委託化による受入手続の迅速化、共同経営型漁業を研修対象に追加、研修期間を最長3年間に延長、指導者謝金の支給期間の延長など<br><br>・高知県漁協に漁業就業支援アドバイザーを配置<br>就業フェア等における勧誘や研修受入に関する地元調整、修了生のフォローアップ等を担当：1名（H21～）<br>幡多地域における研修受入調整、指導者の確保を担当：1名（H23）<br>漁業求人情報の収集とデータベース化等を担当：1名（H25）<br><br>・未経験者や高校生を対象としたPR活動<br>海洋高校生の漁業体験研修（H24～）<br>沿岸部の高校における出前授業（H24～）<br>漁業就業セミナーの開催（H25～）<br><br>◆支援制度の拡充やアドバイザーの配置、セミナーの開催等の取組により、それまで頭打ち若しくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた<br><br>◆セミナー参加者数<br>H25年度 46名<br>H26年度 28名<br><br>◆短期研修受入実績<br>H24年度 2名<br>H25年度 18名<br>H26年度 34名<br><br>◆長期研修受入実績<br>H24年度 2名<br>H25年度 5名<br>H26年度 9名<br><br>◆新規漁業参入者<br>H21年 34名<br>H22年 39名<br>H23年 78名<br>H24年 47名<br>H25年 37名<br>H26年 29名 | ◆研修希望者の増加に対応する指導者の確保、受入体制の整備<br><br>◆家族経営型で零細規模の養殖生産者の担い手対策 | ◆漁業の担い手の確保<br><br>◎研修未実施地区での研修受入<br><br>◎幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進<br><br>○漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし<br><br>◎アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実 | | | ○ | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 研修未実施地区での研修受入<br>幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進<br>漁協：相談窓口、漁業体験研修の実施、長期研修の受入調整、漁船リース事業への取組、准組合員制度の活用<br>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<br>市町村：漁船リース事業への取組、財政支援、移住支援<br>県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進<br>県漁業指導所：研修の受入調整や指導者の確保に向けた取組の支援<br>県漁業振興課：研修制度の充実、生活支援・技術指導、アドバイザーとの連携、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 | | | | | ◆高知市の小型底曳網など研修実施地区、漁業種類を拡大<br>◆年間32名の新規就業者を確保<br>◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成 | ◆若手漁業者の比率拡大により、漁業生産量を確保、漁村の活性化<br>◆新規就業者を320名確保 |
| | 漁業を知る機会の提供、就業希望者の掘り起こし<br>漁業者（認定漁業士）：漁業就業セミナーでの漁業の詳しい実態等についての講演、体験プログラム指導<br>漁協：セミナー等での市場の仕組みについての講演と模擬セリ等の実演、雇用型漁業の基礎情報や求人情報等の提供<br>アドバイザー：漁業求人情報の更新、就業希望者への情報提供と勧誘、支援制度の紹介<br>県漁業指導所：漁業求人情報の収集や就業希望者とのマッチングの支援、漁業就業セミナーの開催支援<br>県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導提言、漁業就業セミナーの開催 | | | | | |
| アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実<br>アドバイザー：研修修了生の操業状況調査、相談への対応<br>漁協、市町村：地元への定着支援<br>県漁業指導所：漁労技術、水揚げ向上への技術的助言<br>県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導助言 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 漁業生産量の確保<br>（5）漁業の収益性の向上 | （小型底びき）<br>◆高知地区では、高齢化等により稼働隻数が減<br>◆1日1隻あたりの漁獲量は横ばい<br>◆漁具改良や鮮度向上によって漁獲量や単価が上昇する可能性あり<br>◆幡東地区では、漁具改良により漁獲量が増加傾向となり、また6次産業化による新商品開発に着手<br>（沖合底びき）<br>◆操業統数や他県船漁業違反の減少により資源状況は良好<br>◆陸棚外縁に未利用の底魚資源が存在する可能性 | （小型底びき）<br>・御畳瀬地区で用いられている既存漁具を使用した漁獲物の組成調査、漁獲向上に向けた改良型モデル網による操業試験を実施<br>・黒潮町地区で、新たな鮮度管理の手法としての漁獲物のコンテナ内での施氷、海水シャワー散布装置の開発、これらの新技術の普及<br>◆御畳瀬地区では、改良型漁具による燃費改善の効果を確認<br>◆黒潮町地区では、新たな手法による鮮度管理の取組が地区の全漁業者で実施された<br>（沖合底びき）<br>・国の漁業構造改革総合対策事業の導入のための改革計画策定、実施に向けた手続を支援<br>・オキウルメやメヒカリの販路開拓に向けた県内外への販売促進活動を展開<br>・水産試験場が土佐湾の底魚資源調査を実施<br>◆沖合底びき網漁業の御畳瀬地域プロジェクト改革計画が中央協議会で承認され、事業実施者が決定<br>◆オキウルメについて、きび工房との取引が実現し、東京の学校給食関係者等へ300kgを販売 | （小型底びき）<br>◆漁業者の経営改善、後継者確保に向けた取組の推進<br>（沖合底びき）<br>◆土佐湾の底魚資源の状況把握と有効利用方策の検討 | ◆小型底びき網漁業の経営改善<br>★漁具の改良による漁獲量の向上<br>★鮮度の向上、新商品の開発による収益向上 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆沖合底びき網漁業の経営改善<br>★省エネ・省コスト型高性能漁船の導入による収益性の改善<br>★鮮度の向上、新商品の開発による収益性の改善 | | | ○ | | | |
| | | | | ◆陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討<br>★土佐湾沖合海底の水産資源調査<br>★調査結果に基づく資源の有効利用モデルの検討<br>P458 別図(水3)参照 | | | ○ | | | |
| | （大型定置網）<br>◆大型定置網の漁獲量は、養殖業を除いた高知県の沿岸漁業の41%(H23年)を占めており、大型定置網漁業は地域経済を支える重要な漁業である<br>◆定置網の敷設技術が漁獲量や耐久性を大きく左右するが、高齢化・過疎化により技術の継承が困難となりつつあり、技術の再構築と若手技術者の育成が必要 | ・定置網の敷設状況の調査や先進地での技術研修の実施を支援<br>◆室戸市の4漁場、奈半利町の1漁場が敷設状況の調査を実施し、漁獲や耐久性の向上に資する知見が蓄積 | ◆敷設状況調査の結果を活用した漁具の改良<br>◆先長候補となる若手技術者の確保育成<br>◆急潮に強い定置網漁業への転換 | ◆定置網漁業の安定的な経営体制の確立<br>★定置網の敷設状況調査<br>★定置網敷設技術者の育成<br>★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 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | 小型底びき網漁業の経営改善<br>漁業者、漁協：漁具改良試験、鮮度向上試験、新たな加工品の開発と販路拡大<br>仲買人、加工業者：新商品の開発に向けた連携、販促活動<br>県漁業指導所：各種取組の計画策定、実行支援 | | | 経営の安定化<br>漁業者、漁協：鮮度向上の取組の継続<br>仲買人、加工業者：新たな加工品の販促活動<br>県漁業指導所：各種取組の支援 | ◆小型・沖合底びき網漁業者の収益向上・経営安定 | ◆土佐湾底魚資源の有効利用による生産量の増大 |
| | 沖合底びき網漁業の経営改善<br>漁業者：高性能な漁船の建造<br>漁業者、漁協：もうかる漁業創設支援事業の地域プロジェクト設置、収益性の改善に向けた計画策定<br>県漁業指導所・漁業振興課：計画策定支援 | | 漁業者、漁協：収益改善計画の実証試験実施<br>県漁業指導所：実証試験の技術支援 | | | |
| | 漁業者、漁協、仲買人、加工業者：鮮度向上の取組、新たな加工品の開発<br>県漁業指導所：鮮度向上、加工品開発等への技術支援 | | | | | |
| | 陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討<br>漁業者・漁協：試験操業による未利用資源の調査<br>（独）開発調査センター：既存資料の分析、水産試験場と連携した資源解析<br>県水産試験場：漁場調査、資源量の把握、開発調査センターへのデータ提供<br>県漁業振興課・県漁業管理課：資源量に即した持続可能な底びき網漁業のあり方検討 | | | | | |
| | | 定置網の敷設状況調査<br>定置漁業者、民間企業、漁協：<br>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<br>市町村、県漁業振興課：取組の支援<br>定置漁業者、民間企業、漁協、県漁業指導所・水産試験場：<br>調査結果を基礎資料とし、漁場カルテの作成、定置網の網成り改良を検討 | | | ◆県内33漁場のうち16漁場で敷設状況調査が終了し、定置網の漁獲や耐久性の向上に資する知見が蓄積<br>◆県内大型定置網の漁獲量14,900トン以上（H18～23の平均値） | ◆漁獲量の向上、定置網漁業の経営安定、担い手の育成確保 |
| | | 定置網敷設技術者の養成<br>定置漁業者、民間企業：<br>将来の船長候補となる若手職員を育成するため、定置網の先進地において3ヶ月間程度の派遣研修を実施<br>市町村、県漁業振興課：取組の支援 | | | | |
| | | | 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<br>定置漁業者、漁協：調査への協力<br>県水産試験場：調査の実施 | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．漁業生産量の確保<br><br>（6）就労の場の確保 | ◆足摺岬沖の定置網漁業は安定した生産（年平均1億円）を有し16名を地域で雇用<br><br>◆同漁業を経営する民間企業が撤退（H25年8月末）を表明したことから、存続の危機が表面化 | ・高知県漁協による定置網漁業の自営開始に必要な漁具等の購入を支援<br><br>◆自営開始にあたってのリスク軽減が図られた<br><br>・高知県漁協が定置網漁業の自営を開始（H24年9月～）<br><br>◆定置網漁業による地域雇用が維持・存続した | ◆適正な収支・運営管理の実施 | ◆定置網漁業の漁協自営への円滑な移行<br><br>★漁業経営開始時のリスク軽減<br><br>★漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続 | | | ○ | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆適正な運営体制の確立 | ◆定置網漁業経営の継続と地域雇用の維持 |

漁業経営開始時のリスク軽減

県漁協：漁業経営開始に向けた事業計画の策定と関係者の合意形成
土佐清水市：リスク軽減のための支援策の実施（H25）
県合併・流通支援課、県水産政策課：事業計画策定への助言とリスク軽減のための支援策の実施（H25～30）

漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続

足摺岬地区漁業者：漁業経営の円滑な実施への協力
県漁協：漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続
県漁業指導所、県合併・流通支援課：漁業経営全般への助言・指導

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．水産物の販売力の強化と魚価の向上<br>（1）魅力ある産地市場づくり | ◆鮮度保持や衛生管理の取組が直ちに魚価に反映されにくい<br>◆プール売り等により漁業者の取組改善へのインセンティブが働きづらい<br>◆入札時間の制約から実需者のニーズ（配送時間等）に対応できていない<br>◆規格選別が不統一<br>◆零細な産地市場が多く、ロットや品揃えが困難<br>◆市場統合に向けた合意形成が一定進展 | ・鮮度管理等に係る実証試験や学習会等を実施<br>◆鮮度管理等に関する認識が向上し、改善に向けた取組が始まった<br>・佐賀市場、清水市場及びすくも湾中央市場で市場の運営方法の改善に係る取組を実施<br>◆佐賀市場で新たな荷捌方法（タンク取り方式）が定着するとともに、清水市場で運営方法の改善に向けた試行等の取組が始まった | ◆市場運営方法の改善や陸上集荷に係る関係者の合意形成と効果的な実施 | ◆産地市場での入札方法等の改善<br>★拠点市場での入札方法等の改善に向けた関係者の合意形成<br>★拠点市場での入札方法の見直しや陸上集荷の試行 | ○ | | ○ | | | |
| | ◆県が産地市場拠点化計画を策定し、7つの拠点市場を位置づけ（H15～16）<br>◆高度衛生管理型市場として、すくも湾中央市場が供用開始（H17）<br>◆清水市場の老朽化に伴い、新市場の整備が喫緊の課題として顕在化（H20）<br>◆拠点市場を対象に優良衛生品質管理市場の認定取得に取り組むことを決定（H22） | ・すくも湾中央市場で認定取得に向けた協議会を組織(H23)<br>・清水市場整備検討委員会の場で認定取得に向け協議開始（H24）<br>・室戸岬市場で認定取得に向けた協議会を組織（H25）<br>◆県内の3市場が優良衛生品質管理市場の認定を取得<br>すくも湾中央市場（H24）<br>清水市場（H25）<br>室戸岬市場（H26） | ◆優良衛生品質管理市場の認定に必要な関係者の衛生管理意識の持続と向上<br>◆優良衛生品質管理市場の認定に必要な施設整備に要する事業主体の財政負担<br>◆認定取得による知名度向上、他産地との差別化の取組推進 | ◆拠点市場における優良衛生品質管理市場の認定取得<br>◎認定取得のための研修会・個別指導の実施 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆高度衛生管理に対応した市場の施設整備を促進<br>◎認定取得に必要な施設の整備<br>◎鮮魚の商品力向上に必要な施設の整備 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 入札方法の改善等に向けた関係者の合意形成<br>漁業者・漁協・産地買受人：入札方法等の改善に向けた関係者による協議<br>県合併・流通支援課：関係者による合意形成に向けた働きかけ | | | | | ◆拠点市場7市場のうち3市場以上で入札方法の改善や陸上集荷が実施されている | ◆県内外の水産流通事業者から県産鮮魚の品質が高いとの評価が定着している |
| 入札方法の改善策・陸上集荷等の試行<br>漁業者・漁協・産地買受人：入札方法の改善策や陸上集荷等の試行<br>市町村：関係者による改善策等の試行に対する人的・財政的支援<br>県合併・流通支援課：関係者による改善策等の試行に対する人的・財政的支援 | | | | | | |
| | 入札方法の改善策・陸上集荷等の本格実施<br>漁業者・漁協・産地買受人：入札方法の改善策や陸上集荷等の本格実施 | | | | | |
| 優良衛生品質管理市場の認定取得<br>漁協：認定取得に必要な市場ルールの改善と関係者への周知<br>県合併・流通支援課：認定に必要な条件等を学習する研修会の開催や指導者の派遣 | | | | | ◆拠点市場7市場のうち5市場で優良衛生品質管理市場の認定を受けている | |
| 高度衛生管理に対応した施設整備・鮮魚の商品力向上に必要な施設整備<br>漁協：高度衛生管理や鮮魚の商品力向上に必要な施設の計画的な整備<br>市町村：施設整備を財政的に支援<br>県合併・流通支援課、県漁業振興課：施設整備を財政的に支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．水産物の販売力の強化と魚価の向上<br>（1）魅力ある産地市場づくり | ◆産地市場拠点化計画を策定し、県内に7つの拠点市場を位置づけ（H15～H16）<br>◆漁協合併や支所の統廃合とリンクするため、組合員の理解が得られず、実現した事例はわずか | ・県漁協が再編整備計画を策定し、市場統合に係る検討を含む地元関係者等との協議を実施<br>◆足摺岬市場の清水市場への統廃合を前提とした定置網漁獲物の集荷を開始<br>・宿毛湾地域の市場統廃合に必要な、すくも湾中央市場事務所の整備を支援<br>◆古満目市場、月灘市場等に続き、片島市場がすくも湾中央市場に統廃合され、宿毛湾地域における市場の一本化が実現 | ◆市場の統廃合に向けた関係者の合意形成 | ◆市場統合の計画的な推進<br>★県漁協の組織再編整備計画に基づく3市場の統合 | | | ○ | | | |
| | ◆買受人は市場ごとに固定化し、かつ減少傾向<br>◆市場ごとに参入条件等に関するルールがまちまち<br>◆市場取引に関する排他的な因習の存在 | ・市場のオープン化に必要なルール（決済サイト、保証金額等）の統一と、名寄せ管理が可能な電算システムの整備<br>◆県漁協において市場のオープン化が実現<br>・拠点市場を中心に、市場運営方法の改善等に係る買受人との意見交換を実施<br>◆買受人の意見を踏まえた市場運営方法等の改善と、買受人との信頼関係の構築が図られてきている | ◆定期的な意見交換の継続と買受人の意見を踏まえた市場運営の改善<br>◆魅力的な市場づくりと効果的な誘致活動の展開 | ◆○既存の買受人との信頼関係の構築と新たな買受人の誘致 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

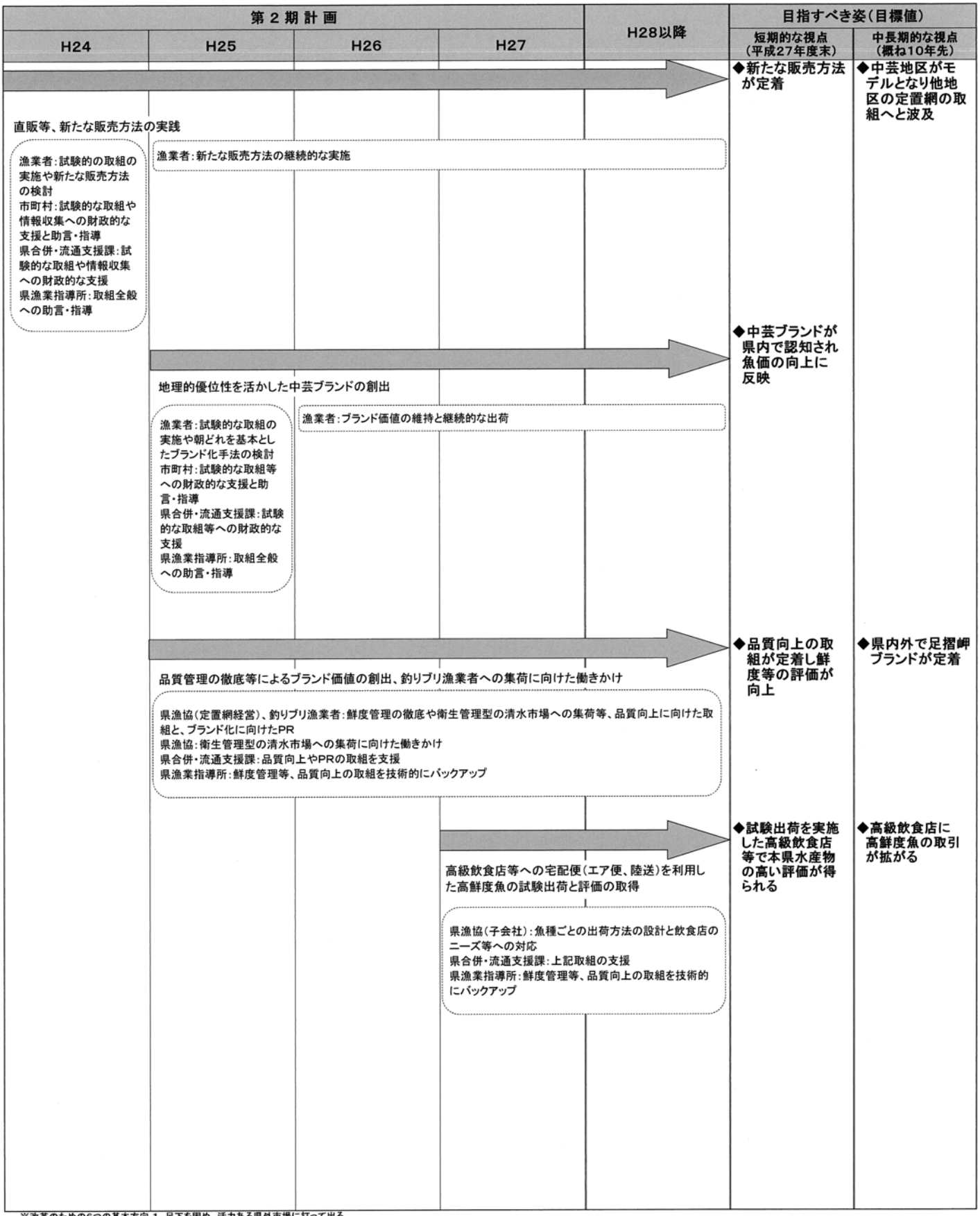
| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 県漁協の組織再編整備計画に基づく3市場の統合<br>県漁協：<br>・陸上集荷の試行と統合による市場運営の新たなルールづくり<br>・陸上集荷の本格実施と新たな市場ルールの運用による統合市場の運営<br>市町村：市場統合に向けたソフト・ハード両面での財政的な支援<br>県合併・流通支援課：陸上集荷の試行や市場統合の協議を指導、支援 | | | | | ◆宿毛湾地域の市場統合の完了<br>◆県漁協の3市場の統合 | ◆7つの拠点市場に集約 |
| すくも湾中央市場事務所の整備による市場統合の完了<br>すくも湾漁協：市場事務所の整備（H24）<br>県合併・流通支援課：市場事務所の整備を支援（H24）<br>すくも湾漁協：市場統合に係る関係者の合意形成と市場ルールづくり<br>県合併・流通支援課：上記取組の支援 | | | | | | |
| 既存の買受人との信頼関係の構築と新たな買受人の誘致<br>県漁協：定期的な意見交換の実施と買受人の意見に基づく市場運営の改善<br>県漁協：あらゆる機会を捉え、販売力を有する買受人の誘致活動を展開 | | | | | ◆買受人が減少する中での新規参入の確保 | ◆オープンな産地市場の実現 |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．水産物の販売力の強化と魚価の向上<br><br>（1）魅力ある産地市場づくり | ◆中芸地区の定置網漁業の漁獲高は10年前から半減<br><br>◆奈半利、田野、安田の3市場は年間取扱高が1億円未満で将来的に市場を継続することは困難<br><br>◆中芸地区の4つの定置網漁業経営体が参画し中芸定置網漁業振興協議会を設立<br><br>◆県漁協が足摺岬沖定置網漁業の経営を開始し、衛生管理型の清水市場へ集荷<br><br>◆足摺岬の釣りブリ漁業者が鮮度管理等、品質向上に向けた取組に着手 | ・中芸定置網漁業振興協議会による新たな販売方法の試行や朝どれ鮮魚のPR等を支援<br><br>◆協議会による直販所での販売が定着するとともに、中芸の朝どれ鮮魚の認知が一定図られた<br><br>・県漁協（定置網自営）及び足摺岬の釣りブリ漁業者に鮮度管理の向上や清水市場（衛生管理型市場）への集荷を働き掛け<br><br>◆鮮度管理等の取組が始まるとともに、定置網漁獲物の清水市場への集荷が開始された | ◆漁獲物の品質向上に向けたの取組の継続と効果的なPR・販路開拓等<br><br>◆釣りブリ漁獲物の清水市場への集荷 | ◆新たな流通販売の取組を実践<br><br>★直販等、新たな販売方法の実践<br><br>★地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出<br><br>★品質管理の徹底等によるブランド価値の創出<br><br>★釣りブリ漁業者への集荷に向けた働きかけ<br><br>★業務筋等のニーズに対応した高鮮度魚出荷への挑戦 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業




※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上<br><br>（2）県漁協の販売事業強化<br><br>P459<br>別図（水4）参照 | ◆県漁協は自ら市場入札に参入し、買取販売に着手（H20）<br><br>◆営業力、交渉力を持った人材が少ない<br><br>◆有利販売のノウハウがない（あらゆる有利販売チャネルでの販売実績の積み重ねが必要）<br><br>◆県漁協の財務基盤は弱く、リスクの引き受けや必要人員確保の余裕がない<br><br>◆収益性の確保に対する職員の意識が低く、現状では漁協経営を圧迫<br><br>◆民間企業と同じレベルでの労務管理や成果主義の導入が困難 | ・高知県漁協の買取販売事業中期計画（H23年11月策定）に基づく事業体制構築、販路確保、取扱高拡大等を支援<br><br>◆直販店販売、量販店取引、業務筋取引等段階を経ながら販路を拡大<br><br>◆販売子会社が設立され直販店業務を開始（H24年10月） | ◆取扱高の増大と収益性の確保<br><br>◆組織体制の強化<br><br>◆買取販売事業中期計画の現状に即した見直し | ◆★仕入・販売体制の効率化<br><br>◆◎販路の拡大等による取扱高の増大と収益性の確保<br><br>◆★販売子会社の組織体制の見直し及び機能強化による外商支援体制の構築 | | | ○ | | | |
| | ◆従来の漁協は受託販売業務に止まり、市場入札を業務として行っていなかった | ・OJTに加え、量販店への派遣研修等を通じた販売担当職員のレベルアップを支援<br><br>◆主要な市場で入札を開始し、担当職員は取引先のニーズに一定対応できる段階までレベルアップした | ◆現入札担当職員のさらなるレベルアップと入札を担当できる職員の拡大 | ◆○入札担当職員の育成 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 買取販売事業中期計画の着実な実行<br>県漁協：<br>・仕入・販売体制の効率化によるコスト削減<br>・販路の拡大等による取扱高の増大<br>・販売子会社の運営による意思決定の迅速化、経営責任、収支の明確化と柔軟な組織運営<br>県合併・流通支援課：販売子会社の設立・運営や販売促進等を支援 | | | | | ◆高知県漁協の買取販売事業及び販売子会社の単年度黒字の達成 | ◆有利販売のできる取引先の選択と拡大<br>◆市場信用力の獲得と産地としての認知度向上、ブランド化の実現<br>◆漁業者への収益還元（手数料の引き下げ等）の実施<br>◆多くの漁業者が実感できる浜値向上への寄与（実現） |
| | | 販売子会社による地産地消・外商の推進<br>県漁協：<br>・3年間の取組の総括と組織体制の見直し（機能強化を含む）<br>県合併・流通支援課：<br>・上記取組の支援 | 県漁協(子会社)：<br>・新たな体制による販売事業の展開<br>・県内事業者等の外商支援<br>県合併・流通支援課：<br>・上記取組の支援 | | | |
| 入札担当職員の育成<br>県漁協：販路拡大に伴う入札市場の拡大、品揃えの確保等が可能な現場人員・体制の整備<br>県合併・流通支援課：入札担当職員の能力向上に資する取組を支援 | | | | | ◆主要な市場での効率的な入札、仕立、配送システムを構築 | ◆全ての市場で効率的な入札、仕立、配送システムを構築 |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上<br><br>（3）地産地消の推進 | ◆魚離れの進行<br>H18には国民1人が1日に消費する肉の量が魚介類の量を逆転<br><br>◆高知市中央卸売市場での水産物の取扱高が大幅に減少<br>・H4：293億円<br>→H22：125億円<br><br>◆県民が水産物を購入する際の県内産への意識が高い（H20県民意識調査：76.4%）<br><br>◆魚の旬や調理方法、漁業者に関する情報を求める県民が多い<br><br>◆子どもに魚を食べさせる機会を増やしたいと考える母親が多い（8割以上：大日本水産会調査）<br><br>◆食の安心・安全を求める消費者意識の高まりから、地域水産物に対する潜在的なニーズが高い | ・量販店等と連携したプレゼントキャンペーンの実施（H21）<br><br>・土佐のおさかなまつりの開催（H22～）<br><br>・高知市中央卸売市場と連携した親子料理教室の開催（H21～）<br><br>◆土佐のおさかなまつりの来場者数<br>H22:3,700名<br>H23:4,800名<br>H24:6,912名<br>H25:13,500名<br>H26:14,900名<br><br>・ホームページによる漁業や県産魚等に関する情報発信（H21～）<br><br>・おさかなPR大使による県産水産物のPR（H21～）<br><br>・土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR（H21～）・龍馬博メイン会場での県産水産物のPR（H22）<br><br>・県産水産物を使用した料理レシピの募集、応募作品の飲食店でのメニュー化、入賞作品のレシピ化（H22）<br><br>・水産物消費拡大対策検討会の運営（H21～）<br><br>・量販店等と連携した「土佐のたたき文化」の情報発信（H22～）<br><br>・県産魚の「たたき料理」を提供し、たたき文化の発信を行う飲食店を紹介したパンフレットの作成と配布（H23～）<br><br>◆ホームページ、料理教室、パートナー店、PR大使、たたき文化の発信、おさかなまつりなどが県民に一定認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みや漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。しかし、消費者の食生活の多様化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である | ◆消費者への効果的な情報発信<br><br>◆水産物の生産から流通に関わる関係者の連携と主体的なPR活動等の展開 | ◆水産関係事業者等と連携した消費拡大対策の展開<br><br>○土佐のおさかなまつりの開催<br><br>○県内の小・中学生を対象に地域の魚食文化や漁業の実態等をテーマにした食育活動を展開<br><br>○親子料理教室の開催<br><br>○土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR<br><br>○ホームページによる本県漁業、県産魚の旬や食べ方、イベント情報等の発信<br><br>○おさかなPR大使による県産水産物のPR | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 土佐のおさかなまつりの開催<br>漁協・市場・水産加工業：おさかなまつりへの参画・県産水産物のPR<br>県合併・流通支援課：おさかなまつりの全体企画の運営 | | | | | ◆水産物の生産・流通・消費に関わる関係者間で 消費拡大に向けた連携体制が整備されている<br><br>◆おさかなまつり、料理教室などのイベントやおさかなPR大使・ホームページが県民等に認知されている | ◆県民の魚の消費量が全国で上位に位置づけられる<br>【参考】<br>生鮮魚介類の1世帯あたり購入量（H22年家計調査年報：高知市31.3kg<br>全国51都市中32位）<br><br>◆高知市中央卸売市場における本県産鮮魚の取扱シェアが向上している<br>【参考】<br>高知市中央卸売市場における高知県産鮮魚の取扱量のシェア【H22年】41.1% |
| 食育活動の実施<br>漁業者・水産加工業者・高知県学校給食会・量販店：各機関と連携し食育活動を実施<br>県合併・流通支援課：小中学校での魚食普及活動の企画運営及び漁業者等が実施する食育活動を支援 | | | | | | |
| 親子料理教室の開催<br>市場関係者：食材の供給等事業運営への協力<br>高知市：会場の提供会場の提供<br>県合併・流通支援課：料理教室の全体企画の運営 | | | | | | |
| ホームページによる情報発信<br>県合併・流通支援課：ホームページの運営（保守管理・情報の更新） | | | | | | |
| おさかなPR大使・土佐の魚PR活動推進パートナー店によるPR<br>おさかなPR大使：県事業等への協力によるPR<br>土佐の魚PR活動推進パートナー店（小売店・飲食店）：県事業等への協力と県産水産物の積極的な使用<br>県合併・流通支援課：PR大使のイベント等での活用、PRパートナー店の募集・情報発信 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．水産物の販売力の強化と魚価の向上<br><br>（4）地産外商の推進 | ◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調（脂が少ない等）<br><br>◆鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大<br><br>◆鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人<br><br>◆産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者<br><br>◆産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難<br><br>◆地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ<br><br>◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ<br><br>◆首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない | ・大阪（H22～）、築地（H22～H23）、名古屋（H22）の消費地市場関係者と産地との交流会を実施<br><br>・県内の産地買受人の組織化について関係者の合意を得、協議会の設立に向けた活動を展開<br><br>・本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴを地産外商加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手（H22～）<br><br>・まるごと高知においてカツオ、キンメダイ、清水サバのフェアを開催　（H22～）<br><br>・高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁法と、すくも湾漁協がキビナゴを対象とした漁法でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得　（H24）<br><br>◆県外の消費地市場と産地との人的ネットワークの構築や県産水産物の認知度の向上が進みつつある<br><br>◆カツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコラベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外商に結び付くよう支援する必要がある<br><br>◆買受人による推進組織（産地買受人連絡協議会）を設置（H24） | ◆県産水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場とのネットワークの強化<br><br>◆産地買受人が連携した地産外商活動の展開<br><br>◆マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及<br><br>◆マリン・エコラベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上<br><br>◆加速化品目ごとの推進組織による主体的な外商活動の継続 | ◆県外消費地市場との交流促進<br><br>○大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充<br><br>○県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆買受人の組織化と主体的な活動の促進<br><br>★地産外商に向けた買受人による推進組織の設置<br><br>★推進組織による主体的な地産外商活動の展開 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充<br>産地買受人：交流会への参加による大阪市場関係者との主体的な交流促進<br>県合併・流通支援課：交流会の企画運営（大阪市場関係者の招へいと産地買受人への参加の働きかけ） | | | | | ◆本県と関西市場及び中四国市場との交流の定着 | ◆産地買受人と消費地市場との人的ネットワークの構築による取引の増加<br>◆大阪市場でのシェア拡大 |
| 県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換<br>産地買受人：交流会への参加による大阪市場関係者との交流促進<br>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） | | | | | | |
| 買受人による推進組織の設置<br>産地買受人：組織への参画<br>県合併・流通支援課：組織設置に向けた産地買受人への働きかけ | | | | | ◆推進組織による外商活動が定着し、県産水産物の認知度が向上 | |
| 推進組織による主体的な地産外商活動の展開<br>産地買受人：推進組織を通じた主体的な地産外商活動の展開<br>県合併・流通支援課：推進組織の活動を人的・財政的に支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上<br><br>（4）地産外商の推進 | ◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調（脂が少ない等）<br><br>◆鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大<br><br>◆鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人<br><br>◆産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者<br><br>◆産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難<br><br>◆地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ<br><br>◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ | ・大阪（H22～）、築地（H22～H23）、名古屋（H22）の消費地市場関係者と産地との交流会を実施<br><br>・県内の産地買受人の組織化について関係者の合意を得、協議会の設立に向けた活動を展開<br><br>・本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴを地産外商加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手（H22～）<br><br>・まるごと高知においてカツオ、キンメダイ、清水サバのフェアを開催（H22～）<br><br>・高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁法と、すくも湾漁協がキビナゴを対象とした漁法でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得 （H24）<br><br>◆県外の消費地市場と産地との人的ネットワークの構築や県産水産物の認知度の向上が進みつつある<br><br>◆カツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコラベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外商に結び付くよう支援する必要がある | ◆県産水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場とのネットワークの強化<br><br>◆産地買受人が連携した地産外商活動の展開<br><br>◆マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及<br><br>◆マリン・エコラベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上<br><br>◆加速化品目ごとの推進組織による主体的な外商活動の継続 | ◆商談会への参加機会の拡大等による県産水産物の外商活動の強化<br><br>○地産外商に取り組む推進組織による地産外商活動の実施<br><br>○マリン・エコラベル・ジャパンの普及 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆食文化の情報発信<br><br>○たたき料理の歴史、作り方、提供する飲食店等の情報を掲載したリーフレット等の配布による「土佐のたたき文化」の情報発信 | ○ | | ○ | | | |
| | ◆水産物の営業販売の現場においては商品の「訴求力」や「ストーリー性」が重要視されるが、現状では事業者等に本県水産物の強みや特性等に係る情報が十分に周知されていない<br><br>◆高知県漁協が100%出資する「JFこうち・海の漁心市(株)」が設立され、営業を開始（H24年10月）<br><br>◆高知県漁協の販売子会社には本県水産物の流通販売を牽引する役割が求められている | ・本県水産物の強み・特性の洗い出し、取りまとめ等を県漁協販売子会社が実施<br><br>◆本県の魅力ある水産物を紹介するリーフレット及びキャッチコピーロゴが完成し、イベント等でのPR活動で活用 | ◆魅力の発信による本県水産物の商品力の強化 | ◆県水産物の統一ブランドの確立<br><br>★ストーリーを活用した民間事業者等の営業販売活動による統一ブランドの確立 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 地産外商に取り組む推進組織による販売促進活動の実施 | | | | | ◆推進組織による主体的な外商活動が定着<br>◆主要な魚種・地域でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得し、認知度が向上 | ◆関西市場を中心に、高知県の水産物は品質が高いとのイメージが浸透し、他産よりも高値で取引 |
| 推進組織（漁協等）：主体的な販売促進活動を実施<br>県合併・流通支援課：推進組織の取組を人的・財政的に支援 | | | | | | |
| マリン・エコラベル・ジャパンの普及 | | | | | | |
| 漁協・流通加工業者：認証の取得と販売活動への活用<br>市町村：認証取得者への財政的支援<br>県合併・流通支援課：認証制度のPRと認証取得への人的・財政的支援 | | | | | | |
| 「土佐のたたき文化」の情報発信 | | | | | ◆県外消費地でのたたき文化の認知度が向上 | ◆本県産水産物の消費が拡大 |
| 量販店・鮮魚店・飲食店：県事業への協力や主体的な取組による情報発信<br>県合併・流通支援課：「たたき料理」の歴史、作り方、提供する飲食店等の情報発信 | | | | | | |
| | 本県水産物の強み・特性（ストーリー性）の整理 | | | | ◆本県水産物のストーリーが民間事業者等へ周知・普及され、営業販売の現場で広く活用 | ◆県外においても本県の水産物の強み、特性が認知され、商品力が向上 |
| | 県漁協販売子会社：聞き取り調査等による生産、流通・加工、消費の各段階における強みや特性の洗い出しと、検討委員会におけるストーリー性の整理・確立<br>県合併・流通支援課：販売子会社への業務委託と指導・助言 | | | | | |
| | | ストーリーを活用した民間事業者等の営業販売活動による統一ブランドの確立 | | | | |
| | | 民間事業者等：ストーリーを活用した本県水産物の営業販売<br>県漁協販売子会社：ストーリーの民間事業者等への周知・普及と自らの営業販売への活用<br>県合併・流通支援課：ストーリーの民間事業者等への周知・普及 | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．水産物の販売力の強化と魚価の向上<br><br>（4）地産外商の推進<br><br>P459<br>別図（水4）参照 | ◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調（脂が少ない等）<br><br>◆鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大<br><br>◆鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人<br><br>◆産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者<br><br>◆産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難<br><br>◆地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ<br><br>◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ<br><br>◆首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない | ■「応援の店」<br><br>・「高知家の魚応援店制度」の構築<br>・「応援の店」の掘り起こし<br>・県内参画事業者の募集<br><br>◆「応援の店」355店舗登録（H27.3月末時点）<br><br>◆県内参画事業者66業者（H27.3月末時点）<br><br>■「漁港市場」<br><br>・県内出店事業者の出店体制や店舗の運営方針を構築<br>・「漁港市場」を活用した催事やﾃｽﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞの実施支援<br><br>◆漁港市場内に「さかな屋高知家」をオープン | ■「応援の店」<br><br>◆制度を活用した事業者間取引のさらなる活性化<br><br>◆「応援の店」のニーズに対応した取引形態の確立<br><br>■「漁港市場」<br><br>◆情報発信拠点としての認知度向上（首都圏及び県内の関係事業者）<br><br>◆催事等を活用した首都圏の業務筋への販売拡大 | ◆大都市圏の飲食店等とのネットワークの構築による地産外商活動の推進<br><br>★大都市圏の飲食店等を「高知家の魚 応援の店」として登録し、そのネットワークを活かして、養殖魚を含む県産魚の地産外商を推進<br><br>◎県漁協子会社による「応援の店」とのマッチングなど県内事業者の外商活動を支援 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆首都圏での本県水産物のPRと外商活動の展開<br><br>★「築地にっぽん漁港市場」出展事業者と連携した本県水産物のPR活動と外商活動の展開<br><br>◎県漁協子会社による「漁港市場」での商談会の開催など県内事業者の外商活動を支援 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | 「高知家の魚 応援の店」を活用した地産外商の推進<br>産地買受人等：応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施<br>県合併・流通支援課：応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 | | | ◆応援の店500店舗とのネットワークの構築 | ◆応援の店との取引拡大 |
| | | | 「高知家の魚 応援の店」のニーズ収集と県内事業者へのフィードバック<br>県漁協（子会社）：応援の店とのネットワークを活かし、県内事業者の外商活動を支援<br>県合併・流通支援課：上記取組の支援 | | | |
| | | 「築地にっぽん漁港市場）を活用した首都圏での本県水産物のPRと外商活動を展開<br>出店事業者：築地を拠点とする県産水産物のPRと業務筋向け外商活動の推進<br>出展事業者以外の県県内事業者：施設を活用した産水産物のPRと外商活動の推進<br>県合併・流通支援課：出店事業者と連携しPR活動と販売促進活動を実施 | | | ◆漁港市場を活用した情報発信により本県水産物の首都圏での認知度が向上 | ◆大消費地である首都圏での本県水産物の浸透 |
| | | | 「築地にっぽん漁港市場」における県内事業者の商談活動を支援<br>県漁協（子会社）：商談会の開催・運営、県内事業者の出展調整<br>県合併・流通支援課：上記取組を支援 | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．養殖業の振興<br><br>（1）既存養殖漁業の振興 | ◆景気の低迷、過剰生産等により養殖魚の価格が下落<br><br>◆近年の燃油価格の高騰により資材・飼料費が影響を受け、養殖生産費用が増大<br><br>◆養殖生産物は、産地市場（漁協）を通さず、民間業者等により消費地市場へ流通<br><br>◆県外企業依存型の生産割合が高い<br><br>◆グループ活動型（大谷マダイグループ）のマダイが消費地市場で優先的に取扱われている（5.5億円）<br><br>◆グループ活動型（浦の内の土佐鯛工房）のマダイ（海援鯛）は大手量販店の定番商品として定着（1億円）<br><br>◆経営体数の大部分を占める家族経営型の中小経営体で、高齢化と後継者不足が顕在化（平均年齢70歳、後継者の居る割合35%） | （養殖生産者グループの育成）<br>・学習会等を通じた技術や経営に関するの向上、ブランド化の取組等を支援<br>◆「海援鯛」が高級ブランドマダイとして定着<br>◆宿毛の「直七マダイ」、須崎の「極美勘八」等の新ブランドが誕生<br><br>（養殖の協業化等の促進と担い手の育成・確保）<br>・中小経営体の協業化を促進する体制を構築<br>・「養殖ビジネススクール」を開講<br>◆須崎市で4グループの協業体が誕生、共同での経営改善等に着手<br>◆養殖ビジネススクールは、公開講座に70名が参加。通常講座は2/13までに48回開催し、延べ471名が参加<br><br>（水産試験場による新たな養殖技術の開発）<br>・季節や成長段階に応じた適正な給餌量の把握<br>・ショウガ粉末の餌に添加した効果の把握<br>・赤潮被害の防除対策としての餌止めの効果と成長への影響の把握<br>◆餌料費削減につながる適正な給餌方法が確立<br>◆餌へのショウガ添加で抗病性の上昇を確認<br>◆餌止めにより赤潮被害が低減、給餌再開後の魚体重が回復、赤潮対策として有効と確認<br><br>（漁場環境調査や魚病対策の継続）<br>・赤潮等を精力的に調査、結果を速やかに周知<br>・赤潮や魚病の対策等に関する学習会を開催<br>◆赤潮や魚病の被害予防、低減に貢献<br>◆漁業者の環境モニタリング意識の向上<br><br>（県産養殖魚の認知度向上）<br>・大手グルメサイトと連携し、関西圏の業務筋21店舗を養殖産地へ招聘、産地見学・商談会と店舗での高知産養殖魚フェアを開催<br>◆生産者のこだわりや高知産養殖魚の品質の良さがPRでき、認知度の向上に寄与 | ◆中小零細な家族経営型の養殖生産者における担い手対策<br><br>◆個々のグループの活動に応じた支援の継続による、品質向上や経費節減、販売の拡大<br><br>◆生産性の向上や漁業者自らが漁場を管理する意識の向上を図るための、魚病や環境、新しい養殖技術等の調査研究への取組 | ◆養殖生産者グループの育成<br><br>○養殖生産のコストダウン<br><br>○養殖魚の品質の安定確保 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆養殖の協業化等の促進と担い手の確保・育成<br><br>★技術・知識の習得と協業化・法人化等をサポート<br><br>★協業化等での起業・規模拡大を支援<br><br>★協業体による新技術を導入した生産試験の実施 | | | | | ○ | |
| | | | | ◆◎効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆◎養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆養殖生産者が自ら行う流通・販売への取組強化<br><br>○販路開拓の支援<br><br>○養殖生産者グループと県内民間企業等との連携 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆★消費地市場での有利販売を促進するための高知県産養殖魚の認知度向上 | ○ | | ○ | | | |

P460
別図（水5）参照

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆生産技術の向上による、より高いレベルでの品質の均一化・安定生産<br>◆養殖グループごとのブランド確立により、販路が拡大し取引量が増加<br>◆消費地における高知県産養殖魚の認知度の向上と生産者に有利な販売体制の確立 | ◆漁協による系統出荷の拡大<br>◆規模拡大による経営体の足腰の強化<br>◆高い技術と知識を備えた担い手の育成<br>◆生産者に有利な販売体制の実現 |

**養殖生産者グループの育成**

漁協、県漁業指導所・県漁業振興課：養殖生産者グループの技術向上、生産経費節減、品質の均一化等に向けた取組を支援

**養殖の協業化等の促進と担い手の確保・育成**

漁協、市町村、県漁業指導所・県漁業振興課：
・就業希望者の掘り起こしと協業化・法人化の相談窓口の設置
・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座学研修の実施
・起業、規模拡大に必要な施設整備等の支援

**協業体による新技術を導入した生産試験の実施**

協業体：餌の改良や栄養剤の使用など新技術を用いた生産試験の実施
漁協、市町村、県水産試験場、県漁業指導所、県漁業振興課：取組への支援

**効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及**

高知大学：高品質魚の生産に向けた餌料添加物の開発に必要な成分分析と効果の検証
県水産試験場：養殖技術向上化試験（H25まで）
〇水温・成長段階別の適正給餌量の把握（マダイ、カンパチ）
〇給餌制限により成熟を抑制し、マダイの商品価値の低下を防止（身痩せ、体色黒化）
〇県産特産物を使った高品質魚の生産（ショウガ、直七など）

漁協、県水産試験場・県漁業指導所・県漁業振興課：効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の普及指導

**養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続**

県水産試験場、県漁業指導所、県漁業振興課：漁場環境（水温・酸素濃度等）・赤潮調査の実施、調査結果の速報による被害予防・軽減、漁業者の環境モニタリング意識の醸成、魚病診断と治療方法の指導

**養殖生産者が自ら行う流通・販売への取組強化**

民間企業、漁協、県漁業指導所・県漁業振興課：養殖生産者の商談会、商品相談会への参加働きかけ、養殖魚の消費拡大活動への支援

（P431）「◆商談会への参加機会の拡大等による県産水産物の外商活動の強化」等に統合して実施）

**消費地市場での有利販売を促進するための高知県産養殖魚の認知度向上**

生産者、漁協：高品質な魚づくり、産地見学商談会の対応、販路拡大の取組
県漁業指導所、市町村：産地見学商談会・販路拡大の支援
県漁業振興課：産地見学商談会の開催及び養殖魚のPR

（P433）「◆大都市圏の飲食店等とのネットワークの構築による地産外商活動の推進」等に統合して実施）

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．養殖業の振興<br>（2）企業活力を活かした養殖漁業の振興<br>P461 別図（水6）参照 | ◆県内カンパチ養殖は生産量5,268トンで全国3位を占める重要な養殖漁業である<br>◆種苗量産技術が確立されておらず、ほぼ100%を中国からの輸入種苗に依存している<br>◆種苗の供給が不安定なことや防疫上の懸念がある | （民間企業）<br>・（独）水総研と技術協力協定を締結<br>・水総研提供の受精卵（H24）、企業所有の親魚から得た受精卵（H25～H26）を用い種苗生産試験を実施<br>◆量産技術が確立<br>H24：1万尾を生産<br>H25：受精卵の大量確保（390万粒）<br>H26：880万粒採卵、13万尾を生産<br>◆種苗の周年生産化に向け、親魚の成熟を調節し通常期の4～5月に加え9月と2月にも採卵に成功<br>（水産試験場）<br>・民間企業産種苗の品質評価試験等を実施<br>◆成長や形態異常の出現率、抗病性などの点で優れた結果<br>◆配合飼料での育成技術が確立 | ◆量産体制の確立に向けた新たな陸上施設の整備と中間育成漁場の適地の検討<br>◆中間育成から養殖段階での魚病対策の検討 | ◆★養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆カンパチ人工種苗の品質向上<br>★親魚候補の選抜育種<br>★養殖現場への導入と品質向上に向けた技術開発 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | ◆県内マグロ養殖は、H23年度に1社が新規参入し計4社となり、生産規模が拡大傾向にある<br>◆水揚げの際の係留施設や製氷・貯氷施設等の基盤整備が遅れている<br>◆マグロ養殖では、ウイルス病被害による歩留まりの低下が経営成績に大きく影響する<br>◆天然クロマグロ資源の減少、国内外での資源管理強化等により、必要量の種苗の確保が困難 | ・マグロ養殖振興検討会を設置し、振興策を協議<br>◆高知県マグロ養殖振興指針を策定<br>・スラリーアイス実証モデル試験を実施<br>◆冷却効果は通常方法と大差なし、作業効率は向上<br>・水産試験場がすくも湾漁協にウイルス病の診断技術を指導<br>◆漁協での早期診断体制が確立<br>・高知産養殖マグロの県内への試験出荷を実施<br>◆県内飲食店が取扱を開始<br>・インフラ整備の取組への支援<br>◆搬送道路の拡幅に向けた整備方針の策定が開始<br>◆橘浦漁協の製氷施設が完成<br>◆橘浦地区の生産者の出荷施設が完成<br>・人工種苗の量産技術開発に向けた関係機関との連携の模索<br>◆県内企業と水産試験場が連携して技術開発を開始<br>◆関係機関が参画するマグロ養殖技術研究会に新たに加入<br>◆2月末時点で144尾の産卵用親魚を確保<br>◆約800万粒の受精卵を採取し、数十尾の人工種苗を沖出しするなど技術開発が進展 | ◆人工種苗の県内での安定生産（生産技術のさらなる向上） | ◆マグロ養殖を振興していくための検討会を設置し、振興策を策定・実施<br>★振興指針の策定<br>★技術支援、人材育成<br>★安定生産に向けた基盤整備等（製氷施設等）<br>★県内消費の拡大<br>★種苗の安定確保<br>★新たな漁場の確保<br>★漁場の特性を活かした中間育成の産業化 | ○ | | ○ | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発<br>企業：高密度飼育技術、早期採卵技術等の開発、養殖業者への試験配布<br>養殖業者、漁協：実用規模での比較飼育試験による種苗性の評価（成長、歩留まり、取引先の評価等）<br>県水産試験場：実験フィールドでの比較飼育試験による種苗性の評価（成長、歩留まり、変形率、抗病性等）、人工種苗に適した飼育条件の検討、市販配合飼料を用いた養殖方法の確立、魚病被害を軽減する生産技術の開発<br>大月町、県漁業振興課：量産体制の確立に向けた施設整備等への支援 | | | | 養殖用カンパチ人工種苗の量産事業の実施<br>民間企業：事業化に向けた優良親魚の育種、量産体制の確立 | ◆高品質なカンパチ人工種苗の量産技術が確立<br>◆県内での需要相当尾数である110万尾を生し、地産地消が実現 | ◆養殖用人工種苗の地産外商の展開<br>◆高品質種苗の安定供給による県内カンパチ養殖の拡大 |
| | カンパチ親魚候補の選抜育種<br>民間企業：成長等が優れた親魚を遺伝子で確認して選抜するためのDNAマーカーの探索<br>（独）水産総合研究センター：カンパチ育種に関する共同研究体制の構築、技術支援<br>県水産試験場：高成長、体型の良さの他、親魚として有用となる形質の探索と飼育試験による優良形質群の選抜 | | | | | |
| | | | 養殖現場への導入と品質向上に向けた技術開発<br>民間企業：養殖業者への種苗の試験配布による品質の確認<br>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 | | | |
| 振興指針の策定<br>企業、漁協、市町村、県漁業振興課：マグロ養殖振興検討会の設置、振興策の検討、試験的な取組の実施 | 安定生産に向けた基盤整備等<br>漁協：基盤整備等<br>市町村、県漁業振興課等：基盤整備等への支援 | | | | ◆必要な基盤整備等によるマグロ養殖の安定生産<br>マグロ養殖量<br>1,000トン<br>◆関連事業の集積による地域経済の活性化<br>◆人工種苗の生産技術が向上<br>（1,000尾を生産） | ◆養殖マグロ産地としての知名度向上<br>◆人工種苗生産技術の確立と新規漁場の活用により、生産量が維持増大<br>マグロ生産量<br>2,000トン |
| 魚病診断指導体制の強化<br>県水産試験場：漁協が実施する魚病診断の技術指導 | 外部講師による学習会<br>生産者、漁協：学習会への参加、マグロ養殖を担う人材育成<br>県宿毛漁業指導所：学習会の開催 | 技術支援、人材育成<br>生産者、漁協、県宿毛漁業指導所：春期の水質急変による死亡被害の軽減に向けた取組 | | | | |
| | 県内消費の拡大<br>生産者、加工業者、漁協：県内業務筋等への販促活動、PR資材作成<br>宿毛市、大月町、県宿毛漁業指導所・県漁業振興課：販促活動の取組を支援 | （P428）<br>「◆水産関係事業者等と連携した消費拡大対策の展開」に統合して実施） | | | | |
| | 種苗の安定確保<br>民間企業、県水産試験場、（独）水産総合研究センター：人工種苗の量産技術開発に向けた連携の模索<br>県水産試験場・県宿毛漁業指導所・県漁業振興課：人工種苗の量産技術開発の状況調査 | 生産者、県漁業振興課：親魚養成、採卵技術の開発<br>民間企業、県宿毛漁業指導所・水産試験場：技術支援<br>民間企業、県水産試験場：人工種苗の生産技術の開発<br>（独）水産総合研究センター：技術支援 | | | | |
| | | 新たな漁場の確保<br>県水産試験場・県漁業振興課：新規漁場候補地の測量調査 | 県漁業管理課：漁場計画の樹立<br>漁協、市町村、県漁業振興課：新規漁場への生産者の誘致 | | | |
| | | | 漁場の特性を活かした中間育成の産業化<br>民間企業、漁協、市町村、県漁業管理課、県漁業振興課：陸上生産施設、海上中間育成施設の整備、漁場の用途に応じた漁業権の設定 | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. 漁業費用を削減】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 漁業者による漁業費用の削減 | ◆燃油単価の高騰、高止まりが漁業経営を圧迫<br><br>◆漁業不振や後継者不在により、設備投資意欲が減退 | ・基幹漁業者35経営体が漁業収益増を目的として漁業経営改善計画を策定し、漁協から省エネエンジンリースを受けた<br><br>◆エンジンリースをした漁業者のほとんどで、燃費の向上及び経営的な意識の醸成が図られ、漁業経営の改善に効果があった<br><br>◆3ヶ年のエンジンリース事業の支援により、一定漁業者の設備投資意欲が掘り起こされた<br><br>・平成26年度から補助対象として、漁業用設備を追加<br><br>◆一部の漁業者で漁業用設備の投資意欲が高まりつつある | ◆燃油価格の変動に左右されない体力の強い経営体づくり<br><br>◆基幹漁業者がより活用しやすい制度の設計<br><br>◆老朽化した漁労機器の更新や効率的な機器の導入など、機関換装以外の設備投資支援策の必要性 | ◆省エネエンジン等の導入支援による漁業経営の改善推進<br><br>○経営改善のための対象基準の見直しを踏まえた事業の実施（～H25）<br><br>★地域水産業の課題解決に向けた設備投資事業への支援 | | | ○ | | | |
| | ◆水産資源の減少、魚価の低迷、燃油・飼料の価格高騰などによる漁業経営の圧迫<br><br>◆赤潮や魚病等による被害が養殖経営を圧迫 | ・説明会等の開催により共済加入者への資源管理・漁業収入安定対策制度への参加、及び未加入者に対する共済加入を働きかけ<br><br>◆養殖共済の契約が増加<br>（件数：H22、70件<br>→H23、99件、<br>加入率：H22、16.2%<br>→H23、26.9%）<br><br>◆制度が定着<br>漁獲：23の資源管理計画が策定され、103経営体が参加（H26）<br>養殖：2漁協、60経営体が参加（H26） | ◆H26以降も取組を継続し、共済既加入者の制度参加と未加入者の共済加入・制度参加を呼びかけ加入率を向上させる | ◆資源管理・漁業収入安定対策の推進<br><br>○集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動<br><br>○指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用<br><br>○養殖漁業について、加入要件の緩和に向けた国への政策提言 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 経営改善のための対象基準の見直しをふまえた事業の実施<br>漁業者：支援制度の積極的活用による漁業経営の改善<br>漁協・市町村：支援制度の仕組みへの関与、漁業者への指導<br>県水産政策課：制度金融の活用による資金調達への支援<br>県漁業振興課：ハード面での漁業経営の改善への支援、支援策の基準の見直し<br>漁業経営構造改善計画の励行等によるソフト 面での漁業経営の改善の支援 | | 地域水産業の課題解決にむけた設備投資事業の実施<br>漁業者：支援制度の積極的活用による漁業経営の改善、地域水産業の課題解決への貢献<br>漁協・市町村：地域課題の洗い出し、先進的漁業者グループ等への指導<br>県水産政策課：制度金融の活用による資金調達への支援<br>県漁業振興課：ハード面での漁業経営の改善への支援、支援策の基準の見直し<br>漁業経営構造改善計画の励行等によるソフト面での漁業経営の改善の支援 | | | ◆エンジン換装前と比較し燃油消費量が削減<br>◆経費の削減によって経営意識が向上した漁業者が増加 | ◆基幹漁業者の漁業経営の構造改善が図られ、収益が向上 |
| 国への政策提言、集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動（3年間の重点取組）<br>県・系統団体：周知及び加入推進活動（漁業者向け説明会実施等）、漁業者への資源管理計画等作成指導<br>県：国への政策提言 | | | | | ◆資源管理に取り組む漁業者割合が引き上げられ、計画的に経営を行う漁業者が増加 | ◆漁業者の収入安定とコスト軽減の実現 |
| 指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用<br>県：資源管理指針の見直し、資源管理計画等の作成指導<br>系統団体：加入推進活動、資源管理計画等の履行確認支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. 漁業費用を削減】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 漁協による漁業費用の削減 | ◆漁業者のみならず、漁協の役職員数も、組織再編、経営合理化等により減少傾向にある<br><br>◆経営状況が悪化している漁協が相当数あり、経営改善に取り組む必要がある<br><br>◆産業振興計画に取り組む上で、漁業者や地域を支える漁協職員の役割は重要性を増している | ・2ブロック（中・東部、西部）で階層別研修会（「役員・管理職員」「中堅・若手職員」）を開催<br>・併せて、漁協の要望に応じた出前研修を実施<br><br>◆研修参加者<br>H24：延べ164人<br>H25：延べ195人<br>H26：延べ280人 | ◆漁協のニーズに即した研修テーマの設定<br><br>◆研修内容の周知及び研修への参加要請 | ◆漁協役職員の人材育成<br><br>○中長期的な視点で役員・管理職員及び中堅・若手職員を育成するため研修を継続 | | | ○ | | ○ | |
| | ◆合併前は、漁協経営の悪化に伴い各種手数料が増加<br><br>◆県漁協は支所別、市場別に手数料率を設定 | ・県による借入金の圧縮等にかかる支援により、経営基盤の強化等を推進<br><br>◆借入金の圧縮等、財務体質の改善が一定図られた<br><br>・不良債権の処理等による繰越欠損金の増加に伴い、経営改善計画を見直し（H23年3月）、月次での厳格な進捗管理を実施<br><br>◆経営改善計画（見直し）の実質的な初年度であるH24年度は計画を達成 | ◆経営改善計画の着実な実行 | ◆◎県漁協の経営改善計画の着実な実行 | | | ○ | | | |
| | ◆系統3段階制が燃油・資材の供給価格引下げの足枷<br><br>◆25漁協が合併しH20. 4. 1、県漁協を設立<br><br>◆県漁連総会で県漁協へのH22年度末までの事業移管を決議（H20. 10. 1） | ・県漁連の経済事業を県漁協が継承し、系統2段階制に移行（H23年4月）<br><br>◆削減された中間マージンを組合員への供給価格に反映<br><br>・合併不参加漁協に対する軽油の供給体制を構築（H23年4月）<br><br>◆合併不参加漁協への安定的な供給体制が定着した | ◆購買品価格の情報提供<br><br>◆スケールメリットを活かした供給価格引き下げの取組 | ◆◎供給価格の透明性の確保と取扱高の拡大 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 漁協の将来を担う人づくり<br>漁協：研修を受講することで、役職員の意識改革を進めるとともに、経営戦略を実行するためのスキルを習得する<br>県水産政策課：ブロック別研修会の開催や出前研修の実施により人材の育成を促進する<br>短期：幹部役職員の育成<br>中長期：若手を含め、自律的な人材育成の体制確立 | | | | | ◆職務の一環として研修事業が定着するとともに、経営改善の中核となる役職員が育成される | ◆若手・中堅職員の意識改革が進み、経営改善に向けた取組を継続できる仕組みが確立される |
| 県漁協の経営改善計画の着実な実行<br>県漁協：<br>・経営改善計画の厳格な進捗管理による着実な実行<br>・職員定数の削減と支所・市場の統廃合の実施<br>漁協系統団体、県合併・流通支援課：<br>・経営改善計画の進捗管理と着実な実行を支援 | | | | | ◆事業管理費の削減による事業利益段階での黒字化達成 | ◆欠損金の解消と内部留保による経営の安定と手数料率の引下げ |
| 供給価格の透明性の確保と取扱高の拡大<br>県漁協：<br>・仕入、供給価格等の組合員や不参加漁協に対する情報提供<br>・ロットの拡大による仕入コストの削減<br>・組合員に対する系統購買利用拡大の啓発 | | | | | ◆漁協購買事業の利用率向上 | ◆すべての取扱手数料の支所間の平準化による組合員への還元の実施 |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. 漁業費用を削減】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 漁協による漁業費用の削減 | ◆合併前は、組合員の漁協離れが進み、民間との取引が伸長<br><br>◆民間に比べ総じて割高でサービスの質も低水準 | ・県漁協は幡東及び清水ブロックで資材購買の在庫管理の適正化や事業形態の見直しを実施（中央ブロックでも同様の取組に着手）<br><br>◆幡東ブロックでは取扱商品の絞り込みや在庫管理の適正化が、清水ブロックでは事業運営リスクの軽減を目的とした注文販売への移行がそれぞれ図られた | ◆仕入・在庫管理の適正化と事業の在り方の検討<br><br>◆取扱品目の統一、削減による購買事業の効率化 | ◆◎購買品の絞り込みと仕入・在庫管理の見直し | | | ○ | | | |
| | ◆経営体の多くは零細で、いわゆるドンブリ勘定<br><br>◆延滞債務の増加が漁業経営を圧迫<br><br>◆漁協に経営指導の意識が欠如 | ・経営指導を担う相談員と専門知識を有したアドバイザー等を配置<br><br>◆組合員の経営改善や債務の圧縮が一定図られた | ◆資源の減少や組合員の高齢化等により漁業経営が悪化する中、延滞債務の発生防止や管理・回収を図る視点からの経営指導が必要 | ◆組合員に対する経営指導の強化<br><br>★県漁協の債権管理・回収機能の強化 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 購買品の絞り込みと仕入・在庫管理の見直 | | | | | ◆漁協購買事業の利用率向上 | ◆購買事業の効率化の効果が商品の供給価格に反映 |
| 県漁協：<br>・商品コードの統一による在庫の集中管理体制への移行<br>・回転率等の分析による取扱品目の絞り込み<br>・在庫を極力削減する受発注単位、手法等の見直し | | | | | | |
| 組合員に対する経営指導の強化 | | | | | ◆延滞債務の計画的な圧縮 | ◆延滞債務の大幅な圧縮により漁協の資金管理等が円滑化 |
| 県漁協：<br>・相談員、アドバイザーの連携強化による指導体制の強化<br>・研修の充実による相談員、指導員のレベルアップ<br>県合併・流通支援課：<br>・アドバイザーの配置、相談員の取組やレベルアップを支援 | | | | | | |
| | | 組県漁協の債権管理・回収機能の強化 | | | | |
| | | 県漁協：<br>・債権管理室、各支所及びアドバイザーが連携した債権の管理<br>・債権の管理・回収にるノウハウの習得<br>県合併・流通支援課：<br>・アドバイザーの配置等による、債権の管理・回収体制の強化を支援 | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 水産加工を振興】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 地域加工グループの育成による雇用の場の確保 | ◆県内で9つの地域加工グループが活動<br>◆多くのグループは経営規模が零細で、安定した雇用が困難 | ・漁村女性グループ等の交流活動の支援、専門家の派遣、講習会の開催等による経営面や加工技術面での支援を実施<br>◆儲けを実感し経営的視点を持った取組への意欲・自覚が高まるとともに衛生管理意識の向上に一定寄与 | ◆今後も持続可能な経営体質の確保<br>◆雇用の場として魅力のある労働条件等の確保<br>◆衛生管理面のレベルアップ | ◆○雇用の安定に向けた活動を支援 | ○ | ○ | ○ | | | |
| 2. 水産加工の新たな事業化の推進<br>P462<br>別図(水7)参照 | ◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷<br>◆消費者・業務筋の省力化志向の強まり<br>◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化<br>◆国が6次産業化法を制定<br>◆安全・安心志向の定着による、衛生管理への要請<br>◆県外大手と取引するうえで大口需要や衛生管理体制は重要<br>◆県産養殖魚は活魚や鮮魚出荷が主体 | ・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成<br>・新たな連携による事業化の働きかけと補助金活用等の支援を実施<br>・原料魚の安定確保や販路確保の支援を実施<br>◆地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工等の事業化（8カ所）が実現した<br>・水産加工業交流促進協議会を設置、開催（H23：2回）（H24:3回）（H25：2回）（H26:2回）<br>◆事業者間の交流により、新たな取引につながる事例がみられた<br>・6次産業化法に基づく総合化事業計画の認定を4事業者が受ける<br>◆6次産業化法での支援を活用した取組が開始<br>・水産加工施設の施設の衛生管理レベルの向上（ソフト・ハード）を支援<br>・水産加工の衛生管理に関する講習会を開催<br>◆衛生管理面のレベルアップが一定進展<br>・水産物前処理加工協業化促進協議会を設置、加工事業の協業化や連携について協議<br>◆複数の加工事業者による新たな連携の取組が開始<br>・漁協、養殖業者、加工事業者等の連携により養殖魚の前処理加工に着手 | ◆事業化した前処理加工等の円滑な運営（原料魚の安定確保等）<br>◆関係者間の情報交換の場の提供等による新たな連携の促進<br>◆漁業者が主体となった生産・加工・流通の一体的な取組の促進<br>◆県外等の取引に対応できる衛生管理体制の強化<br>◆大口需要や衛生管理体制等の多様なニーズへの対応<br>◆養殖魚の前処理加工 | ◆★事業化を軌道に乗せる活動への支援 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★漁業者による6次産業の創出 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆○衛生管理の高度化を促進 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★事業者間の連携強化による多様なニーズへの対応を促進 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆★養殖魚の前処理加工の促進 | ○ | ○ | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開**<br>地域加工グループ：経営感覚をもった持続可能な活動の展開、衛生管理の強化等<br>漁協、市町村：円滑なグループ活動の実施に向けた支援<br>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各種研修制度等の活用支援、新たなグループの掘り起こし | | | | | ◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献 | ◆事業継続・拡大により地域雇用に貢献 |
| **事業化を軌道に乗せる活動への支援**<br>加工事業者：前処理加工事業等の円滑な運営<br>県合併・流通支援課、県漁業指導所：前処理加工事業等の円滑な運営の支援（原料魚確保、販路確保等）や新たな事業の掘り起こし | | | | | ◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現 | ◆前処理加工等の取組により魚価が安定し、新たな産業として定着<br>◆水産食料品の県際収支の黒字幅を拡大 |
| **事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大**<br>加工事業関係者、生産者等：情報交換等をきっかけとした新たな連携と取引の拡大<br>県合併・流通支援課：情報交換の場の提供等による新たな連携の促進 | | | | | | |
| **漁業者による6次産業の創出**<br>漁業者：生産・加工・流通が一体となった新たな取組の実施<br>加工業者等：漁業者と連携した新たな取組の実施<br>6次産業化サポートセンター：計画策定の指導、取組の円滑な実行に向けたアドバイス<br>県合併・流通支援課、県漁業指導所：取組の掘り起こし、計画策定と円滑な実行を支援 | | | | | ◆漁業者による6次産業化の取組等、新たな水産加工が事業化 | |
| **衛生管理の高度化を促進**<br>加工業者等：県版HACCPの認証取得を視野に入れ、衛生管理体制を整備<br>市町村、県合併・流通支援課：衛生管理のレベルアップをハード・ソフト両面で支援<br>県食品衛生課：衛生管理の高度化、改善に向けた指導、県版HACCP認証の取得に係る指導 | | | | | ◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工場が取得 | |
| | | **事業者間の連携強化による多様なニーズへの対応を促進**<br>加工業者等：連携の組織づくり、製造販売体制の確立<br>県合併・流通支援課：連携体制の構築に係るソフト・ハード支援 | | | ◆事業者間連携による製造販売体制の確立 | |
| | | **養殖魚の前処理加工の促進**<br>養殖事業者、漁協：協議会組織による養殖魚に関する外商戦略の検討<br>市町、県合併・流通支援課：検討に係る一連の取組に対する支援 | 養殖事業者、漁協：事業実施の体制づくり、前処理加工の取組推進<br>市町、県合併・流通支援課：取組に対する支援 | | ◆養殖魚の前処理加工事業が開始 | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 水産加工を振興】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 伝統的な水産加工業の振興<br>（1）宗田節加工業の振興 | ◆宗田節の生産高は全国シェアの8割<br>◆宗田節加工業は300人が従事するとともに原料魚確保を担う200人のめじか漁業者を抱え、地域経済にとって極めて重要<br>◆食生活の多様化に伴い宗田節の需要は減少傾向<br>◆宗田節加工業の経営体はここ20年でほぼ半減の20経営体まで減少<br>◆かつお節と異なり魚体が小さく手作業での処理が欠かせないため、抜本的な機械化、省力化は困難 | ・宗田節加工業振興基本計画の策定<br>・宗田節PRの推進組織「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」が設立<br>・委員会を中心に県内外での宗田節のPR活動を展開<br>・一般消費者向け宗田節新商品を開発（土佐清水元気プロジェクト）<br>◆宗田節の認知度が一定向上、新商品の販売も順調に伸びており、今後もPR活動を継続するとともに新商品の更なる販路開拓が必要 | ◆宗田節新商品を活用した外商活動の展開 | ◆○宗田節の認知度向上、ブランド化の推進 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | | | ◆○新製品の開発、販路の開拓 | ○ | ○ | ○ | | | |
| （2）シラス加工業の振興 | ◆シラス加工業は土佐湾中央域の基幹的漁業であるシラス機船船びき網漁業の漁獲物の受け皿として、また地域の地場産業として極めて重要<br>◆シラス加工業、シラス機船船びき網漁業ともに、経営体数、生産量が大幅に減少<br>◆現在、シラス機船船びき網漁業はいくつかの市場に分散して水揚げしているため、加工業者、漁業者の何れにとっても非効率な状況<br>◆従来からの取引慣行や関連施設の整備が不十分なことから、高知新港への水揚げはごくわずか | ・浜改田、十市、三里の漁業者を中心に、高知新港への水揚げの集約化に取り組む方向で協議を開始<br>・浜改田、十市及び高知県漁協並びに南国市、高知市及び県で検討委員会を組織<br>◆高知新港の水揚げ集約化を軸としたシラス流通ビジョンを策定<br>・シラス流通ビジョンの実現に向けて、高知沖シラス産地協議会を設立<br>◆産地水産業強化支援事業(国費)において、事業計画が承認され（H25）、市場集約化に向けた取組が開始 | ◆シラス水揚げの集約化に係る合意形成や条件整備に向け、協議会を中心とした関係者間の調整 | ◆★水揚げの集約化に係る関係者の合意形成<br>◆★水揚げの集約化に向けた条件整備 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 認知度向上に向けたPR活動の展開<br>宗田節をもっと知ってもらいたい委員会：県外に軸足を移したPR活動を展開<br>土佐清水市：補助事業等により、活動の円滑な実施を支援<br>県合併・流通支援課：補助事業等により、活動の円滑な実施を支援<br>県漁業指導所：委員会の活動を支援 | | 食育活動等の継続的な実施<br>宗田節をもっと知ってもらいたい委員会：食育活動や外商活動を継続して実施<br>土佐清水市：委員会の活動を支援<br>県漁業指導所：委員会の活動を支援 | | | ◆宗田節の魅力が認知され、一般消費者向けの需要が拡大 | ◆一般消費者の認知度向上が業務用需要の増加にも波及 |
| 新製品の開発、販路の開拓<br>土佐清水元気プロジェクト：宗田節新製品の事業ベースでの生産、県内外小売業等への営業・販売、ギフト商品等としての販売の展開<br>宗田節をもっと知ってもらいたい委員会：新製品をアイテムとした、宗田節のPR活動を展開（販促を後押し）<br>土佐清水市：元気プロジェクトの新製品の生産体制の整備を支援、販路開拓等を側面支援<br>県合併・流通支援課：新製品の生産体制の整備や営業・販売等に係る補助事業の活用を支援、販路開拓等を側面支援<br>県漁業指導所：新製品の生産・販売を側面支援 | | | | | ◆宗田節新商品を県内外で販売 | |
| 高知新港への水揚げの集約化に係る関係者の合意形成と流通ビジョンの策定<br>加工業者、漁協、漁業者等：協議会への参加による集約化への合意形成及びシラス流通ビジョンの策定<br>高知市、南国市：円滑な合意形成やビジョンの策定を支援<br>県合併・流通支援課：協議会を立ち上げ、円滑な合意形成やビジョンの策定を支援<br>県漁業指導所：円滑な合意形成やビジョンの策定を支援 | ルールづくりと水揚げ施設の整備<br>協議会：市場運営に係る具体的なルールの策定<br>漁協等：シラス水揚げに必要な施設整備<br>高知市、南国市、県合併・流通支援課：漁協等が実施する施設整備を支援 | | | | ◆産地市場の形成による魚価の向上（漁業者の経営安定）<br>◆原料魚の安定確保の実現（加工業者の安定操業） | ◆土佐湾中央海域のシラス水揚げの高知新港への一元化と後継者の確保 |
| | 水揚量の増大へ対応する加工能力の増強<br>加工業者：施設整備<br>漁業者：水揚の集約<br>南国市、県合併・流通支援課：加工業者が実施する施設整備を支援 | | | | | |
| | | 高知新港への水揚げの集約化及び流通ビジョンの実現<br>漁業者：高知新港への一元集荷<br>漁協：高知新港での市場開設に向けた合意形成<br>加工業者：高知新港での一元的な入札、原魚の調達<br>高知市、南国市：ビジョンの実現に必要な支援を実施<br>県合併・流通支援課：ビジョンの実現に必要な支援を実施<br>県漁業指導所：円滑な一元集荷に向けた取組を側面支援 | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【4.地域資源を活用し、交流を拡大】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．滞在型・体験型観光の推進<br>P463<br>別図（水8）参照 | ◆地域全体としての取り組みとなっていない<br><br>◆一部の住民が独自の営業活動を行っている<br><br>◆メニューに多様性が乏しく、夏場にメニューが集中している<br><br>◆来訪者の視点からは受入基盤が脆弱である | ・滞在型・体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島）で既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援<br><br>・先行する6地区で体験メニューをプログラム化し、観光商品として売り出し<br><br>・先行する6地区に加え3地区（夜須、室戸岬、鵜来島）で、体験メニューのプログラム化に向けた取り組み（アンケートの実施や意見交換会）を実施<br><br>・モニターツアーやアンケートの分析結果から導き出された体験者ニーズを商品の磨き上げやメニューづくりに反映 | ◆多様な体験者ニーズへのこまやかな対応<br><br>◆旅行者を主要な観光地から漁村へ誘客 | ◆漁村・地域での受入体制の強化（ソフト・ハード）<br><br>○主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくり | ○ | | | | | |
| | ◆地元マスコミを使った独自の広報活動や口コミに頼った営業活動を行っている<br><br>◆単発的なイベントを開催している | ・漁村での滞在型・体験型観光HP「漁村感動体験！！タラッタ！こうち」を随時追加・更新し、広く情報発信<br><br>・主要な観光地から旅行者を呼び込むため、交通拠点やホテル等にパンフレットを配布<br><br>・イベント等での情報発信・商品売込<br><br>・地域コーディネート組織と連携し関西・関東方面の旅行会社に情報発信・商品売込<br><br>◆先行する6地区のうち柏島を除く地区でのH21～H24験者数は、H17～H20に比べ約4,000人増加<br><br>◆室戸ドルフィンセンターでは10月末までに既に昨年度を上回る2万人を突破<br><br>◆岡山県の中学生260人が「防災学習」プログラムを体験 | ◆漁村での滞在型・体験型観光の周知 | ◆関係機関と連携した情報発信・商品売込<br><br>○認知度を高めるための情報発信の強化 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくり<br>地域（漁業者）：モニターツアーの開催や体験者にアンケートを実施することで、体験者ニーズを把握し、商品の磨き上げやメニューづくりに反映（食と体験を組み合わせたメニューや山・川での体験活動と連携した商品づくりなど）<br>県漁港漁場課・関係課（市町村）：滞在型・体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島）に加え、多くの地区で上記取組を支援 | | | | | ◆県内10地区で商品が整備<br>◆各地区によるPR活動、旅行会社や学校等への販促活動の実施 | ◆継続的に取り組める体制の確立と地域（漁業者）の所得向上による漁村における滞在型・体験型観光の定着 |
| 認知度を高めるための情報発信の強化<br>地域（漁業者）・県漁港漁場課：滞在型・体験型観光で先行する6地区に加え、多くの地区での取組を旅行会社や学校等に情報発信<br>主要な観光地から旅行者を呼び込むため、交通拠点やホテル等にパンフレットを配布<br>HPを随時、追加・更新するとともに、より効果的な情報発信方法を検証<br>商品売込の際の地震津波に対する安全対策の情報発信<br>県関係課（市町村）：上記取組を支援 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【4. 地域資源を活用し、交流を拡大】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進 | ◆漁業生産としての河川利用の衰退<br><br>◆人工構造物・河川改修や渇水・濁水などにより魚類等の生息適地が減少し、健全な生息や再生産に悪影響<br><br>◆河床の変化や山林荒廃による土砂流出などによりアユの産卵適地が減少<br><br>◆温暖化による異常な気象の影響が内水面資源に悪影響<br><br>◆冷水病がアユ資源に悪影響を与えていたが、関係者の努力により徐々に成果が得られつつある<br><br>◆カワウ、外来魚などの食害により内水面資源に悪影響<br><br>◆漁協の遊漁料収入減少と組合員減少による資源増殖や環境保護活動の制限<br><br>◆内水面資源を守るための利水調整・庁内連携が、一部河川については図られ一定の成果が得られつつある | ・アユ資源調査の実施（遡上状況、定着状況、産卵状況）<br>・ウナギ種苗放流（H21:1.6t、H22:1.4t、H23:1.1t、H24:0.6t H25:0.6t、H26:1.2t）<br>・カワウ生息実態調査<br>・カワウ駆除の実施（H21:586羽、H22:603羽、H23:578羽、H24:718羽、H25:833羽 H26:719羽）<br><br>・外来魚の駆除の実施（H21:25,943尾、H22:18,878尾、H23:10,343尾、H24:17,045尾 H25:9,857尾、H26:93,381尾）<br>・天然アユ資源管理（産卵場造成:物部川など7河川）<br>・漁業者による森林保全活動<br><br>・ふるさと雇用内水面漁場管理保全計画策定事業を実施業を実施（対象:主要15河川）<br><br>・重点分野雇用創造海域生活期アユ動態調査事業を実施（対象:仁淀川河口周辺）<br><br>・ふるさと雇用ダム湖等利用中山間地域振興計画策定事業を実施（対象:早明浦ダム、津賀ダム）<br><br>・アユ種苗生産施設の大規模修繕（H21:156,542千円）<br><br>・(財)高知県内水面種苗センターを解散し県が全ての資産を引き継ぐことで種苗生産事業を担う体制を構築<br><br>◆関係者の懸命な取組が続けられており、人工的な対策により資源の維持が図られている<br><br>◆H23のアユ遡上は概ね良好であり、関係者の取組が成果として現れていると考えられるため、引き続き取組を進めることが重要である | ◆産卵場の造成や放流などの継続的な取組による河川資源の増殖<br><br>◆県内河川の状況や釣情報などについてHPを活用した情報発信 | ◆○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 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆○自然再生産による資源増殖につながる取組 | ○ | | ○ | | | |
| | | | | ◆○県内河川の状況や釣情報などの情報発信 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆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 | ◆アユの天然遡上が増加し、資源の自然再生産も徐々に拡大<br><br>◆魚たちを豊かに育む河川の復活を目指して関係者が一丸となって取組を続けている状態<br><br>◆アユなどが豊富に生息し、一年を通じて中山間地域への誘客が図られ、賑わいが創出 |

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等への協力
　　河川環境を保全するための森川海の連携の推進
　　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等への協力
　　河川環境を保全するための森川海の連携の推進
　　県民への啓発
　　広域的視点からの利害調整

県内河川の状況や釣情報などの情報発信

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
県漁業振興課：県民への啓発とHPによる情報発信

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

## 戦略の柱【4. 地域資源を活用した交流の拡大】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進 | ◆アユ漁期は6～10月と12月、アマゴ漁期は3～9月であり、冬季は河川が利活用されていない<br><br>◆冬季のアマゴ漁を可能とするには内水面漁業調整規則の改正が必要 | ・冬季解禁の規則改正の根拠となるデータ収集のための調査を6河川で実施<br><br>◆奈半利川、吉野川水系穴内川で規則改正<br><br>◆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も実施 | ◆規則改正に必要な調査方法のマニュアル化、効率的な調査体制の確立等による対象河川エリアの増加 | ◆アマゴ釣り場を冬季に河川中流域に設け、誘客資源として活用する<br><br>○規制解除のための調査と規則改正<br><br>○他の河川エリアへの取組拡大と情報発信 | ○ | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 規制解除のための調査と規則改正<br>漁協：調査協力と地元調整<br>県内水面漁業センター：河川での調査<br>県漁業管理課：調整規則の改正へ向けた国との調整 | | | | | ◆アマゴの冬季釣り場の増加 | ◆概ね10河川においてアマゴの冬季釣り場を設定<br>◆アマゴなどが豊富に生息し、一年を通じて中山間地域への誘客が図られ、賑わいが創出 |
| 他河川エリアへの取組拡大と情報発信<br>漁協：取組の検討と地元調整、PR活動<br>県漁業振興課、県内水面漁業センター：取組の紹介、調査方法のマニュアル化と効率的な調査体制の確立 | | | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# カツオの県内への水揚げ促進

漁業振興課

## 本県カツオ一本釣り漁業の状況

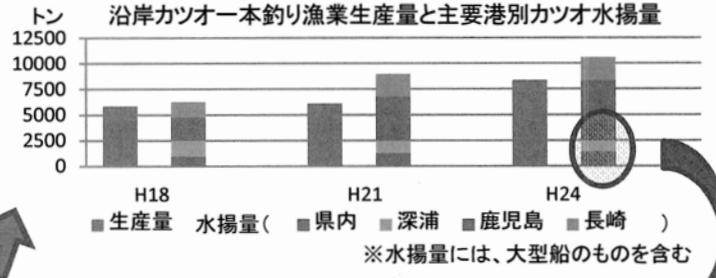
操業形態で分類した本県カツオ一本釣り漁業の状況

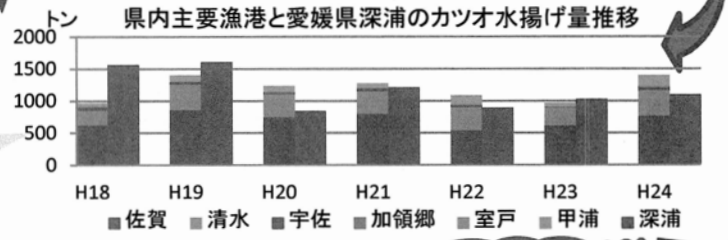
| 漁業種類 | 漁船規模 | 隻数 | 生産量 | 漁場 | 主要水揚港 |
|---|---|---|---|---|---|
| 大型（遠洋近海） | 80～220トン（平均110トン前後） | 18 | 15,399トン | 春：薩南～土佐湾周辺<br>夏：伊豆、小笠原<br>秋：東北沖（一部は薩南） | 気仙沼<br>千葉勝浦<br>鹿児島 |
| 中型（沿岸） | 19トン | 19 | 8,338トン | 周年：薩南～東シナ海<br>漁場形成時：土佐湾周辺 | 鹿児島、山川、長崎<br>愛媛深浦<br>佐賀、清水、甲浦 |
| 小型（沿岸） | 5～15トン | 30 | | 周年：土佐湾周辺 | 愛媛深浦<br>佐賀、清水、宇佐、甲浦 |

※生産量はH24農林水産統計
カツオ以外の魚種も含む

**土佐湾周辺の操業においても県内への水揚げが少ない**

カツオ漁船への聞き取り調査を実施




カツオ水揚げ四国一を標榜

## 県内への水揚げ促進を図るうえでの問題点と課題

＜水揚港を選ぶ要素＞　＜県内漁港と深浦漁港の比較＞

| | |
|---|---|
| ○漁場からの距離 ……好漁場は足摺岬より西側に多く形成 | 弱み |
| ○魚価 ……四国の水揚げ港では佐賀が最高値 | 強み |
| ○活餌の有無 ……周辺の常設餌場は深浦、津久見、佐賀 | 弱み |
| 佐賀の活餌は県外からの輸送費が乗り割高 | 弱み |
| ○物資の補給 ……深浦では漁協が実施。県内漁港は未実施 | 弱み |
| ○市場サービス ……水揚げ船へのサービス評価は深浦が高い | 弱み |

【課題】

- ○県西部の3市場をカツオ水揚げ拠点に位置付け
- ○市場機能の強化（ハード・ソフト面のサービス向上）
- ○活餌の県内での確保と価格競争力の強化

## これからの取組

### ○佐賀で漁協を軸とした新たな活餌供給体制の構築

【活餌供給機能強化事業費補助金】

- ・個人事業者の撤退を受け、漁協、漁業者、黒潮町で組織する協議会を設置し、暫定的に事業を継続（黒潮町活餌供給機能強化対策協議会）
- ・漁協が専従担当を配置し、活餌供給事業のノウハウを習得
- ・周辺餌場との価格競争力を強化するための活餌価格の引き下げを支援
- ・H29以降は、宿毛湾から活餌を調達し輸送コストを削減

逆転!!

### ○活餌の県内での確保（宿毛湾の活餌供給基地化）

【活餌安定確保対策事業委託料】

- ・宿毛湾の中型まき網で採捕されるイワシ類を活餌として利用するため、他県の先進地から技術者を招へいし、採捕や蓄養の技術を習得
- ・養成した活餌をカツオ船に試験販売し採算性を検証

### ○市場機能の強化

【漁業生産基盤整備事業費】

- ・佐賀漁港の燃油タンク設置などの操業効率化への支援

### ○かつお一本釣り漁業者に対する漁船建造等への資金調達の支援

【かつお一本釣漁船建造等支援資金利子補給金】

- ・近海かつお一本釣り漁業者が漁船をダウンサイジングする場合や新規参入者が新たに（19トン型）かつお船を建造等する場合に、低利（無利子）資金を融通する

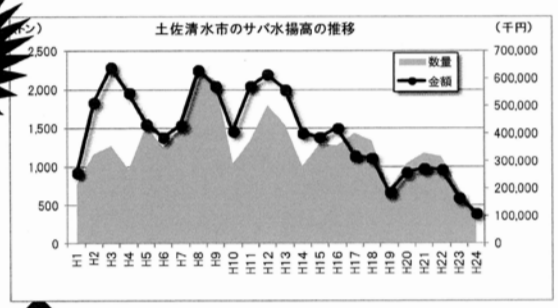
水揚げ促進による雇用増
地域経済の活性化

若者が住んで稼げる
元気な漁村

# 清水サバの水揚げ増加に向けた取り組み

（水2）

清水サバ漁獲量の激減

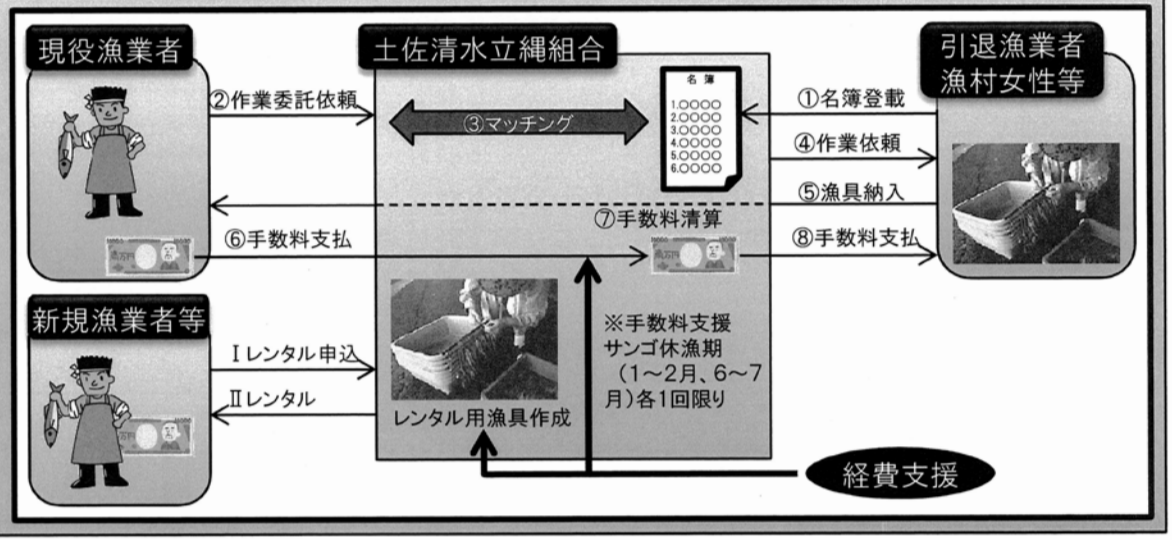



| | 現状・課題 | 現状の対応 |
|---|---|---|
| 漁業就業者 | **サンゴ漁業への転換**<br>サンゴ価格の上昇によりサバ釣り漁業者がサンゴ漁業へ転換し、サバ釣り漁業者が激減 | **新規就業者の確保**<br>一定規模の収入が確保できる漁業として、キンメ、メジカとともに新規就業時のメイン漁業（研修制度によるサバ釣り新規就業者：9人） |
| 労働環境 | **準備作業が過重**<br>通常妻が道具作成を担うが、独身の新規就業者や高齢の漁業者にはこれらの作業が重荷 | × |
| 漁場環境 | **サメによる被害増加**<br>釣り針にかかったサバ、仕掛け等の直接被害の外、出漁できない間接被害も有り | × |
| 市場流通 | **魚価の低迷**<br>生産量が減少すれば価格は上昇するが、消費地からの指名買いが減ったことから単価も下落 | **各種魚価向上対策**<br>衛生管理市場、MEL、入札方法の改善、市場統合、ブランド化・・・・ |

## 今後の対応

### 【新】清水さば水揚げ促進モデル事業費補助金

○目　　的：清水サバの水揚げ向上を図るため、漁業者の漁具作成の負担を軽減する仕組みを新たに構築する取り組みを支援
○事業主体：土佐清水立縄船組合
○補 助 先 ：土佐清水市
○補助対象：①漁具作成手数料（サンゴ漁業の各休漁期（1～2月、6～7月）1漁業者1回限り）
②レンタル用漁具作成費




### 【新】漁業被害対策推進事業委託料

○目　　的：サメ被害軽減のため、効果的、効率的なサメの漁獲方法の確立を目指す
○事業内容：19トンマグロ延縄漁船により、はえ縄漁法でのサメ漁獲方法を試行・検証する
○委 託 先 ：高知県漁協

### 【新】高鮮度物流体制の構築

○出荷形態を鮮魚から活魚にシフトしていくことで、水揚げ単価を引き上げ
○高知家の魚応援の店等を活用した販路の拡大
○単価増により水揚げが向上しつつあるメジカに倣いサバ水揚げ単価増による立縄操業者の増加を目指す

# 定置網漁業の安定的な経営体制の確立

漁業振興課

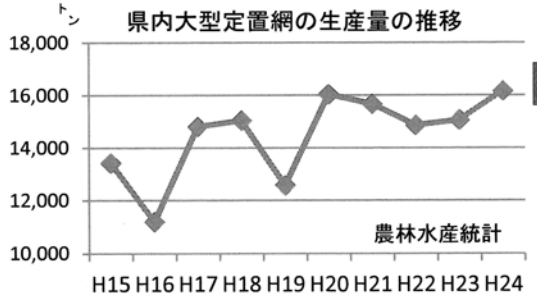
## 本県の大型定置網漁業の現状

【沿岸漁業の中で重要な位置を占める主要漁業】

・経営体数：24経営体、従事者数392名
・漁獲量：16,165ﾄﾝ(H24)
・沿岸漁業（養殖業除く）に占める割合：41%
・漁獲量の年変動が大きく経営が不安定

定置網漁業特有の性質

***地域の基幹産業（24経営体中　村張り14経営体）***
***定置網漁業の収入が集落を支えている***




≪村張り：集落の住民が資金や労力等を提供し、定置網漁業を共同で経営する方式。漁業収益は出資者間で分配され、地域住民の主な収入源となっている。一方、法人格を有していないため、経営に関し出資者が無限責任を負うことや、出資者全員で意志決定を行う必要があること、また多くの経営体で内部留保が乏しいことなどから、大規模修繕や設備投資等への対応が困難な側面を有し、経営体質の改善が必要となっている。≫

## 問題点

① 地域の過疎化、高齢化が進行　⇒　後継者不足
　網の作成や敷設に関する技術の継承が途絶える懸念
② 経営が不安定なうえ、経営基盤が脆弱
　不漁や災害の発生等により経営難に陥る懸念

**定置網漁業の存続の危機**
H22～25年にかけ5経営体が経営難等で廃業
H25年、室戸市で急潮により数億円の被害

→ 漁業集落消失の危機

## 課題

経営安定に向けた取組が必要

① 敷設技術の向上と後継者の育成＝生産量の維持増大
② 経営体質の改善
③ 急潮の被害軽減
　＝経営の維持安定

## 26年度の取組（課題解決に向けた基礎的な取組を実施）

① **生産量の維持増大に向けた取組（定置網漁業振興事業費）**
　・最新機器を用いて定置網の敷設状況を調査し、技術の向上と継承につなげる
　・若手技術者を先進地へ派遣し技術を習得させ、将来の幹部候補を育成
② **経営体質の改善に向けた取組（沿岸漁業経営体法人化支援事業費）**
　・法人化により経営基盤を強化し、安定経営を目指す

・潮流・深度調査（最大で年8回）
　→網全体の潮流・深度を調査し、網の設置場所が適正か検討
・網成り調査（最大で年8回）
　→ROVを用いて網全体の網成りを調査し、変形箇所をチェック
・立碇設置状況調査（最大で年8回）
　→カッター付ROVを用いて垣網付近を調査し、絡み合った部分を切除
・GPS敷設位置確認調査（年1回）
　→精密なGPSを用いて網の位置を調査し、再設置時に活用

## 27年度以降の取組（課題解決に向けた応用的な取組を実施）

① **生産量の維持増大に向けた取組（定置網漁業振興事業費）**
　・最新機器を用いて定置網の敷設状況を調査し技術を向上（未実施の漁場）
　・敷設状況の調査結果を基に漁場カルテを作成、模型実験等などを行い網成りを改善（既実施の漁場）
　（拡）・網の陸揚げ時に小規模な改良を試行的に加えることにより、強度の増加や漁獲の向上を目指す
　・若手技術者を先進地へ派遣し技術を習得させ、将来の幹部候補を育成
（拡）② **経営体質の改善に向けた取組（沿岸漁業経営体法人化支援事業費）**
　・法人化により経営基盤を強化し、安定経営を目指す
（新）③ **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（水産業試験研究費）**
　・急潮発生のメカニズムを明らかにし、予測技術の確立し、被害軽減を図る

→
・漁業生産量の確保
・定置網漁業の持続的な発展
・漁業集落への若者の定着

（水4）

# 「高知家の魚応援の店」と「築地にっぽん漁港市場」を活用した大都市圏での県産水産物の外商機能強化（H27年度）

**県内事業者（産地買受人、漁協、水産加工業者等）**

**水産物都市圏外商ネットワーク強化事業委託料**
＜県外飲食店とのネットワークを有する企業に委託＞

「応援の店」の掘り起こし、商談会・産地見学会への参加依頼等

H26末：350店舗
H27末：500店舗

- ○「応援の店」の掘り起こし：150店舗以上
- ○東京・大阪での商談会開催：各200名以上の来場目標
- ○産地見学会の開催：東京10店舗、大阪10店舗を産地に招へい
- ○高級飲食店の産地招へいによる産地事業者とのマッチング：5店舗

鮮魚等の販売

**高知家の魚応援の店等**

NEW **水産物外商活動支援事業委託料**

委託

アカムツ、朝どれ定置網鮮魚、
ブランド養殖魚、カツオ等

関東の高級飲食店

高級飲食店への高鮮度魚の試験出荷（計50件実施）と評価の取得
（品質、価格、物流コスト等）

魚種ごとの高鮮度出荷方法
の設計と飲食店のニーズ等への対応等（荷立て方法、物流ルート等）

県産水産物のサンプル出荷（200件以上）と評価（品質、価格等）の収集

応援の店の訪問（200店舗以上）によるニーズ収集と県産水産物のPR

店舗ニーズ（品質、価格等）をフィードバック

アンケート調査による取引状況や要望等の把握（1回）

販売代行・仕入（収益事業）

鮮魚等の販売（収益事業）

高知家

販売

PR

**JFこうち・海の漁心市株式会社**

漁港市場での商談会の開催（応援の店10店舗×5回）

**築地にっぽん漁港市場**
TSUKIJI NIPPON FISH PORT MARKET

**さかな屋 高知家**

取引先の紹介・斡旋

- ○施設を拠点とした外商（卸売）
- ○店頭販売（小売）
- ○養殖マグロの産地加工品等の試験販売
- ○県内事業者による催事の実施
- ○店頭での映像放映や商品展示等によるPR　など

商談会への参加等に要する連絡・調整

鮮魚等の供給（収益事業）

アンケート調査（2回）による取引状況把握

フェア開催時等に連携

連携　**地産外商公社**　連携

漁業振興課

## 養殖業の現状、課題、問題点

**現状問題点**

- 中小の家族経営が主体
- 魚価安・餌料費の高騰
- 配合飼料で環境は改善

→

- 高齢化の進行
- 利益率の低下
- 漁協規則が旧態依然

→

- 担い手不足・経営体の減少
- 新規参入・規模拡大が困難

→ **10年後**

- 生産量の減少
- 遊休漁場の増加

**課題**：経営規模の拡大による足腰の強化、高い技術と知識を備えた担い手の育成

**H26対策**

① 協業化等に取り組む生産者の規模拡大のための設備投資を支援

② 新規就業希望者が、技術と知識を習得する、OJTと座学を合わせたスクールを開講

③ 養殖漁家子弟やスクール修了生等が起業する際のハードルを引き下げ

**H26成果**

① 4グループが協業化

② 養殖ビジネススクールにより技術と知識を習得

**H27課題**

① 協業化グループの取組内容の拡充

② 新規就業希望者の技術と知識の習得機会の提供

## H27年度の取組

＊○：漁業就業者確保対策事業、●：養殖生産チャレンジ促進事業

### ○漁業就業者確保対策事業

(1)新規漁業就業者支援事業費
(2)新規漁業就業者漁船リース事業費
(3)漁業就業者漁船リース事業費

### ●養殖生産チャレンジ促進事業

(4)養殖ビジネススクール運営事業委託料
(5)養殖経営協業化等サポート事業委託料
(6)新規養殖業就業者生産施設リース事業費
(7)養殖業協業化等促進生産施設リース事業費
(8) 養殖共済掛金負担費
(9)新技術導入試験費

### 中小経営体の協業化と規模拡大を促進

● 協業・法人化をサポート (5)
中小企業診断士等が経営相談や診断（委託）

● 生産施設リース制度の活用 (7)
3者以上での協業化や規模拡大等を目指す方に、小割等をリース（2台分）＊上限額を引き上げ

○ 漁船リース制度の活用 (3)
新たに共用船を購入するなどの協業体等に漁船をリース（1隻分）

● 新技術導入試験費 (9)
新 新技術導入や経営品質向上のための生産試験に係る経費（6協業体分）

### 養殖ビジネススクールの開講

○ OJTによる技術の習得
・新規漁業就業者支援事業の拡充 (1)
2年間生活費の支援を受けながら、漁業士等の養殖業者の元で実践研修を実施
・国の雇用型研修制度の活用
企業等に雇用され、1年間の実践研修を実施

● 座学による知識の習得 (4)
養殖に関する専門知識（生理生態、病気、赤潮、環境など）と経営に関する知識を習得するための座学研修を実施（委託）

### 起業時のハードルを引き下げ

○ 漁船リース制度の拡充 (2)

● 生産施設リース制度の活用 (6)

● 座学による知識の習得 (4) ※再掲

● 協業化・法人化をサポート (5) ※再掲

● 生産段階のリスクを緩和 (8)
・初回生産時の共済掛け金を負担

6経営体が協業化にチャレンジ

スクール受講者30名程度（県研修、国研修、従業員等）、15名程度がOJTにチャレンジ

**目標 ： 2～3年後、小割20基増加により生産額が4億円増加　20名程度の若者が就業**

# 種苗生産・中間育成ビジネスの育成

（水6）

## 種苗の現状

### 種苗供給の現状

**○養殖用種苗の供給状況（表1参照）**
- ブリやマグロは、県内採捕業者が天然種苗を一定量供給
- マダイ、シマアジの人工種苗も民間企業が全国シェアを一定確保（ブリ、マダイ、マグロの養殖用種苗の県内の需要量は県内産でほぼ賄える状況）
- 一方、カンパチ、マグロの人工種苗の供給はゼロ

表1　H25年養殖用種苗の供給状況（単位：万尾）

| | 供給状況 由来 | | 尾数 | 高知県産 全国シェア |
|---|---|---|---|---|
| マダイ | 人工 | 県内 | 1,478 | 25% |
| | | 全国 | 4,492 | |
| | 合計 | | 5,970 | |
| ブリ | 人工 | 県内 | 0 | 0% |
| | | 全国 | 14 | |
| | 天然 | 県内 | 280 | 18% |
| | | 全国 | 1,280 | |
| | 合計 | | 1,574 | |
| カンパチ | 人工 | 県内 | 0 | 0% |
| | | 全国 | 100 | |
| | 天然 | 県内 | 10 | 2% |
| | | 輸入 | 650 | |
| | 合計 | | 760 | |
| シマアジ | 人工 | 県内 | 55 | 20% |
| | | 全国 | 225 | |
| | 合計 | | 280 | |
| マグロ | 人工 | 県内 | 0 | 0% |
| | | 全国 | 26 | |
| | 天然 | 県内 | 3 | 8% |
| | | 全国 | 33 | |
| | 合計 | | 62 | |
| ウナギ | 天然 | 県内 | 220 | 2% |
| | | 全国 | 8,580 | |
| | | 輸入 | 5,335 | |
| | 合計 | | 14,135 | |

※全国の値は高知を除く

### 人工種苗の必要性

**○人工種苗の要望の高まり**
- 資源の減少や種苗採捕の規制強化を受け、天然種苗の供給量及び単価は不安定
- マグロは、養殖生産量増加のためには人工種苗の導入が必須
- カンパチやマグロの養殖生産量の安定と拡大には、天然種苗から人工種苗への転換が必要
- このため**カンパチ、マグロ種苗の量産化**に取り組む
  ※ブリ・ウナギは、当面、天然種苗を活用

## 種苗生産量の拡大

### 種苗量産化のための施策

**○県内の種苗生産企業、養殖業者と連携し、マグロ・カンパチの種苗の量産技術開発を実施**

**＜マグロ＞**
- 親魚養成、採卵技術の開発試験（H26～H28：県内養殖業者に委託）
- 人工種苗の生産技術開発試験（H26～H28：水試、種苗生産企業）

**＜カンパチ＞**
- 種苗量産技術開発、品質評価試験（H24～H26：水試、種苗生産企業）
- 親魚の優良形質群選抜、養成試験（H25～H26：水試、種苗生産企業）
- 人工カンパチ品質向上化試験（H27～H28：水試、種苗生産企業）

≪種苗生産量増加のステップ≫
種苗生産、中間育成施設の整備の検討

| | マグロ | | カンパチ | |
|---|---|---|---|---|
| H26 | 生産試験 | | 量産試験 | |
| H27 | 量産試験 | ・海面施設の整備（水産試験場等） | 試験配布 | ・陸上施設の整備（民間企業） |
| H28 | 量産試験 | | 販売 | ・海面施設の整備（民間企業等） |
| H29 | 試験配布 | ・育成事業の開始 | 120万尾 | ・育成事業の拡大 |
| H33 | 10万尾以上 | | 250万尾 | |

種苗生産量の増加に伴い、中間育成場の確保が必要となる

## 中間育成の産業化

### 種苗供給と中間育成の現状

**（マダイ）**
- 種苗生産企業が養殖業者に供給
- 中間育成基地から養殖業者に配布

**（カンパチ）**
- 中国で採捕・中間育成した天然種苗を養殖業者が入手
- 一部中間魚での流通あり

**（ブリ）**
- 種苗採捕漁業者（モジャコ漁業）が養殖業者へ供給
- 中間育成は採捕業者が実施

**（シマアジ）**
- 種苗生産企業が養殖業者に供給

**（マグロ）**
- 種苗採捕漁業者（ヨコワひき縄漁業）が養殖業者に供給
- 人工種苗では、中間育成の一部を外部に委託

**（ウナギ）**
- 種苗採捕者（シラスウナギ採捕）が養殖業者等へ供給

### 漁場の特性を活かした中間育成の産業化

- 浦ノ内湾では、中間育成経験者の活用、ベコ病フリー漁場の活用により中間育成事業を推進する
- 宿毛湾では、国内で有数の好漁場（高水温などの環境）を利用したマグロ中間育成事業を推進する

### 中間育成の産業化のための施策

**○中間育成適地調査(カンパチ)**
- ベコ病（大月、宿毛、その他：H27～H29）
- 赤潮、貧酸素への対応検討（浦ノ内：H27～）

**○新規マグロ中間育成漁場の設置（マグロ）**
- 新規中間育成漁場測量調査（大月：H26）
- 地元調整、漁業権設定（大月：H27～H28）
- 中間育成業者の育成（大月：H28～）

## 種苗生産・中間育成基地の形成

**○県内必要量の確保と県外養殖業者への販売**

**○中間育成の産業化により100人の雇用の増加**

**○人工種苗の生産量**
**カンパチ：250万尾以上**
**マグロ：10万尾以上**

**県内養殖生産量の拡大**

# 養殖魚の生産・加工・販売の拡大

（水7）

| 養殖魚種（H23目標設定時） | 加工仕向け方向性 | H26 | H27 | H28 | H29 ・・・・・・・・・・ H33 | H33 生産目標 | H33加工 販売目標 | （積算根拠） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **ブリ**<br>○生産額 55億円<br>○生産量 8,508トン | ●競合相手の少ない夏ブリを中心に生産拡大（3kgupサイズ） | 宿毛湾の優位性を生かした加工事業の展開 | 加工体制の検討（連携・誘致含む）・安定した販路の確保<br>信頼できる複数の連携パートナー（商社等）の確保<br>宿毛湾養殖魚外商推進協議会（課題解決協議の場）<br>原魚供給・加工体制・販路開拓等に対応<br>土佐社中（AP）<br>フィレマシン・小割導入予定（H27）<br>養殖ブリの加工がスタート ・5～11月：4.5万尾（157t） ・加工品販売1.7億円<br>発展<br>養殖ブリの加工事業の定番化 ・5～11月：8万尾（280t） ・加工品販売3.9億円<br>発展<br>養殖ブリの加工事業の拡充 ・MAX：12万尾（420t） ・加工品販売5.0億円<br>ブリ以外の加工（周年養殖魚加工） ・加工品販売額2億円<br>加工体制の構築（規模・実施主体：要検討）<br>連携<br>新設<br>誘致 | | | ○生産額 53億円<br>○生産量 7,500トン | 15億円 | 【ブリ】<br>・加工仕向け 1,000t<br>・歩留まり 1,000t×55%<br>・販売 550t×2,200円 12億円<br>【その他】 3億円 |
| **マダイ**<br>○生産額 41億円<br>○生産量 5,501トン | ●高品質なブランド鯛による生産拡大（海援鯛・乙女鯛等） | 生産対策と連動した加工事業の展開 | 関係事業者（生産・加工・販売）の連携等による販路開拓・加工体制の拡充<br>○地域APによる加工体制の構築（施設増改築・機器整備等）<br>生産増に連動した加工体制の拡充<br>☆協業化による規模拡大（2グループが協業化に向けた取組みに着手）<br>☆養殖ビジネススクール ○ブランド鯛の生産者数の増加（5経営体）<br>☆起業に係る支援（リース制度等）<br>6経営体が規模拡大<br>10名が起業<br>H30年以降 500t(35万尾)生産拡大 | | | ○生産額 48億円<br>○生産量 6,000トン | 1.5億円 | ・加工仕向け（増産） 500t×30%<br>・歩留まり 150t×45%<br>・販売 67t×@2,200円 |
| **カンパチ**<br>○生産額 30億円<br>○生産量 3,013トン | ●品質の高い人工種苗の活用による生産拡大 | | 販路開拓と並行し加工体制を構築<br>○地域APによる加工体制の構築（施設増改築・機器整備等）<br>生産増に連動した加工体制の拡充<br>☆民間企業との共同研究（種苗生産技術開発） 13万尾を生産(H26.10現在)<br>試験配布<br>販売開始<br>H29 120万尾<br>H30年以降 安定した生産拡大 | | | ○生産額 54億円<br>○生産量 6,000トン | 2.5億円 | ・加工仕向け（増産） 3,000t×5%<br>・歩留まり 150t×55%<br>・販売 82t×@3,000円 |
| **クロマグロ**<br>○生産額 30億円<br>○生産量 955トン | ●活け込み尾数制限のない人工種苗の活用による生産拡大 | | マグロ養殖事業者と加工事業者との協議・調整による加工事業の展開<br>○消費地ニーズの収集 ○産地加工に着手 ○前処理加工品の本格販売開始<br>☆新規漁場の調査<br>☆漁業権の設定、新規漁場への生産者誘致<br>☆種苗生産技術の開発（採卵親魚及び受精卵を確保し技術開発に着手(H26)）<br>試験配布<br>H31年以降 安定した生産拡大 | | | ○生産額 56億円<br>○生産量 2,000トン | 5.0億円 | ・加工仕向け（増産） 1000t×10%<br>・歩留まり 100t×50%<br>・販売 50t×@10,000円 |
| 【合計】<br>○生産額 156億円 ○生産量 17,977トン | | | | | | 【合計】<br>生産額211億円<br>生産量21,500トン | 【合計】 24億円 | |

| | |
|---|---|
| 高知家の魚応援の店 | 県外飲食店とのネットワーク（H27末：500店舗）の活用により販路拡大を支援 |
| 築地にっぽん漁港市場 | 築地を拠点とした県産養殖魚のPR及び外商活動の推進により販路拡大を支援 |

# 滞在型・体験型観光の推進

（水8）

≪漁村・地域での受入体制の強化　（ソフト・ハード）≫

≪関係機関と連携した情報発信・商品売込≫

**■第１期産業振興計画**

・既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援
（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜）
・来訪者受入れのための体験施設を整備（柏島）

・関係機関と連携し、旅行会社や学校等へ情報発信・商品売込
・漁村での滞在型・体験型観光HP「漁村感動体験！！タラッタこうち」を作成し、広く情報発信　など

**■総括**

・5地区で体験メニューをプログラム化、商品として売り出せる状態に

・旅行会社へ情報発信、狙いの顧客に向けた効果的な情報発信に着手

先行する5地区でのH21～H23体験者数は、H18～H20に比べ約3，000人増加

**■課題**

・多様な体験者ニーズへのこまやかな対応
・旅行者を主要な観光地から漁村へ誘客

・漁村での滞在型・体験型観光の周知

**■第２期産業振興計画**

**◆主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくり**

●滞在型・体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島）に加え多くの地区でモニターツアーの開催や体験者へのアンケートを実施し、体験者ニーズを把握
●モニターツアーやアンケートの分析結果から導き出された体験者ニーズを商品の磨き上げやメニューづくりに反映（食と体験を組み合わせたメニューづくりなど）
●引き続き、モニターツアーの開催や体験者へのアンケートを実施することで体験者ニーズを蓄積

**◆認知度を高めるための情報発信の強化**

●引き続き、パンフレットを追加配布し情報発信
●パンフレットの配布効果の分析を行い、効率的・効果的な配布手法を検討
●地域コーディネート組織と連携した都市部への情報発信・商品売込
●ホームページ「漁村感動体験！！タラッタ！こうち」の追加・更新
●より効果的な情報発信手法の検証
●商品売込の際の地震津波に対する安全対策の情報発信

**■目指すべき姿**

**◆中期的な目標**

・県内10地区で体験メニューをプログラム化し、商品として整備し、入込客の増が地域経済を下支え
・各地区ごとにPR活動や旅行会社や学校等への販促活動を実施することで、各地区の認知度が向上し、入込客が増加

**◆長期的な目標**

・継続的に取り組める体制の確立と地域（漁業者）の所得向上による漁村における滞在型・体験型観光の定着

# 漁業の担い手の確保

（水9）

**情報発信**

- ○漁師になりませんか？（県漁業振興課） http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/040401/sinnkigyogyoushuugyousha.html
- ○高知家で暮らす。（県地域づくり支援課） http://www.pref.kochi.lg.jp/~chiiki/iju/
- ○高知しごとネット（県雇用労働政策課） http://www.pref.kochi.lg.jp/~shigoto/index.html
- ○漁師jp（（一社）全国漁業就業者確保育成センター） http://www.ryoushi.jp/

**相談体制 受入調整**

**漁業就業相談窓口**

- ○県内の漁協協同組合、市町村
- ○県の各漁業指導所
- ○県漁業振興課 TEL：088-821-4829
- ○県移住・交流コンシェルジュ

**漁業就業支援アドバイザー**
**新規漁業就業者確保対策事業（委託）**

- ・県内外の就職相談会での支援内容の紹介と勧誘活動
- ・県内漁業関係企業等の求人情報の把握と提供
- ・研修生、修了生のフォローアップ
- ・研修指導者の確保、研修受入の調整など

**漁業就業支援フェア（国事業）**

- ・高知県の漁業の紹介
- ・支援制度の紹介
- ・就業希望者の受入調整

**漁業体験 短期研修**

**漁業就業セミナー**

- ・漁業に関心がある参加者に、ベテラン漁業者が漁業の実態や漁村の暮らしを語る
- ・乗船体験、漁業の見学
- ・支援制度の紹介

**漁業体験研修事業**

- ・短期間（3～7日）漁村に滞在し、漁業、漁村の暮らしを体験
- ・滞在中の宿泊費などを支援

**高校等との連携**

- ・海洋高校生の漁業体験学習
- ・漁業者等による高校出前授業

**長期研修 技術習得**

**新規漁業就業者支援事業**

対　象　者：自営等の沿岸漁業者・養殖生産者として自立しようとする者
支援内容：研修・生活費を支援（15万円/月＝最長3年間）
ベテラン漁業者による指導で技術を習得（指導者報償費　5万円/月＝最長3年間）
（洋上研修にかかる経費　市町村上乗せ、金額任意）
万が一の事故に備え、損害保険料を負担

**漁船取得**

**新規漁業就業者漁船リース事業**

対　象　者：新規漁業就業者支援事業修了者に限る
支援内容：漁協を通じて中古漁船をリース
自己負担の80%まで、無担保・無保証人で漁業近代化資金の融資を受けることが可能

**漁業就業者漁船リース事業**

対　象　者：雇用型漁業従事者や親子船からの自立をしようとする者や養殖生産者協業体
支援内容：漁協を通じて中古漁船をリース
自己負担の80%まで、無担保・無保証人で漁業近代化資金の融資を受けることが可能

**機器・漁具整備**

**金融支援制度（水産政策課）**

○沿岸漁業改善資金（無利子貸付）
- ・経営等改善資金（近代的な漁業技術や安全確保のために必要な経費）
- ・青年漁業者等養成確保資金（沿岸漁業の経営を開始するするために必要な経費）

○高知県漁業近代化資金（利子補給）
- ・1～5号資金（漁業経営の近代化に必要な漁船建造、機関換装、漁具等の設備資金）

○高知県沿岸漁業等経営育成資金（利子補給）
- ・経営安定資金（漁船や機器の修繕等に必要な運転資金）
- ・経営維持資金（中古船・中古機器の購入、点検費用等に必要な設備資金）

## 沿岸漁業者として自立

**魚価向上や流通販売の支援による漁業者所得の向上**
- ・県漁協が実施する浜値向上の取組を支援
- ・県漁協による様々なチャネルでの有利販売の取組を支援

**雇用の場づくりの推進による漁家族の所得を確保**
- ・地域加工に対する支援
- ・前処理加工に対する支援
- ・滞在型、体験型観光の推進に対する支援

# Ⅱ　専門分野の成長戦略

# 4　商工業分野

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

製造品出荷額等　4681億円（H22）→4995億円（H23）→4945億円（H24）→5218億円（H25）

第2期計画ver.4の取り組み

H24 → H25 → H26 → H27

◎ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで一貫した支援

## ものづくりの基盤整備

新 高知県事業承継・人材確保センターの設置(P478~479)
・円滑な事業承継を進めるため、U・Iターンや移住の施策等と連携し、ワンストップで支援する拠点の整備

○企業立地の受け皿となる工業団地の造成(P470~471)
・(仮称) 高知一宮団地の整備と（仮称）南国日章工業団地の開発
・継続的な適地調査

拡 県内企業の設備投資の促進 ★ (P470~471)
・企業の設備投資を一層後押しするメニューの創設

○産業振興計画推進融資の活用(P470~471)
・産業振興計画の事業や目標に沿った事業を行う者に対する金融機関と連携した支援

○産学官連携による継続的な産業育成支援(P472~473)
・産業振興センター等との連携強化による事業化に向けた支援

○スキルを備えた技術人材の育成・確保(P472~477)
・工業技術センターや高等技術学校等による技術研修・技術支援
・産業界、学校、行政の連携強化による県内企業への就職促進

拡 幅広い人材の育成や活用を推進するための環境づくり(P476~477)
・就業につながりやすい新たな訓練コースの設定等により女性の活躍促進
・高等技術学校の入校年齢制限の見直しや、女性の訓練生確保に向けた環境整備等

拡 高校生や大学生の県内就職の促進(P476~477)
・高校生の保護者に対する県内企業の理解の場の確保
・県内大学との就職支援協定の締結

## ものづくり

拡 企業立地の推進（P490~491）
・農業分野（生産現場）への県内外企業の参入を促進し、「次世代型こうち新施設園芸システム」等、本県の強みを活かした企業立地の推進
・都市圏の企業をターゲットに本県の支援体制や制度をPRするために企業立地セミナー等の開催

拡 紙産業の振興(P488~489)
・高付加価値製品の開発や加工技術の確立、外商支援の徹底、人材育成、土佐和紙等のブランド化などを促進することによる紙産業のさらなる振興

拡 県外や海外に通じる製品づくり ★ (P496~497)
・海外展開に向けた製品改良を後押しするメニューの創設
・研究会メンバーにバイヤー等を加えるなど、プラン策定段階から実行段階までマーケットインの視点によるサポートの強化

○防災関連産業の振興 ★ (P480~481)
・防災関連製品バイヤーとの個別相談会の回数増による外商の加速化
・購買に結びつきやすい県内外の事業継続計画（ＢＣＰ）策定企業や病院等からの情報収集を強化し、製品開発・改良を促進

拡 シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進(P490~491)
・企業のサテライトオフィス誘致の取り組みの強化
・移住促進との連携による専門人材の誘致及び県内学生等の誘致企業への就職促進

○まるごと支援による新たなコンテンツビジネスの創出(P484~485)
・コンテンツビジネス起業研究会に配置した専門家を中心に、事業化プランの改善や個別相談、商品の販路開拓や広報支援など、コンテンツ事業展開の入口から出口までを一貫支援

**★ものづくりまるごと応援パッケージの充実**

## 販売の拡大（地消・外商）

拡 ものづくりの地産地消・外商の推進 ★ (P496~497)
・海外展開や技術の外商などの支援を抜本強化
・他県と連携した海外見本市への出展等の実施

○地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化(P500~501)
・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

新 商店街等の賑わい創出イベントの実施や、既存店の魅力向上に向けた取組への支援

○移住促進と連携した商店街活性化の取組(P500~501)
・一体的な情報発信と商店街での開業支援体制の構築

**農林水・観光等の各分野での産業振興の**

※H25の数値については、「平成25年工業統計調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

# を目指す本県産業の姿　商工業分野

| 4年後の目標（H27年度末）（※はH24～H27の累計） | さらなる飛躍へのポイント | 10年後の目指す姿（H33年度末） |
|---|---|---|
| **◆積極的な設備投資と技術力の強化が相まって、生産性や競争力が向上する。**<br>●生産能力の増加額:10億円※<br>●新規工業団地面積:20ha ※<br>●産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数:３件以上※<br>●工業技術センター<br>技術研修:1,600人※<br>紙産業技術センター<br>かみわざひとづくり:1,000人※<br>●高等技術学校での在職者訓練:500人※<br>●高校生県内就職率<br>H22:58.1% →H27:72% | **継続した団地開発と企業立地の推進の加速化**<br>**（団地開発**<br>**:約25ha**<br>**→約45ha）** | **全国と対等に競い合う企業が育ち、産業集積の拡大と県内でのサプライチェーンが実現**<br>**～地理的なハンディを乗り越えて～** |
| **◆新たな企業立地が進むとともに、防災や食品、一次産業関連機器等の分野で競争力のある製品や企業が生まれ、県内外での本県企業への評価が高まる。**<br>●企業立地等の実現<br>新増設:40件※<br>製造品出荷額:３６０億円※<br>新規雇用:1,300人※<br>●成長分野育成支援<br>事業化プラン認定件数:60件※<br>販売額:H23:２億円→H27:40億円<br>新規雇用:110人※<br>地域研究成果事業化支援事業による製品化件数:3件以上<br>●ものづくり産業強化事業費補助金を活用した製品開発数：<br>60件（うち防災関連製品20件）<br>●コンテンツビジネスの創出<br>事業化プラン認定件数:15件※<br>新規雇用:35人※<br>●県内におけるソーシャルゲームの年商:20億円 | **県内企業の設備投資の促進とものづくりをリードする中堅企業の育成**<br>**（全国並みの設備投資の実現、売上高10億円以上の企業数:2割増）**<br><br>**次世代の成長産業の育成**<br>**（南海トラフ地震対策と連動した防災関連産業の育成**<br>**:22億円）** | **高知ならではの技術やノウハウを活かして、存在感をアピールできるものづくり産業の創出**<br>**～防災産業と言えば高知県～** |
| **◆数多くの企業が積極的な販売の拡大に取り組み、売上の増加に繋がるとともに、営業ノウハウ等も蓄積される。また、ものづくり産業の拡大、地消・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化する。**<br>●見本市・商談会の開催（防災関連、ものづくり地産地消含む）<br>受注金額　H23:2億円<br>→H27:8億円　(20億円※)<br>●深層水関連商品売上額（除く食品）<br>H22:77億円→H27:112億円）<br>●商店街通行者数:66,000人(休日)<br>(H23の水準を維持)<br>●空き店舗率 :13.4%(H24:14.08%)<br>(H22の水準を維持) | **地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり** | **全国に広がるMade in Kochiと商業の活性化** |

**製造品出荷額等　5000億円以上を目指す**

**製造品出荷額等　6000億円以上を目指す**
**～ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい～**

**実現と相まって**

H22
製造品出荷額等　4,681億円

# 産業成長戦略の概要（商工業分野）

【目指す姿(ゴール)】
製造品出荷額等
平成33年度：6,000億円以上
平成27年度：5,000億円以上

**ものづくりの基盤整備** → **ものづくり** → **販売の拡大（地消・外商）**

◎ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで一貫した支援

## 事業承継

新 **高知県事業承継・人材確保センターの設置**
- 円滑な事業承継を進めるため、U・Iターンや移住の施策等と連携し、ワンストップで支援をする拠点の整備

## 基盤整備

**○企業立地の受け皿となる工業団地の造成**
- （仮称）高知一宮団地の整備と（仮称）南国日章工業団地の開発
- 継続的な適地調査

## 設備投資

拡 **県内企業の設備投資の促進** ★
- 企業の設備投資を一層後押しするメニューの創設

**○産業振興計画推進融資の活用**
- 産業振興計画の事業や目標に沿った事業を行う者に対する金融機関と連携した支援

**○産学官連携による継続的な産業育成支援**
- 産業振興センター等との連携強化による事業化に向けた支援

## 人材育成･確保

**○スキルを備えた技術人材の育成・確保**
- 工業技術センターや高等技術学校等による技術研修・技術支援
- 産業界、学校、行政の連携強化による県内企業への就職促進

拡 **幅広い人材の育成や活用を推進するための環境づくり**
- 就業につながりやすい新たな訓練コースの設定等による女性の活躍促進
- 高等技術学校の入校年齢制限の見直しや、女性の訓練生確保に向けた環境整備等

拡 **高校生や大学生の県内就職の促進**
- 高校生の保護者に対する県内企業の理解の場の確保
- 県内大学との就職支援協定の締結

## 企業立地

**○企業立地の推進**

新 農業分野（生産現場）への県内外企業の参入を促進し、「次世代型こうち新施設園芸システム」等、本県の強みを活かした企業立地の推進
- 都市圏の企業をターゲットに本県の支援体制や制度をPRするために企業立地セミナー等の開催

## 特色のあるものづくり

拡 **紙産業の振興**
- 高付加価値製品の開発や加工技術の確立、外商支援の徹底、人材育成、土佐和紙等のブランド化などを促進することによる紙産業のさらなる振興

拡 **県外や海外に通じる製品づくり**★
- 海外展開に向けた製品改良を後押しするメニューの創設
- 研究会メンバーにバイヤー等を加えるなど、プラン策定段階から実行段階までマーケットインの視点によるサポートの強化

**○防災関連産業の振興**★
- 防災関連製品バイヤーとの個別相談会の回数増による外商の加速化
- 購買に結びつきやすい県内外の事業継続計画（ＢＣＰ）策定企業や病院等からの情報収集を強化し、製品開発・改良を促進

拡 **シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進**
- 企業のサテライトオフィス誘致の取り組みの強化
- 移住促進との連携による専門人材の誘致及び県内学生等の誘致企業への就職促進

**○まるごと支援による新たなコンテンツビジネスの創出**
- コンテンツビジネス起業研究会に配置した専門家を中心に、事業化プランの改善や個別相談、商品の販路開拓、広報支援など、コンテンツ事業展開の入口から出口までを一貫支援

**★ものづくりまるごと応援パッケージの充実**

## 地消・外商支援

拡 **ものづくりの地産地消・外商の推進** ★
- 海外展開や技術の外商などの支援を抜本強化
- 他県と連携した海外見本市への出展等の実施

## 商業支援

**○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

新 商店街等の賑わい創出イベントの実施や、既存店の魅力向上に向けた取組への支援

**○移住促進と連携した商店街活性化の取組**
- 一体的な情報発信と商店街での開業支援体制の構築

## 産業成長戦略の概要（商工業分野）

本県は、大都市圏から遠いという地理的な条件やインフラ整備の遅れなどから、産業集積に乏しく、製品の製造工程の多くの部分を県外に頼らざるを得ない状態です。県内には、先進的な技術等を持ち、全国的に高いシェアを占める企業もありますが、大部分は下請を中心とした中小企業で、経営基盤の弱さゆえ新製品の開発や販売促進が十分に進まないこともあり、個々の企業の製品開発力を強化していくことが大きな課題です。

これまでの産業振興計画の取組により、アイディア段階から、事業化プランの策定、試作機の開発、販路開拓・拡大、設備投資など、ものづくりを一貫してサポートする体制の強化が図られ、この結果、５年ぶりに製造品出荷額等が 5000 億円台を回復するなど一定の成果が現れました。

平成 27 年度は、こうした流れを加速化し、事業者が雇用を拡大し、さらに設備投資を行なうといった経済の好循環を生み出すため、体制と施策のさらなる強化を図ります。

体制の強化については、円滑な事業の承継や事業者の中核人材の確保などを支援する「高知県事業承継・人材確保センター」を高知商工会議所に設置します。事業者の事業承継や人材確保のサポート体制を整備し、積極的に支援することで、それぞれの事業者の皆様の次なる事業展開や拡大再生産の取組につなげていきます。

施策については、第２期産業振興計画では、「ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい」を目指して、「ものづくりの基盤整備」、「ものづくり」の推進、「販売の拡大（地産・外商）」の３つを柱にして取組を進めています。

「ものづくりの基盤整備」では、ものづくりの各段階における企業ニーズに対応できるよう、ものづくりに関する複数の補助金を統合し、企業を一貫して支援できるパッケージ型の補助制度を創設します。加えて、県経済への波及効果が高い事業の補助率かさ上げなど設備投資に対する補助を充実していきます。人材の育成と確保については、幅広い人材の育成や活用を推進するための環境づくりに向けて、高等技術学校の入校年齢制限の見直しや、女性の訓練生確保に向けた環境整備等を進めていきます。

「ものづくり」の推進では、地域における産業振興施策の新たな展開や雇用機会の創出につなげるため、農業振興部が推進する「次世代型こうち新施設園芸システム」の取組と連携し、本県の強みである一次産業における農業分野での企業誘致に取り組みます。紙産業の振興については、研究開発の拠点である紙産業技術センターの機能強化を図ることにより、複合加工技術や新素材を活用した高付加価値製品の開発を積極的に進めていきます。

また、試作機開発の助成制度に海外向けの製品改良事業を創設するなど、企業の海外展開支援に取り組みます。

「販売の拡大（地消・外商）」では、ものづくり地産地消・外商センターに新たに主任コーディネーター制度を導入し、より質の高いサポートを行うことで、企業のものづくり力、商品力をさらに強化していきます。さらに、高知県貿易協会からものづくり地産地消・外商センターへ機械系の貿易促進コーディネーターを派遣し、機械分野での海外販路の開拓支援にも本格的に取り組みます。また、商業支援として、これまで新規創業者の支援を中心に行っていましたが、既存店舗の魅力向上に向けた取組に支援していくことで、商店街全体の活性化に取り組んできます。

こうした施策により、地産外商によって成果を上げた企業が、雇用を拡大し、さらに設備投資を行うといった拡大再生産につなげていくことで、本県ものづくり産業の活性化を図っていきます。

# 戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．競争力強化と企業集積の拡大<br>（1）設備投資支援の抜本強化 | ◆東日本大震災に伴うマイナスの影響はほぼ解消したが、急激な円高等により、企業の生産拠点の海外移転や業務縮小、雇用調整など県経済への深刻な影響が懸念される<br>◆H22製造品出荷額等は約4,681億円（対前年比▲6.1%）で、4年連続全国最下位となっている<br>※H22工業統計<br>◆過去10年間平均の設備投資額の動向を見ても、本県製造業は四国全体の10.6%であり、全国平均値を100とした場合の値も37とかなり低くなっている<br>※工業統計 | ・県内事業者（製造業）の設備投資に対する費用への助成。<br>◆県内事業者の設備投資に対する支援を行い雇用の増加につながった。<br>新規雇用者<br>H24年度:53人<br>H25年度：16人<br>H26年度：6人<br>（1月末現在） | ◆小規模事業者の行う設備投資に対する支援の実施<br>◆事業者の投資意欲の喚起と事業の周知<br>P502,503<br>別図（商工1、2）参照 | ◆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繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進<br>★現行の企業立地に対する補助制度に加え、小規模事業者にも使いやすい補助制度の創設<br>○県制度融資による事業者支援<br>◎小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援<br>★産業振興センターと連携し、新たな設備投資促進策を創設<br>★金融機関や関係支援機関等との連携の強化 | ○ | ○ | | | | |
| | ◆事業所の建物や設備・什器の地震対策は、「対応済み」の事業所が36.3%、「対応中」の事業所が26.0%であり、充分に進んでいない<br>◆事業継続計画（BCP）作成の取組も、「策定済み」が12.1%、「策定中」が22.7%にとどまっており、充分に進んでいない<br>◆建物や設備等の地震対策に要する経費への支援を行政に求めている<br>・耐震診断費用の助成 43.5%<br>・耐震改修設計・建替設計費用への支援 36.6%<br>・耐震改修工事・建替工事費用への支援 50.5%<br>※いずれも平成23年8月実施の「事業者の防災対策についてのアンケート調査」（常用雇用者数50人以上） | ・BCP策定推進プロジェクトによる支援<br>・BCPセミナーの開催<br>・各種団体等への補助制度の周知<br>◆BCP策定推進プロジェクトによるBCP策定企業数205社（H27.2月末時点　策定中含む） | ◆BCP策定の普及・啓発<br>◆補助事業実施事業者の掘り起こし | ◆県民の安全、従業員の命を守るとともに、操業の早期復旧を図るために事業者の震災対策を促進<br>◎県制度融資の拡充による事業者支援<br>★国の補助制度を活用した補助制度の創設<br>○事業者における事業継続計画（BCP）作成の促進<br>★事業者の津波避難施設整備への補助制度の創設（H24.9月補正計上） | ○ | ○ | | | | |
| （2）企業立地基盤の整備 | ◆製造品出荷額等の50%従業員数30%を占める<br>◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている<br>◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる | ・高知岡豊工業団地の開発・分譲完了<br>・香南工業団地の完了<br>・54市（安芸市、南国市、高知市、土佐市、四万十町）で工業団地の適地を調査<br>◆香南工業団地などの企業立地基盤の整備が進む | ◆開発中の工業団地の早期完成 | ◆○企業誘致の受け皿の整備<br>P504<br>別図（商工3）参照 | ○ | ○ | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2．研究開発の促進<br>（1）産学官連携の推進 | ◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に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は多くない<br><br>◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められていた | ・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された<br><br>・中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の実施により具体的な共同研究が開始された<br><br>◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された<br><br>◆中期テーマ研究推進事業（H23採択研究）は、特許出願により独自の技術の確立や新たな研究につなげる動きがある<br><br>◆来年度の製品販売を予定する企業や新たに製品化を目指す県内企業が出現するなど、事業化の動きが着実に進みつつある | ◆産学官連携会議による共同研究の創出<br><br>◆産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化<br><br>◆中期テーマ研究開発事業の進捗管理 | ◆産学官連携による新産業の創出<br><br>○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進<br><br>◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進<br><br>◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進<br><br>◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣 | | | ○ | ○ | | |
| 3．人材の育成と確保<br>（1）技術人材の育成 | ◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある<br>また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている | ・技術研修開催<br><br>◆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 | ◆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<br><br>◆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 | ◆工業技術センター等が行う技術研修<br><br>◎人材育成事業（工業技術センター）<br><br>◎人材育成事業（紙産業技術センター） | | | ○ | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第２期計画 H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 産学官連携会議の開催<br>県新産業推進課：産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る | | | | | ◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている<br>・産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数 3件以上 | ◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究の中から、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている<br>◆産学官間連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している |
| 産学官連携会議分野別テーマ部会の活動<br>県新産業推進課：分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する | | | 産学官連携会議プロジェクトチームの活動<br>新たな機能性表示制度など、個別課題に応じたプロジェクトチームを設置して取組を推進する | | | |
| 中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の推進<br>県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる | | | | | | |
| | 医療関連分野専門家の派遣<br>県新産業推進課：専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る | | | | | |
| 新事業創出支援チームの活動<br>県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取り組みの推進 | | | | | | |
| 機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成<br>県工業技術センター：<br>・専門的技術研修の実施<br>・食品加工特別技術支援員の配置<br>・機械金属加工特別技術支援員の配置<br>・資源利用加工特別技術支援員の配置<br>・技術指導アドバイザーの派遣<br>・土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等）<br>県紙産業技術センター：<br>・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成 | | | | | ◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ<br>技術研修 1,600人（H24～H27）<br>紙産業技術初任者研修会 延べ145人（H24～H27）<br>技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣（H24～H27） | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．人材の育成と確保<br><br>（1）技術人材の育成 | ◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にあるまた、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている | ・県立高等技術学校を中心とした公共職業訓練の実施<br><br>（施設内訓練）<br>◆民間では担うことが困難なものづくり分野や大工、左官タイル等の建築分野における人材育成を行い、関係団体から高い評価を得ている | （施設内訓練）<br>◆定員に対する充足率の低さ、自己都合による途中退校率の高さ、修了生の就職率の伸び悩み | ◆県立高等技術学校の機能の強化<br><br>（施設内訓練）<br>◎広報活動の強化<br><br>○自己都合退校の防止に向けた訓練生の支援体制の強化<br><br>◎就職率向上に向けた訓練生の支援体制の強化<br><br>◎質の高い訓練を実施するための、職業訓練指導員の資質・指導力の向上<br><br>○産業界のニーズに合った訓練を円滑に実施するための施設設備等訓練環境の整備 | | | | | ○ | |
| | | （委託訓練）<br>◆民間教育訓練施設を活用した公共職業訓練は、離転職者の早期就職につながっている | （委託訓練）<br>◆高い雇用吸収力が期待される介護福祉分野の人材の育成<br><br>◆就職率の伸び悩み | ◆早期就職につながる訓練の実施<br><br>◎介護分野の訓練の充実<br><br>★企業に委託した訓練の実施 | | | | | ○ | |
| | | ・企業が行う人材育成のための研修事業を支援<br><br>◆集合型研修、講師派遣型研修とも企業の評価は高く、企業の求める人材育成につながっている | ◆中小企業においては、雇用労働者に対するキャリア形成のための支援が十分でない<br><br>◆介護福祉分野においては、離職防止につなげるため、キャリア形成支援の充実が必要 | ◆在職者のキャリア形成支援<br><br>○講師派遣研修の実施<br><br>○研修における介護福祉分野の事業所枠の設定 | | | | | ○ | |
| | | ・高等技術学校における在職者訓練の実施<br><br>◆技術学校における訓練の実施は、企業の評価も高く、企業に求められる人材の育成につながっている | ◆製造業では、企業内で技術や技能を身につけさせていく余力がない | ◆産業界のニーズに応じた在職者訓練の実施<br><br>◎新入社員を対象とした訓練の実施 | | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆企業が求める人材供給の進展<br><br>（施設内）<br>◆定員に対する充足率<br>H22：62.9%<br>↓<br>H27：100.0%<br><br>◆自己都合による途中退校率<br>H22：18.9%<br>↓<br>H27：10.0%<br><br>◆就職率<br>H22：82.6%<br>↓<br>H27：90.0% | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| 高等技術学校での職業訓練の実施<br>県高等技術学校：<br>産業界のニーズに沿った技術・技能の習得や仕事をするうえで必要な資格を取得するための訓練の実施により、地域産業を担う人材を育成する | | | | | | |
| | 高等技術学校の機能の強化<br>県高等技術学校：<br>・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<br>・パンフレットのリニューアルやHPへの動画掲載などによる広報活動の強化<br>・自己都合退校の防止のため、生活相談員の配置などによる生活面を含めた指導体制の強化<br>・訓練生の就職率向上のため、就職支援コーディネーターの配置などによる支援体制の強化<br>・職業能力開発大学校や他の職業能力開発施設等における職業訓練指導員の研修の実施<br>・訓練機器の計画的な更新 | | | | | |
| 民間教育訓練施設を活用した職業訓練の実施<br>県高等技術学校：<br>・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、求職者のニーズに応じたパソコンスキル習得のための基礎的な訓練、企業実習を併用した訓練など、ニーズに応じた多様な訓練の実施により、産業界の求める人材を育成する<br>・介護福祉士養成コースの実施<br>・求人企業に委託した事業主委託訓練の実施 | | | | | （委託訓練）<br>◆就職率<br>H22：68.4%<br>↓<br>H27：75.0%以上 | |
| 在職者を対象としたキャリア形成のための研修会の実施<br>県雇用労働政策課：<br>・研修会の実施　・企業が行う研修会への講師派遣<br>・高知県職業能力開発協会と連携して、企業による事業活用を推進 | | | | | ◆研修受講者数<br>H22：346人<br>↓<br>H27：580人 | |
| 高等技術学校における在職者訓練の実施<br>県高等技術学校：<br>・産業界のニーズに応じたオーダーメイド型訓練の実施<br>・基礎的技術を身につける訓練の実施 | | | | | ◆在職者訓練の実施<br>500人<br>（H24～H27） | |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3．人材の育成と確保<br>（2）新規高卒者の県内企業への就職促進に向けた産業界、学校、行政の連携強化 | ◆県外求人の増加により県外への就職が増加新規高卒者の就職率が向上するなかで、県外就職者は増加し20年3月には52%と半数を超過<br>15年3月：24.8%<br>→20年3月：52.0%<br><br>◆県内企業に対する生徒、学生、教員、保護者の認知度が低い | ・公立の専門高校等に対して、企業実習や技術指導の事業の実施<br>・私立中高等学校に対して企業見学等の実施<br>・産業界と連携した教員研修の支援<br>◆産業界、行政、学校との連携体制が促進された。<br>H24実績　参加生徒899名、協力企業150社 | ◆今後も継続して高校生に県内産業や県内企業の魅力を伝える産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことの重要性について、学校や担当教員の理解を深める<br><br>◆普通科高校に対する職業理解の促進と情報提供 | ◆県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進<br><br>○公立の専門高校等では、地域産業担い手人材育成事業の企業実習や技術指導等を通じて学校と産業界との連携を強化<br><br>○民間と連携して企業実習等の魅力や県内産業・県内企業の情報発信<br><br>★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援 | | | | | ○ | |
| （3）新規大卒者の県内企業への就職促進 | ◆県内高校から大学に進学する生徒の約8割は県外大学へ進学<br><br>◆県内企業では新規大卒求人が充足しない雇用のミスマッチがある | ・本県出身の県外大学生等に、ダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出展、県外大学保護者会への参加など、本県の魅力や県内企業情報を周知した<br><br>◆県外大学生等に高知の魅力を発信したり、就職情報の提供ができた | ◆学生に対する県内企業の情報提供<br><br>◆保護者の県内企業への理解促進<br><br>◆県外大学に進学する高校生に対しての情報提供<br><br>◆就職支援協定を締結した大学を中心に、Uターン就職に向けた取組強化 | ◆本県出身の県内外大学生等への県内企業の情報の提供<br><br>◎新規大卒者等県内就職支援事業ダイレクトメール、保護者会などを通じて、県内企業の企業説明会等の情報を提供、東京・大阪の就職相談会では、高知県の魅力を伝えることにより、県内への就職促進を図る<br><br>○民間と連携して、県内外大学生に対する県内インターンシップ情報を提供し、県内企業の理解促進を図る<br><br>★就職支援協定を締結した大学を中心に、県内企業を知ってもらう取組を進める<br><br>★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援（再掲） | | | | | ○ | ○ |
| （4）若年者の就業支援 | ◆就業者は減少し失業率も高い<br>（国勢調査7年→17年）<br>・人口816千人→796千人（▲20千人）<br>・就業者410千人<br>→370千人（▲40千人）<br>・失業率(17年)<br>県7.9%、全国6.0%<br>・若年者の失業率(17年)<br>県11.7%、全国8.5%<br><br>◆有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい<br>19年度平均<br>県0.50倍　全国1.02倍<br><br>◆ニート、フリーターが多く存在<br>ニート　3,230人<br>（17年国勢調査）<br>フリーター　12,400人<br>（14年就業構造基本調査） | ・ジョブカフェこうちのしごと体験枠の拡充による若年求職者の就職促進、キャリアコンサルタントの増員による相談体制の充実、セミナーの実施や、併設ハローワークとの連携による就職支援<br><br>◆利用者の就職者数は目標を上回る結果となっている<br><br>◆就職者数1,120人<br>（H24実績）<br><br>◆H21年4月ジョブカフェ幡多サテライトの開設 | ◆ジョブカフェ利用者の就職率の向上、正規雇用割合の増<br><br>◆ジョブカフェ来所者の相談割合の増<br><br>◆幡多サテライトの機能充実<br><br>◆効果的なセミナーの開催 | ◆就職支援相談センター「ジョブカフェこうち」による若年者の就職促進<br><br>○しごと体験受講による就職者の正規雇用率の向上<br><br>○ジョブカフェ利用者のキャリア形成の支援を図る<br><br>○幡多サテライトの機能の強化を図る<br><br>◎利用者のニーズをとらえたセミナーを開催する<br><br>★女性求職者の訓練プログラムを実施して就職を支援する | | | | | ○ | |
| （5）U・Iターンの促進 | ◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数<br>H20年度　10件<br><br>◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い | ・「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施<br><br>◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した | ◆登録企業と求職者とのマッチングの促進<br><br>◆無料職業紹介対象事業所の拡大 | ◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化<br><br>○U・Iターン人材情報システムへ求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う<br>◎職業紹介対象企業をシステムに登録された全求人企業に拡大する | | | | | ○ | ○ |

【商工業分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 企業実習や技術指導等を通じて県内産業や県内企業への理解を深める<br>県雇用労働政策課：<br>公立の専門高等学校への企業実習・技術指導など継続的な支援を行い、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を促進する<br>私立中高等学校には、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える<br>県雇用労働政策課：<br>生徒・教員等には、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」の活用を周知して、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を深める | | | | | ◆産業界、行政、教育界の連携の強化により、高校生の県内就職と大学生のUターン就職が促進される<br>◆高校生の県内就職割合<br>H22:58.1%<br>↓<br>H27:72% | ◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている<br>また、高校生等の県内就職も大きく増加している |
| 県外大学生のUターン就職の促進<br>県雇用労働政策課・県外事務所：県外大学への情報提供、民間が実施する就職ガイダンスへの県の直接参加、県外大学訪問や保護者会への参加等により、高知県の魅力や県内企業の情報を発信する<br>県雇用労働政策課：<br>県外大学生向けには、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」を周知することで、県内企業への就職促進を行う<br>【再掲】県雇用労働政策課：<br>私立中学高等学校の生徒に、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える | | | 県雇用労働政策課：<br>四国4県合同企業説明会を実施<br>県内大学生の地元就職の促進<br>大学職員及び学生の県内企業見学を実施 | | ◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材を確保 | |
| ジョブカフェこうちによる若年者の就業支援<br>県雇用労働政策課：<br>・幡多サテライトの機能強化として、しごと体験コーディネーターを1名配置するとともに開所日を週3日から4日に拡充<br>・本部及び幡多サテライトに広報員を配置して、事業の認知度を向上させる(平成24年度)<br>・若年女性求職者の訓練プログラムの実施（平成27年度～） | | | | | ◆しごと体験受講者の正規雇用率<br>H22：10%<br>↓<br>H27：50%<br>◆ジョブカフェ来所者の相談件数割合<br>H22：54%<br>↓<br>H27：70% | |
| 無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進<br>県雇用労働政策課・県外事務所：<br>・機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する<br>・無料職業紹介対象企業の拡大と体制の強化（平成27年度～）<br>P505<br>別図（商工4）参照 | | | | | ◆企業が求める人材の確保 | |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【1. ものづくりの基盤整備】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 人材の育成と確保<br>(6)伝統的工芸品産業等の人材育成 | ◆伝統的工芸品産業等の担い手不足 | ・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者受け入れ事業の実施<br><br>◆利用状況：<br>H26年度<br>短期研修：<br>土佐硯 2人、<br>土佐和紙 1人 | ・伝統的産業に興味のある人材の発掘や後継者として産業に従事する人材の育成と販路開拓 | ◆県内外で伝統的産業の担い手となる後継者の候補者を求め、産業に興味のある人材の発掘や担い手育成に取り組む団体を支援<br><br>★伝統的産業に興味のある人材発掘のため、市町村と連携し、短期体験研修開催を支援<br><br>★市町村と連携し、長期研修の実施により後継者育成に取り組む団体等への支援<br><br>★県外企業とのマッチングや商談会の開催等により、伝統的工芸品や伝統的特産品の新商品の開発や販路開拓を支援 | | | | | ○ | |
| (7)円滑な事業承継の実現 | ◆後継者不在による事業者の休廃業数の増加 | | ・後継者の確保・育成 | ◆県内事業者等への事業承継に対する理解促進及び後継者人材の確保<br><br>★円滑な事業承継をすすめるための研修会等の実施<br><br>★後継者・中核人材等の育成支援 | | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | 伝統的産業の後継者育成等 | | | ◆伝統的工芸品産業等が求める後継者の育成 | ◆伝統的工芸品産業等が求める後継者の確保 |
| | | 県工業振興課：<br>・伝統的工芸品産業等団体や市町村等と連携し、短期体験研修の開催や長期研修にかかる費用への支援を実施<br>・後継者県内外の移住相談会に参加し、伝統的工芸品等のPR及び後継者育成事業の紹介により後継者候補者確保に向けた取組みを実施<br>・ものづくり総合技術展に伝統的工芸品や伝統的特産品を紹介するブースを設置<br>・新商品開発や販路開拓を支援するため、県外企業の招聘や商談会を行い、伝統的工芸品等の紹介やマッチングを実施。<br>・国の伝統的工芸品産業支援補助事業への継ぎ足し補助事業を創設（H27～）<br><br>県産業振興センター：<br>・こうち産業振興基金を活用した販路開拓等への支援を実施<br>・ものづくり総合技術展開催にあわせて商談会を開催<br>・高知の紙を紹介するパンフレットやパネルを作成し、ギフトショーなど関係する県外見本市で高知の紙産業を紹介 | | | | |
| | | | 円滑な事業承継及び後継者等の確保 | | ◆事業承継の必要性について認知される | ◆中小企業等が必要とする後継者・中核人材の育成・確保 |
| | | 県事業承継・人材確保センター：<br>・事業承継についての普及・啓発<br>・金融機関等を対象として研修会等の開催<br><br>県雇用労働政策課：事業承継・人材確保センターと連携し、UIJターン就業支援補助金を活用し、後継者・中核人材の確保を促進す | | | | |

P507,508
別図（商工6,7）参照

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 防災関連産業の振興<br><br>（1）南海地震対策と連動させた防災関連産業の振興<br><br>P.509<br>別図（商工8）参照 | ◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている<br><br>◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される | ・「防災関連産業交流会」における市町村と企業のネットワークの構築<br>◆「防災関連産業」の認知度の向上<br>◆交流会参加企業 137社(H27.2末) | ◆「防災関連産業」の取組みの更なる拡大<br><br>◆「防災関連産業交流会」を通じたネットワークの更なる広がり<br><br>◆裾野を広げることが必要 | ◆南海トラフ地震への備えと連動させた防災関連産業の地産地消・外商の推進<br><br>＜総合的な支援＞<br>★「防災関連産業交流会」の設置<br>★防災産業推進コーディネータの設置<br>★産学官連携による防災関連の研究開発の推進 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | | ・ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金（防災枠）を活用した製品の開発<br>◆補助金交付件数 22件(H23～26)<br><br>・「製品開発アドバイザー派遣制度」の創設<br>◆製品開発時の課題にきめ細かに支援 | ◆新たな製品開発の掘り起こしと、既に開発中の製品について販売に至るまでの加速化<br><br>◆売れる製品にするためのブラッシュアップが必要 | ＜「地産」を推進するためのものづくり支援＞<br>★試作機の開発支援<br>★試験研究機関での技術支援<br>★全国に通用するものづくり支援<br>★海外展開のための製品改良支援 | | | | | | |
| | | ・新たな公的調達制度の創設と、それを活用した県内製品の積極的な導入<br>◆県下市町村に公的調達制度が創設（7市3町）<br><br>・県内防災イベント等における製品PRの積極的な実施<br>◆県内における製品導入の機運の高まり | ◆県内市町村における新たな公的調達制度導入の促進<br><br>◆県内における積極的な製品PRの実施 | ＜「地消」を推進するための広報・販路開拓支援＞<br>★県内でのPR<br>★公的調達の促進 | | | | | | |
| | | ・県外見本市への積極的な出展<br>◆全国に向けた販路の拡大<br><br>・防災製品販売メーカーへトップセールスの実施<br><br>◆取り組み支援<br>・「防災関連製品認定制度」の創設<br>◆85製品認定 | ◆全国レベルで競い合った製品の磨き上げ<br>◆外商支援の強化<br>◆防災認定製品の増<br>◆海外展開を希望する企業が増加 | ＜「外商」を推進するための販路開拓の支援＞<br>★防災関連の主要展示会への出展<br>★トップセールスの実施<br>★コーディネータ等による製品開発や販路拡大のサポート<br>★県内での導入実績づくりによる信用力の付与 | | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

| 第2期計画 H24 | 第2期計画 H25 | 第2期計画 H26 | 第2期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ◆幅広い分野で、競争力のある製品が生まれ、見本市等により積極的に販路拡大がなされている<br>◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる<br>・ものづくり補助金を活用した製品開発件数　20件（H24～H27）<br>・県内の全市町村への県内製品の導入件数　100% | ◆県内外の企業や研究機関とのネットワークが拡大する中で、競争力を備えた多くの製品開発や企業集積が進み、売上額が大きく増加している<br>◆「防災関連産業と言えば高知県」というイメージが定着し始めている | | | | | |

「防災分野の地産地消・外商」の仕組みづくり・意識の醸成

県工業振興課：産学官民のネットワークづくりのための防災産業交流会の設置・運営（「防災分野のものづくり地産地消・外商」の意識の醸成、防災関連の製品や技術の情報共有、官民連携での製品開発・ブラッシュアップに向けたコーディネート）
自治体・自主防災組織等：地域の防災ニーズ等の取りまとめと情報発信
工業団体・民間企業等：地域のニーズや課題を解決するための提案、防災関連製品・技術のPR・新規開発
大学・試験研究機関等：新たな研究テーマの製品開発等にあたっての技術支援

県新産業推進課：産学官連携会議に「防災研究会」を設置し、研究開発や技術開発を推進

県産業振興センター：防災産業推進コーディネーターによるものづくりの段階から販路開拓までの支援

ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消・外商の推進

県産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」：
・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことにより、ビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施

新たな防災関連製品や技術の開発・全国に通用するものづくり

県工業振興課・工業技術センター・大学等：
・県内外に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援

県工業振興課・工業技術センター・大学等：
・全国に通用するものづくりを推進するための有識者との情報交換や、製品開発アドバイザーの設置等による技術支援

工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための機械装置等の開発・製造

県産業振興センター：
・新商品開発支援、防災産業連携コーディネータ等による防災関連製品等の企画・開発・ブラッシュアップのサポート

県産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」：
・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート

防災関連製品や技術の県内への導入

県工業振興課：
防災訓練や防災フェア、巡回展示会等での防災関連製品や技術の展示PR、ホームセンターや量販店等での展示販売への支援
市町村へのPR（県内製品プレゼンテーション等）、高知県新事業分野開拓者認定制度を活用した公的調達の推進

県工業振興課・ものづくり地産地消・外商センター：
県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力をアピールする総合的な技術展示会でのPR

県・市町村：
県内製品や技術の導入
新たな公的調達制度の創設

県：市町村の公的調達制度の運用支援と、「高知県防災関連登録製品」として認定された製品や技術の導入

市町村：新たな公的調達度の創設と、「高知県防災関連登録製品」として認定された製品や技術の導入

県防災関連産業交流会：
防災関連製品認定制度の創設と登録製品認定

県防災関連産業交流会：防災関連製品認定制度に基づくメイド・イン高知の製品や工法の認定

県産業振興センター：防災産業推進コーディネーター等による同行営業、公的機関（国・県・市町村等）への製品PR

防災関連製品や技術の県外マーケットへの販路開拓

県工業振興課：防災関連の主要な展示会に高知県ブース

県工業振興課・高知県産業振興センター：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や技術をPR

県工業振興課：高知県産業振興センター：海外展示会や商談会でメイドイン高知の製品や技術をPR

県防災関連産業交流会：
防災関連製品認定制度の創設と登録製品認定

県・市町村：新たな公的調達度の活用によるメイド・イン高知の防災関連製品や技術の導入

県産業振興センター：防災産業推進コーディネーターや、東京・大阪・名古屋在住の企業コーディネーター等とも連携した販路拡大支援

県産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」
・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 成長分野での事業化促進<br><br>（1）成長が期待される食品、天然素材等5分野を対象とした研究会の設置 | ◆製造品出荷額等は、H7年（7,055億円）をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい<br>・H18年　5,498億円（全国46位）<br>・45位（鳥取）1兆346億円、47位（沖縄）5,280億円<br>※H19年工業統計（速報）<br><br>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人　全体の47%<br>〃　100人以上　全体の 3%<br><br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人　全体の 6%<br>〃　100人以上　全体の49% | ・成長が期待され潜在力のある4つの分野（食品、天然素材、環境、健康福祉）ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援<br>会員数<br>361社(H27.2末)<br><br>◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた<br><br>プラン<br>65件(H21～H27.2)<br>販売金額<br>17.7億円(H21～H26.9)<br>新規雇用<br>104人（H21～H26.9） | ◆マーケットイン視点での事業の見直し<br><br>◆マーケットイン視点でプランの精度を上げる<br><br>◆PDCAを働かせ、プランの検証・再構築を実施する仕組みづくり<br><br>◆より早期の成約に結び付ける工夫を加速<br><br>P510<br>別図（商工9）参照 | ◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援<br><br>★研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br><br>★研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施<br><br>★バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起<br><br>★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化 | ○ | ○ | | ○ | | |
| | | | | ◆○研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施 | ○ | ○ | | ○ | | |
| | | ・高知県情報産業協会、国、県の3者が連携して、クラウドを活用したビジネスモデルの検討や人材育成に向けた取組を開始<br><br>・高知県情報産業協会が設立した「クラウド研究会」の活動を支援<br><br>◆クラウドやスマートフォンを取り巻く現状や課題など、今後具体的な取組を進めていくうえで必要な情報を共有した | ◆クラウド等の新たな情報技術を活用した、ビジネスを展開するうえで必要となる人材の育成 | ◆★新技術の技術講習会や業界動向についてのセミナーを開催 | | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 成長分野での事業化促進<br>県工業振興課、県新産業推進課：即戦力の会員づくり<br>・個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化<br>・力のある企業の研究会活動への加入促進とマッチング<br>・より大きく飛躍するために販促を中心としたプランの検証と再構築を実施<br>・研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化<br>・新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援 | | | 県工業振興課、県新産業推進課：<br>・研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化<br>・研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施バイヤーを招いた個別相談会を等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起 | | ◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している<br>・事業化プラン認定件数　60件（H24～H27）<br>・販売金額　100億円（H24～H27）<br>・新規雇用　110人（H24～H27） | ◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される<br>◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている |
| 県工業振興課、県新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、ものづくり産業強化事業費補助金制度の実施 | | | | | | |
| 事業化プラン策定段階からの参画<br>認定済み事業化プランの事業化を支援<br>産業支援機関、公設試などとの連携強化 | | | | | | |
| 県工業振興課、県新産業推進課：新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援 | | | | | | |
| 企業ニーズに沿った技術講習会の開催<br>最新の業界動向などに関するセミナーの開催 | | | | | ◆クラウドなどの新たな情報技術を活用出来る人材が育成され、それを生かした新事業が創出されている | ◆情報技術の革新に対応できる企業の育成による、情報関連産業の活発な事業展開 |
| 高知県情報産業協会、県新産業推進課：最新デバイス向けアプリケーション開発等セミナー開催 | | | | | | |

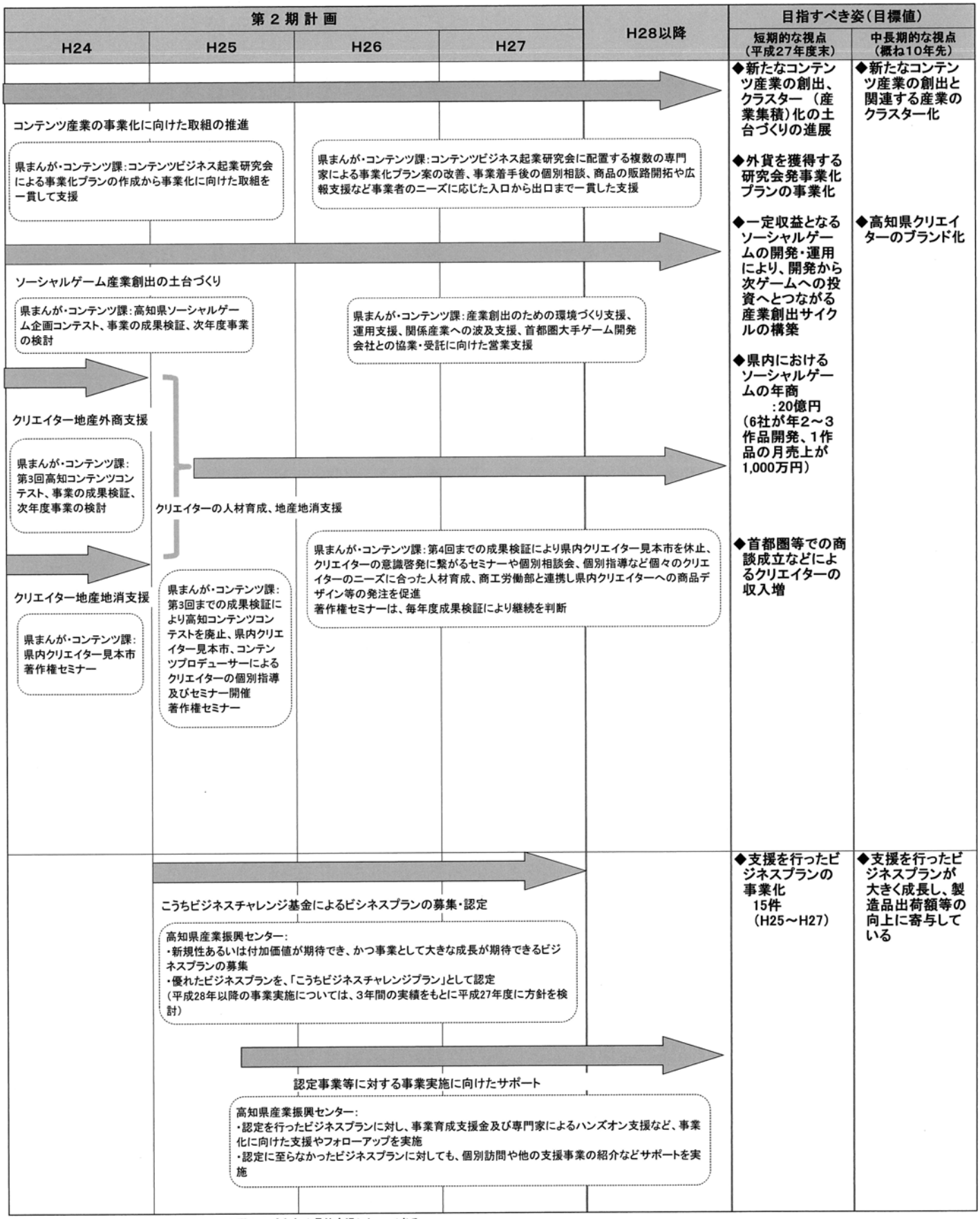
※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 成長分野での事業化促進<br><br>(2)まるごと支援による新たなコンテンツビジネスとクリエイター活躍の場の創出<br><br>P506 別図（商工5）参照 | ◆幅広い企業、大学が研究開発を行ったが研究開発の成果が製品化・事業化まで結びつくものが少ない | ・県内クリエイター実態調査の実施<br><br>・コンテンツビジネス起業化支援事業の推進<br><br>・高知コンテンツコンテストの開催<br><br>・クリエイター見本市の開催<br><br>・著作権セミナーの開催<br><br>・コンテンツビジネス創出育成協議会の設立<br><br>・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストの開催<br><br>・コンテンツプロデューサーによるクリエイターの個別指導及びセミナーの開催<br><br>◆県内クリエイターのビジネスの場を県内外に拡大<br><br>◆クリエイターの地産地消に関しては、見本市により県内事業者との商談を実現した<br><br>◆高知県内で5作品のソーシャルゲームがリリースされ、2作目がヒット作となるとともに開発会社への着実なノウハウの蓄積や、雇用創出、県内事業者への業務発注等による県内経済への波及効果をもたらした<br><br>◆コンテンツプロデューサーの個別指導による県内クリエイターの人材育成と人脈を活かしたビジネスチャンスの拡大に繋がった | ◆クリエイターの地産地消の進展に向け、具体的な発注ニーズを持つ事業者と県内クリエイターとのビジネスマッチングの推進<br><br>◆新たなコンテンツ産業のニーズの掘り起こし<br><br>◆収入増や、地域経済への波及効果のあるコンテンツビジネスプランの具体的な策定<br><br>◆県内事業者のコンテンツ事業の展開を入口から出口まで一貫して支援する体制の整備<br><br>◆現在主流となっているゲームは複雑な作り込みが必要で開発に巨額の経費を要することやユーザー嗜好の移り変わりが早い中での自社ブランドの開発又はリスクが高い状況を踏まえた事業の再構築 | ◆コンテンツ産業（まんが、デザイン等）の事業化に向けた取組の推進<br><br>◎商工労働部の高知家「ものづくり企業」まるごと支援パッケージと連携し、県内クリエイターへの商品デザイン等の発注を促進<br><br>◎コンテンツ関連企業から事業化プランの掘り起こしを行い、事業化プランの改善や個別相談、商品の販路開拓や広報支援などのコンテンツ事業の展開を専門家が一貫して支援<br><br>◎これまでのソーシャルゲーム開発及び運用で培ったノウハウや県内イラストレータ等の人材の売りこみにより、首都圏大手ゲーム開発会社の業務の受託や協業を支援 | | | | ○ | | ○ |
| (3)大きな成長が期待できるビジネスへの支援 | ・ビジネスの立ち上がり期である「創業準備期」「創業期」においては、事業を展開するにあたり、資金をはじめ、様々な経営資源が不足<br><br>・資本や産業集積の乏しい本県において、新たなビジネスを創造していくことが、県経済の浮揚を図るために重要。 | ・㈱日本トリム様からの寄付金1億円を活用し、産業振興センターにおいて「こうちビジネスチャレンジ基金」を造成。当該基金を活用して、高知県内で起業等に挑戦する熱意のある経営者を募集する「こうちビジネスチャレンジ基金事業」を平成25年度から実施<br><br>◆第1回こうちビジネスチャレンジ基金事業では、ビジネスプラン93件（県内47件、県外46件）が応募。うち、5件をこうちビジネスチャレンジプランとして認定。このうち、3件が平成25年度中に事業着手。残り2件は、平成27年度中に着手予定 | ◆引き続き、多くの応募をいただくために、効果的な広報活動を行う必要がある<br><br>◆認定されたビジネスプランへの事業化に向けた効果的な支援体制のさらなる構築が必要 | ◆ビジネスの立ち上がり期への支援の強化<br><br>★こうちビジネスチャレンジ基金によるビジネスプランの募集・認定<br><br>★認定事業に対する事業実施に向けたサポート | ○ | ○ | ○ | ○ | | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】




※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. ものづくりの地産地消<br>（1）各分野での機械化ニーズ等の集約、共有 | ◆製造品出荷額等は、H7年（7,055億円）をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい<br>・H18年 5,498億円（全国46位）<br>・45位（鳥取）1兆346億円、47位（沖縄）5,280億円<br>※H19年工業統計（速報）<br><br>◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人 全体の47%<br>〃 100人以上 全体の 3%<br><br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人 全体の 6%<br>〃 100人以上 全体の49% | ・ものづくり地産地消センターの開設<br><br>・ものづくり技術展示会の開催<br><br>・ものづくり企業による現場視察や意見交換会の実施<br><br>◆県内相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ | ◆「ものづくり地産地消センター」を中心に、各関係機関が連携し、新たな相談案件の掘り起こしを行う必要がある<br><br>◆下請けを中心とした中小企業における製品開発力や営業力、資金力の不足 | ◆「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機会の創出<br><br>○タイムリーな情報提供<br><br>○相談・マッチング機能の強化<br><br>○高知県工業会等、各種団体との連携強化<br><br>◎ものづくり技術展示会での商談機会の拡大<br><br>★産振センターの組織体制の強化 | | ○ | | | | |
| （2）試作開発への助成や技術支援による製品開発の支援 | | ・ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金の創設<br><br>◆産業間の連携による機械装置の開発が進み、県内外への販売も開始されるなど、機械系の地産地消の気運の高まりや成果が表れ始めた<br>補助金交付件数（H22～H26）<br>企画立案 11件<br>試作開発 66件 | ◆開発期間の長期化<br><br>◆海外展開を希望する企業が増加 | ◆「ものづくり産業強化事業費補助金」によるものづくり企業に対する支援<br><br>○試作機の開発支援<br><br>★防災関連の製品開発の推進<br><br>◎企業間連携や産学官連携の充実・強化<br><br>◎県内外の展示会等でのPR<br><br>★補助金のメニューの明確化と審査会機能の強化<br><br>◎海外展開のための製品改良支援 | | ○ | | | | |
| | | ・農業・食品関係の企業や団体への商品開発、品質管理技術向上のための支援を行った<br><br>◆地域APの各課題とも連携し、品質管理技術の向上や商品化などにつながった | ・企業によっては商品開発力・品質管理能力が不十分なところもあり、技術レベルに合わせたきめ細かな支援が必要 | ◆工業技術センターが行う技術支援の充実<br><br>○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援 | ○ | ○ | | | ○ | |

| 第2期計画 H24 | 第2期計画 H25 | 第2期計画 H26 | 第2期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ものづくりの地産地消の推進<br>ものづくり地産地消センター：<br>・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施 | | ものづくりの地産地消・外商の推進<br>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」：<br>・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート<br>・外商支援活動を充実させるため、中小企業基盤整備機構や商工会議所等構成されたものづくり企業外商支援会議を開催し、互いに意見交換を実施<br>・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援<br>・県内のものづくり活動やニーズのマッチング等を促進させるため、ものづくり企業や関係団体等で構成された高知県ものづくり地産地消推進会議を新しく設立 | | | ◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している<br>・ものづくり補助金を活用した製品開発件数　40件（H24～H27） | ◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している<br>◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている |
| ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム（庁内関係機関等）：<br>・庁内における「ものづくりの地産地消の推進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施<br><br>県計画推進課、県工業振興課、県地産地消・外商課、地域本部等：<br>・情報フローを通じた発注予定情報等の収集 | | | | | | |
| 総合的な技術展示会等の開催<br>県計画推進課、県工業振興課、高知県産業振興センター：<br>・県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催（※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討）<br>・ものづくり総合技術展開催に合わせて県外企業を招聘し、製品等商談会を開催<br>・ものづくり総合技技術展に関する委託業務を県工業振興課に移管（H27～）<br><br>ものづくり企業、産業団体等：<br>・技術展示会等への出展、技術の紹介、商談 | | | | | | |
| ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消の推進<br>県工業振興課・県工業技術センター：<br>・県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援 | | ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消・外商の推進<br>県工業振興課・県工業技術センター：<br>・県内外に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援。<br>・支援事業の審査会機能の強化や支援メニューの明確化により、販売をみすえた製品開発を支援 | | | | |
| 県工業振興課・ものづくり地産地消センター：<br>・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPR | | 県工業振興課・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」：<br>・県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPRを実施<br><br>産業振興センター「ものづくり地産地消・外商センター」<br>・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことにより、ビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート<br>・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援 | | | | |
| 工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための情報収集・情報交換、機械装置の開発・製造 | | | | | | |
| 企業・団体への商品開発支援・食品加工技術の支援・ものづくり企業への製造技術の支援<br>県工業技術センター：<br>・企業・団体への商品開発支援<br>・品質管理技術等の支援<br>・ものづくり企業への製造技術等の支援 | | | | | ◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加<br>・商品開発支援　30件 | ◆自立した商品開発ができ、外商で本当に売れる企業へ |

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針<br>施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向<br>1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. ものづくりの地産地消<br><br>（3）紙産業の振興<br><br>P511<br>別図（商工10）参照 | ◆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全国と同じくほぼ横ばい<br><br>◆紙関連製品の製造品出荷額等はH24年601億円（高知県製造品出荷額等の約12%）で、本県の重要な産業 | ・県内約80社の製紙関連企業への技術支援を実施<br><br>・基礎・応用・開発研究先端技術の導入、人材育成や技術指導などを行ってきた | ◆新素材などの開発に取り組むための研究体制を備えた企業が少ない<br><br>◆加工工程は主に県外に流出している<br><br>◆中小企業が多く、新たな技術を確立して設備投資につなげる動きが弱い<br><br>◆受注・販売先が固定されており、積極的に営業を展開する部門をもつ企業が少ない<br><br>◆市場ニーズに基づく製品を開発し、成長が見込める新分野へ販路を拡大する機会が少ない | ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興を抜本強化<br><br>◎高付加価値製品の開発と加工技術の確立への支援<br><br>◎新技術の企業への普及<br><br>◎外商支援の徹底と紙産業の営業力の強化、新分野への進出を支援<br><br>◎人材確保や育成<br><br>◎土佐和紙等のブランド化 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 紙関連企業の製品開発などを支援 | | 紙産業のさらなる振興策を検討 | 紙産業の振興を抜本強化 | | ◆高付加価値製の開発が進む | ◆県内の紙関連企業が新製品・新素材を開発<br>◆製造品出荷額等が増加する<br>◆企業の設備投資が進み、製造基盤が強化される |
| 県紙産業技術センター：<br>・基礎・応用・開発研究、先端技術の導入の支援<br>・人材育成や技術指導を実施 | | 県紙産業技術センター：<br>・研究開発に必要となる新たな機械設備の導入準備<br>・「高知県紙産業の在り方検討会」を設置し、今後の取組方針を検討 | 県紙産業技術センター：<br>・研究開発を推進するため新たな機械設備等を導入<br>・高付加価値製品や素材の研究開発<br>・紙関連企業の技術支援<br>・人材育成事業の強化 | | | |
| | | | 大学や産業支援機関：<br>・インターンシップの実施などによる人材の確保・育成を支援<br>・医療福祉などの新分野進出を支援 | | | |
| | | | 高知県産業振興センター：<br>・紙関連企業のビジネスプラン作成から外商までの一貫したサポートを強化 | | | |
| 県工業振興課：<br>・見本市や展示会への出展を支援 | | | | | | |
| | | 県工業振興課：<br>・バイヤーを招へいした商談会などによる販路拡大の支援<br>・高知家プロモーションと連動させた土佐和紙の情報発信 | | | | |
| | | 県新産業推進課：<br>・四国地方産業競争力強化戦略「高機能素材関連産業創出プロジェクト」と連携した取組の推進 | | | | |

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 企業集積の拡大<br>（1）全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の促進 | ◆製造品出荷額等の50%従業員数30%を占める<br>◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている<br>◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる | ・企業立地促進要綱の改正<br>・訪問活動の強化<br>・企業立地件数30件<br>◆継続的な誘致活動を通じて新規案件の掘り起こしを行い企業立地を実現<br>◆都市圏での企業立地セミナーの開催等の本県の立地環境等のPRの強化 | | ◆企業立地の推進<br>○「ものづくりの地産地消」を加速する業種の誘致<br>○雇用の拡大に「即効性」を持つ業種の誘致<br>○地域産業を支える人材育成、労働力の確保 | ○ | ○ | | | ○ | |
| （2）中山間地域の豊かな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・新規創業者への支援を実施<br>P512 別図（商工11）参照 | ◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めることが不可欠になっている<br>◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている | ・市町村が行うシェアオフィスの整備事業計画づくりを支援<br>・シェアオフィスへの入居を促進するため、ビジネスプランコンテストの実施やDMなどによる情報発信<br>◆県内4町にシェアオフィスを設置し、6社が入居した | ◆企業のサテライトオフィスを誘致する取組の強化<br>◆入居企業へのITなど専門人材の確保と地域雇用の創出 | ◆シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援<br>★市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援<br>★企業のサテライトオフィスの誘致<br>◎専門家派遣や事業連携先の紹介などにより創業や事業継続・拡大を支援<br>★入居する企業や新規創業者への初期経費の支援<br>★ITなどの専門人材の確保と地域の雇用創出 | | | ○ | ○ | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 企業立地の推進<br>県企業立地課：<br>農林水産物に付加価値を付ける食品加工などの地域資源を活用する分野、太陽光などの新エネルギー関連産業分野、本県製造業の高度化や製品の県内での一貫生産を行ううえで不足する業種、雇用拡大に即効性を持つ事務系業種等の企業を誘致する | | | | | ◆新規案件の掘り起こしを行うとともに継続的な誘致活動を通じて、企業立地が進む<br>・新増設40件(H24～H27)<br>・製造品出荷額360億円、新規雇用 1,300人 | ◆成長産業や県内不足業種等にかかわる有力企業が立地し、県内企業を巻き込んだ地域内でのサプライチェーン化が進んでいる |
| | 企業立地の推進<br>県企業立地課：<br>・企業立地促進補助金制度の抜本強化<br>・企業立地セミナーの開催<br>・コールセンター等立地促進補助金制度の抜本強化<br>・コールセンター見本市への出展 | | | | | |
| | シェアオフィス整備等の支援<br>県計画推進課、県移住促進課、県中山間地域対策課、県情報政策課 ：<br>市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援 | | | | ◆シェアオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上しつつある<br>◆県内6地域に、20企業が創業し、IT企業等の集積が始まりつつある | ◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域等の知名度が向上し、ブランド化されている<br>◆IT企業等が集積している<br>◆中山間地域への移住や交流人口、雇用が拡大し、地域の活性化が図られている |
| | | シェアオフィスへの入居促進<br>県新産業推進課：市町村と連携した シェアオフィスのPRや入居者の募集 | | | | |
| | | | 県新産業推進課：企業のサテライトオフィス誘致に向けた関東、関西などでの企業誘致セミナーの開催や現地視察ツアーなどの実施 | | | |
| | | 新規創業等の事業者支援<br>県新産業推進課、支援機関 ： 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 | | | | |
| | | 県新産業推進課 ： 中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金による入居者に対する初期経費への支援 | | | | |
| | | 専門人材等の確保と地域の雇用創出 | 県新産業推進課：入居企業等へのITなどの専門人材確保に向けた首都圏等での転職フェアの開催 | | | |
| | | 県新産業推進課 ： 入居企業と連携し、県内等の学生を対象とした合宿型インターンや交流などにより地域の雇用を促進 | | | | |

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5. 建設業の新分野進出<br>（1）建設業の新分野進出 | ◆市町村の産業別総生産に占める高い建設業の割合<br>（H17年度） 建設業が上位5位までに入る市町村<br>15市町村（42.9%）<br>（H20年度） 建設業が上位5位までに入る市町村<br>18市町村（52.9%）<br>◆公共事業費の減少とともに就業者も大きく減少<br>（H12年度）<br>2,504億円<br>47,313人<br>（H17年度）<br>1,358億円<br>38,073人<br>（H22年度）<br>1,213億円<br>29,400人（速報値）<br>（H17→H22）<br>▲145億円<br>▲8,673人 | ・平成22年5月に財団法人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1名配置<br>・県内7ヶ所の「地域産業振興監」オフィスを地域の窓口として位置付け<br>・「建設業の新分野進出事例集」を平成21年度、平成25年度に作成 | ◆新分野進出に興味を持つ企業が、さらに踏み込んだ検討をしやすくするため、分野別の成功事例など提供する情報のレベルアップや、具体的に勉強していく場が必要となっている<br>◆進出分野が多岐にわたるため、アドバイスする側にも一定の専門分野とともに幅広い知識が求められる<br>◆新分野進出への意欲あるものの、ここ数年の公共事業の増加による人手不足で、新分野へ進出できない<br>◆新分野へ進出したものの、ノウハウが十分でなく、採算面で厳しい | ◆企業訪問・説明会を通じた情報提供<br>○新分野進出の手引き等の配布<br>◎新分野進出説明会・セミナー、先進企業視察、少人数の勉強会等<br>★既新分野進出企業への経営改善セミナー | | | ○ | | | |
| | | | | ◆支援事業の有効活用<br>○初期投資の負担軽減等<br>○進出リスクの軽減 | | | ○ | | | |
| | ◆多い企業倒産<br>（H21年度）69件<br>（うち建設業23件（33.3%））<br>（H22年度）52件<br>（うち建設業20件（38.5%））<br>◆建設業者は、近年の公共事業費の急激な減少で厳しい経営環境<br>◆新分野進出の検討、実施に踏み出せない建設業者が多数存在 | ◆建設業新分野進出アドバイザーを1名配置したことで、県内の様々な建設事業者の新分野進出に関するニーズの把握につながり、個別の相談に対するフォローアップが可能となった<br>◆新分野進出説明会・セミナーの参加については、各地域の建設業協会との打ち合わせを行い、先方のニーズに対応することで、参加者を増加させることができた<br>◆新分野進出事例集や実態調査結果を各企業に配布することで、新分野進出を検討する参考となり、きっかけづくりとなっている<br>◆建設業新分野進出実態調査を行うことで、建設業の新分野進出に関する意識や課題、現在の支援策に対する評価を得ることができた<br>◆特に、調査で3年以内に新分野進出を希望する企業については、企業訪問を実施し、具体的な支援を行うことができている | | ◆取組企業へのフォローアップ<br>○個別企業訪問、他部局との連携の下での専門家派遣、支援制度の紹介等 | | | ○ | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野 】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 手引きの配布や進出事例の紹介等、情報提供の充実 | | | | | ◆支援体制の充実と進出を促進する環境づくりによる新分野進出事例の拡大<br><br>◆建設業の新分野進出数 230社（H24～H27） | ◆建設業の新分野進出の拡大による地域産業の活性化と働く場の確保<br><br>◆新分野の事業が主体となる企業も出てきている |
| 県商工政策課：手引き等の配布、研修・セミナー、先進企業視察等の開催<br>新分野進出についての現状把握、経営課題等の抽出のため実態調査の実施（H25） | | | | | | |
| 初期投資の負担軽減 | | | | | | |
| 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 | | | | | | |
| 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（一般枠）の支援 | | | | | | |
| 進出リスクの軽減 | | | | | | |
| 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（新分野進出枠）の支援 | | | | | | |
| 取組企業へのフォローアップ | | | | | | |
| 建設業新分野進出アドバイザー（H27～建設業経営革新推進アドバイザー）の企業訪問による個別支援<br>高知県産業振興センター、商工会連合会、商工会議所、中小企業団体中央会、県等：専門家等の派遣 | | | | | | |

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【2. ものづくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5. 建設業の新分野進出<br>（1）建設業の新分野進出<br>（農業分野） | ◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業担い手の不足が顕在化<br>◆新規就農や農業以外の分野からの新規参入を促進する必要がある | ◆建設業からの農業参入については、平成15年度から支援<br>これまでに建設業から参入した15法人<br>◆経営面では、市場価格の低迷や生産資材の高止まりなどから厳しい状況がみられる | ◆建設業から農業に参入するためには、より高度な栽培技術を習得した従業員の育成が重要<br>◆現在の経営環境の中で、効率的な経営を行うためには、資金調達や栽培計画の樹立に必要な経営感覚に優れた経営者の育成が重要 | ◆研修の拡充<br>◎農業技術を持った従業員の育成 | | | ○ | | | |
| （林業分野） | ◆高いマネジメント能力や効率的な生産（伐採・搬出）システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業体が少ない | ・事業体に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導<br>◆事業体の認識が高まった<br>・森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催 | ◆新規参入事業体などに優良事例の情報が十分に活用されていない<br>◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった<br>◆事業体の中に核となる人材が十分に育っていない | ◆事業体のマネジメント能力の向上<br>○建設業者等の新規参入と定着を支援 | | | ○ | | ○ | |
| （福祉・介護分野） | ◆増大する福祉・介護ニーズに対応するため、他分野からの人材参入・確保が必要<br>◆土木・建設業を含め介護保険事業への異業種からの参入は見られるが、別会社の設立によるものが多く、実態の把握はできていない | ・資格取得講習会の案内等、情報提供の充実<br>・問い合わせへの対応<br>◆ホームページや社会福祉協議会への委託事業を通じて情報を提供することができた | ◆経営者の介護保険制度に関する理解不足<br>◆専門的人材の不足 | ◆○資格取得講習会の案内等、情報提供の充実<br>◆○福祉・介護分野への就業促進事業の実施<br>◆○福祉・介護人材確保緊急支援事業の実施 | | ○ | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| 農業技術を持った従業員の育成<br>県農地・担い手対策課：先進農家等での実践研修への支援（新規就農総合対策事業・青年就農給付金（準備型））<br>県農業大学校・県農業担い手育成センター：農業技術の基礎知識の習得への支援<br>県農業担い手育成センター：環境制御技術等の先進技術の習得への支援 | | | | | ◆農業分野への新規参入が増加する | ◆参入した企業が、地域農業や産地を支える担い手として成長する |
| 森林整備事業への参入促進と定着への支援<br>事業体：ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導<br>参入事業体：林業事業体との協調、技術習得<br>県森づくり推進課・県木材増産推進課：事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援 | | | | | ◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している | ◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している |
| 情報提供の充実・研修実施<br>県地域福祉政策課・県高齢者福祉課（H27～福祉・介護人材対策室）：ハローワークセミナー・研修等を通じて情報提供を実施<br>県高齢者福祉課（H27～福祉・介護人材対策室）：福祉・介護分野で就業したことがない者の参入を促進するための就業体験の実施 | | | | | ◆福祉・介護分野への進出が拡大していること<br>・講習会の開催<br>H27：72回<br>・職場体験事業への参加者<br>H27：100人 | ◆参入した企業が優れた担い手として成長すること |

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 販売の拡大（地消・外商）】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 販路拡大への支援<br>（1）見本市への県ブースの出展、県内外での商談会の開催<br>（2）産業振興センター等との連携による出展企業等への支援<br>（3）産業振興センターを中心とした外商機能の強化等 | ◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない<br>・従業員数4～9人 全体の47%<br>〃 100人以上 全体の 3%<br>＜製造品出荷額＞<br>・従業員数4～9人 全体の 6%<br>〃 100人以上 全体の49% | ・見本市への高知県ブースの設置<br>・商談会の開催<br>・インターネットを活用した企業情報の発信<br>◆販路の拡大が図れ、販売増につながった成約金額<br>H24年度 2.5億円<br>H25年度 16.2億円<br>H26年度（1月現在）17.5億円 | ◆機械・金属加工系を中心に取り組んできたため、紙産業等の地場産業への取組の拡大<br>◆産業振興センターと連携し、県外見本市出展を中心にした外商支援の実施 | ◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施<br>○新たな分野の見本市へ出展<br>○成約につながりやすい効果的な商談会の開催<br>○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ<br>○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援<br>★新製品の企画立案から販路開拓等までを総合的に支援する補助制度を創設<br>★海外への販路開拓を推進するため、貿易協会と連携し、支援体制を強化 | ○ | | | | | |
| （4）海洋深層水 | ◆海洋深層水のブームが終焉し、かつての勢いがなくなったことで売り上げが伸び悩み<br>ピーク H16 155億<br>現状 H23 136億<br>◆首都圏をはじめとする大消費地への情報発信力が弱く、売込みが十分できていない | ・首都圏等における海洋深層水関連イベントへの出展支援の実施<br>・商品開発・施設設備・販路拡大への支援の実施<br>・全国の海洋深層水活用事例の取りまとめ<br>◆展示会・商談会への参加回数増や首都圏等での新たな販路の獲得<br>展示会・商談会参加 H23: 6回<br>H24:12回<br>・首都圏において、他の取水地やアンテナショップ間での連携事業の実施<br>H24: 3回<br>H25: 3回<br>・他の取水地との連携事業を行い、販路獲得やブランド力の向上に繋がるPRを実施<br>・県内の試験研究機関や成長分野研究会、産学官連携会議との連携し、商品の磨き上げや、新商品開発への支援を実施<br>◆新商品の開発件数増<br>開発件数 H24: 5件 | ◆首都圏等にて認知度の更なる向上が必要<br>◆高知県主導で「海洋深層水のブランド力」を上げていく仕掛け作り<br>◆規模の小さい企業が多いことから、県外への販売力が弱く、販路が確保できていない<br>◆一過性の取り組みになりがちで、ビジネスに結びつく事業の展開が必要<br>◆商品力の向上と新商品の開発促進 | ◆海洋深層水の利用拡大の推進<br>＜更なる認知度の向上と販路の開拓＞<br>★「高知家」を活用した戦略的プロモーションの実施<br>★首都圏を中心にビジネスへ結びつく営業活動の実施<br>★量販店等へ「深層水フェア」開催に向けた企画の提案<br>○企業クラブの取組への支援<br>★海外販路開拓への支援<br>＜海洋深層水のブランド力の強化＞<br>○他の取水地との連携<br>★大手企業のPRや室戸ジオパークを活用したPR<br>＜商品力向上と研究開発の促進＞<br>◎新商品開発と利活用の促進<br>★有効性を示す取組支援<br>★研究開発の促進 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 販路の拡大(県産業振興センター) | | 販路の拡大(ものづくり地産地消・外商センター) | | | ◆商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている<br>・見本市・商談会開催件数　50回（H24～H27）<br>・受注金額　20億円（H24～H27）（防災関連・ものづくりの地産地消含む） | ◆製品の競争力の向上や継続的な営業活動により、売上額が大きく増加している |
| 県工業振興課:<br>・県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内製品のPRや販路開拓を支援<br>・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施<br>高知県産業振興センター:<br>・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保<br>・地方開催の見本市中心にブース出展（H25）<br>・見本市・商談会参加企業へのフォローアップ、県外企業への同行訪問など外商活動に関する支援の実施 | | 県工業振興課:<br>・産業振興センターと連携し、県外の見本市における、県内製品のPRや販路開拓を支援<br>・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施<br>・新製品の企画立案から製品開発、販路開拓、設備投資まで総合的に支援する補助成度を創設　（H27～）<br>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」:<br>・ものづくりに関する総合相談窓口を設置。企業ごとの担当者制を敷くことによりビジネスプランづくりから外商まで一貫した支援を実施。<br>・全国レベルでの経営戦略やものづくりに精通した専門家を配置し、県外ニーズに対応したものづくりをサポート。<br>・県外事務所の体制を強化し、県外における製品紹介や情報収集などにより、販路開拓を支援。<br>・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保<br>・海外での販路開拓支援のため、貿易協会と連携し、貿易に関するコーディネータ２名を新たに産振センターに配置（H27～）<br>・海外での販路開拓を行う企業を対象とした支援事業を強化し、海外への進出をはかろうとする県内企業への支援策を充実（H27～） | | | | |
| 更なる認知度の向上と販路の開拓<br>県工業振興課:<br>・「高知家」プロモーションを活用した戦略的プロモーションの実施<br>・企業訪問活動の強化による海洋深層水利用企業の支援<br>・高知海洋深層水企業クラブが参加する首都圏等でのイベント等でのPRの支援<br>・県内外の商談会やイベントでの広報活動<br>・量販店等での「深層水フェア」開催に向けた企画の提案<br>・海洋深層水紹介パンフレットを作成し、「まるごと高知」（地産外商公社）や県外事務所等とも連携して直持ちしての営業活動の実施<br>・インパクトの大きい大手企業等への海洋深層水利用への働きかけ<br>・海外販路開拓への支援　海外物産展・展示会に参加し、海外販路を開拓 | | | | | ◆商品企画から流通・販売にいたるまで、トータルに海洋深層水関連商品の販売がされているとともに、全国の取水地と連携してビジネスに結びつく多様な事業が展開されている<br>◆海洋深層水を利用した研究開発が進められ、新たな利用分野への展開が動き始めている<br>・深層水関連商品売上額　H27：170億円 | ◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している<br>◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている |
| 海洋深層水のブランド力の強化<br>県工業振興課：全国海洋深層水取水地連携協議会の立ち上げ | | 県工業振興課：全国海洋深層水取水地連携協議会の連携事業として展示会出展や商談会の実施 | | | | |
| 県工業振興課:<br>・スーパーマーケットトレードショーへの共同出展<br>・海洋深層水フェアの共同実施やアンテナショップフェスティバル等への出展<br>・大手企業の製品PRや室戸ジオパークを活用した室戸海洋深層水のブランド力アップのPRを実施 | | | | | | |
| 商品力向上と新たな商品開発に向けての研究開発の促進<br>県工業振興課:<br>・成長分野育成支援研究会(食品)と連携した既存商品の磨き上げや新商品の開発支援<br>・工業技術センターと連携した未利用濃縮水の有効活用を目指した取組<br>・深層水の健康等への有効性を示す取組支援等<br>・県内外の企業の新商品開発に向けたコーディネート | | | | | | |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
3　足腰を強め、地力を高める
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3．販売の拡大（地消・外商）】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．販路拡大への支援<br>（4）海洋深層水 | ◆平成元年より産学官が連携した共同研究や個別の研究を実施してきた<br><br>◆様々な分野で研究が実施され、事業化された商品もあるが、研究が一巡し、今後の研究の方向性について、再検討が必要な状況にある | ・新分野に向けての研究開発動向の把握<br><br>・従来の研究内容の調査及び見直し<br><br>・新たな研究者や関係機関との関係構築及び共同研究の実施<br><br>・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施<br><br>◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野への予備試験や各種研究を開始した | ◆幅広い分野での研究に対応するため、これまで以上に、大学や企業などとの共同研究が必要となっている<br><br>◆地元での事業化の検討が必要となっている | ◆海洋深層水の新たな分野への展開と地元企業の事業化支援<br>＜新たな利用分野への展開＞<br>○推進中の共同研究の成果を出す<br><br>○取組が有望と思われる研究の検討<br><br>◎県内での事業化を検討<br><br>◎高付加価値商品等への利用法検討 | | | ○ | ○ | | |
| | | | | ◆従来の研究成果を見直して再チャレンジ<br><br>★新技術利用での研究進展により事業化へつなげる<br><br>★他地域での研究成果や埋もれたシーズを県内で再度研究し、今後の事業化につなげる | | | ○ | ○ | | |
| | | | | ◆地元企業や関係機関への事業化支援<br><br>○水産物の陸上養殖<br><br>★新技術利用の検討 | | | ○ | ○ | | |
| 2．商業の活性化<br>（1）アンテナショップ「てんこす」の運営への支援等を通じた地産地消・外商の推進 | ◆高知市は人口34万人の大きなﾏｰｹｯﾄであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる<br><br>◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある | ・高知市内でのアンテナショップの開設<br><br>◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につなった<br><br>・おかみさん市の拡充<br><br>◆おかみさん市の拡充により、地域産品の販路拡大へとつながった | ◆アンテナショップ「てんこす」の販売額の増加<br><br>◆アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR<br><br>◆おかみさん市の出店者数の増加を図る | ◆○高知市内でのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ、産直市の取組を継続し、地域産品の売上の増加を図る | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第２期計画 H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 新たな利用分野への展開<br>県海洋深層水研究所：<br>・産学官連携による新たな共同研究の推進（県内外企業、大学、公設試等との連携）<br>・今後有望視される研究シーズの検討（冷熱エネルギー、有用資源、微細藻、健康、医療、深海微生物等）<br>・共同研究成果の事業化検討<br>・補助制度活用の検討 | | | | | ◆研究の進展により、海洋深層水の利用用途が拡大して再度注目される資源となっている<br>◆海洋深層水を利用した新たな産業化が進みつつある | ◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している<br>◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている |
| 従来の研究成果を見直して再チャレンジ<br>県海洋深層水研究所：<br>・事業化が有望視される研究シーズの洗い出し<br>・研究者や関係機関との新たな共同研究への検討<br>・補助制度活用の検討 | | 共同研究の実施<br>県海洋深層水研究所：<br>新たな共同研究の推進・成果の事業化 | | | ◆地元企業や関係団体の新たな事業化が進んでいる | |
| 地元企業や関係団体への事業化支援<br>県海洋深層水研究所：<br>・事業化のための予備試験及び技術支援の実施（スジアオノリ、トコブシ、アマノリ、コンブ類　他）<br>・補助制度活用の検討<br>・事業化後の技術支援実施 | | | | | | |
| 高知市内でのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ、産直市の取組を支援<br>生産者、一次産業団体：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」などを活用し、売上の増加を図るとともに商品力の向上や消費者ニーズの把握に努める<br>県経営支援課：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」やおかみさん市と連携し、地域産品の掘り起こしや販路の確保、情報収集、紹介により販路の確保を図る<br>ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」への支援<br>県経営支援課：補助事業については、H24.10月で終了 | | | | | ◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている<br>◆販売目標額：184,300千円 | ◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップ機能の充実が図られている |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
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
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【3. 販売の拡大（地消・外商）】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 商業の活性化<br>（2）商業の振興 | ◆人口減少・高齢化による地域マーケットの縮小<br>・H22年総人口764,456人で平成17年国勢調査から31,836人減少（4.0%減）<br>◆商業者の意欲減退<br>・小売販売額は平成9年から、事業所数、従業者数は平成11年から減少が続いている<br>・卸売業売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向 | ・商工会等支援機関による事業者の経営支援<br>◆経営革新に取り組む事業者等に対し課題の設定、目標の明確化と事後チェックを行う重点指導事業を実施<br>・事業者の経営力向上等への支援<br>◆創業や経営革新等各種セミナーの開催 | ◆事業者のニーズに対応する支援能力の向上<br>◆創業や事業者の経営革新等に対する意欲の醸成 | ◆創業や事業者の経営革新への取組の支援の強化<br>◎商工会等支援機関の組織体制の強化・職員の能力向上<br>・OJTや集合研修、支援スキルの共有等を通じた経営指導員等の能力向上<br>・中小企業診断士の育成<br>・商工会の事業者への広域支援体制整備に向けた取組への支援<br>○事業者の経営革新への取組の支援<br>・各種セミナーの開催とフォローアップの強化 | ○ | ○ | ○ | | | |
| | ◆郊外大型店への消費の流出（消費者ニーズの変化への対応の遅れ）<br>◆中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況<br>高知市中心商店街の例では、商品販売額約40%減（H6→H19）<br>休日歩行者通行量約62%減（H10→H23）<br>空店舗率約13%（H10→H22で10ポイント増）<br>◆商店主の意欲減退→後継者の不在、売上の減少、商店街の将来の不安など | ・こうち商業振興支援事業により商店街等が取り組むイベント等へ助成<br>◆歩行者通行量の一定の改善が図られた<br>・こうち商業振興支援事業により商店街等の空き店舗への出店者に対して助成<br>◆空店舗率の改善が図られた<br>◆市町村においても、空店舗への出店補助制度が創設された<br>・チャレンジショップ事業の実施<br>◆県内3市町において、チャレンジショップが開設された | ◆こうち商業振興支援事業費補助金制度の効果的活用<br>○イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況<br>○利用が図れていない市町村が多い<br>◆チャレンジショップでは、関係団体との連携によるチャレンジャーの育成・独立 | ◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり<br>○商店街がまとまりを持ち、継続して取り組む商店街活性化イベントの開催<br>○商店街に誘客を促すためのルートマップ作りや商品開発 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆商店街の機能向上支援<br>○商店街がコミュニティの場となるなど商店街の活性化につながる空店舗への出店者に対する支援<br>○新たな顧客（高齢者など）のニーズに応じた販売方法やサービスなどへの支援<br>★商店街の魅力向上に向けた既存店の取組への支援<br>★チャレンジショップの運営によるチャレンジャーの育成・独立<br>★南海トラフ地震に備えた地域住民の安全・安心な生活環境を守るための施設・設備等の整備の支援 | ○ | | | | ○ | ○ |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **商工会等支援機関の小規模事業者等経営支援能力の向上**<br>商工会、商工会議所：<br>支援機関で中小企業診断士を育成・支援スキル向上研修等を充実させ、より高度な経営支援ニーズに対応<br>支援機関の経営指導員が意欲ある事業者を重点的に支援する重点指導事業の実施<br>支援機関職員を対象に外部専門家の活用による企業支援スキルの習得<br>商工会の事業者への広域支援体制整備に向けた取組 | | | | 商工会等支援機関の小規模事業者等経営支援能力の向上<br>第2期計画の総括を踏まえ、商工会等支援機関の支援体制の見直し | ◆中小企業診断士12名体制<br>◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比50%増 | ◆中小企業診断士15名体制<br>◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比100%増 |
| **創業・経営革新等研修会の実施**<br>商工会、商工会議所：<br>創業・経営革新・事業承継・農商工連携等ニーズに応じたセミナーを開催<br>セミナーを契機に事業者の個々のニーズに応じたフォローアップの実施 | | | | | | |
| **商店街としてまとまりを持った継続したイベントの実施**<br>県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度<br>商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援 | | | | | ◆多くの商店街等で、積極的な活性化事業が行われるとともに、空き店舗への新規出店が進み、歩行者通行量の減少等に歯止めがかかっている<br>・高知市商店街の歩行者通行量<br>H23：<br>平日40,880人<br>休日66,049人<br>↓<br>減少傾向に歯止めをかける<br>・高知市中心商店街の空き店舗率<br>H22：13.4%<br>↓<br>増加傾向に歯止めをかける | ◆多くの商店街等で、活性化に向けた取組が活発に行われ、賑わいが維持されている |
| **空き店舗への出店者に対する支援**<br>県経営支援課：空き店舗対策事業費補助金制度<br>商店街の活性化につながる空き店舗出店者に対する支援 | | | | | | |
| | | | **既存店舗の経営革新と併せた魅力向上への支援**<br>県経営支援課：店舗魅力向上事業費補助金制度<br>P.513<br>別図（商工12）参照 | | | |
| **空き店舗を活用したチャレンジショップへの支援**<br>県経営支援課：既存チャレンジショップの運営と新たにチャレンジショップを設置しようとする商店街等に対する支援<br>チャレンジャーの育成と商店街への出店を支援 | | | | | | |
| | | | | **国の補助制度を活用した商店街施設整備への支援**<br>県経営支援課：高知県商店街施設地震対策推進事業費補助金制度 | | |

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# ものづくりまるごと応援パッケージの充実

～ 「ものづくり」から「販路拡大」「設備投資」までを一貫サポート ～

商工1

**H27充実のポイント**

**ポイント1**

貿易協会からｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ2名の常駐派遣を受けるなど、「ものづくり地産地消・外商ｾﾝﾀｰ」の体制を強化（実質5名の増）

強化

海外展開支援を本格化、ものづくり、事業承継支援等も強化

**ポイント2**

ものづくりの各段階に対応して助成内容を充実したうえで、3つの補助金を統合

＜充実内容＞

○海外向け製品改良への助成メニューを創設 NEW

○売上10億円以下の製造業者については雇用要件1人にかわる補助要件を新設
「県経済への貢献年300万円以上」で利用が可能に NEW

○売上10億円以下の製造業者の、より積極投資を後押しする支援メニューを創設
補助率：通常：6．8% ⇒ 25%（外部審査会で決定） NEW

**ポイント3**

強化

プラン策定段階から実行段階までマーケットインの視点でサポートを強化

○研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化
○毎年プランの検証とアドバイスを実施
○個別相談会により早期成果を目指す

相談・方向付け → プラン策定 → 試作開発・商品開発 → 販路開拓・拡大 → 事業拡大・雇用創出

## ものづくり地産地消・外商センター（38人体制）

### 総合相談窓口（ワンストップ対応）

＜主な活動状況＞
○企業訪問
169回／月（H25）
⇒263回／月（H26）
○事業化プラン策定
（H26から取組開始）
目標30件達成見込み
○外商支援による成約額
2.5億円（H24）
⇒16.2億円（H25）
⇒目標27億円達成見込み（H26）

### 成長分野研究会

成長4分野

大学教授等をリーダーとした研究会がビジネスプラン作りをサポート

【研究会テーマ】
食品／天然素材／環境／健康福祉

### 防災関連産業交流会・産学官連携会議・経営革新等

特色あるものづくり

特色あるものづくりのためのプラン策定を組織を挙げてサポート

【サポート体制】
企業 ⇔ 専任担当者 ⇔ 技術統括（産振ｾﾝﾀｰ）／経営統括（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

プラン認定審査会等で検証・アドバイス

補助金審査会等で検証・アドバイス

ポイント3：プラン策定段階から実行段階までマーケットインの視点でサポートを強化

### ものづくり産業強化事業費補助金

ポイント2

- 事前調査への助成
- 試作開発・製品改良・海外向け改良への助成
- 販路開拓への助成
- 生産設備への助成
- 震災に強い団地開発等による生産基盤の強化（企業立地補助金は全国トップクラスの補助率）
- 見本市への県ブースの設置
- 基金事業による出展経費等への助成（海外向けﾒﾆｭｰを創設）
- 公的調達制度による「地消」の推進
- 開発段階で直面した課題に対応した専門家の派遣
- 公設試験研究機関による技術支援（共同研究、技術指導、性能評価等）

ポイント1

○各企業ごとの専任担当者が、事業展開を一貫してサポート（20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
○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5人）

○貿易促進コーディネーターを中心に製品・技術の海外展開をサポート
○主任コーディネーター制を導入し、より質の高い企業サポートを実施
○高知県事業承継・人材確保センターと連携して県内企業の成長を支援

**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、金融機関、高知県事業承継・人材確保センター、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・高専等）

# ものづくり産業強化事業費補助金の創設

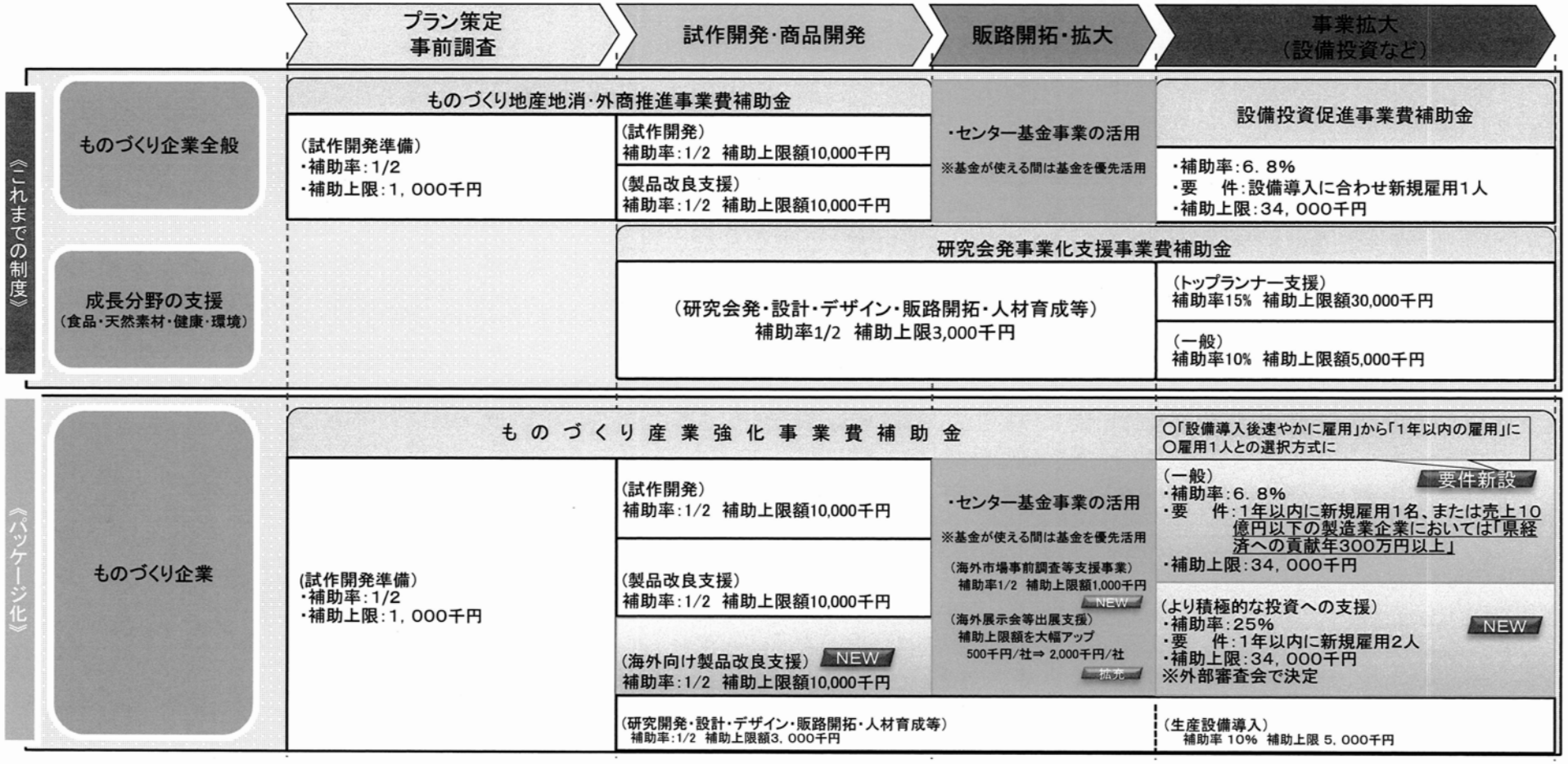
商工2

## 見直しの背景・ポイント

・これまで積み上げてきた施策により、徐々にではあるが製造品出荷額は増加し、全国展開を見据えた製品も現れ始めた。
・平成26年度は「ものづくり地産地消・外商センター」を設置し、ものづくりへの支援体制を抜本強化し、外商支援による成約は対前年比45%増で推移するとともに、新たなビジネスプランが策定され始めている。（H27.1月末ビジネスプラン36件着手）

・本県経済の飛躍のためには、生まれ始めたビジネスプランの実行や海外展開など、企業の挑戦を一層後押しすることが必要。

・このため、<u>果敢に挑戦しようとする企業の設備投資等を後押しするよう制度を拡充</u>するとともに、1つの補助要綱で、ものづくりの各段階全ての企業ニーズに対応できるよう、積み重ねてきた施策を整理統合し、<u>パッケージ化を実施</u>。



# 新想定を踏まえた新たな団地開発の加速化

商工3

## 現状

・全国最下位の製造品出荷額等
・全国的にはまだ低位にある有効求人倍率
・県経済活性化の施策として企業誘致を望む声が第２位（平成26年度県民世論調査）
・中央部における工業団地の分譲率96％（県営団地未分譲面積：直営団地２．３ha・４区画、共同団地２．３ha・２区画）
・直近10年間の県内年平均工場立地面積6.0ha（うち、中央部2.2ha/年）
・県内企業から高台移転ニーズの高まり　（浸水区域内の企業が県外へ移転するリスクあり）

誘致できる工業用地が少ない　→　継続的な団地開発が必要

## 課題

○香南工業団地に次ぐ新しい団地の早期完成

## 工業団地造成事業費【特別会計】

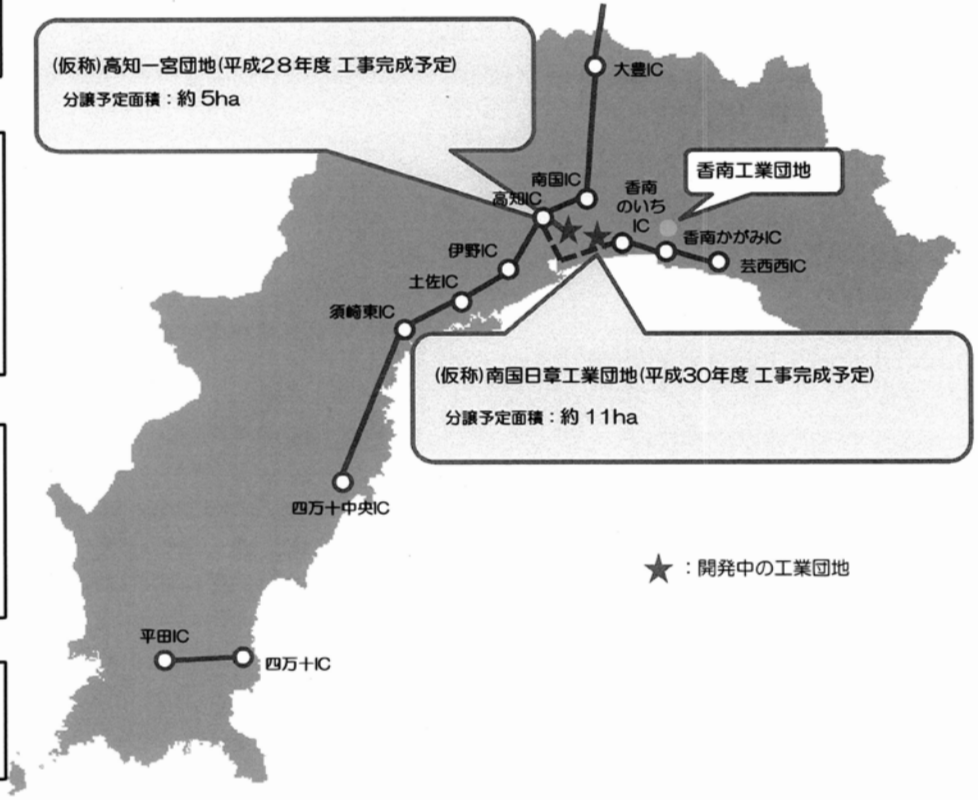
◆（仮称）高知一宮団地
【概要】開発面積：約13ha　　分譲面積：約５ha
事業内容：団地造成工事、関連事業受託工事
◆（仮称）南国日章工業団地
【概要】開発面積：約14ha　　分譲面積：約11ha
事業内容：水文調査等

## 共同開発関係事業費【一般会計】

◆工業団地開発関連事業費補助金
【概要】高知一宮団地関連事業補助金（道路、調整池、関連事業用地費）
◆共同開発関連県道改築事業費
【概要】隣接する県道北本町領石線の交差点改良等

## 継続的な適地調査の実施【一般会計】

◆工場用地整備事業費補助金
【概要】調査面積：15ha



商工４

# 県のＵＩターン無料職業紹介機能の強化

## 現　状

■「高知県Ｕ・Ｉターン人材情報システム」における求人・求職情報の提供
■「高知県Ｕ・Ｉターン企業就職等支援センター（総合案内）」の設置
■「高知県Ｕ・Ｉターン無料職業紹介所」の運営
○システム登録状況：H27.２月末現在

（社、人）

| | 求職者 | 紹介対象 | 求人企業 | 紹介対象 | 新規登録企業数 | 新規求職者数 | 移住システムから | 就職者数 | 紹介斡旋数 | 紹介成立数 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| H27.2月末 | 367 | 134 | 201 | 55 | 98 | 342 | 186 | 45 | 66 | 3 |
| H25年度 | 430 | 193 | 180 | 39 | 82 | 415 | 172 | 38 | 106 | 6 |
| H24年度 | 330 | 159 | 155 | 29 | 62 | 298 | 70 | 38 | 52 | 4 |
| H23年度 | 283 | 151 | 128 | 23 | 59 | 266 | 72 | 19 | 60 | 3 |

## これまでの取組

■「U･Iターン人材情報システム」の運用（県外在住　既卒者対象）（H7年度～）
◎移住促進課の「移住・就業支援システム」とﾃﾞｰﾀﾍﾞｰｽ統合化(H22.8～)
・ｾｷｭﾘﾃｨ機能強化により、求職者、企業ともにﾈｯﾄで24時間自由に登録・検索が可能
・県のＵＩﾀｰﾝ支援のための総合ﾎﾟｰﾀﾙｻｲﾄ「高知家で暮らす。」を通じた登録も可能(窓口が２つ)
・「幸せ移住パッケージシステム」にシステムの求人情報を提供(H25.8.4～)
■人員体制　　アドバイザー1名　企業開拓員１名
■マッチングの充実
◎無料職業紹介所の開設
H20.4月～雇用労働政策課（総合窓口）、企業立地課、工業振興課と連携
H21.4月～県外事務所に職業紹介責任者配置
H26.9月～ハローワーク求人オンライン提供による職業紹介の開始（雇用・東京・大阪）
■求人・求職者登録の促進
<求人企業>
訪問企業1,172社　うち登録企業 60社　(H27.1月末現在)
<求職者>
(1)就職相談会の実施　　※国、市町村、移住や一次産業等部門と連携して開催(H21年度～)
・県内１回(企業参加型)、参加者74名　参加企業24社
・県外　東京２回226名大阪２回227名 神戸１回13名　横浜１回34名 京都１回25名
(2)大学や高専校友会との連携
・工科大、県立大、高専校友会HPへのﾘﾝｸや校友会支部への情報提供
(3)市町村広報誌へのシステム登録促進記事の掲載依頼（H26年度掲載　10市町村）

■UIﾀｰﾝ情報提供の充実
(1)ﾒｰﾙによる新着情報の提供
(2)県外事務所を活用したPR
(3)県の広報媒体を活用したPR

■高校卒業時に県内就職情報サイトを周知
21年度～卒業見込みの県内公立高校、私立高校
高専卒業生　約6,800人／年へ配付

## 課　題

○無料職業紹介の対象企業数の増（２月末現在 55社114求人）
紹介状を発行して斡旋できる企業数を増やす。

○無料職業紹介による就職者数の増

○増加傾向にあるＵＩターン求職者への情報発信

## H27取組

**新　規**

**(1) 職業紹介対象企業を全登録企業に拡大**

・求職者を斡旋できる企業は誘致・立地企業等に限定していたが、システムに登録された全求人企業に拡大することによって、求職者と企業とのマッチングを充実させ、ＵＩターン 就職を促進する。

**(2) 人員体制の強化**

・高知県事業承継・人材確保センターとの連携により中核人材の確保を図るため、新たにセンター長として非常勤職員１名を配置して、マッチング業務の充実を図るとともに、求人開拓、採用情報の収集、登録者へのきめ細かな情報発信業務を強化する。

**継　続**

(3) 登録求職者の増加対策
・県のＵＩターン支援のための総合ポータルサイト「高知でくらす」を通じた登録促進
・「高知県Ｕ・Ｉターン就職相談会」へのブース出展
(4) 企業開拓員の配置による求人登録の促進
・求人開拓を行うとともに、企業の求人にマッチした人材を登録者の中からﾘｽﾄｱｯﾌﾟし、企業訪問時に紹介
(5) マッチング強化
・誘致企業へのﾌｫﾛｰｱｯﾌﾟ時に、ｼｽﾃﾑ登録人材の紹介等により、マッチングをより強化する（企業立地課）
(6)「ジョブセンターはりまや」内に「高知県Ｕ・Ｉターン相談コーナー」を毎週１回開設
(7) ハローワークの求人情報を活用した職業紹介の実施

## 目指します。

●職業紹介事業を拡大し、マッチングを強化します。

●U･Iﾀｰﾝ人材情報ｼｽﾃﾑへの登録を促進します。

●地域で得難い中核人材の確保を推進します。

# まるごと支援による新たなコンテンツビジネスとクリエイター活躍の場の創出

商工5

支援内容：起業研究会の体制整備・支援制度の周知 → 研究会会員募集 → ビジネスプランの芽出し・策定支援 → 商品開発 → 販路開拓・販売拡大支援

目標：コンテンツ産業の集積による雇用の創出と若者の定着

県内の多様なシーズと人材を活かしコンテンツ産業振興を強力に支援

## 起業研究会を支える仕組み

コンテンツビジネス起業研究会

- 研究テーマ
  - 【多様なシーズ】
    - アニメ / アプリ / ゲーム
    - イラスト / キャラクター / 音楽
    - 印刷・出版 / 映像・映画 / 電子書籍
- 支援体制（専門家）＋（金融機関）
  - 研究会リーダー（全体の総括1名）
  - IT系コーディネーター：アプリ、電子書籍、アニメ、イラスト
  - 映像・映画系コーディネーター：映像・映画、キャラクター、音楽、印刷・出版
  - メディア系コーディネーター：アニメ、キャラクター、印刷・出版、映像・映画
  - ゲーム・音楽系コーディネーター：アプリ ゲーム、イラスト 音楽、ソーシャルゲーム カードイラスト（NEW）
  - 連携
  - 四国銀行 / 高知銀行 / 日本政策金融公庫

ビジネスに結びつく事業化プラン案の提出

コンテンツビジネス創出支援（NEW）

人材育成

高知ならではの強みやノウハウを活かしたビジネスマッチング

## プラン策定から事業化に向けたまるごと支援（平成27年度Version）

新しいコンテンツビジネス

専門家によるニーズに応じた相談対応・助言・指導

4月上旬
- 起業研究会入会及び事業化プラン案募集開始
- ワーキンググループによる事業化プラン企画立案

起業研究会入会・事業化プラン案提出

随時実施
- ◆専門家の助言・指導による事業プラン案の磨き上げ ◆勉強会の開催
- 事業化プランの策定
- 事業化プラン及び補助金交付認定審査会
- 【補助金による財政的支援】・研究会発事業化支援事業費補助金の活用
- 事業着手
- 【事業着手後の個別相談対応】・専門家の派遣
- 【販路開拓・広報支援】・商品PR・販路開拓

多様なビジネスモデルを創出

ビジネスマッチング支援 ＋ 県内起業家の事業化支援 ＋ 研究会会員の県外展示商談会への出展料の一部助成

下支え

人材育成に係る産学の情報交換会 ＋ 県内クリエイター及び事業者向けセミナー実施（土佐MBA） ＋ 県内事業者の社員の人材育成に係る経費への一部助成

人材の蓄積

ゲーム関連ビジネスの定着

- ソーシャルゲーム協業による開発
- ソーシャルゲーム開発・運用受託
- カードデザイン事業

随時実施
【首都圏人手ゲーム開発会社への営業】
・県内事業者のゲーム企画や開発で培ったノウハウを売り込み
・県内イラストレーターの紹介

事業受注

6月：カードデザインコンテスト作品募集開始

10月：・募集締切 ・審査 ・受賞者決定

随時実施
・イラストレーターの蓄積
・県外のゲーム開発会社とのマッチング

デザイン業務受注

## 平成27年度取り組み

### 人材育成（創造性・技術力等のスキルアップ）

(現状の課題)
- ■即戦力となるエンジニア等の人材確保
- ■企業の採用後の人材育成に係る経費負担の軽減
- ■商品ブランディングに対する意識の啓発

(対　応)
- ■産学での情報交換会を開催し、専門学校等のカリキュラムへの企業ニーズの反映や企業からの講師の受け入れを推進
- ■県内事業者の社員の人材育成に係る経費の一部助成制度の創設
- ■県内事業者及びクリエイター向けトップセミナーと実践セミナーを３回シリーズで実施（土佐MBA）

### コンテンツビジネス事業化支援

(現状の課題)
- ■事業化に向けた投資・融資の確保
- ■ビジネスに繋がる事業化プランの具体的な策定

(対　応)
- ■起業研究会への県内金融機関の参画による投資・融資の促進及び事業化プランの磨き上げ強化
- ■起業研究会でのワーキンググループによる事業化プランの企画立案及び事業展開
- ■県内起業化支援セミナーへの協力

### ビジネスの成功事例（成果）の創出

(現状の課題)
- ■会員ニーズ(会員間の連携、ビジネスマッチング、販路開拓・広報支援等）の多様化

(対　応)
- ■起業研究会会員の県外での展示商談会の出展料の一部助成制度の創設
- ■金融機関の取引事業者等の発注ニーズを吸い上げ、起業研究会会員が提案する形式のビジネスマッチングを年２回開催
- ■カードデザインコンテストの実施によるビジネスマッチング
- ■県外ｺﾝﾃﾝﾂ関連企業や著名ｸﾘｴｲﾀｰの県内への誘致

# 高知県事業承継・人材確保センターの設置

商工6

**【背景（課題）】**
- 経営者の高齢化が進展する一方、高知県の後継者内定率は、５０%に満たない状況。
- 平成18年以降の高知県内の中小企業の倒産件数は減少傾向、休・廃業件数は増加傾向。
- 平成25年度の休廃業等の件数は215件と、倒産件数（35件）の6倍。
（全国平均　約2.4倍）
- 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。

➡ ・後継者不在による事業者の休廃業数の増加は、優良な雇用の場の喪失と本県産業基盤の脆弱化につながるため、円滑な事業承継対策が必要。
・人口が減少（人材不足）する中、企業が拡大再生産をするには、人材の確保が必要。

【出典：H25　帝国データバンク　高知県企業実態調査】

**事業のポイント**

- ポイント1　中小企業者の事業引継に係る相談や仲介機関等への紹介を行うため事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継に関する相談にワンストップで対応
- ポイント2　事業承継の実務に精通した専門スタッフがサポート
- ポイント3　事業承継を円滑に進めるための助成制度等の創設
- ポイント4　移住施策と連携した後継者や事業拡大のための中核人材の確保
- ポイント5　セミナー等、事業承継の課題解決に必要な施策等について情報を集積・発信

## 高知県事業承継・人材確保センター

ポイント1

◆体　制　センター長、副センター長、事業承継プロジェクトマネージャー（1名）、事業承継・人材確保マネージャー（3名）、以下6名

◆現状の把握 → ◆方針の検討 → ◆方針の決定 → ◆事業承継計画の策定支援等

ポイント1 **総合相談窓口（ワンストップ対応）**

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
④必要な人材像
⑤採用活動の現状
等

支援チームによるケース検討会議
- 産業振興センター
- 金融機関
- 商工会議所
- 商工会
- 専門家（弁護士、税理士、会計士　など）

**事業承継支援開始**

○支援を開始する企業の事業承継計画の作成に係る費用、M&A仲介料等の費用に対する助成のための審査

同一法人で事業継続

**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）**

支援内容
- ○事業承継計画の策定　（事業承継を円滑に進めるための助成制度あり）
- ○経営体制の整備　（後継者への権限委譲）　ポイント3
- ○事業用資産の引継ぎ（事業用資産の集約、相続対策　等）
- ○個人保証・担保の整理
- ○人材育成（社内教育、社外教育、セミナー　等）（後継者教育）

**親族外承継（M&A）**

支援内容
- ○マッチング支援
・M&A仲介業者の紹介

事業承継を円滑に進めるための助成制度あり　ポイント3

**廃　業**

○財産・経営資産等の整理

ポイント4 **人材確保**

支援内容
- ○人材情報の発信・収集、企業との人材マッチング支援
・協定を締結した人材ビジネス事業者との連携
・U・Iターンシステムの運用
・移住コンシェルジュの活用
・全国移住促進センターとの連携　等

ポイント4 全国移住促進センター、民間人材ビジネス事業者　等

**円滑な事業のバトンタッチ**

ポイント5
- キャンペーン
- 意識啓発セミナー、相談会等の実施
- 支援施策の紹介等

＜支援チーム＞　高知県事業承継・人材確保センター、商工団体、支援機関、金融機関　等

ポイント2　事業承継の実務に精通した専門スタッフが一貫したサポート

# 高知県事業承継・人材確保センターによる中核人材確保の仕組み

企業
求人情報
拡大再生産
事業者

マッチング
相談窓口
企業訪問、求人開拓
セミナー開催等
求人ニーズ

企業支援、企業訪問等による情報

求人ニーズ

- 金融機関
  - ○顧客企業等
- 産業支援機関（商工会議所、商工会、中央会等）
  - ○会員企業等
- 人材確保支援機関
  - ○高知医療再生機構　○福祉人材センター
  - ○農業会議　○林業労働力確保センター　etc
- 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）
  - ○ものづくり企業等
- 地産外商公社
  - ○食料品製造企業等
- 業界団体（工業会、製紙工業会等）
  - ○会員企業等
- 庁内各部局
  - ○健康政策部・・医療法人等
  - ○地域福祉部・・福祉法人等
  - ○産業振興推進部・・食品加工会社等
  - ○商工労働部・・誘致企業、成長分野支援企業等
  - ○農業振興部・・農業生産法人、農業関係企業等
  - ○林業振興・環境部・・木材加工会社、太陽光・バイオマス発電企業等
  - ○水産振興部・・水産加工会社等
  - ○土木部・・土木会社、建設会社等　etc
- 産業振興推進地域本部
  - ○地域アクションプラン支援企業等
- 市町村
  - ○支援企業等

積極的アプローチ
事業者の拡大再生産に向けた取り組みを人材確保の面からも積極的に後押しする

求人ニーズ

高知県
事業承継・人材確保センター

求人情報発信
マッチング

UIターン人材情報システム
ＵＩターン就職相談会等

- 移住・交流コンシェルジュ
- 民間人材ビジネス事業者
  県と協定を結んでいるパソナキャリアカンパニー、テンプスタッフ、マンパワーグループ等
- 全国移住促進センター

日常業務を通しての情報

- 金融機関
- 産業支援機関
- 人材確保支援機関
- 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）
- 地産外商公社
- 庁内各部局
- 業界団体（工業会・製紙工業会等）
- 産業振興推進地域本部
- 市町村
- 教育委員会

高知県事業承継・人材確保センター
ホームページ等

求職情報
県外求職者等
県内求職者等

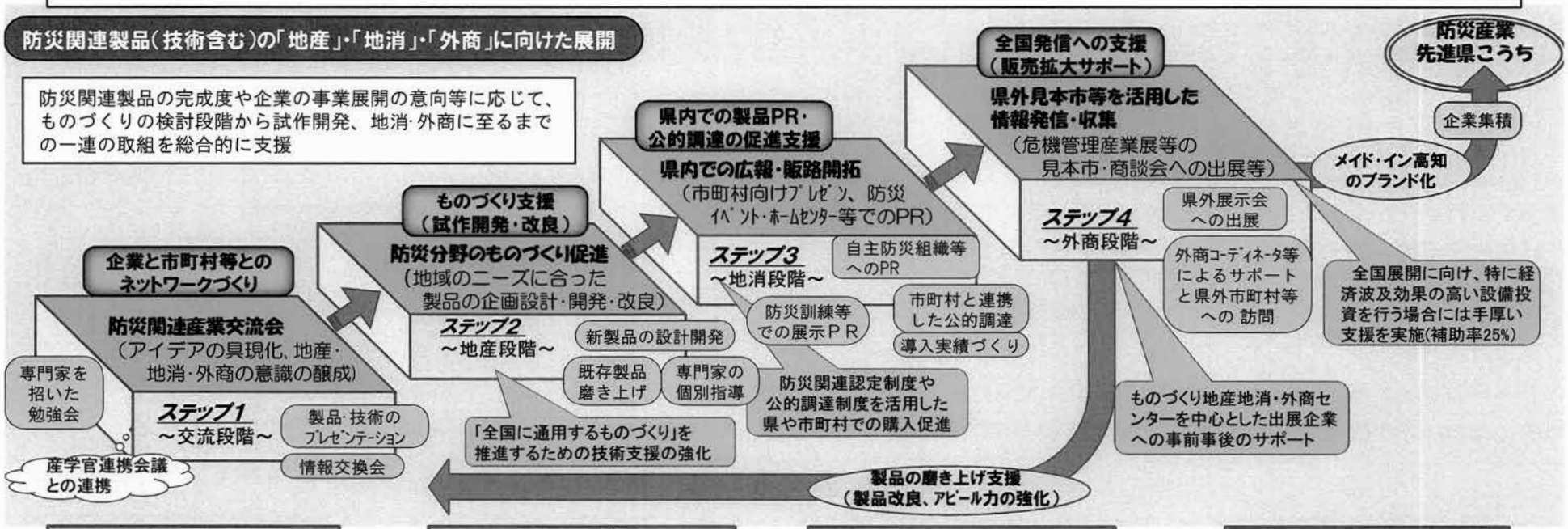
マッチング
ハローワーク
求人情報を全国へ

# 防災関連産業の振興

商工8

**目的・ねらい**

県内の防災関連の需要を県内企業の商品で満たす「地産地消」や、全国で求められる製品を県内企業が商品化し、売り出していく「地産外商」に取り組むとともに海外展開も見据えながら、南海トラフ地震対策と連動することで防災関連産業の振興を図る。




## ＜ステップ１＞ 防災関連産業交流会での交流

防災分野の地産地消等の意識醸成
地域ニーズや防災製品等の情報交換

**《官民協働での推進体制づくり》**
- 有識者による全国レベルの製品開発ニーズの情報提供、メイド・イン高知の全国への情報発信
- 県内企業による防災関連製品のプレゼンテーションの実施と情報交換

## ＜ステップ２＞ 全国・海外に通用するものづくり支援

メイド・イン高知の防災関連製品（技術含む）の設計開発・早期事業化の推進

**《ものづくりの推進》**
- 全国レベルで競い合うことのできる製品に磨きあげるためのアドバイザー派遣
- ものづくり産業強化事業費補助金を活用したタイムリーな試作開発・ 改良の推進
- 工業技術センター等による分析試験、技術指導
- ものづくり地産地消・外商センターによるマッチング支援

**《防災関連製品の認定》**
- 防災関連製品（技術含む）の品質や 安全面の観点で審査を行う「防災関連製品」の認定

## ＜ステップ３＞ 県内でのＰＲ・実績づくり支援

県内での防災関連製品・技術のPRと市町村や県による公的調達の加速化

**《ＰＲの推進》**
- 防災関連認定製品カタログの配布
- ものづくり総合技術展への出展
- 防災フェアや防災訓練での展示
- 自主防災組織やBCP策定企業へのPR

**《公的調達の促進》**
- 新たな公的調達制度（新事業分野開拓者認定制度）を活用したメイド・イン高知の防災関連製品の購入

## ＜ステップ４＞ 県外・海外での販売拡大支援

メイド・イン高知の防災関連商品や技術を全国にアピールし、県外市場を開拓

**《外商機会の拡充とフォローの徹底》**
- 防災関連の展示会に「高知県ブース」を設置し、メイド・イン高知を対外発信
- ものづくり地産地消・外商センターを中心とした、出展前後のサポートや、県外市町村・BCP策定企業等訪問の実施
- 建設コンサルタント等の技術系企業へのPR
- こうち産業振興基金による出展経費助成
- 海外への販路開拓に向けた関係機関と連携したサポートの実施

# 成長分野育成支援事業

## ～テーマ（食品、天然素材、環境、健康福祉）ごとの研究会方式による企業支援の枠組み～

商工9

テーマ別研究会の中で、それぞれのアイディアに基づいた事業化プラン作りを、セミナー開催、素材生産者・加工業者とのマッチング、異業種交流会、専門家派遣などを通じて支援するとともに、新事業創出支援チームにより、「事業化アイディア」から「商品開発」「販路拡大」など、各段階に応じて、一貫した支援を行う。

強化のポイント

マーケットインの視点から取組みを強化
1 研究会にバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化
2 研究会によるプランの検証とアドバイスを毎年実施
3 バイヤーを招いた個別相談会等を開催し、早期の成果につなげるとともに、プランづくりの意欲を喚起

【新事業創出支援チーム】
- チームリーダー
- 専門家（事業に応じて選任）
- 公設試、大学、産業振興センター 等

各段階に応じた支援

会員企業
- 事業体1（A社、B社）
- 事業体2（C社、D社）
- 個別事業者
- ・・・

・事業化プランの進捗管理
・アドバイス（商品企画、資金計画等）
・各種支援制度の紹介
・マーケティング支援
・販売先とのマッチング　等

プランの検証・再構築

強化2

防災関連製品認定制度に基づく認定製品のうち、成長支援の達成に取り組む事業
- 防災関連産業交流会
- 防災関連製品認定製品

有望なプランの成長を後押しする支援

研究会及び新事業創出支援チームが連携した事業化プランの支援

強化3

事業化アイディア → プラン素案 → プラン案 → 事業化プラン → 商品開発 → 市場テスト → 設備投資 → 販路拡大

複数企業での連携した商品開発を強化

研究会活動を通じた支援
- ・商品コンセプト
- ・資金計画
- ・販売計画
- ・実施体制
- ・販売PR方法　等

【技術支援】
工業技術センター（性能評価、成分分析）等
【商品デザイン】
専門家（パッケージ）　等

【テストマーケティング】
- ・まるごと高知
- ・てんこす　等

【外販活動】

【企業立地促進事業費補助金】
【産業振興推進総合支援事業費補助金】
【ものづくり産業強化事業費補助金】　等

【見本市・商談会の活用】
・関西機械要素技術展　・NEW環境展・近畿・四国合同広域商談会　・四国ビジネスマッチング・スーパーマーケットトレードショー　等
- 県外事務所
- 海外事務所
- 地産外商公社

【補助金による財政的支援（研究会発事業化プラン対象）】
・ものづくり産業強化事業費補助金（単年度）
＜事業体（複数の研究会会員が連携）＞
ソフト事業：補助率2/3（4,000千円以内）　ハード事業：補助率1/10（10,000千円以内）
＜個別事業者＞
ソフト事業：補助率1/2（3,000千円以内）　ハード事業：補助率1/10（5,000千円以内）
・こうち産業振興基金【チャレンジ企業支援事業】（複数年度）
＜事業体＞ソフト事業：補助率2/3（3,000千円以内）
＜個別事業者＞ソフト事業：補助率1/2（2,000千円以内）

【有望なプランの成長を後押しする支援】
トップランナー支援：各施策をパッケージで支援
①販路拡大支援、②専門人材支援
・ソフト事業：補助率1/2（3,000千円以内）
・ハード事業は、ものづくり産業強化事業費補助金（設備投資促進事業）で対応

【その他研究会発事業化プランに対する支援】
・こうち農商工連携基金事業　・中小企業地域資源活用促進法　・労働局の各種助成金など国の支援策　・農商工等連携促進法　等

【事業化プラン策定支援】
事業化プラン作りを、セミナー開催、素材生産者・加工業者とのマッチング、異業種交流会、専門家派遣などを通じて支援。

＜研究会テーマ＞
- 食品
- 天然素材
- 環境
- 健康福祉

＜研究会体制＞
- 研究会リーダー（全体の統括：1名）
- チーフアドバイザー（企画担当、販促担当等：複数名）
- 専門家（事業に応じて選任：複数名）
- 公設試、大学、産業振興センター　等

強化1

【研究会の活動】
- ・セミナー開催（成功事例、販売戦略等）
- ・アドバイス実施（商品企画、資金計画等）
- ・素材生産者とのマッチング
- ・異業種交流会の実施
- ・個別相談会の実施
- ・マーケット情報の提供　等

会員企業とのマッチング・参加促進

ものづくり地産地消・外商センター

# 紙産業のさらなる振興

飛躍への挑戦！ 高知県産業振興計画　商工10

**目的**

本県の紙産業は、土佐和紙の生産に端を発した長い伝統のある本県の重要産業の一つであるが、その取り巻く環境は厳しく、ここ数年の製造品出荷額等は全国と同じくほぼ横ばいとなっており、他県に比較して製造品出荷割合の高い本県の紙産業のさらなる振興に取り組むことで、地域経済の活性化を図る。

**現状**

全国
- 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る。
- 我が国の紙生産量は、平成21年のリーマンショックを機に大幅に減少し、以降回復することなくほぼ横ばいで推移している。

高知県
- 土佐和紙の生産に端を発した長い伝統のある本県の重要産業の一つである。
- 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る中小企業で構成されている。
- ここ数年の製造品出荷額等は、全国と同じくほぼ横ばいで推移している。
- このような状況を打開するためには、最先端の技術の確立や付加価値の高い製品の開発が不可欠であり、早期に紙産業の抜本強化を図る必要がある。

＜高知県紙産業の現状（H24工業統計）＞
企業数：87社　従業員数：2,685人
パルプ・紙・紙加工等の製造品出荷額等：601億円（高知県出荷額の12%）

**課題**

◇新素材などの開発に取り組むための研究体制を備えた企業が少ない。
◇加工工程は主に県外に流出している。
◇中小企業が多く、新たな技術を確立して設備投資につなげる動きが弱い。
◇受注・販売先が固定されており、積極的に営業を展開する部門をもつ企業が少ない。
◇市場ニーズに基づく製品を開発し、成長が見込める新分野へ販路を拡大する機会が少ない。

「高知県紙産業の在り方検討会」を設置（H26年9月）
※製紙工業会をはじめとした県内外の有識者により、紙産業の振興をさらに推進するための方策を検討し、（平成27年3月）今後の方針を取りまとめた。

**取組期間**

平成27～31年度（第3期産業振興計画の取組期間）までの5年間とする。
（フォローアップ委員会（2回/年）で取り組み内容について進捗状況の検討を行う。
また、3年を経過した時点（平成29年度）までの実績を踏まえ、中間評価・見直しを行う。）

**目標**

パルプ・紙・紙加工等の製造品出荷額等を増加させる
「生産量が減少したリーマンショック前の水準（634億円）」

**取り組み内容**

① 高付加価値製品の開発と加工技術の確立
- 新たに整備する設備などを活用し、高付加価値製品を開発
- レーザー加工技術を用いた和紙加工製品等の開発
- リサイクル炭素繊維・セルロースナノファイバーの利用化研究（四国連携プロジェクト）
- 企業と大学や公設試験研究機関の共同研究の推進

② 新技術の企業への普及
- 紙産業技術センターの設備及び研究体制の充実
- 企業のクレーム対応等への支援を強化
- 「トイレに流せる製品評価システム（土佐方式）」の開発
- 紙産業技術センターの設備や研究成果の情報発信を強化
- 企業の設備投資に対する支援策の強化を検討

③ 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
- 企業のビジネスプラン作成から外商までの一貫サポートを強化
- 海外を含む見本市や展示会への出展支援、バイヤーを招へいした商談機会などの拡充
- 医療・介護現場ニーズ等に基づく製品開発と新分野進出

④ 人材確保や育成
- 県内学校等との連携によるインターンシップの推進
- 企業の中核を担う人材育成のため「かみわざひとづくり事業」をバージョンアップ
- 熟練技術のデータ蓄積や製造技術のマニュアル化による自動化・省力化に向けた研究

⑤ 土佐和紙等のブランド化
- 伝統ある土佐和紙の魅力や多様な商品群がある高知の紙製品の情報発信を強化
- 企業やデザイナー、プランナーが連携した消費者向け情報の発信
- 本県の紙製品の優位性をPRするため、紙製品の鑑定技術や精度を向上

★高知県紙産業フォローアップ委員会の開催
「在り方検討会のとりまとめ」を具体的に推進するにあたってのフォローアップを実施

# 中山間地域等におけるシェアオフィスの推進及び支援

商工11

## 背景・目的等

＜背景＞ 人口減少や高齢化が進む中で、地域での経済活動が停滞
＜目的＞ 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ことで、中山間地域等の活性化を図る
＜実績＞ 設置4か所（安田町、本山町、土佐町、四万十町）、入居6事業者、県内雇用5名、移住4名（H27年2月末現在）
＜課題＞ 入居事業者の確保（IT系企業等のサテライトオフィス、新規創業者）、IT等の専門人材の確保、地域雇用の促進（地域人材の育成）等

## 事業フロー

**シェアオフィス**

市町村と連携したシェアオフィス事業計画の策定

市町村による施設整備 環境整備

設置施設・地域PR 入居者の公募 入居審査・決定

入居

事業開始 入居事業者支援

利用形態
・新規創業
・第二創業
・サテライト事業所 等

想定される業種
・IT関係
・デザイン関係 等

入居事業者の定着

**県**

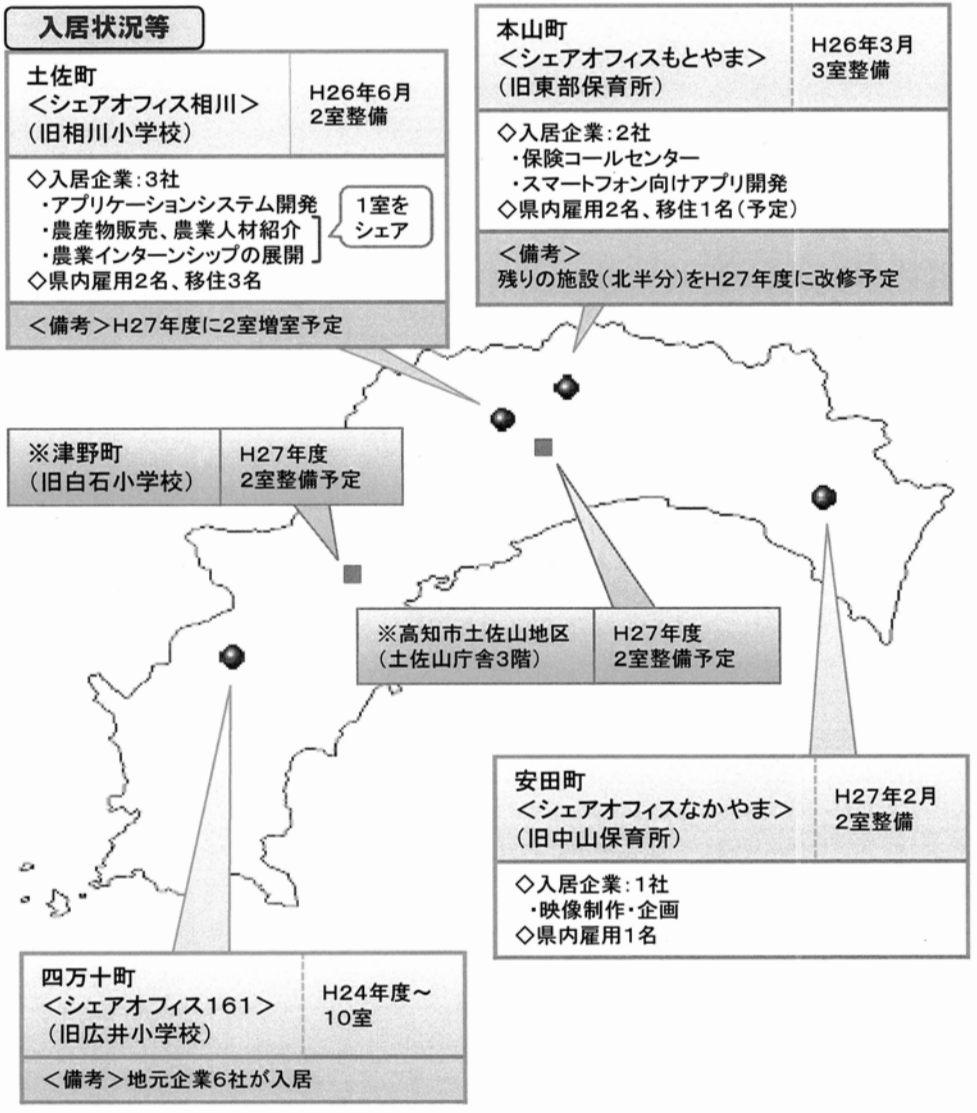
■シェアオフィスや移住者の居住施設等の整備への支援
○移住促進事業費補助金（移住促進課）
○地域づくり支援事業費補助金（計画推進課）
○集落活動センター推進事業費補助金（中山間地域対策課）
■シェアオフィスまでの超高速通信基盤整備への支援
○中山間地域等情報通信基盤整備事業費補助金（情報政策課）

新
■事業全体のPR・情報発信
○サテライトオフィス誘致セミナー開催等委託料
東京、名古屋、大阪で、IT系企業を対象としたサテライトオフィス招致セミナーや本県への視察ツアーの実施など
○移住施策と連携した情報発信、受入れ体制づくり
○クリエイティブ系企業等への企業訪問・現地視察の実施
○IT・デザイン系全国組織と連携した情報発信など

■経営支援アドバイザー等による入居事業者への支援
○専門家の派遣、産業支援機関等との連携した支援
■入居事業者への補助制度
**○中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金**
最大3年間の経費を助成
・オフィス賃借料 補助率1/2（+市町村1/2）
・通信回線使用料 補助率10/10 4万円/月以内
・創業設経費（創業後6ヶ月以内）補助率1/2 100万円以内
・事務機器等リース料等 補助率1/2 50万円以内/年
・新規雇用経費 常勤30万円/人、パート15万円/人 等
■人材育成の取り組み
新 ○IT人材誘致促進事業委託料
東京、大阪でITエンジニア等の専門人材転職フェアを開催
拡 ○入居企業と学生との交流事業
入居企業を講師としたアプリ開発の合宿型インターンを実施

**UIターンの促進、雇用の創出、若者が地域に残る**

## 入居状況等



# 商店街魅力向上支援事業：商店街全体の魅力向上を支援 【 お試し出店支援 ～ 新規開業支援 ～ 既存店魅力アップ 】

商工12

【空き店舗率】10年前と比べると依然として高い状態ではあるが、2年連続で改善。　H23：15.03%⇒H25：12.99%⇒更なる改善を！

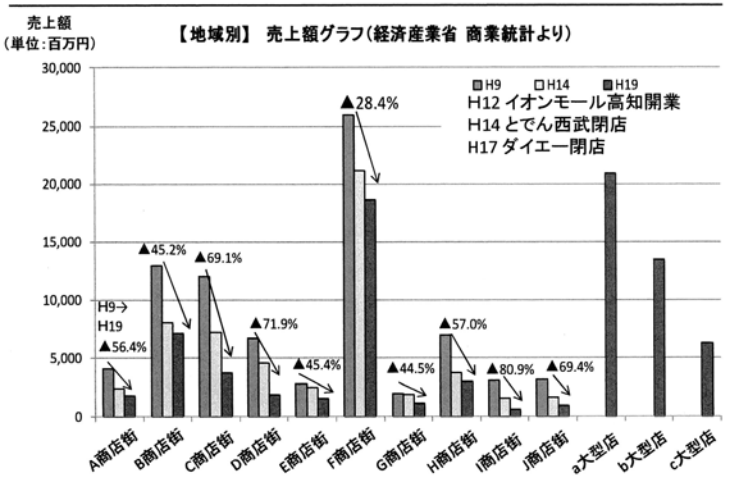
【歩行者通行量】H10年から急激に低下していたが、H17年以降は低下率が緩やかに。　H10：175,145人⇒H17：61,724人⇒増加に転じることが課題！

ポイント　●商店街の活性化に向けた既存店の魅力向上　●空き店舗率の更なる改善

## 既存店支援

★商店街の売上額はH9→H19で最大80%の落込み

**商店街の活性化には、各店舗の魅力向上が必要不可欠!!**




New　**店舗魅力向上事業費補助金**

**魅力的な商店街にするために！経営革新に取組む既存店を支援。**

（支援イメージ）

各商店街振興組合等で、ニーズやマーケット調査を基に、商店街振興計画を策定

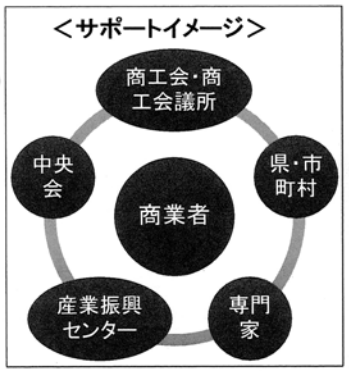
↓ 人的支援

商工会・商工会議所と共に、実効性のあるビジネスプランを作成

↓

ビジネスプランの実行に際し、販路開拓、販売戦略の強化に伴う設備投資やネット店舗の開設、魅力的な店舗への改装等を行う。　設備費や改装費を補助

＜サポートイメージ＞




両支援の実施により

## 新規開業支援（空き店舗対策）

**関係者（商店街、商工会・商工会議所等支援機関、県、市町村　等）の緻密な連絡協議でサポート**

### 一体的な情報発信

出店（移住）希望者

問合せ ⇔ 回答

情報発信

**一体的な情報発信＝県**

【情報収集と発信】

県内関連施設やPR機会を活用して事業紹介

関係団体HP

開業等の支援策：県・市町村
商店街情報：商店街・商工会等
住居・暮らしの地域情報：市町村

県移住HP　（仮称）全国移住促進センター　移住相談会

### 移住・開業相談

**商店街への移住促進連絡会議**

総合窓口（経営支援課） ⇔ 関係機関

- 《市町村》移住相談等への対応
- 《商工会等》経営サポート
- 《商店街》店舗所有者の調整、人財育成
- 《県 移住促進課》移住情報、地域情報等の提供

### お試し出店支援

支援体制強化　**チャレンジショップ事業費補助金**

**H23年度～H26年度**
（実施場所）
・高知市：京町・新京橋商店街
・四万十市：天神橋商店街
・四万十町：四万十町本町
3店舗合計：**29名がチャレンジ**

↓

**卒業生24名中14名が開業**
**開業率：58.3%**（27年1月末現在）
（内訳）
・高知市：58.3%
・四万十市：80%
・四万十町：42.9%

### 移住・開業

支援体制強化　**空き店舗対策事業費補助金**

**H21年度～H26年度**（27年1月末現在）
**合計57店**が補助金を利用し開業。

↓

**開業者の継続率**
**51店/57店　89.47%**
（内訳）
・高知市：28店/32店　継続率87.5%
・四万十市：13店/13店　継続率100%
・安芸市：5店/6店　継続率83.3%
・四万十町：3店/4店　継続率75.0%
・本山町：1店/1店　継続率100%
・奈半利町：1店/1店　継続率100%

## 【事業効果のイメージ】

**元気な商店街**
スムーズな事業の承継につなげ、休廃業も減

※こうち商業振興事業費補助金等
地域貢献や賑わいを創出する事業実施への支援

＋

商店街利用者の増加
（目標値：H30年度）
・**空き店舗率**
**目標値：10.0%**
（H25:12.99%）
・**通行量の増加**
**目標値:6.6万人**
（H25：4.9万人）

**魅力的な店舗の増加**

・新たな業種の開業
・既存店の魅力アップ

・新たな人財の誘致や育成
・既存店の運営改善への支援

# Ⅱ　専門分野の成長戦略

# 5　観光分野

# 高知県産業振興計画の推進によって実現

**現状**

県外観光客入込数388万人(H23) → 384万人(H24) → 407万人(H25)
観光総消費額953億円(H23) → 1000億円(H24) → 1102億円(H25)

**第2期計画ver.4の取り組み**

H24 > H25 > H26 > H27

| | |
|---|---|
| 核となる観光拠点の形成 | ○地域の観光拠点づくりの推進(P520~521)<br>○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実(P520~521) |
| 観光資源の発掘・磨き上げ | 拡 ○満足度の高い観光商品づくり(P522~523)<br>○新たな観光資源の創出(P524~525)<br>○産業間連携による観光消費の拡大(P526~527) |
| 広域観光の推進 | 拡 ○地域コーディネート機能の強化(P526~527)<br>拡 ○県内各地域との連携による周遊観光の推進(P528~529)<br>○県域を越えた連携の推進(P528~529) |
| 効果的な広報・セールス活動の推進 | ○統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施(P530~531)<br>拡 ○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開(P530~531)<br>○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信(P534~535)<br>○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致(P534~535)<br>○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致(P534~535) |
| 人材の育成 | 拡 ○観光産業を担う人材の育成(P536~537)<br>○観光ガイドの育成、技術の向上(P536~537)<br>○観光事業者等へのおもてなし研修の実施(P536~537)<br>○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保(P536~537) |
| おもてなしの向上 | ○おもてなしの気運の醸成(P538~539)<br>○観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】<br>○きめ細かな観光情報の提供(P538~539)<br>○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保(P540~541)<br>○観光基盤の整備(P540~541) |
| スポーツツーリズムの推進 | ○推進体制の強化及び受入態勢の充実(P542~543)<br>○年間を通じたスポーツイベント等の開催(P542~543)<br>○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動(P542~543) |
| 国際観光の推進 | 拡 ○国別戦略に基づく誘致活動(P544~545)<br>拡 ○高知県の強みを活かした新たな誘客活動(P546~547)<br>拡 ○受入態勢の充実(P548~549)<br>○四国４県連携によるプロモーション活動の推進(P548~549) |

# を目指す本県産業の姿　観光分野

## 4年後の目標（H27年度末）

- ●核となる観光拠点の整備
  **7箇所**
- ●一人当たり観光消費額
  **(H20) 25,459円**
  **→27,500円**
  **[H25:27,073円]**
- ●二泊以上の宿泊客数
  **(H20) 85.5万人→100万人**
  **[H25:105万人]**
- ●リピーターの数
  **(H22) 75万人 →88万人**
  **[H25:107万人]**
- ●首都圏からの観光客数
  **(H20) 30.5万人→45万人**
  **[H25:55万人]**
- ●コンベンションの開催による入込数
  **(H23年度) 3万人→3.3万人**
  **[H25:3.3万人]**
- ●教育旅行等による入込数
  **(H23年度) 0.8万人→1万人**
  **[H25:0.5万人]**
- ●観光客満足度
  「大変よい」「良い」の割合が、H22のデータを毎年上回る
  (H22)
  - **宿泊先 77%**
    **[H25:78%]**
  - **食事・料理店 74%**
    **[H25:79%]**
  - **観光施設 75%**
    **[H25:76%]**
  - **観光施設の美化 72%**
    **[H25:73%]**
  - **公共トイレの快適性 57%**
    **[H25:53%]**
  - **案内標識 53%**
    **[H25:49%]**
  - **タクシーの接客マナー 46%**
    **[H25:49%]**
- ●スポーツツーリズムの推進による新規入込客数
  **2万人**
  **[H25:1.5万人]**
- ●外国人延べ宿泊者数
  **(H22) 1.6万人泊**
  **→3.2万人泊**
  **[H25:2.1万人泊]**

**●様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができている**
**●地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている**
**●核となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している**

**県外観光客入込数４００万人以上　観光総消費額１１００億円以上を目指す**

## さらなる飛躍へのポイント

- **世界に通用する核となる観光拠点の形成**
- **三日以上滞在できる質の高い観光地づくり**
- **国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上**
- **県内交通アクセスの充実**
- **ヘビーリピーターの拡大**
- **観光立県としての県民意識の醸成**

## 10年後の目指す姿（H33年度末）

- **観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している**
- **「歴史」、「食」、「文化」など、本県が持つ優位性が観光地づくりに生かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている**
  - ●首都圏からの観光客数
    **55万人**
  - ●外国人延べ宿泊者数
    **6.4万人泊**
- **本県が持つ個性に県外客が惹かれ、リピーターとなって繰り返し訪れているとともに、中長期の滞在も進んでいる**
  - ●一人当たり観光消費額
    **30,500円**
  - ●リピーターの数
    **100万人**
- **観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の周遊観光が根付いている**

**県外観光客入込数４３５万人以上　観光総消費額１３００億円以上を目指す**
**～地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業～**

# 第２期産業振興計画　産業成長戦略（観光分野）の概要

## 戦略の柱　全国に通用する観光地づくり

### 取組方針１ 核となる観光拠点の形成

県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、その地域への全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げていきます。

＜これからの対策＞
○地域の観光拠点づくりの推進
○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実

### 取組方針２ 観光資源の発掘・磨き上げの推進

これまで各地域で取り組んできた体験プログラムなどの成果やノウハウ等を生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取り組みをさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進めます。
また、地域に潜在化している資源の中から、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大します。

＜これからの対策＞
拡○満足度の高い観光商品づくり
○新たな観光資源の創出
○産業間連携による観光消費の拡大

### 取組方針３ 広域観光の推進

観光拠点を中心として周辺の観光地等を巡る周遊プランをつくるなど、地域の面的魅力を高めるための地域コーディネート機能の強化を図ります。
また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

＜これからの対策＞
拡○地域コーディネート機能の強化
拡○県内各地域との連携による周遊観光の推進
○県域を越えた連携の推進

### 取組方針４ 効果的な広報・セールス活動の推進

これまでの博覧会の開催を通じて培った広報・セールス活動のノウハウを生かしながら、旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していきます。
また、多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行、波及効果が期待できるロケ撮影など、多様な誘致活動を進めます。

＜これからの対策＞
○統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施
拡○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開
○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信
○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致
○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

### 取組方針５ 人材の育成

自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の人材育成に取り組んでいきます。
また、専門家を活用して観光客の受入を担う人材の育成を図っていきます。

＜これからの対策＞
拡○観光産業を担う人材の育成
○観光ガイドの育成、技術の向上
○観光事業者等へのおもてなし研修の実施
○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保

### 取組方針６ おもてなしの向上

県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細かな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組んでいきます。

＜これからの対策＞
○おもてなしの気運の醸成
○観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】
○きめ細かな観光情報の提供
○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
○観光基盤の整備

### 取組方針７ スポーツツーリズムの推進

プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

＜これからの対策＞
○推進体制の強化及び受入態勢の充実
○年間を通じたスポーツイベント等の開催
○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

### 取組方針８ 国際観光の推進

主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内板の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図っていきます。

＜これからの対策＞
拡○国別戦略に基づく誘致活動
拡○高知県の強みを活かした新たな誘客活動
拡○受入態勢の充実
○四国４県連携によるプロモーション活動の推進

### 目指すべき４年後の姿

・地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている
・核となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している
・様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができている

**県外観光客入込数400万人以上**
**観光総消費額1,100億円以上を目指す**

**産業成長戦略の概要（観光分野）**

観光は、宿泊や飲食、土産物など産業のすそ野が広く、即効性のある分野ですが、その効果が十分に行き渡っていないという課題がありました。そこで、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いただいている食にスポットを当てた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。このような取組の結果、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向上にもつなげることができました。

しかしながら、本県は地理的な条件から移動時間や移動料金といった面でハンディがあるという根元的課題を有しているため、これまでの博覧会開催の取組を通じて得られた成果や財産を最大限活用し、全国に通用する観光地づくりや、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、ハンディを克服するための魅力づくりを目指して、さらに挑戦を続けていく必要があります。

そこで、第２期計画では、以下の８つの取組方針に沿って取組を進めていきます。

取組方針の一つ目の「核となる観光拠点の形成」では、県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、全国からの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周遊や観光消費が拡大していくことを目指していきます。

二つ目の「観光資源の発掘・磨き上げの推進」では、旅行業の専門家などのコーディネーターを配置するほか、観光事業者向けの塾を開講するなど、地域が一体となって観光資源を磨き上げ、魅力的な観光商品を生み出していく仕組みづくりに取り組みます。あわせて、旅行会社の専門家等をアドバイザーとして招聘し、マーケットの動向等を意識した商品づくりに取り組みます。

三つ目の「広域観光の推進」では、県及び県観光コンベンション協会が連携して、広域観光組織の商品造成等をサポートしていきます。また、県内全域において、地域での中心的な役割を担う広域観光組織に対し、それぞれが定める中長期計画に基づく事業の支援や、地域博覧会の開催など各地域の主体的な取組を積極的に支援し、広域観光組織の機能強化を図っていきます。

四つ目の「効果的な広報・セールス活動の推進」では、本県の大きな強みである「食」を前面に出した観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした施策を展開することにより、本県観光のさらなる飛躍を図ります。 「食」の取組には、県内各地域の様々な業種の皆様が主役になれるという強みがあることから、関連する施策との連携による相乗効果を発揮していきます。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活動を展開し、全国からの誘客を図ります。さらに、高知家プロモーションと連動して、個人の旅行者をターゲットにウェブサイトを活用した高知家らしい新しい切り口による旅行商品を開発します。

五つ目の「人材の育成」では、広域観光組織が中心となり、旅行業の専門家などのコーディネーターや事業者と連携して、特色ある観光商品づくりの取組や教育旅行の受入態勢整備への支援、また、観光事業者向けの塾の開講を通じて、地域で人材の育成を図っていきます。

六つ目の「おもてなしの向上」では、「高知家のおもてなしキャンペーン」」を設け、一斉美化清掃をはじめとした様々なおもてなし活動を、県民挙げて一体的、集中的に展開し、おもてなし気運の盛り上げを図るとともに、おもてなしトイレ・おもてなしタクシーのさらなる認定・利用の促進とＰＲを強化します。

七つ目の「スポーツツーリズムの推進」では、プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致をさらに進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

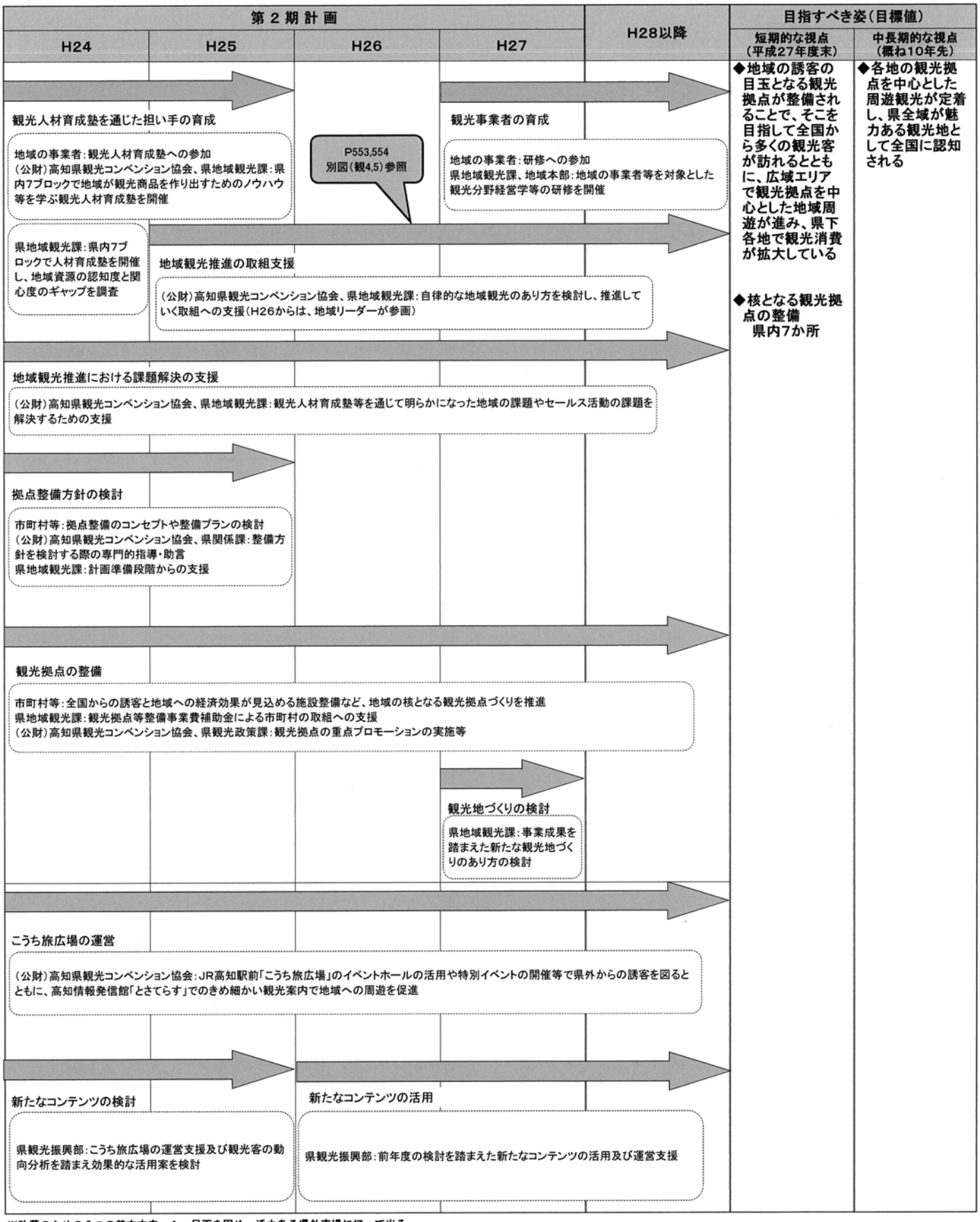
八つ目の「国際観光の推進」では、台湾・韓国を最優先市場とする国別プロモーション戦略に基づく海外での認知度向上や誘致活動、他県と差別化した質の高い観光商品の提供を行って誘客の拡大を図るほか、早期に外国人観光客の受入態勢の充実を図るため、市町村や商店街振興組合などが行う受入基盤の整備を支援します。

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1．核となる観光拠点の形成 | ◆本県は大都市から遠隔地にあり、アクセスに要するコストも高いという地理的ハンディキャップを根源的な課題として抱えており、遠くからでも誘客が可能な観光地の形成が必要である | ・地域アクションプランなどの取組などにより、地域観光を総合的に支援してきた<br><br>◆室戸ジオパークや海洋堂ホビー館のような地域の核となり得る新たな観光拠点が生まれ、多くの人が訪れるようになった | ◆観光客が県内各地域を周遊するためには、その地域への誘客の目玉となる観光拠点を整備することが必要 | ◆地域の観光拠点づくりの推進<br><br>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成<br><br>★拠点整備の方針を検討するための専門家による指導・助言<br><br>★観光拠点を計画的に整備するためのハード・ソフト両面での支援 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実<br><br>○こうち旅広場の運営<br><br>○新たな誘客の目玉となるコンテンツの検討 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】




※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進 | ◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い<br><br>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている<br><br>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている<br><br>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である | ・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた<br><br>◆お城まつり（高知城）や五台山花絵巻（牧野植物園）のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した<br><br>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある<br><br>・「土佐の豊穣祭」など食を活かしたイベントの開催<br><br>◆「土佐の豊穣祭」が定着しつつあり、県外からの誘客に繋がった | ◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり<br><br>◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大<br><br>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み | ◆満足度の高い観光商品づくり<br><br>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】<br><br>○観光アドバイザー等の活用によるインストラクター研修や観光商品開発への支援<br><br>◎自然、歴史、文化資産を生かした魅力づくりなど観光資源の磨き上げへのハード・ソフト両面での支援<br><br>○食文化など高知の強みを生かしたイベントの企画、支援 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **観光人材育成塾を通じた担い手の育成**<br>地域の事業者：観光人材育成塾への参加<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催 | | P553,554<br>別図（観4,5）参照 | **観光事業者の育成**<br>地域の事業者：研修への参加<br>県地域観光課、地域本部：地域の事業者等を対象とした観光分野経営学等の研修を開催 | | ◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている<br>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる<br>◆県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している<br>★一人当たり観光消費額<br>H20:25,459円<br>→H27:27,500円 | ◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を通年で受入れしている<br>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている |
| 県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査 | **地域観光推進の取組支援**<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自律的な地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援（H26からは、地域リーダーが参画） | | | | | |
| **地域観光推進における課題解決の支援**<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援 | | | | | | |
| **専門家の活用による観光商品の開発**<br>事業者、市町村等：体験プログラムの質の向上や観光商品に付加価値を加えるなどの取組を推進<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：専門的立場からの日常的な助言<br>県地域観光課：観光アドバイザーの派遣、地域コーディネーターの配置 | | | | | | |
| **観光資源の磨き上げへの支援**<br>事業者、市町村等：観光施設のリニューアルなど観光客の受入環境の整備を推進<br>県地域観光課：観光拠点等整備事業費補助金により地域の取組を支援 | | | | | | |
| **イベントの企画、支援等**<br>事業者、観光協会、市町村等：各地域資源を活用したイベントの実施<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：土佐の豊穣祭などの全県的な誘客イベントの実施及びプロモーションの展開<br>県観光振興部：オフシーズン等における新たなイベントの企画立案、イベント開催への支援 | | | | | | |

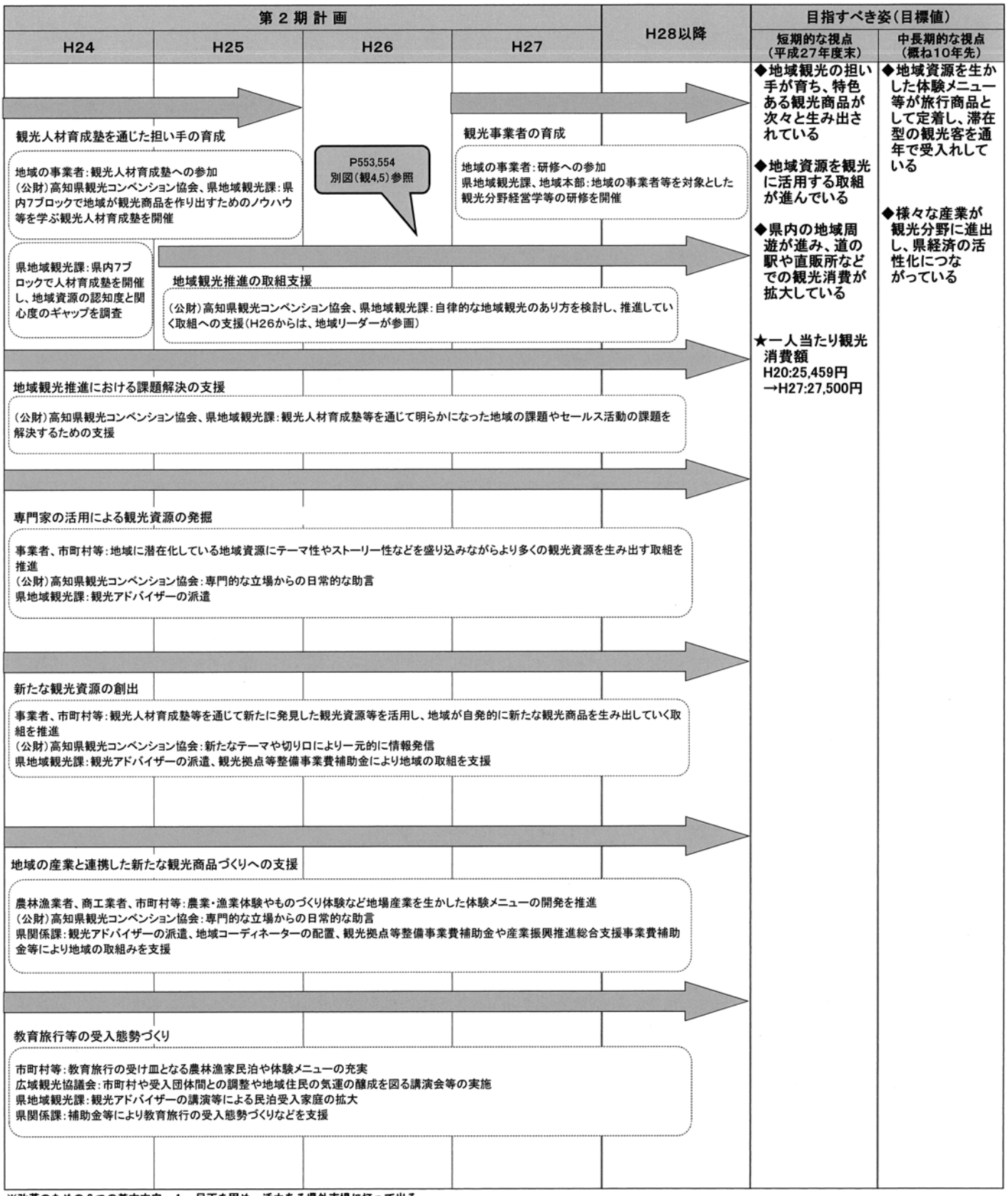
※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進 | ◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い<br><br>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている<br><br>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている<br><br>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である | ・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた<br><br>◆お城まつり（高知城）や五台山花絵巻（牧野植物園）のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した<br><br>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある<br><br>・「土佐の豊穣祭」など食を活かしたイベントの開催<br><br>◆「土佐の豊穣祭」が定着しつつあり、県外からの誘客に繋がった | ◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり<br><br>◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大<br><br>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み | ◆新たな観光資源の創出<br><br>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】<br><br>○観光資源を発掘するための専門家による指導・助言<br><br>◎新たな観光資源の創出に対するハード・ソフト両面での支援<br><br>○グリーンツーリズムなど地域の産業と連携した新たな観光商品づくりへの支援<br><br>○民泊の促進など教育旅行の受入態勢づくりへの支援 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】




※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進 | ◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い<br><br>◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている<br><br>◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている<br><br>◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である | ・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた<br><br>◆お城まつり（高知城）や五台山花絵巻（牧野植物園）のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した<br><br>◆「土佐の豊穣祭」やサイクリングイベント「コグウェイ四国」など、高知の強みを生かした新たな誘客イベントができた<br><br>◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある | ◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり<br><br>◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大<br><br>◆地域で観光商品を拡大するための仕組み | ◆産業間連携による観光消費の拡大<br><br>○地域産物を生かした魅力ある土産物づくりや道の駅等での販売促進への支援<br><br>○インターネットや広報誌を活用した観光と物産の一元的な情報発信の促進 | ○ | | | | | |
| 3. 広域観光の推進 | ◆広域エリアで周遊観光を推進するためには、ワンストップ窓口など地域コーディネート機能の強化が必要である<br><br>◆広域的に周遊を促し、本県への入込客を増すためには、四国4県を始めとする他県との連携した取組が必要である | ・広域エリアで観光振興を担う地域コーディネート組織の設立や運営への支援<br><br>◆地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた<br><br>・「四国はひとつ」という認識のもとH21に設立した四国ツーリズム創造機構と連携し、四国の認知度向上や魅力ある観光ルートの開発に取り組んだ<br><br>◆四国4県に対する旅行会社とのタイアップキャンペーンにより首都圏を中心とした観光客の増加につながった | ◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化<br><br>◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化<br><br>◆他県との連携などスケールメリットを生かした誘客の更なる促進 | ◆地域コーディネート機能の強化<br><br>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】<br><br>○地域コーディネート組織（広域観光協議会）の活動支援 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **地域産物を活用した土産物づくり・販売**<br>事業者、市町村等：地域産物を生かした土産物の開発、道の駅等での販売手法の改善等による魅力アップ、観光客の誘導への取組<br>県関係課：地域の新たな土産物づくり等を目指す取組への専門的な助言<br>県地域観光課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金、産業間連携による産業人材育成プログラム、産業振興アドバイザー等により地域の土産物づくりなどの取組みを支援 | | | | | ◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている<br>◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる<br>◆県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している<br>★一人当たり観光消費額<br>H20:25,459円<br>→H27:27,500円 | ◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を通年で受入れしている<br>◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている |
| **観光と物産の一元的な情報発信の促進**<br>事業者、市町村等：道の駅などで観光と物産の情報を一元的に発信<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：よさこいネットや広報誌等により地域の観光・物産のきめ細かな情報発信<br>県地域観光課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金等により観光と物産の一元的な情報発信の取組みを支援 | | | | | | |
| **観光人材育成塾を通じた担い手の育成**<br>地域の事業者：観光人材育成塾への参加<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催 | | P553,554<br>別図（観4,5）参照 | **観光事業者の育成**<br>地域の事業者：研修への参加<br>県地域観光課、県地域本部：地域の事業者等を対象とした観光分野経営学等の研修を開催 | | ◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される<br>★二泊以上の宿泊客数<br>H20:85.5万人<br>→H27:100万人 | ◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される |
| 県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査 | **地域観光推進の取組支援**<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自立的に地域観光のあり方を検討し、推進していく取組、への支援（H26からは、地域リーダーが参画）、地域コーディネーターの配置 | | | | | |
| **地域観光推進における課題解決の支援**<br>（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援 | | | | | | |
| **広域観光協議会の活動支援**<br>広域観光協議会：広域エリアのワンストップ窓口の確立や広域周遊ルートなどの観光商品のセールス活動等を推進<br>県地域観光課：広域観光推進事業費補助金により広域観光協議会の取組を支援 | | | | | | |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
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　産業人材を育てる育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. 広域観光の推進 | ◆広域エリアで周遊観光を推進するためには、ワンストップ窓口など地域コーディネート機能の強化が必要である<br><br>◆広域的に周遊を促し、本県への入込客を増すためには、四国4県を始めとする他県との連携した取組が必要である | ・広域エリアで観光振興を担う地域コーディネート組織の設立や運営への支援<br><br>◆地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた<br><br>・「四国はひとつ」という認識のもとH21に設立した四国ツーリズム創造機構と連携し、四国の認知度向上や魅力ある観光ルートの開発に取り組んだ<br><br>◆四国4県に対する旅行会社とのタイアップキャンペーンにより首都圏を中心とした観光客の増加につながった | ◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化<br><br>◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化<br><br>◆他県との連携などスケールメリットを生かした誘客の更なる促進 | ◆○県内各地域との連携による周遊観光の推進 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆県域を越えた連携の推進<br><br>○四国観光の推進 | ○ | | | | | |
| | | | | ○県際地域との連携の推進 | | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

P553,554
別図(観4,5)参照

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿(目標値) | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点(平成27年度末) | 中長期的な視点(概ね10年先) |
| | | | | | ◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される<br><br>★二泊以上の宿泊客数<br>H20:85.5万人<br>→H27:100万人 | ◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される |

**県内各地域との連携による周遊観光の推進**

広域観光協議会等、(公財)高知県観光コンベンション協会、地域本部、観光振興部:県内の広域ブロック間の連携を図るネットワーク会議を開催し、各地域との情報交換や横断的な課題の協議等により本県観光の全体の底上げを図る取組を検討

**統一キャンペーンと連動した周遊観光の促進**

観光関係団体、(公財)高知県観光コンベンション協会、観光振興部:「リョーマの休日」キャンペーンと連動した周遊観光の促進

**四国ツーリズム創造機構との連携による情報発信や観光素材の開発等**

四国ツーリズム創造機構:四国観光交流戦略に基づき、首都圏でのプロモーション活動や四国インバウンドフェアの開催及び四国観光ルートの開発などを実施し、四国及び高知県の認知度向上と誘客を図る

**四国観光交流戦略の改定**

四国ツーリズム創造機構:
四国観光交流戦略の改定

**四国観光交流戦略の改定**

四国ツーリズム創造機構:
四国観光交流戦略の改定

**運輸事業者等のキャンペーンとタイアップした四国周遊の促進**

四国ツーリズム創造機構:航空会社とタイアップした四国周遊バス、レンタカープランの旅行商品化を推進

**県際地域との連携の推進**

県地域観光課:南予地域(四国西南地域観光連絡協議会)や阿南地域(AMA)との連携を通じて、県域を越える観光ルートの開発や情報交換等を実施

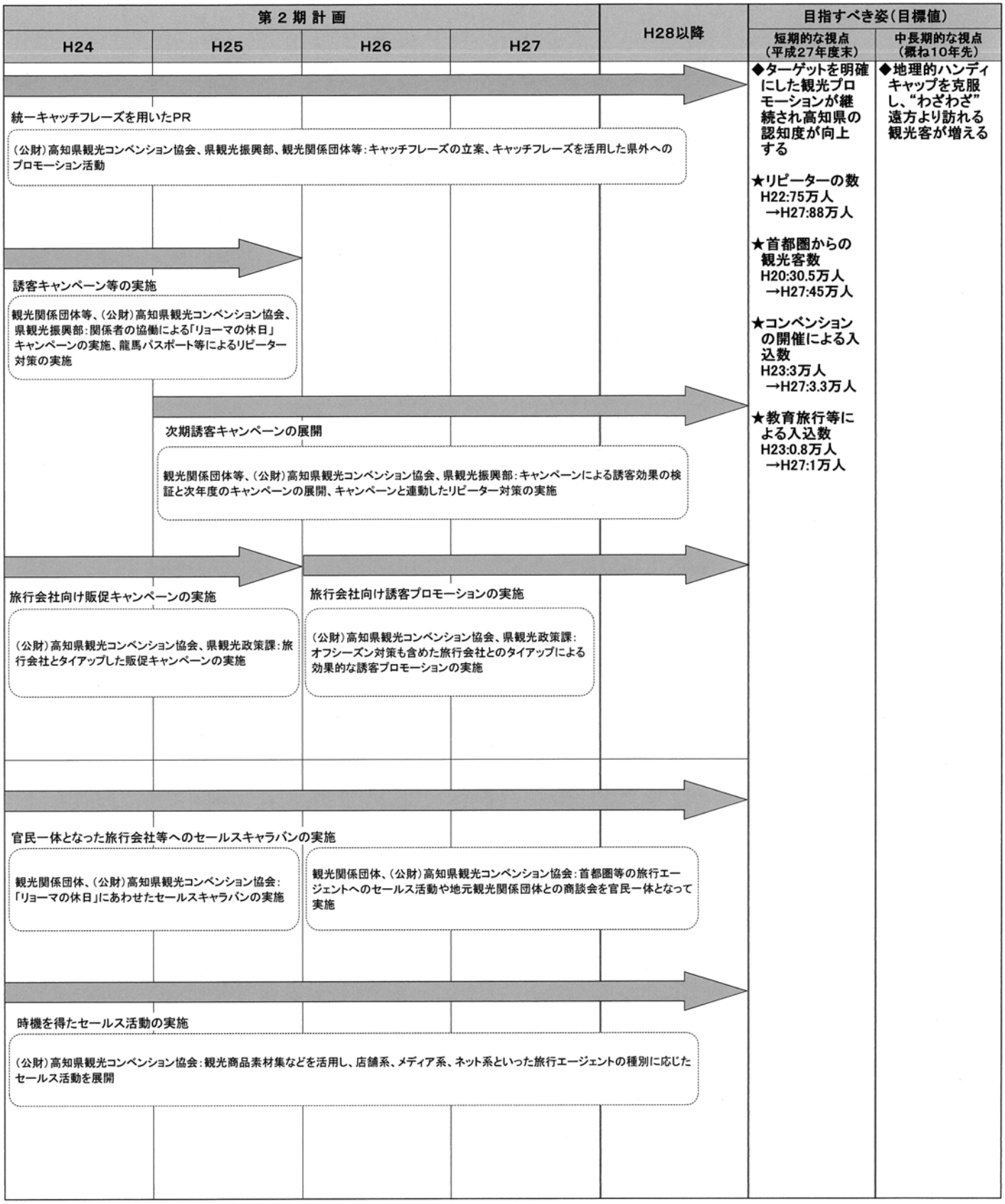
※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 効果的な広報・セールス活動の推進<br>P550,551<br>別図（観1,2）参照 | ◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった<br><br>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である | ・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<br><br>・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進<br><br>・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<br><br>◆H25の県外観光客の入込数がH27年度末に掲げた目標（400万人以上）を達成した<br><br>◆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<br><br>・映画「県庁おもてなし課」を活用したプロモーションの実施<br><br>◆映画「県庁おもてなし課」ロケ地ガイドの配布やロケセットの公開等により、効果的なプロモーション及び誘客に繋がった<br><br>・観光特使による観光PRの促進<br><br>◆高知県の取り組みを観光特使にアピールすることにより、それぞれの活躍の場でのPRにつながった | ◆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<br><br>◆映画の効果を活かし、広く県外へのPRが必要<br><br>◆さらに観光特使に活躍していただくための連携強化 | ◆統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施<br><br>◎統一キャッチフレーズを用いた一元的な県外への情報発信<br><br>◎地域や期間を限定したキャンペーンの実施などによる話題性や特別感の創出 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開<br><br>○旅行エージェント向けのプロモーションの実施 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】




※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 効果的な広報・セールス活動の推進<br>P550,551<br>別図（観1,2）参照 | ◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった<br><br>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である | ・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<br><br>・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進<br><br>・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<br><br>◆H25の県外観光客の入込数がH27年度末に掲げた目標（400万人以上）を達成した<br><br>◆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<br><br>・映画「県庁おもてなし課」を活用したプロモーションの実施<br><br>◆映画「県庁おもてなし課」ロケ地ガイドの配布やロケセットの公開等により、効果的なプロモーション及び誘客に繋がった<br><br>・観光特使による観光PRの促進<br><br>◆高知県の取り組みを観光特使にアピールすることにより、それぞれの活躍の場でのPRにつながった | ◆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<br><br>◆映画の効果を活かし、広く県外へのPRが必要<br><br>◆さらに観光特使に活躍していただくための連携強化 | ◎マスメディア向けのプロモーションの実施<br><br>○一般向けプロモーションの実施<br><br>○高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信の推進 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
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　産業人材を育てる育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. 効果的な広報・セールス活動の推進<br>P550,551<br>別図（観1,2）参照 | ◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった<br><br>◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である | ・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<br><br>・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進<br><br>・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<br><br>◆H25の県外観光客の入込数がH27年度末に掲げた目標（400万人以上）を達成した<br><br>◆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<br><br>・映画「県庁おもてなし課」を活用したプロモーションの実施<br><br>◆映画「県庁おもてなし課」ロケ地ガイドの配布やロケセットの公開等により、効果的なプロモーション及び誘客に繋がった<br><br>・観光特使による観光PRの促進<br><br>◆高知県の取り組みを観光特使にアピールすることにより、それぞれの活躍の場でのPRにつながった | ◆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<br><br>◆映画の効果を活かし、広く県外へのPRが必要<br><br>◆さらに観光特使に活躍していただくための連携強化 | ◆○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信の充実 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する<br><br>★リピーターの数<br>H22:75万人<br>→H27:88万人<br><br>★首都圏からの観光客数<br>H20:30.5万人<br>→H27:45万人<br><br>★コンベンションの開催による入込数<br>H23:3万人<br>→H27:3.3万人<br><br>★教育旅行等による入込数<br>H23:0.8万人<br>→H27:1万人 | ◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える |
| 四国の認知度向上及び誘客の促進<br>県外事務所、県観光政策課：四国ツーリズム創造機構や四国4県連携による旅行会社へのセールス活動、プロモーション展開等 | | | | | | |
| 学会などのコンベンションの誘致<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：本県で開催する全国規模の大会への助成及び各学校等へのPR活動の実施 | | | | | | |
| 教育旅行、企業研修等の誘致<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：本県への修学旅行の下見等に対する助成及び教育旅行会社や学校に対するPR活動の実施<br>県関係課：県外企業との協定、交流事業等による交流人口の拡大や企業研修の誘致活動等 | | | | | | |
| 教育旅行のPRツールの整備<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：教育旅行用パンフレットのリニューアル | | | | | | |
| ねんりんピック参加者に対する県観光のPR<br>県関係課：ねんりんピックよさこい高知2013の開催を踏まえたプロモーションの充実等 | | | | | | |
| 高知県でのロケ撮影の積極的な誘致活動の展開<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：映画・TV会社等に対するセールス活動、モニターツアーの実施、本県ロケのエキストラ確保などフィルムコミッション活動の展開<br>県観光政策課：県内のロケ撮影等に対するインセンティブ制度によりフィルムコミッション活動を支援 | | | | | | |

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5. 人材の育成 | ◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている | ・観光ガイド連絡協議会を通じた観光ガイドの育成やガイド間の連携への支援<br><br>◆観光ガイド連絡協議会による研修会等の開催により、ガイドのレベルアップや連携意識が高まったうえ、独自の取り組みにも繋がった<br><br>・観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムの磨き上げ<br><br>◆体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた<br><br>・観光人材育成塾による各地域における観光の担い手の育成<br><br>◆各地域において、観光商品づくりやセールス活動のノウハウを学び、広域の活動を支える地域リーダーの育成が進んだ | ◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している<br><br>◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要<br><br>◆地域において、魅力的な観光商品づくりを行う人材の継続的な育成が必要 | ◆観光産業を担う人材の育成<br><br>★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆観光ガイドの育成、技術の向上<br><br>○県内各地域の観光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の開催等 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆○観光事業者等へのおもてなし研修の実施 | ○ | | | | ○ | |
| | | | | ◆○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保 | ○ | | | | ○ | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ◆観光産業を担う人材が育成される<br>◆人材育成塾の参加者 200名<br>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる | | | | | | ◆地域で観光をビジネスとする人材が根付くことで地域が活性化する<br>◆各地域に体験型観光を推進する人材（リーダー）が活動している |

**観光人材育成塾を通じた担い手の育成**

地域の事業者：観光人材育成塾への参加
（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催

P553,554
別図（観4,5）参照

**観光事業者の育成**

地域の事業者：研修への参加
県地域観光課、県地域本部：地域の事業者等を対象とした観光分野経営学等の研修を開催

県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査

**地域観光推進の取組支援**

（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自律的な地域観光を検討し、推進していく取組へ、の支援（H26からは、地域リーダーが参画）、地域コーディネーターの配置

**地域観光推進における課題解決の支援**

（公財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援

**観光ガイドの育成、充実**

観光ガイド団体：研修会等の開催、有料ガイドへの移行
観光ガイド連絡協議会：県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有等を行う協議会の運営
県地域観光課：県内ガイド団体等への観光アドバイザーの派遣
県おもてなし課：観光ガイド団体の育成支援とレベルアップ、ネットワークの推進

**観光事業者等へのおもてなし研修の実施**

（公財）高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施
県おもてなし課：観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施

**社会教育等での学習機会の確保**

市町村等、県関係課：地域の自然、暮らし、文化などを活用した体験型観光のメニューづくり、県立施設等での郷土出身の著名人や産業・自然等を学習する機会の確保

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6. おもてなしの向上 | ◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、観光客で「地元の人のホスピタリティを感じた」人の割合が、4年間で（H19→H22）で7.4ポイント（36.4%→29.0%）の減となっている<br><br>◆県観光政策課の満足度調査の結果からは、観光案内板や、トイレ、2次交通などの不便さを指摘する声が多くあがっている | ・宿泊業やタクシー運転者へのマナー研修の実施<br><br>・おもてなし県民会議の開催<br><br>◆官民一体となって観光客に対するおもてなし意識の向上が図れた<br><br>・高知市中心部の主要観光地を巡るMY遊バスの運行（通年）<br><br>・「楽しまんと!はた博」でおもてなしタクシーの周遊プランを造成し発売<br><br>◆MY遊バスおよびおもてなしタクシーを活用し、2次交通の確保が図られた<br><br>・おもてなしタクシー利用促進のための龍馬パスポートへの参画<br><br>・タクシー満足度向上のための聞き取りアンケートの実施<br><br>◆おもてなしタクシーの新規認定者がH25は前年比約3倍になるとともに、アンケート調査では多くの項目の評価ポイントが上昇<br><br>・市町村が行う観光案内板・標識や景観整備、多言語促進事業への助成<br><br>◆H24は18市町村35事業、H25は17市町村25事業に対し助成を実施<br><br>・ゴールデンウィークやお盆時の渋滞対策及びサービスエリアやイベント等での臨時観光案内所の開設<br><br>◆観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした<br><br>・県外観光客を対象としたアンケート調査の実施<br><br>◆アンケート調査の結果を対象事業者にフィードバックすることにより、改善や対処が図られた<br><br>・映画「県庁おもてなし課」ロケセット等による観光情報の提供<br><br>◆ロケ地等において、官民協働のおもてなしにつながった | ◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成<br><br>◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている<br><br>◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要 | ◆おもてなしの気運の醸成<br><br>○気運づくりのための研修、講演会等の実施<br><br>○観光事業者等へのおもてなし研修の実施【再掲】 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆観光ガイドの育成、技術の向上<br><br>○県内各地域の観光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の開催等【再掲】 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆きめ細かな観光情報の提供<br><br>○観光案内機能の充実<br><br>○よさこいネット等を活用した地域の観光情報発信 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる<br><br>◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる<br><br>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる<br><br>◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する<br><br>◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている<br><br>◆おもてなしタクシーの認定ドライバーが増加する<br><br>★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が減少している<br><br>（以下H22実績）<br>・宿泊先 77%<br>・食事・料理店 74%<br>・観光施設 75%<br>・観光施設の美化 72%<br>・公共トイレの快適性 57%<br>・案内標識 53%<br>・タクシーの接客マナー 46% | ◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている<br><br>◆各地域に体験型観光を推進する人材（リーダー）が活動している<br><br>◆観光拠点エリアだけでなく周辺の観光スポットや周辺ルート上においても、観光案内が行われている<br><br>◆公共交通機関やバス・タクシー等による周遊観光体系が整う |
| 気運づくりのための研修、講演会等の実施<br>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、県観光振興部：地域の観光関係団体との情報交換の実施<br>県おもてなし課：県民発意によるおもてなしを広めるための会議の開催や、おもてなし一斉清掃等の県民のおもてなし活動への参加機会を提供し、県民一人ひとりによるおもてなし活動の気運を醸成 | | | | | | |
| 観光事業者等への研修<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施<br>県おもてなし課：観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施 | | | | | | |
| 観光ガイドの育成、充実<br>観光ガイド団体：個別研修会等の開催<br>観光ガイド連絡協議会：県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有・情報交換等によるネットワークづくりを行う協議会の運営<br>県おもてなし課：ガイド団体の連携と質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の実施 | | | | | | |
| 高知情報発信館「とさてらす」を核とした観光案内等<br>市町村、観光協会等：観光案内所の運営等により観光客へ地域の観光情報を提供<br>（公財）高知県観光コンベンション協会：JR高知駅前「とさてらす」の運営等により地域の周遊を促す観光案内を実施 | | | | | | |
| 臨時観光案内所の設置、運営<br>市町村、観光協会等、（公財）高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課：ゴールデンウィーク等の多客期における臨時観光案内所の設置及び渋滞対策の実施 | | | | | | |
| よさこいネット等を活用した地域の観光情報発信<br>市町村、観光関係団体等、（公財）高知県観光コンベンション協会：ウェブサイトを活用した観光と物産の一元的な情報発信等を推進、高知までのアクセスや県内の二次交通情報等の提供<br>県地域観光課、計画推進課：補助金や専門家の派遣等により地域の取組を支援 | | | | | | |

※改革のための６つの基本方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間の連携を強化する
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　産業人材を育てる育成・確保する
6　移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6. おもてなしの向上 | ◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、観光客で「地元の人のホスピタリティを感じた」人の割合が、4年間で（H19→H22）で7.4ポイント（36.4%→29.0%）の減となっている<br><br>◆県観光政策課の満足度調査の結果からは、観光案内板や、トイレ、2次交通などの不便さを指摘する声が多くあがっている | ・宿泊業やタクシー運転者へのマナー研修の実施<br><br>・おもてなし県民会議の開催<br><br>◆官民一体となって観光客に対するおもてなし意識の向上が図れた<br><br>・高知市中心部の主要観光地を巡るMY遊バスの運行（通年）<br><br>・「楽しまんと!はた博」でおもてなしタクシーの周遊プランを造成し発売<br><br>◆MY遊バスおよびおもてなしタクシーを活用し、2次交通の確保が図られた<br><br>・おもてなしタクシー利用促進のための龍馬パスポートへの参画<br><br>・タクシー満足度向上のための聞き取りアンケートの実施<br><br>◆おもてなしタクシーの新規認定者がH25は前年比約3倍になるとともに、アンケート調査では多くの項目の評価ポイントが上昇<br><br>・市町村が行う観光案内板・標識や景観整備、多言語促進事業への助成<br><br>◆H24は18市町村35事業、H25は17市町村25事業に対し助成を実施<br><br>・ゴールデンウィークやお盆時の渋滞対策及びサービスエリアやイベント等での臨時観光案内所の開設<br><br>◆観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした<br><br>・県外観光客を対象としたアンケート調査の実施<br><br>◆アンケート調査の結果を対象事業者にフィードバックすることにより、改善や対処が図られた<br><br>・映画「県庁おもてなし課」ロケセット等による観光情報の提供<br><br>◆ロケ地等において、官民協働のおもてなしにつながった | ◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成<br><br>◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている<br><br>◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要 | ◆県内の観光地を結ぶ移動手段の確保<br><br>○周遊バスの運行<br><br>○おもてなしタクシー等を活用した周遊観光の推進 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆観光基盤の整備<br><br>○受入態勢の整備<br><br>○広域観光案内板の整備<br><br>○観光案内板等の整備や景観保全への支援<br><br>○観光地のトイレ美化の推進 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 H24 | 第２期計画 H25 | 第２期計画 H26 | 第２期計画 H27 | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） 短期的な視点（平成27年度末） | 目指すべき姿（目標値） 中長期的な視点（概ね10年先） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる<br>◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる<br>◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる<br>◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する<br>◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている<br>◆おもてなしタクシーの認定ドライバーが増加する | ◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている<br>◆各地域に体験型観光を推進する人材（リーダー）が活動している<br>◆観光拠点エリアだけでなく周辺の観光スポットや周辺ルート上においても、観光案内が行われている<br>◆公共交通機関やバス・タクシー等による周遊観光体系が整う |
| | | | | | ★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が減少している<br>（以下H22実績）<br>・宿泊先 77%<br>・食事・料理店 74%<br>・観光施設 75%<br>・観光施設の美化 72%<br>・公共トイレの快適性 57%<br>・案内標識 53%<br>・タクシーの接客マナー 46% | |

高知市内の周遊バス（MY遊バス）の運行
（公財）高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：運行状況の分析に基づくMY遊バスの運行体系の見直し

西南地域の周遊バス（しまんと・あしずり号）の運行
県地域観光課：地元と連携した運行支援
県地域観光課：運行状況の分析に基づく運行支援の継続

おもてなしタクシーの推進等
（公財）高知県観光コンベンション協会：おもてなしタクシーの認定制度の実施、周遊プランの提供

受入態勢の整備
県おもてなし課：観光客や旅行エージェントを対象としたアンケート調査等による課題の把握と改善のための取組を実施

広域観光案内板の設置
県おもてなし課：核となる拠点エリアを中心に新たな広域観光案内板の設置

観光案内板等の整備への支援
県おもてなし課：観光案内板等整備事業費補助金により市町村が実施する観光地や観光ルートへの誘導標識や観光案内板の多言語化事業、景観整備への取組に対して支援

観光地のトイレ美化の推進
県地域観光課：核となる拠点エリアやそのルート上の公共トイレの改修事業を支援
県おもてなし課：おもてなしの心で美化活動に取り組む"おもてなしトイレ認定制度"を推進し、利用者の満足度の向上を図る

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 7. スポーツツーリズムの推進 | ◆マラソン大会やプロ野球キャンプなどのスポーツ観光は、他のイベントよりも遠隔地からの誘客が期待できるため、本県が根源的に抱えている地理的ハンディキャップを克服していくために有効な手段である<br><br>◆冬場の温暖な気候など、本県の強みを観光振興に生かし、オフシーズン対策にもつなげていくことが求められている | ・スポーツキャンプ（合宿）やイベント（公式戦等）への助成<br><br>◆一定の観客動員により、本県への経済波及効果が生まれた | ◆合宿誘致やスポーツイベントの開催は単発の取組となっているため、切れ目なく誘客を図るためには年間を通じた体系的な取組を進めていく必要がある<br><br>◆県内における施設のキャパシティが限られているため、集中する時期には受入が困難な場合があり、計画的な施設整備が必要である | ◆推進体制の強化及び受入態勢の充実<br><br>★官民一体となった推進体制の構築<br><br>◎スポーツ振興のための施設整備 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆年間を通じたスポーツイベント等の開催<br><br>◎スポーツ大会等の誘致活動の推進<br><br>◎スポーツイベント等の企画、実施等 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動<br><br>○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆様々なスポーツイベントが開催され、新たな観光客の獲得ができている<br><br>★スポーツツーリズムの推進による新規入込客数2万人 | ◆スポーツツーリズムによる誘客態勢が確立され、本県への入込客が増加し、経済効果を発揮する |

**県庁内PT等による受入態勢の整備**

（公財）高知県観光コンベンション協会、県関係課：スポーツツーリズム推進のための庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体等との連携を強化し、スポーツキャンプや合宿の受入、また全国規模のスポーツ大会の実施に向けた施設の整備計画を策定

**スポーツ振興のための計画的な施設整備**

（公財）高知県観光コンベンション協会、県関係課：県庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体や市町村と連携し、スポーツツーリズムの推進のための計画的な施設整備に向けた取組を推進

**スポーツ大会等の誘致活動の推進**

（公財）高知県観光コンベンション協会：現行のプロスポーツキャンプ（野球、サッカー）やプロゴルフ大会を継続させるとともに、新たな全国規模のスポーツ大会の誘致の取組を推進

**スポーツイベントの企画、実施等**

市町村等、（公財）高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：新たな誘客につながる全国規模のスポーツイベント（サイクリング、マラソンなど）を企画し、実施に向けた取組を推進

**大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿の誘致**

市町村等、（公財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：情報収集の強化や人脈などを利用し、本県でのアマチュアスポーツ合宿の継続及び新規受入に向けた誘致活動を強化

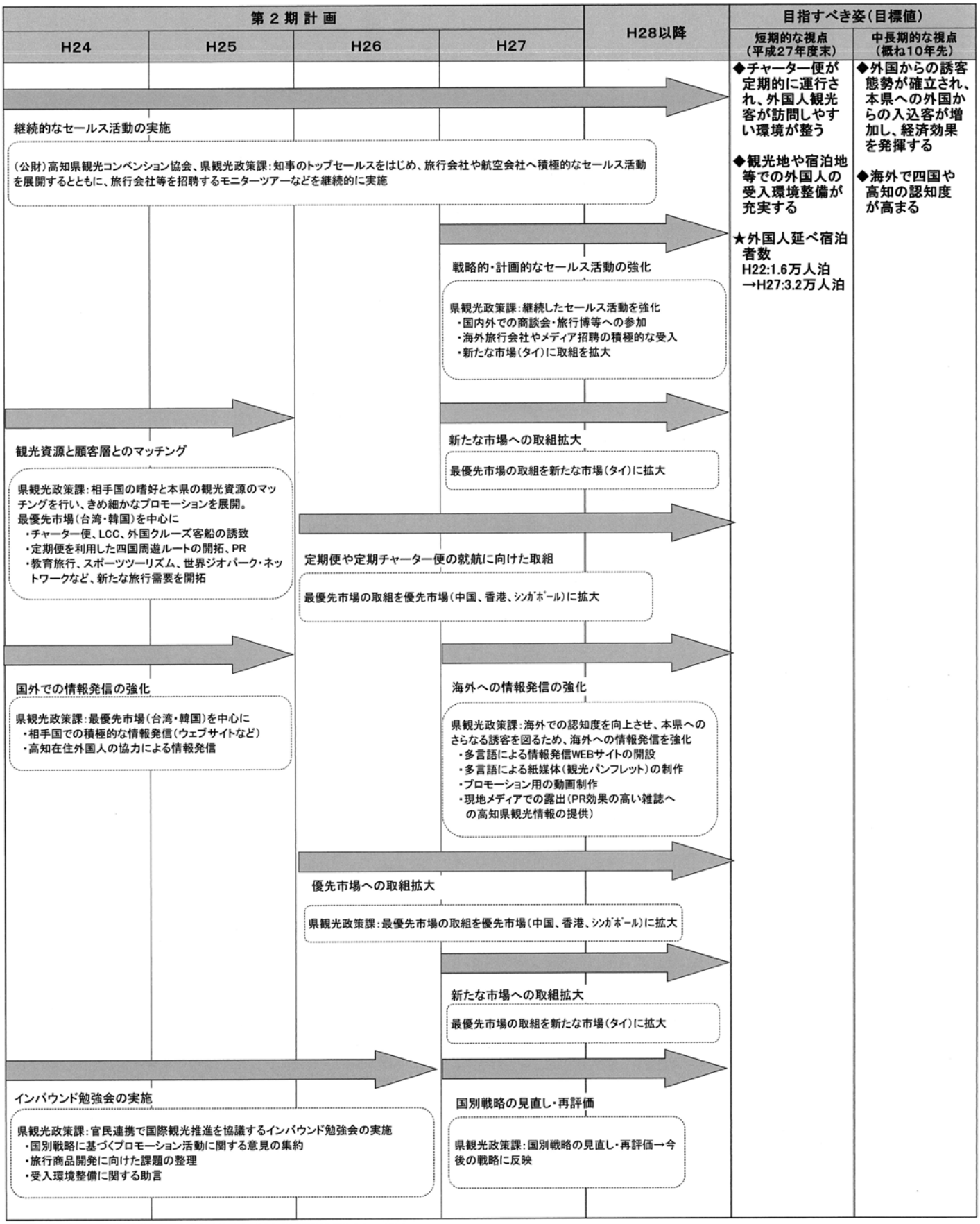
※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組　◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8. 国際観光の推進 | ◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している<br><br>◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている | ・東アジアを中心として航空会社、旅行会社への継続的なプロモーション活動を展開<br><br>・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施<br><br>・よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施<br><br>◆台湾,韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった | ◆海外からの直行便がない<br><br>◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況<br><br>◆外国人の受入態勢の向上 | ◆国別戦略に基づく誘致活動<br><br>◎相手国でのPRや旅行会社等へのプロモーション活動の強化<br><br>◎観光資源と顧客層のマッチング<br><br>◎海外での認知度を高めるための情報発信の強化<br><br>◎官民連携による国際観光の推進 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】




※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

P552
別図(観3)参照

| 取組方針 / 施策 | 背景 | これまでの取組と成果<br>(・取組 ◆成果) | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8. 国際観光の推進 | ◆本県での外国人宿泊者数は、H24年は延べ18,690泊と全国46位と低迷しており、従来のものに加えた新たな国際観光戦略を打ち出す必要がある<br><br>◆本県を訪問する外国人観光客は、訪日回数が2回以上のいわゆるリピーターが多く、ありきたりな観光旅行に満足しない人が多い<br><br>◆旅行先の観光メニューに、行先ならではの特別感を求める外国人観光客が増加している | ・東アジアを中心として航空会社、旅行会社への継続的なプロモーション活動を展開<br><br>・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施<br><br>・よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施<br><br>◆台湾,韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった | ◆海外からの直行便がない<br><br>◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況<br><br>◆外国人の受入態勢の向上 | ◆高知県の強みを活かした新たな誘客活動<br><br>★高知県特有の「温かい人柄」をもとにした、本物の日本を感じる精神的満足度の高い商品の「作り込み」、「セールス」、「受け入れ」を一元化して取り組む体制を整備<br><br>★魅力あふれる体験型観光商品の作り込み<br><br>★送客力の高い旅行会社等に向けたセールス<br><br>★日本一のおもてなし、人と人とのふれあいを感じる受け入れ | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | 組織体制の確立<br>(公財)高知県観光コンベンション協会：<br>中心的な運営主体として、旅行商品の「作り込み」、「セールス」、「受入」を一体的に取り組む体制を整備。県観光政策課と連携し、県内観光関係者との協力関係を構築<br>県観光政策課：<br>県内観光関係者と協力して進める仕組みづくりを構 | 県観光政策課：<br>県内観光関係者で組織する協議会設立 | (公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：<br>H26～27の運営実績を検証し、民間への移行を検討 | ◆高知県観光コンベンション協会を運営主体としながら、県内観光関係者で組織する協議会と連携・協力して事業に取り組む体制を構築<br>◆体験型観光客3,600人の達成 | ◆民間への運営移行を検討<br>◆世界各国から300ツアー、クルーズ客船から100ツアーを誘致<br>◆体験型観光客12,000人の達成 |
| | | 体験型観光商品の造成<br>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：<br>ニーズの把握・分析<br>体験型商品の調査、設定、契約支援、販売斡旋・調整、マニュアル作成等<br>体験型観光素材集の作成、更新<br>旅行会社提案のためのモデルコースづくり | | | ◆シンガポール、香港の他、欧米豪、台湾、韓国向けモデル商品の造成、磨き上げ<br>◆集落活動センターを活用した商品開発 | ◆各国のニーズに応じたツアーを30ルート以上造成<br>◆地域主体で商品開発に取り組み環境を醸成<br>◆集落活動センター3か所以上で商品化<br>◆外国人FITの他、国内観光客の利用にも波及 |
| | | シンガポール、香港、欧米豪、台湾、韓国旅行会社、メディア等へのセールス<br>(公財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：<br>各国旅行会社、メディア、ランドオペレーターへの情報提供、売り込み<br>モニターツアーの実施<br>体験型観光素材集等、セールス素材の開発<br>メディア招聘ツアーを活用した成功事例のPR | | | ◆各国・地域で商品販売取扱実績<br>◆国内ランドオペレーターとの協力関係の構築<br>◆定期的なセールス、モニターツアーの実施によるニーズの把握、商品の磨き上げ<br>◆メディアへの露出増による高知県の「体験型観光」の認知度向上<br>◆体験型観光素材集の開発 | ◆世界各国旅行会社延べ5社以上と連携し、ツアー実施<br>◆国内ランドオペレーターとの協力関係の確立<br>◆定期的なセールス、モニターツアーの実施によるニーズの把握、商品の磨き上げの常態化<br>◆高知県といえば「体験型観光」とのイメージ定着<br>◆体験型観光素材集の定期的な更新<br>◆海外クルーズ客船オプショナルツアーへの組み込み |
| | | ツアー受入体制の確立<br>(公財)高知県観光コンベンション協会：<br>ツアー決定時の県内観光施設への斡旋・調整<br>ツアー催行時の随行、アクシデント発生時の対応<br>おもてなし添乗員の手配<br>県観光政策課：<br>おもてなし添乗員の確保、育成 | | | ◆受入事業実施体制の確立<br>◆随行、サポート内容の水準確立<br>◆おもてなし添乗員の育成 | ◆予約手配、事前調整について海外旅行会社、ランドオペレーターから高い満足度が得られている状態<br>◆リピーターが訪れるような歓迎、交流イベントを提供し、観光客が高い満足度を得られている状態<br>◆おもてなし添乗員として20名を確保 |

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

| 取組方針 施策 | 背景 | これまでの取組と成果（・取組 ◆成果） | 課題 | これからの対策 | 基本方向 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8. 国際観光の推進 | ◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している<br><br>◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている | ・東アジアを中心として航空会社、旅行会社へのプロモーション活動を展開<br><br>・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施<br><br>・よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施<br><br>◆台湾,韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった<br><br>・多言語用観光パンフレット支援システムの運営<br><br>・韓国チャーター便利用者へのWi-fi接続用カードの配布<br><br>◆インターネットを活用した観光情報の提供を通して、外国人旅行者への、きめ細やかな情報提供につながった | ◆海外からの直行便がない<br><br>◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況<br><br>◆外国人の受入態勢の向上<br><br>◆観光施設等において、無料で簡便にインターネット接続できる環境の整備 | ◆受入態勢の充実<br><br>○観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進<br><br>○外国人観光客の受入態勢の向上<br><br>★在留外国人との連携 | ○ | | | | | |
| | | | | ◆四国4県連携によるプロモーション活動の推進<br><br>○四国4県での外国人観光誘客の取組強化 | ○ | | | | | |

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

| 第２期計画 | | | | H28以降 | 目指すべき姿（目標値） | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 短期的な視点（平成27年度末） | 中長期的な視点（概ね10年先） |
| | | | | | ◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う<br><br>◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する<br><br>★外国人延べ宿泊者数<br>H22:1.6万人泊<br>→H27:3.2万人泊 | ◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する<br><br>◆海外で四国や高知の認知度が高まる |

**観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進**

市町村：観光案内板や誘導標識の多言語化を実施
県おもてなし課：観光案内板等整備事業費補助金による市町村の取組を支援

**外国人観光客の受入態勢の強化**

事業者：相手国の風習にあわせた受入態勢の整備
県おもてなし課：国際観光受 入研修会の実施

（公財）高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施
県おもてなし課：各業種で指導者となる人材の育成、観光、宿泊施設等へのWi-Fi環境導入の働きかけ

県地域観光課：観光拠点等整備事業費補助金によりWifi環境導入の市町村等への支援

**外国人観光客の受入基盤整備の推進**

県おもてなし課：国際観光受入態勢整備事業費補助金により、市町村等が実施する観光案内版やパンフレットの多言語化、Wi-Fi環境整備等の受入に関する整備を総合的に支援

**在留外国人サポーターの組織化**

県観光政策課：高知在住留学生等を「高知県のサポーター」として組織化
・国別ワークショップを開催
・外国人の目線からプロモーションや受入態勢についての提言を集約
・母国への情報発信

県観光政策課：在留外国人サポーターの充実

**留学生OB等との連携**

県観光政策課：留学生OBと連携し、外国人を「国際観光大使」に任命
・国外から高知の情報発信
・海外イベントでの協力依頼

**四国4県連携による周遊コースづくり及びPR活動の推進**

県観光政策課：四国ツーリズム創造機構と連携した四国及び高知県の認知度向上及び誘客への取組を推進
・四国4県インバウンド担当者の意見交換会の実施
・4県で連携した定期便・チャーター便のセールス活動の実施
・四国内の空港でのプログラム・チャーターの検討
・「済州島オルレ」と「歩く四国推進連合」との連携

※改革のための６つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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 産業人材を育てる育成・確保する
6 移住促進により、活力を高める

# 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた国際観光の抜本強化

観1

**目標／外国人のべ宿泊者数の増加**　平成25年実績　2.1万人泊　→　平成27年目標　3.2万人泊

## 国別戦略

### 26年度の取組

- ○台湾WEBサイト等での情報発信による認知度向上
- ○四国４県や民間施設と連携した商談会・旅行博等でのプロモーション（年14回）
- ○旅行会社、商談会等でのセールス活動
- ○よさこい祭り・ジオパーク等の交流の仕組みづくり
- ○他部局と連携したLCC・クルーズ船誘致
- ○旅行商品造成の働きかけと観光商品紹介
- ○インセンティブ制度の実施
- ○周遊ルートづくり

**外国人延べ宿泊者数**
2014年１月～９月末 44.1%増
（全国の伸び率28.8%）
全体　13400人泊→19310人泊
台湾　3820人泊→ 6990人泊
香港　600人泊→ 1740人泊

### 課　題

**1.多言語による海外への魅力的な観光資源の情報発信**
- ・国や顧客層、旅行形態にマッチした情報発信コンテンツが圧倒的に不足。
- ・他県と差別化できる本県の自然・食・体験型観光の魅力が海外に十分発信されているとは言い難い。
- ・増加する個人観光客にはWebでの情報発信が不可欠

**2.継続したセールス活動**
- ・県・高知県観光コンベンション職員が現地に出向くセールス活動のみでは頻度に限界がある。

### 27年度の取組

**高知県の認知度の飛躍的な向上**
①情報発信の強化
②セールス活動の強化

**多言語WEBサイト目標**
月間13万ページビュー

**商談会・旅行博の参加目標**
**27年度　15回以上**
［25年度　4回
26年度　14回］

**1．海外への情報発信コンテンツの充実による認知度向上** NEW
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、外国人観光客の観光情報源としてニーズの高い多言語によるWEBサイトやパンフレット・動画など、海外への情報発信コンテンツの充実による認知度向上
- ・多言語（5言語）による情報発信ＷＥＢサイトの開設
- ・多言語（5言語）による紙媒体（観光パンフレット）の制作
- ・プロモーション用の動画制作
- ・現地メディアでの露出（ＰＲ効果の高い雑誌への高知県観光情報の提供）

**2．戦略的・計画的なセールス活動の強化** 拡充
- ・国際観光推進コーディネーターの配置（2名）NEW
- ・現地窓口機能の整備（台湾現地法人への業務委託、香港国際観光団体への職員派遣） NEW
- ・ＪＮＴＯ海外事務所及び県シンガポール事務所への定期的な情報提供と情報収集
- ・商談会や海外展示会（台湾・香港・シンガポール・韓国等）への参加
- ・ＶＪ地方連携事業への積極的な参画（高知県東部周遊、サイクリング、ゴルフ）
- ・新たな市場へのセールスキャラバンの実施（タイ）
- ・海外旅行会社やメディア招聘の積極的な受入

## 高知家流おもてなしプロジェクト

**民間と連携して推進するため官民協働ワーキングを設置**

つくる
- ○外国人観光客のニーズにあった商品の発掘と造り込み

売る
- ○ニーズのあるターゲット国とパートナーとなる海外旅行会社の開拓

受け入れる
- ○農業体験等、受入れ施設の仕組みづくり（31施設を確保）
- ○おもてなし添乗員の育成と確保（6名）

- ・香港・シンガポール・台湾・タイ・韓国の７社のモニターツアー招聘を調整中
- ・4月のクルーズにオプショナルツアーを9本提案

### 課　題

**つくる**
- ・外国人目線での観光資源のブラッシュアップと発掘
- ・顧客のニーズにきめ細かく対応できる商品の造成

**売る**
- ・高知県の認知度向上のための効果的なプロモーションの展開
- ・他社と差別化する商品を販売する旅行会社へのセールス活動の強化

**受け入れる**
- ・農家等の安定した受入体制の仕組みづくり
- ・県内にノウハウを蓄積するための「おもてなし添乗員」の育成と確保

### 27年度の取組

**プロジェクトのさらなる深化**
①他県と差別化した「質」の高い旅行コンテンツの提供でリピーター層の取り込み
②県内観光施設の受入拡大

**平成27年度の目標**
- ・ツアー催行　18本
  （７社×２本、シンガポール3本、ロシア1本）
  1,080人泊（20人×3泊×18本）
- ・クルーズ船オプショナルツアー　150人（30人×5本）
- ・モニターツアー実施　5本
- ・受入可能施設を倍増
- ・おもてなし添乗員を10名確保

つくる
- ・外国人目線での観光素材の発掘・受入れ地域の拡大　拡充
- ・「エージェント向け素材集」の多言語化

売る
- ・パイプができた海外旅行会社に対するツアー造成の徹底したセールス活動
- ・高知家流おもてなしプロジェクトのパートナーとなる旅行会社の拡大
- ・取組事例の情報発信

受け入れる
- ・外国人受入に向けた受入れ農家等のネットワーク化
- ・おもてなし添乗員のさらなる確保と育成　拡充

# 外国人観光客の受入態勢を２年間で強力に推進

観2

## 現在の動向

### 外国人観光客の増加

<国>
H25　1,036万人
H26　1,341万人
（対前年比29.4%増）

2020年目標
2,000万人

<高知県>
H25　2.1万人泊
（H26　1~9月期対前年比44%増）

### 外国人観光客のニーズ

■旅行中困ったこと
1位：Wi-Fi環境
2位：コミュニケーション
3位：目的地までの経路情報の入手

■日本で体験した活動
1位：日本食を食べる
2位：ショッピング
3位：繁華街の街歩き

<H23観光庁調査>

### 国の取組

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014

■ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾂｰﾘｽﾞﾑ振興
免税店10,000店規模(倍増)
※現在9,361店(H26.10.1)
4月と比較し62%増
■多言語対応の強化
■無料Wi-Fi整備

## 緊急に整備すべき事項

**標識・サインの多言語化**

周遊先の観光地や観光施設、商店街等への拡大

**案内ツールの多言語化**

周遊先の観光地や観光施設、店舗等への案内パンフレット・マップ、音声翻訳の拡大

**トイレのユニバーサル化**

主な観光拠点での多言語案内表示とセットによる洋式化

**無料公衆無線LAN（Wi-Fi）環境の整備**

<現状:観光施設整備率　約28%>

周遊先でネット利用できるよう、観光施設、道の駅に整備を拡大

**消費税免税店の拡大**

<現状：高知県内免税店　11店舗>
（H26.10.1現在）

商店街全体・観光地全体での開設

おもてなしアクションプランに基づき、計画的・総合的に推進

## 平成２７年度の取組

NEW 国際観光受入環境整備事業費補助金

■目的：外国人旅行者の受入基盤整備を短期間で強力に推進
①多言語対応（表示、案内）
②トイレ洋式化
③通信（Wi-Fi環境）
④ショッピング（消費税免税店）

■期間：２か年限定（平成27~28年度）

| 補助先 | 市町村 | |
|---|---|---|
| 事業主体 | 市町村 | 組合団体等（商店街、商工会、観光協会、旅館ホテル等） |
| 補助対象事業 | ○多言語観光案内板<br>○外国語パンフレット、マップ<br>○外国語案内ツール<br>○Wi-Fi環境整備<br>○トイレ改修<br>等 | (2事業以上パッケージ)<br>○多言語観光案内板<br>○外国語パンフレット、マップ<br>○のぼり等PR資材<br>○外国人対応マニュアル<br>○免税手続一括窓口開設<br>等 |
| 補助率 | 1／2 | |

## 目標

【H27年度 誘客目標】
3.2万人泊

【H28年度末 整備目標】

<観光施設、道の駅>
■観光案内板　14箇所
■パンフレット　23箇所
■ホームページ　24箇所
■館内案内サイン　20箇所
■トイレ改修　29箇所
■Wi-Fi整備　62箇所
■免税店開設等　22箇所

<商店街・旅館ﾎﾃﾙ>
■商店街等　６団体
■旅館、ホテル等　２団体

# 外国人のべ宿泊者数5万人泊への挑戦

観3

## (新) 国際観光推進コーディネーター（2名配置）

### つくる

観光政策課 / CV協会国際課

【高知家流おもてなしプロジェクト】

(拡) ○外国人目線での観光素材の発掘・受入れ地域の拡大
○「エージェント向け観光素材集」の多言語化（英語）
○高知家流おもてなしプロジェクトのモニターツアー実施
○海外旅行会社のツアー造成をサポート（体験メニュー、観光施設等の提案）

目標
- ・モニターツアー実施 5本
- ・受入可能施設を倍増（H26.12.15時点32施設）
- ・外国人留学生による観光メニュー調査・発掘（2地域）（農水省事業）

商品情報

・インバウンドの視点を付加
・モニターツアーによる磨き上げ
・情報のフィードバック

地域観光課

【観光資源等の磨き上げ】
○広域観光組織等による観光資源の磨き上げの促進
(新) ○広域観光コーディネーターによる観光事業者の経営戦略セミナー実施

目標
- ・体験プログラム30件以上
- ・高知家ツアー30～50本

【旅行商品の造成販売】
(拡) ○旅行商品造成販売支援事業による造成販売
・広域観光組織等による観光商品の造成・販売の促進
○博覧会の開催による体験プログラム、ツアー造成
○高知家プロモーションと連動した高知ならではのツアーの造成・販売（観光政策課）

### 売り込む

観光政策課 / CV協会誘致部及び国際課

【国別戦略】
○継続したセールス活動（国内外での商談会・旅行博等への参加、個別セールス、(新)海外業務委託（台湾）＝産業振興推進部と連携
○四ツ一創等と連携した周遊ルートづくり（東部周遊、サイクリング、ゴルフ他）
○海外旅行会社やメディア招聘の受入れ
○インセンティブ制度の実施
○外国クルーズ客船船社への誘致活動（港湾振興課と連携）
(新) ○ターゲット市場別に5種のコンテンツを作成し、情報発信（WEBサイトやパンフレット、現地雑誌、動画などクロスメディアによる露出強化）

【高知家流おもてなしプロジェクト】
○他社と差別化する商品を販売する旅行会社へのセールス活動の強化

目標
- ・商談会・旅行博の参加目標 15回以上
- ・高知家流おもてなしツアー催行 18本
  （7社×2本、シンガポール3本、ロシア1本）
  1,080人泊（20人×3泊×18本）
- ・クルーズ船オプショナルツアー 150人（30人×5本）

商品の提供

フィードバック

商品情報

受入体制の情報を商品作りへ反映

セールス情報へ反映

基盤整備の情報をWEBサイトにシェア

おもてなし課 / CV協会受入部

【受入環境整備】（国際観光アクションプランを策定し推進）
(新) ○国際観光受入態勢整備事業費補助金を創設し、市町村や組合団体等の受入環境整備を支援
○多言語の広域観光案内板を設置（年4基）
○外国人観光案内所の拡大
○外国人旅行者に対応するおもてなし研修の実施

目標
H28年度末整備目標（2年間）
◆観光施設・道の駅
・多言語観光案内板《14箇所》、Wi-Fi環境整備《62箇所》等

観光政策課 / CV協会国際課

【国別戦略】
(新) ○WEBサイト・パンフレットによる着地観光の情報提供（5言語）
○LCC誘致（交通基盤の整備・交通運輸政策課と連携）

【高知家流おもてなしプロジェクト】
○おもてなし添乗員の育成と確保
○ツアー催行時の現地サポート（外国人観光客とのコミュニケーション支援）

目標
- ・おもてなし添乗員を10名確保

### もてなす

# 広域観光の総合的な支援①（広域観光組織の機能強化）

観4

## 【平成27年度の取組】（県）

1．**地域観光プロデューサーの活用　(3,188千円)**
- 県全体の広域組織のあり方や計画づくりの支援

2．**広域観光みらい会議の開催（９２２千円）**

3．**広域観光組織連絡会議の開催（９０千円）**
- 広域観光組織の情報共有や課題解決を図るための場づくり、ネットワークの構築

4．**地域観光商品造成等事業（31,000千円）**
地域コーディネーターを配置し、観光事業者を対象とした人材育成塾の開催を通じた座学と現場での実践支援により地域の事業者の旅行商品造成力を高め、観光資源を磨き上げから旅行商品として販売に至る一連の取組を、広域観光組織と一体となって進めていく仕組みを構築

5．**観光商品ブランド化支援事業(12,831千円)**
- 広域観光アドバイザー事業　・募集型旅行商品造成販売事業
旅行会社等とタイアップして地域が主体となった全国から人を呼べる旅行商品づくりを推進

6．**広域観光推進事業費補助金(155,000千円)**
- 広域観光組織の定める中期計画等を踏まえ、ステージに応じた事業を補助（３年間程度）
- 補助先：広域観光組織
- 補助率：1/2
- 補助額　**A（組織自律化）**25百万円(①～⑤)　**B（ステップアップ）**15百万円(①～④)
**C（その他）**２百万円(①②)ただし、ブランド化事業又は食の旅行商品化に取組む場合は3百万円

## 【広域観光組織が担うべき機能】

広域組織が地域の面的魅力を高めるための地域コーディネートができる組織となる為に必要な機能

① 企画統括機能
- 戦略立案、県や市町村等との連携等

② 情報発信機能
- パンフ作成、HP・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
- 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

## 【地域博覧会の継続支援】

**◆地域博覧会開催支援事業【継続】**

予算額：111,000千円
東部70,000千円
高幡41,000千円

補助先：広域観光組織が中心となって構成された団体等

補助率：１／２以内

上　限：100,000千円以内

**■仁淀川広域観光協議会**
- 構成　1市4町1村
- 事務局体制
事務局長（兼務）以下計3名
- 担っている機能　①②③

【H26年度取組】
組織のステップアップに向けた中期計画作成

【H27年度予定】
情報発信力の強化

**■嶺北地域観光・交流推進協議会**
- 構成　3町1村
- 事務局体制（兼務）／地域本部と4町村で分担
- 担っている機能／①②

**■高幡広域観光推進本部**
- 構成　1市4町
- 事務局体制
本部長以下計2名
- 担っている機能　①②③

【H26年度取組】
博覧会実施に向けた組織づくり
H27.3までに協議会を設立

【H27年度予定】
H28.4からの実施に向けた体験プログラムの造成・販売の強化等

**■高知中央広域観光協議会**
- 構成　4市
- 事務局体制（兼務）
事務局長以下計3名
- 担っている機能／①②

**■一般社団法人　幡多広域観光協議会**
- 構成　3市2町1村
- 事務局体制
事務局長以下計7名
- 担っている機能　①②③④⑤

【H26年度取組】
組織の機能強化に向けた中期計画作成

【H27年度予定】
機能強化の計画を踏まえた旅行商品の造成・販売、教育旅行誘致、人材育成等を実施

**■安芸広域市町村圏事務組合**
（高知県東部地域博覧会推進協議会）
- 構成　2市4町3村
- 事務局体制
事務局長（兼務）以下計6名
- 担っている機能　①②③

【H26年度取組】
博覧会実施に向けた体験プログラム・着地型商品の造成、販売の強化

【H27年度予定】
博覧会の取組が継続できるよう旅行エージェント経験者を受け入れ（4月～）

# 広域観光の総合的な支援②（地域地域の旅行商品づくりを総合的に支援）

観5

**目 的** 地域が主体となった全国から人を呼べる、売れる観光地づくりを進めるため、広域観光組織と地域の事業者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仕組みを構築する

## 広域観光みらい会議

・商品造成に向けて最新情報の提供をしてもらう → ベストプラクティスの紹介
・大手旅行会社の幹部の意識を高知県へ

旅行会社の中での認知度向上

| | 企画 | 発掘・磨上げ | 取引の仕組み作り | パッケージ化 |
|---|---|---|---|---|
| 広域組織 | **企画会議**<br>○旅行商品カルテの作成<br>商品毎に統一したフォーマットでカルテを作成 | **造成会議**<br>○旅行商品カルテをベースに商品の磨き上げを行う | **商品化に向けた協議**<br>○旅行会社で売るため(販売面)のアドバイスを受ける | **最終の商品カルテの作成**<br>○旅行商品カルテを基にパッケージングし商品化 |
| 地域コーディネーター | ・カルテ作成の支援<br>・トレンドを踏襲しているか、インバウンド対策はできているか等商品化の方向性を指導 | ・磨き上げ方針への助言や事業者を始めとする関係者の巻き込み方などを指導<br>・課題解決に向けた役割分担の整理や行程表の作成等マネジメントを管理 | 広域観光アドバイザー<br>・旅行商品として販売するためのノウハウ指導<br>・料金設定の妥当性の説明 | ・料金設定や、受入体制への助言<br>・リピーター確保への助言 |
| 事業者 | **資源の再確認**<br>○カルテ化する資源のピックアップや状況確認 | **資源の磨き上げ**<br>○最終パッケージとなる資源グループごとに行う造成会議に参加し、共に磨き上げを行う | 第４回<br>【セールスの手法】<br>第５回<br>【旅行商品のパッケージ化】<br>な受入体制の整備 | **最終の商品カルテの共有**<br>○最終の旅行商品カルテに基づき予約や精算やルール、キャンセル時や、催行中止時の対応など最終確認 |

カルテのイメージ（イメージ写真）
・素材の名称
・素材の概要等
・オンシーズン
・インバウンドチェック
・アドバイスの履歴とその対応状況
・販売実績
・利用者の声

各商品毎に管理できるツール作成

消費者の声

・広域組織と共に直接現場に入り指導を重ねることで、事業者が日常的に磨き上げを行っていくための支援を行い、トレンドを踏まえた商品づくりを加速

事業者に寄り添ったキメ細やかな相談・助言

土佐の観光創生塾（事業拡大・創業に向けたスキルの習得）

旅行会社での商品化・販売

消費者

第１回
【顧客ニーズ対策】

第2回
【国際観光のトレンド】
第3回
【地域資源の活用例】

第４回
【セールスの手法】
第５回
【旅行商品のパッケージ化】

第6回
【パッケージ商品のセールス手法】

**磨き上げから商品化に向けた観光創生塾**（地域コーディネーターが主催）

２コマ×６回＝１２講義（※県内２地域　各25名程度参加）

# ＜ 付属資料 ＞

# Ⅰ 用語の解説

## アルファベット

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| ＢｔｏＢ | 「Business to Business」の略（B2B と表記されることもある）。企業対企業の電子商取引を表す。広義には、従来の電話や FAX に変わり、Web や電子メールなどを利用して、人間が受発注を行うような比較的原始的なものも含む。 |
| 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。 |
| ＣＯＰ１０（コップテン） | 「COP（Conference of the Parties）」とは、国際条約を結んだ国が集まる会議（締約国会議）の略称である。本計画（農業分野）へ掲載している「COP10」とは、2010年10月に愛知県名古屋市で開催される、多様な生き物や生息環境を守り、その恵みを将来にわたって持続的に利用するために結ばれた生物多様性条約の10回目の締約国会議（議長国は日本）である。 |
| ＣＳＲ活動 | ＣＳＲとは、「Corporate Social Responsibility」の略で、企業の社会的責任を意味する。収益を上げ配当を維持し、法令を遵守するだけでなく、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献などのために行う企業の活動。 |
| ＤＩＹショップ | 日曜大工のように自ら修理や物作りをするために必要な物を販売している店（ホームセンター）。 |
| e-コマース | インターネットや専用線のようなコンピュータネットワーク上での電子的な情報交換によって、商品やサービスを分配したり売買したりすること。 |
| ＧＡＰ | 「Good Agricultural Practice」の略。農作物の生産において、農産物の食品安全性や品質確保、環境負荷低減、労働安全の確保等を目的に、農業生産工程を点検し、記録し、見直し改善していく管理手法。 |
| 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。 |
| ＩＰＭ | ＩＰＭ（Integrated Pest Management　総合的病害虫・雑草管理）とは、病害虫や雑草防除において、化学農薬だけにたよるのではなく天敵、防虫ネット、防蛾灯など様々な防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。これに基づく防除技術は安全・安心な農産物の安定生産と、環境への負荷を軽減した持続可能な農業生産を両立するために有効である。 |
| ＩＳＯ１４００１ | 環境に配慮した組織運営を行うための国際規格をいう。企業などが環境問題に取り組んでいくため「仕組み」を定めて、実行していくための様々な事柄が要求されており、ＩＳＯ１４００１を取得するためには、求められている事柄を満たす仕組みを確立し、維持して、審査登録機関による審査を受けることが必要である。 |
| ＪＡＳ制度 | ＪＡＳとは、「Japanese Agricultural Standard」の略で、日本農林規格を意味する。農林水産物やその加工品につけられる品質保証のための規格を定めている制度。 |
| ＪＡ出資型法人 | 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出資型法人は、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）を行う農業生産法人のことで、産業振興計画ではこの法人のことを指している。 |
| ＬＥＤ照明 | 発光ダイオード（LED）を使用した照明器具のことで、特定の波長の光を効率的に照射できる。施設園芸では、開花や生育調節の目的に光照射を行う。白熱電球などに比べて、高価ではあるが、省電力で発熱量が少なく、長寿命である。 |
| ＮＰＯ | 「NonProfit Organization」の略。政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。特定非営利活動法人、非営利組織、非営利団体、市民活動法人、市民事業体をいう。 |
| ＯＦＦ－ＪＴ | 「Off-the-Job Training」の略。知識やスキルを習得させるため、仕事の場を離れて学習させる能力開発手法。 |
| 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。 |
| ＳＣＭ | 「Supply Chain Management」（サプライチェーンマネージメント）の略。サプライチェーンマネージメントの解説を参照。 |
| 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 |
|---|---|
| アクセシビリティ | アクセスのしやすさの度合い。 |
| あったかふれあいセンター | 高齢者や子ども、障害者など誰もが集い活動し、子育てや生活支援、介護などのサービスを一体的に提供する場所。（いろいろな補助金などを活用し、住民、事業者、専門家、行政の協働によって設置される。） |
| アテンダント | 受付係。この計画では、ジョブカフェこうちの受付係を指し、単なる受付業務を行うだけでなく、来所者の悩みや相談内容等、来所目的に応じてキャリアコンサルタント等の担当者に対応を引き継ぐ。 |
| 荒茶（あらちゃ） | 収穫した茶の葉を蒸して揉む工程の後乾燥させたもので、含有水分が多く、大きさも不揃いな状態のお茶。 |
| 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 | 移住や中長期滞在等を希望される方の相談窓口として、さまざまな情報を提供する民間の案内人。 |
| 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。 |
| イニシャルコスト | 施設や設備を新規導入する際に必要となる経費のこと。初期費用。 |
| 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乳酸菌を加え、ビニールフィルムで包みサイレージ（発酵）化した牛の飼料のこと。 |
| 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。 |
| 内航船 | 日本国内の貨物輸送だけに使用される船のこと。 |
| エージェント | 代理業者のこと。代理人。 |
| エコシステム栽培（認証） | 園芸連が、生産者の取組を認証し表示する制度。化学合成農薬の使用だけに頼らず、生態系や生産物への影響を少なくする、人と環境にやさしい栽培方法として、総合的病害虫・雑草管理技術（ＩＰＭ技術）を取り入れた栽培管理の基準や高知県版GAP、土づくり等の要件を設け、審査し登録する。 |
| 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。 |
| エコファーマー | 「持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律」に基づき、都道府県知事から、たい肥等による土づくりと化学肥料や化学合成農薬の使用の低減を一体的に行う農業生産方式を導入する計画について認定を受けた農業者の愛称。 |
| エコポイント | 公共交通機関の利用によるＣＯ2削減やマイバックの使用など、環境にやさしい行動への対価としてポイントが付き、それを地域の社会貢献活動などに還元できる仕組みのこと。 |
| （高知県）園芸戦略推進会議 | 輸入野菜の増加、国内競合産地との競争激化、量販店のバイイングパワーの増大などにより、危機的な状況に置かれている本県園芸農業の立て直しを図るため、平成１２年９月に設置された「園芸こうちパワーアップ戦略会議」を発展的に改組し、農業団体（中央会、園芸連、全農高知県本部、県内の全農協）と県が一体となって園芸振興の課題解決を進めていくために平成１５年９月に設置された県域の会議。<br>この会議の中に、本県園芸農業の抱える課題を①系統共販、②共同計算、③輸送、④安全・安心、⑤資材コスト、⑥営農対策の６つのテーマに区分し、それぞれプロジェクトチームを設置し、具体的な課題解決に取り組んでいる。 |
| おいしい風土こうちサポーター | 地産地消を県内全域に広げていくために、地産地消の取組に賛同し、率先して実践される方々のこと。県への申込みによって、「生産」、「医療・福祉施設」、「観光施設等」、「食品加工」、「量販店等」及び「消費者」の区分ごとに登録されている。 |

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| オフセット・クレジット（Ｊ－ＶＥＲ）制度 | カーボン・オフセットに用いられることを主眼に、国内における温室効果ガス排出削減・吸収量を市場流通型のオフセット・クレジット（J-VER）として認証・発行する制度。環境省が策定した認証基準に従い、オフセット・クレジット（J-VER）認証運営委員会により、オフセット・クレジット（J-VER）が認証・発行される。 |
| 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。 |
| オランダウェストラント市 | オランダは１０，３００ｈａものガラス温室を有し（高知県の園芸施設総面積は約１，６００ｈａ）、天敵利用を主とするＩＰＭ技術や施設園芸において農薬や化学肥料の環境への負荷を極力抑える技術で世界のトップランナーの国として認知されている。その中でもウェストラント市は、４，３００ｈａのガラス温室が集中しており、パプリカ、トマト、ナス等の野菜類や花き類等、オランダの中でも最も施設園芸農業の盛んな市であり、全域で先進的な環境保全型による園芸農業が営まれている。 |
| 温湿度制御 | ヒートポンプ、ミスト噴射などを用い、ビニルハウス内の温度と湿度を制御してハウス内の気象条件を改善し、植物の光合成を促進することによって農産物の生産量や品質の向上を図る。 |
| 温存ハウス | 土着天敵を安定的に利用するために、農家が野外で採取した土着天敵を維持・温存するためのハウス。生産用のハウスとは別の育苗用のハウスや利用されていないハウス等を主に活用する。 |

## か行

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| 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等により、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方。 |
| 買受人 | 卸売市場において市場での売買取引に参加できる権利（買参権）を取得した業者のこと。買参人ともいう。産地市場における買受人を特に産地買受人と呼ぶ。→買参権 |
| 海外事務所 | この計画では、高知県シンガポール事務所と高知県上海事務所のこと。 |
| 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。 |
| 価格安定制度 | 野菜の作柄は天候に影響を受けやすく、短期間に価格が大きく変動することから、野菜の生産・出荷の安定を図ることで、野菜農業の健全な発展と国民の消費生活を安定させることを目的とした国の制度。対象とする期間・市場に出荷した野菜価格が低下したとき、一定の要件を満たす産地の生産者に対して補給金が支払われる。 |
| 活餌 | 生きている餌。この計画では、かつお一本釣り漁業で、かつおの群を船に引き寄せるために撒かれる活きたかたくちいわし、まいわしなどのこと。 |
| 環境保全型農業 | 農業の持つ物質循環機能を活かし、生産性との調和などに留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業をいう。 |
| 環境保全型農業のトップランナー | 平成１９年に高知県が策定した「高知県環境保全型農業総合推進プラン」の中で示された、高知県の農業が目指し、その地位を築いていくべき姿。全国のトップレベルにある取組として、天敵昆虫や交配昆虫等の利用によるＩＰＭ技術、国際規格である環境ＩＳＯ１４００１を農家段階まで実践した環境に配慮した取組、県内全域で確立している廃ビニール等の適正処理体制、ＪＡグループ全体による残留農薬の自主検査体制等がある。 |
| 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。 |
| 乾燥材 | 建築用材などとして使用する前に、あらかじめ乾燥させた木材。 |
| 間伐 | 育成段階にある森林において、樹木の混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。 |
| 企業コーディネーター | この計画では、（財）高知県産業振興センターが東京と大阪に配置し、ビジネスマッチングや販路拡大のサポート、情報収集などを行う人。 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 企業的経営体 | 高い経営・生産管理能力を備え、雇用労働力を有効活用し、高所得を目指す大規模経営体。 |
| 木と人出会い館 | 林業・木材関係団体と建築士の団体が連携し、木造住宅等の情報を提供する施設。 |
| 機能診断マニュアル | 耐用年数を経過し、老朽化が進む取水堰や排水機場など基幹的農業水利施設について、長寿命化のために行う部分的な補修工事など、最適な予防保全手法の検討に必要な調査手順書で、施設の点検・診断方法や余寿命の推定方法などを内容とするものをいう。 |
| キャリアコンサルタント | 求職者等が、適性や職業経験等に応じて自らが職業生活設計を行い、これに即した職業選択や職業訓練の受講等の職業能力開発を効果的に行うことができるよう、相談業務を行う人。ジョブカフェこうちに常駐する。 |
| 牛群検定 | 酪農家が飼っている乳牛１頭１頭の乳量や牛乳の成分、体重などを毎月１回（晩と朝で１セット）測定し、そのデータを集計して遺伝能力の改良や飼養管理の改善に活用するシステム。 |
| 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。 |
| 共同計算制度 | 県産主要野菜の出荷販売において、①農協・農家間の過当競合の抑止と個々に生じるリスク緩和と分散、経費コストの低減、②統一した規格・ブランドによる顧客への供給力と取引力の強化、販路の確保と開拓、③農協や品目の調整・組合せによる計画出荷の充実と信頼の向上、県益の拡大と適正分配、などの目的達成と販売メリットを高めるため、全農協による県域共同販売をもとにした販売代金のプール計算を行う方法。 |
| 業務筋（中食・外食） | ホテル、レストラン、居酒屋等の外食関係業者及び惣菜、弁当チェーンなどの中食関係業者。 |
| 魚礁 | 海底の隆起部で魚が集まり好漁場となる場所。自然の海底地形によるものは天然礁と呼ばれ、人工的に構造物を設置したものは人工魚礁と呼ばれる。人工魚礁は形態により沈設型、中層型、表層型に分けられる。 |
| 拠点ビジネス | 農協や第三セクターなど、地域の中核となる組織を拠点にして、野菜や加工品などの製造販売や、グリーンツーリズムなど観光交流のサービスなどを多角的、複合的に組み合わせたビジネス。 |
| 窪川アグリ体験塾 | 就農を予定している方や農業体験を希望する方を対象に、高知県立農業大学校が実施する研修のこと。 Ｕ・Ｉターンによる就農予定者を対象の実習を中心とした長期研修、インターネットによる通信講座と農場実習（スクーリング）を組み合わせた新いなかビジネススクール、農業実践者を対象とした営農大学講座や女性農業者講座などのほか、様々な研修・講座を開設している。 |
| クラインガルテン | ドイツ語で「小さな庭」という意味の簡易宿泊施設のある滞在型市民農園。１区画ごとに休憩や簡易宿泊が可能な小屋（ラウベ）が設けられる。日本では1990年代から全国各地で整備されている。 |
| 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。 |
| クリーンエネルギー | 太陽光、太陽熱、地熱、風力、水力などの自然エネルギー及び水素エネルギーなど、環境に負荷のかからないエネルギー。 |
| 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。 |
| グレーディング機器 | 製材品等をグレード（等級、品等）区分するために用いる機器。 |
| 黒潮牧場 | かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置（現在15基）されている表層型浮魚礁。 |
| 経営革新塾 | 国からの委託を受け、商工会議所等が実施している新事業展開等を目指す若手後継者の方などを対象に経営戦略、組織マネージメント等の知識、ノウハウ等、経営革新に役立つ知識を20～30時間で習得する講座。 |
| 経営革新等認定企業 | 「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律」に基づく経営革新計画を策定し、承認された企業等。 |

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| 経営診断システム | この計画では、農家の経営改善や経営発展を図るために、農家個人の経営実績を栽培作物毎に分析するシステムのことで、ＪＡグループ高知が平成２１年度中の稼働を目指している。 |
| 系統（販売） | 農家が、農協、園芸連を通じて農産物を販売すること。 |
| 系統共販 | 農家が、園芸連が定める選果選別規格に基づき、農協を通じて園芸連経由で、県内外の園芸連取引会社において一元的に販売する方法。 |
| 県認証 | この計画では、「高知県無農薬・減農薬栽培農産物認証」の略称で、県が農産物の栽培方法を認証し表示する制度。農薬を使用しない栽培、又は節減対象農薬の成分回数を慣行栽培の５割以上あるいは８割以上減らした栽培を認証する。栽培計画が認証された農産物には、県の環境保全型農業の統一キャラクター「エコタン」を貼付することができる。 |
| 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。 |
| 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応対センターのこと。こうした業務は、社内に部署を設置するほか、近年は、専門会社に委託する傾向にある。 |
| 耕作放棄地 | 以前は耕地であったが、実際の土地状況からみて、現状では耕作できないものと市町村等が判断した土地。 |
| 高性能林業機械 | 従来のチェーンソーや集材機等に比べ、作業の効率化や労働強度の軽減等の面で優れた性能を持つ林業機械。 |
| こうち型集落営農 | 過疎化・高齢化が進行する農村で、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等の導入に加えて、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの取組により、拠点ビジネスを進め、農業で生活できる所得を確保する仕組み。 |
| こうち環境・安全・安心点検システム | 高知県版ＧＡＰと同義。ＧＡＰという概念を、農業者にとってより親しみやすい形で取り組んでもらえるよう工夫したもの。 |
| 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6,306人（県内シェア54%、H25）、販売取扱高80億円（県内シェア：69%、H25）で四国最大の規模を有する。 |
| 高知県食品衛生管理認証制度 | ＨＡＣＣＰの考え方を取り入れた、県独自の衛生管理基準に適合する食品関連施設を認証する制度。平成１５年に創設し、食品関係営業者の自主衛生管理の向上を図り、消費者に安全性の高い食品を提供することを目的としている。<br>平成２０年度末で「魚肉練り製品製造業」や「鰹のたたき製造業」等の８業種で、業種ごとに基準が定められている。 |
| 高知県内水面漁業調整規則 | この規則は、漁業法、水産資源保護法に基づき、本県の河川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 |
| 高知県版ＧＡＰ | 高知県では、園芸農業を主とする産地の状況に合わせて、独自に高知県版GAPとして、農業者自らが主体的に生産から出荷までのそれぞれの工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその１」と、農業団体や集出荷場が主体的に流通段階での工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその２」とを作成し推進している。（「ＧＡＰ」参照） |
| 高知県木材情報センター | 消費者や木材関係者に最新の木材関係の情報を提供している（財）日本木材総合情報センターの支部組織として、各県に配置されている木材に関する相談所のこと。高知県では（社）高知県木材協会内に設置されている。 |
| こうち産業振興基金 | （財）高知県産業振興センターに100億円の基金を造成し、平成19年度から10年間にわたり運用益を活用することにより、地域経済の活性化を支援している。 |
| 高知ＣＯＥ推進本部 | 県内の産学官の連携による研究開発の推進と研究成果の事業化の支援を行うため、(財)高知県産業振興ｾﾝﾀｰに設置した本部（平成18～19年度）。【※COE：ｾﾝﾀｰ・ｵﾌﾞ・ｴｸｾﾚﾝｽ（卓越した科学技術振興の拠点）】 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 高知しごとネット | 県庁のホームページ内に開設した国や県、民間の職業紹介事業所等の就職支援の情報を一元的に集約した専用ポータルサイト。 |
| 高知ジュニア博士 | 学校給食への地域特産物の供給や、生産者の食農教育により、高知県の特産物の味を知り、農業や生産者のことをより深く理解する子ども達を育てることで、家庭や地域の中で特産物についての伝達ができ、将来の高知県の農産物の応援団になってもらおうとする事業の中で指す子どものこと。 |
| 高知野菜１１人きょうだい | 「アンパンマン」でおなじみの漫画家やなせたかし先生による１１種類の高知やさいをきょうだいに見立てたキャラクター。１１品目は、高知の基幹品目みょうが、オクラ、なす、きゅうり、シシトウ、こねぎ、ピーマン、しょうが、メロン、米ナス、にら。 |
| 高知やさい体操 | 園芸こうち販売促進事業実行委員会（園芸連、高知県、ＪＡグループ高知）の取組の一貫。高知県で採れる野菜や、野菜の大切さを、多くの方々に知っていただくきっかけづくりとするため、ＮＨＫおかあさんと一緒でおなじみの「佐藤ひろみち」さんと「谷口くにひろ」さんのご協力により「高知やさい体操」と「高知やさい体操　おひさまの味」の楽曲が平成２０年２月に完成。県内外のイベント時に生産者、農業関係者等が実演し、高知やさいのＰＲを行っている。 |
| 高知よさこいファクトリー | 平成13年度に、県、産業振興センターの支援により、県内製造業者の受注拡大等を目的として、インターネット上に設立されたポータルサイトの名称。現在は、ポータルサイトへの登録企業等で組織する高知よさこいfactory推進協議会により運営されている。 |
| 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・中村の２校がある。職業に必要な技術･知識を習得するための訓練を実施している。 |
| 高軒高（こうのきだか）ハウス | 軒高が2m程度の一般的なハウスに比べ、軒高4m以上の高いハウスのことをいう。より大きな栽培空間が確保されるため、ハウス内の環境変化の緩和や、保温カーテンや細霧冷房装置などの環境制御機器の設備化が容易であるなど、従来型ハウスと比較して環境制御に有利とされている。トマトやピーマンなど、連続して生長する作物では生産量が向上する。 |
| 合法木材 | 世界中で横行している違法伐採を防止するため、それぞれの国の森林関係の法令において、合法的に伐採されたことを証明された木材のこと。 |
| 子ども農山漁村交流プロジェクト | Ｈ20年度からの５年間に、農山漁村で１週間程度の宿泊体験活動（農林漁家での宿泊体験を含む）を全国２万３千校の小学生（５年生）に経験してもらう事業。総務省、文部科学省、農林水産省の連携施策事業として実施している。 |
| コミュニティ・ビジネス | 地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決し、また、コミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元する取組のこと。 |
| コラボ（販売）企画 | この計画では、地域野菜等の販売戦略として、地域の一次産品や観光資源等を活用しながらストーリー性を持たせ、販売拡大や生産拡大につなげる企画。 |
| コンシェルジュ機能 | お客さまの求めに応じて、各種の情報を一ヶ所で総合的に案内する機能。案内だけでなく、宿泊などの手配を含む場合もある。 |
| 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。 |
| コンパクトシティ | 様々な機能を中心部に集中させた都市のことで、機能を集めることによって、相乗的な経済交流活動が活発になり、中心市街地の活性化が期待できるとされている。 |

## さ行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 再生稲 | 稲を刈り取った株から再生して出てくる稲のことで、ひこばえ、二番穂とも呼ばれる。牛の飼料として利用するために、肥料や水を与えて成長させる。収穫量は苗から育てた稲の半分程度であるが、育苗や田植えが必要ないことから栽培コストがかからないというメリットがある。 |
| 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。 |
| 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 | この計画では、ジョブカフェこうちの支所のことで、主にキャリアコンサルタントによる個別の就職相談や職業適性検査、就職に関する情報などを無料で提供する。高知市本部に対して、衛星（サテライト）のような施設。 |
| サプライヤー | 商品などの供給者。商品製造業者。 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 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。 |
| 残留農薬基準 | 食品衛生法第７条に基づく食品規格で、農産物などに残留しても許容される農薬の最大上限値を定めたもの。この基準を超えて農薬が残留している農産物は、国産品・輸入品問わず、流通・販売などが禁止されている。 |
| 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。インターネット回線、共有のOA機器や会議室を備えるなどの入居者の利便性に配慮されているものもある。一般的な貸しオフィスより低料金であるため、創業間もない事業者や地方の小規模事業者が都市での活動拠点として使用している。 |
| 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。 |
| 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。 |
| 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。<br>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。 |
| 自然冷媒ヒートポンプ給湯器（エコキュート） | ヒートポンプ技術を利用し、空気を圧縮した熱で湯を沸かすことができる電気給湯器のうち、二酸化炭素(CO2)を冷媒（熱媒）として用いるもの。なお、エコキュートは関西電力の登録商標。 |
| 実需者 | 実際に商品を購入して消費する者。例えば、地産地消の取組で、野菜を作る人を生産者、それを材料として購入して客に食事を提供する宿泊施設を実需者という。青果物流通の場合の実需者とは、卸会社、仲卸から先の量販店、量販店の共同仕入れ組織、外食（レストラン等）、中食（惣菜業者等）、食品加工業者（漬物等）、食品問屋等のこと。 |
| 地鶏肉特定ＪＡＳ認定 | 地鶏肉の品質に関する表示方法や生産方法等についての基準を定め、その過程等について登録機関が認定を行うもの。認定製品にはＪＡＳマークを貼付できる。 |
| 自伐林家 | 自己の所有する森林で伐採・搬出などを行い林業を営む林家。 |
| 遮光ネット | 減光や日長の調節、温度上昇抑制などを目的として作られた、ポリエステルなどを素材とする資材。作物の種類や使用する目的により遮光率や色が異なる。 |
| 重油代替暖房機 | 重油以外のエネルギー源を使用する暖房機。施設栽培用暖房機のエネルギー源として、木質バイオマス、電気等が検討されている。 |
| 集落営農 | 集落単位で農業生産活動の一部又は全部を共同で行う営農形態をいい、この場合において、規約や収支計画・事業計画に基づいて活動する組織を「集落営農組織」という。 |
| 主業農家 | 農業所得を主とし、６５歳未満で年６０日以上農業に従事している者がいる農家をいう。 |
| 種苗（大型・小型） | 放流用や養殖用の魚類などの稚魚のこと。 県では、ヒラメ、エビ類等の種苗を人工的に生産し放流用として配付している。これまでの放流用種苗のサイズはヒラメ40㎜、クマエビ15㎜と小型であったが、今後は放流効果を向上させるため、より大きく育成したヒラメ（60㎜）、クマエビ（35㎜）も放流用種苗として生産する。 |
| 浚渫（しゅんせつ） | 航路、水路、泊地などの水底、又は河川の川底の土砂を掘りとること。 |

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| 商社機能 | ・蓄積した情報収集・分析機能や市場開拓機能。<br>・事業経営に関わるノウハウ、リスクマネジメント機能。<br>・IT（情報技術）、LT（物流技術）、FT（金融技術）、MT（マーケティング技術）<br>などの機能のこと。 |
| 食育 | 生涯を通じた健全な食生活の実現、食文化の継承、健康の確保等が図られるよう、自らの食について考える習慣や食に関する様々な知識と食を選択する判断力を楽しく身につけるための学習等の取組をいう。 |
| 食農教育 | 農業分野と教育分野が一体となり、食料と農業に関する学習や農業体験学習等を通じて、食べ物や食生活、農業・農村について正しい理解を深めるための教育をいう。 |
| ジョブカフェ（こうち） | 若年者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して、職業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。 |
| 飼料用米 | 飼料の原料として生産される米（稲の子実）のこと。 |
| 新規需要米 | 稲発酵粗飼料(ホールクロップサイレージ)用、飼料用、米粉用、輸出用、バイオエタノール用などの用途に用いられる米穀のこと。国内主食用米の需給に影響を及ぼさないと認められたものをいう。 |
| 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。 |
| 森林セラピー | 森林浴、森林レクリエーションを通じ、森林が彩なす風景や香り、音色、肌触りなどによる、森のいのちや力を感じるような心理的効果や、森林の地形、自然を利用した医療、リハビリテーション、カウンセリングによる健康回復、維持、増進活動。 |
| 森林認証制度 | 持続可能な森林経営の行われている森林を第三者機関が評価、認証し、そこから生産された木材などの林産物を区分することにより、消費者がこれらの林産物を選択し、購入できるようにする民間主体の制度。 |
| 森林保全ボランティア | 森林の整備・保全に係わるボランティア。森林所有者に代わり、維持管理ができなくなった森林などの整備を行う。 |
| 水源かん養 | 雨水を貯留し、河川へ流れ込む水の量を平準化して洪水を防止したり、土壌を通過することにより水を浄化するなど、豊かな水を生みだす森林の働き。 |
| 好き好き高知の野菜大好きっ子宣言チーム | 生産者による食農教育により高知県の農業や野菜についての理解を深めることで、子どもたちが主体で高知県の主要野菜を使った学校給食へのメニュー提案等、そういった主要野菜を使った学校又はクラス単位での取組を通じて、高知の野菜好きの子どもたちを育てていく事業の中で指す子どもたち（クラス単位など）のこと。 |
| 生産工程管理ウォッチャーシステム | 農業者や農業団体、集出荷場が取り組む高知県版GAP等の生産から流通に至る工程管理の実施状況、記録の保管、取組の改善状況等について、消費者等の第三者を含むメンバーらによって確認してもらう仕組み。 |
| 生産履歴記帳 | JAグループが実施する「生産履歴記帳運動」で、資材の誤った使用を防ぎ、適正に使用するため、主に農薬や肥料の種類、施用時期、使用量などについての記帳、回収、チェックを実施する。 |
| 生物多様性 | ある場所に生息する生き物の種類の多少や個性の違いを総合的に指す言葉。環境破壊によって多くの生き物が絶滅し、生物多様性が失われていることから、地球環境保全の程度を測るバロメーターとも言われている。生物多様性を守るということは、様々な生き物がお互いの関係を保ちながら、本来の自然環境の中で生きている状態を守るということである。 |
| 接着重梁 | 大スパンの構造の場合に、単一材ではその断面に限度があるため、単一材を重ねて接着し、厚みを大きくした梁のこと。集成材の一つ。 |
| 施肥基準 | 気象や土壌等の条件にあった施肥量や施肥の時期を定めたもの。環境保全型農業の進展には、作物や地域の気象、土壌等の条件にあった過不足のない適正な施肥が重要である。そこで、各都道府県において、施肥量の目安になる施肥の基準値や方法を策定しており、これらの情報を技術指導者等を通じて農業者の方に伝えるための目安となる施肥基準を作成している。 |
| ソーシャルゲーム | 専用のゲーム機は不要で、パソコンや携帯電話を用いて、インターネットの特定のネットワーク（ソーシャル・ネットワーク・サービス）が提供するゲーム上で、他のユーザーとコミュニケーションをとりながら遊ぶオンラインゲーム。 |

## た行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 太陽熱消毒 | 太陽熱を利用することで環境に負荷をかけることなく、土壌伝染性病原菌や土壌中の害虫、雑草等を駆除する方法。通常、農地を透明なポリエチレンで覆うことによって行う。 |
| 炭酸ガス施用 | 植物の光合成に必要な炭酸ガスを人為的に施用し、ハウス内の炭酸ガス濃度を高めることで、光合成を促進し、生産物の収量や品質の向上を図る。 |
| 湛水処理 | 畑の土壌病原菌は酸素の豊富な条件で生息しやすく、逆に湛水して酸素不足の状態にすると病原菌は死滅しやすくなる。このような性質を利用して、古くから畑に水をためて水田状態にするなどの生物的防除法のこと。湛水処理には、病原菌の減少効果のみでなく、作物の残さや残根の分解促進効果、土壌線虫の減少効果、作物に余分な成分である塩類等の除去効果、雑草の抑制、ほ場の均一化等の作用があり、低コストな生物的防除法として重要な方法の一つ。 |
| 単版工場 | 丸太から大根の「かつらむき」のように薄くはぎ取った板（貼り合わせると合板になる）を製造する工場。 |
| 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。 |
| 地域コンソーシアム | 事業を行うことを目的とした地域の企業やNPOなどによる連携体制。 |
| 地域支援企画員 | 市町村と連携しながら、実際に地域に入って、住民と同じ目線で考え、住民とともに活動することを基本に、それぞれの地域の実情やニーズに応じて支援を行う県職員。（現在５３名が市町村に駐在（H26からは５８名に増員）） |
| 地球温暖化 | 人間活動による二酸化炭素やメタンなどの放出量が増大し、大気中の温室効果ガスの濃度が高まることによって起こる現象で、地球の気温が気候の自然な変動の範囲を超えて上昇すること。 |
| 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。 |
| 中間育成 | 魚の稚魚を、養殖用の生け簀への活け込みや、放流が可能なサイズにまで育てること。 |
| 中山間地域等直接支払制度 | 農業生産活動の条件が不利な中山間地域等において、農家に対する一定額の交付を通じて農業生産活動を維持できるようにし、耕作放棄地の発生を防止することによって、農地・農村の有する多面的機能を確保する制度。この制度では、集落内の農家が協定（集落協定）を結び、農業生産活動を５年以上継続する必要がある。 |
| 中心市街地活性化基本計画 | 「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、中心市街地の活性化に関する施策を総合的かつ一体的に推進するため、市町村が策定する基本的な計画のこと。内閣総理大臣が認定を行い、認定を受けた基本計画に基づく事業に対して、国より集中的かつ効果的な支援が受けられる。 |
| 直販店・直販所 | 常設店舗であって、生産者又は生産者グループが自らが生産、又は製造したものを直接販売するところ。 |
| 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。 |
| 釣りブリ | 一定の海域に餌を撒き続け、そこに居着いたブリを釣り上げる漁法。飼い付け漁業とも呼ばれる。高知県では足摺岬や沖ノ島の周辺海域で営まれている。 |
| 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。 |
| 出前授業 | この計画では、主に県外消費地の学校等に出向いて、本県園芸品への理解を深めるとともに消費拡大を図ることを目的として、園芸品の生産に関わる者が、直接本県の園芸農業の概要や環境保全型農業への取組紹介、本県園芸品を使った調理実習等を行うことをいう。 |
| 電子商取引 | ｅコマースとも言い、インターネット上で全ての商取引を行う仕組み。 |

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| 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。 |
| 特栽ガイドライン | 生産された地域の慣行レベル（各地域の慣行的に行われている節減対象農薬及び化学肥料（窒素成分）の使用状況のこと）に比べて、節減対象農薬の使用回数が５割以下、かつ化学肥料の窒素成分量が５割以下で栽培された「特別栽培農産物」に係るガイドライン。平成１６年４月に改正され、化学合成農薬や化学肥料の使用状況に応じて区分毎に設定されていた名称（無農薬・無化学肥料・減農薬・減化学肥料栽培農産物）が「特別栽培農産物」に統一された。 |
| 篤農家 | 優れた生産技術を持ち、高収量・高品質を実現することで安定した農業経営を行っている、地域のモデルとなる農家をいう。 |
| 特用林産物 | 林野から産出される木材以外の産物。きのこ、木炭等。 |
| 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。 |
| 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。 |
| 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。 |
| 土佐のいい物・おいしい物発見コンクール | 県内事業者の有する優位性を持つ商品を発掘、ＰＲすることによって、商品改良や販路開拓を支援することを目的に開催するコンクール。平成１２年度に第１回コンクールを開催して以来、現在までに７回開催している。 |
| 土佐の料理伝承人 | 高知の豊かな食文化を伝えるため、地域の郷土料理について卓越した知識・技術をもち、伝承活動に取り組んでいる、市町村長の推薦により県が選定した５６団体・個人の方々をいう。 |
| 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。<br>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。 |
| 土佐和牛 | 高知県内で生産された和牛（黒毛和種、褐毛和種）の流通ブランド名。特に黒毛和牛は鮮やかな霜降りと柔らかさが特徴。褐毛和種高知系は土佐和牛「土佐あかうし」としても流通している。 |
| 土壌診断処方箋 | 作物の収量や品質の向上あるいは養分の過不足による生育障害等を改善していくために、生産者への①聞き取り、②土壌診断、③理化学性の分析診断、④作物診断等によって、その症状や改善目的に応じた対策の処方箋を示す。土壌の性質や作物の種類によって基準値は異なる。 |
| 土着天敵 | 地域に生息している土着の昆虫やクモ等その他生物で、作物に被害を及ぼす害虫の天敵となるもの。土着天敵は、特定防除資材（特定農薬）として指定されている。天敵を活用した防除には、メーカー等によって製品資材化されており、農家がいつでも購入できる状態の天敵を利用する場合と、地域にもともといる土着の天敵昆虫を利用する場合とがある。ハウスなどの閉鎖系空間では購入天敵中心の利用が多いが、ほ場が周りの自然と連続している露地栽培では土着天敵が比較的利用しやすい。 |
| 土着天敵リレー | 作物の栽培が終了後、ほ場内で自然に増えた土着天敵を、栽培期間が異なる別のほ場の作物等へ移動させてリレーしていく方法。ほ場内で増えた土着天敵は、作物の栽培が終了してしまうと維持できなくなり、農家はまた次の栽培の際に天敵を探して捕獲してこなければならないことから、高知県で始めた方式。同じ地域内でリレーする地域内リレーと、山間部と平野部等の気象条件が異なる地域間でリレーする地域間リレーがある。（ただし、生態系が異なるため、県をまたぐ土着天敵のリレーは農薬取締法で禁止されている。） |
| トップセールス | この計画では、知事が、県内製品の特長や優秀性を宣伝し、積極的にセールスを行うこと。 |
| 中食（なかしょく） | レストランなどで食事をする外食と、家庭で料理を作って食べる内食（うちしょく）との中間で、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどで販売されている調理・加工済みの弁当やそう菜を家庭や職場、学校などで食べること、又はその食品のことをいう。 |

## な行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 南国そだち | 平成１８年に県奨励品種に採用された県育成の極早生品種で、７月中の出荷が可能な良食味米。コシヒカリとのリレー出荷により県外消費地での有利販売を目指している。 |
| 肉豚地域保証価格 | 豚肉の市場価格が下落したときに、生産者積立金により補てん金の交付を行う基準となる各都道府県団体が定めた地域保証価格。 |
| 日射比例灌水装置 | 植物の蒸散や地表面からの蒸発によって失われる水分の量を、その時々の日射量から推定し、植物が必要な水分を過不足なく自動的に補給する装置。 |
| 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。 |
| 乳用牛舎快適性改善モデル | 牛舎の暑熱対策や給水施設、飼槽などの改善により乳牛の快適性を向上させることで、個体能力を今以上に引き出し、乳量や乳質が改善されることを実証するモデル農家。 |
| 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」が市町村長の認定を受けた農業者をいう。 |
| 農業環境規範 | 我が国の農業生産全体を環境保全を重視したものに転換するため、農業者自らが取り組むべき規範として国が平成１７年３月に策定。作物の生産においては、土づくりの励行、適切で効果的・効率的な施肥、効果的・効率的で適正な防除、廃棄物の適正な処理・利用、エネルギーの節減等、農業者が環境保全に向けて最低限取り組むべき事項をまとめたもの。農業者自らが生産活動を点検し、改善に努めるためのものである。 |
| 農業生産法人 | 農業経営を行うため、売買や貸借により農地の権利を取得できる法人。農地法では、原則として農業生産法人以外の法人は、農地の取得・使用ができないとされている。 |
| 農作業受委託組織 | 農地の所有者等から農作業の一部又は全て作業の委託を受け、委託者に代わって現実に農作業を行う組織。 |
| 農商工ファンド | 中小企業者と農林漁業者が連携して行う新たな取組に助成するために、国の地域中小企業応援ファンドの仕組みを活用し、県や市町村等も基金の積み増しをして、高知県産業振興センターに設置した基金。 |
| 農林漁家民宿 | 農林漁業や田舎の生活が体験できたり、とれたばかりの新鮮な素材を活用した料理を味わうことができる、農家、林家及び漁家等が経営する宿泊施設。 |
| 農林漁家レストラン | 農林漁家自ら又は農林漁家との密接な連携の下で、その農林漁家が生産した食材又は地域の食材を使って調理・提供している、当該地域に立地するレストラン。 |

## は行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 排液処理装置 | 養液栽培から生じる排液に含まれる余剰の硝酸態窒素やリンを処理する装置。水田土壌中の微生物の力で硝酸態窒素を無害な窒素ガスに変え、またカキ殻によりリンを除去する。栽培期間を通じて窒素・リン共に総理府令に定められた排水基準値以下を維持できる。ミョウガの排液については培地の色素についても分解する必要がありさらに改良が加えられている。 |
| 配合飼料価格安定制度 | 配合飼料の原料となるトモロコシなどの価格高騰による畜産経営の損失を緩和するための制度をいう。 |
| 買参権 | 卸売市場において、売買取引に参加するために必要な権利のことで、市場開設者に申請し、条件を満たすことで取得できる。取得した業者を買受人（買参人）と呼ぶ。→買受人 |
| 排出量取引（制度） | 国や企業ごとに温室効果ガスの排出枠（キャップ）を割り当て、枠を超えて排出した国（企業）と余っている国（企業）との間で排出枠を取引（トレード）し、結果として全体の排出量を一定量以下に収める制度。 |
| バイヤー | 商品を買い付ける仕事をする人。商品選定、仕入価格、売買戦略などを卸売業者や生産者等と商談する担当者。 |
| バッチ網漁業<br>（機船船びき網漁業） | この漁業は、漁船２隻が袋状の網を曳き、イワシシラス（ちりめんじゃこ）を漁獲。知事の許可が必要な漁業で、操業区域や時間、網の大きさ等が制限される。本県では土佐湾中央部の沿岸域での操業が主体 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 梁桁ネットワーク | 県内の製材業者や木材流通業者がネットワークを組んで、県産の梁桁材を常時一定量ストックし、消費者ニーズに応えようとする取組。 |
| 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。 |
| ヒートポンプ | 空気や水が持つ熱を、温度の低いところから高いところへポンプのように移動させる装置で、冷蔵庫やクーラーなど家庭での冷却装置として利用されてきた。熱効率が極めて高く、二酸化炭素(CO2)排出量が少ないことから、農業用ハウスの冷暖房装置として利用が進んでいる。 |
| 光センサー選果機 | 光センサー（非破壊糖度センサーともいう）とは、果実の１個１個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。ミカンやリンゴなどの果実の選果機に導入することで、切ったり、傷をつけることなく内部品質の検査が可能。本県では、農協の選果場で、温州ミカン、土佐文旦、小夏などの選果・選別に利用されている。 |
| 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。 |
| 非破壊糖度センサー | 光センサーと同義語で、果実の１個１個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。大規模な選果機に導入されるタイプや、ポータブルタイプで、生産ほ場や農家の選果場、小売店などでも手軽に糖度を測定することができるタイプがある。 |
| 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。 |
| フードビジネスクリエイター | 一次産品の高付加価値化のために、食品の加工・製造や品質管理、機能性食品の生産に関する技術のほか、商品開発や分析、経営にいたる幅広い知識を持った、食品産業の中核を担う人材のことを指す。 |
| 副業型林家 | 森林の所有の有無にかかわらず、森林整備や木材の生産活動にかかわって、林業の営みを副業的に行っている人々の総称。 |
| ブラッシュアップ | 商品の特性にみがきをかけ、さらに良くすること。 |
| 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。 |
| 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。 |
| プロダクトアウト | 企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、企業側の有する技術や優位性などを基本に、それらの事業活動を取り組んでいこうとする経営姿勢。マーケットインの反意語。 |
| ヘルスメイト | 地域で食生活改善を主なテーマとして、健康づくりのためのボランティア活動をしている「食生活改善推進員」の愛称。 |
| 宝石サンゴ | 水深数10m～数100mの岩礁性の海底に生息し、内骨格が宝飾品として利用される。花虫綱八放サンゴ亜綱ヤギ目サンゴ科に属し、サンゴ礁を形成するいわゆる造礁サンゴ類とは別の分類群に属する。アカサンゴ、モモイロサンゴ、シロサンゴなどがあり、高知県では全国の2/3程度を漁獲し、加工業や流通業も多くが集積している。 |
| ポータルサイト | インターネットに接続するときに、玄関口となるウェブサイト。 |
| ホームユース調査 | お客様に、自宅に商品を持ち帰っていただき、使用後に意見や感想をアンケートにより収集すること。 |
| ポジティブリスト制度 | 残留基準が設定されていない農薬が残留する食品の流通・販売等を禁止する制度。食品中に残留する農薬について食品衛生法第１１条に基づき、残留基準が設定されているが、基準が設定されていない農薬が含まれる食品については規制が困難であることから、平成１８年５月から導入された。 |

## ま行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| ＭＹ遊バス | (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。<br>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。 |
| マーケットイン | 企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、商品・サービスの購買者のニーズを優先し、購買者の視点で商品開発を行うとともに、購買者が求めている数量だけ提供していこうとする経営姿勢。プロダクトアウトの反意語。 |
| 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。 |
| まちむら交流機構 | （財）都市農山漁村交流活性化機構の愛称。都市住民の自然・ふるさと志向とこれに対応して豊かなむらづくりを進めようとする農山漁村の意向を踏まえて、都市と農山漁村の交流を積極的に推進するとともに、都市と農山漁村が一体となった地域活性化のための国民的規模の運動を展開し、もって農山漁村の活性化を図り、国土の均衡ある発展及び自然と調和のとれた豊かでうるおいのある社会の実現に資することを目的としている。 |
| 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。 |
| マルチ資材 | 作物に好適な土壌環境をつくるために、土壌の表面を覆うプラスティックフィルムなどでできた資材。効果として、乾燥、加湿など土壌の水分調節、地温調節、雑草の発生抑制などがある。 |
| マルチ栽培 | 地面をシートフィルム等で被覆し、地温や土壌水分の調節、病害虫、雑草の防除等を図る栽培技術。ミカンなどの果樹類では株元やほ場全体にシートフィルムを被覆し、雨水の侵入を防ぐことで適度な水分ストレスを与え、糖度の向上や着色促進などの品質向上に利用。近年、消費者の高品質嗜好の高まりに対応し導入が進んでいる。 |
| 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。 |
| 木造住宅指定団地 | 調和の取れた良好な街並みを形成するため、県産材を使った一団（１０戸以上）の木造住宅を建築することを条件に県が指定する住宅団地。 |
| モニタリング | 企業等が、実際に商品を使用しているモニターに対し、使用感や感想を収集するリサーチ手法。また、企業の消費者調査等において、サービス評価などの日常的・継続的な点検のこと。 |
| 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 |
|---|---|
| 野菜ソムリエ | 野菜や果物の美味しさや楽しさを理解し、伝えることのできるスペシャリストとして日本ベジタブル＆フルーツマイスター協会が認定している人のこと。高知県では、高知県の農業、食文化を学ぶ講座を受講した野菜ソムリエを「高知の野菜ソムリエ」として登録している。 |
| 山元土場（ストックヤード） | 木材を山から加工場等へ輸送する際に一時的に利用する木材の集積場所のうち、伐採現場に近い山元に構える貯木場のこと。必要に応じて木材の太さや長さ、品質に応じた簡易な仕分けを行う機能を持つ。 |
| 有機JAS（有機JAS認証制度） | 農林水産大臣に登録を受けた第三者機関（登録認定機関）が、有機農産物等の生産工程管理者（農家や農業生産法人等）や製造業者を認定し、認定を受けた者は、有機農産物や有機加工食品について、有機JAS規格に適合しているかどうかを格付けし、その結果、適合していると判断したものに有機JASマークを付すことができる制度。有機ＪＡＳマークがない農産物に「有機」や「オーガニック」等の表示を付すことは法律で禁止されている。 |
| 有機農業 | 化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと、遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 有機のがっこう | 平成１８年４月、有機農業の実践者を育成し、修了生の県内への定住を図り、有機農業の振興と地域の活性化を促進するため、ＮＰＯ法人「黒潮蘇生交流会」と県の協働により土佐町に開校した研修施設。有機農業に関心があり県内での新規就農希望者、又は環境保全型農業の実践希望者を対象に１年間の研修を実施。 |
| 養液栽培 | 植物の生長に必要な養水分を、液肥として与える栽培方法。培地を用いない水耕栽培、噴霧耕と、培地を用いた固形培地耕とがある。現在、トマトやナスなどのナス科の野菜、ホウレンソウやレタスなどの軟弱野菜、メロンやイチゴなどの果物的果菜類、バラなどの花卉に多く用いられている方法である。高知県ではミョウガでも多く普及している。 |
| よさこいネット | (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。 |
| ４定条件 | 定時・定量・定規格・定価格のこと。大型量販店や外食産業等は、品質・鮮度・数量等の面で商品を安定的に供給していく必要があることから、その仕入元に対して、「4定条件」を強く求める傾向にある。 |

## ら行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 楽天市場「まち楽 高知」 | 楽天株式会社の運営する日本最大級のｅ－コマースサイト「楽天市場」の、都道府県別、エリア別に特産品などを販売する「まち楽」のページに、高知県が平成２０年１２月に開設した「まち楽高知『あったか高知で待ちゆうき』」のこと。地域の特産品や観光情報などを、都道府県や政令指定都市などの自治体が掲載できるタイアップページが順次開設されている。 |
| 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。 |
| 陸棚外縁 | 大陸棚外縁ともいう。世界の大陸の周辺をとりまいている平坦な海底面（陸棚）のうち、深海に向かって傾斜の増大する部分をいう。土佐湾ではおよそ100～400メートルの水深帯に陸棚外縁が広がり、ニギスやアオメエソなど深海性の魚類やエビ類が生息し、底びき網漁業で漁獲される。 |
| 林業事業体 | 森林所有者などからの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の促進対策、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。 |
| れいほくスケルトン | 高知県の嶺北地方で生産されたスギ材を１００％使用した、住宅の基本構造体のキット商品。 |
| レンタルハウス | 農協等が整備し、農業者にレンタルするハウスのこと。県のレンタルハウス整備事業では、県、市町村が補助を一定の割合で行っている。 |

## わ行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 若者サポートステーション | いわゆるニートやひきこもり傾向にある概ね１５歳から４０歳未満までの若者を対象に、個別相談やソーシャルスキルトレーニング等により、就学や就労に向けた自立支援を行う。 |

# ＜ 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**<br>【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等<br>・これまでの取り組みの実績及び施策拡充のポイント<br>・「ポスト龍馬博」の取り組みの具体化<br>◇ 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**<br>【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等<br>◇ 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**<br>【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<br>◇ 産業振興計画の取り組み状況等<br>◇ 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**<br>【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<br>◇ 産業振興計画の実行２年半の取り組みの総括等<br>◇ 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**<br>【主な検討事項】◇ 第２期高知県産業振興計画の策定方針等<br>◇ 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<br>◇ 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**<br>【主な検討事項】◇ 第２期高知県産業振興計画（案）<br>・総論・産業成長戦略<br>・地域アクションプラン<br>・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<br>◇ 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<br>（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**<br>【主な検討事項】◇第１期計画の総括<br>◇第２期計画の取り組み状況等<br>◇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<br>◇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**<br>【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<br>◇第２期高知県産業振興計画ver. 3（案）<br>・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<br>・産業成長戦略の平成26年度県予算を踏まえた重点項目<br>・第２期高知県産業振興計画ver. 3の主な改定内容<br>◇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**<br>【主な検討事項】◇高知県経済等の動向<br>◇第２期計画ver. 3の進捗状況<br>◇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**<br>【主な検討事項】◇高知県経済等の動向<br>◇産業成長戦略の平成26年度の進捗状況等<br>◇産業成長戦略の平成27年度の改定のポイント<br>◇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**<br>【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<br>◇第２期高知県産業振興計画ver. 4（案）<br>・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<br>・産業成長戦略の平成27年度県予算を踏まえた重点項目<br>・第２期高知県産業振興計画ver. 4の主な改定内容<br>◇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

## 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 | 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 | |
| | 山﨑　實樹助 | 農　業 | 高知県農業協同組合中央会 | 会長 | |
| 林　業 | 北岡　　浩 | 林　業 | 一般社団法人高知県木材協会 | 会長 | |
| | 戸田　文友 | 林　業<br>連携テーマ | 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 | |
| | 酒井　教臣 | 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 | |
| | 山本　吾一 | | 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<br>特別幹事 |
| | 野浪　健 | 観　光 | 日本旅行業協会高知地区 | 委員長 | |
| | 藤本　正孝 | 観　光 | 高知県観光誘致連絡協議会 | 会長 | |
| 地　方<br>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 |
| | 大野　吉彦 | | 高知県市町村教育委員会連合会 | 会長 | 南国市教育長 |
| | 小松　弘明 | | ソフトブレーン・サービス株式会社 | 取締役会長 | |
| | 河合　祐子<br>（杉浦　俊彦） | | 日本銀行高知支店 | 支店長 | |
| | 髙柳　聖英 | | 株式会社日本政策投資銀行 | 四国支店長 | |
| | 那須　清吾 | 商工業 | 公立大学法人高知工科大学 | マネジメント学部長 | |
| | 栗田　豊滋 | | 四国経済産業局 | 地域経済部長 | |
| | 政所　利子 | | 株式会社　玄 | 代表取締役 | |
| 市町村長<br>の<br>代表者等 | 岡﨑　誠也 | | 高知県市長会 | 会長 | 高知市長 |
| | 岩﨑　憲郎<br>（有岡　正幹） | | 高知県町村会 | 会長 | 大豊町長<br>（安田町長） |
| | 中嶋　重光 | | 高知市 | 副市長 | |
| | 計　25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 | |
| | | 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 | |
| | 部会長 | 山崎 實樹助 | ◎ | 高知県農業協同組合中央会 | 会長 | |
| | | 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 | | 片岡 桂子 | | によど雑木団 | 団長 | |
| | | 北岡 浩 | ◎ | 一般社団法人高知県木材協会 | 会長 | |
| | | 國友 昭香 | | 国友商事株式会社 | 代表取締役 | |
| | | 後藤 純一 | | 国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門 | 教授 | |
| | 部会長 | 戸田 文友 | ◎ ● | 高知県森林組合連合会 | 代表理事会長 | |
| | | 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 | | |

| 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 | |
| | | 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 | |
| | | 中平 英児 | | 土佐鯛工房 | 会長 | |
| | | 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 | 酒井 教臣 | ◎ | 高知県漁業協同組合 | 代表理事組合長 | |
| | | 森岡 克司 | ● | 国立大学法人高知大学農学部 | 教授 | |
| | | 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 | | チカミミルテック株式会社 | 代表取締役社長 | |
| | | 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 | マネジメント学部長 | |
| | | 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 | | 高知市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 | |
| | | 山本　真由美 | | 高知県商工会女性部連合会 | 女性部長 | |

| 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 | | 備考 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 市川　昌広 | 農　業 | 国立大学法人高知大学　教育研究部自然科学系農学部門 | 教授 | |
| | 戸田　文友 | 林　業 | 高知県森林組合連合会 | 代表理事会長 | |
| | 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 | |
| | 笹岡　貴文 | | 高知県農業振興部 | 副部長（総括） | |
| | 春山　九二男 | | 高知県林業振興・環境部 | 副部長 | |
| | 門田　登志和 | | 高知県水産振興部 | 副部長（総括） | |
| | 中川　雅人 | | 高知県商工労働部 | 副部長 | |
| | 井上　浩之 | | 高知県観光振興部 | 副部長 | |
| | 勝賀瀬　淳 | | 高知県教育委員会事務局 | 教育次長（総括） | |
| | 松岡　哲也 | | 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 | |

※　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。）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）　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）　学識経験者

（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<br>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<br>北川村　馬路村　芸西村 |
| 物部川地域アクションプラン<br>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<br>フォローアップ会議 | 高知市 |
| 嶺北地域アクションプラン<br>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<br>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<br>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<br>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。

変わろう・変えよう・産業と暮らし

# 第２期高知県産業振興計画 ver.４

～ 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２７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/

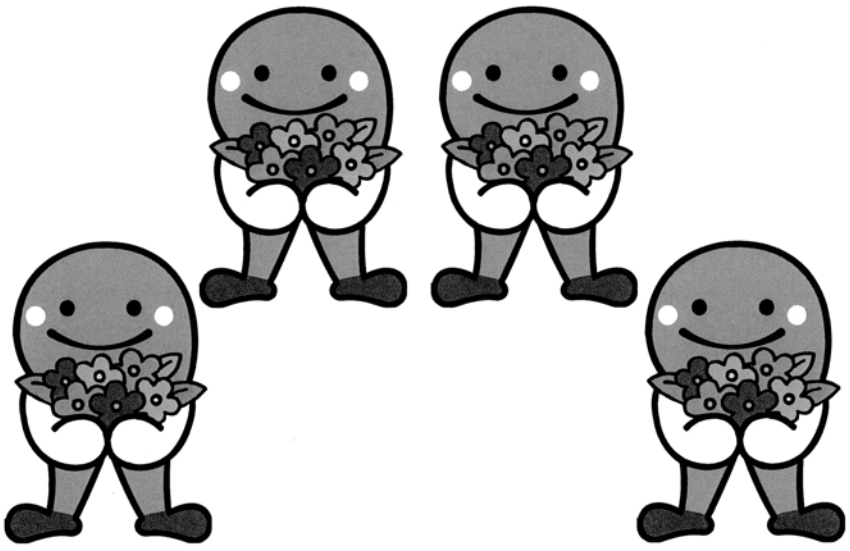
飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

変わろう・変えよう・産業と暮らし

# 第２期高知県産業振興計画 ver.４

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

## 《　地域アクションプラン　》



平成２７年３月

高　知　県

【目次】


Ⅰ　地域区分　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　1

Ⅱ　各地域の具体的な取組　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　3

1　安芸地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　3

2　物部川地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　41

3　高知市地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　71

4　嶺北地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　103

5　仁淀川地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　137

6　高幡地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　177

7　幡多地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　227

＜付属資料＞

用語の解説　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　272

推進経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　279

地域アクションプランフォローアップ会議委員名簿　・・・　285

■地域アクションプランとは

地域アクションプランは、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組を明らかにしています。

その取組は、「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組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そうとする取組を、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。

プランの実行段階では、随時、取組の状況を検証し、より大きな成果につなげていくための見直しや、各地域での新たな取組の追加を適宜行いながら、広く地域の暮らしを支えていける産業としての成長を期待して、官民協働で取組を進めています。

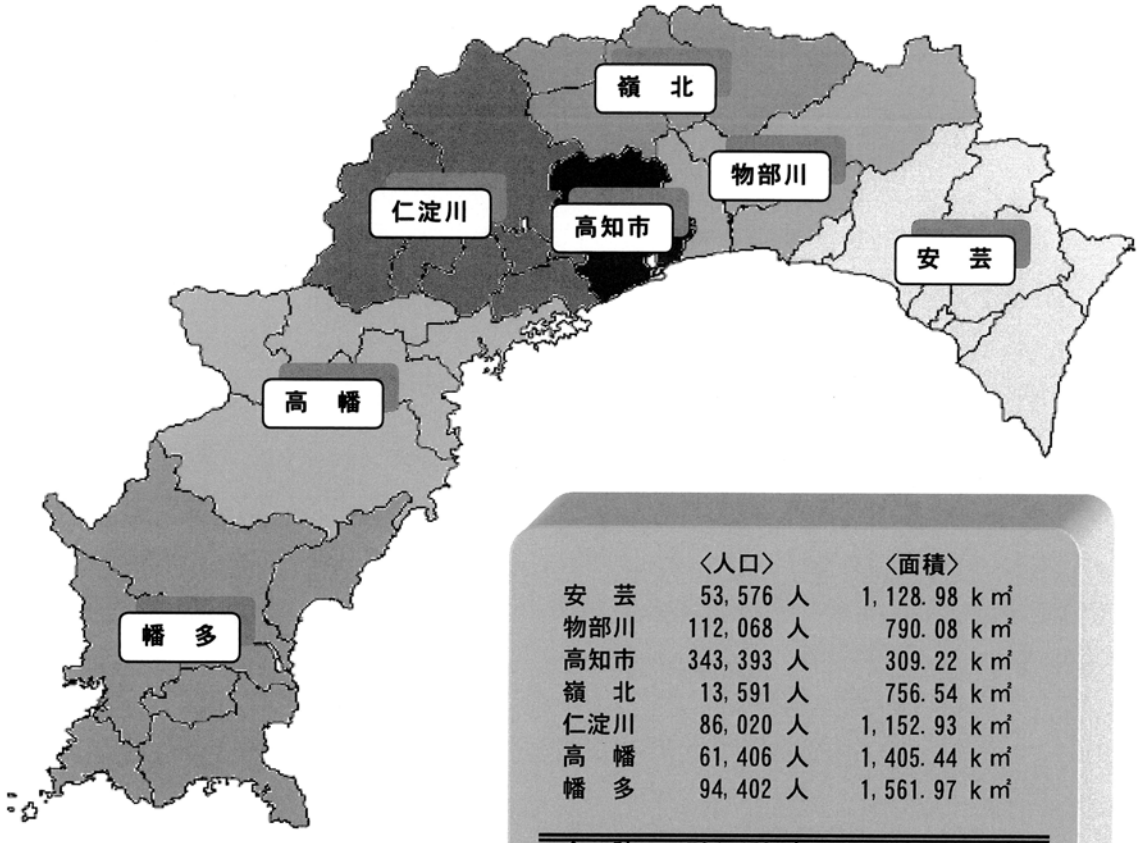
第２期計画の地域アクションプラン（計画期間：平成２４年度～２７年度）は、第１期３年間の取組を総括し、今後の方向性を示すとともに、新たな展開が見込まれないプランや産業成長戦略との整理が必要なプランの削除、効率的・効果的に進めていくためのプランの統合・分割、地域からの新しい発案などによるプランの追加をするなど、２２０の取組でスタートしました。さらに新たな追加や見直しを進め、平成２７年度には２５３の取組を推進していきます。

# Ⅰ　地域区分

地域アクションプランは、県内を７つの地域（ブロック）に区分して、それぞれの地域ごとに策定しています。

この７つの地域区分は、地域の文化や特色といった地域性、広域行政圏としての市町村の結びつきやまとまり、また、生活圏や商圏、通学圏などといったこれまで社会的に形成されてきたつながりを重視して区分したものです。

| 地域名 | 市　町　村　名　（ ）は市町村数 | |
|---|---|---|
| 安　芸　地域 | 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 | (9) |
| 物部川　地域 | 南国市、香南市、香美市 | (3) |
| 高知市　地域 | 高知市 | (1) |
| 嶺　北　地域 | 本山町、大豊町、土佐町、大川村 | (4) |
| 仁淀川　地域 | 土佐市、いの町、仁淀川町、佐川町、越知町、日高村 | (6) |
| 高　幡　地域 | 須崎市、中土佐町、檮原町、津野町、四万十町 | (5) |
| 幡　多　地域 | 宿毛市、土佐清水市、四万十市、大月町、三原村、黒潮町 | (6) |




| | 〈人口〉 | 〈面積〉 |
|---|---|---|
| 安　芸 | 53,576 人 | 1,128.98 k㎡ |
| 物部川 | 112,068 人 | 790.08 k㎡ |
| 高知市 | 343,393 人 | 309.22 k㎡ |
| 嶺　北 | 13,591 人 | 756.54 k㎡ |
| 仁淀川 | 86,020 人 | 1,152.93 k㎡ |
| 高　幡 | 61,406 人 | 1,405.44 k㎡ |
| 幡　多 | 94,402 人 | 1,561.97 k㎡ |
| 合　計 | 764,456 人 | 7,105.16 k㎡ |

※人口はＨ22 国勢調査による

■各地域の具体的な取組の構成について

（１）地域の産業を取り巻く状況

地域性や生活圏域、行政サービスの面でのまとまりを考慮して設定した７つの地域について、これまで（平成２１～２６年度）の地域アクションプランの取組の成果や、地域の抱える課題を踏まえた産業の状況としてまとめています。

（２）地域アクションプランの概要

第２期計画 Ver. ４（平成２７年３月）に位置付けられた地域アクションプランの個々の取組について、地域全体での産業分野を意識した概要としてまとめています。

（３）重点的な取組

地域アクションプランの個々の取組は、産業分野や事業主体、また目指す目標も様々であることから、取組自体に軽重をつけることはできませんが、地域の方向性が見い出せるよう、事業の熟度や、より広域的な展開が期待できるものを中心に、重点的な取組としてまとめています。

（４）主要な指標及び目標

「（３）重点的な取組」の進捗の目安として、主要な指標を設定し、平成２２年度の実績値と平成２７年度の目標値を表記しています。（第２期計画の途中で追加されたプランは直近で把握できる実績値を表記しています。）

（５）具体的な取組

地域アクションプランの取組について、取組ごとの関係する市町村を表した項目の一覧と地図、あわせて、個別項目の事業主体や事業概要、取組の年次計画などを表記しています。

# Ⅱ　各地域の具体的な取組

## 1　安芸地域

## 1　安芸地域

### （1）　地域の産業を取り巻く状況

安芸地域は、海・山・川の恵まれた自然を活かし、古くから第一次産業を中心に営んできましたが、その衰退とともに人口減少が進み、昭和 30 年代半ばには 10 万人余であったものが、平成 17 年国勢調査時には 58,340 人で、平成 22 年調査時には 53,576 人と近年の 5 年間でも、8.2％減少するという状況にあります。

また、15 歳から 64 歳までの生産年齢人口についても、平成 17 年調査時の 33,085 人から、平成 22 年調査時には 29,094 人と約 12.1％減となっています。一方で 65 歳以上の人口は 2.1％増となっており、少子高齢化が進んでいる状況となっています。

農業では、平野部はナスを中心とするハウス園芸地帯として、中山間地域は古くからのユズの産地として、それぞれ日本一の生産量を誇っています。しかしながら、ナスに関しては、農業者の系統離れなどにより、産地においては農業者間の支え合いや教え合いの意識の低下が、消費地では市場での優位性の低下が課題となっています。一方、ユズに関しては、高齢化の進展に伴い管理作業が比較的容易な果汁出荷へ移行している中にあっても、平成 24 年度から日本初のヨーロッパへの輸出が始まりました。

林業では、当地域の森林率は県下平均を上回る 88％と高く、かつては「魚梁瀬杉」を中心とした優良で豊富な天然資源を背景に、林業・木材産業は大いに栄えました。しかしながら、天然資源の減少や木材の貿易自由化による木材価格の長期低迷により、現在の林業を取り巻く情勢は極めて厳しい状況にあります。こうした中で近年、木質ペレット燃料を生産する工場が整備され、木質バイオマスボイラーの導入も進んでいます。また、木造建築物（公共）の推進や木質バイオマスの活用など、国産材の自給率を向こう 10 年間で 50％まで引き上げるとの国の方針が示されたことにより、今後これらの取組がさらに加速されるものと期待されています。

水産業では、水揚量や魚価の低迷、燃油や漁業資材に要する経費の増大が漁業経営を圧迫しています。これまでの取組では、高級魚であるキンメダイの消費拡大や販売促進に取り組み、関西市場への参入の足掛かりができるとともに、民間企業と県漁協との連携による定置網漁獲物の加工事業やシラス加工施設の整備によって 10 名を超える雇用が確保されました。今後は、取扱量や生産量の増加による事業規模の拡大や、より広い範囲に事業効果を波及させる視点での取組への展開が期待されています。

商工業では、漁業用機械や酒造等の地域の特性を活かした企業が根付いていますが、海洋深層水関連産業や一部の工業団地を除いて製造業の集積といえる規模には至っていません。また、地域内の商業機能の縮小と消費者ニーズの多様化により、高知市など地域外への買物客の流出が進んでいます。

観光では、圏内には自然や歴史、文化遺産など多彩な魅力をもった観光資源があります。しかし、高知東部自動車道が一部開通したものの、幹線道路が単線であることと、圏域内の宿泊キャパシティが小さいことから通過型旅行が中心の地域となっています。

今後は、世界認定された「室戸ジオパーク」や「モネの庭」など集客力のある観光資源

や道の駅等の直販施設を核として、地域内の観光資源と組み合わせて一泊以上滞在できる旅行商品づくりが課題となっています。

### （２）　地域アクションプランの概要

当地域では、第一次産業の振興に向けた生産・加工体制等の充実・強化や、販路の拡大の取組を継続するとともに、地域の一次産品等を活用した加工品づくりや、道の駅・直販所における機能の強化にも引き続き取り組むこととしています。

農業分野では、平野部のナスと中山間地域のユズの取組が中心となっています。ナスに関しては、系統外生産者を含めた地区会や勉強会の開催、また学び教えあう場の活用などを通じて、生産者組織の活性化と産地のまとまりづくりをより強力に進めるとともに、消費地からの要望の高い優良品種「土佐鷹」の導入を引き続き推進していくこととしています。一方、中山間地域を支えるユズについては、青果出荷の拡大と品質の向上のための新植、改植を進めていくとともに、将来にわたってユズ園を維持管理していくための仕組みづくりや、ユズ果汁等の安定供給と販路拡大を図っていくこととしています。

林業分野では、園芸用木質バイオマスボイラーを導入し、その燃料である木質ペレットを生産する体制の整備など、地域内での木質バイオマスの効率的な利用を推進することで、地域の木材資源の活用を図っていくこととしています。また、高級品として紀州産と並び称される土佐備長炭については、前期プランにより、後継者の育成や生産施設整備が進み、明るい兆しが見えてきています。今後も引き続き、生産体制の強化と販売促進に取り組むこととしています。一方、木材加工品の販売についても、「魚梁瀬杉」を前面に出したブランドづくりや、消費者ニーズに合った商品の開発などに取り組むこととしています。

水産業分野では、引き続き、定置網漁獲物、イワシシラスなど地域の代表的な魚種を対象に、漁業関係者と民間企業が連携して、販路開拓や加工による付加価値向上に取り組むこととしています。

商工業分野では、室戸海洋深層水や、酒粕、天日塩などの地域資源を活かし、農商工連携による加工品開発や販路の拡大に取り組むこととしています。加えて、道の駅や農産物直販所などの情報発信機能を高めるなど、観光分野とも密接に連携した取組を進めることとしています。

観光分野では、平成２７年４月２９日に開幕する東部地域博覧会を契機に「室戸ジオパーク」や、「魚梁瀬森林鉄道遺産」、「モネの庭」などを核に、交流人口の拡大を図るとともに、受入体制や体験プログラムを充実させることにより、リピーターの増加や滞在時間の延長による地域への経済効果を高める取組を進めていきます。また、東部地域博覧会で蓄積された広域でのイベント開催や広報、誘客活動などの実績（ノウハウ）を将来に引き継ぐために、東部地域が一体となった広域観光組織の立ち上げに向けて取組を進めていくこととしています。

## （３）　重点的な取組

○　二つの日本一を有する産地機能の維持・強化
（ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進、ユズを中心とした中山間振興）

○　森林資源の活用促進
（木質バイオマス活用の促進、土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化）

○　水産物のブランド化への取組
（芸東地域の水産物の付加価値の向上と販路の拡大、加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上）

○　地域の１次産品等を活用した商品づくりと販路拡大
（ユズ、ポンカン、酒粕、イチジク、マンゴー、白下糖、さつまいもなど地域の特産品を活用した加工品の開発と販路の拡大）

○　東部地域の直販所等の強化と販路拡大に向けた仕組みづくり
（キラメッセ室戸「楽市」の機能強化、道の駅「田野駅屋」の機能強化（特産品開発及び情報発信）と施設整備等、地場産品直販所「かっぱ市」の機能強化、海の駅を拠点とした地域振興）

○　広域的に連携して開催する東部地域博覧会の推進
（室戸ジオパーク、モネの庭、魚梁瀬森林鉄道遺産、岩崎弥太郎生家などの地域観光資源の活用）

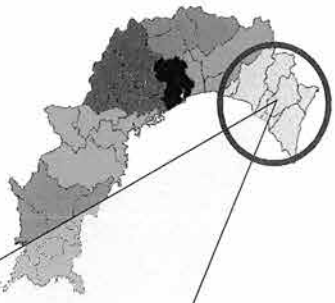
## （４）　主要な指標及び目標

| 項　　目 | 実　　績 | 目　　標 |
|---|---|---|
| ナス（土佐鷹）の作付面積 | H23：29.1ha | H27：80ha |
| ユズの加工仕向量 | H22：4,250ｔ | H27：4,670ｔ |
| 圏内主要施設訪問者数　※１ | H23～25 平均：2,180,000 人 | H27：　2,556,000 人 |
| 圏内宿泊者数<br>※県旅館ホテル生活衛生同業組合調べ | H23～25 平均：133,000 人 | H27：150,000 人 |

※１　主要施設：キラメッセ室戸（鯨館）、中岡慎太郎館、モネの庭マルモッタン
安芸市立書道美術館、安芸市歴史民俗資料館、内原野陶芸館、
安芸こころざし社中等安芸地域９市町村内の計 54 施設・体験
及び東海岸グルメ祭り、室戸岬灯台祭り、ゆずはじまる祭等の
東部博関連イベント

## （５）　具体的な取組

| No. | 項目 | 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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | | ● |
| 2 | ユズを中心とした中山間振興 | ● | ● | | | | ● | ● | ● | |
| 3 | ポンカンを活用した新商品の開発と販路の拡大 | | | ● | | | | | | |
| 4 | 「安田(あんた)の白い夢」の販路の拡大と新商品の開発 | | | | | | ● | | | |
| 5 | 白下糖の生産の拡大と観光への活用 | | | | | | | | | ● |
| 6 | 土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化 | ● | | ● | | | | | | |
| 7 | 木質バイオマス活用の促進 | | ● | | | | | | | ● |
| 8 | 林業加工品の販売の促進 | | | | | | | | ● | |
| 9 | 芸東地域の水産物の付加価値の向上と販路の拡大 | ● | | ● | ● | ● | ● | | | |
| 10 | 加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上 | | ● | | | | | | | |
| 11 | 海洋深層水の利用拡大 | ● | | | | | | | | |
| 12 | 安芸市の地域食材を活用した商品づくりの推進 | | ● | | | | | | | |
| 13 | 地域食材を活かした奈半利町の特産品づくりの推進 | | | | ● | | | | | |
| 14 | 地域資源を活用した新商品の開発と販路の拡大 | | | | | ● | | | | |
| 15 | 完全天日塩の生産の拡大と観光への活用 | | | | | ● | | | | |
| 16 | キラメッセ室戸「楽市」の機能強化 | ● | | | | | | | | |
| 17 | 海の駅を拠点とした地域振興 | | | ● | | | | | | |
| 18 | 道の駅「田野駅屋」の機能強化（特産品開発及び情報発信）と施設整備等 | | | | | ● | | | | |
| 19 | 地場産品直販所「かっぱ市」の機能強化 | | | | | | | | | ● |
| 20 | 安芸地域の観光振興の推進～東部地域博覧会の開催～ | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 21 | 世界ジオパーク認証を活かした観光の振興 | ● | | | | | | | | |
| 22 | 「海の駅とろむ」を核とした交流人口の拡大 | ● | | | | | | | | |
| 23 | 岩崎弥太郎生家を核とした観光振興 | | ● | | | | | | | |
| 24 | 東洋町における体験観光の推進 | | | ● | | | | | | |
| 25 | 藤村製絲を活用した観光振興 | | | | ● | | | | | |
| 26 | 中芸地区における広域観光の推進 | | | | ● | ● | ● | ● | ● | |
| 27 | 魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大 | | | | ● | ● | ● | ● | ● | |
| 28 | 体験型観光と地域の加工品づくりの推進　～大野台地は、えいところ！～ | | | | | ● | | | | |
| 29 | 世界に2つの「モネの庭」の誘客強化による交流人口の拡大 | | | | | | | ● | | |
| 30 | 旧椎名小学校を活用した地域振興 | ● | | | | | | | | |
| 31 | 集落活動センター「かまん東川」を拠点とした魅力ある地域づくり | | ● | | | | | | | |
| 32 | 安田中山地区の活性化プロジェクト | | | | | | ● | | | |
| 33 | 北川村温泉を核とした中山間振興 | | | | | | | ● | | |
| 34 | 馬路村魚梁瀬地区の活性化プロジェクト | | | | | | | | ● | |



## 【安芸地域】

1、5、7、19、20

2、8、20、26、27、34

馬路村

1、2、20、26、27、29、33

芸西村

安芸市

北川村

東洋町

1、2、7、10、12、20、23、31

安田町

田野町

奈半利町

1、2、4、9、20、26、27、32

1、3、6、9、17、20、24

1、9、14、15、18、20、26、27、28

室戸市

1、9、13、20、25、26、27

1、2、6、9、11、16、20、21、22、30

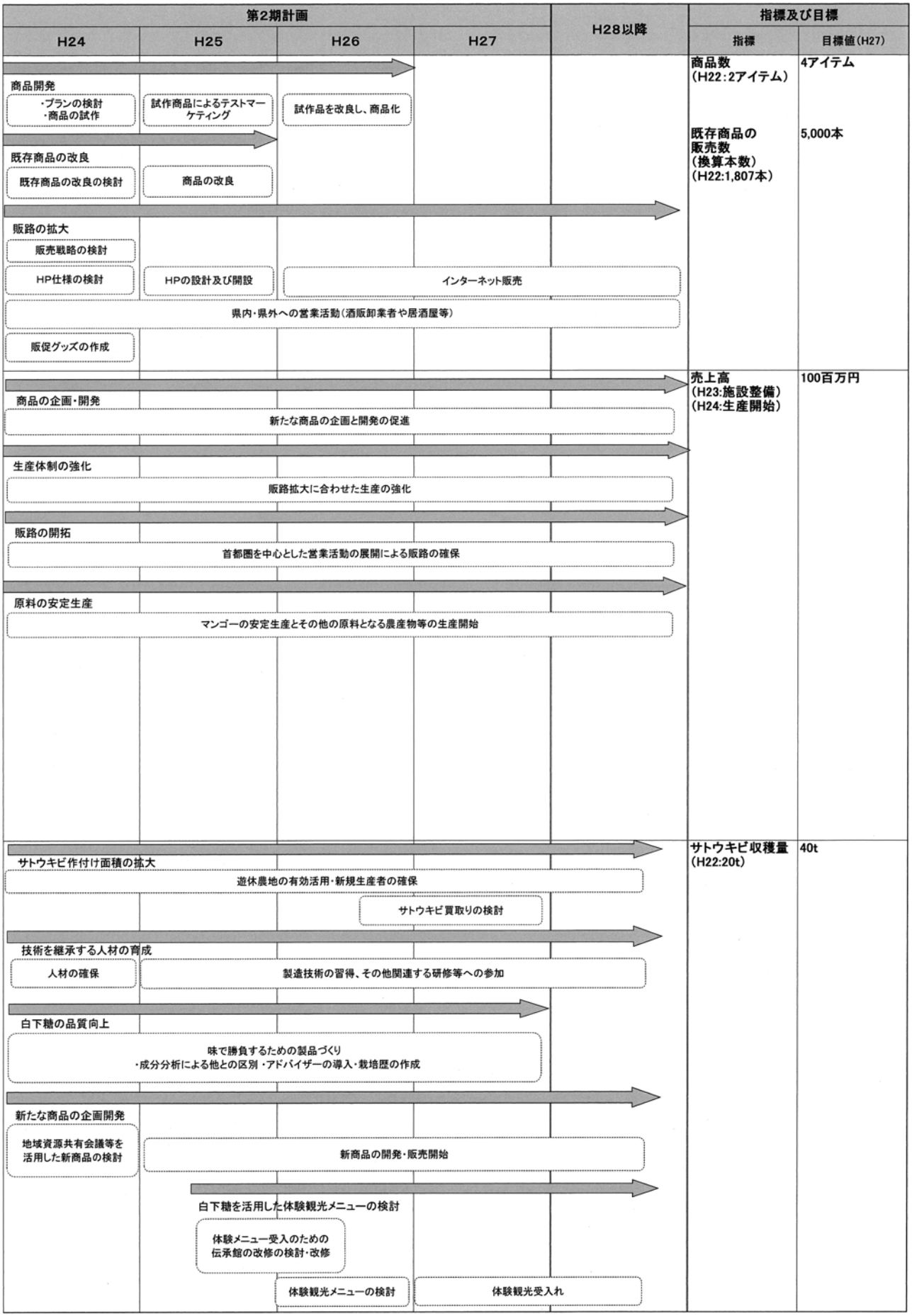
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進<br><br>《室戸市、安芸市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町、北川村、芸西村》 | 主産地である安芸市において、ナス産地としてのまとまりの再構築に取り組む。また、消費地から要望の高い品種である「土佐鷹」の栽培拡大を全域に推進していく。 | ・JA土佐あき | ・系統出荷率の向上への取組<br>（H21～26）<br>重点巡回指導の実施<br>営農相談で技術情報の提供<br>地区会、勉強会の開催<br>◆系統外生産者を含めた地区会、環境保全型農業や環境制御技術の最新情報などの勉強会の開催、また学び教えあう場の活用などにより、まとまりの意識が徐々に醸成されている。<br>◆研究会ナス部会への参加者増により活動の活性化（安芸集出荷場）が図られている（参加者数：H21年度 126人、H22年度 174人、H23年度 228人、H24年度 325人、H25年度393人、H26年度314人(予定)）<br>◆安芸市のナス系統率が向上した（H21：52%→H24：60%）。<br><br>・土佐鷹作付面積拡大への取組<br>（H22～26）<br>土佐鷹普及推進協議会や生産者大会の開催<br>営農指導員等の研修会の実施<br>土佐鷹勉強会の開催<br>◆地区別説明会や個別巡回による誘導等を行ったが、燃油価格の高騰や台風による施設被害により、栽培面積は減少した。<br>（H26園芸年度土佐鷹実績：出荷量3,195t、販売額8.1億円（JA出荷ナスの19%）、H26ナス出荷量：JA全体18,437t、安芸場5,290t）<br><br>◆安芸場の新規加入者数(H22～27園芸年度)合計37名<br>◆JA土佐あき全体の消費拡大連絡協議会が発足（H25） | ・系統率の向上<br>（安芸市H24年度：60.2%）<br><br>・土佐鷹の面積拡大<br>（H27園芸年度23.8ha） | ◆系統率向上への取組<br><br>◆土佐鷹の推進 |
| 2 ユズを中心とした中山間振興<br><br>《室戸市、安芸市、安田町、北川村、馬路村》 | 日本一のユズ産地として、生産性の向上や品質の低下の防止とともに、ユズ果汁等の販路拡大に取り組み、ユズ販売額の向上を図る。 | ・JA土佐あき<br>・JA馬路村 | （JA土佐あき）<br>・新植、改植の推進への取組（H21～26）<br>◆県選抜系統を活用した母樹園が設置された（H22）<br>・果汁の販売対策として計画的な施設整備（北川村：H21：搾汁施設、H24：果汁殺菌設備）、JA内に販売対策チームの設立（H24）。<br>◆EU向けに青果輸出に取り組み始めた（H24：3t、H25：3t、H26：3t）<br>◆消費者との交流イベント（収穫祭、料理コンテスト）実施（H24～H26）<br>・将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり<br>◆北川村ゆず振興協議会で作業受託組織を検討することとなった。（H24～）<br><br>（JA馬路村）<br>・ユズ茶（H21）及び化粧品（H22）の加工施設の導入<br>◆加工品の販売実績が増加している。<br>◆販売拡大に向けて新商品開発を進めた（H24：シャーベット2種、ポン酢1種、H25：化粧品3種、ポン酢1種、H26：化粧品2種、調味料3種）<br>◆消費者との交流イベント（ゆずはじまる祭）実施（H18～） | （JA土佐あき）<br>・青果出荷へのシフト<br>・隔年結果及び品質低下対策<br>・母樹園を活用した優良系統の普及<br>・ユズ銀行（作業受託組織H23末解散）に代わる新たな労働補完体制の検討<br><br>（JA馬路）<br>・（株）ユズ組合による作業請負等の継続及び新たな仕組みの検討<br>・加工施設の活用による安定した加工品販売及び生産者単価の維持向上 | ◆新植、改植の推進<br><br>◆将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり<br><br>◆ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| | | | | | 安芸市の系統出荷率<br>(H21:52%) | 60% |
| 系統率向上への取組(赤野集出荷場、穴内集出荷場、安芸集出荷場)<br>産地振興の方策及び体制等の明確化 | | | | | | |
| 土佐あき地域園芸戦略推進会議の開催 | | | | | | |
| 課題の明確化及び対応策の検討樹立 | | | | | | |
| | 役割の確認と実施状況の把握 | | | | | |
| 部会、研究会など組織の活性化 | | | | | | |
| (園芸戦略推進会議まとまりづくりチーム)<br>部会・研究会、地区会の開催、営農相談日及び学び教えあう場の設定など組織の活性化を推進 | | | | | | |
| ナス生産者の経営安定 | | | | | | |
| 系統率向上対策、ナスの経営安定対策、18tどりの推進について協議 | | | | | | |
| | 系統率向上対策、ナスの経営安定対策、18tどりの推進について実践 | | | | | |
| | | | | | 土佐鷹の作付面積<br>(H23:29ha) | 80ha |
| 土佐鷹の推進<br>現地検討会、勉強会等により品種にあった栽培管理の周知・徹底 | | | | | | |
| 現地検討会や勉強会の開催、実証圃の設置による技術支援及び普及PR | | | | | | |
| (園芸戦略推進会議まとまりづくりチーム)<br>・土佐鷹普及推進協議会の開催<br>・栽培管理技術の周知及び新規栽培者への重点個別巡回<br>・個別訪問による土佐鷹への誘導 | | | | | | |
| 販売促進活動の強化 | | | | | | |
| 契約取引の拡大、販売促進活動の充実 など | | | | | | |
| | | | | | 青果出荷受入量<br>(H22:297t)<br>(H23:370t) | 400t |
| 新植、改植の推進<br>青果の生産拡大と品質向上、計画的販売の強化 | | | | | | |
| 検討会や勉強会の開催による基本技術の徹底 | | | | | | |
| ・適正栽培管理の指導<br>・母樹園管理規定等の仕組みづくり | 母樹を活用した苗木確保と計画的な改植・新植の推進 | | | | | |
| | | | | | 作業受託等の新たな組織作り | 北川村1組織<br>馬路村1組織 |
| 将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり<br>新たな組織の検討(北川村、馬路村) | | | | | | |
| 農作業受託組織、作業班体制等による作業請負の仕組み作りに向けた検討(組織等の設立) | | | 組織等の育成及び円滑な運営支援 | | | |
| | | | | | 加工仕向量<br>(H22:4,250t) | 4,670t<br>(10%アップ) |
| ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓 | | | | | | |
| ・(JA土佐あき)栽培基本技術向上による加工用果皮の出荷拡大<br>・大手飲料メーカー等との契約による販売の安定化<br>・加工ニーズに対応した果汁殺菌施設の導入と施設を活かした販路開拓<br>・高知県食品衛生管理認証制度への取組<br>・果汁一元化販売に向けた体制整備<br>・ユズ協事業との連携、海外事務所、輸出コーディネーター等の活用による輸出販売の拡大(シンガポール、北米、EU等) | | | | | 加工用果皮の出来高量<br>安芸:A品・B品<br>(H23:631t)<br>北川:A品・B品<br>(H23: 31t) | <br>安芸 1,000t<br><br>北川 80t |
| (JA馬路村)<br>各施設を活用した加工品生産、加工品開発及び販売拡大への取組 | | | | | JA馬路村<br>加工品販売額<br>ユズ茶<br>(H21:0.8億円)<br>化粧品<br>(H21:1,700万円)<br>ポン酢他ユズ加工品<br>(H21:20億円) | <br>1.6億円<br><br>5,200万円<br><br>20.7億円 |

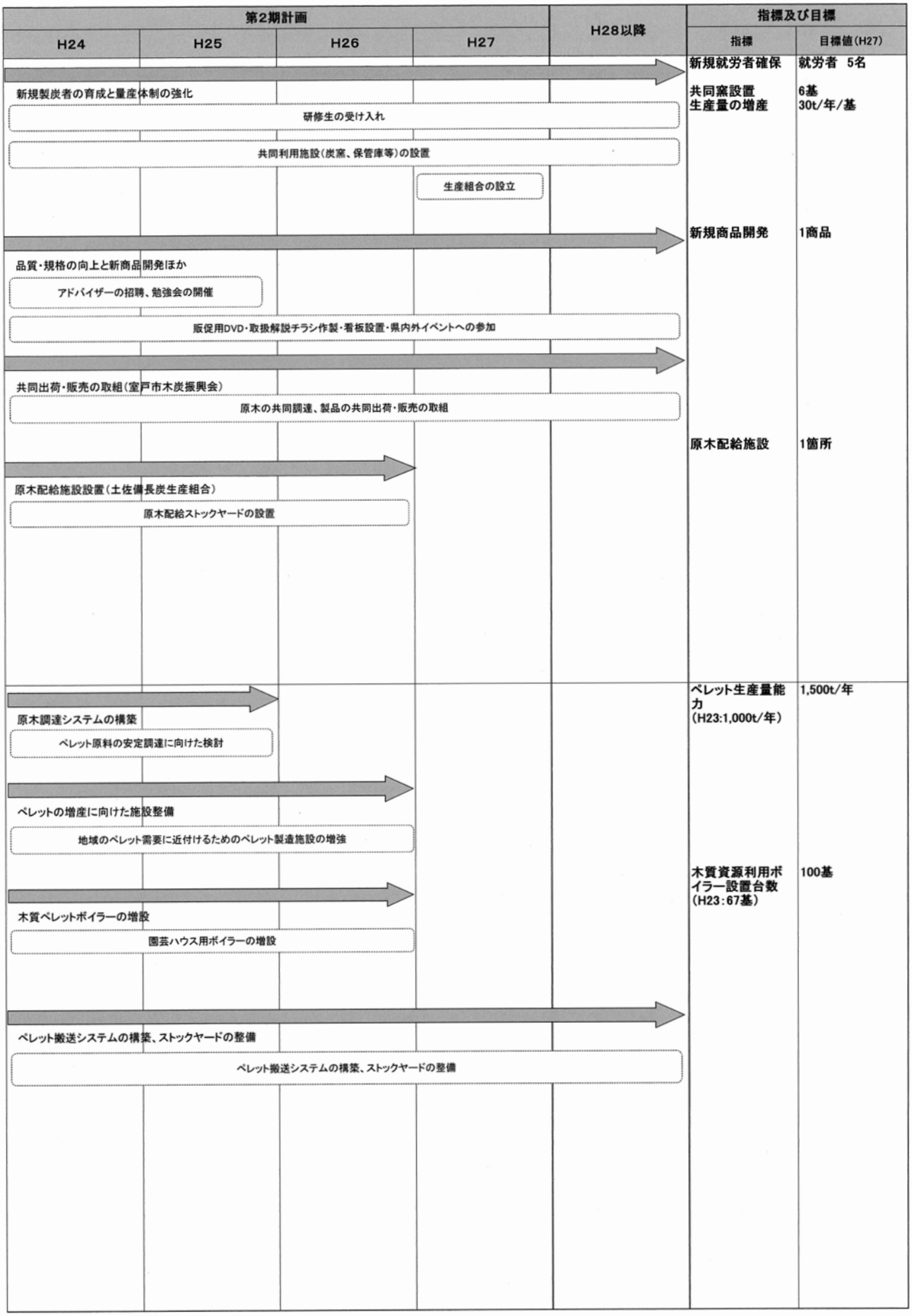
## 【安芸地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | ポンカンを活用した新商品の開発と販路の拡大<br><br>《東洋町》 | 東洋町の特産品であるポンカンを活用した商品開発と既存商品を含めての販路開拓を行う。 | ・甲浦の果樹仲間 | ・ポンカンを活用した商品の開発（濃縮ジュース、ドレッシング）<br>◆販売数<br>【H22】 1,807本<br>（ドリンク1,112、ドレッシング695）<br>【H23】 1,764本<br>（ドリンク1,239、ドレッシング525）<br>【H24】 2,602本<br>（ドリンク2,133、ドレッシング469）<br>・ポンカンドリンクのチラシ作製<br>・高知県県産品eコマースサイト「高知家のええもん家」へ掲載（H26）<br><br>◆県外（関西）で5社のセールス活動を行い、新規取引が成立（大阪、業務用酒販　1社）した。（H24） | ・販路拡大<br><br>・知名度の向上<br><br>・脆弱な営業体制<br><br>・商品の生産体制<br><br>・新商品開発 | ◆商品開発<br><br>◆既存商品の改良<br><br>◆販路の拡大 |
| 4 | 「安田(あんた)の白い夢」の販路の拡大と新商品の開発<br><br>《安田町》 | マンゴー大福「安田の白い夢」を中心に、以前接触のあったバイヤーに対し、ロット数を確保した具体的な提案を行っていく。<br>また、町内で生産される農産物を使用した新たな商品を企画開発し、県外を中心に販路開拓を行って、雇用の確保と生産者の所得の向上を図る。 | ・安田町<br>・生産者 | ・高知龍馬空港でのキャンペーンの展開（H24）<br>・JAL麗か四国キャンペーンとのタイアップ（H25）<br>・県外百貨店での高知フェアに出展（H25：銀座三越4月、大阪高島屋5月）<br>・まるごと高知の報告会・商談会へ参加（H24）<br>・まるごと高知での安田町フェアの実施（H26）<br>・オープン1周年記念イベント（H25）<br>・年間製造量：6万個以上（H25）<br>◆安芸地域全体を視野に入れた原材料の選定と調達方法の検討 | ・導入した製造機械での本格生産に向けた大口の販路開拓<br><br>・原材料の安定確保に向けた仕組みづくり | ◆商品の企画・開発<br><br>◆生産体制の強化<br><br>◆販路の開拓<br><br>◆原料の安定生産 |
| 5 | 白下糖の生産の拡大と観光への活用<br><br>《芸西村》 | 伝統ある芸西村の白下糖づくりを伝承し、白下糖の生産拡大と新たな加工品を開発・販売することにより、白下糖のブランド化（認知度アップ）と地域生産者の所得向上を目指す。 | ・芸西村<br>・芸西村製糖組合<br>・生産者グループ | ・先進地視察<br>（H23、黒潮町：黒糖新製造ライン等調査、H24、香川県：脱葉機調査）<br><br>・白下糖を使用した料理の試食会（H23、安芸地域資源活用共有会議）<br><br>・芸西村地域AP産業推進連絡会議開催（H24、5回）<br><br>・芸西白下糖の成分分析実施（H23）<br><br>◆サトウキビ収穫量の増加（H23年度：25トン、H24年度：38トン、H25年度：39トン）<br><br>・伝承館改修（製糖体験スペース増築）（H26） | ・製糖組合員の高齢化に伴い伝統技術の継承者（後継者）の育成<br><br>・白下糖を活用した新商品・加工品の開発<br><br>・サトウキビ作付面積の拡大（サトウキビの買取り） | ◆サトウキビ作付け面積の拡大<br><br>◆技術を継承する人材の育成<br><br>◆白下糖の品質向上<br><br>◆新たな商品の企画開発<br><br>◆白下糖を活用した体験観光メニューの検討 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
商品開発
・プランの検討
・商品の試作
試作商品によるテストマーケティング
試作品を改良し、商品化
既存商品の改良
既存商品の改良の検討
商品の改良
販路の拡大
販売戦略の検討
HP仕様の検討
HPの設計及び開設
インターネット販売
県内・県外への営業活動(酒販卸業者や居酒屋等)
販促グッズの作成
商品数
(H22:2アイテム)
4アイテム
既存商品の
販売数
(換算本数)
(H22:1,807本)
5,000本
商品の企画・開発
新たな商品の企画と開発の促進
生産体制の強化
販路拡大に合わせた生産の強化
販路の開拓
首都圏を中心とした営業活動の展開による販路の確保
原料の安定生産
マンゴーの安定生産とその他の原料となる農産物等の生産開始
売上高
(H23:施設整備)
(H24:生産開始)
100百万円
サトウキビ作付け面積の拡大
遊休農地の有効活用・新規生産者の確保
サトウキビ買取りの検討
技術を継承する人材の育成
人材の確保
製造技術の習得、その他関連する研修等への参加
白下糖の品質向上
味で勝負するための製品づくり
・成分分析による他との区別・アドバイザーの導入・栽培歴の作成
新たな商品の企画開発
地域資源共有会議等を
活用した新商品の検討
新商品の開発・販売開始
白下糖を活用した体験観光メニューの検討
体験メニュー受入のための
伝承館の改修の検討・改修
体験観光メニューの検討
体験観光受入れ
サトウキビ収穫量
(H22:20t)
40t

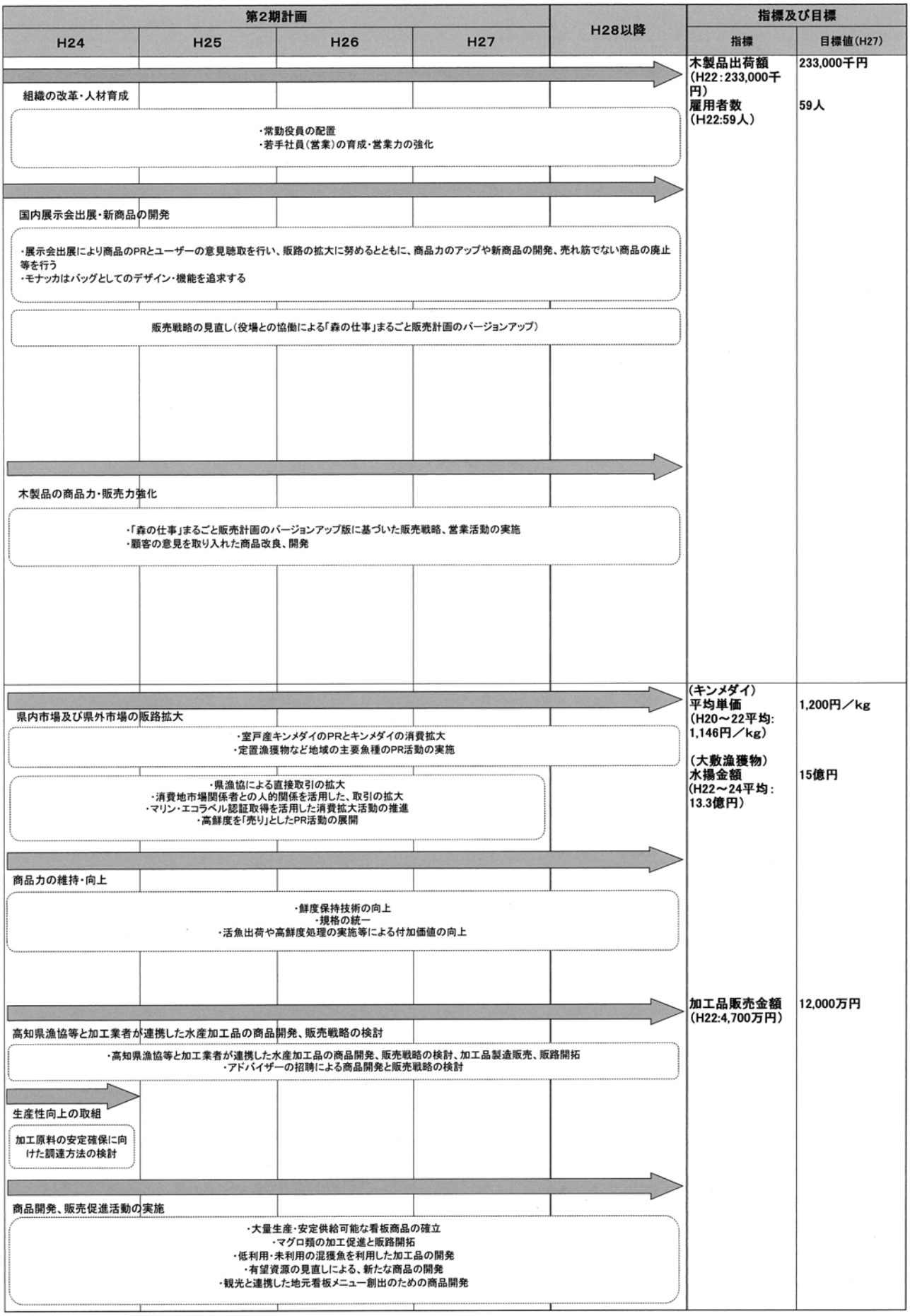
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 6 土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化<br><br>《室戸市、東洋町》 | 土佐備長炭の生産量の増大と後継者の育成を図る。 | ・室戸市木炭振興会<br>・室戸木炭生産組合(仮称)<br>・土佐備長炭生産組合 | (室戸市木炭振興会)<br>・組織化:H19設立<br>・施設等整備(H21:研修窯2基、H22:研修窯1基)<br>・研修生の受入れ<br>(H21:3人、H22:5人、H23:2人、H24:0人、H25:0人、H26:2人)<br>◆施設整備により、研修生の継続した受入れにつながっている。<br><br>(土佐備長炭生産組合)<br>・組織化:H21設立<br>・施設等整備(H21:共同窯2基、H22:共同窯1基、保管庫1棟、H25:共同窯4基、フォークリフト1台)<br>・研修生の受入れ<br>(H21:3人、H22:2人、H23:2人、H24:0人、H25:2人、H26:1人)<br>・新商品(オガ炭)製造の検討(H25)<br>◆原木の共同購入、共同出荷の開始(H21～)により、生産量の拡大と安定出荷につながっている。<br>◆施設整備により月産出荷能力(箱=12kg)が増加した。<br>(H21:2,150箱、H22:3,425箱、H23:3,548箱、H24:3,670箱、H25:4,190箱)<br>◆製品規格を10種から19種へ拡げ、末端利用者のニーズに対応している。 | ・原木の安定確保<br><br>・更なる品質の向上と規格の均一化<br><br>・研修終了後の就業定着化(事業化時の初期投資(窯整備)が不安)<br><br>(土佐備長炭生産組合)<br>・品質の評価や知名度も高まりつつあるが、紀州産との価格差が解消されていない。<br><br>(室戸市木炭振興会)<br>・原木の共同購入・共同出荷の取組がなされていないため、際立った増産には至っていない。 | 《室戸市木炭振興会》<br>《室戸木炭生産組合(仮称)》<br>《土佐備長炭生産組合》<br>◆新規製炭者の育成と量産体制の強化<br><br>◆品質・規格の向上と新商品開発ほか<br><br>《室戸市木炭振興会》<br>◆共同出荷・販売の取組<br><br>《土佐備長炭生産組合》<br>◆原木配給施設設置 |
| 7 木質バイオマス活用の促進<br><br>《安芸市、芸西村》 | 林地残材等を熱エネルギーとして利用していく。 | ・JA土佐あき<br>・(有)安岡重機<br>・高知バイオマスファーム<br>・高知東部森林組合 | ・木質ペレット製造工場の稼働(H22.11～、安芸市企業)<br><br>・園芸用木質ペレットボイラーの設置 117基(H21～H26)<br><br>◆木質ペレットボイラーの導入により、目標としている資源の利用量は概ね達成した。 | ・地域内のペレット需要量に対して地域内の供給量が不足しており、木質ペレットの需要と供給のバランスが取れていない<br><br>・木質ペレットの原料である間伐材の搬出量と価格が不安定<br><br>・燃焼灰の処理<br><br>・園芸用木質ペレットの流通体制 | ◆原木調達システムの構築<br><br>◆ペレットの増産に向けた施設整備<br><br>◆木質ペレットボイラーの増設<br><br>◆ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
新規就労者確保
就労者 5名
新規製炭者の育成と量産体制の強化
研修生の受け入れ
共同窯設置
6基
生産量の増産
30t/年/基
共同利用施設(炭窯、保管庫等)の設置
生産組合の設立
新規商品開発
1商品
品質・規格の向上と新商品開発ほか
アドバイザーの招聘、勉強会の開催
販促用DVD・取扱解説チラシ作製・看板設置・県内外イベントへの参加
共同出荷・販売の取組(室戸市木炭振興会)
原木の共同調達、製品の共同出荷・販売の取組
原木配給施設
1箇所
原木配給施設設置(土佐備長炭生産組合)
原木配給ストックヤードの設置
ペレット生産量能力
(H23:1,000t/年)
1,500t/年
原木調達システムの構築
ペレット原料の安定調達に向けた検討
ペレットの増産に向けた施設整備
地域のペレット需要に近付けるためのペレット製造施設の増強
木質資源利用ボイラー設置台数
(H23:67基)
100基
木質ペレットボイラーの増設
園芸ハウス用ボイラーの増設
ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備
ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備

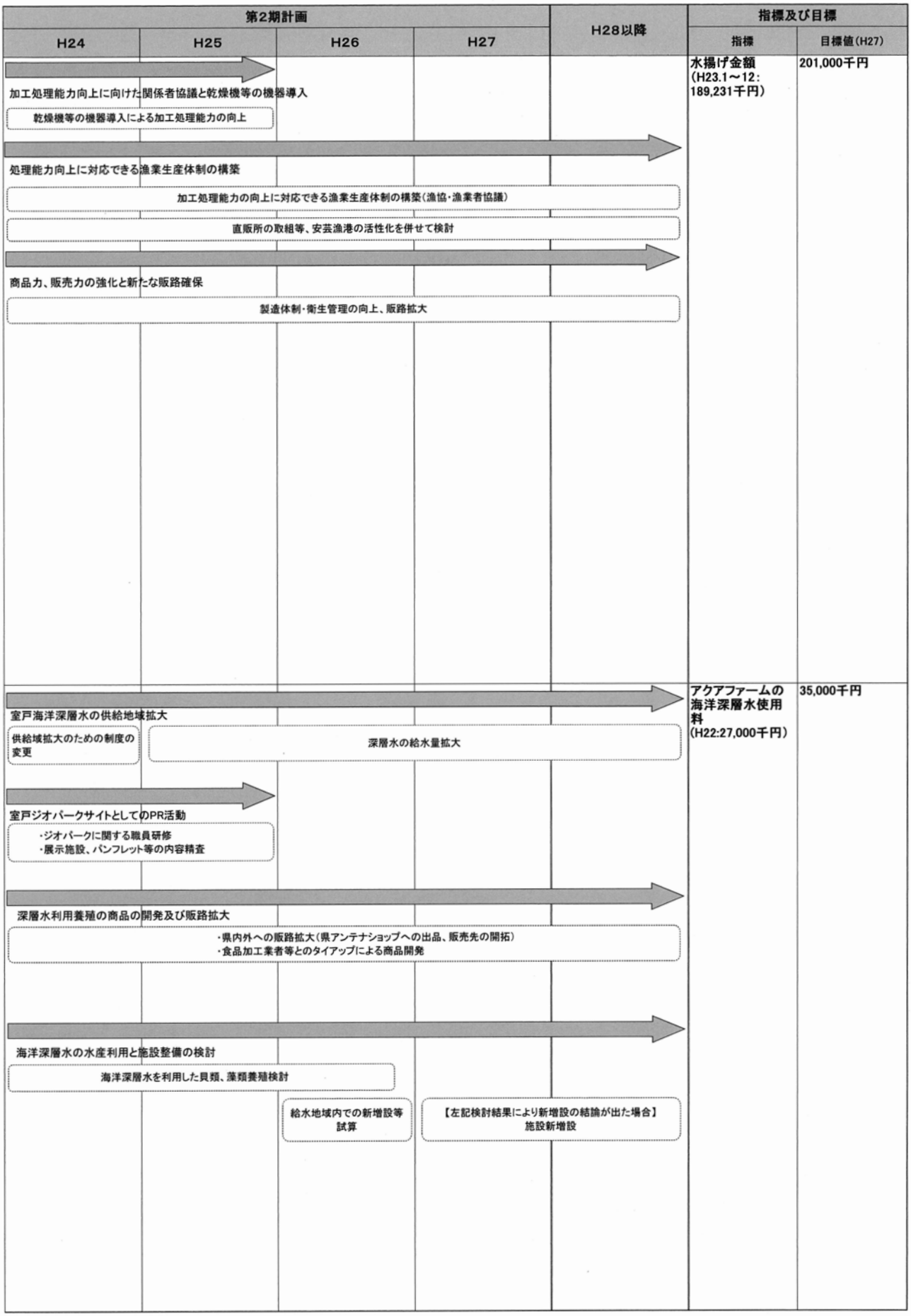
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 8 林業加工品の販売の促進<br>《馬路村》 | 木材加工品の販売を促進し、事業体の雇用の確保と経営安定を図る。 | ・エコアス馬路村 | ・モナッカ新バッグの商品化（H21）<br>・新商品の開発、試作（H21～H22：産業振興推進総合支援事業導入）<br>・国内外の展示会への出展<br>◆展示会・商談会への出展で新たな商談の成立があるものの販売は苦戦している。 | ・営業部門の活動の強化<br>・森、木、エコ、田舎のストーリー性を含めた商品紹介の継続<br>・展示会やHPでのアンケートにより収集した顧客意見の活用と商品力アップ<br>・環境先進企業（協働の森参加企業等）への社用バッグ、ギフト用品等の提案<br>・新商品の開発、商品のPR、販売戦略の見直し<br>・ヤナセスギを前面に出したブランド販売戦略<br>・木製品の出荷額及び雇用者数の現状維持 | 《エコアス馬路村》<br>◆組織の改革・人材育成<br>◆国内展示会出展・新商品の開発 |
| | | ・馬路村森林組合 | ・骨壷、子供用ベッドを新商品として開発（H22～）<br>・中期経営計画書作成ワーキングの開催（H24）<br>・経営ビジョン策定指導研修の受講（H25～H26）<br>◆職員全員が経営者的な感覚で今後の事業展開や組織運営を考えることができた。 | | 《全体》<br>◆木製品の商品力・販売力強化 |
| 9 芸東地域の水産物の付加価値の向上と販路の拡大<br>《室戸市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町》 | キンメダイや定置漁獲物など、地域の主要魚種について鮮魚販売、加工品販売の強化を図る | 〔鮮魚〕<br>・芸東水産業改良普及協議会 | ・キンメダイブランド化作業部会設置及び検討（H21～22）<br>・脂肪含有量の測定（H21～22）<br>・アドバイザーを活用した市場調査（H22）<br>・測定キンメを使った料理レシピ等の販促資材の作成（H22）<br>・産地交流会への参加（H23）<br>・県内外のフェアや商談会等での販促PR（H24～26）<br>・冷凍フィーレの製造・販促PR（H24～26）<br>◆「土佐沖どれ金目鯛」のブランド名で関西市場をメインターゲットとして売り込みを開始<br>◆フェア等での販促・PRにより高級食材としてのキンメダイの認知度が一定向上<br>◆冷凍フィーレが業務筋等から高い評価を受けるとともに、地域グルメのキンメ丼の材料として定着 | ・関西圏を中心としたキンメダイの効果的なPR活動の実施継続<br>・定置網漁業や遠洋・近海マグロ漁業等における高鮮度処理魚の安定生産と販路確保 | ◆県内市場及び県外市場の販路拡大<br>◆商品力の維持・向上 |
| | | 〔加工品〕<br>・(有)タカシン水産<br>・高知県漁協 | ・水産加工施設（室戸工場）を整備（シメサバを中心）、操業開始雇用11名（H21～23）<br>・キンメの酢じめ等サバ以外の魚種での商品開発着手（H22）<br>◆加工生産技術が向上し、安定した品質と生産量が確保され取引先が順調に増加してきている。 | ・新たな魚種を使った商品の開発<br>・大口の安定取引先の確保<br>・更なる生産性の向上 | ◆高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討<br>◆生産性向上の取組<br>◆商品開発、販売促進活動の実施 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
木製品出荷額
(H22：233,000千円)
233,000千円
雇用者数
(H22:59人)
59人
組織の改革・人材育成
・常勤役員の配置
・若手社員(営業)の育成・営業力の強化
国内展示会出展・新商品の開発
・展示会出展により商品のPRとユーザーの意見聴取を行い、販路の拡大に努めるとともに、商品力のアップや新商品の開発、売れ筋でない商品の廃止等を行う
・モナッカはバッグとしてのデザイン・機能を追求する
販売戦略の見直し(役場との協働による「森の仕事」まるごと販売計画のバージョンアップ)
木製品の商品力・販売力強化
・「森の仕事」まるごと販売計画のバージョンアップ版に基づいた販売戦略、営業活動の実施
・顧客の意見を取り入れた商品改良、開発
(キンメダイ)
平均単価
(H20～22平均:1,146円／kg)
1,200円／kg
県内市場及び県外市場の販路拡大
・室戸産キンメダイのPRとキンメダイの消費拡大
・定置漁獲物など地域の主要魚種のPR活動の実施
(大敷漁獲物)
水揚金額
(H22～24平均：13.3億円)
15億円
・県漁協による直接取引の拡大
・消費地市場関係者との人的関係を活用した、取引の拡大
・マリン・エコラベル認証取得を活用した消費拡大活動の推進
・高鮮度を「売り」としたPR活動の展開
商品力の維持・向上
・鮮度保持技術の向上
・規格の統一
・活魚出荷や高鮮度処理の実施等による付加価値の向上
加工品販売金額
(H22:4,700万円)
12,000万円
高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討
・高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討、加工品製造販売、販路開拓
・アドバイザーの招聘による商品開発と販売戦略の検討
生産性向上の取組
加工原料の安定確保に向けた調達方法の検討
商品開発、販売促進活動の実施
・大量生産・安定供給可能な看板商品の確立
・マグロ類の加工促進と販路開拓
・低利用・未利用の混獲魚を利用した加工品の開発
・有望資源の見直しによる、新たな商品の開発
・観光と連携した地元看板メニュー創出のための商品開発

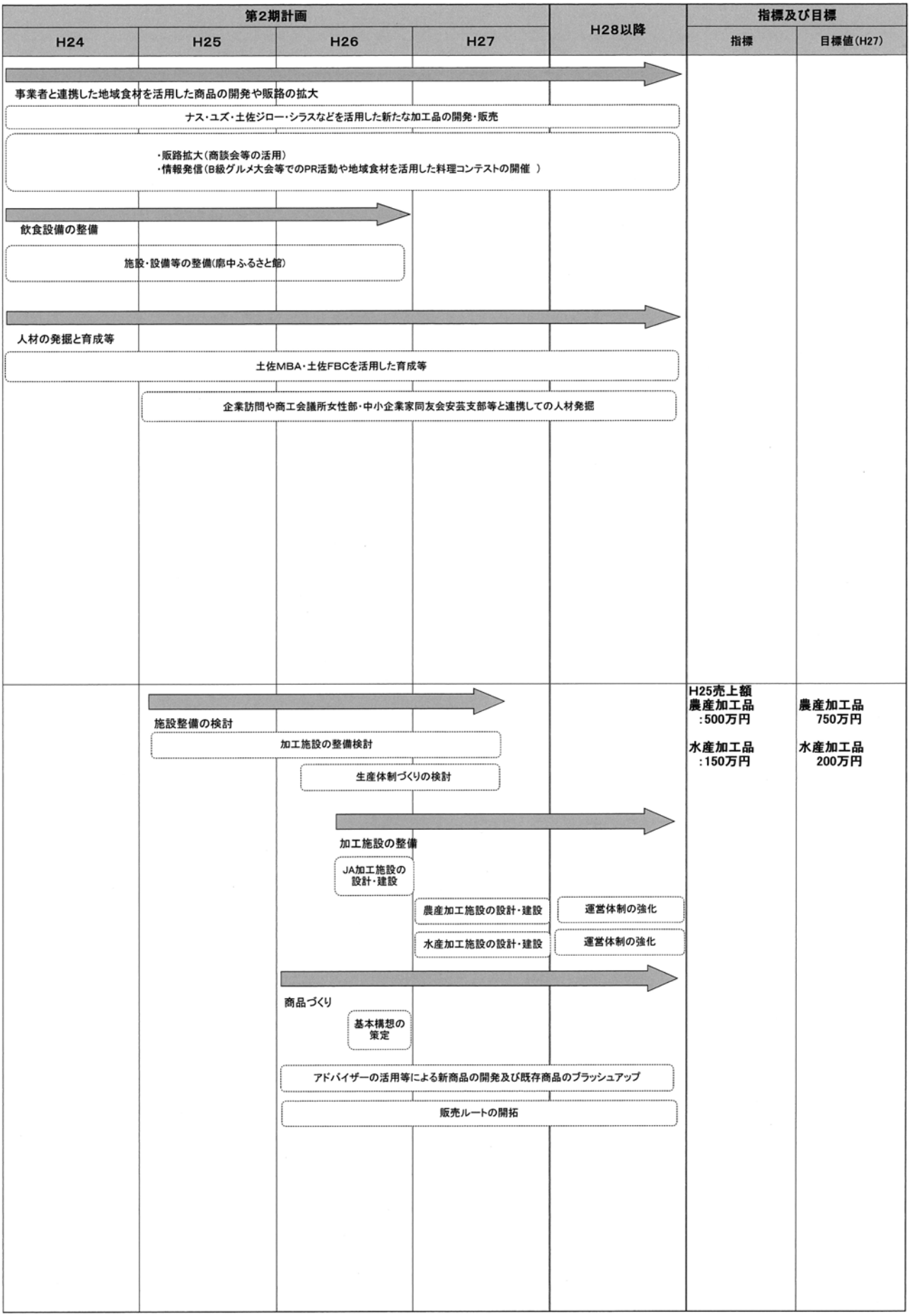
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 10 加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上<br><br>《安芸市》 | 加工処理能力の向上等によってシラスの水揚げ量の増加、及び漁家所得の向上を図る。 | ・民間企業<br>・安芸漁協<br>・安芸おじゃ娘 | ・アカムツ深海延縄漁の試験操業を実施(H21)<br>・企業、漁協、漁業者による加工処理能力向上に向けた協議(H23)<br>・シラス加工施設完成(H24)<br>・地元からの雇用創出(H24)<br><br>◆漁業者・漁協・シラス加工業者との協議を実施し、漁業関係者はシラス加工処理能力の向上による浜値上昇を希望。<br><br>・シラス佃煮等の商品開発(H21)<br><br>◆各種イベントでのPRや直販所での販売を通じて商品の認知度が高まった。 | ・衛生管理・製造体制の強化、収益性の向上、販路拡大<br><br>・漁業者、漁協、シラス加工業者による関係者の事業収入向上に向けた取組体制の構築 | ◆加工処理能力向上に向けた関係者協議と乾燥機等の機器導入<br><br>◆処理能力向上に対応できる漁業生産体制の構築<br><br>◆商品力、販売力の強化と新たな販路確保 |
| 11 海洋深層水の利用拡大<br><br>《室戸市》 | 室戸海洋深層水アクア・ファームにおける海洋深層水給水量の拡大を図る。<br>室戸ジオパーク海洋深層水サイトとして、アクア・ファームの受け入れ体制を強化し、観光客へのPRを行う。<br>また、海洋深層水の水産への利用について検討を行う。 | ・室戸市<br>・深層水利用企業 | ＜販路、供給地域の拡大＞<br>・県内外のイベント、講演等での深層水のPR(H21～26)<br>・一般家庭での利用拡大のため、市の条例等を改正するとともに、市HPにて給水案内等の周知を図った。(H26)<br>◆給水地域拡大により、市外の給水申込者へ許可<br>◆室戸ジオパークサイト(観光ガイド)と連携した説明・PRができる体制づくりが図られた。(H25～)<br><br>＜企業、研究機関等との連携等＞<br>・様々な機関や大学との連携活動(H21～23)<br>◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野に向けての予備試験や各種研究を開始した。<br>・高知県、室戸市、高知大学、深層水利用企業が連携する臨床試験の開始。<br>(海洋深層水の長期飲用などによる健康増進効果等を検証　H26～28の3ヵ年事業)<br><br>＜スジアオノリ＞<br>・市場調査(H21～22)<br>・ブロワー改修工事(H22～23)<br>・「まるごと高知」での小袋商品を始め各種イベントで販売開始(H22～23)<br>・大手回転ずしチェーン店に試験出荷(H23)<br>◆生産性の向上や、新たな販売先を確保するなどにより、H21年度から収支が黒字化し、大幅な経営改善が図られた。 | 〈販路、供給地域の拡大〉<br>・深層水の安定的な販売先の確保<br>・給水量拡大に向けた取組<br>・今後の深層水供給の維持・向上に対応するための設備の維持・更新<br><br>〈企業、研究機関等との連携等〉<br>・深層水の優位性の早期解明<br><br>〈スジアオノリ〉<br>・安定した養殖事業運営の継続(H27新たな指定管理者との方向性協議) | ◆室戸海洋深層水の供給地域拡大<br><br>◆室戸ジオパークサイトとしてのPR活動<br><br>◆深層水利用養殖の商品の開発及び販路拡大<br><br>◆海洋深層水の水産利用と施設整備の検討 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
加工処理能力向上に向けた関係者協議と乾燥機等の機器導入
乾燥機等の機器導入による加工処理能力の向上
処理能力向上に対応できる漁業生産体制の構築
加工処理能力の向上に対応できる漁業生産体制の構築(漁協・漁業者協議)
直販所の取組等、安芸漁港の活性化を併せて検討
商品力、販売力の強化と新たな販路確保
製造体制・衛生管理の向上、販路拡大
水揚げ金額
(H23.1～12:
189,231千円)
201,000千円
室戸海洋深層水の供給地域拡大
供給域拡大のための制度の変更
深層水の給水量拡大
室戸ジオパークサイトとしてのPR活動
・ジオパークに関する職員研修
・展示施設、パンフレット等の内容精査
深層水利用養殖の商品の開発及び販路拡大
・県内外への販路拡大(県アンテナショップへの出品、販売先の開拓)
・食品加工業者等とのタイアップによる商品開発
海洋深層水の水産利用と施設整備の検討
海洋深層水を利用した貝類、藻類養殖検討
給水地域内での新増設等試算
【左記検討結果により新増設の結論が出た場合】
施設新増設
アクアファームの海洋深層水使用料
(H22:27,000千円)
35,000千円

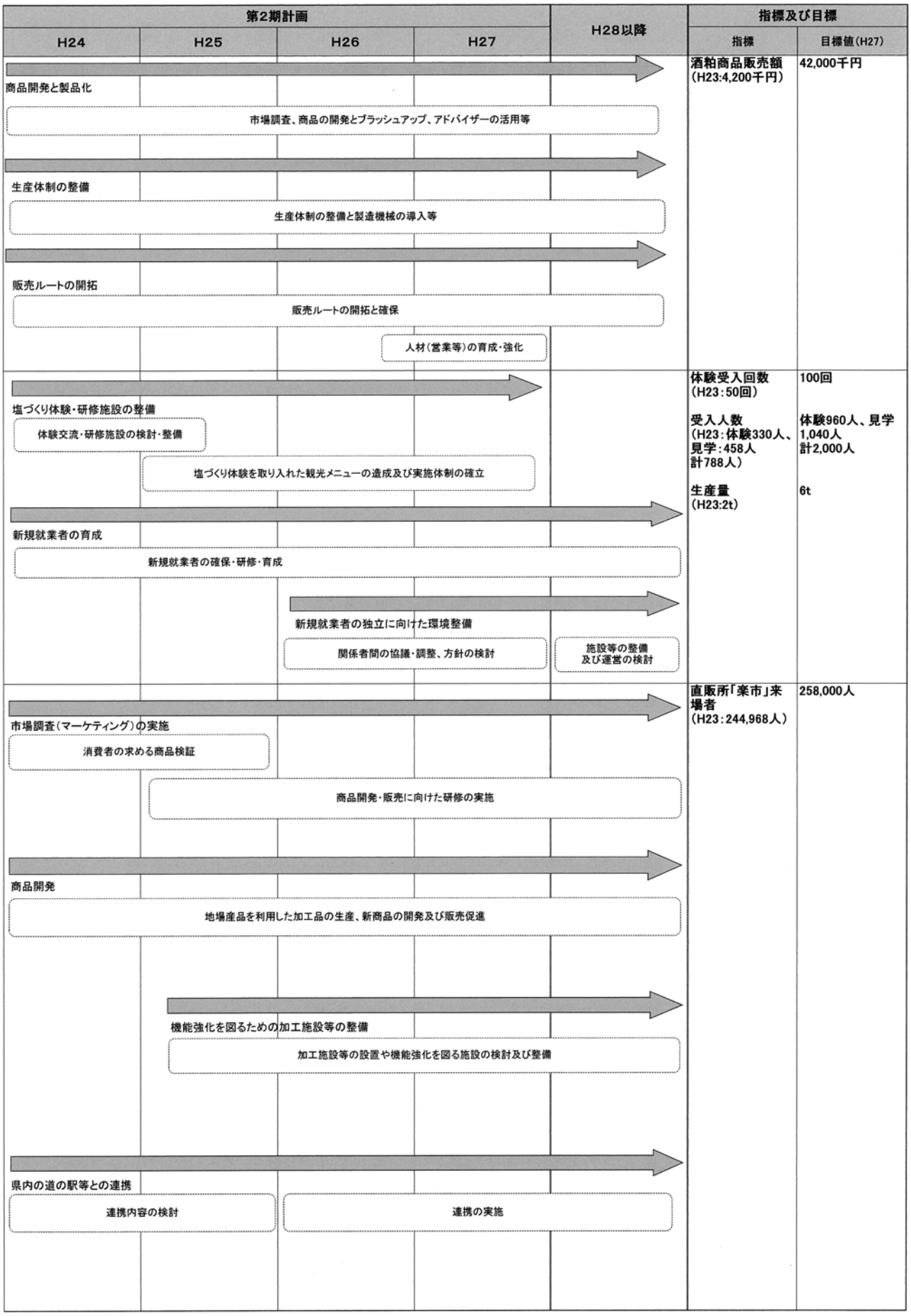
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 12　安芸市の地域食材を活用した商品づくりの推進<br><br>《安芸市》 | 安芸の安全・安心な地域食材を活用し、新たな加工品の開発と既存商品の磨き上げを行うことで、交流人口の拡大による安芸市の経済の活性化を図るとともに、生産者の所得の向上を目指す。 | ・安芸市<br>・生産団体・グループ<br>・民間事業者・加工業者<br>・安芸市観光協会<br>・「はばたけ弥太郎」安芸市推進委員会<br>・安芸「釜あげちりめん丼」楽会<br>・安芸市商工会議所女性会<br>・JA土佐あき婦人部<br>・入河内大根のこそう会 | ・土佐龍馬であい博でのこころざし社中開催（H22入場者：113千人、目標100千人）<br>・ボランティアガイドの育成（40名）（H21～H23）<br>・安芸観光情報センターの設置(H23.3)<br>・新たな特産品の開発（8品目）（H21～H23）<br>・安芸市商工会女性部による「安芸まるごと丼」（ナス、土佐ジロー、シラス活用）の開発（H25）<br>・安芸商工会議所女性部による「安芸市おいしいものマップ」作成<br>・安芸「釜あげちりめん丼」提供店舗17店舗(H26)<br>・「安芸まるごと丼」提供店舗7店舗（H26）<br>・廓中ふるさと館の施設改修（H26）<br><br>◆ボランティアガイドの力量アップや観光に係る人材が育成されてきた。地域食材（ナス、シラス）を活かした食の提供の動きにつながっている。<br>◆JA土佐あき婦人部「商人塾」受講などにより、なすまんの生産増（人材育成）、販路拡大に向けた動きにつながっている。 | ・地域食材を活用した加工品の開発と販売<br><br>・食の提供の強化 | ◆事業者と連携した地域食材を活用した商品の開発や販路の拡大<br><br>◆飲食施設の整備<br><br>◆人材の発掘と育成等 |
| 13　地域食材を活かした奈半利町の特産品づくりの推進<br><br>《奈半利町》 | 地域資源を活用した加工品をつくる施設を整備することにより、地域特産品の生産と販路の拡大を図るとともに地域の生産者の収入の安定化を目指す。 | ・奈半利町<br>・奈半利なんでも市加工グループ<br>・いちじく加工品グループ<br>・高知県漁協加領郷支所女性部<br>・JA土佐あき | 【JA加工施設（奈半利味噌）】<br>・産振補助金を活用し、施設の増床及び機械の追加導入を行った（H26）<br><br>【農産加工施設】<br>・新商品の開発及び担い手の人材育成のための、エリアマネジメントを実施した（H26）<br><br>【水産加工施設】<br>・新商品の開発及び担い手の人材育成のための、エリアマネジメントを実施した（H26） | ・施設整備に向けた関係機関等の調整<br><br>・既存商品の販路拡大<br><br>・新商品の開発及び販売体制の強化 | ◆施設整備の検討<br><br>◆加工施設の整備<br><br>◆商品づくり |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
事業者と連携した地域食材を活用した商品の開発や販路の拡大
ナス・ユズ・土佐ジロー・シラスなどを活用した新たな加工品の開発・販売
・販路拡大(商談会等の活用)
・情報発信(B級グルメ大会等でのPR活動や地域食材を活用した料理コンテストの開催 )
飲食設備の整備
施設・設備等の整備(廓中ふるさと館)
人材の発掘と育成等
土佐MBA・土佐FBCを活用した育成等
企業訪問や商工会議所女性部・中小企業家同友会安芸支部等と連携しての人材発掘
施設整備の検討
加工施設の整備検討
生産体制づくりの検討
加工施設の整備
JA加工施設の設計・建設
農産加工施設の設計・建設
運営体制の強化
水産加工施設の設計・建設
運営体制の強化
商品づくり
基本構想の策定
アドバイザーの活用等による新商品の開発及び既存商品のブラッシュアップ
販売ルートの開拓
H25売上額
農産加工品
:500万円
水産加工品
:150万円
農産加工品
750万円
水産加工品
200万円

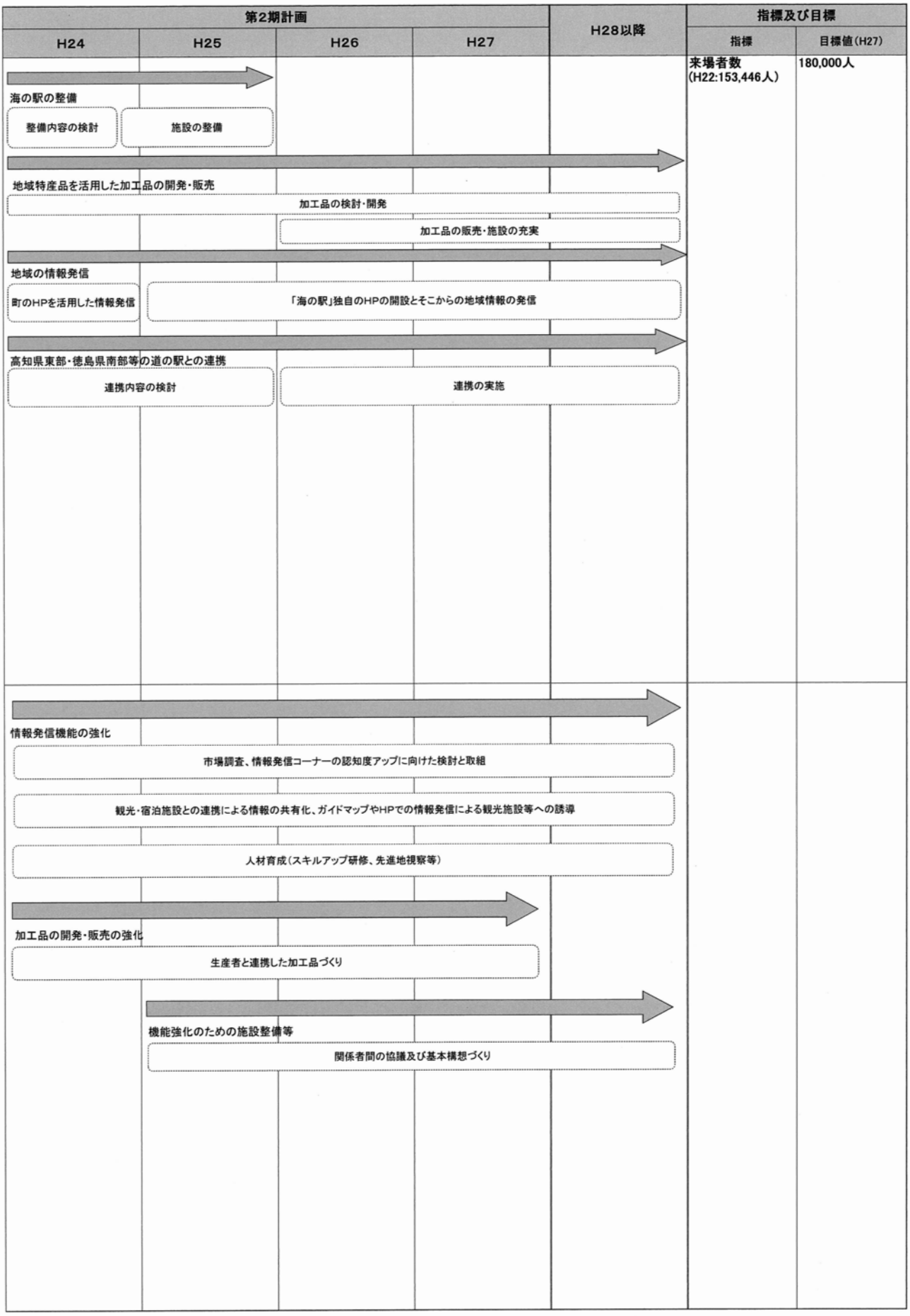
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 14 地域資源を活用した新商品の開発と販路の拡大<br><br>《田野町》 | 田野町及び周辺地域の地域資源を活用した商品を開発し、販路を拡大していくことにより、雇用の確保と地域の経済の活性化を目指す。 | ・四国部品(株)中芸事業所<br>・(有)松崎冷菓工業<br>・民間企業 | ・酒粕スイーツ「蔵乃風」「蔵人の菓」等の開発、販売開始(H22～23)<br>・塩シャーベット「塩姫」等、生姜のお菓子「爪の垢」の開発、販売開始(H24～25)<br>◆酒粕スイーツに関しては、数種類の商品を開発することができた。その後、新しい商品開発も行い、商品構成を充実させることができた。<br>◆酒粕以外の商品についても開発に取り組み、数種類の商品が販売となった。<br><br>・酒粕ドレッシング試作・改良、パッケージデザイン作成(H22～23)(ダイイチダルマ食品㈱※H24事業廃止)<br><br>・田野町の産品である塩を使ったアイス等の商品開発、販売(㈲松崎冷菓工業)(H25)※H25はAP15(天日塩)関連 | ・販売場所及び体制の確立<br><br>・製造コストの低減<br><br>・生産体制の効率化<br><br>・新商品開発のための地域食材の選定<br><br>・酒造場、農水産物、加工業者等との連携<br><br>・販路の拡大 | ◆商品開発と製品化<br><br>◆生産体制の整備<br><br>◆販売ルートの開拓 |
| 15 完全天日塩の生産の拡大と観光への活用<br><br>《田野町》 | 製塩ハウス施設等の整備と併せて新たな就業者の確保・育成を行うとともに、塩づくり体験を通して、完全天日塩の産業化と交流人口の拡大を図る。 | ・田野町<br>・民間事業者 | ・塩づくりの過程を見学・体験できる施設を整備(H24)<br><br>・町内の産業振興や移住促進等の事業とあわせて、体験施設運営や塩づくりに関する地域おこし協力隊を導入(H25:4人、H26:2人(12月時点))<br><br>◆体験用施設を整備し、地域おこし協力隊を導入したことにより、体験受入れによる交流人口の増に取り組む環境ができた。<br>◆体験用施設での塩づくりの新規就業者育成にも活用している。 | ・集客できる体験メニューの充実<br><br>・体験施設の実施体制の確立<br><br>・新規就業者の確保・育成 | ◆塩づくり体験・研修施設の整備<br><br>◆新規就業者の育成<br><br>◆新規就業者の独立に向けた環境整備 |
| 16 キラメッセ室戸「楽市」の機能強化<br><br>《室戸市》 | 地域食材を加えたジェラートの製造や地域産品の加工を行う施設等を整備して、新商品を開発するとともに、商品の充実や販売を促進することにより、生産者の所得向上を図る。 | ・室戸市 | ・H20、楽市の一部改修<br>・H22、駐車場の部分拡張<br>・加工施設整備・駐車場造成スペースの確保<br>・産業振興推進総合支援事業費補助金採択(H26.8)<br>・工事入札(H27.1)<br><br>◆楽市来場者(H24):約25万7千人(キラメッセ全体で約32万8千人)、楽市売上額(H24):2億5千万円(全体約4億円超え)<br>◆県外の店舗・アンテナショップ等へ野菜等を出荷(H24～)し、販路を拡大して地産外商を推進した。 | ・取扱い生鮮品(野菜、果物等)の消費拡大<br>・地域食材の加工施設の整備<br>・地場産品を利用した加工品の開発 | ◆市場調査(マーケティング)の実施<br><br>◆商品開発<br><br>◆機能強化を図るための加工施設等の整備<br><br>◆県内の道の駅等との連携 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
商品開発と製品化
市場調査、商品の開発とブラッシュアップ、アドバイザーの活用等
生産体制の整備
生産体制の整備と製造機械の導入等
販売ルートの開拓
販売ルートの開拓と確保
人材(営業等)の育成・強化
酒粕商品販売額
(H23:4,200千円)
42,000千円
塩づくり体験・研修施設の整備
体験交流・研修施設の検討・整備
塩づくり体験を取り入れた観光メニューの造成及び実施体制の確立
新規就業者の育成
新規就業者の確保・研修・育成
新規就業者の独立に向けた環境整備
関係者間の協議・調整、方針の検討
施設等の整備
及び運営の検討
体験受入回数
(H23:50回)
100回
受入人数
(H23:体験330人、
見学:458人
計788人)
体験960人、見学
1,040人
計2,000人
生産量
(H23:2t)
6t
市場調査(マーケティング)の実施
消費者の求める商品検証
商品開発・販売に向けた研修の実施
商品開発
地場産品を利用した加工品の生産、新商品の開発及び販売促進
機能強化を図るための加工施設等の整備
加工施設等の設置や機能強化を図る施設の検討及び整備
県内の道の駅等との連携
連携内容の検討
連携の実施
直販所「楽市」来
場者
(H23:244,968人)
258,000人

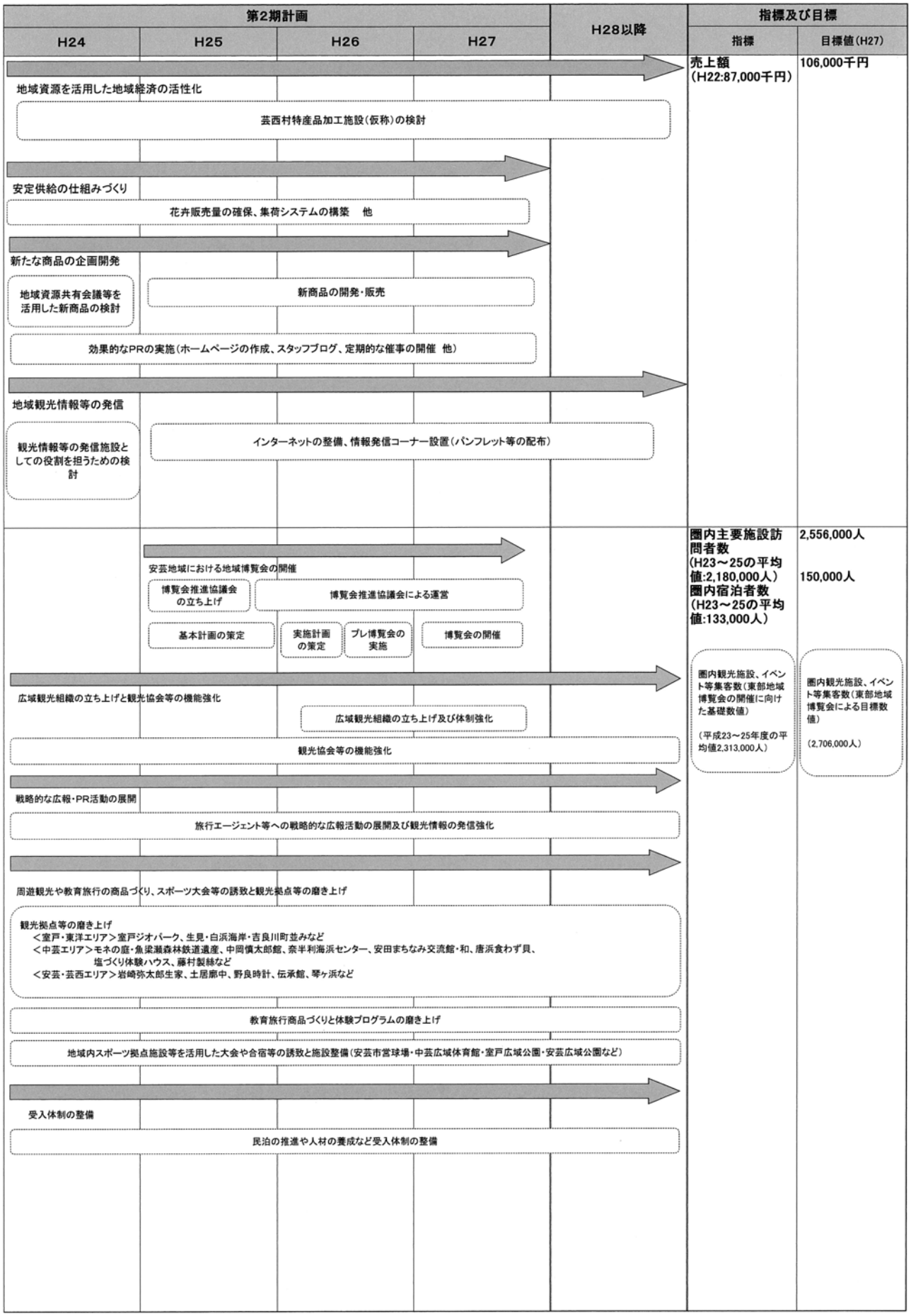
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 17 海の駅を拠点とした地域振興<br><br>《東洋町》 | 高知県の東の玄関口である東洋町に、観光拠点施設や地元特産品の販売・加工施設、飲食施設等の機能を付加した「海の駅」を整備することにより地域の活性化を図る。 | ・東洋町 | ・平成20年1月、海の駅東洋町（木造平屋建、171m2）開設<br>来場者：H21、134,896人<br>H22、153,446人<br>H23、156,063人<br>・平成24年7月、火災により「海の駅」東洋町焼失<br>・平成24年9月、海の駅再建委員会設置（委員会開催：3回、H24.10.29、委員会答申）<br>・平成25年8月、海の駅運営協議会設置（H25.12.27まで5回開催）<br>・ﾌｪｲｽﾌﾞｯｸによる情報発信（H26）<br><br>◆平成25年12月15日に海の駅が竣工（木造平屋建、267m2）し、平成26年1月12日から運営を再開した。 | ・運営体制の強化<br><br>・地域産品を活用した加工品の確保<br><br>・観光拠点機能の付加 | ◆海の駅の整備<br><br>◆地域特産品を活用した加工品の開発・販売<br><br>◆地域の情報発信<br><br>◆高知県東部・徳島県南部等の道の駅との連携 |
| 18 道の駅「田野駅屋」の機能強化（特産品開発及び情報発信）と施設整備等<br><br>《田野町》 | 地域の特産品や観光情報の発信機能を強化し、田野駅屋の集客力を最大限に有効活用する。併せて地域農産物等を活用した加工品を開発・販売し、消費拡大を図っていく。さらに、それらに資する施設整備等を行う。 | ・田野町<br>・道の駅指定管理者<br>・加工施設指定管理者<br>・生産者組織 | ・加工品7品目（たのかつ、鯖コロッケ等）を開発（H21）<br>・加工品3品目（コロッケ2種、鹿肉カレーライス）を試作（H22）<br>◆加工品の開発に関しては、22年度までに10品目の開発・試作がなされて販売されてきたが、販売が継続されているものは少ない。<br><br>・田野駅屋拡張（74㎡増）（H23.3）<br>◆情報発信コーナーが整備されたことで、中芸地域以東の観光情報発信の拠点として活動している。 | ・情報発信機能の更なる強化<br><br>・地場産品を活用した魅力ある特産品（加工品）の開発と販売体制の強化<br><br>・施設整備に向けた関係機関等の調整<br><br>・運営体制の強化 | ◆情報発信機能の強化<br><br>◆加工品の開発・販売の強化<br><br>◆機能強化のための施設整備等 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値（H27）
来場者数
（H22:153,446人）
180,000人
海の駅の整備
整備内容の検討
施設の整備
地域特産品を活用した加工品の開発・販売
加工品の検討・開発
加工品の販売・施設の充実
地域の情報発信
町のHPを活用した情報発信
「海の駅」独自のHPの開設とそこからの地域情報の発信
高知県東部・徳島県南部等の道の駅との連携
連携内容の検討
連携の実施
情報発信機能の強化
市場調査、情報発信コーナーの認知度アップに向けた検討と取組
観光・宿泊施設との連携による情報の共有化、ガイドマップやHPでの情報発信による観光施設等への誘導
人材育成（スキルアップ研修、先進地視察等）
加工品の開発・販売の強化
生産者と連携した加工品づくり
機能強化のための施設整備等
関係者間の協議及び基本構想づくり

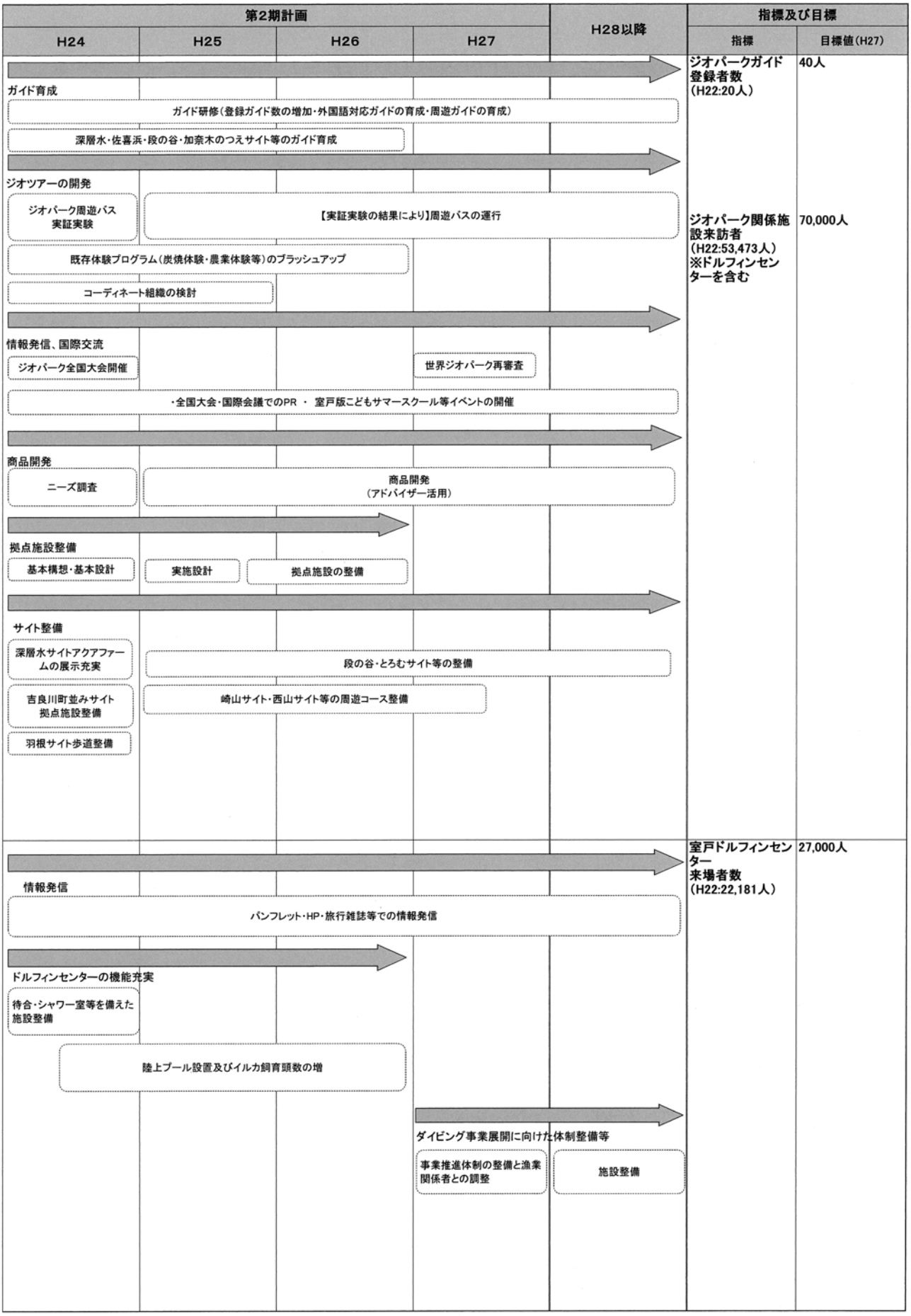
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 19 地場産品直販所「かっぱ市」の機能強化<br><br>《芸西村》 | 地場産品直販所「かっぱ市」のリニューアルオープンに伴い、花弁類・鮮魚類の販売を拡充させ、他の直販所と差別化することで売上の増加を図るとともに、地域経済の活性化を図る。<br>村内で生産される農産物等(ピーマン・黒砂糖等)を使用した新たな商品を企画開発し、村内産品の付加価値を高める。 | ・芸西村<br>・(有)かっぱ市<br>・生産者グループ | ・H23年10月産振補助金を活用し、リニューアルオープン<br>・営業時間の延長<br>◆売り場面積を1.5倍に拡充し、花弁部門を中心として、惣菜・鮮魚部門等の売上増加と商品回転率を高め、収益の増加を図る。<br>◆外販部門の継続雇用と、テイクアウト飲食部門の充実・拡充により、短期雇用を図る。<br><br>・かっぱ市職員が農業創造セミナー等の研修会に積極的に参加(H23)<br>・産振アドバイザーの助言による試作商品の販売(H23)<br>・店内調理場での弁当等加工品の販売開始(H24,10～)<br>・新商品:「黒糖みつ」の販売と黒糖みつを使用したかき氷の販売開始(H26)<br>・店内にイートインコーナー設置(H26)<br><br>◆具体的な活動計画を作成するなど、サービス向上・売上増加に向けた意識の高揚が図られた。 | ・花弁出展量の確保<br><br>・新商品の開発、新商品の原材料確保(サトウキビ等)<br><br>・商品集荷システムの構築<br><br>・テイクアウト商品の充実 | ◆地域資源を活用した地域経済の活性化<br><br>◆安定供給の仕組みづくり<br><br>◆新たな商品の企画開発<br><br>◆地域観光情報等の発信 |
| 20 安芸地域の観光振興の推進　～東部地域博覧会の開催～<br><br>《安芸地域全域》 | 安芸地域における市町村が連携して地域博覧会を開催することを契機に、安芸地域外からの誘客を増加させて地域経済の活性化を図る。<br>併せて、地域博覧会により蓄積された広域観光のノウハウを活かすために、広域観光のプロモーション機能や地域コーディネート機能を持つ組織をつくることにより、地域博覧会後における広域観光の推進体制を整備する。 | ・安芸広域市町村圏事務組合<br>・市町村<br>・観光協会等<br>・地域団体<br>・民間事業者<br>・高知県東部地域博覧会推進協議会 | ・観光素材集「土佐東方見聞録」の作成5万部(H21～22)<br>・DVDの作成　500枚(H21)<br>・ランドオペレーター1名雇用(H22.6～)<br>・安芸球場キャンプ誘致活動(H21～23)<br>・安芸球場改修基本設計(H23)<br>・エージェントセールス(H25.1.10～11中四国、H25.2.5～6関西)<br>・教育旅行誘致用の広域パンフレット作成(H25)<br>・東部地域博覧会の「基本計画」(H25)、「実施計画」(H26)の策定<br>・東部地域博覧会の推進に向けたイベント審査会、企画運営部会、企画運営コアメンバー会、広報誘客部会、受入おもてなし部会の設置及び開催(H26)<br>・広域観光アドバイザー研修:13回(H26)<br>・東部地域博覧会実施計画に基づく広報PR及びセールス活動(H26)<br><br>◆素材集を活用した県外エージェントやマスコミへの営業活動を展開。特に森林鉄道、室戸ジオパーク、モネの庭をメインに東部地域の面的なPRを実施。今後の足がかりにつなげている。<br>◆東部地域博覧会(H27,4,29～)に向けて、新たなイベントや体験プログラム等の造成、観光素材の磨き上げが行われた。また、東部地域博覧会の広報PR、セールス活動により、東部地域の観光素材が広く認知された。 | ・広域的な連携強化<br><br>・戦略的な商品造成<br><br>・教育旅行に向けた民泊及び体験メニューの充実と人材育成<br><br>・広域観光組織の立ち上げ | ◆安芸地域における地域博覧会の開催<br><br>◆広域観光組織の立上げと観光協会等の機能強化<br><br>◆戦略的な広報・PR活動の展開<br><br>◆周遊観光や教育旅行の商品づくり、スポーツ大会等の誘致と観光拠点等の磨き上げ<br><br>◆受入体制の整備 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
売上額
(H22:87,000千円)
106,000千円
地域資源を活用した地域経済の活性化
芸西村特産品加工施設(仮称)の検討
安定供給の仕組みづくり
花弁販売量の確保、集荷システムの構築　他
新たな商品の企画開発
地域資源共有会議等を活用した新商品の検討
新商品の開発・販売
効果的なPRの実施(ホームページの作成、スタッフブログ、定期的な催事の開催　他)
地域観光情報等の発信
観光情報等の発信施設としての役割を担うための検討
インターネットの整備、情報発信コーナー設置(パンフレット等の配布)
圏内主要施設訪問者数
(H23～25の平均値:2,180,000人)
2,556,000人
圏内宿泊者数
(H23～25の平均値:133,000人)
150,000人
安芸地域における地域博覧会の開催
博覧会推進協議会の立ち上げ
博覧会推進協議会による運営
基本計画の策定
実施計画の策定
プレ博覧会の実施
博覧会の開催
圏内観光施設、イベント等集客数(東部地域博覧会の開催に向けた基礎数値)
(平成23～25年度の平均値2,313,000人)
圏内観光施設、イベント等集客数(東部地域博覧会による目標数値)
(2,706,000人)
広域観光組織の立ち上げと観光協会等の機能強化
広域観光組織の立ち上げ及び体制強化
観光協会等の機能強化
戦略的な広報・PR活動の展開
旅行エージェント等への戦略的な広報活動の展開及び観光情報の発信強化
周遊観光や教育旅行の商品づくり、スポーツ大会等の誘致と観光拠点等の磨き上げ
観光拠点等の磨き上げ
＜室戸・東洋エリア＞室戸ジオパーク、生見・白浜海岸・吉良川町並みなど
＜中芸エリア＞モネの庭・魚梁瀬森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、奈半利海浜センター、安田まちなみ交流館・和、唐浜食わず員、塩づくり体験ハウス、藤村製絲など
＜安芸・芸西エリア＞岩崎弥太郎生家、土居廓中、野良時計、伝承館、琴ヶ浜など
教育旅行商品づくりと体験プログラムの磨き上げ
地域内スポーツ拠点施設等を活用した大会や合宿等の誘致と施設整備(安芸市営球場・中芸広域体育館・室戸広域公園・安芸広域公園など)
受入体制の整備
民泊の推進や人材の養成など受入体制の整備

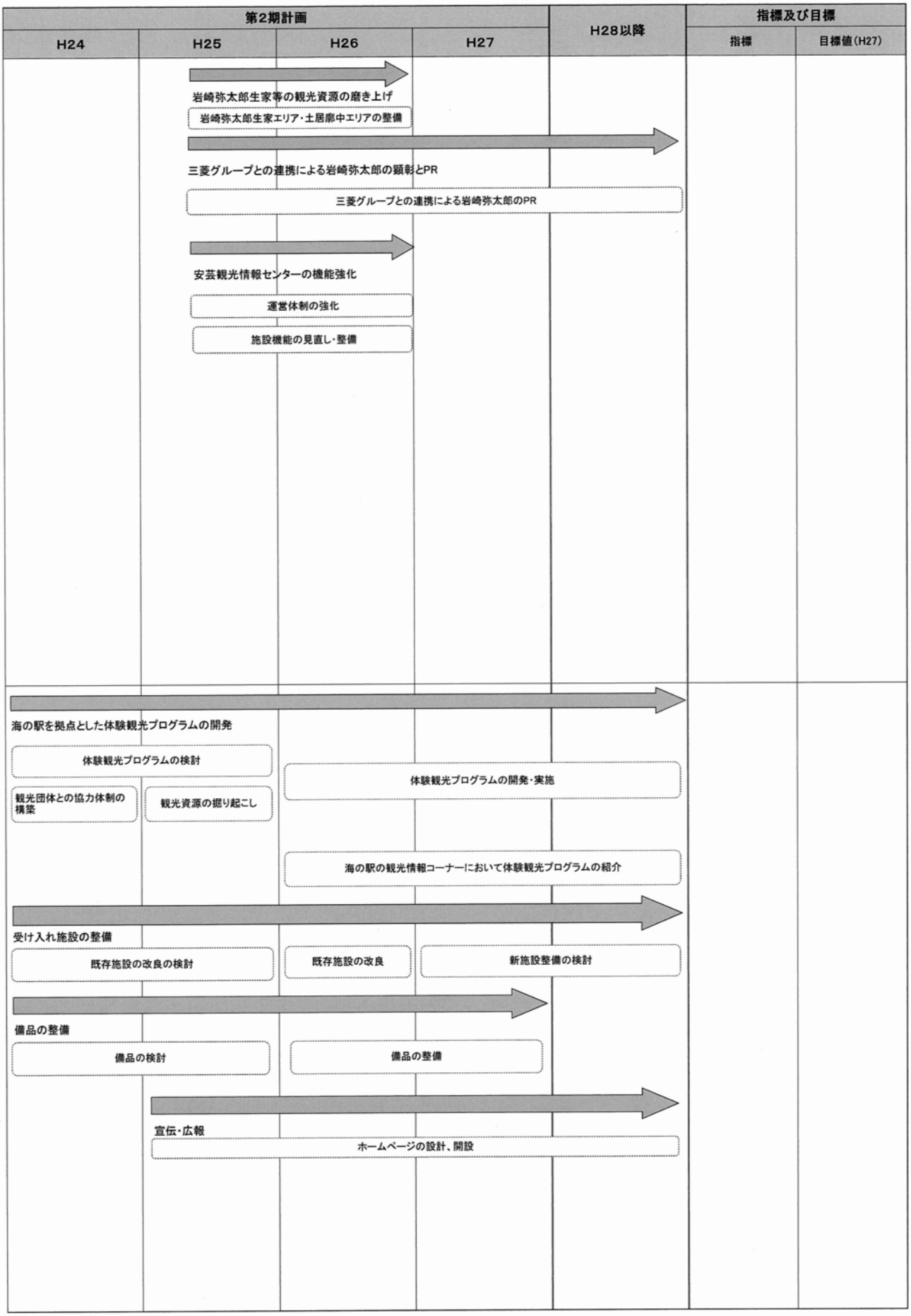
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 21 世界ジオパーク認証を活かした観光の振興<br><br>《室戸市》 | 世界ジオパークに認証された室戸ジオサイトにおける受入体制の整備や商品開発に取り組み交流人口の拡大を図っていく。 | ・室戸市<br>・室戸ジオパーク推進協議会<br>・室戸市観光協会 | ・看板や遊歩道、駐車場などの環境整備(H21～26)<br>・ガイドやジオパークマスターの養成研修の実施(H21～)<br>(H25年4月ガイド登録者:48人)<br>・世界ジオパーク認証(H23.9.18)<br>◆モニターツアーの実施(H24)によるツアー参加者のニーズを把握した。<br>◆日本ジオパーク全国大会を開催し(H24.11、参加者:約2,200人)全国大会を開催することによる宿泊・食事利用等の経済効果と地域住民との連携が図られるとともに室戸ジオパークの理解が促進された。<br>◆拠点施設整備の基本計画ワークショップの開催(H24)により、地域住民が積極的に関わった計画が策定された。<br>・日本ジオパーク再審査(H26.12)<br>◆日本ジオパーク再審査の結果、再認定となった。 | ・受入れ体制の強化<br><br>・拠点施設整備<br><br>・世界ジオパーク再審査 | ◆ガイド育成<br><br>◆ジオツアーの開発<br><br>◆情報発信、国際交流<br><br>◆商品開発<br><br>◆拠点施設整備<br><br>◆サイト整備 |
| 22 「海の駅とろむ」を核とした交流人口の拡大<br><br>《室戸市》 | 室戸岬漁港(新港)の「海の駅とろむ」を核として、マリンレジャーによる交流人口の拡大を図る。<br>室戸ドルフィンセンターの待合施設やシャワー施設を備えた施設建設により、利用者満足度の向上、物販スペース等の拡大による事業売り上げの向上を図る。また、陸上プール設置及びイルカ飼育頭数を増やすことによる体験者の増加を図る。 | ・NPO法人室戸ドルフィンプロジェクト<br>・室戸市 | ・施設・設備等(ウエットスーツ、浮き桟橋、倉庫、屋外看板)の充実(H21～23)<br>・広告宣伝の強化(H21～23)<br>・体験プログラムの見直し(H22～23)<br>◆高額プログラムのドルフィンスイムの参加者が大幅に増加した。(H20、1,204人からH24、1,541人)<br>◆H24、新たな陸上施設の建築及び陸上プール(直径10m、水深5m)の整備により、より安心・安全にふれあい体験が利用できるようになった。また、物販・休憩スペースも確保され、来場者の満足度の向上、事業収入の増加に向けた土台を築いた。 | ・ジオパーク等地域の観光素材を組み合わせた情報発信<br><br>・より多くの集客を図るための広報・営業の検討<br><br>・周辺施設等との連携による集客<br><br>・ダイビング事業展開のための事業推進体制の整備 | ◆情報発信<br><br>◆ドルフィンセンターの機能充実<br><br>◆ダイビング事業展開に向けた体制整備等 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ジオパークガイド登録者数（H22:20人）
40人
ガイド育成
ガイド研修（登録ガイド数の増加・外国語対応ガイドの育成・周遊ガイドの育成）
深層水・佐喜浜・段の谷・加奈木のつえサイト等のガイド育成
ジオツアーの開発
ジオパーク周遊バス実証実験
【実証実験の結果により】周遊バスの運行
既存体験プログラム（炭焼体験・農業体験等）のブラッシュアップ
コーディネート組織の検討
ジオパーク関係施設来訪者（H22:53,473人）※ドルフィンセンターを含む
70,000人
情報発信、国際交流
ジオパーク全国大会開催
世界ジオパーク再審査
・全国大会・国際会議でのPR ・ 室戸版こどもサマースクール等イベントの開催
商品開発
ニーズ調査
商品開発（アドバイザー活用）
拠点施設整備
基本構想・基本設計
実施設計
拠点施設の整備
サイト整備
深層水サイトアクアファームの展示充実
段の谷・とろむサイト等の整備
吉良川町並みサイト拠点施設整備
崎山サイト・西山サイト等の周遊コース整備
羽根サイト歩道整備
室戸ドルフィンセンター来場者数（H22:22,181人）
27,000人
情報発信
パンフレット・HP・旅行雑誌等での情報発信
ドルフィンセンターの機能充実
待合・シャワー室等を備えた施設整備
陸上プール設置及びイルカ飼育頭数の増
ダイビング事業展開に向けた体制整備等
事業推進体制の整備と漁業関係者との調整
施設整備

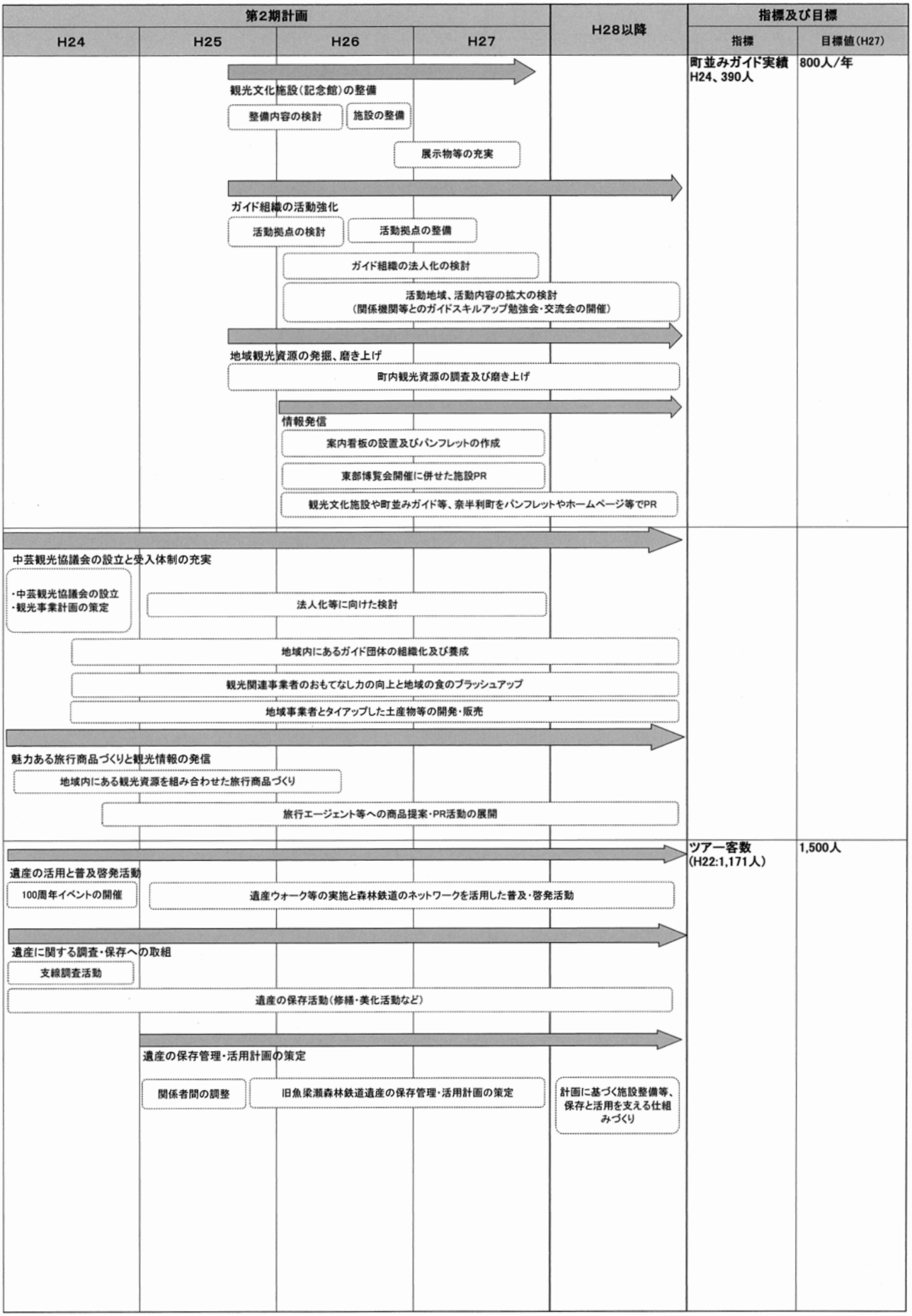
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 23 岩崎弥太郎生家を核とした観光振興<br><br>《安芸市》 | 岩崎弥太郎生家エリアや土居廓中エリアを観光拠点として磨き上げを実施し、交流人口の拡大による安芸市の経済の活性化を図る。 | ・安芸市<br><br>・安芸市観光協会<br><br>・「はばたけ弥太郎」安芸市推進委員会<br><br>・安芸市観光ボランティアガイドの会<br><br>・民間事業者 | ・土佐龍馬であい博での、こころざし社中開催(H22入場者、113千人、目標100千人)<br>・ボランティアガイドの育成(40名)(H21～H23)<br>・H23,3、安芸観光情報センターの設置<br>・岩崎弥太郎銅像を生家近くへ移転(H26)<br>・廓中ふるさと館の施設改修(H26)<br><br>◆ボランティアガイドの力量アップや観光に係る人材が育成されてきた。 | ・岩崎弥太郎を活かした取組の強化<br>・新規ボランティアガイドの獲得 | ◆岩崎弥太郎生家等の観光資源の磨き上げ<br><br>◆三菱グループとの連携による岩崎弥太郎の顕彰とPR<br><br>◆安芸観光情報センターの機能強化 |
| 24 東洋町における体験観光の推進<br><br>《東洋町》 | サーフィンやダイビングなどを中心としたマリンスポーツ等の体験を目的とした修学旅行や企業研修、サークル活動の受入れ施設を整備するとともに、新たな体験プログラムの開発を行う。 | ・東洋町<br><br>・地元マリンスポーツ関係事業者<br><br>・観光振興協会 | ・海の駅運営委員会の設置及び協議(H25)<br>・H25、町観光関係予算化<br>・観光振興補助金(50万円)<br>・新商品開発事業費補助金(50万円)<br>・高知県観光拠点整備事業費補助金を活用し、白浜キャンプ場炊事場を整備。(H26)<br>・地域おこし協力隊(観光)1名着任(H26)<br><br>◆実行支援チーム会などでの協議や整備対象施設の現況調査により、課題が明確化され、今後の取組の変更につながった。 | ・地域資源を活かした体験プログラムの開発<br><br>・地元事業者(サーフショップ等)との協調<br><br>・受入施設の整備 | ◆海の駅を拠点とした体験観光プログラムの開発<br><br>◆受け入れ施設の整備<br><br>◆備品の整備<br><br>◆宣伝・広報 |


第2期計画
H28以降
指標及び目標
H24
H25
H26
H27
指標
目標値（H27）
岩崎弥太郎生家等の観光資源の磨き上げ
岩崎弥太郎生家エリア・土居廓中エリアの整備
三菱グループとの連携による岩崎弥太郎の顕彰とPR
三菱グループとの連携による岩崎弥太郎のPR
安芸観光情報センターの機能強化
運営体制の強化
施設機能の見直し・整備
海の駅を拠点とした体験観光プログラムの開発
体験観光プログラムの検討
観光団体との協力体制の構築
観光資源の掘り起こし
体験観光プログラムの開発・実施
海の駅の観光情報コーナーにおいて体験観光プログラムの紹介
受け入れ施設の整備
既存施設の改良の検討
既存施設の改良
新施設整備の検討
備品の整備
備品の検討
備品の整備
宣伝・広報
ホームページの設計、開設

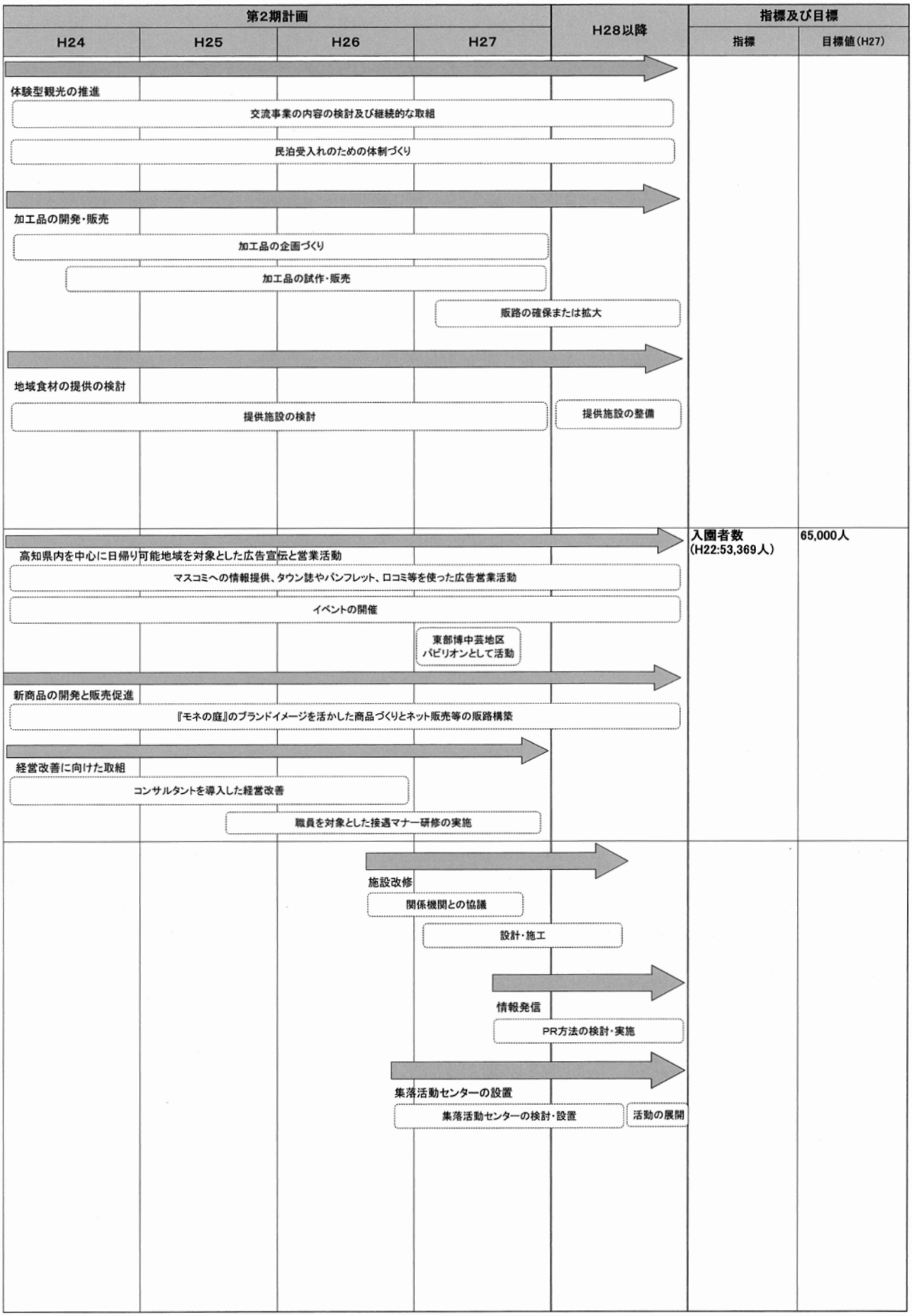
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 25 藤村製絲を活用した観光振興<br><br>《奈半利町》 | 藤村製絲を活かした観光振興をなはり浦の会とともに行い交流人口の拡大を図る。 | ・藤村製絲<br>・なはり浦の会<br>・奈半利町<br>・なはり観光文化協会 | ・高知県観光拠点等整備事業費補助金を活用し、観光拠点施設となる藤村製絲記念館を建設(H26) | ・藤村製絲記念館の活用拡大<br>・関係機関との連携<br>・広報等の強化 | ◆観光文化施設(記念館)の整備<br>◆ガイド組織の活動強化<br>◆地域観光資源の発掘、磨き上げ<br>◆情報発信 |
| 26 中芸地区における広域観光の推進<br><br>《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》 | 官民が協働して、地域内にある観光資源を磨き上げ魅力のある滞在型・体験型旅行商品づくりを行いながら、観光客の増加を図り、地域の経済の活性化を推進する。 | ・中芸広域連合<br>・中芸観光協議会<br>・中芸商工会<br>・観光関連事業者等 | ・中芸観光協議会の運営(H24、全体会:2回、運営会議10回)<br>・中芸観光ビジョン策定委員会開催(H24:4回)<br>・中芸観光スペシャルキャンペーンの開催(H24、実行委員会:9回)<br>・ホームページの開設、イベント等での観光情報PR(1,110名)<br>・東部地域博覧会の中芸地域コアイベント2件の造成(H26)<br>・東部地域博覧会プレイベントの開催<br>・中芸地域食材ﾒﾆｭｰの開発(H26)<br><br>◆中芸観光協議会の設立)及び中芸観光ビジョンの策定により、今後の具体的取組が示された。<br>◆旅行会社等(高新観光ほか3社)と調整し、観光プロモーション(8回)が開催された。<br>◆東部地域博覧会の地域イベント等を新たに造成したことで、中芸地域の観光素材の充実が図られた。 | ・魅力ある旅行商品の造成<br>・ガイド等の受入体制の整備<br>・東部地域博覧会(H27.4.29開幕)の円滑な運営 | ◆中芸観光協議会の設立と受入体制の充実<br>◆魅力ある旅行商品づくりと観光情報の発信 |
| 27 魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大<br><br>《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》 | 森林鉄道遺産(産業遺産、森の仕事、当時の生活文化等)を中芸地区の新しい地域資源(地域遺産)ととらえ、一般層の利用も視野に入れた活用に取り組み、地域連携を通して、交流人口の拡大や文化活動の促進を図る。 | ・奈半利町<br>・田野町<br>・安田町<br>・北川村<br>・馬路村<br>・中芸観光協議会<br>・中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会 | ◆東部地域の新しい観光素材として旅行会社の注目度が高く、ツアーが催行される(第1期)<br>・案内看板、遊歩道、駐車場の設置(H21～23)<br>・観光用ビデオの作成(H22)<br>・開通100周年事業の実施(H23～H24)<br>・ガイドの育成14名(H21～22)<br>・旧魚梁瀬森林鉄道施設保存活用計画策定協議会の設置(H25) | ・5カ町村広域の窓口である中芸観光協議会の体制強化<br>・ガイド、食事、宿泊等受入体制の強化<br>・高知家まるごと東部博を契機とした更なる情報発信 | ◆遺産の活用と普及啓発活動<br>◆遺産に関する調査・保存への取組<br>◆遺産の保存管理・活用計画の策定 |


第2期計画
H28以降
指標及び目標
H24
H25
H26
H27
指標
目標値（H27）
町並みガイド実績
H24、390人
800人/年
観光文化施設（記念館）の整備
整備内容の検討
施設の整備
展示物等の充実
ガイド組織の活動強化
活動拠点の検討
活動拠点の整備
ガイド組織の法人化の検討
活動地域、活動内容の拡大の検討
（関係機関等とのガイドスキルアップ勉強会・交流会の開催）
地域観光資源の発掘、磨き上げ
町内観光資源の調査及び磨き上げ
情報発信
案内看板の設置及びパンフレットの作成
東部博覧会開催に併せた施設PR
観光文化施設や町並みガイド等、奈半利町をパンフレットやホームページ等でPR
中芸観光協議会の設立と受入体制の充実
・中芸観光協議会の設立
・観光事業計画の策定
法人化等に向けた検討
地域内にあるガイド団体の組織化及び養成
観光関連事業者のおもてなし力の向上と地域の食のブラッシュアップ
地域事業者とタイアップした土産物等の開発・販売
魅力ある旅行商品づくりと観光情報の発信
地域内にある観光資源を組み合わせた旅行商品づくり
旅行エージェント等への商品提案・PR活動の展開
ツアー客数
（H22:1,171人）
1,500人
遺産の活用と普及啓発活動
100周年イベントの開催
遺産ウォーク等の実施と森林鉄道のネットワークを活用した普及・啓発活動
遺産に関する調査・保存への取組
支線調査活動
遺産の保存活動（修繕・美化活動など）
遺産の保存管理・活用計画の策定
関係者間の調整
旧魚梁瀬森林鉄道遺産の保存管理・活用計画の策定
計画に基づく施設整備等、保存と活用を支える仕組みづくり

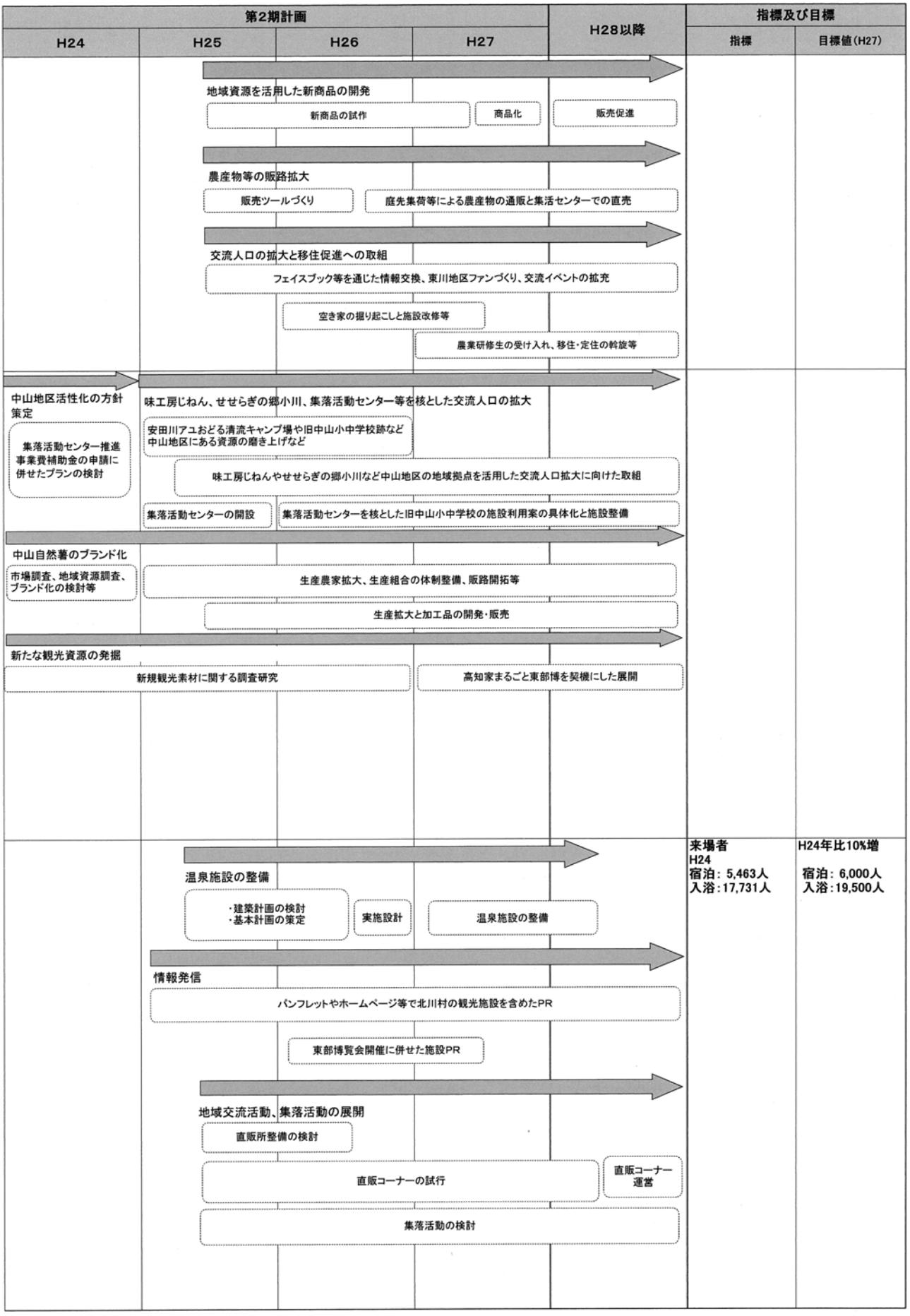
## 【安芸地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 28 | 体験型観光と地域の加工品づくりの推進<br>～大野台地は、えいところ！～<br><br>《田野町》 | 交流事業の推進による交流人口の拡大と併せて新たな加工品開発に取り組むことで、農畜産物の消費拡大や所得の向上、雇用機会の創出を図る。 | ・大野倶楽部<br>・田野町 | ・体験活動による交流事業の受入れ、主催による実施<br>・稲田塾の体験合宿（H22～23）<br>・加工品の開発の検討、試作（H24～）、販売（H25）<br><br>◆H22年度に、初めて大野倶楽部主催による体験イベントを企画、実施するなどして体験メニューの試行に取り組んだ。H23年度以降、これまでの経験を活かして体験事業の実施に取り組み、その結果、交流人口の拡大など一定の成果は見られる。<br>◆H25年度に加工品の販売と女性部主催事業の開催を行い、H26年度には農業体験と組み合わせた交流事業も実施している。<br>◆東部地域で初めてとなる民泊にも積極的に取り組んでおり、教育旅行の受入れなど今後の展開に期待が持てる。 | ・事務局体制の確立、受入れと実施体制の強化<br><br>・地域住民への活動理念の浸透<br><br>・他地域の資源と連携したメニューづくり<br><br>・活動を収入に繋げていく仕組みづくり<br><br>・地域資源を活かした農業体験メニューの実施<br><br>・民泊受入れ家庭の増 | ◆体験型観光の推進<br><br>◆加工品の開発・販売<br><br>◆地域食材の提供の検討 |
| 29 | 世界に2つの「モネの庭」の誘客強化による交流人口の拡大<br><br>《北川村》 | 県外での広告宣伝や、それに連動した営業活動によって、来園への新たな動機付けにつながる施設整備やイベントの実施をPRして集客力を高める。 | ・北川村<br>・(株)きたがわジャルダン | ・旧ワイナリーを多目的ホールへ改修（H22）<br>・TVや専門誌等様々な広告媒体を用いたPR（H22～23）<br>・経営コンサルタントのアドバイスを受けたコスト削減への取組（H23～）<br>・庭園整備（H22、H23）<br>・新支配人の着任（H25）<br>・接客アドバイザーによる接遇マナー研修の実施（H25～）<br>◆入園者数（決算期の毎年2月から翌年1月までの年間入園者数）<br>H21.2～H22.1　60,040人<br>H22.2～H23.1　53,369人<br>H23.2～H24.1　59,101人<br>H24.2～H25.1　55,288人<br>H25.2～H26.1　56,281人<br>対H24：101.8%　対H23：95.2% | ・入園者数の減少傾向（開園1年目の20万人超から、近年は5万人台で推移）<br><br>・県外での認知度が低い（GAP調査結果）<br><br>・誘客対策の強化<br><br>・営業体制の強化 | ◆高知県内を中心に日帰り可能地域を対象とした広告宣伝と営業活動<br><br>◆新商品の開発と販売促進<br><br>◆経営改善に向けた取組 |
| 30 | 旧椎名小学校を活用した地域振興<br><br>《室戸市》 | 旧椎名小学校を海をテーマにした観光施設（深海生物、ウミガメ等を展示するミニ水族館、標本などの模型の展示、魚さばき体験スペースの設置等）に改修し、併せて集落活動センターを設置することにより、住民主体の活動を促進し、地域の課題解決や交流人口の拡大を図る。 | ・室戸市<br><br>・NPO法人日本ウミガメ協議会<br><br>・地域住民団体（椎名常会）<br><br>・椎名大敷組合 | | | ◆施設改修<br><br>◆情報発信<br><br>◆集落活動センターの設置 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値（H27）
体験型観光の推進
交流事業の内容の検討及び継続的な取組
民泊受入れのための体制づくり
加工品の開発・販売
加工品の企画づくり
加工品の試作・販売
販路の確保または拡大
地域食材の提供の検討
提供施設の検討
提供施設の整備
入園者数
（H22:53,369人）
65,000人
高知県内を中心に日帰り可能地域を対象とした広告宣伝と営業活動
マスコミへの情報提供、タウン誌やパンフレット、口コミ等を使った広告営業活動
イベントの開催
東部博中芸地区
パビリオンとして活動
新商品の開発と販売促進
『モネの庭』のブランドイメージを活かした商品づくりとネット販売等の販路構築
経営改善に向けた取組
コンサルタントを導入した経営改善
職員を対象とした接遇マナー研修の実施
施設改修
関係機関との協議
設計・施工
情報発信
PR方法の検討・実施
集落活動センターの設置
集落活動センターの検討・設置
活動の展開

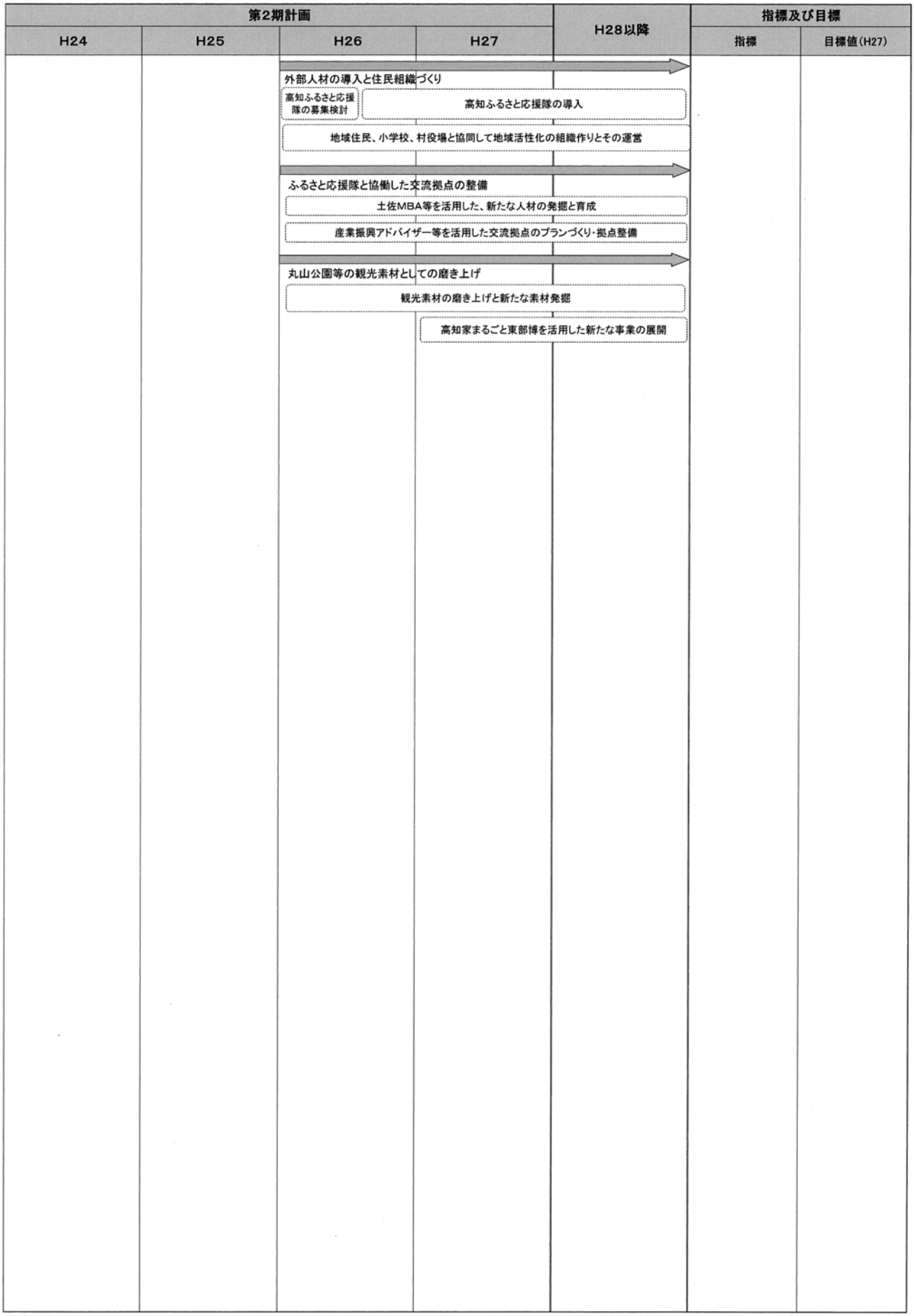
## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 31 集落活動センター「かまん東川」を拠点とした魅力ある地域づくり<br><br>《安芸市》 | 安芸市東川地区の資源を活用した新商品の開発や、農産物の販路の拡大を通じて所得の向上を図るとともに、交流人口の拡大や移住促進の取組を通じて、持続可能な集落づくりを目指す。 | ・東川地域おこし協議会 | ・集落活動センター「かまん東川」の開設（H25.9月）<br><br>・地域おこし協力隊による地域資源を活用した商品開発（紅茶やはちみつ等）や東京等での商品販売（H26）<br><br>・東川若いもんグループによるモニターツアー等イベントの企画、運営（H26）<br><br>・東川ふれあい市の開催（H26） | ・活動を収入につなげていく仕組みづくり<br><br>・集落活動センターの体制強化<br><br>・地域資源を活用した商品開発と販路の拡大 | ◆地域資源を活用した新商品の開発<br><br>◆農産物等の販路拡大<br><br>◆交流人口の拡大と移住促進への取組 |
| 32 安田中山地区の活性化プロジェクト<br><br>《安田町》 | 地区住民が主体となり、安田ふるさと応援隊と協力して集落活動センターの運営を行い、地域資源である自然薯の生産拡大に取り組むとともに、地域の観光資源を活用して交流人口の拡大を図るなど、中山地区を元気にする取組を推進する。 | ・安田町<br>・中山を元気にする会<br>・安田川漁協<br>・自然薯生産組合<br>・味工房じねん<br>・中山合同女性部 | ・集落活動センター「なかやま」の開設（H25.4月）<br>・中山を元気にする会運営会開催（H24）<br>・中山を元気にする会運営会の月例化（H25～）<br>・高知大学・安田町連携事業協議会設置（H24）<br>・旧中山小学校（集落活動センター）の耐震診断（H25）<br>・旧中山小学校（集落活動センター）の改修工事（H26）<br>・安田町ふるさと応援隊（地域おこし協力隊員：1名、集落支援員2名）による運営支援の継続<br>・集落調査員2名の採用（H25）<br>・山芋試験栽培の実施（H26）<br>・町シェアオフィス事業との連携開始（H26）<br><br>◆ふるさと応援隊員の活動を通して地域住民の参加意識が醸成された。 | ・集落活動センターの円滑な運営と外部人材の活用 | ◆「中山地区活性化の方針策定<br>◆味工房じねん、せせらぎの郷小川、集落活動センター等を核とした交流人口の拡大<br><br>◆中山自然薯のブランド化<br><br>◆新たな観光資源の発掘 |
| 33 北川村温泉を核とした中山間振興<br><br>《北川村》 | 北川村温泉の建築に併せ、地域の集落活動の拠点を整備することにより、交流人口の拡大と地元農産物の直販などの集落活動を拡大することで中山間地域の振興を図る。 | ・北川村<br><br>・北川村中部地区集落活動協議会<br><br>・北川村観光協会 | ・地場産品を販売する温泉直販市の設置（H25～）<br>・休耕田の整地と花畑作り、イベントの開催（H26～）<br>・温泉レストランでの地元産品の活用（H26～） | ・集落活動への外部人材の導入 | ◆温泉施設の整備<br><br>◆情報発信<br><br>◆地域交流活動、集落活動の展開 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
地域資源を活用した新商品の開発
新商品の試作
商品化
販売促進
農産物等の販路拡大
販売ツールづくり
庭先集荷等による農産物の通販と集活センターでの直売
交流人口の拡大と移住促進への取組
フェイスブック等を通じた情報交換、東川地区ファンづくり、交流イベントの拡充
空き家の掘り起こしと施設改修等
農業研修生の受け入れ、移住・定住の斡旋等
中山地区活性化の方針策定
集落活動センター推進事業費補助金の申請に併せたプランの検討
味工房じねん、せせらぎの郷小川、集落活動センター等を核とした交流人口の拡大
安田川アユおどる清流キャンプ場や旧中山小中学校跡など中山地区にある資源の磨き上げなど
味工房じねんやせせらぎの郷小川など中山地区の地域拠点を活用した交流人口拡大に向けた取組
集落活動センターの開設
集落活動センターを核とした旧中山小中学校の施設利用案の具体化と施設整備
中山自然薯のブランド化
市場調査、地域資源調査、ブランド化の検討等
生産農家拡大、生産組合の体制整備、販路開拓等
生産拡大と加工品の開発・販売
新たな観光資源の発掘
新規観光素材に関する調査研究
高知家まるごと東部博を契機にした展開
来場者
H24
宿泊： 5,463人
入浴：17,731人
H24年比10%増
宿泊： 6,000人
入浴：19,500人
温泉施設の整備
・建築計画の検討
・基本計画の策定
実施設計
温泉施設の整備
情報発信
パンフレットやホームページ等で北川村の観光施設を含めたPR
東部博覧会開催に併せた施設PR
地域交流活動、集落活動の展開
直販所整備の検討
直販コーナーの試行
直販コーナー運営
集落活動の検討

## 【安芸地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 34 馬路村魚梁瀬地区の活性化プロジェクト<br><br>《馬路村》 | 馬路村魚梁瀬地区の資源と人材を有機的に結合させ、交流人口の拡大と新ビジネスの創出を目標とした事業を展開する。 | ・馬路村<br>・魚梁瀬地区住民団体(自治会) | ・魚梁瀬ふるさと応援隊2名の採用(H26) | ・住民組織の活性化 | ◆外部人材の導入と住民組織づくり<br><br>◆ふるさと応援隊と協働した交流拠点の整備<br><br>◆丸山公園等の観光素材としての磨き上げ |


第2期計画
H28以降
指標及び目標
H24
H25
H26
H27
指標
目標値(H27)
外部人材の導入と住民組織づくり
高知ふるさと応援隊の募集検討
高知ふるさと応援隊の導入
地域住民、小学校、村役場と協同して地域活性化の組織作りとその運営
ふるさと応援隊と協働した交流拠点の整備
土佐MBA等を活用した、新たな人材の発掘と育成
産業振興アドバイザー等を活用した交流拠点のプランづくり・拠点整備
丸山公園等の観光素材としての磨き上げ
観光素材の磨き上げと新たな素材発掘
高知家まるごと東部博を活用した新たな事業の展開

# Ⅱ　各地域の具体的な取組

# ２　物部川地域

## 2　物部川地域

### （1）　地域の産業を取り巻く状況

物部川の流域に位置する当地域は、上流域では豊かな森林資源を活かした林業やユズ栽培、肥沃な下流域は県内最大の穀倉地帯であるとともに施設園芸が盛んです。また、高知龍馬空港や高知自動車道、JR土讃線、土佐くろしお鉄道ごめん・なはり線といった交通インフラが整備され、高知東部自動車道は、平成25年度の香南のいちICから香南かがみIC間の開通に続き、平成27年度には高知南ICから高知龍馬空港IC間の開通が予定されています。

農業分野では、水稲、施設・露地野菜、果樹、花き等、多様で多品目の生産が行われており、中には全国屈指の生産量や品質を誇るものもあります。また、消費者ニーズに対応した環境保全型農業など特色ある取組も行われています。

しかし、最近では、高齢化や担い手不足といった就業面での課題や難防除病害虫や気候の変動による生産面での課題に加え、長引く農産物価格の低迷、燃油価格の変動や生産資材価格の高止まり等が農業経営をさらに圧迫しています。

林業分野では、木材価格の低迷が続いていますが、地域の豊富な森林資源を活かし、小規模な森林所有者でも間伐材の収入が得られるよう、「森の工場」としての集約施業の合意形成に積極的に取り組み、その結果、認定面積も拡大しつつあります。

また、国の森林林業再生プランの数少ない認定を受けた香美森林組合及び物部森林組合が、ドイツやオーストリアの林業を参考にした先進的な作業システムの導入を行い、施業しています。

水産業分野でも、魚価の低迷、燃油、資材の高騰等により引き続き厳しい状況にあります。こうした状況の中、高知県漁協手結支所では、平成21年から地域の主要魚種であるシイラについて、漁協自ら入札に参加するとともに加工を行い、漁業者の所得向上と地域雇用の創出に取り組んでいます。

工業分野では、充実した交通インフラのもと、早くから工業団地が整備され、従来のものづくり製造業や半導体等の先端産業、情報産業の集積が県内ではトップクラスとなっており、平成24年経済センサス活動調査における地域内3市の製造品出荷額等は県全体の3割となっています。また、平成26年1月に分譲が開始された香南工業団地等への新たな産業集積が期待されます。

商業分野では、小規模事業者が多く、地域に進出した大型量販店や隣接する高知市などに消費者が流出し、地域の商店街では空き店舗が増加しています。

観光分野では、アンパンマンミュージアムやのいち動物公園などのファミリー向けスポットから、龍河洞や長宗我部元親の史跡、絵金蔵などの歴史スポットまで幅広い層に人気がある地域ですが、その魅力を活かしきれているとは言えない状況にあります。そのため、体験型観光メニューの造成や観光情報の発信を行うとともに、高知中央広域観光協議会においては、恵まれた自然環境や豊富な歴史資源、おいしい食など魅力あふれる観光資源を活かした、圏域ならではの広域観光の推進に取り組んでいます。

## （２）　地域アクションプランの概要

当地域では、園芸主幹品目の振興や林業の素材生産の拡大などに引き続き重点的に取り組むほか、地産地消の拡大や食品加工などにも取り組みます。

また、水産加工や商業振興、さらには交流人口の拡大に向けて、観光振興などに取り組み、地域の活性化、産業の振興を図ります。

農業分野では、施設園芸の主幹品目の中からニラ、シシトウ、エメラルドメロンに対象を絞って振興を図っていくこととし、品質の向上や生産量の増大、コスト低減等の技術を普及するとともに、消費地との連携を進め、ブランド力の強化や消費拡大に取り組みます。

また、中山間地域の主幹品目であるユズでは青果出荷日本一の産地維持のため、優良園地を維持管理する仕組みづくりとして、防除作業の省力化やせま地直し（園地の改良）を進めるとともに、選果方法の改善により、品質の維持向上に努めます。

地産地消に関しては、学校給食及び業務筋への食材供給の拡大や、地域食材を活用した飲食店の整備、直販所の体制整備やサービスの充実等による農産物の販売拡大に取り組みます。

林業分野では、森林所有者の所得向上のために森林の団地化を推進し、高性能林業機械の導入や効率的な作業道を開設するなど施業を集約化することで、搬出間伐の労働生産性の向上を図ります。また、大型製材工場「高知おおとよ製材」などの需要にも応えられるよう、素材生産量の増産を目指します。

木質バイオマス事業においては、バイオマスボイラーの普及に向けた取組を行います。

水産業分野では、主要魚種のシイラの加工品について、加工技術及び衛生管理の向上に取り組むとともに、加工場の周年稼働に向けた新たな魚種の加工についても取組を進めます。

商工業分野のうち、伝統産業である土佐打刃物やフラフについては、その魅力のPRや販路開拓等により販売拡大に取り組むとともに、技術や文化の継承を図るため、後継者の育成に取り組みます。

また、地域の商店などが一体となってイベントの開催や販路の開拓、販売拡大に取り組むとともに、地域資源を活用した商品開発に取り組むグループの支援を行います。さらに、移住者によるの起業・創業も見据えた空き店舗対策等による商店街の活性化を図ります。

観光分野では、既存の観光施設とともに、地域にある自然や歴史などの観光資源を有効に活用して体験型観光プログラムの開発や磨き上げ、情報発信などに取り組みます。

また、広域観光の推進においては、高知中央広域観光協議会を活用し、地域内の観光事業者等が一体となって、観光商品の開発や磨き上げに取り組むとともに、魅力ある食の情報発信も含めたプロモーション活動などを行うことにより、物部川地域全体の交流人口の拡大に取り組みます。

## （３）　重点的な取組

○　園芸主幹品目の再構築及び強化
　（ニラ、シシトウ、エメラルドメロンの生産性及び品質向上、販売促進など）
○　ユズの総合的な産地強化

（優良園地を維持管理する仕組みづくり、選果方法の改善など）

○　地産地消・食育の推進

（地産地消・食育の推進、直販所の体制整備やサービスの充実、農家レストランの事業継続、地産地消型レストランの新規開設など）

○　豊富な地域資源を活用した６次産業化の推進

（農産物加工等への取組、シイラの加工商材活用など）

○　地域に育つ県産材の有効活用

（民有林における素材の増産、木質バイオマスの活用に向けた取組）

○　歴史と伝統ある地場産業の振興

（地場産業（土佐打刃物、フラフ）の振興）

○　体験型観光商品の充実及び広域観光の取組の推進

（体験型観光プログラムの充実、情報発信の強化、観光客の広域誘致など）

### （４）　主要な指標及び目標

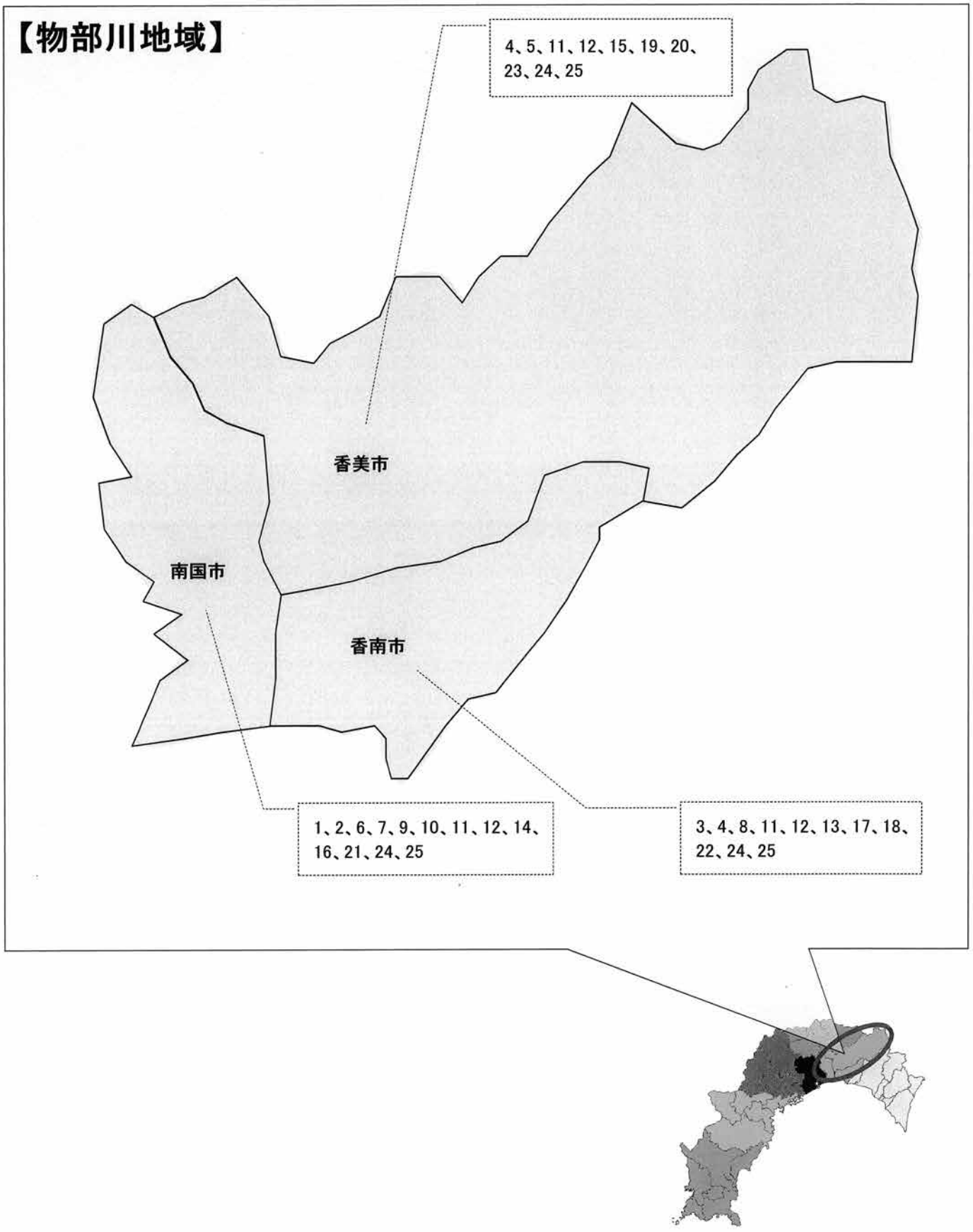
| 項　　目 | 実　　績 | 目　　標 |
|---|---|---|
| 園芸主幹品目販売額（ニラ、シシトウ、エメラルドメロン）＜注１＞ | H23：43.2億円 | H27：45.6億円 |
| ユズ販売額 | H23：　4.3億円 | H27：　5.0億円 |
| 素材生産量 | H22：26,053㎥ | H27：47,500㎥ |
| シイラ加工事業の販売額 | H22：257.1万円 | H27：　700万円 |
| 観光客入込数＜注２＞ | H22：78.1万人（参考 H21：72.1 万人） | H27：　80万人 |

注１：ニラ、エメラルドメロンはＪＡ土佐香美、シシトウは南国市の３ＪＡの取扱分

２：地域内の主要観光施設訪問者数と体験メニュー受け入れ人数の合計

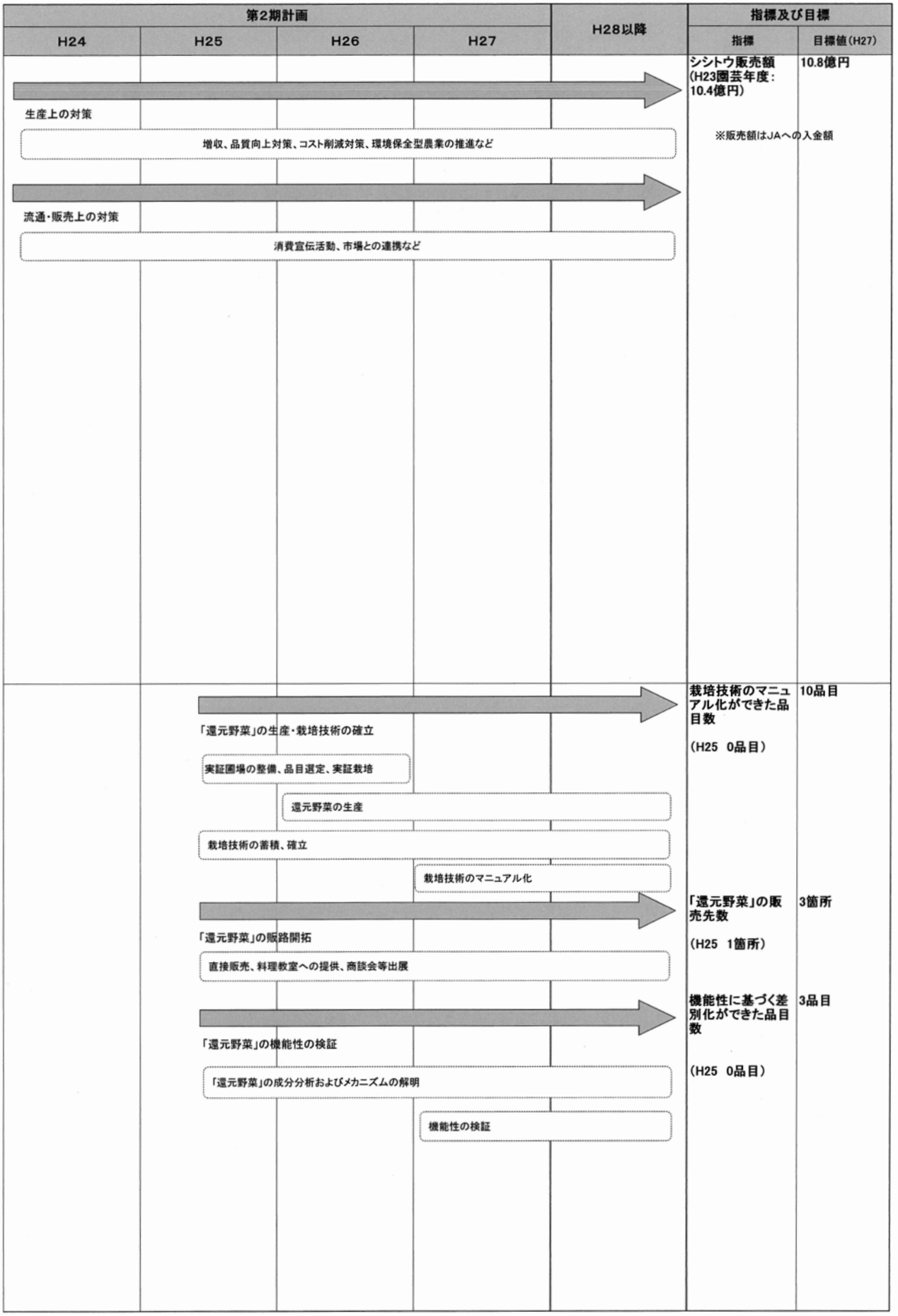
## （５）　具体的な取組

| No. | 項目 | 南国市 | 香南市 | 香美市 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 南国市の園芸主幹品目シシトウの再構築 | ● | | |
| 2 | 還元水を活用した野菜の生産体制の構築とブランド化 | ● | | |
| 3 | エメラルドメロンの販売力向上対策 | | ● | |
| 4 | ニラの産地力強化「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」 | | ● | ● |
| 5 | 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策 | | | ● |
| 6 | 直販所「あけぼの市」の機能強化による農家の所得向上及び交流人口の拡大 | ● | | |
| 7 | 地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充 | ● | | |
| 8 | 加工品販売による夜須地域の活性化 | | ● | |
| 9 | 地産地消・食育の推進 | ● | | |
| 10 | 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組 | ● | | |
| 11 | 民有林における素材の増産 | ● | ● | ● |
| 12 | 木質バイオマスの活用に向けての取組 | ● | ● | ● |
| 13 | シイラ等の加工商材活用 | | ● | |
| 14 | 地域の特産品づくり　～農産物加工への取組～ | ● | | |
| 15 | 香美市ブランドの確立・特産品づくり | | | ● |
| 16 | 「ごめん」の賑わいづくり　～ごめんの活性化～ | ● | | |
| 17 | 香南市の地場産品販売促進 | | ● | |
| 18 | 香南市の商業振興への取組 | | ● | |
| 19 | 地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興 | | | ● |
| 20 | 土佐山田えびす商店街を中心とする地域の活性化 | | | ● |
| 21 | 観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～ | ● | | |
| 22 | 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 | | ● | |
| 23 | 「森の駅」を中心とした体験型観光の推進 | | | ● |
| 24 | 広域観光の取組の推進 | ● | ● | ● |
| 25 | 大学生による地域応援団（サポーター）づくり | ● | ● | ● |


【物部川地域】
4、5、11、12、15、19、20、
23、24、25
香美市
南国市
香南市
1、2、6、7、9、10、11、12、14、
16、21、24、25
3、4、8、11、12、13、17、18、
22、24、25

## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 南国市の園芸主幹品目シシトウの再構築<br><br>《南国市》 | 全国一のシシトウ産地維持のため、関係機関と協力の上、コスト削減や品質改善などに取り組み、生産・流通・販売上の課題を解決する。 | ・JA南国市<br>・JA長岡<br>・JA十市 | ・生産上の対策（H21～26）<br>・流通・販売上の対策（H21～26）<br>◆燃油価格が高止まり傾向のため、省エネ対策として省エネ機器（木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ、温風温水暖房機）の事業などによる導入支援を行った結果、H26には5戸が新たに省エネ機器を導入する予定である。<br>◆市販天敵を主体とした天敵導入率は90%以上となり、土着天敵の導入も徐々に進んでいる。<br>◆3JA合同の生産者大会や現地検討会、販売促進活動など南国市全体での取組が進んでおり、産地のまとまりはできつつある。<br>◆消費地に対する産地情報の発信について検討し、栽培状況の情報発信を中央東農業振興センターのHPで行うようになった（H25～）。 | ・省エネ対策による経費削減<br>・増収に繋がる技術の確立<br>・安全安心の取組<br>・産地の維持拡大 | ◆生産上の対策<br><br>◆流通・販売上の対策 |
| 2 還元水を活用した野菜の生産体制の構築とブランド化<br><br>≪南国市≫ | 還元水を活用した栽培技術を確立し、「還元野菜」としてのブランド化を図るとともに成分分析をし、機能性の検証を行う。 | ・JA南国市出資生産法人（株）南国スタイル<br>・(株)トリムエレクトリックマシナリー<br>・高知大学 | ・還元水を活用した実証栽培を行なう圃場の整備<br>◆実証圃場5aを確保した。<br><br>◆生産圃場13aの整備（H26） | ・実証試験体制の整備及び拡大 | ◆「還元野菜」の生産・栽培技術の確立<br><br>◆「還元野菜」の販路開拓<br><br>◆「還元野菜」の機能性の検証 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
シシトウ販売額
(H23園芸年度:
10.4億円)
10.8億円
※販売額はJAへの入金額
生産上の対策
増収、品質向上対策、コスト削減対策、環境保全型農業の推進など
流通・販売上の対策
消費宣伝活動、市場との連携など
栽培技術のマニュアル化ができた品目数
(H25 0品目)
10品目
「還元野菜」の生産・栽培技術の確立
実証圃場の整備、品目選定、実証栽培
還元野菜の生産
栽培技術の蓄積、確立
栽培技術のマニュアル化
「還元野菜」の販売先数
(H25 1箇所)
3箇所
「還元野菜」の販路開拓
直接販売、料理教室への提供、商談会等出展
機能性に基づく差別化ができた品目数
(H25 0品目)
3品目
「還元野菜」の機能性の検証
「還元野菜」の成分分析およびメカニズムの解明
機能性の検証

## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 エメラルドメロンの販売力向上対策<br><br>《香南市》 | 香南市夜須町のJA土佐香美園芸部メロン部会夜須支部部会員が生産するエメラルドメロンは平成19年には「夜須のエメラルドメロン」として商標登録を行うなど、独自のブランド化に取り組んできた。<br>平成21年度から23年度には、県産業振興推進総合支援事業を活用し、生産面において新技術の導入(日射比例かん水制御システム)、販売面では、それまでの県内や関西圏を中心とした販売から関東圏での販売拡大を目指して、新たな販売戦略の構築に努めてきた。<br>過去3カ年間の取組をもとにさらなる生産拡大、関東圏での販売量拡大・知名度向上と合わせて全消費地でのブランド化に取り組む。 | ・JA土佐香美 | ・生産性強化の対策(H21～26)<br>・知名度・販売力の向上対策(H21～26)<br>◆日射比例かん水制御システムの導入により、生産農家のかん水作業の省力化が図られるとともに、品質が向上し、可販果率が向上した。<br>◆難防除病害虫対策として平成24年度よりIPM実証に取り組み、平成25年度は部会全戸が抑制栽培で天敵を試験導入した。平成26年度は半促成栽培10戸、抑制栽培7戸が天敵を導入した。<br>◆関東地区での百貨店等における試食宣伝やバイヤーの産地招聘など継続した販売促進活動で知名度が向上している。 | ・低温期、高温期の品質、収量の向上<br>・難防除病害虫被害軽減<br>・関東地区への出荷量拡大<br>・新規市場の拡大 | ◆生産性強化の対策<br><br>◆知名度・販売力の向上対策 |
| 4 ニラの産地力強化<br>「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」<br><br>《香南市、香美市》 | JA土佐香美は日本一のニラ産地であるが、近年は、個々の農家の規模拡大が進む一方で、高齢化により部会員数は減少している。<br>こうした状況の中で、農業所得の向上や産地の維持・拡大を図るため、産地でまとまりをもって、環境保全型農業技術や新技術の導入に取り組むとともに、担い手対策や既存農家の規模拡大支援など、産地力の向上に向けた取組を総合的に進める。<br>また、食の安全・安心への取組とあわせて、「人と環境に優しいニラ産地」としての土佐香美ブランドを構築し、市場での有利販売に取り組む。 | ・JA土佐香美 | ・生産上の対策(H21～26)<br>・流通・販売上の対策(H21～26)<br>◆新技術や有望品種の導入などによる反収の増加、コスト削減を進めるとともに、3～5月の集中出荷をなくす作型改善など経営の安定化を推し進めている。<br>◆新規就農者の研修受け入れのため、指導農業士や受け入れ農家の拡充を図るとともに、栽培5年目までの生産者を対象に栽培講習会「グリーンカレッジ」を始めた。<br>◆雇用や規模の意向調査を進めるとともに規模別農家の経営分析を実施して産地の維持拡大や経営改善に取り組んでいる。<br>◆高齢者の離農等により、栽培戸数は年々減少傾向にある。U・Iターンによる新規就農や既存農家の規模拡大等により、栽培面積は、平成23年園芸年度の規模を維持しているが、販売額は平成24年度をピークに減少傾向に転じている。<br>◆鮮度保持対策を進めるとともに市場における異物混入や腐敗事故防止策に取り組んでいる。<br>◆イベント等での産地の取り組みの紹介や試食宣伝により知名度の向上と消費拡大に取り組んでいる。<br>◆先行して導入した小袋パーシャルシール包装に続き、平成21園芸年度にはレギュラーパーシャル大袋包装を導入、平成23園芸年度には小袋、レギュラー包装で出荷日表示を開始し鮮度保持、トレーサビリティの強化が図られた。<br>平成26年度から、小袋包装に高知家のロゴマークを入れ出荷が始まった。 | ・出荷量の増加と周年安定生産<br>・省力、低コスト化の推進及び品質向上<br>・新規就農者等の育成・確保<br>・経営改善の仕組み作り<br>・新たな産地目標と推進方策<br>・土佐香美ブランドの向上 | ◆生産上の対策<br><br>◆流通・販売上の対策 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| 生産性強化の対策<br>増収、高品質生産向上対策、生産コスト低減技術、環境保全型農業の推進<br>知名度・販売力の向上対策<br>ブランド力の強化、有利販売につながる市場や量販店、実需者との連携 | | | | | エメラルドメロン販売額<br>(H23園芸年度:4.4億円)<br>※販売額はJAへの入金額 | 4.8億円 |
| 生産上の対策<br>雇用労力の確保+規模拡大、新品種の導入、作業受託組織作り、夏ニラ産地の育成、病害虫防除技術の確立、<br>高温対策技術の確立、省力・低コスト生産技術、技術習得支援、遊休施設・農地情報の一元化<br>流通・販売上の対策<br>土佐香美ブランドのPR、有利販売につながる市場との連携 | | | | | ニラ販売額<br>(H23園芸年度:28.4億円)<br>※販売額はJAへの入金額 | 30.0億円 |

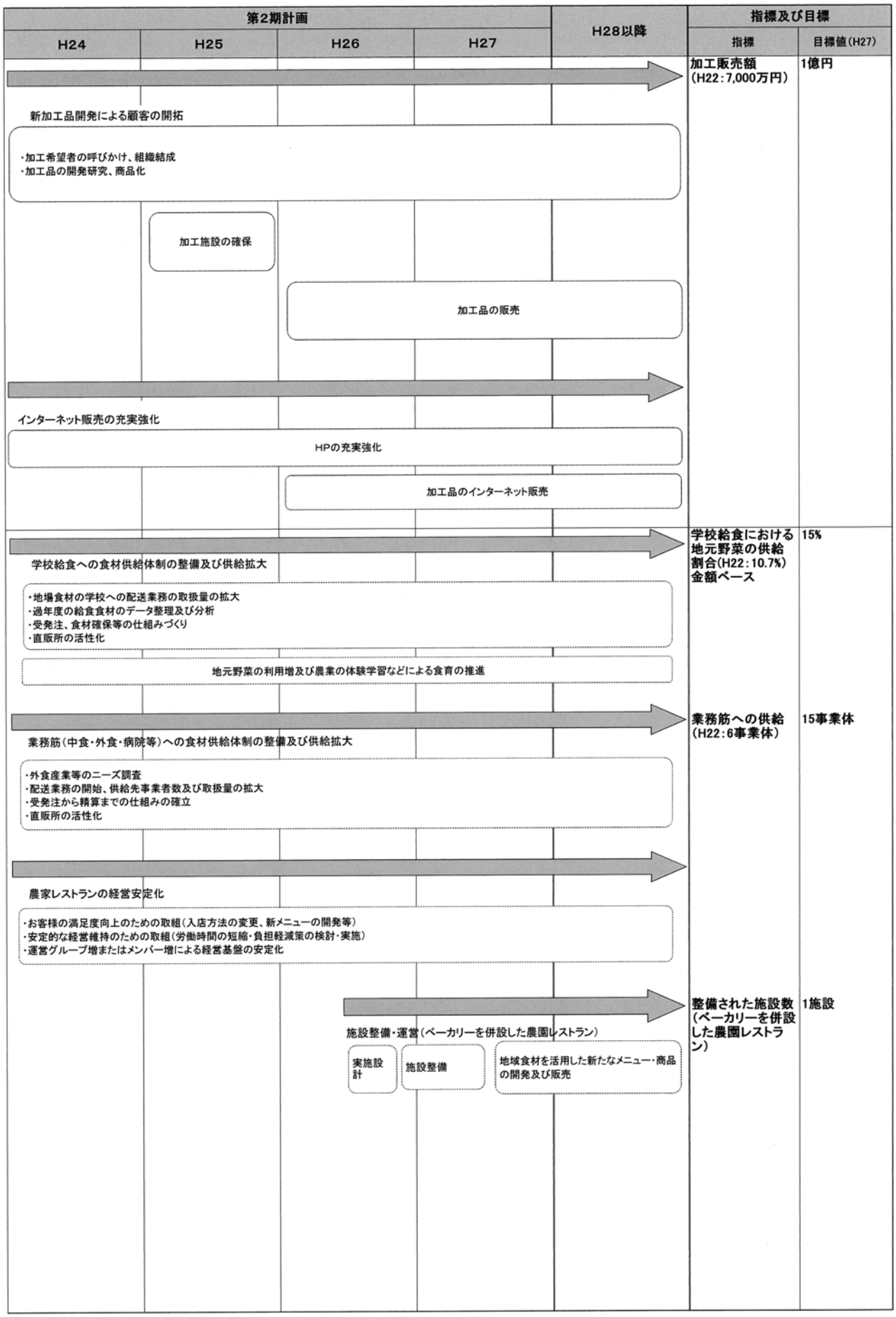
## 【物部川地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策<br><br>《香美市》 | 香美市物部町を中心とした地域は、国内最大のユズの青果出荷（玉出し）産地であるが、生産者の高齢化などから生産の維持が困難になっている。<br>このため、出荷作業時の労力軽減、農作業受委託の仕組みづくり、新たな担い手の掘り起こしを通じて作業者を確保し、産地の維持発展を図る。<br>また、新たな需要を掘り起こし、選果場の機能を強化して販路を拡大する。 | ・香美市<br>・JA土佐香美 | ・作業受託組織「ゆずもり」の整備（H22）<br>・生産者アンケートの実施（H24）<br>・全量機械選果の検討（H24～）<br>◆生産者の意向が把握でき、規模拡大のためのせま地直しや防除作業を省力化するためのスピードスプレヤー導入について検討した。<br>◆こうち農業確立総合支援事業を活用し、小袋包装機及びカラーリング施設の整備やせま地直しを推進するモデル園の整備を行った。<br>◆果色が薄いが貯蔵性に優れる系統（公文2号）を「柚月」と命名し、別販売を実施した。<br>◆ゆず部会に女性組織「ものべゆず女性倶楽部」が発足し、消費宣伝体制が整い、部会が活性化した。<br>◆こうち農業確立総合支援事業を活用し、スピードスプレヤーを1台導入した（H26）。 | ・小規模基盤整備による省力化等、優良園地を維持管理する仕組みづくり<br>・高齢化に対応した集出荷体制の整備と販路拡大 | ◆外部労力を活用した「ゆずもり」の体制強化<br><br>◆全量機械選果の導入<br><br>◆機械で選果された新規格の商品化<br><br>◆知名度向上と後継者確保 |
| 6 | 直販所「あけぼの市」の機能強化による農家の所得向上及び交流人口の拡大<br><br>《南国市》 | 国道195号通称「あけぼの街道」の全線開通を好機ととらえ、直販所・加工所を本線沿いに移転拡充して地域農産物の販売や地域資源を活用した加工品の開発・販売を行い、地域農業者の所得向上を図るとともに、隣接する「ながおか温泉」への誘客を促進し、交流人口の拡大につなげる。 | ・JA長岡<br><br>・(株)なの工房 | ・国道195号線沿いへの直販所・飲食店の移転・拡充<br>◆直販所・飲食店の整備（H26年3月）<br>◆直販所・飲食店の営業（H26年4月～）<br><br>・売上目標達成に向けた商品構成の見直しやイベントを企画開催した。 | ・競争力のあるオリジナル商品の開発<br>・ながおか温泉等との連携<br>・生産者会員の確保 | ◆直販所及び加工場の移転拡充<br><br>◆情報発信による集客の取組 |
| 7 | 地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充<br><br>《南国市》 | 農産物の価格低迷と資材等の高騰により大幅に減少している農家所得の向上のため、直販所を移転改装するとともに機能拡充を図り、地元農産品を活用した商品の販売と顧客獲得に取り組む。 | ・JA十市 | ・直販所の移転・拡充<br>◆直販所の整備（H25年3月）<br><br>・商品構成を充実させるために、市場からの仕入れを行った。（H26年2月～） | ・独自性のある看板商品の開発<br>・生産者会員の増加<br>・店舗運営体制の改善 | ◆直販所の移転・拡充整備、販路開拓 |

第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ユズ販売額
(H23園芸年度:4.3億円)
5億円
外部労力を活用した「ゆずもり」の体制強化
・「ゆずもり」の検証
・外部労力を活用した受委託組織の検討
外部労力を活用した農作業受委託の実証、検証
農作業受委託システムの構築
全量機械選果の導入
全量機械選果の検討、実施、検証
機械で選果された新規格の商品化
新規格の販売先の検討、出荷、検証
知名度向上と後継者確保
知名度向上のためのイベント開催、新規就農者への支援
直販所等の売上額
(H22:33,000千円)
100,000千円
直販所等の雇用者数
(H22:3人)
8人
ながおか温泉入場者数
(H22:16万人)
19万人
直販所及び加工場の移転拡充
・事業実施計画の作成
・実施設計
施設の整備
施設運営方法の検討・策定
・地元生鮮野菜等の販売
・惣菜等の宅配サービス
・加工品の開発、販売
情報発信による集客の取組
・イベント等の実施および情報発信
・ながおか温泉と連携した集客の実施
・近隣の観光施設(西島園芸団地等)との連携
直販所の営業日数(H22:週2日)
週6日
直販所への出店者数(H22:11名)
100名
直販所売上額
(H22:4,325千円)
50,000千円
直販所スタッフ雇用(新規)
3名
直販所の移転・拡充整備、販路開拓
直販所の移転改装
・商品の充実(出店者の募集・登録、農作物の庭先集荷、地元の米を利用した米粉パンの販売、有力農産物の栽培)
・移動販売による顧客獲得、販路開拓のためHPの開設(インターネット販売)

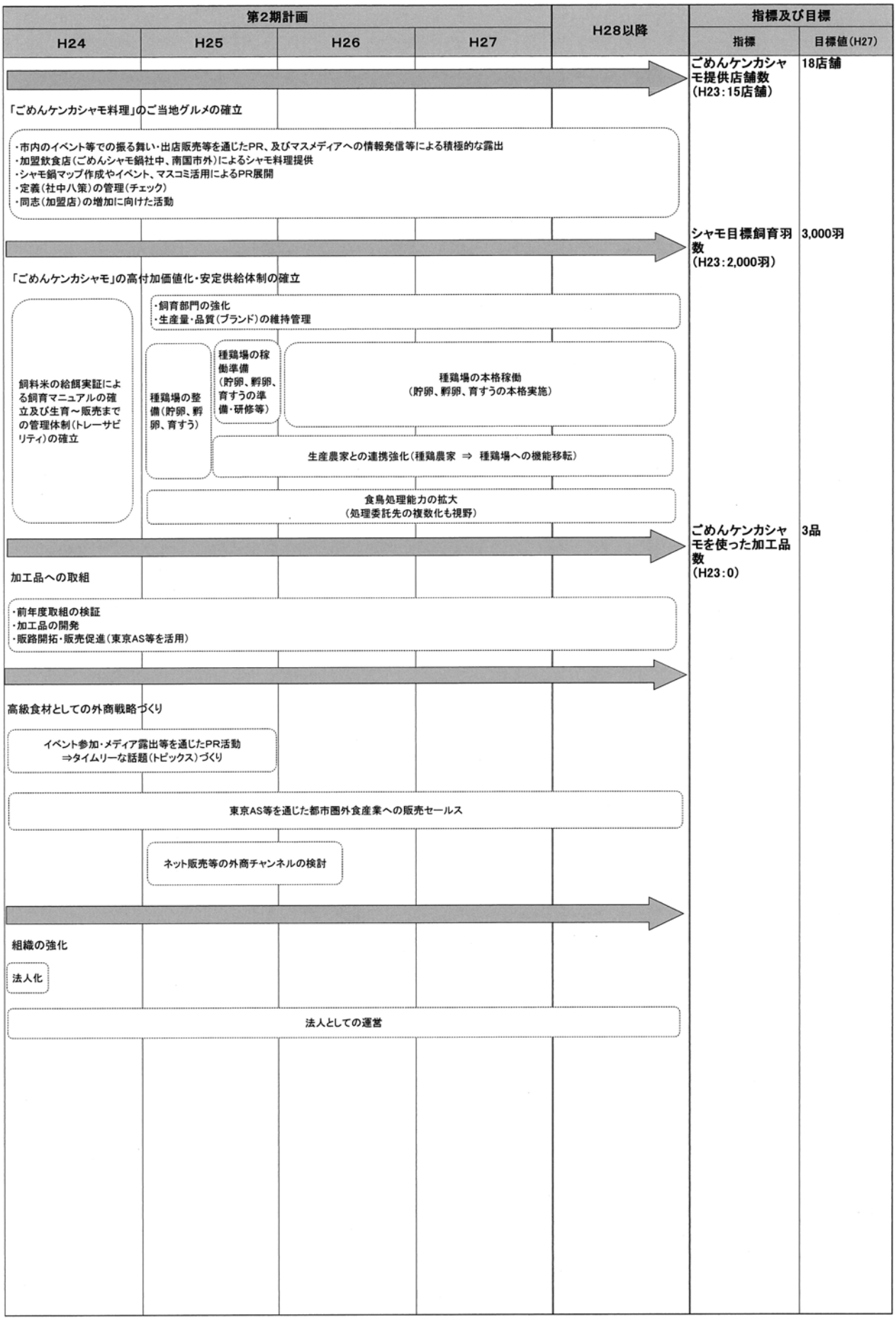
## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 8 加工品販売による夜須地域の活性化<br><br>《香南市》 | 地場産品を活かした加工品開発・販売を行い、生産農家の所得向上につなげる。 | ・協同組合やすらぎ市 | ・加工組織(製造部)の結成(H25)<br>・加工責任者の配置(H24)及び農業創造セミナーの活用による加工品開発、商品の見せ方の改善(H25～H26)<br>・産業振興推進総合支援事業費補助金の活用(H25)<br>・地元加工業者との連携(H24～H26)<br>・ホームページ活用の優良事例の情報収集(H24～H26)<br>・産業振興計画事例集や民間情報誌等で取組や商品の情報発信(H26)<br>◆加工(生産)体制の整備が図られた。<br>◆加工方法の具体化と商品化が進んでいる。<br>◆加工施設が確保できた。<br>◆新加工品の開発、販売状況をブログ等で情報発信している。<br>◆加工品の販売を開始した。また、香南市観光協会オンラインショップ(香南市ギフトカタログ)でも販売されるなど販路が拡大。 | ・主力商品の定着<br>・加工品の安定生産<br>・商品数の増加<br>・情報受発信ツールとしての活用強化 | ◆新加工品開発による顧客の開拓<br><br>◆インターネット販売の充実強化 |
| 9 地産地消・食育の推進<br><br>《南国市》 | これまで先進的な地産地消の活動を行ってきたが、学校給食への野菜の供給割合は10%台であり、これからも農業生産法人の作る重量野菜の季節的利用、南国産野菜の生産情報の提供など地産地消の推進のため、組織の連携強化等を図っていく。あわせて、病院や介護施設など業務筋への販売、配送拡大に努める。さらに、地域食材を活用した料理や商品の開発及び販売を進めるためにレストラン・ベーカリーの施設整備を行う。<br>また、生産者と消費者をつなぐ場づくりとしてオープンした「農家レストランまほろば畑」についても、経営の安定化を図り、地産地消を推進していく。 | ・JA南国市出資農業生産法人(株)南国スタイル<br>・JA南国市、JA長岡、JA十市<br>・南国市地産地消推進協議会<br>・農家レストランまほろば畑<br>・南国市<br>・(株)ナイフアンドフォークカンパニー | ・学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大(H21～25)<br>・業務筋への供給体制の整備(H22～25)<br>・南国市産食材の地域内外へのPR・広報(H21～25)<br>・農家レストランの開設(H22年10月)<br>◆市内小学校への給食用食材の配送システムが整ったことにより、地元野菜の供給割合が14%(H25年11月末)となった。<br>◆業務筋への供給のうち、安定的な取引(週1回以上)のある配送先は17事業体となった。<br>◆地産地消フェア(H21)や地産地消推進協議会総会を通じて推進体制の強化(H21～25)を行った。<br>◆生産者と消費者をつなぐ場づくりとして、道の駅風良里に毎火曜日農家レストランをオープン。運営は5グループによる輪番制とした。 | ・(株)南国スタイルの経営安定化に向けた外食産業への供給先拡大と配送体制の改善<br>・顧客満足度を上げるための継続的な取組と業務改善 | ◆学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大<br><br>◆業務筋(中食・外食・病院等)への食材供給体制の整備及び供給拡大<br><br>◆農家レストランの経営安定化<br><br>◆施設整備・運営(ベーカリーを併設した農園レストラン) |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
加工販売額
(H22:7,000万円)
1億円
新加工品開発による顧客の開拓
・加工希望者の呼びかけ、組織結成
・加工品の開発研究、商品化
加工施設の確保
加工品の販売
インターネット販売の充実強化
HPの充実強化
加工品のインターネット販売
学校給食における地元野菜の供給割合(H22:10.7%)金額ベース
15%
学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大
・地場食材の学校への配送業務の取扱量の拡大
・過年度の給食食材のデータ整理及び分析
・受発注、食材確保等の仕組みづくり
・直販所の活性化
地元野菜の利用増及び農業の体験学習などによる食育の推進
業務筋への供給
(H22:6事業体)
15事業体
業務筋(中食・外食・病院等)への食材供給体制の整備及び供給拡大
・外食産業等のニーズ調査
・配送業務の開始、供給先事業者数及び取扱量の拡大
・受発注から精算までの仕組みの確立
・直販所の活性化
農家レストランの経営安定化
・お客様の満足度向上のための取組(入店方法の変更、新メニューの開発等)
・安定的な経営維持のための取組(労働時間の短縮・負担軽減策の検討・実施)
・運営グループ増またはメンバー増による経営基盤の安定化
整備された施設数
(ベーカリーを併設した農園レストラン)
1施設
施設整備・運営(ベーカリーを併設した農園レストラン)
実施設計
施設整備
地域食材を活用した新たなメニュー・商品の開発及び販売

## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 10 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組<br><br>《南国市》 | 大河ドラマ「龍馬伝」を契機に再燃する龍馬ブームを好機と捉え、豊富な園芸野菜を使った「ご当地グルメ」として、龍馬に関する逸話や先塁の地等の歴史的背景を活用した「シャモ鍋」を新たに創出し、「地産「来」消」による交流人口拡大を図るとともに効果的なメディア露出などによる情報発信を強化する。<br>また、シャモの飼育・ブランド化を通じて休耕田等を活用した飼料米栽培、さらには葉物野菜の出荷残渣の飼料化や鶏糞の土壌還元等の可能性を検討し、新たな農業手法を検討する。<br>流通の少ないシャモ肉は少量生産であっても高級食材として取引されるため、飼育環境のトレーサビリティ等による高付加価値化を図り、「ブランド鶏肉」としての外商戦略を展開していく。 | ・企業組合ごめんシャモ研究会<br>・南国市商工会<br>・南国市 | ・地域内にある資源（歴史＋野菜）を融合させた「シャモ鍋」の創出及び県内外への情報発信（H21～25）<br>・「シャモ鍋社中」によるシャモ料理提供（H22～25）<br>・高級食材としての外商活動（H23～25）<br>・加工品の開発・販売（H23～25）<br>・シャモのブランド化（H22～25）<br>◆シャモ鍋・シャモ料理を創出し、南国市外へのPRを行うこと、南国市へ来てもらってお金を落としてもらう体制【地産「来」消】（シャモの生産～料理として提供）づくりを整備することができた。<br>◆東京AS「TOSA DINING おきゃく」でのシャモ鍋フェア、冬季限定でのグランドメニュー化など、徐々にではあるが販路を拡大している。<br>◆加工品の開発で新たな販路を開拓できた。<br>◆シャモ肉の高品質かつ均一化を図るための飼育マニュアルの作成に向け、H23年度から高知農業高校の協力を得て飼育データの収集・蓄積中であり、高品質かつ均一化への努力を続けている.<br>　また、安全で安心な肉生産のためトレーサビリティの確保にも取り組んでいる。<br>◆シャモ肉の安定的な供給を行なうことと併せて、キャリア教育にも役立てるため孵卵設備を高知農業高校に設置（H25年度産振総合補助金を活用）し、生産体制の強化を図った（H26～）。 | ・生産体制の強化<br>・シャモ肉の高品質かつ均一化<br>・安定供給量（ロット）の確保<br>・組織の強化 | ◆「ごめんケンカシャモ料理」のご当地グルメの確立<br><br>◆「ごめんケンカシャモ」の高付加価値化・安定供給体制の確立<br><br>◆加工品への取組<br><br>◆高級食材としての外商戦略づくり<br><br>◆組織の強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値（H27）
ごめんケンカシャモ提供店舗数（H23：15店舗）
18店舗
「ごめんケンカシャモ料理」のご当地グルメの確立
・市内のイベント等での振る舞い・出店販売等を通じたPR、及びマスメディアへの情報発信等による積極的な露出
・加盟飲食店（ごめんシャモ鍋社中、南国市外）によるシャモ料理提供
・シャモ鍋マップ作成やイベント、マスコミ活用によるPR展開
・定義（社中八策）の管理（チェック）
・同志（加盟店）の増加に向けた活動
シャモ目標飼育羽数（H23：2,000羽）
3,000羽
「ごめんケンカシャモ」の高付加価値化・安定供給体制の確立
・飼育部門の強化
・生産量・品質（ブランド）の維持管理
飼料米の給餌実証による飼育マニュアルの確立及び生育～販売までの管理体制（トレーサビリティ）の確立
種鶏場の整備（貯卵、孵卵、育すう）
種鶏場の稼働準備（貯卵、孵卵、育すうの準備・研修等）
種鶏場の本格稼働（貯卵、孵卵、育すうの本格実施）
生産農家との連携強化（種鶏農家 ⇒ 種鶏場への機能移転）
食鳥処理能力の拡大（処理委託先の複数化も視野）
ごめんケンカシャモを使った加工品数（H23：0）
3品
加工品への取組
・前年度取組の検証
・加工品の開発
・販路開拓・販売促進（東京AS等を活用）
高級食材としての外商戦略づくり
イベント参加・メディア露出等を通じたPR活動
⇒タイムリーな話題（トピックス）づくり
東京AS等を通じた都市圏外食産業への販売セールス
ネット販売等の外商チャンネルの検討
組織の強化
法人化
法人としての運営

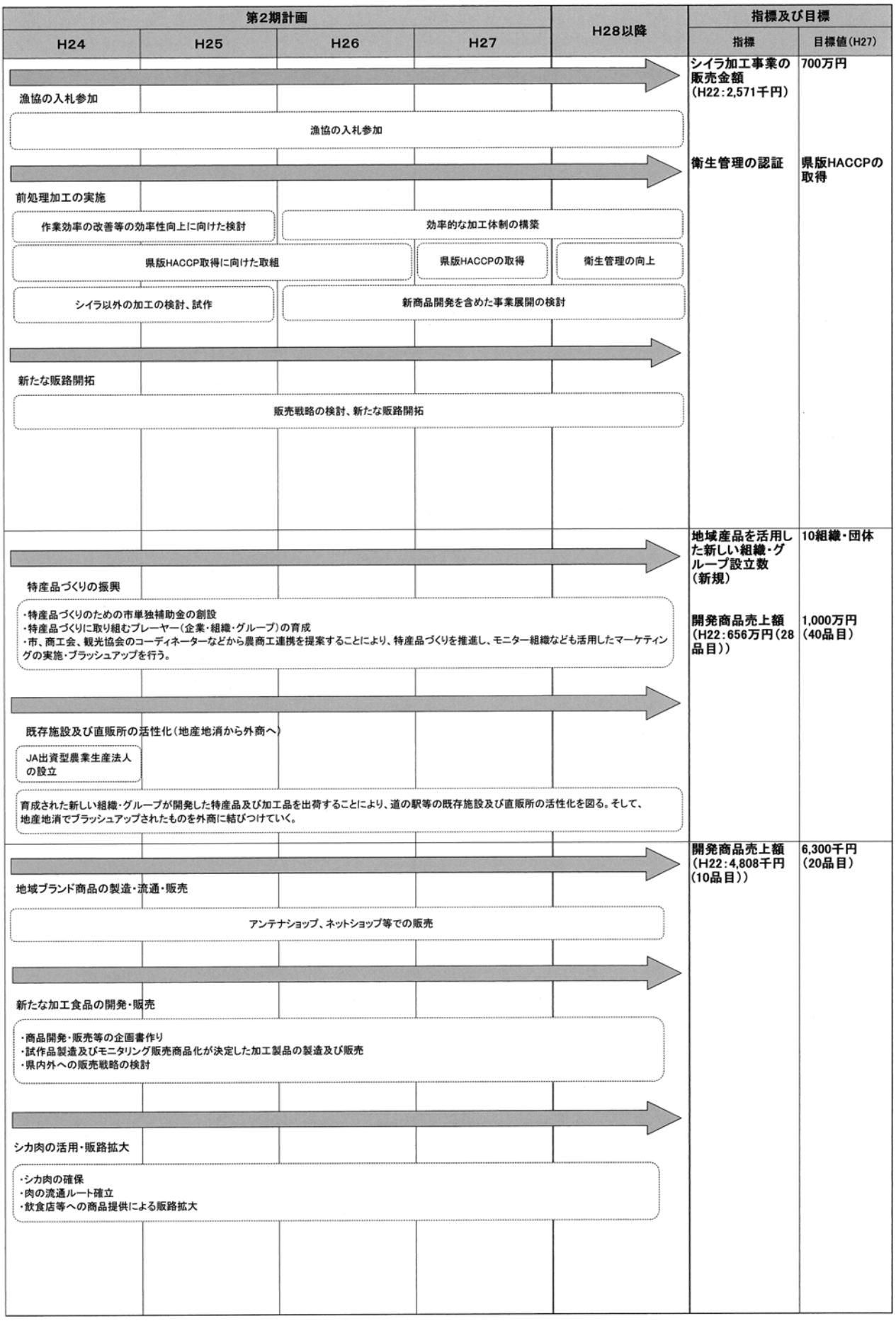
## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 11 民有林における素材の増産<br><br>《物部川地域全域》 | 森林所有者の所得の向上と、山村地域の振興を図るため、引き続き集約化施業を推進し、森の工場の拡大と素材の増産に取り組む。 | ・各森林組合<br>・林業事業体等 | ・森の工場の推進(H21～26)<br>・森林経営計画の策定(H24～26)<br>・林業事業体の育成(H21～26)<br>・担い手の育成確保(H21～26)<br>・放置林の解消(H21～26)<br>◆集約化団地の拡大に向けて、森林所有者への説明会を開催し、集約化施業の周知に努めた結果、26年度には森の工場の面積は目標の96%(H26.12月末)となった。<br>また、事業地となる森の工場の拡大と併せ、国庫補助事業を活用し、作業道開設や高性能林業機械の導入を図り、搬出間伐による素材の増産に向けて基盤整備を行ってきた。 | ・森の工場における森林施業の同意率のアップ<br>・不在村地主の増加、森林所有者の高齢化や相続等による境界確認、境界確定の困難化<br>・放置林の解消<br>・保育間伐の推進<br>・林業労働力の確保 | ◆森の工場の推進<br><br>◆森林経営計画の策定<br><br>◆林業事業体の育成(高性能林業機械、作業道など基盤整備)<br><br>◆担い手の育成・確保(伐採、搬出技術を有する職員の育成)<br><br>◆境界確認作業及び森林情報等のデータ整理と活用<br><br>◆放置林の解消(保育間伐の実施) |
| 12 木質バイオマスの活用に向けての取組<br><br>《物部川地域全域》 | 需用者開発について、三市が連携して取り組んだ結果、一定の進展があった。今後は排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくりを行う。<br>また、木質バイオマス燃料の安定供給の仕組みづくりについて検討する。 | ・南国市<br>・香南市<br>・香美市<br>・JA南国市<br>・JA長岡<br>・JA十市<br>・JA土佐香美 | ・木質バイオマスの利用の検討(H21～26)<br>・木質燃料の需用者開発(H21～26)<br>◆三市が連携して、木質バイオマスの利用についての検討及び木質燃料の需用者開発を行い、国の制度を活用して、需用者の負担を軽減する形で園芸用ボイラー28基の導入が実現した。 | ・需用者の負担軽減<br>・木質バイオマス燃料の安定供給 | ◆排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくり<br><br>◆バイオマス燃料の安定供給に向けた仕組みづくりの検討 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| 森の工場の推進<br>森林経営計画の策定<br>林業事業体の育成(高性能林業機械、作業道など基盤整備)<br>担い手の育成・確保(伐採、搬出技術を有する職員の育成)<br>境界確認作業及び森林情報等のデータ整理と活用<br>放置林の解消(保育間伐の実施) | | | | | 「森の工場」<br>整備済面積<br>(H22:9,400ha) | 19,000ha |
| | | | | | 素材生産量(民有林のみ)<br>(H22:26,053㎥) | 47,500㎥ |
| 森の工場の推進 | | | | | | |
| 森林経営計画の策定 | | | | | | |
| 林業事業体の育成、担い手の育成・確保、境界確認作業及び森林情報等のデータ整理・活用、放置林の解消 | | | | | | |
| 排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくり | | | | | ペレット利用量<br>(H23:1,230t) | 1,230t |
| | | | | | 排出量取引<br>(H23: ― ) | 1,500<br>t-co2 |
| 国内クレジット・J-VER・グリーン熱など排出量取引制度の比較検討、3市・4JAの関与スキーム等の検討 | | | | | | |
| バイオマス燃料の安定供給に向けた仕組みづくりの検討 | | | | | | |
| ・木質燃料の安定供給システムの検討<br>・配送の仕組みづくり<br>・ストックヤードの確保の検討<br>・域内燃料供給づくりの検討 | | | | | | |

## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 13　シイラ等の加工商材活用<br><br>《香南市》 | シイラ等の加工による浜値向上と付加価値増加を通じて、漁業者の所得の向上を図る。 | ・高知県漁協手結支所 | ・漁協の入札参加（H21～26）<br>・前処理加工の実施（H21～26）<br>・施設整備（H21、H23）<br>◆漁協自らが入札に参加し、価値の低い2kg以下の小型シイラを30円／kgで買い支えて、パート8名を地元雇用して加工事業を実施した。また、保健所等と連携して加工場の衛生管理の向上を図るとともに、周年稼働に向けて、グラムカット等の新たな加工品づくりやシイラ以外の魚種のサンプル出荷に取り組み、学校給食への納入が実現するなど販路拡大を図った。 | ・原魚の安定確保<br>・衛生管理の向上<br>・新商品の開発<br>・新規販売先の確保 | ◆漁協の入札参加<br><br>◆前処理加工の実施<br><br>◆新たな販路開拓 |
| 14　地域の特産品づくり<br>～農産物加工への取組～<br><br>《南国市》 | 特産品づくりについては、これまでも取組を行い様々な特産品が開発されてきた。今後、一部の企業・団体でなく、特産品づくりに取り組む組織・グループを育成し、市全体に広めるとともに、プロダクトアウト型でなく、顧客ニーズも把握しながら、地域資源を活かした特産品づくりを促進する。また、できあがった特産品の売り込みを通じて地域をPRし、地域の魅力向上を図る。 | ・なんこく空の駅推進協議会、西島園芸団地など既存企業、組織、グループ<br>・新しい組織、グループ<br>・JA南国市出資生産法人（株）南国スタイル<br>・南国市商工会<br>・南国市観光協会 | ・地域産品を使用した特産品づくり（H21～26）<br>・JA出資型の農業生産法人の設立<br>◆商品化された加工品については H26年3月末時点で21品目となった。<br>◆農業生産法人実証組織（南国市雇用創出推進協議会　実現事業）はJA南国市が出資するJA南国市出資農業生産法人のH24年度設立へとつながった（H24年4月設立）。 | ・特産品づくりに取り組むプレーヤーの育成<br>・魅力ある商品づくり | ◆特産品づくりの振興<br><br>◆既存施設及び直販所の活性化（地産地消から外商へ） |
| 15　香美市ブランドの確立・特産品づくり<br><br>《香美市》 | 香美市ブランドの確立、特産品づくりを行うことを通じて、働く場の確保と所得の向上を図る。 | ・香美市観光協会<br>・食品加工グループ | ・地域特産品の加工・販売の仕組みづくり（H21～26）<br>・新たな加工食品の開発・販売（H21～26）<br>◆平成21年度から23年度まで香美市地域雇用創造協議会等が中心となり、シカ肉等を使った新商品の開発や地域特産品の県内外への販売促進、ショッピングサイトの開設等を行った。<br>◆平成24年度から香美市雇用創造協議会から事業を継承した一般社団法人香美市観光協会や食品加工グループが地域内外のイベントに参加し、特産品の販売とPR活動を実施した。また、商談会等にも参加し、販路拡大に取り組んでいる。<br>◆ふるさと納税（香美市まちづくり寄附金）者への返礼品のセットとして、シカニクソーセージやじじばばあんぜん会の商品が選定された。 | ・シカ肉加工品の需要増に対するシカ肉の安定供給体制の確立<br>・シカ肉加工品の品質の維持と製造者の育成<br>・高齢化に伴う食品加工グループの後継者確保 | ◆地域ブランド商品の製造・流通・販売<br><br>◆新たな加工食品の開発・販売<br><br>◆シカ肉の活用・販路拡大 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
シイラ加工事業の販売金額(H22:2,571千円)
700万円
漁協の入札参加
漁協の入札参加
衛生管理の認証
県版HACCPの取得
前処理加工の実施
作業効率の改善等の効率性向上に向けた検討
効率的な加工体制の構築
県版HACCP取得に向けた取組
県版HACCPの取得
衛生管理の向上
シイラ以外の加工の検討、試作
新商品開発を含めた事業展開の検討
新たな販路開拓
販売戦略の検討、新たな販路開拓
地域産品を活用した新しい組織・グループ設立数(新規)
10組織・団体
特産品づくりの振興
・特産品づくりのための市単独補助金の創設
・特産品づくりに取り組むプレーヤー(企業・組織・グループ)の育成
・市、商工会、観光協会のコーディネーターなどから農商工連携を提案することにより、特産品づくりを推進し、モニター組織なども活用したマーケティングの実施・ブラッシュアップを行う。
開発商品売上額(H22:656万円(28品目))
1,000万円(40品目)
既存施設及び直販所の活性化(地産地消から外商へ)
JA出資型農業生産法人の設立
育成された新しい組織・グループが開発した特産品及び加工品を出荷することにより、道の駅等の既存施設及び直販所の活性化を図る。そして、地産地消でブラッシュアップされたものを外商に結びつけていく。
開発商品売上額(H22:4,808千円(10品目))
6,300千円(20品目)
地域ブランド商品の製造・流通・販売
アンテナショップ、ネットショップ等での販売
新たな加工食品の開発・販売
・商品開発・販売等の企画書作り
・試作品製造及びモニタリング販売商品化が決定した加工製品の製造及び販売
・県内外への販売戦略の検討
シカ肉の活用・販路拡大
・シカ肉の確保
・肉の流通ルート確立
・飲食店等への商品提供による販路拡大

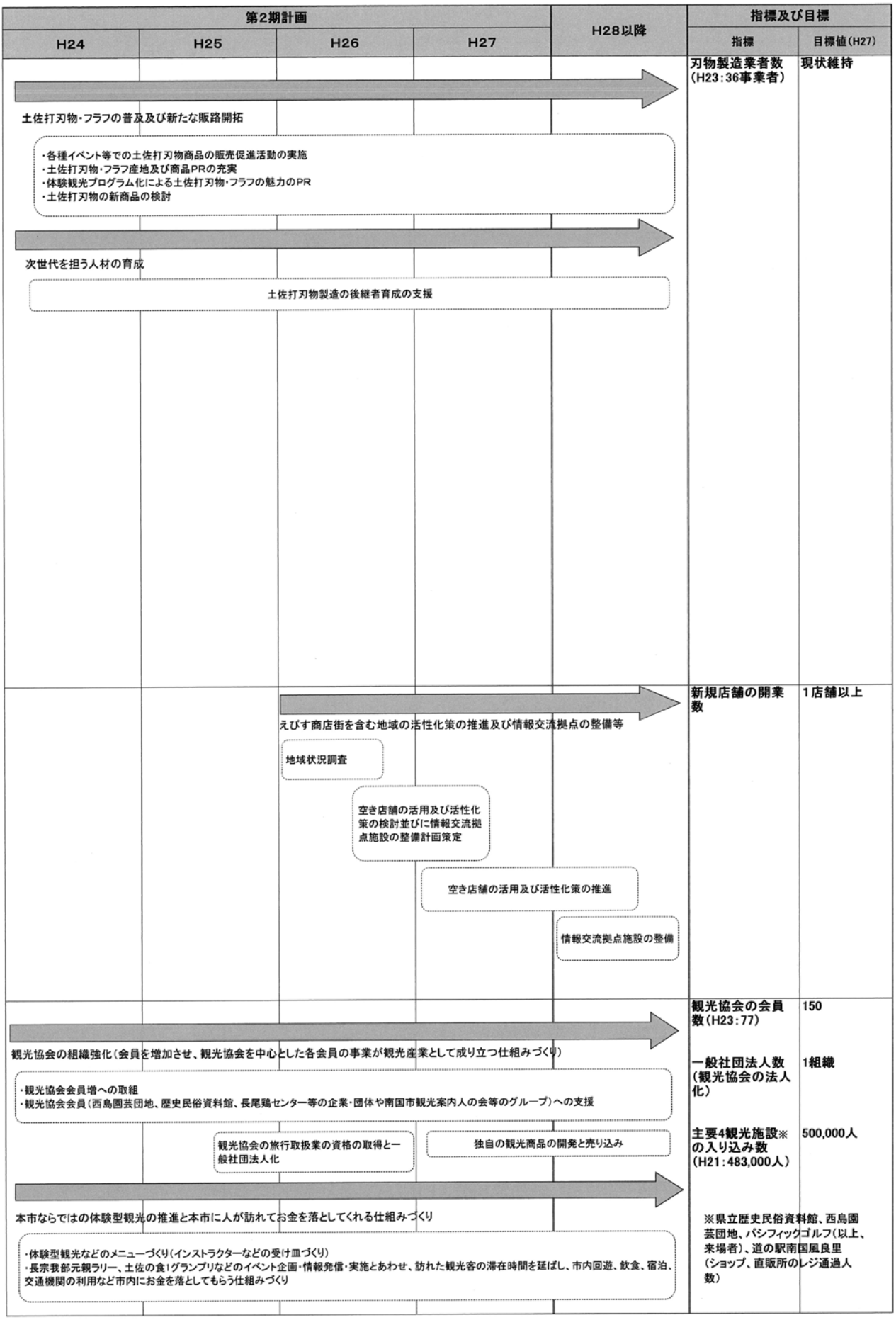
## 【物部川地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 16 | 「ごめん」の賑わいづくり<br>～ごめんの活性化～<br><br>《南国市》 | かつては南国市の中核的存在であった「ごめん商店街」に再び賑わいを取り戻せるよう取組を行っていく。地元商店主の大半が高齢化し、後継者がいないために主体的な取組が生まれにくい状況だが、これまでの取組の中でできたやなせたかしロードや高知農業高校のアンテナショップ、ごめんの軽トラ市などを活かし、地元の意識醸成を図りつつ、賑わい拠点の創出や運営管理できる組織づくりにより、まず人が訪れる仕組みづくりを図っていく。 | ・南国市商工会<br>・南国市商工会後免支部<br>・ごめんまちづくり委員会<br>・企業組合ごめんシャモ研究会<br>・ごめん生姜アメ研究会<br>・地産地消ごめんの軽トラ市実行委員会<br>・後免町公民館建設推進部会<br>・高知農業高校 | ・軽トラ市の定期的開催（H21～26）<br>・ごめん応援団の設立（1団体）<br>◆軽トラ市は定着してきた。併せて行われるゴメンジャーショーは、ごめん応援団である「チームゴメンジャー」が結成されて、地域外の知恵と力も新たに加わったこともあり、集客効果を上げている。また、H23.7月からは高知農業高校アンテナショップ「ごめんマルシェ」が月2回（水曜日）開店するようになり、それらによるイベント時の賑わいは創出され、一定の成果はあがっている。<br>◆H23年度から商工会主体の「ごめんまちづくりプロジェクト委員会」が発足し、地域資源を活用した商品開発を行なっている。<br>◆H25年1月に開所した「ごめんよってこ広場」でイベントが定期的に開催されている。 | ・イベント時の賑わいを日常的な賑わい創出につなげていくため、ごめん町の商店主や住民の主体的な取組が必要 | ◆賑わい創出のための拠点施設整備、空き店舗の活用<br><br>◆中核的な地域資源の活用と情報発信 |
| 17 | 香南市の地場産品販売促進<br><br>《香南市》 | 香南市の地場産品を事業者が一体となり販売活動を行い売り出すことで、香南市の知名度の向上や地域の農業者、商業者等の所得の向上を図る。 | ・香南市観光協会<br>・香南市内の事業者 | ・商品開発（H21～26）<br>・商品カタログ販売（H22～26）<br>・商品ネット販売（H23～26）<br>◆香南市内の事業者の商品をカタログやネットで販売することにより、事業者の商品開発やメニュー開発意欲につながった。<br>◆ふるさと寄付金の記念品等に採用されている。<br>◆各種イベントに出店し販売活動を行っている。 | ・商品及び販売機会の増加<br>・商品販売体制の継続 | ◆地場産品の開発と販売促進<br><br>◆地場産品販売促進体制の検討 |
| 18 | 香南市の商業振興への取組<br><br>《香南市》 | コミュニティガイド事業で作成・配布した「生活情報ガイド」や「コミュニティイベント」の継続により、地域の消費者に対し生活の利便性を提供するとともに、商業者のまとまりを再構築し、商業者が一体となって取組を行い、地域内での顧客の増加、さらには地域外への商圏拡大を目指す。 | ・香南市商工会<br>・香南市内の商業者 | ・お店紹介BOOK「香南市の・おいしい・たのしい・うれしい」の発刊（H21、H23）<br>・コミュニティイベント「香南百貨店おひろめ市」の取組（H22～25）<br>・ポイントカード事業導入等について（消費者（H25）及び商店者（H25、26）対象）のアンケートを実施<br>◆「お店紹介BOOK」が新規顧客に繋がり始めており、H23年度の改訂版発行時には、商工会に対し掲載希望が寄せられた。また、三宝山（H22）、天然色劇場（H23）、岸本チューリップフェスタ（H24）で「香南百貨店おひろめ市」を開催し、商業者自ら店舗PRを行った。<br>◆新たなポイントカード制度の実施に向けて調査及び検討を行っている。 | ・来店客の増加 | ◆商業者が一体となった取組の推進 |

第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
賑わい創出のための拠点施設整備、空き店舗の活用
空き店舗を活用した賑わい創出推進員の事務所兼誰でも出店できるフリーショップの開設運営
空き店舗の活用による賑わい創出
ごめん町公民館などを賑わい創出のために活用するとともに、市などの関係機関、団体だけでなく、地元・地域を巻き込んだ、実際に管理運営できる組織の設立を目指す。
地域を巻き込んだ組織による賑わい創出のための企画・運営
賑わい創出のための拠点施設整備
(H23:0件)
1件
空き店舗活用
(H23:0件)
2件
地元・地域を巻き込んだ実際に活動できる組織の設立
(H23:0組織)
1組織
中核的な地域資源の活用と情報発信
「ごめん」という地名、空き店舗、高知農業高校アンテナショップ、やなせたかしロード及びキャラクター、ゴメンジャー、「はがきでごめんなさいコンクール」「軽トラ市」などの充実・組み合わせ・ブラッシュアップにより魅力度をアップさせ、ホームページ、イベント、グッズ等により情報発信を戦略的に行っていく。
ごめん商店街の歩行者通行量
(H23:ばいきんまん前 12人/h
ジャムおじさん前 23人/h)
ばいきんまん前 20人/h
ジャムおじさん前 40人/h
地場産品の開発と販売促進
・地場産品の開発
・カタログ・ネット販売の促進
・販路開拓への取組
参加事業者数
(H23:29事業者)
35事業者
地場産品販売促進体制の検討
自立した継続運営を目指し、組織化等の検討
自立運営体制の構築
事業者が主体となった取組の実施
商業者が一体となった取組の推進
・コミュニティイベントの開催、定例化
・市内外へのPR強化
・生活情報の提供
・新たな取組の検討、実施
商業者数
(H23:873店)
現状維持

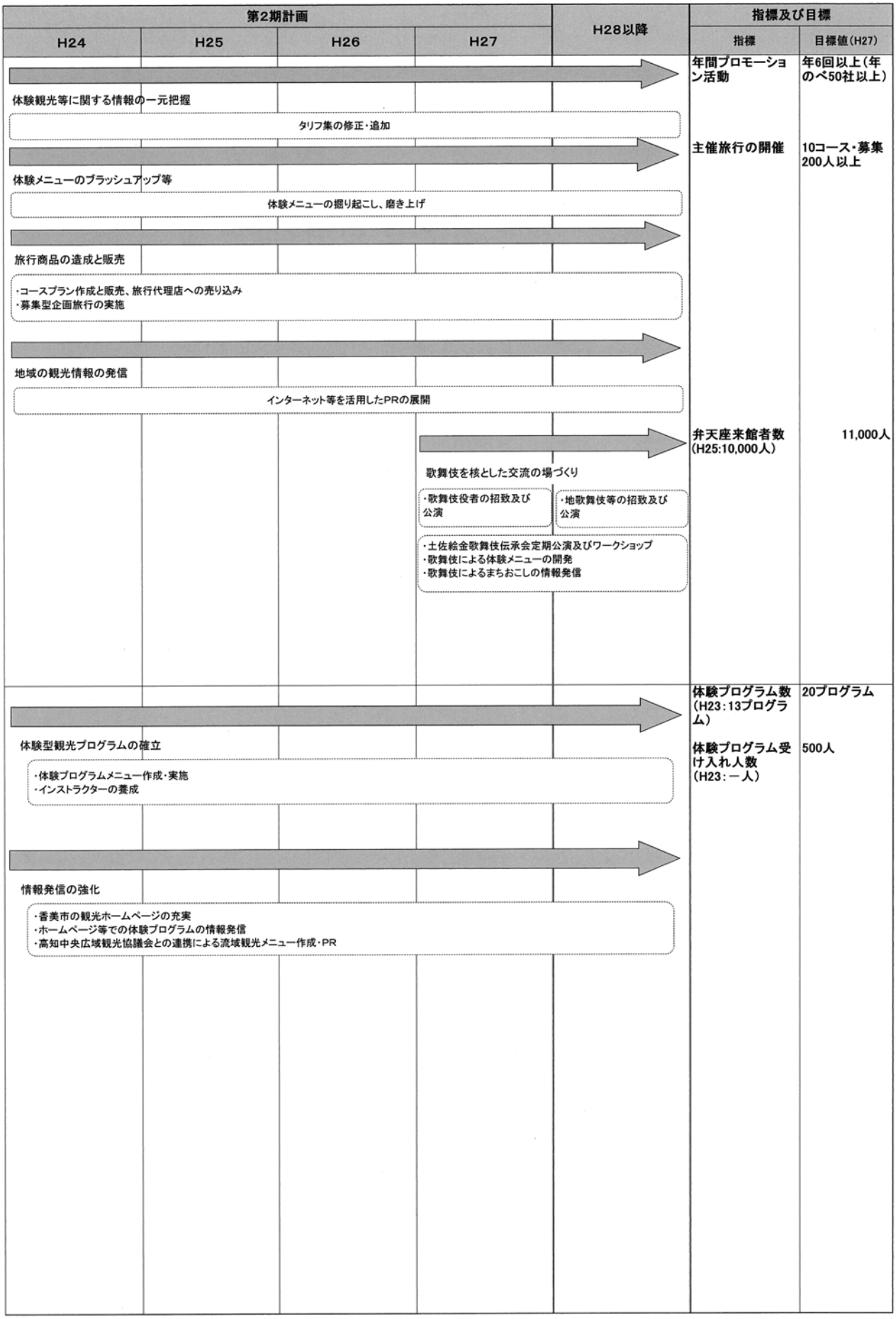
## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 19 地場産業（土佐打刃物、フラフ）の振興<br><br>《香美市》 | 海外での展開も視野に入れた新商品の開発や販路の開拓のほか、昔ながらの技術や文化の継承を図るため、次世代を担う後継者の育成にも取り組む。 | ・高知県土佐刃物連合協同組合<br>・香美市商工会<br>・フラフ製造業者<br>・香美市観光協会 | ・新商品の開発及び新たな販路開拓（H21～26）<br>・次世代を担う人材の育成（H22～26）<br>◆土佐打刃物とフラフは、伝統的産業であり、生活様式等の変化を受けて需要減少傾向の中ではあるが、香美市地域雇用創造協議会の実現チームが中心となり、販売促進や商品開発に関する取組を行った。<br>◆あかめナイフの販売を開始した。<br>◆地域アンテナショップ2店舗を開設し、地場産業の紹介等を行った。「ふらっと中町」には土佐打刃物PRのための展示販売場を常設し、「龍河荘ぐる里」はアンテナショップとしては休止しているが、要望があれば土佐打刃物鍛造体験を体験観光メニューとして販売している。<br>◆土佐打刃物製造業の後継者育成については、中小企業団体中央会の「連携組織活性化推進事業」を活用し、「土佐刃物製造業の後継者育成に向けたモデルプラン」を策定した。<br>◆高知新港に寄港する大型客船の乗員乗客向け物販ブースにてくじらナイフの販売を行った（H25～）。<br>◆土佐打刃物製造業の後継者育成については、県の「伝統的工芸品産業等育成対策事業」の周知のため説明会を開催した（H26.9月）。 | ・県の「伝統的工芸品産業等育成対策事業」の周知及び研修者受け入れ事業者の発掘 | ◆土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓<br><br>◆次世代を担う人材の育成 |
| 20 土佐山田えびす商店街を中心とする地域の活性化<br><br>《香美市》 | 利用可能な空き店舗の改修や商店街と地域住民、移住者等の情報交流拠点施設の整備を行うことなどにより、移住者による新規創業も含めた新たな店舗の開業を支援するとともに、商店街を含む地域の活性化を図る。 | ・香美市商工会<br>・えびす街協同組合<br>・地域活動団体<br>・香美市 | ・香美市民の移住や定住等に関する意識を調べるため、地域状況調査を行った（H26）。 | ・地域状況調査結果の各施策への反映 | ◆えびす商店街を含む地域の活性化策の推進及び情報交流拠点の整備等 |
| 21 観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～<br><br>《南国市》 | 交通の要衝という恵まれた立地環境を活かし、地域内の観光資源をつなぎ、地域が誇る史跡資源（長宗我部）や農業などの地域資源を活かして観光を産業として成り立たせる仕組みを構築していく。 | ・南国市観光協会<br>・市内各観光に関わる企業・団体・グループ | ・観光コーディネート組織の確立（H21～25）<br>・観光ガイド組織の設立（H21～23）<br>◆南国市観光協会が一般社団法人化された（H25年4月1日）。<br>◆観光ガイド組織「南国市観光案内人の会」がH23に設立された。 | ・観光協会の組織強化<br>・史跡を文化資源としてだけでなく観光資源として磨き上げること<br>・「南国市観光案内人の会」のガイドとしてのスキルアップ | ◆観光協会の組織強化（会員を増加させ、観光協会を中心とした各会員の事業が観光産業として成り立つ仕組みづくり）<br><br>◆本市ならではの体験型観光の推進と本市に人が訪れてお金を落としてくれる仕組みづくり |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
刃物製造業者数(H23:36事業者)
現状維持
土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓
・各種イベント等での土佐打刃物商品の販売促進活動の実施
・土佐打刃物・フラフ産地及び商品PRの充実
・体験観光プログラム化による土佐打刃物・フラフの魅力のPR
・土佐打刃物の新商品の検討
次世代を担う人材の育成
土佐打刃物製造の後継者育成の支援
新規店舗の開業数
1店舗以上
えびす商店街を含む地域の活性化策の推進及び情報交流拠点の整備等
地域状況調査
空き店舗の活用及び活性化策の検討並びに情報交流拠点施設の整備計画策定
空き店舗の活用及び活性化策の推進
情報交流拠点施設の整備
観光協会の会員数(H23:77)
150
観光協会の組織強化(会員を増加させ、観光協会を中心とした各会員の事業が観光産業として成り立つ仕組みづくり)
一般社団法人数(観光協会の法人化)
1組織
・観光協会会員増への取組
・観光協会会員(西島園芸団地、歴史民俗資料館、長尾鶏センター等の企業・団体や南国市観光案内人の会等のグループ)への支援
観光協会の旅行取扱業の資格の取得と一般社団法人化
独自の観光商品の開発と売り込み
主要4観光施設※の入り込み数(H21:483,000人)
500,000人
本市ならではの体験型観光の推進と本市に人が訪れてお金を落としてくれる仕組みづくり
※県立歴史民俗資料館、西島園芸団地、パシフィックゴルフ(以上、来場者)、道の駅南国風良里(ショップ、直販所のレジ通過人数)
・体験型観光などのメニューづくり(インストラクターなどの受け皿づくり)
・長宗我部元親ラリー、土佐の食1グランプリなどのイベント企画・情報発信・実施とあわせ、訪れた観光客の滞在時間を延ばし、市内回遊、飲食、宿泊、交通機関の利用など市内にお金を落としてもらう仕組みづくり

## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 22 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信<br><br>《香南市》 | 香南市の海と山と文化や歴史などの地域資源を活用した体験観光等を推進し、交流人口の増大を図る。 | ・香南市観光協会<br>・香南市<br>・歌舞伎でまちおこし実行委員会<br>・地域の体験メニュー等提供団体 | ・体験メニューのブラッシュアップ（H21～26）<br>・旅行商品化に必要な観光情報の一元把握（H21～26）<br>・旅行商品企画の造成（H21～26）<br>・旅行商品の販売（H23～26）<br>・地域の観光情報の発信（H21～26）<br>◆香南市観光協会は、一般社団法人化し、旅行業第3種の登録を行った。これにより、旅行商品の企画から販売までの体制が整い、ウォーキングや座禅体験、トレイルランニングレース大会などの商品の販売を実施している。また、サンライズ・サンセットシーカヤックのモニターツアーを実施した（H26）。 | ・旅行商品の企画・販売の継続<br><br>・体験メニュー等商品素材の開発<br><br>・インストラクターの養成<br><br>・エージェントに対するプロモーション<br><br>・広域で連携した滞在型観光メニューの開発<br><br>・観光資源としての歌舞伎の活用 | ◆体験観光等に関する情報の一元把握<br><br>◆体験メニューのブラッシュアップ等<br><br>◆旅行商品の造成と販売<br><br>◆地域の観光情報の発信<br><br>◆歌舞伎を核とした交流の場づくり |
| 23 「森の駅」を中心とした体験型観光の推進<br><br>《香美市》 | べふ峡温泉を「森の駅」と位置づけ、体験型観光の拠点施設として森林を活用した観光を推進する。また、体験プログラムの実施による地域住民との交流や地域の活性化につながる香美市の新たな産業としての観光の育成を図る。 | ・香美市<br>・香美市観光協会<br>・地域内の観光施設及び体験型観光メニュー等の提供団体 | ・観光情報の充実及び一元化（H21～26）<br>・観光ネットワークづくり（H21～26）<br>◆観光案内所「香美市いんふぉめーしょん」や地域アンテナショップを開設し、雇用の創出及び観光情報の提供の場としてのネットワーク強化を図った。<br>◆香美市地域雇用創造推進事業として実施した研修によって、多くの方々が地域の観光資源について深い知識を得ることができた。<br>◆観光コーディネート等を行う組織として、一般社団法人香美市観光協会が平成24年2月1日に発足した。<br>◆べふ峡温泉林間広場の基盤整備、龍河洞の洞内照明LED化、「ほっと平山」の案内板の設置などの環境整備を行った。<br>◆一般社団法人香美市観光協会主催による新たなイベントを企画、実施した。 | ・一般社団法人香美市観光協会の体制強化及び体験メニューの造成<br>・体験インストラクターの育成 | ◆体験型観光プログラムの確立<br><br>◆情報発信の強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
年間プロモーション活動
年6回以上(年のべ50社以上)
体験観光等に関する情報の一元把握
タリフ集の修正・追加
主催旅行の開催
10コース・募集200人以上
体験メニューのブラッシュアップ等
体験メニューの掘り起こし、磨き上げ
旅行商品の造成と販売
・コースプラン作成と販売、旅行代理店への売り込み
・募集型企画旅行の実施
地域の観光情報の発信
インターネット等を活用したPRの展開
弁天座来館者数(H25:10,000人)
11,000人
歌舞伎を核とした交流の場づくり
・歌舞伎役者の招致及び公演
・地歌舞伎等の招致及び公演
・土佐絵金歌舞伎伝承会定期公演及びワークショップ
・歌舞伎による体験メニューの開発
・歌舞伎によるまちおこしの情報発信
体験プログラム数(H23:13プログラム)
20プログラム
体験型観光プログラムの確立
・体験プログラムメニュー作成・実施
・インストラクターの養成
体験プログラム受け入れ人数(H23:－人)
500人
情報発信の強化
・香美市の観光ホームページの充実
・ホームページ等での体験プログラムの情報発信
・高知中央広域観光協議会との連携による流域観光メニュー作成・PR

## 【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 24　広域観光の取組の推進<br><br>《物部川地域全域》 | 高知中央広域定住自立圏共生ビジョンの観光事業において、物部川地域の自然、観光施設、体験メニュー等の多様な観光資源を広域的に組み合わせ、魅力的な観光商品とするとともに、一体として情報発信を行うことにより、観光客の広域的な誘致を推進し、交流人口の拡大を図る。 | ・高知中央広域観光協議会のうち、南国市、香南市、香美市、(一社)南国市観光協会、(一社)香南市観光協会、(一社)香美市観光協会 | ・物部川地域の広域観光の推進(H23～26)<br>◆広域観光を推進する母体となる物部川地域観光振興協議会を設立(H23～H24)した。エージェントセールス活動やモニターツアーを実施し、エージェントのニーズを全体で共有し、旅行商品化に向け旅行会社と検討を行った。<br>◆物部川地域観光振興協議会を発展的に解消し、高知中央広域定住自立圏構想の枠組みのもと、高知市と物部川地域(南国市・香南市・香美市)が連携し、高知中央広域観光協議会を設立(H25.5)した。広域観光パンフレットの作成やプロモーション(エージェントセールス・モニターツアー)を実施したほか、観光・物産展を開催した。<br>◆プロモーションツールとしてポスター及び体験型観光パンフレットを作成した。 | ・3市及び市町村や観光団体の意識の醸成<br>・ツアー造成で取り上げてもらえる地域内の観光資源の発掘・磨き上げ<br>・広域観光の戦略検討 | ◆観光商品の充実<br><br>◆観光客の広域誘致<br><br>◆組織体制の充実・整備 |
| 25　大学生による地域応援団(サポーター)づくり<br><br>《物部川地域全域》 | 地域と大学等の学生の交流機会を増やし、相互の理解を深めることにより、物部川地域をサポートする『地域応援団(サポーター)』を作っていく。 | ・人と地域の研究所<br>・学生グループ | ・高知工科大学と地域の交流(H21～H26)<br>◆高知工科大学において、平成25年度から学生主体で地域貢献を目的として活動する「ココイコ！プロジェクト」がスタートした。 | ・地域に興味を持つ学生の確保<br>・活動内容の情報発信<br>・継続した交流への発展 | ◆交流機会の創出<br>◆交流後のフォローアップ |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| 観光商品の充実<br>・農林漁家民泊の推進<br>・体験メニュー等の新商品の開発・磨き上げ | | | | | 観光客入り込み数<br>(H21:72.1万人<br>H22:78.1万人)<br><br>(内訳)<br>主要観光施設訪問者数<br>(H21:67.5万人<br>H22:73万人)<br>体験メニュー受け入れ人数<br>(H21:4.6万人<br>H22:5.1万人) | 80万人 |
| 観光客の広域誘致<br>・広域観光プロモーションツールの作成<br>・誘致活動の実施<br>・地域内観光情報の発信 | 観光物産展の開催 | | | | | |
| 組織体制の充実・整備<br>観光商品の充実及び観光客の広域誘致活動の実施体制、広域観光窓口機能の確立 | 体制・機能の段階的充実 | | | | | |
| 交流機会の創出<br>交流後のフォローアップ<br>・大学等の研究活動や学生の自発的な取り組みと地域のニーズのマッチング<br>・学生に対する在学中・卒業後の情報提供 | | | | | 交流した学生数<br>(H23:19名)<br>・高知県立大学2名<br>・高知工科大学 9名<br>・高知大学4名<br>・県外大学4名 | 累計100名以上 |

# Ⅱ　各地域の具体的な取組

# 3　高知市地域

## 3　高知市地域

### （１）　地域の産業を取り巻く状況

高知市地域は「平成の大合併」により、都市部を中心とした県域の中核機能に加え、田園地域と中山間地域を併せ持つ、バランスのとれた都市となりました。

総人口は、平成22年の国勢調査では343,393人で、県全体の４割余りを占めています。65歳以上の高齢者の比率は、県平均を下回っているものの、他地域と同様に高齢化が進行しています。

総生産額は県全体の5割近くを占めていますが、部門別の構成比は、第3次産業が約9割という突出した形になっています。

農業については、平野部では、水稲、野菜、花き等の早出しを主体とする営農形態となっています。北部の中山間地域では、地理的な特性を活かして、ユズや四方竹の生産・加工、有機による野菜づくりなどが行われ、大消費地に近い地の利を活かして、直販所や街路市等を通じた地産地消の取組が進められています。また、ショウガ等新たな加工に向けた検討や商品化の取組も行われています。

南部の里山地域と中山間地域では酪農が行われており、出荷される牛乳の大半は県内で加工・販売・消費されています。また、酪農関係者による加工に向けた取組も進んでいます。

林業については、総面積の約60％を占める森林の約半分が杉やヒノキといった人工林で、早急な整備が必要となっており、林道、作業道等の基盤整備や森林組合を中心とした間伐などが進められていますが、木材価格の低迷をはじめ、担い手の高齢化などによる後継者不足等の課題があります。その一方で、国際的な木材の需給の状況や、地球温暖化の防止等に対する森林への関心の高さなどを背景に、国産材を見直す動きが見られます。

大消費地を抱え、水産物を供給する漁業は大きな役割を担っていますが、魚価の低迷や漁場環境の悪化、担い手の高齢化などにより、漁業者の経営環境は厳しさを増しています。

商業については、特に中心商店街や近隣商店街では、郊外型大型商業施設の増加や商店街の核店舗の減少、購買方法の多様化などにより、空き店舗の増加や歩行者通行量の減少などの厳しい状況が継続しているため、中心市街地の活性化について検討が行われています。

製造業は、機械、食料品、鉄鋼や製紙業等を中心に操業が行われ、高い技術力によって全国展開している企業もありますが、全般的には伸び悩みの傾向にあります。

観光面では、「高知城」や「はりまや橋」、「桂浜」などの名所、「よさこい祭り」をはじめとする様々なイベントのほか、「坂本龍馬」「長宗我部元親」などの「歴史」や「食」など、本県を代表するような観光資源を多く有しています。また、効果的な情報発信や周辺地域との広域での連携、龍馬ゆかりの地を巡るまち歩きや市場見学、写経などの体験型・着地型観光の取組も進んでいます。

## （２）　地域アクションプランの概要

高知市地域では、県都・中核市としての都市機能や役割を十分に果たしつつ、主要農産物の振興に加え、それらを活かした６次産業化の促進や中心市街地の活性化、歴史・文化・自然・食を体感できる観光振興などの取組を進めることとしています。

分野別にみると、農業分野では、県内一の生産を誇るキュウリや日本一の産地であるグロリオサをはじめ、針木産新高梨の更なるブランド化に向けた活動などを独立した項目として位置づけ、それぞれの各事業主体が、より強力に進めることとしています。中山間地域では、基幹品目であるユズ・四方竹の振興に加え、(財)夢産地とさやま開発公社を中心に展開する「まるごと有機プロジェクト」の推進などにより、山の恵みを所得につなげる地産外商の取組を一層促進することとしています。また、ＪＡ高知市が行う「食」の提供による地域農産物の消費拡大の取組など、これまで以上に消費者を意識した展開を図ることとしています。

畜産分野では、生乳加工品の製造・販売による新たな酪農経営モデルの確立に向けて、引き続き関係者が連携して取り組むこととしています。

林業分野では、「森の工場」を核として素材生産量の増大を目指すとともに、県産材を使った木造住宅の普及促進活動など、森林資源の有効活用を図っていくこととしています。

商工業分野では、本格稼働を始めた春野地区の農産物加工品の開発・販売拡大の取組や地元鮮魚を活用した食品の製造、包あん食品の開発・製造などの食品加工の取組を一層推進することとしています。さらに、新たな分野への製品展開を進めている竹製品や、南海地震に備えた地域の食材を使った防災食の開発など、一次産業と連携して取り組むこととしています。

また、はりまや橋周辺から高知城までの「東西軸エリア活性化プラン」に位置づけられた取組を各事業主体が具体的に推進することにより、県都中心部の商店街活性化につなげていくこととしています。

観光分野では、市内のみならず近隣地域で人気のある観光施設や体験プログラムとの連携を進め、多様で魅力ある広域観光エリアの形成を図ることとしています。また、「よさこい祭り」や坂本龍馬をはじめとする「土佐の偉人」、観光客に評価の高い「食」などをテーマとしたまち歩きや効果的なイベントの展開、情報発信の仕組みづくり、県民性を活かして外国人観光客の受入態勢を充実させる取組などを民間団体等と連携して進め、土佐観光の拠点としての役割を果たしていくこととしています。

## （３）　重点的な取組

○　地域の特色を活かした多様な農業の展開
（キュウリ・グロリオサ等の基幹品目の生産性及び品質の向上、ブランドの強化）

○　中山間地域の振興
（ユズ・四方竹の生産販売対策の強化、「まるごと有機プロジェクト」の推進、直販店を核とした鏡地域の振興、森の工場を核とした間伐の推進）

○　一次産品（地域資源）を活用した６次産業化の推進
（「食」の提供による地域農産物の消費拡大、新しい酪農経営モデルの創出、農産物の付加価値向上、地元鮮魚を活用した食品の製造）

○　新分野への挑戦
（県産竹材を用いた新規分野への製品展開、防災食の開発）

○　中心市街地の活性化
（中心商店街でのアンテナショップの運営、イベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり）

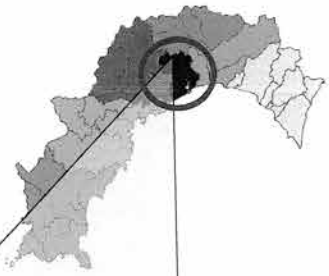
○　魅力ある観光戦略の展開
（「よさこい」・「土佐の偉人」・「食」を活かした観光の振興、滞在型・体験型観光の推進による広域観光エリアの形成、県民性を活かした外国人観光客受入態勢の充実）

## （４）　主要な指標及び目標

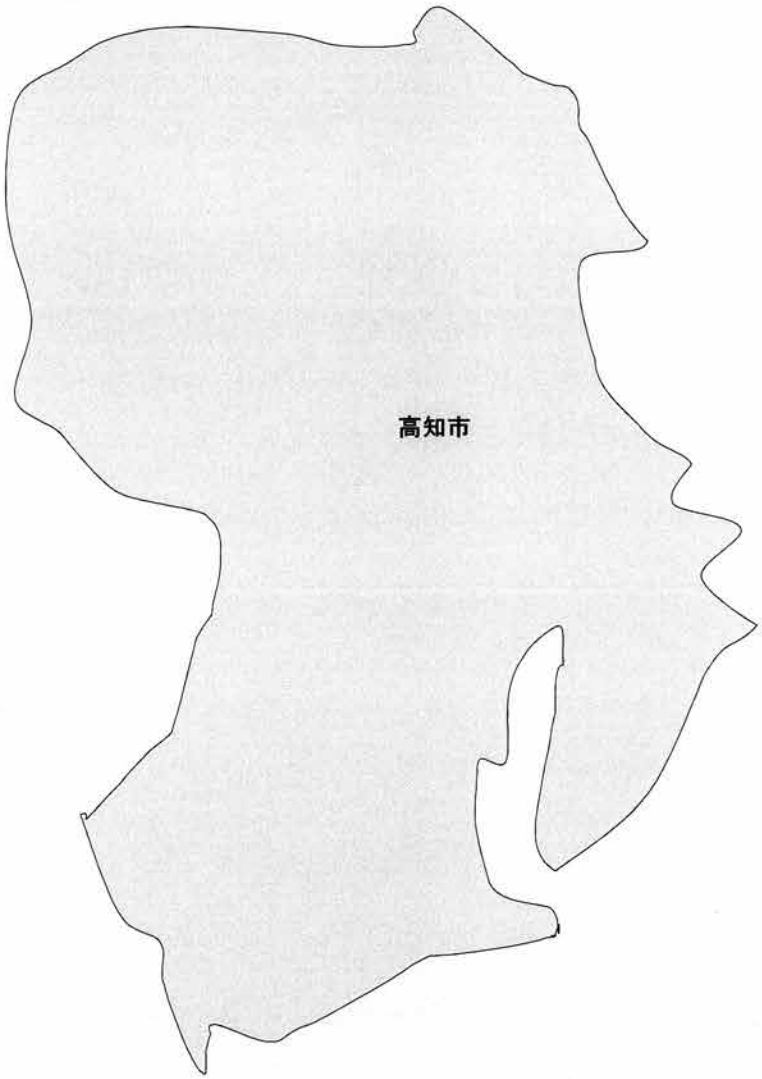
| 項　　目 | 実　　績 | 目　　標 |
|---|---|---|
| 主要農産物の販売額<br>（キュウリ、グロリオサ等８品目の合計） | H22：76.0億円 | H27：80.5億円 |
| 森の工場における素材生産量 | H22：1,707㎥ | H27：4,000㎥ |
| 農産物加工品の販売額<br>（夢産地とさやま開発公社、ｽﾀｼﾞｵ･ｵｶﾑﾗの合計） | H22：0.1億円 | H27：1.7億円 |
| 商店街等の通行量（夏期・休日） | H22：5.8万人／日 | H27：5.8万人／日 |
| 宿泊者数 | H22：123万人<br>（参考 H21：99万人） | H27：112万人 |

（５）　具体的な取組

| No. | 項目 |
|---|---|
| 1 | キュウリの生産販売対策の強化による産地振興 |
| 2 | グロリオサの生産販売対策の強化による産地振興 |
| 3 | 生産と販売促進対策の強化による消費地に選ばれるユリ産地の振興 |
| 4 | イチゴの生産販売対策の強化による産地振興 |
| 5 | ナシ産地の振興とブランド強化 |
| 6 | 時代のニーズに対応できる早期米産地の振興 |
| 7 | 新ショウガの生産振興 |
| 8 | ユズを核とした中山間農業の活性化 |
| 9 | 四方竹のブランド化による中山間地域の振興 |
| 10 | 「まるごと有機プロジェクトの推進」による中山間地域の振興 |
| 11 | 直販店を核とした鏡地域の活性化 |
| 12 | 「食」の提供による地域農産物の消費拡大 |
| 13 | 生乳加工品の製造・販売による新しい酪農経営モデルの創出 |
| 14 | 森の工場を核とする素材生産量の拡大 |
| 15 | 県産材を使った安心・安全の木造住宅の普及促進 |
| 16 | 春野地区の農産物（トマト等）の付加価値向上 |
| 17 | 地域の食材を活かした包あん食品の開発・製造・販売 |
| 18 | 県産竹材を用いた新規分野への製品展開 |
| 19 | 防災食の開発・製造・販売 |
| 20 | 「弘化台ブランドの創出」地元鮮魚を活用した食品の製造・販売 |
| 21 | 地域の農産物を使った菓子類等の外商の推進 |
| 22 | はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化プランに基づく中心部の活性化 |
| 23 | 中心商店街でのアンテナショップの運営 |
| 24 | 多彩なイベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり |
| 25 | おまちに関する情報発信の充実 |
| 26 | 中心市街地における商業、観光等の基盤強化による都市機能の増進及び経済活力の向上 |
| 27 | 近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進 |
| 28 | 本家よさこいのブランド力確立とよさこい文化の継承・発展 |
| 29 | 温泉開発による観光地としての魅力の向上 |
| 30 | 浦戸湾を活用した観光の振興 |
| 31 | 土佐の偉人を活かした観光の振興 |
| 32 | 食による観光の推進 |
| 33 | 県民性を活かした外国人観光客受入態勢の充実 |



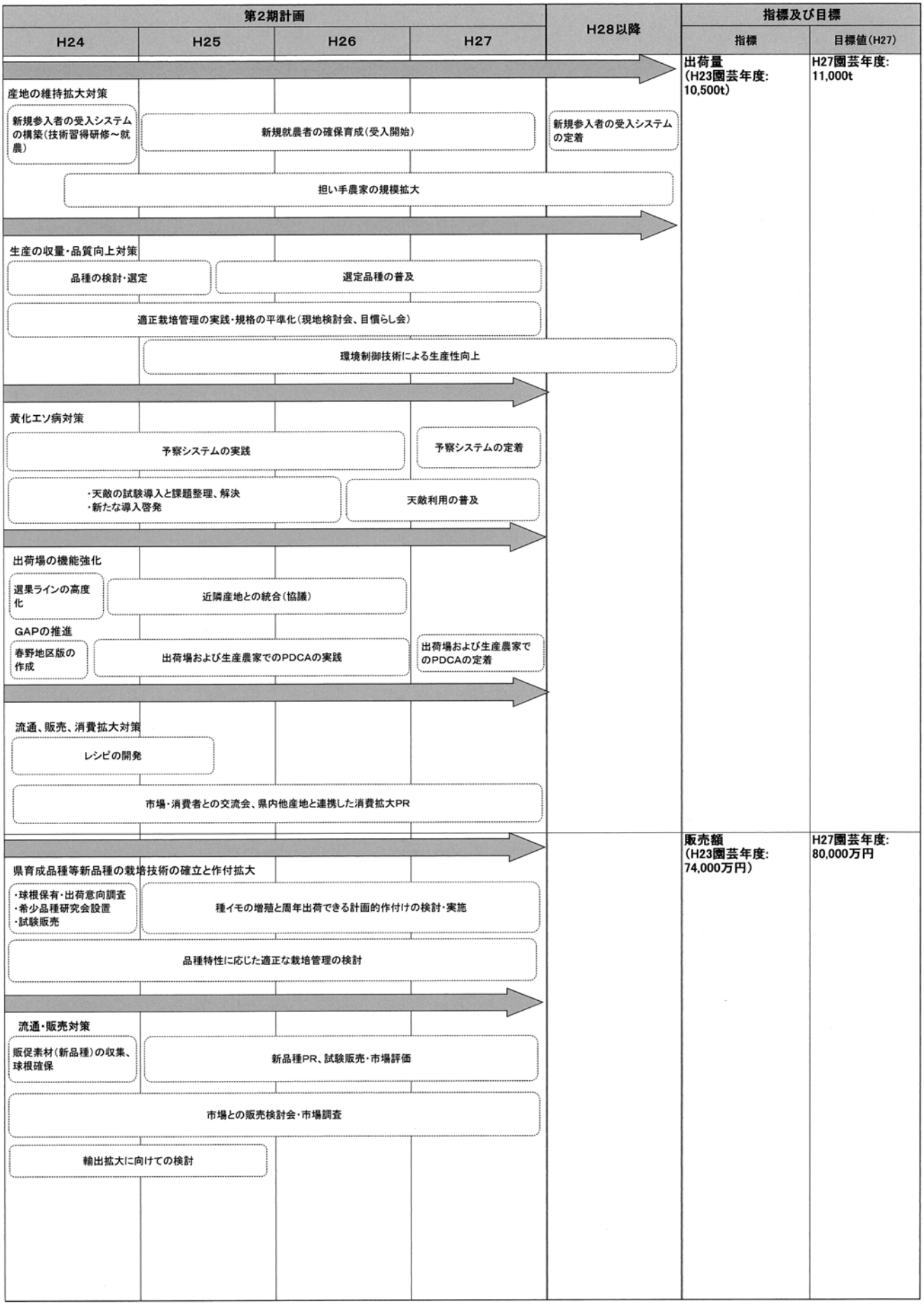
## 【高知市地域】




1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、20、
21、22、23、24、25、26、27、28、29、30、31、32、33

## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1　キュウリの生産販売対策の強化による産地振興 | 県内一のキュウリ産地の生産から流通・販売までの課題解決に取り組み、産地基盤の強化と農家所得の向上を図る。 | ・JA高知春野<br>・JA高知春野キュウリ部会 | ・黄化エソ病対策（H21～26）<br>・有利品種の探索と導入（H21～25）<br>・品質向上対策（H21～26）<br>・優良苗の確保（H22～23）<br>・消費宣伝対策(H21～26）<br>・選果ラインの改善検討（H22～）<br>・新規就農者の確保育成（H25～26）<br>◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。 | ・産地の維持拡大<br>・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策<br>・高知ブランドをPRする流通・販売対策<br>・新しい防除技術の確立・普及 | ◆産地の維持拡大対策<br>◆生産の収量・品質向上対策<br>◆黄化エソ病対策<br>◆出荷場の機能強化・GAPの推進<br>◆流通、販売、消費拡大対策 |
| 2　グロリオサの生産販売対策の強化による産地振興 | 県育成品種の生産拡大を進め、品種の多様性を活かした販売対策を強化し、日本一のグロリオサ産地の活性化と農家所得の向上を図る。 | ・JA高知市<br>・JA高知市三里園芸部花卉部会 | ・モニタリング事業の実施（H21～25）<br>・市場との販売検討会（H21～26）<br>・輸出への取組（H21～26）<br>◆高収量、高品質化等の対策に取り組み、品質（秀品率）はほぼ目標値を維持しているが、気象災害、増税等の影響から、目標販売額には達していない。 | ・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策<br>・高知ブランドをPRする流通・販売対策 | ◆県育成品種等新品種の栽培技術の確立と作付拡大<br>◆流通・販売対策 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
出荷量
(H23園芸年度:
10,500t)
H27園芸年度:
11,000t
産地の維持拡大対策
新規参入者の受入システムの構築(技術習得研修～就農)
新規就農者の確保育成(受入開始)
新規参入者の受入システムの定着
担い手農家の規模拡大
生産の収量・品質向上対策
品種の検討・選定
選定品種の普及
適正栽培管理の実践・規格の平準化(現地検討会、目慣らし会)
環境制御技術による生産性向上
黄化エソ病対策
予察システムの実践
予察システムの定着
・天敵の試験導入と課題整理、解決
・新たな導入啓発
天敵利用の普及
出荷場の機能強化
選果ラインの高度化
近隣産地との統合(協議)
GAPの推進
春野地区版の作成
出荷場および生産農家でのPDCAの実践
出荷場および生産農家でのPDCAの定着
流通、販売、消費拡大対策
レシピの開発
市場・消費者との交流会、県内他産地と連携した消費拡大PR
販売額
(H23園芸年度:
74,000万円)
H27園芸年度:
80,000万円
県育成品種等新品種の栽培技術の確立と作付拡大
・球根保有・出荷意向調査
・希少品種研究会設置
・試験販売
種イモの増殖と周年出荷できる計画的作付けの検討・実施
品種特性に応じた適正な栽培管理の検討
流通・販売対策
販促素材(新品種)の収集、球根確保
新品種PR、試験販売・市場評価
市場との販売検討会・市場調査
輸出拡大に向けての検討

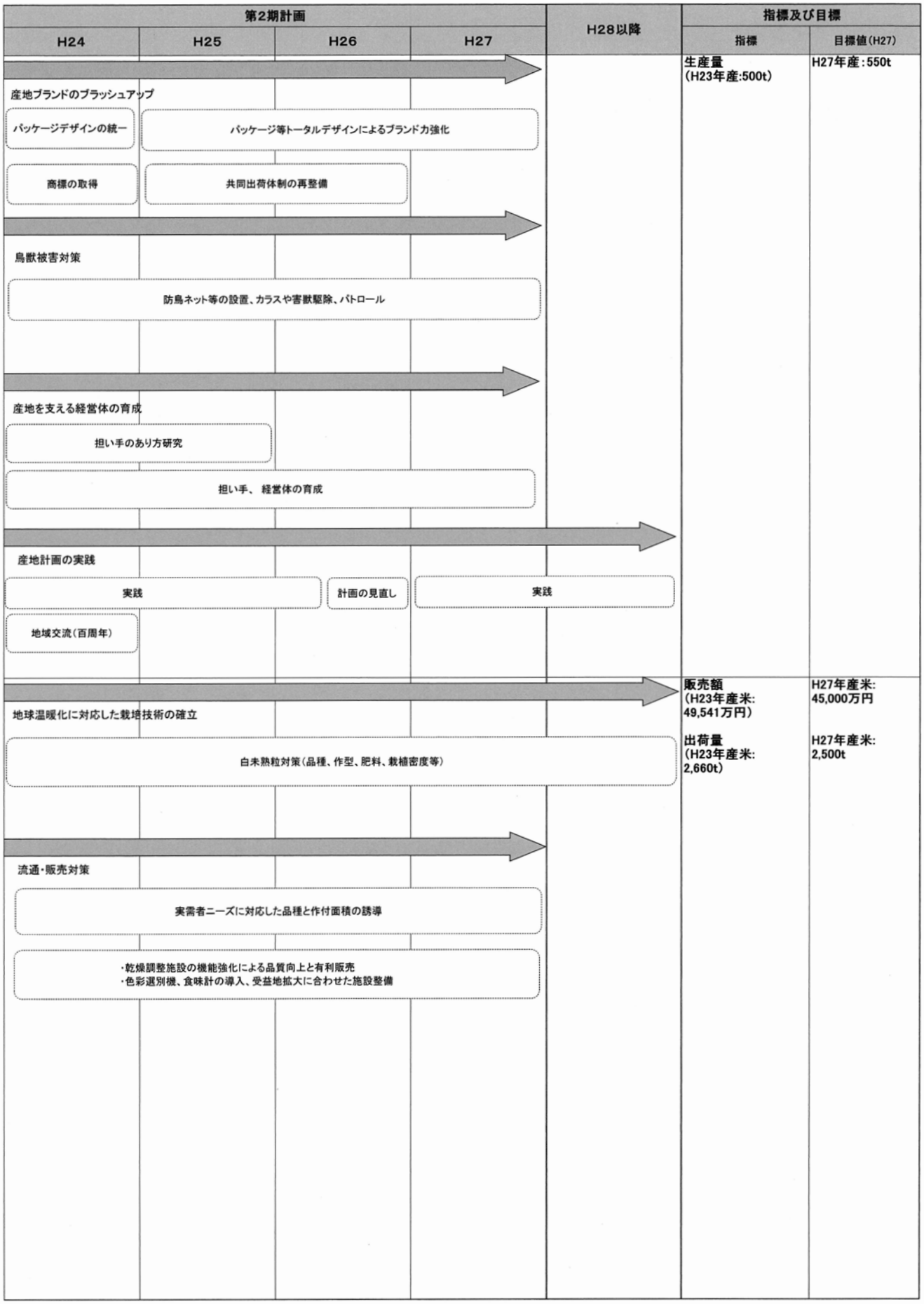
## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 生産と販売促進対策の強化による消費地に選ばれるユリ産地の振興 | 消費地ニーズに基づいた生産出荷対策を強化し、有利販売による農家所得の向上を図る。 | ・JA高知市<br>・JA高知市長浜支所園芸部花弁部会<br>・JA高知春野<br>・JA高知春野花弁部会球根部会 | ・モニタリング事業の実施(H21～25)<br>・市場との販売検討会(H21～26)<br>・共販体制の整備・出荷によるブランド力向上の取り組み(春野:H26)<br>・関西市場仲卸でのPR活動(春野:H26)<br>・摘蕾技術向上のための勉強会、現地検討会の実施(高知:H26)<br>◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。<br>◆PR活動で収集した情報・ニーズをもとにした共販体制への改善が行われている。(春野) | ・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策<br><br>・高知ブランドをPRする流通・販売対策 | ◆消費地の情報収集<br><br>◆新たな販売戦略の検討と実践<br><br>◆市場ニーズに応じた生産出荷対策 |
| 4 イチゴの生産販売対策の強化による産地振興 | 生産安定対策(夏場の育苗、冬期の品質向上など)や新たな販売戦略の実践による介良イチゴの知名度アップと農家所得の向上を図る。 | ・JA高知市<br>・JA高知市介良支所苺部会 | ・炭そ病対策(H21～26)<br>・品種の統一(H21～23)と出荷規格の見直し(H23)<br>・栽培マニュアルの作成(H22)<br>・消費拡大PRの実践(H22～23)<br>・出荷形態の検討(業務用イチゴ)(H25～26)<br>◆秀品率の高い品種に転換し、高品質化と調整作業の効率化が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。 | ・生産安定対策(健全苗の確保、高収量、高品質化)<br><br>・介良ブランドをPRする流通・販売対策 | ◆生産安定対策<br><br>◆流通・販売対策 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| 消費地の情報収集<br>モニタリング調査による需要・問題点の把握<br>モニタリング調査による需要・問題点の把握<br>市場調査による情報収集<br>新たな販売戦略の検討と実践<br>産地戦略の見直し、実践<br>消費拡大PR<br>(サンプル出荷、花シール作成)<br>市場ニーズに応じた生産出荷対策<br>需要に応じた品種の選定・出荷量の調整(植え付け検討会) | | | | | 販売額<br>(H23園芸年度:<br>42,000万円) | H27園芸年度:<br>46,000万円 |
| 生産安定対策<br>健苗の確保・育苗管理の徹底(高温対策、高設雨よけ育苗施設の導入など)<br>栽培管理技術の高位平準化、冬期の品質向上<br>流通・販売対策<br>朝採れ、HPの充実など「介良」イチゴをPRする取組の強化 | | | | | 販売額<br>(H23園芸年度:<br>10,900万円) | H27園芸年度:<br>12,000万円 |

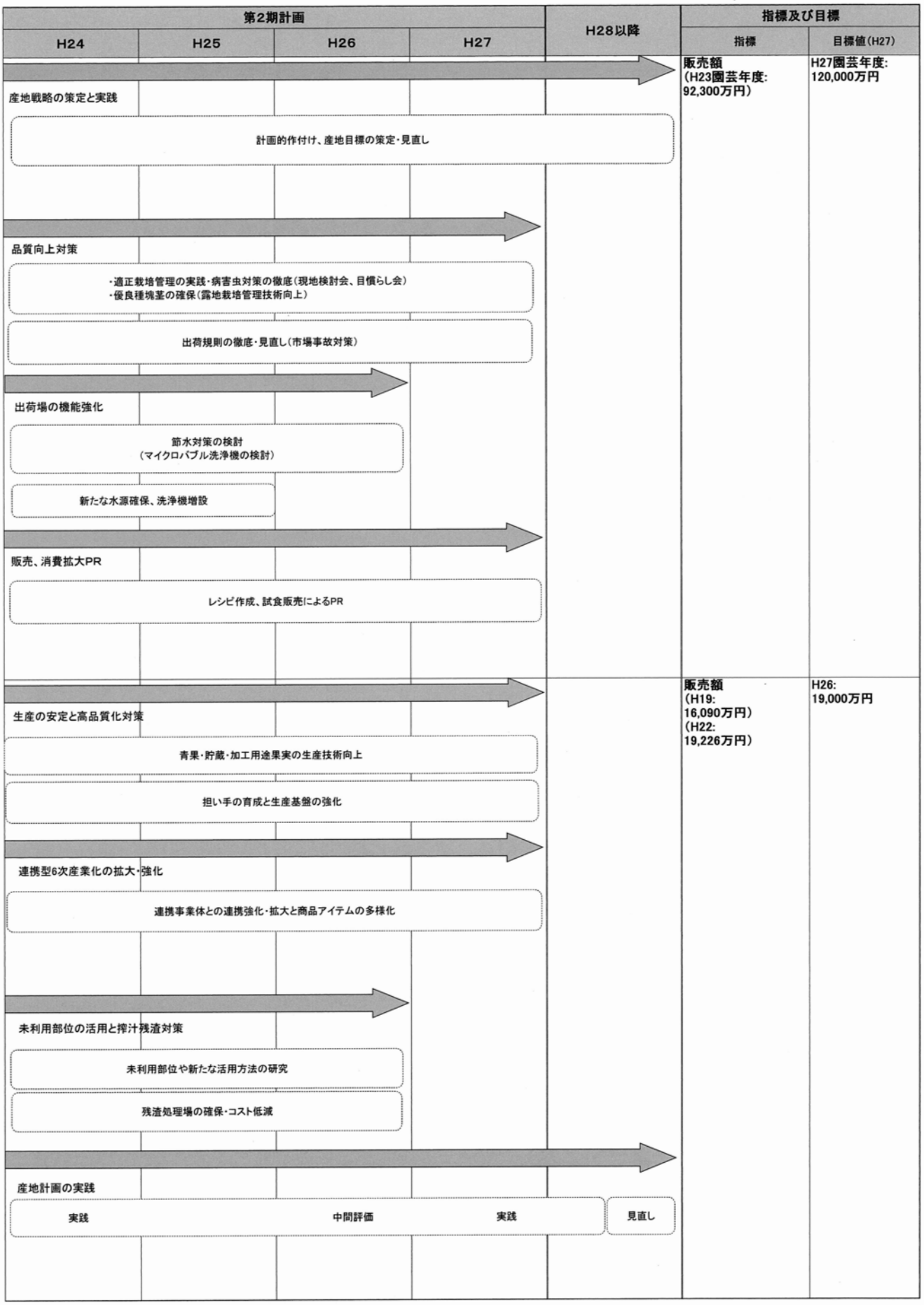
## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 5 ナシ産地の振興とブランド強化 | 針木産新高梨のブランドをブラッシュアップし、全国展開できるブランド力を育成する。また、生産の障害となっている鳥獣被害対策や産地を支える経営体の育成に取り組み、永続的な発展を目指す。 | ・JA高知市<br>・針木梨組合 | ・高付加価値販売、加工品の開発、販売（H21～26）<br>・高温障害等対策（H21～26）<br>・カラス対策協議会の設置（H23）<br>・鳥獣害対策の実践（H24～26）<br>・パッケージデザインの統一、商標の取得（H24）<br>◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。 | ・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策<br><br>・高知ブランドをPRする流通・販売対策 | ◆産地ブランドのブラシュアップ<br><br>◆鳥獣被害対策<br><br>◆産地を支える経営体の育成<br><br>◆産地計画の実践 |
| 6 時代のニーズに対応できる早期米産地の振興 | 地球温暖化に対応した栽培技術の徹底や実需者ニーズに応じた新たな設備投資など、産地基盤の強化による農家所得の向上を図る。 | ・JA高知市<br>・JA高知市稲作部会 | ・乾燥機等の整備（H21～25）<br>・各種調査ほの設置、講習会、現地検討会等（H21～26）<br>◆リレー出荷体制（南国そだち→ナツヒカリ→コシヒカリ）が充実し、集荷量もほぼ目標とする水準を維持している。 | ・地球温暖化に対応した栽培技術対策<br><br>・実需者ニーズに応じた品質向上対策 | ◆地球温暖化に対応した栽培技術の確立<br><br>◆流通・販売対策 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
生産量
(H23年産:500t)
H27年産:550t
産地ブランドのブラッシュアップ
パッケージデザインの統一
パッケージ等トータルデザインによるブランド力強化
商標の取得
共同出荷体制の再整備
鳥獣被害対策
防鳥ネット等の設置、カラスや害獣駆除、パトロール
産地を支える経営体の育成
担い手のあり方研究
担い手、 経営体の育成
産地計画の実践
実践
計画の見直し
実践
地域交流(百周年)
販売額
(H23年産米:
49,541万円)
H27年産米:
45,000万円
出荷量
(H23年産米:
2,660t)
H27年産米:
2,500t
地球温暖化に対応した栽培技術の確立
白未熟粒対策(品種、作型、肥料、栽植密度等)
流通・販売対策
実需者ニーズに対応した品種と作付面積の誘導
・乾燥調整施設の機能強化による品質向上と有利販売
・色彩選別機、食味計の導入、受益地拡大に合わせた施設整備

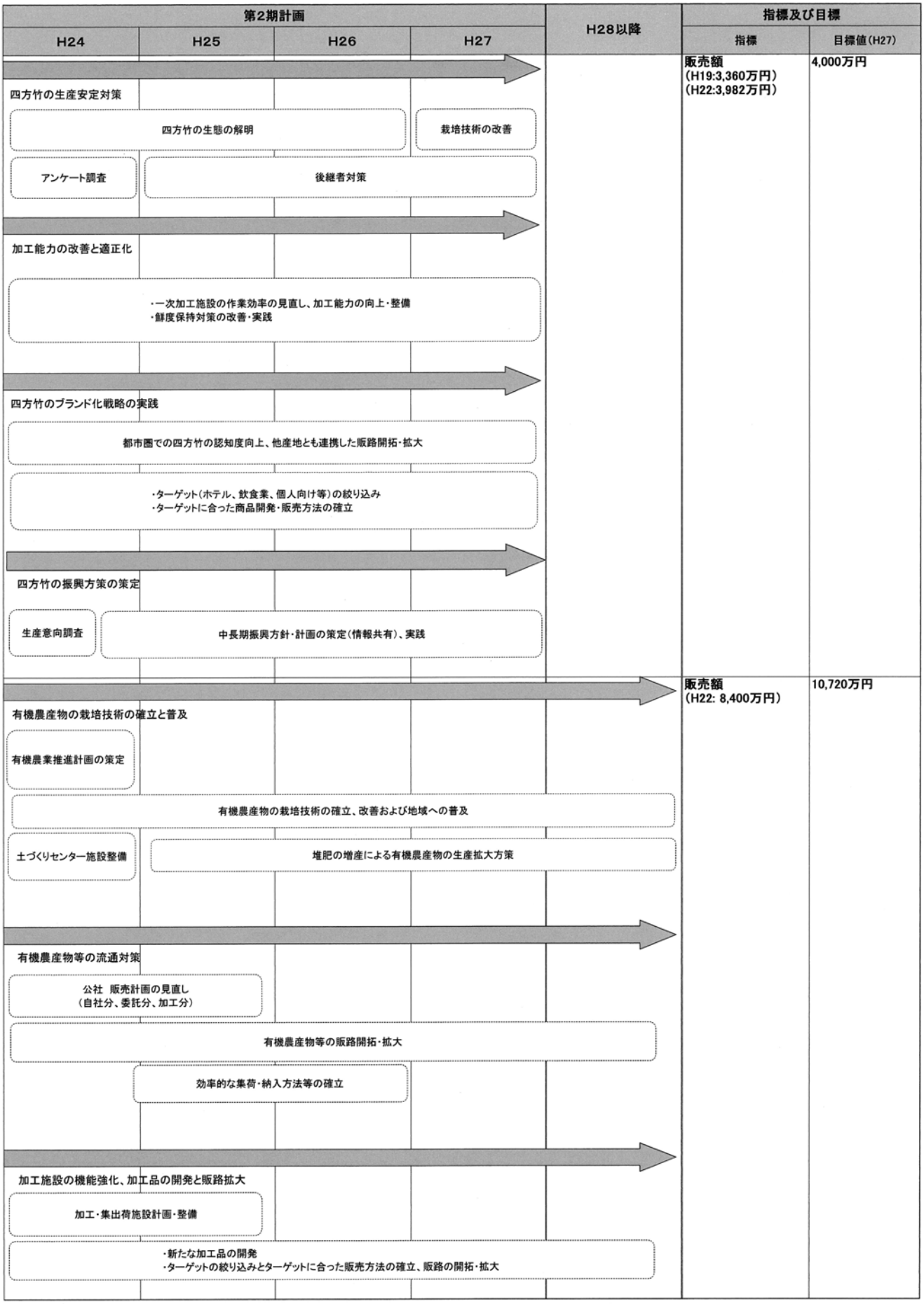
## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 7　新ショウガの生産振興 | 県内一の新ショウガ産地における生産・出荷体制と販売・消費拡大など、産地基盤の強化と農家所得の向上を図る。 | ・JA高知春野<br>・JA高知春野ショウガ部会 | ・洗浄機の整備（H21）<br>・出荷場の整備（H23）<br>・加工品の開発、販売（H21～25）<br>・品質向上対策（H21～26）<br>・消費宣伝対策（H21～26）<br>・洗浄水再処理装置の整備（H24）<br>◆洗浄水再処理装置の導入により、洗浄作業最盛期でも水不足は発生しなくなった。 | ・安定生産と販売戦略の確立 | ◆産地戦略の策定と実践<br>◆品質向上対策<br>◆出荷場の機能強化<br>◆販売、消費拡大PR |
| 8　ユズを核とした中山間農業の活性化 | 中山間地域の基幹品目であるユズの生産拡大と高品質化を目指し農家経営の安定化を図る。また、食品産業との連携による6次産業の強化を目指す。 | ・JA高知市<br>・JA高知市土佐山柚子生産組合 | ・搾汁施設の整備（H21）<br>・県版HACCP取得（H23）<br>・優良複製母樹の確保と技術指導（H21～26）<br>・ユズ園の状況把握のためのユズ生産者台帳やユズマップの作製作業（H25～26）<br>◆ユズ搾汁施設の改修により加工体制が強化され、また、大口需要者との継続的な取引が実現し、販売も安定する等一定の成果が見られた。<br>　また優良母樹の確保対策なども、ほぼ計画どおり進んだ。<br>◆ユズについての広報誌が毎月発刊され、基本的技術や玉出し出荷の有利性が理解されつつある。 | ・生産の安定、高品質化対策と核となる担い手の育成による生産基盤強化<br>・食品産業等との連携強化と消費者ニーズに対応した商品開発 | ◆生産の安定と高品質化対策<br>◆連携型6次産業化の拡大・強化<br>◆未利用部位の活用と搾汁残渣対策<br>◆産地計画の実践 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額
(H23園芸年度:
92,300万円)
H27園芸年度:
120,000万円
産地戦略の策定と実践
計画的作付け、産地目標の策定・見直し
品質向上対策
・適正栽培管理の実践・病害虫対策の徹底(現地検討会、目慣らし会)
・優良種塊茎の確保(露地栽培管理技術向上)
出荷規則の徹底・見直し(市場事故対策)
出荷場の機能強化
節水対策の検討
(マイクロバブル洗浄機の検討)
新たな水源確保、洗浄機増設
販売、消費拡大PR
レシピ作成、試食販売によるPR
販売額
(H19:
16,090万円)
(H22:
19,226万円)
H26:
19,000万円
生産の安定と高品質化対策
青果・貯蔵・加工用途果実の生産技術向上
担い手の育成と生産基盤の強化
連携型6次産業化の拡大・強化
連携事業体との連携強化・拡大と商品アイテムの多様化
未利用部位の活用と搾汁残渣対策
未利用部位や新たな活用方法の研究
残渣処理場の確保・コスト低減
産地計画の実践
実践
中間評価
実践
見直し

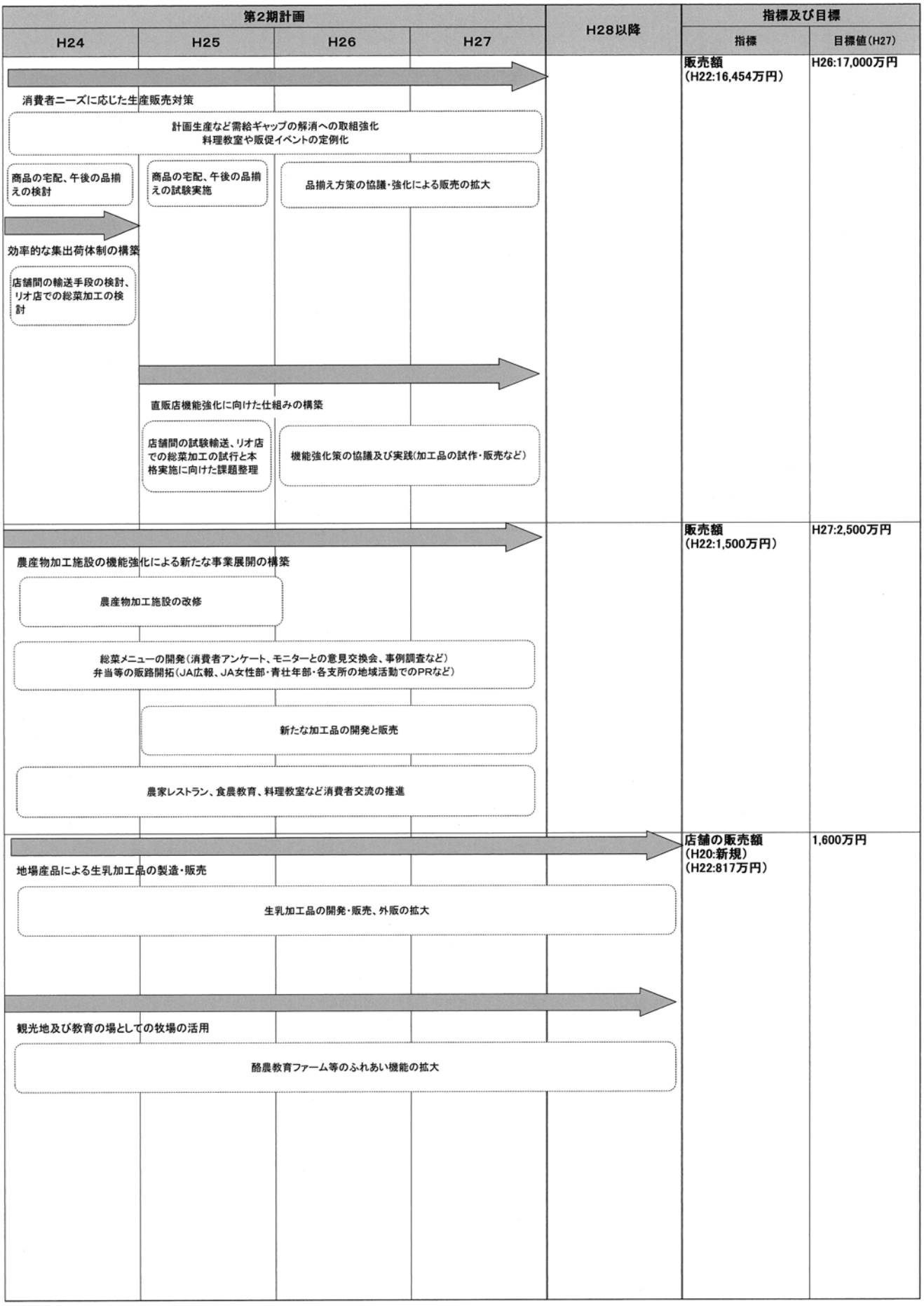
## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 9 四方竹のブランド化による中山間地域の振興 | 全国的に希少性の高い四方竹を高知県のブランド品として育て、中山間地域の産業として振興するため、加工施設の整備等により、生産と地域加工の促進を図る。 | ・JA高知市<br>・JA高知市特産部会<br>（七ッ渕筍加工組合、土佐山四方竹生産組合、鏡特産部会）<br>・(財)夢産地とさやま開発公社 | ・製氷機の導入（H22）<br>・冷水機の導入（H24）<br>・販路開拓（H22～26）<br>・高知市四方竹振興計画の策定（H25）<br>・放棄園及び園地マップの個票整理（H25）<br>・四方竹加工施設の整備（H25～26）<br>・選別作業の機械化に関する検討（H25～26）<br>◆商品性のアップを目指し、消費期限の延長や調理済み加工品の開発に取り組み、高級量販店が真空パック商品に興味を示すなど、販路拡大の動きも具体化している。 | ・生産拡大に伴う加工能力の増強および適正化<br><br>・特産品としての魅力アップ<br><br>・中山間地域農業の6次産業化モデルへの挑戦<br><br>・生産拡大に伴う販売単価の下落への対応 | ◆四方竹の生産安定対策<br><br>◆加工能力の改善と適正化<br><br>◆四方竹のブランド化戦略の実践<br><br>◆四方竹の振興方策の策定 |
| 10 「まるごと有機プロジェクトの推進」による中山間地域の振興 | (財)夢産地とさやま開発公社を中心として、有機・無農薬野菜などの生産と販売および加工品の開発・販売の取組を通じて農家所得の向上と地域の活性化を図り、土佐山百年構想を推進する。 | ・(財)夢産地とさやま開発公社　等 | ・有機農産物の栽培技術の確立、普及（H21～26）<br>・加工品の開発、販売（H21～26）<br>・生産農家からの集荷販売(H21～26）<br>・土づくりセンター増強整備（H24）<br>・堆肥機能性向上のための研究施設に選定され、長期研究に係る調査開始（H26）<br>・四方竹加工場稼働（H26）<br>・6次産業化（2期計画）検討（H26）<br>◆首都圏をはじめとした有機農業分野での取引業者の拡大や、土づくりセンターの増強によるたい肥の製造・販売により、農家所得の向上へつながりつつある。<br>◆四方竹加工場が稼働し、公社が加工作業を行うことで、生産・加工の分業化が図られ、生産の安定化につながった。また、食品衛生基準の向上、一次加工作業の効率化が図られた。 | ・農家及び公社の所得の向上<br><br>・新たな加工品の開発と新加工場の整備 | ◆有機農産物の栽培技術の確立と普及<br><br>◆有機農産物等の流通対策<br><br>◆加工施設の機能強化、加工品の開発と販路拡大 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
四方竹の生産安定対策
四方竹の生態の解明
栽培技術の改善
アンケート調査
後継者対策
販売額
(H19:3,360万円)
(H22:3,982万円)
4,000万円
加工能力の改善と適正化
・一次加工施設の作業効率の見直し、加工能力の向上・整備
・鮮度保持対策の改善・実践
四方竹のブランド化戦略の実践
都市圏での四方竹の認知度向上、他産地とも連携した販路開拓・拡大
・ターゲット(ホテル、飲食業、個人向け等)の絞り込み
・ターゲットに合った商品開発・販売方法の確立
四方竹の振興方策の策定
生産意向調査
中長期振興方針・計画の策定(情報共有)、実践
有機農産物の栽培技術の確立と普及
有機農業推進計画の策定
有機農産物の栽培技術の確立、改善および地域への普及
土づくりセンター施設整備
堆肥の増産による有機農産物の生産拡大方策
販売額
(H22: 8,400万円)
10,720万円
有機農産物等の流通対策
公社 販売計画の見直し
(自社分、委託分、加工分)
有機農産物等の販路開拓・拡大
効率的な集荷・納入方法等の確立
加工施設の機能強化、加工品の開発と販路拡大
加工・集出荷施設計画・整備
・新たな加工品の開発
・ターゲットの絞り込みとターゲットに合った販売方法の確立、販路の開拓・拡大

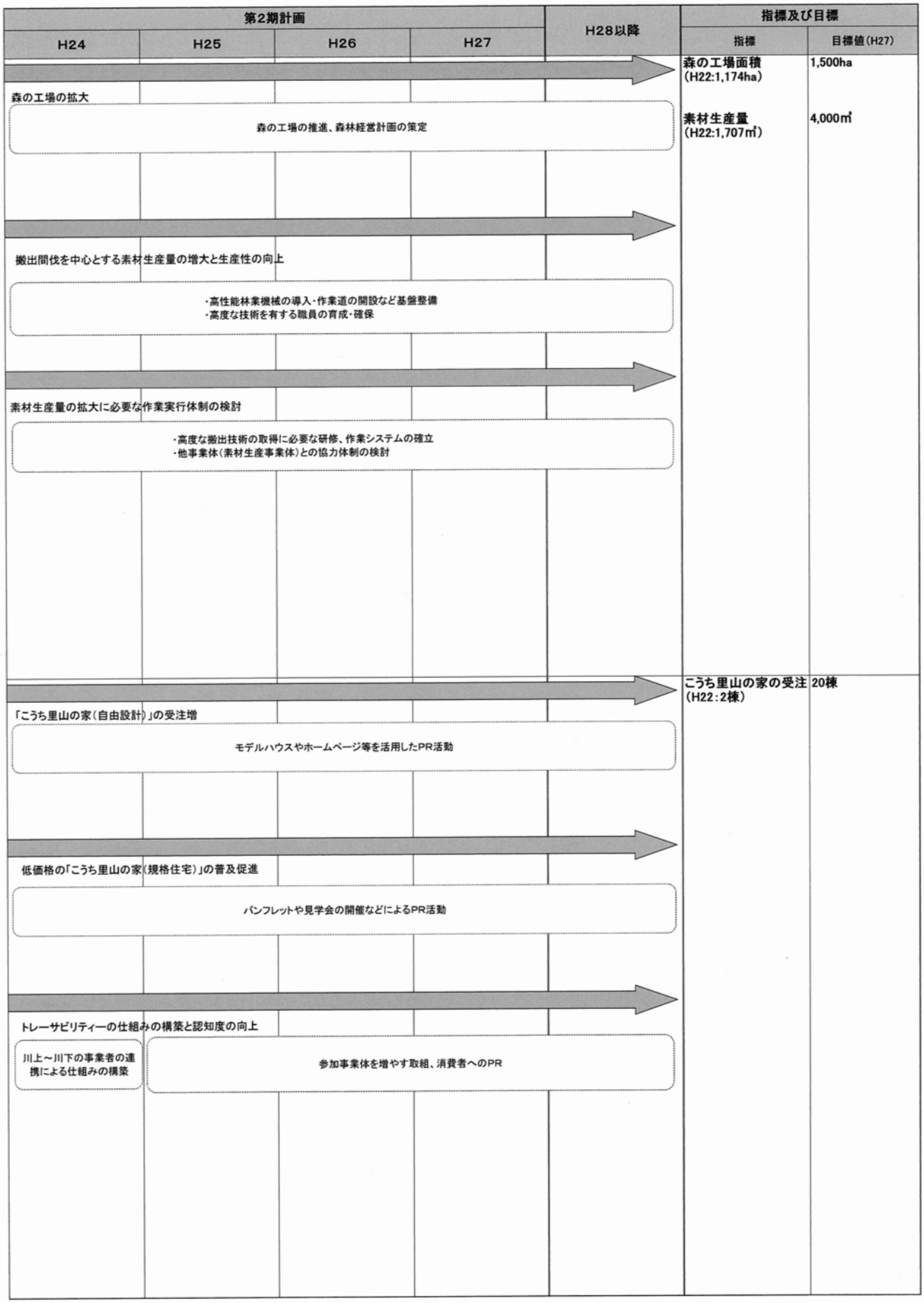
## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 11 直販店を核とした鏡地域の活性化 | 高齢化に伴って販売額が伸び悩んでいるため、需給ギャップの解消や新規顧客開拓など、消費者ニーズに基づく活力ある直販所づくりと農家所得の向上を図る。 | ・鏡村直販店組合 | ・生産履歴活動の推進（H22～26）<br>・需給ギャップの検証（H23）<br>・顧客ニーズ把握のためのアンケートや需給改善の分析などを実施（H24～25）<br>・野菜の乾燥や粉末等試作品づくり（H26）<br>・クレーム対応研修会の実施（H26）<br>◆生産履歴記帳率100%となり「安全・安心」な直販所としてPRでき、また、顧客ニーズを把握することで、品薄期解消へ一部進んだ。 | ・生産農家の高齢化による出荷量および品目の減少と需給ギャップ<br><br>・消費者ニーズに基づく直販所と生産体制づくり | ◆消費者ニーズに応じた生産販売対策<br><br>◆効率的な集出荷体制の構築<br><br>◆直販店機能強化に向けた仕組みの構築 |
| 12 「食」の提供による地域農産物の消費拡大 | ニーズの高い総菜加工の充実や地域内の農産物を活用した新たな加工品開発の拠点とするとともに、農業教室や料理教室の開催など地域住民の農業への関心を高める活動、バイキングレストランの開催など地産地消の拠点施設として「新農村婦人の家」の機能強化を図る。 | ・JA高知市<br>・JA高知市女性部 | ・加工施設の改修に係る産振補助金の活用（H25～26）<br>◆実行支援チーム会の開催、県アドバイザー制度の活用により、加工施設に併設する直販所「らぶ」を含めて販売強化計画を作成し、様々な改善に向けて関係者の意識が前向きに変化している。 | ・販売強化計画の実践支援 | ◆農産物加工施設の機能強化による新たな事業展開の構築 |
| 13 生乳加工品の製造・販売による新しい酪農経営モデルの創出 | 地場産品を活用した安全・安心な生乳加工品を消費者に提供するとともに、観光地や教育の場として牧場を活用するなど、新しい酪農経営のモデル牧場を創出する。 | ・高知市酪農農業協同組合 | ・菓子販売店舗のリニューアルオープン（H22）<br>・酪農教育ファーム、オープンファームの実施（H21～26）<br>◆乳牛やヤギ、ウサギなどの動物と触れ合いながらスイーツ等が楽しめる牧場直営の菓子店舗として知られるようになっており、酪農教育ファームへの参加児童数も年間で千人を超えるなど教育の場としても活用され、酪農を身近に感じてもらう取組が続いている。 | ・新規顧客の開拓とリピーターの確保<br><br>・顧客ニーズにあった商品開発 | ◆地場産品による生乳加工品の製造・販売<br><br>◆観光地及び教育の場としての牧場の活用 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値（H27）
販売額
（H22:16,454万円）
H26:17,000万円
消費者ニーズに応じた生産販売対策
計画生産など需給ギャップの解消への取組強化
料理教室や販促イベントの定例化
商品の宅配、午後の品揃えの検討
商品の宅配、午後の品揃えの試験実施
品揃え方策の協議・強化による販売の拡大
効率的な集出荷体制の構築
店舗間の輸送手段の検討、リオ店での総菜加工の検討
直販店機能強化に向けた仕組みの構築
店舗間の試験輸送、リオ店での総菜加工の試行と本格実施に向けた課題整理
機能強化策の協議及び実践(加工品の試作・販売など)
販売額
（H22:1,500万円）
H27:2,500万円
農産物加工施設の機能強化による新たな事業展開の構築
農産物加工施設の改修
総菜メニューの開発（消費者アンケート、モニターとの意見交換会、事例調査など）
弁当等の販路開拓（JA広報、JA女性部・青壮年部・各支所の地域活動でのPRなど）
新たな加工品の開発と販売
農家レストラン、食農教育、料理教室など消費者交流の推進
店舗の販売額
（H20:新規）
（H22:817万円）
1,600万円
地場産品による生乳加工品の製造・販売
生乳加工品の開発・販売、外販の拡大
観光地及び教育の場としての牧場の活用
酪農教育ファーム等のふれあい機能の拡大

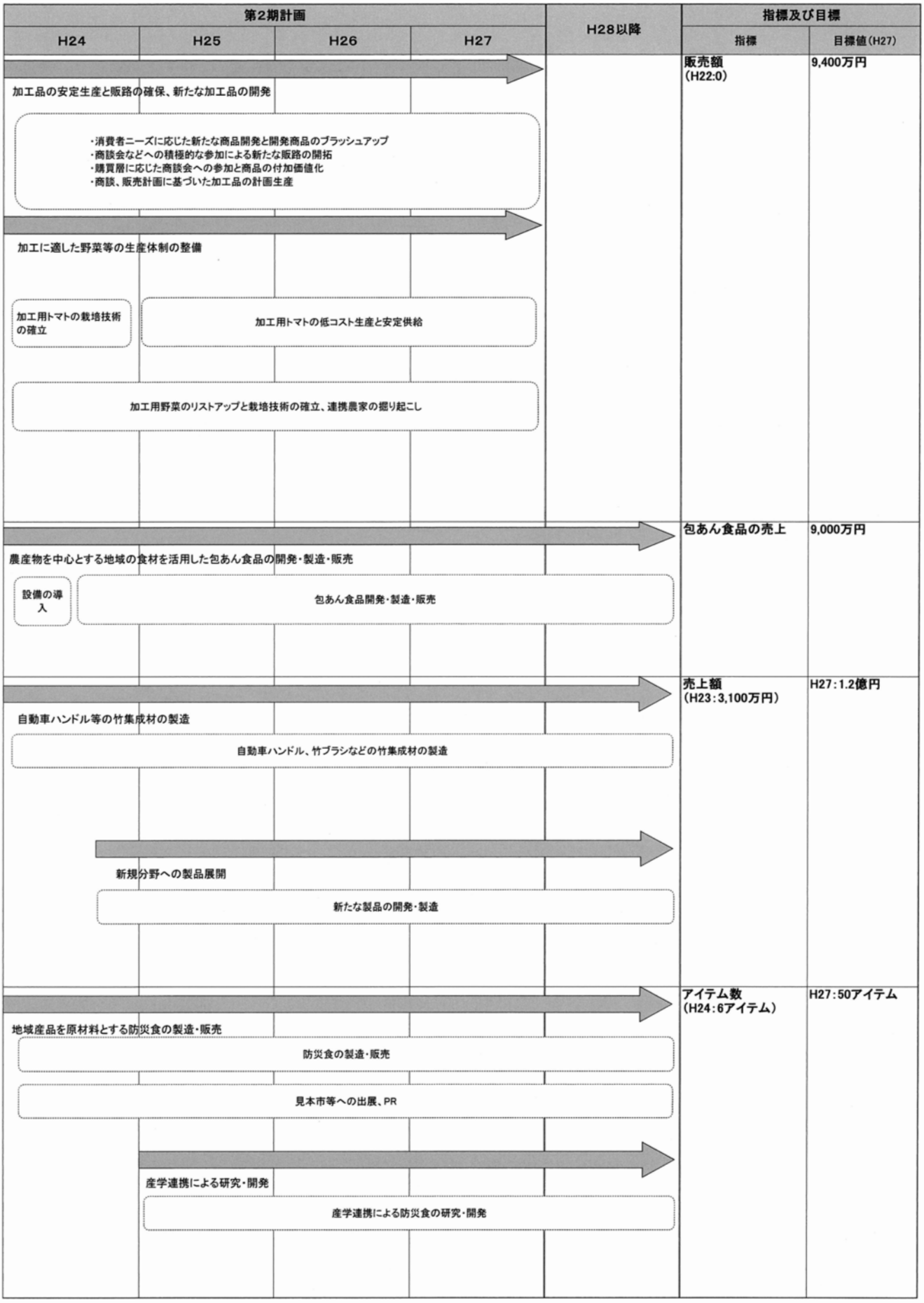
## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 14　森の工場を核とする素材生産量の拡大 | 搬出間伐を中心とする素材生産量の増大や、生産性の向上に取り組むとともに、素材生産の拡大に必要な作業実行体制（他事業者との連携協力を含む）の強化につなげる。 | ・高知市森林組合 | ・森林施業に伴う集約化や作業道開設、間伐の実施（H21～26）<br>◆森の工場内での間伐面積等は増加している。 | ・施業拡大に向けた森林組合の人員体制の確保 | ◆森の工場の拡大（森林所有者の合意取り付け）<br>◆搬出間伐を中心とする素材生産量の増大と生産性の向上<br>◆素材生産量の拡大に必要な作業実行体制の検討（他事業者との連携協力を含む） |
| 15　県産材を使った安心・安全の木造住宅の普及促進 | 高知市地域の森林から生産された木材を使った木造住宅（こうち里山の家）の販売、普及促進に取り組み、木材の地産地消を推進する。 | ・木の家ネットワーク | ・里山の家完成（H22）<br>・普及促進事業の実施（H23～26）<br>◆件数は少ないが成約実績もあがっている。 | ・県産材に対する信頼性の向上と里山の家等の認知度のUP | ◆「こうち里山の家（自由設計）」の受注増<br>◆低価格の「こうち里山の家（規格住宅）」の普及促進<br>◆トレーサビリティーの仕組みの構築と認知度の向上 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
森の工場面積
(H22:1,174ha)
1,500ha
森の工場の拡大
森の工場の推進、森林経営計画の策定
素材生産量
(H22:1,707㎥)
4,000㎥
搬出間伐を中心とする素材生産量の増大と生産性の向上
・高性能林業機械の導入・作業道の開設など基盤整備
・高度な技術を有する職員の育成・確保
素材生産量の拡大に必要な作業実行体制の検討
・高度な搬出技術の取得に必要な研修、作業システムの確立
・他事業体(素材生産事業体)との協力体制の検討
こうち里山の家の受注
(H22:2棟)
20棟
「こうち里山の家(自由設計)」の受注増
モデルハウスやホームページ等を活用したPR活動
低価格の「こうち里山の家(規格住宅)」の普及促進
パンフレットや見学会の開催などによるPR活動
トレーサビリティーの仕組みの構築と認知度の向上
川上～川下の事業者の連携による仕組みの構築
参加事業体を増やす取組、消費者へのPR

## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 16 春野地区の農産物(トマト等)の付加価値向上 | 新たな価値を創造する野菜・果実の地区内生産と地区内農産物を活用した新たな加工品を開発するとともに、当該加工品の新たな販路確保による農家所得の向上、雇用の創出による地域の活性化を図る。 | ・(有)スタジオ・オカムラ<br>・連携農家 | ・加工場の整備(H23)<br>・加工品の開発、販路開拓(H22～26)<br>・量販店などのPB商品や、普及価格帯商品の生産を開始(H25)<br>◆積極的な販路開拓や新たな商品開発を続け、有名百貨店の商品企画やギフトカタログで連続採用されるなどの成果があがっている。<br>また、首都圏の高質系スーパーのPB商品の出荷が始まるなど、連携農家の生産品を活用した商品の売上が増加している。<br>地元柑橘農家オリジナルサイダーの生産を受注するなど、地域の農産物生産者と連携した取組が進んでいる。 | ・加工品の安定生産と販路の確保<br>・新たな加工品の開発<br>・加工の原材料となる農産物の安定生産 | ◆加工品の安定生産と販路の確保、新たな加工品の開発<br>◆加工に適した野菜等の生産体制の整備 |
| 17 地域の食材を活かした包あん食品の開発・製造・販売 | 農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品を開発し、製造・販売を進める。 | ・(株)高南食品 | ・包あん機等の機械設備を導入、OEMの大福を製造開始(H24)<br>・OEM大福の販促活動(H25～26)<br>・自社ブランドで文旦大福、生姜大福を商品化、販売開始(H25)<br>◆文旦や生姜の大福のほか、OEMでは地域特産の豆や茶を活用した大福を製造し、地域の特産品づくりにも寄与している。 | ・新たな販路開拓と新商品の開発 | ◆農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品の開発・製造・販売 |
| 18 県産竹材を用いた新規分野への製品展開 | 高知県産の竹を使用した竹集成材等の製造技術を活かした新製品の製造を行い、地域経済の発展と雇用の拡大を図る。 | ・(株)コスモ工房 | ・竹材の安定供給のための連携体制を構築(H25)<br>・ものづくり補助金を活用しロールプレス設備を導入(H25)<br>・高知ビジネスチャレンジ基金事業により海外事業展開に着手(H25)<br>◆竹ハンドルの需要は好調であり、竹シートや集成材を使った新製品の開発・販売も開始した。 | ・竹ハンドル材料の安定出荷<br>・主力となる商品の開発と販路拡大 | ◆自動車ハンドル等の竹集成材の製造<br>◆新規分野への製品展開 |
| 19 防災食の開発・製造・販売 | 南海地震に備え、地域産品を原材料とする防災食の製造を行う。 | ・高知県食品工業団地事業組合の企業など | ・土佐のミリメシ(5アイテム)が完成し、高知県防災関連認定製品の認定を受けた(H25)<br>・防災展等での宣伝活動(H25～26)<br>◆各地で開催された防災展への出展により、防災関係者への広報活動を行った。 | ・販路開拓 | ◆地域産品を原材料とする防災食の製造・販売<br>◆産学連携による研究・開発 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
加工品の安定生産と販路の確保、新たな加工品の開発
・消費者ニーズに応じた新たな商品開発と開発商品のブラッシュアップ
・商談会などへの積極的な参加による新たな販路の開拓
・購買層に応じた商談会への参加と商品の付加価値化
・商談、販売計画に基づいた加工品の計画生産
加工に適した野菜等の生産体制の整備
加工用トマトの栽培技術の確立
加工用トマトの低コスト生産と安定供給
加工用野菜のリストアップと栽培技術の確立、連携農家の掘り起こし
販売額
(H22:0)
9,400万円
農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品の開発・製造・販売
設備の導入
包あん食品開発・製造・販売
包あん食品の売上
9,000万円
自動車ハンドル等の竹集成材の製造
自動車ハンドル、竹ブラシなどの竹集成材の製造
新規分野への製品展開
新たな製品の開発・製造
売上額
(H23:3,100万円)
H27:1.2億円
地域産品を原材料とする防災食の製造・販売
防災食の製造・販売
見本市等への出展、PR
産学連携による研究・開発
産学連携による防災食の研究・開発
アイテム数
(H24:6アイテム)
H27:50アイテム

## 【高知市地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 20 | 「弘化台ブランドの創出」地元鮮魚を活用した食品の製造・販売 | 規格外の地元鮮魚を活用して食品加工を行い、弘化台ブランドとして販売していくことで、水産物の消費拡大を図る。 | ・(株)永邦水産 | ・加工設備の整備(H25)<br>・各種許可の取得(H25)<br>・主力商品の完成(H25)<br>・医療機関や介護施設に対する業務用食材としての販路開拓(H26)<br>◆各関係機関からアドバイスを受け、主力となる商品が完成したことで、本格的な商談を開始し、契約実績ができてきた。 | ・安定した売上げのための商品づくり<br><br>・販路拡大 | ◆地元鮮魚を活用した食品加工 |
| 21 | 地域の農産物を使った菓子類等の外商の推進 | 地域の特徴のある野菜や果物など農産物を使った菓子類を首都圏で直販することで、農産物の知名度及び雇用の拡大を図る。 | ・(有)マンジェ・ササ | ・東京「KITTEグランシェ店」と「自由が丘店」の2店舗で、県産の果実・野菜を活用した各種スイーツを販売(H25～26)<br>・直営2店舗の営業を一旦休止し、都市圏における今後の事業展開を再構築中(H26)<br>◆全国版のテレビ番組や情報誌にも取り上げられ、県産農産物の魅力と活用法を広く情報発信した。 | ・野菜とスイーツの組み合わせなど意外性のある商品の消費者への浸透 | ◆首都圏での直販 |
| 22 | はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化プランに基づく中心部の活性化 | 「おまちの再興」「観光客を呼べるまちづくり」を目指し、「東西軸エリア活性化プラン」に基づき、官民協働でプランを推進し、幅広い経済効果やビジネスチャンスに繋げる。 | ・商店街振興組合など | ・チャレンジショップの開設(H23)<br>・憩いのスペースの整備(H23)など<br>・高知よさこい情報交流館開設(H25)<br>・高知城歴史博物館建設工事の着工(H26)<br>・新図書館建設工事の着工(H26)<br>◆登載46事業のうち41事業については、プランに沿った形で進行または事業完了となっている。 | ・民間事業の事業主体の確立、スピード化 | ◆東西軸エリア活性化プランの推進 |
| 23 | 中心商店街でのアンテナショップの運営 | 中心商店街で開設した常設のアンテナショップ「てんこす」の運営により、地域産品の販売を促進し、地域の生産者等の収入の確保につなげるとともに、各種の情報提供により、来街者の利便性の向上や商店街の売上げの増加を図る。 | ・(株)まこと | ・アンテナショップ「てんこす」の運営(H21～26)<br>◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった。 | ・アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR | ◆常設のアンテナショップの運営 |
| 24 | 多彩なイベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり | せり出し市等の多彩なイベントや、フラフ等による季節的な演出等により、おまちのにぎわいを創出する。 | ・商店街振興組合など | ・100円商店街等イベントの実施(H22～25)<br>・フラフの作成(H23～25)<br>◆イベントの実施により商店街等への来街者の増加および周辺エリアへの回遊が見られた。効果のあるイベント等を継続して行い、商店街および周辺エリアの魅力を再認識してもらい来街者の増加を図る。 | ・集客力の向上<br><br>・リピーターの創出 | ◆せり出し商いプロジェクト等の推進 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| | 地元鮮魚を活用した食品加工 | | | | 食品加工品の売上額<br>(H23:0) | H27:2.5億円 |
| | 機械設備の導入 | | | | | |
| | 地元鮮魚を活用した製造、量販店とタイアップした販売 | | | | | |
| | 首都圏での直販 | | | | 首都圏での売上額<br>(H23:0) | H27:1.7億円 |
| | 厨房の改修・機械設備の導入 | | | | | |
| | 首都圏での直販 | | | | | |
| 東西軸エリア活性化プランの推進 | | | | | 商店街等の通行量<br>(夏期・休日)<br>(H20:5.6万人/日)<br>(H22:5.8万人/日) | H20実績(5.6万人)以上を維持 |
| 46の事業の展開<br><br>(1)スポット・地域ごとに実施するもの<br>・高知城:歴史をテーマとした新たな拠点づくり、お城の魅力向上、お城周辺のにぎわい・回遊性確保<br>・追手筋:日曜市の活性化<br>・追手前小学校跡地:追手前小学校跡地の活用<br>・アーケード、おびさんロード:おまちの拠点づくり、おまちのにぎわいづくり、おまちの店舗対策、来街者にやさしい商店街づくり<br>・中央公園:中央公園の魅力アップ<br>・はりまや橋:はりまや橋のイメージアップ<br><br>(2)エリア全域で実施するもの<br>・よさこい祭り:よさこい祭りの聖地づくり<br>・まんが文化:まんが文化によるにぎわいづくり<br>・土佐の食文化:土佐の食・酒文化のパワーアップ<br>・土佐の偉人:土佐の偉人のアピール<br><br>(3)連携して実施するもの<br>・快適空間形成:誰もが快適に過ごせる空間づくり<br>・まち歩き:まち歩きの促進<br>・公共交通:公共交通との連携 | | | | | 観光客の入込み客数<br>(H19:230万人)<br>(H22:326万人) | 300万人 |
| | | | | | 空き店舗率<br>(H20:15.3%)<br>(H22:13.4%) | H20実績(15.3%)以下を維持 |
| 常設のアンテナショップの運営 | | | | | 販売額<br>(H22.2.19～H23.2.18:89,181千円) | 184,300千円 |
| アンテナショップでの地産地消・地産外商の促進 | | | | | 年間レジ通過者数<br>(H25.2.19～H26.2.18:72,336人) | 75,000人 |
| | | | | | 取扱い新規アイテム数<br>(H23:1,137アイテム)<br>(H25:472アイテム) | 400アイテム |
| せり出し商いプロジェクト等の推進 | | | | | | |
| 商店街での集客イベントの実施 | | | | | | |
| フラフ等を活用した商店街の演出の実施継続 | | | | | | |
| 100円商店街やせり出し商いイベントの実施および拡大 | | | | | | |

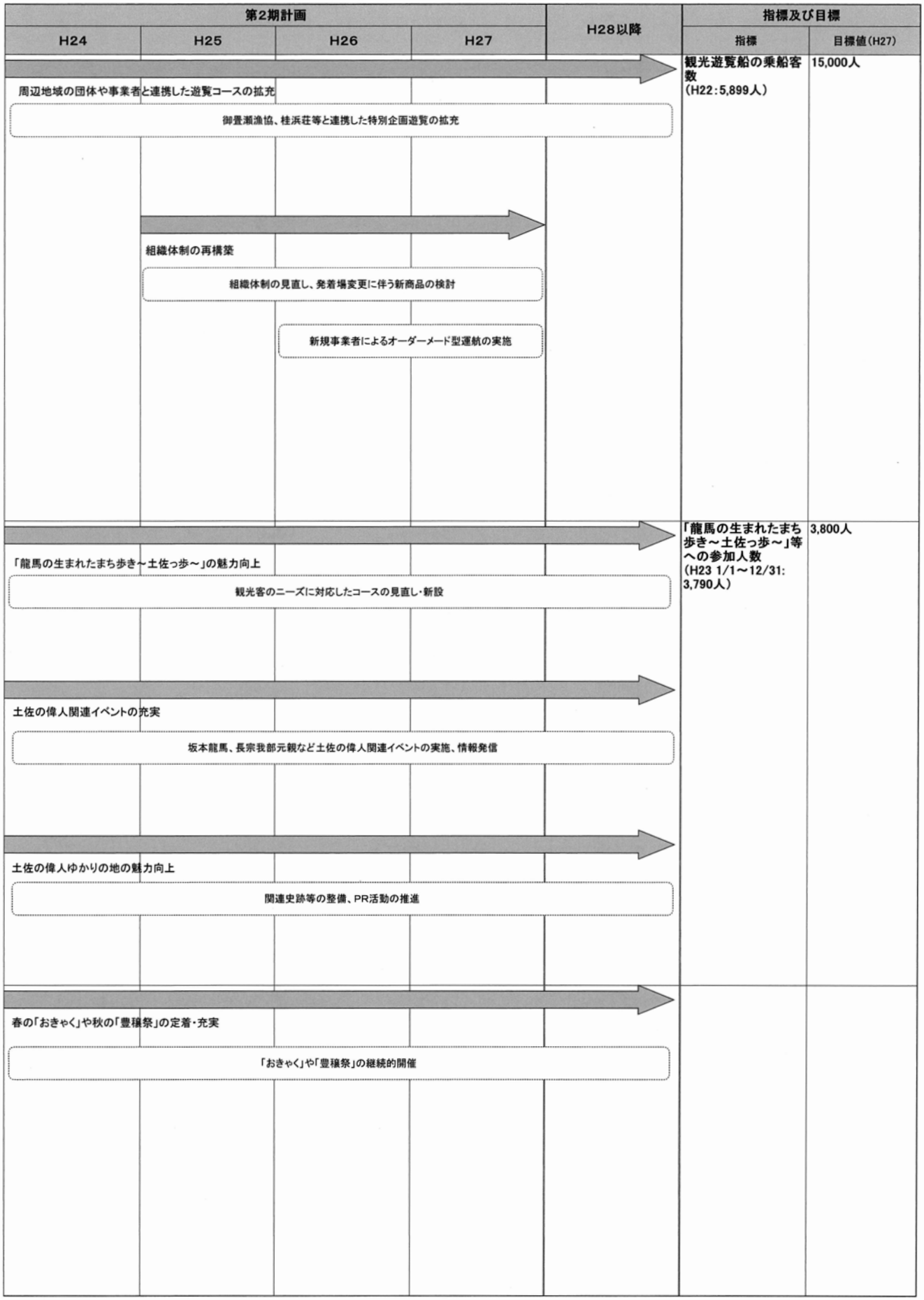
## 【高知市地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 25 | おまちに関する情報発信の充実 | おまちに関する情報を、より多くの人に届けるために、ガイドブック、ホームページ、ブログ等を幅広く活用し、総合的な情報発信を行う。 | ・商店街振興組合 | ・「おまち」のホームページよさこいタウンリニューアル(H23)およびブログ・ツイッターによる情報発信(H23～26)<br>・「おまち情報」の地図・テキストによる配信(H23)<br>・おまちボード(看板)、OBIBURA MAPの改訂版の作成(H23)<br>◆H23に中心街ホームページ(よさこいタウン)のリニューアルを図り、ブログ、ツイッターによる新たな情報発信を開始するとともに、関係団体等との相互リンクを形成した。<br>◆いままで実施されていなかった、「おまちに特化した情報」を収集し配信している。 | ・おまち情報発信体制の確立<br><br>・観光の情報発信との連携 | ◆おまちの情報発信 |
| 26 | 中心市街地における商業、観光等の基盤強化による都市機能の増進及び経済活力の向上 | 新たな高知市中心市街地活性化基本計画を策定し、多様な主体の参画のもとに、中核市として、にぎわいと活力ある中心市街地の再生を目指し、都市機能の増進と経済活力の向上を図る取組を進める。 | ・高知市 | ・中心市街地活性化基本計画検討委員会(H21～22)<br>・国との協議(H23)<br>・高知市中心市街地活性化基本計画策定(H24)<br>◆平成24年度に高知市中心市街地活性化基本計画が内閣総理大臣認定を受け、各計画登載事業の実施につながった。 | ・登載51事業のブラッシュアップ | ◆高知市中心市街地活性化基本計画の推進 |
| 27 | 近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進 | 周辺市町村等とのネットワークを強化し、情報発信機能の強化やPR活動の充実、着地型観光の周遊ルートづくりを行うことによって、宿泊客の増加を図る。 | ・(株)城西館等<br>・高知市 | ・仁淀川地域観光協議会へのオブザーバー参加(H22～25)<br>・高知中央広域観光協議会設立(H25)<br>・着地型旅行商品追加開発(H22)<br>・㈱城西館の旅行業2種取得(H24)<br>・産振補助金(ステップアップ事業)を活用し、城西館の「とさ恋ツアー」の新パンフレット及びホームページ(日本語、英語、中国語)を作成。(H26)<br>◆民間事業者による着地型旅行商品造成の動きが、高知市内だけでなく周辺地域の自然や伝統文化、食材等の地域資源を観光資源に育てることへ繋がり、周辺地域の活性化へ寄与している。 | ・近隣地域との連携の強化 | ◆高知市内や近隣地域の観光資源を活かした体験型観光の推進<br><br>◆広域観光の推進 |
| 28 | 本家よさこいのブランド力確立とよさこい文化の継承・発展 | 年間を通じてよさこいの魅力を向上させることにより観光客の誘致を図るとともに、「よさこい」発祥の地としての地位の確立・ブランド化に取り組む。 | ・高知市<br>・(社)高知市観光協会ほか関係団体等 | ・君が踊る夏のロケ地マップの作成、配布(H22～23)<br>・地方車用音響設備の整備(H23)<br>◆2011サッカー「アジア大会」でよさこいが披露されるなど、民間の力で一部成果はあったものの、よさこいのルーツをアピールする体系的な動きとなっていない。<br><br>・高知よさこい情報交流館オープン(H25.4.27)<br>◆オープン以降、入館者数は年間予定の2万人を大幅に上回り、県内外観光客に対し本家よさこいの魅力を伝えることができた。<br>◆隣接するはりまや橋商店街と連携を図りながら、商店街でのよさこい鳴子踊り披露など、よさこい情報発信を通じた賑わいの創出を図っている。 | ・年間を通して「よさこい」で集客できるよう事業スキームの見直し | ◆年間を通じた「よさこい」の魅力づくり及び「よさこい」のブランド力の確立 |
| 29 | 温泉開発による観光地としての魅力の向上 | 観光目的として非常にニーズが高い、温泉を開発することにより、観光客の増加につなげる。 | ・高知市旅館ホテル協同組合(高知市旅館ホテル温泉協同組合) | ・温泉フェアの実施(H22)<br>◆新規温泉開発によるビジネスモデルを検討。 | ・新規温泉開発及びコスト、リスクの再検討 | ◆温泉の開発と活用に向けた検討 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| おまちの情報発信<br>総合的な情報発信の実施<br>・おまちの情報デジタルコンテンツ作成<br>・おまちのタブロイド紙の発行<br>・おまちボード用ポスターの掲示、チラシの配布<br>・OBIBURA MAPの改訂 | | | | | | |
| 高知市中心市街地活性化基本計画の推進<br>・計画策定<br>・国の認定 | 計画登載事業の実施 | | | | | |
| 高知市内や近隣地域の観光資源を活かした体験型観光の推進<br>観光資源の発掘、磨き上げ、商品化 | | | | | 高知市内の宿泊施設の延べ宿泊者数<br>(H22:約123万人)<br>(参考 H21:約99万人) | 112万人 |
| 広域観光の推進<br>高知中央広域観光協議会、仁淀川地域観光協議会等とのネットワークの強化によるPR活動及び情報発信機能の充実、周遊ルートづくり | | | | | | |
| 年間を通じた「よさこい」の魅力づくり及び「よさこい」のブランド力の確立<br>夏場以外の「よさこい」イベントの充実、年間スケジュール等の効果的な情報発信<br>地方車用音響設備の活用<br>よさこい発祥の地としての情報発信拠点の内容等の検討<br>情報発信拠点の施設・体制の整備<br>高知よさこい情報交流館の運営、PRの推進、近隣商店街との連携 | | | | | よさこい祭り来場者数<br>(H22:1,200千人)<br>高知よさこい情報交流館入館者数<br>(H25.4.27～H26.3.31:66,418人)<br>高知よさこい情報交流館フェイスブックいいね投稿数<br>(H25.4.27～H26.3.31:4,565件) | 近年の最高来場者数(1,200千人)の維持<br>200千人(累計)<br>8,000件(年間) |
| 温泉の開発と活用に向けた検討<br>実現に向けた検討 | | | | 検討結果に基づく対応 | | |

## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 30 浦戸湾を活用した観光の振興 | 浦戸湾を活用した観光遊覧船の取組等により県内外からの観光客の誘客を図る。 | ・特定非営利活動法人きらりこうち都市づくり<br>・土佐レジン | ・3隻目導入（H21）<br>・様々な企画遊覧の実施（H22～23）<br>・事業存続に向けた方策の検討（H25～26）<br>・新規事業者の掘り起こし（H26）<br>◆観光遊覧船は3隻体制で運航開始し、知名度も上がっている。 | ・乗船客数の増加のための企画商品づくりとPR<br><br>・組織や運航体制の再構築 | ◆周辺地域の団体や事業者と連携した遊覧コースの拡充<br><br>◆組織体制の再構築 |
| 31 土佐の偉人を活かした観光の振興 | 坂本龍馬をはじめとする土佐の偉人ゆかりの地の魅力を高め、県外に情報発信するとともに、歴史、文化、町並みや食などを活用した「まち歩き」を充実させることにより県内外からの観光客の誘客につなげる。 | ・高知市<br>・(社)高知市観光協会<br>・特定非営利活動法人土佐観光ガイドボランティア協会<br>・長宗我部連絡協議会等関係団体 | ・龍馬の生まれたまち記念館のパンフレット作成及び展示物の外国語ガイド開始（H22）<br>◆土佐っ歩はH23.4からコースをリニューアルして参加者のニーズに対応したコースとなり、また、高知市郊外を巡る「土佐勤王党コース」及び「長宗我部コース」を設定する等魅力が向上している。<br><br>・瑞山記念館のリニューアル（H22）<br>・瑞山記念館来館者用のトイレを整備（H25）<br>・長宗我部関連マップの作成、配布（H22～26）<br>◆武市半平太旧宅と墓周辺の観光資源の磨き上げを行ったことにより、県内外からの観光客から好評を得ている。また、長宗我部関連イベントも定着しつつある。 | ・まち歩きの更なる魅力向上と団体客の確保<br><br>・土佐の偉人関連施設の整備充実とルート化 | ◆「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」の魅力向上<br><br>◆土佐の偉人関連イベントの充実<br><br>◆土佐の偉人ゆかりの地の魅力向上 |
| 32 食による観光の推進 | 高知市内で開催される「おきゃく」や「豊穣祭」などの食イベントを定着・充実させること等により高知の強みである「食」を活かした観光を推進する。 | ・土佐のおきゃく推進会議<br>・土佐の豊穣祭実行委員会<br>・高知市観光協会ほか関係団体 | ・新名物料理を市内の飲食店で提供（H21）<br>・エンジン04など他イベントと合同で開催することで、豊穣祭への集客の向上を狙った。（H25）<br>◆春には「おきゃく」、秋には「豊穣祭」が例年実施されてきており、定着しつつある。また、他のイベントと連携することにより、内容の充実も図っている。 | ・食をテーマにした事業の再構築 | ◆春の「おきゃく」や秋の「豊穣祭」の定着・充実 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
周辺地域の団体や事業者と連携した遊覧コースの拡充
御畳瀬漁協、桂浜荘等と連携した特別企画遊覧の拡充
観光遊覧船の乗船客数
(H22:5,899人)
15,000人
組織体制の再構築
組織体制の見直し、発着場変更に伴う新商品の検討
新規事業者によるオーダーメード型運航の実施
「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」の魅力向上
観光客のニーズに対応したコースの見直し・新設
「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」等への参加人数
(H23 1/1～12/31:3,790人)
3,800人
土佐の偉人関連イベントの充実
坂本龍馬、長宗我部元親など土佐の偉人関連イベントの実施、情報発信
土佐の偉人ゆかりの地の魅力向上
関連史跡等の整備、PR活動の推進
春の「おきゃく」や秋の「豊穣祭」の定着・充実
「おきゃく」や「豊穣祭」の継続的開催

## 【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 33　県民性を活かした外国人観光客受入態勢の充実 | 外国人観光客を県民の温かい人柄やおもてなしの心で歓迎するための仕組みづくりを行い、高知の良さを知ってもらうことにより誘客につなげるとともに、県内各地への周遊を促進する。 | ・高知おせっかい協会 | | | ◆小売店舗（飲食店含む）の商品表記の多言語化事業<br><br>◆外国人旅行者受入店舗・協力者の拡大（オセッカイスト認定事業）<br><br>◆外国人旅行者のためのKOCHI交流体験メニューの作成・提供<br><br>◆大型客船乗客向け複合型ツアーの実施<br><br>◆外国人旅行者向け交流・滞在施設の運営 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| | | | 小売店舗(飲食店含む)の商品表記の多言語化事業<br>商品表記の英訳支援<br>多言語表記店舗を掲載したおせっかいマップの作成・配布・Web発信 | | 商品表記の多言語化店舗数<br>(H26:0) | 100店舗 |
| | | | 外国人旅行者受入店舗・協力者の拡大(オセッカイスト認定事業)<br>オセッカイストの認定・拡大 | | オセッカイストの認定者数<br>(H26:0) | 100人 |
| | | | 外国人旅行者のためのKOCHI交流体験メニューの作成・提供<br>モニターツアーの実施・検証<br>ツアーメニューの開発・支援<br>体験ツアーの情報発信 | | | |
| | | | 大型客船乗客向け複合型ツアーの実施<br>ツアーメニューの選定<br>寄港客船乗客向けツアー実施 | | | |
| | | | 外国人旅行者向け交流・滞在施設の運営<br>おせっかいカフェの開設・運営<br>おせっかいゲストハウスの開設・運営 | | | |

# Ⅱ　各地域の具体的な取組

# 4　嶺北地域

## 4　嶺北地域

### （1）　地域の産業を取り巻く状況

当地域の総人口は著しい減少傾向にあり、平成22年の国勢調査では13,591人（平成17年：15,036人）となっています。また、少子化及び高齢化が急速に進行し、人口構成は65歳以上の高齢者が46.0%（平成17年：43.6%）を占め、生産年齢人口は46.3%（平成17年：47.7%）にとどまっています。

基幹産業である第一次産業では、環境保全型農業などの先進的な取組が進められていますが、全体としては、就業者の高齢化及び後継者不足などの課題があります。

農業は、水稲の単作経営を中心に、中山間地域の特性を生かして米ナス、シシトウなどの園芸野菜や花き栽培が行われています。しかし、後継者不足や耕作放棄地の増加に加え、生産コストの上昇や価格の低迷等による生産額の減少傾向が続くなど、厳しい現状にあります。このような状況の中、有望な園芸野菜の推進やブランド米、米粉、ユズの生産、加工等、特色ある地域資源を活かした取組が進むとともに、一昨年に大阪圏の自治体とのコラボレーションにより開始された就農体験等を通した担い手の確保策も定例化するなど、独自の対応が見られています。

畜産業では、子牛価格や飼料価格の高止まりなどにより、畜産農家は厳しい経営状況にありますが、県内外の消費者にその良さが認められてきている「土佐あかうし」は、新たな生産基地の整備が完了し、「土佐はちきん地鶏」も生産と販売体制の充実・強化に努めるなど、消費者の需要に応じた体制が整いつつあります。

林業では、当地域の豊富な森林資源は、他地域に比べ成熟度が高いものの、木材価格の低迷などによって、厳しい林業経営を強いられています。その一方で、国際的な木材の需給の状況や地球温暖化の防止等に対する森林資源への関心の高さなどを背景にした国産材の見直しの動きとともに、地域の大型製材工場の稼働により木材増産に向けて大きく動き出しています。また、農業で実施していたインターンシップが林業にも広がり始めており、独自の担い手確保の動きも見られています。

商工業は、当地域の基幹産業である農業・畜産業・林業の低迷や過疎化による購買力の減少に加え、道路事情の変化などによる地域外への購買力の流出により、厳しい状況が続いています。その一方で、インターネットの環境が整備され、独自のアイデアで商品開発を行い、インターネットを活用した販売方法で成果を出そうとしている事業体も見受けられます。

観光・交流面では、豊かな自然環境に加え、様々な歴史・文化的資源を有しており、そうした素材を基に観光・交流資源の磨き上げに取り組んでいるものの、観光・交流客に対してその魅力を十分に伝えられていないことから、観光・交流人口の拡大に大きな効果が見られず、経済効果にも繋がっていない状況でした。こうした状況の中、4町村や関係団体で組織する嶺北地域観光・交流推進協議会を中心として嶺北地域が一体となって、観光・交流の推進に取り組んでおり、その一環として、一昨年に県外大学と締結した「連携協力に関する包括協定」に基づく取組に続き、専門学校との包括協定も具現化しつつあり、徐々にではありますが旅行・交流商品化や県外大学のゼミ旅行等の誘致に繋がるなど、交

流人口が拡大しつつあります。

その他、移住促進の面では「れいほく田舎暮らしネットワーク」と４町村が連携して地域への移住者増を図る取組を行い、移住者が増えるなど一定の成果に繋がっています。また、将来の担い手育成のために地域内外の企業と高校が連携して地域産品を活用して開発した新商品が販売に繋がるなど、若者たちによる地域再生や活性化に向けた動きが出てきています。

### （２）　地域アクションプランの概要

当地域では、豊かな自然環境や地域資源など、地域が共有してきた財産を新たな視点でとらえ、“れいほく”として広域的に組み合わせて、“環境”をキーワードにした産業の展開を図ります。併せて、各分野において人材の育成、担い手の確保が課題となっており、地域内での育成に加えて、 交流人口の拡大や移住・定住の取組の中で、ニーズに合った人材の確保を図り、新たな担い手として地域活性化の一翼を担える環境整備を支援します。

農業分野では、所得向上のため「れいほく八菜」などの環境保全型農業を推進するとともに、嶺北ブランドの確立により消費地に信頼される安全・安心な産地を築きます。さらに、新たな販路に対応したブランド米やユズ、直販ビジネスに供給する野菜等の生産拡大を図るとともに、地域資源を活かした６次産業化の取組も進めます。また、地域農業の核となる担い手を育成するため、農業公社やＪＡ出資型法人等の活動を支援します。

畜産業分野では、嶺北地域の「土佐あかうし」の生産拡大とブランド化の定着を図るために、生産体制の核となる放牧場や畜舎整備などを行い、繁殖から枝肉生産及び販売まで行う体制を構築し、県内外での販売を促進していきます。また、大川村で取り組んでいる「土佐はちきん地鶏」の生産体制の充実・強化と販売の拡大のために飼養管理技術の向上や加工品開発にも取り組むとともに、「大川黒牛」の増頭を図り、「土佐はちきん地鶏」と一緒に大川村の畜産物として県内外に情報発信し、販売強化に努めていきます。

林業分野では、「森の工場」を中心にして事業体や担い手の育成を図り、恵まれた森林資源の適正な育成管理を行いながら、計画的な木材の増産に取り組みます。また、一昨年に稼働した大型製材工場及び既存製材工場から生産される製材品の木造住宅等への供給及びれいほくスケルトン（嶺北材の邸別販売）の促進により嶺北材の販路拡大に取り組むとともに、木質バイオマスの多面的利用の拡大などにより林業・木材産業の再生を図ります。

商工業分野では、商工会や道の駅などと連携して、インターネットを活用したネットビジネスの手段を商業者に提供して、地域の商工業の育成を図ります。また、大阪府豊中市新千里北町にある土佐産直サテライトセンター（とさ千里）を関西圏における地産外商の拠点として充実・強化を図るとともに、観光・交流・移住等の情報発信の拠点としての機能も担いながら、多種多様なビジネスを展開します。

観光・交流分野では、早明浦ダムや白髪山等の活用、吉野川の水源地域における豊富な地域資源やそれらを活かして磨き上げられた観光・交流資源を、広域観光を推進する嶺北地域観光・交流推進協議会を中心として横断的に繋ぎ、“れいほく”の魅力をグレードアップさせる旅行・交流商品を提供する取組とともに、県外大学等の若者にターゲットを絞った取組を積極的に推進します。こうした取組により観光・交流人口の拡大に繋げるととも

に、大学等との連携による観光ＰＲと地域産品の販売も視野に入れた取組を行い、目に見える形での経済効果に繋がる成果を目指し、観光・交流における産業化を図ります。

### （３）　重点的な取組

○　“れいほく”ブランドの園芸産地の確立及びユズ加工品の販売促進
（「れいほく八菜」、「れいほく八恵」、「れいほく八花」などの振興）
○　ＪＡ出資型法人を核とする地域活性化の取組
（農業経営、農作業受委託、米関連事業（米粉を含む）、畜産経営、担い手育成などの実施）
○　肉用牛産業の再興及び土佐はちきん地鶏の振興による畜産業の展開
（「土佐あかうし」、「大川黒牛」、「土佐はちきん地鶏」の振興）
○　嶺北材の増産及び販路拡大
（間伐の推進、れいほくスケルトン（嶺北材の邸別販売）の促進）
○　大型製材工場の設置・稼働による加工体制の強化
○　地産外商の促進
（土佐産直サテライトセンター（とさ千里）の機能充実・強化）
○　嶺北地域の連携による交流人口の拡大
（広域連携による観光情報の一元化、情報発信、観光・交流ルートづくり）

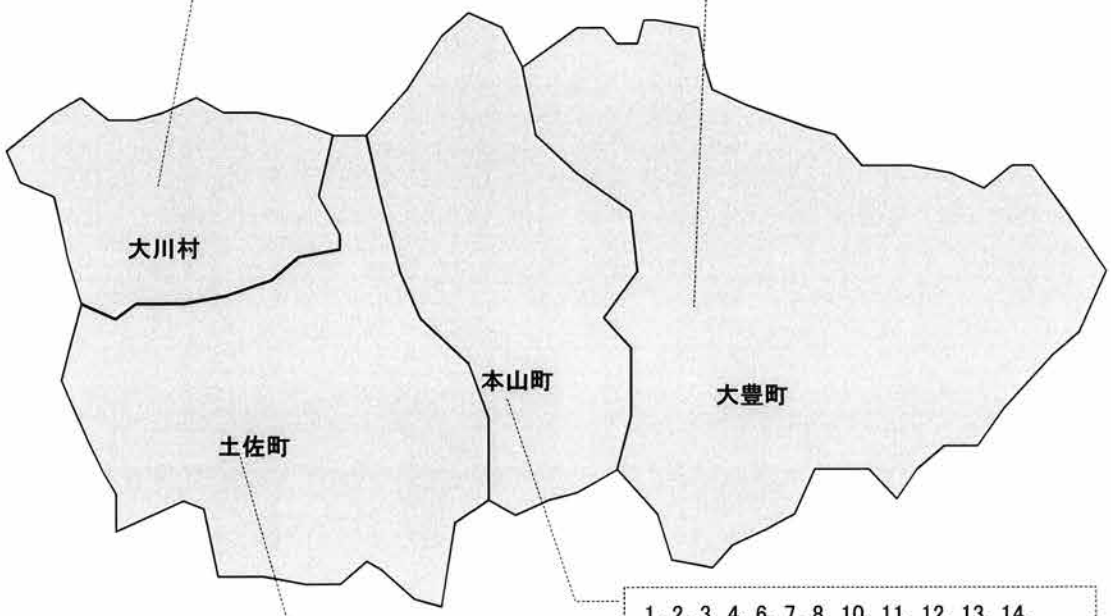
### （４）　主要な指標及び目標

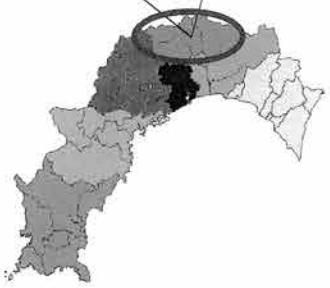
| 項　　目 | 実　績 | 目　標 |
|---|---|---|
| 「れいほく八菜」の販売額 | H22：2.2億円 | H27：1.6億円 |
| 「れいほく八花」の販売額 | H22：1.1億円 | H27：1.1億円 |
| 「れいほく八恵」のユズ加工品の販売額 | H22：4.6億円 | H27：6.0億円 |
| 米粉等の販売額 | H22：0.5億円 | H27：1.1億円 |
| 「土佐あかうし」の販売額 | H22：1.9億円 | H27：2.1億円 |
| 「土佐はちきん地鶏」の出荷羽数 | H22：5.1万羽 | H27：10万羽 |
| 木材の素材生産量 | H22：5.6万㎥ | H27：15万㎥ |
| れいほくスケルトン（嶺北材の邸別販売）の出荷量 | H22：新規 | H27：　900㎥ |
| 公共関連宿泊施設での宿泊者数 | H22：9,687人 | H27：12,000人 |

## （５）　具体的な取組

| No. | 項目 | 本山町 | 大豊町 | 土佐町 | 大川村 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | れいほくブランドの園芸産地の維持 | ● | ● | ● | ● |
| 2 | ユズ産地の確立と加工・販売の促進 | ● | ● | ● | |
| 3 | 集落営農で元気な地域づくり | ● | ● | ● | ● |
| 4 | 米のブランド化による稲作農業の展開 | ● | | | |
| 5 | (株)大豊ゆとりファームを核として地域資源の活用により地域産業を持続化させる取組 | | ● | | |
| 6 | JA出資型法人を核とする地域活性化の取組 | ● | ● | ● | ● |
| 7 | 直販所「本山さくら市」を核とした地域活性化の取組 | ● | | | |
| 8 | 土佐あかうしの競争力の確保による肉用牛産業の再興 | ● | ● | ● | |
| 9 | 土佐はちきん地鶏・大川黒牛を活用した畜産業の活性化 | | | | ● |
| 10 | 間伐の推進と素材生産の拡大 | ● | ● | ● | ● |
| 11 | れいほくスケルトン(嶺北材の邸別販売)の促進 | ● | ● | ● | ● |
| 12 | 県産材の地域における率先利用 | ● | ● | ● | ● |
| 13 | 木工製品の製造・販売による地域の活性化 | ● | | | |
| 14 | 特用林産物(シキミ、サカキ)の拠点づくり | ● | ● | ● | ● |
| 15 | 大型製材工場の設置による地域材の利用の促進 | ● | ● | ● | ● |
| 16 | 木質バイオマス利用拡大の取組 | ● | ● | ● | ● |
| 17 | 地域産品販売ポータルサイトによる商業展開・情報発信 | ● | ● | ● | ● |
| 18 | 土佐産直サテライトセンター(とさ千里(大阪))の活性化による地産外商の促進 | ● | ● | ● | ● |
| 19 | 嶺北地域の連携による交流人口の拡大 | ● | ● | ● | ● |
| 20 | 濁酒等を活用した地域資源との連携による地域の活性化 | ● | ● | | |
| 21 | 白髪山・工石山を活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組 | ● | | | |
| 22 | 早明浦ダムを活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組 | | | ● | ● |
| 23 | 棚田を活用した観光・交流人口の拡大による地域活性化の取組 | | | ● | |
| 24 | 滞在型市民農園の推進による地域の活性化 | ● | | | |
| 25 | 嶺北地域の連携による移住促進の取組 | ● | ● | ● | ● |
| 26 | 小水力発電の導入による地域活性化の取組 | ● | ● | ● | ● |
| 27 | 地域内高校と連携した将来の担い手育成に関する取組 | ● | ● | ● | ● |
| 28 | 集落活動センター「汗見川」が実施する交流人口拡大事業と特産品づくりによる地域活性化の取組 | ● | | | |

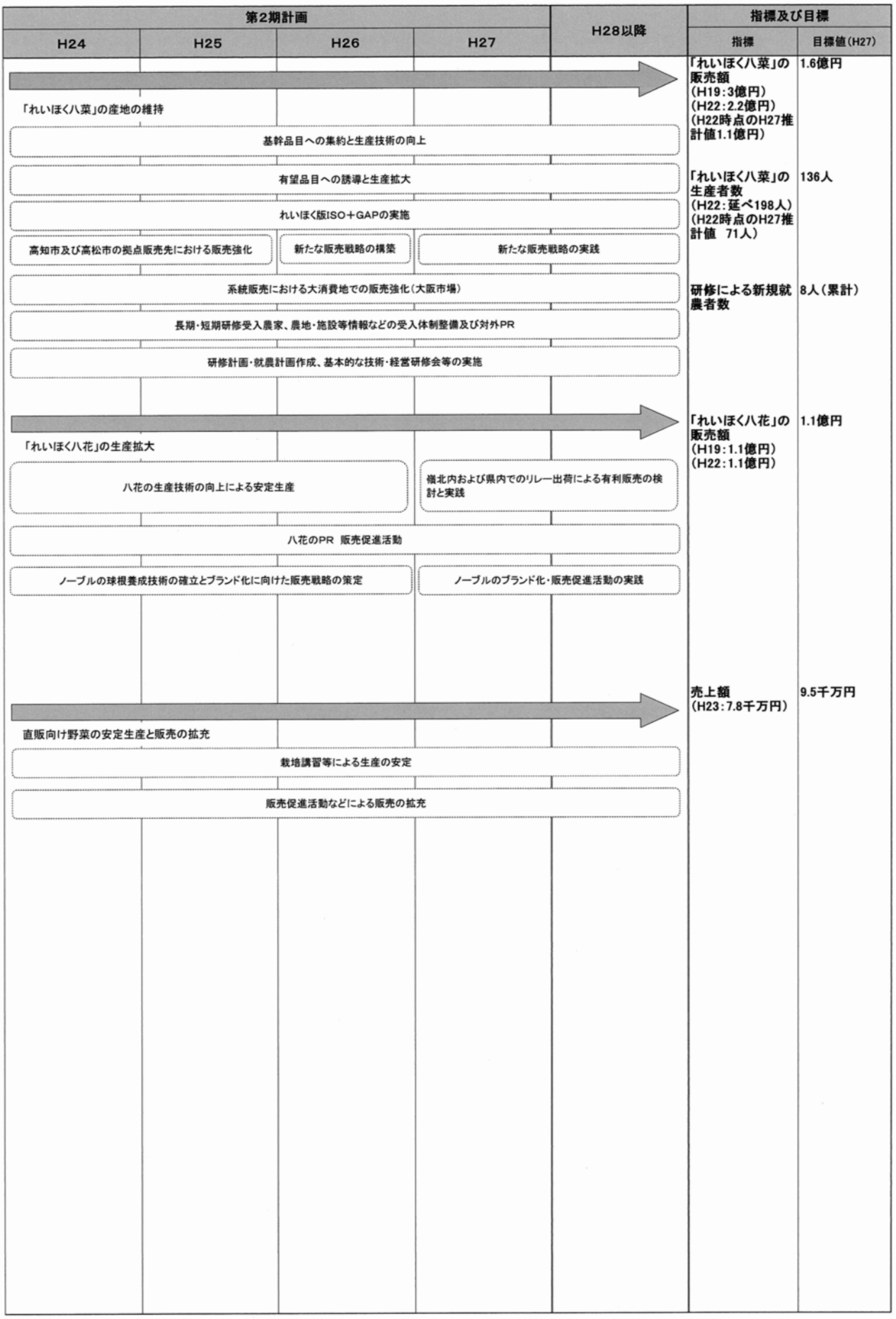
## 【嶺北地域】


1、3、6、9、10、11、12、14、15、16、17、18、19、22、25、26、27
1、2、3、5、6、8、10、11、12、14、15、16、17、18、19、20、25、26、27
大川村
本山町
大豊町
土佐町
1、2、3、4、6、7、8、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、20、21、24、25、26、27、28
1、2、3、6、8、10、11、12、14、15、16、17、18、19、22、23、25、26、27



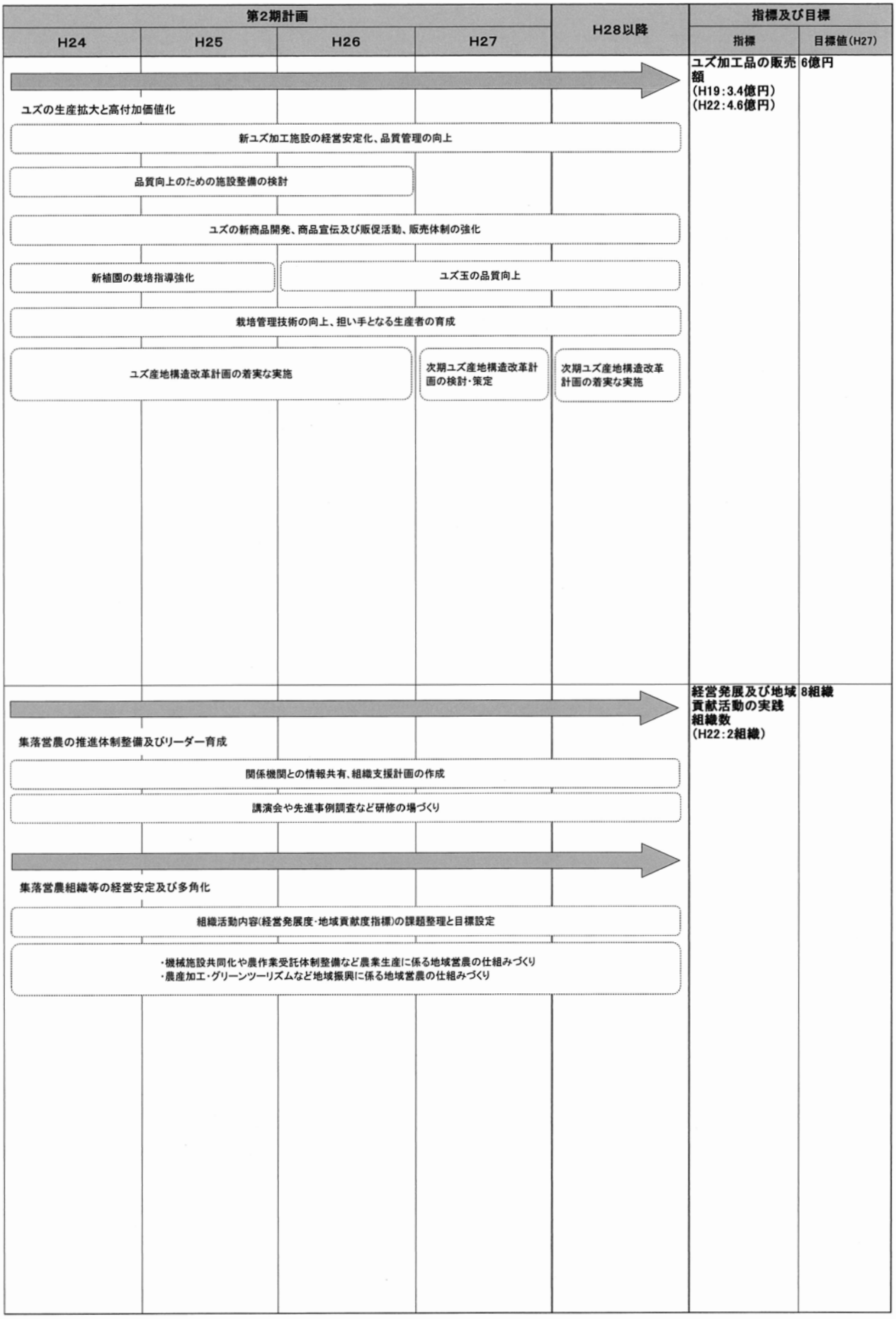
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1　れいほくブランドの園芸産地の維持<br><br>《嶺北地域全域》 | 「環境」、「安全・安心」をキーワードにした園芸品のブランド化を行っているが、農業所得の向上を図るため、「れいほく八菜」、「れいほく八花」の収量・品質の向上を図る。<br>また、地産地消を図るため、直販向け野菜の生産・販売の充実に取り組む。 | ・JA土佐れいほく（園芸部会、花弁部会）<br>・直販生産部会土佐町支部 | 「れいほく八菜」<br>・販売額及び生産者数の推移<br>◆れいほく八菜の販売額及び生産者数は、生産者の高齢化や後継者不足などにより年々減少し、特に平成20年以降は著しい減少傾向となっている。しかし、生産者の確保育成の取組により、減少傾向は小さくなっている。<br><br>・環境保全型農業の推進と重点および推進品目の拡大(H21～25)<br>◆嶺北の売りである環境に優しい農業の一層の推進と新技術の普及、さらにれいほく八菜の重点品目である三色ピーマンの拡大や推進品目を中心に収量アップの取組を実施したことから、平成25年の販売額は10月末までの10ヵ月間の実績が昨年1年間の実績を上回った。<br><br>・担い手確保への取組(H23～26)<br>◆農家数の減少傾向は続いていることから、平成23年度からは、担い手の発掘・育成に向けた新たなプロジェクトを開始し、地域の関係機関、農業者が一丸となって嶺北の園芸産地を維持していく取組を推進している。<br>◆2名が新たにシシトウ栽培に取り組んだ(H26)。<br>◆来作からの新規就農者は露地米ナスに取り組む予定である(H26)。<br><br>「れいほく八花」<br>・ノーブルを中心とした八花の高品質・安定生産技術確立のための実証調査および現地巡回指導(H21～26)<br>◆花弁部会員は少数であり、高齢化が進んでいるが、嶺北地域の冷涼な気候を活かし、概ね一定の販売額を保っている。<br>◆嶺北にしかない花であるノーブルは、市場の評価を保ち、最近では新たな市場からの引き合いも出てきている。<br>◆限られた生産者数と栽培面積であるが、組織培養苗や病害虫防除の徹底等の新たな取組を行い、高品質・安定生産技術の確立に向けた部会活動を行うことで、農家の所得維持・向上につなげることができた。<br>◆ノーブル由来の新品種の登録申請により新たな販売展開ができるようになり、東京での花の商談会でも産地紹介を行い直接使用してくれる花販売店へもPRを行った<br><br>・ノーブルの球根供給システムの整備(H21～26)<br>◆ノーブルの出荷本数および販売額は順調に増加傾向にある。<br><br>「直販生産部会土佐町支部」<br>・集荷システムの構築(H21)<br>◆集荷用車両や集荷施設など集荷に係る設備や備品を整備した。<br><br>・野菜の安定生産のための簡易雨よけレンタルハウスの設置(H21～22)<br>◆計35棟のミニレンタルハウスを整備したことから、効果的な利活用に向けた栽培指導が必要である。 | 「れいほく八菜」<br>・農業担い手の発掘・育成<br>・新規就農希望者の基幹品目への集約<br>・研修受入機関・農家の受入体制の充実<br><br>・基幹品目の栽培確立<br><br>・八菜ブランドの充実と販促活動の推進<br><br>「れいほく八花」<br>・高品質・安定栽培技術の確立<br><br>・ブランド化による付加価値化<br><br>「直販生産部会土佐町支部」<br>・栽培講習等による生産の安定<br><br>・販売促進活動などによる販売の拡充 | ◆「れいほく八菜」の産地の維持<br><br>◆「れいほく八花」の生産拡大<br><br>◆直販向け野菜の安定生産と販売の拡充 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
「れいほく八菜」の産地の維持
基幹品目への集約と生産技術の向上
有望品目への誘導と生産拡大
れいほく版ISO＋GAPの実施
高知市及び高松市の拠点販売先における販売強化
新たな販売戦略の構築
新たな販売戦略の実践
系統販売における大消費地での販売強化（大阪市場）
長期・短期研修受入農家、農地・施設等情報などの受入体制整備及び対外PR
研修計画・就農計画作成、基本的な技術・経営研修会等の実施
「れいほく八花」の生産拡大
八花の生産技術の向上による安定生産
徳北内および県内でのリレー出荷による有利販売の検討と実践
八花のPR 販売促進活動
ノーブルの球根養成技術の確立とブランド化に向けた販売戦略の策定
ノーブルのブランド化・販売促進活動の実践
直販向け野菜の安定生産と販売の拡充
栽培講習等による生産の安定
販売促進活動などによる販売の拡充
「れいほく八菜」の販売額
（H19：3億円）
（H22：2.2億円）
（H22時点のH27推計値1.1億円）
1.6億円
「れいほく八菜」の生産者数
（H22：延べ198人）
（H22時点のH27推計値　71人）
136人
研修による新規就農者数
8人（累計）
「れいほく八花」の販売額
（H19：1.1億円）
（H22：1.1億円）
1.1億円
売上額
（H23：7.8千万円）
9.5千万円

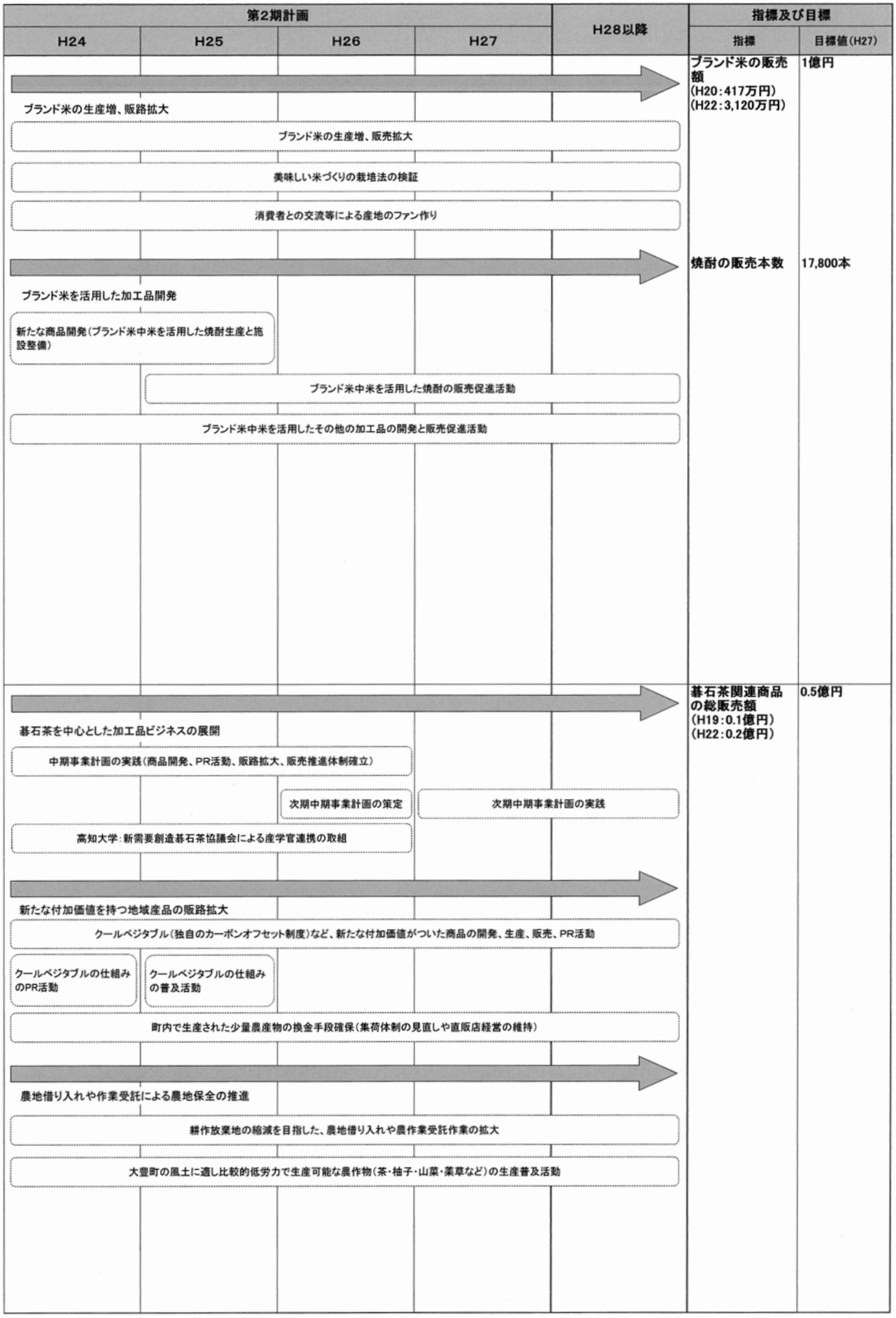
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2 ユズ産地の確立と加工・販売の促進<br><br>《大豊町、本山町、土佐町》 | 「環境」、「安全・安心」をキーワードにした園芸品のブランド化により、農業所得の向上を図るため、ユズのブランド化に向けた取組のレベルアップを行うとともに、ユズの加工・販売の促進に取り組む。 | ・嶺北地域果樹(ゆず)産地協議会<br>・JA土佐れいほく | ・ユズ産地構造計画変更・作成<br>(H21～22)<br>◆平成17年度に作成した計画を加工場の新設に伴い、内容に変更を加えた後、計画の期間が終了したため、新たに計画を作成して取組を行った。<br><br>・ユズ加工場の建設・整備<br>(H22)<br>◆旧ユズ加工場によるユズ加工品の開発・製造と販売努力により、売上が年々向上した。この結果、農協加工場へのユズの出荷量の増加に伴い、処理能力の不足が顕著となったため、ユズ加工場を新たに建設した。新加工場は、搾汁ライン増設により果汁の搾汁率や品質が向上するとともに、ジュースラインの製造能力と衛生管理が強化された。新加工場は平成23年度より本格稼働が始まった。<br>(H24～25)<br>◆H24年度にジュースライン、H25年度にPET充填ラインに県版HACCPを導入した。<br><br>・国内・海外での販促活動の強化<br>(H21～26)<br>◆販売面では、国内・海外の展示販売会など商談に積極的に参加し商談を行った。<br>(H24～25)<br>EUへの青果及び果汁輸出に向けた取組を行い、輸出候補圃地を設定し、青果及び無農薬ユズ部会全体で取組を進めていくこととなった。<br>◆H26年度にEUへの青果輸出が始まり、今後加工品も含めて、輸出を継続していくこととなった。 | ・衛生管理の徹底<br><br>・適正在庫の管理<br><br>・生産者価格の向上<br><br>・EUへの青果及び果汁輸出体制整備 | ◆ユズの生産拡大と高付加価値化 |
| 3 集落営農で元気な地域づくり<br><br>《嶺北地域全域》 | 地域農業の維持及び活性化を支える担い手として集落営農組織を育成するため、所得の確保及び向上につながる農業生産や拠点ビジネスにつながる農産加工、グリーンツーリズム等の取組を推進し、組織の継続性を確保する仕組みづくりを行う。 | ・集落営農組織<br>・集落営農組織に準じる組織 | ・集落営農組織増の取組<br>(H21～23)<br>・こうち型集落営農の推進<br>(H21～23)<br>◆集落営農支援ソフト事業等を活用した講演会や先進組織視察などの研修会、集落座談会の運営支援により、集落営農推進に向けての動機づけの場づくりや合意形成が図られ、組織が育成された。<br>◆「吉延営農組合」は、ライスセンターを整備するなど本山町で振興するブランド米の生産基盤を整備した。また、担い手が集落に提案しながら集落営農を進める推進体制ができた。地域おこしの一環として、生産地と消費地との交流事業にも取り組み、交流人口の拡大にも努めた。<br>「伊勢川営農組合」は、「受託」「園芸」「直販・加工」ごとの部会を設けて計画活動を実践する体制が整備できた。<br>いずれも、こうち型集落営農組織として策定された「営農計画」及び「集落営農ビジョン」に基づいた地域営農の仕組みづくりと実践活動が図られた。<br>(H24～26)<br>◆集落営農拠点ビジネス支援事業を活用した研修会や視察研修会を行う等、集落営農推進の動機付けの場づくりを継続して行った。<br>◆関係機関を対象に集落営農研修会を開催し、関係機関と連携した組織支援体制づくりに向けての意識向上に努めた。<br>◆「伊勢川営農組合」の活動に女性が参画する体制ができた。 | ・集落営農の推進及び体制整備<br><br>・集落営農組織の育成<br><br>・集落営農組織の継続性の確保 | ◆集落営農の推進体制整備及びリーダー育成<br><br>◆集落営農組織等の経営安定及び多角化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ユズの生産拡大と高付加価値化
新ユズ加工施設の経営安定化、品質管理の向上
品質向上のための施設整備の検討
ユズの新商品開発、商品宣伝及び販促活動、販売体制の強化
新植園の栽培指導強化
ユズ玉の品質向上
栽培管理技術の向上、担い手となる生産者の育成
ユズ産地構造改革計画の着実な実施
次期ユズ産地構造改革計画の検討・策定
次期ユズ産地構造改革計画の着実な実施
ユズ加工品の販売額
(H19:3.4億円)
(H22:4.6億円)
6億円
集落営農の推進体制整備及びリーダー育成
関係機関との情報共有、組織支援計画の作成
講演会や先進事例調査など研修の場づくり
集落営農組織等の経営安定及び多角化
組織活動内容(経営発展度・地域貢献度指標)の課題整理と目標設定
・機械施設共同化や農作業受託体制整備など農業生産に係る地域営農の仕組みづくり
・農産加工・グリーンツーリズムなど地域振興に係る地域営農の仕組みづくり
経営発展及び地域貢献活動の実践組織数
(H22:2組織)
8組織

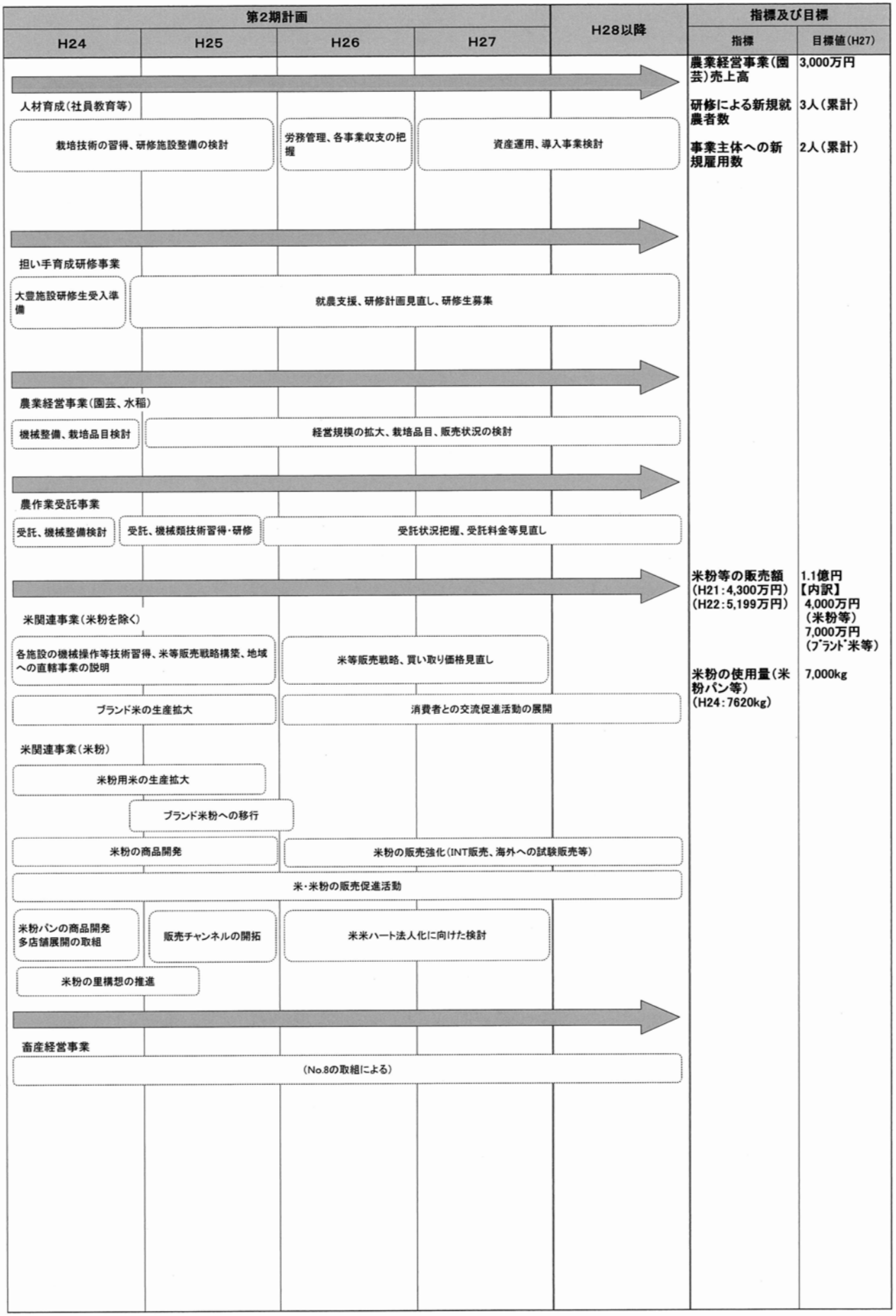
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 4 米のブランド化による稲作農業の展開<br><br>《本山町》 | 消費者が求めるブランド力のある米の生産により、価格のアップを図り、後継者が将来に展望を持つことができる稲作農業を確立するため、良好な水田環境など地域の特性を付加価値とすることや、室戸海洋深層水を栽培過程で使用することによる新ブランド米「天空の郷」の定着と加工品の開発による発展を図る。 | ・本山町ブランド化推進協議会<br>・(財)本山町農業公社<br>・本山町酒づくり協議会<br>・ぱうむ合同会社<br>・本山町 | ・本山町特産品ブランド化協議会によるブランド化の取組(販売促進への支援と栽培技術の徹底指導等)(H21～26)<br>◆平成20年度に設立した本山町ブランド化協議会では、米・食味鑑定士協会長や有名な米販売店の講演会が開催され、ブランド米生産への活動の方向性が定まった。<br>◆ブランド米の名称を、公募により「土佐天空の郷」に決定した。<br>◆美味しい米作りのための栽培基準を作成し、基準に基づいた栽培技術指導の徹底による生産を行っている。<br>◆米の販売促進活動を全国展開し、100店舗以上で米の販売が行われている。<br><br>・産振総合補助金の導入(H21～23)<br>◆色彩選別機や米選機、食味計・穀粒判別器等の導入により、高品質な商品として出荷できる体制が整った。<br><br>・コンクールへの出品(H21～26)<br>◆お米のコンクール(お米日本一コンテストinしずおか)で優勝し、その後も各地のコンクールで金賞を受賞するなど全国ブランド米としての知名度を保っている。<br><br>・「土佐天空の郷」の中米を活用した米焼酎の生産販売体制の整備(H24～26)<br>◆米焼酎の製造に関する準備が整い、県内外での販売促進PRを実施し、本格的な販売が開始された。 | ・生産者と生産量の増<br><br>・直接販売の増等による生産者価格の向上 | ◆ブランド米の生産増、販路拡大<br><br>◆ブランド米を活用した加工品開発 |
| 5 (株)大豊ゆとりファームを核として地域資源の活用により地域産業を持続化させる取組<br><br>《大豊町》 | 中山間で安心して住み続けることができる地域を実現するため、伝統製法や農業の6次産業化・環境問題など時代に即した切り口により、農業を中心とした地域産業を持続化させるために、拠点型ビジネスを展開する。 | ・(株)大豊ゆとりファーム<br>・大豊町碁石茶協同組合<br>・大豊町 | ・遊休農地を活用したビジネスの展開(H21～23)<br>・野菜等の地産地消ビジネスの展開(H21～23)<br>・加工品づくりビジネスの展開(H21～23)<br>・ふるさと支援ビジネスの展開(H21～23)<br><br>◆碁石茶については、一時期は大手取引先と契約し、順調に販売できていたが、現時点では過年産の在庫を持つ状況となっている。<br>新たな販路の確保やカートカンなど新商品の開発・販売を行っているが、同時に経営戦略の再構築を行うため、平成23年度末に中期事業計画を策定し、現在、その計画に沿って取組を進めている。<br>農作業の受委託、集荷システムの取組については、地域の過疎化・高齢化が進む中で、耕作放棄地の縮減など地域への貢献が高い取組である。新たな付加価値を持つ地域商品の開発などを通じて、取組の継続発展が求められている。 | ・碁石茶の加工品開発<br><br>・碁石茶の茶葉や加工品の販路拡大<br><br>・地域産品の付加価値向上と販路拡大<br><br>・耕作放棄地対策の推進<br><br>・各事業主体の経営戦略の構築 | ◆碁石茶を中心とした加工品ビジネスの展開<br><br>◆新たな付加価値を持つ地域産品の販路拡大<br><br>◆農地借り入れや作業受託による農地保全の推進 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ブランド米の販売額
(H20:417万円)
(H22:3,120万円)
1億円
ブランド米の生産増、販路拡大
ブランド米の生産増、販売拡大
美味しい米づくりの栽培法の検証
消費者との交流等による産地のファン作り
焼酎の販売本数
17,800本
ブランド米を活用した加工品開発
新たな商品開発(ブランド米中米を活用した焼酎生産と施設整備)
ブランド米中米を活用した焼酎の販売促進活動
ブランド米中米を活用したその他の加工品の開発と販売促進活動
碁石茶関連商品の総販売額
(H19:0.1億円)
(H22:0.2億円)
0.5億円
碁石茶を中心とした加工品ビジネスの展開
中期事業計画の実践(商品開発、PR活動、販路拡大、販売推進体制確立)
次期中期事業計画の策定
次期中期事業計画の実践
高知大学:新需要創造碁石茶協議会による産学官連携の取組
新たな付加価値を持つ地域産品の販路拡大
クールベジタブル(独自のカーボンオフセット制度)など、新たな付加価値がついた商品の開発、生産、販売、PR活動
クールベジタブルの仕組みのPR活動
クールベジタブルの仕組みの普及活動
町内で生産された少量農産物の換金手段確保(集荷体制の見直しや直販店経営の維持)
農地借り入れや作業受託による農地保全の推進
耕作放棄地の縮減を目指した、農地借り入れや農作業受託作業の拡大
大豊町の風土に適し比較的低労力で生産可能な農作物(茶・柚子・山菜・薬草など)の生産普及活動

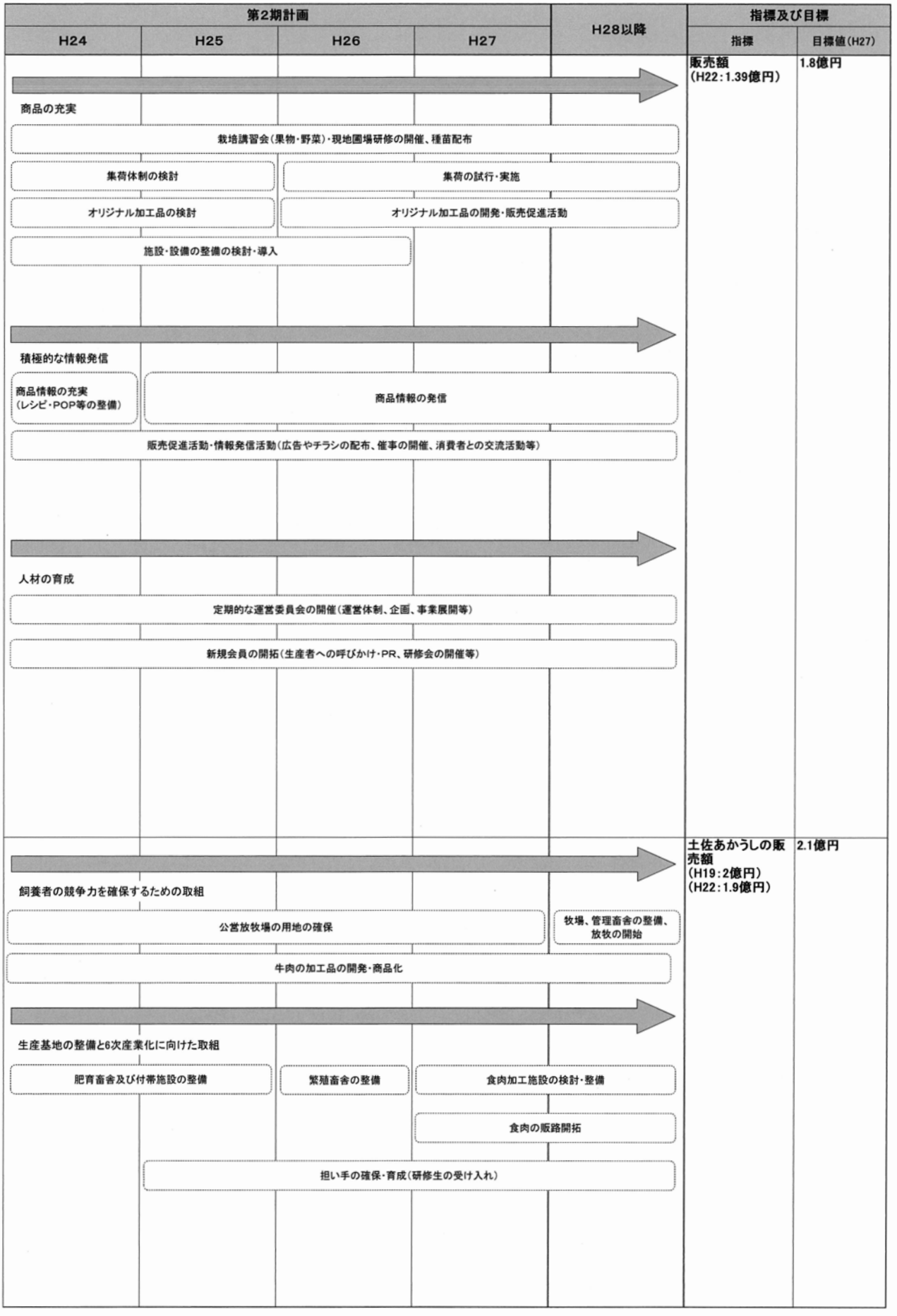
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 6　JA出資型法人を核とする地域活性化の取組<br><br>《嶺北地域全域》 | 農業生産の維持や担い手の確保、耕作放棄地の解消などの課題解決を図り農業所得の向上と就業機会を創出するため、新たな担い手としてのJA出資型法人が農作業受託や遊休農地等を活用した農業経営、就農希望者の研修事業などを実施する。<br>米粉に関しては、米粉の製造・販売や米粉加工商品の開発・販売、関西圏をターゲットにした、安全・安心な食の提供による地産外商など、米粉を活用したビジネスを展開し、新たな雇用の創造につなげる。 | ・JA土佐れいほく<br>・(株)れいほく未来<br>・米米ハート | ・JA出資法人(株)れいほく未来の設立に向けた取組(H22～23)<br>・農作業受託の取組、研修等担い手育成の取組(H24～26)<br>◆(株)れいほく未来が、平成23年4月に設立され、事業が開始された。<br>同社は、農作業の受委託による耕作放棄地の防止や農業担い手の育成などを行うこととしており、地域農業の新たな担い手として大きな役割を担っている。<br>◆事業による機械導入により作業効率の改善が図られたが、受託面積の大幅増により依然として繁忙である(H26)。<br>・農業経営事業の安定化と地域農業貢献の取組(H24～26)<br>◆ピーマン類を中心とした園芸作物の栽培・販売や水稲・野菜の育苗事業、水稲を中心とした作業受託を経営の核とし売上高は伸びできている。<br>◆園芸作物の作付面積は増加したが夏場の天候不順により前年に比べて反収が減少している(h26)。<br>◆昨年度から始まったインターンシップ事業が今年度7回(28名参加)実施された。<br>・米粉ビジネスの展開(H21～26)<br>◆米粉製粉工場稼動(H21)、米粉パン工房オープン(H22)により、米粉ビジネスが徐々に進み始めた。平成23年度末までは目標達成には及ばないものの販売額も増加し、地域内の雇用も増加した。平成23年度まで全国的に米粉事業が増え、24年度には全国的に米粉が余り、地域内では25・26年度と生産調整を実施している。一方、25年度から大阪の米販売業者とのマッチングにより、新たなブランド米の販売が始まり、米及び米粉商品の販売拡大に繋がっている。また、24年度からは、地元嶺北高等学校とコラボし、新商品開発に取り組み、24年度に1品目、25年度に4品目、26年度に2品目の新商品を開発している。併せて、26年度からは米粉料理研究家や県外大学と新商品開発にも取り組んでいる。米粉の里構想の推進により米粉のさらなる利用拡大に向けた取組が期待される。 | ・経営の安定化<br>・インターンシップ事業等による新規研修生・雇用者の確保<br><br>・地域農業への貢献<br><br>・米粉の高付加価値化<br><br>・販路拡大<br><br>・新商品(加工品)開発 | ◆人材育成(社員教育等)<br><br>◆担い手育成研修事業<br><br>◆農業経営事業(園芸、水稲)<br><br>◆農作業受託事業<br><br>◆米関連事業<br><br>◆畜産経営事業 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
人材育成(社員教育等)
栽培技術の習得、研修施設整備の検討
労務管理、各事業収支の把握
資産運用、導入事業検討
担い手育成研修事業
大豊施設研修生受入準備
就農支援、研修計画見直し、研修生募集
農業経営事業(園芸、水稲)
機械整備、栽培品目検討
経営規模の拡大、栽培品目、販売状況の検討
農作業受託事業
受託、機械整備検討
受託、機械類技術習得・研修
受託状況把握、受託料金等見直し
米関連事業(米粉を除く)
各施設の機械操作等技術習得、米等販売戦略構築、地域への直轄事業の説明
米等販売戦略、買い取り価格見直し
ブランド米の生産拡大
消費者との交流促進活動の展開
米関連事業(米粉)
米粉用米の生産拡大
ブランド米粉への移行
米粉の商品開発
米粉の販売強化(INT販売、海外への試験販売等)
米・米粉の販売促進活動
米粉パンの商品開発
多店舗展開の取組
販売チャンネルの開拓
米米ハート法人化に向けた検討
米粉の里構想の推進
畜産経営事業
(No.8の取組による)
指標及び目標
指標
目標値(H27)
農業経営事業(園芸)売上高
3,000万円
研修による新規就農者数
3人(累計)
事業主体への新規雇用数
2人(累計)
米粉等の販売額
(H21:4,300万円)
(H22:5,199万円)
1.1億円
【内訳】
4,000万円
(米粉等)
7,000万円
(ブランド米等)
米粉の使用量(米粉パン等)
(H24:7620kg)
7,000kg

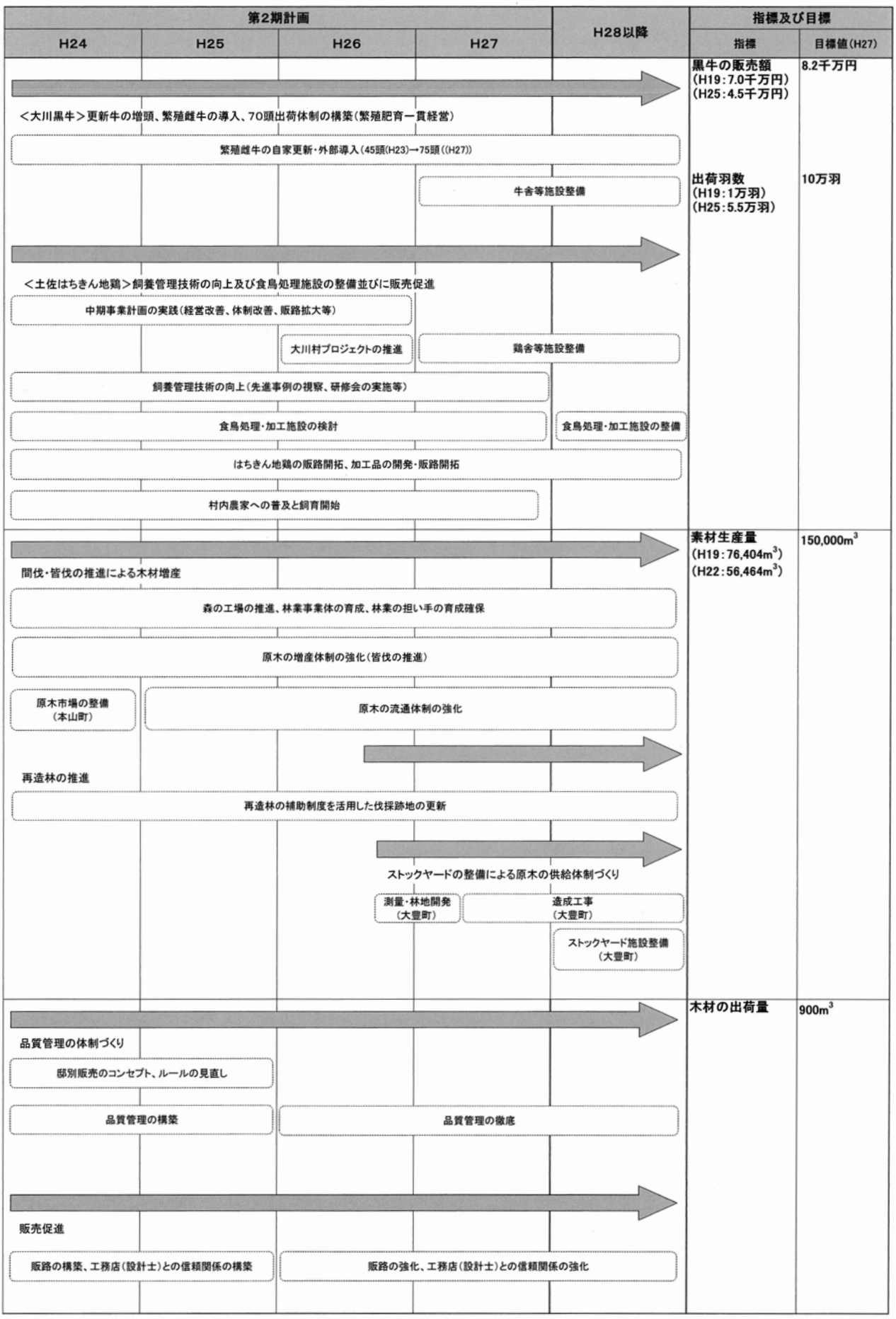
## 【嶺北地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 7 | 直販所「本山さくら市」を核とした地域活性化の取組<br><br>《本山町》 | 過疎化・高齢化の進行する嶺北地域の重要な食材供給拠点施設として、地域内外の集客力をより高めて販売額の向上を図り、地域を巻き込みながら、生産者の所得向上と活力ある地域づくりを目指す。 | ・本山さくら市運営委員会<br>・(財)本山町農業公社<br>・本山町 | ・さくら市の販売額向上に向けた取組(H24～)<br>◆平成24年度は産振総合支援事業費補助金(ステップアップ事業)を活用し、商品の情報発信や集客のためのチラシ、店のリーフレットを作成し、県内外に配布した。また、会員対象にPOP作成講習会を開催し、出荷品の情報発信方法の習得による販売額向上、魅力ある店づくりを目指した。<br>◆平成25年度は商品の充実を図るため、栽培講習会を実施、さらに調理加工施設の設置に関する検討を始めた。<br>◆平成26年度は、地域づくり支援事業により調理加工施設を整備することが決定し、施設の運営に向け準備を進めている。 | ・地域外からの顧客の確保 | ◆商品の充実<br><br>◆積極的な情報発信<br><br>◆人材の育成 |
| 8 | 土佐あかうしの競争力の確保による肉用牛産業の再興<br><br>《本山町、土佐町、大豊町》 | 土佐あかうしの産地を守り、地域の畜産振興を図るため、飼養者の競争力を確保するとともに、土佐あかうしの生産基地化を図る。<br>また、繁殖・肥育の一貫経営を行い、生産と食肉加工から販売に至る畜産の6次産業化に向けた取組を進める。 | ・JA土佐れいほく<br>・(株)れいほく未来<br>・飼養者<br>・本山町<br>・土佐町<br>・大豊町 | ・放牧場用地の選定(H21～)<br>・簡易放牧場の設置(H22)<br>◆平成24年度には放牧を実施したが、継続して放牧場を確保できなかったことから、土佐あかうしの増頭や新たな雇用につながらなかった。一方、嶺北地域では、土佐あかうしの未来を担う産地事業が始まり、繁殖雌牛150頭・肥育牛250頭規模の畜舎が完成し繁殖雌牛の導入や子牛の育成が進んでいる。また、個人でも「レンタル畜舎等施設整備事業」による畜舎整備計画があり、土佐あかうし増頭の取組が進行している。 | ・放牧地の土地の確保や畜舎等(付帯施設)の整備<br><br>・畜産農家の減少による牧場整備後の運営 | ◆飼養者の競争力を確保するための取組<br><br>◆生産基地の整備と6次産業化に向けた取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額
(H22:1.39億円)
1.8億円
商品の充実
栽培講習会(果物・野菜)・現地圃場研修の開催、種苗配布
集荷体制の検討
集荷の試行・実施
オリジナル加工品の検討
オリジナル加工品の開発・販売促進活動
施設・設備の整備の検討・導入
積極的な情報発信
商品情報の充実
(レシピ・POP等の整備)
商品情報の発信
販売促進活動・情報発信活動(広告やチラシの配布、催事の開催、消費者との交流活動等)
人材の育成
定期的な運営委員会の開催(運営体制、企画、事業展開等)
新規会員の開拓(生産者への呼びかけ・PR、研修会の開催等)
土佐あかうしの販売額
(H19:2億円)
(H22:1.9億円)
2.1億円
飼養者の競争力を確保するための取組
公営放牧場の用地の確保
牧場、管理畜舎の整備、放牧の開始
牛肉の加工品の開発・商品化
生産基地の整備と6次産業化に向けた取組
肥育畜舎及び付帯施設の整備
繁殖畜舎の整備
食肉加工施設の検討・整備
食肉の販路開拓
担い手の確保・育成(研修生の受け入れ)

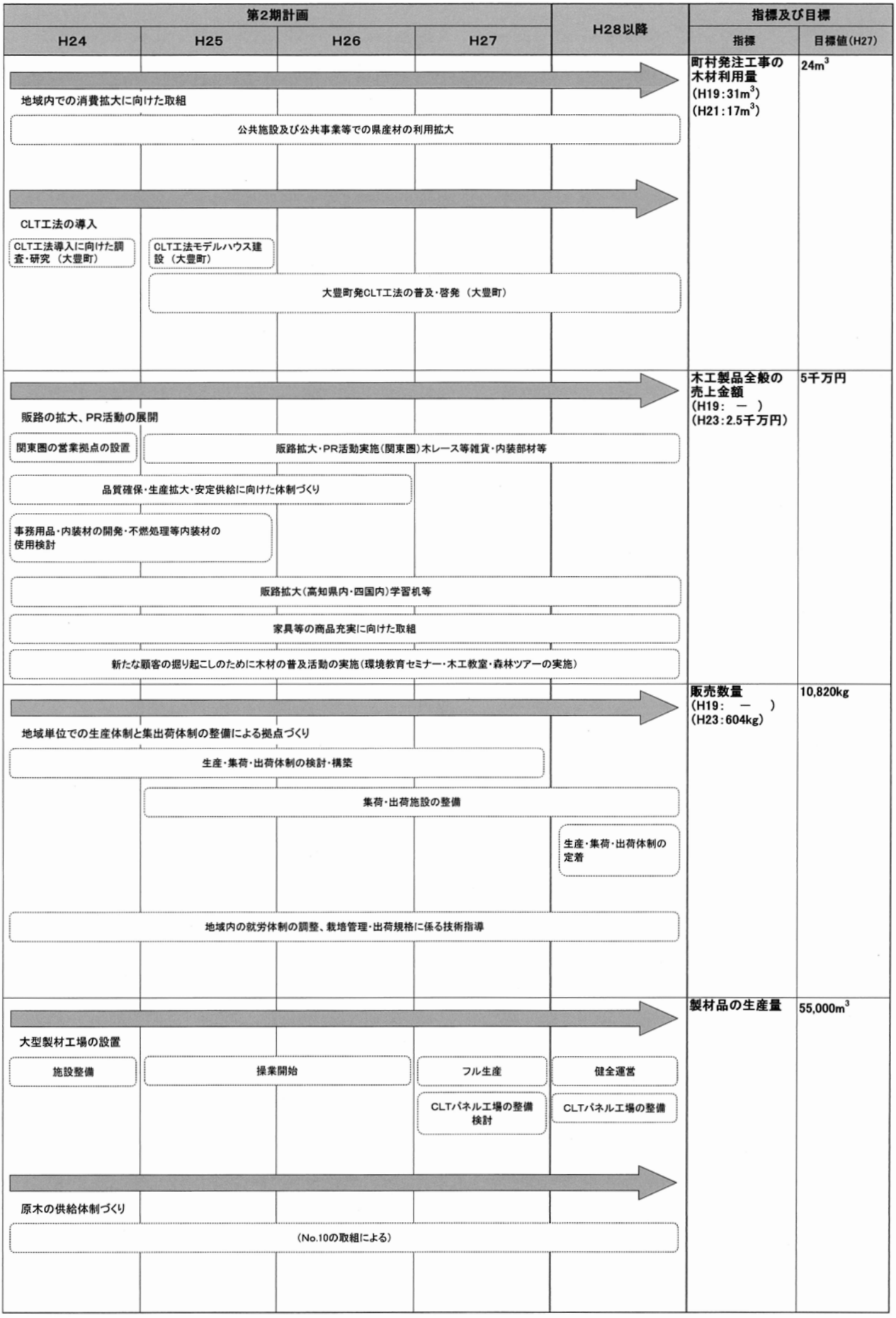
## 【嶺北地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 9 | 土佐はちきん地鶏・大川黒牛を活用した畜産業の活性化<br><br>《大川村》 | 大川村の基幹産業である畜産の振興により地域の活性化を図り、雇用の確保、所得の向上につなげる。 | ・(株)むらびと本舗<br>・大川村 | ＜大川黒牛＞<br>・繁殖雌牛の保留・更新(H21～23)<br>・新たな事業主体による事業継続(H23～)<br>◆平成21～23年度に大川村の支援を受けて繁殖雌牛の更新(若返り)を一部行い54頭に増頭した。年間出荷頭数70頭を目指し、繁殖肥育一貫経営へ移行するよう施設等整備計画を策定。<br><br>＜土佐はちきん地鶏＞<br>・生産施設の整備(H21～26)<br>・販売促進活動(H21～26)<br>◆10万羽の生産施設の整備は平成22年度に完了し、新たな雇用が生まれるなどの効果が認められた。一方、施設整備や施設の改築を行いつつ短期間に生産羽数を伸ばしたことなどから、職員の飼養管理技術が追随できず育成率、飼料効率等が低下し収益を下げている。大川村プロジェクトの定期開催による生産体制の改善と収益性確保の取組を開始した。 | ＜大川黒牛＞<br>・繁殖雌牛の高齢化<br><br>・繁殖雌牛の導入及び育成経費の確保<br><br>・肥育牛の増頭<br><br><br><br>＜土佐はちきん地鶏＞<br>・飼養管理技術の習得<br><br>・出荷体制の改善<br><br>・生産原価の上昇<br><br>・収益性確保のための増羽体制及び施設整備 | ＜大川黒牛＞<br>◆更新牛の増頭<br>繁殖雌牛の導入<br>70頭出荷体制の構築(繁殖肥育一貫経営)<br><br><br><br>＜土佐はちきん地鶏＞<br>◆飼養管理技術の向上及び食鳥処理施設の整備並びに販売促進 |
| 10 | 間伐の推進と素材生産の拡大<br><br>《嶺北地域全域》 | 嶺北地域の豊かな森林資源を活かし、生産者の経営の安定化を図るとともに、地域に計画されている大型製材工場への木材の安定供給に寄与するため、木材の増産に取り組む。 | ・森林所有者<br>・森林組合<br>・素材生産事業体<br>・自伐林家 | ・森の工場の推進(H21～26)<br>・林業事業体の育成(H21～26)<br>・林業の担い手の育成確保(H21～26)<br>・放置林の解消(H21～26)<br>◆林業の担い手の減少や木材価格の低迷などにより第1期計画では平成23年度末の目標に達しなかったが、森の工場に新たな事業体の参入があり、森林整備の更なる推進が期待される。 | ・森の工場の推進<br><br>・事業体の育成<br><br>・担い手の育成確保<br><br>・放置林の解消<br><br>・原木の安定供給体制の構築 | ◆間伐・皆伐の推進による木材増産<br><br><br><br><br><br>◆再造林の推進<br><br><br><br>◆ストックヤードの整備による原木の供給体制づくり |
| 11 | れいほくスケルトン(嶺北材の邸別販売)の促進<br><br>《嶺北地域全域》 | れいほくスケルトン(嶺北材の邸別販売)の促進に向けた取組により、嶺北材の販路拡大を図る。 | ・(株)SUN SHOW<br>・レイホク木材工業(協)<br>・吉野川リビング(協)<br>・土佐町 | ・企画・品質管理(H21～23)<br>・販売先との連携(H21～23)<br>・PR活動(H21～26)<br>◆見学会・セミナー等による普及・PR活動、モデル住宅の建設による目に見える形での「れいほくスケルトン」の良さのPRに取り組み、また、関東方面への本格的な販売に取り組んでいたが、中心的な取組を行ってきた企業の経営破綻により、平成23年度に「嶺北材ブランド化協議会」は解散した。その後、地域内の関係者で協議を重ね、新たな組織で連携を図りながら、邸別販売の実施を検討した結果、新会社において県内外(四国内中心)へ邸別販売を行っていくこととなった。 | ・邸別販売のコンセプト、ルールの見直し<br><br>・新組織の設立<br><br>・品質管理のチェック体制<br><br>・販売戦略の再構築 | ◆品質管理の体制づくり<br><br><br><br><br><br>◆販売促進 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
黒牛の販売額
(H19:7.0千万円)
(H25:4.5千万円)
8.2千万円
<大川黒牛>更新牛の増頭、繁殖雌牛の導入、70頭出荷体制の構築(繁殖肥育一貫経営)
繁殖雌牛の自家更新・外部導入(45頭(H23)→75頭((H27))
牛舎等施設整備
出荷羽数
(H19:1万羽)
(H25:5.5万羽)
10万羽
<土佐はちきん地鶏>飼養管理技術の向上及び食鳥処理施設の整備並びに販売促進
中期事業計画の実践(経営改善、体制改善、販路拡大等)
大川村プロジェクトの推進
鶏舎等施設整備
飼養管理技術の向上(先進事例の視察、研修会の実施等)
食鳥処理・加工施設の検討
食鳥処理・加工施設の整備
はちきん地鶏の販路開拓、加工品の開発・販路開拓
村内農家への普及と飼育開始
素材生産量
(H19:76,404m3)
(H22:56,464m3)
150,000m3
間伐・皆伐の推進による木材増産
森の工場の推進、林業事業体の育成、林業の担い手の育成確保
原木の増産体制の強化(皆伐の推進)
原木市場の整備
(本山町)
原木の流通体制の強化
再造林の推進
再造林の補助制度を活用した伐採跡地の更新
ストックヤードの整備による原木の供給体制づくり
測量・林地開発
(大豊町)
造成工事
(大豊町)
ストックヤード施設整備
(大豊町)
木材の出荷量
900m3
品質管理の体制づくり
郡別販売のコンセプト、ルールの見直し
品質管理の構築
品質管理の徹底
販売促進
販路の構築、工務店(設計士)との信頼関係の構築
販路の強化、工務店(設計士)との信頼関係の強化

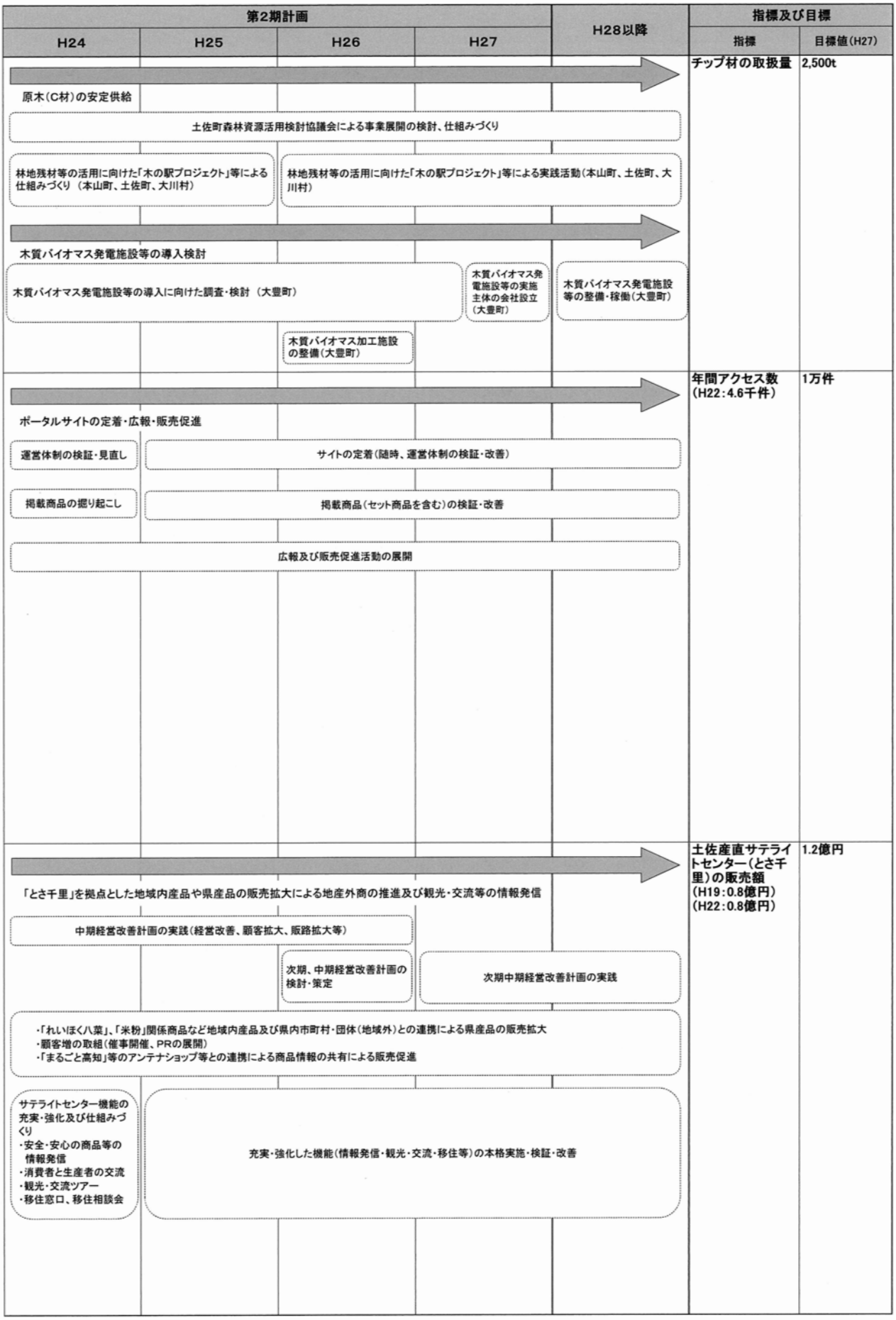
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 12 県産材の地域における率先利用<br><br>《嶺北地域全域》 | 地域内で生産された木材や製材品は、大部分が県外へ出荷されていることから、地域内で率先的に利用することにより、地産地消を推進する。 | ・民間事業者<br>・本山町<br>・大豊町<br>・土佐町<br>・大川村 | ・地域内での消費拡大に向けた取組(H21～26)<br>◆学校等への机・椅子の木製化への取組や、大川村役場の木造化(H22)、土佐町役場の木造化(H24)、土佐町営高齢者等住宅(H25)、本山町クラインガルテン(H25)等、各町村において公共的な施設における木造化や木製品の積極的な導入が進んでいる。<br><br>・CLT工法の導入の取組(H25)<br>◆大豊町内において、CLT工法により集合住宅を建設した。 | ・公共施設での地域材の利用促進 | ◆地域内での消費拡大に向けた取組<br><br>◆CLT工法の導入 |
| 13 木工製品の製造・販売による地域の活性化<br><br>《本山町》 | 人に優しい木工製品の企画・製造・販売を促進し、嶺北産材の良さや手づくりの良さのPRにより、地域の新たな特色のある取組に育て、地域の活性化に結びつける。 | ・ばうむ合同会社<br>・本山町 | ・企画・製造・販売の促進(H21～26)<br>◆机・椅子については第1期計画での販売数の目標値には達してないが、消費者ニーズに合わせた規格変更を行った。また、それ以外の商品開発(もくレース、各種ノベルティーグッズなど)も行い、売上を伸ばした。 | ・販路の拡大及び効果的なPR活動の展開 | ◆販路の拡大、PR活動の展開 |
| 14 特用林産物(シキミ、サカキ)の拠点づくり<br><br>《嶺北地域全域》 | 小規模・分散化している生産者を集約し、地域内の豊富な特用林産物(シキミ、サカキ)を収益につなげるため、地区単位での生産体制と集出荷体制の整備による拠点づくりを行う。 | ・生産者<br>・(財)本山町農業公社<br>・土佐町森林組合 | ・栽培管理等の研修(H21～23)<br>◆病害虫防除研修や束ね方研修などを通じ、生産者への生産技術向上が図られた。<br><br>・共同出荷の開始(H23～25)<br>◆シキミ・サカキの共同集出荷体制の整備を目標とし、取組を実施してきた結果、少量ではあるが共同出荷を行うことができた。 | ・地区単位での生産体制と出荷体制の整備による拠点づくり | ◆地域単位での生産体制と集出荷体制の整備による拠点づくり |
| 15 大型製材工場の設置による地域材の利用の促進<br><br>《嶺北地域全域》 | 大型製材工場の誘致により地域材の利用を促進し、林業従事者の増加や所得の向上、事業体による雇用の促進へとつなげる。 | ・高知おおとよ製材(株)<br>・大豊町 | ・大型製材工場の誘致(H21～23)<br>◆誘致先企業と具体的な誘致交渉の結果、平成23年9月に大豊町への進出協定の締結が実現した。(H24,25)<br>◆造成工事等を経て平成25年8月操業開始した。 | ・原木の供給体制づくり | ◆大型製材工場の設置<br><br>◆原木の供給体制づくり |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
地域内での消費拡大に向けた取組
公共施設及び公共事業等での県産材の利用拡大
CLT工法の導入
CLT工法導入に向けた調査・研究（大豊町）
CLT工法モデルハウス建設（大豊町）
大豊町発CLT工法の普及・啓発（大豊町）
町村発注工事の木材利用量
(H19:31m3)
(H21:17m3)
24m3
販路の拡大、PR活動の展開
関東圏の営業拠点の設置
販路拡大・PR活動実施(関東圏)木レース等雑貨・内装部材等
品質確保・生産拡大・安定供給に向けた体制づくり
事務用品・内装材の開発・不燃処理等内装材の使用検討
販路拡大(高知県内・四国内)学習机等
家具等の商品充実に向けた取組
新たな顧客の掘り起こしのために木材の普及活動の実施(環境教育セミナー・木工教室・森林ツアーの実施)
木工製品全般の売上金額
(H19: ― )
(H23:2.5千万円)
5千万円
地域単位での生産体制と集出荷体制の整備による拠点づくり
生産・集荷・出荷体制の検討・構築
集荷・出荷施設の整備
生産・集荷・出荷体制の定着
地域内の就労体制の調整、栽培管理・出荷規格に係る技術指導
販売数量
(H19: ― )
(H23:604kg)
10,820kg
大型製材工場の設置
施設整備
操業開始
フル生産
健全運営
CLTパネル工場の整備検討
CLTパネル工場の整備
原木の供給体制づくり
(No.10の取組による)
製材品の生産量
55,000m3

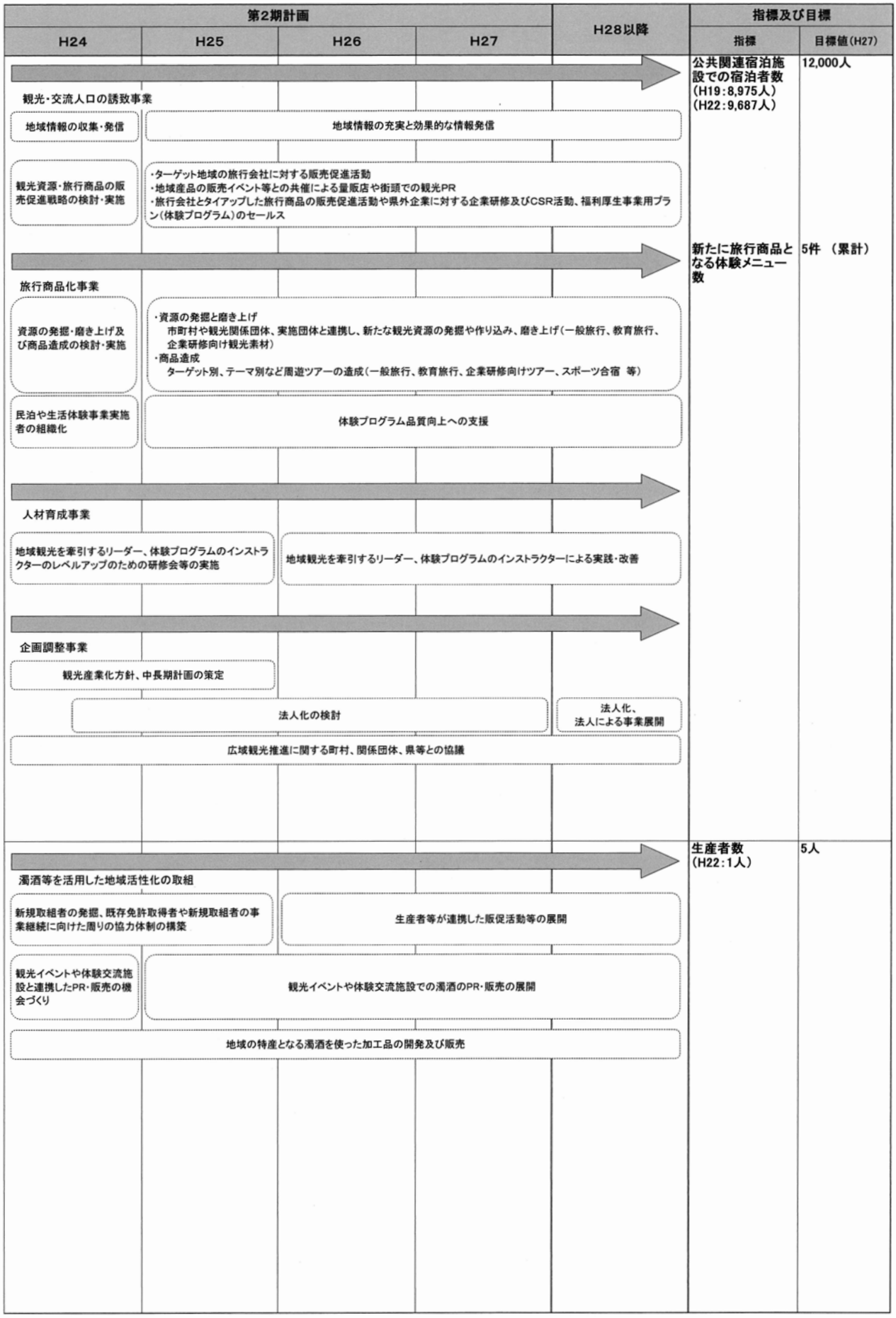
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 16 木質バイオマス利用拡大の取組<br><br>《嶺北地域全域》 | 木質バイオマスの利用拡大と林業の活性化を図る。 | ・民間事業者<br>・本山町<br>・大豊町<br>・土佐町<br>・大川村 | ・加工施設の設置・事業展開(H23)<br>・木質バイオマスボイラー等の導入設置(H22～26)<br>◆木質バイオマス利用施設の導入により、木質資源の利活用が促進された。また、工場残材の有効利用により、燃料コスト削減が成果として見え始めている。<br>一方、木質バイオマス加工施設が建設されたことにより、地域内の未利用間伐材(林地残材)の利活用が促進されてきている。 | ・原木(C材)の安定供給体制の構築<br><br>・木質バイオマスの利用拡大 | ◆原木(C材)の安定供給<br><br>◆木質バイオマス発電施設等の導入検討 |
| 17 地域産品販売ポータルサイトによる商業展開・情報発信<br><br>《嶺北地域全域》 | 地域産品を販売するポータルサイトを定着・発展させて、ネットビジネスの手段を持たない地域の商業者の所得の向上を図るとともに、地域の情報発信を行う。 | ・特定非営利活動法人 土佐さめうら観光協会<br>・ポータルサイト利用事業者 | ・ポータルサイト「土佐さめうらe商店街」の開設(H21)<br>・セット商品(ギフト用等)の開発掲載(H22～26)<br>・周知・PR活動(H21～26)<br>◆平成21年10月に地域雇用創造実現事業を活用し、土佐町雇用創造協議会を主体としてポータルサイトを開設した。情報ツールを持たない商業者の商品を掲載し、セット商品の開発やチラシ等によるPR活動を行ってきたが、アクセス数、販売数はほとんど増えていない現状である。<br>22年度に土佐町の地域雇用創造実現事業が終了し、23年4月からは、(株)れいほく未来が事業を引き継ぎ事業を行ってきた。25年からは、土佐さめうら観光協会が事業を引き継ぎ、新商品の掲載や見やすいトップページの作成などに取組んでいるが、目玉となる商品や新たなセット商品の開発等、魅力ある商品掲載による販売増が課題となっている。 | ・販売手数料等の運営体制の整備・見直し<br><br>・販売量増に向けた多面的な取組 | ◆ポータルサイトの定着・広報・販売促進 |
| 18 土佐産直サテライトセンター(とさ千里(大阪))の活性化による地産外商の促進<br><br>《嶺北地域全域》 | 土佐産直サテライトセンター(とさ千里)を関西圏におけるアンテナショップとして、米粉を活用したビジネスの展開や、「れいほく八菜」をはじめとする嶺北地域や高知県の産品を取り扱う地産外商の拠点となるように取組を進める。併せて、交流人口の拡大に向けた情報を発信する。 | ・(株)とさ千里<br>・JA土佐れいほく<br>・土佐町 | ・総合補助金の導入による米粉パン工房等の整備(H22)<br>・野菜供給システムの再構築(H23)<br>◆平成22年9月にリニューアルオープンし、産直店として嶺北地域の産品を中心に、県産品の販売を行い、地産外商の拠点として活動している。同店では、嶺北地域を中心とした野菜を主力商品として販売するとともに、米粉パンの製造販売を開始した。<br>近隣には量販店が複数存在し、競争の激しいエリアであることから、リニューアル前の実績にまで顧客が回帰していないが販売額は計画に沿って徐々に上がってきている。主力商品である野菜が円滑に供給できるよう関係機関(JA、土佐町等)と協力して集荷に取り組むとともに、催事等の開催により集客を図るほか、県を通じて「まるごと高知」、「てんこす」の売上情報の提供を受けることで品揃えの参考にするなど、日々、販売拡大に向けた取組を行っている。 | ・販売拡大に向けた新規顧客の獲得及びリピート客の確保<br><br>・主力商品である野菜の円滑な供給 | ◆「とさ千里」を拠点とした地域内産品や県産品の販売拡大による地産外商の推進及び観光・交流等の情報発信 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
チップ材の取扱量
2,500t
原木(C材)の安定供給
土佐町森林資源活用検討協議会による事業展開の検討、仕組みづくり
林地残材等の活用に向けた「木の駅プロジェクト」等による仕組みづくり（本山町、土佐町、大川村）
林地残材等の活用に向けた「木の駅プロジェクト」等による実践活動(本山町、土佐町、大川村)
木質バイオマス発電施設等の導入検討
木質バイオマス発電施設等の導入に向けた調査・検討（大豊町）
木質バイオマス発電施設等の実施主体の会社設立(大豊町)
木質バイオマス発電施設等の整備・稼働(大豊町)
木質バイオマス加工施設の整備(大豊町)
年間アクセス数
(H22:4.6千件)
1万件
ポータルサイトの定着・広報・販売促進
運営体制の検証・見直し
サイトの定着(随時、運営体制の検証・改善)
掲載商品の掘り起こし
掲載商品(セット商品を含む)の検証・改善
広報及び販売促進活動の展開
土佐産直サテライトセンター(とさ千里)の販売額
(H19:0.8億円)
(H22:0.8億円)
1.2億円
「とさ千里」を拠点とした地域内産品や県産品の販売拡大による地産外商の推進及び観光・交流等の情報発信
中期経営改善計画の実践(経営改善、顧客拡大、販路拡大等)
次期、中期経営改善計画の検討・策定
次期中期経営改善計画の実践
・「れいほく八菜」、「米粉」関係商品など地域内産品及び県内市町村・団体(地域外)との連携による県産品の販売拡大
・顧客増の取組(催事開催、PRの展開)
・「まるごと高知」等のアンテナショップ等との連携による商品情報の共有による販売促進
サテライトセンター機能の充実・強化及び仕組みづくり
・安全・安心の商品等の情報発信
・消費者と生産者の交流
・観光・交流ツアー
・移住窓口、移住相談会
充実・強化した機能(情報発信・観光・交流・移住等)の本格実施・検証・改善

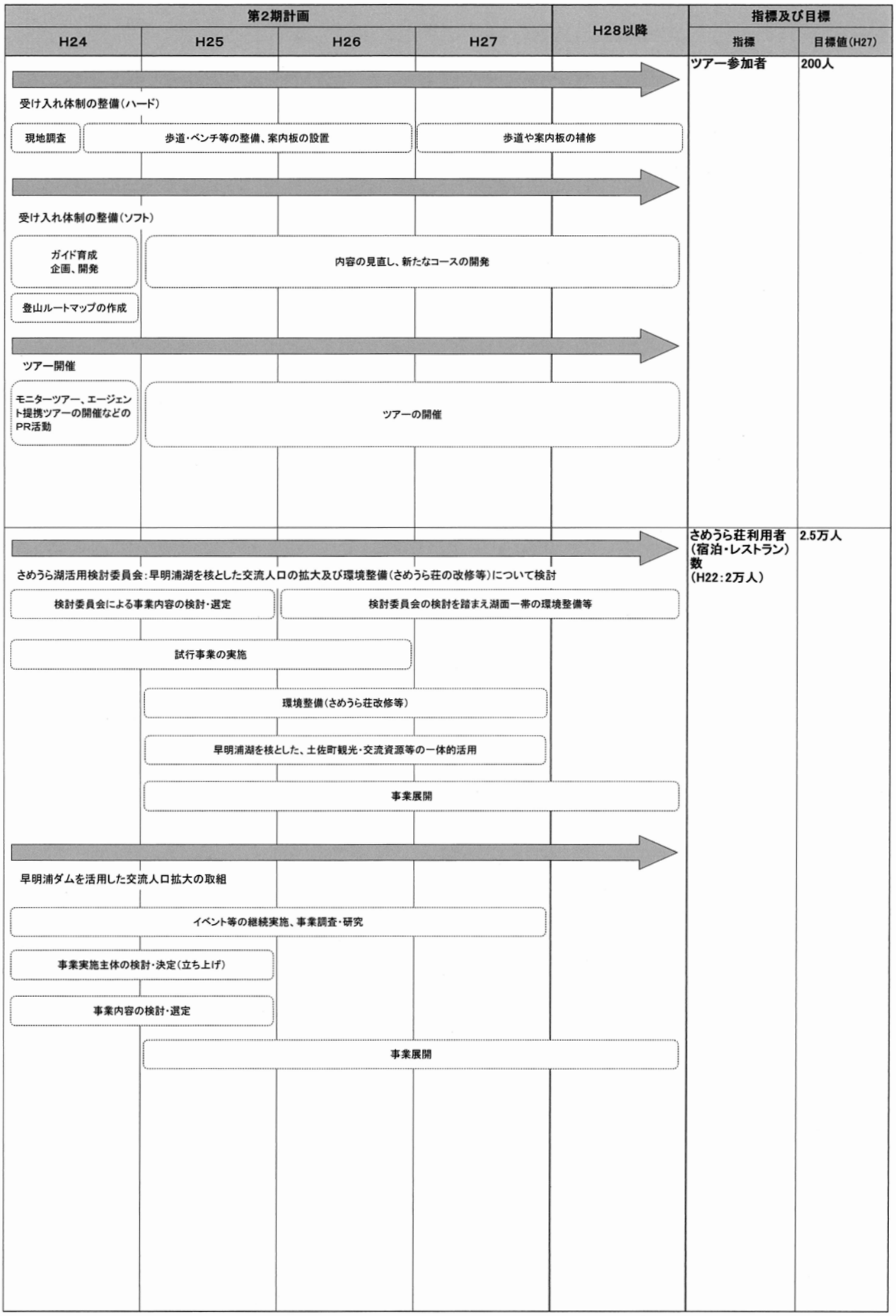
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 19 嶺北地域の連携による交流人口の拡大<br><br>《嶺北地域全域》 | 観光を軸として、吉野川の水源地域における豊富な地域資源や特色のある取組などを横断的につなぐ場と仕組みをつくることにより、「れいほく」の魅力をグレードアップさせるとともに、一元的な情報発信により、交流人口の拡大を目指す。 | ・嶺北地域観光・交流推進協議会 | ・交流人口拡大の取組（H22～26）<br>◆嶺北地域の観光・交流の推進には、4町村の連携した取組が効果的であるという各町村の認識から、平成22年10月に嶺北地域観光・交流推進協議会を設立。<br>◆観光・交流パンフレット「逢える」の製作・PR活動への活用、ガイド研修、モニターツアーの実施など、嶺北4町村が連携した活動を行っている。<br>◆また、大学等との連携した旅行商品の磨き上げなど、地域外の誘客推進と人材の有効活用の取組が進む。 | ・嶺北4町村の連携による事業の展開<br><br>・コーディネートする組織（人）の発掘 | ◆観光・交流人口の誘致事業<br><br>◆旅行商品化事業<br><br>◆人材育成事業<br><br>◆企画調整事業 |
| 20 濁酒等を活用した地域資源との連携による地域の活性化<br><br>《大豊町、本山町》 | 地域の特産品となる濁酒等の製造・販売と地域の観光資源との連携によって、交流人口の拡大を図り、地域の活性化につなげる。 | ・生産者<br>・大豊町濁酒協議会<br>・本山町濁酒協議会 | ・濁酒製造免許取得（H22～24）<br>H22.5 大豊町で濁酒製造を開始<br>H23.4 本山町で濁酒製造を開始<br>H24.12　本山町で2件目が開始<br><br>◆2町で、それぞれの取組が始まり、開始当初はいずれも地元新聞に取り上げられたこともあって、初年度の生産量は計画を上回ることができた。<br>　一方、競合となる生産者が県内でも増加傾向にあり、地域活性化の一つのツールとして、うまく活かしていく仕組みを構築していく必要がある。 | ・濁酒生産農家の拡充<br><br>・販促・PR | ◆濁酒等を活用した地域活性化の取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
観光・交流人口の誘致事業
地域情報の収集・発信
地域情報の充実と効果的な情報発信
観光資源・旅行商品の販売促進戦略の検討・実施
・ターゲット地域の旅行会社に対する販売促進活動
・地域産品の販売イベント等との共催による量販店や街頭での観光PR
・旅行会社とタイアップした旅行商品の販売促進活動や県外企業に対する企業研修及びCSR活動、福利厚生事業用プラン(体験プログラム)のセールス
公共関連宿泊施設での宿泊者数
(H19:8,975人)
(H22:9,687人)
12,000人
旅行商品化事業
資源の発掘・磨き上げ及び商品造成の検討・実施
・資源の発掘と磨き上げ
市町村や観光関係団体、実施団体と連携し、新たな観光資源の発掘や作り込み、磨き上げ(一般旅行、教育旅行、企業研修向け観光素材)
・商品造成
ターゲット別、テーマ別など周遊ツアーの造成(一般旅行、教育旅行、企業研修向けツアー、スポーツ合宿 等)
民泊や生活体験事業実施者の組織化
体験プログラム品質向上への支援
新たに旅行商品となる体験メニュー数
5件 (累計)
人材育成事業
地域観光を牽引するリーダー、体験プログラムのインストラクターのレベルアップのための研修会等の実施
地域観光を牽引するリーダー、体験プログラムのインストラクターによる実践・改善
企画調整事業
観光産業化方針、中長期計画の策定
法人化の検討
法人化、
法人による事業展開
広域観光推進に関する町村、関係団体、県等との協議
濁酒等を活用した地域活性化の取組
新規取組者の発掘、既存免許取得者や新規取組者の事業継続に向けた周りの協力体制の構築
生産者等が連携した販促活動等の展開
観光イベントや体験交流施設と連携したPR・販売の機会づくり
観光イベントや体験交流施設での濁酒のPR・販売の展開
地域の特産となる濁酒を使った加工品の開発及び販売
生産者数
(H22:1人)
5人

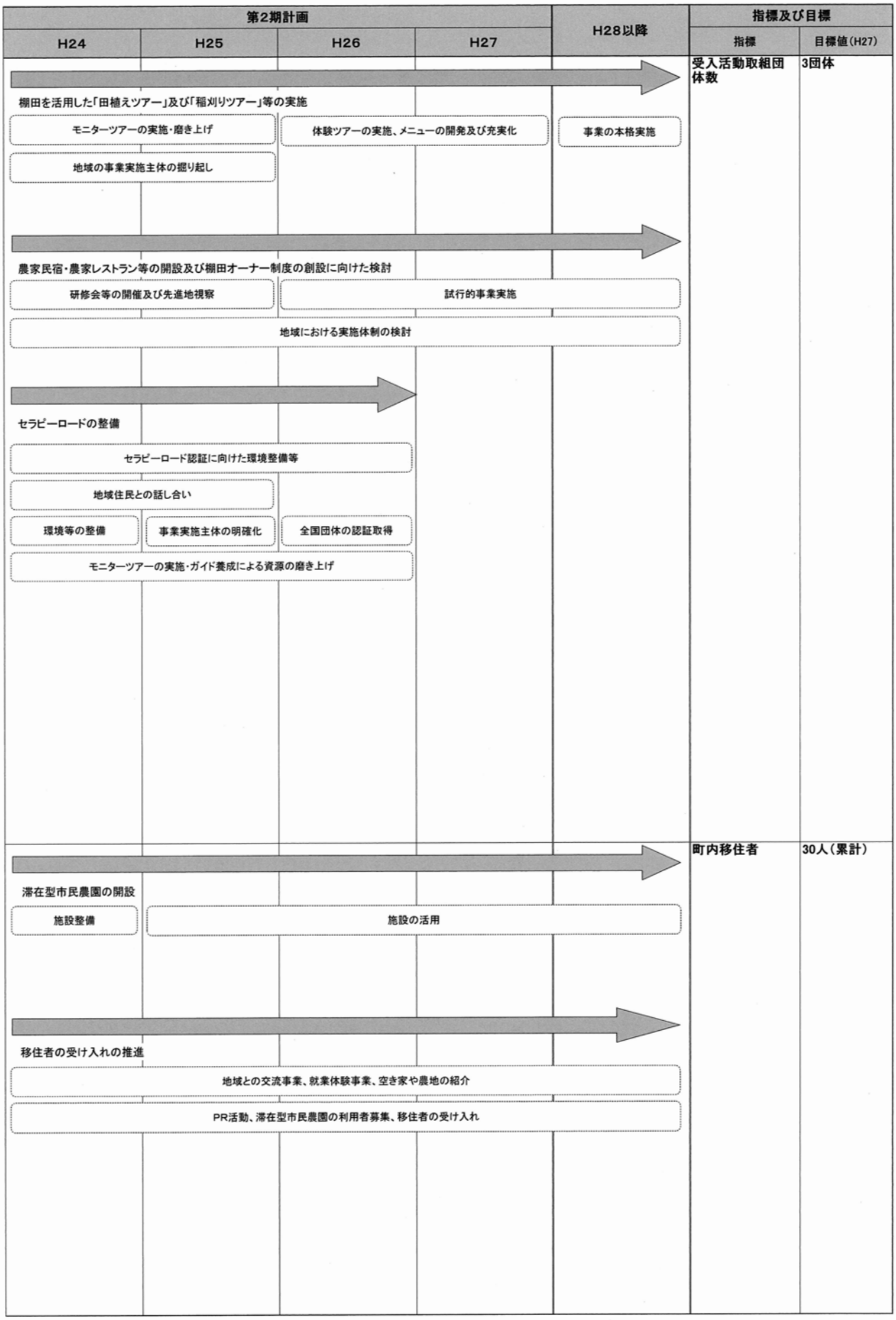
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 21 白髪山・工石山を活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組<br><br>《本山町》 | 白髪山、工石山(奥工石)の有する豊かな自然、貴重な地質や森林資源などを活かした取組や嶺北地域の他の資源との連携も視野に入れた取組を進め、交流人口の拡大を目指す。 | ・本山町白髪山・工石山保全活用推進協議会<br>・本山町 | ・地元団体との協議(H22～23)<br>・本山町白髪山・工石山保全活用推進協議会(以下、協議会)の設立と事業計画の策定(H23)<br>・協議会による、歩道整備やガイド養成研修等の実施(H24～26)<br>◆取組を推進する関係者・機関により、案内ルートの整備、ガイドの養成研修、現地調査などを行うなど活用に向けた協議が開始された。当初の計画からは遅れたが、平成23年11月に推進母体となる本山町白髪山・工石山保全活用推進協議会が設立された。<br>協議会により、歩道整備やガイド養成研修等が開催されており、白髪山等を活用したツアー開催の体制が整いはじめた。 | ・取組内容の構築<br><br>・ガイドの養成 | ◆受け入れ体制の整備(ハード)<br><br>◆受け入れ体制の整備(ソフト)<br><br>◆ツアー開催 |
| 22 早明浦ダムを活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組<br><br>《土佐町、大川村》 | 早明浦ダムでの釣大会の開催、遊覧船・ウォータースポーツなど湖面を活用したレジャープラン等の実施、また嶺北地域内の他資源とも連携して取り組む等、早明浦ダムを核とした交流人口の拡大を目指す。<br>また、H23年度に組織した「さめうら湖の利用に関する検討委員会」の検討を踏まえ、宿泊施設等、湖面一帯の整備を図る。 | ・民間事業者(早明浦湖面利用者協議会)等<br>・土佐町<br>・大川村 | ・モニターツアーの実施(H22～)<br>・釣り大会の開催(H22～)<br>・PR活動<br>・研修会等への参加<br>・地域(出身)学生等との連携事業<br>・NPOさめうらプロジェクト設立<br>・さめうら湖の利用に関する検討委員会(H23～H24)<br>・さめうら荘建設検討委員会(H25)<br><br>◆NPOさめうらプロジェクトを中心に、さめうら湖を利用した交流事業等が模索され、地域(出身)学生との連携や各種利用メニューなど、一定のかたちができてきている。しかし、実施コストの高さやハード面の整備の遅れなど、本格的な事業化には課題が多い。<br>H26年度には活動フィールドの拡大に向け、さめうら湖畔でのロードバイクの取組を開始した、高知工科大サイクリング部等とも連携し、モニター大会を開催するなど、一定の成果が上がっている。<br><br>◆土佐町では平成23年度から、さめうら湖の利用に関する検討委員会が開催され、水をキーワードにした観光振興案が示された。平成25年度からは新たに、さめうら荘建設検討委員会が組織され、上記観光振興の具体化とさめうら荘の改修について検討が進められている。<br>H26年度には検討委員会の答申がまとめられ、それを踏まえた改修設計案が整備された。27年度以降に、実施設計等へと進捗していく予定である。 | ・事業推進母体の構築<br><br>・取組内容の構築 | ◆さめうら湖活用検討委員会:早明浦湖を核とした交流人口の拡大及び環境整備(さめうら荘の改修等)について検討<br><br>◆早明浦ダムを活用した交流人口拡大の取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ツアー参加者
200人
受け入れ体制の整備(ハード)
現地調査
歩道・ベンチ等の整備、案内板の設置
歩道や案内板の補修
受け入れ体制の整備(ソフト)
ガイド育成
企画、開発
内容の見直し、新たなコースの開発
登山ルートマップの作成
ツアー開催
モニターツアー、エージェント提携ツアーの開催などのPR活動
ツアーの開催
さめうら荘利用者(宿泊・レストラン)数
(H22:2万人)
2.5万人
さめうら湖活用検討委員会:早明浦湖を核とした交流人口の拡大及び環境整備(さめうら荘の改修等)について検討
検討委員会による事業内容の検討・選定
検討委員会の検討を踏まえ湖面一帯の環境整備等
試行事業の実施
環境整備(さめうら荘改修等)
早明浦湖を核とした、土佐町観光・交流資源等の一体的活用
事業展開
早明浦ダムを活用した交流人口拡大の取組
イベント等の継続実施、事業調査・研究
事業実施主体の検討・決定(立ち上げ)
事業内容の検討・選定
事業展開

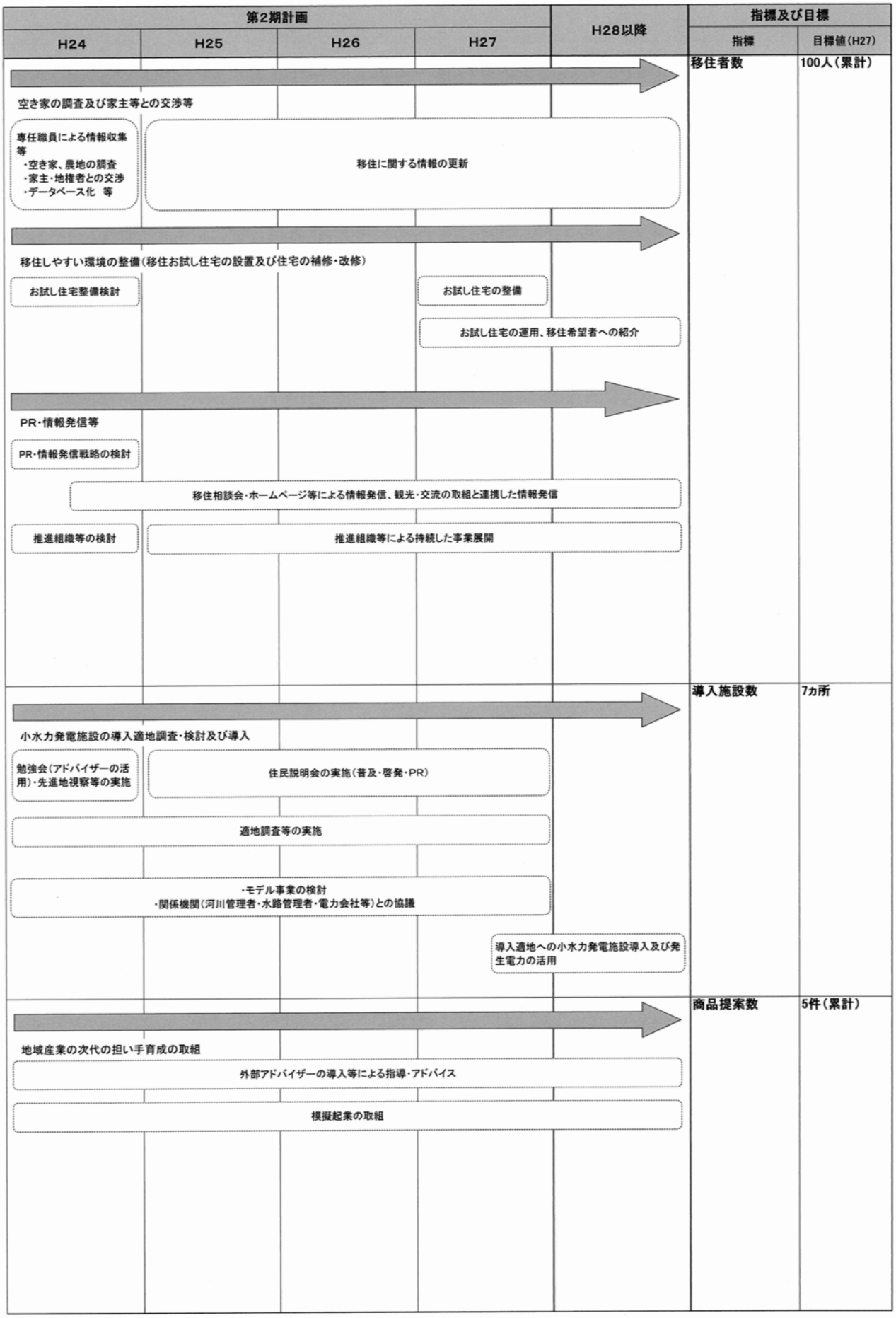
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 23 棚田を活用した観光・交流人口の拡大による地域活性化の取組<br><br>《土佐町》 | 土佐町の地域資源である「棚田」を活用し、体験ツアー実施や農家民宿・農家レストランの開設、オーナー制度の創設等により、観光・交流人口の拡大を図る。<br>併せて、棚田の名所である溜井部落の農業用水沿いの道を「セラピーロード」として整備し、土佐町への新たな誘客を図る。 | ・(株)れいほく未来<br>・NPO法人土佐さめうら観光協会<br>・(株)とさ千里<br>・土佐町 | ・モニターツアーの実施(田植え、稲刈り、餅つき、山菜採り等)<br>・視察研修(津野町、梼原町、鳥取県智頭町、島根県飯南町など)<br>・料理講習会の開催<br>・セラピーロードのモニター<br><br>◆溜井部落振興協議会が中心となり、平成24年度は農水省「食と地域の交流促進事業」、平成25年度は同「都市農村共生・対流交付金事業」を活用して、棚田資源の活用及びセラピーロード開設に向け、試行事業等が実施された。<br><br>・平成26年度には嶺北地域観光交流推進協議会と連携し、県外大学生等の民泊受入や、社会福祉協議会と連携した「歩育ツアー」を実施した。<br><br>◆事業主体の確立は、NPO土佐さめうら観光協会を中心に検討が続けられている。<br><br>◆セラピーロードの整備、農家レストランの開設等については、費用面の高さや実施主体(農業集落のため、農繁期は活動が難しい)などの課題のため、具体的な進捗に乏しい面がある。民泊実施時のロード利用や食事提供等を通じ、模索を続けている。 | ・事業受入主体の確立<br><br>・集落住民の合意形成<br><br>・周辺集落や関係機関との連携<br><br>・セラピーロードの認証を受けるための費用が高額 | ◆棚田を活用した「田植えツアー」及び「稲刈りツアー」等の実施<br><br>◆農家民宿・農家レストラン等の開設及び棚田オーナー制度の創設に向けた検討<br><br>◆セラピーロードの整備 |
| 24 滞在型市民農園の推進による地域の活性化<br><br>《本山町》 | 滞在型市民農園を整備し、都市部の住民の農業や田舎暮らしへの関心を高めて地域への移住につなげ、産業の活性化、雇用の創出、交流人口の拡大、農業の担い手づくり等による地域の活性化を図る。 | ・本山町 | ・滞在型市民農園の開設準備(法手続き、用地取得、開設に係る用地の測量、施設設計)(H23)<br>・滞在型市民農園のPR(H23～26)<br>・滞在型市民農園の施設整備着手(H24)<br>・滞在型市民農園の施設整備完了(H25)<br>・滞在型市民農園の施設利用開始(H25)<br>◆用地の取得や法手続きのための関係機関との調整等に時間を要し、施設整備が遅れたが、平成25年4月には施設整備が完了し、平成25年6月より施設の利用が開始された。 | ・滞在後の移住に向けた支援<br><br>・地域住民などと連携した移住希望者の受け入れ体制の確立 | ◆滞在型市民農園の開設<br><br>◆移住者の受け入れの推進 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
受入活動取組団体数
3団体
棚田を活用した「田植えツアー」及び「稲刈りツアー」等の実施
モニターツアーの実施・磨き上げ
体験ツアーの実施、メニューの開発及び充実化
事業の本格実施
地域の事業実施主体の掘り起し
農家民宿・農家レストラン等の開設及び棚田オーナー制度の創設に向けた検討
研修会等の開催及び先進地視察
試行的事業実施
地域における実施体制の検討
セラピーロードの整備
セラピーロード認証に向けた環境整備等
地域住民との話し合い
環境等の整備
事業実施主体の明確化
全国団体の認証取得
モニターツアーの実施・ガイド養成による資源の磨き上げ
町内移住者
30人(累計)
滞在型市民農園の開設
施設整備
施設の活用
移住者の受け入れの推進
地域との交流事業、就業体験事業、空き家や農地の紹介
PR活動、滞在型市民農園の利用者募集、移住者の受け入れ

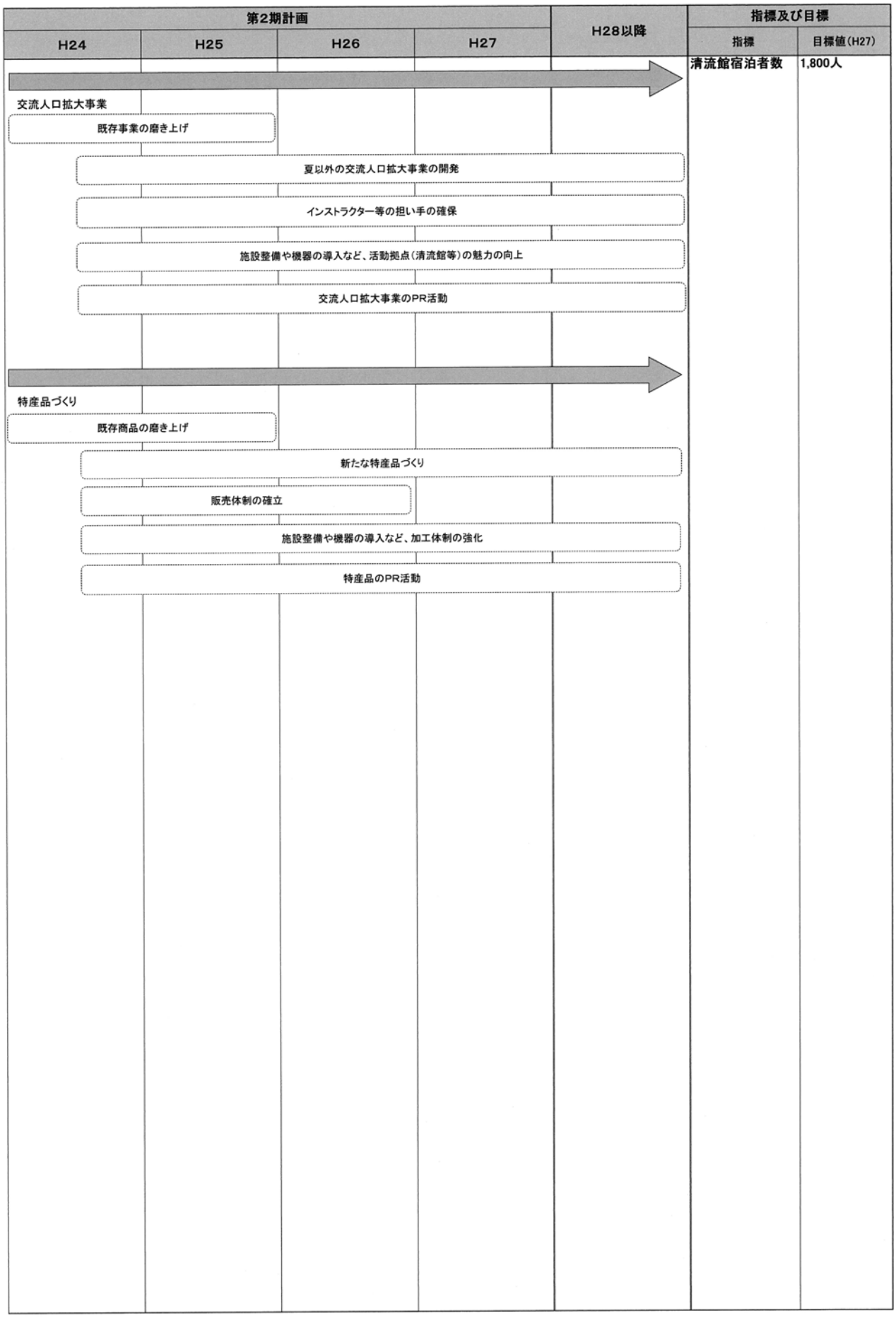
## 【嶺北地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 25 嶺北地域の連携による移住促進の取組<br><br>《嶺北地域全域》 | 4町村が各町村内の空き家や農地等の情報を収集して嶺北地域の移住に関する情報をデータベース化し、嶺北地域に移住しやすい環境を整えることにより、嶺北地域への移住・定住人口の拡大を図る。<br>また、観光・交流の取組とも連携して、地域の情報発信を行い、観光・交流から移住に繋げる取組を実施する。 | ・れいほく田舎暮らしネットワーク<br>・本山町<br>・大豊町<br>・土佐町<br>・大川村 | ・4町村連携した移住相談への対応<br>・空き家調査の実施<br>・移住体験ツアーの開催<br>・移住相談会の開催及び参加<br>・移住者交流会の開催<br>・お山のてづくり市の開催<br><br>◆れいほく田舎暮らしネットワークと4町村に配置された移住窓口担当者が連携し、移住相談への対応・情報共有等を行うことにより、平成24年度は50名を超える移住者が生まれるなどの成果をあげた。れいほく田舎暮らしネットワークによる移住希望者の側に立った相談対応が評価をされている。<br><br>◆平成25年度からは移住者の発表の場づくりや地域外とのネットワーク形成を目的に「お山のてづくり市」を開催し、一定の集客に繋がった。<br><br>◆平成26年度には、れいほく田舎暮らしネットワークがNPO法人化し、組織体制を確立した。土佐町で実施されている農業インターンシップ事業や、高知移住プロジェクトを通じた県内団体との連携など、団体の認知度も上がり、着実に成果が上がっている。 | ・4町村とれいほく田舎暮らしネットワークの連携体制の確立<br><br>・事務局体制の確立・継続化（人件費等）<br><br>・受け入れ体制の整備（空き家確保、お試し住宅など） | ◆空き家の調査及び家主等との交渉等<br><br>◆移住しやすい環境の整備（移住お試し住宅の設置及び住宅の補修・改修）<br><br>◆PR・情報発信等 |
| 26 小水力発電の導入による地域活性化の取組<br><br>《嶺北地域全域》 | 地球温暖化防止対策等として再生可能エネルギーの利用の関心が高まっているなか、地域の豊富な水資源を活用して小水力発電を導入することにより、再生可能エネルギー取組の先進地として地域の活性化を図る。 | ・本山町<br>・大豊町<br>・土佐町<br>・大川村 | ・4町村情報共有・意見交換会<br>・勉強会開催<br>・国の助成事業制度等の情報提供<br>・有望地点調査<br>・高知県公営企業局再生可能エネルギー利活用事業費補助金の活用（土佐町）<br><br>◆小水力発電に関する情報の共有<br>◆地域内の3地点（大豊町2、大川村1）についての候補地調査の実施<br>◆小水力発電を活用した地域活性化の取組への理解促進 | ・候補地の選定<br>・事業主体のあり方<br>・事業資金の確保<br>・水利権等法的手続き | ◆小水力発電施設の導入適地調査・検討及び導入 |
| 27 地域内高校と連携した将来の担い手育成に関する取組<br><br>《嶺北地域全域》 | 地域内高校（嶺北高校）と連携し、高校の課外活動の中で地域産業の担い手育成プログラムに取り組むことを通じて、地域産業の次代の担い手育成を進める。<br>また、地域と連携した特色ある高校づくりをすすめることで、地域に必要な学校としての存在意義を高める。 | ・（株）れいほく未来<br>・嶺北高校<br>・本山町<br>・大豊町<br>・土佐町<br>・大川村 | ・開発した1品目を商品化（H24）<br>・高知県地場産業大賞（次世代賞）受賞（H24）<br>・開発した4品目を商品化（H25）<br>・開発した2品目を商品化（H26）<br>◆地域内企業と嶺北高校の連携により、これまで7品目（うち3 品目が定番化）の新たな商品が販売されるようになった。 | ・嶺北地域内の企業や住民との連携 | ◆地域産業の次代の担い手育成の取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
移住者数
100人(累計)
空き家の調査及び家主等との交渉等
専任職員による情報収集等
・空き家、農地の調査
・家主・地権者との交渉
・データベース化 等
移住に関する情報の更新
移住しやすい環境の整備(移住お試し住宅の設置及び住宅の補修・改修)
お試し住宅整備検討
お試し住宅の整備
お試し住宅の運用、移住希望者への紹介
PR・情報発信等
PR・情報発信戦略の検討
移住相談会・ホームページ等による情報発信、観光・交流の取組と連携した情報発信
推進組織等の検討
推進組織等による持続した事業展開
導入施設数
7ヵ所
小水力発電施設の導入適地調査・検討及び導入
勉強会(アドバイザーの活用)・先進地視察等の実施
住民説明会の実施(普及・啓発・PR)
適地調査等の実施
・モデル事業の検討
・関係機関(河川管理者・水路管理者・電力会社等)との協議
導入適地への小水力発電施設導入及び発生電力の活用
商品提案数
5件(累計)
地域産業の次代の担い手育成の取組
外部アドバイザーの導入等による指導・アドバイス
模擬起業の取組

## 【嶺北地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 28 | 集落活動センター「汗見川」が実施する交流人口拡大事業と特産品づくりによる地域活性化の取組<br><br>《本山町》 | 汗見川や清流館等を活用した交流人口拡大事業及びシソや蕎麦等を活用した特産品づくりにより、地域の活性化を目指す。 | ・汗見川活性化推進委員会<br>・本山町 | ・集落活動センター「汗見川」オープン(H24)<br>・新たな特産品づくり(H24～26)<br>・シソやゆずを使ったお菓子の商品化(H25)<br>・特産品等のPR活動(H24～26)<br>・体験交流活動の実施(H24～26)<br>・体験交流活動のインストラクター養成研修(H24～26)<br>◆集落活動センター「汗見川」を平成24年6月にオープンし、特産品や体験交流活動等の今までの取組の磨き上げやこれまでにない新たな取組づくりを行っており、新たな担い手づくりに繋がっている。 | ・活動のマンネリ化<br>・担い手の固定化 | ◆交流人口拡大事業<br><br>◆特産品づくり |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
清流館宿泊者数
1,800人
交流人口拡大事業
既存事業の磨き上げ
夏以外の交流人口拡大事業の開発
インストラクター等の担い手の確保
施設整備や機器の導入など、活動拠点(清流館等)の魅力の向上
交流人口拡大事業のPR活動
特産品づくり
既存商品の磨き上げ
新たな特産品づくり
販売体制の確立
施設整備や機器の導入など、加工体制の強化
特産品のPR活動

## Ⅱ　各地域の具体的な取組

# 5　仁淀川地域

## ５　仁淀川地域

### （１）　地域の産業を取り巻く状況

当地域の総人口は減少傾向にあり、平成 22 年の国勢調査では 86,020 人となっています。また、少子化及び高齢化が進行し、人口構成は 65 歳以上の高齢者が約 33％を占め、生産年齢人口は約 56％となっています。

当地域は、農林水産業や紙産業など、水資源とつながりがある産業に支えられており、仁淀川を介した自然、生活文化との関わりが強い地域であるといえます。

農業については、仁淀川の下流域を中心とする平地・丘陵地農業と、上流域を中心とする中山間地農業からなり、現在、ピーマン、トマト、ショウガ、ニラ、茶、薬草等の地域特性を活かした農業の展開や集出荷施設の整備による集出荷体制の強化等に取り組んでいますが、農家人口の減少や農業従事者の高齢化、耕作放棄地の増加など、農業を取り巻く状況は厳しいものがあります。

林業については、上流域を中心にして豊富な森林資源の供給地区となっていますが、長引く木材価格の低迷や林業従事者の減少と高齢化により、安定的な供給に支障をきたすなど、厳しい状況に直面しています。その一方で、国際的な木材の需給の状況や、地球温暖化の防止等に対する森林への関心の高さなどを背景に、国産材を見直す動きが見られます。こうした状況の中、「森の工場」の整備に積極的に取り組み、整備地区も拡大してきています。

当地域で行われている海面漁業は、大消費地である高知市近郊という地の利はあるものの、魚価の低迷や資材などの高騰、漁業就業者の高齢化と後継者の減少といった問題を抱えています。こうした状況の中、宇佐のうるめを売り出そうと、平成 21 年度から漁協や商工会など地域の団体が協力して「宇佐の一本釣りうるめ」のブランド化に取り組んでおり、その成果が期待されます。

市街地を中心とした商業は、大型量販店等の進出などによる人の流れの局地化や高知市への購買力の流出により、商店街の活力が低下しています。また、仁淀川地域の伝統産業から発展した紙産業は、多種多様な品目の生産がなされ、国際的に大きなシェアを占める企業も見られます。一方、手すき和紙については、高い品質と伝統に支えられてはいるものの、販路が限られていることから、「土佐和紙」の伝統や品質の良さを広くＰＲし、新たな需要の開拓や販路拡大に向けた取組が重要になっています。また、職人の高齢化が進み、後継者対策も喫緊の課題となっています。

観光面では、自然環境を活かした体験型の施設もあり、連携による発展の可能性が見込まれるものの、面的なつながりが弱く、相乗効果が生じていない状況にあります。こうした状況の中、仁淀川流域全体の魅力を高め広域的な観光情報の発信等に取り組もうと、流域内の市町村と観光協会が連携して「仁淀川地域観光協議会」を設立し、地域資源を活用した旅行商品等の企画・造成や、旅行会社と連携した取組が進んでいます。

## （２）　地域アクションプランの概要

当地域では、「奇跡の清流仁淀川」を軸に、仁淀川流域の保全や流域圏の活性化など、広域的な取組がなされています。それを基礎にして、海・川・山の恵まれた自然環境や土佐和紙に代表される伝統文化など、地域の資源や特色を活かしながら、下流域の市街地から上流域の山岳地域まで流域全体で多様な展開を図ります。

農業分野では、立地条件を活かし、野菜、花き、果樹等の園芸作物を主体とした基幹品目の振興をはじめ、高糖度トマトの生産・出荷販売の強化を図ります。また、良質茶の主産地である仁淀川流域の共通ブランドとして、「仁淀川流域茶」（仕上げ茶）の販売の拡大や、ミシマサイコ、サンショウ等の薬用作物の生産の拡大、土佐文旦の新たな販路の開拓や加工品の開発、仁淀川地域の基幹品目である生姜の増産及び加工品の生産性の向上、本川きじの販路拡大などに取り組みます。

林業分野では、高知おおとよ製材㈱やバイオマス発電所の稼動によって原木の需要が増加していることから、関係機関等が連携して事業地の確保、林業事業体や担い手の育成に取り組むことで、木材の増産と安定的な供給を促進するとともに、加工・流通体制の強化や特用林産物の生産・販売の拡大を推進し、川上から川下までが一体となった木材産業の振興を図ります。また、自伐型林業を中心とした新たな仕組みづくりによって、木材生産の増加、木質バイオマス燃料としての利用拡大や木製品の開発など、森林資源を活用した地域経済の活性化を促進するとともに、人材育成にも取り組みます。

水産業分野では、地域の特産品である「宇佐の一本釣りうるめ」を活用した新たな加工品の開発や生鮮品の販路の開拓などにより、消費の拡大を図ります。また、地域限定の名物食として、観光分野と連携したＰＲ活動を行うなど、ブランド化に取り組みます。

商工業分野では、商工会等との連携による商店街の活性化、地域資源を活用した特産品や新しい紙製品の開発、特産品販売の拠点となる直販所の運営体制の強化に取り組みます。また、地域の伝統産業である「土佐和紙」については、販売を促進するため、県外へのＰＲ活動や県内の学校及び公共団体等での消費拡大に向けた取組を進めます。

観光分野では、太平洋や仁淀川、四国山地といった恵まれた自然環境や、歴史、文化などの地域資源を活かして、仁淀川地域観光協議会を中心に関係機関・団体等と連携した広域的な観光ＰＲや一体的な情報発信、旅行会社へのセールス活動などに取り組み、「奇跡の清流仁淀川」ブランドによる体験型観光などの推進による交流人口の拡大と食観光・物産販売など観光の産業化に向けた取組を進めます。

### （３）　重点的な取組

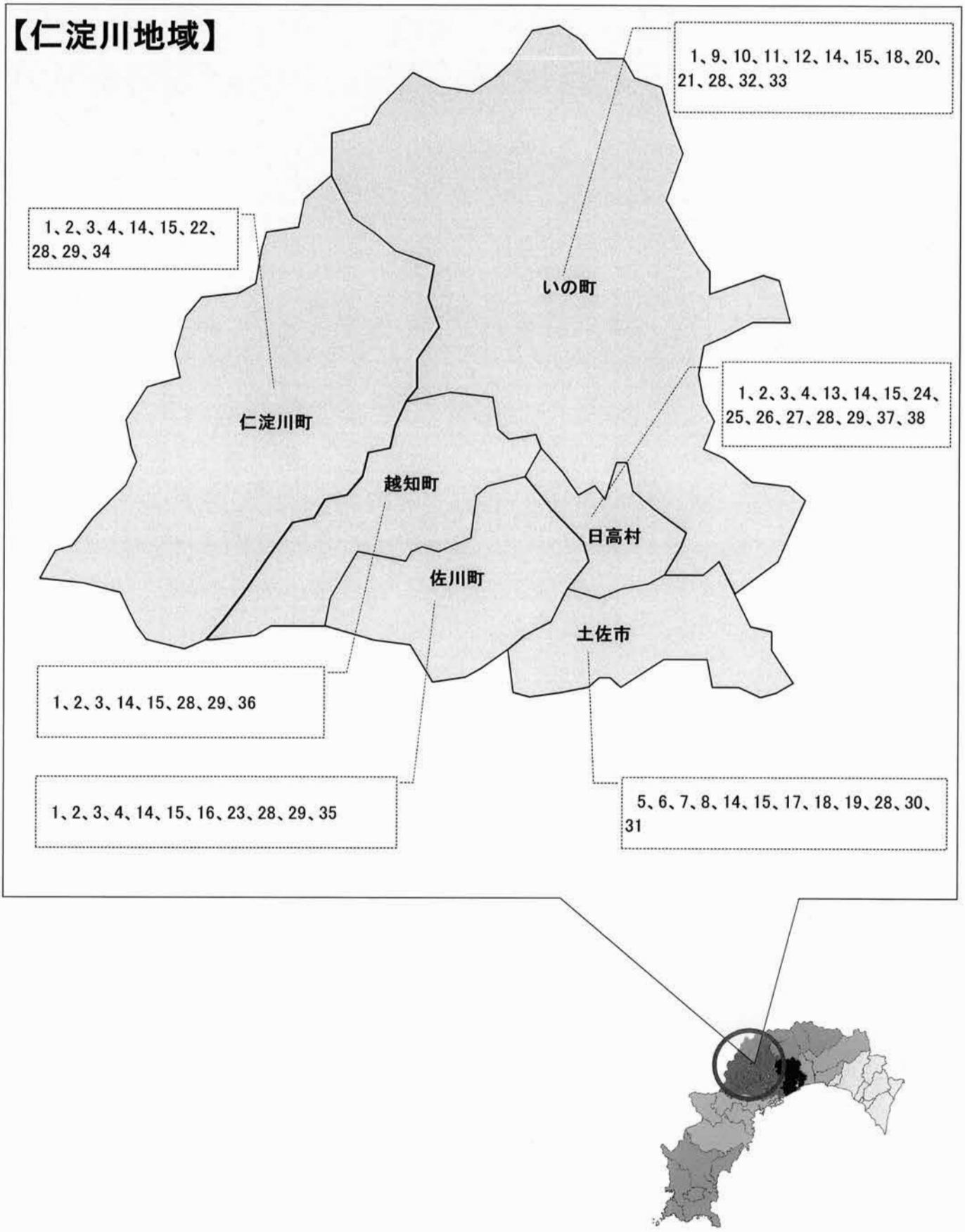
○ 地域の特色を活かした多様な農業の展開
（基幹品目の生産性及び品質の向上、高糖度トマトの産地の確立、「仁淀川流域茶」のブランド化、薬用作物の産地の拡大、生姜の増産及び加工品の生産性の向上）
○ 森林資源の活用促進
（木材の増産体制の確立、自伐型林業を核とした産業づくり）
○ 「宇佐のうるめ」の消費拡大
（地域の特産品のブランド化）
○ 「土佐和紙」の販売の促進
（土佐和紙の県内外での販売強化）
○ 仁淀川流域の広域観光の推進
（「奇跡の清流 仁淀川」ブランドによる体験型観光などの推進による交流人口の拡大と食観光・物産販売など観光の産業化の推進）

### （４）　主要な指標及び目標

| 項　　目 | 実　　績 | 目　　標 |
|---|---|---|
| 基幹園芸品の出荷数量 | H22：17,996t | H27：18,986t |
| 高糖度トマトの販売額 | H22：3.7億円 | H27：5.1億円 |
| 仁淀川流域茶（仕上げ茶）の販売量 | H22：茶全体の11.4% | H27：茶全体の16% |
| 薬用作物の作付面積 | H22：ﾐｼﾏｻｲｺ　47ha<br>ｻﾝｼｮｳ　59ha<br>ﾀﾞｲﾀﾞｲ　18ha | H27：ﾐｼﾏｻｲｺ　70ha<br>ｻﾝｼｮｳ　80ha<br>ﾀﾞｲﾀﾞｲ　30ha |
| 生姜加工品の販売額 | H25：210百万円 | H27：276百万円 |
| 木材の素材生産量 | H22：　3.7万㎥ | H27：6.3万㎥ |
| 林業関連新規雇用者数 | － | H27：5人 |
| うるめ商品の販売額 | H22：5,493千円 | H27：100,000千円 |
| 土佐和紙の販売額 | H22：6.6億円 | H27：6.6億円 |
| 仁淀川地域観光協議会関連のツアー客数<br>公共関連宿泊施設での宿泊者数<br>主要観光施設の入込数 | H23：　500人<br>H22：　52,902人<br>H22：135,029人 | H27：　730人<br>H27：　56,000人<br>H27：140,000人 |

## （５）　具体的な取組

| No. | 項目 | 土佐市 | いの町 | 仁淀川町 | 佐川町 | 越知町 | 日高村 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 仁淀川流域茶の生産から販売までの一貫体制の強化による販売額の向上 | | ● | ● | ● | ● | ● |
| 2 | 地域を支える基幹品目の振興 | | | ● | ● | ● | ● |
| 3 | 薬用作物の産地拡大による所得の向上 | | | ● | ● | ● | ● |
| 4 | 力強い高糖度トマト産地の確立 | | | ● | ● | | ● |
| 5 | JAとさし園芸産地ビジョン実現に向けた取組の推進と販売体制の強化 | ● | | | | | |
| 6 | 加工用ワサビの加工の促進 | ● | | | | | |
| 7 | 土佐文旦の加工 | ● | | | | | |
| 8 | 生姜の加工（生姜出荷施設整備事業） | ● | | | | | |
| 9 | いの地域における園芸産地の維持・発展 | | ● | | | | |
| 10 | 集落営農の推進 | | ● | | | | |
| 11 | 生姜等加工品製造施設整備事業 | | ● | | | | |
| 12 | 本川きじの販路の拡大と顧客ニーズに対応した商品開発 | | ● | | | | |
| 13 | 農業振興ネットワークの構築による地域の活性化 | | | | | | ● |
| 14 | 仁淀川流域における木材産業の振興 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 15 | 特用林産物の販売拡大 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 16 | 自伐型林業を核とした産業づくりと地域の活性化 | | | | ● | | |
| 17 | うるめのブランド化 | ● | | | | | |
| 18 | 「土佐和紙」の販売促進と保存・継承 | ● | ● | | | | |
| 19 | 集客施設を核にした高岡地区の活性化 | ● | | | | | |
| 20 | いの町商店街（仁淀川七色商店街）の活性化 | | ● | | | | |
| 21 | 地域産品を活用した冷菓等の製造販売 | | ● | | | | |
| 22 | ㈱フードプランを中心とした農山村6次産業化の推進 | | | ● | | | |
| 23 | 売れる商品づくりによる地産外商の推進 | | | | ● | | |
| 24 | 企業進出による雇用の増と地元企業の活性化 | | | | | | ● |
| 25 | 地元企業の活性化（芋菓子加工販売拡大事業） | | | | | | ● |
| 26 | 企業進出による雇用の増（ペット用木質系排泄物処理剤製造施設整備事業） | | | | | | ● |
| 27 | 直販市の機能強化（生産・出荷の拡大及び観光情報発信等）による地域の活性化 | | | | | | ● |
| 28 | 「奇跡の清流仁淀川」流域の広域観光推進 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 29 | 仁淀川流域を中心としたジオパークへの取組による交流人口の拡大 | | | ● | ● | ● | ● |
| 30 | 集客施設の整備による新居地区の活性化 | ● | | | | | |
| 31 | 体験型観光・食観光の推進 | ● | | | | | |
| 32 | 体験型観光の推進と地域資源を活かした特産品づくり | | ● | | | | |
| 33 | 山岳資源を活用した交流人口の拡大 | | ● | | | | |
| 34 | 観光情報の一元化とおもてなし観光の推進 | | | ● | | | |
| 35 | 歴史的風致維持向上計画の推進 | | | | ● | | |
| 36 | 越知町の総合的な観光推進と地場産品の販売促進 | | | | | ● | |
| 37 | 屋形船を活用した拠点施設の整備による交流人口の増と地域の活性化 | | | | | | ● |
| 38 | 国宝を活用した観光資源の整備による交流人口の増と地域の活性化 | | | | | | ● |


【仁淀川地域】
1、9、10、11、12、14、15、18、20、21、28、32、33
1、2、3、4、14、15、22、28、29、34
いの町
1、2、3、4、13、14、15、24、25、26、27、28、29、37、38
仁淀川町
越知町
日高村
佐川町
土佐市
1、2、3、14、15、28、29、36
1、2、3、4、14、15、16、23、28、29、35
5、6、7、8、14、15、17、18、19、28、30、31

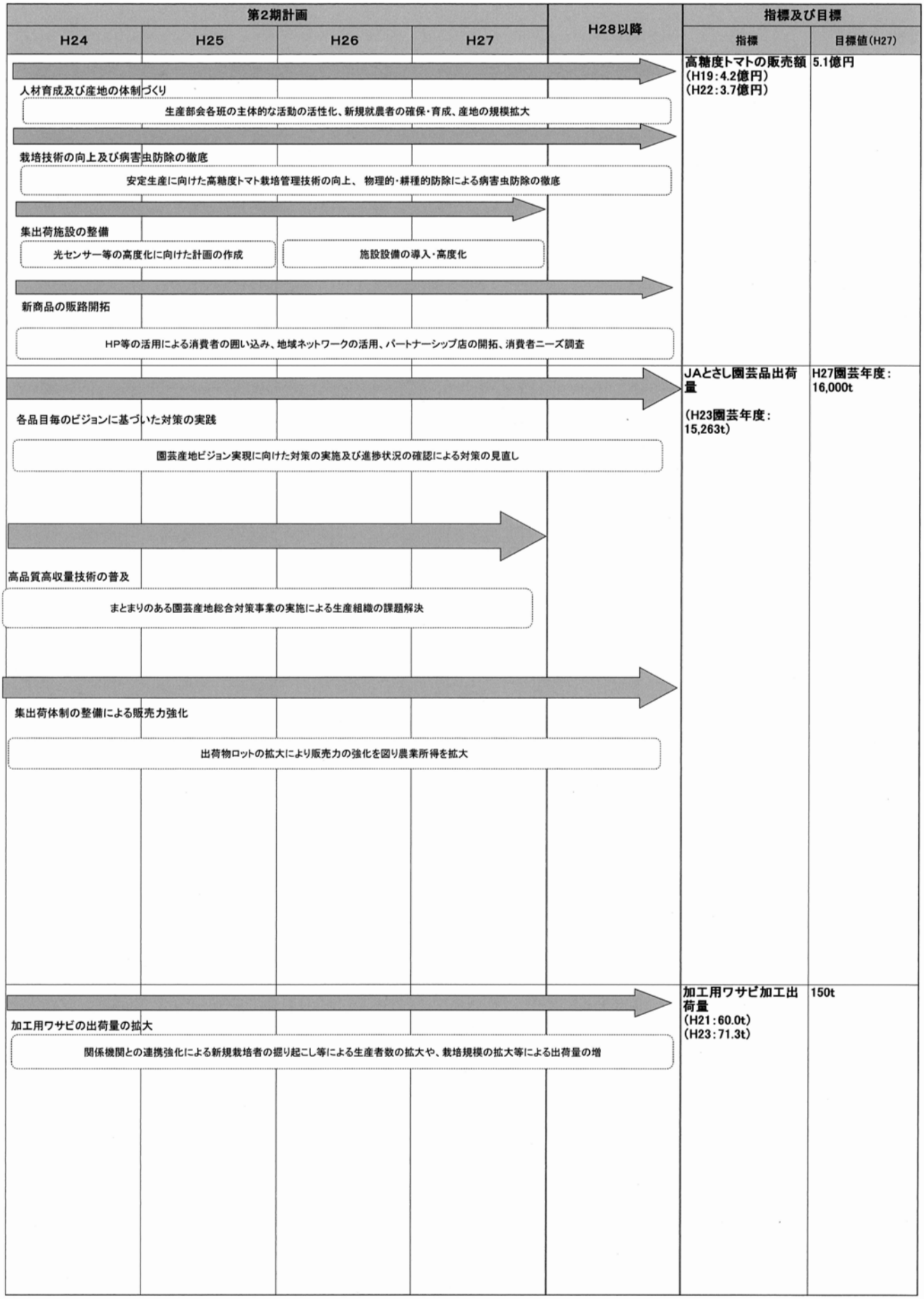
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 仁淀川流域茶の生産から販売までの一貫体制の強化による販売額の向上<br><br>《いの町、仁淀川町、佐川町、越知町、日高村》 | 良質茶の主産地である仁淀川流域の生産者が共通認識のもと「仁淀川流域茶」(仕上げ茶)の販売を拡大するとともに、適正な栽培管理と効率的な生産体制の整備や、新たな加工品の開発と販路の開拓により、茶生産農家の所得の向上を図る。 | ・JAコスモス<br>・管内の茶生産組織 | ・仁淀川流域ぐるみで共通したブランド(仁淀川流域茶)意識の確立(H21～26)<br>◆仁淀川流域全体をイメージした販促資材を活用し、流域ぐるみで積極的な販促イベントやPR活動を実施することで、一定のブランドイメージの構築と知名度の向上を図ることができた。<br><br>・生産の仕組みづくり(受委託、ゆい等)(H21～26)<br>◆優良茶園維持管理体制について生産者アンケートを実施、その結果、今後のJAコスモス茶生産部会を中心とした産地ビジョンを策定することとなった。<br><br>・加工品の開発(H21～26)<br>◆煎茶以外の紅茶などの商品開発にも取り組み、商品のレパートリーの拡充を図ることができた。 | ・さらなる知名度向上と消費拡大<br><br>・小売販売量の増加<br><br>・優良茶園の維持<br><br>・新商品の開発 | ◆プロモーション能力の高い生産者の育成<br><br>◆新たな取引先・販売先の確保<br><br>◆栽培管理体制の確立<br><br>◆消費者に魅力的な商品開発 |
| 2 地域を支える基幹品目の振興<br><br>《仁淀川町、佐川町、越知町、日高村》 | 中山間地域のほ場条件や気象条件を活かした基幹品目(ニラ・ピーマン・ショウガ・食用山椒)の振興によって、農業所得の向上を図り、地域の活性化を目指す。 | ・JAコスモス<br>・越知町山椒生産組合 | ・栽培技術の向上、安定的な生産の維持(H21～26)<br>◆ニラでは施設整備による生産体制が整いつつある。また、新規就農者や新規栽培者の確保・育成も行われており、今後の販売額増加が期待される。<br>ピーマンでは適期苗定植や病害虫防除など、基本技術徹底の必要性が理解された。<br>ショウガでは土壌消毒剤としてダゾメット剤とクロルピクリンが定着してきた。<br><br>・山椒の安定的な栽培技術の確立、加工品の開発と販売(H21～26)<br>◆さび病防除対策の目途を立てることができた。収穫作業労力の確保や生育不良樹の発生等、新たな課題も出てきている。 | ・JAコスモスの基幹品目(ニラ・ピーマン・ショウガ)の栽培面積、生産者数の増加と栽培技術の向上による販売額の増加<br><br>・山椒の生育不良樹対策、収穫期の雇用確保、加工品の検討 | ◆安定的な生産体制の維持と栽培技術の向上<br><br>◆山椒の安定的な生産の確立、加工品の開発と販売 |
| 3 薬用作物の産地拡大による所得の向上<br><br>《仁淀川町、佐川町、越知町、日高村》 | 大手製薬会社と契約栽培を行っているミシマサイコ・サンショウ・ダイダイなどの薬用作物の産地を漢方薬の需要増に対応できるように拡大する。また生産農家の所得の向上と就労の場の確保を図る。 | ・農事組合法人ヒューマンライフ土佐 | ・薬用作物の産地の育成(H21～26)<br>◆農事組合法人ヒューマンライフ土佐が中心となり薬用作物の面積拡大に取り組んできた。その作付面積は仁淀川流域から嶺北、幡多地域まで拡大し、全県下的な取り組みになっている。特にサンショウの面積拡大が顕著であった。 | ・薬用作物の産地の育成 | ◆薬用作物の安定生産 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| プロモーション能力の高い生産者の育成<br>プロモーション講習会、イベントへの積極的参加による能力向上<br>新たな取引先・販売先の確保<br>イベント販売・商談会への参加<br>栽培管理体制の確立<br>栽培管理技術の向上・管理体制の検討及び確立<br>消費者に魅力的な商品開発<br>加工品(ほうじ茶、紅茶など)の新たな商品アイテムの開発 | | | | | **仕上茶の販売量**<br>(H19:茶全体の7%)<br>(H22:茶全体の11.4%) | 16% |
| 安定的な生産体制の維持と栽培技術の向上<br>新規就農者の確保・育成、生産組織の育成、産地の規模拡大、出荷施設等の整備<br>栽培管理技術の向上、物理的・耕種的防除による病害虫防除の徹底<br>山椒の安定的な生産の確立、加工品の開発と販売<br>栽培指針の作成と見直し、加工品の試作・販売 | | | | | **ニラ出荷量**<br>(H22:573t)<br>**ピーマン出荷量**<br>(H22:245t)<br>**ショウガ出荷量**<br>(H22:882t)<br>**食用山椒出荷量**<br>(H22:30t) | 650t<br>270t<br>950t<br>32t |
| 薬用作物の安定生産<br>共同作業等の実施(育苗、根切り、洗浄、乾燥など)<br>乾燥機及び予冷庫等の整備、拠点共同作業場の整備 | | | | | **薬用作物の作付面積**<br>ミシマサイコ<br>(H19:38ha)<br>(H22:47ha)<br>サンショウ<br>(H19:12ha)<br>(H22:59ha)<br>ダイダイ<br>(H22:18ha) | 70ha<br>80ha<br>30ha<br>※一部、愛媛県域を含む |

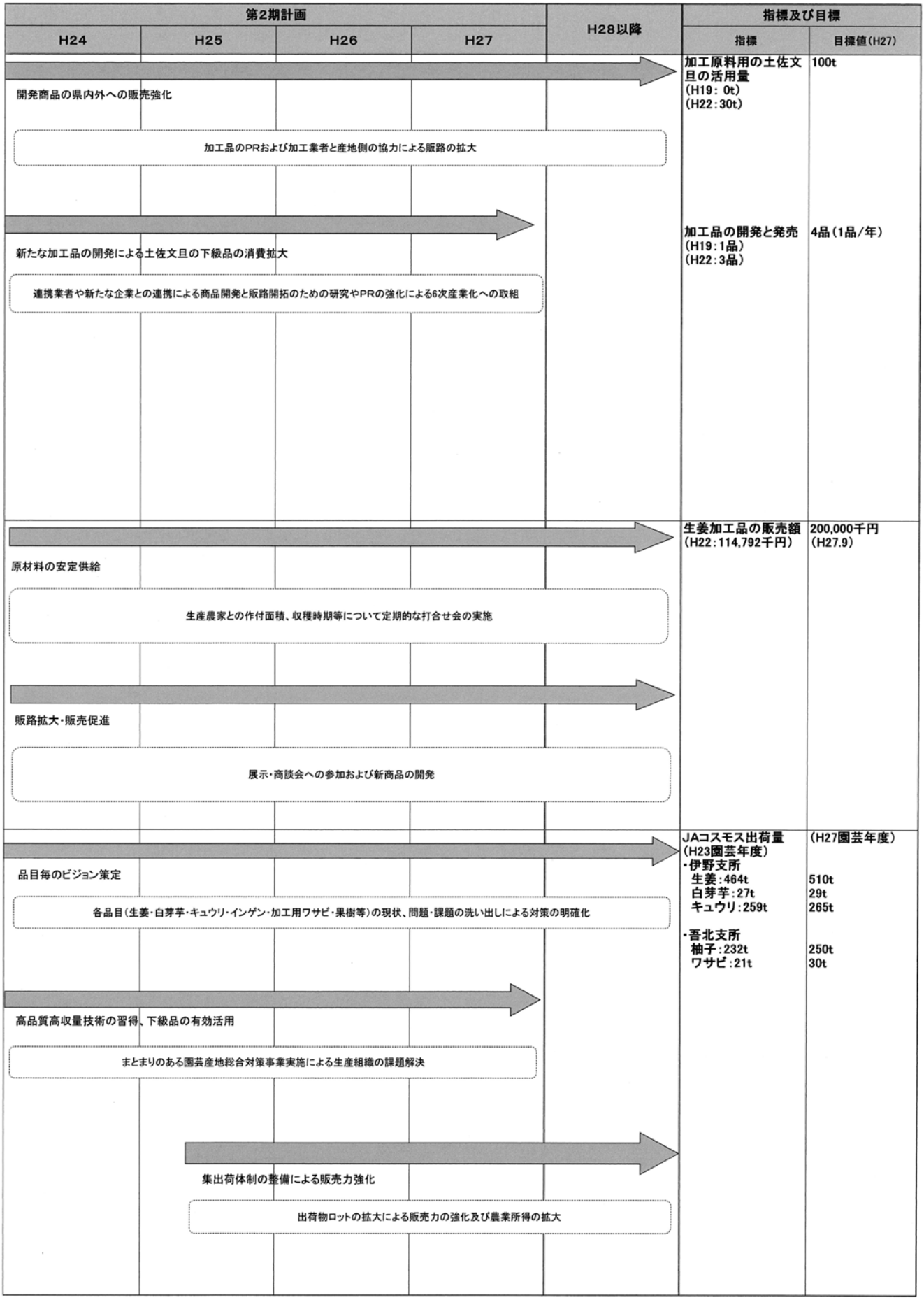
## 【仁淀川地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 力強い高糖度トマト産地の確立<br><br>《仁淀川町、佐川町、日高村》 | 高糖度トマト生産における生産特性を生かしたトマトの販売戦略や地域ネットワーク、消費者ニーズを基に付加価値を高めた産地間競争力を強化しながら、生産者の所得の向上につなげる。 | ・JAコスモス | ・高糖度トマトの産地間競争力の強化（H21～26）<br>◆食の安全・安心への取組強化、栽培マニュアルによる栽培技術の平準化、産地コンセプト活用によるイメージ戦略と合わせた高付加価値化、販促活動への取り組みにより販売単価は向上した。 | ・産地コンセプトを理解し実践できる農業者の育成<br><br>・安定生産のための栽培技術向上<br><br>・他産地商品との差別化した販売戦略の展開 | ◆人材育成及び産地の体制づくり<br><br>◆栽培技術の向上及び病害虫防除の徹底<br><br>◆集出荷施設の整備<br><br>◆新商品の販路開拓 |
| 5 | JAとさし園芸産地ビジョン実現に向けた取組の推進と販売体制の強化<br><br>《土佐市》 | 農産物価格の低迷、農業者の高齢化や担い手の減少、生産コストの増大など、厳しい環境の中で、主要品目の生産性及び品質の向上を図るとともに、安全・安心を求める消費者ニーズに対応した農産物の生産を推進する。 | ・JAとさし | ・JAとさし園芸産地ビジョンの策定（H21～23）<br>◆産地ビジョンに基づき、技術の向上、担い手の育成等を進めている。<br>◆ピーマンを中心にオランダを参考にした環境制御による高品質安定生産技術（炭酸ガス施用や飽差等）への取り組みを推進している。（H25～H26）<br>◆ピーマン、花きを中心に燃油高騰対策としてのヒートポンプ、節油対策の普及を進めている。<br><br>・JAとさし西部集出荷施設の整備（H21～22）<br>◆集出荷場(H21)、土佐文旦選果機・生姜重量選別機ライン(H22)、青ねぎパーシャルシール包装機・予冷施設(H22)等の整備により、土佐文旦の出荷量の拡大や露地生姜の販路拡大に取り組んでいる。<br><br>・JAとさし宇佐ピーマン集出荷場の整備（H22～23）<br>◆自動秤量包装機の導入(H22)、集出荷場の拡張(H23)等により集出荷場の機能向上を図り、販売力の強化に取り組んでいる。<br>◆キュウリ出荷場、ショウガ予冷庫、ニラのパーシャル機等、更新・整備が必要な案件について、利用計画や補助事業の活用についての協議・検討、農家の意向調査を実施している。(H25～H26) | ・JAとさし園芸産地ビジョンの早期実現と販売力強化 | ◆各品目毎のビジョンに基づいた対策の実践<br><br>◆高品質高収量技術の普及<br><br>◆集出荷体制の整備による販売力強化 |
| 6 | 加工用ワサビの加工の促進<br><br>《土佐市》 | 農産物価格の低迷、農業者の高齢化や担い手の減少、生産コストの増大など、厳しい環境の中で、加工用ワサビを製造する食品加工会社の取組を支援することにより、加工用ワサビ生産農家の規模拡大や産地育成を図り、基幹品目である加工用ワサビ生産の振興につなげる。 | ・(株)マルカ | ・加工用ワサビの生産振興（H22～26）<br>・加工出荷施設の整備（H22）<br>◆販売先である金印㈱が希望する200tの一次加工処理能力は備えることができた。また、県農業振興部、園芸連とも有望品目に位置付け、生産振興に取り組んでいる。 | ・生産者数の拡大<br><br>・既存栽培者の栽培規模拡大<br><br>・栽培技術向上への支援<br><br>・一次加工処理機械等の有効活用 | ◆加工用ワサビの出荷量の拡大 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
人材育成及び産地の体制づくり
生産部会各班の主体的な活動の活性化、新規就農者の確保・育成、産地の規模拡大
栽培技術の向上及び病害虫防除の徹底
安定生産に向けた高糖度トマト栽培管理技術の向上、 物理的・耕種的防除による病害虫防除の徹底
集出荷施設の整備
光センサー等の高度化に向けた計画の作成
施設設備の導入・高度化
新商品の販路開拓
HP等の活用による消費者の囲い込み、地域ネットワークの活用、パートナーシップ店の開拓、消費者ニーズ調査
高糖度トマトの販売額
(H19:4.2億円)
(H22:3.7億円)
5.1億円
各品目毎のビジョンに基づいた対策の実践
園芸産地ビジョン実現に向けた対策の実施及び進捗状況の確認による対策の見直し
高品質高収量技術の普及
まとまりのある園芸産地総合対策事業の実施による生産組織の課題解決
集出荷体制の整備による販売力強化
出荷物ロットの拡大により販売力の強化を図り農業所得を拡大
JAとさし園芸品出荷量
(H23園芸年度:
15,263t)
H27園芸年度:
16,000t
加工用ワサビの出荷量の拡大
関係機関との連携強化による新規栽培者の掘り起こし等による生産者数の拡大や、栽培規模の拡大等による出荷量の増
加工用ワサビ加工出荷量
(H21:60.0t)
(H23:71.3t)
150t

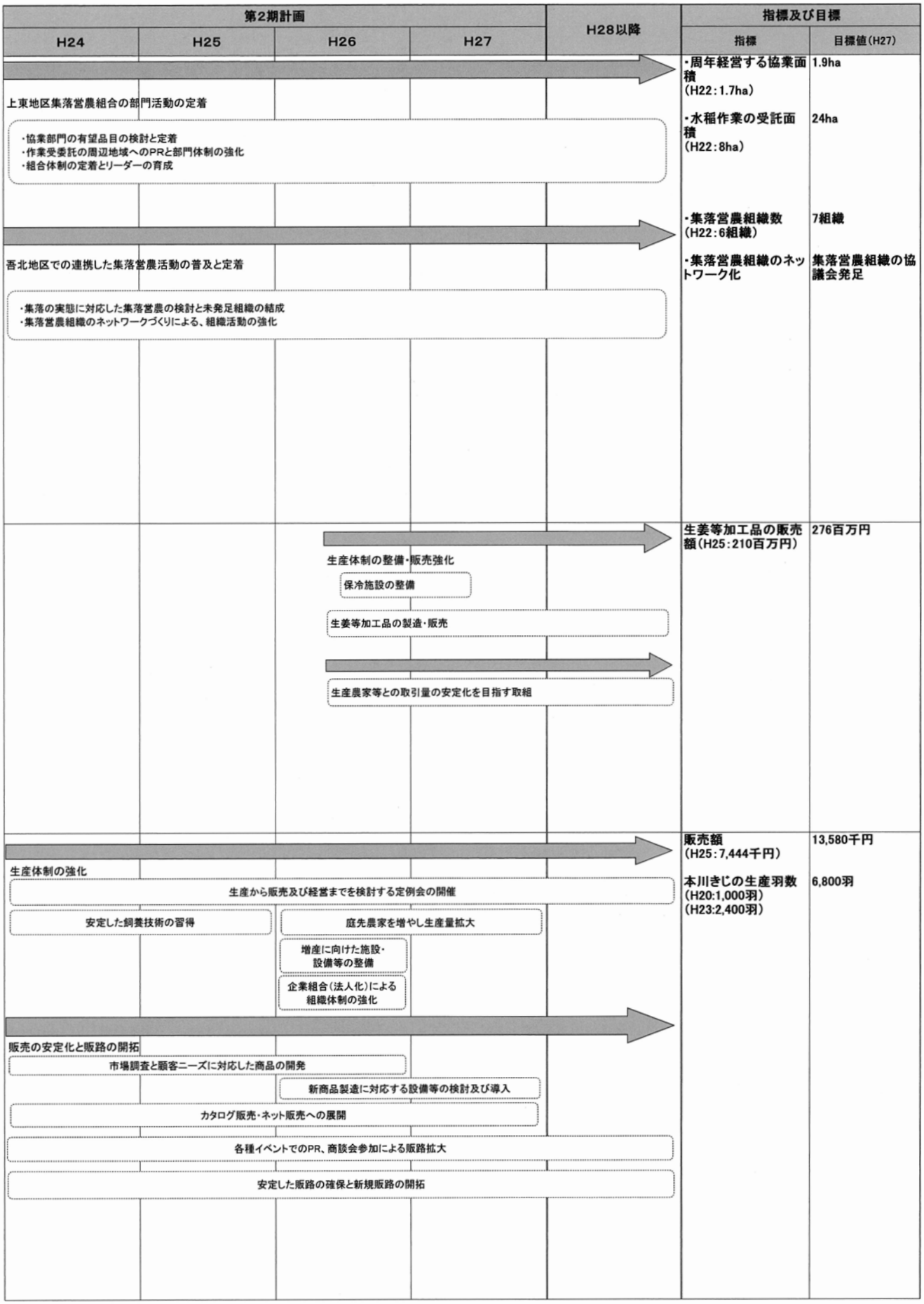
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 7 土佐文旦の加工<br><br>《土佐市》 | 地域の主要品目である土佐文旦の県内市場の飽和化・贈答需要の減少による単価安へ対応するため加工品の原料としての有効活用を図る。 | ・JAとさし<br>・土佐文旦加工組合<br>・菊水酒造(株)<br>・ひまわり乳業(株) | ・土佐文旦の加工の促進(H21～26)<br>◆菊水酒造㈱が、総合支援事業を導入し搾汁機を設置(H21)し、JAとさしと連携して文旦の下級品を活用した加工品(酒類)を8品開発・発売した。また、菊水酒造㈱の販売ルートだけではなく、JAでもJAラベルによる商品として、贈答用セットもつくり販売を始めたが(H22)、文旦の下級品は年平均200tあるが加工用原料としての需要が少ない。<br>◆土佐文旦加工組合では委託加工により文旦飲料「ぶんぶん」を製造販売し、さらに消費拡大を図るため都市部のアンテナショップ等での販売に取り組んだ。(H22)しかし、消費の低迷などから、新たにひまわり乳業㈱と連携し,ひまわり乳業㈱が総合支援事業(ステップアップ)を導入する形で新商品の開発と販路の拡大を共同で行った。(H23)<br>開発された新商品はANAの国内線での販売(H24.1月～3月)も行われ、これを契機に都市部でのさらなる販路拡大にも取り組んだ。しかし、H25は夏場での売上増を期待したが、売上が伸びずに、7月にいったん製造を中止し、企画が白紙に戻った。 | ・開発商品(酒類、ジュース類)の販売拡大とPRの強化<br><br>・果汁を提供している土佐文旦加工組合とひまわり乳業(株)との連携した商品開発および新商品の販売促進 | ◆開発商品の県内外への販売強化<br><br>◆新たな加工品の開発による土佐文旦の下級品の消費拡大 |
| 8 生姜の加工(生姜出荷施設整備事業)<br><br>《土佐市》 | 地域の基幹品目である生姜のフレッシュ生姜の増産を図るとともに、加工製品の生産性の向上を図り、土佐市内等の生姜生産者の所得向上を目指す。 | ・(株)前川博之商店 | ・加工等出荷施設の整備(H22)<br>・生産工場の新設(H23)<br>◆充填機等の導入及び工場の新設を行うことによって、経常利益率が高い加工品の生産性が向上している。 | ・生姜原体の受込量の確保<br><br>・加工品の売上増 | ◆原材料の安定供給<br><br>◆販路拡大・販売促進 |
| 9 いの地域における園芸産地の維持・発展<br><br>《いの町》 | 農産物価格の低迷、農業従事者の高齢化や担い手の減少、生産コストの増大など、厳しい状況がみられるなか、いの地域の園芸産地ビジョンに基づく生産の振興と集出荷体制整備により販売力を強化し、農業所得向上に繋げる。 | ・JAコスモス(伊野支所、吾北支所) | ・JAコスモス(伊野支所、吾北支所)管内の園芸産地ビジョンの検討(H21～26)<br>◆園芸産地としての「あるべき姿」の実現に向けた検討を進めた。<br><br>◆ショウガ産地ビジョンの実現に向けショウガ出荷体制整備について打合会を開催し、現状の分析を行った。今後は、現在の枝川出荷場・予冷庫の課題についての分析を行い、農家の意向を踏まえた出荷システムの改善を進める。(H25～H26) | ・JAコスモス(伊野支所、吾北支所)園芸産地ビジョンに基づく生産振興と販売力の強化 | ◆品目毎のビジョン策定<br><br>◆高品質高収量技術の習得、下級品の有効活用<br><br>◆集出荷体制の整備による販売力強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
開発商品の県内外への販売強化
加工品のPRおよび加工業者と産地側の協力による販路の拡大
加工原料用の土佐文旦の活用量
(H19：0t)
(H22：30t)
100t
新たな加工品の開発による土佐文旦の下級品の消費拡大
連携業者や新たな企業との連携による商品開発と販路開拓のための研究やPRの強化による6次産業化への取組
加工品の開発と発売
(H19：1品)
(H22：3品)
4品(1品/年)
原材料の安定供給
生産農家との作付面積、収穫時期等について定期的な打合せ会の実施
販路拡大・販売促進
展示・商談会への参加および新商品の開発
生姜加工品の販売額
(H22：114,792千円)
200,000千円
(H27.9)
品目毎のビジョン策定
各品目(生姜・白芽芋・キュウリ・インゲン・加工用ワサビ・果樹等)の現状、問題・課題の洗い出しによる対策の明確化
高品質高収量技術の習得、下級品の有効活用
まとまりのある園芸産地総合対策事業実施による生産組織の課題解決
集出荷体制の整備による販売力強化
出荷物ロットの拡大による販売力の強化及び農業所得の拡大
JAコスモス出荷量
(H23園芸年度)
・伊野支所
生姜：464t
白芽芋：27t
キュウリ：259t
・吾北支所
柚子：232t
ワサビ：21t
(H27園芸年度)
510t
29t
265t
250t
30t

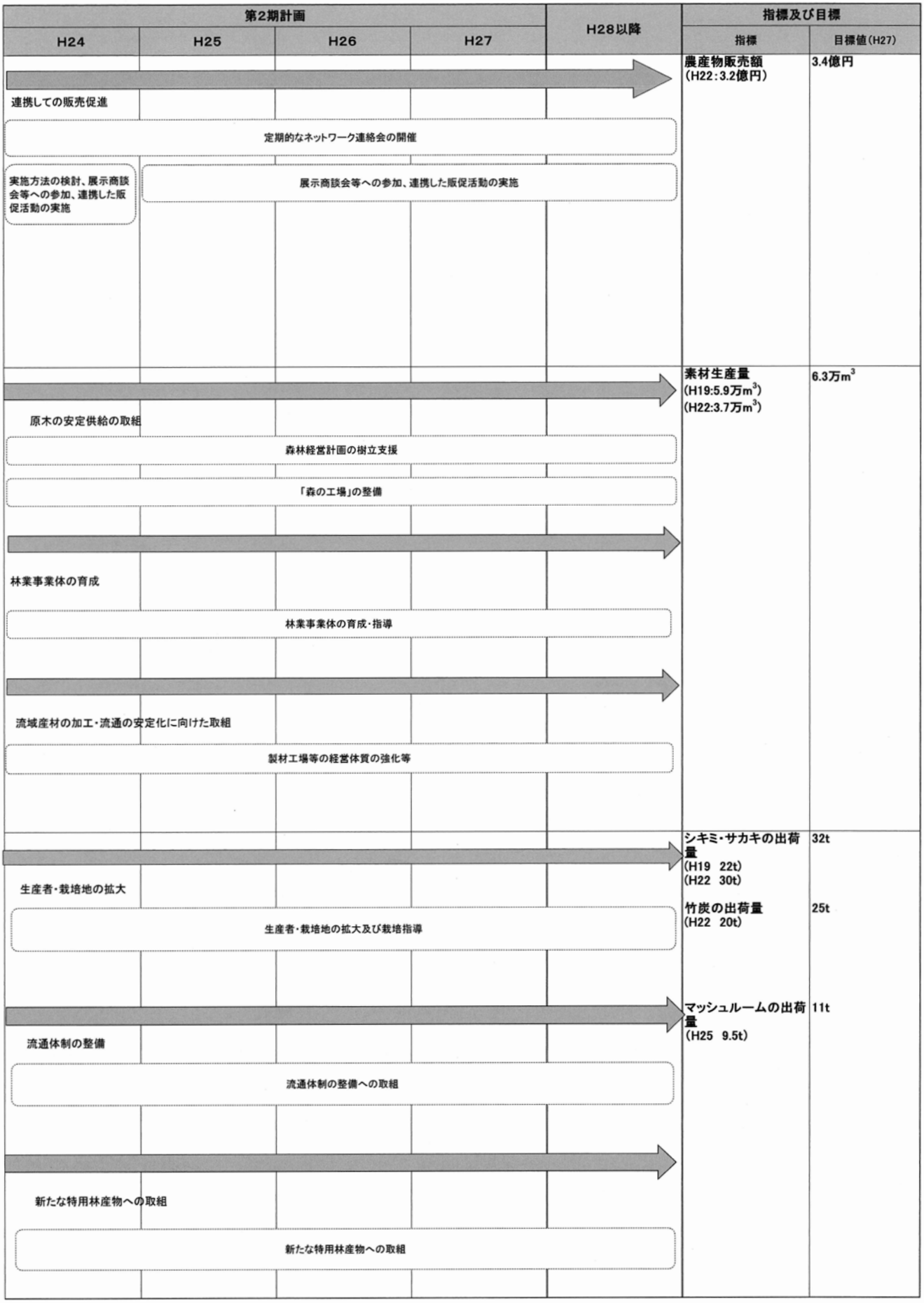
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 10 集落営農の推進<br><br>《いの町》 | 集落の農業者が協力して、管理が困難となった農地や高齢者等の労力などの地域資源を活用した農業経営を行い、将来にわたって地域で生活できる一定の所得と雇用の場を確保するための集落営農の仕組みづくりを行う。 | ・いの町吾北地区の集落営農組織 | ・こうち型集落営農モデル組織の育成(H21～26)<br>◆上東地区営農組織が発足し、ニラ、ワサビによる協業が24年度は1.86haとなった。また、稲作の作業受託部門ドリームサポートが発足し、平成24年度は14.45haとなった。そのほか、集落営農組織の目的を達するために、有望品目研究部会も発足させ、平成23年度には3部門で活動を始めた。<br>◆いの町大野内集落で、集落座談会や先進地視察、集落営農に関するアンケート調査を実施し、組織発足に向けて、活動が始まった。<br>◆集落営農組織のネットワーク化や協議会の発足のため、集落営農組織代表や、中山間地域直接支払いの協定組織等が一同に集まり研修が行われまた、人・農地プランの作成等が行うことができた。 | ・上東営農組合の各部門活動の定着<br><br>・上東地区外の集落営農組合と上東地区営農組合連携による地域ぐるみの活動展開<br><br>・集落営農組織の発足による集落営農 | ◆上東地区集落営農組合の部門活動の定着<br><br>◆吾北地区での連携した集落営農活動の普及と定着 |
| 11 生姜等加工品製造施設整備事業<br><br>《いの町》 | 仁淀川地域の基幹品目である、生姜の増産及び加工品の生産性の向上を図り、顧客からの受注に対応できる安定的な生産体制を確立することにより、いの町内等の生姜生産者の所得の向上及び、地域の雇用拡大に繋げる。 | ・西村青果(株) | | ・生姜等の加工品の生産力の強化 | ◆生産体制の整備・販売強化<br><br>◆原材料の確保 |
| 12 本川きじの販路の拡大と顧客ニーズに対応した商品開発<br><br>《いの町》 | いの町本川地区の特産品として「本川きじ」の販路の拡大と顧客ニーズに対応した商品の開発に取り組み、中山間地域の基幹産業として定着させる。 | ・本川手箱きじ生産企業組合<br>・いの町 | ・生産体制の強化と販路拡大(H21～26)<br>◆飼育及び処理加工マニュアルを作成し、当初飼育羽数より増加した。新しく商品に「きじつみれ」「きじソーセージ」を追加し、バリエーションを充実させた。(H23)<br>◆ゆうパック秋冬ギフトに掲載され販売数が増加した。<br>また、アドバイザーから顧客ニーズに合ったパッケージ商品について助言をいただき、きじスープをメインにしたパッケージ商品の開発がされ、首都圏百貨店でネット販売が開始された。(H24)<br>◆一年中販売できる商品として、生ハムの商品化の目処が立った。(H25)<br>◆組織体制を強化するために企業組合化した。(H26)<br>◆周年用商品として、新商品「きじ重」を開発し高知市内料理店でメニュー化した。(H26)<br>◆増産に向けた処理加工施設の設備の改修を実施した。(いの町事業)(H26) | ・需要に対応した安定的な生産体制<br><br>・需要増加に対応できる加工処理設備<br><br>・販路拡大(県内の知名度アップ、首都圏・関西圏) | ◆生産体制の強化<br><br>◆販売の安定化と販路の開拓 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
・周年経営する協業面積
(H22:1.7ha)
1.9ha
・水稲作業の受託面積
(H22:8ha)
24ha
・集落営農組織数
(H22:6組織)
7組織
・集落営農組織のネットワーク化
集落営農組織の協議会発足
上東地区集落営農組合の部門活動の定着
・協業部門の有望品目の検討と定着
・作業受委託の周辺地域へのPRと部門体制の強化
・組合体制の定着とリーダーの育成
吾北地区での連携した集落営農活動の普及と定着
・集落の実態に対応した集落営農の検討と未発足組織の結成
・集落営農組織のネットワークづくりによる、組織活動の強化
生産体制の整備・販売強化
保冷施設の整備
生姜等加工品の製造・販売
生産農家等との取引量の安定化を目指す取組
生姜等加工品の販売額(H25:210百万円)
276百万円
生産体制の強化
生産から販売及び経営までを検討する定例会の開催
安定した飼養技術の習得
庭先農家を増やし生産量拡大
増産に向けた施設・設備等の整備
企業組合(法人化)による組織体制の強化
販売額
(H25:7,444千円)
13,580千円
本川きじの生産羽数
(H20:1,000羽)
(H23:2,400羽)
6,800羽
販売の安定化と販路の開拓
市場調査と顧客ニーズに対応した商品の開発
新商品製造に対応する設備等の検討及び導入
カタログ販売・ネット販売への展開
各種イベントでのPR、商談会参加による販路拡大
安定した販路の確保と新規販路の開拓

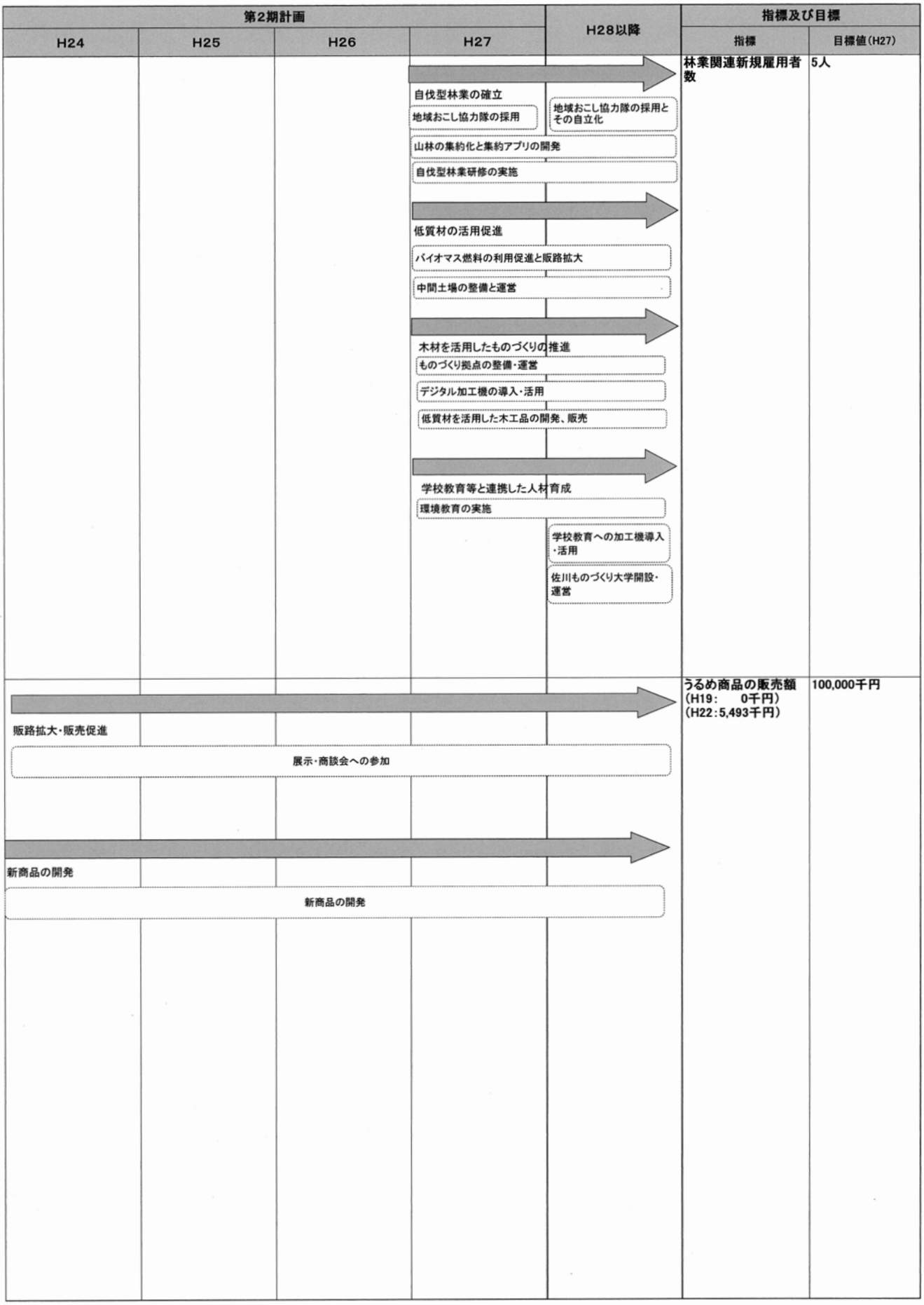
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 13 農業振興ネットワークの構築による地域の活性化<br><br>《日高村》 | 生産農家、加工品製造者、農産物等販売者等のネットワークを構築し、情報の共有化を図り、日高の農産物及び村の知名度アップを図ることにより、地域生産者の所得向上や地域の活性化を目指す。 | ・日高村 | ・県外への物販等の販促活動(H25)<br>◆生産農家、加工品製造者、農産物販売者等のネットワークの構築 | ・日高村及び日高村農産物の知名度の向上 | ◆連携しての販売促進 |
| 14 仁淀川流域における木材産業の振興<br><br>≪仁淀川地域全域≫ | 仁淀川流域おける間伐の推進と素材の増産等に対応するため生産・加工・流通の安定化に向けた取組を行い、木材産業の振興を図る。 | ・森林組合<br>・林業事業体<br>・素材生産業者<br>・製材業者等 | ・林業事業体等への事業説明会(H21～26)<br>・間伐推進会議(H21～23)<br>・地区座談会(H21～25)<br>・管内企業(素材生産・木材加工)の企業実態調査(H21、26)<br>・管内事業体の育成支援(H21～26)<br>◆「森の工場」の推進により、事業体や担い手の育成、間伐の推進が図られた。 | ・担い手の育成<br><br>・施業の集約化<br><br>・低コストの取組<br><br>・加工・流通体制の整備 | ◆原木の安定供給の取組<br><br>◆林業事業体の育成<br><br>◆流域産材の加工・流通の安定化に向けた取組 |
| 15 特用林産物の販売拡大<br><br>≪仁淀川地域全域≫ | 特用林産物(シキミ・サカキ・竹炭等)の生産量の増加、品質向上のための取組などにより、販売を拡大し、生産者の所得の向上を図ると共に新たな特用林産物への取組を行う。 | ・JAコスモス<br>・仁淀川森林組合<br>・特用林産物生産者 | ・シキミ、サカキの生産の拡大と品質向上への取組(H21～25)<br>・竹炭、マッシュルームの商品販売拡大への取組(H25、26)<br><br>◆栽培指針の作成、生産実態調査、現地研修会、目慣らし会、病虫害防除研修会等の取組により品質が向上し生産量の増大が図られ、生産者の所得向上が図られた。 | ・生産量の増加<br><br>・販売価格の向上 | ◆生産者・栽培地の拡大<br><br>◆流通体制の整備<br><br>◆新たな特用林産物への取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
連携しての販売促進
定期的なネットワーク連絡会の開催
実施方法の検討、展示商談会等への参加、連携した販促活動の実施
展示商談会等への参加、連携した販促活動の実施
農産物販売額
(H22:3.2億円)
3.4億円
原木の安定供給の取組
森林経営計画の樹立支援
「森の工場」の整備
林業事業体の育成
林業事業体の育成・指導
流域産材の加工・流通の安定化に向けた取組
製材工場等の経営体質の強化等
素材生産量
(H19:5.9万m3)
(H22:3.7万m3)
6.3万m3
生産者・栽培地の拡大
生産者・栽培地の拡大及び栽培指導
流通体制の整備
流通体制の整備への取組
新たな特用林産物への取組
新たな特用林産物への取組
シキミ・サカキの出荷量
(H19 22t)
(H22 30t)
32t
竹炭の出荷量
(H22 20t)
25t
マッシュルームの出荷量
(H25 9.5t)
11t

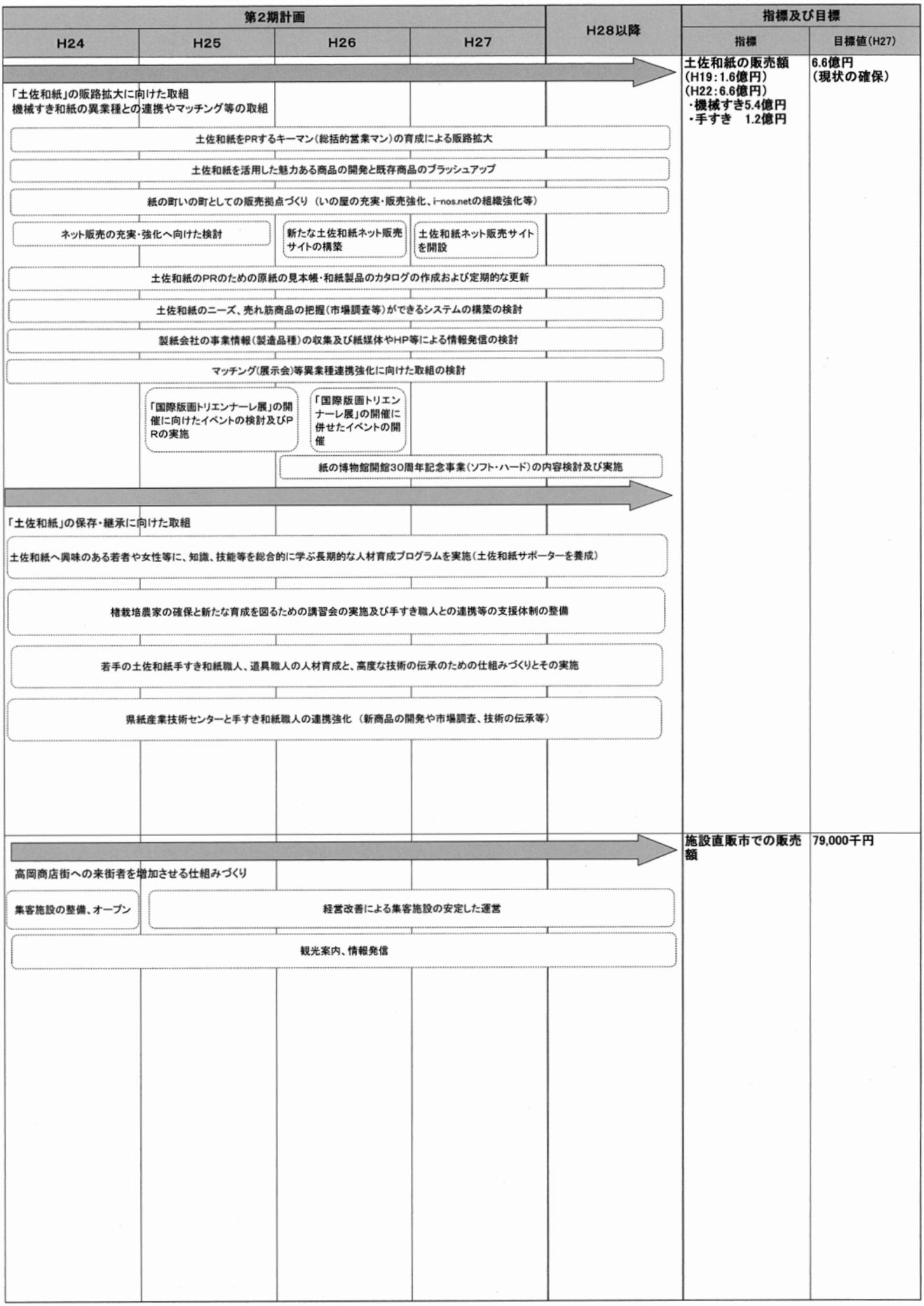
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 16 自伐型林業を核とした産業づくりと地域の活性化<br><br>《佐川町》 | 自伐型林業を核とした産業づくりを推進することで、森林環境の保全及び関連事業を含めた雇用の創出と人材育成を目指す。 | ・佐川町<br>・自伐型林業に取り組む個人・団体 | | | ◆自伐型林業の確立<br><br>◆低質材の活用促進<br><br>◆木材を活用したものづくりの推進<br><br>◆学校教育等と連携した人材育成 |
| 17 うるめのブランド化<br><br>《土佐市》 | 「宇佐の一本釣りうるめ」を原料にした新たな加工品の開発や鮮魚の販路の開拓により需要の拡大を図るとともに、地域限定の名物食として提供する体制づくり、また、観光分野への経済効果の波及を目指す。 | ・企業組合宇佐もん工房 | ・宇佐うるめのブランド化（H21～26）<br>◆年間を通じての生産・販売体制の構築、市場調査、うるめを使ったレシピの開発により、ブランド化が一定できた。<br><br>・加工場の新設及び加工機械等の充実（H22）<br>◆加工場の新設等によって、顧客からのニーズに対応でき、取引件数や売上も伸びてきている。 | ・宇佐もん工房経営の安定化 | ◆販路拡大・販売促進<br><br>◆新商品の開発 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
林業関連新規雇用者数
5人
自伐型林業の確立
地域おこし協力隊の採用
地域おこし協力隊の採用とその自立化
山林の集約化と集約アプリの開発
自伐型林業研修の実施
低質材の活用促進
バイオマス燃料の利用促進と販路拡大
中間土場の整備と運営
木材を活用したものづくりの推進
ものづくり拠点の整備・運営
デジタル加工機の導入・活用
低質材を活用した木工品の開発、販売
学校教育等と連携した人材育成
環境教育の実施
学校教育への加工機導入・活用
佐川ものづくり大学開設・運営
うるめ商品の販売額
(H19:　0千円)
(H22:5,493千円)
100,000千円
販路拡大・販売促進
展示・商談会への参加
新商品の開発
新商品の開発

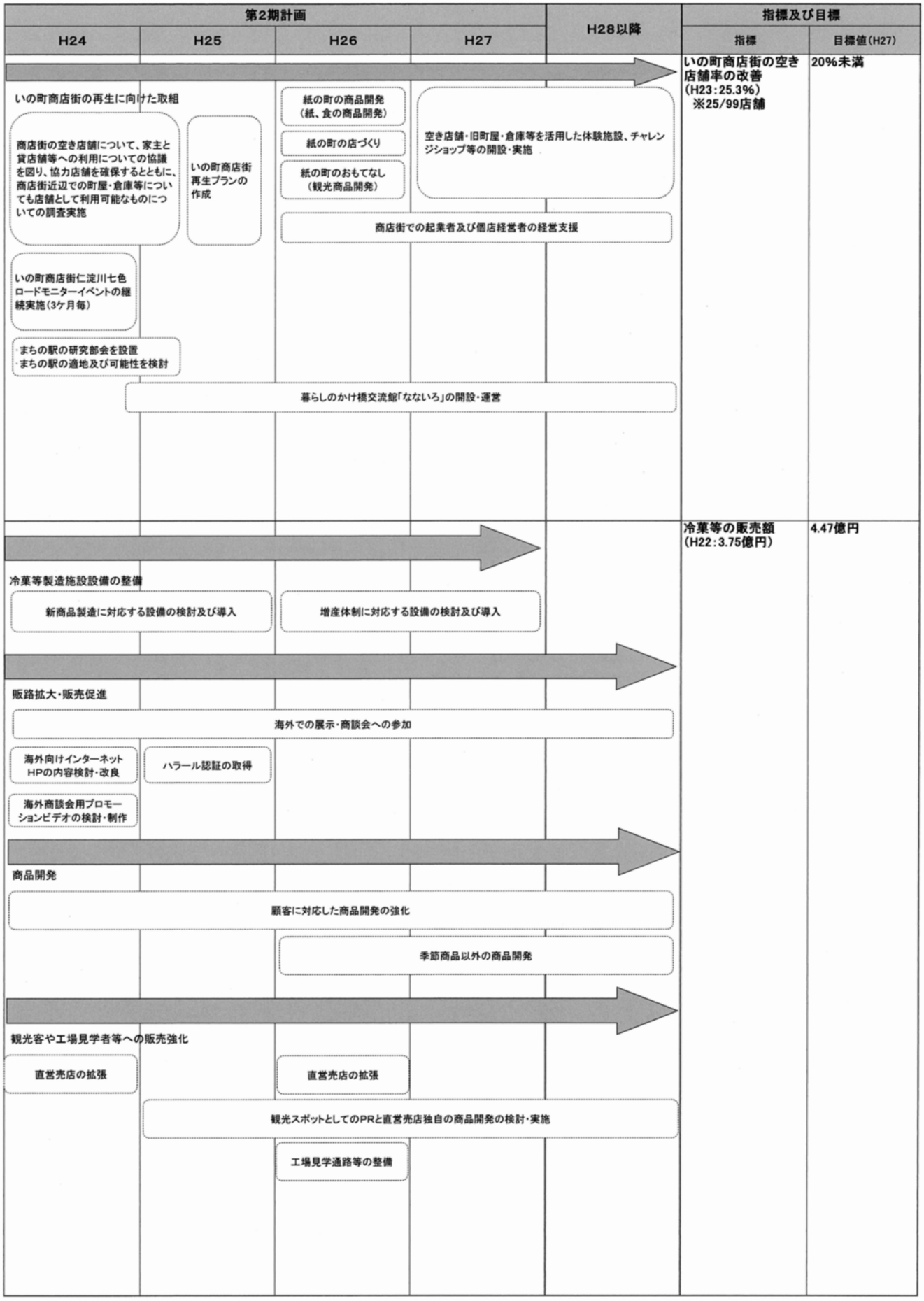
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 18 「土佐和紙」の販売促進と保存・継承<br><br>《土佐市、いの町、日高村》 | 地域の伝統産業である「土佐和紙」は、売上げが低迷し、生産が減少していることから、手すき和紙及び機械すき和紙を含め、県内外での消費拡大を図り、原料や担い手の確保につなげる。 また、特に担い手については、手すき和紙職人、道具職人、楮栽培農家のいずれもが高齢化が深刻な状況となっており、本格的な後継者の育成に繋げる取組を行う。<br>機械すき和紙については、用途拡大に向け、異業種連携やマッチング等を実施し、更なる販路拡大を目指す。 | ・手すき和紙協同組合<br>・高知県製紙工業会<br>・いの町商工会<br>・i-nos.net 他 | ・土佐和紙の消費拡大に向けた取組（H21～23）<br>◆景気低迷やデフレ等の要因で、紙産業全体が大幅に落込む中、土佐和紙の知名度の向上、下降の一途をたどっていた販売額減少の鈍化や原料栽培、加工技術の継承に一定の効果が出ている。特に、土佐和紙が認知されるようになり、利用しようという機運の向上が見られた。（卒業証書利用学校の増加、清酒のﾗﾍﾞﾙ、ふるさと博名刺等）<br>◆廃業になっていた書道用紙事業の復活や、新規書道半紙の誕生により、今後の受注対応や販売額増加に期待ができる。<br><br>・「土佐和紙」の販売促進と保存・継承に向けた取組（H24～26）<br>◆「土佐和紙」の保存・継承のために効果的な取組について職人へのヒアリングを行った結果、販売促進が重要であることが明らかになった。そのため、大消費地の新たな販路の開拓に向けて営業活動を開始した。<br>◆プラチナプリントの印画紙「土佐白金紙」を開発し、国内外に販売を開始した。<br>◆商工会が25年度に国の全国展開支援事業の補助金を導入し、中心市街地活性化のための計画策定に取り組んでいる。その中の紙部会として、紙の関係者を集めて新しい紙の文化を発信する方向で検討を開始した。<br>◆商工会が呼びかけ、観光協会、紙の博物館、事業者等が連携して進めている中心市街地活性化プロジェクトの中で、紙のまち博覧会及び土佐和紙職人市を実施し、紙の博物館を核として町を盛り上げていく連携意識が高まった。（H26） | ・土佐和紙販売額の向上を図る上でキーマンとなる立場の組織や人材が不在。<br><br>・商品（土佐和紙）としても原紙のみの販売は限界があるため、商品化、包装等で付加価値をつけた販売戦略の構築が必要。<br><br>・手すき和紙職人も多くが高齢化しており、後継者の育成が課題。現在、人気のある商品も生産量が少なく、注文があっても断る事例も多くなっている（鳥の子名刺、清張紙、納経帳、がんび紙等）。所得の向上も含めて職業としてさらに魅力あるものにすることが必要。<br><br>・日本3大和紙である、土佐和紙の産地として地域が一体となって、新しい紙の文化を発信できる仕組みづくりが必要。<br><br>・原料生産の後継者の育成が必要。<br><br>・紙のまち博覧会及び土佐和紙職人市の継続と定着が課題 | ◆「土佐和紙」の販路拡大に向けた取組<br><br>◆機械すき和紙の異業種との連携やマッチング等の取組<br><br>◆「土佐和紙」の保存・継承に向けた取組 |
| 19 集客施設を核にした高岡地区の活性化<br><br>《土佐市》 | サンシャイン高岡跡地に観光案内機能や野菜等の直販所などを整備し、テナントミックスの「にぎわいのまち」をつくることによって来街者の増加を図り、地域商業の振興につなげる。 | ・土佐市商店街活性化推進協議会等 | ・基本計画の策定（H23）<br>◆集客拠点施設の整備に向け、商工会及び農協等で構成される土佐市商店街活性化推進協議会を設置し、運営等について協議し計画策定に取り組んだ。<br><br>◆高岡商店街集客施設『ドラゴン広場』オープン(H25.3末プレ、H25.4正式オープン)<br><br>・集客施設の安定した運営(H26～)<br>◆土佐市、商工会、JA等の関係者でドラゴン広場運営協議会を立ち上げ、運営改善に向けた協議を実施している。 | ・集客施設の安定的な運営 | ◆高岡商店街への来街者を増加させる仕組みづくり |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
土佐和紙の販売額
(H19:1.6億円)
(H22:6.6億円)
・機械すき5.4億円
・手すき　1.2億円
6.6億円
(現状の確保)
「土佐和紙」の販路拡大に向けた取組
機械すき和紙の異業種との連携やマッチング等の取組
土佐和紙をPRするキーマン(総括的営業マン)の育成による販路拡大
土佐和紙を活用した魅力ある商品の開発と既存商品のブラッシュアップ
紙の町いの町としての販売拠点づくり (いの屋の充実・販売強化、i-nos.netの組織強化等)
ネット販売の充実・強化へ向けた検討
新たな土佐和紙ネット販売サイトの構築
土佐和紙ネット販売サイトを開設
土佐和紙のPRのための原紙の見本帳・和紙製品のカタログの作成および定期的な更新
土佐和紙のニーズ、売れ筋商品の把握(市場調査等)ができるシステムの構築の検討
製紙会社の事業情報(製造品種)の収集及び紙媒体やHP等による情報発信の検討
マッチング(展示会)等異業種連携強化に向けた取組の検討
「国際版画トリエンナーレ展」の開催に向けたイベントの検討及びPRの実施
「国際版画トリエンナーレ展」の開催に併せたイベントの開催
紙の博物館開館30周年記念事業(ソフト・ハード)の内容検討及び実施
「土佐和紙」の保存・継承に向けた取組
土佐和紙へ興味のある若者や女性等に、知識、技能等を総合的に学ぶ長期的な人材育成プログラムを実施(土佐和紙サポーターを養成)
楮栽培農家の確保と新たな育成を図るための講習会の実施及び手すき職人との連携等の支援体制の整備
若手の土佐和紙手すき和紙職人、道具職人の人材育成と、高度な技術の伝承のための仕組みづくりとその実施
県紙産業技術センターと手すき和紙職人の連携強化 (新商品の開発や市場調査、技術の伝承等)
施設直販市での販売額
79,000千円
高岡商店街への来街者を増加させる仕組みづくり
集客施設の整備、オープン
経営改善による集客施設の安定した運営
観光案内、情報発信

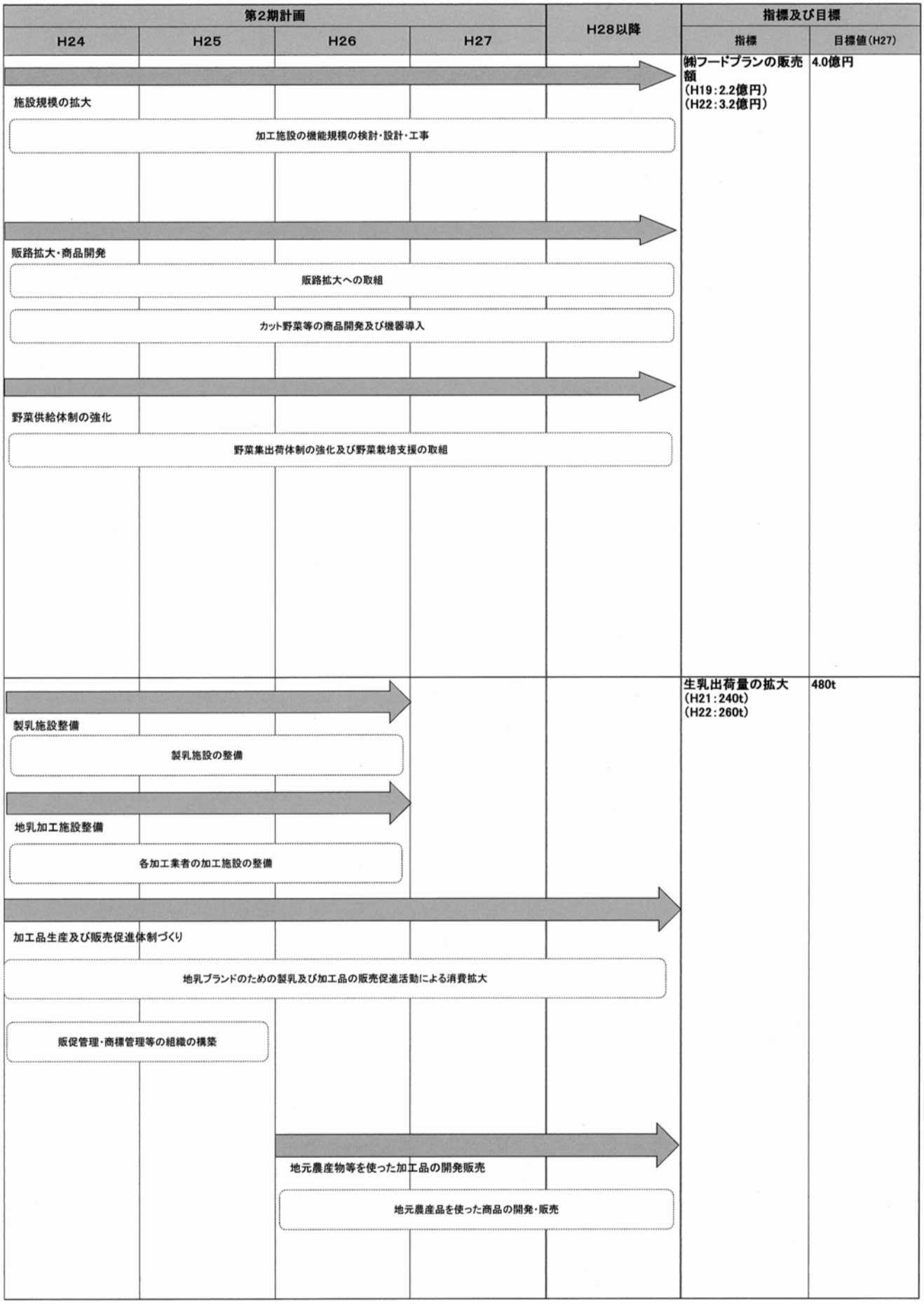
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 20 いの町商店街(仁淀川七色商店街)の活性化<br><br>《いの町》 | 空き店舗・旧町屋・倉庫等について、地域産品の販売やコミュニティーの場、新規起業希望者へのチャレンジショップ等への有効活用を目指し、いの町商店街の再生へ向けた取組を行う。<br>「紙の町をお金にする」「まちなかを元気にする」を目標として、新商品の開発及び各店舗の元気づくりに取り組む。 | ・いの町<br>・いの町商工会 | ・イベント『によどがわ七色ロード』の実施(H24～26)<br>◆計5回イベントを実施し、商店主への意識づけと、地域内外に対する商店街のPRを行ったことにより、若い商店主を中心として、商店街を盛り上げていこうという意識が育ち、実行組織ができた。(H24)<br>◆イベントだけでは顧客、売り上げの増加には結び付きにくい。イベントも含め、商店街を面として磨きあげ、発信するための計画づくりを多くの関係者を巻き込んで策定する必要があると考え、国の全国展開支援事業の補助金を導入し、計画策定に取り組んでいる。(H25)<br>◆商工会の会員が主体的に関わり実現することができる事業計画を策定した。また、実現に向けてのきめ細かい支援を商工会が行うしくみが定着しつつある。 | ・いの町内の事業者が開発した食、紙、観光の新商品を紙のまちから生まれたものとして一体的に売り出すための工夫が必要。 | ◆いの町商店街の再生に向けた取組 |
| 21 地域産品を活用した冷菓等の製造販売<br><br>《いの町》 | 地域特産品のゆず、トマト、いちご、文旦等を活用したアイスクリーム、シャーベット、ドリンク等の生産性の向上を図るとともに、地域生産者の所得向上を目指す。 | ・(有)高知アイス | ・生産体制および品質管理の強化(H22～24)<br>・商品開発および販路拡大(H22～26)<br>◆開発したドリンクが好評で受注量が増加したが、同時期に生産体制を強化するための施設設備を整備しており、増産が円滑にできた。また、香港でアイスクリームの販売許可を取得することができた。(H22)<br>◆海外での更なる販路拡大を目指し、海外向けHPの作成や商談会参加に取り組むなどしており、今後の販路拡大が見込まれる。(H23)<br>◆給水設備の改良、商品表示ラベルプリンター導入、表示義務栄養成分検査、商標登録申請、PR用ソフト制作を行い、安定した生産と海外での販路開拓に結びついた。<br>また、工場視察等の増員に対応するための直営売店の改修を行い、売店の売上高が前年より大幅に増加するとともに、仁淀川観光のスポットとなった。(H24)<br>◆アイスクリーム飲料メーカーで四国初のハラール認証を受けたことによってマレーシアでの販路もでき、日本国内でのハラル商品の取扱も始まった。(H25)<br>◆売店の増築及び冷蔵設備の整備、工場視察用施設(窓・見学通路)の整備を行い、観光客向けの販売を強化した。(H26)<br>◆冷凍保管庫建屋、発送室及び冷凍設備の増設により、海外向けの出荷体制の強化を図るとともに、未開発地である中東地域(UAE)での市場調査や商談会出展、包装パッケージデザイン制作により国内外の販路開拓に繋がった。(H26) | ・周年販売を目指し、海外市場の販路拡大<br><br>・顧客ニーズへの対応 | ◆冷菓等製造施設設備の整備<br><br>◆販路拡大・販売促進<br><br>◆商品開発<br><br>◆観光客や工場見学者等への販売強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
いの町商店街の空き店舗率の改善
(H23:25.3%)
※25/99店舗
20%未満
いの町商店街の再生に向けた取組
商店街の空き店舗について、家主と貸店舗等への利用についての協議を図り、協力店舗を確保するとともに、商店街近辺での町屋・倉庫等についても店舗として利用可能なものについての調査実施
いの町商店街再生プランの作成
紙の町の商品開発(紙、食の商品開発)
紙の町の店づくり
紙の町のおもてなし(観光商品開発)
空き店舗・旧町屋・倉庫等を活用した体験施設、チャレンジショップ等の開設・実施
商店街での起業者及び個店経営者の経営支援
いの町商店街仁淀川七色ロードモニターイベントの継続実施(3ケ月毎)
・まちの駅の研究部会を設置
・まちの駅の適地及び可能性を検討
暮らしのかけ橋交流館「なないろ」の開設・運営
冷菓等の販売額
(H22:3.75億円)
4.47億円
冷菓等製造施設設備の整備
新商品製造に対応する設備の検討及び導入
増産体制に対応する設備の検討及び導入
販路拡大・販売促進
海外での展示・商談会への参加
海外向けインターネットHPの内容検討・改良
ハラール認証の取得
海外商談会用プロモーションビデオの検討・制作
商品開発
顧客に対応した商品開発の強化
季節商品以外の商品開発
観光客や工場見学者等への販売強化
直営売店の拡張
直営売店の拡張
観光スポットとしてのPRと直営売店独自の商品開発の検討・実施
工場見学通路等の整備

## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 22 ㈱フードプランを中心とした農山村6次産業化の推進<br><br>《仁淀川町》 | 仁淀川町において、地域の商社として「(株)フードプラン」を位置付け、一次産品を活用した商品づくりを進め、雇用の確保や農家所得の向上につなげる。 | ・(株)フードプラン<br>・仁淀川町 | ・主力商品づくり(H21～25)<br>◆目標(H23.9-販売額2.6億円)の達成を1年前倒しで実現。雇用増にも貢献。主力商品が「カット野菜」であるため、野菜の高騰により利益確保が困難な局面もあったが、順調に販売額を伸ばした。<br>・生産規模拡大に向けた経営分析事業委託(H26)<br>◆工場拡大・改修等を見据えた事業計画を策定するため、経営分析事業をコンサルティング会社に委託(H26) | ・現施設での生産能力が限界に達しており、地域経済へ貢献(雇用増、農家所得増等)するには、施設規模の拡大が必要である。 | ◆施設規模の拡大<br><br>◆販路拡大・商品開発<br><br>◆野菜供給体制の強化 |
| 23 売れる商品づくりによる地産外商の推進<br><br>《佐川町》 | 佐川町において、地元民間企業の商品の販売促進や、一次産品を使った特長のある商品づくりにより、地産外商を推進し、外貨の獲得を目指す。 | ・佐川町<br>・JAコスモス<br>・佐川町商工会<br>・企画本舗さかわ屋<br>・地元酒造会社<br>・地元乳業者<br>・地元加工業者<br>・黒岩じるし<br>・地元酪農家　など | ・地元産品による売れる商品づくり(H21～26)<br>・酪農家を含めた農商工連携組織である「さかわの地乳プロジェクト推進会議」を設置し、地元産の牛乳を使った商品づくりの取組を進めた。(H21～26)<br>・「さかわの地乳」のブランド化や地乳を使った加工品シリーズの商品化を図り、そのPR・販売促進に取り組んだ。(H22)<br>◆地元の自主的な活動が活発化して生乳出荷も増加し、酪農家の所得も上がってきた。(H23)<br>・県内量販店との販売取組も進み、販促イベントを随時行った。(H24、26)<br>・地乳商品認定要綱を策定し、4事業者の25品目の商品を「ぢちちブランド」に認定(H26)<br>◆認定商品に販促シールを貼付し、PR・販売促進に取り組んだ。 | ・「さかわの地乳」シリーズ商品の管理、「地乳」商標管理を含めた組織の確立と体制の強化<br><br>・酪農家への直接収入化となる取組の実施<br><br>・「さかわの地乳」の牛乳、加工品等の販売ルートの確立 | ◆製乳施設整備<br><br>◆地乳加工施設整備<br><br>◆加工品生産及び販売促進体制づくり<br><br>◆地元農産物等を使った加工品の開発販売 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
(株)フードプランの販売額
(H19:2.2億円)
(H22:3.2億円)
4.0億円
施設規模の拡大
加工施設の機能規模の検討・設計・工事
販路拡大・商品開発
販路拡大への取組
カット野菜等の商品開発及び機器導入
野菜供給体制の強化
野菜集出荷体制の強化及び野菜栽培支援の取組
生乳出荷量の拡大
(H21:240t)
(H22:260t)
480t
製乳施設整備
製乳施設の整備
地乳加工施設整備
各加工業者の加工施設の整備
加工品生産及び販売促進体制づくり
地乳ブランドのための製乳及び加工品の販売促進活動による消費拡大
販促管理・商標管理等の組織の構築
地元農産物等を使った加工品の開発販売
地元農産品を使った商品の開発・販売

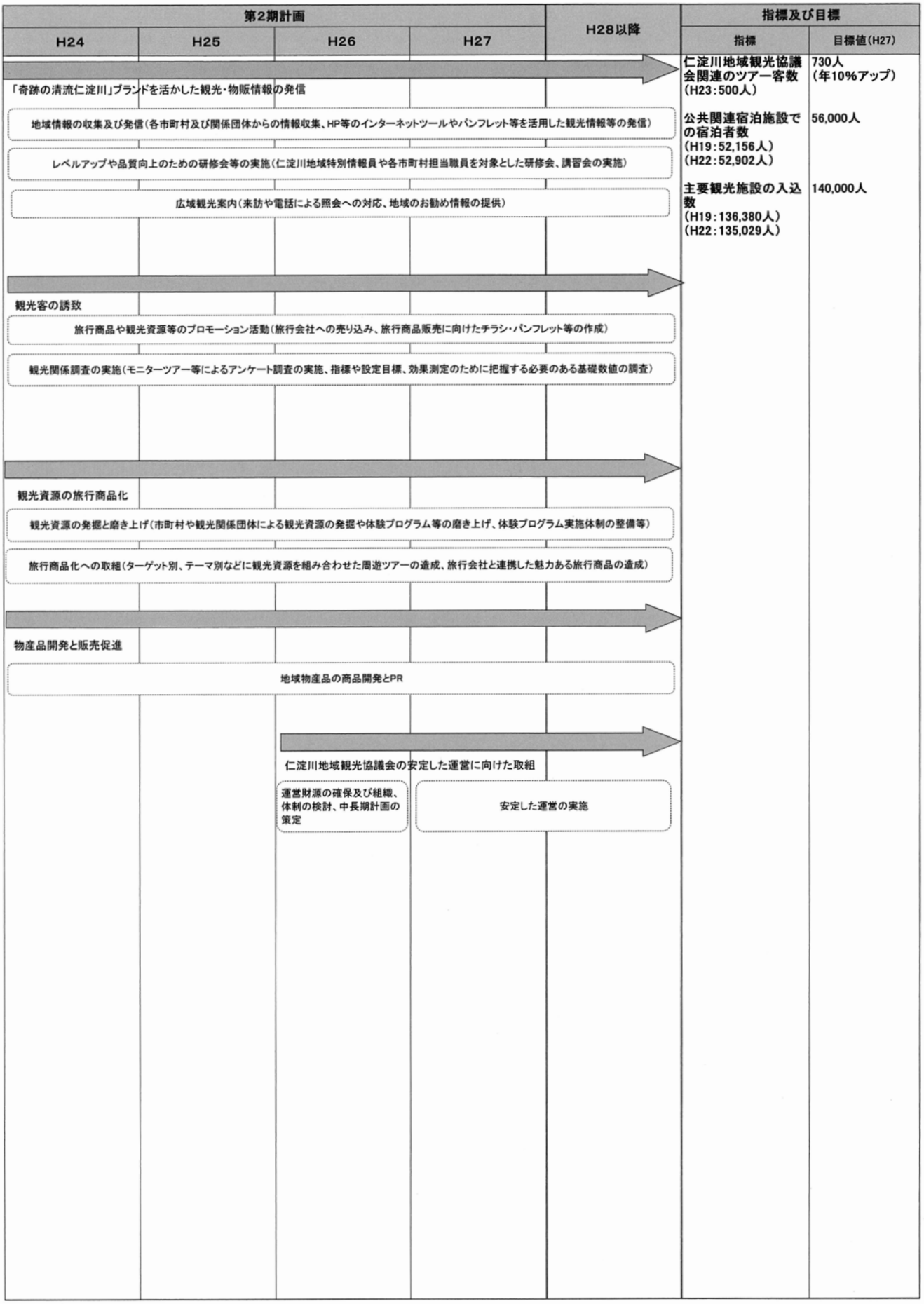
## 【仁淀川地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 24 | 企業進出による雇用の増と地元企業の活性化<br><br>《日高村》 | 日高村において、既存企業の訪問(アフターケア)の充実や遊休施設等の活用などによる企業誘致の取組を進めるとともに、地域資源を活用した企業の取組等を支援することにより、地域の産業の振興につなげる。 | ・日高村 | ・既存企業の活性化と新規進出企業の誘致による地域産業の振興(H21～26)<br>◆村内企業の澁谷食品㈱の生産拡大への取組、村外企業の㈲エスエスの木質系のネコ砂製造施設の誘致に成功し、地域資源の活用や村内での新たな雇用を生むことなどができた。 | ・企業が立地するための適地の把握<br><br>・既存企業の活性化及び新規進出企業のさらなる誘致 | ◆既存企業の活性化と新規進出企業の誘致による地域産業の振興 |
| 25 | 地元企業の活性化(芋菓子加工販売拡大事業)<br><br>《日高村》 | 高知県産のさつま芋を活用した新製品の開発などによる生産販売の拡大を推進する。 | ・澁谷食品(株) | ・施設の整備(H21)<br>◆販売額は伸びている。また、県外(松山市)へ新店舗がオープンし、平成26年4月には東京(日本橋)にも新店舗がオープンすることからさらなる事業展開に期待ができる。 | ・観光事業と連携しての工場見学施設の検討<br><br>・顧客のニーズの把握と対応 | ◆自社ブランド製品(芋菓子)の新製品開発と販路拡大 |
| 26 | 企業進出による雇用の増(ペット用木質系排泄物処理剤製造施設整備事業)<br><br>《日高村》 | 木質系のネコ砂製造事業に取り組む県内企業の施設整備事業を日高村に誘致し、村内での新たな雇用を創出する。また、原材料の木材チップや茶葉については仁淀川流域でほぼ全量を調達することから、雇用と併せた地元生産者への経済効果の波及を目指す。 | ・(株)エスエス | ・施設の整備(H22)<br>◆製造施設の操業により村内での4名の雇用が創出された。原材料の木材チップや茶葉等の仁淀川流域での調達による地元生産者への波及効果が期待される。 | ・販売ルートに合わせた新商品の提案に対応できる体制の構築<br><br>・製品販売の提携先等との連携 | ◆ペット用木質系排泄物処理剤の新商品の開発と販売促進 |
| 27 | 直販市の機能強化(生産・出荷の拡大及び観光情報発信等)による地域の活性化<br><br>《日高村》 | 直販市「さんさん市」を拠点として整備し、周辺の観光資源と連携した活用を図ることで、日下川調整池周辺での観光振興につなげる。 | ・日高村<br>・(株)村の駅ひだか | ・交流人口の拡大のための条件整備(H21～24)<br>◆平成21年度に産業振興アドバイザーにより日高村の観光資源活用調査事業を実施し、エリアごとの活用案を取りまとめた。その後、ボランティアガイド組織の立上げやガイド育成、モニターツアーの実施等、具体的な取組を進めてきた。<br>・施設の整備(H25～)<br>◆産振総合補助金を活用した直販所「村の駅ひだか」(新名称)がH27.11.16にリニューアルオープン(11.1～プレオープン) | ・地域の農産物・農産加工品販売所としての運営体制等の検討、観光情報発信拠点としての機能充実<br>・商品の品揃えと販売の仕組みの磨き上げ | ◆直販市の機能強化及び観光情報の発信 |

| 第2期計画 | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H24 | H25 | H26 | H27 | | 指標 | 目標値(H27) |
| 既存企業の活性化と新規進出企業の誘致による地域産業の振興<br>役場内での研修会の設置、既存企業の訪問、既存企業の連携等による活性化につながる方策等の検討、県との連絡会の開催、企業誘致に関する研修会の開催、企業誘致のための方策等の検討 | | | | | 支援企業数<br>(H21:1社)<br>(H22:1社) | 2社 |
| 自社ブランド製品(芋菓子)の新製品開発と販路拡大<br>新製品の開発、販売促進、インターネット等での販路拡大<br>県外へのアンテナショップの展開(四国内) | 県外へのアンテナショップの展開(首都圏等) | | | | 食品加工新規部門の販売額<br>(H21:2.0億円)<br>(H23:3.2億円) | 4.5億円 |
| ペット用木質系排泄物処理剤の新商品の開発と販売促進<br>事業者による新商品の開発と販売促進 | | | | | ペット用木質系排泄物処理剤の販売額<br>(H23:450万円) | 9,000万円 |
| 直販市の機能強化及び観光情報の発信<br>施設の整備、オープン | | | 施設の安定した運営 | | 施設での販売額等<br>(H23:59,126千円) | 103,200千円 |
| 観光情報パンフレットの作成及び啓発 | | | 観光案内、情報発信 | | | |

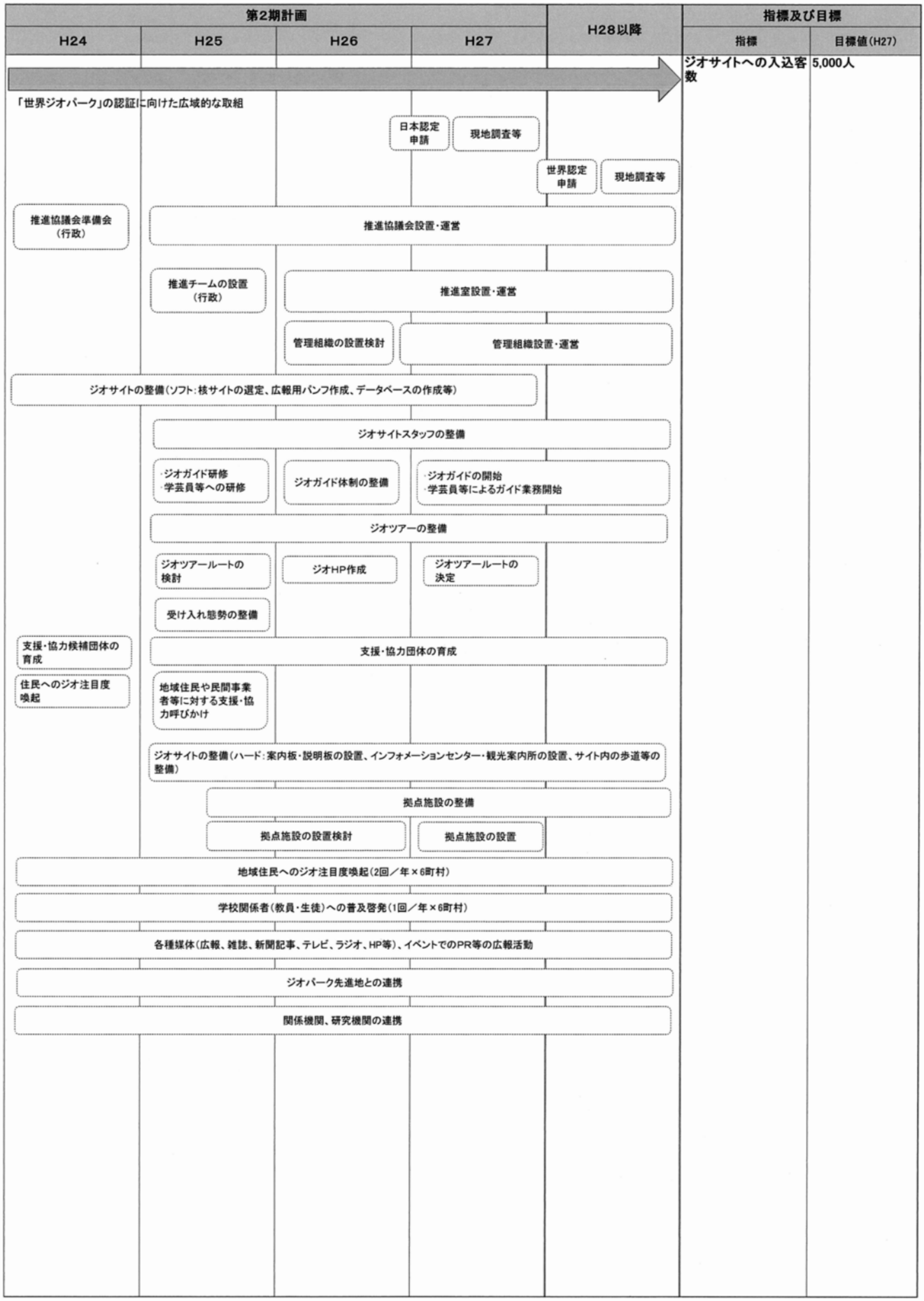
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 28 「奇跡の清流仁淀川」流域の広域観光推進<br><br>《仁淀川地域全域》 | 仁淀川流域の多様な自然や生活文化等の地域資源を基にして旅行商品化を進め、交流人口の拡大を図る。<br>また、全国屈指の水質を誇る仁淀川をブランドとして観光PRに活用するとともに、地域産品に仁淀川ロゴマーク用いて販売促進を図るなど、観光と他産業を組み合わせた観光産業化を推進する。 | ・仁淀川地域観光協議会<br>・いの町観光協会<br>・越知町観光協会<br>・さかわ観光協会<br>・土佐市<br>・いの町<br>・仁淀川町<br>・佐川町<br>・越知町<br>・日高村 | ・「奇跡の清流仁淀川」ブランドを活かした広域観光の推進（H22～）<br>◆広域観光を推進する母体となる仁淀川地域観光協議会を設立（H22）<br>◆仁淀川地域観光協議会の設立以降、旅行商品の企画と旅行会社への売り込みによるツアー造成は、飛躍的に実績数を伸ばしている。<br>◆また、屋形船の運航（日高村）や、河原でのバーベキューサービス（いの町）など新たな体験メニューも開始された。（H24）<br>◆主要観光施設への入込客数も前年比で増加しているほか、カヌーやラフティングの参加者数、ツアー造成の実績数なども順調に増加している。<br><br>○ツアーの催行<br>H23：30ツアーで663人<br>H24：110ツアーで2,477人<br>H25：149ツアーで3,660人 | ・市町村や観光団体の意識の醸成<br><br>・ツアー造成で取り上げてもらえる地域内の観光資源を掘り起こし継続的な誘客へつなげる<br><br>・中長期計画を策定し、目標の達成に向けた旅行商品化等の取組及び組織体制の強化 | ◆「奇跡の清流仁淀川」ブランドを活かした観光・物販情報の発信<br><br>◆観光客の誘致<br><br>◆観光資源の旅行商品化<br><br>◆物産品開発と販売促進<br><br>◆仁淀川地域観光協議会の安定した運営に向けた取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
「奇跡の清流仁淀川」ブランドを活かした観光・物販情報の発信
地域情報の収集及び発信（各市町村及び関係団体からの情報収集、HP等のインターネットツールやパンフレット等を活用した観光情報等の発信）
レベルアップや品質向上のための研修会等の実施（仁淀川地域特別情報員や各市町村担当職員を対象とした研修会、講習会の実施）
広域観光案内（来訪や電話による照会への対応、地域のお勧め情報の提供）
観光客の誘致
旅行商品や観光資源等のプロモーション活動（旅行会社への売り込み、旅行商品販売に向けたチラシ・パンフレット等の作成）
観光関係調査の実施（モニターツアー等によるアンケート調査の実施、指標や設定目標、効果測定のために把握する必要のある基礎数値の調査）
観光資源の旅行商品化
観光資源の発掘と磨き上げ（市町村や観光関係団体による観光資源の発掘や体験プログラム等の磨き上げ、体験プログラム実施体制の整備等）
旅行商品化への取組（ターゲット別、テーマ別などに観光資源を組み合わせた周遊ツアーの造成、旅行会社と連携した魅力ある旅行商品の造成）
物産品開発と販売促進
地域物産品の商品開発とPR
仁淀川地域観光協議会の安定した運営に向けた取組
運営財源の確保及び組織、体制の検討、中長期計画の策定
安定した運営の実施
指標及び目標
指標
目標値（H27）
仁淀川地域観光協議会関連のツアー客数
（H23：500人）
730人
（年10%アップ）
公共関連宿泊施設での宿泊者数
（H19：52,156人）
（H22：52,902人）
56,000人
主要観光施設の入込数
（H19：136,380人）
（H22：135,029人）
140,000人

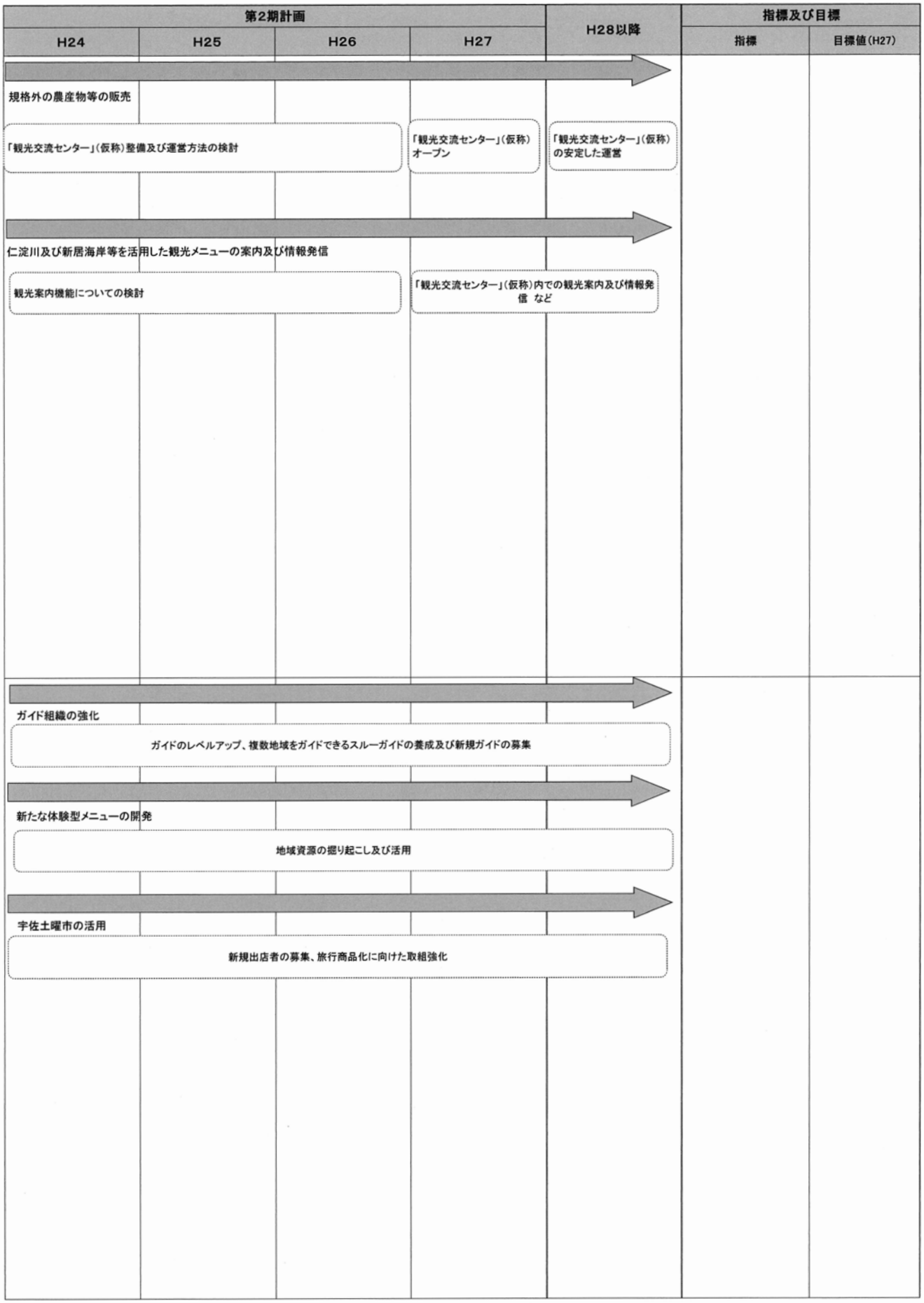
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 29 仁淀川流域を中心としたジオパークへの取組による交流人口の拡大<br><br>《仁淀川町、佐川町、越知町、日高村、津野町、梼原町》 | 横倉山から佐川町にかけての貴重な地域資源（地質）を活かし、仁淀川流域を中心に、天狗高原（四国カルスト）も組み合わせて、「世界ジオパーク」の認証に向けた取組を進め、交流人口の拡大につなげる。 | ・佐川町 | ・「世界ジオパーク」の認証に向けた広域的な取組（H21～24）<br>◆ジオサイトの整備、実施主体の組織化など、整備事項が多岐にわたり、費用負担も相当規模になると見込まれることから、取組を円滑に推進するために、これらを盛り込んだ事業計画を検討してきた。<br>・仁淀川・四国カルストジオパーク推進協議会を中心にHPの開設やジオサイトの選定などに取り組み、日本認定を目指すという方針で作業を進めたところ、町村間でジオパークに対する認識の相違があり、専門家を招へいした検討などを経て、世界認定も含めたジオパークの全体像を見通した事業計画の検討に取り組んだ。（H22）<br>・先進地事例を参考に、作業スケジュールや対応する費用負担を明らかにした事業計画の策定に取り組み、6町村全体で方向性を検討した。（H23）<br>・室戸ジオパークで開催された全国大会の視察及び聞き取り調査を実施し、実施主体の組織化、整備事項、事業見通しなどについて検討を行った。（H24） | ・関係町村間での意識を統一した取組<br><br>※世界認定に向けて整備すべき項目<br><br>・各6町村での説明会の実施や様々なイベントでの啓発活動など、最も重要であり、最も時間を要する地域住民の認知度の向上<br><br>・どのように地質資源の保全を行うか、地質等を如何に教育に役立てるか、地質遺産を楽しむジオツーリズムによって如何に地域経済活性化を図るかなど、ジオパークの3つの柱の整備<br><br>・ジオパーク推進拠点や多言語案内看板、説明板等の設置等のハード整備<br><br>・しっかりとした運営と運営計画の策定が実施できる運営母体の整備（組織は公的機関、地域社会、私的団体、および研究教育機関などから構成） | ◆「世界ジオパーク」の認証に向けた広域的な取組 |


第2期計画
H28以降
H24
H25
H26
H27
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ジオサイトへの入込客数
5,000人
「世界ジオパーク」の認証に向けた広域的な取組
日本認定申請
現地調査等
世界認定申請
現地調査等
推進協議会準備会（行政）
推進協議会設置・運営
推進チームの設置（行政）
推進室設置・運営
管理組織の設置検討
管理組織設置・運営
ジオサイトの整備（ソフト：核サイトの選定、広報用パンフ作成、データベースの作成等）
ジオサイトスタッフの整備
・ジオガイド研修
・学芸員等への研修
ジオガイド体制の整備
・ジオガイドの開始
・学芸員等によるガイド業務開始
ジオツアーの整備
ジオツアールートの検討
ジオHP作成
ジオツアールートの決定
受け入れ態勢の整備
支援・協力候補団体の育成
支援・協力団体の育成
住民へのジオ注目度喚起
地域住民や民間事業者等に対する支援・協力呼びかけ
ジオサイトの整備（ハード：案内板・説明板の設置、インフォメーションセンター・観光案内所の設置、サイト内の歩道等の整備）
拠点施設の整備
拠点施設の設置検討
拠点施設の設置
地域住民へのジオ注目度喚起（2回／年×6町村）
学校関係者（教員・生徒）への普及啓発（1回／年×6町村）
各種媒体（広報、雑誌、新聞記事、テレビ、ラジオ、HP等）、イベントでのPR等の広報活動
ジオパーク先進地との連携
関係機関、研究機関の連携

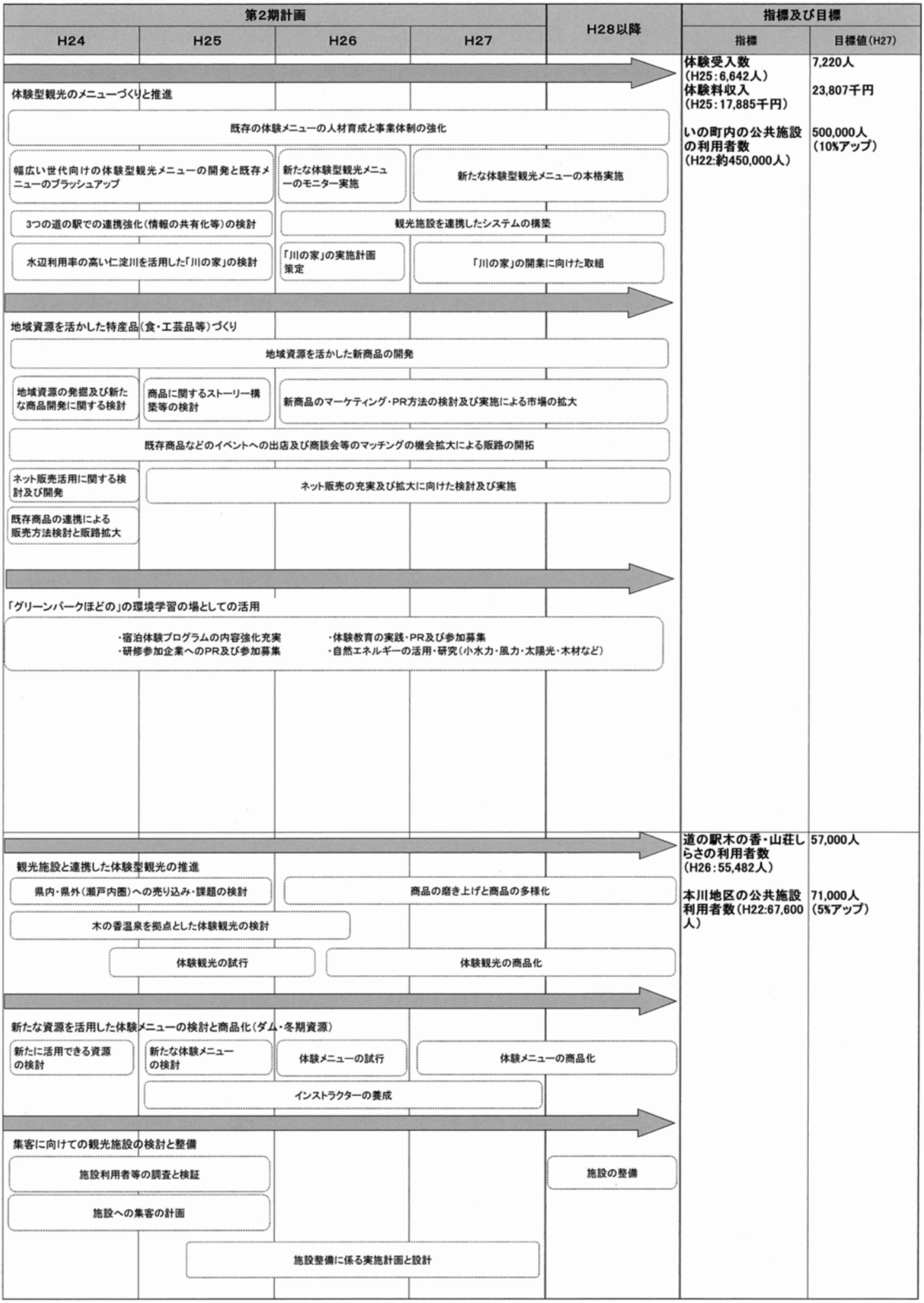
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 30 交流施設の整備による新居地区の活性化<br><br>《土佐市》 | 土佐市の新たな地域振興の拠点、地域情報発信基地として「観光交流センター」（仮称）を整備し、交流人口の拡大と地域の活性化を目指す。 | ・（仮称）「特定非営利活動法人　新居を元気にする会」を予定 | ・体験型観光及び食観光の推進（H21～23）<br>◆地域資源を活用した観光商品づくりに取り組む中で、具体的な動きが出始めた。<br><br>・新居地区への新たな集客施設の整備の検討(H24～25)<br>◆防災機能を備えた複合施設として整備する検討が進んだ。 | ・施設整備の内容や運営方法、体制等の検討 | ◆規格外の農産物等の販売<br><br>◆仁淀川及び新居海岸等を活用した観光メニューの案内及び情報発信 |
| 31 体験型観光・食観光の推進<br><br>《土佐市》 | 土佐市において、地域資源を活用し、体験型観光と食観光を組み合わせることによって滞在時間の延長を図り、宿泊を伴う滞在型観光につなげる。 | ・土佐市<br>・土佐市商工会など | ・体験型観光及び食観光の推進（H21～26）<br>◆地域資源を活用した観光商品づくりに取り組む中で、具体的な動きが出始めた。<br><br>・「まちあるき」の推進（H22～26）<br>◆宇佐・高岡の2地域から「まちあるきコース」が誕生し、ガイドの研修を実施。<br><br>・宇佐土曜市の活用（H22～26）<br>◆市場内での体験メニューや、買物ツアーなど旅行商品に組み込まれ、高評価を得ている。 | ・まちあるきガイドの不足<br><br>・宇佐土曜市への出店者及び出店品目の不足 | ◆ガイド組織の強化<br><br>◆新たな体験型メューの開発<br><br>◆宇佐土曜市の活用 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
規格外の農産物等の販売
「観光交流センター」(仮称)整備及び運営方法の検討
「観光交流センター」(仮称)オープン
「観光交流センター」(仮称)の安定した運営
仁淀川及び新居海岸等を活用した観光メニューの案内及び情報発信
観光案内機能についての検討
「観光交流センター」(仮称)内での観光案内及び情報発信 など
ガイド組織の強化
ガイドのレベルアップ、複数地域をガイドできるスルーガイドの養成及び新規ガイドの募集
新たな体験型メニューの開発
地域資源の掘り起こし及び活用
宇佐土曜市の活用
新規出店者の募集、旅行商品化に向けた取組強化

## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 32 体験型観光の推進と地域資源を活かした特産品づくり<br><br>《いの町》 | いの町において、地理的条件を活かした体験メニューづくりや自然を満喫できるメニューづくりなどに取り組み、体験型観光を推進する。また、宿泊施設の少ない流域において、観光客が地域にお金を落とす仕組みとしての地域素材を活かした名物やお土産品の開発を行う。<br>「グリーンパークほどの」を環境学習施設として整備し、小・中学校の環境教育の体験学習の場や、企業等の研修の場としての利用を促進することにより、体験型観光の推進を目指す。 | ・いの町<br>・いの町観光協会<br>・いの町商工会<br>・ロハスなむささびの里づくり協議会<br>・土佐和紙工芸村ほか | ・体験型観光の推進（H21～26）<br>◆仁淀川地域観光協議会の設立や新たな体験型メニューの構築等により、いの町内の公共関連宿泊施設の利用者も増加しており、雇用の増加（土佐和紙工芸村他）や所得の向上、地域の活性化につながっている。（H22）<br>◆NHK高知放送局80周年記念として、仁淀川特集が全国放送(H23)され、注目度が上がった事をきっかけとして、受け入れ態勢の充実及び、新しい体験メニューづくりを行い、いの町に訪れる観光客の増加、地域経済の活性化に結び付けた。（H24～26） | ・ハード・ソフト両面で、流域で受け入れる体制が構築されておらず、流域をあげて取り組む組織体制の整備が必要。<br><br>・従来から流域で弱い食の観光も含め、さらなる魅力ある体験型観光メニューの構築や地域の資源を活かした銘産品の開発等が必要。<br><br>・イベント、体験型観光及び地域資源を活かした特産品を一体的に整備しアピールすることにより、観光客が地域にお金を落とす仕組みを構築することが必要。 | ◆体験型観光のメニューづくりと推進<br><br>◆地域資源を活かした特産品（食・工芸品等）づくり<br><br>◆「グリーンパークほどの」の環境学習の場としての活用 |
| 33 山岳資源を活用した交流人口の拡大<br><br>《いの町》 | 「木の香温泉」を拠点とし、他の観光施設と連携して四国山地の地理的条件を活かした高地トレーニングや、山岳資源を活用した体験メニューの開発により体験型観光を推進し、交流人口の拡大を図る。 | ・いの町<br>・いの町観光協会 | ・体験メニュー等の開発（H21～26）<br>◆高地トレーニングのモニター等は、実施されたが、商品化までには至っていない。また、体験メニューづくりもモニターツアーを実施しているが、ウォーキングを除いて完成には繋がっていない。しかし、どちらも参加者には好評で商品化が期待される。<br>◆冬期資源を活用するためのモニターツアーを開催し、旅行業関係者等から商品化に向けた助言を受けた。<br>◆本川地区の未使用観光施設の活用と観光施設の連携についての助言を受けた。（H26） | ・体験メニュー等の商品化<br><br>・商品化に向けての資源の掘り起こし<br><br>・売り込み先の確保 | ◆観光施設と連携した体験型観光の推進<br><br>◆新たな資源を活用した体験メニューの検討と商品化（ダム・冬期資源）<br><br>◆集客に向けての観光施設の検討と整備 |


第2期計画
H28以降
H24
H25
H26
H27
指標及び目標
指標
目標値(H27)
体験型観光のメニューづくりと推進
既存の体験メニューの人材育成と事業体制の強化
幅広い世代向けの体験型観光メニューの開発と既存メニューのブラッシュアップ
新たな体験型観光メニューのモニター実施
新たな体験型観光メニューの本格実施
3つの道の駅での連携強化(情報の共有化等)の検討
観光施設を連携したシステムの構築
水辺利用率の高い仁淀川を活用した「川の家」の検討
「川の家」の実施計画策定
「川の家」の開業に向けた取組
体験受入数
(H25:6,642人)
7,220人
体験料収入
(H25:17,885千円)
23,807千円
いの町内の公共施設の利用者数
(H22:約450,000人)
500,000人
(10%アップ)
地域資源を活かした特産品(食・工芸品等)づくり
地域資源を活かした新商品の開発
地域資源の発掘及び新たな商品開発に関する検討
商品に関するストーリー構築等の検討
新商品のマーケティング・PR方法の検討及び実施による市場の拡大
既存商品などのイベントへの出店及び商談会等のマッチングの機会拡大による販路の開拓
ネット販売活用に関する検討及び開発
ネット販売の充実及び拡大に向けた検討及び実施
既存商品の連携による販売方法検討と販路拡大
「グリーンパークほどの」の環境学習の場としての活用
・宿泊体験プログラムの内容強化充実
・研修参加企業へのPR及び参加募集
・体験教育の実践・PR及び参加募集
・自然エネルギーの活用・研究(小水力・風力・太陽光・木材など)
観光施設と連携した体験型観光の推進
県内・県外(瀬戸内圏)への売り込み・課題の検討
商品の磨き上げと商品の多様化
木の香温泉を拠点とした体験観光の検討
体験観光の試行
体験観光の商品化
道の駅木の香・山荘しらさの利用者数
(H26:55,482人)
57,000人
本川地区の公共施設利用者数(H22:67,600人)
71,000人
(5%アップ)
新たな資源を活用した体験メニューの検討と商品化(ダム・冬期資源)
新たに活用できる資源の検討
新たな体験メニューの検討
体験メニューの試行
体験メニューの商品化
インストラクターの養成
集客に向けての観光施設の検討と整備
施設利用者等の調査と検証
施設の整備
施設への集客の計画
施設整備に係る実施計画と設計

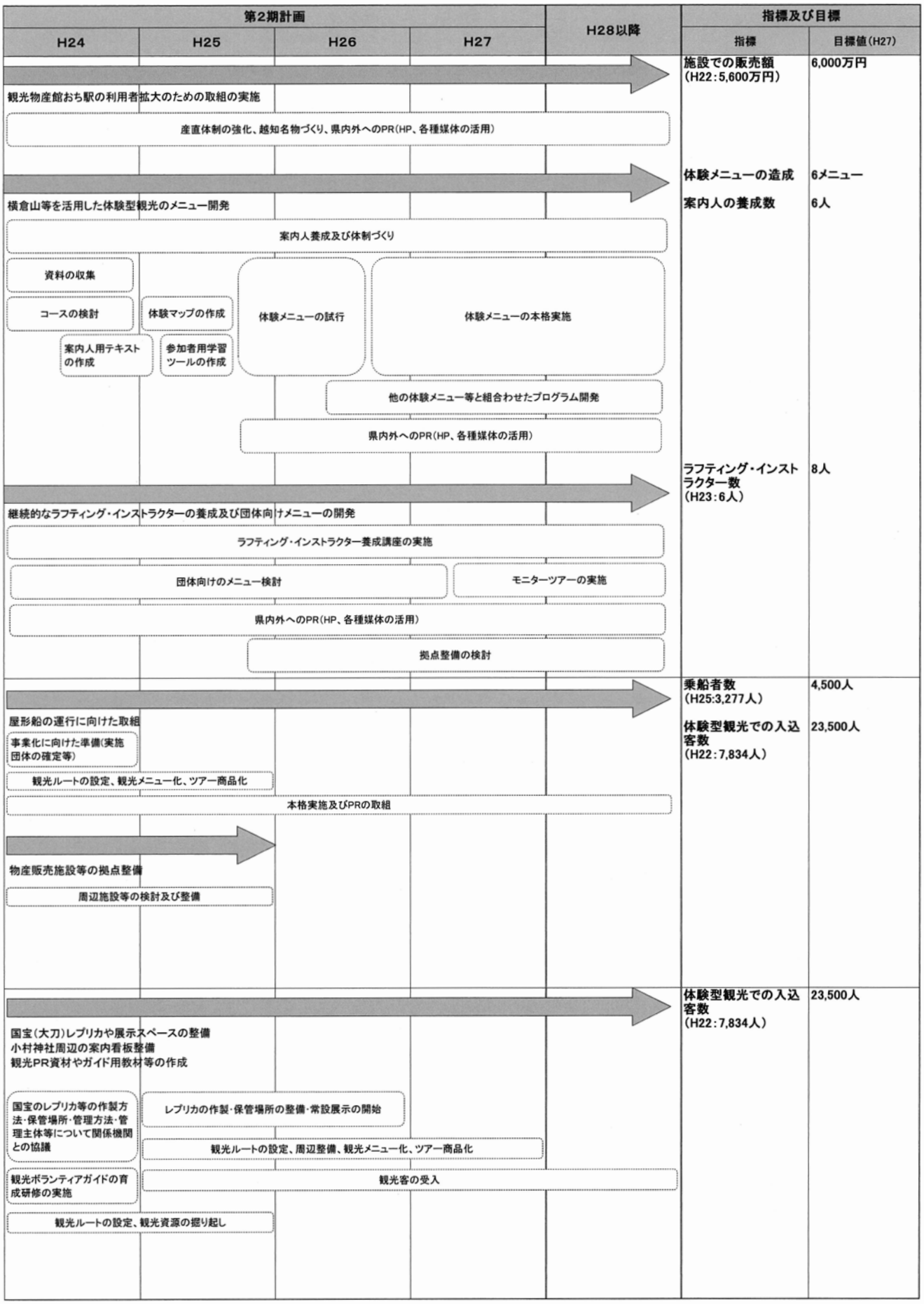
## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 34 観光情報の一元化とおもてなし観光の推進<br><br>《仁淀川町》 | 仁淀川町において、情報発信の強化や観光情報ネットワークの構築などによって、観光情報の充実を図り、滞在型観光の振興につなげる。 | ・仁淀川町内の観光関連団体<br>・仁淀川町 | ・情報発信基地の整備<br>・観光情報ネットワークの構築<br>・おもてなし活動の実施<br>◆町内の観光情報発信基地は整備できなかったものの、主要観光施設のHPが整備され、情報発信力が一定強化された。<br>◆ガイド養成研修や観光資源調査、各種アドバイザーの招聘、モニターツアーの実施、インターンシップ事業等の活用により、お金を取れるガイドが誕生し、町内で着地型観光の必要性への理解や地域内外の交流が進んだ。地域住民が自分たちの手で観光商品を作ろう、ガイドを養成しようと、「仁淀川町の観光を考える会」を立ち上げた。今後地域の民間団体を総括するリーダー的な団体へなっていくことが期待される。<br>◆既存宿泊施設のリニューアルも行われ、受け入れ体制の強化が図られた。 | ・町内の観光振興に対する、戦略的なグランドデザインの作成<br><br>・各観光情報窓口の一本化とさらなる観光情報発信力の強化及びより効果的なPRの検討<br><br>・「仁淀川町の観光を考える会」の今後の運営・体制<br><br>・観光ガイド養成活動の強化、ガイド内容の調査とその整理<br><br>・ターゲットを絞った着地型観光ツアーの商品化、リピーターにつなげる観光振興への取組<br><br>・既存観光施設の運営、基盤整備（観光案内板等の不足、既存施設の老朽化）、観光団体の高齢化<br><br>・グリーンツーリズムが収益に繋がっておらず、地場産品の販売が弱い | ◆観光情報の一元化<br><br>◆観光ガイドの養成<br><br>◆おもてなし観光の推進 |
| 35 歴史的風致維持向上計画の推進<br><br>《佐川町》 | 「文教のまち」佐川町において、シンボル的建造物である民具館や歴史的建造物、観光施設を整備することにより、一体的な歴史的風致を形成し、量より質の観光地域づくりやメニューづくりに取り組み、佐川町における知的体験型観光を推進し、観光資源としての充実を図る。 | ・佐川町<br>・さかわ観光協会<br>・佐川町内の地域づくり関連団体 | ・一体的な歴史的風致の形成への取組（H21～26）<br>・歴史的風致地区において国庫補助事業「歴史的環境形成総合支援事業」を活用し、佐川文庫庫舎（旧青山文庫）の上町への移築、景観を損なっている建物を取り壊しての小公園整備など、観光資源としての街並み整備を図った。（H21、22）<br>・国庫補助事業の見直しにより従来の事業から「街なみ環境整備事業」に事業が移行（H23）<br>◆地域ではNPO法人佐川くろがねの会を中心に観光資源を生かした観光ガイドの充実や商工会と連携したイベント等を図り、地域の活動が活発化の傾向にある。<br>・牧野富太郎博士の生家跡に「牧野富太郎ふるさと館」がオープン（H25）<br>・一般社団法人さかわ観光協会が設立し、上町地区に復元整備された旧浜口家住宅を拠点に佐川町の観光総合窓口として活動開始。また、さかわ文教の町を司る「名教館」が移築整備された（H25）。<br>・旧竹村呉服店が佐川町に寄贈され、観光資源としての充実が図られた。（H26） | ・歴史的風致維持向上計画と整合性の取れた、街なみ環境整備事業計画への取組<br><br>・さかわ観光協会を中心とした、佐川町の物産販売、情報発信や地域で作り込んだ観光の提案を積極的に実施 | ◆一体的な歴史的風致の形成 |

第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
観光情報の一元化
コーディネーターによる効果的なPRとプロモーション活動の展開・既存施設等の有効活用と機能充実
仁淀川町観光協会(仮称)の設立と運営
観光ガイドの養成
観光資源の発掘と観光素材の整理とガイド要員の増員活動の実施
おもてなし観光の推進
仁淀川町独自の滞在型観光ビジネスの展開(ツアー商品の確立、仁淀川町の観光団体等の情報ネットワークの強化)
観光案内板の設置、既存施設の改修を含めた老朽化対策等の実施
地場産品開発の実施(仁淀川町のお土産品、仁淀川町の食メニューなどの開発・販売)
観光団体等の相互サポート体制づくり
ガイド養成人数
20人
実施ツアー数
50ツアー
一体的な歴史的風致の形成
浜口邸の整備
牧野富太郎生家の復元整備
歴史的風致地区へのJR客車移設
牧野公園の整備
風致地区の標識整備
佐川町歴史的風致維持向上計画協議会における歴史的風致維持向上施設の審議、提言等
佐川町物産・集客ツールの検討
まちの駅を中心とした風致地区の観光活性化事業の実施
名教館の移設・整備
牧野公園花見棟・売店棟の整備
知的体験型観光メニューの実施
佐川町の偉人の収蔵資料活用のための施設整備及び運営管理方法等の検討
収蔵資料活用方法の検討、活用メニューの実施など
歴史的風致地区への入込客数
10,000人

## 【仁淀川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 36 越知町の総合的な観光推進と地場産品の販売促進<br><br>《越知町》 | 情報発信機能と物販機能を持った、「越知町観光物産館おち駅」を拠点に越知町における観光振興と物産販売体制の強化を図る。また、地域の様々な素材を組み合わせた交流・体験型観光のメニューづくりや地場産品等を活用した加工体制づくりと新商品開発に取り組み、観光及び物販による外貨の獲得につなげる。 | ・おち駅運営協議会<br>・越知町観光協会<br>・JAコスモス<br>・越知町　など | ・観光物産館おち駅の整備（H21～22）<br>◆「観光物産館おち駅」での農産物の販売高が伸びたことにより、やりがいを感じ始めた農家からの出荷量が増えてきている。<br><br>・体験型観光の推進（H22～26）<br>◆平成23年度から取組を始めたカヌー・ラフティングの体験型観光利用者が増加傾向にあり、今後も交流人口の拡大が期待できる。 | ・物販販売体制の強化<br><br>・荒天時やシーズンオフに対応する体験型観光メニューの開発<br><br>・団体客の受入に向けたラフティング・インストラクターの養成 | ◆観光物産館おち駅の利用者拡大のための取組の実施<br><br>◆横倉山等を活用した体験型観光のメニュー開発<br><br>◆継続的なラフティング・インストラクターの養成及び団体向けメニューの開発 |
| 37 屋形船を活用した拠点施設の整備による交流人口の増と地域の活性化<br><br>《日高村》 | 仁淀川沿いエリアでの新たな観光振興につながる屋形船の運行開始に合わせて船の発着場周辺を整備することで、集客力のアップを図り、観光振興につなげる。 | ・日高村<br>・(株)屋形船仁淀川 | ・交流人口の拡大のための条件整備（H21～26）<br>◆平成21年度に産業振興アドバイザーにより日高村の観光資源活用調査事業を実施し、エリアごとの活用案を取りまとめ、具体的な検討を進める中、仁淀川沿いエリアにおいて、川を活用した体験メニューの充実が求められるところとなり、平成24年5月より屋形船の運航となった。また平成25年5月より3隻運航の開始となった。 | ・屋形船事業の知名度の向上<br>・冬期(減客期)の集客に向けた対策の検討 | ◆屋形船の運行に向けた取組<br><br>◆物産販売施設等の拠点整備 |
| 38 国宝を活用した観光資源の整備による交流人口の増と地域の活性化<br><br>《日高村》 | 小村神社の国宝（大刀）の有効活用や、恵まれた自然環境を活かした観光資源の整備を図ることで、小村神社周辺エリアでの交流人口を拡大し、観光振興につなげる。 | ・日高村 | ・交流人口の拡大のための条件整備（H21～26）<br>◆産業振興アドバイザーにより日高村の観光資源活用調査事業を実施し、エリアごとの活用案を取りまとめた。その後、ボランティアガイド組織の立上げやガイド育成、モニターツアーの実施等、具体的な取組を進めてきた。<br>◆「村の駅ひだか」内にH26.11月から国宝に指定された大刀（レプリカ）を展示している。（新図書館完成後に移設の予定）(H26) | ・観光交流における大幅な集客方法がない<br><br>・国宝に指定された大刀（レプリカ）の常設展示など観光資源の磨き上げ<br><br>・域内の観光ガイドの組織化など体制整備 | ◆国宝(大刀)レプリカや展示スペースの整備<br><br>◆小村神社周辺の案内看板整備<br><br>◆観光PR資材やガイド用教材等の作成 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
施設での販売額
(H22:5,600万円)
6,000万円
観光物産館おち駅の利用者拡大のための取組の実施
産直体制の強化、越知名物づくり、県内外へのPR(HP、各種媒体の活用)
体験メニューの造成
6メニュー
横倉山等を活用した体験型観光のメニュー開発
案内人の養成数
6人
案内人養成及び体制づくり
資料の収集
コースの検討
体験マップの作成
体験メニューの試行
体験メニューの本格実施
案内人用テキストの作成
参加者用学習ツールの作成
他の体験メニュー等と組合わせたプログラム開発
県内外へのPR(HP、各種媒体の活用)
ラフティング・インストラクター数
(H23:6人)
8人
継続的なラフティング・インストラクターの養成及び団体向けメニューの開発
ラフティング・インストラクター養成講座の実施
団体向けのメニュー検討
モニターツアーの実施
県内外へのPR(HP、各種媒体の活用)
拠点整備の検討
乗船者数
(H25:3,277人)
4,500人
屋形船の運行に向けた取組
事業化に向けた準備(実施団体の確定等)
観光ルートの設定、観光メニュー化、ツアー商品化
体験型観光での入込客数
(H22:7,834人)
23,500人
本格実施及びPRの取組
物産販売施設等の拠点整備
周辺施設等の検討及び整備
体験型観光での入込客数
(H22:7,834人)
23,500人
国宝(大刀)レプリカや展示スペースの整備
小村神社周辺の案内看板整備
観光PR資材やガイド用教材等の作成
国宝のレプリカ等の作製方法・保管場所・管理方法・管理主体等について関係機関との協議
レプリカの作製・保管場所の整備・常設展示の開始
観光ルートの設定、周辺整備、観光メニュー化、ツアー商品化
観光ボランティアガイドの育成研修の実施
観光客の受入
観光ルートの設定、観光資源の掘り起し

# Ⅱ　各地域の具体的な取組

# 6　高幡地域

## 6　高幡地域

### （1）　地域の産業を取り巻く状況

当地域は、地域の大部分を占める森林資源を活かした林業分野をはじめ、農水産業などの1次産業を中心に栄えてきましたが、長引く景気の低迷や少子高齢化の進行、消費流通構造の変化などにより、1次産業は足腰が弱り、人口は減少傾向にあります。

平成22年の国勢調査では、前回（平成17年）と比較して人口は7.5％減少し、高齢化率は約36％と4％増加、生産年齢人口は約53％と2.3％減少するなど、地域を取り巻く環境は、厳しさを増しています。こうした状況に歯止めをかけ、中山間地域の活性化に繋げるため、当地域では 47 の地域アクションプランを位置づけ、官民協働で取り組んできました。周りを取り巻く状況の変化や生産量の確保、安定的な事業運営など課題は数多くありますが、これらの取組等により、当地域における産業の状況は変わりつつあります。

農業分野では、まとまりのある産地づくりが進み、基幹品目であるミョウガについては、H26園芸年度（H25.9～H26.8）にH27目標としていた56.8億円を超える過去最高の販売額を達成し、中山間地域では、集落営農組織が法人化（(株）サンビレッジ四万十、（農）ひらの、（農）志和、（農）藤ノ川ファーマーズ）されるなど、集落営農の取組が進んでいます。

林業分野では、所有形態が小規模で分散していることや長引く木材価格の低迷等により森林施業を推進し難い状況にある中で、「森の工場」が29団地に増設されたほか、協働の森づくり事業では協定企業と連携した商品開発や循環型の森づくり、地域環境に配慮した森林整備等に取り組むとともに、シイタケ栽培などの特用林産物の生産・販売にも力を入れています。

水産業分野では、漁獲量の減少や魚価の低迷により経営の厳しい状況が続いていますが、四万十町では漁業者による企業組合と水産加工業者が連携して1.5次加工に取り組んでいるほか、中土佐町ではスラリーアイスを活用した鮮度保持実験による有効性を見出し、効果的な販売に繋げようとする取組などが進んでいます。

商工業分野では、津野町や四万十町で豊富な地域資源を活用した総合販売や拠点施設の整備拡充により、新たな地域ビジネスが展開され始めており、他の地域でもカツオをはじめ地域の食材を活用した新商品の開発が進んでいます。

観光分野では、全国的にも貴重な地形の四国カルストや、横浪半島に代表される変化に富んだ海岸線と清流四万十川などの恵まれた大自然、また津野山神楽、龍馬脱藩の道などの歴史的・文化的遺産といった魅力的な観光資源を核とし、さらに「海洋堂ホビー館四万十」「海洋堂かっぱ館」といった新たな観光拠点と四万十町への高速道路の延伸効果を十分に活かしながら、平成 28 年度に開催される地域博覧会を契機として、今後より一層、広域で連携した取組が進んでいくことが期待されています。

## （２）　地域アクションプランの概要

当地域では、引き続き１次産業の振興に取り組むとともに、移住の促進や担い手の確保、６次産業化への取組などによる拠点ビジネスの展開、自然や文化等の資源を組み合わせた交流人口の拡大など、「連携」を意識した取組を進め、関係者でお互いの目指す姿を共有し、協働で取り組むことによって、中山間地域の活性化を図ります。

農業分野では、まとまりのある産地づくりなどにより、ミョウガやニラなど全国トップのシェアを誇る園芸品目の品質確保と生産拡大に取り組み、農家所得の向上を目指します。また、中山間地域では、農協間連携によるユズの産地育成や、四万十栗のブランド化、栗園地の再生などに取り組むとともに、集落の農地を守り、次世代に繋げる集落営農組織のステップアップを推進します。さらに、生産者グループによるエコ米の生産販売活動や葉にんにくを活用した加工品など、特色ある商品づくりの取組を支援します。加えて、滞在型市民農園等の活用による移住を受け入れやすい風土づくりなど、移住定住を加速化し、外部からの地域の担い手となる人材の受け入れなどにより、地域力の強化を図ります。

林業分野では、四万十森林資源の高付加価値化を促進するため、四万十川流域４市町村の広域連携で「四万十ヒノキ」のブランド化を目指すとともに、循環型社会の構築を促進するため、引き続きＦＳＣ、ＳＧＥＣの森林認証材の加工販売の拡充や、林地残材等を活用した木質ペレットの安定供給など木質バイオマスの利活用に積極的に取り組み、地域の森林資源の有効活用を図ります。加えて、地域林業の中核となる森林組合の体質強化や森林所有者の所得向上を支援します。

水産業分野では、スラリーアイスを活用したブランド化による魚価向上対策、シイラの加工販売、カツオを使った商品開発に力を入れます。また、インターネットや直販所など販売チャンネルの多様化を図り地場の魚を広くＰＲするとともに、カンパチやマダイなど養殖魚の販路開拓や出荷体制の強化、滞在型・体験型観光資源の活用による交流人口の拡大に取り組みます。

商工業分野では、観光拠点でもある大正町市場で、世代や地域を超えた交流を図り、将来にわたって持続するよう中心商店街の活性化と地域への波及効果を目指します。

観光分野では、瑞々しい森や清流、黒潮踊る太平洋といった豊かな自然や津野山郷などの伝統文化を活かした体験レジャーへの誘客を図るとともに、地元医療機関と連携した森林セラピーを推進していきます。また、国の重要文化的景観に選定されている四万十川流域や久礼の漁師町、龍馬脱藩の道、海洋堂ホビー館四万十、海洋堂かっぱ館など多種多様な地域の核となる観光資源を磨き上げ、高幡地域全体で有機的、効果的に繋げることにより、滞在型、体験型の観光推進を積極的に支援し、観光交流人口の拡大と地域経済への波及効果の拡大を図ります。

また、津野町、四万十町のビジネス拠点組織等や久礼新港の背後地に整備が予定されている拠点施設等を中心に、農業や水産業、商業など複数の分野が連携した６次産業化への取組を支援し、地域の産業再生に取り組みます。

## （３）　重点的な取組

○ まとまりのある産地づくり
（主要基幹品目の生産拡大、大野見米のブランド化など）
○ 森を活かす取組
（四万十ヒノキのブランド化、木質バイオマスの利活用促進、森林認証材の販路拡大など）
○ 地域の特産物を活用した商品づくり
（シイラ、カツオ、ショウガ、葉にんにくなど）
○ ６次産業化への取組等による拠点ビジネス
（津野町、四万十町、中土佐町）
○ 中心市街地の賑わいづくり
（中土佐町）
○ 滞在型、体験型観光の推進
（森林セラピー、漁業体験、グリーンツーリズム、海洋堂ホビー館四万十など）

## （４）　主要な指標及び目標

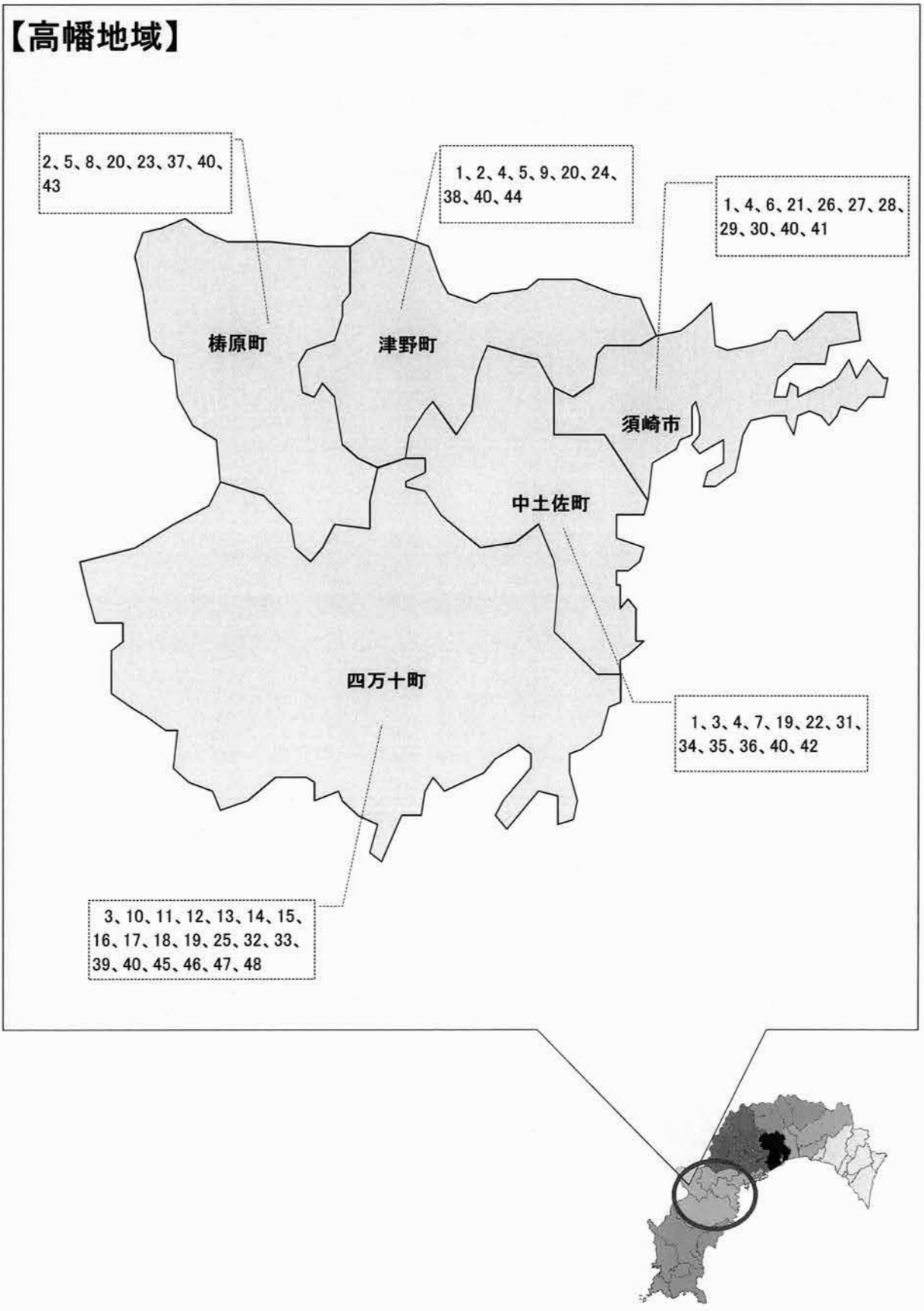
| 項　　目 | 実　　績 | 目　　標 |
|---|---|---|
| 主要農産物（ミョウガ）の販売額<br>主要農産物（ニラ）の販売額　＜注１＞ | H23：52.9 億円<br>H23：8 億円 | H27：60 億円<br>H27：10 億円 |
| 四万十ヒノキブランドの製品販売高 | H22：－ | H27：原木 9,000 ㎥<br>製品 2.7 億円 |
| シイラの取扱量 | H22：26ｔ | H27：85ｔ |
| 主要施設宿泊者数＜注２＞ | H24：39,163 人 | H27：40,000 人 |
| ビジネス拠点組織の直販所等販売額<br>＜注３＞ | H22：427 百万円 | H27：582 百万円 |

注１：ミョウガはＪＡ土佐くろしお、ニラはＪＡ四万十の取扱分
２：雲の上ホテル、マルシェユスハラ、松葉川温泉、天狗荘、黒潮本陣、四万十源流の家等高幡地域管内の主要な９施設の合計
３：津野町関連直販所６店舗の直販所販売額と「道の駅」あぐり窪川の販売額の合計

## （５）　具体的な取組

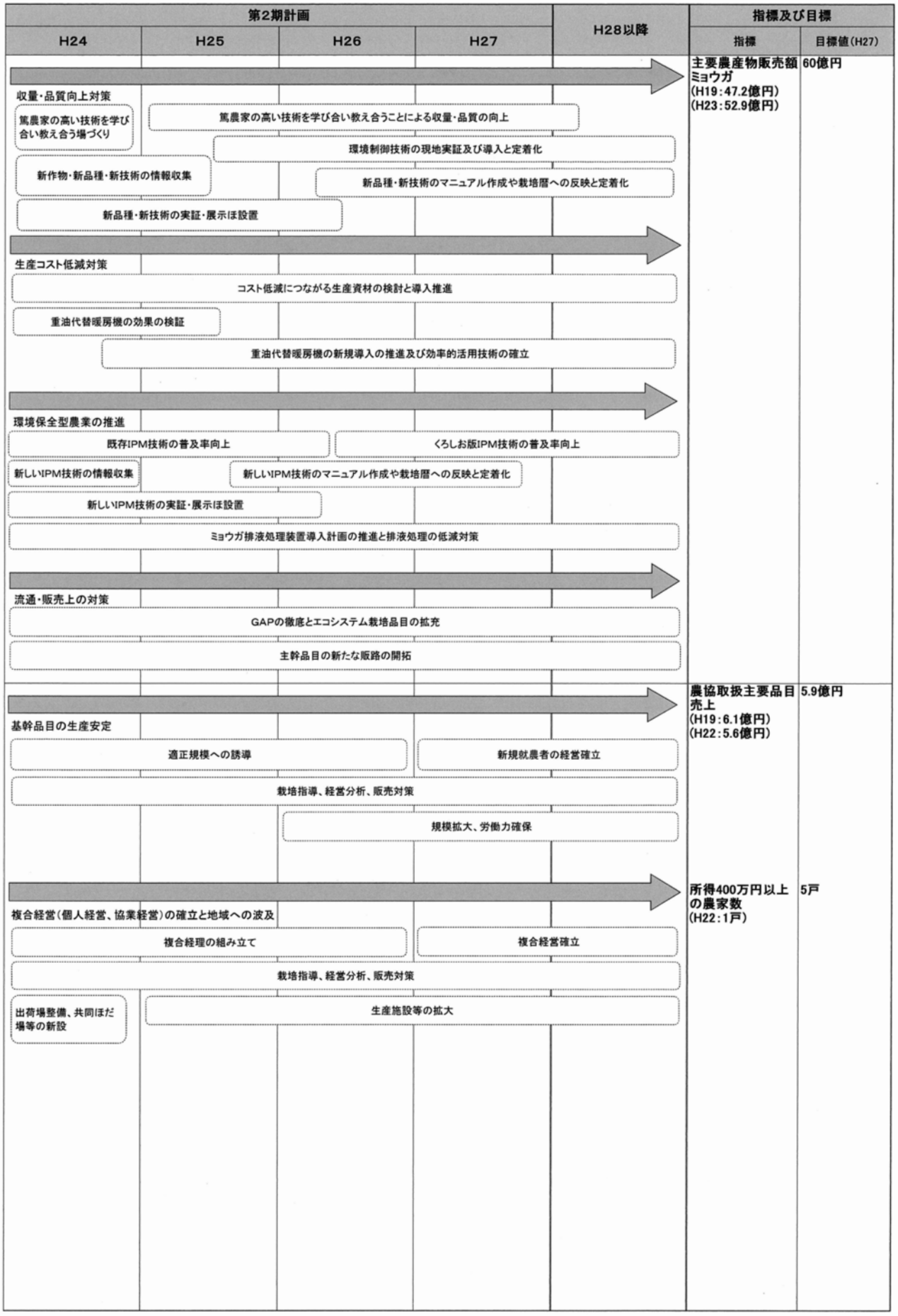
| No. | | 須崎市 | 中土佐町 | 檮原町 | 津野町 | 四万十町 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 地域基幹園芸品目の生産振興と農家の所得向上 | ● | ● | | ● | |
| 2 | 中山間地域での持続可能な農林業経営の確立 | | | ● | ● | |
| 3 | 基幹品目等の維持・発展による地域農業の活性化 | | ● | | | ● |
| 4 | JA土佐くろしおが担う地域農業の活性化 | ● | ● | | ● | |
| 5 | 津野山牛のブランド化 | | | ● | ● | |
| 6 | 葉にんにくを活用した加工食品の生産・販売の拡大 | ● | | | | |
| 7 | 大野見米のブランド化 | | ● | | | |
| 8 | 檮原産キジ肉の生産・販売の拡大 | | | ● | | |
| 9 | つの茶販売戦略 | | | | ● | |
| 10 | 集落営農組織のステップアップの推進 | | | | | ● |
| 11 | 直売所・農家レストランを核とした「地消地産」の推進 | | | | | ● |
| 12 | 四万十町地産外商の推進 | | | | | ● |
| 13 | 四万十町のこだわり野菜を使った加工品の生産販売による地域活性化 | | | | | ● |
| 14 | 四万十の栗再生プロジェクト | | | | | ● |
| 15 | 滞在型市民農園等を活用した四万十町の移住を受け入れやすい風土づくり | | | | | ● |
| 16 | 地域資源活用推進と加工場等の整備 | | | | | ● |
| 17 | 四万十の生姜プロジェクト | | | | | ● |
| 18 | 四万十のうまい豚プロジェクト | | | | | ● |
| 19 | 「四万十ヒノキ」のブランド化を主体とした地域森林資源の有効活用 | | ● | | | ● |
| 20 | 「1億円産業の復活」をスローガンとする津野山産原木シイタケの産地化の推進 | | | ● | ● | |
| 21 | 県産竹材を活用した加工品づくりのための竹材の安定供給 | ● | | | | |
| 22 | 四万十川源流クロモジ等中山間資源活用ビジネスの創出 | | ● | | | |
| 23 | 循環型社会の構築を促進するための森林資源の有効活用 | | | ● | | |
| 24 | 津野町森林・林業再生プロジェクト | | | | ● | |
| 25 | 四万十かおりビジネス事業 | | | | | ● |
| 26 | 美味しい！須崎の魚（いお）消費拡大プロジェクト | ● | | | | |
| 27 | 野見湾産養殖カンパチの販路拡大 | ● | | | | |
| 28 | 浦ノ内湾産養殖マダイの販路拡大 | ● | | | | |
| 29 | 楠木鮮魚一を活用した南地区の活性化 | ● | | | | |
| 30 | 地域産物を活用したお魚チップスの生産・販路の拡大 | ● | | | | |
| 31 | 中土佐町地域ブランドの創出と販売促進 | | ● | | | |
| 32 | シイラ加工の生産体制の強化 | | | | | ● |
| 33 | シイラ加工食品の生産拡大 | | | | | ● |
| 34 | 大正町市場商店街活性化事業 | | ● | | | |
| 35 | 久礼の浜屋敷整備事業 | | ● | | | |
| 36 | 「中土佐のうまいもん食わしちゃお」商品開発プロジェクト | | ● | | | |
| 37 | 檮原町地場産品の地産地消・外商の促進 | | | ● | | |
| 38 | 津野町地産地消・外商販売戦略 | | | | ● | |
| 39 | 四万十町拠点ビジネス体制の強化 | | | | | ● |
| 40 | 高幡地域における広域観光の推進 | ● | ● | ● | ● | ● |
| 41 | 須崎市の教育旅行や団体旅行の誘致に向けた体制の整備 | ● | | | | |
| 42 | 中土佐町の地域資源を活用した体験型・滞在型観光の推進 | | ● | | | |
| 43 | 檮原町の体験型・滞在型観光の推進 | | | ● | | |
| 44 | 清流と風と歴史に会えるまち津野町まるごと体感！～観光集客アップ作戦～ | | | | ● | |
| 45 | わざわざいこう「海洋堂ホビー館四万十」を核としたミュージアムのまちづくり | | | | | ● |
| 46 | 四万十町観光交流促進事業 | | | | | ● |
| 47 | 四万十町大正地区の地域経済活性化の核となる事業への取組 | | | | | ● |
| 48 | しまんと時間満喫プロジェクト | | | | | ● |

## 【高幡地域】


2、5、8、20、23、37、40、43
1、2、4、5、9、20、24、38、40、44
1、4、6、21、26、27、28、29、30、40、41
梼原町
津野町
須崎市
中土佐町
四万十町
1、3、4、7、19、22、31、34、35、36、40、42
3、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、25、32、33、39、40、45、46、47、48

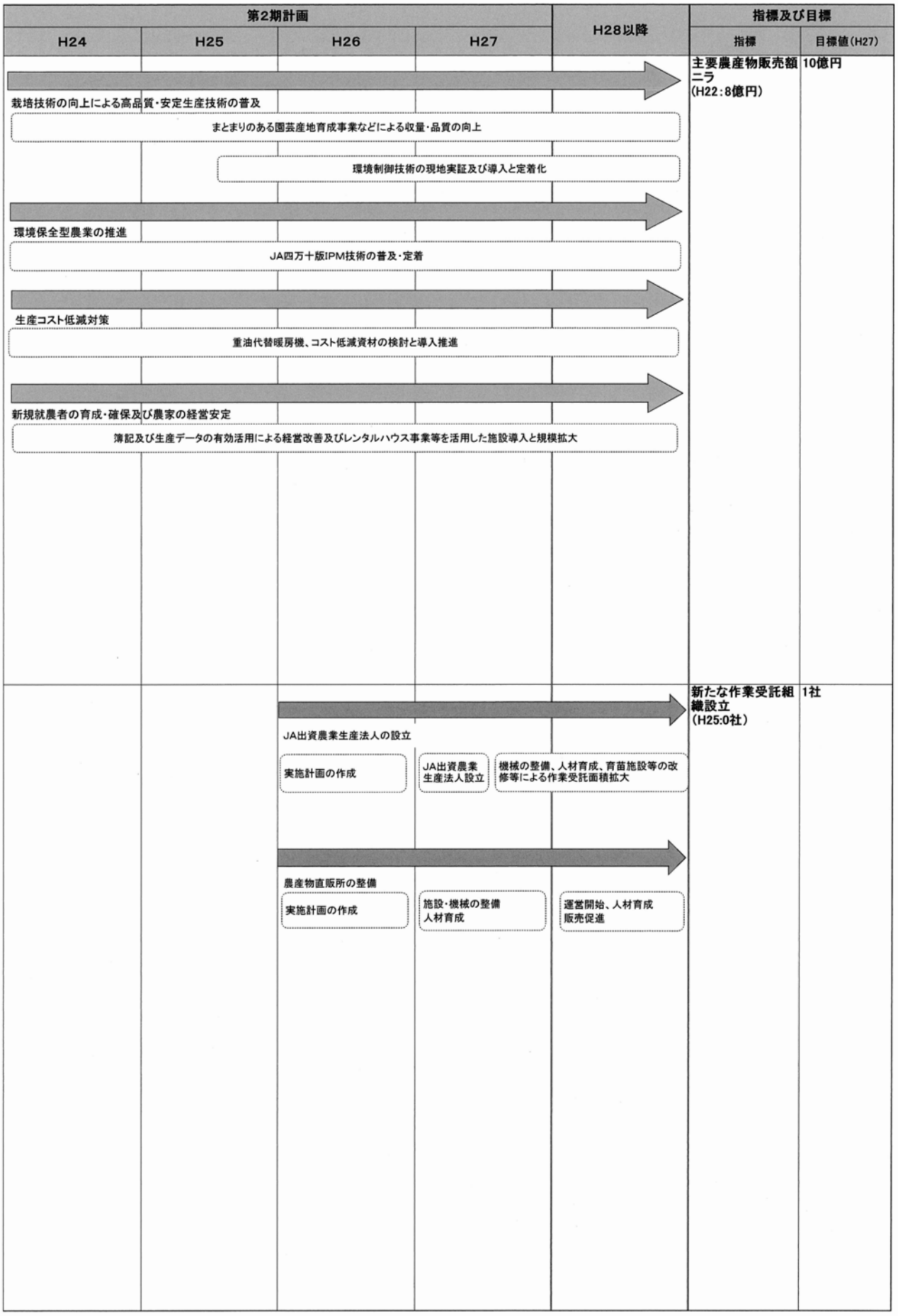
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 地域基幹園芸品目の生産振興と農家の所得向上<br><br>《須崎市、中土佐町、津野町》 | まとまりのある園芸産地づくりを推進するなどして収量・品質の向上に努める。同時に、消費者からの安全・安心の要望に応えるために環境保全型農業を推進し、産地のこだわりを「見える化」した販売に対応してエコシステム栽培品目の増加に取り組むことなどにより、販売額の維持・増加を目指す。あわせて、重油価格等の資材高騰に対応するなどして経営内容の改善を進めることにより農家の所得向上に取り組み、産地の安定的な発展を目指す。 | ・JA土佐くろしお | ・学び教え会う場(H21～26)<br>◆栽培技術や経営分析診断の指導等により、主幹品目の収量・品質が向上して、販売額が高まった。特にミョウガでは平成26園芸年度の販売額が58.6億円となった。<br><br>・環境制御技術の現地実証(H25～26)<br>◆平成25園芸年度から実証を開始し、収量増の品目が認められた。<br><br>・IPM技術の取組(H21～26)<br>◆主要8品目で取り組み、シシトウの現地実証圃の取組の成功により天敵の導入が急速に進み農薬使用量の低減につながった。その他の品目でもIPM技術の導入が始まっている。<br><br>・省エネ対策(H21～26)<br>◆多層被覆や変温管理、重油代替加温機の導入が進んだ。特に、ミョウガ等高温性の品目では現地実証ほの取り組み等によりハウス内環境制御への関心が高まっている。<br><br>・くろしお版GAPの推進(H21～26)<br>◆流通・販売上の対策として、主要8品目で取り組んだ。キュウリでは平成23園芸年度から部会全体でエコシステム栽培の取組が始まった。 | ・個々の農家の所得の向上と安定化<br>・環境制御技術の安定化<br>・重油高騰に伴い急速に導入の進んだ重油代替加温機の効率的活用技術の確立<br>・新規就農者の増加<br>・ミョウガ養液栽培における排液処理対策 | ◆収量・品質向上対策<br><br>◆生産コスト低減対策<br><br>◆環境保全型農業の推進<br><br>◆流通・販売上の対策 |
| 2 中山間地域での持続可能な農林業経営の確立<br><br>《梼原町、津野町》 | 園芸基幹品目において、平坦地域と遜色ない所得を得る生産規模の確保、栽培技術向上、有利販売の取組を推進する。<br>また、安定的な所得を得る複合経営(農業、林業、直販所出荷、農林産物加工を含む)を確立し、地域内への波及を図る。 | ・JA津野山 | ・複合経営の推進(H21～26)<br>◆中山間地域での所得向上の可能性が見えてきている。<br><br>・農協間連携によるユズの導入(H21～26)<br>◆中山間地域での新たな産地化、所得の確保の可能性が出てきた。H25から新植園からの出荷量が増大しつつある。<br><br>・林産物による所得向上(H22～26)<br>◆特上肉厚シイタケ等においても所得向上につながる動きが始まり、生産が拡大しつつある。<br><br>・「こうち型集落営農」の推進(H21～26)<br>◆「協業型施設園芸」の経営が始まり、安定生産が実施されつつある。 | ・新規就農者の確保<br>・「中山間地域で若い世代が暮らし、子育てできる」農業の確立<br>・中山間地域での持続可能な農業経営の推進 | ◆基幹品目の生産安定<br><br>◆複合経営(個人経営、協業経営)の確立と地域への波及 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
主要農産物販売額
ミョウガ
(H19:47.2億円)
(H23:52.9億円)
60億円
収量・品質向上対策
篤農家の高い技術を学び合い教え合う場づくり
篤農家の高い技術を学び合い教え合うことによる収量・品質の向上
環境制御技術の現地実証及び導入と定着化
新作物・新品種・新技術の情報収集
新品種・新技術のマニュアル作成や栽培暦への反映と定着化
新品種・新技術の実証・展示ほ設置
生産コスト低減対策
コスト低減につながる生産資材の検討と導入推進
重油代替暖房機の効果の検証
重油代替暖房機の新規導入の推進及び効率的活用技術の確立
環境保全型農業の推進
既存IPM技術の普及率向上
くろしお版IPM技術の普及率向上
新しいIPM技術の情報収集
新しいIPM技術のマニュアル作成や栽培暦への反映と定着化
新しいIPM技術の実証・展示ほ設置
ミョウガ排液処理装置導入計画の推進と排液処理の低減対策
流通・販売上の対策
GAPの徹底とエコシステム栽培品目の拡充
主幹品目の新たな販路の開拓
農協取扱主要品目売上
(H19:6.1億円)
(H22:5.6億円)
5.9億円
基幹品目の生産安定
適正規模への誘導
新規就農者の経営確立
栽培指導、経営分析、販売対策
規模拡大、労働力確保
所得400万円以上の農家数
(H22:1戸)
5戸
複合経営(個人経営、協業経営)の確立と地域への波及
複合経理の組み立て
複合経営確立
栽培指導、経営分析、販売対策
出荷場整備、共同ほだ場等の新設
生産施設等の拡大

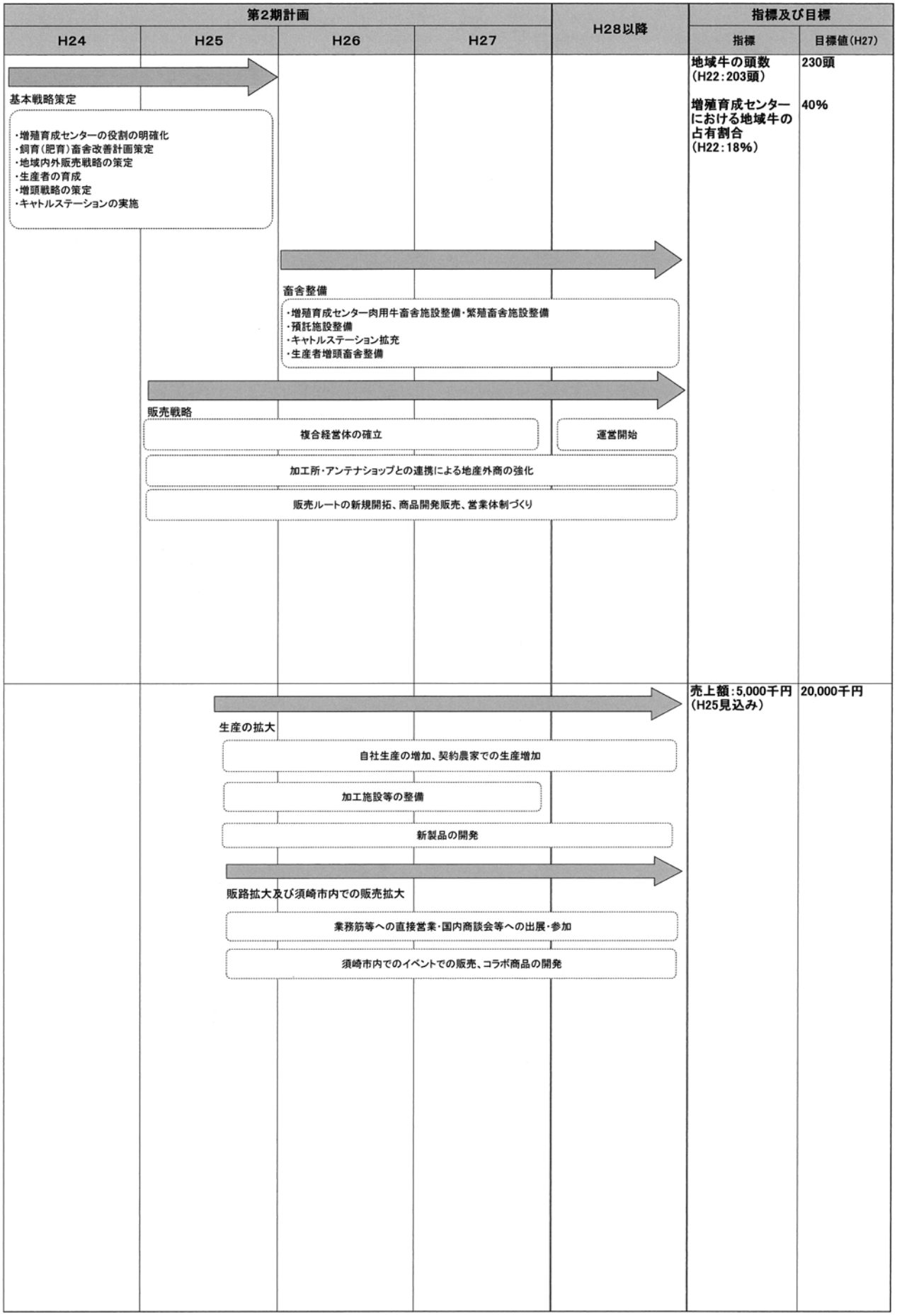
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 基幹品目等の維持・発展による地域農業の活性化<br><br>《中土佐町、四万十町》 | 農業の基幹品目及び推進品目等の維持発展のために、農業者と関係機関が一体となって、収量・品質の向上、経営改善、環境保全型農業の推進などに取り組む。 | ・JA四万十 | ・学び教え合う場(H21～26)<br>◆ミョウガなど基幹品目の販売額増加、新規就農者の確保やレンタルハウス事業等よる施設整備など、産地の維持・発展が図られ、地域農業の活性化に繋がった。ニラでは収量向上や雇用、担い手対策など産地課題の解決に向けた取組が図られ始めた。<br><br>・栽培技術の向上による収量・品質の向上(H21～26)<br>◆目標収量達成率<br>H21:75%、H22:76%、H23:55%、H24:76%、H25:74%<br><br>・環境制御技術の現地実証(H25～26)<br>◆平成25園芸年度から実証を開始し、収量増の品目が認められた。<br><br>・環境保全型農業の推進<br>(H21～26)<br>◆JA部会でのエコシステム認証出荷を開始し、H21年度はミョウガ、ピーマン、キュウリ、H22年度には露地ショウガを追加して、環境保全型農業に取り組んだ。<br><br>・新規就農者の確保(H21～26)<br>◆関係機関と連携した取組により68名の新規就農者を確保できた。<br>H21:19名、H22:9名、H23:11名、H24:9名、H25:20名 | ・生産出荷指標の達成に向けた計画生産の実施<br><br>・ニラの販売額10億円に向けたビジョンの作成及び課題解決<br><br>・環境制御技術の確立と普及 | ◆栽培技術の向上による高品質・安定生産技術の普及<br><br>◆環境保全型農業の推進<br><br>◆生産コスト低減対策<br><br>◆新規就農者の育成・確保及び農家の経営安定 |
| 4 JA土佐くろしおが担う地域農業の活性化<br><br>《須崎市、中土佐町、津野町》 | JA出資農業生産法人を設立し、農作業受託等による地域の農業者の作業軽減及び農地の維持等を図る。<br>また、「くろしお市」「みのり市」の2つの直販所を移転統合、拡充して、地域農産物や地元食材を活かした惣菜、加工品の販売を行い、農業者の所得向上を目指す。 | JA土佐くろしお | ・法人設立に向けた検討(H26)<br>◆平成27年4月に設立することが決定(名称:みのり)し、JA広報誌2月号で組合員に概要を周知した。<br><br>・直販所整備に向けた検討(H26)<br>◆既存出荷者、JA女性部、地区代表者への説明会を開催した。<br>◆販売計画が検討され、施設仕様が決定した。(平成28年3月完成予定) | ・水稲作業受託の円滑な実施<br><br>・新規会員の確保<br>・店舗職員の人材育成 | ◆JA出資農業生産法人の設立及び施設・機械等の整備<br><br>◆農産物直販所の整備 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
主要農産物販売額
ニラ
(H22:8億円)
10億円
栽培技術の向上による高品質・安定生産技術の普及
まとまりのある園芸産地育成事業などによる収量・品質の向上
環境制御技術の現地実証及び導入と定着化
環境保全型農業の推進
JA四万十版IPM技術の普及・定着
生産コスト低減対策
重油代替暖房機、コスト低減資材の検討と導入推進
新規就農者の育成・確保及び農家の経営安定
簿記及び生産データの有効活用による経営改善及びレンタルハウス事業等を活用した施設導入と規模拡大
新たな作業受託組織設立
(H25:0社)
1社
JA出資農業生産法人の設立
実施計画の作成
JA出資農業
生産法人設立
機械の整備、人材育成、育苗施設等の改修等による作業受託面積拡大
農産物直販所の整備
実施計画の作成
施設・機械の整備
人材育成
運営開始、人材育成
販売促進

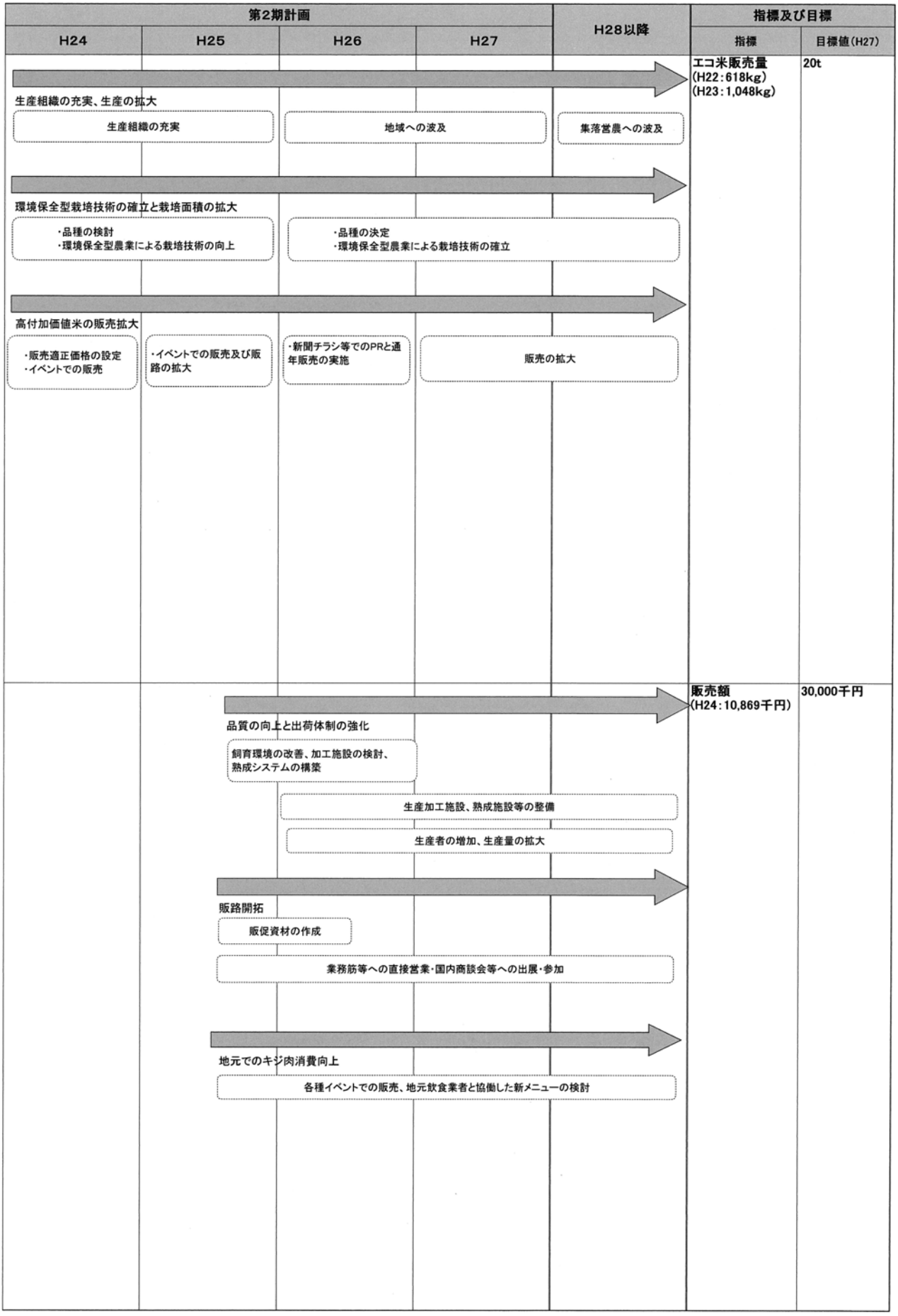
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 5 津野山牛のブランド化<br><br>《梼原町、津野町》 | 津野山地域（津野町・梼原町）の子牛生産から肥育の地域一貫経営を確立し、地域内外で精肉や肉の加工食品を販売することで、「津野山牛」の認知度をアップし、生産頭数増、飼育者増等に繋げる。 | ・（仮称）肉用牛増殖育成センター<br>・津野町<br>・梼原町 | ・加工開発販売ビジネス（H21～23）<br>◆地域食材に付加価値を付けた商品を開発販売することで、地域の活性化を図るため、専門家によるメニュー開発、販売計画と共に食材供給体制の整備などを行った。<br><br>・津野山牛の商品化(H24～26)<br>◆船戸加工所「満天の星」において津野山牛の商品化（総菜・アンテナショップのレストラン用メニュー）ができた。<br><br>・キャトルステーションへの預託（H25～26）<br>◆哺育牛の預託がスタート。津野町・梼原町から利用料金の補助があるため、カルスト牧場の放牧とキャトルステーションの子牛預託の一体的な体制が確立された。その結果、キャトルステーション預託牛が高原家畜市場に初めて出荷された25年9月の市場で、最高値を付け高評価された。また、25年11月の家畜市場でも、キャトルステーション預託牛3頭が農家から出荷され、市場平均よりも高価格で取引された。<br>◆26年度は、経験牛の管理のしやすさ等が評価され、継続して預託を希望する生産者が多かった。繁殖経営では、省力化が図られ、増頭を目指す生産者も見受けられた。しかしながら、キャトルステーション内で疾病の発生が数回あり、生産者からの受け入れを中止し。一定期間、JAの牛だけで、このことを検証している。 | ・地域における生産から販売までの一体的な増殖肥育販売体制の確立<br>・消費者への認知度アップによる購買者確保対策（家畜市場としての魅力づくり）<br>・四国カルストを利用した「夏山冬里方式」の管理体制（人員確保など）の強化<br>・（仮称）肉用牛増殖育成センターの方向性の決定が難航している。 | ◆基本戦略策定<br><br>◆畜舎整備<br><br>◆販売戦略 |
| 6 葉にんにくを活用した加工食品の生産・販売の拡大<br><br>《須崎市》 | 須崎市浦ノ内地区産の葉にんにく、国産の麦味噌、白味噌を使用したぬたを生産しており、東京の料亭やホテルなどに販売している。今後、契約農家等での増産を行い、新商品の開発に取り組むとともに販路の拡大を行う。 | ・(株)アースエイド | ・販売促進（H25～26）<br>◆展示商談会や試食会を開催し、県内スーパーでの商品取り扱いにつなげた。<br>◆商品コンテストへ参加し、新商品を開発。契約店によるネット通販を開始した。<br>◆高知県地場産業大賞の「地場産業奨励賞」を受賞<br><br>・産業振興総合支援事業費補助金（H25）<br>◆冷凍庫等必要機器の整備 | ・新商品の開発<br>・メディアでの露出 | ◆生産の拡大<br><br>◆販路拡大及び須崎市内での販売拡大 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
基本戦略策定
・増殖育成センターの役割の明確化
・飼育(肥育)畜舎改善計画策定
・地域内外販売戦略の策定
・生産者の育成
・増頭戦略の策定
・キャトルステーションの実施
地域牛の頭数
(H22:203頭)
230頭
増殖育成センターにおける地域牛の占有割合
(H22:18%)
40%
畜舎整備
・増殖育成センター肉用牛畜舎施設整備・繁殖畜舎施設整備
・預託施設整備
・キャトルステーション拡充
・生産者増頭畜舎整備
販売戦略
複合経営体の確立
運営開始
加工所・アンテナショップとの連携による地産外商の強化
販売ルートの新規開拓、商品開発販売、営業体制づくり
売上額:5,000千円
(H25見込み)
20,000千円
生産の拡大
自社生産の増加、契約農家での生産増加
加工施設等の整備
新製品の開発
販路拡大及び須崎市内での販売拡大
業務筋等への直接営業・国内商談会等への出展・参加
須崎市内でのイベントでの販売、コラボ商品の開発

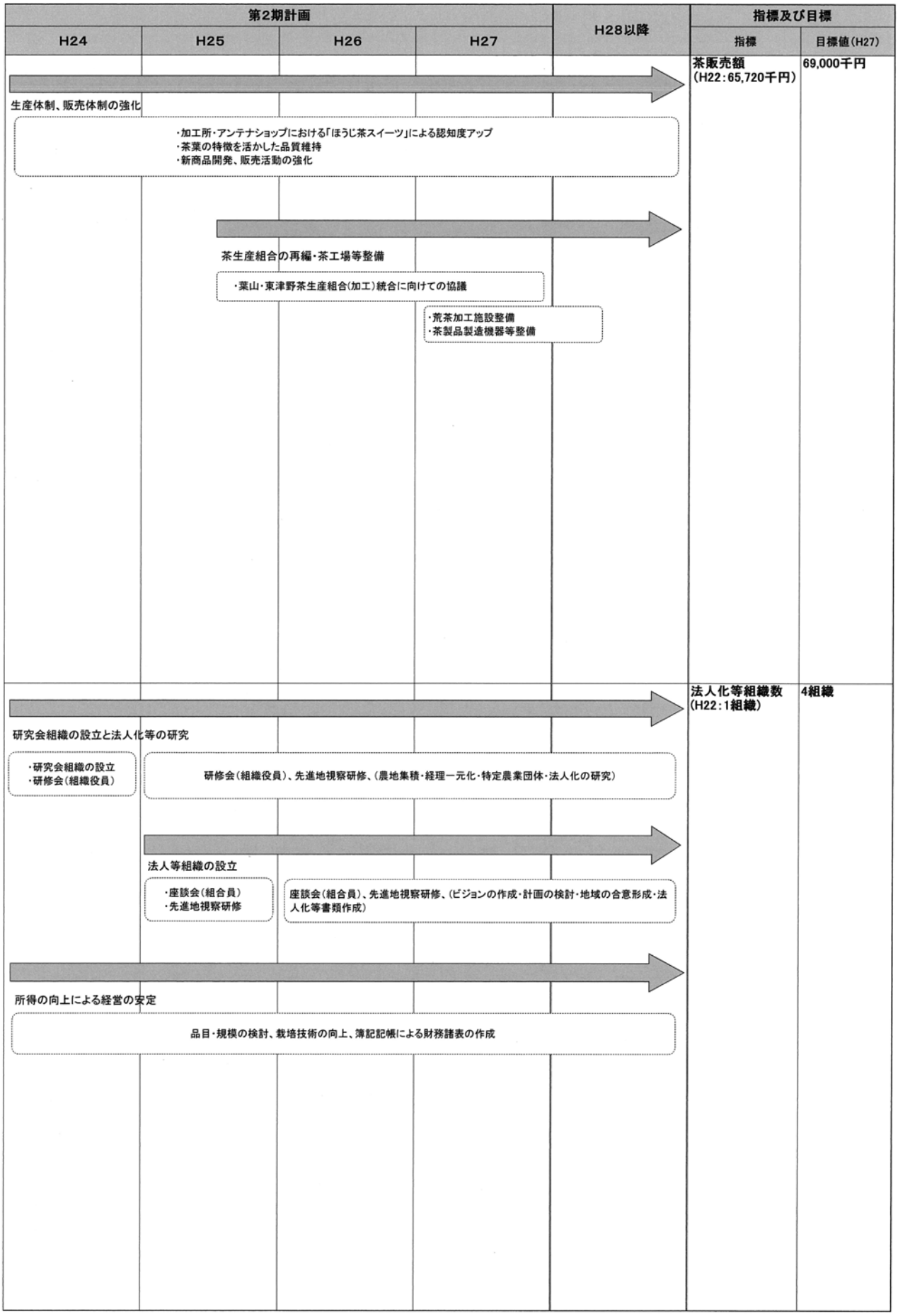
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 7 大野見米のブランド化<br><br>《中土佐町》 | 四万十川の豊かな自然条件を活用して生産される大野見米のブランド化をキーワードとして、まとまりのある生産・販売体制を構築し、消費者に選ばれる米産地づくりを推進する。 | ・中土佐町<br>・JA四万十 | ・大野見米のブランド化（H21～26）<br>◆おおのみエコロジーファーマーズ（旧：大野見産米エコ研究会）の特別栽培米への取組、会員自ら対面販売や販売促進活動を実施するなどブランド化への取組が進んでおり、今後まとまりのある生産・販売体制を構築し、大野見地域の活性化に繋げていく。<br>・組織・生産体制づくり（H22～26）<br>◆研究会組織の立ち上げ、執行委員体制6名の確立、テキストの作成、ホームページの立ち上げ・更新を行えた。<br>・栽培技術の確立（H21～26）<br>◆特別栽培米暦の作成、実証等により、品質の標準化に取り組んだ。<br>・PR、販売活動（H23～26）<br>◆新米フェスタ、ふるさと祭り、企業へのセット販売、社員食堂や地元大正市場での利用、ネット販売等で、ブランド米として高単価にもかかわらず販売量が年々増加している。<br>◆小中学校や県立大学との交流活動等が行え、大野見地域の活性化に繋がっている。<br>◆マスコミ等でも活動等が取り上げられ、知名度が上がりつつある。<br>◆どぶろく特区に向けた動きが始まった。 | ・組織活動の活性化<br><br>・環境保全型栽培技術の確立と栽培面積拡大<br><br>・付加価値をつけた高単価での販売<br><br>・販路の拡大<br><br>・着実な大野見地域の活性化 | ◆生産組織の充実、生産の拡大<br><br>◆環境保全型栽培技術の確立と栽培面積の拡大<br><br>◆高付加価値米の販売拡大 |
| 8 梼原産キジ肉の生産・販売の拡大<br><br>《梼原町》 | 梼原町内で生産されているキジの品質向上等のために飼育環境の改善を行い、飲食店や百貨店等への販路拡大の取組を行うとともに町内飲食店での消費の向上を図る。また、生産者の所得の向上を図り、後継者の育成を行う。 | ・梼原町雉生産組合<br>・梼原町 | ・品質の向上（H25～26）<br>◆一部の組合員の厩舎のエサにミネラルを投入することによる①死亡率の改善②成長が早い③糞等の匂いの減少が確認できた。<br><br>◆H25の結果を踏まえ、H26には全組合員でミネラルを投入。<br><br>・キジグルメの開始（H26）<br>◆町内飲食店でのキジ肉を使用したメニューの提供を開始し、多くの新聞、テレビ等に取り上げてもらい認知度があがった。 | ・後継者の確保 | ◆品質の向上と出荷体制の強化<br><br>◆販路開拓<br><br>◆地元でのキジ肉消費向上 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
エコ米販売量
(H22:618kg)
(H23:1,048kg)
20t
生産組織の充実、生産の拡大
生産組織の充実
地域への波及
集落営農への波及
環境保全型栽培技術の確立と栽培面積の拡大
・品種の検討
・環境保全型農業による栽培技術の向上
・品種の決定
・環境保全型農業による栽培技術の確立
高付加価値米の販売拡大
・販売適正価格の設定
・イベントでの販売
・イベントでの販売及び販路の拡大
・新聞チラシ等でのPRと通年販売の実施
販売の拡大
販売額
(H24:10,869千円)
30,000千円
品質の向上と出荷体制の強化
飼育環境の改善、加工施設の検討、
熟成システムの構築
生産加工施設、熟成施設等の整備
生産者の増加、生産量の拡大
販路開拓
販促資材の作成
業務筋等への直接営業・国内商談会等への出展・参加
地元でのキジ肉消費向上
各種イベントでの販売、地元飲食業者と協働した新メニューの検討

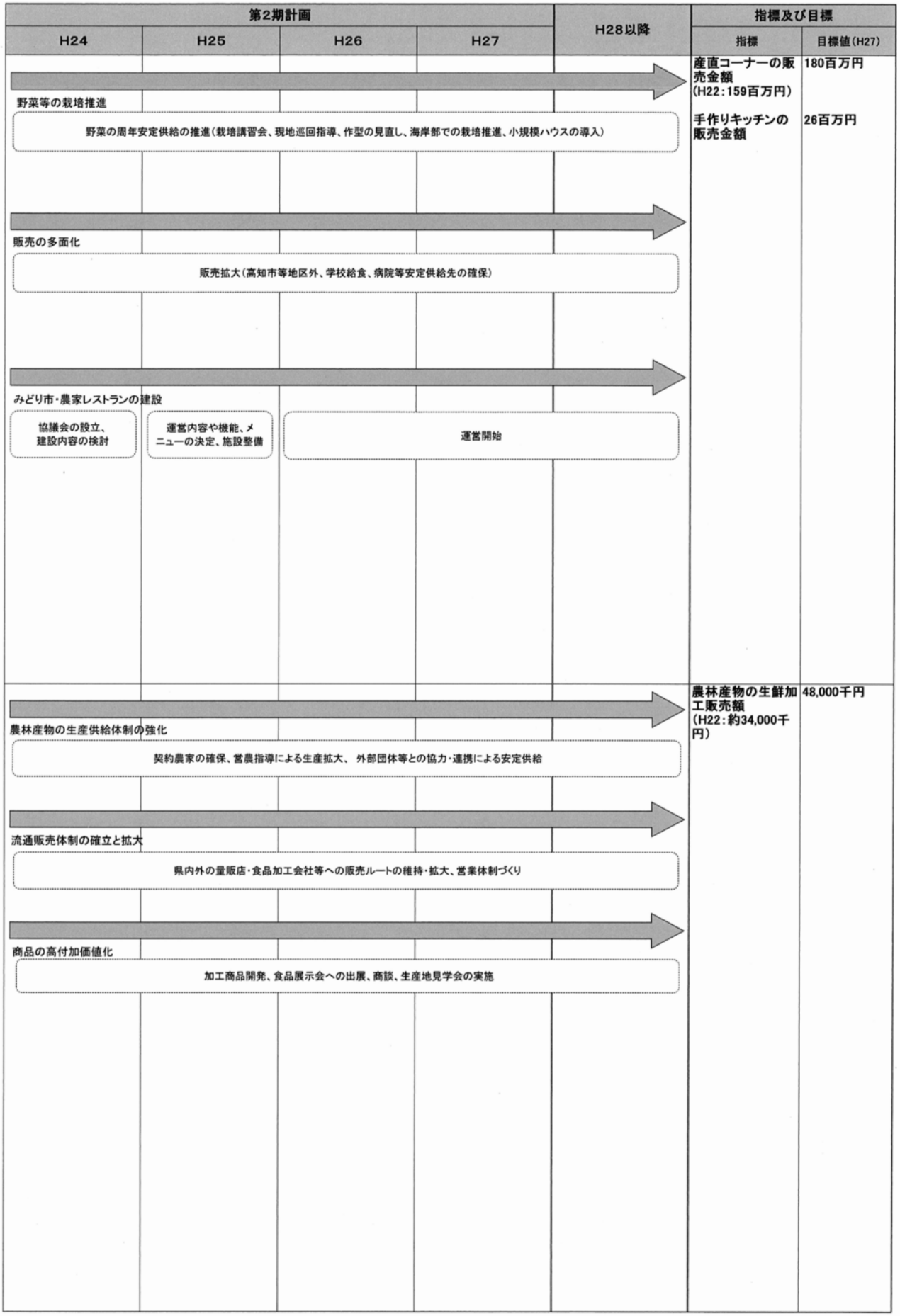
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 9　つの茶販売戦略<br><br>《津野町》 | 「つの茶」の一番茶としての品質向上により単価アップを目指すとともに、「つの茶」を原材料とした多様な茶商品の開発・加工・流通・販売といった6次化により、地域ブランド力を高め、農家の所得向上につなげる。 | ・JA津野山<br>・津野町 | ・加工開発販売ビジネス<br>（H21～26）<br>◆地域食材に付加価値を付けた商品を開発販売することで、地域の活性化を図るため、専門家によるメニュー開発、販売計画と共に食材供給体制の整備などを行った。<br>◆ペットボトル「てっぺん四万十茶」の改良を行い、「四万十川源流茶」として500mlの緑茶・ほうじ茶ペットボトルを新たにラインナップに加えた。<br>◆かぶせ茶を生産・製品化に加え、かぶせ茶パウダーを活用した「みるく豆」を製品化、「津野山ビール」といった新たな飲み方の提案を始めた。<br>・つの茶販売戦略検討会（H25～26）<br>◆茶生産組合・JA津野山・行政により戦略会議を立ち上げ、「つの茶販売戦略計画」を策定した。<br>◆生産農家対象のアンケートを実施した。<br>◆つの茶のブランディング、販路拡大に関して、産業振興アドバイザーを招聘、「ボトルティ」、「雫茶」開発の検討を行った。<br>・組織再編、茶工場改修（H26～）<br>◆茶生産組合の再編、老朽化した茶工場改修、クリーンルーム、自動充填機等の整備について、国（強い農業づくり交付金）に申請した。 | ・価格低迷打破、6次化による安定価格での取引<br>・平成16年頃からの二番茶の急激な単価安への対応<br>・地域ブランドの確立<br>・一番茶の販売増<br>・生産農家の高齢化、放棄茶園対策<br>・機械リースシステムの構築<br>・生産組織再編成（旧葉山・東津野）<br>・品質保持・生産履歴・安心安全農業の取り組み<br>・老朽化した茶工場への対応 | ◆生産体制、販売体制の強化<br><br>◆茶生産組合の再編・茶工場等整備 |
| 10　集落営農組織のステップアップの推進<br><br>《四万十町》 | 集落営農組織の農地の集積や法人化、組織の経営安定等、集落営農組織のステップアップに向けた取組を推進し、農地を守り次世代に継承できる集落営農組織への発展を目指す。 | ・集落営農組織（10組織） | ・集落営農組織の育成<br>（H21～23）<br>◆県全体の集落営農組織のほぼ半数の組織数に至るとともに県内初の農事組合法人が設立（ビレッジ影野、H22年1月）され、こうち型集落営農組織のモデル事例として園芸部門（雨よけピーマン17a）を導入して、中山間地域の農地の維持や経営安定に取り組んだ。<br>70組織（H19）→80組織（H23）<br><br>（H24～25）<br>◆1組織が、H25.12.2法人設立（農事組合法人ひらの）<br><br>（H26）<br>◆2組織が、法人設立（4月農事組合法人志和、1月農事組合法人藤ノ川ファーマーズ）<br>◆1法人が、組織変更（7月農事組合法人ビレッジ影野→株式会社サンビレッジ四万十） | ・地域農業を担う持続した組織への育成<br>・農地集積による営農の確立及び所得確保のしくみづくり | ◆研究会組織の設立と法人化等の研究<br><br>◆法人等組織の設立<br><br>◆所得の向上による経営の安定 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
茶販売額
(H22:65,720千円)
69,000千円
生産体制、販売体制の強化
・加工所・アンテナショップにおける「ほうじ茶スイーツ」による認知度アップ
・茶葉の特徴を活かした品質維持
・新商品開発、販売活動の強化
茶生産組合の再編・茶工場等整備
・葉山・東津野茶生産組合(加工)統合に向けての協議
・荒茶加工施設整備
・茶製品製造機器等整備
法人化等組織数
(H22:1組織)
4組織
研究会組織の設立と法人化等の研究
・研究会組織の設立
・研修会(組織役員)
研修会(組織役員)、先進地視察研修、(農地集積・経理一元化・特定農業団体・法人化の研究)
法人等組織の設立
・座談会(組合員)
・先進地視察研修
座談会(組合員)、先進地視察研修、(ビジョンの作成・計画の検討・地域の合意形成・法人化等書類作成)
所得の向上による経営の安定
品目・規模の検討、栽培技術の向上、簿記記帳による財務諸表の作成

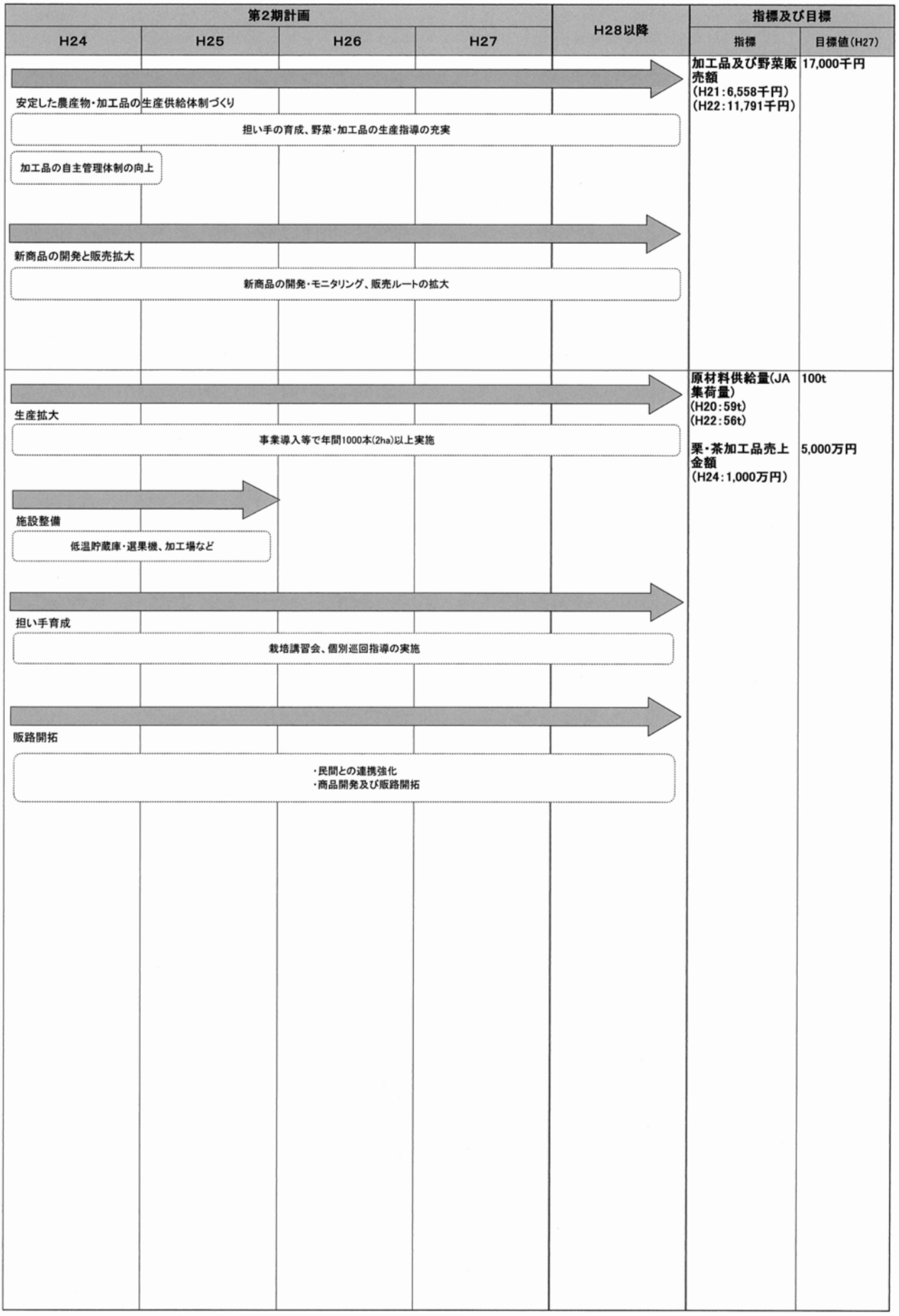
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 11 直売所・農家レストランを核とした「地消地産」の推進<br><br>《四万十町》 | JA四万十「みどり市」産直コーナー等への野菜の安定供給や販売拡大を図ると共に、「みどり市」の移転、農家レストランの開業を行い、地消地産による地域の農業者の所得向上を目指す。 | ・JA四万十 | ・農産物の安定供給（H21～26）<br>◆JA四万十「みどり市」の販売部会員数は、目標の330名を達成し、農産物等の安定供給に努めた。<br>311名(H19)→399名（H26.12月現在）<br><br>・農産物の販売拡大や加工品の開発（H21～26）<br>◆産直部門の売上高は、単価安の厳しい状況の中でわずかではあるが、年々増加し、加工品の開発販売にも取り組むなど農家所得の向上に努めた。<br><br>・学校給食への食材供給（H21～26）<br>◆給食センターへの農産物の供給組織が新たに2組織設立され、供給体制が整ってきており、町内産品の占める割合も増加してきた。<br>給食の地場産率（H23）<br>重量ベース73%<br>食品数ベース48%<br><br>・みどり市・農家レストラン等の整備、運営(H25～26)<br>◆産振補助金（総事業費約1億円）を活用して農家レストラン（手作りキッチン）等の建設（H25）<br>◆みどり市の運営検討会、栽培・加工講習会、研修会の実施<br>産直コーナー販売金額：<br>H26.12月末　117.2百万円、<br>（H25同期比103%） | ・野菜等の安定供給と販売の多面化 | ◆野菜等の栽培推進<br><br>◆販売の多面化<br><br>◆みどり市・農家レストランの建設 |
| 12 四万十町地産外商の推進<br><br>《四万十町》 | 中山間地域の小規模・高齢農家の農業振興を図るため、大正・十和地区を中心に市場で要望のある農林水産物の生産・集出荷加工流通販売体制を江師農林水産加工場を拠点に構築し、農林水産業者の所得向上及び地域活性化を目指す。 | ・企業組合しまんと | ・農林水産物の地産地消・外商にかかる体制づくり（H21）<br>◆平成21年度に集出荷加工場の整備や協議会設立により、町内の農林水産物を1.5次加工し、町内外へ販売する体制が整った。<br><br>・加工商品の開発、販路開拓（H22～25）<br>◆農林産物や加工品の県内外出荷が始まり、量販店、食品卸会社、惣菜メーカーなど販路を開拓し、販売額増加に至った。<br><br>・出荷体制の構築（H21～26）<br>◆協力生産者数は、平成21年度22軒から25年度当初で47軒に増加した。<br>◆専門家による経営指導を受け、有望作物の転換を図った。 | ・生産物の確保<br>・新たな契約農家の確保<br>・他組織や団体等との協力関係構築<br>・持続可能な経営体制の構築 | ◆農林産物の生産供給体制の強化<br><br>◆流通販売体制の確立と拡大<br><br>◆商品の高付加価値化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
産直コーナーの販売金額
(H22:159百万円)
180百万円
手作りキッチンの販売金額
26百万円
野菜等の栽培推進
野菜の周年安定供給の推進(栽培講習会、現地巡回指導、作型の見直し、海岸部での栽培推進、小規模ハウスの導入)
販売の多面化
販売拡大(高知市等地区外、学校給食、病院等安定供給先の確保)
みどり市・農家レストランの建設
協議会の設立、建設内容の検討
運営内容や機能、メニューの決定、施設整備
運営開始
農林産物の生産供給体制の強化
契約農家の確保、営農指導による生産拡大、 外部団体等との協力・連携による安定供給
農林産物の生鮮加工販売額
(H22:約34,000千円)
48,000千円
流通販売体制の確立と拡大
県内外の量販店・食品加工会社等への販売ルートの維持・拡大、営業体制づくり
商品の高付加価値化
加工商品開発、食品展示会への出展、商談、生産地見学会の実施

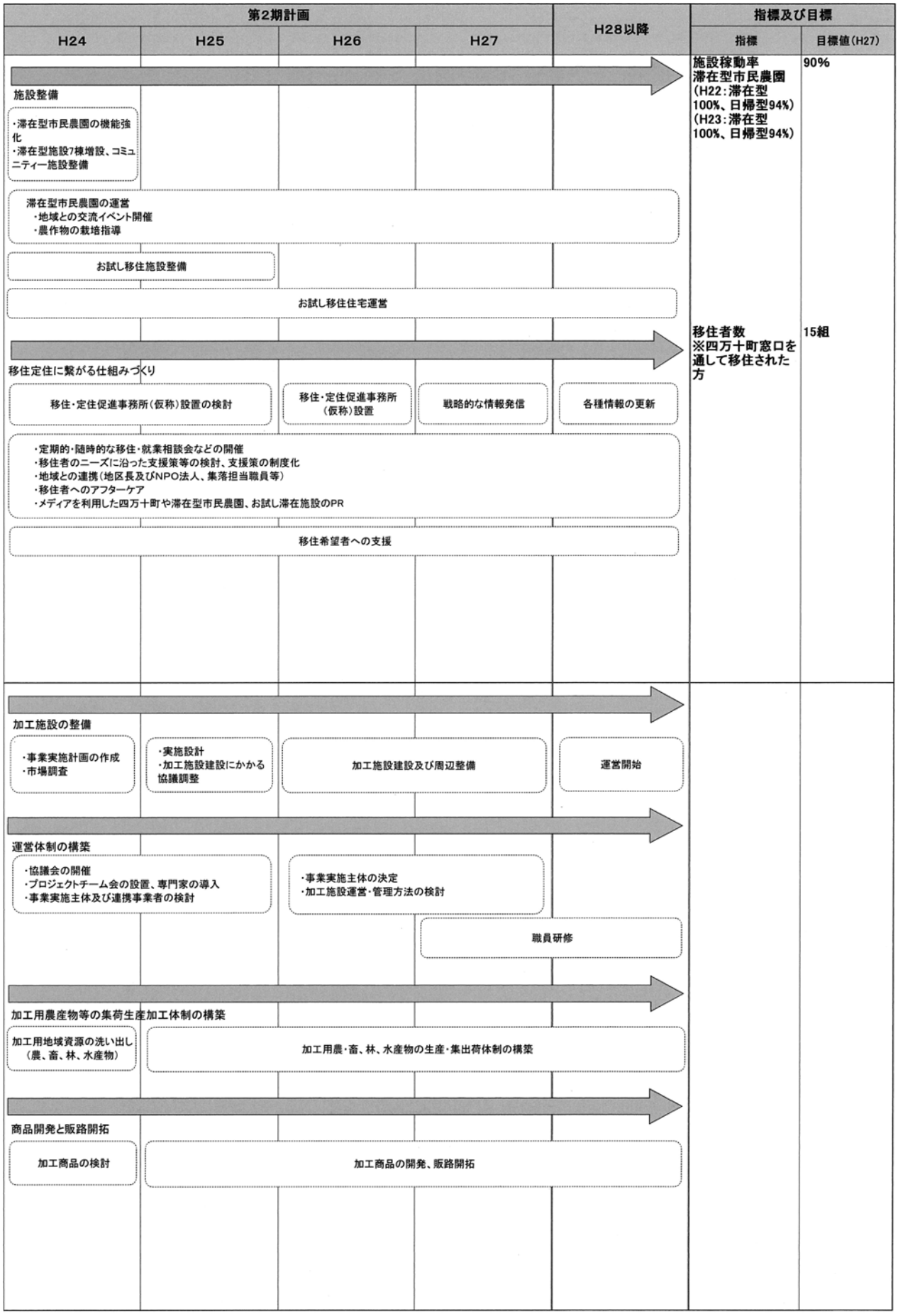
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 13 四万十町のこだわり野菜を使った加工品の生産販売による地域活性化<br><br>《四万十町》 | 四万十町の農薬や化学肥料を使わずこだわりを持って栽培した野菜を利用して、価値を最大限に活用した加工品の開発と販売拡大を行い、農家所得の向上と地域雇用の確保、農業の担い手づくりなど地域の活性化を図る。 | ・桐島畑 | ・ジンジャーシロップ加工場の整備(H22)<br>◆従業員は、当初の4名から13名に拡大<br><br>・新商品開発と販売(H22～26)<br>◆野菜・加工品の取引先は、順調に拡大するとともに、経営の安定化を図るため、土佐MBA(商人塾)を受講した。<br>・農業研修生の受け入れ(H22～26)<br>◆県内外からの研修生を長期・短期で受け入れており、町内外で農業等に従事するなど5名の定住に繋がった。 | ・商品の需要増に伴う安定供給体制づくり<br>・野菜の付加価値向上<br>・地域ネットワークづくり<br>・販路の拡大 | ◆安定した農産物・加工品の生産供給体制づくり<br><br>◆新商品の開発と販売拡大 |
| 14 四万十の栗再生プロジェクト<br><br>《四万十町》 | 北幡地域で生産される栗の産地力強化に向け、民間直営農場や作業受託組織の育成等、新たな担い手による生産拡大と増産に対応できる集荷施設の整備などを行い、安定的な加工商品の生産と需要の拡大を図り、中山間地域の活性化を目指す。 | ・四万十の栗再生プロジェクト推進協議会 | ・品質向上、ブランド化(H21～26)<br>◆四万十の栗再生プロジェクト推進協議会を設置し、生産から加工、流通販売に至る一元的な体制を構築するとともに、せん定技術や選果選別の徹底により品質向上を図った。<br>「特選栗」栽培認定者(累計)<br>23経営体<br><br>・生産体制の構築(H21～26)<br>◆新植、再生モデル園の設置や、先進地の剪定師養成派遣研修の実施、栗栽培テキストやGAPチェックシート作成、加工業者等対象の剪定・改植講習会、栗生産者大会が開催できた。<br>◆栗園地再生に向け、しまんと新一次産業(株)が設立された。<br>◆しまんと新一次産業(株)の下津井栗園作業道整備L＝2,930m(H25こうち農業確立総合支援事業)<br>新改植の増加(北幡地区)<br>H22:3ha、H23:3.5ha、H24:9ha、H25:7.9ha、H26:7.8ha<br>(H22～H26累計31.2ha)<br><br>・雇用の創出(H22～26)<br>◆H18に稼働したタネヒサ(有)十和工場では、H24で年間延べ800人の雇用の創出に繋がった。<br><br>・施設整備、商品開発(H24～26)<br>◆道の駅とおわの敷地内に、カフェを併設した加工場を整備し、商品開発や販路開拓に取り組んだ。<br>H26.4月「おちゃくりカフェ」オープン | ・生産者の高齢化と園地の老木化による、原料供給不足<br><br>・イノシシ・シカ等鳥獣被害による生産意欲の低迷<br><br>・しまんと新一次産業(株)の栽培技術習得、経営の安定<br><br>・JA高知はた大正十和支所栗部会と西土佐支所栗部会の連携、活性化 | ◆生産拡大<br><br>◆施設整備<br><br>◆担い手育成<br><br>◆販路開拓 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
安定した農産物・加工品の生産供給体制づくり
担い手の育成、野菜・加工品の生産指導の充実
加工品の自主管理体制の向上
新商品の開発と販売拡大
新商品の開発・モニタリング、販売ルートの拡大
加工品及び野菜販売額
(H21:6,558千円)
(H22:11,791千円)
17,000千円
生産拡大
事業導入等で年間1000本(2ha)以上実施
施設整備
低温貯蔵庫・選果機、加工場など
担い手育成
栽培講習会、個別巡回指導の実施
販路開拓
・民間との連携強化
・商品開発及び販路開拓
原材料供給量(JA集荷量)
(H20:59t)
(H22:56t)
100t
栗・茶加工品売上金額
(H24:1,000万円)
5,000万円

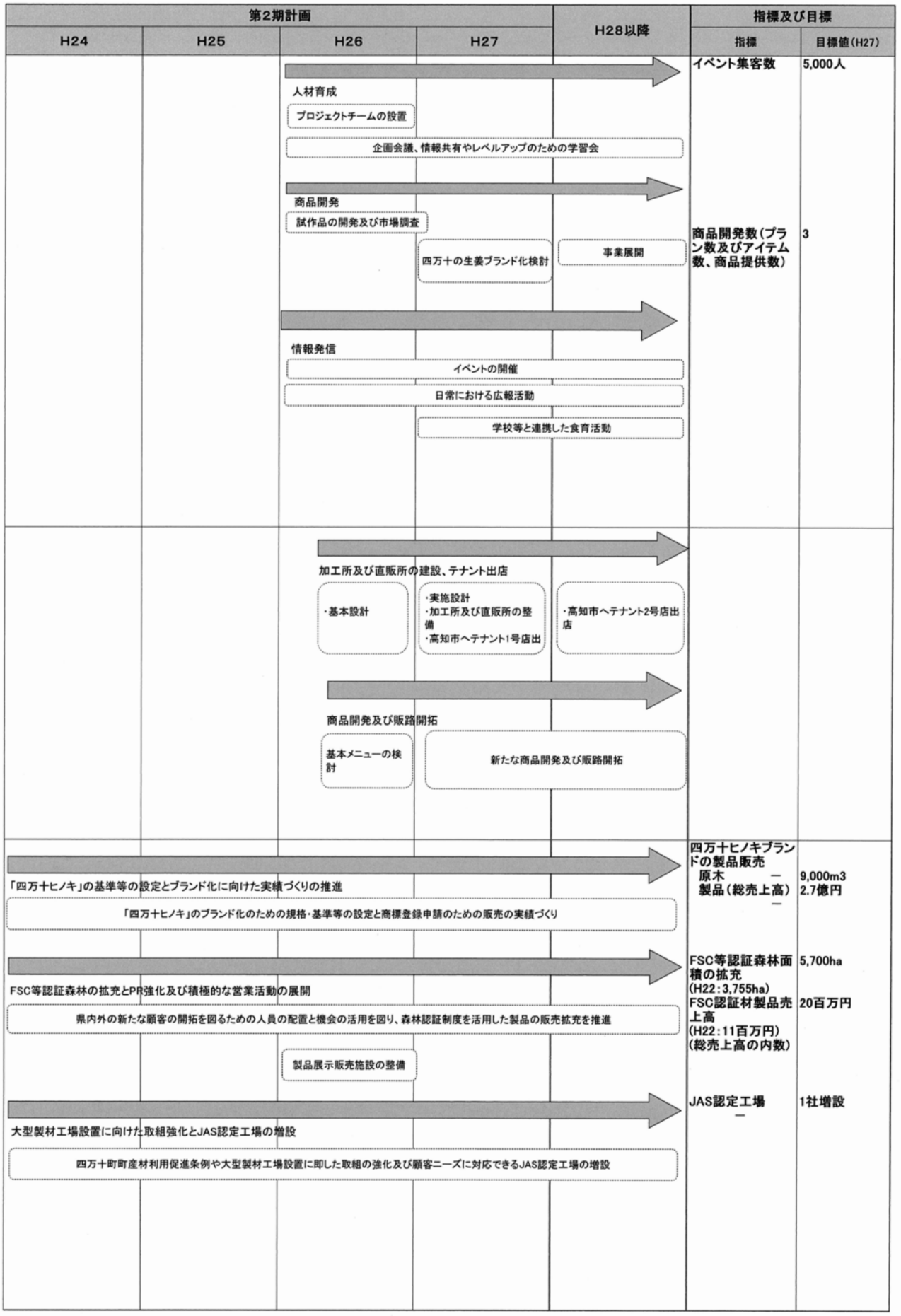
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 15 滞在型市民農園等を活用した四万十町の移住を受け入れやすい風土づくり<br><br>《四万十町》 | 滞在型市民農園の機能強化やお試し移住施設の整備などを行い、窪川、大正、十和の3地域ごとに地域との交流を含めた受入体制を整えるとともに、移住希望者等のニーズに沿った支援策を実施し、四万十町全体で移住に繋がりやすい風土づくりを目指す。 | ・四万十町<br>・営農支援センター四万十(株) | ・施設整備及び運営(H21～26)<br>21年度にクラインガルテン四万十を整備し、22年4月に運営開始。24年度には、滞在型施設7棟増設とコミュニティ施設を整備し機能拡充を図った。施設稼働率は97%で目標の90%を超えて達成しており、施設利用者のうち2組の町内移住に繋がった。<br>滞在型施設稼働率:100%(22棟)<br>日帰型 〃 :94%<br>(16区画のうち利用15区画)<br>また、24年度から広井地区、中津川地区にお試し滞在施設を設置。利用者22組のうち、4組が移住。<br>(H26.12月現在)<br><br>・交流の促進(H22～26)<br>◆施設内イベント及び町内各種イベント等への施設利用者の積極的な参加、住民との交流が広がっている。<br><br>・移住の促進(H22～26)<br>◆役場に移住相談窓口を設置し、空家調査の実施やホームページでの情報発信、移住体験ツアーの実施、移住希望者への補助事業の創設、地域との協力関係づくりなどに取り組み、移住促進への支援策が強化されている。 | ・移住定住促進のしくみづくり<br>・施設利用者への移住意欲の醸成に繋がる取組<br>・相談窓口体制の充実 | ◆施設整備<br><br>◆移住定住に繋がる仕組みづくり |
| 16 地域資源活用推進と加工場等の整備<br><br>《四万十町》 | 四万十町の地域資源を広く活用し付加価値を付けた加工品の開発と高品質で安定的な供給体制を確保できる拠点的な加工施設を整備し、農林水産業の所得の向上と雇用の確保に繋げる。 | ・四万十町 | ・運営体制の構築(H23～26)<br>◆四万十町地域資源活用協議会(H23～24)を設置し、農業大学校用地及び周辺施設を活用した農業経営モデルと加工施設の整備についての検討を行い、今後の方向性をとりまとめた。<br>◆四万十町6次産業化構想準備会の設置や研修会の開催により、関係者への取組の浸透を図った。<br>(H25)<br><br>◆生産量日本一の生姜について高知大学との連携により成分分析や調査研究に取り組んでいる。また、その他の地域資源の掘り起こしを検討しており、市場調査を実施するなど取組を進めている。(H26) | ・事業実施計画の策定<br>・運営体制の構築<br>・集出荷生産加工体制の構築<br>・商品開発と販路開拓 | ◆加工施設の整備<br><br>◆運営体制の構築<br><br>◆加工用農産物等の集荷生産加工体制の構築<br><br>◆商品開発と販路開拓 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
施設稼動率
滞在型市民農園
(H22:滞在型
100%、日帰型94%)
(H23:滞在型
100%、日帰型94%)
90%
施設整備
・滞在型市民農園の機能強化
・滞在型施設7棟増設、コミュニティー施設整備
滞在型市民農園の運営
・地域との交流イベント開催
・農作物の栽培指導
お試し移住施設整備
お試し移住住宅運営
移住者数
※四万十町窓口を通して移住された方
15組
移住定住に繋がる仕組みづくり
移住・定住促進事務所(仮称)設置の検討
移住・定住促進事務所(仮称)設置
戦略的な情報発信
各種情報の更新
・定期的・随時的な移住・就業相談会などの開催
・移住者のニーズに沿った支援策等の検討、支援策の制度化
・地域との連携(地区長及びNPO法人、集落担当職員等)
・移住者へのアフターケア
・メディアを利用した四万十町や滞在型市民農園、お試し滞在施設のPR
移住希望者への支援
加工施設の整備
・事業実施計画の作成
・市場調査
・実施設計
・加工施設建設にかかる協議調整
加工施設建設及び周辺整備
運営開始
運営体制の構築
・協議会の開催
・プロジェクトチーム会の設置、専門家の導入
・事業実施主体及び連携事業者の検討
・事業実施主体の決定
・加工施設運営・管理方法の検討
職員研修
加工用農産物等の集荷生産加工体制の構築
加工用地域資源の洗い出し(農、畜、林、水産物)
加工用農・畜、林、水産物の生産・集出荷体制の構築
商品開発と販路開拓
加工商品の検討
加工商品の開発、販路開拓

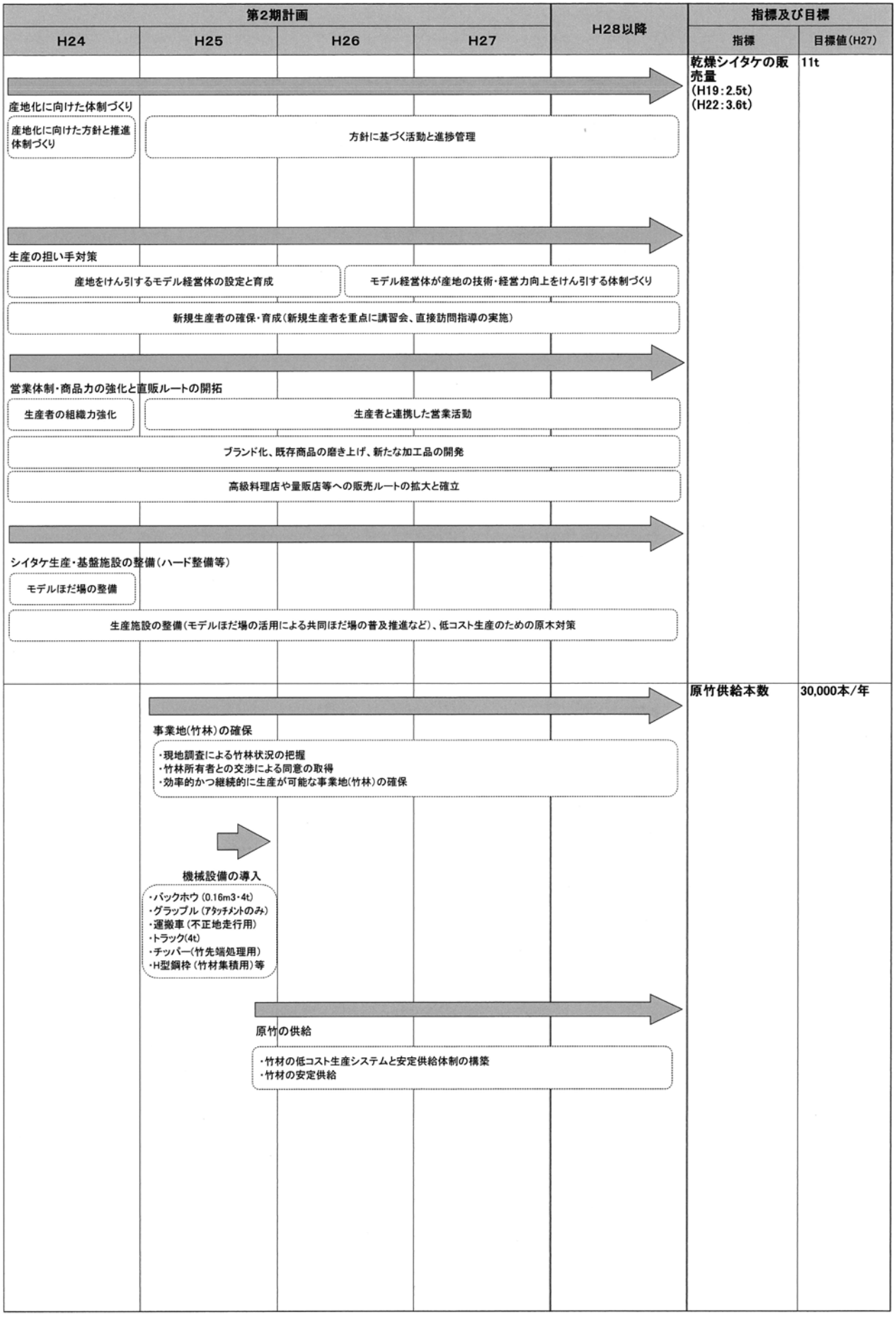
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 17 四万十の生姜プロジェクト<br><br>《四万十町》 | 四万十町産生姜の生産、加工販売に関わる事業者等のネットワーク化を図り、関係機関と連携して「生姜生産量日本一のまち四万十町」の知名度をあげるとともに交流人口の拡大と地域活性化を目指す。 | ・(株)あぐり窪川<br>・JA四万十 | ・人材育成(H26)<br>◆「四万十生姜プロジェクト」を設立し、生産者や関係機関で組織する4つの部会(出店部会、医食部会、広報戦略部会、調整部会)を立ち上げ、それぞれの部会でネットワークの強化や取組の浸透を図った。<br><br>・商品開発(H26)<br>◆生姜の商品開発:3商品<br>・イベント限定20食『生姜御膳』の発売<br>・松葉川温泉での秋限定『生姜会席プラン』、『豚しょうが焼丼』の発売<br><br>・情報発信(H26)<br>◆四万十町の生姜やイベントについて、高知新聞やテレビに取り上げられるなどマスコミへの露出が高まってきた。 | ・生姜に関わる関係者の連携とレベルアップ<br>・生姜のブランド化に向けた具体的な戦略策定 | ◆人材育成<br><br>◆商品開発<br><br>◆情報発信 |
| 18 四万十のうまい豚プロジェクト<br><br>《四万十町》 | 豚肉と地元食材(米、野菜等)を活用した加工事業に取り組むとともに、直営の精肉店や飲食店を出店し、生産者自らが生産から販売までの一貫した事業を展開することで四万十町産豚のブランド化と雇用創出を目指す。 | ・農事組合法人四国デュロックファーム | | | ◆加工所及び直販所の建設、テナント出店<br><br>◆商品開発及び販路開拓 |
| 19 「四万十ヒノキ」のブランド化を主体とした地域森林資源の有効活用<br><br>《中土佐町、四万十町》 | 四万十森林資源の高付加価値化を促進するため、広域で取り組む「四万十ヒノキ」の地域団体商標登録を目指すと共に、FSC・SGEC認証材の加工・販売の拡充、更には検討中の大型製材工場設置に向けた取組を推進する。 | ・四万十町森林組合<br>・須崎地区森林組合<br>・四万十町内製材業者 | ・「高幡ヒノキ」から「四万十ヒノキ」としてのブランド化への広域的な取組(H21～26)<br>◆広域4市町村で連携して「四万十ヒノキブランド化推進協議会」が発足し、共通ロゴマークが作成された。<br><br>・FSC認証制度等を活用した製品の販売強化(H21～26)<br>◆製材品需要の低迷するなか、継続的な営業展開により総販売高3.8億円(H25)を達成。<br><br>・大型製材工場設置のための機運の醸成(H23～26)<br>◆四万十町内製材業者を対象に検討を開始した。 | ・「四万十ヒノキ」としての規格・基準等の設定<br>・地域団体商標の性格上、協同組合としての森林組合のみの取組<br><br>・適正な価格評価が得られ難い<br>・認証材のPR強化の手法と顧客の手応え<br><br>・後継者の確保や導入機械の共同利用が困難<br>・新たな生産施設を導入しても販売網の開拓が未知数<br><br>・競合する全国的な大型製材工場の多数稼働による供給量の増大<br>・バイオマス発電等大口の需要先との競合による原木の調達 | ◆「四万十ヒノキ」の基準等の設定とブランド化に向けた実績づくりの推進<br><br>◆FSC等認証森林の拡充とPR強化及び積極的な営業活動の展開<br><br>◆大型製材工場設置に向けた取組強化とJAS認定工場の増設 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
イベント集客数
5,000人
人材育成
プロジェクトチームの設置
企画会議、情報共有やレベルアップのための学習会
商品開発
試作品の開発及び市場調査
四万十の生姜ブランド化検討
事業展開
商品開発数(プラン数及びアイテム数、商品提供数)
3
情報発信
イベントの開催
日常における広報活動
学校等と連携した食育活動
加工所及び直販所の建設、テナント出店
・基本設計
・実施設計
・加工所及び直販所の整備
・高知市へテナント1号店出
・高知市へテナント2号店出店
商品開発及び販路開拓
基本メニューの検討
新たな商品開発及び販路開拓
四万十ヒノキブランドの製品販売
原木 ー
製品(総売上高) ー
9,000m3
2.7億円
「四万十ヒノキ」の基準等の設定とブランド化に向けた実績づくりの推進
「四万十ヒノキ」のブランド化のための規格・基準等の設定と商標登録申請のための販売の実績づくり
FSC等認証森林面積の拡充
(H22:3,755ha)
5,700ha
FSC等認証森林の拡充とPR強化及び積極的な営業活動の展開
FSC認証材製品売上高
(H22:11百万円)
(総売上高の内数)
20百万円
県内外の新たな顧客の開拓を図るための人員の配置と機会の活用を図り、森林認証制度を活用した製品の販売拡充を推進
製品展示販売施設の整備
JAS認定工場
ー
1社増設
大型製材工場設置に向けた取組強化とJAS認定工場の増設
四万十町町産材利用促進条例や大型製材工場設置に即した取組の強化及び顧客ニーズに対応できるJAS認定工場の増設

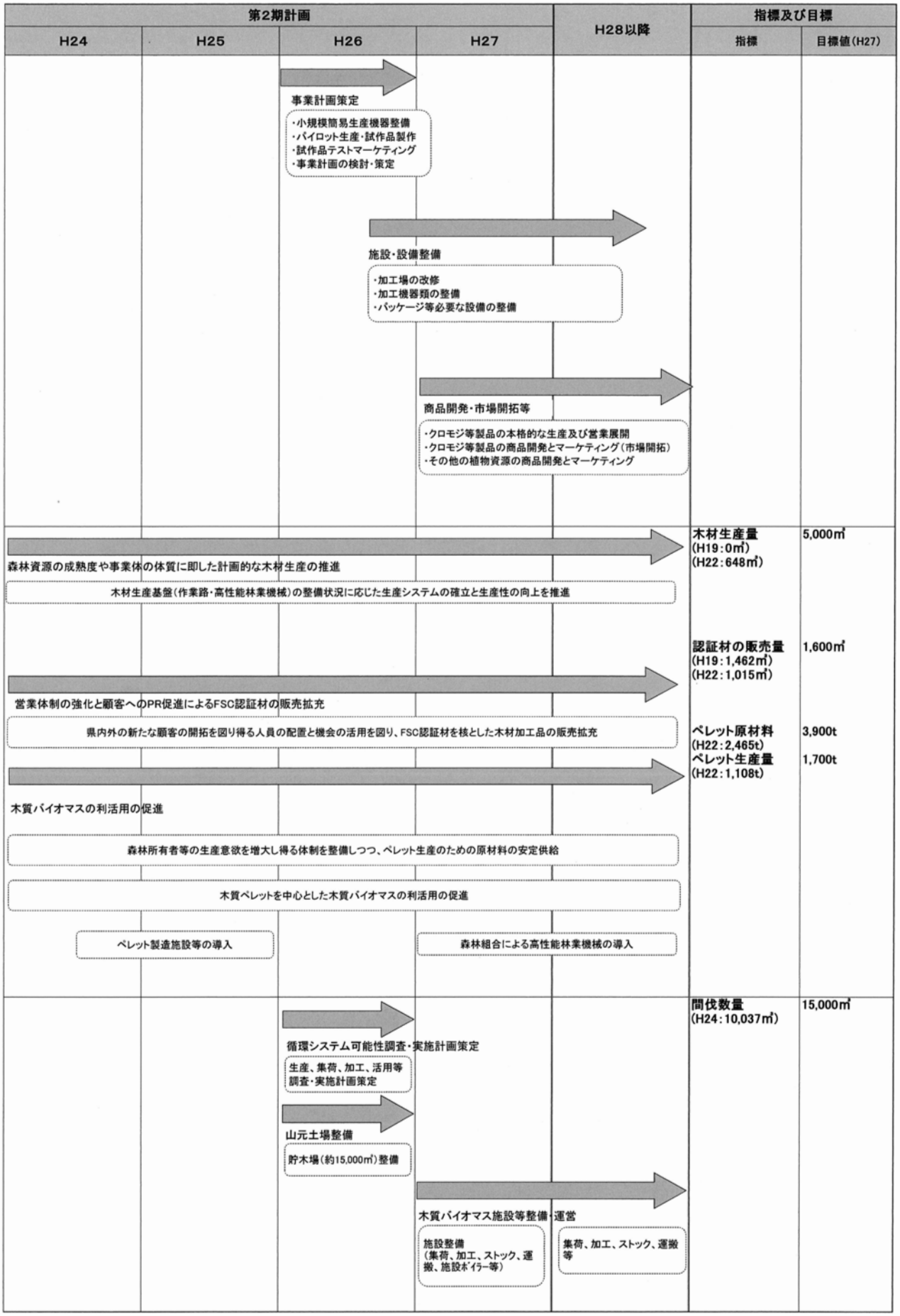
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 20 「1億円産業の復活」をスローガンとする津野山産原木シイタケの産地化の推進<br><br>《梼原町、津野町》 | 「大上厚シイタケ」を筆頭とする有望品目「原木乾シイタケ」を地域の特産品として磨き上げ、生産者の所得向上につなげることを目的として、生産者のスローガンである「1億円産業の復活」を実現するための方針・推進体制づくりや基幹生産者の育成や新規生産者の確保育成による担い手対策、商品力の向上や加工品開発、生産者と連携した営業活動による営業体制の強化と直販ルートの拡大、生産施設の増強や低コストで原木を確保する対策など生産基盤施設の整備を実施する。 | ・JA津野山 | ・販路開拓（H21～26）<br>◆県内量販店への直販ルートが確立し、県外大手百貨店や高級料理店との取引も始まった。<br>◆原発事故等の風評被害による取扱量及び価格の下落により販路拡大を図る取り組みを開始。<br><br>・シイタケ生産施設整備（H22～24）<br>◆平成22年度は天候不順の影響により生産量が大幅に落ち込んだが、平成23年度からはこれまでの活動が実を結び、6tを超える大幅な増産となった。<br>◆H24年度に共同ホダ場を整備。H25年度に利用開始し、生産体制の増強が図られた。<br><br>・担い手対策（H21～26）<br>◆JA津野山椎茸部会会員数は平成21年度末の69名から平成23年度末で102名と大幅に増加し、新規生産者が12名生まれるなど、生産者の意欲が大きく高まっている。<br>◆H25年8月に椎茸生産部会に小部会「億産会」を設置し、今後の販路や生産についての意見交換等を行う。 | ・生産拡大と併せた直接取引の割合の向上<br><br>・生産技術の向上と新規生産者の確保<br><br>・原発事故等の風評被害による価格の下落<br><br>・原木の数量確保が困難になりつつある。 | ◆産地化に向けた体制づくり<br><br>◆生産の担い手対策<br><br>◆営業体制・商品力の強化と直販ルートの開拓<br><br>◆シイタケ生産・基盤施設の整備（ハード整備等） |
| 21 県産竹材を活用した加工品づくりのための竹材の安定供給<br><br>《須崎市》 | 県内の竹製品製造業者に対して原材料である県産竹材を安定的に供給することにより地域産業の発展に貢献するとともに森林組合の収益の向上、雇用の創出による地域の活性化を図る。 | ・須崎地区森林組合 | ・原材料の確保（H25～26）<br>◆竹生産のための事業対象地の確保。<br><br>・竹材納品先と出材量の調整（H25）<br>◆県内最終加工事業者と県外納品先との調整ができた。<br><br>・産業振興推進総合支援事業費補助金（H25）<br>◆バックホウ等機械設備の導入 | ・竹材搬出の実践、検証、改善 | ◆事業地（竹林）の確保<br><br>◆機械設備の導入<br><br>◆原竹の供給 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
乾燥シイタケの販売量
(H19:2.5t)
(H22:3.6t)
11t
産地化に向けた体制づくり
産地化に向けた方針と推進体制づくり
方針に基づく活動と進捗管理
生産の担い手対策
産地をけん引するモデル経営体の設定と育成
モデル経営体が産地の技術・経営力向上をけん引する体制づくり
新規生産者の確保・育成(新規生産者を重点に講習会、直接訪問指導の実施)
営業体制・商品力の強化と直販ルートの開拓
生産者の組織力強化
生産者と連携した営業活動
ブランド化、既存商品の磨き上げ、新たな加工品の開発
高級料理店や量販店等への販売ルートの拡大と確立
シイタケ生産・基盤施設の整備(ハード整備等)
モデルほだ場の整備
生産施設の整備(モデルほだ場の活用による共同ほだ場の普及推進など)、低コスト生産のための原木対策
原竹供給本数
30,000本/年
事業地(竹林)の確保
・現地調査による竹林状況の把握
・竹林所有者との交渉による同意の取得
・効率的かつ継続的に生産が可能な事業地(竹林)の確保
機械設備の導入
・バックホウ(0.16m3・4t)
・グラップル(ｱﾀｯﾁﾒﾝﾄのみ)
・運搬車(不正地走行用)
・トラック(4t)
・チッパー(竹先端処理用)
・H型鋼枠(竹材集積用)等
原竹の供給
・竹材の低コスト生産システムと安定供給体制の構築
・竹材の安定供給

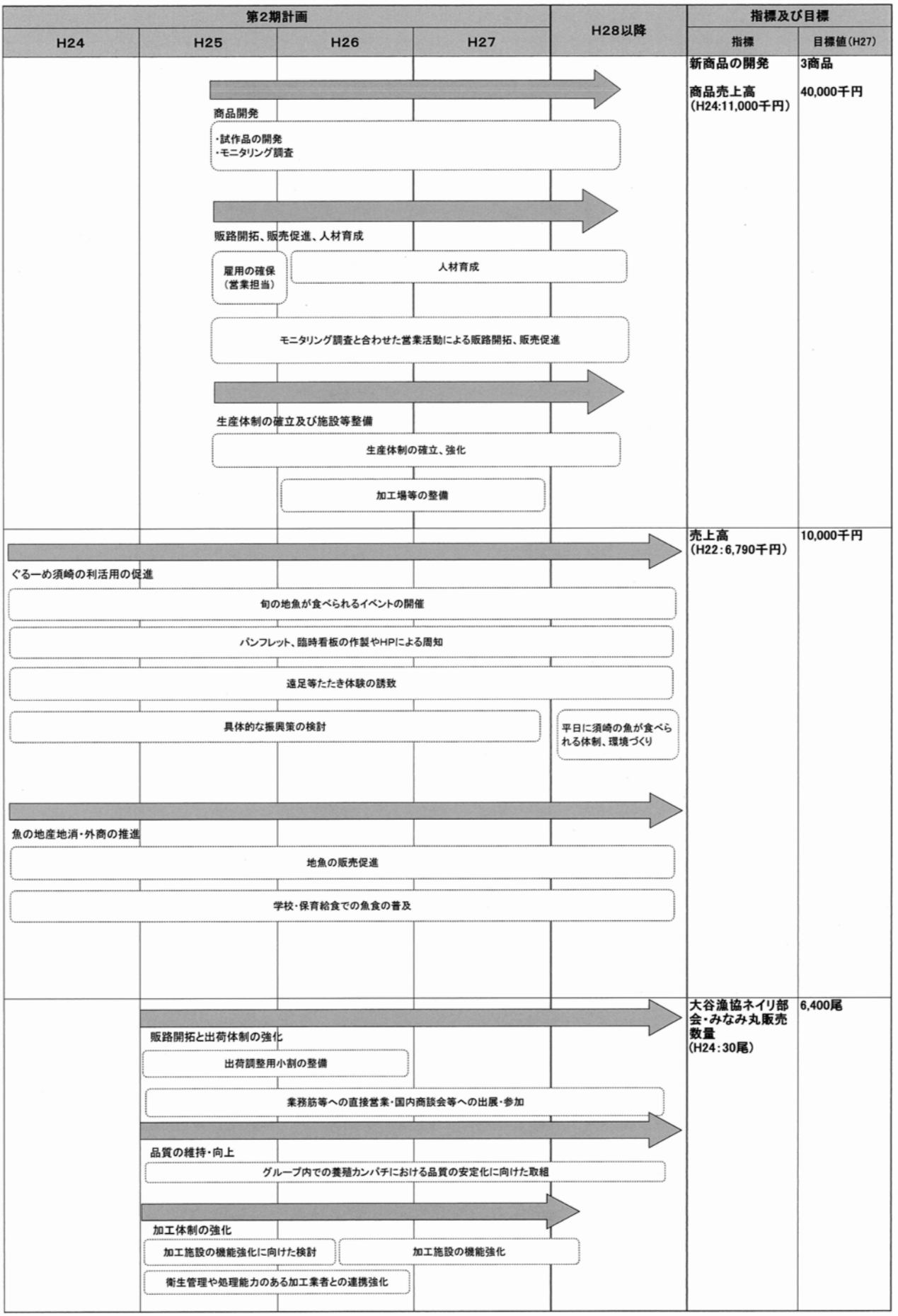
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 22 四万十川源流クロモジ等中山間資源活用ビジネスの創出<br><br>《中土佐町》 | 四万十源流域のクロモジやヒノキ等の資源を活用して、原料調達・加工・製品化まで廃棄物を発生させないゼロエミッション型システムによるビジネスを創出し、地元関係機関と連携して、これらの商品を活用することにより地域の魅力度向上を図る。 | ・高知精工(株) | ・クロモジ抽出試験等の実施(H26)<br>◆工業技術センターの協力を得て、小型簡易生産機器を整備し、クロモジや桑の葉等の抽出試験、精油量の測定、冷凍保存試験等を実施した。<br><br>・試作品によるマーティング(H26)<br>◆実用及び販路拡大に向けて、町内施設をはじめ、県内外の食品会社、製紙会社、製薬メーカー等にプロモーションを行った。<br><br>・商品開発(H26)<br>◆企業支援機関によるアドバイスや販売戦略講座を受け、新商品をネット掲載し販売開始した。 | ・事業の本格化に向けた生産設備の導入<br>・対象植物等の選定<br>・原料調達計画の策定 | ◆事業計画策定<br><br>◆施設・設備整備<br><br>◆商品開発・市場開拓等 |
| 23 循環型社会の構築を促進するための森林資源の有効活用<br><br>《梼原町》 | 持続可能な森林経営のもとで計画的な木材生産を行い、FSC森林認証基準に基づき生産した木材製品の販売、及び林地残材等を活用した木質ペレットの製造・販売等を通じて、地域林業の中核となる森林組合の経営体質を強化し、森林所有者への所得向上を推進する。 | ・梼原町森林組合<br>・梼原町<br>・ゆすはらペレット(株) | ・安定的な木材生産(H21～26)<br>◆異業種とのJVによる効率的な「森の工場」を運営し、安定的な木材生産を図った。<br><br>・FSC認証材の拡充による製材品の販売強化(H21～26)<br>◆製材品需要が低迷するなか、継続的な営業展開によりFSC認証材の販売量1,341m3(H24)を堅持。<br><br>・木質ペレットの安定供給(H21～26)<br>◆木質エネルギーを活かした循環型森づくりの一環として、木質ペレットの安定供給を行った。<br>◆材種による生産効率の低下を改善するため、おが粉製造機械等を導入し、効率的な生産体制を整えた(H24)。 | ・通年的な生産体制の確立と生産性の向上<br>・森林組合の自力生産力の拡大<br><br>・新規顧客開拓のための営業活動の強化<br>・一般材との区別化を図るFSC認証材のPR強化<br><br>・ボイラー等のペレット活用施設の普及とペレット品質の安定化(規格等)<br><br>・バイオマス需要の増大により、他地域からの調達が困難 | ◆森林資源の成熟度や事業体の体質に即した計画的な木材生産の推進<br><br>◆営業体制の強化と顧客へのPR促進によるFSC認証材の販売拡充<br><br>◆木質バイオマスの利活用の促進 |
| 24 津野町森林・林業再生プロジェクト<br><br>《津野町》 | 森林資源を有効活用する「地域資源循環システム」(木質バイオマスチップなどの活用)を構築して林家等への所得向上を図ると共に、町内施設での活用により熱エネルギーコストの軽減を図る。 | ・津野町 | ・循環システム可能性調査(H26)<br>◆高知県産業振興推進事業ステップアップ補助金を活用して、「地域資源循環システム実施可能性調査」を行った。<br><br>・山元土場整備(H26)<br>◆津野町森林組合が素材生産の増産に向けた山元貯木場の整備し、搬入受け入れを開始(11/4～)した。 | ・AB材搬出後のC材・林地残材等の資源の有効活用の仕組みづくり<br><br>・小規模林家の所得向上及び地域還元<br><br>・木質バイオマス(チップ)の活用による燃料費の削減 | ◆循環システム可能性調査・実施計画策定<br><br>◆山元土場整備<br><br>◆木質バイオマス施設等整備・運営 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
事業計画策定
・小規模簡易生産機器整備
・パイロット生産・試作品製作
・試作品テストマーケティング
・事業計画の検討・策定
施設・設備整備
・加工場の改修
・加工機器類の整備
・パッケージ等必要な設備の整備
商品開発・市場開拓等
・クロモジ等製品の本格的な生産及び営業展開
・クロモジ等製品の商品開発とマーケティング(市場開拓)
・その他の植物資源の商品開発とマーケティング
森林資源の成熟度や事業体の体質に即した計画的な木材生産の推進
木材生産基盤(作業路・高性能林業機械)の整備状況に応じた生産システムの確立と生産性の向上を推進
木材生産量
(H19:0㎥)
(H22:648㎥)
5,000㎥
営業体制の強化と顧客へのPR促進によるFSC認証材の販売拡充
県内外の新たな顧客の開拓を図り得る人員の配置と機会の活用を図り、FSC認証材を核とした木材加工品の販売拡充
認証材の販売量
(H19:1,462㎥)
(H22:1,015㎥)
1,600㎥
木質バイオマスの利活用の促進
森林所有者等の生産意欲を増大し得る体制を整備しつつ、ペレット生産のための原材料の安定供給
木質ペレットを中心とした木質バイオマスの利活用の促進
ペレット製造施設等の導入
森林組合による高性能林業機械の導入
ペレット原材料
(H22:2,465t)
3,900t
ペレット生産量
(H22:1,108t)
1,700t
循環システム可能性調査・実施計画策定
生産、集荷、加工、活用等
調査・実施計画策定
山元土場整備
貯木場(約15,000㎥)整備
間伐数量
(H24:10,037㎥)
15,000㎥
木質バイオマス施設等整備・運営
施設整備
(集荷、加工、ストック、運搬、施設ボイラー等)
集荷、加工、ストック、運搬等

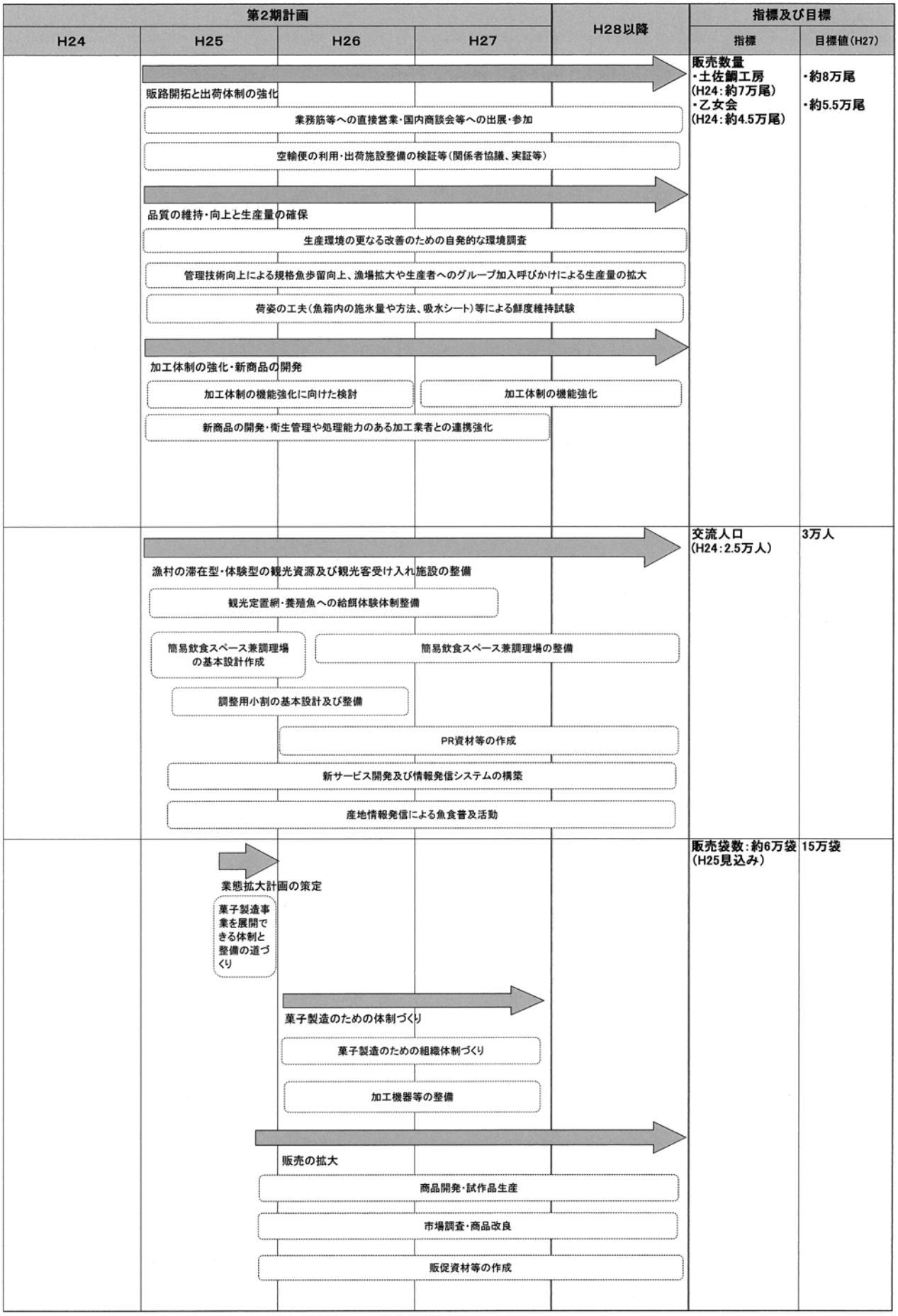
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 25 四万十かおりビジネス事業<br><br>《四万十町》 | 四万十川流域の地域産品である「四万十ヒノキ」の間伐材や端材を活用した商品を開発し、県内外に広く流通、販売していくことで「四万十ヒノキ」のブランド化につなげるとともに、地域の活性化を図る。 | (株)四万十ドラマ | ・商品開発、販路開拓(H25～26)<br>◆新商品・新サービス開発支援事業費補助金が採択され、商品開発や販路開拓を行った。(H25)<br>◆首都圏の企業を中心にノベルティの取引が拡大し、東京に営業担当を配置した。 | ・人材育成 | ◆商品開発<br><br>◆販路開拓、販売促進、人材育成<br><br>◆生産体制の確立及び施設等整備 |
| 26 美味しい！須崎の魚(いお)消費拡大プロジェクト<br><br>《須崎市》 | 美味しい旬の須崎の魚を食べてもらうことや学校・保育給食での魚食の普及を行うことなどにより、須崎の魚の消費を拡大する。 | ・須崎市<br>・海の駅「須崎の魚」 | ・販売促進活動(H24～26)<br>◆旬の魚まつりの開催や土佐のたたきフェア、ほっとこうちランチパスポート、龍馬パスポートへ参加し、販売促進を行った。 | ・見やすいメニューなど店内の改善、新メニューの開発 | ◆ぐるーめ須崎の利活用の促進<br><br>◆魚の地産地消・外商の推進 |
| 27 野見湾産養殖カンパチの販路拡大<br><br>《須崎市》 | 野見湾カンパチ養殖生産者グループと漁協、民間企業とが連携し、他産地の生産動向や県外大手出荷業者の販売戦略に左右されにくい販売力(魚価形成力、取引量の拡大等)を構築し、養殖業の振興に資する。 | ・大谷漁協<br>・大谷漁協ネイリ部会<br>・(株)みなみ丸 | ・試験給餌の実施(H25)<br>◆カンパチの品質向上のために、宿毛市特産の直七みかんの皮を添加し、物性試験、食味試験を実施。その結果、魚臭のマスキング効果、血合部分の変色(酸化)防止効果を確認し、販促時の大きなアピールポイントを得た。<br>・販路拡大(H25)<br>◆シェフツアーに参加した関西圏のレストラン等5店舗から注文を得るとともに、ならコープとカンパチの取引がスタートした。<br><br>・加工施設整備(H26)<br>◆県産業振興総合補助金を活用し加工場の改修、冷蔵庫等の機器整備した。 | ・ネイリ部会員内でのカンパチの生産方法の統一<br>・出荷体制の構築<br>・販路拡大 | ◆販路開拓と出荷体制の強化<br><br>◆品質の維持・向上<br><br>◆加工体制の強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
新商品の開発
3商品
商品売上高
(H24:11,000千円)
40,000千円
商品開発
・試作品の開発
・モニタリング調査
販路開拓、販売促進、人材育成
雇用の確保
(営業担当)
人材育成
モニタリング調査と合わせた営業活動による販路開拓、販売促進
生産体制の確立及び施設等整備
生産体制の確立、強化
加工場等の整備
売上高
(H22:6,790千円)
10,000千円
ぐるーめ須崎の利活用の促進
旬の地魚が食べられるイベントの開催
パンフレット、臨時看板の作製やHPによる周知
遠足等たたき体験の誘致
具体的な振興策の検討
平日に須崎の魚が食べられる体制、環境づくり
魚の地産地消・外商の推進
地魚の販売促進
学校・保育給食での魚食の普及
大谷漁協ネイリ部会・みなみ丸販売数量
(H24:30尾)
6,400尾
販路開拓と出荷体制の強化
出荷調整用小割の整備
業務筋等への直接営業・国内商談会等への出展・参加
品質の維持・向上
グループ内での養殖カンパチにおける品質の安定化に向けた取組
加工体制の強化
加工施設の機能強化に向けた検討
加工施設の機能強化
衛生管理や処理能力のある加工業者との連携強化

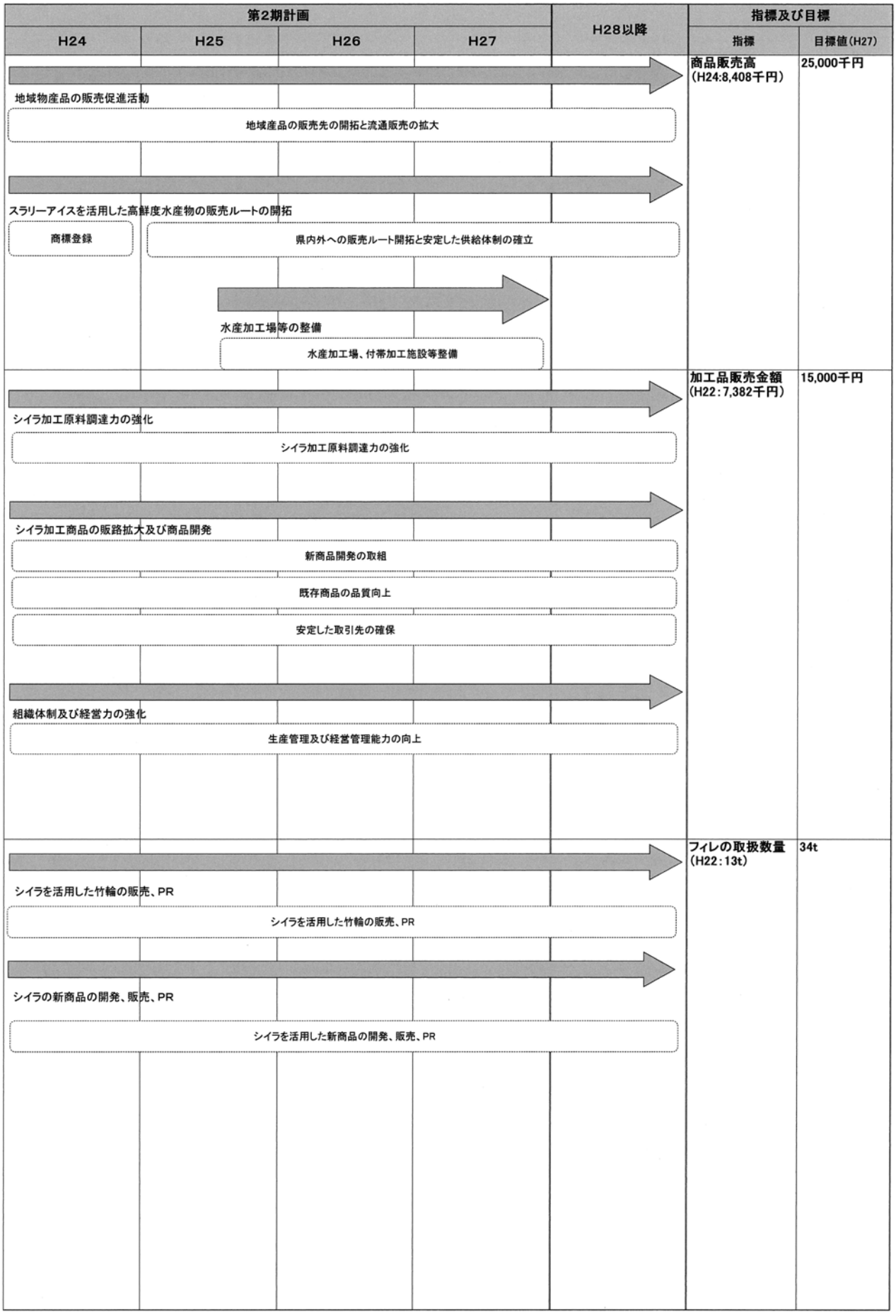
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 28 浦ノ内湾産養殖マダイの販路拡大<br><br>《須崎市》 | 浦ノ内湾における養殖マダイ生産者グループと漁協、民間企業とが連携し、他産地の生産動向や県外大手出荷業者の販売戦略に左右されにくい販売力（魚価形成力、取引量の拡大等）を構築し、養殖業の振興に資する。 | ・高知県漁協深浦支所<br>・土佐鯛工房<br>・乙女会<br>・（株）大東冷蔵<br>・（有）小島水産 | ・土佐鯛工房<br>県外量販店の直販会への参加（H25）<br>◆ならコープが水産物として初めて海援鯛を産直産品として認定。<br>◆土佐鯛工房が高知県産業技術功労賞を受賞した。<br><br>・乙女会<br>シェフツアー、高知フェアへ参加（H25）<br>◆関西圏のレストラン等のツアーに参加した5店舗より、乙女鯛の注文を得た。<br><br>・ステップアップ事業の活用（H25～26）<br>◆HP、販促資材等の整備 | ・各グループとも生産量の確保のための生産者の加入促進が必要 | ◆販路開拓と出荷体制の強化<br><br>◆品質の維持・向上と生産量の確保<br><br>◆加工体制の強化・新商品の開発 |
| 29 楠木鮮魚一を活用した南地区の活性化<br><br>《須崎市》 | 須崎市南地区の漁業者グループにより構成・運営される鮮魚直売所の楠木鮮魚一にて、滞在・体験型の観光資源及び施設を整備し地区への観光客を誘客すること、また定置の朝獲れ鮮魚や養殖魚といった野見湾の地魚を中心とした鮮魚商品の販売力を強化することにより、将来的な南地区の地域振興に資する。 | ・楠木鮮魚一<br>（大谷漁協<br>野見漁協<br>双子大敷組合<br>観音小型定置組合<br>大谷漁協タイ部会） | ・簡易飲食所兼加工場整備の検討（H25）<br>◆基本設計作成と先進地の視察を行った。（高知県西部及び徳島県）<br>先進地視察の結果、簡易飲食所兼加工場整備を当面見送ることとなり、生産基盤維持向上事業も基本設計作成は中止することとなった。<br><br>・楠木鮮魚一の利用状況<br>◆交流人口：20,452人（H25）<br>10,716人（H.26.4～11） | ・施設を運営、管理する人材の育成<br>・現施設を活用した、鮮魚一の売り上げ増及び南地区活性化のための取り組み | ◆漁村の滞在型・体験型の観光資源及び観光客受け入れ施設の整備 |
| 30 地域産物を活用したお魚チップスの生産・販路の拡大<br><br>《須崎市》 | H24に農商工連携事業を導入し、初めての菓子製造となるお魚チップスを開発し3種類の味で販売している。今後は、地元産の野菜などとのコラボ商品を開発するとともに販路の拡大を行う。 | ・（株）けんかま | ・新商品の開発（H25～26）<br>◆ゆず、しょうがなど地域産品での新商品開発の試作を行った。<br><br>・販売促進（H25～26）<br>◆まるごと高知での販売（宗田かつお、四万十青さのり）を開始した。（H25.11月～） | ・周年販売先の確保 | ◆業態拡大計画の策定<br><br>◆菓子製造のための体制づくり<br><br>◆販売の拡大 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売数量
・土佐鯛工房
(H24：約7万尾)
・乙女会
(H24：約4.5万尾)
・約8万尾
・約5.5万尾
販路開拓と出荷体制の強化
業務筋等への直接営業・国内商談会等への出展・参加
空輸便の利用・出荷施設整備の検証等（関係者協議、実証等）
品質の維持・向上と生産量の確保
生産環境の更なる改善のための自発的な環境調査
管理技術向上による規格魚歩留向上、漁場拡大や生産者へのグループ加入呼びかけによる生産量の拡大
荷姿の工夫（魚箱内の施氷量や方法、吸水シート）等による鮮度維持試験
加工体制の強化・新商品の開発
加工体制の機能強化に向けた検討
加工体制の機能強化
新商品の開発・衛生管理や処理能力のある加工業者との連携強化
交流人口
(H24：2.5万人)
3万人
漁村の滞在型・体験型の観光資源及び観光客受け入れ施設の整備
観光定置網・養殖魚への給餌体験体制整備
簡易飲食スペース兼調理場の基本設計作成
簡易飲食スペース兼調理場の整備
調整用小割の基本設計及び整備
PR資材等の作成
新サービス開発及び情報発信システムの構築
産地情報発信による魚食普及活動
販売袋数：約6万袋
(H25見込み)
15万袋
業態拡大計画の策定
菓子製造事業を展開できる体制と整備の道づくり
菓子製造のための体制づくり
菓子製造のための組織体制づくり
加工機器等の整備
販売の拡大
商品開発・試作品生産
市場調査・商品改良
販促資材等の作成

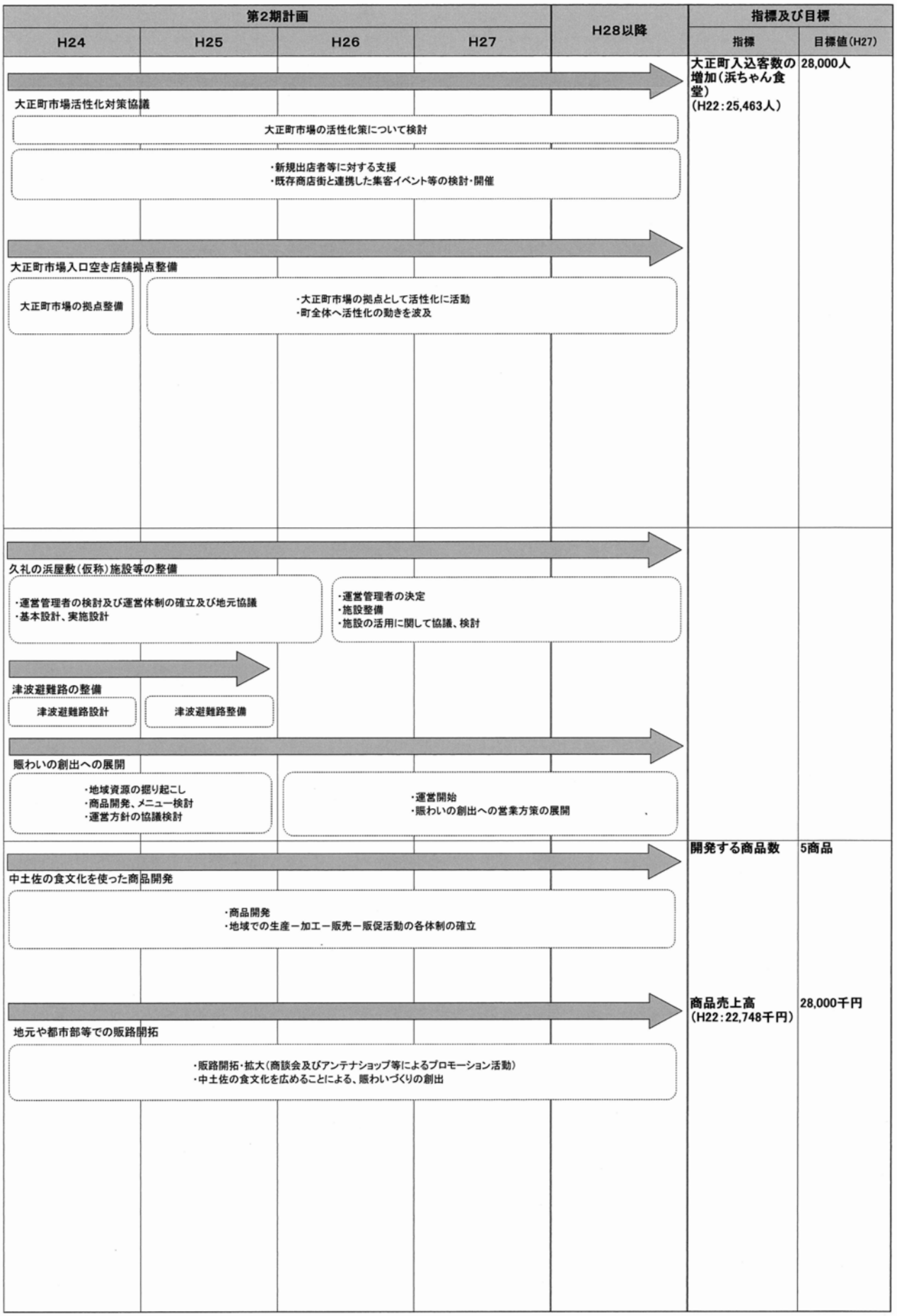
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 31 中土佐町地域ブランドの創出と販売促進<br><br>《中土佐町》 | スラリーアイスを活用した付加価値の高い水産物（カツオ、メジカ、ウルメ、アマダイ等）のブランド化を図り、販路を開拓するとともに、町内の他の地域産品を併せて総合的に販売促進に繋げていく。 | ・中土佐町 | ・スラリーアイスの活用（H21～26）<br>◆平成21年度に鮮度保持研究施設を整備し、スラリーアイスを活用した魚価向上対策として実証実験、官能試験を実施した。その結果、地元漁師や協力店等から高い評価を得ており、特にカツオは、新しい保存方法を用いると48時間後でも刺身で食べることが可能との結果となり、有効性が証明された。<br>官能試験の協力店（県外2店、高知市内8店、町内9店）<br>◆平成24年度より高鮮度ブランドとして「びんび」ブランドを立ち上げ、「びんび鰹のたたき」「びんびめじか」の販売を開始した。<br><br>・水産加工場の整備（H25～26）<br>◆産振補助金の導入 | ・スラリーアイスを活用した高鮮度の魚を管理し、安定して流通させ、販路開拓を行えるシステムの確立<br>・スラリーアイスを活用した高鮮度の魚の認知向上<br>・水産加工場で使用する高鮮度の鰹の安定供給体制の確立 | ◆地域物産品の販売促進活動<br><br>◆スラリーアイスを活用した高鮮度水産物の販売ルートの開拓<br><br>◆水産加工場等の整備 |
| 32 シイラ加工の生産体制の強化<br><br>《四万十町》 | 四万十町興津地区において、水揚げ直後のシイラを高鮮度のまま加工、販売している企業組合の原材料の調達や商品開発、販売促進を支援し、企業組合の経営安定を図り、地域の活性化に繋げる。 | ・四万十町<br>・興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合<br>・興津漁協 | ・シイラを柱とした水産加工業の創設（H21～22）<br>◆興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合を設立し、シイラ加工販売施設を整備、フィレマシン等の導入による一次加工の処理能力向上と加工商品の品質向上を図った。<br><br>・商品開発と販路開拓（H21～26）<br>◆新商品を10品以上開発し、主力商品の絞り込みを行うとともに、新たな取引先を開拓し、継続的な取引相手の確保に繋げた。<br>（H25：新規開拓先業者2社） | ・安定的な原魚調達<br>・経営体としての管理・生産能力の向上 | ◆シイラ加工原料調達力の強化<br><br>◆シイラ加工商品の販路拡大及び商品開発<br><br>◆組織体制及び経営力の強化 |
| 33 シイラ加工食品の生産拡大<br><br>《四万十町》 | 四万十町産のシイラと農産物素材とのコラボによる練り製品の新商品開発と販路拡大を図り、シイラ産業の発展を加速させる。 | ・（株）けんかま | ・シイラ竹輪の量産体制の確立と販路開拓（H22～26）<br>◆製造ラインを整備し、興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合と連携したこだわりのある「四万十マヒマヒ竹輪」の商品を開発、県内外の量販店グループに販売を開始した。 また、「四万十マヒマヒ竹輪」が、第64回全国蒲鉾品評会農林水産大臣賞及び第51回農林水産祭日本農林漁業振興会会長賞を受賞<br><br>・興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合からの原材料の確保（H22～26）<br>◆22年度は過去にない不漁でシイラ原材料の確保に苦心した。その後、23年度は持ち返し、徐々にではあるが売上実績を伸ばしている。<br><br>・シイラを使用した新商品の開発（H24～26）<br>◆こうち農商工連携事業を活用し、講師を招聘し、シイラを使用した新商品の試作を行った。 | ・競合他社製品との差別化を図る仕掛け<br><br>・販路開拓 | ◆シイラを活用した竹輪の販売、PR<br><br>◆シイラの新商品の開発、販売、PR |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
地域物産品の販売促進活動
地域産品の販売先の開拓と流通販売の拡大
スラリーアイスを活用した高鮮度水産物の販売ルートの開拓
商標登録
県内外への販売ルート開拓と安定した供給体制の確立
水産加工場等の整備
水産加工場、付帯加工施設等整備
商品販売高
(H24:8,408千円)
25,000千円
シイラ加工原料調達力の強化
シイラ加工原料調達力の強化
シイラ加工商品の販路拡大及び商品開発
新商品開発の取組
既存商品の品質向上
安定した取引先の確保
組織体制及び経営力の強化
生産管理及び経営管理能力の向上
加工品販売金額
(H22:7,382千円)
15,000千円
シイラを活用した竹輪の販売、PR
シイラを活用した竹輪の販売、PR
シイラの新商品の開発、販売、PR
シイラを活用した新商品の開発、販売、PR
フィレの取扱数量
(H22:13t)
34t

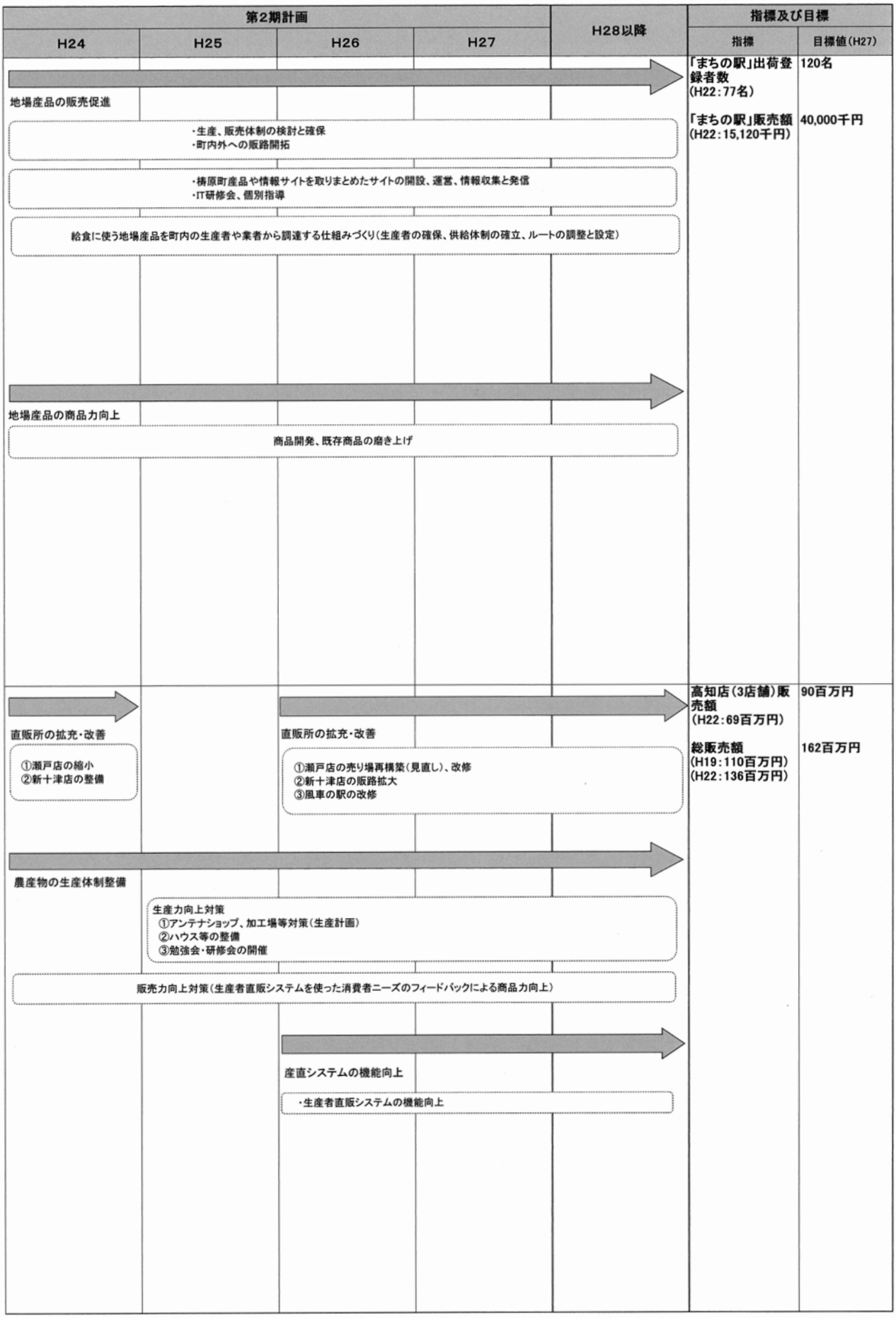
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 34 大正町市場商店街活性化事業<br><br>《中土佐町》 | 中土佐町の観光拠点であり、地域の中心商店街でもある「大正町市場商店街」の空店舗を有効活用し、大正町市場及び中土佐町の観光案内や町内産品の販売など大正町市場の活性化に繋がる拠点として整備するとともに、町内全体への観光客の集客を図り、町全体への波及効果を促す。 | ・大正町市場組合<br>・中土佐町商工会<br>・中土佐町 | ・空き店舗の活用（H22～26）<br>◆スーパー跡地を町が観光物産センターとして整備し、休憩所や観光情報発信の場として活用。旧高知銀行跡や市場入口空き店舗も事業者が入居し賑わいづくりにつながった。<br>・商店街組織の連携（H25～26）<br>◆西町、八幡通、大正町、平成通、昭和通を「久礼のお宮さん通り商店街組合」に一本化して具体的な連携が始まった。<br>・集客イベント等の実施（H25～26）<br>◆「久礼門前市」や「久礼のおきゃく」、「百緑小鉢」などのイベントを開催して、町民や観光客の集客につなげた。<br>◆大正町市場のホームページを立ち上げ、「市場のめしや浜ちゃん」ブログの公開やフェイスブックを活用して情報発信を開始した。 | ・大正町市場内の出店者の高齢化による空き店舗の増加と露店の減少<br>・商店街組織の連携強化<br>・街づくり団体との連携 | ◆大正町市場活性化対策協議<br><br>◆大正町市場入口空き店舗拠点整備 |
| 35 久礼の浜屋敷整備事業<br><br>《中土佐町》 | 久礼新港背後地において、中土佐町の豊かな自然や食材、伝統文化や人といった地域資源を有効に活用して、町全体の賑わいの創出につながる施設等を整備し、所得向上や雇用の創出をはじめ町全体に経済効果を波及させる。 | ・中土佐町 | ・久礼新港背後地利用計画（H21～24）<br>◆久礼新港の背後地利用については、「まちづくり検討委員会」や関係者と賑わいの創出に繋がる施設整備に向けて協議検討するとともに、用地取得や経営計画を策定した。H25.3月町議会で施設整備にかかる予算案が否決され、計画案の再構築が必要となった。<br>用地取得完了<br>（買収面積A=9,752.04m2）<br>温泉掘削作業完了<br>（泉温31.5℃、湧出量53L/min）<br><br>・事業計画の再構築（H25～26）<br>◆町議会や関係者と協議を重ね、再度基本計画を作成することとなった。 | ・施設の運営管理者の決定及び育成<br>・計画に参画する多様なニーズを持つ関係者との調整<br>・津波避難対策 | ◆久礼の浜屋敷（仮称）施設等の整備<br><br>◆津波避難路の整備<br><br>◆賑わいの創出への展開 |
| 36 「中土佐のうまいもん食わしちゃお」商品開発プロジェクト<br><br>《中土佐町》 | 現在進めている地域資源を使った商品開発を継続発展的に進めていくことにより、中土佐町の地域産業の向上を図るとともに大正町市場を中心にした地域の活性化を図り、賑わいづくりの創出を行う。<br>中土佐町の海からの物語性のある商品を開発し、次世代ターゲットとなる若者層の関心を高め、新規顧客を開拓することにより、都市部との交流や消費拡大を図り、漁師のおばちゃん達が売るという大正町市場周辺及び中土佐町の価値を高める。 | ・企画・ど久礼もん企業組合 | ・「かつお」を使った商品開発と販路開拓（H21～26）<br>◆辛焼味噌カラヤン、なぶらスープカレー、漁師のラー油、しょうがの恋、俺のたれなど目標の5商品以上を開発し、漁師のラー油、しょうがの恋は、テレビ放映により、一時、生産体制が追いつかないほどのヒット商品となった。<br><br>・大正町市場の活性化（H22～26）<br>◆H22.4月にオープンした「cafe do'kuremon」をH25.8月「市場食堂ど久礼もん」にリニューアルし、かつお丼、海鮮丼をメニューに追加。中土佐の食文化を広めるとともに雇用の創出に繋がった。<br>（従業員数：常勤3名、パート等8名）<br>◆地域のいいもの再発見ワークショップ等を実施し、世代を超えて外部と地域の交流を図った。<br>◆漁師町の資源を活かした食文化の伝承等による地域活性化の取組が評価され、平成25年度地域づくり総務大臣表彰を受賞した。 | ・新たな商品を加工するために人材の育成と加工施設の整備<br>・販路の開拓 | ◆中土佐の食文化を使った商品開発<br><br>◆地元や都市部等での販路開拓 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
大正町入込客数の増加(浜ちゃん食堂)
(H22:25,463人)
28,000人
大正町市場活性化対策協議
大正町市場の活性化策について検討
・新規出店者等に対する支援
・既存商店街と連携した集客イベント等の検討・開催
大正町市場入口空き店舗拠点整備
大正町市場の拠点整備
・大正町市場の拠点として活性化に活動
・町全体へ活性化の動きを波及
久礼の浜屋敷(仮称)施設等の整備
・運営管理者の検討及び運営体制の確立及び地元協議
・基本設計、実施設計
・運営管理者の決定
・施設整備
・施設の活用に関して協議、検討
津波避難路の整備
津波避難路設計
津波避難路整備
賑わいの創出への展開
・地域資源の掘り起こし
・商品開発、メニュー検討
・運営方針の協議検討
・運営開始
・賑わいの創出への営業方策の展開
開発する商品数
5商品
中土佐の食文化を使った商品開発
・商品開発
・地域での生産ー加工ー販売ー販促活動の各体制の確立
商品売上高
(H22:22,748千円)
28,000千円
地元や都市部等での販路開拓
・販路開拓・拡大(商談会及びアンテナショップ等によるプロモーション活動)
・中土佐の食文化を広めることによる、賑わいづくりの創出

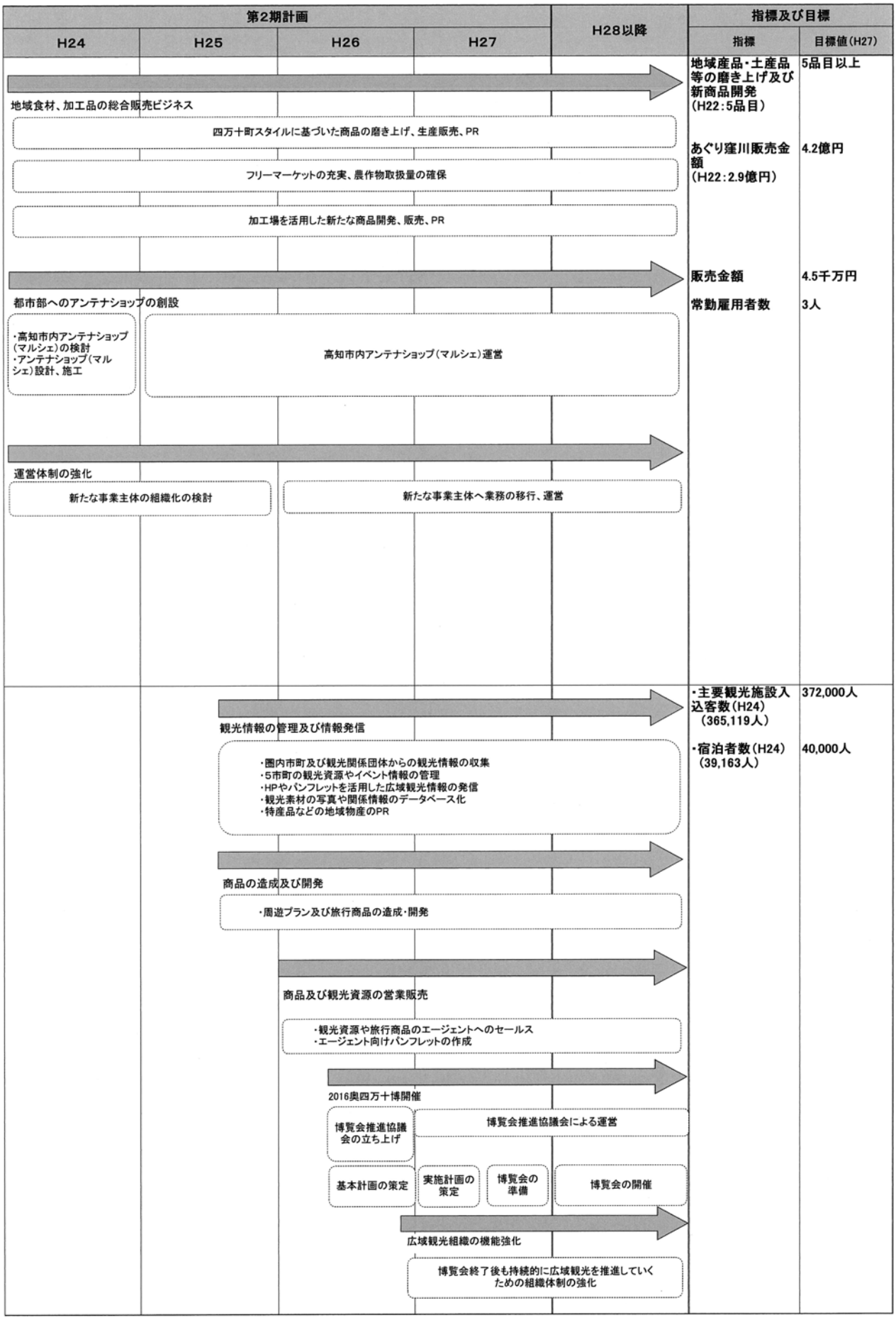
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 37 梅原町地場産品の地産地消・外商の促進<br><br>《梅原町》 | 梅原町にある一次産品や加工品など、さまざまな地場産品の町内外への販売を、IT等の活用、町内外への販売促進活動、並びに、町内の福祉施設及び小中学校の給食に地域産品を調達する仕組みづくりによって促進するとともに、地場産品の商品力向上を促進する。 | ・梅原町商工振興協同組合<br>・JA津野山<br>・町内事業者、生産団体 | ・販売促進（H21～26）<br>◆イベントや商談会への参加といったこれまでの活動に加えて、地域関係者が連携し松山市の量販店での店頭販売を定期的に行うなどの新たな取組が生まれている。<br>◆平成22年8月にオープンした「まちの駅」への出荷登録者数は101名に増加。<br><br>・商品開発（H21～26）<br>◆地域住民19名がフードコーディネーターの指導のもと地域食材を使った加工品づくりの技術を学んだ。<br>◆また、町単独事業の活用により新たな商品開発が進んでいる。<br>◆キジ肉を使った丼の新メニュー試食会等の開催。<br>◆町が地元産食材等を使った新商品（お土産、飲食メニュー）を募集し、5件の応募があり町内で提供・販売されている。<br><br>・ITの活用（H21～23）<br>◆町内事業者を主体とする研修会を開催し、3年間で延べ86名が参加した。<br><br>・学校給食の地産地消（H21～26）<br>◆栄養教諭の積極的な関与もあり利用率は年々増加している。<br>◆ゆすはら応援隊により、集出荷を行い、学校給食等への地産地消を進めている。 | ・地産地消外商機会の拡大<br>・新たな商品開発<br>・既存商品の磨き上げ<br>・学校給食等の地産地消について、生産や供給体制の確立 | ◆地場産品の販売促進<br><br>◆地場産品の商品力向上 |
| 38 津野町地産地消・外商販売戦略<br><br>《津野町》 | ビジネスの拠点となる組織が中心となって、農産物販売システムにより、津野町の産品の販売を高知市（3店舗）、津野町（3店舗）の直販所で行っている。<br>（有）ふるさとセンターの経営計画の策定、（株）満天の星との連携により、拠点ビジネスを安定させ、売上の向上、組織体制の再構築、町内外への情報発信による交流人口の拡大を図る。 | ・（有）津野町ふるさとセンター<br>・津野町 | ・地産地消ビジネス（H21～23）<br>◆集荷所整備、町内直販拠点施設（道の駅等の）整備による町内流通網の拡充、販売組織・機能の統一（手数料、清算方式等）による町内1直販所構想の実現、生産性向上（ハウス、実証圃等）対策などにより、会員も増加して販売額も増加傾向にある。<br><br>・アンテナショップ、加工所の整備運営（H23～26）<br>◆H24.4.11津野町船戸に加工所、高知市南川添にアンテナショップを同時オープン。指定管理者である㈱満天の星が初年度2億円を超える売上を達成し、H25、26も売上は堅調に推移している。 | ・H23年度に統合したふるさとセンターと道の駅が作成した具体的な経営改善計画（体制、戦略等）の実行<br>・アンテナショップ・加工場への食材供給や加工所商品の販売の安定化<br>・野菜の供給量確保<br>・十津店、瀬戸店の体制等の改善<br><br>・生産者直販システムのハード・ソフトの補強・改善・更新<br>・老朽化している瀬戸店・風車の駅の改修の必要性 | ◆直販所の拡充・改善<br><br>◆農産物の生産体制整備<br><br>◆産直システムの機能向上 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
「まちの駅」出荷登録者数
(H22:77名)
120名
「まちの駅」販売額
(H22:15,120千円)
40,000千円
地場産品の販売促進
・生産、販売体制の検討と確保
・町内外への販路開拓
・檮原町産品や情報サイトを取りまとめたサイトの開設、運営、情報収集と発信
・IT研修会、個別指導
給食に使う地場産品を町内の生産者や業者から調達する仕組みづくり(生産者の確保、供給体制の確立、ルートの調整と設定)
地場産品の商品力向上
商品開発、既存商品の磨き上げ
高知店(3店舗)販売額
(H22:69百万円)
90百万円
総販売額
(H19:110百万円)
(H22:136百万円)
162百万円
直販所の拡充・改善
①瀬戸店の縮小
②新十津店の整備
直販所の拡充・改善
①瀬戸店の売り場再構築(見直し)、改修
②新十津店の販路拡大
③風車の駅の改修
農産物の生産体制整備
生産力向上対策
①アンテナショップ、加工場等対策(生産計画)
②ハウス等の整備
③勉強会・研修会の開催
販売力向上対策(生産者直販システムを使った消費者ニーズのフィードバックによる商品力向上)
産直システムの機能向上
・生産者直販システムの機能向上

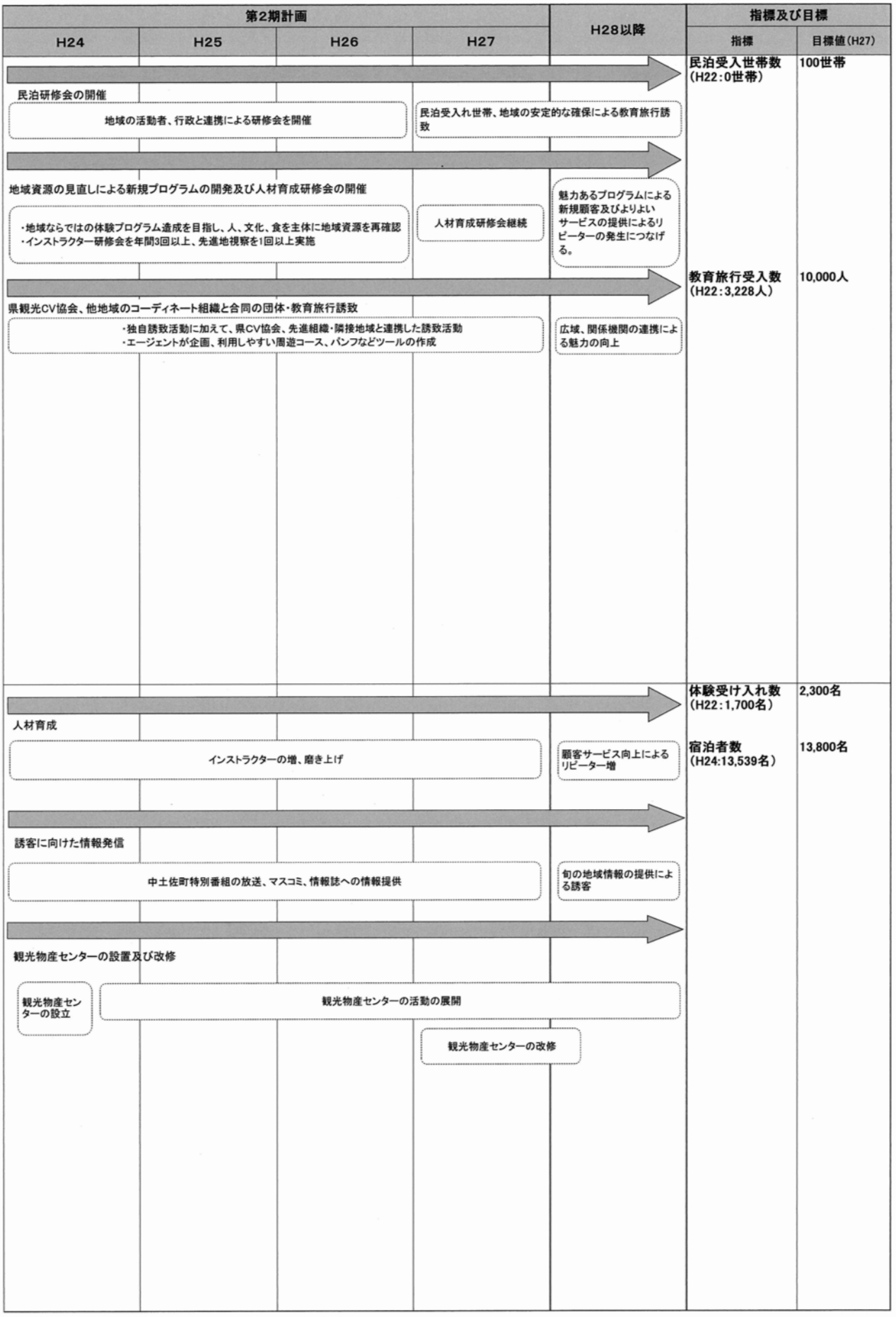
## 【高幡地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 39 | 四万十町拠点ビジネス体制の強化<br><br>《四万十町》 | 地域資源を有効に活用するため、地産地消や加工品開発販売などを一体的に担うビジネス拠点組織を中心とした仕組みや体制を整備し、地域の活性化や所得の向上を目指す。 | ・(株)あぐり窪川<br>・四万十町 | ・運営体制づくり(H21)<br>◆行政、地域団体、生産者等による「四万十町拠点ビジネス事業運営協議会」を設置し、基本戦略である「四万十町スタイル」を取りまとめた。(H21)<br><br>・生産流通システムの構築(H21～26)<br>◆バラエティに富んだ個性ある旧3町村(十和ー大正ー窪川)の産品を一元的に流通販売し、コスト削減を図るとともに新たな販路を開拓した。(県内12店舗、県外2店舗)<br>◆24年度には、高知市内にアンテナショップ四万十の蔵を設置し、販売先を一元化。<br>◆25年度に産振アドバイザーを導入し、集客に繋がる店舗づくりに取り組んだ結果、26年度の販売額、来客数の増加に繋がった。<br><br>・商品開発・販売(H22～23)<br>◆四万十町の地域資源を活用した加工商品を開発(5商品)するとともに、3つの道の駅での連携商品(3丼)を開発した。 | ・事業主体の経営体質の向上<br>・農産物等取扱量の確保<br>・アンテナショップの機能充実 | ◆地域食材、加工品の総合販売ビジネス<br><br>◆都市部へのアンテナショップの創設<br><br>◆運営体制の強化 |
| 40 | 高幡地域における広域観光の推進<br><br>《高幡地域全域》 | 高幡地域内の観光地、自然、食、人などの観光資源を組み合わせて新たな商品を造成するとともに、高幡地域ならではの魅力をPRすることで知名度の向上及び観光客数の増加を図る。そして、造成された商品を県内外の旅行代理店への営業活動を積極的に展開することで団体旅行の誘致に結び付け、広域への経済効果を波及させていく。 | ・高幡広域市町村圏事務組合<br>(高幡広域観光推進本部) | ・推進体制の整備(H25)<br>◆平成25年11月1日に高幡地域の広域観光組織として「高幡広域観光推進本部」を設立した。<br><br>◆平成26年1月17日に高幡広域観光推進本部会議を開催し、本部内において地域博覧会を行うことについて合意した。<br><br>◆平成26年12月3日に地域博覧会を推進していく組織として「奥四万十博推進協議会」が設立した。 | ・博覧会終了後も持続的に広域観光を推進していくための組織体制の強化 | ◆観光情報の管理及び情報発信<br><br>◆商品の造成、開発<br><br>◆商品及び観光資源の営業販売<br><br>◆2016奥四万十博開催<br><br>◆広域観光組織の機能強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
地域産品・土産品等の磨き上げ及び新商品開発
(H22:5品目)
5品目以上
地域食材、加工品の総合販売ビジネス
四万十町スタイルに基づいた商品の磨き上げ、生産販売、PR
あぐり窪川販売金額
(H22:2.9億円)
4.2億円
フリーマーケットの充実、農作物取扱量の確保
加工場を活用した新たな商品開発、販売、PR
販売金額
4.5千万円
都市部へのアンテナショップの創設
常勤雇用者数
3人
・高知市内アンテナショップ(マルシェ)の検討
・アンテナショップ(マルシェ)設計、施工
高知市内アンテナショップ(マルシェ)運営
運営体制の強化
新たな事業主体の組織化の検討
新たな事業主体へ業務の移行、運営
・主要観光施設入込客数(H24)
(365,119人)
372,000人
観光情報の管理及び情報発信
・宿泊者数(H24)
(39,163人)
40,000人
・圏内市町及び観光関係団体からの観光情報の収集
・5市町の観光資源やイベント情報の管理
・HPやパンフレットを活用した広域観光情報の発信
・観光素材の写真や関係情報のデータベース化
・特産品などの地域物産のPR
商品の造成及び開発
・周遊プラン及び旅行商品の造成・開発
商品及び観光資源の営業販売
・観光資源や旅行商品のエージェントへのセールス
・エージェント向けパンフレットの作成
2016奥四万十博開催
博覧会推進協議会の立ち上げ
博覧会推進協議会による運営
基本計画の策定
実施計画の策定
博覧会の準備
博覧会の開催
広域観光組織の機能強化
博覧会終了後も持続的に広域観光を推進していくための組織体制の強化

## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 41 須崎市の教育旅行や団体旅行の誘致に向けた体制の整備<br><br>《須崎市》 | 須崎市への教育旅行や団体旅行を増やすため、地域資源を活かした体験メニューの充実、民泊受入世帯の拡大を図る。 | ・須崎市観光協会<br>・NPOすさきスポーツクラブ | ・教育旅行の誘致事業（H21～26）<br>◆体験型観光パンフレットを作成配布した。<br>◆旅行会社主体の誘客活動を行った。<br>◆インストラクター研修会等を行った。<br>◆県内12校647人、県外2校387人受入れた。（H24）<br>◆関西方面からの中学校修学旅行が定着した。県内8校804人、県外8校1,390人を受入れた。（H25）<br><br>・一般団体の誘致事業（体験型観光）（H21～26）<br>◆ドラゴンカヌー・鰹タタキづくり体験などを主体に受入数を確保した。<br>703人（H24）、473人（H25）<br><br>・民泊の推進（H21～26）<br>◆民泊事業を模索。<br>◆民泊受入れ軒数が50軒になったことで関西の旅行代理店中心に営業を行った。（H24）<br>◆民泊受入が72軒と15軒増加。平成26年度に1校を受入、平成27年度に9校、28年度に6校の民泊修学旅行が決定した。 | ・教育旅行民泊受入先の確保<br>・プロモーション活動<br>・体験プログラムの増及びインストラクター養成<br>・教育旅行民泊受入先の確保<br>・受入家庭を100軒まで増すことが課題。<br><br>・プロモーション活動<br>・営業スタッフの確保と事業資金が不十分なので、経営体制の強化が急務。<br><br>・体験プログラムの増大やインストラクター養成<br>・観光協会（事務局）の運営事業資金がないことや担当職員の人材が不安定で受入実施体制が十分に構築できていない。<br>・観光協会（事務局）の受入体制の強化。 | ◆民泊研修会の開催<br><br>◆地域資源の見直しによる新規プログラムの開発及び人材育成研修会の開催<br><br>◆県観光CV協会、他地域のコーディネート組織と合同の団体・教育旅行誘致 |
| 42 中土佐町の地域資源を活用した体験型・滞在型観光の推進<br><br>《中土佐町》 | 観光物産センターを設立し、中土佐町の観光情報発信及び観光客の誘致を行うとともに、重要文化的景観を活かした久礼のまち歩きや漁業体験など体験型観光メニューの充実を図り、中土佐町における交流人口の拡大を目指す。 | ・中土佐町 | ・体験観光の推進（H21～26）<br>◆久礼のまち歩き<br>まち歩きガイドを8名養成し、マップを作成配布するとともに、随時受け入れを行った。<br>ガイドコース・内容共に見直し、JRとタイアップして「味な散歩道」による販売を実施した。<br><br>◆漁業体験<br>県内小学校、老人クラブ等に積極的にPRを行い、誘致に繋がった。<br><br>◆重要文化的景観<br>「久礼の港と漁師町の景観」認定（H23年2月）、同時に「四万十川流域の文化的景観 上流域の農山村と流通・往来」に旧大野見地区荻中川と下ル川の流域が追加認定を受けた。 | ・体験メニューの充実と受け入れ体制の構築<br>・ガイドの確保及び資質向上<br>・団体客の受入と観光案内機能の強化 | ◆人材育成<br><br>◆誘客に向けた情報発信<br><br>◆観光物産センターの設置及び改修 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
民泊受入世帯数
(H22:0世帯)
100世帯
民泊研修会の開催
地域の活動者、行政と連携による研修会を開催
民泊受入れ世帯、地域の安定的な確保による教育旅行誘致
地域資源の見直しによる新規プログラムの開発及び人材育成研修会の開催
・地域ならではの体験プログラム造成を目指し、人、文化、食を主体に地域資源を再確認
・インストラクター研修会を年間3回以上、先進地視察を1回以上実施
人材育成研修会継続
魅力あるプログラムによる新規顧客及びよりよいサービスの提供によるリピーターの発生につなげる。
教育旅行受入数
(H22:3,228人)
10,000人
県観光CV協会、他地域のコーディネート組織と合同の団体・教育旅行誘致
・独自誘致活動に加えて、県CV協会、先進組織・隣接地域と連携した誘致活動
・エージェントが企画、利用しやすい周遊コース、パンフなどツールの作成
広域、関係機関の連携による魅力の向上
体験受け入れ数
(H22:1,700名)
2,300名
人材育成
インストラクターの増、磨き上げ
顧客サービス向上によるリピーター増
宿泊者数
(H24:13,539名)
13,800名
誘客に向けた情報発信
中土佐町特別番組の放送、マスコミ、情報誌への情報提供
旬の地域情報の提供による誘客
観光物産センターの設置及び改修
観光物産センターの設立
観光物産センターの活動の展開
観光物産センターの改修

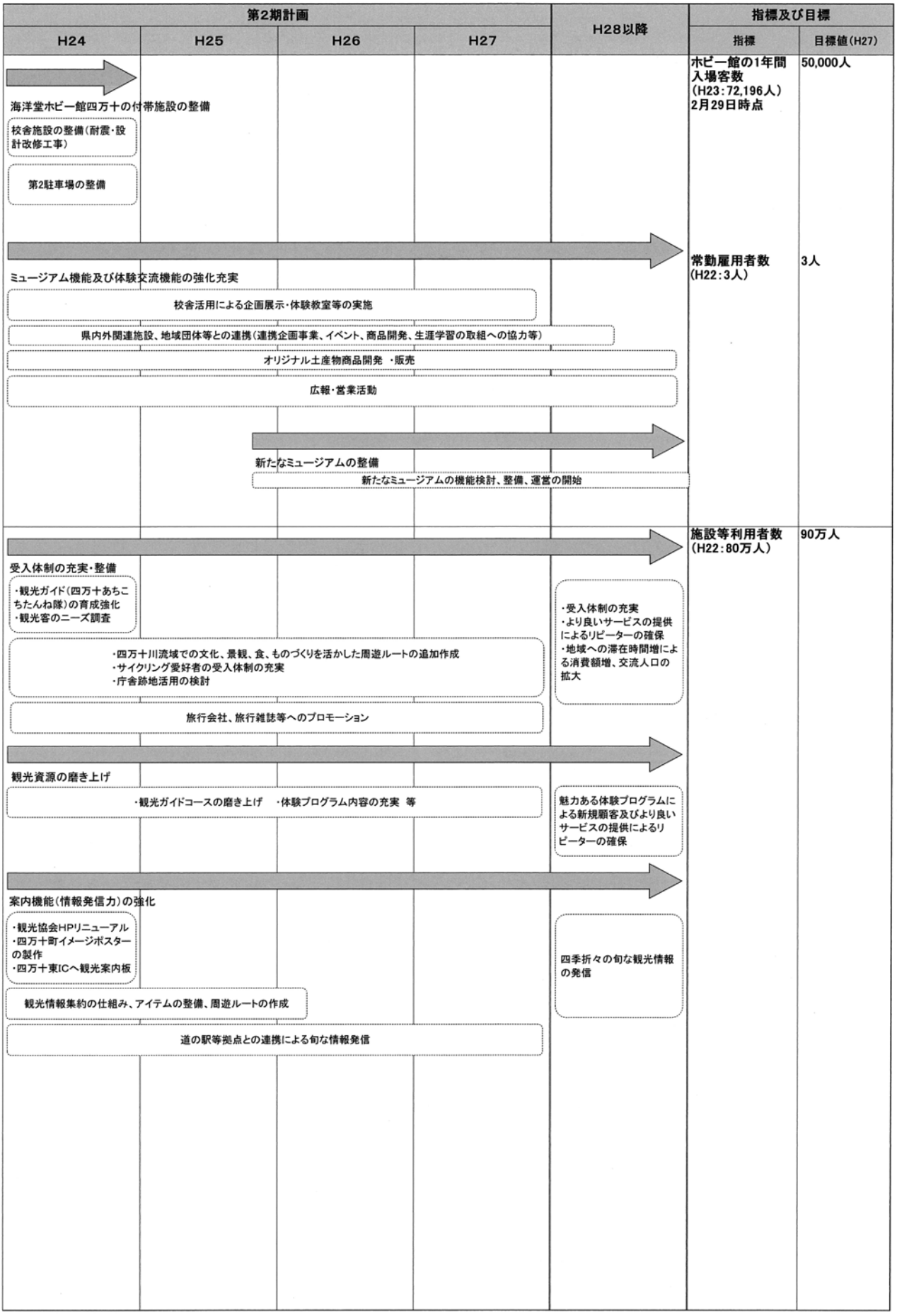
## 【高幡地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 43 梼原町の体験型・滞在型観光の推進<br><br>《梼原町》 | 「龍馬脱藩の郷」としての取組を継続。<br>まち歩きやセラピーロードをはじめとした体験型観光、住民主体のおもてなし・受入体制や基盤の一層の充実を図る。そして環境・いやしのまち梼原の取組と併せて旅行会社、企業、大学などへの誘致活動を行う。 | ・梼原町商工会<br>・梼原町<br>・松原まろうど会<br>・坂本龍馬脱藩の郷ゆすはらであいの会 | ・誘客、受入・もてなし体制<br>（H21～26）<br>◆地域（住民）組織「ゆすはら社中」による町内が一体となった龍馬伝・龍馬博、それに続くふるさと博を活かした誘客、受入・もてなし体制が行えた。<br><br>・ハード整備及び活用<br>（H21～26）<br>◆「ゆすはら維新の道社中」、まちの駅マルシェ・ユスハラ、雲の上のギャラリーの整備などが行われ、これらを活かした県外エージェントへの誘客活動、県内ホテルとの連携などにより多くの観光客が訪れ「龍馬脱藩の郷」としてのイメージの定着が図られた。また、町民がお客様のお迎え効果を実感したことも今後に続く大きな成果である。<br>◆H25年度には、千百年物語りと題して町立歴史民俗資料館をリニューアルした。<br><br>・森林セラピー推進による地域活性化（H21～26）<br>◆梼原町が主体となり地元医療機関等関係機関や松原まろうど会と連携し、地域活性化のためのイベントを行った。松原地区では、地域振興の体制づくりが進められ、実績も徐々に上がっている。宮野々地区も新規認定のセラピーロード及び周辺森林の整備等が今後も進められることから、両地区とも県内外からの集客により地域への経済波及効果、地域の活性化等の成果が期待できる。<br>◆「ゆすはら応援隊」とまろうど会との連携により、久保谷セラピーロードにおいてイベントを開催した。 | ・「龍馬脱藩の郷」を継続活用した誘客活動の強化<br>・環境のまち、癒しのまち「ゆすはら」のアピールによる、一般企業のCSR研修、スポーツ合宿などの誘致活動強化<br>・滞在型の森林セラピーの基盤整備 | ◆受入体制の充実<br><br>◆誘客活動<br><br>◆森林セラピーの受入体制の充実<br><br>◆受入基盤の整備 |
| 44 清流と風と歴史に会えるまち津野町まるごと体感！～観光集客アップ作戦～<br><br>《津野町》 | 四国カルスト天狗高原や四万十川源流点、風の里公園、セラピーロードなどを中心とした津野町の観光スポットと歴史や伝統文化、地域の食など津野町をまるごとPRし、年間を通じて多くの観光客の集客を図る。 | ・津野町 | ・「ふる」活用ビジネス事業・観光交流ネットワークビジネス<br>（H21～23）<br>◆案内板の整備や、観光図鑑の作成などを行い、予約時の町内の宿の連携と来てくださった方へのおもてなし力の向上や、観光ガイドの育成に取り組み、目標であった、年間宿泊数9,000人超を維持することができた。<br><br>・全国源流サミットの開催（H24）<br>◆参加者569人<br><br>・観光情報の発信（H24～26）<br>◆県内外へのテレビ、ラジオ、雑誌等の情報発信により、中四国をはじめとする県外からの観光客が増加した。 | ・観光ガイドの養成と、全体のスキルアップ<br>・おもてなし向上の更なるステップアップへの機運の向上<br>・県外への情報発信の強化 | ◆受入体制の整備<br><br>◆全国源流サミット開催を契機とした四万十川源流点と加工所（食）と町内観光スポットを一体とした全国発信 |

第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値（H27）
宿泊者数
（H22：6,485人）
8,500人
受入体制の充実
・龍馬博、ふるさと博を活用し坂本龍馬脱藩の郷ゆすはらをPRし、観光客の受け入れや誘客目的に結成された「ゆすはら維新の道社中」がH23で役割を終え、地域住民による新たな組織の結成
・体験、おもてなし、食などテーマ毎の研修会の開催
施設利用者
（H22：82,299人）
97,500人
誘客活動
・「環境の町」「龍馬脱藩の郷」「セラピー基地・ロードによるいやしのまち」を前面に出した旅行会社、企業、大学等へのセールス
・高知市内等のホテル、旅館との連携による誘客
・国道440号線開通の利点を活かし、マスコミやTV、コマーシャル等を松山や中国、関西方面へ積極的に行う
森林セラピーの受入体制の充実
医療保健施設管理者と連携したセラピー基地・ロードでの受入体制の促進
受入基盤の整備
セラピー基地である太郎川公園やセラピーロード等の魅力を向上させるための施設整備
主要宿泊施設年間宿泊数
（H19：8,925人）
（H22：9,616人）
9,800人
受入体制の整備
・おもてなしの向上
・ガイドの育成・スキルアップ
・観光スポットの整備（案内板を含む）
・イベントの企画・開催
観光拠点施設の整備
全国源流サミット開催を契機とした四万十川源流点と加工所（食）と町内観光スポットを一体とした全国発信
情報発信

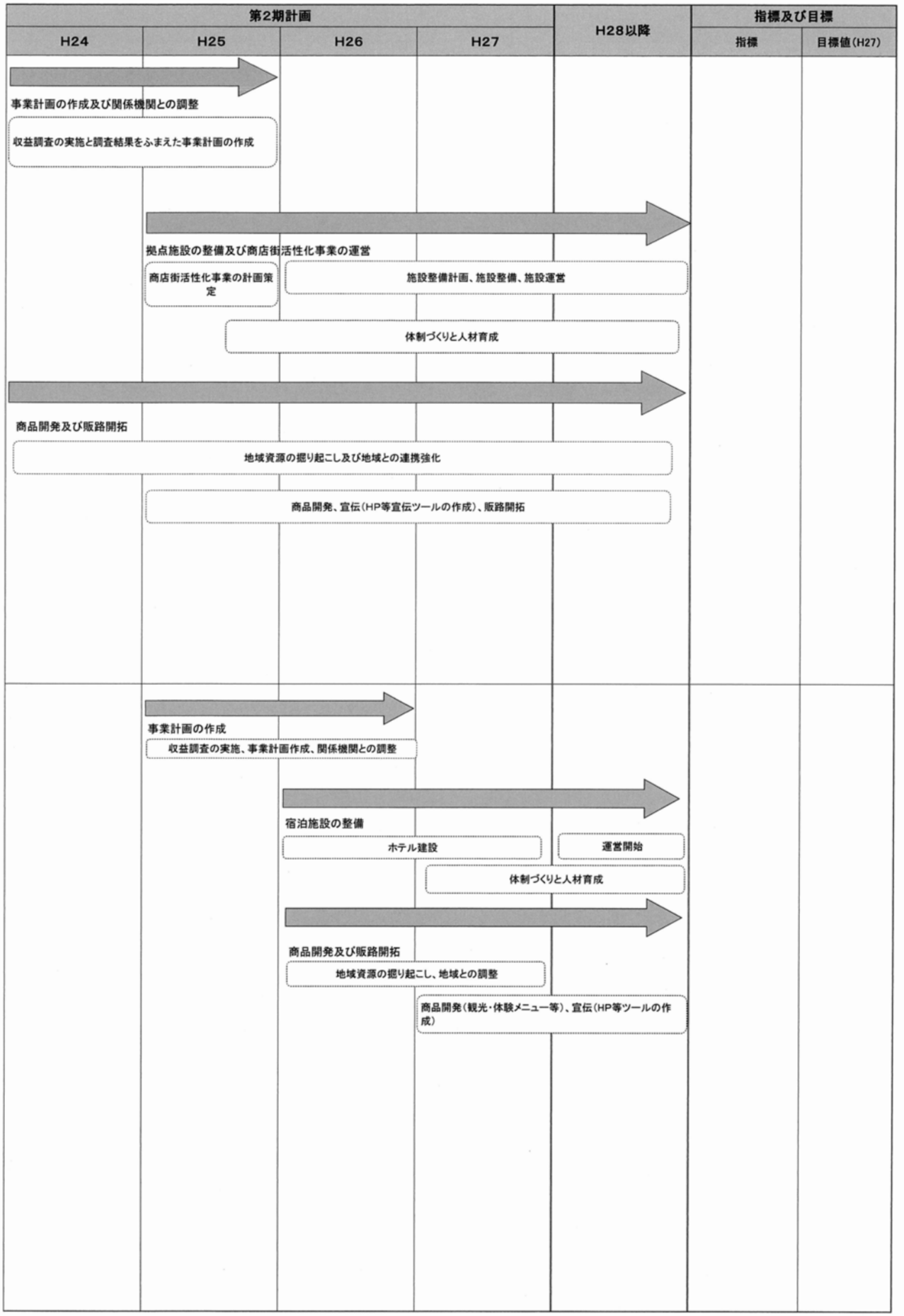
## 【高幡地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 45 | わざわざいこう「海洋堂ホビー館四万十」を核としたミュージアムのまちづくり<br><br>《四万十町》 | 「海洋堂ホビー館四万十」の校舎等を企画展示や体験教室として整備し、四万十町の観光拠点としてブラッシュアップを図るとともに、周辺に整備予定の新たなミュージアムや四万十川流域の豊かな自然や食、伝統文化など四万十町全体の魅力ある資源を有効に組み合わせ更なる観光交流人口の拡大を図る。 | ・四万十町<br>・(株)海洋堂<br>・(株)奇想天外 | ・海洋堂ホビー館四万十を核とした観光交流人口の拡大<br>(H21～26)<br>◆世界的なフィギュアメーカーである(株)海洋堂との連携により、廃校となった小学校を活用し「海洋堂ホビー館四万十」を整備、開館(H23年7月)。<br>目標の15,000人を開館後約1か月半で達成し、交流人口の拡大や雇用の創出など、中山間地域の活性化に繋げた。企画展やイベントを積極的に開催し、館内展示では常に少しづつ入替を行うなど、工夫を重ねている。<br>入場者数:252,978人(H26.12月末時点)<br>◆全国初のミュージアム列車ホビートレインの運行を開始しJR予土線の利用向上に繋げた。<br>◆町内道の駅の入込客数や売上増加に貢献した。<br>◆「海洋堂かっぱ館」や地元の方による「かっぱ茶屋」「谷小屋」がオープンし、町内量販店との連携が活発化した。<br><br>・2次交通体制の整備(H23～26)<br>◆誘導案内看板や第2駐車場の整備、臨時駐車場の設置等により受入の円滑化を図った。 | ・リピーターの確保や効果的な広報の仕組みづくり<br><br>・町内事業者への波及効果や地元と連携した取組の充実<br><br>・さらなる誘客に繋げるための新たなミュージアムの整備 | ◆海洋堂ホビー館四万十の付帯施設の整備<br><br>◆ミュージアム機能及び体験交流機能の強化充実<br><br>◆新たなミュージアムの整備 |
| 46 | 四万十町観光交流促進事業<br><br>《四万十町》 | 高速道路の延伸や海洋堂ホビー館四万十の整備を踏まえ、四万十町の山・川・海の豊かな地域資源がつくりあげた景観や歴史、文化等に磨きをかけるとともに、ものづくりや食を中心としたまちづくりを進めることで、四万十町流域での滞在型観光を推進する。 | ・四万十町<br>・(一社)四万十町観光協会<br>・四万十町商工会等 | ・受入体制の整備・充実(H23～26)<br>◆観光ガイドの養成21名(目標:20名)を達成(H23)<br>◆四万十の食をテーマに「四万十ポークどんぶり街道」の取組を開始し、町内全域の店舗でスタンプラリーを行うなど町内への誘客につなげている。(H24～25)<br><br>・観光資源の磨き上げ(H24～25)<br>◆「興津海の家」の改修を実施するとともに、スキューバダイビングやマリンスポーツの体験メニューの充実を図った。<br><br>・案内機能の強化(H23～26)<br>◆町内3つの道の駅に観光情報案内電光掲示板を設置するとともに、ひろめ市場への特大広告看板を設置するなど、情報発信を強化した。(H23)<br>◆主要施設5箇所(興津青少年旅行村・松葉川温泉・四万十町ホビー館・ウェル花夢・ふるさと交流センター)に看板を設置し、観光客を町内周遊への誘導につなげている。(H24)<br>◆観光協会HPをリニューアルするとともに、地域ならではの食、川、橋、泊、祭りなど各リーフレットを作成し案内機能の充実を図っている。(H24～26) | ・メディア、パンフ、HP等を活用した観光・イベント情報、周遊ルートの提供及び3つの道の駅が連携した情報発信の強化<br>・観光資源の磨き上げや、交流人口拡大につなげるための仕掛けや体制の強化 | ◆受入体制の充実・整備<br><br>◆観光資源の磨き上げ<br><br>◆案内機能(情報発信力)の強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ホピー館の1年間入場客数（H23：72,196人）2月29日時点
50,000人
海洋堂ホビー館四万十の付帯施設の整備
校舎施設の整備（耐震・設計改修工事）
第2駐車場の整備
常勤雇用者数（H22：3人）
3人
ミュージアム機能及び体験交流機能の強化充実
校舎活用による企画展示・体験教室等の実施
県内外関連施設、地域団体等との連携（連携企画事業、イベント、商品開発、生涯学習の取組への協力等）
オリジナル土産物商品開発 ・販売
広報・営業活動
新たなミュージアムの整備
新たなミュージアムの機能検討、整備、運営の開始
施設等利用者数（H22：80万人）
90万人
受入体制の充実・整備
・観光ガイド（四万十あちこちたんね隊）の育成強化
・観光客のニーズ調査
・受入体制の充実
・より良いサービスの提供によるリピーターの確保
・地域への滞在時間増による消費額増、交流人口の拡大
・四万十川流域での文化、景観、食、ものづくりを活かした周遊ルートの追加作成
・サイクリング愛好者の受入体制の充実
・庁舎跡地活用の検討
旅行会社、旅行雑誌等へのプロモーション
観光資源の磨き上げ
・観光ガイドコースの磨き上げ ・体験プログラム内容の充実 等
魅力ある体験プログラムによる新規顧客及びより良いサービスの提供によるリピーターの確保
案内機能（情報発信力）の強化
・観光協会HPリニューアル
・四万十町イメージポスターの製作
・四万十東ICへ観光案内板
四季折々の旬な観光情報の発信
観光情報集約の仕組み、アイテムの整備、周遊ルートの作成
道の駅等拠点との連携による旬な情報発信

## 【高幡地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 47 | 四万十町大正地区の地域経済活性化の核となる事業への取組<br><br>《四万十町》 | 拠点施設を整備し、海洋堂ホビー館や海洋堂かっぱ館、奥四万十自然体験村構想等の地域資源を活用することで、通過型から滞在型観光へのシフトを図り、観光分野を産業として構築、四万十町の経済波及効果に繋げていく。 | ・(株)デベロップ大正<br>・四万十町商工会大正支所<br>・四万十町 | ・ステップアップ事業の導入(H24)<br>◆収益調査等の実施<br><br>・商店街にぎわい事業調査研究事業の実施(H25)<br>◆大正商店街活性化推進協議会を設置し、地域活性化に資する各事業の中核的な推進体制を組織化するとともに、個別テーマごとに分科会を設置し、実践活動を展開するための体制が整備された。<br><br>・産業振興アドバイザーの導入(H25)<br>◆商店街及び周辺地域の地域資源の活用や連携方策を検討し、取組の基本的視点の確認を行った。<br><br>・大正商店街活性化推進協議会の各分科会活動と拠点施設整備に向けた活動の推進(H25～26)<br>◆地元特産品として塩麹の開発・販売、各種イベントへの協力、「大正まちなかギャラリー」などの分科会活動、拠点施設整備に向けた協議が行われた。<br><br>・コーディネート機能の充実(H26)<br>◆地域おこし協力隊が着任し、大正商店街活性化協議会とともにJR土佐大正駅前のにぎわい拠点を整備し来訪者の案内・ニーズ把握、地域資源の紹介を行った。 | ・事務局体制づくりとコーディネーターの育成<br><br>・地元住民の主体的な参画<br><br>・地域資源との連携 | ◆事業計画の作成及び関係機関との調整<br><br>◆拠点施設の整備及び商店街活性化事業の運営<br><br>◆商品開発及び販路開拓 |
| 48 | しまんと時間満喫プロジェクト<br><br>《四万十町》 | 四万十ならではの食と癒しの時間を提供できる宿泊施設を建設し、町内にある魅力あふれる観光素材と合わせて、通過型から滞在型観光へと人の流れをつくることで四万十町の地域経済活性化に繋げていく。 | ・(株)生田組 | ・事業計画の作成(H25～26)<br>◆収益調査の実施(H25)<br>◆ホテル基本設計の実施(H26) | ・関係機関との協議調整 | ◆事業計画の作成<br><br>◆宿泊施設の整備<br><br>◆商品開発及び販路開拓 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
事業計画の作成及び関係機関との調整
収益調査の実施と調査結果をふまえた事業計画の作成
拠点施設の整備及び商店街活性化事業の運営
商店街活性化事業の計画策定
施設整備計画、施設整備、施設運営
体制づくりと人材育成
商品開発及び販路開拓
地域資源の掘り起こし及び地域との連携強化
商品開発、宣伝(HP等宣伝ツールの作成)、販路開拓
事業計画の作成
収益調査の実施、事業計画作成、関係機関との調整
宿泊施設の整備
ホテル建設
運営開始
体制づくりと人材育成
商品開発及び販路開拓
地域資源の掘り起こし、地域との調整
商品開発(観光・体験メニュー等)、宣伝(HP等ツールの作成)

# Ⅱ　各地域の具体的な取組

# 7　幡多地域

## 7　幡多地域

### （1）　地域の産業を取り巻く状況

高知県の西南部に位置する当地域は、四国で最も温暖な気候や黒潮の恵などの自然条件を活かした第一次産業を中心としながら、近年では大規模な工業団地の開発による企業誘致や四万十川・足摺岬など全国に誇れる観光資源を活用することで、産業の振興を図ってきました。

平成17年と平成22年の国勢調査の結果をみると、この5年間で当地域の人口は6.8%減、高齢化率も29.7%から32.8%となるなど、人口減、高齢化の進行がますます顕著になっています。特に、生産年齢人口は10.3%減と地域内人口の減少率を大きく上回っており、就業の場とともに産業の担い手を確保することが大きな課題となっています。

こうした課題の解決に向けて、集落活動センターの設立や移住の促進による担い手の確保など、中山間地域の活性化に向けた取組が始まっています。

このような状況を踏まえ、一次産業の基盤づくりや地域内での加工品づくり、観光商品の開発や販売に取り組んでいます。

産業分野別にみると、農業では、野菜、花卉、果樹、水稲などが栽培されていますが、国内外の産地間競争の激化や価格の低迷、生産コストの上昇などにより、産地の維持が課題となっています。こうした状況のなか、農産物の高付加価値化や生産性の向上、集落営農の推進による作業の効率化に取り組むほか、地域内での加工品づくりを目指した栗・芋・ユズ・サトウキビなどの栽培も広がってきています。

林業は、小規模所有者が多いことや林道・作業道の開設の遅れ、長引く木材価格の低迷などにより、厳しい状況が続いていますが、森の工場づくりや地域内の木材ブランド化など、森林資源の価値を高める取組が進んできています。また、備長炭生産の再興や再生可能エネルギーとしての木材活用の検討など、森林資源をより広く活用する取組も始まっています。

水産業は、沿岸・沖合漁業や魚類養殖業が盛んでしたが、生産量の減少や魚価の低迷、燃油価格の高騰などが漁業者の所得に大きな影響を及ぼしています。また、四万十川のアユやアオノリなどの天然資源の減少も深刻化しています。こうした状況を克服するために、民間事業者との連携による養殖種苗の生産に取り組み始めたほか、磯焼け対策やサンゴ保全、産学官連携による四万十川の調査・研究など、天然資源保護に向けた取組とともに、アオノリの新商品開発や販路開拓、水産資源を活用した加工品づくりにも取り組んでいます。

商工業では、四万十市が圏域商業の拠点的な役割を果たしていますが、郊外に大規模小売店を中心とした新たな商業集積が進み、既存商店街の空洞化が深刻な状況になっています。そのため、四万十市では、商店街の空き店舗の解消と魅力的な個店の増加に向け、「チャレンジショップ」を中心商店街に開設し、新規開業希望者の育成と、チャレンジ期間終了後の新規出店への支援を進めており、これまでに卒業生4名の開業につながるとともに、中心商店街内でも3名が開業しています。

また、これまでにチャレンジした8名のうち、4名がＵＩターン者であることから、移住促進に向けても非常に有効な取組となっています。

これ以外に、地産外商という点でも地域内の一次産品を活用した特産品づくりと販路拡大など、一次産品に付加価値をつけて地域外に売り出す取組が、徐々に広がってきています。

観光に関しては、清流四万十川や足摺宇和海国立公園など全国的に知名度の高い観光資源があり、豊かな自然を活かした滞在型・体験型観光の取組が進んでいます。さらに幡多地域全体の魅力を全国に発信するための広域観光組織の機能強化や地域の資源を活かした体験メニューの造成・磨き上げ、地域全体でのおもてなしの心の養成など、より一層魅力的な地域となるよう取り組んでいます。

さらに、風力発電、太陽光発電、木質バイオマス発電など、新エネルギーを地域の活性化に活かそうとする取組が始まっています。

## （２）　地域アクションプランの概要

当地域では、まず、様々な生産活動の基盤となる一次産業振興の取組を継続します。また、それらを活用した加工品づくりが各地域に広がってきており、今後は更なる販売拡大や製造基盤の充実に取り組み、事業者の経営安定を図ると同時に、新たな特産品づくりにも取り組んでいきます。一方で、地域の優れた自然環境を守りながら、長期滞在に繋がる魅力ある観光ルートや交流拠点づくりなどを行い、交流人口の拡大に引き続き取り組みます。その際には、広域的な視点や「環境」に配慮した仕組みなどを取り入れ、新たな魅力の創出にも努めます。

農業分野では、今後も安全・安心を目指す産地づくりを進め、より効率的で生産性の高い農業経営体の育成を図ります。果樹ではユズ、直七、栗など、特徴のある品目の生産拡大を一層進め、競争力のある産地づくりを目指します。花卉では、洋ランのブランド化に取り組んでいます。また、農業用施設等の整備や農業後継者の育成に取り組むとともに、地域内で注目されはじめた農産物加工の取組の拡大や環境保全型農業の普及拡大等にも引き続き取り組みます。

林業分野については、成熟しつつあるヒノキなどの森林資源を活用するため「森の工場」づくりを推進し、事業体と担い手の育成を図ることで、木材の増産を進めます。また、ヒノキのブランド化戦略や備長炭の生産拡大など、森林資源に付加価値をつける取組を継続します。加えて、国の新エネルギー政策を視野に入れ、再生可能エネルギーとしての木質資源活用の可能性の検討にも取り組みます。

水産業分野では、まず、地域内で種苗生産を行い安定した養殖漁業経営を目指します。メジカ（宗田節）やキビナゴ、清水サバなど地域を代表する魚は、知名度の向上やブランド化に取り組むとともに加工事業を推し進め、販売拡大や新商品づくりを行い、更なる地産外商の拡大を目指します。四万十川では、アオノリやアユの調査・研究に高知大学と連携して取り組むとともに、６次産業化による漁協の経営安定を目指し、アオノリの販路開拓などに取り組みます。カツオは、漁協を主体とした活餌供給体制の強化によって、地域内での更なる水揚げの増加を目指すとともに、体験メニューへの活用など、新たな切り口での取組も継続します。

商工業分野については、これまで各地で整備されてきた魚や黒砂糖といった地域資源の加工施設での生産や加工品の充実・販売の拡大を図るとともに、新たに畜産物の加工品づくりにも取り組みます。また、高速道路の延伸による地域間交流の増加などの効果を、地域内での販売拡大・にぎわいづくりに加え、地産外商の拡大にもつなげていくため、新たな販売拠点づくりや中心商店街の活性化に取り組みます。

地域の重要な産業の一つである観光分野については、平成２５年に実施した「楽しまんと！はた博」の連携効果を継続させていく取組が必要となっています。そのため、平成２６年４月に幡多広域観光協議会に民間事業者、観光関係者、商工会議所、商工会等で構成する広域観光推進部会を設置し、５つの専門チーム（ブランド化商品開発チーム

（四万十川流域・マリンレジャー・グルメ）、教育旅行受入体制整備、スポーツ合宿等誘致推進）により、各地域の観光商品の磨き上げを図り、広域の周遊や長期滞在が可能な魅力ある観光地づくりに取り組んでいます。

各分野の取組に加えて、地域内での情報共有や事業者間の連携、県内他地域との連携による多角的なビジネス展開により、地域の産業振興に取り組みます。

### （３） 重点的な取組

○ 安定した農業経営体づくりと地域に根ざした有望品目づくり
（より生産性の高い農業経営体育成、ユズ・直七・栗・洋ラン・ラッキョウ・サトウキビ等の特徴ある品目の栽培など）

○ 森林資源の活用促進
（森の工場、木材製品の品質向上・表示・ブランド化、木質バイオマスの活用、備長炭の生産など）

○ 安定した漁業生産を目指す取組
（種苗生産、カツオ活餌の安定供給など）

○ 地域産物を活用した６次産業の振興
（しみずの元気再生事業、宿毛の直七・魚の加工、四万十市の栗・ブシュカン・スジアオノリなどの加工の取組の更なる飛躍、新商品づくりなど）

○ 地域再生への総合的な取組
（土佐清水市地域再生計画、拠点ビジネスの推進(四万十市西土佐地区、大月町、黒潮町佐賀地区、三原村)など）

○ 滞在型・体験型観光の推進
（幡多広域観光協議会を中心に、民間事業者、観光関係団体、市町村等が一体となった観光商品の造成、磨き上げ、販売、情報発信を促進する）

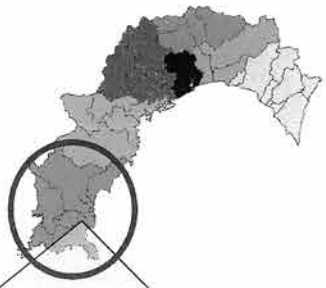
### （４） 主要な指標及び目標

| 項　　目 | 実　　績 | 目　　標 |
|---|---|---|
| 主要農産物の生産量等 | | |
| 大規模農業経営体数 | H22：　2経営体 | H27：　10経営体 |
| 直七 | H22：　21ｔ | H27：　200ｔ |
| ユズ（三原村の生産量） | H22：　74ｔ | H27：　400ｔ |
| 森の工場の木材生産量 | H22：　13,871㎥ | H27：　20,000㎥ |
| ６次産業売上額 | H22：　1,363百万円 | H27：　1,500百万円 |
| ビジネス拠点組織の売上額 | H22：　169百万円 | H27：　250百万円 |
| 修学旅行等受入人数 | H22：　3,074人 | H27：　4,000人 |

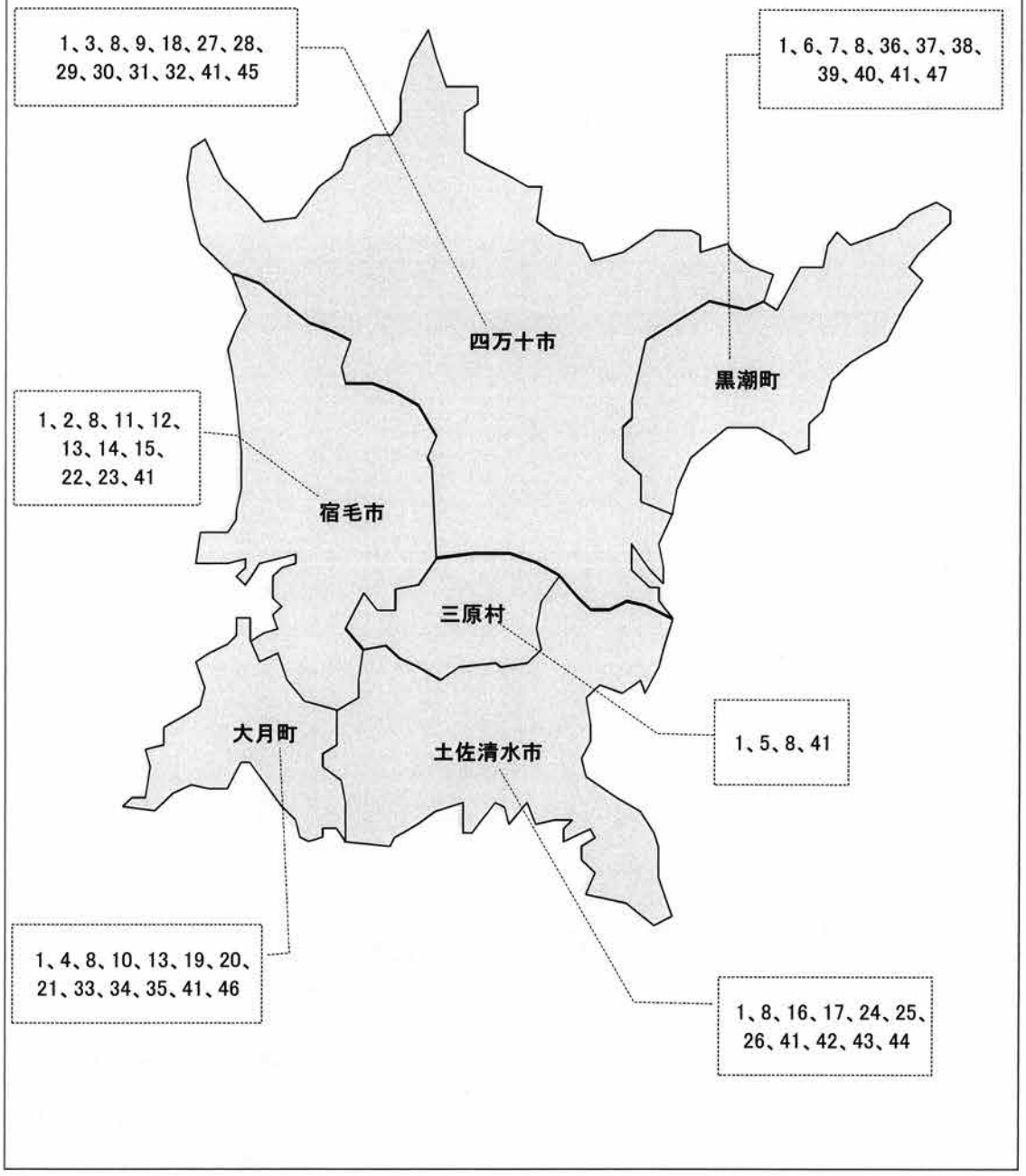
注１：大規模農業経営体とは、年間1,500万円以上の売上がある農業者
注２：６次産業売上額は、土佐食（株）の売上額
注３：ビジネス拠点組織の売上額は、ふれあいパーク大月の売上額

## （５）　具体的な取組

| No. | 項　　目 | 宿毛市 | 土佐清水市 | 四万十市 | 大月町 | 三原村 | 黒潮町 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 水稲と露地野菜を基幹とした水田農業の担い手育成 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 2 | 洋ランのブランド確立・流通促進事業 | ● | | | | | |
| 3 | 有機農業普及・拡大事業 | | | ● | | | |
| 4 | 6次産業化推進による地域農業振興事業 | | | | ● | | |
| 5 | 三原村農業公社を核とした農業支援システムの構築 | | | | | ● | |
| 6 | 「若山椿」ブランド復活プロジェクト | | | | | | ● |
| 7 | 弘法大師ゆかりの七立栗　特産品化計画 | | | | | | ● |
| 8 | 森の工場・間伐の推進 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 9 | 「四万十の家」と地域産ヒノキの販売の推進 | | | ● | | | |
| 10 | 町内の持続可能な山林資源を活用した製炭事業 | | | | ● | | |
| 11 | 地域活性化のための魚加工・販売体制の強化・推進 | ● | | | | | |
| 12 | 宿毛湾を中心とする地域水産物の流通・加工体制の推進 | ● | | | | | |
| 13 | 民間企業との連携による水産物の販路拡大 | ● | | | ● | | |
| 14 | 宿毛近海の水産資源を活用した地域ブランド確立・推進事業 | ● | | | | | |
| 15 | 加工場の整備による付加価値の高い養殖魚の加工品の販売 | ● | | | | | |
| 16 | サメ漁業の復活に向けた取組 | | ● | | | | |
| 17 | 宗田節の販路拡大に向けた取組 | | ● | | | | |
| 18 | “川辺の暮らし”を支える豊かな四万十川再生プラン | | | ● | | | |
| 19 | キビナゴ加工商品の生産体制強化 | | | | ● | | |
| 20 | 大月町種苗生産施設活用による県内産養殖種苗のシェア拡大 | | | | ● | | |
| 21 | 衛生管理強化による干物等水産加工品販路拡大事業 | | | | ● | | |
| 22 | 直七の生産、加工、販売の促進 | ● | | | | | |
| 23 | 地域の素材を活用した「おいしいもの」づくり | ● | | | | | |
| 24 | 土佐清水市地域再生計画（大岐地区等の開発計画） | | ● | | | | |
| 25 | 地域資源を統括したプログラム構築によるしみずの元気再生事業 | | ● | | | | |
| 26 | 土佐清水発！宗田節が良くでる加工施設整備・販路拡大事業 | | ● | | | | |
| 27 | 地元農産物を使った商品開発事業 | | | ● | | | |
| 28 | 「いちじょこさん市場」を拠点とした中心市街地活性化の推進 | | | ● | | | |
| 29 | 栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト | | | ● | | | |
| 30 | 四万十牛の商品開発・販売 | | | ● | | | |
| 31 | 西土佐拠点ビジネス推進事業（売り出せ西土佐プロジェクト） | | | ● | | | |
| 32 | 四万十市地域の素材を活かした新たな外商戦略の構築 | | | ● | | | |
| 33 | 拠点ビジネスの推進（大月町まるごと販売事業） | | | | ● | | |
| 34 | 苺を核とした6次産業化 | | | | ● | | |
| 35 | 月光桜からはじまる「牧野富太郎のみち」づくり | | | | ● | | |
| 36 | 黒潮印の商品開発 | | | | | | ● |
| 37 | カツオ文化のまちづくり事業 | | | | | | ● |
| 38 | 佐賀地区の地域資源を活用した拠点ビジネスの推進 | | | | | | ● |
| 39 | 水産物加工施設整備事業 | | | | | | ● |
| 40 | 防災関連新産業創造事業 | | | | | | ● |
| 41 | 幡多広域における滞在型・体験型観光の推進 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 42 | 竜串観光再発見事業 | | ● | | | | |
| 43 | 土佐清水まるごと戦略観光展開事業 | | ● | | | | |
| 44 | 足摺・竜串を中心としたジオパークへの取組による交流人口の拡大 | | ● | | | | |
| 45 | 四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光の推進 | | | ● | | | |
| 46 | 竜ヶ浜自然体験・環境教育交流推進事業 | | | | ● | | |
| 47 | 黒潮町の地域資源を活かした体験型観光の推進 | | | | | | ● |



## 【幡多地域】


1、3、8、9、18、27、28、
29、30、31、32、41、45
1、6、7、8、36、37、38、
39、40、41、47
四万十市
黒潮町
1、2、8、11、12、
13、14、15、
22、23、41
宿毛市
三原村
1、5、8、41
大月町
土佐清水市
1、4、8、10、13、19、20、
21、33、34、35、41、46
1、8、16、17、24、25、
26、41、42、43、44

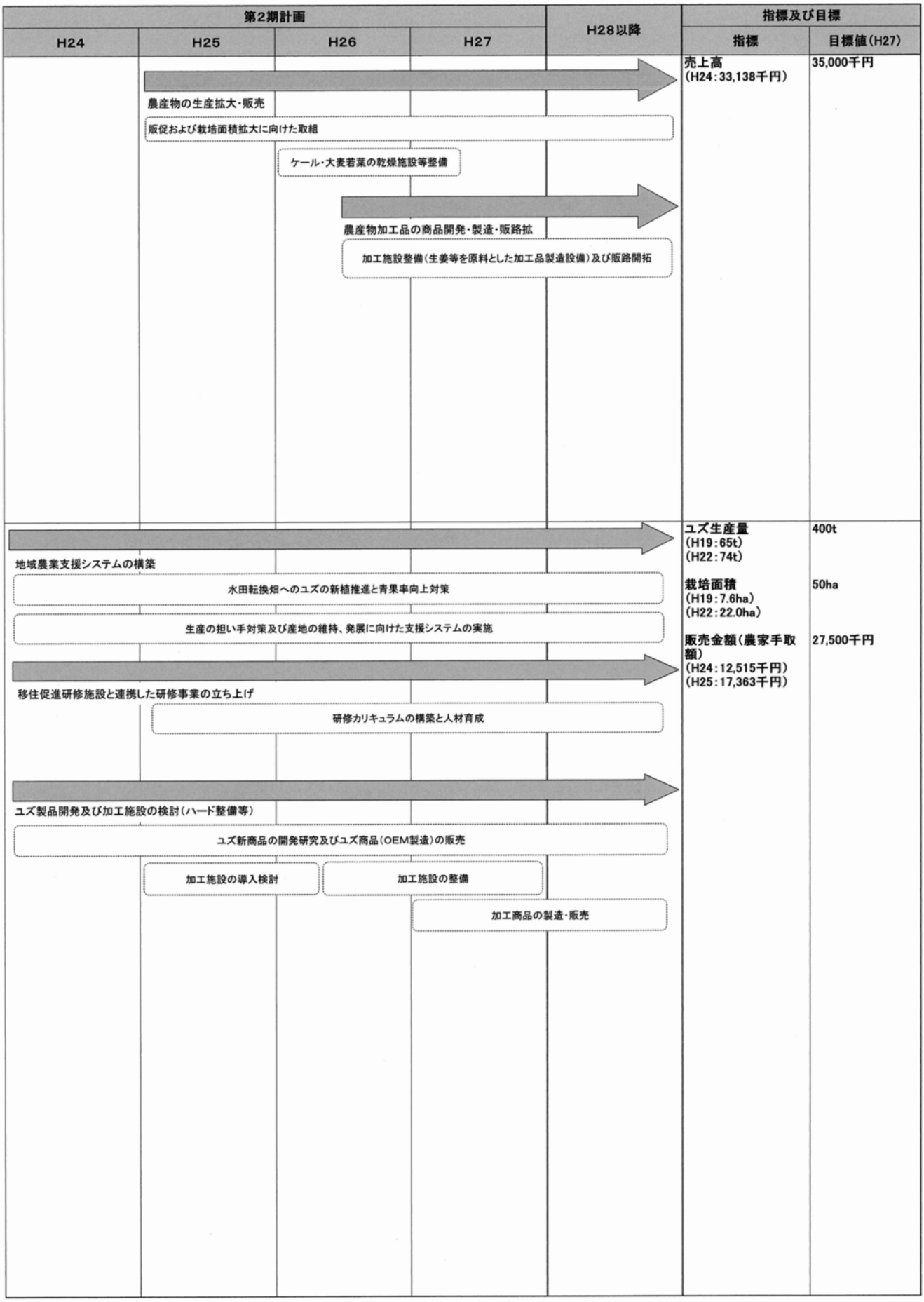
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 水稲と露地野菜を基幹とした水田農業の担い手育成<br><br>《幡多地域全域》 | 持続性のある水田農業を確立するため、水稲と露地野菜を基幹とした大規模経営体、またはそれを志向する農業者を対象に、規模拡大による生産性の向上と安全・安心・高品質生産を推進し、所得向上と雇用創出を図る。 | ・JA高知はた | ・省力、低コスト技術研修会の実施（H24～）<br>・露地有望品目視察研修会実施（H24～）<br>・産振アドバイザー制度活用(H24)<br>◆上記研修によるスキルアップと合わせ、大規模志向農家のネットワーク化に向けた交流会を開催したことで、志向農家、関係機関の意識の共有化につながった。H26.12月時点での指標達成経営体数はH25：4経営体。省力、露地有望品目の検討2品目、低コスト技術導入生産者：5戸→6戸,栽培面積の拡大4戸と、志向農家の経営力は向上しつつある。 | ・既存大規模農家と大規模指向農家のネットワーク拡大による情報共有、相互研鑽<br>・省力、低コスト技術の普及<br>・農地及び労働力斡旋システムの整備<br>・幡多地区での露地有望品目現地適応性の検討 | ◆省力・低コスト生産技術の普及<br><br>◆農地及び労働力斡旋システムの整備<br><br>◆安全・安心で高品質な農産物の提供 |
| 2 洋ランのブランド確立・流通促進事業<br><br>《宿毛市》 | 宿毛市内の生産者をはじめ、県内の洋ラン生産者が新たな組織を立ち上げ、各生産者が生産した洋ラン商品を一元的に集荷、パッケージ化し、市場を通じたこれまでの流通に加えて、直接小売店や消費者に販売する。 | ・石田蘭園<br>・蘭遊　六志会 | ・集出荷施設整備（H25）<br>・県外出展等販促活動（H25）<br><br>◆H25産業振興総合補助金を活用し、集出荷施設整備および国際フラワーEXPO等へ出展。県内生産者団体蘭遊六志会として商談をすすめることで、高知県産洋ランの信用が増し、取引数が増えている。<br>◆蘭遊　六志会が高知県洋蘭生産組合に声かけをして、大阪市で商談会を初開催(H26.11.4)。高知県の洋蘭ブランドをPRした。 | ・体制の充実・強化 | ◆集出荷体制の構築<br><br>◆販路開拓と販売促進 |
| 3 有機農業普及・拡大事業<br><br>《四万十市》 | 安全・安心な有機栽培による米や野菜の消費を拡大させる取組を進めることにより、地域住民の健康や農業振興・商業振興につなげ、「有機農業四万十市」の定着を目指す。 | ・四万十市 | ・有機農業の普及拡大（H21～26）<br>・高付加価値農業の研修（H21～26）<br>◆四万十市の一般市民を対象にH21から継続して「生産技術研修会」を開催した。<br>　また、市から委託されていた「環境にやさしい農業のための研究会」の事業が終了し、それに代わって「中村くらしを見直す会」が独自に宅配事業に取り組んでいる。<br>・有機農産物流通システム構築事業（H22～26） | ・有機農産物のさらなる認知度向上<br><br>・有機農産物の栽培技術の向上<br><br>・需要の拡大（PRと販売促進） | ◆有機農産物の流通拡大支援<br><br>◆環境にやさしい農業への転換の推進<br><br>◆学校給食への出荷量増加 |

第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額1,500万円以上の農業経営体数
(H22:2経営体)
10経営体
省力・低コスト生産技術の普及
実証試験、検討会等を活用した機械化、作期分散、作業の共同化等の省力・低コスト技術の組立、マニュアル化、マニュアルの実践
経営管理技術向上のための研修会及び経営コンサルの実施
整備計画の作成
整備計画に基づく機械、施設の整備
農地及び労働力斡旋システムの整備
農地利用推進体制整備
地域農業マスタープラン作成
プラン実現のための体制強化及び規模拡大を志向する経営体への農地の斡旋
JA無料職業斡旋事業の機能強化
規模拡大を志向する経営体への労働力の斡旋
安全・安心で高品質な農産物の提供
IPM技術のマニュアル化
(実証試験、検討会等を活用した生物・物理・化学的防除を組み合わせたIPM技術の組立、マニュアル化、マニュアルの実践)
品質管理のマニュアル化
(収穫物の温湿度、衛生管理等の品質管理技術の組立及びGAP手法を活用したマニュアル化、確実な実践のための点検活動の強化)
集出荷システム整備計画
集出荷システム整備計画に基づく包装形態の改善や集出荷施設等の整備
エコシステム栽培認証取得への支援
売上高
(H23:85,197千円)
128,300千円
集出荷体制の構築
施設・設備等の整備
販路開拓と販売促進
パンフレット・HP作成
各種展示会・商談会等への参加
環境にやさしい農業取組面積の増加
(H22:約1,000a)
2,500a
有機農産物流通拡大支援
第一期計画時の事業をより発展させ、事業所等への宅配、市外への発送を増加させ、四万十市の有機農産物の認知度向上を目指す
有機野菜の出荷率出荷量の増加
(H22:約30%)
50%
環境にやさしい農業への転換の推進
環境保全型農業直接支援対策実施への参加促進および5割低減の作付けの取組の推進、環境に配慮した農産物のブランド化
学校給食への出荷量増加
出荷品目の調整および栽培技術向上

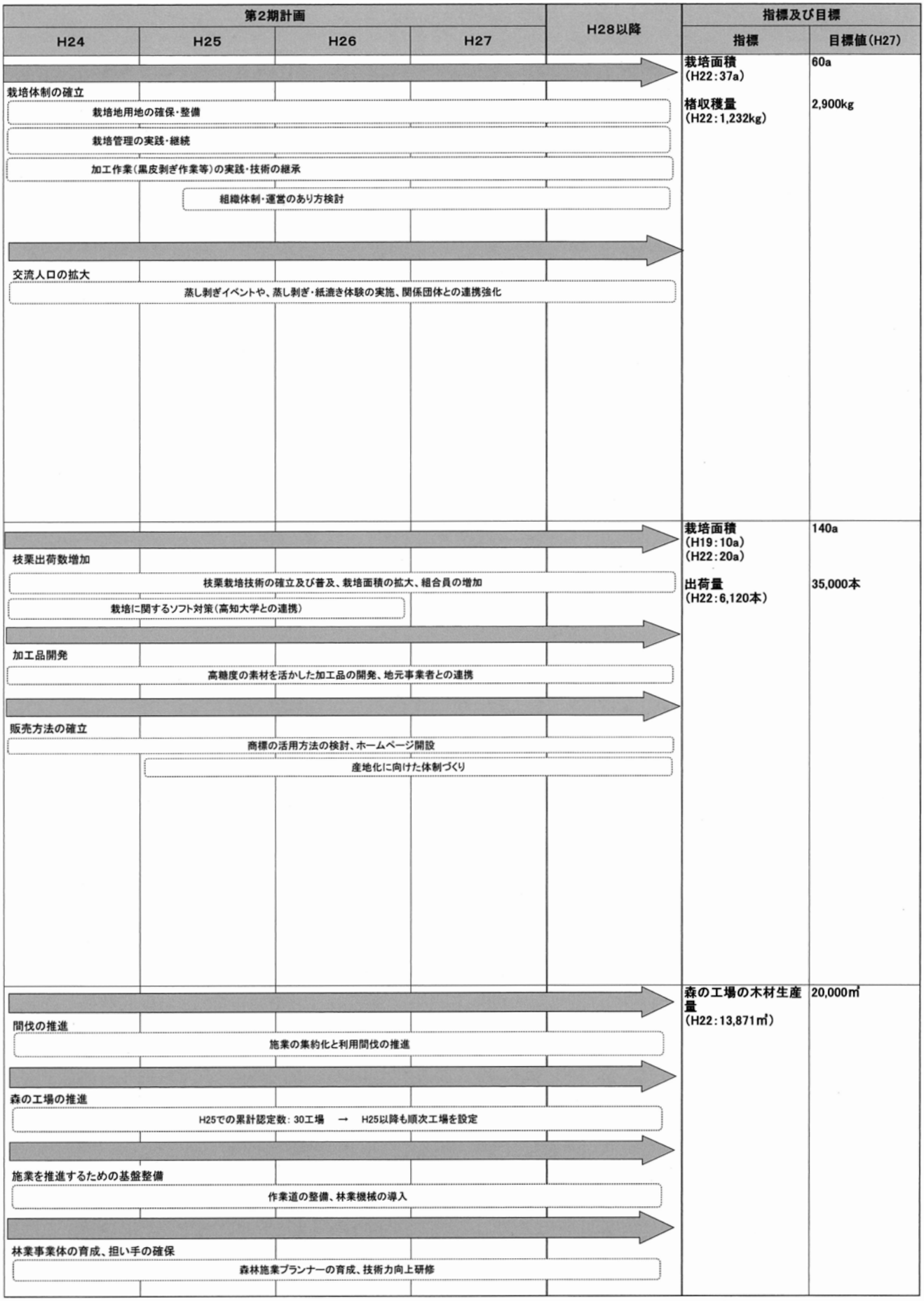
## 【幡多地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 6次産業化推進による地域農業振興事業<br><br>《大月町》 | ケール等の農産物の加工設備を整備し生産拡大に取り組むとともに、その他地域農産物についても、加工品等開発、販路拡大に取り組む。このことで、地域農家との連携協力体制を構築し、遊休農地の活用につなげるとともに、地域農産物の生産拡大、加工品開発、販売強化を通じて、地域雇用を生み出す。 | ・(株)大月農園 | ・(H26)生姜0.5ha、ケール2.5ha、里芋0.3ha、コガネセンガン2.5ha、大麦0.5ha、桑0.3ha(1,000本)<br>・H25:18,204千円<br>・ケールは本格的に取引開始<br>・大麦は乾燥試験で品質確認 | ・手作業が多く加工量が限られる<br>・最適な栽培の時期、栽培方法の検証が必要<br>・ケール等青汁は出荷先が1社のため、価格交渉力が弱い | ◆農産物の生産拡大・販売<br><br>◆農産物加工品の商品開発・製造・販路拡大 |
| 5 | 三原村農業公社を核とした農業支援システムの構築<br><br>《三原村》 | 三原村の環境を生かした中山間の農業振興策として、農業公社を核としたユズ、ブロッコリーの産地化を目指す。 | ・(公財)三原村農業公社<br>・三原村<br>・JA高知はた | ・ユズの産地化の推進(H20～23)<br>・農業機械高度化(H21～23)<br>・栽培維持、発展支援システムの構築(H21～23)<br>・公社施設の整備(H22)<br>◆三原村農業公社の農地集積、農作業受託・機械リース等により、ユズの栽培面積が増加。(H19:7.6ha→H23:28.1ha、H24:31.4ha、90.8t、H25:32.5ha、115.8t、H26予定:36.4ha、102.1t)<br>また、JA高知はた全域で共同選果体制が構築されたことで、市場評価も向上。<br><br>・商品づくり・販路開拓(H21～)<br>◆H21,22,23と段階的に産業振興総合補助金を活用し、栽培～収穫～加工～販売までの一連の体制を構築した結果、ユズ新植も進み、販売額も増加している。(H24:販売金額12,515千円、H25:17,363千円、H26予定:16,670千円))<br>あわせて、H22よりオリジナル加工品販促活動が本格化。各種フェア等での出展等により商品が浸透し始めている。<br>H25にユズ加工品(ゆべし)の試作を行い、H26より県内業者との売買契約やパッケージの作成を行い、「ゆべし」を1,500個製造した。 | ・生産拡大に伴うユズ果汁過剰による加工用ユズ価格の低下<br><br>・高齢化と後継者不足、新規生産者の確保<br><br>・ユズ加工製品の販売促進 | ◆地域農業支援システムの構築<br><br>◆移住促進研修施設との連携した研修事業の立ち上げ<br><br>◆ユズ製品開発及び加工施設の検討(ハード整備等) |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
売上高
(H24:33,138千円)
35,000千円
農産物の生産拡大・販売
販促および栽培面積拡大に向けた取組
ケール・大麦若葉の乾燥施設等整備
農産物加工品の商品開発・製造・販路拡
加工施設整備(生姜等を原料とした加工品製造設備)及び販路開拓
ユズ生産量
(H19:65t)
(H22:74t)
400t
地域農業支援システムの構築
水田転換畑へのユズの新植推進と青果率向上対策
栽培面積
(H19:7.6ha)
(H22:22.0ha)
50ha
生産の担い手対策及び産地の維持、発展に向けた支援システムの実施
販売金額(農家手取額)
(H24:12,515千円)
(H25:17,363千円)
27,500千円
移住促進研修施設と連携した研修事業の立ち上げ
研修カリキュラムの構築と人材育成
ユズ製品開発及び加工施設の検討(ハード整備等)
ユズ新商品の開発研究及びユズ商品(OEM製造)の販売
加工施設の導入検討
加工施設の整備
加工商品の製造・販売

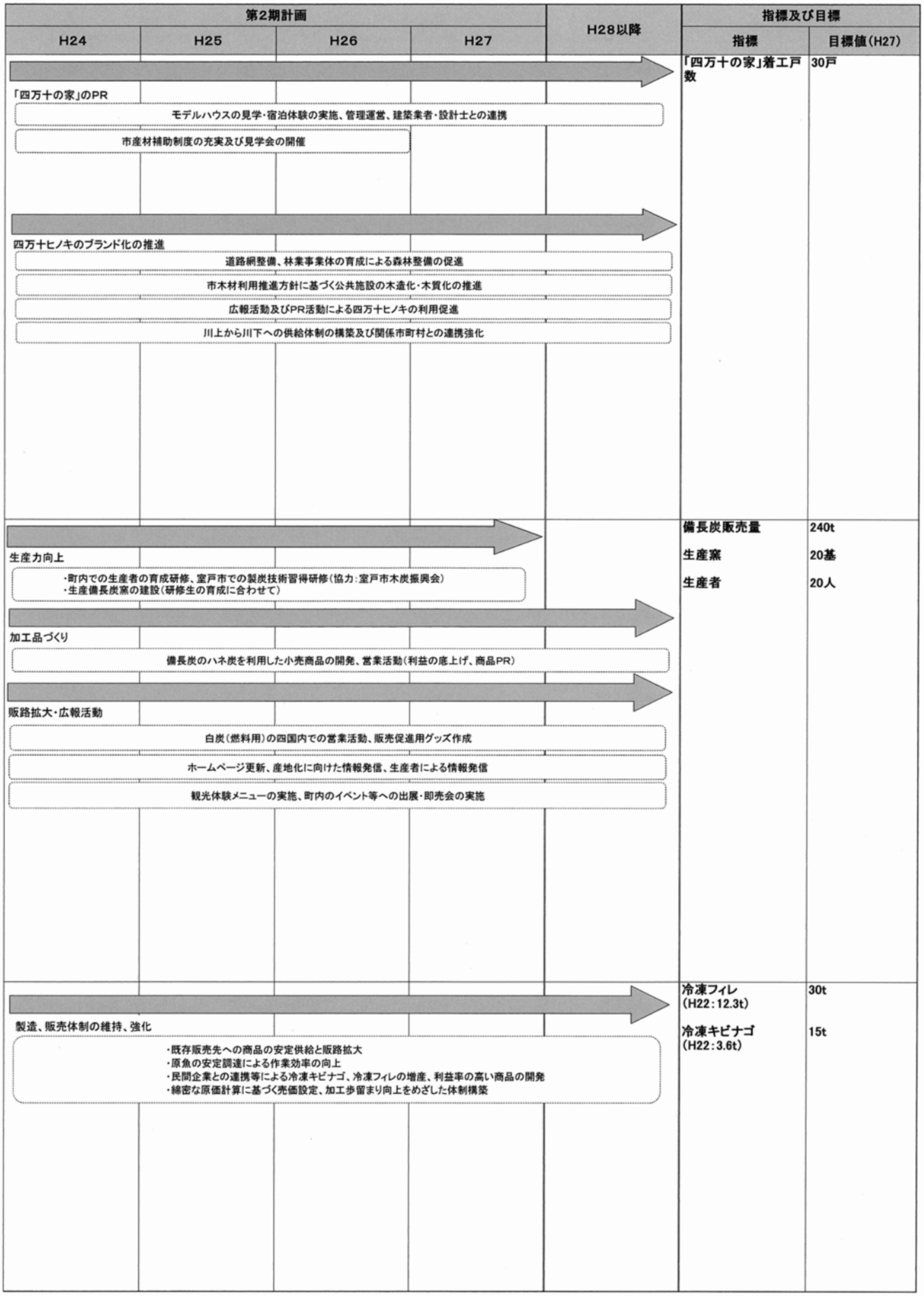
## 【幡多地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6 | 「若山椿」ブランド復活プロジェクト<br><br>《黒潮町》 | 古くから地域で特産品となっていた「若山椿」の産地復活を目指した、栽培拡大および加工技術向上による産地・ブランド化に取り組む。 | ・黒潮町<br>・黒潮町佐賀北部地域協議会 | ・椿栽培の推進（H20～）<br>栽培面積<br>H21：32a（収穫0.6t）<br>H22：37a（収穫1.2t）<br>H23：39a（収穫1.2t）<br>H24：59a（収穫1.0t）<br>H25：71a（収穫0.9t）<br>（うち遊休農地利用11a）<br>◆当初、5年間（H20～24）交付予定の国庫事業（200万円×5年）が、事業仕分けによりH21で終了し、計画全体が見直しとなったが、見直し後も、組織の身の丈に合った活動を継続。H24、25は「高知県緊急雇用創出臨時特例基金事業」を活用してスタッフを雇用し、栽培面積も徐々に増加させてきた。H26年度からは、集落活動センター事業の一部にも位置付け、「文化伝承」分野の取り組みとしても期待されている。<br>・当若山椿については、「古文書修復に適している」として、現在、「（一財）世界文化遺産支援団体 紙守」に椿（白皮）を納入している。 | ・活動経費の不足<br><br>・マンパワー不足<br><br>・活動継続の検討 | ◆栽培体制の確立<br><br>◆交流人口の拡大 |
| 7 | 弘法大師ゆかりの七立栗特産品化計画<br><br>《黒潮町》 | 黒潮町馬荷地区で栽培されている「七立栗」の生産を拡大し町の特産品にすることで、地域の活性化と産業の創出を目指す。 | ・七立栗生産組合<br>・黒潮町 | ・七立栗栽培の推進（H21～23）<br>・H23年黒潮町集落営農・拠点ビジネス支援事業費補助金を活用し、七立栗集出荷施設を整備。<br>・七立栗（枝栗）栽培技術向上支援（H24～26）<br>◆出荷農家数<br>H21：1戸（10a）<br>H22：5戸（20a）<br>H23：7戸（43a）<br>H24：10戸（66a）<br>H25：10戸（71a）<br>H26：8戸（59a：栽培面積は80a）<br>◆当初、計画していた温泉施設については、財源の問題により困難と判断した。<br>◆七立栗のブランド化については、栽培面積増に取り組むとともに、集落営農導入及び基幹品目としての検討が始められた点は評価・期待が持てる。<br>◆七立栗（枝栗）のブランド化に向けた品質や収量、流通についての問題点が明確になり、生産者の枝栗生産に対する意識がまとまり始めた。<br>◆流通については、JAの販売計画に沿って市場ニーズに対応することも理解され始めた。 | ・活動経費の捻出<br><br>・生産力の向上<br><br>・高品質枝栗の生産<br><br>・病害虫対策の実施<br><br>・栽培方法の確立<br><br>・耕作放棄地の開墾 | ◆枝栗出荷数増加<br><br>◆加工品開発<br><br>◆販売方法の確立 |
| 8 | 森の工場・間伐の推進<br><br>《幡多地域全域》 | 意欲がある林業事業体が中心になり、一定規模のまとまりのある森林を対象に森林所有者から長期に施業を受託することによって、森林の管理や施業などを集約する森林経営の団地を「森の工場」として認定し、木材を安定的に供給する産地体制を確保するとともに、地域の森林資源の充実を図るため、間伐を積極的に推進する。 | ・森の工場の認定を受けた事業体 | ・森の工場の推進（H21～）<br>・機械導入（H21～）<br>◆高性能林業機械等37台導入、レンタル機械延べ24台導入、作業道開設235kmの整備を行い、H25：一般用材8,955㎥、チップ用材2,413tを生産。<br>森の工場はH25累計30工場を新設、建設業等異業種からの参入も多く、地域企業の新ビジネスとしての効果も出ている。（森の工場の木材生産量H25：11,850㎥）<br><br>・林業事業者育成（H21～）<br>◆養成研修を支援したことにより、森林施業プランナー研修受講者が25名となった。 | ・集約化の推進による森の工場の設置<br><br>・基盤整備推進による木材生産性の向上<br><br>・技術者の育成<br><br>・事業体の経営改善 | ◆間伐の推進<br><br>◆森の工場の推進<br><br>◆施業を推進するための基盤整備<br><br>◆林業事業体の育成、担い手の確保 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
栽培体制の確立
栽培地用地の確保・整備
栽培管理の実践・継続
加工作業(黒皮剥ぎ作業等)の実践・技術の継承
組織体制・運営のあり方検討
交流人口の拡大
蒸し剥ぎイベントや、蒸し剥ぎ・紙漉き体験の実施、関係団体との連携強化
栽培面積
(H22:37a)
60a
樒収穫量
(H22:1,232kg)
2,900kg
枝葉出荷数増加
枝葉栽培技術の確立及び普及、栽培面積の拡大、組合員の増加
栽培に関するソフト対策(高知大学との連携)
加工品開発
高糖度の素材を活かした加工品の開発、地元事業者との連携
販売方法の確立
商標の活用方法の検討、ホームページ開設
産地化に向けた体制づくり
栽培面積
(H19:10a)
(H22:20a)
140a
出荷量
(H22:6,120本)
35,000本
間伐の推進
施業の集約化と利用間伐の推進
森の工場の推進
H25での累計認定数:30工場 → H25以降も順次工場を設定
施業を推進するための基盤整備
作業道の整備、林業機械の導入
林業事業体の育成、担い手の確保
森林施業プランナーの育成、技術力向上研修
森の工場の木材生産量
(H22:13,871㎥)
20,000㎥

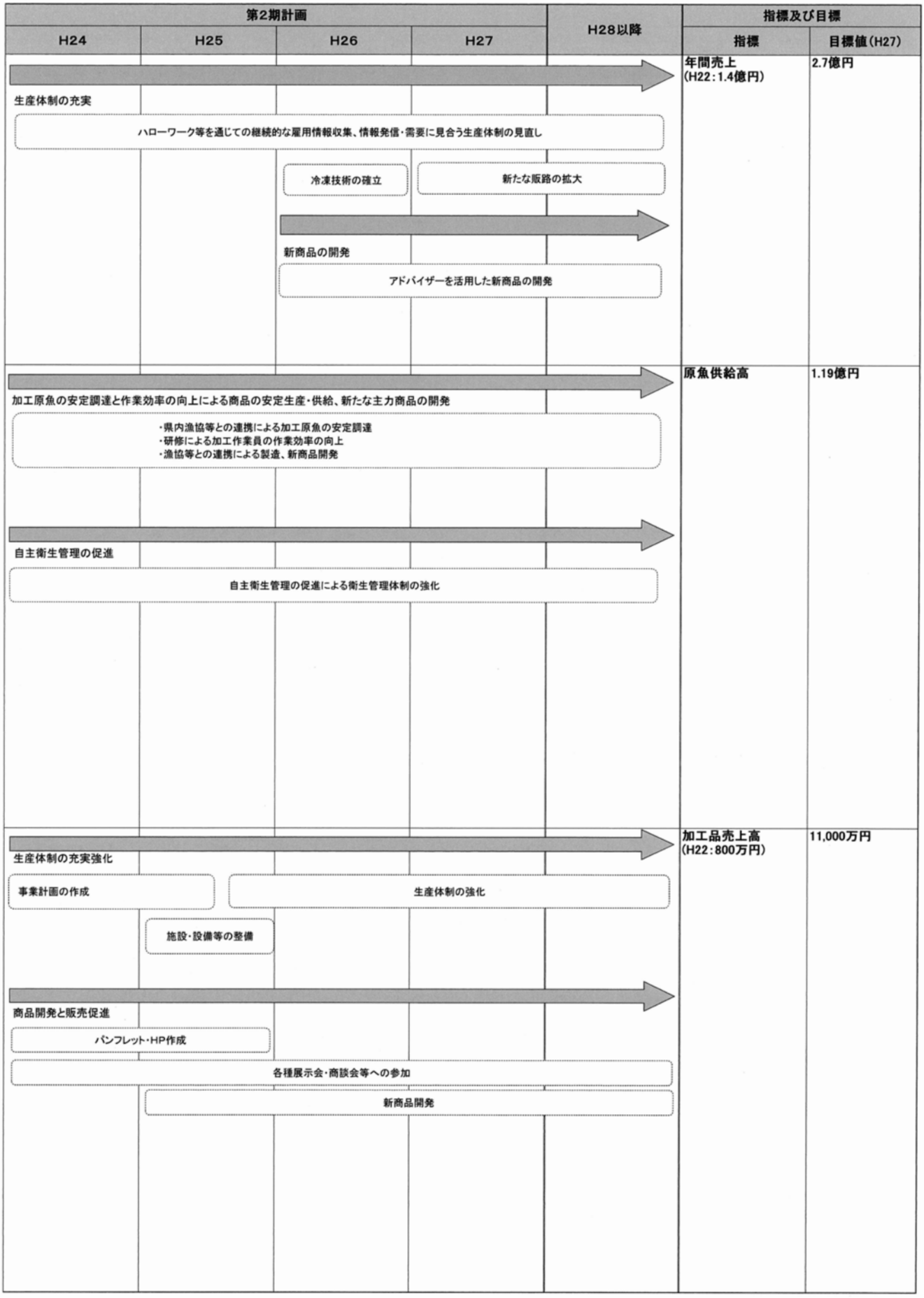
## 【幡多地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 9 | 「四万十の家」と地域産ヒノキの販売の推進<br><br>《四万十市》 | 平成22年度に建築したモデルハウス「四万十の家」をPRすることで四万十ヒノキを利用した住宅建築を促進する。また、四万十ヒノキのブランド化を図り、地域内外への販売を促進する。 | ・四万十市 | ・モデルハウス建設（H22）<br>・モデルハウス「四万十の家」利用開始（H23.4～）<br>・市産材補助事業（H23～）<br>◆モデルハウスについて、林業関連事業者の学習会場利用や一般利用等により当初想定を超える利用状況であり「四万十の家」のPRにつながった。あわせて、市産材補助制度により、「四万十の家」着工件数もH23：23件、H24：29件、H25：38件、H26.12月末：申請22件と順調である。<br><br>・地域産ヒノキのブランド化に向けた4市町村推進協議会（H23～）<br>◆四万十市、三原村、四万十町、中土佐町の推進協議会が設立されたことで、従来の幡多ヒノキ・高幡ヒノキとの区分等、整理すべき課題解決に向けた検討の場が出来た。今後は、ブランド化にあたっての課題を整理・検討していく予定。 | ・モデルハウス活用による、より積極的なPR<br><br>・四万十ヒノキの定義の確立<br><br>・4市町村連携のあり方および県・国の支援のあり方 | ◆「四万十の家」のPR<br><br>◆四万十ヒノキのブランド化の推進 |
| 10 | 町内の持続可能な山林資源を活用した製炭事業<br><br>《大月町》 | 町内の最高級のウバメガシや山林資源を活用して、古くから行われていた土佐備長炭の復活など、製炭の産業化を目指す。 | ・大月町備長炭生産組合 | ・協議会立ち上げ（H21）<br>・組合立ち上げ（H22）<br>◆H23、H24産業振興総合補助金を活用し、生産窯を設置。あわせて、ふるさと雇用を活用し、生産から販売までの仕組みづくりに取り組んだ。その結果、H26末時点で生産窯10基体制で生産しており、9名の雇用を創出、取引先も確保できている。 | ・生産規模が少ない<br><br>・生産量の安定と質の向上<br><br>・収益の多様化、チャネルの多角化<br><br>・当面の自主財源不足。（将来は生産規模拡大による手数料収入で十分に賄われる）<br><br>・将来に渡って安定的な原木の確保 | ◆生産力向上<br><br>◆加工品づくり<br><br>◆販路拡大・広報活動 |
| 11 | 地域活性化のための魚加工・販売体制の強化・推進<br><br>《宿毛市》 | 宿毛市片島地区に施設を整備し、水産加工物製造・販売を展開することで、漁業者所得向上や、雇用創出、地産地消・外商を進めていく。 | ・すくも湾漁業協同組合 | ・加工施設整備（H21）<br>・加工商品の製造、販売及び販路開拓(H21～)<br>・事業内容の精査（H25）<br>・事業内容の再構築（H26）<br>・新商品の開発（H26）<br>◆H21産業振興総合補助金を活用し、加工施設等を整備し、同年10月から事業開始。<br>学校給食や病院関係を中心とした販路で、売上は増加傾向だが、経営内容は良くなかった。H26に事業内容を再構築し、改善しつつある。加熱加工品の開発も行い、H27に発売予定。 | ・経営の安定化<br><br>・魚種にマッチした販路開拓および、需要に基づく仕入・加工体制の構築 | ◆製造、販売体制の維持、強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
「四万十の家」着工戸数
30戸
「四万十の家」のPR
モデルハウスの見学・宿泊体験の実施、管理運営、建築業者・設計士との連携
市産材補助制度の充実及び見学会の開催
四万十ヒノキのブランド化の推進
道路網整備、林業事業体の育成による森林整備の促進
市木材利用推進方針に基づく公共施設の木造化・木質化の推進
広報活動及びPR活動による四万十ヒノキの利用促進
川上から川下への供給体制の構築及び関係市町村との連携強化
備長炭販売量
240t
生産窯
20基
生産者
20人
生産力向上
・町内での生産者の育成研修、室戸市での製炭技術習得研修(協力:室戸市木炭振興会)
・生産備長炭窯の建設(研修生の育成に合わせて)
加工品づくり
備長炭のハネ炭を利用した小売商品の開発、営業活動(利益の底上げ、商品PR)
販路拡大・広報活動
白炭(燃料用)の四国内での営業活動、販売促進用グッズ作成
ホームページ更新、産地化に向けた情報発信、生産者による情報発信
観光体験メニューの実施、町内のイベント等への出展・即売会の実施
冷凍フィレ
(H22:12.3t)
30t
冷凍キビナゴ
(H22:3.6t)
15t
製造、販売体制の維持、強化
・既存販売先への商品の安定供給と販路拡大
・原魚の安定調達による作業効率の向上
・民間企業との連携等による冷凍キビナゴ、冷凍フィレの増産、利益率の高い商品の開発
・綿密な原価計算に基づく売価設定、加工歩留まり向上をめざした体制構築

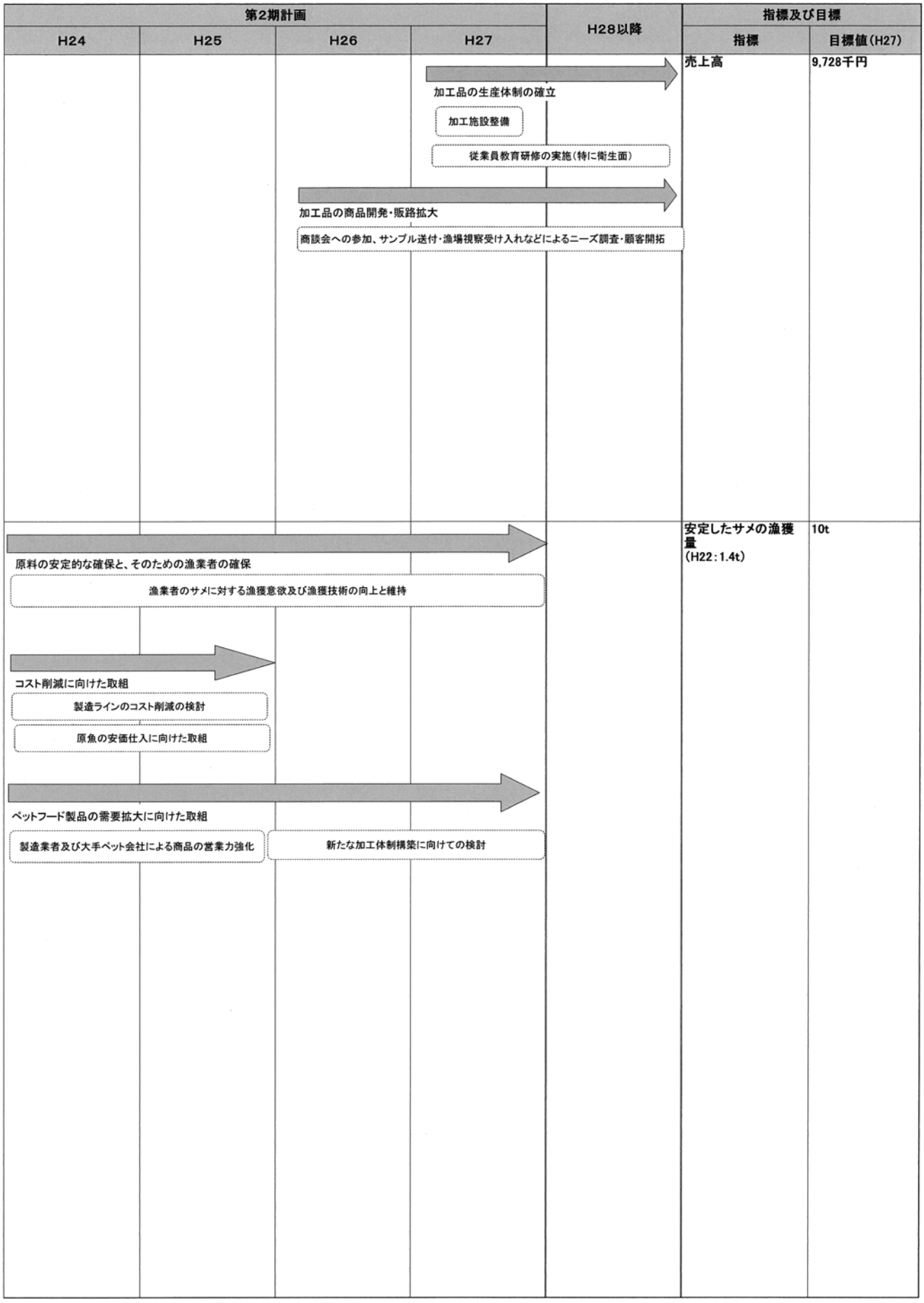
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 12 宿毛湾を中心とする地域水産物の流通・加工体制の推進<br><br>《宿毛市》 | 民間事業者による宿毛湾の魚の利用促進・消費拡大及び地元雇用の創出を目指す。 | ・(株)ピアーサーティー | ・加工施設の整備(H22)<br>◆H22産業振興総合補助金を活用し、施設整備。H22売上高は1.4億円、H23は1.6億円、H24は1.8億円、H25は2.0億円と若干計画を下回っているが、経営は安定している。<br>また、施設の規模拡大により、衛生管理面の向上とあわせて、新たに贈答用商品の製造や、急速冷凍施設の導入により刺身用食材の提供が可能となった。さらに、新商品の開発や販路開拓に着手するなど、新たな試みも開始しており、今後の展開が期待できる。 | ・雇用の確保<br><br>・冷凍技術の確立<br><br>・商品ラインナップの増 | ◆生産体制の充実<br><br>◆新商品の開発 |
| 13 民間企業との連携による水産物の販路拡大<br><br>《宿毛市・大月町》 | 漁協・民間会社連携による前処理加工施設を漁協市場付近に整備し、地元水産物の付加価値向上と販路拡大に向けた体制づくりに取り組む。 | ・すくも湾漁業協同組合 | ・加工施設整備(H22)<br>・加工品の製造、出荷(H23.4)<br>◆H22産業振興総合補助金を活用し、加工施設等を整備。H23.4月下旬から稼働。アジフィレほかキビナゴやイワシ類を使用した惣菜を製造し、首都圏等の飲食企業へ出荷中。加工方法の改良や原魚、メニューの多様化を図るなどしてH24は前年度より原魚仕入、製造、出荷とも大幅増。H25の原魚仕入高は前年度よりも若干少なく推移。今後、キビナゴ以外の新たな商品開発が望まれる。<br>H26年3月末現在9名の雇用。<br>県食品高度衛生管理手法の認定はH25.3までに取得見込み。 | ・加工原魚の安定調達<br><br>・新商品開発<br><br>・衛生管理体制の構築 | ◆加工原魚の安定調達と作業効率の向上による商品の安定生産・供給、新たな主力商品の開発<br><br>◆自主衛生管理の促進 |
| 14 宿毛近海の水産資源を活用した地域ブランド確立・推進事業<br><br>《宿毛市》 | ブリやカツオ等、宿毛近海で獲れる魚を活用し、消費者ニーズに基づく商品開発・生産体制充実・販売促進に取り組むことで、地域ブランド確立および原材料そのものの付加価値化を図る。 | ・(株)沖の島水産 | ・県「弥太郎！商人塾」参加(H22.H23.H25.H26)<br>・県ステップアップ事業による冷凍施設整備、パッケージデザイン、販売促進の実施(H23)<br>・県産業振興総合補助金活用による加工施設整備(H25・H26)<br>◆加工品売上高は、H22:800万円、H23:1,929万円、H24:4,209万円、H25:7,158万円と順調に伸びている。 また、H25・H26の加工施設整備により、衛生管理面の向上とあわせ、生産体制の強化充実を図ることができ、今後の展開が期待できる。 | ・人材育成<br>・販路の拡大<br>・消費者ニーズに応じた新商品の開発 | ◆生産体制の充実強化<br><br>◆商品開発と販売促進 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
年間売上
(H22:1.4億円)
2.7億円
生産体制の充実
ハローワーク等を通じての継続的な雇用情報収集、情報発信・需要に見合う生産体制の見直し
冷凍技術の確立
新たな販路の拡大
新商品の開発
アドバイザーを活用した新商品の開発
原魚供給高
1.19億円
加工原魚の安定調達と作業効率の向上による商品の安定生産・供給、新たな主力商品の開発
・県内漁協等との連携による加工原魚の安定調達
・研修による加工作業員の作業効率の向上
・漁協等との連携による製造、新商品開発
自主衛生管理の促進
自主衛生管理の促進による衛生管理体制の強化
加工品売上高
(H22:800万円)
11,000万円
生産体制の充実強化
事業計画の作成
生産体制の強化
施設・設備等の整備
商品開発と販売促進
パンフレット・HP作成
各種展示会・商談会等への参加
新商品開発

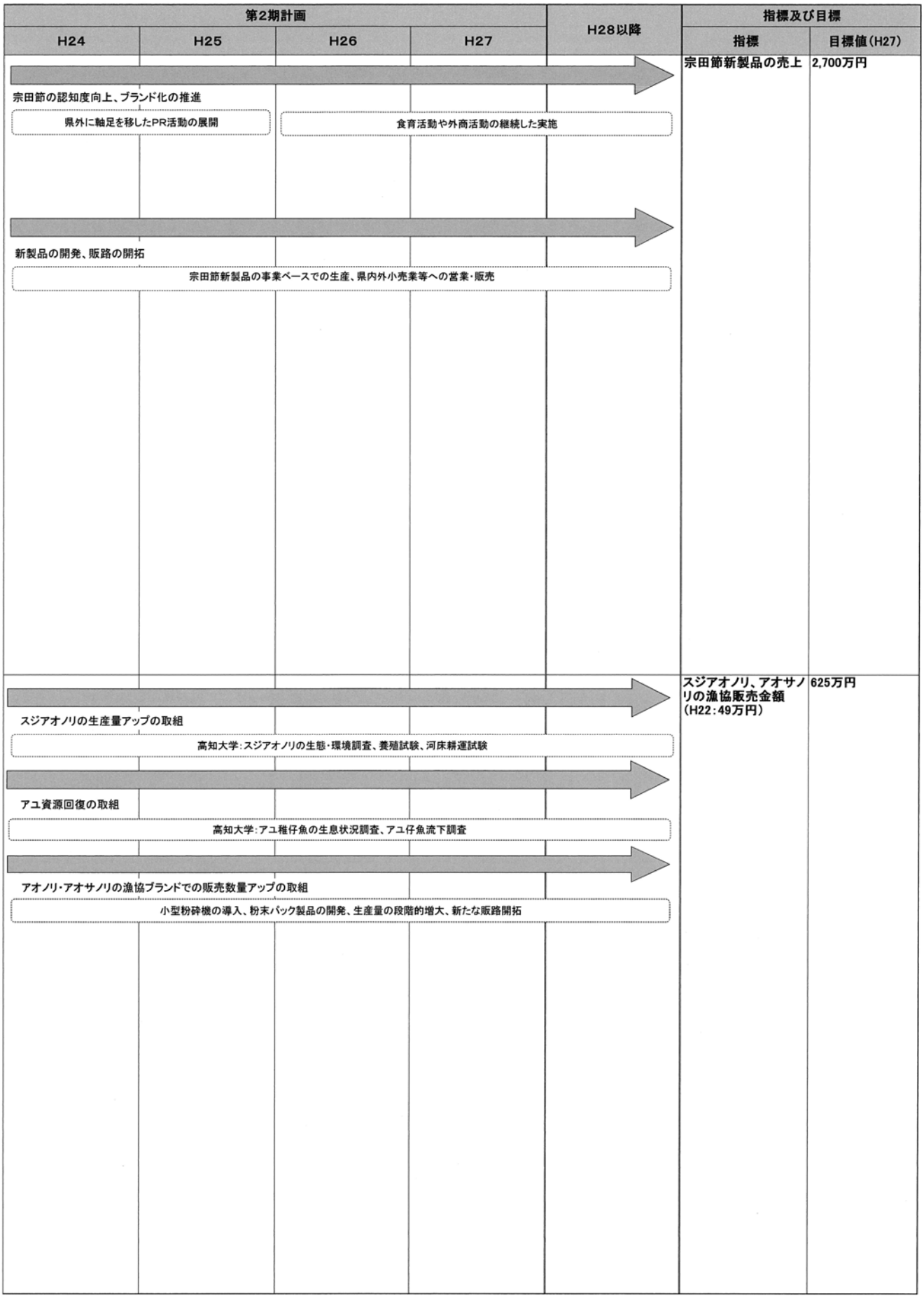
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 15　加工場の整備による付加価値の高い養殖魚の加工品の販売<br><br>≪宿毛市≫ | 養殖場近辺に加工設備を整備する。鮮魚の鮮度を保持した付加価値の高い加工品製造に取り組み、通年・一定価格で販売することにより経営の安定化を図り、地域漁家との連携協力体制を構築して、宿毛湾産養殖魚のPRを実施するとともに、漁業者の減少を防ぎ、地域雇用を生み出す。 | (株)勇進 | | | ◆加工品の生産体制の確立<br><br>◆加工品の商品開発・販路拡大 |
| 16　サメ漁業の復活に向けた取組<br><br>《土佐清水市》 | サメ肉の加工品の開発と販路開拓により、サメ漁業が成立する浜値で取引される仕組みを構築するとともに、サメによる漁業被害の軽減を図る。 | ・土佐清水市水産振興協議会 | ・原料確保(H21～23)<br>◆サメ漁試験操業等を行い、安定した価格で買い上げ、加工商品とすることで、サメ漁業復活のきっかけづくりとなった。<br>◆マグロ船用船による横縄でのサメ漁獲方法の検討を行い、H27から試験操業開始予定(H26～)。<br><br>・商品開発(H21～22)<br>◆H22産業振興総合補助金を活用し、商品開発を継続。主にサメ肉に関して、人間用製品やペットフードを開発。人間用製品の売れ行きは芳しくないが、ペットフードに関しては、従来販売されている商品に比べ、節納屋(宗田節加工場)で加工することによってアンモニア臭が抑えられ、ペットの嗜好性が非常に高いものに仕上がった。<br><br>・販路開拓(H21～23)<br>◆人間用製品については、地元の土産物売り場や居酒屋などに出荷中。ペットフードについては、大手ペット用品業者等と取引中。<br><br>・製造コストの削減(H24～25)<br>◆製造コストがかかり過ぎており、製造元の利益の確保が不十分であったため、原魚価格の値下げ及び新たな原魚入手方法を導入した。その結果、製造元に十分な利益が確保される仕組みとなった。<br><br>◆サメ肉の加工を行っていた加工場が、経営不振のため廃業し、サメ肉の加工・販売が中断した。 | ・加工を担っていた加工場に代わる新たな加工体制の構築 | ◆原料の安定的な確保と、そのための漁業者の確保<br><br>◆コスト削減に向けた取組<br><br>◆ペットフード製品の需要拡大に向けた取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
売上高
9,728千円
加工品の生産体制の確立
加工施設整備
従業員教育研修の実施(特に衛生面)
加工品の商品開発・販路拡大
商談会への参加、サンプル送付・漁場視察受け入れなどによるニーズ調査・顧客開拓
安定したサメの漁獲量
(H22:1.4t)
10t
原料の安定的な確保と、そのための漁業者の確保
漁業者のサメに対する漁獲意欲及び漁獲技術の向上と維持
コスト削減に向けた取組
製造ラインのコスト削減の検討
原魚の安価仕入に向けた取組
ペットフード製品の需要拡大に向けた取組
製造業者及び大手ペット会社による商品の営業力強化
新たな加工体制構築に向けての検討

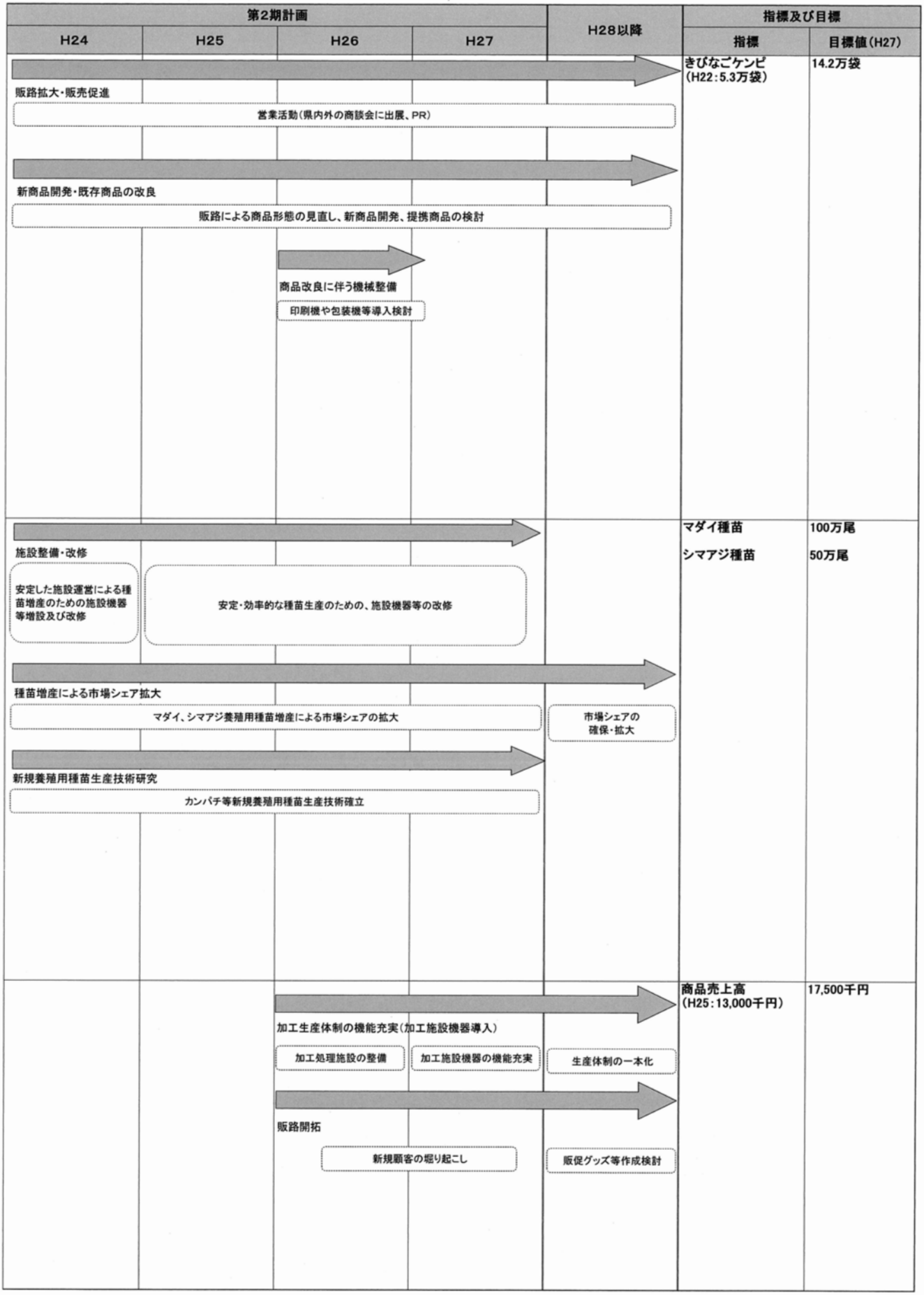
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 17 宗田節の販路拡大に向けた取組<br><br>《土佐清水市》 | 宗田節加工業は、蕎麦屋等の業務用需要に支えられてきたが、食の多様化等により需要が減少しているため、一般消費者を直接ターゲットにした商品開発や宗田節のPR等を展開し、消費の拡大を図る。 | ・宗田節をもっと知ってもらいたい委員会<br>・土佐清水市 | ・宗田節加工業振興基本計画の策定(H22)<br>・宗田節PRの推進組織「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」設立(H22～)<br>・県内を中心とした宗田節のPR活動を展開(H22～23)<br>◆積極的なPRにより、宗田節の認知度が一定向上した。<br>・一般消費者向け宗田節新製品を開発(H23～)<br>(開発数＝H23:4商品＋H24:3商品＝7商品)<br>(新商品売上額＝H24:887万円→H25.11時点:1329万円)<br>◆H23～H25産業振興総合補助金を活用し、土佐清水元気プロジェクトと提携して新商品を開発。アンテナショップや商談会等を通じ、販促活動を展開する中、売上も伸びている。<br>◆継続した商談会への参加により売上が順調に推移している。(新商品売上額＝H25:1,836万円→H26.11時点:1,760万円) | ・宗田節新製品を活用した外商活動の展開<br><br>・宗田節新製品の販売拡大 | ◆宗田節の認知度向上、ブランド化の推進<br><br>◆新製品の開発、販路の開拓 |
| 18 “川辺の暮らし”を支える豊かな四万十川再生プラン<br><br>《四万十市》 | 四万十川の恵みを支える汽水域を中心とした河川環境や漁業資源を継続的にモニタリングしながら、流域住民が四万十川の漁業資源を持続的に利用できるようマネジメントできる枠組みを作っていく。あわせて、アユやアオノリをはじめ、四万十川の恵みを地域外に付加価値を付けて売り出す方策を探っていき、“川辺の暮らし”が永続的に営まれるようなかつての豊かな四万十川の再生を目指す。 | ・四万十市<br>・四万十市高知大学連携事業推進会議<br>・四万十川下流漁業協同組合 | ・高知大学との連携による調査(H21～23)<br>◆アユやスジアオノリの枯渇原因については、多くの要因が言われてきたが、今回、四万十市と高知大学が連携して科学的な原因究明に乗り出し、「汽水域シンポジウム」や連携事業の報告会を介して、関係機関や地域住民と情報交換を行う事で、徐々にではあるが原因究明や資源復活に向けての協力体制が出来つつある。<br>・アオノリ・アオサノリの漁協ブランドでの販売(H21～23)<br>◆H21年より試験的にはじめた下流漁協のアオノリやアオサノリの製造・販売事業について、H23年10月に6次産業化法に基づく総合化事業計画の二次認定を受け、取組みにはずみがついた。<br>・6次産業化の取組(H24～)<br>◆H24年8月に6次産業化法に基づく総合化事業計画承認。アオノリ・アオサノリの粉末製品を作成し、H24年度に商談会等での販路開拓を行い、H25年度から販売を行った。新たな取引先も増え、今後も積極的に販売していく予定。<br>◆スジアオノリ、アオサノリの漁協販売金額H22:49万円→H25:212万円(H25は粉末製品を含んだ額)。 | ・資源枯渇原因の究明<br><br>・漁業関係者との情報共有の強化<br><br>・アオノリ。アオサノリ粉末製品を含む漁協直販商品の販売拡大 | ◆スジアオノリの生産量アップの取組<br><br>◆アユ資源回復の取組<br><br>◆アオノリ・アオサノリの漁協ブランドでの販売数量アップの取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
宗田節新製品の売上
2,700万円
宗田節の認知度向上、ブランド化の推進
県外に軸足を移したPR活動の展開
食育活動や外商活動の継続した実施
新製品の開発、販路の開拓
宗田節新製品の事業ベースでの生産、県内外小売業等への営業・販売
スジアオノリ、アオサノリの漁協販売金額
(H22:49万円)
625万円
スジアオノリの生産量アップの取組
高知大学:スジアオノリの生態・環境調査、養殖試験、河床耕運試験
アユ資源回復の取組
高知大学:アユ稚仔魚の生息状況調査、アユ仔魚流下調査
アオノリ・アオサノリの漁協ブランドでの販売数量アップの取組
小型粉砕機の導入、粉末パック製品の開発、生産量の段階的増大、新たな販路開拓

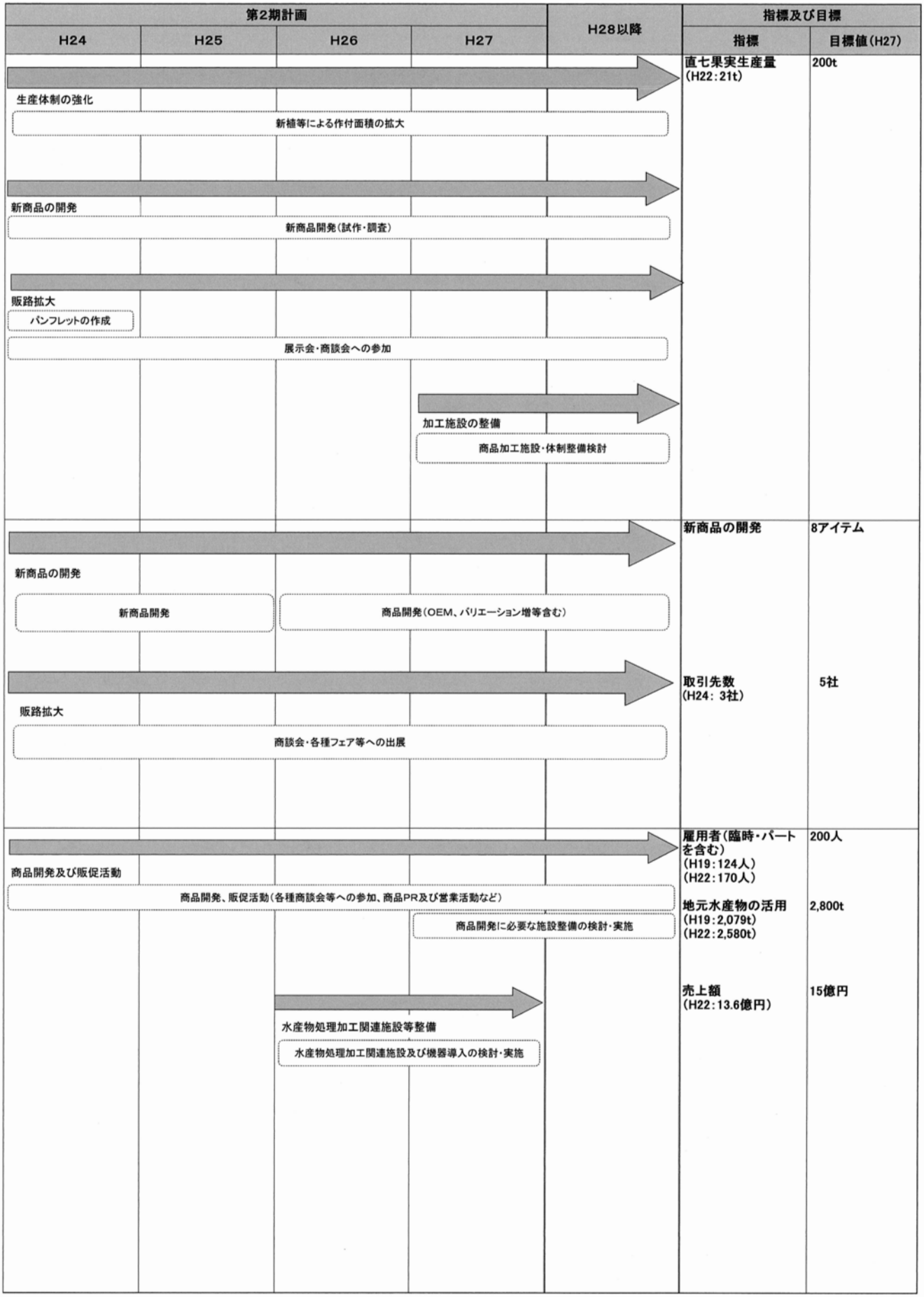
## 【幡多地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 19 | キビナゴ加工商品の生産体制強化<br><br>《大月町》 | 大月町の地域資源の一つであるキビナゴを活用した商品加工体制の基盤強化を図るとともに、大月町道の駅等との連携による県内外の販売促進活動を行う。このことにより、キビナゴの消費拡大、雇用拡大、連携先の売上増等につなげる。 | ・八重丸水産 | ・加工場改修・撹拌機の整備（H23）<br>・県外への展示会へ出展・販促資材の整備（H24）<br>・業務用商品開発プロジェクト等の県補助事業の積極的利用（H23～H26）<br>◆塩麹味、化学調味料不使用タイプの商品開発、スタンドパック等、消費者ニーズに応じた商品を開発している。<br>◆製造能力の増加、展示会等への積極参加により、H24地場産業大賞奨励賞受賞や、問屋等と取引増等、県内外の認知度も高まり、売上も好調である。H22：5.3万袋→H25：13.3万袋 | ・キビナゴ原魚の確保（漁獲量、市場動向）<br><br>・原魚の確保とのバランスを見ながら、販路拡大を図っていく。<br><br>・市場ニーズに対応した新商品の開発・改良 | ◆販路拡大・販売促進<br><br>◆新商品開発・既存商品の改良<br><br>◆商品改良に伴う機械整備 |
| 20 | 大月町種苗生産施設活用による県内産養殖種苗のシェア拡大<br><br>《大月町》 | 大月町種苗生産施設の県内民間事業者による活用を図り、養殖用種苗としてのマダイ・シマアジの増産による市場シェアの拡大、カンパチ等新魚種の生産技術確立によるビジネスチャンスの拡大を目指す。 | ・大月町<br>・（株）山崎技研 | ・海上育成施設整備（H24）<br>・シマアジ、マダイの種苗生産開始（H24.11～）<br>◆H25にシマアジの種苗（H24産卵）を約40万尾生産し、約18.3万尾出荷。H26も種苗生産を継続中。マダイの種苗生産はH25に魚病が発生し、一時中止する方向。<br><br>・カンパチ人工種苗生産試験開始（H24.6～）<br>◆H25～26にカンパチの人工採卵に成功。高知県内の養殖業者は中国産の天然カンパチ種苗に依存しているため、県内でカンパチ人工種苗が供給可能となれば、養殖業者の種苗安定確保と事業者の収益増加が期待できる。<br><br>・イサキ、ノコギリガザミ放流種苗生産開始（H24.5～）<br>◆H24～26にノコギリガザミ、イサキの種苗を無償放流し、地元漁業へ貢献。 | ・マダイ、シマアジ種苗の安定生産と魚病対策<br><br>・カンパチ人工種苗生産については採卵技術の確立及び孵化後の生残率の向上 | ◆施設整備・改修<br><br>◆種苗増産による市場シェア拡大<br><br>◆新規養殖用種苗生産技術研究 |
| 21 | 衛生管理強化による干物等水産加工品販路拡大事業<br><br>【大月町】 | 衛生管理を強化した加工場の新設や増産に向けた加工機器の導入を行うことにより、従来取引のなかった業務筋・小売業などの販路拡大を図るとともに、個人の休眠顧客等に対し、掘り起こしを行う。原魚調達についても地元商人との連携により多様な食材に対応できる商品ラインアップの拡充を進める。 | ・土佐大月海産 | ・平成26年新工場建設開始<br>・業務筋販売に向けた計画作り<br>・先端技術・機械等の視察<br>◆既存の個人顧客の柱に、小売等業務筋の販売を柱にするため、新工場・販売計画を策定、平成27年より本格的に業務筋の商品の製造販売を行っていく。 | ・業務筋の取引に関するノウハウが弱い<br><br>・経営意識や衛生管理、営業など新規分野への挑戦のため、職員一丸となった挑戦・向上が必要 | ◆加工生産体制の機能充実（加工施設機器導入）<br><br>◆販路開拓 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
きびなごケンピ
(H22:5.3万袋)
14.2万袋
販路拡大・販売促進
営業活動(県内外の商談会に出展、PR)
新商品開発・既存商品の改良
販路による商品形態の見直し、新商品開発、提携商品の検討
商品改良に伴う機械整備
印刷機や包装機等導入検討
マダイ種苗
100万尾
シマアジ種苗
50万尾
施設整備・改修
安定した施設運営による種苗増産のための施設機器等増設及び改修
安定・効率的な種苗生産のための、施設機器等の改修
種苗増産による市場シェア拡大
マダイ、シマアジ養殖用種苗増産による市場シェアの拡大
市場シェアの確保・拡大
新規養殖用種苗生産技術研究
カンパチ等新規養殖用種苗生産技術確立
商品売上高
(H25:13,000千円)
17,500千円
加工生産体制の機能充実(加工施設機器導入)
加工処理施設の整備
加工施設機器の機能充実
生産体制の一本化
販路開拓
新規顧客の掘り起こし
販促グッズ等作成検討

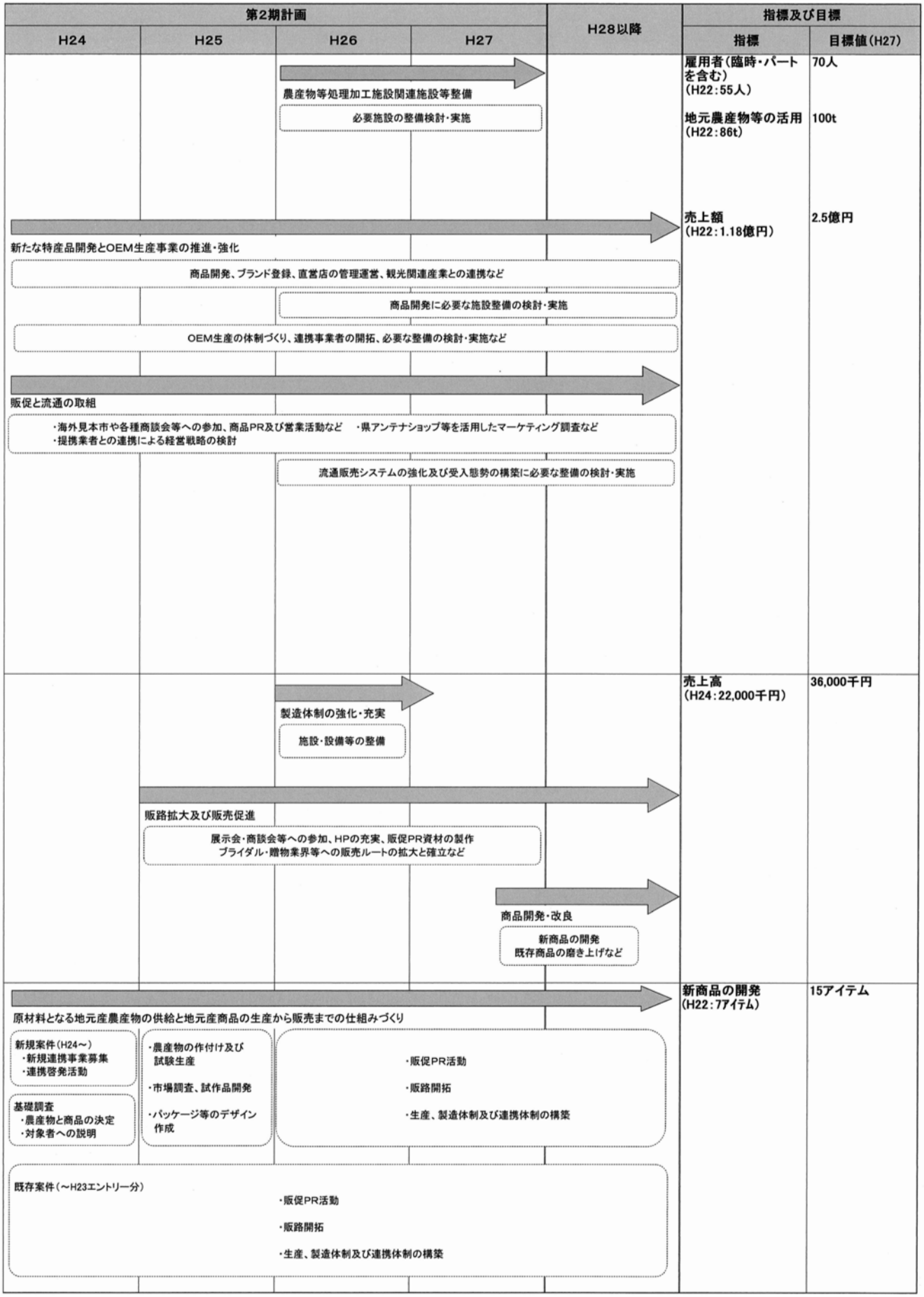
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 22 直七の生産、加工、販売の促進<br><br>《宿毛市》 | 地元柑橘の一種である直七をはじめとした地域農産物の加工・販売を推進することで、雇用創出、農家所得向上、地域活性化を図る。 | ・直七生産組合<br>・直七の里(株)<br>・直七酒販(株) | ・直七生産組合の設立(H21)<br>・搾汁施設等の整備(H22)<br>・新商品の開発、商品パッケージの見直し(H22～23)<br>・すくも湾漁協と連携し、「直七マダイ」の開発<br>◆H22産業振興総合補助金を活用して、搾汁施設を整備。品質向上に伴い大手メーカー等、県内外で取引が拡大。<br>H23「直七の里㈱」設立。　H25「直七酒販㈱」設立。<br>H25までの商品アイテム数は、ポン酢を始め8種類。今後もメーカー等との協力により新商品開発の予定。<br>生産量も増加する見込みで、販路も拡大しており、今後の展開が期待できる。<br>◆商品の販売増に伴い、組合の青果生産量も増えている。(目標値H27:100tに対し、H19:4t→H20:13t→H21:10t→H22:21t→H23:36t→H24:66t→H25:101t) | ・生産拡大に向けた取組<br><br>・新商品の開発<br><br>・販路の拡大<br><br>・商品の加工 | ◆生産体制の強化<br><br>◆新商品の開発<br><br>◆販路拡大<br><br>◆加工施設の整備 |
| 23 地域の素材を活用した「おいしいもの」づくり<br><br>《宿毛市》 | 地域の特産である柑橘類や焼酎等を活用した新たなスイーツづくりをはじめ、宿毛湾で獲れた魚や牛肉、豚肉を活用した商品開発や、生産拡大のための施設整備を行うことにより、地域生産者の所得向上を目指す。 | ・幡多美味工房<br>・地域事業者等 | ・商品製造施設整備(H23)<br>・新商品の開発<br>・販路の開拓<br>◆新商品開発や販路開拓等に取り組んだことで、知名度の向上を図ることができた。<br>◆地域素材を活かした17アイテムの商品を開発(H23～H25)<br>◆H26.12月時点で、新たに4アイテムの商品を開発し、取引先数も目標(H27)を超える数になっている。 | ・新商品の開発<br><br>・販路拡大 | ◆新商品の開発<br><br>◆販路拡大 |
| 24 土佐清水市地域再生計画(大岐地区等の開発計画)<br><br>《土佐清水市》 | 地域資源としての「食」の再生・活性化を官民協働のもと、地域が一体となって実施するとともに、大岐・三崎地区開発による施設整備等への取組と併せて、雇用の創出と地域の再生を推進する。 | ・土佐食(株)<br>・土佐清水市 | ・水産物処理加工施設用機器導入(H22)<br>◆H22産業振興総合補助金を活用し、機器等を導入したことで、ペットフード安全法改正に適応でき、かつ新商品開発も可能となった。<br>◆H25実績時点で、原魚取扱量(3500t)及び売上額(16.8億円)ともにH27目標値を上回っており、H26においても好調に推移している。雇用についても197人と、H27目標値をほぼ達成。地域の産業振興に大きく貢献している。<br>◆食品部門の販路販売拡大を目指し、アジア圏をターゲットとして、市場調査を行っている。<br><br>・道の駅 指定管理者(H26～)<br>◆休止中であった道の駅「めじかの里 土佐清水」の指定管理者(H26.7.1～H29.3.31)となり、H26.7.19にリニューアルオープン。 | ・食用品目の販売拡大<br><br>・施設の老朽化対策 | ◆商品開発及び販促活動<br><br>◆水産物処理加工関連施設等整備 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
直七果実生産量
(H22:21t)
200t
生産体制の強化
新植等による作付面積の拡大
新商品の開発
新商品開発(試作・調査)
販路拡大
パンフレットの作成
展示会・商談会への参加
加工施設の整備
商品加工施設・体制整備検討
新商品の開発
8アイテム
新商品の開発
新商品開発
商品開発(OEM、バリエーション増等含む)
取引先数
(H24: 3社)
5社
販路拡大
商談会・各種フェア等への出展
雇用者(臨時・パートを含む)
(H19:124人)
(H22:170人)
200人
商品開発及び販促活動
商品開発、販促活動(各種商談会等への参加、商品PR及び営業活動など)
地元水産物の活用
(H19:2,079t)
(H22:2,580t)
2,800t
商品開発に必要な施設整備の検討・実施
売上額
(H22:13.6億円)
15億円
水産物処理加工関連施設等整備
水産物処理加工関連施設及び機器導入の検討・実施

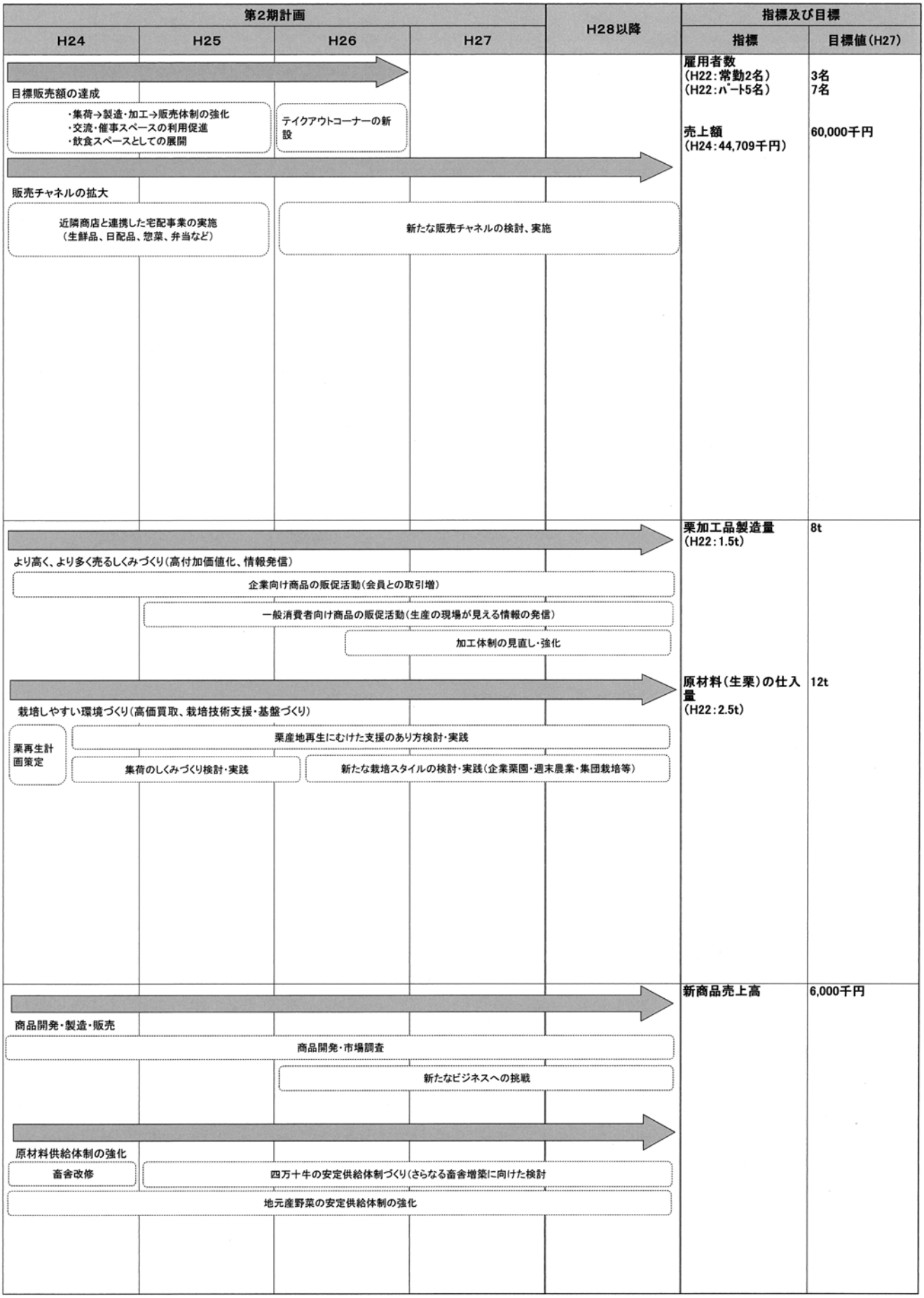
## 【幡多地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 25 | 地域資源を統括したプログラム構築によるしみずの元気再生事業<br><br>《土佐清水市》 | 大岐地区に整備される加工施設に生産者が参画できる仕組みづくりや加工された商品を市内外の市場に流通及び販売する仕組みを構築する。また、加工品の一般消費者向けの個別配送、海外への販路拡大など、地域資源を活かした経済の活性化を推進する。 | ・(株)土佐清水元気プロジェクト<br>・土佐清水市 | ・集出荷システムの構築及び関連施設整備(H21)<br>◆H21産業振興総合補助金を活用し、農産物の集出荷システムを構築。農業者の所得向上や、水産物の冷凍事業を行うことでの漁業者の所得向上にもつながっている。<br><br>・特産品開発及び流通販売システムの構築(H21～)<br>◆特産品の開発と統一ブランド作りでは、約30種類の商品を販売。またH25には、『土佐の清水さば漁師漬け』が、日本経済新聞NIKKEIプラス1「何でもランキング」で"全国1位"を獲得。宗田節関連商品の開発販売(現在11アイテム)については、順調に売り上げを伸ばしている。<br><br>・OEM生産事業の取組(H24～)<br>◆高知県産業振興センター所管助成事業を活用し、体制づくり及び商品開発。現在(H26.12末状況)、11社12アイテムの取引が進行中。地域貢献(地域内事業者の商品開発・販路拡大の手助け)につながっている。<br><br>・一次加工体制の構築(H26～)<br>◆県漁協が整備の一次加工施設の運営を開始。未利用資源・低価格魚を冷凍事業との連携(既存施設の有効活用)により、一次加工品として販売し、売上増、雇用創出につなげる。 | ・売れ筋商品の販売拡大<br><br>・原料の確保及び生産効率の向上(生産量の拡大)<br><br>・流通販売システムの強化と受入態勢の構築<br><br>・観光関連産業との連携<br><br>・OEM生産事業の強化 | ◆農産物等処理加工施設関連施設等整備<br><br>◆新たな特産品開発とOEM生産事業の推進・強化<br><br>◆販促と流通の取組 |
| 26 | 土佐清水発！宗田節が良くでる加工施設整備・販路拡大事業<br><br>《土佐清水市》 | 宗田節関連商品の製造力の向上及び衛生管理体制の充実により、販売・販路の拡大を図るとともに、新たな商品開発等へも取り組みながら、宗田節生産者の所得向上及び地域の安定した雇用の創出を目指す。 | ・(株)ウェルカムジョン万カンパニー | ・加工施設の整備(H26～)<br>◆H25のメディア露出による大幅な売上増(特需)の反動が予想されたが、順調に売上を伸ばしている。<br>◆H26産業振興総合補助金を活用し、衛生管理体制並びに安定的な製造体制を整備。さらなる売上の向上を図り、地域の雇用創出につなげる。 | ・県外販路開拓(営業部門の強化)<br><br>・商品開発<br><br>・原材料の安定確保 | ◆製造体制の強化・充実<br><br>◆販路拡大及び販売促進<br><br>◆商品開発・改良 |
| 27 | 地元農産物を使った商品開発事業<br><br>《四万十市》 | 農業と製造業が連携し、相互のノウハウを活かした新商品を開発・販売することにより、地産地消・外商および地域の活性化を推進する。 | ・四万十市 | ・商品開発・販売(H22～26)<br>・プロジェクト合同で商談会及び販促PRイベントへの参加<br>◆市農商工連携支援制度及び、県ステップアップ事業により、事業者の要望やレベルに応じた支援の結果、5プロジェクト、18アイテム(H26年1月現在)の新商品が完成・販売中。<br>また、それぞれの販促活動により、都市部の販路獲得という成果も得られている。<br>◆取組実績から得られた経験を活かした新たな商品開発のほか、各プロジェクト事業者間相互の情報交換やアドバイス、ネットワークも構築されつつある。 | ・商品PRと販路拡大(地域内外への販売戦略)<br><br>・生産体制の確立(加工設備の高度化、原材料の確保のための連携強化)<br><br>・新規連携の掘り起こし | ◆原材料となる地元産農産物の供給と地元産商品の生産から販売までの仕組みづくり |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
農産物等処理加工施設関連施設等整備
必要施設の整備検討・実施
雇用者(臨時・パートを含む)
(H22:55人)
70人
地元農産物等の活用
(H22:86t)
100t
売上額
(H22:1.18億円)
2.5億円
新たな特産品開発とOEM生産事業の推進・強化
商品開発、ブランド登録、直営店の管理運営、観光関連産業との連携など
商品開発に必要な施設整備の検討・実施
OEM生産の体制づくり、連携事業者の開拓、必要な整備の検討・実施など
販促と流通の取組
・海外見本市や各種商談会等への参加、商品PR及び営業活動など ・県アンテナショップ等を活用したマーケティング調査など
・提携業者との連携による経営戦略の検討
流通販売システムの強化及び受入態勢の構築に必要な整備の検討・実施
売上高
(H24:22,000千円)
36,000千円
製造体制の強化・充実
施設・設備等の整備
販路拡大及び販売促進
展示会・商談会等への参加、HPの充実、販促PR資材の製作
ブライダル・贈物業界等への販売ルートの拡大と確立など
商品開発・改良
新商品の開発
既存商品の磨き上げなど
新商品の開発
(H22:7アイテム)
15アイテム
原材料となる地元産農産物の供給と地元産商品の生産から販売までの仕組みづくり
新規案件(H24～)
・新規連携事業募集
・連携啓発活動
基礎調査
・農産物と商品の決定
・対象者への説明
・農産物の作付け及び試験生産
・市場調査、試作品開発
・パッケージ等のデザイン作成
・販促PR活動
・販路開拓
・生産、製造体制及び連携体制の構築
既存案件(～H23エントリー分)
・販促PR活動
・販路開拓
・生産、製造体制及び連携体制の構築

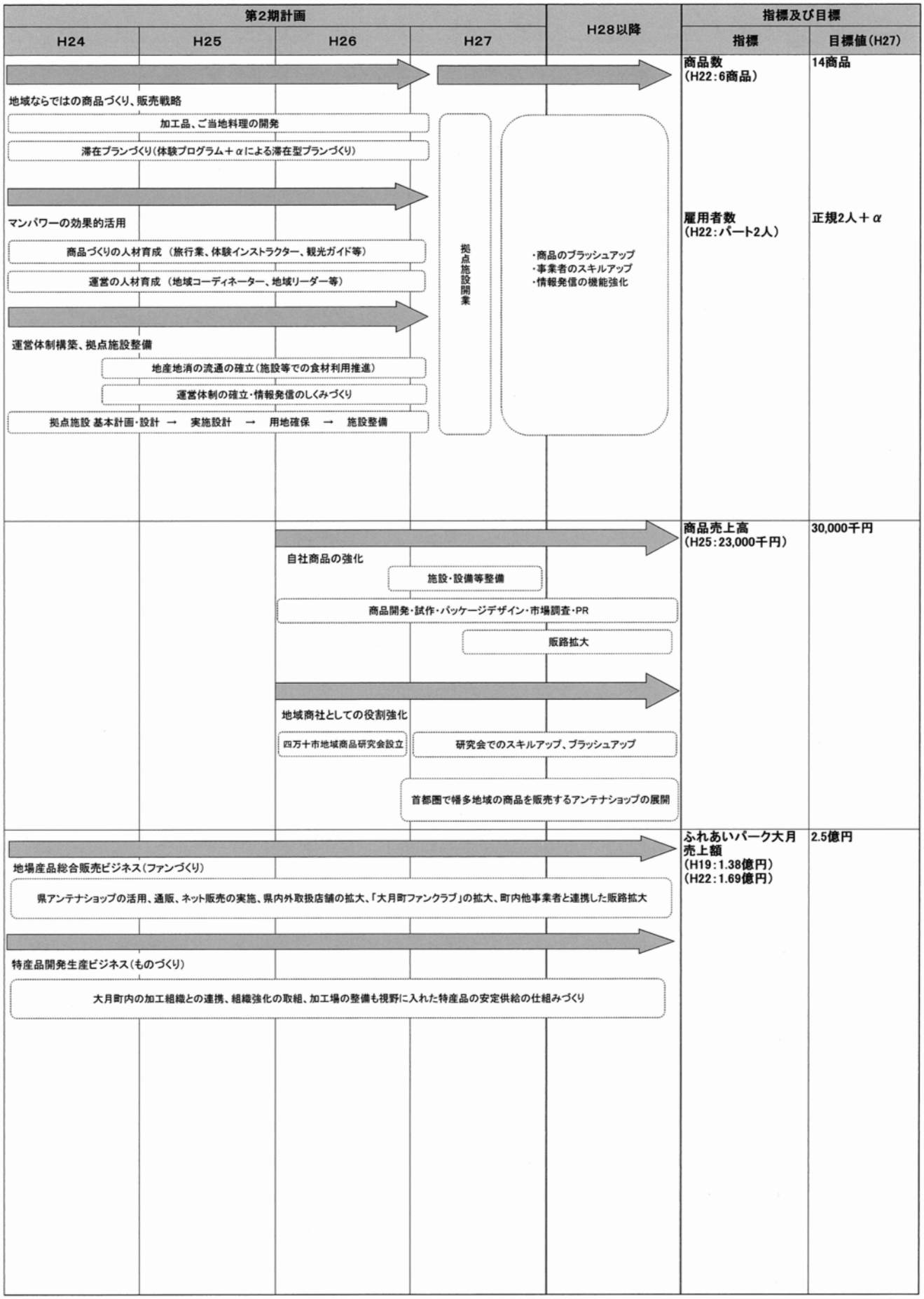
## 【幡多地域】

| | 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 28 | 「いちじょこさん市場」を拠点とした中心市街地活性化の推進<br><br>《四万十市》 | 四万十市一条通商店街のスーパー跡地を利用して整備された「いちじょこさん市場」を拠点に、地元の素材を活用した食育の啓発・地産地消の交流拠点として、商店街の活性化を図る。 | ・まちづくり四万十(株) | ・四万十市中心市街地活性化の一環として、地産地消を推進する「食育プラザ」開店(H21)<br>・「中小企業基盤整備機構」の支援を受け、集荷・販売・経営全般の改善(H21～23)<br>・店舗改装(H23)<br>◆H23産業振興総合補助金を活用し、店舗内外装の全面改修。<br>総菜部門を追加し、施設名称を「いちじょこさん市場」に変更してH23.9.2リニューアルオープン。リニューアルオープン後は売上額は順調に推移している(H22売上額31,121千円→H24売上額44,709千円→H25売上額45,172千円)。<br>◆H23にふるさと雇用事業で雇用した2名を、H24から正職員としている。 | ・目標販売額の達成<br><br>・集荷業務の継続<br><br>・催事、交流スペースの有効活用<br><br>・宅配業務の継続 | ◆目標販売額の達成<br><br>◆販売チャネルの拡大 |
| 29 | 栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト<br><br>《四万十市》 | 西土佐地区の栗園再生に向け、「より高く、より多く売るしくみ」と「栽培しやすい環境づくり」を平行して取り組むことで、地域内外を巻き込んだ新しい地域ビジネスを目指す。 | ・(株)しまんと美野里<br>・四万十川を良くする会<br>・四万十市<br>・西土佐商工会 | ・加工施設整備(H22)<br>◆H22産業振興総合補助金を活用し加工施設を整備、H23.1月より操業開始。菓子業者等、加工品受注量は増加しているが、天候不良による連年の不作や生産者の高齢化等により原材料(栗)の仕入がままならず、受注に見合う原材料確保に苦慮している。(H23:4.5t、H24:8.9t、H25:7.1t、H26:6.5t)<br><br>・栗栽培支援体制づくり(H23～)<br>◆栗栽培支援策として、H23.9、協賛制度による支援組織を設立。今後、荒廃栗園の再生に取り組む予定。 | ・栗の確保<br><br>・栗栽培の支援策<br><br>・加工体制の充実強化 | ◆より高く、より多く売るしくみづくり(高付加価値化、情報発信)<br><br>◆栽培しやすい環境づくり(高価買取、栽培技術支援・基盤づくり) |
| 30 | 四万十牛の商品開発・販売<br><br>《四万十市》 | 四万十市西土佐地域の畜産家・農家・加工業者が連携し、四万十川にこだわった加工商品を開発・製造・販売することで、地域内外での売上を拡大する。 | ・横山精肉<br>・西土佐中央牧場<br>・西土佐ふるさと市組合 | ・新たなビジネス検討(H25～)<br>◆H25全国商工会連合会事業、H26県産業振興アドバイザーを活用し、ブランド力を活かした経営戦略について検討。H27.3に直営飲食店(焼肉屋)を開業予定。<br><br>・新商品開発(H23～)<br>◆H23全国商工会連合会事業を活用し、商品開発のノウハウを習得。<br><br>・畜産体制強化(H24～)<br>◆H24自己資金より畜舎増築。H27県レンタル畜産施設等整備事業を活用してさらなる増築を行い、現在の2倍程度の頭数とする予定。 | ・資金確保<br><br>・人材の育成 | ◆商品開発・製造・販売<br><br>◆原材料供給体制の強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値（H27）
目標販売額の達成
・集荷→製造・加工→販売体制の強化
・交流・催事スペースの利用促進
・飲食スペースとしての展開
テイクアウトコーナーの新設
販売チャネルの拡大
近隣商店と連携した宅配事業の実施
（生鮮品、日配品、惣菜、弁当など）
新たな販売チャネルの検討、実施
雇用者数
（H22：常勤2名）
（H22：パート5名）
3名
7名
売上額
（H24：44,709千円）
60,000千円
より高く、より多く売るしくみづくり（高付加価値化、情報発信）
企業向け商品の販促活動（会員との取引増）
一般消費者向け商品の販促活動（生産の現場が見える情報の発信）
加工体制の見直し・強化
栽培しやすい環境づくり（高価買取、栽培技術支援・基盤づくり）
栗再生計画策定
栗産地再生にむけた支援のあり方検討・実践
集荷のしくみづくり検討・実践
新たな栽培スタイルの検討・実践（企業栗園・週末農業・集団栽培等）
栗加工品製造量
（H22：1.5t）
8t
原材料（生栗）の仕入量
（H22：2.5t）
12t
商品開発・製造・販売
商品開発・市場調査
新たなビジネスへの挑戦
新商品売上高
6,000千円
原材料供給体制の強化
畜舎改修
四万十牛の安定供給体制づくり（さらなる畜舎増築に向けた検討
地元産野菜の安定供給体制の強化

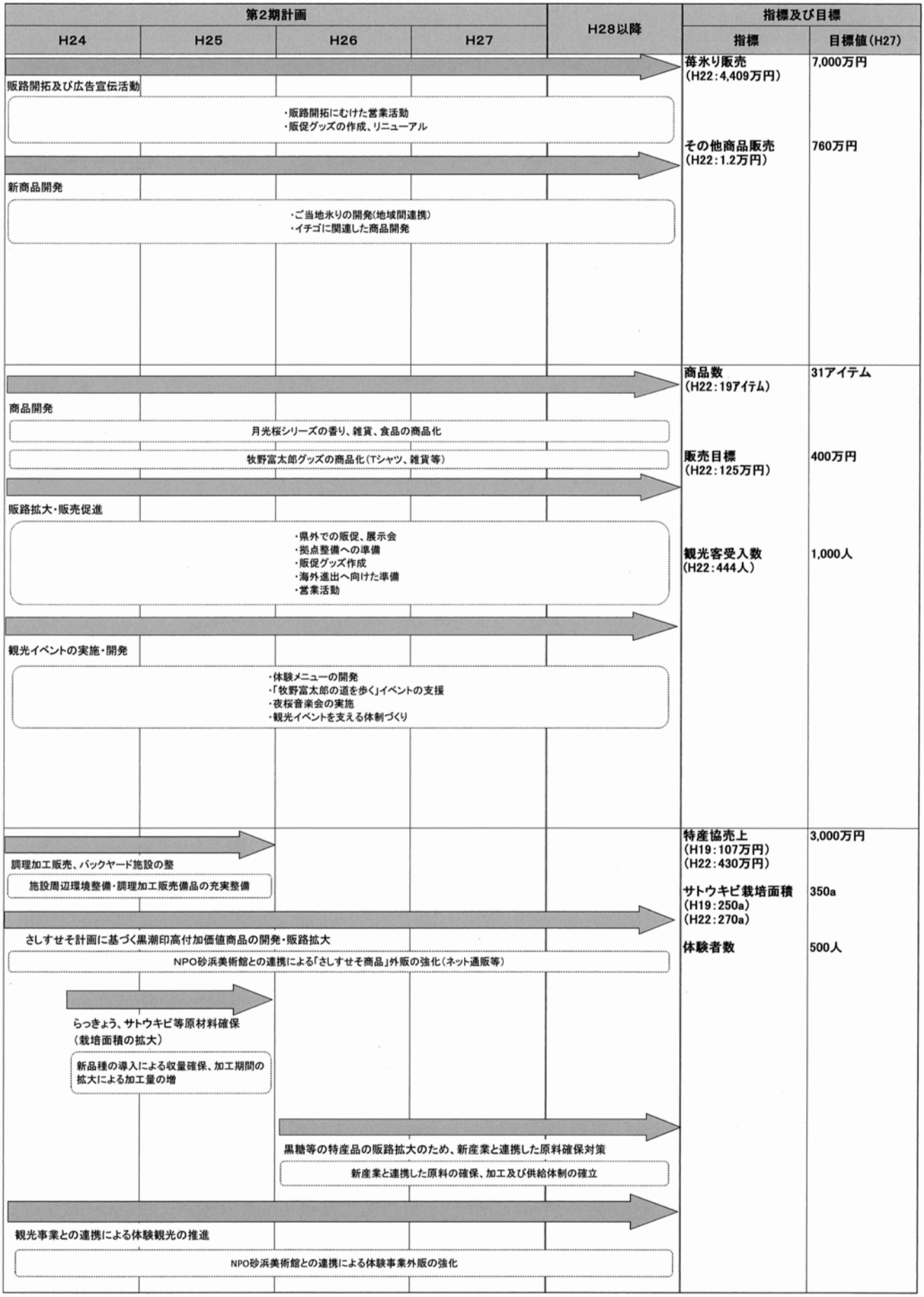
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 31 西土佐拠点ビジネス推進事業（売り出せ西土佐プロジェクト）<br><br>《四万十市》 | 各種団体や地域産業従事者など多様な人材・組織が連携し、地域産品・加工品の開発・販売、体験交流推進、情報発信、施設整備等を行い、幡多地域の北の玄関口としての総合発信拠点を作り、地域の活性化を目指す。 | ・四万十市<br>・西土佐商工会<br>・地域事業者等 | ・施設整備計画（H24～）<br>◆H27営業開始に向け、H24基本計画、H25実施設計、H26用地取得完了。<br><br>・体制づくり（H25～）<br>◆H24商人塾参加やH25～出荷者向け研修の実施等、運営体制強化に向け取り組み中。H26～地域人づくり事業により1名雇用。H27.4～ふるさと市組合（施設管理予定者）が株式会社化予定。<br><br>・商品開発（H24～）<br>◆全国展開支援事業、四万十市道の駅地域産品開発等特別支援補助事業等を活用し、地元民間事業者の新商品開発を支援。その結果、開発商品数は増加している。（開発商品数＝H23：6商品、H24：11商品、H25：18商品、<br>H26.12末：22商品） | ・体制の構築<br><br>・運営ノウハウ | ◆地域ならではの商品づくり、販売戦略<br><br>◆マンパワーの効果的活用<br><br>◆運営体制構築、拠点施設整備 |
| 32 四万十地域の素材を活かした新たな外商戦略の構築<br><br>《四万十市》 | 四万十市の漁業、農家・加工業者、販売者が連携し、四万十素材を中心として加工商品を開発・製造・販売することで、地域内外での売上を拡大し、地域活性化を目指す。 | ・（有）せいぶ印刷工房 | ・四万十市の事業者で組織する「四万十市地域商品研究会」を設立し、会員のスキルアップに向けて研究会を継続開催（H26）<br>・加工スペースの増築（H26）<br>◆26年度に設立した研究会は、四万十市における土産品を生み出すことを今年度の具体的な目標として活動している。 | ・商品アイテムの増 | ◆自社商品の強化<br><br>◆地域商社としての役割強化 |
| 33 拠点ビジネスの推進（大月町まるごと販売事業）<br><br>《大月町》 | ふれあいパーク大月を拠点に、特色ある地域資源を活用した拠点ビジネスモデルの構築に向けた事業展開を図る。 | ・（一財）大月町ふるさと振興公社 | ・新商品開発（H21～26）<br>◆H21産業振興総合補助金を活用し、加工場を整備。事業着手から新たな商品を開発。ひがしやま関連商品、へらずし、塩麹漬など、売れ筋商品が出てきている。26年度にアドバイザーを導入し、新たな取組みを進めている。<br><br>・販路拡大（H21～26）<br>◆H21、22産業振興総合補助金を活用し、インターネット通販、カタログ販売の仕組みづくり、県外商談会への参加など販促活動を充実・強化。結果、大手百貨店や生協など県外での販売も拡大。所得向上につながっている。<br>外商拡大対策として、町内事業者と連携して「大月まるごと販売プロジェクト」を立ち上げ販売促進を推進している。<br><br>・道の駅の施設改修（H22）<br>◆H22産業振興総合補助金を活用し、夏季の生鮮食品の鮮度保持用の施設を改修。道の駅のにぎわいづくりにもつながっている。 | ・売れ筋商品の生産体制の充実（地域での仕組みづくり、加工場の充実など）<br><br>・将来を見据えた、販売戦略づくり<br><br>・道の駅のにぎわいづくり継続 | ◆地場産品総合販売ビジネス（ファンづくり）<br><br>◆特産品開発生産ビジネス（ものづくり） |


第2期計画
H28以降
H24
H25
H26
H27
指標及び目標
指標
目標値(H27)
商品数
(H22:6商品)
14商品
地域ならではの商品づくり、販売戦略
加工品、ご当地料理の開発
滞在プランづくり(体験プログラム＋αによる滞在型プランづくり)
拠点施設開業
・商品のブラッシュアップ
・事業者のスキルアップ
・情報発信の機能強化
マンパワーの効果的活用
雇用者数
(H22:パート2人)
正規2人＋α
商品づくりの人材育成 (旅行業、体験インストラクター、観光ガイド等)
運営の人材育成 (地域コーディネーター、地域リーダー等)
運営体制構築、拠点施設整備
地産地消の流通の確立(施設等での食材利用推進)
運営体制の確立・情報発信のしくみづくり
拠点施設 基本計画・設計 → 実施設計 → 用地確保 → 施設整備
商品売上高
(H25:23,000千円)
30,000千円
自社商品の強化
施設・設備等整備
商品開発・試作・パッケージデザイン・市場調査・PR
販路拡大
地域商社としての役割強化
四万十市地域商品研究会設立
研究会でのスキルアップ、ブラッシュアップ
首都圏で幡多地域の商品を販売するアンテナショップの展開
ふれあいパーク大月
売上額
(H19:1.38億円)
(H22:1.69億円)
2.5億円
地場産品総合販売ビジネス(ファンづくり)
県アンテナショップの活用、通販、ネット販売の実施、県内外取扱店舗の拡大、「大月町ファンクラブ」の拡大、町内他事業者と連携した販路拡大
特産品開発生産ビジネス(ものづくり)
大月町内の加工組織との連携、組織強化の取組、加工場の整備も視野に入れた特産品の安定供給の仕組みづくり

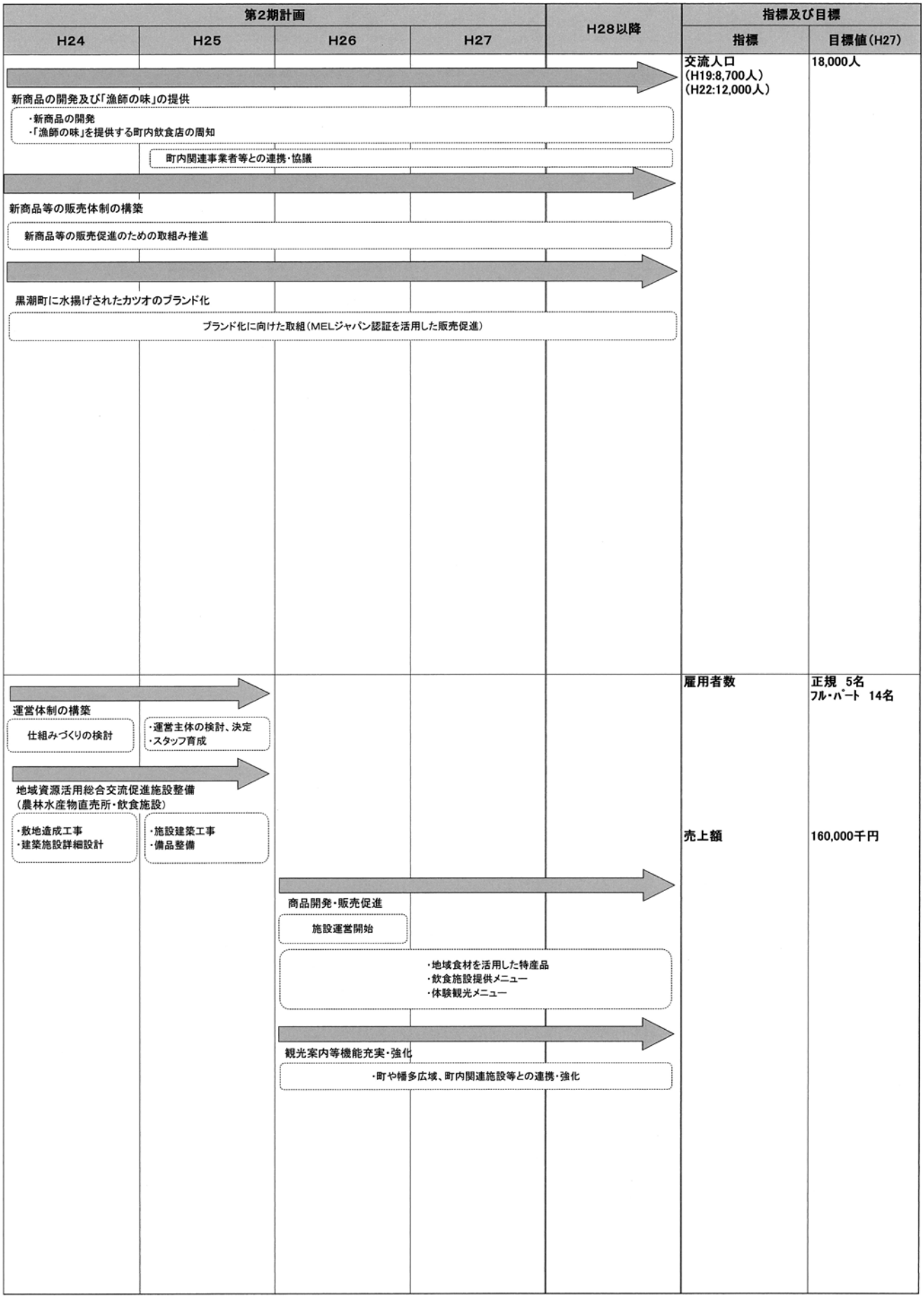
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 34 苺を核とした6次産業化<br><br>《大月町》 | 大月町の新しい加工品として注目されている苺氷りの販売拡大および新商品開発により、苺を大月町の新しい特産品として育成し、生産～加工～販売の一貫体制の構築を目指す。 | ・農業生産法人　苺氷り本舗(株) | ・販路開拓・販売促進(H22)<br>◆販売店舗数も120店舗を超え、雑誌やメディアで取り上げられる機会も多くなるなど、地域を代表する企業となっている。<br>◆シークワーサー、みかん、ゆず、抹茶などのご当地氷りも商品化。OEMで取引先が拡大<br>◆当面は、生鮮・苺氷り・アイス等の商品間での苺のやりくり等、効果効率的な事業運営を目指しており、大月地域の新たなビジネスモデルとしての、さらなる業績向上を目指す予定。<br>・H26は施肥の方法変更により苺の収穫量が過去最高(約16t) | ・販路開拓<br><br>・苺の収量拡大<br><br>・生産施設の拡大 | ◆販路開拓及び広告宣伝活動<br><br>◆新商品開発 |
| 35 月光桜からはじまる「牧野富太郎のみち」づくり<br><br>《大月町》 | 地域資源のひとつである牧野富太郎の足跡を活かし、観光振興を図るとともに、牧野富太郎や植物に関連した商品開発に取り組み、モノづくりによる起業や地域活性化を目指す。 | ・大月町アウトソーシング研究会<br>・四万十かいどう推進協議会大月支部 | ・商品開発(コースターやクッキー)や展示会参加等の販路拡大(H23)<br>・各種観光イベントの実施(H23)<br>・ラッピング、イラストレーターのアドバイザー導入(H24)<br>・緊急雇用事業を活用した月光桜周辺整備、イベント実施(H24)<br>・花街道推進支援事業(町単)(H25、H26)<br>◆夜桜音楽会、ウォーキングイベントを春・秋に実施する等、月光桜のPRに取り組んでいる。<br>◆葉タバコ圃場、耕作放棄地等でヒマワリ、コスモス、ソバなどの花を植え、大月の秋の観光素材創出に取り組んでいる。 | ・商品づくりの方向性の検討(通年売れる商品づくりと既存商品のブラッシュアップ)<br><br>・受け入れ側の人づくり、人集め<br><br>・地域イベントとしての定着<br><br>・資金の確保については全体にわたる課題 | ◆商品開発<br><br>◆販路拡大・販売促進<br><br>◆観光イベントの実施・開発 |
| 36 黒潮印の商品開発<br><br>《黒潮町》 | 天日塩、黒砂糖など、黒潮町の安全で質の高い基本調味料と地域資源とを組み合わせることによって、付加価値の高い農林水産加工商品を開発する。また遊休農地を活用したサトウキビ等の栽培、企業への安定供給や加工による商品化などを進め、地域の雇用の場の創出と所得の向上を図る。 | ・黒潮町<br>・(株)黒潮町缶詰製作所 | ・商品開発・販路開拓(H21～26)<br>・備品購入(H21)<br>・パッケージデザイン(H22)<br>・加工施設建設(H22)<br>・新商品の開発(アイスクリーム、学校給食用漬物等)(H24～H26)<br>◆H22産業振興総合補助金を活用し、加工場を整備。 黒糖加工品は、カリン糖がH23から本格的に市販、ラッキョウ漬けは、県内大手スーパーと契約し販売が開始されるなどの成果があった。<br>　また、ふるさと雇用によりH22に1名、H23に3名の常勤職員を配置し取組を加速させた結果、H23売上は前年比65%増。<br>◆H26.3月に黒潮町が出資主体となる(株)黒潮町缶詰製作所を設立し事業を継承。主力商品を黒糖と天日塩商品に絞り込み、製造・販売を行っている。 | ・利益率の高い販路の開拓<br><br>・より効率的な生産体制づくり(施設整備)<br><br>・食品加工に関する専門知識の不足<br><br>・黒糖、ラッキョウ漬等の販路拡大<br><br>・運営組織の再構築(雇用含む)<br><br>・経営健全化に向け、不採算商品及び事業等の見直し | ◆調理加工販売、バックヤード施設の整備<br><br>◆さしすせそ計画に基づく黒潮印高付加価値商品の開発・販路拡大<br><br>◆らっきょう、サトウキビ等原材料確保(栽培面積の拡大)<br><br>◆黒糖等の特産品の販路拡大のため、新産業と連携した原料確保対策<br><br>◆観光事業との連携による体験観光の推進 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
苗氷り販売
(H22:4,409万円)
7,000万円
販路開拓及び広告宣伝活動
・販路開拓にむけた営業活動
・販促グッズの作成、リニューアル
その他商品販売
(H22:1.2万円)
760万円
新商品開発
・ご当地氷りの開発(地域間連携)
・イチゴに関連した商品開発
商品数
(H22:19アイテム)
31アイテム
商品開発
月光桜シリーズの香り、雑貨、食品の商品化
牧野富太郎グッズの商品化(Tシャツ、雑貨等)
販売目標
(H22:125万円)
400万円
販路拡大・販売促進
・県外での販促、展示会
・拠点整備への準備
・販促グッズ作成
・海外進出へ向けた準備
・営業活動
観光客受入数
(H22:444人)
1,000人
観光イベントの実施・開発
・体験メニューの開発
・「牧野富太郎の道を歩く」イベントの支援
・夜桜音楽会の実施
・観光イベントを支える体制づくり
特産協売上
(H19:107万円)
(H22:430万円)
3,000万円
調理加工販売、バックヤード施設の整
施設周辺環境整備・調理加工販売備品の充実整備
サトウキビ栽培面積
(H19:250a)
(H22:270a)
350a
さしすせそ計画に基づく黒潮印高付加価値商品の開発・販路拡大
NPO砂浜美術館との連携による「さしすせそ商品」外販の強化(ネット通販等)
体験者数
500人
らっきょう、サトウキビ等原材料確保
(栽培面積の拡大)
新品種の導入による収量確保、加工期間の
拡大による加工量の増
黒糖等の特産品の販路拡大のため、新産業と連携した原料確保対策
新産業と連携した原料の確保、加工及び供給体制の確立
観光事業との連携による体験観光の推進
NPO砂浜美術館との連携による体験事業外販の強化

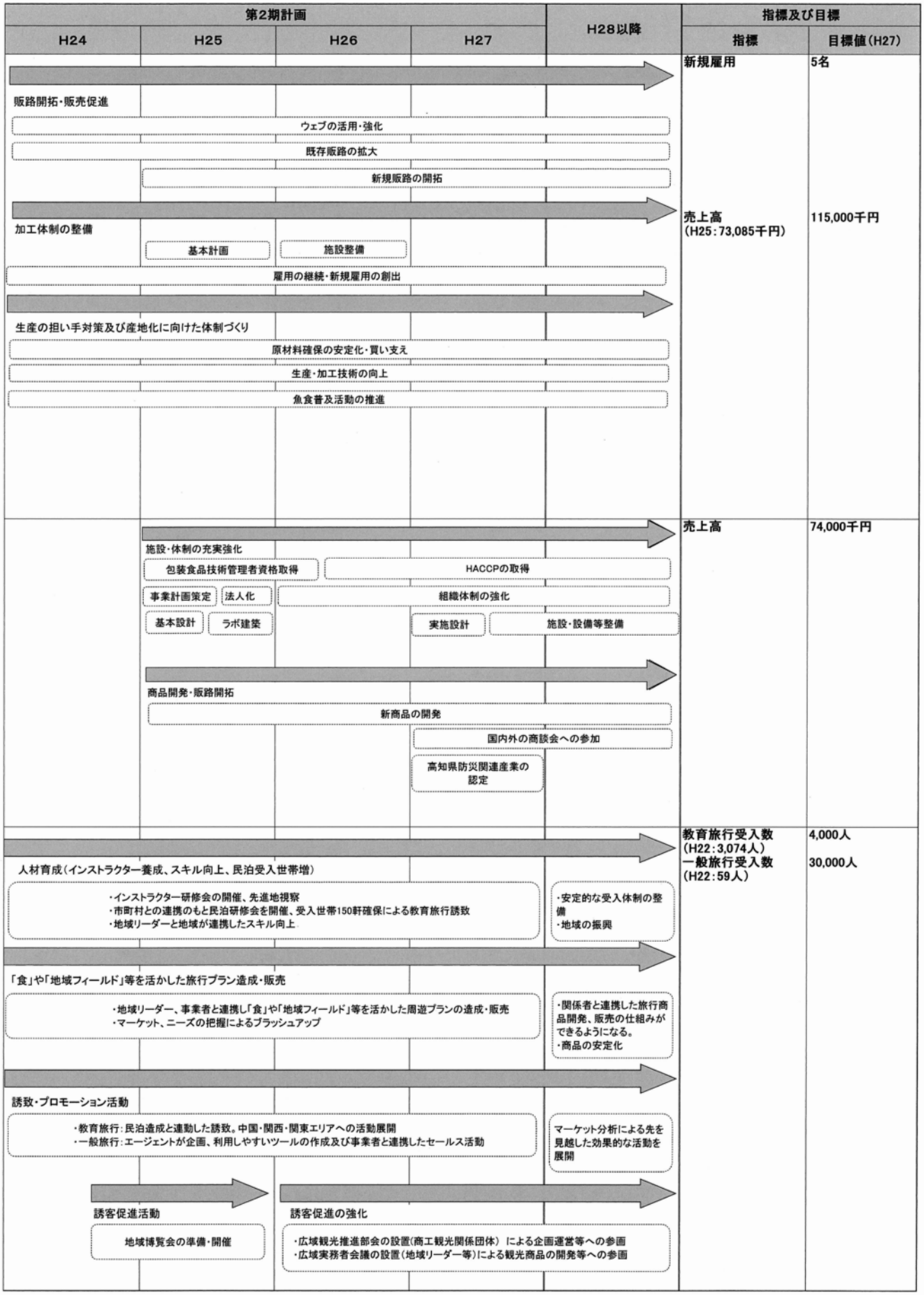
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 37 カツオ文化のまちづくり事業<br><br>《黒潮町》 | 日本一のカツオ漁獲高を誇るカツオ一本釣り船団を有する黒潮町佐賀地域において、カツオを使った漁師町ならではの味の提供、新商品開発、PR等の取組を進めることによって、「カツオ文化のまち」としてのブランド化を図り、所得の向上につなげる。 | ・黒潮町商工会<br>・黒潮町<br>・高知県漁協 | ・カツオ新商品の開発及びPRの強化（H21～）<br>・黒潮一番館の施設改修（H22）および通年営業化（H23.3～）<br>・マリン・エコラベル・ジャパンの認証取得（H23）<br>◆産業振興総合補助金（H21、22）や水揚奨励交付金制度（町単）等を活用し、施設拡充、商品開発・PR、販路開拓等に取り組んだ結果、町内での商品取扱増やグルメ冊子掲載等の認知度の向上につながった。<br>また、H23からの黒潮一番館の通年営業化や、H25からの水産物直販市開始等が、交流人口の拡大につながっている。<br>＜交流人口実績＞<br>H21:11,044人、H22:11,565人<br>H23:16,148人、H24:18,061人<br>H25:22,271人 | ・黒潮一番館の活用方法検討<br><br>・もどりカツオ祭の継続開催<br><br>・「日戻りカツオ」の活用方法 | ◆新商品の開発及び「漁師の味」の提供<br><br>◆新商品等の販売体制の構築<br><br>◆黒潮町に水揚げされたカツオのブランド化 |
| 38 佐賀地区の地域資源を活用した拠点ビジネスの推進<br><br>≪黒潮町≫ | 地元の魚介類や農産物を使ったレストランや、農林水産物加工品の直販、幡多地域の観光などの情報発信機能を有する施設を黒潮町佐賀地区に整備し、地域が主体的に運営することで、地域の魅力の発掘・発信や消費の拡大、交流人口の拡大を図る。 | ・(株)なぶら土佐佐賀<br>・黒潮町 | ・道の駅の整備に向けて、道の駅設立準備委員会で施設内容や運営体制を協議、決定。<br>・道の駅の名称を町内公募。<br>・道の駅の運営母体となる、(株)なぶら土佐佐賀を設立（H25.10月）。<br>◆H25産業振興総合補助金を活用し、道の駅「なぶら土佐佐賀」施設を整備（H26.4月：オープン）。<br>・幡多地域の東の玄関口として、観光客等からの問い合わせ等も多くあり、パンフレットやインフォメーションコーナーで対応している。 | ・町内の既存類似施設と連携した誘客の促進 | ◆運営体制の構築<br><br>◆地域資源活用総合交流促進施設整備（農林水産物直売所・飲食施設）<br><br>◆商品開発・販売促進<br><br>◆観光案内等機能充実・強化 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
交流人口
(H19:8,700人)
(H22:12,000人)
18,000人
新商品の開発及び「漁師の味」の提供
・新商品の開発
・「漁師の味」を提供する町内飲食店の周知
町内関連事業者等との連携・協議
新商品等の販売体制の構築
新商品等の販売促進のための取組み推進
黒潮町に水揚げされたカツオのブランド化
ブランド化に向けた取組(MELジャパン認証を活用した販売促進)
運営体制の構築
仕組みづくりの検討
・運営主体の検討、決定
・スタッフ育成
地域資源活用総合交流促進施設整備
(農林水産物直売所・飲食施設)
・敷地造成工事
・建築施設詳細設計
・施設建築工事
・備品整備
商品開発・販売促進
施設運営開始
・地域食材を活用した特産品
・飲食施設提供メニュー
・体験観光メニュー
観光案内等機能充実・強化
・町や幡多広域、町内関連施設等との連携・強化
雇用者数
正規 5名
ﾌﾙ・ﾊﾟｰﾄ 14名
売上額
160,000千円

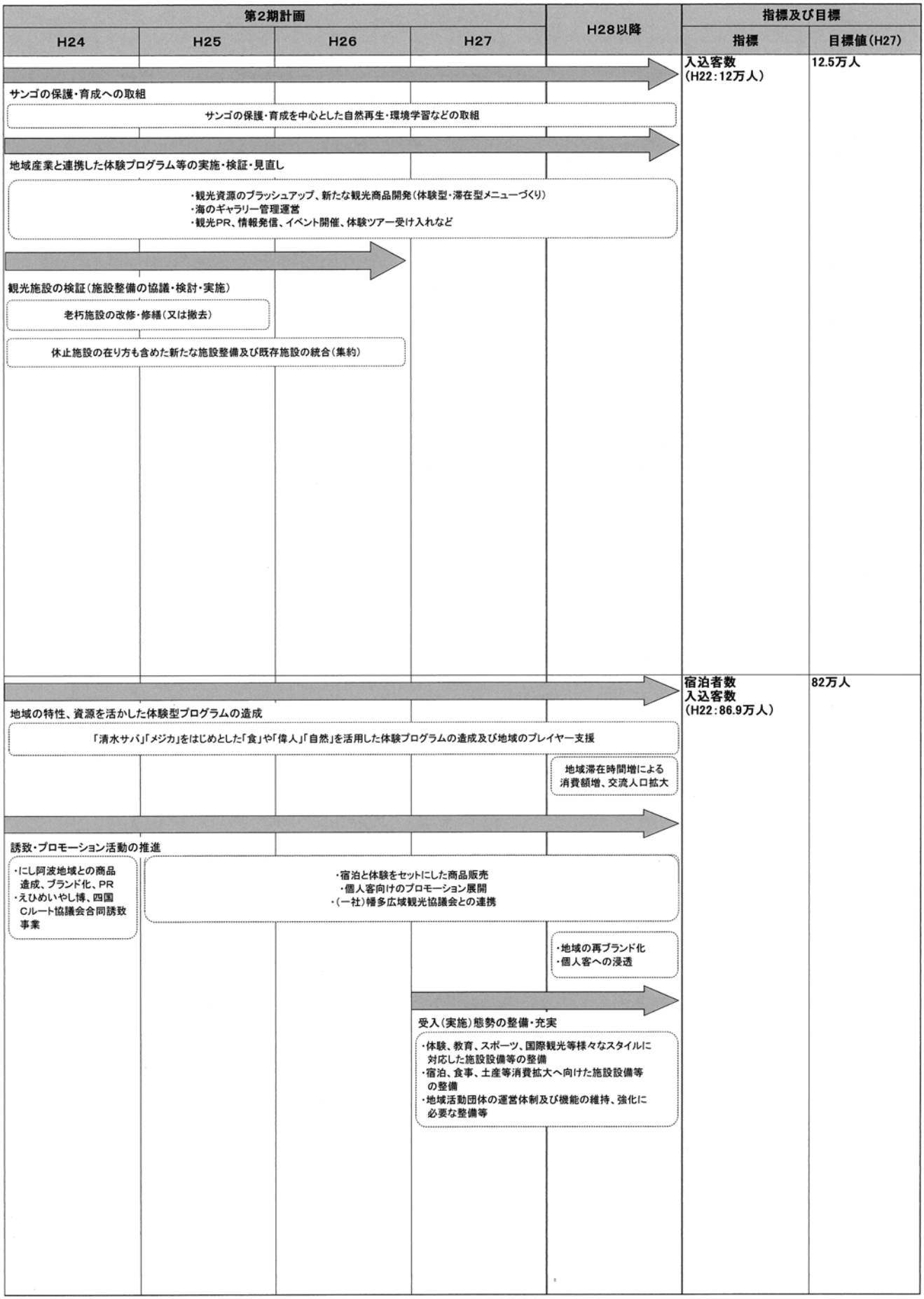
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 39 水産物加工施設整備事業<br><br>《黒潮町》 | これまで以上の衛生管理・品質管理が可能で、生産拡大が図れる水産物加工施設を整備することにより、さらなる販売拡大を目指す。それにより、地域内の漁業者の所得拡大を図る。あわせて、生産従事者の技術力向上、営業面での充実を行い、地域での雇用を拡大する。 | ・(有)土佐佐賀産直出荷組合 | ・積極的な販促活動(H24～)<br>◆町単支援事業等を活用し、積極的な販促活動に取り組む中、取引業者数は年々増加している。(H23:40社、H24:60社、H25:70社)<br>・商品開発(H24～)<br>◆地場の魚の残渣も捨てずに使用する丁寧な商品開発へ力を入れ、ラインナップを増やしている。(新商品開発数＝H23:3種、H24:1種、H25:5種)<br>◆H24、25、26と3年連続で、「むらおこし特産品コンテスト(全国商工会連合会)」審査員特別賞を受賞。<br>＜受賞商品＞<br>H24:きびなごフィレ<br>H25:きびなごペースト<br>H26:きびなご魚醤<br>◆産振補助金の採択、交付決定(H26.10月)を受け、現在、新施設の建設工事中(H27.5月末完成予定)。 | ・取引増加に伴う、増産体制整備<br><br>・衛生管理面の整った施設整備 | ◆販路開拓・販売促進<br><br>◆加工体制の整備<br><br>◆生産の担い手対策及び産地化に向けた体制づくり |
| 40 防災関連新産業創造事業<br><br>《黒潮町》 | 農水産物等、地域産品を活用した防災関連食品の製造・販売体制を構築し、「地産」・「地消」・「外商」を図ることで、雇用機会の創出はもちろん、地域生産者の所得向上につなげていく。 | ・黒潮町<br>・(株)黒潮町缶詰製作所 | ・黒潮町が出資主体となる(株)黒潮町缶詰製作所を設立(H26.3月)<br>・加工施設整備(H26.3月)<br>・缶詰商品が5アイテム完成し、町内の道の駅で販売(H26)<br>・小規模事業者ものづくり・商業・サービス革新事業を導入し、缶詰製造機械を整備(H26)<br>・こうちビジネスチャレンジプランにて「優良」を受賞(H26)<br>・大口の受注が見込まれる大手小売店との取引が決定(4月から出荷予定)(H26)<br>◆大手小売店との取引が決定し、大口受注が見込まれることとなったが、需要に対応しうる生産量の拡大が課題である。 | ・生産量の拡大<br><br>・商品アイテム数の増<br><br>・自社販売等の増強など販路の冗長化 | ◆施設・体制の充実強化<br><br>◆商品開発・販路開拓 |
| 41 幡多広域における滞在型・体験型観光の推進<br><br>《幡多地域全域》 | 幡多地域におけるコーディネート組織として、質の高い体験プログラムづくりや人材育成、民泊など受入体制の充実強化、それらを活用した周遊ルートなど、商品造成、販売誘致促進を図り、幡多地域での滞在型・体験型観光の推進を目指す。 | ・(一社)幡多広域観光協議会 | ・法人化及び増員(H22)<br>・第2種旅行業取得(H22)<br>・「はた博」の開催(H25)<br>・「はた旅」の開催(H26～)<br>◆はた博開催により、西部地域が観光地として認知度が向上するとともに、組織・連携体制が強化された。また、従来の教育旅行に加え、一般旅行もターゲットにした商品の磨き上げ等、地域のコーディネート組織(ワンストップ窓口)機能が整いつつある。<br>「はた博」で強化された体制の継続や強化を「はた旅」を通じて実施することで、更なる誘客を目指した。 | ・一般旅行、教育旅行の誘客促進<br><br>・誘客に繋がるプロモーションの実施<br><br>・周遊観光の推進 | ◆人材育成(インストラクター養成、スキル向上、民泊受入世帯増)<br><br>◆「食」や「地域フィールド」等を活かした旅行プラン造成・販売<br><br>◆誘致・プロモーション活動<br><br>◆誘客促進活動 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
新規雇用
5名
販路開拓・販売促進
ウェブの活用・強化
既存販路の拡大
新規販路の開拓
売上高
(H25:73,085千円)
115,000千円
加工体制の整備
基本計画
施設整備
雇用の継続・新規雇用の創出
生産の担い手対策及び産地化に向けた体制づくり
原材料確保の安定化・買い支え
生産・加工技術の向上
魚食普及活動の推進
売上高
74,000千円
施設・体制の充実強化
包装食品技術管理者資格取得
HACCPの取得
事業計画策定
法人化
組織体制の強化
基本設計
ラボ建築
実施設計
施設・設備等整備
商品開発・販路開拓
新商品の開発
国内外の商談会への参加
高知県防災関連産業の認定
教育旅行受入数
(H22:3,074人)
一般旅行受入数
(H22:59人)
4,000人
30,000人
人材育成(インストラクター養成、スキル向上、民泊受入世帯増)
・インストラクター研修会の開催、先進地視察
・市町村との連携のもと民泊研修会を開催、受入世帯150軒確保による教育旅行誘致
・地域リーダーと地域が連携したスキル向上
・安定的な受入体制の整備
・地域の振興
「食」や「地域フィールド」等を活かした旅行プラン造成・販売
・地域リーダー、事業者と連携し「食」や「地域フィールド」等を活かした周遊プランの造成・販売
・マーケット、ニーズの把握によるブラッシュアップ
・関係者と連携した旅行商品開発、販売の仕組みができるようになる。
・商品の安定化
誘致・プロモーション活動
・教育旅行:民泊造成と連動した誘致。中国・関西・関東エリアへの活動展開
・一般旅行:エージェントが企画、利用しやすいツールの作成及び事業者と連携したセールス活動
マーケット分析による先を見越した効果的な活動を展開
誘客促進活動
地域博覧会の準備・開催
誘客促進の強化
・広域観光推進部会の設置(商工観光関係団体) による企画運営等への参画
・広域実務者会議の設置(地域リーダー等)による観光商品の開発等への参画

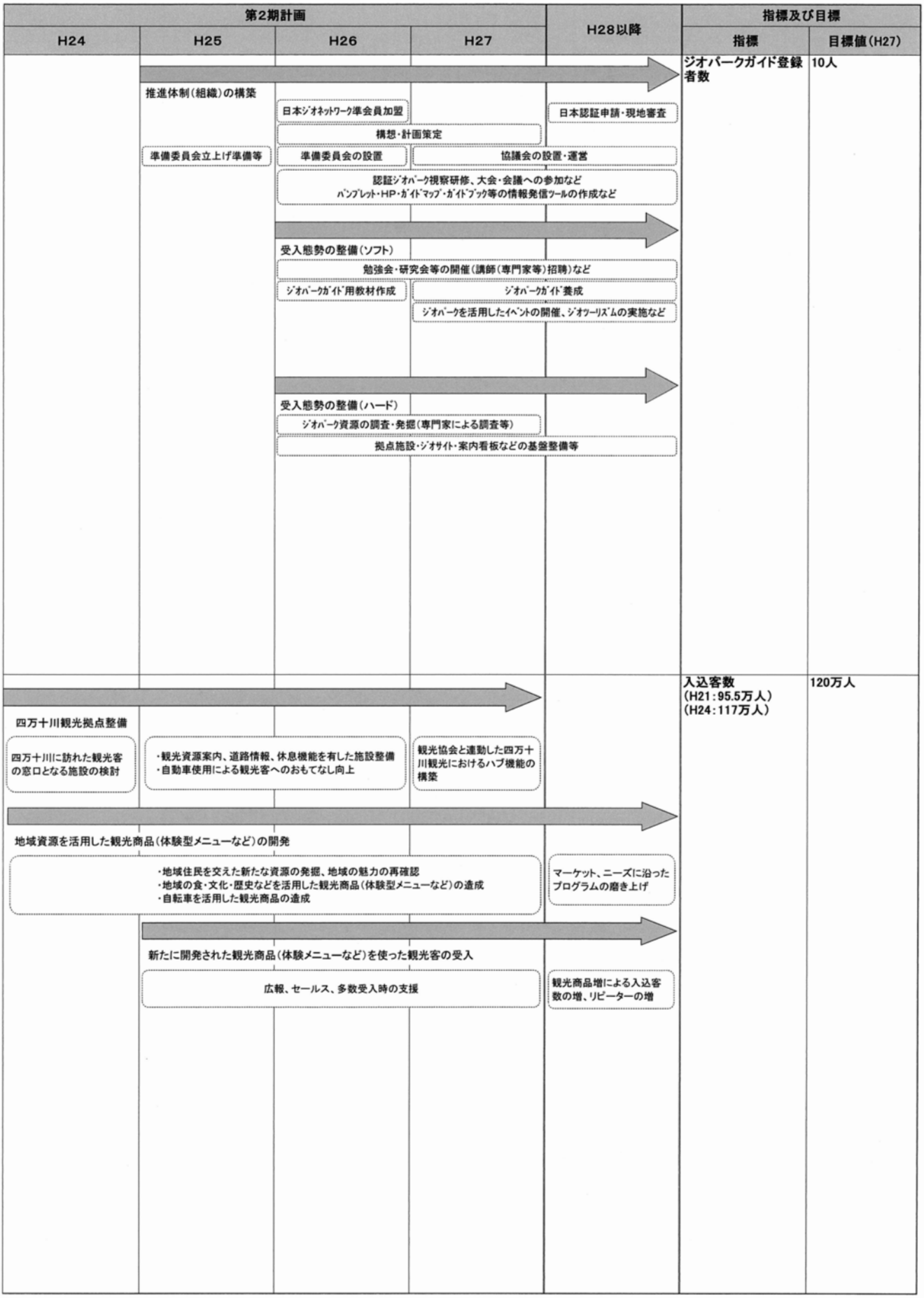
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 42　竜串観光再発見事業<br><br>《土佐清水市》 | 地域産業の連携と地域が協働することで、観光客に地域をまるごと知ってもらい、地域住民と交流する施設や小動物等とふれ合える施設等整備の在り方、NPO竜串観光振興会が中心となって行っているサンゴ保全や観光メニューづくりなどのソフト事業について、地域住民や観光関連団体、市が連携しながら検討し、竜串観光の振興を図る。 | ・土佐清水市<br>・土佐清水市観光協会<br>・NPO竜串観光振興会<br>・竜串地区<br>・竜串自然再生協議会 | ・ギャップ調査（H22）<br>・観光資源の情報発信（H23）<br>◆H22ステップアップ事業を活用し、竜串の観光資源の認知度と関心度のギャップ調査を実施。調査結果を基に、H23産業振興総合補助金を活用し、情報発信、認知度向上に取り組んだ。<br><br>・イベント開催（H21～23）<br>・海のギャラリー運営管理（H22～23）<br>・NPO竜串観光振興会による竜串地域の施設再検証（H22）<br>・はた博の体験プログラム造成、旅行商品として販売開始。（H25）<br>◆地元NPO竜串観光振興会を中心に、新たな観光メニューづくり、清掃活動、サンゴ保全、イベント開催、地元小学校の学習活動支援等、様々な活動に取り組み竜串観光の中核組織として活動中。<br>足摺海洋館のリニューアルに合わせ、足摺海洋館を核とした、竜串地域の活性化を検討（H26～） | ・観光客の減少<br><br>・観光消費額の減少 | ◆サンゴの保護・育成への取組<br><br>◆地域産業と連携した体験プログラム等の実施・検証・見直し<br><br>◆観光施設の検証（施設整備の協議・検討・実施） |
| 43　土佐清水まるごと戦略観光展開事業<br><br>《土佐清水市》 | 観光産業を地域の戦略的産業と位置づけ、農業・漁業・商業等と連動した地域まるごと観光を推進するため、食・体・商を集約した海の交流拠点施設として「海の駅」を核に、観光ニーズに即応できるワンストップサービスを推進する。また、体験型観光をはじめ、教育やスポーツ、国際観光等の面においても連携強化及び受入態勢の整備・充実を図り、滞在日数の延長及び消費の拡大等へ向け、地域による戦略観光を展開する。 | ・（一社）土佐清水市観光協会<br>・地域活動団体<br>・土佐清水市 | ・龍馬博・ふるさと博と連動した各種イベントの開催（H22～23）<br>◆土佐清水市海の駅に市観光協会事務局を設置。ジョン万次郎資料館および龍馬博・ふるさと博のサテライト会場として、「海の元気祭」等、様々なイベントを開催。その結果、H22観光入込客はH23目標を上回った。<br>・一方、市や観光協会・関係団体とも、震災以降の宿泊客や各観光施設入場者、旅行消費額の減少に危機感を抱いており、今後のイベント、観光PR、誘致活動、個人観光客へのきめ細かな対応、体験型修学旅行受入等での連携強化を目指している。 | ・消費額の減少<br><br>・滞在時間を長くするための取組（体験型観光メニュー充実、食の魅力発信、イベント開催、2次交通対策（自転車の活用）など）<br><br>・官民一体となった誘致活動、効果的なPRの継続 | ◆地域の特性、資源を活かした体験型プログラムの造成<br><br>◆誘致・プロモーション活動の推進<br><br>◆受入（実施）態勢の整備・充実 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
入込客数
(H22:12万人)
12.5万人
サンゴの保護・育成への取組
サンゴの保護・育成を中心とした自然再生・環境学習などの取組
地域産業と連携した体験プログラム等の実施・検証・見直し
・観光資源のブラッシュアップ、新たな観光商品開発(体験型・滞在型メニューづくり)
・海のギャラリー管理運営
・観光PR、情報発信、イベント開催、体験ツアー受け入れなど
観光施設の検証(施設整備の協議・検討・実施)
老朽施設の改修・修繕(又は撤去)
休止施設の在り方も含めた新たな施設整備及び既存施設の統合(集約)
宿泊者数
入込客数
(H22:86.9万人)
82万人
地域の特性、資源を活かした体験型プログラムの造成
「清水サバ」「メジカ」をはじめとした「食」や「偉人」「自然」を活用した体験プログラムの造成及び地域のプレイヤー支援
地域滞在時間増による
消費額増、交流人口拡大
誘致・プロモーション活動の推進
・にし阿波地域との商品
造成、ブランド化、PR
・えひめいやし博、四国
Cルート協議会合同誘致
事業
・宿泊と体験をセットにした商品販売
・個人客向けのプロモーション展開
・(一社)幡多広域観光協議会との連携
・地域の再ブランド化
・個人客への浸透
受入(実施)態勢の整備・充実
・体験、教育、スポーツ、国際観光等様々なスタイルに
対応した施設設備等の整備
・宿泊、食事、土産等消費拡大へ向けた施設設備等
の整備
・地域活動団体の運営体制及び機能の維持、強化に
必要な整備等

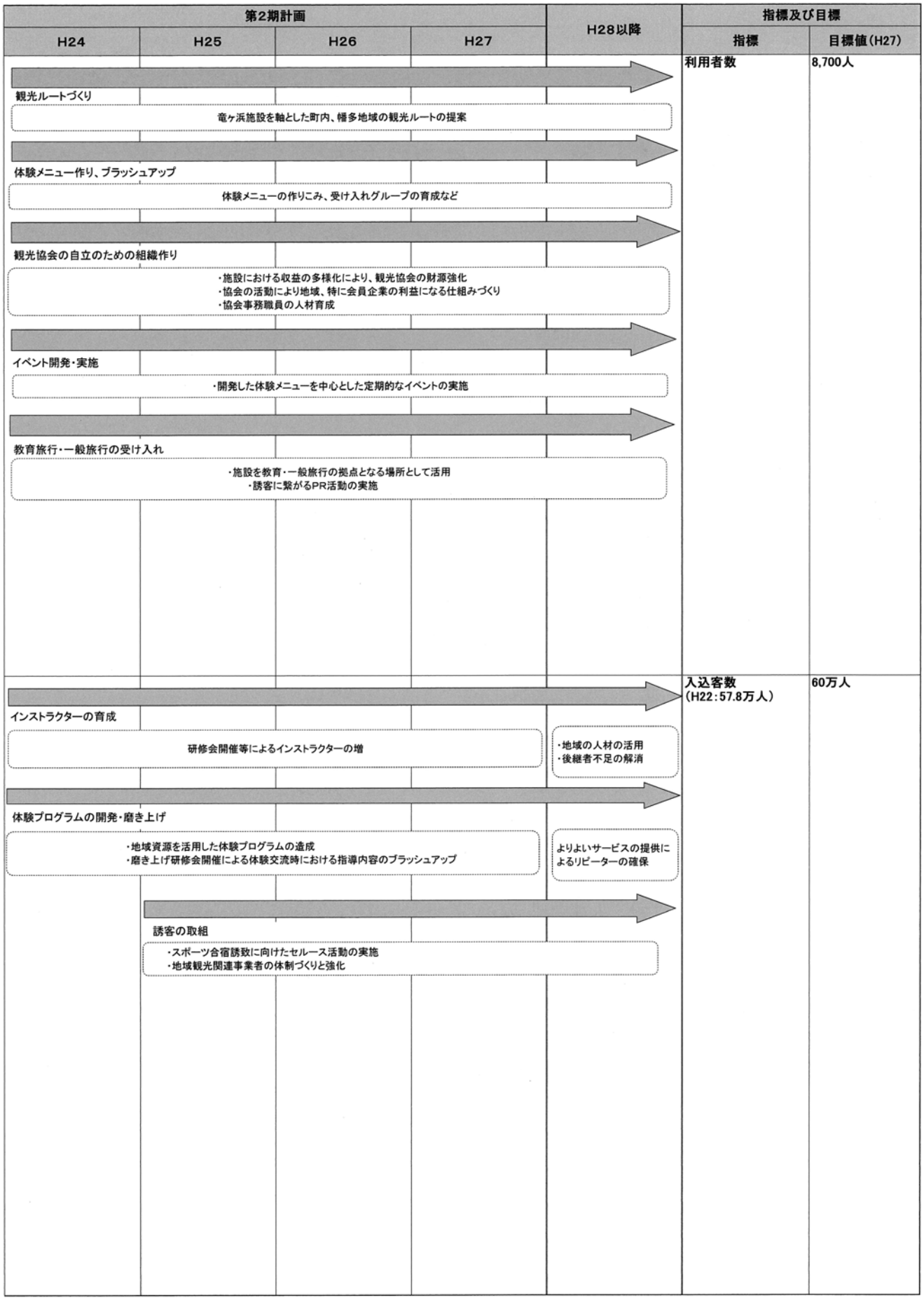
## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 44 足摺・竜串を中心としたジオパークへの取り組みによる交流人口の拡大<br><br>《土佐清水市》 | 足摺岬(ラパキビ花崗岩)、竜串・見残し(化石漣痕)、唐人駄場(巨石群)等、日本でも貴重な地域資源(地質等)の『日本ジオパーク』の認証に向けた取り組みを進め、地域保全及び教育並びに交流人口の拡大につなげる。 | ・土佐清水市<br>・土佐清水市ジオパーク推進協議会 | ・推進体制(組織)の構築(H26～)<br>◆市役所内にジオパーク推進係設定及び専門員配置。<br>◆土佐清水ジオパーク推進準備会設立及び開催。<br>◆日本ジオパークネットワーク準会員加盟。<br>◆庁内連携研修及び視察研修等の実施。<br><br>・日本ジオパークネットワーク関連の大会及び会合等への参加(H26～)<br><br>・受入態勢(ソフト)の整備(H26～)<br>◆地域各地における講演会、勉強会等の開催。<br>◆市広報誌を活用した住民周知活動。 | ・推進体制(組織)の構築<br><br>・連携・協力体制の構築<br><br>・専門知識の習得<br><br>・受入態勢(ソフト・ハード)の整備 | ◆推進体制(組織)の構築<br><br>◆受入態勢の整備(ソフト)<br><br>◆受入態勢の整備(ハード) |
| 45 四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光の推進<br><br>《四万十市》 | 四万十市内での滞在期間を延ばし、宿泊を促す「通過型観光からの脱却」と閑散期(秋・冬)にも観光客に訪れていただく通年型観光へ向けた取組及び観光客の情報収集などの拠点となる施設整備により、宿泊型観光の増加を図る。 | ・四万十市観光振興連絡会議<br>・奥四万十楽しまんとプロジェクトチーム<br>・四万十市<br>・41℃プロジェクト | ・花まつりの通年化(H22～)<br>・食まつりとしてのイベント合同開催(H23～)<br>◆通過型観光からの脱却と閑散期(秋・冬)における集客増のため、秋に特化した宿泊を促すイベント開催にあたって、飲食店組合や旅館組合等との連携を強化し、官民一体となった観光客受入体制の足場を築くことができた。<br><br>・自転車観光の推進(H24～)<br>◆自転車による地域振興の各種取組が高知・愛媛県境連携協議会の動きにつながるなど、取組の広域化が見られ始めた。(H25～)<br><br>＜観光商品開発数＞H24:74体験 | ・イベントに頼らない誘客の仕組みづくりと観光商品の造成<br><br>・マイカー旅行者をターゲットとした観光拠点の整備 | ◆四万十川観光拠点整備<br><br>◆地域資源を活用した観光商品(体験型メニューなど)の開発<br><br>◆新たに開発された観光商品(体験メニューなど)を使った観光客の受入 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ジオパークガイド登録者数
10人
推進体制(組織)の構築
日本ジオネットワーク準会員加盟
日本認証申請・現地審査
構想・計画策定
準備委員会立上げ準備等
準備委員会の設置
協議会の設置・運営
認証ジオパーク視察研修、大会・会議への参加など
パンフレット・HP・ガイドマップ・ガイドブック等の情報発信ツールの作成など
受入態勢の整備(ソフト)
勉強会・研究会等の開催(講師(専門家等)招聘)など
ジオパークガイド用教材作成
ジオパークガイド養成
ジオパークを活用したイベントの開催、ジオツーリズムの実施など
受入態勢の整備(ハード)
ジオパーク資源の調査・発掘(専門家による調査等)
拠点施設・ジオサイト・案内看板などの基盤整備等
入込客数
(H21:95.5万人)
(H24:117万人)
120万人
四万十川観光拠点整備
四万十川に訪れた観光客の窓口となる施設の検討
・観光資源案内、道路情報、休息機能を有した施設整備
・自動車使用による観光客へのおもてなし向上
観光協会と連動した四万十川観光におけるハブ機能の構築
地域資源を活用した観光商品(体験型メニューなど)の開発
・地域住民を交えた新たな資源の発掘、地域の魅力の再確認
・地域の食・文化・歴史などを活用した観光商品(体験型メニューなど)の造成
・自転車を活用した観光商品の造成
マーケット、ニーズに沿ったプログラムの磨き上げ
新たに開発された観光商品(体験メニューなど)を使った観光客の受入
広報、セールス、多数受入時の支援
観光商品増による入込客数の増、リピーターの増

## 【幡多地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 46 竜ヶ浜自然体験・環境教育交流推進事業<br><br>《大月町》 | 大月町柏島竜ヶ浜に、その植生（県内で2箇所しかない湿地帯）を活かした、自然体験及び環境教育型の滞在交流拠点施設を整備して、交流人口の拡大と地域の経済の活性化を図る。 | ・大月町 | ・基本計画策定（H22）<br>・施設整備（H23）<br>・教育旅行、一般旅行者の受け入れを実施（H24～）<br>◆H23産業振興総合補助金を活用し、キャンプ場（管理棟・炊事棟・駐車場・テントサイト等）を整備しH24年4月より運営開始。<br>（H25利用者：4,864人対前年比150人） | ・管理運営を委託する観光協会の収益体制の確立<br><br>・施設へ海水浴客等を誘導する仕組みづくり<br><br>・県内外へのPR強化 | ◆観光ルートづくり<br><br>◆体験メニュー作り、ブラッシュアップ<br><br>◆観光協会の自立のための組織作り<br><br>◆イベント開発・実施<br><br>◆教育旅行・一般旅行の受け入れ |
| 47 黒潮町の地域資源を活かした体験型観光の推進<br><br>《黒潮町》 | 黒潮町の豊かな自然環境を生かした体験型観光を推進することで、都市部との交流人口の拡大を図ると共に地域の活性化につなげていく。 | ・NPO砂浜美術館<br>・黒潮町 | ・体験型観光の推進（H21～25）<br>・体験プログラムの開発、ブラッシュアップによる旅行商品化（H21～25）<br>◆Tシャツアート展、自然・環境を活かした体験プログラム、カツオ文化体験、農林漁家民宿等、県内でも有数の自然体験・交流の地域として認知度も向上。また、土佐西南大規模運動公園を活用した合宿誘致の結果、利用団体は年々増加傾向にあり、地域資源の活用が着実に誘客に結び付いている。 | ・インストラクターの確保及び資質向上<br><br>・体験プログラム指導内容のブラッシュアップ | ◆インストラクターの育成<br><br>◆体験プログラムの開発・磨き上げ<br><br>◆誘客の取組 |


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
利用者数
8,700人
観光ルートづくり
竜ヶ浜施設を軸とした町内、幡多地域の観光ルートの提案
体験メニュー作り、ブラッシュアップ
体験メニューの作りこみ、受け入れグループの育成など
観光協会の自立のための組織作り
・施設における収益の多様化により、観光協会の財源強化
・協会の活動により地域、特に会員企業の利益になる仕組みづくり
・協会事務職員の人材育成
イベント開発・実施
・開発した体験メニューを中心とした定期的なイベントの実施
教育旅行・一般旅行の受け入れ
・施設を教育・一般旅行の拠点となる場所として活用
・誘客に繋がるPR活動の実施
入込客数
(H22:57.8万人)
60万人
インストラクターの育成
研修会開催等によるインストラクターの増
・地域の人材の活用
・後継者不足の解消
体験プログラムの開発・磨き上げ
・地域資源を活用した体験プログラムの造成
・磨き上げ研修会開催による体験交流時における指導内容のブラッシュアップ
よりよいサービスの提供によるリピーターの確保
誘客の取組
・スポーツ合宿誘致に向けたセルース活動の実施
・地域観光関連事業者の体制づくりと強化

# ＜付属資料＞

# 用語の解説

## アルファベット

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| A材、B材、C材 | 木材を品質（主に曲がりなどの形状）や用途によって分類する際の通称。基本的に、A材は製材、B材は集成材や合板、C材はチップ等に用いられる。 |
| CLT工法 | CLT（「Cross Laminated Timber」の略。ひき板の層を、各層で互いに繊維方向が直交するように積層接着したパネル）を用い、家や大規模構造物を造る工法。 |
| FSC認証 | FSC(Forest Stewardship Council 森林管理協議会）が行う森林認証。森林認証とは、環境、社会、経済の観点から持続可能な森林管理が適正に行われているかどうかを審査・認証する制度。 |
| GAP | 「Good Agricultural Practice」の略。農作物の生産において、農産物の食品安全性や品質確保、環境負荷低減、労働安全の確保等を目的に、農業生産工程を点検し、記録し、見直し改善していく管理手法。 |
| GAP調査 | 双方のミスマッチを把握・分析するための調査。観光分野では、潜在顧客による対象地域の観光資源に対する認知度と関心度のギャップを把握する調査として使われる。 |
| HACCP | 「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危害分析重要管理点」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。 |
| IPM | IPM（Integrated Pest Management　総合的病害虫・雑草管理）とは、病害虫や雑草防除において、化学農薬だけに頼るのではなく天敵、防虫ネット、防蛾灯など様々な防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。これに基づく防除技術は安全・安心な農産物の安定生産と、環境への負荷を軽減した持続可能な農業生産を両立するために有効である。 |
| ISO14001 | 環境に配慮した組織運営を行うための国際規格。企業などが環境問題に取り組んでいくため「仕組み」を定めて、実行していくための様々な事柄が要求されており、ISO14001を取得するためには、求められている事柄を満たす仕組みを確立し、維持して、審査登録機関による審査を受けることが必要である。 |
| JA出資型法人 | 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出資型法人は、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）を行う農業生産法人。 |
| NPO | 「NonProfit Organization」の略。政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。特定非営利活動法人、非営利組織、非営利団体、市民活動法人、市民事業体をいう。 |
| OEM | 「Original Equipment Manufacturer」の略。他社ブランドの製品を製造すること、またはその企業。日本では「相手先ブランド名製造」などと訳される。なお、販売ブランドが流通業の場合はプライベートブランド（PB）と呼ぶことが多い。 |
| POSシステム | 「Point Of Sales system」の略。物品販売の売上実績を単品単位で集計する販売時点情報管理のこと。商品名や価格、数量、日時などの販売実績情報を収集するため、「いつ・どの商品が・どんな価格で・いくつ売れたか」を経営者側が把握しやすく、売れ行き動向を観察できるという利点がある。 |
| SGEC認証 | SGEC（Sustainable Green Ecosystem Council「緑の循環」認証会議）が行う森林認証。世界的に推奨されている持続可能な森林管理の考え方をもとに、日本の現状にあわせてつくられた国際性を持つ認証制度。 |

## あ行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| アオサノリ<br>アオノリ | アオサノリはアオサ科アオサ属の海藻、緑色で、薄く柔らか、主に海苔の佃煮の原料に使われる。<br>アオノリはアオサ科アオノリ属の海藻。濃青緑色から黄緑色をしており、風味、香気が良く、アオサノリよりも高級とされる。 |
| 苺氷り | イチゴの形のまま入った氷をかき氷にすることで、イチゴのスライスがまんべんなく入ったイチゴ本来の味を楽しめるかき氷。プロ野球のスタジアム等でも販売されている。 |
| エコシステム栽培（認証） | 園芸連が、生産者の取組を認証し表示する制度。化学合成農薬の使用だけに頼らず、生態系や生産物への影響を少なくする、人と環境にやさしい栽培方法として、総合的病害虫・雑草管理技術（IPM技術）を取り入れた栽培管理の基準や高知県版GAP、土づくり等の要件を設け、審査し登録する。 |
| エージェント | 代理人。旅行業界では、旅行業者（旅行代理店）を「エージェント」と呼称することが多い。 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| （高知県）園芸戦略推進会議 | 輸入野菜の増加、国内競合産地との競争激化、量販店のバイイングパワーの増大などにより、危機的な状況に置かれている本県園芸農業の立て直しを図るため、平成12年９月に設置された「園芸こうちパワーアップ戦略会議」を発展的に改組し、農業団体（中央会、園芸連、全農高知県本部、県内の全農協）と県が一体となって園芸振興の課題解決を進めていくために平成15年９月に設置された県域の会議。<br>この会議の中に、本県園芸農業の抱える課題を①系統共販、②共同計算、③輸送、④安全・安心、⑤資材コスト、⑥営農対策の６つのテーマに区分し、それぞれプロジェクトチームを設置し、具体的な課題解決に取り組んでいる。 |
| 小村神社の国宝（大刀） | 正式には金銅装環頭大刀拵・大刀身（こんどうそうかんとうたちごしらえ・たちみ）。日高村小村神社の御神体として伝わる７世紀前半の直刀とその外装。この種の上古刀の現存品はほとんどが古墳等からの出土品であるが、本品は伝世品である点で貴重であり、日本刀剣史上重要な作品。（昭和33年国宝指定） |

## か行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| カートカン | 紙を原材料として作られた円筒状の飲料用の容器。間伐材や端材を積極的に利用して作られており、地球温暖化防止に貢献するパッケージとして活用されている。 |
| 花き | 観賞用に利用される植物の総称。観賞の対象となる部分により、葉物・花物・実物（みもの）などと分ける。また、生態や形態等によって、草花類、球根類、花木類、樹木類、シダ類、ラン類、観葉植物、多肉類などに分けられる。 |
| 活餌 | 生きている餌。この計画では、カツオ一本釣り漁業で、カツオの群を船に引き寄せるために撒かれる生きたカタクチイワシ、マイワシなどのこと。 |
| 環境保全型農業 | 農業の持つ物質循環機能を活かし、生産性との調和などに留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業をいう。 |
| 間伐 | 育成段階にある森林において、樹木の混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。 |
| 企業組合 | 中小企業等協同組合の一種で、組合員が資本と労働力を出し合って事業を行う組合組織。組合員の３分の２以上が自ら組合の事業に従事しなければならず、しかも、組合の事業に従事している者の半分以上は組合員でなければならない。事業協同組合は一般に中小企業の連合体であるが、企業組合は個人の協同による独立事業体であり、弱者の相互扶助という協同主義をより強く反映している。 |
| 協働の森づくり事業 | 企業に、社会貢献活動（いわゆるＣＳＲ活動）の一環として、森林整備（主に間伐）に取り組んでもらうとともに、地域との交流を進めようという事業。 |
| 拠点ビジネス | 農協や第三セクターなど、地域の中核となる組織を拠点にして、野菜や加工品などの製造販売や、グリーンツーリズムなど観光交流のサービスなどを多角的、複合的に組み合わせたビジネス。 |
| クラインガルテン | ドイツ語で「小さな庭」という意味の簡易宿泊施設のある滞在型市民農園。１区画ごとに休憩や簡易宿泊が可能な小屋（ラウベ）が設けられる。日本では1990年代から全国各地で整備されている。 |
| 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。 |
| 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。 |
| クロード・モネ財団 | フランスを代表する印象派画家クロード・モネの遺産を相続した、息子ミシェル・モネの没後、その遺言によりクロード・モネに関する絵画や不動産等が芸術アカデミー（アカデミー・デ・ボザール）に寄贈され、その後それらを維持・管理していくために設立された財団。 |
| 系統（出荷） | 農家が農協、園芸連を通じて販売すること。 |
| ケール | アブラナ科の野菜。栄養に富み、緑黄色野菜の中でもビタミン含有量が多く、主に青汁の材料として利用される。 |

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| 月光桜 | 大月町にある樹齢150年以上のアシズリザクラ。満月に合わせて満開になることから「月光桜」と名付けられた。アシズリザクラは、牧野富太郎博士が研究したことで知られるが、現在、数本しか確認されていない幻の桜。 |
| 碁石茶 | 大豊町において独特の製法で作られる発酵茶であり、煎茶とはちがい、蒸す・寝かす(カビ発酵）・漬ける（乳酸発酵）・切る・乾燥の工程で製造されている。国内には、ほかにも発酵茶があるが、碁石茶のように２回の発酵を経て製造されるものは非常に珍しい。名前の由来は、約３センチ四方に切った茶をムシロの上に広げて乾燥する様子が、ちょうど碁盤に黒い碁石を並べたように見えるところから名づけられたとされている。 |
| 高性能林業機械 | 従来のチェーンソーや集材機等に比べ、作業の効率化や労働強度の軽減等の面で優れた性能を持つ林業機械。 |
| こうち型集落営農 | 過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等を導入し、農業で生活できる所得を確保する仕組み。 |
| 国際版画トリエンナーレ展 | ３年に一度開催され、国際的にも注目される版画コンクール。2008年に行われた第７回国際版画トリエンナーレ展には77ヶ国 1,382人が応募。和紙の産地・高知で開催することから出展作品の素材は紙に限定。 |
| 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 |
| --- | --- |
| 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。 |
| さしすせそ計画 | 黒潮町が自然環境の中に持っている黒砂糖、天日塩、柑橘類、醤油、味噌など、和食の基本「さ・し・す・せ・そ」を組み合わせた地域資源の高付加価値化を図る計画。 |
| ジオパーク | ジオパークとは、地形や地質、それに影響を受ける自然、文化資源などを見どころとする一種の自然公園のこと。ユネスコが支援する世界ジオパークネットワークへは、18か国で57か所が加盟している。 |
| 実需者 | 実際に商品を購入して消費する者。例えば、地産地消の取組で、野菜を作る人を生産者、それを材料として購入して客に食事を提供する宿泊施設を実需者という。青果物流通の場合の実需者とは、卸会社、仲卸から先の量販店、量販店の共同仕入れ組織、外食（レストラン等）、中食（惣菜業者等）、食品加工業者（漬物等）、食品問屋等のこと。 |
| 実証ほ | 開発された新技術や新品種などを、地域に適応できるかどうかを検証するための田や畑などをいう。 |
| 自伐林家 | 自己の所有する森林で伐採・搬出などを行い林業を営む林家。 |
| 遮光ネット | 減光や日長の調節、温度上昇抑制などを目的として作られた、ポリエステルなどを素材とする資材。作物の種類や使用する目的により遮光率や色が異なる。 |
| 集成材 | 多数の板材を接合してつくった木材。 |
| 重油代替暖房機 | 重油以外のエネルギー源を使用する暖房機。施設栽培用暖房機のエネルギー源として、木質バイオマス、電気等が検討されている。 |
| 重要文化的景観 | 地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地で、国民の生活又は生業の理解のために欠くことのできないものを文化的景観といい、その中でも、文化財としての価値から特に重要なものについて、都道府県等の申出に基づき、国が選定したもの。 |
| 集落営農 | 集落単位で農業生産活動の一部又は全部を共同で行う営農形態をいい、この場合において、規約や収支計画・事業計画に基づいて活動する組織を「集落営農組織」という。 |
| 主業農家 | 農業所得を主とし、65歳未満で年60日以上農業に従事している者がいる農家をいう。 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 種苗（大型・小型） | 放流用や養殖用の魚類などの稚魚のこと。 県では、ヒラメ、エビ類等の種苗を人工的に生産し放流用として配付している。これまでの放流用種苗のサイズはヒラメ40㎜、クマエビ15㎜と小型であったが、今後は放流効果を向上させるため、より大きく育成したヒラメ（60㎜）、クマエビ（35㎜）も放流用種苗として生産する。 |
| 種苗生産 | 生物を人為的に育成・保護した後、自然へ戻して漁業の促進を図るシステムを栽培種苗（つくる漁業）と言い、稚魚を育てることを種苗生産、育てた稚魚を海に放すことを種苗放流という。 |
| 食育 | 生涯を通じた健全な食生活の実現、食文化の継承、健康の確保等が図られるよう、自らの食について考える習慣や食に関する様々な知識と食を選択する判断力を楽しく身につけるための学習等の取組をいう。 |
| 白下糖 | 芸西村では、江戸時代から昭和中期まで、サトウキビが多く栽培され、「白下糖」が製造されていた。<br>製造方法は、サトウキビのしぼり汁に石灰を加え、不純物を取り除き（清浄処理）、上澄み（糖液）に熱を加えて濃縮したあと、通常「黒糖」は、紙箱などの容器にいれて結晶化させるが、「白下糖」は、冷しカメと呼ばれる素焼きのカメに移して、熱を取り冷却させる。<br>このため、「白下糖」は、ショ糖の結晶に液状の糖密がからんだ半固形状態となっている。 |
| 深海延縄漁業 | 水深100ｍ以上の比較的深い水深で、アカムツ等を対象とする延縄（はえなわ）漁業。延縄漁具は、１本の幹縄に多数の枝縄をつけ、枝縄の先端に釣り針をつけた構成となっている。 |
| 森林施業 | 効率的な森林整備を行うために、小規模に分かれている林地を取りまとめて、団地化して広い面積を確保し、路網整備などを行う。集約化することで、効率化を図り、低コスト化の実現や森林所有者への利益の還元が可能となる。 |
| 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。 |
| 森林セラピー | 森林浴、森林レクリエーションを通じ、森林が彩なす風景や香り、音色、肌触りなどによる、森のいのちや力を感じるような心理的効果や、森林の地形、自然を利用した医療、リハビリテーション、カウンセリングによる健康回復、維持、増進活動。 |
| 森林セラピスト | 森林セラピー参加者個々人の、こころと身体の状態を考慮した健康増進や自然治癒力増強に効果的なプログラムのアドバイスやカウンセリングを行うと同時に、参加者の危機管理やアシストする者。 |
| 森林認証制度 | 持続可能な森林経営の行われている森林を第三者機関が評価、認証し、そこから生産された木材などの林産物を区分することにより、消費者がこれらの林産物を選択し、購入できるようにする民間主体の制度。 |
| スジアオノリ | アオサ科アオノリ属の海藻の一種。スジアオノリの文字通り､細長い筋状で鮮やかな濃青緑色から黄緑色をしている。風味、香気が素晴らしく、四万十川産のスジアオノリは「最高級品」として取引されている。 |
| スラリーアイス | シャーベット状の氷のこと。０℃～-2℃のスラリーアイスで保存した魚介類は、長期間高い鮮度を保持することが分かっている。 |
| 生産履歴記帳 | ＪＡグループが実施する「生産履歴記帳運動」で、資材の誤った使用を防ぎ、適正に使用するため、主に農薬や肥料の種類、施用時期、使用量などについての記帳、回収、チェックを実施する。 |
| 施肥基準 | 気象や土壌等の条件にあった施肥量や施肥の時期を定めたもの。環境保全型農業の進展には、作物や地域の気象、土壌等の条件にあった過不足のない適正な施肥が重要である。そこで、各都道府県において、施肥量の目安になる施肥の基準値や方法を策定しており、これらの情報を技術指導者等を通じて農業者の方に伝えるための目安となる施肥基準を作成している。 |
| ゼロエミッション | 廃棄物として捨てられているものを有効活用し、廃棄物を発生させない概念。 |

## た行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 多層被覆 | 園芸用施設の保温性を高めるため、被覆を重ねる方法の一つ。一般的には、固定式・可動式を区別しない場合もあるが、正式には、固定被覆の場合は被覆枚数を１重・２重と呼び、可動式カーテンの場合は、１層・２層と呼ぶ。 |
| タリフ | 運賃や料金表を表す言葉として使われているが、旅行代理店では、各会社から提供される取扱商品の情報を束ねたファイルを指す。 |

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 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、広域的に観光振興を図る際に中心的な役割を担うことになる。 |
| 地球温暖化 | 人間活動による二酸化炭素やメタンなどの放出量が増大し、大気中の温室効果ガスの濃度が高まることによって起こる現象で、地球の気温が気候の自然な変動の範囲を超えて上昇すること。 |
| 中心市街地活性化基本計画 | 「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、中心市街地の活性化に関する施策を総合的かつ一体的に推進するため、市町村が策定する基本的な計画のこと。内閣総理大臣が認定を行い、認定を受けた基本計画に基づく事業に対して、国より集中的かつ効果的な支援が受けられる。 |
| 直販店・直販所 | 常設店舗であって、生産者又は生産者グループが自らが生産、又は製造したものを直接販売するところ。 |
| 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。 |
| 特定保健用食品 | からだの生理学的機能などに影響を与える保健機能成分を含んでおり、お腹の調子を整えるなど、特定の保健の用途を表示して販売される食品。 |
| 篤農家 | 優れた生産技術を持ち、高収量・高品質を実現することで安定した農業経営を行っている、地域のモデルとなる農家をいう。 |
| 特用林産物 | 林野から産出される木材以外の産物。きのこ、木炭等。 |
| 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。 |
| 土佐鷹 | 高知県農業技術センターで開発された県独自品種のナスで、平成17年８月15日付けで品種登録出願し、同年12月26日付けで出願が受理された。既存の品種に比べて、ボリューム感があり、光沢に優れるなどの特徴を持ち、現在、ＪＡ土佐あき管内等を中心に約29ha(H23)で栽培されている。 |
| トレサビリティ | 食品の生産から加工・流通・販売までの過程を明確に記録し、商品からさかのぼって確認できるようにすること。また、そのシステム。これにより、事故発生時の原因究明や食品回収、品質管理の向上や効率化、消費者に伝える各種情報の充実等に資することが期待される。 |

## な行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 七立栗 | 黒潮町大方馬荷地区で栽培される栗の一種。昔、馬荷地区にて道に迷った弘法大師を地域住民が助けたところ、翌年より１年に７回実を付ける七立栗が山に沢山生え出したという伝説がある。 |
| 直七 | 宿毛市特産のユズやスダチに似た柑橘類の一種。酸味はやや優しく、まろやかな味わいが特徴。 |
| 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」が市町村長の認定を受けた農業者をいう。 |
| 農業機械銀行 | 担い手農家が自ら保有する農業機械施設を効率的に利用するため、農業受委託の仲介あっせん、作業料金の決済業務を行う組織。 |
| 農作業受委託組織 | 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、委託者に代わって現実に農作業を行う組織。 |
| 農林漁家民宿 | 農林漁業や田舎の生活が体験できたり、とれたばかりの新鮮な素材を活用した料理を味わうことができる、農家、林家及び漁家等が経営する宿泊施設。 |

## は行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 販売チャネル | 流通経路。チャンネルと同意語であるが、製造業や商社などではチャネルと言うことが多い。 |
| ひがしやま | 芋が主食だった時代に、保存できるおやつとして考案された干し芋の一種。大月町竜ヶ迫産のひがしやまは、砂糖や添加物を一切使わず、潮風と天日により作られたものとして人気がある。 |
| フィレ | 魚の場合、背骨に対して平行に切られた身で、魚の右または左側を構成するもの。頭、内臓、ひれ等は除去されている。関税分類上では小片に切られたフィレもフィレに含む。 |
| ブシュカン | 酸味のきいた果汁で初夏の味わいを彩る柑橘類の一種。ブシュカンの本名は「餅柚（もちゆ）」。人間の手のような形をした黄色い「仏手柑」とは別物。 |
| フラフ | 男の子の健やかな成長を願って、端午の節句に高知県内の高知市から東部の海岸地域で主に立てられる大漁旗のようなもの。絵柄は、金太郎や武者絵が多い。 |
| 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。 |
| 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。 |
| へらずし | 酢締めしたブリで酢飯を挟んだ大月町の郷土料理。ブリの豊漁で賑わった時代に漁師が考案したとされる。 |
| 包あん食品 | 具材の「あん」を生地で包んだ食品。饅頭、大福、肉まんなど。 |
| ほだ場 | シイタケを栽培する木（ほだ木）を置き栽培する場所。シイタケが発生しやすく、採取しやすい環境（適度の光、風、水分）が必要。 |

## ま行

| 用語 | 解　説 |
|---|---|
| 前処理加工 | 魚類の場合では、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。 |
| マリン・エコラベル認証 | 「Marine Eco-Label Japan（略称:ＭＥＬジャパン）」が行う、漁業の持続性（資源管理と生態系への影響の配慮）を認証する制度。 |
| メジカ（宗田節） | メヂカ（マルソウダ）を使った鰹節の一種が宗田節で、濃厚な味が特徴。土佐清水市は宗田節の生産量日本一を誇る。 |
| 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。その中で、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。 |
| 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 |
|---|---|
| 有機ＪＡＳ（有機ＪＡＳ認証制度） | 農林水産大臣に登録を受けた第三者機関（登録認定機関）が、有機農産物等の生産工程管理者（農家や農業生産法人等）や製造業者を認定し、認定を受けた者は、有機農産物や有機加工食品について、有機ＪＡＳ規格に適合しているかどうかを格付けし、その結果、適合していると判断したものに有機ＪＡＳマークを付すことができる制度。有機ＪＡＳマークがない農産物に「有機」や「オーガニック」等の表示を付すことは法律で禁止されている。 |

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| 有機農業 | 化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと、遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。 |

## ら行

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| ラボ | ラボラトリー（実験室、研究室）の略語。加工業界では、商品開発室・商品試作兼販売室等をラボと呼ぶことが多い。 |
| ランドオペレーター機能 | 旅行者が旅行先で利用する宿泊施設、移動手段、食事、ガイドなどを事前に手配し、旅行中は旅程を管理、旅行後は旅行代金の収受と支払い等の清算を行うなど、旅行先での旅行を円滑に実施するための総合的な機能。 |
| 林業事業体 | 森林所有者などからの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。 |
| れいほくスケルトン | 高知県の嶺北地方で生産されたスギ材を100％使用した、住宅の基本構造体のキット商品として平成23年度前半期まで販売。現在、取組の中核企業の交代を受け新基準づくりを行っている。 |
| れいほく八菜・れいほく八恵・れいほく八花 | 嶺北地区で栽培された野菜、花き、果樹、特産品などのブランド名。「八」は末広がりの意味。八菜・八花は、環境に配慮した栽培方式で生産した、米ナス、パプリカ、スナップエンドウ、プチヴェールなど11品目の野菜と、スタービューティ、ノーブル、オリエンタル系ユリなどの花。八恵は、嶺北の山々から採れるユズやギンナン、モモなどの果樹とゼンマイ、お茶などの特産品とこれらの加工品のこと。 |
| 歴史的風致維持向上計画 | 「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（愛称：歴史まちづくり法）」に基づき、歴史的風致（地域におけるその固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動とその活動が行われる歴史上価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境）の維持及び向上を図るための計画。佐川町が作成し、平成21年３月に国の認定を受けた。 |
| レンタルハウス | 農協等が整備し、農業者にレンタルするハウスのこと。県のレンタルハウス整備事業では、県、市町村が補助を一定の割合で行っている。 |

## わ行

| 用語 | 解　説 |
| --- | --- |
| 若山椿 | 赤椿。かつて黒潮町佐賀地域（旧佐賀町拳ノ川若山地区）は良質和紙の原材料の産地であったが、戦時の穀物転換策およびパルプ紙の普及により絶滅に近い状態となっていた。現在、地元住民らが復活に向け栽培に取り組んでいる。 |

# 『地域アクションプラン』推進経過（H21年度）

**4月**

県内7地域に産業振興推進地域本部を立ち上げ（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）
全ての地域アクションプランに実行支援チームを設け、支援体制を整備

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

**5月**

**6月**

知事による地域住民説明会（県内6地域）

高知県産業振興計画（産業成長戦略及び地域アクションプラン）の説明と意見交換

**7月**

**8月**

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

**9月**

**①地域アクションプランフォローアップ会議**
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
・地域APの追加、修正等に関する意見交換 他

**第1回産業振興計画フォローアップ委員会**
・進捗状況の検証、評価
・修正・追加についての検討
・平成22年度予算編成に向けての提案

**10月**

**11月**

**12月**

**1月**

**②地域アクションプランフォローアップ会議**
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
・地域APの次年度の改定に向けた意見交換 他

**第2回産業振興計画フォローアップ委員会**
・産業振興計画の取り組みの成果等の検証、評価
・産業成長戦略の改定についての検討

**2月**

**3月**

**第3回産業振興計画フォローアップ委員会**
・地域アクションプランの成果と今後の展開
・計画改定案の最終確認
・H22年度のフォローアップの進め方　等

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにＰＤＣＡサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

# 『地域アクションプラン』推進経過（H22年度）

**4月**

県内7地域に産業振興推進地域本部を設置（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）
（地域アクションプランの実行を支援）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

**5月**

**6月**

地域アクションプラン取組事例発表シンポジウム
（安芸・物部川・高知市・嶺北・仁淀川・高幡・幡多）

・産業振興計画の説明
・実践者による地域アクションプランの取組事例の発表
・実践者及び知事によるパネルディスカッション

**7月**

**8月**

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

**9月**

**①地域アクションプランフォローアップ会議**
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
・地域APの追加、修正等に関する意見交換 他

**第1回産業振興計画フォローアップ委員会**
・進捗状況の検証、評価
・修正・追加についての検討
・平成23年度予算編成に向けての提案

**10月**

**11月**

**12月**

**1月**

**第2回産業振興計画フォローアップ委員会**
・産業振興計画の取り組みの成果等の検証、評価
・産業成長戦略の改定についての検討

**2月**

**②地域アクションプランフォローアップ会議**
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
・地域APの次年度の改定に向けた意見交換 他

**3月**

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにＰＤＣＡサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

# 『地域アクションプラン』推進経過（H23年度）

**4月**

県内7地域に産業振興推進地域本部を設置（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）
（地域アクションプランの実行を支援）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

**5月**

**第1回産業振興計画フォローアップ委員会**
・東日本大震災による県内経済への影響に対する対応
・産業振興計画の取り組み状況

**6月**

計画改定（H24）に向けた意見交換会の実施　※11月末までにすべてを完了
・市町村（34ヶ所）
・住民（34ヶ所）
・地域団体（農業（7ヶ所）、林業（6ヶ所）、水産業（4ヶ所）、商工業（9ヶ所）、観光（7ヶ所））

**7月**

**8月**

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

**①地域アクションプランフォローアップ会議**
・2年半の取り組みの総括
・地域APの追加、修正等に関する意見交換
・次のステージの地域APの検討状況

**9月**

**第2回産業振興計画フォローアップ委員会**
・産業振興計画の実行2年半の取り組みの総括
・東日本大震災による県内経済への影響に対する対応
・次のステージの柱

**10月**

**11月**

**12月**

**1月**

**第3回産業振興計画フォローアップ委員会**
・第2期高知県産業振興計画の策定方針等について
・産業振興計画の推進により実現を目指す県産業の姿
・重点施策の進め方
・第2期産業振興計画の策定に向けたスケジュール

**②地域アクションプランフォローアップ会議**
・第2期地域APについて
・第2期高知県産業振興計画の策定方針等について

**2月**

**3月**

**第4回産業振興計画フォローアップ委員会**
・第2期計画案の最終確認

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにＰＤＣＡサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

# 『地域アクションプラン』推進経過（H24年度）

**4月**

県内7地域に産業振興推進地域本部を設置（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）
（地域アクションプランの実行を支援）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

**5月**

地域アクションプラン取組事例発表シンポジウム
（安芸・高知市・幡多）

・第2期産業振興計画の説明
・実践者による地域アクションプランの取組事例の発表
・実践者及び知事によるパネルディスカッション

**6月**

**7月**

**8月**

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

①地域アクションプランフォローアップ会議
・第1期地域APの取組の総括
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

**9月**

第1回産業振興計画フォローアップ委員会
・第1期計画の取組の総括
・進捗状況の検証、評価
・第2期計画で挑戦するテーマ
・さらなる飛躍へのポイントの検討状況

**10月**

**11月**

ものづくり総合技術展（高知市）
・地域アクションプラン成果等コーナー　・食のコーナー　他

**12月**

**1月**

**2月**

地域アクションプラン事例紹介記事の作成、ホームページでの紹介

第2回産業振興計画フォローアップ委員会
・高知県経済等の動向について
・産業振興計画の取り組みの成果等の検証、評価
・平成25年度の改定のポイントについて

②地域アクションプランフォローアップ会議
・地域APの進捗状況の確認
・地域APの次年度の改定に向けた意見交換
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

**3月**

第3回産業振興計画フォローアップ委員会
・地域アクションプランの進捗状況について
・計画改定案の最終確認
・H25年度のフォローアップの進め方　等

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにPDCAサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

# 『地域アクションプラン』推進経過（H25年度）

**4月**

県内7地域に産業振興推進地域本部を設置（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）
（地域アクションプランの実行を支援）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

**5月**

地域アクションプラン取組事例発表シンポジウム
（物部川、嶺北、仁淀川、高幡）

**6月**

・第2期産業振興計画の説明
・実践者による地域アクションプランの取組事例の発表
・実践者及び知事によるパネルディスカッション

**7月**

**8月**

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

**①地域アクションプランフォローアップ会議**
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

**9月**

**第1回産業振興計画フォローアップ委員会**
・高知県経済等の動向について
・進捗状況の検証、評価
・第2期計画Ver.3へのバージョンアップのポイント

**10月**

**11月**

ものづくり総合技術展（高知市）
・地域アクションプラン成果等コーナー　・食のコーナー　他

**12月**

**1月**

**第2回産業振興計画フォローアップ委員会**
・高知県経済等の動向について
・産業成長戦略の進捗状況の検証、評価
・産業成長戦略の平成26年度の改定のポイントについて
・第2期計画Ver.3へのバージョンアップのポイント

**2月**

**②地域アクションプランフォローアップ会議**
・地域APの進捗状況の確認
・地域APの次年度の改定に向けた意見交換
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

地域アクションプラン事例紹介記事の作成、ホームページでの紹介

**3月**

**第3回産業振興計画フォローアップ委員会**
・地域アクションプランの進捗状況について
・計画改定案の最終確認
・H26年度のフォローアップの進め方　等

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにPDCAサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

# 『地域アクションプラン』推進経過（H26年度）

**4月**

県内7地域に産業振興推進地域本部を設置（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）
（地域アクションプランの実行を支援）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

**5月**

地域アクションプラン取組事例発表シンポジウム
（物部川、高幡、幡多）

**6月**

・第2期産業振興計画の説明
・実践者による地域アクションプランの取組事例の発表
・実践者及び知事によるパネルディスカッション

**7月**

**8月**

**9月**

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

①地域アクションプランフォローアップ会議
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

第1回産業振興計画フォローアップ委員会
・高知県経済等の動向について
・進捗状況の検証、評価
・第2期計画Ver.4へのバージョンアップのポイント

**10月**

**11月**

ものづくり総合技術展（高知市）
・地域アクションプラン成果等コーナー　・食のコーナー　他

**12月**

**1月**

第2回産業振興計画フォローアップ委員会
・高知県経済等の動向について
・産業成長戦略の進捗状況の検証、評価
・産業成長戦略の平成27年度の改定のポイントについて
・第2期計画Ver.4へのバージョンアップのポイント

**2月**

地域アクションプラン事例紹介記事の作成、ホームページでの紹介

②地域アクションプランフォローアップ会議
・地域APの進捗状況の確認
・地域APの次年度の改定に向けた意見交換
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

**3月**

第3回産業振興計画フォローアップ委員会
・地域アクションプランの進捗状況について
・計画改定案の最終確認
・H27年度のフォローアップの進め方　等

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにPDCAサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

# 地域アクションプランフォローアップ会議　委員名簿

（敬称略）

## 【安芸地域】

| | 氏　　名 | 所　　属　　等 | 備　　考 |
|---|---|---|---|
| 市町村長 | 小松　幹侍 | 室戸市長 | |
| | 横山　幾夫 | 安芸市長 | 座長 |
| | 松延　宏幸 | 東洋町長 | |
| | 齊藤　一孝 | 奈半利町長 | |
| | 安岡　雅徳 | 田野町長 | |
| | 有岡　正幹 | 安田町長 | |
| | 大寺　正芳 | 北川村長 | |
| | 上治　堂司 | 馬路村長 | |
| | 竹内　强 | 芸西村長 | |
| 関係団体の代表 | 有澤　敦實 | 土佐あき農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 東谷　望史 | 馬路村農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 田中　静夫 | 高知東部森林組合　代表理事組合長 | |
| | 林　康弘 | 高知県漁業協同組合　芸東ブロック理事 | |
| | 八木　正人 | 室戸市商工会　会長 | |
| | 岡村　明彦 | 安芸商工会議所　専務理事 | |
| | 市原　明 | 東洋町商工会　会長 | |
| | 辻　重昭 | 中芸地区商工会　会長 | |
| | 宮崎　義明 | 芸西村商工会　会長 | |
| | 島田　信雄 | 社団法人　室戸市観光協会　会長 | |
| | 畠中　純水 | 社団法人　安芸市観光協会　会長 | |
| | 福井　宣博 | 東洋町観光振興協会　会長 | |
| | 林田　千秋 | 中芸観光協議会　会長 | |
| 地域住民代表 | 山本　美栄 | （安芸市在住） | |

※第2回フォローアップ会議開催時点（H27.2）
　２３名

（敬称略）

## 【物部川地域】

| | 氏　　名 | 所　　属　　等 | 備　　考 |
|---|---|---|---|
| 市町村長 | 橋詰　壽人 | 南国市長 | 座長 |
| | 清藤　真司 | 香南市長 | |
| | 法光院　晶一 | 香美市長 | |
| 関係団体の代表 | 高田　幸一 | 南国市農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 金堂　元彦 | 長岡農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 中沢　猛男 | 十市農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 西村　正 | 土佐香美農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 野島　常稔 | 香美森林組合　代表理事組合長 | |
| | 小松　律男 | 物部森林組合　代表理事組合長 | |
| | 西村　一彦 | 高知県漁業協同組合　吉川統括支所長 | |
| | 浜田　英城 | 南国市商工会　会長 | |
| | 畠中　義雄 | 香南市商工会　会長 | |
| | 寺村　勉 | 香美市商工会　会長 | |
| | 吉村　雅男 | 南国市観光協会　会長 | |
| | 安岡　宏 | 香南市観光協会　会長 | |
| | 依光　陽一郎 | 香美市観光協会　代表理事 | |
| 地域住民の代表 | 中屋　宏二 | （南国市在住） | |
| | 島内　俊 | （香南市在住） | |
| | 門田　由紀子 | （香美市在住） | |

※第2回フォローアップ会議開催時点（H27.2）
１９名

（敬称略）

## 【高知市地域】

| | 氏　　名 | 所　　属　　等 | 備　　考 |
|---|---|---|---|
| 市町村長 | 岡﨑　誠也 | 高知市長 | 座長 |
| 関係団体の代表 | 宮脇　眞道 | 高知市農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 島田　信行 | 高知春野農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 髙橋　英雄 | 高知市森林組合　代表理事組合長 | |
| | 野々村　重利 | 高知県漁業協同組合　副組合長理事 | |
| | 杉本　雅敏 | 高知商工会議所　専務理事 | |
| | 西込　嵩 | 春野商工会　会長 | |
| | 吉野　和守 | 高知県食品工業団地事業協同組合 理事長 | |
| | 西内　豊 | 社団法人　高知県工業会　常務理事・事務局長 | |
| | 竹内　克之 | 社団法人　高知市観光協会　会長 | |
| 地域住民の代表 | 内田　洋子 | （高知市在住） | |
| | 泉　真弓 | （高知市在住） | |

※第2回フォローアップ会議開催時点（H27.2）
１２名

（敬称略）

## 【嶺北地域】

| | 氏　　名 | 所　　属　　等 | 備　　考 |
|---|---|---|---|
| 市町村長 | 今西　芳彦 | 本山町長 | |
| | 岩﨑　憲郎 | 大豊町長 | |
| | 西村　卓士 | 土佐町長 | 座長 |
| | 和田　知士 | 大川村長 | |
| 関係団体の代表 | 西村　行雄 | 土佐れいほく農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 稲田　繁治 | 大豊町森林組合　代表理事組合長 | |
| | 大石　哲雄 | 本山町商工会　会長 | |
| | 小笠原　妙子 | 大豊町商工会　会長 | |
| | 髙橋　豊明 | 土佐地区商工会　会長 | |
| | 大石　教政 | 嶺北地域観光・交流推進協議会　会長 | |
| 地域住民の代表 | 細川　茂幸 | （本山町在住） | |
| | 前田　昭子 | （本山町在住） | |
| | 佐々木　和子 | （大豊町在住） | |
| | 山中　教夫 | （大川村在住） | |
| | 小笠原　徳孝 | （大豊町在住） | |
| | 藤川　豊文 | （本山町在住） | |
| | 川井　高廣 | （土佐町在住） | |
| | 筒井　順一郎 | （土佐町在住） | |

※第2回フォローアップ会議開催時点（H27.2）
　１８名

（敬称略）

## 【仁淀川地域】

| | 氏　　名 | 所　　属　　等 | 備　　考 |
|---|---|---|---|
| 市町村長 | 板原　啓文 | 土佐市長 | 座長 |
| | 塩田　始 | いの町長 | |
| | 大石　弘秋 | 仁淀川町長 | |
| | 堀見　和道 | 佐川町長 | |
| | 小田　保行 | 越知町長 | |
| | 戸梶　眞幸 | 日高村長 | |
| 関係団体の代表 | 馬場　義人 | 土佐市農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 伊藤　喜男 | コスモス農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 西内　徳幸 | 高知中央森林組合　代表理事組合長 | |
| | 西森　善光 | 仁淀川森林組合　代表理事組合長 | |
| | 柿本　啓輔 | 高知県漁業協同組合宇佐統括支所　統括支所長 | |
| | 金子　尚浴 | 土佐市商工会　会長 | |
| | 吉村　哲也 | いの町商工会　会長 | |
| | 高木　幸彦 | 仁淀川町商工会　会長 | |
| | 永田　耕朗 | 佐川町商工会　会長 | |
| | 坂本　健常 | 越知町商工会　会長 | |
| | 横山　泰昌 | 日高村商工会　会長 | |
| | 藤原　健 | 高知県製紙工業会　専務理事 | |
| | 岡林　弘 | いの町観光協会　会長 | |
| | 大山　端 | さかわ観光協会　会長 | |
| | 岡林　友一 | 越知町観光協会　会長 | |

※第2回フォローアップ会議開催時点（H27.2）
２１名

（敬称略）

## 【高幡地域】

| | 氏　　名 | 所　　属　　等 | 備　　考 |
|---|---|---|---|
| 市町村長 | 楠瀬　耕作 | 須崎市長 | 座長 |
| | 池田　洋光 | 中土佐町長 | |
| | 矢野　富夫 | 檮原町長 | |
| | 池田　三男 | 津野町長 | |
| | 中尾　博憲 | 四万十町長 | |
| 関係団体の代表 | 西森　慶郎 | 土佐くろしお農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 中平　紀善 | 津野山農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 武政　盛博 | 四万十農業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 戸田　昭 | 津野町森林組合　代表理事組合長 | |
| | 中越　利茂 | 梼原町森林組合　代表理事組合長 | |
| | 中平　博康 | 高知県漁協池ノ浦支所　委員長 | |
| | 崎山　義澄 | 久礼漁業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 田部　博史 | 須崎商工会議所　会頭 | |
| | | 須崎市観光協会　会長 | |
| | 川島　昭代司 | 中土佐町商工会　会長 | |
| | 新谷　章男 | 梼原町商工会　会長 | |
| | 谷脇　幸秀 | 津野町商工会　会長 | |
| | 武田　秀義 | 四万十町商工会　会長 | |
| | 松下　和孝 | 一般社団法人　四万十町観光協会　会長 | |
| 地域住民の代表 | 矢野　博正 | （檮原町在住） | |
| | 田中　隆博 | （中土佐町在住） | |
| | 佐々木　貞壽 | （四万十町在住） | |

※第2回フォローアップ会議開催時点（H27.2）
　２１名

（敬称略）

## 【幡多地域】

| | 氏　　名 | 所　　属　　等 | 備　　考 |
|---|---|---|---|
| 市町村長 | 沖本　年男 | 宿毛市長 | |
| | 泥谷　光信 | 土佐清水市長 | |
| | 中平　正宏 | 四万十市長 | 座長 |
| | 岡田　順一 | 大月町長 | |
| | 田野　正利 | 三原村長 | |
| | 大西　勝也 | 黒潮町長 | |
| 関係団体の代表 | 長尾　理夫 | 高知はた農業協同組合　代表理事理事長 | |
| | 岸本　四郎 | 幡東森林組合　代表理事組合長 | |
| | 浦尻　和伸 | すくも湾漁業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 問可　柾善 | 高知県漁業協同組合　清水ブロック理事 | |
| | 堀岡　喜久雄 | 四万十川中央漁業協同組合　組合長 | |
| | 沖　辰巳 | 四万十川下流漁業協同組合　代表理事組合長 | |
| | 田村　章 | 宿毛商工会議所　会頭 | |
| | 廣田　勝 | 土佐清水商工会議所　会頭 | |
| | 福田　充 | 中村商工会議所　会頭 | |
| | 長山　誠久 | 大月町商工会　会長 | |
| | 小八木 喜尊 | 三原村商工会　会長 | |
| | 小笠原　武 | 黒潮町商工会　会長 | |
| | 浜田　敦夫 | 四万十市西土佐商工会　会長 | |
| | 岡村　剛承 | 社団法人　幡多広域観光協議会　代表理事理事長 | |
| 地域住民代表 | 中脇　裕美 | （四万十市在住） | |

※第2回フォローアップ会議開催時点（H27.2）
　２１名

変わろう・変えよう・産業と暮らし

第２期高知県産業振興計画 ver.４

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《地域アクションプラン》

平成２７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 088-823-9334

FAX 088-823-9255

E-mail:120801@ken.pref.kochi.lg.jp

http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/