第２期

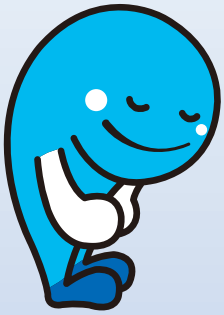
飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

高知県産業振興計画 ver.3

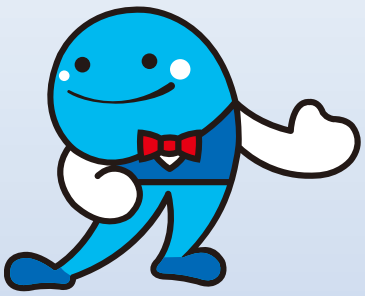
PR版

みんなが主役　高知の元気発進プロジェクト

高知県は、ひとつの大家族やき。
高知家



高知県のええもん、ぜーんぶおすそわけやき。
高知家



このパンフレットを読めば
こんなことが分かる！

1	産業振興計画はどんなもの？	1
2	産業振興計画の目指す将来像	5
3	産業振興計画の改定の経緯	8
4	高知県経済の根本的な課題の解決に向けて	13
5	産業成長戦略の主な取り組み	25
6	地域アクションプランの主な取り組み	39
7	産業振興計画のこれまでの取り組み	41
8	地域アクションプランの取り組み事例	49
9	みんなが主役	53
10	参考資料	54
11	支援策一覧	69

（裏表紙）ワンストップ窓口のご案内

高知県産業振興計画ホームページ　高知県産業振興計画　検索

「高知家」（こうちけ）特設サイト　高知家　検索

高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」ホームページ　リョーマの休日　検索

高知県庁ホームページ「政策トピックス」産業振興計画シリーズ　高知県庁政策トピックス一覧　検索

UJIターン・移住・田舎暮らしのポータルサイト「高知家で暮らす」　高知家で暮らす　検索

首都圏アンテナショップ まるごと高知ホームページ　まるごと高知　検索

高知まるごとネット　まるごとネット　検索

1 産業振興計画はどんなもの？

産業振興計画の策定当時（平成20年頃）の背景 ⇒

全国や世界で活躍しているキラリと光る企業もある一方で、一人当たり県民所得など、主な指標は全国最下位クラス。人口がどんどん減り、高齢化も進んでいました。

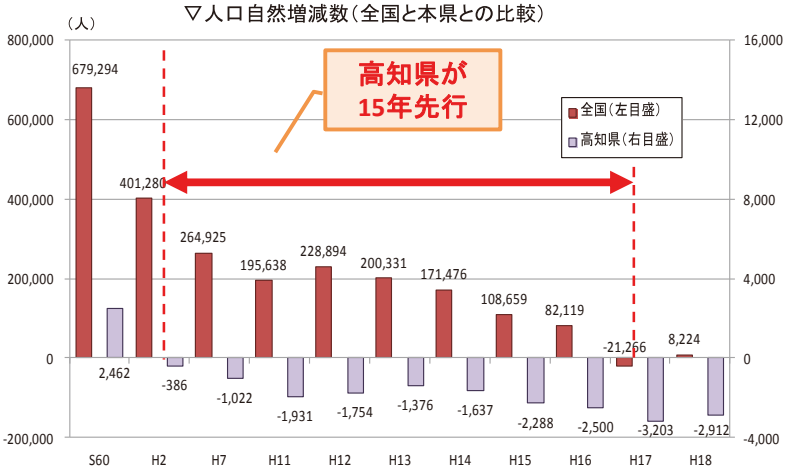
これにより、県内市場はどんどん縮小して元気がなくなっていたため、これに打ち勝つことができる施策を展開していくことが必要でした。

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%）
【平成23年度】 219.9万円
（全国平均の81.0% ）

●人口が全国に15年先行して自然減

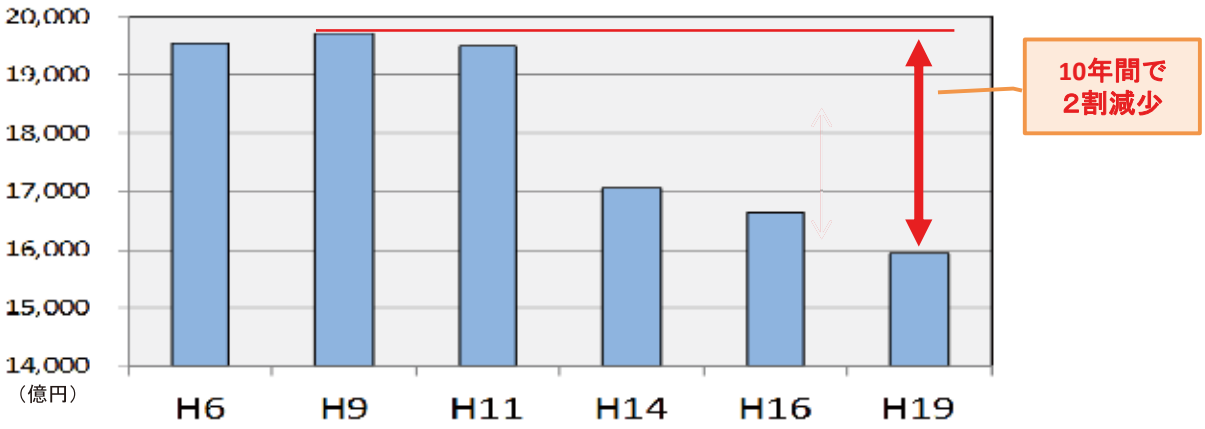
▽人口自然増減数（全国と本県との比較）



出典：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

●人口の自然減・高齢化の進展などにより、平成9年から19年にかけて県内市場はどんどん縮小

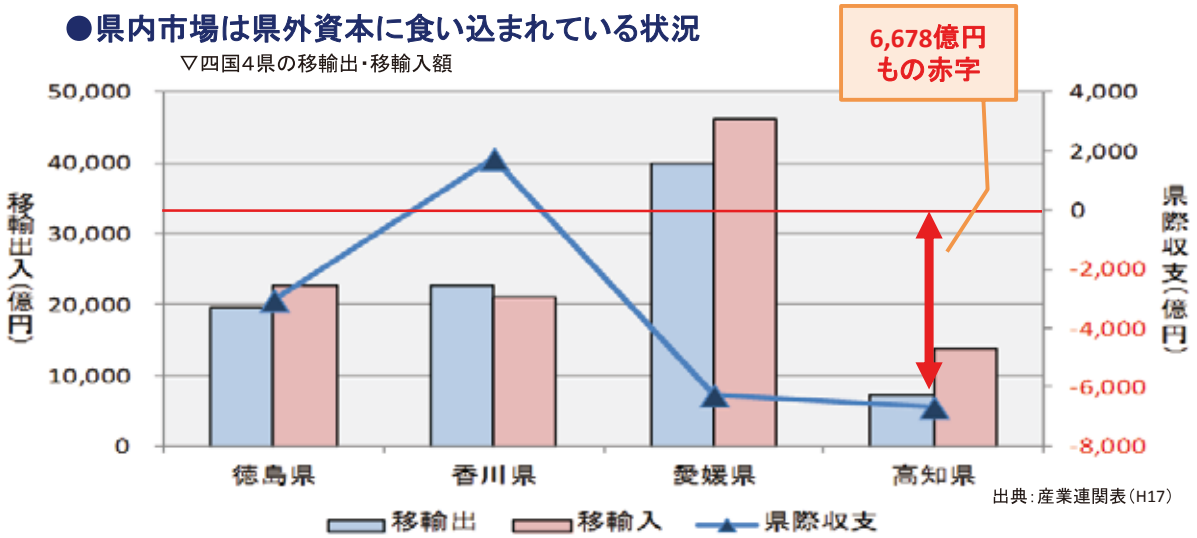
▽高知県の年間商品販売額の推移



出典：平成19年商業統計調査（確報）

●県内市場は県外資本に食い込まれている状況

▽四国4県の移輸出・移輸入額

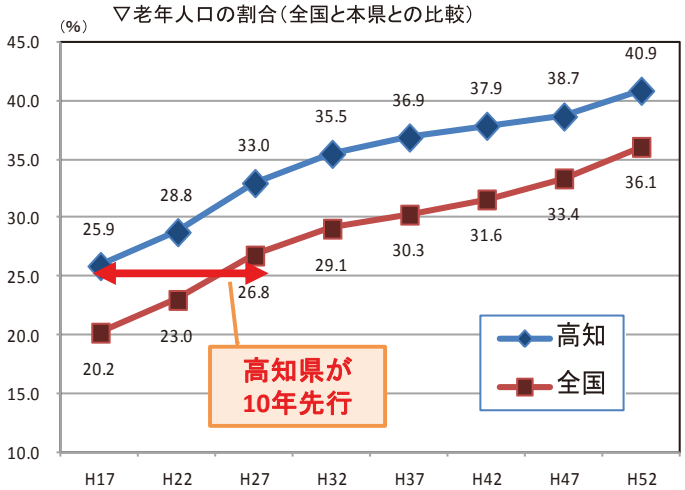


出典：産業連関表（H17）

高知県経済に重くのしかかる『積年の課題』

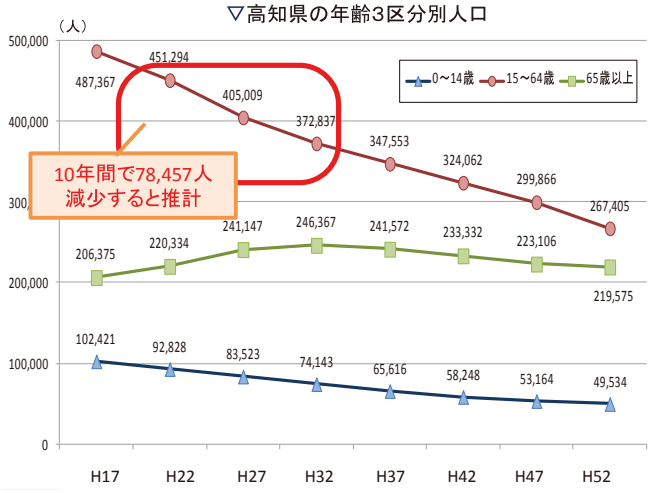
● 高齢化率の上昇も全国に10年先行

▽老年人口の割合（全国と本県との比較）



●生産年齢人口の減少が続く

▽高知県の年齢3区分別人口

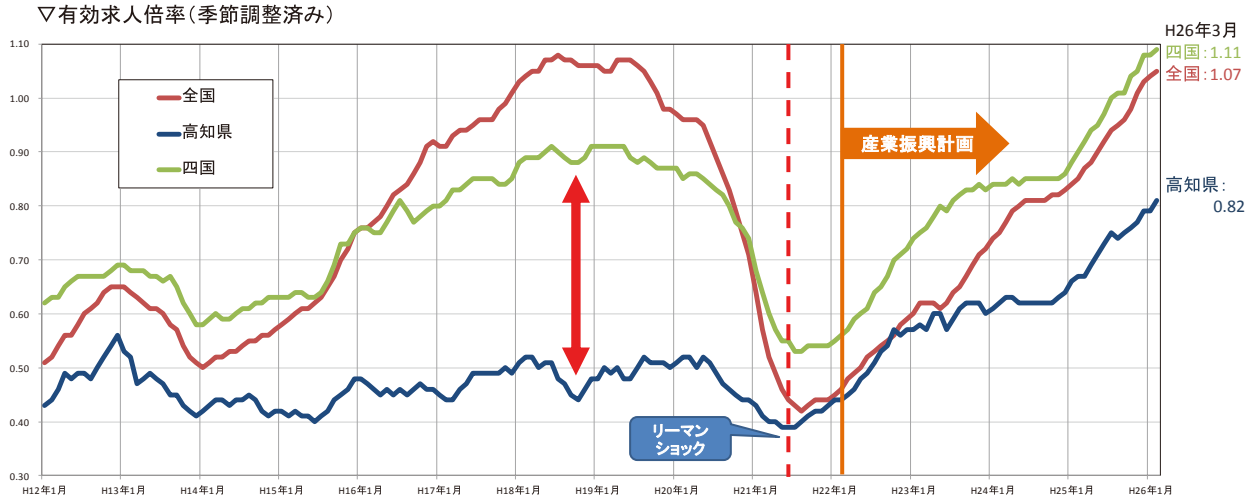


出典：日本の都道府県別将来推計人口（H25.3）（国立社会保障・人口問題研究所）　※H17及びH22の数値は国勢調査のデータ

● 平成14年から21年頃にかけて、景気の回復の波に乗れず全国平均等に大きく引き離される状況が続いてきました

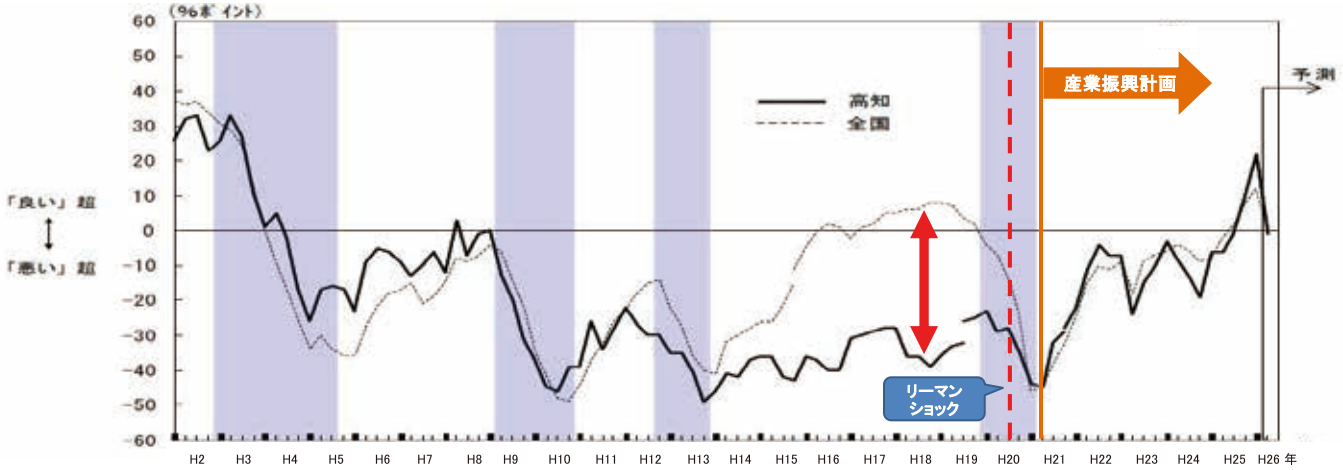
● 今は、全国と同じ様に上がってきつつあります

▽有効求人倍率（季節調整済み）



出典：高知労働局

▽業況判断D. I.（全産業）



出典：日本銀行高知支店「全国企業短期経済観測調査（2014.3月・高知県分）

第2期産業振興

人口の自然減・高齢化の進展等により、県内市場はどんどん縮小
［平成9年からの10年間で県内の市場規模（年間商品販売額）は約2割減少：約2兆円→約1．6兆円］
（具体的な内容はp.1～p.2へ）

しかし、「地産外商」を進めるには課題が…

課題①
- 人口減少により縮小を続ける県内市場頼り
- 大消費地から遠く、「外商」に挑戦しようとしてもハードルが高い

課題②
- 「外商」ができる付加価値の高い商品が少ない
- 加工の工程も県内で完結しないため、お金が県外に流出

基本方向1 「足下を固め、活力ある県外市場へ打って出る」

◆官民協働で「外商」を強化する
◆県外からの観光客の誘客を強化する
（具体的な内容はp.13～p.16へ）

主な戦術の一部
①「地産地消」の徹底
②「地産外商」のさらなる推進
〇「高知県地産外商公社」の設立、首都圏アンテナショップ「まるごと高知」を拠点とした外商活動の推進
〇「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
③海外の販路開拓に挑戦
〇ユズを中心とした輸出促進の強化
④全国に通用する観光地づくり
〇「観光商品をつくる」「PRする」「もてなす（リピーターになってもらう）」の3つの取り組みを連動して推進

経済波及効果

基本方向2 「産業間の連携を強化する」

◆ものづくりを強化し、付加価値を高める
（具体的な内容はp.17～p.18へ）

主な戦術の一部
①第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開
〇消費者が求める商品づくりの一層の推進
〇食品表示の適正化と生産管理の高度化
②ものづくりを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てサポート（「ものづくり地産地消・外商センター」の設置」
〇設備投資の促進支援
〇企業立地の受け皿となる工業団地の造成
〇ものづくりの地産地消の推進
〇成長分野育成支援

経済波及効果

第2期計画から新たに挑戦

全体を下支え

基本方向5 「産業人材を育てる」

◆学びの場を創り出し、産業人材を育てる
（具体的な内容はp.22へ）

主な戦術の一部
①志ある産業人材の育成
〇ビジネスの基礎から応用・実践力まで、受講者のニーズやレベルに応じて体系的に身につけられ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
②年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり
〇発達段階に応じたキャリア教育の実施
③産業の担い手確保
〇第一次産業の担い手対策の実施

課題⑤
- 基本方向１～４を進めるためには、本県産業をリードする産業人材が不可欠であるが、地方では、学びの機会が少ない

計画の構成

353施策

総論
◆本県の強
◆強みを生

産業成長戦略
（具体的な内容はp.25～p.38へ）
◆５つの産業分野及びこれらを結ぶ連携テーマで構成
◆これからの対策をいつ、どのような形で実施するのか明確化

農業　林業　水産業　商工業　観光

分野を超えた連携
①地産地消・地産外商の推進
②産業間連携の強化
③人材育成・担い手確保
④移住促進　など

産業振興計画の3つの特徴

① 産業ごとの縦割りの計画ではなく、実体経済に合わせて産業間の連携を重視し、
② 変化の激しい経済の動きに対応できるように、また、新たなアイデアを盛り込める
③ 第2期計画においては、「産業振興計画の推進によって目指す将来像（１０年

計画の全体像

《高知県経済を立て直すための全体戦略》
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

（計画策定当時の状況）

課題③
- ●担い手の減少により、「地産」が弱まっている
- ●強みである第一次産業さえも強みでなくなりつつある

基本方向3　「足腰を強め、地力を高める」
- ◆第一次産業を伸ばす
- ◆地域アクションプランを推進
- ◆中山間対策を強化する

（具体的な内容はp.19～p.20へ）

主な戦術の一部

①第一次産業の振興
- ［農業］ ○本県農産物の高付加価値化
  ○新たな担い手の確保・育成と企業的経営体の育成
  ○中山間地域の農業・農村を支える仕組みの強化
- ［林業］ ○生産性の向上と原木の増産
  ○大型製材工場による製材品の生産拡大
- ［水産業］○新規就業者の確保　○大都市圏での地産外商の強化
  ○民間活力を導入した養殖漁業の振興

② 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小さなビジネスを拡大
- ○拠点ビジネスの推進　○地域アクションプランの推進

さらなる一手として

課題④
- ●資本や産業集積が乏しく、本県産業を牽引する企業が少ない

第2期計画から新たに挑戦

基本方向4「新たな産業づくりに挑戦する」
- ◆新たな産業集積を目指す

（具体的な内容はp.21へ）

主な戦術の一部

①防災関連産業の振興
- ○防災関連産業交流会の実施
- ○製品や技術の設計開発の早期事業化を支援
- ○公的調達を促進し県外への販路開拓を支援

②豊かな自然を産業に生かす
- ○新エネルギー関連産業の育成・誘致
- ○こうち型地域還流再エネ事業スキームによるメガソーラーの推進
- ○CLTの推進

全体を下支え

第2期計画ver.2から追加

基本方向6
- ◆移住促進により、活力を高める

（具体的な内容はp.23～p.24へ）

主な戦術の一部
- ○「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」PR
- ○アクティブな情報発信による地域が求める人財の誘致
- ○官民協働による移住促進（高知県移住推進協議会の運営）
- ○移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応
- ○「専門相談員」の充実
- ○「地域移住サポーター」の普及
- ○移住者向け住宅等の確保
- ○民間支援団体のネットワーク形成支援

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

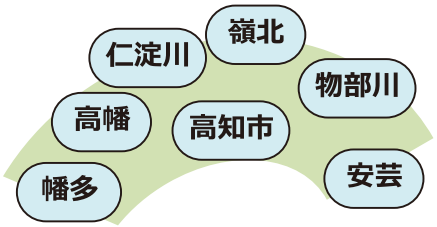
みや弱みを整理（SWOT分析）
かしきる観点から改革の基本方向を明記

245事業

具体化 ⇄ 戦略化

地域アクションプラン
（具体的な内容はp.39～p.40へ）

- ◆７つの地域ごとに、それぞれの地域で進める具体的な取り組み
- ◆プランは、「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種類



かつ生産面だけでなく、加工、流通、販売も合わせて支援するトータルプラン
ように、PDCAサイクルを通じて毎年度改定　（具体的な内容はp.8へ）
後の成功イメージ）」を明記し、その成功イメージの実現に向けて、各産業分野における目標や指標を設定（具体的な内容はp.5～p.6へ）

2 産業振興計画の目指す将来像

産業振興計画の推進によって目指す将来像

地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を

この成功イメージには、「人口減少による県内経済の縮みという本県が抱える積年の課題への対応策として、に向けた『外商』に取り組むことで、県内の産業を持続させたい」、このことにより「次代を担う若者が、地域地域高知県にしていきたい」という思いが込められています。

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。

若者が志を持って打ち込める魅力ある

◎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実践者のチャレンジを応援する

農業分野

（目指す姿）
・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（H24）】	【出発点（H22）】
1,050億円以上	1,000億円以上	969億円	930億円

林業分野

（目指す姿）
・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】	81万㎥以上	【10年後】	200億円以上
【4年後】	72万㎥以上	【4年後】	190億円以上
【現状（H24）】	46.5万㎥	【現状（H24）】	160億円
【出発点（H22）】	40.4万㎥	【出発点（H22）】	150億円

水産業分野

（目指す姿）
・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】 400億円以上	＋	【10年後】 200億円以上
【4年後】 370億円以上	＋	【4年後】 170億円以上
【現状（H24）】 409億円	＋	【現状（H23）】 165億円
【出発点（H21）】 348億円	＋	【出発点（H21）】 160億円

第2期産業振興計画では、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）』を掲げさせていただきました。

（１０年後の成功イメージ）

持って働ける高知県

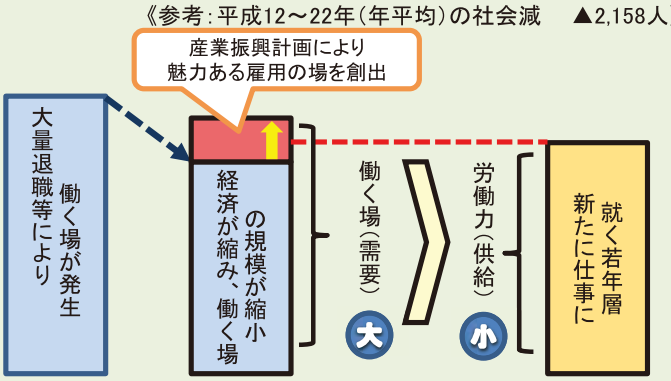
第一次産業や製造業などの『地産』を強化し、県外や海外市場で誇りと志を持ち、産業の新たな担い手となって活力が保たれる

※ここに掲げる数値目標は、第2期産業振興計画のスタートした平成24年度を起点としていますので、10年後は平成33年度、4年後は平成27年度を指します。

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

（目指す姿）
- **移住者と一緒に創る元気な地域**

（代表する数値目標）

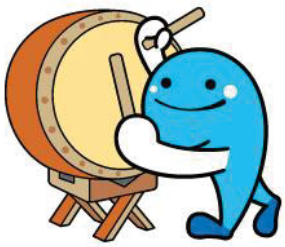
○県外からの移住者

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

仕事をつくる

サポートにより、

◎全国一サポート体制が整った県を目指す



商工業分野

（目指す姿）
- **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】	6,000億円以上
【4年後】	5,000億円以上
【現状（H24）】	4,945億円
【出発点（H22）】	4,681億円

観光分野

（目指す姿）
- **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】	435万人以上	【10年後】	1,300億円以上
【4年後】	400万人以上	【4年後】	1,100億円以上
【現状（H25）】	407万人	【現状（H25）】	1,102億円
【出発点（H23）】	388万人	【出発点（H23）】	953億円

地産地消・地産外商戦略（食品分野）

（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**

（代表する数値目標）

○食料品製造業出荷額等

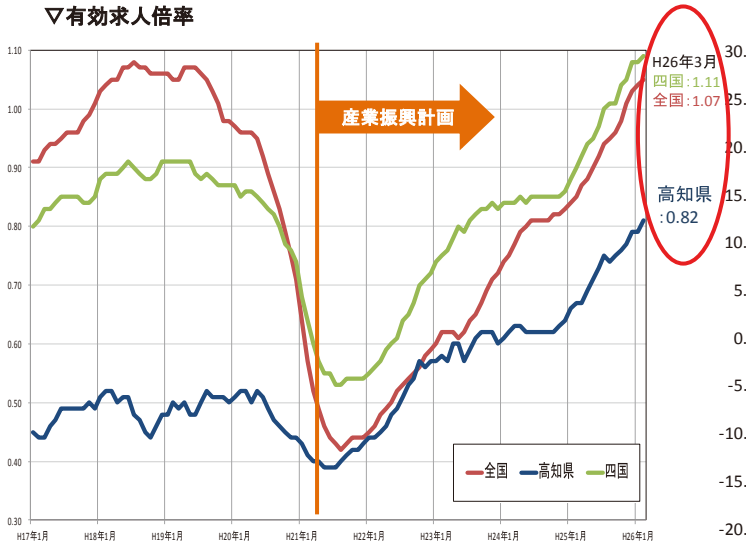
【10年後】	900億円以上
【4年後】	800億円以上
【現状（H24）】	723億円
【出発点（H22）】	726億円

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も自体、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、県民の皆様とこの成功イメージや目指す姿などを共有させていただき挑戦をしていきます。

様々な仕組みを整え、官民一体となって取り組んできた結果、計画スタート当初の厳しい局面から脱し、一部に明るい兆しも見え始めてきました。「やればできる」という思いを県民の皆様と共有させていただき、手応えをさらに確かなものにしていくため、飛躍への挑戦を続けていきます。

▽有効求人倍率



高知県のH26.3月の有効求人倍率
「０．８２」は過去最高

出典：高知労働局

▽有効求人数の前年同月比

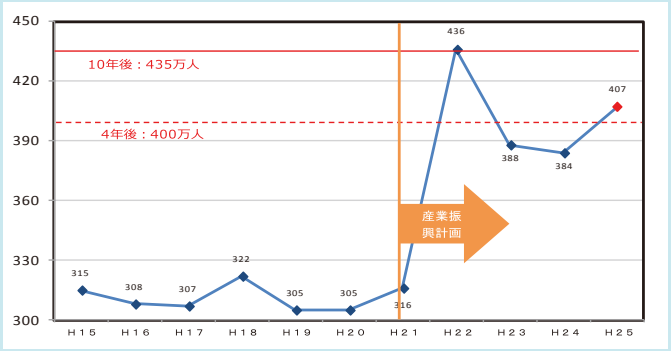
産業振興計画を開始して半年後の平成21年10月以降、それまで21ヵ月連続マイナスであったものが、54ヵ月連続プラスに

出典：高知労働局

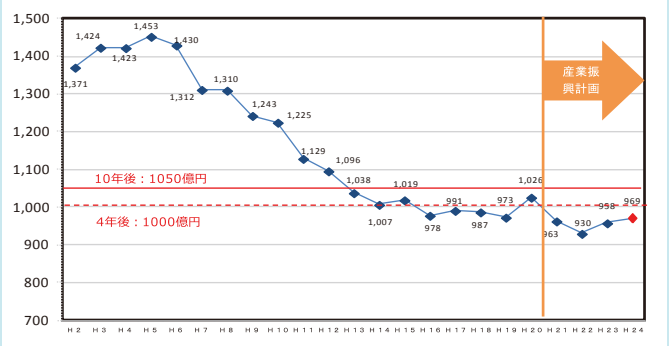
各産業分野の産出額等でも、長年右肩下がりの傾向、低迷を続けてきたものが、上昇に転じるという良い結果が現われてきました

⇒各分野の具体の取り組み・成果は
p.41～p.48を参照

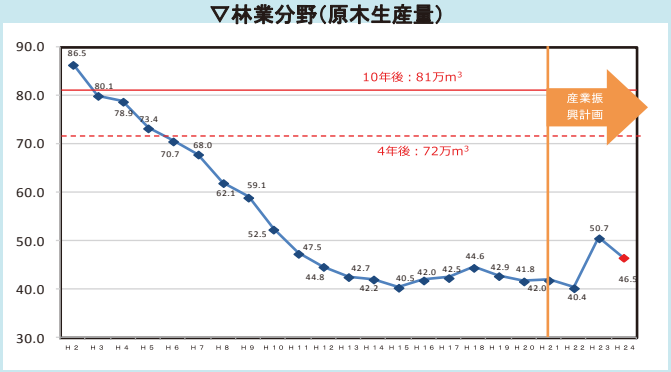
▽観光分野（県外観光客入込数）



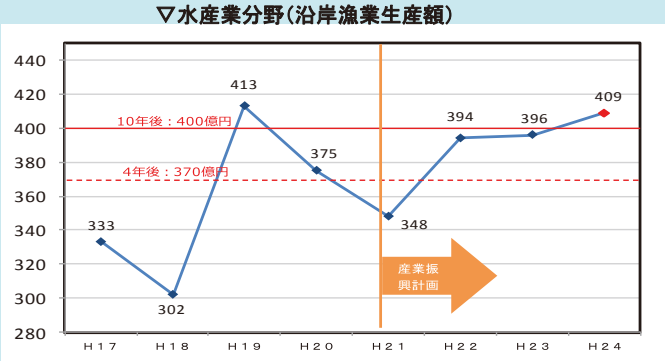
▽農業分野（農業産出額）



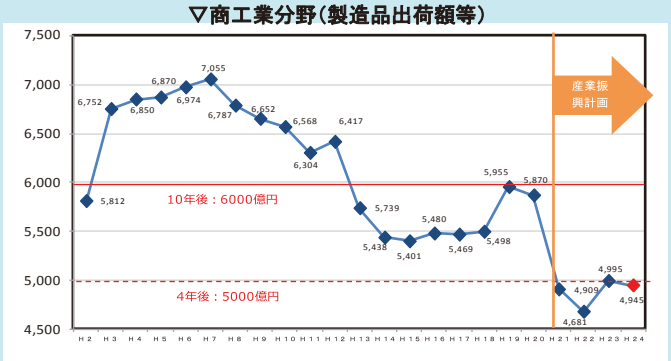
▽林業分野（原木生産量）



▽水産業分野（沿岸漁業生産額）



▽商工業分野（製造品出荷額等）



3 産業振興計画の改定の経緯

平成21年度
産業振興計画

本気で実行！

平成22年度
産業振興計画 ver.2

果敢に挑戦！

改定の５つのポイント
① 地産外商戦略の加速化
② 「ものづくりの地産地消」の促進
③ ポスト「龍馬博」の推進
④ 地域の取り組みのステップアップ推進
⑤ 地域産業を創造・リードする人材の育成・確保

平成23年度
産業振興計画 ver.3

正念場！

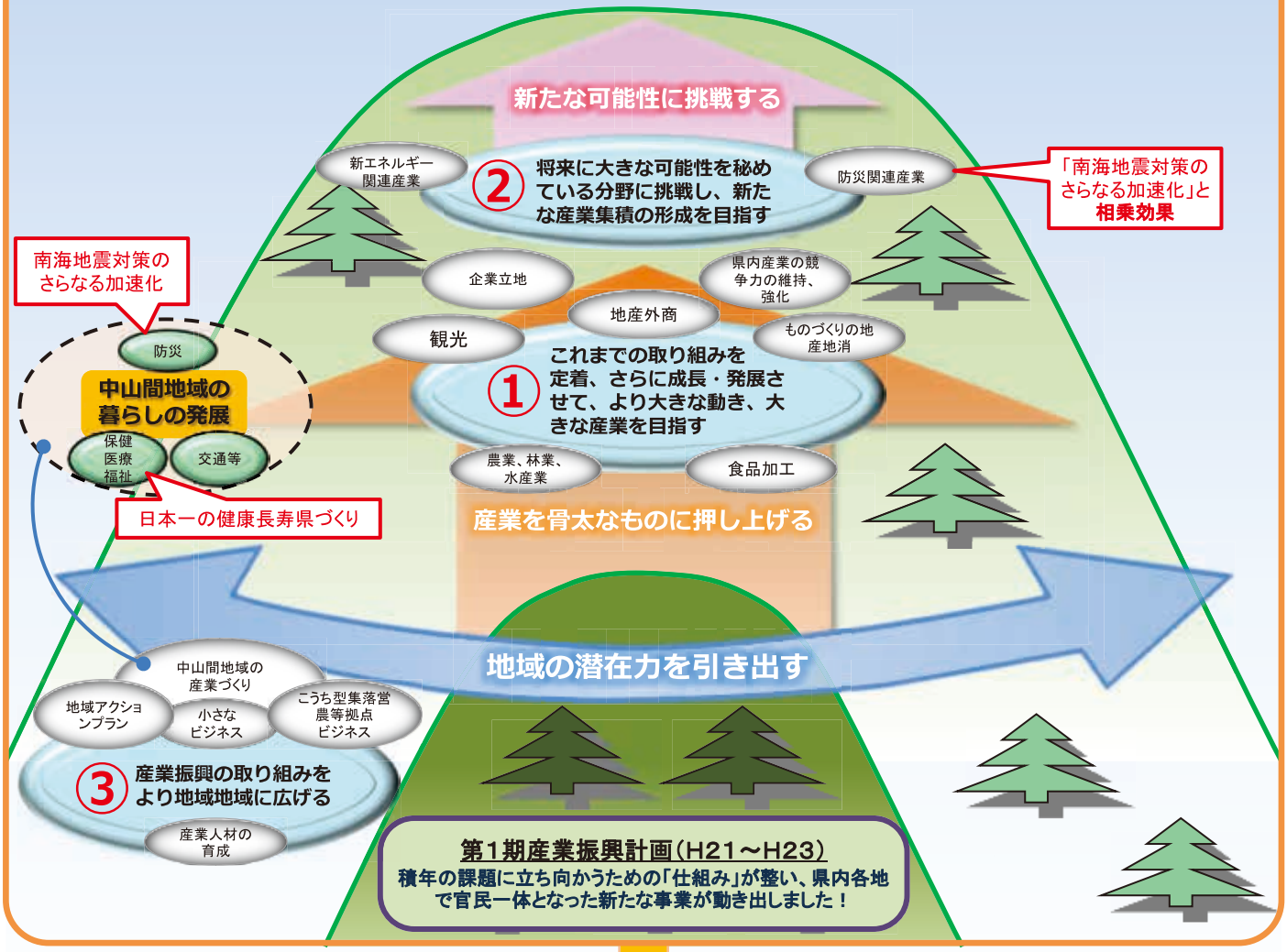
改定の５つのポイント
① 外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」を抜本強化
② 「龍馬ふるさと博」を核としたポスト龍馬博の展開
③ 新エネルギーを産業振興に生かす
④ 産学官連携の強化
⑤ 地域産業の育成と事業化支援の強化

平成24年度は、第2期産業振興計画として大改定！

（平成24年度～27年度）

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

◆次の3つの視点で、戦略や施策を大幅にバージョンアップ
① これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指す
② 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
③ 産業振興の取り組みをより地域地域に広げる



平成25年度　第２期計画ver.2改定の５つのポイント
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、その先の435万人観光を目指してステージアップ～
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～

平成26年度は、第２期計画ver.3へバージョンアップ！　（具体的な内容は次ページ）

第２期計画ver.3の５つの改定のポイント

平成２６年度版の「第２期産業振興計画ver.3」は、次の５つのポイントを中心に、**本県の経済全体にインパクトをもたらす、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！**主な内容をご紹介します。

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！

○「高知家の家族」が主人公！　**県民総参加型の「高知家」プロモーション・セカンドシーズンの展開**により、県産品の販売拡大といった具体的な成果へ直結させる！

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！

○だれもが主役（プレイヤー）になることができる**「食」を前面に出したキャンペーン**を実施することで、全県を挙げた観光振興の実現へ！
○外国人観光客を対象にした、**本物の日本が感じられる精神的満足度の高い観光商品の提供**をスタート！

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！

○アクティブな情報発信や民間企業等との連携により、**都市部から「人財」を高知県へ誘致**することで、地域アクションプランの取り組みや中山間地域の集落などに新たな活力を呼び込む！

改定のポイント４　新たな挑戦による第一次産業の競争力強化！

○**【農業】「次世代施設園芸団地」と「農業担い手育成センター」が連携**し、先進技術の普及推進と新規就農者の確保を一気に加速させることにより、農業の中長期的な成長・発展を図る！
○**【林業】新たな木材需要を創出するCLTのトップランナー**となることで高知の山を動かす！
○**【水産業】「高知家の魚 応援の店」のH27年度末500店舗を目指した取り組みや築地場外市場への出店者との連携**により、大都市圏での外商を大強化！

改定のポイント５　「ものづくり」を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てサポート！

○ものづくり支援の総合相談窓口の設置や事業者ごとの専任担当者の配置、**「ものづくり」の支援策のパッケージ化**により、高知のものづくり産業をパワーアップ！
○**香南工業団地**の完成・分譲開始と、後へ続く**新たな工業団地**の整備推進！

平成２６年度は、これまでの取り組みで積み上げてきた一連の成果に、全国的な景気回復や、充実した国の経済対策が重なりあう、県勢浮揚には絶好の機会です。この機会を最大限に生かし県勢浮揚の礎を築くため、バージョンアップした「第２期産業振興計画ｖｅｒ．３」により、引き続き全力で挑戦を続けていきます。
この挑戦を続けるにあたって、次の方針に基づき進めます。

①　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！

○　**「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により、より高いレベルの相乗効果をもたらしていきます**（詳細は次ページ）

②　様々な対外的な連携を強化！

○　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、産業振興の取組内容や目指すところを丁寧に説明させていただくことにより、**官民協働のさらなる推進**を図っていきます
○　今まで以上に県と市町村が現状や課題を共有し、ベクトルを合わせて取組を加速していくことが重要であることから「土佐まるごと立志塾」など**市町村とのさらなる連携協調**を推進します
○　上記に加え、都市部からの人財誘致などの取り組みにおける県外の民間企業との官民協働の推進や、「四国地方産業競争力協議会」における四国の他の３県や国の機関、経済団体等との密接な連携によるプロジェクトの推進、雇用の質の改善に向けた高知労働局との連携強化など、**様々な対外的な連携を強化**します

「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により、より高いレベルの相乗効果をもたらしていきます

プロモーション2nd Season

「高知家」統一セールスキャンペーン

地産地消・地産外商
「高知家」フェアの展開
「高知家」ロゴの活用

観光・移住も意識した取り組み

観光情報の紹介
食・産地のPR

観光振興
「リョーマの休日 ～高知家の食卓～」キャンペーン

外商・移住も意識した取り組み

政策間の相乗効果により「高知家」の認知度を加速度的に向上
高知県に対する好感度、行きたい度、住みたい度を飛躍的に向上させる

移住促進

高知に来たことがあり、かつ「高知家」を知っていると高知県への好感度が大幅にアップ
54.7% →92.0%
※出典：県実施のイメージ調査

さらなる相乗効果を発揮

官民協働によるセールスの展開

地産地消 地産外商	○ プロモーションと連動した販売展開 ○ 「高知家」ブランドイメージの活用 ○ 商品への「高知家」ロゴの活用　など
観光振興	○ 旅行商品造成への参画 ○ 「暮らす」をイメージした体験型観光の推進 ○ 「食」を絡めた宿泊プランの企画・展開 ○ 地域の伝統的な食や新たなご当地グルメの開発による観光商品化の推進　など
移住促進	○ アクティブな情報発信による「人財」誘致 ○ 移住者向け住宅の確保促進 ○ 民間支援団体等との連携強化 など

（JA土佐香美の青ねぎパッケージ）

「高知家の家族」の参画

県内の「おもてなし」機運を醸成

自ら語り部となって「高知家」の魅力を発信

地域地域で「高知家」ブランドを創出

暮らしの中に「高知家」

○「高知家」グラフィック、ムービー、HP・SNS等への出演
○ ピンバッジの活用
○ ポスター、チラシ、のぼり、表札の掲示
○「高知家」ロゴの活用
○ PVの店舗での活用　など

高知家

高知県は、ひとつの大家族やき。

こうちけ
高知家

美味しい食材や豊かな自然など、たくさんの魅力がある高知県。
なかでも一番の魅力は、家族のように温かい高知の県民性。
飲み会の席など、ちょっとした機会さえあれば、
誰とでもすぐに、まるでひとつの大家族のような親しい関係が生まれます。
高知のあらゆる魅力を、
「笑顔」「幸せ」「安全・安心」「癒し」「親近感」「健康」「絆」「団欒」
といった、あったかい「家族」のイメージと共に伝えます。

みんなぁも、高知家の家族にならん？

１年目の取り組み

目標＝高知を知ってもらう、好きになってもらう！

H25.6.4ローンチPV公開⇒プロモーションスタート

- ○ 特設サイト構築
- ○ コンセプトコピー、ポスター制作
- ○ ピンバッジ、表札制作

H25.11.12「高知家の唄」公開

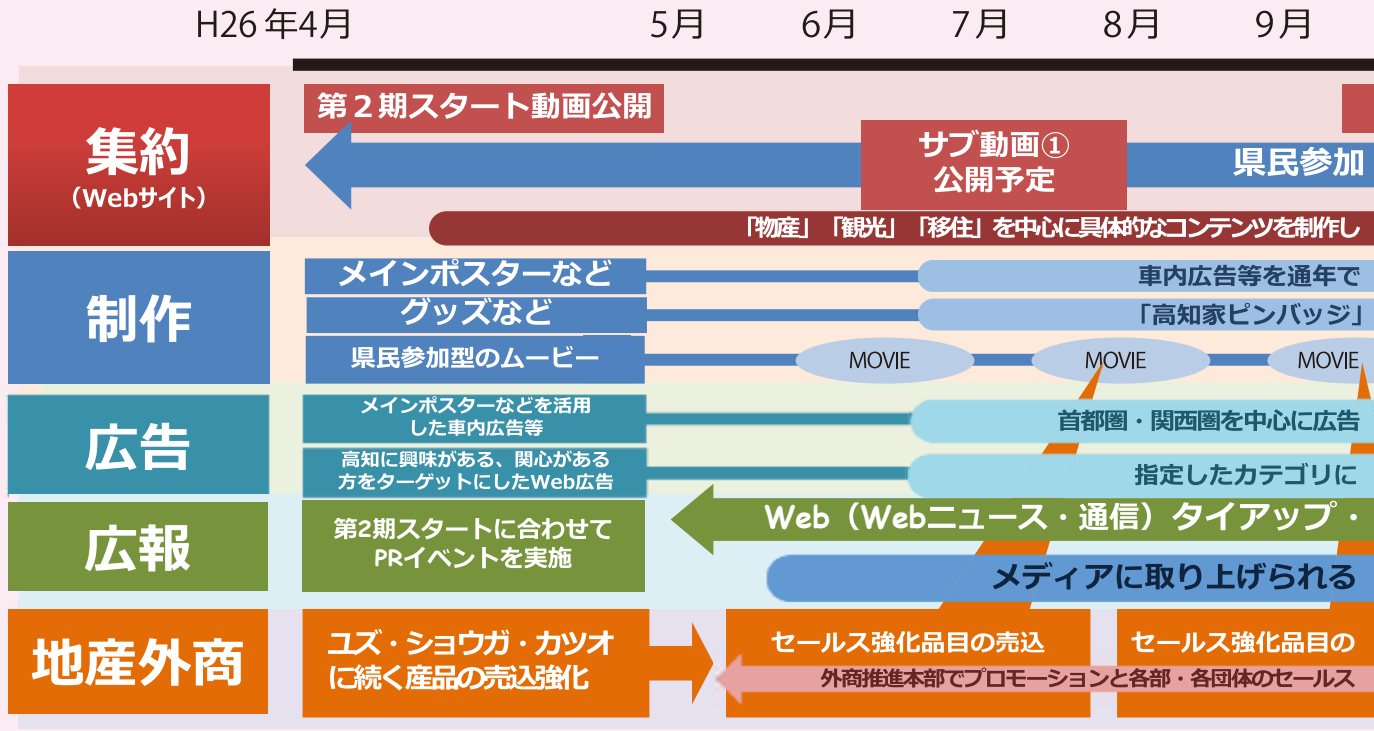
- ○ 岡本真夜さん作曲・島崎和歌子さんが歌う
- ○ 総勢430 人以上の高知家の家族が出演
  県内各地の観光スポット等で撮影
- ○ H26.4.6 から映像含めたカラオケ全国配信開始

高知家

１年目の成果

高知家ウェブサイト	30%増 70万PV → **90.8万PV**（目標値→実績値）	
高知家ピンバッジ	42倍 2千個 → **8万5千個**（当初準備数→H25年度実績数）	
高知県への移住者数	123%増 121組（225人） → **270組（468人）**	高知県2014. 4 調べ（H24年度→H25年度）
高知県好感度	10ポイント増 82.0% → **92.0%**	一般財団法人高知県地産外商公社2013.10調べ（高知来訪経験のある人で、高知家を知らない人→知っている人比較）※行きたい度、住みたい度も10%程度上昇
移住希望先都道府県ランキング	12位 → **6位** ベスト10入り	認定NPO法人ふるさと支援回帰センター 2014.2調べ（H24年度→H25年度）

2年目の「高知家」プロモーションの展開イメージと地産外商活動の展開



２年目（H26年度）の取り組みは・・・・

「まず知ってもらう」から、
「より具体的な行動につなげていただく」へ。

昨年度は、高知を知らない・関心がない層に対して、「高知県は「高知家」です！」という宣言を行い、**まず高知を知ってもらって、興味を持ってもらう**ことに重点をおいてきました。

２年目は、

高知県を好きになって、購入する、行く、住む、といった
具体的な行動につなげていただくため、取り組みをバージョンアップします。

「高知家」宣言から、「高知家おすそわけ」行動へ！

２年目のスローガン
高知県のええもん、ぜーんぶおすそわけやき。高知家

高知県のええもん、ぜーんぶおすそわけやき。高知家

おいしいご飯。キレイな景色。たのしい遊び。ぬっくい人。
高知県は、**「高知家」の家族しか知らないような「幸せ」を、たっくさん「おすそわけ」します。**
高知に関係する人は、みんなぁ家族やきね。

□　高知には、とびっきり新鮮でおいしい食材、すばらしい自然や景色、あたたかい空気や人の付き合いなど、知れば知るほど様々な魅力があふれています。

□　まだまだ盛りだくさんある、家族しか知らないような高知の「宝」や「幸せ」を、親戚同士の付き合いのような親しみと愛情を込めて、家族みんなぁから提供させていただきたいと考えています。

10月　11月　12月　H27年1月　2月　3月

動画②公開予定
型のムービーの随時公開
サブ動画②公開予定
「高知家サイト」の魅力を高め、各ポータルへの誘導を強化
展開するため数種類を制作予定
に次ぐ新たなオリジナルグッズ等を制作予定
MOVIE　MOVIE　MOVIE
（切れ目ない「高知家」感を出すため一部は通年で広告）
興味関心があるユーザーに広告
メディア（TV・雑誌など）タイアップにより露出を強化
話題作り・メディアへのアプローチを強化
売込　**セールス強化品目の売込**　**セールス強化品目の売込**
施策を連動させ、プロモーションに呼応したセールス内容を企画・展開

セールス強化品目の例示
（写真はイメージ）

4 高知県経済の根本的な課題の解決に向けて

課題①

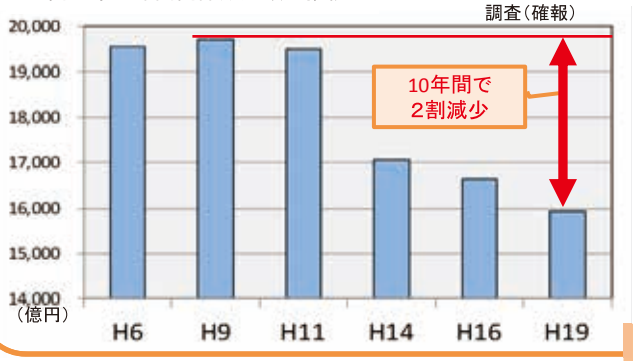
- 人口減少により縮小を続ける県内市場頼り
- 大消費地から遠く、「外商」に挑戦しようとしてもハードルが高い

人口の減少と高齢化によって県内の購買力は小さくなっています。活力のある県外・海外にモノを売って所得の向上を図っていかなければなりません。

産業振興計画の取り組みを通じて、事業者の方々の外商活動が活発になってきていますが、この根本的な課題に打ち勝つためには、さらなる取り組みが必要です。

●高知県の年間商品販売額は大きく減少

▽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（確報）



●県内市場は県外資本に食い込まれている状況

▽四国4県の移輸出・移輸入額　出典：産業連関表（H17）

基本方向 1

「足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」

◆官民協働で「外商」を強化する
◆県外からの観光客の誘客を図る

まずは、地産地消を徹底して県内産業の力をつけ、さらに、県外・海外に向けて地産外商を強力に推進していきます。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」の取り組みとしての観光振興に取り組みます。

※「地産外商」：地域の様々な資源を県外に売り出してお金（外貨）を稼ぐこと

目指す方向と主な取り組み

①「地産地消」の徹底

◆生産地の力、県内産業の力を強めていくため、できるだけ県産品を使うことを徹底していきます。

○県民との協働による「地産地消」の促進

・地産地消に関する情報発信（「おいしい風土こうちサポーター店」「野菜で元気店PLUS」「土佐の魚PR活動推進パートナー店」等）

○地域産品の販売拡大　・＜県内量販店＞県内事業者と県内量販店との「地域産品商談会」の開催

・＜直販所＞直販所を販売拠点とした加工品の開発支援、店舗の魅力向上への支援

②「地産外商」のさらなる推進

◆高知の強みを磨き上げ、首都圏をはじめ、関西・中部地区など、より大きな市場に売り出していきます。

○地産外商の母体となる「高知県地産外商公社」を設立

首都圏アンテナショップ「まるごと高知」を拠点に外商活動を推進

⇒高知県地産外商公社のこれまでの取り組みの主な成果は次ページをご覧ください

ここがポイント！

小規模事業者が多く、商品力や営業力が相対的に弱いという本県産業の構造的な弱点を克服するため、高知県地産外商公社という公的な組織を設立しました。この公社では、業務筋への仲介あっせんや、首都圏での商品販売の機会の提供、市場ニーズを踏まえた商品の磨き上げ支援など、県内事業者の皆さんの外商活動をサポートしています。

○関西地区では大阪事務所、中部地区では名古屋事務所が中心となり外商活動を展開（高知フェアの開催、営業訪問等）

○農林水産物の外商活動への支援

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

[土佐材] 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

[水産物] マリン・エコラベルを活用した認知度向上、消費地市場と県内産地市場との交流会
大都市圏における本県水産物の販売力の強化（「高知家の魚 応援の店」の登録、「全国漁港マーケット（仮称）」への出店）

目指す方向と主な取り組み

高知県地産外商公社のこれまでの取り組みの成果

			H21	H22	H23	H24	H25 （速報値）
外商	個別の営業訪問		–	269件	339回	541件	**761件**
	「まるごと高知」での試食商談会		–	31回	75回	104回	**139回**
	高知フェア		29回	43回	46回	50回	**63回**
	外商の成約件数		**178件**	**444件**	**1,327件**	**2,603件**	**3,333件**
		うち定番採用	**77件**	**264件**	**611件**	**1,117件**	**1,828件**
	成約金額		**-**	**-**	**3.41億円**	**7.68億円**	**12.35億円**
磨き上げ	テストマーケティング（試験販売）		–	38商品	52商品	催事と併せ 201商品	**催事と併せ 179商品**
情報発信	**広告換算**		**-**	**17億円**	**23.3億円**	**22.2億円**	**68.1億円**
	観光コーナー相談件数		–	1,200件	1,317件	1,350件	**1,217件**
収益部門	来店者数		–	44万3,708人	72万2,077人	75万6,056人	**69万5,042人**
	売上	合計	–	2億4,794万円	3億9,021万円	3億8,591万円	**4億2,293万円**
		物販	–	1億4,949万円	2億2,743万円	2億2,329万円	**2億4,407万円**
		飲食	–	9,845万円	1億6,278万円	1億6,262万円	**1億7,886万円**

○県内外でのフェア・商談会等の開催（外商公社実施分を含む）
H20：13件 ⇒ H21：72件 ⇒ H22：111件 ⇒ H23：129件 ⇒ H24：143件 ⇒ H25：188件
・「第48回ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄﾄﾚｰﾄﾞｼｮｰ2014」 5年連続の出展となる高知県のブースには、過去最高の58事業者が参加

第２期計画ver. ３の主な強化策

○「高知家」プロモーションとの連動による「県産品」「観光」「移住」のPR促進
・メディアに取り上げられる話題づくり
・地産外商公社と連携したメディアへのアプローチの強化
・「高知家フェア」の開催拡大、「高知家」商品群での売り込み強化

○大手企業との連携の強化
⇒社内商談会への出展や産地への招へい、定番拡大などの外商活動を首都圏等でさらに展開

「地産外商戦略の展開」の詳細は p.54をご覧ください

③海外の販路開拓に挑戦

◆欧州、東南アジアなどに加え、新たにアメリカ・オーストラリアなどの海外市場をにらんだ輸出の拡大に取り組みます。

○海外での展示・商談会、物産展などの開催
○貿易を担う人材育成の強化・貿易に取り組む事業者の掘り起こし
○貿易促進コーディネーターによる相談・助言
○海外事務所（シンガポール）による支援

「海外の販路開拓」の詳細は p.55をご覧ください

第２期計画ver. ３の主な強化策

ここがポイント！ 平成27年度の食料品の輸出額の目標を、2億円から3億円に上方修正し、取り組みをさらに加速します。

○他県との競合に打ち勝つため、ユズを中心とした輸出促進の強化
・ニューヨークでユズ賞味会を開催、ベルリン青果専門見本市「Fruit Logistica」にユズブース出展、シドニーでユズ賞味会の開催

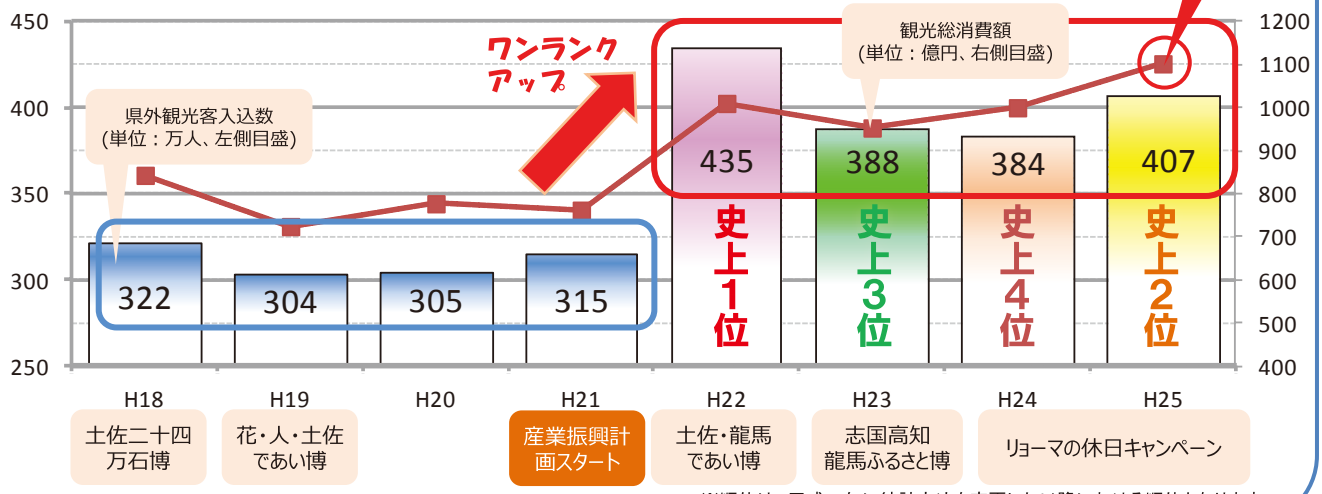
○ユズに次ぐ輸出品目の販路拡大
・日本酒や旨みなどをテーマとした品目の選定と販路拡大

目指す方向と主な取り組み

④全国に通用する観光地づくり

◆地域が主体となって観光商品をつくり、その観光商品を効果的にPRし、これらの取り組みによって高知を訪れていただいた方にリピーターになっていただくためのおもてなしに取り組む、といった3つの取り組みをしっかりと連動して進めていきます。

《県外観光客入込数・観光総消費額の推移》



※順位は、平成15年に統計方法を変更した以降における順位となります

ここがポイント！

「観光商品をつくる」「PRする」「もてなす（リピーターを確保する）」の3つをしっかりと連動させることにより、県外から観光客を呼び込む取り組みを進めています。さらに、施策の効果を検証し、毎年度、施策を大きくバージョンアップさせています。（具体の施策は次ページ）

観光商品をつくる
- ●核となる観光拠点の形成
- ●観光資源の発掘・磨き上げ
- ●広域単位での観光商品づくり
- ●観光人材の育成 等

→

PRする
- ●旅行会社へのプロモーション
- ●マスメディア等を活用した情報発信（エリア別、シーズン別）
- ●博覧会、キャンペーンの実施 等

→

もてなす（リピーターを確保する）
- ●おもてなしの向上
- ●着地での情報提供
- ●受入環境の整備
- ●「龍馬パスポート」の発行 等

このサイクルを県内全域で推進

第２期計画ver.３の主な強化策

観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」の実現

ここがポイント！

「食」を前面に出したプロモーションには、県内あらゆる地域のさまざまな業種の皆様が主役になれるという強みがあります。このため、このプロモーションを通じて、地域地域の「食」にかかわる観光資源の磨き上げを進めるとともに、観光誘客の機運の盛り上がりを図りたいと考えています。

○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
- ・「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

○地域が主体となった観光振興の取り組みの促進
- ・地域が主体的に開催する大規模イベント（地域博覧会）の開催に向けた支援
  （H27に安芸地域、H28に高幡地域で開催予定）
- ・旅行会社の専門家等をアドバイザーとして招へいし、
  広域観光組織における旅行商品のブランド化の取り組みを支援

○高知の強みを生かした新たな国際観光戦略の推進
- ・高知県の強みである「おもてなし」や「自然」、「体験」を最大限に生かした外国人向けの自然型、体験型観光商品の作り込みと、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

目指す方向と主な取り組み

	地域との連携による誘客戦略	スポーツツーリズム	国際観光
観光商品をつくる	○マーケット動向を生かした旅行商品づくり ・旅行会社の専門家等からマーケットの動向等を学ぶとともに、ノウハウを活かした現場指導を強化 講師：旅行会社の商品造成担当者、体験プログラムの専門家等 対象：各広域観光組織（地域リーダーを含む） 実施回数：各広域観光組織毎に年６～９回程度 ・県及びコンベンション協会で広域観光支援チームを構成し、商品造成等をサポート ・各地域ごとに「食」に関する観光資源の発掘、磨き上げを進め、旅行商品化を図る ○地域の核となるリーダーの育成 ・旅行会社の専門家等のノウハウを活かした観光商品づくりの実践を通じた地域リーダーの育成 ○地域コーディネート組織（広域観光組織）の機能強化 ・各組織の状況に応じた機能強化や体制整備を支援 ・地域博覧会の開催を通じた組織化、機能の強化 ○地域の核となる観光拠点の形成、地域資源の発掘・磨き上げによる商品づくり ・地域アクションプランに基づき着実に整備を進め、魅力的な観光地づくりを進める ○四季折々のイベントの創出 ・土佐の豊穣祭、お城まつり、龍馬マラソン　等	○スポーツ施設の充実 ・国の各種制度、補助事業の活用 ○スポーツイベントの開催支援 ・龍馬マラソン、ミズノグローイングアップ、チャレンジライド、女子旅トワイライトラン等々 （H25年度　スポーツイベント等による新規入込数11,697人） 	○外国人向けの自然型、体験型観光商品の作り込み ・ツアーの企画の作り込み、提案、契約までの事前調整を行う高知版「ランドオペレーター」的機能の構築 ・旅行会社、観光アドバイザーを招へいしての磨き上げ ・地域、施設の受け入れ、交流のしくみ構築
PRする	○効果的な広報・セールス活動の推進 ・「高知家の食卓」県民総選挙の話題性による全国への発信 ・官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバン、コンベンション協会との連携によるプロモーション等の実施（東京、大阪、名古屋等各年2回） ・首都圏等マスメディアへの情報発信 ・テレビＣＭを活用した近隣県への週末イベント等の発信 ・フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致 ・モニターツアーやインセンティブの活用による販売拡大 観光客に教えちゃりたい、「食の店」大投票！ 県民総選挙 2014	○プロスポーツの誘致 ・プロ野球キャンプ誘致、プレシーズンマッチの開催 ・Jリーグキャンプ誘致 ・プロゴルフトーナメント誘致、運営支援 等 （H25年度　県外入込宿泊者数46,649人泊） ○アマチュア合宿、大会の誘致 ・インセンティブの活用 ・競技団体と連携した誘致活動 （H25年度　合宿・大会誘致実績延べ宿泊者数29,521人泊）	○海外での認知度向上 ・商談会や物産展等「高知家」統一セールスキャンペーンによるPR 等 ○チャーター便・クルーズ客船の誘致 （H25年度チャーター便11便、外国クルーズ船4便） ○送客力の高い旅行会社等に向けたセールス ・魅力あふれる観光商品によるツアー企画提案 ・モデルルートを利用したモニターツアーの実施 ・メディア招へいツアーを活用した成功事例のPR
もてなす（リピーターを確保する）	○おもてなしの向上・リピーターの確保 ・「龍馬パスポート」の発行：H26年4月に利用者が7万人を突破 ・おもてなしﾀｸｼｰの利用促進 ・おもてなしﾄｲﾚの認定 ・満足度調査の実施とﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ ・観光ガイドの人材育成 ・きめ細かな観光情報の提供 	○コンベンション協会、市町村との連携による受入態勢づくり ・プロスポーツキャンプ等の運営支援 ・大会参加者等への観光情報提供 リョーマの休日 Ryoma Holiday 高知家・食卓	○受入環境の整備 ・広域観光案内板の多言語化等による利便性の向上 ・Wi-Fi環境の整備　等 ○海外からの観光客をもてなす ・高知版「ランドオペレーター」的機能の構築 ・訪問先の歓迎態勢の事前調整 ・ツアー催行時のフルアテンドサービスの実施

課題②

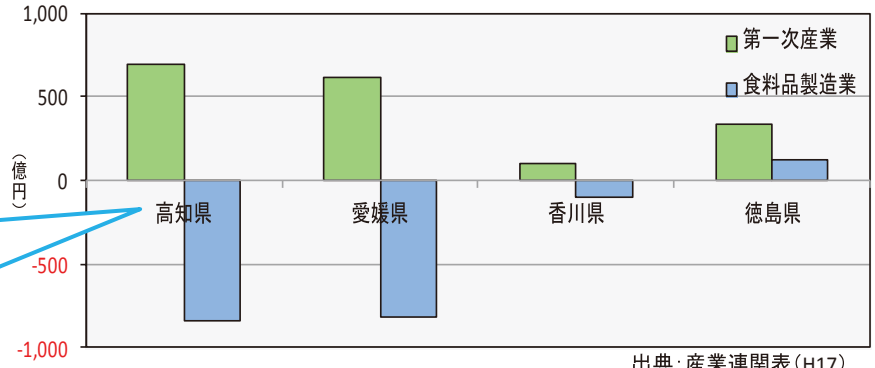
- 「外商」ができる付加価値の高い商品が少ない
- 加工の工程も県内で完結しないため、お金が県外に流出

本県産業の力を高めるためには、第一次産業や観光産業が生み出す経済効果を、産業間が連携し、他産業に十分に行き渡らせることが重要です。

産業振興計画の取り組みを通じて、県内事業者どうしで機械設備の開発・製造を行うなどの事例が増えてきていますが、本県のものづくり産業が真に力強いものになるためには、さらなる取り組みが必要です。

●強みのある第一次産業と他産業とのつながりが弱い

▽四国4県の県際収支（第一次産業、食料品製造業）（H17）



出典：産業連関表（H17）

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

基本方向 2

「産業間の連携を強化する」

◆ものづくりを強化し、付加価値を高める

農林水産業と加工業など産業どうしの結び付きを強め、より価値の高い、魅力あるものづくりを進めることにより、経済波及効果の拡大を図ります。さらに、ものづくりを支える基盤と「ものづくりの地産地消」を強化し、外商につなげていくことにより、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。

目指す方向と主な取り組み

①第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開

◆食品表示の適正化や生産管理の高度化を進め、消費者が求める商品づくりを一層推進します。

○消費者が求める商品づくりの一層の推進
- ・高質系スーパーをパートナーとしたマーケットイン型商品づくりの支援
- ・飲食店等の業務筋の実需に応じた商品開発の支援

○食品表示の適正化と生産管理の高度化
- ・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、研修会の開催
- ・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

○加工業者間の連携による大規模加工の仕組みづくり

○直販所を販売拠点とした加工品開発支援

○農水産物を活用した6次産業化の推進
- ・土佐まるごとビジネスアカデミー（p.67）などを通じた、農水産物加工ができる人材の育成
- ・地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチング
- ・農水産物加工品のブラッシュアップの支援　・こうち型集落営農のステップアップの支援

○伝統的な水産加工業の振興
- ・宗田節加工業　・シラス加工業の振興

○地域アクションプランの取り組みの支援

ここがポイント！

食品加工の分野でも、マーケットイン（消費者の目線）の考え方によるものづくりも重要となりますが、本県では小規模事業者が多く、自らが首都圏等の大きな市場の情報を的確に掴むこと（＝「マーケティング」）には限界があります。

このため、大都市圏のマーケットの声を直接聞くことができる機会を作り、市場のニーズに応じた商品づくりを進めています。

第２期計画ver. ３の主な強化策

○マーケットイン型商品開発支援の拡充
- ・首都圏（3ヵ所）に加え、新たに関西圏（2ヵ所）と中部圏（1ヵ所）にパートナー店を設け、地域特性に応じた商品づくりを展開
- ・業務メーカーとのマッチングや 商品の段階に応じたフォローアップを強化

○お土産物開発プロジェクトの展開
- ・県外の専門家のアドバイスをもとに、「高知家」を代表するヒット商品の開発支援

「食品加工の推進」の詳細は p.55をご覧ください

目指す方向と主な取り組み

②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

◆本県の「ものづくり」の総合力を高め、競争力を備えた「メイド・イン高知」の製品の全国展開を図ります。

【ビジネスプランづくり】

○成長分野育成支援
・分野別の研究会（食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツ）を開催し、事業化プランづくりを、セミナー開催、素材生産者・加工事業者とのマッチング、異業種交流会、専門家派遣等を通じてサポート

○産業振興センターによるハンズオン支援（専門家派遣等）

成長分野育成研究会

【商品開発等】

○ものづくりの地産地消の推進
（「ものづくり地産地消センター」での相談、マッチング支援
▷相談件数　H23：218件
⇒ H24：400件　⇒　H25：451件）
・ものづくり総合技術展の開催
・県内外に需要のある機械や設備の開発支援

○成長分野育成支援
・事業化プランの早期実現に向けた総合的な支援

○県公設試験研究機関等による技術支援
・食品加工研究棟（工業技術センター）の設置

○新産業の創出に向けた産学官連携の推進
・医療・介護関連機器開発などの新分野進出への支援

ここがポイント！

高知県のユズ、ショウガなどは全国トップブランドです。しかし、それらを使った加工品、例えば「高知県産のショウガ使用」をうたったショウガ加工品が県外で製造され、付加価値分の利益が県外にもたらされ、高知県に入らないということがあります。

また、県内で加工を行う場合でも、県外メーカーの加工設備が導入されているなど、大きな経済損失が発生しています。

これらの課題を解決するため、加工の工程や機械設備の製造を県内の事業者どうしで行う「ものづくりの地産地消」を重点的に推進しています。

⇒「ものづくりの地産地消」のマッチング事例はp.44参照

【販売促進】

○県外企業への同行訪問や見本市・商談会等の出展サポートによる販売拡大支援
（産業振興センター外商支援部の活動による主な実績）
▷企業訪問件数　H24：1,212件　⇒ H25：2,029件
▷同行訪問等による営業サポート　H24：331回　⇒ H25：838回
▷見本市出展件数　H24：13回　⇒ H25：41回

外商支援の成果（売上額）　H24：2.5億円　⇒ **H25：16.2億円**

食品加工研究棟

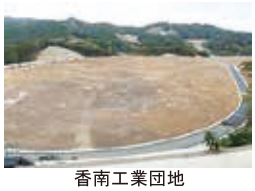
【設備投資等】

○地場企業の競争力維持のための設備投資の促進支援
・生産設備の更新・拡充への資金的支援

○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
・継続的な適地調査の実施

○企業立地の促進
・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の開催
・高知ならではの地域資源を活用した業種（食品等）や、大きな雇用を生む業種（コールセンター等）などの企業立地を推進

2013NEW環境展


香南工業団地

毎年度、施策を充実させながら、ものづくりの各段階に応じた支援を行ってきた結果、農業用機械や介護食、防災製品などの分野で全国展開を見据えた製品が出てくるなど、一定の成果が表れてきました。

本県製造業のもう一段の飛躍を実現するために、体制と施策を抜本的に強化

第２期計画ver.３の主な強化策

○ものづくりを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てサポート
・「ものづくり地産地消センター」と産業振興センターの外商支援部を統合し、「ものづくり地産地消・外商センター」を設置

○産業振興センターと連携し、設備投資誘発策を強化拡大

○産業振興計画に沿った事業を展開するための新しい融資メニュー（産業振興計画推進融資）の創設

○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による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、コンテンツ事業の展開の入口から出口までを一貫支援

○移住促進と連携した商店街活性化の取り組みを実施
・移住情報と一体となった商店街情報の発信と商店街での開業支援の体制を構築

ものづくり地産地消・外商センター強化ポイント

① **体制の強化**　（26人→35人）
② 既存施策のＰＤＣＡを働かせ、施策のラインナップ（**ものづくりまるごと応援パッケージ**）をさらに充実
③ 総合相談窓口の設置で、ものづくりに関する相談に**ワンストップで対応**
④ **企業ごとの担当者制**で、事業化プラン策定から外商までを一貫サポート
⑤ **全国レベルの専門人材を配置**し、全国に通じる製品・会社づくりをサポート
⑥ 外商の**県外サポートを強化**
（東京＝１人→２人（増員１人）、名古屋＝新規１人）

「ものづくりの一貫支援」の詳細はp.57～p.58をご覧ください

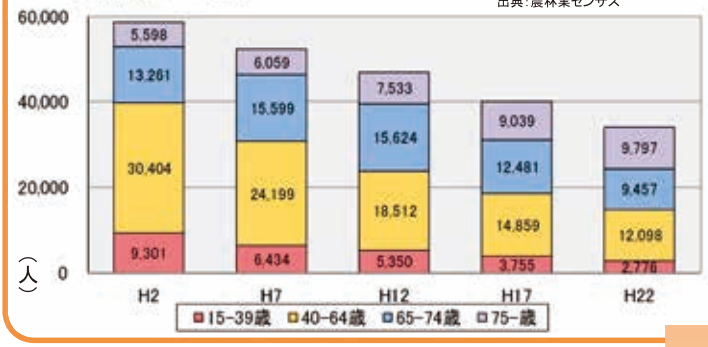
課題③

●担い手の減少により、「地産」が弱まっている
●強みである第一次産業さえも強みでなくなりつつある

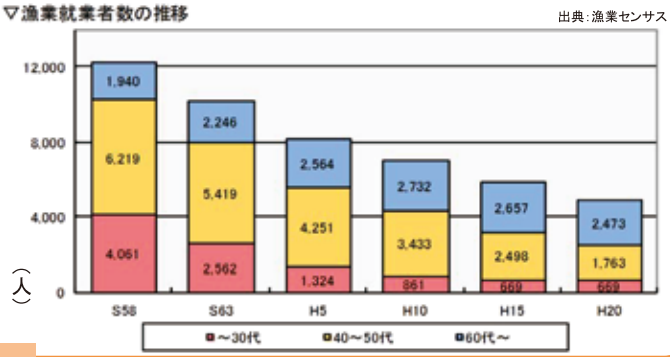
全国的に見て比較的優位にある農業など第一次産業でも、就業者数の減少と高齢化によって、強みが強みでなくなりつつあります。
産業振興計画の取り組みを通じて、第一次産業を支える新たな担い手が増加するなど、明るいきざしも見え始めていますので、本県の強みが強みであり続けるために、さらなる取り組みが必要です。

●減少を続ける第一次産業（農業・水産業）の担い手数

▽農業就業人口の推移　出典：農林業センサス



▽漁業就業者数の推移　出典：漁業センサス



基本方向 3

「足腰を強め、地力を高める」

◆第一次産業を伸ばす　◆地域アクションプランの推進
◆中山間対策を強化する

（詳細はp.39～p.40、p.49～p.52）

農林水産業の生産地の力を強め、担い手を増やします。また、地域の潜在力を引き出し、中山間の暮らしを支える産業づくりを進めます。

目指す方向と主な取り組み

■第一次産業の振興

[農業の振興]

◆本県農産物が競合産地に打ち勝ち、優位に販売できるよう、生産から流通・販売までが一体となった取り組みを強化します。併せて、農産物の付加価値を高め「高知ブランド」の確立に取り組みます。

○本県農産物等の高付加価値化
- 「学び教えあう場」の取り組みのさらなる拡大
- 天敵導入などの安全・安心につながるＩＰＭ技術を全地域、全品目へ普及
  ⇒環境保全型農業のトップランナーの地位を確立
- オランダとの友好園芸農業協定を活かした「こうち新施設園芸システム」の構築
- 高知県産花きの振興　・土佐あかうしの増頭対策

○新たな担い手確保・育成と企業的経営体の育成
- 実践研修等就業に向けた支援　・園芸用レンタルハウスの整備　・研修手当、青年就農給付金の支給

○中山間地域の農業・農村を支える仕組みの強化
- 集落営農の県内全域への拡大、こうち型集落営農へのステップアップ支援
- 中山間に適した農産物等の生産支援

○園芸品の基幹流通の強化と実需者ニーズに対応できる新たな流通・販売体制の構築
- 新園芸ブランドによる販売拡大　・パートナー量販店との連携による販売の強化
- 量販店や中食、外食等の実需者への営業商談の強化
- こだわり野菜・果実の生産者と多様なニーズをもった実需者とのマッチングの推進

ここがポイント！

担い手が減少する中、本県農業の強みが強みであり続けるためには、農産物の高付加価値化と収量アップの取り組みが重要です。
「次世代施設園芸団地」と「農業担い手育成センター」が連携し、先進技術の普及推進と新規就農者の確保を一気に加速させることで、中長期的な成長・発展を図ります。

第２期計画ver.３の主な強化策

○高軒高ハウスや環境制御装置等を備えた「次世代施設園芸団地」の整備
⇒最先端の技術の導入によりオランダ並みの収量を目指す
○「農業担い手育成センター」の整備
⇒新規就農者の確保・育成や先進技術の習得を図る
○「農地中間管理機構」の体制整備
⇒農業の担い手への農地集積による生産性の向上を図る

「次世代施設園芸団地・農業担い手育成センターの整備」の詳細はp.63をご覧ください

目指す方向と主な取り組み

[林業の振興]

◆成熟した森林資源をダイナミックに活用するため、原木の生産から加工・流通・販売体制の確立に取り組みます。併せて、原木の増産に伴い発生する端材を活用した木質バイオマスの利用拡大を図ります。

○生産性の向上と原木の増産
- ・森林経営計画と森の工場の整備
- ・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

○大型製材工場による製材品の生産拡大
○県内（既存）加工事業体の生産力の維持・強化
○大消費地に設置した流通拠点（13ヶ所）等を活用した地産外商の推進
○木質バイオマスエネルギーの安定的な供給・利用体制の確立
- ・木質バイオマス発電の推進
- ・バイオマス利用ボイラーの導入支援

ここがポイント！
材価の低迷など、林業を取り巻く経営環境は依然、厳しい状況にありますが、大豊町に整備された四国最大級の大型製材工場や木質バイオマス利用などにより、本県の成熟した森林資源を余すことなく活用し、所得の向上と雇用の創出を図っていきます。

第２期計画ver.３の主な強化策

○CLT（クロス・ラミネイティド・ティンバー：直交集成板）の普及促進
- ・法整備の加速化、建築ノウハウの確立、CLT建築物の普及、CLTパネル工場の整備検討

○内航船を利用した大規模輸送の実証
- ・内航船を利用した輸送ルートの検証とサンプル出荷　・関東への新たな営業拠点の設置

「CLTの推進」の詳細はp.64をご覧ください

[水産業の振興]

◆本県水産物の消費拡大による漁家所得の向上を図るため、県外での水産物の販売力の強化や、漁業生産量の確保等に取り組みます。併せて、漁村における雇用を創出する新たな加工事業の展開を図ります。

○新規就業者の確保
- ・漁業体験研修、長期研修への支援　・研修手当の支給　・漁船のリースへの支援

○漁業生産量の確保
- ・活餌の魚種や確保手段の多様化　・カツオ等の県内水揚げの促進に向けた協議会の設置
- ・定置網漁業の安定的な経営体制の確立

○養殖業の振興
- ・養殖ビジネススクールの開講　・良質なカンパチ種苗の量産化

○水産物の販売力強化と魚価の向上　・県外の商談会・見本市への参加支援
○水産加工の裾野の広がりと新たな事業化
- ・多様なニーズに対応するための事業者間連携の推進

ここがポイント！
本県水産物の販売力を強化し、魚価の向上を図るため、「高知家の魚 応援の店」（H27年度末500店舗目標）の取組や築地場外市場の「全国漁港マーケット（仮称）」での外商活動などにより、大都市圏での外商を強力に推進していきます。

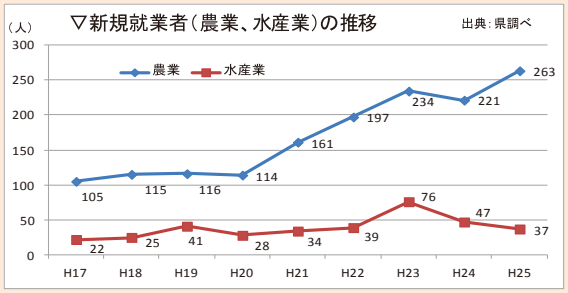
第２期計画ver.３の主な強化策

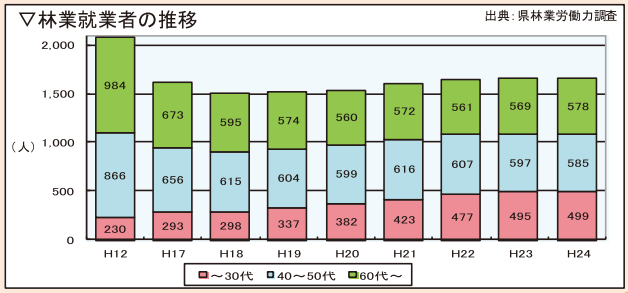
○大都市圏における本県水産物の販売力の強化
- ・大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の強化（「高知家の魚 応援の店」の登録）
- ・「全国漁港マーケット（仮称）」を活用した外商活動の強化
- ・県内事業者による県内水産物の外商活動の拡大（シーフードショーへの出展）

○養殖業の振興　・協業化の推進　・マグロ人工種苗の安定確保

「大都市圏における本県水産物の販売力の強化」の詳細はp.64をご覧ください

●第一次産業を支える新たな担い手が増加傾向





■中山間の暮らしを支える産業づくり

◆中山間地域においても、安心して暮らしていけるよう、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・雇用の創出と、地域における産業の担い手の確保に取り組みます。

○集落活動センターの機能も活用しながら、各集落での加工品といった小さなビジネスを拡大
○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

課題④ 資本や産業集積が乏しく、本県産業を牽引する企業が少ない

高知県はいわゆる戦後の重化学工業政策の重点対象地域にならなかったこともあり、特に、製造業では資本や産業の集積が弱く、層の厚みに乏しいのが現状です。

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。

●低調な民間の設備投資と乏しい資本ストック（蓄積）

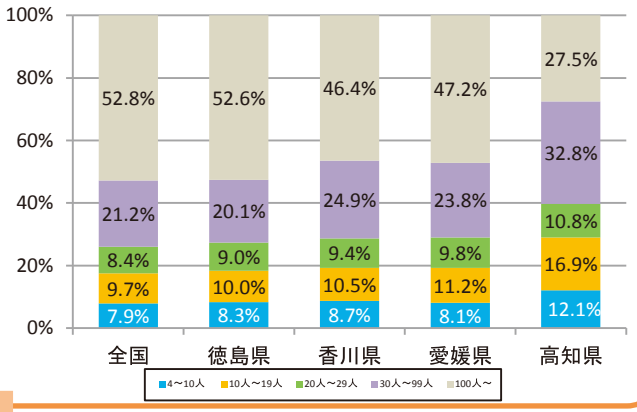
▽製造業の有形固定資産の状況

	一事業所当りの設備投資額（百万円／事業所）（ ）は全国平均値を100とした場合		一事業所当りの固定資産額（百万円／事業所）（ ）は全国平均値を100とした場合	
高知県	94	(46)	790	(50)
徳島県	349	(171)	2,243	(140)
香川県	163	(80)	1,281	(80)
愛媛県	309	(151)	2,364	(148)
全国平均	204	－	1,595	－

※一事業所は、工業統計調査で把握できる従業者30人以上の事業所

●小規模零細事業所に従事する労働者の割合が高い

▽従業員規模別事業所への従業者数割合　出典：H22工業統計調査



基本方向 4

「新たな産業づくりに挑戦する」

◆新たな産業集積を目指す

新たな産業集積を目指して、防災分野では、南海トラフ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、本県の豊かな自然環境を生かして、高知型の新エネルギー関連産業などの育成や誘致に取り組みます。

目指す方向と主な取り組み

①防災関連産業の振興

◆多発する自然災害を通じて磨いてきた本県の防災対策の経験を土台とし、防災関連産業の振興を図ります。

○「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・技術の設計開発や早期事業化を支援
- ・防災関連の商品や技術の企画設計・開発・改良の支援
- ・防災製品開発アドバイザー等の配置

○自治体での公的調達を促進し、県外への販路開拓を支援
- ・防災関連製品の認定：59製品
  （防災関連産業交流会で品質や安全性などを審査し認定）
- ・市町村での公的調達制度の創設：8市町
- ・県外の防災関連の展示会への出展
- ・「ものづくり地産地消・外商センター」による外商支援（外商活動への同行訪問）

ここがポイント！

全国に通用する防災分野のものづくりを推進するとともに、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」を進め、その実績を生かして、外商に打って出ています。

第２期計画ver.３の主な強化策

○「ものづくり地産地消・外商センター」や公設試験研究機関との連携による全国に通用するものづくりの推進と外商支援活動の強化
- ・防災関連製品に携わる企業の掘り起こしと新たな商品開発
- ・より売れる商品に向けたブラッシュアップ
- ・建設技術系の外商活動の強化
- ・海外展開に向けた企業との勉強会の実施

「防災関連産業の振興」の詳細はp.62をご覧ください

②豊かな自然を産業に生かす

◆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生かした新たな産業の創出に取り組みます。

○新エネルギー関連産業の育成・誘致

○こうち型地域還流再エネ事業スキームによるメガソーラーの推進

○ＣＬＴの推進　⇒全国のリード役となり、高付加価値製品であるＣＬＴ工法の研究や普及に向けて取り組みます

課題⑤

基本方向１～４を進めるためには、本県産業をリードする産業人材が不可欠であるが、地方では学びの機会が少ない

本県の産業を着実に振興していくためには、各産業分野や地域の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。
「日本一学びの機会が多い県」を目指して、学びの機会を充実させ、産業人材の育成を図っていきます。

基本方向 5

「産業人材を育てる」

◆学びの場を創り出す

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、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を育成します。

目指す方向と主な取り組み

◆ 市町村や産業界、大学などと連携し、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」に力を注ぎます。

①志ある産業人材の育成　土佐まるごとビジネスアカデミー

ビジネスの基礎から応用・実践力まで、受講者のニーズやレベルに応じて体系的に身につけられる研修プログラムを県内の産学官が連携して構築し、「土佐まるごとビジネスアカデミー（通称 土佐ＭＢＡ）」として実施

＜カリキュラム＞
- ○トップレクチャー
- ○ガイダンス・入門編
- ○基礎編
- ○応用・実践編（土佐経営塾、目指せ!弥太郎商人塾、農業創造セミナー）
- ○専門知識・技術

▷土佐ＭＢＡの受講者
（H24年度）延べ1,672人、（H25年度）延べ1,648人
⇒平成26年度は、さらに内容を充実して35科目の講座を開催
（カリキュラムはp.68をご覧ください）

ここがポイント！

新たな商品を生み出し、地産外商を進めていくカギを握っているのは人材の力です。全国一学びの機会が多い県を目指して、あらゆる研修プログラムを用意し、県内の産業人材のパワーアップを図ると同時に、新たな人材を掘り起こしていきます。

第２期計画ver.３の強化策

■さらなる受講者、産業人材の掘り起こし
- ○女性の活躍を促進するためのコースを新設
  - ・入門編　⇒「女性のための起業入門セミナー」
  - ・基礎編　⇒「女性創業塾」
- ○ 入門編のカリキュラムを充実
  - ・基礎編に連動する科目の整備　⇒「経営戦略入門」、「財務戦略入門」、「貿易入門」
  - ・社内外コミュニケーションの活性化　⇒「コミュニケーションスキル入門」
- ○遠隔地で受講できる仕組みの強化
  - ・インターネットライブ配信の対象科目の拡大　⇒　トップレクチャー、ガイダンス・入門編、基礎編で実施

■土佐MBA相談員の配置による受講者へのフォローアップ体制の強化
- ・受講に関する相談を年中受付、また、受講者にアプローチして他の科目の受講や、入門編から基礎編、基礎編から応用・実践編などへの学びのステップアップを促進
- ・支援施策や機関の紹介等、事業活動の次なるステージへの支援
- ・受講生同士、OB・OG、産学官連携団体等とのネットワークづくりの支援

「土佐まるごとビジネスアカデミー」の詳細はp.67をご覧ください

②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、大学におけるインターンシップ等を実施します。

③産業の担い手確保

第一次産業の担い手対策として、就業相談や、就業希望者に対する各種の研修・支援事業を実施します。

■上記に加え、全国一学びの多い県を目指して、次のことを検討します。
- ○永国寺キャンパスを核とした産学官連携による社会人教育、生涯学習の仕組み

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

◆移住促進により、活力を高める

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つなげます。

目指す方向と主な取り組み

ここがポイント！

住み慣れた地域から違う地域へ移住するということは、非常にハードルの高い決断を要します。移住・交流コンシェルジュを中心に、移住希望者に寄り添いながらサポートし、あわせて民間の方々や市町村と連携して、住まいや仕事、趣味といったニーズに応じた支援策を展開することで、移住の実現へと結びつけていきます。

【ステップ１】 高知を知って・好きになってもらう

◆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に、高知家プロモーションと連携した多様な情報を発信していきます。

○高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」ＰＲ
○各種メディアを通じた情報発信　［不特定多数へのプロモーション］
・Ｗｅｂ広告、インターネットを通じた動画配信　・フェイスブックを通じたタイムリーな情報発信　・電車での広告

【ステップ２】 移住に関心を持ってもらう

◆「移住と言えば高知県」というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報を発信していきます。

○本県の移住のポータルサイト「高知家で暮らす。」により、本県への移住をイメージできるような情報を発信
○各種メディアを通じた情報発信［ターゲット別のプロモーション］
○届けたいターゲットに応じた「幸せ移住パッケージ」の作成・提供（Ｈ25年度システムへのアクセス数：18,693件）
○高知で暮らし隊会員を対象に「幸せ移住プランコンテスト」を実施

【ステップ３】 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう

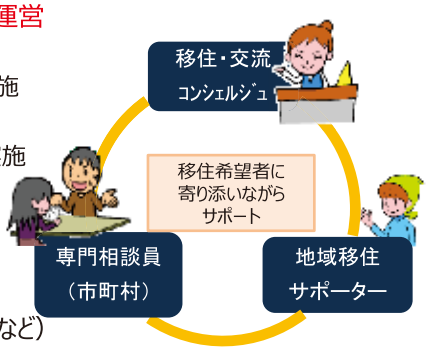
◆関心から行動へと促すための情報や機会を提供していきます。

○高知で暮らし隊会員への移住関連情報の提供
○移住体験ツアーの実施
○ＡＬＬ高知移住相談会、少人数相談会、セミナーの実施
○移住希望者が実際に高知県に情報収集等に来た際に同行するなど、サポートを実施

【ステップ４】 移住について真剣に考えて決めてもらう

◆「移住・交流コンシェルジュ」、市町村の「専門相談員」「地域移住サポーター」が綿密に連携し、移住希望者に寄り添いながら、不安の解消に向けたサポートや、きめ細かな情報提供などを行います。また、市町村と連携し、移住者の受け入れ体制を整備します。

（サポート体制）
○官民協働による具体的な移住促進策の協議を行う「高知県移住推進協議会」の運営
○「移住希望者に寄り添う」サポートの実施
・本県への移住の総合案内人である「移住・交流コンシェルジュ」が、きめ細かな相談対応を実施
・市町村ごとの「専門相談員」が、移住相談対応や空き家調査等を実施
・地域の身近な相談役である「地域移住サポーター」が、住まいなど暮らしに関するサポートを実施
（受け入れ体制）
○農業・林業・漁業就業希望者のための各種研修及び支援事業の実施
○ニーズに応じた地域独自のインターンシップの実施　○高知ふるさと応援隊の増員
○お試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備促進
○新しいビジネスへのチャレンジのサポート（シェアオフィスの整備や創業者等への支援など）
○クラインガルテン（滞在型市民農園）の利用促進



目指す方向と主な取り組み

【ステップ5】 高知に安心して住み続けてもらう

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

○「専門相談員」「地域移住サポーター」によるフォローアップ
○移住者交流会の開催などによる移住者間ネットワークの強化
○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

第２期計画ver.３の主な強化策

○「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
○アクティブな情報発信により地域が求める「人財の誘致」
・各種メディアを通じた情報発信の強化
・民間人材ビジネス会社と連携した都市部人財に向けた情報発信
・都市部人財の円滑な移住の実現をサポート（都市部での座学や高知で実地研修の実施、OJT・Off-JT研修の実施）
○移住希望者向けの住宅等の確保策の強化
・空き家の中間保有の促進、お試し住宅等の移住支援住宅の整備促進、空き家内の荷物の整理・処分の支援
○移住者支援ネットワークの形成を図り、民間の活動や情報発信のさらなる活性化を推進

※これらの強化策を推進するため、県庁内に「移住促進課」を新設

ここがポイント！

「人財誘致」の取り組みをスタート

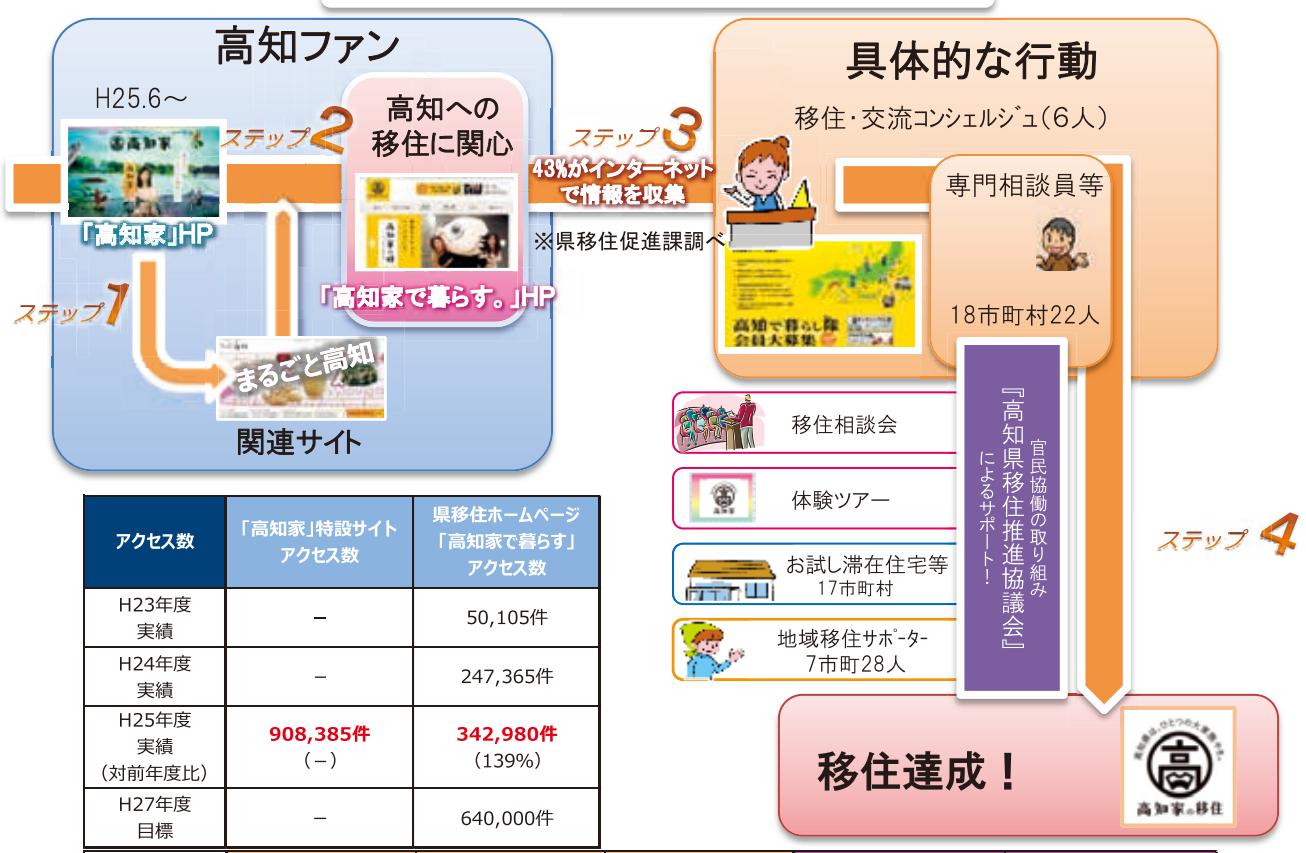
産業振興計画の取り組みを通じて、地域の資源を活かした新たな取り組みが誕生し、地域地域に広がっています。その一方で、取り組みが進むにつれ、「地域に担い手がおらず、自分達だけではこれ以上、取り組みをより大きなものにすることができない」といった声も聞かれるようになってきました。

このため、地域に潜在する人財のニーズを掘り起し、多様な能力やスキルを持つ地域外の人財とマッチングさせる「人財誘致」の取り組みを今年度から進めていきます。

地域の新たな担い手として活躍いただくことで、地域の取り組みが軌道に乗り、さらに多くの雇用を生み出すことを目指していきます。

※「人財」という文言は、「人こそ財（たから）」という県の考え方のもとに使用しています。

移住達成までの各ステップと移住実績



アクセス数	「高知家」特設サイト アクセス数	県移住ホームページ 「高知家で暮らす」 アクセス数
H23年度 実績	–	50,105件
H24年度 実績	–	247,365件
H25年度 実績 （対前年度比）	**908,385件** （–）	**342,980件** （139%）
H27年度 目標	–	640,000件

	相談者数	左記のうち県への新規相談者数	暮らし隊会員登録者数	移住者数	左記のうち県の相談窓口を通じた移住者数
H23年度 実績	–	599人	371人	120組　241人	47組　104人
H24年度 実績	1,259人	789人	503人	121組　225人	64組　111人
H25年度 実績 （対前年度比）	1,817人 （144%）	1,076人 （136%）	**690人** （137%）	**270組　468人** （223%）	**91組　168人** （142%）
H27年度 目標	3,400人	–	1,300人	500組	–

5 産業成長戦略の主な取り組み　農業分野

現状

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

第2期計画ver.3の取り組み

H24 → H25 → H26 → H27

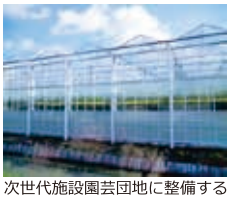
生産

◆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（冊子Ｐ272～280）
- 「学び教えあう場」の取り組みのさらなる拡大
- 農業技術センターと連携し、現場のハウスに合った革新的な環境制御及び省エネ技術等の確立・普及（オランダの技術を習得して増収）
- レンタルハウス整備や園芸用ハウス流動化への支援による、営農定着や規模拡大への負担の軽減

○環境保全型農業のトップランナーの地位を確立（冊子Ｐ282～292）
- 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
- オランダとの友好園芸農業協定を活かし、高収量・高品質に向けた「こうち新施設園芸システム」の構築

新 次世代施設園芸団地の整備


次世代施設園芸団地に整備する高軒高ハウスのイメージ

○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（冊子Ｐ304～312）

新 水田農業の担い手となる稲作経営体の育成
- 畜産の生産基盤の強化

新 土佐あかうしの緊急増頭

土佐あかうし

◆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（冊子Ｐ322～324）

新 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（冊子Ｐ324～328）

新 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

○集落営農を県内全域へ拡大（冊子Ｐ314）

○こうち型集落営農へのステップアップ支援（冊子Ｐ314）
- 法人化や組織が行う加工等への取組の促進

○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）（冊子Ｐ320）
- 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

○農産物加工ができる人材の育成（冊子Ｐ316 ）
- 農業創造セミナー修了生等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（冊子Ｐ316 ）
- 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

○農産物加工品のブラッシュアップの支援（冊子Ｐ316）

佐川町産茶葉を使って開発された紅茶

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

拡 ○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（冊子Ｐ294～296）
- 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（冊子Ｐ298～300）
- 「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

拡 ○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

※上記の「冊子P○○」は、第2期高知県産業振興計画ver.3冊子（総論・産業成長戦略編）におけるその項目の掲載ページです

「10年後の目指す姿」を実現するためには、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

この新たな発想による取り組みの「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。第2期計画の4年間を通して、より具体的な戦術を練り上げていく

4年後の目標（H27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
- 集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率
(耕地面積ﾍﾞｰｽ)
H23：9%→H27:13%
（経営耕地面積ﾍﾞｰｽ）
H23：12%→H27:19%
- こうち型集落営農数
H23：17組織
→H27：32組織
- 新規就農者数
280人/年
（営農意向調査の結果から、産地の維持・発展に必要な新規就農者数を280人とする）

- 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

農業産出額 1000億円以上を目指す

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

10年後の目指す姿（H33年度末）

農で働き高知で暮らす

- 新規就農者数：280人/年

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

- 集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率：
（耕地面積ﾍﾞｰｽ）26%
（経営耕地面積ﾍﾞｰｽ）38%
- 集落営農のうち、こうち型集落営農数：100組織

攻めの外商で稼ぐ農業

- 販売金額1,000万円以上の農業経営体の割合：20%
（H22：11.5%）

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～

林業分野

現状

木材・木製品製造業出荷額等150億円（H22）→ 160億円（H24）
原木生産量40．4万立方メートル（H22）→ 46．5万立方メートル（H24）

第2期計画ver.3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（冊子Ｐ352）
・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（冊子Ｐ352）
○皆伐による原木の増産（冊子Ｐ352）
○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（冊子Ｐ354）
・協定取引の推進
○森林組合の経営力強化（冊子Ｐ354）
○自伐林家等による生産を促進（冊子Ｐ356）

加工体制

○大型製材工場等の施設整備の促進（冊子Ｐ358）
・大型製材工場による製材品の生産拡大
・単板工場の整備計画の検討
○県内事業者による大型製材工場整備（冊子Ｐ360）
・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（冊子Ｐ360）
・乾燥施設等の新設及び増強
○CLT（直交集成板）の推進（冊子Ｐ362）
・CLT建築物の普及・建設の促進
新 CLTパネル工場の整備検討・誘致

高知おおとよ製材

日本初のCLT建築物
（高知おおとよ製材社員寮）

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（冊子Ｐ364）
○県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進（冊子Ｐ364）
新 内航船を利用した大規模輸送や乾燥等の共同事業の実施
○大消費地への販路拡大（冊子Ｐ364）
・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（冊子Ｐ364）
○県産材を利用した木造住宅への支援（冊子Ｐ366）
○公共事業や公共施設等での県産材の利用推進（冊子Ｐ366）

土佐材の流通拠点

木質バイオマス

○原木や林地残材の搬出に対する支援（冊子Ｐ368）
○木質バイオマス燃料の安定供給（冊子Ｐ368）
○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化（冊子Ｐ368）
○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進（冊子Ｐ368）
○燃焼灰の適正処理（冊子Ｐ370）
○コスト差を埋める支援の仕組みの検討（冊子Ｐ370）
○推進体制の強化（冊子Ｐ370）
○木質バイオマス発電の推進（冊子Ｐ370）

木質バイオマスボイラー

※上記の「冊子P○○」は、第2期高知県産業振興計画ver.3冊子（総論・産業成長戦略編）におけるその項目の掲載ページです

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 ～ ●立木の資産価値 20%アップ（H22年比） ●担い手数 1,732人（87人増）	○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	立木の資産価値 30%アップ （H22年比） 担い手数 1,756人
～木材の付加価値を高める～ ●製材品の生産量 30万㎥（30 %増）	○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の推進	製材品の生産量 35万5千㎥
～県外市場での認知度の向上～ ●県産材製品の県外出荷量 22万㎥/年（70%増） ～県内での県産材利用が拡大～ ●戸建て住宅の木造率 全国平均以上	○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	県産材製品の県外出荷量 26万㎥ 戸建て住宅の木造率 四国No.1
～森林資源を生かし切り木の価値をアップ～ ●木質バイオマス利用量 40.3万トン（78%増） （金額換算：28億円）	○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 53万トン （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～

水産業分野

現状

沿岸漁業生産額 348億円（H21）→ 396億円（H23）→ 409億円（H24）

水産加工出荷額 160億円（H21）→ 162億円（H22）→ 165億円（H23）

第2期計画ver.3の取り組み

H24 / H25 / H26 / H27

生産

◆漁業生産量の確保

○漁港・漁場の整備・活用

・漁獲の増加に貢献する「土佐黒潮牧場」の整備（冊子Ｐ394）

拡 活餌の魚種や確保手段の多様化を検討し、県内での安定確保を支援（冊子Ｐ396）

新 カツオ等の県内水揚げの促進に向けた協議会の設置（冊子Ｐ396）

黒潮町佐賀漁港に水揚げされたカツオ

○資源の確保と栽培漁業の推進

・磯焼け対策の実施や干潟の機能回復（冊子Ｐ398）

・大型種苗の集中放流と効果の検証（冊子Ｐ400）

○広く「漁業の担い手」を確保

拡 漁業就業者を確保し、本県の沿岸漁業・養殖業を活性化（冊子Ｐ406）

○漁業の収益性の向上

・底びき網の経営改善を支援（冊子Ｐ408）

新 定置網漁業の安定的な経営体制の確立（冊子Ｐ408）

○就労の場の確保

・定置網の漁協自営による就労の場の確保（冊子Ｐ410）

須崎市浦ノ内湾のブランド養殖マダイ「海援鯛」

◆養殖漁業の振興

○既存養殖漁業の振興

拡 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

新 協業化等に取り組む生産者に対し、小割や作業船等の設備投資を支援（冊子Ｐ428）

新 養殖漁家子弟等が起業する際の設備投資を支援（冊子Ｐ428）

○企業活力を活かした養殖漁業の振興

・高品質なカンパチ種苗の量産化（冊子Ｐ430）

新 マグロ人工種苗の安定確保（冊子Ｐ430）

流通・販売

◆水産物の販売力の強化と魚価の向上

衛生管理型清水新市場の入札風景

○魅力ある産地市場づくり

・拠点市場での荷捌き方法の改善や陸上集荷の実施（冊子Ｐ412）

・産地市場の計画的な統合（冊子Ｐ414）

○地産地消の推進

・県内の小・中学生を対象とした食育活動の展開（学校給食会と連携した食育活動の実施）（冊子Ｐ420）

○地産外商の推進

新 大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の推進
（高知家の魚応援店制度の創設）（冊子Ｐ426）

新 東京築地場外市場の「全国漁港マーケット（仮称）」を活用した首都圏でのPR・外商活動の強化（冊子Ｐ426）

全国漁港マーケットが開設予定の東京築地場外市場・千社額棟

新 県内水産関係者による県外での商談会・見本市への参加等を支援（冊子Ｐ422）

新 養殖魚等の地産外商を推進するための商品開発や市場調査等を支援（冊子Ｐ422）

加工

◆水産加工の裾野の広がりと新たな事業化

○水産加工業の新たな事業化の推進

・生産・流通・加工業者のマッチングによるビジネス機会の拡大（冊子Ｐ438）

・漁業者による6次産業の事業化（冊子Ｐ438）

新 多様なニーズに対応するための事業者間の連携を支援（冊子Ｐ438）

○伝統的な水産加工業の振興

・宗田節・シラス加工業の振興（冊子Ｐ440）

土佐清水元気プロジェクトの加工風景

※上記の「冊子P○○」は、第2期高知県産業振興計画ver.3冊子（総論・産業成長戦略編）におけるその項目の掲載ページです

4年後の目標（H27年度末）

安定した漁業生産の確保

●沿岸漁業総生産量を**7万トン以上**維持
（H22:69,046ｔ）
（H23:69,090ｔ）
（H24:72,952ｔ）

●新規就業者（中核漁業者）を**128名（32名／年）**確保

●販売金額が800万円以上の経営体
510経営体（22%）以上
（H20:20%）

県外市場での認知度向上・ブランド化

●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
18億円（5%）
（H22:16億円、4.4%）
（H23:20億円、5.7%）
（H24:17億円、4.8%）

地域の雇用の場を確保

●新たな水産加工業の取扱高
10億円増加
（H22:2億円）
（H23:3.2億円）
（H24:4.2億円）

●漁村における新たな雇用が**100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

さらなる飛躍へのポイント

・沿岸から沖合までの多面的活用

・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
（支援の充実、地元の理解促進）

・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

10年後の目指す姿（H33年度末）

海・資源と共存する土佐の漁業

●沿岸漁業生産量を7万トン以上維持

●新規就業者（中核漁業者）を320名確保

●販売金額が800万円以上の経営体
4人に1人（25%以上）

鮮度で勝負！土佐の魚

●大阪市場における本県産水産物のシェア
21億円（6%）

加工で広がる漁村の雇用

●新たな水産加工業の取扱高
40億円増加

●漁村における新たな雇用が650名増加

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～

商工業分野

現状

製造品出荷額等　4681億円（H22）→ 4995億円（H23）→ 4945億円（H24）

第2期計画ver.3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

拡 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（冊子Ｐ468）
- 継続的な適地調査（冊子Ｐ468）

拡 県内企業の設備投資の促進
- 自己資金要件（１５%）の廃止（冊子Ｐ468）

新 産業振興計画推進融資の追加
- 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

▲香南工業団地

○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（冊子Ｐ470）

○スキルを備えた技術人材の確保・育成
- 工業技術センターや高等技術学校等による技術支援・技術研修（冊子Ｐ470）
- 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（冊子Ｐ474）

新 県と労働局などとの連携強化による雇用の改善
- 県と労働局、産業支援団体で協定を締結し、共同で求人拡大を推進（冊子Ｐ474）
- 県と労働局で協定を締結し、雇用対策を推進（冊子Ｐ474）

ものづくり

新 産業振興センターの機能強化等による支援活動の強化
- ものづくりに関する総合相談窓口の設置、製品づくりや販売戦略に精通した専門家の配置などにより、ビジネスプランづくりから試作機の企画開発・製品の販売まで、企業の状況に応じて一貫したサポート（冊子Ｐ484）

拡 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を大阪、名古屋で開催（冊子Ｐ486）
- 高知ならではの地域資源を活用した業種(食品等)や、大きな雇用を生む業種　(コールセンター等)などの企業立地を推進（冊子Ｐ486）

▲ものづくり総合技術展

拡 成長分野の育成
- より早く、より大きな外商活動に結び付けるために、複数企業での商品開発を推進するなど２つの視点で施策を強化（冊子Ｐ480）

拡 防災関連産業の振興
- 防災関連製品販売メーカーとの製品相談会をより多く開催することにより外商を加速化（冊子Ｐ478）
- 開発した製品の「地消」「外商」までステージに応じた総合的な支援（冊子Ｐ478）
- 県、市町村での公的調達によるメイド・イン高知製品の地産地消の加速　（冊子Ｐ478）
- 防災関連産業交流会の開催（冊子Ｐ478）

拡 シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進
- ターゲットへの的確なアプローチによる入居促進、市町村等と連携した人材育成及び入居企業と地域の若者（大学生や専門学校生等）との交流の促進（冊子Ｐ486）

拡 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による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、コンテンツ事業の展開の入口から出口までの一貫した支援（冊子Ｐ482）

拡 ものづくりの地産地消・外商
- ものづくり補助金を活用した製品開発と県内への導入（冊子Ｐ484）
- 「地産地消」から全国へ売り込む「地産外商」への発展（冊子Ｐ484）
- 県外ニーズに対応したものづくり開発も支援（冊子Ｐ484）

販売の拡大（地消・外商）

新 産業振興センターの機能強化等による支援活動の強化【再掲】
- 県外見本市等への出展機会の拡充や出展者への事前事後サポートの徹底（冊子Ｐ492）

拡 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（冊子Ｐ496）
- 商工団体等の行う振興事業に対する支援（冊子Ｐ496）

新 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（冊子Ｐ496）

▲高知県外商支援製品カタログ

農林水・観光等の各分野での産業振興の

※上記の「冊子P○○」は、第2期高知県産業振興計画ver.3冊子（総論・産業成長戦略編）におけるその項目の掲載ページです

4年後の目標
（H27年度末）
（※はH24～H27の累計）

◆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。

- ●新規工業団地面積　20ha ※
- ●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※
- ●工業技術センター等での技術研修 1,600人※
- ●高等技術学校での在職者訓練 500人※
- ●高校生県内就職率 H22:58.1% →H27:72%

◆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。

- ●企業立地等の実現
  新増設　40件※
  製造品出荷額360億円
  新規雇用1,300人※
- ●ものづくり地産地消・外商補助金を活用した防災関連製品の開発数20件※
- ●成長分野育成支援
  事業化プラン認定件数:60件※
  販売額：H23: 2億円→H27:40億円
  新規雇用：110人※
- ●県内におけるソーシャルゲームの年商 20億円
- ●ものづくり地産地消・外商補助金を活用した製品開発数 60件(防災関連製品20件を含む) ※

◆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。

- ●見本市・商談会の開催（防災関連、ものづくり地産地消含む）
  受注金額： H23：2億円
  →H27：8億円 （20億円※）
- ●商店街通行者数　66,000人(休日)
  （H23の水準を維持）
- ●空き店舗率　13.4%(H24:14.08%)
  （H22の水準を維持）

製造品出荷額等 5000億円以上を目指す

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
（団地開発
：約25ha
→約45ha）

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
（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）

次世代の成長産業の育成
（南海トラフ地震対策と連動した防災関連産業の育成
：22億円）

地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり

10年後の目指す姿
（H33年度末）

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

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

観光分野

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.3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（冊子Ｐ516）
○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実（冊子Ｐ516）

観光資源の発掘・磨き上げの推進

○満足度の高い観光商品づくり（冊子Ｐ518）
○新たな観光資源の創出（冊子Ｐ520）
○産業間連携による観光消費の拡大（冊子Ｐ522）

広域観光の推進

拡 ○地域コーディネート機能の強化（冊子Ｐ522）
○県内各地域との連携による周遊観光の推進（冊子Ｐ524）
○県域を越えた連携の推進（冊子Ｐ524）

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（冊子Ｐ526）
拡 ○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開（冊子Ｐ526）
○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信（冊子Ｐ530）
○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致（冊子Ｐ530）
○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致（冊子Ｐ530）

リョーマの休日 Ryoma Holiday

人材の育成

拡 ○観光産業を担う人材の育成（冊子Ｐ532）
○観光ガイドの育成、技術の向上（冊子Ｐ532）
○観光事業者等へのおもてなし研修の実施（冊子Ｐ532）
○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（冊子Ｐ532）

おもてなしの向上

○おもてなしの気運の醸成（冊子Ｐ534）
○観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】（冊子Ｐ534）
○きめ細かな観光情報の提供（冊子Ｐ534）
○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保（冊子Ｐ536）
○観光基盤の整備（冊子Ｐ536）

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（冊子Ｐ538）
○年間を通じたスポーツイベント等の開催（冊子Ｐ538）
○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動（冊子Ｐ538）

国際観光の推進

拡 ○国別戦略に基づく誘致活動（冊子Ｐ540）
新 ○高知県の強みを活かした新たな誘客活動（冊子Ｐ542）
○受入態勢の充実（冊子Ｐ544）
○四国４県連携によるプロモーション活動の推進（冊子Ｐ544）

※上記の「冊子P○○」は、第2期高知県産業振興計画ver.3冊子（総論・産業成長戦略編）におけるその項目の掲載ページです

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
  [H24:26,064円]
- ●二泊以上の宿泊客数
  (H20) 85.5万人→100万人
  [H24:92万人]
- ●リピーターの数
  (H22) 75万人 →88万人
  [H24:84万人]
- ●首都圏からの観光客数
  (H20) 30.5万人→45万人
  [H24:49万人]
- ●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
  [H24:3.2万人]
- ●教育旅行等による入込数
  (H23年度) 0.8万人→1万人
  [H24:0.6万人]
- ●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%**
    [H24:78%]
  - **食事・料理店 74%**
    [H24:79%]
  - **観光施設 75%**
    [H24:78%]
  - **観光施設の美化 72%**
    [H24:73%]
  - **公共トイレの快適性 57%**
    [H24:55%]
  - **案内標識 53%**
    [H24:54%]
  - **タクシーの接客マナー 46%**
    [H24:43%]
- ●スポーツツーリズムの推進による新規入込客数
  2万人
  [H24:1.3万人]
- ●外国人延べ宿泊者数
  (H22) 1.6万人泊
  →3.2万人泊
  [H24:1.9万人泊]

●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～

地産地消・外商分野～食品分野～

現状

食料品製造業出荷額等 726億円（H22）→ 752億円（H23）→ 723億円（H24）

第2期計画ver.3の取り組み

H24 → H25 → H26 → H27

生産

○農産物の生産・出荷における高付加価値化の推進（冊子Ｐ272～280）
- 「学び教えあう場」の取り組みをさらに県内に広げる

○環境保全型農業のトップランナーの地位を確立（冊子P282～292）
- 天敵導入など安全・安心につながるIPM技術を全地域、全品目に普及
- オランダとの友好園芸農業協定を活かし、高収量・高品質に向けた「こうち新施設園芸システム」を構築

○漁業生産量の確保と養殖漁業の振興（冊子P396～430）

加工

拡 パートナー店を関西、名古屋に拡大するなど、市場ニーズに対応したマーケットイン型商品づくりの更なる強化（冊子P124）

新 「高知家」を代表する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（冊子P126）
○直販所を販売拠点とした加工品開発支援（冊子P98）
○農業・水産業の6次産業化支援（冊子P122）
- 農産物加工ができる人材を育成
- 農産物加工品のブラッシュアップを支援
- こうち型集落営農へのステップアップ支援
- 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（冊子P122）
- 多様なニーズに対応できる生産・販売体制の構築、事業者間マッチングによるビジネス機会の拡大

○伝統的な水産加工業の振興（冊子P440）
- 宗田節加工業・シラス加工業の振興

○県内企業の設備投資の促進
自己資金要件（15%）を廃止（冊子P114）

流通

○園芸品の基幹流通の強化（冊子P294～302）

拡 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（冊子P300）

拡 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（冊子P298）

○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（冊子P302）

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（冊子P134）

○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（冊子P138）

拡 地域産品商談会の拡充（県外量販店・卸とのマッチング強化）（冊子P138）

○関西・中部エリアでの仲介・あっせん強化（冊子P148～150）
○大型量販店等との包括協定を生かした全国展開（冊子P138）
○eコマースサイト「高知家のええもん屋」による地産地消・外商の支援（冊子P140）
○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（冊子P294）
○新園芸ブランドによる販売拡大（冊子P298）
○県外消費地市場とのネットワークの強化による県産水産物の販路拡大（冊子P142）

新 大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の推進（高知家の魚応援店制度の創設）（冊子P142）

新 買受人による直接取引、飲食店等とのネットワークの構築、東京築地場外市場の「全国漁港マーケット（仮称）」を活用した首都圏でのPR活動の強化（冊子P142）

◎◎ 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

※H24食料品製造品出荷額等がH23に比べ減少しているのは、規模の大きい事業所が製品構成の変化により他の分野に分類変えされたことによります
※上記の「冊子P○○」は、第2期高知県産業振興計画ver.3冊子（総論・産業成長戦略編）におけるその項目の掲載ページです

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

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

移住促進による地域と経済の活性化

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） ※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） （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 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

第2期計画ver.3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２ndステージと連動した「高知家の移住」ＰＲ(冊子P254)
・高知家特設サイトとの連携強化による移住ポータルサイトへの誘客
・高知家プロモーション２ndステージの取り組みと連動したイベントの開催
○観光・交流の促進(冊子P254)
○移住促進と各分野のプロモーション活動との連携強化(冊子P254)

新 ○移住ポータルサイトの機能強化(冊子P254)
⇒マーケティング手法を活用した機能の改善
○移住ポータルサイトへの訪問者増加対策リンクの拡大(冊子P254)
・ターゲティングアンケートの実施、ＳＥＯ対策等
新 ○アクティブな情報発信による「人財」誘致(冊子P254)
⇒各種メディアを通じた情報発信の強化
・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(冊子P254)
・コンテンツ(仕事、住む場所、趣味)の充実
○高知で暮らし隊会員を対象に「幸せ移住プランコンテスト」を実施(冊子P254)

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(冊子P254)
新 首都圏にコンシェルジュを配置し、きめ細かな相談対応や企業訪問を実施
○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(冊子P254)
新 新たなリーフレットの作成　・ふるさと定期便
○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(冊子P254)
○都市部での移住相談会等の開催(冊子P254)
・少人数相談会やセミナーの実施（先輩移住者を招へいし、活きた情報を提供）
・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
新 ○アクティブな情報発信による「人財」の誘致［再掲］
⇒民間人材ビジネス会社と連携した都市部人財に向けた情報発信
○移住希望者が情報収集等のために来高された際の同行などのサポート(冊子P254)
○移住体験ツアーの実施(冊子P254)

○官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営(冊子P256)
⇒官民協働による更なる移住者支援策の検討等
○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］
○市町村「専門相談員」の配置の促進（全市町村に普及を図る）(冊子P256)
○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及 (冊子P256)
○求人／就職情報の提供等によるＵ・Ｉターンの促進
○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〉
拡（農業）農業担い手育成センターによる相談から就農までの支援（長期研修の実施など）、新いなかビジネススクール・こうちアグリスクールの実施、研修手当・青年就農給付金の支給、農地等の情報提供、園芸用レンタルハウスの整備　など
（林業）林業就業支援講習・長期研修の実施、研修手当の支給　など
拡（漁業）漁業体験研修・長期研修の実施、研修手当の支給、漁船のリースへの支援、養殖ビジネススクールの開講　など
○高知ふるさと応援隊の導入や活動の支援
○ニーズに応じた地域独自のインターンシップの実施

新 ○移住者向け住宅の確保促進(冊子P256)
⇒空き家所有者の不安を和らげる市町村、ＮＰＯ等による空き家の中間保有の促進
⇒ＮＰＯ等によるお試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備促進
⇒市町村やＮＰＯ等による空き家内の荷物の整理・処分を支援
○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(冊子P262)
・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
新 ○アクティブな情報発信による「人財」の誘致［再掲］
⇒都市部人財の円滑な移住の実現をサポート（都市部での座学や高知での実地研修の実施、OJT・OFF-JT研修を支援など）
新 ○民間支援団体による全県的なネットワークの形成を支援(冊子P256)

○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(冊子P262)
○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(冊子P262)

◆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)
(H25：342,980件)

●移住相談件数
3,400件
(H23：599件)
(H25：1,817件)

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

◆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)
(H25：18市町村)

●全市町村でお試し滞在住宅等の移住者支援住宅が整備
(H23：11市町村)
(H25：17市町村)

●地域移住サポーターの委嘱と普及
300人
(H25：28人)

※上記の「冊子P○○」は、第2期高知県産業振興計画Ver.3冊子（総論・産業成長戦略編）におけるその項目の掲載ページです

6 地域アクションプランの主な取り組み

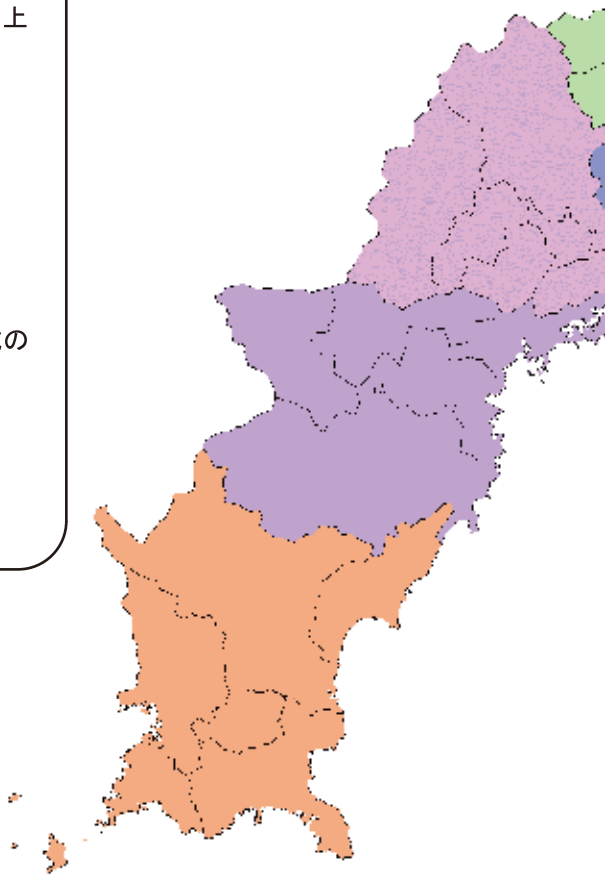
さらなる挑戦へ！　きめ細かくサポート！

一つひとつの取り組みが実を結び、しっかりとビジネスとして育ち、さらに地域の中で他の事業とつながることで地域の基幹産業として育っていくよう、支援していきます。

仁淀川地域　36事業

- 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
- 薬用作物の産地拡大による所得の向上
- 力強い高糖度トマト産地の確立
- 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
- 特用林産物の販売拡大
- うるめのブランド化
- 「土佐和紙」の販売促進と保存・継承
- 集客施設を核にした高岡地区の活性化
- ㈱フードプランを中心とした農山村6次産業化の推進
- 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）
- 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
- 「奇跡の清流仁淀川」流域の広域観光推進
- 歴史的風致維持向上計画の推進
- 越知町の総合的な観光推進と地場産品の販売促進
- 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

など



幡多地域　45事業

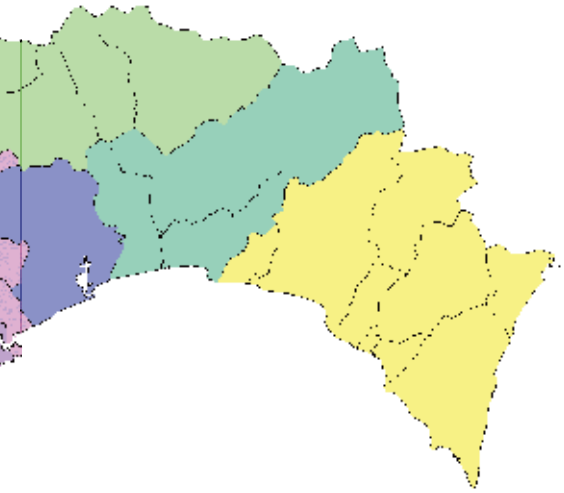
- 洋ランのブランド確立・流通促進事業
- 新 6次産業化推進による地域農業振興事業
- 三原村農業公社を核とした農業支援システムの構築
- 町内の持続可能な山林資源を活用した製炭事業
- 民間企業との連携による水産物の販路拡大
- 直七の生産、加工、販売の促進
- 地域資源を統括したプログラム構築によるしみずの元気再生事業
- 新 土佐清水発！宗田節が良くでる加工施設整備・販路拡大事業
- 地元農産物を使った商品開発事業
- 栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト
- 西土佐拠点ビジネス推進事業（売り出せ西土佐プロジェクト）
- 拠点ビジネスの推進（大月町まるごと販売事業）
- 佐賀地区の地域資源を活用した拠点ビジネスの推進
- 水産物加工施設整備事業
- 新 防災関連新産業創造事業
- 幡多広域における滞在型・体験型観光の推進
- 新 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　など

高幡地域　46事業

- 葉にんにくを活用した加工食品の生産・販売の拡大
- 梼原産キジ肉の生産・販売の拡大
- 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
- 新 四万十の生姜プロジェクト
- 「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
- 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
- 新 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
- 新 津野町森林・林業再生プロジェクト
- 四万十の栗再生プロジェクト
- 地域産物を活用したお魚チップスの生産・販路の拡大
- 中土佐町地域ブランドの創出と販売促進
- シイラ加工食品の生産拡大
- 津野町地産地消・外商販売戦略
- 新 高幡地域における広域観光の推進
- 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
- 新 しまんと時間満喫プロジェクト
- 直売所・農家レストランを核とした「地消地産」の推進　など

嶺北地域　28事業

- れいほくブランドの園芸産地の維持
- ユズ産地の確立と加工・販売の促進
- （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
- JA出資型法人を核とする地域活性化の取組
- 直販所「本山さくら市」を核とした地域活性化の取組
- 土佐あかうしの競争力の確保による肉用牛産業の再興
- 土佐はちきん地鶏・大川黒牛を活用した畜産業の活性化
- 大型製材工場の設置による地域材の利用の促進
- 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
- 嶺北地域の連携による交流人口の拡大
- 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
- 嶺北地域の連携による移住促進の取組
- 地域内高校と連携した将来の担い手育成に関する取組
- 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　など



第2期計画ver. 3 （平成26年度）の
地域アクションプラン数２４５ 事業

物部川地域　24事業

- 還元水を活用した野菜の生産体制の構築とブランド化
- エメラルドメロンの販売力向上対策
- 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
- 地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充
- 加工品販売による夜須地域の活性化
- 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組
- シイラ等の加工商材活用
- 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
- 広域観光の取組の推進
- 民有林における素材の増産　など

高知市地域　32事業

- ナシ産地の振興とブランド強化
- 「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
- 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
- 県産材を使った安心・安全の木造住宅の普及促進
- 春野地区の農産物（トマト等）の付加価値向上
- 地域の食材を活かした包あん食品の開発・製造・販売
- 県産竹材を用いた新規分野への製品展開
- 防災食の開発・製造・販売
- 「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
- 地域の農産物を使った菓子類等の外商の推進
- 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
- 中心商店街でのアンテナショップの運営
- 近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進
- 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　など

安芸地域　34事業

- 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
- 土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化
- 加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上
- 新 地域食材を活かした奈半利町の特産品づくりの推進
- キラメッセ室戸「楽市」の機能強化
- 海の駅を拠点とした地域振興
- 安芸地域の観光振興の推進～東部地域博覧会の開催～
- 世界ジオパーク認証を活かした観光の振興
- 新 岩崎弥太郎生家を核とした観光振興
- 新 藤村製糸を活用した観光振興
- 新 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
- 安田中山地区の活性化プロジェクト
- 新 北川村温泉を核とした中山間振興
- 新 馬路村魚梁瀬地区の活性化プロジェクト　など

7 産業振興計画のこれまでの取り組み

Ⅰ ～ 地産外商の加速化 ～

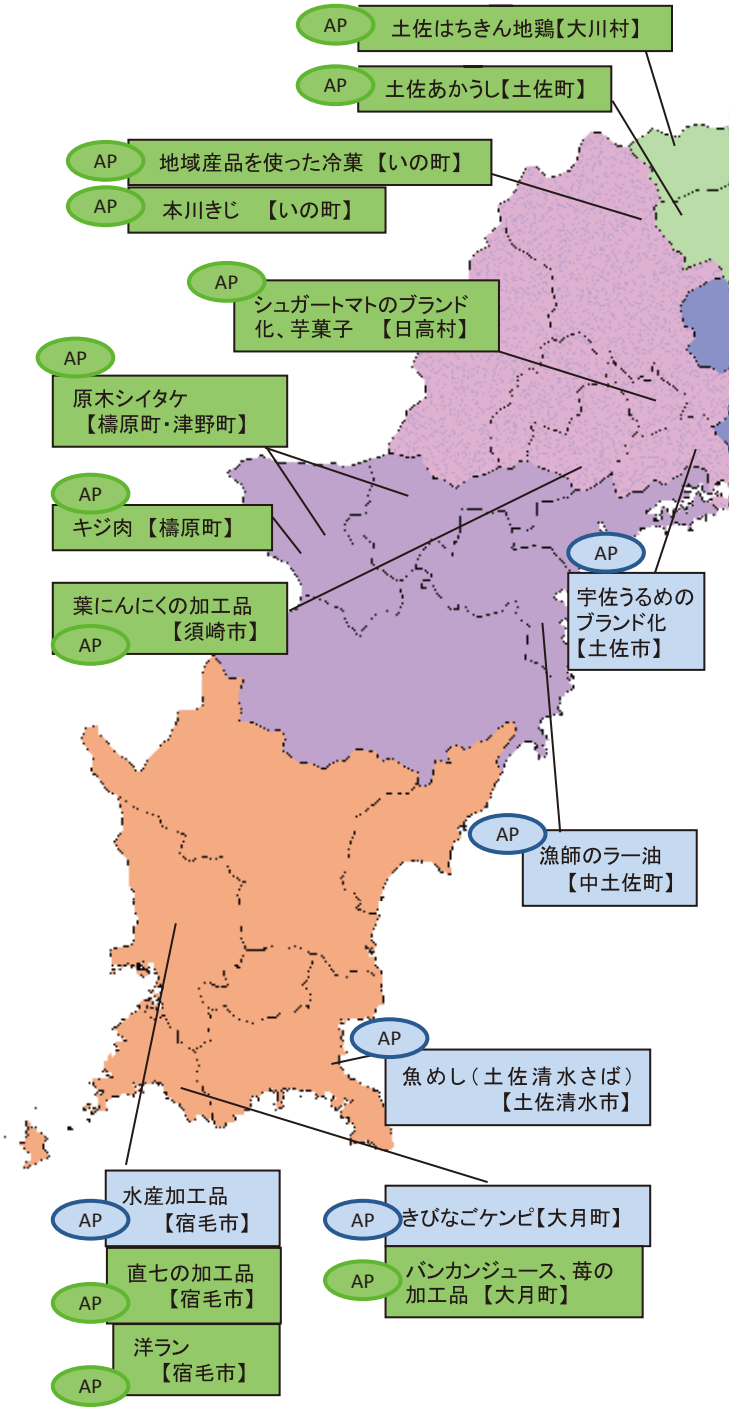
外商機会が飛躍的に拡大

○首都圏、関西・中部地区を中心とした外商機会の確保
◇高知フェアの開催、展示・商談会への出展が大幅に増加
H20(年度):13件→H21:72件→H22:111件
→H23:129件→H24:143件→H25:188件
※地産外商公社の活動を含む

地産外商公社の活動状況（平成25年度）

○県内事業者の営業活動と商品の磨き上げ支援
◇外商活動による成約
H22:444件（定番264件）→H23:1,327件（定番611件）
→H24:2,603件（定番1,117件）→H25:3,333件（定番1,828件）
＜活動の状況＞
・店舗での試食・商談会（139回・目標100回）
・高知フェア（63回・昨年度50回）
・「スーパーマーケット・トレードショー」、「FOODEX JAPAN」への出展
・個別の営業活動（761回の企業訪問・昨年度541回）
・商談会に向けた事前セミナーの開催
◇テストマーケティング・催事（179商品・目標180商品）
○アンテナショップ「まるごと高知」の運営
・売上約4.2億円・目標4.0億円
・来店者数約69.5万人（目標77万人）
○高知県の情報発信
これまでのノウハウを生かしてメディア露出を増やすなど、時機を捉えたプロモーション活動を展開
◇高知家プロモーションをスタートし、最初の約1カ月で3.1億円の広告効果
◇プロモーション活動による広告効果68.1億円（高知家を含む）
目標25億円
◇観光・ふるさと情報コーナーへの観光等の相談件数1,217件（昨年度1,350件）

○機械系ものづくり企業の外商機会の確保
・見本市、商談会の開催
H21: 6回 参加企業82社2団体 成約件数 241件
→H22: 9回 参加企業159社5団体 成約件数1,252件
→H23:12回 参加企業123社 成約件数43件
→H24:14回 参加企業139社1団体 成約件数52件
→H25: 45回 参加企業187社1団体 成約件数66件



海外での販路開拓への挑戦

○県、貿易協会、海外事務所が一体となった県内事業者の支援
◇貿易促進コーディネーターによるサポート H21～H25:延べ1,547件
⇒台湾、香港などを中心に新たに貿易に取り組む企業が増加
◇海外における販路開拓支援
・シンガポールや台湾等でのフェアの開催 H22:6回 H23:4回 H24:5回 H25:3回
・ユズ果汁等の輸出が拡大
欧州横断ユズプロモーション（スペイン・デンマーク・ベルギーでのユズ賞味会開催）
（輸出:青果玉3トン、果汁14.4トン）
・オーストラリアのメルボルンでユズ賞味会開催
・オランダのアムステルダムで開催された「ワインプロフェッショナル2014」に出展

（H21～H25）

◆ 地産外商に向けた地域アクションプランの主な取り組み

※ AP … 地域アクションプランに掲げられている取り組み

地域アクションプランの事業概要は p.49～

◆ 農林水産物の都市部への挑戦

農産物の販売拡大

○パートナー量販店で販促活動を強化
○中食・外食等の業務加工需要の顧客開拓数 45件
（H21.6月～H26.3月）※レストラン、惣菜チェーン店など

畜産物の販路開拓

○県内外での畜産物の新規取扱店舗の開拓
（H21.3月～H26.3月）

土佐あかうし	113店
土佐はちきん地鶏	298店
土佐ジロー	54店

高知県漁協の県外マーケットへの展開

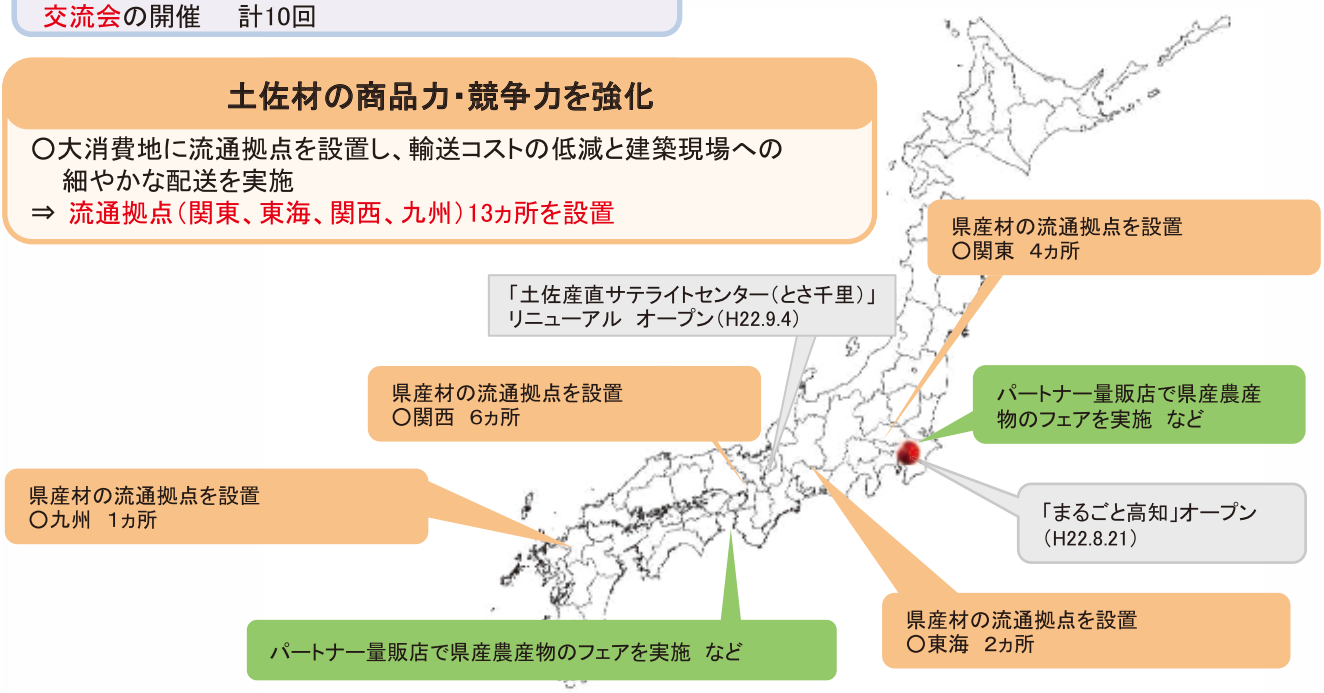
○県外業務筋からの発注や高知フェア等のイベント販売に対応 （H21～H26・1月：66百万円）

「土佐の魚」大消費地とのネットワークづくり

○関西・中四国市場関係者との合同会議の開催 計3回
○大消費地市場（大阪、名古屋、築地）と県内産地との交流会の開催 計10回

土佐材の商品力・競争力を強化

○大消費地に流通拠点を設置し、輸送コストの低減と建築現場への細やかな配送を実施
⇒ 流通拠点（関東、東海、関西、九州）13ヵ所を設置



Ⅱ ～県内での「ものづくり」の推進と新産業の創出～

◆ 食品加工の取り組み(地域アクションプランの取り組みは右図参照)

マーケットイン型の商品づくりの取り組みが前進

○首都圏の高質系スーパー(4社)との連携による商品評価、面談、テスト販売などを通じてマーケットニーズに対応した商品の開発・磨き上げを推進
参加:85社　255商品(全社に対して面談・商品評価を実施)
うちテスト販売:52社　145商品
○産業フードプロデューサーとの面談などを通じて、飲食チェーン店など業務筋向けの商品の開発・磨き上げを推進
参加:53社(全社に対して面談・商品評価を実施)
マッチング:21社(商談継続中を含む)

水産加工の取り組みが前進

○計画実行開始を契機に地域アクションプラン等により、水産加工の取り組みを推進

ユズ搾汁施設の大幅な強化

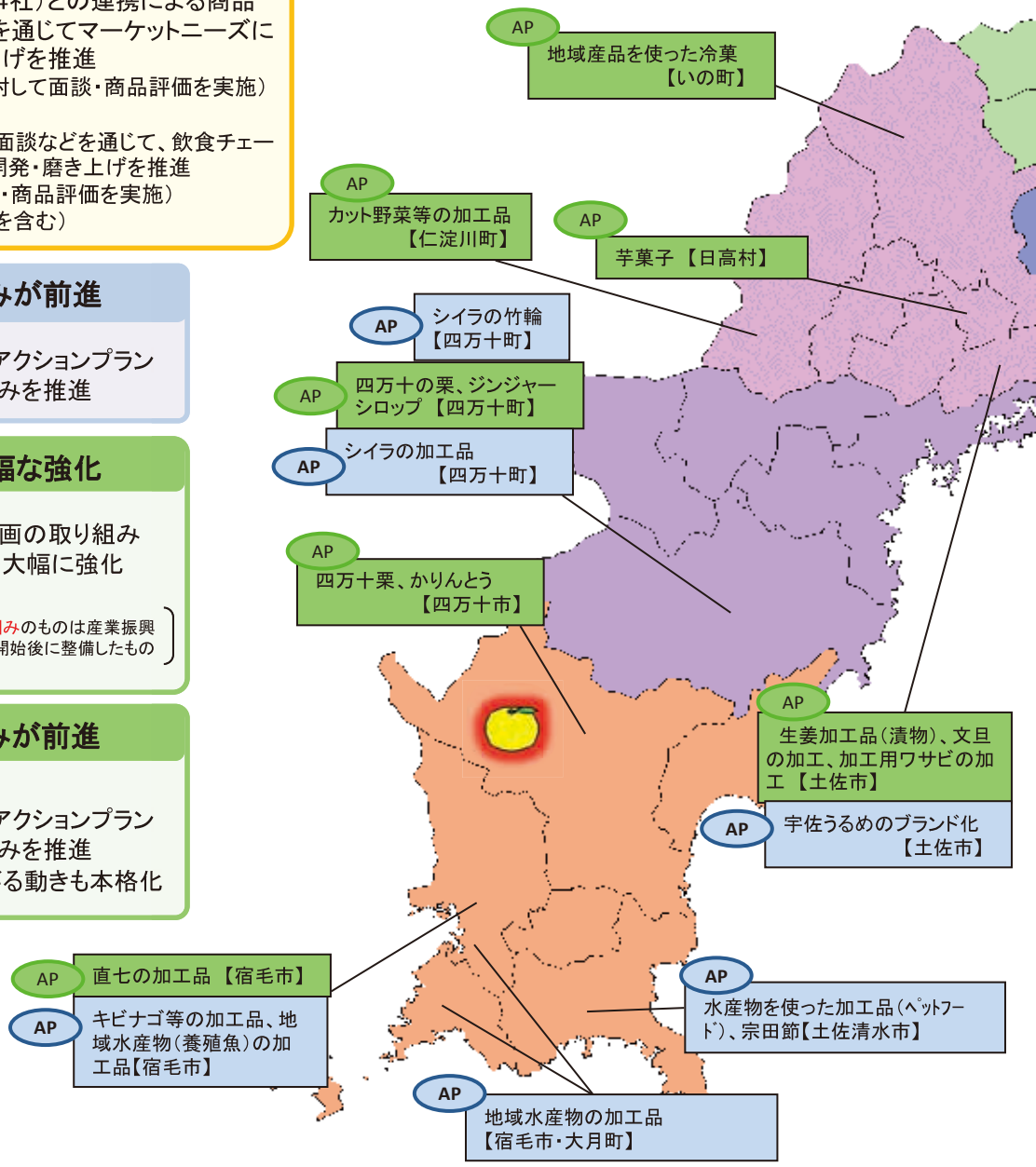
○県内8施設のうち産業振興計画の取り組み開始後に4施設が搾汁能力を大幅に強化

ユズ搾汁施設　(赤い囲みのものは産業振興計画開始後に整備したもの)

農産加工の取り組みが前進

○計画実行開始を契機に地域アクションプラン等により、農産加工の取り組みを推進
○地産地消・地産外商につながる動きも本格化

※ AP … 地域アクションプランに掲げられている取り組み



◆ 新商品の開発等

試験研究機関との共同研究による新商品の開発

○機械・金属:自動車ハンドル、減圧蒸留抽出装置
スラリーアイス小型製氷装置、
柑橘類「搾汁システム」
○食品加工:リキュール、お魚チップスなど
商品化180件(H21～25年度)
○紙産業:災害備蓄用毛布「不織布毛布」、
プラチナ印刷用和紙土佐白銀紙など
商品化25件(H21～25年度)
○海洋深層水:深層水スジアオノリ
(生産量　H20:1.5t → H25:2.8t)

農商工連携等による「ものづくり」が進展

○農林漁業者と中小企業者等の連携による製品づくりを支援
(こうち農商工連携基金)のべ41件(H21～25年度)
例)シイラ漁業再生を目指したシイラ加工食品等の開発
【㈱けんかま・興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合】

○地域資源を活用した中小企業等の経営革新や産業間連携の研究成果の事業化等への取り組みを支援
(こうち産業振興基金)のべ551件(H21～25年度)
例)地域資源循環につながる国産柑橘加工技術の刷新
【兼松エンジニアリング㈱・高知県工業技術センター・県畜産試験場】

◆ものづくりの地産地消、企業誘致

「ものづくりの地産地消」が進展

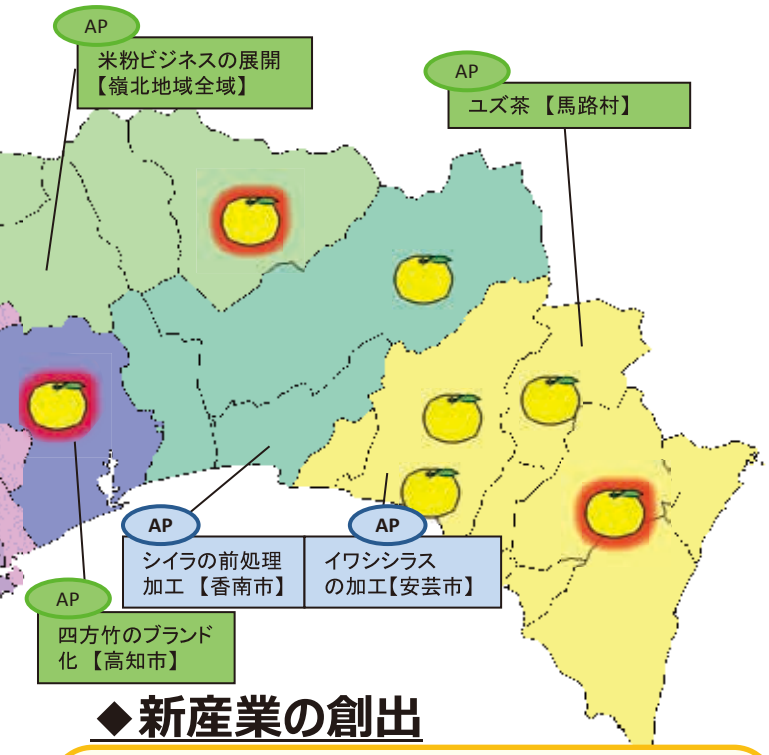
○ものづくり地産地消センターの設置（H23年度）
⇒「ものづくり」に関して寄せられる様々な相談に対して一元的に対応
相談件数：451件　マッチング件数：62件（H25年度）
※産業振興センター外商支援部と統合し、ものづくり地産地消・外商センターに改編（平成26年度～）

○試作開発への支援
（ものづくり地産地消推進事業費補助金）〈完了件数〉
⇒12件（H23年度）、23件（H24年度）、24件（H25年度）
例）可働設置型循環式水洗トイレ、流出防止装置付農業用防災重油タンク、柑橘搾汁機械システム

○食品加工試作機能の強化（食品加工研究棟の設置）（H23年度）
⇒県内事業者が加工食品の試作開発が行えるよう、工業技術センター内に設置
利用事業者数：34事業者
のべ利用回数：107回（H25年度）

ものづくり企業等の立地が拡大

○48件の企業立地が実現（H21～25年度）
⇒ フル操業時の新規雇用1,314人、出荷額239億円の増



◆新産業の創出

防災関連産業の振興

○防災関連製品のPR（県内展示品・パンフ配布・市町村訪問等）によって、「防災分野の地産地消」の意識が高まり、外商活動に不可欠な「県内での導入実績づくり」の動きが活発化
防災関連製品の県内での導入状況：23製品（海水淡水化装置、避難階段等）
○産業振興センター外商支援部等と連携した販路開拓支援による、新規取引先の獲得や受注の拡大
商談：3,281件、見積依頼：697件、
成約：160件（約6,700万円）、代理店契約：50件(H24～25年度)

成長分野での新ビジネスの創出

○成長が期待される分野（食品、天然素材、環境、健康福祉）で事業化への取組みを支援し、新たなビジネスを創出
（研究会参加数：548名（H25年度）
⇒事業化プラン認定61件（H21～25年度）
売上高：10.6億円、新規雇用者数：53人（H21～25年度上半期までの累計）
⇒研修会会員数（企業＋支援機関）H21:160→H25:352

中山間地域等における産業の創出

○中山間地域等で市町村等が運営するシェアオフィスへの入居促進と、入居事業者の事業活動を支援
支援箇所：3施設
入居予定事業者：6事業者

コンテンツビジネスの創出

○ソーシャルゲーム等の開発やその他のコンテンツビジネスに取り組もうとする県内企業を官民協働で支援
⇒高知発コンテンツビジネスの事業化
事業化プラン認定8件（ソーシャルゲーム6件、その他2件）
（H22~H25年度）
⇒県内企業によるソーシャルゲームの開発
5件のゲーム化（H23～25年度）

建設業の新分野への進出促進

○建設業者の持つ能力を生かし、農林業や介護・福祉など、新たな分野へ進出しようとする建設業者を支援
⇒新分野進出　H20:75社→H25:263社（累計）

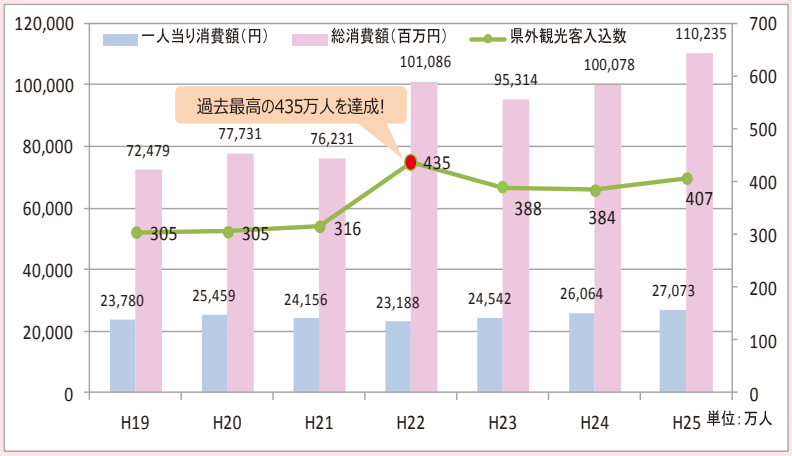
ものづくり地産地消センターによるマッチング事例

	機械開発 紅茶葉チョッパー機の開発	共同研究先に関する相談 浮力ベストの開発	材料提供者に関する相談 食品原材料のマッチング
	お山の茶　明郷園 （有）アイ．テック	（株）マシュール 高知工業高等専門学校　環境都市デザイン工学科	（株）亜俚亜 徳谷レッドクラブ
相談内容	紅茶の製造過程で使用する茶葉を切断する機械を作ってほしい。	防災ベストに付与するフローティング機能の開発を依頼できる機関を紹介してほしい。	県内産のトマトピューレを紹介してほしい。
対応	高知県工業会と協議し、希望企業を募り、（有）アイ．テックとマッチング。支援制度として「高知県ものづくり地産地消推進事業費補助金」への申請をすすめる。	高知工業高等専門学校環境都市デザイン工学科山崎利文教授を紹介。中小企業庁の「平成24年度補正ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金」への申請をすすめる。	県地産地消・外商課食品加工推進室と協議し、3社を紹介。
結果	上記事業の採択を受け、試作開発を行い、平成26年3月に試作機が完成。	中小企業庁の補助金を活用し、平成25年7月から共同研究を開始。平成26年3月に完成。	3社のうちJA高知市一宮支部徳谷レッドクラブからサンプルを取り寄せ試作。「徳谷」のブランド使用の承認を受け、平成25年9月から「徳谷とまとろーる」として販売開始。
支援制度や表彰など	高知県ものづくり地産地消推進事業費補助金（高知県商工労働部工業振興課）	平成24年度補正ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金（中小企業庁）	平成25年度高知家のいいものおいしい物発見コンクールで優秀賞受賞。（高知県産業振興推進部地産地消・外商課）

Ⅲ ～ 観光の推進 ～

◆ 全国に通用する観光地づくりの主な取り組み事例

これまでの取り組みによる成果



龍馬伝の追い風、官民挙げての「土佐・龍馬であい博」の取り組みにより、平成22年は400万人観光、1,000億円産業を実現。 反動減が懸念された県外観光客入込数も、平成22年以前に比べて高い水準を維持。
ドラマや映画の効果もあり、平成25年には再び400万人観光を達成。

地域観光の推進

〇観光人材育成塾「とさ旅セミナー」の開催
・地域観光の担い手を育成するため、県内3ブロックで開催し、39名が参加

〇広域観光組織の取り組み
現在、県内で6組織※
※地図上の黄色囲み　　は、広域で観光振興に取り組む組織

〇体験プログラム等の磨き上げ
・観光アドバイザーによる観光ガイド・インストラクター研修を実施し、体験プログラムの質の向上につなげる
⇒ 3,756 名参加（H21～25年度）
・体験ツーリズムの推進による交流人口の拡大
漁業体験メニューをプログラム化し、旅行商品として整備
（整備済：9地区）

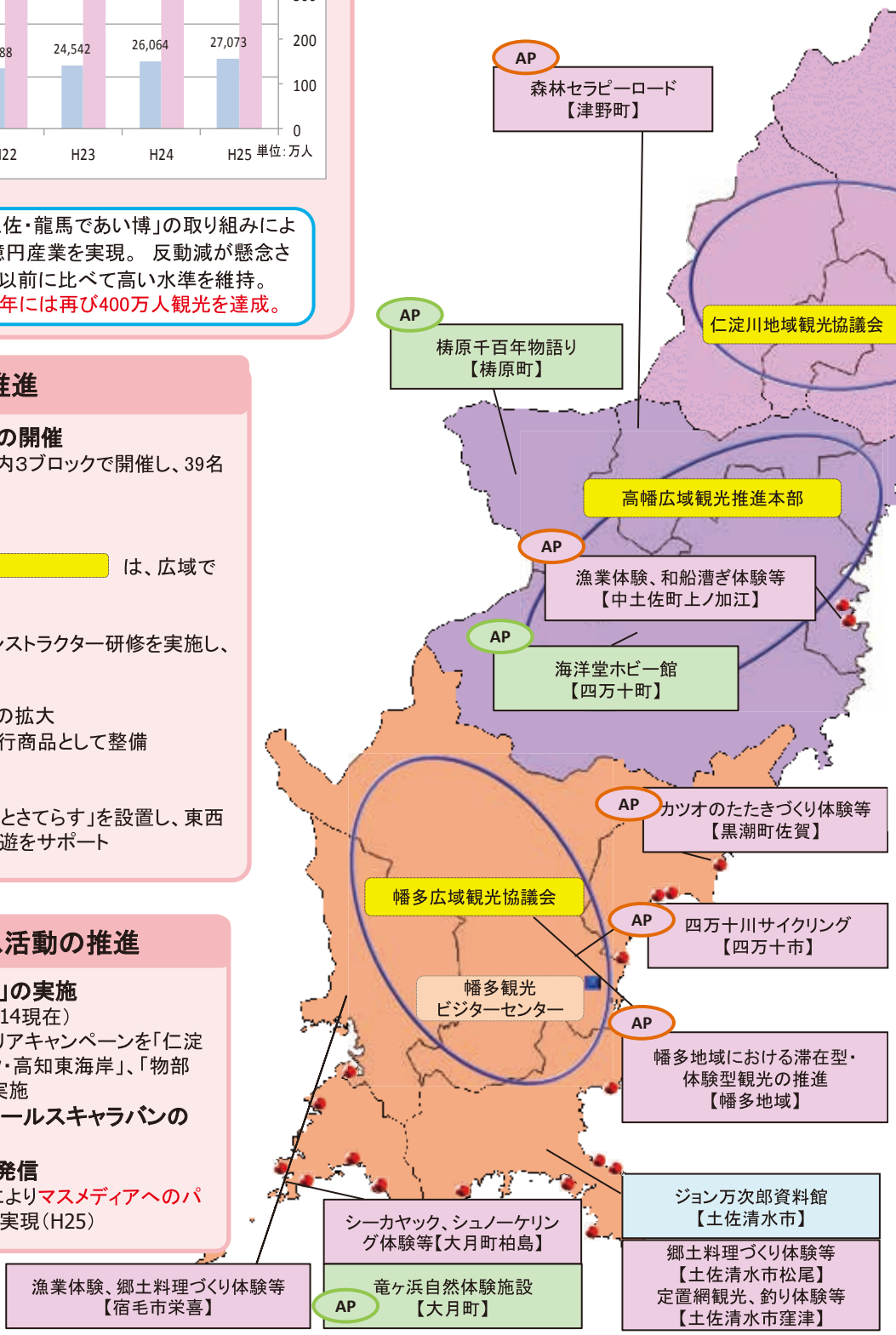
〇地域の周遊を促す取り組み
・JR高知駅南口に高知観光情報発信館「とさてらす」を設置し、東西の広域観光案内所とともに観光客の周遊をサポート

効果的な広報・セールス活動の推進

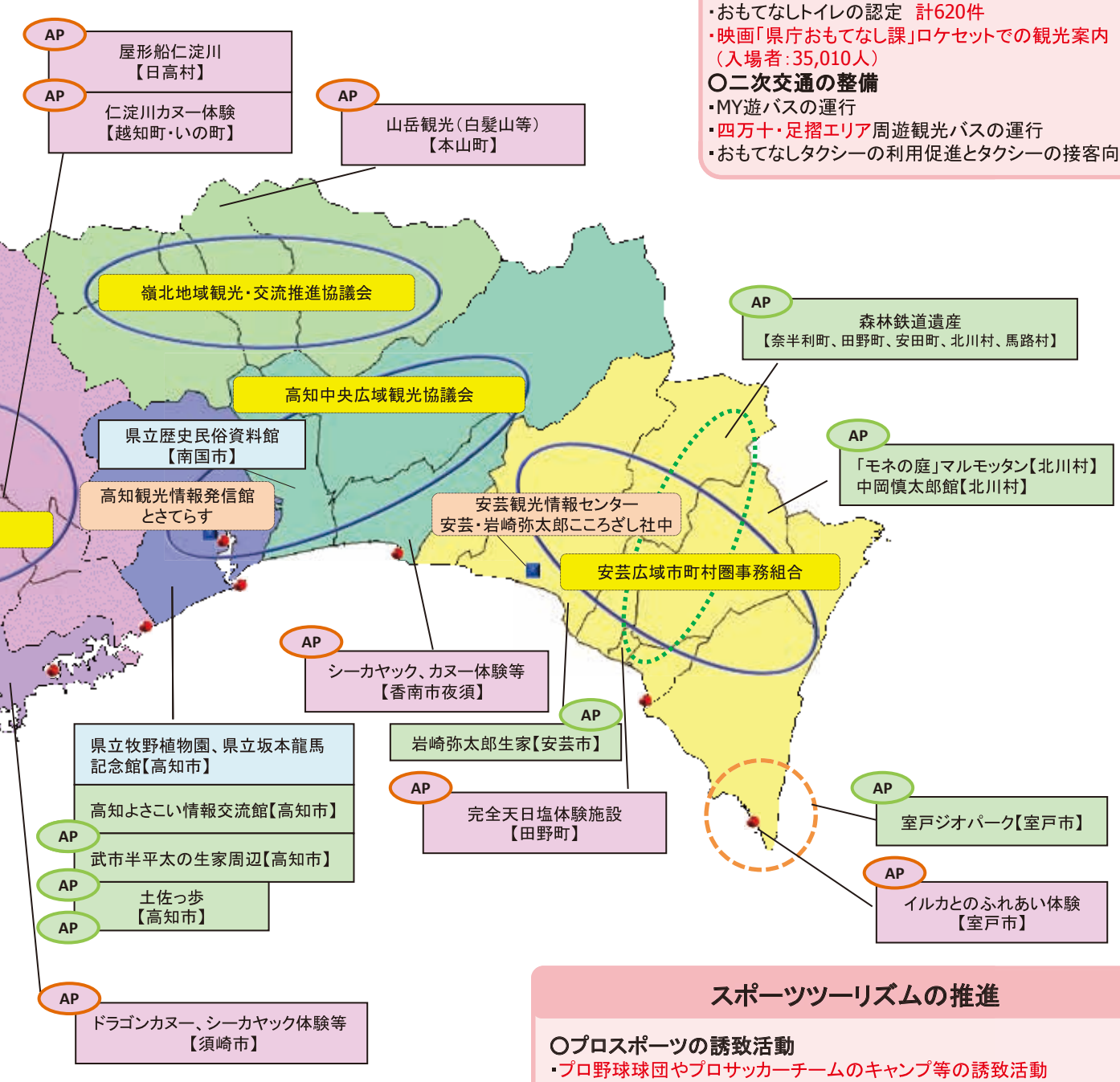
〇観光キャンペーン「リョーマの休日」の実施
・龍馬パスポート発行：73,527人（H26.5.14現在）
・季節ごとの地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーンを「仁淀川」、「高幡・四万十」、「室戸ジオパーク・高知東海岸」、「物部川」、「四万十・足摺」の5つのエリアで実施

〇官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバンの実施

〇首都圏等のマスメディアでの情報発信
・県外事務所や地産外商公社との連携によりマスメディアへのパブリシティ活動を強化し、49件の露出を実現（H25）



※ AP … 地域アクションプランに掲げられている取り組み



おもてなしの向上

○受入態勢の整備
- 県外観光客に対する満足度調査の実施
- 観光ガイド団体の増加
  H20：14団体 → H25：28団体
- 高知県観光ガイド連絡協議会の設立（H23.3月）
- おもてなしトイレの認定　計620件
- 映画「県庁おもてなし課」ロケセットでの観光案内（入場者：35,010人）

○二次交通の整備
- MY遊バスの運行
- 四万十・足摺エリア周遊観光バスの運行
- おもてなしタクシーの利用促進とタクシーの接客向上

スポーツツーリズムの推進

○プロスポーツの誘致活動
- プロ野球球団やプロサッカーチームのキャンプ等の誘致活動

○スポーツイベントの開催
- ミズノグローイングアップリーグ、県知事杯サーフィン大会in平野、コグウェイ四国、ラグビートップリーグ公式戦、中土佐タッチエコトライアスロン、四万十・足摺無限大チャレンジライド、高知龍馬マラソン、プレシーズンマッチ等

○合宿の誘致
- アマチュア合宿：17,443泊（H25）

国際観光の推進

○東アジアを主要なターゲットにした誘致活動の推進
- 「龍馬伝」の海外放送にあわせた高知県CMを台湾・韓国にて放送
- 台湾、韓国等の旅行会社へのセールス活動の実施
- 台湾、韓国等からの チャーター便の就航
  合計46便　5,135人が来高（H21～25年度）
- 海外ウェブサイトの開設や海外イベントへのよさこい参加による情報発信
- 国際ジオパークツーリズムネットワークの構築

Ⅳ ～ 地域産業の育成強化・地産地消の徹底 ～

◆ 生産地の足腰を強める取り組みの主な事例

まとまりによる農業生産技術のレベルアップ

○「学び教えあう場」設置数　H20：123　→　H25：205
・篤農家数　H20：123名→H25：205名
・参加率　H20：43.5%→H25：70.2%

消費者に選ばれる産地づくり

○環境保全型農業を県内全域・全品目に普及させるため、IPM（総合的な病害虫や雑草の管理）技術の普及や有機農業の推進、オランダとの交流などを実施
・IPM技術体系数　H20：5品目　→　H25：11品目
・ナス類天敵導入面積率　H20：26%　→　H25：94%
・ピーマン類天敵導入面積率　H20：48%　→　H25：92%
・オランダウェストラント市－高知友好園芸農業協定の締結（オランダの技術者を招き、技術セミナーを開催）

地域で生活できる所得を確保する「こうち型集落営農」の展開

○こうち型集落営農組織数：17組織
○集落営農組織数：190組織（H25.10月末）
⇒　うち5組織が法人化
（四万十町影野、黒潮町荷稲、宿毛市中角、四万十町平野、土佐清水市宗呂）

成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みが動き出す

○銘建工業や大豊町、林業関係団体が出資する「高知おおとよ製材」が設立（H24.1月）され、平成25年８月に稼働を開始

原木生産の拡大に向けた「森の工場」の推進

○効率的・計画的に木材生産を行う「森の工場」の整備
H25年度末：131工場　65事業体　59,056ha

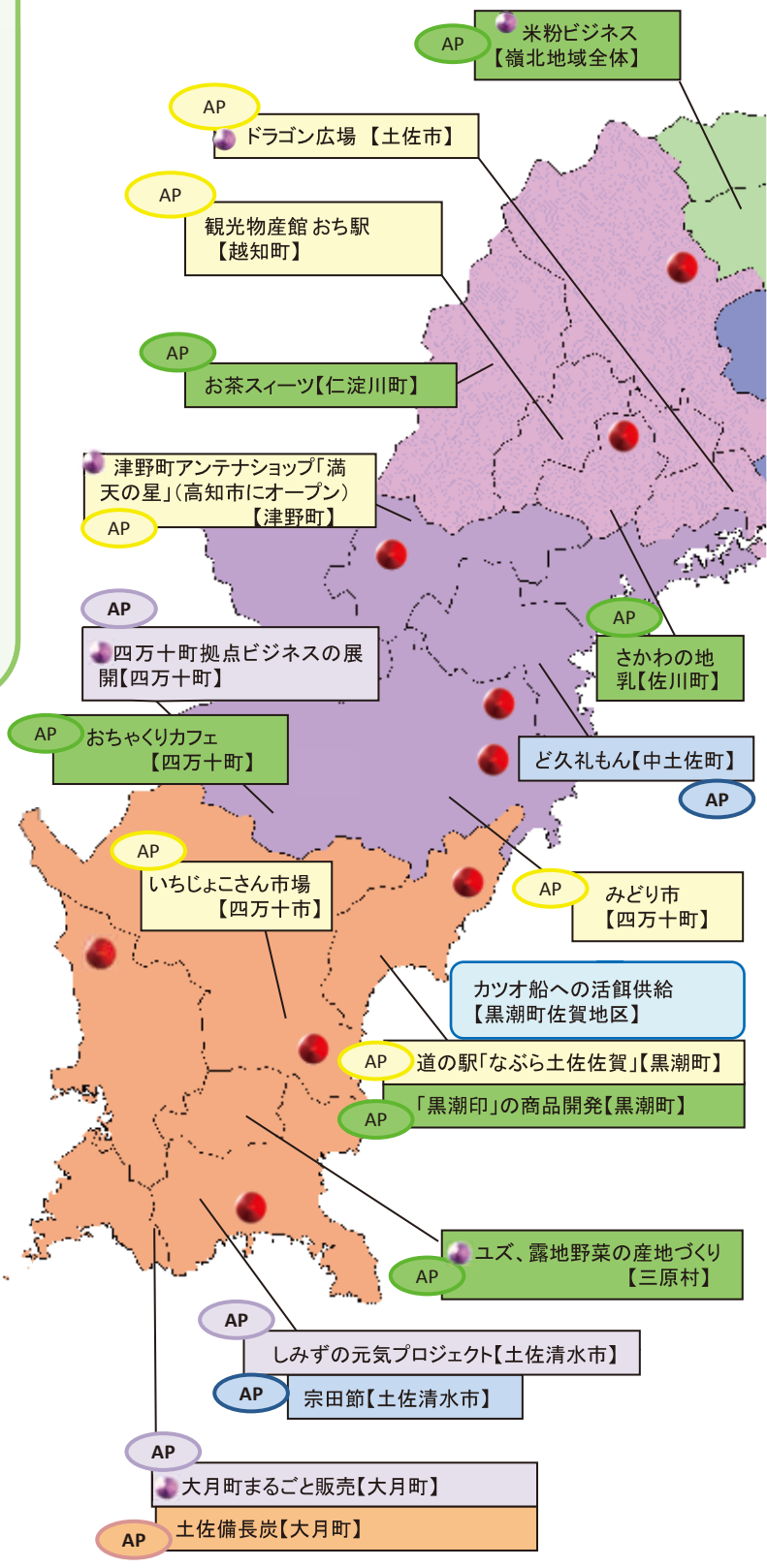
黒潮牧場の15基体制による漁獲増大

○最適な配置を検討するため、黒潮牧場を15基体制とし、効果の把握に着手
○低コスト浮魚礁を導入し、設計上約13%整備コストを縮減

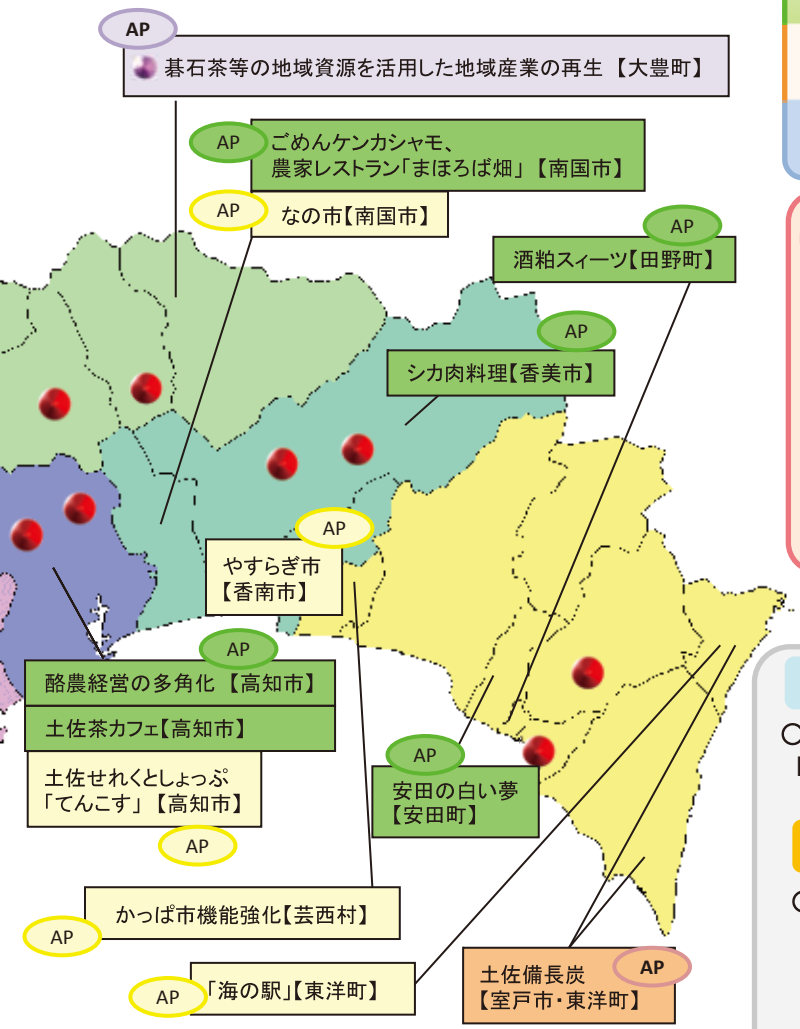
活餌の供給でカツオの地元水揚げを増大

○カツオ一本釣用活餌（生きたイワシ）の供給事業を黒潮町佐賀地区でH22.1月から開始
⇒直接効果：黒潮町佐賀地区へのカツオ水揚げ促進（H25：245,835千円）

◆ 地域での多角的な展開



※ AP … 地域アクションプランに掲げられている取り組み



◆ 担い手確保の状況

農林漁業を支える担い手を育てる

○新規就農者数が増加
H20：114人 → H25：263人

○林業従事者が増加
H24年度： 1,662人（H20年度から121人増）

○新規漁業就業者が増加
H20年：28人→H25年：37人

県外からの移住が拡大

○移住・交流コンシェルジュ（総合案内人）を配置（6名）
・ データベースを活用し、移住希望者に対してきめ細かなフォローアップを実施
・ 移住相談件数（県の相談窓口）
H24年度：789件 → H25年度：1,076件
・ 移住者数
（県・市町村の相談窓口等を通して移住した人数）
H24年度： 121組225人
→H25年度：270組468人

◆ 地産地消の徹底

地産地消の拠点（直販所）が売上目標を達成

○直販所売上高
H24年（暦年）：80億円（目標：80億円）

県産品アンテナショップ「てんこす」

○テストマーケティングも含めた県内各地域の産品の販売、カフェでの県産品を使ったメニューの提供
⇒ 開業4年目で売上げ1億5,000万円達成(H26年2月)

土佐茶の売り上げを伸ばす

○土佐茶の販売推進体制を構築し、生産から流通・販売までの対策を強化
・ 土佐茶PR拠点「土佐茶カフェ」開設 （H22.12月）
・荒茶・仕上げ茶の生産性・品質向上。ティーバッグ・パウダーの商品化
・新ブランド「土佐炙茶」の立ち上げ（H25）

木材の地産地消が拡大

○県産木材利用住宅の建築の促進
H21年度：314戸→H25年度：401戸

木質バイオマスの活用が拡大

○木質バイオマスボイラーの導入拡大
208台（H25年度まで）
○木質バイオマスのエネルギーとしての利用拡大
H21年度 227,000t → H24年度 293,000t

「土佐の魚（いお）」の消費拡大に向けて

○県産水産物の消費拡大に向けたPRなどを実施
・ 漁協や市場等と連携した「土佐のおさかなまつり」を開催 （H26年1月第4回：出展者34団体、来場者13,500人）
・高知市中央卸売市場での親子料理教室の開催
（H22～H25年度 延べ185組、490人参加）

◆ 地域産業人材の育成

目指せ！弥太郎 商人塾

○専門家によるビジネス基礎研修及び実践研修を実施し、自ら考え行動できる地域産業の担い手を育成
⇒H22～H25：66事業者が受講

農業創造セミナー

○地域の「食・農・環境」を生かした地域活性化に取り組む人材を育成
・ 農産物加工、直販所、農家レストランに取り組む23市町村の50グループ（150名）が参加（H22～H25年度）

8 地域アクションプランの取り組み事例

平成25年度の地域アクションプランの状況

■地域アクションプラン数　平成25年度最終：２３６　⇒　平成26年度：２４５

■ 主な支援策の活用状況

・総合補助金　２３事業

・専門家の派遣（産業振興アドバイザー事業(地域アクションプラン等に係るもの)）　４３件、延べ１２６回

■地域アクションプランによる雇用の創出　１９６人　（うち総合補助金導入事業関連　６９人）

＜参考：第１期計画期間を通しての雇用増数　６２３人＞

地産地消・地産外商（ブランド化、アンテナショップ）

津野町地産池消・外商販売戦略　【津野町】

津野町ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「満天の星」

取り組みの内容

・おめざフェアーなど各種イベントでの販売
・高野地区への集荷施設の整備

今後の方向性

・外商の推進
・加工場等への供給体制整備

H25の主な成果

・売上高　197百万円
・「高知家の食卓」県民総選挙で高知市内上位25店舗にランクイン

洋ランのブランド確立・流通促進事業　【宿毛市】

洋ランの販売促進

取り組みの内容

・洋ラン集出荷施設の整備
・販売促進の強化
・蘭遊六志会のイベント参加

今後の方向性

・新商品の提案
・新たな市場の開拓

H25の主な成果

・蘭遊六志会でセット商品販売
・新たな販売先の開拓

海の駅を拠点とした地域振興　【東洋町】

「海の駅」東洋町

取り組みの内容

・地域特産物の販売、加工品の開発
・地域の観光情報等の発信
・海の駅の整備（H26.1.12オープン、木造平屋建267㎡）

H25の主な成果

・施設運営スタッフ雇用 9名（町臨時職員）
・海の駅出展者　142者（個人・事業者）
・新商品　1品（「ポンカンソフトクリーム」）の販売開始

今後の方向性

・地元食材を使った新商品の開発・販売
・東部地域の直販所と連携した流通等の検討
・地域の観光情報の発信

佐賀地区の地域資源を活用した拠点ビジネスの推進

道の駅「なぶら土佐佐賀」　【黒潮町】

取り組みの内容

・道の駅の整備
・道の駅を運営する新法人「（株）なぶら土佐佐賀」の設立
・H26.4.14オープン

H25の主な成果

・道の駅スタッフ雇用　19名
（正規5名、フルタイマー5名、パート9名）

今後の方向性

・地域産品の販売促進
・幡多地域の東の玄関口として、交流人口の拡大に向けた各種情報発信

「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組　【南国市】

ごめんケンカシャモ

取り組みの内容

・シャモ肉販売先の開拓
・シャモスキやきセットの販売開始

今後の方向性

・高知農業高校との連携強化
・ギフト向け等新商品の開発

H25の主な成果

・シャモ肉取り扱い店舗等
29店舗（H24）→46店舗（H25）
・シャモ肉販売
約3,269kg（H24）
→約4,375kg（H25）

※各事例の上部に記述する取り組み名称は、第2期計画の地域アクションプランの名称

地産地消・地産外商（農産加工）

加工品販売による夜須地域の活性化 【香南市】

夜須のトレフルッタ

取り組みの内容
・加工施設整備
・新商品の開発

今後の方向性
・主力商品の定着
・商品数の増加

H25の主な成果
・夜須のエメラルドメロンや夜須のフルーツトマトなどを使った新商品　3品
・加工スタッフの雇用　1名

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 【いの町】

本川きじ

取り組みの内容
・本川きじの販路拡大と新商品の開発
・出荷羽数の増

今後の方向性
・生産・販売体制の強化

H25の主な成果
・首都圏、関西での新たな販路開拓

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 【大豊町】

碁石茶、クールベジタブル（クルベジ）

取り組みの内容
・イベント出店等による販促活動
・県外商談会での商談
・ティーバッグの商品化（碁石茶）
・野菜擬人化コンテスト第3回の実施、収穫体験ツアーの実施（クルベジ）

今後の方向性
・販路と固定客の確保、拡大
・茶葉や加工品の販路拡大（碁石茶）
・普及促進活動の継続（クルベジ）

H25の主な成果
・新規取引先　23社（碁石茶）、1社（クルベジ）
・擬人化キャラクター　2種類（クルベジ）

葉にんにくを活用した加工食品の生産・販売の拡大 【須崎市】

葉にんにくのたれ

取り組みの内容
・製造設備等の整備（H26.3）
・県外での展示商談会等への出展

今後の方向性
・新たな商品開発
・取引先の開拓

H25の主な成果
・新規取引先　6社
・新規雇用　6名（正規 3名、短期3名）

地産地消・地産外商（水産加工）

水産加工体制の強化等によるシラスの魚価等向上 【安芸市】

シラス

取り組みの内容
・最新式の設備を導入した加工施設の整備
・アドバイザーの活用による商品開発
・シラスの飲食施設のオープン

今後の方向性
・地元漁業者との連携による生産拡大
・営業活動の強化、新商品の開発

H25の主な成果
・首都圏での販路先の確保（東京築地市場）

「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 【高知市】

弘化台ブランドの創出

取り組みの内容
・地元鮮魚の加工販売
・加工施設の整備
・商品の開発販売（レンジdeクック）

今後の方向性
・県内外への販路の拡大
・新商品の開発

H25の主な成果
・新規雇用　15名

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

サバ、宗田節 【土佐清水市】

取り組みの内容
・宗田節商品の加工機械の整備
・商品カタログの作成、発送

今後の方向性
・新商品の開発・販路開拓
・土佐清水市商品の販売拠点に向けた体制整備

H25の主な成果
・NIKKEIプラス1（取り寄せ魚介丼）で「土佐の清水さば漁師漬」が全国1位を獲得し、売上額が大幅アップ
（売上額 7,000千円（H24）→21,300千円（H25））
・宗田ダシドレッシングシリーズの売れ行き好調

シイラ加工食品の生産拡大 【須崎市】

かにっちょ竹輪

取り組みの内容
・かにっちょ竹輪の首都圏量販店での販売
・磯辺揚の首都圏での販売

今後の方向性
・新商品の開発と販路開拓
・競合他社製品との差別化

H25の主な成果
・高知県地場産業大賞 地場産業賞受賞
・連携事業者の経営安定

魅力のある観光

世界ジオパーク認証を活かした観光の振興

室戸ジオパーク

【室戸市】

取り組みの内容

・ジオパーク拠点施設の整備着手（H27.3竣工見込）
・ジオサイトの整備
（段の谷山サイト　トイレ設置）
（とろむサイト　たたき体験施設）
・ジオツアーのコース造成
・ジオガイドの養成

今後の方向性

・拠点施設の円滑な運営、ガイド養成、ジオツアー等の受入態勢強化

H25の主な成果

・ジオツアーの開催（5回開催、延べ72人参加）
・ガイド養成講座の開催（9回開講、延べ268人受講）
（ジオ岬ガイド実績　6,886人）

四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光の推進

41℃プロジェクト・サイクリング

【四万十市】

取り組みの内容

・41℃プロジェクトの始動（ゆるキャラ「しまっち」の着ぐるみ作成、アツいまちサミットの開催）
・各種サイクリングイベントの開催

H25の主な成果

・41円かき氷の販売などによる西土佐地区のにぎやかさの創出
・サイクリングイベントの定着、愛媛県との県境を越えた連携体制の構築

今後の方向性

・熊谷市、多治見市と連携した情報発信
・愛媛県と連携したサイクルイベントの開催（H26.9.14）

近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進

体験型旅行商品（とさ恋ツアー）

【高知市】

取り組みの内容

・第2種旅行業免許を活用した新商品の開発
・ガイドブックの発行
・県下全域での旅行商品づくり

今後の方向性

・さらなる旅行商品づくりと情報発信

H25の主な成果

・利用客数　2,620人（H24）
→3,041人（H25）

嶺北地域の連携による交流人口の拡大　【嶺北地域全域】

県外都市部の大学との連携

取り組みの内容

・大学と連携した旅行商品の磨き上げ
・県外大学と嶺北地域観光・交流推進協議会との連携協力に関する包括協定の締結（2校）

H25の主な成果

・県外都市部の3大学と連携した取組の実施（参加学生　49人（延べ））

今後の方向性

・学生の企画・提案内容の実現化に向けた協働した取組
・都市部の大学と地域の交流の継続・拡大
・協働する大学・専門学校等の拡大

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

海から山から体験観光

【香南市】

取り組みの内容

・土佐塩の道うぉーく、第2回土佐塩の道トレイルランニングレースなどの催行
・映画「県庁おもてなし課」のロケ地マップ配布
・サンライズ・サンセットシーカヤックの商品化

今後の方向性

・地域素材を使った旅行企画の多様化

H25の主な成果

・主催旅行
9コース295人（H24）→10コース332人（H25）

「奇跡の清流仁淀川」流域の広域観光推進

仁淀川流域観光の推進

【仁淀川地域全域（仁淀川地域観光協議会）】

取り組みの内容

・流域市町村等と連携した旅行商品の企画・セールス
・仁淀川流域の観光情報の発信

H25の主な成果

・協議会のセールスで実現したツアー
110本2,477人（H24）→149本3,660人（H25）

今後の方向性

・観光資源の旅行商品化、継続したセールス活動
・「奇跡の清流仁淀川」ブランドを生かした観光・物販情報の発信
・協議会の推進体制の維持・充実

わざわざ行こう「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　【四万十町】

海洋堂ホビー館

取り組みの内容

・企画展、イベントの開催
・着ぐるみ活用した観光情報の発信
・繁忙期における交通渋滞緩和対策

H25の主な成果

・ホビー館来館者数　65,395人
・地元住民が運営する「谷小屋」「かっぱ茶屋」等の活動の活性化

今後の方向性

・地元事業者や観光資源との連携
・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

歴史的風致維持向上計画の推進　【佐川町】

佐川町上町地区の歴史的風致の保存と活用

取り組みの内容

・牧野富太郎ふるさと館、浜口邸、名教館の活用
・住民参加によるご当地弁当、土産品の開発
・観光ガイド（NPO法人佐川くろがねの会）によるまち歩き

H25の主な成果

・まち歩き観光ガイドの利用者1,339人（H24）→2,986人（H25）
・ひな祭りの来場者　約1,000人（H24）→1,200人（H25）
・地域イベント「酒蔵ロード劇場」の来場者　約2,000人（H24）→約3,000人（H25）
・住民参加による牧野博士ゆかりの植物での牧野公園等の整備

今後の方向性

・整備した施設を活用した住民・観光客の学びの場づくり
・住民参加の町づくり活動の推進

その他の特徴的な展開

JA出資型法人を核とする地域活性化の取組　【土佐町】

農業の担い手育成

取り組みの内容

・大阪圏の自治体及び企業等との連携による農業の担い手の育成（インターンシップ研修）
・新規就農研修支援事業による研修実施

H25の主な成果

・都市部からのインターンシップ研修受入　16名
・新規就農研修支援事業による研修生　1名

今後の方向性

・インターンシップ研修終了後の就農支援の展開
・大阪圏自治体との連携強化

三原村農業公社を核とした農業支援システムの構築

ユズ産地化と農業後継者育成　【三原村】

取り組みの内容

・新たな販路の開拓
・宿泊研修施設の整備
・新たな商品（ゆうべし）の製造開始

H25の主な成果

・新たな販路の開拓
・ユズの栽培面積　35.0ha（公社16.6ha）

今後の方向性

・農業後継者の育成
・集落活動センターとの連携

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　【四万十町】

クラインガルテン

取り組みの内容

・施設内、町内イベント等での住民との交流促進
・移住相談窓口やお試し滞在施設の運営

H25の主な成果

・施設稼働率　97.4%
・移住相談窓口への相談件数
　125件（H24）→134件（H25）
・移住者数　9組18名（H24）→17組37名（H25）

今後の方向性

・移住定住促進のしくみづくり
・相談窓口体制の充実

土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化

土佐備長炭　【東洋町、室戸市】

取り組みの内容

・製炭施設（共同利用窯4基、東洋町備長炭生産組合）の整備と量産体制の強化
・備長炭生産者の育成

H25の主な成果

・研修受入　4名（東洋町生産組合、室戸市振興会）
・研修終了後の地元就労　4名

今後の方向性

・共同利用窯の増設
・量産体制の強化
・人材の育成

県産竹材を用いた新規分野への製品展開　【高知市】

自動車用竹ハンドル

H25の主な取組の内容

・竹製自動車ハンドルの素材の製造
・竹シート、竹ブラシ等の製造

H25の主な成果

・新規雇用　8名
・須崎地区森林組合等との連携による竹材確保の仕組みの構築

今後の方向性

・竹材の安定確保
・新製品の研究・開発

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　【南国市】

JA長岡「なの市」「なのカフェ」

取り組みの内容

・直販所「あけぼの市」を移転した「なの市」と新設の飲食店「なのカフェ」の建築工事完了
・運営会社「（株）なの工房」設立

H25の主な成果

・飲食店等の新規スタッフの雇用　14名
・出荷会員数
　99人（H24）→207人（H25）

今後の方向性

・隣接する「ながおか温泉」と連携した誘客活動の展開
・出荷会員の増大

地域アクションプラン事例紹介
小さな取り組みから、大胆なアクションへ。

上記以外にも熱い思いを持った事業者の皆さんの取り組みを始めたきっかけや事業に打ち込んだ志などを下記のホームページで紹介しています。
「地域を元気にしたい！」そんな思いがこもった取り組みをぜひご覧ください。

◆高知県産業振興計画地域アクションプラン事例紹介
http://sanshin.pref.kochi.lg.jp/keikaku/action.html

9 みんなが主役

『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』を実現するためには、地域の方々や企業、地域団体、市町村役場などの皆様の力を合わせて取り組むことが肝心です。

※地域団体：農協、森林組合、漁協など

いろいろな形で産業振興計画に参画いただくことができます。

あなたの志を形にしてみたい時は

あなたの「やりたいこと」を実現するための支援策色々あります！

支援策の詳細はp.69へ！

地域の基幹産業を元気にしたい！

テストマーケティングをしたい！

新しい分野にチャレンジしたい！

商品を加工して売り出したい！

首都圏アンテナショップ まるごと高知

県外で売りたい！

付加価値をつけてブランド化したい！

地域の観光資源に人を呼びたい！

優れた製造技術で海外にチャレンジしたい！

スキルアップしたい！

まずは　民間事業者の『土佐の産業おこし参加プラン』へご応募を！

詳細は「県の計画推進課ホームページ」を参照！
http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/

土佐まるごとビジネスアカデミーに参加してみませんか？

⇒内容の詳細はp.67～p.68へ！

問合せ先：計画推進課（☎：088-823-9742）

日々の参画も

高知のいい物を見つけたらツイッターやブログで友達に情報発信！

高知の食材を使うレストランでお食事！

たとえばこんな方法で参画！

買い物の時には県内産のものを選ぶ！家を建てるときには県産の木を使う！

地域の観光イベントに参加！

観光案内のボランティアをして観光に来たお客様をおもてなし！

首都圏の友達や親戚に銀座のアンテナショップ「まるごと高知」を紹介！

高知家ロゴの活用

商品やそのパッケージ、パンフレットなどにご活用いただけます

・商業利用の場合は事前の届け出が必要です
・使用にあたっては、ロゴ使用マニュアルなど関係規定を順守することが必要です

※詳細については、（一財）高知県地産外商公社HPをご覧ください。
（http://www.marugotokochi.com/ts/）

（お問い合わせ）
一般財団法人高知県地産外商公社
☎：088-855-4330

10 参考資料

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）

地産外商の推進

■ **商品の磨き上げ支援**
- ○ アンテナショップ「まるごと高知」
- ○ バイヤー等の情報を活用した磨き上げ
- ○ 産業振興アドバイザー

■ **県産品の販路拡大支援**

〈国内〉
- ○ 「まるごと高知」を拠点とした外商活動
  - ・ 定番化を見据えた外商活動の展開（卸事業者等との連携等）
- ○ 大阪事務所・名古屋事務所による販路拡大支援
- ○ 高知フェア等による県産品の認知度向上と販路開拓・販売拡大
- ○ 全国的な展示商談会への出展
- ○ 情報発信の充実・強化
  - ・ フェイスブック「高知うまいもの情報室」
  - ・ 県産品ポータルサイト「まるごとネット」

〈海外〉
- ○ 本県に優位性のある品目を中心にした販路拡大

など

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**
- ○ 直販所を拠点とした地域活性化
- ○ 地産地消カタログギフト

■ **地場産物の給食利用の促進**

など

「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

など

■ **県産品の認知度向上・販売拡大**
- ○ eコマースサイト「高知家のええもん屋」
- ○ 地域産品商談会（県外量販店等に拡大）など

情報のフィードバック

事業者の段階に応じた支援

プロモーションの継続・強化

■ **切れ目ない話題の提供**
- ○ PV動画製作
- ○ 「高知家」特設サイトの充実
- ○ ウェブ広告のバナー製作

など

■ **「高知家」の露出強化**
- ○ 車内貼り広告
- ○ 東京での記者発表

など

強力に連動

相互に連携

強力に連動

観光振興、移住促進などの施策

食品加工の推進

■ **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

■ **産業化の取組支援**
- ○ 大消費地のパートナー店等と連携した商品づくり
- ○ 「高知家」を代表するヒット商品の開発支援
- ○ 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

高知県は、ひとつの大家族やき。 高知家

食品加工の推進

消費地が求める商品づくりの推進　～　企業の段階に応じた支援の充実・強化　～

商品の質・外商の質を高め「メイド・イン・コウチ」のさらなる広がりをめざす

H27の目標　メディア等への露出による広告換算25億円、外商成約20億円　／　食料品製造業出荷額等800億円以上

「高知家プロモーション」と連動させて外商活動をグレードアップ

県内食品加工企業 約340社

外商の拡大をめざす

外商に向けて取り組む

約20社（高知県を牽引するトップ企業群）
EX：売上10億円~ 従業員50名~
標的：県外大手量販店 卸・商社(海外)等

- 高知県内のコア企業間のコラボ、県内卸と県内企業のコラボによる商品開発促進
- 拡 業務メーカーとのマッチングを進め企業間連携による商品開発を促進（マーケットイン型事業）

10年後の目標（食料品製造業出荷額等900億円以上）の実現をめざして

- 新 お土産物開発プロジェクトの展開
  - 「高知家」を代表するヒット商品の開発支援

約120社（定番の拡大をめざす外商企業群）
EX：売上 5千万円~10億円 従業員10名~50名
標的：県外高質系スーパー 県外飲食チェーン等

- 拡 <マーケットイン型商品開発支援の拡充>
  - ① パートナー店の拡大
    - 首都圏3カ所、関西圏2カ所、中部圏1カ所
  - ② 業務メーカーとのマッチング強化
  - ③ 商品の段階に応じたフォロー強化
    - 売れる商品を集中支援
    - 磨上げが必要な商品へのきめ細かな支援

<市場対応商品開発事業費補助金の拡充>

- 拡 お土産物開発、ヒット商品開発を集中支援（販促経費も補助対象に）

約200社（地域内流通から外商への発展企業群）
EX：売上 ~5千万円 従業員~10名
標的：直販所 県内量販店等

- 拡 地域産品商談会の拡充
  - 協力関係にある県外量販店や卸を招へいしマッチングを拡充（県内1カ所で開催、参加規模拡大）
  - こだわり青果の出展、農産物の生産者と県内加工事業者とのマッチング継続
- 新 大手卸の展示商談会への出展

マッチング

拡 首都圏等での外商活動（地産外商公社など）

1. ターゲットの業態に応じた提案強化
   - 飲食店、宅配、惣菜、お菓子卸　etc.
2. ターゲットが絞られた展示会への出展
   - こだわりの加工品・一次産品をこだわりのターゲットへつなぐ（農産物、スイーツ　etc.）
3. 大手卸との連携強化
   - 産地招へいの強化
   - 卸の社内ミニ商談会の継続的な開催（出展）
4. 高知ブランドの売込強化
   - 商品群での提案を強化（旬・こだわり・食卓のくくり　etc.）
5. 国内トップクラスの大規模展示商談会への出展継続
   - スーパーマーケット・トレードショー
   - FOODEX JAPAN　●　ファベックス関西

マッチング

- 高知県産品eコマースサイト「高知家のええもん屋」等による販売支援
- まるごと高知でのテストマーケティング
- 地域AP等の商品開発及び商品製造への総合的支援【総合補助金・工技センター他】
- 直販所を拠点とした商品開発や磨き上げ支援【アドバイザー派遣等】
- 6次産業化や水産加工グループの活動の支援【農業振興部・水産振興部】
- 人材育成【土佐MBA・農業創造セミナーなど】

→ 魅力ある商品の開発と磨き上げによる外商へのチャレンジ促進

海外販路拡大への挑戦

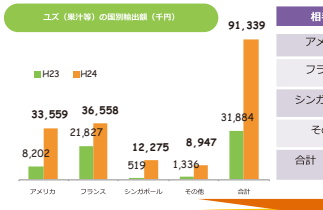
～　欧州縦断プロモーションを柱とした他県との競争に打ち勝つ施策の展開　～

食料品輸出額3億円をめざした県産品グローバル戦略の推進

取組の柱
① 他県との競争に打ち勝つ施策の強化／ユズを中心としたプロモーションの強化
② 県産品のさらなる認知度向上と販路拡大／ユズに続く品目の販売拡大＆新たな販路の開拓
③ 貿易を担う人材の育成／貿易に取り組む事業者の掘り起こし

H27目標
① ユズ(果汁等）輸出 100t
② 食品の輸出額 3億円
③ 貿易に取り組む企業 50社

1 ユズ果汁等「100t」輸出戦略の展開



相手国	数量
アメリカ	22.4t
フランス	34.6t
シンガポール	10t
その他	7.6t
合計（H24）	74.6t

H26の展開
① アメリカ、欧州、シンガポールへの輸出拡大
② 新たな販路の開拓
③ 「Kochi yuzu」の欧州での商標登録

ユズ（玉・果汁）の輸出拡大を生産量の拡大へつなげる

H26の具体的な施策展開

- 米国：新 H25のNYの展示会への出展に続き、本格的にアメリカ市場へのユズ認知を狙い、NYで「ユズ賞味会」を開催
- 欧州：新 過去3年間のプロモーションの成果のさらなる拡大に向けベルリンの専門見本市「Fruit Logistica」に出展、ゆず青果玉の輸出拡大
- シンガポール：拡 現地有力バイヤーを高知県に招へいし、さらなるユズの認知度の向上及び販路拡大を図る
- 豪州：新 H25のメルボルン賞味会のシャワー効果を活用し、オーストラリア全土に影響力があるシドニーで「ユズ賞味会」を開催

2 ユズに次ぐ品目の輸出促進（「日本酒」「旨み」など）

- 英国：新 日本酒及びそれに合う食材のマーケティングと販路開拓を兼ねたプロモーションをロンドンで実施
- 米国：新 ロスの日系量販店に常設棚（3カ月）を設置してプロモーションを展開し定番化をめざす

3 東アジアへの輸出拡大

- 四国連携
  - 上海でのセミナー・商談会の開催、上海バイヤーの招へい
  - 伊勢丹シンガポール四国フェアの開催
- 上海
  - 県内機械系企業の販路拡大支援のため「日中ものづくり商談会」へ出展（四国銀行との共催）
- 台湾
  - 台湾の「微風広場」または「裕毛屋」で物産展を継続開催するとともに、定番化に向け常設棚を設置しプロモーションを展開（4日間を3回程度）
  - 県産品の販路拡大に向けた商談会の開催
- 香港
  - 高級量販店等に常設棚を設置してストアプロモーションを展開し定番化をめざす（1週間を4回程度）
  - 高級レストランや高級食材店など業務筋への販売促進

地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり

H24 ～ H25　実績

○観光人材育成塾（とさ旅セミナー）

■目的
地域自らが継続して観光商品を作り出し、売り出していくとともに、地域観光を担う人材を生み出していくために、観光関係者等を対象にした観光人材育成塾を開設。H25は、受講者のうち地域リーダーとなる人材育成を実施
■実績
・H24：7広域　受講者270人
（周遊プランづくり）⇒ 13プラン商品化
・H25:3エリア　受講者39人
（地域リーダー育成）
東部：東部博の計画策定
中部：地域戦略と商品づくり
西部：はた博の実施運営

○広域観光アドバイザー事業（観光アドバイザー）

■目的
広域観光組織の機能強化や体験型・滞在型観光を推進するため、観光アドバイザーによる研修やプロモーションの実施。
■実績
・H24：①25か所　502人
（体験メニュー、民泊推進）
②各広域　146人
（広域トップセミナー）
・H25:安芸、高幡、嶺北地域等
教育旅行誘致による広域観光組織の機能強化

＜成果＞
・広域組織のもとで、地域の事業者等が観光商品づくりやセールス活動のノウハウを学ぶとともに、広域の活動を支える地域リーダーの育成が進んだ
・県内各地で体験型観光の受入態勢づくりが進んだ
＜課題＞
・マーケット動向を熟知した旅行会社の現場指導による特色ある観光商品づくり
・魅力的な観光商品づくりを行う地域人材の継続的な育成

H26 ～

＜強化のポイント＞
①旅行会社の専門家等からマーケットの動向等を学ぶとともに、ノウハウを活かした現場指導を強化し、地域の特色ある魅力的な観光商品づくりを促進する
②広域エリアごとに、県・コンベンション協会による広域観光支援チームを編成し、広域観光組織が行う観光資源の磨き上げ等を支援し、観光商品づくりを通じた継続的な地域人材の育成を図る

取組の強化

（新）観光商品ブランド化支援事業

広域観光みらい会議
＜全県：3回程度＞
・講師　旅行会社の商品造成責任者
企業のブランド戦略責任者
地域ブランドの仕掛け人等
・対象　県内の観光関係者等

講演・意見交換
・マーケット動向
・旅行トレンド
・地域ブランド化戦略
・成功事例等

広域観光アドバイザー
＜各広域観光組織：6～9回程度＞
①観光商品のブランド化
・講師　旅行会社の商品造成担当者
体験プログラムの専門家等
・対象　各広域観光組織
（地域リーダーを含む）
②教育旅行の推進
・講師　教育旅行の専門家
・対象　各広域観光組織
（地域リーダーを含む）

現場実践指導
・マーケットの視点を取り入れた観光資源の発掘、磨き上げ
・体験プログラムのインストラクター養成
・民泊、教育プログラム拡大による教育旅行の推進

サポート

（新）広域観光支援チーム
各広域観光組織が主体的に行う観光資源の磨き上げやセールス活動等をバックアップする。
・県（地域観光課・地域本部）
・コンベンション協会（旅行会社出向者等）

（拡充）広域観光推進事業費補助金
・観光資源の発掘、磨き上げ
・地域博覧会の支援
東部博覧会の開催準備
はた博開催後の誘客促進

広域観光組織の機能強化

誘客・集客の促進
■観光商品づくり・セールス活動
地域リーダー（とさ旅セミナー等）を交えた地域の魅力ある観光商品の企画や造成、販売（提案）

■観光情報の発信
広域観光情報の一元化と地域の認知度を高める情報発信
全国ほんもの体験フォーラム（H27予定）

受入体制づくり
■ワンストップ窓口機能の充実
観光客、旅行会社、地域事業者等に対するワンストップ窓口機能の充実

■人材の育成
体験メニュー実施者等、地域の受入団体のスキルアップ

本物の日本を感じる高知家の旅　～高知県からの提案～
<Kochi's Authentic Japanese Experience Project>

現状の取り組み

○目的・ねらい
訪日観光客の多い東アジアをターゲットとして、認知度の向上やチャーター便の誘致などに取り組み、外国人延べ宿泊数を倍増する。

○ターゲット
・最優先市場…台湾・韓国
・優先市場　…中国・香港・シンガポール

国際観光市場の成長・拡大

○2013年 初の訪日外国人旅行者数1,000万人達成

○2020年 東京オリンピック・パラリンピックの開催決定

地域間競争に打ち勝つため、さらなる挑戦！

「本物の日本を感じる高知家の旅」の提案

○目的・ねらい
高知県特有の「温かい人柄」、「おもてなしの心」をもとにした、通常の日本旅行では味わえない**本物の日本を感じる精神的満足度の高い高知家ならではの旅**を外国人観光客に提供することで、国際観光市場において他県との徹底的な差別化を図り、本県への更なる誘客を図る。

○「本物の日本を感じる高知家の旅」とは
東京や関西圏を巡る一般的な日本旅行では味わえない、本県が持つ強みを最大限活かした旅
＜本県が持っている海外から評価の高い強み＞
・「温かい人柄」、「おもてなしの心」をもとにした歓迎
・本県の豊かな自然がはぐくむ農業・漁業をはじめとする文化・生活体験
・海・山・川の恵みを活かした食体験

○ターゲット
・日本の心、日本文化にふれたい外国人観光客
・ありきたりな旅行に満足できない外国人観光客

・人とのふれあいを感じられる旅
・今まで経験したことのない旅
・二度、三度と訪れたくなる旅
・口コミで広めたくなる旅
↓
国際観光のみならず、国内観光への波及も期待

旅行会社等が高知ツアーの造成・催行がスムーズに実施できるよう、県・コンベンション協会の体制を強化

「作り込み」、「セールス」、「受け入れ」までの一元化

ツアー企画の作り込み、提案、契約までの事前調整を行う高知県版ランドオペレーター的機能やツアー催行時のフルアテンドサービスを一括して実施

旅行企画の作り込み
魅力あふれる体験型観光商品の作り込み
・外国人観光客のニーズにあった商品の作り込み
・旅行会社、観光アドバイザーを招聘しての磨き上げ
・地域、施設の受け入れ、交流のしくみ構築

旅行会社等へのセールス
送客力の高い旅行会社等に向けたセールス
・魅力あふれる観光商品によるツアー企画提案
・モデルルートを利用したモニターツアーの実施
・メディア招聘ツアーを活用した成功事例のPR

外国人旅行客の受け入れ
日本一のおもてなし、人と人とのふれあい
・旅行会社等に対する観光施設や体験商品の斡旋
・訪問先の歓迎態勢の事前調整
・ツアー催行時の随行・サポートサービスの実施

平成26年度の取り組み（県観光政策課、県観光コンベンション協会が連携）

観光政策課
・ニーズ調査（アドバイザー招聘）
・海外旅行会社等へのセールス活動
・県内観光関係者との連携・協力体制の構築

県観光コンベンション協会
・体験型観光商品の造成、磨き上げ
・海外旅行会社等へのセールス活動、モニターツアーの実施
・体験型観光の受け入れ（斡旋、事前調整、随行・サポート）

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」

バージョンアップのポイント

平成26年度は、これまで産業振興計画により5年間で積み上げてきた仕組みに加え、景気回復と国の大規模な経済対策の本格化とが重なり合う「ものづくり」に取り組むには*千載一遇の年*

高知県での「ものづくり」の流れを「より大きく・より早く・より確実」にするため、
ものづくりを応援する施策と体制を抜本強化！

ものづくり地産地消・外商センター

ポイント2 ポイント3 総合相談窓口（ワンストップ対応）

ポイント1 ものづくりまるごと応援パッケージ

相談・方向付け → プラン策定

成長分野研究会

成 長 4 分 野

事業化プランづくりを、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・専門家派遣等を通じてサポート

【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
チーフアドバイザー
専門家（事業に応じて選任） / 公設試、大学等

プラン認定審査会等による検証・アドバイス

防災関連産業交流会・産学官連携会議・経営革新等

NEW **特 色 あ る も の づ く り**

アイデアや取り組みたいことを整理し、ものづくりの成功の鍵となるプランの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
- 経営統括（産振センター）
- 技術統括（産振センター）
- 専門家（事業に応じて選任）
- 公設試
- 金融機関

拡充 補助金審査会等による検証・アドバイス

- 意識啓発セミナー、相談会の企画・案内
- 専任担当者の決定
- 施策パッケージの紹介　等

ポイント4 各企業ごとの専任担当者（産業振興センター職

組織統合と体制を強化（＋9人）

NEW **技術統括（2人）**
○全国に通用する工場・製品づくりをサポート
○企画から設計、生産体制整備までの総合サポート

ポイント5 NEW **経営統括（1人）**
○企業の状況に応じた販売活動サポート
○マーケティング等の専門性を活かして全国に売り込み

関 連 団 体 と の 連 携 を よ り 一 層 密 に
（市町村、金融機関、工業会、中小企業団体中央会、商工会

を一貫してサポート！　＝　高知で　“いっしょに創ろ～や！”＝

強化の6つのポイント

- **ポイント1**　既存施策のＰＤＣＡを働かせ、**施策のラインナップ（ものづくりまるごと応援パッケージ）をさらに充実**（拡充・新設）
- **ポイント2**　産業振興センターのものづくり地産地消センターと外商支援部を統合し**「ものづくり地産地消・外商センター」を設置（26人→35人：大幅に強化！）**
- **ポイント3**　総合相談窓口の設置で、ものづくりに関する相談に**ワンストップで対応**
- **ポイント4**　企業ごとの担当者制で、事業化プラン策定から外商までを**一貫サポート**
- **ポイント5**　**全国レベルの専門人材**を配置し、全国に通じる製品・会社づくりをサポート
- **ポイント6**　外商の**県外サポートを強化**（名古屋＝新規１人、東京＝増員１人）

さらにラインナップを充実！

試作開発・商品開発　→　販路開拓・拡大　→　事業拡大・雇用創出

【補助金による財政的支援（研究会発事業化プラン対象）】
- ・研究会発事業化支援事業費補助金（単年度）
- 拡充 **PDCAを働かせブラッシュアップしたプランを再度支援（H26～）**
- ・こうち産業振興基金【チャレンジ企業支援事業】（複数年度）

- 拡充　ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金　※ **H26～外商を見据えて県外ニーズにも対応**
- NEW　**新たな設備投資促進策を創設**（産業振興センターの基金事業で対応）
- 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、成分分析等
- 開発段階で直面した課題に対応した専門家派遣
- 拡充　**見本市への出展機会の拡充**　防災・農業等の分野別出展強化、出展小間数の増
- 公的調達制度による信用力の付与　モデル発注制度、防災関連製品認定制度
- NEW　制度融資による支援　※ **産業振興計画推進融資を創設**
- 拡充　設備投資促進事業費補助金　※ **自己資金要件（15％）の廃止**
- 新想定を踏まえた新たな団地開発の加速化
- 企業立地に対する助成（全国トップクラスの制度）

金融機関

特色あるものづくりの成功イメージ

・3年で100件のプラン策定を目指す。

・将来的に年商1億円以上の製品30品の育成を目指す。

事業化プラン策定　100件／3年
28年度　35件
27年度　35件
26年度　30件
16件／年
ものづくり地産地消推進事業費補助金採択実績年平均

員）が、担当企業の事業展開を一貫してサポート（4人増）

ポイント6　拡充 **外商コーディネーター（２人増）**

○県外市町村等への販路開拓（防災関連製品等）
○県外見本市と連動した営業活動、情報収集、フィードバック

した情報発信、サポートを強化
商工会議所連合会、商工会連合会、経営者協会、大学・高専等）

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～

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。

拡充

【新事業創出支援チーム】

チームリーダー

チームアドバイザー

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

【PDCAを働かせブラッシュアップしたプランを再支援】

新たな販路開拓（外商）や販売手法ができたプランへの支援
県内外の強力な販売網を持つ流通業者とのタイアップ・代理店契約による販路開拓・他者との共同出荷や販路開拓
・商品のブラッシュアップ　など

販路開拓事業への助成
研究開発事業化支援事業費補助金の通算助成額が補助限度額を超えない範囲で再助成

各段階に応じた支援

プランの検証・再構築

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

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

有望なプランの成長を後押しする支援

研究会を中心とした事業化プランの策定支援

新事業創出支援チームを中心とした事業化プランの実施支援

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

【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】
【設備投資促進事業費補助金】　等

【外販活動】

【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

【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・販促、生産技術等：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

【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

【補助金による財政的支援（研究会発事業化プラン対象）】

・研究会発事業化支援事業費補助金（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生産設備増強に係る設備投資への助成②販路拡大支援③専門人材支援
・ハード事業：補助率15/100（30,000千円以内）
・ソフト事業：補助率1/2（3,000千円以内）

【その他研究会発事業化プランに対する支援】

・ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金　・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

県内企業の設備投資への支援

強化策1　産業振興センターと連携した新たな設備投資促進策の創設

国の経済対策に合わせて措置することで、県内企業の設備投資を強力に後押しし、産業振興計画の推進を一挙に加速

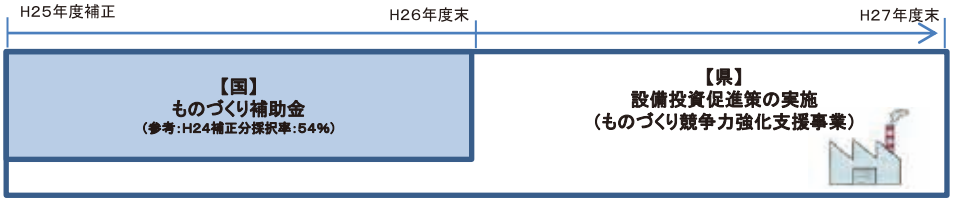
平成26年度の取組

1　景気回復局面に早期の効果発現を目指し、できるだけ多くの投資を引き出す必要あり
2　まずは、国の施策をしっかり受け込む　→　金融機関、中央会等関係団体と連携
3　産業基盤が弱い当県においては、さらに遅れを取り戻すべく他県にない施策を講じることで、景気回復の波を大きく取り込む必要あり

【国のものづくり補助金（H24補正）の検証】
・56件の事業計画が採択され、計画上雇用40名増、売上5年後約96億円増と県経済浮揚に大きく貢献
・不採択事業の中にも、当県の産業振興計画上有益な案件あり
（例：食料品製造業が品質管理の向上に資する設備を導入し、海外展開を図る事業計画）

国のものづくり補助金（H24補正）の採択実績
【全国】
応募のべ23971件に対し10516件採択（採択率43．8%）
【高知県】
応募のべ124件に対し56件採択、47件不採択
（実質採択率54．4%）

⇒国に合わせ県でも対策を講じ、企業により多くの選択肢を提供し、産業振興計画を一層加速



	補助対象者	対象経費	予算額	補助率	補助上限額	補助下限額	窓口
【国】ものづくり・商業・サービス革新事業	中小企業者であり、以下のいずれかの要件を満たす者 ①特定ものづくり基盤技術を活用していること ②革新的なサービスの提供等を行い、「付加価値額」年率3%の向上等を達成する5年計画等を有すること	・原材料費 ・機械装置費 ・試作品の開発に係る経費（人件費を含む）等	【H24補正】 1,007億円 【H25補正】 1,400億円	2／3以内	【H24補正】 1,000万円 【H25補正】 ①成長分野型（環境、医療、航空等） 1,500万円 ②一般型（従来型） 1,000万円 ③ソフト型(小規模事業者が行う設備投資を含まない事業) 700万円	100万円	中央会
新 【県】ものづくり競争力強化支援事業	県内で1年以上製造を行っている中小企業者であり、上記②の要件を満たす者	・原材料費 ・機械装置費 ・試作品の開発に係る経費（人件費を含まない）等	1.4億円程度 （財源：産振基金）	1／3以内	500万円	50万円	産振センター

強化策2　実態により即した「設備投資促進事業費補助金制度」の見直し

～　創設から2年経過　～
実態の企業活動に見合った施策となっているか検証（金融機関等へのヒアリングを実施）

見えてきた課題と対応策

《H25の補助要件①》 自己資金要件：自己資金が15%以上であること
銀行は、基準では原則2割の自己資金を求めることとしているが、企業の経営状況に応じてはフル融資を行うこともあり、そのような企業が本制度を活用する場合、自己資金要件がネックとなる。

【補助要件の見直し】
企業の資金繰りに制約を与えないよう自己資金要件を撤廃（借入必要相当額に対しフル融資を受けることが可能）
※補助金は精算払いのため、事業実施期間中補助金相当額の資金を確保する必要あり

《H25の補助要件②》 融資要件：返済期間3年以上10年（土地、建物を含む場合は15年）以内の融資を受けること
大型の設備投資に対しては、返済期間15年を超える融資も実施されており、こうした案件への対応も必要。

【補助要件の見直し】
融資期間の上限を撤廃（長期借入案件にも対応）

産学官連携強化による産業の振興

～地域資源密着型の研究開発等により、産業振興の流れを将来にわたってより大きな動きに～

産(産業界)の技術、学(高等教育機関)の知恵、官(行政)の資金とネットワークをつなぎ合わせて、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。
◆産(産業界):ニーズの掘り起こしと技術支援、実践活動　◆学(高等教育機関):事業化に向けた研究の加速と人材育成(地域貢献のさらなる見える化)　◆官(行政):推進体制の強化(人・組織・資金による支援)

県内の産学官が一堂に集まり、連携した取り組みを進める仕組みづくり

産学官連携会議

◎県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連産業の相互連携とレベルアップを図る

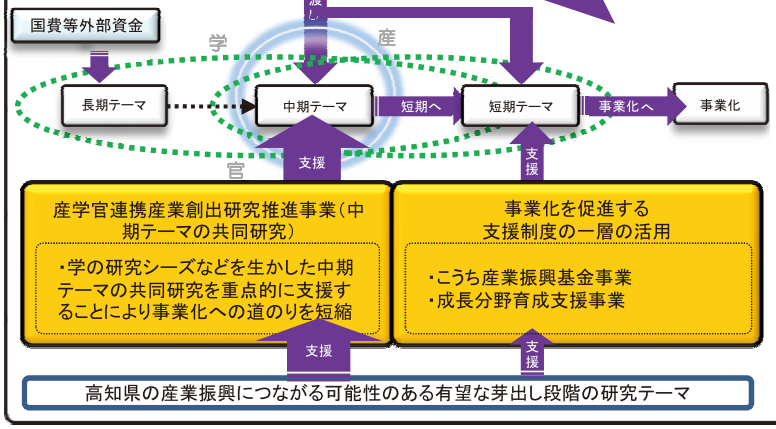
◎本県の取り組むべき研究テーマや共同研究推進の手法などについて検討し、具体的な研究シーズを見出す中で、取り組めるものから産振計画に繋げていく

分野別テーマ部会を設置

◎3つのテーマ別に、学の研究シーズ、企業や行政のニーズに基づく共同研究テーマの発掘と研究の推進を目指す

◆新ｴﾈﾙｷﾞｰ部会　◆防災部会　◆食品部会

産業振興に資する産学官共同の取り組みの一層の推進



産学官連携産業創出研究推進事業(中期テーマの共同研究)

・学の研究シーズなどを生かした中期テーマの共同研究を重点的に支援することにより事業化への道のりを短縮

事業化を促進する支援制度の一層の活用

・こうち産業振興基金事業
・成長分野育成支援事業

高知県の産業振興につながる可能性のある有望な芽出し段階の研究テーマ

26年度の強化策

【課題】
1　委託を終了した共同研究の外部資金等を利用した研究の継続や、事業化の動きを加速する必要がある。
2　本県の産業振興につながる有望な研究テーマを、さらに掘り起こす必要がある。

【平成 26 年度に強化する取組】
○ 国等の研究支援制度を研究開発チームに情報提供するなど、フォローアップを実施。
○ 産業振興センター(ものづくり地産地消・外商センター)等と個別協議を行い、事業化等の取り組みを支援。
○「健幸支援産業創出」など、四国連携プロジェクトと連携することで、事業効果の増大をめざす。

中山間地域等におけるシェアオフィスの推進及び支援

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3か所(本山町、土佐町、四万十町)、入居6事業者(26.4頃～)
＜課題＞新規創業者(移住者等)の発掘、シェアオフィスに適した企業の入居促進、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　／　県

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
- ■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)

設置施設・地域PR 入居者の公募 入居審査・決定

新
- ■事業全体のPR・情報発信
- ○広報推進事業委託料
- 「移住と起業の専門誌」、首都圏の起業支援団体とタイアップした東京での起業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

拡

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

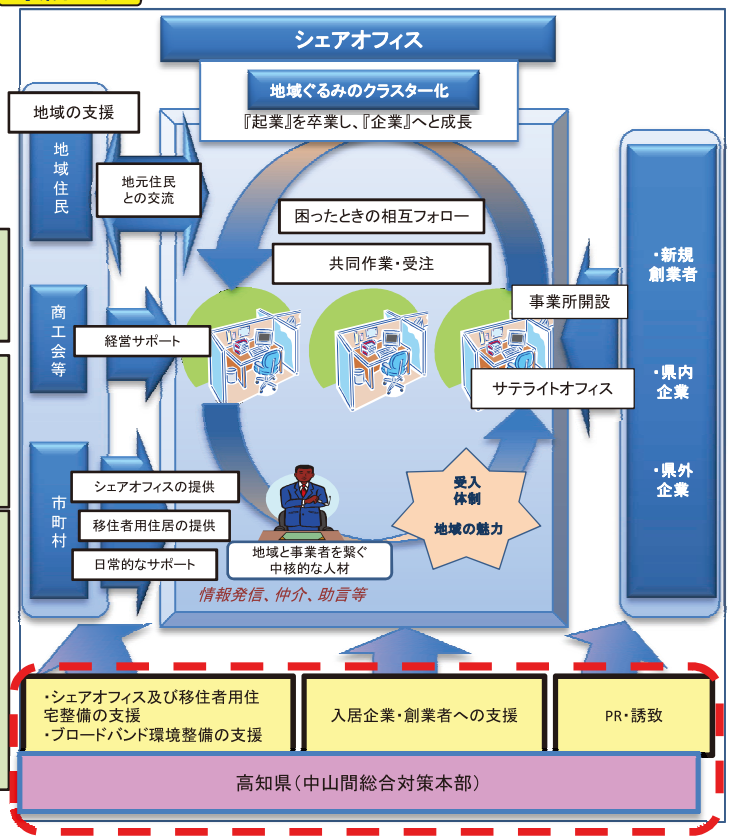
- ■経営支援アドバイザー等による入居事業者への支援
- ○専門家の派遣、産業支援機関等との連携した支援
- ■入居事業者への補助制度
- ○中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金
- 最大3年間の経費を助成
- ・オフィス賃借料　補助率1/2(+市町村1/2)
- ・通信回線使用料　　補助率10/10　4万円/月以内
- ・創業設経費(創業後6ヶ月以内)補助率1/2　100万円以内
- ・事務機器等リース料等　補助率1/2　50万円以内/年
- ・新規雇用経費 常勤30万円/人、パート15万円/人 等

新
人材育成研修等委託料
- ○入居企業や市町村と連携した地域人材の育成
- ○入居企業と地域の若者の交流促進

入居事業者の定着

UIターンの促進、雇用の創出、若者が地域に残る

事業イメージ



防災関連産業の振興

背景・ねらい

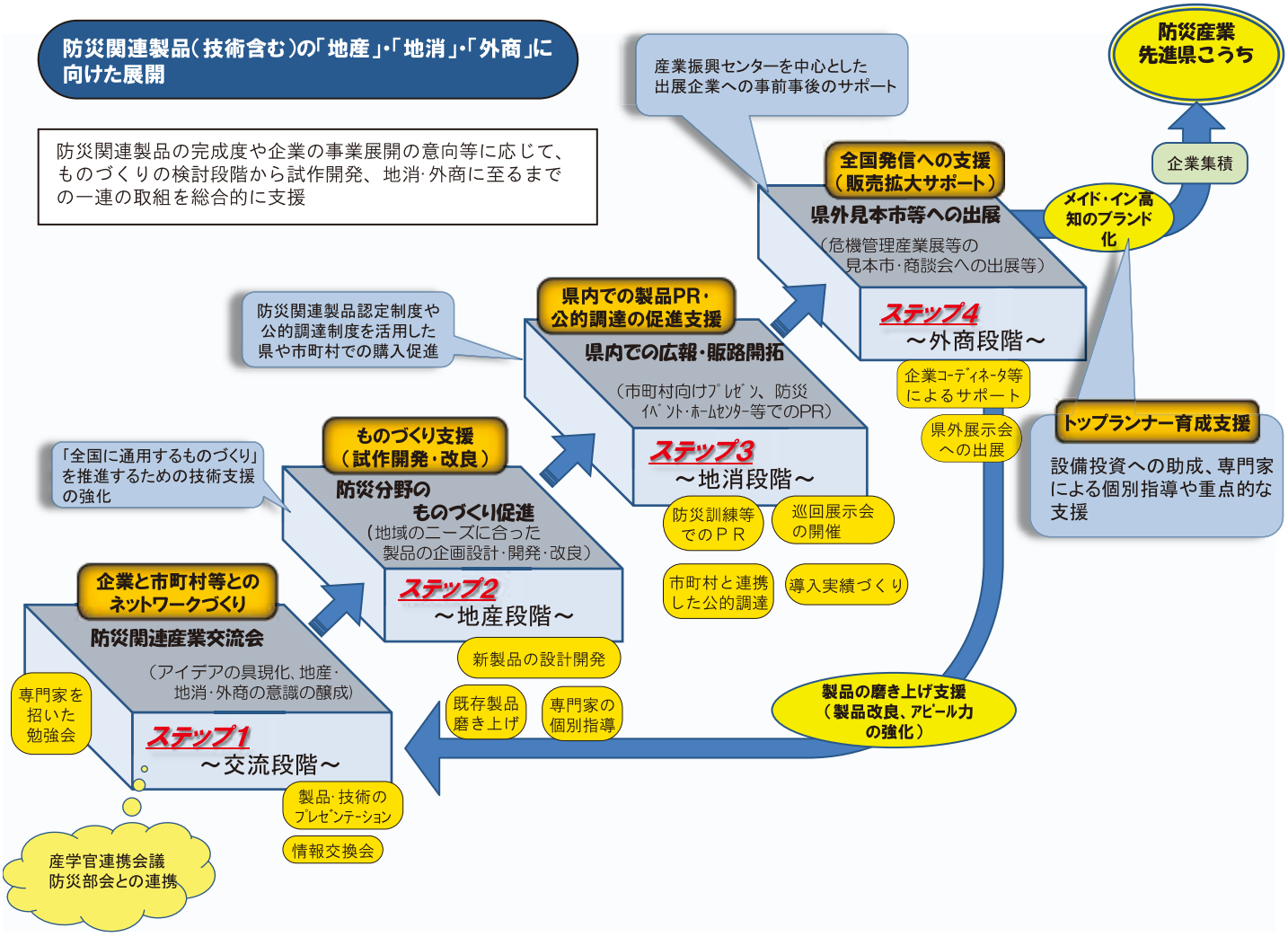
県内の防災関連の需要を県内企業の商品で満たす「地産地消」や、全国で求められる製品を県内企業が商品化し、売り出していく「地産外商」に取り組むとともに、南海トラフ地震対策と連動することで、相乗効果を生み出しながら防災関連産業の振興を図る。

防災関連製品

1 個人や自主防災組織等で備えておく製品
2 命を守るための製品・技術
3 避難・救援活動を支える製品・技術
4 被災後の復興活動を支える製品・技術

防災関連製品（技術含む）の「地産」・「地消」・「外商」に向けた展開

防災関連製品の完成度や企業の事業展開の意向等に応じて、ものづくりの検討段階から試作開発、地消・外商に至るまでの一連の取組を総合的に支援



ステップ１：防災関連産業交流会での交流	ステップ２：全国に通用するものづくり支援	ステップ３：県内でのＰＲ・実績づくり支援	ステップ４：県外での販売拡大支援
防災分野の地産地消等の意識醸成 地域ニーズや防災関連製品等の情報交換	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	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	メイド・イン高知の防災関連製品や技術を全国にアピールし、県外市場を開拓
《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 **《防災関連製品の認定》** ・防災関連製品（技術含む）の機能面や安全面の観点で審査を行う「防災関連製品」の認定	**《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、アドバイザー派遣によるコーディネート ・ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金（防災枠）を活用したタイムリーな試作開発の推進 ・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	**《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	**《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の情報共有

「次世代施設園芸団地」・「農業担い手育成センター」の整備

次世代施設園芸団地の整備

◆高軒高ハウスでの統合環境制御による大規模実証成果を担い手育成センターの職員に情報提供することで、技術改善の取り組みが促進される。

◆環境制御機器などの専門家による技術研修に担い手育成センターの職員や研修生、農業者も参加し、学ぶことができる。

◆担い手育成センターで先進技術を学んだ研修生が雇用される。

◆大規模経営の成功モデルを示すことで、担い手育成センターの研修生や農業者の先進技術の導入意欲が高まる。

高品質・多収技術

●統合環境制御技術による増収
　・炭酸ガス施用、温湿度管理、LED照明　等
●データ農業による飛躍的な増収

高軒高ハウス（トマトなど）

炭酸ガス施用装置

先進的なIPM技術

●生物的防除技術の活用
　・土着天敵、微生物資材　等
●物理的防除技術の活用
　・防虫ネット、防蛾灯　等

土着天敵

化石燃料からの転換

●森林資源の活用
　・木質バイオマスボイラー
●自然エネルギーの利用
　・太陽光蓄熱、発電

木質バイオマスボイラー

規模拡大による効率的な栽培・経営

●施設の大型化・機械化・自動化
　・生産性、作業性の向上
●経営管理の効率化
　・企業的経営によるコスト、労務管理

集出荷施設

連 携

○先進技術が県内各地に普及
○先進技術を学んだ担い手が県内各地で就農

農業担い手育成センターの整備

◆コンソーシアムのメンバーとして担い手育成センターの職員が、培養液分析や環境データ解析などの技術支援を園芸団地の職員に対して行うことができる。

◆担い手育成センターが、外部講師を招いて実施する先進技術、経営セミナーに園芸団地の職員も参加し、学ぶことができる。

◆担い手育成センターの研修生を園芸団地の研修生または雇用就農者として送り出すことができる。

◆先進技術の実証成果を園芸団地に発信できる。

新規就農者の育成拠点

●研修生の受入枠拡大（長期研修用宿泊施設建設　CLT工法）
●研修内容の充実、強化（基本技術、先進技術、経営・流通研修）
●研修終了後のスムースな就農支援（産地とのマッチング）

研修用宿泊施設（CLT工法）

基礎技術を習得

先進技術の実証・普及拠点

●先進技術や経営管理力の向上
　・先進技術実証
　・技術、経営セミナー開催
●農業者の相互研鑽の場の充実（農業者の交流、情報交換）
●技術指導者の育成（先進技術研修、セミナー開催）

高度な先進技術を実証

技術、経営セミナーの開催

加工体制のさらなる強化【ＣＬＴの推進】

現状

○豊富な森林資源－H24年度末－
- ・面　積：59.6万ha（森林率84%：日本一）
- ・蓄　積：1.80億㎥
- ・成長量：309万㎥/年

（うち人工林）
- ・面　積：38.9万ha
- ・蓄　積：1.54億㎥
- ・成長量：296万㎥/年

原木生産量　H24年
46万㎥

○木材の活用
- ・A材（建築用材）：加工体制の強化より消費が増加
- ・B材（合板用材）：県外へ流出
  ⇒　県内におけるB材の積極活用が必要（**CLTの推進**）
- ・C材（低質材）：木質バイオマス発電所の整備により消費が増加

（CLTの推進に向けたこれまでの取り組み）

1　CLT建築推進協議会の設立（H25.7.12）
- ・モデル建築物プロジェクトチームの設置
- ・モデル建築物を対象とした課題の洗い出し・設計方法などの検討
- ・設計者の人材育成

2　日本初CLT工法の建築：高知おおとよ製材社員寮（H25.10～H26.3）

3　CLT（直交集成板）のJAS制定（H25.12.20）

さらなる強化

取り組み

CLT建築推進協議会が推進母体として

1　法整備（建築基準法等）の加速化

○CLTに関する基準づくりの推進
- ・建築事例の検証を生かした法令等の整備促進

2　建築ノウハウの確立・担い手の育成

○設計・施工技術の確立
- ・湿度が高く、雨が多いなど日本の風土や気候に適した設計・施工方法のノウハウの習得・蓄積
- ・耐久性能や接合技術、居住性向上などの技術研究
- ・研究機関等との連携や情報収集

○CLT建築に関する事業者及び技術者の養成
- ・建築事例などの検証を生かした技術研修など

3　CLT建築物の普及

○建築物の建築及び展示
- ・モデル建築物によるCLT建築物のPR
- ・公共施設及び民間施設の建築推進及び技術サポート

○CLT建築に関する知識・情報のPR
- ・フォーラムによる全国発信、ホームページなどによる情報提供、モデル建築物の見学会など

CLTパネル工場の整備

○工場の整備検討
- ・国内外の需要動向調査、事業化プランの検討など

○工場の誘致
- ・整備計画の作成、支援策の検討など

技術・ノウハウ蓄積により高知が日本のCLT先進地に！

CLT推進の土壌形成
- ・県内事業者による建築推進
- ・関係者と強力なﾈｯﾄﾜｰｸ

＋

CLTの需要拡大
- ・庁舎、高齢者施設、保育所などの公共建築物、共同住宅などへの利用拡大

CLTパネル工場整備

大都市圏における本県水産物の販売力の強化

大都市圏の飲食店等と連携した外商活動の強化 ～「高知家の魚応援店制度」の創設～

水産物地産外商推進事業

首都圏や関西圏を中心とした大都市圏の飲食店と産地とのネットワークを構築し、飲食店のニーズの産地への提供と産地情報の飲食店への提供等を行い、本県産水産物の地産外商を推進する

大都市圏の飲食店

産地買受人・漁協・養殖事業者・水産加工業者

応援の店の紹介

出荷者情報・商品情報の収集

県

参加店として掘り起こし、登録

メールマガジン、紙媒体の情報発信
訪問等による登録店のニーズの収集等

出荷者情報・商品情報の提供

出荷者と登録店とのマッチング機会の設定

高知家の魚応援の店

継続的な取引関係が拡大

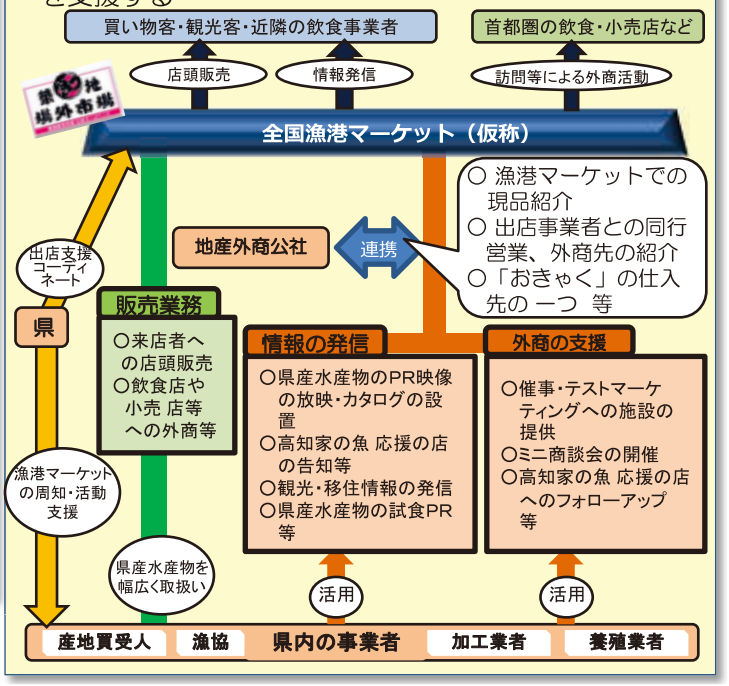
平成27年度末までに
500店舗以上の登録を目標

高知家

「全国漁港マーケット（仮称）」（築地）を活用した首都圏 での外商活動の強化

水産物首都圏販売拠点設置事業

築地場外市場に新設される「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するため、県内事業者の出店を支援する



担い手の育成・確保（農業の例）

	PR・相談段階	技術習得段階	営農準備・営農開始段階	経営発展の支援
新規就農者	○相談対応の強化 〈新規就農総合対策事業〉 農業担い手育成センターと連携して相談対応機能を強化し、就農希望者を一層呼び込みます ○就農への意識づけ （農業高校・農業大学校） 〈新規就農総合対策事業〉 ○クラインガルテン （滞在型市民農園） でお試し農業体験	○こうちアグリスクール 〈都会で学ぶこうち農業技術研修〉 高知県で就農を希望する方を対象に、東京・大阪で農業技術や経営などの研修を実施します ○基礎研修及び実践研修 （「農業担い手育成センター」で実践研修及び産地のとのマッチングを実施） （就農予定市町村等で実践研修を実施） 〈新規就農研修支援事業〉 〈青年就農給付金(準備型)〉 研修生の活動を支援します （研修手当 月額15万円以内） 受入農家等への支援を実施します （月額5万円以内の謝金） ○研修用ハウスの整備 〈新規就農トータルサポート事業〉 ＪＡ出資型法人等による研修用ハウスの整備を支援します	○資金確保 〈就農支援資金助成事業（無利子）〉 ○農地等の情報提供・マッチング 〈農地中間管理事業・農地活用推進事業〉 農地や空きハウスの情報を収集し、新規就農者へマッチングします ○初期投資の軽減 ・ ハウス確保支援 〈レンタルハウス整備事業（新規就農促進区分）〉 補助率 県:1/3（中山間2/5） 市町村:1/3 ～1/6 〈園芸用ハウス活用促進業（流動化区分）〉 補助率 県は市町村補助と同率、ただし1/4を上限 〈新規就農トータルサポート事業（再掲）〉 研修を受けたハウスでそのまま就農できる取り組みを支援します ○営農開始初期の経営安定 ・青年就農給付金 （経営開始型） 150万円／年 最長５年間 （就農時 45歳未満）	○経営者の意識啓発 〈企業的経営体育成支援事業〉 企業的経営体の育成を支援します 雇用を活用した規模拡大を進めます ○雇用労力の確保 〈新規就農総合対策事業（再掲）〉 〈従業員の農業技術を学べる研修の実施〉 農業技術をもった雇用者の確保を支援します
異業種参入	○新分野進出支援 ・ 支援制度の説明 ・ 事例の紹介 ○個別相談対応（随時） ・ 経営計画の作成支援	○基礎研修及び実践研修 （「農業担い手育成センター」で実践研修を実施） 〈新規就農研修支援事業（再掲）農家等謝金〉 受入農家等への支援を実施します （月額5万円以内の謝金）	○円滑な参入に向けた支援 ・ 担い手協議会による地元調整支援 ○農地等の情報提供・マッチング 〈農地中間管理事業・農地活用推進事業（再掲）〉 農地や空きハウスの情報を収集し、新規参入者等へマッチングします ○資金確保 〈農業近代化資金等融資事業（低利子）〉 ○初期投資の軽減 ・ハウス確保支援（再掲） 〈レンタルハウス整備事業 新規就農促進区分）〉 〈園芸用ハウス活用促進事業（流動化区分）〉	○規模拡大の促進 ・ ハウス確保支援 〈レンタルハウス整備事業(規模拡大促進区分)〉 〈園芸用ハウス活用促進事業(流動化区分再掲)〉 ・農業機械・施設確保支援 〈経営体育成支援事業〉 ・農地確保支援(再掲) 〈農地中間管理事業・農地活用推進事業〉

認定就農者・認定農業者等

※ 建設業を営んでいる事業者が農業等の新分野に進出される際の支援制度については、建設業新分野進出アドバイザー（産業振興センター内 ☎：088-845-6600）や産業振興推進地域本部に、お気軽にお問い合せください。

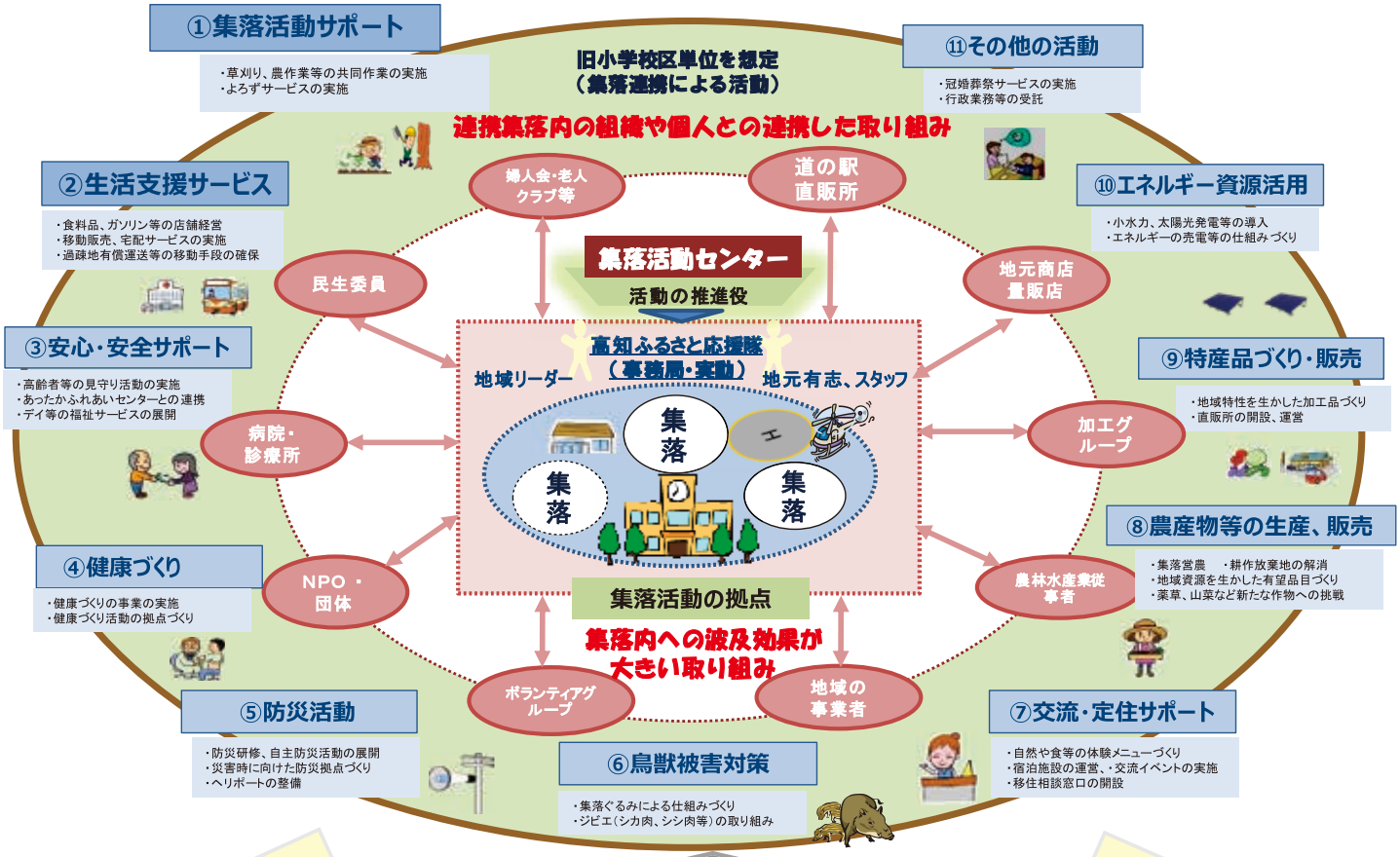
集落活動センターによる集落維持の仕組み

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



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

第２期計画で取り組む人材の育成
「土佐まるごとビジネスアカデミー」

＜＜第1期産業振興計画＞＞（H21～H23）

平成２２年度　計画改定の柱

1. 地産外商戦略の加速化
2. 「ものづくりの地産地消」の促進
3. ポスト「龍馬博」の推進
4. 地域の取り組みのステップアップ推進
5. **地域産業を創造・リードする人材の育成・確保**

県民世論調査

Q. 産業振興計画の推進のためどのような施策を充実させるべきか。
A. **第1位**
「人材の育成・確保」
「地産外商の推進」

OJT＋OFF-JT

人材育成策を強化

具体的な取り組み

・「目指せ！弥太郎　商人塾」(H22～)
・若手人材による異業種交流研修
・こうち地域産業振興人材育成塾
・農業創造セミナー　等

主な成果

・商談会への参加
　⇒商談成立（のべ71件）
・受賞（高知県地場産業大賞：5事業者　等）
・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含む）による事業拡大、商品磨き上げ等

本県産業の継続的な底上げにはさらなる人づくりが重要

抜本強化

産学官連携による人材育成メニューの体系化

＜＜第2期産業振興計画＞＞（H24～H27）

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

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

全国一 サポート体制が整った県を目指す

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

産学官連携による産業人材の育成

産
受講しやすい環境づくり、広報、研修講師

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」開講

学
研修（教育）、内容の検討、研修講師

官
全体調整、運営

土佐まるごとビジネスアカデミーの特徴

・社会人大学院の経営学修士（ＭＢＡ）コースを参考にカリキュラムを構成
・「ガイダンス・入門編」「基礎編」「応用・実践編」「専門知識・技術」に体系化！
・都市部の社会人大学院で行われているような講義が高知で受講できます！

・社会人も学びやすい柔軟なカリキュラム
・受講される方のビジネスの段階に応じて柔軟に受講できます！
・カリキュラムを自分に合わせてオーダーメイドできます！
・平日昼間に加えて、夜間や休日も開講します！
・インターネットを活用して自宅で講義の視聴が可能です！

・学んだ理論を実践に役立てられるようなカリキュラム
各科目とも、理論と具体事例を織り交ぜた講義内容で、すぐに実践に活かせます！

・教育やビジネスの第一線で活躍中の講師陣
県内外の大学や民間企業でご活躍の方に講師をお願いしています！

・充実したフォローアップ体制
土佐ＭＢＡ相談員が受講相談や、事業支援施策の紹介や支援機関への橋渡しをサポートします！

NEW!

平成26年度バージョンアップ！
・女性の活躍を促進するためのコースを新設
・入門編の科目の充実
・土佐ＭＢＡ相談員の配置によるフォローアップ体制の強化

カリキュラムは右ページをご覧ください

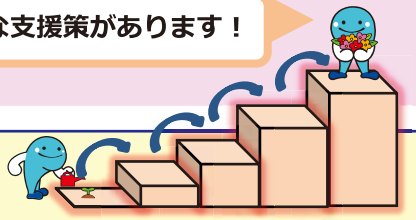
土佐まるごとビジネスアカデミー　カリキュラム

コース	科　目	内　容	開講時間・コマ数（1コマ＝90分）	日程（予定）会場（予定）	受講料
A トップレクチャー		高知県内外で活躍する企業経営トップによる経験や経営についての講演を行います。	2時間×3回	6～3月 高知市内	無料
ガイダンス・入門編	B-1 ガイダンス	ビジネスを行うにあたって基本的に押さえておくべき事柄に加え、「土佐MBA」のカリキュラム体系や活用方法などについて学べます。	2時間	4～7月 こうち男女共同参画センター・ソーレ	無料
	B-2 コミュニケーションスキル入門 NEW!	社内や顧客とのコミュニケーション能力を高める方法について学べます。			
	B-3 商品開発入門	講師が開発に関わった商品を事例をもとに、売れる加工品づくりのポイントなどについて			
	B-4 プレゼンテーション入門	プレゼンテーションを行う際の資料づくりのポイントや聞き手の心に響く発表の仕方などについて学べます。			
	B-5 経営戦略入門 NEW!	経営戦略の意義や考え方の要点について学べます。			
	B-6 マーケティング入門	マーケティングの位置付けや重要なポイントについて学べます。			
	B-7 財務戦略入門 NEW!	企業活動における、財務戦略、会計実務の意義や要点について学べます。			
	B-8 貿易入門 NEW!	貿易のメリットやデメリットなど初歩的なことについて学べます。			
	B-9 ビジネスに図書館を活かす	図書館の本、雑誌、データベースの情報活用の仕方などについて学べます。			
	B-10 ソーシャルメディア活用入門	ソーシャルメディア（ブログ、twitter、facebook等）を活用した情報収集や発信の仕方などについて学べます。			
	B-11 女性のための起業入門 NEW!	起業やキャリアアップについて学べます。（女性対象）			
基礎編1（商品企画）	C-1 コンセプト設計	商品開発におけるコンセプトやターゲットの重要性について学べます。	3コマ	8～10月 こうち男女共同参画センター・ソーレ	1科目 1,500円 1コース（15コマ） 5,000円
	C-2 パッケージデザイン	デザイナーに商品のパッケージデザインを発注するにあたって必要な事柄などについて学べます。			
	C-3 商品規格書	商品規格書の作り方などについて学べます。			
	C-4 商談・プレゼンテーション	商談やプレゼンテーションの仕方について学べます。			
	C-5 知的財産管理	知的財産制度の概要や知的財産の管理の必要性などについて学べます。			
基礎編2（経営・マーケティング戦略）	D-1 経営戦略	経営戦略を策定するために必要な分析手法などの基礎知識について学べます。	5コマ	9～11月 こうち男女共同参画センター・ソーレ	1科目 2,500円 1コース（15コマ） 5,000円
	D-2 マーケティング戦略	マーケティングの定義や概念、マーケティング手法などの基礎知識について学べます。			
	D-3 人材・組織管理	組織を経営するにあたって必要な組織管理やリーダーシップ、人材育成などについて学べます。			
基礎編3（財務戦略）	E-1 会計実務（個人事業～グループ、中小企業向け）	簿記と財務諸表、損益分岐点の考え方や開業までの準備など、会計実務の基礎知識について学べます。	5コマ	11～12月 こうち男女共同参画センター・ソーレ	1科目 2,500円 1コース（15コマ） 5,000円
	E-2 財務戦略（個人事業～グループ、中小企業向け）	キャッシュフロー計算や財務分析など、財務戦略の基礎知識について学べます。			
	E-3 リスク管理（個人事業～グループ、中小企業向け）	BCP（事業継続計画）の策定や労務・人事リスクのマネジメント、情報管理リスクのマネジメントについて学べます。			
基礎編4（事例研究）	F 現場研修	企業の生産現場の見学や取組内容の説明を行います。	2コマ×2回	8～12月 高知市ほか	1回 1,000円
基礎編5（G 貿易実務）		貿易をはじめるにあたって押さえておくべき基本的な事柄から、海外市場への販路開拓に必要な知識、具体的手法などについて学べます。	3コマ	9～12月 こうち男女共同参画センター・ソーレ	1,500円
基礎編6（H 出前講座）		各地域や企業、団体等のニーズや課題に応じて講師を派遣します。	1団体3回程度	随時 各地域	1回 5,000円
基礎編7（I 女性創業塾） NEW!		起業したい自分の棚卸し、起業経験者の体験談、起業準備について学べます。	3コマ（1コマ：180分）	5月 こうち男女共同参画センター・ソーレ	1,500円
応用・実践編	J-1 経営判断力養成（土佐経営塾）	経営上の生々しい出来事が書かれた事例教材（ケース）を用いて、自分がその当事者だったらどうするかを考えていく「ケースメソッド授業」により、事業経営や起業に必要なさまざまな能力が偏りなく身につけられます。	全12回	8月～12月 土佐市	10,000円
	J-2 新商品開発（目指せ！弥太郎　商人塾）	3日間（初日は午後のみ）、講義やグループディスカッション、個別指導を織り交ぜた研修を行います。コンセプト設計、商品企画、プレゼンテーションを学ぶ講義、グループディスカッション等を通じて各自の商品を 磨き上げていきます。	全6回	7～2月 中間報告会（12月） 成果報告会（3月） こうち男女共同参画センター・ソーレ	10,000円
	J-3 農商工連携ビジネス（目指せ！弥太郎　商人塾）	3日間（初日は午後のみ）、講義やグループディスカッション、個別指導を織り交ぜた研修を行います。マーケティング戦略、経営戦略、組織マネジメントの理論や先進的な取り組み事例を学ぶ講義、グループディスカッション等を通じて、各自が取り組むビジネスプランを作っていきます。	全6回		10,000円
	J-4 6次産業化（農業創造セミナー）	直販所や農家レストラン、加工品開発など、6次産業化に取り組もうとするグループや農業者が、自ら魅力ある商品づくり等の企画・提案を行える知識やスキルを身につけられます。	入門コース：2回×2か所 応用・実践コース：全6回	6～2月 高知市ほか	無料
	J-5 起業家養成（創業塾）	創業に向けて具体的な行動計画がある方等を対象として、創業に至るまでに必要な具体的知識等を習得する短期集中研修を4日間開催し、最終日には参加者全員にビジネスプランを作成して頂きます。	6時間×4回	7月 高知市	無料（予定）
専門知識・技術	K-1 生産管理高度化研修（地産地消・外商課主催）	食品製造の衛生管理及び適正表示に関する基礎を学べます。	随時	随時 高知市ほか	無料
	K-2 生産管理高度化講座（高知県立大学主催）	より高度な衛生管理に取り組むための中核的な人材に必要なスキルを身につけられます。	HACCP関連：随時 スキルアップ：連続講座	HACCP関連：5～8 月頃 スキルアップ講座：6～2月 高知市ほか	一部有料
	K-3 土佐FBC	講義と実習を通じて、地域食品関連産業をリードする人材に必要な知識や技術を身につけられます。	座学160時間 現場実践学40時間 実験技術40時間	5月～2月 高知大学物部キャンパスほか	有料

上記カリキュラムは、予定も含まれています。より詳細なカリキュラム等は、ホームページ（http://www.abi.co.jp/information/tosamba.html）をご覧いただくか、計画推進課（☎：088-823-9742）までお問い合わせ下さい。

11 支援策一覧

あなたのステップに応じたいろんな支援策があります！



これから取り組みを始めたい方・ビジネスのスキルアップを図りたい方

人材育成

ビジネスのアイデアはあるけど、どうすればいいのかわからない。
スキルアップして、新たな事業展開に役立てたい。

★「土佐まるごとビジネスアカデミー」に参加してみませんか？ 拡充

産業に関わる方すべての方が、ビジネスの基礎知識から、応用・実践力に至るまで、受講者のニーズやレベルに応じて修得していただけるカリキュラムとなっています。

カリキュラム体系は、「ガイダンス・入門編」「基礎編」「応用・実践編」「専門知識・技術」により構成。

※「女性創業塾」などの科目の新設や、土佐MBA相談員の配置など拡充

⇒研修のカリキュラムは、HP（http://www.abi.co.jp/information/tosamba.html）をご覧いただくか、計画推進課（☎：088-823-9742）までお問い合わせ下さい。

販売先を広げたい方・県内での「ものづくり」に参画したい方

地産地消・地産外商

県内で売り出したい。

★高知市内のアンテナショップ「てんこす」に出品してみませんか？
⇒経営支援課（☎088-823-9679）

直販所等でもっと売れる商品にしたい。

★直販所等で販売する商品の磨き上げに、専門家の助言を受けてみませんか？ ⇒地域農業推進課（☎088-821-4540）

県内、県外で売り出したい。

★見本市・商談会へ出展してみませんか？

●機械系ものづくり

◆見本市、展示会の紹介や製品情報のPR、販路開拓のきっかけづくりなど、機械系ものづくり企業の外商活動をお手伝いします。
まずは、ご相談ください。
⇒ ものづくり地産地消・外商センター（☎088-845-7110）

●食品加工品⇒地産地消・外商課（☎088-823-9753）
●有機栽培などのこだわりの青果物⇒産地・流通支援課（☎088-821-4806）

県外でも通用する商品にしたい。

★首都圏のアンテナショップ「まるごと高知」を活用してテストマーケティングをしてみませんか？ ⇒高知県地産外商公社高知事務所（☎088-855-4330）

★市場対応商品開発事業費補助金

マーケットイン型商品づくり支援事業（平成25、26年度）などにおける、バイヤー等からの商品評価、改良提案を受けた事業者の商品開発（改良）に必要な事業に対して補助します。
⇒地産地消・外商課（☎：088-823-9704）

海外で売り出したい。

★海外輸出入のコーディネートの支援を受けてみませんか？
⇒地産地消・外商課（☎088-823-9752）

ものづくりの地産地消

製造機械がほしい。外注先を教えてほしい。

★どこに問い合わせれば？ まずはご相談ください！
機械製造、商品開発ニーズなど県内での「ものづくり」に関する様々な相談に対応します。
⇒ものづくり地産地消・外商センター（☎088-845-7110）

県内に需要のある機械や設備を開発したい。

★ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金

県内外に需要のある機械や設備を県内企業が開発していく取り組みを推進するため、試作機の企画・開発、製品改良に要する経費を助成します。
⇒工業振興課（☎：088-823-9720）

食品加工品を作りたい。

★食品加工機械を使って、新しい加工品を作ってみませんか？

「食品加工研究棟」などの機械を使って加工品の開発や加工、品質管理の実践的な実習ができます。 ⇒工業技術センター（☎088-846-1111）

より安全・安心な商品を消費者に届けたい。

★正しい食品表示ができていますか？取引先を広げるために、生産管理の高度化の必要はありませんか？

適切な食品表示、地産外商に向けた生産管理の高度化や新たな加工品づくりに取り組まれる事業者の皆さんにアドバイスを行います。
⇒地産地消・外商課（☎088-823-9704）

新しい事業に挑戦したい方

地域アクションプラン

専門家のアドバイスを受けたい。

商品の試作をしたい。本格的に展開する前に小規模に行いたい。

本格的な事業展開をしたい。

★産業振興推進アドバイザー制度

産業振興計画に基づく地域アクションプランの実現に向けて、専門家を派遣し、組織づくりや、商品企画、生産、流通、販売に至るまでの指導、助言等を行います。

★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の位置づけを目指そうとする、地域の思いやアイデアを具体化するための初期段階の取り組み（市場調査や試作品づくり等のソフト事業を中心）について、一定の要件を満たす場合は、現段階で位置づけがなくても助成します。

★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）

産業振興計画に位置付けられた事業等を対象に、生産段階から販売段階までの取り組みを総合的に支援するため、次の取り組みに要する経費を助成します。

〇市場調査　〇商品・技術開発　〇販路開拓・販売促進　〇施設・設備等整備　など

⇒いずれも計画推進課（☎：088-823-9333）

農商工連携

農業者と商工業者とが連携してビジネスを広げたい。

★こうち農商工連携基金事業

県内の農林漁業者等と中小企業者が連携して行う新商品やサービス等の開発・販路開拓、人材育成等の取り組みに要する経費を助成します。

⇒（公財）高知県産業振興センター企業振興部振興課（☎：088-845-6600）

企業研究会

温めてきた商品アイデアやプランを事業化したい。

★企業研究会に参加してみませんか？

今後の成長が期待できる食品・天然素材・環境・健康福祉の分野における事業者間のマッチングや事業化プランの策定を支援します。

食品・天然素材分野⇒工業振興課（☎088-823-9691）

環境・健康福祉分野⇒新産業推進課（☎088-823-9750）

★研究会発事業化支援事業費補助金 拡充

複数の研究会会員が連携した事業体や個人事業者に対して、ソフト（商品開発、販路開拓、人材育成）、ハード（生産設備導入）の経費を助成します。

※新たな販路開拓（外商）や販売手法ができたプランについては再度補助金により支援

⇒工業振興課（☎：088-823-9691）

防災関連産業

温めてきた商品アイデアやプランを事業化したい。

新しい商品を開発したい。

県内外に販路を広げたい。

★防災関連産業交流会に参加してみませんか？

情報交換による企業と市町村とのマッチング、防災関連製品・技術のPR等を行います。

★ものづくり地産地消推・外商進事業費補助金（防災枠）

防災関連の商品や技術の企画設計・開発、改良に要する経費を助成します。

★防災関連製品認定制度

防災関連製品・技術について、品質や安全性等の観点で審査を行った上で、高知県防災関連産業交流会が認定します。

⇒工業振興課（☎：088-823-9724）

★防災関連の見本市に出展してみませんか？

⇒ものづくり地産地消・外商センター（☎：088-845-7110）

起業・創業

高知県内で起業・創業したい。

★こうちビジネスチャレンジ基金事業

県内で起業・創業にチャレンジする事業者等のビジネスの立ち上がり段階の取り組みに対し、事業育成支援金などの支援を行います。

★創業促進補助金

地域のニーズを的確に把握し、独創的なサービスや商品等を新たに提供する取り組みに対し、創業等に要する経費を助成します。

⇒いずれも（公財）高知県産業振興センター企業振興部振興課（☎：088-845-6600）

事業を拡大したい方・設備を更新したい方

企業立地・設備投資

工場を建設したい。

設備を更新をしたい。

★企業立地促進事業費補助金

新たに工場等を設置する者で一定要件を満たす場合に、その新増設経費に対して助成します。

⇒企業立地課（☎：088-823-9693）

★設備投資促進事業費補助金 拡充

県内で製造業を営む企業の生産性向上に資する設備投資について、必要な額を所定の条件で借り入れた場合の利子相当額を助成します。

※補助金の自己資金要件を廃止　⇒工業振興課（☎：088-823-9720）

新規 **県では、人材ビジネス会社と連携し、地域では獲得の難しい「人財」を都市部等から誘致する取り組みを進めています。**

★新たな人財が欲しい方は、まずご相談ください。 ⇒移住促進課（☎：088-823-9755）

これ以外にもいろんな機関でいろんな支援制度があります。
まずはお近くの**地域本部**にお問い合わせください。⇒**地域本部**の連絡先は裏表紙をご覧ください

あなたのアイデアを形にしましょう
県内７ブロックにある地域本部がワンストップで支援します!

「地域の資源を活用して新しい事業を立ち上げたい」「事業を拡大したい」「県外・海外への外商に挑戦したい」など

市町村等 ⇔ 連携

ワンストップ支援窓口

産業振興推進地域本部

- 地域産業振興監
- 地域支援企画員
- 出先機関
- 本庁関係課

取り組み内容の検討、熟度を高める支援

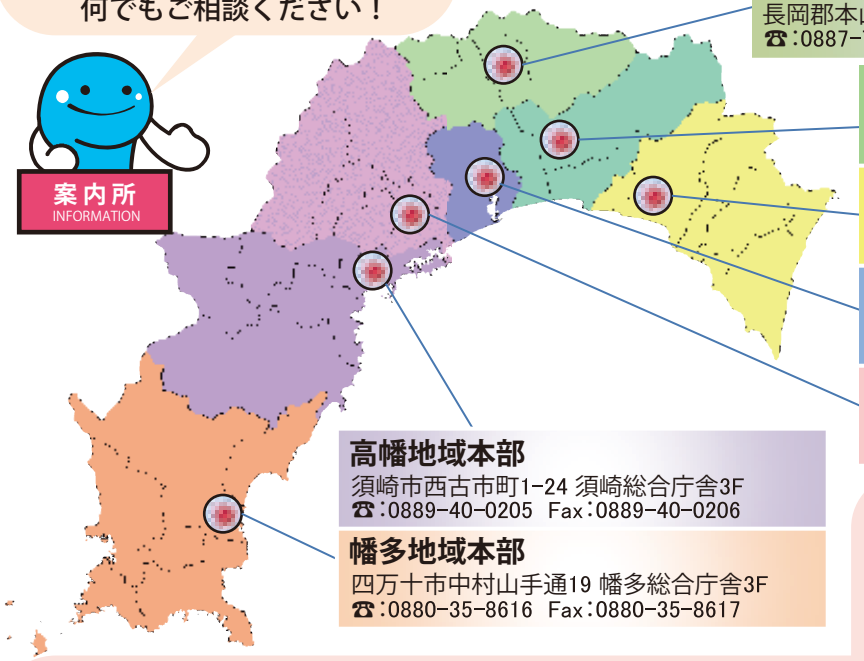
地域アクションプランの取り組みについては、実行支援チームでサポート

色々な支援メニューを活用

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

など

地域の産業に関することなら、まずはお近くの窓口に何でもご相談ください！



嶺北地域本部
長岡郡本山町本山946-6　中央東土木事務所本山事務所1F
☎:0887-70-1015　Fax:0887-70-1016

物部川地域本部
香美市土佐山田町加茂777 香美農林合同庁舎1F
☎:0887-57-0015　Fax:0887-57-0016

安芸地域本部
安芸市矢ノ丸1-4-36 安芸総合庁舎2F
☎:0887-34-1270　Fax:0887-34-1271

高知市地域本部
高知市布師田3992-3 工業技術センター5F
☎:088-826-5037　Fax:088-826-5038

仁淀川地域本部
土佐市高岡町乙3229 土佐合同庁舎1F
☎:088-852-7256　Fax:088-852-7257

高幡地域本部
須崎市西古市町1-24 須崎総合庁舎3F
☎:0889-40-0205　Fax:0889-40-0206

幡多地域本部
四万十市中村山手通19 幡多総合庁舎3F
☎:0880-35-8616　Fax:0880-35-8617

東京都中央区銀座1-3-13　リーブレックス銀座タワー
飲食:TOSA DINING　おきゃく　☎:03-3538-4351
物販:とさ市／とさ蔵　☎:03-3538-4365

まるごと高知ホームページ　まるごと高知　検索

みんなが主役高知の元気発進プロジェクト
～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.3 PR版
平成26年６月発行

高知県産業振興推進部　〒780-8570　高知市丸ノ内1-2-20

計画推進課
☎:088-823-9333　Fax:088-823-9255
E-Mail／ 120801@ken.pref.kochi.lg.jp

移住促進課
☎:088-823-9755　Fax:088-823-9258
E-Mail／ 120301@ken.pref.kochi.lg.jp

地産地消・外商課
☎:088-823-9738　Fax:088-823-9262
E-Mail／ 120901@ken.pref.kochi.lg.jp

一般財団法人 高知県地産外商公社
〒104-0061　東京都中央区銀座1-3-13
リーブレックス銀座タワー
☎:03-3538-4367 Fax:03-3538-4368

公益財団法人 高知県産業振興センター
〒781-5101　高知市布師田3992-2
☎:088-845-6600　Fax:088-846-2556
E-Mail／ info@joho-kochi.or.jp

ものづくり地産地消・外商センター
〒781-5101　高知市布師田3992-2
高知県産業振興センター内
☎:088-845-7110　Fax:088-846-2556
E-Mail／ mono@joho-kochi.or.jp

◆ **高知県立図書館では産業振興にお役に立てるよう、専門書籍を多数取りそろえています。**
高知県立図書館　☎：088-872-6307