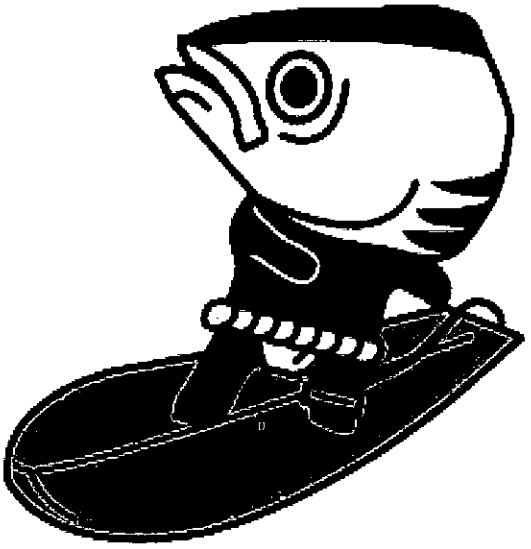
飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

変わろう・変えよう・産業と暮らし

第２期高知県産業振興計画 ver.2

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《 総論 ・産業成長戦略》



平成 25 年３月

高　知　県

第２期産業振興計画の改定にあたって

平成 24 年３月に策定した第２期産業振興計画は、第１期３年間の取り組みにより築き上げてきた土台に立ち、真に県勢浮揚を成し遂げるため、「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」という「１０年後の成功イメージ」を掲げさせていただき、今まで以上に官民協働で飛躍に向けて挑戦を続けています。

第２期計画の実行１年目となる平成 24 年度は、計画の大きな柱である地産外商戦略では、首都圏において新たな販路開拓に努めた結果、成約件数が大幅に拡大し、さらには海外に向けても、フランスで開催された世界最大級の食品見本市に日本で初めてユズ玉を出展するなど、今後、さらなる広がりが期待できる動きも出てきました。

また、新たな産業の創出に向けて、防災関連産業では、新たな試作開発が行われるとともに、メイド・イン高知の「防災関連製品」が県外での販売につながる事例も生まれています。今後は、南海トラフ巨大地震への備えと連動させながら、県民の皆様の安全・安心の確保と県経済の活性化の実現を同時に目指したいと考えています。

観光分野では、博覧会終了後の影響が懸念されるなか、これまで蓄積してきたノウハウを生かしたエリアキャンペーンや龍馬パスポートの取り組みにより、県外観光客の入込数は引き続き高い水準を維持しており、着実に本県観光の底上げが図られていると感じています。

しかしながら、人口減少により縮小を続ける県内市場、資本や産業の集積が乏しいがゆえに産業間の連携が弱く、強みである第一次産業さえも強みでなくなりつつある、という本県経済が抱える積年の課題を解決するためには、継続した粘り強い取り組みが必要です。

そのため、平成 25 年度の「第２期産業振興計画 ver. 2」では、ＰＤＣＡサイクルを通じ、計画のさらなるバージョンアップを図り、地産外商体制の強化や、企業立地の抜本強化・団地開発の加速化などに加え、移住促進策の抜本強化という新たなテーマにも挑戦してまいります。

積年の課題を解決し、県勢浮揚を成し遂げる道のりは、決して容易ではありませんが、多くの方々に産業振興計画の成果を実感していただき、そして１０年後の成功イメージが実現できますよう、私自身、県民の皆様と共に汗をかき、知恵を出し合いながら、飛躍に向け、たゆまない挑戦を継続してまいります。

皆さまの積極的なご参画とご協力を心からお願い申し上げます。

平成 25 年３月

高知県知事　尾﨑　正直

目　次

【総 論】
Ⅰ　はじめに ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
　1　計画策定の趣旨 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
　2　第１期計画策定の背景 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
　3　産業振興計画の構成と推進体制 ・・・・・・・・・・・・・・・・・5
　（１）産業振興計画の構成 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
　（２）産業振興計画の推進体制 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・6

Ⅱ　計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 ・・・・・・・・・・・9

Ⅲ　第２期計画の挑戦 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１８
　1　第２期計画の挑戦 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１８
　2　本県の強みと弱み、機会（チャンス）と脅威 ・・・・・・・・・・１８
　（１）本県の強み ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１９
　（２）本県の弱み ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２１
　（３）機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢 ・・・・・２５
　（４）脅威となる社会経済の動向 ・・・・・・・・・・・・・・・・・２７
　3　第２期計画の基本方向と進め方 ・・・・・・・・・・・・・・・・２９
　（１）改革のための６つの基本方向・将来の姿 ・・・・・・・・・・・２９
　（２）計画の改定（第１期改定：平成 25 年３月）・・・・・・・・・・３８
　（３）各産業分野を超えた連携（連携テーマ） ・・・・・・・・・・４４
　4　第２期計画のさらなる発展に向けて ・・・・・・・・・・・・・・４５
　(別図) 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿・４７

＜付属資料＞
Ⅰ　第１期計画の改定の経緯 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５０
　1　第１期計画の改定の経緯 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５０

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括・・・・・・・・・・・・・５１
　1　第１期計画の評価 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５１
　2　今後の展開 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・６８

Ⅲ　高知県経済等の動向（平成 25 年３月現在）・・・・・・・・・・・６９

【産業成長戦略】

Ⅰ　産業間の連携戦略　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７７
　１　地産地消・地産外商戦略の展開　・・・・・・・・・・・・・・・・　７７
　（１）地産地消の徹底　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　８３
　（２）「ものづくりの地産地消」の促進　・・・・・・・・・・・・・・　９５
　（３）食品加工の推進　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１０９
　（４）地産外商の推進　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１２３
　２　新エネルギーを産業振興に生かす　・・・・・・・・・・・・・・・１４３
　３　産学官連携による力強い産業の礎を築く・・・・・・・・・・・・・１６９
　４　中山間の暮らしを支える産業づくり　・・・・・・・・・・・・・・１８３
　５　産業人材の育成・確保　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１９１
　６　移住促進による地域と経済の活性化　・・・・・・・・・・・・・・２２５

Ⅱ　専門分野の成長戦略　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２４１
　１　農業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２４１
　２　林業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３１７
　３　水産業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３５７
　４　商工業分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４２７
　５　観光分野　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・４８１

＜付属資料＞

Ⅰ　用語の解説　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５１７

＜参考資料＞

Ⅰ　計画のフォローアップ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５３３
　１　フォローアップの経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５３４
　２　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等　・・・・・・・・・５３８
　（１）フォローアップ委員会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５３８
　（２）専門部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５３９
　（３）連携テーマ部会　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５４１
　（４）産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　・・・・・・・・５４２

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

Ⅰ　地域区分

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

Ⅲ　各地域の展望と具体的な取り組み
　1　安芸地域
　2　物部川地域
　3　高知市地域
　4　嶺北地域
　5　仁淀川地域
　6　高幡地域
　7　幡多地域

＜付属資料＞
　用語解説

　推進経過

　地域アクションプランフォローアップ会議委員名簿

【 総　論 】

Ⅰ　はじめに

1　計画策定の趣旨

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

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

「産業振興計画」は、社会経済情勢の変化やＰＤＣＡ[1]サイクルによる改善、新たな課題への対応などを行うため、毎年度、内容をバージョンアップしており、今回、平成24年度の取り組みを踏まえて「第２期計画 ver.2」に改定しました。

※第１期高知県産業振興計画の総括は＜付属資料＞50～68Ｐをご覧ください。

2　第１期計画策定の背景

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

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

■本県経済の構造的課題

当時、全国的には、主として、先端的な産業や輸出産業が牽引する形で景気が回復していました。しかしながら、公経済への依存度が高く、産業基盤が弱い本県では、その恩恵を十分に受けることができませんでした。これに加え、全国に先行する人口減少と高齢化により、県内市場が縮小し続けてきたこと、さらには、厳しさを増す県内自治体の財政状況の影響により、公共投資が減少したことなどもあいまって、本県経済は、長らく厳しい状況が続き、全国水準

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

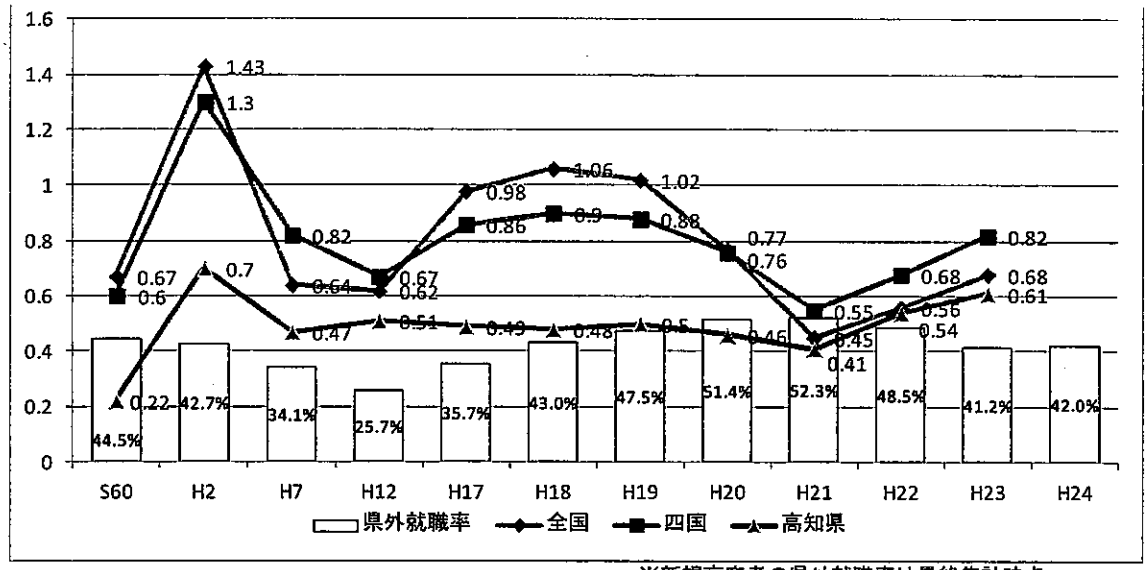
との間に大きな格差が生じています。

一人当たり県民所得　平成18年度：217万円（全国平均の73.5%）
＜参考　平成22年度：218万円（全国平均の79.8%）＞
製造品出荷額等　平成19年：5,955億円（全国第46位。第45位の約半分）
＜参考　平成22年：4,608億円（全国最下位）＞
人口減少　平成2年から自然減（全国に15年先行）
高齢化率　平成17年：25.9%（全国に10年先行）
＜参考　平成22年：28.8%＞

有効求人倍率（図1）を見ても、かつては全国の景気動向に一定連動していたものが、第1期計画をスタートする前の6年程（平成15年度～平成20年度）は連動せず、しかも、その数値は0.46（平成20年度）と、全国平均とは大きな隔たりがありました。＜参考　平成25年1月0.66（全国0.85）＞

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

図1　有効求人倍率と新規高卒者の県外就職率の推移



※新規高卒者の県外就職率は最終集計時点
（卒業した年の6月末現在）

■計画策定の必要性

下降傾向にある本県経済を上昇に転じ、飛躍の機会を逃すことなく県勢の発展につなげていくため、本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図らなければなりません。

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

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

このため、官民が同じ方向に力を合わせて進む旗印ともなる、本県経済の体質強化に向けたトータルプランとして本計画を策定したものです。

3　産業振興計画の構成と推進体制

（1）産業振興計画の構成

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

産業振興計画は、計画策定の基本的な考え方や方向性などを示した「総論」と、各産業分野や連携して取り組むテーマの戦略を示した「産業成長戦略」、さらに、県内７つの地域のアイデアや取り組みを行動計画として取りまとめた「地域アクションプラン」で構成しています。

■総論

より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていくため、県民の皆様と共有させていただく、成功イメージや目標などを掲げています。

また、本県の強みや弱み、機会や脅威を整理し、「強み」を活かしきる視点から、今後本県が目指すべき「改革のための基本方向」と、その基に進める重点取り組みなどを整理しています。

■産業成長戦略

総論で示した「改革のための基本方向」を具体化する戦略として、農業・林業・水産業・商工業・観光の５つの産業分野及びこれらの産業分野間を結ぶ連携テーマごとに取りまとめています。その中では、目指すべき姿やこれまでの取り組みの分析を示したうえで、これからの対策を、いつ、誰が、どのような形で実施していくのか（５Ｗ１Ｈ）を記載しています。

■地域アクションプラン

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

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

（２）　産業振興計画の推進体制

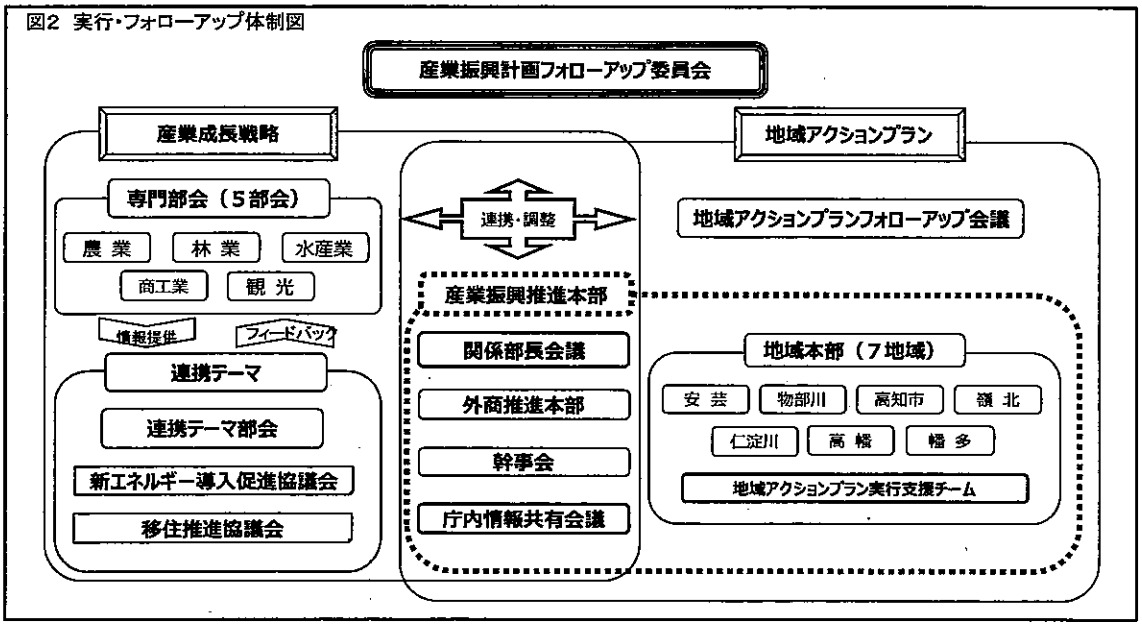
- 官民協働による計画の着実な推進
- 実行体制とフォローアップ体制
- ＰＤＣＡサイクルに基づく推進

産業振興計画は、策定の段階から多くの県民の方々や各産業に携わる方々、民間の有識者の方々などに参画いただき、官民協働で策定作業を進めてきました。計画の実行段階においても同様に、県民の皆様と県が手を携えて着実に計画を推進することを目指してきました。

そのために、まず県庁が汗をかく、すなわち、推進体制を整えてしっかりと実践し、そのうえで、多くの方々が県経済の発展に向けて力を合わせて取り組めるよう、民間や地域の方々の頑張りに対し、県としての公正性を確保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行っています。

併せて、全庁横断的な組織を作り、計画の実現に向けて積極的に施策展開を図っています。

図2 実行・フォローアップ体制図



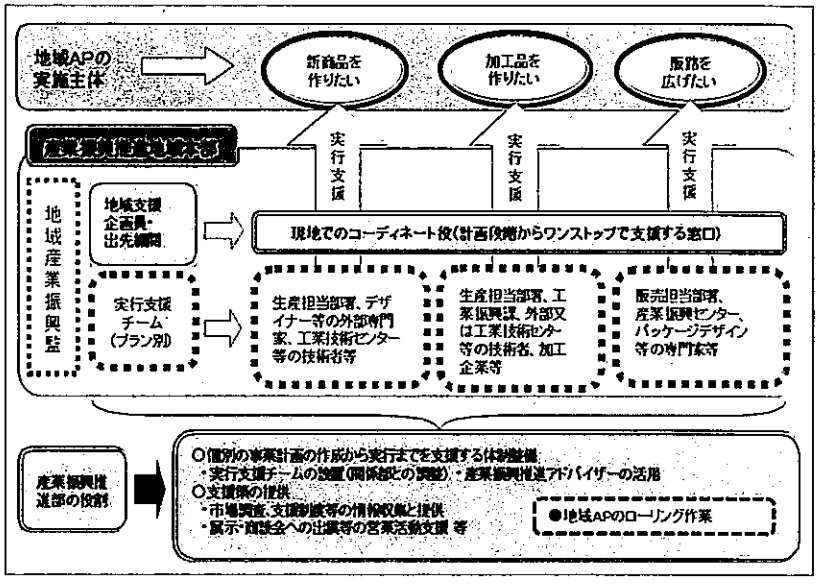
■実行体制

産業振興計画は、農業、林業、水産業、商工業、観光、そして、地産地消・地産外商や移住促進など、振興を図る分野が多岐にわたりますので、関係する部局や関連する計画との連携を図り、全庁が一体となって推進を図ります。

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

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

図3 各地域における推進イメージ



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

また、地域アクションプランの実行を支援するため、各地域に産業振興推進地域本部を設置しています。そこには、

産業部門の出先機関や地域支援企画員等を統括する責任者（地域産業振興監）を置き、個別のプランごとに関係機関が連携して取り組むなど、地域アクションプランの実行を徹底して支援しています。

■フォローアップ体制

官民協働で実行する産業振興計画を、より効果的かつ実行性あるものとするため、産業団体の代表者や学識経験者、市町村長等で構成する「産業振興計画フォローアップ委員会」「産業振興計画フォローアップ会議」「専門部会」等を設置し、計画の進捗状況や評価、検証、修正・追加などに関する検討を行っています。

■ＰＤＣＡサイクルに基づく推進

産業振興計画の実行にあたっては、ＰＤＣＡサイクルにより、一つ一つの施策や事業の進め方、手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、四半期毎に点検し、取り組み状況の把握に努めています。

こうしたＰＤＣＡサイクルを通じて浮かび上がった課題を踏まえ、より実行性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、計画自体に改定を加えて、バージョンアップを図っています。

これらの一連の取り組みをスピーディに行うとともに、各施策や各事業では、可能なかぎりアウトカム目標を設定し、目標の達成に向けて全力で取り組んでいきます。

Ⅱ　計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿

県勢浮揚に向けた挑戦を続けていくためには、より多くの県民の皆様に産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていく必要があります。

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

①産業振興計画の推進によって目指す将来像（10 年後の成功イメージ）

「地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」」

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

1　本県の地域資源を使った新しい商品が次々と誕生し、全国、海外において数多く認知されるようになる

2　防災や新エネルギーの関連産業が形成され、高知県の産業として誰もがイメージできるようになる

3　厳しい時代を生き抜くたくましい産業人材が数多く輩出され、各地で活躍するとともに、地域を支える新しい基幹産業が各地に定着し、地域の明るい未来が広がる

②計画全体を貫く目標

産業振興計画の取り組みの効果を測るため、経済の面から「県際間の収支」、人口の面から「人口の社会増減」の２つの指標により、10 年後の目標を掲げ、毎年、進捗状況を検証していきます。

《目標１》県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる 10 年後の移輸出額の増加効果

＋1,300 億円　[試算値]

＜平成 17 年の県際収支　▲6,678 億円＞

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

＜平成12～22年（年平均）の社会減2,158人＞

この２つの目標に加えて、次の経済指標も活用し、全国との比較や経年の変化を見ていくことで、計画の効果を検証し、施策等の改善につなげていきます。

・製造品出荷額等
・一人当たりの県民所得
・現金給与総額
・日銀短観の業況判断Ｄ．Ｉ．
・日銀短観の設備投資計画の推移
・有効求人数　など

※直近（平成25年３月のフォローアップ委員会資料）の「高知県経済等の動向」は＜付属資料＞69～74Ｐをご覧ください。

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

◎若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

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

◎全国一学びの機会が多い県を目指す
◎全国一サポート体制が整った県を目指す

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

このために、各産業分野においても、これを意識した施策を進める必要がありますし、さらに言えば、仕事に就いた後も、学びの段階から事業化までの多様なサポートにより、実践者のチャレンジを応援することで、さらに本県で働

く魅力が高まるものと考えられます。このため、「全国一学びの機会が多い県」、また、「全国一サポート体制が整った県」となることを目指します。

そうしたことをトータルで進めることによって、若者を呼び込み、人口社会増の達成、ひいては、産業振興計画の推進によって目指す将来像である『地産外商が進み、 地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』を実現していきます。

③各産業分野における「４年後の目標」「10年後の目指す姿」

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

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

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

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

国全体の人口が減少し、国内市場がますます縮む中で、現状を維持すること自体、簡単なことではありません。まして、増加を目指すことは大変なことですが、様々な取り組みを進めながら、県勢浮揚に向け、官民一体となって挑戦していきます。

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

《農業分野》

◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○ＩＰＭ技術がより高度化するとともに、全地域・全品目に普及する

○集落営農（こうち型集落営農を含む）の取り組みが県内各地に広がっている

○新規就農者が継続的に確保され、営農が定着し地域の中核的な農業者が増える

○地域資源を活用した加工の取り組みが県内各地に広がる

○本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている

○実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている

⇒**4年後に農業産出額 1,000 億円以上を目指す**

（【目標設定時】H22：930 億円⇒【直近値】H23：958 億円）

◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

○地域で暮らし稼げる農業

・農で働き高知で暮らす

・若者からお年寄りまで笑顔で暮らせる中山間の農業の確立

・攻めの外商で稼ぐ農業

⇒**10 年後に農業産出額 1,050 億円以上を目指す**

《さらなる飛躍へのポイント》

・生産性の向上と、安全・安心による選ばれる産地の形成（オランダ並みの生産性を目指す「新施設園芸システム」を県内各地に普及）

・一経営体あたりの収入をアップ（農地を集積、施設の高度化・大規模化、経営力のある企業的経営体を県内各地に育てる）

・中山間で収入を得る仕組みを定着（こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスを各地域へ拡大）

・農産物の付加価値を向上（各地に生まれた加工の動きを産業に育てる）

《林業分野》

◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○原木の増産が進み、山の資産価値がアップするとともに、中山間の雇用が確保される

○加工力の強化により、木材の付加価値が高まる

○県内での県産材利用が拡大するとともに、県外市場での認知度が向上する

○適切な資源循環の中で、余すことなく森林資源を生かし切り、木の価値がアップする

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

（【目標設定時】H22：原木生産量 40.4 万㎥
木材・木製品製造業出荷額等 150 億円
⇒【直近値】H23：原木生産量 50.7 万㎥
木材・木製品製造業出荷額等 164 億円）

※4 年後の原木生産量は実績等を踏まえ 62 万㎥から上方修正
平成 23 年の数値については、「平成 24 年経済センサス活動調査」（従業者４人以上の事業所）の速報（高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

○山で若者が働く、全国トップ３の国産材産地

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

※10 年後の原木生産量は実績等を踏まえ 65 万㎥から上方修正

《さらなる飛躍へのポイント》

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

[2] 木質構造パネル

《水産業分野》

◆４年後（平成 27 年度末）の目標
○安定した漁業生産が確保される
○県外市場で認知度が向上し、ブランド化が図られる
○水産加工の広がりにより地域の雇用の場が確保される

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

（【目標設定時】H21：沿岸漁業生産額 348 億円、水産加工出荷額 160 億円
⇒【直近値】H23：沿岸漁業生産額 396 億円、H22：水産加工出荷額 162 億円）

◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿
○若者が住んで稼げる元気な漁村
・海・資源と共存する土佐の漁業
・鮮度で勝負！土佐の魚
・加工で広がる漁村の雇用

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

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

《商工業分野》

◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○積極的な設備投資と技術力の強化が相まって、生産性や競争力が向上する

○新たな企業立地が進むとともに、防災や食品、一次産業関連機器等の分野で競争力のある製品や企業が生まれ、県内外での本県企業への評価が高まる

○数多くの企業が積極的な販売の拡大に取り組み、売上の増加につながるとともに、営業ノウハウ等も蓄積される。また、ものづくり産業の拡大、地産・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化する

⇒**4年後に製造品出荷額等 5,000 億円以上を目指す**

（【目標設定時】H22：4,681 億円⇒【直近値】H23：4,995 億円）

※平成 23 年の数値については、「平成 24 年経済センサス活動調査」（従業者４人以上の事業所）の速報（高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

○ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

・全国と対等に競い合う企業が育ち、産業集積の拡大と県内でのサプライチェーンが実現　～地理的なハンディを乗り越えて～

・高知ならではの技術やノウハウを活かして、存在感をアピールできるものづくり産業の創出　～防災産業と言えば高知県～

・全国に広がる Made in kochi と商業の活性化

⇒**10 年後に製造品出荷額等 6,000 億円以上を目指す**

《さらなる飛躍へのポイント》

・継続した団地開発と企業立地の推進の加速化

・県内企業の設備投資の促進とものづくりをリードする中堅企業の育成

・次世代の成長産業の育成（南海地震対策と連動した防災関連産業の育成）

・地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり

《観光分野》

◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている

○核となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している

○様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができている

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

（【目標設定時】H23:県外観光客入込数 388 万人　観光総消費額 953 億円
⇒【直近値】H24：県外観光客入込数 384 万人　観光総消費額 1,000 億円

◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

○地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業

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

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

《さらなる飛躍へのポイント》

・世界に通用する核となる観光拠点の形成
・三日以上滞在できる質の高い観光地づくり
・国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上
・県内交通アクセスの充実
・ヘビーリピーターの拡大（年に２回以上）
・観光立県としての県民意識の醸成

《地産地消・地産外商戦略～食品分野～》

◆４年後（平成 27 年度末）の目標

○県産品の販路開拓・販売拡大により事業者・生産者の所得が向上する

⇒**4年後に食料品製造業出荷額等 800 億円以上を目指す**

（【目標設定時】H22：726 億円⇒【直近値】H23：752 億円）

※平成 23 年の数値については、「平成 24 年経済センサス活動調査」（従業者４人以上の事業所）の速報（高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

◆10 年後（平成 33 年度末）の目指す姿

○ALWAYS 地産地消

○素材を生かした加工立県

○県産品が全国ブランドに

⇒**10 年後に食料品製造業出荷額等 900 億円以上を目指す**

数多くの「新たな産業を担う人材」の輩出によりさらなる飛躍を目指す

《さらなる飛躍へのポイント》

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

《移住促進》

◆４年後（平成 27 年度末）の目標

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

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

⇒**4年後に県外からの移住者 年間 500 組以上を目指す**

（【目標設定時】H23：120 組）

◆目指す姿

○移住者と一緒に創る元気な地域

Ⅲ　第２期計画の挑戦

１　第２期計画の挑戦

「産業振興計画の推進によって目指す将来像（10年後の成功イメージ）」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「４年後の目標」「10年後の目指す姿」（９～17Ｐに記載）を実現していくためには、これまで以上に、県民の皆様や、生産者、企業、団体などの方々に主体的に参画いただくとともに、その取り組みを、県と市町村の密接な連携・協力のもとで強力に支援することが必要です。

加えて、第２期計画では、次の３つの視点をもって、計画を進化させ、腰を据えて継続的な取り組みを行うとともに、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指してさらなる挑戦をしていきます。

◆第１の視点「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」

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

◆第２の視点　「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

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

◆第３の視点　「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

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

２　本県の強みと弱み、機会（チャンス）と脅威

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

計画の実行によって得られた成果や残された課題、本県を取り巻く社会経済情勢の変化などを踏まえて、改めて本県の強み・弱み・機会・脅威のＳＷＯＴ分析を行い、第２期計画 ver. 2 に反映しました。

（1） 本県の強み

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

■おいしい食

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

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

表 1

高知県の主要品目の全国における位置付け

品目名	出荷量	全国シェア	全国順位
ナス	32,200t	13.0%	1位
キュウリ	24,200t	4.9%	7位
ピーマン	12,800t	10.5%	3位
シシトウ	3,170t	46.2%	1位
ミョウガ	4,328t	77.6%	1位
ニラ	15,500t	26.7%	1位
オクラ	2,347t	20.4%	2位
ショウガ	18,600t	44.5%	1位
ユズ	9,521t	52.7%	1位
ブンタン	7,665t	89.2%	1位
日向夏(小夏)	1,462t	27.7%	2位
ユリ	19,800千本	12.8%	2位

野菜・花き：平成23年産（ミョウガ、オクラは平成20年産）
果樹：平成22年産

■豊富な自然と歴史資源

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

・四万十川
　『もっとも自然が残っていると考える日本の川』13 年連続第 1 位[6]
・仁淀川
　『平均水質ランキング』第 1 位[7]
・全国トップクラスの年間日照時間、年間降水量
　年間日照時間　平成 20 年　全国第 2 位（2,183 時間）
　年間降水量　　平成 20 年　全国第 4 位（2,231mm）

---

3 社会生活統計指標 2011
4 総務省　社会生活統計指標－統計でみる都道府県のすがた 2012－
5 じゃらん宿泊旅行調査 2008、同 2009、同 2010、同 2011、同 2012
6 ミツカン水の文化センター「水にかかわる生活意識調査」1997～2009 年
7 平成 22 年全国 1 級河川平均水質ランキング（国土交通省）

・森林資源
　森林面積が県土の面積の 84 パーセント（森林率全国第 1 位）
・環境のトップ・プランナー
　全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備
　カーボン・オフセットなどCO_2削減の仕組みづくり
・室戸ジオパーク
　世界ジオパークネットワークへの加盟

また、本県には全国の人々を魅了する歴史もあります。
・明治維新
　『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第 1 位[8]　坂本龍馬
　『上司にしたい幕末の有名人ランキング』第 1 位[9]　坂本龍馬
・四国八十八箇所霊場と遍路道

■人々の活気と優れた人材・技術力

本県には、よさこい祭りに代表される人々の活力があります。
・よさこい鳴子踊り
　全国 100 ヶ所を超える地域に広がる
・おもてなしの心

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

・「まんが甲子園」
　毎年 8 月、全国の高校生を対象に本県で開催
・まんがやキャラクターをテーマとした施設[10]

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

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

---

8 情報検索サイト「goo」2008 年 6 月調査
9 同上
10 高知市の「横山龍一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等
11 ニッチとは「隙間」の意味で、大企業がターゲットとしないような小さな市場や、潜在的にはニーズがあるが、まだビジネスの対象として考えられていないような分野
12 四国経済産業局「四国が一番　四国が誇る日本一・世界一（平成 16 年度版）」生産シェア等が日本一・世界一である製品

また、たびたび本県を襲ってきた台風や地震など、過去の自然災害から得た知識や技術があります。

さらに、地産外商や観光をはじめとする産業振興の取り組みを通して、志のある実践者が増加するとともに、県外や海外とのつながりが築き上げられ、本県の強みが増しています。

このように、本県にはおいしい食、豊富な自然や歴史資源、優れた人材や技術力があります。しかしながら、より高いレベル、より広がりのある産業の振興を目指すためには、こうした「食」「自然と歴史」「人」の強みをより一層活かしていく必要があります。

（２） 本県の弱み

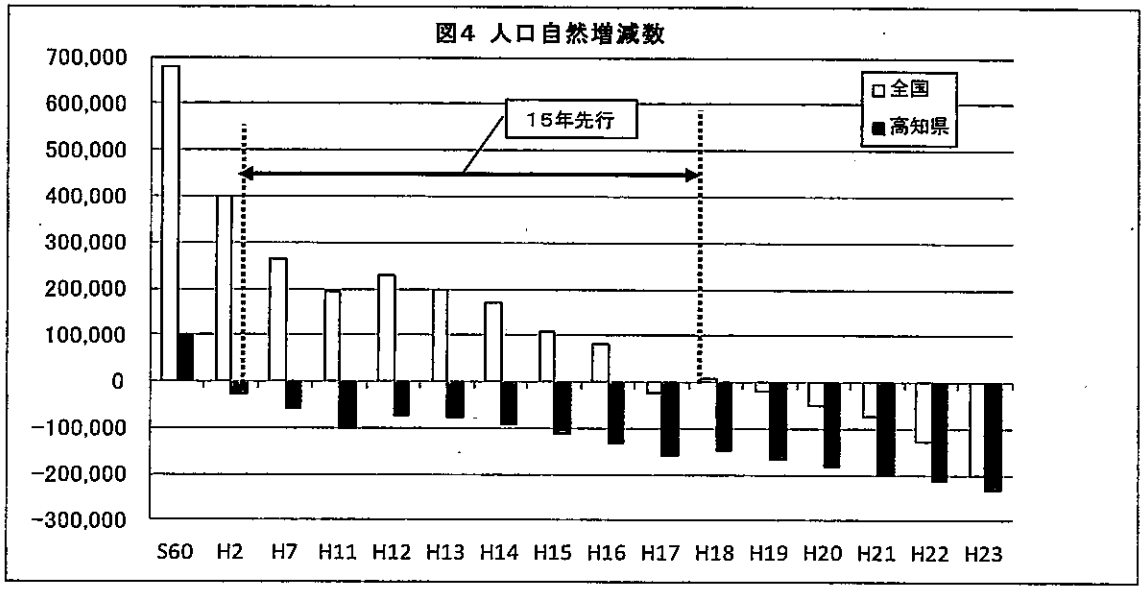
・人口減少、少子化・高齢化、生産年齢人口の減少
・大消費地から遠距離（地理的ハンディキャップ）
・製造業分野での産業集積度が低く、小規模・零細事業者が多い
・観光スポットが点在

■縮小を続ける県内市場

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

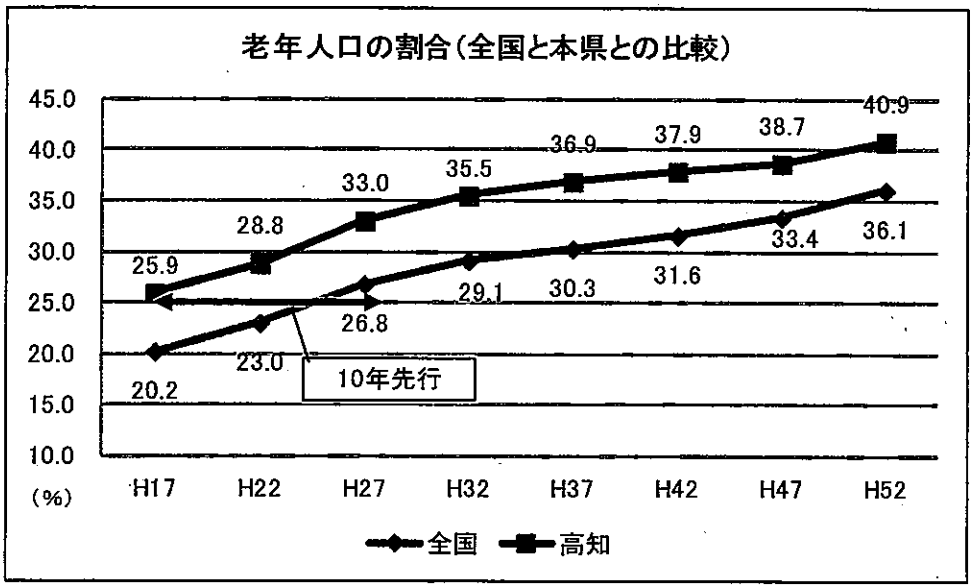
また、総人口そのものも減少が続いており、必然的に県内市場は縮小を続けています。

2040 年までの県人口の将来推計（図６）では、若者や働き盛りの世代を中心に全体の約30％にあたる、およそ23万人の人口が減少すると見込まれる一方で、今後も相対的な高齢者の割合はますます高くなります。



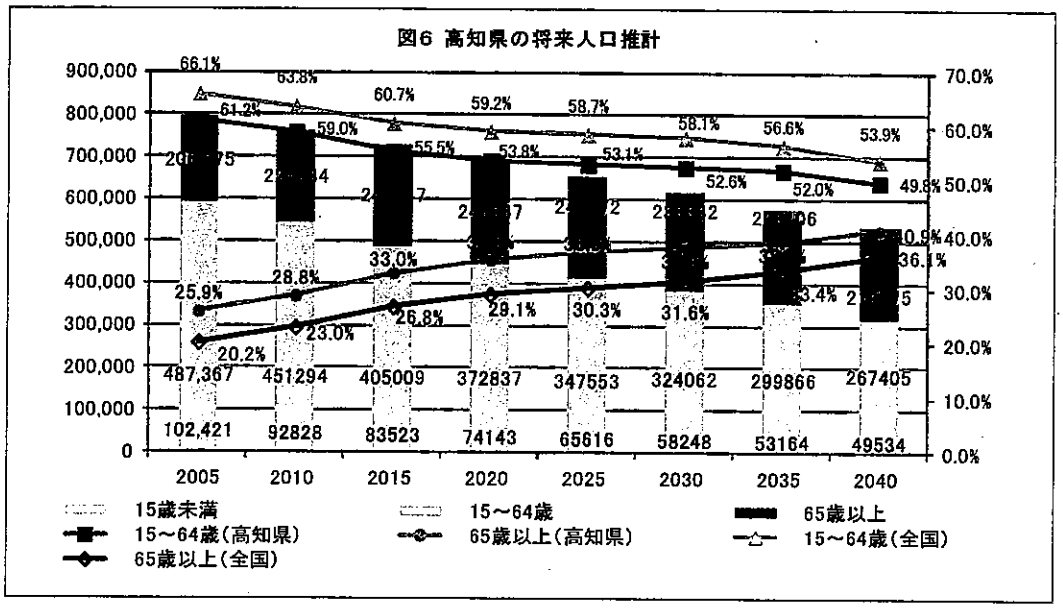
出典：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

図5 老年人口の割合



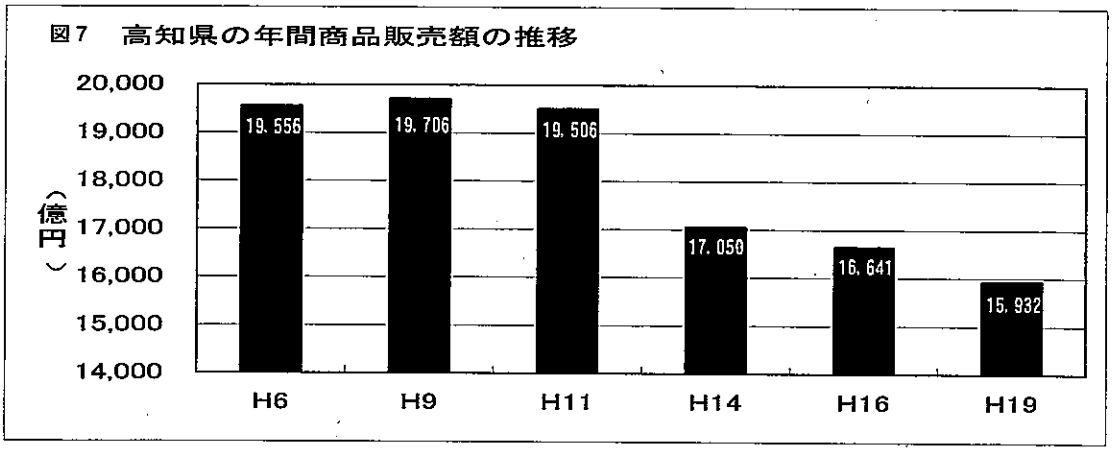
出典：国勢調査（総務省）(H17, 22)
日本の地域別将来推計人口（H25.3）（国立社会保障・人口問題研究所）

図6 高知県の将来人口推計



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

実際に県内の年間商品販売額（図７）を見ても、平成９年に２兆円程あったものが平成 19 年には１兆６千億円程に減り、この 10 年間で 20％も減っています。将来の人口推計に照らせば、県内市場は、今後もますます縮小を続けていくことが予想されます。



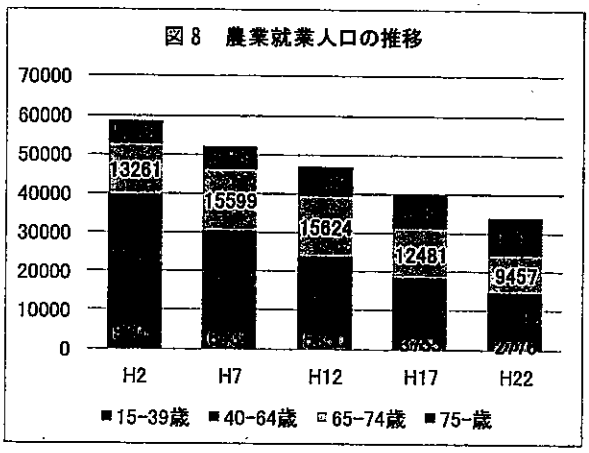
出典：平成１９年商業統計調査

■第１次産業の強みが強みでなくなる危機

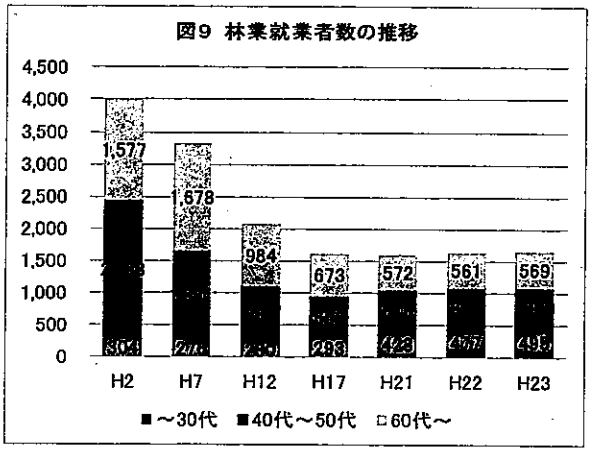
本県の強みとなっている食や自然の豊かさは、本県の基幹産業である第１次産業によって支えられていますが、この分野では、就業人口の減少や高齢化が進んでいることが問題となっています。

産業振興計画では、第１次産業を担う人材の確保・育成に取り組み、新たな担い手の確保につながるといった成果も得られています。

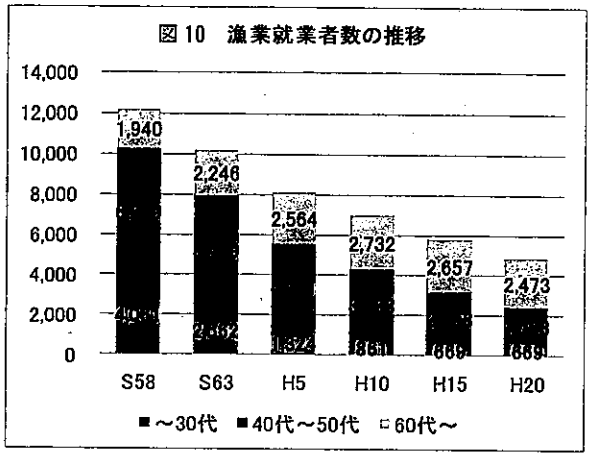
しかし、全体としては、依然、第１次産業の就業人口の減少や高齢化の傾向は続いており、本県の強みを支える第１次産業の生産基盤が弱まっていくことが懸念されます。



出典：農林業センサス



出典：県林業振興・環境部林業労働力調査



出典：漁業センサス

■地理的ハンディキャップと乏しい産業集積

本県は、東京や大阪など人口が集中する大消費地から遠いうえに、中山間地域が県土の 93％を占め、大規模に生産できる平野が少ないという地理的、地形的なハンディキャップがあります。このため、大消費地への物流コストがかさむことや生産規模が小さいためにロットが揃いにくいという弱点があります。

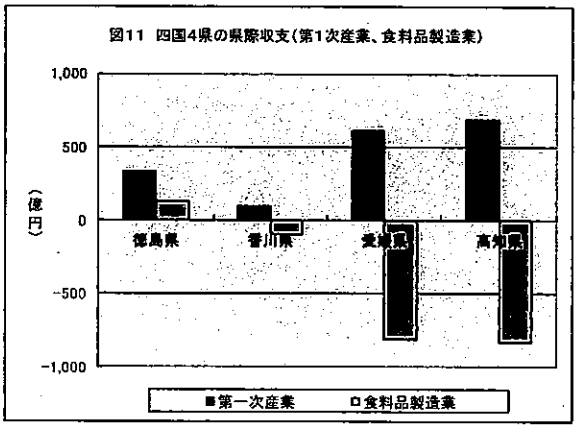
また、第２次産業ではニッチな分野で活躍している企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

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

た点で課題があります。

■食料品製造業の脆弱さ

また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第１次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。

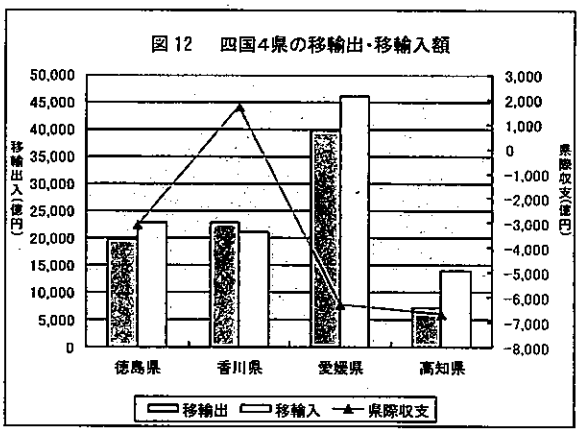


出典：産業連関表（平成 17 年）

その結果、第１次産業に関連が深く、その強みを最も活かせると考えられる食料品製造の分野における県際収支（図 11）が、大幅な移輸入超過（赤字）となっています。

■県内市場は県外資本に食い込まれている状況

さらには、県際収支全体（図 12）を見てみますと、本県は約 6,700 億円の移輸入超過となっており、縮小した県内市場において、県外資本に大きく食い込まれている状況です。



出典：産業連関表（平成 17 年）

（３） 機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢

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

■防災の意識や再生可能エネルギーの関心の高まり

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

こうした中、本県では、台風や南海地震といった自然災害の経験を防災に生かしてきた経験があります。また、全国一の森林率を誇る豊富な森林資源をはじめ、トップクラスの日照時間や年間降水量など、全国でも優位な新エネルギー資源を有しているところです。

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

■環境との共生

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

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

■食の安全・安心志向、健康志向、世界的な食料不足

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

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

こうしたことは、本県の強みである第１次産業の強みを活かし切り、食料の供給県として確固たる地位を築いていけるチャンスでもあります。

■自然回帰志向の高まり

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

こうした人材は、本県の産業や社会を支える担い手として大いに期待できます。また、中山間地域の生産資源を活かし、不足する第１次産業の担い手を確保し、地域産業に新たな活力をもたらすためにも、大きなチャンスと言えます。

■大学の地域貢献

各大学においては、地域や民間との連携を促進する専門の機関を設け、それぞれの得意分野や最先端の研究活動を実用化につなげるとともに、地域における専門人材の育成に取り組むなど、地域貢献につながる取り組みを積極的に進めています。

こうした機会を各産業分野に活かしていく環境が整いつつあります。

■移住への関心の高まりと全国的な高齢化の進行

近年、田舎暮らしやスローライフへの関心の高まりなどから移住への関心が高まっています。本県の強みや魅力を存分に活かし、全国に情報発信することで高知ファンや移住に関心のある方を増やし、本県への移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげるチャンスです。

また、全国に10年先行して高齢化が進む本県では、今後、急激に高齢化の進行が見込まれる大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、その受け皿として大都市圏からリタイアメント層を本県に呼び込むことができる大きなチャンスと言えます。そのことにより、経済波及効果だけでなく、医療や福祉、介護などの関連サービスの振興と雇用の創出が期待されます。

（４） 脅威となる社会経済の動向

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

■経済情勢の変化

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

その後も、海外における景気の減速や為替相場の変動による影響を受け平成25年1月の貿易収支は統計が比較できる昭和54年以降過去最大の貿易赤字となり、景気の先行きは依然として不透明な状況にあります。

経済のグローバル化が進み、世界のどこかの国で顕在化した影響が、すくなからず日本にも波及する状況となっており、世界経済が不安定な中、今後も、日本経済への様々な影響が懸念されます。

（日本経済への影響が懸念される事項）

・欧州政府債務問題の深刻化
・新興国経済の成長の減速
・為替相場の変動、生産拠点の海外へのシフト
・長期的な原油価格や資源価格の高騰　など

■自由貿易の拡大

平成23年の日本の貿易総額（輸出額と輸入額の合計）134兆円は、日本の国家予算（約92.4兆円）を大きく上回り、アメリカ、中国、ドイツに次ぐ世界第４位の規模となっています。貿易総額は国内外の様々な経済動向の影響を受け増減を繰り返してきました。

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

■集客交流競争・産地間競争の激化

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

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

3　第２期計画の基本方向と進め方

（１）改革のための６つの基本方向・将来の姿

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

より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指すためには、ここまで見てきたような「強み」「弱み」「機会（チャンス）」「脅威」とその組み合わせを整理し、さらなる体質強化を図る方向や戦略を導き出すことが重要です。

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

これまでの考察から、今後本県が目指すべき基本方向について、別表（ＳＷＯＴ分析と「改革のための６つの基本方向」）のとおり整理できるものと考えられます。

なお、第２期計画の改定（第１次改定：平成２５年３月）（以下「第２期計画ver.2」という。）に際し、ＳＷＯＴ分析を再点検した結果、基本方向に、新たに⑥「移住促進により、活力を高める」を加えることとしました。

〈 別 表 〉

SWOT分析と「改革のための6つの基本方向」

-SWOT分析-



O 機会 *Opportunities*

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

S 強み *Strengths*

食
安全でおいしい食/多様な一次産品

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

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

W 弱み *Weeknesses*

県内の人口減少
少子化・高齢化/生産年齢人口の減少

地理的・地形的ハンディ
大消費地から遠距離/中山間地域が多く平野が少ない

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

本県の考えられる方向性、

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

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

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

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

⑥ 強みや魅力を活かして高知ファンや移住に関心のある方を増やし、移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげる また、本県と大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込む
- S 本県独自の政策展開による仕事の提供 食や自然、暮らしなどの魅力
- O 移住への関心の高まり 全国的な高齢化の進行

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

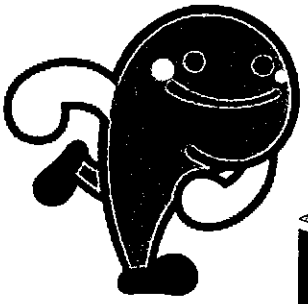
② 食品の遠距離輸送を可能にするため、技術の高度化を図り、加工品の開発力を強化する
- W 大消費地から遠距離
- O 食の安全・安心志向、健康志向 世界的な食料不足

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

T *Threats*

脅威

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



必要性のある取組

② 高付加価値な商品開発により、他地域との差別化を図り、競争に生き残る

S 安全でおいしい食、多様な一次産品 ---- 集客交流競争、産地間競争の激化 T

③ 優れた農水産品を生産できる食料供給県として、第一次産業の生産力を強化する

S 安全でおいしい食、多様な一次産品 志のある実践者の増加 ---- 長期的な石油価格や資源価格の高騰 自由貿易の拡大 T

⑤ 経営感覚を持ち自ら考え行動できる人材の育成

S 先見性・創造力ある優れた人材 志ある実践者の増加 ---- 集客交流競争、産地間競争の激化 T

① 人口自然減により縮小が続くと予想される県内市場では、地産地消、地産外商の徹底により県内産業に競争力をつける

W 県内の人口減少 ---- 県外製品の流入や県外資本の進出 T

① 新たな物流体制を構築し、地理的なハンディキャップを克服する

W 大消費地から遠距離 小規模・零細事業者が多く、経営基盤が弱い ---- 集客交流競争、産地間競争の激化 T

② スポットではなく、周遊ルートなど面的に広がりのある観光地づくりを進め、魅力を高める

W 観光スポットが点在 ---- 集客交流競争、産地間競争の激化 T

② 高付加価値化を図る加工の工程や機械設備の製造を県内事業者どうしで行う「ものづくりの地産地消」を強化するとともに、投資の誘発を進め、県内産業の力をつける

W 小規模・零細事業者が多く、経営基盤が弱い 製造業分野での産業集積度が低い ---- 県外製品の流入や県外資本の進出 産地間競争の激化 T

地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

基本方向①
足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

基本方向②
産業間の連携を強化する

基本方向③
足腰を強め、地力を高める

基本方向④
新たな産業づくりに挑戦する

基本方向⑤
産業人材を育てる

新 基本方向⑥
移住促進により、活力を高める

「産業振興計画の推進によって目指す将来像(10年後の成功イメージ)」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」(9～17Pに記載)を実現していくため、第2期計画 ver.2 では、SWOT分析によって導き出された6つの基本方向に沿って、次の5つの改定のポイントを中心に、取り組みをさらに充実、強化するとともに、引き続きさらなる挑戦を続けます。

基本方向　①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

県内市場は人口の自然減等により、今後も縮小していく趨勢にあります。

このため、「地産地消の徹底」により、できるだけ県産品を使うことで、県外へのお金の流出を避けるとともに、生産地の力、県内産業の力を強めていきます。また、県外からお金を稼ぐ「地産外商のさらなる推進」により、首都圏、関西・中部地区など、より大きな市場に売り出していくとともに、「海外の販路開拓への挑戦」により、欧州、東南アジアや中国はもとより、アメリカ、オーストラリアなどの海外市場をにらんで、輸出の拡大につなげていきます。こうした取り組みによって、県際収支の改善を目指します。

◆重点取り組み

＜地産地消の徹底＞

○県民との協働による「地産地消」の促進

○県内量販店等での販売拡大

○直販所での販売拡大

＜地産外商のさらなる推進＞

○「まるごと高知」を拠点とした外商活動の強化

○効果的かつ戦略的なセールス・プロモーション活動の展開

○官民協働による新たな物流の仕組みづくり

○機械系ものづくり企業の外商活動の支援

＜海外の販路開拓に挑戦＞

○本県に優位性のあるユズを中心にした販路拡大

○貿易を担う人材育成の強化

基本方向　②産業間の連携を強化する

外商による効果を、さらに県内での経済波及効果につなげていくためには、

産業間が連携して、県外との競争に打ち勝てる商品や製品を生み出していくことが重要です。

このため、「第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開」により、消費地が求める商品づくりの一層の推進と、全国に通用する衛生管理のもとで生産された商品を安定的に供給することを目指します。また、ものづくりの地産地消の促進や、新たな工業団地の開発の加速化、県内企業の設備投資誘発策などにより、本県の技術力を生かした「メイド・イン高知」の製品の拡大と、地産地消から外商への展開を支援していきます。このような取り組みを強力に進め、「ものづくりを支える基盤の強化と『ものづくりの地産地消』」による経済波及効果の拡大」を図ります。

さらに、多くの産業に波及効果が及び、即効性のある観光分野では、これまでの取り組みで得られた成果や財産を最大限に生かして、各地域の観光資源をさらに磨き上げ、周遊ルートとして商品化することなどにより、点から線へ、線から面へと広がりのあるものにし、「全国に通用する観光地づくり」を進めます。

◆重点取り組み

＜第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開＞

○消費地が求める商品づくりの一層の推進

○基本の徹底（生産管理、食品表示）

○「信用の見える化」に向けた中核的な人材の育成とネットワーク化の推進

○加工業者間連携による大規模加工の仕組みづくり

＜ものづくりを支える基盤の強化と「ものづくりの地産地消」による経済波及効果の拡大＞

○「ものづくり地産地消センター」の活動等を通じた、県内の多様な技術力の見える化と県内事業者間における商談機会の一層の拡大

○県内に需要のある機械や設備を県内事業者同士で開発・製造する取り組みを推進

○地場企業の競争力を維持するための設備投資の促進支援

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

＜全国に通用する観光地づくり＞

○地域の魅力を生かした観光商品を生み出し、販売していく地域観光の担い手の育成

○観光拠点を中心とした地域周遊及びそれに連動した観光消費の拡大に向けた仕組みの確立

○本県の強みを生かしたスポーツツーリズムの推進

基本方向　③足腰を強め、地力を高める

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

このため、第１次産業の担い手の確保・育成に加えて、「農業の振興」では、本県農産物の品質をさらに高め、付加価値を増すとともに、生産量を増やす取り組みや、産地のこだわりを伝える販売等による園芸品の基幹流通のさらなる強化、実需者の多様なニーズに対応できる新たな流通・販売体制の構築など、生産から流通・販売まで一体となった取り組みを進めます。

また、「林業の振興」では、成熟期を迎えた森林資源をダイナミックに活用するため、新たな大型製材工場の稼働というチャンスを生かして、原木の生産から加工・流通・販売までの体制を確立するとともに、木質バイオマス発電の事業化によって木材の利用を拡大するなどの取り組みにより森林、林業、木材産業の活性化を図ります。

「水産業の振興」では、漁業生産量を維持しつつ、「土佐の魚」の認知度向上や新たな物流体制の構築による県外での消費拡大、地域水産物を活用した新たな加工事業の展開により、漁家所得の向上を目指します。

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

◆重点取り組み

＜農業の振興＞

○本県農産物の高付加価値化

・環境保全型農業の推進や新施設園芸システムの構築等による生産力の向上

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

○中山間地域の農業・農村を支える仕組みの強化

○新たな担い手の確保・育成と企業的経営体の育成

＜林業の振興＞

○生産性の向上と原木の増産

○大型製材工場の整備

○県内（既存）加工事業体の生産力の維持・強化

○流通拠点を活用した地産外商の推進

○木質バイオマスのエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大

＜水産業の振興＞

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

○地産外商のさらなる推進による大消費地での評価の向上・シェア拡大

○水産加工の裾野の広がりと新たな事業化による地域の所得向上

＜中山間の暮らしを支える産業づくり＞

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

○地域の中核的な事業体が主体となって多角的な経営を行う拠点ビジネスの推進

○地域アクションプランの推進による新たな産業づくり

基本方向　④新たな産業づくりに挑戦する

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

このため、新たな産業集積を目指して、防災分野では、台風や南海地震といった自然災害の経験を防災に生かしてきた本県の経験を土台として、今後、さらなる南海地震対策の加速化と併せ、防災関連産業の振興を図ります。また、

新エネルギー分野では、全国トップクラスの日照量や降水量、森林率を誇る本県の優位な環境を、新エネルギー研究における全国有数の実証フィールドとして提供していくことで、「新エネルギー関連産業の育成・誘致」に取り組みます。

◆重点取り組み

＜防災関連産業の振興＞

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

○防災関連製品や技術の設計開発の早期事業化を支援

○自治体での公的調達を促進し、県外への販路開拓を支援

＜新エネルギー関連産業の育成・誘致＞

○木質バイオマスの安定的な供給、利用体制の確立

○新エネルギー発電事業の推進、エネルギー自給の推進

○新エネルギー関連製品・技術の開発支援、企業誘致促進

基本方向　⑤産業人材を育てる

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

こうした人材を県内全域に広げていくため、市町村や産業界、大学などと連携し、「産業人材育成プログラム」に基づく体系的な人材育成や、第１次産業の担い手の育成など、「志ある産業人材の育成」に力を注いでいきます。

◆重点取り組み

＜志ある産業人材の育成＞

○「産学官連携人材育成プログラム」による産業人材の育成

○永国寺キャンパスを中心とした人材育成の充実

基本方向　⑥移住促進により、活力を高める

本県は、全国に１０年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標

に掲げ、取り組みを進めています。

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

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

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

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

◆重点取り組み

＜市町村とのさらなる連携強化のもと移住促進策を推進＞

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

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

○関心から行動へと促すための情報や機械の提供

○不安を解消してもらうためのサポートの充実と、移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示

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

＜中心市街地での移住促進策の強化＞

○高知市及び経済団体とともに具体策を検討

（２）計画の改定（第１次改定：平成２５年３月）

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

【５つの改定のポイント】

１）移住促進策の抜本強化　～移住の促進により、地域や経済を活性化～

２）力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開

～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～

３）力強いものづくり産業への体質強化

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

４）地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進

～400 万人観光、さらにその先の 435 万人観光を目指して取り組みをｽﾃｰｼﾞｱｯﾌﾟ～

５）さらなる実践者の広がりと実践力の向上に向けた産業人材の育成強化

～全国一学びの機会が多い県を目指して～

以下、５つの改定のポイントについて、それぞれ詳しく述べます。

１）移住促進策の抜本強化

（改定の背景）

※改定の背景については、基本方向６（36Ｐ）をご覧ください。

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

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

・高知県をＰＲするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作　など

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

・移住ポータルサイトの魅力ＵＰと訪問者の増加対策

・各種メディアを通じたアクティブな情報発信（ターゲット別のプロモーション）

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

③関心から行動へと促すための情報や機会の提供

・移住・交流コンシェルジュの体制強化　など

④不安を解消してもらうサポートの充実

・官民協働による「（仮称）移住推進協議会」を設立

・住まいや暮らしをサポートする「専門相談員」「地域移住サポーター」の配置

・シェアオフィスの整備　など

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

・専門相談員の配置によるフォローアップ　など

【次なる展開の検討】

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

２）力強い第一次産業の確立と地産外商の Next Stage に向けた展開

（改定の背景）

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

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

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

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

こうした課題を克服するため、さらなる挑戦を続けていく必要があります。

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

①第一次産業を支える新たな担い手や規模拡大

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

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

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

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

・木質バイオマス発電施設の整備への支援　など

③食品加工の実践者へのステージに応じた支援と生産管理高度化の推進

・県内大学を核とした生産管理高度化研修等の実施

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

④さらなる定番拡大に向けたエリア別の地産外商戦略の展開

・（首都圏）地産外商公社のプロモーション部門と外商部門の体制強化

・（中部）中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施

・（関西）展示・商談会への出展拡充と高質系スーパーとの連携強化

・（中国・九州）卸業者を対象とした商談会の開催

・（高知）フェイスブック等を活用した「e コマース」の構築

⑤本県に優位性のあるユズを中心にした他県をリードする海外展開

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

3）力強いものづくり産業への体質強化

（改定の背景）

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

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

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

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

・香南工業団地の早期完成と新たな工業団地開発の推進、継続的な適地調査の実施

②他県との競争力を確保するための企業立地推進策・設備投資誘発策の強化

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

③産学官連携による新たな産業の育成を強化

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

④成長分野研究会発等の有望なプランの成長を後押しする支援の強化

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

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

⑤防災関連産業を大きなビジネスに育てるための施策の拡充

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

⑥外貨の獲得に向けた地産外商のさらなる強化

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

４）地域が主体となった観光振興の展開と戦略的な誘客活動の一層の推進

（改定の背景）

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

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

高知を舞台としたドラマの放送や映画の公開など本県の露出を拡大させる絶

好の機会を活かし、本県への誘客に結びつけていく必要があります。

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策（主なもの）】

①地域が主体となった観光振興の取り組みの促進

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

②ターゲットを明確にした効果的な広報・セールス活動の展開

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

③おもてなしの向上によるリピーターの促進

・おもてなしタクシーの利用促進、おもてなしトイレの拡充　など

④本県の優位性を活かしたスポーツツーリズムの推進

・プロスポーツの誘致、アマ合宿・大会の誘致、スポーツイベントの実施

⑤東アジアを中心とした国別戦略に基づくインバウンドの誘致拡大

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

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

５）さらなる実践者の広がりと実践力の向上に向けた産業人材の育成強化

（改定の背景）

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

このため、第２期計画では、基本方向の一つに「産業人材を育てる」を新た

に位置付けるとともに、「全国一学びの機会の多い県」を目指して、取り組みを充実させていくこととしています。

平成 24 年度は、これまで実施してきた「目指せ弥太郎!商人塾」をバージョンアップし、産学官が連携して「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐ＭＢＡ）」を開講しました。受講者からは高い評価をいただいていますが、さらに参加者を広げ、ビジネスの実践力を身に付けていただくためには、受講者のニーズに併せて研修内容をバージョンアップしていく必要があります。

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

（改定のねらい）

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

【さらなる強化策】

①土佐まるごとビジネスアカデミーによる人材育成のパワーアップ

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

・「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施　など

②農林漁業従事者のさらなる育成・確保

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

（３）各産業分野を超えた連携（連携テーマ）

第２期計画では、基本方向に基づく各産業分野の取り組みや、各地域での取り組みをより効果的に進めるため、農業、林業、水産業、商工業、観光の産業分野を超えた連携テーマとして、新たに「移住促進による地域と経済の活性化」加えた次の６つを設定して、連携強化を図っていきます。

① 地産地消・地産外商戦略の展開（地産地消の徹底、ものづくりの地産地消の促進、食品加工の推進、地産外商の推進）

② 新エネルギーを産業振興に生かす
③ 産学官連携による力強い産業の礎を築く（研究開発、人材育成）
④ 中山間の暮らしを支える産業づくり
⑤ 産業人材の育成・確保
⑥ 移住促進による地域と経済の活性化

4　第２期計画のさらなる発展に向けて

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

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

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

①中山間対策との融合・発展

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

⇒中山間地域の集落の維持・再生に貢献

②南海地震対策との融合・発展

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

⇒災害に強い県土づくりに貢献

③日本一の健康長寿県構想との融合・発展

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

※今後、「医療・介護・福祉関連サービス」を推進するための施策を検討し展開

⇒日本一の健康長寿県づくりに貢献

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

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

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

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

---

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

(別図)　高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿＜その１＞

産業振興計画の推進によって目指す将来像（１０年後の成功イメージ）

地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

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

計画全体を貫く目標①

■県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる
10年後の移輸出額の増加効果
＋1，300億円[試算値]

《参考：平成17年の県際収支　▲6,678億円》

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

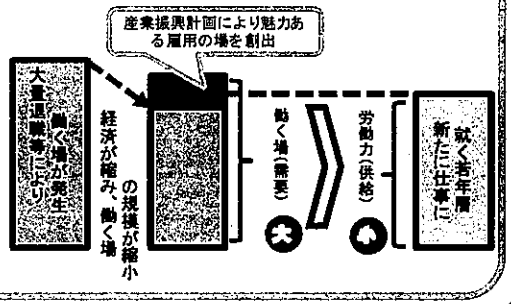
計画全体を貫く目標②

■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

【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、働く場の規模が縮少
⇧ 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。

《参考：平成12～22年（年平均）の社会減　▲2,158人》



移住促進

・移住者と一緒に創る元気な地域

（代表する数値目標）
○県外からの移住者

4年後	500組以上
現状	120組（H23）

若者が志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

◎全国一学びの機会が多い県を目指す

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

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

農業分野

・地域で暮らし稼げる農業

（代表する数値目標）
○農業産出額

10年後	1,050億円以上
4年後	1,000億円以上
現状	958億円（H23）

林業分野

・山で若者が働く、全国トップ３の国産材産地

（代表する数値目標）
○原木生産量　○木材・木製品製造業出荷額等

10年後	81万㎥以上	200億円以上
4年後	72万㎥以上	190億円以上
現状	50.7万㎥（H23）	164億円（H23）＊

水産業分野

・若者が住んで稼げる元気な漁村

（代表する数値目標）
○沿岸漁業生産額＋○水産加工出荷額

10年後	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	396億円（H23）	＋ 現状	162億円（H22）

商工業分野

・ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

（代表する数値目標）
○製造品出荷額等

10年後	6,000億円以上
4年後	5,000億円以上
現状	4,995億円（H23）＊

観光分野

・地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業

（代表する数値目標）
○県外観光客入込数　○観光総消費額

10年後	435万人以上	1,300億円以上
4年後	400万人以上	1,100億円以上
現状	305万人（H19） 384万人前後（H24）	725億円（H19） 953億円（H23）

地産地消・地産外商戦略（食品分野）

・ALWAYS地産地消
・素材を生かした加工立県
・県産品が全国ブランドに

（代表する数値目標）
○食料品製造品出荷額等

10年後	900億円以上
4年後	800億円以上
現状	752億円（H23）＊

注）林業分野の「木材・木製品製造業出荷額等」、商工業分野の「製造品出荷額等」、地産地消・地産外商戦略の「食料品製造業出荷額」の平成23年の数値については、「平成24年経済センサス活動調査」（従業者4人以上の事業所）の速報（高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿＜その２＞

第２期高知県産業振興計画
（平成24年度～平成27年度）

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 new

南海地震対策と連動した**防災分野**や恵まれた自然環境を活かした**新エネルギー分野**などの産業振興にチャレンジする。

新たな可能性に挑戦する

新エネルギー関連産業
防災関連産業
相乗効果
さらなる加速化

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

飛躍への挑戦！

new 団地開発を加速
企業誘致
県内産業の競争力の維持、強化
投資誘発策を実施

中山間対策を抜本強化
南海地震対策のさらなる加速化
防災
観光
地産外商
ものづくりの地産地消
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
農業、林業、水産業
食品加工
交通等
日本一の健康長寿県づくり
中山間地域の産業づくり
地域アクションプラン
小さなビジネス
こうち型集落営農等拠点ビジネス
③ 産業振興の取り組みをより地域地域に広げる
産業人材の育成

産業を骨太なものに押し上げる

集落活動の拠点づくりや地域アクションプランの推進、産業人材の育成などに取り組む。

これまで取り組んできた**地産外商、ものづくりの地産地消、食品加工の推進、基軸となる第一次産業の振興**を引き続き推進し、加えて県内産業の競争力の維持・強化などに取り組む。

③ 産業振興の取り組みをより地域地域に広げる

地域の潜在力を引き出す

移住促進策を抜本強化

new **移住促進によって地域と経済を活性化する**

総力をあげて挑戦

産業振興計画
中山間対策
インフラの充実と有効活用
教育の充実と子育て支援
県民の安全・安心の確保
日本一の健康長寿県構想
高知県の基本政策

第２期産業振興計画は、①～③の視点をもって、計画をさらに進化させ、推進する

第１期産業振興計画（H21～H23）

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

第１期計画では、積年の課題に立ち向かうための「仕組み」が整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が動き出す

＜ 付属資料 ＞

Ⅰ　第１期計画の改定の経緯・・・・・・・・・・・・・・５０

Ⅱ　第１期計画（平成 21～23 年度）の総括・・・・・・・・　５１

Ⅲ　高知県経済等の動向（平成 25 年３月現在）・・・・・６９

Ⅰ　第１期計画の改定の経緯

１　第１期計画の改定の経緯

平成 21 年４月にスタートした第１期計画では、中長期的な視点（概ね 10 年）に立ちながらも、当面の目標を平成 23 年度末に設定し、そこに至る具体的な道筋を示して取り組みました。取り組みの推進にあたっては、状況の変化や地域の新たな動きなどにも対応し、計画をより効果的かつ実効性あるものとするため、ＰＤＣＡサイクルを通じて、毎年度、計画の改定を重ねてきました。
この間、常に、産業成長戦略の充実とあわせて、地域アクションプランに新たな活動を取り入れることで、多くの県民の方々に参画いただきながら、官民協働で県経済の成長に向けて取り組んできたところです

■第１次改定（平成 22 年３月）

平成 21 年度は、計画の「実行元年」と位置付けて、「本気で実行」を合言葉に取り組みを進めました。

そうした中、一定の成果が表れ、成果につながる兆しも見え始めた一方で、計画を実行に移すことによって、修正すべき部分や拡充すべき部分、新たに追加すべき項目なども明らかになってきました。

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

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

〔ver. ２における改定の５本柱〕

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

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

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

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

（５）地域産業を創造・リードする人材の育成・確保

め、雇用の創出などの面でその成果が見え始めてきました。

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

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

〔ver. 3における改定の５本柱〕

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

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

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

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

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

Ⅱ　第１期計画（平成２１～２３年度）の総括

１　第１期計画の評価

第１期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第１次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な３つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ

挑戦」という３つの改革のための基本方向のもと、取り組みを進めてきました。

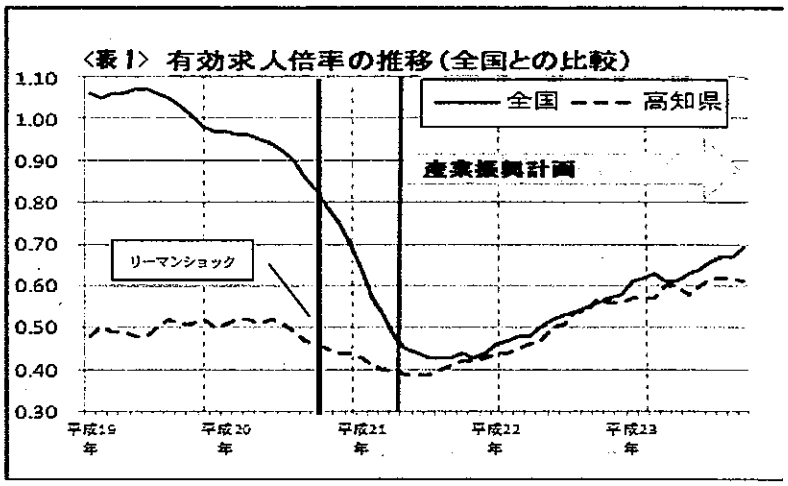
当初は、資本の蓄積や産業の集積が乏しく、財政状況も厳しい本県において、100年に１度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりました。また、その後も、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進する外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

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

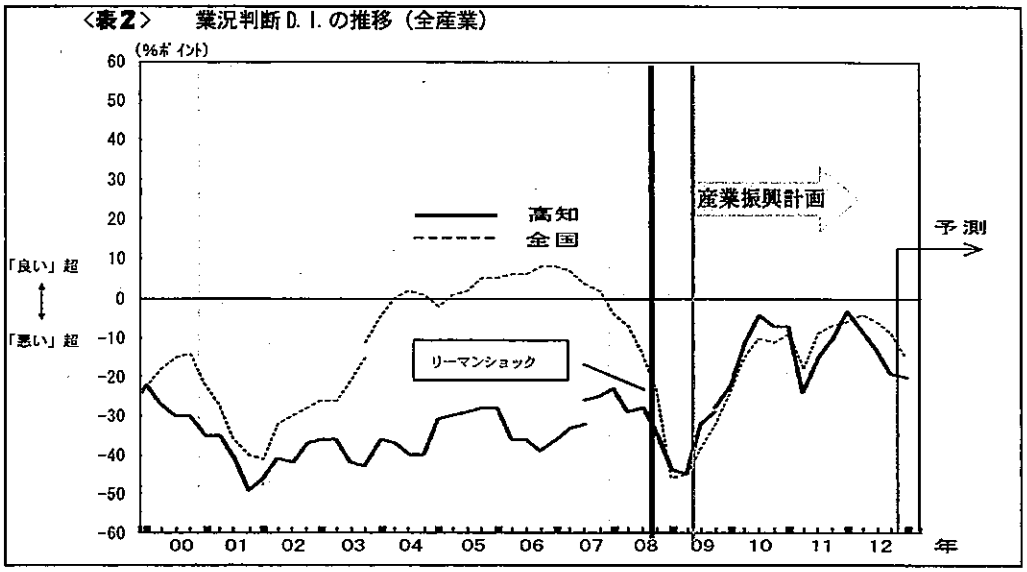
こうした逆風や追い風のある中での挑戦となりましたが、第１期計画全体を見ると、本県産業の進行に向けてつ年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出したところであり、県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、一定の成果を残せたと見ることができるものと考えています。

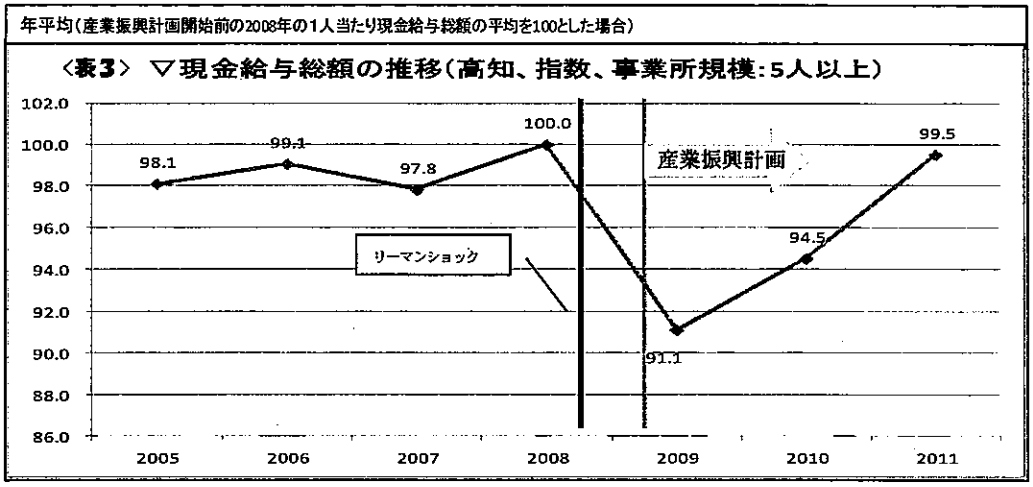
また、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

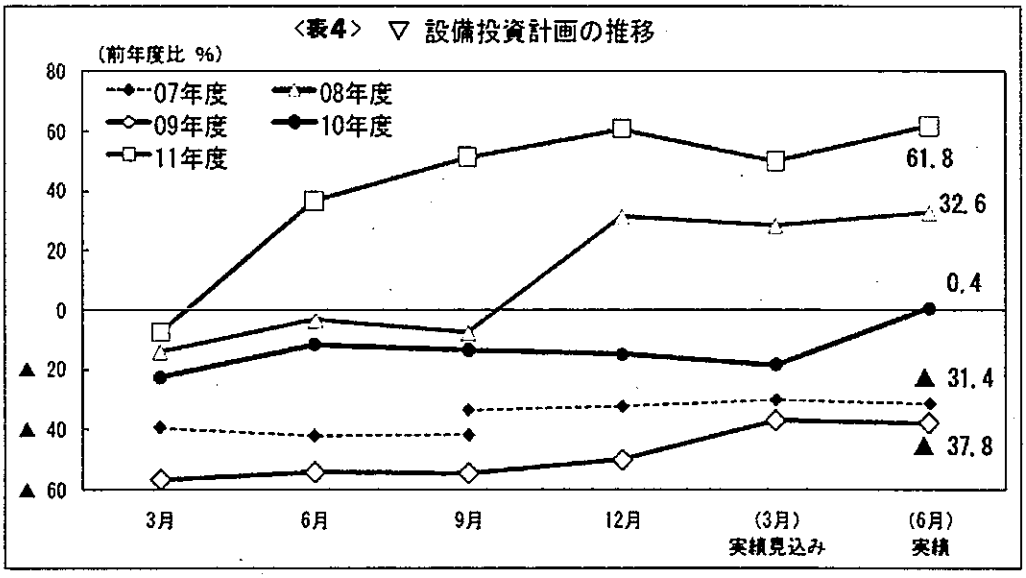
有効求人倍率（表１）や企業の業況判断D.I.



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







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

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

《主な取り組みの成果》

■基本方向①「足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」（地産外商の推進）

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

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

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

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

▶まるごと高知の状況

平成23年度：売上高390百万円　来店者72.2万人

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

▶フェア、展示・商談会の開催等

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

平成20年度：13件 → 平成21年度：72件 → 平成22年度：111件

→平成23年度：129件

※上記のうち

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

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

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

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

⇒地産外商公社による仲介・あっせんによる成約件数

平成 22 年度：444 件 → 平成 23 年度：1, 327 件

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

→平成 23 年度：23. 3 億円

▶新たに貿易に取り組む企業（平成 21～23 年度合計）：24 社

▶国内外でのセミナーや商談会の開催等

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

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

・フランスでユズ賞味会の開催（平成 23 年度）→ ユズ果汁注文：11. 5 トン

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

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

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

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

→平成 23 年度：12 回　参加者 123 社　成約件数 82 件

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

《乗り越えるべき課題》

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

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

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

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

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

【ものづくりの地産地消】

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

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

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

▶ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング件数

相談件数（平成23年6月～平成24年3月末）：218件

▶ものづくり技術展示会の開催（平成23年6月）：来場者4,300人、出展事業者29事業者

▶県工業技術センター食品加工棟における試作品開発支援（平成23年度）：48事業者のべ156回の利用

▶ものづくりの地産地消に係る試作機の開発支援（平成22～23年度合計）：32件

▶技術研修の受講者（平成21～23年度合計）：（機械・金属等）52コース1,230名

（食品加工）37コース1,123名

▶企業立地　平成23年度に全国トップクラスの支援策に拡充

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

《乗り越えるべき課題》

○経済効果を大きなものにするための県内事業者のさらなる参画が必要

○県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大が必要

○地場企業が将来にわたり競争力を保ち続けるための支援策の強化が必要

【食品加工】

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

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

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

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

→ 平成 23 年度：102 3 年間の研究会活動を通して 13 件が商品化

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

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

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

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

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

平成 23 年度　430 件、高度化研修（20 講座）受講者：580 人

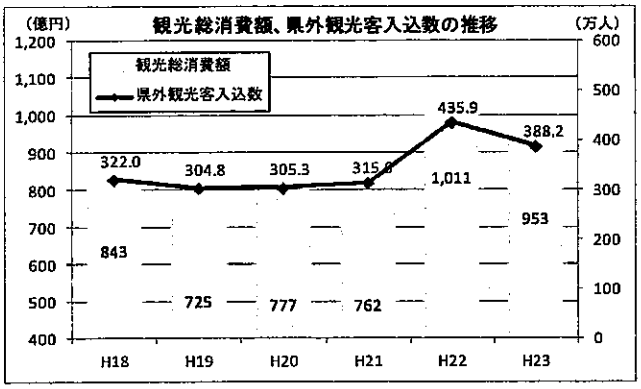
このような成果が現れ始めてはいますが、これを地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えません。また、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いといった問題もあります。こうしたことを踏まえ、これまで成果として芽生えた事業を定着させ、一層発展させていくとともに、新たな事業展開に挑戦する事業者を増やしていく必要がありますが、そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

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

【観光】

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

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



▶県外観光客入込数

平成19年：304.8万人→平成22年：435.9万人→平成23年：388.2万人

▶県内観光客の県内観光総消費額

平成19年：725億円→平成22年：1,011億円→平成23年：953億円

▶「龍馬伝」放送による経済波及効果535億円（日銀高知支店調べ）

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

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

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

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

さらには、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源も誕生しています。

こうした動きにより、本県観光がさらに飛躍していく可能性が広がったところです。

▶室戸ジオパーク　室戸岬ガイド利用者（平成23年9月～平成24年3月末）

：4,404人（前年比7.4倍）

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

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

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

○本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化が必要

○地理的なハンディ（移動時間、移動料金等）を克服するための魅力づくりが必要

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

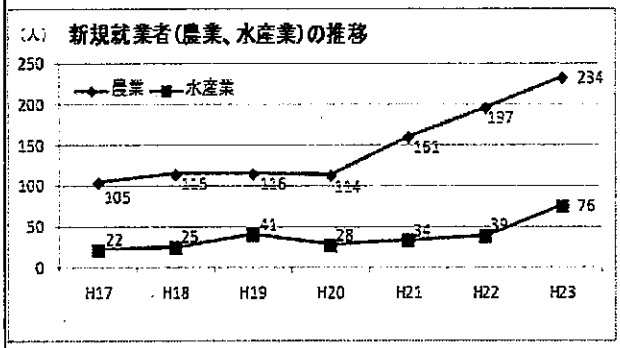
第１次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見い出すための新産業創出などに取り組んできました。

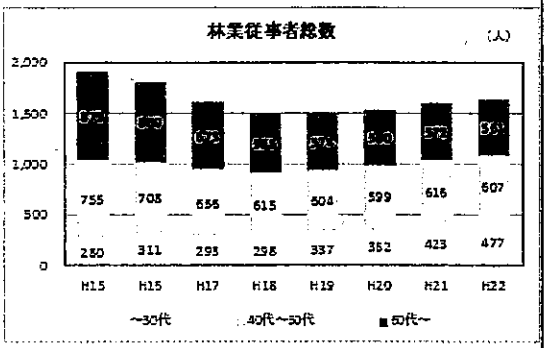
【第１次産業】

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

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

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





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

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

▶こうち型集落営農組織　平成 20 年度：10 組織

→ 平成 23 年度：17 組織（うちモデル集落　16 組織）

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

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

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

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

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

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

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

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

▶森の工場　平成 20 年度:61 工場　45 事業体　23,483ha → 23 年度:103 工場　62 事業体 44,407ha

▶間伐面積（平成 21～23 年度合計）：32,451ha

▶大消費地に土佐材の流通拠点を 10 ヶ所設置し外商活動を展開

▶戸建住宅の木造率　平成 20 年：82.8% → 平成 23 年：86.3%

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

▶高知県漁協がキンメダイを主体に神戸、京都等への試験出荷を開始

▶水産物の大消費地市場（大阪、名古屋、築地）と県内産地市場との交流会の開催

（平成 21～23 年度合計）：計８回

▶黒潮町佐賀でカツオ一本釣用活餌供給開始：水揚げ量　平成 21 年度（供給前）：45t

→ 平成 23 年度：208t

▶漁村での滞在型・体験型観光（主要な５地区での体験者数）：平成 18 年～平成 20 年：15,759 人

→ 平成 21 年～平成 23 年：18,814 人

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》

（農業分野）

○高度な生産技術の普及やこうち型集落営農（周年化、関連産業の育成）などによる所得向上に向けた取り組みのさらなる推進が必要

○法人化など担い手の経営強化と雇用拡大が必要

（林業分野）

○競争力を保つための設備の更新さえもままならない状況の改善が必要

○成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みづくりが必要

（水産業分野）

○水産物の生産（養殖漁業、種苗生産）や加工、流通過程におけるさらなる民間活力の導入が必要

○高鮮度流通、リードタイムの短縮、コストダウンなどを実現するための新たな物流の構築が必要

【新産業の創出・企業立地の推進】

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

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

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

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

⇒雇用効果29名、売上累計高3.3億円

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

▶30件の企業立地が実現（平成21～23年度）

⇒フル操業時の新規雇用1,079人、出荷額245億円の増

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》
○研究会活動による事業成果をより大きなものとすることが必要
○防災関連産業の振興が必要＜防災分野のものづくりの地産地消・外商の支援、産学官連携、県内の製品や技術の行政調達の促進＞
○産学官のネットワークの強化が必要（さらに太く、強く）

【新エネルギー】

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

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

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

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

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

そのためには、次のような今後「乗り越えるべき課題」があります。

《乗り越えるべき課題》
○恵まれた新エネルギー資源を県内で活かしきるための地域参画型の推進体制の構築が必要
○木質バイオマスの初期導入コストの低減と安定供給体制の確立が必要

■地域にある強み（資源）を生かす＜地域アクションプラン＞

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

その結果、各地でユズやショウガ、うるめなど、地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進するとともに、「まるごと高知」を通して、外商に挑戦し、都会の消費者に認められ、県外で販路を広げる例も増えてきました。また、地域の観光資源の磨き上げにより、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが生まれるとともに、室戸ジオパークや海洋堂ホビー館四万十といった全国からの誘客が期待できる新たな観光資源が誕生するなど、本県観光の魅力が高まり、目標とした 400 万人観光、1,000 億円産業の実現に貢献しました。

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

▶総合補助金活用実績（平成 21～23 年度）

：のべ 138 事業　総事業費 5,597 百万円（県補助金額：2,073 百万円）

○事業者内訳

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

○分野別件数及び県補助金額

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

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

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

⇒平成22年度　約 6.1億円/年の増［35事業計］
平成23年度　約14.5億円/年の増［58事業計］（いずれも事業実施前との比較）

＜地域アクションプランの項目数の推移＞

［件］

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

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

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

《乗り越えるべき課題》

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

○より大きな事業、より多くの雇用を生む事業の展開が必要

⇒　地域外、他産業との連携も意識したダイナミックな取り組みへのサポート

⇒　民間の力が縦横に発揮されるための仕組みの充実・強化

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

○民間の方々の参画を一層促進するため、計画のさらなる周知・徹底が必要

○現場実態に即した制度の改正が必要（民間のスピード感への対応等）

《参考資料①　産業成長戦略の各施策の個別評価》

産業振興計画の目指す成果は、本県の産業全体の底上げにあります。

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

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

こうした観点から、産業成長戦略の個々の施策の進捗状況を評価すると以下

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

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

（インプットの例）　展示商談会の開催：●回

（アウトプットの例）展示商談会への 参加事業者：●事業者

（アウトカムの例）　展示商談会による成約件数：●件、成約額：●●億円

【評価基準】

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

◎４段階評価の結果

施策数	S	A	B	C
４２０	８９	２８３	４６	２

《参考資料②　地域アクションプランの成果等》

《取り組みごとの特徴》

【食品加工の取り組み】
■地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進
・農産加工：ﾕｽﾞ茶、米粉、四方竹、ｼｮｳｶﾞや文旦の飲料、こだわり野菜の加工品、直七の調味料等
・水産加工：ｻﾊﾞ、ｼｲﾗ、うるめ、ｷﾋﾞﾅｺﾞ、養殖魚等

【地産地消・地産外商の取り組み】
■直販所の機能強化・新設
・高知市内へのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの新設及び道の駅布施ケ坂の機能強化（津野町）
・道の駅あぐり窪川の機能強化（四万十町）
・観光物産館おち駅の新設（越知町）
・アンテナショップてんこすの新設（高知市）
・かっぱ市の機能強化（芸西村）
・田野駅屋の機能強化（田野町）　　等
■県内での商品の発掘・磨き上げ、外商活動に挑戦

【魅力ある観光地づくり】
■県内の観光資源の磨き上げによる魅力の高まり
・室戸ジオパーク、モネの庭、森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、土佐っ歩、海洋堂ホビー館　等
■地域に根差した体験メニューの育成
・ｲﾙｶとのふれあい体験、ｻﾝｺﾞｳｫｯﾁﾝｸﾞやｼｰｶﾔｯｸ、仁淀川ｶﾇｰ・ﾗﾌﾃｨﾝｸﾞ、ﾄﾞﾗｺﾞﾝｶﾇｰ、農業・漁業体験、森林ｾﾗﾋﾟｰﾛｰﾄﾞ、ｶﾂｵのたたきづくり　　等

【多角的なビジネスの展開】
■中山間地域の活性化につながる地域資源を活用した多角的なビジネスが進展
・本山町特産品ブランド化未来創造構築事業
・津野町地域資源「ふる」活用ビジネス事業
・四万十町拠点ビジネス体制整備事業
・地域資源を統括したﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ構築によるしみずの元気再生事業
・果樹（ユズ）・露地野菜の産地づくりによる三原村農業所得安定向上支援事業
・大月まるごと販売事業　など
■その他の特徴的な取り組み
・薬用作物（大手製薬会社での漢方薬製造の原料となる薬用作物の産地育成）
・土佐はちきん地鶏（県内での生産拠点の展開により新しい地場産業を目指す）
・土佐備長炭（新たな共同窯・研修窯の設置による生産量の拡大、新規生産者の養成）
・農家レストラン（地産地消、安全安心を背景に生産者と消費者をつなぐ仕組みとして構築）
・「かつお」まるごと商品開発ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ（かつおを加工・商品化し、新たな「食」ビジネスを展開）　等

《効　　果》

【雇用の受け皿、売上高等経済効果】
■地域アクションプランによる雇用の創出
623 人（第 1 期計画期間を通しての雇用増数）
■総合補助金活用事業の効果
●平成 21～22 年度に総合補助金を導入した 76 事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点で平成 23 年度の売上高が把握できない事業を除く）58 事業の売上高の増減合計
⇒平成 22 年度　約 6.1 億円/年の増[35 事業計]
平成 23 年度　約 14.5 億円/年の増[58 事業計]
（いずれも事業実施前との比較）

【産地と一体となった企業の取り組み】
・定置網で獲れた低価格魚の加工（水産物加工会社⇔県漁協）
・土佐文旦のリキュール等（酒造会社⇔ＪＡとさし）
・芋菓子の加工食品（芋菓子加工販売会社⇔芋生産者の協議会）
・木質系猫砂の製造（大手ペット用品会社⇔木材事業者、茶業組合）
・地域産品を活用した冷菓等（冷菓等製造販売会社⇔ユズ、トマト等の生産事業者）
・シイラの加工食品（練り物加工会社⇔漁業者の企業組合）
・宿毛湾の水産物加工（県外大手飲食店⇔すくも湾漁協）　　等

【全国・世界基準に挑戦】
・室戸ジオパークの世界ジオパークの認証
・ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ米「土佐天空の郷」のお米日本一ｺﾝﾃｽﾄ最優秀賞
・世界的に有名な海洋堂との連携によるﾌｨｷﾞｭｱのﾐｭｰｼﾞｱﾑ整備

【地域ブランドの確立へ】
・ごめんケンカシャモ（南国市）
・四方竹（高知市）
・米粉（嶺北地域全域）
・シュガートマト（日高村）
・宇佐の一本釣りうるめ（土佐市）
・さかわの地乳（佐川町）
・カツオ商品（中土佐町）（黒潮町）
・津野山産原木しいたけ（梼原町・津野町）
・直七（宿毛市）　　等

2　今後の展開（さらなる飛躍に向けた挑戦）

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

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

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

【３つの視点】

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

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

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

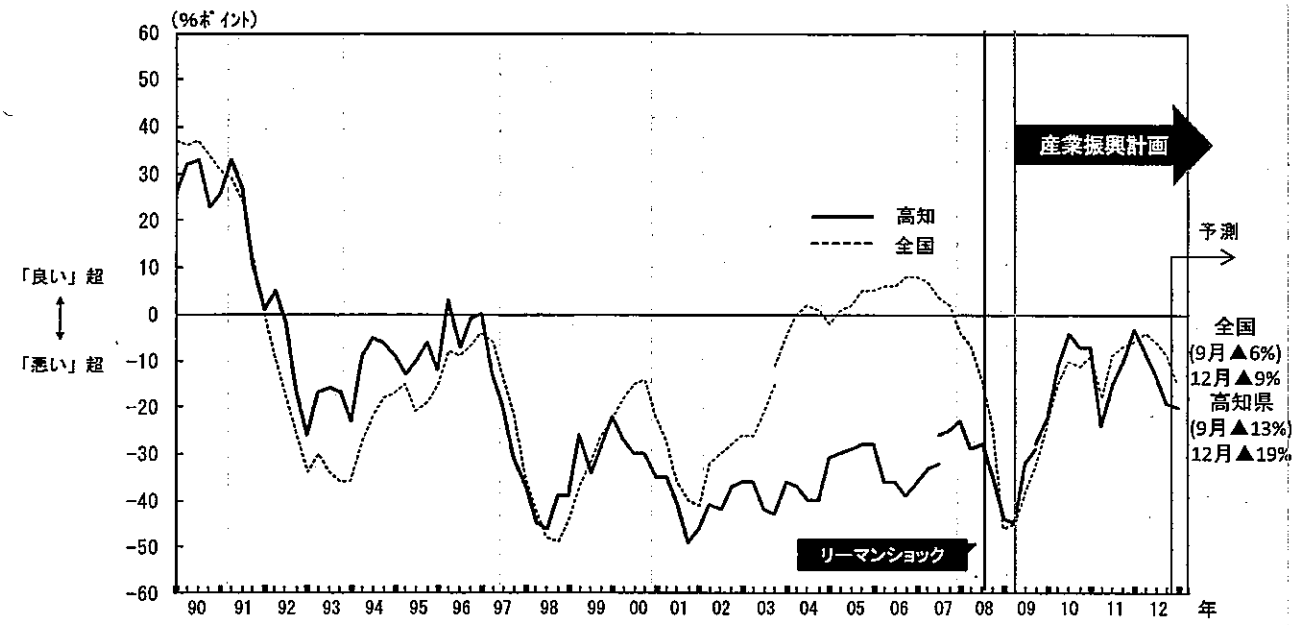
【改革のための基本方向】

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

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

Ⅲ　高知県経済等の動向（平成25年３月現在）

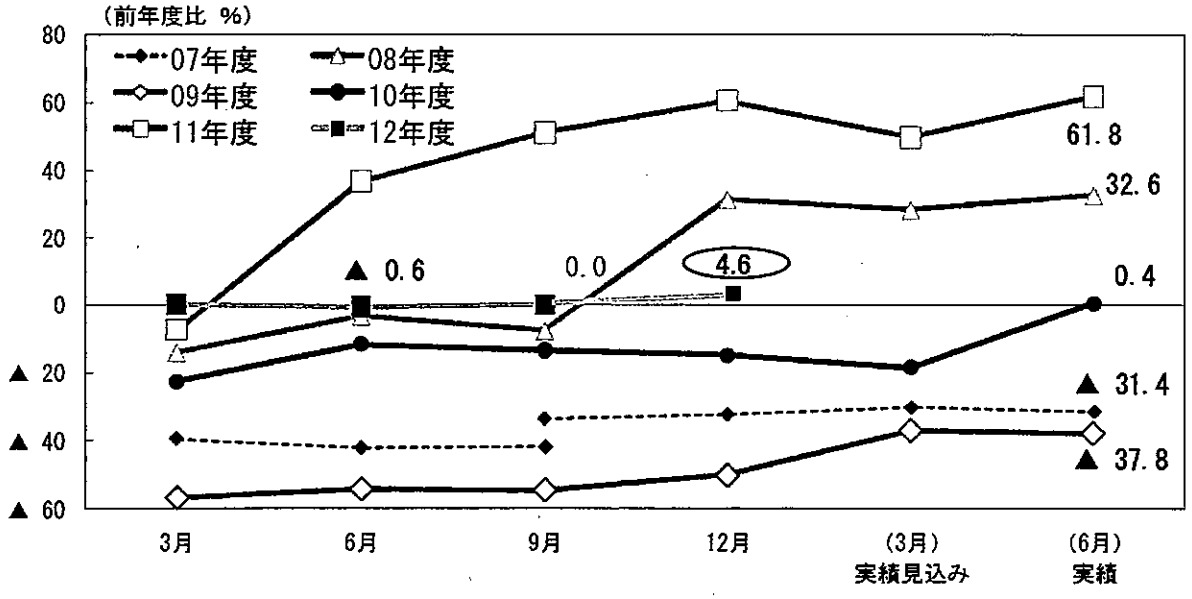
▽ 業況判断 D.I.の推移(全産業)



出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2012年12月・高知県分)

《全国》
・全産業の業況判断D.I.は前回調査比（12.9月）で▲3ポイントの悪化。
・大企業（資本金10億以上）の業況判断D.I.は前回調査比で▲5ポイントの悪化。
・中小企業（資本金１億円未満）の業況判断D.I.は前回調査比で▲3ポイントの悪化。
《本県》
・業況判断D.I.は、前回調査比（12.9月）で▲6ポイントの悪化。
・先行き（3月）の見通しについては、製造業は小幅悪化を見込む一方、非製造業は概ね横ばいを見込んでいる。

▽ 設備投資計画の推移

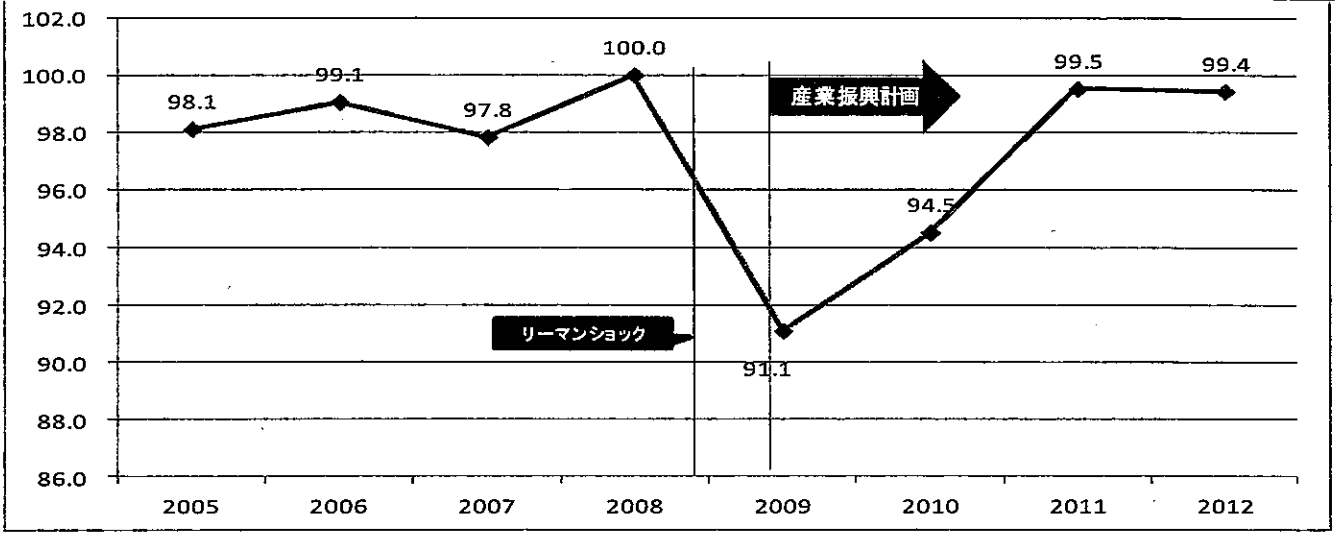


出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2012年12月・高知県分)

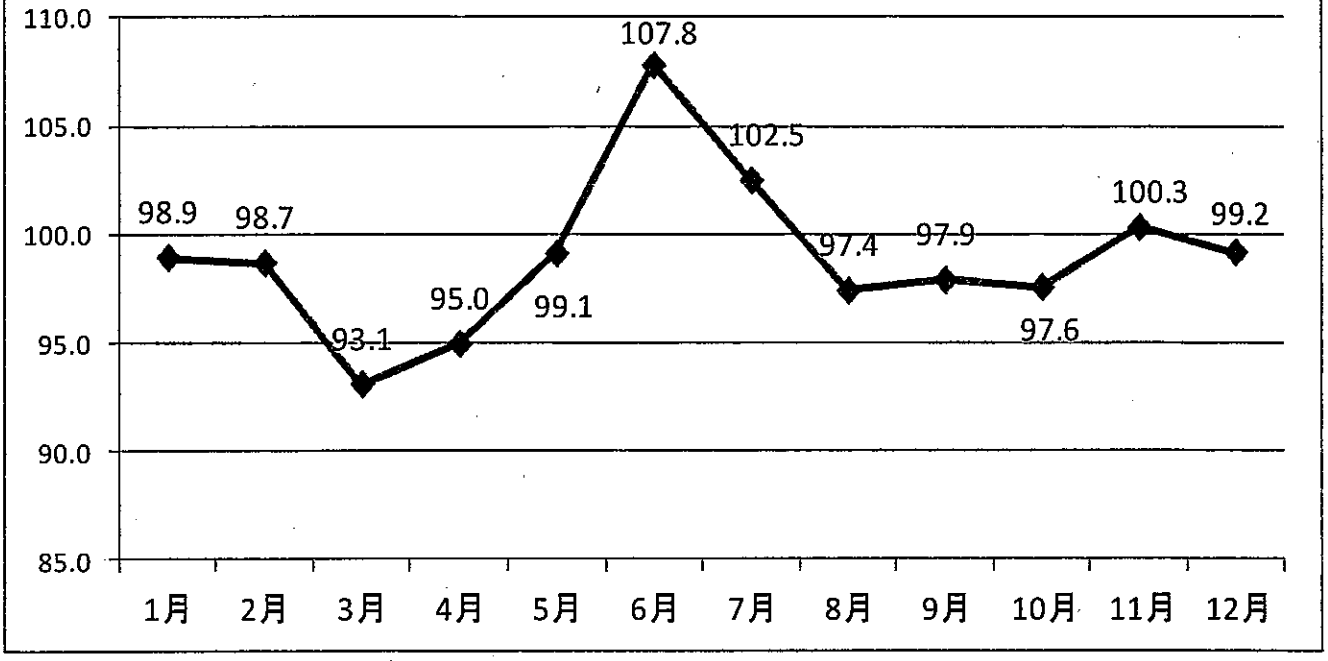
《本県》
・2012年度の設備投資額（12月短観ベース）は、2010年度から大幅に増加した2011年度（実績ベース：全産業+61.8%、製造業+81.1%、非製造業+36.2%）を幾分上回る計画（全産業＋4.6%、製造業▲28.4%、非製造業＋62.7%）

▽現金給与総額の推移（高知県、指数、事業所規模：５人以上）

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



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

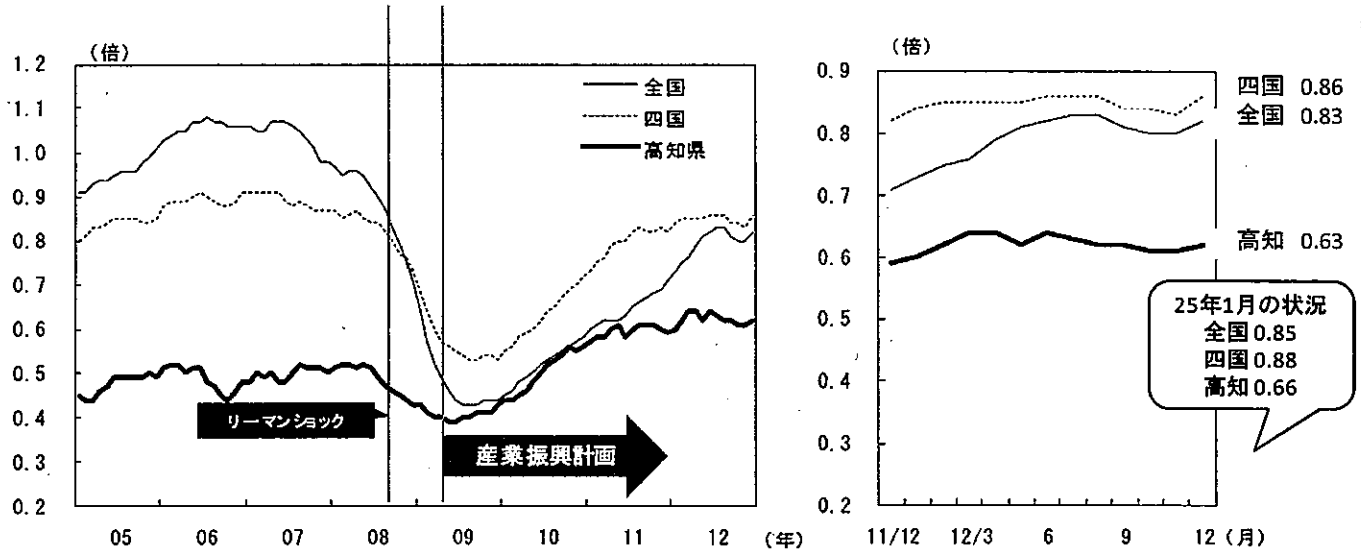


出典：厚生労働省「毎月勤労統計調査」（高知県で加工）

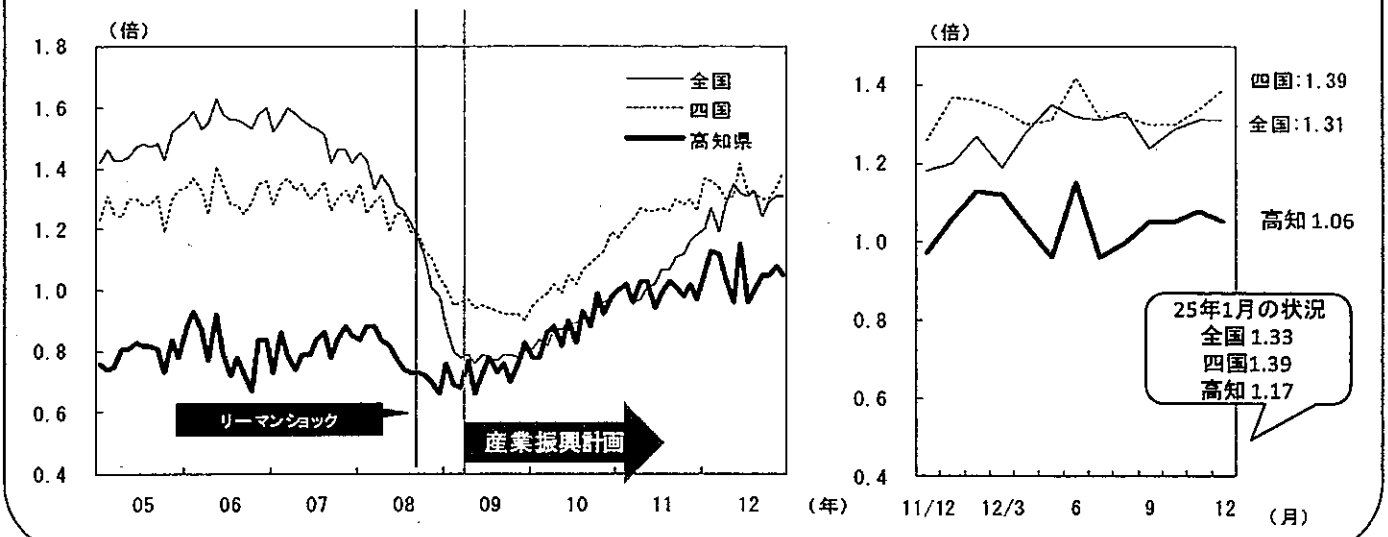
《本県》

・全体としては、2009年の落ち込みに対し2010年・2011年の2年間で落ち込み前の水準に戻っている。
また、2008年同月比を見ると、2012年は全体として若干下回って推移している。

▽ 有効求人倍率(季節調整済み)



▽ 新規求人倍率(季節調整済み)

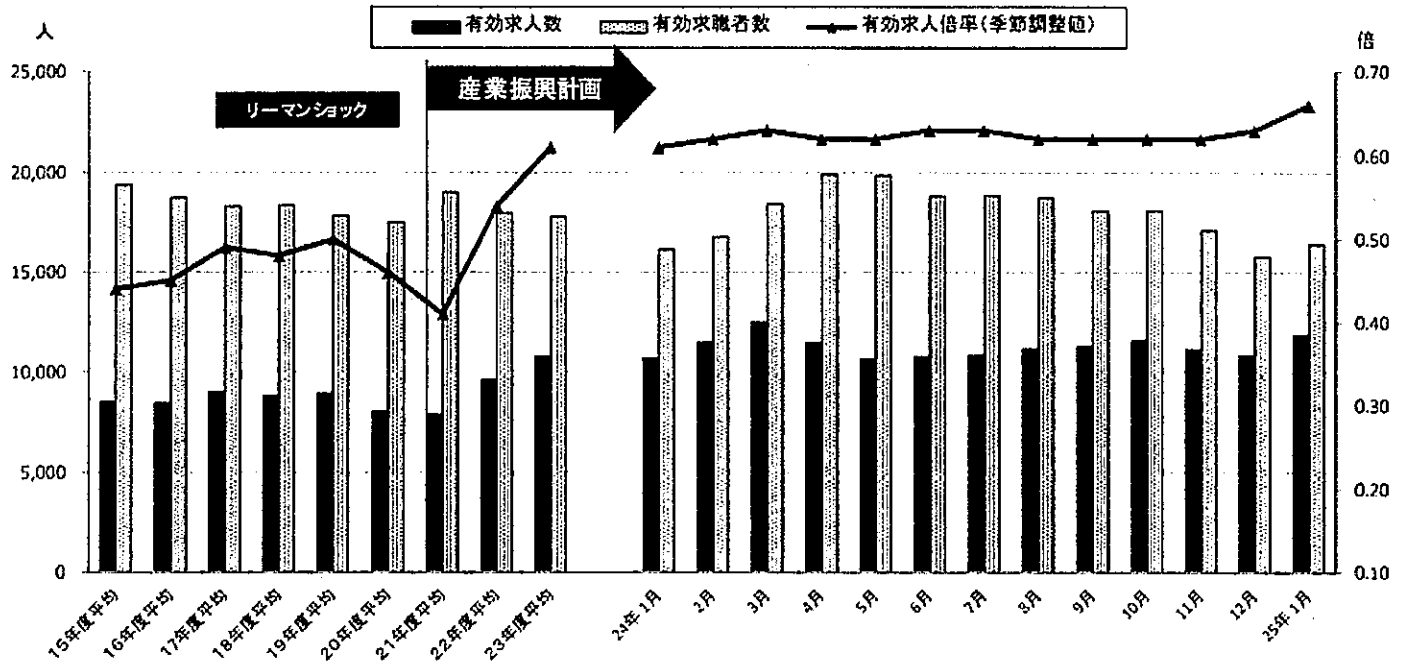


○平成25年1月　有効求人倍率(主な職業分類)

職業	高知県	全国
専門的・技術的職業	1.33	1.57
建築・土木技術者等	3.32	2.83
事務的職業	0.19	0.26
販売の職業	1.47	1.05
サービスの職業	1.27	1.75
介護サービスの職業	1.18	1.87
接客・給仕の職業	1.82	2.29
建設・採掘の職業	0.78	2.18
土木の職業	0.62	1.94
建設躯(く)体工事の仕事	2.66	5.44
農林漁業の職業	0.62	0.75
生産工程の職業	0.61	0.61
製品製造・加工処理	0.89	0.81

※有効求人倍率は原数値

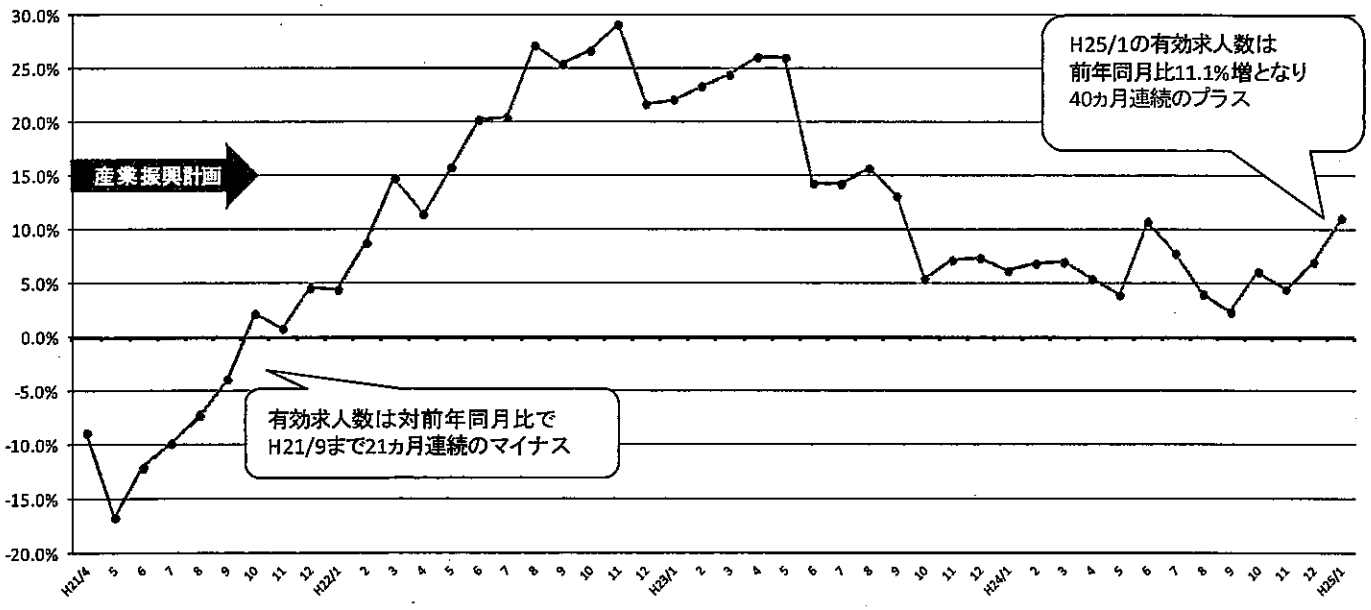
有効求人数・有効求職者数の推移（実数値）



	15年度平均	16年度平均	17年度平均	18年度平均	19年度平均	20年度平均	21年度平均	22年度平均	23年度平均	24年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	25年1月
有効求人数	8,507	8,481	9,033	8,834	8,971	8,045	7,877	9,647	10,794	10,713	11,522	12,549	11,500	10,690	10,802	10,910	11,212	11,321	11,626	11,176	10,879	11,932
有効求職者数	19,403	18,776	18,340	18,375	17,861	17,538	19,045	18,004	17,815	16,183	16,795	18,472	19,896	19,867	18,843	18,888	18,778	18,127	18,126	17,150	15,828	16,444

※ 季節調整法はセンサス局法Ⅱ（X-12-ARIMA）による。なお、有効求人倍率の平成24年12月以前の数値は、新季節指数により改訂されている。

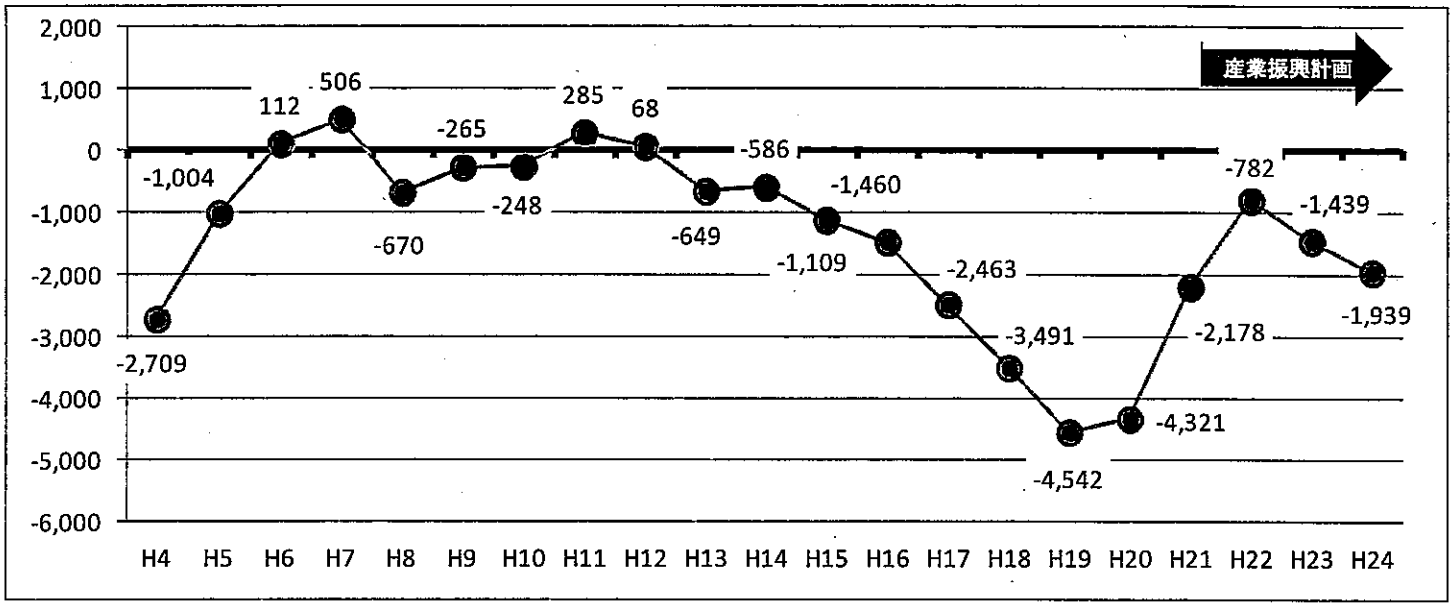
有効求人数の前年同月比の推移



《全国》
1月の有効求人倍率は0.85となり、前月を0.02ポイント上回った。新規求人倍率は1.33となり、前月を0.02ポイント上回った。
（第２回フォローアップ委員会で報告した12月の有効求人倍率は0.83、新規求人倍率は1.31）

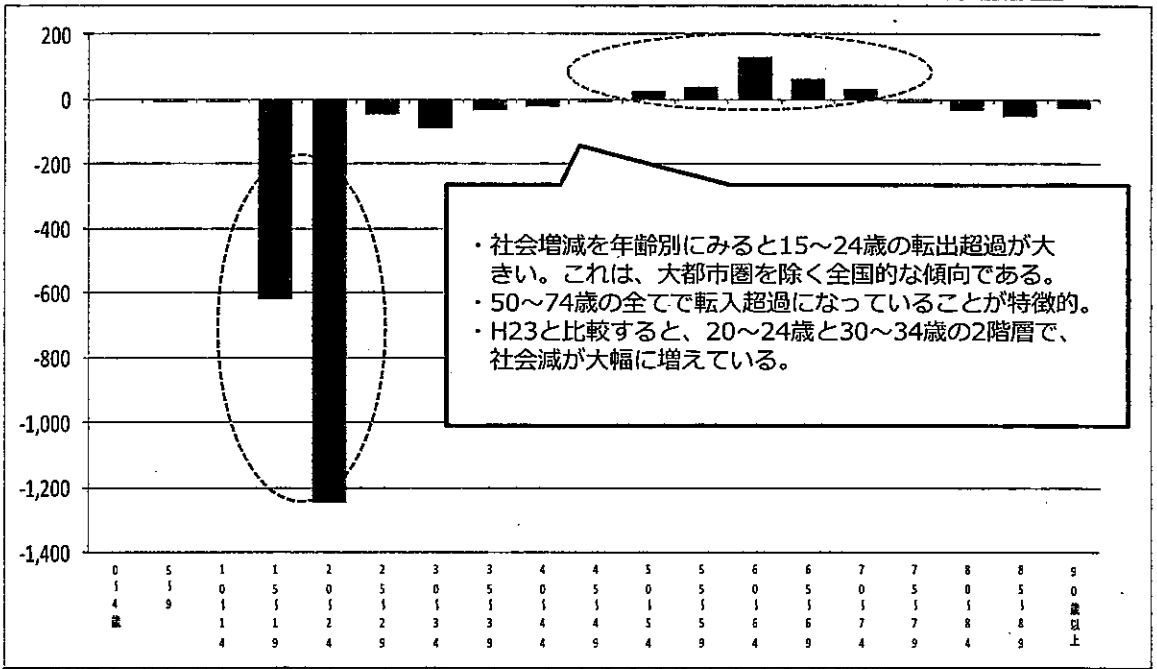
《本県》
1月の有効求人倍率は0.66となり、前月を0.03ポイント上回り平成４年９月以降、２０年４ヵ月ぶりの高水準となった。新規求人倍率は1.17となり、前月より0.11ポイント上回った。
（第2回フォローアップ委員会で報告した12月の有効求人倍率は0.63、新規求人倍率は1.06）
1月の有効求人数は、前年同月比で11.1ポイント上回り、40か月連続で前年同月を上回った。

高知県における他都道府県からの転入超過数



出典:「住民基本台帳人口移動報告　年報(詳細集計)等(総務省)より作成。マイナスは転出超過を表す。

平成24年　年齢別　高知県の転入(転出)超過数



	総数	0~4歳	5~9	10~14	15~19	20~24	25~29	30~34	35~39	40~44	45~49	50~54	55~59	60~64	65~69	70~74	75~79	80~84	85~89	90歳以上
男性	-871	-26	-17	-1	-426	-517	-22	-41	-10	-19	-1	31	14	93	45	23	8	2	-5	-3
女性	-1,068	22	9	-7	-196	-735	-27	-50	-24	-5	-11	-6	27	39	19	9	-18	-35	-50	-29
総数	-1,939	-4	-8	-8	-622	-1,252	-49	-91	-34	-24	-12	25	41	132	64	32	-10	-33	-55	-32
(参考)H23総数	-1,439	42	-52	9	-604	-1,035	-23	50	-60	5	1	5	61	159	49	16	2	-37	-19	-12

※総数には年齢不詳を含むため、各年齢の合計と合わない場合がある

出典：住民基本台帳人口移動報告 年報（基本集計）2012年（総務省統計局）

《本県》
・社会増減は、平成23年の－1,439人に対して、平成24年は－1,939人となっており、状況がやや悪化する傾向にある（第１回フォローアップ委員会で報告した平成24年1～7月で－1,824人（平成23年同左－1,356人））

平成24年に社会増となっている都道府県は、宮城県(※)・埼玉県・東京都・神奈川県・愛知県・滋賀県・大阪府・岡山県・香川県(※)・福岡県・沖縄県の11団体。
※印は、H24に社会減から社会増に転じた団体

◆高知県金融経済概況25.3.1＜抜粋＞（日本銀行高知支店）
◎ 高知県の景気は、弱めに推移している。
○ 設備投資は持ち直し基調を辿っている。
○ 製造業の生産は、一部に持ち直しに向けた動きもみられるものの、全体として弱めとなっている。
○ 雇用・所得環境は、労働需要に改善の兆しがみられる一方、賃金・所得面は弱含んでいる。
○ 先行きについては、海外経済が減速した状態から脱していくにつれて、製造業の生産は次第に持ち直していくと考えられる。
また、積極的な予算を背景に、公共投資もいずれ増加してくるとみられる。そうした中、それらのタイミング・テンポとともに、為替・物価動向が企業収益や家計所得に与える影響について注視していく必要がある。

《産業振興計画の今後の進め方ついて》
全国的には、海外経済に持ち直しの動きが見られる中で、輸出、生産ともに足下では下げ止まっているとみられ、景気は一部に弱さが残るものの、持ち直しの動きもみられる。本県経済の動向も、有効求人倍率やBSIに同様の動きがみられる。
新政権では、日本経済再生に向けて、大胆な金融政策、機動的な財政政策、民間投資を喚起する成長戦略の「三本の矢」で、長引く円高・デフレ不況から脱却し、雇用や所得を拡大することを目指しており、本県においても、国の緊急経済対策に盛り込まれた事前防災・減災対策を中心とする公共事業などを積極的に取り込むこととしている。
今後は、こうした緊急経済対策等も活用しながら、さらにバージョンアップする第2期産業振興計画ver.2により、地産外商などのこれまでの成果や手応えがさらに確かなものとなるよう、引き続き全力で挑戦を続けていく。
併せて、減少傾向が強まっている「人口の社会増減」については、誇りと志を持って働ける場を創っていくことにより、本県からの転出者数の減少を図るとともに、市町村との更なる連携強化のもと、移住促進策を抜本強化し、本県への移住者（転入者）の増加を目指す。

◇法人企業景気予測調査　高知県の概要25.3.12＜抜粋＞
（高知財務事務所）
○県内企業の景気予測調査（平成25年1～3月期）
景況判断指数（ＢＳＩ）は、前回調査から19.4ポイント増の「8.6」 に大幅に上昇。（前回（平成24年10～12月調査▲10.8））
32期ぶりに「上昇」超に転じ、「8.6」は調査開始（平成16年4～6月期）以来の最高水準。

【 産業成長戦略 】

Ⅰ　産業間の連携戦略

1　地産地消・地産外商戦略の展開

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

食料品製造業出荷額等 726億円(H22)→752億円(H23)※

第2期計画ver.2の取組

H24 → H25 → H26 → H27

生産

○農業生産物の生産・出荷における高付加価値化の推進（P246～265）
- 「学び教えあう場」の取組をさらに県内に広げる
- (拡)・高知県産花きの生産振興を強化
- (拡)・環境保全型農業のトップランナーの地位を確立
  （IPM技術を全地域・全品目に普及、高収量・高品質に向けた「こうち新施設園芸のシステム」構築）

○漁業生産量の確保と養殖漁業の振興（P364～377,394～397）

加工

(拡)○パートナー店等を増やし、市場ニーズに対応したマーケットイン型商品づくりを強化（P114）

(新)○高知県立大学を核とした生産管理高度化に向けた企業間のネットワークづくりと人材の育成（P116）

○直販所を販売拠点とした加工品開発支援（P88）

○農業・水産業の6次産業化支援（P112,288）
- 農産物加工ができる人材を育成
- 地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチングを進める
- 農産物加工品のブラッシュアップを支援
- こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり

○伝統的な水産加工業の振興（P406）
- 宗田節加工業・シラス加工業の振興

○企業の設備投資への支援の抜本強化（P104）

流通

○官民協働による高知型物流の仕組みづくり（P128）

○農業の基幹流通の強化（P226～273）

○顧客と産地をつなぐ新たな受発注システムの構築（P226）

○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支援（P270）

(拡)○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（P130）

○水産物の高鮮度物流システムの構築（時間距離を短縮する新たな物流）（P388）

販売

(新)○地産外商公社のプロモーションと外商部門の強化による販促支援（P124）
- 高知県全体のブランディング戦略の策定と実践
- 商談・定番後のフォローの強化や、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

○関西・中部エリアでの仲介・あっせん強化（P136～139）

○大型量販店との包括協定を生かした全国展開（P128）

(新)○ Facebook等を活用した「eコマース」構築による地産地消・外商の支援（P88,130）

○農産物のパートナー店での販売強化（P270）

○新園芸ブランドによる販売強化（P270）

(新)○県水産物の統一ブランドの確立（P390）

○水産物の買受人の組織化と主体的な活動の促進（P388）

◎◎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

※平成23年の数値については、「平成24年経済センサス活動調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある

を目指す本県産業の姿　地産地消・外商分野～食品分野～

4年後の目標（H27年度末）

- ●農業産出額　1,000億円以上
- ●販売金額が800万円以上の漁業経営体　510経営体（22%）以上
- ●地域アクションプラン等の事業化・定着・規模拡大支援等　60億円増
  - 新たな水産加工業の取扱高　10億円増
- ●プロモーション活動（広告効果25億円）も含めた外商活動による全国各地での成約金額　20億円
  - 首都圏ほか　毎年500件×1百万円
  - H23：成約金額3.4億円（広告効果23.3億円）
- ●継続的に貿易に取り組む食品企業が倍増　50社（輸出額2億円）
  - H22：輸出額96百万円
  - H23：輸出額129百万円

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　8000億円以上を目指す

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　9000億円以上を目指す

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

地産外商のNEXT STAGE

地産地消の徹底 (P83～)

足下を固め、すそ野を広げる

県民との協働

県民の意識の醸成

県内飲食店での消費拡大

県内量販店での販売拡大

直販所での販売拡大

- 県内事業者と県内量販店との地域商談会の開催
- 商品発掘コンクールの開催（隔年実施）
- フェイスブックなどを活用した「eコマース」サイトの構築による地産地消・外商の支援

地産外商の推進 (P123～)

県外への地産外商

プロモーションの強化と定番拡大に向けたエリア別戦略の展開

首都圏

県内事業者が外商成果を実感できる活動の展開
<一般財団法人高知県地産外商公社>
- プロモーション部門と外商部門の体制強化による販促支援
- 商談後、定番後のフォローの強化
- 食材群、ブランド群等での商品提案
- 商品情報の収集と磨き上げ支援

関西

関西で売れる商品づくりの推進と商談機会の拡充
<県大阪事務所>
- 高級量販店と連携した売れる商品づくり支援
- 高知フェアの開催拡充
- 展示・商談会への出展拡充

中部

認知度の一層の向上と外食産業向けの外商強化
<県名古屋事務所>
- 高知フェアの開催
- 飲食店向け外商の強化
- メディアとのネットワークづくりによるPR強化

その他

卸業者へのアプローチ強化
<北海道・中国・九州>
- 卸業者を対象とした商談会の開催
- 量販店、コンビニとの包括協定の活用

海外への地産外商

欧州最新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

国・地域別の展開

台湾、香港
中国（上海）

シンガポール、豪州

ヨーロッパ

米国

効果的な事業展開
- 商談会
- フェア
- 見本市
- 賞味会

など

構築した人脈を活用し、本県に強みのある品目を中心に展開

国内商談会



貿易実務に関する人材育成（セミナー・研修開催）

- 貿易促進コーディネーターによる相談・助言
- 海外事務所による支援

食料品製造業出荷額800億円の達成に向けて

食品加工の推進 (P○○～)

- 高知県立大学を核とした高度化支援体制の構築（基本の徹底と高度化を担う中核的人材の育成）
- 高質系スーパーや業務用メニュー開発企業と連携した消費者ニーズに合った商品づくりの推進

企業の段階に応じた支援の充実

県内事業者

魅力ある商品の開発
商品の磨き上げ（商品の改良）

外商活動等によるバイヤー・消費者等の商品評価をフィードバック

産業成長戦略の概要（地産地消・地産外商戦略）

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

こうした「食」の強みを最大限に生かすため、まずは「地産地消」を徹底することで、県内産業の力を強めていきます。特に、県民運動としての盛り上がりを促進するため、県民の皆様と協働して「地産地消」の推進に向けた取組を進めるほか、県内事業者と県内量販店との商談会の開催を通じたマッチングを促進していきます。

一方で、本県では、平成2年から、全国に15年先行して人口が自然減少しており、県内市場はどんどん縮小しています。こうした状況に打ち勝っていくためには、より活力ある県外市場にモノを売って、「外貨」を稼ぐ「地産外商」の施策を展開していくことが重要です。

第1期計画では、地産外商戦略の推進母体となる一般財団法人高知県地産外商公社の設立や、首都圏における外商拠点となるアンテナショップ「まるごと高知」の設置に取り組むとともに、大阪事務所、名古屋事務所の外商の取組も強化し、高知フェアや展示・商談会等の外商機会が飛躍的に拡大しました。

「まるごと高知」を拠点に、公社の活動が本格化するにつれて県内事業者の皆様の外商活動も活発になり、新たに県外への外商に挑戦する事業者も増えてきています。こうしたことから、商談の成約件数が大幅に増加するとともに、公社や県内事業者の皆様に様々なノウハウが蓄積され、次なる外商活動のステージに向けた足がかりができました。

今後、外商の質をさらに高めていくために、公社のプロモーションと外商部門の体制の強化を図り、県産品の販売促進に向けた支援を行うとともに、商談後・定番後のフォロー（後追い支援）の強化や、商品情報を活用した市場のニーズに対応できる柔軟な商品提案などを行い、県内事業者の皆様が外商成果を実感できる活動を展開していきます。加えて、大消費地から遠く離れているという地理的なハンディを克服するため、新たな物流の仕組みの構築を目指します。

また、海外の巨大市場の開拓を目指す事業者に対しては、シンガポール事務所、上海事務所と高知県貿易協会内の貿易促進コーディネーターとが一体となり、ジェトロ（日本貿易振興機構）とも協力しながら支援を行っています。これまでに、香港やシンガポール、台湾などでのフェアの開催や、日本初となるフランスへのユズ青果玉の輸出などを通じて、食料品の輸出額の増加とともに新たに貿易に挑戦する事業者も増えつつあります。引き続き、本県が圧倒的に優位に立つ品目であるユズを中心に、欧州を縦断するプロモーションの実施や、オーストラリアやアメリカでの販路開拓を推進するとともに、各企業において貿易関連業務を担う人材の育成を進めていきます。

こうした地産地消・地産外商戦略を効果的に進めるためには、加工し、付加価値を付けた売れる商品づくりが欠かせません。

そのために、食品加工を進める上での基本となる、生産管理の高度化に向けた研修の実施や適正な食品表示のワンストップ助言体制の構築などに取り組み、事業者の方々の意識の向上につなげました。また、首都圏の高品質系スーパーと連携し、市場ニーズに対応したマーケットイン型の商品づくりに取り組んできました。

今後は、県内大学を核とした生産管理の高度化に向けた支援や、マーケットイン型商品づくりの拡充など、県内事業者の方々のステージに応じた支援の充実を図ります。

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

Ⅰ　産業間の連携戦略

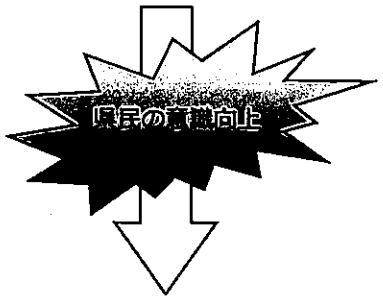
1　地産地消・地産外商戦略の展開

（1）地産地消の徹底

地産地消の展開

地産地消の推進

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



「地産地消」の徹底

付加価値を生み出す

足下を固め、裾野を広げる

地域資源

○地域資源の掘り起こし
- 伝統作物や伝統的加工品等の活用
- 直販所を販売拠点とした地域の加工品づくり
- 集落営農組織の拠点ビジネス支援

マーケットインの商品づくり

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

ものづくりの地産地消

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

人材育成

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

売り場の確保

販路拡大

直販所の販売拡大

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

県内量販店等の販売拡大

○ビジネスマッチング機会の創出による販売強化
- 県内量販店とのネットワークの構築
- 地域産品商談会の開催
- 業務筋（中食・外食）への販売強化
- 商品発掘コンクールの開催
- フェイスブックなどを活用した「ｅコマース」サイトの構築による販売支援

カタログギフトの販売

○結婚披露宴の引出物等にカタログギフト「結」の活用
- 県産品の新しい販路として地産地消を促進

食育の推進

○食育による生産、消費双方の育成
- 学校給食への地場産物の利用拡大
- 出前授業等による高知県産農畜水産物応援団の増加

県産品の販路開拓・販売拡大による生産者・事業者の所得向上

連携テーマ【地産地消の徹底】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆終括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 地産地消に対する意識を高める取組を推進	◆地産地消については、県民の約9割が認知しており、自ら取り組むｻﾎﾟｰﾀｰ数が558社(人)になるなど、県民生活に定着しつつあるが、行動には十分結びついていない	・生産者と実需者の交流の場づくりによる「高知の食」の活用促進 ◆新たなメニュー提案や、食材の活用につながり、実需者が生産現場を理解することが、新たな食材の発見や生産者の意欲向上にもつながっている ・地産地消に積極的に取り組む店舗の紹介や県内イベントなどを活用して、地域食材やその活用法についてのPRを行った ◆パンフレットの配布やイベントを活用することで県民の関心を得られた	◆実需者と生産者が情報交換できる仕組みづくり ◆新たな店舗へのPR ◆高知県食材をPR及び高知の文化を継承する人材の活用 ◆店舗間の情報交換の場づくり	◆◎「野菜で元気店」の取組を拡充した飲食店等との交流の場を強化し、県産食材の消費拡大活動への支援	○					
				◆◎高知の食文化を継承する人材の発掘及び活用	○					
		・直販所マップやのぼりを作成し、運営しているサポーター関連施設に設置 ◆サポーター登録数が増加し、地産地消を推進することができた	◆サポーターの登録数は増加傾向にあるが、横のつながりを強化し、活動を活性化する必要がある	◆◎「おいしい風土こうちサポーター」のネットワーク構築及びサポーター活動の充実強化を図る	○					
		・特産農畜産物の学校給食(県内小学校等)への食材提供(土佐はちきん地鶏・土佐ジロー・エメラルドメロン) ◆初めて食べたという子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった ・特産農畜産物等の出前授業 ◆子どもたちは、生産者の苦労やこだわりを知ることで農畜産物への思いが構築される	◆特産農畜産物やその生産方法の認知度が低いため、今後も継続的に出前授業を実施するとともに県下に広く実施できるよう、未実施市町村等の掘り起こしを行う	◆○特産農畜産物等の食農教育	○					
		◆生産者が出前授業に参加し子どもたちと接することで、生産意欲の向上に繋がった ・小学生が考えた、高知野菜を活用したメニューの表彰 ◆子どもたちが自分でメニューを考案することで、より高知野菜への意識が高まった	◆高知の基幹園芸品目の苦手な子どもたちが多い	◆○高知野菜大好きっ子表彰事業による食育の推進と高知野菜の消費拡大	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

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

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産地消の徹底】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 地産地消に対する意識を高める取組を推進	◆魚離れの進行 ・H18には国民1人が1日に消費する肉の量が魚介類の量を逆転 ◆高知市中央卸売市場での水産物の取扱高が大幅に減少 ・H4:293億円 →H22:125億円 ◆県民が水産物を購入する際の県内産への意識が高い(H20県民意識調査:76.4%) ◆魚の旬や調理方法、漁業者に関する情報を求める県民が多い ◆子どもに魚を食べさせる機会を増やしたいと考える母親が多い(8割以上:大日本水産会調査) ◆食の安心・安全を求める消費者意識の高まりから地域水産物に対する潜在的なニーズが高い	・高知市中央卸売市場と連携した親子料理教室の開催(H21～) ◆料理教室などが県民に一定認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みや漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。しかし、消費者の食生活の多様化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である	◆消費者への効果的な情報発信 ◆水産物の生産から流通に関わる関係者の連携と主体的なPR活動等の展開	◆高知市中央卸売市場等と連携した消費拡大対策の展開 ○親子料理教室の開催	○		○			
				◆食文化の情報発信 ○県内の小・中学生を対象に地域の魚食文化や漁業の実態等をテーマにした食育活動を展開	○		○			
2. 地域産品の販路拡大を支援	◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる食材供給システムがない ◆食関係の業務筋の直近の傾向は、中国餃子事件以降、加工品(惣菜)企業や消費者から、安心・安全な県産野菜を求める傾向が高まる ◆多くの直販所が、商品の出荷・補充を生産者任せにしている	・情報資産有効活用システムの構築・導入 ◆システムの構築・導入により、業務筋との予約取引への対応が図られるなど、ニーズに対する基盤整備が進んだ ・店舗の情報発信力強化(ブログ開設講習会、アドバイザーを派遣した店づくりアドバイス) ◆講習を受講した店舗で新たにブログが開設された。また、アドバイザーによる店づくりの具体的なアドバイスにより、店舗の情報発信力の強化や運営改善につながった ・情報資産有効活用システムを構築・導入 ◆システムの導入により、在庫情報をメールで生産者に知らせることが可能になるなど、店舗側から、より積極的な商品・作付管理を行うための基盤を整備することができた ・民間金融機関と連携した商談会を開催し、県内事業者の販路開拓・販売拡大を支援	◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる仕組みづくり ◆直販所店舗の品揃えや商品情報などの発信力を充実させる必要がある ◆多くの直販所の運営方法が、売上げや入荷情報などのデータに基づくことなく生産者に任されている	◆業務筋(外食、中食、学校給食等)のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくりを支援 ○直販所から業務筋に食材を供給するためのマッチングの機会の提供(地域内循環の仕組みづくり) ★スケールメリットを活かした業務筋への対応等のため、直販所のネットワークづくりを支援	○		○			
				◆直販所を地域の活性化の拠点にする取組への支援 ◎直販所を販売拠点とした加工品開発の支援 ◎直販所の販売形態の充実、強化を図るため、アドバイザーを派遣し、販売データ等を活用した店舗の魅力アップにつながるアドバイスを実施 ◎食の安全・安心の推進や生産者と消費者の信頼を結ぶ役割を担う「安心係」の配置 ★直販所での連携したイベント実施等による一層の誘客を図るため、直販所のネットワークづくりを支援	○		○			
			◆更に県内で目に見える商品としての販売拡大	◆県内事業者の一層の販路開拓、販売拡大を支援 ★県内量販店と事業者を対象とした商談会を開催 ★県内量販店への県産品の特設棚等の設置を促進 ★地産地消をテーマに、結婚式等での引出物に使用するカタログギフトの作成・販売を通じて、県産品の販売拡大と地産地消を推進 ★Facebook等を活用した「eコマース」サイトの構築・運営を通じて地産地消・外商を支援	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
親子料理教室の開催 市場関係者：食材の供給等事業運営への協力 高知市：会場の提供会場の提供 県合併・流通支援課：料理教室の全体企画の運営					◆水産物の生産・流通・消費に関わる関係者間で消費拡大に向けた連携体制が整備されている ◆料理教室などが県民等に認知されている	◆県民の魚の消費量が全国で上位に位置づけられる 【参考】生鮮魚介類の1世帯あたり購入量（H22年家計調査年報：高知市）：31.3kg 全国51都市中32位） ◆高知市中央卸売市場における本県産鮮魚の取扱シェアが向上している 【参考】高知市中央卸売市場における高知県産鮮魚の取扱量のシェア 【H22年】41.1%
食育活動の実施 漁業者・水産加工業者：小中学校と連携し食育活動を実施 県合併・流通支援課：漁業者等が実施する食育活動を支援						
直販所を拠点とした地域活性化の充実・強化 直販所間が連携し共同した発展に向けた支援 生産者・農業団体：地域の素材を活用した加工品づくり 直販所：地域産品の販売、直販所のネットワークづくり 県地域農業推進課：店舗の魅力アップ及び業務筋等への販路拡大に関する支援					◆直販所販売額（80億円キープ）	◆直販所のネットワークを活かした地域内循環の仕組みが地産地消による地域の活性化につながる
中山間地域の所得向上に向けた新たな加工品開発 生産者：地域の素材を活用した加工品づくり 直販所：地域産品の販売、交流の場 県地域農業推進課：地域で売れる加工品開発支援、地域の魅力発信・活性化支援					◆直販所で地域の特産品を活用した加工品が販売され、生産者の所得が向上	◆地域の高齢者等の所得が向上し地域が活性化につながる
県内事業者の販路開拓等を支援 県内事業者：商談会へ出展し県内での販売拡大の展開 県内量販店：県内量販店で県産品の販売強化 県地産地消・外商課：商談会の開催等による販路開拓、販売拡大を支援					◆地域産品の販売拡大（サポーター登録全店舗に地産地消コーナーが設置）と消費者の地産地消の意識の向上	◆県内あらゆる量販店等で県産品が販売される
カタログギフトの作成・販売 県内事業者：カタログ用県産品の販売 販売者：結婚披露宴の引出物などに県産品カタログを提案 県地産地消・外商課：地産地消をテーマにしたカタログギフトの作成・販売を通じて県産品の販売拡大等を推進		県内事業者：カタログ用県産品の販売 販売者：民間主導で結婚披露宴の引出物などの県産品カタログを提案 県地産地消・外商課：民間主導で展開できるよう、県内事業者に取組内容のノウハウを情報提供し、県産品の販売拡大を推進			◆県産品カタログが積極的に活用される	◆県産品カタログが浸透し、事業者が主体となって販売展開されている
「eコマース」サイトの構築・運営 県内事業者：サイトへの商品の出品 県地産地消・外商課、地産外商公社：サイトで販売する商品の発掘やタイムリーな情報発信等を通じて中山間の零細事業者等の地域産品の販売拡大を支援					◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している	

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産地消の徹底】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 地域産品の販路拡大を支援	◆高知市は人口34万人の大きなﾏｰｹｯﾄであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる ◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある	・高知市内でのアンテナショップの開設 ◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった ・おかみさん市の拡充 ◆おかみさん市の拡充により、地域産品の販路拡大へとつながった	◆アンテナショップ「てんこす」の販売額の増加 ◆アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR ◆おかみさん市の出店者数の増加を図る	◆○高知市内でのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ、産直市の取組を継続し、地域産品の売上の増加を図る	○					
3. 木材に関する地産地消 (1)住宅や施設等への県産材の利用	◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている ◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている	・県有施設での木造化の推進と、市町村への要請による市町村施設の木造化の推進 ◆平成17～21年度の県産材利用推進に向けた行動計画の目標「公共的施設の木造化率」で全国平均を上回る 平成21年度 全国平均 25.1% 高 知 県 33.5% ・公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進 ◆平成21年度 木材利用量 4,808m3 木製型枠の使用率 98.9% 工事用資材の木製品の使用率 84.9%	◆今後もより一層の木造・木質化を進めるために、県の率先利用と市町村の方針策定を進め、木を使う仕組みや意識の強化を図りながら、県産材利用の実効性を高めて行くことが必要 (34市町村中作成済み或いは作成予定の市町村数は9市町村(H23.12月現在))	◆○公共事業や公共施設等での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大	○					
		・県産材利用住宅への助成 ◆戸建て住宅の木造率が全国平均に近づいた	◆3年間の取組で、戸建て住宅の木造率の全国平均との差は詰まってきたものの、まだ追いついていない	◆○県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援	○					
		・木と人出会い館等による県産木造住宅の安全・安心のPR ◆平成22年度 放送回数 47回 平均視聴率 10.4% ◆県及び市町村において、財政事情の厳しい中でも一定の木造・木質化が進んだ		◆○木造住宅に関する情報発信の強化	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
高知市内でのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ、産直市の取組を支援					◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている ◆販売目標額：184,300千円	◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップ機能の充実が図られている
生産者、一次産業団体：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」などを活用し、売上の増加を図るとともに商品力の向上や消費者ニーズの把握に努める 県経営支援課：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」やおかみさん市と連携し、地域産品の掘り起こしや販路の確保、情報収集、紹介により販路の確保をはかる						
ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」への支援						
県経営支援課：補助事業については、H24.10月で終了						
県産材の率先利用と市町村の利用の拡大					◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている ◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている ◆県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている	◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材があらゆるところで積極的に使用されている
市町村：公共建築物木材利用促進法の施行を受け、県方針に即した市町村方針の作成及び具体的利用の拡大、 県関係課：「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大 県木材産業課：市町村方針の作成指導、市町村の利用の支援						
県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援						
県民：県産木材の積極的な利用 県木材産業課：幼稚園、保育園、小学校、中学校や民間施設への木製品の導入に対して支援、木製品カタログを活用した県外へのPRの強化						
県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援			木造住宅に対する支援策の再検討とPR			
建築関係団体：県と連携して事業の講習会を開催し積極的にPRを行う 県木材産業課：県産材利用住宅への助成制度により木材需要の拡大を促進 県関係課：CO2固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進 県木材産業課・住宅課：県産材による居住性能の高い住宅の技術開発及び供給体制の整備			建築関係団体：県と連携して支援策の再検討と積極的なPRを行う 県木材産業課・住宅課：利用者のニーズや社会情勢を踏まえて、事業内容の見直しを図りながら、事業支援等を検討			
P352 別図（林7）参照						
森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動を展開						
高知県木材普及推進協会：新たな仕組による情報発信及び次年度以降の体制の検討 県木材産業課：木材普及推進協会との連携による実施	高知県木材普及推進協会：新たな体制による情報発信の実施 県木材産業課：木材普及推進協会との連携によるPR活動の実施					

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産地消の徹底】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 食材の安定供給体制の構築を支援	◆地場産物の使用状況は、軽量野菜を中心とする本県の生産状況からみると、米、野菜を中心に地域食材が積極的に活用されている状況 ※重量ベースでの使用状況(米97.1%、野菜49.6%、水産物31.9%) ◆学校給食における地場産物の活用状況は37.3%であり、これは佐賀県(44.2%)、大分県(42.8%)、岡山県(40.9%)、北海道(40.8%)、熊本県(37.9%)に次ぎ第6位である。(平成19年度文部科学省調査 食品数ベース)	・地場産物活用状況調査 H21. 9～H22. 7 99施設で実施 活用割合44.9% (食品数ベース) ◆生産者や流通関係者の学校給食への理解が深まったこと、学校給食関係者の積極的な地場産物の活用により、活用割合が向上し、全国的にも高い状況となった ・地場産物活用ネットワーク会議の開催 H21 高知県地場産物活用ネットワーク会議 2回、地域ネットワーク会議 80回 H22 高知県地場産物活用ネットワーク会議 2回、地域ネットワーク会議 130回 ◆生産者・流通関係者・料理研究家・学校給食関係者等による課題の共有課題解決への取組が進んだ	◆学校給食の食材として地場産物が安定的に供給する体制の構築が必要 ◆関係者間のよりきめ細かい情報の共有が必要	◆○高知県及び地域での地場産物活用ネットワーク会議等の開催	○					
5. 地場産物の給食への利用促進を支援	◆学校給食は大量調理であること、食材は当日納入、当日調理、決まった時間までに提供しなければならないことから、納入には一次処理が必要だが、その対応ができていない	・地場産物を活用した学校給食用レシピ集の作成 ◆四季の献立、高知県の基幹11品目を使った料理(100品)、地場産物の加工品を使った献立、参考資料として高知県の海でとれる魚、皿鉢料理、高知県の自慢の食材、園芸農作物の出荷時期及び主な産地を掲載し、献立の作成や食育に活用できた 学校給食レシピ活用状況 H23 4月～8月 74.6% 給食・食育(料理教室、調理実習等)	◆学校給食の食材としての地場産物の利用拡大に向けた、学校給食用レシピ集のさらなる活用を促進する	◆○地場産物を使った学校給食や食育の推進	○					
6. 将来の本県農畜水産物の応援団づくりを支援	◆各地域の学校で行われている給食に使われる食材を教材とした食育でも、米、野菜での取組事例が大部分	・食育・食農教育等の体験学習の実施 H21(109回、5,292人を対象に実施) H22(140回、6,384人を対象に実施) ◆身近に田んぼや畑があっても、田植えや稲刈りなどを体験したことのない児童生徒が多かったが、田植え、稲刈りなどの米作り体験や野菜や果物の栽培収穫体験に取り組むことで、地域の産業に対する理解を深めることができた	◆学校と地域が連携した食育・食農教育等の体験学習を計画的、継続的に実施する	◆○各学校の学校教育活動全体での継続的な食育・食農教育等の推進	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◉は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
高知県及び地域での地場産物活用ネットワーク会議等の開催 県スポーツ健康教育課： ・地域での地場産物活用ネットワーク会議の開催 ・地場産物活用ネットワーク会議の開催、現状把握のための学校給食栄養報告（週報）の実施（年2回）					◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大につながる 地場産物活用割合 H21.9～H22.7調査 44.9% → 50% （食品数ベース）	◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大が一層進む
地場産物を使った学校給食や食育の推進 県スポーツ健康教育課： ・地場産物を使った学校給食や食育の推進（学校給食用レシピ集の活用等）、関係団体と連携した地場産物活用の支援					◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大につながる	◆学校給食の食材として地場産物を安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大が一層進む
各学校の学校教育活動 県スポーツ健康教育課： ・各学校の学校教育活動全体において、地域のJAや量販店、生産者等と連携した計画的、継続的な食育・食農教育等の推進 ・高知県の地場産物学習教材等を活用した食育の推進					◆地場産物の学校給食への活用や地場産物の理解促進、食べ物や作る人への感謝の気持ちを育み、郷土を誇りに思う子どもの育成につながる	◆地場産物の学校給食への活用や地場産物の理解促進、食べ物や作る人への感謝の気持ちを育み、郷土を誇りに思う子どもの育成が一層進む

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

Ⅰ　産業間の連携戦略

1　地産地消・地産外商戦略の展開

（２）「ものづくりの地産地消」の促進

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

これまでの取組

◆平成22年度　改定の柱②「ものづくりの地産地消」の促進

取組を強化！

◆平成23年度　改定の柱①　外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」の抜本強化

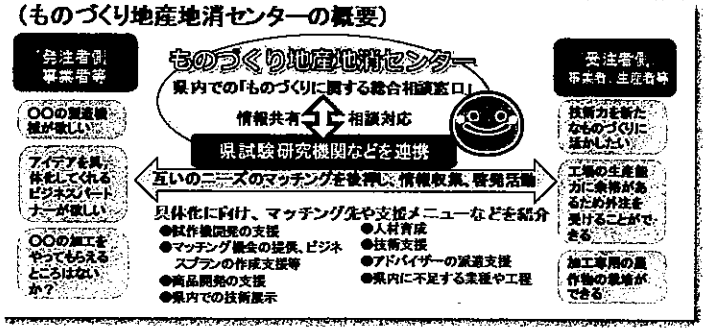
《ものづくりの地産地消の抜本強化》

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

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

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

（ものづくり地産地消センターの概要）



次期計画に向けて、乗り越えるべき課題

- 経済効果を大きなものにするための県内事業者のさらなる参画が必要
- 県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大が必要
- 地場企業が将来にわたり競争力を保ち続けるための支援策の強化が必要

築いた仕組み・仕掛けを生かし、より大きな効果をもたらすためバージョンアップ

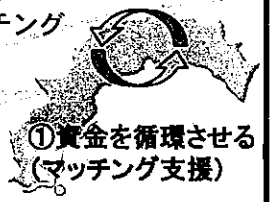
第2期計画での取組

１．事業者間のマッチング支援を強化！

●マッチング支援の強化
⇒ものづくり地産地消センターの活動強化
＊体制の強化
⇒食品加工業者と産地とのマッチング
⇒試験研究機関による個別支援

●マッチングの機会創出
⇒ものづくり総合技術展の開催

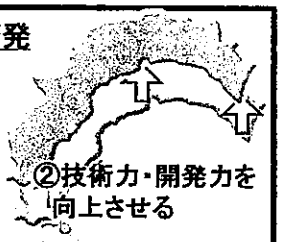
●新しい分野でのマッチング支援
⇒テーマ別研究会の取組支援
＊(拡) 有望プランへのパッケージによる支援
⇒コンテンツ産業の事業化に向けた支援
⇒防災関連産業の振興
＊防災産業交流会の取組支援
＊(新) 防災製品開発アドバイザーの配置、公的調達の仕組みづくり



２．県内産業の技術力・商品開発力の向上へ支援！

●新商品開発や技術力支援
⇒試験研究機関の充実・強化
⇒試作機開発などへの支援
＊(拡) 防災枠の増額

●競争力を維持・強化するための支援
⇒生産設備の更新・拡充への資金的支援
＊(拡) 補助先を中小企業以外にも拡充



３．県内に不足する業種・工程や新たな産業を誘発！

●企業の増設、企業立地への支援
⇒補助金による資金的支援
＊(拡) 雇用奨励金の新設や補助限度額を拡充



「ものづくり」の総合力が高まり、競争力を備えた製品が誕生！メイド・イン高知を全国へ！

４．「ものづくりの地産地消」から外商への展開支援！

●ものづくり企業の県外への販路拡大を支援
⇒産業振興センター内に外商支援部を設置
＊(拡) 体制の強化
⇒県外見本市、商談会への出展支援
＊(拡) 防災関連主要展示会への出展支援強化



戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化	◆県内で機械設備等を導入する場合、大部分が県外発注となっている。また、加工品(特に食品加工)についても、加工の工程を県外発注するケースが多く、付加価値を高める工程が県内で行われず、機会損失が大きくなっている	・ものづくり地産地消センターの開設 ・ものづくり技術展示会の開催 ◆総合相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ ・情報フローの確立(発注予定情報等の受発注者側への提供) ◆収集した発注予定情報等を関係団体を通じて受発注者側に提供する情報フローの仕組みを構築したことにより、県内における受発注を生む機会を作ることができ、「ものづくりの地産地消」につながる動きも見え始めた	◆「ものづくり地産地消センター」を中心に、各関係機関が連携して、迅速かつ適切な相談対応に努めるとともに、相談案件の掘り起こしを行う ◆情報フローを通じた発注予定情報等の収集について関係機関に徹底していく	◆「ものづくり地産地消センター」を中心としたマッチング機会の創出 ◎「ものづくり地産地消センター」の機能強化 ◎「技術力の見える化」と「商談機会の拡大」	○	○				
	◆産地側、食品加工企業側ともに、お互いの情報(栽培状況、技術力、情報力)をよく知らないため、商品化に向けたマッチングができていない	・マーケットイン型商品づくりを支援 ◆専門家のアドバイスを生かした新たな商品開発や、販路開拓、商品PR方法などの実践手法を取得	◆加工用に利用できる原料の掘り起こしと需要者とのマッチングが必要	◆★県内食品加工業と産地とのマッチング		○	○			
	◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている ◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心	・各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆農業者等の商品開発ノウハウの向上 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等) ★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る ★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援		○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
ものづくりの地産地消の推進 ものづくり地産地消センター： ・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施 ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム（庁内関係機関等）： ・庁内における「ものづくりの地産地消の推」進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施 県計画推進課、工業振興課、地産地消・外商課、地域本部等： ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集 ・第1次産業者・工業団体・食品加工団体等へのタイムリーな情報提供					◆生産者や製造業者が、「ものづくりの地産地消」の意識をもち、製品づくりに必要な技術や資源の多くが県内でまかなわれている ◆ものづくり地産地消センターを介した県内企業者間のマッチング件数 100件／年	◆ものづくりの分野で県内事業者どうしが、自発的な取引を活発に行い、ものづくり企業の外商活動が拡大している
総合的な技術展示会等の開催 県計画推進課、高知県産業振興センター： 県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催（※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討） ものづくり企業、産業団体等： 技術展示会等への出展、技術の紹介、商談						
加工用原料の掘り起こしとマッチング支援 生産者：加工用原料の掘り起こし 県関係課：情報共有と戦略の組み立て 県地産地消・外商課：情報共有の場の設置と調査及び需要者へのマッチング推進					◆食料品製造業出荷額 800億円 （10%UP）	◆第一次産業を伸ばす食品加工業が自立的な発展、成長を遂げるとともに、県外の加工業者が企業誘致等により県内で大規模な製造を開始
地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援 農業者等　：伝統作物等の栽培への取組、地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発　、販路拡大 県農業振興センター・地域支援企画員　：栽培実証、種苗の確保・保存、商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課　：商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援					◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加	◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化	◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷 ◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化	・水産加工業交流促進協議会を設置、開催(H23:2回) ◆事業者間の交流により、新たな取引につながる事例がみられた	◆関係者間の情報交換の場の提供等による新たな連携の促進	◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大	○	○	○			
	◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい ・H18年 5,498億円 (全国46位) ・45位(鳥取) 1兆346億円、 47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計 (速報) ◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% 〃 100人以上 全体の 3% <製造品出荷額> ・従業員数4～9人 全体の 6% 〃 100人以上 全体の49%	・成長が期待され潜在力のある4つの分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援 ◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた ・マーケットイン型商品づくりを支援 ◆専門家のアドバイスを生かした新たな商品開発や、販路開拓、商品PR方法などの実践手法を取得 ・各農業振興センターに加工への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速 ◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 ◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上 ◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 ○意欲のある企業の参加促進 ○事業化に向けた企業間連携の促進 ○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 ○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 ○健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進 ★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化	○	○		○		
				◆○研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施	○	○		○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
事業者間のマッチングによるビジネス機会の創出 加工事業関係者、生産者等：情報交換等をきっかけとした新たな連携と取引の拡大 県合併・流通支援課：情報交換の場の提供等による新たな連携の促進						◆水産食料品の県際収支の黒字幅を拡大
食品、天然素材、環境、健康福祉 意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 県工業振興課、新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援（H25～）					◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している ・事業化プラン認定件数　60件（H24～H27） ・販売金額　100億円（H24～H27） ・新規雇用　110人（H24～H27）	◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される ◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている
事業化プラン策定段階からの参画 認定済み事業化プランの事業化を支援 産業支援機関、公設試などとの連携強化 県工業振興課、新産業推進課：新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化	◆情報フローが詰まっており、県内のニーズ情報が潜在的な県内の受注者に対して伝達されていない	・(H21)県内クリエイター実態調査の実施 ・(H22～23)クリエイター見本市の開催(県内クリエイターと事業者との出会いの場) ◆実態調査における県内クリエイターの希望として、行政による事業者とのマッチングの場の提供が挙がったことから、見本市を開催。ネットワーク構築の場として有効であるとともに一部で商談も実施され、今後のビジネスマッチングへの可能性を拡げた	◆具体的な商談成立の実現	◆○見本市において、以下を実施する ・ブース出展者、参加者双方の参加者増を促進し、ビジネスマッチング力の強化を図る ・東京でのコンテンツマーケットに出展した高知コンテンツコンテストの優秀賞、奨励賞の受賞者に出展してもらう。優秀賞受賞者には東京での出展で得られた成果を報告してもらう ・クリエイター、事業者双方における著作権に関する意識・知識の向上のため、見本市に合わせて著作権セミナーを実施する				○		
	◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている ◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される	・各農業振興センターに加工への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上 ◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆南海地震への備えと連動させた防災関連産業の地産地消・外商の推進 <「地産」を推進するためのものづくり支援> ★試作機の開発支援 ★試験研究機関での技術支援		○		○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆クリエイターの収入増、クリエイターのレベルの底上げ	◆高知県クリエイターのブランド化
クリエイター地産地消 県まんが・コンテンツ課： 県内クリエイター見本市 著作権セミナー	県まんが・コンテンツ課：成果検証により継続判断、民による自主的な活動					
新たな防災関連製品や技術の開発・全国に通用するものづくり 県工業振興課・工業技術センター・大学等： 県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援					◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる ・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件（累計） ・県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%	◆県内外の企業や研究機関とのネットワークが拡大する中で、競争力を備えた多くの製品開発や企業集積が進み、売上額が大きく増加している ◆「防災関連産業と言えば高知県」というイメージが定着し始めている
	県工業振興課・工業技術センター・大学等： 全国に通用するものづくりを推進するための有識者との情報交換や、製品開発アドバイザーの設置等による技術支					
工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための機械装置等の開発・製造						
高知県産業振興センター： 新商品開発支援、防災産業推進コーディネータ等による防災関連製品等の企画・開発・ブラッシュアップのサポート						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 県内産業の技術力、商品開発力の向上への支援	◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている	・技術研修開催 ◆企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られた また、目標とした溶接関係の合格率も向上した	◆若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定 ◆研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応	◆工業技術センター等が行う技術研修 ◎人材育成事業(工業技術センター) ◎人材育成事業(紙産業技術センター)		○	○	○		
	◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい ・H18年 5,498億円 (全国46位) ・45位(鳥取) 1兆346億円、 47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計 (速報)	・ものづくり地産地消推進事業費補助金の創設 ◆産業間の連携による機械装置の開発が進み、県内外への販売も開始されるなど、機械系の地産地消の気運の高まりや成果が表れ始めた	◆ものづくりの地産地消の「地消」の推進に向けた製品の磨き上げ ◆「ものづくりの地産地消」の意識の浸透と、実践の定着	◆機械系の「ものづくりの地産地消」を支える製品開発力の強化 ○試作機の開発支援 ★防災関連の製品開発の推進 ◎企業間連携や産学官連携の充実・強化 ◎県内展示会等でのPR		○				
	◆東日本大震災に伴うマイナスの影響はほぼ解消したが、急激な円高等により、企業の生産拠点の海外移転や業務縮小、雇用調整など県経済への深刻な影響が懸念される ◆H22製造品出荷額等は約4,608億円(対前年比▲6.1%)で、4年連続全国最下位となっている ※H22工業統計(速報) ◆過去10年間平均の設備投資額の動向を見ても、本県製造業は四国全体の10.6%であり、全国平均値を100とした場合の値も37とかなり低くなっている ※工業統計	・各農業振興センターに加工への取り組みを支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上 ◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆県内企業が生産性等を高め、県内での生産活動の継続と雇用の維持に繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進 ★現行の企業立地に対する補助制度に加え、新規雇用者数の要件を緩和した補助制度の創設 ○県制度融資による事業者支援 ◎小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成 県工業技術センター： ・専門的技術研修の実施 ・食品加工特別技術支援員の配置 ・機械金属加工特別技術支援員の配置 ・資源利用加工特別技術支援員の配置 ・技術指導アドバイザーの派遣 ・土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等） 県紙産業技術センター： ・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成					◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ 技術研修 1,600人 （4年間累計） 紙産業技術初任者研修会 延べ145人 （H24～H27） 技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣 （H24～H27）	
ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消の推進 県工業振興課・工業技術センター： 県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援 工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための情報収集・情報交換、機械装置の開発・製造 県工業振興課・ものづくり地産地消センター： 県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPR					◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している ・ものづくり補助金を活用した製品開発件数　40件 （累計）	◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している ◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている
県制度融資、補助制度等による事業者支援 県工業振興課： 県内中小企業（製造業）が行う設備投資に要する経費を対象とする中小企業設備投資促進事業費補助金の創設（事業期間H24～H26） 津波避難施設の整備を行う製造業者への要件緩和等による設備投資の促進（H24.11～H26） 中小企業以外も補助対象に加え、設備投資を促進（H25～H26） 県経営支援課：安心実現のための高知県緊急融資 高知県産業振興センター：小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援					◆設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する ・一事業所当たりの設備投資額：全国平均値の68% （香川県並み） 15百万円→ 28百万円	◆全国並みの設備投資（一事業所当たり41百万円）が継続的に行われ、生産性が大幅に向上し、企業活動が安定する

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3. 県内に不足している業種・工程や新たな成長産業の誘発	◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める ◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている ◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる	・企業立地促進要綱の改正 ・訪問活動の強化 ・企業立地件数30件 ◆継続的な誘致活動を通じて新規案件の掘り起こしを行い企業立地を実現	◆民地も含めた工場用地等の確保	◆○「ものづくりの地産地消」を加速する業種の誘致	○	○			○	
4.「ものづくりの地産地消」から外商への展開支援	◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% 〃 100人以上 全体の 3% ＜製造品出荷額＞ ・従業員数4～9人 全体の 6% 〃 100人以上 全体の49%	・見本市への高知県ブースの設置 ・商談会の開催 ・インターネットを活用した企業情報の発信 ◆販路の拡大の取組を行った ・各農業振興センターに加工への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆機械・金属加工系を中心に取り組んできたため、紙産業等の地場産業への取り組みの拡大 ◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上 ◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施 ○新たな分野の見本市へ出展 ○成約につながりやすい効果的な商談会の開催 ○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ ○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
					◆新規立地件数 H24～H27 ：40件	◆成長産業や県内不足業種等にかかわる有力企業が立地し、県内企業を巻き込んだ地域内でのサプライチェーン化が進んでいる
企業立地の推進 県企業立地課： 農林水産物に付加価値を付ける食品加工などの地域資源を活用する分野、太陽光などの新エネルギー関連産業分野、本県製造業の高度化や製品の県内での一貫生産を行ううえで不足する業種、雇用拡大に即効性を持つ事務系業種等の企業を誘致する						
販路拡大 県工業振興課： ・県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内製品のPRや販路開拓を支援 ・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施 高知県産業振興センター： ・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保 ・見本市・商談会参加企業へのフォローアップ、県外企業への同行訪問など外商活動に関する支援の実施					◆商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている ・見本市・商談会開催件数　50回（累計） ・受注金額 20億円（累計） （防災関連・ものづくりの地産地消含む）	◆製品の競争力の向上や継続的な営業活動により、売上額が大きく増加している

※改革の方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

Ⅰ　産業間の連携戦略

1　地産地消・地産外商戦略の展開

（３）食品加工の推進

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 地域加工の取組支援	◆年間販売額100万円未満の製造者が約60%を占めており、製造者の意向も現状維持、減産が全体の3/4に達するなど、地域における加工の担い手である農林漁家の生産意欲が低い ◆消費者視点の売れる商品づくりができていない ◆県内の農協や生産者グループ等が、自らが生産した農林水産物を原材料として加工している農林水産加工品の約90%は、ユズの加工品	・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備 ・地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施 ・事業支援として、産業振興推進総合支援事業費補助金や産業振興アドバイザーを活用 (3年間の実績 産振総合補助金 135件20.4億円 (補助額ベース) 産振アドバイザー 196件 地域アクションプランによる雇用の創出623人 (うち総合補助金導入事業関連312人) ◆地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制のもと、地域アクションプランの取組ごとに設置した実行支援チームによるサポートにより、地域の取組が雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた	・地域アクションプランの取組の地域への定着・拡大 (産振総合補助金等を導入した事業の地域の産業として定着、拡大) ・各地域における新たな取組の創出	◆地域アクションプランの実行を、個別のテーマごとに徹底して支援 ○支援ツールとして産振総合補助金、産振アドバイザーを活用 ☆産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援、土佐の産業おこし参加プランの募集	○	○	○			
	◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる ◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい	・産業振興アドバイザー制度の実施 ◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった	◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要 ◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い	◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 ○産業振興アドバイザー	○	○	○	○	○	
	◆県内で9つの地域加工グループが活動 ◆多くのグループは経営規模が零細で、安定した雇用が困難	・漁村女性グループ等の交流活動の支援、専門家の派遣、講習会の開催等による経営面や加工技術面での支援を実施 ◆儲けを実感し経営的視点を持った取組への意欲・自覚が高まり、持続可能な活動への転換に一定寄与できた	◆今後も持続可能な経営体質の確保 ◆雇用の場として魅力のある労働条件等の確保 ◆衛生管理面のレベルアップ	◆○雇用の安定に向けた活動を支援	○	○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
地域アクションプランの実行を支援 県：産業振興推進地域本部を引き続き設置し、本部会議を開催することにより、地域アクションプラン全体の進捗確認等を実施 地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、事業ごとの進捗確認や支援を実施 県計画推進課：産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援（26年度まで） 産業振興アドバイザーによる支援 産業振興計画への民間事業者の参画促進（土佐の産業おこし参加プランへの応募等） P142 別図（外3）参照					◆新たな事業に挑戦する事業者等が増加し、地域の資源を活用した商品が次々と誕生するとともに、地産地消・地産外商の活動を通じて、事業が定着し、所得が向上する	◆地域に雇用の受け皿となる産業が数多く育ち、若者が地域に定着する
産業振興アドバイザーの派遣 事業者：課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識 県産業振興推進部：アドバイザー制度の周知と運営、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り 地域本部：事業者の課題の発掘、フォローアップ					◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる ◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者の内6割以上に効果が現れる	◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす ◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる（若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持）
漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開 地域加工グループ：経営感覚をもった持続可能な活動の展開、衛生管理の強化等 漁協、市町村：円滑なグループ活動の実施に向けた支援 県漁業指導所、合併・流通支援課：グループの方向性に応じた各種研修制度等の活用支援、新たなグループの掘り起こし					◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献	◆事業継続・拡大により地域雇用に貢献

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 産業化の取組支援 (1)生産に関する施策	◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている ◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心	・各農業振興センターに6次産業化への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等) ★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る ★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援		○	○			
	◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷 ◆消費者・業務筋の省力化志向の強まり ◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化 ◆国が6次産業化法を制定 ◆安全・安心志向の定着による、衛生管理への要請	・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成 ・新たな連携による事業化の働きかけと補助金活用等の支援を実施 ・原料魚の安定確保や販路確保の支援を実施 ◆地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工等の事業化(7カ所)が実現した ・水産加工業交流促進協議会を設置、開催 (H23:2回) ◆事業者間の交流により、新たな取引につながる事例がみられた ・6次産業化法に基づく計画認定を受けた漁業者の活動がスタート ◆生産者の加工・販売を推進するうえで、6次産業化法での支援が可能となった ・県漁協手結支所の加工施設の衛生管理改修を支援 ・水産加工の衛生管理に関する講習会を開催 ・すくも湾漁協の県版HACCP認証取得を支援 ◆衛生管理面のレベルアップが一定進展	◆事業化した前処理加工等の円滑な運営(原料魚の安定確保等) ◆関係者間の情報交換の場の提供等による新たな連携の促進 ◆漁業者が主体となった生産・加工・流通の一体的な取組の促進 ◆県外等の取引に対応できる衛生管理体制の強化	◆★事業化を軌道に乗せる活動への支援		○				
				◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大		○				
				◆★漁業者による6次産業の創出	○	○	○			
				◆○衛生管理の高度化を促進	○	○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

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

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 産業化の取組支援 (2)加工に関する施策	(加工等における現状) ◆食の外部化が進行している現在、加工することによって、高付加価値をつけ、流通させていくことの重要性が増加 ◆新たな商品開発力が不足 ◆首都圏など大きな市場の情報を的確に掴んだ商品づくりができていない ◆小規模な経営体が多く、大きな取引や加工用設備の整備が難しい ◆産地側、食品加工企業側ともに、お互いの情報(栽培状況、技術力、情報力)をよく知らないため、商品化に向けたマッチングができていない	・マーケットイン型商品づくりを支援 ◆専門家のアドバイスを生かした新たな商品開発や、販路開拓、商品PR方法などの実践手法を取得	◆企業ニーズに対応したきめ細やかな支援ができたが、ニーズに基づいたアドバイスのためプロダクトアウト的になりがち	◆○首都圏マーケットと連携した商品づくり	○	○				
			◆加工用に利用できる原料の掘り起こしと需要者とのマッチングが必要	◆★県内食品加工業と産地とのマッチング		○	○			
		・ものづくり地産地消センターの開設 ・ものづくり技術展示会の開催 ◆総合相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ ・情報フローの確立(発注予定情報等の受発注者側への提供) ◆収集した発注予定情報等を関係団体を通じて受発注者側に提供する情報フローの仕組みを構築したことにより、県内における受発注を生む機会を作ることができ、「ものづくりの地産地消」につながる動きも見え始めた	◆「ものづくり地産地消センター」を中心に、各関係機関が連携して、迅速かつ適切な相談対応に努めるとともに、相談案件の掘り起こしを行う ◆情報フローを通じた発注予定情報等の収集について関係機関に徹底していく	◆「ものづくり地産地消センター」を中心としたマッチング機会の創出 ◎「ものづくり地産地消センター」の機能強化 ◎「技術力の見える化」と「商談機会の拡大」	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
マーケットイン型商品づくりの支援 県内事業者：マーケットイン型の商品づくり 首都圏パートナー店：マーケット情報のフィードバック、開発（改良）アドバイス 県地産地消・外商課：県内事業者の開発（改良）支援		パートナー店と連携した県内事業者の主体的な商品づくりの支援 県内事業者：マーケットイン型の商品づくり 首都圏パートナー店：日常的な取引での助言 県地産地消・外商課：県内事業者の開発（改良）支援			◆食料品製造業出荷額 800億円（10%UP）	◆第一次産業を伸ばす食品加工業が自立的な発展、成長を遂げるとともに、県外の加工業者が企業誘致等により県内で大規模な製造を開始
加工用原料の掘り起こしとマッチング支援 生産者：加工用原料の掘り起こし 県関係課：情報共有と戦略の組み立て 県地産地消・外商課、地域農業推進課：情報共有の場の設置と調査及び需要者へのマッチング推進						
ものづくりの地産地消の推進 ものづくり地産地消センター： ・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施 ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム（庁内関係機関等）： ・庁内における「ものづくりの地産地消の推」進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施 県計画推進課、工業振興課、地産地消・外商課、地域本部等： ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集 ・第1次産業者・工業団体・食品加工団体等へのタイムリーな情報提供					◆生産者や製造業者が、「ものづくりの地産地消」の意識をもち、製品づくりに必要な技術や資源の多くが県内でまかなわれている ◆ものづくり地産地消センターを介した県内企業者間のマッチング件数 100件／年	◆ものづくりの分野で県内事業者どうしが、自発的な取引を活発に行い、ものづくり企業の外商活動が拡大している
総合的な技術展示会等の開催 県計画推進課、県産業振興センター： 県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催（※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討） ものづくり企業、産業団体等： 技術展示会等への出展、技術の紹介、商談						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 産業化の取組支援 (2)加工に関する施策		・食品分野で企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援 ◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた	◆研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速 ◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実	◆食品産業研究会における企業の事業化支援 ○意欲のある企業の参加促進 ○事業化に向けた企業間連携の促進 ○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 ○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 ★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化	○	○				
		・農業・食品関係の企業や団体への商品開発、品質管理技術向上のための支援を行った ◆地域APの各課題とも連携し、品質管理技術の向上や商品化などにつながった	・企業によっては商品開発力・品質管理能力が不十分なところもあり、技術レベルに合わせたきめ細かな支援が必要	◆工業技術センターが行う技術支援の充実(食品加工) ○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援	○	○			○	
	◆主に県内流通食品を対象とした製造・販売施設が大半であり、県外流通に対応できる食品の衛生管理能力を持つ施設が少数に留まる ◆生産管理高度化研修により、基礎知識を習得 ◆個別調査と改善提案により、管理体制が改善された ◆表示のアドバイスにより、適正表示の意識が高まった	・食品衛生管理認証制度の推進 ・食品高度衛生管理手法認定制度の創設 ・関係各課と連携した講習会等による、自主衛生管理の啓発 ◆食品の衛生管理におけるHACCP手法の重要性は、一定以上の規模を持つ施設を中心に浸透しつつある ◆各保健所に3名以上のHACCP指名食品衛生監視員を配置し、食品関連事業者からの相談・指導体制の強化をおこなった ◆参加者のニーズに応じた研修 ◆事業者の主体的な取組を推進するためには、中核的な人材の育成が必要 ◆表示に関する相談件数も多く、外商の拡大に向けては、引き続き、ワンストップの相談体制が必要	◆認証制度の更なる推進 ◆中・小規模施設のHACCP手法による自主衛生管理の普及	◆○工場の衛生管理の高度化を支援 ◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化 ○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし ○関連部所と連携した食品表示に対する指導・支援 ◆◎生産管理高度化における基本の徹底と信用の見える化に向けた中核的人材の育成とネットワーク化 ◆◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底	○ ○ ○	○		○ ○	○ ○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 県工業振興課、新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援（H25～）					◆食品産業研究会において、事業化プランの作成、事業化に取り組む多数の企業を創出	◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用を創出
食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援 県工業技術センター： ・食品関係企業・団体への商品開発等支援 ・品質管理技術の高度化支援 ・食品加工特別技術支援員による商品開発の推進 ・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決					◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加	◆自立した商品開発ができ、外商で本当に売れる企業へ
HACCP手法を用いた自主衛生管理認証・認定資格取得への誘導 県食品・衛生課：認証・認定制度の普及推進（認証施設数：13施設、認定施設数：0施設） 福祉保健所：施設立入時における食品衛生管理方法及び表示に関するアドバイス及び指導					◆県外に販路を持つ施設を中心にHACCP手法に基づく自主衛生管理手法の必要性が認識される ◆認証施設数 30施設 ◆認定施設数 50施設	◆HACCP手法に基づく自主衛生管理が広く浸透し、これを取り入れた施設が一般化する ◆認証施設数 40施設 ◆認定施設数 100施設
生産管理高度化における基本の徹底 中核的人材の育成とネットワーク化 （2年間で中核的人材20人を育成） 事業者：生産管理高度化の実践 県地産地消・外商課：生産管理高度化研修の実施 中核的人材の育成とネットワーク化		中核的人材ネットワークを中心とした自立的な生産管理高度化の実践への支援 事業者：生産管理高度化の実践 県地産地消・外商課：ネットワークを中心とした高度化支援			◆衛生管理や適正な表示が徹底され、多くの事業者が外商にチャレンジ	
		高知県立大学：中核的人材育成の研修等の実施及びネットワーク化支援				
ワンストップの相談体制による適正表示の支援 事業者：適正表示の実践 県地産地消・外商課：適正表示助言体制の整備 県表示所管部署：適正表示指導		国の動向も睨みつつ、庁内連携による適正表示の支援 事業者：適正表示の実践 県表示所管部署：適正表示指導				

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【食品加工の推進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 産業化の取組支援 (3)人材に関する施策	◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる ◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい	・産業振興アドバイザー制度の実施 ◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった	◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要 ◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い	◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 ○産業振興アドバイザー	○	○	○	○	○	
	◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない ◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足 ◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある	・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施 ・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施 ◆基礎から実践まで一貫した研修や先進地域の視察、異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある	◆産業界、高等教育機関、行政間の情報共有及び連携が必要 ◆受講者のニーズやレベルに沿って受講できる仕組みが必要 ◆受講者の意欲を引き出す仕組みが必要 ◆研修受講後のフォローアップが必要	◆★産学官連携による産業人材育成					○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
産業振興アドバイザーの派遣 事業者：課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識 県産業振興推進部：アドバイザー制度の周知と運営、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り 地域本部：事業者の課題の発掘、フォローアップ					◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる ◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者の内6割以上に効果が現れる	◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす ◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる（若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持）
産業人材育成プログラムの実施 産業界：受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画 県内高等教育機関（高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高専等）：研修（教育）内容の検討、研修講師、産学官連携会議への参画 県：プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画 県立大学改革との連動の検討					◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成 ◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる	◆地域産業の担い手を育成

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

食料品製造業出荷額800億円の達成に向けて ～ 段階に応じた支援の充実 ～

別図(食１)

外商の拡大をめざす

県内食品加工企業
約340社

約20社

EX：売上10億円~
従業員50名~

高知県を牽引するトップ企業群

標的 県外大手量販店 卸・商社(海外) など

- ○ 高知県内のコア企業（10社程度）が結集し海外も含む外商に向けた戦略と情報を共有
- ○ トップ企業群の協働による具体的な加工・流通等のビジネス実践

地域の壁を超えた事業者間の連携

10年後のめざす姿（900億円以上）の実現をめざして

H25年度マーケットイン型支援事業でほぼカバー

約120社

EX：売上
5千万円~10億円
従業員10名~50名

定番の拡大をめざす外商企業群

標的 県外高質系スーパー 県外飲食チェーンなど

拡 マーケットイン型商品づくり支援事業

高質系スーパーや業務用メニュー開発企業等と連携した商品づくり
- ○ 高質系スーパー 3社⇒4社
- ○ 飲食チェーン等 0社⇒2社
- ○ 支援企業実数 50企業⇒120企業

新 市場対応商品開発事業費補助金

- ○ 首都圏高質系スーパー等のニーズを反映した商品開発・改良への支援
- ○ 高質系業務筋をターゲットとした商品開発への支援

公社等と連携した他の高質系スーパー等への拡大

ステップアップ

4年後の目標（800億円以上）達成に向けて

外商に向けて取り組む

約200社

EX：売上
5千万円
従業員10名

地域内流通から外商への発展企業群

標的 直販所・県内量販店など

- ○ 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中山間地域の商品開発や磨き上げ支援 【アドバイザー派遣等】
- ○ 6次産業化及び水産加工グループ活動の取組支援 【農業振興部・水産振興部】
- ○ 人材育成【土佐MBA・農業創造セミナー他】

- 新 フェイスブックなどを活用した「eコマースサイト」の新設による販売支援
- 新 商品発掘コンクールの開催（隔年）
- ○ 県内事業者と県内量販店等との商談会の開催
- ○ まるごと高知でのテストマーケティング

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

産学官の連携による自主的な「信用の見える化」の推進

別図(食２)

目標

○ 消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化に向けた企業の自主的・自立的な取組を促進

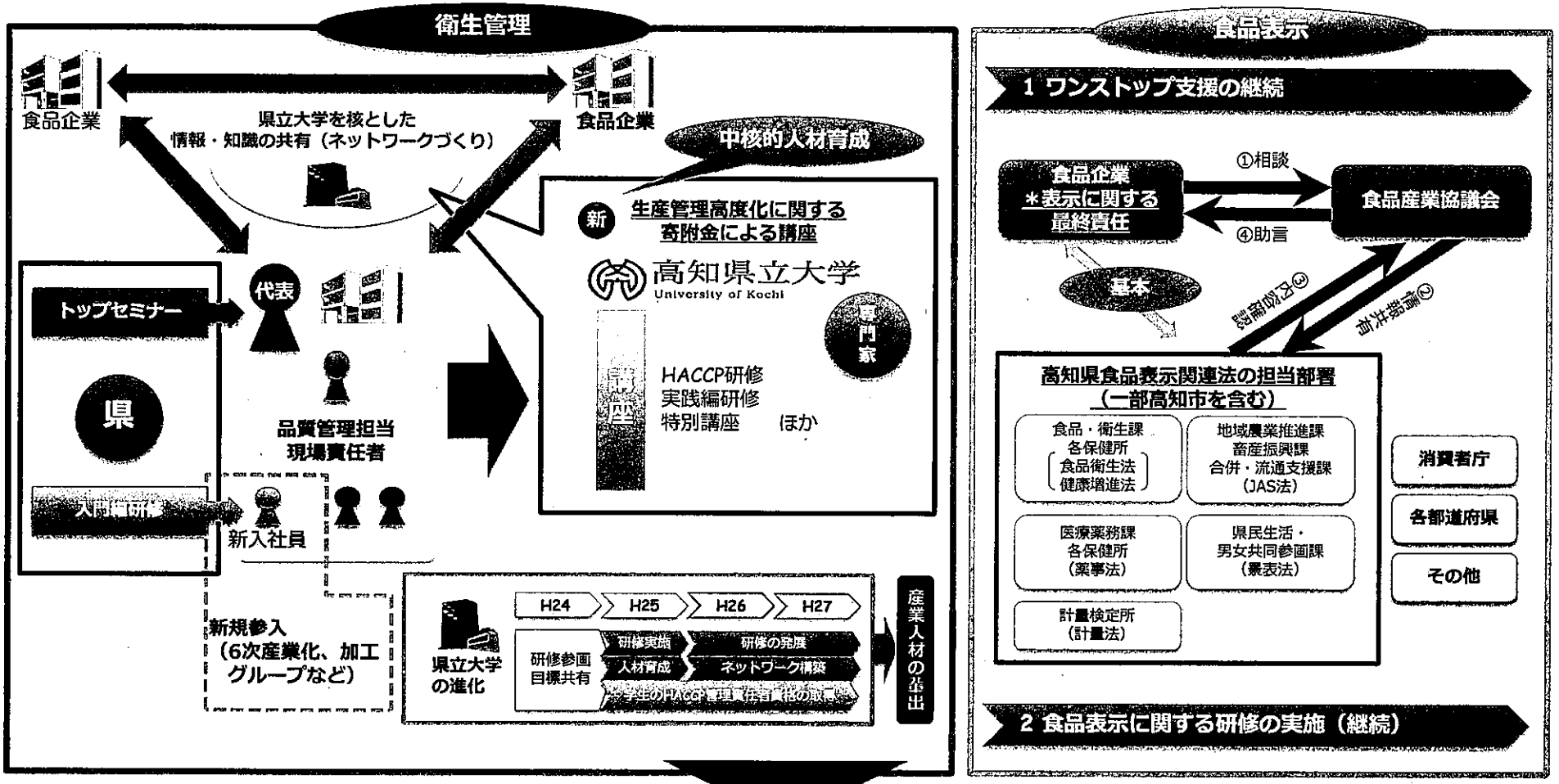
課題

○ 企業トップの意識改革と自主的な生産管理の高度化をめざすための中核的な人材の不足
○ 生産管理高度化に向けた業界のグローバルな情報や知識を得る場所が身近にない
○ 食品表示関連法所管部署が分離しており、表示全体を相談できるワンストップ窓口がない

次なる展開

○ 県立大学を核とした企業支援体制と企業間ネットワークの構築
○ 企業自らが生産管理高度化に取り組める人材の育成
○ 食品表示の適正化に向けたワンストップ相談窓口の継続

企業にやる気を持っていただく、やる気のある企業を後押しする仕組みを作る！



企業自らが“信用の見える化”を実現

Ⅰ　産業間の連携戦略

1　地産地消・地産外商戦略の展開

（４）地産外商の推進

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 総合的な支援	◆産業分野ごとに販売促進の支援は行われているが、産業間の連携による取組が弱い	・新しい組織を設置し、産業間で連携して県産品の販売を促進 ◆産業間の連携により商品の開発・改良から流通・販売まで、トータルに県産品の販路開拓・販売拡大を支援する体制が構築された	◆多様な販路の確保やさらなる販売拡大にむけ、継続的な支援体制の確保が必要	◆◎県産品の販売促進のため、産業間で連携して支援 ◎外商推進本部を中心とした戦略品目のプロモーション活動の計画・実践による外商活動のさらなる強化	○	○	○			
		・地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備 ・地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施 ・事業支援として、産業振興推進総合支援事業費補助金や産業振興アドバイザーを活用 (3年間の実績 産振総合補助金 135件20.4億円 (補助額ベース) 産振アドバイザー 196件 地域アクションプランによる雇用の創出623人 (うち総合補助金導入事業関連312人)) ◆地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制のもと、地域アクションプランの取組ごとに設置した実行支援チームによるサポートにより、地域の取組が雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた	・地域アクションプランの取組の地域への定着・拡大 (産振総合補助金等を導入した事業の地域の産業として定着、拡大) ・各地域における新たな取組の創出	◆地域アクションプランの実行を、個別のテーマごとに徹底して支援 ○支援ツールとして産振総合補助金、産振アドバイザーを活用 ☆産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援、土佐の産業おこし参加プランの募集	○	○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆商品発掘や新商品の企画、流通・販売にいたるまでトータルで県産品の販売支援が行われている	◆大都市市場に様々な販路が生まれ、競争力のある多くの県産品が送り込まれている
産業間の連携による支援 県：産業振興推進本部・産業振興推進部による産業間で連携した支援 地産外商推進協議会（～H24） ⇒ 食品外商推進会議（仮称、H25～） ：「まるごと高知」の評価・改善に関する協議のほか、地産外商に関する各産業分野間の連携や官民協働による具体的な地産外商の実践に関する協議を実施 県地産地消・外商課：地産外商推進協議会（～H24）、食品外商推進協議会（仮称、H25～）の運営 地産外商公社：官民協働で「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を行い、関係機関と連携しながら県内の生産者・事業者の販路開拓・販売拡大を支援						
					◆県及び関係団体が戦略と情報を共有し、同じベクトルのもとでの営業活動が行われている	◆効果的な営業活動により、県産品の認知度が一層向上し、販売が拡大している
プロモーション活動の強化による販売拡大支援 県：外商推進本部を中心に、関係団体とも情報を共有してプロモーション等の営業活動を推進 県関係部：戦略的に外商に取り組む品目（＝戦略品目）のターゲットや成果を明確にしたブランディング戦略を構築し、それに基づいたプロモーションを展開 県地産地消・外商課：外商推進本部の運営 地産外商公社：外商推進本部の「司令塔」として、各部及び関係団体とともに、プロモーション計画を策定・実践						
P142 別図（外3）参照						
					◆新たな事業に挑戦する事業者等が増加し、地域の資源を活用した商品が次々と誕生するとともに、地産地消・地産外商の活動を通じて、事業が定着し、所得が向上する	◆地域に雇用の受け皿となる産業が数多く育ち、若者が地域に定着する
地域アクションプランの実行を支援 県：産業振興推進地域本部を引き続き設置し、本部会議を開催することにより、地域アクションプラン全体の進捗確認等を実施 地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、事業ごとの進捗確認や支援を実施 県計画推進課：産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援（26年度まで） 産業振興アドバイザーによる支援 産業振興計画への民間事業者の参画促進（土佐の産業おこし参加プランへの応募等）						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 商品の磨き上げを支援	◆県外市場を視野に入れた商品づくりが十分できていない ・優れた地域資源がありながら全国に展開している商品はごく一部に止まっている ◆首都圏の既存のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟは、郊外型の立地のため消費者情報の生産者へのﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ機能や情報発信力が十分でない ◆地域資源を活用した新しい取組が少ない 地域団体商標登録数 高知県： 4件 全 国:406件 地域団体商標:地域の名称及び商品(ｻｰﾋﾞｽ)の名称等から商標について、一定の範囲で周知された場合に、事業協同組合等の団体による登録を認める制度。「土佐打刃物」等4件が登録済み	・東京・銀座に新しくｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ(まるごと高知)を設置し、県内事業者へテストマーケティング機会を提供するほか、外商活動を通じて収集した首都圏の消費者やバイヤー等の情報のフィードバックを実施 ◆首都圏をはじめとする県外市場にチャレンジする事業者が増加し、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりが進められている ・地域産品開発の意欲のある事業者について、発掘から育成まで関係機関と連携したサポートを実施(産業振興センターの専門家や各種助成制度の紹介、事業者への必要とする情報提供等) ◆新たな販売機会の確保や商品開発を実施する事業者が増加し、県外市場にチャレンジする地域資源を活用した商品が増加した	◆販路のステージが上がるのに比例して商品のさらなるレベルアップが求められており、フィードバックされた情報を活用した商品の磨き上げを強化する必要がある ◆「まるごと高知」を活用する事業者の増加 ◆地域資源を活用した商品を発掘する機会と効果的な商品PRの確保	◆◎「まるごと高知」の活用等によるテストマーケティング機会の提供や、首都圏の消費者やバイヤー等の情報のフィードバック充実による商品磨き上げの強化	○	○				
				◆○地域資源を活用した商品をコンクール形式で発掘し、県内外での商品PRを行うとともに、商品に対する消費者情報等のフィードバックを行い、磨き上げ支援を強化	○	○				
	◆商品企画の弱さ等から市場ﾆｰｽﾞに合った商品の提供力が弱い ◆食品製造業は零細企業が多く企業体力が弱いことなどから出荷額が低迷している	・産業振興アドバイザー制度の実施 ◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった	◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要 ◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い	◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 ○産業振興アドバイザー	○	○	○	○	○	
				◆○産学官連携による新商品の開発を支援	○	○		○	○	
	◆主に県内流通食品を対象とした製造・販売施設が大半であり、県外流通に対応できる食品の衛生管理能力を持つ施設が少数に留まる	・食品衛生管理認証制度の推進 ・食品高度衛生管理手法認定制度の創設 ・関係各課と連携した講習会等による、自主衛生管理の啓発 ◆食品の衛生管理におけるHACCP手法の重要性は、一定以上の規模を持つ施設を中心に浸透しつつある ◆各保健所に3名以上のHACCP指名食品衛生監視員を配置し、食品関連事業者からの相談・指導体制の強化をおこなった	◆認証制度の更なる推進 ◆中・小規模施設のHACCP手法による自主衛生管理の普及	◆○工場の衛生管理の高度化を支援 ◎認証・認定取得に向けた指導・支援の強化 ○関係各課と連携したうえでの対象施設の掘り起こし ○関連部所と連携した食品表示に対する指導・支援	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
「まるごと高知」の活用等による商品の開発・改良への支援 県内事業者：首都圏での外商活動の拠点として「まるごと高知」を積極的に活用、「まるごと高知」におけるテストマーケティング等への積極的な参加 地産外商公社：県内での商品発掘を行うと同時に、「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を通じて収集した首都圏の消費者やバイヤー等の情報を県内の生産者・事業者にフィードバックするとともに、県や産業振興センター、金融機関との連携により、商品の磨き上げを支援 地産外商公社・県：県産品情報ネットワークの活用、まるごと高知報告会の開催等による、県内事業者へのまるごと高知活用の継続的なPR					◆商品の磨き上げに積極的に取り組む事業者が増加している（「まるごと高知」でのテストマーケティング・催事商品180商品/年）	
消費者やバイヤー等の情報を活かした商品の磨き上げへの支援 県内事業者：商談会など外商機会への積極的な参加 県地産地消・外商課：地産外商公社が実施するテストマーケティングの結果や、公的機関等が実施する商談会等を通じて得た情報を踏まえて事業者が行う商品の改良等の取組を支援						
	地域資源を活用した商品の発掘とPR支援 県内事業者：地域資源を活用した商品の開発 県地産地消・外商課：「土佐のいい物おいしい物発見コンクール」を開催し、商品の発掘を行うとともに、県内外での商品PRと磨き上げを支援		地域資源を活用した商品の発掘とPR支援 県内事業者：地域資源を活用した商品の開発 県地産地消・外商課：「土佐のいい物おいしい物発見コンクール」を開催し、商品の発掘を行うとともに、県内外での商品PRと磨き上げを支援		◆コンクールへの応募商品が増加している（269商品→300商品）	
産業振興アドバイザーの派遣 事業者：課題やニーズに対応したノウハウの習得、事業を進めていく上で解決すべき課題の認識 県産業振興推進部：アドバイザー制度の周知と運営、各事業の本質的な課題を明らかにする仕組み作り 地域本部：事業者の課題の発掘、フォローアップ					◆ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる ◆商品開発や販路開拓などの新たな事業展開に対してアドバイザーを導入した事業者の内6割以上に効果が現れる	◆県内の各地域の事業者等に利益アップや所得向上をもたらす ◆担い手が確保され、第一次産業の強みが維持されるとともに、これらの強みを活かした産業間連携が新たに進んでいる（若者の県内定着、就業者における生産年齢人口の増加、就業者数の維持）
産学官連携による共同研究の実施 県内大学、企業等：外部資金等も活用しながら共同研究を実施し、新たな事業の創出を図る＜県工業技術センター＞ 県内大学、企業等：紙、不職布分野での共同研究を実施し、その成果の事業化を図る＜県紙産業技術センター＞ 県内大学、企業等：海洋深層水の資源特性を生かした共同研究を実施し、様々な分野での産業利用を図る＜県海洋深層水研究所＞						
HACCP手法を用いた自主衛生管理認証・認定資格取得への誘導 食品・衛生課：認証・認定制度の普及推進（認証施設数：13施設、認定施設数：0施設） 福祉保健所：施設立入時における食品衛生管理方法及び表示に関するアドバイス及び指導					◆県外に販路を持つ施設を中心にHACCP手法に基づく自主衛生管理手法の必要性が認識される ◆認証施設数 30施設 ◆認定施設数 50施設	◆HACCP手法に基づく自主衛生管理が広く浸透し、これを取り入れた施設が一般化する ◆認証施設数 40施設 ◆認定施設数 100施設

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3. 県産品の販路の拡大を支援	◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない (首都圏の既存のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの現状) ・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ機能や情報発信力が十分でない(再掲) ・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく卸売機能がない ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの来場者数の県別比較 都道府県名 / 来場者数(H19) 沖縄県 234万人 北海道 206万人 新潟県 91万人 岩手県 60万人 鹿児島県 50万人 香川県・愛媛県 46万人 ※ 高知県 11万人 既存のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟは首都圏に立地している27道県のうち、利用者数、売上額ともに15位。他県平均と比べて、利用者数で39%、売上額で38%と低位にある	・高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京都心に新しいアンテナショップ(まるごと高知)を設置し、県内事業者の販路の拡大を支援 ◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化して高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の多様な販路を確保し、販売が拡大している ・食品外販協同組合による販路開拓の支援 ◆県外卸・量販店等への販路開拓、展示・商談会などでの販売促進が進んだ ・消費者及び企業、事業者に向けた情報発信を行い県産品の販売や商談会等の外商機会を展開 ◆高知フェア、商談会等の開催による外商機会が確保できた	◆販売力不足による県外への販路確保ができていない小規模事業者が多いため、まるごと高知の活用をさらにPRする必要がある ◆大都市から離れているという地理的なハンディを克服するための新たな物流の仕組みを構築する必要がある ◆県産品の認知度向上を図り、ビジネスに結び付く外商活動の展開が必要である ・業務筋(外食・中食等)等へ新たな需要の掘り起こしを継続的に実施、PRする必要がある	◆◎「まるごと高知」を首都圏での外商活動の拠点とした、県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援	○					
				◆◎官民協働による効果的な物流の仕組みづくり	○					
				◆◎官民協働による外商活動のさらなる展開	○					
				◆◎高知フェア等更なる県産品の認知度向上に向けた外商機会を展開し、県内事業者の販路開拓・販売拡大を支援 ・大型量販店との包括協定を生かした認知度向上の取組	○					
				◆◎全国的な展示商談会や見本市等への出展による相互のビジネスマッチングを推進することによる、外商機会の展開・強化	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

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

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
3. 県産品の販路の拡大を支援		・各企業のステージに応じた、きめ細やかな海外展開(ビジネスマッチング)へのサポートと体制強化による強力なセールス活動の推進 ◆新たに貿易に取り組む企業が増加し、ビジネスに結び付く多様な販路を確保するとともに商談機会も拡大した	◆海外における高知県及び県産品の認知度が低い ◆海外展開に対する県内企業の知識や経験が十分でない	◆◎本県に優位性のある品目を中心にした海外への販路拡大	○					
				◆◎貿易を担う人材育成の強化	○				○	
		・高知まるごとネットの運営等、県産品に関する情報発信機能の充実・強化(ホームページの充実) ◆県産品情報の充実に伴い、県外からのアクセスも順調に増加している	◆継続的に運営することでアクセスのさらなる増加が必要	◆◎県産品に関する情報発信機能の充実・強化(ホームページの充実) ★Facebook等を活用した「eコマース」サイトの構築・運営を通じて地産地消・外商を支援	○					
	◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調(脂が少ない等) ◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ	・本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバを地産外商加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手(H22～) ・高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁業でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得(H23) ◆カツオ、キンメダイ、ゴマサバのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコラベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外商に結び付くよう支援する必要がある	◆マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及 ◆マリン・エコラベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上 ◆加速化品目ごとの推進組織による主体的な外商活動の継続	◆地産外商加速化品目戦略の推進 ○推進組織による主体的な認知度向上対策の実施 ○マリン・エコラベル・ジャパンの普及	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
本県に優位性のある品目を中心にした海外への販路拡大 （P141 別図（外2）参照） 県地産地消・外商課：貿易促進コーディネーター及び海外事務所による国内外における県内事業者の活動支援、貿易セミナー等の開催による、海外での販売促進活動等（中国、シンガポール、香港、台湾等）、輸出商談会、海外市場調査 県地産地消・外商課：これまでの海外事業を基礎としながら、本県に優位のある品目を中心としたプロモーションの強化やフェア・商談会等の機会の拡大と展示会への出展充実による認知度の向上など、更にステップアップするための施策を展開					◆貿易に継続的に取組む事業者（食品関係）が倍増している 食料品輸出事業者 (H23) 25社 →(H27) 50社 輸出額 (H23) 約1億円 →(H27) 2億円	◆豊富なノウハウと人材を活用して多くの県内企業が貿易に積極的・継続的に取り組んでいる
貿易を担う人材育成の強化 県内事業者：研修への積極的な参加 県地産地消・外商課：各種セミナーや人材育成プログラム等に基づいた研修の実施						
県産品に関する情報発信機能の充実・強化 県内事業者：eコマースを活用した販路拡大の展開、webモニターの積極的な活用 県地産地消・外商課：高知まるごとネットを運営し、県産品を中心に高知を丸ごと情報発信					◆eコマースサイトへの誘導数が増加し、県内事業者のインターネットを活用した販売拡大につながっている。 (H23) 7,000件/月 ↓ (H27) 10,000件/月	
	「eコマース」サイトの構築・運営 県内事業者：サイトへの商品の出品 県地産地消・外商課、地産外商公社：サイトで販売する商品の発掘やタイムリーな情報発信等を通じて中山間の零細事業者等の地域産品の販売拡大を支援				◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している	
地産外商加速化品目の推進組織による認知度向上対策の実施 推進組織（漁協等）：主体的な認知度向上対策を実施 県合併・流通支援課：推進組織の取組を人的・財政的に支援					◆地産外商加速化品目の推進組織による主体的な外商活動が定着	◆関西市場を中心に、高知県の水産物は品質が高いとのイメージが浸透し、他産地よりも高値で取引
マリン・エコラベル・ジャパンの普及 漁協・流通加工業者：認証の取得と販売活動への活用 市町村：認証取得者への財政的支援活用 県合併・流通支援課：認証制度のPRと認証取得への人的・財政的支援					◆主要な魚種・地域でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得し、認知度が向上	

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3. 県産品の販路の拡大を支援 P350 林業分野別図(林6)参照	◆大消費地から遠隔地にあるとともに、取引単位が小さいことから、輸送コストがハンディとなっている ◆個々の事業体では営業力に限界があるため、市場に頼らざるを得ないが、年々売り上げは減少している	・大消費地に流通拠点を設置(10箇所) ◆流通拠点を利用した土佐材の流通が進んだ	◆流通拠点の利用を拡大し、土佐材流通量の増加に取り組む	◆○大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大 ★県外中堅プレカット工場の販売先の確保	○					
		・協同組合高知木材センターの設立 ・共同輸配送や定期輸送体制の検討 ◆協同組合高知木材センターによる製品流通を開始 ◆関西方面への共同輸配送を実施	◆製品の高品質化と販売・供給力の強化	◆◎販売組織の抜本強化に向けた取組の促進 ◎県外販売の窓口の一元化に向けた取組の促進 ○共同乾燥等の共同事業による商品力と販売力の向上を支援 ★販売窓口一元化に伴う加工力向上	○					
	◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている	・土佐材流通促進協議会の設立 ・消費地セミナーの実施 ・産地セミナーの実施 ・展示販売会の実施 ◆県内企業が一体化し、県外への活発な外商活動を開始	◆消費地セミナー等の出席者へ継続的にアフターフォローを実施することにより、商取引につなげることが必要	◆大消費地への販路拡大 ○消費地セミナーを、消費地商談会にステップアップし、新たな顧客との関係構築 ○消費地商談会での新規顧客等に向けた、産地ツアーの実施により商取引を拡大 ○展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加	○					
		・JAS認定取得への支援 ・性能表示木材の流通支援 ◆JAS認定工場が15社となり、性能表示木材の生産と流通が進んだ ・トレーサビリティのガイドラインを作成	◆JAS製品の安定供給体制の確立 ◆各JAS工場の出荷量の増加により、格付けにかかるコストを削減 ◆県産JAS製品の市場評価を得る	◆JAS工場の製品出荷量を増やして、JAS製品の安定供給体制を確立 ○各JAS工場の製品出荷量の増加 ○JAS認定(構造用製材機械等級)工場の拡大	○					
		・産地を明らかにした規格化住宅の開発 ・木づかい固定量認証制度の実施 ◆地域材のブランド化や商品力が高まった	◆付加価値を高める地域材のブランド化の推進	◆○産地や品質の証明など、地域材ブランド化を推進し、商品力を向上	○					
		・消費地の工務店等とのネットワークづくりを促進し、消費地で土佐材をPRする、「土佐材パートナー企業登録制度」を創設 登録数32社(団体) ◆木造住宅への土佐材利用が広まった	◆まだまだ認知度不足のため、企業と連携し土佐材のファンを増やす取組みを展開	◆土佐材パートナー企業の増加と邸別販売の拡大 ○消費地商談会や産地ツアー参加者のパートナー化による土佐材利用住宅の拡大 ★県外中堅ビルダー販売先の確保、邸別部材「土佐パッケージ」の仕組みづくり	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
拠点を活用した流通の効率化の推進 業界団体又は事業体：県外流通拠点の設置、定期便などロット販売による流通量の拡大と建築工程に応じた配送システムによる拠点利用を推進 県木材産業課：流通拠点を活用した流通の効率化を支援					◆流通拠点を利用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している	◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている ◆製品市場の機能を改善・活用することで、営業力を強化し、消費者の求める製材品の質・量を確保、供給できている
	県外中堅プレカット工場の販売先の確保 業界及び事業体：県外中堅プレカット工場への営業及び販売 県木材産業課：営業同行等の支援		**一元化された販売窓口による県外中堅プレカット工場の販売先の確保** 一元化された販売窓口：県外中堅プレカット工場への営業及び販売 県木材産業課：一元化された販売窓口への支援			
販売窓口一元化の仕組みづくり 業界団体及び事業体：業界で連携し土佐材製品の販売拡大のため、地産外商に関する販売窓口一元化の仕組みづくりと乾燥等の共同事業に取り組む 県木材産業課：販売窓口の一元化に向けた取組を支援（指導調整役）			**販売窓口一元化による製品流通の拡大** 一元化された販売窓口：抜本的に一元化された外商活動の窓口と共同事業により、土佐材製品の販売の拡大を推進			
	販売窓口一元化に伴う加工力向上 業界団体及び事業体：設備の計画策定 県木材産業課：計画策定の支援		**一元化された販売窓口による加工力向上** 一元化された販売窓口：施設整備・加工施設の稼働 県木材産業課：補助金等の支援			
事業体や団体等と連携した営業活動の推進 事業体：消費地商談会の実施により新規顧客を獲得、消費地商談会を契機に産地へ呼び込み、商取引へ繋げる展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加 業界団体：商談会などの外商活動の場の設定 県木材産業課：県外事務所と連携した県の信用力を活かした営業支援の実施、販路拡大への支援					◆県外の土佐材等の建築棟数 150棟/年間	◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている
JAS表示製品の流通量の拡大 JAS認定工場：製品出荷量のJAS製品割合を増やし、安定的な供給体制を確立 業界団体：JAS製品流通量の拡大に向けたPR活動					◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている	◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている
県木材産業課：JAS製品の安定供給体制の確立、助成制度を活用した性能表示材の流通支援						
県木材産業課：JAS認定（機械等級）の取得支援						
地域材ブランド化の推進 事業体：産地や品質の証明など、地域材ブランド化に向けた取組 県関係課：高知県CO2固定量認証制度の適正な運用とPR						
県外での邸別販売による土佐材利用住宅の拡大 業界団体又は事業体：邸別販売による「顔の見える取引」の推進 県木材産業課：「土佐材パートナー企業」による、県産材の知名度向上と土佐材利用住宅拡大の取組を支援						
	県外中堅ビルダー販売先の確保 業界団体及び事業体：県外中堅ビルダーへの営業及び販売、土佐パッケージの基準など仕組みづくり		**一元化された販売窓口による県外中堅ビルダー販売先の確保** 一元化された販売窓口：県外中堅ビルダーへの営業及び販売 県木材産業課：一元化された窓口への支援			

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 知的財産の有効活用	◆知的財産に対する認識が十分でなく、地場技術や地域資源を再評価したうえで、知的財産として活用していく必要がある	・知的財産の中小企業向け総合支援窓口を開設(発明協会)し、ワンストップによる支援 ・知的財産に関するセミナーの開催などによる普及啓発活動を実施 ・専門家(弁理士)による相談会を開催し、課題の解決に向けた助言を実施 ◆知的財産に対する理解が広がりつつある ◆具体的に活用する事例をさらに増やしていく必要がある	◆中小企業が多く、研究開発型企業が少ないため、知的財産を事業に活用する意識が薄い ◆県内での成功事例を作りだし、他へ普及させることが必要	◆○知的財産に関する普及啓発を継続し、意識と知識を向上	○				○	
				◆◎知的財産の取得と管理、活用の促進	○				○	
				◆◎知的財産の活用による地域アクションプランの取組の支援	○				○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
知的財産に関する知識と意識の向上 発明協会、高等教育機関、市町村、新産業推進課：関係機関において実施される知的財産セミナーなどの情報を集約し、対象者のニーズに応じた学習機会を確保することで、効果的に知的財産に関する知識と意識の向上を図る					◆知的財産セミナー参加者の拡大 → 年間450人（H22年度実績を20%増加）	◆特許権等が有効活用され、事業において新たな価値が生み出される ◆商標権等が有効活用され、地域ブランドを確立することで、地産外商が推進される
知的財産の取得と管理、活用の促進 発明協会、新産業推進課：企業や団体への訪問活動などを通じて、知的財産の取得・管理・活用に取り組もうとする企業ニーズを掘り起こし、専門家（弁理士）による相談会や専門家派遣などによって具体的な課題を解決に導く					◆知的財産総合支援窓口（発明協会）による相談件数 →年間1,500件（H22年度実績の50%増加） ◆知的財産相談会・専門家派遣による支援件数 →年間550件（H22年度実績の20%増加）	
知的財産の活用による地域アクションプランの取組の支援 市町村、地域支援企画員、発明協会、新産業推進課：地域アクションプランの取組において、地域団体商標や商標を積極的に取得し適切に管理することで地域ブランドを確立し、商品販売の拡大を図る					◆地域アクションプラン関連事業による知的財産の活用 →21件（7地域×3件、H23年度全228事業の約1割）	

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
5. 関西地区における県産品販路拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開 (1)高知フェア等の外商機会の確保	◆関西地区は本県にとって最も近い大消費地であり、近年でも、園芸品の約20%、木材の約40%は、関西に流通し、高知県への観光客の30%は関西圏からの入り込み客である	・新たな関西ネットワークの構築 ◆関西流通業界の専門家などによる地産外商関西戦略会議の設置、関西経済界との高知を語る会の開催や高知応援団(関西)の募集などのほか、商談会等を通じた県内外での人脈形成を実施してきた ・関西高知県産品PR戦略(農産物、水産物、加工品) ◆ホテル・量販店などでの高知フェアや高知県食材による関係業界を集めての試食商談会の開催、関西の県産品の直販店との連携などに取り組んだ また、高知県産業振興センターコーディネーターと協力し、関西開催商談会やイベント情報を県内企業に提供し関西事業者とのマッチングを図った	◆これまでの人脈を維持しつつ、ネットワークの拡大する ・地産外商を発展させていくために、関西での高知県の知名度や地位を向上し、信用を獲得していく必要があり、関西の業界との協力関係を発展維持させること ◆高知県産品の特性に合った販路先の開拓や高知県内での商品開発等関係機関との連携し、新しい産品のPRを効果的に実施できるようにすること	◆○関西地区の食業界と関係機関等とのネットワークの拡大	○					
				◆○高知フェアの開催と開催支援、大型展示商談会等への高知県ブース出展	○					
				◆○関西の直販所・県産品取扱店との連携	○					
(2)マスメディアを活用した観光情報発信	◆本県への県外観光客は約300万人であり、その約3割は関西圏からの旅行者である。そのうち約8割が自動車・バスでの入り込みである ◆旅行雑誌のアンケート調査で、高知県は「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」県の上位に入っている	・土佐・龍馬であい博、志国高知龍馬ふるさと博をきっかけとしたPR活動を実施 ◆関西において魅力ある観光情報・物産情報が広がっており、近畿圏からの観光客入込数がH20:84万人→H22:120万人に増加した	◆関西からのリピーター(交流人口)を増やしていく ◆関西圏での効果的なPR活動を継続して実施する	◆○マスメディアを活用した観光情報の発信	○					
(3)観光展やイベントなどでの情報発信				◆○観光展・イベントでの情報発信・PR	○					
(4)誘客活動の実施				◆○中小旅行者への情報提供の強化	○					
(5)外国人観光客の誘致のための情報収集、情報発信	◆本県での外国人宿泊者数はH22年は延べ15,970泊で全国46位 ◆本県への外国人観光客の主要な発地である東アジアと関西空港は、直行便が多く、多くの政府は大阪に拠点を置いている			◆★インバウンドに関する情報収集	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
ネットワークを活かした個別営業活動 県内企業者：関西で売れる商品づくり 関西食業界：特色のある売れ筋商品の要望 県大阪事務所：関西食業界のネットワークの拡大及び個別営業活動による県産品の提案及び県内企業者とのマッチング支援					◆販売相手先となる食業界ネットワークを（H23)450名→800名に開拓し、関西地区での取引を拡大する	◆高知県産品が関西においての地位を確立し、県内産業が活発化している
高級量販店等との高知フェアの開催 県内事業者：フェアに向けた商談会への参加、バイヤーの生産地視察等での対応とフェアへの出展及び定番化に向けた商品のブラッシュアップ 関西食業界：高知フェアの開催、商談会を通じた県産品の採用、商品改良の提案 県大阪事務所：フェア開催に向けた営業活動（生産地視察・販促アイテムの提供）と商談会の開催						
試食・展示商談会の開催・出展 県内事業者：試食・展示商談会への出展、商談 県大阪事務所：関西の食業界人を招いての試食商談会の開催、関西開催の展示商談会への高知県ブース出展						
関西の直販所・県産品取扱店との連携 関西の直販店等：大阪事務所での物販の開催、関西でのイベント出展 「とさのみせ」登録店：高知情報の発信と高知うまいもんキャンペーンの開催 県大阪事務所：「とさのみせ」登録店の拡大、直販店等のイベント出展への支援						
マスメディアを活用した観光情報の発信 県大阪事務所：地域特性を考慮し、人的な繋がりを最大限に生かし、各種マスメディアを活用して情報発信していく ・RYOMAの休日」など、統一キャンペーンをきっかけとして、新聞・雑誌・フリーペーパーなどで継続した露出を図る ・キャンペーンなどをきっかけとして、新聞・雑誌・フリーペーパーなどで継続した露出を図る ・マスメディアのニーズに合ったモニターツアーを実施し、本県の強みである食・体験・スポーツツーリズムなどを実際に担当者に体験してもらい、ファンになってもらうことで、魅力を効果的に露出する					◆メディアでの高知情報の露出回数 78件→100件 関西において、高知県の魅力ある観光・物産情報を広げる	◆高知県のイメージアップと、観光客の増加につながっている
観光展・イベントでの情報発信・PR 県大阪事務所：あらゆる機会を活かし、またオフィス街の立地を活かした事務所でのイベントを実施する ・テーマ性を持って他県との連携PRを強化し、話題性・注目度の高いイベントを実施する ・「とさの店」登録店を活用する					◆各種イベントの実施・参加 （H22）47件→ （H27）60件 ◆定期的に他県との連携PRを開催 4回／年 に増やし近畿圏からの観光客入込数を増やす	
中小旅行者への情報提供活動の強化 県大阪事務所：高知の強みである食や自然体験などを個別にきめ細かく情報提供し、旅行商品造成につなげる。観光コンベンション協会と密に連携し、教育旅行・スポーツ旅行を含めた誘客活動を実施する						
インバウンドに関する情報収集 県大阪事務所：観光政策課、コンベンション協会と一体となり、関西でのインバウンド情報の収集、発信を行う					◆インバウンドに有効な情報が的確に高知に伝わり、受け入れ体制が整う	◆外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する ◆海外で四国や高知の認知度が高まる

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
6. 中部地区における県産品販路拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開 (1)高知フェア等の外商機会の確保	◆中部地区(＝愛知、三重、岐阜の3県)は、1人当たり県民所得や1世帯当たり貯蓄現在高が高い、巨大なマーケット ・県民所得(H20) 愛知県 2位 三重県 15位 岐阜県 25位 ・貯蓄現在高(H16) 愛知県 2位 三重県 5位 岐阜県 10位	・食の大商談会への案内状送付等が契機となり、高知フェア等の外商機会の拡大に努めた ◆高知フェア等の開催回数は増えてきている H22 4回 H23 11回 ◆中部地区での高知県の知名度アップや当地区における外商関係者との信頼関係構築の取組が、一定の成果に結びつきつつある	◆高知フェア開催に向けて、新規ルートの開拓が必要 ◆中部地区で売れる商品の発掘・磨き上げ等による県産品の魅力アップが必要	◆高知フェア等の外商機会の確保 ★県内で開催される商談会へ参加したバイヤー等に対する、高知フェア開催の働きかけの強化 ◎既存ルートに対して、多様な高知フェアの開催形態を提案して、開催機会の拡充 ○県内企業への消費者ニーズ等の情報提供	○					
(2)試食・商談会等を活用した新たな販路開拓	◆食に関して、中部地区と高知県の結び付き、人的ネットワークが未構築	・H22に実施した、ホテル・レストランへのアンケートが契機となり、NAGOYAフードビジネスショーに自治体として初めて出展 ◆3ブースに出展 【展示内容】 皿鉢料理 はちきん地鶏・米豚の試食 土佐あかうしを使ったハッシュドビーフの試食 ・中部地区地産外商戦略を策定(H23)	◆中部地区での高知県の認知度の向上のため、中期的・継続的な取組が必要 ◆人的ネットワークに基づく信頼関係の更なる積み上げが必要 ◆中部地区地産外商戦略の着実な実行	◆試食・商談会等を活用した新たな販路開拓 ○販路開拓の基礎となる人的ネットワークの構築・拡大 ◎名古屋で開催される食の展示・商談会への出展 ★県大阪事務所が開催する商談会への名古屋バイヤー等の招待 ★メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施	○					
(3)企業誘致の推進	◆自動車産業以外にも優れた技術と資金力を持つ企業が多数あり、製造品出荷額等も全国屈指 ・製造品出荷額等(H22) 愛知県 37.7兆円 三重県 9.7兆円 岐阜県 4.8兆円 【参考】 高知県 0.44兆円	◆H21、H22に、新規に工場誘致 ・津野町(H21.8月) ・安芸市(H22.3月)	◆円高等の厳しい経営環境や、東日本大震災による企業防衛反応等により、高知県に進出しようという企業を発掘することが厳しい	◆企業誘致の推進 ○既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施 ○県内の第1次産業と連携ができる企業の誘致活動の実施	○					
(4)遍路を活用した観光PRによる高知県への誘客	◆中部地区での空海人気は高い ◆信仰心に厚い土地柄	◆龍馬伝の放映を受けて、中部地区での商品造成が増加 ◆名古屋を中心に、観光PRの機会を大幅に増加させた ◆四国ツーリズム創造機構、龍馬ふるさと博推進協議会及び観光コンベンション協会とのエージェント訪問や商談会を通じて、高知県観光地の情報とイベント情報を提供	◆龍馬ふるさと博が終了した後、プロモーションの軸をどうするかが課題	◆遍路を活用した高知県への誘客 ○四国の他県との合同による遍路PR ○エージェントへの商品化の要請	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
高知フェア等の外商機会の確保 県内事業者：中部地区での高知フェア等の外商機会への参加、バイヤーのアドバイスを踏まえた商品の開発・改良 卸・小売業者：高知フェア等の開催、バイヤーによる商品へのアドバイス 県名古屋事務所：量販店等に対する高知フェア等の企画提案等による外商機会の確保 ・全国センター合同物産観光展等での県産品販売 ・県内企業への消費者ニーズ等の情報提供					◆中部地区での高知県産品の販売額の増加 H23年度：4千万円 → H27年度：8千万円 ◆中部地区において、一つでも多くの高知県産品が定番商品として定着	◆販売額を把握することが困難なほどに、中部地区で高知フェアが定番化している状況の創出
中部地区地産外商戦略の着実な実行（人的ネットワークの構築・拡大、料理レシピに基づく飲食店等への展開） 県内事業者：名古屋で開催される食の展示・商談会への参加 名古屋バイヤー等：名古屋・大阪での商談会等への参加 県名古屋事務所：名古屋で開催される食の展示・商談会への出展、出展業者の選定 ・県大阪事務所が開催する商談会への名古屋バイヤー等の招待 中部地区のホテル・レストラン等の料理人：試食会への参加 県名古屋事務所：試食会の開催を通じた人的ネットワークの構築及び当該ネットワークを活用した新たな販路開拓 中部地区のホテル・レストラン等の料理人：高知県食材を用いた料理レシピの採用による県産品の新たな販路開拓 県名古屋事務所：高知県の食材を使用した料理レシピの作成、レシピを基にした飲食店等への訪問活動によるメニュー化等の促進 卸・小売業のバイヤー：県内で開催される商談会への参加 県名古屋事務所：　県内で開催される商談会への名古屋バイヤー等の招待を契機とした人的ネットワークの構築 メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施 県名古屋事務所：中京メディアとのネットワークを構築し、県産品の認知度を向上させる情報発信					◆人的ネットワークに基づく、飲食店等での高知県フェアの定番化 高知県食材を用いたレシピ導入店舗 H23年度：0店舗 → H27年度：4店舗 ◆高知県食材の取扱店舗数が拡大し、定番として固定化	◆中部地区でのアンテナショップの開設に向けた検討の開始
既立地企業に対するアフターケアの実施 県名古屋事務所：既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施による増設や新規誘致企業の発掘 県内の第1次産業と連携ができる企業の誘致活動の実施 県名古屋事務所：県内への企業の誘致活動の展開、中部高知県経済活性化願問等の人材活用					◆企業誘致の推進 新規企業の誘致 H23年度：0件 → H24～27年度：1件	◆多数の企業の県内誘致の実現
高知県観光のPRの実施、エージェントでの商品化の要請 県名古屋事務所：にっぽんど真ん中祭りへのよさこいチームのエキシビジョン参加、よさこい夢まつり、全国県人会まつり、津まつり及び旅まつりへのブース出展並びに高知フェア開催時における高知県観光に関する情報発信 県名古屋事務所：エージェントへのイベント情報提供によるツアー等の商品化の要請、他県事務所と共同した観光PRの実施					◆商品造成につなげるためのエージェントとの関係強化 エージェント訪問回数 H23年度：延30社 → H27年度：延60社	◆高知県のイメージアップと、観光客の増加につながっている

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

プロモーションの強化と定番拡大に向けたエリア別戦略の展開

別図(外１)

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

地産外商公社の体制強化

高知県全体の認知度のさらなる向上と県内事業者が外商の成果を実感できる外商成果の創出

① プロモーション専門部署の新設（1名増員）
- 総務企画課から独立してプロモーション戦略室（仮称）を設置

② 外商部門の体制強化（2名増員）
- 外商第1課（4名）、外商第2課（3名）

▶

【プロモーション部門】
① 県全体のブランド化戦略策定・実践（移住・観光・県産品）
② 戦略品目の販促・PR計画の策定支援・実践支援　など

【外商部門】
① 商談後のフォローアップの強化
② 大口取引先への営業強化
③ 商品群での提案・ブランド化によるパッケージでの提案

高知県のブランド化推進と7つの戦略品目の販促支援を強化し、移住促進、県産品の販路開拓・拡大へ

さらなる定番拡大に向けたエリア別展開

4　関西で売れる商品づくりの推進と商談機会の拡充
- 定番化に向けた高級量販店との連携事業の継続
- 継続的な高知フェアの開催
- 展示会・商談会への出展拡充（土佐の宴など）
- 新 「食博覧会・大阪」出展

5　卸業者へのアプローチ強化と販促資材の作成

【高知】
- 県内事業者と県内量販店等との地域商談会の開催
- 新 商品発掘コンクールの開催
- 新 県産品の販促ツールの作成
- 新 フェイスブックなどを活用した「eコマース」構築による外商支援

【中国・九州】
- 新 卸業者を対象とした商談会の開催
- 包括協定（イオン・フジ・コンビニ）に基づく外商活動



1　人的ネットワークを活かした外商活動の展開
- ホテル・量販店等における高知フェアの開催
- 商談会を通じた県産品の販売拡大
- 姉妹都市での高知フェアの拡充
- ホテル・量販店等の産地招へいによる販路開拓

2　成約のアップに向けた情報発信と外商活動の強化
- 新 高知県全体の認知度向上に向けたブランド化の推進・PR強化
- 新 公社プロモーション部門と外商部門の体制強化による戦略品目販促支援と定番化の拡大
- 大規模商談会（スーパーマーケット・トレードショーなど）への出展拡充
- 新 県産品のパッケージ提案等による高質系スーパー等での定番化拡大

3　県産品の認知度の一層の向上と外食産業向け営業の強化
- 高知フェアの開催
- 大阪事務所と連携した商談会の開催
- 「フード・ビジネスショー」への出展継続と飲食店向け外商の強化
- 新 中京メディアとのネットワークづくりによるPR強化

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

別図(外２)

取組の柱

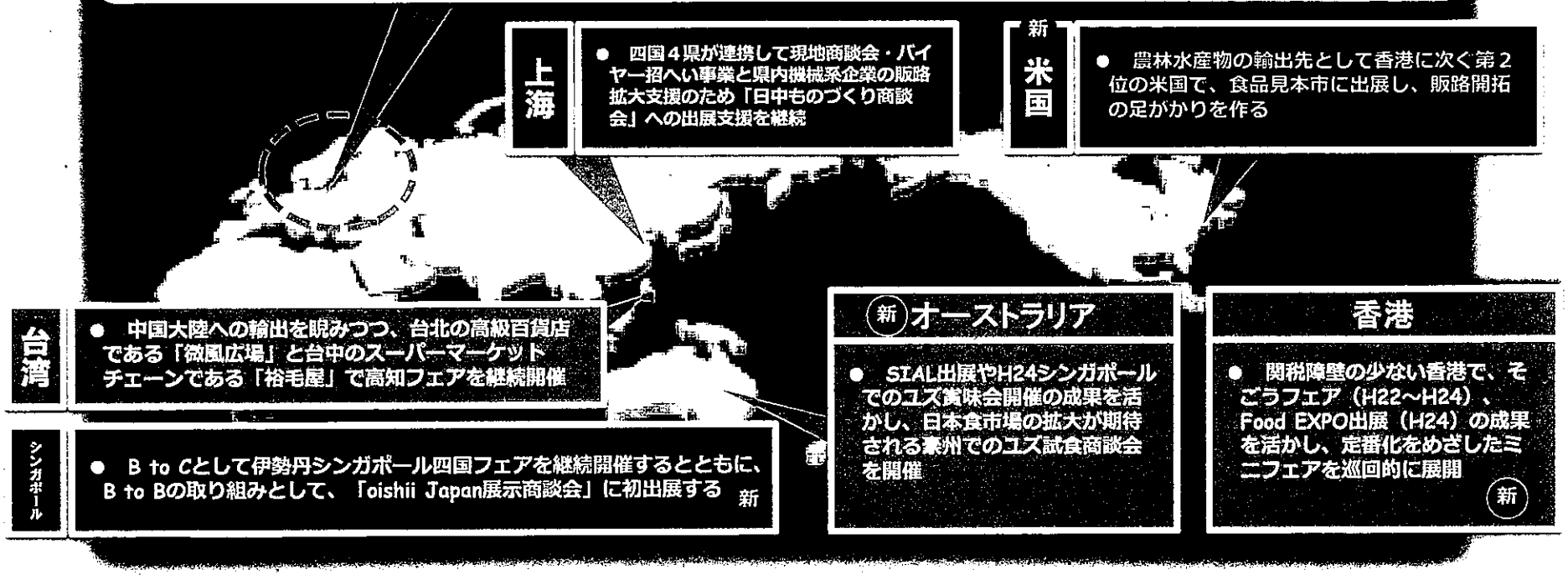
① 他県との競争に打ち勝つ施策の強化／本県に優位性のある品目（ユズ）を中心にしたﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝの強化
② 県産品のさらなる認知度向上と販路拡大／ﾌｪｱ等の機会の拡大
③ 貿易を担う人材の育成／貿易に取り組む事業者の掘り起こし（研修→個別面談→ﾌｪｱ等での実践）

H27目標

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

新 欧州縦断 ユズプロモーション（欧州輸出加速化推進事業）

● 「SIAL2012」の成果を欧州全土に波及させるため、フランスをはじめとする３カ国でユズが旬の時期に集中してユズ賞味会＆試食商談会をキャラバン的に展開



上海

● 四国４県が連携して現地商談会・バイヤー招へい事業と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」への出展支援を継続

新 米国

● 農林水産物の輸出先として香港に次ぐ第２位の米国で、食品見本市に出展し、販路開拓の足がかりを作る

台湾

● 中国大陸への輸出を睨みつつ、台北の高級百貨店である「微風広場」と台中のスーパーマーケットチェーンである「裕毛屋」で高知フェアを継続開催

シンガポール

● B to Cとして伊勢丹シンガポール四国フェアを継続開催するとともに、B to Bの取り組みとして、「oishii Japan展示商談会」に初出展する 新

新 オーストラリア

● SIAL出展やH24シンガポールでのユズ賞味会開催の成果を活かし、日本食市場の拡大が期待される豪州でのユズ試食商談会を開催

香港

● 関税障壁の少ない香港で、そごうフェア（H22～H24）、Food EXPO出展（H24）の成果を活かし、定番化をめざしたミニフェアを巡回的に展開 新

貿易に取り組む企業の増と貿易を担う人材の育成

Step1 基礎コース研修／講義形式

海外取引の未経験者を対象に海外市場動向や初めて貿易に取り組む際の注意点などを講義（年４回）

Step2 個別支援コース／専門家による個別相談

具体的なビジネスに向けた相談と輸出商社への橋渡し等についての個別相談（※AM研修/PM個別相談）

Step3 海外実践コース／物産展等参加

海外での販路開拓に向けた実践及びテストマーケティングの場として、物産展・フェアに参加

別図（外3）

高知県の産業振興を推進するための主な支援制度

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

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

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

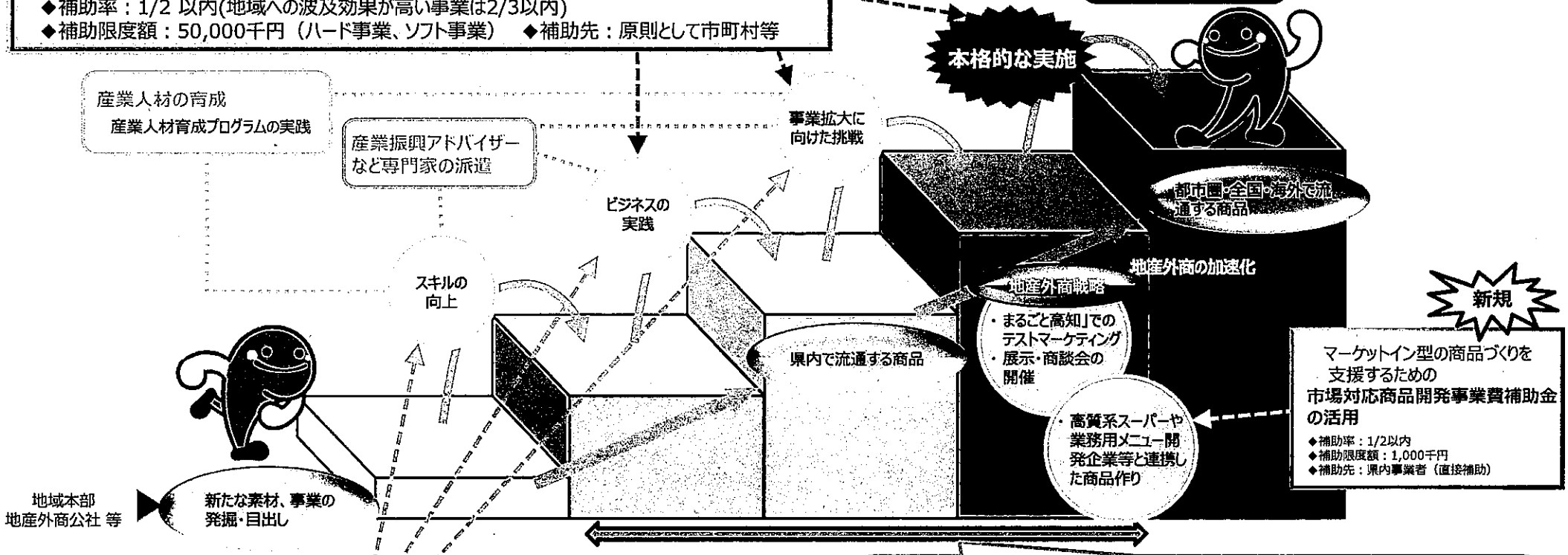
《 産振補助金の仕組み 》

○市町村の間接補助、地域アクションプランへの位置づけ
市町村の産業政策との整合をとって事業を進めるためには市町村のコンセンサスが必要

○外部審査会
事業の意義、効果、継続性、コンプライアンスをチェック、事業を成功に導くために必要な助言

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

目標（成果）
『地域の基幹産業』
地域の雇用創出
所得の向上等



新規

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

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

【高知県産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金】
○ふるさと雇用再生特別基金事業終了による激変緩和措置として、地域アクションプランなどの芽が出始めた事業の継続を支援する。
◆補助率：1/2以内　◆補助先：市町村等（市町村、一部事務組合）
◆補助対象事業：平成23年度にふるさと雇用再生特別基金事業を活用している産業振興関連(産業振興、観光、農林漁業)分野の事業
◆補助期間：平成24年度から平成26年度まで

Ⅰ　産業間の連携戦略

2　新エネルギーを産業振興に生かす

新エネルギーを産業振興に生かす

連携テーマ ・林業振興・環境部 ・商工労働部 ・公営企業局

現状と課題

強み

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

県内に太陽光発電関連企業が存在

課題

- ・設備の導入コストが高い
- ・木質バイオマスは、燃料調達コストが高い

- ・県内の新エネルギー関連の人材と技術的知見の蓄積が必要
- ・県内の新エネルギー関連の産業としての基盤がない
- ・新エネルギー関連産業への県内企業の関わり方が不明

Step 0 → Step 1 → Step 2 → Step 3

導入促進

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

など

適地の調査・把握・提供

支援策の検討・実施

新エネルギー地域コーディネーターの発掘、育成

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

【発電事業の推進】
- ◆太陽光発電事業（メガソーラー）（PO）
- ◆小水力発電（売電型）事業（PO）
- ◆風力発電事業（PO）
- ◆木質バイオマス発電事業（PO）

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

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

【政策目的に基づいた活用・展開】
- ◆アイデアの事業化に向けた検討
- ◆事業関係課、関係市町村との協議
- ◆事業の実施
- ◆他地域での展開

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

商品開発
- ・アイデアの具体化
- ・商品や技術の企画、設計
- ・開発、改良

購入促進支援
- ・県内での広報
- ・販路の開拓
- ・公的調達

全国展開
- ・見本市、展示会
- ・商談会

産学官の連携

県内資源の調査（人材、技術、設備、適地）

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

実証研究 ← 誘致 ← 研究者 / 研究機関

実証実験 ← 誘致 ← 研究者 / 研究機関 / 民間企業研究所

事業化 ← 誘致 ← 研究者 / 研究機関 / 民間企業研究所 / 県外企業（工場）

総合特区

県内企業への波及

ものづくり（PO）

めざす姿

新エネルギー関連産業の集積

- エネルギー自給率の向上
  - ◆新エネルギーによる発電量（推計）
    107百万kWh → 595百万 kWh
  - ◆電力需要に対する率
    2.3 % → 12.7 %
- 地球温暖化対策
- 雇用の創出
- 産業の育成
- 全国有数の実証フィールド
- 関連産業の誘致

産業成長戦略の概要（連携テーマ：新エネルギーを産業振興に生かす）

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

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

国においては平成２４年７月から、再生可能エネルギーを活用して発電した電力を一定の価格・期間で電力会社が買取る、いわゆる「固定価格買取制度」が導入され、制度導入後３年間を「促進期間」と位置づけ、発電事業者の利潤に配慮した価格が設定されることとなっています。
本県におきましても、この期間をチャンスととらえ、発電設備の導入促進を加速させるため、地域の資源を地域で活かしきるための事業化の促進などを積極的に行うことに加え、公共施設や地域の防災拠点等への率先導入等を行うことにより新エネルギーの収益を地域に還元させ、地域振興や雇用の創出につなげるとともに、本県における新エネルギーに関するニーズの拡大を図っていきます。

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

あわせて、本県の優位な再生可能エネルギー資源を生かし、新エネルギー発電の研究などの実証フィールドとして提供することで、研究者や研究機関との関係づくりに努めます。
こうした、導入促進によるニーズの拡大と、産学官連携による技術開発やものづくりの地産地消に向けてのシーズの発掘・育成の循環が拡大することにより関連企業の育成や誘致を図り、新エネルギー関連産業の集積化に挑戦します。

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 太陽光発電の導入促進 (1)大規模太陽光発電の導入促進 P162 別図(新エネ1)参照	◆地球温暖化対策として新エネルギーの導入促進が求められている ・国によるCO_2の25%削減の表明 ◆全国トップクラスの日照時間 ◆10kW以上の設備のRPS法による認定状況 ・認定件数77件 (四国1位) ◆電力10 社は今後2020年度までに、全国約30地点でメガソーラー発電所の建設を計画 ◆四国内では、四国電力の松山太陽光発電所が稼働中 ◆現在、国において再生可能エネルギーの全量買取制度の詳細検討が行なわれている	◆大規模太陽光発電所の設置に向けた勉強会の実施(県・電力事業者) ◆県内自治体による事業者への意向調査の実施 ・緑の分権改革推進事業 ◆国の助成制度 (補助率1/2又は1/3) ◆中山間地域及び未利用地での実証実験(緑の分権改革推進事業)	◆全国トップクラスの日照時間を太陽光発電に十分活用していない ◆設備の導入コストが高く、売電収入だけでは採算性の確保が難しい ・約75万円／kW ◆国の助成制度(補助率1/2又は1/3)の動向が不透明 ◆発電電力の全量買取制度の買取価格等、国の動向等が不透明 ◆発電所の建設には相当規模の用地が必要となる ・約1.5ha／千kW	◆本県の自然条件を活かしたメガソーラーの整備 ☆県内資本を中心としたメガソーラー事業主体(SPC等)の立上げ支援 ○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 ○本県の優位性等を生かした太陽光発電所の設置促進				○		
(2)小規模太陽光発電の導入促進 P163 別図(新エネ2)参照	◆地球温暖化対策として新エネルギーの導入促進が求められている ・国によるCO_2の25%削減の表明 ◆住宅用太陽光発電設備は買取価格の充実により急増している H21年度末RPS法による認定状況 ・認定件数 3,475件 ・導入率 1.55% (全国1.88%、四国2.06%) ◆10kW以上の設備のRPS法による認定状況 ・認定件数69件 (四国1位)	(住宅用太陽光発電) ◆助成制度 ・国 7万円/kW ・県 10万円/戸 (要件:県産木材使用) ・市町村 10市町村で実施 ◆余剰電力の買取 ・H21年11月～48円/kWh ・H23年4月～42円/kWh (10kW以上の設備) ◆助成制度 ・国 1/3 or 1/2 ・県 1/4(H21年度限) 農業団体へ助成 ◆よさこいメガソーラーによる取組 ・H18～H20 合計1,000kWを整備	◆一定導入は進んでいるものの初期費用の負担が大きい ・約55万円／kW	◆設備整備等に対する支援 ○屋根借り方式等による導入の支援				○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
県内資本を中心としたメガソーラー事業主体（SPC等）の立上げ支援 県新エネルギー推進課：事業化の検討、課題解決に向けた支援					◆大規模太陽光発電の導入量が61,750kW（うちメガソーラーの導入量が28,000kW）になっている ◆県内に大規模太陽光発電所が設置され、地域振興につながっている ◆保守管理業務などで新たな雇用が発生している	◆大規模太陽光発電の導入量が105,750kW（うちメガソーラーの導入量が42,000kW）になっている ◆県内に大規模太陽光発電所が設置され、地域振興・中山間対策に貢献している ◆未利用農地が太陽光発電所として有効活用されている
固定価格買取制度の実施状況を踏まえた提言 県新エネルギー推進課、関係課：固定価格買取制度の実施状況を踏まえた改善に向けた提言						
希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 県新エネルギー推進課：太陽光発電設備設置希望事業者等からの提案などを、県関係課及び市町村等との情報共有を行い、必要に応じ電力会社との調整や導入の際の支援を検討 設置希望事業者：太陽光発電設備計画の提案						
本県の優位性等を活かした発電所の設置促進 県新エネルギー推進課、企業立地課：全国トップクラスの日照時間の優位性や全量固定価格買取制度を活かして発電所の設置を促進する						
	屋根借り方式等による導入の支援 事業者：屋根借り方式等による太陽光発電の設置、保守管理の実施 県新エネルギー推進課：設備・機器に対する支援の検討				◆小規模太陽光発電の導入量が50,000kWになっている ◆県民の環境意識の高まり等により、一般住宅への導入が進んでいる ◆県内企業により屋根借り事業等が行われている ◆設備施工や保守管理業務などにより、県内での新たな雇用に繋がっている	◆小規模太陽光発電の導入量が86,000kWになっている ◆家庭におけるエネルギーの地産地消が進んでいる ◆県内企業による関連産業への参入が進んでいる

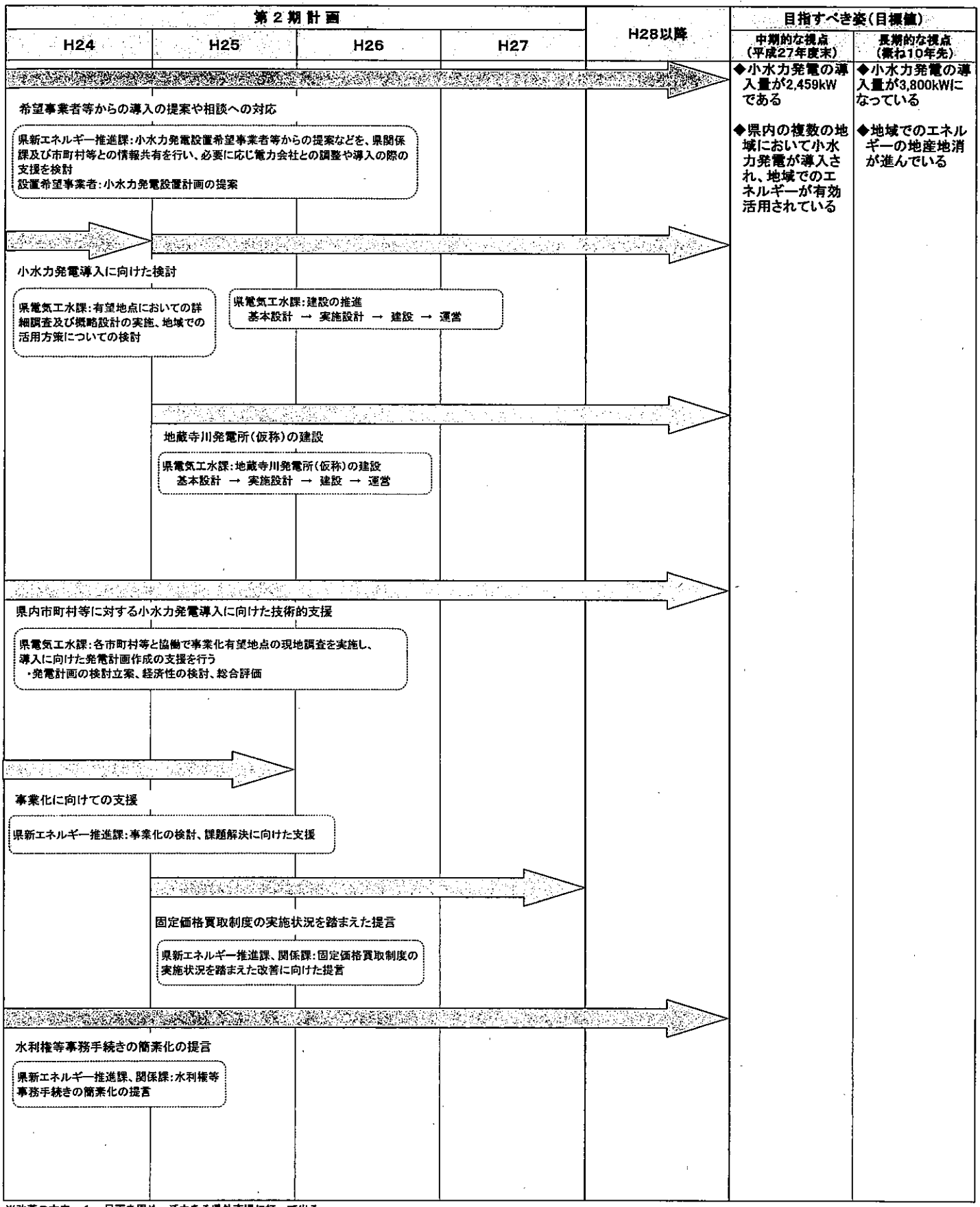
※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 小水力発電の導入促進 P164 別図(新エネ3)参照	◆地球温暖化防止対策として、再生可能エネルギーの利用への関心が高まっている ・国によるCO_2の25%削減の表明 ◆県内での設置状況は、RPS法の認定設備として、 ・電気事業者 5箇所(合計 2,346kW) ・大川村 60kW ・檮原町 53kW にとどまっている その他、個人や地域団体などが、独自で小規模な設備を設置し、外灯などへ利用している	◆県公営企業局による農業用水路での小水力発電設置の概略設計及び詳細設計の委託調査(平成16年度、平成18年度) ◆県公営企業局による物部川流域での賦存量調査 (緑の分権改革推進事業) ◆仁淀川流域(いの町)での、県内企業が試作中の小水力発電機器による実証調査(緑の分権改革推進事業) ◆県内自治体による開発地点調査 ・香南市 ◆河川法の水利権等事務手続きの簡素化の提言	◆全国トップクラスの豊富な降水量を小水力発電に生かしきれていない ◆発電に必要な水量のある適地の選定が難しい ◆市町村独自では発電計画等の作成が難しい ◆水利権等の法的手続きが複雑である	◆具体的な事業実施に向けた取組 ○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 ○小水力発電導入に向けた検討 ★地蔵寺川発電所(仮称)の建設 ○県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術的支援 ★事業化に向けての支援				○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】



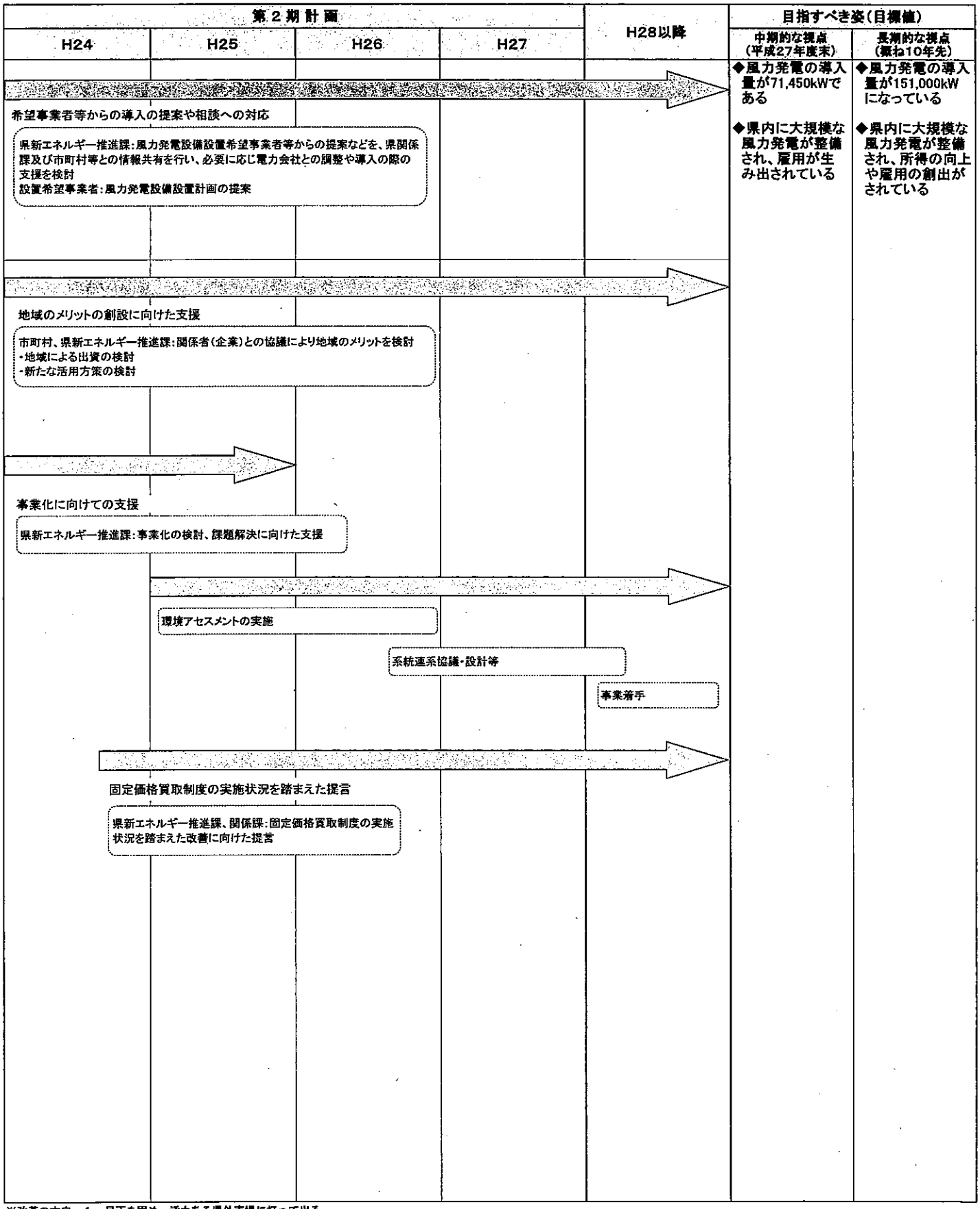
※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (◆取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
3. 風力発電の導入促進 P165 別図(新エネ4)参照	◆県内では平成18年度に整備された施設を最後に新たな整備は行われていない ・8箇所 40基 ・合 計 36,450kW ◆民間企業による新たな整備の動きがあるが、現行の四国電力の系統連系(買取)枠に制約があるため、新たな大規模な設備の系統連系は行えない ◆NEDOの風況マップでは、県内でも発電の適地(風速6m/s以上)がある ◆現在、国において再生可能エネルギーの全量買取制度の詳細検討が行なわれている	◆国の助成制度 (補助率:1/2又は1/3) ◆県内へ風力発電の整備を計画する企業等に対して意向を聞き取り	◆風況には恵まれているが、工事搬入路がないことや電力の系統線が遠いことがあり、建設適地が限られる ◆県外資本で整備された場合、建設後は雇用面などへの経済効果が薄く、事業収益のほとんどは県外へ流出 ◆電力品質の安定供給のため、新たな風力設備の接続を制限する電力会社による系統連系(買取)枠が設定されている ◆発電電力の全量買取制度の買取価格等、国の動向等が不透明	◆具体的な事業実施に向けた取組 ○希望事業者等からの導入の提案や相談への対応				○		
				◆地域のメリットの創出 ○地域のメリットの創出に向けた支援 ★事業化に向けての支援				○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】



※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
4. 木質バイオマスエネルギーの利用促進										
【原料供給対策】	◆ペレットが規格化されておらず、メーカーにより品質のばらつきがある ◆利用が進んでいるのは主としてペレット	・燃料用未利用資源の収集を支援 ◆端材等の搬出に対する支援により木質バイオマス原材料が増加 ・木質ペレット工場の整備への支援 ◆県内に合計6,500トン/年のペレット生産能力を有する6工場が整備された	◆今後の木質バイオマスボイラーの普及拡大に伴い、県内産の木質燃料の供給体制の強化が必要 ◆ペレット以外の燃料形態は需要供給ともに普及していない	◆◎原木や林地残材の搬出に対する支援		○				
				◆◎木質バイオマス燃料の安定供給	○	○				
【利用促進対策】	◆多様な産業分野で木質バイオマスの利用が進みはじめた ◆施設園芸では、施設内加温のため化石燃料による暖房機の利用が広く普及している	・木質バイオマスボイラーの導入への支援 ◆平成21年度以降、木質バイオマスボイラーの導入が大幅に拡大 ◆製紙業や養鰻業など、新たな業種での木質バイオマスボイラーの導入が進むなど、今後の展開への可能性が拡大	◆イニシャル、ランニングのコスト高が利用拡大の障害となっている ◆燃料用以外での用途が限られている ◆燃焼灰の処理手法が周知されておらず、利用者に不安がある	◆○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化	○	○				
				◆○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

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

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
				◆○燃焼灰の適正処理	○	○				
				◆○コスト差を埋める支援の仕組みの検討	○	○				
【事業化対策】	◆各地で意欲ある事業者がそれぞれ木質バイオマスボイラーを導入 ◆燃焼灰処理は各者それぞれで実施 ◆重油価格の上昇を背景に、施設園芸では生産コストが上昇し、経営を圧迫している	・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を設立 ・安芸地域において地域循環システムの設定に向けて協議が始まる ◆協議会の設立により関係者の情報交換と事業者間の交流が始まる	◆木質バイオマス利用には課題が多く、関係者個々での対応は困難 ◆散発的に燃料供給施設整備、ボイラー導入が進むと非効率で広がりにくい ◆原木の増産にともない発生する林地残材の発電施設での活用などの対策が必要	◆○推進体制の強化	○	○				
				◆◎需要側を中心とした集団化による効率的な事業展開(システム化による利用を促進)	○	○				
				◆★木質バイオマス発電の推進	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
燃焼灰処理再生利用の指針の作成						
県関係課：燃焼灰の処理・再生利用指針の策定と関係者への周知	県関係課：処理・再生を行う中で必要により指針の見直しと関係者への周知の徹底					
仕組みの検討						
県関係課：排出量取引など国内外の情報を把握し、有効な手法を検討						
普及促進への体制づくり						
木質バイオマスエネルギー利用促進協議会：参加者の拡大、協議内容等の拡充 県木材産業課、産地・流通支援課：上記協議会運営の支援						
地域循環利用システムの構築						
安芸地域関係者：地域協議会を設立しビジネスモデルとしてシステムの実践と検証 市町村：県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援 県関係課：地域協議会のサポートと補助事業による支援	地域循環利用システムの実践 他地域関係者：地域協議会を設立しシステムを実践 市町村：県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援 県関係課：地域循環ユニットのPRと他地域への展開					
集約型地域熱利用システムの検討						
県木材産業課：市町村と連携し候補地の選定	集約型地域熱利用システムの実施 事業実施者（市町村を含む）：具体的な事業の実施と検証 県木材産業課：事業実施を支援するとともに、事業実施者と連携して取組の検証					
木質バイオマス発電の検討	木質バイオマス発電の推進					
事業者：木質バイオマス発電施設の検討、整備計画の作成 県関係課：再生可能エネルギーによる電力の固定価格買取制度の内容を踏まえ事業化に向けて事業体との調整、整備計画の作成支援	事業者：木質バイオマス発施設の整備 県関係課：関係者間の調整及び補助事業による施設整備支援		事業者：木質バイオマス発電所の操業			

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
5. 防災拠点等への新エネルギーの導入促進	◆東日本大震災を契機とした電力需給のひっ迫 ・地域資源を活用した新エネルギー等の導入による低炭素社会の実現 ◆地球温暖化対策税の施行 ・国による地域の防災拠点等への再生可能エネルギー等の導入支援事業の創設 ◆国の南海トラフ巨大地震による新想定の公表 ・本県における甚大な被害想定が明らかとなる ・災害に強い新エネルギー等の自立・分散型エネルギーの導入の必要性 ・対策のトータルプランとして「新行動計画」を策定			◆★防災拠点等に対する導入の支援				○		

※これからの対策の ★は新規事業
◆は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

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

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
6. 農業分野での新エネルギーの有効活用 (1)省エネルギー対策支援	◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的 ◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇 ◆東日本大震災の影響も相まって、重油価格動向の先行きは不透明。化石燃料の削減については既に社会的な動きになっている	・省エネルギー部会の平成20年度からの取組は、県内A重油使用量の目標を7万klとし、関係者で情報共有しながら省エネ対策を推進 ◆ハウス内張被覆の多層化などの指導徹底 (H23年度: 研究会4か所) ◆耐低温性品種は中間母本育成中 ◆事業活用による木質バイオマスボイラーの導入(H20:9台→ H22:102台) ◆ヒートポンプの導入 (H19:206台 →H22:353台)	◆重油価格は80円/リットル以上で高止まり ◆①省エネ推進に向けた意識啓発、②省エネにかかる施設・機械の計画的な導入、③省エネ資材活用等の継続的な推進	◆○重油代替暖房機の普及推進(木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ等)			○			
(2)新施設園芸システムの構築 P167 別図(新エネ6)参照	◆園芸産品の価格の低迷 ◆重油などの生産コストが上昇とハウス施設が老朽化 ◆農業者の高齢化や後継者不足 ◆環境への配慮が求められ、CO2削減、化石燃料の使用量削減が必要	・こうち新施設園芸システムに関する情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった ・今後の高知県が進める高収益を目指した施設園芸の方向性を示し、平成23年から研究が始まった	・オランダなどの先進的生産システムにおいて本県のような温暖地での環境制御による生産性の向上に関する事例が少ない ・本県に適合したシステムとして再構築を図り、強い競争力をもった園芸品を生産する必要がある	◆こうち新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○こうち新施設園芸システム研究会による開発支援 ★施設内環境制御技術の定着に向けての検討 ★こうち新施設園芸システムの普及定着に向けての検討 ○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究 ○施設内環境制御技術に関する研究 ○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発 ★オリジナル品種の育成			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
重油代替暖房機の省エネ評価					◆A重油使用量：現状（H20～22の平均）71,000kl →H27目標：60,000kl	◆省エネ技術の普及による農業経営の安定
	重油代替暖房機の普及推進					
生産者：重油代替暖房機、省エネ暖房機の導入、データの提供 県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター（省エネコスト低減効果検証チーム）：重油代替暖房機、省エネ暖房機の省エネ効果分析・評価、その導入支援						
こうち新施設園芸システム研究会およびPT会による開発技術検討および現地普及の推進				自然エネルギーを利用したこうち新施設園芸システムの構築	◆普及に移せる新技術の確立 施設内環境制御を利用した栽培の普及（ピーマン） 現地高軒高ハウスでの新技術を利用した栽培の開始	◆新技術の普及 ・環境保全型農業を基盤としたこうち新施設園芸システムへの展開 ・オランダ型ハウス団地など、大規模な企業的経営の展開
（研究会） 農業団体・大学・企業・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等：こうち新施設園芸システムの意義や開発目標の共有化、効率的な研究開発と新技術の早期普及を図る				大学・企業・独立行政法人・農業技術センター：研究開発		
（PT会） 生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等：現場の意見を反映させた課題の調整等により、こうち新施設園芸システムの早期開発と早期普及を図る						
ヒートポンプの利用技術と機能強化法の検討および経済性評価					◆暖房コスト20%の削減	
企業・大学・独立行政法人・農業技術センター：エコキュートを利用、改良した蓄熱、局所加温技術の開発、夏期の夜冷栽培技術の開発						
	施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価（ナス・キュウリ・ニラなど）				◆既存型ハウスに対応した新技術の確立（施設ピーマンの収量30%増）	
	・県農業技術センター：CO_2施用および温湿度管理による増収技術の開発					
施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価（ピーマン・ミョウガなど）						
大学・独立行政法人・県農業技術センター：CO_2施用および温湿度管理による増収技術の開発、日射比例装置の活用、LED照明利用技術の開発					◆高軒高ハウスに対応した新技術の確立（施設パプリカの収量50%増）	◆高軒高ハウスに対応した革新的技術の確立（施設パプリカの収量2倍増）
高軒高ハウスを利用した環境制御による促成パプリカの増収技術の検討および経済性評価			高軒高ハウスでの循環型養液栽培による増収技術の検討および経済性評価			
企業・県農業技術センター：高軒高ハウスでのCO_2施用および温湿度制御技術による増収技術の開発						
高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種特性の解明		高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成			◆高軒高ハウスに対応したナス・ピーマンの特性解明、優良母本選定	
県農業技術センター：高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【新エネルギーを産業振興に生かす】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
7. 新エネルギー関連産業の育成			◆新エネルギー関連産業育成体制構築	◆新エネルギー関連産業づくり体制の構築 ★産学官連携による推進体制の整備 ★新エネルギー関連の企業等との情報交換 ★新エネルギー関連の企業等との情報交換				○		
P164 別図(新エネ3)参照	◆県内で、小水力発電関連機器の開発に関心を持っている企業もある	◆県産振センターによる開発支援	◆小水力発電の水車発電機は汎用装置が少なく、それぞれの導入地の条件にあわせた設計が必要	◆小水力発電関連機器開発支援 ○県内企業による水車発電機の開発への支援			○			
P162 別図(新エネ1)参照	◆県内には太陽光発電関連企業が立地している	◆太陽光発電関連企業の誘致	◆工業集積が脆弱である	◆太陽光発電関連企業の集積 ○太陽光発電関連産業の誘致			○			
P165 別図(新エネ4)参照	◆県内の企業では、小型の風力発電機器(太陽光発電併設型街路灯用)の製造が行われている ◆大型の機器(1,000kWクラス)や小型(10kW未満)の風力発電機器は、国内メーカーでも製造されているが、普及型の中型(10～100kW)機器は殆どない	◆小型の機器を製造販売する県内企業により、中型(20kW以上)の機器の開発研究が行われている	◆普及型の中型機器の製造はあまり行われていないが、県外大手企業が参入した場合、安価な外国部品の活用などで製造コストの競争が厳しくなる ◆商品開発には、部品などの製造コストに加え、機器の試験など経費負担が大きい	◆風力発電の機器普及 ○県内企業による機器の普及			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

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

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

太陽光発電の導入促進（大規模太陽光発電）

別図（新エネ1）

現状

◆本県は全国トップクラスの日照時間

◆１１kW以上の産業用等の設備　69件 2,473kW
※出典：四国経済産業局発行「新エネアイランド四国平成23年版」

◆四国電力の松山太陽光発電所（2,042kW）が稼働中
（整備計画では、H32年度までに4,300kWを整備予定）

◆県内には、太陽光発電関連企業が立地している

◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された

大規模太陽光発電導入の主な課題

◆設備の導入コストが高く、売電事業だけでは採算性の確保が難しい

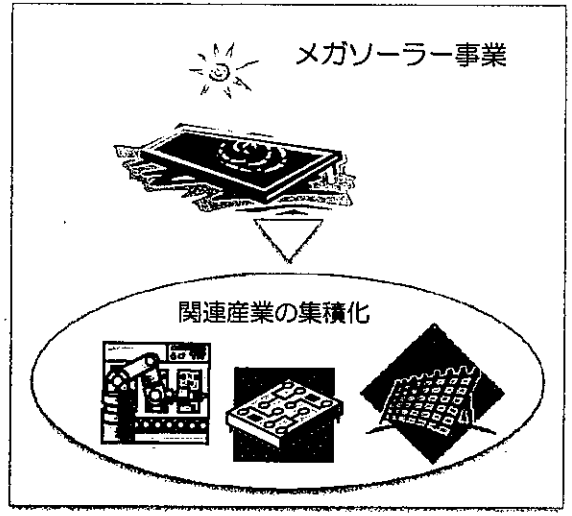
◆発電所整備のためには、相当規模の用地が必要となる

導入のための対策

◆採算性の確保

◆太陽光発電関連企業の集積化

◆未利用農地等の活用



導入のメリット

【地域のメリット】
・固定資産税
・建設時雇用
・保守管理業務への雇用

【個人のメリット】
・売電収入
・環境貢献

具体的な対応策

固定価格買取制度の活用

事業化の検討・課題解決支援

農地法等の規制緩和に向けた提言

太陽光発電の導入促進（小規模太陽光発電）

別図（新エネ2）

現状

◆住宅用太陽光発電は、国の補助金の再開や発電電力の買取価格の充実により県内でも増加している
・平成21年度末　3,475件　導入率1.55%
（全国平均　1.88%　四国平均　2.06%）
※出典：四国経済産業局発行「新エネアイランド四国平成23年版」

◆11kW以上の設備　69件（四国1位）

小規模太陽光発電導入の主な課題

◆初期費用の負担が大きい

導入のための対策

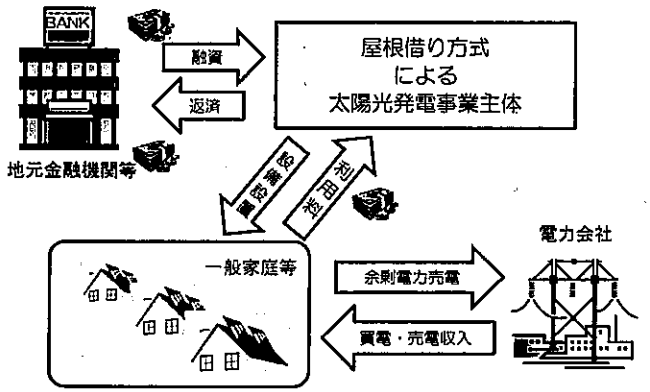
◆初期費用の軽減化
・屋根借り方式等での普及拡大

初期費用の軽減

国：
住宅用太陽光発電設備への補助

市町村：
住宅用太陽光発電設備への補助
(H23年度10市町)

屋根借り方式太陽光発電事業モデル



導入のメリット

【個人のメリット】
・初期費用の軽減
・環境貢献

【地域のメリット】
・施工及び保守管理

【事業者のメリット】
・利用料収入
・環境貢献

具体的な対応策

屋根借り方式等による導入の促進

小水力発電の導入促進

別図（新エネ3）

現状

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

◆小水力発電関連機器の開発に関心を持っている県内企業がある

◆国土交通省により、水利権の手続きなどを説明した「水力発電を行うための水利使用許可申請ガイドブック」が作成されるなど、国をあげて普及につとめている

◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された

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



小水力発電導入の主な課題

◆採算の合う適地の選定が難しい
◆小規模の水車発電機は汎用装置が少なく、それぞれの導入地の条件にあわせた設計が必要
◆建設単価が高い
◆水利権等の法的手続きが複雑

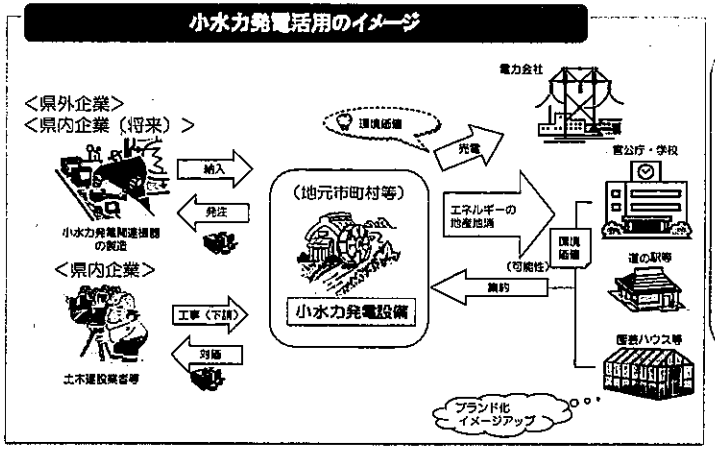
導入のための対策

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

機器開発のための対策

◆県内企業による水車発電機開発への支援

小水力発電活用のイメージ



導入のメリット

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

○県内企業の関連産業への参入
→県外市場への参入拡大

具体的な対応策

小水力発電
先行プロジェクト

小水力発電導入に向けた先行調査

県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術支援

小水力発電
市町村支援事業

県内企業による水車発電機開発への支援

河川法における水利権等事務手続きの簡素化の提言

風力発電の導入促進

別図（新エネ4）

現状

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

◆電力会社の既存電力系統の安定化のため買取（系統連系）枠が設けられており、現在のところ新規の大規模な導入は行えない

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

◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された

◆県内企業が小型風力用の発電機器を製造・販売している

◆小規模から100kWまでの中型の機器を製造する国内の企業は少ない

風力発電導入の主な課題

◆県外資本により建設された場合、地元で資金が還流しない

◆小規模の場合は、採算性の確保が難しい

◆発電機器の開発には、部品などの製造コストに加え、製品試験などの経費負担が大きい

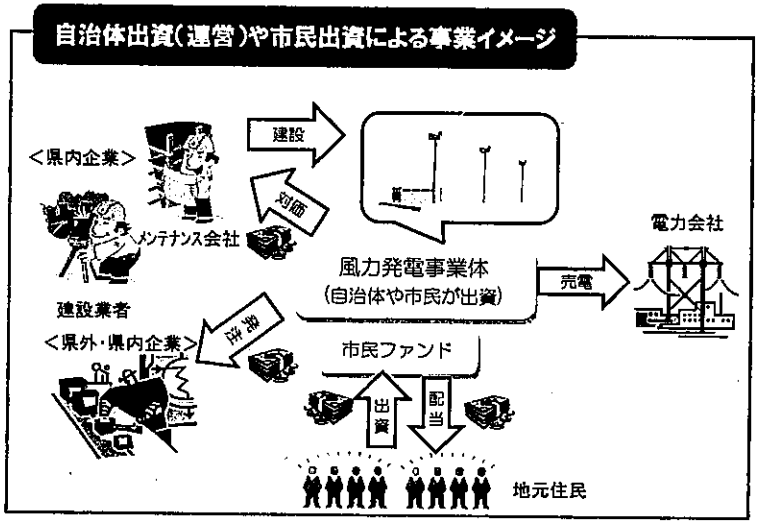
導入のための対策

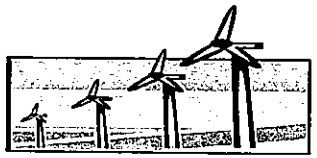
◆地元への波及効果の拡大
◆県内企業による機器の保守や修理等の参画支援

機器開発のための対策

◆県内企業による発電機器開発への支援

自治体出資（運営）や市民出資による事業イメージ





導入時のメリット

【地域のメリット】
・固定資産税
・建設時の雇用
・保守管理業務の雇用

【事業者のメリット】
・売電収益
・地域貢献

具体的な対応策

市町村による出資や一部単独運営などに向けた検討

保守管理や修理に関し、事業主体と県内企業とのマッチング

産業振興センターの支援事業（地域研究成果事業化支援事業）による開発支援

戦略の柱4．木質バイオマスの利用拡大

別図（新エネ5）

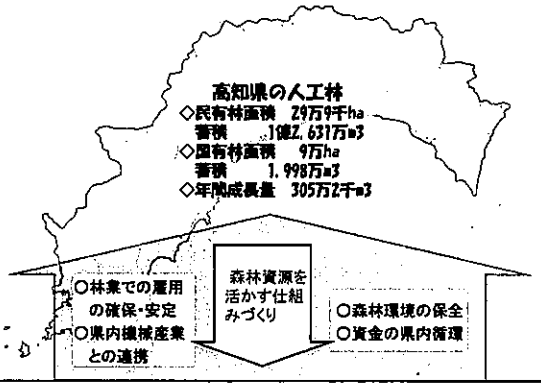
1．これまでの取組みにより着実に前進

「木質バイオマスボイラー導入状況」
基金事業を活用し木質バイオマスボイラーが大幅に増加
◆合計台数　173台 【(H24年度末】
◆分野別の割合
・園芸施設　142台(82%)
・冷暖房施設　8台(5%)
・温泉施設　11台(6%)
・その他(養鰻施設等)　12台(7%)

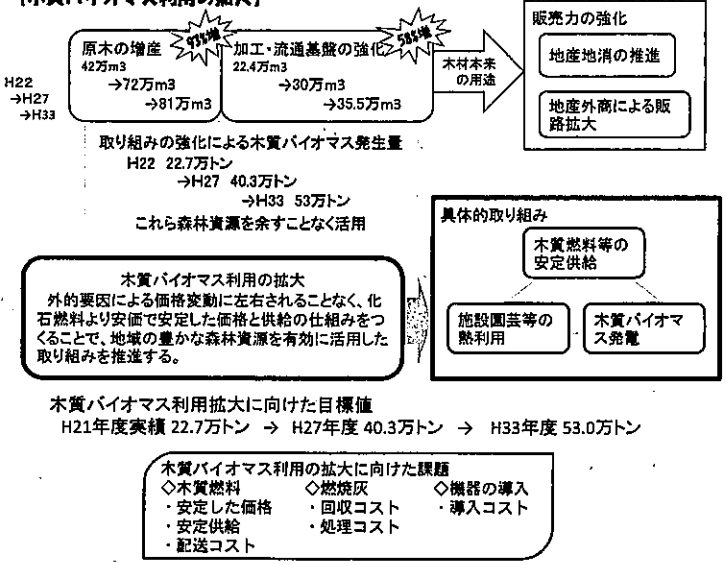
「木質バイオマス燃料の県内供給状況」
◆ペレット製造施設
5個所(生産可能能力5，700t)
◆燃料用チップ製造施設
3個所

「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取り組み状況」
◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
・平成22年度実施量　約2万3千トン

2．林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方



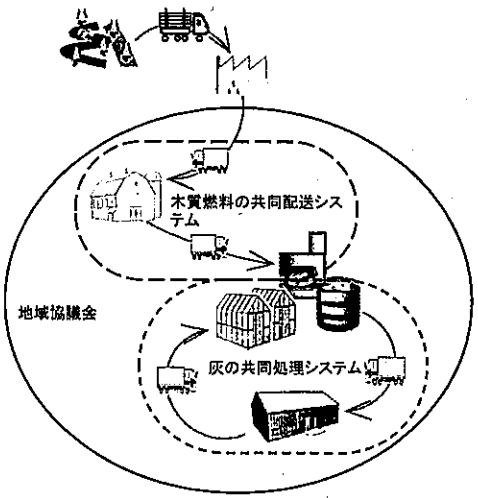
高知県産業振興計画【木質バイオマス利用の拡大】



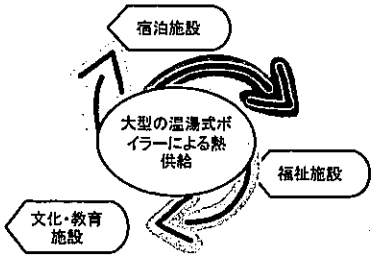
3．今後の利用拡大に向けた取り組みの方向性（課題への対応）

ア．効率的な事業展開

◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討

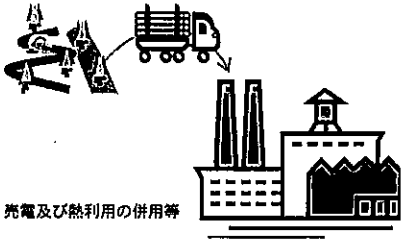


◆集約型地域熱利用の可能性を調査



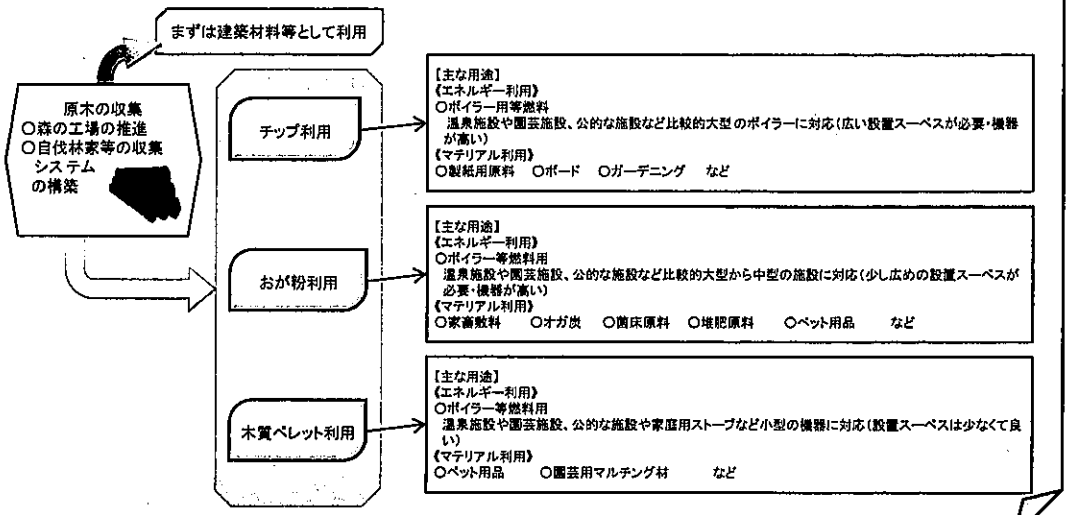
イ．木質バイオマス発電

◆木質バイオマス発電の推進



ウ．総合カスケード利用に向けた新たな展開

◆多様な用途への対応を考慮した総合カスケード利用の検討と供給体制の整備



別図（新エネ6）

先進的技術を導入した「こうち新施設園芸システム」開発事業

これまでの取り組み成果

○促成ピーマンにおいてヒートポンプ（エコキュート）利用による局所加温の効果を確認。

○ヒートポンプエアコン（冷房機能）の高温期夜冷によりオリエンタル系ユリの高品質化が可能であることを確認。

○ピーマン／シシトウで炭酸ガス施用による増収効果を確認。

○LED照明利用による光質の差がトルコギキョウの生育に影響を与えることを確認。

今後の方向

○高軒高ハウス
- ハイワイヤー栽培による収量増
- ヒートポンプによる温度調整技術
- 高軒高用品種の育成（ナス・ピーマン）

高軒高ハウスへの技術展開

○既存ハウス
- 温湿度制御技術の確立
- 日射比例かん水装置の活用
- LED照明の利用
- 炭酸ガス施用による増収
- 局所加温技術の開発

オランダ型施設栽培システムの理論を導入した「こうち新施設園芸システム」の開発

平成25年度の研究内容

○高軒高ハウス

◆研究課題
- ナス・ピーマンの促成栽培に適した品種の特性の解明（平成24～25年度）
- 環境制御による促成パプリカの多収生産技術の開発（平成24～26年度）
- ミョウガ養液栽培における給液管理技術と炭酸ガス施用による増収技術の確立（平成23～25年度）
- ミョウガ栽培におけるLED電球を用いた電照・補光技術の検討（平成24～25年度）

○既存ハウス

◆研究課題
- 環境制御による促成ナス・キュウリの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
- 電照および炭酸ガス施用によるニラの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
- 環境制御による促成ピーマンの多収生産技術の開発（平成24～26年度）
- 化石燃料の使用量とCO2排出量削減のためのヒートポンプ利用技術の開発（平成23～25年度）
- LED照明を利用したトルコギキョウの高品質安定生産技術の開発（平成23～25年度）

産官学連携体制の整備

こうち新施設園芸システム研究会

設立の目的：システム開発への取り組みへの支援、開発目標の共有化、研究計画や成果の検討

研究会構成員

高知県：環境農業推進課、産地・流通支援課、農業技術センター、工業技術センター、農業振興センター

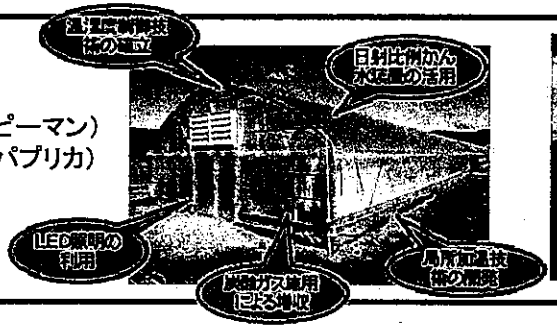
大　学：高知大学、高知工科大学

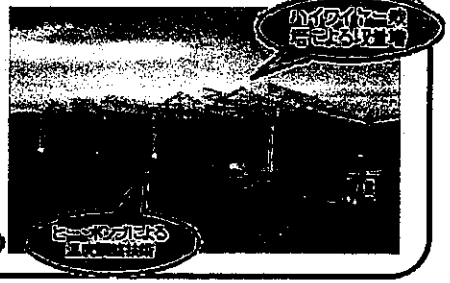
農業団体等：JA高知中央会、全農高知県本部、園芸連、生産者代表、

民間企業（施設園芸関係）等

平成26年度までの達成目標

① 既存型ハウスでの収量30%増（ピーマン）
② 高軒高ハウスでの収量50%増（パプリカ）
③ 暖房コスト20%削減
④ CO2排出量50%以上削減





現場への普及

Ⅰ　産業間の連携戦略

3　産学官連携による力強い産業の礎を築く

産学官連携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、連携した取組を進める仕組みづくり

産学官連携会議（P 172）

◎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

分野別テーマ部会の設置（P 172）

◎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

◆新エネルギー部会　◆防災部会　◆食品部会

強化
- ○テーマ別部会のコーディネート活動の活性化
- ○医療関連分野の研究開発や事業化を目指す企業への重点指導を行う専門家の派遣 など

推進　連携

産業振興に資する産学官共同の取り組みの支援を強化

国費等外部資金

産と学の橋渡し

学　産

長期テーマ → 中期テーマ → 短期へ → 短期テーマ → 事業化へ → 事業化

官　支援　支援

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

支援　支援

強化　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への支援

産業人材の育成

◎人材育成のメニューを体系化し、受講者のニーズやレベルに応じて受講できるような環境を整備することで、本県の産業や地域を支える人材育成を進める。

学：研修(教育)内容の検討、研修講師

★希望者には、面談により研修をオーダーメイド
★科目単位で受講可能
★身近な地域で受講可能

産業人材育成プログラム

産：受講しやすい環境づくり

官：全体調整、運営

対象:地域産業の実践者、地域産業のコーディネーター、経営リーダー、技術者リーダー、一般従業者、第一次産業等の担い手

産業成長戦略の概要（産学官連携による力強い産業の礎を築く）

産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くありません。こうした本県の弱みを補うため、産学官連携により「産」の持つ技術やノウハウ、「学」の持つ智恵や研究開発力、「官」（行政）の持つ資金やネットワークを連携させることによって、地域資源の強みを生かした商品づくりや人材育成を加速し、本県産業の振興につなげるため、次の取組を行います。

○県内の産学官が一堂に集まり、連携した取組を進める仕組みづくり

産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有するとともに、関連産業の相互連携とレベルアップを図ります。また、産学官連携会議の分野別テーマ部会（①新エネルギー部会、②防災部会、③食品部会）において、本県の取り組むべき研究テーマや共同研究の手法などを検討するとともに、部会のコーディネート活動を通じて共同研究を推進し、研究成果の事業化による新たな産業の創出や業振興につなげていきます。

○産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進

本県の産業振興につながる可能性のある有望な研究テーマを芽出し段階から支援することにより、各研究フェーズに応じた国等の競争的資金獲得につなげるとともに、引き続き、学の研究シーズなどを生かした産学官共同による中期テーマの研究開発を重点的に支援します。

また、機能性食品や医療関連機器の研究開発や製造販売を目指す企業に専門家を派遣し、医療関連分野での産業創出に向けた支援を強化します。

○産業人材の育成

本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が大きな課題です。そのため、第１期産業振興計画では、産業成長戦略の連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げるとともに、平成２２年度からは、地域産業を創造・リードする人材の育成を積極的に進めてきました。

今後は、平成２３年度に大学や産業団体等と協働して策定をしました「産業人材育成プログラム」に基づき、体系的な人材育成に取り組みます。

併せて、受講希望者に適した研修の紹介、プログラム設計等をコーディネートする仕組みや県民から多くの声が寄せられている「身近な場所で受講できる仕組み」等を取り入れ、受講者が自らのニーズやレベルに応じて柔軟に受講できるような環境の整備を図っていきます。

研修等の実施にあたっては、「産」は受講しやすい環境づくりを、「学」は研修内容の検討や研修講師を、「官」は全体調整や運営を担当することにより、産学官が連携した効果的な研修プログラムの実現を図ります。

こうした取組を進めるとともに、産学官民の連携の取組などと連動させていくことで、産学官連携の一層の強化による産業振興を目指します。

連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 県内の産学官が一堂に集まり、連携した取組を進める仕組みづくり	◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くない ◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められていた	・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された ・中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の実施により具体的な共同研究が開始された ◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された	◆産学官連携会議による共同研究の創出 ◆産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化 ◆中期テーマ研究開発事業の進捗管理	◆産学官連携による新産業の創出 ○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進 ◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進 ◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進 ◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣			○	○		
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進 (1)事業化を促進する支援制度の一層の活用	◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい ・H18年 5,498億円 (全国46位) ・45位(鳥取) 1兆346億円、 47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計 (速報) ◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% 〃 100人以上 全体の 3% ＜製造品出荷額＞ ・従業員数4～9人 全体の 6% 〃 100人以上 全体の49%	・成長が期待され潜在力のある4つの分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援 ◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた	◆研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速 ◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実	◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 ○意欲のある企業の参加促進 ○事業化に向けた企業間連携の促進 ○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 ○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 ○健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進 ★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化	○	○		○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている ・産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数 3件以上	◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究のなかから、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている ◆産学官連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している
産学官連携会議の開催 県新産業推進課：産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る						
産学官連携会議分野別テーマ部会の活動 県新産業推進課：分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する						
中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の推進 県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる						
	医療関連分野専門家の派遣 県新産業推進課：専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る					
	新事業創出支援チームの活動 県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取組の推進					
食品、天然素材、環境、健康福祉 意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 県工業振興課、新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援（H25～）					◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している ・事業化プラン認定件数 60件（累計） ・販売金額 100億円（累計） ・新規雇用 110人（累計）	◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される ◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進 (2)生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進	◆試験研究機関を中心として、各産業分野の生産や販売、製品化に結びつく技術開発や調査分析を支援	・試験研究機関を中心とした研究開発、技術開発、調査分析、技術支援等 ◆補助事業等も活用した、研究開発、技術開発、販路開拓、マーケティング、施設整備等への支援	◆生産物や製品の競争力向上	◆海洋深層水の新たな利用分野への展開 ○推進中の共同研究の成果を出す ○取組が有望と思われる研究の検討・実施 ◎県内での事業化を検討 ◎高付加価値商品等への利用法検討			○	○		
				◆食品加工のさらなる促進試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援	○	○			○	
				◆産学官連携による新商品の開発を支援	○	○		○	○	
				◆○県産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究	○	○				
				◆○試験研究機関の充実・強化(新商品の開発や技術支援等)、試験研究機関と生産者等とのマッチングの連携		○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
新たな利用分野への展開					◆研究の進展により、海洋深層水の利用用途が拡大して再度注目される資源となっている ◆海洋深層水を利活用した新たな産業化が進みつつある	◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している ◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている
県海洋深層水研究所： ・産学官連携による新たな共同研究の推進（県内外企業、大学、公設試等との連携） ・今後有望視される研究シーズの検討（冷熱エネルギー、有用資源、微細藻、健康、医療、深海微生物等） ・共同研究成果の事業化検討 ・補助制度活用の検討						
食品関係企業・団体への商品開発・生産管理高度化支援					◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加	◆自立した商品開発ができ、外商で本当に売れる企業へ
県工業技術センター： ・食品関係企業・団体への商品開発等支援 ・品質管理技術の高度化支援 ・食品加工特別技術支援員による商品開発の推進 ・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決						
産学官連携による共同研究の実施						
県内大学、企業等：外部資金等も活用しながら共同研究を実施し、新たな事業の創出を図る＜県工業技術センター＞ 県内大学、企業等：紙、不職布分野での共同研究を実施し、その成果の事業化を図る＜県紙産業技術センター＞ 県内大学、企業等：海洋深層水の資源特性を生かした共同研究を実施し、様々な分野での産業利用を図る＜県海洋深層水研究所＞						
研究会の開催による検討					◆県産農産物が特異的に持つ機能性成分により有利販売につながっている	
県地域農業推進課：農産物機能性成分活用研究会を設置 高知県産主要農産物の持つ機能性成分に着目し、その活用により農産物（加工品）の付加価値向上が期待され、有利販売へと繋がる品目や新たな機能性が期待される成分や品目について（実務担当者レベルで）継続的に検討し、具体的な成分、品目について絞り込みを行うとともに、絞り込まれたものについて、具体的な試験研究機関段階での情報共有、方向性の確認、付加価値向上に寄与する表示・PR戦略の検討、実践を行う						
農産物の高品質・安定・多収技術の開発、IPM等新たな技術開発						
試験研究機関：高知大学との企画連連携会議の開催、気候変動適応推進プログラム等データの相互共有 果樹協議会等生産者組織及びJA等加工流通業者との技術情報交換 土佐茶のブランド化等学生のプロジェクト活動支援 民間企業開発技術の活用による技術開発						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進 (2)生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進	◆試験研究機関を中心として、各産業分野の生産や販売、製品化に結びつく技術開発や調査分析を支援	・試験研究機関を中心とした研究開発、技術開発、調査分析、技術支援等 ◆補助事業等も活用した、研究開発、技術開発、販路開拓、マーケティング、施設整備等への支援	◆生産物や製品の競争力向上	◆こうち新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○こうち新施設園芸システム研究会による開発支援 ★施設内環境制御技術の定着に向けての検討 ★こうち新施設園芸システムの普及定着に向けての検討 ○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究 ○施設内環境制御技術に関する研究 ○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発 ★オリジナル品種の育成			○			
				◆地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入を促進 ○林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援 ○効率的な路網や架線集材などの普及 ○事業体の作業システム改善に向けた支援			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
こうち新施設園芸システム研究会およびPT会による開発技術検討および現地普及の推進				自然エネルギーを利用したこうち新施設園芸システムの構築	◆普及に移せる新技術の確立 施設内環境制御を利用した栽培技術の普及（ピーマン） 現地高軒高ハウスでの新技術を利用した栽培の開始	◆新技術の普及 ・環境保全型農業を基盤としたこうち新施設園芸システムへの展開 ・オランダ型ハウス団地など、大規模な企業的経営の展開
（研究会） 農業団体・大学・企業・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等： こうち新施設園芸システムの意義や開発目標の共有化、効率的な研究開発と新技術の早期普及を図る				大学・企業・独立行政法人・農業技術センター：研		
（PT会） 生産者・農業団体・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター等： 現場の意見を反映させた課題の調整等により、こうち新施設園芸システムの早期開発と早期普及を図る。						
ヒートポンプの利用技術と機能強化法の検討および経済性評価					◆暖房コスト20%の削減	
企業・大学・独立行政法人・県農業技術センター： エコキュートを利用、改良した蓄熱、局所加温技術の開発、夏期の夜冷栽培技術の開発						
施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価（ナス・キュウリ・ニラなど）						
県農業技術センター：CO_2施用および温湿度管理による増収技術の開発						
施設内環境制御による増収・高品質技術の検討および経済性評価（ピーマン・ミョウガなど）					◆既存型ハウスに対応した新技術の確立（施設ピーマンの収量30%増）	
大学・独立行政法人・農業技術センター：CO_2施用および温湿度管理による増収技術の開発、日射比例装置の活用、LED照明利用技術の開発						
高軒高ハウスを利用した環境制御による促成パプリカの増収技術の検討および経済性評価		高軒高ハウスでの循環型養液栽培による増収技術の検討および経済性評価			◆高軒高ハウスに対応した新技術の確立（施設パプリカの収量50%増）	◆高軒高ハウスに対応した革新的技術の確立（施設パプリカの収量2倍増）
企業・県農業技術センター：高軒高ハウスでのCO_2施用および温湿度制御技術による増収技術の開発						
高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種特性の解明		高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成			◆高軒高ハウスに対応したナス・ピーマンの特性解明、優良母本選定	
県農業技術センター：高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成						
本県の地形等に対応した効率的な生産システムの普及					◆各産業分野の生産や販売活動を支援する技術開発や調査分析の推進	◆県内産業の競争力強化
事業体：効率的な生産システムでの試行 県林業改革課：効率的なシステムの普及、生産効率の低い事業体への作業システム改善の指導強化 高知大学等：生産システムのデータ分析に基づく指導						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進 (2)生産や販売活動、製品化に結びつく技術開発、調査分析の推進	◆試験研究機関を中心として、各産業分野の生産や販売、製品化に結びつく技術開発や調査分析を支援	・試験研究機関を中心とした研究開発、技術開発、調査分析、技術支援等 ◆補助事業等も活用した、研究開発、技術開発、販路開拓、マーケティング、施設整備等への支援	◆生産物や製品の競争力向上	◆小水力発電関連機器開発支援 ○県内企業による水車発電機の開発への支援 P164 別図(新エネ3)参照			○			
				◆★宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組			○			
				◆★養殖生産技術向上のための技術開発	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
県内企業による水車発電機の開発への支援					◆各産業分野の生産や販売活動を支援する技術開発や調査分析の推進	◆県内産業の競争力強化
県関係課、大学、県内企業等：水車発電機の開発に関する研究会を開催し、県内企業による水車発電機の開発を連携して支援						
		県内企業：水車発電機の開発 県、大学：県内企業による水車発電機開発の支援 （ステップ1）オーダーメイドでの安価で信頼性の高い製品の開発 （ステップ2）汎用型化によるコストダウン				
宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組					◆適正な資源管理手法の確立 ◆CITES・COP16・17での規制提案の否決	◆適切な管理による宝石サンゴ資源の持続的利用
漁業者、漁協：資源調査への協力と資源管理の実践 県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する漁業資源調査 県漁業管理課：資源調査の結果や漁獲状況に応じて許可要件の見直しを検討						
高知大学等：宝石サンゴの持続的利用のための資源管理技術を開発するために調査研究を実施（H22～24）						
CITES・COP16・17を見据えた集中的な取組						
漁業者・漁協：漁業許可要件の厳守 県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する資源調査 県漁業管理課：許可要件の見直し						
効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及					◆生産技術の向上による、より高いレベルでの品質の均一化・安定生産	◆漁協による系統出荷の拡大 ◆生産者に有利な販売体制の実現
高知大学：高品質魚の生産に向けた飼料添加物の開発に必要な成分分析と効果の検証 県水産試験場：養殖技術向上化試験（H25まで） ○水温・成長段階別の適正給餌量の把握（マダイ、カンパチ） ○給餌制限により成熟を抑制し、マダイの商品価値の低下を防止（身痩せ、体色黒化） ○県産特産物を使った高品質魚の生産（ショウガ、ユズ、直七など）		漁協、県水産試験場、漁業指導所、漁業振興課：効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の普及指導				

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産学官連携による力強い産業の礎を築く】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進 (3)中期テーマの共同研究を加速する支援制度の創設	◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くない ◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められていた	・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議を設置 ・中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の実施により具体的な共同研究が開始された ◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された	・産学官連携会議による共同研究の方向付け ・産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化 ・中期テーマ研究開発事業の進捗管理	◆産学官連携による新産業の創出 ○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進 ◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進 ◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進 ◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣			○	○		
3. 産学官連携による本県産業を担う人材の育成	◆永国寺キャンパスを社会貢献する「知の拠点」と位置づけ、その機能を果たすための整備について検討	◆「県立大学改革にかかる永国寺キャンパス検討会」の提言を受け、県と関係する3大学による「永国寺キャンパス整備等検討チーム会」で検討を実施 ◆永国寺キャンパスに関する基本方針のとりまとめ	◆永国寺キャンパス整備の計画的な推進	◆○永国寺キャンパスを整備し、産業振興に資する人材育成や社会人教育等の充実を図る			○		○	
	◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない ◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足 ◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある	・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施 ・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施 ◆基礎から実践まで一貫した研修や先進地域の視察、異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある	◆産業界、高等教育機関、行政間の情報共有及び連携が必要 ◆受講者のニーズやレベルに沿って受講できる仕組みが必要 ◆受講者の意欲を引き出す仕組みが必要 ◆研修受講後のフォローアップが必要	◆★産学官連携による産業人材育成					○	
				◆○高知大学と市町村が連携し、今後の地域における食料産業を支える中核人材を養成する事業を実施(土佐フードビジネスクリエーター(FBC)人材創出事業)					○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画 H24	第２期計画 H25	第２期計画 H26	第２期計画 H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	目指すべき姿（目標値） 長期的な視点（概ね10年先）
産学官連携会議の開催 県新産業推進課：産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る 産学官連携会議分野別テーマ部会の活動 県新産業推進課：分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する 中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の推進 県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる					◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている ・産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数3件以上	◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究のなかから、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている ◆産学官間連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している
	医療関連分野専門家の派遣 県新産業推進課：専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る					
新事業創出支援チームの活動 県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取組の推進						
永国寺キャンパスの整備 私学・大学支援課：永国寺キャンパス整備の推進（基本設計、実施設計、建築工事等） 各大学：各大学で行う教育内容等の具体化、単独又は連携して行う社会人教育の充実			・新キャンパスの利用開始（既存部分の整備は継続） ・一層充実した社会人教育等の実施		◆工科大の社会科学系学部の開設、県立大の文化学部の拡充、一層充実した社会人教育の実施	◆永国寺キャンパスが整備され、県の産業振興に貢献する人材を育成
産業人材育成プログラムの実施 産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施 産業界：受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画 県内高等教育機関（高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高専等）：研修（教育）内容の検討、研修講師、産学官連携会議への参画 県：プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画 県立大学改革との連動の検討				P223 別図（人2）参照	◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成 ◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる	◆地域産業の担い手を育成
土佐FBC実施 高知大学：全体運営」 県（工業技術センター）：土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等） 県（計画推進課）：人材育成プログラムとの連携にむけた検討	土佐FBCⅡ（仮）の実施 高知大学：全体運営 県（工業技術センター）：土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等） 県（計画推進課）：寄附講座の開設（H25）、人材育成プログラムとの連携					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

Ⅰ　産業間の連携戦略

4　中山間の暮らしを支える産業づくり

中山間の暮らしを支える産業づくり

課題

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

地域活力の低下、農山村・漁村の伝統文化、景観の喪失

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

中山間地域の衰退（集落の消滅の恐れ）

強化するポイント

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

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

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

地域での産業づくりの拡大

4つの政策の柱

1．中山間地域の基幹産業としての「第一次産業」の振興

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

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

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

2．建設業などの新事業展開、新分野進出

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

3．中山間地域の生活を守るための安定した所得の確保

◆小さなビジネスの推進
○地域活性化、コミュニティービジネスの促進

◆地域拠点ビジネスの推進
○拠点ビジネスの強化、普及の推進
○こうち型集落営農の拠点ビジネス化の推進

4．地域特性を生かした新たなビジネスの創出

◆新エネルギーの利用拡大
○木質バイオマスのエネルギー利用の推進

目指す方向

中山間地域の生活を支える産業の振興・活性化

若者等が定住できる雇用の場づくり

地域住民の所得の確保・向上

産業成長戦略の概要（中山間の暮らしを支える産業づくり）

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

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

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

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

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

まず、１つ目の柱は、「中山間地域の基幹産業としての第一次産業の振興」です。

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

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

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

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

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

また、こうち型集落営農による６次産業化を推進するとともに、地域の多角経営を基本とする拠点ビジネスを引き続き支援、育成します。

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

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

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

戦略の柱【中山間の暮しを支える産業づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括（・取組、◆成果等）	課題		1	2	3	4	5	6
1. 小さなビジネスの推進	◆中山間地域では、集落単位や地域のNPO、任意団体・グループなど、比較的小さな事業体が主体となって、「生きがいづくり」や「元気づくり」、「地域貢献」などを目的に、限られたエリアで事業展開している「小さなビジネス」の事例が数多くみられる	・講座セミナーの実施 ・専門家、アドバイザーの派遣 ◆各種人材育成の取組により、地域を支える人材育成が進みつつある ・各地域における支援体制の構築（地域本部の設置等の体制強化） ◆地域のニーズに応じたきめ細やかな支援ができるようになり、地域での取り組みの事例が増加した	◆人材育成が一定進み、ビジネスの芽がでているもののあるが、まだ多くのケースは緒についたばかりの取組であり、引き続きあと押しが必要である ◆小さなビジネスの取組をさらに県全域に広げる必要がある	◆集落、小グループが取り組むコミュニティービジネス等の発掘、育成 ◎スキルやノウハウの習得に向けた人材の育成とネットワークづくり ◎商品づくりや仕組みづくりを円滑に進めていくための資金面での支援の充実	○		○		○	○
				◆集落活動センター等を核とした地域での生産、販売の仕組みや拠点づくりと関係機関とのネットワークの構築 ○情報提供や橋渡しによるバックアップ体制の充実	○		○		○	○
2. 拠点ビジネスの推進	◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や、農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めるための政策を進めることが不可欠になっている ◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに変わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている ◆こうしたことから、「小さなビジネス」などを集約しながら、多角的なビジネスを展開する「拠点ビジネス」といった取組を推進していく必要がある	・産業振興推進総合支援事業費補助金の創設 ・産業振興推進アドバイザーの創設 ◆各種の講座や研修会の開催、補助金等による資金面での支援を通じ、組織のおける人材育成や、様々なビジネスのノウハウの蓄積、事業の拡大などが図られた ◆地域への波及により新たに拠点ビジネスに取り組む市町村等も現出した （3年間の実績） 地域アクションプランによる拠点ビジネスの支援　11箇所	◆拠点ビジネスの整備が一定が進んだものの、現段階では、すべての市町村での展開には至っておらず、引き続き進めていくことが必要である	◆○多角経営を基本とする地域拠点ビジネスの推進	○	○	○		○	○
				◆○こうち型集落営農の6次産業化の推進	○	○	○		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点 (平成27年度末)	中長期的な視点 (概ね10年先)
取組の育成・発掘 県産業振興推進地域本部、産業振興推進部、市町村: ・連携を図りながら、取り組みを進める集落や小グループに対するきめ細やかな支援を展開 (研修会、セミナー開催、アドバイザー派遣、資金面での支援)					◆「集落活動センター」等を通じて小さなビジネスが芽生え、成功事例が生まれている(集落活動センターの整備 4年間で30ケ所程度)	◆「集落活動センター」等を通じて小さなビジネスが創出されている(集落活動センターの整備 10年間で130ケ所程度)
生産・販売拠点づくりの推進 産業振興推進地域本部、産業振興推進部、市町村: 各機関が有する情報の共有し、それぞれ地域や集落活動センターの課題に応じた支援策の検討 (各種支援事業の実施、先進事例の紹介、関係機関への橋渡しなど)						
多角経営を基本とする地域拠点ビジネスの推進 県:地域アクションプランに位置付け実行を支援 (プランごとに実行支援チームを設置し事業の進捗確認や支援を実施)、(庁内推進チーム会議を設置し、庁内で進捗状況や課題を共有) 県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援(26年度まで) 産業振興推進アドバイザーによる支援					◆新たな拠点ビジネスの展開 4年間で3箇所 H23 11箇所 ↓ H27 14箇所	◆新たな拠点ビジネスの展開 10年間で10箇所 H27 21箇所
こうち型集落営農の6次産業化の推進 集落: こうち型集落営農への合意形成と取組 市町村・農業団体等: 集落営農の取組を進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成 県農業振興センター: 集落営農を進める話し合いの場づくりと組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催 県地域農業推進課: 集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、ステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの新たな取組を含めた経営の多角化も支援 ⇒こうち型集落営農へ)への支援					◆「こうち型集落営農組織」 H24.3 17組織 ↓ H28.3 32組織	◆地域で暮らし稼げる農業

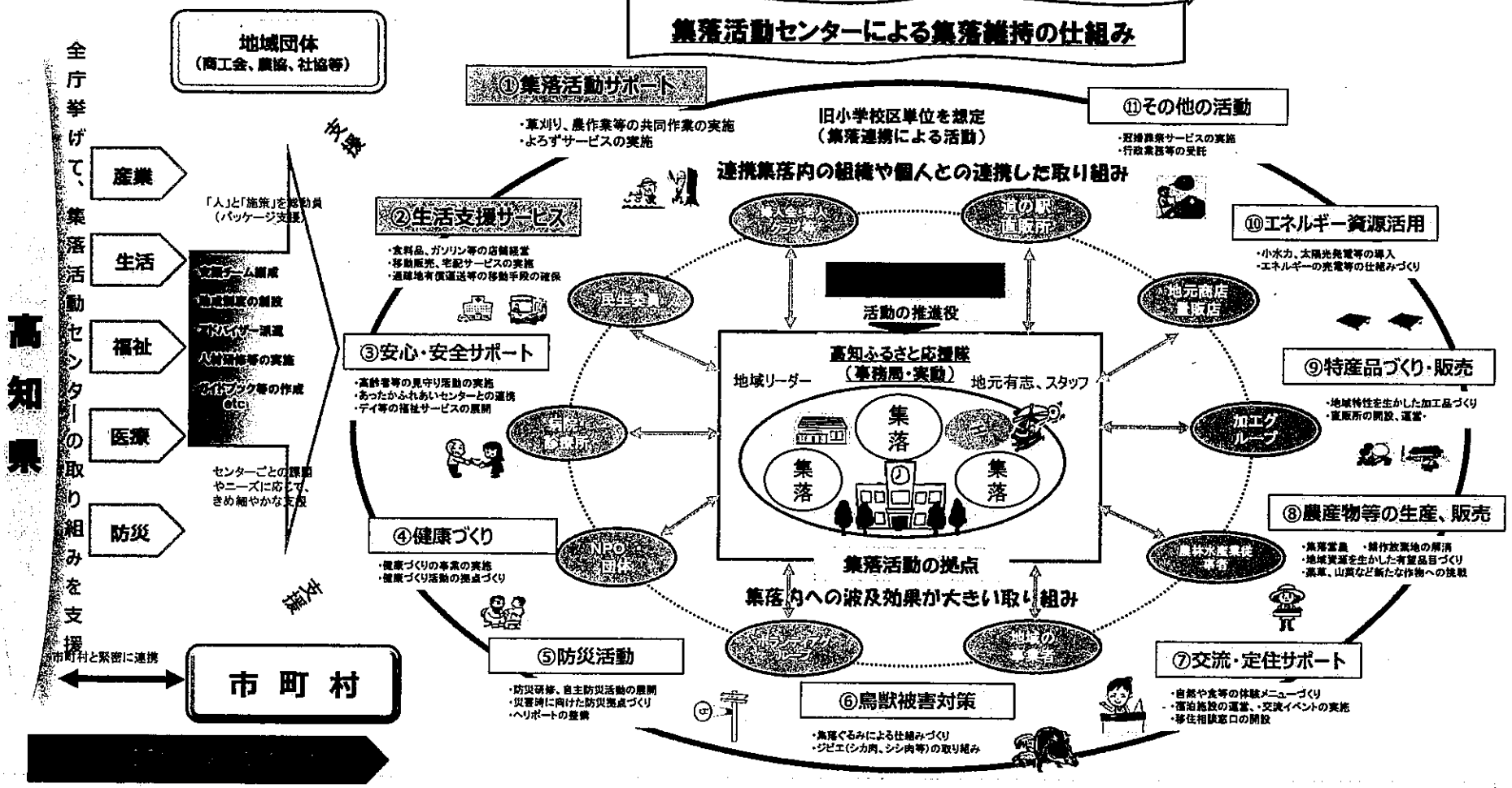
※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

集落活動センターの取り組み概要

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



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

高知ふるさと応援隊

地域に担い手を！！



平成23年度集落実態調査の結果から

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

地域の活性化・担い手の確保のために

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

地域活動の推進役となる人材

高知ふるさと応援隊 を導入

＊総務省「地域おこし協力隊」・「集落支援員」を含む

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

高知ふるさと応援隊・市町村に対する支援

～導入段階から活動段階、活動終了後までの総合支援を実施～

導入段階

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

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

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

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

活動段階

○財政支援（導入～活動段階を通じて）

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

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

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

活動終了後

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

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

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



Ⅰ　産業間の連携戦略

5　産業人材の育成・確保

産業人材の育成・確保

目指す方向

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

人材を増やす方策として

Ⅰ 人材を県内で育てる（育成戦略）　Ⅱ 人材を外から持ってくる（獲得戦略）　Ⅲ人材を引き留める（流出防止戦略）

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

1. 人材を県内で育てる

（1）年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

基礎的なもの

- ①小学校、中学校、高等学校、大学における教育（P194）
- ②県内企業の情報の提供、就職相談（P196）

（2）地域産業を創造、リードする人材育成

高度化・専門化したものを対象とするもの

- ①産業振興アドバイザー等の専門家派遣（P196）
- ②「産業人材育成プログラム」に基づいた体系的な研修の実施（P198）
  ⇒受講者が自らのニーズやレベルに応じて柔軟に受講できるような環境の整備

2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める

（1）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり

- ①移住促進（P218）
- ②担い手対策（一次産業）（P210～218）
- ③UIJターン、就業相談（P220）
- ④県外大学等への県内就職に向けた情報提供（P220）

（2）専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保

- ①UIJターン関連事業の推進（P220）
- [②キャリア人材の誘致]

高度化・専門化した産業人材

産業成長戦略の概要（産業人材の育成・確保）

本県産業を着実に振興していくためには、各々の産業分野や地域で中核となり産業を支えていくことができる人材が必要です。そのため、第１期産業振興計画に引き続き、産業成長戦略の連携テーマの一つに「産業人材の育成・確保」を掲げ、取組をさらに推進していきます。人材を増やす方策として、「１．人材を県内で育てる」「２．人材を外から持ってくる・人材を引き留める」の２つの戦略の柱ごとに、基礎的なものから高度化・専門化したものを対象とするものまで、体系的に支援内容を位置付け、取組を進めていきます。

１．人材を県内で育てる

（１）年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

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

（２）地域産業を創造、リードする人材育成

産業振興アドバイザー等の専門家による組織づくりや商品企画、生産、流通、販売に至るまでの指導及び助言を通じて、地域の産業づくりを支援します。また、平成２３年度に大学や産業団体等と協働して策定した「産業人材育成プログラム」に基づき、体系的な人材育成に取り組みます。併せて、受講希望者に適した研修の紹介、プログラム設計等をコーディネートする仕組みや県民から多くの声が寄せられている「身近な場所で受講できる仕組み」等を取り入れ、受講者が自らのニーズやレベルに応じて柔軟に受講できる環境の整備を図っていきます。

２．人材を外から持ってくる・人材を引き留める

（１）産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり

第一次産業の担い手の確保として、農業においては、①ＰＲや相談、技術を習得するための実践研修など就農希望者への支援、②農地やハウス確保など営農開始時の支援、③営農技術指導や経営面でのフォローアップなど、営農が軌道に乗り経営が安定するまでの段階に応じた支援を行います。林業においては、①森林所有者に対して計画的な施業を提案する「森林施業プランナー」の育成、②資質向上により森林の集約化とあわせた持続的な林業経営の促進、③効率的な生産システムを担える林業従事者の確保と技術力の向上に引き続き取り組んでいきます。水産業においては、①就業支援セミナーの開催や求人情報の提供等による就業希望者の確保、②漁業技術を習得するための研修や就業時の漁船購入に対する支援、③アドバイザーによる就業後のフォローアップに取り組むほか、中長期的な視点での漁協の幹部役職員や若手職員の育成に取り組んでいきます。また、移住対策としては、移住・交流コンシェルジュの充実やクラインガルテン、お試し住宅等の整備により、交流・観光に来られた方々を移住、定住に結びつける「こうち型二地域居住の確立」に向けた取組を進めます。さらに、Ｕ・Ｉターン希望者と企業とのマッチングを進めるとともに、県外大学等へ進学した学生等への県内就職に向けた情報提供を通じ、本県へのＵ・Ｉターンを促進します。

（２）専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保

高知県Ｕ・Ｉターン人材情報システムによる求人・求職者情報の提供、高知県Ｕ・Ｉターン無料職業紹介所における無料職業紹介、県内外におけるＵ・Ｉターン就職相談会の実施等、Ｕ・Ｉターン関連事業を進めることで、専門的なノウハウや技術を持った中核人材の県外からの確保に努めます。

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (1)年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり	◆キャリア教育全体計画作成率(H22) 小学校 62.6% 中学校 67.2%	・学校支援訪問による指導・助言の実施 ・先進地域の取組事例紹介 ・教育課程連絡協議会での周知 ・キャリア教育連絡協議会の開催 ・職場体験実施状況調査の実施 ◆発達段階に応じたキャリア教育全体計画を作成する学校が増加している ◆連絡協議会や学校への支援訪問を通じて、キャリア教育に対する理解が深まっている	◆キャリア教育全体計画の作成率を上昇させる ◆発達段階に応じたキャリア教育が実施されるためのキャリア教育についての理解を一層深めるとともに、キャリア教育全体計画の内容を充実していく必要がある	◆発達段階に応じたキャリア教育の推進 キャリア教育指針「高知のキャリア教育」に基づく取組 【小中段階】 ○キャリア教育全体計画の充実 ○先進地域の取組事例紹介 ○キャリア教育連絡協議会の開催 ○職場体験実施状況調査の実施 ★中学生用キャリア教育副読本の作成・配布及び活用の促進					○	
	◆公立高等学校の就職内定率は、平成22年度卒業生では92.2%と過去10年間で最高となったが、86名が就職未内定で卒業している厳しい状況がある ◆新規学卒就職者の早期離職率が高い	・高校生スキルアップ講習会の開催 ◆ビジネスマナーや就職試験対策などを実施し、生徒の意識付けとなるとともに、その取組の継続を担う教員の指導力の向上にもつながった	◆就職前の3年生や、1，2年生を対象に早期からの取り組んできたが、更に効果的な取組とするため、各学校で実施時期や内容を見直し、系統的な取組とする必要がある	【高校段階】 <基本的生活習慣の確立> <学力向上> ○高校生スキルアップ講習会の充実						
	◆農業の担い手が不足している	・インターンシップ推進事業の実施 ◆生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験を行ったことで、勤労観・職業観の育成ができた ・農林業体験インターンシップ事業の実施 ※アグリリサーチ・アグリサポート：農業高校や普通高校農業関連コース等の生徒対象したインターンシップの実施 ※アグリウォッチング：普通科高校も含んだ全生徒対象にした農林業体験を実施 ◆農林業の学びの実態に応じたインターンシップすることで地域農業の理解や学校での学習の補完ができ、また、学習意欲の向上が図れた ・保護者対象進路講演会の開催 ◆企業から講師を招聘し保護者や生徒に講演することにより、家庭のキャリア教育の重要性、厳しい社会情勢や就職状況の情報共有ができ、就職支援につながった	◆各学校では事前事後指導を行っているが、目的意識を持たせる取組が不十分で、インターンシップの取組が十分な成果につながっていない ◆普通科高校でもインターンシップに取り組みはじめているが、まだまだ実施校が少ない状況である ◆アグリウォッチングは普通科高校も含めた全学校に案内しているが、参加者が少なく、農業への興味・関心が広がっていない ◆専門高校のみならず、普通科高校への取組も進めてきたが、全体への広がりができていない ◆進路講演会を開催しても、保護者の参加が少ない	<社会性の育成> ○自己の学びに応じたインターンシップまたは企業見学の推進 ○アグリウォッチングの充実 ○保護者対象進路講演会の推進						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

P222
別図(人1)参照

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆各学校のキャリア教育全体計画が整備され、充実したキャリア教育の取組が実施される H22: 小学校62.6% (142/227校) 中学校67.2% (78/116校) ↓ H27: 小・中学校ともに100%	◆社会的・職業的自立に向けて必要な能力等を身に付けた生徒の育成
キャリア教育の推進 県小中学校課：各小・中学校のキャリア教育全体計画作成と生き方指導に連なるキャリア教育の推進 ・キャリア教育全体計画の充実 ・キャリア教育連絡協議会において、モデルとなる地域や先進校の事例紹介やキャリア教育推進のための協議を行い、各学校におけるキャリア教育をさらに充実 ・郷土出身の著名人や郷土を代表する産業や観光、自然等について学習し、郷土を愛する態度を育てるとともに自らの生き方について考えを深める中学生用キャリア教育副読本を作成し、県下の全中学生に配布 各教科及び領域の授業等において活用						
					◆各事業実施校の拡大	◆社会的・職業的自立に向けて必要な能力等を身に付けた生徒の育成
高校生スキルアップ講座の充実 県高等学校課： ・進路実現に必要な学力、知識・技能、マナーを身に付ける。 ・学年に応じて系統的な取組としていく。					・高校生スキルアップ講習会 H22:21/37校 ↓ H27:31/36校 (就職希望の多い学校)	
自己の学びに応じたインターンシップまたは企業見学の推進 県高等学校課： ・就業体験や職業人等へのインタビューや対話をとおして、進路実現のための職業観・勤労観を身に付ける ・自己の学びに応じた体験内容にするとともに、事前事後指導の充実を図る ・普通科高校へも拡大していく					・インターンシップまたは企業見学 H22:20/37校 ↓ H27:36/36校	
アグリウォッチングの充実 県高等学校課： ・これまでの1日の体験学習を、種まき、苗植え、収穫といった、つながりのある内容とし、農業の本来の喜びを感じることで、農業への興味・関心を引く取組となるよう内容を工夫し、生徒の参加を増やす					・農林業インターンシップ（アグリウォッチングの充実） H22:18/30名 ↓ H27:30/30名 (定員30名) ・保護者対象進路講演会 H22:9校/37校 ↓ H27:36/36校	
保護者対象進路講演会の推進 県高等学校課： ・高校や上級学校卒業後の将来の就職につながるよう講演内容の充実を図り、普通科高校へ広げていく ・全生徒の保護者を対象とした講演会のみならず、学年、学科、進路別など小さな単位での実施や実施時期・時間帯を工夫し、できるだけ多くの保護者が参加できるようにする。また、講演会をとおして、学校での学びが実社会にどのようにつながっているかを認識させ、進路実現のための職業観・勤労観を身に付けさせる					・離職率(1年目)の減少 H22年3月卒業生 27.5%(高知県) 20.7%(全国) ↓ H27:全国水準にする	

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (1)年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり	◆県外求人の増加により県外への就職が増加 新規高卒者の就職率が向上するなかで、県外就職者は増加し20年3月には52%と半数を超過 15年3月:24.8% →20年3月:52.0% ◆県内企業に対する生徒、学生、教員、保護者の認知度が低い	・公立の専門高校等に対して、企業実習や技術指導の事業を行い、県内産業や県内企業の魅力を伝える ◆産業界、行政、学校との連携体制ができ始め、事業実施校や参加生徒数、受入協力企業が増加した H21実績 ⇒H22実績 実施校 9校⇒17校 参加生徒 416名 ⇒631名 協力企業数 96社 ⇒102社	◆今後も継続して高校生に県内産業や県内企業の魅力を伝える 産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことの重要性について、学校や担当教員の理解を深める ◆普通科高校に対する職業理解の促進と情報提供	◆県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進 ○公立の専門高校等では、地域産業担い手人材育成事業の企業実習や技術指導等を通じて学校と産業界との連携を強化 ○民間と連携して企業実習等の魅力や県内産業・県内企業の情報発信 ★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援					○	
	◆望ましい職業観を持った人材育成のために、大学生の企業等でのインターンシップを実施	◆工科大は2年次、県立大は3年次からの選択科目とし、オリエンテーション等を行い学生の参加を促進	◆実施率の向上と受入先の拡大	◆○インターンシップを継続・強化し、学生のキャリア形成を支援【大学】		○	○		○	
	◆就業者は減少し失業率も高い (国勢調査7年→17年) ・人口816千人 →796千人 (▲20千人) ・就業者410千人 →370千人(▲40千人) ・失業率(17年) 県7.9%、全国6.0% ・若年者の失業率(17年) 県11.7%、全国8.5% ◆有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい 19年度平均 県0.50倍 全国1.02倍 ◆ニート、フリーターが多く存在 ニート 3,230人 (17年国勢調査) フリーター 12,400人 (14年就業構造基本調査)	・ジョブカフェこうちのしごと体験枠の拡充による若年求職者の就職促進、キャリアコンサルタントの増員による相談体制の充実、セミナーの実施や、併設ハローワークとの連携による就職支援 ◆利用者の就職者数は目標を上回る結果となっている ◆H21年4月ジョブカフェ幡多サテライトの開設	◆ジョブカフェ利用者の就職率の向上、正規雇用割合の増 ◆ジョブカフェ来所者の相談割合の増 ◆幡多サテライトの機能充実	◆就職支援相談センター「ジョブカフェこうち」による若年者の就職促進 ○しごと体験受講による就職者の正規雇用率の向上 ○ジョブカフェ利用者のキャリア形成の支援を図る ○幡多サテライトの機能の強化を図る		○	○		○	
(2)地域産業を創造、リードする人材育成	◆県内では、地域の集落単位や任意団体・グループ、NPOなど、比較的小さな事業体が主体となって、「地域活性化」を目的に事業展開している「小さなビジネス」が数多くみられる ◆ビジネスのノウハウや知識を身につける機会に恵まれず、満足のいく販売促進、情報発信、PR活動等が出来ないため、販路拡大につなげることが難しい	・産業振興アドバイザー制度の実施 ◆事業者のニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、新たな商品の開発、販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながった	◆多くの事例が、趣味、生きがい、ボランティアなどの意識を脱していないため、ビジネス意識を持つことが必要 ◆事業者自身が認識している課題が、事業の本質的な課題と一致していない場合が多い	◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 ○産業振興アドバイザー	○	○	○	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

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

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2)地域産業を創造、リードする人材育成	◆産業人材の育成は、産業界、高等教育機関、行政がそれぞれ独自に行っており、体系化されていない ◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足 ◆どのような研修を受講すればよいか、何を目標にすればよいかわからないとの声がある	・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ各種人材育成事業を実施 ・産学官連携会議において、プログラム作成について議論を実施 ◆基礎から実践まで一貫した研修や先進地域の視察、異業種の交流等により、受講生の成果の兆しが見えつつある	◆産業界、高等教育機関、行政間の情報共有及び連携が必要 ◆受講者のニーズやレベルに沿って受講できる仕組みが必要 ◆受講者の意欲を引き出す仕組みが必要 ◆研修受講後のフォローアップが必要	◆★産学官連携による産業人材育成					○	
	◆事業者等のモチベーションやビジネス基礎力が不足	・連携テーマの一つに「人材の育成・確保」を掲げ人材育成事業を実施 ◆基礎から実践まで一貫した研修により、受講生の成果の兆しが見えつつある	◆受講者の意欲を引き出す仕組みが必要 ◆研修受講後のフォローアップやネットワーク化が必要	◆○商品やビジネスプランづくりを通じた産業人材の育成 ～目指せ！弥太郎商人(あきんど)塾～		○			○	
	◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない (首都圏の既存のｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟの現状) ・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのﾌｨｰﾄﾞﾊﾞｯｸ機能や情報発信力が十分でない(再掲) ・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく卸売機能がない	・各企業のステージに応じた、きめ細やかな海外展開(ビジネスマッチング)へのサポートと体制強化による強力なセールス活動の推進 ◆新たに貿易に取り組む企業が増加し、ビジネスに結び付く多様な販路を確保するとともに商談機会も拡大した	◆海外における高知県及び県産品の認知度が低い ◆海外展開に対する県内企業の知識や経験が十分でない	◆◎貿易を担う人材育成の強化	○				○	
	◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている。 ◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心	・各農業振興センターに6次産業化への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆農業者等の商品開発ノウハウの向上 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆6次産業化をリードする人材育成 ★魅力ある商品づくりを通じた企画・提案・実行していくための技術力習得支援		○	○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
産業人材育成プログラムの実施 産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー」の実施 産業界：受講しやすい環境づくり、実践事例の紹介、産学官連携会議への参画 県内高等教育機関（高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高専等）：研修（教育）内容の検討、研修講師、産学官連携会議への参画 県：プログラム運営、全体調整、産学官連携会議への参画 県立大学改革との連動の検討				P223 別図（人2）参照	◆ビジネスの基礎を習得した人材の育成 ◆応用・実践編受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる	◆地域産業の担い手を育成
目指せ！弥太郎 商人塾の開催 事業者：研修を受講し、ビジネスの基礎力から応用力まで習得 関係団体、市町村、地域支援企画員等：事業者とともに受講し、ビジネスの基礎力を習得 県計画推進課：上記研修を主催 高知大学、高知工科大学：上記研修の講師を派遣					◆ビジネスの基礎から応用・実践力を習得した人材の育成 ◆受講者の内7割以上が、商品開発や販路開拓などの新たな事業展開につながる	◆地域産業の担い手を育成
貿易を担う人材育成の強化 県内事業者：研修への積極的な参加 県地産地消・外商課：各種セミナーや人材育成プログラム等に基づいた研修の実施					◆貿易に継続的に取組む事業者（食品関係）が倍増している 食料品輸出事業者 （H23）25社 →（H27）50社 輸出額 （H23）約1億円 →（H27）2億円	◆豊富なノウハウと人材を活用して多くの県内企業が貿易に積極的・継続的に取り組んでいる
6次産業化をリードする人材育成 農業者等：農業創造セミナー等への参加 により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術を習得 県農業振興センター・地域支援企画員：意欲ある人材発掘、地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ 地域農業推進課：農業創造セミナー、アドバイザー派遣等による支援、フォローアップ					◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成 （6次産業化に取り組む組織数増加）	◆6次産業の担い手としての自立

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2)地域産業を創造、リードする人材育成	◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている	・観光ガイド団体の育成や、観光ガイドのネットワーク化への支援 ◆観光ガイド団体の増加や有料ガイド化が進んだほか、観光ガイド連絡協議会の設立するなどガイドの連携意識が高まってきた ・観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムの磨き上げ ◆体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた	◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している ◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要	◆観光産業を担う人材の育成 ★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成		○			○	
				◆観光ガイドの育成、技術の向上 ○県内各地域の観光ガイド団体の連携や、質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の開催等		○			○	
				◆○観光事業者等へのおもてなし研修の実施		○			○	
				◆○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保		○			○	
	◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている	・技術研修開催 ◆企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られた。 また、目標とした溶接関係の合格率も向上した	◆若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定 ◆研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応	◆工業技術センター等が行う技術研修 ◎人材育成事業(工業技術センター) ◎人材育成事業(紙産業技術センター)			○	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

P514
別図(観1)参照

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

P465
別図(商工6)参照

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2)地域産業を創造、リードする人材育成	◆生産管理高度化研修により、基礎知識を習得 ◆個別調査と改善提案により、管理体制が改善された ◆表示のアドバイスにより、適正表示の意識が高まった	◆参加者のニーズに応じた研修 ◆事業者の主体的な取組を推進するためには、中核的な人材の育成が必要 ◆表示に関する相談件数も多く、外商の拡大に向けては、引き続き、ワンストップの相談体制が必要	◆◎生産管理高度化における基本の徹底と信用の見える化に向けた中核的人材の育成とネットワーク化 ◆◎外商の拡大に向けた表示適正化の徹底	◆○工場の衛生管理の高度化を支援 ○関連部所と連携した食品表示に対する指導・支援	○			○	○	
	◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している ◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農薬や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている そこで、オランダの施設園芸の中心であるウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する	・友好園芸農業協定の締結 ・技術交流訪問団の派遣とビジネス交流への支援 ◆技術交流訪問団の参加者(農大生を除く) 21年度44名 22年度32名 23年度25名 ◆オランダの取組に直に接することで得た知識、人脈、刺激等は、ビジネス交流を促進したほか、本県で環境保全型農業を推進するための動機づけとして有効に働いた ・学生交流の実施 ・研究員長期研修の実施 ◆農大生の短期訪問 21年度4名 22年度14名 23年度9名 ◆農大生の留学研修 22年度2名(1か月) 23年度1名(2週間) ◆研究員長期研修 23年度2名(3か月) ◆学生や研究員の資質が向上するとともに、オランダとの連携が強化された	◆受けた刺激が一過性のものに終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要 ◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要	◆派遣研修の継続 ○技術交流訪問団 ○学生交流 ○研究員長期研修 ◆★成果報告や情報交換の場となる交流セミナーの定期的な開催 ◆◎こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップを構築			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿(目標値) 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
生産管理高度化における基本の徹底 中核的人材の育成とネットワーク化 （2年間で中核的人材20人を育成） 事業者：生産管理高度化の実践 県地産地消・外商課：生産管理高度化研修の実施 中核的人材の育成とネットワーク化		中核的人材のネットワークを中心とした自立的な生産管理高度化の実践への支援 事業者：生産管理高度化の実践 県地産地消・外商課：ネットワークを中心とした高度化支援			◆衛生管理や適正な表示が徹底され、多くの事業者が外商にチャレンジ	
	高知県立大学：中核的人材育成の研修等の実施及びネットワーク化支援					
ワンストップの相談体制による適正表示の支援 事業者：適正表示の実践 県地産地消・外商課：適正表示助言体制の整備 県表示所管部署：適正表示指導		国の動向も睨みつつ、庁内連携による適正表示の支援 事業者：適正表示の実践 県表示所管部署：適正表示指導				
先進的園芸農業に関する情報収集やビジネス展開のための交流支援、オランダ交流セミナーの開催 生産者、事業者：技術交流への参加と交流で得た知識や情報の活用、交流セミナーへの情報提供 農業団体：技術交流への参加・協力、生産者の支援 県環境農業推進課：交流事業のコーディネート、交流セミナーの運営、情報の集積と発信					◆交流事業 2回以上/年	◆オランダの施設園芸をモデルにしたこうち新施設園芸システムへの展開
国際感覚を持った後継者育成のための学生交流 農大生：留学研修への参加と研修で得た知識や情報の活用 県立農業大学校：学生の支援、語学等留学に必要な基礎教育						
こうち新施設園芸システムの 早期完成のための研究員派遣研修 県農業技術センター：研究員の選定と長期研修への支援支援 県環境農業推進課：長期研修のコーディネート						
	こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップ 県農業技術センター：オランダの技術者との共同技術開発 県環境農業推進課：パートナーシップ構築の支援					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1．人材を県内で育てる (2)地域産業を創造、リードする人材育成	◆森林資源は成熟しつつある ◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞	・提案型集約化施業を実践できる森林施業プランナーの育成 ◆プランナー研修を受講した50名が、森の工場等の集約化に向けて取組を始めている	◆H24から始まる森林経営計画の策定と実行	◆森林経営計画の策定等に向けた集約化の促進 ○森林施業プランナーの育成(増員、実践力の向上) ○計画策定に向けた合意形成及び森林境界の明確化の促進			○		○	
	◆高いマネジメント能力や効率的な生産(伐採・搬出)システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業体が少ない	・事業体に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導 ◆事業体の認識が高まった ・森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催 ◆建設事業体からの参入が増加(11→23) ・経営者を対象としたマネジメント研修の実施 ◆経営者に森林施業プランナー等の育成への理解と必要性が認識されるとともに、中期経営計画策定組合では、組織内での情報共有・協議が活発化し、経営改革に向けて行動する機運が高まってきた ・経営力強化のための森林組合の合併促進の支援 ◆高幡3組合が合併	◆新規参入事業体など優良事例の情報が十分に活用されていない ◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった ◆事業体の中に核となる人材が十分に育っていない ◆中期経営計画を立て、経営改革の成果を出すためのPDCAサイクルの定着には、時間を要し、研修など更なるサポートが必要	◆事業体のマネジメント能力の向上 ○建設業者等の新規参入と定着を支援			○		○	
				◆森林組合の経営力強化 ○中期経営計画の策定や定着のための研修の支援 ○森林組合の合併促進の支援 P347 別図(林2)参照			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
森林施業プランナーの育成 事業体:研修への派遣、職場での実践 森林組合連合会:研修会の開催、育成指導 県森づくり推進課、林業改革課、林業事務所:研修開催への支援、育成支援					◆森林経営計画の樹立 155千ha P347 別図(林2)参照	◆森林経営計画の樹立 155千ha
計画策定に向けた集約化の促進 事業体:森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化の促進 市町村:森林所有者情報の提供等事業体への支援 県森づくり推進課:森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化への支援						
森林整備事業への参入促進と定着への支援 事業体:ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導 参入事業体:林業事業体との協調、技術習得 県森づくり推進課・林業改革課:事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援					◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している	◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している
中期経営計画策定と定着の支援 森林組合:中期経営計画の策定、ローリングの実施 森林組合連合会:中期経営計画の策定、計画の実行や見直し手法(ローリング)の指導、実効性向上のためのフォローアップ(H24～)を実施 県森づくり推進課、林業改革課、林業事務所:森林組合連合会と連携して経営計画策定森林組合をサポート						
森林組合の合併支援 森林組合:合併に必要な業務を推進、事業経営計画の実施 森林組合連合会:森林組合経営革新プランに基づき合併を支援 県森づくり推進課:合併指導方針に基づき、各森林組合への指導、合併後の事業経営計画の実行支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2)地域産業を創造、リードする人材育成	◆漁業者のみならず、漁協の役職員数も、組織再編、経営合理化等により減少傾向にある ◆経営状況が悪化している漁協が相当数あり、経営改善に取り組む必要がある ◆産業振興計画に取り組む上で、漁業者や地域を支える漁協職員の役割は重要性を増している	・販売事業を中心に県漁協の取組を支援 ◆取組が一部にとどまっており漁協全体として不十分	◆漁協系統の財務面やマンパワーの面で自律的な人材育成が困難	◆漁協役職員の人材育成 ★中長期的な視点で幹部役職員や若手職員を育成する					○	
	◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている	・県立高等技術学校を中心とした公共職業訓練の実施 (施設内訓練) ◆民間では担うことが困難なものづくり分野や大工、左官タイル等の建築分野における人材育成を行い、関係団体から高い評価を得ている	(施設内訓練) ◆定員に対する充足率の低さ、自己都合による途中退校率の高さ、修了生の就職率の伸び悩み	◆県立高等技術学校の機能の強化 (施設内訓練) ◎広報活動の強化 ○自己都合退校の防止に向けた訓練生の支援体制の強化 ◎就職率向上に向けた訓練生の支援体制の強化 ◎質の高い訓練を実施するための、職業訓練指導員の資質・指導力の向上 ○産業界のニーズに合った訓練を円滑に実施するための施設設備等訓練環境の整備					○	
		(委託訓練) ◆民間教育訓練施設を活用した公共職業訓練は、離転職者の早期就職につながっている ・企業が行う人材育成のための研修事業を支援 ◆集合型研修、講師派遣型研修とも企業の評価は高く、企業の求める人材育成につながっている ・高等技術学校における在職者訓練の実施 ◆技術学校における訓練の実施は、企業の評価も高く、企業に求められる人材の育成につながっている	(委託訓練) ◆高い雇用吸収力が期待される介護福祉分野の人材の育成 ◆就職率の伸び悩み ◆中小企業においては、雇用労働者に対するキャリア形成のための支援が十分でない ◆介護福祉分野においては、離職防止につなげるため、キャリア形成支援の充実が必要 ◆製造業では、企業内で、技術や技能を身につけさせていく余力がない	(委託訓練) ◆早期就職につながる訓練の実施 ◎介護分野の訓練の充実 ★企業に委託した訓練の実施 ◆在職者のキャリア形成支援 ○集合型研修と講師派遣研修の実施 ◎研修における介護福祉分野の事業所枠の設定 ◆産業界のニーズに応じた在職者訓練の実施 ◎新入社員を対象とした訓練の実施						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

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

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 人材を県内で育てる (2)地域産業を創造、リードする人材育成	◆永国寺キャンパスを社会貢献する「知の拠点」と位置づけ、その機能を果たすための整備について検討	◆「県立大学改革にかかる永国寺キャンパス検討会」の提言を受け、県と関係する3大学による「永国寺キャンパス整備等検討チーム会」で検討を実施 ◆永国寺キャンパスに関する基本方針のとりまとめ	◆永国寺キャンパス整備の計画的な推進	◆○永国寺キャンパスを整備し、産業振興に資する人材育成や社会人教育等の充実を図る			○		○	
	◆工科大の大学院に、主に社会人を対象とした起業家コースを設置	◆土日開講の起業家コースによる人材育成 ◆平成22年度からは、永国寺キャンパスを拠点として授業を配信	◆経営的視点を有する人材の育成	◆○工科大大学院の起業家コースによる人材育成			○		○	
	◆県民に開かれた県が関与する大学として公開講座や、専門職の方々の知識・技術の向上のためのリカレント教育などを実施	◆大学の社会貢献活動の一環として、県民向けの公開講座等を実施	◆社会人教育の一層の充実	◆○大学間連携の強化による公開講座・リカレント教育等の社会人教育の一層の充実			○		○	
	・本県の人口は全国に先行して人口減少や高齢化が進んでおり、これまで地域が担ってきた支え合いの力が弱まっている。 ・本県の中山間地域等は、全国一律の縦割りの福祉サービスの基準では、子育てや介護、自立支援など多様なニーズがありながらも、それぞれのサービス利用者が少ないため、サービスが提供されにくい状況となっている。	・小規模多機能支援拠点「あったかふれあいセンター」を整備 (平成21年度) 22市町村、28箇所 〈新規雇用：76人〉 (平成22年度) 30市町村、39箇所 〈新規雇用：113人〉 (平成23年度) 31市町村、40箇所 〈新規雇用：121人〉 ◆住民力や遊休施設の活用など、地域資源を活用した取組が進み、地域の活性化にもつながっている。	・集いの場づくりに終始し、相談や訪問活動などきめ細かく行う機能面の充実や、地域ニーズを把握し柔軟に対応できる小規模多機能支援拠点(地域福祉の拠点)としての活動にまでは至っていない。	◆○福祉産業の事業化に向けた取組の推進		○		○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
❷は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
永国寺キャンパスの整備 私学・大学支援課：永国寺キャンパス整備の推進（基本設計、実施設計、建築工事等） 各大学：各大学で行う教育内容等の具体化、単独又は連携して行う社会人教育の充実			・新キャンパスの利用開始 （既存部分の整備は継続） ・一層充実した社会人教育等の実施		◆工科大の社会科学系学部の開設、県立大の文化学部の拡充、一層充実した社会人教育の実施	◆永国寺キャンパスが整備され、県の産業振興に貢献する人材を育成
大学院起業家コースによる人材育成 高知工科大学：起業家精神を習得し、事業経営に必要な知識、方法、戦略を多くの経営実践の事例に基づき教育研究し、新しい価値の創出に向かって積極的にとり組む経営的視点を有する人材の育成					◆経営的視点を有する人材の育成	◆起業や地域再生に取り組む経営能力の高い人材が多数育成され、産業の振興につながる
公開講座、リカレント教育の実施 県が関与する大学（高知工科大学、高知県立大学、高知短期大学） 県民向けの公開講座や職業人の再教育などを実施 高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知高等専門学校で4大学県民講座を実施			永国寺地域連携センター（仮称）を設置し、大学が連携して社会人教育を企画・実施			◆県が関与する大学が連携して社会人教育を実施し、地域産業をリードする人材が育成される
福祉産業の事業化に向けた取組の推進 県地域福祉政策課：あったかふれあいセンター事業の実施 ・集いや訪問・相談・つなぎ、生活支援を基本機能とした上で地域ニーズに応じた機能（サービス）の前方展開を支援					◆あったかふれあいセンター（地域福祉の拠点）の設置箇所数 34市町村53箇所	◆県内全域であったかふれあいセンターを拠点とした新たな官民共同の支え合い活動が継続的に行われる

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり	◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある	・PR段階 就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページへの掲載し、就農希望者への呼びかけ ・相談段階 県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会の実施 ・技術習得段階 農大での基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施 ・営農準備段階 農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援 ・営農開始後 普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施 ◆PR段階から営農開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時(H21)の161人からH23は234人と新規就農者の増加につながっている	◆就農希望者の確保 ◆研修支援等の強化 ◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保 ◆実践研修を支援する指導農業士の確保 ◆新規就農者の定着	(就農前) ◆U・Iターン就農者の確保 ◆◎実践研修への支援 ★青年就農給付金(準備型)の活用 ○農地等の情報提供 ★農地の確保への支援 ★JA出資型法人等の経営強化並びに実践研修から就農へのスムーズな移行への支援 (就農時) ◆★営農定着への支援 就農サポートハウスと青年就農給付金(経営開始型)の活用 (就農後) ○経営安定への支援 ◎雇用就農に向けた支援			○		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆新規就農者数 年間230人	◆新規就農者数 年間250人
県外からの就農希望者の確保						
新規就農相談センター（農業会議・県農業公社）：就農相談活動の実施 県立農業大学校研修課：「こうちアグリスクール（東京・大阪会場）」の運営、スクーリング研修の実施 農業振興部：U・Iターン者及び専門技術員等による「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施						
					◆指導農業士 H23：49人 H27：70人	
研修の拡充						
生産者：研修生の受け入れ（指導農業士等の受入先の拡充） 市町村等：実践研修の実施 市町村担い手協議会等：研修事業の円滑な推進の支援 県農地・担い手対策課：研修生（就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内）への青年就農給付金（準備型）の給付＋県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援 研修生（上記以外で65歳未満）への県新規就農研修支援事業による支援 県立農業大学校教育課：就農希望者に対して座学・実習など2年間の実践的な研修教育を実施 県立農業大学校研修課：新いなかビジネススクール（ネット研修）や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施					◆人・農地プランの作成 200集落	
遊休農地やハウス等の活用						
市町村担い手協議会（農業委員会等）：ハウス情報の収集・提供 県担い手協議会：耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援（～H25） 農業団体（県農業公社）：遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供 耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援（国への上乗せ） 県農地・担い手対策課：農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を図る取り組みを促進し、管理に要する経費を支援（H25～）						
初期投資の軽減						
県産地・流通支援課：新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課：就農する際に利用できる無利子の資金の貸付						
円滑な就農に向けた支援						
市町村担い手協議会（市町村、農業委員会、JA等）：農地や研修等の情報提供や助言などの実施 市町村：集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施 県農地・担い手対策課：JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の実施と整備したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る。（H25～）						
営農定着への支援						
県産地・流通支援課：就農サポートハウスにより1～3年実績を積むための支援（H24終了） 県農地・担い手対策課：45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金（経営開始型）の給付						
経営安定への支援						
農業団体（県農業公社）：就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施（H22年度から新たに職員を配置） 農業団体（農協）：営農指導員による営農指導 農業振興センター：普及職員による技術指導						
雇用就農の拡大に向けた支援						
国：農の雇用事業による農業法人等への支援 県農地・担い手対策課：従業員のスキルアップへの支援 農業団体（農業会議）：ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり	◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり ◆有機農業実践者の育成により、県内での就農者数が増加 ◆有機農業推進法の制定(H18)、高知県有機農業推進基本計画の策定(H20)	・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援 ◆卒塾生の県内就農者数は34名(うちIターン者15名、H18～H22) ・環境直接支払(有機農業の取組等)の周知 ◆有機農業の推進体制は9市町村で整備、環境直接支払に係る有機農業の取組は14市町村で実施 ・有機栽培実証ほの設置及び県内優良事例の探索 ◆30品目の有機栽培事例を作成 ・生産者PRパンフレットの作成及び実需者の有機農産物ニーズの把握 ◆生産者と実需者のマッチングが必要 ・補助金や委託事業により有機JAS認証取得支援を実施 ◆有機JAS認証取得農家数は82戸(H21)から88戸(H23)に増加	◆有機農業新規就農者の生産技術や販路が不安定であり経営状況は厳しい ◆各作物の有機栽培事例はとりまとめたが、周年作付の体系化が不十分 ◆県内の有機農業実践者の多くは少量多品目の生産で流通販売先も個別で不安定	◆○有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援 ◆◎有機栽培の作付体系の実証 ◆◎有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆有機JAS認証農家戸数 5件/年 （H23：88戸 → H27：108戸） ◆支援体制設置市町村 H23：9市町村（26%） ↓ 17市町村(50%)	◆有機農業の普及拡大による産地化

有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援

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

有機栽培の作付体系実証

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

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

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

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり	◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行 ◆産地においては、高齢で零細な経営体が多く、今後、生産力の減少が懸念されるため、将来にわたって安定した経営を行っていくことのできる農業法人を含めた担い手の育成が必要	・規模拡大等による企業的経営体の育成を行うため、企業的経営の普及啓発を行うとともに、農家をリストアップし、カウンセリング・コンサルテーションの実施や研修会の開催による支援を実施 ・優良な労働力の確保や従業員の人材育成への支援を実施 ◆規模拡大志向農家の経営状況や課題の把握を行い、改善に向けた助言や支援を実施し、改善につながる事例もみられた。 JA等が行う無料職業紹介事業によって求人と雇用のマッチングの体制整備が進んできた	◆規模拡大には、設備投資や経費の負担が大きく、長期的な視点に立った経営計画の作成が必要 ◆また、雇用労働力を活用していくためには、受け入れ側の環境整備等が必要 ◆長期的に安定して経営する企業的経営体の一つの形態として、法人化の取組を強化 ◆あわせて、県内の農業法人の組織化を推進	◆◎経営者(担い手)の育成 ◆◎法人経営体の育成 ◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

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

企業的経営体志向農家の掘り起こし

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

経営者の育成（企業的経営に向けた経営発展計画作成支援）

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

個別経営計画の実践と法人化の推進

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

規模拡大に向けた農地情報の収集と提供事業の充実

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

農地の流動化と担い手への集積

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

農業法人の組織化

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

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり	◆林業の担い手が高齢化・減少している	・新規就業者職業紹介アドバイザーの設置 ・林業体験教室や就業相談会の開催 ・高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施 ◆就業希望者と林業事業体それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある ・技術者養成手法の改善、強化 ◆県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより基幹となる林業技術者の育成が進んだ	◆林業事業体の経営状態が脆弱で計画的な雇用ができない ◆木材の増産に向け素材生産を行える人材の育成が必要 ◆効率的な生産ができる事業者が少ない P348 別図(林3)参照	◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ○就業者向けの林業体験の実施 ○就業希望者へのPR方法の改善			○		○	
				◆林業技術者養成手法の改善、強化 ◎木材生産の技術習得の推進 ◎先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上			○		○	
		・所得の確保など事業体における就労条件の改善 ◆就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた	◆担い手の確保と技術の向上	◆○事業体における就労環境の改善			○		○	
		・市町村、森林組合等への説明会の実施 ・市町村広報誌や林業機関誌への掲載による森林整備のPR ◆H21実績84人、H22実績76人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった ・自伐林家等による生産を促進 ◆副業型林家を育成することで、副収入を得る者だけでなく専業とするものも出てきている	◆担い手の確保と技術の向上	◆自伐林家等による生産を促進 ○自伐林家の生産活動の支援 ○副業型林家の育成			○		○	
		・キノコや木炭など特用林産物の生産活動への支援 (安芸地域) 土佐備長炭の生産、出荷、販売体制の強化 (嶺北地域) シキミ、サカキの生産拠点づくり (仁淀川地域) シキミ、サカキの販路の拡大 (高幡地域) シイタケ生産の拡大 (幡多地域) 備長炭生産拠点の整備 ・特用林産就業者の育成 ◆H22から土佐備長炭やシイタケ生産について7名が研修を実施	◆研修終了者が地域で定着できる体制づくりが必要	◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR ○市町村と連携した総合的な支援	○				○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
就業希望者への支援 林業労働力確保支援センター：就業者アドバイザーによる雇用情報の収集強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施 県森づくり推進課：林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業体の指導を実施					◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる	◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている
技術者養成研修の実施 林業事業体：県の研修と併せて緑の雇用現場技能者育成対策事業を活用した担い手の育成 森林組合連合会等：事業体の指導 林業労働力確保支援センター：研修事業の実施及び事業体の指導 県森づくり推進課：林業技術者養成研修等の拡充、研修の中核を担う労確センターの支援					◆担い手 1,720人	◆担い手 1,720人 ◆林業雇用労働者（原木生産）の年収　400万円
事業体の就労環境の充実 事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善 県森づくり推進課：事業量確保ができるよう森林施業プランナーの支援、退職金共済の掛金への支援や林業就労環境改善事業等により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進						
自伐林家の生産活動の支援 自伐林家：生産活動への積極的な取組 森林組合：管轄内の自伐林家支援に積極的に参画 県林業改革課：森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援						
副業型林業への技術支援 自伐林家等：研修制度の積極的な活用と森林整備の促進 NPO等：研修会の開催による技術指導の実施、修了生の就業状況把握、自伐林家等のネットワークづくり 県森づくり推進課：副業型林家を育成するための研修会の支援						
特用林産物の生産活動の支援 地域林業者等：施設整備など生産コストの削減等による積極的な生産活動 県木材産業課：市町村との連携強化や補助制度を活用した地域発の取組を支援					◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいるまた、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている	◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得が向上しているまた、高齢の方でも収入が得られる機会を創出されている
特用林産業新規就業者の育成支援 地域林業者等：生産技術の習得 市町村：新規就業者を認定し、実践研修経費を助成 県木材産業課・森づくり推進課：市町村が負担する実践研修経費への支援						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり	◆漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少 ◆新規漁業参入者は H15年19名、 H16年23名、 H17年22名、 H18年25名、 H19年41名 ◆過去3年間の新規就業者の前職は、サラリーマンからの転職なども多い(40歳以上49名、30歳台19名、30歳未満20名) ◆支援事業で確保した漁業者12名(平均年齢34歳)は中堅漁業者として定着	・H21年度から県漁協に漁業就業アドバイザー1名を配置(ふるさと雇用再生特別基金事業) ・H23年度から幡多地域に漁業就業アドバイザーを1名増員(重点分野雇用創造事業) ・アドバイザーによる情報収集や研修受け入れに関する地元調整、各種就職相談会での勧誘活動 ・漁船リース事業の創設 H21年度:長期研修修了者を対象 H22年度:雇用型労働者から独立する漁業者を対象 ◆漁船リース事業やアドバイザーの配置等の支援策の充実により、それまで頭打ち若しくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた	◆釣り漁業に比べ初期投資が大きいためこれまで受け入れのなかった網漁業や、研修未実施地区での取組を拡大 ◆ふるさと雇用再生特別基金事業終了後のアドバイザーの継続的確保	◆漁業の担い手の確保 ◎研修未実施地区での研修受入 ★幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進 ★漁業を知る機会の創設、就業希望者の掘り起こし ○アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実			○		○	○
	◆移住促進に取り組む地域間での競争が激化	◆移住の地として高知県を選んでいただけるように都市圏での移住相談会へ参加	◆より移住に結びつく情報発信の実施	◆都市部での移住・新規就業希望者相談会等の実施 ・移住フェア等への参加に加え、意識の高い移住希望者を対象とした高知県独自の小規模相談会の実施 ・高知県を知ってもらうため、地域体験・交流情報も発信			○		○	
	◆行政が主体となり移住を促進	◆移住協働パートナー市町村や一部の民間団体と連携して受け入れ体制を整備	◆市町村の取組状況には温度差があり、連携対象となる民間団体もまだ限られている	◆市町村、民間団体との連携強化による高知県全体でのフォローアップの実施			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
研修未実施地区での研修受入 幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進 漁協：指導者の確保、漁業体験研修の実施、漁船リース事業への取組、准組合員制度の活用 アドバイザー：県内外就職相談会での勧誘活動 市町村：漁船リース事業への取組、財政支援 県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進 県漁業振興課：研修制度の充実、生活支援・技術指導、アドバイザーとの連携、研修未実施地区に対する事業説明会の開催による制度の周知					◆高知市の小型底曳網など研修実施地区、漁業種類を拡大 ◆年間32名の新規就業者を確保 ◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成	◆若手漁業者の比率拡大により、漁業生産量を確保、漁村の活性化 ◆新規就業者を320名確保
	漁業を知る機会の創設、就業希望者の掘り起こし 漁業者（認定漁業士）：セミナー等での漁業の詳しい実態等についての講演、体験プログラム指導 漁協：漁協、セミナー等での市場の仕組みについての講演と模擬セリ等の実演、雇用型漁業の基礎情報や求人情報等の提供 アドバイザー：漁業求人情報の収集・データベース化、就業希望者の情報提供と勧誘、支援制度の紹介 県漁業指導所：漁業求人情報の収集や就業希望者とのマッチングの支援、セミナー等の開催支援 県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導提言、漁業就業支援セミナー等の開催					
アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実 アドバイザー：研修修了生の操業状況調査、相談への対応 漁協、市町村：地元への定着支援 県漁業指導所：漁労技術、水揚げ向上への技術的助言 県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導助言						
情報発信の強化 県地域づくり支援課：民間団体、市町村と連携し、都市部での移住相談会を実施 観光部門とも連携して体験、交流情報も発信 ホームページ、メールマガジン等を利用した情報発信 フォローアップデータベースを活用した移住希望者の囲い込み					◆移住者数 年間500組 ※県＋市町村で把握する移住者数	
官民協働のワンストップ窓口体制の整備 徹底したフォローアップの実施 高知県の移住促進の取組の中心となる団体の立ち上げ 県地域づくり支援課：移住交流コンシェルジュを総合窓口とする官民協働の移住促進体制の整備 フォローアップデータベースを活用した徹底したフォローアップの実施 高知県の移住促進事業の担い手となる団体のあり方を検討、設立を準備					◆移住促進事業は新たに立ち上げた団体を中心に実施	◆民間団体、市町村、県が連携した体制の確立

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

連携テーマ【産業人材の育成・確保】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 人材を外から持ってくる・人材を引き留める (1)産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり	◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数 H20年度 10件 ◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い	・「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施 ◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した	◆登録企業と求職者とのマッチングの促進	◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・Iターン企業就職等支援事業 県の無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う 県内高校生に対して、卒業時に「U・Iターン人材情報システム」を周知する					○	
	◆県内高校から大学に進学する生徒の約8割は県外大学へ進学 ◆県内企業では新規大卒求人が充足しない雇用のミスマッチがある	・本県出身の県外大学生等に、ダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出展、県外大学保護者会への参加など、本県の魅力や県内企業情報を周知した ◆県外大学生等に高知の魅力を発信したり、就職情報の提供ができた	◆学生に対する県内企業の情報提供 ◆保護者の県内企業への理解促進 ◆県外大学に進学する高校生に対しての情報提供	◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供 ◎新規大卒者等県内就職支援事業 ダイレクトメール、保護者会などを通じて、県内企業の企業説明会等の情報を提供、東京・大阪の就職相談会では、高知県の魅力を伝えることにより、県内への就職促進を図る ○民間と連携して、県外大学生に対する県内インターンシップ情報を提供し、県内企業の理解促進を図る ★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援(再掲)					○	
(2)専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保	◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数 H20年度 10件 ◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い	・「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施 ◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した	◆登録企業と求職者とのマッチングの促進	◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・Iターン企業就職等支援事業 県の無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う 県内高校生に対して、卒業時に「U・Iターン人材情報システム」を周知する					○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

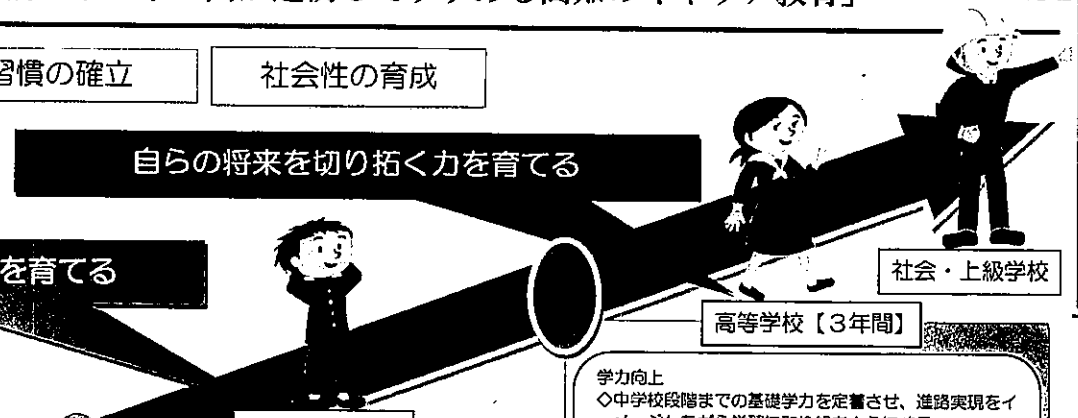
【 連携テーマ 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進 県雇用労働政策課・県外事務所：機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する					◆企業が求める人材の確保	◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している
県外大学生のUターン就職の促進 県雇用労働政策課・県外事務所：県外大学への情報提供、民間が実施する就職ガイダンスへの県の直接参加、県外大学訪問や保護者会への参加等により、高知県の魅力や県内企業の情報を発信する 県雇用労働政策課： 県外大学生向けには、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」を周知することで、県内企業への就職促進を行う 【再掲】県雇用労働政策課： 私立中学高等学校の生徒に、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業や県内企業への理解を深める					◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材を確保	◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している
無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進 県雇用労働政策課・県外事務所：機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する					◆企業が求める人材の確保	◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

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

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



就学前

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

小学校【６年間】

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

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

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

中学校【３年間】

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

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

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

高等学校【３年間】

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

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

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

道徳性の芽生えを培う　道徳性の育成

キャリア教育全体計画の充実

中学校における職場体験学習の推進

人材育成・人材確保

年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり

高校生スキルアップ講座
インターンシップまたは企業見学
農林業体験インターンシップ
保護者対象進路講演会

Tosa Marugoto Business Academy 2013

「土佐まるごとビジネスアカデミー」のバージョンアップ

～全国一学びの機会が多い県を目指して～

【目　的】: 本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が大きな課題。そのため、人材育成のメニューを体系化し、受講者のニーズやレベルに応じて受講できるような環境を整備することにより、本県の産業や地域を支える人材の育成を進める。

【対象者】: ①地域産業リーダー（地域産業の実践者） ②地域産業リーダー（地域産業のコーディネーター） ③起業希望者 ④経営リーダー ⑤技術者リーダー
⑥一般従業者（営業、経理、技術員　等） ⑦第一次産業等の担い手　等、産業に関わる全ての方

【改定案】:

《平成24年度》

事前面談		
ガイダンス・入門編		・ガイダンス ・商品開発入門 ・マーケティング入門 ・プレゼンテーション入門
基礎編	基礎編①（商品企画）	・コンセプト設計 ・パッケージデザイン ・商品企画 ・知的財産管理 ・IT活用
	基礎編②（経営・マーケティング戦略）	・経営戦略 ・マーケティング戦略 ・人材・組織管理
	基礎編③（財務戦略）	・会計実務 ・財務戦略 ・リスク管理
	基礎編④（サプライチェーンマネジメント）	・生産管理 ・流通管理 ・販売管理
	基礎編⑤（貿易実務）	貿易実務
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 ・とさ旅セミナー
専門知識・技術		・生産管理高度化研修 ・土佐FBC ・各産業分野の研修

受講生のニーズに合わせてバージョンアップ（新設・再編）

■バージョンアップのポイント

○企業経営者の講義への関心が高い。（修了アンケート）
　⇒「トップレクチャー」を新設
○地域や企業での実地研修へのニーズが高い。（県民世論調査）
　⇒基礎編④として「事例研究」を新設
○遠隔授業の受講生が少ない。
○身近な地域で受講したい声が多い。（対話と実行座談会、修了アンケート）
　⇒基礎編⑥として「出前講座」を新設

《その他、主な変更点》
○「ガイダンス・入門編」「基礎編」を前・後期2期制から1期制へ
○「ガイダンス・入門編」「基礎編」の講師を県内講師のみから県内外講師へ

《平成25年度》

	事前面談		
新設	*トップレクチャー*		
再編	ガイダンス・入門編		・ガイダンス ・商品開発入門 ・マーケティング入門 ・プレゼンテーション入門 *・ソーシャルメディア入門*
再編	基礎編	基礎編①（商品企画）	・コンセプト設計 ・パッケージデザイン ・商品企画 *・商談・プレゼンテーション* ・知的財産管理
		基礎編②（経営・マーケティング戦略）	・経営戦略 ・マーケティング戦略 ・人材・組織管理
		基礎編③（財務戦略）	・会計実務 ・財務戦略 ・リスク管理
新設		*基礎編④（事例研究）*	*・現場研修（第1次産業・6次産業化）* *・現場研修（第2次産業）* *・現場研修（新産業）*
		基礎編⑤（貿易実務）	貿易実務
新設		*基礎編⑥（出前講座）*	*地域の実情に合わせた内容（10地域程度）*
バージョンアップ	応用・実践編		*・土佐経営塾（バージョンアップ）* *・目指せ！弥太郎　商人塾* *・創業塾* *・農業創造セミナー（バージョンアップ）* *・とさ旅セミナー（バージョンアップ）*
バージョンアップ	専門知識・技術		*・生産管理高度化研修（寄附講座）* *・土佐FBC（寄附講座）* ・各産業分野の研修

6　移住促進による地域と経済の活性化

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状		課題	施策の方向性
県外からの移住者　120組（H23）	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。

※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

を目指す本県産業の姿

移住促進による地域と経済の活性化

対応策（第2期計画ver.2の取組）

H24 → H25 → H26 → H27

4年後の目標（H27年度末）

新 ○高知県をＰＲするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作（P230）
新拡 ○各種メディアを通じた情報発信の強化（P230）
⇒アクティブな情報発信により、高知ファンや移住に関心のある方を拡げる
［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・電車のトレインチャンネルでＣＭ
○観光・交流の促進
新拡 ○移住促進と各分野（県産品、観光、中山間対策）のプロモーション活動との連携強化（P230）

○移住に関連づけたターゲティングアンケートの実施
新拡 ○移住ポータルサイトの魅力ＵＰ（先輩移住者の紹介等）（P230）
新 ○外部媒体から移住ポータルサイトへの訪問者増加対策
（リンクの拡大、ＳＥＯ対策等）
新拡 ○各種メディアを通じた情報発信の強化（P230）
⇒アクティブな情報発信により高知への移住に関心を持つ人の大幅な増加を図る
「ターゲット別のプロモーション」
・専門誌（趣味、田舎暮らし、子育て）を通じた高知の魅力の発信
新 ○届けたいターゲットに応じて「幸せ移住パッケージ」を作成・提供（P230）
・「幸せ移住パッケージ」で提供するコンテンツ（仕事、住む場所、趣味）の充実
⇒市町村と連携し、仕事と役割の掘り起こし・創出を図る。
・コンテンツが組み合わせで検索できる「幸せ移住パッケージ」のシステム化
新 ○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（P230）
新 ○龍馬パスポート取得者等を対象とした地域暮らし体験ツアーの実施

○高知で暮らし隊登録者への移住関連情報の提供（ふるさと定期便）（P230）
○各地の県人会、校友会等の高知県出身者への情報発信ネットワークを構築、それを通じたタイムリーな高知情報の発信（P230）
○都市圏で開催の移住フェアへの出展（P230）
○少人数相談会やセミナーの実施（先輩移住者を招いて、生の声を聞いてもらう）
新拡 ○県、市町村、民間団体合同で実施するＡＬＬ高知移住相談会の充実
新拡 ○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
○移住体験ツアーの実施（P230）

新 ○官民協働による「(仮称）高知県移住推進協議会」を設立（P232）
⇒各種専門分野の相談への対応など、官民挙げて移住の促進に取り組む
新拡 ○移住・交流コンシェルジュの体制強化（P232）
新拡 ○移住相談対応や空き家調査等にあたる「専門相談員」の配置（P232）
（全市町村に普及を図る）
新 ○住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」（P232）の委嘱と普及
○空き家バンク登録情報の充実
○求人／就職情報の提供等によるＵ・Ｉターンの促進（P232）
○新規就農、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（国事業を含む）（P292，326，374）
（農業）新いなかビジネススクール、新拡 こうちアグリスクールの拡充、窪川アグリ体験塾での長期研修の実施、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
（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　など
新拡 ○高知ふるさと応援隊の増員
新拡 ○ニーズに応じた地域独自のインターンシップの実施
新拡 ○お試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備促進（P232）
○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 ○新しいチャレンジのサポート（P98，236）
・シェアオフィスの整備や創業者等の支援 新・土佐まるごとビジネスアカデミー

拡 ○「専門相談員」の配置によるフォローアップ［再掲］
新 ○住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及［再掲］
○移住者交流会の開催・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

◎市町村との連携強化（パートナー市町村の全市町村への拡大・補助金の大幅拡充など）

◆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「高知で暮らす。」へのアクセス数（H23）50,105件→70万件

●移住相談件数（H23)599件→4,200件

●暮らし隊の会員新規登録者数（H23)371人→2,600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)

●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)

●地域移住サポーターの委嘱と普及(H24）0人→300人

県外からの移住者 年間500組 以上を目指す

移住促進による地域と産業の活性化

幸せ移住 Kochi

課題

積年の課題

- 人口が全国に15年先行して自然減
- 高齢化率の上昇も全国に10年先行
- 縮小を続ける県内市場

顕在化する諸課題

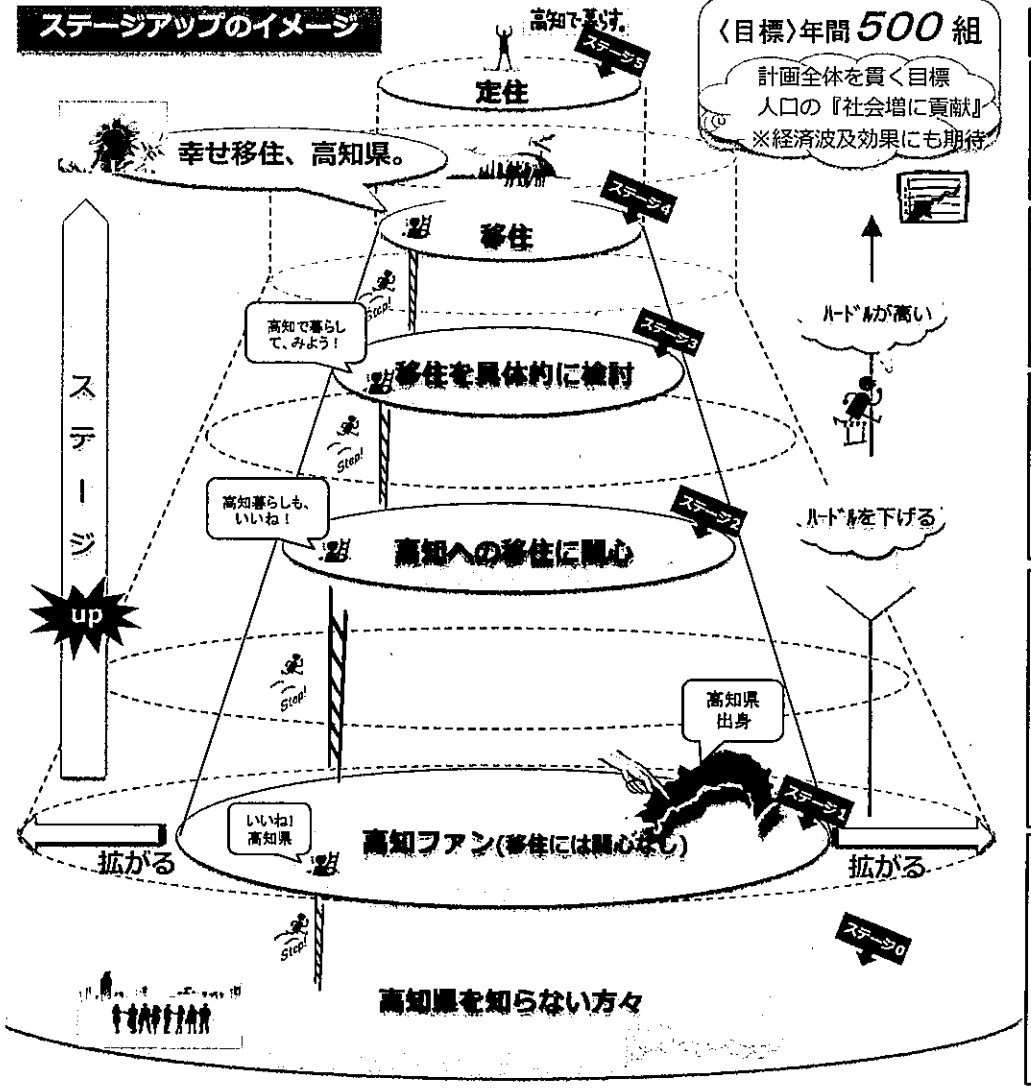
都市部
- 居住人口の減少
- 魅力低下に伴う来街者の減少
- 賑わい（回遊）の低下
- 空洞化（空き店舗の増加等）

中山間地域
- コミュニティー機能の維持
- 生活支援や福祉サービス等の提供
- 地域・産業の担い手不足

目的

市町村との更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る。

ステージアップのイメージ



ステップ	各ステージの課題	施策の方向性
5 高知に安心して住み続けてもらう	居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらう。	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実。
4 移住について真剣に考えて決めてもらう	移住後の生活に不安を持つ人が多い。(仕事や住居の確保等) -移住自体ﾊｰﾄﾞﾙが高い-	不安を解消してもらうサポートの充実。移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示。
3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	移住に関心を持っても、具体的に行動に移す人は、極めて少ない。	関心から行動へと促すための情報や機会の提供。
2 移住に関心を持ってもらう	移住を意識している人が少ない。	移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信。
1 高知を知って・好きになってもらう	全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない。	広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信。

産業成長戦略の概要（連携テーマ：移住促進による地域と経済の活性化）

本県では、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれています。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きています。

こうした中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取組を進めていますが、平成24年に県が行った、60歳の夫婦50組が大都市等から高知市へ移住を行い、平均寿命まで生活された場合の経済波及効果等の試算では、約65億円の経済波及効果等が見込まれ、移住の促進は、地域の人材確保だけではなく、本県経済の活性化の面からも大きな効果をもたらすのではないかと考えています。

このため、少子高齢化の進展を脅威と捉えるのではなく、移住促進策を強化することによって、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中心部の賑わいづくり」「中山間対策」を有機的に結び付け、地域と産業の活性化につなげる仕組みづくりを、進めていきます。

また、移住促進に取り組むに当たっては、県及び市町村の相談窓口などを通した移住者を平成27年度末に500組以上にするという目標を新たに掲げることし、市町村や民間の方々とのさらなる連携の下、総力を挙げて取り組んでいきます。

移住を希望する方が、移住を決断し、高知県に定住するまでの過程には、いくつかの段階があり、それぞれの段階に課題がありますので、課題を解消し、次の段階へのハードルを下げる取組が必要だと考えています。

まず、最初の段階では、高知を知って、好きになってもらわなければなりませんが、全国的にはまだまだ、高知を知っている人は少ないという課題がありますので、広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらうための多様な情報発信を行います。

次に、移住に関心を持ってもらう段階では、高知に好感を持っていても移住を意識している人は少ないという課題があり、高知県への移住についてリアリティ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。

また、その次の段階では、移住について関心はあっても、具体的な行動に移す人は、極めて少ないという課題があるため、行動に移ってもらえるように、移住相談会や移住体験ツアーなど、行動に移ってもらえる機会の充実を図り、その情報提供も積極的に行っていきます。

さらに、移住を決断する段階では、移住後の生活に不安を持つ人が多いので、不安を解消してもらうために、移住に至るまでの仕事や住居等の情報の提供やサポートを充実させます。

移住後の段階では、安心して高知県に住み続けてもらうために、地域になじんで、生きがいややりがいを感じてもらうことが重要になってくるので、地域になじむための情報や機会の提供に取り組んでいきます。

このように、段階ごとの課題を踏まえ、施策を構築し、目標の達成に向けて取り組んでいきます。

連携テーマ【移住促進による地域と経済の活性化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 高知を知って・好きになってもらう	◆全国的にはまだまだ、高知県を知っている人が少ない			◆広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信 ★高知県をPRするコンセプトコピー・プロモーションビデオの作成 ◎各種メディアを通じた情報発信の強化[不特定多数へのプロモーション] ◎各分野(県産品、観光、中山間対策)のプロモーション活動との連携強化						○
2. 移住に関心を持ってもらう	◆移住を意識している人が少ない			◆移住と言えば高知県と思ってもらえるような独自性の高い情報の発信 ◎移住ポータルサイトの魅力UP ◎各種メディアを通じた情報発信の強化[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て仕事、住む場所、趣味の情報をパッケージで提供する「幸せ移住パッケージ」の作成・提供 ★「幸せ移住コンテスト」の実施						○
3. 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	◆移住に関心を持っても、具体的に行動に移す人は、極めて少ない			◆移住への関心から行動へと促すための情報や機会の提供 ○高知で暮らし隊登録者への移住関連情報の提供(メールマガジン、郵送) ○各地の県人会、校友会等の高知県出身者への情報発信ネットワークを構築、それを通じたタイムリーな情報発信 ◎大都市圏での移住相談会等の充実 ◎移住体験ツアーの実施						○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

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

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

県産業振興推進部、県観光振興部、高知県地産外商公社
高知県をイメージさせるコンセプトコピーを作成し、そのコンセプトコピーを核として各分野で連携した情報発信を行い、ストーリー仕立てで高知県の魅力を打ち出し、高知県の知名度、認知度を上げていく

移住と言えば高知県と思ってもらえるような独自性の高い情報の発信

県産業振興推進部、高知県地産外商公社
移住希望者の関心の高い仕事、住む場所に加えて、趣味の情報をセットで「幸せ移住パッケージ」をとして提供する。「幸せ移住パッケージ」を、移住希望者が移住ポータルサイトにおいて、自ら検索できるようにシステム化を行って情報発信するとともに、趣味や生活スタイルの専門雑誌を通じて、届けたいターゲットごとの情報発信も行う

移住への関心から行動へと促すための情報や機会の提供

県産業振興推進部、高知県地産外商公社、市町村
気軽に情報収集ができる移住フェアや先輩移住者の生の声が聞ける少人数の相談会、官民協働で開催するオール高知相談会など、移住希望者の関心度合に応じた各種の相談会を充実させるとともに、開催についての情報発信も強化する。また、移住体験ツアーなど、地域体験に関する情報も積極的に発信していく

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【移住促進による地域と経済の活性化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう	◆仕事や住居の確保など、移住後の生活に不安を持つ人が多い(そもそも移住するということはハードルが高い)			◆市町村や民間団体等との連携強化によるサポート体制の充実 ★官民協働による「高知県移住推進協議会」の設立 ◎移住・交流コンシェルジュの体制強化 ◎市町村における専門相談員の配置の促進 ★身近な相談相手となる地域移住サポーターの委嘱と普及						○
				◆受入施設の整備と利用促進 ◎お試し滞在住宅やクラインガルテン等の移住者支援住宅の整備と利用促進 ◎シェアオフィス等の施設整備促進						○
	◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数 H20年度 10件 ◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い			◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・Iターン企業就職等支援事業 県の無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う。県内高校生に対して、卒業時に「U・Iターン人材情報システム」を周知する				○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
	移住希望者の不安を解消するための情報の提供、サポートの充実 県産業振興推進部、市町村、民間団体等 官民協働による「高知県移住推進協議会」の設立や、市町村における専門相談員の配置促進、地域における「地域移住サポーター」の普及、「移住・交流コンシェルジュ」の体制強化により、官民が連携して移住希望者をサポートする体制を整え、移住希望者への情報提供やサポートにあたる				◆移住者数 年間500組 ※県＋市町村で把握する移住者数	
	受入施設の整備と利用促進 県産業振興推進部、市町村 地域暮らしを体験できるお試し滞在住宅等の受入施設の整備を促進する。地域暮らしにより高知の魅力を知ってもらい、中長期滞在や二地域居住、その後の移住、定住につなげる。また、シェアオフィス等の施設を整備することで、移住者の起業、創業を支援する					
	無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進 県雇用労働政策課・県外事務所：機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する				◆企業が求める人材の確保	◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【移住促進による地域と経済の活性化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう	◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している 産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある			(就農前) ◆◎U・Iターン就農者の確保			○		○	○
				◆◎実践研修への支援 ★青年就農給付金(準備型)の活用 ○農地等の情報提供 ★農地の確保への支援 ★JA出資型法人等の経営強化並びに実践研修から就農へのスムーズな移行への支援			○		○	○
				(就農時) ◆★営農定着への支援 就農サポートハウスと青年就農給付金(経営開始型)の活用 (就農後) ○経営安定への支援 ◎雇用就農に向けた支援			○		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
					◆新規就農者数 年間230人	◆新規就農者数 年間250人
県外からの就農希望者の確保 新規就農相談センター（農業会議・県農業公社）：就農相談活動の実施 県立農業大学校研修課：「こうちアグリスクール（東京・大阪会場）」の運営、スクーリング研修の実施 県農業振興部：専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施						
					◆指導農業士 H23：49人 H27：70人	
研修の拡充 生産者：研修生の受け入れ（指導農業士等の受入先の拡充） 市町村等：実践研修の実施 市町村担い手協議会等：研修事業の円滑な推進の支援 県農地・担い手対策課：研修生（就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内）への青年就農給付金（準備型）の給付＋県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援 研修生（上記以外で65歳未満）への県新規就農研修支援事業による支援 県立農業大学校教育課：就農希望者に対して座学・実習など2年間の実践的な研修教育を実施 県立農業大学校研修課：新いなかビジネススクール（ネット研修）や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施					◆人・農地プランの作成 200集落	
遊休農地やハウス等の活用 市町村担い手協議会（農業委員会等）：ハウス情報の収集・提供 県担い手協議会：耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援（～H25） 農業団体（県農業公社）：遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供 耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援（国への上乗せ） 県農地・担い手対策課：農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を図る取組を促進し、管理に要する経費を支援（H25～）						
初期投資の軽減 県産地・流通支援課：新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課：就農する際に利用できる無利子の資金の貸付						
円滑な就農に向けた支援 市町村担い手協議会（市町村、農業委員会、JA等）：農地や研修等の情報提供や助言などの実施 市町村：集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施 県農地・担い手対策課：JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の実施と整備したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る（H25～）						
営農定着への支援 県産地・流通支援課：就農サポートハウスにより1～3年実績を積むための支援（H24終了） 県農地・担い手対策課：45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金（経営開始型）の給付						
経営安定への支援 農業団体（県農業公社）：就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施（H22年度から新たに職員を配置） 農業団体（農協）：営農指導員による営農指導 農業振興センター：普及職員による技術指導						
雇用就農の拡大に向けた支援 国：農の雇用事業による農業法人等への支援 県農地・担い手対策課：従業員のスキルアップへの支援 農業団体（農業会議）：ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【移住促進による地域と経済の活性化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう	◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めることが不可欠になっている。 ◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている			◆シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援 ★市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援 ★県や市町村を始めとする関係者が連携し、各種イベントやビジネスコンペなどを通じたPR、公募 ★入居する企業や新規創業者への初期経費の支援 ◎専門家派遣やセミナー開催、事業連携先の紹介などを通じた創業や事業継続・拡大への支援			○	○	○	○
5. 高知に安心して住み続けてもらう	◆安心して住み続けてもらうためには、居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらうことが重要			◆地域になじんで、住み続けてもらうための情報や機会の提供 ◎移住・交流コンシェルジュの体制強化(再掲) ◎市町村における専門相談員の配置の促進(再掲) ★身近な相談相手となる地域移住サポーターの委嘱と普及(再掲) ○移住者交流会を開催するなど、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						○

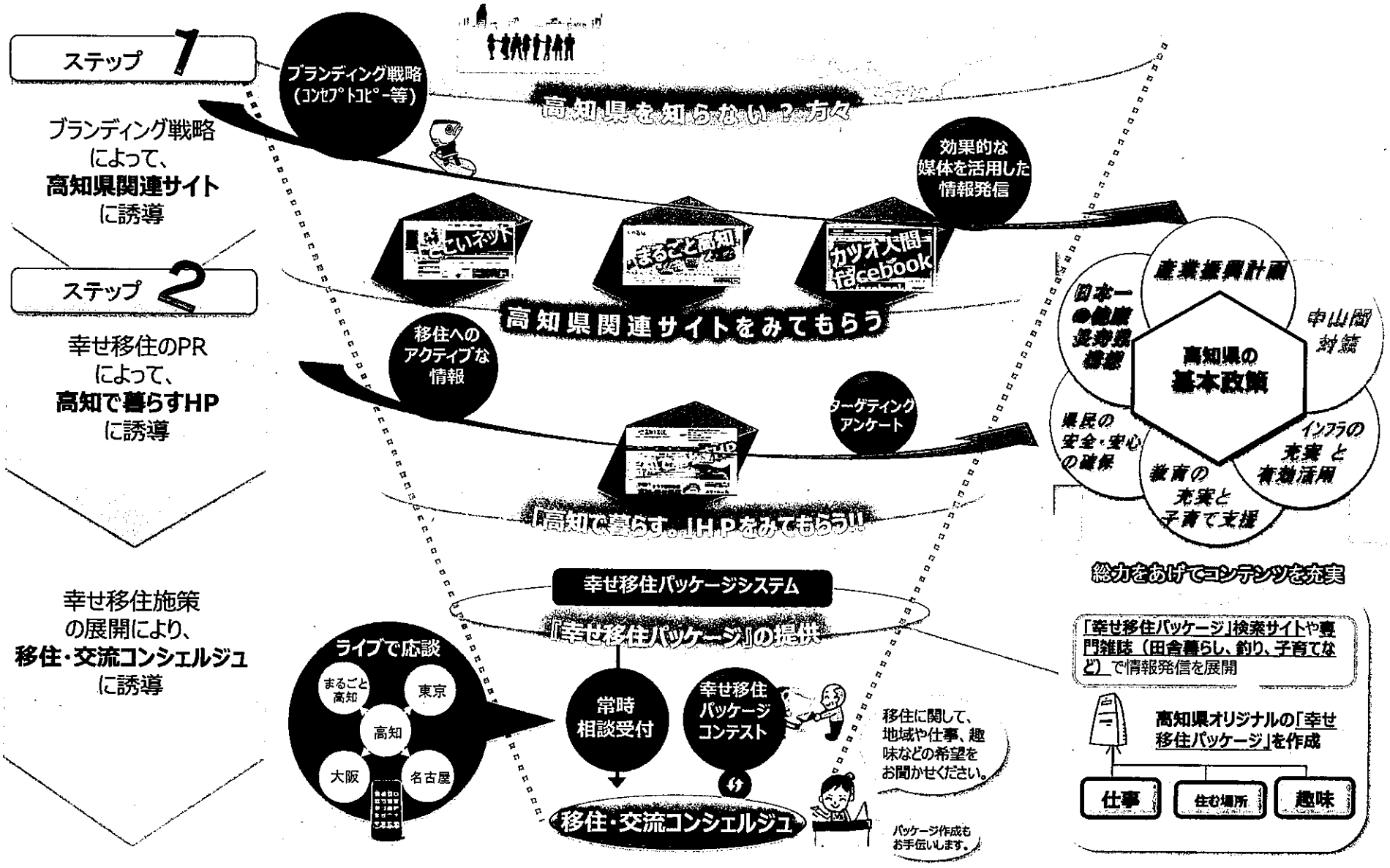
※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【連携テーマ】

第２期計画					目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
	シェアオフィス整備等の支援 県産業振興推進部：市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援				◆シェアオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上しつつある ◆県内6地域に、20企業が創業し、IT企業等の集積が始まりつつある	◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域等の知名度が向上し、ブランド化されている ◆IT企業等が集積している ◆中山間地域への移住や交流人口、雇用が拡大し、地域の活性化が図られている
	シェアオフィスへの入居促進 県新産業推進課：市町村と連携したシェアオフィスのPRや入居者の募集 新規創業等の事業者支援 新産業推進課：シェアオフィスに入居する新規創業者や企業の初期経営への支援 県新産業推進課、支援機関：専門家派遣によるハンズオン支援や、金融機関・事業連携先の紹介、創業・情報関連セミナーなどの開催による、創業や事業の継続・拡大に対する支援					
	地域になじんで、住み続けてもらうための情報や機会の提供 県産業振興推進部、市町村、民間団体等 「地域移住サポーター」、「専門相談員」、「移住・交流」コンシェルジュが連携したフォローアップの実施 移住者同志の交流会や移住者と地域住民の交流会などの開催を人的、財政的に支援				◆移住者数 年間500組 ※県＋市町村で把握する移住者数	

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

移住促進の政策展開イメージ１：「幸せ移住」の広報等から移住・交流コンシェルジュへの相談につなげる！



『幸せ移住』に向けて、展開イメージ２　へ

移住促進の政策展開イメージ2　移住・交流コンシェルジュへの相談から「幸せ移住」につなげる！

幸せ移住 Kochi

一緒に「生きがい」「やりがい」を見つけましょう♪

※移住希望者によって、ステップの入り口は様々です。

「生きがい」「やりがい」を実感!!

《幸せ移住達成 ～ 定住へ》

移住・交流コンシェルジュ

高知への移住をお考えなら、会員登録をお願いします　No　Yes!

Why?

モヤッと？

必要な情報は自分で探す
個人情報を知られたくない
すぐには移住しない

高知で暮らし隊

登録

関わりを保つ

登録へ誘導

Facebook
ブログ
ホームページ

会員特典
ふるさと便（月1回）
メルマガ（月1回）

その後、いかがですか？しばらく動きの見えない方をステップ3-1以降へ誘導

ステップ3-1

移住や高知について知識・情報は十分ある　Yes

No

Webでの相談や移住相談会に参加しませんか？　No　Yes!

Why?

時期が合わない
会場まで遠い

地域住民移住者とつながる地域体験を勧める　Push

Web面談
相談会等
移住フェア
移住セミナー
ALL高知相談会

①必要な情報は得られましたか？　Yes!　No

Why?

もっと情報が欲しい　スッキリ!!

①へ誘導

①へ誘導

インターネットセミナー
Web面談（在宅でも可）
個別に情報を追加提供

ステップ3-2

高知の風土や人を理解している　Yes

No

高知で地域体験しませんか？　No　Yes!

Why?

時期が合わない
費用がかかる

地域の暮らしが実感できるお試し滞在を勧める　Push

地域体験
現地個別訪問体験ツアー
おきゃく/現地案内/交流

②地域のイメージは実感を持てましたか？　Yes!　No

Why?

他の地域も見てみたい

②へ誘導

②へ誘導

ツアー風景のWeb配信
個別訪問プラン・体験ツアーの提案

ステップ4-1

暮らしたい地域をよく知っている　Yes

No

試しに暮らしてみませんか？　No　Yes!

Why?

長期滞在は難しい
地域や施設が希望に合わない

具体的な仕事・住居を紹介して実行を促す　Push

③お試し滞在・二地域居住
お試し滞在施設
地域インターンシップ
クラインガルテン
交流

④ここで暮らしたいと思いましたか？　Yes!　No

Why?

思いと違っていた
まだ決心がつかない

③へ誘導

④へ誘導

他の地域の滞在施設やインターンシップ（一定に応じた期間の期間）の紹介
二地域居住の提案

ここからは、私達もしっかりサポートします

ステップ4-2

仕事は決まっている（必要ない）　Yes

住居は決まっている　Yes

Yes!
徹底した仕事の情報提供やマッチングサポート
No

Yes!
物件情報の提供や現地までの案内
No

決まるまでサポート

仕事

住居

ニーズに応じて地域の就業情報を掘り起こし

ニーズに応じて地域の遊休施設を掘り起こし

幸せ移住パッケージシステム等による情報提供

《仕　事》
各種支援制度
UIターン人材システム
高知医師ウェルカムネット情報
ふるさと応援隊
ハローワーク求人情報
など

《住　居》
市町村掘り起こし物件
市町村支援住宅
不動産所有物件
サポーターの紹介

担当コンシェルジュが誠意と熱意を持って継続的にアプローチ

専門相談員　地域移住サポーター　県と相談員・地域移住サポーターがしっかりサポート

官民協働で、ツアーや現地訪問の同行、地域案内や住民との交流支援、仕事のマッチング、家探しから契約までを、しっかりサポート！

「高知県移住推進協議会」：官民協働による「高知県移住推進協議会」を設立。それぞれの立場で各種の専門的な相談など様々な場面でサポート！

Ⅱ　専門分野の成長戦略

1　農業分野

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

農業産出額 930億円(H22) ↓ 958億円(H23)

第2期計画ver.2の取組

H24 → H25 → H26 → H27

生産

◆本県農産物の品質を高め、生産量を増やす

○高収量・高品質に向けた取組の展開（P246～P255）

・「学び教えあう場」の取組をさらに県内に広げる。

(拡) 高知県産花きの生産振興を強化

(新) 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）

(拡) 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り、営農定着や規模拡大への負担を軽減する→ハウスの整備とあわせて、ヒートポンプ、木質バイオマスボイラー、改良型燃料タンク等を整備する場合等、補助対象を拡大する。

○環境保全型農業のトップランナーの地位を確立（P256～P265）

・天敵導入など安心・安全につながるＩＰＭ技術を全地域、全品目へ普及。

(拡) オランダとの友好園芸協定を活かす。
オランダ民間企業の技術者の招へい等による技術開発、普及の加速。高収量・高品質に向けた「こうち新施設園芸システム」を構築する。

○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、生産性の向上を進める（P276～P285）

(新) 畜産の生産基盤強化

◆担い手の確保と、地域の中核となる農業者等の規模拡大を進める

(新) 新規就農者の確保・育成と、実践研修などによる営農定着を支援する（P292～P293）

・研修や就農時に利用できるハウスの整備

○農地の集積による規模拡大や、経営体質の強化を進める（P294～P297）

◆中山間地域の農業を維持・活性化させる

○集落営農を県内全域へ拡大する（P286）

○こうち型集落営農のステップアップを支援する（P286）

(拡) ・法人化や組織の加工等への取組を促す

○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）（P290）

(拡) ・中山間での有望品目として販売ルートが確保され、軽量で初期投資の少ないミシマサイコの振興を図る。

加工

◆生産と一体となった加工ができる体制づくりを目指す

◆農業者の収入につながる地域資源の加工を進める

○農産物加工ができる人材を育成する（P288）

(拡) ・農業創造人材育成事業修了生等のステップアップを支援する

○地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチングを進める（P288）

(新) ・地域に合った伝統作物を復活させる、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を支援する（P288）

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・販売体制を構築する

○産地を伝える販売を強化し、本県園芸品のファンづくりを行う（P266～P273）

・「新園芸ブランド」による販売を拡大する。

・本県農業の取組を理解してくれるパートナー量販店での販売を強化する。

・流通関係者等の産地招へいや、メディアの活用、学校等への出前授業の実施により、産地の取組をＰＲ。

○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かす（P268～P271, P274）

・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」を構築する。

・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進める。

(拡) ・高知県産花きの販売強化（関東で商談会を実施、実需者との顔が見える関係づくり、県産花きの販売ＰＲ強化、花きアドバイザーの設置、輸出の拡大）

(拡) ・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する

を目指す本県産業の姿　農業分野

4年後の目標（H27年度末）	さらなる飛躍へのポイント	10年後の目指す姿（H33年度末）
●ＩＰＭ技術がより高度化するとともに、全地域・全品目へ普及 ●集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率 <組織構成員の所有面積の県内面積（28,600ha）に占める割合> H23：9.1%(2,607ha) →H27 :13.9%(3,974ha) ●こうち型集落営農数 H23：17組織 →H27：32組織 ●新規就農者数 230人/年	**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	**農で働き高知で暮らす** ●新規就農者数 :250人/年
●地域資源を活用した加工の取り組みが県内各地に広がる	**一経営体あたりの収入をアップ** 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	**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 :27.8%（7,948ha） ●集落営農のうち、こうち型集落営農数 :100組織
●本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている ●実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている	**中山間で収入を得る仕組みを定着** 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	**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	

農業産出額1000億円以上を目指す

農業産出額1050億円以上を目指す
～地域で暮らし稼げる農業～

産業成長戦略【農業分野】の概要

消費者に選ばれる産地へ

農業産出額の増加・所得の向上

安心して農業を継続

1．本県農産物の高付加価値化

生産力の向上

①まとまりのある園芸産地総合支援

まとまりづくり

高品質 高収量 低コスト

- 新 「学び教えあう場」の強化
  - ・生産現場での環境制御技術等グループ実証の実施
- 省エネルギー対策支援
- 有望な園芸品目の導入
- 園芸品目の総合戦略支援

野菜　果樹　拡 花き

産地づくり

- 拡 拡 レンタルハウス整備事業の充実
- 園芸用ハウスの流動化を促進
- 集出荷等施設の再編・集約、機能向上を支援

②環境保全型農業トップランナー地位を確立

安全・安心

- IPM技術を全品目へ普及
- GAPの活用　● 土づくりと施肥の改善
- 拡 新施設園芸システムの構築
- 拡 オランダウェストラント市との友好園芸協定を活かす
- 有機農業の推進

販売力の向上

③流通・販売の支援強化

販売額拡大・販路拡大

- パートナーシップの強化
- 新たな出荷・流通・販売体制の構築
- 業務需要の開拓
- 展示商談会の開催
- 拡 輸出の取組をさらに強化

販売を見据えた生産 産地を伝える販売

PR・消費拡大

- 高知フェアの開催
- アンテナショップ等での販促
- 拡 花きの消費拡大等に向けた取組を強化
- 出前授業

④品目別総合戦略

高付加価値化

特色のある農産物の生産量を拡大

米	高品質安定生産 地域ブランド米の育成
土佐茶	生産性・品質向上 販売活動の強化
畜産	酪農・肉用牛 拡 土佐あかうし)・養豚 土佐ジロー・土佐はちきん地鶏

⑥6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり

- 拡 新 加工、グリーン・ツーリズムの取組強化と6次産業化の推進
  - ・6次産業化をリードする人材の育成
  - ・地域資源を活かした商品開発・販路拡大を支援
- 拠点ビジネスづくりの推進
  - ・こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり

⑦中山間に適した農産物等の生産

- 拡 薬用作物の生産拡大支援など

本県農産物のファンづくりと地産地消の推進

2．中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

地域農業の活性化、雇用・所得の確保

⑤集落営農の推進

- 集落営農組織の育成と活動促進
  - ・話し合いの場づくりと実践
  - ・地域が行う研修会や先進地視察等への支援
  - ・中山間地域等直接支払制度の活用

ステップアップ　園芸品導入周年化

- こうち型集落営農の実現
  - ・コーディネーターや集落リーダーの育成
  - ・農産物加工やグリーン・ツーリズムへの取組を支援
  - ・法人化への支援
- 新 ・加工、交流施設への取組を促進

地域の拠点ビジネス

3．新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

産地を支える

地域の核となる農業の担い手を育成

⑧担い手の育成と生産資源の保全

新規就農者の確保・育成

- 拡 ・U・Iターン就農者等の確保
- ・実践研修など就農に向けた支援

定着に向けて

- 新 ・就農者をトータルにサポート（優良農地の確保や研修用ハウスの整備）
- ・営農指導・フォローアップ

規模拡大 経営強化

企業的経営体の育成

- ・法人経営体の育成
- ・法人経営体の組織化と経営発展への支援
- ・品目別規模拡大方策の策定
- ・施設整備や資金面での支援

生産資源の保全

- ・基幹的水利施設等の長寿命化対策
- ・農地・水保全管理支払交付金の活用

地域の担い手を確保・雇用の創出

産業成長戦略の概要（農業分野）

農業を取り巻く情勢は、生産資材の高騰や農産物価格の低迷など、非常に厳しい状況であり、農業者が意欲とやりがいを持って農業に従事し、次世代に引き継いでいくためには、生産基盤の強化や農家所得の向上が求められています。

そのため、第１期産業振興計画では「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」など２つの戦略の柱を掲げ、「高知ブランド」を全国に売り込む流通・販売の強化や、本県農業の強みである「環境保全型農業」の推進、担い手の確保・育成などに取り組んできました。この結果、地域のまとまりの形成や収量アップ、本県産農産物の認知度向上や販路拡大、環境保全型農業の取組の拡大、集落営農組織の育成や新規就農者の確保などの成果が出てきました。

一方で、更なる高度な生産技術の向上が必要であることや、環境保全型農業の取組を消費者に十分に伝える販売の仕方、「こうち型集落営農」による更なる所得の向上や、法人化など担い手の経営強化などの課題も浮かび上がってきました。

そのため、第２期産業振興計画では、取組の成果や課題を踏まえ、農業者の所得向上や本県農業全体の底上げ、雇用の創出につなげていくため、次の３つを戦略の柱として取り組んでいきます。

１．本県農産物の高付加価値化

本県農産物が競合産地に打ち勝ち、優位に販売されるためには、生産から流通・販売まで一体となった取組の強化により、農産物の付加価値を高め「高知ブランド」を確立することが必要です。

第２期計画では、「こうち新施設園芸システム」の確立に向けた研究開発に取り組み、施設ピーマンなどで増収効果が出ています。また、顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築では、こだわり農産物と飲食店とのマッチングや試食宣伝販売、商談会への参加支援などを行い、流通チャネルの増加に繋がっています。

Ｈ２５年度の改定のポイントとしては、①「こうち新施設園芸システム」の環境制御技術による増収効果を「学び教えあう場」を活用して早期確立と普及、②花きの販売ＰＲ強化では、高知フラワーアドバイザーを設置し、商談会の開催などを通じて「高知の花」の消費拡大への取り組み、③品目別総合戦略の畜産では、土佐あかうしを筆頭に販売促進に取り組みブランド化は出来てきましたが、生産量の減少により需要と供給のバランスが崩れてきているため、レンタル畜産施設等の整備を行うことで、畜産物生産基盤の維持・拡大、強化を図っていきます。

２．中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

過疎化や高齢化が進んでいる中山間地域は、本県の農業産出額などの約80％を占める食料供給の重要な地域であるとともに、多面的機能も有しています。こうした役割を維持しながら、安心して農業を続けることができるよう、所得の確保や雇用の創出に向けた、農業・農村を支える仕組みの強化が欠かせません。

第２期計画では、園芸品目等の導入や周年化による「こうち型集落営農」の実現、法人化による経営の安定化に向けた取組の支援、また、６次産業化に取り組む農業者のすそ野の拡大を目指し、農業創造人材育成セミナーを開催して意欲ある人材の育成を行い、所得の確保や雇用の創出を目指しています。

Ｈ２５年度の改定ポイントとしては、①取組方針に「中山間に適した農産物等の生産」を新たに追加し、薬用作物などの生産振興、②農業創造人材育成セミナーでは、実践段階のフォローを行っていくために、新たに応用・実践コースを設けて次のステップへ進む支援、③地域資源を活用した商品開発や販路拡大では、地域の残された伝統作物等の栽培態勢の整備や直販所等における販売、加工商品の原材料確保など特色のある地域資源としての活用を支援していきます。

３．新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

農業を維持・発展するためには、地域の農業を支える担い手の確保・育成と、個々の経営体の強化を図ることが重要です。

第２期計画では、新たな担い手の確保・育成の取組として、①ＰＲや相談、技術を習得するための実践研修など就農希望者への支援、②農地やハウス確保など営農開始時の支援、③営農技術指導や経営面でのフォローアップを行い、営農が軌道に乗り経営が安定するまでの支援など、段階に応じた支援を行うことで、目標とする新規就農者の確保に繋がっています。

Ｈ２５年度の改定ポイントとしては、新規就農者の就農時に課題となっている優良農地の確保や施設整備等について、園芸産地での話し合いを促進し、農地を新規就農者に提供できるよう地域での態勢整備を図るとともに、ＪＡ出資型法人等での園芸用ハウスの整備を促進し、研修の実施と研修終了後のハウスをリースできる仕組みづくりを進めることで、就農希望者の経営開始をトータルにサポートしていきます。

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1．まとまりのある園芸産地総合支援 (1)「学び教えあう場」の強化	◆燃油や生産資材の高騰により、園芸農家の経営は厳しい状況が続いている。また、県内の各産地においては高齢化による担い手の減少が進み、このままでは産地規模の縮小、県全体の生産・出荷量の減少が懸念される ◆平成20～23年度の4年間では、園芸農家の所得確保のために、篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、篤農家の栽培技術の移転を進めてきた。 しかし、篤農家技術に加え、高収量・高品質、省エネ・低コスト、省力化などに関わる新技術についても早急に普及・定着を進めるとともに、消費地での販売状況を見据えた産地の強化を図る必要がある	・地域の基幹品目の生産振興を支援するため、県域で34品目、181箇所の篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、栽培技術などの情報交換を進めてきた。また、県域で品目別の生産者交流会を開催することで、県内の生産者同士の交流や高度な技術の情報収集を促進してきた ◆園芸連など農業団体が単独で作成していた生産出荷指標・計画を県と共同策定し、目標を共有して、その実現に取り組みができた さらに、取り組みの実績・成果を共有する仕組みづくりが出来た ◆「学び教えあう場」を中心にした産地活動が活発になり、検討会への参加者数も増加した (参加者:平成24年1月末2,867戸/ 対象農家4,327戸) ◆各産地において、目標収量を達成した農家数や、販売数量が増加する出荷場数が出るなど成果が現れてきた。 また、交流会がきっかけで、県内他産地との相互交流が活発になってきた	◆生産者の高齢化や生産資材の高騰による農業所得の低下などの産地力の低下を考慮して、生産者や関係機関がしっかりまとまり、将来のあるべき力強い産地ビジョンを共有し、その目標達成に取り組む必要がある 品目別総合戦略シートなどに掲げる目標達成のための課題解決策の取り組みについて、農業団体と連携し、進行管理を行う必要がある ◆「学び教えあう場」ごとに課題解決のテーマを設定し、高収量や高品質などの目標達成に向け、勉強会グループが行う実践活動を支援していく また、効果的な活動とするためには、普及指導員の産地を牽引する総合力が求められている	◆○品目別総合戦略や生産出荷指標で掲げた課題解決策を評価し、その後の県全体への普及を図る。また、県域・産地ごとに、毎年見直し・実践を行うことで、販売数量の増加などの成果につなげる	○		○		○	
				◆◎平成24年度からは、「学び教えあう場」において、篤農家の技術の他に、地域・品目の実情に応じ、高収量・高品質など、産地の維持・発展につながる技術を早急さに普及させる 産地でテーマとして、 ①高収量・高品質生産技術の導入、②省エネ・低コスト生産の導入、 ③省力化技術の導入 などを掲げ、技術確立を行う。そして、産地で確立した技術は、県域で共有する仕組みづくりを行う	○		○		○	
				◆◎環境制御や省エネ技術について「こうち新施設園芸システム」の技術開発に取り組む農業技術センターと連携し、生産現場において、炭酸ガス供給装置などの備品を活用した実証及び、データ収集・分析を行うことにより早期に技術確立と普及を図る	○		○		○	
(2)有望な園芸品目の導入支援	◆農業者に新規有望品目に取り組むだけの時間的・経済的余裕が少なくなっている ◆高知県では水稲収穫後の農地はその多くが有効利用されていない ◆タバコ需要量の減少から、葉タバコ廃作農家が増加しており、経営支援が必要となっている	・園芸連、県で有望品目プロジェクトチームを結成し、有望16品目を3年間で実証栽培、販売促進(補助事業)、普及推進を図った ◆16品目の内、販売額がハスイモ、ニガウリ、パプリカ、甘長シシトウで5,000万円を、アスパラガスで1億円を超した(平成23園芸年度販売実績)。事業目標であった販売額5,000万円以上を5品目が達成できた ・22～23年度には水稲後作に野菜5品目をモデル導入し、作付奨励(補助事業)を行った ◆水稲後作では新規作物としてカット用ネギやカイランの生産が始まり、ブロッコリーやソラマメでは作付面積が拡大した	◆栽培技術が十分に確立されていない品目も残されており(花ニラ、3色ピーマン等)、残された1年で栽培技術を高めて産地化を図る必要がある ◆稲作農家を中心に水稲後作への野菜導入に関心が高まってきたが、まだ、大きな動きになっていない さらに、葉タバコ廃作者の経営維持が緊急の課題であり、野菜等への導入奨励が有効な手段である	◆有望品目の産地づくり ○栽培技術の確立及び普及推進の支援 ○販売促進の支援	○		○			
				◆水稲後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入支援 ○水稲後作地への導入推進 ★葉タバコ廃作者への導入推進	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
品目別戦略シート及び生産出荷指標・計画の実現に向けた進行管理 農業団体との進行管理の実施（計画、実践、評価・見直し：JA⇔農業振興センター、園芸連⇔産地・流通支援課） 生産者・農業団体・県 ： 産地ごとに、収量・品質及び、省エネ・低コスト等の技術力アップのための課題解決策を品目別総合戦略シートや生産出荷指標に位置づけ、実践するとともに、その目標を達成し、県全体の産地力アップに繋げることを目指す				P301 別図（農1）参照	◆学び教えあう場 H23年度：181ヶ所 →H27年度：190ヶ所 ◆対象農家数 H23年度：4，473戸 →H27年度：4，500戸 ◆生産出荷計画の実現（数量の平成23園芸年度比5%の増加） [野菜] 数量 H23園芸年度：960百t →H27園芸年度：1,000百t [果実] 数量 H23園芸年度：70百t →H27園芸年度：73百t [花き] 本数 H23園芸年度：4,100万本 →H27園芸年度：4,300万本	◆「学び教えあう場」を中心とした自主的な学習活動が定着する ◆産地で確立された新技術等が県域に普及する ◆消費者のニーズに応えることができる産地づくりができる
「学び教えあう場」の充実と取り組みの実践 新技術のグループ実証		新技術の定着促進	新技術の県全体への拡大			
生産者 ：「学び教えあう場」への参加と実践、グループ実証の実践（新資材を利用した新技術、新規有望品目の探索） 農業団体・市町村：「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流への主体的な関わり 県関係課・農業振興センター ：篤農家のほ場に「学び教えあう場」を設置、課題解決方策のデータ分析や産地間交流の運営のコーディネートなどにより産地力アップを支援 新しい資材の利用技術等の速やかな技術確立および普及						
品目別の生産者交流会 ： 品目別に県内全域の課題解決の実践について協議し、高収量・高品質生産など産地の強化に繋げる。 テーマ別の生産者交流会 ：高収量・高品質、省エネ、省力化など、テーマごとに県域の交流会を設定し、速やかに課題解決につなげる						
	こうち新施設園芸システム関連技術の実証及び技術確立		こうち新施設園芸システムの普及			
生産者 ：グループ実証の実践（環境制御技術） 農業団体・市町村：「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流への主体的な関わり 県関係課・農業振興センター ：増収のために、環境制御データの収集・分析を行い、新施設園芸システム関連技術の速やかな技術確立および普及						
有望品目の栽培技術の確立と定着 生産者・農業団体・市町村 ：実証栽培への協力、有望品目の面積拡大、販売促進 県関係課・農業振興センター ：導入品目の有望性の検証と地域への提示 →実証ほの設置→経済性評価 （栽培講習会の開催、生産者組織の設立支援、産地化支援）					◆販売額5,000万円を超す品目を5品目（H24年度末） H20年度：2品目 →H24年度：5品目	◆有望品目の定着
水稲後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入・定着 生産者・農業団体・市町村 ：有望品目の選定、生産者グループの募集、モデル栽培・出荷・販売、有望品目の面積拡大 県関係課・農業振興センター ：有望品目の選定、栽培講習会の 開催、栽培・出荷支援、産地化支援（補助事業）					◆水稲後作への露地野菜の作付けモデル；5グループ（年間） ◆葉タバコ廃作農家による野菜の作付けモデル；3グループ（年間）	◆水稲後作への露地野菜の作付け面積増加による水稲農家、園芸農家の所得増加 ◆葉タバコ廃作農家による野菜栽培の経営安定

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1．まとまりのある園芸産地総合支援 (3)花き産地づくりの支援	◆県産花きの栽培面積、販売額は減少傾向であり、このままでは花き産地の弱体化がさらに進むことが予測される ◆主要品目の多くは10年前との比較で単価が低下している	・平成22年度から各農振センター7地区で新品目の栽培実証を進めた ◆実証H22：7箇所9品目、H23：7箇所：9品目 ◆特に有望な品目についてモデル栽培を実施(H22黒潮町テマリソウ26a、H23黒潮町ダリア65a) ◆2年間の取り組みにより、新品目の探索・導入のための体制が構築できた	◆地域適応性から経営面までの有望性評価を2年間で判断するのは困難であり、継続的な取り組みが必要である ◆豊富な品目の中でも、既存品目に即代わるまでの有望な品目は極少ない ◆現在、地域の独自品種を核とした花き産地は足腰が強いため、こうした生産者の育種ノウハウの継承を支援する取り組みが必要である	◆○花き新品目の試験栽培、モデル栽培、実証販売により、花き産地強化を支援	○		○		○	
				◆★育種ができる人材づくりの支援	○		○		○	
(4)省エネルギー対策支援	◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的 ◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇 ◆東日本大震災の影響も相まって、重油価格動向の先行きは不透明。化石燃料の削減については既に社会的な動きになっている	・省エネルギー部会の平成20年度からの取組は、県内A重油使用量の目標を7万klとし、関係者で情報共有しながら省エネ対策を推進。 ◆ハウス内張被覆の多層化などの指導徹底(H23年度：研究会4か所) ◆耐低温性品種は中間母本育成中 ◆事業活用による木質バイオマスボイラーの導入 (H20：7台→H22：96台 →H23：114台) ◆ヒートポンプの導入 (H20：206台 →H22：354台 →H23：587台)	◆重油価格は80円/リットル以上で高止まり ◆①省エネ推進に向けた意識啓発、②省エネにかかる施設・機械の計画的な導入、③省エネ資材活用等の継続的な推進	◆○省エネ対策の徹底			○			
				◆○重油代替暖房機の普及推進(木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ等)			○			
(5)園芸品目の総合戦略支援	◆「高知県産業振興計画」の品目別推進計画として、平成20年度に「品目別総合戦略」を策定。野菜18品目、果樹6品目、花き4品目に水稲、茶、畜産5部門を加え、生産対策、流通対策などを各部門で展開してきた ◆生産戦略としては収量や品質を向上するための技術対策、生産を振興するための施設整備支援対策など、流通対策としては鮮度保持対策、消費拡大対策など、さまざまな課題に対して取組を推進してきた	・品目別の生産、流通、需要拡大及び販売対策を関係機関と連携して実施 ◆需要や販路の拡大、流通時の課題改善、生産量の拡大(反収、作付面積の増加)が図られた品目も多い	◆高齢化による生産基盤の縮小に歯止めがかからない中で、全国的な消費量の減少、消費流通構造の変化、生産コストの増加を含めた生産構造の変化、に総合的に対応する生産から流通までを一元的に捉えた総合戦略とそれに基づく展開が必要	◆○産地や生産量を維持、拡大すべき品目を絞り込み、生産から流通までの総合戦略に基づく各課題に全関係機関で総合的・効率的に取り組む	○		○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◉は拡充事業
○は継続事業

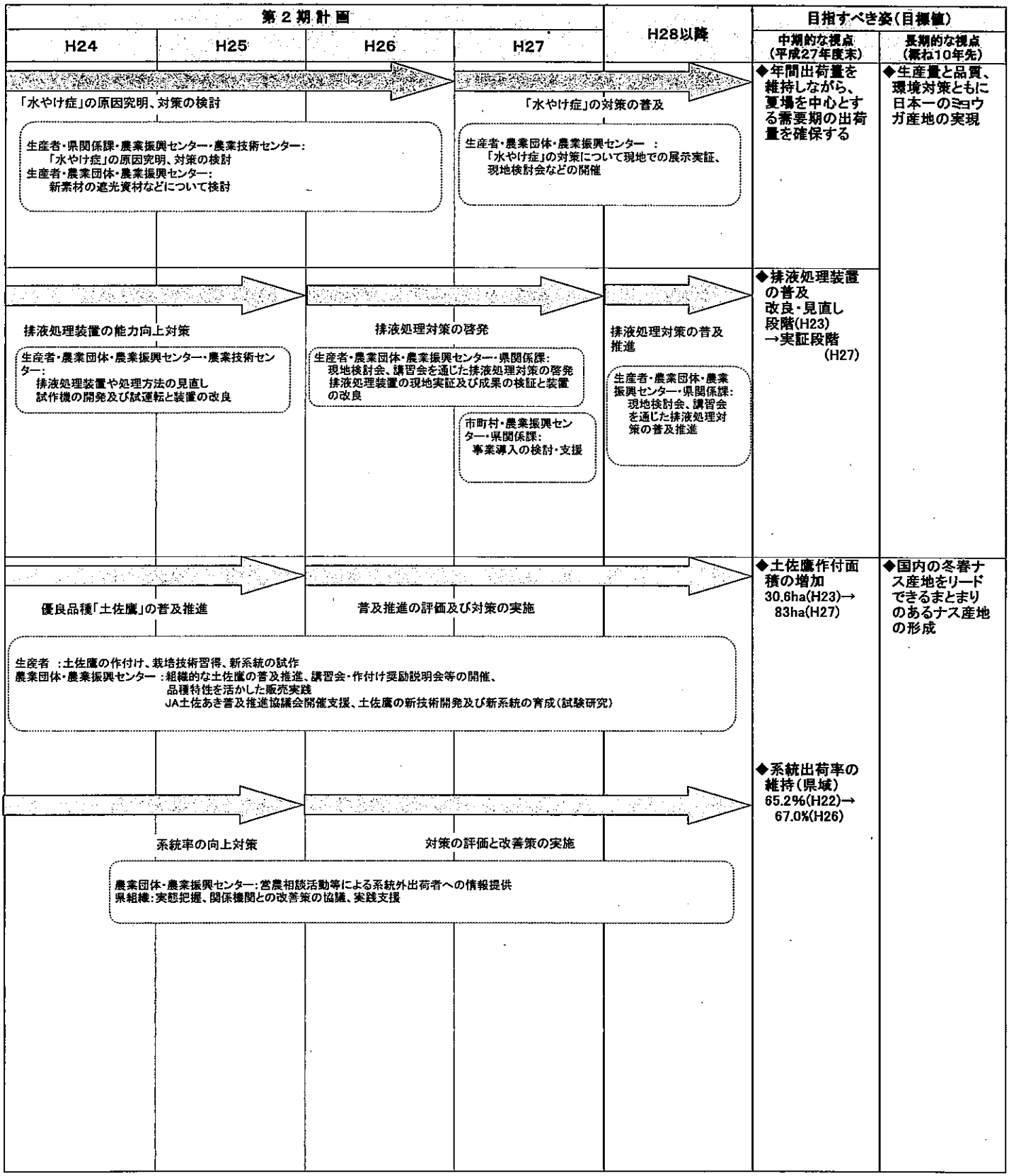
第２期計画 H24	第２期計画 H25	第２期計画 H26	第２期計画 H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	目指すべき姿（目標値） 長期的な視点（概ね10年先）
新たな花き新品目の導入・普及及び経済性の検証 生産者代表・農業団体・市町村 ： モデル栽培、実証販売の実施、試験栽培実証ほへの協力、地区プロジェクトチーム会への参画 県産地・流通支援課・農業振興センター ： 試験栽培実証ほの設置、新品目の評価と地域への提示、モデル栽培の経済性評価、栽培講習会の開催、地区プロジェクトチーム会の設置					◆導入品目数 H23：2品目 →H27：4品目	◆足腰の強い花き産地体制の構築
育種ができる人材づくり支援 生産者・農業団体：育種にかかる県内外講師による研修への参加、知的財産権の活用 県関係課 ：県域での研修会の開催		育種・知的財産に関する技術や知識の伝承支援 生産者・農業団体：県内外で育種を実践している方を講師とする研修への参加、知的財産権の活用 県関係課 ：育種を行う花き生産者の組織化 県域での研修会の開催 新規育種農家への基礎研修の実施			◆花き種苗登録出願者数（累計） 現状（H20～23）：8名→（H24～27）：10名	
保温対策の徹底、耐低温性品種の開発 生産者 ：保温対策の実践（省エネチェックリストによる点検、省エネ資材の活用） 農業団体 ：省エネ対策プロジェクトチーム会への参画、保温対策の実践支援 農業振興センター：現地事例情報の収集及び省エネ技術の分析・評価、保温対策の実践支援、省エネ対策プロジェクトチーム会への参画 農業技術センター：耐低温品種の開発、省エネ技術の分析・評価 県環境農業推進課・県産地・流通支援課：県域の省エネにかかる情報収集及び省エネ技術の分析・評価、省エネ対策プロジェクトチーム会の開催					◆A重油使用量： 現状 （H20～22の平均） 71,000kl →H27目標： 60,000kl	◆省エネ技術の普及による農業経営の安定
重油代替暖房機の省エネ評価	重油代替暖房機の普及推進					
生産者 ：重油代替暖房機、省エネ暖房機の導入、データの提供 県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農業振興センター・農業技術センター（省エネコスト低減効果検証チーム）：重油代替暖房機、省エネ暖房機の省エネ効果分析・評価、 その導入支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	4
1．まとまりのある園芸産地総合支援 (5)園芸品目の総合戦略支援 (ア)ミョウガ	◆ミョウガは、本県が全国流通量の約8割を占め、全国1位の出荷量を誇る。県内の栽培面積は、101ha。出荷量はH23園芸年度4，893tである ◆近年、資材や燃油など、生産コストの上昇などで、生産者の経営環境は厳しい状況にある ◆収量減や品質低下など、今ある課題を克服し、将来的にも、栽培面積や出荷量の維持し、産地が発展すること求められている	【ミョウガ】 ・4～6月の販売のだぶつき解消 ◆需要期前の4～6月の出荷量増加に対応して、取り扱い市場への出荷予測等の情報提供を積極的に行うことにより、販売のだぶつきを解消することができた ・価格安定制度の創設 ◆高知県単独品目野菜価格安定事業として、平成21年4月施行した。この制度により、平成23年度に交付が行われた ・養液栽培における排液処理装置の開発 ◆農業技術センターと民間企業とで共同研究され、平成23年度に、実用型機が開発された	◆「水やけ症」により、7～8月の最需要期の出荷量が不安定 ◆排液処理装置など、環境に配慮した栽培管理技術の普及が求められている	◆★「水やけ症」の原因究明と対策の検討により、7～8月の最需要期の出荷量を確保する	○	○	○		○	
				◆○排液処理装置の実証で性能等の評価を行い、現地での普及を推進する	○	○	○		○	
(イ)ナス	◆冬春ナスの出荷量35,300t、シェア28.5%で全国1位(H21) ◆農業用資材、重油価格の高騰等により農家所得は低下 ◆競合産地の品質が向上している中、春期以降の県産の品質が相対的に低下している ◆価格安定制度の要件(系統出荷率)を割る恐れのある産地がある	・土佐鷹の普及 ◆JA、ナス部会、農業振興センターで組織される「土佐鷹普及推進協議会」で各出荷場毎に作付面積を設定して普及推進した結果、県全体で30.65ha(目標91ha)となった ・系統率の向上 ◆営農相談日等を設定して系統外農家への情報提供などにより系統の利点などを啓発した結果、県域で65%、安芸市で53%(H22年度、目標60%)であった	◆土佐鷹の普及が緩慢となっており、普及面積も十分でない ◆安芸市の系統率も50%台を維持しているものの、低く推移している地域もある ◆消費地の出荷要請量に出荷実績が足りていない	◆消費地の出荷要請量に応え、価格形成力、産地間競争力を強化するために系統率の向上、反収の増加、土佐鷹作付面積の増加を継続 ○土佐鷹普及推進の継続 ○系統率向上対策の継続	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業



※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1．まとまりのある園芸産地総合支援 (5)園芸品目の総合戦略支援 (ウ)ユズ	◆全国1位の生産量(H20:10,041t)、シェア50%である ◆生産者の高齢化や隔年結果等で生産量が不安定 ◆主要産地の青果出荷量は約1,500t(約20%)、うち冬至用は50%以上を占める ◆近年、加工原料用ユズの供給が不安定で、H21年以降は供給過剰ぎみである	・将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくりを推進 ◆北川村の「ゆず銀行」(H21)、香美市の「ゆずもり」(H22)など、各産地に適合した農作業受託組織を設立し、作業受託が実践されている ・加工原料用ユズ果汁等の安定供給と販路・需要の拡大 ◆実需者ニーズに対応した搾汁施設の機能強化を支援し、果汁の安定供給体制が整備できた(H21:2、H22:2、H23:1施設) ◆ゆず振興対策協議会(以下協議会という)の体制強化や県域での需要開拓への積極的な取り組み、ゆず振興基金の創設など、新たな仕組みづくりができたことで、今後のゆず振興の基盤ができた	◆ユズ園を維持管理する仕組みづくりと県内への普及 ◆ユズ果汁等の安定供給と販路、需要の拡大	◆○産地間交流会などで、モデル地区の取り組みを周知し、県域に波及させる	○	○	○			
				◆○ユズ果汁等の安定供給と国内外への需要拡大に継続的に取り組む。また、搾汁加工施設でのHACCP取得推進、品質規格基準の設定等による県産ユズのブランド化に取り組む	○	○	○			
				◆○冬至用ユズの集中出荷の分散化と加工品の一体となったPR活動を進める。また、発動を含む基金運営を支援する	○	○	○			
(エ)ユリ	◆ユリは高知県の花き産出額の32%を占める主要品目 ◆栽培面積は新潟県に次いで全国2位、出荷量は埼玉県に次いで全国2位 ◆業務用の高品質品と、安定品質・安定価格のユリの双方を冬季に供給 ◆販売は予約相対やネット販売などの信用取引が主流	・経営管理能力向上のためのコンサルタント活動を実施 ◆作型別に経営試算が行えるよう試算シートを作成(3地区)し、各地域で随時、ユリの経営指導を継続している ◆コスト削減の一環でヒートポンプの導入を支援(累計台数H20:113台→H22:120台、H23:124台) ・切り下球の利用 ◆輸入球根のウイルス感染が問題となり、積極的な利用は難しい状況となった ・現場で問題となったユリの品質低下対策 ◆ヒートポンプの導入による適正温度及び施肥管理により改善できた	◆消費地の販売環境が変化していく中で、産地の目指すべき方向性や戦略が明確でない産地が多い ◆生産場面では、高い種苗費に加え、重油価格の高騰等により、粗収益に占める経営コストが約85%と非常に高い ◆産地ごとに顧客が異なり、それぞれで消費地ニーズに対応した出荷規格や荷姿の改善等が求められている また、毎年新品種が出される中で、主要品種と新品種のバランスを常に見直ししていく必要がある	◆○経営コストの削減に向け、重油コスト削減対策等を継続するとともにヒートポンプ導入済みの生産者に対しては効果的な活用方法の啓発を行う	○		○			
				◆○消費地ニーズについては市場と連携した分析や情報共有を行い、積極的な情報発信など戦略的な産地づくりにつなげていく	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
	維持管理の仕組みづくり		産地での実践	県内への普及	◆ユズの生産量 H22～H23： 10,979t ↓ H26～H27： 12,000t （11,384t(H24) 11,252t(H23) 10,706t(H22)）	◆国内外の産地を寄せ付けない生産・販売システムの構築
生産者・農業団体：農作業受委託組織等への積極的参加 県産地・流通支援課・農業振興センター： 農作業受委託組織、作業班体制等による管理作業請負の仕組みづくり・実践・県内への普及支援						
ユズ果汁の安定供給				産地間連携強化	◆県版HACCPの導入 H23：3か所 →H27：8か所	
生産者：搾汁施設等への原料ユズの安定供給、産地間連携の強化 農業団体等：計画的な搾汁施設等の導入、需要動向に基づいた安定供給・県版HACCP取得 県関係課：需要動向調査、国庫補助事業導入への支援、県産ユズ果汁の標準規格設定への支援						
ユズ果汁等の販路・需要の開拓とゆず振興基金の運用				基金の継続協議・運用	◆各JAが県域標準規格の適合性について、自主検査が出来る体制 H23：0施設 →H27：8施設	
農業団体：県域協議会が行う青果ユズや果汁等のPRによる需要開拓及び海外向けの販路開拓 県関係課：農業団体が行うユズ果汁の需要拡大・販路開拓への支援						
経営計画の実践支援及び経営コストの削減					◆栽培面積の維持 H23園芸年度： 79ha →H27園芸年度： 79ha （農業振興センター調べ）	◆消費者ニーズに対応したユリ産地の再構築
生産者　：経営コストの削減 農業団体：経営コスト削減支援 県関係課・農業振興センター：カウンセリングの実施、経営コスト削減支援						
消費地ニーズに対応した販売、ブランド化の取り組み推進					◆市場販売額の維持 H23園芸年度： 26億円 →H27園芸年度： 26億円以上 （園芸連調べ）	
生産者　：消費地ニーズの把握、出荷・販売体制の再検討、消費地への積極的な情報発信 農業団体：消費地ニーズ・他産地の情報収集・分析、消費地との交流の場づくり 県産地・流通支援課・農業振興センター：消費地との交流の場づくり、共通課題の解決策の検討						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1．まとまりのある園芸産地総合支援 (6)園芸用ハウス面積の確保 P302 別図(農2)参照	◆本県農業の強みである園芸において、ハウス面積の減少や老朽化が進んでおり、今後、生産等の維持が危ぶまれる	・レンタルハウス整備事業の拡充(対象区分の追加及び補助率、補助限度額のアップ)と、関係団体への周知と農家へのPRの強化(ラジオ、パンフレット等) ◆最終年度の面積1,520haに対し、平成23年1月31日現在で、1,527haとなっており、目標は達成された	◆毎年度、ハウスの新設、建て替えは、一定の面積で進むが、老朽化ハウス等の解体が増加しており、ハウス面積の減少は止まっていない これまでは、JAを事業主体としたレンタルハウス整備事業に中古ハウス区分を設け、面積の維持を図ってきたが、現状は農業者間での中古ハウス貸借・売買が多かったことから、事業による整備実績は少なくなった	◆ハウスの整備や改良を支援 ○レンタルハウス整備事業(新規就農者等への重点支援で毎年10haを目標に整備 ★園芸用ハウス流動化促進事業(新規就農者及び規模拡大農家を対象に既存ハウスの改良を支援し流動化を促進、年5haを目標に支援)			○			
(7)園芸用集出荷施設等の再編促進	◆本県園芸農業の強みを流通面から支えてきた集出荷場等の共同利用施設において、既存設備の機能低下や消費ニーズに対応した新たな機能が備わっていないことなどから、将来にわたっての産地維持・発展が危ぶまれる		◆持続的かつ安定的な供給体制を維持していくためには、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図っていくことが必要	◆複数の集出荷等施設を再編・集約し、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図る産地を支援 ★集出荷施設再編促進への支援			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
園芸用ハウスの整備					◆事業支援による園芸用ハウスの新設及び再利用等の目標面積 60ha	◆新たな担い手や規模拡大農家等によるハウスの有効利用で産地規模を維持
県産地・流通支援課 ： 新規就農・規模拡大・高度化等の各区分でハウス整備を促進					単年度15ha レンタル10ha 流動化 5ha	
就農サポート区分の新設	就農サポート区分の廃止 南海地震対応策の拡充					
新事業（園芸用ハウス流動化促進事業）の実施						
県産地・流通支援課： 既存ハウスの再利用に伴う改良費への支援で流動化を促進						
	補助対象経費の拡充 南海地震対応策の拡充					
	集出荷施設再編促進への支援				◆計画的な集出荷等施設の再編整備 4ヶ所程度（単年度1ヶ所×4ヶ年）	◆再編計画に沿った主な拠点集出荷施設等が整備される
	県産地・流通支援課：施設の再編整備への支援 農業団体との連携による再編計画の調査・把握					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (1)IPM技術の全品目への普及を加速化 P303 別図(農3)参照	◆高知の園芸は、天敵等を利用した減農薬の取組(IPM技術：総合的病害虫・雑草管理技術)が日本一となっている。施設ナス、ピーマン類ではIPM技術の普及により難防除害虫に対する安定的な防除、薬剤散布コストの低減および消費者のもとめる安心な農産物の生産が可能となってきた。今後は野菜類全般、果樹類、花き類へのIPM技術の普及拡大が望まれている	・土着天敵の活用、品目毎の技術確立、各地での実証展示ほの設置、指導マニュアルの追加・改訂 ・各地区でIPM技術研究会等の開催 ・自主企画研修等普及指導員等の研修充実により普及指導員相互および研究員との技術情報の共有 ◆IPM技術が普及 ○IPM技術体系品目数 H20(5)→H23(11) ○天敵導入率 (H20→H23) [ナス類]41%→62% [ピーマン類]59% →86% ○土着天敵リレー体制(温存ハウス活用市町村数) H20(3)→H23(12) と目標を概ね達成	◆更に全品目へのIPM技術の普及促進 ◆天敵を利用したIPMは施設ナスでは62%などナス科果菜類では大きく推進されたが、ウリ科果菜類、葉菜類、果樹、花きでは進んでいない	◆ウリ科果菜類、葉菜類、果樹類、花き類へのIPM技術の普及 ◆病害を対象としたIPM技術の開発 ◆外来天敵から在来(土着)天敵の利用へ			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
野菜類へのIPM技術の普及促進（施設ナス、キュウリ、ニラ等） 生産者・農協等関係機関・農業振興センター・農業技術センター・環境保全型畑作振興センター： 実証ほの設置によるIPM技術の検討、土着天敵の探索と利用技術の開発					◆IPM技術の普及（生物的防除資材の普及率） 施設ナス H23年度：62% →H27年度：90% 施設キュウリ H23年度：15% →H27年度：60% 施設ニラ H23年度：0% →H27年度：40% 施設カンキツ H23年度：2% →H27年度：40%	◆低コストIPM技術確立による持続可能な農業の実現
果樹類でのIPM技術の普及促進 農業振興センター・農業技術センター： 実証ほの設置（施設カンキツ）によるIPM技術の検討 農業振興センター・病害虫防除所： 実証ほの設置（露地カンキツ）によるIPM技術の検討						
病害を対象としたIPM技術の普及促進 農業振興センター： 実証ほの設置によるIPM技術の検討 農業技術センター： ハウス内環境制御、光質利用、微生物利用によるナス等の病害防除技術の開発						
施設花き類でのIPM技術の検討 農業振興センター・農業技術センター： 施設花きにおける病害虫の発生状況調査、 生物的防除資材の検討		施設花き類でのIPM技術の普及 農業振興センター・農業技術センター： 実証ほの設置（施設花き）によるIPM技術の検討				

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (2)GAPの活用	◆県産園芸品の品質・衛生管理レベルの向上、異物混入事故や農薬残留事故の発生ゼロを目指し、県版GAP(生産から出荷販売までの工程を点検・見直し・改善する工程管理手法)に取り組む産地の育成を推進してきた。さらに県内全域への普及・充実を図る	・GAPの普及啓発 指導者の育成 ・点検シートの作成と配布 GAP実践研修会の開催 農産物事故ゼロキャンペーンの実施 ◆高知県版GAPについては、実践農家およびJAともに増加しており、生産者へは一定浸透。指導者育成研修等の受講者も増え、推進体制は整備されてきた 県版GAP普及状況 生産者版 43%(H21)→69%(H23.3月末) 集出荷場版 6JA(H21)→9JA/15JA	◆品目・地域に応じた点検シートへの見直し ◆第三者等も含めたチェック体制の整備と定着 ◆生産農家の実践状況に応じたレベルアップによるPDCAサイクルの定着が必要	◆GAPを活用した各種取組の充実・信頼性の向上 ○地域版・品目版点検シートの普及・拡大 ○PDCAサイクルの定着 ○ウォッチャー制度の活用			○			
	◆残留農薬基準がポジティブリスト制に移行し、外国産等の輸入農産物(特に生鮮品)で基準値オーバーが相次ぎ、国産志向が高まるなか、県産農産物においても農薬事故が発生	・農薬販売店立入検査や販売業者・農薬管理指導士を対象とした研修会の実施 ・農薬安全使用講習会の実施 ・生産履歴記帳・回収・点検の啓発 ・残留農薬検査の実施 ◆生産履歴記帳率と農薬の適正使用は着実に進展 農薬の安全使用に対する意識が高まり、農薬事故は減少。 農薬事故発生件数 8件(H19)→2件(H23)	◆危機意識の希薄化と取り組みのマンネリ ◆県内全域で生産履歴記帳・回収・点検を徹底	◆農薬の適正使用の徹底 ○適正使用指導の継続 ○生産履歴記帳・回収・点検の徹底 ○IPMマニュアルの活用			○			
				◆農薬の適正販売の徹底 ○販売業者の知識・技能習得の徹底 ○営農と購買の情報共有と連携強化			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◉は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
地域版・品目版点検シートの普及・拡大 生産者・部会：使用している点検シートの内容精査・改善 （現状に合った項目・点検時期等） 農業団体・県環境農業推進課・農業振興センター：点検項目の内容精査・改善にあたっての支援					◆高知県版GAP生産者版実践農家　69%（H23.3月末）→100%(H27) 集出荷場版実践JA　9JA（H23.3月末）→15/15JA（H27）	◆持続的な農業生産活動の確立 ◆生産活動のレベルアップが図られ、農産物の信頼性が高まることから選ばれる産地となる
PDCAサイクルの定着 生産者・生産部会（モデル部会）：点検を生産活動・部会活動に位置づけ（自己点検、内部点検、外部点検）、点検結果の活用によりレベルアップした計画の策定・実践、ISOの取組を活かした活動の実践 農業団体・県環境農業推進課・農業振興センター：先進地（先進部会）の事例導入、モデル部会の選定、部会の計画活動を支援、点検へのウオッチャー制度の活用を支援						
農薬の適正使用と生産履歴記帳・回収・点検を徹底 IPMマニュアルの活用 生産者：登録内容と履歴の確認 記帳の徹底と保管・提出 農業団体・研究会・生産部会：巡回指導・研修会等の実施・充実、購買・販売・集荷場との連携強化 直販所：安心係を通じた指導の徹底 県環境農業推進課・農業振興センター：農薬の適正使用、記帳の徹底を啓発・支援					◆農薬事故の発生　2件(H23)→0件(H27) ◆生産履歴記帳　96%（H23）→100%(H27)	◆適正な使用により農薬の安全性・信頼の確保を得る
生産者及び農薬販売業者の知識・技能習得の徹底 （農業団体）営農と購買の情報共有と連携強化 生産者：農薬の知識の習得、登録内容の確認 農業団体・全肥商連：登録内容の説明の徹底、農薬販売員の意識・資質の向上、窓口対応の徹底、電算システムの活用、販売履歴チェックの徹底 県環境農業推進課・農業振興センター：農薬の適正使用、記帳の徹底を啓発・支援						

※改革の方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (3)土づくりと施肥の改善	◆環境にやさしい農業を行うため、良質なたい肥による土づくり、化学合成肥料の適正使用を推進 ◆適正施肥の推進や肥料価格の高騰対策として、土壌診断に基づいた低コスト施肥低減技術の普及を進める必要がある	・家畜ふん堆肥の製造の改善 ・家畜ふん堆肥の利活用の促進 ◆家畜ふん堆肥の利用に関する研修会の開催、堆肥マップの作成・配布および県HP掲載、ステップアップ土づくり事業による利用事例の収集を行い、家畜ふん堆肥余剰量が1,530t(H23)に低下したことから、耕種部門等での利用は進んでいると考えられる ・土壌診断による適正施肥の推進 ◆土壌診断処方箋点数は目標値(9,200点)を超え、9,700点程度まで達しており、生産現場において土壌診断の必要性は理解されている ・県施肥基準の作成 ◆施肥低減対策として、本県の野菜27品目、花き10品目、果樹9品目の主要品目について県施肥基準を作成し、適正施肥推進のための指針を示すことができた。県内各地区の施肥基準見直しを進めている	○肥料価格について、H20年の価格高騰は一旦落ち着いたものの、現在でも高騰前の2割高であり、今後の価格上昇も懸念されることから、家畜ふん堆肥を利用した施肥コストの低減など、有効利用を進めていく必要がある ○県施肥基準を反映した県内各地区の施肥基準見直しが必要	◆家畜ふん堆肥を活用した土づくりおよび土壌診断に基づく適正施肥の推進 ○家畜ふん堆肥の利用促進 ○家畜ふん堆肥を利用した肥料代替技術の導入 ○家畜ふん堆肥やL型肥料を利用した施肥低減技術の普及			○			
(4)有機農業の推進	◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり ◆有機農業実践者の育成により、県内での就農者数が増加 ◆有機農業推進法の制定(H18)、高知県有機農業推進基本計画の策定(H20)	・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援 ◆卒塾生の県内就農者数は34名(うちIターン者15名、H18～H22) ・環境直接支払(有機農業の取組等)の周知 ◆有機農業の推進体制は9市町村で整備、環境直接支払に係る有機農業の取組は14市町村で実施 ・有機栽培実証ほの設置及び県内優良事例の探索 ◆30品目の有機栽培事例を作成 ・生産者PRパンフレットの作成及び実需者の有機農産物ニーズの把握 ◆生産者と実需者のマッチングが必要 ・補助金や委託事業により有機JAS認証取得支援を実施 ◆有機JAS認証取得農家数は82戸(H21)から88戸(H23)に増加	◆有機農業新規就農者の生産技術や販路が不安定であり経営状況は厳しい ◆各作物の有機栽培事例はとりまとめたが、周年作付の体系化が不十分 ◆県内の有機農業実践者の多くは少量多品目の生産で流通販売先も個別で不安定	◆○有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援 ◆◎有機栽培の作付体系の実証 ◆◎有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり			○ ○ ○			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
家畜ふんたい肥の利活用の促進					◆家畜ふんたい肥の余剰 H23：1,530t ↓ H27：　0t	◆家畜ふん堆肥利用による施肥低減対策の推進 ◆未利用有機質資源の循環利用の推進
生産者：作物別の利用事例の収集のための情報提供、生産部会による研究活動の促進 農業団体：地域内循環の仕組み作り（耕種農家と畜産農家との連携促進）、土壌診断・処方箋に基づく施肥設計の推進 県環境農業推進課：家畜たい肥を活用した土づくり資材・施肥低減方法の普及						
土壌診断に基づく施肥低減実証(主としてリン酸)と県施肥基準の地区施肥基準への反映					◆土壌診断処方箋点数（野菜） H23：9,711点 ↓ H27：10,200点	
生産者：現地実証試験への協力、生産部会による研究活動の促進 農業団体：現地実証試験への協力、地区施肥基準の検討・見直し、生産部会による研究活動の促進、地区施肥基準の利用 農業技術センター：リン酸施肥低減現地実証試験の実施および減肥基準の策定 農業振興センター：施肥低減現地実証および地区施肥基準の検討・見直し、地区施肥基準の普及 県環境農業推進課：施肥低減方法の普及						
有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援					◆有機JAS認証農家戸数 5件/年 （H23：88戸 ↓ H27：108戸） ◆支援体制設置市町村 H23：9市町村（26%） ↓ H27：17市町村（50%）	◆有機農業の普及拡大による産地化
生産者：遊休農地・施設等の情報提供、技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力 農業団体：遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、技術及び経営指導 有機農業推進団体：研修教育の実施、就農支援、就農後のフォローアップ（技術、販路等） 市町村：遊休農地・施設等のリスト化、相談窓口の設置、有機農業の推進体制整備 県環境農業推進課：就農支援、県職員・市町村・JAへの意識啓発 農業振興センター：就農支援、技術及び経営指導体制の充実						
有機栽培の作付体系実証						
生産者：有機栽培事例の情報提供 県環境農業推進課：有機栽培技術部会の設置運営 県環境保全型畑作振興センター：有機栽培事例の収集と実証展示及び作付体系の実証 県環境農業推進課・農業振興センター：県内優良事例の収集						
有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり						
消費者：援農活動への参加、有機農産物の購入 生産者：組織活動への参加、有機JAS認証の取得、共同出荷体制の整備 実需者・流通業者：有機農産物の取り扱い 有機農業推進団体：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大 県環境農業推進課・県産地・流通支援課：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、生産者と実需者のマッチング 農業振興センター：有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、産地化に向けた支援						

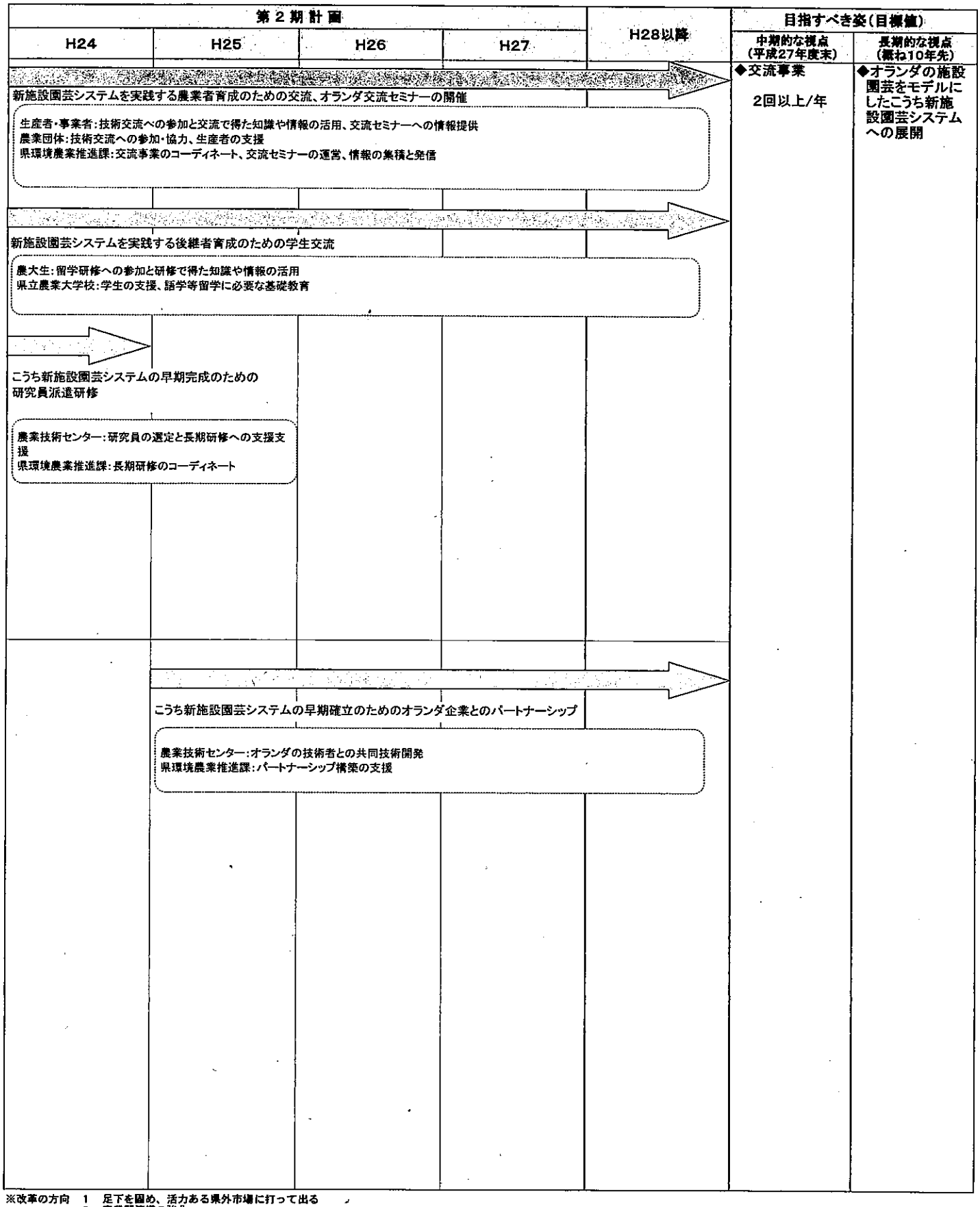
※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (5)オランダウェストラント市-高知友好園芸農業協定を活かした環境保全型農業の推進	◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している ◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農薬や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている そこで、オランダの施設園芸の中心であるウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する	・友好園芸農業協定の締結 ・技術交流訪問団の派遣とビジネス交流への支援 ◆技術交流訪問団の参加者(農大生を除く) 21年度44名 22年度32名 23年度25名 ◆オランダの取組に直に接することで得た知識、人脈、刺激等は、ビジネス交流を促進したほか、本県で環境保全型農業を推進するための動機づけとして有効に働いた ・学生交流の実施 ・研究員長期研修の実施 ◆農大生の短期訪問 21年度4名 22年度14名 23年度9名 ◆農大生の留学研修 22年度2名(1か月) 23年度1名(2週間) ◆研究員長期研修 23年度2名(3か月) ◆学生や研究員の資質が向上するとともに、オランダとの連携が強化された	◆受けた刺激が一過性のものに終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要 ◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要	◆派遣研修の継続 ○技術交流訪問団 ○学生交流 ○研究員派遣研修 ◆★成果報告や情報交換の場となる交流セミナーの定期的な開催			○		○	
				◆◎こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップを構築			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 農業分野 】

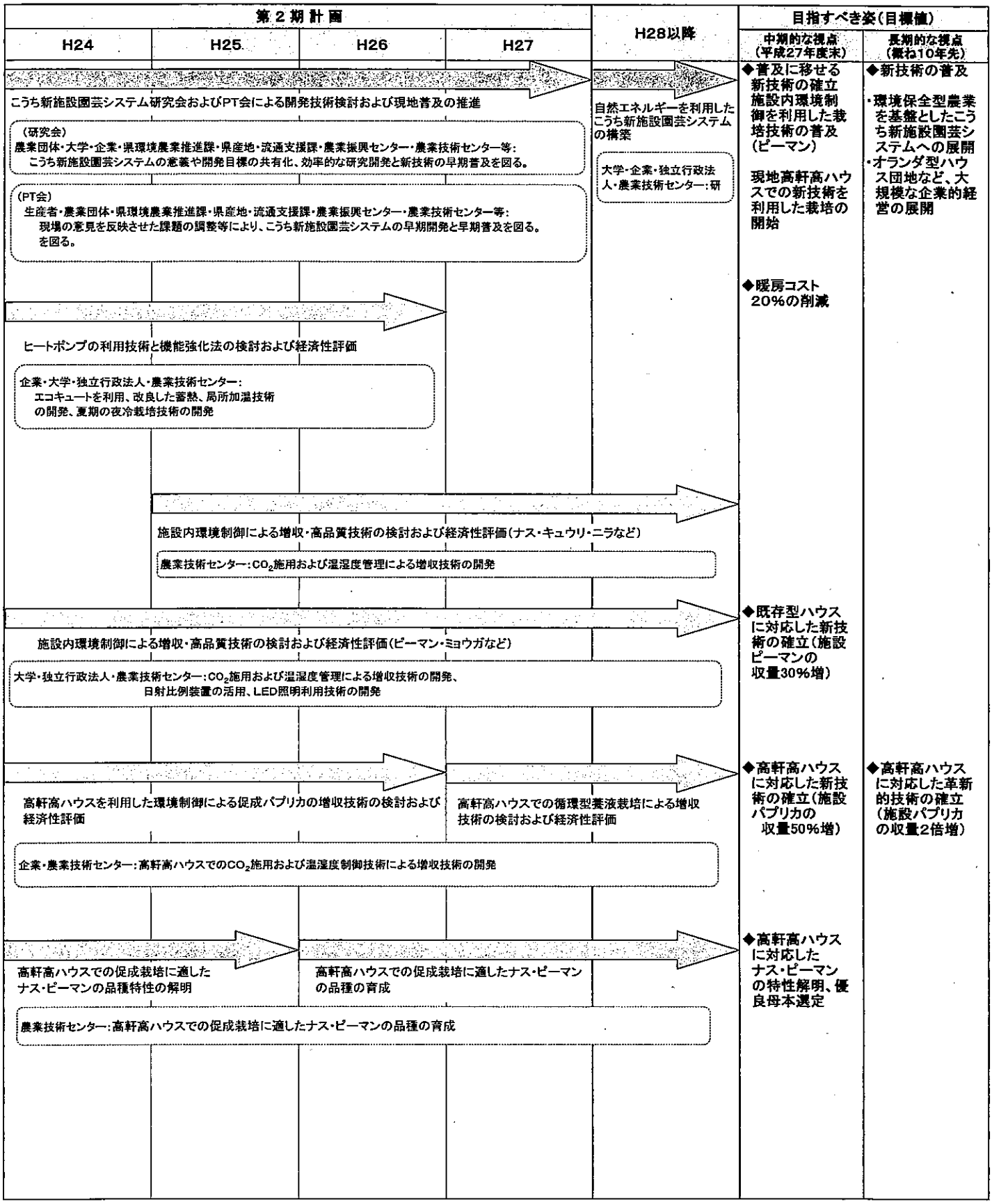


※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2．環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (6)新施設園芸システムの構築 P304 別図(農4)参照	◆園芸産品の価格の低迷 ◆重油などの生産コストが上昇とハウス施設が老朽化 ◆農業者の高齢化や後継者不足 ◆環境への配慮が求められ、CO2削減、化石燃料の使用量削減が必要	・こうち新施設園芸システムに関する情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった ・今後の高知県が進める高収益を目指した施設園芸の方向性を示し、平成23年から研究が始まった	・オランダなどの先進的生産システムにおいて本県のような温暖地での環境制御による生産性の向上に関する事例が少ない ・本県に適合したシステムとして再構築を図り、強い競争力をもった園芸品を生産する必要がある	◆こうち新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○こうち新施設園芸システム研究会による開発支援 ★施設内環境制御技術の定着に向けての検討 ★こうち新施設園芸システムの普及定着に向けての検討 ○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究 ○施設内環境制御技術に関する研究 ○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発 ★オリジナル品種の育成			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業



※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3．流通・販売の支援強化 (1)流通・販売の強化に向けた支援 P305 別図(農5)参照	◆量販店の価格支配力の増大、家庭消費の減少、業務需要の拡大、輸入の増大など消費流通構造の変化 ◆全国でも高いシェアのある品目の産地化や環境保全型農業の先進的な取組などの多くの実績を上げているが、産地づくりと流通販売の情報交換が十分に行われているとはいえない ◆これまでに無いほど生産資材が高騰し、農家所得が大幅に減少するなど園芸農業は非常に厳しい状況 ◆園芸の産出額は、1,021億円から737億円(H5→H18△284億円) 園芸連の取扱額は、935億円から630億円(H4→H20△305億円) ◆県内80以上の集出荷場から園芸連に一元集出荷し、全国の市場へ輸送販売	・新需要開拓マーケティング事業による販売の強化 ①量販店とのパートナーシップの構築 ・関東2社、関西3社とのパートナー関係を構築 ・量販店の青果担当等を産地へ招へいすることで、環境保全型農業など産地の取組に対する理解が深まった ◆基幹店舗での高知野菜フェアの定期的な開催や、一部の店舗では高知野菜の常設棚が設置されるなど、本県産青果物を優先的に扱ってもらうことで、パートナー店での売上げが増加した ◆栽培方法等の取組を伝えた販売により本県の環境保全型農業の認知度が向上した H22.6：8%→H23.2：17% ②中食・外食等の業務需要の展開 ・卸会社や仲卸等と連携した営業活動を実施 ・各展示商談会での提案 ◆飲食店やホテルで県産野菜を使った料理がメニュー化されるなど23社での新規取引につながった (H23.11末現在) また、土佐文旦を利用した加工品への原料供給も始まった ④特産野菜等コラボレーション事業 ・地域の特産野菜を核とし、地域資源とのセットでフェアなどを実施し、地域をまるごと売り出す取組を3地区で実施 ◆(嶺北)量販店6店舗に産地のコーナーが設置され、産地の認知度が高まっている。また、消費地との交流も行われ産地の活性化につながっている ◆(室戸)毎年のフェアも好評で、産地のファンづくりにつながっており、ポンカンや西山きんときなどを目当てに産地を訪れた人がいるなど、室戸産品の認知度が高まっている	◆販売戦略の明確化と、卸会社、量販店との戦略共有 ◆より関係を強化した基幹店舗及び高知野菜の常設棚設置店舗の拡大 ◆店舗の青果担当者への本県の取組の理解促進 ◆取引量の拡大要請など量販店側のニーズに応える産地対応 ◆単発のフェアで終わってしまう場合も多く、恒常的な取引に向けた、フェア後のフォローなど継続的な営業活動 ◆実需者ニーズの把握及び、ニーズに合わせた契約や産地の出荷体制づくり ◆新たな営業ルートの開拓 ◆フェア後の定番化に向けた量販店との関係性の継続 ◆消費地での評価の産地へのフィードバックと、顧客ニーズに対応する産地の体制づくり	◆新需要開拓マーケティング事業による販売力の強化 ①量販店とのパートナーシップの強化 ○パートナー量販店におけるフェアの積極展開 ◎生産者や本県専属の販売支援員による環境保全型農業など本県の取組を伝える販売の強化 ◎新園芸ブランドによる販売の強化 ○量販店の高付加価値ブランド品(PB)対応の検討 ②中食・外食等の業務需要開拓 ○卸会社や仲卸等と連携した営業活動 ○展示商談会での商材提案 ③顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築 ★顧客ニーズに柔軟に対応できる体制づくり (従来の流通に加え、顧客と産地をつなぐ受発注システムなど、エンドユーザーに対応できる仕組みを検討) ④特産野菜等コラボレーション事業 ○補助金による産地支援 ○普及センター、園芸連等の関係機関によるバックアップ体制の強化	○ ○ ○ ○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
パートナー量販店での販売強化					◆パートナー量販店との信頼関係が深まり、産地から量販店までのサプライチェーンが構築されている	◆産地から消費者までのサプライチェーンにより、見える化による安全・安心の県産青果物が、お客様に届けれている
フェアの積極展開、基幹店舗の充実・拡大、流通関係者やお客様への産地理解の促進、PB等高付加価値商品の検案・導入・販売体制						
新園芸ブランドによる販売強化					◆実需者ニーズにあった柔軟な販売が実施されている	◆販売面と生産面の一体的な取組により、元気のある産地づくりが行われている
新ブランドマークへの切り替え促進 販促資材の作成 「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目の拡充、流通関係者や消費者への新園芸ブランドの認知度向上						
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体　：パートナー量販店での販売力強化、新園芸ブランドによる販売力強化 県産地・流通支援課　：上記取組への支援						
業務需要開拓の強化					◆営業活動体制の強化により、効果的な営業活動が実施されている	
流通関係者等との連携による営業活動の展開、商談会への積極的な出展 営業活動の強化のための体制づくり						
業務需要に柔軟な対応ができる販売方法の検討・流通販売体制づくり　業務需要に対応した販売の推進 業務需要に対応したオリジナル商品づくり					◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 5件／年	
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体　：業務需要開拓の強化 県産地・流通支援課　：上記取組への支援						
顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築（顧客ニーズへの柔軟な対応）					◆顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通販売体制が構築されている	
出荷・流通・販売体制の検討	出荷・流通・販売体制の構築		新たな体制での販売の推進			
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体　：顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築 県産地・流通支援課　：上記取組への支援					◆新たな流通体制による県産青果物の地産外商が増加	
特産野菜等コラボレーションによる地域フェアの開催						◆消費地との交流が進み、農産物の販売拡大だけでなく地域全体が活性化する
地域産品の掘り起こし→卸と連携したパートナーの選定→関東や関西の量販店等でのフェア等開催 （24年度：3地区）　（25年度：3地区）　（26年度：3地区）					◆地域フェアの開催を通じて、販売拠点との関係を強化し継続取り引きにつなげるとともに、地域をまるごと売り込みファンを増やすことで販売を拡大する	
農業団体・市町村等：環境保全型農業の取り組みなど地域の取組を実需者へ紹介、一次産品や観光資源とのコラボ企画提案、実需者と産地の交流、企画の実践・総括 県産地・流通支援課：上記取組の企画・実践を支援						

※改革の方向
1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3．流通・販売の支援強化 (1)流通・販売の強化に向けた支援 P305 別図(農6)参照		⑤特産果樹の販売強化 <文旦> ・パートナー量販店を軸にした販促、販売を実施 ・高知市での「ぶんたん祭」、アンテナショップでの「ぶんたん祭in東京」の開催によるPRを実施 ・土佐文旦振興対策協議会の発足を支援 ◆量販店での試食宣伝、青果担当者の産地招へい等により、商材としての認知度が向上したことに併せ、産地の戦略的な出荷や販促活動が始まった ◆「ぶんたん祭」の開催により、生産者の一体感が醸成されつつある <ユズ> ・パートナー量販店で青果担当者を対象としたプロモーションを実施(H23) ・アンテナショップを活用したPRを実施 ◆プロモーションの実施によりパートナー量販店で食材として見直され、青果の販売が強化された ◆アンテナショップでは、青果と加工品のセットでフェアを展開することで効果的なPRにつながった <新高梨> ・アンテナショップを活用したPRの実施 ◆関東地区で高級梨としての認知度が高まった	<文旦> ◆パートナー量販店等で販売拡大を進めていくため、出荷量の確保と品質のバラツキをなくしていく ◆下級品の加工利用促進 ◆振興対策協議会による「ぶんたん祭」の内容充実とPRのための土佐文旦の更なる情報発信 <ユズ> ◆青果と加工品とのプロモーションミックスによる総合的な販促活動 ◆パートナー量販店やアンテナショップとの連携による販売拡大 <新高梨> ◆針木梨組合の積極的な販促PR活動を県内他産地に広げていく	⑤特産果樹の販売強化 ○パートナー量販店やアンテナショップでの販促活動支援 ○実需者等の産地招へい ○産地、出荷団体との出荷販売方針の共有 ○「ぶんたん祭」や各品目の販促フェア等への支援 ○展示商談会等への出展による実需者とのマッチング支援	○					
		⑥花きの販売PR強化 ・産地、園芸連、県による市場でのモニタリング調査を実施 (H21～H23) 関東4市場／年 関西4市場／年 ・調査結果の産地へのフィードバック ・実需者の産地招へいによる生産者との交流会を開催 ・「JFF in 丸ノ内(H21)」やアンテナショップ「まるごと高知(H22,23)」等での展示PRを実施 ・県産花きの販促用DVDを作成(H23) ・海外でのテストマーケティング実施(フランス、シンガポール他) ◆モニタリングに参加した産地(生産者)は、実需者からの声を直接聞くことで、これまでとは異なった視点で産地における改善点や課題意識を持ちだした ◆モニタリングに参加する産地が固定化されてきており、県域での取組には至っていない ◆大消費地の人の多く集まる場所で展示PRを行ったことで、花きの産地としての高知のイメージアップにつながった	◆モニタリング結果を踏まえた出荷団体と各産地、県等による「生産振興方針(販売戦略含む)」の策定及び方針の共有 ◆モニタリング結果の県域での共有と、結果に基づく産地での改善に向けた取組 ◆県産花きの効果的なPRの実施 ◆商談会の実施による販売の強化	⑥花きの販売PR強化 ◎販促用DVDを活用した市場等でのPR ○アンテナショップ等での展示PR ★オランダで開催されるフロリアードへの出展支援 ○産地における生産面での品質等の改善 (生産対策で実施) ★高知フラワーアドバイザーの設置 ★展示商談会の実施	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
<文旦>パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化（商材としての認知度向上）					◆パートナー量販店での取り扱い拡大による冬、春果実としての定番商材化（文旦）	◆特に北関東地区での認知度向上による商品の定番化（文旦）
フェアや産地招へい等の拡充により、量販店への「土佐文旦」の商品としての価値を向上させ取扱店舗、取引量の拡大を図る 土佐文旦振興対策協議会による県内外への発信力強化 産地との情報及び販売戦略の共有						
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 ： パートナー量販店・アンテナショップを軸にした認知度の向上による販売力の強化 生産者団体： 関係機関と連携し「土佐文旦」の県内外へ発信・PR 県産地・流通支援課： 上記取組への支援						
<ユズ>パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化（食品としての認知度向上）					◆食材としての活用拡大	◆年間を通じた青果ユズの安定消費（ユズ）
フェアや産地招へい、商品提案等の拡充による「青果の食品としての需要」の拡大を図る						
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体（ゆず協含） ： パートナー量販店・アンテナショップを軸にした利用拡大の提案等による販売力の強化 関係機関と連携し「ゆず」の県内外へ発信・PR 県産地・流通支援課： 上記取組への支援						
<新高梨>パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化（高級果実としての認知度向上）					◆アンテナショップ等での販売による認知度向上	◆量販店出荷と個人出荷販売の両立で高級梨としての認知度が高まる（新高梨）
フェアの拡充や産地招へい等を実施し、「大玉完熟の高級梨」としての価値を向上させ取扱店、取引量の拡大を図る						
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： アンテナショップ等を軸にした「高級果実」としての認知度向上による販売力の強化 園芸連流通を利用した業務需要等への展開 県産地・流通支援課：上記取組への支援						
花きのPR					◆県産花きの認知度向上による県産花きの販売額の維持	◆生産者がいきいきとやりがいを持って生産に取り組み、県内花きの生産が活発化
生産者・農業団体・県産地・流通支援課： アンテナショップや百貨店等での高知県フェアで県産花きの展示PRを行う				生産者・農業団体・県産地・流通支援課 ： 実需者や消費者等、最終顧客に近い層に向けた県産花きのPR実施		
生産者・農業団体・農業振興センター・県産地・流通支援課： 市場や実需者を対象にした花きの出前授業の実施						
生産者・農業団体・農業振興センター・県産地・流通支援課：高知フラワーアドバイザー設置によるより効果的なPRの実施						
花きのPR（海外）						
生産者・農業団体： 国際園芸博覧会（フロリアード2012）への出展 県産地流・通支援課： 国際園芸博覧会への出展支援						
展示商談会開催による販売の強化						
農業団体等：産地の特徴を活かした商談の実施及び関西地区への拡大（関西H26～） 県産地・流通支援課：上記取組の企画・実践						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画（H21～H23）の総括等 総括（・取組 ◆総括）	第1期計画（H21～H23）の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3．流通・販売の支援強化 （1）流通・販売の強化に向けた支援		⑦新園芸ブランド構築 ・特別栽培ピーマンと土佐鷹ナスをモデルに産地のこだわりを伝えた販売を開始（H22.11～） ・特別栽培及びエコシステム栽培品のブランドマークを一新（H23.10） ◆販売した量販店及び購入した消費者からの品質等に対する評価は高い ◆栽培方法等の取組を伝えた販売により本県の環境保全型農業の認知度が向上した H22.6：8%→H23.2：17% ◆「見える化」のモデル販売を通じて、特別栽培シシトウや在来ナス等でも取組に向けた産地の動きが広がってきており、こだわりを活かした販売への生産者の期待感が高まっている	◆生産・品質のこだわりを活かした訴求力あるブランドとして認知されることが必要 ◆新ブランドの効果的なPR ◆シリーズ化に向けた品目数などの充実	⑦新園芸ブランドによる販売強化 ○新園芸ブランドによるパートナー量販店等での販売強化 ◎「見える化」商品の品目の拡充 ◎生産者や本県専属の販売支援員による環境保全型農業など本県の取組を伝える販売の強化 ◎販促資材等の作成 ◎見える化商品の情報発信を効果的に行うための園芸連HPの内容充実 ○ブランド認知を図るためのキャンペーン実施	○					
	◆有機栽培や美味しさ、鮮度、栽培などにこだわりを持つ生産者が増加している ◆一方、実需者側でも、青果物などのこだわりを前面に出した飲食店が増えてくるなど、これまでの規格品では対応し切れない需要ニーズが顕在化してきている			⑧こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 ★こだわりニッチ野菜等の展示商談会開催 ★こだわりニッチ野菜等の販売力を高めるためのブラッシュアップ	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
新園芸ブランドによる販売強化					◆パートナー量販店から選ばれるブランドへ ◆高知県の環境保全型農業により生産された農産物＝新ブランドマークのイメージが認知される（パートナー店での認知度25%） ◆産地と一体となった情報発信、ブランド作りが行われる	◆量販店等と情報を共有化した販売が進み、契約的な販売が拡大される ◆消費者ニーズと産地の取り組みをマッチさせた販売方法が定番化し、出荷面だけではなく生産面からの改善・販売力の強化が進む
新ブランドマークへの切り替え促進 販促資材の作成	「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目の拡充、 流通関係者や消費者への新園芸ブランドの認知度向上					
HPのリニューアルによる情報発信の見直し		HPの活用による生きた情報発信の実施				
量販店及び販売支援員との交流による販売力の強化						
産地招へいや品目別のプロモーションによる流通関係者や販売支援員への、「見える化商品」等の認知向上によるセールス力の育成						
パートナー量販店を軸にした販売拡大						
新ブランドマークのキャンペーン						
フェアの積極展開、基幹店舗の充実・拡大と合わせた定番品としての拡充						
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 ： パートナー量販店を軸にした新園芸ブランドによる販売・認知度の向上による県産青果物の競争・販売力の強化 県産地・流通支援課：上記取組への支援						
展示商談会の開催					◆営業活動体制の充実強化により、効果的な営業活動が実施されている ◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 30件／3年間	◆県内生産者等と県外の実需者との取引が活発になり、新たな販売システムの活用等によって、特徴のあるこだわり農産物の県外向け販売額が拡大
県産地・流通支援課 ： 「こだわり」の生産者と、「こだわり」を求める飲食店等とのマッチング（展示商談会）を開催						
こだわり青果物の販売力向上						
販売力のスキルアップとの販促ツール等のブラッシュアップ						
県産地・流通支援課 ： 展示商談会への出展者を対象に、野菜ソムリエによるマーケティング講習や個別指導を実施し、生産者等の販売力のスキルアップとの販促ツール等のブラッシュアップを図る						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3．流通・販売の支援強化 (1)流通・販売の強化に向けた支援		・県産園芸品のPR <総合的なPR> ・テレビ番組内での放映及びCM H21：6番組、CM67本 H22：4番組 H23：7番組 ・県内外での「高知やさい体操」などを活用したイベントを実施 H21：キッザニア東京 高知市中央公園 H22：キッザニア甲子園 ぢばさんセンター H23：横浜MM21 ぢばさんセンター <出前授業> ・関東20校、関西21校で出前授業を実施 ・市場関係者や県外消費者向け出前授業を実施 <高知野菜サポーター> ・関東10名、関西5名の野菜ソムリエを登録 ・サポーターの産地招へい実施 ◆全国ネットのテレビ番組での特集や、人気施設を利用し親子連れ等にターゲットを絞りイベントを実施したことで、多くの消費者に本県産園芸品の良さをPRできた ◆出前授業では、将来的な高知野菜のファンづくりであるが、授業実施後に保護者と一緒に近くの量販店で高知産を買い求めるなど、本県産野菜の良さが伝わるとともに、消費拡大にもつながっている ◆サポーターの産地招へいでは、環境保全型農業を中心とする取組を伝えることで、高知野菜への理解を深めてもらい、サポーターが実施する料理教室やブログなどでの情報発信につながっている。また、産地(生産者)では、消費地から見た意見をいただくことで、効果的な販促方法等の学びにつながっている	◆PRについては、主要な産地各県とも積極的に取り組んでいることから、高知だけの認知度が上がるところまでは至っていない ◆限られたPRの予算内での効果的なPR手法の検討と継続的なPRの実施 ◆出前授業では、将来的な野菜の消費拡大、本県野菜のファンづくりで取り組んでいることから、即効性の効果は限定的	◆県産園芸品のPR ○関東、関西などの大消費地でのイベント開催やマスメディア等を活用したPR ○出前授業 ○高知野菜サポーターによる情報発信	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
高知県青果物のイメージアップと消費拡大					◆メディア等での露出度増加 ◆高知野菜ファンの増加	◆県産園芸品の認知向上
園芸こうち販売促進事業実行委員会（園芸連、JA中央会、県で組織）： 園芸こうち販売促進事業により、イベント開催やメディア等を活用した県産野菜のPR等を実施 より効果的なPR手法の検討と実践						
高知野菜の出前授業の実施						◆高知野菜を優先的に選択する消費者の増加
関東、関西など大消費地の小学校や消費者等を対象にした出前授業を実施						
生産者・農業団体・農業振興センター：県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組のPR 県産地・流通支援課：効果的な企画立案による出前授業の実施						
高知野菜サポーターによる情報発信						
高知野菜サポーターによる料理教室やブログ等で高知野菜の良さをPR						
高知野菜サポーター：県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組等の情報発信 県産地・流通支援課：県産園芸品のPRに向けたサポーターの活動支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3．流通・販売の支援強化 (2)農産物輸出の推進向けた支援	◆農産物の輸出については、リーマンショック後の世界的な景気後退により、一時、勢いが衰えた。しかし、その後、景気は回復傾向にあり、富裕層の台頭や日本食ブームが継続していることから、輸出の可能性は広がっている ◆福島第一原発の事故により、日本食品への懸念が広がるとともに、放射能に対する規制が強化されている ◆平成17年からの事業化により、アジアを中心とした青果物・花き・ユズ加工品等の販路開拓に取り組む産地が増えてきた。輸出商社等のパートナーとの連携や販売促進活動の実施、情報収集などは徐々に充実してきており、取組を進める中で、グロリオサがニューヨークで継続的に販売されるなど、パートナーの主導で海外の販路開拓が進む事例が出てきた	・輸出補助金による農業団体等への支援実施 H21：4団体 H22：5団体 H23：4団体 ・農業団体との検討による戦略的品目の決定 (グロリオサ、メロン、文旦) (この他、加工商材としてユズ) ・海外の市場ニーズ調査 (シンガポール、ニューヨーク、フランス他) ・原発事故に起因する輸出に際しての産地証明等の発行 ◆輸出促進補助金は、農業団体の積極的な海外へ向けたテストマーケティングの支援策として機能を果たしている ◆継続した支援により、ユズ製品の定番化やグロリオサの輸出量が増えるなど、農産物関連の輸出増につながった ※グロリオサの輸出量 (目標)25,000本/年 →(実績)70,000本/年	◆高知ブランドの定着に向けた継続的なテストマーケティング等の積極展開 ◆テストマーケティングによる市場ニーズの把握と、ニーズに対応するための産地を巻き込んだ出荷体制等の調整 ◆商習慣の違いなどのリスク軽減のため、信頼できる輸出パートナー(商社等)の確保	◆輸出の増加及び定番化に向けた継続的な支援の実施 ○重点品目を中心としたテストマーケティング等への出展支援 ◎ユズ加工品に加え、ユズ青果の輸出 ○輸出推進協議会での勉強会や情報共有 ○輸出促進部会での検証及び輸出戦略の見直し ○海外ホテルでの賞味会の開催による商材提案 ○東南アジア等で開催される高知フェアへの参加 ○輸出に関する産地証明書の発行	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
輸出の拡大に向けた実践					◆輸出方針に掲げる重点品目の定番化 H23年度：1品目 →H27年度：3品目 ◆ユズ果汁の輸出量 H27年度：100t	◆農産物（野菜、果実、花き）の輸出の拡大
生産者・農業団体：テスト輸出を通した課題の抽出とノウハウの蓄積、商談会への参画や継続的な輸出への取組 海外ホテルでの賞味会への商材提案など新たな地域や品目の拡大への取組 県産地・流通支援課：農産物輸出促進事業による支援、信頼できる輸出の専門パートナーとの関係強化、 パートナーと連携した輸出の拡大、検証と改善 県輸出担当課・貿易協会（シンガポール・上海）：海外での高知県フェア等の開催及び出展支援						
輸出推進協議会や輸出促進部会の開催						
輸出推進協議会（輸出関係農業団体、市町村等）：勉強会による輸出関係情報の収集や情報共有 輸出促進部会（園芸連、貿易協会、県）：地域別重点品目による輸出方針の実施状況の検証、見直し、実施						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4．品目別総合戦略 (1)園芸品目の総合戦略支援【再掲】 ※取組方針1の(5)のとおり										
(2)米産地の育成	◆近年の温暖化等により品質低下が著しく、県産米の評価は低下 ◆米の生産過剰等により米価は下落傾向、加えて生産基盤の整備が遅れており、生産コスト低減が進みにくい	・県下JA稲作部会等において高品質安定生産技術を指導 ・近未来創造型稲作研究会で低コスト生産技術について検討 ◆台風等の影響もあり、品質向上は十分にできなかった ・こうち売れる米づくり産地育成事業により、早期米の販売促進や地域ブランド米を育成 ・県産米ブランド化セミナーを開催 ◆早期米については県内外での新たな販路開拓は進んだが、極早生品種の「南国そだち」への集約はできなかった ◆地域ブランド米は大野見米等の取り組みが進んだ ・新規需要米実証展示ほを設置し、検討会を開催 ◆新規需要米(飼料用米・WCS・米粉用米等)の栽培面積は約600haに拡大	◆気象変動への対応が十分でないため、施肥の見直し等を行い高品質安定生産技術を徹底し、品質の向上に取り組んでいく ◆各品種の特徴をアピールしながら品質管理を徹底することにより他産地との差別化を図り、県産米の販路拡大を行っていく ◆地域に適した新品種の導入等を検討し、新規需要米の安定生産を支援していく	◆生産振興対策 ○高品質安定生産とコスト低減の取組への支援 ◆販売対策 ◎他産地との差別化による県産米の販売強化 ◎県内地域ブランド米の育成	○		○			
				◆新規需要米の取組支援 ○国の制度活用による取組支援	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆水稲うるち玄米1等米比率 H22年：14.4% ↓ H27年 ：30%以上	◆水稲栽培面積の現状維持

高品質安定生産とコスト低減の取組

生産者：生産コスト低減と販売戦略に基づく米づくりの実践、省力化技術の導入
農業団体：販売戦略に基づく米づくりの実践への支援、生産資材の見直し
農業技術センター：高品質安定生産技術（高温障害対策技術）の実証
県環境農業推進課・農業振興センター：高品質安定生産技術の普及、作業受委託・集落営農の推進、若手稲作研究会による新技術導入支援、生産資材の見直し

県産米の県外および県内販売、消費拡大の強化

生産者：試食宣伝販売、リレー出荷に向けた安定生産
全農こうち：県産米の販売促進活動の実践
農業団体：地域特性を活かした米づくりの販売促進活動の実践、販路拡大・消費拡大への取組強化、品質管理の徹底
県環境農業推進課・農業振興センター：県産米の販売促進活動・ブランド化推進への支援、品質基準の策定

県内地域ブランド米の育成

生産者：高品質化への取組、販売活動の実践、品質管理の徹底
農業技術センター：新品種の育成・適応性の検討
県環境農業推進課・農業振興センター：ブランド化・販売促進活動の支援、有望品種の地域適応性の検討

新規需要米の取組支援

農業技術センター：品種育成・選定、低コスト新技術の検討
県関係課・農業振興センター：事業の情報提供・周知、新規需要米の取組（実証ほ設置、栽培技術指導）

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4．品目別総合戦略 (3)土佐茶産地の再構築 P307 別図(農7)参照	◆消費動向の変化により、リーフ茶の消費が減少し、本県産荒茶価格が、大きく低下している ◆荒茶価格の低下による生産者の収益の減少や、生産者の高齢化により、栽培面積が急激に減少している	・土佐茶販売対策協議会の設立と土佐茶のPR・販路拡大の取組の実施 ・「土佐茶カフェ」への土佐茶PR拠点業務の委託の実施 ・全農高知県本部への販路・消費拡大業務の委託 ◆県内の緑茶の購入量の増加、土佐茶の認知度の向上、全農高知の仕上茶取扱金額・数量・店舗の増加の成果が得られ、県内緑茶消費量の県内産シェア66%と向上した。 ・JA全農こうち仕上茶工場の高度化 ・JAコスモス仁淀茶、JA高知はた十和、JA津野山茶工場の高度化 ◆荒茶・仕上茶の生産性・品質向上が進んだ。仕上茶では、新たなティーバッグ・パウダーの商品化が進んだ	◆県内外に向けた土佐茶のPR・販売拡大の取組を強化する ◆各関係機関が連携し、県産茶の品質向上に向けた取組を行う	◆土佐茶の消費・販路拡大活動の強化 ★試飲・PR活動、新たな飲み方の創造・提案による消費拡大、営業活動の強化による販路拡大 ★土佐茶のブランド化推進	○		○			
				◆生産を維持する活動の強化 ★荒茶の生産性・品質向上対策の実施 ★荒茶加工施設の再編・高度化	○		○			
(4)畜産の振興 (ア)酪農 P308,309 別図(農8,9)参照	◆生乳生産は、国や生産者団体において需要に即した計画生産を実施。近年は増産計画を継続 ◆飼料価格の高騰による所得の減少	・牛群検定情報を活用した乳量・乳質改善の取組や牛群検定の加入を促進 ◆経産牛1頭当たり乳量の向上 H19：7,500kg →H22：7,800kg ◆検定農家加入率のアップ H19：23.8% →H22：30.1% ・学校給食等消費拡大への取組 ◆学校給食への牛乳供給やイベントでのPR活動を実施 ・牛舎の快適性改善の実証を支援 ◆モデル農家4戸での実証展示や普及・啓発用マニュアルを作成	◆乳量・乳質向上のための更なる取組が必要 ◆消費拡大の取組が必要	◆乳量・乳質向上の取組への支援 ○牛群検定の指導強化と加入促進 ○消費拡大の推進 ○牛舎の快適性改善の推進			○			
				◆生産基盤の強化 ◎畜産施設等整備促進への支援			○			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 農業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆仕上茶販売額のアップ H20 → H27 3倍へ ［H20 7,500万円 ↓ H27 22,800万円］	◆地域で暮らし稼げる農業
土佐茶の消費・販路拡大活動の強化						
生産者・農業団体・茶商・土佐茶カフェ：試飲・PR活動や営業の強化等による、県内外に向けた消費・販路拡大活動の実施 県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：消費・販路拡大対策の支援強化						
生産者・農業団体・茶商：県の特徴を活かした外商向け商品の開発・販売によるブランド化の推進 県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：ブランド化の支援強化						
生産を維持する活動の強化						
生産者・農業団体：荒茶の生産性及び品質向上対策の取組の実施 市町村・県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：荒茶の生産性及び品質向上対策の支援強化						
荒茶加工施設の再編・高度化						
牛群検定の指導強化と加入促進及び消費拡大					◆1頭当たり県平均乳量 H22年度：7,800kg ↓ H27年度：8,200kg	
全農こうち・酪連協：牛群検定の推進や消費拡大イベントの開催 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛群検定情報の活用、リーフレットによる加入促進及び消費拡大イベントへの支援						
牛舎の快適性改善の推進						
県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛舎快適性改善マニュアルによる普及・啓発						
	レンタル畜産施設等整備の促進					
	JA・市町村：畜産施設等整備促進 県畜産振興課・家畜保健衛生所：畜産施設等整備促進への支援					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4．品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (イ)肉用牛	◆肉用牛農家戸数や頭数の減少 ◆飼料高騰や子牛・枝肉市場価格の低下による所得の減少 ◆土佐和牛の中で、土佐あかうしは、黒毛和牛を中心とした脂肪交雑重視の和牛肉流通体系では、販売価格の上積みは厳しい状況	・生産性向上への支援 ◆枝肉重量の上昇 枝肉重量H20:448.6kg →H22：460.9kg ◆優良育成子牛の市場率の向上 H20:31%→H22：35% ・土佐和牛ブランドの再構築への支援 ◆土佐和牛ブランド推進協議会での黒毛、褐毛和種それぞれの販売流通戦略によって、新規取扱店が拡大し、県内枝肉価格は全国相場と比較して好調に推移	◆土佐和牛の安定生産に向けた生産基盤の維持・拡大 ◆ブランド力向上に向けた黒毛、褐毛和種それぞれの生産流通戦略の徹底	◆生産性向上や生産基盤強化への支援 ◎篤農家の技術を活かした育成・肥育成績向上への取組強化 ◎土佐和牛繁殖雌牛導入促進による生産基盤拡大 ◎畜産施設等整備促進への支援	○		○			○
				◆土佐和牛ブランド力の向上への支援 ◎土佐あかうし(地産外商)・黒毛和牛(地産地消)の生産流通戦略の展開	○		○			
(ウ)養豚	◆飼料価格の高騰や畜産環境対策に対応しながら、堅調な肉豚価格の推移により生産規模を維持してきたが、H20から肉豚価格の低落などにより、厳しい経営状況 ◆米豚の生産は順調に拡大、H23年度は当初計画3千頭を大幅に超える1万頭にまで拡大	・ブランド化を目指した飼料米給与豚(米豚)の生産実証(JA四万十)を支援 ◆飼料用米生産面積 H20年度：1ha ↓ H23年度：41ha ◆米豚生産頭数 H21年度：120頭 ↓ H23年度：10，000頭 ◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援	◆選ばれるブランドとなるためには「米豚のさらなる高品質化」が必要 ◆必要となる飼料用米の安定確保	◆米豚の高品質化 ○「さらにおいしい米豚」を目指した、飼料用米の最適な添加割合の確立 ◆○需要に見合った米豚の生産頭数の確保	○		○			
				◆飼料用米の安定確保 ○飼料用米低コスト生産	○		○			
			◆肉豚価格安定基金の生産者分積立金積み増しの軽減	◆○肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
②は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆土佐和牛飼養頭数（2月現在） 平成23年 4,545頭 ↓ 平成28年 5,000頭	◆地域で暮らし稼げる農業

篤農家の技術を生かした育成・肥育成績向上への取組強化

子牛哺育育成センター（キャトルステーション）実証展示への支援

JA：子牛哺育育成センター（キャトルステーション）実証展示
畜産会：篤農家による研修や繁殖・肥育農家合同研修会の実施、育成・肥育技術の検証、キャトルステーション方式の育成技術等の新技術の普及
県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：

土佐和牛繁殖雌牛導入促進による優良繁殖雌牛群の拡大

生産者・全農こうち・市町村：県内家畜市場からの繁殖雌牛導入促進
県畜産振興課・畜産試験場・家畜保健衛生所：繁殖雌牛導入促進や優良系統繁殖雌牛の供給への支援

導入雌牛を活用した繁殖雌牛群の改良促進

生産者・全農こうち・市町村：産肉能力向上への取組
県畜産振興課・畜産試験場・家畜保健衛生所：優良系統雌牛を活用した改良のスピードアップへの支援

レンタル畜産施設等整備の促進

JA・市町村：畜産施設等整備促進
県畜産振興課・家畜保健衛生所：畜産施設等整備促進への支援

土佐あかうしの地産外商を視野においた生産流通戦略の展開

協議会：県内外のPR戦術や生産流通戦略による表示店舗や販路の拡大
県畜産振興課：畜産振興アドバイザーとの連携した県内外のPRやこだわりの飲食・量販店への販路拡大への支援

黒毛和牛の地産地消を視野においた生産流通戦略の展開

協議会：県内を中心としたPR戦術や生産流通戦略による表示店舗や販路の拡大
県畜産振興課：県内を中心としたPRや販路拡大への支援

米豚の高品質化

養豚農家：飼料用米の給与実証
JA四万十：飼料用米の給与に関する技術支援、豚肉の評価
くみあい飼料：飼料用米を配合飼料に加工
県畜産振興課・家畜保健衛生所：飼料用米の給与技術の提供、豚肉の評価の支援

需要に見合った米豚の生産頭数の確保

養豚農家：飼料用米を給与した畜産物の生産拡大
JA四万十：豚肉の品質チェック
くみあい飼料：飼料用米を配合飼料に加工
県畜産振興課・家畜保健衛生所：豚肉の品質チェックの支援、PR活動の支援

米豚のブランド化（生産頭数10,000頭の維持）

飼料用米の安定確保

（有）営農支援センター・耕種農家：飼料米の低コスト生産
県環境農業推進課・農業振興センター：飼料用米生産技術の支援
JA四万十：飼料用米の需給調整、助成事業の実施

肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援

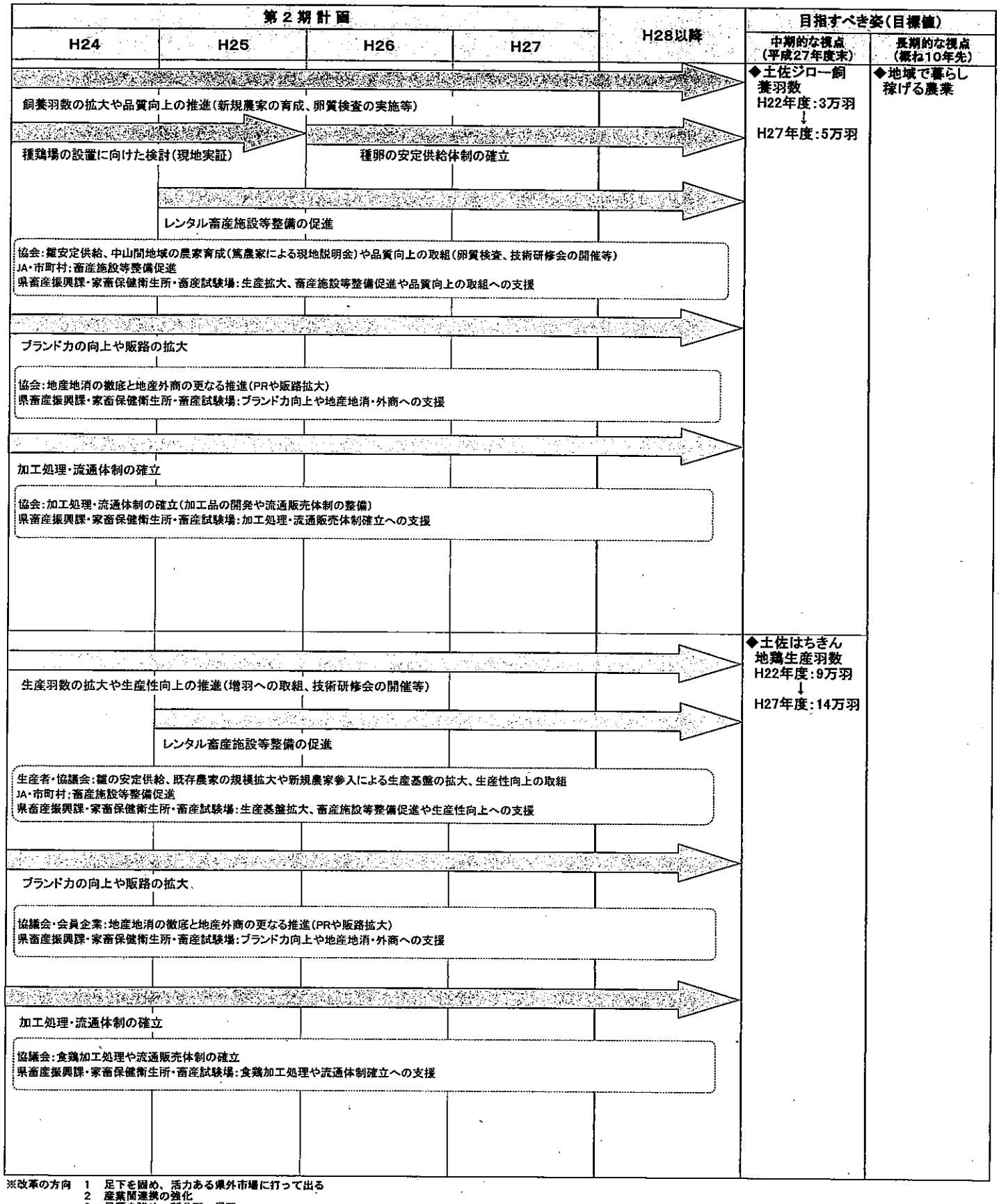
生産者・県畜産振興課：肉豚価格安定基金の生産者積立金造成
配合飼料基金：養豚経営安定基金造成事業実施

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組、◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (エ)土佐ジロー	◆県が開発した卵肉兼用鶏として昭和61年から普及を開始、平成8年7月に県の商標登録後、土佐ジロー協会を中心としたブランド化に向けた取組を実施	・雛の安定供給への支援 ◆ふ卵体制の整備(土佐ジロー協会:H22年度から雛供給開始) ・品質向上への支援 ◆マニュアルに基づく技術巡回指導、卵質検査の実施 ・認知度向上や販路拡大の取組への支援 ◆試食販売会、展示商談会やイベント開催や参加、食べ歩きマップによるPRによって、新規取扱店や県外へ供給量は拡大	◆生産量の拡大 ・既存農場の規模拡大 ・種鶏場の整備 ◆ブランド力の向上と生産拡大に見合う販路の確保	◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数5万羽体制の確立) ○生産基盤の拡大や品質向上の推進(種卵の安定供給体制の確立) ○ブランド力の向上や販路の拡大 ○加工処理・流通体制の確立 ○畜産施設等整備促進への支援	○		○			○
(オ)土佐はちきん地鶏	◆産業規模で飼育可能な高品質肉用鶏として県が開発、平成18年8月に商標登録、土佐はちきん地鶏振興協議会を中心としたブランド化に向けた取組を実施 ◆雛生産羽数は平成19年度の約1万羽から平成22年度は約9万羽へ生産拡大	・生産拡大と生産性向上への支援 ◆新規農家の参入 H23年:試験飼育(1戸) ◆種鶏の安定供給、技術研修会や巡回指導の実施 ・流通拡大の取組への支援 ◆試食販売会、展示商談会の開催・参加や食べ歩きマップ等によるPRによって、新規取扱店が拡大 ◆特定JAS認定取得	◆更なる生産の拡大と生産性向上の取組 ◆ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の確保	◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数14万羽体制の確立) ○生産基盤の拡大や生産性向上の推進(増羽体制の確立) ○ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の拡大 ○加工処理・流通体制の確立 ○畜産施設等整備促進への支援	○		○			○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業



※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．本県農産物の高付加価値化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (カ)飼料	◆穀物の高騰等を反映して配合飼料価格は上昇、経営収支は悪化 ◆配合飼料価格安定制度による経営への影響緩和及び経営安定対策による経営の安定化を図りながら、自給飼料の生産拡大を推進	・飼料自給率の向上に向けた取組への支援 ◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大 稲発酵粗飼料生産面積 H20年度:16ha ↓ H23年度:61ha ◆飼料作物の生産拡大 ◆簡易放牧実証試験	◆取組途中の地域への支援 ・稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大	◆飼料自給率の向上に向けた取組への支援の継続 ○稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続 ○飼料作物の生産および簡易放牧の推進			○			
(キ)防疫・衛生	◆H22における国内での口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生状況や近隣国での続発を受け、農場における病原体の侵入防止対策を徹底・強化するとともに、万一、県内農場で発生した場合の早期の封じ込めを図る取組を実施 ◆呼吸器感染症などの慢性疾病に対する生産性向上対策を実施	・口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生予防対策(農場における消毒の実施、防鳥ネットの整備など)、発生時のまん延防止対策(防疫マニュアルや防疫資機材の整備、防疫演習)の実施 ・四国4県の相互防疫協力体制の構築 ・慢性疾病対策等の生産性向上対策の推進 ◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止 ◆慢性疾病等による生産性低下の阻止	◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止 ・防疫資材の更新	◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの防疫 ○発生阻止と万一の発生時における迅速な封じ込め ◆○家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
稲発酵粗飼料（WCS）の生産拡大への支援の継続					◆稲発酵粗飼料（WCS）の生産面積： H23年度：61ha →H27年度：100ha	◆地域で暮らし稼げる農業
生産者：生産実証、面積拡大 JA：地域内需給調整、関連事業の実施、WCS生産・給与に係る支援 市町村：農地集積への協力 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：WCS給与技術の支援、飼料分析 県環境農業推進課・農業振興センター：WCS生産技術の支援						
飼料用作物の生産および簡易放牧の推進						
生産者：生産実証、面積拡大 JA：地域内需給調整、関連事業の実施、生産・給与に係る支援 市町村：農地集積への協力 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：給与技術の支援、飼料分析 県環境農業推進課・農業振興センター：生産技術の支援						
					◆口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの発生阻止	
口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの防疫						
生産者：病原体の侵入防止対策の実施 農業団体：対策実施への支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所：対策の実施状況の確認・指導、定期的な防疫資材の更新、防疫作業チームやリーダーの育成						
					◆地域における生産性阻害要因（衛生状況）の改善	
家畜衛生対策の強化による生産性向上						
生産者：取組策定と実践 農業団体：取組支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所：生産性阻害要因の分析と対策への支援、対策効果の検証						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 生活できる所得を確保する集落営農の実現 (1)集落営農の推進	◆高知県の中山間地域では、耕地面積で84%、農業人口で80%、農業生産額で82%を占めているが、生産条件の不利等で、担い手不足や高齢化が進んでいる ◆本県では、これまで個人経営による園芸農業が中心であったことから、集落営農の組織化があまり進んでいない状況 ◆このため、中山間地域で農業で生活できる所得を確保できる仕組みの早期の構築が求められている	◆中山間地域で生活できる所得を確保する仕組みとして、「こうち型集落営農」の育成をH20から支援に取り組み、集落で園芸品目等の導入による、所得向上を目指す仕組みができた ・ソフト・ハード両面から16集落をモデル集落として重点支援 ◆平成23年度からは、こうち型集落営農組織の育成で築いたノウハウを活かして市町村等との連携を強化し、集落営農を拡大 ・中山間地域等直接支払制度に取り組んでいる集落を、集落営農の合意形成の「きっかけ」として取り組んだ ・集落営農の推進のためのリーダー育成を行った ・ソフト・ハード両面で支援(再掲)	◆集落営農支援に向けた市町村・農協等との連携・体制強化 ◆集落営農を進めるための指導、人材の育成・確保 ◆集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成 ◆16こうち型集落営農組織は、営農計画の達成には至っていないため、引き続き支援が必要 ◆既存の集落営農組織をステップアップによるこうち型集落営農の取組の拡大	◆集落営農組織の活動促進 ○県内全域で、集落営農を進めるため、市町村・JAと連携した体制の整備 ○集落営農を推進できる人材の育成・確保への支援 ○リーダー等の育成のための地域が主体となって開催する研修会や先進地視察等への支援			○			
(2)こうち型集落営農の実現	◆過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等の導入や、農産加工・グリーン・ツーリズムなどに取り組むこうち型集落営農を育成し、地域農業の維持・活性化及び拠点ビジネスへの発展を図る	こうち型集落営農とは 過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、所得確保が期待できる園芸品目等の導入や、更に農産加工やグリーンツーリズムの取り組みなど経営の多角化を進め、農業で生活できる所得を確保する仕組み		◆こうち型集落営農の実現 ○既存16のこうち型集落営農組織の自立化(所得の向上、経営の多角化)への支援 ○既存集落営農組織から、こうち型集落営農組織へのステップアップへの支援			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
集落営農の育成 集落：集落営農への合意形成と取組 市町村・農業団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成 農業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催 県地域農業推進課： 集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援 更にステップアップして、所得の確保できる組織（野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化も支援⇒こうち型集落営農へ）への支援				継続して、集落営農の育成を行うとともに、経営を重視した組織育成を支援	◆農地（田・畑）のカバー率（集落営農数） H24 13.3% （164組織） ↓ H27 17.3% （250組織） ◆上記集落営農数のうち「こうち型集落営農組織」 H24.3 17組織 ↓ H28.3 32組織	◆農地（田・畑）のカバー率（集落営農数） 40% （500組織） ◆上記集落営農数のうち「こうち型集落営農組織」 100組織
こうち型集落営農を県内全域に拡大 集落：こうち型集落営農への合意形成と取組 市町村・農業団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成 農業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催 県地域農業推進課： 集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、ステップアップして、所得の確保できる組織（野菜の導入、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化も支援 ⇒こうち型集落営農へ）への支援				継続して、こうち型集落営農の育成を行うとともに、経営を重視した組織育成を支援		

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり (1)加工、グリーン・ツーリズム等への取組強化と6次産業化の推進 P311 別図(農10)参照	◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている ◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心	・各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ・人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ・国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ・県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆農業者等の商品開発ノウハウの向上 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆6次産業化をリードする人材育成 ★魅力ある商品づくりを通じた企画・提案・実行していくための技術力習得支援					○	
				◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等) ★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る ★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援		○	○			
	◆各地域の学校で行われている食育は、米や野菜での取組事例が大部分で、米・野菜以外の土佐はちきん地鶏、土佐茶、メロンなど(以下、「特産農畜産物」)を活用する食育が行われていない ◆食べ方(文旦などの剥ぎ方等)や茶の淹れ方を知らない子どもたちの増加	・特産農畜産物の学校給食(県内小学校等)への食材提供(土佐はちきん地鶏・土佐ジロー・エメラルドメロン) ◆初めて食べたという子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった ・特産農畜産物等の出前授業 ◆子どもたちは、生産者の苦労やこだわりを知ることで農畜産物への思いが構築される。 ◆生産者が出前授業に参加し子どもたちと接することで、生産意欲の向上に繋がった ・小学生が考えた、高知野菜を活用したメニューの表彰 ◆子どもたちが自分でメニューを考案することで、より高知野菜への意識が高まった	◆特産農畜産物やその生産方法の認知度が低いため、今後も継続的に出前授業を実施するとともに県下に広く実施できるよう、未実施市町村等の掘り起こしを行う ◆高知の基幹園芸品目の苦手な子どもたちが多い	◆○特産農畜産物等の食農教育	○					
				◆○高知野菜大好きっ子表彰事業による食育の推進と高知野菜の消費拡大	○					
(2)所得向上や雇用拡大につながる拠点ビジネスづくりの推進	◆都市の農村に対する関心は高く、両者間で交流を進めることを必要と考える都市住民が約8割を占める等、農村への強い期待感 ◆一方、県内中山間の高齢化は顕著で、集落機能が衰退しており、あらゆる方面から活性化を図ることが急務	◆農村資源の活用 ・グリーン・ツーリズムの活用方法の検討、実践 ・農村資源の活用をおこなう組織の立ち上げ、及び支援 ・新たな資源の発掘、生産体制確立支援	◆農村資源の活用 ・農村の価値の再認識と付加価値化 ・集落及び組織が一体となった生産体制づくり、販売の確立 ◆情報発信 ・集落の魅力を発信するする仕組みづくり	◆○こうち型集落営農を通じて所得の確保が期待できる農産加工やグリーンツーリズムなどの経営の多角化に取り組む				○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
6次産業化をリードする人材育成 農業者等 ：農業創造セミナー等への参加 により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術を習得 農業振興センター、地域支援企画員 ：意欲ある人材発掘、地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ 県地域農業推進課 ：農業創造セミナー、アドバイザー派遣等による支援、フォローアップ					◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成 （6次産業化に取り組む組織数増加）	◆6次産業の担い手としての自立
地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援 農業者等 ：伝統作物等の栽培への取組、地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発 、販路拡大 農業振興センター・地域支援企画員 ：栽培実証、種苗の確保・保存、商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課 ：商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援					◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加	◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化
高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食農教育の推進 農業者・農業団体：食農教育への積極的な取組 県地域農業推進課：高知の特産物ジュニア博士育成のための食農教育実施 農業振興センター：食農教育に取り組む産地への技術支援					◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える ジュニア博士育成：18，000人 (H23末：5,969人 ↓ H27末：18,000人)	◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増加する
「高知野菜大好きっ子」の表彰と普及啓発 県地域農業推進課：高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発					◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもたちが増える	◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知県農畜産物の応援団となる
地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援【再掲】 農業者等 ：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発 、販路拡大 農業振興センター、地域支援企画員 ：商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課 ：商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農家と製造業者、販売業者等とのマッチング支援					【再掲】 ◆「こうち型集落営農数」 H24.3 17組織 ↓ H28.3 32組織	【再掲】 ◆「こうち型集落営農数」 100組織

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
3. 中山間に適した農産物等の生産 (1)園芸品目の総合戦略支援【再掲】 ※戦略の柱1 取組方針1の(5)のとおり (2)土佐茶産地の再構築【再掲】 ※戦略の柱1 取組方針の4の(3)のとおり (3)畜産の振興【再掲】 ※戦略の柱1 取組方針の4の(4)のとおり										
(4)薬用作物の振興 P312 別図(農11)参照	◆薬用作物は取引先からの需要と単価が安定しており、軽労働で投資額も少ないため、中山間での所得向上につながる作物(複合経営品目)である			◆薬用作物の生産拡大 ★ミシマサイコ等の栽培技術の確立・普及 ★有望な薬用作物の現地適応性評価			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
						◆地域で暮らし稼げる農業
	薬用作物の生産拡大 生産組織：ミシマサイコ等の安定生産 県農業振興センター：栽培実態調査、実証圃の設置、生産部会での研修会の開催等による栽培技術の改善と普及 県農業技術センター：有望な薬用作物の現地適応性評価 県環境農業推進課：県域での研修会の開催				◆ミシマサイコの栽培面積 37ha（H22年度） ↓ 60ha（H27年度）	

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (1)新規就農者の確保・育成 P314,315 別図(農12,13)参照	◆農業者の高齢化や農業就業者減少などに伴い担い手が不足している 産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある	・PR段階 就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページへの掲載し、就農希望者への呼びかけ ・相談段階 県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会の実施 ・技術習得段階 農大での基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施 ・営農準備段階 農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援 ・営農開始後 普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施 ◆PR段階から営農開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時(H21)の161人からH23は234人と新規就農者の増加につながっている	◆就農希望者の確保 ◆研修支援等の強化 ◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保 ◆実践研修を支援する指導農業士の確保 ◆新規就農者の定着	(就農前) ◆◎U・Iターン就農者の確保 ◆◎実践研修への支援 ★青年就農給付金(準備型)の活用 ○農地等の情報提供 ★農地の確保への支援 ★JA出資型法人等の経営強化並びに実践研修から就農へのスムーズな移行への支援 (就農時) ◆★営農定着への支援 就農サポートハウスと青年就農給付金(経営開始型)の活用 (就農後) ○経営安定への支援 ◎雇用就農に向けた支援			○		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆新規就農者数 年間230人 ◆指導農業士 H23：49人 H27：70人 ◆人・農地プランの作成 200集落	◆新規就農者数 年間250人

県外からの就農希望者の確保

新規就農相談センター（農業会議・県農業公社）：就農相談活動の実施
県立農業大学校研修課：「こうちアグリスクール（東京・大阪会場）」の運営、スクーリング研修の実施
県農業振興部：専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施

研修の拡充

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

遊休農地やハウス等の活用

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

初期投資の軽減

県産地・流通支援課：新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援
県協同組合指導課：就農する際に利用できる無利子の資金の貸付

円滑な就農に向けた支援

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

営農定着への支援

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

経営安定への支援

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

雇用就農の拡大に向けた支援

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

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3．新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1．担い手の育成と生産資源の保全 (2)地域農業を担う経営体の育成	◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行 ◆産地においては、高齢で零細な経営体が多く、今後、生産力の減少が懸念されるため、将来にわたって安定した経営を行っていくことのできる農業法人を含めた担い手の育成が必要	・規模拡大等による企業的経営体の育成を行うため、企業的経営の普及啓発を行うとともに、農家をリストアップし、カウンセリング・コンサルテーションの実施や研修会の開催による支援を実施 ・優良な労働力の確保や従業員の人材育成への支援を実施 ◆規模拡大志向農家の経営状況や課題の把握を行い、改善に向けた助言や支援を実施し、改善につながる事例もみられた JA等が行う無料職業紹介事業によって求人と雇用のマッチングの体制整備が進んできた	◆規模拡大には、設備投資や経費の負担が大きく、長期的な視点に立った経営計画の作成が必要 ◆また、雇用労働力を活用していくためには、受け入れ側の環境整備等が必要 ◆長期的に安定して経営する企業的経営体の一つの形態として、法人化の取組を強化 ◆あわせて、県内の農業法人の組織化を推進	◆◎経営者(担い手)の育成			○			
				◆◎法人経営体の育成			○			
				◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

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

企業的経営体志向農家の掘り起こし

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

経営者の育成（企業的経営に向けた経営発展計画作成支援）

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

個別経営計画の実践と法人化の推進

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

規模拡大に向けた農地情報の収集と提供事業の充実

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

農地の流動化と担い手への集積

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

農業法人の組織化

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

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (2)地域農業を担う経営体の育成	◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行 ◆年齢や経営規模にかかわりなく「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成・確保を進めているところ	・企業的経営体育成に向けた県域・地域研修の開催 ◆県域・地域研修、品目別検討により、県下での企業的経営に向けた意識は向上している ・地域段階での有望農家のリストアップと、個別支援活動による、モデル候補農家を育成 ◆地域段階での個別支援活動により、経営規模拡大に目は向けられ始めたものの、モデル農家の育成数は目標に達しなかった ・経営不振農家対策に取り組む12JAに対し、体制構築や指導力向上に向けた支援などを実施 ◆支援対象農家の約4割に経営改善成果が得られ、支援活動も一定、各地区で定着した	◆高知県の集約型農業では、設備投資・経費の負担が大きく、規模拡大に向けた誘導が困難	◆品目別規模拡大方策の策定 ◎経営データの収集・蓄積と、分析・診断 ○生産組織(品目部会等)による規模拡大方策の策定			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆品目別規模拡大方策の策定数 H23年度：2品目 →H27年度：10品目	◆施設園芸による大規模経営の確立

品目別規模拡大方策の策定 → 産地力の向上

生産組織（品目部会等）：経営データの提供、地域・品目別ビジョンの策定、品目別規模拡大方策の策定
農業団体（地域JA）：経営データの分析・診断、地域・品目別ビジョンの策定、規模拡大方策の策定、経営管理支援
農業振興センター：地域JAとの連携のもと、経営データを収集・蓄積。生産組織（品目部会）の経営分析
地域・品目別ビジョンに基づく規模拡大方策の策定、経営管理支援
県環境農業推進課：研修等の開催による県域活動の強化、規模拡大に向けた関係課の連絡・調整

経営データの収集・蓄積

農業団体（JA高知中央会・JA電算センター）：
JAオンライン（新）「農業経営支援システム」と「農業所得向上支援システム（仮称）」の開発
環境農業推進課：システム開発に対する支援

経営データの分析・診断

農業団体（JA高知中央会・JA電算センター）：システムの効果的な運用と利用拡大
地域JA、農業振興センター、県環境農業推進課：JA高知中央会との連携のもと、システムの活用推進

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (3)農業生産基盤の戦略的な保全管理	◆県では昭和30年代以降、農業の生産性向上や農業構造の改善により、農業振興を図る上で不可欠な農業農村の基盤整備を継続的に実施 その結果、ほ場整備9,830ha(平成19年度末)をはじめ、農業用用排水路や取水堰、排水機場等の整備により、安定した農業生産に寄与 一方、これまで整備してきた土地改良施設の多くが耐用年数を経過し老朽化に伴う機能低下が進行 このため、施設機能の長寿命化を図るための予防保全対策の計画的な実施が不可欠	・機能診断マニュアルの策定 ◆予防保全は新しい分野であり技術的に確立されたものではなかったが、基幹的農業水利施設を対象に県が実施した機能保全計画の策定を通じて、機能診断のノウハウが蓄積され、また診断マニュアルの策定により末端施設への取組の広がりも見え始めた ・基幹的農業水利施設の機能保全計画を策定(22/27施設) ◆機能保全計画に基づく予防保全対策が着実に実施され、また計画策定を通じて、適正な更新と予防保全に対する施設管理者の意識が醸成された	◆計画的かつ適正な予防保全対策を実施するためには、県、市町村、農業者等の適切な役割分担の明確化が必要 特に、農業者が主として行う農地周りの施設の予防保全対策については、非農家を含む地域コミュニティを活用した取組が不可欠	◆適切な役割分担の下での予防保全対策の推進 ◎農業者等は、農地・水保全管理支払交付金を活用し、農地周りの施設の長寿命化を推進 ◎市町村は、主として団体営事業等で整備した農業水利施設の長寿命化を推進 ○県は、県営事業で整備した基幹的農業水利施設の長寿命化を推進			○			

【 農業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆地域の主体性・協働力により施設の長寿命化が拡大 目標値 40% 対象面積※に対する「農地・水保全管理支払（向上活動支援）」	◆地域で暮らし稼げる農業
農地・水保全管理支払交付金（向上活動支援）の活用						
農業者等（活動組織）：非農家を含む地域コミュニティによる農地周りの末端施設等の補修・更新の実施				農業者等（活動組織）：2期対策の実施		
市町村・県（県農業基盤課・農業振興センター）：事業の普及・啓発及び実施における指導・助言						
					※「農地・水保全管理支払（共同活動支援）」＋「中山間地域等直接支払」の実施面積	
地域自主戦略交付金（地域農業水利施設保全型）の活用（H24まで）						
農山漁村地域整備交付金（地域農業水利施設保全型）の活用（H25から）						
市町村：機能保全計画の策定、予防保全対策の実施						
県農業基盤課・農業振興センター：事業の普及・啓発、機能保全計画策定及び対策の実施における指導・助言						
地域自主戦略交付金（基幹水利施設保全型）の活用（H24まで）						
農山漁村地域整備交付金（基幹水利施設保全型）の活用（H25から）						
県農業基盤課・農業振興センター：機能保全計画に基づく予防対策の実施						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

1．本県農産物の高付加価値化

生産・出荷における高付加価値化の推進

①高収量・高品質・低コスト化技術等の普及による「まとまりのある園芸産地」の育成
②IPM技術の普及等の環境保全型農業の推進の取り組みにより
→本県農産物の安全・安心の価値をさらに強化し、競争力を有した生産体制を構築する。



①まとまりのある園芸産地総合支援

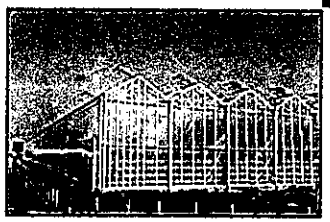
取組

【まとまりづくり】
- 拡 「学び教えあう場」による高収量・高品質技術の普及拡大
- 新 環境制御技術の実証
- 生産コストの低減（例：新エネルギーの導入）
- 有望な園芸品目の導入
- 園芸品目の総合戦略支援

【産地づくり】
- 拡 レンタルハウス整備事業の推進
- 拡 園芸用ハウスの流動化促進

【施設の整備】
- 高知県版ハサップ等の安全・安心な加工施設の整備等の支援
- 集出荷等施設を再編・集約し、機能の向上等を図る。

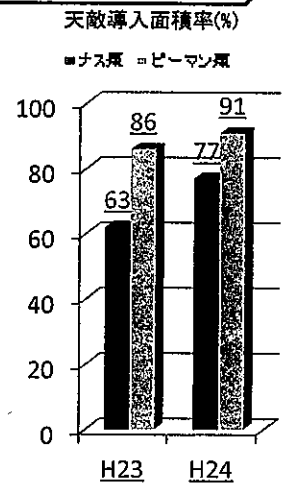




＋ 拡

②環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

- IPM技術を全品目に普及
- GAPの活用
- 土づくりと施肥の改善
- 新施設園芸のシステムの構築
- オランダウェストラント市との友好園芸協定の活用
- 有機農業の推進



産地を伝える販売 ⇄ フィードバック ⇄ 販売を見据えた生産

③流通・販売の支援強化

●園芸連販売の基幹流通の強化に加え、オリジナル商品の受発注システムの構築など、顧客への柔軟な対応を進める。

取組

基幹流通の強化
- パートナー量販店での販売強化
- 新園芸ブランドによる販売強化
- 業務需要開拓の強化

新たなシステムの構築
- 顧客と産地をつなぐ新たな受発注システムの構築

●産地と実需者の多様なニーズに対応したマッチングの取り組みを進める。

新規開拓
- こだわり野菜・果実と実需者とのマッチング



PR・消費拡大
- 高知フェアの開催
- メディアを活用した効果的なPR
- アンテナショップ等での販売促進活動の展開
- 出前授業の実施

輸出の推進
- テストマーケティング
- 商材提案

本県農産物の高付加価値化による農家所得の増加

【取組方針①】
まとまりのある園芸産地総合支援

平成25年度まとまりのある園芸産地総合対策事業の展開

別図(農1)

これまでの取組・成果

取組

・篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設置し、地域ごとに目標収量を設定
・地域の生産者を対象に栽培技術の普及に向け各振興センターが、農協などと連携し現地検討会を開催

着実な成果

	取り組み・成果
H20年度	・「学び教えあう場」設置箇所数123箇所 ・参加農家数 2,845戸 参加率43.5%
H21年度	・「学び教えあう場」設置箇所数170箇所 ・参加農家数 4,238戸 参加率68.8% ・県域の生産者交流会(ミョウガ、ピーマン、文旦、小ナス、ユズ、花き) ・ナス(安芸、香南)で出荷量の増
H22年度	・「学び教えあう場」設置箇所数181箇所 ・参加農家数 4,473戸 参加率68.5% ・県域の生産者交流会(シシトウ、ニラ、ショウガ、ピーマン、ブンタン、小ナス、 米ナス、グロリオサ、オリエンタルユリ、オクラ) ・キュウリ(くろしお)、シシトウ(南国市)で出荷量の増
H23年度	・「学び教えあう場」設置箇所数181箇所 ・参加農家数3,024戸、参加率69.9% ・県域の生産者交流会(キュウリ、ショウガ、イチゴ、米ナス、グロリオサ、ブンタン、ナシ、シシトウ、ミョウガ、ニラ、オオバ、小ナス、ユズ、トマト) ・ミョウガ(くろしお)、ナス(安芸集出荷場)、キュウリ(高知春野)で出荷量の増
H24年度	・「学び教えあう場」設置箇所数195箇所 ・参加農家数3,506戸、参加率70.1%(12月末) ・県域の生産者交流会(ミョウガ、キュウリ、ニラ、ナス、米ナス、ショウガ、シシトウ、ピーマン、オクラ、トマト、ブンタン、ユズ、ナシ、グロリオサ、トルコギキョウ) ・ナス(安芸集出荷場)、ニラ(土佐山田)で出荷量の増

平成25年度の主要な取り組み

①品目別総合戦略(4か年計画)の実現
②生産出荷指標・計画(単年度計画)の共同策定・実現
③篤農家を中心とした「学び教えあう場」を基本に生産者交流会の活性化
④環境制御及び省エネに関する技術確立

県域

県域のまとまりを強化

生産技術・販売データの共有化

産地

基礎

(内容)
○品目別総合戦略実現のための取組
・「学び教えあう場」の継続
・課題解決のために必要な遮光ネットなどを利用した新技術の導入支援(グループ実証)
・県独自品種の導入推進
・中山間地域集出荷及び生産振興支援
・野菜、果樹、花きの振興対策

加速化

(内容)
○産地の課題解決を加速化するための取組
・現場において、環境制御及び省エネに関する備品を用い、データ収集及び実証を行う。
・農業技術センターと連携し、収集したデータを分析し、早期の技術確立と普及を目指す。

地域

農振センター ⇔(連携) 農業団体
連携
学び教えあう場
連携
篤農家を中心に高収量
・高品質への取り組み
対象農家の拡大

交流

地域

農振センター ⇔(連携) 農業団体
連携
学び教えあう場
連携
篤農家を中心に高収量
・高品質への取り組み
対象農家の拡大

H27年目標
農業産出額1000億円以上

H33年目標
農業産出額1050億円以上

【取組方針①】
まとまりのある園芸産地総合支援

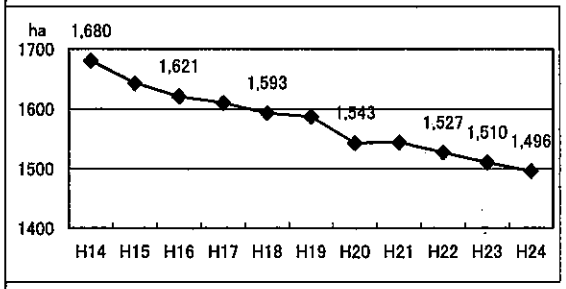
産地強化計画に基づき、産地の維持・拡大を目指す

別図（農2）

現　状（課題）

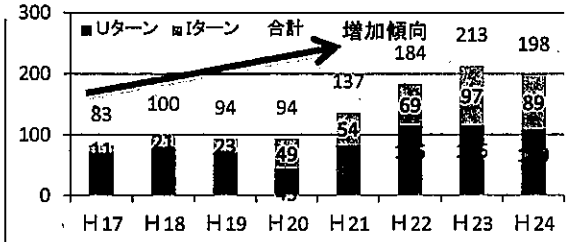
1. 県内ハウス面積の減少

対策を講じなければ毎年約30haの減少は確実。
※レンタルハウス整備により年間約10haを整備



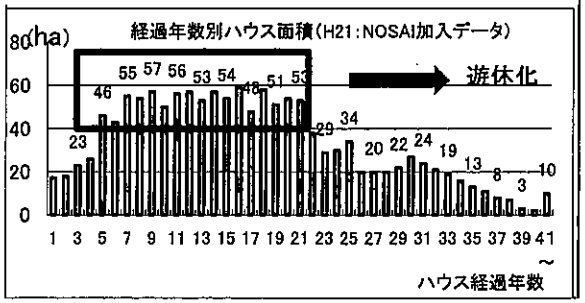
2. 新規就農者は産地定着に苦戦

技術・営農実績のない Iターン等の新規就農者は、年々増加傾向にあるが、ハウスを確保するのが困難。
産地に定着するためには実践ハウスが必要。
（自立経営できた者は、H17以降わずか12%程度）



3. 遊休ハウスは増加傾向

古くなったハウスを改良し、再利用する対策が必要。



対　策

1. レンタルハウス整備事業（レンタルハウス整備事業費補助金）

施設の増設や高度化による経営改善を目指す農業者の育成と新たな担い手の確保をし、園芸産地の維持、強化を図る。
●事業区分
1. 新設区分 （①新規就農 ②規模拡大 ③高度化 ④災害復旧 ⑤モデル集落）
2. 省エネ区分
●補助率 3分の1～5分の2（流出防止装置付燃料タンク 4分の3：市町村負担なし）
●補助対象限度額：①800万円／10aを上限 ②③④⑤700万円／10aを上限
●特例措置：軒高ハウス又は高強度ハウスは、上限1，000万円／10aを上限
以下の附帯設備を導入する場合は、限度額に上乗せ
・養液栽培設備 100万円／10a
・ヒートポンプ又は木質バイオマスボイラー 300万円／10a
・流出防止装置付燃料タンク設備 65万円／1基

拡充

2. 新規就農トータルサポート事業（新規就農受入体制整備事業費補助金）

JA出資型法人等の経営の強化を図るとともに、研修生の受入体制の整備や研修終了後の自立経営を支援する。
●補助率：3分の1
●補助対象限度額：1，000万円／10a
●補助先：市町村
●事業実施主体：JA出資型法人等

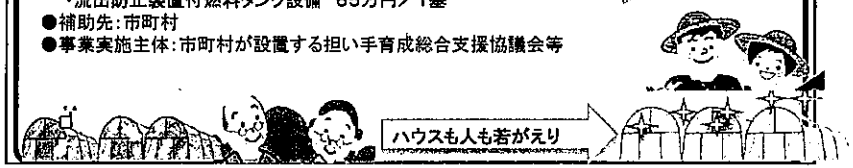


New
・JA出資型法人等で整備したハウスでの研修
・研修終了後、研修したハウスで自立経営を開始

3. 園芸用ハウス流動化促進事業（園芸用ハウス活用促進事業費補助金）

園芸農業の体質強化に向けて、古くなったハウスをより生産性の高いハウスへ移行し、新たな担い手等が園芸用ハウスを利用することで、産地の若返りを図るとともに、ハウス面積の減少を抑制。
●補助率：市町村補助率と同率（県負担の上限4分の1）
流出防止装置付燃料タンク装備4分の3（市町村負担なし）
●補助対象経費：450万円／10a
以下の附帯設備を導入する場合は、限度各に上乗せ
・ヒートポンプ又は木質バイオマスボイラー 300万円／10a
・流出防止装置付燃料タンク設備 65万円／1基
●補助先：市町村
●事業実施主体：市町村が設置する担い手育成総合支援協議会等

拡充



目　標

ハウス面積の増加

新たな担い手の確保

ハウス面積の減少を抑制

限られた予算で計画的に支援を行い、県内のハウス面積の維持

【取組方針②】
環境保全型農業の
トップランナーの地位を確立

環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

別図(農3)

環境保全型農業総合推進プランで定めた7つの基本方針とこれまでの取組

農業者に対する意識啓発
- 環境ISO14001の普及
- フォーラムや農産物フェア
- 県版GAP点検シート作成
- 映像マニュアル作成
- 農産物事故ゼロキャンペーン

農産物の安全・安心確保
- 認証制度の活用
- 生産履歴記帳
- 残留農薬検査と危機管理
- 県版GAP点検シートの活用
- エコシステムの要件改善

有機質資源の循環利用の推進
- 耕畜連携による土づくり
- たい肥の品質向上
- 肥料高騰への対策
- 土壌診断による適正施肥

環境負荷を軽減した生産技術の開発と普及
- 施肥基準の作成(野菜、果樹、花き)
- IPMマニュアル作成と実証映像資料作成
- 重油高騰対策
- 省エネ技術の普及

有機農業への支援
- 県推進計画策定
- 有機農業研修施設への支援と就農支援
- 栽培実証
- 実態調査

使用済生産資材等の適正処理
- 廃プラ等の適正処理
- 養液栽培の排液処理装置の実証

農産物の流通対策
- 農(産地)と食(消費地)交流促進
- 出前授業
- 高知野菜ソムリエ育成
- 直販所安心係設置
- 生物多様性交流フェア出展

第2期産業振興計画での施策とH24年度の主要成果

IPM技術の全品目への普及を加速化

天敵導入面積率(%)

	H22	H23
ナス類	62	→77
ピーマン類	86	→91
キュウリ	15	→17

GAPの活用

高知県版GAP実施率(%)
- 生産者 69(H23)
- 集出荷場 9/16JA (H23)

(次回H25.4月取りまとめ予定)
農薬事故数
3件(H23)→7件(H25.2)
野菜防除履歴記帳率(%)
96(H23)→97 (H24)

土づくりと施肥の改善

家畜ふんたい肥の余剰
H23:1,530 t (次回H25調査予定)
土壌診断処方箋点数(野菜)
9,711(H23)→12,958(H24)

有機農業の推進

有機JAS認証農家戸数
29事業者88戸(H23.9)
→31事業者79戸(H24.7)
支援体制設置市町村数
17(H23)

オランダウェストラント市－高知友好園芸農業協定を活かした環境保全型農業の推進

技術交流訪問団派遣(28名)
研究者長期研修(2名各3か月)
農大生留学研修(2名1か月)
農大生短期訪問(6名1週間)
オランダ学生受け入れ(3名3週間)
オランダ交流セミナー(参加者147名)

新施設園芸システムの構築

高軒高ハウス建設(4棟)
こうち新施設園芸システム研究会及びプロジェクトチーム会を開催
促成ピーマンにおいて、炭酸ガス施用による増収効果を確認
促成ピーマンにおいて、ヒートポンプエアコンの局所加温と冷房能力を確認

H25年度の計画

環境保全型農業普及推進事業
- 環境保全型農業技術の実証展示、普及啓発
- 環境保全型農業普及推進事業費補助金

総合的病害虫管理技術実証事業
- 難防除病害虫へのIPM技術の実証展示
- 侵入病害虫、難防除病害虫の防除体系の確立

こうち環境・安全・安心点検システム推進事業
- 取組の充実と向上を目指したGAP指標の作成と指導員のための研修

有機農業支援事業
- 実践農家のネットワークづくり
- 有機JAS認定取得促進
- 新規参入者への支援
- 有機農産物の普及促進

ステップアップ土づくり事業
- 家畜ふん堆肥の有効活用促進
- 土壌診断に基づく適正施肥推進

オランダウェストラント市－高知友好園芸農業交流促進事業
- 技術交流訪問団の派遣
- こうち新園芸システムの早期技術確立のための技術者の招聘
- オランダとの交換留学(農業大学校)

環境保全型農業直接支援対策事業費
- 地球温暖化防止や生物多様性保全に効果の高い営農活動を支援

【取組方針②】
環境保全型農業の
トップランナーの地位を確立

別図（農4）

先進的技術を導入した「こうち新施設園芸システム」開発事業

これまでの取り組み成果

○促成ピーマンにおいてヒートポンプ（エコキュート）利用による局所加温の効果を確認。

○ヒートポンプエアコン（冷房機能）の高温期夜冷によりオリエンタル系ユリの高品質化が可能であることを確認。

○ピーマン、シシトウで炭酸ガス施用による増収効果を確認。

○LED照明利用による光質の差がトルコギキョウの生育に影響を与えることを確認。

今後の方向

○高軒高ハウス
・ハイワイヤー栽培による収量増
・ヒートポンプによる温度調整技術
・高軒高用品種の育成（ナス・ピーマン）

高軒高ハウスへの技術展開

○既存ハウス
・温湿度制御技術の確立
・日射比例かん水装置の活用
・LED照明の利用
・炭酸ガス施用による増収
・局所加温技術の開発

オランダ型施設栽培システムの理論を導入した「こうち新施設園芸システム」の開発

平成25年度の研究内容

○高軒高ハウス
◆研究課題
・ナス・ピーマンの促成栽培に適した品種の特性の解明（平成24～25年度）
・環境制御による促成パプリカの多収生産技術の開発（平成24～26年度）
・ミョウガ養液栽培における給液管理技術と炭酸ガス施用による増収技術の確立（平成23～25年度）
・ミョウガ栽培におけるLED電球を用いた電照・補光技術の検討（平成24～25年度）

○既存ハウス
◆研究課題
・環境制御による促成ナス・キュウリの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
・電照および炭酸ガス施用によるニラの多収生産技術の開発（平成25～27年度）
・環境制御による促成ピーマンの多収生産技術の開発（平成24～26年度）
・化石燃料の使用量とCO2排出量削減のためのヒートポンプ利用技術の開発（平成23～25年度）
・LED照明を利用したトルコギキョウの高品質安定生産技術の開発（平成23～25年度）

産官学連携体制の整備

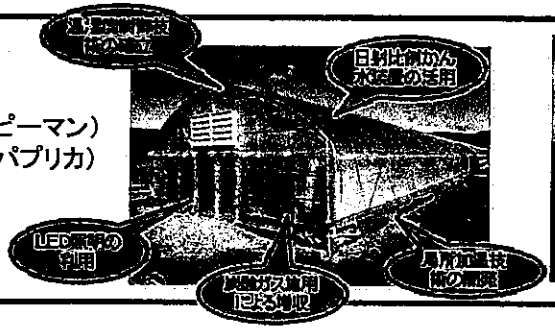
こうち新施設園芸システム研究会

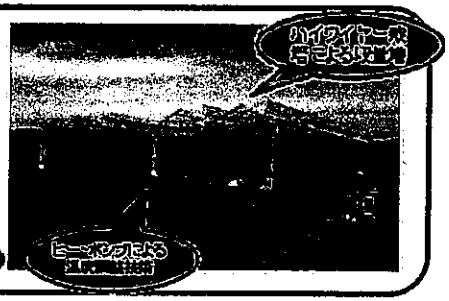
設立の目的：システム開発への取り組みへの支援、開発目標の共有化、研究計画や成果の検討

研究会構成員
高知県：環境農業推進課、産地・流通支援課、農業技術センター、工業技術センター、農業振興センター
大　学：高知大学、高知工科大学
農業団体等：JA高知中央会、全農高知県本部、園芸連、生産者代表、
民間企業（施設園芸関係）等

平成26年度までの達成目標

① 既存型ハウスでの収量30%増（ピーマン）
② 高軒高ハウスでの収量50%増（パプリカ）
③ 暖房コスト20%削減
④ CO2排出量50%以上削減





現場への普及

【取組方針③】
流通・販売の支援強化

高知県産青果物の出荷・流通・販売支援策（H24～）
～　高知県産青果物のまるごと地産外商に向けて　～

別図（農5）

新需要開拓マーケティング事業による販売力の強化（拡充）

①パートナー量販店での販売強化
（フェアの積極展開、基幹店舗の充実・拡大、流通関係者や顧客への産地理解の促進、PB等高付加価値商品の提案・導入）
②新園芸ブランドによる販売強化（「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目拡充、顧客への認知度向上）
③業務需要開拓の強化（流通関係者等との連携による営業活動の展開、商談会への積極的な出展）

園芸連

販売額600億円（H23園芸年度）→販売額アップ650億円

農協（生産者）

まとまりのある園芸産地総合対策
レンタルハウス整備事業
園芸用ハウス流動化促進整備事業

基幹流通（規格品）

見える化商品

卸売市場

量販店
消費者
飲食店

（青果物）
販売数量10万トン（H23園芸年度）→販売数量アップ

＋

④顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築（顧客への柔軟な対応）

●取り組み内容：顧客と産地をつなぐ園芸連の受発注システムの構築

農協
生産者
直販所

（帳合）
特産販売

オリジナル商品（規格外品）

消費者
量販店
飲食店　等

販売額16億円（H23園芸年度）→販売額アップ（上記650億円に含まれる）

（システムへのエントリー）

・営業ツール：商談会への出展、個別商談、カタログ販売）

顧客の声
・安心な青果物を産地から直接購入したい
・少しでも新鮮な青果物を購入したい
・生産者の顔の見える取引がしたい
・規格品以外の青果物を購入したい　等

拡充

⑤こだわりニッチ野菜・果実販路開拓

こだわり
生産者
生産者組織、等

●取り組み内容：こだわり野菜・果実の実需者とのマッチング
（日本野菜ソムリエ協会等との連携による展示商談会の開催）

●取り組み内容：こだわり野菜・果実の訴求力、販売力のアップ
（野菜ソムリエによる販売等についてのアドバイス等）

情報発信力のある
青果店
飲食店
消費者

高知県産青果物まるごと地産外商

アップ

1　販売を意識した産地力
2　他県産との競争力
3　園芸連販売額
4　農家所得

アップ

1　高知野菜の情報発信力
2　こだわり野菜・果実の販路開拓、販売拡大
3　農家所得

【取組方針③】
流通・販売の支援強化

県産花き振興の取り組みについて

別図(農6)

生産振興

・消費地ニーズに対応した花きの生産
・新品目の導入
・経営コストの削減
・高品質・安定生産

＜新たな取り組み＞

★新たな草花・枝物等の産地化

○内容:大阪丸高花き協議会から栽培提案があった18品目について、園芸連が主体となって試験栽培を行い、県は「まとまりグループ実証」等で取り組みをバックアップする。
○品目:現状で栽培面積は少ないが市場から要請のある品目
(草花)花なす、観賞用唐辛子、リンドウ、風船とうわた、千日紅、大夢
(枝物)紫陽花、ブルーベリー、夏ハゼ、木いちご、シキミア、ガマズミ、ビバーナム、カルミア、赤やなぎ、シキミ、サカキ
(葉物)虎の尾
○スケジュール
H25.1まで 産地への栽培意向打診
H25.2 栽培説明会
H25.4～ 順次栽培実証開始(まとまりグループ実証活用)
H26.3まで 試験栽培結果の検証
生産拡大可能な品目について次年度推進

園芸品目の総合戦略支援
(例)ユリの夜冷栽培技術による品質向上
(例)グロリオサ'オレンジハート'の導入拡大
(例)レンタルハウス事業による施設整備支援
など

＜販売推進の方向性＞

○ブランドの維持
○地産外商を主軸とした販売
○実需者との結びつきの強化
○消費拡大の推進
○新たな商材の国内外への提案・販売

丸高花き協議会

東京 大田花き 他全12社
大阪 なにわ花いちば 他全7社

○活動内容
高知県の花き振興策への助言、PR展示やフェア開催時の協力組織

H21～23年度 ﾓﾆﾀﾘﾝｸﾞ調査
H22～23年度 まるごと高知展示協力
H24年度～ 出前授業開催協力

★高知フラワーアドバイザー(関東1名)

活動内容
①高知の花商談会などへのアドバイス協力
②県産花きの新たな消費拡大への提案
③出荷規格・新品目等の産地への提案 など

販売振興

・県産花きの販売PR強化
・実需者との顔が見える関係づくり
・新たな商材の国内外への提案・販売

＜新たな取り組み＞

★高知の花商談会(関東地区で試行)

○内容:東京丸高花き協議会12社と取引のあるブライダル、葬祭等の大口業務関係実需者と各産地とのマッチング
協力会社・・・大田花き、世田谷花き、第一花き 他全12社
○時期:平成25年11月下旬(1回)
○場所:東京都内
○出展者:県内花き出荷主要JA、県内花き出荷団体
○商談会のねらいと効果
・新たな取引先の拡大
→効率的、相乗的な商談により生産過剰となる品目、時期の解消
・業務需要への取引拡大
→ブライダル、葬祭等大口販売業者とのマッチングによる規格外品も含めた取引拡大
・産地の見える化強化
→活発な産地の動きを見せることによるファンの拡大、固定客の確保
・顧客情報をもとに新たな取り組みへトライ
→新品目・新品種への取引拡大、出荷規格や商品PR方法の見直しなど

関東地区での効果や問題点等を検証したのち、関西地区でも実施を検討

実需者対象の出前授業(関東・関西各1回)
仲卸、花店への産地のこだわり情報の周知、交流促進

【取組方針④】
品目別総合戦略

【土佐茶の振興対策】

土佐茶の消費拡大対策や販路拡大による荒茶販売から仕上茶販売にシフトし、茶生産農家が生産を維持できる所得の確保を目指す

別図(農7)

「ブレンド」から「ブランド」へ

【現状分析】
1 中山間の基幹作物(平成18年) ※太字:統計値など 細字:推計値など
1) ユズ 栽培面積:654ha(結果樹面積:605ha)、農家数:約1,000戸、生産量8,880t、生産額:約20億円(推定)
2) 茶 栽培面積:610ha(摘採面積:439ha)、農家数:約1,300戸、荒茶生産量452t、生産額:約8億円(推定)
(平成23年 栽培面積:482ha、摘採面積326ha、荒茶生産量310t、生産額5.7億円)
2 茶の現状
① 荒茶価格の低迷(荒茶平均価格 H15 2,158円 → H20 1,513円 → H23 1,581円 /kg
② 生産者の高齢化の進展(主要産地の基幹的農業従事者65才以上 H17 58% → H22 63%)
③ 栽培条件の不利性(急峻:傾斜地15度以上が192ha H23)
④ 茶園の老朽化、土壌管理の粗放化、施肥量の不足による生産性・品質の低下
(樹齢30年以上の茶園割合85% H22)
⑤ 産地の維持が困難となりつつある。

【課題】
①土佐茶の販売活動の展開
ア 試飲・PR活動、新たな飲み方の創造・提案による消費拡大
イ 営業活動の強化による販路拡大
ウ 土佐茶のブランド化の推進
②生産を維持する仕組み作り
ア 荒茶加工施設の再編・高度化
イ 品質・生産性向上に向けた生産指導体制の再構築と産地の活性化

これまでの取組の成果(H21～24)

①消費拡大対策
■土佐茶PR拠点の土佐茶カフェのオープン・PR事業の実施
■土佐茶販売対策協議会の設立とPR活動
「新茶まつり」、「土佐茶まつり」等の試飲・PRイベント、CMの放映、PR用リーフレットの作成・配布、小学校での出前授業、新たな飲み方提案(クールティ)。

取り組み成果 【県内緑茶消費量の県内産シェア 66%】
・緑茶購入量の増加 H20:483g → H23:742g
※ 総務省家計調査 (県庁所在地別1世帯当たり購入数量)
・土佐茶認知度の向上 H21:49%→H24:72%
※新茶まつりアンケート結果

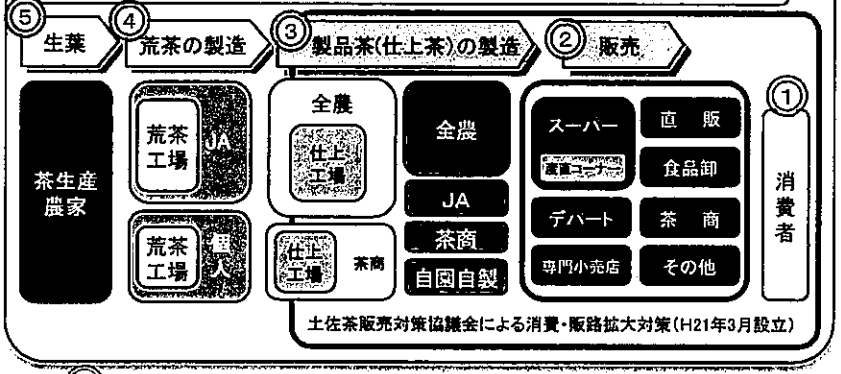
②販路拡大対策
■JAコスモス・津野山による販路拡大(H24)
緊急雇用による販路・消費拡大業務の委託
■土佐茶販売対策協議会による商談会の参加(H22～)
アグリフードEXPO東京・大阪等
■全農高知県本部による販路拡大(H22～23)
ふるさと雇用による販路・消費拡大業務の委託

③土佐茶のブランド化
■土佐茶ブランド戦略構築事業(H24)

④荒茶・仕上げ茶加工施設の高度化対策
■ JAコスモス仁淀茶工場、JA高知はた十和茶工場、JA津野山茶工場(H21)、JAコスモス吾川茶工場(H23)
■JA全農こうち仕上げ茶工場(H22)

⑤荒茶の生産性・品質向上対策
■JAコスモス・津野山による生産指導体制の再構築、施肥・土壌管理のモデル園の設置(H24)

製品茶(仕上茶)の生産から販売の流れ



具体的な施策

①消費拡大対策
◆「土佐茶カフェ」による、土佐茶の魅力のPR、産地情報の発信
◆「新茶まつり」、「土佐茶まつり」等の試飲・PR活動、小学校での出前授業
◆新しい「土佐茶」の飲み方の提案

②販路拡大対策
◆県内外の商談会への参加、量販店・食品卸等訪問営業の活動強化

③土佐茶のブランド化
◆県の特徴を活かした外商向け基幹商品の開発・テストマーケティング

④荒茶加工施設の再編・高度化
◆JA高知はた荒茶加工場の再編【H24年度繰越県競争力強化生産総合対策事業】

⑤荒茶の生産性・品質向上対策
◆生産指導体制の再構築
◆老園化した茶の改植による生産能力・品質の向上【茶改植等支援事業:国】

目 標(H26)

●仕上茶販売額のアップ

H 20: 7,068 万円 → H 23 18,026万円 → H 26 21,000万円

3倍へ！！

(全農、主要JA・自園自製生産者)

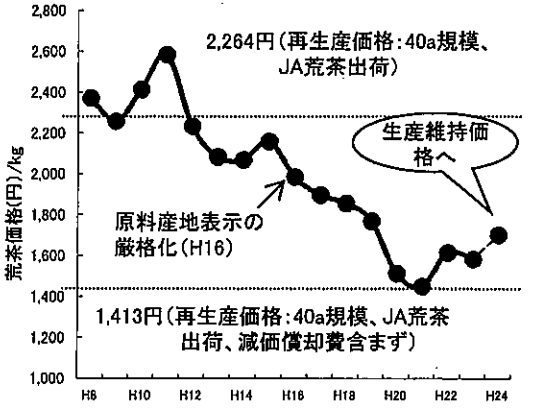


図 荒茶価格の推移(目標)

【取組方針④】
品目別総合戦略

畜産振興（生産から流通・販売までを一体的に支援）について

別図（農8）

品目別総合戦略

★生産性の向上
★販売・流通の拡大
★生産基盤の強化
安定供給に向けた
★自給飼料の増産
★販売の強化
各団体の流通・

〈平成25年度からの取組内容〉

生産基盤の強化
ブランド力の向上
→ ○販売価格の底上げ
○生産農家の増産意欲向上

取組の重点化

畜種共通

○家畜衛生対策の強化による生産性 向上への支援
○飼料自給率向上への支援

【継】家畜伝染病予防事業、家畜衛生対策事業
○迅速かつ的確な防疫体制と損耗の原因となる慢性疾病の対策を講じます。
【継】稲発酵粗飼料利用促進事業
○地域における稲発酵粗飼料（WCS）生産・利用の促進を支援します。
【継】特産畜産物生産流通拡大事業
○特産畜産物を生産から流通販売までを一体的に拡大する取組を支援します。
【新】高知県レンタル畜産施設等整備事業
★畜産物の生産基盤を維持・拡大、強化するため、新規就農や規模拡大に要する畜産施設等整備の取組に対して支援します。

酪農

○効果的な乳量・乳質改善の取組への支援

【継】乳用牛群検定推進事業
○牛群検定による乳量・乳質の改善と加入促進の取組を行います。
【継】特産畜産物生産流通拡大事業
○牛乳乳製品の消費拡大推進の取組を支援します。

肉用牛

○生産基盤強化への支援
○土佐和牛ブランド力向上への支援

【継】特産畜産物生産流通拡大事業
○生産基盤の強化や消費・流通拡大の取組を支援します。
【新】肉用牛導入資金供給事業
★肉用繁殖雌牛増頭のため、市町村が農家に貸し付ける目的に基金を造成する取組に対して支援します。
【継】土佐和牛繁殖雌牛導入促進
○繁殖雌牛の導入促進の取組に対して支援します。
【継】嶺北地域肉用牛施設整備事業
○嶺北地域における繁殖・肥育一貫生産の取組に対して支援します。

養豚

○飼料用米給与によるブランド力向上への支援
○肉豚価格差補てんへの支援

【継】飼料用米利用促進事業
○「さらにおいしい米豚」の生産方法の確立と安定供給を目指す取組について支援します。
【継】地域肉豚価格安定対策事業
○肉豚価格の補てん基金について、生産者分の積立金を軽減します。

養鶏

○土佐ジローや土佐はちきん地鶏ブランド力向上への支援

【継】土佐ジロー生産体制整備強化事業
○土佐ジローの良質な種鶏の確保や種卵の安定供給を行います。
【継】土佐はちきん地鶏普及対策事業
○土佐はちきん地鶏の良質な種鶏の安定供給を進めます。
【継】特産畜産物生産流通拡大事業
○生産技術の向上や生産に見合う消費・流通拡大の取組を支援します。

【取組方針④】
品目別総合戦略

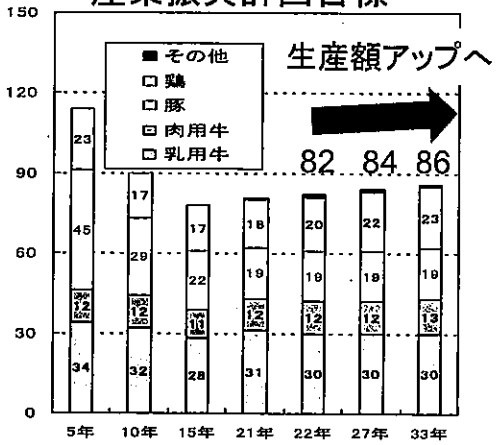
【新規】レンタル畜産施設等整備事業費補助金

別図（農9）

産業振興計画の目標達成に向けて畜産物の生産基盤を拡大するため、新規就農や規模拡大に要する畜産施設等整備の取組に対して支援する。

現状と課題

○畜産粗生産額の推移と産業振興計画目標



価格低迷や高齢化等により飼養戸数・頭羽数は減少しているが、県外への販売拡大によって、販売価格の底上げや農家の生産意欲向上がみられている。

畜産の生産拡大には、多額の資金を要する施設等整備が必要となるため、市町村や農協等と連携した支援が必要である。

取組内容

○レンタル施設等整備

【事業主体】市町村、農協
【事業内容】レンタル用畜産施設等整備に要する経費について、市町村が補助する事業に対し支援する。
【対象畜種】乳用牛、肉用牛、豚、鶏（土佐はちきん地鶏、土佐ジローを含む。）
【補助率】県1/3以内（中山間地域2/5以内）、市町村1/10～1/3

効果

☆地域内あるいは県域一貫生産体制の再構築
☆消費・流通ニーズに対応した畜産物の安定生産
☆生産に見合う流通・販売体制の拡充

畜産産地の再構築
①産業振興計画の目標以上の達成
②中山間地域の産業振興
③ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ（競争）力の強化
④市場の活性化・販売価格の向上
⑤担い手の確保・雇用対策

2．中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化



中山間地域の重要性

・高知県では、中山間地域が農業生産額・耕地面積・農家人口が8割以上を占める。

・水源涵養や、生物多様性など多面的機能面で大きな役割を担う。

中山間地域の課題

高齢化	経営規模が狭小
耕作放棄地の増加	担い手不足
不利な生産条件	鳥獣被害　など

中山間地域

①集落営農の推進

○集落営農の裾野を広げ、足腰の強い組織を育成
- ・話し合いの場づくり、コーディネーター、集落リーダーの育成
- ・農業機械・施設等のハード整備

○こうち型集落営農の実現
- ・所得確保を目指す園芸品目等の導入、周年化
- ・農産物加工、グリーン・ツーリズムの取り組みやハード整備

拡 ○組織の法人化や拠点ビジネスへの取組による経営の安定化、雇用の確保



＋

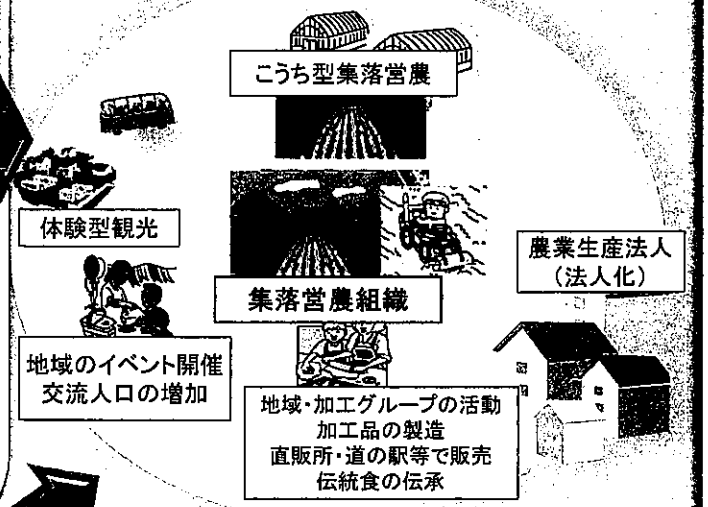
セーフティーネット

○経営所得安定対策制度

○中山間地域等直接支払制度

③中山間に適した農作物の生産

○薬用作物の生産拡大支援など



＋

②６次産業化の推進

拡

○6次産業化をリードする人材育成
- ・農業創造セミナー

○農産物加工等のブラッシュアップ

○地域資源の商品化に向けた発掘・活用・販路拡大への支援

○こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり



中山間地域で安心して農業を続ける仕組みを構築

【取組方針⑥】
６次産業化への取組による拠点ビジネスづくり

新たな価値をもたらす地域産業の創出

６次産業化の推進に向けた取組

別図（農10）

取組主体の発掘・育成

発掘

地域で６次産業化に取り組む芽を見い出す

H24.4～9の支援実績
直販所関係：6組織のべ62回
加工品・レストラン関係：9組織のべ69回

◆地域６次産業化推進チーム
（農振センター所・課単位）
地域資源の発掘、情報共有
推進方策検討
◆広くきめ細やかな相談体制を整備
（農振センター 所・課単位）
農業者からの個別相談
→地域本部との連携支援
◆６次産業化研修会（5/28～31、6会場、324名）
農業振興センター単位で研修会を実施。６次産業化の支援策、先進事例を紹介し、意識づけ
◆６次産業化情報共有会議（12/18 関係機関60名）
市町村・関係団体等と基本的な関連情報を共有

＊農振センターの日常活動の中から意欲ある人材発掘
農村女性グループ　集落営農組織
直販所　JA生産部会
農業生産法人　後継者グループ
集落活動センター

対象のニーズ・段階に応じた支援

育成

6次産業化に取り組む農業者のすそ野の拡大
実践段階のフォロー

意欲ある人材の育成・確保

◇セミナー・研修会等による支援　拡充
・「農業創造セミナー」
入門コース・応用・実践コース
・「目指せ！弥太郎商人塾」
・「６次産業化支援塾」
６次産業化サポートセンター（土佐はちきんネット）
・普及指導協力員の活用（農振センター）
＊農振センターがバックアップ
・セミナー参加者の「活性化計画」の作成、実践に向けた継続的なフォローアップ等

24年度実績
受講者：9グループ（27名）うち地域AP関連5グループ
スタートアップセミナー：7/5、130名
成果発表会：12/18、100名

◇先進地視察、ワークショップ、商品づくり等の実践
農業創造人材育成事業
（農業創造セミナー応用・実践コース）

拡充

◆売れる商品開発支援
・直販所のネットワークづくり
・直販所へのアドバイザー派遣
農林水産物直販所支援事業

24年度実績（12月末）：商品開発支援9商品
店づくり支援7事業者

新規
・地域に残された作物の活用等
伝統作物活用実証事業

つなぐ

◆農業者と加工業者等　の情報を収集・調査、提供

◆加工業者等と産地・組織とのマッチングの場の創出　新規
相談(商談)会の開催

◆加工に取り組む組織、産地の育成

24年度の農振センター等での取組実績：
カブ（集落営農組織）、ダイコン（JA出資型法人）

連携の強化（情報交換会）

ものづくりの地産地消センター

拡充
市場情報収集・調査→専門家による助言・提案→マッチング
マーケットイン型商品づくり支援事業（地産・地消外商課）

広げる

集落営農の推進

H24の講座開催実績
24講座97回
各農業振興センター

拡充
◇集落営農・拠点ビジネス支援事業（ハード事業の強化）
法人推進加算の拡充（3年間）
拠点ビジネス推進加算の新設　新規

◇集落営農の取組推進（ソフト支援の強化）
拠点ビジネス研修の実施（5回）
集落営農の法人化、育成アドバイザー派遣　新規

取組実践を総合的支援

実践・磨く

商品開発・販路開拓等への支援
◇ステップアップ事業の活用
加工機械の整備や試作の取組みへのステップアップ事業を活用した支援
◇集落活動センター推進事業の活用
加工品開発・改良の取組を集落活動センター支援と併せて推進
◇農業創造セミナー応用・実践コース、アドバイザー派遣事業の活用
加工品開発・改良、販路開拓の取組をと併せて推進
↓
◇地域アクションプランへの位置づけ
計画を実践に移すグループに対し、地域本部と連携し地域APの取組支援

◆地域資源活用勉強会（現地研修）
農業振興センター単位で、地域資源（農産物、加工品等）の磨き上げや活用方法を検討
地域資源付加価値向上事業
◆マーケティング支援
消費者モニターを活用した磨き上げ
販促・商談スキルアップ　等
地域資源付加価値向上事業

◆６次産業化支援パンフレットの活用
６次産業化推進事業

総合補助金
産振アドバイザー制度の活用

連携

（国）６次産業化関連事業の活用
・６次産業総合推進事業（ソフト）
・６次産業化推進整備事業（ハード）
・農林漁業産業成長化ファンド

産振計画の参画者拡大
成功事例を創出

６次産業化による地域活性化・農業者の所得向上・雇用創出

地域６次産業化推進チーム（農振センター）による日常的なサポートで取組を推進

【取組方針⑦】
中山間に適した農産物等の生産

薬用作物の振興について

別図（農11）

ミシマサイコの生産拡大（栽培面積：37ha（H22） → 60ha（H27））
★導入メリット： ①単価が安定、軽労働、投資額も少ない ②鳥獣被害が少ない ③夏秋野菜など基幹品目を補完できる品目

現　状

栽培状況

●上位3品目（栽培戸数、栽培面積・産地）
①サンショウ（157戸、44.4ha）
越知町、大豊町
②ミシマサイコ（120戸、36.8ha）
越知町、大豊町、四万十町など
③ダイダイ（30戸、14.0ha）
越知町

生産者組織

●生産者組織
・5団体

●販売方法（契約栽培）
・生産者 → 生産者組織 → 製薬会社

販売先等のニーズ

●ミシマサイコの生産拡大が可能
・販売先の意向：100～150haまで拡大可能

●有望な薬用作物の提供
・（公財）高知県牧野記念財団からの栽培試験の実施要望

問題点・課題

ミシマサイコ

●産地・生産者間の収量格差
・高収量要因の解明（栽培実態把握）
・新規産地では収量が低い傾向

●需要に応じた生産量の確保
・新規産地の育成



有望な薬用作物

●有望な薬用作物の現地適応性評価
・アミガサユリ、シャクヤク、イノコズチの栽培適性評価

●製品化の検討（マーケティング）
・販売先（製薬会社）との協議

販売先

●販売先との連携
・製薬会社との連携体制整備

25～27年度の取組

農業振興センター

●ミシマサイコ等の安定生産技術の確立
【対象】生産者団体
・栽培実態調査の実施
・栽培技術の改善と普及
（実証圃の設置、研修会の開催、栽培マニュアルの作成）等

●ミシマサイコ等の新規産地の育成
【対象】新規産地の生産者
・推進体制の整備
・モデル農家の選定・技術の普及
実証・展示圃の設置　等
・生産者の組織化

◆技術の普及　◆産地の拡大

農業技術センター

●有望な薬用作物の現地適応性評価
・試験研究の実施

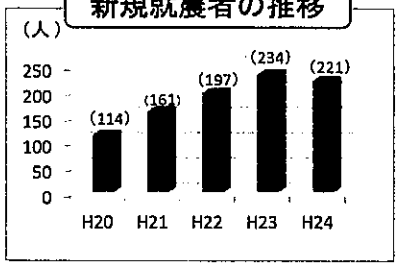
●ミシマサイコの生産拡大課題への対応
・栽培実態調査に基づく課題化

3．新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

これまでの取組と成果

研修制度の充実等により新規就農者が増加傾向
（研修支援事業の拡充など）

新規就農者の推移



担い手育成の残された課題

就農時

- 農地（施設）の確保
- 資金（信用力）の確保
- 就農初期の経営安定

経営発展時

さらなる発展を目指す

＜規模拡大＞
- 農地の集積
- 施設の整備
- 雇用の確保

＜経営力の強化＞
- 財務体質の強化
- 人材の育成

担い手育成の取組をさらに強化

農業を新たに始める人材の確保

新規就農者の確保・育成

就農までの支援

○PR・相談活動の実施
- ホームページでの紹介
- 県内外での就農相談会
- 「こうちアグリスクール」の開講（東京・大阪）

○農業技術の習得
- 農業大学校研修課「アグリ体験塾」での研修
- 市町村等での実践研修

（青年就農給付金「準備型」と新規就農研修支援事業の活用）

就農への支援、経営安定への支援

○農地やハウスの確保
- 農地や遊休ハウス情報の収集および提供
- 新 「新規就農トータルサポート事業」による農地の確保及び園芸ハウスでの研修とともに就農への支援
- レンタルハウス整備事業

○経営の開始と経営安定
- 45歳未満で独立・就農した新規就農者への支援【青年就農給付金（国）】
- 概ね就農5年以内の認定就農者等の現状把握と技術面、経営面での助言

地域農業を支える担い手の育成

企業的経営体の育成

農地の集積への支援
- 耕作放棄地対策による遊休農地の活用
- 県農業公社や各市町村の農地利用集積円滑化団体による農地の利用集積

施設整備等への支援
- 規模拡大のハウス整備（レンタルハウス）
- 機械等の整備（経営体育成支援事業）

人材の育成への支援
- 雇用による新規就業者への研修経費を最長2年、月額10万円を補助（国）
- 従業員のスキルアップを支援（農業会議）

法人化などへの支援
- セミナーの開催、専門家を活用した計画作成を支援
- 県内農業法人の交流の場を設置し、情報交換などを通じて相互の発展を推進

地域農業の担い手を育成・雇用の創出

（目標）
新規就農者
年間230人

【取組方針⑧】
担い手の育成と
生産資源の保全

高知県の担い手の育成・確保対策（新規就農者の確保・育成）

別図（農12）

目　標

○新規就農者数　年間目標　　230 名

直近の実績

○新規就農者　H24年度　221 名

※国・青年就農給付金(準備型)＋県・新規就農研修支援事業費補助金
（市町村等が行う研修を国・県が支援）
◆研修生への支援
①就農時45歳未満：給付金150万円/年＋上乗30万円/年以内
②給付金対象外：研修手当　月額15万円以内
◆受入農家等への支援
・謝金　　月額5万円以内

担い手の確保に向け、段階に応じた取組を実施

① 就農希望者

PR段階

就農希望者への呼びかけ

◆都会で学ぶ「こうちアグリスクール」 の開講
⇒都市部の本県出身者等に本県への就農を意識づけ、園芸農業の基礎講座を実施

◆新規就農相談センターによる支援制度や就農事例の紹介 など

相談段階

相談活動

◆県や新規就農相談センターによる電話、面談等の個別相談や県外での就農相談会の実施

◆異業種からの参入手続きや支援制度の紹介など

② 新規就農者

技術習得段階

基礎技術の習得支援

◆農業大学校研修課(アグリ体験塾)での基礎的な研修の実施
◆（再掲）都会で学ぶ「こうちアグリスクール」の開講

応用技術の習得支援

◆市町村での実践的な研修の実施
青年就農給付金(準備型)と新規就農研修支援事業(※)の活用
◆農業法人等に雇用された就業者の研修に要する経費を支援（国の『農の雇用事業』）

新 ◆新規就農トータルサポート事業
・園芸産地で、新規就農に必要な農地を先行して集積する。
・JA出資型法人等に園芸用ハウスを整備し、実践研修を行うとともに、研修終了後にそのハウスでの就農を支援。

営農準備段階

営農開始の準備

◆初期投資に要する経費の軽減策
（資金確保・ハウス確保支援）
・新規就農促進区分の補助限度額
800万円/10アール
◆就農支援資金等の活用

◆農地、遊休ハウス等の情報を一元的に収集し、提供する取り組み

営農開始初期

青年就農給付金（経営開始型）

（市町村が行う給付を国・県が支援）
◆45歳未満で独立・自営した新規就農者への支援
・150万円/年　最長5年間
・人・農地プランの中心となる経営体への位置付けが必要

農業技術を持った人材を確保

③ 就農定着・認定農業者への育成

営農開始後 （経営・技術指導）

営農開始後のフォローアップ

◆JA営農指導員や県普及職員による営農・技術指導

◆地域担い手協議会による、認定農業者への誘導・育成、新たな認定者の確保

◆就農から概ね5年以内の認定就農者、認定就農計画が達成できず資金償還に困っている方に対し、助言等のフォローアップを行う職員を県農業公社に設置

認定農業者

④ 企業的経営体への育成

経営発展の支援　（規模拡大、経営支援）

県農業会議
企業的経営体育成支援事業
・企業的経営を実践する経営体の経営改善、発展を支援
・経営の一部を任せることができる、幹部職員の育成に要する経費の一部を支援 （月額5万円以内）

◆JA無料職業紹介所の開設
（労働者と経営者のマッチング）
⇒県内10JAに開設済

◆規模拡大のハウス確保支援や共同利用機械等の導入への支援

など

【取組方針⑧】
担い手の育成と生産資源の保全

新規就農トータルサポート事業（H２５～）

別図（農13）

24年度の取組	残された課題
・県農業公社による農地情報の収集と提供への取組 →新規就農者が使える農地が少ない	・地域農業に詳しい営農指導員と産地が農地や後継者の情報を共有 →産地自らが後継者を育てる
・新規就農の受け皿として、JA出資型法人の育成に取り組んだ →設立後の経営への不安 →新たな設備投資への不安	・設立後の経営安定には施設園芸への取組が必要 →経営の安定化に向けた施設整備への支援が必要
・就農サポートハウスの整備に取り組んだが、 →新規就農者がいない期間のリスクが大きい →実績のない新規就農者への不安 →固定資産増加へのJAの懸念	・就農サポートハウスの整備に取り組むJAが少なかった →営農開始時だけでなく農地や研修への支援も必要 →実施主体も含めた新たな対策が必要

新規就農への新たな制度の創設

新たな対策のポイント

- *ポイント1*　園芸部会で、産地の将来を話し合い、産地の目標と新規就農に使える農地を選定
- *ポイント2*　農地利用集積円滑化団体による農地の先行確保
- *ポイント3*　JA出資型法人等のハウス整備から、実践研修の実施とのれん分けでの営農開始

【ステップ1：農地の確保】

園芸産地で産地の将来を話し合う（後継者はいるか、農地はあるか＝「人・農地プラン」に反映

話し合いの結果から

農地の出し手
（規模縮小や離農を考えている農家）

白紙委任

農地利用集積円滑化団体が農地を確保
（市町村等）

利用権設定

【ステップ2：ハウス整備】

県
1/3
補助

市町村
2/3
補助
（市町村負担1/3）

ハウス建設

JA出資型法人、市町村農業公社等



【農業経営を行うとともに就農実践研修を実施】

農地の利用権を変更

ハウスを貸借

研修終了、就農

【ステップ3：就農への支援】

☆研修で使ったハウスをそのまま経営を開始

☆貸借したハウス分は、必要に応じ、再整備し、法人等の経営安定へ

☆研修ハウスで就農した新規就農者は、レンタルハウス整備事業等で、規模拡大し、経営発展

【研修ハウスで、そのまま独立・自営就農】



のれん分けでスムーズに就農

経営開始後、実績を積んで

レンタルハウス等で、計画的な規模拡大

産地を支える地域の中心となる経営体へと発展

Ⅱ　専門分野の成長戦略

2　林業分野

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

木材・木製品製造業出荷額等150億円(H22) → 164億円(H23)※

原木生産量40.4万立方メートル(H22) → 50.7万立方メートル(H23)

第2期計画ver.2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　（P322）
㊎森林経営計画と森の工場の整備（拡充内容：森林施業計画(旧)から森林経営計画(新)に移行する活動を補助対象に追加）
○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（P322）
○皆伐による原木の増産（P322）
○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（P324）
・協定取引の推進（P324）
○森林組合の経営力強化（P324）
○自伐林家等による生産を促進（P326）

加工体制

○大型製材工場等の施設整備の促進　（P328）
・大型製材工場の整備と生産
・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　（P330）
・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　（P330）
・乾燥施設等の新設及び増強
㊐CLT（クロス・ラミネイテッド・ティンバー）の推進　（P330）

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　（P332）
○県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進　（P332）
○大消費地への販路拡大　（P332）
・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　（P332）
㊎県産材を利用した木造住宅への支援　（P334）
（拡充内容：第3子以上がいる場合の助成単価の割増、広報の強化）
○公共事業や公共施設等での県産材の利用推進　（P334）

木質バイオマス

○原木や林地残材の搬出に対する支援　（P336）
○木質バイオマス燃料の安定供給　（P336）
○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化　（P336）
○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進　（P336）
○燃焼灰の適正処理　（P338）
○コスト差を埋める支援の仕組みの検討　（P338）
○推進体制の強化　（P338）
・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会の参加者の拡大、協議内容の拡充
㊐木質バイオマス発電の推進　（P338）

※平成23年の数値については、「平成24年経済センサス活動調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある

を目指す本県産業の姿　林業分野

4年後の目標（H27年度末）		さらなる飛躍へのポイント	10年後の目指す姿（H33年度末）
～山の資産価値をアップ、中山間の雇用を確保～ ●立木の資産価値 20%アップ（H22年比） ●担い手数 1,732人（87人増）	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	○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m3（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m3
～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m3/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m3 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 200億円以上を目指す
原木生産量 81万立方メートル以上を目指す
～山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地～

産業成長戦略（林業分野）の概要

成熟した森林資源をダイナミックに活用した所得の向上と雇用の創出

森林資源 H22末
蓄積：1.74億m3
成長量：314万m3/年
（うち人工林）
（蓄積：1.49億m3）
（成長量：300万m3/年）

原木生産量
H22年 404千m3
（H23年 507千m3）

増産 316千m3
78%増産

H27年 72万m3
増産 90千m3
H33年 81万m3

柱6. 健全な森づくり
循環型の林業を持続

【課題】
①地域の実情に応じた持続的な森林経営のプランが必要
②保育コスト高等から適切な手入れがされず荒廃森林が発生
③成林までのトータルコストが高く、再造林が困難
④獣害（シカ、ウサギ等）により確実な更新が困難

フォレスターによる支援

【施策】
◆持続可能な森林づくり （P342）
①地域の森林整備に関する計画の作成支援
（適地適木、資源循環 など）
③再造林への支援、省力化の検討
④獣害対策（防護柵設置等）の支援

◆荒廃森林の解消 （P342,344）
②保育間伐の推進
・公益的機能が高い森林の間伐支援
・オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進

柱1. 原木生産の拡大
間伐と皆伐を組み合わせて増産

【課題】
①森林の所有規模が小さい
②地形が急峻
③原木の販売価格が不安定
④効率的な生産ができる事業者が少ない
⑤担い手の確保と技術の向上

【施策】
◆生産性の向上と原木の増産 （P322,324）
①森林の集約化と経営委任の推進
・森林経営計画と森の工場の整備
・森林施業プランナーの活動支援
・国・公有林等を活用した大規模化
②地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入促進
・林業機械や林内路網の整備
・効率的な路網や架線集材などの普及
・事業体の作業システム改善の支援
③協定取引による安定供給の推進
◆事業体や担い手の育成 （P324,326）
④事業体のマネジメント能力の向上
・中期的なビジョンに基づく森林組合経営を支援
・森林組合の合併を推進
・森林施業プランナーの育成
・建設業者等の新規参入と定着を支援
⑤担い手の確保・育成
・搬出作業等の技術力アップ
・新規就業の促進
・自伐林家等の生産活動の支援

柱2. 加工体制の強化
品質の向上と加工量の増大

【課題】
①成熟した豊富な森林資源を使い切れない
②機械設備が不十分で、生産コスト高
③消費者の求める品質確保の取り組みが不十分
④財務体質が弱く、設備投資が困難

【施策】
◆企業誘致等による大型加工施設の整備
①～③大型加工施設の整備 （P328）
・大型製材工場の整備
・単板工場の整備
（低質材の加工力強化）
◆県内加工事業体の生産力等の強化 （P330）
①～④既存加工事業体の生産力等の維持・強化
・県内事業者による大型製材工場の整備
・新たな設備導入や既存設備更新の支援
（効率化、低コスト化、高品質化等）
◆高次加工施設の整備 （P330）
①、③CLT（クロス・ラミネイテッド・ティンバー）の推進

柱3. 流通・販売体制の確立
地産地消・地産外商の推進

【課題】
①大消費地から遠隔地であり輸送コスト高
②県外での土佐材の認知度が不足
③事業者の営業力の強化が必要
④木材を使う仕組みや意識の強化が必要

【施策】
◆流通の統合・効率化 （P332）
①拠点を活用した流通の効率化の推進
・県外の流通拠点の設置
・建築工程に応じたきめ細かな配送の推進
・県内事業者の共同輸送（県外へ）体制の強化
◆販売力の強化 （P332,334）
②、③地産外商の推進（流通拠点の活用など）
・企業・団体と行政が連携した営業活動を推進
（土佐材展示会、セミナー、商談会の開催など）
・商品力の向上への支援
（JAS認定取得・表示の支援、地域材ブランド化の推進など）
④地産地消の推進
・県産材使用住宅の建築、リフォームの支援
・公共施設、公共事業での木材利用の推進

柱5. 森のものの活用
森の恵みを余すことなく活用

【課題】
①重要な換金品目の生産・販売振興が必要
②地域の森林や産物を活用した取り組みの推進が必要

【施策】
◆特用林産物の生産等の振興 （P340）
①特用林産物（炭、キノコ、シキミ等）の生産・販売支援
②提案型等の地域発の取り組みを支援

柱4. 木質バイオマスの利用拡大
マテリアル＋エネルギー利用の推進

【課題】
①原木や林地残材の集荷コスト高
②バイオマス利用ボイラーの導入経費や管理経費（燃焼灰処理等）が他製品に比較して割高
③原木増産に伴い発生する多量のバイオマスの有効利用が必要

【施策】
◆木質バイオマスの効率的なエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大 （P336,338）
①原木や林地残材の搬出に対する支援
②バイオマス利用施設の導入・管理コストの低減
・バイオマス利用ボイラーの導入支援
・一定の地域内での効率化を推進（共同利用・処理）
③発電や製品原材料など多用途利用の推進
・再生可能エネルギーの全量固定価格買取制度に対応し、バイオマス発電を推進 など

数値目標
H22 → H33
（H27）

- ●原木生産量（再掲）
  404千m3 →810千m3
  （720千m3）
- ●森の工場 整備面積
  37,161ha →90,000ha
  （69,800ha）
- ●担い手
  1,645人 →1,756人
  （1,732人）
- ●林業労働者の年収
  →4百万円/年
  （4百万円/年）
- ●製材品生産量
  224千m3 →355千m3
  （300千m3）
- ●乾燥材生産量
  54千m3 →120m3
  （111千m3）
- ●木質バイオマス利用量
  227千トン（H21） →530千トン
  （403千トン）

産業成長戦略の概要（林業分野）

高知県は、面積の約84パーセントが林野である全国でも有数の“山”の国です。その山では、長い間、そこに住む人々が豊かな森林資源を守り育て、水源を守り、暮らしを営んできました。

産業振興計画の林業分野では、この森林資源を生かして所得の向上を図ることを目指し、山の産業を元気にします。

そのための取組の一つに、「森の工場」があります。これは、森林所有者の協力によって複数の森林をひとまとめに集約することで、作業道の開設や高性能林業機械の導入を行いやすくし、工場のように計画的・効率的に木を伐り出すものです。この取組により平成24年度末までに合計4万9千ヘクタールを超える「森の工場」が設置されました。

本県では、森林の所有規模が小さく、まとまりのある作業ができにくいことが、木材生産の停滞の一因であることから、引き続き、「森の工場」による生産の集約化を拡大していきます。さらに今後は、育成権も含めた森林経営の委任形態による「森の工場」の拡大や、間伐と皆伐の組み合わせによる素材の生産などにより、原木の増産・安定供給と収益の向上に取り組みます。併せて、森林所有者に対して施業の提案を行う「森林施業プランナー」の育成、資質向上により森林の集約化とあわせた持続的な林業経営の促進や、効率的な生産システムを担える林業就業者の確保と技術力の向上に引き続き取り組んでいきます。

戦後に植林された本県の森林資源は、成熟期を迎え、利用される時期へとさしかかっていますが、県内の加工事業体の多くは中小零細であり、乾燥設備等の導入が進んでいないため、消費者ニーズに対応しきれず、製品の生産量は年々減少しています。

こうした状況下、成熟した森林資源をダイナミックに動かすため、全国に販売チャンネルを持つ県外企業を誘致し大型製材工場を整備するとともに、素材生産者等との調整により原木を大量かつ安定的に供給できる体制を確立して、高品質な県産材製品の増産・販売を推進します。加えて、生産規模が零細で経営基盤の脆弱な県内製材工場の中から、意欲ある企業を組織化し大型製材工場の設立を支援します。さらに、既存事業者が競争力を保ち、事業を継続する中で、雇用や生産力を維持できるよう、共同・協業化によるコスト低減や設備の更新等に対して必要な支援を行います。

また、行政と県内の木材関係者が協働し、木材の需要を拡大することも重要です。

県産材を利用した木造住宅の建築促進や、公共事業・公共施設への県産材の率先使用などを図ることにより、引き続き、県内での木材需要の拡大を進ます。併せて、現在、関東、東海、関西、九州の12カ所に設置している県産材の一時保管や荷捌きを行う流通拠点を活用し販売を拡大するため、土佐材の展示会や商談会を開催し、組織的かつ継続的な外商活動を展開するなど、県産材の外商の取組を強化します。

こうした林業・木材産業の再生に向けた生産、加工、流通、販売の取組のほか、全国一の森林率による豊富な森林資源を、木材産業の活性化、「エネルギーの地産地消」による雇用の創出や県内経済への波及に生かす取組として、ここ数年、「木質バイオマス」の熱エネルギー利用の拡大を重点的に進めています。さらに今後は、木質バイオマスの発電利用を含めた多面的な利用促進とともに、利用施設の集団化・ネットワーク化による効率的な利用体制の構築や林地残材の効率的な搬出などを進めることで、利用を加速化し、未利用資源の有効活用を図っていきます。

また、引き続き、多様な効果が見直されている木炭などの特用林産物の生産や地域の森林を生かす取組を各地域で進めていくことにより、中山間地域での所得向上や地域の活性化につなげていくとともに、国の補助制度や森林環境税などを活用した計画的な間伐やオフセット・クレジット（J－VER）制度を活用した森林整備を推進することにより、荒廃森林の解消を図っていきます。

さらに、今後、原木の増産に伴い増加する皆伐の跡地については、再造林の支援やシカの被害対策により適切に更新を促し、循環型の林業を進めてまいります。

林業・木材産業を取り巻く状況は依然として厳しく、手応えを感じるようになるまでには、継続的な取組が必要だと考えています。そのため、生産から加工、販売に至るまであらゆる可能性を探り、林業分野の大きな目標である、豊かな森林資源を活用した所得の向上と雇用の創出を目指して、関係者と一体となって挑戦していきます。

戦略の柱【1．原木生産の拡大】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1．間伐と皆伐を組み合わせて増産	◆森林資源は成熟しつつある ◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている ◆県産材の生産(資源の活用)は依然として低調	P346 別図(林1)参照								
(1) 生産性の向上と原木の増産	原木生産量(H18) 44万6千m3 ◆森林の所有規模が小さく、効率的計画的な生産活動が停滞	・「森の工場」の拡大、推進 ◆森林施業の集約化の有効性は一定認識され、森の工場の面積及び木材生産量が増大 ◆森の工場の間口の緩和や簡素化によって、新規事業体の増加や集約化が加速 ◆森の工場での生産性などは工場以外に比べ効率的になった	◆制度改正により森林経営計画の策定が重要 ◆森林への関心が希薄な所有者が増加し、集約化が難しくなってきた ◆大型製材工場の進出に伴い、木材の安定供給が間伐だけでは十分でない ◆効率の高い生産システムを稼働させるための路網や機械装備が不足している ◆効率的な生産システムを使いこなすノウハウが不十分 ◆森林の境界などの森林情報の把握に対する取組が不十分であった	◆森林の集約化と経営委任の推進 ◎森林経営計画と森の工場の整備 ★国・公有林を活用した大規模化の推進			○			
				◆地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入を促進 ○林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援 ○効率的な路網や架線集材などの普及 ○事業体の作業システム改善に向けた支援			○			
		・提案型集約化施業を実践できる森林施業プランナーの育成 ◆プランナー研修を受講した50名が、森の工場等の集約化に向けて取組を始めている	◆H24から始まる森林経営計画の策定と実行	◆森林経営計画の策定等に向けた集約化の促進 ○森林施業プランナーの育成(増員、実践力の向上) ○計画策定に向けた合意形成及び森林境界の明確化の促進			○		○	
				◆★皆伐による原木の増産			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					原木生産量 72万m3	原木生産量 81万m3
					◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことのできる「森の工場」や森林経営計画が整備されている	◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことのできる「森の工場」や森林経営計画が整備されている
森の工場づくりの推進（経営計画を含む） 事業体：森林所有者との合意形成 県林業改革課：効率的な経営委任に向けた支援					◆整備済 「森の工場」 面積69,800ha	◆整備済 「森の工場」 面積90,000ha
作業道や林業機械導入への支援 事業体：現地に対応した生産システムの導入と習熟、 県林業改革課：作業道整備（開設、機能復旧）、林業機械導入、架線集材システムへの支援						
本県の地形等に対応した効率的な生産システムの普及 事業体：効率的な生産システムでの試行 県林業改革課：効率的なシステムの普及、生産効率の低い事業体への作業システム改善の指導強化 高知大学等：生産システムのデータ分析に基づく指導						
					◆森林経営計画の樹立 155千ha	◆森林経営計画の樹立 155千ha
森林施業プランナーの育成 事業体：研修への派遣、職場での実践 森林組合連合会：研修会の開催、育成指導 県森づくり推進課、林業改革課、林業事務所：研修開催への支援、育成支援					P347 別図（林2）参照	
計画策定に向けた集約化の促進 事業体：森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化の促進 市町村：森林所有者情報の提供等事業体への支援 県森づくり推進課：森林の集約化に必要な合意形成、森林境界の明確化への支援						
皆伐による原木の増産の推進 事業体：原木の増産 県林業改革課・木材産業課：事業体の原木増産の支援（立木確保支援、林業機械整備支援、再造林支援による間接的な皆伐の推進等）						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．原木生産の拡大】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
	◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材という自然素材に対して、安全・安心といった面での関心が高まっている ◆新たな流通システムが生まれつつあるが、既存システムとの調整が取れていない ◆県内には、木材を大量にかつ安定的に取り扱う供給先が少ない	・素材生産の現場と製材工場の間での直送体制や協定取引の推進 ◆素材生産の現場と県内の一部の製材工場との協定取引(直送)が実施された ・原木市場における棧立(はえたて)の見直しなど、コスト改善の促進 ◆県森林組合連合会では、従来の毎月2回実施する市売方式から、一般材は3ヶ月に1回の入札をする方式に変更	◆大量で稼働予定大型製材工場へ安定的な原木の供給 ◆県内製材工場等へ安定的な原木の供給 ◆原木の流通経費の削減	◆大型製材工場への原木の安定供給システムの構築 ◎協定取引の推進 ◆県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築 ◎協定取引の推進 ◆○山元選別の促進による流通経費の削減			○			
(2) 事業体や担い手の育成	◆高いマネジメント能力や効率的な生産(伐採・搬出)システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業体が少ない	・事業体に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導 ◆事業体の認識が高まった ・森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催 ◆建設事業体からの参入が増加(11→23) ・経営者を対象としたマネジメント研修の実施 ◆経営者に森林施業プランナー等の育成への理解と必要性が認識されるとともに、中期経営計画策定組合では、組織内での情報共有・協議が活発化し、経営改革に向けて行動する機運が高まってきた ・経営力強化のための森林組合の合併促進の支援 ◆高幡3組合が合併	◆新規参入事業体などに優良事例の情報が十分に活用されていない ◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった ◆事業体の中に核となる人材が十分に育っていない ◆中期経営計画を立て、経営改革の成果を出すためのPDCAサイクルの定着には、時間を要し、研修など更なるサポートが必要	◆事業体のマネジメント能力の向上 ○建設業者等の新規参入と定着を支援 ◆森林組合の経営力強化 ○中期経営計画の策定や定着のための研修の支援 ○森林組合の合併促進の支援			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆原木が安定供給され、大型製材工場等への協定取引が進んでいる ◆コスト改善が進み、原木市場が原木増産のコーディネート役を発揮している	◆原木市場を活用した山側と大型製材工場等との協定による年間を通じた取引が安定的に進んでいる
大型製材工場との協定取引の推進 生産事業者：森林組合連合会との協定取引の開始 大型製材工場：森林組合連合会と協定取引開始 森林組合連合会：原木の安定供給、流通システムの構築、生産事業者・大型製材工場との協定取引開始 県木材産業課：流通経費支援等による協定取引の推進			協定の継続と安定的な供給の推進 生産事業者：協定に基づく安定的な供給を継続 大型製材工場：協定に基づく購入を継続 森林組合連合会：協定に基づく安定的な供給を継続		協定取引量 14万m3	協定取引量 21万m3
県内製材工場等への効率的な原木の供給・販売方法の検討と試行 県内原木市場：原木の供給・販売方法の改善、県内製材工場等と協定取引の検討及び試行 県木材産業課：協定取引に向けた支援		県内製材工場等との協定取引の実施 事業体：県内原木市場と県内製材工場等と協定取引の実施 県木材産業課：協定取引の推進支援				
山元選別の促進による流通経費の削減 事業体：生産事業者が、需要先ごとの原木の選別を山元で実施し、流通経費を削減するための作業ポイントを設置 県木材産業課：作業ポイント設置への支援						
森林整備事業への参入促進と定着への支援 事業体：ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導 参入事業体：林業事業体との協調、技術習得 県森づくり推進課・林業改革課：事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援 P347 別図（林2）参照					◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している	◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している
中期経営計画策定と定着の支援 森林組合：中期経営計画の策定、ローリングの実施 森林組合連合会：中期経営計画の策定、計画の実行や見直し手法（ローリング）の指導、実効性向上のためのフォローアップ（H24～）を実施 県森づくり推進課、林業改革課及び林業事務所：森林組合連合会と連携して経営計画策定森林組合をサポート						
森林組合の合併支援 森林組合：合併に必要な業務を推進、事業経営計画の実施 森林組合連合会：森林組合経営革新プランに基づき合併を支援 県森づくり推進課：合併指導方針に基づき、各森林組合への指導、合併後の事業経営計画の実行支援						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．原木生産の拡大】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
	◆林業の担い手が高齢化・減少している	・新規就業者職業紹介アドバイザーの設置 ・林業体験教室や就業相談会の開催 ・高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施 ◆就業希望者と林業事業体それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある ・技術者養成手法の改善、強化 ◆県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより基幹となる林業技術者の育成が進んだ ・所得の確保など事業体における就労条件の改善 ◆就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた	◆林業事業体の経営状態が脆弱で計画的な雇用ができない ◆木材の増産に向け素材生産を行える人材の育成が必要 ◆効率的な生産ができる事業者が少ない P348 別図(林3)参照	◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ○就業者向けの林業体験の実施 ○就業希望者へのPR方法の改善			○		○	○
				◆林業技術者養成手法の改善、強化 ◎木材生産の技術習得の推進 ◎先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上			○		○	
				◆○事業体における就労環境の改善			○		○	
		・市町村、森林組合等への説明会の実施 ・市町村広報誌や林業機関誌への掲載による森林整備のPR ◆H21実績84人、H22実績76人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった ・自伐林家等による生産を促進 ◆副業型林家を育成することで、副収入を得る者だけでなく専業とするものも出てきている	◆担い手の確保と技術の向上	◆自伐林家等による生産を促進 ○自伐林家の生産活動の支援 ○副業型林家の育成			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる ◆担い手 1,732人	◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている ◆担い手 1,756人 ◆林業雇用労働者（原木生産）の年収　400万円
就業希望者への支援						
林業労働力確保支援センター：就業者アドバイザーによる雇用情報の収集強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施 県森づくり推進課：林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業体の指導を実施						
技術者養成研修の実施						
林業事業体：県の研修と併せて緑の雇用現場技能者育成対策事業を活用した担い手の育成 森林組合連合会等：事業体の指導 林業労働力確保支援センター：研修事業の実施及び事業体の指導 県森づくり推進課：林業技術者養成研修等の拡充、研修の中核を担う労確センターの支援						
事業体の就労環境の充実						
事業体：雇用改善計画の実行による就労環境の改善 県森づくり推進課：事業量確保ができるよう森林施業プランナーの支援、退職金共済の掛金への支援や林業就労環境改善事業等により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進						
自伐林家の生産活動の支援						
自伐林家：生産活動への積極的な取組 森林組合：管轄内の自伐林家支援に積極的に参画 県林業改革課：森林組合を介した収集、仕分け、販売への支援						
副業型林業への技術支援						
自伐林家等：研修制度の積極的な活用と森林整備の促進 NPO等：研修会の開催による技術指導の実施、修了生の就業状況把握、自伐林家等のネットワークづくり 県森づくり推進課：副業型林家を育成するための研修会の支援						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 加工体制の強化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 品質の向上と加工量の増大	◆森林資源は成熟しつつある ◆国際的な木材需給の状況や、地球温暖化の防止などに対する森林への関心の高さなどから、国産材が見直されてきている ◆製材品の工業製品化が求められる一方で、木材と言う自然素材に対して、安心・安全といった面で関心が高まっている ◆県内の加工事業体の多くは、消費者ニーズに対応しきれず、生産量が年々減少している 製材品の生産量 (H18) 31万1千m3									
(1) 企業誘致等による大型加工施設の整備	◆高品質、低価格、大ロットの製品という消費者ニーズに対応できる大型製材工場が必要	・県外企業を誘致 ◆県外企業誘致による高知おおとよ製材株式会社の設立	◆材価の低迷による原木の安定供給不安 ◆高額となる施設整備費(支援補助金)の確保 ◆県内事業者は経営体質が脆弱 ◆輸入木材の為替変動による価格変動を回避するため、木材需要の国産化が進行している ◆全国各地に大型製材が誕生し、低価格・高品質製品が多量に流通することが予想される	◆◎大型製材工場等の施設整備の促進	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					製材品の生産量 30万m3	製材品の生産量 35万5千m3
					◆大型製材2工場設置、既存製材も設備更新等により競争力が増し、生産量を伸ばしている	◆大型製材が増加、既存製材は協業化が進み、更に競争力アップを図っている ◆単板工場の設置などにより製材需要材以外の原木利用が進み、加工業のほか素材生産業の収益性も向上している
大型製材工場の整備と生産						
事業体：大型製材工場の施設整備 県木材産業課：大型製材工場の施設整備支援、関係団体、市町村の調整	事業体：大型製材工場の1シフト操業		事業体：大型製材工場のフル生産（2シフト）			
	P349 別図（林4）参照					
単板工場の整備計画の検討			単板工場の整備の推進			
事業体：単板工場整備計画の検討（高知県進出を検討） 森林組合連合会：単板工場向け原木の四国島内集荷計画検討 県木材産業課：単板工場設置用原材料確保計画の作成、単板工場企業との計画作成、単板工場整備計画検討			事業体：単板工場整備 森林組合連合会：単板工場向け原木の四国島内集荷 木材産業課：単板工場整備用原材料確保計画作成、単板工場整備支援			

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 加工体制の強化】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
(2) 県内加工事業体の生産力等の強化	◆県内の加工事業体の多くは、消費者ニーズに対応しきれず、生産量が年々減少している ◆中小零細な事業者が多く、乾燥設備等への設備投資が困難	・県内事業者の協業化等による加工力強化を推進 ◆県内事業者による大型製材工場の設置に向けてプラン作りを推進	◆材価の低迷による原木の安定供給 ◆高額となる施設整備費(支援補助金)の確保 ◆輸入木材の為替変動による価格変動を回避するため、木材需要の国産化が進んでいる ◆全国各地に大型製材が誕生し、低価格・高品質製品が多量に流通することが予想される ◆製品価格の低迷等による経営環境の悪化から、必要な設備投資がままならない事業者が増加している	◆○県内事業者による大型製材工場整備	○		○			
				◆★既存事業者の加工力の増強を推進	○		○			
(3)高次加工施設の整備	◆開発された高付加価値製品の中に、飛躍的に需要拡大など期待できるものがある ◆先駆けて加工施設を整備することにより、新たな市場が開拓できる			◆★CLT(クロス・ラミネイテッド・ティンバー)の推進	○		○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）

県内事業者による大型製材工場の整備と生産

- H24：事業体：意欲ある既存製材事業者を中心にビジネスプランの作成、協同事業の組織検討
  市町村：市町村内事業者の支援
  県須崎林業事務所・中央西林業事務所・木材産業課：製材工場のビジネスプラン作成を支援、地域合意形成支援
- H25：事業体：共同事業の組織づくり、ビジネスプランの精査
  市町村：市町村内事業者の事業計画作成を支援
  県須崎林業事務所・中央西林業事務所・木材産業課：製材工場のビジネスプラン作成、施設整備事業計画作成を支援
- H26：事業体：大型製材工場の施設整備
  市町村：市町村内事業者の施設整備支援
  県須崎林業事務所・中央西林業事務所・木材産業課：製材工場の施設整備支援
- H27：事業体：大型製材工場の操業

県内事業者の個別の加工力の増強を推進

- H24～H26：事業体：乾燥施設等高度化施設の新設及び増強を図り競争力を維持
  市町村：市町村内事業者の支援
  県各林業事務所・木材産業課：既存製材の設備の新設及び増強による競争力維持を支援
- H27：P350 別図(林5)参照

県内事業者の共同化、協業化の検討

- H25～H26：事業体：競争力維持のための、共同化、協業化を検討
  市町村：共同、協業化を支援
  県各林業事務所・木材産業課：既存製材の共同、協業化を支援

県内事業者の共同化、協業化を推進

- H27～：事業体：共同、協業化による競争力維持を加速化
  市町村：市町村内事業者の競争力維持を支援
  県各林業事務所・木材産業課：既存製材の競争力維持を支援

CLT技術の確立・普及

- H25～：施工関係者：CLT技術・ノウハウの収集・蓄積
  市町村：CLTに関する知識等の習得、公共建築物への導入検討
  県（木材産業課）：日本CLT協会など関係団体、施工関係者、試験研究機関など産官学と連携したCLT技術の普及・技術支援

CLT建物の建設促進

- H25～：施工関係者：民間施設の建設推進
  市町村：CLTに関する知識等の習得、公共建築物の建設推進
  県（木材産業課）：CLTの普及、公共建築物等へのCLT導入掘り起こし、建設への支援

CLTパネル工場の整備検討・推進

- H25～：事業体：整備計画の検討・作成、工場整備
  県（木材産業課）：事業体の掘り起こし、整備計画の作成支援、整備支援

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 流通・販売体制の確立】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 地産地消・地産外商の推進 (1) 流通の統合・効率化	◆大消費地から遠隔地にあるとともに、取引単位が小さいことから、輸送コストがハンディとなっている ◆個々の事業体では営業力に限界があるため、市場に頼らざるを得ないが、年々売り上げは減少している	・大消費地に流通拠点を設置(10箇所) ◆流通拠点を利用した土佐材の流通が進んだ	◆流通拠点の利用を拡大し、土佐材流通量の増加に取り組む	◆○大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大 ★県外中堅プレカット工場の販売先の確保	○					
		・協同組合高知木材センターの設立 ・共同輸配送や定期輸送体制の検討 ◆協同組合高知木材センターによる製品流通を開始 ◆関西方面への共同輸配送を実施	◆製品の高品質化と販売・供給力の強化	◆◎販売組織の抜本強化に向けた取組の促進 ◎県外販売の窓口の一元化に向けた取組の促進 ○共同乾燥等の共同事業による商品力と販売力の向上を支援 ★販売窓口一元化に伴う加工力向上	○					
(2) 販売力の強化 【地産外商】 P351 別図(林6)参照	◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている	・土佐材流通促進協議会の設立 ・消費地セミナーの実施 ・産地セミナーの実施 ・展示販売会の実施 ◆県内企業が一体化し、県外への活発な外商活動を開始	◆消費地セミナー等の出席者へ継続的にアフターフォローを実施することにより、商取引につなげることが必要	◆大消費地への販路拡大 ○消費地セミナーを、消費地商談会にステップアップし、新たな顧客との関係構築 ○消費地商談会での新規顧客等に向けた、産地ツアーの実施により商取引を拡大 ○展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加	○					
		・JAS認定取得への支援 ・性能表示木材の流通支援 ◆JAS認定工場が15社となり、性能表示木材の生産と流通が進んだ	◆JAS製品の安定供給体制の確立 ◆各JAS工場の出荷量の増加により、格付けにかかるコストを削減 ◆県産JAS製品の市場評価を得る	◆JAS工場の製品出荷量を増やして、JAS製品の安定供給体制を確立 ○各JAS工場の製品出荷量の増加 ○JAS認定(構造用製材機械等級)工場の拡大	○					
		・トレーサビリティのガイドラインを作成 ・産地を明らかにした規格化住宅の開発 ・木づかい固定量認証制度の実施 ◆地域材のブランド化や商品力が高まった	◆付加価値を高める地域材のブランド化の推進	◆○産地や品質の証明など、地域材ブランド化を推進し、商品力を向上	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆流通拠点を利用した販路拡大が進み、県産材の流通量が拡大している	◆既存企業の製品は、窓口を一元化することで、効率的な流通体制が確立されている ◆製品市場の機能を改善・活用することで、営業力を強化し、消費者の求める製材品の質・量を確保、供給できている
拠点を活用した流通の効率化の推進 業界団体又は事業体：県外流通拠点の設置、定期便などロット販売による流通量の拡大と建築工程に応じた配送システムによる拠点利用を推進 県木材産業課：流通拠点を活用した流通の効率化を支援						
	県外中堅プレカット工場の販売先の確保 業界及び事業体：県外中堅プレカット工場への営業及び販売 県木材産業課：営業同行等の支援		一元化された販売窓口による県外中堅プレカット工場の販売先の確保 一元化された販売窓口：県外中堅プレカット工場への営業及び販売 県木材産業課：一元化された販売窓口への支援			
販売窓口一元化の仕組みづくり 業界団体及び事業体：業界で連携し土佐材製品の販売拡大のため、地産外商に関する販売窓口一元化の仕組みづくりと乾燥等の共同事業に取り組む 県木材産業課：販売窓口の一元化に向けた取組を支援（指導調整役）			販売窓口一元化による製品流通の拡大 一元化された販売窓口：抜本的に一元化された外商活動の窓口と共同事業により、土佐材製品の販売の拡大を推進			
	販売窓口一元化に伴う加工力向上 業界団体及び事業体：設備の計画策定 県木材産業課：計画策定の支援		一元化された販売窓口による加工力向上 一元化された販売窓口：施設整備・加工施設の稼働 県木材産業課：補助金等の支援			
					◆県外の土佐材等の建築棟数 150棟/年間	◆パートナー企業が増加し、大消費地などで土佐材の知名度が定着し、取引が展開されている
事業体や団体等と連携した営業活動の推進 事業体：消費地商談会の実施により新規顧客を獲得、消費地商談会を契機に産地へ呼び込み、商取引へ繋げる展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加 業界団体：商談会などの外商活動の場の設定 県木材産業課：県外事務所と連携した県の信用力を活かした営業支援の実施、販路拡大への支援						
					◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30％以上となっている	◆JAS製品が安定供給がされており、県内外の市場から評価を得ている
JAS表示製品の流通量の拡大 JAS認定工場：製品出荷量のJAS製品割合を増やし、安定的な供給体制を確立 業界団体：JAS製品流通量の拡大に向けたPR活動						
県木材産業課：JAS製品の安定供給体制の確立、助成制度を活用した性能表示材の流通支援						
県木材産業課：JAS認定（機械等級）の取得支援						
地域材ブランド化の推進 事業体：産地や品質の証明など、地域材ブランド化に向けた取組 県関係課：高知県CO2固定量認証制度の適正な運用とPR						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 流通・販売体制の確立】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
(2) 販売力の強化 【地産外商】 P351 別図(林8)参照		・消費地の工務店等とのネットワークづくりを促進し、消費地で土佐材をPRする、「土佐材パートナー企業登録制度」を創設 登録数32社(団体) ◆木造住宅への土佐材利用が広まった	◆まだまだ認知度不足のため、企業と連携し土佐材のファンを増やす取組を展開	◆土佐材パートナー企業の増加と邸別販売の拡大 ○消費地商談会や産地ツアー参加者のパートナー化による土佐材利用住宅の拡大 ★県外中堅ビルダー販売先の確保、邸別部材「土佐パッケージ」の仕組みづくり	○					
【地産地消】	◆顔の見える取引や産地ブランドの確立に向けた取引が始まっている ◆森林県でありながら、戸建て住宅の木造率が全国平均を下回っている	・県有施設での木造化の推進と、市町村への要請による市町村施設の木造化の推進 ◆平成17～21年度の県産材利用推進に向けた行動計画の目標「公共的施設の木造化率」で全国平均を上回る 平成21年度 全国平均 25.1% 高 知 県 33.5% ・公共土木工事における木製品や木製型枠の使用の推進 ◆平成21年度 木材利用量 4,808m3 木製型枠の使用率 98.9% 工事用資材の木製品の使用率 84.9%	◆今後もより一層の木造・木質化を進めるために、県の率先利用と市町村の方針策定を進め、木を使う仕組みや意識の強化を図りながら、県産材利用の実効性を高めて行くことが必要 (34市町村中作成済み或いは作成予定の市町村数は9市町村 (H23,12月現在))	◆○公共事業や公共施設等での県産材の率先利用と木製品の需要の拡大	○					
		・県産材利用住宅への助成 ◆戸建て住宅の木造率が全国平均に近づいた	◆3年間の取組で、戸建て住宅の木造率の全国平均との差は詰まってきたものの、まだ追いついていない	◆○県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援	○					
		・木と人出会い館等による県産木造住宅の安全・安心のPR ◆平成22年度 放送回数 47回 平均視聴率 10.4% ◆県及び市町村において、財政事情の厳しい中でも一定の木造・木質化が進んだ		◆○木造住宅に関する情報発信の強化	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
県外での邸別販売による土佐材利用住宅の拡大						
業界団体又は事業体：邸別販売による「顔の見える取引」の推進 県木材産業課：「土佐材パートナー企業」による、県産材の知名度向上と土佐材利用住宅拡大の取組を支援						
	県外中堅ビルダー販売先の確保		一元化された販売窓口による県外中堅ビルダー販売先の確保			
	業界団体及び事業体：県外中堅ビルダーへの営業及び販売、土佐パッケージの基準など仕組みづくり		一元化された販売窓口：県外中堅ビルダーへの営業及び販売 県木材産業課：一元化された窓口への支援		◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている ◆戸建て住宅の木造率が、全国平均を上回っている ◆県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている	◆木材においても地産地消の意識が定着し、木造住宅はもとより、県産材があらゆるところで積極的に使用されている
県産材の率先利用と市町村の利用の拡大						
市町村：公共建築物木材利用促進法の施行を受け、県方針に即した市町村方針の作成及び具体的利用の拡大、 県関係課：「高知県産材利用推進方針」に基づく、公共施設等の木造化の推進や公共工事への積極的な木材利用の拡大 県木材産業課：市町村方針の作成指導、市町村の利用の支援						
県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援						
県民：県産木材の積極的な利用 県木材産業課：幼稚園、保育園、小学校、中学校や民間施設への木製品の導入に対して支援、木製品カタログを活用した県外へのPRの強化						
県産材を利用した木造住宅の建設促進のための支援			木造住宅に対する支援策の再検討とPR			
建築関係団体：県と連携して事業の講習会を開催し積極的にPRを行う 県木材産業課：県産材利用住宅への助成制度により木材需要の拡大を促進 県関係課：CO2固定量の認証制度による木造住宅の建設の促進 県木材産業課・住宅課：県産材による居住性能の高い住宅の技術開発及び供給体制の整備		P352 別図（林7）参照	建築関係団体：県と連携して支援策の再検討と積極的なPRを行う 県木材産業課・住宅課：利用者のニーズや社会情勢を踏まえて、事業内容の見直しを図りながら、事業支援等を検討			
森林・林業・木材産業・住宅関連産業界が一体となったPR活動を展開						
高知県木材普及推進協会：新たな仕組による情報発信及び次年度以降の体制の検討 県木材産業課：木材普及推進協会との連携による実施	高知県木材普及推進協会：新たな体制による情報発信の実施 県木材産業課：木材普及推進協会との連携によるPR活動の実施					

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【4. 木質バイオマス利用の拡大】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. マテリアル ＋ エネルギー利用の推進										
【原料供給対策】 P353 別図(林8)参照	◆ペレットが規格化されておらず、メーカーにより品質のばらつきがある ◆利用が進んでいるのは主としてペレット	・燃料用未利用資源の収集を支援 ◆端材等の搬出に対する支援により木質バイオマス原材料が増加 ・木質ペレット工場の整備への支援 ◆県内に合計6,500トン/年のペレット生産能力を有する6工場が整備された	◆今後の木質バイオマスボイラーの普及拡大に伴い、県内産の木質燃料の供給体制の強化が必要 ◆ペレット以外の燃料形態は需要供給ともに普及していない	◆◎原木や林地残材の搬出に対する支援		○				
				◆◎木質バイオマス燃料の安定供給	○	○				
【利用促進対策】 P353 別図(林8)参照	◆多様な産業分野で木質バイオマスの利用が進みはじめた ◆施設園芸では、施設内加温のため化石燃料による暖房機の利用が広く普及している	・木質バイオマスボイラーの導入への支援 ◆平成21年度以降、木質バイオマスボイラーの導入が大幅に拡大 ◆製紙業や養鶏業など、新たな業種での木質バイオマスボイラーの導入が進むなど、今後の展開への可能性が拡大	◆イニシャル、ランニングのコスト高が利用拡大の障害となっている ◆燃料用以外での用途が限られている ◆燃焼灰の処理手法が周知されておらず、利用者に不安がある	◆○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化	○	○				
				◆○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

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

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【4. 木質バイオマス利用の拡大】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
P353 別図(林8)参照 【事業化対策】				◆○燃焼灰の適正処理	○	○				
				◆○コスト差を埋める支援の仕組みの検討	○	○				
	◆各地で意欲ある事業者がそれぞれ木質バイオマスボイラーを導入 ◆燃焼灰処理は各者それぞれで実施 ◆重油価格の上昇を背景に、施設園芸では生産コストが上昇し、経営を圧迫している	・木質バイオマスエネルギー利用促進協議会を設立 ・安芸地域において地域循環システムの設定に向けて協議が始まる ◆協議会の設立により関係者の情報交換と事業者間の交流が始まる	◆木質バイオマス利用には課題が多く、関係者個々での対応は困難 ◆散発的に燃料供給施設整備、ボイラー導入が進むと非効率で広がりにくい ◆原木の増産にともない発生する林地残材の発電施設での活用などの対策が必要	◆○推進体制の強化	○	○				
				◆◎需要側を中心とした集団化による効率的な事業展開(システム化による利用を促進)	○	○				
				◆★木質バイオマス発電の推進	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
燃焼灰処理再生利用の指針の作成						
県関係課：燃焼灰の処理・再生利用指針の策定と関係者への周知	県関係課：処理・再生を行う中で必要により指針の見直しと関係者への周知の徹底					
仕組みの検討						
県関係課：排出量取引など国内外の情報を把握し、有効な手法を検討						
普及促進への体制づくり						
木質バイオマスエネルギー利用促進協議会：参加者の拡大、協議内容等の拡充 県木材産業課、産地・流通支援課：上記協議会運営の支援						
地域循環利用システムの構築						
安芸地域関係者：地域協議会を設立しビジネスモデルとしてシステムの実践と検証 市町村：県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援 県関係課：地域協議会のサポートと補助事業による支援	地域循環利用システムの実践 他地域関係者：地域協議会を設立しシステムを実践 市町村：県と連携し地域協議会のサポートと補助事業による支援 県関係課：地域循環ユニットのPRと他地域への展開					
集約型地域熱利用システムの検討						
県木材産業課：市町村と連携し候補地の選定	集約型地域熱利用システムの実施 事業実施者（市町村を含む）：具体的な事業の実施と検証 県木材産業課：事業実施を支援するとともに、事業実施者と連携して取組の検証					
木質バイオマス発電の検討	木質バイオマス発電の推進					
事業者：木質バイオマス発電施設の検討、整備計画の作成 県関係課：再生可能エネルギーによる電力の固定価格買取制度の内容を踏まえ事業化に向けて事業体との調整、整備計画の作成支援	事業者：木質バイオマス発施設の整備 県関係課：関係者間の調整及び補助事業による施設整備支援		事業者：木質バイオマス発電所の操業			

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【5. 森のものの活用】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 森の恵みを余すことなく活用 (1) 特用林産物等の生産の振興	◆中山間地域は高齢化・人口減少が続いている ◆食の安全・安心や、自然への関心が高まっている ◆特用林産物をはじめ、森の資源が活かしきれていない ◆都市部での自然志向は高まっているが、中山間地域との交流人口は増えていない	・キノコや木炭など特用林産物の生産活動への支援 (安芸地域) 土佐備長炭の生産、出荷、販売体制の強化 (嶺北地域) シキミ、サカキの生産拠点づくり (仁淀川地域) シキミ、サカキの販路の拡大 (高幡地域) シイタケ生産の拡大 (幡多地域) 備長炭生産拠点の整備 ・特用林産就業者の育成 ◆H22から土佐備長炭やシイタケ生産について7名が研修を実施	◆動き始めた取組の定着 ◆地域アクションプランにまで上がらない各地域の取組の掘り起こし ◆研修修了者が地域で定着できる体制づくりが必要	◆○普及指導員による生産技術の普及	○					
				◆地域の特用林産物の生産活動の支援とPR ○市町村と連携した総合的な支援	○				○	○
				◆販売体制への支援 ○市町村と連携した情報発信 ○東京アンテナショップ等地産外商基地と連携した情報発信や販売力の強化	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいるまた、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている	◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得が向上しているまた、高齢の方でも収入が得られる機会が創出されている
地域に適した特用林産物の生産の促進 県木材産業課・森づくり推進課・各林業事務所：生産技術の普及に向けた検討会や研修会の開催、生産技術の向上に向けた情報提供や販路拡大へ向けた支援						
特用林産物の生産活動の支援 地域林業者等：施設整備など生産コストの削減等による積極的な生産活動 県木材産業課：市町村との連携強化や補助制度を活用した地域発の取組を支援						
特用林産業新規就業者の育成支援 地域林業者等：生産技術の習得 市町村：新規就業者の認定、実践研修経費への支援 県木材産業課・森づくり推進課：市町村が負担する実践研修経費への支援						
特用林産物の販売体制への支援 地域林業者等：道の駅など販売チャネルの確保やインターネットを活用した販売 県木材産業課：補助制度を活用した顔の見える安全・安心な特用林産物の販売への支援、産地特有の個性ある情報を消費者に情報発信する取組への支援、首都圏アンテナショップなどを活用した特用林産物に関する情報発信や販売の強化への支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【6. 健全な森づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 循環型の林業を持続										
(1) 持続可能な森林づくり	◆成林までに要する施業(再造林、保育施業)のトータルコストが高く、再造林が困難 ◆シカの生息密度が大幅に増大しており、森林環境への悪影響が深刻化している	・森林境界の明確化に関する事業の促進 ◆加速化事業等により、境界明確化を実施	◆森林経営計画の策定と実行 ◆地域の実情に応じた持続的な森林経営プランが必要	◆森林経営計画の策定等の推進 ○計画策定に向けた森林境界の明確化の促進			○			
				◆再造林への支援、省力化の検討 ★再造林への県単独事業による支援 P354 別図(林9)参照			○			
		・6林業(振興)事務所でシカ食害に対するモニタリング調査を実施 ・林業(振興)事務所と獣害の情報共有 ◆獣害に対する認識が高まった ・シカ食害防止ネットの設置(H21～H23. 12) 17,951m ◆51haの森林を保護	◆獣害(シカ、ウサギ等)により確実な更新が困難	◆○獣害対策の支援 ★植林の食害防除のため県単独事業による支援 P354 別図(林9)参照			○			
(2) 荒廃森林の解消	◆水源かん養や災害防止など森林のもつ公益的機能が注目されており、特に近年森林吸収源対策としての森林整備が求められている ◆適正に管理されず荒廃が懸念される森林が増加している ◆林業の採算性が悪化し、森林所有者の経営意欲が減退している ◆小規模な森林所有者が多く、森林所有者の高齢化や世代交代により、森林の所在地や境界が不明になるなど、森林の情報が失われつつある	・市町村、森林組合等への説明会の実施 ・市町村広報誌や林業機関誌等への掲載による森林のPR ◆市町村や森林組合等への森林整備のPR活動や説明会の実施を継続してきたことにより、補助事業等を活用し2年間で2万haを超える間伐を実施 ・森林の管理代行などの仕組みづくりの検討 ◆森林管理手法検討委員会を設置し、モデル事業の実施結果等をもとに管理の手法や経費について取りまとめを行った。また国による制度化などが一定図られた	◆保育コスト高等から適切な手入れがされず荒廃森林が発生	◆保育間伐の推進 ○補助事業による間伐の推進			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆持続可能な森林づくりが行われている	◆持続可能な森林づくりが行われている
計画策定に向けた境界明確化の促進 事業体：森林境界の明確化を実施 市町村：森林所有者情報の提供等事業体への支援 県森づくり推進課：森林境界の明確化への支援						
再造林への支援 事業体：再造林の補助制度を活用した伐採跡地の更新 県林業改革課：更新に必要な再造林への支援						
省力化の検討 県林業改革課・森林技術センター：再造林や保育作業の省力化によるコスト縮減方法について検討		低コスト施業の普及・推進 事業体：低コスト造林、育林の実施 県林業改革課・各林業事務所：低コスト造林、育林方法の普及・指導				
獣害対策の支援 事業体：獣害対策の実施 県林業改革課：確実な更新を行うため、再造林地への食害防止ネット等防除施設設置への支援						
					◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている	◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている
間伐の推進 事業体：保育間伐の実施 県林業改革課：補助による間伐への支援						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【6. 健全な森づくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
		・「協働の森」の協定締結件数 H20年度末:39件 →H23.12月末:55件 ・間伐等 H20年度末:663ha →H22年度末:1,668ha ・交流活動 (H21～H23.12) 113件、7,166人 ◆パートナーズ協定企業数の増加や企業間のネットワーク等により協働の森の認知度が高まり、順調に協定件数は推移している	◆高知市近辺や四万十川流域など特定の市町村に協定が集中している ◆協働の森による多種・多数の企業とのパイプが、庁内で十分に活用されていない	◆○県民参加や企業支援による森林管理の促進			○			
		・森林を活用した排出量取引のスキームづくり ◆環境省のJ-VER制度におけるCO2削減プロジェクトで、第1号登録及び、CO2森林吸収プロジェクトでも都道府県第1号登録により、クレジット創出と販売において、全国的にもトップクラスの成果を上げることができた ◆高知県J-VER制度の創設により、県内のプロジェクトの取組が普及拡大した ◆プロジェクト事業者の経費負担軽減と審査レベル向上のため地方検証人を育成した ◆営業販売活動における、東京事務所との連携により、県のクレジット活用が拡大した 【実績値】 ◆J-VERクレジットの発行 木質資源エネルギー活用事業 8,454t-CO2 (H23.8末) 森林吸収量取引プロジェクトA,B 285t-CO2 (H22.6) ◆J-VERクレジット販売 削減:45件、 6,011t-CO2 吸収:5件、31t-CO2 (H24.3.22現在) ◆高知県J-VERプロジェクト 申請(変更)受理 :14件、 登録8件、 クレジット認証8件 想定吸収量 11,621t-CO2 認証(発行量) 3,564t-CO2 (H24.3.15.現在)	◆未利用林地残材等木質バイオマス活用の更なる推進 ◆J-VER販売の新たな戦略 ◆高知県J－VER制度の普及促進による案件拡大とクレジット販売サポート	◆オフセット・クレジット(J-VER)制度を活用した森林整備及び木質バイオマス利用の推進 ○CO2排出削減プロジェクトの推進 ○CO2吸収プロジェクトの推進 P355 別図(林10)参照			○			

※これからの対策の ★は新規事業
❷は拡充事業
○は継続事業

【林業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆協定森林の間伐面積 3,300ha （H18～H27）	◆協定森林の間伐面積 5,300ha （H18～H33）
協働の森づくりの推進 パートナーズ企業・団体：協賛金の提供、地域との交流 市町村：協賛金を活用した森林整備の推進 県環境共生課：「協働の森づくり事業」参画の呼びかけ						
排出量取引の推進 事業体：住友大阪セメント㈱高知工場における木質バイオマスの混焼 県環境共生課：CO2排出削減プロジェクト事業の実施	オフセット・クレジット（J-VER）制度の推進 事業体：未利用林地残材を主体とした木質バイオマス利用の推進 県環境共生課：J－VER制度の普及、事業体の取組支援 県環境共生課：J－VER制度の存続			国の中長期計画に対応した制度の推進	◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている ◆J-VER削減クレジット 18,000t-CO2 （現在のプロジェクト期間内～H25.3） ◆J-VER吸収クレジット 60,000t-CO2 （現在のプロジェクト期間内～H25.3）	◆間伐の必要性が周知されるとともに、森林保全管理が新たな環境ビジネスとして展開されている ◆オフセット・クレジット(J-VER)制度、排出量取引制度が温暖化対策の手法として定着している
J-VER販売の強化 県環境共生課：全国J-VER自治体会議・企業マッチングイベント・J-VER活用企業エクスカーション会の開催、販売促進用パンフ等営業ツールの作成・配布						
J-VER販売の新戦略を検討 県環境共生課：プロバイダを活用した販売と新たな市場の検討	県環境共生課：活用目的の拡大（遵守目的活用の検討）					
森林吸収量取引(CO2吸収)プロジェクト事業の推進 県環境共生課：県J－VERプロジェクトの拡大	高知県オフセット・クレジット(高知県J-VER)制度の推進 県環境共生課：高知県J－VER認証プログラムの存続 事業体・市町村：高知県オフセット・クレジット認証センターでの森林管理プロジェクトの申請・登録・クレジット発行の運営・管理業務 ①登録プロジェクトのクレジット発行にかかる永続性管理 ②登録プロジェクトのクレジット発行管理 ③ブランド化					
高知県J-VER制度のサポート強化 県環境共生課：販売・流通の機会を提供						
オフセット・クレジット制度に関する検討 県環境共生課：第一約束期間満了後における新たな排出量取引制度の方向性について情報収集及び対応の検討	オフセット・クレジット制度に関する対応 県環境共生課：第一約束期間満了後における新たな排出量取引制度に迅速に対応					

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱1．原木生産の拡大　【森の工場の整備・推進】

別図(林1)

対策のポイント

収益性の向上、林業就業者の確保と育成を進めるため、施業の集約化や森林整備(間伐実施、作業道開設など)、生産活動(機械整備、作業システムの確立、間伐材の搬出・販売)を支援します。

1 作業道整備



・新規開設
・改良等

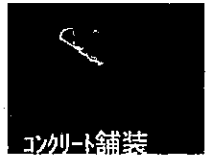
2 高性能林業機械等整備



・高性能林業機械等の導入
・ｱﾀｯﾁﾒﾝﾄの取付等の改良
・高性能林業機械等のﾚﾝﾀﾙ

機械導入
改良
レンタル

5 林内路網アップグレード事業





・既設作業道における機能の強化や災害復旧など

● 森林の集約化
(森林整備活動支援交付金の活用)



・合意形成
・資源調査
・プランニング

集約化された施業林地
(森林)

必要な生産基盤
(路網・林業機械)

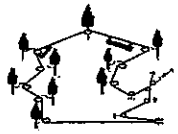
優れた林業事業体
(経営者・技術者)

H27末目標　69,800ｈａ



原木の安定供給

● 林業普及指導員、森林技術センターによる支援
● 各種研修会への参加　など





・新たな作業システムの試行に伴う調査等
・調査結果に基づく研修会
・技術の習得
・情報の提供
・経営計画作成支援 など

3 架線集材システム支援



・路網による作業システムが困難な地域における、架線集材施設の設置

架設
張替

4 間伐材搬出支援



・一般用材
・チップ等端材

戦略の柱1. 原木生産の拡大　【中期的なビジョンに基づく森林組合経営を支援】

森林組合の経営改善に向けた取組みの更なる強化

森林資源の変化に対応し、施業の集約化と間伐など木材生産を事業の中心とする
森林所有者の真の協同組織としてその負託に応えうる自立した組合へと改革を推進

これまでの取組み（H21～H23）
目標：意識改革・行動

【取組みと結果】　県下全体の底上げ

1. 経営者マネジメント研修（**集合研修**）
組合長や参事等を対象に、経営に必要なスキルの習得
■結果：3年間で延べ22日開催

2. 経営ビジョン策定研修（**個別研修**）
（1）中期経営計画の策定
5カ年間の経営計画の策定手法の習得
※行動計画の実行精度向上のためPDCAサイクルを試行
■結果：17組合が策定（既策定2組合　計19組合）
（2）計画のローリング
計画の実行や見直しの手法の習得
■結果：11組合が計画をローリング

3. 森林施業プランナー養成研修
コスト分析や作業システム等のプランナーに必要な知識の習得
■結果：50人養成（23組合48人、2事業体2人）

【成果】
■地域の森林管理の中核的担い手の役割を認識
■マネジメント力向上への意識改革が促進
■収益性の確保や組合員サービス向上に向けた意識改革や行動の変化

【課題】
◆PDCAサイクルが実行できている組合は少ない
◆少しづつ小さな成果は出つつあるが、見えにくい
◆成果を出すまでには研修等更なる外部サポートが必要

【取り巻く環境の変化】

銘建工業の進出（H25操業予定）
⇒木材増産体制の構築が急務

森林経営計画のスタート（H24認定開始）
⇒認定基準に沿った集約化のスピードアップ

森施施業プランナーの資格（H24認定開始）
⇒技能・実践力のレベルアップ

加えて

【国の組合指導の方向性】

1. 施業集約化事業を軸とした経営への誘導
（将来を見据えた経営ができるよう経営ビジョンや中期計画等の計画づくりの推進）
2. 森林の経営の設計図となる森林経営計画の作成促進
3. 組合員等の施業集約化を最優先の業務とした森林組合の育成
4. 情報公開の推進

国と県同じ方向性

【森林組合に求められるもの】

⇒組織としてのマネジメント力の更なる発揮・強化
⇒管理部門の人材育成

平成25年度に、合併に関する県の方針を改定。

今後の取組み（H24～H26）
目標：行動の定着

【取組み】　積極的な組合への個別指導

1. 経営ビジョン策定研修（**個別研修**）
（1）中期経営計画の策定（H24まで）
（2）計画のローリング
（3）フォローアップ。。
「経営者マネジメント研修」を集合形式による全体研修から、組合毎のレベルに合せた個別研修へと見直し
バランスシートの改善を含めた中期経営計画の実効性の向上、取組みや成果を見える化
①期待する成果や取組み等の明確化
・B/Sの改善を含めた年度目標や課題と取組等を記載したシートの作成
・職員による成果の共有化とそのプロセス設定
・ベンチマークとなる組合や取組みなどの情報提供
等の森連及び県の指導・支援
②PDCA進捗管理スキルの向上
「知識習得」の研修から「実践応用力習得」の研修へ見直し
・経営コンサルタントによる幹部のOJT研修
・四半期毎の森連・県による進捗チェック

2. 森林施業プランナー育成研修
・木材の増産体制、本格化する森林経営計画策定と実行のスキル向上
・実務者が講師となり、実践に向けて、テーマ別のワークショップの開催

【3年後に期待する成果】
○本事業
■自らの力でPDCAサイクルを実行。精度がスパイラル的に向上
■経営改善が目に見える形で成果に現れ、組織としてのマネジメント力が向上し、組合員からの信頼を獲得
■森林施業プランナーのレベルアップと人数の拡大
○他事業との相乗効果
■集約化や森林経営計画の策定が進み、地域の森林管理の中核的な担い手の役割を発揮
■木材増産に向けての体制ができ、原木の安定供給を実行
◆行動できない組合は、合併への具体的な検討を開始

戦略の柱1. 原木生産の拡大　【担い手の確保・育成】

林業就業者

林業架線作業主任者研修

林業技術者養成研修(メニュー受講)
＜可搬式林業機械研修＞ ＜車両系建設機械運転技能講習＞ ＜玉掛け技能講習＞＜フォークリフト運転技能講習＞
＜小型移動式クレーン運転技能講習＞ ＜高性能林業機械オペレーター技術者養成研修＞
＜作業路計画技術研修＞ ＜森林作業道開設オペレーター研修＞ ＜測量設計技術研修＞ ＜素材生産技術研修＞
(新)＜高性能林業機械運転業務従事者研修＞
(4年目以降)＜地山の掘削及び土止め支保工作業主任者技能講習＞＜はい作業主任者技能講習＞
(基幹林業労働者養成研修修了者等を対象)＜林内作業車集材安全教育＞＜不整地運搬車運転技能講習＞
(林業経験5年以上でフォレストワーカー研修で受講する講習等の1／2以上修了者を対象(緑の雇用の対象外))(新)＜フォレストリーダー研修＞

森林・林業人材育成加速化事業(H24～26)
研修経費(旅費、賃金等)、安全防具導入を支援

先進事業体現場技術者派遣等研修
・県内の先進事業体への現場技術者の派遣や造林作業から伐出作業への転換を図るための現場研修など、木材増産に繋がるような、林業事業体の自主的な取組を支援

林業就業希望者

高知県U・Iターン就職相談会
(雇用労働政策課)

林業就業支援事業(厚生労働省委託→労確センター)
林業就業希望者を対象に林業の基本的な知識やチェーンソー作業等についての講習を実施

トライアル雇用(3カ月) 技術習得推進費 等を助成

緑の雇用現場技能者育成対策／国
(フォレストマネージャー(統括現場管理責任者))
・集合研修 約10日
・技術習得研修費、旅費助成
東京で開催

緑の雇用現場技能者育成対策／国
(フォレストリーダー(現場管理責任者))
・集合研修 約15日
・技術習得研修費、旅費助成
全国11ブロックで開催

拡充 研修期間をこれまでより2ヶ月間延長

緑の雇用現場技能者育成対策／国
(フォレストワーカー(林業作業士)3年目)
・集合研修 約20日
・実地(OJT)研修 最大8ヶ月
・技術習得研修費、指導費 等を助成

緑の雇用現場技能者育成対策／国
(フォレストワーカー(林業作業士)2年目)
・集合研修 約25日
・実地(OJT)研修 最大8ヶ月
・技術習得研修費、指導費等を助成

緑の雇用現場技能者育成対策／国
(フォレストワーカー(林業作業士)1年目)
・集合研修 約30日
・実地(OJT)研修 最大10ヶ月
・技術習得研修費、指導費、資材費等を助成

雇用情報ネットワーク推進事業
＜県・林業労働力確保支援センター＞
◆新規就業者職業紹介アドバイザーの設置
・事業体の個別訪問
　雇用相談、雇用情報の収集等
・高等学校訪問
　林業職場の紹介、雇用情報の提供
◆林業労働力育成協議会の開催
◆就業相談会の開催
◆林業体験教室の開催
◆高校生等林業職場体験
・間伐体験、高性能林業機械操作体験
◆県内外開催の森林の職場ガイダンス、 Uiターン就職相談会等への協力

高校新卒予定者

高校生等研修
◆車両系建設機械運転技能講習
(香美市:県立農業高校対象)
◆可搬式林業機械研修
(チェーンソー、刈払機)
(香美市、黒潮町:高校生対象)
→卒業時に修了証を交付

就労環境の改善
・林業退職金共済制度への掛け金助成
・安全防具購入や蜂刺され対策などへの支援

スカウト	ウォームアップ			スキルアップ	
就業前	1年	2年	3～4年	5年～	10年～

副業型担い手の育成

自伐林家・ボランティア等

中山間の副業型林業者を育てる事業
副業的な林業収入を得る副業型林家を育成・支援するため、OJTによる技術研修や営林指導を行うNPO団体を支援

副業型林家の支援・育成

戦略の柱2. 加工体制の強化 【大型加工施設の整備】

木材価格の低迷
素材生産量の減少
森林資源の成熟

需要構造の変化
(安価、高品質)
供給ロットの拡大

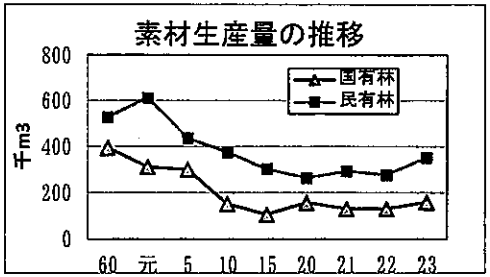
他県に大型製材誕生
(製品価格の低迷)
低価格製品増大

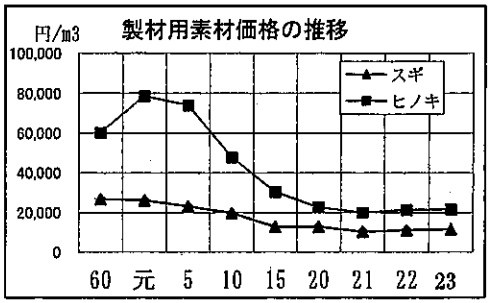
対策 → 加工力の増強
販売ルートの確立

対策 → 大型製材により低価格、高品質製品を大量生産

対策
○県内大型製材の設置
○県産材の流通システム確立
○既存事業者の加工力強化
(規模拡大、施設増強)

【現況】
県内の森林資源は、人工林の蓄積量は約1億5千万m3(H21)となり、膨大な森林資源の活用が課題となっている。一方、木材価格の低迷等から、素材生産量は減少している。





【新流通加工体制】

素材生産	流通	加工	販売
○施業集約化の推進 ○皆伐と間伐のミックス ○生産性の向上 ○山元還元の拡大 ○事業地を先行確保 ○生産量、品質の安定化	○協定供給の推進 ○流通量の増大 ○輸送効率の効率化	○競争力ある大型製材設置 ○既存事業者の競争力増強 ○既存製材の施設増強 ○既存製材の品質向上 ○CLT等高付加価値材の製品化	○低価格、高品質製品の販売 ○中堅プレカット工場や、大手ビルダー等へのロット販売 ○県産材の商品力アップ ○邸別販売の強化

関 連 産 業 全 体 を 嵩 上 げ

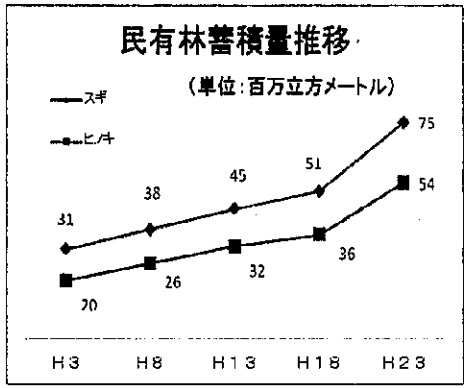
戦略の柱２．加工体制の強化　　【県内加工事業体の生産力等の強化】

別図(林5)

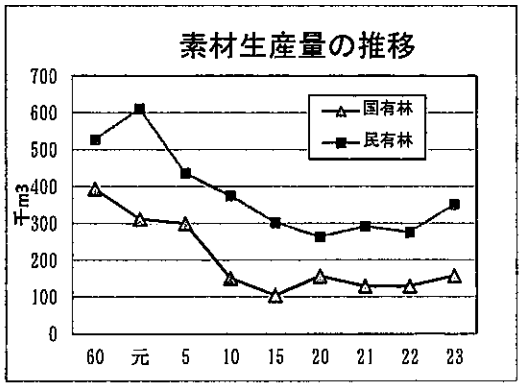
【林業・木材産業の状況】

林業

森林資源の成熟



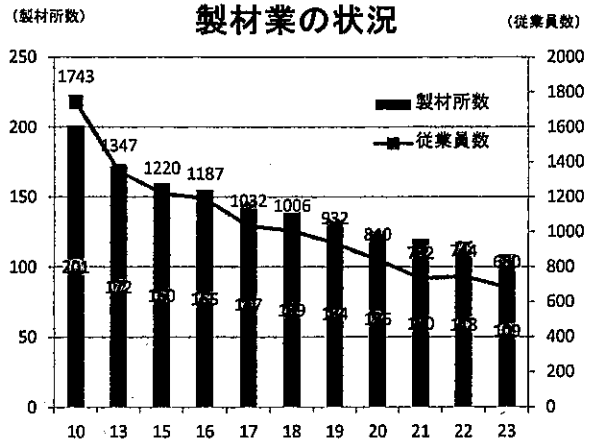
素材生産量の減少



木材産業

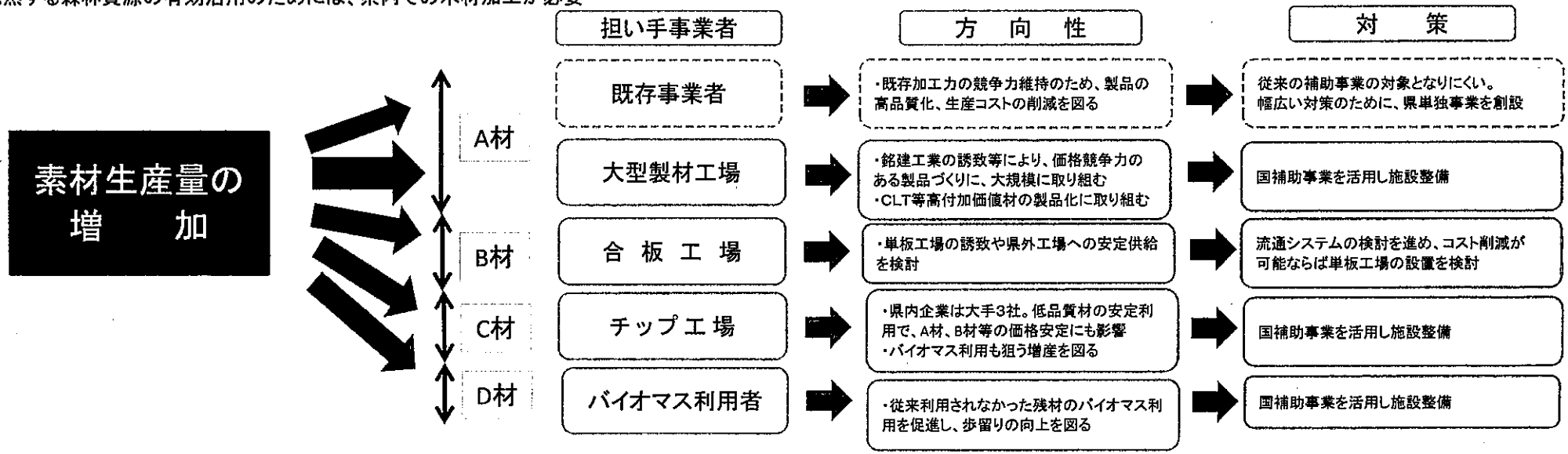
加工力の減少

◆製材工場数
H21　120工場(H10対比　59.7%)
◆従業員数
H21 732人(H10対比　42.0%)
◆漸減の要因
・住宅着工戸数の減
・安価な外材の流入
・木材価格の低迷
・低コスト化、高品質化への取り組みの遅れ
・経済不況 など



【対策】

成熟する森林資源の有効活用のためには、県内での木材加工が必要



戦略の柱３．流通・販売体制の強化　【地産外商の推進】

別図(林6)

これまでの取り組み結果、成果

PR・販路拡大対策

土佐材商談会

土佐材流通促進協議会を設立

東京、名古屋、大阪、神戸で開催

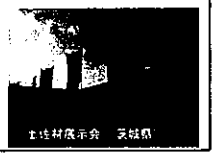
土佐材商談会　参加企業　約60社/年で推移



土佐材展示会

消費地企業と連携して開催（茨城、名古屋、高知、福岡）

土佐材展示会　販売量　約1,200m3/年

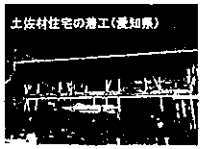


県外土佐材使用住宅の促進

「土佐材パートナー企業」登録制度をH23から取組

土佐材住宅
約90棟/年

土佐材パートナー企業
全国に32社（H23）⇒45社（H24）



競争力向上対策（商品力・・・）

流通拠点

流通拠点の設置　１２ヶ所（関東3、東海2、関西6、九州1）

流通拠点
12ヶ所

即別利用　30棟/年

ロット利用　2,500m3/年

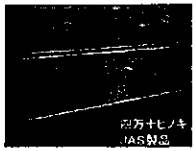


性能表示木材流通促進

性能表示木材（JAS、含水率表示、強度表示）の拡大

ＪＡＳ認定工場
15工場

性能表示木材流通量
約11,000m3/年



今後の取り組み（H25～H27年度）

●即別販売の拡大へ繋げる商談会の開催（東京、名古屋、大阪、福岡）
●商談会に参加した有望な企業へ後追い営業や産地セミナーの開催
●新たに「県外中堅ビルダー」への販路開拓の推進

土佐材商談会参加企業数　100社／年

●ロット販売の拡大へ繋げる展示会の開催（茨城、名古屋、高知、福岡）
●新たに「県外中堅プレカット工場」への販路開拓の推進

ロット販売の取引先の拡大

●商談会やTOSAZAI展に参加した企業を土佐材パートナー企業登録
●関東をはじめ土佐材パートナー企業等と連携した土佐材使用住宅の拡大

土佐材住宅（即別販売）
150棟　(H27)

土佐材パートナー企業
60社　(H27)

●建築工程に応じた小配送による即別利用の推進
●拠点(プレカット工場など)を活用したロット利用の拡大

流通拠点の
活用と増加

即別利用の拡大

ロット利用の拡大

●JAS製品に特化して、性能表示木材の出荷支援
●県内JAS認定工場の拡大

ＪＡＳ認定工場の拡大

ＪＡＳ木材製品流通量
21,000m3　(H27)



土佐材パートナー企業の増加

消費地へ安定的に土佐材製品の流通・販売拡大

ＪＡＳ認定工場の製品出荷量の30%以上がＪＡＳ製品



戦略の柱３．流通・販売体制の強化　【地産地消の推進】

県産材による居住性能の高い住宅の技術開発と供給体制の整備
―「こうち健康・省エネ住宅」の開発と普及促進―

平成２３年度

◆こうち健康・省エネ住宅推進協議会設立（６月）

◆国の研究成果や諸外国の事例も勘案しつつ、「高知の山の木・高知の設計技術・高知の大工が作る・見守る」住宅の技術開発と供給体制を検討

高知の特色を活かした設計指針の策定

◆「こうち健康・省エネ住宅設計指針」の策定
- 新築版
- リフォーム版

「健康・省エネ住宅」の啓発

◆住宅と健康の関わりや、「設計指針」の普及促進のためのセミナー等の開催

支援

- 「設計指針」の策定
- 普及啓発と人材育成の支援

平成２４年度～

建具や建材の新規開発

◆県産木材等を使った建具や建材の開発・性能試験・認証

実証のためのデータの収集・分析

◆高知大学医学部や地域の医療機関等と連携し、居住者の健康データを収集・分析
◆高知工科大学等と連携し、健康・省エネにかかる住宅データを収集・分析

モデル住宅等の整備と普及啓発

◆モデル住宅等を整備し、住宅と健康にかかる実証データの収集と普及啓発を実施
◆一般の住宅においてモニターを募集し、新築・リフォームの前後のデータを収集

設計指針へのフィードバック

◆以上を設計指針にフィードバック

供給体制の整備

◆建築士・工務店等地域で住宅供給を担う主体の啓発と人材育成

支援

- 建具や建材の開発等の支援
- 健康・住宅のデータ収集・分析の支援
- モデル住宅整備の支援
- モニターに対する支援　　を追加

平成２５年度～

「地産外商」の取組み

◆高知ブランドのパッケージ商品としての「こうち健康・省エネ住宅」や、新開発した建具や建材を県外に「外商」する体制の構築
◆県外での普及啓発とモニター募集

県内での本格的な普及啓発の取組み

◆適切な技術水準を確保するための建築士の資格制度及び工務店等の登録制度の創設

供給体制の整備と技術水準の確保

◆建築士・工務店等地域で住宅供給を担う主体の啓発と人材育成
◆木材や建材・建具供給の体制整備
◆地域の医療・福祉機関と連携した継続的な居住者の「見守り」の開始

支援

- 「外商」の取組みの支援
- 資格制度、登録制度の創設
- 人材育成、住宅供給の仕組みづくりの支援　　を追加

戦略の柱4．木質バイオマスの利用拡大

別図（林8）

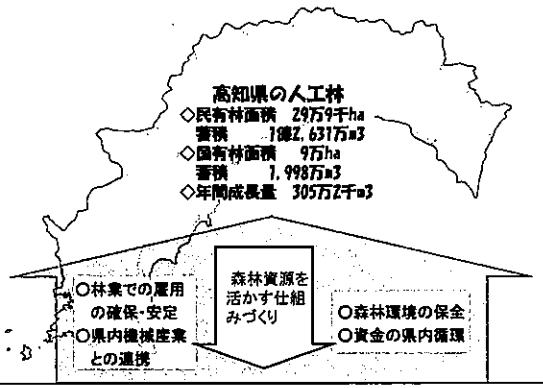
1．これまでの取組みにより着実に前進

「木質バイオマスボイラー導入状況」
基金事業を活用し木質バイオマスボイラーが大幅に増加
◆合計台数　173台 【（H24年度末】
◆分野別の割合
・園芸施設　142台(82%)
・冷暖房施設　8台(5%)
・温泉施設　11台(6%)
・その他(養鰻施設等)　12台(7%)

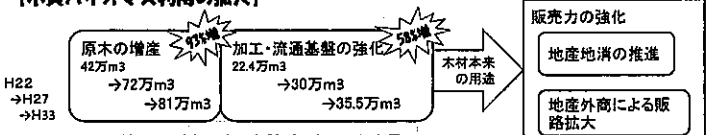
「木質バイオマス燃料の県内供給状況」
◆ペレット製造施設
5個所(生産可能能力5，700t)
◆燃料用チップ製造施設
3個所

「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取り組み状況」
◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
・平成22年度実施量　約2万3千トン

2．林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方



高知県産業振興計画【木質バイオマス利用の拡大】



取り組みの強化による木質バイオマス発生量
H22　22.7万トン
→H27　40.3万トン
→H33　53万トン
これら森林資源を余すことなく活用

木質バイオマス利用の拡大
外的要因による価格変動に左右されることなく、化石燃料より安価で安定した価格と供給の仕組みをつくることで、地域の豊かな森林資源を有効に活用した取り組みを推進する。

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

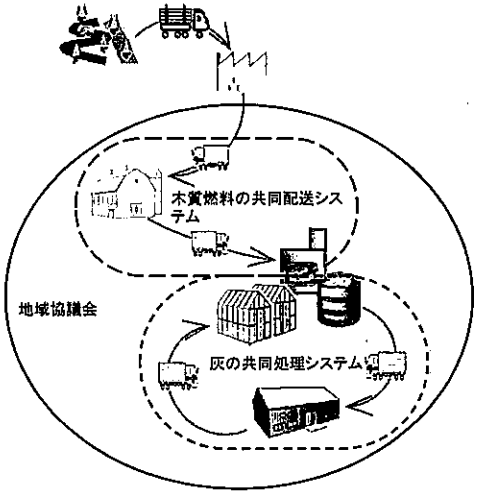
木質バイオマス利用拡大に向けた目標値
H21年度実績 22.7万トン → H27年度 40.3万トン → H33年度 53.0万トン

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

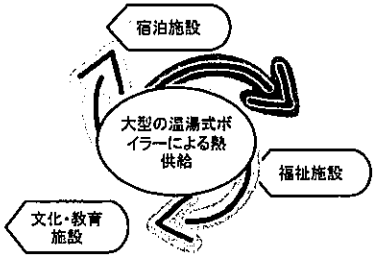
3．今後の利用拡大に向けた取り組みの方向性（課題への対応）

ア、効率的な事業展開

◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討

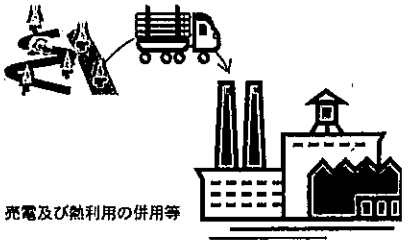


◆集約型地域熱利用の可能性を調査



イ、木質バイオマス発電

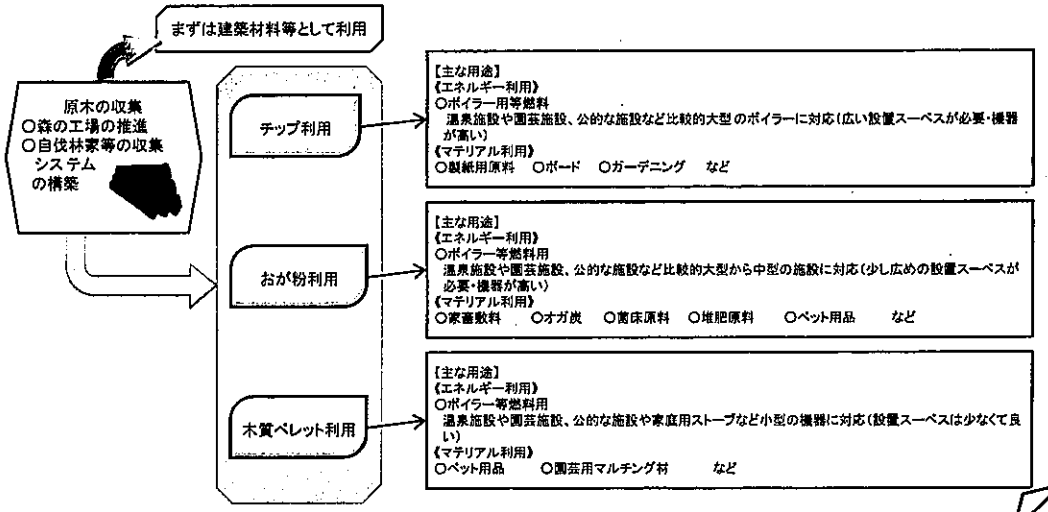
◆木質バイオマス発電の推進



売電及び熱利用の併用等

ウ、総合カスケード利用に向けた新たな展開

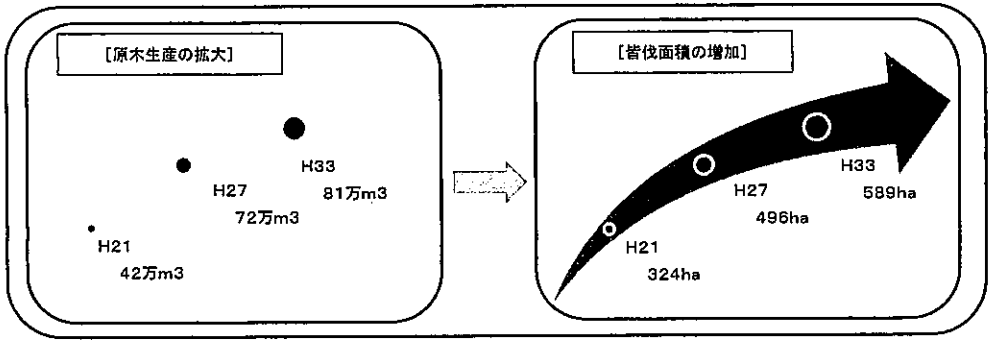
◆多様な用途への対応を考慮した総合カスケード利用の検討と供給体制の整備

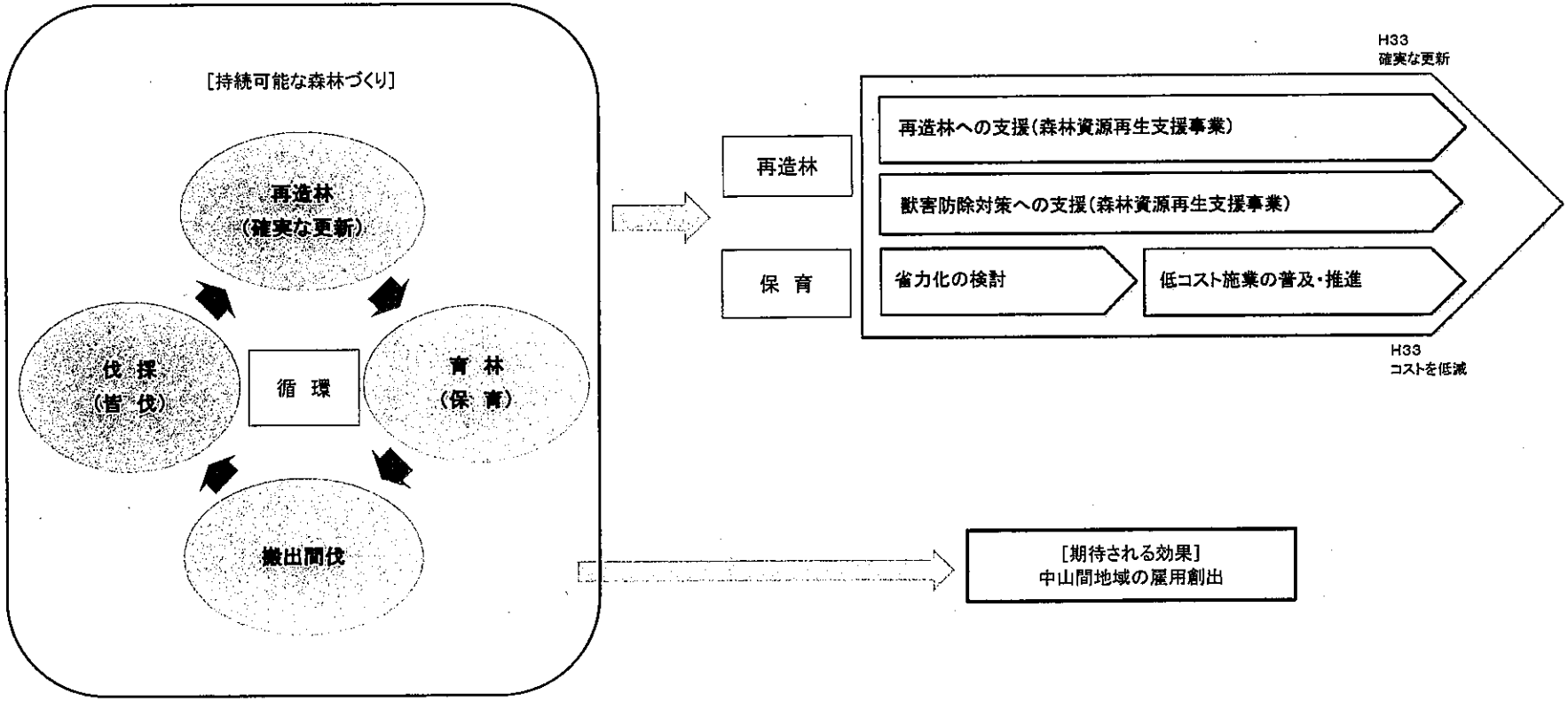


戦略の柱6.　健全な森づくり　【持続可能な森づくり】

[課題]
- 今後の皆伐の増加
  成林までに要する施業(再造林、保育)のトータルコストが高く、再造林が困難
- 再造林地における獣害
  シカの生息密度の増加により、密度の高い生息域での森林環境が悪化

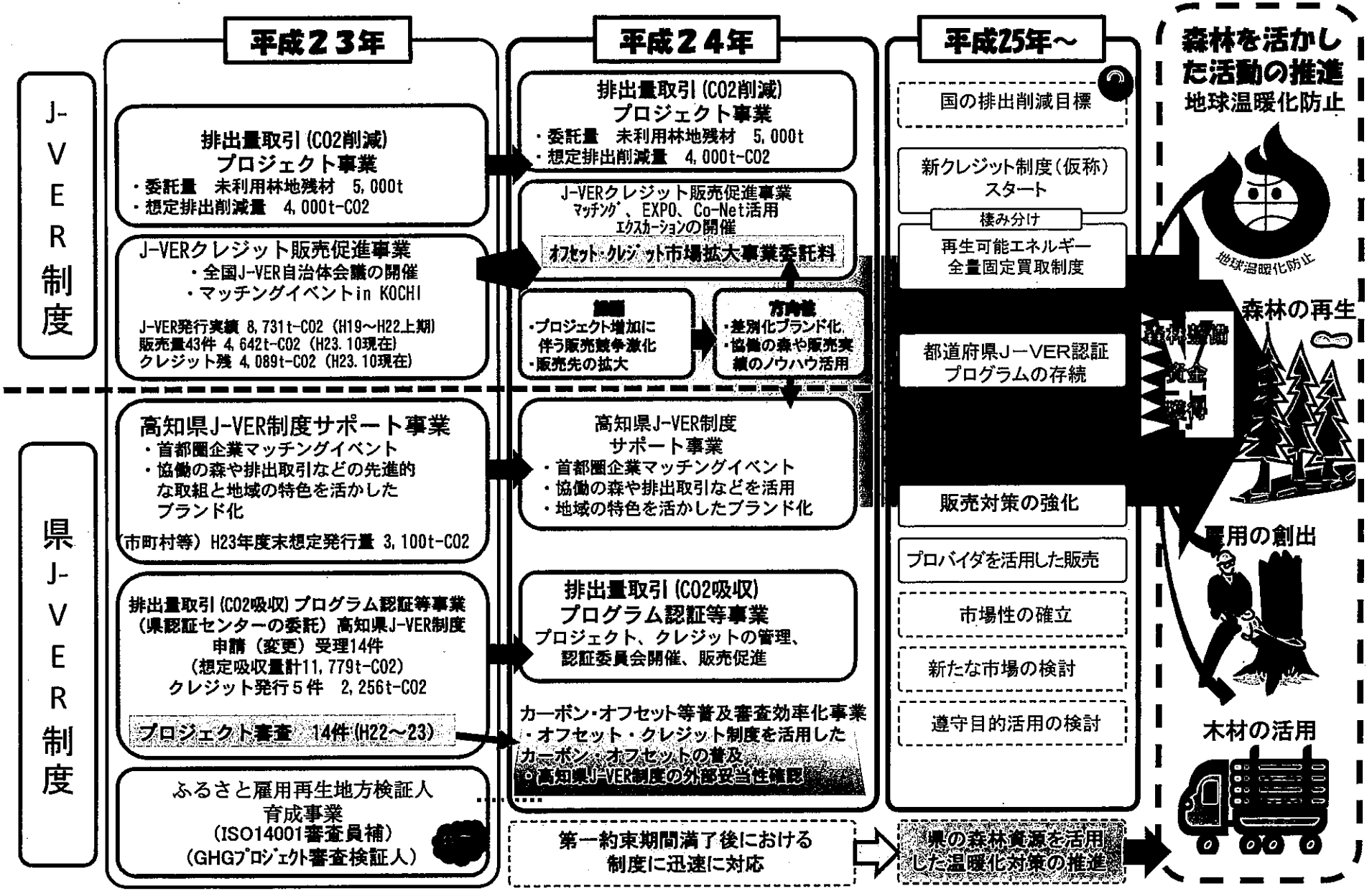
[対策]
- 成林までに要する施業のトータルコストの低減
  再造林への支援及び低コスト施業の普及、推進
- 森林被害防除
  再造林地における獣害被害対策への支援





戦略の柱６．健全な森づくり
【オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進】

別図（林10）



Ⅱ　専門分野の成長戦略

3　水産業分野

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

沿岸漁業生産額　348億円（H21）→396億円（H23）
水産加工出荷額　160億円（H21）→162億円（H22）

第2期計画ver.2の取組

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（P362）
- ・カツオ一本釣船への安定した活餌の供給（P362）

○資源の確保と栽培漁業の推進（P366～369）

○広く「漁業の担い手」を確保

㊎ ・新規漁業就業者の研修受入地区や対象漁業種類の拡大及び支援制度の充実（P374）
（アドバイザーの増員による求人情報の収集強化、複数の漁業種類の技術習得や指導者の確保に向けた制度拡充）

㊎ ○漁業の収益性の向上
- ・底びき網の経営改善を支援（P376）

㊎ ○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（P376）

◆養殖漁業の振興

○既存養殖漁業の振興

㊎ ・養殖魚の地産外商の推進（P394）

○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（P396）
- ・マグロ養殖の振興（P396）

流通・販売

◆地産外商のさらなる推進

○魅力ある産地市場づくり
- ・拠点市場における入札方法の改善や陸上集荷の実施（P378）
- ・産地市場の計画的な統合（P380）

○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（P386）
（学校給食会と連携した食育活動の実施）

○地産外商の推進
- ・県外消費地市場との交流促進（P388）
- ・買受人の組織化と主体的な活動の促進（P388）
- ・時間距離を短縮する新たな物流の構築（P388）

㊎ ・県水産物の統一ブランドの確立（P390）

㊎ ○生産者による直接出荷の推進
- ・生産者による直接販売とブランド価値の向上（P392）

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（P404）
- ・漁業者による6次産業の事業化（P404）

○伝統的な水産加工業の振興
- ・宗田節・シラス加工業の振興（P406）

を目指す本県産業の姿　水産業分野

4年後の目標（H27年度末）	さらなる飛躍へのポイント	10年後の目指す姿（H33年度末）
安定した漁業生産の確保 ●沿岸漁業総生産量を**7万トン以上**維持 （H22:69,046ｔ） （H23:68,499ｔ） ●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%）	・沿岸から沖合までの多面的活用 ・養殖魚の産地としての更なる認知度向上 ・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）	**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）
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%）	・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 ・買受人の更なる連携による戦略的な外商活動の展開	**鮮度で勝負！土佐の魚** ●大阪市場における本県産水産物のシェア 21億円（6%）
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） ●漁村における新たな雇用が**100名増加**	・養殖魚の出荷形態をフィレ等に転換するための前処理加工能力の向上 ・水揚げの集約化や県外からの調達による加工用原魚の安定確保	**加工で広がる漁村の雇用** ●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370億円＋水産加工出荷額170億円以上を目指す

沿岸漁業生産額400億円＋水産加工出荷額200億円以上を目指す
～若者が住んで稼げる元気な漁村～

第2期高知県産業振興計画　産業成長戦略（水産業分野）の取り組み

※アンダーラインは主な改定箇所

漁業者

戦略の柱1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上

取組方針1．漁業生産量の確保

【施策1．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（P362）
- ○カツオ一本釣船への安定した活餌の供給（P362）
- ○沈設型魚礁の再整備に向けた取組（P364）

【施策2．資源の確保と栽培漁業の推進】
- ○磯焼け対策・干潟の機能回復（P366）
- ○ヒラメなどの大型種苗の放流と効果の検証（P368）

【施策3．漁業秩序の確立】
- ○漁業違反の取締強化（P370）
- ○紛争の解消と規制緩和の推進（P372）

【施策4．広く「漁業の担い手」を確保】
- ○新規漁業就業者の研修受入地区や対象漁業種類の拡大及び支援制度の充実（P374）

【施策5．漁業の収益性の向上】
- ○底びき網の経営改善を支援（P376）

【施策6．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（P376）

網漁業の経営改善を支援

取組方針2．水産物の販売力の強化と魚価の向上

【施策1．魅力ある産地市場づくり】
- ○拠点市場における入札方法の改善や陸上集荷の実施（P378）
- ○衛生管理の高度化など拠点市場の機能強化（P378）
- ○産地市場の計画的な統合を推進（P380）
- ○中芸定置網漁獲物のブランド化（P382）

【施策2．県漁協の買取販売事業の強化】
- ○仕入・販売体制の一元化（P384）
- ○販路の拡大等（P384）
- ○販売子会社による販売事業の拡充（P384）

【施策3．地産地消の推進】
- ○「土佐のおさかなまつり」の開催などによる消費の拡大（P386）
- ○たたき料理など高知の食文化の情報発信（P386）
- ○県内の小・中学生を対象とした食育活動の展開（P386）

【施策4．地産外商の推進】
- ○県外消費地市場との交流促進（P388）
- ○買受人の組織化と主体的な活動の促進（P388）
- ○時間距離を短縮する新たな物流の構築（P388）
- ○県産水産物の統一ブランドの確立（P390）

【施策5．生産者による直接出荷の推進】
- ○生産者による直接販売とブランド価値の向上（P392）

強みを活かした外商の推進

取組方針3．養殖業の振興

【施策1．既存養殖漁業の振興】
- ○養殖魚の地産外商の推進（P394）
- ○効率的な給餌方法などの開発（P394）

【施策2．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（P396）
- ○マグロ養殖の振興（P396）

県産養殖魚の認知度を高める

戦略の柱2．漁業費用を削減

取組方針1．漁業者による漁業費用の削減

- ○省エネエンジンの導入による漁業経営の改善（P398）
- ○資源管理・漁業所得補償対策の推進（P398）

取組方針2．漁協による漁業費用の削減

- ○漁協役職員の人材育成（P400）
- ○県漁協の組織再編整備計画の着実な実行（P400）
- ○供給価格の引き下げに向けた購買事業の見直し（P400）
- ○漁業者に対する経営指導の強化（P402）

漁業者の所得向上

地域

戦略の柱3．水産加工を振興

取組方針1．地域加工グループによる雇用の場の確保

- ○雇用の場としての持続可能な活動の展開を支援（P404）

取組方針2．水産加工業の新たな事業化の推進

- ○事業化を軌道に乗せるための原料魚確保や販路確保等を支援（P404）
- ○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（P404）
- ○漁業者による6次産業の事業化（P404）
- ○衛生管理の高度化を推進（P404）

新たな事業化

取組方針3．伝統的な水産加工業の振興

【施策1．宗田節加工業の振興】
- ○認知度向上、ブランド化の推進（P406）
- ○新製品の開発、販路開拓を支援（P406）

【施策2．シラス加工業の振興】
- ○高知新港への水揚げの集約化（P406）

戦略の柱4．地域資源を活用し、交流を拡大

取組方針1．滞在型・体験型観光の推進

- ○主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくりと情報発信の強化（P408）

取組方針2．資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進

- ○アユ資源の増殖に向けた種苗放流などの実施（P410）
- ○誘客のためのアマゴの冬季解禁（P412）

地域の所得向上

中核的な漁業・漁村の担い手の確保

今後も持続する漁業・漁村

産業成長戦略の概要（水産業分野）

本県は東西に総延長712kmの海岸線を有し、豊かな海の恵みを受け古くから漁業が盛んに営まれてきました。しかし、水産資源の減少や魚価の低迷等による漁業経営の不振、漁業就業者の減少など、本県の水産業は近年厳しい状況が続いています。

このため、産業振興計画の水産業分野では「今後も持続する漁業・漁村」の実現に向け、以下の４つの戦略を掲げて、漁業者や地域の所得の向上と漁業や漁村の担い手の確保のための取り組みを進めています。

１つ目の柱である「漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上」では、「漁業生産量の確保」のため、魚集効果の高い浮魚礁「土佐黒潮牧場」の整備と活用を進めるとともに、活餌供給事業の開始によりカツオの水揚げが増加傾向にある黒潮町佐賀地区で、安定した活餌の供給や入港する漁船の利便性を向上させるためのハード整備などを進めます。

また、漁業の担い手の確保のため、就業アドバイザーの設置や漁業技術の習得、漁船購入への支援を行い、年間目標を上回る新規就業者を確保することができました。今後は、就業希望者に提供する漁業の求人情報の収集を強化するとともに、漁業や漁村の実態を知っていただくためのセミナーの開催や短期体験研修、長期研修の拡充など受け入れ態勢を強化することで多くの方々の研修への参加を促すことで、これまで以上に幅広く新規就業者を確保するよう努めます。

水揚げ後の流通販売の取組みを強化する「水産物の販売力の強化と魚価の向上」では、これまで取り組んできた地産地消・地産外商や、消費地市場とのネットワークを踏まえ、今後は、水産物の鮮度を高めるための陸上集荷体制の構築や入札方法の改善に取り組むとともに、水産物の価格形成力を強化するための市場統合を加速化し、魅力ある産地市場づくりや、鮮魚の商品価値の向上に努めます。

高知県漁協の買取販売事業を強化するため、平成24年に設立した販売子会社や県漁協が取り組む販売促進活動を支援するとともに、鮮度にこだわった水産物の地産外商を推進するため、漁協や買受人、物流業者と連携して、新たな物流体制の構築や県産水産物の統一ブランドの構築に取り組みます。

「養殖業の振興」のため、県産養殖魚の全国的な認知度を向上させるためのＰＲ活動を実施するとともに、マグロ養殖を営む民間企業が安定的にマグロを生産するための必要な施設整備や振興策の検討を行います。

さらに、全国３位の生産量を誇る養殖カンパチは、その種苗は中国からの輸入に依存していることから、人工種苗を安定して量産できる技術開発に取り組みます。

２つ目の柱である「漁業費用を削減」するため、漁船への省エネエンジンの導入や漁業所得補償対策を推進し、漁業費用の削減とリスク対策を支援します。また、漁協の購買事業の見直しや組織再編により、燃料や資材の供給価格の引き下げに取り組みます。

３つ目の柱である「水産加工を振興」するため、地域で水産加工に取り組むグループが持続的に活動できるよう、それぞれの活動に応じた支援を行い、漁村における雇用の場の確保に努めます。

また、これまでに事業化してきた前処理加工などが軌道に乗るよう支援するとともに、生産・加工・流通業者のマッチングによるビジネス機会の拡大や漁業者による６次産業化を支援し、水産加工の新たな事業化を図り、漁村における雇用の創出につなげます。

さらに、高知県の伝統的な水産加工品である宗田節の認知度の向上や新製品の開発、販路開拓を支援するとともに、高知新港周辺で漁獲されるイワシシラスの水揚げを高知新港へ集約化するなど、シラス加工業の振興を図ります。

４つ目の柱である「地域資源を活用し、交流を拡大」する取り組みでは、引き続き滞在型・体験型観光を推進するため、漁村の資源を活用し、体験者のニーズに対応した魅力ある商品づくりや効果的な情報発信を行うとともに、アマゴの冬季解禁やアユの種苗放流などによる資源豊かな河川づくりと地域のにぎわいの復活を進め、地域の雇用の確保や所得向上につなげていきます。

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1．漁業生産量の確保 (1)漁港・漁場の整備・活用	◆黒潮牧場12基体制の維持 ◆黒潮牧場は1基あたり年間平均5千万円程度の水揚げがあるが、設置場所により水揚げに大きな差がある ◆原材料の高騰により整備コストが増加した	・更新時期を待たずに3基の黒潮牧場を増設し、15基体制となった ◆最適な12基体制にむけ、着実な取り組みが図られた ・増設した黒潮牧場のうち、2基は整備費が低コストの長円形タイプを整備した ◆設置海域によっては、整備コストの削減に成功し、財政面でも更新しやすい状況となった	◆漁獲効果の評価と漁業者間の調整を踏まえた効果的な配置	◆漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備 ○ハード面の低コスト化 ○漁獲効果と漁業者間の調整に基づく最適化配置			○			
	(沿岸カツオ一本釣船用の活餌供給基地) ◆カツオ一本釣り漁業の生産性向上のために必要な活餌供給基地が不足 佐賀：盛漁期のみ県外事業者による活餌供給を実施 土佐清水：H19から休止 須崎：定置網等の漁業者が供給しているが、漁模様に左右され不安定	・H22.1月から県外事業者を招聘し、黒潮町佐賀地区で活餌供給を開始 ・蓄養場所の確保のための港内浚渫や小割、給水施設等の整備 ・冷蔵保管庫、魚函倉庫を整備 ・活餌死亡リスクを緩和する基金を黒潮町が創設 ◆活餌の供給が3年目に入り、大型カツオ一本釣漁船の水揚げが増加 ◆活餌供給による水揚げ増加、物資補給などの波及効果が得られた	◆買い回し、蓄養技術等専門知識を必要とする後継者の確保 ◆水揚げ増に対応するための施設等の整備、水揚げ手法の改善	◆カツオ一本釣り用活餌供給事業の定着・利用促進に向けたハード・ソフト面の支援 (ハード面の支援) ○必要に応じた浚渫による蓄養場所の確保 ◎揚網クレーンなど省力化機器の整備 ★荷捌きスペースの拡充による水揚げの効率化 (ソフト面の支援) ★タンクどり方式の導入による水揚げ時間の短縮、鮮度の維持 ◎活餌仕入れ先の複数確保 ★蓄養技術、買い回しノウハウのマニュアル化			○			
				P414 別図(水1)参照 ◆活餌用イワシの県内での確保に向けたカタクチイワシの安定供給システムの開発 ★稚魚を捕獲、輸送し活餌サイズまで育てる養成技術の開発 ★卵から活餌サイズまで育てる養殖技術の開発			○	○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
ハード面の低コスト化 県漁業振興課・漁港漁場課：黒潮牧場の構造や設置方式、調達方法等の検討と整備の実施					◆更新を迎える黒潮牧場の再設置について、漁業者間の調整に基づく判断が適正にされていること ◆低コスト化に向けたデータの蓄積ができること ◆従来型の黒潮牧場の発注は、最も低コストな方式で実施されていること	◆黒潮牧場が最適に配置されることによる漁獲の増加と漁業所得の向上
漁獲効果と漁業者間の調整に基づく最適化配置 漁業者：最適化配置に向けた漁業者間の調整（黒潮牧場管理運営委員会で協議検討）、漁獲状況の報告 県漁業振興課：漁業者間調整への支援と最適化配置方針の提案、保全費用の負担のあり方の検討と提案 県漁業振興課・漁港漁場課：合意された計画に基づく黒潮牧場の整備 県水産試験場：低コスト仕様を含む黒潮牧場の漁獲効果の把握の精度向上及び効果の評価						
＜ハード面の支援＞ 必要に応じた浚渫による蓄養場所の確保 黒潮町、県漁港漁場課：浚渫計画の策定、関係漁業者との調整、浚渫の実施					◆安定的な活餌供給による佐賀でのカツオ水揚げ増大 佐賀のカツオ水揚げ4億円／年（H18～22平均：3.7億円） ◆カツオ水揚げ増大に伴い仲買人や地元商店等の売上が増加	◆佐賀のカツオ水揚げが四国一
揚網クレーンなど省力化機器の整備、荷捌きスペースの拡充による水揚げの効率化 高知県漁協、黒潮町：漁業者、仲買業者との調整、実施計画の策定 黒潮町、県漁業振興課等：必要な支援						
＜ソフト面の支援＞ タンクどり方式の導入による水揚げ時間の短縮、鮮度の維持 活餌仕入れ先の複数確保 高知県漁協：活餌確保候補地の検討・現地調査、タンクどり方式の導入に向けた関係者協議 黒潮町、県漁業振興課：必要な支援						
蓄養技術、買い回しノウハウのマニュアル化 高知県漁協：後継者の確保・育成、マニュアル作成（～H25） 黒潮町、県土佐清水漁業指導所：必要な支援 県漁業振興課：必要な支援、他地区での活餌供給事業の導入						
	稚魚を捕獲、輸送し活餌サイズまで育てる養成技術の開発 漁業者：活餌の輸送中の歩留まり、撒き餌としての性質を天然活餌と比較 県水産試験場：イワシ稚魚の捕獲方法と飼育場所への輸送技術の開発 県水産試験場・宿毛漁業指導所：活餌サイズまでの育成技術の確立				◆カタクチイワシの養成・養殖手法の確立 近海カツオ一本釣漁船一航海分の活餌（15～20万尾）を確保	◆宿毛湾で活餌供給基地が定着
	卵から活餌サイズまで育てる養殖技術の開発 漁業者：輸送中の歩留まり、撒き餌としての性質を天然活餌と比較 民間企業・水産試験場：種苗生産技術の確立、活餌需要に即した生産調節技術の開発、生産コストの低減化 民間企業：沖出し後の育成技術の確立					

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上 】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1．漁業生産量の確保 (1)漁港・漁場の整備・活用	◆沈設型魚礁による漁場整備は、効果が明らかでないことなどからその整備を休止中	・県調査船により県設置の沈設型魚礁の現況(位置配置)を調査し、全体の85%が終了した(H24.2月末) ・とりまとめた調査結果は、5市町、16漁協(支所含)に提供した(H24年2月末) ・黒潮町において、漁協の電算システムを利用した沈設型魚礁の漁獲効果把握の新たな仕組みづくりに取組み、本年6月から、魚礁の漁獲状況が一部ではあるが蓄積されつつある ◆沈設型魚礁の漁獲効果を把握するしくみの本格稼働により、沈設型魚礁の整備方針策案の骨子の作成につながった	◆漁獲効果把握のための漁業者の協力体制の強化 ◆新たな漁獲効果を把握するしくみを用いた費用対効果の検証	◆沈設型魚礁の再整備に向けた取組 ○魚礁調査結果の広報による利用の促進及び効果把握の仕組みづくり ○漁獲効果の調査結果を基にした沈設型魚礁整備方針の策定及び今後の魚礁設置事業の実施の検討			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◉は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
魚礁調査結果の広報による利用の促進及び効果把握の仕組みづくり 漁業者：沈設型魚礁の積極的活用と情報提供 新たな漁獲効果把握の仕組みへの協力、漁獲情報の提供 市町村：漁業者が行う漁獲効果把握の仕組みづくりの支援 県漁業振興課：新たな漁獲効果把握の仕組みの推進、漁獲情報の収集と漁獲効果の検証 県水産試験場：平成23年度までに調査が完了した地区の調査結果を随時漁業者に提供、研修会等での調査結果の紹介、漁獲情報の解析等魚礁の漁獲効果の調査・検証 県漁業指導所：水産試験場の調査結果を漁業者へ提供					◆確実に魚礁の漁獲効果が確実に把握され、検証がされるようになること ◆沈設型魚礁の事業実施の方向性が見えてくること	◆既存魚礁の利用が促進され漁獲の増加に寄与 ◆漁獲効果が明確になり、整備方針に基づく沈設型魚礁事業の実施
漁獲効果調査の結果を基にした整備方針の策定及び今後の事業の実施の検討 （沈設型魚礁整備方針の策定） 県漁業振興課：沈設型魚礁設置整備方針の策定、新たな基準による魚礁設置事業の制度の検討及び国への提言 県水産試験場：整備方針の策定に必要な調査を実施		（整備方針に基づいた今後の事業の実施の検討） 県漁業振興課：整備方針に基づく事業の実施の検討、補強魚礁の事業化等の政策提言 県水産試験場：今後の事業の実施の検討に必要な調査の実施		（検討結果に基づく事業の実施） 県漁業振興課：検討結果を踏まえた整備方針に基づく沈設型魚礁の整備		

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1 漁業生産量の確保 (2)資源の確保と栽培漁業の推進	(磯焼け対策) ◆県内の藻場面積は減少傾向 (S50の1,035ha →H12には700ha、 H21には344haにまで減少) ◆ウニ除去により一部の地域では藻場が回復したが、回復の見られない地域も見られる ◆水産庁に要望を行い、H21年度からの事業の制度化を図った	・H21年度から国の支援を受け、ウニ除去活動を毎年計画的に実施 ◆H23年度の活動状況: 6市町、11箇所 ◆ウニ除去活動面積: 39ha(H23年度末) ・水産試験場によるウニ除去効果の追跡調査 ◆追跡調査で成果を確認(テングサやホンダワラの繁茂、カジメの芽生え等) ◆ウニ除去の効果は5～6年持続(一部区域) ・藻場の有効利用方法の検討 ◆再生した藻場にアカウニを放流し、一定の水揚げ高を確保	◆ウニが原因とされる磯焼け面積は293haあり、さらなる活動面積の拡大が必要 ◆保全活動への支援の継続 ◆再生した藻場の有効利用	◆水産多面的機能発揮対策事業(国事業)による磯焼け対策の実施 ○漁業者グループの活動を引き続き支援 ◎ボランティア等参加者や実施範囲の拡大 ◆藻場の有効利用方法の確立 ○ウニ再侵入予測モデルの開発(ウニ除去効果の持続性を解明) ◎藻場を有用水産生物の漁場として活用			○			
	(干潟の機能回復) ◆浦ノ内湾のアサリ漁獲量は昭和58年をピークに大きく減少 ◆夏から冬にかけての稚貝の減耗が大きいことを水産試験場が確認 ◆アサリ資源の減少原因を底質の悪化、競合生物(アオサ、ホトトギス貝)の増加などと想定	・H21年度から国の制度(環境生態系保全活動支援事業)を導入し、地元活動組織が底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を実施 ・H23年度に浦ノ内湾天皇州において大規模な干潟機能回復事業を実施 ◆地元協議を踏まえ、工区・工法を決定し、天皇州西側の3haで工事を実施	◆事業実施区の効果検証 ◆活動組織による試験区の維持管理	◆干潟機能回復、アサリ資源の効果検証と保全活動の継続 ★工事区での干潟機能回復状況の把握 (底質環境の改善状況、アサリ等底生生物の生息状況) ★工事区でのアサリ資源保護区域の設定 ○活動組織による保全活動の継続 (工事の効果発現による活動気運の醸成)			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆H27年度末でウニ除去活動面積を100haに拡大 ◆漁業生産に結びつく再生藻場の維持・活用	◆藻場回復を受けた漁業生産活動の実施 ◆ウニ除去実施地域の拡大
漁業者グループの活動を引き続き支援 ボランティア等参加者や実施範囲の拡大						
漁業者、地域活動協議会：磯焼け対策活動の継続 市町村：財政面・円滑な運営の支援、広報でのボランティア参加呼びかけ 県漁業振興課：財政面での支援 県水産試験場：追跡調査の実施						
ウニ再侵入予測モデルの開発						
県水産試験場：ウニ除去効果の持続性を解明、モデル開発						
藻場を有用水産生物の漁場として活用						
漁業者、漁協：再生した藻場における漁業生産活動を持続させるための資源管理等の取組 市町村、県漁業指導所、県漁業振興課：種苗放流など藻場の有効利用の取組を促進						
工事区での干潟機能回復状況の把握					◆地域協議会の活動区域及び県工事区でのアサリ資源の回復 ◆地域が主体となったアサリ資源管理の定着	◆浦ノ内湾全体のアサリ資源回復 ◆地域にアサリ漁業が復活
県水産試験場：底質環境の改善状況、アサリ等底生生物の生息状況調査						
工事区でのアサリ資源保護区域の設定						
漁業者等、土佐市、須崎市：保護区域の設定に向けた地元協議と漁場調査 県水産試験場、県漁業振興課：追跡調査の結果を広報し、保護区域の設定の気運を醸成		漁業者等、土佐市、須崎市：保護区域の設定と周知、遵守の徹底				
県漁業管理課：委員会指示（アサリ採取禁止区域の設定）の発動						
地域協議会による保全活動の継続（国事業　～H29）						
漁業者グループ：底質の改善や有害生物の駆除などの保全活動を維持、拡大 漁協：地域が主体となったアサリ資源の持続的利用の推進 土佐市、須崎市：財政面での支援 県漁業振興課：財政面での支援 県水産試験場：地域の取り組みに対する技術的支援						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1 漁業生産量の確保 (2)資源の確保と栽培漁業の推進	◆栽培漁業基本計画の目標(大型種苗の放流)達成が遅れている ◆マダイ、ヒラメ、エビ類、イサキ(いずれも小型種苗)の生産と放流を実施	・ヒラメ、エビ類について放流サイズの大型化を推進 ◆大型ヒラメの放流は尾数、割合とも年々増加し、定着しつつある H21:75,000尾(41%) H22:181,000尾(83%) H23:234,000尾(90%) ・市町、水産試験場、漁業指導所の連携と漁業者の参画による放流効果の検証体制の整備 ◆黒潮町の底曳網漁業者による混獲率調査が開始され、調査精度が向上し混獲率の上昇を確認できた H20:33.7% H21:28.4% H22:28.6% H23:61.7%	◆市町村の財政難等による栽培漁業関連事業の縮小 ◆マダイやイサキ等、生産中止により確保が困難となった魚種の新たな調達先の検討	◆大型種苗の集中放流と効果の検証 ○ヒラメ、エビ類の大型種苗の生産、配布 ◎より効果のあがる放流手法の確立に向けた追跡調査の実施 ◎マダイ、イサキ等の県外調達の斡旋			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
ヒラメ・エビ類の大型種苗の生産、配布					◆大型種苗の放流が定着し、漁業者が放流効果を実感 ◆放流種苗に占める大型種苗の割合が概ね90%以上	◆大型種苗により放流効果が増し、漁獲量が安定増加
市町村：漁協からの放流要望のとりまとめ、財政支援 漁港漁場協会、県漁業振興課：市町村からの需要とりまとめ、需要調査に基づく生産計画の策定、種苗生産業務委託先・市町村との生産及び配布調整						
より効果のあがる放流手法の確立に向けた追跡調査の実施						
漁業者、高知県漁協：操業日誌による調査協力 県漁業指導所・水産試験場：放流効果の検証、追跡調査、適正放流手法や資源管理の導入						
マダイ、イサキ等の県外調達の斡旋						
県漁業振興課：県外生産機関との連絡調整						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上 】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 漁業生産量の確保 (3)漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲	(漁業取締) ◆漁業違反の頻発 ◆県外漁船による越境違反操業	・漁業違反の多い海域での集中的な取組を実施 ◆各海域における違反の特性に応じた対応策を実施 ・西部海域では用船や3隻の取締船による集中的な取締を実施 ◆3年間で県外船による違反を7件摘発したが、依然として県外船の違反情報が寄せられている ・室戸岬沖では毎日フェリーから情報を収集 ◆3年間、県外船の違反操業に関する情報はなかった	◆越境違反漁船が取締船の動きを警戒し、巧妙に行われ始めたため、取締方法を工夫する必要が生じている	◆○県西部海域における県外船の取締を強化			○			
	◆県警、海保との連携が不十分 ◆違法な漁獲が存在するため漁業者が資源を有効に活用できない	・芸東、宿毛湾周辺において、地元の漁業関係者や県警、海上保安部等で構成する地域防犯組織を設置し、違反情報の収集に努めた ◆県警との連携によって密漁常習者3名を逮捕、1名を検挙し小康状態となっている ◆地域防犯組織からの情報をもとに2名を逮捕、6名を検挙 ◆これらの活動によって磯根資源の違法な漁獲が減少	◆平日や昼間の違反情報は少なくなってきた反面、土日や夜間の密漁に移行している情報がある	◆地域防犯組織の活動を支援するとともに、特に芸東地区において、巧妙化する違反者の取締を強化 ○県警等との捜査機関との連携強化			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆違反の減少	◆効率的な取締活動と実績によって違反の発生を抑止
県西部海域における県外船の取締を強化 漁業者・漁協・市町村：違反情報の提供 県漁業管理課　：提供された違反情報の分析と取締方法の工夫 3隻の取締船の効率的な運用による取締の実施						
					◆自主的な組織運営と違反の減少	◆違反を許さない気運の醸成と違反の撲滅
地域防犯組織の活動を支援するとともに、特に芸東地区において、悪質・巧妙な違反者の取締を強化 漁業者　：相互牽制による法令の遵守 漁業者・漁協・市町村　：地域防犯組織の構成員として活動(啓発、巡視、情報提供)、モラル向上への取組 県漁業管理課　：地域防犯組織の活動支援、提供された情報の分析、取締の実施 ：県警や海保との連携						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1．漁業生産量の確保 (3)漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲	(漁業調整) ◆各種漁業間の紛争が存在する一方で就業者が減少・高齢化 ◆漁業制度と漁業実態が部分的に不調和 ◆漁業の効率化に制約 ◆資源の持続的利用に支障	◆これまでの取組によって長年の懸案事項の解消が進み、規制緩和が進展 【バッチ網漁業】 ・高知中央地区で周年操業を許可(H22.1) ◆沿岸域の資源保護への意識醸成と経営の安定化に寄与 ・須崎地区で日の出前1時間前からの操業を許可(H22.1) ◆須崎地区では、摂餌前のシラスを漁獲できること、涼しいうちに水揚げできることから、品質の向上が図られ、漁業関係者が高く評価(シラスは、胃の中に餌が残っていたり、温度が上昇すると品質低下が速い) 【しいらまき網漁業】 ・通常の操業期間(4～11月)に加え、3月と12月を許可 ・幡多海域へ操業区域を拡大 (H22.11から実施) ◆シイラの漁獲増に貢献 (・H22.12に31トン漁獲 ・H23.3～5に幡多海域中心に66トン漁獲)	◆規制緩和後の漁業秩序の維持 ◆規制緩和後も円滑に漁場や資源が利用されるよう地元漁業関係者への指導・助言が必要 ◆利害関係の対立を調整する漁協の指導力の向上 ◆関係者の合意形成及び合意形成に基づく規制緩和の継続	◆紛争の解消と規制緩和の推進 ○自主的な紛争の防止に向けた関係者の意識醸成 ○紛争当事者間の協議の場の設定 ○紛争の防止 ○規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築			○			
		【さんご漁業】 ・H24.3から資源管理措置を盛り込んだ新たな内容で許可 ◆宝石サンゴの持続的な利用を目指した資源管理を開始 ・宝石サンゴ資源の持続的利用のため、潜水艇による資源生態調査、乗調査船による海洋観測及び海底地形調査を実施 ◆操業許可区域内での状況はほぼ把握できたが、禁漁区域の状況は調査不足	◆禁漁区域に十分な資源が保全されていることの証明	◆○宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組 ◆○CITES、COP16・17を見据えた集中的な取組			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
紛争当事者間の協議の場の設定					◆漁業者の相互理解による紛争解消 ◆規制緩和による漁業生産活動の効率化	◆地元主体による調整と紛争の解消
漁業者・漁協: ・必要に応じ新たな協議の場の設定・参加 ・規制緩和等の検討 県漁業管理課: ・協議の場づくりの働きかけ						
紛争の防止						
漁業者・漁協: ・業者間の紛争防止協議の推進 ・積極的な紛争防止、解決 ・自主的なルール作りとその成文化 ・規制緩和の推進 県漁業管理課: ・第3者的立場での参加、意見の対立を調整 ・協議結果のルール化、法令遵守の指導・支援 ・自主的な紛争防止に向けた漁業者等の資質向上を支援						
規則改正、規制緩和等による実態に適合した制度の構築						
県漁業管理課: ・紛争の解決等協議の整った案件につき着手 ・地元関係者、周辺地区調整 ・試験操業等の実施 ・調整の整ったものから順次制度の見直し						
宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組					◆適正な資源管理手法の確立 ◆CITES、COP16・17での規制提案の否決	◆適切な管理による宝石サンゴ資源の持続的利用
漁業者、漁協：資源調査への協力と資源管理の実践 県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する漁業資源調査 県漁業管理課：資源調査の結果や漁獲状況に応じて許可要件の見直しを検討						
高知大学等：宝石サンゴの持続的利用のための資源管理技術を開発するために調査研究を実施（H22～24）						
CITES、COP16・17を見据えた集中的な取組						
漁業者・漁協：漁業許可要件の厳守 県漁業振興課、水産試験場：宝石サンゴに関する資源調査 県漁業管理課：許可要件の見直し						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画（H21～H23）の総括等 総括（・取組 ◆総括）	第1期計画（H21～H23）の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1　漁業生産量の確保 （4）広く「漁業の担い手」を確保 P415 別図(水2)参照	◆漁業就業者数はH5からの10年間で約30%減少 ◆新規漁業参入者 H15年19名 H16年23名 H17年22名 H18年25名 H19年41名 ◆近年はサラリーマンなどから転職した新規漁業就業者が多い傾向にある ◆支援事業で確保した漁業者17名（平均年齢37歳）は中堅漁業者として定着（H22年度末）	・H21年度から県漁協に漁業就業アドバイザー1名を配置（ふるさと雇用再生特別基金事業） ・H23年度から幡多地域に漁業就業アドバイザーを1名増員（重点分野雇用創造事業） ・アドバイザーによる情報収集や研修受け入れに関する地元調整、各種就職相談会での勧誘活動 ・漁船リース事業の創設 H21年度：長期研修修了者を対象 H22年度：雇用型労働者から独立する漁業者を対象 ◆漁船リース事業やアドバイザーの配置等の支援策の充実により、それまで頭打ち若しくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた	◆釣り漁業に比べ初期投資が大きいためこれまで受け入れのなかった網漁業や、研修未実施地区での取組を拡大 ◆ふるさと雇用再生特別基金事業終了後のアドバイザーの継続的確保	◆漁業の担い手の確保 ◎研修未実施地区での研修受入 ★幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進 ★漁業を知る機会の創設、就業希望者の掘り起こし ○アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実			○		○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆高知市の小型底曳網など研修実施地区、漁業種類を拡大 ◆年間32名の新規就業者を確保 ◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成	◆若手漁業者の比率拡大により、漁業生産量を確保、漁村の活性化 ◆新規就業者を320名確保
研修未実施地区での研修受入 幅広い漁業種類を対象に研修受入を促進						
漁協：指導者の確保、漁業体験研修の実施、漁船リース事業への取組、准組合員制度の活用 アドバイザー：県内外就職相談会での勧誘活動 市町村：漁船リース事業への取組、財政支援 県水産政策課：無利子・低利融資制度の利用促進 県漁業振興課：研修制度の充実、生活支援・技術指導、アドバイザーとの連携、研修未実施地区に対する事業説明会の開催による制度の周知						
	漁業を知る機会の創設、就業希望者の掘り起こし					
	漁業者（認定漁業士）：セミナー等での漁業の詳しい実態等についての講演、体験プログラム指導 漁協：漁協、セミナー等での市場の仕組みについての講演と模擬セリ等の実演、雇用型漁業の基礎情報や求人情報等の提供 アドバイザー：漁業求人情報の収集・データベース化、就業希望者の情報提供と勧誘、支援制度の紹介 県漁業指導所：漁業求人情報の収集や就業希望者とのマッチングの支援、セミナー等の開催支援 県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導提言、漁業就業支援セミナー等の開催					
アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実						
アドバイザー：研修修了生の操業状況調査、相談への対応 漁協、市町村：地元への定着支援 県漁業指導所：漁労技術、水揚げ向上への技術的助言 県漁業振興課：アドバイザーや関係機関と連携した指導助言						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1．漁業生産量の確保 (5)漁業の収益性の向上 P416 別図(水3)参照	(小型底びき) ◆高知地区では、高齢化等による稼働隻数が減 ◆1日1隻あたりの漁獲量は横ばい ◆漁具改良や鮮度向上によって漁獲量や単価が上昇する可能性あり ◆幡東地区では、漁具改良により漁獲量が増加傾向となり、また六次産業化による新商品開発に着手 (沖合底びき) ◆操業統数や他県船漁業違反の減少により資源状況は良好 ◆陸棚外縁に未利用の底魚資源が存在する可能性			◆小型底びき網漁業の経営改善 ★漁具の改良による漁獲量の向上 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益向上			○			
				◆沖合底びき網漁業の経営改善 ★省エネ・省コスト型高性能漁船の導入による収益性の改善 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益性の改善			○			
				◆陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討 ★土佐湾沖合改定の水産資源調査 ★調査結果に基づく資源の有効利用モデルの検討			○			
(6)就労の場の確保 P417 別図(水4)参照	◆足摺岬沖の定置網漁業は安定した生産(年平均1億円)を有し16名を地域で雇用 ◆同漁業を経営する民間企業が撤退(H25年8月末)を表明したことから、存続の危機が表面化			◆定置網漁業の漁協自営への円滑な移行 ★漁業経営開始時のリスク軽減 ★漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続			○		○	

※これからの対策の ★は新規事業
◉は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第2期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
					◆小型・沖合底びき網漁業者の収益向上・経営安定	◆土佐湾底魚資源の有効利用による生産量の増大

小型底びき網漁業の経営改善

漁業者、漁協：漁具改良試験、鮮度向上試験、新たな加工品の開発と販路拡大
仲買人、加工業者：新商品の開発に向けた連携、販促活動
県漁業指導所：各種取組の計画策定、実行支援

沖合底びき網漁業の経営改善

漁業者：高性能な漁船の建造
漁業者、漁協：もうかる漁業創設支援事業の地域プロジェクト設置、収益性の改善に向けた計画策定
県漁業指導所・漁業振興課：計画策定支援

漁業者、漁協：収益改善計画の実証試験実施
県漁業指導所：実証試験の技術支援

漁業者、漁協、仲買人、加工業者：鮮度向上の取組、新たな加工品の開発
県漁業指導所：鮮度向上、加工品開発等への技術支援

陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討

漁業者・漁協：試験操業による未利用資源の調査
（独）開発調査センター：既存資料の分析、水産試験場と連携した資源解析
県水産試験場：漁場調査、資源量の把握、開発調査センターへのデータ提供
県漁業振興課・漁業管理課：資源量に即した持続可能な底びき網漁業のあり方検討

◆定置網漁業経営の継続と地域雇用の維持

漁業経営開始時のリスク軽減

県漁協：漁業経営開始に向けた事業計画の策定と関係者の合意形成
土佐清水市：リスク軽減のための支援策の実施（H25）
県合併・流通支援課、水産政策課：事業計画策定への助言とリスク軽減のための支援策の実施（H25～30）

漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続

足摺岬地区漁業者：漁業経営の円滑な実施への協力
県漁協：漁業経営の円滑な実施と地域雇用の継続
県漁業指導所、合併・流通支援課：漁業経営全般への助言・指導

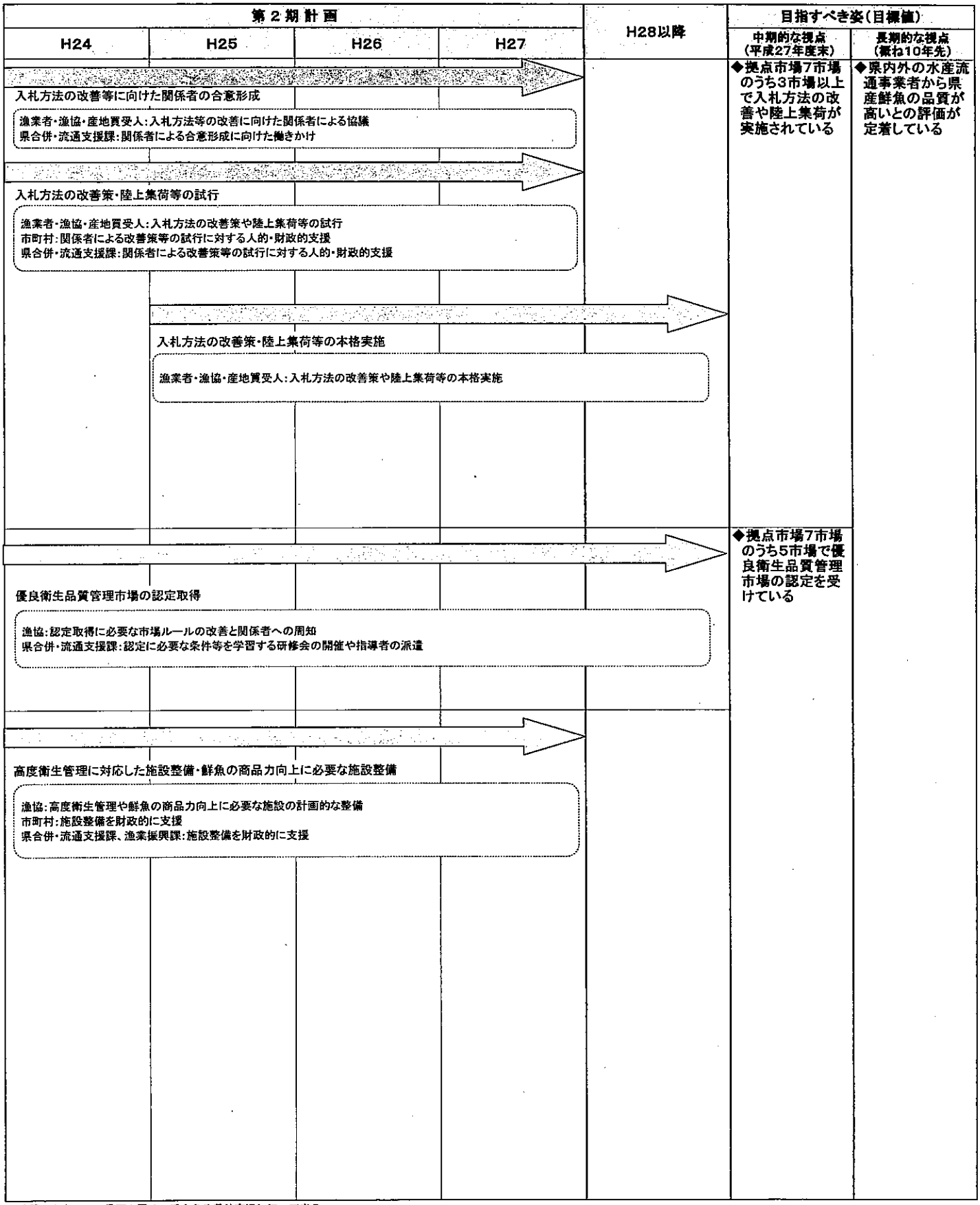
※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (1)魅力ある産地市場づくり	◆鮮度保持や衛生管理の取組が直ちに魚価に反映されにくい ◆プール売り等により漁業者の取組改善へのインセンティブが働きづらい ◆入札時間の制約から実需者のニーズ(配送時間等)に対応できていない ◆規格選別が不統一 ◆零細な産地市場が多く、ロットや品揃えが困難 ◆市場統合に向けた合意形成が一定進展	・漁業者・漁協役職員を対象とした鮮度保持・衛生管理をテーマにした学習会を実施 ・船上や市場での氷の増量が魚価や評価に好影響を与えることを検証する実証事業を御量瀬市場と興津市場で実施し、実証結果(魚価・評価ともに向上)を県下の漁協等に周知 ・すくも湾中央市場の優良衛生品質管理市場の認定取得を支援 ◆市場内のタンクへの氷の増量・撹拌、スラリーアイス製造機の導入など、具体的な改善に向けた取組が始まった。しかし、入札方法やロットの確保など拠点市場を中心に機能強化を図る必要がある	◆入札時間の短縮や市場統合による陸上集荷の実施に向けた関係者の合意形成	◆産地市場での入札方法等の改善 ★拠点市場での入札方法等の改善に向けた関係者の合意形成 ★拠点市場での入札方法の見直しや陸上集荷の試行	○		○			
	◆県が産地市場拠点化計画を策定し、7つの拠点市場を位置づけ(H15～16) ◆高度衛生管理型市場として、すくも湾中央市場が供用開始(H17) ◆清水市場の老朽化に伴い、新市場の整備が喫緊の課題として顕在化(H20) ◆拠点市場を対象に優良衛生品質管理市場の認定取得に取り組むことを決定(H22)	・清水市場整備検討委員会を組織し、整備計画を策定し、市場整備に着手 (H24供用開始予定) ・清水市場の整備のネックであった市場事務所を先行して整備 (H21完成) ・佐賀市場の衛生管理面でのレベルアップに不可欠なハードを整備 ・すくも湾中央市場で認定取得に向けた協議会を立ち上げ ◆清水市場の整備を機に、市場運営の効率化を推進することで管理費の削減が期待される ◆佐賀市場での衛生管理に向けた体制が整いつつある	◆優良衛生品質管理市場の認定に必要な関係者の衛生管理意識の向上 ◆優良衛生品質管理市場の認定や鮮魚の商品力向上に必要な施設整備に要する事業主体の財政負担	◆拠点市場における優良衛生品質管理市場の認定取得 ◎認定取得のための研修会・個別指導の実施	○		○			
				◆高度衛生管理に対応した市場の施設整備を促進 ◎認定取得に必要な施設の整備 ◎鮮魚の商品力向上に必要な施設の整備	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】



※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (1)魅力ある産地市場づくり	◆産地市場拠点化計画を策定し、県内に7つの拠点市場を位置づけ(H15～H16) ◆漁協合併や支所の統廃合とリンクするため、組合員の理解が得られず、実現した事例はわずか	・県漁協は浦戸市場を休止し、御畳瀬市場に統合(H21) ・県漁協は組織再編整備計画を策定し、3市場の廃止・統合の検討に取り組むことを組織決定 ・すくも湾漁協は古満目市場を廃止し、すくも湾中央市場に統合(H23) ◆漁業者の減少・高齢化が進行する中で、市場統合は魚価の向上を図るうえで不可避となっている	◆市場統合を実現する上での関係者の合意形成と施設整備や陸上集荷等にかかる費用負担	◆★市場統合の計画的な推進 ★県漁協の組織再編整備計画に基づく3市場の統合 ★すくも湾中央市場への市場事務所の整備による宿毛湾地域での市場統合の完了			○			
	◆買受人は市場ごとに固定化し、かつ減少傾向 ◆市場ごとに参入条件等に関するルールがまちまち ◆市場取引に関する排他的な因習の存在	・定期的な意見交換の実施により買受人の意見を市場運営に一定反映 ・電算システムの整備によりリアルタイムでの名寄せ管理が可能となり、限度額の管理が定着 ・受入保証金や決済サイト等のルールを統一したものの新規参入実績はわずか ◆買受人と漁業者や漁場との建設的な意見交換が依然として不足しており、公平・公正な市場運営を阻害している ◆制度上市場のオープン化はしたが、口銭買いが定着しており、新たな買受人がより参入しやすい環境を整える必要がある	◆定期的な意見交換の継続と買受人の意見を踏まえた市場運営の改善 ◆魅力的な市場づくりと効果的な誘致活動の展開	◆○既存の買受人との信頼関係の構築と新たな買受人の誘致			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◉は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆宿毛湾地域の市場統合の完了 ◆県漁協の3市場の統合	◆7つの拠点市場に集約
県漁協の組織再編整備計画に基づく3市場の統合						
県漁協：陸上集荷の試行と統合による市場運営の新たなルールづくり 市町村：市場統合に向けたソフト・ハード両面での財政的な支援 県合併・流通支援課：陸上集荷の試行や市場統合の協議を指導、支援	県漁協：陸上集荷の本格実施と新たな市場ルールの適用による統合市場の運営					
すくも湾中央市場への市場事務所の整備による市場統合の完了						
すくも湾漁協：市場事務所の整備（H24） 県合併・流通支援課：市場事務所の整備を支援（H24）						
すくも湾漁協：市場統合に係る関係者の合意取得と市場ルールづくり 県合併・流通支援課：上記取組の支援						
					◆買受人が減少する中での新規参入の確保	◆オープンな産地市場の実現
既存の買受人との信頼関係の構築と新たな買受人の誘致						
県漁協：定期的な意見交換の実施と買受人の意見に基づく市場運営の改善						
県漁協：あらゆる機会を捉え、販売力を有する買受人の誘致活動を展開						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組、◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2．水産物の販売力の強化と魚価の向上 (1)魅力ある産地市場づくり	◆中芸地区の定置網漁業の漁獲高は10年前から半減 ◆奈半利、田野、安田の3市場は年間取扱高が1億円未満で将来的に市場を継続することは困難 ◆中芸地区の4つの定置網漁業経営体が参画し中芸定置網漁業振興協議会を設立			◆新たな流通販売の取組を実践 ★直販等、新たな販売方法の実践 ★地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆新たな販売方法が定着	◆中芸地区がモデルとなり他地区の定置網の取組へと波及
直販等、新たな販売方法の実践						
漁業者：試験的の取組の実施や新たな販売方法の検討 市町村：試験的な取組や情報収集への財政的な支援と助言・指導 県合併・流通支援課：試験的な取組や情報収集への財政的な支援 県漁業指導所：取組全般への助言・指導	漁業者：新たな販売方法の継続的な実施					
					◆中芸ブランドが県内で認知され魚価の向上に反映	
	地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出					
	漁業者：試験的な取組の実施や朝どれを基本としたブランド化手法の検討 市町村：試験的な取組等への財政的な支援と助言・指導 県合併・流通支援課：試験的な取組等への財政的な支援 県漁業指導所：取組全般への助言・指導	漁業者：ブランド価値の維持と継続的な出荷				

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (2)県漁協の販売事業強化 P418 別図(水5)参照	◆県漁協は自ら市場入札に参入し、買取販売に着手(H20) ◆営業力、交渉力を持った人材が少ない ◆有利販売のノウハウがない (あらゆる有利販売チャネルでの販売実績の積み重ねが必要) ◆県漁協の財務基盤は弱く、リスクの引き受けや必要人員確保の余裕がない ◆収益性の確保に対する職員の意識が低く、現状では漁協経営を圧迫 ◆民間企業と同じレベルでの労務管理や成果主義の導入が困難 ◆従来の漁協は受託販売業務に止まり、市場入札を業務として行っていかった	・直販所運営、量販店との直接取引、業務筋との取引、県外市場送りと段階を経ながら取引先と取引量を拡大 ◆売上高は拡大したものの事業の収益性が低い ◆買取販売事業を展開する上での漁協組織の柔軟性の欠如 ◆取引先のカテゴリー毎の販売体制をとるため、部署間の連携が不足 ◆販売先のニーズに対応した複数の物流体制が事業コストを押し上げ ・OJTに加え、量販店での派遣研修や全国漁協学校・研修等を通じて販売担当職員のレベルアップを支援 ◆主要な市場で入札を開始し、直販所、量販店取引、県外市場送りと販路の拡大と取引先のニーズに対応することができる段階へと一定レベルアップしたが、入札担当職員が少なく、さらなる育成が必要である	◆収益性の確保 ・体制の集約化によるコスト削減 ・集客力の強化、取引先、取引量の拡大等による収益増加 ◆組織体制の強化 ・買取販売事業を行う体制を漁協組織からより柔軟な会社組織へと移行し、意思決定の迅速化、経営責任の明確化、能力主義の徹底を強化 ◆現入札担当職員のさらなるレベルアップと入札を担当できる職員の拡大	◆★仕入・販売体制の一元化 ◆◎販路の拡大等による取引高の増大 ◆★販売子会社の設立 ◆○入札担当職員の育成			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆高知県漁協の買取販売事業及び販売子会社の単年度黒字の達成	◆有利販売のできる取引先の選択と拡大 ◆市場信用力の獲得と産地としての認知度向上、ブランド化の実現 ◆漁業者への収益還元（手数料の引き下げ等）の実施 ◆多くの漁業者が実感できる浜値向上への寄与（実現）
買取販売事業中期計画の着実な実行						
県漁協： ・直販店舗を横浜店に統合し、物流拠点として県内販売の業務を一元化 ・県内物流は2トン自社便を定期便とし、仕入・流通体制を一本化 ・本支所が実施する各事業の営業・販促業務の一元化による体制の強化 ・水産物の流通、販売に精通したアドバイザーの配置による営業、販売力の強化 ・販売子会社の設立による意思決定の迅速化、経営責任、収支の明確化と柔軟な組織運営 県合併・流通支援課： ・販売子会社の設立・運営や地産外商加速化品目の販売促進等を支援				県漁協： ・新たな販売戦略の推進 県合併・流通支援課： ・県漁協の買取販売事業の取組支援		
			県漁協： ・4年間の取組の総括と新たな販売戦略の策定 県合併・流通支援課： ・上記取組の支援			
					◆主要な市場での効率的な入札、仕立、配送システムを構築	◆全ての市場で効率的な入札、仕立、配送システムを構築
入札担当職員の育成						
県漁協：販路拡大に伴う入札市場の拡大、品揃えの確保等が可能な現場人員・体制の整備 県合併・流通支援課：入札担当職員の能力向上に資する取組を支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画（H21～H23）の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括（・取組 ◆総括）	課題		1	2	3	4	5	6
2．水産物の販売力の強化と魚価の向上 （3）地産地消の推進 P419 別図（水6）参照	◆魚離れの進行 ・H18には国民1人が1日に消費する肉の量が魚介類の量を逆転 ◆高知市中央卸売市場での水産物の取扱高が大幅に減少 ・H4：293億円 →H22：125億円 ◆県民が水産物を購入する際の県内産への意識が高い（H20県民意識調査：76.4%） ◆魚の旬や調理方法、漁業者に関する情報を求める県民が多い ◆子どもに魚を食べさせる機会を増やしたいと考える母親が多い（8割以上：大日本水産会調査） ◆食の安心・安全を求める消費者意識の高まりから、地域水産物に対する潜在的なニーズが高い	・量販店等と連携したプレゼントキャンペーンの実施（H21） ・土佐のおさかなまつりの開催（H22～） ・高知市中央卸売市場と連携した親子料理教室の開催（H21～） ・ホームページによる漁業や県産魚等に関する情報発信（H21～） ・おさかなPR大使による県産水産物のPR（H21～） ・土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR（H21～） ・龍馬博メイン会場での県産水産物のPR（H22） ・県産水産物を使用した料理レシピの募集、応募作品の飲食店でのメニュー化、入賞作品のレシピ化（H22） ・水産物消費拡大対策検討会の運営（H21～） ・量販店等と連携した「土佐のたたき文化」の情報発信（H22～） ・県産魚の「たたき料理」を提供し、たたき文化の発信を行う飲食店を紹介したパンフレットの作成と配布（H23～） ◆ホームページ、料理教室、パートナー店、PR大使、たたき文化の発信、おさかなまつりなどが県民に一定認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みや漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。しかし、消費者の食生活の多様化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である	◆消費者への効果的な情報発信 ◆水産物の生産から流通に関わる関係者の連携と主体的なPR活動等の展開	◆高知市中央卸売市場等と連携した消費拡大対策の展開 ○土佐のおさかなまつりの開催 ○親子料理教室の開催 ○量販店等と連携した魚食普及活動 ○土佐の魚PR活動推進パートナー店制度による県産水産物のPR ○ホームページによる本県漁業、県産魚の旬や食べ方、イベント情報等の発信 ○おさかなPR大使による県産水産物のPR ○水産物消費拡大対策検討会の運営	○		○			
				◆食文化の情報発信 ○たたき料理の歴史、作り方、提供する飲食店等の情報を掲載したリーフレット等の配布による「土佐のたたき文化」の情報発信 ○県内の小・中学生を対象に地域の魚食文化や漁業の実態等をテーマにした食育活動を展開 P420 別図（水7）参照	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

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

土佐のおさかなまつりの開催

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

親子料理教室の開催

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

量販店等と連携した魚食普及活動の実施

量販店等：魚食普及活動を実施する場所の提供と県産水産物の販売促進
県合併・流通支援課：魚食普及活動の企画の運営

おさかなPR大使・土佐の魚PR活動推進パートナー店によるPR

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

ホームページによる情報発信

県合併・流通支援課：ホームページの運営（保守管理・情報の更新）

水産物消費拡大対策検討会の運営

漁協・量販店・市場・鮮魚店・宿泊業者・消費者：会への参画、県事業への提言・協力等
県合併・流通支援課：検討会の運営、検討会での意見・提言の県事業への反映

「土佐のたたき文化」の情報発信

量販店・鮮魚店・飲食店：県事業への協力や主体的な取組による情報発信
県合併・流通支援課：「たたき料理」の歴史、作り方、提供する飲食店等の情報発信

食育活動の実施

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

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2．水産物の販売力の強化と魚価の向上 (4)地産外商の推進	◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調(脂が少ない等) ◆鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大 ◆鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人 ◆産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ	・大阪(H22～)、築地(H22～H23)、名古屋(H22)の消費地市場関係者と産地との交流会を実施 ・県内の産地買受人の組織化について関係者の合意を得、協議会の設立に向けた活動を展開 ・本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバを地産外商加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手(H22～) ・まるごと高知において カツオ、キンメダイ、清水サバのフェアを開催(H22～) ・高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁業でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得(H23) ◆県外の消費地市場と産地との人的ネットワークの構築や県産水産物の認知度の向上が進みつつある ◆カツオ、キンメダイ、ゴマサバのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコラベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外商に結び付くよう支援する必要がある	◆県産水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場とのネットワークの強化 ◆産地買受人が連携した地産外商活動の展開 ◆大消費地での外商を強化するための物流時間・距離の短縮 ◆マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及 ◆マリン・エコラベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上 ◆加速化品目ごとの推進組織による主体的な外商活動の継続	◆県外消費地市場との交流促進 ○大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充 ○県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換	○		○			
				◆買受人の組織化と主体的な活動の促進 ★地産外商に向けた買受人による推進組織の設置 ★推進組織による主体的な地産外商活動の展開	○		○			
				◆新たな物流の構築による高鮮度流通の推進 ★新たな物流システム構築に向けた検討会の設置 ★物流の時間距離を短縮する試行の実施と費用対効果の検証 ★新たな物流ルートの決定と実用化に向けたニーズの掘り起こし	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充 産地買受人：交流会への参加による大阪市場関係者との主体的な交流促進 県合併・流通支援課：交流会の企画運営（大阪市場関係者の招へいと産地買受人への参加の働きかけ）					◆本県と関西市場及び中四国市場との交流の定着	◆産地買受人と消費地市場との人的ネットワークの構築による取引の増加 ◆大阪市場でのシェア拡大
県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換 産地買受人：交流会への参加による大阪市場関係者との交流促進 県合併・流通支援課：交流会の企画運営（消費地市場関係者の招へいと産地買受人への参加の働きかけ）						
買受人による推進組織の設置 産地買受人：組織への参画 県合併・流通支援課：組織設置に向けた産地買受人への働きかけ					◆推進組織による外商活動が定着し、県産水産物の認知度が向上	
推進組織による主体的な地産外商活動の展開 産地買受人：推進組織を通じた主体的な地産外商活動の展開 県合併・流通支援課：推進組織の活動を人的・財政的に支援						
物流改善策等を検討する委員会の設置・運営 漁協・産地買受人・物流業者：委員会への参画と新たな物流ルートの検討 県合併・流通支援課：委員会設置に向けた漁協、産地買受人等への働きかけと委員会の運					◆新たな物流ルートによる定期便が定着	
物流改善策の試行 漁協、産地買受人：チャーター便の試行による費用対効果の検証 県合併・流通支援課：チャーター便の試行を人的・財政的に支援						
	物流改善に向けた検討と対策の実施 産地買受人・漁協：チャーター便の試行による新たな物流ルートの決定と実用化に向けたニーズの掘り起こし 県合併・流通支援課：チャーター便の試行やニーズの掘り起こしを支援					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (4)地産外商の推進	◆県外市場における本県水産物への評価は総じて低調(脂が少ない等) ◆鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大 ◆鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人 ◆産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ	・大阪(H22～)、築地(H22～H23)、名古屋(H22)の消費地市場関係者と産地との交流会を実施 ・県内の産地買受人の組織化について関係者の合意を得、協議会の設立に向けた活動を展開 ・本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバを地産外商加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手(H22～) ・まるごと高知においてカツオ、キンメダイ、清水サバのフェアを開催(H22～) ・高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁業でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得(H23) ◆県外の消費地市場と産地との人的ネットワークの構築や県産水産物の認知度の向上が進みつつある ◆カツオ、キンメダイ、ゴマサバのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコラベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外商に結び付くよう支援する必要がある	◆県産水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場とのネットワークの強化 ◆産地買受人が連携した地産外商活動の展開 ◆大消費地での外商を強化するための物流時間・距離の短縮 ◆マリン・エコラベルの消費者・流通加工業者への普及 ◆マリン・エコラベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上 ◆加速化品目ごとの推進組織による主体的な外商活動の継続	◆マリン・エコラベルの活用などによる県産水産物のブランド化の推進 ○推進組織による主体的な認知度向上対策の実施 ○マリン・エコラベル・ジャパンの普及 P419 別図(水6)参照	○		○			
				◆食文化の情報発信 ○たたき料理の歴史、作り方、提供する飲食店等の情報を掲載したリーフレット等の配布による「土佐のたたき文化」の情報発信	○		○			
	◆水産物の営業販売の現場においては商品の「訴求力」や「ストーリー性」が重要視されるが、現状では事業者等に本県水産物の強みや特性等に係る情報が十分に周知されていない ◆高知県漁協が100%出資する「JFこうち・海の漁心市(株)」が設立され、営業を開始(H24年10月) ◆高知県漁協の販売子会社には本県水産物の流通販売を牽引する役割が求められている			◆県水産物の統一ブランドの確立 ★高知県漁協販売子会社による本県水産物の強み・特性(ストーリー性)の整理 ★ストーリーを活用した民間事業者等の営業販売活動による統一ブランドの確立	○		○			

P421 別図(水8)参照

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
地産外商加速化品目の推進組織による認知度向上対策の実施					◆地産外商加速化品目の推進組織による主体的な外商活動が定着 ◆主要な魚種・地域でマリン・エコラベル・ジャパンの認証を取得し、認知度が向上	◆関西市場を中心に、高知県の水産物は品質が高いとのイメージが浸透し、他産地よりも高値で取引
推進組織（漁協等）：主体的な認知度向上対策を実施 県合併・流通支援課：推進組織の取組を人的・財政的に支援						
マリン・エコラベル・ジャパンの普及						
漁協・流通加工業者：認証の取得と販売活動への活用 市町村：認証取得者への財政的支援※再掲 県合併・流通支援課：認証制度のPRと認証取得への人的・財政的支援						
「土佐のたたき文化」の情報発信					◆県外消費地でのたたき文化の認知度が向上	◆本県産水産物の消費が拡大
量販店・鮮魚店・飲食店：県事業への協力や主体的な取組による情報発信 県合併・流通支援課：「たたき料理」の歴史、作り方、提供する飲食店等の情報発信						
	本県水産物の強み・特性（ストーリー性）の整理				◆本県水産物のストーリーが民間事業者等へ周知・普及され、営業販売の現場で広く活用	◆県外においても本県の水産物の強み、特性が認知され、商品力が向上
	県漁協販売子会社：聞き取り調査等による生産、流通・加工、消費の各段階における強みや特性の洗い出しと、検討委員会におけるストーリー性の整理・確立 県合併・流通支援課：販売子会社への業務委託と指導・助言					
				ストーリーを活用した民間事業者等の営業販売活動による統一ブランドの確立		
				民間事業者等：ストーリーを活用した本県水産物の営業販売 県漁協販売子会社：ストーリーの民間事業者等への周知・普及と自らの営業販売への活用 県合併・流通支援課：ストーリーの民間事業者等への周知・普及		

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (5)生産者による直接出荷の推進	◆生産者による消費地市場等への直接販売は魚価向上に有効な手段だが、産地買受人との軋轢が生じることから県内での事例は少数 ◆足摺岬の釣りブリ漁業者は地元市場の統廃合を契機に、ブランド化の取組と併せて直接販売の取組を検討			◆生産者による直接販売とブランド価値の向上 ★直接販売とブランド化に向けた試験的な取組の実施 ★漁業者による直接販売の実施	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
	直接販売とブランド化に向けた試験的な取組の実施	漁業者による直接販売の実施			◆漁業者による直接販売が定着し、中間マージンの削減により漁業所得が向上	◆県外消費地にブランド価値が認知され、魚価が向上
	釣りブリ漁業者：県外への直接出荷の試行、ブランド化に向けた試験販売等の実施 県漁協：直接販売に向けたチャーター便の試験運航 土佐清水市：試験的な取組への財政的支援 県合併・流通支援課：試験的な取組への財政的支援 県漁業指導所：鮮度管理を指導	釣りブリ漁業者：県外消費地市場等への直接販売の本格実施とさらなるブランド価値の向上 県漁協：直接販売の円滑な実施への協力活用				

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
3 養殖業の振興 (1)既存養殖漁業の振興	◆景気の低迷、過剰生産等により養殖魚の価格が下落 ◆近年の燃油価格の高騰により資材・飼料費が影響を受け、養殖生産費用が増大 ◆養殖生産物は、産地市場(漁協)を通さず、民間業者等により消費地市場へ流通 ◆県外企業依存型の生産割合が高い ◆グループ活動型(大谷マダイグループ)のマダイが消費地市場で優先的に取扱われている (5．5億円) ◆グループ活動型(浦の内の土佐鯛工房)のマダイ(海援鯛)は大手量販店の定番商品として定着 (1億円)	・養殖生産者グループの育成 ◆既存の3グループに加え新たに2グループが誕生 参考:現在5グループ95名が活動中(県内養殖生産者数:194名) ◆高付加価値化や販売体制の確立など、個々のグループの熟度に応じた活動の推進 ・漁場環境調査や魚病対策の継続 ◆漁場環境調査や魚病診断の実施体制の維持と調査精度の向上 ◆県からすくも湾漁協への魚病診断体制の円滑な移行、漁協指導事業の充実 ◆漁業者自らによる環境モニタリング意識の向上	◆個々のグループの活動に応じた支援の継続による、品質向上や経費節減、販売の拡大 ◆生産性の向上や漁業者自らが漁場を管理する意識の向上を図るための、魚病や環境、新しい養殖技術等の調査研究への取組	◆養殖生産者グループの育成 ○養殖生産のコストダウン ○養殖魚の品質の安定確保	○		○			
				◆養殖生産者が自ら行う流通・販売への取組強化 ○販路開拓の支援 ○養殖生産者グループと県内民間企業等との連携	○		○			
				◆◎効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及	○		○			
				◆◎養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続	○		○			
				◆★消費地市場での有利販売を促進するための高知県産養殖魚の認知度向上	○		○			

P422
別図(水9)参照

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆生産技術の向上による、より高いレベルでの品質の均一化・安定生産 ◆養殖グループごとのブランド確立により、販路が拡大し取引量が増加 ◆消費地における高知県産養殖魚の認知度の向上と生産者に有利な販売体制の確立	◆漁協による系統出荷の拡大 ◆生産者に有利な販売体制の実現

養殖生産者グループの育成

漁協、県漁業指導所・漁業振興課：養殖生産者グループの技術向上、生産経費節減、品質の均一化等に向けた取組を支援

養殖生産者が自ら行う流通・販売への取組強化

民間企業、漁協、県漁業指導所・漁業振興課：養殖生産者の商談会、商品相談会への参加働きかけ、養殖魚の消費拡大活動への支援

効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の開発と普及

高知大学：高品質魚の生産に向けた餌料添加物の開発に必要な成分分析と効果の検証
県水産試験場：養殖技術向上化試験（H25まで）
○水温・成長段階別の適正給餌量の把握
（マダイ、カンパチ）
○給餌制限により成熟を抑制し、マダイの商品価値の低下を防止（身痩せ、体色黒化）
○県産特産物を使った高品質魚の生産
（ショウガ、直七など）

漁協、県水産試験場・漁業指導所・漁業振興課：効率的な給餌方法・高品質魚の生産技術の普及指導

養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続

県水産試験場、県漁業指導所、県漁業振興課：漁場環境（水温・酸素濃度等）・赤潮調査の実施、調査結果の速報による被害予防・軽減、漁業者の環境モニタリング意識の醸成、魚病診断と治療方法の指導

消費地市場での有利販売を促進するための高知県産養殖魚の認知度向上

生産者、漁協：高品質な魚づくり、産地見学商談会の対応、販路拡大の取組
県漁業指導所、市町村：産地見学商談会・販路拡大の支援
県漁業振興課：産地見学商談会の開催及び養殖魚のPR

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
(2)企業活力を活かした養殖漁業の振興	◆県内カンパチ養殖は生産量5,268トンで全国3位を占める重要な養殖漁業である ◆種苗量産技術が確立されておらず、ほぼ100%を中国からの輸入種苗に依存している ◆種苗の供給が不安定なことや防疫上の懸念がある			◆★養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発	○	○	○			
				◆★カンパチ親魚候補の選抜育種	○	○	○			
	◆県内マグロ養殖は、H23年度に1社が新規参入し計4社となり、生産規模が拡大傾向にある ◆水揚げの際の係留施設や給氷施設等の基盤整備が遅れている ◆マグロ養殖では、ウイルス病被害による歩留まりの低下が経営成績に大きく影響する			◆マグロ養殖を振興していくための検討会を設置し、振興策を策定・実施 ★振興指針の策定 ★魚病診断指導体制の強化 ★安定生産に向けた基盤整備等(製氷施設等) ★県内消費の拡大 ★外部講師による学習会 ★種苗の安定確保のための調査研究	○		○			

P423 別図(水10)参照

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

【 水産業分野 】

第２期計画 H24	H25	H26	H27	H28以降	目指すべき姿（目標値） 中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
養殖用カンパチ人工種苗の量産技術の開発 企業：高密度飼育技術、早期採卵技術等の開発 養殖業者、漁協：実用規模での比較飼育試験による種苗性の評価（成長、歩留まり、取引先の評価等） 県水産試験場：実験フィールドでの比較飼育試験による種苗性の評価（成長、歩留まり、変形率、抗病性等）、人工種苗に適した飼育条件の検討、市販配合飼料を用いた養殖方法の確立 大月町、県漁業振興課：技術開発に必要な施設整備等への支援				養殖用カンパチ人工種苗の量産事業の実施 企業：事業化に向けた優良親魚の育種、量産体制の確立	◆高品質なカンパチ人工種苗の量産技術が確立 ◆県内での需要相当尾数である110万尾を生産し、地産地消が実現	◆養殖用人工種苗の地産外商の展開 ◆高品質種苗の安定供給による県内カンパチ養殖の拡大
	カンパチ親魚候補の選抜育種 民間企業：成長等が優れた親魚を遺伝子で確認して選抜するためのDNAマーカーの探索 （独）水産総合研究センター：カンパチ育種に関する共同研究体制の構築、技術支援 県水産試験場：高成長、体型の良さの他、親魚として有用となる形質の探索と飼育試験					
振興指針の策定 企業、漁協、市町村、県漁業振興課：マグロ養殖振興検討会の設置、振興策の検討、試験的な取組の実施 魚病診断指導体制の強化 県水産試験場：漁協が実施する魚病診断の技術指導					◆必要な基盤整備等によるマグロ養殖の安定生産 マグロ養殖量 1,000トン ◆関連事業の集積による地域経済の活性化	◆養殖マグロ産地としての知名度向上
	安定生産に向けた基盤整備等 漁協：基盤整備等 市町村、県漁業振興課等：基盤整備等への支援					
	県内消費の拡大 生産者、加工業者、漁協：県内業務筋等への販促活動、PR資材作成 宿毛市、大月町、県宿毛漁業指導所・漁業振興課：販促活動の取組を支援					
	外部講師による学習会 生産者、漁協：学習会への参加によりマグロ養殖を担う人材を育成 県水産試験場・宿毛漁業指導所：取組の支援 県漁業振興課：学習会の開催					
	種苗の安定確保のための調査研究 民間企業、県水産試験場、（独）水産総合研究センター：人工種苗の量産技術開発に向けた連携の模索 県水産試験場・宿毛漁業指導所・漁業振興課：人工種苗の量産技術開発の状況調査					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 漁業費用を削減　】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 漁業者による漁業費用の削減	◆燃油単価の高騰、高止まりが漁業経営を圧迫 ◆漁業不振や後継者不在により、設備投資意欲が減退	・基幹漁業者35経営体が漁業収益増を目的として漁業経営改善計画を策定し、漁協から省エネエンジンリースを受けた ◆エンジンリースをした漁業者のほとんどで、燃費の向上及び経営的な意識の醸成が図られ、漁業経営の改善に効果があった ◆3ヶ年のエンジンリース事業の支援により、一定漁業者の設備投資意欲が掘り起こされた	◆燃油価格の変動に左右されない体力の強い経営体づくり ◆基幹漁業者がより活用しやすい制度の設計	◆省エネエンジンの導入支援による漁業経営の改善の推進 ○経営改善のための基準の見直しもふまえたエンジンリース事業の実施			○			
	◆水産資源の減少、魚価の低迷、燃油・飼料の価格高騰などによる漁業経営の圧迫 ◆赤潮や魚病等による被害が養殖経営を圧迫	・説明会等の開催により共済加入者への資源管理・所得補償対策制度への参加、及び未加入者に対する共済加入を働きかけ ◆養殖共済の契約が増加 (件数:H22、70件 →H23、99件、 加入率:H22、16.2% →H23、26.9%)	◆H24以降も取組を継続し、共済既加入者の制度参加と未加入者の共済加入・制度参加を呼びかけ加入率を向上させる ◆養殖漁業において飼育尾数削減の達成が困難	◆資源管理・漁業所得補償対策の推進 ○集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動 ○指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用 ○養殖漁業について、加入要件の緩和へ向けた国への政策提言			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
経営改善のための対象基準の見直しをふまえた事業の実施 漁業者：支援制度の積極的活用による漁業経営の改善 漁協・市町村：支援制度の仕組みへの関与、漁業者への指導 県水産政策課：制度金融の活用による資金調達への支援 県漁業振興課：ハード面での漁業経営の改善への支援、支援策の基準の見直し 漁業経営構造改善計画の励行等によるソフト面での漁業経営の改善の支援					◆エンジン換装前と比較し燃油消費量が削減 ◆経費の削減によって経営意識が向上した漁業者が増加	◆基幹漁業者の漁業経営の構造改善が図られ、収益が向上
国への政策提言、集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動（3年間の重点取組） 県・系統団体：周知及び加入推進活動（漁業者向け説明会実施等）、漁業者への資源管理計画等作成指導 県：国への政策提言					◆資源管理に取り組む漁業者割合が引き上げられ、計画的に経営を行う漁業者が増加	◆漁業者の収入安定とコスト軽減の実現
指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用 県：資源管理指針の見直し、資源管理計画等の作成指導 系統団体：加入推進活動、資源管理計画等の履行確認支援						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 漁業費用を削減】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2 漁協による漁業費用の削減	◆漁業者のみならず、漁協の役職員数も、組織再編、経営合理化等により減少傾向にある ◆経営状況が悪化している漁協が相当数あり、経営改善に取り組む必要がある ◆産業振興計画に取り組む上で、漁業者や地域を支える漁協職員の役割は重要性を増している	・販売事業を中心に県漁協の取り組みを支援 ◆取組が一部にとどまっており漁協全体として不十分	◆漁協系統の財務面やマンパワーの面で自律的な人材育成が困難	◆漁協役職員の人材育成 ★中長期的な視点で幹部役職員や若手職員を育成する			○		○	
	◆合併前は、漁協経営の悪化に伴い各種手数料が増加 ◆県漁協は支所別、市場別に手数料率を設定	・収支管理の徹底や県による借入金の圧縮支援等により県漁協の経営基盤の強化と経営の合理化を推進 ・合併後3年目の平成22年度決算で不良債権処理等により初めて赤字を計上し欠損金の額も増加 ◆欠損金解消の目処が立つまでは、手数料率の引下げは困難であり、抜本的な経営改善が急務となっている	◆事業管理費の削減による事業利益段階での黒字体質への転換	◆◎県漁協の組織再編整備計画の着実な実行				○			
	◆系統3段階制が燃油・資材の供給価格引下げの足枷 ◆25漁協が合併しH20. 4. 1、県漁協を設立 ◆県漁連総会で県漁協へのH22年度末までの事業移管を決議(H20. 10. 1)	・平成23年3月までに県漁連から県漁協に段階的に事業を承継することで、削減された中間マージンを組合員に還元 ・県漁協は合併不参加漁協に対する購買品の供給に際しても削減された中間マージンを還元 ・合併不参加漁協に対する軽油の供給体制を構築し、平成23年4月より安定的に供給 ◆県漁連の事業を承継し、系統2段階制に移行したが、燃油価格が高騰したこともあり、組合員は中間マージン還元に対する実感が希薄	◆購買品価格の情報提供 ◆スケールメリットを活かした供給価格引き下げの取組	◆◎供給価格の透明性の確保と取扱高の拡大				○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
漁協の将来を担う人づくり 漁協：研修を受講することで、役職員の意識改革を進めるとともに、経営戦略を実行するためのスキルを習得する 県水産政策課：ブロック別研修会の開催等により人材の育成を促進する 短期：幹部役職員の育成 中長期：若手を含め、自律的な人材育成の体制確立					◆職務の一環として研修事業が定着するとともに、経営改善の中核となる役職員が育成される	◆若手・中堅職員の意識改革が進み、経営改善に向けた取組を継続できる仕組みが確立される
県漁協の組織再編整備計画の着実な実行 県漁協： ・職員定数の削減と支所市場の統廃合の実施 県合併・流通支援課： ・組織再編整備計画の推進を支援 ・計画の実施により集中的に発生する退職給付等の資金調達を支援					◆事業管理費の削減による事業利益段階での黒字化達成	◆欠損金の解消と内部留保による経営の安定と手数料率の引下げ
供給価格の透明性の確保と取扱高の拡大 県漁協： ・仕入、供給価格等の組合員や不参加漁協に対する情報提供 ・ロットの拡大による仕入コストの削減 ・組合員に対する系統購買利用拡大の啓発						◆すべての取扱手数料の支所間の平準化による組合員への還元の実施

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 漁業費用を削減】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2 漁協による漁業費用の削減	◆合併前は、組合員の漁協離れが進み、民間との取引が伸長 ◆民間に比べ総じて割高でサービスの質も低水準	・県漁協はブロック単位で在庫の支所間流用、陳腐化資材の一掃セールを実施し、取扱い品目の絞り込みと在庫管理の適正化に向けた条件整備に着手 ◆依然として取扱品目が多いうえ在庫管理が不十分で、漁協経営を圧迫	◆仕入・在庫管理の適正化 ◆取扱品目の統一、削減による購買事業の効率化	◆◎購買品の絞り込みと仕入・在庫管理の見直し			○			
	◆経営体の多くは零細で、いわゆるドンブリ勘定 ◆延滞債務の増加が漁業経営を圧迫 ◆漁協に経営指導の意識が欠如	・経営指導を担う相談員と専門知識を有したアドバイザー等を配置 ◆漁業不振を背景に延滞債務は増加しており、経営指導を強化しなければならない	◆資源の減少や組合員の高齢化等による漁業経営の悪化により、延滞債務の発生を防止する視点からの経営指導が必要	◆◎組合員に対する経営指導の強化			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆漁協購買事業の利用率向上	
購買品の絞り込みと仕入・在庫管理の見直 県漁協: ・商品コードの統一による在庫の集中管理体制への移行 ・回転率等の分析による取扱品目の絞り込み ・在庫を極力削減する受発注単位、手法等の見直し						
					◆延滞債務の計画的な圧縮	
組合員に対する経営指導の強化 県漁協: ・相談員、漁業経営アドバイザーの連携強化による指導体制の強化 ・研修の充実による相談員、指導員の更なるレベルアップ 県合併・流通支援課: ・漁業経営アドバイザーの配置、相談員の取組やレベルアップを支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 水産加工を振興】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 地域加工グループの育成による雇用の場の確保	◆県内で9つの地域加工グループが活動 ◆多くのグループは経営規模が零細で、安定した雇用が困難	・漁村女性グループ等の交流活動の支援、専門家の派遣、講習会の開催等による経営面や加工技術面での支援を実施 ◆儲けを実感し経営的視点を持った取組への意欲・自覚が高まり、持続可能な活動への転換に一定寄与できた	◆今後も持続可能な経営体質の確保 ◆雇用の場として魅力のある労働条件等の確保 ◆衛生管理面のレベルアップ	◆○雇用の安定に向けた活動を支援	○	○	○			
2. 水産加工の新たな事業化の推進	◆県内の漁獲物のほとんどが鮮魚での出荷 ◆消費者・業務筋の省力化志向の強まり ◆新たな前処理加工等が県内各地で事業化 ◆国が6次産業化法を制定 ◆安全・安心志向の定着による、衛生管理への要請	・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成 ・新たな連携による事業化の働きかけと補助金活用等の支援を実施 ・原料魚の安定確保や販路確保の支援を実施 ◆地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工等の事業化(7カ所)が実現した ・水産加工業交流促進協議会を設置、開催(H23:2回) ◆事業者間の交流により、新たな取引につながる事例がみられた ・6次産業化法に基づく計画認定を受けた漁業者の活動がスタート ◆生産者の加工・販売を推進するうえで、6次産業化法での支援が可能となった ・県漁協手結支所の加工施設の衛生管理改修を支援 ・水産加工の衛生管理に関する講習会を開催 ・すくも湾漁協の県版HACCP認証取得を支援 ◆衛生管理面のレベルアップが一定進展	◆事業化した前処理加工等の円滑な運営(原料魚の安定確保等) ◆関係者間の情報交換の場の提供等による新たな連携の促進 ◆漁業者が主体となった生産・加工・流通の一体的な取組の促進 ◆県外等の取引に対応できる衛生管理体制の強化	◆★事業化を軌道に乗せる活動への支援 ◆★事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大 ◆★漁業者による6次産業の創出 ◆○衛生管理の高度化を促進	○	○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
漁村での雇用の場として持続可能な活動の展開					◆9グループ以上が活動を継続し、安定した雇用に貢献	◆事業継続・拡大により地域雇用に貢献
地域加工グループ：経営感覚をもった持続可能な活動の展開、衛生管理の強化等 漁協、市町村：円滑なグループ活動の実施に向けた支援 県漁業指導所、県合併・流通支援課：グループの方向性に応じた各種研修制度等の活用支援、新たなグループの掘り起こし						
事業化を軌道に乗せる活動への支援					◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現	◆前処理加工等の取組により魚価が安定し、新たな産業として定着 ◆水産食料品の県際収支の黒字幅を拡大
加工事業者：前処理加工事業等の円滑な運営 県合併・流通支援課、県漁業指導所：前処理加工事業等の円滑な運営の支援（原料魚確保、販路確保等）や新たな事業の掘り起こし						
事業者間のマッチングによるビジネス機会の拡大						
加工事業関係者、生産者等：情報交換等をきっかけとした新たな連携と取引の拡大 県合併・流通支援課：情報交換の場の提供等による新たな連携の促進						
漁業者による6次産業の創出					◆漁業者による6次産業化の取組等、新たな水産加工が事業化	
漁業者：生産・加工・流通が一体となった新たな取組の実施 加工業者等：漁業者と連携した新たな取組の実施 6次産業化サポートセンター：計画策定の指導、取組の円滑な実行に向けたアドバイス 県合併・流通支援課、県漁業指導所：取組の掘り起こし、計画策定と円滑な実行を支援						
衛生管理の高度化を促進					◆県版HACCPの認証を3つ以上の加工場が取得	
加工業者等：県版HACCPの認証取得を視野に入れ、衛生管理体制を整備 市町村、県合併・流通支援課：衛生管理のレベルアップをハード・ソフト両面で支援 県食品衛生課：衛生管理の高度化、改善に向けた指導、県版HACCP認証の取得に係る指導						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 水産加工を振興】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3 伝統的な水産加工業の振興										
(1)宗田節加工業の振興	◆宗田節の生産高は全国シェアの8割 ◆宗田節加工業は300人が従事するとともに原料魚確保を担う200人のめじか漁業者を抱え、地域経済にとって極めて重要 ◆食生活の多様化に伴い宗田節の需要は減少傾向 ◆宗田節加工業の経営体はここ20年でほぼ半減の20経営体まで減少 ◆かつお節と異なり魚体が小さく手作業での処理が欠かせないため、抜本的な機械化、省力化は困難	・宗田節加工業振興基本計画の策定 ・宗田節PRの推進組織「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」が設立 ・県内を中心とした宗田節のPR活動を展開 ・末端消費者向け宗田節新製品を開発(土佐清水元気プロジェクト) ◆宗田節の県内での認知度が一定向上し、需要の拡大に寄与した。今後は新製品の販路拡大に向け、県外に重点を移したPR活動に取り組む必要がある	◆宗田節新製品を活用した外商活動の展開	◆○宗田節の認知度向上、ブランド化の推進 ◆○新製品の開発、販路の開拓	○	○	○			
(2)シラス加工業の振興 P424 別図(水11)参照	◆シラス加工業は土佐湾中央域の基幹的漁業であるシラス機船船びき網漁業の漁獲物の受け皿として、また地域の地場産業として極めて重要 ◆シラス加工業、シラス機船船びき網漁業ともに、経営体数、生産量が大幅に減少 ◆現在、シラス機船船びき網漁業はいくつかの市場に分散して水揚げしているため、加工業者、漁業者の何れにとっても非効率な状況 ◆従来からの取引慣行や関連施設の整備が不十分なことから、高知新港への水揚げはごくわずか	・浜改田、十市、三里の漁業者を中心に、高知新港への水揚げの集約化に取り組む方向で協議を開始 ・加工業者の実態調査を実施した結果、水揚の集約化には賛否が分かれている状態 ◆高知新港の水揚げ集約化について、合意形成はもとよりソフト、ハード両面での対策が不可欠	◆シラス水揚げの集約化に係る合意形成や条件整備に向け、関係者が一堂に会する協議の場づくり	◆★水揚げの集約化に係る関係者の合意形成 ◆★水揚げの集約化に向けた条件整備	○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
認知度向上に向けたPR活動の展開 宗田節をもっと知ってもらいたい委員会：県外に軸足を移したPR活動を展開 土佐清水市：補助事業等により、活動の円滑な実施を支援 県合併・流通支援課：補助事業等により、活動の円滑な実施を支援 県漁業指導所：委員会の活動を支援		食育活動等の継続的な実施 宗田節をもっと知ってもらいたい委員会：食育活動や外商活動を継続して実施 土佐清水市：委員会の活動を支援 県漁業指導所：委員会の活動を支援			◆宗田節の魅力が認知され、一般消費者向けの需要が拡大	◆一般消費者の認知度向上が業務用需要の増加にも波及
新製品の開発、販路の開拓 土佐清水元気プロジェクト：宗田節新製品の事業ベースでの生産、県内外小売業等への営業・販売、ギフト商品等としての販売の展開 宗田節をもっと知ってもらいたい委員会：新製品をアイテムとした、宗田節のPR活動を展開（販促を後押し） 土佐清水市：元気プロジェクトの新製品の生産体制の整備を支援、販路開拓等を側面支援 県合併・流通支援課：新製品の生産体制の整備や営業・販売等に係る補助事業の活用を支援、販路開拓等を側面支援 県漁業指導所：新製品の生産・販売を側面支援					◆宗田節新製品を県内外で販売	
高知新港への水揚げの集約化に係る関係者の合意形成と流通ビジョンの策定 加工業者、漁協、漁業者等：協議会への参加による集約化への合意形成及びシラス流通ビジョンの策定 高知市、南国市：円滑な合意形成やビジョンの策定を支援 県合併・流通支援課：協議会を立ち上げ、円滑な合意形成やビジョンの策定を支援 県漁業指導所：円滑な合意形成やビジョンの策定を支援	ルールづくりと水揚げ施設の整備 協議会：市場運営に係る具体的なルールの策定 漁協等：シラス水揚げに必要な施設整備 高知市、南国市、県合併・流通支援課：漁協等が実施する施設整備を支援				◆産地市場の形成による魚価の向上（漁業者の経営安定） ◆原料魚の安定確保の実現（加工業者の安定操業）	◆土佐湾中央海域のシラス水揚げの高知新港への一元化と後継者の確保
	水揚量の増大へ対応する加工能力の増強 加工業者：施設整備 漁業者：水揚の集約 南国市、県合併・流通支援課：加工業者が実施する施設整備を支援					
		高知新港への水揚げの集約化及び流通ビジョンの実現 加工業者：高知新港での一元的な入札、原料魚の調達 漁業者：高知新港への一元集荷 漁協：高知新港での円滑な市場運営 高知市、南国市：ビジョンの実現に必要な支援を実施、円滑な市場運営を側面支援 県合併・流通支援課：ビジョンの実現に必要な支援を実施、円滑な市場運営を側面支援 県漁業指導所：円滑な市場運営を側面支援			

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【4.地域資源を活用し、交流を拡大】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 滞在型・体験型観光の推進 P425 別図(水12)参照	◆地域全体としての取り組みとなっていない ◆一部の住民が独自の営業活動を行っている ◆メニューに多様性が乏しく、夏場にメニューが集中している ◆来訪者の視点からは受入基盤が脆弱である	・滞在型・体験型観光で先行する5地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜)で既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援 ・柏島、竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設の整備を支援 (H24.3オープン予定) ・滞在型・体験型観光で先行する5地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜)で、体験メニューをプログラム化し、観光商品として売り出し	◆多様な体験者ニーズへのこまやかな対応 ◆旅行者を主要な観光地から漁村へ誘客	◆漁村・地域での受入体制の強化(ソフト・ハード) ○主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくり		○				
	◆地元マスコミを使った独自の広報活動や口コミに頼った営業活動を行っている ◆単発的なイベントを開催している	・県内漁村における129の体験メニューのうち、39の体験メニューを高知県観光商品素材集や龍馬ふるさと博のパンフレットで旅行会社に情報発信 ・上ノ加江地区のリーフレットが完成し、高知市内62の小中学校に情報発信 ・上ノ加江、佐賀、窪津、栄喜地区での活動を取りまとめたリーフレットを作成し、高知市内校長会等でPR ・漁村での滞在型・体験型観光HP「漁村感動体験！！タラッタ！こうち」を作成し、広く情報発信 ◆先行する5地区(上ノ加江・佐賀・窪津・松尾・栄喜)でのH21～H23体験者数は、H18～H20に比べ約3，000人増加	◆漁村での滞在型・体験型観光の周知	◆関係機関と連携した情報発信・商品売込 ○認知度を高めるための情報発信の強化		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【水産業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくり					◆県内10地区で商品が整備 ◆各地区によるPR活動、旅行会社や学校等への販促活動の実施	◆継続的に取り組める体制の確立と地域（漁業者）の所得向上による漁村における滞在型・体験型観光の定着
地域（漁業者）：モニターツアーの開催や体験者にアンケートを実施することで、体験者ニーズを把握し、商品の磨き上げやメニューづくりに反映（食と体験を組み合わせたメニューや山・川での体験活動と連携した商品づくりなど） 体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島）に加え、多くの地区で上記取組を支援 県漁港漁場課・関係課（市町村）：滞在型・体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島）に加え、多くの地区で上記取組を支援						
認知度を高めるための情報発信の強化						
地域（漁業者）・県漁港漁場課：滞在型・体験型観光で先行する6地区に加え、多くの地区での取り組みを旅行会社や学校等に情報発信 主要な観光地から旅行者を呼び込むため、交通拠点やホテル等にパンフレットを配布 HPを随時、追加・更新するとともに、体験者へのアンケート等を実施し、より効果的な情報発信方法を検証 県関係課（市町村）：上記取組を支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【4. 地域資源を活用し、交流を拡大】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進 P426 別図(水13)参照	◆漁業生産としての河川利用の衰退 ◆人工構造物・河川改修や濁水・濁水などにより魚類等の生息適地が減少し、健全な生息や再生産に悪影響 ◆河床の変化や山林荒廃による土砂流出などによりアユの産卵適地が減少 ◆温暖化による異常な気象の影響が内水面資源に悪影響 ◆冷水病がアユ資源に悪影響を与えていたが、関係者の努力により徐々に成果が得られつつある ◆カワウ、外来魚などの食害により内水面資源に悪影響 ◆漁協の遊漁料収入減少と組合員減少による資源増殖や環境保護活動の制限 ◆内水面資源を守るための利水調整・庁内連携が、一部河川については図られ一定の成果が得られつつある	・アユ資源調査の実施(遡上状況、定着状況、産卵状況) ・ウナギ種苗放流(H21:1.6t、H22:1.4t、H23:1.1t) ・カワウ生息実態調査 ・カワウ駆除の実施(H21:586羽、H22:603羽、H23:578羽) ・外来魚の駆除の実施(H21:25943尾、H22:18878尾、H23:10,343尾) ・天然アユ資源管理(産卵場造成:物部川など7河川) ・漁業者による森林保全活動(安芸・香南のべ85名) ・ふるさと雇用内水面漁場管理保全計画策定事業を実施(対象:主要15河川) ・重点分野雇用創造海域生活期アユ動態調査事業を実施(対象:仁淀川河口周辺) ・ふるさと雇用ダム湖等利用中山間地域振興計画策定事業を実施(対象:早明浦ダム、津賀ダム) ・アユ種苗生産施設の大規模修繕(H21:156,542千円) ◆関係者の懸命な取組が続けられており、人工的な対策により資源の維持が図られている ◆H23のアユ遡上は概ね良好であり、関係者の取組が成果として現れていると考えられるため、引き続き取組を進めることが重要である	◆産卵場の造成や放流などの継続的な取組による河川資源の増殖 ◆県内河川の状況や釣情報などについてHPを活用した情報発信	◆○種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖 ◆○自然再生産による資源増殖につながる取組 ◆○県内河川の状況や釣情報などの情報発信		○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖					◆種苗放流や産卵場造成など人工的な対策により資源の維持が図られている状態	◆アユの天然遡上が増加し、資源の自然再生産も徐々に拡大 ◆魚たちを豊かに育む河川の復活を目指して関係者が一丸となって取組を続けている状態 ◆アユなどが豊富に生息し、一年を通じて中山間地域への誘客が図られ、賑わいが創出
漁協：防疫や遺伝的多様性などに配慮した責任ある種苗放流 産卵場造成や禁漁期設定などによる資源保護の取組推進と情報発信 市町村：県が行うアユ等種苗生産事業への支援、協力 県漁業振興課：内水面資源増強や河川環境に応じた放流技術などの調査研究の一層の推進 関係機関の応分の役割分担のもとでのアユ種苗生産事業の実施 漁協などが行う資源増強の取組に対する支援 魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備等への協力 河川環境を保全するための森川海の連携の推進 県民への啓発とHPによる情報発信						
自然再生産による資源増殖につながる取組						
県民：自然保護意識の醸成と環境保全・資源保護活動への参画 新たな病気や外来魚を持ち込まないなど、本来の河川の姿を守るための理解と協力 漁協：行政や海面漁協など他団体との連携や流域住民を巻き込んだ環境保全や資源保護の取組推進と情報発信 市町村：流域住民への啓発 地域の利害関係者間の調整と連携の促進 県漁業振興課：河川環境保全や資源利用方法の検討による漁場管理計画提言 漁協などが行う資源増強の取組に対する支援 魚類等の生態に適した河川改修や魚道整備等への協力 河川環境を保全するための森川海の連携の推進 県民への啓発 広域的視点からの利害調整						
県内河川の状況や釣情報などの情報発信						
漁協：行政や海面漁協など他団体との連携や流域住民を巻き込んだ環境保全や資源保護の取組推進と情報発信 市町村：流域住民への啓発 県漁業振興課：県民への啓発とHPによる情報発信						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【4. 地域資源を活用した交流の拡大】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進 P426 別図(水13)参照	◆アユ漁期は6～10月と12月、アマゴ漁期は3～9月であり、冬季は河川が利活用されていない ◆冬季のアマゴ漁を可能とするには内水面漁業調整規則の改正が必要		◆規則改正に必要な調査方法のマニュアル化、効率的な調査体制の確立等による対象河川エリアの増加	◆アマゴ釣り場を冬季に河川中流域に設け、誘客資源として活用する ○規制解除のための調査と規則改正 ○他の河川エリアへの取組拡大と情報発信		○		○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【 水産業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
規制解除のための調査と規則改正 漁協：調査協力と地元調整 県内水面漁業センター：河川での調査 県漁業管理課：調整規則の改正へ向けた国との調整					◆アマゴの冬季釣り場の増加	◆概ね10河川においてアマゴの冬季釣り場を設定 ◆アマゴなどが豊富に生息し、一年を通じて中山間地域への誘客が図られ、賑わいが創出
他河川エリアへの取組拡大と情報発信 漁協：取組の検討と地元調整、PR活動 県漁業振興課、内水面漁業センター：取組の紹介、調査方法のマニュアル化と効率的な調査体制の確立						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

餌料用カタクチイワシの安定供給システムの開発（水1）

現　　状

佐賀地区の活餌供給は一定定着したが、活餌の確保が不安定

・県外活餌業者の廃業が増加

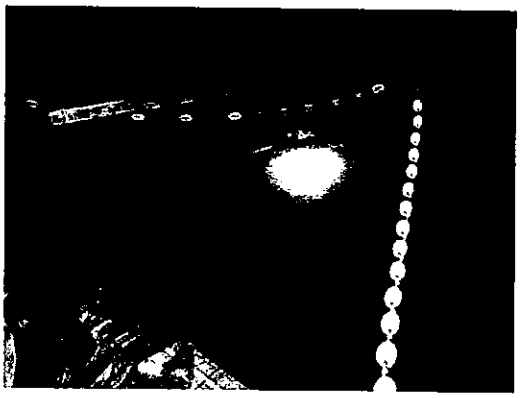
・県内での活餌採捕がほとんどない

活餌の安定確保が最重要課題！

活餌用稚魚の確保

養成活餌：小型まき網漁業で漁獲したカタクチイワシ稚魚

養殖活餌：カタクチイワシの親魚養成、種苗生産による稚魚

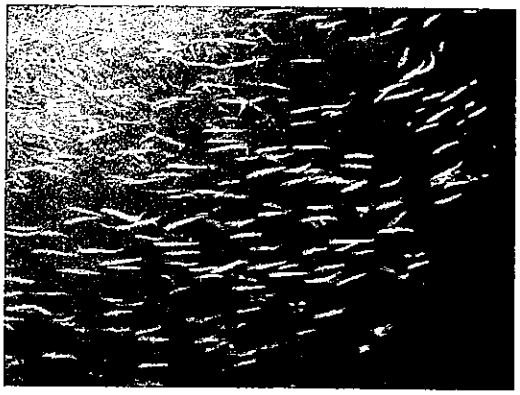


活餌用稚魚の飼育

活餌サイズまで小割筏で育成

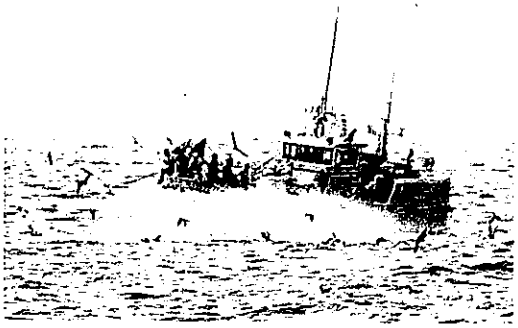
出荷時期を調整する技術開発

飼育・種苗生産コストの低減



養成・養殖活餌の評価

かつお漁船に積込み、実操業で活餌を評価



活餌の供給及び価格の安定

かつお船の操業効率アップ



小型まき網漁業の収入増加

県内水揚げの増加

漁業の担い手の確保

（水2）

情報発信
情報収集

県庁のホームページ
漁師になりませんか？（漁業振興課）
高知で暮らす。（地域づくり支援課）
高知しごとネット（雇用労働政策課）

その他のホームページ
漁師jp（全国漁業就業確保育成センター）

漁業就業支援アドバイザー
新規漁業就業者確保対策事業（委託料）
重点分野雇用創造新規漁業就業促進対策事業（委託料）
・就職相談会での支援内容の紹介と勧誘活動
・県内外の就職相談会で事業のPR、勧誘活動
・県内漁業関係企業等の求人情報の随時把握
・研修生、修了生のフォローアップ

相談体制
体験研修

漁業体験研修事業
短期間（3～7日）漁村に滞在し、漁業、漁村生活を体験（H25から委託事業化）

高校等との連携
・海洋高校生の漁業体験学習
・漁業者等による高校出前授業

（新）漁業就業支援プログラム推進事業
・漁業士等による座学・実習
・漁業就業ガイダンス（半日）
・漁業就業セミナー（一日）

相談窓口
漁業振興課
各漁業指導所
市町村

漁業就業支援フェア（国事業）
漁協と希望者のﾏｯﾁﾝｸﾞ
↓
実践研修

長期研修
技術習得

新規漁業就業者支援事業
対　象　者：自営等の沿岸漁業者として自立しようとする者
支援内容：研修・生活費を支援（15万円/月＝最長3年間）
ベテラン漁業者による指導で技術を習得（指導者報償費　5万円/月＝最長3年間）
（洋上研修にかかる経費　市町村上乗せ、金額任意）
万が一の事故に備え、損害保険料を負担

漁船取得

新規漁業就業者漁船リース事業
対　象　者：新規漁業就業者支援事業修了者に限る
支援内容：漁協を通じて中古漁船をリース
自己負担の80%まで、無担保・無保証人で漁業近代化資金の融資を受けることが可能

漁業就業者漁船リース事業
対　象　者：雇用型漁業従事者や親子船からの自立をしようとする者
支援内容：漁協を通じて中古漁船をリース
自己負担の80%まで、無担保・無保証人で漁業近代化資金の融資を受けることが可能

機器・漁具整備

金融支援制度（水産政策課）
○沿岸漁業改善資金（無利子貸付）
・経営等改善資金（近代的な漁業技術や安全確保のために必要な経費）
・青年漁業者等養成確保資金（沿岸漁業の経営を開始するするために必要な経費）
○高知県漁業近代化資金（利子補給）
・1～5号資金（漁業経営の近代化に必要な漁船建造、機関換装、漁具等の設備資金）
○高知県沿岸漁業等経営育成資金（利子補給）
・経営安定資金（漁船や機器の修繕等に必要な運転資金）
・経営維持資金（中古船・中古機器の購入、点検費用等に必要な設備資金）

沿岸漁業者として自立

魚価向上や流通販売の支援による漁業者所得の向上
・県漁協が実施する浜値向上の取組を支援
・県漁協による様々なチャネルでの有利販売の取組を支援

雇用の場づくりの推進による漁家族の所得を確保
・地域加工に対する支援
・前処理加工に対する支援
・滞在型、体験型観光の推進に対する支援

沿岸・沖合底びき網漁業の振興

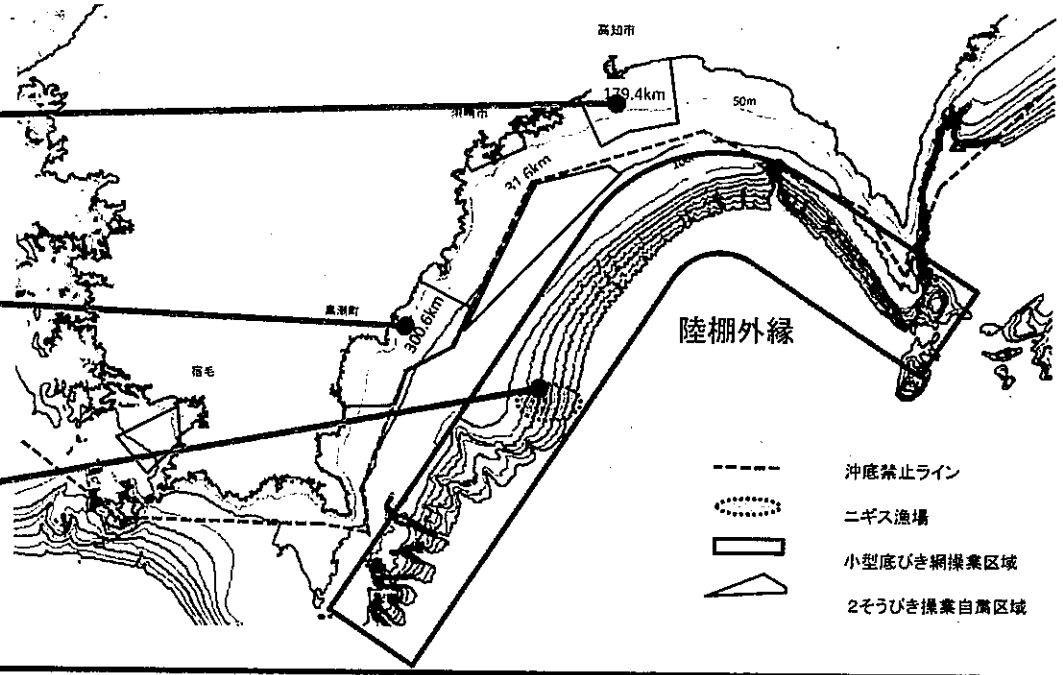
（水3）

現状

【小型底びき】（高知沖）
- 魚価の良いエビ資源の減少
- 厳しい経営、就業者減、高齢化
- **都市型漁業の魅力、新規参入（研修生）**

【小型底びき】（幡東沖）
- 近年新たな許可漁業として操業開始
- 漁獲量の低迷
- **漁具改良（H23～）により上向き**
- **六次産業化による新商品開発**

【沖合底びき】
- 経営体の減少、漁船の老朽化
- 漁労コストの増大
- **陸棚外縁に未利用資源の可能性**



H25～

沿岸
- 小型底びき網
  - 高知沖：漁具改良、鮮度保持（漁業指導所）
  - 幡東沖：鮮度保持

→ 生産性の向上 → 従来型小底

陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討（開発調査センター）

→ 新たな底びき網漁業のモデル構築 → 改良型小底

沖合
- 沖合底びき網
  - 沖合底魚漁場調査（水産試験場）
  - 減トンによるコスト削減（もうかる漁業）

→ 生産性の向上 → 19トン型沖底

底びき網漁獲物の加工原料としての供給の拡大、販路開拓、付加価値の向上

持続的な有効利用 土佐湾底魚資源の

漁業者の就労確保

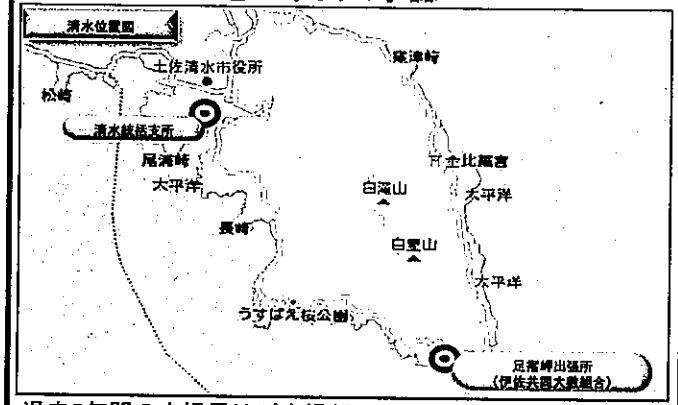
（水4）

目的

水揚が安定している足摺岬沖の定置網の操業継続を支援することで、安定した漁業生産と雇用の場を確保する。

背景

1 （株）マルハニチロ水産（以下「マルハ」という。）は、昭和53年度から伊佐共同大敷組合と共同で足摺岬沖の定置網を経営
2 平成24年5月、マルハは定置網の経営から平成25年8月末で撤退することを表明
3 定置網の年間水揚高は1億円（500トン）、従事する漁業者は16名
4 現地調査の結果、老朽化した箱網などを更新すれば、当面の間大きな設備投資は不要
5 平成24年12月、高知県漁協はマルハから既存の漁船・漁具を簿価で譲受け、定置網を自営することを理事会で承認



過去5年間の水揚量及び水揚額

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
水揚量（トン）	386	507	611	361	544
水揚高（百万円）	98	169	127	92	95

支援内容

高知県漁協が足摺岬沖の定置網を経営するにあたり、漁具等を取得するための経費に対し補助する。

補 助 先 ：土佐清水市
事業主体：高知県漁協
補 助 率 ：1/2以内
補助対象：箱網、登り網、クレーン付トラック、既存の漁船・漁具

効果

○年間500トン、1億円の漁業生産と16名の就労の場を確保
○高鮮度物流で関西市場に直接販売し、外商力を強化
○安定したロットを確保し、浜値の向上に寄与
○漁協の収益力が強化され、経営改善に寄与

リスク対策

1 不漁による水揚高の下振れリスク
漁獲共済などに加入することで、最大3千万円まで共済金などで補てん
2 設備投資リスク
平成25年度に箱網などを整備するにあたり、県・市の助成を受けることで減価償却費を40百万円圧縮
3 漁労技術の低下リスク
漁労技術が承継されるまでの間、現場責任者（現マルハ職員）を継続雇用することで、後継者を育成
4 事業撤退時のリスク
漁具の撤去や漁船の処分に係る費用は通常の管理費の範囲内で対応
漁労作業の従事者は臨時的な雇用形態をとるため、撤退時の退職給与は不要

高知県漁協の買取販売の取組

（水5）

1. これまでの取り組み

- 平成20年度：・買取販売事業に着手（直販店の運営）
- 平成21年度：・県内量販店との直接取引に着手
  ・県外業務筋等との取引に着手
- 平成22年度：・県外消費地市場送りに着手
- 平成23年度：・買取販売事業中期計画を策定

2. H24年度の取り組み

販売子会社

販売子会社の円滑な運営

★販売子会社を設立し、直販事業を移管
★県内の仕入・物流を横浜店に集約化

高知県漁協

販売事業の展開と物流体制の構築

★エア便による、首都圏業務筋への新たな物流の試行

県西部 → 県東部（保冷車の活用）
→ 高知市横浜へ集約
→ エア便
→ 首都圏業務筋へ

★県内量販店、業務筋との直接取引の拡大

★地産外商加速化品目の販売強化
- MEL認証魚種のフェア開催（東京）
- 消費地市場送りの継続
- 県外業務筋等との取引拡大

人材育成

★専門講習の受講等による人材の育成

3. H25年度の取り組み

子会社の運営と円滑な業務の移行を担うアドバイザーを継続して配置

県の消費拡大や外商機会拡大の取り組みと連動し、エア便の活用等による首都圏・関西圏の業務筋への販路拡大の支援

☆エア便を活用した販売事業の展開
- ○首都圏　：継続的な出荷と、新たな顧客の獲得
- ○関西圏　：新たな物流の試行と顧客の獲得

☆地産外商加速化品目を中心とする販売強化

専門講習の受講等による、販売事業を担う人材の育成を引き続き支援

水産物の消費拡大の推進

（水6）

背景	方向性	チャネル	平成25年度の取組	目指す姿

背景

【魚離れの進行】
国民1人当たりの肉の消費量が魚の消費量を逆転（H13～）
肉：82.5g　魚：72.5g
<H22国民栄養・健康調査>

【高知市中央卸売市場での水産物の取扱高が大幅に減少】
H4：293億円→H23：112億円
<H4対比△62%>
<H23高知市市場年報>

【魚の旬や調理方法、漁業者に関する情報を求める県民が多い】
「料理方法や旬などの紹介」：39.2%
「量販店での販売の拡大」：34.2%
「生産者情報の紹介」：23.0%
<H20県民世論調査>

【子どもに魚を食べさせる機会を増やしたいと考える県婦が多い】
83.7%の母親が「そう思う」又は「まあそう思う」と回答
<大日本水産会：H19水産物を中心とした消費に関する調査>

「おいしい食べ物が多い県ナンバー1」
3年連続「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」都道府県第1位
<じゃらん宿泊旅行調査>

「水産物消費拡大対策検討会」の意見を反映
（漁協・市場・量販店・鮮魚店・宿泊業・消費者代表で構成）

方向性

様々なチャネルでの県産水産物の旬情報、食べ方、食文化等の発信による魚食普及活動の継続的な実施

チャネル

消費者（直接）
市場
小売店
学校
飲食店

平成25年度の取組

水産物の消費拡大

【第4回土佐のおさかなまつりの開催】（継続）
- ■内容：県内漁協、加工グループ、市場関係者による水産物の販売、県調査船の体験乗船、おさかなクイズなどの体験イベント、おさかなPR大使等によるステージイベント
- ■時期：H26年1月下旬（予定）
- ■場所：高知新港東船だまり（予定）
- ■実績：H22：19団体出展、3,700名来場　H23：22団体出展、4,800名来場
  来場者から「会場のキャパシティーを増やしてほしい」という意見が多い。

【高知市中央卸売市場と連携した親子料理教室の開催】（継続）
- ■内容：市場見学、魚の捌き方実演、お魚に関する学習、料理教室
- ■時期：9月～1月の間（全5回）
- ■定員：各回10組程度
- ■場所：高知市中央卸売市場
- ■実績：H22：46組・130名参加　H23：46組・134名参加　H24：45組・110名参加（全5回で50組の定員に対し186組が応募）

【量販店等と連携した店頭での魚食普及活動の実施】（新規）
- ■内容：量販店や鮮魚店に食育や魚食普及に関わる専門家を派遣し、店頭での魚食普及活動を展開（旬の魚やMEL認証魚の紹介、料理方法の紹介、レシピの配布、試食提供等）
- ■実施回数：48回程度（4回×12月）
- ■場所：県産魚介類を積極的に取扱い、本事業の主旨に沿った取組ができる小売店

【水産物PRパンフレット等の作成】
- ■内容：県産水産物をPRするパンフレットの作成、高知フェアやイベント等で使用するのぼり等の作成

水産物に関する食育の推進

- ■内容：県内小学校において、県産魚への関心を高め、魚食普及につながる授業（座学・調理実習等）を実施
- ■実施目標：延べ25校以上
- ■派遣予定講師：漁協職員・地域の女性グループ・市場関係者・調理師・料理学校・大学等
- ■委託先：（財）高知県学校給食会

水産物に関するプロモーションの実施

たたき料理を提供する飲食店を紹介するガイドブックをを作成し、県内のホテル・道の駅・観光施設等で配布
- ■紹介店舗数：150店舗程度
- ■作成部数：53,000部（配布期間を半年から通年に延長）
- ■たたきフェア・ガイドブック掲載店舗利用者に抽選で高知県特産品をプレゼント
- ■配布場所：ホテル、道の駅、サービスエリア、観光施設、県外事務所、各種イベント等
- ■実績：H23：63店舗参加・15,000部作成　H24：145店舗参加・43,000部作成
  ホテルや道の駅等の各方面からガイドブックが欲しいとの声が多い（観光客のニーズが高い）

まるごと高知での県産水産物のPR

○ガイドブックの配布期間を半年から通年に延長し、配布部数を増大
○観光部門等との連携を強化しガイドブックの配布機会を拡大
○ガイドブック掲載素材を観光プロモーション活動に積極的に活用

高知県における「魚離れ」の状況が改善

目指す姿



県民1人当たりの魚の消費量が全国で上位に位置づけられる。
（H23高知市における生鮮魚介類の1世帯当たりの購入量は、全国51都市中14位）



高知市中央卸売市場における本県産取扱いシェアが向上する。
（H23高知市中央卸売市場における高知県産鮮魚の取扱量のシェアは40.7%）



水産物に関する食育の推進

【背　景】
●魚離れが進行（H18から国民1人当たりの肉の消費量が魚の消費量を逆転　H22：肉82.5g　魚72.5g）
●高知市中央卸売市場における水産物の取扱高が大幅に減少（H4：293億円→H23：112億円　△62%）



小学生を対象にした魚食普及活動の実施
【水産物食育推進業務】



【魚食・食育授業の実施】
県産魚（ｺﾞﾏｻﾊﾞ、ウルメ、シイラ、キンメ、テリメン、キビナゴ等）を使った魚食普及授業を総合学習・家庭科等の授業として実施（延べ25校以上で実施）

＜内容＞
以下の内容を各学校のニーズや条件等に応じアレンジして実施
○魚の種類、構造、旬、獲れる場所、獲り方などの座学
○魚の料理方法や食べ方の学習（調理実習）
○漁業体験（一本釣りの疑似体験など）

【調整の内容】
・実施校及び対象学年の選定
・実施日程
・使用魚種の選定（地域や実施校になじみの深い魚種と選定）
・授業内容（座学、調理実習等）
・派遣講師の必要性等

【事業実施に向けた小学校との調整】
授業の実施に必要な小学校との各種調整

【事業実施に必要な魚の調達・供給】
授業の実施に必要な魚の調達と小学校への供給等

県水産振興部

業務委託

外部講師情報の提供（必要に応じて）

魚の調達先の斡旋・紹介（必要に応じて）

学習教材の作成・提供、講師（県職員）の派遣（必要に応じて）

（財）高知県学校給食会

実施に向けた調整

外部講師派遣（必要に応じ）

漁協、漁協女性グループ、市場、鮮魚店、調理師、料理学校、大学等

授業に使用する魚の調達・供給

小学校

魚食・食育授業の実施

将来の魚の消費層を育成

水産物のブランド化の推進

（水8）

背景等

・昨今の営業販売現場においては、商品力としての「訴求力」や「ストーリー性」を重要視される。
・商品のストーリー性は、生産段階から流通または加工段階、消費現場（末端事業者）へとそれぞれの強み・特性を活かして積み上げられていく。
・現状、事業者がそれぞれに特性を加味してストーリーを作っているが、特に現場での強み・特性が確立・周知されていないために統一的な情報になっておらず、事業者の独自色が強い。

☆地産外商を進め、事業者が新たな事業展開を図るために、現場の強み・特性を活かした基礎となる統一的な情報が必要。
※地産外商の推進は、第2期産振計画に位置付けられた、県勢浮揚に向けた重要課題

☆☆土佐の魚の魅力を改めて見直し、ストーリーの根幹となる現場での強み・特性を確立し、商品力のベースアップを図る。
※統一ブランドの構築による、こだわりのある販売先との取引の伸長は販売子会社を中心とした外商戦略の柱

◆事業計画　（委託先）JFこうち・海の漁心市株式会社

①土佐の魚の価値、魅力の再発見と構築（7月～12月）

生産現場（漁業者、漁協）	流通・加工（漁協、産地買受人）	消費（飲食店、消費者等）
・時期（旬） ・漁法（MELなど） ・歴史	・取扱方法 ・流通方法 ・目利き（経験）	・食文化 ・料理法

聞き取り調査等によるブラッシュアップ

◎魚種のブラッシュアップ
カツオ、キンメダイ、ゴマサバ（清水サバ） etc..
◎認知度の高い魚種の再評価（清水サバ等）
・新たな魅力の発見
◎認知度は低いが、一定の評価のある魚種
・魅力の整理

②関係者によるオーソライズ（6月、9月、12月）

土佐の魚統一ブランド検討委員会（仮称）

・ストーリー素案の検討、修正、決定

※構成メンバー（案）※
生産者、産地買受人、プランナー、料理関係者、飲食店経営者、観光コンベンション

③県民への認知度向上（H26年1～3月）

・海の漁心市での試食・即売会の開催

・居酒屋等へのPR資材（リーフレット）の配布

※H25年度は県内を中心にPRし、県民への認知度を高める。
※次年度以降は外商活動へ展開

「土佐の魚」ストーリー性を確立（商品力のベースアップ）

情報提供

県民
県内事業者

口コミによるPR
営業販売の現場で活用

商品力のある土佐の魚へ（統一ブランド）

県産養殖魚の認知度の向上

（水９）

県内養殖業の現状
○養殖業者のまとまりがない
○県内外の企業に販売を依存
○高知産としての売りが弱い
⇩
需要が伸びない
他県に比べ市場競争力が劣る

⇩

これまでの取組と成果
・養殖業者のグループ化
・県内企業と連携した販促等
⇩
○品質の向上と均一化
○新たな販売体制の確立

しかし…
・個別商談は成果が限定的
・県外における養殖産地としての認知度が低い

県が養殖産地としての強力な情報発信を行う必要

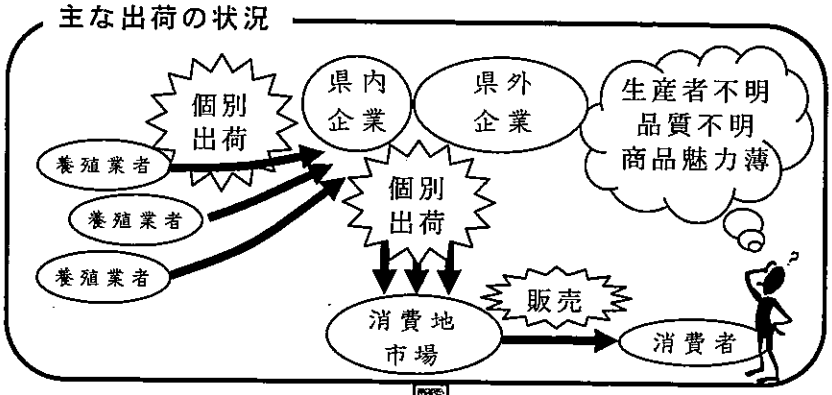
⇩

取り組み方針
○「養殖産地・高知県」を特集 HP で全国に情報発信
○高知県産養殖魚（須崎・宿毛）の品質を関西圏の飲食店に PR
○ツアー参加店舗が高知県産養殖魚フェアを同時開催、消費者にも強力に PR
⇩
消費地における本県の養殖産地としての認知度向上

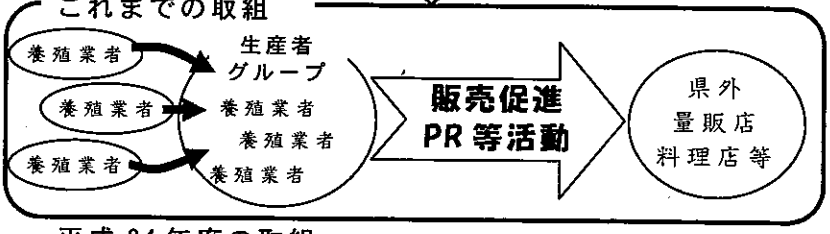
⇩

目指す姿
○消費地市場での「高知産養殖魚」の地位確立
○市場競争力の強化による安定した価格・数量の出荷

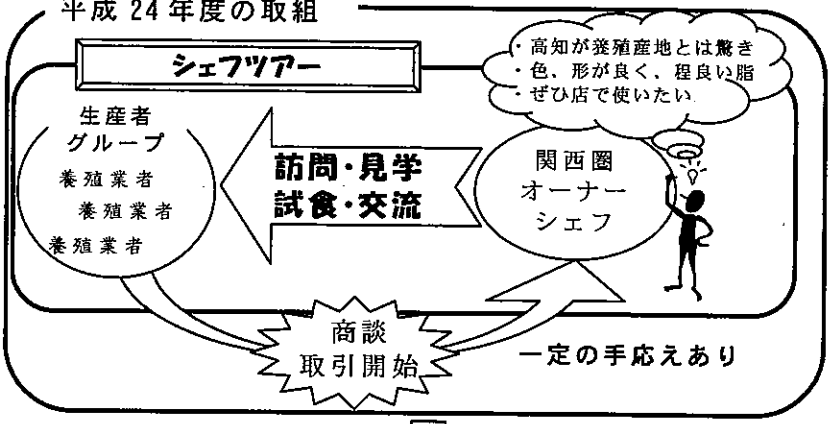
主な出荷の状況



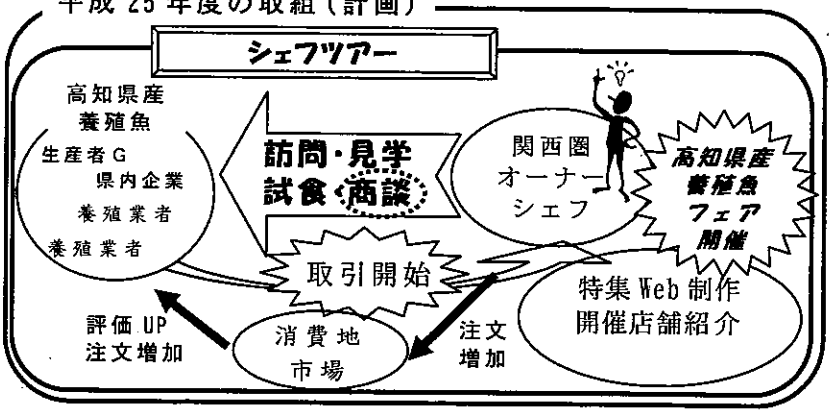
これまでの取組



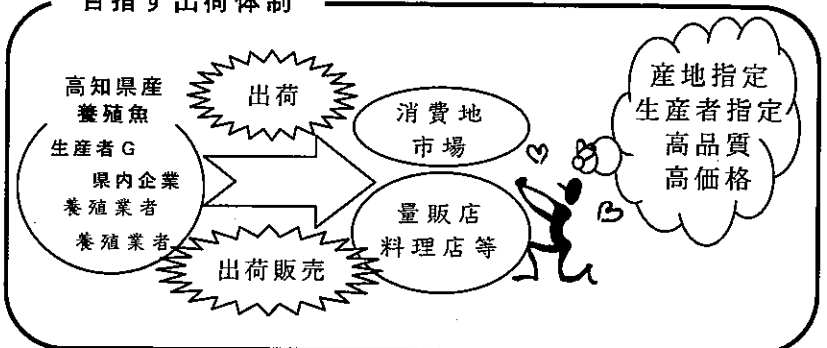
平成 24 年度の取組



平成 25 年度の取組（計画）



目指す出荷体制



マグロ養殖の振興

1 《本県マグロ養殖の現状》

○恵まれた漁場環境（水温、塩分、水深など）
⇒高成長と安定生産が見込まれる
日本でも有数の漁場

○新規参入や事業拡大による生産量の増加
⇒ H21 330トン → H23 955トン

○交通アクセスや製氷施設等の基盤が脆弱

関係者による協議の場を設置

2 《H24年度の取組》

○マグロ養殖振興検討会の設置
・構成：漁協、養殖業者、大月町、宿毛市、県
・取組：課題の検討、振興策の協議

⇒マグロ養殖振興指針の策定

○スラリーアイスデモ機を用いた高鮮度化実証試験
（養殖生産物販売促進事業費補助金）
・マグロの体内温度の推移を把握
・従来の冷やし込み方法と比較

⇒製氷施設の整備計画への反映

○技術支援
・水産試験場が漁協にウイルス病の迅速診断指導

⇒歩留まりの向上による経営の安定

○先進地調査
・行政の支援、漁協の役割（長崎県）
・種苗生産、養殖技術（鹿児島県）

3 《25年度の取組》

●生産目標【H27年度 1,300トン H33年度 2,300トン】の達成に向けて

①養殖漁場の安定確保
・漁業権一斉切替えに際し、現在の漁場規模を維持

②漁場環境の保全
・環境負荷の軽減について、関係者の取組を支援

③インフラ整備
（田ノ浦地区）
・集約型製氷施設のH26年度の整備に向けて関係者と協議
（橘浦地区）
・漁業用水の給水施設をH25年度に整備
・製氷施設について、H26年度の整備に向けて関係者と協議
・出荷や餌等の運搬に伴う交通量増加に対応する道路拡幅検討
（安満地地区）
・出荷施設の整備を支援
（柏島地区）
・製氷施設の整備を支援

④養殖用種苗の確保
・人工種苗の量産技術開発について、国や大学等との連携を模索
・人工種苗の生産技術開発の状況を調査

⑤技術的支援
・養殖を担う人材育成を目的に、外部講師を招聘し学習会を開催
（テーマ：人工種苗による養殖技術、寄生虫病対策）

⑥県内外での消費の拡大
・県内業務筋への販促活動（養殖生産物販売促進事業費補助金）
・マグロ養殖産地としての県外での認知度向上
（養殖産地認知度向上促進事業）
・地元産業祭でのPR、宿泊施設や飲食店でのマグロ料理の提供

観光客を含めた県内消費を拡大し、養殖マグロの産地であることを県内外にPRするため、漁協等が実施する県内出荷の取組を支援

4 《今後の方向性》

人工種苗の普及を念頭に漁場の新設や生け簀規模の拡大を検討

配合飼料への切替促進
出荷施設での排水処理

生産効率を向上させるために関係者が取り組む施設の整備・機能強化を支援

人工種苗の生産技術開発に向けた水研センター、大学等との共同研究体制の模索

安定生産に向けた養殖技術の向上、人材育成の取組を支援

高知県産養殖マグロのブランド確立

マグロ養殖関連産業の集積による地域振興

シラスの高知新港への水揚集約へ向けた今後の取組方向

〈平成24年度〉

高知沖シラス検討委員会

【課題】
◎産地市場の開設
◎シラスの販路拡大

検討

反映

【ソフト事業の実施】
（県補助事業）
◎鮮度保持技術の習得
◎遠隔地運搬試験
◎先進地視察

流通ビジョン（基本計画）の策定

組織を移行

基本計画を反映

〈平成25年度〉

産地水産業強化支援事業（水産庁補助事業）の実施（３箇年）

◎産地協議会の設置

◎産地水産業強化計画（実施計画）策定
・産地水産業の強化方針
・成果目標値
・事業実施方針
・年度別活動計画　・・・etc

◎ソフト事業の実施
■平成25年度計画

【産地協議会の開催】
事業の計画・実績などの進捗管理と、目的を達成するために必要な課題解決へ向けた検討を行う

【調査・調整活動の実施】
①鮮度保持試験：シラスの付加価値向上を図るため、鮮度保持試験を行い鮮度管理手法の習得を行う
②運搬試験：水揚集約による加工業者の負担軽減のため、市場から加工場までのシラス運搬を試行する
③先進地視察：シラス産地での市場統合に実績のある和歌山県への視察研修を行う

【新たなマーケット開拓】
県内及び東京、大阪などの都市圏へ営業を行い、販路の開拓に努める

【実践的知識・技術の取得】
シラスの鮮度保持を徹底し、地域おこしを行っている先進地から講師を招聘し、漁業者及び加工業者の意識啓発を行う

〈平成26年度〉

◎ハード事業の実施
・製氷施設
・荷揚げ施設
・直販所　・・・etc
優先順位・規模等の適切な決定

〈平成27年度〉

◎取組の総括と次への展開

■平成26～27年度：事業の進捗に応じて必要な事業を実施

滞在型・体験型観光の推進

（水12）

≪漁村・地域での受入体制の強化　（ソフト・ハード）≫　　**≪関係機関と連携した情報発信・商品売込≫**

■第１期産業振興計画

- ・既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜）
- ・来訪者受入れのための体験施設を整備（柏島）

- ・関係機関と連携し、旅行会社や学校等へ情報発信・商品売込
- ・漁村での滞在型・体験型観光HP「漁村感動体験！！タラッタこうち」を作成し、広く情報発信　など

■総括

- ・5地区で体験メニューをプログラム化、商品として売り出せる状態に
- ・旅行会社へ情報発信、狙いの顧客に向けた効果的な情報発信に着手

先行する5地区でのH21～H23体験者数は、H18～H20に比べ約3，000人増加

■課題

- ・多様な体験者ニーズへのこまやかな対応
- ・旅行者を主要な観光地から漁村へ誘客

- ・漁村での滞在型・体験型観光の周知

■第２期産業振興計画

◆主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくり

- ●モニターツアーの開催や体験者にアンケートを実施することで体験者ニーズを把握し、商品の磨き上げやメニューづくりに反映（食と体験を組み合わせたメニューづくりや山・川での体験活動と連携した商品づくり）
- ●引き続き、滞在型・体験型観光で先行する6地区（上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島）で体験プログラムの磨き上げを支援
- ●6地区に加え多くの地区でも、既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援

◆認知度を高めるための情報発信の強化

- ●引き続き、観光振興部や広域観光協議会と連携し、先行する6地区に加え多くの地区での取り組みも旅行会社や学校等に情報発信
- ●主要な観光地から旅行者を呼び込むため、交通拠点やホテル等にパンフレットを配布
- ●HPは、新たな地区の取り組みを加え随時、追加・更新
- ●体験者にアンケートを実施し、より効果的な情報発信手法を検証

■目指すべき姿

◆中期的な目標

- ・県内10地区で体験メニューをプログラム化し、商品として整備し、入込客の増が地域経済を下支え
- ・各地区ごとにPR活動や旅行会社や学校等への販促活動を実施することで、各地区の認知度が向上し、入込客が増加

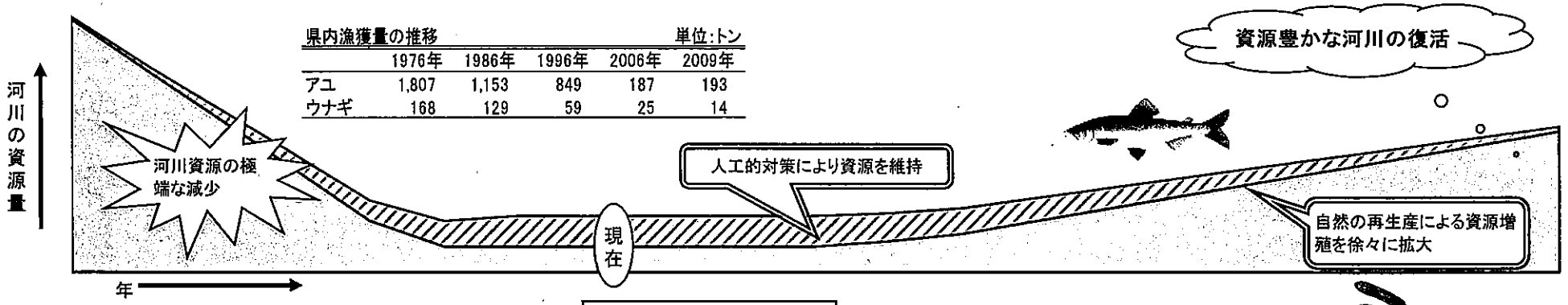
◆長期的な目標

- ・継続的に取り組める体制の確立と地域（漁業者）の所得向上による漁村における滞在型・体験型観光の定着

資源豊かで賑わいのある河川づくりの推進

県内漁獲量の推移　　単位:トン

	1976年	1986年	1996年	2006年	2009年
アユ	1,807	1,153	849	187	193
ウナギ	168	129	59	25	14



アユをはじめとする河川資源減少の要因

◆漁業生産としての河川利用の衰退
◆人工構造物・河川改修による生息適地の減少
◆淵や瀬の減少など河川の荒廃による環境収容力の低下
◆山林の荒廃による土砂流出・崩壊などの影響
◆土砂流出などによる河床変化で産卵適地が減少
◆温暖化による異常な気象による濁水や渇水
◆海水温の上昇による仔魚の生残率低下
◆河床低下や海水面の上昇による産卵場面積の減少
◆冷水病などの疾病の影響
◆カワウや外来魚などによる食害の影響
◆漁具の進化による漁獲圧力の高まり
◆産卵親魚の漁獲
◆漁協の遊漁料収入・組合員減少による増殖活動等の制限
◆内水面資源を守るための利水調整の難しさ
etc・・・

これからも継続すべき取組

人工的対策による資源増殖

◎内水面漁業振興事業
●防疫や遺伝的多様性に配慮した責任ある種苗放流
○アユ種苗生産体制を再構築し、県が種苗センターでの生産を実施（H25新規）
○河川資源保全のためウナギ放流を実施（継続）
●産卵場造成（物部川など7河川で実施）
●禁漁期・禁漁区の設定（落ちアユの禁漁措置など）
●冷水病等の疾病対策（放流アユ種苗の冷水病フリーのチェック）

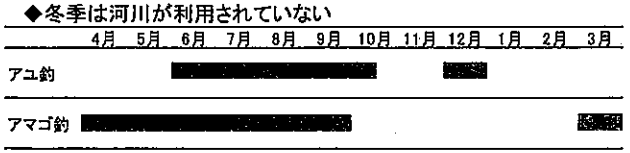
庁内外の連携
流域の団体・住民の連携

自然の再生産を復活させる取組

○資源増殖への試験研究の取組（内水面漁業センターによる試験研究）
○自然保護意識の醸成と活動への参画（清掃活動などへの参加）
○流域住民など森川海連携による環境保全（漁業者による森林保全活動）
○魚類等の生態に配慮した河川改修など（魚道整備への助言など）

河川の利用の制限（現行の漁期）

◆冬季は河川が利用されていない



規制解除のための現地調査と結果

●潜水観察によるアマゴの生息及び産卵状況調査
●調査結果の整理と現地漁協への報告
⇒ 奈半利川については、規制解除に必要な科学的データが揃い、水産庁と規則改正の協議中
⇒ H25冬季から解禁の予定

今後の取組

◎河川利用中山間地域活性化事業
●研修会などを通じた先行事例（奈半利川）の紹介
●冬季アマゴ釣りの指針の策定
●他河川への取組拡大
●一部河川でH25から実施予定

資源豊かな河川
一年中楽しめる河川
情報発信
活用
中山間地域の賑わい

Ⅱ　専門分野の成長戦略

4　商工業分野

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状	第2期計画ver.2の取組			
	H24	H25	H26	H27
製造品出荷額等 4681億円(H22) → 4995億円(H23)※	**ものづくりの基盤整備**	○企業立地の受け皿となる工業団地の造成 ㊎・香南工業団地の早期完成と高知市をはじめとする新たな団地開発の推進（P432） ㊎・高規格道路延伸を見据えた継続的な適地調査の実施（P432） ○県内企業の設備投資の促進 ㊎・県内のものづくりの基盤強化のため、補助対象者を中小企業以外にも拡大（P432） ○産学官連携による新たな産業の育成を強化 ㊎・機能性食品や医療・介護関連機器開発の事業化を目指した支援の強化（P434） ○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（P434） ・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（P438）		
	ものづくり	○企業立地の推進 ㊎・雇用奨励金制度の創設や補助限度額の引き上げ等により、企業立地補助制度を抜本強化（P448） ㊐・コールセンター等事務系職場の誘致の切り札となるオフィスビル確保のための支援制度を創設（P448） ・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（P448） ○成長分野の育成 ㊎・全国で戦える企業の育成に向け、有望なプランを強力に後押しするため、支援制度を拡充（P442） ○防災関連産業の振興 ㊎・全国に通用するものづくりを推進するための技術支援の強化（P440） ㊎・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 ・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（P440） ・防災関連産業交流会の開催 ㊐シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援 ・中山間地域等において市町村が設置するシェアオフィスで創業や事業を行おうとする事業者等の入居を促進し、その活動を支援（P448） ○官民が連携した協議会の支援による新たなコンテンツ産業（ソーシャルゲーム産業）の創出の土台づくり ・「ソーシャルゲーム企画コンテスト」による新規ゲームを開発し、開発・運用・資金回収・次ゲームへの投資のサイクルを構築（P444） ○ものづくりの地産地消 ・ものづくり補助金を活用した製品開発と県内への導入（P446） ・「地産地消」から全国へ売り込む「地産外商」への発展（P446）		
	販売の拡大（地消・外商）	○見本市や商談会等外商機会の拡大 ㊎・企業コーディネーター等による支援（P454） ・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(P454) ○産業振興センターを中心とした外商支援活動の強化 ○インターネット利用による販売力強化 ・製造業ポータルサイトによる積極的な情報発信（P454） ○地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化 ㊎・商工団体等の行う振興事業への支援を拡充（P458）		

農林水・観光等の各分野での産業振興の

※平成23年の数値については、「平成24年経済センサス活動調査」の速報（従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計分）によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある

を目指す本県産業の姿　商工業分野

4年後の目標（H27年度末）（※はH24～H27の累計）

◆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（100億円※）　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%　(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

産業成長戦略の概要（商工業分野）

企業立地や高台移転等の受け皿となる団地開発、企業誘致策等の抜本強化

積極的な設備投資と技術力の強化で競争力を向上

メイドイン高知の販売力のさらなる強化のため、産振センターの外商活動支援体制の強化

ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

ものづくりの基盤整備

団地開発の加速化

○香南工業団地に次ぐ県と市町村の共同による新たな工業団地開発に着手

○継続的な適地調査の実施

・高規格道路ＩＣ周辺で適地調査を実施する市町村に対して補助

設備投資支援の強化

○厳しい地域間競争の中で、地場企業の事業継続と発展を支援

・県内のものづくりの基盤強化のため、補助対象者を中小企業以外にも拡大

産学官連携の強化

○産学官連携会議を中心に、産業につながる共同研究の取組を推進

・中期テーマの研究開発に対して支援

・機能性食品や医療機器開発の事業化を目指した支援の強化

人材の育成と確保

○技術人材の育成

・工業技術センター等における技術レベルに応じた研修の実施

○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

ものづくり

企業立地の抜本強化

○県内に不足している業種や地域資源の高付加価値化につながる企業等の立地を推進

・雇用奨励金制度の創設

・補助限度額の引き上げ

○事務系職場の立地を推進

・ｺｰﾙｾﾝﾀｰ等立地促進への支援を拡充

・大規模オフィスを整備し賃貸する事業者への支援制度を創設

防災関連産業の振興

○南海地震対策と連動させた防災関連産業の振興

・防災産業交流会を通じた情報やニーズの共有、マッチング

・専門技術支援の強化

・公的調達制度を活用した地産地消の加速

成長分野育成支援

○有望なトップランナーを手厚く支援することで成長産業を牽引する事業規模を実現し、全国で戦える企業を育成

・設備、販路、人材への支援強化

○官民が連携した協議会の支援による新たなﾘｰｼﾞｬﾙｹﾞｰﾑ産業創出の土台づくり

シェアオフィスの開設

○シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援

・創業者・ＳＯＨＯ等の賃借料、通信費他、運営に要する経費を支援

・専門家派遣、セミナー開催　等

販売の拡大（地消・外商）

外商支援の強化

○産業振興センターとの連携による出展企業等への支援

○産業振興センターを中心とした外商活動の強化

・体制強化による定期的な企業訪問の実施

・関係機関と連携した支援の促進

商業支援の強化

○空き店舗への出店やチャレンジショップの運営、商店街活性化事業への助成を通じて、商業の振興を支援

・商工団体等の行う振興事業への支援を拡充

産業成長戦略の概要（商工業分野）

本県は、大都市圏から遠いという地理的な条件やインフラ整備の遅れなどから、産業集積に乏しく、製品の製造工程の多くの部分を県外に頼らざるを得ない状態です。県内には、先進的な技術等を持ち、全国的に高いシェアを占める企業もありますが、大部分は下請を中心とした中小企業で、個々の企業の製品開発力を強化していくことが大きな課題です。

第１期産業振興計画においては、県内企業の方々に製品づくりから販売までの地力をつけていただく「地場企業の振興」に向けた取り組みと、県内での一貫した生産体制の構築や企業集積を高めていくための「企業立地の推進」の２つを柱に取り組みを進めてきました。この結果、成長が期待される５つの分野での研究会や「ものづくりの地産地消」の取組による事業化の進展、目標を上回る企業立地の実現などの成果が出てきました。

一方で、設備投資の面では、リーマンショックの影響などから、企業が積極的な事業拡大を躊躇する傾向がありました。また、企業立地をさらに推進していくためには、企業ニーズに合った工業団地が不足しているなど、いくつかの課題も浮かび上がってきました。

このため、第２期産業振興計画では、「ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい」を目指して、「ものづくりの基盤整備」、「ものづくり」の推進、「販売の拡大（地消・外商）」の３つを柱にして取組を進めており、本年度は、本県製造業の競争力を強化するため、「力強いものづくり産業への体質強化」を図っていくことを改訂のポイントとしています。

「ものづくりの基盤整備」では、高台移転も含めた新たな団地開発の加速化を進めるとともに、適地調査を継続して実施します。昨年度創設した設備投資支援制度については、県内のものづくりの基盤強化のため、補助対象者を中小企業以外にも拡大します。産学官連携の強化では、新エネルギー、防災、食品の３つの分野別テーマ部会を設けて、具体的な取り組みを進めていますが、アドバイザーの派遣等により機能性食品や医療・介護関連機器開発の事業化を目指した支援を強化します。さらに、人材の育成と確保では、工業技術センターなど公設試験研究機関での技術研修を実施するとともに、県内企業への就職促進に向けて産業界、学校、行政の連携強化に取り組みます。

「ものづくり」では、全国トップクラスに改正した企業立地の補助制度については、他県の補助制度の見直しにより、優位性がなくなりつつありますので、補助制度を改正し、雇用奨励金の創設や補助限度額の引き上げなどの制度の拡充を図ります。併せて、雇用創出の切り札となるコールセンターの誘致については、一定の要件を満たすオフィスビルを建設し、賃貸する事業者に対する補助制度を創設し、誘致の受け皿の確保等に取り組みます。防災関連産業の振興では、製品開発をさらに高度化していくために、著名な有識者との情報交換や、製品開発アドバイザーの設置による技術的支援の強化などを行い、全国に通用するものづくりを推進します。併せて、県や市町村による防災関連製品の調達を進めるための制度創設を踏まえて、メイド・イン高知の製品の地消を加速化させます。成長分野の育成については、有望なプランに取り組む企業をこれまで以上に手厚く支援し、全国で戦える企業への成長を後押します。さらに、中山間地域等の豊かな環境や遊休施設等を活用して、市町村によるシェアオフィスの整備や、入居する企業・新規創業者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ります。

「販売の拡大（地消・外商）」では、本県製紙業のＰＲのために高機能素材が一堂に会する展示会に新たに出展するなど、県外の見本市等への出展機会の拡大を図るとともに、産業振興センターにおいて、昨年度設置した外商支援部の機能拡充と支援活動の強化を図ります。さらに、空き店舗への出店やチャレンジショップの運営、商店街活性化事業への助成を通じて商業の振興を支援します。

戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1．競争力強化と企業集積の拡大 (1) 設備投資支援の抜本強化	◆東日本大震災に伴うマイナスの影響はほぼ解消したが、急激な円高等により、企業の生産拠点の海外移転や業務縮小、雇用調整など県経済への深刻な影響が懸念される ◆H22製造品出荷額等は約4,681億円(対前年比▲6.1%)で、4年連続全国最下位となっている ※H22工業統計 ◆過去10年間平均の設備投資額の動向を見ても、本県製造業は四国全体の10.6%であり、全国平均値を100とした場合の値も37とかなり低くなっている ※工業統計			◆県内企業が生産性等を高め、県内での生産活動の継続と雇用の維持に繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進 ★現行の企業立地に対する補助制度に加え、新規雇用者数の要件を緩和した補助制度の創設 ○県制度融資による事業者支援 ◎小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援	○	○				
	◆事業所の建物や設備・什器の地震対策は、「対応済み」の事業所が36.3%、「対応中」の事業所が26.0%であり、充分に進んでいない ◆事業継続計画(BCP)作成の取組も、「策定済み」が12.1%、「策定中」が22.7%にとどまっており、充分に進んでいない ◆建物や設備等の地震対策に要する経費への支援を行政に求めている ・耐震診断費用の助成 43.5% ・耐震改修設計・建替設計費用への支援 36.6% ・耐震改修工事・建替工事費用への支援 50.5% ※いずれも平成23年8月実施の「事業者の防災対策についてのアンケート調査」(常用雇用者数50人以上)			◆県民の安全、従業員の命を　守るとともに、操業の早期復旧を図るために事業者の震災対策を促進 ◎県制度融資の拡充による事業者支援 ★国の補助制度を活用した補助制度の創設 ○事業者における事業継続計画(BCP)作成の促進 ★事業者の津波避難施設整備への補助制度の創設(H24.9月補正計上)	○	○				
(2)企業立地基盤の整備	◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める ◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている ◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる	・岡豊工業団地の開発・分譲完了 ・香南工業団地の用地取得完了 ・4市(安芸市、南国市、高知市、土佐市)で工業団地の適地を調査 ◆香南工業団地などの企業立地基盤の整備が進む	◆民地も含めた工場用地等の確保	◆○企業誘致の受け皿の整備 P460 別図(商工1)参照	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
県制度融資、補助制度等による事業者支援 P462 別図（商工3）参照 県工業振興課： 県内中小企業（製造業）が行う設備投資に要する経費を対象とする中小企業設備投資促進事業費補助金の創設（事業期間H24～H26） 津波避難施設の整備を行う製造業者への要件緩和等による設備投資の促進（H24.11～H26） 中小企業以外も補助対象に加え、設備投資を促進（H25～H26） 県経営支援課：安心実現のための高知県緊急融資 産業振興センター：小規模企業者設備貸与制度の見直しによる事業者支援					◆設備投資の増加により生産性の向上や競争力の維持が図られ、県内企業の生産額が増加する ・一事業所当たりの設備投資額：全国平均値の68％（香川県と同程度） 15百万円 → 28百万円	◆設備投資が全国並みまで増加し、設備投資や工場の立地等が継続的に行われている ・一事業所当たりの設備投資額 41百万円
県制度融資、補助制度による事業者支援 事業者における事業継続計画（BCP）作成の促進 P463 別図（商工4）参照 高知県事業継続計画（BCP）策定推進プロジェクト：官民協働で事業者の事業継続計画（BCP）策定を支援 団体との集合研修を実施し、商工業分野のBCP策定を加速化 高知県事業者防災推進協議会：各産業分野の事業者防災対策を推進 県経営支援課：県制度融資（震災関連）の拡充 県商工政策課：県内中小企業（製造業）が行う耐震診断・設計に要する経費を対象とする中小企業耐震診断等支援事業費補助金の創設 民間活力を活用した地域防災に貢献する施設整備に対する支援制度の創設					◆県内で南海地震対策を実施した企業（製造業）が50％を超える ・県内で製造業を営む中小企業者の特定建築物に該当する工場・事務所等の耐震化率 90％ ・事業継続計画（BCP）作成済企業（従業員50人以上）の割合 50％	◆県内で南海地震対策を実施した企業（製造業）が大部分を占める
工業団地の開発 県企業立地課：香南工業団地 造成工事					◆新たな工業団地などの企業立地基盤の整備が進んでいる ・新規工業団地面積 H27：20ha	◆高規格道路などの産業基盤が整い、企業立地が進んでいく
	工業団地の開発 県企業立地課：高知一宮団地 測量設計 用地買収 造成工事					
		工業団地の開発 県企業立地課：新規工業団地の開発				
	適地調査 県企業立地課：計画的な団地開発のための継続的な適地調査の実施					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2．研究開発の促進 (1)産学官連携の推進 P464 別図(商工5)参照	◆産業や資本の集積が少なく、中小企業が多い本県では、自社で十分に研究員や研究費を持ち、時間をかけて製品の技術的な開発を進めることができる企業は多くない ◆そのため、こうした本県の弱みを補うため、日常的に産学官が連携する場が求められていた	・産学官連携共同研究や産業人材の育成などを進めるため産学官連携会議が設立された ・中期テーマ研究開発事業(産学官連携産業創出研究推進事業)の実施により具体的な共同研究が開始された ◆産学官連携による共同研究等の基盤が整備され、新たな取組が開始された	◆産学官連携会議による共同研究の創出 ◆産学官連携推進チーム等によるコーディネート機能の強化 ◆中期テーマ研究開発事業の進捗管理	◆産学官連携による新産業の創出 ○産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進 ◎産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進 ◎中期テーマ研究開発事業による共同研究の支援による新たな事業化の推進 ◎機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣			○	○		
3．人材の育成と確保 (1)技術人材の育成	◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている	・技術研修開催 ◆企業、団体からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られた また、目標とした溶接関係の合格率も向上した	◆若手から中堅までそれぞれの技術レベルに応じたカリキュラムの設定 ◆研修終了後の受講者へのフォローアップなどきめ細かい対応	◆工業技術センター等が行う技術研修 ◎人材育成事業(工業技術センター) ◎人材育成事業(紙産業技術センター)			○	○	○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている ・産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数3件以上						◆産学官連携の取組が根付き、日常的な共同研究の中から、産業振興につながる研究成果が継続的に生み出されている ◆産学官間連携による研究成果を基にした事業の中から、科学技術を活用した事業モデルとなる成功例が生まれ、県内の雇用拡大にも貢献している
産学官連携会議の開催 県新産業推進課：産学官連携会議を開催し、県内の産学官連携に関する情報を共有し、関連事業の相互連携とレベルアップを図る						
産学官連携会議分野別テーマ部会の活動 県新産業推進課：分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の活動により、産学官共同研究テーマを掘り起こし、共同研究を推進する						
中期テーマ研究開発事業（産学官連携産業創出研究推進事業）の推進 県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業により産学官共同研究が推進され、新たな事業化が図られる						
	医療関連分野専門家の派遣 県新産業推進課：専門家の派遣や薬事法に関する勉強会などを開催し、新たな分野での産業創出を図る					
新事業創出支援チームの活動 県新産業推進課：中期テーマ研究開発事業の成果の事業化に向けた取り組みの推進						
◆技術レベルに応じた能力向上と資格取得率アップ 技術研修 1,600人 （H24～H27） 紙産業技術初任者研修会 延べ145人 （H24～H27） 技術指導アドバイザーの派遣 10社25回派遣 （H24～H27）						◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している
機械・金属・電子、化学、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成 P465 別図（商工6）参照 県工業技術センター： ・専門的技術研修の実施 ・食品加工特別技術支援員の配置 ・機械金属加工特別技術支援員の配置 ・資源利用加工特別技術支援員の配置 ・技術指導アドバイザーの派遣 ・土佐FBC人材創出事業への支援（講師の派遣等） 県紙産業技術センター： ・不織布分野の新たな試験製造装置や機能紙技術向上のため導入した試験装置等を活用し、新たな技術に対応できる人材を育成						

戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3．人材の育成と確保 (1)技術人材の育成	◆企業の経営環境が厳しい状況にあることから、ものづくりの分野では、自社や関係団体内での人材育成が困難となっており、技術や技能を持つ人材が不足している状況にある また、その他の産業分野も含め、企業内での従業員のキャリア形成の向上のための取組も困難となっている	・県立高等技術学校を中心とした公共職業訓練の実施 (施設内訓練) ◆民間では担うことが困難なものづくり分野や大工、左官タイル等の建築分野における人材育成を行い、関係団体から高い評価を得ている	(施設内訓練) ◆定員に対する充足率の低さ、自己都合による途中退校率の高さ、修了生の就職率の伸び悩み	◆県立高等技術学校の機能の強化 (施設内訓練) ◎広報活動の強化 ○自己都合退校の防止に向けた訓練生の支援体制の強化 ◎就職率向上に向けた訓練生の支援体制の強化 ◎質の高い訓練を実施するための、職業訓練指導員の資質・指導力の向上 ○産業界のニーズに合った訓練を円滑に実施するための施設設備等訓練環境の整備					○	
		(委託訓練) ◆民間教育訓練施設を活用した公共職業訓練は、離転職者の早期就職につながっている	(委託訓練) ◆高い雇用吸収力が期待される介護福祉分野の人材の育成 ◆就職率の伸び悩み	◆早期就職につながる訓練の実施 ◎介護分野の訓練の充実 ★企業に委託した訓練の実施					○	
		・企業が行う人材育成のための研修事業を支援 ◆集合型研修、講師派遣型研修とも企業の評価は高く、企業の求める人材育成につながっている	◆中小企業においては、雇用労働者に対するキャリア形成のための支援が十分でない ◆介護福祉分野においては、離職防止につなげるため、キャリア形成支援の充実が必要	◆在職者のキャリア形成支援 ○集合型研修と講師派遣研修の実施 ◎研修における介護福祉分野の事業所枠の設定					○	
		・高等技術学校における在職者訓練の実施 ◆技術学校における訓練の実施は、企業の評価も高く、企業に求められる人材の育成につながっている	◆製造業では、企業内で技術や技能を身につけさせていく余力がない	◆産業界のニーズに応じた在職者訓練の実施 ◎新入社員を対象とした訓練の実施					○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
高等技術学校での職業訓練の実施 県高等技術学校： 産業界のニーズに沿った技術・技能の習得や仕事をするうえで必要な資格を取得するための訓練の実施により、地域産業を担う人材を育成する					◆企業が求める人材供給の進展 （施設内） ◆定員に対する充足率 H22：62.9% ↓ H27：100.0% ◆自己都合による途中退校率 H22：18.9% ↓ H27：10.0% ◆就職率 H22：82.6% ↓ H27：90.0%	◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している
	高等技術学校の機能の強化 県高等技術学校： ・企業ニーズに沿った技術の取得ができる訓練カリキュラムへの変更 ・パンフレットのリニューアルやHPへの動画掲載などによる広報活動の強化 ・自己都合退校の防止のため、生活相談員の配置などによる生活面を含めた指導体制の強化 ・訓練生の就職率向上のため、就職支援コーディネーターの配置などによる支援体制の強化 ・職業能力開発大学校や他の職業能力開発施設等における職業訓練指導員の研修の実施 ・訓練機器の計画的な更新						
民間教育訓練施設を活用した職業訓練の実施 県高等技術学校： ・企業ニーズに応じたビジネスマナー等の基礎的訓練や資格取得を目指した訓練、求職者のニーズに応じたパソコンスキル習得のための基礎的な訓練、企業実習を併用した訓練など、ニーズに応じた多様な訓練の実施により、産業界の求める人材を育成する ・介護福祉士養成コースの実施 ・求人企業に委託した事業主委託訓練の実施					（委託訓練） ◆就職率 H22：68.4% ↓ H27：75.0%以上	
在職者を対象としたキャリア形成のための研修会の実施 県雇用労働政策課： ・研修会の実施　・企業が行う研修会への講師派遣 ・高知県職業能力開発協会と連携して、企業による事業活用を推進					◆研修受講者数 H22：346人 ↓ H27：580人	
高等技術学校における在職者訓練の実施 県高等技術学校： ・産業界のニーズに応じたオーダーメイド型訓練の実施 ・基礎的技術を身につける訓練の実施					◆在職者訓練の実施 500人 （H24～H27）	

P466
別図（商工7）参照

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1．ものづくりの基盤整備】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
3．人材の育成と確保 (2)新規高卒者の県内企業への就職促進に向けた産業界、学校、行政の連携強化	◆県外求人の増加により県外への就職が増加新規高卒者の就職率が向上するなかで、県外就職者は増加し20年3月には52%と半数を超過 15年3月：24.8% →20年3月：52.0% ◆県内企業に対する生徒、学生、教員、保護者の認知度が低い	・公立の専門高校等に対して、企業実習や技術指導の事業を行い、県内産業や県内企業の魅力を伝える ◆産業界、行政、学校との連携体制ができ始め、事業実施校や参加生徒数、受入協力企業が増加した H21実績 ⇒H22実績 実施校 9校⇒17校 参加生徒 416名 ⇒631名 協力企業数 96社 ⇒102社	◆今後も継続して高校生に県内産業や県内企業の魅力を伝える産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことの重要性について、学校や担当教員の理解を深める ◆普通科高校に対する職業理解の促進と情報提供	◆県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進 ○公立の専門高校等では、地域産業担い手人材育成事業の企業実習や技術指導等を通じて学校と産業界との連携を強化 ○民間と連携して企業実習等の魅力や県内産業・県内企業の情報発信 ★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援					○	
(3)新規大卒者の県内企業への就職促進	◆県内高校から大学に進学する生徒の約8割は県外大学へ進学 ◆県内企業では新規大卒求人が充足しない雇用のミスマッチがある	・本県出身の県外大学生等に、ダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出展、県外大学保護者会への参加など、本県の魅力や県内企業情報を周知した ◆県外大学生等に高知の魅力を発信したり、就職情報の提供ができた	◆学生に対する県内企業の情報提供 ◆保護者の県内企業への理解促進 ◆県外大学に進学する高校生に対しての情報提供	◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供 ◎新規大卒者等県内就職支援事業ダイレクトメール、保護者会などを通じて、県内企業の企業説明会等の情報を提供、東京・大阪の就職相談会では、高知県の魅力を伝えることにより、県内への就職促進を図る ○民間と連携して、県外大学生に対する県内インターンシップ情報を提供し、県内企業の理解促進を図る ★私立中高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援(再掲)					○	○
(4)若年者の就業支援	◆就業者は減少し失業率も高い (国勢調査7年→17年) ・人口816千人→796千人(▲20千人) ・就業者410千人 →370千人(▲40千人) ・失業率(17年) 県7.9%、全国6.0% ・若年者の失業率(17年) 県11.7%、全国8.5% ◆有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい 19年度平均 県0.50倍 全国1.02倍 ◆ニート、フリーターが多く存在 ニート 3,230人 (17年国勢調査) フリーター 12,400人 (14年就業構造基本調査)	・ジョブカフェこうちのしごと体験枠の拡充による若年求職者の就職促進、キャリアコンサルタントの増員による相談体制の充実、セミナーの実施や、併設ハローワークとの連携による就職支援 ◆利用者の就職者数は目標を上回る結果となっている ◆H21年4月ジョブカフェ幡多サテライトの開設	◆ジョブカフェ利用者の就職率の向上、正規雇用割合の増 ◆ジョブカフェ来所者の相談割合の増 ◆幡多サテライトの機能充実	◆就職支援相談センター「ジョブカフェこうち」による若年者の就職促進 ○しごと体験受講による就職者の正規雇用率の向上 ○ジョブカフェ利用者のキャリア形成の支援を図る ○幡多サテライトの機能の強化を図る					○	
(5)U・Iターンの促進	◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数 H20年度 10件 ◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い	・「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施 ◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した	◆登録企業と求職者とのマッチングの促進	◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・Iターン企業就職等支援事業 県の無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う県内高校生に対して、卒業時に「U・Iターン人材情報システム」を周知する					○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
企業実習や技術指導等を通じて県内産業や県内企業への理解を深める（P467 別図（商工8）参照）					◆産業界、行政、教育界の連携の強化により、高校生の県内就職と大学生のUターン就職が促進される ◆高校生の県内就職割合 H22:58.1% ↓ H27:72%	◆高い技術や技能、資格を備えた人材の育成が進み、県内企業発展の大きな力となっている また、高校生等の県内就職も大きく増加している
県雇用労働政策課： 公立の専門高等学校への企業実習・技術指導など継続的な支援を行い、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を促進する 私立中高等学校には、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える						
県雇用労働政策課： 生徒・教員等には、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」の活用を周知して、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を深める						
県外大学生のUターン就職の促進（P468 別図（商工9）参照）					◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材を確保	
県雇用労働政策課・県外事務所：県外大学への情報提供、民間が実施する就職ガイダンスへの県の直接参加、県外大学訪問や保護者会への参加等により、高知県の魅力や県内企業の情報を発信する						
県雇用労働政策課： 県外大学生向けには、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」を周知することで、県内企業への就職促進を行う						
【再掲】県雇用労働政策課： 私立中学高等学校の生徒に、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える						
ジョブカフェこうちによる若年者の就業支援（P469 別図（商工10）参照）					◆しごと体験受講者の正規雇用率 H22：10% ↓ H27 :50% ◆ジョブカフェ来所者の相談件数割合 H22：54% ↓ H27：70%	
県雇用労働政策課：幡多サテライトの機能強化として、しごと体験コーディネーターを1名配置するとともに開所日を週3日から4日に拡充						
県雇用労働政策課：本部及び幡多サテライトに広報員を配置して、事業の認知度を向上させる						
無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進（P470 別図（商工11）参照）					◆企業が求める人材の確保	
県雇用労働政策課・県外事務所：機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 防災関連産業の振興 (1)南海地震対策と連動させた防災関連産業の振興 P472 別図(商工13)参照	◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている ◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される			◆南海地震への備えと連動させた防災関連産業の地産地消・外商の推進 <総合的な支援> ★防災産業交流会の設置 ★防災産業推進コーディネータの設置 ★産学官連携による防災関連の研究開発の推進 <「地産」を推進するためのものづくり支援> ★試作機の開発支援 ★試験研究機関での技術支援 ★全国に通用するものづくり支援 <「地消」を推進するための広報・販路開拓支援> ★県内でのPR ★公的調達の促進 <「外商」を推進するための販路開拓の支援> ★防災関連の主要展示会への出展 ★トップセールスの実施 ★コーディネータによる販路拡大のサポート ★県内での導入実績づくりによる信用力の付与	○	○	○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
「防災分野の地産地消」の仕組みづくり・意識の醸成					◆幅広い分野で、競争力のある製品が生まれ、見本市等により積極的に販路拡大がなされている ◆メイドイン高知の製品に対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる ・ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件（H24～H27） ・県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%	◆県内外の企業や研究機関とのネットワークが拡大する中で、競争力を備えた多くの製品開発や企業集積が進み、売上額が大きく増加している ◆「防災関連産業と言えば高知県」というイメージが定着し始めている
県工業振興課：産学官民のネットワークづくりのための防災産業交流会の設置・運営（「防災分野のものづくり地産地消」の意識の醸成、防災関連の製品や技術の情報共有、官民連携での製品開発・ブラッシュアップに向けたコーディネート） 自治体・自主防災組織等：地域の防災ニーズ等の取りまとめと情報発信 工業団体・民間企業等：地域のニーズや課題を解決するための提案、防災関連製品・技術のPR・新規開発 大学・試験研究機関等：新たな研究テーマの製品開発等にあたっての技術支援						
産業振興センター：防災産業推進コーディネータによるものづくりの段階から販路開拓までの支援						
県新産業推進課：産学官連携会議に「防災研究会」を設置し、研究開発や技術開発を推進						
新たな防災関連製品や技術の開発・全国に通用するものづくり						
県工業振興課・工業技術センター・大学等： 県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援						
	県工業振興課・工業技術センター・大学等： 全国に通用するものづくりを推進するための有識者との情報交換や、製品開発アドバイザーの設置等による技術支援					
工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための機械装置等の開発・製造						
高知県産業振興センター： 新商品開発支援、防災産業推進コーディネータ等による防災関連製品等の企画・開発・ブラッシュアップのサポート						
防災関連製品や技術の県内への導入						
県工業振興課： 防災訓練や防災フェア、巡回展示会等での防災関連製品や技術の展示PR、ホームセンターや量販店等での展示販売への支援 市町村へのPR（県内製品プレゼンテーション等）、高知県モデル発注制度を活用した公的調達の推進						
県工業振興課・ものづくり地産地消センター： 県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力をアピールする総合的な技術展示会でのPR						
県・市町村： 県内製品や技術の導入 新たな公的調達制度の創設	県：市町村の公的調達制度の運用支援と、「高知県防災関連認定製品」として認定された製品や技術の導入					
	市町村：新たな公的調達度の創設と、「高知県防災関連認定製品」として認定された製品や技術の導入					
県防災関連産業交流会： 防災関連製品認定制度の創設と登録製品認定	県防災関連産業交流会：防災関連製品認定制度に基づくメイド・イン高知の製品や工法の認定					
	高知県産業振興センター：防災産業推進コーディネータ等による同行営業、公的機関（国・県・市町村等）への製品PR					
防災関連製品や技術の県外マーケットへの販路開拓						
県工業振興課：防災関連の主要な展示会に高知県ブースを設置し、メイドイン高知の製品や技術をPR						
高知県産業振興センター：防災産業推進コーディネータや、東京・大阪在住の企業コーディネータ等とも連携した販路拡大支援						
県防災関連産業交流会： 防災関連製品認定制度の創設と登録製品認定	県・市町村：新たな公的調達度の活用によるメイド・イン高知の防災関連製品や技術の導入					

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組、◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 成長分野での事業化促進 (1)成長が期待される食品、天然素材等5分野を対象とした研究会の設置	◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい ・H18年 5,498億円(全国46位) ・45位(鳥取)1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計(速報) ◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% 〃 100人以上 全体の 3% ＜製造品出荷額＞ ・従業員数4～9人 全体の 6% 〃 100人以上 全体の49%	・成長が期待され潜在力のある4つの分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、事業化を支援 ◆研究会で事業化プランの作成や事業化に取り組む企業が創出され、売上高増加や新規雇用などの成果が表れ始めた	◆研究会発事業化プランの作成に向けた取組の加速 ◆研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実	◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 ○意欲のある企業の参加促進 ○事業化に向けた企業間連携の促進 ○個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 ○研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 ○健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進 ★研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化	○	○		○		
				◆○研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施	○	○		○		
		・高知県情報産業協会、国、県の3者が連携して、クラウドを活用したビジネスモデルの検討や人材育成に向けた取組を開始 ・高知県情報産業協会が設立した「クラウド研究会」の活動を支援 ◆クラウドやスマートフォンを取り巻く現状や課題など、今後具体的な取組を進めていくうえで必要な情報を共有した	◆クラウド等の新たな情報技術を活用した、ビジネスを展開するうえで必要となる人材の育成	◆★新技術の技術講習会や業界動向についてのセミナーを開催					○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工労働部】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
食品、天然素材、環境、健康福祉　P471 別図（商工12）参照 意欲のある企業の参加促進 事業化に向けた企業間連携の促進 個別支援アドバイザーの拡大等による支援体制の強化 研究会発事業化プランの実現に向けた販売促進に関する支援の強化 県工業振興課、新産業推進課：テーマ別研究会設置・運営、研究会発事業化支援事業費補助金制度の実施 成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しするパッケージ支援（H25～）					◆研究会での活動を通じて、競争力のある製品や事業展開のノウハウ等を備えた企業が数多く生まれ、販売が増加している ・事業化プラン認定件数　60件（H24～H27） ・販売金額　100億円（H24～H27） ・新規雇用　110人（H24～H27）	◆研究会発事業化プランの実現により、高知らしい特徴のある商品の開発が進み、多くの雇用が創出される ◆全国的に競争力のある企業が生まれ、生産が活発化し、企業の集積が始まっている
事業化プラン策定段階からの参画 認定済み事業化プランの事業化を支援 産業支援機関、公設試などとの連携強化 県工業振興課、新産業推進課：新事業創出支援チームによる事業化に向けた取組への支援						
企業ニーズに沿った技術講習会の開催 最新の業界動向などに関するセミナーの開催 高知県情報産業協会、県新産業推進課：最新デバイス向けアプリケーション開発等セミナー開催					◆クラウドなどの新たな情報技術を活用出来る人材が育成され、それを生かした新事業が創出されている	◆情報技術の革新に対応できる企業の育成による、情報関連産業の活発な事業展開

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 成長分野での事業化促進 (2)官民が連携した協議会の支援による新たなソーシャルゲーム産業の創出の土台づくり P474 別図(商工15)参照	◆幅広い企業、大学が研究開発を行ったが研究開発の成果が製品化・事業化まで結びつくものが少ない	・県内クリエイター実態調査の実施 ・コンテンツビジネス起業化支援事業の推進 ・高知コンテンツコンテストの開催 ・クリエイター見本市の開催 ・著作権セミナーの開催 ・コンテンツビジネス創出育成協議会の設立 ・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストの開催 ◆県内クリエイターのビジネスの場を県内外に拡大すること、及びコンテンツ分野における産業創出を目的とした事業を実施 ◆クリエイターの地産地消に関しては、見本市により県内事業者との商談を実現した ◆コンテンツコンテスト優秀者をクリエイティブマーケット東京に出展させることで、県外事業者とのビジネスマッチングの場を提供することができ、クリエイターの地産外商の動きが見え始めた ◆産業創出に関しては、事業化プラン認定第1号となったスマートフォンアプリが制作されたまた、県内企業によるソーシャルゲームが初めて開発されリリースされるなど、新たなコンテンツ産業(ゲーム)創出に向けた土台作りがスタートした	◆クリエイターの地産地消・地産外商の進展に向け、クリエイターのプロモーション力の強化、見本市への参加者増、コンテンツコンテストへの応募者増 ◆収入増や、地域経済への波及効果のあるコンテンツビジネスプランの具体的な策定 ◆魅力ある売れるソーシャルゲームの開発	◆コンテンツ産業(まんが、デザイン等)の事業化に向けた取組の推進 ○コンテンツコンテスト、 ソーシャルゲーム企画コンテストについて、事業開始から3年間継続して取組を実施し、一定成果を上げることを目指す ○ソーシャルゲーム開発→運用→ユーザー確保→課金・資金回収→県内でノウハウを共有・蓄積→次ゲーム開発へ投資というサイクルを回し、開発企業の足腰を強めながら産業創出の土台づくりを進める				○		○
(3)大きな成長が期待できるビジネスへの支援	・ビジネスの立ち上がり期である「創業準備期」「創業期」においては、事業を展開するにあたり、資金をはじめ、様々な経営資源が不足 ・資本や産業集積の乏しい本県において、新たなビジネスを創造していくことが、県経済の浮揚を図るために重要。			◆★ビジネスの立ち上がり期への支援の強化	○	○	○	○		○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工労働部】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
コンテンツ産業の事業化に向けた取組の推進					◆新たなコンテンツ産業の創出、クラスター（産業集積）化の土台づくりの進展	◆新たなコンテンツ産業の創出と関連する産業のクラスター化
県まんが・コンテンツ課：コンテンツビジネス起業化支援事業：企業等の事業化プランの作成から事業化に向けた取組を一貫して支援					◆外貨を獲得する研究会発事業化プランの事業化	
ソーシャルゲーム産業創出の土台づくり		ソーシャルゲーム産業創出の土台づくり			◆一定収益となるソーシャルゲームの開発・運用により、開発から次ゲームへの投資へとつながる産業創出サイクルの構築	◆高知県クリエイターのブランド化
県まんが・コンテンツ課：高知県ソーシャルゲーム企画コンテスト、事業の成果検証、次年度事業の検討		県まんが・コンテンツ課：産業創出のための環境づくり支援、運用面支援、関係産業への波及支援			◆県内におけるソーシャルゲームの年商 ：20億円 （6社が年2～3作品開発、1作品の月売上が1,000万円）	
クリエイター地産外商支援						
県まんが・コンテンツ課：第3回高知コンテンツコンテスト、事業の成果検証、次年度事業の検討		クリエイターの人材育成、地産地消支援				
		県まんが・コンテンツ課：第3回までの成果検証によりコンテンツコンテストを廃止、築いたネットワークを活かしてクリエイター個々のニーズに合う人材育成を実施 県内クリエイター見本市、著作権セミナーは、毎年度成果検証により継続を判断 県内クリエイター見本市については、民間主導の活動に向け支援を実施			◆首都圏等での商談成立などによるクリエイターの収入増	
クリエイター地産地消支援						
県まんが・コンテンツ課：県内クリエイター見本市著作権セミナー						
	ビジネスの立ち上がり期への支援の強化				◆支援を行ったビジネスプランの事業化 15件 （H25～H27）	◆支援を行ったビジネスプランが大きく成長し、製造品出荷額等の向上に寄与している
	高知県産業振興センター： ・新規性あるいは付加価値が期待でき、かつ事業として大きな成長が期待できるビジネスプランの募集 ・優れたビジネスプランに対して、事業育成支援金及び専門家によるハンズオン支援を提供					
	高知県産業振興センター： ・支援を行ったビジネスプランの事業化に向けた支援やフォローアップ					

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
3. ものづくりの地産地消 (1)各分野での機械化ニーズ等の集約、共有	◆製造品出荷額等は、H7年(7,055億円)をピークに減少し、ここ4～5年はほぼ横ばい ・H18年 5,498億円(全国46位) ・45位(鳥取) 1兆346億円、47位(沖縄)5,280億円 ※H19年工業統計(速報) ◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% 〃 100人以上 全体の 3% ＜製造品出荷額＞ ・従業員数4～9人 全体の 6% 〃 100人以上 全体の49%	・ものづくり地産地消センターの開設 ・ものづくり技術展示会の開催 ・ものづくり企業による現場視察や意見交換会の実施 ◆県内相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングが進んだ	◆「ものづくり地産地消センター」を中心に、各関係機関が連携し、新たな相談案件の掘り起こしを行う必要がある	◆「ものづくり地産地消センター」を中心としたマッチング機会の創出 ○タイムリーな情報提供 ○相談・マッチング機能の強化 ○高知県工業会等、各種団体との連携強化 ◎ものづくり技術展示会の規模拡大		○				
(2)試作開発への助成や技術支援による製品開発の支援		・ものづくり地産地消推進事業費補助金の創設 ◆産業間の連携による機械装置の開発が進み、県内外への販売も開始されるなど、機械系の地産地消の気運の高まりや成果が表れ始めた	◆ものづくりの地産地消の「地消」の推進に向けた製品の磨き上げ ◆「ものづくりの地産地消」の意識の浸透と、実践の定着	◆機械系の「ものづくりの地産地消」を支える製品開発力の強化 ○試作機の開発支援 ★防災関連の製品開発の推進 ◎企業間連携や産学官連携の充実・強化 ◎県内展示会等でのPR		○				
		・農業・食品関係の企業や団体への商品開発、品質管理技術向上のための支援を行った ◆地域APの各課題とも連携し、品質管理技術の向上や商品化などにつながった	・企業によっては商品開発力・品質管理能力が不十分なところもあり、技術レベルに合わせたきめ細かな支援が必要	◆工業技術センターが行う技術支援の充実 ○企業等の技術課題に合わせたきめ細かな支援	○	○			○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
ものづくりの地産地消の推進					◆県内のニーズに対応した多くの製品が県内で製造されるとともに、全国的に通用する競争力を備えた製品が生まれ、販売が増加している ・ものづくり補助金を活用した製品開発件数　40件（H24～H27）	◆製品開発で磨かれた高い競争力を持った企業が生まれ、外商活動も拡大している ◆企業間の連携によるニーズへの対応と企業の集積が進み、全国的な商品開発のネットワークにつながっている
ものづくり地産地消センター： ・「ものづくりの地産地消」に関する各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の収集強化、商談を活性化する場の確保等を実施						
ものづくりの地産地消推進プロジェクトチーム（庁内関係機関等）： ・庁内における「ものづくりの地産地消の推」進体制として、各機関が有する情報の共有、相談案件等に対する支援策の検討等を実施 県計画推進課、工業振興課、地産地消・外商課、地域本部等： ・情報フローを通じた発注予定情報等の収集 ・第1次産業者・工業団体・食品加工団体等へのタイムリーな情報提供						
総合的な技術展示会等の開催						
県計画推進課、高知県産業振興センター： 県内のものづくり技術を一堂に会した総合的な技術展示会等を開催（※実施内容については前年度実績を踏まえ毎年度検討） ものづくり企業、産業団体等： 技術展示会等への出展、技術の紹介、商談						
ものづくり企業の製品開発力の強化・地産地消の推進　P475 別図（商工16）参照						
県工業振興課・工業技術センター： 県内に需要がある機械や設備を県内で製造していくための「試作機の開発・改良」に向けた資金面・技術面での支援						
工業団体・民間企業等：地域の課題（生産性の向上など）を機械化によって解決するための情報収集・情報交換、機械装置の開発・製造						
県工業振興課・ものづくり地産地消センター： 県内製品の積極的な情報発信、県内企業の製品や技術力を県内外にアピールする総合的な技術展示会でのPR						
企業・団体への商品開発支援・食品加工技術の支援・ものづくり企業への製造技術の支援					◆全国レベルの加工・品質管理技術を持つ企業の増加 ・商品開発支援　30件	◆自立した商品開発ができ、外商で本当に売れる企業へ
県工業技術センター： ・企業・団体への商品開発支援 ・品質管理技術等の支援 ・ものづくり企業への製造技術等の支援 ・特別技術支援員による製品開発等技術支援の推進 ・技術指導アドバイザーの派遣による課題解決						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 企業集積の拡大 (1)全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の促進	◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める ◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている ◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる	◆製造品出荷額の50%従業員数30%を占める ◆世界的な経済の不安定化などの影響から全国的に企業の国内投資の動きが鈍っている ◆県内工場の一部に撤退や県外転出等の動きがみられる	・企業立地促進要綱の改正 ・訪問活動の強化 ・企業立地件数30件 ◆継続的な誘致活動を通じて新規案件の掘り起こしを行い企業立地を実現	◆○「ものづくりの地産地消」を加速する業種の誘致 ◆○雇用の拡大に「即効性」を持つ業種の誘致 ◆○地域産業を支える人材育成、労働力の確保	○	○			○	
(2)中山間地域の豊かな環境や遊休施設等を活用して、市町村によるシェアオフィスの整備や入居する企業・新規創業者への支援を実施 P473 別図(商工14)参照	◆本県の中山間地域では、全国に先行して、過疎化、高齢化が進行しており、集落機能の低下や農地、山林の荒廃などの課題に直面。若年層の地域への定着を進めることが不可欠になっている ◆雇用の受け皿となっていた一次産業や建設業が衰退しており、これに代わる中山間地域での新たな雇用の受け皿づくりが急務となっている			◆シェアオフィスへの入居促進と事業者への支援 ★市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援 ★県や市町村を始めとする関係者が連携し、各種イベントやビジネスコンペなどを通じたPR、公募 ★入居する企業や新規創業者への初期経費の支援 ◎専門家派遣やセミナー開催、事業連携先の紹介などを通じた創業や事業継続・拡大への支援			○	○	○	○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工労働部 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
企業立地の推進 県企業立地課： 農林水産物に付加価値を付ける食品加工などの地域資源を活用する分野、太陽光などの新エネルギー関連産業分野、本県製造業の高度化や製品の県内での一貫生産を行ううえで不足する業種、雇用拡大に即効性を持つ事務系業種等の企業を誘致する					◆新規案件の掘り起こしを行うとともに継続的な誘致活動を通じて、企業立地が進む ・新増設 40件(H24～H27) ・製造品出荷額 360億円、新規雇用 1,300人	◆成長産業や県内不足業種等にかかわる有力企業が立地し、県内企業を巻き込んだ地域内でのサプライチェーン化が進んでいる
	企業立地の推進 P481 別図（商工2）参照 県企業立地課： ・企業立地促進補助金制度の抜本強化 ・企業立地セミナーの開催 ・コールセンター等立地促進補助金制度の抜本強化 ・コールセンター見本市への出展					
	シェアオフィス整備等の支援 県地域づくり支援課、中山間地域対策課： 市町村が策定する事業計画に基づいて設置するシェアオフィス等の整備への支援				◆シェアオフィスを設置した市町村や地域の知名度が向上しつつある ◆県内6地域に、20企業が創業し、IT企業等の集積が始まりつつある	◆サテライトオフィスを設置した市町村や地域等の知名度が向上し、ブランド化されている ◆IT企業等が集積している ◆中山間地域への移住や交流人口、雇用が拡大し、地域の活性化が図られている
	シェアオフィスへの入居促進 県新産業推進課：市町村と連携した シェアオフィスのPRや入居者の募集					
	新規創業等の事業者支援 県新産業推進課：シェアオフィスに入居する新規創業者や企業の初期経費への支援					
	県新産業推進課、支援機関：専門家派遣によるハンズオン支援や、金融機関・事業連携先の紹介、創業・情報関連セミナーなどの開催による、創業や事業の継続・拡大に対する支援					

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
5. 建設業の新分野進出 (1)建設業の新分野進出	◆市町村の産業別総生産に占める高い建設業の割合 (H17年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 15市町村(42.9%) (H20年度) 建設業が上位5位までに入る市町村 18市町村(52.9%) ◆公共事業費の減少とともに就業者も大きく減少 (H12年度) 2,504億円 47,313人 (H17年度) 1,358億円 38,073人 (H22年度) 1,213億円 29,400人(速報値) (H17→H22) ▲145億円 ▲8,673人 ◆多い企業倒産 (H21年度)69件 (うち建設業23件 (33.3%)) (H22年度)52件 (うち建設業20件 (38.5%)) ◆建設業者は、近年の公共事業費の急激な減少で厳しい経営環境 ◆新分野進出の検討、実施に踏み出せない建設業者が多数存在	・平成22年5月に財団法人高知県産業振興センターに「建設業新分野進出アドバイザー」を1名配置 ・県内7ヶ所の「地域産業振興監」オフィスを地域の窓口として位置付け ・「建設業の新分野進出事例集」を平成21年度末に作成 ・県内7地域(4会場)で新分野進出説明会・セミナーを実施 (H22年度) 88社参加(うち個別相談12社) (H23年度) 81社参加 (うち個別相談11社) ・地域の建設事業者と農林業者等とのマッチングを促進する「高知県建設業支援協議会運営事業費補助金」を実施 ・「高知県建設業新分野進出支援事業費補助金」を創設 ◆建設業新分野進出アドバイザーを1名配置したことで、県内の様々な建設事業者の新分野進出に関するニーズの把握につながり、個別の相談に対するフォローアップが可能となった ◆新分野進出説明会・セミナーの参加については、各地域の建設業協会との打ち合わせを行い、先方のニーズに対応することで、参加者を増加させることができた ◆新分野進出事例集や実態調査結果を各企業に配布することで、新分野進出を検討する参考となり、きっかけづくりとなっている ◆建設業新分野進出実態調査を行うことで、建設業の新分野進出に関する意識や課題、現在の支援策に対する評価を得ることができた ◆特に、調査で3年以内に新分野進出を希望する企業については、企業訪問を実施し、具体的な支援を行うことができている	◆新分野進出に興味を持つ企業が、さらに踏み込んだ検討をしやすくするため、分野別の成功事例など提供する情報のレベルアップや、具体的に勉強していく場が必要となっている ◆進出分野が多岐にわたるため、アドバイスする側にも一定の専門分野とともに幅広い知識が求められる	◆企業訪問・説明会を通じた情報提供 ○新分野進出の手引き等の配布 ◎新分野進出説明会・セミナー、先進企業視察、少人数の勉強会等 ◆支援事業の有効活用 ○初期投資の負担軽減等 ○進出リスクの軽減 ◆取組企業へのフォローアップ ○個別企業訪問、他部局との連携の下での専門家派遣、支援制度の紹介等			○			

※これからの対策の 大は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野 】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
手引きの配布や進出事例の紹介等、情報提供の充実 P480 別図（商工21）参照					◆支援体制の充実と進出を促進する環境づくりによる新分野進出事例の拡大 ◆建設業の新分野進出数 230社（H24～H27）	◆建設業の新分野進出の拡大による地域産業の活性化と働く場の確保 ◆新分野の事業が主体となる企業も出てきている
県商工政策課：手引き等の配布、研修・セミナー、先進企業視察等の開催 新分野進出についての現状把握、経営課題等の抽出のため実態調査の実施（H25）						
初期投資の負担軽減						
県計画推進課：産業振興推進総合支援事業費補助金による支援						
高知県産業振興センター：こうち産業振興基金の建設業経営革新支援事業（一般枠）の支援						
進出リスクの軽減						
高知県産業振興センター：こうち産業振興基金の建設業経営革新支援事業（新分野進出枠）の支援						
取組企業へのフォローアップ						
建設業新分野進出アドバイザーの企業訪問による個別支援 高知県産業振興センター、商工会連合会、商工会議所、中小企業団体中央会、県等：専門家等の派遣						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
5. 建設業の新分野進出 (1)建設業の新分野進出 (農業分野)	◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業担い手の不足が顕在化 ◆新規就農や農業以外の分野からの新規参入を促進する必要がある	◆建設業からの農業参入については、平成15年度から支援 これまでに建設業から参入した8法人 (延べ約14ha) ◆経営面では、市場価格の低迷や生産資材の高止まりなどから厳しい状況がみられる	◆建設業からの農業に参入するためには、より高度な栽培技術を習得した従業員の育成が重要 ◆現在の経営環境の中で、効率的な経営を行うためには、資金調達や栽培計画の樹立に必要な経営感覚に優れた経営者の育成が重要	◆研修の拡充 ◎農業技術を持った従業員の育成			○			
(林業分野)	◆高いマネジメント能力や効率的な生産(伐採・搬出)システムを駆使できるノウハウを備えた林業事業体が少ない	◆事業体に対するコスト管理の勉強会などの専従チームによる経営指導 ◆森林組合と建設業者等とのジョイントに向けた研修会や勉強会の開催	◆新規参入事業体など優良事例の情報が十分に活用されていない ◆経営者のマネジメント能力が十分でなかった ◆事業体の中に核となる人材が十分に育っていない	◆事業体のマネジメント能力の向上 ○建設業者等の新規参入と定着を支援			○		○	
(福祉・介護分野)	◆増大する福祉・介護ニーズに対応するため、他分野からの人材参入・確保が必要 ◆土木・建設業を含め介護保険事業への異業種からの参入は見られるが、別会社の設立によるものが多く、実態の把握はできていない	・資格取得講習会の案内等、情報提供の充実 ・問い合わせへの対応 ◆ホームページや社会福祉協議会への委託事業を通じて情報を提供することができた	◆経営者の介護保険制度に関する理解不足 ◆専門的人材の不足	◆○資格取得講習会の案内等、情報提供の充実 ◆○福祉・介護分野への就業促進事業の実施 ◆○福祉・介護人材確保緊急支援事業の実施		○			○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆農業分野への新規参入が増加する	◆参入した企業が、地域農業や産地を支える担い手として成長する
農業技術を持った従業員の育成						
県農地・担い手対策課：新規就農総合対策事業の拡充 （先進農家等での実践研修への支援） 県農業大学校等：農業技術の基礎知識の習得への支援						
					◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している	◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い林業事業体が効率的な生産活動を展開している
森林整備事業への参入促進と定着への支援						
事業体：ジョイントへの協力、ジョイント先への技術指導 参入事業体：林業事業体との協調、技術習得 県森づくり推進課・林業改革課：事業体雇用者の技術習得の支援、建設機械から林業機械への改良、作業システム改善への支援						
					◆福祉・介護分野への進出が拡大していること ・講習会の開催 H27：72回 ・職場体験事業への参加者 H27：100人	◆参入した企業が優れた担い手として成長すること
情報提供の充実・研修実施						
県地域福祉政策課・高齢者福祉課：ハローワーク：セミナー・研修等を通じて情報提供を実施						
県高齢者福祉課：福祉・介護分野で就業したことがない者の参入を促進するための就業体験の実施						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
1. 販路拡大への支援 (1)見本市への県ブースの出展、県内外での商談会の開催 (2)産業振興センター等との連携による出展企業等への支援 (3)産業振興センターを中心とした外商機能の強化等	◆県内製造業の約半数は小規模事業者であり、地域製造業の牽引役となる大規模事業者が少ない ・従業員数4～9人 全体の47% 〃 100人以上 全体の 3% <製造品出荷額> ・従業員数4～9人 全体の 6% 〃 100人以上 全体の49%	・見本市への高知県ブースの設置 ・商談会の開催 ・インターネットを活用した企業情報の発信 ◆販路の拡大の取組を行った	◆機械・金属加工系を中心に取り組んできたため、紙産業等の地場産業への取組の拡大	◆ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施 ○新たな分野の見本市へ出展 ○成約につながりやすい効果的な商談会の開催 ○関係機関との連携により、見本市、商談会参加後の県内企業へのフォローアップ ○県内企業が行う県外企業への県内製品・技術のPR活動への支援	○					
(4)海洋深層水 P479 別図(商工20)参照	◆海洋深層水のブームが終焉し、かつての勢いがなくなったことで売り上げが伸び悩み ピーク H16 155億 現状 H23 136億 ◆首都圏をはじめとする大消費地への情報発信力が弱く、売込みが十分できていない	・大消費地における海洋深層水関連イベントへの出展支援の実施 ・県や国の補助金等による商品開発・販路拡大・施設設備等への支援の実施 ・全国の海洋深層水活用事例の取りまとめ ◆大消費地において海洋深層水商品の認知が一定図られた ・首都圏において、他の取水地アンテナショップ間での連携事業の実施 ◆全国の取水地と連携することにより、海洋深層水産業の底上げに向けた土台作りができた ・県内外の観光・物産事業者との連携による海洋深層水関連商品の販売、PR ◆県内外の観光・物産事業者との連携による取組が始まった	◆一過性の取り組みになりがちで、ビジネスに結びつく事業の展開が必要 ◆規模の小さい企業が多いことから、県外への販売力が弱く、販路が確保できていない ◆取りまとめた活用事例を県内企業の新商品開発等に役立ててもらうこと ◆高知県主導で「海洋深層水のブランド力」を上げていく仕掛け作り	◆海洋深層水の利用拡大の推進 <新たな需要の創出と販路の開拓> ★首都圏を中心にビジネスへ結びつく営業活動の実施 ★量販店等へ「深層水フェア」開催に向けた企画の提案 ○企業クラブの取組への支援 <海洋深層水のブランド力の強化> ○深層水マーケットの底上げに向けた他の取水地との連携 ○全国連携推進組織の活用 ★ビジネスに結びつく連携事業の実施 ★室戸ジオパークを活用したPR <海洋深層水の利用拡大に向けた研究開発等> ◎深層水を使った新たな商品開発と未利用企業の利活用の促進	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工労働部】

第２期計画					目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27	H28以降	短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
販路の拡大 P476 別図（商工17）参照 県工業振興課： ・県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内製品のPRや販路開拓を支援 ・インターネットを活用した県内企業情報発信の実施 高知県産業振興センター： ・県外見本市や商談会で県内製品や技術を紹介する場を提供し、取引の斡旋や受注の機会を確保 ・見本市・商談会参加企業へのフォローアップ、県外企業への同行訪問など外商活動に関する支援の実施					◆商談会や見本市を活用した外商活動の活発化による受注が増加するとともに、外商に関するノウハウを活かし、積極的に営業活動を行う企業が育っている ・見本市・商談会開催件数　50回（H24～H27） ・受注金額　20億円（H24～H27）（防災関連・ものづくりの地産地消含む）	◆製品の競争力の向上や継続的な営業活動により、売上額が大きく増加している
新たな需要の創出と販路の開拓 県工業振興課： ・高知海洋深層水企業クラブが実施する首都圏等のイベント等でのPR支援 ・企業訪問活動の強化による海洋深層水利用企業の支援 ・県内外への商談会やイベントでの広報活動 ・量販店等での「深層水フェア」開催に向けた企画の提案 ・海洋深層水紹介パンフレットを作成し、「まるごと高知」（地産外商公社）や県外事務所等とも連携して直持ちしての営業活動の実施 ・県内企業の新商品の開発に向けたコーディネート					◆商品企画から流通・販売にいたるまで、トータルに海洋深層水関連商品の販売がされているとともに、全国の取水地と連携してビジネスに結びつく多様な事業が展開されている ◆海洋深層水を利用した研究開発が進められ、新たな利用分野への展開が動き始めている ・深層水関連商品売上額　H27：170億円	◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している ◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている
海洋深層水のブランド力の強化 県工業振興課：全国海洋深層水取水地連携協議会の立ち上げ	県工業振興課：全国海洋深層水取水地連携協議会の連携事業として展示会出展や商談会の実施					
県工業振興課： ・スーパーマーケットトレードショーへの共同出展 ・海洋深層水フェアの共同実施やアンテナショップフェスティバルへの出展						
県工業振興課： ・ジオパークと関連した新商品の開発支援等 ・深層水関連製造工場見学をジオパーク観光コースに組み込み、一体的なPRの実施						
海洋深層水の利用拡大に向けた研究開発等 県工業振興課： ・成長分野育成支援研究会（食品）と連携した既存商品の磨き上げや新商品の開発支援 ・工業技術センターと連携した未利用濃縮水の有効活用を目指した取組 ・深層水の機能性アピールへの取組（研究成果紹介冊子の作成や実証試験等） ・県内外の企業の新商品開発に向けたコーディネート						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 販路拡大への支援 (4)海洋深層水	◆平成元年より産学官が連携した共同研究や個別の研究を実施してきた ◆様々な分野で研究が実施され、事業化された商品もあるが、研究が一巡し、今後の研究の方向性について、再検討が必要な状況にある	・新分野に向けての研究開発動向の把握 ・従来の研究内容の調査及び見直し ・新たな研究者や関係機関との関係構築及び共同研究の実施 ・地元企業の商品化や団体への技術支援・研究等を実施 ◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野への予備試験や各種研究を開始した	◆幅広い分野での研究に対応するため、これまで以上に、大学や企業などとの共同研究が必要となっている ◆地元での事業化の検討が必要となっている	◆新たな利用分野への展開 ○推進中の共同研究の成果を出す ○取組が有望と思われる研究の検討 ◎県内での事業化を検討 ◎高付加価値商品等への利用法検討			○	○		
				◆従来の研究成果を見直して再チャレンジ ★新技術利用での研究進展により事業化へつなげる ★他地域での研究成果や埋もれたシーズを県内で再度研究し、今後の事業化につなげる			○	○		
				◆地元企業や関係機関への事業化支援 ○水産物の陸上養殖 ★新技術利用の検討			○	○		
2. 商業の活性化 (1)アンテナショップ「てんこす」の運営への支援等を通じた地産地消・外商の推進	◆高知市は人口34万人の大きなマーケットであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる ◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある	・高知市内でのアンテナショップの開設 ◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった ・おかみさん市の拡充 ◆おかみさん市の拡充により、地域産品の販路拡大へとつながった	◆アンテナショップ「てんこす」の販売額の増加 ◆アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR ◆おかみさん市の出店者数の増加を図る	◆○高知市内でのアンテナショップ、産直市の取組を継続し、地域産品の売上の増加を図る	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
新たな利用分野への展開 県海洋深層水研究所： ・産学官連携による新たな共同研究の推進（県内外企業、大学、公設試等との連携） ・今後有望視される研究シーズの検討（冷熱エネルギー、有用資源、微細藻、健康、医療、深海微生物等） ・共同研究成果の事業化検討 ・補助制度活用の検討					◆研究の進展により、海洋深層水の利用用途が拡大して再度注目される資源となっている ◆海洋深層水を利活用した新たな産業化が進みつつある	◆室戸海洋深層水を活用した商品作りや販路拡大が図られ、関連商品の販売額が増加している ◆海洋深層水を活用した新たな産業が創出され、関連産業界の生産拡大が図られている
従来の研究成果を見直して再チャレンジ 県海洋深層水研究所： ・事業化が有望視される研究シーズの洗い出し ・研究者や関係機関との新たな共同研究への検討 ・補助制度活用の検討		共同研究の実施 県海洋深層水研究所： 新たな共同研究の推進・成果の事業化				
地元企業や関係団体への事業化支援 県海洋深層水研究所： ・事業化のための予備試験及び技術支援の実施（スジアオノリ、トコブシ、アマノリ、コンブ類　他） ・補助制度活用の検討 ・事業化後の技術支援実施					◆地元企業や関係団体の新たな事業化が進んでいる	
高知市内でのｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ、産直市の取組を支援 生産者、一次産業団体：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」などを活用し、売上の増加を図るとともに商品力の向上や消費者ニーズの把握に努める 県経営支援課：ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」やおかみさん市と連携し、地域産品の掘り起こしや販路の確保、情報収集、紹介により販路の確保を図る ｱﾝﾃﾅｼｮｯﾌﾟ「てんこす」への支援 県経営支援課：補助事業については、H24.10月で終了					◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップとして自立するとともに、商店街への誘客を図る事業が継続して実施されている ◆販売目標額：184,300千円	◆県内各地域の地場産品を取り扱うアンテナショップ機能の充実が図られている

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 商業の活性化 (2)商業の振興	◆人口減少・高齢化による地域マーケットの縮小 ・H22年総人口764,456人で平成17年国勢調査から31,836人減少(4.0%減) ◆商業者の意欲減退 ・小売販売額は平成9年から、事業所数、従業者数は平成11年から減少が続いている ・卸売業売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向	・商工会等支援機関による事業者の経営支援 ◆経営革新に取り組む事業者等に対し課題の設定、目標の明確化と事後チェックを行う重点指導事業を実施 ・事業者の経営力向上等への支援 ◆創業や経営革新等各種セミナーの開催	◆事業者のニーズに対応する支援能力の向上 ◆創業や事業者の経営革新等に対する意欲の醸成	◆創業や事業者の経営革新への取組の支援の強化 ◎商工会等支援機関の組織体制の強化・職員の能力向上 ・OJTや集合研修、支援スキルの共有等を通じた経営指導員等の能力向上 ・中小企業診断士の育成 ・商工会の事業者への広域支援体制整備に向けた取組への支援 ○事業者の経営革新への取組の支援 ・各種セミナーの開催とフォローアップの強化	○	○	○			
	◆郊外大型店への消費の流出 (消費者ニーズの変化への対応の遅れ) ◆中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況 高知市中心商店街の例では、商品販売額約40%減 (H6→H19) 休日歩行者通行量約62%減 (H10→H23) 空店舗率約13% (H10→H22で10ポイント増) ◆商店主の意欲減退→後継者の不在、売上の減少、商店街の将来の不安など	・こうち商業振興支援事業により商店街等が取り組むイベント等へ助成 ◆歩行者通行量の一定の改善が図られた ・こうち商業振興支援事業により商店街等の空き店舗への出店者に対して助成 ◆空店舗率の改善が図られた ◆市町村においても、空店舗への出店補助制度が創設された ・チャレンジショップ事業の実施 ◆県内3市町において、チャレンジショップが開設された	◆こうち商業振興支援事業費補助金制度の効果的活用 ○イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況 ○利用が図れていない市町村が多い ◆チャレンジショップでは、関係団体との連携によるチャレンジャーの育成・独立	◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり ○商店街がまとまりを持ち、継続して取り組む商店街活性化イベントの開催 ○商店街に誘客を促すためのルートマップ作りや商品開発	○	○				
				◆商店街の機能向上支援 ○商店街がコミュニティの場となるなど商店街の活性化につながる空店舗への出店者に対する支援 ○新たな顧客(高齢者など)のニーズに応じた販売方法やサービスなどへの支援 ★チャレンジショップの運営によるチャレンジャーの育成・独立	○					○

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【商工業分野】

第2期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		短期的な視点（平成27年度末）	中長期的な視点（概ね10年先）
商工会等支援機関の小規模事業者等経営支援能力の向上				商工会等支援機関の小規模事業者等経営支援能力の向上	◆中小企業診断士12名体制 ◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比50%増	◆中小企業診断士15名体制 ◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比100%増
商工会、商工会議所： 支援機関で中小企業診断士を育成・支援スキル向上研修等を充実させ、より高度な経営支援ニーズに対応 支援機関の経営指導員が意欲ある事業者を重点的に支援する重点指導事業の実施 支援機関職員を対象に外部専門家の活用による企業支援スキルの習得 商工会の事業者への広域支援体制整備に向けた取組				第2期計画の総括を踏まえ、商工会等支援機関の支援体制の見直し		
創業・経営革新等研修会の実施						
商工会、商工会議所： 創業・経営革新・事業承継・農商工連携等ニーズに応じたセミナーを開催 セミナーを契機に事業者の個々のニーズに応じたフォローアップの実施						
商店街としてまとまりを持った継続したイベントの実施					◆多くの商店街等で、積極的な活性化事業が行われるとともに、空き店舗への新規出店が進み、歩行者通行量の減少等に歯止めがかかっている ・高知市商店街の歩行者通行量 H23： 平日40,880人 休日66,049人 ↓ 減少傾向に歯止めをかける ・高知市中心商店街の空き店舗率 H22：13.4% ↓ 増加傾向に歯止めをかける	◆多くの商店街等で、活性化に向けた取組が活発に行われ、賑わいが維持されている
県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度 商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援						
P477 別図（商工18）参照						
空き店舗への出店者に対する支援						
県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度 商店街の活性化につながる空き店舗出店者に対する支援 商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援						
P477 別図（商工18）参照						
空き店舗を活用したチャレンジショップへの支援						
県経営支援課：チャレンジショップの運営とチャレンジャーの出店を支援						
P478 別図（商工19）参照						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

別図（商工1）

ものづくり企業の誘致を推進するための抜本強化

現状と課題

【経済動向】
・長引く不況や工場の海外移転による国内産業の空洞化
・県内企業の設備投資の停滞
・全国的にはまだ低位にある有効求人倍率（0.62倍）
・全国最下位の製造品出荷額等

【全国トップクラスの補助制度】
平成23年度に全国トップクラスの企業立地補助金制度に拡充を行ったが、その後、他県でも制度の拡充が進んでいる。

【工業団地の造成状況】
企業立地のための工業団地が将来的に不足する見込みであり、南海地震による津波対策も兼ねた安全・安心で利便性の高い団地開発が求められている。

今後の方向性

本県経済を牽引する企業誘致は極めて重要！！

【企業誘致の方向性】
県内産業の競争力の強化や雇用拡大に向けた企業誘致の推進
（地域資源を高付加価値化する業種の誘致、県内に不足する工程や技術の導入　等）

【補助制度の拡充】
他県との競争力を確保し、企業に対して本県への立地のインセンティブを与えられる補助制度の拡充

【新たな工業団地の開発】
現在造成中の（仮称）香南工業団地の早期完成と、新たな工業団地の開発を推進

H25年度の取組

産業振興計画の着実な実行に向けた、企業誘致の取組の強化を図る。

企業誘致のための補助制度の拡充



企業立地促進事業費補助金

企業立地補助金制度を拡充することにより、本県への企業立地や工場等の新増設を推進し、地域経済の活性化と雇用機会の拡大を図る。

≪拡充点≫
（・雇用奨励金の新設　1人当たり100万円
・補助限度額の拡充　1工場当たり30億円　→　50億円）

全国トップクラスの補助制度により企業誘致を推進！！

企業立地のための受け皿整備の推進

県内外からの企業立地を促進するため、受け皿となる安全・安心で利便性の高い工業団地の整備を加速化する。

・工場用地整備事業費補助金

企業立地の受け皿となる工業団地の計画的な開発に向けて、市町村が行う開発候補地の条件調査等への支援を行う。

・工業団地開発関連事業費補助金
・（仮称）香南工業団地整備費

平成25年度に完成予定の（仮称）香南工業団地の造成を進める。

・（仮称）高知一宮団地整備費

県の中央部に、県内外企業の立地による産業集積拠点となる新たな工業団地の整備を高知市と共同で進めるため、用地測量設計等を実施する。　※開発予定期間：H25～27年度

企業立地基盤整備の加速化！！

事務系職場（コールセンター等）誘致推進策の抜本強化

別図（商工2）

現 状

・長引く不況により製造業の誘致が困難さを増す
・有効求人倍率は全国的にはまだ低位（0.62倍）にある

一度に大量の雇用が見込まれるコールセンター（CC）の誘致は

雇用創出の切り札

向い風要素

・内閣府による津波浸水予測の発表以来、本県は災害リスクの極めて高い県というイメージが全国的に強くすり込まれている
・他県の施策充実による競争力の低下

追い風が吹く状況でありながらも向い風が強く成果をあげることが厳しい状況にある

CC誘致に優位な本県の強み

- 県中心部に人口（34万人）が集積
- 事務系職種の有効求人倍率：0.16倍
- 大手CC未開拓の地
- 手厚い行政支援

追い風要素

・BCP目的でのCCの地方分散がCC業界のトレンド
・企業もより積極的な経費節減を求められている

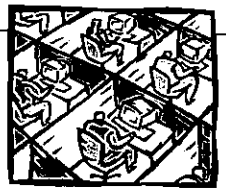
課 題

・高知県＝地震、津波と全国的にすり込まれたマイナスイメージの打破
・他県が制度改正を重ねて誘致施策を充実し、相対的に本県の競争力が低下
・誘致の受け皿となる広い面積を有するオフィスビル物件がない
・立地企業からは、本県の人材供給力の底上げが要望されている
・BCP目的での事業規模縮小、撤退の防止　→　国内拠点化の促進

対 策

CC向け補助制度の拡充

UP!



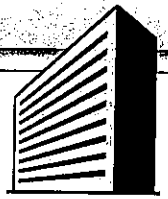
コールセンター等立地促進事業費補助金

県、高知市合わせた内容で、インパクトのある全国トップクラスの補助制度となるよう、補助対象範囲や補助率等の大幅な拡充を実施する

〔主な拡充内容〕
建物の賃貸料　県50%　→県50%　、高知市50%
土地、建物、償却資産の取得　県10%　→規模により県20%、25%
正社員雇用1名当たり　県市50万円　→県市合計120万円
1事業所当たりの補助金総限度額　県市合計10億円　→　15億円　等

受け皿対策

NEW



大規模コールセンター誘致推進事業費補助金

大きな雇用を創出する大規模CCの受け皿を確保していくため、立地企業のニーズに合った広いフロア面積など一定の要件を満たす大規模賃貸用オフィスを整備し、CCに賃貸する事業者に対する支援制度を創設する

〔補助先〕　民間企業
〔対　象〕　大規模コールセンターの賃貸に供するための
　　オフィス整備事業
〔内　容〕　フロア面積当たりの建築費　×　補助率15%

県内企業の設備投資への支援の抜本強化

～設備投資に対する補助要件を大幅に緩和。借入金に係る利子負担を「実質ゼロ」とすることで設備投資を促進～

別図（商工3）

◎県内で雇用を確保し、企業活動を継続・拡大しようと頑張る企業を支援
～積極的な設備投資を通して、地理的なハンディキャップ（市場との距離等）を克服し、「競争力の強化」に取り組む企業を強く後押し～

飛躍への挑戦！ 高知県産業振興計画

背景

○本県の設備投資の状況はこれまで極めて低調である。
- ・H22製造品出荷額等は約4,681億円（対前年比▲6.1%）で、3年連続最下位　（工業統計）
- ・H24の設備投資計画は四国全体で17.4%増加する中で、本県製造業は4.4%増加に留まっており、投資額も四国全体の約2%と低調　（日本政策投資銀行調査：資本金1億円以上）
- ・過去10年間平均の設備投資額の動向を見ても、本県製造業は四国全体の投資額の10.6%であり、全国平均値の37%とかなり低い。　（工業統計）

○企業立地促進事業費補助金を全国トップクラスの支援策に拡充（H23）しているものの、新規雇用10人以上、投資額5,000万円以上という補助要件が、県内企業にとってはハードルが高いという声が多くある。

☆一方県内では、地域間競争に勝ち抜くため、生産力の向上への機運が高まっている。

設備投資促進事業費補助金

補助対象者：県内で1年以上製造業を営んでいる者
（補助金の利用は一事業者につき1回限り）

補助対象経費：工場等の生産性向上に資する設備投資経費
（設備取得に伴う土地又は建物の取得も対象）

補助率：設備投資額の6.8%以内
（対象経費のうち金融機関から借り入れた金額の8.0%以内）

補助限度額：3,400万円

補助要件：新規雇用1人以上（従業員数1人以上純増）
投資額2,500万円以上

実施期間：H24～H26の3年間

生産性向上の設備投資に伴う



も対象

さらに、地域住民のための津波避難施設を併せて整備するときは

○ 新規雇用がない場合も補助対象とする
または
○ 新規雇用を行う場合は補助率等を引き上げ
補助率：対象経費のうち金融機関から借り入れた金額の11.8%以内
（設備投資額の10.0%以内）
補助限度額：5,000万円
【H24.11改正】

平成25年度の取り組み

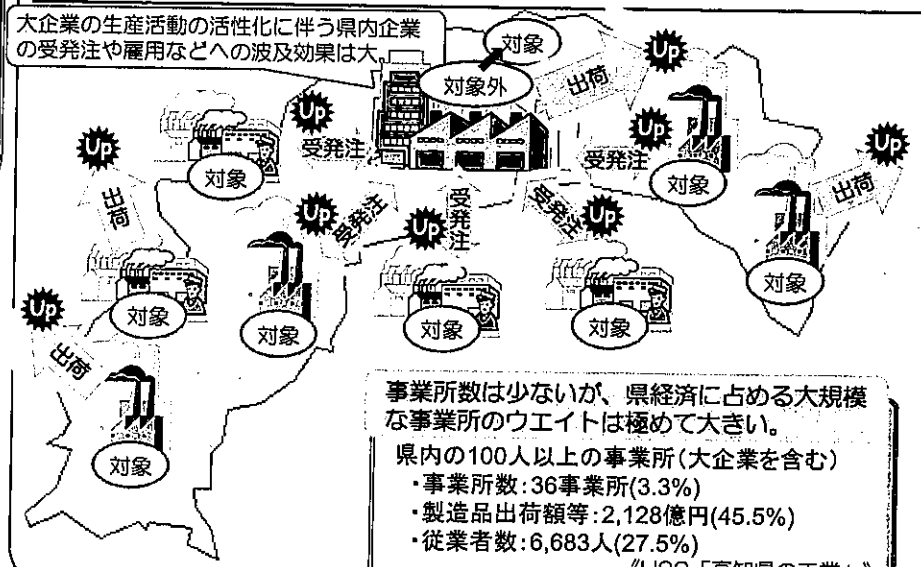
拡充

【補助対象者】
中小企業以外も補助対象に加える

雇用を確保し、企業活動を継続・拡大しようと県内で頑張る企業であれば、中小企業以外(いわゆる大企業)も中小企業と同じように支援する

県内の製造業全体の底上げ

資本金と従業員数が一定基準以上になると補助対象者から外れてしまう



事業所数は少ないが、県経済に占める大規模な事業所のウエイトは極めて大きい。

県内の100人以上の事業所（大企業を含む）
- ・事業所数：36事業所(3.3%)
- ・製造品出荷額等：2,128億円(45.5%)
- ・従業者数：6,683人(27.5%)

《H22「高知県の工業」》

別図（商工4）

事業者が行う南海トラフ巨大地震対策への支援

＜目的＞

◆南海地震等の発生時に県内事業者の損害を最小限にとどめ、事業継続、早期復旧を可能とするため、事業継続計画（ＢＣＰ）の策定を促進する
◆事業所の安全性の確保や被害の軽減のために、事業者が行う耐震診断や耐震設計、設備投資などの震災対策を支援する
◆南海地震等の津波から地域住民の命を守る津波避難施設の増加を図るため、事業者が行う津波避難施設の整備を支援する

＜現状＞

◆ BCP策定支援
・BCPプロジェクトによる策定企業数150社（H24.9末現在、策定中等含む）
・個別支援だけでは支援の数に限界があり、高知市とともに、業界団体と連携して、商工業分野の支援を加速化する必要
・新想定を踏まえたBCP策定の情報提供が必要
◆建築物の耐震化等
・工場や事務所の対策が充分に進んでおらず、耐震化の促進により、安全の確保、被害の軽減、事業の早期復旧につなげる必要
◆津波避難施設の整備
・全国でも最大と見込まれる津波浸水地域を抱えるなか、できる限り多くの津波避難場所の確保が必要
・24年度9月補正予算で民間事業者が行う津波避難施設の整備に対して支援制度を創設（2/13現在、相談件数12件、交付決定済3件）

H25年度予算見積

拡 **＜商工業ＢＣＰ策定支援事業費＞　5,820千円**

商工業者が、南海地震等に対応するＢＣＰ（事業継続計画）策定に必要な知識を深めるための研修会の開催や個別支援により、ＢＣＰ策定を促進する。

○拡充のポイント
・業界団体など一定のまとまった単位での集合研修会により、支援を強化
・ＢＣＰ策定の手引書を新想定に合わせて改訂

＜中小企業地震対策促進事業費（中小企業耐震診断等支援事業費補助金）＞　27,330千円

震災後の早期復旧のために大きな役割を期待されるものづくり企業に対し、耐震診断・設計に要する費用を助成することで、従業員の命を守るとともに、早期復旧につなげる。
◇補助対象：昭和56年5月31日以前に建築された事務所、工場等
◇補助率等：(耐震診断)補助率2/3以内(国1/3、県1/3)
上限1,333千円
(耐震改修・建替設計)補助率2/3以内(国1/3、県1/3)
上限2,000千円

＜中小企業制度金融貸付事業費（南海地震・節電対策融資）＞　3,159千円

南海地震による被害を事前に防止する取組みを支援するための貸付利率や保証料率を引き下げた融資メニューにより、中小企業の震災対策を促進する。
◇貸付利率等：(貸付利率)1.97%以内※＋(保証料率)0.20%※
＝(仕上がり)2.17%以内
※貸付利率は変動、保証料率は標準的な事業者の場合
◇限　度　額：8,000万円
◇償 還 期 間：10年(据置3年)
◇融　資　枠：10億円

＜民間活力活用地震対策促進事業費（民間活力活用津波避難施設整備促進事業費補助金）＞　60,000千円

民間事業者が市町村との協定に基づき、南海地震等による津波から地域住民の命を守る避難施設の整備を行う場合に、その経費の一部を助成することで、津波避難施設の増加を図る。
◇補助対象：津波避難施設等整備に係る事業費（外付け階段等）
◇補助率等：(地域住民の避難スペース50㎡以上)
補助率1/2以内、上限10,000千円
(地域住民の避難スペース100㎡以上)
補助率2/3以内、上限13,333千円

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～

別図(商工5)

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

産と学の橋渡し

国費等外部資金

学　産

長期テーマ → 中期テーマ → 短期テーマ → 事業化

短期へ　事業化へ

官

支援 **強化策2** 支援

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

支援 **強化策1** 支援

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

強化策1・2

25年度の強化策

1:第2期産業振興計画が目指す中長期的な成果の実現に向けてより大きな産業につながる産学官共同研究を生み出すことが必要
2:テーマ別部会が発掘、提案した研究テーマを中期テーマ研究推進事業などの産学官共同研究に繋げるための活動の活性化が必要
3:県内において、機能性食品や医療関連機器などの研究開発シーズや研究テーマの応募が増加傾向にあり、こうした機をとらえて県内の動きを強力に支援し、次代の高知県の産業をリードする新しい産業群の形成を目指すことが必要

強化策1:産学官共同研究の支援の強化

本県の産業振興につながる可能性のある有望な研究テーマを芽出し段階から支援することで、国等の資金による本格的な研究につなげるとともに、テーマ別部会のコーディネート機能を強化するために部会員の活動を活性化

強化策2:医療関連分野等アドバイザー派遣

機能性食品、化粧品、医療関連機器の製造販売などを目指す企業の重点指導や薬事法に関する勉強会を開催するための専門家を派遣

産業技術人材の育成

別図(商工6)

産業を振興するため、企業・団体の「技術人材」の育成や、商品開発などを支援します。
そのために、工業技術センター、紙産業技術センターなど県の試験研究機関が、外部の専門家も活用して全力で取り組みます。

○産業技術人材育成事業
製造技術や品質管理の研修により、産業の担い手となる製造技術者を養成します。
<工業技術センター>

○特別技術支援員
(食品加工、機械金属加工、資源利用加工)
外部人材を登用し、研修、技術相談、商品開発の支援を進めます。
<工業技術センター>

○技術指導アドバイザーによる企業活動支援事業
機械金属、食品加工など専門分野の技術指導アドバイザーを企業へ派遣し、企業技術者の育成、課題解決、企業の技術力の強化、新製品(商品)の開発を促進します。
<工業技術センター、紙産業技術センター>

○人材育成研修の充実
・溶接
(溶接管理者研修、技能講習など)
・不良解析、熱処理
・組込みソフトウェア、制御技術
・分析化学
・食品加工技術、酒造技術
・食品の安全性及び品質管理　等
(資格取得や技術レベルに応じた研修など質的向上を重視した内容の研修を実施)
○機械・金属・電子、化学、食品加工等の技術相談、巡回指導の強化

○特別技術支援員による支援強化
・製品開発や製造技術の向上への支援
・食品加工、機械金属加工、資源利用加工に関する技術指導及び技術研修、人材育成研修

○特定の課題に対して集中的に支援
○企業技術者の育成により、企業の技術力の強化を図る
○新製品(商品)の開発を促進

○紙産業活性化のための人材育成の強化
成長産業分野(食品包材、医療衛生、環境エコ)、高知に強みのある領域(不織布製造技術等)における新たな技術に対応できる人材を育成します。
<紙産業技術センター>

○「ものづくり力」育成支援
新しい商品を生み出す試験製造装置を活用し、かみわざひとづくり事業(※)等により、ものづくり人材を養成
・講演会及び成長産業3分野分科会
・紙産業技術初任者研修会
・開放試験設備利用研修
・新規導入設備説明会やデモンストレーション
○機能紙開発体制促進
機能紙開発技術を高めるために試験装置を活用し、品質管理力等を向上
・分析アプリケーションセミナー

※「かみわざひとづくり事業」とは、今後成長が期待される分野における新たなものづくりを目指し、企業や団体、専門家などで構成する分科会を設置し、発想から完成までの新製品開発能力を身に付けた人材育成を目的とする事業

別図（商工7）

人材育成研修事業

取組の現状

【事業目的】
企業が単独では実施しにくい人材育成の取り組みを支援することにより、企業にとって必要な人材の育成・確保を目指す

【メニューと実績】
◆集合型研修：研修内容や日時場所を指定し、希望者を募って開催
◆講師派遣型研修：企業に研修講師を派遣し、企業が希望する研修を実施

	22年度	23年度	24年度（2月12日現在）
集合型研修	受講者 132名	受講者 227名	受講者 210名
講師派遣型研修	受講者 10社214名	受講者 10社266名	受講者 15社539名

【研修内容】
◆集合型研修
・自己の振り返り、自己理解（気づき）、目標目的の設定などをロールプレイングを行いながら研修する

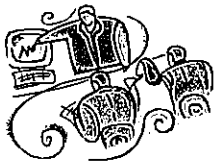
◆講師派遣型研修
・チーム力、リーダーシップ力の強化
・報、連、相や傾聴
・接遇、あいさつ
・接客、コミュニケーション
・課題解決、目標管理
等



これまでの成果

研修受講者や企業担当者からは研修に対して高い評価を受けている
（23年度アンケート）

◆研修事業への評価
・複数の企業から、このような研修の必要性は認識しているが、自社での実施は困難と回答
◆受講者の仕事の取り組み方の変化
・集合型研修受講者からは、89%が、仕事に対する意識が変わったと回答
・企業担当者からは、講師派遣型研修では13社中12社、集合型研修では71%が受講者の仕事への取り組み方が変わったと回答



事業を継続して人材の育成支援を行っていくことが必要

課　題

(1)集合型研修の受講者の拡大
・定員は満たしているものの、特に幡多地区において研修受講者の拡大が必要
(2)受講希望企業の裾野の拡大
・受講申し込みをする企業の一部に固定化が見られ、幅広い企業の受講の促進が必要
(3)企業内での人材育成の取り組みの推進
・研修受講にとどまらず、企業内部での自発的な人材育成に取り組むよう促進することが必要

H25年度の対策

(1)集合型研修の受講者の拡大
・プロポーザル方式の業者選定により、忙しい職場の方も参加しやすい研修内容の提案を基に実施する
・研修を企業が計画に組み入れやすいよう、研修計画を早期に決定し、広報活動を行うため、受託業者の決定を従来より早める

(2)受講希望企業の裾野の拡大
・受託業者には、企業訪問を行うなどの効果的な広報活動を求めるとともに、県の職員も企業と接触する機会を活用してPRに努める

(3)企業内での人材育成の取り組みの推進
・企業内の人材育成の支援を行う高知県職業能力開発協会との連携を強化し、受講した企業の人材育成の取り組み支援を行っていく



産業人材の育成と確保
高校生と若年者の就職支援等

高知県地域産業担い手人材育成事業

別図（商工8）

取組の現状

【事業目的】
地域産業を支える人材の育成と若年労働力の確保を目指す
①高校生が県内企業の魅力を知る
②高校生の職業意識を醸成させる
【事業対象校　22校】
産業系の公立高校（県立、高知市立）
【事業メニューと実績】（H25.1月末現在）

事業内容		H20実績	H21実績	H22実績	H23実績	H24実施見込み
対象校		10	23	22	23	22
①生徒の企業実習デュアルシステム事業	実施校	5	10	12	15	13
	生徒数	49	133	149	234	189
	延べ企業数	28	74	83	119	97
②企業技術者による技術指導事業	実施校	6	8	10	11	11
	生徒数	279	335	429	441	575
	延べ企業数	15	19	23	29	33
③産業教育担当教員の企業研修事業	実施校	3	3	3	3	1
	教員	7	3	3	5	3
	延べ企業数	5	3	3	5	3
④企業と学校との共同研究事業	実施校	6	6	6	6	7
	生徒数	88	78	53	62	132
	延べ企業数	8	9	9	12	16
合計	実施校	9	15	17	21	17
	生徒数	416	546	631	737	896
	教員	7	3	3	5	3
	延べ企業数	56	105	118	165	149
	実企業数	46	96	102	143	—

【事業推進組織】
＊高知県地域産業担い手人材育成連携推進委員会・幹事会の設置（年2回程度開催）
事業の課題の整理や取組の検討等を行う

【広報】
県内のインターンシップ情報を紹介するサイト「まなともネット」
県内で高校生・大学生等の職場体験の受入に協力する企業や職場体験の体験談、受入企業の声などのインターンシップ情報を紹介するサイトを活用して、生徒、教員等への広報

これまでの成果

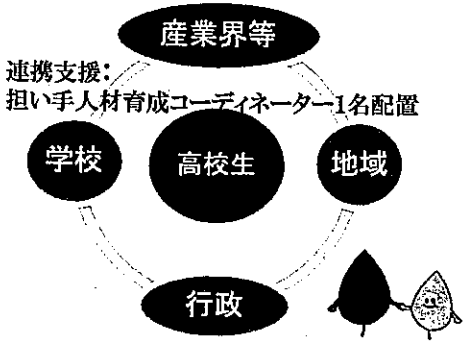
産業界、行政、学校との連携体制ができ、事業実施校や参加生徒数、受入協力企業が増加

軌道に乗った事業を継続して目的に近づくことが重要

課　題

(1) 県内企業を希望する高校生ばかりでなく、県外企業を希望する生徒への事業参加の働きかけが必要
(2) 学校内で事業を広げる事例発表会等の取り組みが必要

実施体制



＊高知県高校生就職促進支援チーム会
（年2回程度開催）
高校生の求人開拓、就職支援等を検討を行う
（教委、商工、文化、地域福祉、農業、林業、水産）

H25年度の対策

(1) 高校生に県内企業の情報や県内産業の魅力を伝える
≪事業対象校≫
・事業実施校の増加と、取組の拡大に向けて、高校での校内事例発表会の実施を促進する

・「まなともネット」により、職場体験の魅力や受入企業の声などを生徒や教員に伝える

≪事業対象校以外≫
普通科高校に対する職業理解の促進と情報提供
【継続・拡充】
・私立中高等学校に対して、企業見学や職業講話などを実施
（H25年度　校数の増　2校→4校）

・県立高校に対して、高等学校課が仕事を知ろう事業などを実施

(2) 産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことの重要性について、学校や教員の理解を深める
【継続】
・産業界と連携した教員研修の実施
（教育センター）

・「まなともネット」により、職場体験の魅力や受入企業の声などを生徒や教員に伝える

別図（商工９）

産業人材の育成と確保　県外大学生等Ｕターン就職支援事業

民間と連携した取組み

◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供

【就職相談会等】

㊐就職相談会等の実施（予定含む）

＜県内＞ ㈱高知新聞社開催　24年度４回

㈱ケンジン開催　24年度６回

＜県外＞ ㈱高知新聞社開催　24年度２回（東京・大阪　各１）

㈱ケンジン開催　24年度２回（東京・大阪　各１）

㊎上記県外合同会社説明会への直接参加と広報の実施

・県ブースにおいて県内の就職情報等を提供

㊎就職相談会等 の実施

・若者就職フェア、地域就職者面接会を国等と共催（県内５回）

・Ｕ・Ｉターン就職相談会（県内１回、県外７回）

【情報提供】

㊐企業ガイドブック配布

・㈱高知新聞「高知就職ナビ2014」 6,500部

・㈱ケンジン「高知の企業2014」 30,000部

㊎企業ガイドブックへ広告掲載と活用

・２社　ガイドブックの裏面にメッセージや就職支援ツールを紹介

・県外大学主催のUターンセミナーや、保護者会で県内就職関係情報等を説明（大学セミナー11校、保護者会９校に参加）【H25.1/31現在】

㊎県内企業の合同会社説明会等の情報発信

・県出身の県外大学院、大学、短大、専門学校生等　約3,300人に対して民間の持っている登録者リストを活用して県内企業が参加するガイダンスや就職支援情報等をダイレクトメールで情報発信

㊎県のＵ・Ｉターン支援のための総合ポータルサイト「高知で暮らす」への会員登録の促進

・登録促進のための高校生向けクリアファイル作成配布　8,000部

㊎「しごとネット」で就職関係の情報を提供

・県内の様々な求人情報取扱機関等の情報を一元的に集約

【大学生の実態把握】

㊍㊎県内企業等の県出身者の採用状況を調査

【就職支援協定によるＵＩターンの促進】

㊎立命館大学との就職支援協定による県内企業への就職支援

◆県外大学生への県内企業の理解促進

㊐インターンシップの推進

・企業と学生のマッチング、学生の受入等

㊎県内インターンシップ情報提供

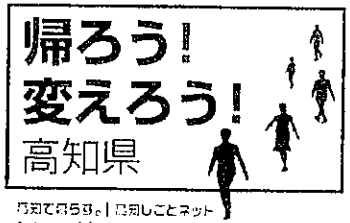
・県内のインターンシップを紹介するリーフレット作成配布　2,500部
（県外大学生向けダイレクトメール、保護者会等で配布）

課題

◆学生に対する県内企業の情報提供

◆保護者の県内企業への理解促進

◆県外大学に進学する高校生に対しての情報提供





平成２５年度の対策（継続内容）

◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供

【就職相談会等】

１　民間が実施するガイダンス等への県の直接参加と広報の実施

・官民協働でUターン就職に取り組み、参加学生及び企業の増加を目指す

・一次産業のU・Ｉターン事業と連携した広報活動

・県・企業等が一緒になり様々な場面で人材確保のメッセージを周知
企業の採用パンフやＨＰ等に活用「帰ろう！変えろう！高知県」

拡充 ■県外合同会社説明会　大阪２回⇒３回、東京２回

２　就職相談会等の実施

■若者就職フェア、地域就職面接会の実施（県内５回）

■Ｕ・Ｉターン就職相談会の開催

【情報提供】

１　企業のガイドブックへの県のＰＲ広告の掲載と活用

・企業情報を掲載しているガイドブックに高知県へのUターン就職をＰＲする広告を掲載し、県を挙げて取り組んでいることを伝える。

・ガイドブックの提供を受け、県外大学が実施する保護者会、Uターンセミナー及び大学訪問等で活用

■２誌への広告掲載

２　民間等の持っている登録者リストを活用した情報の発信

・高知県の情報の提供（インターンシップ情報・就職イベント情報等）

■ダイレクトメールによる情報発信　対象：県外在住の県内出身の大学生等

３「高知で暮らす」への会員登録の促進と情報提供

・大学等進学前の高校生への就職サイト等周知のクリアファイル配布

・高知工業高等専門学校と連携した大学進学者へのアプローチ

・県外事務所と連携した高知県出身者等へのアプローチ

・「しごとネット」で就職情関係の情報を提供

４　県内企業等の県出身者の採用状況を調査

５　大学との就職支援協定の実行と検証

◆県外大学生への県内企業の理解促進

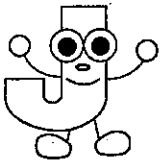
インターンシップ実施支援企業と連携した取組周知

・インターンシップ協力企業ＨＰへの掲載

・大学生向けインターンシップ窓口等の広報
県外大学生の県内企業でのインターンシップ実施の支援として、民間企業が行うセミナーや相談窓口の広報を行う。

産業人材の育成と確保・高校生と若年者の就職支援等

就職支援相談センター(ジョブカフェこうち)事業



概要

■ジョブカフェこうち
本部:高知市帯屋町2-1-35　片岡ビル1,2階
3階にハローワーク併設(ハローワーク高知若者相談コーナー)
H16.5.29設置H17.12.1に現在地に移転
10:00～19:00(年末年始を除き毎日)
幡多サテライト:四万十市右山五月町8-13　アピアさつき1階
H21.4.4設置　11:00～19:00(年末年始除き月,水,金,土)

■設置目的
主に39歳以下の若年者を対象に、就職意識の向上を図るとともに雇用におけるミスマッチを解消し、円滑な就職を促進するための事業を実施する。

■業務内容
職業相談、キャリアカウンセリング、適性検査、セミナーの開催(年間140回)、しごと体験講習を活用した早期就職支援(350人×7日＝2,450日/年)、学校等出前講座(延べ70校/年)、ジョブカフェの認知度向上のための広報員配置(本部・サテライト　10か月)

■運営
本部および幡多サテライトを高知県経営者協会へ委託
(業務のうちキャリアコンサルタントの活動については、特定非営利活動法人キャリアコンサルタント協会へ再委託)
実施体制:22名(本部　18名　幡多サテライト　4名)

現状

■若年者の非正規労働者の割合が高い全国:33.5%高知:35.4%
(H19年就業構造基本調査)

■新規学卒者の離職率が高い
高卒　全国:37.4%　高知:45.7%
大卒　全国:29.9%　高知:35.5%
(H20.3月卒)

課題

1 しごと体験受講による就職者の正規雇用率の向上

2 来所者の相談件数の増

3 幡多サテライトのキャリアコンサルタントによる相談日の増

実績

	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度(1月末)
来所者数	11,882	10,561	14,164	16,318	17,461	19,425	13,940
(うちサテライト)				986	1,346	1,206	1,249
相談件数	4,078	4,072	7,349	8,283	9,342	8,560	6,536
(うちサテライト)				499	814	760	684
来所者の相談件数割合(%)	34	39	52	51	54	44	47
しごと体験受講者数	158	165	290	358	411	394	358
(うちサテライト)				15	11	44	61
就職者数	142	385	700	785	894	959	902
(うちしごと体験受講による就職者)	(76)	(85)	(168)	(222)	(248)	(247)	(224)
(うち正規雇用者)			(74)	(67)	(41)	(83)	(95)
しごと体験就職者による正規雇用率(%)			44	30	17	34	42
(うちサテライトの就職者数)				21	12	35	62

H25年度の対策

【継続】
1 しごと体験受講者の正規雇用率の向上
・正規雇用を前提としたしごと体験受入事業所の開拓と受講者の事前トレーニングを徹底させ、しごと体験受講者による就職者の正規雇用率を向上させる。

・非正規労働者　30人×7日間＝210人日枠を設定する。
⇒若年者250人、新卒・卒後3年70人、非正規30人

【継続】
2 来所者の相談件数の増加
・キャリアコンサルタントによる相談を増加させ、来所者のキャリア形成の支援を図る。

【継続】
3 求職者及び求人企業のニーズに対応したセミナーの開催
・企業の人事担当者や若手社員を招き、企業理念や求められる人材、先輩からのアドバイス等について、直接話が聞ける相談会形式のセミナーを継続開催する。

【拡充・継続】
4 幡多サテライトの体制の充実
・キャリアコンサルタントの相談日を週3日から週4日に増やす(開所日:月・水・金・土)。

・雇用の可能性が有り就職意欲の向上に繋がる福祉分野の職場見学セミナーを継続して実施する。

○産業人材の育成と確保

専門的スキルを持った中核人材の確保

別図（商工１１）

県のＵＩターン無料職業紹介機能の強化

現　状

■「高知県Ｕ・Ｉターン人材情報システム」における求人・求職情報の提供

■「高知県Ｕ・Ｉターン企業就職等支援センター（総合案内）」の設置

■「高知県Ｕ・Ｉターン無料職業紹介所」の運営

○システム登録状況：H25.１月末現在

・求職者：300人うち職業紹介希望者157人（H24年１月末：247人うち職業紹介希望者136人）

・求人企業：150社(求人数395人）うち職業紹介対象企業30社（求人数80人）

（H24年１月末：116社(求人数301人）　うち職業紹介対象企業20社(求人数54人）

・新規登録企業数51社（H24年１月末45社)、新規求職者数258名（H24年１月末219名）うち移住より55名

・就職者数　：H20年度　10名、H21年度15名、H23年度19名，H24年度 33名



これまでの取組

■「U･Iターン人材情報システム」の運用（県外在住　既卒者対象）

(1)地域づくり支援課の「移住・就業支援システム」とﾃﾞｰﾀﾍﾞｰｽ統合化(H22.8～)

・ｾｷｭﾘﾃｨ機能強化により、求職者、企業ともにﾈｯﾄで24時間自由に登録・検索が可能

・県のＵ・Ｉﾀｰﾝ支援のための総合ﾎﾟｰﾀﾙｻｲﾄ「高知でくらす」を通じた登録も可能に

なった(窓口が２つになった)。

(2)企業ﾆｰｽﾞに合った求職者ﾘｽﾄ、求職者ﾆｰｽﾞに合った求人ﾘｽﾄを２か月に１回送付(ﾏｯﾁﾝｸﾞ)

■専任のアドバイザーの配置（１名）

■マッチングの充実

・)無料職業紹介所の開設

H20.4月～雇用労働政策課（総合窓口)、企業立地課、工業振興課と連携

H21.4月～県外事務所に職業紹介責任者配置

■求人・求職者登録の促進

<求人企業>　(H25.1月末現在)

(1)求人企業開拓員の配置（１名）：訪問企業1,241社　うち登録企業 29社

<求職者>

(1)就職相談会の実施　※国、市町村、移住や一次産業等部門と連携して開催

・県内１回(企業参加型)、参加者42名　参加企業23社

・県外開催　東京２回61名　大阪２回44名　京都１回11名　名古屋１回７名　高松１回10名

(2)大学や高専校友会との連携

・工科大、県立大、高専校友会HPへのﾘﾝｸや校友会支部への情報提供

・県外愛知以西大学40校友会へﾘﾝｸ依頼し、龍谷大１校が了承

(3)市町村広報誌へのシステム登録促進掲記事の掲載依頼（掲載　15市町村）

■U･Iﾀｰﾝ情報提供の充実

(1)ﾒｰﾙによる新着情報の提供

(2)県外事務所を活用したPR

(3)県の広報媒体を活用したPR

■高校卒業時に県内就職情報サイトを周知するグッズ配付

22、23,24,25年３月卒業見込みの県内公立高校、私立高校、高専卒業生　約8,000人／年へ配付

課　題

○無料職業紹介の対象企業数の増（１月末現在30社80求人）

紹介状を発行して斡旋できる企業数を増やす。

○無料職業紹介による就職者数の増

○U・Ｉターン求職者の希望職種に合わせた人企業開拓が必要。



H25取組

継　続

(1) 登録求職者の増加対策

・高校卒業時にシステムの周知（県内高校卒業時にクリアファイル配布）

・県のＵ・Ｉターン支援のための総合ポータルサイト「高知でくらす」を通じた登録促進

・専門高校校友会や県外大学校友会等への周知と情報提供及び県外事務所と連携したイベント等でのアプローチ

継続

(2) 無料職業紹介の対象企業の拡大

(3) U・Ｉターン求職者の希望する職種の企業開拓

(4) 紹介対象企業の求人にマッチした人材を登録者の中からﾘｽﾄｱｯﾌﾟし、企業訪問時に紹介

継　続

(5) マッチング強化

誘致企業へのﾌｫﾛｰｱｯﾌﾟ時に、ｼｽﾃﾑ登録人材の紹介等により、ﾏｯﾁﾝｸﾞをより強化する（企業立地課）

継　続

(6) 県外事務所から県人会の下部組織へのｱﾌﾟﾛｰﾁ懇親会等でのシステム周知による中核人材の登録促進

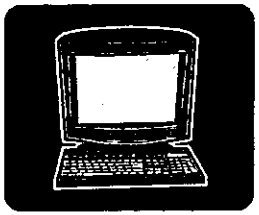
拡　充

(7)「ｼﾞｮﾌﾞｾﾝﾀｰはりまや」内の「U・Ｉターン相談コーナー」を毎週１回開設(H24年度月２回)

目指します。



●U･Iﾀｰﾝ人材情報ｼｽﾃﾑへの登録を促進します。



●県外在住の中核人材の確保を推進します。

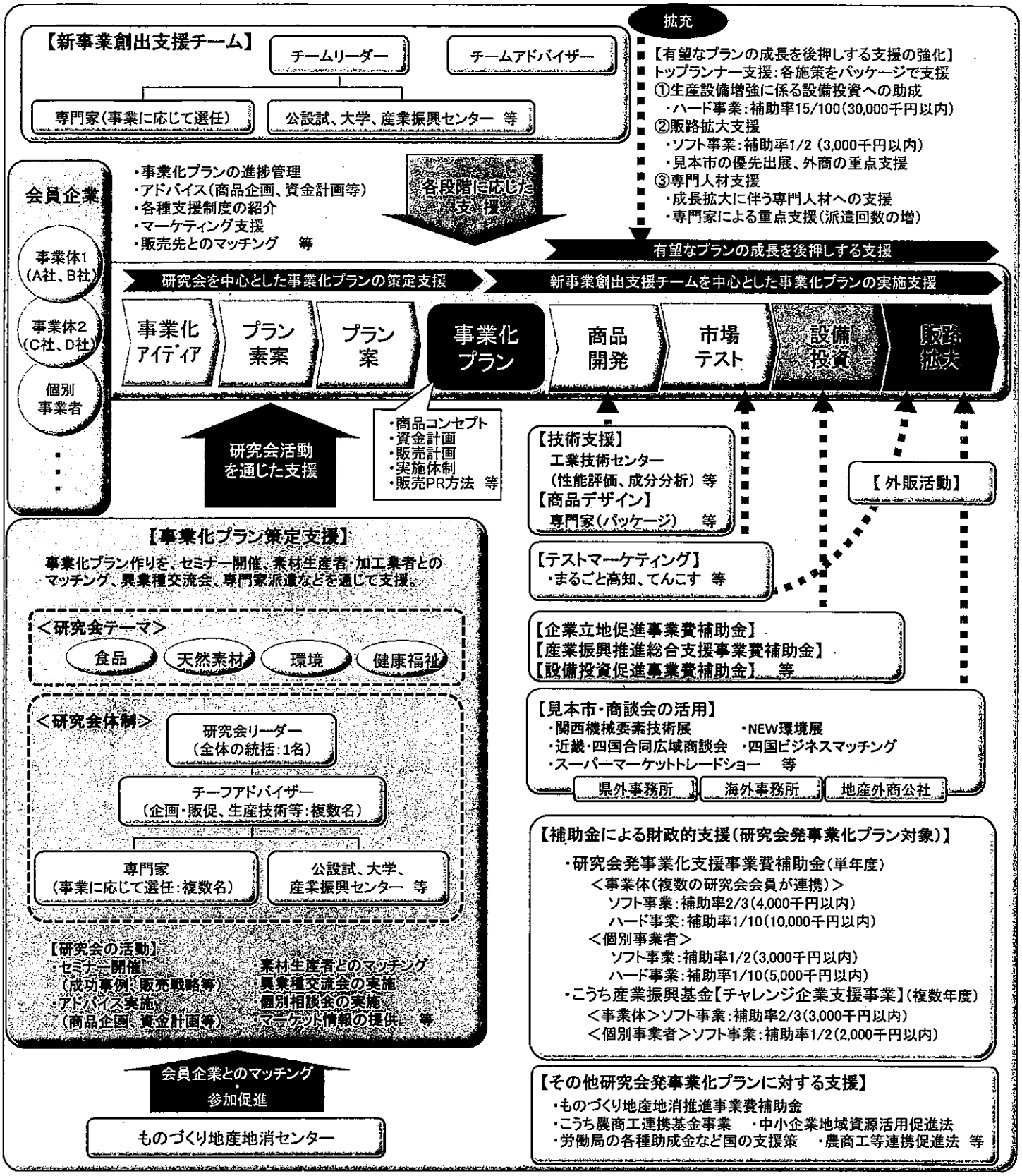
●ﾏｯﾁﾝｸﾞを強化するとともに、県外事務所からのｱﾌﾟﾛｰﾁも強化します。

別図（商工12）

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。



別図（商工13）

防災関連産業の振興

目的・ねらい

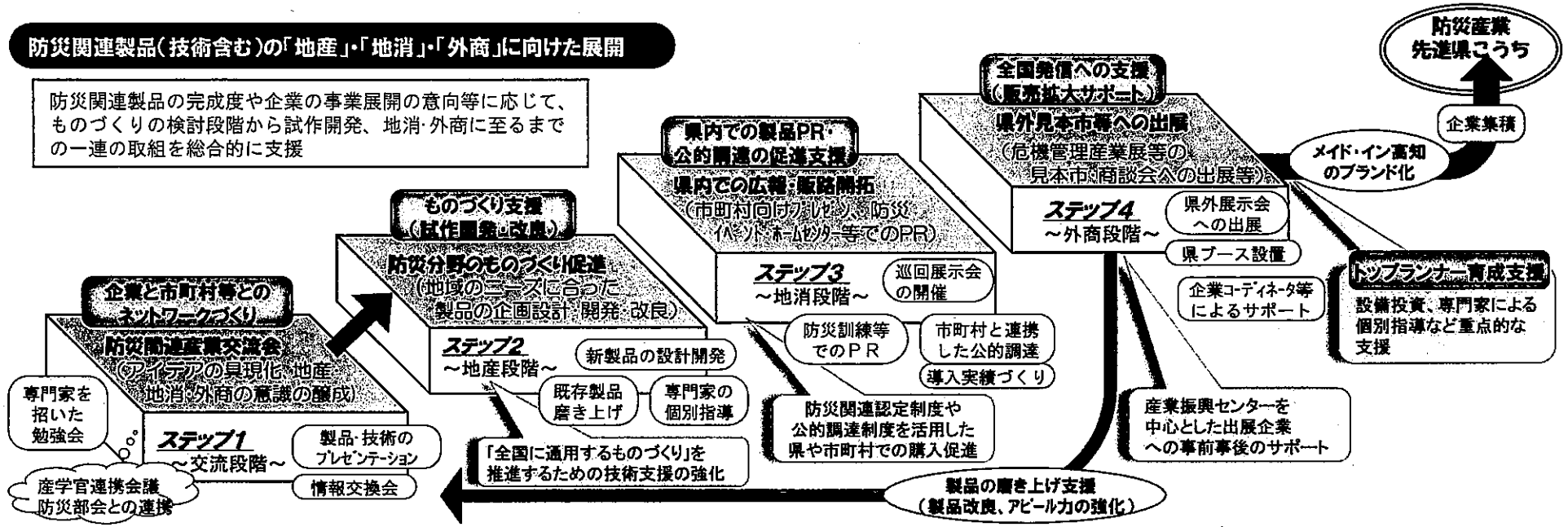
県内の防災関連の需要を県内企業の商品で満たす「地産地消」や、全国で求められる製品を県内企業が商品化し、売り出していく「地産外商」に取り組むとともに、南海トラフ巨大地震対策と連動することで、相乗効果を生み出しながら防災関連産業の振興を図る。

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

防災分野の地産地消等の意識醸成
地域ニーズや防災製品等の情報交換

《官民協働での推進体制づくり》
（拡）・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》
（新）・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

＜ステップ2＞ 全国に通用するものづくり支援

メイド・イン高知の防災関連製品（技術含む）の設計開発・早期事業化の推進

《ものづくりの推進》
（新）・全国レベルで競い合うことのできる製品に磨きあげるための専門家によるコーディネート
・ものづくり地産地消推進事業費補助金（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センターによるマッチング支援

＜ステップ3＞ 県内でのPR・実績づくり支援

県内での防災関連製品・技術のPRと市町村や県による公的調達の加速化

《PRの推進》
・防災関連認定製品カタログの配布
（新）・巡回展示会（防災ものづくりフェスタ）開催
・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
（新）・「メイド・イン高知」の導入事例のPR

《公的調達の促進》
（新）・新たな公的調達制度（新事業分野開拓者認定制度）を活用したメイド・イン高知の防災関連製品の購入

＜ステップ4＞ 県外での販売拡大支援

メイド・イン高知の防災関連商品や技術を全国にアピールし、県外市場を開拓

《外商機会の拡充とフォローの徹底》
（拡）・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
中部ライフガードTEC2013（ポートメッセなごや）
EE東北'13（夢メッセみやぎ）
危機管理産業展（東京ビッグサイト）
防犯防災総合展（インテックス大阪）
震災対策技術展（パシフィコ横浜）
・産業振興センター外商支援部を中心とした出展前後のサポートの徹底
・こうち産業振興基金による出展経費助成

（新）中山間地域等におけるシェアオフィスの推進及び支援

【新産業推進課・地域づくり支援課・中山間地域対策課・情報政策課】

別図（商工14）

背景・目的

＜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＞中山間地域等の豊かな環境や遊休施設等を活用して、市町村によるシェアオフィスの整備や、入居する企業・新規創業者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

事業フロー

市町村

意欲のある市町村と連携したシェアオフィス事業計画の策定
市町村の実態調査（場所、通信インフラ等）→事業化プラン募集→審査認定

施設整備
環境整備

拡 ○移住促進事業費補助金／地域づくり支援事業費補助金（地域づくり支援課）
○集落活動センター推進事業費補助金（中山間地域対策課）→シェアオフィスや移住者の居住施設等の整備に活用

新 ○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）→シェアオフィスまで超高速通信基盤（光ファイバー等）の整備に活用

設置施設・地域PR
ビジネスプラン公募
入居審査・決定

市町村の事業化プランづくりや入居者審査への協力
事業全体のPR、ビジネスプランコンテストの実施など

開設・入居開始

創業開始
事業者支援

想定される事業者
・IT関係
・デザイン関係
・建築設計等

・新規創業
・SOHO事業
・サテライト
（定着型）
（滞在型）

新 ■相談窓口の設置等
○重点分野雇用創造中山間地域等創業支援事業委託料
→相談員の配置、創業セミナーの開催等

新 ■創業者・SOHO等への補助制度の創設
○中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金
→事業着手から最大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）
・通信費　補助率10/10
・創業経費（創業後6ヶ月以内）　補助率1/2
・設備賃借料、能力開発費　補助率1/2
・新規雇用経費 常勤30万円/人、パート15万円/人 等

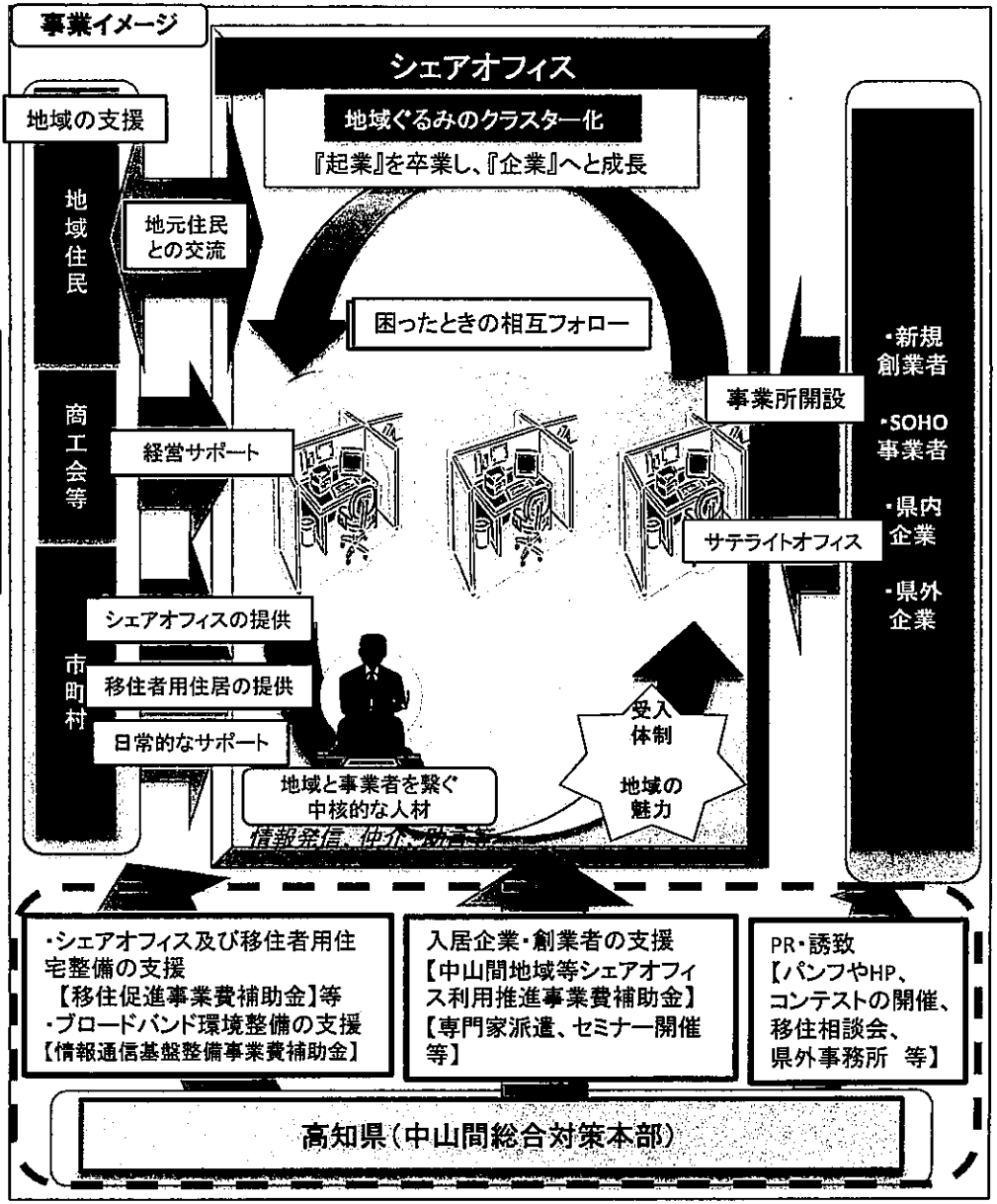
■その他の支援制度
・専門家派遣、e-コマース相談会の開催　等

企業立地

企業立地促進事業費補助金　※既存制度

県

事業イメージ



**中山間地域等におけるUIターンの促進や交流人口の増
地域経済の活性化、雇用の場の創出　等に繋げる**

別図(商工15)

ゲーム産業創出事業

ソーシャルゲーム開発の取組状況

H23.1 ｺﾝﾃﾝﾂﾋﾞｼﾞﾈｽ創出育成協議会設立(官民協働で開発等支援)
H23.4～10 H23ｹﾞｰﾑ企画ｺﾝﾃｽﾄ 応募総数 50作品
⇒入賞作3作品県内事業者ゲーム化
H24.1月 1作目配信
6月 2作目配信
(月商10,000千円達成)
H25.1月 3作目配信
H24.4～9 H24ｹﾞｰﾑ企画ｺﾝﾃｽﾄ 応募総数 173作品 入賞2作品

地域クラスターの形成

雇用の創出・若者の定着で
地域に活力

H27～ 関連ビジネスの集積

・ゲームに関連したビジネス
(イラスト、音楽、映像等)
の集積を促進
・クリエイターの集積

≪ステップ2での目標≫
・売れるゲームの開発促進
・収益による次ゲーム開発の
サイクル構築
⇒ ・あらたな雇用の創出
・ソーシャルゲーム
ビジネスの確立

≪ステップ1での成果≫
・配信ゲームのヒットによる
産業への芽出し
・開発企業でのノウハウの蓄積

H25～H27 参加企業の拡大・人材育成の取組

・県内企業の新規参入
・県外企業との協業や誘致
・イラスト制作事業への参入
受け皿を整え、人材確保へ
⇒ ・開発・運用者育成の
ためのOJT事業
・ゲームビジネス育成
組織の移行の検討

ステップ 3

～関連ビジネスへの
波及～

H22～H24 ソーシャルゲーム ビジネスへの挑戦

・企画コンテストの開催
・県内事業者による
ゲーム開発

≪高知県の強み≫
まんが甲子園の実績・
ネットワーク
⇒大手ゲーム会社等の
バックアップ

ステップ 2

～すそ野の拡大～

ステップ 1

～新分野に挑戦～
新たな産業への芽出し

支援強化による
参入促進

≪ステップ2での取組≫

参加企業の拡大に向けた支援の強化
◆配信後のブラッシュアップも含めた
開発に対する助成制度の充実
◆新規参入希望企業への制作技術、運営
ノウハウ等の講習会を実施

⇓

新規参入企業の増加を促進

ゲームビジネスのすそ野拡大へ

≪ステップ1での課題≫
開発企業の少なさ ／資本基盤の弱さ

ものづくり地産地消推進事業

別図(商工16)

事業の目的

県内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、製品の改良に要する経費の一部を助成するとともに、複数年にわたる事業への柔軟な対応を行い、ものづくり企業の技術力や製品開発力の向上を図る。

[ものづくりの地産地消とは]
県内の生産現場で必要とする、ものづくり(加工や機械設備の製造等)をできるだけ県内事業者どうしで行うこと。

取り組みの内容

1 マッチング支援 ⇒ものづくり地産地消センター
- (1) 機械化ニーズの情報収集と情報提供
- (2) 現地視察と情報交換会
- (3) ものづくり総合技術展

2 試作機の開発支援 ⇒ものづくり地産地消推進事業費補助金
- (1) ステップアップ事業
  (企画から設計段階に至るまでの取り組みを支援)
  採択件数:11件(農林水産業:4件、防災:4件、その他:3件)
- (2) 試作開発事業
  (実際に試作機を開発する取り組みを支援)
  採択件数:54件(農林水産業:18件、防災:16件、食品加工:5件、機械金属:8件、その他:7件)

(注)括弧内:補助金実績額(実績未確定の事業は見込みのものを含む)

補助金実績※		一般分	防災分	計
H22	ｽﾃｯﾌﾟｱｯﾌﾟ	6件 (2,735千円)		6件 (2,735千円)
	試作開発	9件 (33,487千円)		9件(33,487千円)
H23	ｽﾃｯﾌﾟｱｯﾌﾟ	0件 (0千円)	1件 (790千円)	1件 (790千円)
	試作開発	14件 (50,995千円)	3件 (12,582千円)	17件(63,577千円)
H24	ｽﾃｯﾌﾟｱｯﾌﾟ	1件 (925千円)	3件 (1,730千円)	4件 (2,655千円)
	試作開発	15件 (56,513千円)	13件(53,675千円)	28件(110,188千円)

※平成25年3月31日現在

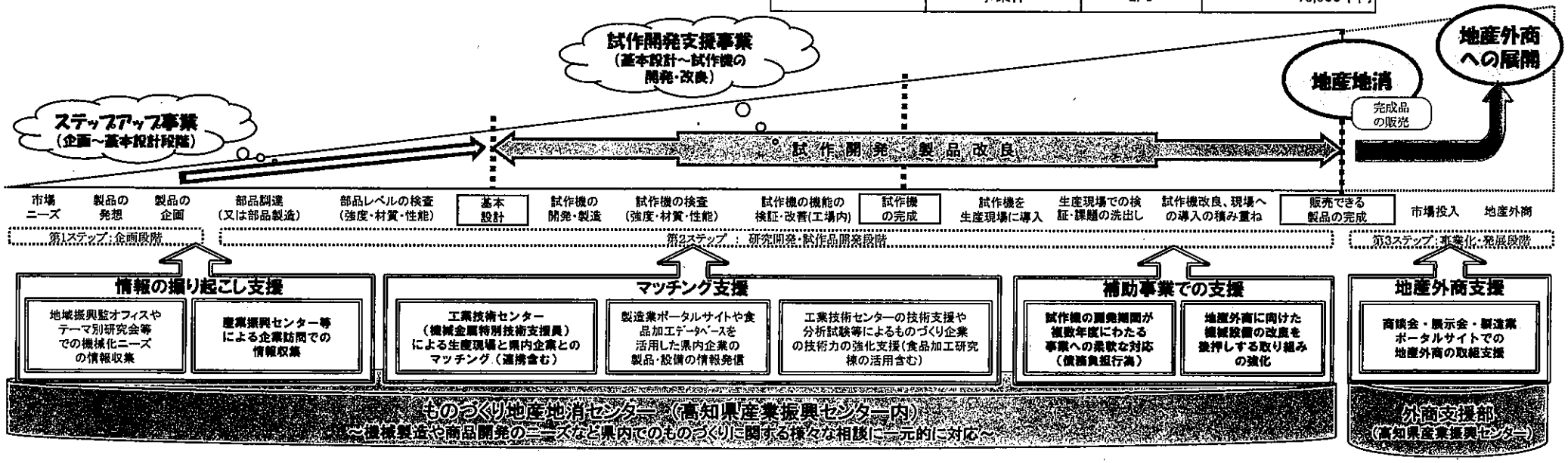
事業スタート

・ものづくり地産地消センター開所
・複数年度にわたる事業に対応

・防災関連産業交流会の設置
・防災枠予算の確保

ものづくり地産地消推進事業費補助金

分野	対象	補助率	補助上限額
ｽﾃｯﾌﾟｱｯﾌﾟ	個別事業者	1/2	1,000千円
試作開発(改良含む)	個別事業者	1/2	10,000千円
	事業体	2/3	13,500千円



別図（商工17）

受注拡大に向けた取り組みの概要（機械系）

県内ものづくり企業の現状と課題

- 小規模企業が多い
  - 情報発信力が弱い（自社HPを持たない企業が多い）
  - 営業力に乏しい（新規受注開拓に労力を割けない）
  - 連携した受注確保が困難（県内企業同士の横のつながりが弱い）

【これまでの取り組み】

- ○産業振興センター専門調査員による発注開拓
- ○高知県工業会・共同受注部会による受注開拓
- ○個別企業に対し商談会・見本市への参加支援
- ○民間企業グループによる製造業ポータルサイトの設置・運営（高知よさこいfactory：H13～）

取り組みの拡大と再構築

県内企業の受注拡大のための総合的支援（受注拡大支援事業の施策内容の決定）

【構成メンバー】

- ○高知県工業会（事務局）
- ○よさこいfactory
- ○産業振興センター
- ○高知市（商工振興課）
- ○南国市（商工水産課）
- ○香南市（商工水産課）
- ○工業技術センター
- ○高知県工業振興課

受注拡大検討委員会

対策

- 県内企業の持つ優れた製品や強みを県外企業へPR
- 県外企業からの受注の確保・強化
- インターネットを活用した情報発信力の強化

高知の製品・強みを売り込む／仕事の受注を確保・開拓する／インターネットを活用する

平成21年度～ → 平成24年度 → 平成25年度

見本市への県ブースへの設置

主要な都市圏で開催される主要な見本市への県内企業の出展を支援

	平成24年度		平成25年度
首都圏	2012NEW環境展 12小間 9社		2013NEW環境展 8小間5社1団体
	第74回東京インターナショナルギフトショー 8小間 17社		第76回東京インターナショナルギフトショー 8小間 15社
	危機管理産業展2012【防災】 6小間 8社		危機管理産業展2013【防災】 6小間 8社
	中小企業総合展2012【防災】 4小間 5社	見直し	新機能性材料展2014 6小間 6社
	第17回震災対策技術展【防災】 4小間 7社		第18回震災対策技術展【防災】 6小間 8社
関西圏	第6回地域防災防犯展【防災】 5小間8社		防犯防災総合展 in KANSAI2013【防災】 6小間8社
	第15回関西機械要素技術展 11小間6社1団体		第16回関西機械要素技術展 8小間7社1団体
	びわ湖環境ビジネスメッセ2012 6小間 4社		びわ湖環境ビジネスメッセ2013 6小間 6社
東海	メッセナゴヤ2012 6小間 4社	見直し	中部ライフガードTEC【防災】 4小間 5社
東北		新規	EE東北'13【防災】 4小間 5社
その他		新規	（産振センター）県外見本市へのブース出展

商談会の開催

県外有力発注企業と県内企業との受発注のマッチング

	平成24年度	平成25年度
県外	（産業振興センター）・商談会1回（関西圏または中国地方）・広域で連携して開催する大規模商談会 3回（愛媛県、大阪府、京都府）	（産業振興センター）・商談会1回（関西圏または中国地方）・広域で連携して開催する大規模商談会 3回（徳島県、大阪府、京都府）
県内	（産業振興センター）・単独商談会 4回（高知市）・ものづくり総合技術展にあわせ、商談会開催（下請、製品）	（産業振興センター）・単独商談会 4回（県中央部）・ものづくり総合技術展での下請・製品商談会

製造業ポータルサイト

県内企業のインターネットによる情報発信支援

- 見本市や商談会での発注企業に対するPR活動、会員企業増加のための募集活動

その他の施策

○高知県産業振興センターの外商支援部等との連携
- 検討チーム会で企業ごとに支援内容を協議
- 販売計画策定やホームページへのアドバイス、戦略的な営業活動のための専門家の活用
- 県外見本市へのブース出展や県内展示会や県内外での商談会の開催
- 見本市、商談会に出展する企業への事前や当日、事後の営業サポート
- 定期的な企業訪問、同行訪問、県外での県内製品の紹介、マッチング支援
- 外商支援製品カタログの作成
- 見本市、商談会での出展支援や終了後の営業活動支援

○こうち産業振興基金による出展費用への助成
- 経営革新支援事業
- 企業団体チャレンジ支援事業

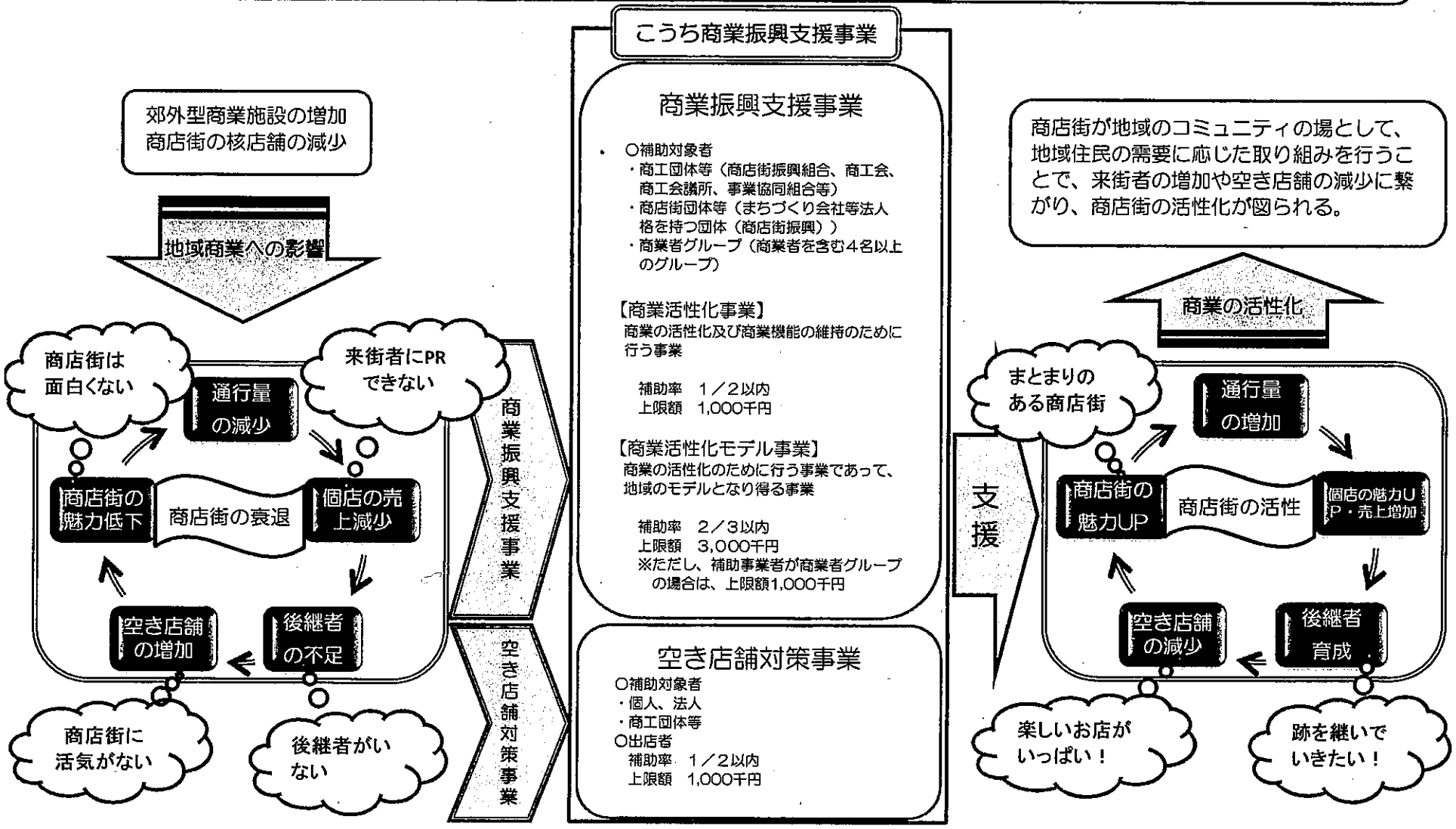
新たな見本市に出展し更なる受注拡大／大規模広域商談会と商談会でマッチング／情報発信

県内ものづくり企業の受注拡大（地産外商の推進）＝外貨の獲得

別図（商工18）

こうち商業振興支援事業費補助金

商工団体等が行う商業の活性化事業、商業機能の維持及び地域生活者の利便性の確保を図る事業や、商店街の空き店舗への出店を支援し、商業の振興を図る。

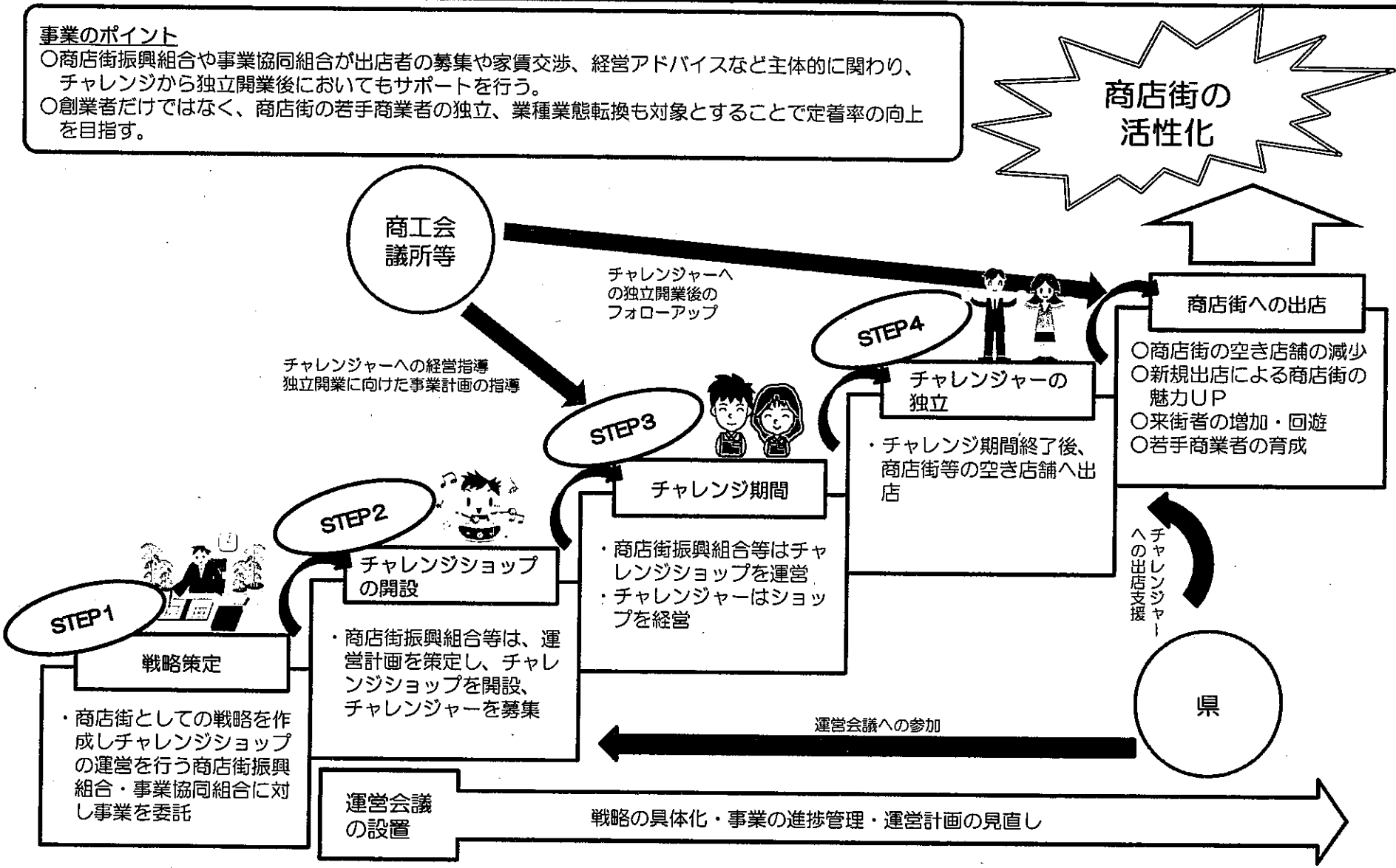


チャレンジショップ事業

別図（商工19）

目　的
　商店街の空き店舗を解消することにより、商店街の賑わいを創出し、活性化を図る。
内　容
　○開設店舗　　：　3店舗　３０坪程度／店舗　　○チャレンジャー：　１店舗３名程度のチャレンジャーを想定
　○出店期間　　：　６ヶ月～１ヶ年　　○開設期間　　：　H24.1～H26.12（予定）

事業のポイント
○商店街振興組合や事業協同組合が出店者の募集や家賃交渉、経営アドバイスなど主体的に関わり、チャレンジから独立開業後においてもサポートを行う。
○創業者だけではなく、商店街の若手商業者の独立、業種業態転換も対象とすることで定着率の向上を目指す。



海洋深層水の利用拡大に向けた取り組み

別図(商工20)

他の取水地と連携して首都圏で海洋深層水商品のＰＲを行うとともに、ビジネスに結びつく連携事業を展開し、海洋深層水のブランド力を強化する。
また、新商品の開発や新分野の研究等の取組に対する支援を行う。

現状・課題

海洋深層水関連商品の売り上げが足踏み傾向

○全国１６か所で取水が行われ、海洋深層水の認知度の高まりとともに多くの商品が誕生

○にがりブームの終息に伴って深層水関連商品の売上額は足踏み傾向

大消費地への売り込み

○首都圏をはじめとする大消費地への情報発信の強化と販売の拡大

海洋深層水の利用拡大

○海洋深層水を使った新たな商品開発と未利用企業の利活用の促進

対応の方向性

新たな需要の創出と販路の開拓

海洋深層水のブランド力の強化

海洋深層水の新たな利用分野への展開

平成25年度の取り組み

新たな需要の創出と販路の開拓

●首都圏等での販売拡大
- 地産外商公社等と連携した戦略的プロモーション
- 海洋深層水紹介パンフレットを作成し、「まるごと高知」（地産外商公社）や県外事務所等と連携して、選定企業に直持ちしての営業活動の実施
- 高知海洋深層水企業クラブと連携し、首都圏のイベント等でのPRの実施
- 量販店等での「深層水フェア」の開催に向けた企画の提案
- 商談会等に出展後、商談先企業への直接訪問など十分なアフターフォローを実施
- インパクトの大きい大手企業等の自社商品へ海洋深層水利用の働きかけ

海洋深層水のブランド力の強化

●他の取水地との連携した取組
- 全国海洋深層水取水地連携協議会の有効活用による連携事業の促進
- スーパーマーケットトレードショーへの共同出展及びアフターケアの実施
- 首都圏での海洋深層水フェアの実施
- アンテナショップフェスティバルへの出展

●室戸ジオパークと連携したブランド力の強化
- 観光コースに深層水関連工場見学を組み込み、ジオパークと一体的なPRを実施
- ジオパーク観光のお土産としての新商品開発と既存商品の定番化

海洋深層水の利用拡大に向けた研究開発等

●深層水を使った新たな商品開発と未利用企業の利活用の促進
- 成長分野育成支援研究会との連携
- 工技センターと連携し、濃縮水の有効活用を図る

●深層水の有効性を示す実証的な取組支援等
- 深層水の有効性を示す実証的な取組（高知大医学部等）に対する支援

●新商品開発時の試験研究機関等とのコーディネートや専門家の派遣制度を活用した支援

●研究開発の促進

平成２５年度建設業の新分野進出支援

別図（商工21）

平成２４年度の取組

１　支援体制の整備

(1)新分野進出アドバイザー（H22.5月～）

セミナー参加者、実態調査で３年以内に進出希望とした企業などを中心に訪問活動を実施

(2)地域産業振興監オフィス（H22～）

地域の相談窓口として連携

(3)国とのアドバイザリー契約（H23～）

専門家派遣体制及び国との連携を推進

２　情報の提供

(1)建設業新分野進出説明会・セミナー

会場を２カ所程度に絞り継続

（H24参加者実績：４７社・８１人・個別相談６件）

(2)先進企業の見学等も含めた勉強会を新設

（ホテル業：９社・１８人、高齢介護施設：14社・21人）

(3)実態調査、事例集の配布

セミナー等の場で、継続的に配布

３　成功事例の拡大（進出の加速化）

(1)建設業経営革新支援事業

(2)実現可能性調査(F/S)への支援

こうち産業振興基金（１００億基金）により支援（補助率：2/3、上限：１００万円）

平成２５年度の取組

１　支援体制の整備

(1)新分野進出アドバイザー（継続）

セミナー参加者、実態調査で３年以内に進出希望とした企業などを中心に訪問活動を実施

(2)地域産業振興監オフィス（継続）

地域の相談窓口として継続

拡 **(3)専門家派遣体制を強化**

産振ｾﾝﾀｰに進出分野に応じた専門家派遣ﾈｯﾄﾜｰｸを構築

（国との連携は継続）

２　情報の提供

(1)建設業新分野進出説明会・セミナー（継続）

拡 **(2)視察・勉強会を強化（２回→３回）**

農業分野等の視察・勉強会を予定

(3)事例集等の配布（継続）

新 **(4)実態調査を実施**

【目的】第２期産振計画 前期２年間の実績を調査

【対象】県登録業者約１，５００社　【実施時期】H26.6月～8月

３　成功事例の拡大（進出の加速化）（継続）

こうち産業振興基金（１００億基金）による支援

（１）建設業経営革新支援事業

（２）実現可能性調査(F/S)への支援

※ 両事業を活用する企業の更なる掘り起しとフォローアップを実施

目標とする姿

短期的な視点

新分野進出数
（H２２）
１６０社
↓
（H２７）
２３０社

長期的な視点

新分野進出による地域産業活性化と働く場の確保

Ⅱ　専門分野の成長戦略

5　観光分野

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状	第2期計画ver.2の取組			
	H24	H25	H26	H27
県外観光客入込数 388万人(H23) ↓ 384万人(H24) 観光総消費額 953億円(H23) ↓ 1000億円(H24)	核となる観光拠点の形成	○地域の観光拠点づくりの推進（P486） ○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実（P486）		
	観光資源の発掘・磨き上げ	○満足度の高い観光商品づくり（P488） ○新たな観光資源の創出（P490） ○産業間連携による観光消費の拡大（P492）		
	広域観光の推進	㊎地域コーディネート機能の強化（P492） ○県内各地域との連携による周遊観光の推進（P494） ○県域を越えた連携の推進（P494）		
	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（P496） ㊎ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開（P496） ○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信（P500） ○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致（P500） ○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致（P500）		
	人材の育成	㊎観光産業を担う人材の育成（P502） ○観光ガイドの育成、技術の向上（P502） ○観光事業者等へのおもてなし研修の実施（P502） ○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（P502）		
	おもてなしの向上	㊎おもてなしの気運の醸成（P504） ○観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】（P504） ○きめ細かな観光情報の提供（P504） ○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保（P506） ○観光基盤の整備（P506）		
	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（P508） ㊎年間を通じたスポーツイベント等の開催（P508） ㊎アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動（P508）		
	国際観光の推進	㊎国別戦略に基づく誘致活動（P510） ○受入態勢の充実（P512） ㊎四国４県連携によるプロモーション活動の推進（P512）		

を目指す本県産業の姿　観光分野

4年後の目標（H27年度末）

- ●核となる観光拠点の整備
  7箇所
- ●一人当たり観光消費額
  (H20) 25,459円
  →27,500円
  [H23:24,542円]
- ●二泊以上の宿泊客数
  (H20) 85.5万人→100万人
  [H23:93万人]
- ●リピーターの数
  (H22) 50万人 →65万人
  [H23:41万人]
- ●首都圏からの観光客数
  (H20) 30.5万人→45万人
  [H23:50万人]
- ●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
- ●教育旅行等による入込数
  (H23年度) 0.8万人→1万人

- ●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%
    [H23:76%]
  - ・食事・料理店 74%
    [H23:77%]
  - ・観光施設 75%
    [H23:77%]
  - ・観光施設の美化 72%
    [H23:71%]
  - ・公共トイレの快適性 57%
    [H23:54%]
  - ・案内標識 53%
    [H23:53%]
  - ・タクシーの接客マナー 46%
    [H23:46%]

- ●スポーツツーリズムの推進による新規入込客数
  2万人
  [H23:6千人]
- ●外国人延べ宿泊者数
  (H22) 1.6万人泊
  →3.2万人泊
  [H23:1.3万人泊]

●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（年に2回以上）
- 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
    87万人
- 観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の周遊観光が根付いている

県外観光客入込数435万人以上　観光総消費額1300億円以上を目指す
～地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業～

第２期産業振興計画　産業成長戦略（観光分野）の概要

戦略の柱　全国に通用する観光地づくり

取組方針１ 核となる観光拠点の形成

県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、その地域への全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げていきます。

<これからの対策>
○地域の観光拠点づくりの推進
○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実

取組方針２ 観光資源の発掘・磨き上げの推進

これまで各地域で取り組んできた体験プログラムなどの成果やノウハウ等を生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取り組みをさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進めます。
また、地域に潜在化している資源の中から、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大します。

<これからの対策>
○満足度の高い観光商品づくり
○新たな観光資源の創出
○産業間連携による観光消費の拡大

取組方針３ 広域観光の推進

観光拠点を中心として周辺の観光地等を巡る周遊プランをつくるなど、地域の面的魅力を高めるための地域コーディネート機能の強化を図ります。
また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

<これからの対策>
○地域コーディネート機能の強化
○県内各地域との連携による周遊観光の推進
○県域を越えた連携の推進

取組方針４ 効果的な広報・セールス活動の推進

これまでの博覧会の開催を通じて培った広報・セールス活動のノウハウを生かしながら、旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していきます。
また、多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行、波及効果が期待できるロケ撮影など、多様な誘致活動を進めます。

<これからの対策>
○統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施
○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開
○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信
○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致
○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

取組方針５ 人材の育成

自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の人材育成に取り組んでいきます。
また、専門家を活用して観光客の受入を担う人材の育成を図っていきます。

<これからの対策>
○観光産業を担う人材の育成
○観光ガイドの育成、技術の向上
○観光事業者等へのおもてなし研修の実施
○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保

取組方針６ おもてなしの向上

県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細かな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組んでいきます。

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

取組方針７ スポーツツーリズムの推進

プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

<これからの対策>
○推進体制の強化及び受入態勢の充実
○年間を通じたスポーツイベント等の開催
○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

取組方針８ 国際観光の推進

主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内板の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図っていきます。

<これからの対策>
○国別戦略に基づく誘致活動
○受入態勢の充実
○四国４県連携によるプロモーション活動の推進

目指すべき４年後の姿

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

県外観光客入込数400万人以上
観光総消費額1,100億円以上を目指す

産業成長戦略の概要（観光分野）

観光は、宿泊や飲食、土産物など産業のすそ野が広く、即効性のある分野ですが、その効果が十分に行き渡っていないという課題がありました。そこで、第１期計画では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を契機として開催した「土佐・龍馬であい博」「志国高知 龍馬ふるさと博」の二つの博覧会を通じて、自然や歴史など本県の持つ魅力を組み合わせた体験プログラムの開発や、観光客から高い評価をいただいている食にスポットを当てたイベントを開催するなど、観光分野から他の産業への波及効果をさらに高める取組を行ってきました。このような取組の結果、雇用の創出や大きな経済波及効果をもたらすとともに、地域の観光振興に対する意識向上にもつなげることができました。

しかしながら、本県は地理的な条件から移動時間や移動料金といった面でハンディがあるという根元的課題を有しているため、これまでの博覧会開催の取組を通じて得られた成果や財産を最大限活用し、全国に通用する観光地づくりや、本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化など、ハンディを克服するための魅力づくりを目指して、さらに挑戦を続けていく必要があります。

そこで、第２期計画では、以下の８つの取組方針に沿って取組を進めています。

取組方針の一つ目の「核となる観光拠点の形成」では、県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げ、そこを中心とした地域周遊や観光消費が拡大していくことを目指していきます。

二つ目の「観光資源の発掘・磨き上げの推進」では、これまで各地域で取り組んできた体験プログラム造成などの成果やノウハウ等を生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取組をさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進めます。

また、地域に潜在化している資源の中から、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大します。

三つ目の「広域観光の推進」では、地域の面的魅力を高めるための広域観光組織の機能の強化を図るとともに、地域が主体となって行う地域博覧会等の取組を支援します。

また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

四つ目の「効果的な広報・セールス活動の推進」では、首都圏のマスメディアに向けた情報発信の強化や、近隣県に対してきめ細かに情報を発信するなど、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していきます。

五つ目の「人材の育成」では、自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の育成を進めていきます。これら五つの取組を一体的に進め、専門家等も活用しながら、地域が主体となった観光振興に取り組んでいきます。

六つ目の「おもてなしの向上」では、県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細かな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組んでいきます。

七つ目の「スポーツツーリズムの推進」では、プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

八つ目の「国際観光の推進」では、主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内板の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図っていきます。

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
1. 核となる観光拠点の形成	◆本県は大都市から遠隔地にあり、アクセスに要するコストも高いという地理的ハンディキャップを根源的な課題として抱えており、遠くからでも誘客が可能な観光地の形成が必要である	・地域アクションプランなどの取組などにより、地域観光を総合的に支援してきた ◆室戸ジオパークや海洋堂ホビー館のような地域の核となり得る新たな観光拠点が生まれ、多くの人が訪れるようになった	◆観光客が県内各地域を周遊するためには、その地域への誘客の目玉となる観光拠点を整備することが必要	◆地域の観光拠点づくりの推進 ★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成 ★拠点整備の方針を検討するための専門家による指導・助言 ★観光拠点を計画的に整備するためのハード・ソフト両面での支援		○				
				◆こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実 ○こうち旅広場の運営 ○新たな誘客の目玉となるコンテンツの検討		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

P514
別図(観1)参照

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点(平成27年度末)	長期的な視点(概ね10年先)
					◆地域の誘客の目玉となる観光拠点が整備されることで、そこを目指して全国から多くの観光客が訪れるとともに、広域エリアで観光拠点を中心とした地域周遊が進み、県下各地で観光消費が拡大している ◆核となる観光拠点の整備 県内7か所	◆各地の観光拠点を中心とした周遊観光が定着し、県全域が魅力ある観光地として全国に認知される

観光人材育成塾を通じた担い手の育成

地域の事業者:観光人材育成塾への参加
(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催

県地域観光課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査

地域観光推進の取組支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:自律的な地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援

地域観光推進における課題解決の支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援

拠点整備方針の検討

市町村等:拠点整備のコンセプトや整備プランの検討
(財)高知県観光コンベンション協会、県関係課:整備方針を検討する際の専門的指導・助言
県地域観光課:計画準備段階からの支援

観光拠点の整備

市町村等:全国からの誘客と地域への経済効果が見込める施設整備など、地域の核となる観光拠点づくりを推進
県地域観光課:観光拠点等整備事業費補助金による市町村の取組への支援
(財)高知県観光コンベンション協会、県観光政策課:観光拠点の重点プロモーションの実施等

観光地づくりの検討

県地域観光課:事業成果を踏まえた新たな観光地づくりのあり方の検討

こうち旅広場の運営

(財)高知県観光コンベンション協会:JR高知駅前「こうち旅広場」のイベントホールの活用や特別イベントの開催等で県外からの誘客を図るとともに、高知情報発信館「とさてらす」でのきめ細かい観光案内で地域への周遊を促進

新たなコンテンツの検討

県観光振興部:こうち旅広場の運営支援及び観光客の動向分析を踏まえ効果的な活用案を検討

新たなコンテンツの活用

県観光振興部:前年度の検討を踏まえた新たなコンテンツの活用及び運営支援

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進	◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い ◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている ◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている ◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である	・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた ◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した ◆「土佐の豊穣祭」やサイクリングイベント「コグウェイ四国」など、高知の強みを生かした新たな誘客イベントができた ◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある	◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり ◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大 ◆地域で観光商品を拡大するための仕組み	◆満足度の高い観光商品づくり ★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】 ○観光アドバイザー等の活用によるインストラクター研修や観光商品開発への支援 ◎自然、歴史、文化資産を生かした魅力づくりなど観光資源の磨き上げへのハード・ソフト両面での支援 ○食文化など高知の強みを生かしたイベントの企画、支援		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

P514
別図(観1)参照

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
					◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている ◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる ◆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 ★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円	◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を通年で受入れしている ◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている

観光人材育成塾を通じた担い手の育成

地域の事業者:観光人材育成塾への参加
(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催

県地域観光課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査

地域観光推進の取組支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:自律的な地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援

地域観光推進における課題解決の支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援

専門家の活用による観光商品の開発

事業者、市町村等:体験プログラムの質の向上や観光商品に付加価値を加えるなどの取組を推進
(財)高知県観光コンベンション協会:専門的立場からの日常的な助言
県地域観光課:観光アドバイザーの派遣

観光資源の磨き上げへの支援

事業者、市町村等:観光施設のリニューアルなど観光客の受入環境の整備を推進
県地域観光課:観光拠点等整備事業費補助金により地域の取組を支援

イベントの企画、支援等

事業者、観光協会、市町村等:各地域資源を活用したイベントの実施
(財)高知県観光コンベンション協会:土佐の豊穣祭などの全県的な誘客イベントの実施及びプロモーションの展開
県観光振興部:オフシーズン等における新たなイベントの企画立案、イベント開催への支援

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進	◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い ◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている ◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている ◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である	・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた ◆お城まつり(高知城)や五台山花輪巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した ◆「土佐の豊穣祭」やサイクリングイベント「コグウェイ四国」など、高知の強みを生かした新たな誘客イベントができた ◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある	◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり ◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大 ◆地域で観光商品を拡大するための仕組み	◆新たな観光資源の創出 ★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】 ○観光資源を発掘するための専門家による指導・助言 ◎新たな観光資源の創出に対するハード・ソフト両面での支援 ○グリーンツーリズムなど地域の産業と連携した新たな観光商品づくりへの支援 ○民泊の促進など教育旅行の受入態勢づくりへの支援		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

P514
別図(概1)参照

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点(平成27年度末)	長期的な視点(概ね10年先)
					◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている ◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる ◆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 ★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円	◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を通年で受入れしている ◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている

観光人材育成塾を通じた担い手の育成

地域の事業者:観光人材育成塾への参加
(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催

県地域観光課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査

地域観光推進の取組支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:自律的な地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援

地域観光推進における課題解決の支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援

専門家の活用による観光資源の発掘

事業者、市町村等:地域に潜在化している地域資源にテーマ性やストーリー性などを盛り込みながらより多くの観光資源を生み出す取組を推進
(財)高知県観光コンベンション協会:専門的な立場からの日常的な助言
県地域観光課:観光アドバイザーの派遣

新たな観光資源の創出

事業者、市町村等:観光人材育成塾等を通じて新たに発見した観光資源等を活用し、地域が自発的に新たな観光商品を生み出していく取組を推進
(財)高知県観光コンベンション協会:新たなテーマや切り口により一元的に情報発信
県地域観光課:観光アドバイザーの派遣、観光拠点等整備事業費補助金により地域の取組を支援

地域の産業と連携した新たな観光商品づくりへの支援

農林漁業者、商工業者、市町村等:農業・漁業体験やものづくり体験など地場産業を生かした体験メニューの開発を推進
(財)高知県観光コンベンション協会:専門的な立場からの日常的な助言
県関係課:観光アドバイザーの派遣、観光拠点等整備事業費補助金や産業振興推進総合支援事業費補助金等により地域の取組みを支援

教育旅行等の受入態勢づくり

市町村等:教育旅行の受け皿となる農林漁家民泊や体験メニューの充実
広域観光協議会:市町村や受入団体間との調整や地域住民の気運の醸成を図る講演会等の実施
県地域観光課:観光アドバイザーの講演等による民泊受入家庭の拡大
県関係課:補助金等により教育旅行の受入態勢づくりなどを支援

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
2. 観光資源の発掘・磨き上げの推進	◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、H22年の本県への初回訪問比率は50.5%と全国一位であり、全国と比較するとリピーター率の割合が低い ◆旅行ニーズが多様化、細分化していることから、世の中のトレンドを把握しながら、新たな観光資源を生み出していくことが求められている ◆観光分野の取組は宿泊や飲食、土産物など地域経済に広く波及効果をもたらすことが期待されている ◆観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要である	・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催を通じて、観光資源の発掘や磨き上げが進み、新たな観光商品も生まれてきた ◆お城まつり(高知城)や五台山花絵巻(牧野植物園)のように観光商品の磨き上げが進み入込客が増加した ◆「土佐の豊穣祭」やサイクリングイベント「コグウェイ四国」など、高知の強みを生かした新たな誘客イベントができた ◆観光アドバイザーによる地域への支援を通じて、まち歩き観光などの体験プログラムが充実し、ガイド料が得られるなど、お金が落ちる仕組みができつつある	◆リピーターにつながるような満足度の高い商品づくり ◆外からの視点などを取り入れた新たな観光資源の創出による観光客の受け皿の拡大 ◆地域で観光商品を拡大するための仕組み	◆産業間連携による観光消費の拡大 ○地域産物を生かした魅力ある土産物づくりや道の駅等での販売促進への支援 ○インターネットや広報誌を活用した観光と物産の一元的な情報発信の促進		○				
3. 広域観光の推進	◆広域エリアで周遊観光を推進するためには、ワンストップ窓口など地域コーディネート機能の強化が必要である ◆広域的に周遊を促し、本県への入込客を増すためには、四国4県を始めとする他県との連携した取組が必要である	・広域エリアで観光振興を担う地域コーディネート組織の設立や運営への支援 ◆地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた ・「四国はひとつ」という認識のもとH21に設立した四国ツーリズム創造機構と連携し、四国の認知度向上や魅力ある観光ルートの開発に取り組んだ ◆四国4県に対する旅行会社とのタイアップキャンペーンにより首都圏を中心とした観光客の増加につながった	◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化 ◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化 ◆他県との連携などスケールメリットを生かした誘客の更なる促進	◆地域コーディネート機能の強化 ★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】 ○地域コーディネート組織(広域観光協議会)の活動支援		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出されている ◆地域資源を観光に活用する取組が進んでいる ◆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 ★一人当たり観光消費額 H20:25,459円 →H27:27,500円	◆地域資源を生かした体験メニュー等が旅行商品として定着し、滞在型の観光客を通年で受入れしている ◆様々な産業が観光分野に進出し、県経済の活性化につながっている
地域産物を活用した土産物づくり・販売 事業者、市町村等：地域産物を生かした土産物の開発、道の駅等での販売手法の改善等による魅力アップ、観光客の誘導への取組 県関係課：地域の新たな土産物づくり等を目指す取組への専門的な助言 県地域観光課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金、産業間連携による産業人材育成プログラム、産業振興アドバイザー等により地域の土産物づくりなどの取組みを支援						
観光と物産の一元的な情報発信の促進 事業者、市町村等：道の駅などで観光と物産の情報を一元的に発信 （財）高知県観光コンベンション協会：よさこいネットや広報誌等により地域の観光・物産のきめ細かな情報発信 県地域観光課、県計画推進課、県関係課：観光拠点等整備事業費補助金、産業振興推進総合支援事業費補助金等により観光と物産の一元的な情報発信の取組みを支援						
P514 別図（観1）参照						
観光人材育成塾を通じた担い手の育成 地域の事業者：観光人材育成塾への参加 （財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催					◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される ★二泊以上の宿泊客数 H20:85.5万人 →H27:100万人	◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される
県地域観光課：県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査	地域観光推進の取組支援 （財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：自立的に地域観光のあり方を検討し、推進していく取組への支援					
地域観光推進における課題解決の支援 （財）高知県観光コンベンション協会、県地域観光課：観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援						
広域観光協議会の活動支援 広域観光協議会：広域エリアのワンストップ窓口の確立や広域周遊ルートなどの観光商品のセールス活動等を推進 県地域観光課：広域観光推進事業費補助金により広域観光協議会の取組を支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる・
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
3. 広域観光の推進	◆広域エリアで周遊観光を推進するためには、ワンストップ窓口など地域コーディネート機能の強化が必要である ◆広域的に周遊を促し、本県への入込客を増すためには、四国4県を始めとする他県との連携した取組が必要である	・広域エリアで観光振興を担う地域コーディネート組織の設立や運営への支援 ◆地域コーディネート組織による広域的な情報発信や誘致活動が成果を挙げる事例が生まれてきた ・「四国はひとつ」という認識のもとH21に設立した四国ツーリズム創造機構と連携し、四国の認知度向上や魅力ある観光ルートの開発に取り組んだ ◆四国4県に対する旅行会社とのタイアップキャンペーンにより首都圏を中心とした観光客の増加につながった	◆周遊観光を推進していくための観光事業者や関係団体との連携強化 ◆地域コーディネート組織のセールス機能等の強化 ◆他県との連携などスケールメリットを生かした誘客の更なる促進	◆○県内各地域との連携による周遊観光の推進		○				
				◆県域を越えた連携の推進 ○四国観光の推進 ○県際地域との連携の推進		○				

※これからの対策の ★は新規事業
❷は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆県内各広域エリアで作られた周遊プランが旅行商品化される ★二泊以上の宿泊客数 H20:85.5万人 →H27:100万人	◆広域観光協議会と各観光協会や観光・宿泊施設が連携して、広域エリア単位で一泊以上できる観光地が形成される

県内各地域との連携による周遊観光の推進

広域観光協議会等、（財）高知県観光コンベンション協会、地域本部、観光振興部：県内の広域ブロック間の連携を図るネットワーク会議を開催し、各地域との情報交換や横断的な課題の協議等により本県観光の全体の底上げを図る取組を検討

統一キャンペーンと連動した周遊観光の促進

観光関係団体、（財）高知県観光コンベンション協会、観光振興部：「リョーマの休日」キャンペーンと連動した周遊観光の促進

四国ツーリズム創造機構との連携による情報発信や観光素材の開発等

四国ツーリズム創造機構：四国観光交流戦略に基づき、首都圏でのプロモーション活動や四国インバウンドフェアの開催及び四国観光ルートの開発などを実施し、四国及び高知県の認知度向上と誘客を図る

四国観光交流戦略の改定

四国ツーリズム創造機構：四国観光交流戦略の改定

四国観光交流戦略の改定

四国ツーリズム創造機構：四国観光交流戦略の改定

運輸事業者等のキャンペーンとタイアップした四国周遊の促進

四国ツーリズム創造機構：航空会社とタイアップした四国周遊バス、レンタカープランの旅行商品化を推進

県際地域との連携の推進

県地域観光課：南予地域（四国西南地域観光連絡協議会）や阿南地域（AMA）との連携を通じて、県域を越える観光ルートの開発や情報交換等を実施

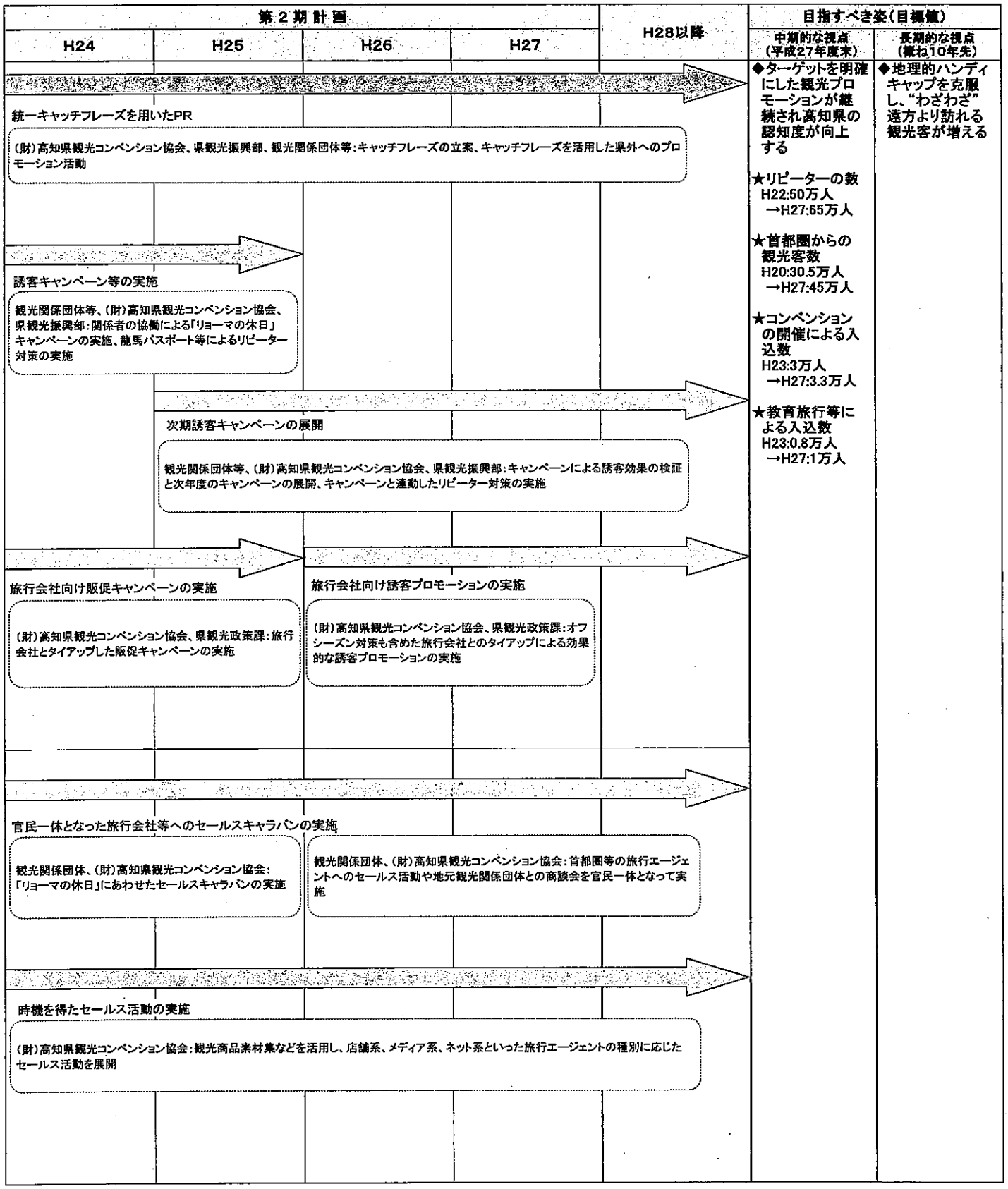
※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
4. 効果的な広報・セールス活動の推進	◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった ◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である	・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」を通じた官民一体となったセールス活動の展開 ・BS放送を活用した高知県旅番組の放送 ・フィルムコミッションなど、専門性を生かした誘致活動の展開 ◆旅行エージェントへのセールスなどを通じて、PRのノウハウが蓄積した	◆多様化する旅行形態や観光ニーズを踏まえた情報発信が不十分 ◆プロモーションを行うターゲット(エリア、年代、性別等)が必ずしも明確化されていない ◆「龍馬伝」のような大きな追い風は当面は期待できない	◆統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施 ◎統一キャッチフレーズを用いた一元的な県外への情報発信 ◎地域や期間を限定したキャンペーンの実施などによる話題性や特別感の創出		○				
				◆ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開 ○旅行エージェント向けのプロモーションの実施		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】



※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括 (・取組 ◆総括)	課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 効果的な広報・セールス活動の推進	◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった ◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である	・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」を通じた官民一体となったセールス活動の展開 ・BS放送を活用した高知県旅番組の放送 ・フィルムコミッションなど、専門性を生かした誘致活動の展開 ◆旅行エージェントへのセールスなどを通じて、PRのノウハウが蓄積した	◆多様化する旅行形態や観光ニーズを踏まえた情報発信が不十分 ◆プロモーションを行うターゲット(エリア、年代、性別等)が必ずしも明確化されていない ◆「龍馬伝」のような大きな追い風は当面は期待できない	◎マスメディア向けのプロモーションの実施 ○一般向けプロモーションの実施 ○高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信の推進		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する ★リピーターの数 H22:50万人 →H27:65万人 ★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →H27:45万人 ★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人 ★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人	◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える
首都圏でのパブリシティ活動の強化 県観光政策課：アンテナショップ等と連携したメディアへの定期的な情報発信など首都圏でのマスメディアとのネットワークの構築やパブリシティ活動の体制構築	首都圏でのパブリシティ活動の推進 県観光政策課、東京事務所：マスメディアのネットワークを活用したパブリシティ活動の推進		首都圏でのパブリシティ活動のさらなる強化 県観光政策課、東京事務所：パブリシティ活動のさらなる強化による県観光の露出の拡大			
県外事務所等を活用したきめ細かな情報発信 （財）高知県観光コンベンション協会、県観光政策課、各県外事務所：関東、関西、中部及び中四国の近隣県など、対象エリアやターゲットとなる客層などに応じたマスメディアへの戦略的な広報の展開						
観光客へのタイムリーな情報発信 （財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：ゆるり（旅行決定前）、こうちじん（旅行決定後）、トサコレ（旅行中）など、旅行者の段階に対応した広報媒体の作成及び広報媒体を活用した発地プロモーションや着地プロモーションの実施 （財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：観光物産展等集客イベントの場を活用した「リョーマの休日」キャンペーンの情報発信						
インターネット等を活用した情報発信の強化 市町村、観光協会等、（財）高知県観光コンベンション協会：インターネットやブログ、口コミなどを活用した情報発信の強化						
高知ゆかりの個人・団体を活用した情報発信 県おもてなし課：観光特使など高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信 県外事務所：県出身者などのネットワークを活用した県観光のPR						

※改革の方向　1　足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2　産業間連携の強化
3　足腰を強め、新分野へ展開
4　新たな産業づくりに挑戦する
5　産業人材を育てる
6　移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
4. 効果的な広報・セールス活動の推進	◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった ◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である	・「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」を通じた官民一体となったセールス活動の展開 ・BS放送を活用した高知県旅番組の放送 ・フィルムコミッションなど、専門性を生かした誘致活動の展開 ◆旅行エージェントへのセールスなどを通じて、PRのノウハウが蓄積した	◆多様化する旅行形態や観光ニーズを踏まえた情報発信が不十分 ◆プロモーションを行うターゲット(エリア、年代、性別等)が必ずしも明確化されていない ◆「龍馬伝」のような大きな追い風は当面は期待できない	◆○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信の充実		○				
				◆○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致		○				
				◆○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する ★リピーターの数 H22:50万人 →H27:65万人 ★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →H27:45万人 ★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人 ★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人	◆地理的ハンディキャップを克服し、“わざわざ”遠方より訪れる観光客が増える

四国の認知度向上及び誘客の促進

県外事務所、県観光政策課：四国ツーリズム創造機構や四国4県連携による旅行会社へのセールス活動、プロモーション展開等

学会などのコンベンションの誘致

（財）高知県観光コンベンション協会：本県で開催する全国規模の大会への助成及び各学校等へのPR活動の実施

教育旅行、企業研修等の誘致

（財）高知県観光コンベンション協会：本県への修学旅行の下見等に対する助成及び教育旅行会社や学校に対するPR活動の実施
県関係課：県外企業との協定、交流事業等による交流人口の拡大や企業研修の誘致活動等

教育旅行のPRツールの整備

（財）高知県観光コンベンション協会：教育旅行用パンフレットのリニューアル

ねんりんピック参加者に対する県観光のPR

県関係課：ねんりんピックよさこい高知2013の開催を踏まえたプロモーションの充実等

高知県でのロケ撮影の積極的な誘致活動の展開

（財）高知県観光コンベンション協会：映画・TV会社等に対するセールス活動、モニターツアーの実施、本県ロケのエキストラ確保などフィルムコミッション活動の展開
県観光政策課：県内のロケ撮影等に対するインセンティブ制度によりフィルムコミッション活動を支援

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
5. 人材の育成	◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている	・観光ガイド団体の育成や、観光ガイドのネットワーク化への支援 ◆観光ガイド団体の増加や有料ガイド化が進んだほか、観光ガイド連絡協議会の設立などガイドの連携意識が高まってきた ・観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムの磨き上げ ◆体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた	◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している ◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要	◆観光産業を担う人材の育成 ★観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】		○			○	
				◆観光ガイドの育成、技術の向上 ○県内各地域の観光ガイド団体の連携や、質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の開催等		○			○	
				◆○観光事業者等へのおもてなし研修の実施		○			○	
				◆○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保		○			○	

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

P514
別図(観1)参照

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点(平成27年度末)	長期的な視点(概ね10年先)
					◆観光産業を担う人材が育成される ◆人材育成塾の参加者 200名/年 ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる	◆地域で観光をビジネスとする人材が根付くことで地域が活性化する ◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している

観光人材育成塾を通じた担い手の育成

地域の事業者:観光人材育成塾への参加
(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催

県地域観光課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査

地域観光推進の取組支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:自律的な地域観光を検討し、推進していく取組への支援

地域観光推進における課題解決の支援

(財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援

観光ガイドの育成、充実

観光ガイド団体:研修会等の開催、有料ガイドへの移行
観光ガイド連絡協議会:県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有等を行う協議会の運営
県地域観光課:県内ガイド団体等への観光アドバイザーの派遣
県おもてなし課:観光ガイド団体の育成支援とレベルアップ、ネットワークの推進

観光事業者等へのおもてなし研修の実施

(財)高知県観光コンベンション協会:観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施
県おもてなし課:観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施

社会教育等での学習機会の確保

市町村等、県関係課:地域の自然、暮らし、文化などを活用した体験型観光のメニューづくり、県立施設等での郷土出身の著名人や産業・自然等を学習する機会の確保

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
6. おもてなしの向上	◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、観光客で「地元の人のホスピタリティを感じた」人の割合が、4年間で(H19→H22)で7.4ポイント(36.4%→29.0%)の減となっている ◆県観光政策課の満足度調査の結果からは、観光案内板や、トイレ、2次交通などの不便さを指摘する声が多くあがっている	・宿泊業やタクシー運転者へのマナー研修の実施 ・おもてなし県民会議の開催 ◆官民一体となって観光客に対するおもてなし意識の向上が図れた ・高知市中心部の主要観光地を巡るMY遊バスの運行強化 ◆H22はMY遊バスの利用者が大幅に増加した(対前年比1.8倍) ・市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成 ◆観光案内板等の整備 H21 215基、H22 43基、H23 54基 ほか、景観整備や公共トイレの整備を実施 ・ゴールデンウィークや夏休み等における渋滞対策及びサービスエリア等での臨時観光案内所の開設 ◆観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした	◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成 ◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている ◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要	◆おもてなしの気運の醸成 ○気運づくりのための研修、講演会等の実施 ○観光事業者等へのおもてなし研修の実施【再掲】		○				
				◆観光ガイドの育成、技術の向上 ○県内各地域の観光ガイド団体の連携や、質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の開催等【再掲】		○				
				◆きめ細かな観光情報の提供 ○観光案内機能の充実 ○よさこいネット等を活用した地域の観光情報発信		○				

※これからの対策の ★は新規事業
●は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる ◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる ◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する ◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている ◆おもてなしタクシーの認定ドライバーが増加する ★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が減少している （以下H22実績） ・宿泊先 77% ・食事・料理店 74% ・観光施設 75% ・観光施設の美化 72% ・公共トイレの快適性 57% ・案内標識 53% ・タクシーの接客マナー 46%	◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている ◆各地域に体験型観光を推進する人材（リーダー）が活動している ◆観光拠点エリアだけでなく周辺の観光スポットや周辺ルート上においても、観光案内が行われている ◆公共交通機関やバス・タクシー等による周遊観光体系が整う
気運づくりのための研修、講演会等の実施 市町村、観光関係団体、(財)高知県観光コンベンション協会、県観光振興部：地域の観光関係団体との情報交換の実施 県おもてなし課：県民発意によるおもてなしを広めるための会議の開催や、おもてなし一斉清掃等の県民のおもてなし活動への参加機会を提供し、県民一人ひとりによるおもてなし活動の気運を醸成						
観光事業者等への研修 (財)高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施 県おもてなし課：観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施						
観光ガイドの育成、充実 観光ガイド団体：個別研修会等の開催 観光ガイド連絡協議会：県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有・情報交換等によるネットワークづくりを行う協議会の運営 県おもてなし課：ガイド団体の連携と質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の実施						
高知情報発信館「とさてらす」を核とした観光案内等 市町村、観光協会等：観光案内所の運営等により観光客へ地域の観光情報を提供 (財)高知県観光コンベンション協会：JR高知駅前「とさてらす」の運営等により地域の周遊を促す観光案内を実施						
臨時観光案内所の設置、運営 市町村、観光協会等、(財)高知県観光コンベンション協会、県おもてなし課：ゴールデンウィーク等の多客期における臨時観光案内所の設置及び渋滞対策の実施						
よさこいネット等を活用した地域の観光情報発信 市町村、観光関係団体等、(財)高知県観光コンベンション協会：ウェブサイトを活用した観光と物産の一元的な情報発信等を推進、高知までのアクセスや県内の二次交通情報等の提供 県地域観光課、計画推進課：補助金や専門家の派遣等により地域の取組を支援						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
6. おもてなしの向上	◆大手旅行雑誌のアンケート調査によると、観光客で「地元の人のホスピタリティを感じた」人の割合が、4年間で(H19→H22)で7.4ポイント(36.4%→29.0%)の減となっている ◆県観光政策課の満足度調査の結果からは、観光案内板や、トイレ、2次交通などの不便さを指摘する声が多くあがっている	・宿泊業やタクシー運転者へのマナー研修の実施 ・おもてなし県民会議の開催 ◆官民一体となって観光客に対するおもてなし意識の向上が図れた ・高知市中心部の主要観光地を巡るMY遊バスの運行強化 ◆H22はMY遊バスの利用者が大幅に増加した(対前年比1.8倍) ・市町村が行う観光案内板・誘導標識の整備等への助成 ◆観光案内板等の整備 H21 215基、H22 43基、H23 54基 ほか、景観整備や公共トイレの整備を実施 ・ゴールデンウィークや夏休み等における渋滞対策及びサービスエリア等での臨時観光案内所の開設 ◆観光客の満足度を高め、移動時間短縮による経済波及効果をもたらした	◆旅先で快適に感じていただけるような環境の整備や、おもてなしの心のさらなる醸成 ◆観光客の多様なニーズに対応するためには、観光案内所やインターネット等による情報提供が求められている ◆来県者の周遊性や利便性をより高めていくためには、観光案内板や二次交通等の整備が必要	◆県内の観光地を結ぶ移動手段の確保 ○周遊バスの運行 ○おもてなしタクシー等を活用した周遊観光の推進		○				
				◆観光基盤の整備 ○受入態勢の整備 ○広域観光案内板の整備 ○観光案内板等の整備や景観保全への支援 ○観光地のトイレ美化の推進		○				

※これからの対策の ★は新規事業
❷は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆県民発意によるおもてなしが県内に拡がり各地で活動が見られる ◆ホスピタリティを感じる観光客が増加し、リピーターにつながる ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとメニューの充実が図られる ◆高知県観光ガイド連絡協議会の事務局体制が確立する ◆核となる拠点エリアにおいて、一元的に地域の観光情報を収集発信する観光案内所が整備されている ◆おもてなしタクシーの認定ドライバーが増加する ★観光客満足度調査の各調査項目において「大変良い」、「良い」と回答した割合がH22の値を毎年上回る。また案内標識、公共トイレ、二次交通などの不便さを指摘する声が減少している （以下H22実績） ・宿泊先 77% ・食事・料理店 74% ・観光施設 75% ・観光施設の美化 72% ・公共トイレの快適性 57% ・案内標識 53% ・タクシーの接客マナー 46%	◆県民によるおもてなしが継続的な取組として定着し、観光客に認知されている ◆各地域に体験型観光を推進する人材（リーダー）が活動している ◆観光拠点エリアだけでなく周辺の観光スポットや周辺ルート上においても、観光案内が行われている ◆公共交通機関やバス・タクシー等による周遊観光体系が整う
高知市内の周遊バス（MY遊バス）の運行						
（財）高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：運行状況の分析に基づくMY遊バスの運行体系の見直し						
西南地域の周遊バス（しまんと・あしずり号）の運行						
県地域観光課：地元と連携した運行支援	県地域観光課：運行状況の分析に基づく運行支援の維持					
観光ガイドタクシーの推進等						
（財）高知県観光コンベンション協会：おもてなしタクシーの認定制度の実施、周遊プランの提供						
受入態勢の整備						
県おもてなし課：観光客や旅行エージェントを対象としたアンケート調査等による課題の把握と改善のための取組を実施						
広域観光案内板の設置						
県おもてなし課：核となる拠点エリアを中心に新たな広域観光ルートを紹介する広域観光案内板の設置						
観光案内板等の整備への支援						
県おもてなし課：観光案内板等整備事業費補助金により市町村が実施する観光地や観光ルートへの誘導標識や観光案内板の多言語化事業、景観整備への取組に対して支援						
観光地のトイレ美化の推進						
県地域観光課：核となる拠点エリアやそのルート上の公共トイレの改修事業を支援 県おもてなし課：おもてなし心で美化活動に取り組む"おもてなしトイレ認定制度"と一体となって利用者の満足度の向上を図る						

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等 総括(・取組 ◆総括)	第1期計画(H21～H23)の総括等 課題	これからの対策	改革の方向 1	2	3	4	5	6
7. スポーツツーリズムの推進	◆マラソン大会やプロ野球キャンプなどのスポーツ観光は、他のイベントよりも遠隔地からの誘客が期待できるため、本県が根源的に抱えている地理的ハンディキャップを克服していくために有効な手段である ◆冬場の温暖な気候など、本県の強みを観光振興に生かし、オフシーズン対策にもつなげていくことが求められている	・スポーツキャンプ(合宿)やイベント(公式戦等)への助成 ◆一定の観客動員により、本県への経済波及効果が生まれた	◆合宿誘致やスポーツイベントの開催は単発の取組となっているため、切れ目なく誘客を図るためには年間を通じた体系的な取組を進めていく必要がある ◆県内における施設のキャパシティが限られているため、集中する時期には受入が困難な場合があり、計画的な施設整備が必要である	◆推進体制の強化及び受入態勢の充実 ★官民一体となった推進体制の構築 ◎スポーツ振興のための施設整備		○				
				◆年間を通じたスポーツイベント等の開催 ◎スポーツ大会等の誘致活動の推進 ◎スポーツイベント等の企画、実施等		○				
				◆アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動 ○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画				H28以降	目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆様々なスポーツイベントが開催され、新たな観光客の獲得ができている ★スポーツツーリズムの推進による新規入込客数2万人	◆スポーツツーリズムによる誘客態勢が確立され、本県への入込客が増加し、経済効果を発揮する

県庁内PT等による受入態勢の整備

（財）高知県観光コンベンション協会、県関係課：スポーツツーリズム推進のための庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体等との連携を強化し、スポーツキャンプや合宿の受入、また全国規模のスポーツ大会の実施に向けた施設の整備計画を策定

スポーツ振興のための計画的な施設整備

（財）高知県観光コンベンション協会、県関係課：県庁内プロジェクトチームでの検討やスポーツ競技団体や市町村と連携し、スポーツツーリズムの推進のための計画的な施設整備に向けた取組を推進

スポーツ大会等の誘致活動の推進

（財）高知県観光コンベンション協会：現行のプロスポーツキャンプ（野球、サッカー）やプロゴルフ大会を継続させるとともに、新たな全国規模のスポーツ大会の誘致の取組を推進

スポーツイベントの企画、実施等

市町村等、（財）高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：新たな誘客につながる全国規模のスポーツイベント（サイクリング、マラソンなど）を企画し、実施に向けた取組を推進

大学、社会人等のアマチュアスポーツ合宿の誘致

市町村等、（財）高知県観光コンベンション協会、県外事務所：情報収集の強化や人脈などを利用し、本県でのアマチュアスポーツ合宿の継続及び新規受入に向けた誘致活動を強化

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
8. 国際観光の推進	◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している ◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている	・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施 ・「龍馬伝」の海外放送を契機に本県単独のプロモーション活動を実施 ・H23年度を国際観光推進元年と位置づけ、東アジアを中心としたプロモーション活動と受入環境整備を一体的に展開 ◆韓国、台湾チャーター便が就航するなど、外国人観光客の誘致につながった	◆海外からの直行便がない ◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況 ◆外国人の受入態勢の向上	◆国別戦略に基づく誘致活動 ◎相手国でのPRや旅行会社等へのプロモーション活動の強化 ◎観光資源と顧客層のマッチング ◎海外での認知度を高めるための情報発信の強化 ◎官民連携による国際観光の推進		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画					目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27	H28以降	中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う ◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する ★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊	◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する ◆海外で四国や高知の認知度が高まる

継続的なセールス活動の実施

（財）高知県観光コンベンション協会、県観光政策課：知事のトップセールスをはじめ、旅行会社や航空会社へ積極的なセールス活動を展開するとともに、旅行会社等を招聘するモニターツアーなどを継続的に実施

P515
別図（観2）参照

観光資源と顧客層とのマッチング

県観光政策課：相手国の嗜好と本県の観光資源のマッチングを行い、きめ細かなプロモーションを展開。
最優先市場（台湾・韓国）を中心に
・チャーター便、LCC、外国クルーズ客船の誘致
・定期便を利用した四国周遊ルートの開拓、PR
・教育旅行、スポーツツーリズム、世界ジオパーク・ネットワークなど、新たな旅行需要を開拓

定期便や定期チャーター便の就航に向けた取組

最優先市場の取組を優先市場（中国、香港、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ）に拡大

国外での情報発信の強化

県観光政策課：最優先市場（台湾・韓国）を中心に
・相手国での積極的な情報発信（ウェブサイトなど）
・高知在住外国人の協力による情報発信

優先市場への取組拡大

県観光政策課：最優先市場の取組を優先市場（中国、香港、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ）に拡大

インバウンド勉強会の実施

県観光政策課：官民連携で国際観光推進を協議するインバウンド勉強会の実施
・国別戦略に基づくプロモーション活動に関する意見の集約
・旅行商品開発に向けた課題の整理
・受入環境整備に関する助言

国別戦略の見直し・再評価

県観光政策課：国別戦略の見直し・再評価→今後の戦略に反映

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針 / 施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (・取組 ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	6
8. 国際観光の推進	◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している ◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている	・四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェントの招聘事業を実施 ・「龍馬伝」の海外放送を契機に本県単独のプロモーション活動を実施 ・H23年度を国際観光推進元年と位置づけ、東アジアを中心としたプロモーション活動と受入環境整備を一体的に展開 ◆韓国、台湾チャーター便が就航するなど、外国人観光客の誘致につながった	◆海外からの直行便がない ◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況 ◆外国人の受入態勢の向上	◆受入態勢の充実 ○観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進 ○外国人観光客の受入態勢の向上 ★在留外国人との連携		○				
				◆四国4県連携によるプロモーション活動の推進 ○四国4県での外国人観光誘客の取組強化		○				

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

第２期計画					目指すべき姿（目標値）	
H24	H25	H26	H27	H28以降	中期的な視点（平成27年度末）	長期的な視点（概ね10年先）
					◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う ◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する ★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊	◆外国からの誘客態勢が確立され、本県への外国からの入込客が増加し、経済効果を発揮する ◆海外で四国や高知の認知度が高まる

観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進

市町村：観光案内板や誘導標識の多言語化を実施
県おもてなし課：観光案内板等整備事業費補助金による市町村の取組を支援

観光業界の従業員研修など受入態勢の強化

事業者：相手国の風習にあわせた受入態勢の整備
県おもてなし課：国際観光受入研修会の実施

（財）高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接遇、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施
県おもてなし課：各業種で指導者となる人材の育成

在留外国人サポーターの組織化

県観光政策課：高知在住留学生等を「高知県のサポーター」として組織化
・国別ワークショップを開催
・外国人の目線からプロモーションや受入態勢についての提言を集約
・母国への情報発信

県観光政策課：在留外国人サポーターの充実

留学生OB等との連携

県観光政策課：留学生OBと連携し、外国人を「国際観光大使」に任命
・国外から高知の情報発信
・海外イベントでの協力依頼

P515
別図（観2）参照

四国4県連携による周遊コースづくり及びPR活動の推進

県観光政策課：四国ツーリズム創造機構と連携した四国及び高知県の認知度向上及び誘客への取組を推進
・四国4県インバウンド担当者の意見交換会の実施
・4県で連携した定期便・チャーター便のセールス活動の実施
・四国内の空港でのプログラム・チャーターの検討
・「済州島オルレ」と「歩く四国推進連合」との連携

※改革の方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

平成２５年度とさ旅セミナーと広域観光の推進

別図（観1）

【三策】広域観光の推進（地域コーディネート組織の機能強化）

＜県＞①観光アドバイザー
②広域観光推進事業費補助金
＜コンベンション協会＞
①地域観光プロデューサー
②受入部・誘致部（セールスキャラバン等）
③プロモーション部（広報関係）

支援

■誘客・集客の促進
・観光商品づくり、セールス活動
・観光情報の発信

■受入体制
・ワンストップ窓口機能の充実
・人材の育成

目指す姿　広域観光組織が地域のリーダーと一体となって活動することで、地域が自律的に観光商品を生み出し、販売活動を行っている

【五策】人材の育成（地域観光を担う人づくり）

「とさ旅セミナー　ステップアップ研修」の実施

■目　的：地域博覧会等の地域を売り込む企画づくりを通じて、地域リーダーの育成を図り、広域観光の推進につなげる
■対象者：広域観光を推進する地域リーダーの方々（広域観光組織、観光協会、観光事業者（H24とさ旅セミナー参加者等））
■概　要：東部、中部、西部において、各地域の状況に応じたプログラムを実施
■期　間：平成２５年４月～平成２６年３月

地域観光のリーダーとして、広域観光組織の活動への参画

東部地域（ブロック：安芸）
・テーマ：地域博覧会の開催に向けた事業の推進
・具体的な内容：①顧客視点で地域の価値を理解するの作成　②地域博覧会のコンセプトイメージ・基本方針たたき台の作成　③コアイベント案等の作成　④受入体制の方針づくりと共通開催）　⑤地域博覧会の取組調査　⑥販売体制づくりと地域マネジメント（①⑤⑥は中部地域　⑦プロモーション

中部地域（ブロック：物部川・高知市、嶺北、仁淀川、高幡（各５名程度））
・テーマ：地域を売り込む企画と商品づくり
・具体的な内容：

H24 とさ旅セミナー
地域資源 マーケティング調査 観光商品 など



第１回
顧客視点で地域の価値を理解する
・地域のポジショニングやターゲット等の明確化
※東部と共通開催

第２回
目指すべき地域の将来像を描く
・地域の将来ビジョンを考え、具体的な実践策につなげる

第３回
地域の特性を活かした観光商品づくり（１）
・H24セミナープランの磨き上げ、新商品の検討

第４回
地域の特性を活かした観光商品づくり（２）
・プランの作成

地域博覧会の取組調査

第５回
効果的なプロモーション
・地域の個性と強みの効果的な情報発信

観光商品

第６回
販売体制づくりと地域マネジメント
・ワンストップ窓口機能の強化
・サービス品質の向上
・域内の連携調整
※東部と共通開催

ふりかえり（全体）
効果測定とＰＤＣＡの実践
・各地域の成果発表
・今後の展開など

テストマーケティング（実践編）
①雑誌等でのプロモーション　②一般客を対象にしたモニターツアー　③旅行会社等へのセールス

西部地域（ブロック：幡多）
・テーマ：地域博覧会の推進
・具体的な内容：①（４～６月,２回）プロジェクトマネジメントの方法やＰＤＣＡサイクルの回し方等を学ぶ
②（７～１２月,３回）ＰＤＣＡの実践（課題解決策を探り、さらに実践につなげる）
③（１２～１月,２回）博覧会終了後の次期シンボルイベント等の企画

【四策】効果的な広報・セールス活動の推進　エリアキャンペーンの展開　4～9月（仁淀川、嶺北、高知市）7～12月（高幡、四万十・足摺）10～3月（東部、物部川）

【一策・二策】核となる観光拠点の形成　観光資源の発掘・磨き上げ　拠点の形成、資源の磨き上げ等へのハード・ソフトでの支援

高知県へのインバウンド誘客倍増に向けた方策について

別図(観2)

～四国全体へのインバウンド客の倍増へ～

海外から高知への誘客を増やすためには？
(約16,000人/泊⇒32,000人/泊(4年後))

・海外から来るルートを増やす！
・四国の認知度を向上させる！

四国ツーリズム創造機構

海外旅行会社等へのセールス
ファムツアーの実施
旅行博覧会への出展
メディアでの広報
四国周遊の促進

継続・拡大

高知県

海外Webによる広報
チャーター便等の誘致
海外旅行会社等へのセールス
よさこいによる高知県PR
受入れ態勢の整備

継続・拡大

平成24年度 ⇒ 平成25年度以降

四国を一つのフィールドとした取り組み

- ○四国4県インバウンド担当者の意見交換会開催
- ○4県で連携した定期便・チャーター便のセールス活動の実施
- ○四国内の空港でのプログラム・チャーターの検討
- ○「済州島オルレ」と「歩く四国推進連合」との連携

誘客戦略に基づく推進

- ○市場特性に応じた戦略的なプロモーション及び誘客活動の推進
- ○四国運輸局、JNTO、各県、観光協会、他広域組織等との連携
- ○訪日個人旅行客(FIT)の需要創造

インバウンドの誘客拡大

- ○チャーター便の誘致
- ○国際ジオパークツーリズムネットワークの取り組み
- ○他の空港を活用した誘客・セールス

本県への誘客ルート拡大の取り組み

- ○国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上
  LCCへトップセールスを含めた誘致活動
- ○外国クルーズ客船による誘客
  四国で入港できるのは高知のみで、他県にない強み
  外国クルーズ客船の誘致活動

ベクトルを上げる要素

ベクトルを上げる要素

誘客倍増





＜ 付属資料 ＞

Ⅰ 用語の解説

アルファベット

用語	解 説
ＢｔｏＢ	「Business to Business」の略（B2B と表記されることもある）。企業対企業の電子商取引を表す。広義には、従来の電話や FAX に変わり、Web や電子メールなどを利用して、人間が受発注を行うような比較的原始的なものも含む。
ＣＬＴ工法	CLT（「Cross Laminated Timber」の略。ひき板の層を、各層で互いに繊維方向が直交するように積層接着したパネル）を用い、家や大規模構造物を造る工法。
ＣＯＰ１０（コップテン）	「COP（Conference of the Parties）」とは、国際条約を結んだ国が集まる会議（締約国会議）の略称である。本計画（農業分野）へ掲載している「COP10」とは、2010年10月に愛知県名古屋市で開催される、多様な生き物や生息環境を守り、その恵みを将来にわたって持続的に利用するために結ばれた生物多様性条約の10回目の締約国会議（議長国は日本）である。
ＣＳＲ活動	ＣＳＲとは、「Corporate Social Responsibility」の略で、企業の社会的責任を意味する。収益を上げ配当を維持し、法令を遵守するだけでなく、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献などのために行う企業の活動。
ＤＩＹショップ	日曜大工のように自ら修理や物作りをするために必要な物を販売している店（ホームセンター）。
e-コマース	インターネットや専用線のようなコンピュータネットワーク上での電子的な情報交換によって、商品やサービスを分配したり売買したりすること。
ＧＡＰ	「Good Agricultural Practice」の略。農作物の生産において、農産物の食品安全性や品質確保、環境負荷低減、労働安全の確保等を目的に、農業生産工程を点検し、記録し、見直し改善していく管理手法。
ＨＡＣＣＰ	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
ＩＰＭ	ＩＰＭ（Integrated Pest Management 総合的病害虫・雑草管理）とは、病害虫や雑草防除において、化学農薬だけにたよるのではなく天敵、防虫ネット、防蛾灯など様々な防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。これに基づく防除技術は安全・安心な農産物の安定生産と、環境への負荷を軽減した持続可能な農業生産を両立するために有効である。
ＩＳＯ１４００１	環境に配慮した組織運営を行うための国際規格をいう。企業などが環境問題に取り組んでいくため「仕組み」を定めて、実行していくための様々な事柄が要求されており、ＩＳＯ１４００１を取得するためには、求められている事柄を満たす仕組みを確立し、維持して、審査登録機関による審査を受けることが必要である。
ＪＡＳ制度	ＪＡＳとは、「Japanese Agricultural Standard」の略で、日本農林規格を意味する。農林水産物やその加工品につけられる品質保証のための規格を定めている制度。
ＪＡ出資型法人	ＪＡが出資して設立された法人。県内で設立を進めようとするＪＡ出資型法人は、担い手が不足している地域などで、地域農業の振興のために、ＪＡが経営を主導して事業（農作業の受託、農業経営など）を行う農業生産法人のことで、産業振興計画ではこの法人のことを指している。
ＬＥＤ照明	発光ダイオード（LED）を使用した照明器具のことで、特定の波長の光を効率的に照射できる。施設園芸では、開花や生育調節の目的に光照射を行う。白熱電球などに比べて、高価ではあるが、省電力で発熱量が少なく、長寿命である。
ＮＰＯ	「NonProfit Organization」の略。政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。特定非営利活動法人、非営利組織、非営利団体、市民活動法人、市民事業体をいう。
ＯＦＦ－ＪＴ	「Off-the-Job Training」の略。知識やスキルを習得させるため、仕事の場を離れて学習させる能力開発手法。
ＯＪＴ	「On-the-Job Training」の略。仕事の現場等で、業務に必要な知識や技術を日々の仕事を通じて習得させる能力開発手法又は習得させる研修、教育訓練。
ＰＤＣＡ（サイクル）	計画（Plan）を実行（Do）し、評価（Check）して改善（Action）に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。
ＳＣＭ	「Supply Chain Management」（サプライチェーンマネージメント）の略。サプライチェーンマネージメントの解説を参照。
ＶＪ事業（ビジット・ジャパン事業）	ビジット・ジャパン・キャンペーン事業の略称。2016年までに1,800万人、2020年までに2,500万人との中間的な目標の達成を目指して、日本の観光情報を海外に発信するとともに日本の魅力的な旅行商品の造成等を官民一体で推進するため国が提唱している事業。

あ行

用語	解　説
アクセシビリティ	アクセスのしやすさの度合い。
あったかふれあいセンター	高齢者や子ども、障害者など誰もが集い活動し、子育てや生活支援、介護などのサービスを一体的に提供する場所。（いろいろな補助金などを活用し、住民、事業者、専門家、行政の協働によって設置される。）
アテンダント	受付係。この計画では、ジョブカフェこうちの受付係を指し、単なる受付業務を行うだけでなく、来所者の悩みや相談内容等、来所目的に応じてキャリアコンサルタント等の担当者に対応を引き継ぐ。
荒茶(あらちゃ)	収穫した茶の葉を蒸して揉む工程の後乾燥させたもので、含有水分が多く、大きさも不揃いな状態のお茶。
アンテナショップ	企業や自治体などが自社（当該地方）の製品の紹介や消費者の反応を見ることを目的として開設する店舗のこと。
移住コンシェルジュ	移住や中長期滞在等を希望される方の相談窓口として、さまざまな情報を提供する民間の案内人。
磯焼け	海藻類が繁茂している水域を「藻場（もば）」と呼び、藻場が大規模に消失し焼け野原のようになった状態を「磯焼け」という。磯焼けの原因は、海水温の上昇などの環境変化や藻食性魚類、ウニ類による食害などが考えられている。
イニシャルコスト	施設や設備を新規導入する際に必要となる経費のこと。初期費用。
稲発酵粗飼料	稲の子実が完熟する前に刈り取り、ロール状にしたものを、長期保存を可能とするために乳酸菌を加え、ビニールフィルムで包みサイレージ（発酵）化した牛の飼料のこと。
インバウンドフェア	四国ツーリズム創造機構と四国運輸局がタイアップして国のビジット・ジャパン事業の一環として取り組んでいる事業。東アジア地域の旅行会社やマスコミを四国に招いて、観光・宿泊施設の視察や商談会を開催し、四国への旅行商品の造成や現地の雑誌等への四国の情報の掲載などを促進している。
エージェント	代理業者のこと。代理人。
エコシステム栽培（認証）	園芸連が、生産者の取組を認証し表示する制度。化学合成農薬の使用だけに頼らず、生態系や生産物への影響を少なくする、人と環境にやさしい栽培方法として、総合的病害虫・雑草管理技術（ＩＰＭ技術）を取り入れた栽培管理の基準や高知県版GAP、土づくり等の要件を設け、審査し登録する。
エコツーリズム	地域の自然や文化への理解を深め、より良い保全とゆとりある活用により、観光と産業を持続的に発展させる活動。
エコファーマー	「持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律」に基づき、都道府県知事から、たい肥等による土づくりと化学肥料や化学合成農薬の使用の低減を一体的に行う農業生産方式を導入する計画について認定を受けた農業者の愛称。
エコポイント	公共交通機関の利用によるＣＯ2削減やマイバックの使用など、環境にやさしい行動への対価としてポイントが付き、それを地域の社会貢献活動などに還元できる仕組みのこと。
（高知県）園芸戦略推進会議	輸入野菜の増加、国内競合産地との競争激化、量販店のバイイングパワーの増大などにより、危機的な状況に置かれている本県園芸農業の立て直しを図るため、平成１２年９月に設置された「園芸こうちパワーアップ戦略会議」を発展的に改組し、農業団体（中央会、園芸連、全農高知県本部、県内の全農協）と県が一体となって園芸振興の課題解決を進めていくために平成１５年９月に設置された県域の会議。 この会議の中に、本県園芸農業の抱える課題を①系統共販、②共同計算、③輸送、④安全・安心、⑤資材コスト、⑥営農対策の６つのテーマに区分し、それぞれプロジェクトチームを設置し、具体的な課題解決に取り組んでいる。
おいしい風土こうちサポーター	地産地消を県内全域に広げていくために、地産地消の取組に賛同し、率先して実践される方々のこと。県への申込みによって、「生産」、「医療・福祉施設」、「観光施設等」、「食品加工」、「量販店等」及び「消費者」の区分ごとに登録されている。
オフセット・クレジット（Ｊ－ＶＥＲ）制度	カーボン・オフセットに用いられることを主眼に、国内における温室効果ガス排出削減・吸収量を市場流通型のオフセット・クレジット（J-VER）として認証・発行する制度。環境省が策定した認証基準に従い、オフセット・クレジット（J-VER）認証運営委員会により、オフセット・クレジット（J-VER）が認証・発行される。

用語	解　説
おもてなしタクシー	乗客の皆様に「おもてなしの心」で接客を行うタクシー。㈶高知県観光コンベンション協会が実施する所定の講座を受講し、認定試験に合格したドライバーが乗務している。なお、料金は通常のタクシーと同じ。
オランダウェストラント市	オランダは１０，３００ｈａものガラス温室を有し（高知県の園芸施設総面積は約１，６００ｈａ）、天敵利用を主とするＩＰＭ技術や施設園芸において農薬や化学肥料の環境への負荷を極力抑える技術で世界のトップランナーの国として認知されている。その中でもウェストラント市は、４，３００ｈａのガラス温室が集中しており、パプリカ、トマト、ナス等の野菜類や花き類等、オランダの中でも最も施設園芸農業の盛んな市であり、全域で先進的な環境保全型による園芸農業が営まれている。
温湿度制御	ヒートポンプ、ミスト噴射などを用い、ビニルハウス内の温度と湿度を制御してハウス内の気象条件を改善し、植物の光合成を促進することによって農産物の生産量や品質の向上を図る。
温存ハウス	土着天敵を安定的に利用するために、農家が野外で採取した土着天敵を維持・温存するためのハウス。生産用のハウスとは別の育苗用のハウスや利用されていないハウス等を主に活用する。

か行

用語	解　説
カーボン・オフセット	日常生活や経済活動において避けることができないCO_2等の温室効果ガスの排出について、まずできるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等により、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方。
買受人	卸売市場において市場での売買取引に参加できる権利（買参権）を取得した業者のこと。買参人ともいう。産地市場における買受人を特に産地買受人と呼ぶ。→買参権
海外事務所	この計画では、高知県シンガポール事務所と高知県上海事務所のこと。
皆伐	一定範囲の樹木を一時的に全部又は大部分伐採すること。
価格安定制度	野菜の作柄は天候に影響を受けやすく、短期間に価格が大きく変動することから、野菜の生産・出荷の安定を図ることで、野菜農業の健全な発展と国民の消費生活を安定させることを目的とした国の制度。対象とする期間・市場に出荷した野菜価格が低下したとき、一定の要件を満たす産地の生産者に対して補給金が支払われる。
活餌	生きている餌。この計画では、かつお一本釣り漁業で、かつおの群を船に引き寄せるために撒かれる活きたかたくちいわし、まいわしなどのこと。
環境保全型農業	農業の持つ物質循環機能を活かし、生産性との調和などに留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業をいう。
環境保全型農業のトップランナー	平成１９年に高知県が策定した「高知県環境保全型農業総合推進プラン」の中で示された、高知県の農業が目指し、その地位を築いていくべき姿。全国のトップレベルにある取組として、天敵昆虫や交配昆虫等の利用によるＩＰＭ技術、国際規格である環境ＩＳＯ１４００１を農家段階まで実践した環境に配慮した取組、県内全域で確立している廃ビニール等の適正処理体制、ＪＡグループ全体による残留農薬の自主検査体制等がある。
観光圏整備事業	観光地が広域的に連携した「観光圏」を整備することで、国内外の観光客が２泊３日以上滞在できるエリアの形成を目指す観光庁の補助事業。県内では幡多地域で、「四万十・足摺エリア（幡多地域）観光圏」（計画期間：H21.5.1～H26.3.31）が平成21年4月に認定を受けた。
乾燥材	建築用材などとして使用する前に、あらかじめ乾燥させた木材。
間伐	育成段階にある森林において、樹木の混み具合に応じて樹木の一部を伐採（間引き）すること。残存木の利用価値の向上と森林の有する諸機能の維持増進を図るために行う。
企業コーディネーター	この計画では、（財）高知県産業振興センターが東京と大阪に配置し、ビジネスマッチングや販路拡大のサポート、情報収集などを行う人。

用語	解　説
企業的経営体	高い経営・生産管理能力を備え、雇用労働力を有効活用し、高所得を目指す大規模経営体。
木と人出会い館	林業・木材関係団体と建築士の団体が連携し、木造住宅等の情報を提供する施設。
機能診断マニュアル	耐用年数を経過し、老朽化が進む取水堰や排水機場など基幹的農業水利施設について、長寿命化のために行う部分的な補修工事など、最適な予防保全手法の検討に必要な調査手順書で、施設の点検・診断方法や余寿命の推定方法などを内容とするものをいう。
キャリアコンサルタント	求職者等が、適性や職業経験等に応じて自らが職業生活設計を行い、これに即した職業選択や職業訓練の受講等の職業能力開発を効果的に行うことができるよう、相談業務を行う人。ジョブカフェこうちに常駐する。
牛群検定	酪農家が飼っている乳牛１頭１頭の乳量や牛乳の成分、体重などを毎月１回（晩と朝で１セット）測定し、そのデータを集計して遺伝能力の改良や飼養管理の改善に活用するシステム。
共同計算制度	県産主要野菜の出荷販売において、①農協・農家間の過当競合の抑止と個々に生じるリスク緩和と分散、経費コストの低減、②統一した規格・ブランドによる顧客への供給力と取引力の強化、販路の確保と開拓、③農協や品目の調整・組合せによる計画出荷の充実と信頼の向上、県益の拡大と適正分配、などの目的達成と販売メリットを高めるため、全農協による県域共同販売をもとにした販売代金のプール計算を行う方法。
業務筋（中食・外食）	ホテル、レストラン、居酒屋等の外食関係業者及び惣菜、弁当チェーンなどの中食関係業者。
魚礁	海底の隆起部で魚が集まり好漁場となる場所。自然の海底地形によるものは天然礁と呼ばれ、人工的に構造物を設置したものは人工魚礁と呼ばれる。人工魚礁は形態により沈設型、中層型、表層型に分けられる。
拠点ビジネス	農協や第三セクターなど、地域の中核となる組織を拠点にして、野菜や加工品などの製造販売や、グリーンツーリズムなど観光交流のサービスなどを多角的、複合的に組み合わせたビジネス。
窪川アグリ体験塾	就農を予定している方や農業体験を希望する方を対象に、高知県立農業大学校が実施する研修のこと。 Ｕ・Ｉターンによる就農予定者を対象の実習を中心とした長期研修、インターネットによる通信講座と農場実習（スクーリング）を組み合わせた新いなかビジネススクール、農業実践者を対象とした営農大学講座や女性農業者講座などのほか、様々な研修・講座を開設している。
クラインガルテン	ドイツ語で「小さな庭」という意味の簡易宿泊施設のある滞在型市民農園。１区画ごとに休憩や簡易宿泊が可能な小屋（ラウベ）が設けられる。日本では1990年代から全国各地で整備されている。
グリーン・ツーリズム	農山漁村地域の豊かな自然に親しみ、そこに息づく暮らしや文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。
クリーンエネルギー	太陽光、太陽熱、地熱、風力、水力などの自然エネルギー及び水素エネルギーなど、環境に負荷のかからないエネルギー。
クリエイター	デジタルコンテンツの制作者、デザイナー、イラストレーター、漫画家、作家、作曲家、画家など創造的な活動を行う人。
グレーディング機器	製材品等をグレード（等級、品等）区分するために用いる機器。
黒潮牧場	かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置（現在12基）されている表層型浮魚礁。
経営革新塾	国からの委託を受け、商工会議所等が実施している新事業展開等を目指す若手後継者の方などを対象に経営戦略、組織マネージメント等の知識、ノウハウ等、経営革新に役立つ知識を20～30時間で習得する講座。
経営革新等認定企業	「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律」に基づく経営革新計画を策定し、承認された企業等。
経営診断システム	この計画では、農家の経営改善や経営発展を図るために、農家個人の経営実績を栽培作物毎に分析するシステムのことで、ＪＡグループ高知が平成２１年度中の稼働を目指している。
系統（販売）	農家が、農協、園芸連を通じて農産物を販売すること。

用語	解　説
系統共販	農家が、園芸連が定める選果選別規格に基づき、農協を通じて園芸連経由で、県内外の園芸連取引会社において一元的に販売する方法。
高知県漁協	高知県漁業協同組合。県内２５の海面漁協が合併して平成20年４月１日に発足した。組合員数１万３千人（県内シェア55%、H19）、販売取扱高116億円（県内シェア：70%、H19）で四国最大の規模を有する。
県認証	この計画では、「高知県無農薬・減農薬栽培農産物認証」の略称で、県が農産物の栽培方法を認証し表示する制度。農薬を使用しない栽培、又は節減対象農薬の成分回数を慣行栽培の５割以上あるいは８割以上減らした栽培を認証する。栽培計画が認証された農産物には、県の環境保全型農業の統一キャラクター「エコタン」を貼付することができる。
コールセンター	企業において、オペレーターが集約的に、電話等を利用して顧客へのサービス提供を専門に行う応対センターのこと。こうした業務は、社内に部署を設置するほか、近年は、専門会社に委託する傾向にある。
耕作放棄地	以前は耕地であったが、実際の土地状況からみて、現状では耕作できないものと市町村等が判断した土地。
高性能林業機械	従来のチェーンソーや集材機等に比べ、作業の効率化や労働強度の軽減等の面で優れた性能を持つ林業機械。
こうち型集落営農	過疎化・高齢化が進行する農村で、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等の導入に加えて、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの取組により、拠点ビジネスを進め、農業で生活できる所得を確保する仕組み。
こうち環境・安全・安心点検システム	高知県版ＧＡＰと同義。ＧＡＰという概念を、農業者にとってより親しみやすい形で取り組んでもらえるよう工夫したもの。
高知県漁協	高知県漁業協同組合。県内２５の海面漁協が合併して平成20年４月１日に発足した。組合員数１万３千人（県内シェア55%、H19）、販売取扱高116億円（県内シェア：70%、H19）で四国最大の規模を有する。
高知県食品衛生管理認証制度	ＨＡＣＣＰの考え方を取り入れた、県独自の衛生管理基準に適合する食品関連施設を認証する制度。平成１５年に創設し、食品関係営業者の自主衛生管理の向上を図り、消費者に安全性の高い食品を提供することを目的としている。 平成２０年度末で「魚肉練り製品製造業」や「鰹のたたき製造業」等の８業種で、業種ごとに基準が定められている。
高知県内水面漁業調整規則	この規則は、漁業法、水産資源保護法に基づき、本県の河川における水産資源の保護、漁業秩序の確立を目的に知事が定めたもので、水産動植物の採捕等に関する制限、禁止、罰則等が規定されている。規則を定めるとき、また、変更するときは農林水産大臣の認可が必要
高知県版ＧＡＰ	高知県では、園芸農業を主とする産地の状況に合わせて、独自に高知県版GAPとして、農業者自らが主体的に生産から出荷までのそれぞれの工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその１」と、農業団体や集出荷場が主体的に流通段階での工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその２」とを作成し推進している。（「ＧＡＰ」参照）
高知県木材情報センター	消費者や木材関係者に最新の木材関係の情報を提供している（財）日本木材総合情報センターの支部組織として、各県に配置されている木材に関する相談所のこと。高知県では（社）高知県木材協会内に設置されている。
こうち産業振興基金	（財）高知県産業振興センターに100億円の基金を造成し、平成19年度から10年間にわたり運用益を活用することにより、地域経済の活性化を支援している。
高知ＣＯＥ推進本部	県内の産学官の連携による研究開発の推進と研究成果の事業化の支援を行うため、(財)高知県産業振興ｾﾝﾀｰに設置した本部（平成18～19年度）。【※COE：ｾﾝﾀｰ・ｵﾌﾞ・ｴｸｾﾚﾝｽ（卓越した科学技術振興の拠点）】
高知しごとネット	県庁のホームページ内に開設した国や県、民間の職業紹介事業所等の就職支援の情報を一元的に集約した専用ポータルサイト。
高知ジュニア博士	学校給食への地域特産物の供給や、生産者の食農教育により、高知県の特産物の味を知り、農業や生産者のことをより深く理解する子ども達を育てることで、家庭や地域の中で特産物についての伝達ができ、将来の高知県の農産物の応援団になってもらおうとする事業の中で指す子どものこと。
高知野菜１１人きょうだい	「アンパンマン」でおなじみの漫画家やなせたかし先生による１１種類の高知やさいをきょうだいに見立てたキャラクター。１１品目は、高知の基幹品目みょうが、オクラ、なす、きゅうり、シシトウ、こねぎ、ピーマン、しょうが、メロン、米ナス、にら。
高知やさい体操	園芸こうち販売促進事業実行委員会（園芸連、高知県、ＪＡグループ高知）の取組の一貫。高知県で採れる野菜や、野菜の大切さを、多くの方々に知っていただくきっかけづくりとするため、ＮＨＫおかあさんと一緒でおなじみの「佐藤ひろみち」さんと「谷口くにひろ」さんのご協力により「高知やさい体操」と「高知やさい体操　おひさまの味」の楽曲が平成２０年２月に完成。県内外のイベント時に生産者、農業関係者等が実演し、高知やさいのＰＲを行っている。

用語	解　説
高知よさこいファクトリー	平成13年度に、県、産業振興センターの支援により、県内製造業者の受注拡大等を目的として、インターネット上に設立されたポータルサイトの名称。現在は、ポータルサイトへの登録企業等で組織する高知よさこいfactory推進協議会により運営されている。
高等技術学校	職業能力開発促進法に基づき設置された県立の公共職業能力開発施設で、高知・中村の２校がある。職業に必要な技術･知識を習得するための訓練を実施している。
高軒高（こうのきだか）ハウス	軒高が2m程度の一般的なハウスに比べ、軒高4m以上の高いハウスのことをいう。より大きな栽培空間が確保されるため、ハウス内の環境変化の緩和や、保温カーテンや細霧冷房装置などの環境制御機器の設備化が容易であるなど、従来型ハウスと比較して環境制御に有利とされている。トマトやピーマンなど、連続して生長する作物では生産量が向上する。
合法木材	世界中で横行している違法伐採を防止するため、それぞれの国の森林関係の法令において、合法的に伐採されたことを証明された木材のこと。
子ども農山漁村交流プロジェクト	Ｈ20年度からの５年間に、農山漁村で１週間程度の宿泊体験活動（農林漁家での宿泊体験を含む）を全国２万３千校の小学生（５年生）に経験してもらう事業。総務省、文部科学省、農林水産省の連携施策事業として実施している。
コミュニティ・ビジネス	地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決し、また、コミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元する取組のこと。
コラボ（販売）企画	この計画では、地域野菜等の販売戦略として、地域の一次産品や観光資源等を活用しながらストーリー性を持たせ、販売拡大や生産拡大につなげる企画。
コンシェルジュ機能	お客さまの求めに応じて、各種の情報を一ヶ所で総合的に案内する機能。案内だけでなく、宿泊などの手配を含む場合もある。
コンテンツビジネス	漫画や写真、映像、音楽、コンピュータゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用したビジネス。
コンパクトシティ	様々な機能を中心部に集中させた都市のことで、機能を集めることによって、相乗的な経済交流活動が活発になり、中心市街地の活性化が期待できるとされている。

さ行

用語	解　説
再生稲	稲を刈り取った株から再生して出てくる稲のことで、ひこばえ、二番穂とも呼ばれる。牛の飼料として利用するために、肥料や水を与えて成長させる。収穫量は苗から育てた稲の半分程度であるが、育苗や田植えが必要ないことから栽培コストがかからないというメリットがある。
作業道	林道などから分岐し、立木の伐採、搬出、造林などの林内作業を行うために作設される簡易な構造の道路。
サテライト	この計画では、ジョブカフェこうちの支所のことで、主にキャリアコンサルタントによる個別の就職相談や職業適性検査、就職に関する情報などを無料で提供する。高知市本部に対して、衛星（サテライト）のような施設。
サプライヤー	商品などの供給者。商品製造業者。
産地市場	主として漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売のため、その水産物の陸揚地において開設される市場。
残留農薬基準	食品衛生法第７条に基づく食品規格で、農産物などに残留しても許容される農薬の最大上限値を定めたもの。この基準を超えて農薬が残留している農産物は、国産品・輸入品問わず、流通・販売などが禁止されている。
シェアオフィス	複数の利用者が同じスペースを共有するオフィス。インターネット回線、共有のOA機器や会議室を備えるなどの入居者の利便性に配慮されているものもある。一般的な貸しオフィスより低料金であるため、創業間もない事業者や地方の小規模事業者が都市での活動拠点として使用している。
ジェトロ	「Japan External Trade Organization」日本貿易振興機構の略称。国際見本市の開催、輸出促進への協力などを行う。

用語	解　説
四国観光立県推進協議会	四国４県とＪＲ四国の５団体で構成する観光協議会。海外や首都圏への情報発信、旅行会社や航空会社とタイアップした四国のキャンペーンを展開するなど、四国の認知度の向上や誘客促進に取り組んでいたが、平成２１年７月に発展的に解消し、四国ツーリズム創造機構に継承。
四国ツーリズム創造機構	行政主体であった四国観光立県推進協議会を平成２１年７月に発展的に解消し、新たに立ち上げた四国４県と民間企業が参画する官民一体の広域観光推進組織。前身の四国観光立県推進協議会の取組の総括を踏まえ、新たにアクションプランを策定し、取組を強化。国内外での四国の認知度の向上や誘客促進に取り組んでいる。
志国高知 龍馬ふるさと博	ＮＨＫ大河ドラマ「龍馬伝」や「土佐・龍馬であい博」で盛り上がった龍馬ブームを生かし、本県観光の底上げを図るための「ポスト龍馬博の推進」の柱として取組む観光イベント。 龍馬を育んだ土佐の風土をまるごと体感できるよう、「歴史」「花」「食」「自然体験」の４つのテーマで県内各地でイベント等を開催。また、メイン会場としてＪＲ高知駅前に「こうち旅広場」が平成23年7月9日にオープンした。
自然冷媒ヒートポンプ給湯器（エコキュート）	ヒートポンプ技術を利用し、空気を圧縮した熱で湯を沸かすことができる電気給湯器のうち、二酸化炭素(CO2)を冷媒（熱媒）として用いるもの。なお、エコキュートは関西電力の登録商標。
実需者	実際に商品を購入して消費する者。例えば、地産地消の取組で、野菜を作る人を生産者、それを材料として購入して客に食事を提供する宿泊施設を実需者という。青果物流通の場合の実需者とは、卸会社、仲卸から先の量販店、量販店の共同仕入れ組織、外食（レストラン等）、中食（惣菜業者等）、食品加工業者（漬物等）、食品問屋等のこと。
地鶏肉特定ＪＡＳ認定	地鶏肉の品質に関する表示方法や生産方法等についての基準を定め、その過程等について登録機関が認定を行うもの。認定製品にはＪＡＳマークを貼付できる。
自伐林家	自己の所有する森林で伐採・搬出などを行い林業を営む林家。
遮光ネット	減光や日長の調節、温度上昇抑制などを目的として作られた、ポリエステルなどを素材とする資材。作物の種類や使用する目的により遮光率や色が異なる。
重油代替暖房機	重油以外のエネルギー源を使用する暖房機。施設栽培用暖房機のエネルギー源として、木質バイオマス、電気等が検討されている。
集落営農	集落単位で農業生産活動の一部又は全部を共同で行う営農形態をいい、この場合において、規約や収支計画・事業計画に基づいて活動する組織を「集落営農組織」という。
主業農家	農業所得を主とし、６５歳未満で年６０日以上農業に従事している者がいる農家をいう。
種苗（大型・小型）	放流用や養殖用の魚類などの稚魚のこと。 県では、ヒラメ、エビ類等の種苗を人工的に生産し放流用として配付している。これまでの放流用種苗のサイズはヒラメ40㎜、クマエビ15㎜と小型であったが、今後は放流効果を向上させるため、より大きく育成したヒラメ（60㎜）、クマエビ（35㎜）も放流用種苗として生産する。
浚渫（しゅんせつ）	航路、水路、泊地などの水底、又は河川の川底の土砂を掘りとること。
商社機能	・蓄積した情報収集・分析機能や市場開拓機能。 ・事業経営に関わるノウハウ、リスクマネジメント機能。 ・IT（情報技術）、LT（物流技術）、FT（金融技術）、MT（マーケティング技術） などの機能のこと。
食育	生涯を通じた健全な食生活の実現、食文化の継承、健康の確保等が図られるよう、自らの食について考える習慣や食に関する様々な知識と食を選択する判断力を楽しく身につけるための学習等の取組をいう。
食農教育	農業分野と教育分野が一体となり、食料と農業に関する学習や農業体験学習等を通じて、食べ物や食生活、農業・農村について正しい理解を深めるための教育をいう。
ジョブカフェ（こうち）	若年者のための就職支援相談センターで、高知市帯屋町に開設。併設のハローワークと連携して、職業相談から職業紹介まで、ワンストップでサービスを提供している。

用語	解　説
飼料用米	飼料の原料として生産される米（稲の子実）のこと。
新規需要米	稲発酵粗飼料(ホールクロップサイレージ)用、飼料用、米粉用、輸出用、バイオエタノール用などの用途に用いられる米穀のこと。国内主食用米の需給に影響を及ぼさないと認められたものをいう。
森林施業プランナー	森林を所有する方に、森林の管理などに必要な施業の方法、間伐等に必要な経費、木材販売見込額などを明らかにした提案書「森林施業プラン」を提示するなど、きめ細かなプランを作成できる人。
森林セラピー	森林浴、森林レクリエーションを通じ、森林が彩なす風景や香り、音色、肌触りなどによる、森のいのちや力を感じるような心理的効果や、森林の地形、自然を利用した医療、リハビリテーション、カウンセリングによる健康回復、維持、増進活動。
森林認証制度	持続可能な森林経営の行われている森林を第三者機関が評価、認証し、そこから生産された木材などの林産物を区分することにより、消費者がこれらの林産物を選択し、購入できるようにする民間主体の制度。
森林保全ボランティア	森林の整備・保全に係わるボランティア。森林所有者に代わり、維持管理ができなくなった森林などの整備を行う。
水源かん養	雨水を貯留し、河川へ流れ込む水の量を平準化して洪水を防止したり、土壌を通過することにより水を浄化するなど、豊かな水を生みだす森林の働き。
好き好き高知の野菜大好きっ子宣言チーム	生産者による食農教育により高知県の農業や野菜についての理解を深めることで、子どもたちが主体で高知県の主要野菜を使った学校給食へのメニュー提案等、そういった主要野菜を使った学校又はクラス単位での取組を通じて、高知の野菜好きの子どもたちを育てていく事業の中で指す子どもたち（クラス単位など）のこと。
生産工程管理ウォッチャーシステム	農業者や農業団体、集出荷場が取り組む高知県版GAP等の生産から流通に至る工程管理の実施状況、記録の保管、取組の改善状況等について、消費者等の第三者を含むメンバーらによって確認してもらう仕組み。
生産履歴記帳	JAグループが実施する「生産履歴記帳運動」で、資材の誤った使用を防ぎ、適正に使用するため、主に農薬や肥料の種類、施用時期、使用量などについての記帳、回収、チェックを実施する。
生物多様性	ある場所に生息する生き物の種類の多少や個性の違いを総合的に指す言葉。環境破壊によって多くの生き物が絶滅し、生物多様性が失われていることから、地球環境保全の程度を測るバロメーターとも言われている。生物多様性を守るということは、様々な生き物がお互いの関係を保ちながら、本来の自然環境の中で生きている状態を守るということである。
接着重梁	大スパンの構造の場合に、単一材ではその断面に限度があるため、単一材を重ねて接着し、厚みを大きくした梁のこと。集成材の一つ。
施肥基準	気象や土壌等の条件にあった施肥量や施肥の時期を定めたもの。環境保全型農業の進展には、作物や地域の気象、土壌等の条件にあった過不足のない適正な施肥が重要である。そこで、各都道府県において、施肥量の目安になる施肥の基準値や方法を策定しており、これらの情報を技術指導者等を通じて農業者の方に伝えるための目安となる施肥基準を作成している。
ソーシャルゲーム	専用のゲーム機は不要で、パソコンや携帯電話を用いて、インターネットの特定のネットワーク（ソーシャル・ネットワーク・サービス）が提供するゲーム上で、他のユーザーとコミュニケーションをとりながら遊ぶオンラインゲーム。

た行

用語	解　説
太陽熱消毒	太陽熱を利用することで環境に負荷をかけることなく、土壌伝染性病原菌や土壌中の害虫、雑草等を駆除する方法。通常、農地を透明なポリエチレンで覆うことによって行う。
炭酸ガス施用	植物の光合成に必要な炭酸ガスを人為的に施用し、ハウス内の炭酸ガス濃度を高めることで、光合成を促進し、生産物の収量や品質の向上を図る。
湛水処理	畑の土壌病原菌は酸素の豊富な条件で生息しやすく、逆に湛水して酸素不足の状態にすると病原菌は死滅しやすくなる。このような性質を利用して、古くから畑に水をためて水田状態にするなどの生物的防除法のこと。湛水処理には、病原菌の減少効果のみでなく、作物の残さや残根の分解促進効果、土壌線虫の減少効果、作物に余分な成分である塩類等の除去効果、雑草の抑制、ほ場の均一化等の作用があり、低コストな生物的防除法として重要な方法の一つ。

用語	解　説
単版工場	丸太から大根の「かつらむき」のように薄くはぎ取った板（貼り合わせると合板になる）を製造する工場。
地域コーディネート組織	広域的な観光情報の発信や問い合わせへの対応、着地での旅行手配などをワンストップで行う組織のこと。この組織があると観光客の利便性が格段に向上し、旅行会社も旅行商品を作りやすくなる。また、広域ブロックでの観光振興を図る際に中心的な役割を担うことになる。
地域コンソーシアム	事業を行うことを目的とした地域の企業やNPOなどによる連携体制。
地域支援企画員	市町村と連携しながら、実際に地域に入って、住民と同じ目線で考え、住民とともに活動することを基本に、それぞれの地域の実情やニーズに応じて支援を行う県職員。（現在５３名が市町村に駐在）
地球温暖化	人間活動による二酸化炭素やメタンなどの放出量が増大し、大気中の温室効果ガスの濃度が高まることによって起こる現象で、地球の気温が気候の自然な変動の範囲を超えて上昇すること。
着地型旅行商品	着地（旅行先）の旅行会社などが企画した現地発着ツアーのこと。例えば、東京で高知への旅行商品を売る場合は発地型旅行商品というのに対して、着地の高知で「龍馬を巡る旅」などを企画して売ることを着地型旅行商品という。
中山間地域等直接支払制度	農業生産活動の条件が不利な中山間地域等において、農家に対する一定額の交付を通じて農業生産活動を維持できるようにし、耕作放棄地の発生を防止することによって、農地・農村の有する多面的機能を確保する制度。この制度では、集落内の農家が協定（集落協定）を結び、農業生産活動を５年以上継続する必要がある。
中心市街地活性化基本計画	「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、中心市街地の活性化に関する施策を総合的かつ一体的に推進するため、市町村が策定する基本的な計画のこと。内閣総理大臣が認定を行い、認定を受けた基本計画に基づく事業に対して、国より集中的かつ効果的な支援が受けられる。
直販店・直販所	常設店舗であって、生産者又は生産者グループが自らが生産、又は製造したものを直接販売するところ。
テストマーケティング	新商品の本格的な市場参入に先立って、試験的に実市場で販売や広告宣伝活動などを行い、その反応を調査・検証する活動のこと。
出前授業	この計画では、主に県外消費地の学校等に出向いて、本県園芸品への理解を深めるとともに消費拡大を図ることを目的として、園芸品の生産に関わる者が、直接本県の園芸農業の概要や環境保全型農業への取組紹介、本県園芸品を使った調理実習等を行うことをいう。
電子商取引	ｅコマースとも言い、インターネット上で全ての商取引を行う仕組み。
土佐はちきん地鶏	いずれも高知県原産の土佐九斤と大軍鶏を交配させたクキンシャモの雄と白色プリマスロックの雌から生まれた高品質肉用鶏。ほど良い歯ごたえと脂質の少ない地鶏本来の旨さが特徴。
特栽ガイドライン	生産された地域の慣行レベル（各地域の慣行的に行われている節減対象農薬及び化学肥料（窒素成分）の使用状況のこと）に比べて、節減対象農薬の使用回数が５割以下、かつ化学肥料の窒素成分量が５割以下で栽培された「特別栽培農産物」に係るガイドライン。平成１６年４月に改正され、化学合成農薬や化学肥料の使用状況に応じて区分毎に設定されていた名称（無農薬・無化学肥料・減農薬・減化学肥料栽培農産物）が「特別栽培農産物」に統一された。
篤農家	優れた生産技術を持ち、高収量・高品質を実現することで安定した農業経営を行っている、地域のモデルとなる農家をいう。
特用林産物	林野から産出される木材以外の産物。きのこ、木炭等。
土佐あかうし	土佐和牛のうち、褐毛和種高知系（土佐褐毛牛）の流通ブランド名。明治時代から高知県内のみで改良されてきた貴重な品種であり、美しい褐色の毛色に、毛分けといわれる目や鼻が黒いのが特徴。程良い霜降りと赤身の美味しさが評価されている。
土佐ジロー	高知県原産の天然記念物土佐地鶏の雄と米国原産のロードアイランドレッドの雌を交配して生まれた卵肉兼用の地鶏。卵は小ぶりながら濃厚な味、肉は適度な歯ごたえがあり深い味わいが特徴。
土佐のいい物・おいしい物発見コンクール	県内事業者の有する優位性を持つ商品を発掘、ＰＲすることによって、商品改良や販路開拓を支援することを目的に開催するコンクール。平成１２年度に第１回コンクールを開催して以来、現在までに７回開催している。

用語	解　説
土佐の料理伝承人	高知の豊かな食文化を伝えるため、地域の郷土料理について卓越した知識・技術をもち、伝承活動に取り組んでいる、市町村長の推薦により県が選定した５６団体・個人の方々をいう。
土佐・龍馬であい博	2010年のＮＨＫ大河ドラマ「龍馬伝」の放送にあわせて開催した観光イベント。ＪＲ高知駅前をメイン会場とし、誘客の核としてドラマ関連の展示を行う「高知・龍馬ろまん社中」と、観光や物産の情報を一元的に発信する情報発信館「とさてらす」を設置。また、サテライト会場として、安芸市、梼原町、土佐清水市に、ドラマ関連の展示を行う「社中」を設置し、その地域の広域情報をきめ細かく発信することで、更なる周遊を促す。 さらに、県内各地で「自然」や「食」、「歴史」や「文化」などの魅力を活かした滞在型・体験型観光のイベントを実施し、高知県のイメージアップとファンを獲得する。
土佐和牛	高知県内で生産された和牛（黒毛和種、褐毛和種）の流通ブランド名。特に黒毛和牛は鮮やかな霜降りと柔らかさが特徴。褐毛和種高知系は土佐和牛「土佐あかうし」としても流通している。
土壌診断処方箋	作物の収量や品質の向上あるいは養分の過不足による生育障害等を改善していくために、生産者への①聞き取り、②土壌診断、③理化学性の分析診断、④作物診断等によって、その症状や改善目的に応じた対策の処方箋を示す。土壌の性質や作物の種類によって基準値は異なる。
土着天敵	地域に生息している土着の昆虫やクモ等その他生物で、作物に被害を及ぼす害虫の天敵となるもの。土着天敵は、特定防除資材（特定農薬）として指定されている。天敵を活用した防除には、メーカー等によって製品資材化されており、農家がいつでも購入できる状態の天敵を利用する場合と、地域にもともといる土着の天敵昆虫を利用する場合とがある。ハウスなどの閉鎖系空間では購入天敵中心の利用が多いが、ほ場が周りの自然と連続している露地栽培では土着天敵が比較的利用しやすい。
土着天敵リレー	作物の栽培が終了後、ほ場内で自然に増えた土着天敵を、栽培期間が異なる別のほ場の作物等へ移動させてリレーしていく方法。ほ場内で増えた土着天敵は、作物の栽培が終了してしまうと維持できなくなり、農家はまた次の栽培の際に天敵を探して捕獲してこなければならないことから、高知県で始めた方式。同じ地域内でリレーする地域内リレーと、山間部と平野部等の気象条件が異なる地域間でリレーする地域間リレーがある。（ただし、生態系が異なるため、県をまたぐ土着天敵のリレーは農薬取締法で禁止されている。）
トップセールス	この計画では、知事が、県内製品の特長や優秀性を宣伝し、積極的にセールスを行うこと。
中食（なかしょく）	レストランなどで食事をする外食と、家庭で料理を作って食べる内食（うちしょく）との中間で、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどで販売されている調理・加工済みの弁当やそう菜を家庭や職場、学校などで食べること、又はその食品のことをいう。

な行

用語	解　説
南国そだち	平成１８年に県奨励品種に採用された県育成の極早生品種で、７月中の出荷が可能な良食味米。コシヒカリとのリレー出荷により県外消費地での有利販売を目指している。
肉豚地域保証価格	豚肉の市場価格が下落したときに、生産者積立金により補てん金の交付を行う基準となる各都道府県団体が定めた地域保証価格。
日射比例灌水装置	植物の蒸散や地表面からの蒸発によって失われる水分の量を、その時々の日射量から推定し、植物が必要な水分を過不足なく自動的に補給する装置。
ニューツーリズム	テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなどの体験的な要素を取り入れた旅行のこと。テーマとしては産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズムなどがあり、旅行会社主導でなく地域側が旅行商品を作るという特徴がある。
乳用牛舎快適性改善モデル	牛舎の暑熱対策や給水施設、飼槽などの改善により乳牛の快適性を向上させることで、個体能力を今以上に引き出し、乳量や乳質が改善されることを実証するモデル農家。
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づき、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、自ら作成した５年後の目標とその改善策を内容とする「農業経営改善計画」が市町村長の認定を受けた農業者をいう。
農業環境規範	我が国の農業生産全体を環境保全を重視したものに転換するため、農業者自らが取り組むべき規範として国が平成１７年３月に策定。作物の生産においては、土づくりの励行、適切で効果的・効率的な施肥、効果的・効率的で適正な防除、廃棄物の適正な処理・利用、エネルギーの節減等、農業者が環境保全に向けて最低限取り組むべき事項をまとめたもの。農業者自らが生産活動を点検し、改善に努めるためのものである。

用語	解　説
農業生産法人	農業経営を行うため、売買や貸借により農地の権利を取得できる法人。農地法では、原則として農業生産法人以外の法人は、農地の取得・使用ができないとされている。
農作業受委託組織	農地の所有者等から農作業の一部又は全て作業の委託を受け、委託者に代わって現実に農作業を行う組織。
農商工ファンド	中小企業者と農林漁業者が連携して行う新たな取組に助成するために、国の地域中小企業応援ファンドの仕組みを活用し、県や市町村等も基金の積み増しをして、高知県産業振興センターに設置した基金。
農林漁家民宿	農林漁業や田舎の生活が体験できたり、とれたばかりの新鮮な素材を活用した料理を味わうことができる、農家、林家及び漁家等が経営する宿泊施設。
農林漁家レストラン	農林漁家自ら又は農林漁家との密接な連携の下で、その農林漁家が生産した食材又は地域の食材を使って調理・提供している、当該地域に立地するレストラン。

は行

用語	解　説
排液処理装置	養液栽培から生じる排液に含まれる余剰の硝酸態窒素やリンを処理する装置。水田土壌中の微生物の力で硝酸態窒素を無害な窒素ガスに変え、またカキ殻によりリンを除去する。栽培期間を通じて窒素・リン共に総理府令に定められた排水基準値以下を維持できる。ミョウガの排液については培地の色素についても分解する必要がありさらに改良が加えられている。
配合飼料価格安定制度	配合飼料の原料となるトモロコシなどの価格高騰による畜産経営の損失を緩和するための制度をいう。
買参権	卸売市場において、売買取引に参加するために必要な権利のことで、市場開設者に申請し、条件を満たすことで取得できる。取得した業者を買受人（買参人）と呼ぶ。→買受人
排出量取引（制度）	国や企業ごとに温室効果ガスの排出枠（キャップ）を割り当て、枠を超えて排出した国（企業）と余っている国（企業）との間で排出枠を取引（トレード）し、結果として全体の排出量を一定量以下に収める制度。
バイヤー	商品を買い付ける仕事をする人。商品選定、仕入価格、売買戦略などを卸売業者や生産者等と商談する担当者。
バッチ網漁業 （機船船びき網漁業）	この漁業は、漁船２隻が袋状の網を曳き、イワシシラス（ちりめんじゃこ）を漁獲。知事の許可が必要な漁業で、操業区域や時間、網の大きさ等が制限される。本県では土佐湾中央部の沿岸域での操業が主体
梁桁ネットワーク	県内の製材業者や木材流通業者がネットワークを組んで、県産の梁桁材を常時一定量ストックし、消費者ニーズに応えようとする取組。
ハンズオン支援	ハンズオン（Ｈａｎｄｓ－Ｏｎ）とは、直訳で「手を置く（触れる）」との意味。ハンズオン支援とは、専門家等が直接的に手取り足取り指導することをいう。
ヒートポンプ	空気や水が持つ熱を、温度の低いところから高いところへポンプのように移動させる装置で、冷蔵庫やクーラーなど家庭での冷却装置として利用されてきた。熱効率が極めて高く、二酸化炭素(CO2)排出量が少ないことから、農業用ハウスの冷暖房装置として利用が進んでいる。
光センサー選果機	光センサー（非破壊糖度センサーともいう）とは、果実の１個１個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。ミカンやリンゴなどの果実の選果機に導入することで、切ったり、傷をつけることなく内部品質の検査が可能。本県では、農協の選果場で、温州ミカン、土佐文旦、小夏などの選果・選別に利用されている。
ビジネスマッチング	中小企業やベンチャー企業、起業家の事業展開を支援するため、それらの企業等とビジネスパートナーの出会いの場を提供し、ビジネスパートナーとの事業連携や事業提携等を図ろうとするもの。
非破壊糖度センサー	光センサーと同義語で、果実の１個１個に光を照射し、果実内部を透過あるいは、反射してきた光の量を分析して、糖度・酸度・内部障害などを測定する装置。大規模な選果機に導入されるタイプや、ポータブルタイプで、生産ほ場や農家の選果場、小売店などでも手軽に糖度を測定することができるタイプがある。

用語	解　説
フィルムコミッション	映画、テレビドラマ、ＣＭなどのあらゆるジャンルのロケーション撮影を誘致し、実際のロケをスムーズに進めるための支援を行う非営利機関。地方公共団体（都道府県・市町村）か、観光協会の一部署が事務局を担当していることが多く、映画撮影などを誘致することによって地域活性化、文化振興、観光振興を図ることを目的としている。高知県においては、(財)高知県観光コンベンション協会内に高知フィルムコミッションが設置されている。
フードビジネスクリエイター	一次産品の高付加価値化のために、食品の加工・製造や品質管理、機能性食品の生産に関する技術のほか、商品開発や分析、経営にいたる幅広い知識を持った、食品産業の中核を担う人材のことを指す。
副業型林家	森林の所有の有無にかかわらず、森林整備や木材の生産活動にかかわって、林業の営みを副業的に行っている人々の総称。
ブラッシュアップ	商品の特性にみがきをかけ、さらに良くすること。
ブルーツーリズム	漁村に滞在して、漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ余暇活動のことをいう。
プレカット	木造住宅の建設において、従来、大工が手で刻んでいた木材の継手・仕口などを、工場に設置された自動工作機械で加工すること。
プロダクトアウト	企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、企業側の有する技術や優位性などを基本に、それらの事業活動を取り組んでいこうとする経営姿勢。マーケットインの反意語。
ヘルスメイト	地域で食生活改善を主なテーマとして、健康づくりのためのボランティア活動をしている「食生活改善推進員」の愛称。
宝石サンゴ	水深数10m～数100mの岩礁性の海底に生息し、内骨格が宝飾品として利用される。花虫綱八放サンゴ亜綱ヤギ目サンゴ科に属し、サンゴ礁を形成するいわゆる造礁サンゴ類とは別の分類群に属する。アカサンゴ、モモイロサンゴ、シロサンゴなどがあり、高知県では全国の2/3程度を漁獲し、加工業や流通業も多くが集積している。
ポータルサイト	インターネットに接続するときに、玄関口となるウェブサイト。
ホームユース調査	お客様に、自宅に商品を持ち帰っていただき、使用後に意見や感想をアンケートにより収集すること。
ポジティブリスト制度	残留基準が設定されていない農薬が残留する食品の流通・販売等を禁止する制度。食品中に残留する農薬について食品衛生法第１１条に基づき、残留基準が設定されているが、基準が設定されていない農薬が含まれる食品については規制が困難であることから、平成１８年５月から導入された。

ま行

用語	解　説
ＭＹ遊バス	(財)高知県観光コンベンション協会が運行しているＪＲ高知駅～五台山～桂浜を定額料金で一日又は二日間乗り放題のバス。路面電車の市内190円区間乗り放題や観光施設の入場料の割引などの特典がある。 JR高知駅発、五台山、桂浜行の周遊観光バスで、「はりまや橋」「牧野植物園」「桂浜」などの高知市内の観光スポットを回る。料金は定額で1日券と2日券がある。乗車券の提示で割引を受けられる協賛施設がある。
マーケットイン	企業が商品開発・生産・販売活動を行ううえで、商品・サービスの購買者のニーズを優先し、購買者の視点で商品開発を行うとともに、購買者が求めている数量だけ提供していこうとする経営姿勢。プロダクトアウトの反意語。
前処理加工	魚類の場合では、魚類の料理や加工品の材料とするために、魚のうろこを剥ぎ、エラや内臓あるいは頭部を除いた状態やさらに３枚におろしたり、切り身の状態に加工することをいう。下ごしらえのことをいう。
まちむら交流機構	（財）都市農山漁村交流活性化機構の愛称。都市住民の自然・ふるさと志向とこれに対応して豊かなむらづくりを進めようとする農山漁村の意向を踏まえて、都市と農山漁村の交流を積極的に推進するとともに、都市と農山漁村が一体となった地域活性化のための国民的規模の運動を展開し、もって農山漁村の活性化を図り、国土の均衡ある発展及び自然と調和のとれた豊かでうるおいのある社会の実現に資することを目的としている。

用語	解説
マリン・エコラベル・ジャパン	水産資源と海に優しい漁業を応援する制度として2007年10月に全国的な水産団体である大日本水産会が創設したもの。資源と生態系の保護に積極的に取り組んでいる漁業を認証し、その製品（商品）に水産エコラベルを付けることにより、このような漁業を奨励・促進する制度である。
マルチ資材	作物に好適な土壌環境をつくるために、土壌の表面を覆うプラスティックフィルムなどでできた資材。効果として、乾燥、加湿など土壌の水分調節、地温調節、雑草の発生抑制などがある。
マルチ栽培	地面をシートフィルム等で被覆し、地温や土壌水分の調節、病害虫、雑草の防除等を図る栽培技術。ミカンなどの果樹類では株元やほ場全体にシートフィルムを被覆し、雨水の侵入を防ぐことで適度な水分ストレスを与え、糖度の向上や着色促進などの品質向上に利用。近年、消費者の高品質嗜好の高まりに対応し導入が進んでいる。
木質バイオマス	バイオマスとは再生可能な生物由来の有機性資源で、樹木からなるバイオマスのことを木質バイオマスという。樹木の木部、樹皮、葉などで、林地に残された材や製材工場の残材、建築解体木材も含む。
木質ペレット	木材を粉砕、圧縮、成型した固形燃料で、長さは１～２ｃｍ、太さは６～１２mm程度の円筒状のもの。
木造住宅指定団地	調和の取れた良好な街並みを形成するため、県産材を使った一団（１０戸以上）の木造住宅を建築することを条件に県が指定する住宅団地。
モニタリング	企業等が、実際に商品を使用しているモニターに対し、使用感や感想を収集するリサーチ手法。また、企業の消費者調査等において、サービス評価などの日常的・継続的な点検のこと。
森の工場	一団の森林を対象に、林業事業体が森林所有者と森林の管理に関する協定や受委託契約を結び、計画的・効率的に間伐などの森林整備を実施し、収益や安定的な雇用の確保等を図りながら、持続的な林業経営を行う森林の団地。

や行

用語	解説
野菜ソムリエ	野菜や果物の美味しさや楽しさを理解し、伝えることのできるスペシャリストとして日本ベジタブル＆フルーツマイスター協会が認定している人のこと。高知県では、高知県の農業、食文化を学ぶ講座を受講した野菜ソムリエを「高知の野菜ソムリエ」として登録している。
山元土場（ストックヤード）	木材を山から加工場等へ輸送する際に一時的に利用する木材の集積場所のうち、伐採現場に近い山元に構える貯木場のこと。必要に応じて木材の太さや長さ、品質に応じた簡易な仕分けを行う機能を持つ。
有機JAS（有機JAS認証制度）	農林水産大臣に登録を受けた第三者機関（登録認定機関）が、有機農産物等の生産工程管理者（農家や農業生産法人等）や製造業者を認定し、認定を受けた者は、有機農産物や有機加工食品について、有機JAS規格に適合しているかどうかを格付けし、その結果、適合していると判断したものに有機JASマークを付すことができる制度。有機ＪＡＳマークがない農産物に「有機」や「オーガニック」等の表示を付すことは法律で禁止されている。
有機農業	化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと、遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。
有機のがっこう	平成１８年４月、有機農業の実践者を育成し、修了生の県内への定住を図り、有機農業の振興と地域の活性化を促進するため、ＮＰＯ法人「黒潮蘇生交流会」と県の協働により土佐町に開校した研修施設。有機農業に関心があり県内での新規就農希望者、又は環境保全型農業の実践希望者を対象に１年間の研修を実施。
養液栽培	植物の生長に必要な養水分を、液肥として与える栽培方法。培地を用いない水耕栽培、噴霧耕と、培地を用いた固形培地耕とがある。現在、トマトやナスなどのナス科の野菜、ホウレンソウやレタスなどの軟弱野菜、メロンやイチゴなどの果物的果菜類、バラなどの花卉に多く用いられている方法である。高知県ではミョウガでも多く普及している。
よさこいネット	(財)高知県観光コンベンション協会が運営する高知県の観光情報ホームページ。県内の季節ごとのイベント情報なども掲載している。
４定条件	定時・定量・定規格・定価格のこと。大型量販店や外食産業等は、品質・鮮度・数量等の面で商品を安定的に供給していく必要があることから、その仕入元に対して、「4定条件」を強く求める傾向にある。

ら行

用語	解　説
楽天市場「まち楽 高知」	楽天株式会社の運営する日本最大級のｅ－コマースサイト「楽天市場」の、都道府県別、エリア別に特産品などを販売する「まち楽」のページに、高知県が平成２０年１２月に開設した「まち楽 高知『あったか高知で待ちゆうき』」のこと。地域の特産品や観光情報などを、都道府県や政令指定都市などの自治体が掲載できるタイアップページが順次開設されている。
ランドオペレーター	旅行先での旅行を円滑に実施するためのワンストップ窓口の役目を果たす管理者。旅行者が旅行先で利用する宿泊場所、移動手段、食事、ガイドなどを事前に手配し、旅行中においては、旅程を管理する。旅行後は旅行代金の収受と支払い等の清算を行う。
陸棚外縁	大陸棚外縁ともいう。世界の大陸の周辺をとりまいている平坦な海底面（陸棚）のうち、深海に向かって傾斜の増大する部分をいう。土佐湾ではおよそ100～400メートルの水深帯に陸棚外縁が広がり、ニギスやアオメエソなど深海性の魚類やエビ類が生息し、底びき網漁業で漁獲される。
林業事業体	森林所有者などからの委託又は立木の購入等により、造林、伐採などの林業作業を行う森林組合、素材生産業者など。世界農林業センサスでは「林業サービス事業体等」に相当する。
林業労働力確保支援センター	林業労働力の確保の重要性から施行された「林業労働力の確保の促進に関する法律（平成8年法律第45号）」に定められた、知事が指定した団体で、林業における雇用改善の促進対策、林業就業者の育成･確保対策、情報の提供相談その他の援助等を総合的な業務としている団体。
冷水病	ギンザケやアユに発生する細菌感染症で、現在、養殖場や河川で全国的に流行し、最も被害を与えている病気の一つ。高知県においては、平成４年に養殖場で、平成６年には河川で確認された。元々は、北米のマスの病気であり、琵琶湖産アユの放流により全国へ広がったと見られている。
れいほくスケルトン	高知県の嶺北地方で生産されたスギ材を１００％使用した、住宅の基本構造体のキット商品。
レンタルハウス	農協等が整備し、農業者にレンタルするハウスのこと。県のレンタルハウス整備事業では、県、市町村が補助を一定の割合で行っている。

わ行

用語	解　説
若者サポートステーション	いわゆるニートやひきこもり傾向にある概ね１５歳から４０歳未満までの若者を対象に、個別相談やソーシャルスキルトレーニング等により、就学や就労に向けた自立支援を行う。

＜ 参考資料 ＞

Ⅱ 計画のフォローアップ

1　フォローアップの経過

2009年（平成21年）
- 4月1日　地産外商推進協議会設置要綱　一部改正
- 6月16日　第４回地産外商推進協議会
- 6月16日　第４回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
- 6月17日　産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　施行
- 7月31日　第１回食品加工ＷＧ
- 8月21日　第２回食品加工ＷＧ
- 9月2日　第５回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
- 9月7日　産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱　一部改正
- 9月8日　第１回連携テーマ部会
- 9月10日　第１回観光部会
- 9月〃　第１回林業部会
- 9月15日　第１回農業部会
- 9月〃　第１回水産業部会
- 9月〃　第１回商工業部会
- 9月25日　第３回食品加工ＷＧ
- 9月〃　**第１回フォローアップ委員会**
  【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等
  ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等
  ◇ 計画全体の進捗状況に対する評価等
- 11月20日　第５回地産外商推進協議会
- 11月20日　第６回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
- 12月17日　第２回連携テーマ部会
- 12月18日　第６回地産外商推進協議会
- 12月18日　第７回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
- 12月22日　第２回林業部会
- 12月〃　第２回水産業部会

2010年（平成22年）
- 1月7日　第２回観光部会
- 1月12日　第２回農業部会
- 1月13日　第４回食品加工ＷＧ
- 1月〃　第７回地産外商推進協議会
- 1月14日　第２回商工業部会
- 1月22日　第８回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
- 1月25日　**第２回フォローアップ委員会**
  【主な検討事項】◇ 産業振興計画の取り組みの成果等
  ◇ 産業成長戦略の改定
  ◇ 今後の進め方等
- 2月4日　第３回観光部会
- 2月28日　第９回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討ＷＧ
- 3月23日　**第３回フォローアップ委員会**
  【主な検討事項】◇ 地域アクションプランの成果と今後の展開
  ◇ 産業振興計画の改定
  ◇ 平成22年度の進め方等
- 3月23日　産業振興計画 ver.２の決定
- 3月30日　第８回地産外商推進協議会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

１　フォローアップの経過（続き）

2010年	9 月	3 日	第１回連携テーマ部会
（平成22年）		6 日	第１回林業部会
		7 日	第１回農業部会
		〃	第１回水産業部会
		8 日	第１回商工業部会
		〃	第１回観光部会
		10 日	第９回地産外商推進協議会
		22 日	**第１回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ・これまでの取り組みの実績及び施策拡充のポイント ・「ポスト龍馬博」の取り組みの具体化 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等
	11 月	22 日	第５回食品加工ＷＧ
	12 月	24 日	第２回連携テーマ部会
2011年	1 月	12 日	第２回農業部会
（平成23年）		〃	第２回林業部会
		〃	第２回商工業部会
		13 日	第２回水産業部会
		18 日	第２回観光部会
		〃	第10回地産外商推進協議会
		24 日	**第２回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 産業振興計画の次期改定のポイント
	3 月	31 日	産業振興計画 ver.３の決定
	5 月	11 日	**第１回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の取り組み状況等 ◇ 平成23年度の進め方
	8 月	23 日	第１回農業部会
		〃	第１回水産業部会
		〃	第１回商工業部会
		24 日	第１回観光部会
		〃	第６回食品加工ＷＧ
		29 日	第１回連携テーマ部会
		〃	第11回地産外商推進協議会
		31 日	第１回林業部会
	9 月	1 日	第１回連携テーマ部会
		〃	第２回観光部会
	9 月	12 日	**第２回フォローアップ委員会** 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の実行２年半の取り組みの総括等 ◇ 産業成長戦略の次のステージにおける柱（乗り越えるべき課題）等について

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過（続き）

2012年　9月 22日　第３回観光部会

（平成24年）11月 10日　第４回観光部会

1月 11日　第２回農業部会

〃　第２回林業部会

〃　第２回商工業部会

13日　第５回観光部会

〃　第２回連携テーマ部会

16日　第２回水産業部会

16日　第12回地産外商推進協議会

24日　**第３回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇ 第２期高知県産業振興計画の策定方針等
◇ 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿
◇ 重点施策（防災関連産業、新エネルギー関連産業、中山間対策、観光振興）の平成24年度以降の進め方

3月 12日　第３回林業部会

13日　第３回農業部会

3月 23日　**第４回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇ 第２期高知県産業振興計画（案）
・総論・産業成長戦略
・地域アクションプラン
・産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿
◇ 平成24年度産の進め方

31日　第２期産業振興計画の決定

9月 4日　第１回農業部会

6日　第１回水産業部会

10日　第１回林業部会

〃　第１回商工業部会

11日　第１回観光部会

〃　第１回連携テーマ部会

12日　第13回地産外商推進協議会

（同協議会の発展的改編を決定）

14日　**第１回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇第１期計画の総括
◇第２期計画の取り組み状況等
◇高知県経済等の動向及び第２期計画で今後挑戦する新たなテーマ
◇さらなる飛躍へのポイントの検討状況

2013年　1月 10日　第２回農業部会

（平成25年）〃　第２回林業部会

〃　第２回水産業部会

〃　第２回観光部会

15日　第２回商工業部会

22日　第２回連携テーマ部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1　フォローアップの経過（続き）

2013年（平成25年）　2 月 4 日　**第２回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇高知県経済等の動向
◇第２期産業振興計画の取り組み状況等(産業成長戦略)
◇平成２５年度の改定のポイント(産業成長戦略)
◇第２期産業振興計画（ver.2）改定のポイント（全体まとめ）

3 月 29 日　**第３回フォローアップ委員会**

【主な検討事項】◇平成25年度県予算を踏まえた重点項目(産業成長戦略)
◇地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目
◇各産業分野の４年後、１０年後の目標について
◇計画の基本方向への追加等について

31 日　第２期産業振興計画ver.２の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

2　産業振興計画フォローアップ委員会の構成等

（１）　フォローアップ委員会　　（敬称略・分野毎に五十音順）

分　野		氏　名	専門部会 部会員等	所　属　及　び　役　職	
農　業		弘田　憲一 （大山　　端）	農　業	高知県園芸農業協同組合連合会	代表理事会長
		山﨑　實樹助	農　業	高知県農業協同組合中央会	会長
林　業		北岡　　浩	林　業	社団法人高知県木材協会	会長
		戸田　文友	林　業 連携テーマ	高知県森林組合連合会	代表理事会長
水産業		浦尻　和伸	水産業	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長
		明神　　努	水産業	高知県漁業協同組合	代表理事組合長
商工業		山本　吾一		高知県工業会	会長
		竹内　克之		四国経済連合会	副会長
	○	青木　章泰 （西山　昌男）	商工業	高知県商工会議所連合会	会頭
観　光		岡内　啓明	観　光	財団法人高知県観光コンベンション協会 土佐経済同友会	特別顧問 特別幹事
		藤本　正孝	観　光	高知県観光誘致連絡協議会	会長
		山本　和弘	観　光	日本旅行業協会高知地区委員会	委員長
地　方 金融機関		野村　直史 （青木　章泰）		株式会社四国銀行	代表取締役頭取 （取締役会長）
		森下　勝彦		株式会社高知銀行	代表取締役頭取
有識者等	◎	受田　浩之		国立大学法人高知大学	副学長 国際・地域連携センター長
		木原　茂		株式会社日本政策投資銀行	四国支店長
		小松　弘明		ソフトブレーン・サービス株式会社	取締役会長
		瀧本　　豊		高知県市町村教育委員会連合会	会長（土佐市教育長）
		冨澤　　治	商工業	公立大学法人高知工科大学	教育本部長
		野原　　強		日本銀行高知支店	支店長
		橋本　智之		四国経済産業局	地域経済部長
		政所　利子		株式会社　玄	代表取締役
市町村長 の 代表者等	○	岡﨑　誠也		高知県市長会	会長（高知市長）
		有岡　正幹 （吉岡　珍正）		高知県町村会	会長（安田町長） （会長（越知町長））
		中嶋　重光		高知市	副市長
		計　25名			

※　◎:委員長、○:副委員長

※　（　）内は、委員変更に伴う前任者

（２）　専門部会　　（敬称略　部会毎に五十音順）

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所属及び役職	
農　業		市川　昌広	●	国立大学法人高知大学　教育研究部自然科学系農学部門	教授
		川井　由紀		JA高知女性組織協議会	副会長
		東谷　望史		馬路村農業協同組合	代表理事組合長
		戸田　政克		高知県交通株式会社	観光部長
		野村　有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事
		弘田　憲一 （大山　　端）	◎	高知県園芸農業協同組合連合会	代表理事会長
		三谷　英子		学校法人三谷学園RKC調理師学校	校長
		宮本　　修		高知県全国取引会社協議会	会長
	部会長	山﨑　實樹助	◎	高知県農業協同組合中央会	会長
		吉澤　文治郎		土佐経済同友会	副代表幹事、第一次産業活性化委員会委員長
		笹岡　貴文	●	高知県農業振興部	副部長（総括）

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所属及び役職	
林　業		上田　知子		農家民宿「いちょうの樹」	
		北岡　浩	◎	社団法人高知県木材協会	会長
		楠瀬　路易子		社団法人高知県建築士会	理事 女性部会相談役
		國友　昭香		国友商事株式会社	代表取締役
		後藤　純一		国立大学法人高知大学　教育研究部自然科学系農学部門	教授
	部会長	戸田　文友	◎ ●	高知県森林組合連合会	代表理事会長
		半田　州甫		株式会社とされいほく	代表取締役副社長
		大野　靖紀	●	高知県林業振興・環境部	副部長（総括）

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所属及び役職	
水産業		木下　　清		奈半利町漁業協同組合	組合長
		境　　文子		黒潮カツオ体験隊	隊長
		明神　努	●	高知県漁業協同組合	代表理事組合長
		浦尻　和伸		すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長
		西内　正		株式会社タカビシ食品	代表取締役社長
		浜町　明恵		有限会社土佐佐賀産直出荷組合	代表取締役社長
		前田　泰昌		高知市中央市場鮮魚仲卸協同組合	代表理事組合長
	部会長	山本　力	◎	有限会社タカシン水産	代表取締役
		森岡　克司		国立大学法人高知大学農学部	教授
		山中　寛	●	高知県水産振興部	副部長（総括）

※「委員会委員等」・・・　◎:フォローアップ委員会委員　●:連携テーマ部会部会員
※（　）は、委員変更に伴う前任者

（敬称略　部会毎に五十音順）

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所　属　及　び　役　職	
商工業	部会長	白山　早苗		南国市商工会	女性部長
		弥勒　美彦		社団法人高知県貿易協会	会長
		加藤　稔		社団法人高知県情報産業協会	会長
		千頭　邦夫		チカミミルテック株式会社	代表取締役社長
		冨澤　治	◎	公立大学法人高知工科大学	教育本部長
		中島　和代		株式会社なかじま企画事務所	代表取締役社長
		青木　章泰 （西山　昌男）	◎	高知県商工会議所連合会	会頭
		浜田　敦夫		高知県商工会連合会	会長
		広末　幸彦		高知市商店街振興組合連合会	理事長
		西　　和雄	●	高知県工業会	副会長
		山本　真由美		高知県商工会女性部連合会	女性部長
		勝賀瀬　淳		高知県商工労働部	副部長（総括）

部　会	部会長	氏　名	委員会委員等	所　属　及　び　役　職	
観　光	部会長	岡内　啓明	◎	財団法人高知県観光コンベンション協会	特別顧問
		川村　晶子	●	特定非営利活動法人とさはちきんねっと	副理事長
		小松　加枝		公益財団法人高知県立牧野植物園	企画広報課長
		寺村　勉		土佐経済同友会	観光振興委員長
		秋山　貴之		NTT西日本株式会社高知支店	支店長
		千葉　　健		財団法人高知県文化財団	理事長
		藤本　正孝		高知県観光誘致連絡協議会高知県旅館ホテル生活衛生同業組合	会長 理事長
		宮村 耕資		日本観光旅館連盟高知県支部	支部長
		山本　和弘	◎	日本旅行業協会高知地区	委員長
		濱田　征男		(財)高知県体育協会	事務局長
		中島　喜久夫	●	高知県観光振興部	副部長

※「委員会委員等」･･･　◎:フォローアップ委員会委員　　●:連携テーマ部会部会員
※（　）は、委員変更に伴う前任者

（３）　連携テーマ部会　　（敬称略）

部会長	氏　名	専門部会部会	所　属　及　び　役　職	
	市川　昌広	農　業	国立大学法人高知大学　教育研究部自然科学系農学	教授
	戸田　文友	林　業	高知県森林組合連合会	代表理事会長
	森岡　克司	水産業	国立大学法人高知大学農学部	教授
	西　和雄	商工業	高知県工業会	副会長
	川村　晶子	観　光	特定非営利活動法人とさはちきんねっと	アドバイザー
	笹岡　貴文	農　業	高知県農業振興部	副部長（総括）
	大野 靖紀	林　業	高知県林業振興・環境部	副部長（総括）
	山中　寛	水産業	高知県水産振興部	副部長（総括）
	藤田　美津子		高知県商工労働部	副部長
	中島　喜久夫	観　光	高知県観光振興部	副部長
	岡﨑　順子		高知県教育委員会事務局	教育次長（総括）
	樋口　毅彦		高知県産業振興推進部	副部長（中山間対策・運輸担当）
部会長	門田　登志和		高知県産業振興推進部	副部長（総括）

※ 取扱いテーマ
1 産学官連携による力強い産業の礎を築く
2 中山間の暮らしを支える産業づくり
3 産業人材の育成・確保

（４）　産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

（設置）

第１条　県経済に活力を取り戻し、将来に一層の希望を持って暮らすことのできる高知県づくりを目指して、官民協働で実行する高知県産業振興計画（以下「産業振興計画」という。）の検証等を行い、より効果的かつ実効性あるものとするため、高知県産業振興計画フォローアップ委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（所掌事務）

第２条　委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

（１）　産業振興計画の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。

（２）　その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

（委員及び組織）

第３条　委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

（１）　農業、林業、水産業、商工業、観光業に関する団体の代表者

（２）　学識経験者

（３）　市町村長の代表者

（４）　その他知事が必要と認める者

２　委員の任期は、委嘱の日から当該年度の３月３１日までとする。

３　委員会に委員長及び副委員長２名を置き、委員の互選により定める。

４　委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

５　副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

６　委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

（会議）

第４条　委員会の会議（以下「委員会議」という。）は、委員長が招集し、委員長が議長となる。

２　委員会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

３　委員会議は公開とする。ただし、委員会において特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。

４　第３条第１項第１号及び第３号に定める委員が委員会議を欠席する場合、委員長は当該委員の申し出により代理出席を認めることができる。

（専門部会）

第５条　産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、専門分野の成長戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に次の各号に定める専門部会を設置する。

（１）　農業部会

（２）　林業部会

（３）　水産業部会

（４）　商工業部会

（５）　観光部会

２　各専門部会の部会員は、委員会の委員及び次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。
（１）　学識経験者
（２）　地域活性化の実践的な活動に実績を有する者
（３）　商工業・観光に関する実務に識見を有する者
（４）　高知県の農業振興部副部長、林業振興・環境部副部長、水産振興部副部長、商工労働部副部長、観光振興部副部長の職にある者
３　前項第４号に掲げる者に欠員のある場合は、知事が指名する者をもって充てる。
４　部会員の任期は、委嘱の日から当該年度の３月３１日までとする。
５　専門部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。
６　専門部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。

（連携テーマ部会）
第６条　産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、産業間の連携戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に連携テーマ部会を設置する。
２　連携テーマ部会の部会員は、専門部会の部会員並びに高知県の産業振興推進部副部長、商工労働部副部長及び教育委員会事務局の教育次長の職にある者のうちから知事が委嘱又は任命する。
３　部会員の任期は、委嘱の日から当該年度の３月３１日までとする。
４　連携テーマ部会に部会長を置き、部会員の互選により定める。
５　連携テーマ部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。

（地域アクションプランフォローアップ会議）
第７条　産業振興計画の地域アクションプランの実行に関し、必要なフォローアップを行うため、地域アクションプランフォローアップ会議（以下「フォローアップ会議」という。）を設置する。
２　フォローアップ会議は、次に掲げるとおりとする。

名称	対象地域
安芸地域アクションプランフォローアップ会議	室戸市　安芸市　東洋町　奈半利町　田野町　安田町 北川村　馬路村　芸西村
物部川地域アクションプランフォローアップ会議	南国市　香南市　香美市
高知市地域アクションプランフォローアップ会議	高知市
嶺北地域アクションプランフォローアップ会議	本山町　大豊町　土佐町　大川村
仁淀川地域アクションプランフォローアップ会議	土佐市　いの町　仁淀川町　佐川町　越知町　日高村
高幡地域アクションプランフォローアップ会議	須崎市　中土佐町　檮原町　津野町　四万十町
幡多地域アクションプランフォローアップ会議	宿毛市　土佐清水市　四万十市　大月町　三原村　黒潮町

３　各フォローアップ会議の構成員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。
（１）　市町村長

（２） 農業、林業、水産業、商工業、観光業に関する団体の代表者
（３） その他知事が必要と認める者
４　構成員の任期は、委嘱の日から当該年度の３月３１日までとする。
５　フォローアップ会議に座長を置き、構成員の互選により定める。
６　フォローアップ会議の会合は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。

（事務局）
第８条　委員会の事務局は、産業振興推進部計画推進課に置く。

（雑則）
第９条　この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附　則
（施行期日）
１　この要綱は、平成２２年５月７日から施行する。
（経過措置）
２　第４条第１項、第５条第６項、第６条第５項、第７条第６項の規定にかかわらず、この要綱の施行の日以後最初に開かれる委員会議、専門部会の会議、連携テーマ部会の会議、フォローアップ会議の会合は、知事が招集する。
３　第４条第４項の規定にかかわらず、この要綱の施行の日以後最初に開かれる委員会議は、第３条第１項第１号及び第３号に定める委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

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. 2

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《 総論・産業成長戦略 》

平成 25 年３月

高知県 産業振興推進部 計画推進課

〒780-8570 高知市丸ノ内１丁目２－２０
TEL　088-823-9049
FAX　088-823-9255
E-mail:120801@ken.pref.kochi.lg.jp
http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/

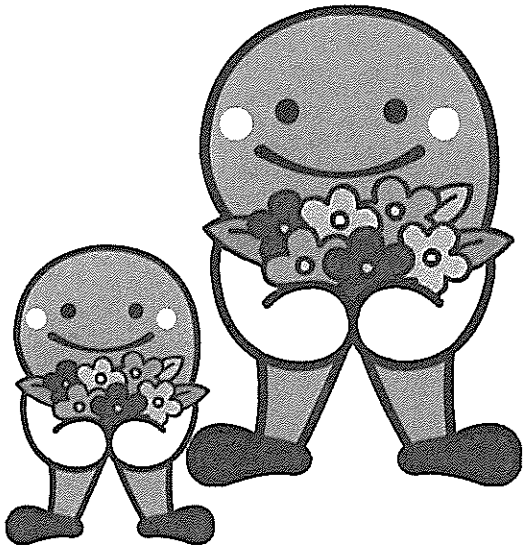
飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

変わろう・変えよう・産業と暮らし

第２期高知県産業振興計画 ver. 2

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《地域アクションプラン》



平成２５年３月

高　知　県

【目次】

Ⅰ　地域区分　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　1

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

Ⅲ　各地域の具体的な取組　・・・・・・・・・・・・・・・・・　5

1　安芸地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　5

2　物部川地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３５

3　高知市地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　６３

4　嶺北地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　９３

5　仁淀川地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１２７

6　高幡地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１６５

7　幡多地域　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２０３

＜付属資料＞

用語の解説　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２４０

推進経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２４８

地域アクションプランフォローアップ会議委員名簿　・・・　２５２

■地域アクションプランとは

地域アクションプランは、地域の文化や特色といった地域性や、生活圏域、行政サービス面でのまとまりを考慮して県内７つの地域を設定し、それぞれの地域で進める具体的な取組を明らかにしています。

その取組は、「地域からの発案で提案されるもの」と「産業成長戦略を地域で具体化する取組として提案されるもの」の２つに大別されます。地域アクションプランは、地域の雇用の創出や所得の向上を目指そうとする取組を、市町村との連携のもとに支援する県の計画ですが、プランの内容は、事業実施主体の行動計画としての性格を有しています。

プランの実行段階では、随時、取組の状況を検証し、より大きな成果につなげていくための見直しや、各地域での新たな取組の追加を適宜行いながら、広く地域の暮らしを支えていける産業としての成長を期待して、官民協働で取組を進めています。

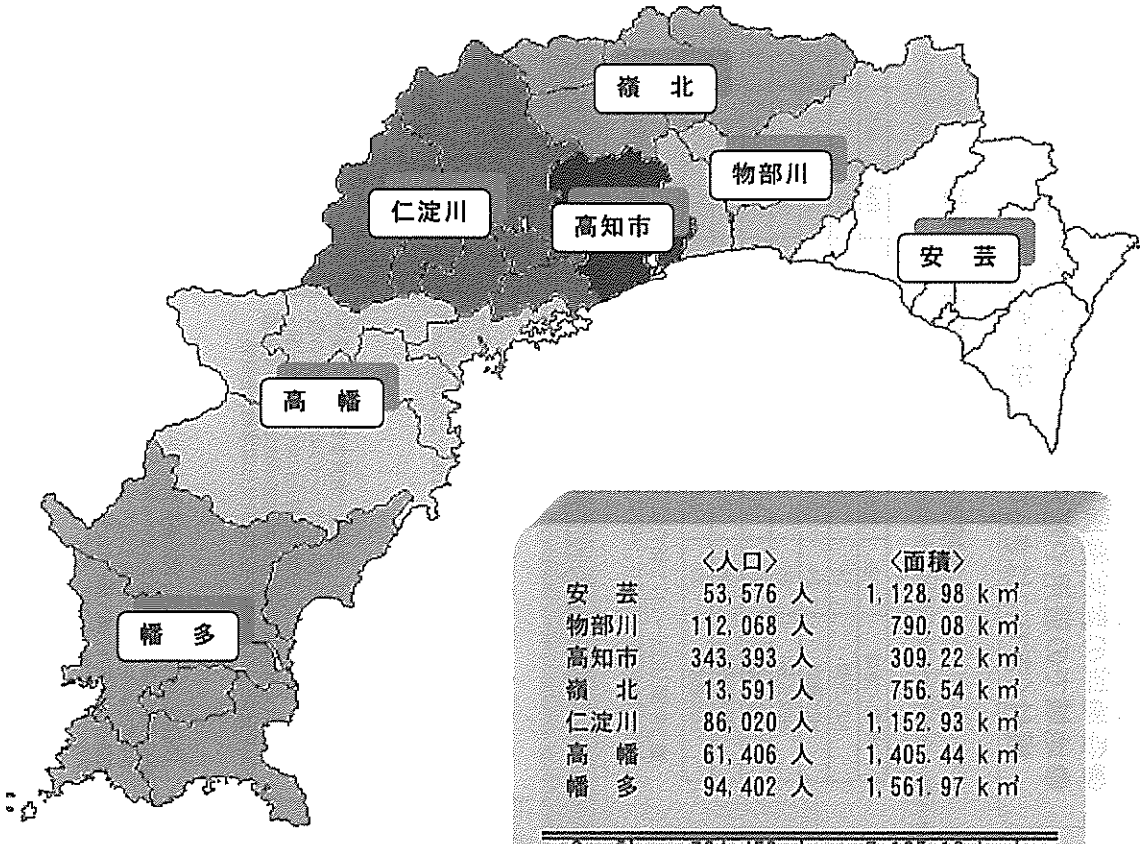
第２期計画の地域アクションプラン（計画期間：平成２４年度～２７年度）は、第１期３年間の取組を総括し、今後の方向性を示すとともに、新たな展開が見込まれないプランや産業成長戦略との整理が必要なプランの削除、効率的・効果的に進めていくためのプランの統合・分割、地域からの新しい発案などによるプランの追加をするなど、２２０の取組でスタートし、平成２４年９月には、２２１の取組となりました。さらに、平成２５年度は、新たなプランを加え２３０の取組を推進していきます。

Ⅰ　地域区分

地域アクションプランは、県内を７つの地域（ブロック）に区分して、それぞれの地域ごとに策定しています。

この７つの地域区分は、地域の文化や特色といった地域性、広域行政圏としての市町村の結びつきやまとまり、また、生活圏や商圏、通学圏などといったこれまで社会的に形成されてきたつながりを重視して区分したものです。

地域名	市　町　村　名　（　）は市町村数	
安　芸　地域	室戸市、安芸市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村、芸西村	(9)
物部川　地域	南国市、香南市、香美市	(3)
高知市　地域	高知市	(1)
嶺　北　地域	本山町、大豊町、土佐町、大川村	(4)
仁淀川　地域	土佐市、いの町、仁淀川町、佐川町、越知町、日高村	(6)
高　幡　地域	須崎市、中土佐町、檮原町、津野町、四万十町	(5)
幡　多　地域	宿毛市、土佐清水市、四万十市、大月町、三原村、黒潮町	(6)



	〈人口〉	〈面積〉
安　芸	53,576 人	1,128.98 ｋ㎡
物部川	112,068 人	790.08 ｋ㎡
高知市	343,393 人	309.22 ｋ㎡
嶺　北	13,591 人	756.54 ｋ㎡
仁淀川	86,020 人	1,152.93 ｋ㎡
高　幡	61,406 人	1,405.44 ｋ㎡
幡　多	94,402 人	1,561.97 ｋ㎡
合　計	764,456 人	7,105.16 ｋ㎡

※人口はＨ22 国勢調査による

Ⅱ　第１期地域アクションプランの総括と第２期地域アクションプランへの挑戦

～地域の思いやアイデアを形に～

第１期の総括

●各地域の産業振興につながる様々な「仕掛け」・「仕組み」が動き出す
●地域での雇用や経済効果につながるなど、成果を伴う取り組みも表れ始める一方で大きな花を咲かせ、地域の基幹産業として根付くまでにはさらなる取り組みが必要

地域アクションプラン項目数の推移

［件］

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

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

総合補助金を導入して動き出した事業

■総合補助金実績（H21～23）

○執行状況
・のべ138事業
・総事業費：5,568百万円（県補助金額：2,070百万円）

○事業者内訳
民間…… 25(18.1%)
市町村、三セク、公社…39(28.3%)
地域団体等……74(53.6%)

○分野別件数及び県補助金額
農業……41件(29.7%)　760百万円
林業…… 11件(8.0%)　64百万円
水産業…… 21件(15.2%)　217百万円
商工業…… 25件(18.1%)　427百万円
観光……29件(21.0%)　316百万円
地域拠点ビジネス…11件(8.0%)　286百万円
※地域拠点ビジネス：地域の中核となる組織を核にした加工、直販、農作業の受委託等の多角的な事業

《各地域の状況》

安芸
室戸ジオパークや魚梁瀬森林鉄道遺産など観光分野において、広域観光の視点に立った地域の特色を活かす取り組みを多数展開。ユズ茶の製造販売や、民間加工業者と連携したシメサバなど低価格魚の付加価値向上の取り組みが地元雇用に結びつく。

物部川
農水産加工の分野では、生産者と消費者をつなぐ仕組みとして「農家レストラン」の立ち上げ、シイラの加工施設の整備などが展開。その他、地域の活性化に向けた「シャモ鍋」などの特産品開発、観光面では「物部川地域観光振興協議会」を組織し、交流人口の拡大に向けた広域観光を推進。

高知市
「龍馬伝」を契機として、観光遊覧船やまち歩きなど高知県の観光資源として特色となり得る取り組みが進む。民間事業者と連携したトマトや乳製品など農産加工による付加価値向上に向けた取り組みや、県域での特産品の販売拠点となる中心商店街でアンテナショップの取り組みを展開。

嶺北
農畜産、林業など、生産体制の強化や一次産品を活用した加工品づくりの取り組みが進む。地域拠点ビジネスとして米粉や米粉を材料にした商品などに取り組むとともに、「土佐天空の郷」の取り組みはブランド米としての地位を確立。将来の地域産業を担うJA出資型法人を中心とした取り組みも展開。

《取り組みごとの特徴》

地産地消 地産外商

■直販所の売上向上（目標額：76億円）
・目標額の達成　70億円(H20)→84億円(H23)

■直販所の機能強化・新設
・高知市内へのアンテナショップの新設及び道の駅布施ケ坂の機能強化（津野町）
・道の駅あぐり窪川の機能強化（四万十町）
・おち駅の新設（越知町）
・アンテナショップてんこすの新設（高知市）
・かっぱ市の機能強化（芸西村）
・田野駅屋の機能強化（田野町）　など

■県内での商品の発掘・磨き上げ、外商活動の充実強化
・産業振興アドバイザー制度等を活用した地域アクションプラン関連商品の磨き上げや販路開拓の取組が活発化
・「まるごと高知」による地域アクションプラン関連商品の首都圏向け販売が実現

【課題】：魅力的な商品開発　・事業規模拡大への取り組み

食品加工

■地域資源を活用した農水産加工の取り組みが大きく前進
・農産加工：ユズ茶、米粉、四方竹、文旦、こだわり野菜の加工品、直七
・水産加工：サバ、シイラ、うるめ、キビナゴ、養殖魚　など

【課題】：地域経済の底上げにつなげるための民主導の取り組み

《効果》

雇用の受皿 売上高等経済効果

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

■総合補助金活用事業の効果
H21～23に総合補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業(決算の時期により現時点でH23の売上高が把握できない事業を除く)58事業の売上高の増減合計(いずれも事業実施前との比較)

H22　約6.1億円/年の増(35事業計)
H23　約14.5億円/年の増(58事業計)

産地と一体となった企業の取り組み

■定置網で獲れた低価格魚の加工
（水産物加工会社⇔県漁協）
■土佐文旦のリキュール等
（酒造会社⇔JAとさし）
■芋菓子の加工食品
（芋菓子加工販売会社⇔芋生産者の協議会）
■木質系猫砂の製造
（大手ペット用品会社⇔木材事業者、茶業組合）
■地域産品を活用した冷菓等
（冷菓等製造販売会社⇔ユズ、トマトの生産事業者）
■シイラの加工食品
（練り物加工会社⇔漁業者の企業組合）
■宿毛湾の水産物加工
（県外大手飲食店⇔すくも湾漁協）　など

仁淀川

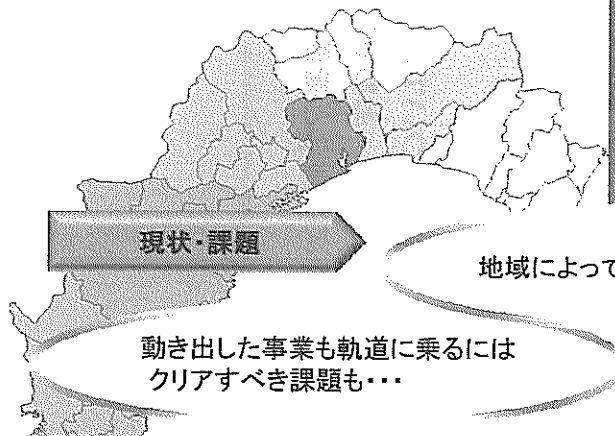
「地乳」や「宇佐のうるめイワシ」など新たに地域を代表する特産品等の開発や、地域振興につながる民間事業者の事業展開が活発化。域内の物産販売や、カヌーなど体験型の観光の拠点となる施設等の整備など、商工業や観光など幅広い分野で取り組みが動き始めた。「仁淀川」のテレビ放映に伴う機を逸しない売り出しを展開。

高幡

クライングルテンや海洋堂ホビー館など交流人口拡大に向けた展開が図られた。主要品目であるミョウガ栽培は順調に推移。シイラ、ショウガ、お茶などの農水産加工や農産物の直販への挑戦も始まっており、各分野でバランスの良い展開が図られている。

幡多

地域団体や民間企業による農水産加工の体制が整いつつある。また、観光分野での滞在型観光を目指した体験メニューの整備を中心とした活性化の下準備も整いつつある。水産加工施設の整備による地産外商に向けた取り組みや、ペットフード事業の展開による雇用効果は大きい。



魅力ある観光地づくり

■県内の観光資源の磨き上げによる魅力の高まり

・室戸ジオパーク ・モネの庭 ・森林鉄道遺産 ・中岡慎太郎館
・土佐っ歩 ・高知市観光遊覧船 ・海洋堂ホビー館 など

■地域に根差した体験メニューの育成

・イルカとのふれあい体験 ・サンゴウォッチングやシーカヤック
・仁淀川カヌー ・ドラゴンカヌー ・農業・漁業体験
・森林セラピーロード ・カツオのたたきづくり など

【課題】:他県との競合に負けない魅力ある商品づくり

多角的なビジネスの展開

■中山間地域の活性化につながる地域資源を活用した多角的なビジネスが進展

・本山町特産品ブランド化未来創造構築事業
・津野町地域資源「ふる」活用ビジネス事業
・四万十町拠点ビジネス体制整備事業
・地域資源を統括したプログラム構築によるしみずの元気再生事業
・果樹(ユズ)・露地野菜の産地づくりによる三原村農業所得安定向上支援事業
・大月まるごと販売事業 など

■その他の特徴的な取り組み

・薬用作物(大手製薬メーカー漢方薬向けの薬用作物の産地育成)
・土佐はちきん地鶏(土佐はちきん地鶏の県内での生産拠点として展開、新しい地場産業を目指す)
・土佐備長炭(新たな共同窯・研修窯の設置による生産量の拡大、新規生産者の養成)
・農家レストラン(地産地消、安全安心を背景に生産者と消費者をつなぐ仕組みとして構築)
・どろ礼もん(地域資源である「かつお」を加工・商品化し、新たな「食」ビジネスを展開) など

【課題】:動き出した事業の定着
:将来にわたり安定した所得を生み出す仕組みづくり

全国・世界基準に挑戦

■室戸ジオパークの世界ジオパーク認定

■ブランド米「土佐天空の郷」のお米日本一コンテスト最優秀賞

■世界的に有名な海洋堂との連携によるフィギュアのミュージアム整備 など

地域ブランドの確立へ

■ごめんケンカシャモ(南国市)
■四方竹(高知市)
■米粉(土佐町)
■シュガートマト(日高村)
■一本釣りうるめ(土佐市)
■さかわの地乳(佐川町)
■カツオ商品(中土佐町)(黒潮町)
■津野山産原木しいたけ(梼原町・津野町)
■直七(宿毛市) など

現状・課題

地域によって動きに差が出つつある

新規有望素材の掘り起しが十分でない

動き出した事業も軌道に乗るにはクリアすべき課題も・・・

地域の雇用を生み出すためにもより大きな展開ができないか

民間主体の事業をもっと増やしたいが・・・

第2期への挑戦

●地域外、他産業との連携も意識したダイナミックな取り組みへのサポート
●民間の力が縦横に発揮されるための仕組みの充実・強化
●中山間対策の抜本強化

平成24年度 地域アクションプランの項目数:220

年度／地域	安芸	物部川	高知市	嶺北	仁淀川	高幡	幡多	計
H24当初	28	23	30	27	38	33	41	220

■第2期計画では新たに29プランを追加
※プランの動きについては、分割・統合・削除があるため全体の増減数と追加数は一致しません。

将来の姿

《4年後》新たな事業に挑戦する事業者等が増加し、地域の資源を活用した商品が次々と誕生するとともに、積極的に地産地消・地産外商活動を行うことにより、事業が継続し、所得が向上する。

《10年後》地域に雇用の受け皿となる産業が数多く育ち、若者が地域に定着する。

■各地域の具体的な取組の構成について

（１）地域の産業を取り巻く状況

地域性や生活圏域、行政サービスの面でのまとまりを考慮して設定した７つの地域について、第１期計画（平成２１～２３年度）の地域アクションプランの取組の成果や、地域の抱える課題を踏まえた産業の状況としてまとめています。

（２）地域アクションプランの概要

第２期計画 Ver. ２（平成２５年３月）に位置付けられた地域アクションプランの個々の取組について、地域全体での産業分野を意識した概要としてまとめています。

（３）重点的な取組

地域アクションプランの個々の取組は、産業分野や事業主体、また目指す目標も様々であることから、取組自体に軽重をつけることはできませんが、地域の方向性が見い出せるよう、事業の熟度や、より広域的な展開が期待できるものを中心に、重点的な取組としてまとめています。

（４）主要な指標及び目標

「（３）重点的な取組」の進捗の目安として、主要な指標を設定し、平成２２年度の実績値と平成２７年度の目標値を表記しています。（第２期計画の途中で追加されたプランは直近で把握できる実績値を表記しています。）

（５）具体的な取組

地域アクションプランの取組について、取組ごとの関係する市町村を表した項目の一覧と地図、あわせて、個別項目の事業主体や事業概要、取組の年次計画などを表記しています。

Ⅲ　各地域の具体的な取組

1　安芸地域

1　安芸地域

（1）　地域の産業を取り巻く状況

安芸地域は、海・山・川の恵まれた自然を活かし、古くから第一次産業を中心に営んできましたが、その衰退とともに人口減少が進み、昭和30年代半ばには10万人余であったものが、平成17年国勢調査時には58,340人で、平成22年調査時には53,576人と近年の5年間でも、8.2%減少するという状況にあります。

また、15歳から64歳までの生産年齢人口についても、平成17年調査時の33,085人から、平成22年調査時には29,094人と約12.1%減となっています。一方で65歳以上の人口は2.1%増となっており、少子高齢化が進んでいる状況となっています。

農業では、平野部はナスを中心とするハウス園芸地帯として、中山間地域は古くからのユズの産地として、それぞれ日本一の生産量を誇っています。しかしながら、ナスに関しては、農業者の系統離れなどにより、産地においては農業者間の支え合いや教え合いの意識の低下が、消費地では市場での優位性の低下が課題となっています。一方、ユズに関しては、高齢化の進展に伴い管理作業が比較的容易な果汁出荷への移行が進み、青果出荷が減少しています。

林業では、当地域の森林率は県下平均を上回る88%と高く、かつては「魚梁瀬杉」を中心とした優良で豊富な天然林資源を背景に、林業・木材産業は大いに栄えました。しかしながら、天然資源の減少や木材の貿易自由化による木材価格の長期低迷により、現在の林業を取り巻く情勢は極めて厳しい状況にあります。こうした中で近年、木質ペレットを生産する工場が整備され、ボイラーの導入も進んでいます。また、木造建築物（公共）の推進や木質バイオマスの活用など、国産材の自給率を向こう10年間で50%まで引き上げるとの国の方針が示されたことにより、今後これらの取組がさらに加速されるものと期待されています。

水産業では、水揚量や魚価の低迷、燃油や漁業資材に要する経費の増大が漁業経営を圧迫しています。前期プランでは、高級魚であるキンメダイの消費拡大や販売促進に取り組み、関西市場への参入の足掛かりができるとともに、民間企業と県漁協との連携による定置網漁獲物の加工事業によって10名を超える雇用が確保されるなど、成果の兆しが見えてきています。今後は、取扱量や生産量の増加による事業規模の拡大や、より広い範囲に事業効果を波及させる視点での取組への展開が期待されています。

商工業では、漁業用機械や酒造等の地域の特性を活かした企業が根付いていますが、海洋深層水関連産業や一部の工業団地を除いて製造業の集積といえる規模には至っていません。また、地域内の商業機能の縮小と消費者ニーズの多様化により、高知市など地域外への買物客の流出が進んでいます。

観光では、圏内には自然や歴史、文化遺産など多彩な魅力をもった観光資源があります。しかし、高知東部自動車道が一部開通したものの、幹線道路が単線であることと、圏域内の宿泊キャパシティが小さいことから通過型旅行が中心の地域となっています。

今後は、世界認定された「室戸ジオパーク」や「モネの庭」など集客力のある観光資源

を核として、地域内の観光資源と組み合わせて一泊以上滞在できる旅行商品づくりが課題となっています。

（２）　地域アクションプランの概要

当地域では、第一次産業の振興に向けた生産・加工体制等の充実・強化や、販路の拡大の取組を継続するとともに、地域の一次産品等を活用した加工品づくりや、道の駅・直販所における販売機能の強化にも引き続き取り組むこととしています。

一方、恵まれた自然、歴史や文化等の地域資源をさらに磨き上げながら、地域への経済波及効果がより高まるように、圏域内で周遊できる観光ルートや魅力ある交流拠点づくりを進めていくこととしています。

農業分野では、平野部のナスと中山間地域のユズの取組が中心となっています。ナスに関しては、系統外生産者を含めた地区会や勉強会の開催、また学び教えあう場の活用などを通じて、生産者組織の活性化と産地のまとまりづくりをより強力に進めるとともに、消費地からの要望の高い優良品種「土佐鷹」の導入を引き続き推進していくこととしています。一方、中山間地域を支えるユズについては、青果出荷の拡大と品質の向上のための新植、改植を進めていくとともに、将来にわたってユズ園を維持管理していくための仕組みづくりや、ユズ果汁等の安定供給と販路拡大を図っていくこととしています。

林業分野では、園芸用ペレットボイラーの導入や木質ペレット生産体制の整備など、地域内での木質バイオマスの効率的な利用を推進することで、地域の木材資源の活用を図っていくこととしています。また、高級品として紀州産と並び称される土佐備長炭については、前期プランにより、後継者の育成や生産施設整備が進み、明るい兆しが見えてきています。今後も引き続き、生産体制の強化と販売促進に取り組むこととしています。一方、木材加工品の販売についても、「魚梁瀬杉」を前面に出したブランドづくりや、消費者ニーズに合った商品の開発などに取り組むこととしています。

水産業分野では、引き続き、キンメダイ、定置網漁獲物、イワシシラスなど地域の代表的な魚種を対象に、漁業関係者と民間企業が連携して、販路開拓や加工による付加価値向上に取り組むこととしています。

商工業分野では、室戸海洋深層水や、酒粕、天日塩などの地域資源を活かし、農商工連携による加工品開発や販路の拡大に取り組むこととしています。加えて、道の駅や農産物直販所などの情報発信機能を高めるなど、観光分野とも密接に連携した取組を進めることとしています。

観光分野では、観光客にアピールできる「魅力ある観光地づくり」を目指して、世界認定された「室戸ジオパーク」、国の重要文化財である「魚梁瀬森林鉄道遺産」、世界に二つしかない「モネの庭」など地域にある観光資源の更なる磨き上げと、ガイドの養成による受入体制の充実や体験プログラムの開発等に取り組むこととしています。併せて、地域にある観光資源を活かした地域博覧会の開催に向けて取り組むこととしています。

（３）　重点的な取組

○　二つの日本一を有する産地機能の維持・強化
（ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進、ユズを中心とした中山間振興）
○　木質バイオマス活用の促進
○　水産物のブランド化への取組
（キンメダイのブランド化に向けた取組、水産加工の促進と販路の拡大、加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上）
○　地域の１次産品等を活用した商品づくりと販路拡大
（ユズ、ポンカン、酒粕、マンゴー、エディブルフラワー、白下糖など地域の特産品を活用した加工品の開発と東部地域の直販所等が連携した販路の拡大）
○　広域的に連携した観光の推進
（室戸ジオパーク、モネの庭、魚梁瀬森林鉄道遺産、岩崎弥太郎生家などの観光資源を活かした地域博覧会の開催など）

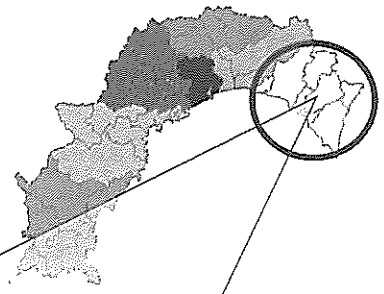
（４）　主要な指標及び目標

項　　目	実　　績	目　　標
ナス（土佐鷹）の作付面積	H23：29.1ha	H27：80ha
ユズの加工仕向量	H22：4,250ｔ	H27：4,670ｔ
キンメダイの平均単価	H20～22:1,146円/kg	H27：1,200円/kg
圏内主要施設訪問者数　※１	H22：120,394人 H20～21平均：94,000人	H27：140,000人
圏内宿泊者数 ※県旅館ホテル生活衛生同業組合調べ	H22：137,439人 H20～21平均：123,000人	H27：150,000人

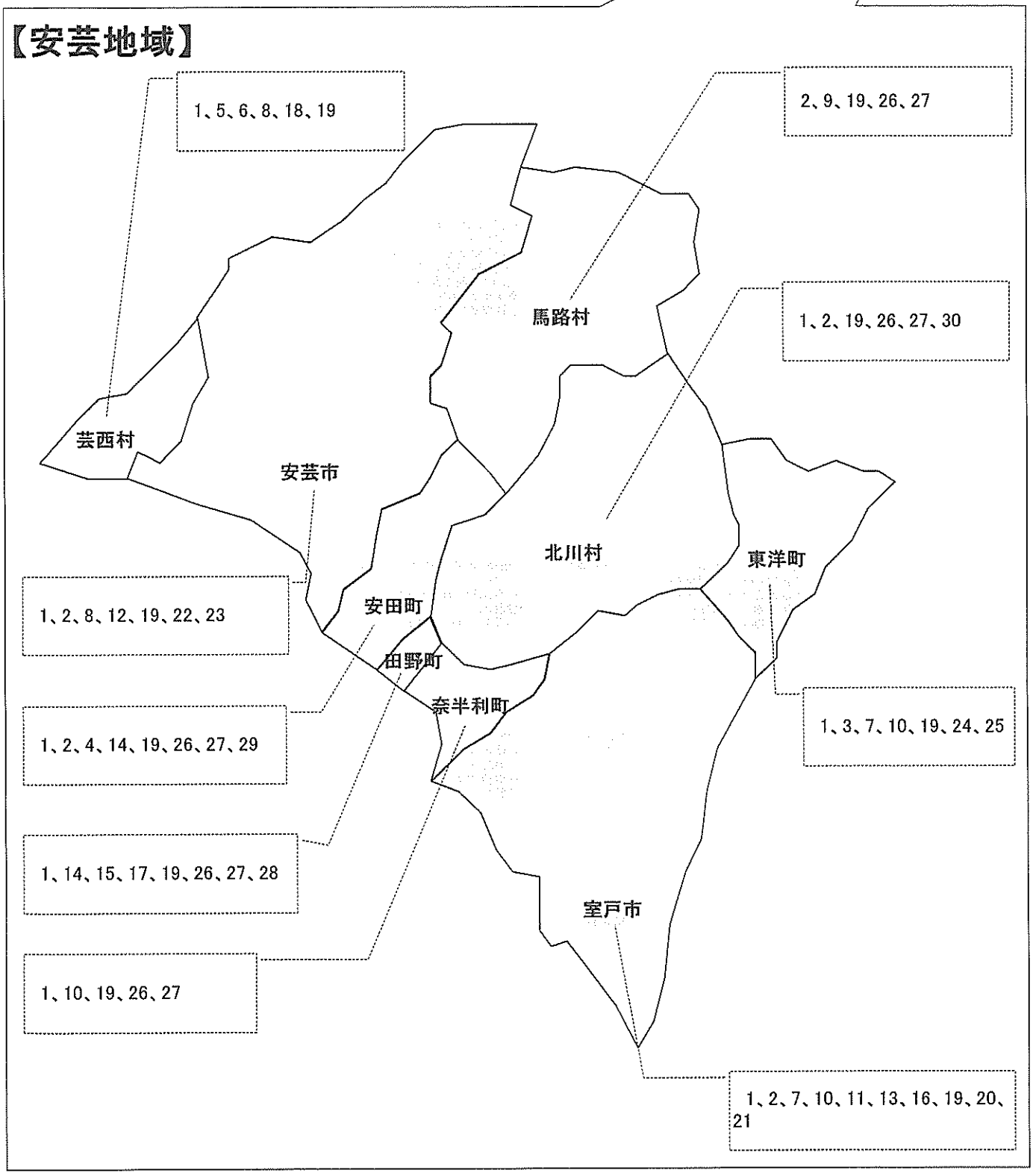
※１　主要施設：キラメッセ室戸（鯨館）、中岡慎太郎館、モネの庭マルモッタン
安芸市立書道美術館、安芸市歴史民俗資料館、内原野陶芸館

（５）　具体的な取組

No.	項目	室戸市	安芸市	東洋町	奈半利町	田野町	安田町	北川村	馬路村	芸西村
1	ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進	●	●	●	●	●	●	●		●
2	ユズを中心とした中山間振興	●	●				●	●	●	
3	ポンカンを活用した新商品の開発と販路の拡大			●						
4	「安田(あんた)の白い夢」の販路の拡大と新商品の開発						●			
5	エディブルフラワーを活用した新商品の開発と販路の拡大									●
6	白下糖の生産の拡大と新商品の開発									●
7	土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化	●		●						
8	木質バイオマス活用の促進		●							●
9	林業加工品の販売の促進								●	
10	キンメダイのブランド化に向けた取組	●		●	●					
11	水産加工の促進と販路の拡大	●								
12	加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上		●							
13	海洋深層水の利用拡大	●								
14	酒粕等を活用した新商品の開発と販路の拡大					●	●			
15	完全天日塩の生産の拡大と観光への活用					●				
16	キラメッセ室戸「楽市」の機能強化	●								
17	道の駅「田野駅屋」の機能強化（特産品開発及び情報発信）と施設整備等					●				
18	地場産品直販所「かっぱ市」の機能強化									●
19	安芸地域における広域観光の振興	●	●	●	●	●	●	●	●	●
20	世界ジオパーク認証を活かした観光の振興	●								
21	イルカのふれあい体験による交流人口の拡大	●								
22	岩崎弥太郎と地域食材を活用した観光の振興		●							
23	スポーツキャンプのまちづくり		●							
24	海の駅を拠点とした地域振興			●						
25	マリンスポーツ体験拠点づくり			●						
26	中芸地区における広域観光の推進				●	●	●	●	●	
27	魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大				●	●	●	●	●	
28	体験型観光と地域の加工品づくりの推進　～大野台地は、えいところ！～					●				
29	安田中山地区の活性化プロジェクト						●			
30	世界に2つの「モネの庭」の誘客強化による交流人口の拡大							●		



【安芸地域】


1、5、6、8、18、19
2、9、19、26、27
馬路村
1、2、19、26、27、30
芸西村
安芸市
北川村
東洋町
1、2、8、12、19、22、23
安田町
田野町
奈半利町
1、2、4、14、19、26、27、29
1、3、7、10、19、24、25
1、14、15、17、19、26、27、28
室戸市
1、10、19、26、27
1、2、7、10、11、13、16、19、20、21

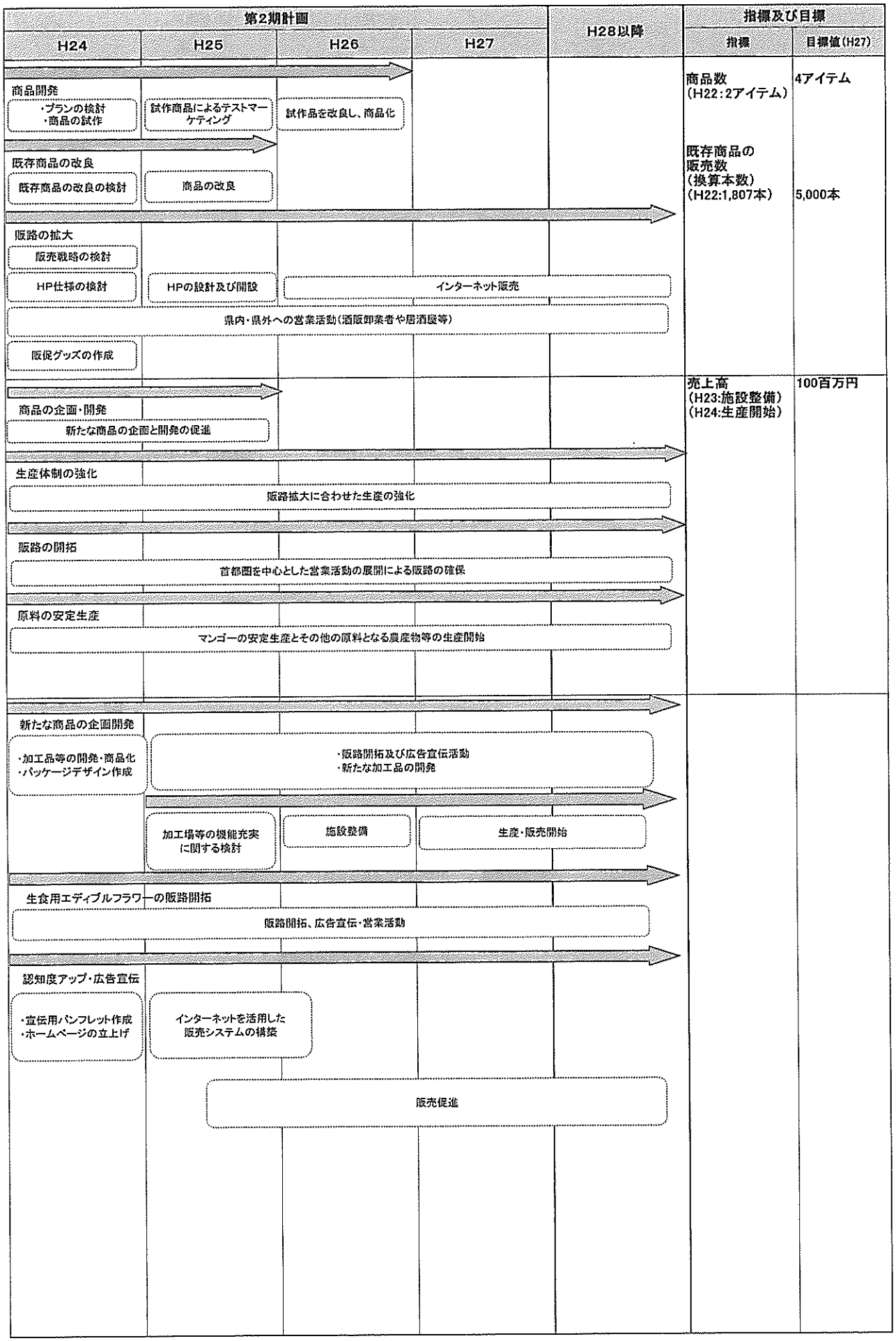
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1 ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進 《室戸市、安芸市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町、北川村、芸西村》	主産地である安芸市において、ナス産地としてのまとまりの再構築に取り組む。また、消費地から要望の高い品種である「土佐鷹」の栽培拡大を全域に推進していく。	・JA土佐あき	・系統出荷率の向上への取組 (H21～23) 重点巡回指導の実施 営農相談で技術情報の提供 地区会、勉強会の開催 ◆系統外生産者を含めた地区会や環境保全型農業の勉強会の開催、また学び教えあう場の活用などにより、まとまりの意識が徐々に醸成されている。	・野菜指定産地要件をクリアーできる系統出荷率の維持 ・生産者の経営安定に向けた、価格競争力の強化	◆系統率向上への取組
			・土佐鷹作付面積拡大への取組 (H22～23) 土佐鷹普及推進協議会の開催 営農指導員等の研修会の実施 土佐鷹勉強会の開催 ◆地区別説明会や個別巡回による誘導等により栽培面積は増加傾向にある。	・消費地からの要請数量に応えきれていない。 ・品種転換で春先以降の品質低下を抑止することによる産地力の強化	◆土佐鷹の推進
2 ユズを中心とした中山間振興 《室戸市、安芸市、安田町、北川村、馬路村》	日本一のユズ産地として、生産性の向上や品質の低下の防止とともに、ユズ果汁等の販路拡大に取り組み、ユズ販売額の向上を図る。	・JA土佐あき	・新植、改植の推進への取組 (H21～23) ◆県選抜系統を活用した母樹園が設置された。 (安芸:東川・畑山、北川)	青果出荷へのシフト ・隔年結果及び品質低下対策 ・母樹園を活用した優良系統の普及	◆新植、改植の推進
		・JA土佐あき ・JA馬路村	・将来にわたってユズ園を管理する仕組みづくりへの取組 (H21～23) ◆集落営農組織及び農作業受委託組織を3組織育成できた。	新たな仕組みづくり ・ユズ銀行に代わる新たな労働補完体制の検討(北川村) ・(株)ユズ組合による作業請負等の継続及び新たな仕組みの検討(馬路村)	◆将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり
		・JA土佐あき ・JA馬路村	(JA土佐あき) ・加工施設等の導入(H21.10) ◆JA土佐あき北川支所の搾汁施設の高度化が行われ、H21は過去にない豊作で販売に苦慮したが販路開拓により飲料企業との取引が拡大している。	(JA土佐あき) ・H21大豊作による果汁販売の苦戦、生産者単価の低下	◆ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓
			(JA馬路村) ・ユズ茶加工施設導入(H21) ◆JA馬路村がゆず茶の加工施を設導入し、販売実績が徐々にではあるが増加している。	(JA馬路村) ・H21大豊作による果汁販売の苦戦 ・加工施設の活用による安定した加工品販売及び生産者単価の維持向上	

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
系統率向上への取組(赤野集出荷場、穴内集出荷場、安芸集出荷場) 産地振興の方策及び体制等の明確化					安芸市の系統出荷率 (H21:52%)	60%
土佐あき地域園芸戦略推進会議の開催						
課題の明確化及び対応策の検討樹立						
役割の確認と実施状況の把握						
部会、研究会など組織の活性化						
(園芸戦略推進会議まとまりづくりチーム) 部会・研究会、地区会の開催、営農相談日及び学び教えあう場の設定など組織の活性化を推進						
ナス生産者の経営安定						
系統率向上対策、ナスの経営安定対策、18tどりの推進について協議						
系統率向上対策、ナスの経営安定対策、18tどりの推進について実践						
土佐鷹の推進 現地検討会、勉強会等により品種にあった栽培管理の周知・徹底					土佐鷹の作付面積 (H23:29ha)	80ha
現地検討会や勉強会の開催、実証圃の設置による技術支援及び普及PR						
(園芸戦略推進会議まとまりづくりチーム) ・土佐鷹普及推進協議会の開催 ・栽培管理技術の周知及び新規栽培者への重点個別巡回 ・個別訪問による土佐鷹への誘導						
販売促進活動の強化						
契約取引の拡大、販売促進活動の充実 など						
新植、改植の推進 青果の生産拡大と品質向上、計画的販売の強化					青果出荷受入量 (H22:297t) (H23:370t)	400t
検討会や勉強会の開催による基本技術の徹底						
・適正栽培管理の指導 ・母樹園管理規定等の仕組みづくり	母樹を活用した苗木確保と計画的な改植・新植の推進					
将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり 新たな組織の検討(北川村、馬路村)					作業受託等の新たな組織作り	北川村1組織 馬路村1組織
農作業受託組織、作業班体制等による作業請負の仕組み作りに向けた検討(組織等の設立)	組織等の育成及び円滑な運営支援					
ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓					加工仕向量 (H22:4,250t)	4,670t (10%アップ)
・(JA土佐あき)栽培基本技術向上による加工用A品果皮の出荷拡大 ・大手飲料メーカー等との契約による販売の安定化 ・加工ニーズに対応した果汁殺菌施設の導入と施設を活かした販路開拓 ・高知県食品衛生管理認証制度への取組 ・果汁一元化販売に向けた体制整備 ・ユズ協事業との連携、海外事務所、輸出コーディネーター等の活用による輸出販売の拡大。(シンガポール、北米、EU等)					加工用果皮のA品受入量 安芸(H23:501t(20.1%)) 北川(H23: 83t(6.3%)) ※( )内はA品率	安芸600t 北川150t
(JA馬路村) 各施設を活用した加工品生産、加工品開発及び販売拡大への取組					JA馬路村 加工品販売額 ユズ茶 (H21:0.8億円) 化粧品 (H21:1,700万円) ポン酢他ユズ加工品 (H21:20億円)	1.6億円 5,200万円 20.7億円

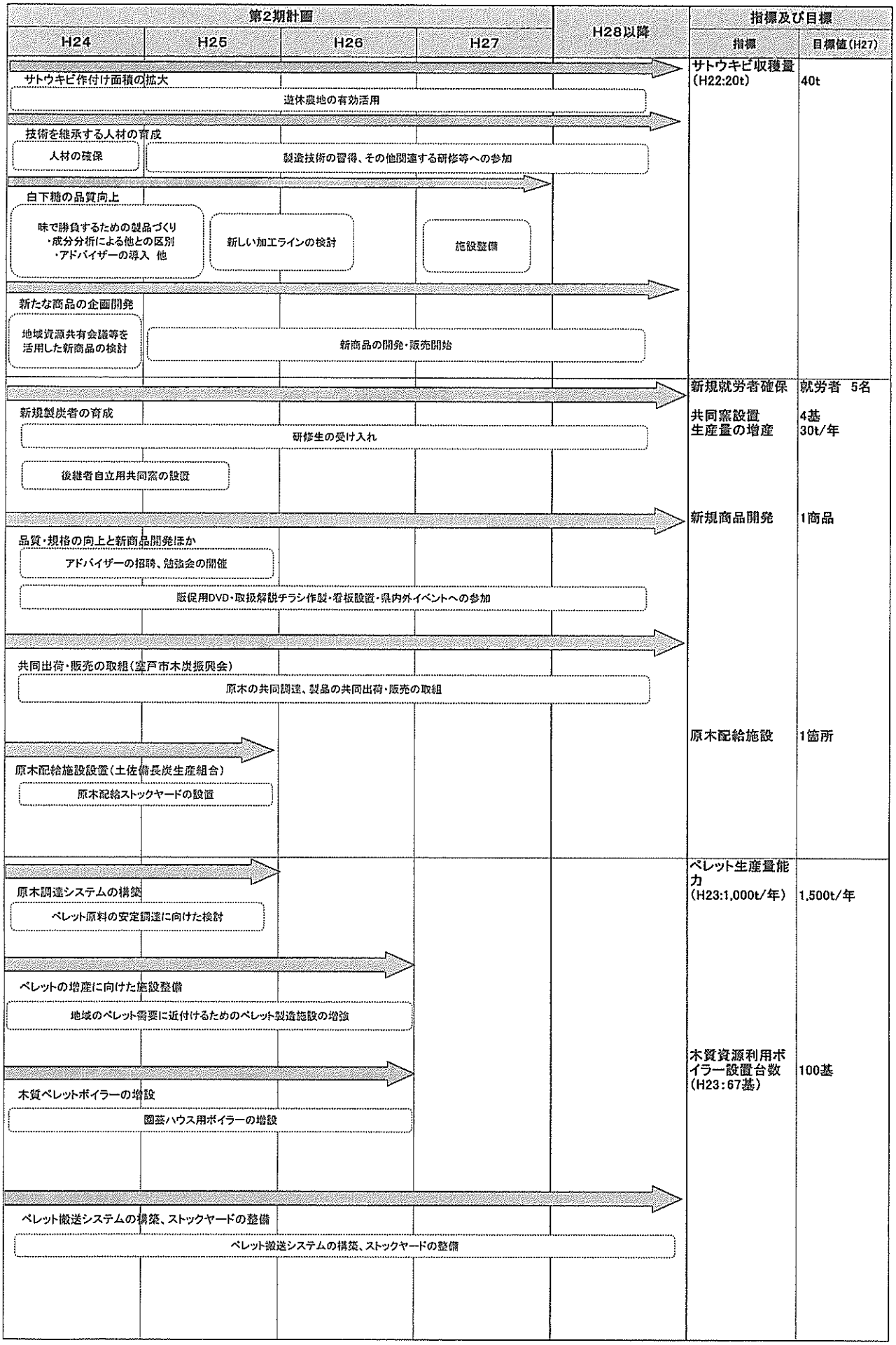
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
3 ポンカンを活用した新商品の開発と販路の拡大 《東洋町》	東洋町の特産品であるポンカンを活用した商品開発と既存商品を含めての販路開拓を行う。	・甲浦の果樹仲間			◆商品開発 ◆既存商品の改良 ◆販路の拡大
4 「安田(あんた)の白い夢」の販路の拡大と新商品の開発 《安田町》	マンゴー大福「安田の白い夢」を中心に、以前接触のあったバイヤーに対し、ロット数を確保した具体的な提案を行っていく。 また、町内で生産される農産物(マンゴー、イチジク、アスパラ等)を使用した新たな商品を企画開発し、県外を中心に販路開拓を行って、雇用の確保と生産者の所得の向上を図る。	・安田町 ・生産者			◆商品の企画・開発 ◆生産体制の強化 ◆販路の開拓 ◆原料の安定生産
5 エディブルフラワーを活用した新商品の開発と販路の拡大 《芸西村》	食べられる花エディブルフラワーの認知度アップを図るとともに、生食用エディブルフラワーの販路開拓と新たな加工品等の開発による販売促進や経営体制の構築を支援することにより、生産者の所得の向上を目指す。	・第2香南くろしお園			◆新たな商品の企画開発 ◆生食用エディブルフラワーの販路開拓 ◆認知度アップ・広告宣伝


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
商品開発
・プランの検討
・商品の試作
試作商品によるテストマーケティング
試作品を改良し、商品化
既存商品の改良
既存商品の改良の検討
商品の改良
販路の拡大
販売戦略の検討
HP仕様の検討
HPの設計及び開設
インターネット販売
県内・県外への営業活動(酒販卸業者や居酒屋等)
販促グッズの作成
商品数
(H22:2アイテム)
4アイテム
既存商品の
販売数
(換算本数)
(H22:1,807本)
5,000本
商品の企画・開発
新たな商品の企画と開発の促進
生産体制の強化
販路拡大に合わせた生産の強化
販路の開拓
首都圏を中心とした営業活動の展開による販路の確保
原料の安定生産
マンゴーの安定生産とその他の原料となる農産物等の生産開始
売上高
(H23:施設整備)
(H24:生産開始)
100百万円
新たな商品の企画開発
・加工品等の開発・商品化
・パッケージデザイン作成
・販路開拓及び広告宣伝活動
・新たな加工品の開発
加工場等の機能充実に関する検討
施設整備
生産・販売開始
生食用エディブルフラワーの販路開拓
販路開拓、広告宣伝・営業活動
認知度アップ・広告宣伝
・宣伝用パンフレット作成
・ホームページの立上げ
インターネットを活用した販売システムの構築
販売促進

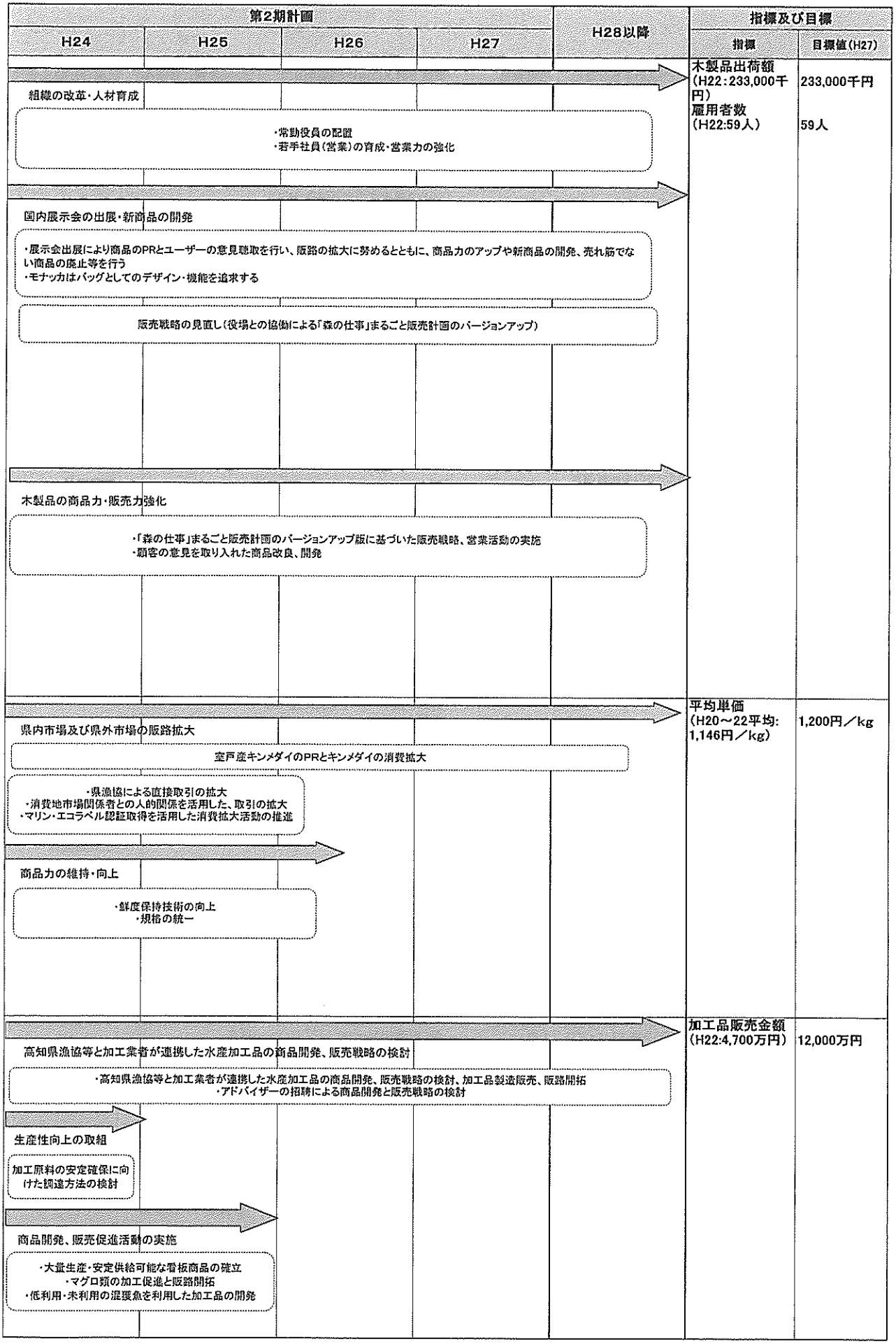
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
6 白下糖の生産の拡大と新商品の開発 《芸西村》	伝統ある芸西村の白下糖づくりを伝承し、白下糖の生産拡大と新たな加工品を開発・販売することにより、白下糖のブランド化(認知度アップ)と地域生産者の所得向上を目指す。	・芸西村 ・芸西村製糖組合 ・生産者グループ			◆サトウキビ作付け面積の拡大 ◆技術を継承する人材の育成 ◆白下糖の品質向上 ◆新たな商品の企画開発
7 土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化 《室戸市、東洋町》	土佐備長炭の生産量の増大と後継者の育成を図る。	・室戸市木炭振興会 ・土佐備長炭生産組合	・東洋町共同窯3基設置(H21～22) ・室戸市研修窯3基設置(H21～22) ・市場調査(H21) ・勉強会の開催4回(H22) ◆製炭量については、目標の800tに対し846t。新規生産者の受け入れも順調にいっている。	・原木の確保 ・更なる品質の向上と規格の均一化 ・研修終了後の研修生の就業定着化(就業条件の確保)	《室戸市木炭振興会》《土佐備長炭生産組合》 ◆新規製炭者の育成 ◆品質・規格の向上と新商品開発ほか 《室戸市木炭振興会》 ◆共同出荷・販売の取組 《土佐備長炭生産組合》 ◆原木配給施設設置
8 木質バイオマス活用の促進 《安芸市、芸西村》	林地残材等を熱エネルギーとして利用していく。	・JA土佐あき ・(有)安岡重機 ・高知バイオマスファーム ・高知東部森林組合	・木質ペレット製造工場の稼働(H22.11～、安芸市企業) ・園芸用木質ペレットボイラーの設置 67基(H21～23) ◆木質ペレットボイラーの導入により、目標としている資源の利用量は概ね達成した。しかし、木質エネルギーの地産地消を目指すうえでは、地域内のペレット需要量に対して地域内の供給量が不足している。	・木質ペレットの需要と供給のバランスが取れていない ・木質ペレットの原料である間伐材の搬出量と価格が不安定 ・燃焼灰の処理 ・園芸用木質ペレットの流通体制	◆原木調達システムの構築 ◆ペレットの増産に向けた施設整備 ◆木質ペレットボイラーの増設 ◆ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
サトウキビ収穫量
(H22:20t)
40t
サトウキビ作付け面積の拡大
遊休農地の有効活用
技術を継承する人材の育成
人材の確保
製造技術の習得、その他関連する研修等への参加
白下糖の品質向上
味で勝負するための製品づくり
・成分分析による他との区別
・アドバイザーの導入 他
新しい加工ラインの検討
施設整備
新たな商品の企画開発
地域資源共有会議等を
活用した新商品の検討
新商品の開発・販売開始
新規就労者確保
就労者 5名
新規製炭者の育成
研修生の受け入れ
後継者自立用共同窯の設置
共同窯設置
4基
生産量の増産
30t/年
新規商品開発
1商品
品質・規格の向上と新商品開発ほか
アドバイザーの招聘、勉強会の開催
販促用DVD・取扱解説チラシ作製・看板設置・県内外イベントへの参加
共同出荷・販売の取組(室戸市木炭振興会)
原木の共同調達、製品の共同出荷・販売の取組
原木配給施設
1箇所
原木配給施設設置(土佐備長炭生産組合)
原木配給ストックヤードの設置
ペレット生産量能
力
(H23:1,000t/年)
1,500t/年
原木調達システムの構築
ペレット原料の安定調達に向けた検討
ペレットの増産に向けた施設整備
地域のペレット需要に近付けるためのペレット製造施設の増強
木質資源利用ボ
イラー設置台数
(H23:67基)
100基
木質ペレットボイラーの増設
園芸ハウス用ボイラーの増設
ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備
ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備

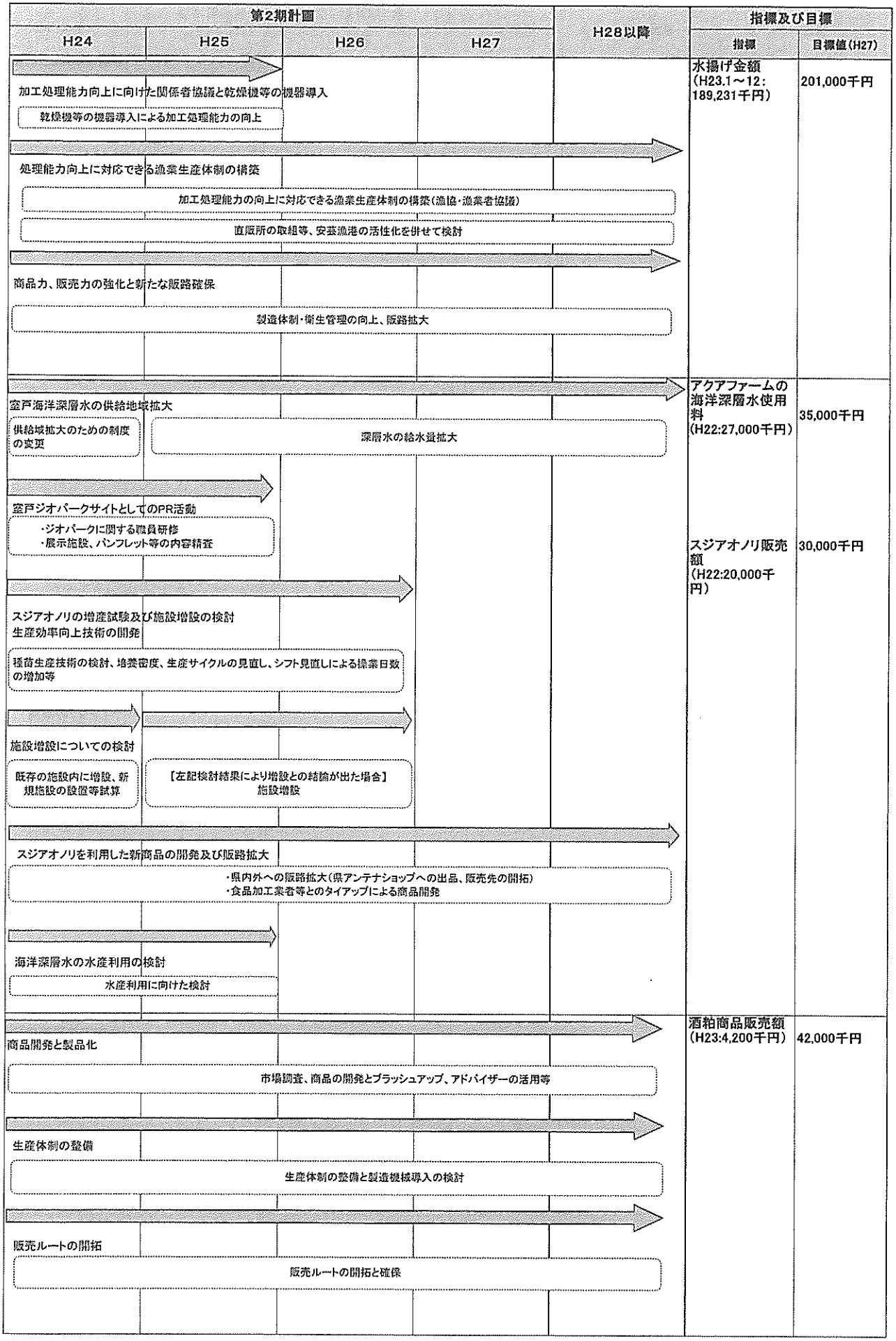
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
9 林業加工品の販売の促進 《馬路村》	木材加工品の販売を促進し、事業体の雇用の確保と経営安定を図る。	・エコアス馬路村	・モナッカ新バッグの商品化(H21) ・新商品を開発、試作(H21～23) ・国内外の展示会への出展 ◆顧客の意見を採りいれた商品の改良・開発により商品力は向上しつつある。展示会への出展により新たな取引も成立しているが販売は苦戦している。	・常勤役員の配置、営業部門の活動の強化 ・森、木、エコ、田舎のストーリー性を含めた商品紹介の継続 ・展示会やHPでのアンケートにより収集した顧客意見の活用と商品力アップ ・環境先進企業(協働の森参加企業等)への社用バッグ、ギフト用品等の提案 ・新商品の開発	《エコアス馬路村》 ◆組織の改革・人材育成 ◆国内展示会出展・新商品の開発
		・馬路村森林組合	・骨壷、子供用ベッドを新商品として開発(H22～23) ◆試作品が完成したので、今後は、顧客等の意見も聞き商品化し、営業活動に移行する。	・商品のPR、販売戦略の見直し ≪共通課題≫ ・ヤナセスギを前面に出したブランド販売戦略 ・木製品の出荷額及び雇用者数の現状維持	《全体》 ◆木製品の商品力・販売力強化
10 キンメダイのブランド化に向けた取組 《室戸市、東洋町、奈半利町》	将来的に地域ブランドとして確立することを見据え、消費拡大と販売を促進する。	・芸東水産業改良普及協議会	・キンメダイブランド化作業部会設置及び検討(H21～22) ・脂肪含有量の測定(H21～22) ・アドバイザーを活用した市場調査(H22) ・測定キンメを使った料理レシピ等の販促資材の作成(H22) ・産地交流会への参加(H23) ◆「土佐沖どれ金目鯛」のブランド名で関西市場をメインターゲットとして売り込みを開始	・関西圏を中心としたキンメダイの効果的なPR活動の実施	◆県内市場及び県外市場の販路拡大 ◆商品力の維持・向上
11 水産加工の促進と販路の拡大 《室戸市》	高知県内で漁獲される水産物の県内加工を強化し、魚価の安定化と県内における産業としての水産加工業の強化育成を図る。	・㈲タカシン水産 ・高知県漁協	・水産加工施設(室戸工場)を整備(シメサバを中心)、操業開始 雇用11名(H21～23) ・キンメの酢じめ等サバ以外の魚種での商品開発着手(H22) ◆加工生産技術が向上し、安定した品質と生産量が確保され取引先が順調に増加してきている。	・新たな魚種を使った商品の開発 ・大口の安定取引先の確保 ・更なる生産性の向上	◆高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討 ◆生産性向上の取組 ◆商品開発、販売促進活動の実施


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
木製品出荷額
(H22:233,000千円)
233,000千円
雇用者数
(H22:59人)
59人
組織の改革・人材育成
・常勤役員の配置
・若手社員(営業)の育成・営業力の強化
国内展示会の出展・新商品の開発
・展示会出展により商品のPRとユーザーの意見聴取を行い、販路の拡大に努めるとともに、商品力のアップや新商品の開発、売れ筋でない商品の廃止等を行う
・モナッカはバッグとしてのデザイン・機能を追求する
販売戦略の見直し(役場との協働による「森の仕事」まるごと販売計画のバージョンアップ)
木製品の商品力・販売力強化
・「森の仕事」まるごと販売計画のバージョンアップ版に基づいた販売戦略、営業活動の実施
・顧客の意見を取り入れた商品改良、開発
平均単価
(H20～22平均:1,146円／kg)
1,200円／kg
県内市場及び県外市場の販路拡大
室戸産キンメダイのPRとキンメダイの消費拡大
・県漁協による直接取引の拡大
・消費地市場関係者との人的関係を活用した、取引の拡大
・マリン・エコラベル認証取得を活用した消費拡大活動の推進
商品力の維持・向上
・鮮度保持技術の向上
・規格の統一
加工品販売金額
(H22:4,700万円)
12,000万円
高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討
・高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討、加工品製造販売、販路開拓
・アドバイザーの招聘による商品開発と販売戦略の検討
生産性向上の取組
加工原料の安定確保に向けた調達方法の検討
商品開発、販売促進活動の実施
・大量生産・安定供給可能な看板商品の確立
・マグロ類の加工促進と販路開拓
・低利用・未利用の混獲魚を利用した加工品の開発

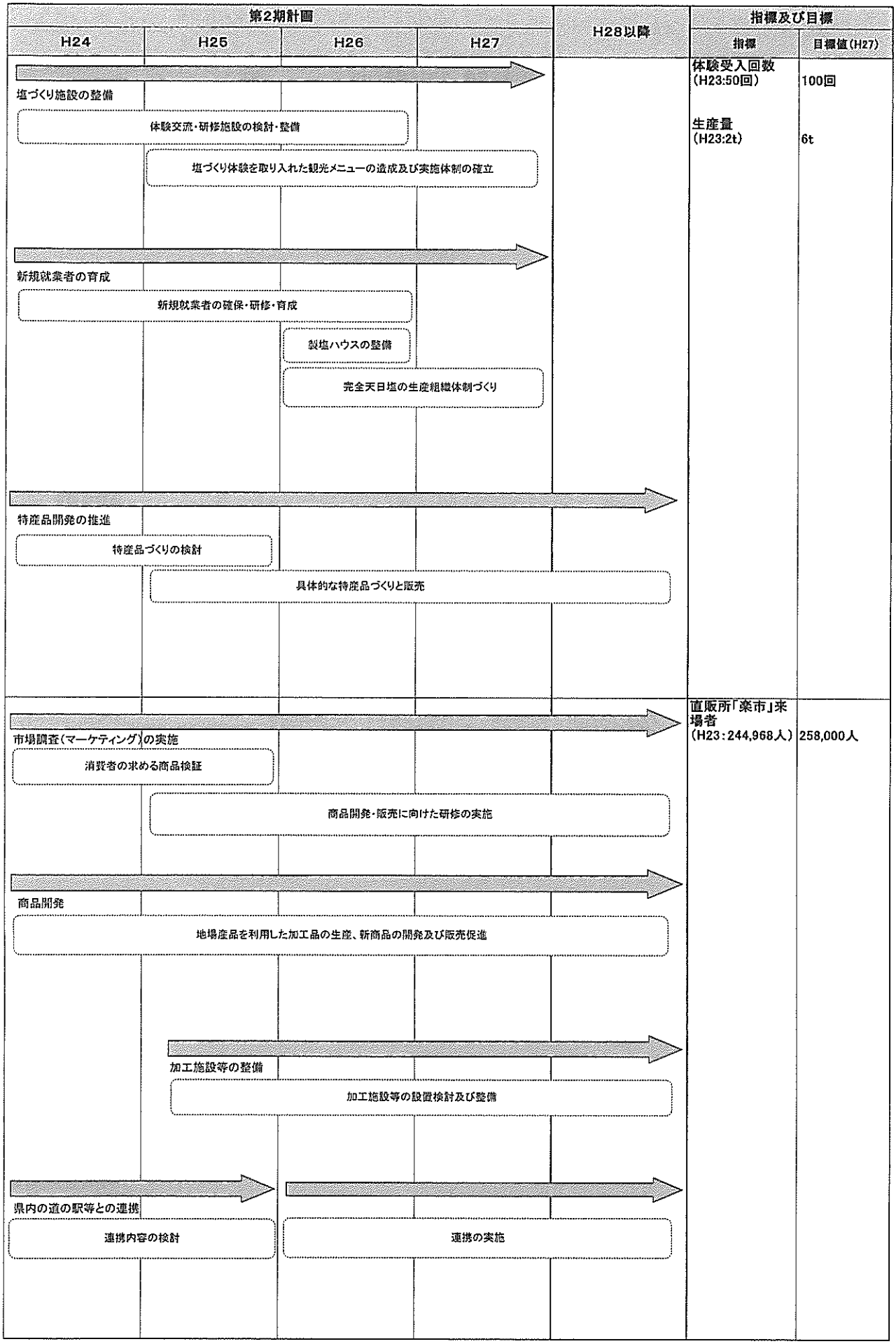
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
12 加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上 《安芸市》	加工処理能力の向上等によってシラスの水揚げ量の増加、及び漁家所得の向上を図る。	・民間企業 ・安芸漁協 ・安芸おじゃ娘	・企業、漁協、漁業者による加工処理能力向上に向けた協議(H23) ◆漁業者・漁協・シラス加工業者との協議を実施し,漁業関係者はシラス加工処理能力の向上による浜値上昇を希望している。 ・シラス佃煮等の商品開発(H21) ◆各種イベントでのPRや直販所での販売を通じて商品の認知度が高まってきている。 ・アカムツ深海延縄漁の試験操業を実施(H21) ◆試験操業で多くの課題があることが確認できた。	・現状の加工処理能力では盛漁期に値崩れを起こしやすく、既存加工業者による新たな設備投資、新たな加工業者の参入等が必要 ・衛生管理・製造体制の強化、収益性の向上、販路拡大 ・操業方法や漁場探索及び操業方法の習熟	◆加工処理能力向上に向けた関係者協議と乾燥機等の機器導入 ◆処理能力向上に対応できる漁業生産体制の構築 ◆商品力、販売力の強化と新たな販路確保
13 海洋深層水の利用拡大 《室戸市》	室戸海洋深層水アクア・ファームにおける海洋深層水給水量の拡大を図る。 室戸ジオパーク海洋深層水サイトとして、アクア・ファームの受け入れ体制を強化し、観光客へのPRを行う。 スジアオノリの増産試験及び施設拡大の検討を行うとともに、販路拡大、商品開発に取り組む。 また、海洋深層水の水産への利用について検討を行う。	・室戸市 ・高知県漁協(高岡支所)	＜販路、供給地域の拡大＞ ・イベント、講演等での深層水のPR(H21～23) ◆供給地域の拡大のための制度策定までには至らなかったが、今後も協議を続けていくことを確認した。 ＜企業、研究機関等との連携等＞ ・様々な機関や大学との連携活動(H21～23) ◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野に向けての予備試験や各種研究を開始した。 ＜スジアオノリ＞ ・市場調査(H21～22) ・ブロワー改修工事(H22～23) ・「まるごと高知」での小袋商品を始め各種イベントで販売開始(H22～23) ・大手回転ずしチェーン店に試験出荷(H23) ◆生産性の向上や、新たな販売先を確保するなどにより、H21年度から収支が黒字化し、大幅な経営改善が図られた。	〈販路、供給地域の拡大〉 ・深層水の安定的な販売先の確保 ・供給地域・量の拡大に対応できるよう、設備の維持・更新 〈企業、研究機関等との連携等〉 ・進められている共同研究の成果の実用化 〈スジアオノリ〉 ・生産量の高位平準化	◆室戸海洋深層水の供給地域拡大 ◆室戸ジオパークサイトとしてのPR活動 ◆スジアオノリの増産試験及び施設増設の検討 ◆スジアオノリを利用した新商品の開発及び販路拡大 ◆海洋深層水の水産利用の検討
14 酒粕等を活用した新商品の開発と販路の拡大 《田野町、安田町》	酒粕等を活用した商品を開発し、販路を拡大していくことにより、雇用の確保と地域の経済の活性化を目指す。	・四国部品㈱中芸工場 ・民間企業(予定)	・酒粕スイーツ「蔵乃風」等の開発、販売(H22～23) ◆酒粕スイーツ「蔵乃風」に関しては、試行錯誤を重ねながら数種類の商品を開発することができた。その後、美丈夫純米大吟醸の酒粕を使った商品開発も行い、商品構成を充実させることができた。 ・酒粕ドレッシング試作・改良、パッケージデザイン作成(H22～23) ◆酒粕ドレッシングに関しては、試作後ターゲットをより明確化した上でニーズに対応できる商品づくりを進めている。	・販売場所及び体制の確立 ・製造コストの低減 ・製造工程の機械化の検討 ・地域食材の活用による新商品づくり ・酒造場、農産物、加工業者との連携 ・新商品のブランド化	◆商品開発と製品化 ◆生産体制の整備 ◆販売ルートの開拓


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
加工処理能力向上に向けた関係者協議と乾燥機等の機器導入
乾燥機等の機器導入による加工処理能力の向上
水揚げ金額
(H23.1～12:
189,231千円)
201,000千円
処理能力向上に対応できる漁業生産体制の構築
加工処理能力の向上に対応できる漁業生産体制の構築(漁協・漁業者協議)
直販所の取組等、安芸漁港の活性化を併せて検討
商品力、販売力の強化と新たな販路確保
製造体制・衛生管理の向上、販路拡大
窒戸海洋深層水の供給地域拡大
供給域拡大のための制度の変更
深層水の給水量拡大
アクアファームの海洋深層水使用料
(H22:27,000千円)
35,000千円
窒戸ジオパークサイトとしてのPR活動
・ジオパークに関する職員研修
・展示施設、パンフレット等の内容精査
スジアオノリの増産試験及び施設増設の検討
生産効率向上技術の開発
種苗生産技術の検討、培養密度、生産サイクルの見直し、シフト見直しによる操業日数の増加等
スジアオノリ販売額
(H22:20,000千円)
30,000千円
施設増設についての検討
既存の施設内に増設、新規施設の設置等試算
【左記検討結果により増設との結論が出た場合】
施設増設
スジアオノリを利用した新商品の開発及び販路拡大
・県内外への販路拡大(県アンテナショップへの出品、販売先の開拓)
・食品加工業者等とのタイアップによる商品開発
海洋深層水の水産利用の検討
水産利用に向けた検討
商品開発と製品化
市場調査、商品の開発とブラッシュアップ、アドバイザーの活用等
酒粕商品販売額
(H23:4,200千円)
42,000千円
生産体制の整備
生産体制の整備と製造機械導入の検討
販売ルートの開拓
販売ルートの開拓と確保

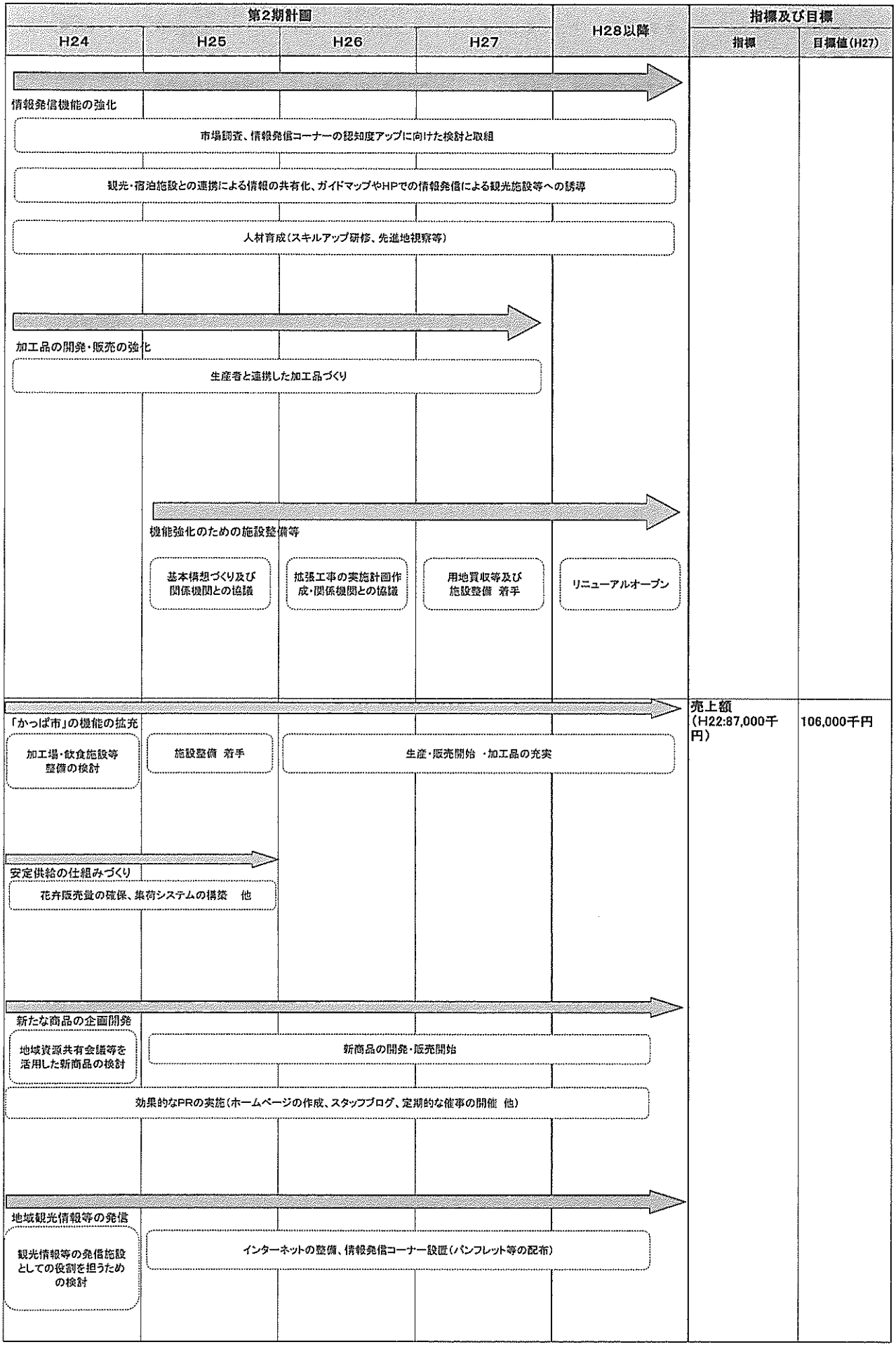
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
15 完全天日塩の生産の拡大と観光への活用 《田野町》	製塩ハウス施設等の整備と併せて新たな就業者の確保・育成を行うとともに、塩づくり体験や特産品開発を通して完全天日塩の産業化と交流人口の拡大を図る。	・田野町 ・民間事業者			◆塩づくり施設の整備 ◆新規就業者の育成 ◆特産品開発の推進
16 キラメッセ室戸「楽市」の機能強化 《室戸市》	地域食材を加えたジェラートの製造や地域産品の加工を行う施設を整備して、新商品を開発するとともに、商品の充実や販売を促進することにより、生産者の所得向上を図る。	・室戸市			◆市場調査(マーケティング)の実施 ◆商品開発 ◆加工施設等の整備 ◆県内の道の駅等との連携


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
塩づくり施設の整備
体験交流・研修施設の検討・整備
塩づくり体験を取り入れた観光メニューの造成及び実施体制の確立
体験受入回数
(H23:50回)
100回
生産量
(H23:2t)
6t
新規就業者の育成
新規就業者の確保・研修・育成
製塩ハウスの整備
完全天日塩の生産組織体制づくり
特産品開発の推進
特産品づくりの検討
具体的な特産品づくりと販売
市場調査(マーケティング)の実施
消費者の求める商品検証
商品開発・販売に向けた研修の実施
直販所「楽市」来場者
(H23:244,968人)
258,000人
商品開発
地場産品を利用した加工品の生産、新商品の開発及び販売促進
加工施設等の整備
加工施設等の設置検討及び整備
県内の道の駅等との連携
連携内容の検討
連携の実施

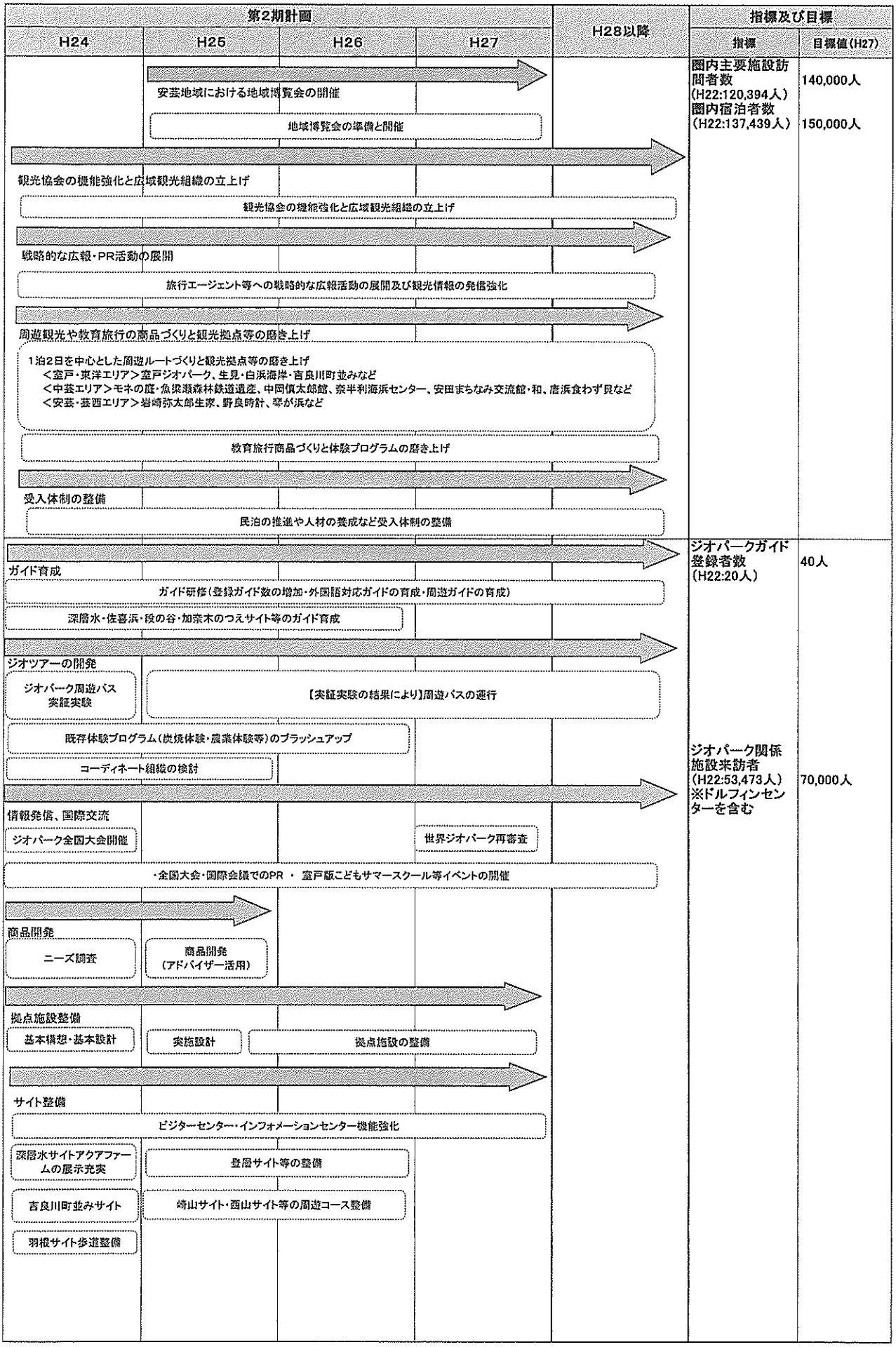
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
17 道の駅「田野駅屋」の機能強化(特産品開発及び情報発信)と施設整備等 《田野町》	地域の特産品や観光情報の発信機能を強化し、田野駅屋の集客力を最大限に有効活用する。併せて地域農産物等を活用した加工品を開発・販売し、消費拡大を図っていく。さらに、それらに資する施設整備等を行う。	・田野町 ・道の駅指定管理者 ・加工施設指定管理者 ・生産者組織	・加工品7品目(たのかつ、鯖コロッケ等)を開発(H21) ・加工品3品目(コロッケ2種、鹿肉カレーライス)を試作(H22) ・田野駅屋拡張(74㎡増)(H23.3) ◆加工品の開発に関しては、10品目の開発・試作がなされてきたが、販売面において十分な成果を上げるまでに至っていない ◆情報発信コーナーが整備されたことで、中芸地域以東の観光情報発信の拠点としての期待が高まっている	・情報発信機能の更なる強化 ・地場産品を活用した魅力ある特産品(加工品)の開発と販売体制の強化	◆情報発信機能の強化 ◆加工品の開発・販売の強化 ◆機能強化のための施設整備等
18 地場産品直販所「かっぱ市」の機能強化 《芸西村》	地場産品直販所「かっぱ市」のリニューアルオープンに伴い、花弁類・鮮魚類の販売を拡充させ、他の直販所と差別化することで売上の増加を図るとともに、地域経済の活性化を図る。 村内で生産される農産物等(ピーマン・黒砂糖等)を使用した新たな商品を企画開発し、村内産品の付加価値を高める。	・芸西村 ・㈲かっぱ市 ・生産者グループ	・リニューアルオープン(H23.10) ◆売り場面積を1.5倍に拡充し、花弁部門を中心として、惣菜・鮮魚部門等の売上増加を図り、商品回転率を高めることで、収益の増加が期待できる。 ◆収益の増加により、外販部門の継続雇用を見込むとともに、テイクアウト飲食部門の充実・拡充を図ることで、短期雇用が見込まれる。	・花弁出展量の確保 ・新商品の開発、新商品の原材料確保(サトウキビ等) ・商品集荷システムの構築 ・テイクアウト商品の充実	◆「かっぱ市」の機能の拡充 ◆安定供給の仕組みづくり ◆新たな商品の企画開発 ◆地域観光情報等の発信


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
情報発信機能の強化
市場調査、情報発信コーナーの認知度アップに向けた検討と取組
観光・宿泊施設との連携による情報の共有化、ガイドマップやHPでの情報発信による観光施設等への誘導
人材育成(スキルアップ研修、先進地視察等)
加工品の開発・販売の強化
生産者と連携した加工品づくり
機能強化のための施設整備等
基本構想づくり及び関係機関との協議
拡張工事の実施計画作成・関係機関との協議
用地買収等及び施設整備 着手
リニューアルオープン
「かっぱ市」の機能の拡充
加工場・飲食施設等整備の検討
施設整備 着手
生産・販売開始 ・加工品の充実
売上額(H22:87,000千円)
106,000千円
安定供給の仕組みづくり
花弁販売量の確保、集荷システムの構築 他
新たな商品の企画開発
地域資源共有会議等を活用した新商品の検討
新商品の開発・販売開始
効果的なPRの実施(ホームページの作成、スタッフブログ、定期的な催事の開催 他)
地域観光情報等の発信
観光情報等の発信施設としての役割を担うための検討
インターネットの整備、情報発信コーナー設置(パンフレット等の配布)

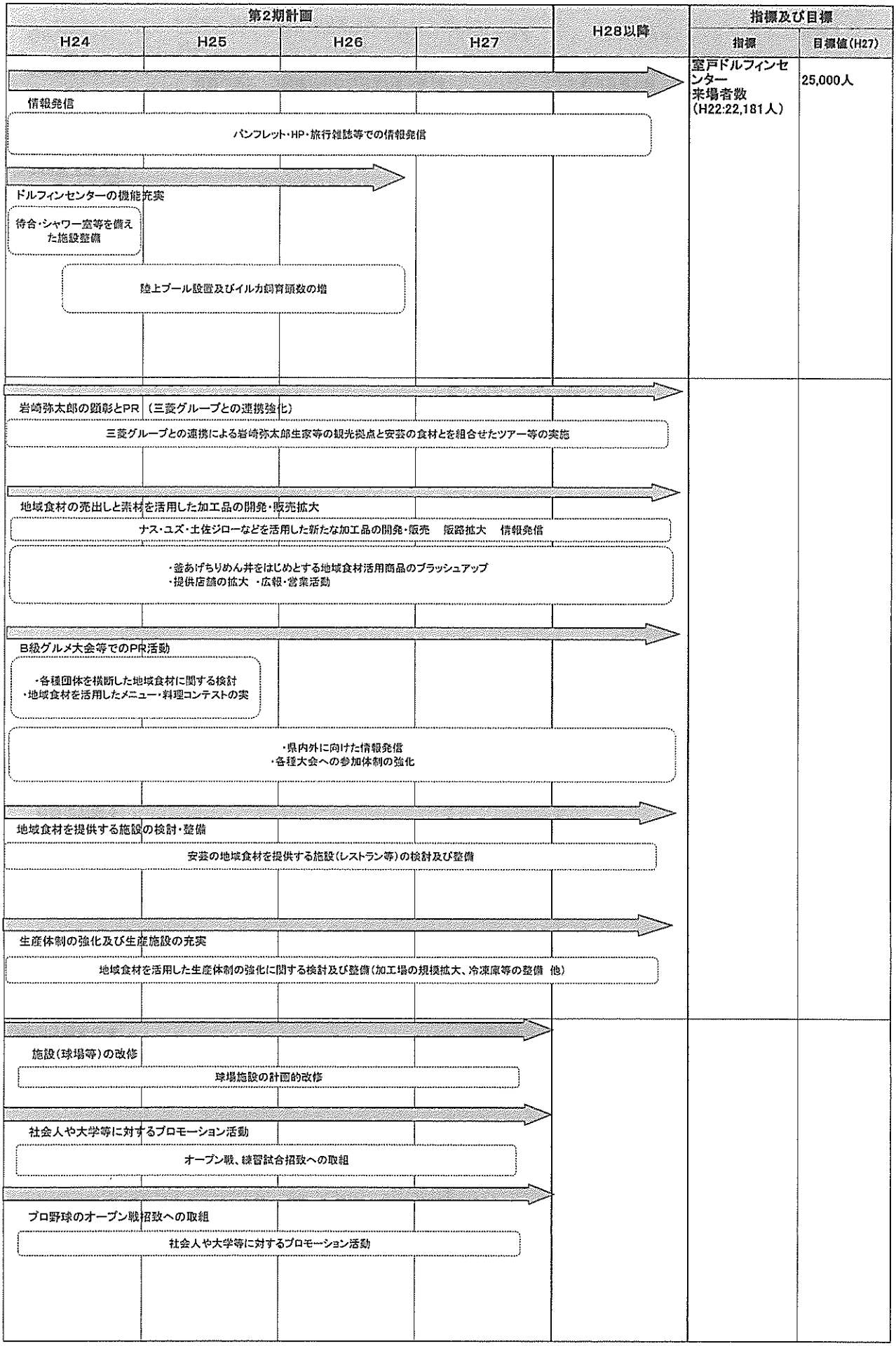
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
19 安芸地域における広域観光の振興 《安芸地域全域》	地域内にある観光資源をさらに磨き上げながら、地域内で一泊以上滞在できる周遊観光や教育旅行に取り組むことにより、安芸地域全体の経済の活性化と雇用の場づくりを推進する。 また、安芸地域の広域的な連携の強化に向けて、さらには東部周遊観光の商品化の推進を図るために地域博覧会を開催する。	・安芸広域市町村圏事務組合 ・市町村 ・観光協会等 ・地域団体 ・民間事業者	・観光素材集「土佐東方見聞録」の作成5万部(H21～22) ・DVDの作成(H21　500枚) ・ランドオペレーター1名雇用(H22.6～) ◆素材集を活用した県外エージェントやマスコミへの営業活動を展開。特に森林鉄道、室戸ジオパーク、モネの庭をメインに東部地域の面的なPRを実施。今後の足がかりにつなげている。	・広域的な連携強化 ・戦略的な商品造成 ・体験メニューの充実と人材育成	◆安芸地域における地域博覧会の開催 ◆観光協会の機能強化と広域観光組織の立上げ ◆戦略的な広報・PR活動の展開 ◆周遊観光や教育旅行の商品づくりと観光拠点の磨き上げ ◆受入体制の整備
20 世界ジオパーク認証を活かした観光の振興 《室戸市》	世界ジオパークに認証された室戸ジオサイトにおける受入体制の整備や商品開発に取り組み交流人口の拡大を図っていく。	・室戸市 ・室戸ジオパーク推進協議会 ・室戸市観光協会	・看板や遊歩道、駐車場などの環境整備(H21～23) ・ガイドやジオパークマスターの養成研修(H21～23) ◆H23.9.18に世界認証を受ける。	・受入れ体制の強化	◆ガイド育成 ◆ジオツアーの開発 ◆情報発信、国際交流 ◆商品開発 ◆拠点施設整備 ◆サイト整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
安芸地域における地域博覧会の開催
地域博覧会の準備と開催
観光協会の機能強化と広域観光組織の立上げ
観光協会の機能強化と広域観光組織の立上げ
戦略的な広報・PR活動の展開
旅行エージェント等への戦略的な広報活動の展開及び観光情報の発信強化
周遊観光や教育旅行の商品づくりと観光拠点等の磨き上げ
1泊2日を中心とした周遊ルートづくりと観光拠点等の磨き上げ
＜窓戸・東洋エリア＞窓戸ジオパーク、生見・白浜海岸・吉良川町並みなど
＜中芸エリア＞モネの庭・魚梁瀬森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、奈半利海浜センター、安田まちなみ交流館・和、唐浜食わず貝など
＜安芸・芸西エリア＞岩崎弥太郎生家、野良時計、琴が浜など
教育旅行商品づくりと体験プログラムの磨き上げ
受入体制の整備
民泊の推進や人材の養成など受入体制の整備
圏内主要施設訪問者数
(H22:120,394人)
140,000人
圏内宿泊者数
(H22:137,439人)
150,000人
ガイド育成
ガイド研修(登録ガイド数の増加・外国語対応ガイドの育成・周遊ガイドの育成)
深層水・佐喜浜・段の谷・加茂木のつえサイト等のガイド育成
ジオガイド登録者数
(H22:20人)
40人
ジオツアーの開発
ジオパーク周遊バス実証実験
【実証実験の結果により】周遊バスの運行
既存体験プログラム(炭焼体験・農業体験等)のブラッシュアップ
コーディネート組織の検討
ジオパーク関係施設来訪者
(H22:53,473人)
※ドルフィンセンターを含む
70,000人
情報発信、国際交流
ジオパーク全国大会開催
世界ジオパーク再審査
・全国大会・国際会議でのPR ・ 窓戸版こどもサマースクール等イベントの開催
商品開発
ニーズ調査
商品開発
(アドバイザー活用)
拠点施設整備
基本構想・基本設計
実施設計
拠点施設の整備
サイト整備
ビジターセンター・インフォメーションセンター機能強化
深層水サイトアクアファームの展示充実
登層サイト等の整備
吉良川町並みサイト
崎山サイト・西山サイト等の周遊コース整備
羽根サイト歩道整備

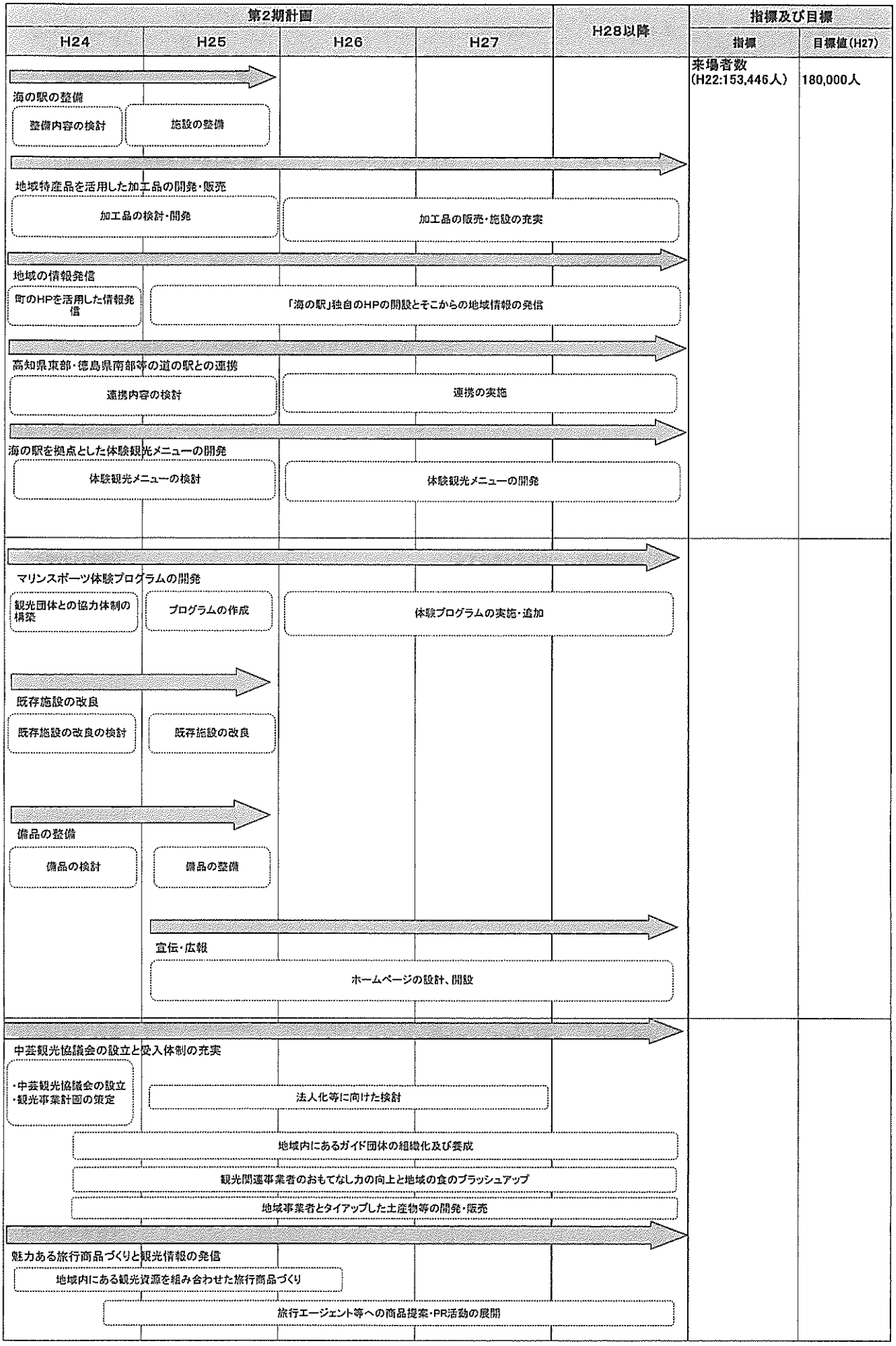
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
21 イルカのふれあい体験による交流人口の拡大 《室戸市》	室戸ドルフィンセンターの待合施設やシャワー施設を備えた施設建設により、利用者満足度の向上、物販スペース等の拡大による事業売り上げの向上を図る。また、陸上プール設置及びイルカ飼育頭数を増やすことによる体験者の増加を図る。	・NPO法人室戸ドルフィンプロジェクト ・室戸市	・施設等の充実(H21～23) ・広告宣伝の強化(H21～23) ・体験プログラムの見直し(H22～23) ◆広報の強化、施設の充実等により、高額プログラムであるドルフィンスイムの参加者が大幅に増加、それに伴い、事業収入が増加し運営の安定の土台が築けた。	・ジオパーク等地域の観光素材を組み合わせた、情報発信 ・来場者の満足度の向上のための新たな施設整備	◆情報発信 ◆ドルフィンセンターの機能充実
22 岩崎弥太郎と地域食材を活用した観光の振興 《安芸市》	「岩崎弥太郎」をより一層売り出しながら、また安芸の安心・安全な地域食材を活用し、新たな加工品の開発と既存商品の磨き上げを行うことで、交流人口の拡大による安芸市の経済の活性化を図るとともに、生産者の所得の向上を目指す。	・安芸市 ・生産団体・グループ ・民間事業者・加工業者 ・安芸市観光協会 ・「はばたけ弥太郎」安芸市推進委員会 ・安芸「釜あげちりめん丼」楽会 ・安芸市観光ボランティアガイドの会 ・JA土佐あき婦人部 ・入河内大根のこそう会	・ボランティアガイドの育成(40名)(H21～H23) ・新たな特産品の開発(8品目)(H21～H23) ・こころざし社中入場者(H22目標100千人→実績113千人) ・安芸観光情報センターの設置(H23.3) ◆ボランティアガイドの力量アップや観光に係る人材が育成されてきた。地域食材を活かした(ナス、シラス)食の提供の動きにつながってきている。	・岩崎弥太郎を活かした取組の強化 ・地域食材を活用した加工品の開発と販売 ・食の提供の強化	◆岩崎弥太郎の顕彰とPR (三菱グループとの連携強化) ◆地域食材の売出しと素材を活用した加工品の開発・販売拡大 ◆B級グルメ大会等でのPR活動 ◆地域食材を提供する施設の検討・整備 ◆生産体制の強化及び生産施設の充実
23 スポーツキャンプのまちづくり 《安芸市》	タイガースキャンプの存続のみならず、社会人や大学などのノンプロ野球部のキャンプ誘致、特に龍馬伝を機に、三菱グループへの働き掛けなど、スポーツキャンプのまちづくりを推進する。	・安芸市	・キャンプ誘致活動(H21～23) ・改修基本設計(H23) ◆キャンプ・合宿環境の向上により、関西の大学・高校の合宿が行われるようになっている。	・改修基本設計に基づく計画的な改修	◆施設(球場等)の改修 ◆社会人や大学等に対するプロモーション活動 ◆プロ野球のオープン戦招致への取組


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
室戸ドルフィンセンター来場者数(H22:22,181人)
25,000人
情報発信
パンフレット・HP・旅行雑誌等での情報発信
ドルフィンセンターの機能充実
待合・シャワー室等を備えた施設整備
陸上プール設置及びイルカ飼育頭数の増
岩崎弥太郎の顕彰とPR（三菱グループとの連携強化）
三菱グループとの連携による岩崎弥太郎生家等の観光拠点と安芸の食材とを組合せたツアー等の実施
地域食材の売出しと素材を活用した加工品の開発・販売拡大
ナス・ユズ・土佐ジローなどを活用した新たな加工品の開発・販売　販路拡大　情報発信
・釜あげちりめん丼をはじめとする地域食材活用商品のブラッシュアップ
・提供店舗の拡大　・広報・営業活動
B級グルメ大会等でのPR活動
・各種団体を横断した地域食材に関する検討
・地域食材を活用したメニュー・料理コンテストの実
・県内外に向けた情報発信
・各種大会への参加体制の強化
地域食材を提供する施設の検討・整備
安芸の地域食材を提供する施設（レストラン等）の検討及び整備
生産体制の強化及び生産施設の充実
地域食材を活用した生産体制の強化に関する検討及び整備（加工場の規模拡大、冷凍庫等の整備　他）
施設（球場等）の改修
球場施設の計画的改修
社会人や大学等に対するプロモーション活動
オープン戦、練習試合招致への取組
プロ野球のオープン戦招致への取組
社会人や大学等に対するプロモーション活動

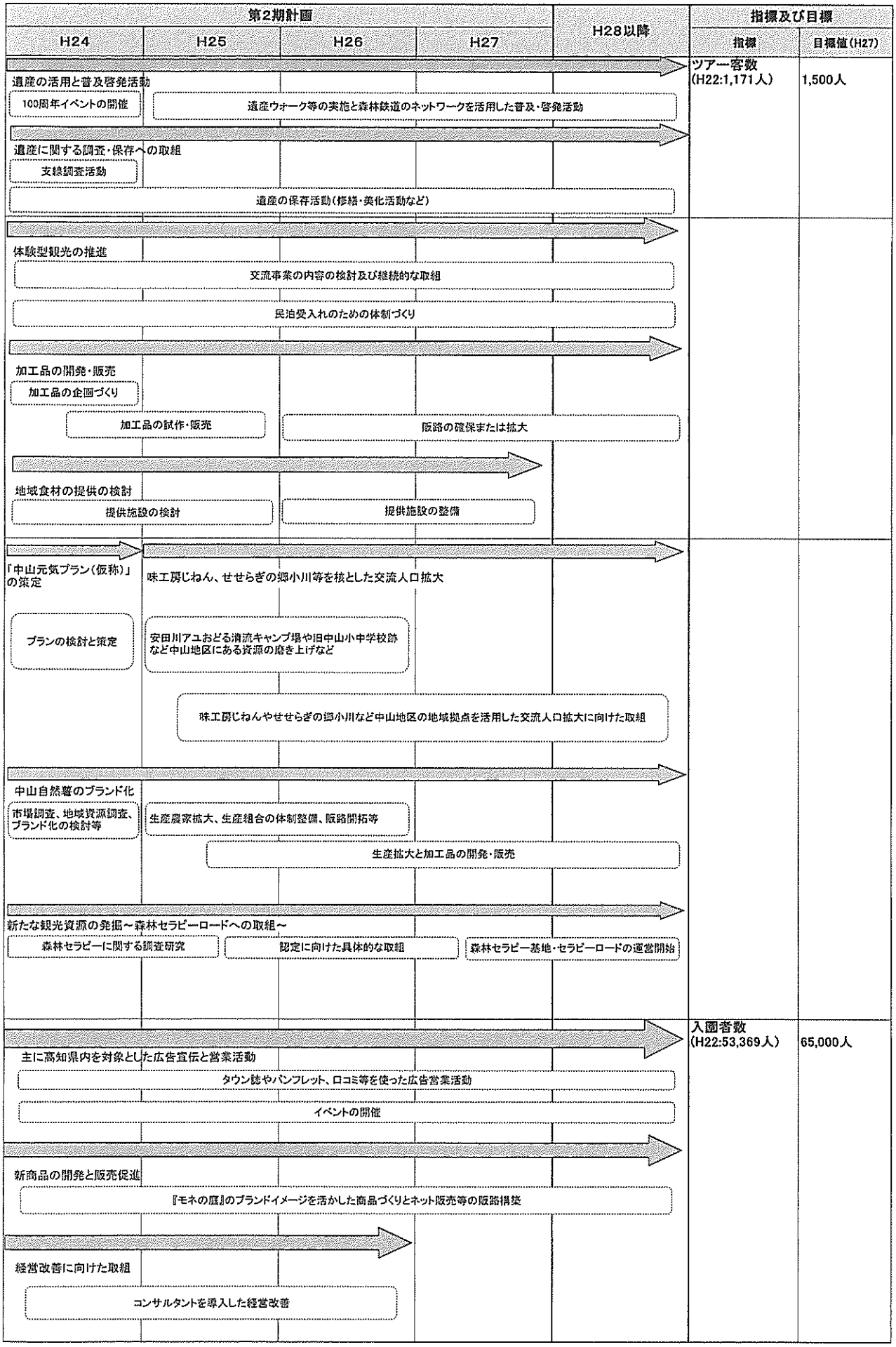
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画（H21～23）の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
24 海の駅を拠点とした地域振興 《東洋町》	高知県の東の玄関口である東洋町に、観光拠点施設や地元特産品の販売・加工施設、飲食施設等の機能を付加した「海の駅」を整備することにより地域の活性化を図る。	・東洋町	・情報交換会の実施(H21～23) ◆「海の駅」東洋町自体は順調に売上げを伸ばしており、平成22年度には施設を増築した。	・地域産品を活用した加工品の確保 ・観光拠点機能の付加	◆海の駅の整備 ◆地域特産品を活用した加工品の開発・販売 ◆地域の情報発信 ◆高知県東部・徳島県南部等の道の駅との連携 ◆海の駅を拠点とした体験観光メニューの開発
25 マリンスポーツ体験拠点づくり 《東洋町》	サーフィンやダイビングなどを中心としたマリンスポーツの体験を目的とした修学旅行や企業研修、サークル活動の受入れ施設を整備するとともに、新たな体験プログラムの開発を行う。	・東洋町 ・地元マリンスポーツ関係事業者 ・観光振興協会			◆マリンスポーツ体験プログラムの開発 ◆既存施設の改良 ◆備品の整備 ◆宣伝・広報
26 中芸地区における広域観光の推進 《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》	官民が協働して、地域内にある観光資源を磨き上げ魅力のある滞在型・体験型旅行商品づくりを行いながら、観光客の増加を図り、地域の経済の活性化を推進する。	・中芸広域連合 ・中芸観光協議会 ・中芸商工会 ・観光関連事業者等			◆中芸観光協議会の設立と受入体制の充実 ◆魅力ある旅行商品づくりと観光情報の発信


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
来場者数
(H22:153,446人)
180,000人
海の駅の整備
整備内容の検討
施設の整備
地域特産品を活用した加工品の開発・販売
加工品の検討・開発
加工品の販売・施設の充実
地域の情報発信
町のHPを活用した情報発信
「海の駅」独自のHPの開設とそこからの地域情報の発信
高知県東部・徳島県南部等の道の駅との連携
連携内容の検討
連携の実施
海の駅を拠点とした体験観光メニューの開発
体験観光メニューの検討
体験観光メニューの開発
マリンスポーツ体験プログラムの開発
観光団体との協力体制の構築
プログラムの作成
体験プログラムの実施・追加
既存施設の改良
既存施設の改良の検討
既存施設の改良
備品の整備
備品の検討
備品の整備
宣伝・広報
ホームページの設計、開設
中芸観光協議会の設立と受入体制の充実
・中芸観光協議会の設立
・観光事業計画の策定
法人化等に向けた検討
地域内にあるガイド団体の組織化及び養成
観光関連事業者のおもてなし力の向上と地域の食のブラッシュアップ
地域事業者とタイアップした土産物等の開発・販売
魅力ある旅行商品づくりと観光情報の発信
地域内にある観光資源を組み合わせた旅行商品づくり
旅行エージェント等への商品提案・PR活動の展開

【安芸地域】

	項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
				総括	課題	
27	魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大 《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》	森林鉄道遺産(産業遺産、森の仕事、当時の生活文化等)を中芸地区の新しい地域資源(地域遺産)ととらえ、一般層の利用も視野に入れた活用に取り組み、地域連携を通して、交流人口の拡大や文化活動の促進を図る。	・中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会	・案内看板、遊歩道、駐車場の設置(H21～23) ・観光用ビデオの作成(H22) ・開通100周年事業の実施(H23) ・ガイドの育成14名(H21～22) ◆東部地域の新しい観光素材として旅行会社の注目度が高く、ツアーが催行される。	・5カ町村広域の窓口の設置 ・ガイド、食事、宿泊等受入体制の強化 ・100周年記念事業を契機とした更なる情報発信	◆遺産の活用と普及啓発活動 ◆遺産に関する調査・保存への取組
28	体験型観光と地域の加工品づくりの推進 ～大野台地は、えいところ！～ 《田野町》	交流事業の推進による交流人口の拡大と併せて新たな加工品開発に取り組むことで、農畜産物の消費拡大や所得の向上、雇用機会の創出を図る。	・大野倶楽部 ・田野町	・体験活動による交流　7回(H22～23) ・稲田塾の体験合宿(H22～23) ◆H22年度に、初めて大野倶楽部主催による体験イベントを企画、実施するなどして体験メニューの試行に取り組んだ。H23年度からは、これまでの経験を活かして体験メニューの本格実施に取り組み、その結果、交流人口の拡大など一定の成果は見られる。また、東部地域で初めてとなる民泊にも積極的に取り組んでおり、修学旅行生の受入れなど今後の展開に期待が持てる。	・事務局体制の確立 ・地域住民への活動理念の浸透 ・受入れ、実施体制の強化 ・地域資源を活かした農業体験メニューの実施 ・民泊による修学旅行の受入れ ・他地域の資源と連携したメニューづくり ・活動を収入に繋げていく仕組みづくり	◆体験型観光の推進 ◆加工品の開発・販売 ◆地域食材の提供の検討
29	安田中山地区の活性化プロジェクト 《安田町》	地区住民主体で「中山元気プラン(仮称)」の策定を行い、地域資源である自然薯の生産拡大に取り組むとともに、地域の観光資源を活用して交流人口の拡大を図るなど、中山地区を元気にする取組を推進する。	・安田町 ・中山を元気にする会 ・安田川漁協 ・自然薯生産組合 ・味工房じねん ・中山合同女性部			◆「中山元気プラン(仮称)」の策定 ◆味工房じねん、せせらぎの郷小川等を核とした交流人口拡大 ◆中山自然薯のブランド化 ◆新たな観光資源の発掘～森林セラピーロードへの取組～
30	世界に2つの「モネの庭」の誘客強化による交流人口の拡大 《北川村》	県外での広告宣伝や、それに連動した営業活動によって、来園への新たな動機付けにつながる施設整備やイベントの実施をPRして集客力を高める。	・北川村 ・きたがわジャルダン	・旧ワイナリーを多目的ホールへ改修(H22) ・TVや専門誌等様々な広告媒体を用いたPR(H22～23) ・フォトスポットとしての庭園整備(H22) ◆実質的な動きはH23になってからであるが、昨年対比110.2%、一昨年対比97.9%の来園者の状況となっている。	・戦略の見直しと実施	◆主に高知県内を対象とした広告宣伝と営業活動 ◆新商品の開発と販売促進 ◆経営改善に向けた取組


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ツアー客数
(H22:1,171人)
1,500人
遺産の活用と普及啓発活動
100周年イベントの開催
遺産ウォーク等の実施と森林鉄道のネットワークを活用した普及・啓発活動
遺産に関する調査・保存への取組
支線調査活動
遺産の保存活動(修繕・美化活動など)
体験型観光の推進
交流事業の内容の検討及び継続的な取組
民泊受入れのための体制づくり
加工品の開発・販売
加工品の企画づくり
加工品の試作・販売
販路の確保または拡大
地域食材の提供の検討
提供施設の検討
提供施設の整備
「中山元気プラン(仮称)」の策定
味工房じねん、せせらぎの郷小川等を核とした交流人口拡大
プランの検討と策定
安田川アユおどる清流キャンプ場や旧中山小中学校跡など中山地区にある資源の磨き上げなど
味工房じねんやせせらぎの郷小川など中山地区の地域拠点を活用した交流人口拡大に向けた取組
中山自然薯のブランド化
市場調査、地域資源調査、ブランド化の検討等
生産農家拡大、生産組合の体制整備、販路開拓等
生産拡大と加工品の開発・販売
新たな観光資源の発掘～森林セラピーロードへの取組～
森林セラピーに関する調査研究
認定に向けた具体的な取組
森林セラピー基地・セラピーロードの運営開始
入園者数
(H22:53,369人)
65,000人
主に高知県内を対象とした広告宣伝と営業活動
タウン誌やパンフレット、口コミ等を使った広告営業活動
イベントの開催
新商品の開発と販売促進
『モネの庭』のブランドイメージを活かした商品づくりとネット販売等の販路構築
経営改善に向けた取組
コンサルタントを導入した経営改善

Ⅲ　各地域の具体的な取組

２　物部川地域

2　物部川地域

（1）　地域の産業を取り巻く状況

物部川の流域に位置する当地域は、上流域では豊かな森林資源を活かした林業やユズ栽培、肥沃な下流域は県内でも有数の米作、園芸地帯として栄えてきています。

農業分野では、水稲、施設園芸、果樹、花き等、多様で多品目の生産が行われており、中には全国屈指の生産量や品質を誇るもの、また、高い環境保全型農業技術の発揮などといった特色ある取組も行われています。

しかし、最近では、高齢化や担い手不足といった就業面での課題や夏場の高温等気候の変動による生産面での課題に加え、長引く農産物価格の低迷、燃油・生産資材価格の高止まり等が農業経営をさらに圧迫しています。

林業分野では、木材価格の低迷が続いていますが、地域の豊富な森林資源を活かし、小規模な森林所有者でも間伐材の販売収入が得られるよう、「森の工場」としての集約施業の合意形成に積極的に取り組み、その認定面積も拡大してきています。

また、国の森林林業再生プランの数少ない認定を受けた香美森林組合及び物部森林組合が、ドイツやオーストリアの林業を参考にした新しい作業システムの導入に取り組んでおり、全国的にも注目を集めています。

水産業分野でも、魚価の低迷、燃油、資材の高騰等により引き続き厳しい状況にあります。こうした状況の中、高知県漁協手結支所では、平成 21 年から地域の基幹的な魚種のシイラについて、漁協自ら入札に参加するとともに加工も手掛けて、浜値の底支えによる漁業者の所得向上と地域雇用の創出に取り組んでいます。

工業分野では、空港や高速道路、鉄道といった交通インフラが充実していることから、早くから工業団地が整備され、従来のものづくり製造業や半導体等の先端産業、情報産業の集積が県内ではトップクラスとなっており、平成22年工業統計調査における地域内3市の製造品出荷額等は県全体の3割を超えています。

商業分野では、小規模事業者が多く、地域に進出した大型量販店や隣接する高知市などに消費者が流出し、地域の商店街では空き店舗が増加しています。

観光分野では、県内でも有数の入場者数を誇るアンパンマンミュージアム、のいち動物公園、龍河洞や西島園芸団地などの主要な観光施設をはじめとして、地域内には自然や歴史、文化、スポーツ、田舎の暮らしといった有望な観光資源が豊富にありますが、まだまだその魅力を活かしきれているとは言えない状況にあります。

（２）　地域アクションプランの概要

当地域では、園芸主幹品目の振興や林業の素材生産の拡大などに引き続き重点的に取り組むほか、地産地消の拡大や食品加工などにも新たに取り組むこととしています。

また、水産加工や商業振興、さらには交流人口の拡大に向けて広域での観光振興などに取り組み、地域の活性化、産業の振興を図ることとしています。

農業分野では、数ある主幹品目の中からニラやシシトウ、エメラルドメロン、ユズに対象を絞って振興を図っていくこととしています。このうち、ニラ、シシトウ、エメラルドメロンについては、高品質・多収、コスト低減等の技術を普及するとともに、消費地との連携を進め、ブランド力の強化や消費拡大に取り組むこととしています。

また、ユズについては青果出荷日本一の産地維持のため、農作業受委託システムの構築や選果方法の改善、新商品の開発を進め販売拡大に取り組むこととしています。

地産地消に関しては、学校給食及び業務筋への食材供給の拡大や、直販施設の移転・拡充等による農産物の販売拡大に取り組むこととしています。

一方、地域を元気にするため、坂本龍馬の逸話をもとに、「ごめんケンカシャモ」と豊富な地元野菜を使った「シャモ鍋」を考案し、ブランド化と販売の拡大などに取り組むこととしています。

林業分野では、森林所有者の所得の向上に向けて、新たな需要にも応えられるよう、素材生産量の増産を目指し、施業を集約化して効率的な作業道を開設するとともに、機械化を進めて搬出間伐の労働生産性の向上を図ることとしています。また、こうした作業にあたる、高度な現場技術を持つ技術職員の育成・確保に努めることとしています。

一方、木質バイオマスについては、利用者への安定供給に向けた検討や、排出量取引制度についての検討を進めることとしています。

水産業分野では、基幹魚種のシイラの加工品について、販売拡大と販路開拓に向けて加工技術及び衛生管理の向上に取り組むとともに、加工場の周年稼働に向けて新たな魚種の加工についても取組を進めています。

商工業分野のうち、伝統産業である土佐打刃物やフラフについては、その魅力のPRや販路開拓等により販売拡大に取り組むとともに、技術や文化の継承を図るため、後継者の育成にも取り組むこととしています。

また、地域の商店などが一体となってイベントの開催や販路の開拓、販売拡大に取り組み商業振興を進めるほか、農・商・工の各分野の事業者が連携して、地域資源を活用した特色のある商品の開発や販売などによる地域振興にも取り組むこととしています。

観光分野では、既存の観光施設とともに、地域にある自然や歴史などの観光資源を有効に活用して体験型観光プログラム等の開発や磨き上げ、情報発信などに取り組むこととしています。

また、高知中央広域定住自立圏構想の枠組みを活用し、高知市と連携を図るとともに、地域内の観光関係機関が一体となって、観光商品の開発や磨き上げ、プロモーション活動などを行うことにより、物部川地域全体の交流人口の拡大に取り組むこととしています。

（３）　重点的な取組

○　園芸主幹品目の再構築及び強化
（ニラ、シシトウ、エメラルドメロンの生産性及び品質向上、販売促進など）
○　ユズの総合的な産地強化
（「ゆずもり」の体制強化、機械で選果された新規格の商品化など）
○　地産地消・食育の推進
（地産地消・食育の推進、直販所の施設拡充、農家レストランの経営安定化など）
○　豊富な地域資源を活用した 1.5 次産業化の推進
（農産物加工等への取組、シイラの加工商材活用など）
○　地域に育つ県産材の有効活用
（民有林における素材の増産、木質バイオマスの活用に向けた取組）
○　歴史と伝統ある地場産業の振興
（地場産業（土佐打刃物、フラフ）の振興）
○　体験型観光商品の充実及び広域観光の取組の推進
（体験型観光プログラムの充実、情報発信の強化、観光客の広域誘致など）

（４）　主要な指標及び目標

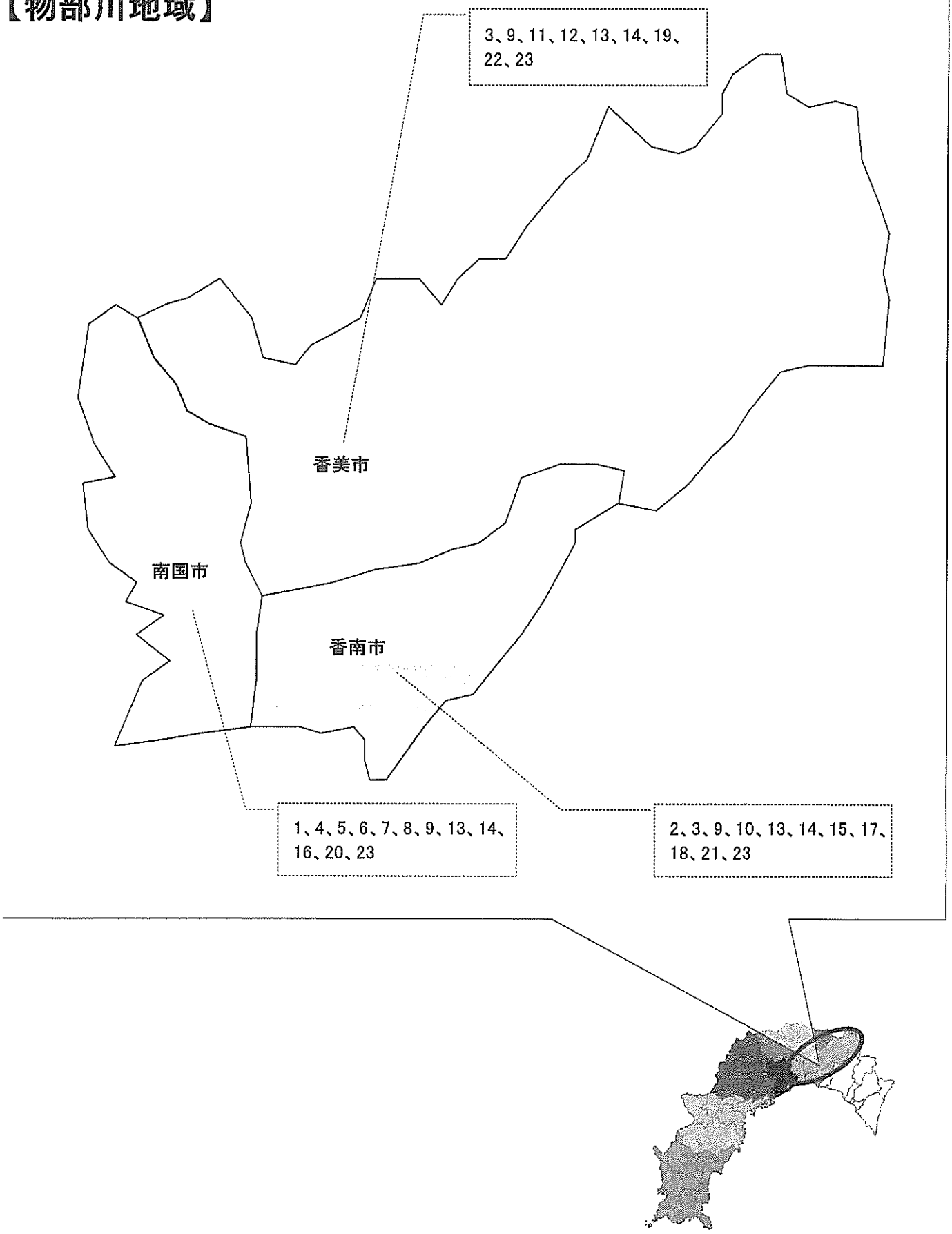
項　　目	実　　績	目　　標
園芸主幹品目販売額（ニラ、シシトウ、エメラルドメロン）＜注 1＞	H23：43.2 億円	H27：45.6 億円
ユズ販売額	H23：　4.3 億円	H27：　5.0 億円
素材生産量	H22：26,053 ㎥	H27：47,500 ㎥
シイラ加工事業の販売額	H22：257.1 万円	H27：　700 万円
観光客入込数＜注 2＞	H22：78.1 万人 (参考 H21：72.1 万人)	H27：　80 万人

注１：ニラ、エメラルドメロンはＪＡ土佐香美、シシトウは南国市の３ＪＡの取扱分
２：地域内の主要観光施設訪問者数と体験メニュー受け入れ人数の合計

（５）　具体的な取組

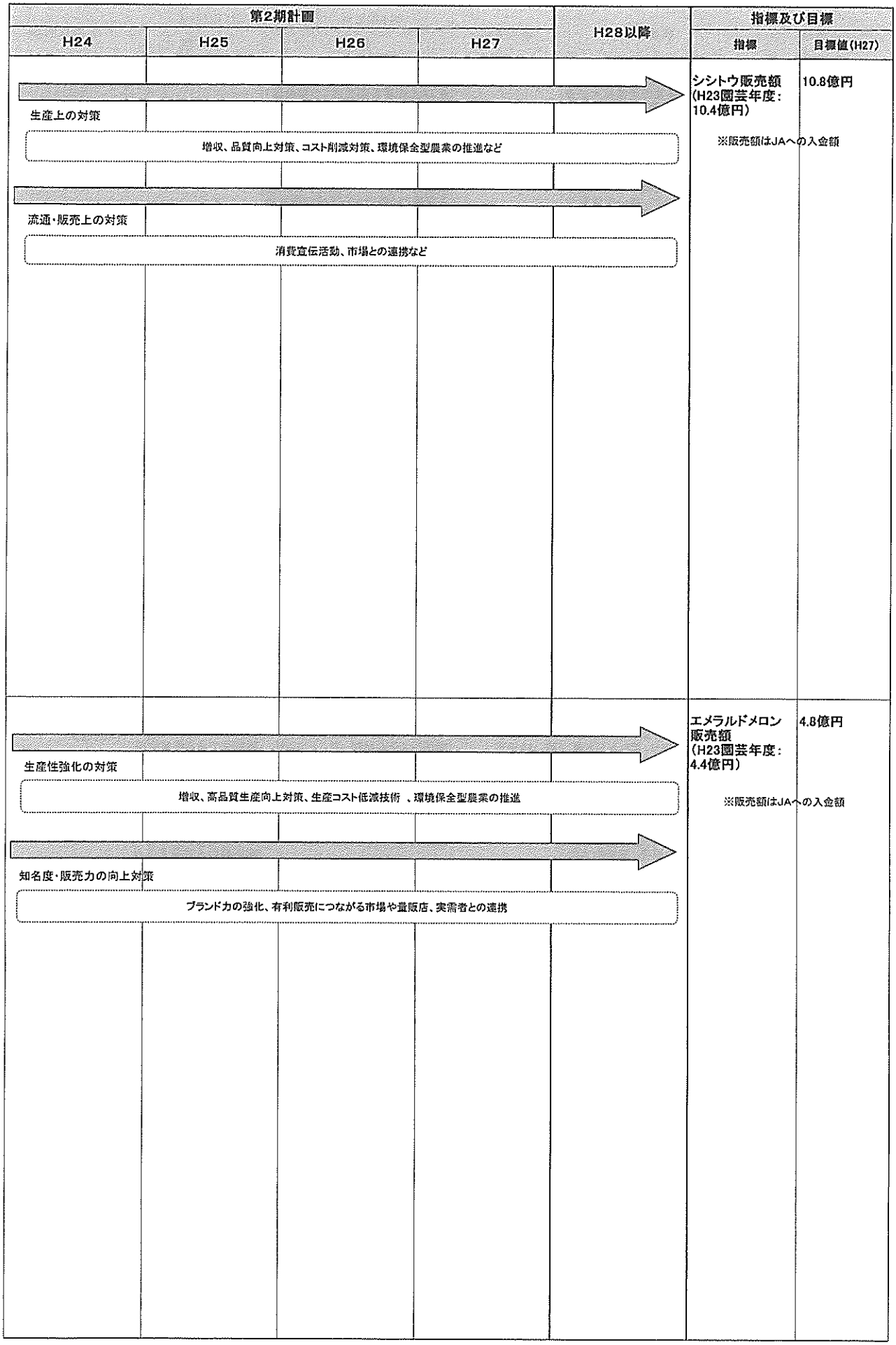
No.	項目	南国市	香南市	香美市
1	南国市の園芸主幹品目シシトウの再構築	●		
2	エメラルドメロンの販売力向上対策		●	
3	ニラの産地力強化「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」		●	●
4	地産地消・食育の推進	●		
5	直販所「あけぼの市」の機能強化による農家の所得向上及び交流人口の拡大	●		
6	地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充	●		
7	地域の特産品づくり　～農産物加工への取組～	●		
8	「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組	●		
9	大学生による地域応援団（サポーター）づくり	●	●	●
10	加工品販売による夜須地域の活性化		●	
11	生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策			●
12	香美市ブランドの確立・特産品づくり			●
13	民有林における素材の増産	●	●	●
14	木質バイオマスの活用に向けての取組	●	●	●
15	シイラ等の加工商材活用		●	
16	「ごめん」の賑わいづくり　～ごめんの活性化～	●		
17	香南市の地場産品販売促進		●	
18	香南市の商業振興への取組		●	
19	地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興			●
20	観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～	●		
21	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		●	
22	「森の駅」を中心とした体験型観光の推進			●
23	広域観光の取組の推進	●	●	●

【物部川地域】


3、9、11、12、13、14、19、
22、23
香美市
南国市
香南市
1、4、5、6、7、8、9、13、14、
16、20、23
2、3、9、10、13、14、15、17、
18、21、23

【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1 南国市の園芸主幹品目シシトウの再構築 《南国市》	全国一のシシトウ産地維持のため、関係機関と協力の上、コスト削減や品質改善などに取り組み、生産・流通・販売上の課題を解決する。	・JA南国市 ・JA長岡 ・JA十市	・生産上の対策(H21～23) ・流通・販売上の対策(H21～23) ◆シシトウは高齢化などもあり、H19園芸年度の農家戸数130戸、栽培面積18.3haからH23園芸年度は114戸、16.2haと減少した。また重油価格も高止まり傾向で、省エネの取組が急務となっている。 ◆3JA合同の生産者大会や現地検討会、販売促進活動などJA間を超えた取組が進んでおり、産地のまとまりはできつつある。	・省エネ対策による経費削減 ・安全安心の取組 ・産地の維持拡大	◆生産上の対策 ◆流通・販売上の対策
2 エメラルドメロンの販売力向上対策 《香南市》	香南市夜須町のJA土佐香美園芸部メロン部会夜須支部部会員が生産するエメラルドメロンは平成19年には「夜須のエメラルドメロン」として商標登録を行うなど、独自のブランド化に取り組んできた。 平成21年度から23年度には、県産業振興推進総合支援事業を活用し、生産面において新技術の導入(日射比例かん水制御システム)、販売面では、それまでの県内や関西圏を中心とした販売から関東圏での販売拡大を目指して、新たな販売戦略の構築に努めてきた。 過去3カ年間の取組をもとにさらなる生産拡大、関東圏での販売量拡大・知名度向上と合わせて全消費地でのブランド化に取り組む。	・JA土佐香美	・生産性強化の対策(H21～23) ・知名度・販売力の向上対策(H21～23) ◆日射比例かん水制御システムの導入により、生産農家のかん水作業の省力化が図られるとともに、品質が向上し、可販果率が向上した。また、関東地区での百貨店等における試食宣伝やバイヤーの産地招聘など継続した販売促進活動が知名度を向上させはじめている。	・関東地区への出荷量拡大 ・新規市場の拡大	◆生産性強化の対策 ◆知名度・販売力の向上対策


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
シシトウ販売額
(H23園芸年度：
10.4億円)
10.8億円
※販売額はJAへの入金額
生産上の対策
増収、品質向上対策、コスト削減対策、環境保全型農業の推進など
流通・販売上の対策
消費宣伝活動、市場との連携など
エメラルドメロン
販売額
(H23園芸年度：
4.4億円)
4.8億円
※販売額はJAへの入金額
生産性強化の対策
増収、高品質生産向上対策、生産コスト低減技術 、環境保全型農業の推進
知名度・販売力の向上対策
ブランド力の強化、有利販売につながる市場や量販店、実需者との連携

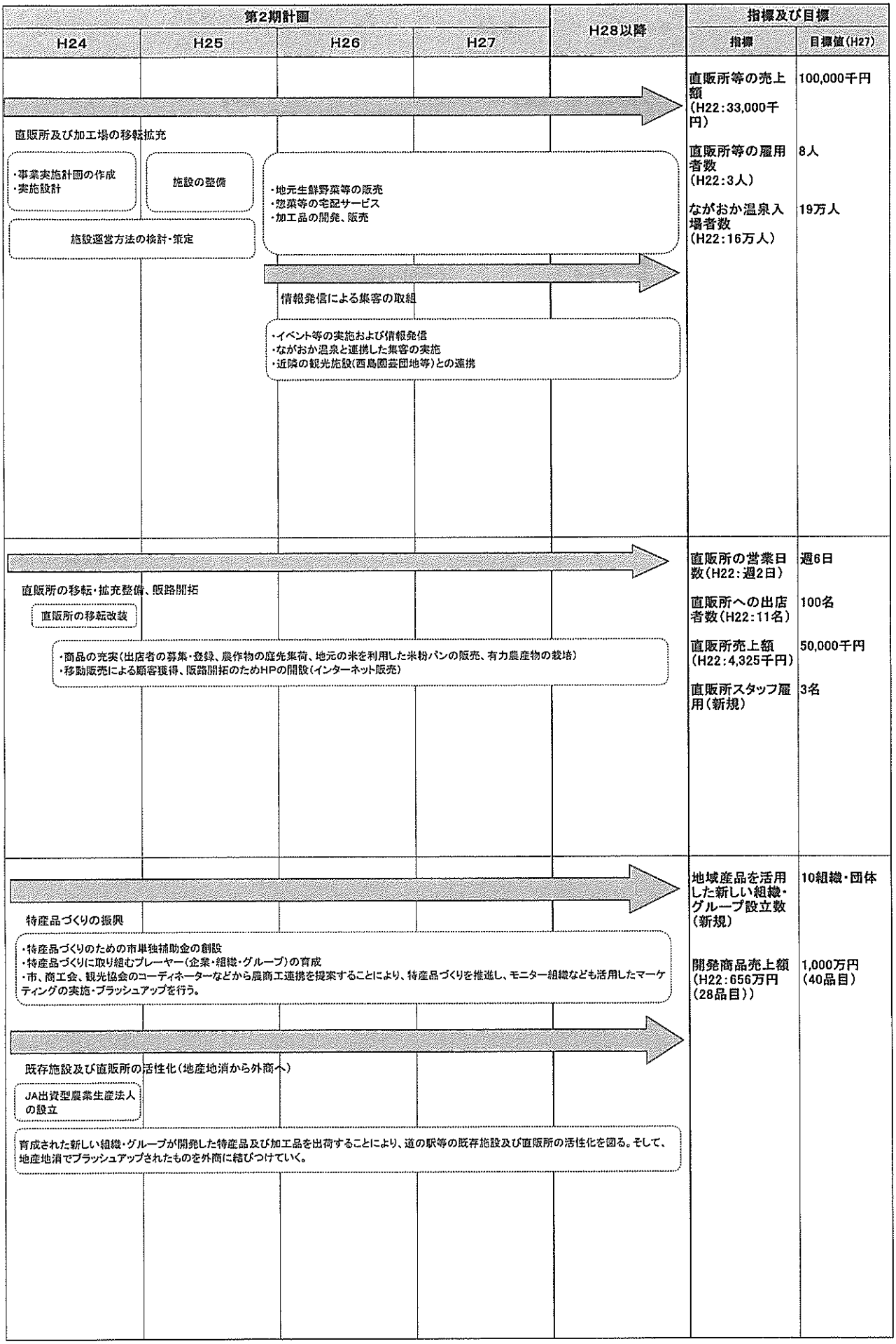
【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
3 ニラの産地力強化 「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」 《香南市、香美市》	JA土佐香美は日本一のニラ産地であるが、近年は、個々の農家の規模拡大が進む一方で、高齢化により部会員数は減少している。 こうした状況の中で、農業所得の向上や産地の維持・拡大を図るため、産地でまとまりをもって、環境保全型農業技術や新技術の導入に取り組むとともに、担い手対策や既存農家の規模拡大支援など、産地力の向上に向けた取組を総合的に進める。 また、食の安全・安心への取組とあわせて、「人と環境に優しいニラ産地」としての土佐香美ブランドを構築し、市場での有利販売に取り組む。	・JA土佐香美	・生産上の対策(H21～23) ・流通・販売上の対策(H21～23) ◆JA土佐香美園芸部ニラ部会は平成20園芸年度253戸・84.5haから平成23園芸年度242戸・95.1haと、主に中山間地域での高齢者の離農により戸数は減少傾向にあるが、U・Iターンによる新規就農や既存農家の規模拡大により面積は増加傾向にある。販売額も平成20園芸年度23.5億円から平成23園芸年度には28.4億円と、年々伸ばしており市場販売高では3年連続30億円を超える実績を残した。 ◆生産上の対策としては、新技術や新品種の積極的な取組による反収の増加、コスト削減を進め、経営の安定化を推し進めている。 ◆流通、販売上の対策としては、先行して導入した小袋パーシャルシール包装に続き、大袋パーシャル包装を平成21園芸年度に導入、平成23園芸年度にはインクジェットプリンター(包装機番号、出荷日、時間の記号)を導入し、鮮度保持やトレーサビリティに取り組んでいる。	・さらなる産地力強化	◆生産上の対策 ◆流通・販売上の対策
4 地産地消・食育の推進 《南国市》	これまで先進的な地産地消の活動を行ってきたが、学校給食への野菜の供給割合は10%台であり、これからも農業生産法人の作る重量野菜の季節的利用、南国産野菜の生産情報の提供など地産地消のさらなる推進のため、組織の連携強化等を図っていく。あわせて今まで以上に、病院や介護施設など業務筋への販売、配送拡大に努める。また、生産者と消費者をつなぐ場づくりとしてオープンした「農家レストランまほろば畑」についても、安定的に経営することにより、地産地消を推進していく。	・JA南国市出資農業生産法人 ・JA南国市、JA長岡、JA土市 ・南国市地産地消推進協議会 ・農家レストランまほろば畑 ・南国市	・学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大(H21～23) ◆市内小学校への給食用食材の配送システムが整ったことにより、地元野菜の供給割合は目標である11%を達成した。 ・業務筋への供給体制の整備(H22～23) ◆上記配送員による業務筋への配送先は8事業体となった。 ・南国市産食材の地域内外へのPR・広報(H21～23) ◆地産地消フェア(H21)や地産地消推進協議会総会を通じて推進体制の強化(H21～23)を行った。 ・農家レストランの開設(H21～23) ◆生産者と消費者をつなぐ場づくりとして南国市内に農家レストランを開設、5グループによる輪番制を決定(H21) ◆道の駅風良里に毎火曜日農家レストランをオープンし、接遇・衛生研修を通じお客様目線に立った運営を行った(H22) ◆制約がある時間・空間を効率的に活用するため関係者の意識共有を図った(H23)	・食材配送員はH23までのふるさと雇用であるため、H24から現行事業の移譲先である農業生産法人の体制を確立する必要がある。 ・旬の食材を使った給食献立を教育委員会に提案するとともに外食産業への供給先拡大を図り、配送員の人件費を生み出す仕組みを確立する必要がある。 ・南国市食育推進計画(第2期:H24-28)に基づく食育のさらなる推進 ・これまで業務改善に取り組んできたが、お客様満足度を向上させるためには引き続き改善する必要がある。(入店方法の変更、労働時間の短縮・負担軽減、省力化を図る調理器具の工夫等) ・新たな顧客を開拓するためにも調理技術の向上を図る必要がある。(冷めてもおいしい料理の開発等)	◆学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大 ◆業務筋(中食・外食・病院等)への食材供給体制の整備及び供給拡大 ◆農家レストランの経営安定化

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
					ニラ販売額（H23園芸年度：28.4億円）	30.0億円
生産上の対策					※販売額はJAへの入金額	
雇用労力の確保+規模拡大、新品種の導入、作業受託組織作り、夏ニラ産地の育成、病害虫防除技術の確立、高温対策技術の確立、省力・低コスト生産技術、技術習得支援、 遊休施設・農地情報の一元化						
流通・販売上の対策						
土佐香美ブランドのPR、有利販売につながる市場との連携						
学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大					学校給食における地元野菜の供給割合(H22：10.7%)金額ベース	15%
・地場食材の学校への配送業務の取扱量の拡大 ・過年度の給食食材のデータ整理及び分析 ・受発注、食材確保等の仕組みづくり ・直販所の活性化						
地元野菜の利用増及び農業の体験学習などによる食育の推進						
業務筋（中食・外食・病院等）への食材供給体制の整備及び供給拡大					業務筋への供給（H22：6事業体）	15事業体
・外食産業等のニーズ調査 ・配送業務の開始、供給先事業者数及び取扱量の拡大 ・受発注から精算までの仕組みの確立 ・直販所の活性化						
農家レストランの経営安定化						
・お客様の満足度向上のための取組（入店方法の変更、新メニューの開発等） ・安定的な経営維持のための取組（労働時間の短縮・負担軽減策の検討・実施） ・運営グループ増またはメンバー増による経営基盤の安定化						

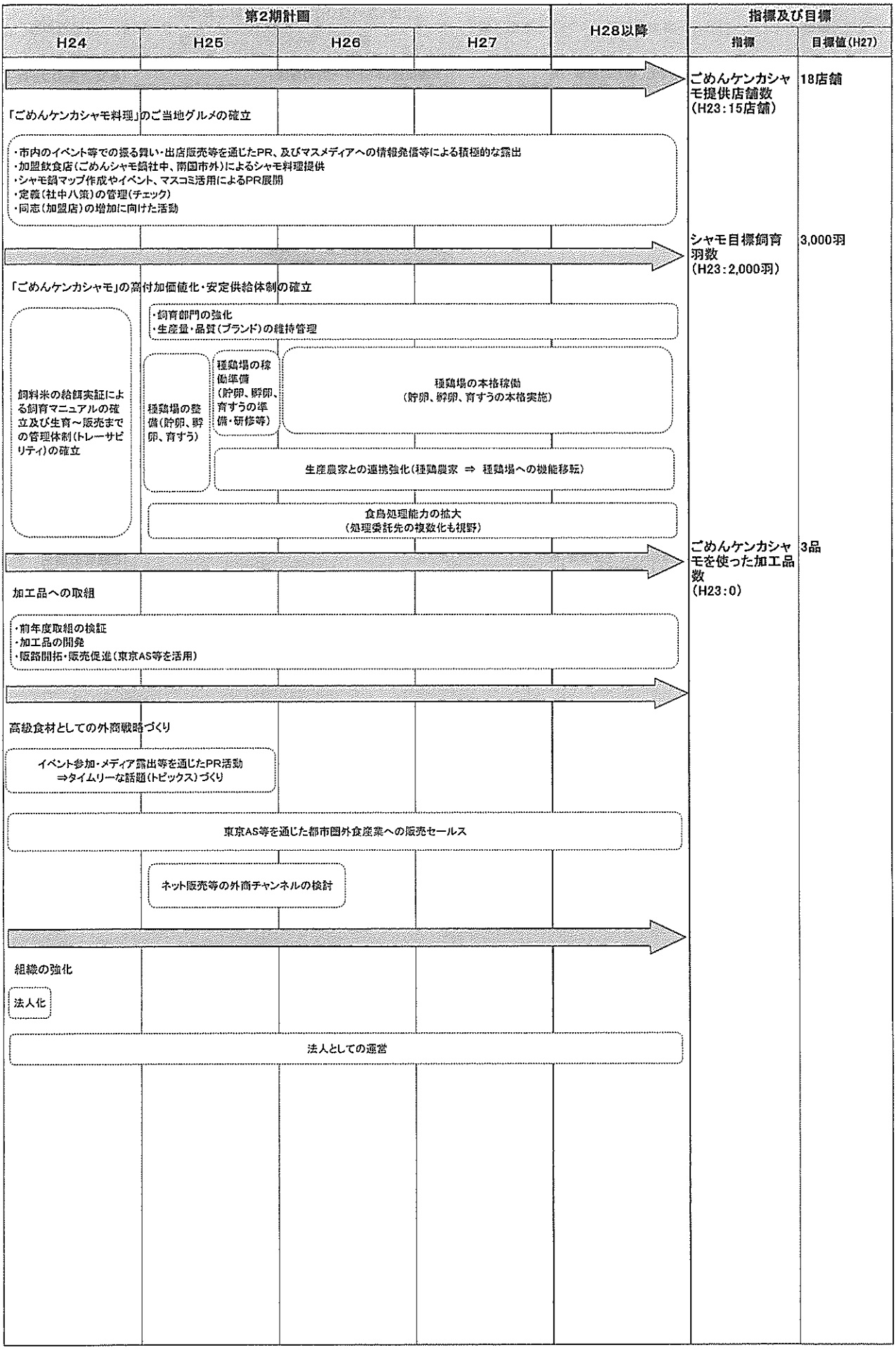
【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
5 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》	国道195号通称「あけぼの街道」の全線開通を好機ととらえ、直販所・加工所を本線沿いに移転拡充して地域農産物の販売や地域資源を活用した加工品の開発・販売を行い、地域農業者の所得向上を図るとともに、隣接する「ながおか温泉」への誘客を促進し、交流人口の拡大につなげる。	・JA長岡			◆直販所及び加工場の移転拡充 ◆情報発信による集客の取組
6 地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充 《南国市》	農産物の価格低迷と資材等の高騰により大幅に減少している農家所得の向上のため、直販所を移転改装するとともに機能拡充を図り、地元農産品を活用した商品の販売と顧客獲得に取り組む。	・JA十市			◆直販所の移転・拡充整備、販路開拓
7 地域の特産品づくり ～農産物加工への取組～ 《南国市》	特産品づくりについては、これまでも取組を行い様々な特産品が開発されてきた。今後、一部の企業・団体でなく、特産品づくりに取り組む組織・グループを育成し、市全体に広めるとともに、プロダクトアウト型でなく、顧客ニーズも把握しながら、地域資源を活かした特産品づくりを促進する。また、できあがった特産品の売り込みを通じて地域をPRし、地域の魅力向上を図る。	・なんこく空の駅推進協議会、西島園芸団地など既存企業、組織、グループ ・新しい組織、グループ ・JA南国市出資農業生産法人 ・南国市商工会 ・南国市観光協会	・地域産品を使用した特産品づくり(H21～23) ◆加工品の商品化についてはH24年3月末時点で累計32品目となり、当初目標の20品目は達成できた。 ・JA出資型の農業生産法人の設立準備(H21～23) ◆農業生産法人実証組織(南国市雇用創出推進協議会 実現事業)はJA南国市が出資するJA南国市出資農業生産法人のH24年度設立へとつながった(H23.12月設立決定)。 加工品の原料となる農作物の生産や加工品開発等はこの法人においても担うことが見込まれている。	・特産品づくりに取り組むプレーヤーの育成 ・魅力ある商品づくり	◆特産品づくりの振興 ◆既存施設及び直販所の活性化(地産地消から外商へ)


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
直販所等の売上額(H22:33,000千円)
100,000千円
直販所等の雇用者数(H22:3人)
8人
ながおか温泉入場者数(H22:16万人)
19万人
直販所及び加工場の移転拡充
・事業実施計画の作成
・実施設計
施設の整備
・地元生鮮野菜等の販売
・惣菜等の宅配サービス
・加工品の開発、販売
施設運営方法の検討・策定
情報発信による集客の取組
・イベント等の実施および情報発信
・ながおか温泉と連携した集客の実施
・近隣の観光施設(西島園芸団地等)との連携
直販所の営業日数(H22:週2日)
週6日
直販所への出店者数(H22:11名)
100名
直販所売上額(H22:4,325千円)
50,000千円
直販所スタッフ雇用(新規)
3名
直販所の移転・拡充整備、販路開拓
直販所の移転改装
・商品の充実(出店者の募集・登録、農作物の産先集荷、地元の米を利用した米粉パンの販売、有力農産物の栽培)
・移動販売による顧客獲得、販路開拓のためHPの開設(インターネット販売)
地域産品を活用した新しい組織・グループ設立数(新規)
10組織・団体
開発商品売上額(H22:656万円(28品目))
1,000万円(40品目)
特産品づくりの振興
・特産品づくりのための市単独補助金の創設
・特産品づくりに取り組むプレーヤー(企業・組織・グループ)の育成
・市、商工会、観光協会のコーディネーターなどから農商工連携を提案することにより、特産品づくりを推進し、モニター組織なども活用したマーケティングの実施・ブラッシュアップを行う。
既存施設及び直販所の活性化(地産地消から外商へ)
JA出資型農業生産法人の設立
育成された新しい組織・グループが開発した特産品及び加工品を出荷することにより、道の駅等の既存施設及び直販所の活性化を図る。そして、地産地消でブラッシュアップされたものを外商に結びつけていく。

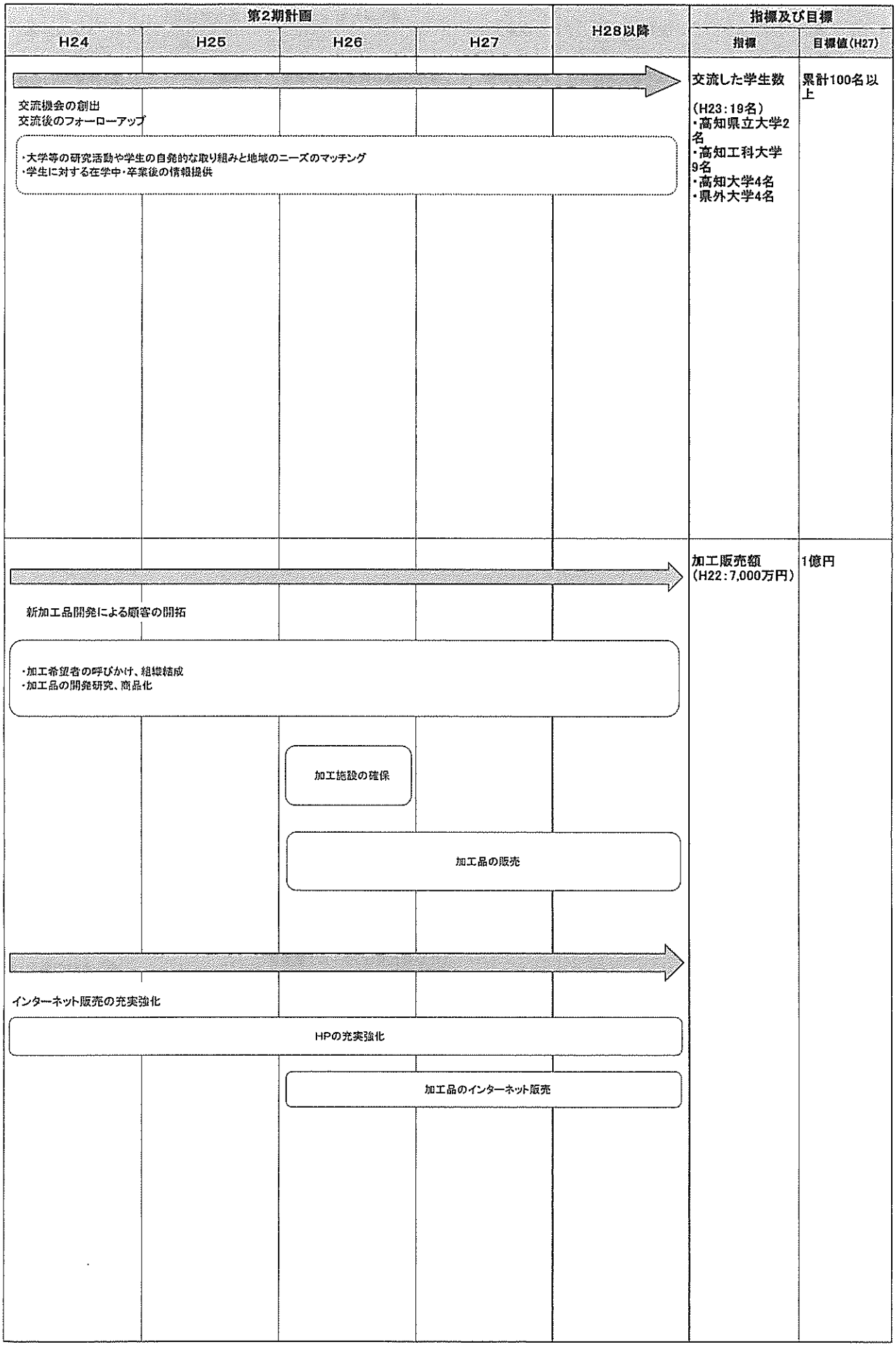
【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
8 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組 《南国市》	大河ドラマ「龍馬伝」を契機に再燃する龍馬ブームを好機と捉え、豊富な園芸野菜を使った「ご当地グルメ」として、龍馬に関する逸話や先塾の地等の歴史的背景を活用した「シャモ鍋」を新たに創出し、「地産「来」消」による交流人口拡大を図るとともに効果的なメディア露出などによる情報発信を強化する。 また、シャモの飼育・ブランド化を通じて休耕田等を活用した飼料米栽培、さらには薬物野菜の出荷残渣の飼料化や鶏糞の土壌還元等の可能性を検討し、新たな農業手法を検討する。 流通の少ないシャモ肉は少量生産であっても高級食材として取引されるため、飼育環境のトレーサビリティ等による高付加価値化を図り、「ブランド鶏肉」としての外商戦略を展開していく。	・ごめんシャモ研究会 ・南国市商工会 ・南国市	・地域内にある資源(歴史＋野菜)を融合させた「シャモ鍋」の創出及び県内外への情報発信(H21～22) ・「シャモ鍋社中」によるシャモ料理提供。(H22～23) ◆シャモ鍋・シャモ料理を創出し、南国市外へのPRを行うこと、南国市へ来てもらってお金を落としてもらう体制【地産「来」消】(シャモの生産～料理として提供)づくりを整備することができた。 ・高級食材としての外商活動(H23) ◆東京AS「TOSA DINING おきゃく」でのシャモ鍋フェア、冬季限定でのグランドメニュー化など、試行的ではあるが高級食材としての外商活動を開始した。 ・加工品の開発(H23) ◆加工品の開発に着手 ・シャモのブランド化(H22～23) ◆シャモ肉の高品質かつ均一化を図るための飼育マニュアルの作成に向け、H23年度から高知農業高校の協力を得て飼育データの収集・蓄積を行った。 また、安心で安全な肉生産のためトレーサビリティの確保にも取り組んだ。	・生産体制の強化 ・シャモ肉の高品質かつ均一化 ・安定供給量(ロット)の確保 ・組織の強化	◆「ごめんケンカシャモ料理」のご当地グルメの確立 ◆「ごめんケンカシャモ」の高付加価値化・安定供給体制の確立 ◆加工品への取組 ◆高級食材としての外商戦略づくり ◆組織の強化


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
「ごめんケンカシャモ料理」のご当地グルメの確立
・市内のイベント等での振る舞い・出店販売等を通じたPR、及びマスメディアへの情報発信等による積極的な露出
・加盟飲食店(ごめんシャモ鍋社中、南国市外)によるシャモ料理提供
・シャモ鍋マップ作成やイベント、マスコミ活用によるPR展開
・定義(社中八策)の管理(チェック)
・同志(加盟店)の増加に向けた活動
ごめんケンカシャモ提供店舗数
(H23:15店舗)
18店舗
「ごめんケンカシャモ」の高付加価値化・安定供給体制の確立
・飼育部門の強化
・生産量・品質(ブランド)の維持管理
飼料米の給餌実証による飼育マニュアルの確立及び生育～販売までの管理体制(トレーサビリティ)の確立
種鶏場の整備(貯卵、孵卵、育すう)
種鶏場の稼働準備
(貯卵、孵卵、育すうの準備・研修等)
種鶏場の本格稼働
(貯卵、孵卵、育すうの本格実施)
生産農家との連携強化(種鶏農家 ⇒ 種鶏場への機能移転)
食鳥処理能力の拡大
(処理委託先の複数化も視野)
シャモ目標飼育羽数
(H23:2,000羽)
3,000羽
加工品への取組
・前年度取組の検証
・加工品の開発
・販路開拓・販売促進(東京AS等を活用)
ごめんケンカシャモを使った加工品数
(H23:0)
3品
高級食材としての外商戦略づくり
イベント参加・メディア露出等を通じたPR活動
⇒タイムリーな話題(トピックス)づくり
東京AS等を通じた都市圏外食産業への販売セールス
ネット販売等の外商チャンネルの検討
組織の強化
法人化
法人としての運営

【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
9 大学生による地域応援団(サポーター)づくり 《物部川地域全域》	地域と大学等の学生の交流機会を増やし、相互の理解を深めることにより、物部川地域をサポートする『地域応援団(サポーター)』を作っていく。	・人と地域の研究所 ・学生グループ	・在学中の関わりづくり(H21～23) ・支援組織(ネットワーク)の形成(H21～23) ◆従来から開催されてきた地元住民との交流会が契機となり、高知工科大学において地域共生概論が履修科目として開設されたことにより、地域との関わりづくりが強力に推進されており、科目履修以外でも自発的に地域のイベントに参加する動きもある。また、地域と若者、特に学生をつなぐ役割を担うNPO法人「人と地域の研究所」が発足し、県から受託したふるさとインターンシップ事業において、再度参加を希望する学生や既参加学生の勧誘による参加者もおり、地域との関わりは参加学生にとっても意義あるものとなっている。	・在学中の関わりづくり ・卒業後の「地域との関わり」	◆交流機会の創出 ◆交流後のフォローアップ
10 加工品販売による夜須地域の活性化 《香南市》	地場産品を生かした加工品開発・販売を行い、生産農家の所得向上につなげる。	・協同組合やすらぎ市			◆新加工品開発による顧客の開拓 ◆インターネット販売の充実強化


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
交流した学生数
(H23:19名)
・高知県立大学2名
・高知工科大学9名
・高知大学4名
・県外大学4名
累計100名以上
交流機会の創出
交流後のフォーローアップ
・大学等の研究活動や学生の自発的な取り組みと地域のニーズのマッチング
・学生に対する在学中・卒業後の情報提供
加工販売額
(H22:7,000万円)
1億円
新加工品開発による顧客の開拓
・加工希望者の呼びかけ、組織結成
・加工品の開発研究、商品化
加工施設の確保
加工品の販売
インターネット販売の充実強化
HPの充実強化
加工品のインターネット販売

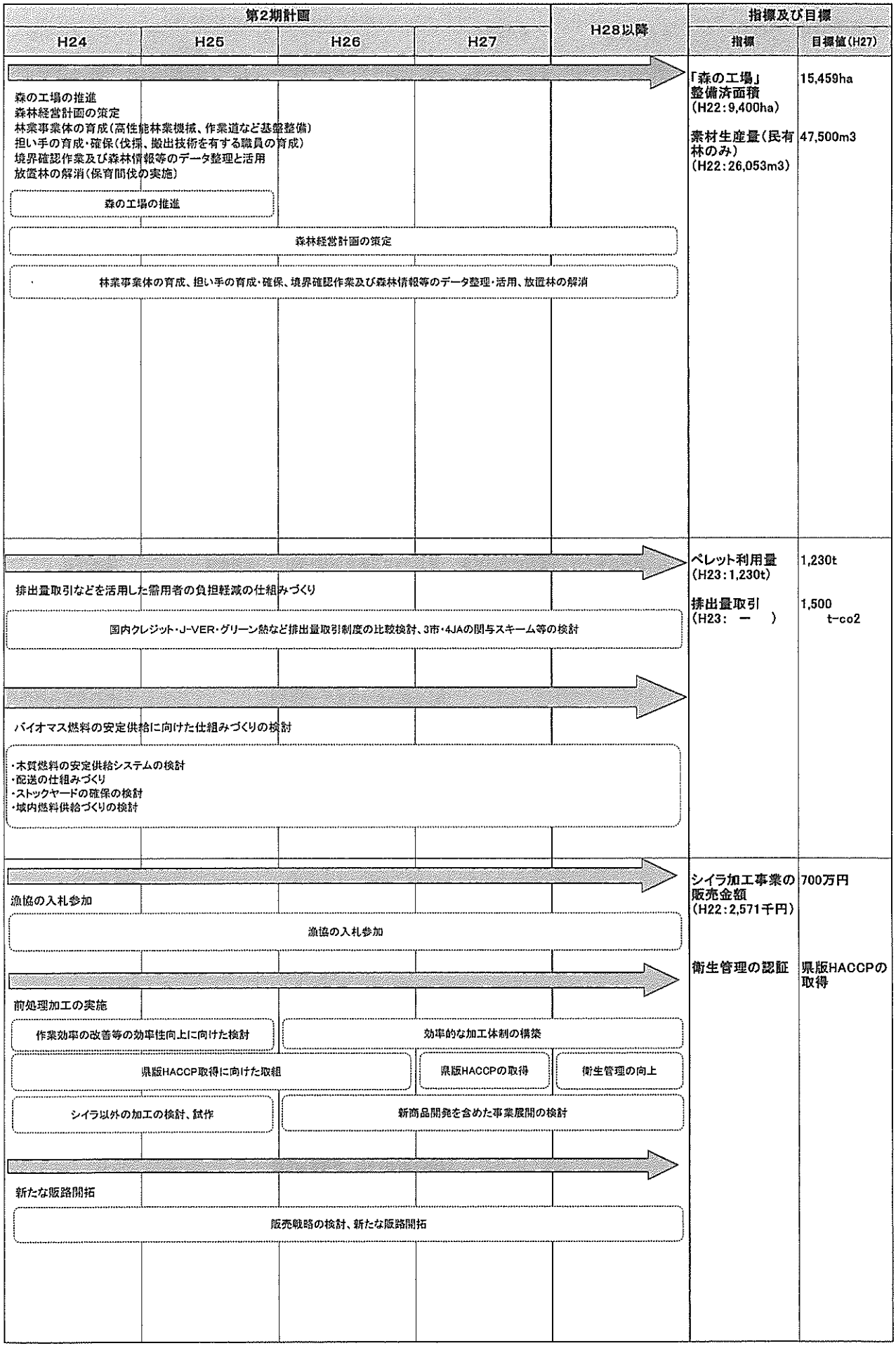
【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
11 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策 《香美市》	香美市物部町を中心とした地域は、国内最大のユズの青果出荷(玉出し)産地であるが、生産者の高齢化などから生産の維持が困難になっている。 このため、出荷作業時の労力軽減、農作業受委託の仕組みづくり、新たな担い手の掘り起こしを通じて作業者を確保し、産地の維持発展を図る。 また、新たな需要を掘り起こし、選果場の機能を強化して販路を拡大する。	・香美市 ・JA土佐香美	・ユズ産地の生産対策(H21～23) ・集・出荷及び販売体制の強化(H21～23) ◆高齢化する生産農家の労働負担の軽減対策として、「ゆずもり」による作業受託を実施した。商品規格を見直し、従来の「平箱」や「冬至」から選り出した袋詰め商品を企画して販売したところ、量販店バイヤーからは出荷増の要請があった。また、後継者として2名が就農し、さらに1名の就農が見込まれている。	・生産農家の労働負担の軽減 ・後継者の確保 ・販路の拡大 ・知名度の向上	◆外部労力を活用した「ゆずもり」の体制強化 ◆全量機械選果の導入 ◆機械で選果された新規格の商品化 ◆知名度向上と後継者確保
12 香美市ブランドの確立・特産品づくり 《香美市》	香美市ブランドの確立、特産品づくりを行うことを通じて、働く場の確保と所得の向上を図る。	・香美市観光協会 ・食品加工グループ	・地域特産品の加工・販売の仕組みづくり(H21～23) ・新たな加工食品の開発・販売(H21～23) ◆平成21年度から香美市地域雇用創造協議会等が中心となり、地域特産品の県内外への販売促進や、新商品開発を行ってきた。また、商品を広く一般にPRするため、平成22年度にはショッピングサイトの開設、平成23年度には土佐山田町内(龍河洞・ゑびす商店街)にアンテナショップを2店舗オープンさせた。このような活動を通じて、既存商品や新商品の中には、注目を集める商品も出始めており、奥ものべ・じじばばあんぜん会の「塩の道マーマレードしおゆず」が平成23年度の土佐のいい物・おいしい物発見コンクールで優秀賞を受賞した。 ・鹿肉の活用に向けた取組(H21～23) ◆べふ峡温泉や香美市地域雇用創造協議会が平成21年度からシカ肉の商品開発に取り組み、平成23年度までに、9品目の鹿肉関連商品ができた。平成23年5月に開催された土佐の食1グランプリin長宗我部フェスでのシカドッグの優勝を機に、鹿肉の加工品が注目を集め、販路拡大につながった。	・鹿肉加工品の需要増に対する鹿肉の安定供給体制の確立 ・鹿肉加工品の品質の維持と、製造者の育成 ・地域雇用創造事業終了後の商品開発支援の体制	◆地域ブランド商品の製造・流通・販売 ◆新たな加工食品の開発・販売 ◆シカ肉の活用・販路拡大

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
					ユズ販売額 (H23園芸年度：4.3億円)	5億円
外部労力を活用した「ゆずもり」の体制強化						
・「ゆずもり」の検証 ・外部労力を活用した受委託組織の検討		外部労力を活用した農作業受委託の実証、検証		農作業受委託システムの構築		
全量機械選果の導入						
全量機械選果の検討、実施、検証						
機械で選果された新規格の商品化						
新規格の販売先の検討、出荷、検証						
知名度向上と後継者確保						
知名度向上のためのイベント開催、新規就農者への支援						
					開発商品売上額 (H22：4,808千円(10品目))	6,300千円 (20品目)
地域ブランド商品の製造・流通・販売						
アンテナショップ、ネットショップ等での販売						
新たな加工食品の開発・販売						
・商品開発・販売等の企画書作り ・試作品製造及びモニタリング販売商品化が決定した加工製品の製造及び販売 ・県内外への販売戦略の検討						
シカ肉の活用・販路拡大						
・シカ肉の確保 ・肉の流通ルート確立 ・飲食店等への商品提供による販路拡大						

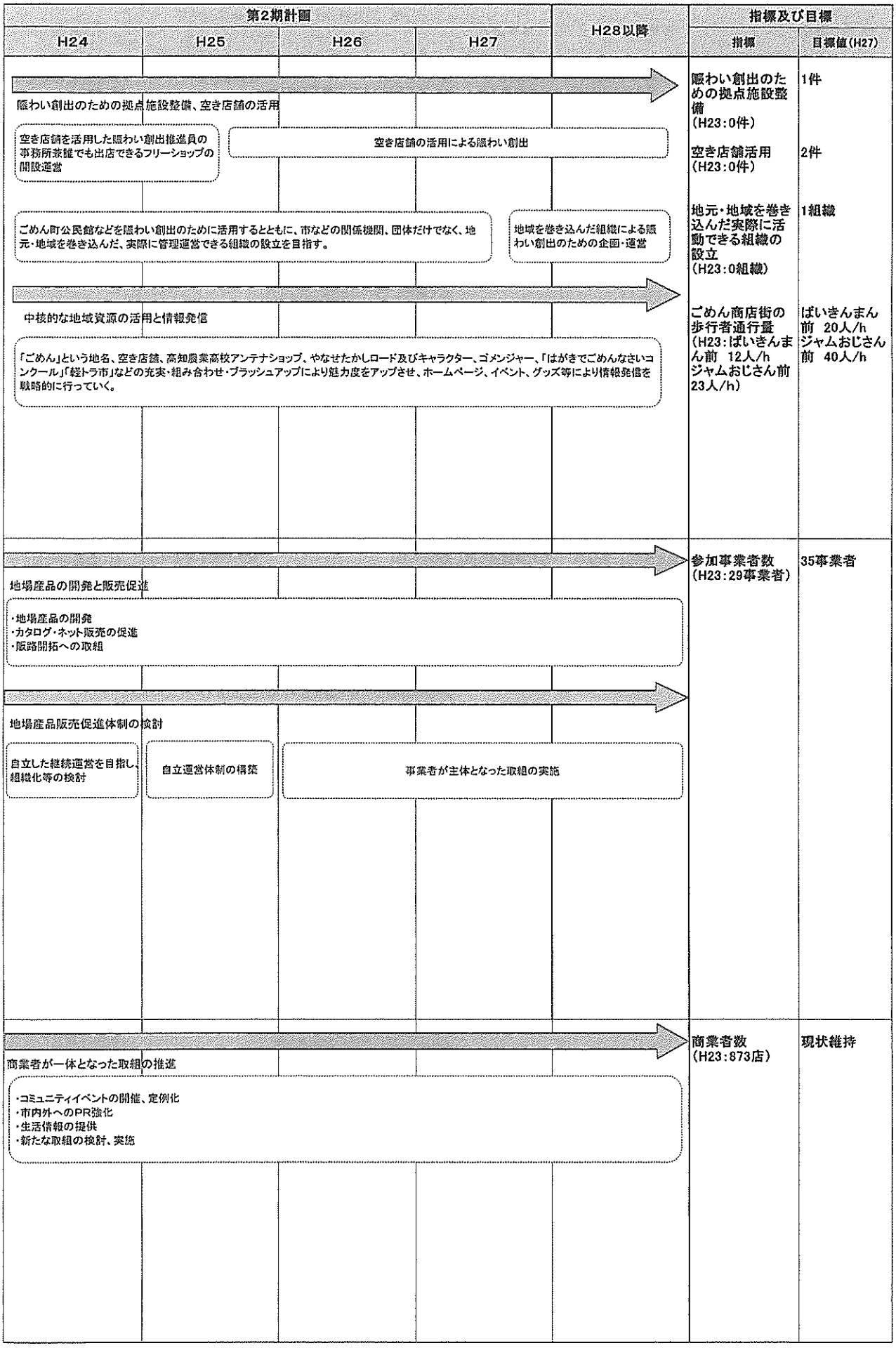
【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
13 民有林における素材の増産 《物部川地域全域》	森林所有者の所得の向上と、山村地域の振興を図るため、引き続き集約化施業を推進し、森の工場の拡大と素材の増産に取り組む。	・各森林組合 ・林業事業体等	・森の工場の推進(H21～23) ・林業事業体の育成(H21～23) ・担い手の育成確保(H21～23) ・放置林の解消(H21～23) ◆地元説明会を開催し、集約化施業の周知に努めた結果、H22年度には、森の工場の面積が目標に到達した。また、造林補助金や森林林業再生プラン実践事業など、各種補助事業を活用し、作業道開設や高性能林業機械の導入に取り組んだ結果、搬出間伐における生産性が向上した。	・不在村地主の増加、森林所有者の高齢化、相続などによる境界確認、境界確定の困難化 ・放置林の解消 ・保育間伐の集約化 ・林業労働力の確保	◆森の工場の推進 ◆森林経営計画の策定 ◆林業事業体の育成(高性能林業機械、作業道など基盤整備) ◆担い手の育成・確保(伐採、搬出技術を有する職員の育成) ◆境界確認作業及び森林情報等のデータ整理と活用 ◆放置林の解消(保育間伐の実施)
14 木質バイオマスの活用に向けての取組 《物部川地域全域》	需用者開発について、三市が連携して取り組んだ結果、一定の進展があった。今後は排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくりを行う。 また、木質バイオマス燃料の安定供給の仕組みづくりについて検討する。	・南国市 ・香南市 ・香美市 ・JA南国市 ・JA長岡 ・JA十市 ・JA土佐香美	・木質バイオマスの利用の検討(H21～23) ・木質燃料の需用者開発(H21～23) ◆三市が連携して、木質バイオマスの利用についての検討及び木質燃料の需用者開発を行い、国の制度を活用して、需用者の負担を軽減する形で園芸用ボイラ18基の導入が実現した。	・需用者の負担軽減 ・木質バイオマス燃料の安定供給	◆排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくり ◆バイオマス燃料の安定供給に向けた仕組みづくりの検討
15 シイラ等の加工商材活用 《香南市》	シイラ等の加工による浜値向上と付加価値増加を通じて、漁業者の所得の向上を図る。	・高知県漁協手結支所	・漁協の入札参加(H21～23) ・前処理加工の実施(H21～23) ・施設整備(H21、H23) ◆漁協自らが入札に参加し、価値の低い2kg以下の小型シイラを30円／kgで買い支えて、パート8名を地元雇用して加工事業を実施した。また、保健所等と連携して加工場の衛生管理の向上を図るとともに、周年稼働に向けて、グラムカット等の新たな加工品づくりやシイラ以外の魚種のサンプル出荷に取り組み、学校給食への納入が実現するなど販路拡大を図った。	・原魚の安定確保 ・衛生管理の向上 ・新商品の開発 ・新規販売先の確保	◆漁協の入札参加 ◆前処理加工の実施 ◆新たな販路開拓


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
森の工場の推進
森林経営計画の策定
林業事業体の育成(高性能林業機械、作業道など基盤整備)
担い手の育成・確保(伐採、搬出技術を有する職員の育成)
境界確認作業及び森林情報等のデータ整理と活用
放置林の解消(保育間伐の実施)
森の工場の推進
森林経営計画の策定
林業事業体の育成、担い手の育成・確保、境界確認作業及び森林情報等のデータ整理・活用、放置林の解消
「森の工場」整備済面積
(H22:9,400ha)
15,459ha
素材生産量(民有林のみ)
(H22:26,053m3)
47,500m3
排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくり
国内クレジット・J-VER・グリーン熱など排出量取引制度の比較検討、3市・4JAの関与スキーム等の検討
バイオマス燃料の安定供給に向けた仕組みづくりの検討
・木質燃料の安定供給システムの検討
・配送の仕組みづくり
・ストックヤードの確保の検討
・域内燃料供給づくりの検討
ペレット利用量
(H23:1,230t)
1,230t
排出量取引
(H23: ー)
1,500
t-co2
漁協の入札参加
漁協の入札参加
前処理加工の実施
作業効率の改善等の効率性向上に向けた検討
効率的な加工体制の構築
県版HACCP取得に向けた取組
県版HACCPの取得
衛生管理の向上
シイラ以外の加工の検討、試作
新商品開発を含めた事業展開の検討
新たな販路開拓
販売戦略の検討、新たな販路開拓
シイラ加工事業の販売金額
(H22:2,571千円)
700万円
衛生管理の認証
県版HACCPの取得

【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
16 「ごめん」の賑わいづくり～ごめんの活性化～ 《南国市》	かつては南国市の中核的存在であった「ごめん商店街」に再び賑わいを取り戻せるよう取組を行っていく。地元商店主の大半が高齢化し、後継者がいないために主体的な取組が生まれにくい状況だが、これまでの取組の中でできたやなせたかしロードや高知農業高校のアンテナショップ、ごめんの軽トラ市などを活かし、地元の意識醸成を図りつつ、賑わい拠点の創出や運営管理できる組織づくりにより、まず人が訪れる仕組みづくりを図っていく。	・南国市商工会 ・南国市商工会後免支部 ・ごめんまちづくり委員会 ・ごめんシャモ研究会 ・ごめん生姜アメ研究会 ・地産地消ごめんの軽トラ市実行委員会 ・後免町公民館建設推進部会 ・高知農業高校	・軽トラ市の定期的開催(3回/年)(H21～23) ・ごめん応援団の設立(1団体)(H23) ◆軽トラ市は定着。 併せて行われるゴメンジャーショーは、ごめん応援団である「チームゴメンジャー」が結成されて、地域外の知恵と力も新たに加わったこともあり、集客効果を上げている。また、H23.7月からは高知農業高校アンテナショップ「ごめんマルシェ」が月2回(水曜日)開店するようになり、それらによるイベント時の賑わいは創出され、一定の成果はあがっている。 ◆H23年度から商工会主体の「ごめんまちづくりプロジェクト委員会」が発足し、地域資源を活用した商品開発を行なっている。	・イベント時は賑わうようになったが日常的な賑わい創出には至っていない。 日常的な賑わい創出のためには、外部に頼ったイベントだけでなく、ごめん町の商店主らそこに住んでいる人らが積極的かつ主体的に賑わい創出に取り組んでいこうという意識醸成が必要。	◆賑わい創出のための拠点施設整備、空き店舗の活用 ◆中核的な地域資源の活用と情報発信
17 香南市の地場産品販売促進 《香南市》	香南市の地場産品を事業者が一体となり販売活動を行い売り出すことで、香南市の知名度の向上や地域の農業者、商業者等の所得の向上を図る。	・香南市観光協会 ・香南市内の事業者	・商品開発(H21～23) ・商品カタログ販売(H22～23) ・商品ネット販売(H23) ◆JAと連携して原材料調達システムを構築し、生産量日本一のニラを使用した「にらプロジェクト」を展開するほか、香南市内の事業者の商品をカタログやネットで販売することにより、事業者の商品開発やメニュー開発意欲を喚起している。 また、中元カタログ販売に際し開催した試食会や地元ケーブルTVでのPRなど、積極的に商品販売に取り組んだ。	・事業者の商品開発意欲の継続 ・商品販売体制の継続	◆地場産品の開発と販売促進 ◆地場産品販売促進体制の検討
18 香南市の商業振興への取組 《香南市》	コミュニティガイド事業で作成・配布した「生活情報ガイド」や「コミュニティイベント」の継続により、地域の消費者に対し生活の利便性を提供するとともに、商業者のまとまりを再構築し、商業者が一体となって取組を行い、地域内での顧客の増加、さらには地域外への商圏拡大を目指す。	・香南市商工会 ・香南市内の商業者	・お店紹介BOOK「香南市の・おいしい・たのしい・うれしい」の発刊(H21、H23) ・コミュニティイベント「香南百貨店おひろめ市」の開催(H22～23) ◆「お店紹介BOOK」が新規顧客に繋がり始めており、商工会には店舗からの掲載希望が寄せられている。また、三宝山(H22)、天然色劇場(H23)で開催した「香南百貨店おひろめ市」では、商業者自ら店舗PRを行うなど、商業者の意識改革に繋がった。	・来店客の増加	◆商業者が一体となった取組の推進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
賑わい創出のための拠点施設整備、空き店舗の活用
空き店舗を活用した賑わい創出推進員の事務所兼誰でも出店できるフリーショップの開設運営
空き店舗の活用による賑わい創出
ごめん町公民館などを賑わい創出のために活用するとともに、市などの関係機関、団体だけでなく、地元・地域を巻き込んだ、実際に管理運営できる組織の設立を目指す。
地域を巻き込んだ組織による賑わい創出のための企画・運営
賑わい創出のための拠点施設整備（H23：0件）
1件
空き店舗活用（H23：0件）
2件
地元・地域を巻き込んだ実際に活動できる組織の設立（H23：0組織）
1組織
中核的な地域資源の活用と情報発信
「ごめん」という地名、空き店舗、高知農業高校アンテナショップ、やなせたかしロード及びキャラクター、ゴメンジャー、「はがきでごめんなさいコンクール」「軽トラ市」などの充実・組み合わせ・ブラッシュアップにより魅力度をアップさせ、ホームページ、イベント、グッズ等により情報発信を戦略的に行っていく。
ごめん商店街の歩行者通行量（H23：ばいきんまん前　12人/h　ジャムおじさん前　23人/h）
ばいきんまん前　20人/h　ジャムおじさん前　40人/h
地場産品の開発と販売促進
・地場産品の開発
・カタログ・ネット販売の促進
・販路開拓への取組
参加事業者数（H23：29事業者）
35事業者
地場産品販売促進体制の検討
自立した継続運営を目指し、組織化等の検討
自立運営体制の構築
事業者が主体となった取組の実施
商業者が一体となった取組の推進
・コミュニティイベントの開催、定例化
・市内外へのPR強化
・生活情報の提供
・新たな取組の検討、実施
商業者数（H23：873店）
現状維持

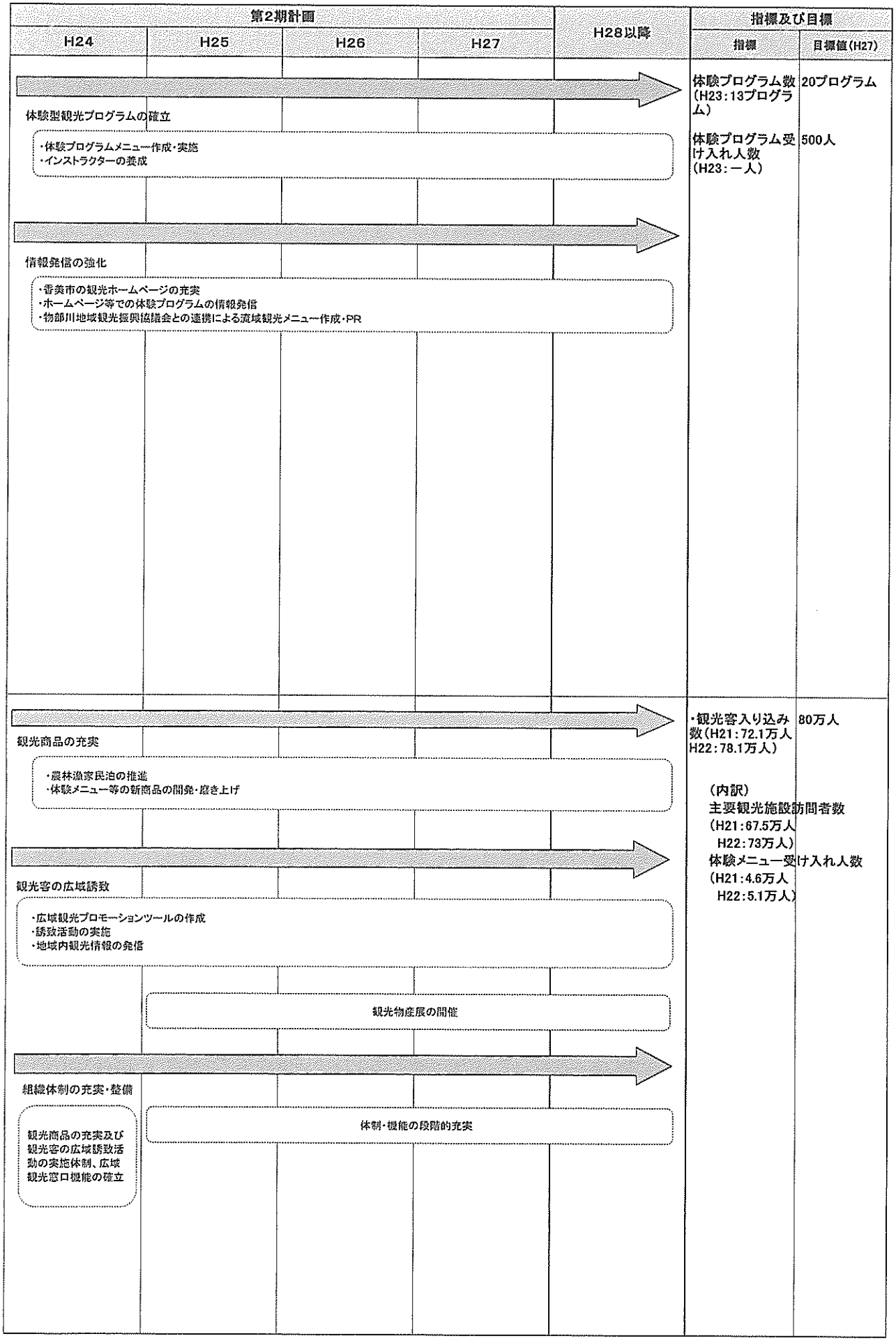
【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
19 地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興 《香美市》	海外での展開も視野に入れた新商品の開発や販路の開拓のほか、昔ながらの技術や文化の継承を図るため、次世代を担う後継者の育成にも取り組む。	・高知県土佐刃物連合協同組合 ・香美市商工会 ・フラフ製造業者 ・香美市観光協会	・新商品の開発及び新たな販路開拓(H21～23) ・次世代を担う人材の育成(H22～23) ◆土佐打刃物もフラフも伝統産業であり、生活様式等の変化を受けて需要減少傾向の中ではあるが、香美市地域雇用創造協議会の実現チームが中心となり、販売促進や商品開発に関する取組を行った。 ◆地域アンテナショップを2店舗開設し、地場産業の紹介等を行った。「ふらっと中町」には土佐打刃物PRのための展示販売場を常設し、「龍河荘ぐる里」では土佐打刃物鍛造体験を体験観光メニューとして販売していくこととなった。 ◆土佐打刃物製造業の後継者育成については、土佐打刃物後継者育成対応策検討会を発足して、対応策の検討を行っている。	・土佐打刃物製造業の後継者育成	◆土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓 ◆次世代を担う人材の育成
20 観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～ 《南国市》	交通の要衝という恵まれた立地環境を活かし、地域内の観光資源をつなぎ、地域が誇る史跡資源(長宗我部)や農業などの地域資源を活かして観光を産業として、成り立たせる仕組みを構築していく。	・南国市観光協会 ・市内各観光に関わる企業・団体・グループ	・観光コーディネート組織の確立(H21～23) ◆南国市観光協会がH24年度から観光コーディネート組織として活動していけるよう、事務局も含めて行政から独立した組織とする準備作業を行った。 ・観光ガイド組織の設立(H21～23) ◆観光ガイド組織「南国市観光案内人の会」はH23に設立された。今後は組織の強化と観光ガイドのスキルアップを図る。	・観光協会が実際に観光の取組を推進できる仕組みづくりが必要。 ・観光協会の組織強化。 ・史跡を文化資源としてだけでなく観光資源として磨き上げること。 ・「南国市観光案内人の会」のガイドとしてのスキルアップ。	◆観光協会の組織強化(会員を増加させ、観光協会を中心とした各会員の事業が観光産業として成り立つ仕組みづくり) ◆本市ならではの体験型観光の推進と本市に人が訪れてお金を落としてくれる仕組みづくり
21 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 《香南市》	香南市の海と山と歴史などの地域資源を活用した体験観光等を推進し、交流人口の増大を図る。	・香南市観光協会 ・地域の体験メニュー等提供団体	・体験メニューのブラッシュアップ(H21～23) ・旅行商品化に必要な観光情報の一元把握(H21～23) ・旅行商品企画の造成(H21～23) ・地域の観光情報の発信(H21～23) ◆観光ガイド等養成講座の受講生が「香南市案内人会」を発足させ、香南市観光協会が催行するツアーでガイド活動を開始した。また、香南市観光協会が一般社団法人化し、旅行業第3種の登録を行ったことにより、旅行商品の企画から販売、受け入れ(ガイド)までの体制が整った。	・旅行商品の企画・販売の継続 ・体験メニュー等商品素材の開発 ・インストラクターの養成 ・エージェントに対するプロモーション ・広域で連携した滞在型観光メニューの開発	◆体験観光等に関する情報の一元把握 ◆体験メニューのブラッシュアップ等 ◆旅行商品の造成と販売 ◆地域の観光情報の発信


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
刃物製造業者数(H23:36事業者)
現状維持
土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓
・各種イベント等での土佐打刃物商品の販売促進活動の実施
・土佐打刃物・フラフ産地及び商品PRの充実
・体験観光プログラム化による土佐打刃物・フラフの魅力のPR
・土佐打刃物の新商品の検討
次世代を担う人材の育成
土佐打刃物製造の後継者育成の支援
観光協会の会員数(H23:77)
150
観光協会の組織強化(会員を増加させ、観光協会を中心とした各会員の事業が観光産業として成り立つ仕組みづくり)
・観光協会会員増への取組
・観光協会会員(西島園芸団地、歴史民俗資料館、長尾鶏センター等の企業・団体や南国市観光案内人の会等のグループ)への支援
一般社団法人数(観光協会の法人化)
1組織
観光協会の旅行取扱業の資格の取得と一般社団法人化
独自の観光商品の開発と売り込み
主要4観光施設※の入り込み数(H21:483,000人)
500,000人
本市ならではの体験型観光の推進と本市に人が訪れてお金を落としてくれる仕組みづくり
※県立歴史民俗資料館、西島園芸団地、パシフィックゴルフ(以上、来場者)、道の駅南国農良里(ショップ、直販所のレジ通過人数)
・体験型観光などのメニューづくり(インストラクターなどの受け皿づくり)
・長宗我部元親ラリー、土佐の食1グランプリなどのイベント企画・情報発信・実施とあわせ、訪れた観光客の滞在時間を延ばし、市内回遊、飲食、宿泊、交通機関の利用など市内にお金を落としてもらう仕組みづくり
体験観光等に関する情報の一元把握
年間プロモーション活動
年6回以上(延べ50社以上)
タリフ集の修正・追加
体験メニューのブラッシュアップ等
主催旅行の開催
10コース・募集200人以上
体験メニューの掘り起こし、磨き上げ
旅行商品の造成と販売
・コースプラン作成と販売、旅行代理店への売り込み
・募集型企画旅行の実施
地域の観光情報の発信
インターネット等を活用したPRの展開

【物部川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
22 「森の駅」を中心とした体験型観光の推進 《香美市》	べふ峡温泉を「森の駅」と位置づけ、体験型観光の拠点施設として森林を活用した観光を推進する。また、体験プログラムの実施による地域住民との交流や地域の活性化につながる香美市の新たな産業としての観光の育成を図る。	・香美市 ・香美市観光協会 ・地域内の観光施設及び体験型観光メニュー等の提供団体	・観光情報の充実及び一元化(H21～23) ・観光ネットワークづくり(H21～23) ◆観光案内所「香美市いんふぉめーしょん」や地域アンテナショップの開設により、雇用の創出及び観光情報の提供の場としてのネットワーク強化につながった。 ◆香美市地域雇用創造推進事業として実施した研修によって、多くの方々が地域の観光資源について深い知識を得ることができた。 ◆観光コーディネート等を行う組織として、一般社団法人香美市観光協会が平成24年2月1日に発足した。	・整備された観光ネットワークを活用しての体験メニューの作成	◆体験型観光プログラムの確立 ◆情報発信の強化
23 広域観光の取組の推進 《物部川地域全域》	高知中央広域定住自立圏共生ビジョンの観光事業において、物部川地域の自然、観光施設、体験メニュー等の多様な観光資源を広域的に組み合わせ、魅力的な観光商品とするとともに、一体として情報発信を行うことにより、観光客の広域的な誘致を推進し、交流人口の拡大を図る。	・高知中央広域定住自立圏共生ビジョンにおいて定められる観光部門の事業実施主体のうち、南国市、香南市、香美市、南国市観光協会、香南市観光協会、香美市観光協会			◆観光商品の充実 ◆観光客の広域誘致 ◆組織体制の充実・整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
体験プログラム数
(H23:13プログラム)
20プログラム
体験プログラム受け入れ人数
(H23:一人)
500人
体験型観光プログラムの確立
・体験プログラムメニュー作成・実施
・インストラクターの養成
情報発信の強化
・香美市の観光ホームページの充実
・ホームページ等での体験プログラムの情報発信
・物部川地域観光振興協議会との連携による流域観光メニュー作成・PR
・観光客入り込み数(H21:72.1万人
H22:78.1万人)
80万人
(内訳)
主要観光施設訪問者数
(H21:67.5万人
H22:73万人)
体験メニュー受け入れ人数
(H21:4.6万人
H22:5.1万人)
観光商品の充実
・農林漁家民泊の推進
・体験メニュー等の新商品の開発・磨き上げ
観光客の広域誘致
・広域観光プロモーションツールの作成
・誘致活動の実施
・地域内観光情報の発信
観光物産展の開催
組織体制の充実・整備
観光商品の充実及び観光客の広域誘致活動の実施体制、広域観光窓口機能の確立
体制・機能の段階的充実

Ⅲ　各地域の具体的な取組

３　高知市地域

3　高知市地域

（1）　地域の産業を取り巻く状況

高知市地域は「平成の大合併」により、都市部を中心とした県域の中核機能に加え、田園地域と中山間地域を併せ持つ、バランスのとれた都市となりました。

総人口は、平成22年の国勢調査では343,393人で、県全体の4割余りを占めています。65歳以上の高齢者の比率は、県平均を下回っているものの、他地域と同様に高齢化が進行しています。

総生産額は県全体の5割近くを占めていますが、部門別の構成比は、第3次産業が約9割という突出した形になっています。

農業については、平野部では、水稲、野菜、花き等の早出しを主体とする営農形態となっています。北部の中山間地域では、地理的な特性を活かして、ユズや四方竹の生産・加工、有機による野菜づくりなどが行われ、大消費地に近い地の利を活かして、直販所や街路市等を通じた地産地消の取組が進められています。また、ショウガ等新たな加工に向けた検討や商品化の取組も始まりました。

南部の里山地域と中山間地域では酪農が行われており、出荷される牛乳の大半は県内で加工・販売・消費されています。また、酪農関係者による加工に向けた取組も進んでいます。

林業については、総面積の約60％を占める森林の約半分が杉やヒノキといった人工林で、早急な整備が必要となっており、林道、作業道等の基盤整備や森林組合を中心とした間伐などが進められていますが、木材価格の低迷をはじめ、担い手の高齢化などによる後継者不足等の課題があります。その一方で、国際的な木材の需給の状況や、地球温暖化の防止等に対する森林への関心の高さなどを背景に、国産材を見直す動きが見られます。

大消費地を抱え、水産物を供給する漁業は大きな役割を担っていますが、魚価の低迷や漁場環境の悪化、担い手の高齢化などにより、漁業者の経営環境は厳しさを増しています。

商業については、特に中心商店街や近隣商店街では、郊外型大型商業施設の増加や商店街の核店舗の減少、購買方法の多様化などにより、空き店舗の増加や歩行者通行量の減少などの厳しい状況が継続しているため、中心市街地の活性化について検討が行われています。

製造業は、機械、食料品、鉄鋼や製紙業等を中心に操業が行われ、高い技術力によって全国展開している企業もありますが、全般的には伸び悩みの傾向にあります。

観光面では、「高知城」や「はりまや橋」、「桂浜」などの名所、「よさこい祭り」をはじめとする様々なイベントのほか、「坂本龍馬」「長宗我部元親」などの「歴史」や「食」など、本県を代表するような観光資源を多く有しています。また、効果的な情報発信や周辺地域との広域での連携、龍馬ゆかりの地を巡るまち歩きや市場見学、写経などの体験型・着地型観光の取組も進んでいます。

（２）　地域アクションプランの概要

高知市地域では、県都・中核市としての都市機能や役割を十分に果たしつつ、主要農産物の振興に加え、それらを活かした1.5次産業の振興や中心市街地の活性化、歴史・文化・自然・食を体感できる観光振興などの取組を進めることとしています。

分野別にみると、農業分野では、県内一の生産を誇るキュウリや日本一の産地であるグロリオサをはじめ、針木産新高梨の更なるブランド化に向けた活動などを独立した項目として位置づけ、それぞれの各事業主体が、より強力に進めることとしています。中山間地域では、基幹品目であるユズ・四方竹の振興に加え、(財)夢産地とさやま開発公社を中心に展開する「まるごと有機プロジェクト」の推進などにより、山の恵みを所得につなげる地産外商の取組を一層促進することとしています。また、ＪＡ高知市が行う「食」の提供による地域農産物の消費拡大の取り組みなど、これまで以上に消費者を意識した展開を図ることとしています。

畜産分野では、生乳加工品の製造・販売による新たな酪農経営モデルの確立に向けて、引き続き関係者が連携して取り組むこととしています。

林業分野では、「森の工場」を核として素材生産量の増大を目指すとともに、県産材を使った木造住宅の普及促進活動など、森林資源の有効活用を図っていくこととしています。

商工業分野では、本格稼働を始めた春野地区の農産物加工品の開発・販売拡大の取組や包あん食品の開発・製造、また新たに地元鮮魚を活用した食品の製造や農産物を使った菓子類等の外商を位置付けて食品加工の取組を一層推進することとしています。さらに、新たな分野への製品展開を予定している竹製品や、南海地震に備えた地域の食材を使った防災食の開発など、一次産業と連携して取り組むこととしています。

また、はりまや橋周辺から高知城までの「東西軸エリア活性化プラン」に位置づけられた取組を各事業主体が具体的に推進することにより、県都中心部の商店街活性化につなげていくこととしています。

観光分野では、市内のみならず近隣地域で人気のある観光施設や体験プログラムとの連携を進め、多様で魅力ある広域観光エリアの形成を図ることとしています。また、「よさこい祭り」や坂本龍馬をはじめとする「土佐の偉人」、観光客に評価の高い「食」などをテーマとした、まち歩きや効果的なイベントの展開、情報発信の仕組みなどを民間団体等と連携して進め、土佐観光の拠点としての役割を果たしていくこととしています。

（３）　重点的な取組

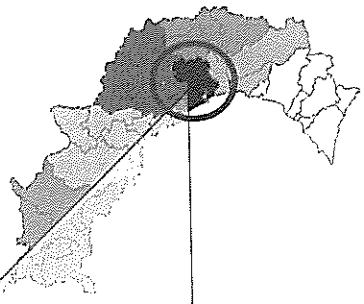
○　地域の特色を活かした多様な農業の展開
（キュウリ・グロリオサ等の基幹品目の生産性及び品質の向上、ブランドの強化）
○　中山間地域の振興
（ユズ・四方竹の生産販売対策の強化、「まるごと有機プロジェクト」の推進、直販店を核とした鏡地域の振興、森の工場を核とした間伐の推進）
○　一次産品（地域資源）を活用した６次産業化の推進
（「食」の提供による地域農産物の消費拡大、新しい酪農経営モデルの創出、農産物の付加価値向上、地元鮮魚を活用した食品の製造）
○　新分野への挑戦
（県産竹材を用いた新規分野への製品展開、防災食の開発）
○　中心市街地の活性化
（中心商店街でのアンテナショップの運営、イベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり）
○　魅力ある観光戦略の展開
（「よさこい」・「土佐の偉人」・「食」を活かした観光の振興、滞在型・体験型観光の推進による広域観光エリアの形成）

（４）　主要な指標及び目標

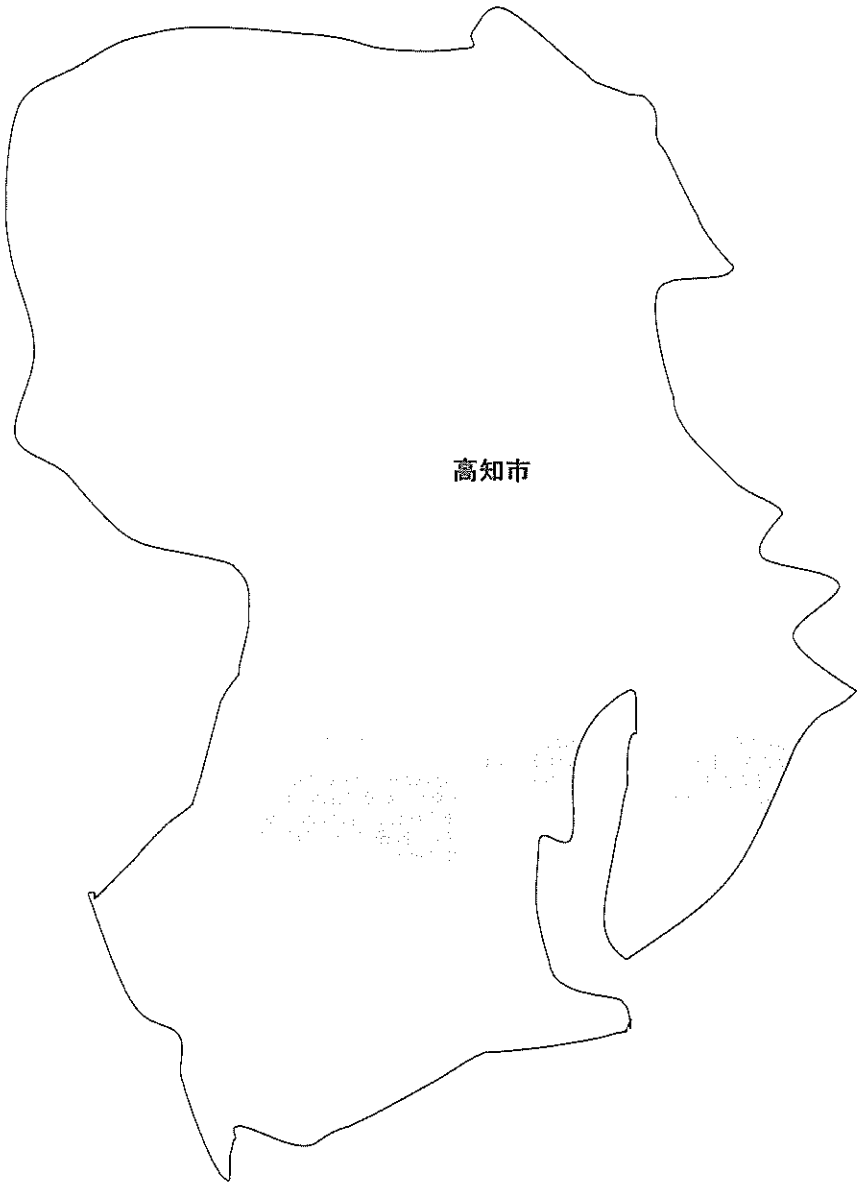
項　　目	実　　績	目　　標
主要農産物の販売額 （キュウリ、グロリオサ等８品目の合計）	H22：76.0億円	H27：80.5億円
森の工場における素材生産量	H22：1,707m3	H27：4,000m3
農産物加工品の販売額 （夢産地とさやま開発公社、ｽﾀｼﾞｵ･ｵｶﾑﾗの合計）	H22：0.1億円	H27：1.7億円
商店街等の通行量（夏期・休日）	H22：5.8万人／日	H27：5.8万人／日
宿泊者数	H22：123万人 （参考H21：99万人）	H27：112万人

（５）　具体的な取組

No.	項目
1	キュウリの生産販売対策の強化による産地振興
2	グロリオサの生産販売対策の強化による産地振興
3	生産と販売促進対策の強化による消費地に選ばれるユリ産地の振興
4	イチゴの生産販売対策の強化による産地振興
5	ナシ産地の振興とブランド強化
6	時代のニーズに対応できる早期米産地の振興
7	新ショウガの生産振興
8	ユズを核とした中山間農業の活性化
9	四方竹のブランド化による中山間地域の振興
10	「まるごと有機プロジェクトの推進」による中山間地域の振興
11	直販店を核とした鏡地域の活性化
12	「食」の提供による地域農産物の消費拡大
13	生乳加工品の製造・販売による新しい酪農経営モデルの創出
14	森の工場を核とする素材生産量の拡大
15	県産材を使った安心・安全の木造住宅の普及促進
16	春野地区の農産物（トマト等）の付加価値向上
17	地域の食材を活かした包あん食品の開発・製造・販売
18	県産竹材を用いた新規分野への製品展開
19	防災食の開発・製造・販売
20	「弘化台ブランドの創出」地元鮮魚を活用した食品の製造・販売
21	地域の農産物を使った菓子類等の外商の推進
22	はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化プランに基づく中心部の活性化
23	中心商店街でのアンテナショップの運営
24	多彩なイベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり
25	おまちに関する情報発信の充実
26	中心市街地における商業、観光等の基盤強化による都市機能の増進及び経済活力の向上
27	近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進
28	本家よさこいのブランド力確立とよさこい文化の継承・発展
29	温泉開発による観光地としての魅力の向上
30	浦戸湾を活用した観光の振興
31	土佐の偉人を活かした観光の振興
32	食による観光の推進



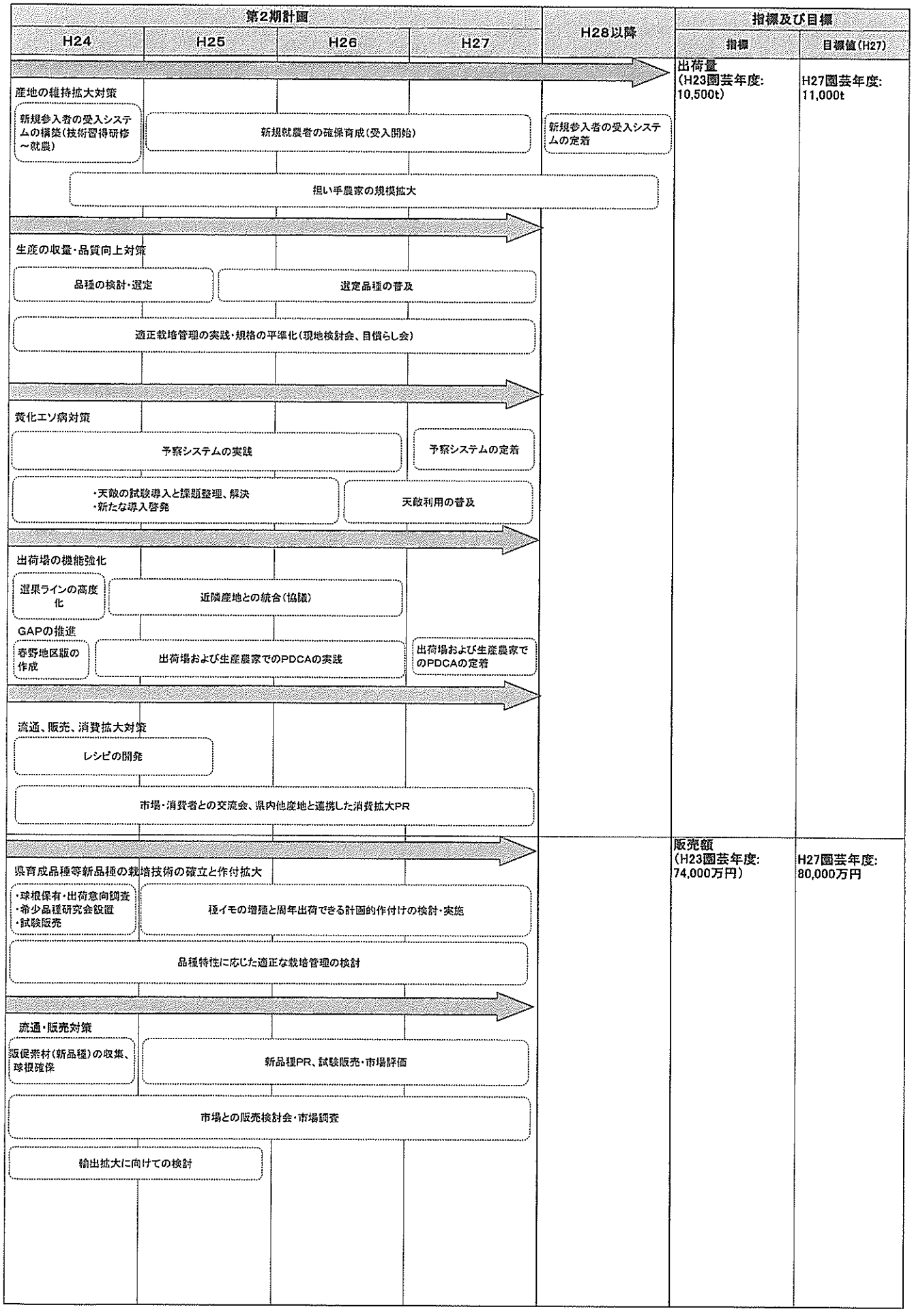
【高知市地域】



1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、20、
21、22、23、24、25、26、27、28、29、30、31、32

【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1 キュウリの生産販売対策の強化による産地振興	県内一のキュウリ産地の生産から流通・販売までの課題解決に取り組み、産地基盤の強化と農家所得の向上を図る。	・JA高知春野 ・JA高知春野キュウリ部会	・黄化エソ病対策(H21～23) ・有利品種の探索と導入(H21～23) ・品質向上対策(H21～23) ・優良苗の確保(H22～23) ・消費宣伝対策(H21～23) ・選果ラインの改善検討(H22～23) ◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。	・産地の維持拡大 ・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策 ・高知ブランドをPRする流通・販売対策	◆産地の維持拡大対策 ◆生産の収量・品質向上対策 ◆黄化エソ病対策 ◆出荷場の機能強化・GAPの推進 ◆流通、販売、消費拡大対策
2 グロリオサの生産販売対策の強化による産地振興	県育成品種の生産拡大を進め、品種の多様性を活かした販売対策を強化し、日本一のグロリオサ産地の活性化と農家所得の向上を図る。	・JA高知市 ・JA高知市三里園芸部花卉部会	・モニタリング事業の実施(H21～23) ・市場との販売検討会(H21～23) ・輸出への取り組み(H21～23) ◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。	・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策 ・高知ブランドをPRする流通・販売対策	◆県育成品種等新品種の栽培技術の確立と作付拡大 ◆流通・販売対策


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
出荷量
(H23園芸年度:
10,500t)
H27園芸年度:
11,000t
産地の維持拡大対策
新規参入者の受入システムの構築(技術習得研修～就農)
新規就農者の確保育成(受入開始)
新規参入者の受入システムの定着
担い手農家の規模拡大
生産の収量・品質向上対策
品種の検討・選定
選定品種の普及
適正栽培管理の実践・規格の平準化(現地検討会、目慣らし会)
黄化エソ病対策
予察システムの実践
予察システムの定着
・天敵の試験導入と課題整理、解決
・新たな導入啓発
天敵利用の普及
出荷場の機能強化
選果ラインの高度化
近隣産地との統合(協議)
GAPの推進
春野地区版の作成
出荷場および生産農家でのPDCAの実践
出荷場および生産農家でのPDCAの定着
流通、販売、消費拡大対策
レシピの開発
市場・消費者との交流会、県内他産地と連携した消費拡大PR
県育成品種等新品種の栽培技術の確立と作付拡大
・球根保有・出荷意向調査
・希少品種研究会設置
・試験販売
種イモの増殖と周年出荷できる計画的作付けの検討・実施
品種特性に応じた適正な栽培管理の検討
販売額
(H23園芸年度:
74,000万円)
H27園芸年度:
80,000万円
流通・販売対策
販促素材(新品種)の収集、球根確保
新品種PR、試験販売・市場評価
市場との販売検討会・市場調査
輸出拡大に向けての検討

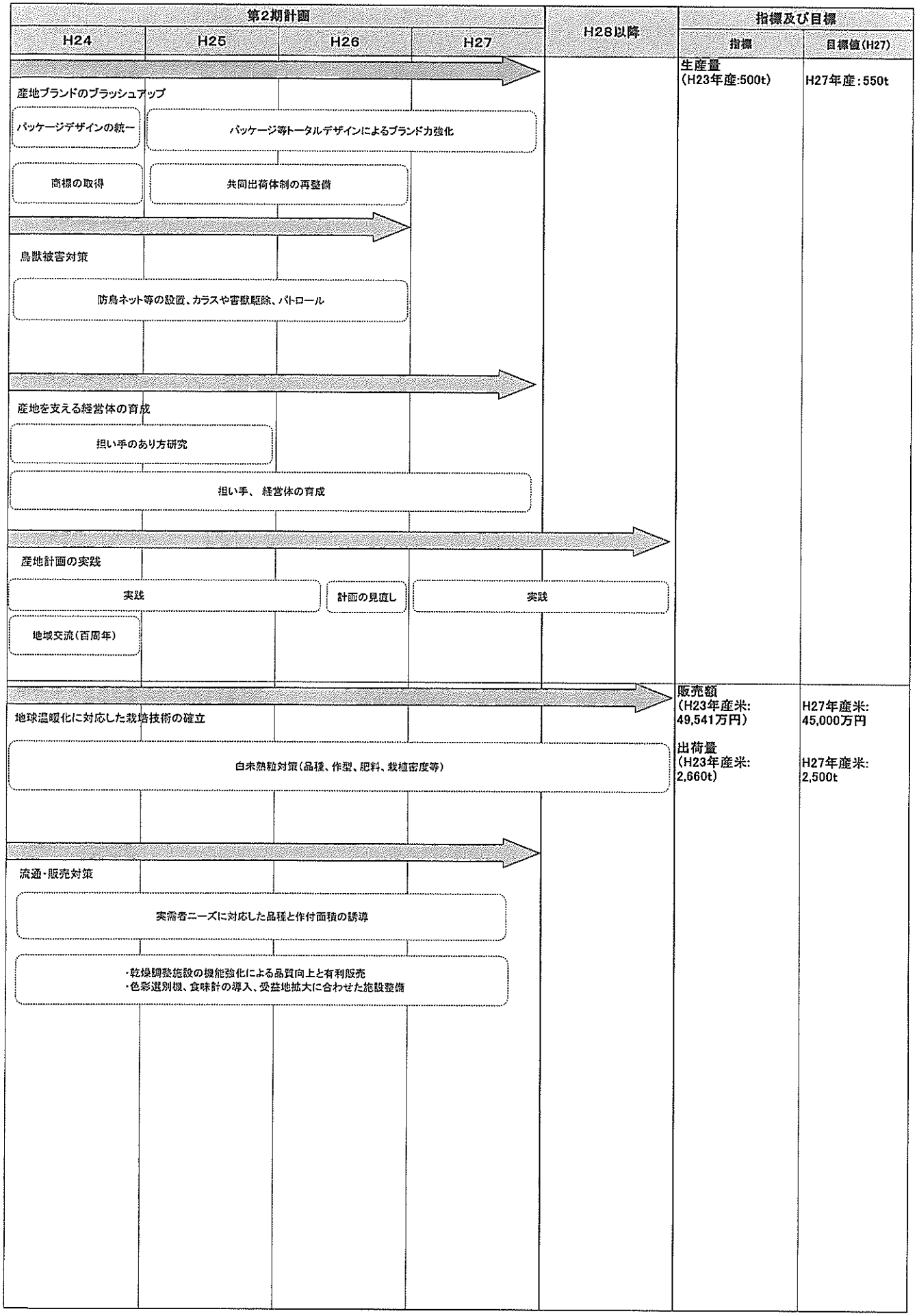
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
3 生産と販売促進対策の強化による消費地に選ばれるユリ産地の振興	消費地ニーズに基づいた生産出荷対策を強化し、有利販売による農家所得の向上を図る。	・JA高知市 ・JA高知市長浜支所園芸部花卉部会 ・JA高知春野 ・JA高知春野花卉部会球根部会	・モニタリング事業の実施(H21～23) ・市場との販売検討会(H21～23) ◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。	・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策 ・高知ブランドをPRする流通・販売対策	◆消費地の情報収集 ◆新たな販売戦略の検討と実践 ◆市場ニーズに応じた生産出荷対策
4 イチゴの生産販売対策の強化による産地振興	生産安定対策(夏場の育苗、冬期の品質向上など)や新たな販売戦略の実践による介良イチゴの知名度アップと農家所得の向上を図る。	・JA高知市 ・JA高知市介良支所苺部	・炭そ病対策(H21～23) ・品種の統一(H21～23)と出荷規格の見直し(H23) ・栽培マニュアルの作成(H22) ・消費拡大PRの実践(H22～23) ◆秀品率の高い品種に転換し、高品質化と調整作業の効率化が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。	・生産安定対策(健全苗の確保、高収量、高品質化) ・介良ブランドをPRする流通・販売対策	◆生産安定対策 ◆流通・販売対策

<table>
<tr><th colspan="4">第2期計画</th><th rowspan="2">H28以降</th><th colspan="2">指標及び目標</th></tr>
<tr><th>H24</th><th>H25</th><th>H26</th><th>H27</th><th>指標</th><th>目標値(H27)</th></tr>
<tr><td colspan="4">消費地の情報収集
モニタリング調査による需要・問題点の把握
モニタリング調査による需要・問題点の把握
市場調査による情報収集
新たな販売戦略の検討と実践
産地戦略の見直し、実践
消費拡大PR
（サンプル出荷、花シール作成）
市場ニーズに応じた生産出荷対策
需要に応じた品種の選定・出荷量の調整（植え付け検討会）</td><td></td><td>販売額
（H23園芸年度:
42,000万円）</td><td>H27園芸年度:
46,000万円</td></tr>
<tr><td colspan="4">生産安定対策
健苗の確保（高温対策、高設雨よけ育苗施設の導入など）
栽培管理技術の高位平準化、冬期の品質向上
流通・販売対策
朝採れ、HPの充実など「介良」イチゴをPRする取組の強化</td><td></td><td>販売額
（H23園芸年度:
10,900万円）</td><td>H27園芸年度:
12,000万円</td></tr>
</table>

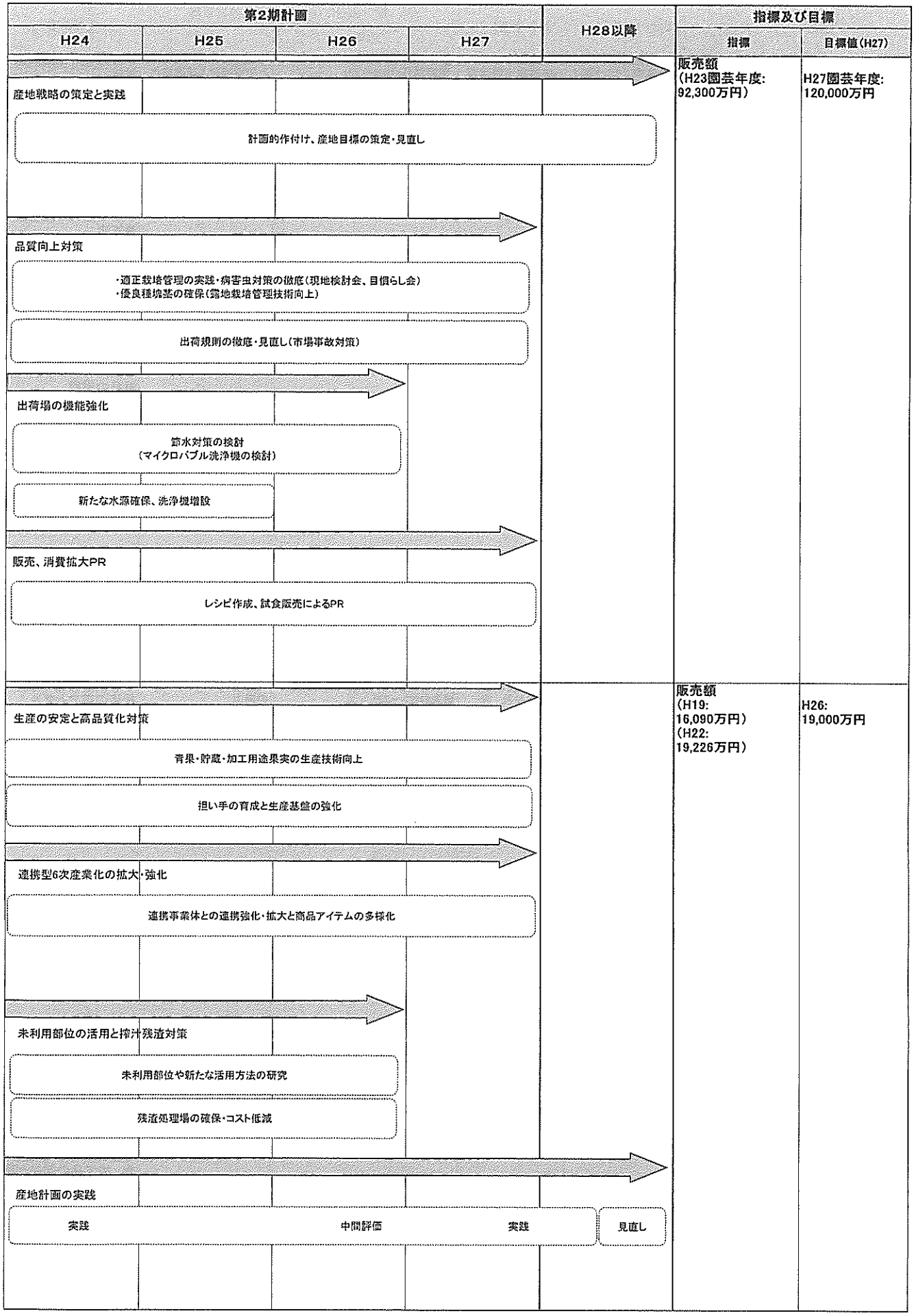
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
5 ナシ産地の振興とブランド強化	針木産新高梨のブランドをブラッシュアップし、全国展開できるブランド力を育成する。また、生産の障害となっている鳥獣被害対策や産地を支える経営体の育成に取り組み、永続的な発展を目指す。	・JA高知市 ・針木梨組合	・高付加価値販売、加工品の開発、販売(H21～23) ・高温障害等対策(H21～H23) ・カラス対策協議会の設置(H23) ◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。	・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策 ・高知ブランドをPRする流通・販売対策	◆産地ブランドのブラシュアップ ◆鳥獣被害対策 ◆産地を支える経営体の育成 ◆産地計画の実践
6 時代のニーズに対応できる早期米産地の振興	地球温暖化に対応した栽培技術の徹底や実需者ニーズに応じた新たな設備投資など、産地基盤の強化による農家所得の向上を図る。	・JA高知市 ・JA高知市稲作部会	・乾燥機等の整備(H21～23) ・各種調査ほの設置、講習会、現地検討会等(H21～23) ◆リレー出荷体制(南国そだち→ナツヒカリ→コシヒカリ)が充実し、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。	・地球温暖化に対応した栽培技術対策 ・実需者ニーズに応じた品質向上対策	◆地球温暖化に対応した栽培技術の確立 ◆流通・販売対策


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
生産量
(H23年産:500t)
H27年産:550t
産地ブランドのブラッシュアップ
パッケージデザインの統一
パッケージ等トータルデザインによるブランド力強化
商標の取得
共同出荷体制の再整備
鳥獣被害対策
防鳥ネット等の設置、カラスや害獣駆除、パトロール
産地を支える経営体の育成
担い手のあり方研究
担い手、 経営体の育成
産地計画の実践
実践
計画の見直し
実践
地域交流(百周年)
販売額
(H23年産米:
49,541万円)
H27年産米:
45,000万円
出荷量
(H23年産米:
2,660t)
H27年産米:
2,500t
地球温暖化に対応した栽培技術の確立
白未熟粒対策(品種、作型、肥料、栽植密度等)
流通・販売対策
実需者ニーズに対応した品種と作付面積の誘導
・乾燥調整施設の機能強化による品質向上と有利販売
・色彩選別機、食味計の導入、受益地拡大に合わせた施設整備

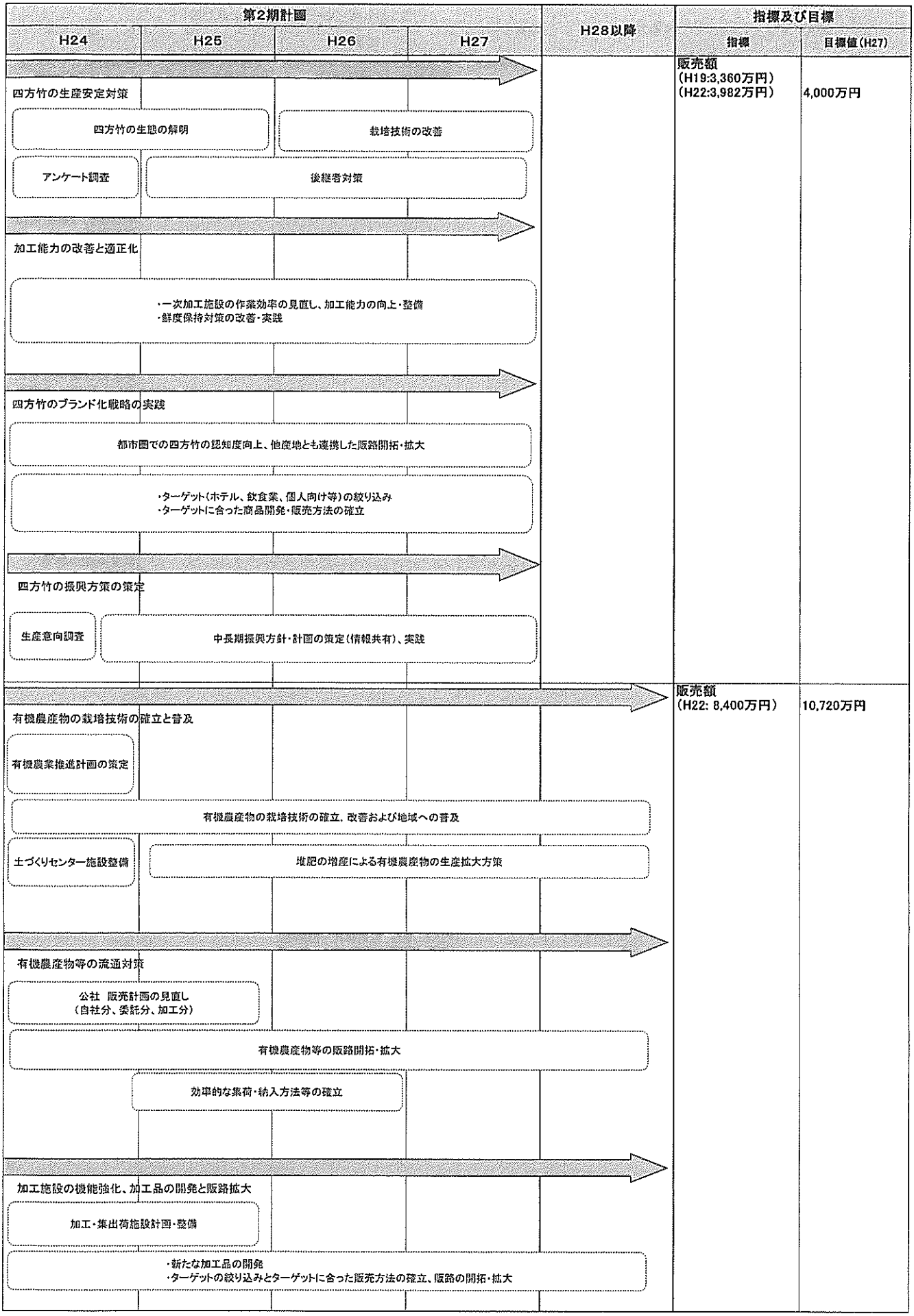
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
7　新ショウガの生産振興	県内一の新ショウガ産地における生産・出荷体制と販売・消費拡大など、産地基盤の強化と農家所得の向上を図る。	・JA高知春野 ・JA高知春野ショウガ部会	・洗浄機の整備(H21) ・出荷場の整備(H23) ・加工品の開発、販売(H21～23) ・品質向上対策(H21～23) ・消費宣伝対策(H21～23) ◆販売額は目標とする水準を上回る形で推移している。	・安定生産と販売戦略の確立 ・水源確保と出荷場対策	◆産地戦略の策定と実践 ◆品質向上対策 ◆出荷場の機能強化 ◆販売、消費拡大PR
8　ユズを核とした中山間農業の活性化	中山間地域の基幹品目であるユズの生産拡大と高品質化を目指し農家経営の安定化を図る。また、食品産業との連携による6次産業の強化を目指す。	・JA高知市 ・JA高知市土佐山柚子生産組合	・搾汁施設の整備(H21) ・県版HACCP取得(H23) ・優良複製母樹の確保と技術指導(H21～23) ◆ユズ搾汁施設の改修により加工体制が強化され、また、大口需要者との継続的な取引が実現し、販売も安定する等一定の成果が見られた。 また優良母樹の確保対策なども、ほぼ計画どおり進んだ。	・生産の安定、高品質化対策と核となる担い手の育成による生産基盤強化 ・食品産業等との連携強化と消費者ニーズに対応した商品開発	◆生産の安定と高品質化対策 ◆連携型6次産業化の拡大・強化 ◆未利用部位の活用と搾汁残渣対策 ◆産地計画の実践


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額
(H23園芸年度:
92,300万円)
H27園芸年度:
120,000万円
産地戦略の策定と実践
計画的作付け、産地目標の策定・見直し
品質向上対策
・適正栽培管理の実践・病害虫対策の徹底(現地検討会、目慣らし会)
・優良種苗基盤の確保(露地栽培管理技術向上)
出荷規則の徹底・見直し(市場事故対策)
出荷場の機能強化
節水対策の検討
(マイクロバブル洗浄機の検討)
新たな水源確保、洗浄機増設
販売、消費拡大PR
レシピ作成、試食販売によるPR
販売額
(H19:
16,090万円)
(H22:
19,226万円)
H26:
19,000万円
生産の安定と高品質化対策
育果・貯蔵・加工用途果実の生産技術向上
担い手の育成と生産基盤の強化
連携型6次産業化の拡大・強化
連携事業体との連携強化・拡大と商品アイテムの多様化
未利用部位の活用と搾汁残渣対策
未利用部位や新たな活用方法の研究
残渣処理場の確保・コスト低減
産地計画の実践
実践
中間評価
実践
見直し

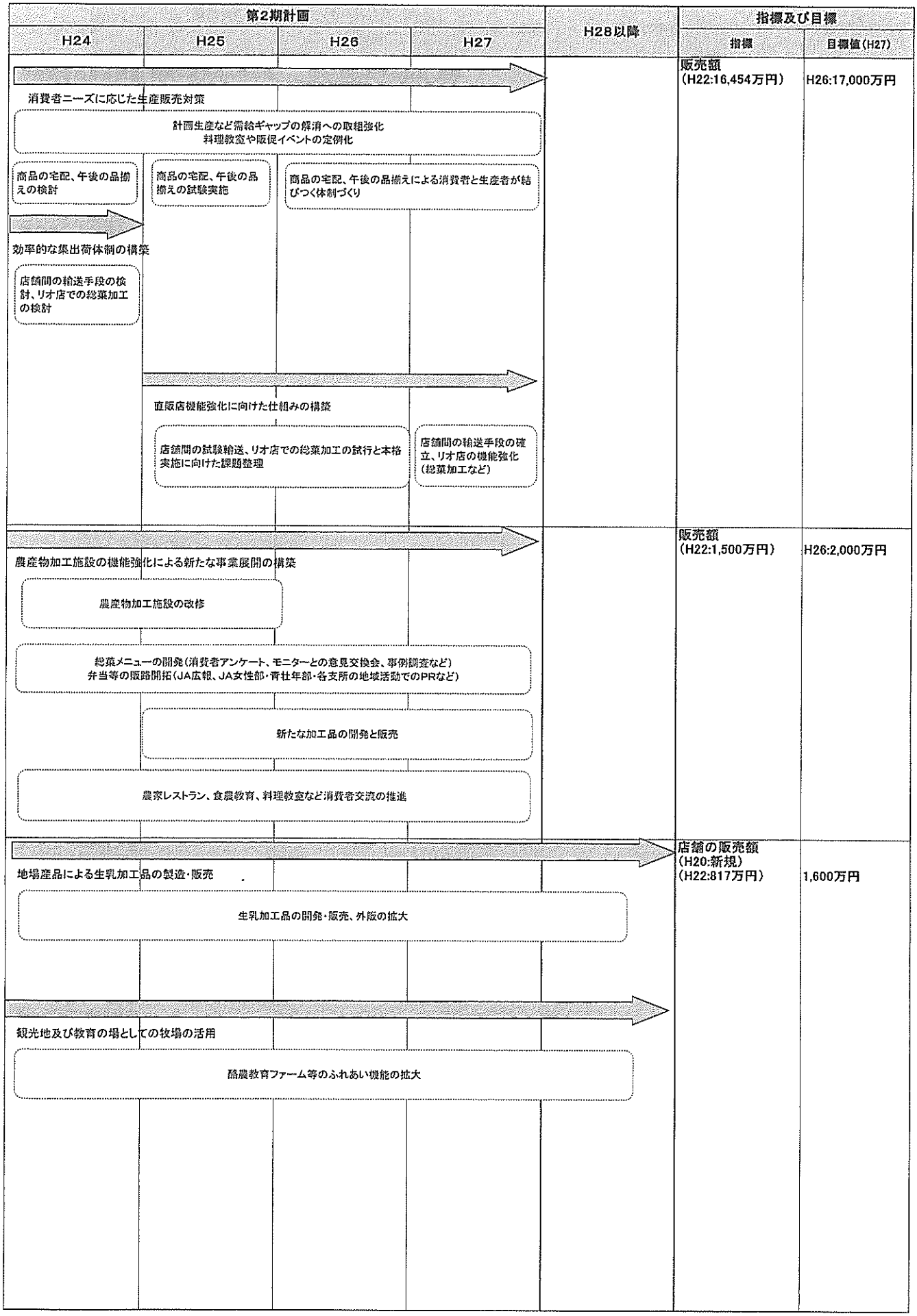
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
9 四方竹のブランド化による中山間地域の振興	全国的に希少性の高い四方竹を高知県のブランド品として育て、中山間地域の産業として振興するため、加工施設の整備等により、生産と地域加工の促進を図る。	・JA高知市 ・JA高知市特産部会 (七ッ渕筍加工組合、土佐山四方竹生産組合、鏡特産部会) ・(財)夢産地とさやま開発公社	・製氷機の導入(H22) ・販路開拓(H22～23) ◆生産量は順増し、過去最高となった。 また、商品性のアップを目指し、消費期限の延長や調理済み加工品の開発に取り組み、高級量販店が真空パック商品に興味を示すなど、販路拡大の動きも具体化している。	・生産拡大に伴う加工能力の増強および適正化 ・特産品としての魅力アップ ・中山間地域農業の6次産業化モデルへの挑戦 ・生産拡大に伴う販売単価の下落への対応	◆四方竹の生産安定対策 ◆加工能力の改善と適正化 ◆四方竹のブランド化戦略の実践 ◆四方竹の振興方策の策定
10 「まるごと有機プロジェクトの推進」による中山間地域の振興	(財)夢産地とさやま開発公社を中心として、有機・無農薬野菜などの生産と販売および加工品の開発・販売の取組を通じて農家所得の向上と地域の活性化を図り、土佐山百年構想を推進する。	・(財)夢産地とさやま開発公社 等	・有機農産物の栽培技術の確立、普及(H21～23) ・加工品の開発、販売(H21～23) ・生産農家からの集荷販売(H21～23) ◆販売計画等を策定し、その実行に着手したばかりであるため、成果はこれからである。	・農家及び公社の所得の向上 ・新たな加工品の開発と新加工場の整備	◆有機農産物の栽培技術の確立と普及 ◆有機農産物等の流通対策 ◆加工施設の機能強化、加工品の開発と販路拡大


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額
(H19:3,360万円)
(H22:3,982万円)
4,000万円
四方竹の生産安定対策
四方竹の生態の解明
栽培技術の改善
アンケート調査
後継者対策
加工能力の改善と適正化
・一次加工施設の作業効率の見直し、加工能力の向上・整備
・鮮度保持対策の改善・実践
四方竹のブランド化戦略の実践
都市圏での四方竹の認知度向上、他産地とも連携した販路開拓・拡大
・ターゲット(ホテル、飲食業、個人向け等)の絞り込み
・ターゲットに合った商品開発・販売方法の確立
四方竹の振興方策の策定
生産意向調査
中長期振興方針・計画の策定(情報共有)、実践
販売額
(H22: 8,400万円)
10,720万円
有機農産物の栽培技術の確立と普及
有機農業推進計画の策定
有機農産物の栽培技術の確立，改善および地域への普及
土づくりセンター施設整備
堆肥の増産による有機農産物の生産拡大方策
有機農産物等の流通対策
公社 販売計画の見直し
(自社分、委託分、加工分)
有機農産物等の販路開拓・拡大
効率的な集荷・納入方法等の確立
加工施設の機能強化、加工品の開発と販路拡大
加工・集出荷施設計画・整備
・新たな加工品の開発
・ターゲットの絞り込みとターゲットに合った販売方法の確立、販路の開拓・拡大

【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
11 直販店を核とした鏡地域の活性化	高齢化に伴って販売額が伸び悩んでいるため、需給ギャップの解消や新規顧客開拓など、消費者ニーズに基づく活力ある直販所づくりと農家所得の向上を図る。	・鏡村直販店組合	・生産履歴活動の推進(H22～23) ・需給ギャップの検証(H23) ◆記帳率100%となり「安心・安全」な直販所としてPR	・生産農家の高齢化による出荷量および品目の減少と需給ギャップ ・消費者ニーズに基づく直販所と生産体制づくり	◆消費者ニーズに応じた生産販売対策 ◆効率的な集出荷体制の構築 ◆直販店機能強化に向けた仕組みの構築
12 「食」の提供による地域農産物の消費拡大	ニーズの高い総菜加工の充実や地域内の農産物を活用した新たな加工品開発の拠点とするとともに、農業教室や料理教室の開催など地域住民の農業への関心を高める活動、バイキングレストランの開催など地産地消の拠点施設として「新農村婦人の家」の機能強化を図る。	・JA高知市 ・JA高知市女性部			◆農産物加工施設の機能強化による新たな事業展開の構築
13 生乳加工品の製造・販売による新しい酪農経営モデルの創出	地場産品を活用した安心・安全な生乳加工品を消費者に提供するとともに、観光地や教育の場として牧場を活用するなど、新しい酪農経営のモデル牧場を創出する。	・高知市酪農農業協同組合	・菓子販売店舗のリニューアルオープン(H22) ・酪農教育ファーム、オープンファームの実施(H21～23) ◆店舗の知名度も徐々に上がり、店舗はもちろんのこと、県庁生協等店舗外での売上金額も増えてきている。また、原則毎月一回開催(雨天の場合中止)しているオープンファーム等のイベントによって、牧場を身近に感じてもらう取組も始めている。	・新規顧客の開拓とリピーターの確保 ・顧客ニーズにあった商品開発	◆地場産品による生乳加工品の製造・販売 ◆観光地及び教育の場としての牧場の活用


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額
(H22:16,454万円)
H26:17,000万円
消費者ニーズに応じた生産販売対策
計画生産など需給ギャップの解消への取組強化
料理教室や販促イベントの定例化
商品の宅配、午後の品揃えの検討
商品の宅配、午後の品揃えの試験実施
商品の宅配、午後の品揃えによる消費者と生産者が結びつく体制づくり
効率的な集出荷体制の構築
店舗間の輸送手段の検討、リオ店での総菜加工の検討
直販店機能強化に向けた仕組みの構築
店舗間の試験輸送、リオ店での総菜加工の試行と本格実施に向けた課題整理
店舗間の輸送手段の確立、リオ店の機能強化(総菜加工など)
販売額
(H22:1,500万円)
H26:2,000万円
農産物加工施設の機能強化による新たな事業展開の構築
農産物加工施設の改修
総菜メニューの開発(消費者アンケート、モニターとの意見交換会、事例調査など)
弁当等の販路開拓(JA広報、JA女性部・青壮年部・各支所の地域活動でのPRなど)
新たな加工品の開発と販売
農家レストラン、食農教育、料理教室など消費者交流の推進
店舗の販売額
(H20:新規)
(H22:817万円)
1,600万円
地場産品による生乳加工品の製造・販売
生乳加工品の開発・販売、外販の拡大
観光地及び教育の場としての牧場の活用
酪農教育ファーム等のふれあい機能の拡大

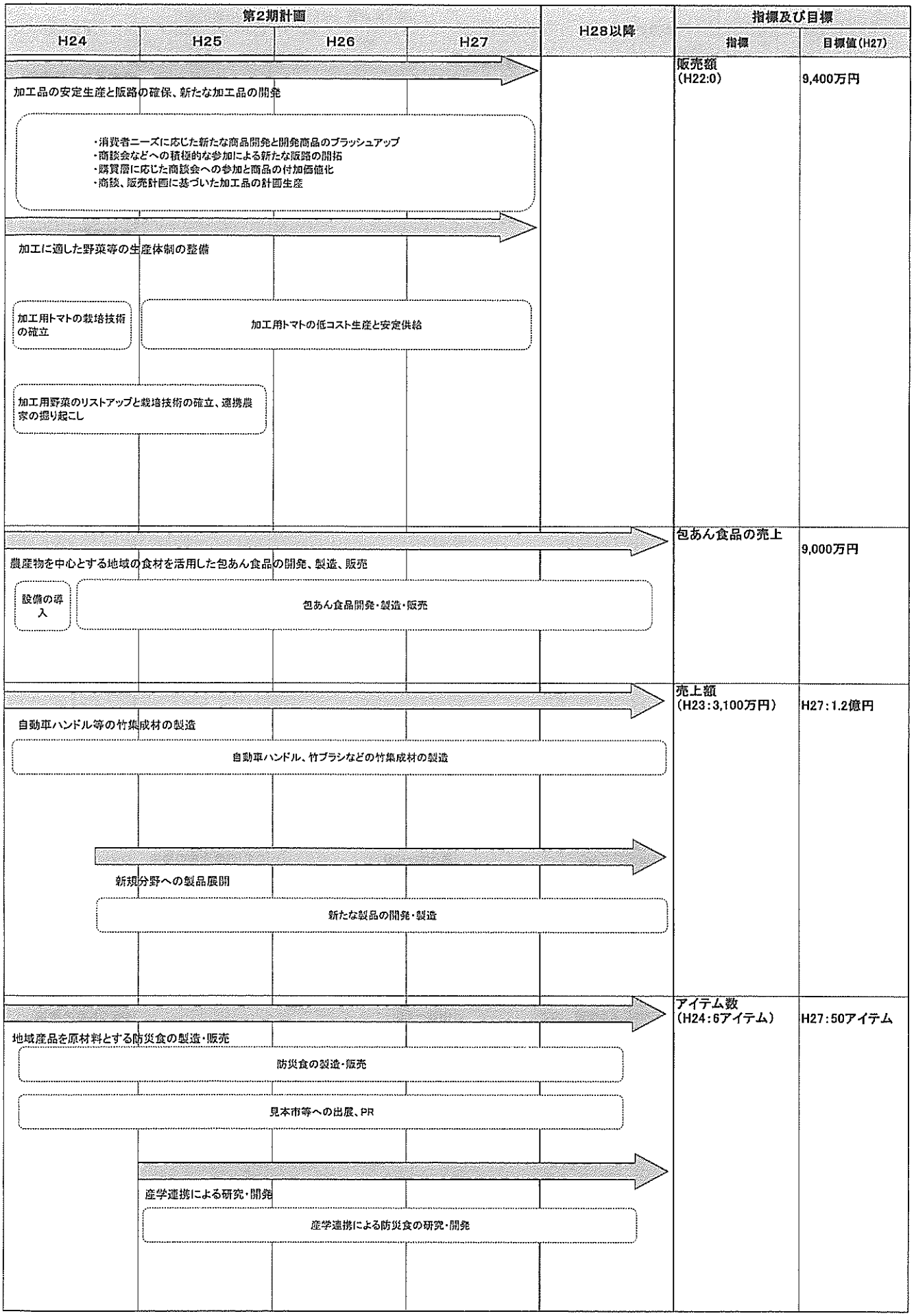
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
14 森の工場を核とする素材生産量の拡大	搬出間伐を中心とする素材生産量の増大や、生産性の向上に取り組むとともに、素材生産の拡大に必要な作業実行体制(他事業者との連携協力を含む)の強化につなげる。	・高知市森林組合	・森林施業に伴う集約化や作業道開設、間伐の実施(H21～23) ◆森の工場内での間伐面積等は増加している。	・施業拡大に向けた森林組合の人員体制の確保	◆森の工場の拡大(森林所有者の合意取り付け) ◆搬出間伐を中心とする素材生産量の増大と生産性の向上 ◆素材生産量の拡大に必要な作業実行体制の検討(他事業者との連携協力を含む)
15 県産材を使った安心・安全の木造住宅の普及促進	高知市地域の森林から生産された木材を使った木造住宅(こうち里山の家)の販売、普及促進に取り組み、木材の地産地消を推進する。	・木の家ネットワーク	・里山の家完成(H22) ・普及促進事業の実施(H23) ◆件数は少ないが成約実績もあがっている。	・県産材に対する信頼性の向上と里山の家等の認知度のUP	◆「こうち里山の家(自由設計)」の受注増 ◆低価格の「こうち里山の家(規格住宅)」の普及促進 ◆トレーサビリティーの仕組みの構築と認知度の向上

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
森の工場の拡大 森の工場の推進、森林経営計画の策定					森の工場面積 (H22:1,174ha) 素材生産量 (H22:1,707m3)	1,500ha 4,000m3
搬出間伐を中心とする素材生産量の増大と生産性の向上 ・高性能林業機械の導入・作業道の開設など基盤整備 ・高度な技術を有する職員の育成・確保						
素材生産量の拡大に必要な作業実行体制の検討 ・高度な搬出技術の取得に必要な研修、作業システムの確立 ・他事業体(素材生産事業体)との協力体制の検討						
「こうち里山の家(自由設計)」の受注増 モデルハウスやホームページ等を活用したPR活動					こうち里山の家の受注 (H22:2棟)	20棟
低価格の「こうち里山の家(規格住宅)」の普及促進 パンフレットや見学会の開催などによるPR活動						
トレーサビリティーの仕組みの構築と認知度の向上 川上～川下の事業者の連携による仕組みの構築	参加事業体を増やす取組、消費者へのPR					

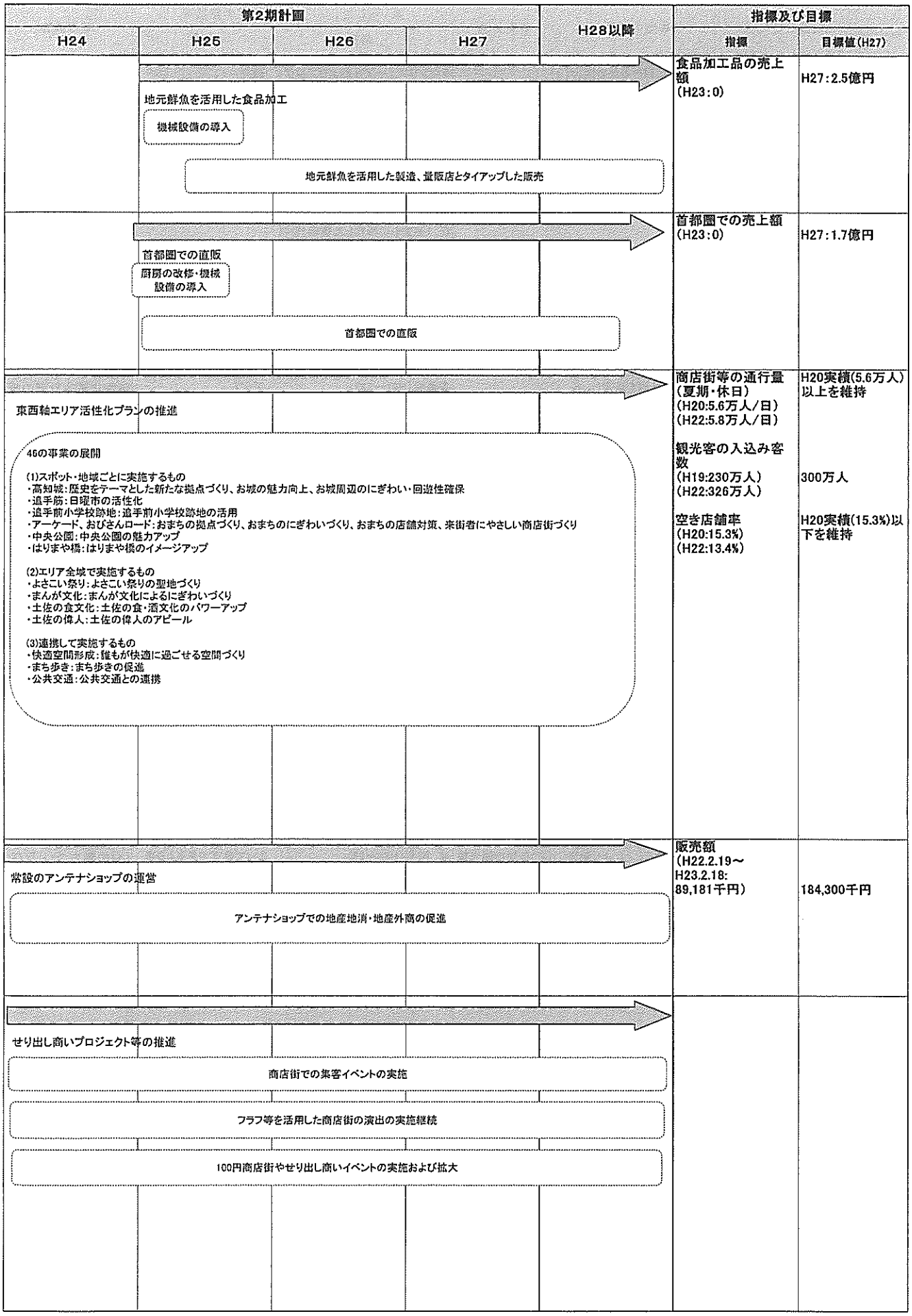
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
16 春野地区の農産物(トマト等)の付加価値向上	新たな価値を創造する野菜・果実の地区内生産と地区内農産物を活用した新たな加工品を開発するとともに、当該加工品の新たな販路確保による農家所得の向上、雇用の創出による地域の活性化を図る。	・(有)スタジオ・オカムラ ・連携農家	・加工場の整備(H23) ・加工品の開発、販路開拓(H22～23) ◆農産物加工場が整備され、トマトソース、ジンジャーエール等の本格的な製造が始まり、積極的な販路開拓や新たな商品開発が進められており、新たな商談が持ち込まれるなどの成果がみられる。 また加工用トマト(サンマルツァーノ)の品種特性の把握、新たな連携農家の確保など、地域の農産物生産者と連携した取組が進んでいる。	・加工品の安定生産と販路の確保 ・新たな加工品の開発 ・加工の原材料となる農産物の安定生産	◆加工品の安定生産と販路の確保、新たな加工品の開発 ◆加工に適した野菜等の生産体制の整備
17 地域の食材を活かした包あん食品の開発・製造・販売	農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品を開発し、製造・販売を進める。	・(株)高南食品			◆農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品の開発・製造・販売
18 県産竹材を用いた新規分野への製品展開	高知県産の竹を使用した竹集成材等の製造技術を活かした新製品の製造を行い、地域経済の発展と雇用の拡大を図る。	・(株)コスモ工房			◆自動車ハンドル等の竹集成材の製造 ◆新規分野への製品展開
19 防災食の開発・製造・販売	南海地震に備え、地域産品を原材料とする防災食の製造を行う。	・高知県食品工業団地事業組合の企業など			◆地域産品を原材料とする防災食の製造・販売 ◆産学連携による研究・開発


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
加工品の安定生産と販路の確保、新たな加工品の開発
・消費者ニーズに応じた新たな商品開発と開発商品のブラッシュアップ
・商談会などへの積極的な参加による新たな販路の開拓
・購買層に応じた商談会への参加と商品の付加価値化
・商談、販売計画に基づいた加工品の計画生産
販売額
(H22:0)
9,400万円
加工に適した野菜等の生産体制の整備
加工用トマトの栽培技術の確立
加工用トマトの低コスト生産と安定供給
加工用野菜のリストアップと栽培技術の確立、連携農家の掘り起こし
農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品の開発、製造、販売
設備の導入
包あん食品開発・製造・販売
包あん食品の売上
9,000万円
自動車ハンドル等の竹集成材の製造
自動車ハンドル、竹ブラシなどの竹集成材の製造
新規分野への製品展開
新たな製品の開発・製造
売上額
(H23:3,100万円)
H27:1.2億円
地域産品を原材料とする防災食の製造・販売
防災食の製造・販売
見本市等への出展、PR
産学連携による研究・開発
産学連携による防災食の研究・開発
アイテム数
(H24:6アイテム)
H27:50アイテム

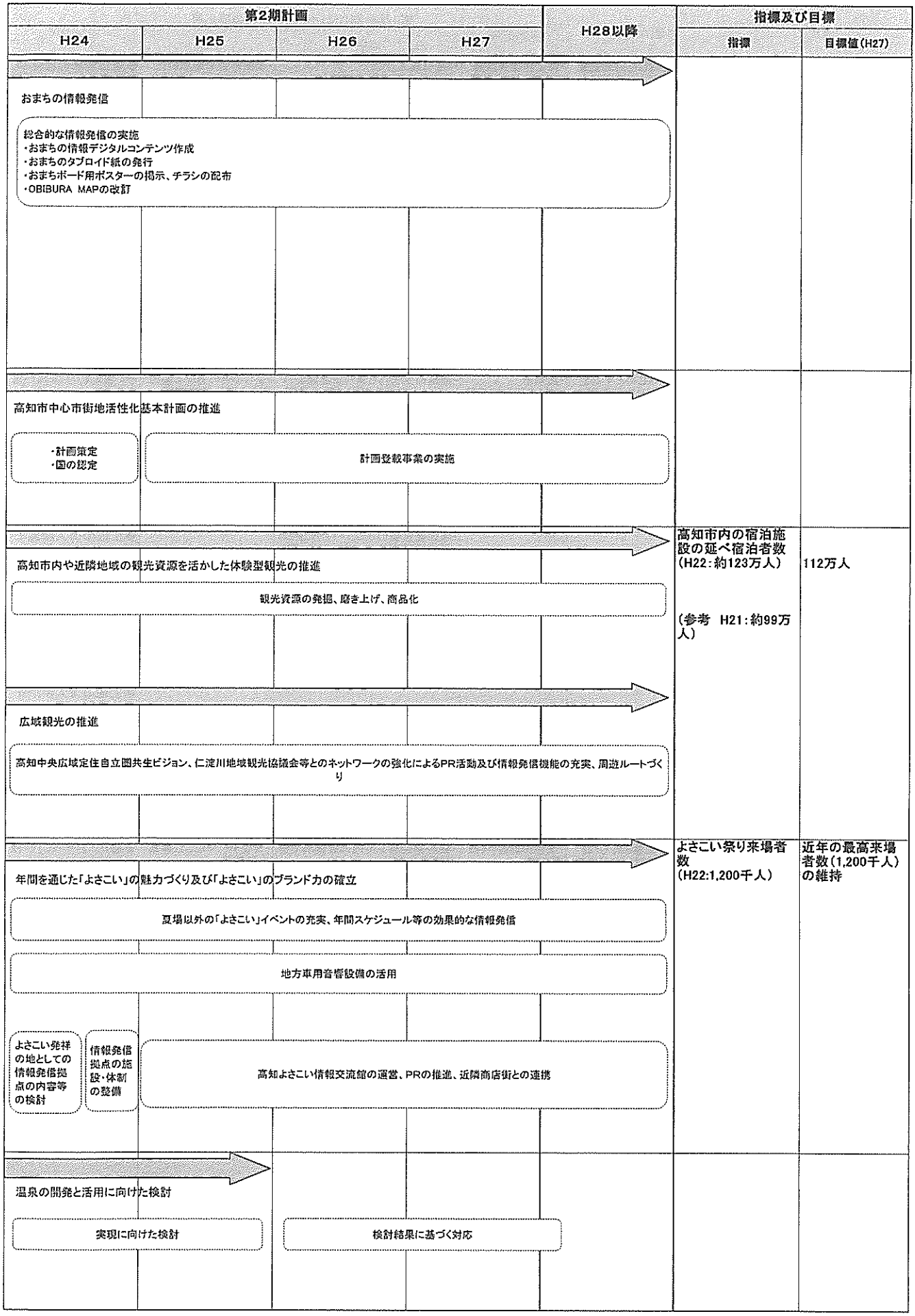
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
20 「弘化台ブランドの創出」地元鮮魚を活用した食品の製造・販売	規格外の地元鮮魚を活用して食品加工を行い、弘化台ブランドとして販売していくことで、水産物の消費拡大を図る。	・(株)永邦水産			◆地元鮮魚を活用した食品加工
21 地域の農産物を使った菓子類等の外商の推進	地域の特徴のある野菜や果物など農産物を使った菓子類を首都圏で直販することで、農産物の知名度及び雇用の拡大を図る。	・(有)マンジェ・ササ			◆首都圏での直販
22 はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化プランに基づく中心部の活性化	「おまちの再興」「観光客を呼べるまちづくり」を目指し、「東西軸エリア活性化プラン」に基づき、官民協働でプランを推進し、幅広い経済効果やビジネスチャンスに繋げる。	・商店街振興組合など	・チャレンジショップの開設(H23) ・憩いのスペースの整備(H23) など ◆46のﾌﾟﾗﾝを熟度の高いものから順次実施しているが、事業開始から日が浅く、具体的な成果には至っていない。	・民間事業の事業主体の確立、スピード化	◆東西軸エリア活性化プランの推進
23 中心商店街でのアンテナショップの運営	中心商店街で開設した常設のアンテナショップ「てんこす」の運営により、地域産品の販売を促進し、地域の生産者等の収入の確保につなげるとともに、各種の情報提供により、来街者の利便性の向上や商店街の売上げの増加を図る。	・(株)まこと	・アンテナショップ「てんこす」の運営(H21～23) ◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の掘り起こしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった。	・アンテナショップ「てんこす」の販売額の増加 ・アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR	◆常設のアンテナショップの運営
24 多彩なイベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり	せり出し市等の多彩なイベントや、フラフ等による季節的な演出等により、おまちのにぎわいを創出する。	・商店街振興組合など	・100円商店街等イベントの実施(H22～23) ・フラフの作成(H23) ◆イベントの実施により商店街等への来街者の増加および周辺エリアへの回遊が見られた。効果のあるイベント等を継続して行い、商店街および周辺エリアの魅力を再認識してもらい来街者の増加を図る。	・集客力の向上 ・リピーターの創出	◆せり出し商いプロジェクト等の推進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
食品加工品の売上額
(H23:0)
H27:2.5億円
地元鮮魚を活用した食品加工
機械設備の導入
地元鮮魚を活用した製造、量販店とタイアップした販売
首都圏での売上額
(H23:0)
H27:1.7億円
首都圏での直販
厨房の改修・機械設備の導入
首都圏での直販
商店街等の通行量
(夏期・休日)
(H20:5.6万人/日)
(H22:5.8万人/日)
H20実績(5.6万人)以上を維持
東西軸エリア活性化プランの推進
46の事業の展開
(1)スポット・地域ごとに実施するもの
・高知城:歴史をテーマとした新たな拠点づくり、お城の魅力向上、お城周辺のにぎわい・回遊性確保
・追手筋:日曜市の活性化
・追手前小学校跡地:追手前小学校跡地の活用
・アーケード、おびさんロード:おまちの拠点づくり、おまちのにぎわいづくり、おまちの店舗対策、来街者にやさしい商店街づくり
・中央公園:中央公園の魅力アップ
・はりまや橋:はりまや橋のイメージアップ
(2)エリア全域で実施するもの
・よさこい祭り:よさこい祭りの聖地づくり
・まんが文化:まんが文化によるにぎわいづくり
・土佐の食文化:土佐の食・酒文化のパワーアップ
・土佐の偉人:土佐の偉人のアピール
(3)連携して実施するもの
・快適空間形成:誰もが快適に過ごせる空間づくり
・まち歩き:まち歩きの促進
・公共交通:公共交通との連携
観光客の入込み客数
(H19:230万人)
(H22:326万人)
300万人
空き店舗率
(H20:15.3%)
(H22:13.4%)
H20実績(15.3%)以下を維持
常設のアンテナショップの運営
アンテナショップでの地産地消・地産外商の促進
販売額
(H22.2.19～H23.2.18:
89,181千円)
184,300千円
せり出し商いプロジェクト等の推進
商店街での集客イベントの実施
フラフ等を活用した商店街の演出の実施継続
100円商店街やせり出し商いイベントの実施および拡大

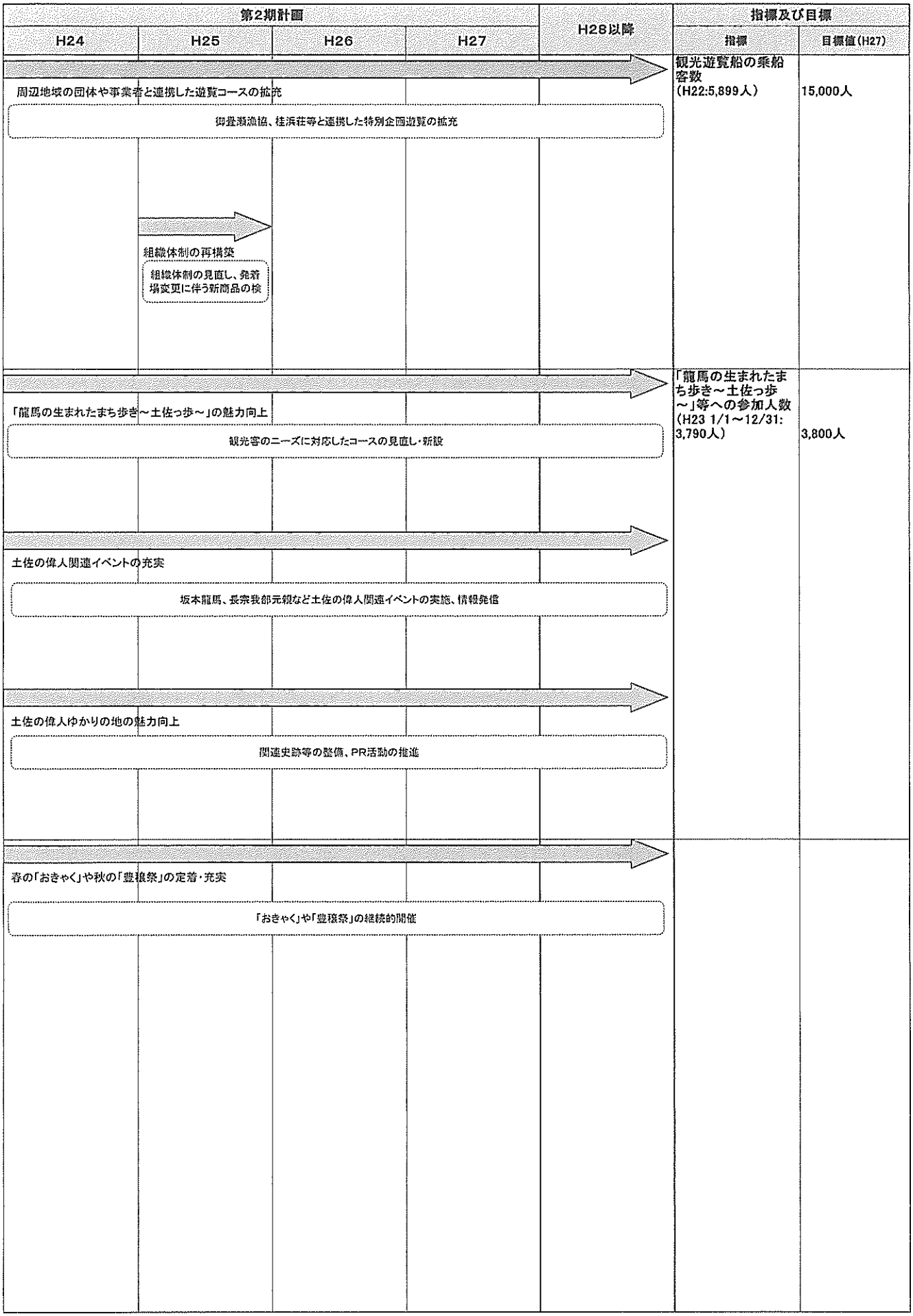
【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
25 おまちに関する情報発信の充実	おまちに関する情報を、より多くの人に届けるために、ガイドブック、ホームページ、ブログ等を幅広く活用し、総合的な情報発信を行う。	・商店街振興組合	・「おまち」のホームページよさこいタウンリニューアルおよびブログ・ツイッターによる情報発信(H23) ・「おまち情報」の地図・テキストによる配信(H23) ・おまちボード(看板)、OBIBURA MAPの改訂版の作成(H23) ◆H23に中心街ホームページ(よさこいタウン)のリニューアルを図り、ブログ、ツイッターによる新たな情報発信を開始するとともに、関係団体等との相互リンクを形成した。 ◆いままで実施されていなかった、「おまちに特化した情報」を収集し試行的におまち情報を配信している。	・おまち情報発信体制の確立 ・観光の情報発信との連携	◆おまちの情報発信
26 中心市街地における商業、観光等の基盤強化による都市機能の増進及び経済活力の向上	新たな高知市中心市街地活性化基本計画を策定し、多様な主体の参画のもとに、中核市として、にぎわいと活力ある中心市街地の再生を目指し、都市機能の増進と経済活力の向上を図る取組を進める。	・高知市	・中心市街地活性化基本計画検討委員会(H21～22) ・国との協議(H23) ◆高知市中心市街地活性化基本計画の24年度の策定に向けて策定作業は順調に進んでいる。	・登載事業のブラッシュアップ	◆高知市中心市街地活性化基本計画の推進
27 近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進	周辺市町村等とのネットワークを強化し、情報発信機能の強化やPR活動の充実、着地型観光の周遊ルートづくりを行うことによって、宿泊客の増加を図る。	・(財)城西館等 ・高知市	・仁淀川地域観光協議会へのオブザーバー参加(H22～23) ・着地型旅行商品追加開発(H22) ◆民間事業者による着地型旅行商品造成の動きが、高知市内だけでなく周辺地域の自然や伝統文化、食材等の地域資源を観光資源に育てることへ繋がり、周辺地域の活性化へ寄与している。	・近隣地域との連携の強化	◆高知市内や近隣地域の観光資源を活かした体験型観光の推進 ◆広域観光の推進
28 本家よさこいのブランド力確立とよさこい文化の継承・発展	年間を通じたよさこいの魅力を向上させることにより観光客の誘致を図るとともに、「よさこい」発祥の地としての地位の確立・ブランド化に取り組む。	・高知市 ・(社)高知市観光協会ほか関係団体等	・君が踊る夏のロケ地マップの作成、配布(H22～23) ・地方単用音響設備の整備(H23) ◆2011サッカー「アジア大会」でよさこいが披露されるなど、民間の力で一部成果はあったものの、よさこいのルーツをアピールする体系的な動きとなっていない。	・年間を通して「よさこい」で集客できるよう事業スキームの見直し	◆年間を通じた「よさこい」の魅力づくり及び「よさこい」のブランド力の確立
29 温泉開発による観光地としての魅力の向上	観光目的として非常にニーズが高い、温泉を開発することにより、観光客の増加につなげる。	・高知市旅館ホテル協同組合(高知市旅館ホテル温泉協同組合)	・温泉フェアの実施(H22) ◆新規温泉開発によるビジネスモデルを検討。	・新規温泉開発及びコスト、リスクの再検討	◆温泉の開発と活用に向けた検討


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
おまちの情報発信
総合的な情報発信の実施
・おまちの情報デジタルコンテンツ作成
・おまちのタブロイド紙の発行
・おまちボード用ポスターの掲示、チラシの配布
・OBIBURA MAPの改訂
高知市中心市街地活性化基本計画の推進
・計画策定
・国の認定
計画登載事業の実施
高知市内や近隣地域の観光資源を活かした体験型観光の推進
観光資源の発掘、磨き上げ、商品化
高知市内の宿泊施設の延べ宿泊者数
(H22:約123万人)
(参考 H21:約99万人)
112万人
広域観光の推進
高知中央広域定住自立圏共生ビジョン、仁淀川地域観光協議会等とのネットワークの強化によるPR活動及び情報発信機能の充実、周遊ルートづくり
年間を通じた「よさこい」の魅力づくり及び「よさこい」のブランド力の確立
夏場以外の「よさこい」イベントの充実、年間スケジュール等の効果的な情報発信
地方車用音響設備の活用
よさこい発祥の地としての情報発信拠点の内容等の検討
情報発信拠点の施設・体制の整備
高知よさこい情報交流館の運営、PRの推進、近隣商店街との連携
よさこい祭り来場者数
(H22:1,200千人)
近年の最高来場者数(1,200千人)の維持
温泉の開発と活用に向けた検討
実現に向けた検討
検討結果に基づく対応

【高知市地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
30 浦戸湾を活用した観光の振興	浦戸湾を活用した観光遊覧船の取組等により県内外からの観光客の誘客を図る。	・特定非営利活動法人きらりこうち都市づくり	・3隻目導入(H21) ・様々な企画遊覧の実施(H22～23) ◆観光遊覧船は3隻体制で運航開始したH23年度の乗船客数は前年度より着実に増加。	・乗船客数の増加のための企画商品づくりとPR	◆周辺地域の団体や事業者と連携した遊覧コースの拡充 ◆組織体制の再構築
31 土佐の偉人を活かした観光の振興	坂本龍馬をはじめとする土佐の偉人ゆかりの地の魅力を高め、県外に情報発信するとともに、歴史、文化、町並みや食などを活用した「まち歩き」を充実させることにより県内外からの観光客の誘客につなげる。	・高知市 ・(社)高知市観光協会 ・特定非営利活動法人土佐観光ガイドボランティア協会 ・長宗我部遠絡協議会等関係団体	・龍馬の生まれたまち記念館のパンフレット作成及び展示物の外国語ガイド開始(H22) ◆土佐っ歩はH23,4からコースをリニューアルして参加者のニーズに対応したコースとなり、また、高知市郊外を巡る「土佐勤王党コース」及び「長宗我部コース」を設定する等魅力が向上している。 ・瑞山記念館のリニューアル(H22) ・長宗我部関連マップの作成、配布(H22～23) ◆武市半平太旧宅と墓周辺の観光資源の磨き上げを行ったことにより、県内外からの観光客から好評を得ている。また、長宗我部関連イベントも定着しつつあり、当初の事業目的を一定達成することができた。	・まち歩きの更なる魅力向上と団体客の確保 ・土佐の偉人関連施設の整備充実とルート化	◆「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」の魅力向上 ◆土佐の偉人関連イベントの充実 ◆土佐の偉人ゆかりの地の魅力向上
32 食による観光の推進	高知市内で開催される「おきゃく」や「豊穣祭」などの食イベントを定着・充実させること等により高知の強みである「食」を活かした観光を推進する。	・土佐のおきゃく推進会議 ・豊穣祭実行委員会 ・高知市観光協会ほか関係団体	・新名物料理を市内の飲食店で提供開始(H21) ◆新たなご当地グルメの取組については、一時高知市内9店舗で提供されていたが現時点では1店舗に減少となるなど，新たな食の創造につながっていないこともあり，今後の食に対する取組の見直しをする必要がある。	・食をテーマにした事業の再構築	◆春の「おきゃく」や秋の「豊穣祭」の定着・充実


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
観光遊覧船の乗船客数
(H22:5,899人)
15,000人
周辺地域の団体や事業者と連携した遊覧コースの拡充
御畳瀬漁協、桂浜荘等と連携した特別企画遊覧の拡充
組織体制の再構築
組織体制の見直し、発着場変更に伴う新商品の検
「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」等への参加人数
(H23 1/1～12/31:3,790人)
3,800人
「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」の魅力向上
観光客のニーズに対応したコースの見直し・新設
土佐の偉人関連イベントの充実
坂本龍馬、長宗我部元親など土佐の偉人関連イベントの実施、情報発信
土佐の偉人ゆかりの地の魅力向上
関連史跡等の整備、PR活動の推進
春の「おきゃく」や秋の「豊穣祭」の定着・充実
「おきゃく」や「豊穣祭」の継続的開催

III　各地域の具体的な取組

4　嶺北地域

4　嶺北地域

（1）　地域の産業を取り巻く状況

当地域の総人口は著しい減少傾向にあり、平成22年の国勢調査では13,591人（平成17年：15,036人）となっています。また、少子化及び高齢化が急速に進行し、人口構成は65歳以上の高齢者が46.0%（平成17年：43.6%）を占め、生産年齢人口は46.3%（平成17年：47.7%）にとどまっています。

基幹産業である第一次産業では、環境保全型農業などの先進的な取組が進められていますが、全体としては、就業者の高齢化及び後継者不足などの課題があります。

農業は、水稲の単作経営を中心に、中山間地域の特性を生かして米ナス、シシトウなどの園芸野菜や花き栽培が行われています。しかし、後継者不足や耕作放棄地の増加に加え、生産コストの上昇、価格の低迷等により生産額は年々減少傾向にあります。このような状況の中、有望な園芸野菜の推進やブランド米、米粉、ユズの生産、加工等、特色ある地域資源を活かした取組が進んでいます。

畜産業では、子牛価格の低迷や飼料価格の高止まりなどにより、畜産農家は厳しい経営状況にあります。厳しい状況でありますが、「土佐あかうし」は県内外の消費者に認められつつあり、また、新たな産業として取り組んでいる「土佐はちきん地鶏」の生産は伸びてきており、ともに生産と販売体制の強化や加工品開発が求められています。

林業では、当地域の豊富な森林資源は、他地域に比べ成熟度が高いものの、木材価格の低迷などによって、厳しい林業経営を強いられています。その一方で、国際的な木材の需給の状況や地球温暖化の防止等に対する森林資源への関心の高さなどを背景にした国産材の見直しの動きや、地域への大型製材工場の進出が決定し、操業開始に向けて動き出しています。

商工業は、当地域の基幹産業である農業・畜産業・林業の低迷や過疎化による購買力の減少に加え、道路事情の変化などによる地域外への購買力の流出により、厳しい状況が続いています。その一方で、インターネットの環境が整備され、独自のアイデアで商品開発を行い、インターネットを活用した販売方法で成果を上げている事業体も見受けられます。

観光面では、豊かな自然環境に加え、様々な歴史・文化的資源を有しており、そうした素材を基に観光資源の磨き上げに取り組んでいるものの、観光客に対してその魅力を十分に伝えられていないことから、交流人口の拡大に大きな効果が見られず、経済効果にも繋がっていない状況でした。こうした状況の中、4町村や関係団体で組織する嶺北地域観光・交流推進協議会を中心として嶺北地域が一体となって観光・交流の推進に取り組み、徐々にではありますが旅行商品化に繋がるなど交流人口が拡大しつつあります。

その他、移住促進の面では「れいほく田舎暮らしネットワーク」と4町村が連携して地域への移住者増を図る取組を開始し移住者が増えるなど一定の成果に繋がり、また、将来の担い手育成のために地域内の企業と高校が連携して地域産品を活用した新商品開発の取組を開始するなど、地域の再生や活性化に向けた新しい動きが出てきています。

（２）　地域アクションプランの概要

当地域では、豊かな自然環境や地域資源など、地域が共有してきた財産を新たな視点でとらえ、“れいほく”として広域的に組み合わせて、“環境”をキーワードにした産業の展開を図ります。併せて、各分野において人材の育成、担い手の確保が課題となっており、地域内での育成に加えて、 交流人口の拡大の取組や移住・定住の取組の中で、ニーズに合った人材の育成や担い手の確保を図ります。

農業分野では、所得向上のため「れいほく八菜」などの環境保全型農業を推進するとともに、嶺北ブランドの確立により消費地に信頼される安全・安心な産地を築きます。さらに、新たな販路に対応したブランド米やユズ、直販ビジネスに供給する野菜等の生産拡大を図るとともに、地域資源を活かした農業の６次産業化に取り組みます。また、地域農業の核となる担い手を育成するため、農業公社や新たに発足したＪＡ出資型法人等を支援します。

畜産業分野では、嶺北地域の「土佐あかうし」の生産拡大とブランドの定着を図るために、生産体制の核となる放牧場や畜舎整備などを行い、「土佐あかうし」の繁殖から枝肉生産及び販売まで行う体制を構築し、県内外に販売・情報発信していきます。また、大川村で取り組んでいる「土佐はちきん地鶏」の生産の安定と販売の拡大のために飼養管理技術の向上や加工品開発を行うとともに大川黒牛の増頭を図り、「土佐はちきん地鶏」と一緒に大川村の畜産物として県内外に販売・情報発信していきます。

林業分野では、「森の工場」を中心にして事業体や担い手の育成を図り、恵まれた森林資源の適正な育成管理を行いながら、計画的な木材の増産に取り組みます。また、木造住宅への部材供給及びれいほくスケルトン（嶺北材の邸別販売）を促進して嶺北材の販路拡大に取り組むとともに、大型製材工場の設置や木質バイオマスの利用拡大などにより林業・木材産業の再生を図ります。更に、地域の豊富な特用林産物であるシキミ・サカキの生産や集出荷などの拠点づくりに取り組みます。

商工業分野では、商工会等と連携して、インターネットを活用したネットビジネスの手段を商業者に提供して、地域の商工業の育成を図ります。また、大阪府豊中市新千里北町にある土佐産直サテライトセンター（とさ千里）を関西圏における地産外商、観光・交流・移住等の情報発信の拠点として、多様なビジネスを展開します。

観光分野では、早明浦ダムや白髪山等の活用、吉野川の水源地域における豊富な地域資源やそれらを活かして磨き上げられた観光・交流資源を、広域観光を推進する嶺北地域観光・交流推進協議会を中心として横断的に繋ぎ、“れいほく”の魅力をグレードアップさせる旅行商品を提供する取組を推進します。こうした取組により観光・交流人口の拡大に繋げるとともに、観光ＰＲと地域産品の販売を実施するなど経済効果に繋がる取組を行い、観光・交流における産業化を図ります。

（３）　重点的な取組

○　“れいほく”ブランドの園芸産地の確立及びユズ加工品の販売促進
（「れいほく八菜」、「れいほく八恵」、「れいほく八花」などの振興）
○　ＪＡ出資型法人を核とする地域活性化の取組
（農業経営、農作業受委託、米関連事業（米粉を含む）、畜産経営、担い手育成などの実施）
○　肉用牛産業の再興及び土佐はちきん地鶏の振興による畜産業の展開
（「土佐あかうし」、「大川黒牛」、「土佐はちきん地鶏」の振興）
○　嶺北材の増産及び販路拡大
（間伐の推進、れいほくスケルトン（嶺北材の邸別販売）の促進）
○　大型製材工場の設置
○　地産外商の促進
（土佐産直サテライトセンター（とさ千里）の活性化）
○　嶺北地域の連携による交流人口の拡大
（広域連携による観光情報の一元化、情報発信、観光・交流ルートづくり）

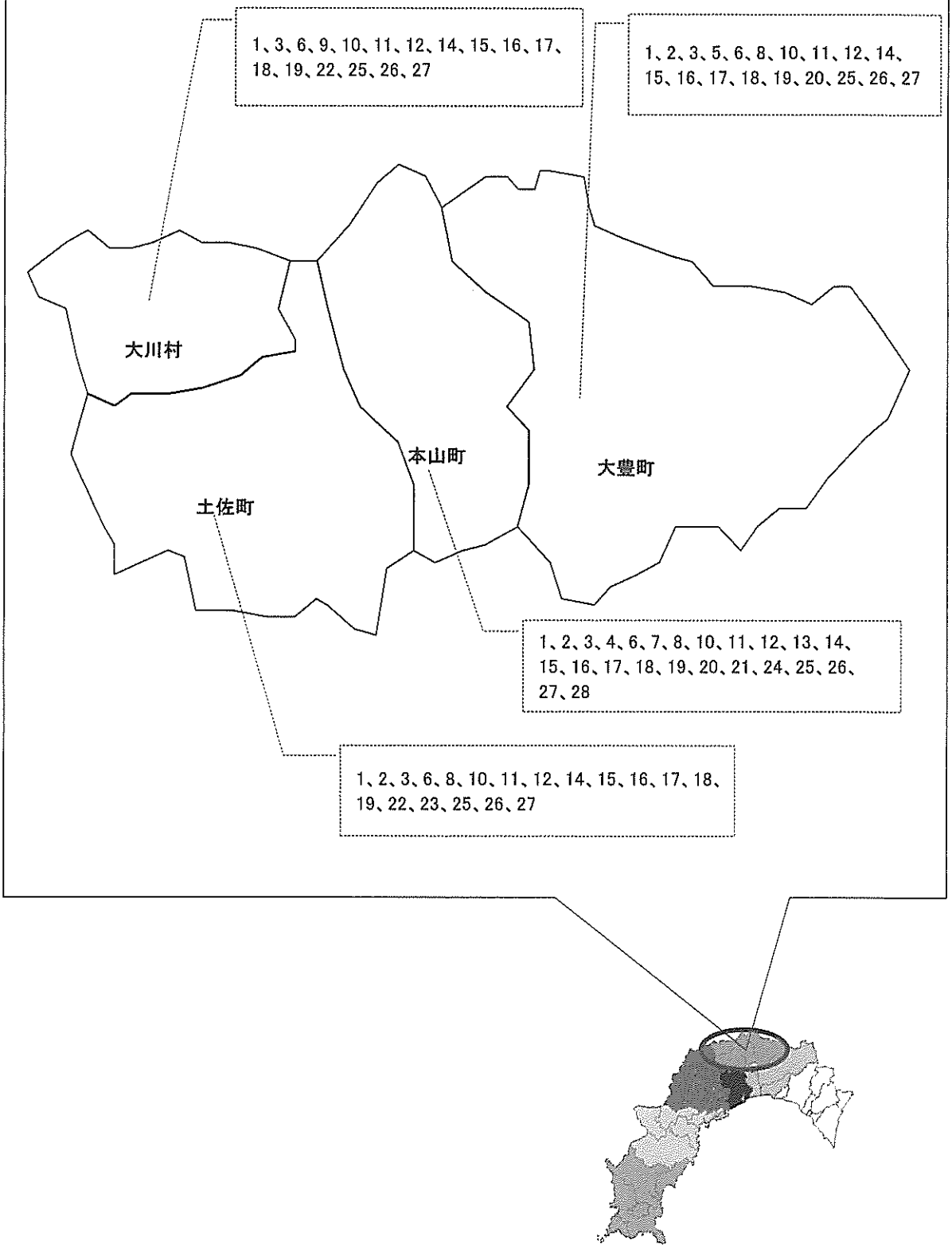
（４）　主要な指標及び目標

項　　目	実　　績	目　　標
「れいほく八菜」の販売額	H22：2.2 億円	H27：1.6 億円
「れいほく八花」の販売額	H22：1.1 億円	H27：1.1 億円
「れいほく八恵」のユズ加工品の販売額	H22：4.6 億円	H27：6.0 億円
米粉等の販売額	H22：0.5 億円	H27：1.6 億円
「土佐あかうし」の販売額	H22：1.9 億円	H27：2.1 億円
「土佐はちきん地鶏」の出荷羽数	H22：5.1 万羽	H27：10 万羽
木材の素材生産量	H22：5.6 万㎥	H27：15 万㎥
れいほくスケルトン（嶺北材の邸別販売）の出荷量	H22：新規	H27：　900 ㎥
公共関連宿泊施設での宿泊者数	H22：9,687 人	H27：12,000 人

（５）　具体的な取組

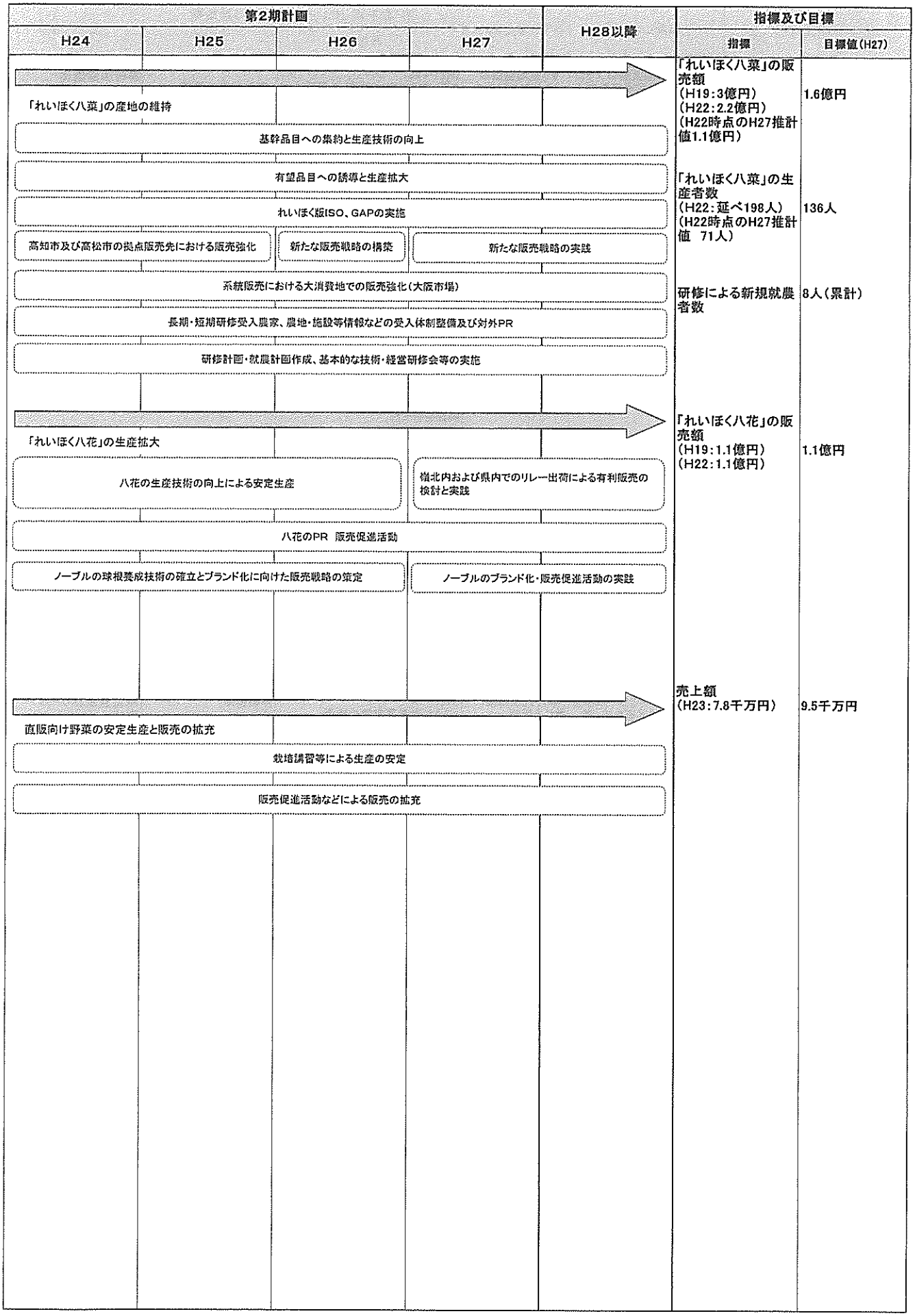
No.	項目	本山町	大豊町	土佐町	大川村
1	れいほくブランドの園芸産地の維持	●	●	●	●
2	ユズ産地の確立と加工・販売の促進	●	●	●	
3	集落営農で元気な地域づくり	●	●	●	●
4	米のブランド化による稲作農業の展開	●			
5	(株)大豊ゆとりファームを核として地域資源の活用により地域産業を持続化させる取組		●		
6	JA出資型法人を核とする地域活性化の取組	●	●	●	●
7	直販所「本山さくら市」を核とした地域活性化の取組	●			
8	土佐あかうしの競争力の確保による肉用牛産業の再興	●	●	●	
9	土佐はちきん地鶏・大川黒牛を活用した畜産業の活性化				●
10	間伐の推進と素材生産の拡大	●	●	●	●
11	れいほくスケルトン(嶺北材の郎別販売)の促進	●	●	●	●
12	県産材の地域における率先利用	●	●	●	●
13	木工製品の製造・販売による地域の活性化	●			
14	特用林産物(シキミ、サカキ)の拠点づくり	●	●	●	●
15	大型製材工場の設置による地域材の利用の促進	●	●	●	●
16	木質バイオマス利用拡大の取組	●	●	●	●
17	地域産品販売ポータルサイトによる商業展開・情報発信	●	●	●	●
18	土佐産直サテライトセンター(とさ千里(大阪))の活性化による地産外商の促進	●	●	●	●
19	嶺北地域の連携による交流人口の拡大	●	●	●	●
20	濁酒等を活用した地域資源との連携による地域の活性化	●	●		
21	白髪山・工石山を活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組	●			
22	早明浦ダムを活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組			●	●
23	棚田を活用した観光・交流人口の拡大による地域活性化の取組			●	
24	滞在型市民農園の推進による地域の活性化	●			
25	嶺北地域の連携による移住促進の取組	●	●	●	●
26	小水力発電の導入による地域活性化の取組	●	●	●	●
27	地域内高校と連携した将来の担い手育成に関する取組	●	●	●	●
28	集落活動センター「汗見川」が実施する交流人口拡大事業と特産品づくりによる地域活性化の取組	●			

【嶺北地域】


1、3、6、9、10、11、12、14、15、16、17、18、19、22、25、26、27
1、2、3、5、6、8、10、11、12、14、15、16、17、18、19、20、25、26、27
大川村
本山町
大豊町
土佐町
1、2、3、4、6、7、8、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、20、21、24、25、26、27、28
1、2、3、6、8、10、11、12、14、15、16、17、18、19、22、23、25、26、27

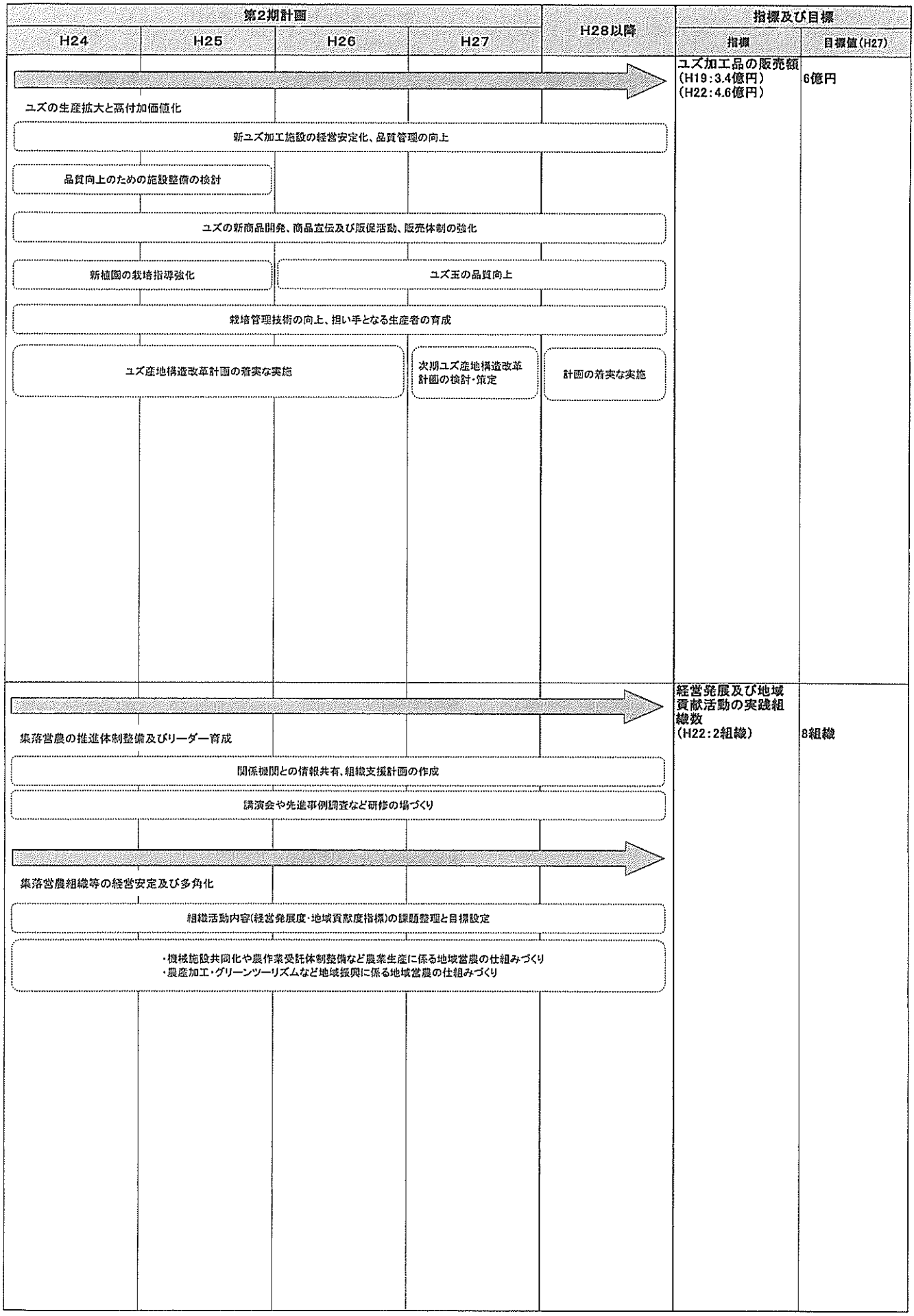
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1　れいほくブランドの園芸産地の維持 《嶺北地域全域》	「環境」、「安全・安心」をキーワードにした園芸品のブランド化を行っているが、農業所得の向上を図るため、「れいほく八菜」、「れいほく八花」の収量・品質の向上を図る。 　また、地産地消を図るため、直販向け野菜の生産・販売の充実に取り組む。	・JA土佐れいほく(園芸部会、花き部会) ・直販生産部会土佐町支部	「れいほく八菜」 ・販売額及び生産者数の推移 ◆れいほく八菜の販売額及び生産者数は、平成16年度をピークに生産者の高齢化や後継者不足などにより年々減少し、特に平成20年以降は著しい減少傾向となった。 ・環境保全型農業の推進と新規有望品目の導入(H21～23) ◆嶺北の売りである環境に優しい農業の一層の推進と新技術の普及、さらに新規有望品目の三色ピーマンの導入推進を中心に実施したことから、平成22年度及び23年度の販売額は同21年度と同額程度を維持することができ、下げ止まりの傾向が見られた。 ・担い手確保への取組(H23) ◆農家数の減少傾向は続いていることから、計画最終年の平成23年度は、担い手の発掘・育成に向けた新たなプロジェクトを開始し、地域の関係機関、農業者が一丸となって嶺北の園芸産地を維持していく取組を推進した。 「れいほく八花」 ・ノーブルを中心とした八花の高品質・安定生産技術確立のための実証調査および現地巡回指導(H21～23) ◆花き部会員は少数であり、高齢化が進んでいるが、嶺北地域の冷涼な気候を活かし、概ね一定の販売額を保っている。 ◆嶺北にしかない花であるノーブルは、市場の評価を保ち、最近では新たな市場からの引き合いも出てきている。 ◆限られた生産者数と栽培面積であるが、組織培養苗や病害虫防除の徹底等の新たな取組みを行い、高品質・安定生産技術の確立に向けた部会活動を行うことで、農家の所得維持・向上につなげることができた。 ・ノーブルの球根供給システムの整備(H21～23) ◆ノーブルの出荷本数も増加し、八花の販売額も順調に増加して目標達成確実を思われていたが、震災の影響により花き類の単価が大幅に下落したことから、平成23年度末の目標達成はできなかった。 「直販生産部会土佐町支部」 ・集荷システムの構築(H21) ◆集荷用車両や集荷施設など集荷に係る設備や備品を整備した。 ・野菜の安定生産のための簡易雨よけレンタルハウスの設置(H21～22) ◆計35棟のミニレンタルハウスを整備したことから、効果的な利活用に向けた栽培指導が必要である。	「れいほく八菜」 ・農業担い手の発掘・育成 ・基幹品目の栽培確立 ・八菜ブランドの充実と販促活動の推進 「れいほく八花」 ・高品質・安定栽培技術の確立 ・ブランド化による付加価値化 「直販生産部会土佐町支部」 ・栽培講習等による生産の安定 ・販売促進活動などによる販売の拡充	◆「れいほく八菜」の産地の維持 ◆「れいほく八花」の生産拡大 ◆直販向け野菜の安定生産と販売の拡充


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
「れいほく八菜」の産地の維持
基幹品目への集約と生産技術の向上
有望品目への誘導と生産拡大
れいほく版ISO、GAPの実施
高知市及び高松市の拠点販売先における販売強化
新たな販売戦略の構築
新たな販売戦略の実践
系統販売における大消費地での販売強化(大阪市場)
長期・短期研修受入農家、農地・施設等情報などの受入体制整備及び対外PR
研修計画・就農計画作成、基本的な技術・経営研修会等の実施
「れいほく八菜」の販売額
(H19:3億円)
(H22:2.2億円)
(H22時点のH27推計値1.1億円)
1.6億円
「れいほく八菜」の生産者数
(H22:延べ198人)
(H22時点のH27推計値 71人)
136人
研修による新規就農者数
8人(累計)
「れいほく八花」の生産拡大
八花の生産技術の向上による安定生産
嶺北内および県内でのリレー出荷による有利販売の検討と実践
八花のPR 販売促進活動
ノーブルの球根養成技術の確立とブランド化に向けた販売戦略の策定
ノーブルのブランド化・販売促進活動の実践
「れいほく八花」の販売額
(H19:1.1億円)
(H22:1.1億円)
1.1億円
直販向け野菜の安定生産と販売の拡充
栽培講習等による生産の安定
販売促進活動などによる販売の拡充
売上額
(H23:7.8千万円)
9.5千万円

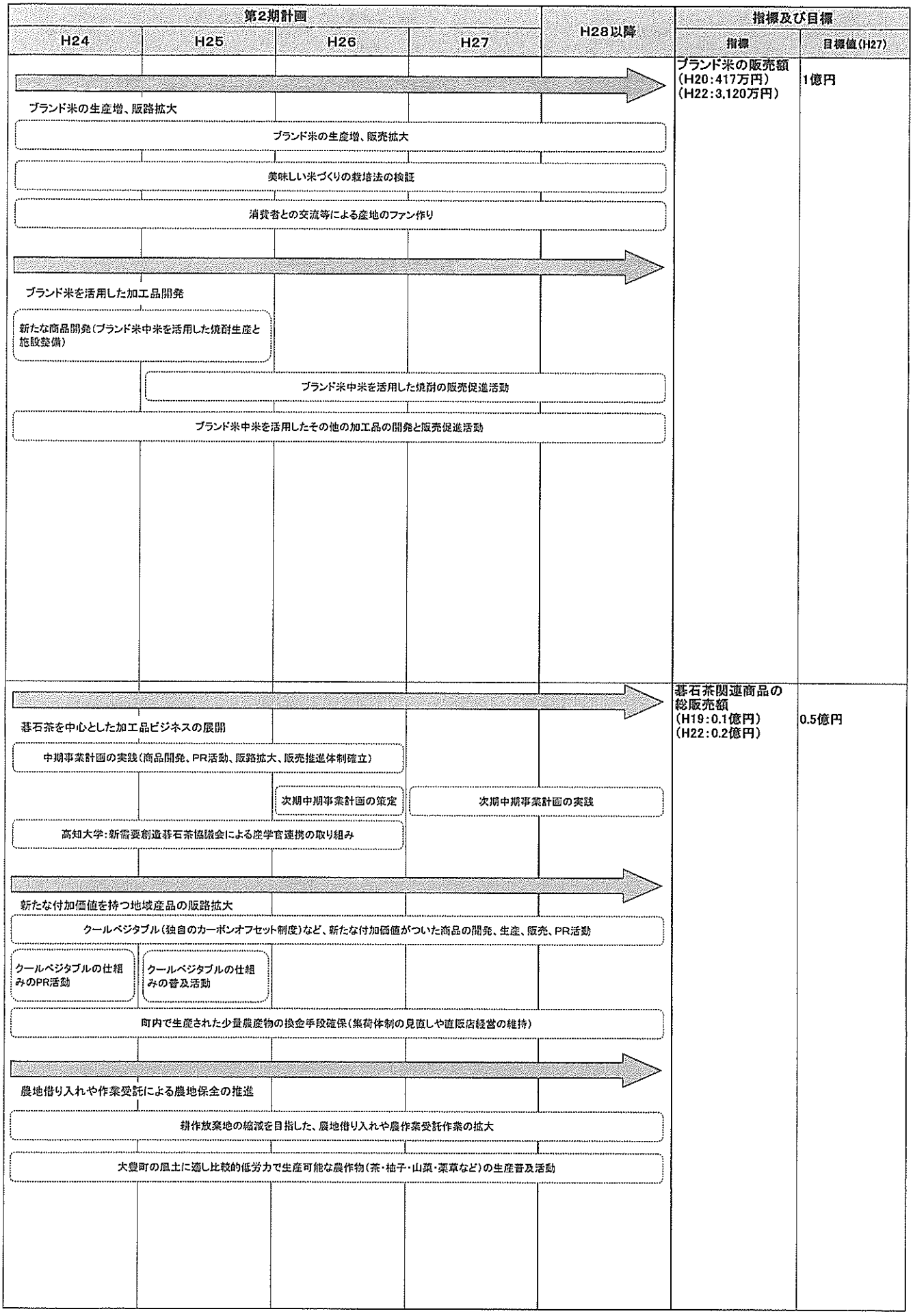
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
2 ユズ産地の確立と加工・販売の促進 《大豊町、本山町、土佐町》	「環境」、「安全・安心」をキーワードにした園芸品のブランド化により、農業所得の向上を図るため、ユズのブランド化に向けた取組のレベルアップを行うとともに、ユズの加工・販売の促進に取り組む。	・嶺北地域果樹(ゆず)産地協議会 ・JA土佐れいほく	・ユズ産地構造計画変更・作成(H21～22) ◆平成17年度に作成した計画を加工場の新設に伴い、内容に変更を加えた後、計画の期間が終了したため、新たに計画を作成して取組を行った。 ・ユズ加工場の建設・整備(H22) ◆旧ユズ加工場によるユズ加工品の開発・製造と販売努力により、売り上げが年々向上した。この結果、農協加工場へのユズの出荷量の増加に伴い、処理能力の不足が顕著となったため、ユズ加工場を新たに建設した。新加工場は、搾汁ライン増設により果汁の搾汁率や品質が向上とするとともに、ジュースラインの製造能力と衛生管理が強化された。新加工場は平成23年度より本格稼働が始まった。 ・国内・海外での販促活動の強化(H21～23) ◆販売面では、国内・海外の展示販売会など商談に積極的に参加し商談を行った。	・衛生管理の徹底 ・適正在庫の管理 ・生産者価格の向上	◆ユズの生産拡大と高付加価値化
3 集落営農で元気な地域づくり 《嶺北地域全域》	地域農業の維持及び活性化を支える担い手として集落営農組織を育成するため、所得の確保及び向上につながる農業生産や拠点ビジネスにつながる農産加工、グリーンツーリズム等の取組を推進し、組織の継続性を確保する仕組みづくりを行う。	・集落営農組織 ・集落営農組織に準じる組織	・集落営農組織増の取組(H21～23) ・こうち型集落営農の推進(H21～23) ◆集落営農支援ソフト事業等を活用した講演会や先進組織視察などの研修会、集落座談会の運営支援により、集落営農推進に向けての動機づけの場づくりや合意形成が図られ、組織が育成された。 ◆「吉延営農組合」は、ライスセンターを整備するなど本山町で振興するブランド米の生産基盤を整備した。また、担い手が集落に提案しながら集落営農を進める推進体制ができた。地域おこしの一環として、生産地と消費地との交流事業にも取り組み、交流人口の拡大にも努めた。 「伊勢川営農組合」は、「受託」「園芸」「直販・加工」ごとの部会を設けて計画活動を実践する体制が整備できた。 いずれも、こうち型集落営農組織として策定された「営農計画」及び「集落営農ビジョン」に基づいた地域営農の仕組みづくりと実践活動が図られた。	・集落営農の推進及び体制整備 ・集落営農組織の育成 ・集落営農組織の継続性の確保	◆集落営農の推進体制整備及びリーダー育成 ◆集落営農組織等の経営安定及び多角化


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ユズ加工品の販売額
(H19:3.4億円)
(H22:4.6億円)
6億円
ユズの生産拡大と高付加価値化
新ユズ加工施設の経営安定化、品質管理の向上
品質向上のための施設整備の検討
ユズの新商品開発、商品宣伝及び販促活動、販売体制の強化
新植園の栽培指導強化
ユズ玉の品質向上
栽培管理技術の向上、担い手となる生産者の育成
ユズ産地構造改革計画の着実な実施
次期ユズ産地構造改革計画の検討・策定
計画の着実な実施
経営発展及び地域貢献活動の実践組織数
(H22:2組織)
8組織
集落営農の推進体制整備及びリーダー育成
関係機関との情報共有、組織支援計画の作成
講演会や先進事例調査など研修の場づくり
集落営農組織等の経営安定及び多角化
組織活動内容(経営発展度・地域貢献度指標)の課題整理と目標設定
・機械施設共同化や農作業受託体制整備など農業生産に係る地域営農の仕組みづくり
・農産加工・グリーンツーリズムなど地域振興に係る地域営農の仕組みづくり

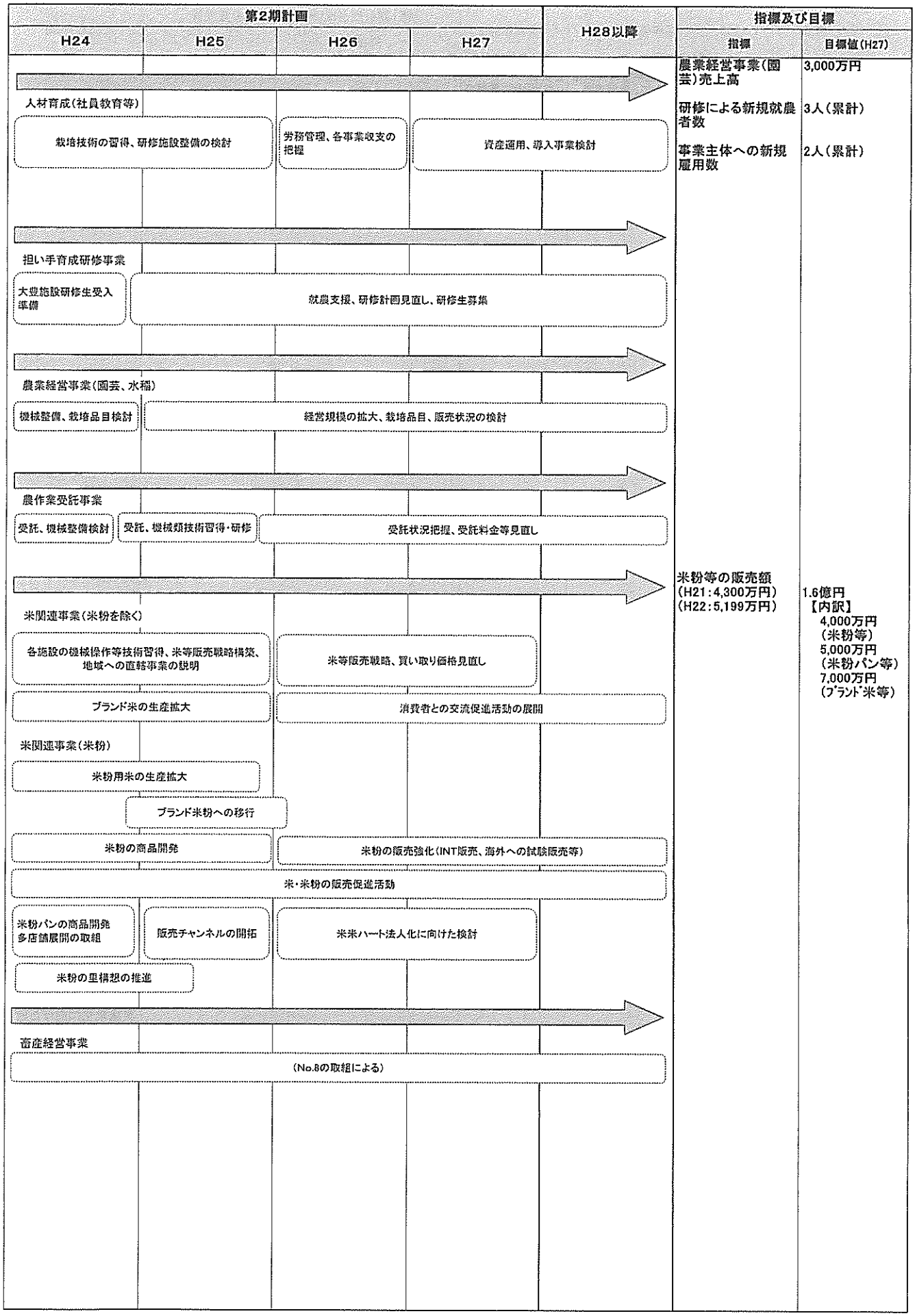
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
4 米のブランド化による稲作農業の展開 《本山町》	消費者が求めるブランド力のある米の生産により、価格のアップを図り、後継者が将来に展望を持つことができる稲作農業を確立するため、良好な水田環境など地域の特性を付加価値とすることや、室戸海洋深層水を栽培過程で使用することによる新ブランド米「天空の郷」の定着と加工品の開発による発展を図る。	・本山町ブランド化推進協議会 ・(財)本山町農業公社 ・本山町酒づくり協議会 ・ばうむ合同会社 ・本山町	・本山町特産品ブランド化協議会によるブランド化の取組(販売促進への支援と栽培技術の徹底指導等)(H21～23) ◆平成20年度に設立した本山町ブランド化協議会では、米・食味鑑定士協会長や有名な米販売店の講演会が開催され、ブランド米生産への活動の方向性が定まった。 ◆ブランド米の名称を、公募により「土佐天空の郷」に決定した。 ◆美味しい米作りのための栽培基準を作成し、基準に基づいた栽培技術指導の徹底により、本格的な生産が始まった。 ◆米の販売促進活動を全国展開し、100店舗以上で米の販売が行われた。 ・産振総合補助金の導入(H21～23) ◆色彩選別機や米選機等の導入により、高品質な商品として出荷できる体制が整った。 ・コンクールへの出品(H21～23) ◆お米のコンクール(お米日本一コンテストinしずおか)で優勝し、ブランド米としての知名度があがった。	・生産者と生産量の増 ・直接販売の増等による生産者価格の向上	◆ブランド米の生産増、販路拡大 ◆ブランド米を活用した加工品開発
5 (株)大豊ゆとりファームを核として地域資源の活用により地域産業を持続化させる取組 《大豊町》	中山間で安心して住み続けることができる地域を実現するため、伝統製法や農業の6次産業化・環境問題など時代に即した切り口により、農業を中心とした地域産業を持続化させるために、拠点型ビジネスを展開する。	・(株)大豊ゆとりファーム ・大豊町碁石茶協同組合 ・大豊町	・遊休農地を活用したビジネスの展開(H21～23) ・野菜等の地産地消ビジネスの展開(H21～23) ・加工品づくりビジネスの展開(H21～23) ・ふるさと支援ビジネスの展開(H21～23) ◆碁石茶について、一時期は大手取引先と契約し順調に販売できていたが、現在は過年産の在庫をもつ状況となっている。新たな販路の確保やカートカンなど新商品の開発・販売を行っているが、同時に経営戦略の再構築を行う必要があり、23年度末に中期事業計画を策定した。 農作業の受委託、集荷システムの取組については、地域の過疎化・高齢化が進む中で、耕作放棄地の縮減など地域への貢献が高い取組である。新たな付加価値を持つ地域商品の開発などを通じて、取組の継続発展が求められている。	・碁石茶の販路開拓 ・碁石茶の加工品の開発及び販路拡大 ・地域産品の付加価値向上と販路拡大 ・耕作放棄地対策の推進 ・各事業主体の経営戦略の構築	◆碁石茶を中心とした加工品ビジネスの展開 ◆新たな付加価値を持つ地域産品の販路拡大 ◆農地借り入れや作業受託による農地保全の推進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ブランド米の販売額
(H20:417万円)
(H22:3,120万円)
1億円
ブランド米の生産増、販路拡大
ブランド米の生産増、販売拡大
美味しい米づくりの栽培法の検証
消費者との交流等による産地のファン作り
ブランド米を活用した加工品開発
新たな商品開発(ブランド米中米を活用した焼酎生産と施設整備)
ブランド米中米を活用した焼酎の販売促進活動
ブランド米中米を活用したその他の加工品の開発と販売促進活動
碁石茶関連商品の総販売額
(H19:0.1億円)
(H22:0.2億円)
0.5億円
碁石茶を中心とした加工品ビジネスの展開
中期事業計画の実践(商品開発、PR活動、販路拡大、販売推進体制確立)
次期中期事業計画の策定
次期中期事業計画の実践
高知大学:新需要創造碁石茶協議会による産学官連携の取り組み
新たな付加価値を持つ地域産品の販路拡大
クールベジタブル(独自のカーボンオフセット制度)など、新たな付加価値がついた商品の開発、生産、販売、PR活動
クールベジタブルの仕組みのPR活動
クールベジタブルの仕組みの普及活動
町内で生産された少量農産物の換金手段確保(集荷体制の見直しや直販店経営の維持)
農地借り入れや作業受託による農地保全の推進
耕作放棄地の縮減を目指した、農地借り入れや農作業受託作業の拡大
大豊町の風土に適し比較的低労力で生産可能な農作物(茶・柚子・山菜・薬草など)の生産普及活動

【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
6　JA出資型法人を核とする地域活性化の取組 《嶺北地域全域》	農業生産の維持や担い手の確保、耕作放棄地の解消などの課題解決を図り農業所得の向上と就業機会を創出するため、新たな担い手としてのJA出資型法人が農作業受託や遊休農地等を活用した農業経営、就農希望者の研修事業などを実施する。 米粉に関しては、米粉の製造・販売や米粉加工商品の開発・販売、関西圏をターゲットにした、安心・安全な食の提供による地産外商など、米粉を活用したビジネスを展開し、新たな雇用の創造につなげる。	・JA土佐れいほく ・(株)れいほく未来 ・米米ハート	・JA出資法人(株)れいほく未来の設立に向けた取組(H22～23) ◆(株)れいほく未来が、平成23年4月に設立され、事業が開始された。 同社は、農作業の受委託による耕作放棄地の防止や農業担い手の育成などを行うこととしており、地域農業の新たな担い手として大きな役割を担っている。 ・米粉ビジネスの展開(H21～23) ◆米粉製粉工場の稼動、米粉パン工房のオープン等により米粉ビジネスも徐々に軌道にのりつつある。23年度末の目標達成には及ばなかったものの販売額も増加し、地域内の雇用も増加した。大阪の米販売業者とのマッチングにより、米、米粉商品の販売について今後さらに販売拡大が見込まれる。米粉商品も新たに開発されており、米粉のさらなる利用拡大に向けた取組が期待される。	・経営の安定化 ・地域農業への貢献 ・米粉の高付加価値化 ・販路拡大	◆人材育成(社員教育等) ◆担い手育成研修事業 ◆農業経営事業(園芸、水稲) ◆農作業受託事業 ◆米関連事業 ◆畜産経営事業


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
農業経営事業(園芸)売上高
3,000万円
人材育成(社員教育等)
研修による新規就農者数
3人(累計)
事業主体への新規雇用数
2人(累計)
栽培技術の習得、研修施設整備の検討
労務管理、各事業収支の把握
資産運用、導入事業検討
担い手育成研修事業
大豊施設研修生受入準備
就農支援、研修計画見直し、研修生募集
農業経営事業(園芸、水稲)
機械整備、栽培品目検討
経営規模の拡大、栽培品目、販売状況の検討
農作業受託事業
受託、機械整備検討
受託、機械類技術習得・研修
受託状況把握、受託料金等見直し
米粉等の販売額
(H21:4,300万円)
(H22:5,199万円)
1.6億円
【内訳】
4,000万円
(米粉等)
5,000万円
(米粉パン等)
7,000万円
(ブランド米等)
米関連事業(米粉を除く)
各施設の機械操作等技術習得、米等販売戦略構築、地域への直結事業の説明
米等販売戦略、買い取り価格見直し
ブランド米の生産拡大
消費者との交流促進活動の展開
米関連事業(米粉)
米粉用米の生産拡大
ブランド米粉への移行
米粉の商品開発
米粉の販売強化(INT販売、海外への試験販売等)
米・米粉の販売促進活動
米粉パンの商品開発
多店舗展開の取組
販売チャンネルの開拓
米米ハート法人化に向けた検討
米粉の里構想の推進
畜産経営事業
(No.8の取組による)

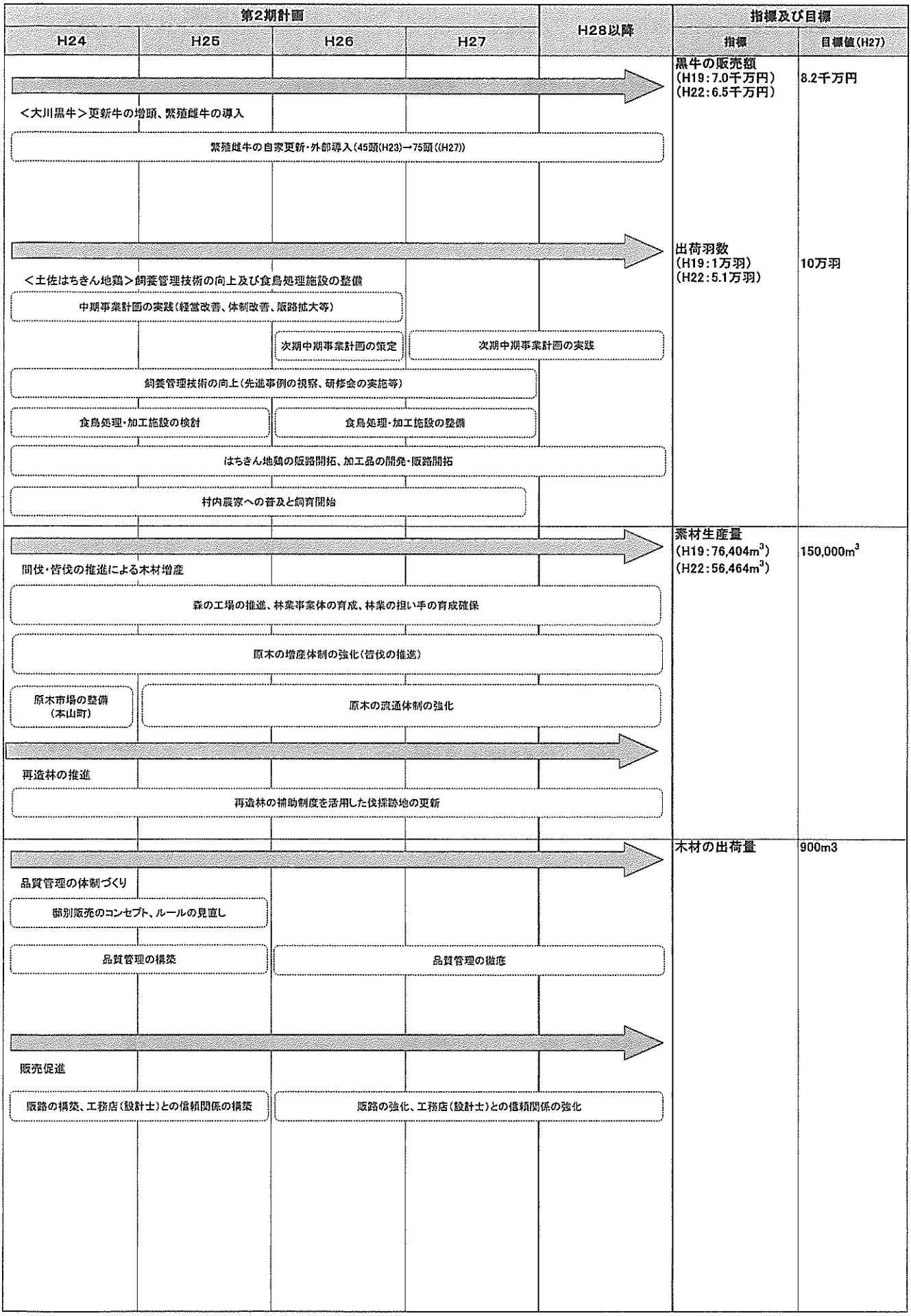
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
7 直販所「本山さくら市」を核とした地域活性化の取組 《本山町》	過疎化・高齢化の進行する嶺北地域の重要な食材供給拠点施設として、地域内外の集客力をより高めて販売額の向上を図り、地域を巻き込みながら、生産者の所得向上と活力ある地域づくりを目指す。	・本山さくら市運営委員会 ・(財)本山町農業公社 ・本山町			◆商品の充実 ◆積極的な情報発信 ◆人材の育成
8 土佐あかうしの競争力の確保による肉用牛産業の再興 《本山町、土佐町、大豊町》	土佐あかうしの産地を守り、地域の畜産振興を図るため、飼養者の競争力を確保するとともに、土佐あかうしの生産基地化を図る。 また、繁殖・肥育の一貫経営を行い、生産と食肉加工から販売に至る畜産の6次産業化に向けた取組を進める。	・JA土佐れいほく ・(株)れいほく未来 ・飼養者 ・本山町 ・土佐町 ・大豊町	・放牧場用地の選定(H21～23) ・簡易放牧場の設置(H22) ◆放牧場の適地が確保できなかったことから、土佐あかうしの増頭や新たな雇用につながらなかった。 一方、嶺北地域では、土佐あかうしの増頭や施設整備の計画があり、その計画との関連性が見いだせれば、土佐あかうしによる地域の畜産振興の可能性がある。	・放牧地や畜舎等(付帯施設)の土地の確保 ・畜産農家の減少による牧場整備後の運営	◆飼養者の競争力を確保するための取組 ◆生産基地の整備と6次産業化に向けた取組


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額
(H22:1.39億円)
1.8億円
商品の充実
栽培講習会(果物・野菜)・現地圃場研修の開催、種苗配布
集荷体制の検討
集荷の試行・実施
オリジナル加工品の検討
オリジナル加工品の開発・販売促進活動
施設・設備の整備の検討・導入
積極的な情報発信
商品情報の充実
(レシピ・POP等の整備)
商品情報の発信
販売促進活動・情報発信活動(広告やチラシの配布、催事の開催、消費者との交流活動等)
人材の育成
定期的な運営委員会の開催(運営体制、企画、事業展開等)
新規会員の開拓(生産者への呼びかけ・PR、研修会の開催等)
土佐あかうしの販売額
(H19:2億円)
(H22:1.9億円)
2.1億円
飼養者の競争力を確保するための取組
公営放牧場の用地の確保
牧場の整備
管理畜舎の整備
放牧の開始
牛肉の加工品の開発・商品化
生産基地の整備と6次産業化に向けた取組
肥育畜舎及び付帯施設の整備
繁殖畜舎の整備
食肉加工施設の整備
食肉の販路開拓
担い手の確保・育成(研修生の受け入れ)

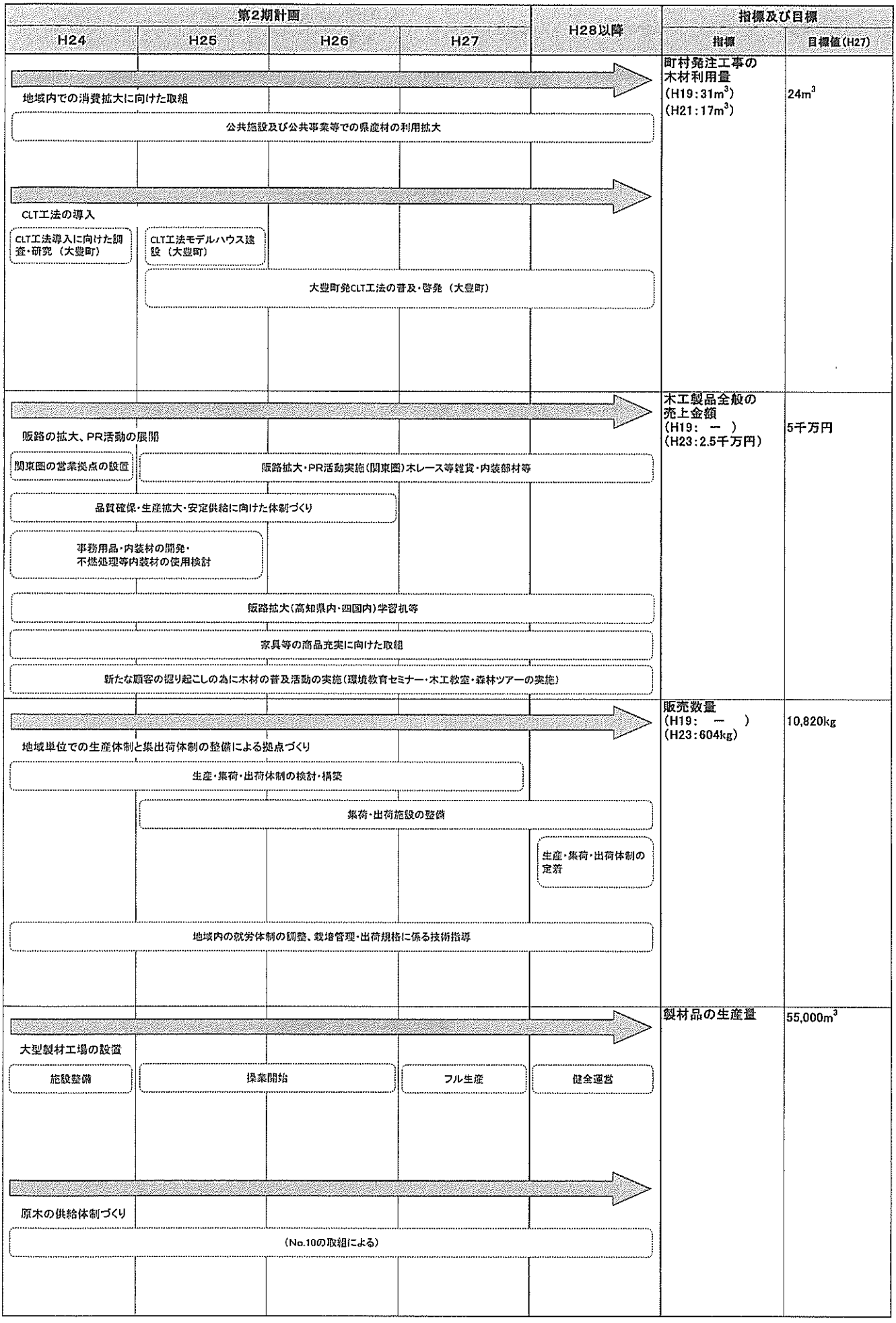
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
9 土佐はちきん地鶏・大川黒牛を活用した畜産業の活性化 《大川村》	大川村の基幹産業である畜産の振興により地域の活性化を図り、雇用の確保、所得の向上につなげる。	・(株)むらびと本舗 ・大川村	＜大川黒牛＞ ・繁殖雌牛の保留・更新(H21～23) ・新たな事業主体による事業継続(H23～) ◆平成21～23年度に大川村の支援を受けて繁殖雌牛の更新(若返り)を一部行ったが増頭や新たな雇用には至っていない。また、大川村和牛生産組合は平成23年3月末で解散し、4月より(株)むらびと本舗が経営と生産を引き継ぎ雇用を維持したが、肉用牛事業については、増頭も含めた経営の安定化に努める必要がある。 ＜土佐はちきん地鶏＞ ・生産施設の整備(H21～23) ・販売促進活動(H21～23) ◆10万羽の生産施設の整備は22年度に完了し、新たな雇用が生まれるなどの効果が生まれている。一方、施設整備や施設の改築を行いつつ短期間に生産羽数を伸ばしたことなどから、職員の飼養管理技術が追随できず育成率、飼料効率等が低下し収益を下げている。	＜大川黒牛＞ ・繁殖雌牛の高齢化 ・繁殖雌牛の導入及び育成経費の確保 ＜土佐はちきん地鶏＞ ・飼養管理技術の習得 ・出荷体制の改善 ・生産原価の上昇	＜大川黒牛＞ ◆更新牛の増頭 繁殖雌牛の導入 ＜土佐はちきん地鶏＞ ◆飼養管理技術の向上及び食鳥処理施設の整備
10 間伐の推進と素材生産の拡大 《嶺北地域全域》	嶺北地域の豊かな森林資源を活かし、生産者の経営の安定化を図るとともに、地域に計画されている大型製材工場への木材の安定供給に寄与するため、木材の増産に取り組む。	・森林所有者 ・森林組合 ・素材生産事業体 ・自伐林家	・森の工場の推進(H21～23) ・林業事業体の育成(H21～23) ・林業の担い手の育成確保(H21～23) ・放置林の解消(H21～23) ◆林業の担い手の減少や木材価格の低迷などにより平成23年度末の目標に達しなかったが、森の工場に新たな事業体の参入があり、森林整備の更なる推進が期待される。	・森の工場の推進 ・事業体の育成 ・担い手の育成確保 ・放置林の解消	◆間伐・皆伐の推進による木材増産 ◆再造林の推進
11 れいほくスケルトン(嶺北材の邸別販売)の促進 《嶺北地域全域》	れいほくスケルトン(嶺北材の邸別販売)の促進に向けた取組により、嶺北材の販路拡大を図る。	・(株)SUN SHOW ・レイホク木材工業(協) ・吉野川リビング(協) ・土佐町	・企画・品質管理(H21～23) ・販売先との連携(H21～23) ・PR活動(H21～23) ◆見学会・セミナー等による普及・PR活動、モデル住宅の建設による目に見える形での「れいほくスケルトン」の良さのPRに取り組み、また、関東方面への本格的な販売に取り組んでいたが、中心的な取組を行ってきた企業の経営破綻により、平成23年度に「嶺北材ブランド化協議会」は解散した。その後、地域内の関係者で協議を重ね、新たな組織で連携を図りながら、邸別販売を模索することとなった。	・邸別販売のコンセプト、ルールの見直し ・新組織の設立 ・品質管理のチェック体制 ・販売戦略の再構築	◆品質管理の体制づくり ◆販売促進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
黒牛の販売額
(H19:7.0千万円)
(H22:6.5千万円)
8.2千万円
＜大川黒牛＞更新牛の増頭、繁殖雌牛の導入
繁殖雌牛の自家更新・外部導入(45頭(H23)→75頭((H27))
出荷羽数
(H19:1万羽)
(H22:5.1万羽)
10万羽
＜土佐はちきん地鶏＞飼養管理技術の向上及び食鳥処理施設の整備
中期事業計画の実践(経営改善、体制改善、販路拡大等)
次期中期事業計画の策定
次期中期事業計画の実践
飼養管理技術の向上(先進事例の視察、研修会の実施等)
食鳥処理・加工施設の検討
食鳥処理・加工施設の整備
はちきん地鶏の販路開拓、加工品の開発・販路開拓
村内農家への普及と飼育開始
素材生産量
(H19:76,404m3)
(H22:56,464m3)
150,000m3
間伐・皆伐の推進による木材増産
森の工場の推進、林業事業体の育成、林業の担い手の育成確保
原木の増産体制の強化(皆伐の推進)
原木市場の整備
(本山町)
原木の流通体制の強化
再造林の推進
再造林の補助制度を活用した伐採跡地の更新
木材の出荷量
900m3
品質管理の体制づくり
部別販売のコンセプト、ルールの見直し
品質管理の構築
品質管理の徹底
販売促進
販路の構築、工務店(設計士)との信頼関係の構築
販路の強化、工務店(設計士)との信頼関係の強化

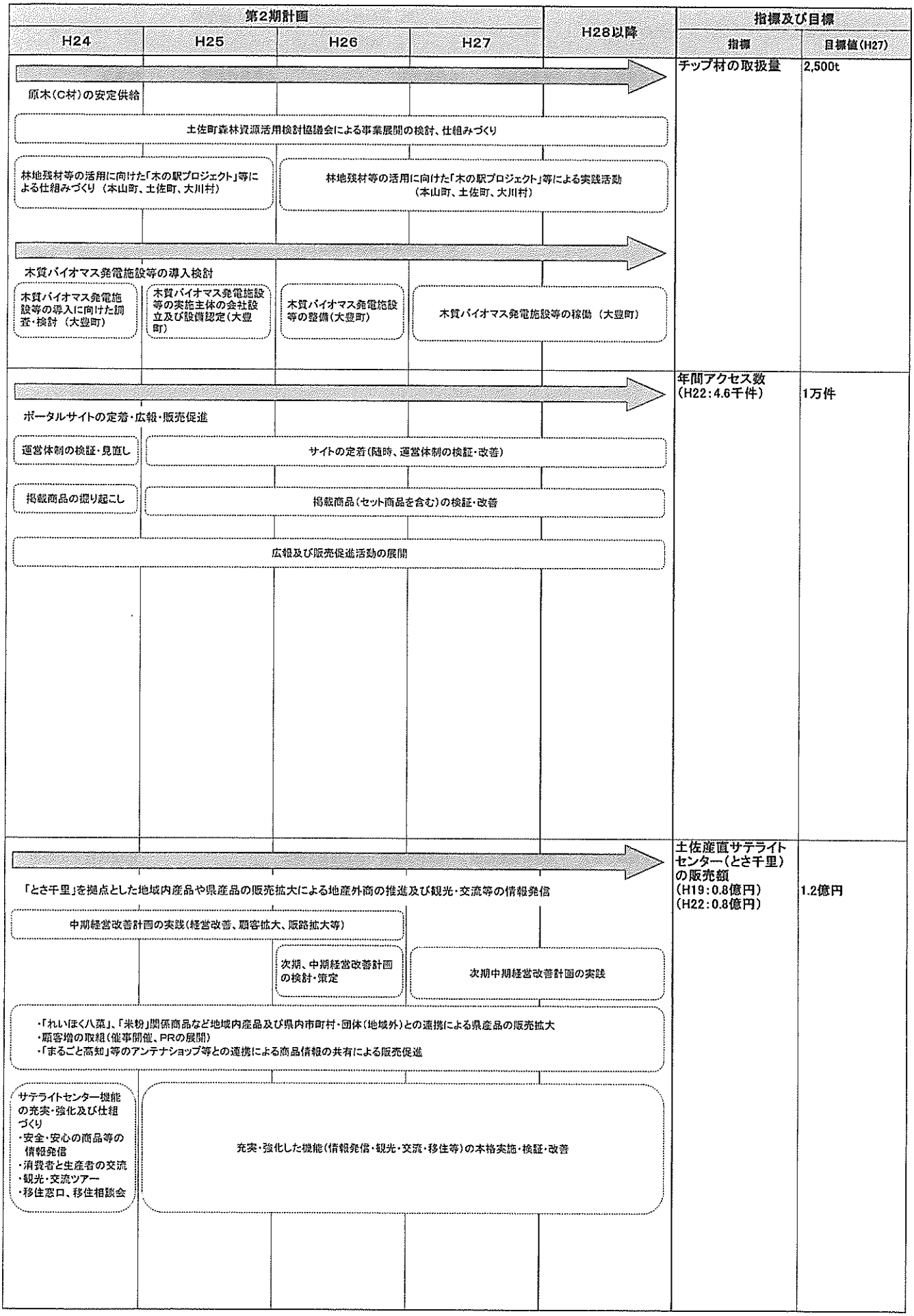
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
12 県産材の地域における率先利用 《嶺北地域全域》	地域内で生産された木材や製材品は、大部分が県外へ出荷されていることから、地域内で率先的に利用することにより、地産地消を推進する。	・民間事業者 ・本山町 ・大豊町 ・土佐町 ・大川村	・地域内での消費拡大に向けた取組(H21～23) ◆学校等への机・椅子の木製化への取組や、H22年度には大川村役場の木造化、H23年度には土佐町役場の木造化(H24年度に繰り越し)と、各町村での公共的な施設における木造化や木製品の積極的な導入が進んでいる。	・公共施設での地域材の利用促進	◆地域内での消費拡大に向けた取組 ◆CLT工法の導入
13 木工製品の製造・販売による地域の活性化 《本山町》	人に優しい木工製品の企画・製造・販売を促進し、嶺北産材の良さや手づくりの良さのPRにより、地域の新たな特色のある取組に育て、地域の活性化に結びつける。	・ばうむ合同会社 ・本山町	・企画・製造・販売の促進(H21～23) ◆机・椅子の販売数の目標値には達しないが、消費者ニーズに合わせた規格変更を行った。また、それ以外の商品開発(もくレース、各種ノベルティーグッズなど)も行い、売り上げを伸ばした。	・販路の拡大及び効果的なPR活動の展開	◆販路の拡大、PR活動の展開
14 特用林産物(シキミ、サカキ)の拠点づくり 《嶺北地域全域》	小規模・分散化している生産者を集約し、地域内の豊富な特用林産物(シキミ、サカキ)を収益につなげるため、地区単位での生産体制と集出荷体制の整備による拠点づくりを行う。	・生産者 ・(財)本山町農業公社 ・土佐町森林組合	・栽培管理等の研修(H21～23) ◆病害虫防除研修や束ね方研修などを通じ、生産者への生産技術向上が図られた。 ・共同出荷の開始(H23) ◆シキミ・サカキの共同集出荷体制の整備を目標とし、数々の活動を行った結果、少量ではあるが共同集出荷を実施することができた。	・地区単位での生産体制と出荷体制の整備による拠点づくり	◆地域単位での生産体制と集出荷体制の整備による拠点づくり
15 大型製材工場の設置による地域材の利用の促進 《嶺北地域全域》	大型製材工場の誘致により地域材の利用を促進し、林業従事者の増加や所得の向上、事業体による雇用の促進へとつなげる。	・高知おおとよ製材(株) ・大豊町	・大型製材工場の誘致(H21～23) ◆誘致先企業と具体的な誘致交渉の結果、H23年9月に大豊町への進出協定の締結が実現した。	・大型製材工場の設置 ・原木の供給体制づくり	◆大型製材工場の設置 ◆原木の供給体制づくり


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
地域内での消費拡大に向けた取組
公共施設及び公共事業等での県産材の利用拡大
町村発注工事の木材利用量
(H19:31m3)
(H21:17m3)
24m3
CLT工法の導入
CLT工法導入に向けた調査・研究（大豊町）
CLT工法モデルハウス建設（大豊町）
大豊町発CLT工法の普及・啓発（大豊町）
販路の拡大、PR活動の展開
関東圏の営業拠点の設置
販路拡大・PR活動実施(関東圏)木レース等雑貨・内装部材等
品質確保・生産拡大・安定供給に向けた体制づくり
事務用品・内装材の開発・
不燃処理等内装材の使用検討
販路拡大(高知県内・四国内)学習机等
家具等の商品充実に向けた取組
新たな顧客の掘り起こしの為に木材の普及活動の実施(環境教育セミナー・木工教室・森林ツアーの実施)
木工製品全般の売上金額
(H19: ー)
(H23:2.5千万円)
5千万円
地域単位での生産体制と集出荷体制の整備による拠点づくり
生産・集荷・出荷体制の検討・構築
集荷・出荷施設の整備
生産・集荷・出荷体制の定着
地域内の就労体制の調整、栽培管理・出荷規格に係る技術指導
販売数量
(H19: ー)
(H23:604kg)
10,820kg
大型製材工場の設置
施設整備
操業開始
フル生産
健全運営
製材品の生産量
55,000m3
原木の供給体制づくり
(No.10の取組による)

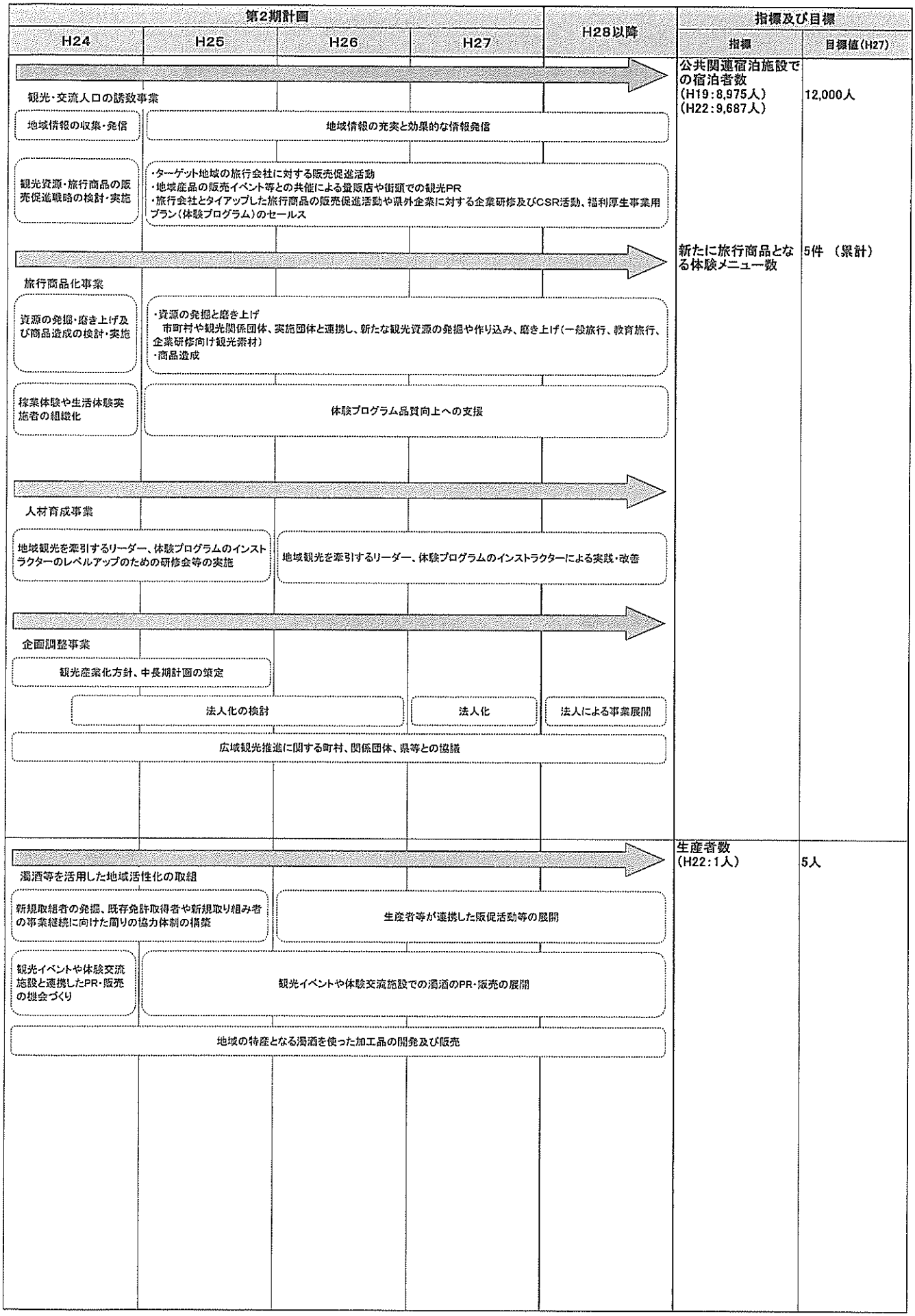
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
16 木質バイオマス利用拡大の取組 《嶺北地域全域》	木質バイオマスの利用拡大と林業の活性化を図る。	・民間事業者 ・本山町 ・大豊町 ・土佐町 ・大川村	・加工施設の設置・事業展開(H23) ・木質バイオマスボイラー等の導入設置(H22～23) ◆木質バイオマス利用施設の導入により、木質資源の利活用が促進された。また、工場残材の有効利用により、燃料コスト削減が成果として見え始めている。 一方、木質バイオマス加工施設の建設が進んでいることから、H24以降は地域内の未利用間伐材(林地残材)の利活用が促進されることに期待ができる。	・原木(C材)の安定供給体制の構築 ・木質バイオマスの利用拡大	◆原木(C材)の安定供給 ◆木質バイオマス発電施設等の導入検討
17 地域産品販売ポータルサイトによる商業展開・情報発信 《嶺北地域全域》	地域産品を販売するポータルサイトを定着・発展させて、ネットビジネスの手段を持たない地域の商業者の所得の向上を図るとともに、地域の情報発信を行う。	・特定非営利活動法人 土佐さめうら観光協会 ・ポータルサイト利用事業者	・ポータルサイト「土佐さめうら◦商店街」の開設(H21) ・セット商品(ギフト用等)の開発掲載(H22～23) ・周知・PR活動(H21～23) ◆地域雇用創造実現事業を活用して土佐町雇用創造協議会が主体となり、ポータルサイトを平成21年10月に開設し、情報ツールを持たない商業者の商品を掲載し事業展開を図ってきた。セット商品の開発やチラシ等によるPR活動を行ってきたが、アクセス数、販売数が伸びていない現状である。 土佐町の地域雇用創造実現事業が22年度で終了したことから、23年4月から、(株)れいほく未来が事業を引き継いでいるが、新たなセット商品の開発等の魅力ある商品掲載による販売増が課題となっている。	・販売手数料等の運営体制の整備・見直し ・販売量増に向けた多面的な取組	◆ポータルサイトの定着・広報・販売促進
18 土佐産直サテライトセンター(とさ千里(大阪))の活性化による地産外商の促進 《嶺北地域全域》	土佐産直サテライトセンター(とさ千里)を関西圏におけるアンテナショップとして、米粉を活用したビジネスの展開や、「れいほく八菜」をはじめとする嶺北地域や高知県の産品を取り扱う地産外商の拠点となるように取組を進める。 あわせて、交流人口の拡大に向けた情報を発信する。	・㈱とさ千里 ・JA土佐れいほく ・土佐町	・総合補助金の導入による米粉パン工房等の整備(H22) ・野菜供給システムの再構築(H23) ◆H22.9にリニューアルオープンし、産直店として嶺北地域の産品を中心に、県産品の販売を行い、地産外商の拠点として活動している。同店では、嶺北地域を中心とした野菜を主力商品として販売するとともに、米粉パンの製造販売を開始した。 リニューアルオープンしたものの近隣には量販店が複数存在し、競争が激しいエリアでもあり、以前の顧客が回帰しておらず、販売額が伸び悩んでいる。嶺北地域の野菜がスムーズに供給できるよう関係機関(JA、土佐町等)で新たなシステムを構築するとともに催事等を多く開催してPR活動を展開中である。また、新商品の情報について「まるごと高知」、「てんこす」から県を通じて情報提供を受けるなど日々、販売拡大に向けた取組を行っている。	・顧客の回復及び新規顧客の開拓 ・野菜供給システムの構築	◆「とさ千里」を拠点とした地域内産品や県産品の販売拡大による地産外商の推進及び観光・交流等の情報発信


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
チップ材の取扱量
2,500t
原木(C材)の安定供給
土佐町森林資源活用検討協議会による事業展開の検討、仕組みづくり
林地残材等の活用に向けた「木の駅プロジェクト」等による仕組みづくり（本山町、土佐町、大川村）
林地残材等の活用に向けた「木の駅プロジェクト」等による実践活動（本山町、土佐町、大川村）
木質バイオマス発電施設等の導入検討
木質バイオマス発電施設等の導入に向けた調査・検討（大豊町）
木質バイオマス発電施設等の実施主体の会社設立及び設備認定(大豊町)
木質バイオマス発電施設等の整備(大豊町)
木質バイオマス発電施設等の稼働（大豊町）
年間アクセス数
(H22:4.6千件)
1万件
ポータルサイトの定着・広報・販売促進
運営体制の検証・見直し
サイトの定着(随時、運営体制の検証・改善)
掲載商品の掘り起こし
掲載商品(セット商品を含む)の検証・改善
広報及び販売促進活動の展開
土佐産直サテライトセンター(とさ千里)の販売額
(H19:0.8億円)
(H22:0.8億円)
1.2億円
「とさ千里」を拠点とした地域内産品や県産品の販売拡大による地産外商の推進及び観光・交流等の情報発信
中期経営改善計画の実践(経営改善、顧客拡大、販路拡大等)
次期、中期経営改善計画の検討・策定
次期中期経営改善計画の実践
・「れいほく八菜」、「米粉」関係商品など地域内産品及び県内市町村・団体(地域外)との連携による県産品の販売拡大
・顧客増の取組(催事開催、PRの展開)
・「まるごと高知」等のアンテナショップ等との連携による商品情報の共有による販売促進
サテライトセンター機能の充実・強化及び仕組づくり
・安全・安心の商品等の情報発信
・消費者と生産者の交流
・観光・交流ツアー
・移住窓口、移住相談会
充実・強化した機能(情報発信・観光・交流・移住等)の本格実施・検証・改善

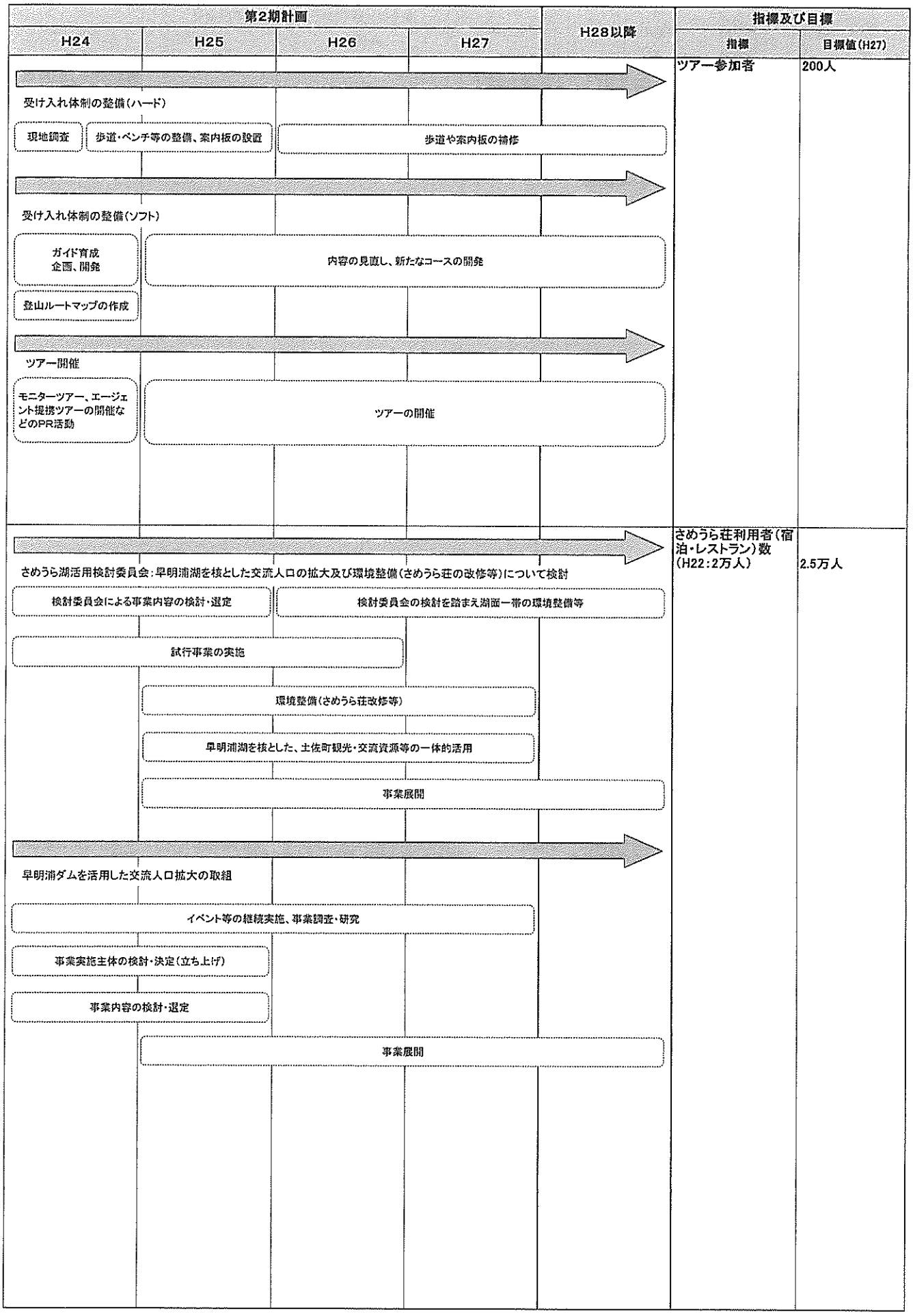
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
19 嶺北地域の連携による交流人口の拡大 《嶺北地域全域》	観光を軸として、吉野川の水源地域における豊富な地域資源や特色のある取組などを横断的につなぐ場と仕組みをつくることにより、「れいほく」の魅力をグレードアップさせるとともに、一元的な情報発信により、交流人口の拡大を目指す。	・嶺北地域観光・交流推進協議会	・嶺北地域観光・交流推進協議会の設立(H21) ・観光・交流パンフレット「逢える」の製作・PR活動への活用(H22～23) ・観光ガイド研修、モニターツアー等の実施(H23) ◆嶺北地域の観光・交流の推進には、4町村の連携した取組が効果的であるという各町村の認識から、広域パンフレットの作成などの具体的な事業を進めることと併せて、推進母体の必要性について議論を進め、22年10月に嶺北地域観光・交流推進協議会が設立された。 共同事業(ガイド研修、PR活動等)を実施することにより連携した活動を行っているが、取り組み始めたばかりであり、今後も、継続した取組が必要である。また、協議会では、コーディネートする組織(人)の発掘も大きな課題となっており、共同事業を実施する中で見出していく必要がある。	・嶺北4町村の連携による事業の展開 ・コーディネートする組織(人)の発掘	◆観光・交流人口の誘致事業 ◆旅行商品化事業 ◆人材育成事業 ◆企画調整事業
20 濁酒等を活用した地域資源との連携による地域の活性化 《大豊町、本山町》	地域の特産品となる濁酒等の製造・販売と地域の観光資源との連携によって、交流人口の拡大を図り、地域の活性化につなげる。	・生産者 ・大豊町濁酒協議会 ・本山町濁酒協議会	・濁酒製造免許取得(H22～23) H22.5 大豊町で濁酒製造を開始 H23.4 本山町で濁酒製造を開始 ◆2町でそれぞれの取組が始まり、大豊町では地元新聞に取り上げられたこともあって、初年度の生産量は計画を上回ることができた。 一方、競合となる生産者が県内で増加傾向にあり、地域活性化の一つのツールとして、うまく活かしていく仕組みを構築していく必要がある。	・濁酒生産農家の拡充 ・販促・PR	◆濁酒等を活用した地域活性化の取組


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
観光・交流人口の誘致事業
地域情報の収集・発信
地域情報の充実と効果的な情報発信
観光資源・旅行商品の販売促進戦略の検討・実施
・ターゲット地域の旅行会社に対する販売促進活動
・地域産品の販売イベント等との共催による量販店や街頭での観光PR
・旅行会社とタイアップした旅行商品の販売促進活動や県外企業に対する企業研修及びCSR活動、福利厚生事業用プラン(体験プログラム)のセールス
公共関連宿泊施設での宿泊者数
(H19:8,975人)
(H22:9,687人)
12,000人
旅行商品化事業
資源の発掘・磨き上げ及び商品造成の検討・実施
・資源の発掘と磨き上げ
市町村や観光関係団体、実施団体と連携し、新たな観光資源の発掘や作り込み、磨き上げ(一般旅行、教育旅行、企業研修向け観光素材)
・商品造成
稼業体験や生活体験実施者の組織化
体験プログラム品質向上への支援
新たに旅行商品となる体験メニュー数
5件 (累計)
人材育成事業
地域観光を牽引するリーダー、体験プログラムのインストラクターのレベルアップのための研修会等の実施
地域観光を牽引するリーダー、体験プログラムのインストラクターによる実践・改善
企画調整事業
観光産業化方針、中長期計画の策定
法人化の検討
法人化
法人による事業展開
広域観光推進に関する町村、関係団体、県等との協議
濁酒等を活用した地域活性化の取組
新規取組者の発掘、既存免許取得者や新規取り組み者の事業継続に向けた周りの協力体制の構築
生産者等が連携した販促活動等の展開
観光イベントや体験交流施設と連携したPR・販売の機会づくり
観光イベントや体験交流施設での濁酒のPR・販売の展開
地域の特産となる濁酒を使った加工品の開発及び販売
生産者数
(H22:1人)
5人

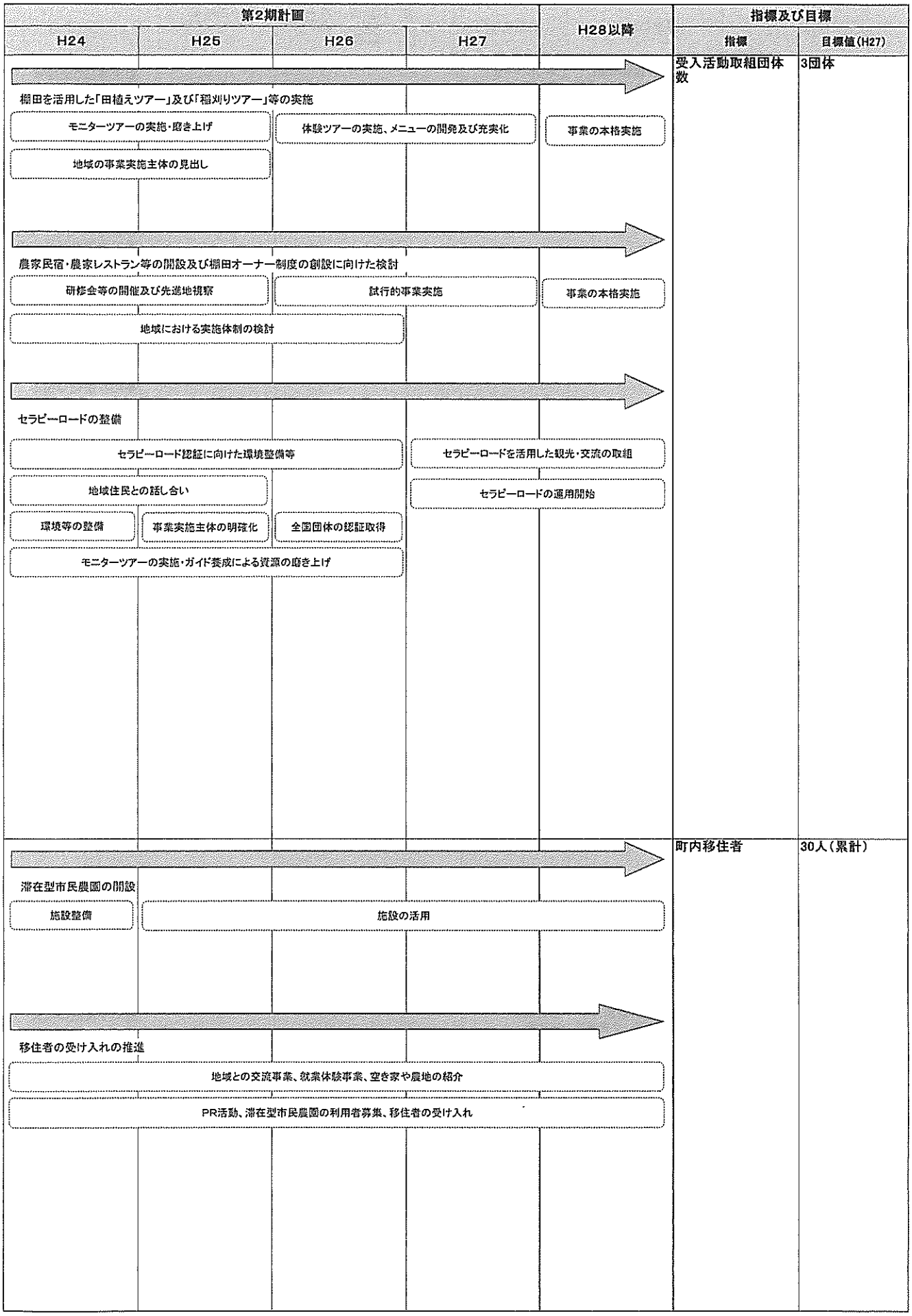
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
21 白髪山・工石山を活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組 《本山町》	白髪山、工石山(奥工石)の有する豊かな自然、貴重な地質や森林資源などを活かした取組や嶺北地域の他の資源との連携も視野に入れた取組を進め、交流人口の拡大を目指す。	・本山町白髪山・工石山保全活用推進協議会 ・本山町	・地元団体との協議(H22～23) ・本山町白髪山・工石山保全活用推進協議会の設立と事業計画の策定(H23) ◆取組を推進する関係者・機関により、案内ルートの整備、ガイドの養成研修、現地調査などを行うなど活用に向けた協議が開始された。当初の計画からは遅れたが、平成23年11月に推進母体となる本山町白髪山・工石山保全活用推進協議会が設立され、推進体制が整った。	・取組内容の構築 ・ガイドの養成	◆受け入れ体制の整備(ハード) ◆受け入れ体制の整備(ソフト) ◆ツアー開催
22 早明浦ダムを活用した交流人口の拡大による地域活性化の取組 《土佐町、大川村》	早明浦ダムでの釣大会の開催、遊覧船・ウォータースポーツなど湖面を活用したレジャープラン等の実施、また嶺北地域内の他資源とも連携して取り組む等、早明浦ダムを核とした交流人口の拡大を目指す。 また、H23年度に組織した「さめうら湖の利用に関する検討委員会」の検討を踏まえ、宿泊施設等、湖面一帯の整備を図る。	・民間事業者(早明浦湖面利用者協議会)等 ・土佐町 ・大川村	・モニターツアーの実施(H22～23) ・釣り大会の開催(H22～23) ・PR活動 ・研修会等への参加 ◆地域雇用創造実現事業を活用して土佐町雇用創造協議会が主体となり、関係機関で協議を行うとともに、湖面の活用に関する実験事業(各種モニターツアー)を展開してきた。 22年度に同事業は終了したが、土佐町では土佐町雇用創造協議会により引き続き湖面活用の取組の検討を行っており、その取組の中で、関係機関と調整しながら具体的な推進母体や事業内容を見出していくこととしている。 水資源機構の基本的な方向性も確認できたため、その方向性に沿った検討を開始した。	・事業推進母体の構築 ・取組内容の構築	◆さめうら湖活用検討委員会:早明浦湖を核とした交流人口の拡大及び環境整備(さめうら荘の改修等)について検討 ◆早明浦ダムを活用した交流人口拡大の取組


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ツアー参加者
200人
受け入れ体制の整備(ハード)
現地調査
歩道・ベンチ等の整備、案内板の設置
歩道や案内板の補修
受け入れ体制の整備(ソフト)
ガイド育成
企画、開発
内容の見直し、新たなコースの開発
登山ルートマップの作成
ツアー開催
モニターツアー、エージェント提携ツアーの開催などのPR活動
ツアーの開催
さめうら湖活用検討委員会:早明浦湖を核とした交流人口の拡大及び環境整備(さめうら荘の改修等)について検討
検討委員会による事業内容の検討・選定
検討委員会の検討を踏まえ湖面一帯の環境整備等
試行事業の実施
環境整備(さめうら荘改修等)
早明浦湖を核とした、土佐町観光・交流資源等の一体的活用
事業展開
さめうら荘利用者(宿泊・レストラン)数
(H22:2万人)
2.5万人
早明浦ダムを活用した交流人口拡大の取組
イベント等の継続実施、事業調査・研究
事業実施主体の検討・決定(立ち上げ)
事業内容の検討・選定
事業展開

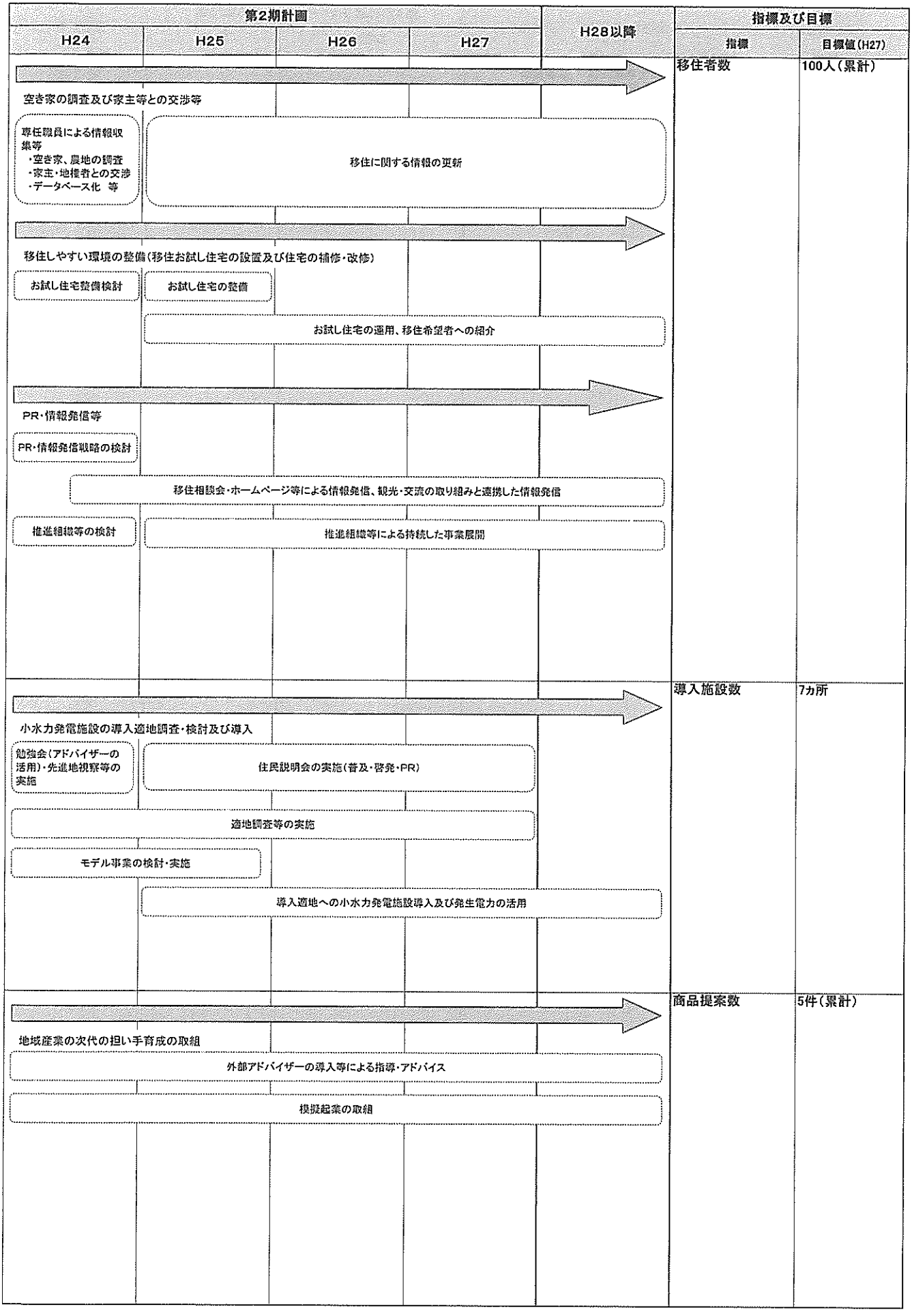
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
23 棚田を活用した観光・交流人口の拡大による地域活性化の取組 《土佐町》	土佐町の地域資源である「棚田」を活用し、体験ツアー実施や農家民宿・農家レストランの開設、オーナー制度の創設等により、観光・交流人口の拡大を図る。 併せて棚田の名所である溜井部落の農業用水沿いの道を「セラピーロード」として整備し、土佐町への新たな誘客を図る。	・(株)れいほく未来 ・NPO法人土佐さめうら観光協会 ・(株)とさ千里 ・土佐町			◆棚田を活用した「田植えツアー」及び「稲刈りツアー」等の実施 ◆農家民宿・農家レストラン等の開設及び棚田オーナー制度の創設に向けた検討 ◆セラピーロードの整備
24 滞在型市民農園の推進による地域の活性化 《本山町》	滞在型市民農園を整備し、都市部の住民の農業や田舎暮らしへの関心を高めて地域への移住につなげ、産業の活性化、雇用の創出、交流人口の拡大、農業の担い手づくり等による地域の活性化を図る。	・本山町	・滞在型市民農園の開設準備(法手続き、用地取得、開設に係る用地の測量、施設設計)(H23) ・滞在型市民農園のPR(H23) ◆施設整備については、用地の取得の目途は立ったものの、法手続きについて関係機関との調整に時間を要しており、手続きが完了するのは平成24年2月となった。そのため、用地造成等に至っておらず、施設整備は平成24年度に行うこととしている。 クラインガルテン活用を推進する本山町市民農園整備促進協議会を23年12月に設立し、詳細設計内容の検証や地域とクラインガルテン滞在者の交流事業内容の検討を行うこととしている。	・滞在後の移住に向けた支援 ・地域住民などと連携した移住希望者の受け入れ体制の確立	◆滞在型市民農園の開設 ◆移住者の受け入れの推進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
受入活動取組団体数
3団体
棚田を活用した「田植えツアー」及び「稲刈りツアー」等の実施
モニターツアーの実施・磨き上げ
体験ツアーの実施、メニューの開発及び充実化
事業の本格実施
地域の事業実施主体の見出し
農家民宿・農家レストラン等の開設及び棚田オーナー制度の創設に向けた検討
研修会等の開催及び先進地視察
試行的事業実施
事業の本格実施
地域における実施体制の検討
セラピーロードの整備
セラピーロード認証に向けた環境整備等
セラピーロードを活用した観光・交流の取組
地域住民との話し合い
セラピーロードの運用開始
環境等の整備
事業実施主体の明確化
全国団体の認証取得
モニターツアーの実施・ガイド養成による資源の磨き上げ
町内移住者
30人(累計)
滞在型市民農園の開設
施設整備
施設の活用
移住者の受け入れの推進
地域との交流事業、就業体験事業、空き家や農地の紹介
PR活動、滞在型市民農園の利用者募集、移住者の受け入れ

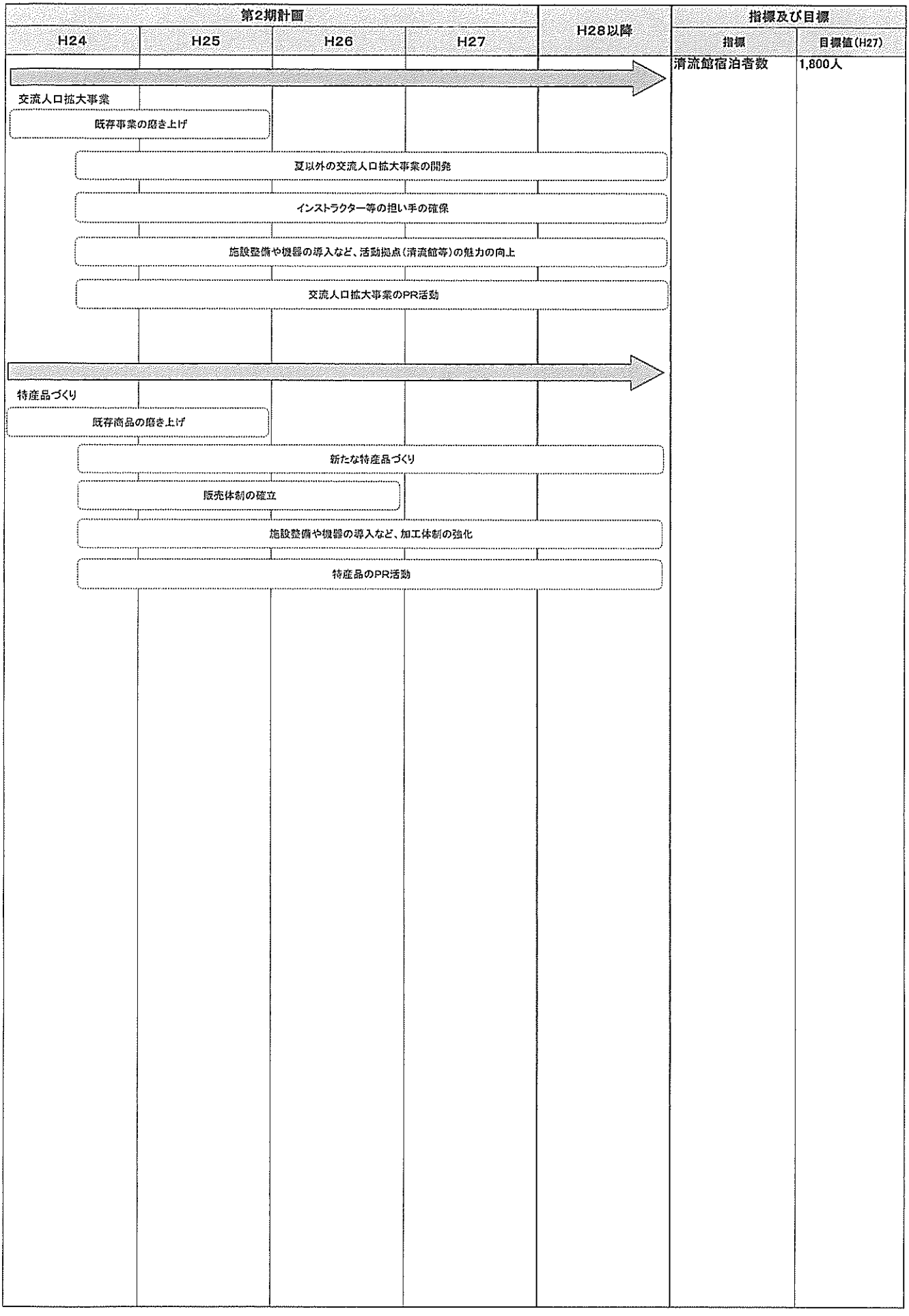
【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画（H21～23）の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
25 嶺北地域の連携による移住促進の取組 《嶺北地域全域》	4町村が各町村内の空き家や農地等の情報を収集して嶺北地域の移住に関する情報をデータベース化し、嶺北地域に移住しやすい環境を整えることにより、嶺北地域への移住・定住人口の拡大を図る。 また、観光・交流の取組とも連携して、地域の情報発信を行い、観光・交流から移住に繋げる取組を実施する。	・れいほく田舎暮らしネットワーク ・本山町 ・大豊町 ・土佐町 ・大川村			◆空き家の調査及び家主等との交渉等 ◆移住しやすい環境の整備（移住お試し住宅の設置及び住宅の補修・改修） ◆PR・情報発信等
26 小水力発電の導入による地域活性化の取組 《嶺北地域全域》	地球温暖化防止対策等として再生可能エネルギーの利用の関心が高まっているなか、地域の豊富な水資源を活用して小水力発電を導入することにより、再生可能エネルギー取組の先進地として地域の活性化を図る。	・本山町 ・大豊町 ・土佐町 ・大川村			◆小水力発電施設の導入適地調査・検討及び導入
27 地域内高校と連携した将来の担い手育成に関する取組 《嶺北地域全域》	地域内高校（嶺北高校）と連携し、高校の課外活動の中で地域産業の担い手育成プログラムに取り組むことを通じて、地域産業の次代の担い手育成を進める。 また、地域と連携した特色ある高校づくりをすすめることで、地域に必要な学校としての存在意義を高める。	・（株）れいほく未来 ・嶺北高校 ・本山町 ・大豊町 ・土佐町 ・大川村			◆地域産業の次代の担い手育成の取組


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
移住者数
100人(累計)
空き家の調査及び家主等との交渉等
専任職員による情報収集等
・空き家、農地の調査
・家主・地権者との交渉
・データベース化 等
移住に関する情報の更新
移住しやすい環境の整備(移住お試し住宅の設置及び住宅の補修・改修)
お試し住宅整備検討
お試し住宅の整備
お試し住宅の運用、移住希望者への紹介
PR・情報発信等
PR・情報発信戦略の検討
移住相談会・ホームページ等による情報発信、観光・交流の取り組みと連携した情報発信
推進組織等の検討
推進組織等による持続した事業展開
導入施設数
7カ所
小水力発電施設の導入適地調査・検討及び導入
勉強会(アドバイザーの活用)・先進地視察等の実施
住民説明会の実施(普及・啓発・PR)
適地調査等の実施
モデル事業の検討・実施
導入適地への小水力発電施設導入及び発生電力の活用
商品提案数
5件(累計)
地域産業の次代の担い手育成の取組
外部アドバイザーの導入等による指導・アドバイス
模擬起業の取組

【嶺北地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
28 集落活動センター「汗見川」が実施する交流人口拡大事業と特産品づくりによる地域活性化の取組 《本山町》	汗見川や清流館等を活用した交流人口拡大事業及びシソや蕎麦等を活用した特産品づくりにより、地域の活性化を目指す。	・汗見川活性化推進委員会 ・本山町			◆交流人口拡大事業 ◆特産品づくり


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
消流館宿泊者数
1,800人
交流人口拡大事業
既存事業の磨き上げ
夏以外の交流人口拡大事業の開発
インストラクター等の担い手の確保
施設整備や機器の導入など、活動拠点(消流館等)の魅力の向上
交流人口拡大事業のPR活動
特産品づくり
既存商品の磨き上げ
新たな特産品づくり
販売体制の確立
施設整備や機器の導入など、加工体制の強化
特産品のPR活動

Ⅲ　各地域の具体的な取組

5　仁淀川地域

5　仁淀川地域

（１）　地域の産業を取り巻く状況

当地域の総人口は減少傾向にあり、平成 22 年の国勢調査では 86,020 人となっています。また、少子化及び高齢化が進行し、人口構成は 65 歳以上の高齢者が約 33％を占め、生産年齢人口は約 56％となっています。

当地域は、農林水産業や紙産業など、水資源とつながりがある産業に支えられており、仁淀川を介した自然、生活文化との関わりが強い地域であるといえます。

農業については、仁淀川の下流域を中心とする平地・丘陵地農業と、上流域を中心とする中山間地農業からなり、現在、ピーマン、トマト、ショウガ、ニラ、茶、薬草等の地域特性を活かした農業の展開や集出荷施設の整備による集出荷体制の強化等に取り組んでいますが、農家人口の減少や農業従事者の高齢化、耕作放棄地の増加など、農業を取り巻く状況は厳しいものがあります。

林業については、上流域を中心にして豊富な森林資源の供給地区となっていますが、長引く木材価格の低迷や林業従事者の減少と高齢化により、安定的な供給に支障をきたすなど、厳しい状況に直面しています。その一方で、国際的な木材の需給の状況や、地球温暖化の防止等に対する森林への関心の高さなどを背景に、国産材を見直す動きが見られます。こうした状況の中、「森の工場」の整備に積極的に取り組み、整備地区も拡大してきています。

当地域で行われている海面漁業は、大消費地である高知市近郊という地の利はあるものの、魚価の低迷や資材などの高騰、漁業就業者の高齢化と後継者の減少といった問題を抱えています。こうした状況の中、宇佐のうるめを売り出そうと、平成 21 年度から漁協や商工会など地域の団体が協力して「宇佐の一本釣りうるめ」のブランド化に取り組んでおり、その成果が期待されます。

市街地を中心とした商業は、大型量販店等の進出などによる人の流れの局地化や高知市への購買力の流出により、商店街の活力が低下しています。また、仁淀川地域の伝統産業から発展した紙産業は、多種多様な品目の生産がなされ、国際的に大きなシェアを占める企業も見られます。一方、手すき和紙については、高い品質と伝統に支えられてはいるものの、販路が限られていることから、「土佐和紙」の伝統や品質の良さを広くＰＲし、新たな需要の開拓や販路拡大に向けた取組が重要になっています。また、職人の高齢化が進み、後継者対策も喫緊の課題となっています。

観光面では、自然環境を活かした体験型の施設もあり、連携による発展の可能性が見込まれるものの、面的なつながりが弱く、相乗効果が生じていない状況にあります。こうした状況の中、仁淀川流域全体の魅力を高め広域的な観光情報の発信等に取り組もうと、流域内の市町村と観光協会が連携して「仁淀川地域観光協議会」を設立し、地域資源を活用した旅行商品等の企画・造成や、旅行会社と連携した取組が進んでいます。

（２）　地域アクションプランの概要

当地域では、「奇跡の清流仁淀川」を軸に、仁淀川流域の保全や流域圏の活性化など、広域的な取組がなされています。それを基礎にして、海・川・山の恵まれた自然環境や土佐和紙に代表される伝統文化など、地域の資源や特色を活かしながら、下流域の市街地から上流域の山岳地域まで流域全体で多様な展開を図ります。

農業分野では、立地条件を活かし、野菜、花き、果樹等の園芸作物を主体とした基幹品目の振興をはじめ、高糖度トマトの生産・出荷販売の強化を図ります。また、良質茶の主産地である仁淀川流域の共通ブランドとして、「仁淀川流域茶」（仕上げ茶）の販売の拡大や、ミシマサイコ、サンショウ等の薬用作物の生産の拡大、土佐文旦の新たな販路の開拓や加工品の開発などに取り組みます。

林業分野では、杉・ヒノキを中心とする優良材を安定的に供給するため、「森の工場」を核にして事業体や担い手の育成に取り組み、間伐の面的な拡大と素材の増産を図ります。併せて、加工・流通体制を整備し、消費者ニーズに対応した高品質の製品づくりや流通コストの低減などに取り組み、林業・木材産業の再生を図ります。また、シキミ・サカキ、竹炭などの特用林産物の生産・販売の拡大に向けた取組を進めます。

水産業分野では、地域の特産品である「宇佐のうるめ」を活用した新たな加工品の開発や生鮮品の販路の開拓などにより、消費の拡大を図ります。また、地域限定の名物食として、観光分野と連携したＰＲ活動を行うなど、ブランド化に取り組みます。

商工業分野では、商工会等との連携による商店街の活性化、地域資源を活用した特産品や新しい紙製品の開発などに取り組みます。また、地域の伝統産業である「土佐和紙」については、販売を促進するため、県外へのＰＲ活動や県内の学校及び公共団体等での消費拡大に向けた取組を進めます。

観光分野では、太平洋や仁淀川、四国山地といった恵まれた自然環境や地域資源を活かして、仁淀川地域観光協議会を中心に関係機関・団体等と連携した広域的な観光ＰＲや一体的な情報発信などに取り組み、「奇跡の清流仁淀川」ブランドによる体験型観光などの推進による交流人口の拡大と食観光・物産販売など観光の産業化に向けた取組を進めます。

（３）　重点的な取組

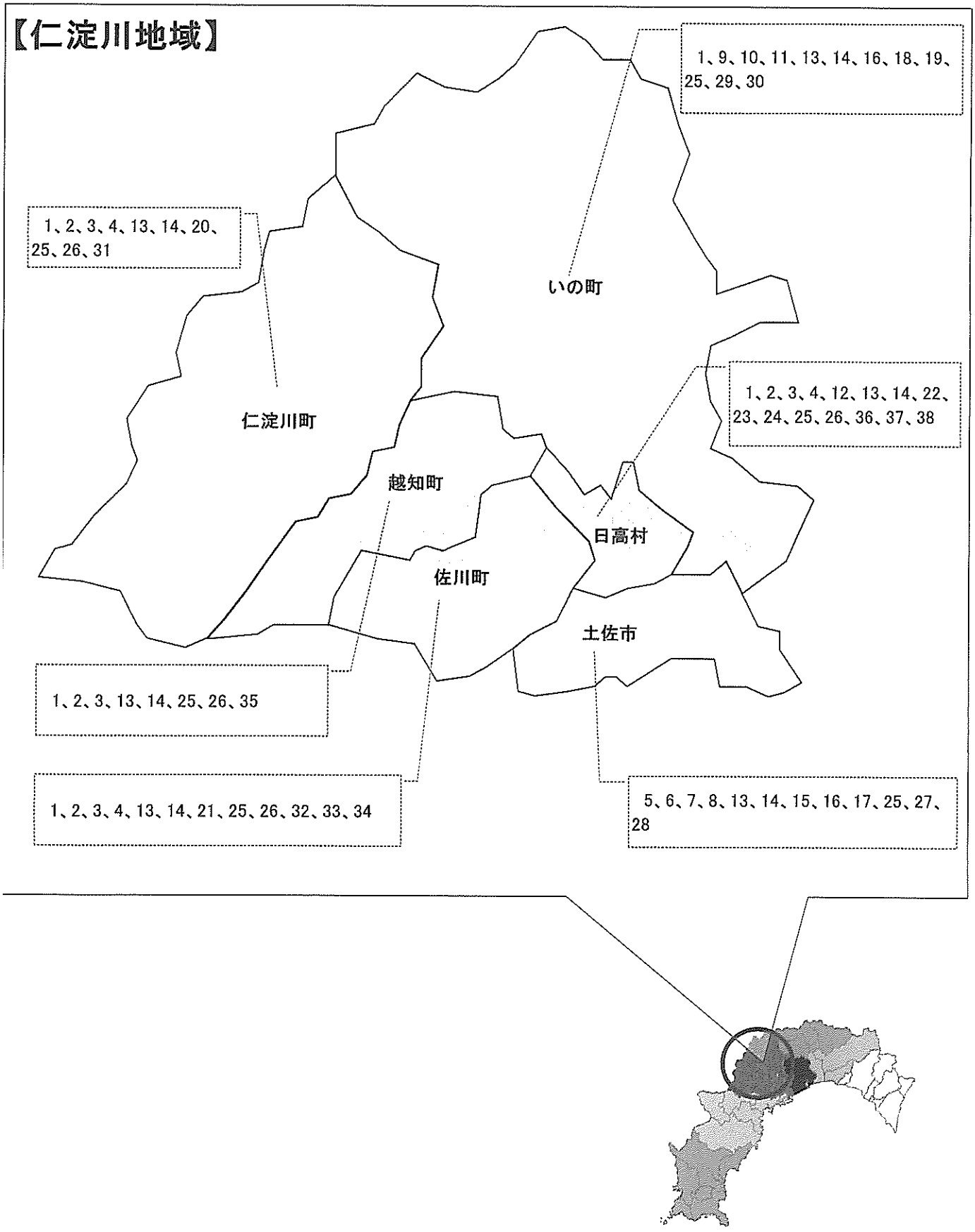
○ 地域の特色を活かした多様な農業の展開
（基幹品目の生産性及び品質の向上、高糖度トマトの産地の確立、「仁淀川流域茶」のブランド化、薬用作物の産地の拡大）
○ 「森の工場」などによる木材の増産体制の確立
（事業体や担い手の育成）
○ 「宇佐のうるめ」の消費拡大
（地域の特産品のブランド化）
○ 「土佐和紙」の販売の促進
（土佐和紙の県内外での販売強化）
○ 仁淀川流域の広域観光の推進
（「奇跡の清流 仁淀川」ブランドによる体験型観光などの推進による交流人口の拡大と食観光・物産販売など観光の産業化の推進）

（４）　主要な指標及び目標

項　　目	実　績	目　標
基幹園芸品の出荷数量	H22：17,996t	H27：18,986t
高糖度トマトの販売額	H22：3.7億円	H27：5.1億円
仁淀川流域茶（仕上げ茶）の販売量	H22：茶全体の11.4%	H27：茶全体の16%
薬用作物の作付面積	H22：ﾐｼﾏｻｲｺ　47ha ｻﾝｼｮｳ　59ha ﾀﾞｲﾀﾞｲ　18ha	H27：ﾐｼﾏｻｲｺ　70ha ｻﾝｼｮｳ　80ha ﾀﾞｲﾀﾞｲ　30ha
木材の素材生産量	H22：3.7万㎥	H27：6.3万㎥
うるめ商品の販売額	H22：5,493千円	H27：100,000千円
土佐和紙の販売額	H22：6.6億円	H27：6.6億円
仁淀川地域観光協議会関連のツアー客数 公共関連宿泊施設での宿泊者数 主要観光施設の入込数	H23：　500人 H22：52,902人 H22：135,029人	H27：　730人 H27：56,000人 H27：140,000人

（５）　具体的な取組

No.	項目	土佐市	いの町	仁淀川町	佐川町	越知町	日高村
1	仁淀川流域茶の生産から販売までの一貫体制の強化による販売額の向上		●	●	●	●	●
2	地域を支える基幹品目の振興			●	●	●	●
3	薬用作物の産地拡大による所得の向上			●	●	●	●
4	力強い高糖度トマト産地の確立			●	●		●
5	JAとさし園芸産地ビジョン実現に向けた取組の推進と販売体制の強化	●					
6	加工用ワサビの加工の促進	●					
7	土佐文旦の加工	●					
8	生姜の加工（生姜出荷施設整備事業）	●					
9	いの地域における園芸産地の維持・発展		●				
10	集落営農の推進		●				
11	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		●				
12	農業振興ネットワークの構築による地域の活性化						●
13	仁淀川流域における木材産業の振興	●	●	●	●	●	●
14	特用林産物の販売拡大	●	●	●	●	●	●
15	うるめのブランド化	●					
16	「土佐和紙」の販売促進と保存・継承	●	●				
17	高岡日曜市の活性化などによる地域商業の振興	●					
18	いの町商店街（仁淀川七色商店街）の活性化		●				
19	地域産品を活用した冷菓等の製造販売		●				
20	㈱フードプランを中心とした農山村6次産業化の推進			●			
21	売れる商品づくりによる地産外商の推進				●		
22	企業進出による雇用の増と地元企業の活性化						●
23	地元企業の活性化（芋菓子加工販売拡大事業）						●
24	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）						●
25	「奇跡の清流仁淀川」流域の広域観光推進	●	●	●	●	●	●
26	仁淀川流域を中心としたジオパークへの取組による交流人口の拡大			●	●	●	●
27	集客施設の整備による新居地区の活性化	●					
28	体験型観光・食観光の推進	●					
29	体験型観光の推進と地域資源を活かした特産品づくり		●				
30	山岳資源を活用した交流人口の拡大		●				
31	観光情報の一元化とおもてなし観光の推進			●			
32	歴史的風致維持向上計画の推進				●		
33	佐川町における知的体験型観光の推進				●		
34	佐川町収蔵資料を活用した地域の活性化				●		
35	越知町の総合的な観光推進と地場産品の販売促進					●	
36	直販市を核とした観光資源の整備による交流人口の増と地域の活性化						●
37	屋形船を活用した拠点施設の整備による交流人口の増と地域の活性化						●
38	国宝を活用した観光資源の整備による交流人口の増と地域の活性化						●


【仁淀川地域】
1、9、10、11、13、14、16、18、19、25、29、30
1、2、3、4、13、14、20、25、26、31
いの町
仁淀川町
1、2、3、4、12、13、14、22、23、24、25、26、36、37、38
越知町
日高村
佐川町
土佐市
1、2、3、13、14、25、26、35
1、2、3、4、13、14、21、25、26、32、33、34
5、6、7、8、13、14、15、16、17、25、27、28

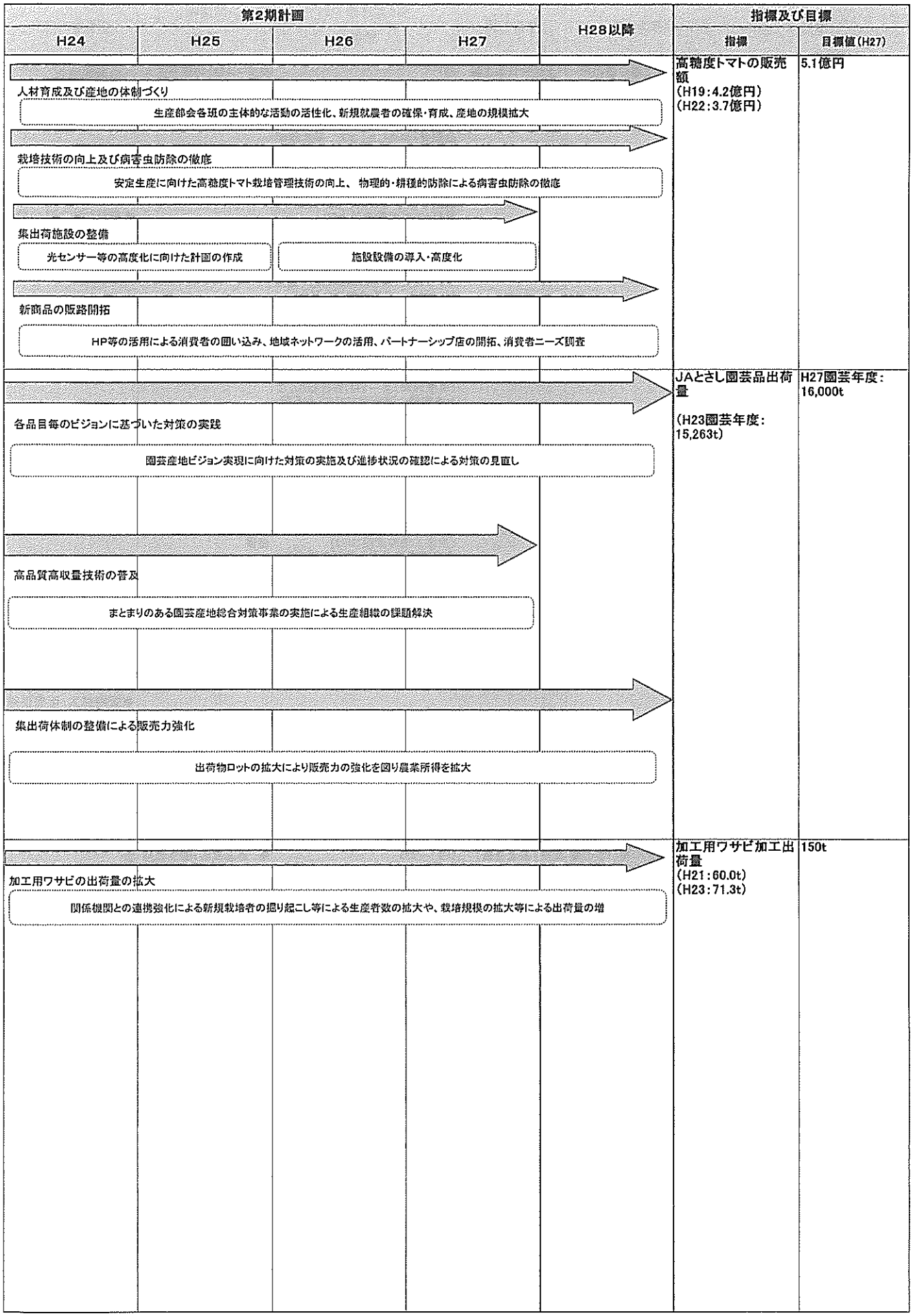
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1 仁淀川流域茶の生産から販売までの一貫体制の強化による販売額の向上 《いの町、仁淀川町、佐川町、越知町、日高村》	良質茶の主産地である仁淀川流域の生産者が共通認識のもと「仁淀川流域茶」(仕上げ茶)の販売を拡大するとともに、適正な栽培管理と効率的な生産体制の整備や、新たな加工品の開発と販路の開拓により、茶生産農家の所得の向上を図る。	・JAコスモス ・管内の茶生産組織	・仁淀川流域ぐるみで共通したブランド(仁淀川流域茶)意識の確立(H21～23) ◆目標の達成には一歩及ばなかったものの、仁淀川流域全体をイメージした販促資材を活用し、流域ぐるみで積極的な販促イベントやPR活動を実施することで、一定のブランドイメージの構築と知名度の向上を図ることができた。 ・生産の仕組みづくり(受委託、ゆい等)(H21～23) ◆優良茶園維持管理体制について生産者アンケートを実施、その結果、後継者を中心とした中長期的生産体制を検討することとなった。 ・加工品の開発(H21～23) ◆煎茶以外の紅茶などの商品開発にも取り組み、商品のレパートリーの拡充を図ることができた。	・さらなる知名度向上と消費拡大 ・小売販売量の増加 ・優良茶園の維持 ・新商品の開発	◆プロモーション能力の高い生産者の育成 ◆新たな取引先・販売先の確保 ◆栽培管理体制の確立 ◆消費者に魅力的な商品開発
2 地域を支える基幹品目の振興 《仁淀川町、佐川町、越知町、日高村》	中山間地域の ほ場条件や気象条件を活かした基幹品目(ニラ・ピーマン・ショウガ・食用山椒)の振興によって、農業所得の向上を図り、地域の活性化を目指す。	・JAコスモス ・JAコスモス各生産部会 ・越知町山椒生産組合	・栽培技術の向上、安定的な生産の維持(H21～23) ◆ニラは目標達成には及ばなかったが、施設整備による生産体制は整いつつある。新規就農者及び新規栽培者の確保・育成も行われ、今後の販売額の増加が期待される。 ピーマンは目標達成には及ばなかったが、新規栽培者の確保・育成も行われ、今後の栽培面積及び販売額の増加が期待される。 ・山椒の安定的な栽培技術の確立、加工品の開発と販売(H21～23) ◆目標は達成したが、収穫作業の人手不足、生育不良樹の発生等、新たな課題も出てきている。	・JAコスモスの基幹品目(ニラ・ピーマン・ショウガ)の栽培面積、生産者数の増加と栽培技術の向上による販売額の増加 ・山椒の生育不良樹対策、収穫期の雇用確保、加工品の検討	◆安定的な生産体制の維持と栽培技術の向上 ◆山椒の安定的な生産の確立、加工品の開発と販売
3 薬用作物の産地拡大による所得の向上 《仁淀川町、佐川町、越知町、日高村》	大手製薬会社と契約栽培を行っているミシマサイコ・サンショウ・ダイダイなどの薬用作物の産地を漢方薬の需要増に対応できるように拡大する。また生産農家の所得の向上と就労の場の確保を図る。	・農事組合法人ヒューマンライフ土佐	・薬用作物の産地の育成(H21～23) ◆農事組合法人ヒューマンライフ土佐が中心となって薬用作物の面積拡大に取り組んできた。その作付面積は仁淀川流域から嶺北、幡多地域まで拡大し、全県下的な取り組みになっている。特にサンショウの面積拡大が顕著であった。	・薬用作物の産地の育成	◆薬用作物の安定生産

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
プロモーション能力の高い生産者の育成 プロモーション講習会、イベントへの積極的参加による能力向上 新たな取引先・販売先の確保 イベント販売・商談会への参加 栽培管理体制の確立 栽培管理技術の向上・管理体制の検討及び確立 消費者に魅力的な商品開発 加工品(ほうじ茶、紅茶など)の新たな商品アイテムの開発					仕上茶の販売量 (H19:茶全体の7%) (H22:茶全体の11.4%)	16%
安定的な生産体制の維持と栽培技術の向上 新規就農者の確保・育成、生産組織の育成、産地の規模拡大、出荷施設等の整備 栽培管理技術の向上、物理的・耕種的防除による病害虫防除の徹底 山椒の安定的な生産の確立、加工品の開発と販売 栽培指針の作成と見直し、加工品の試作・販売					ニラ出荷量 (H22:573t) ピーマン出荷量 (H22:245t) ショウガ出荷量 (H22:882t) 食用山椒出荷量 (H22:30t)	650t 270t 950t 32t
薬用作物の安定生産 共同作業等の実施(育苗、根切り、洗浄、乾燥など) 乾燥機及び予冷庫等の整備、拠点共同作業場の整備					薬用作物の作付面積 ミシマサイコ (H19:38ha) (H22:47ha) サンショウ (H19:12ha) (H22:59ha) ダイダイ (H22:18ha)	 70ha 80ha 30ha ※一部、愛媛県域を含む

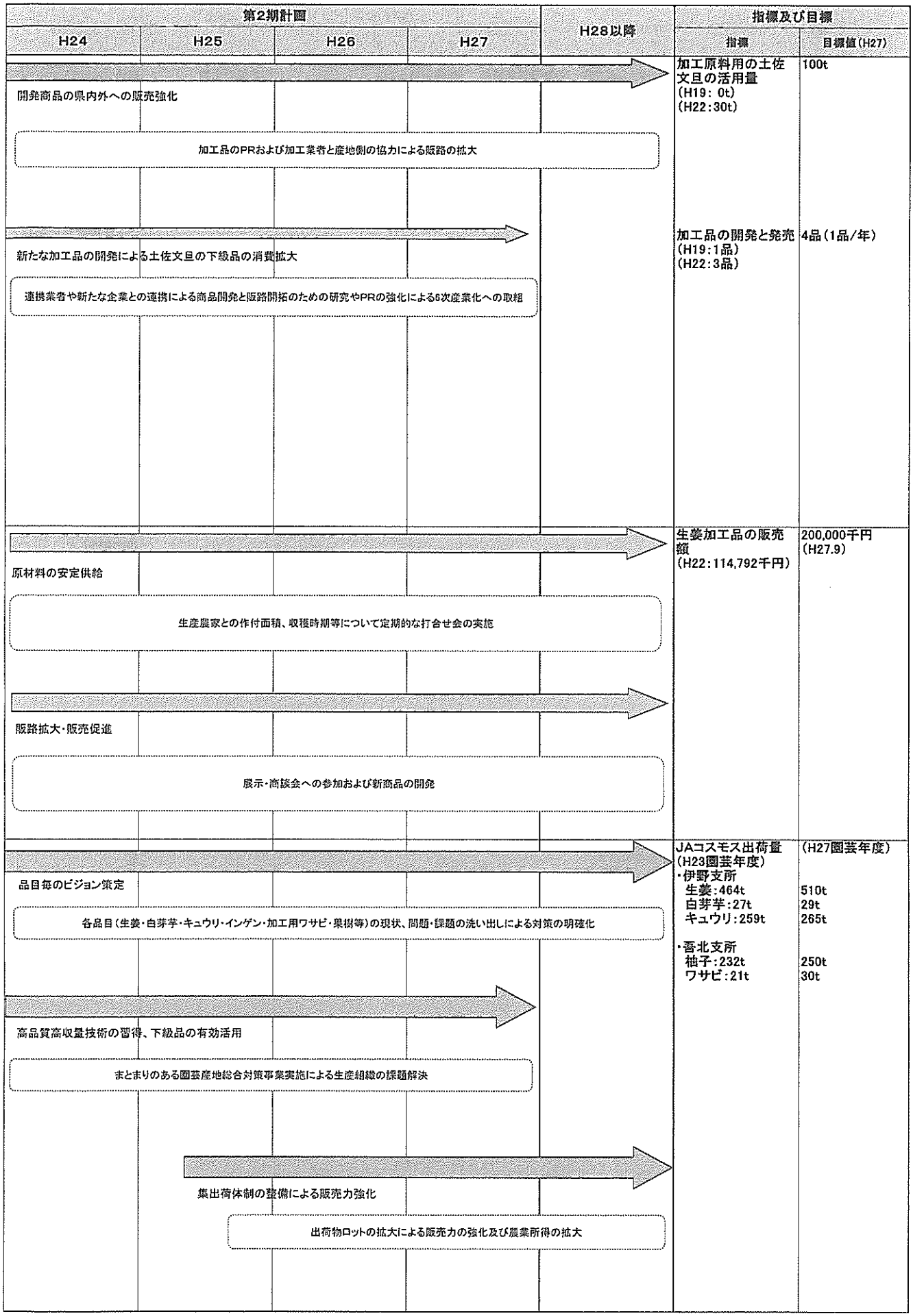
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
4 力強い高糖度トマト産地の確立 《仁淀川町、佐川町、日高村》	高糖度トマト生産における生産特性を生かしたトマトの販売戦略や地域ネットワーク、消費者ニーズを基に付加価値を高めた産地間競争力を強化しながら、生産者の所得の向上につなげる。	・JAコスモス ・JAコスモストマト生産部会	・高糖度トマトの産地間競争力の強化(H21～23) ◆食の安全・安心への取組強化、新たな糖度区分による商品開発、販促活動によるイメージ戦略と合わせた高付加価値化により販売単価は向上した。しかし、土壌病害等の多発により安定生産にいたらず減収傾向にあった。	・産地コンセプトを理解し実践できる農業者の育成 ・安定生産のための栽培技術向上 ・他産地商品との差別化した販売戦略の展開	◆人材育成及び産地の体制づくり ◆栽培技術の向上及び病害虫防除の徹底 ◆集出荷施設の整備 ◆新商品の販路開拓
5 JAとさし園芸産地ビジョン実現に向けた取組の推進と販売体制の強化 《土佐市》	農産物価格の低迷、農業者の高齢化や担い手の減少、生産コストの増大など、厳しい環境の中で、主要品目の生産性及び品質の向上を図るとともに、安全・安心を求める消費者ニーズに対応した農産物の生産を推進する。	・JAとさし	・JAとさし園芸産地ビジョンの策定(H21～23) ・JAとさし西部集出荷施設の整備(H21～22) ◆集出荷場(H21)、土佐文旦選果機・生姜重量選別機ライン(H22)、青ねぎバーシャルシール包装機・予冷施設(H22)等の整備により、土佐文旦の出荷量の拡大や露地生姜の販路拡大に取り組んでいる。 ・JAとさし宇佐ピーマン集出荷場の整備(H22～23) ◆自動秤量包装機の導入(H22)、集出荷場の拡張(H23)等により集出荷場の機能向上を図り、販売力の強化に取り組んでいる。	・JAとさし園芸産地ビジョンの早期実現と販売力強化	◆各品目毎のビジョンに基づいた対策の実践 ◆高品質高収量技術の普及 ◆集出荷体制の整備による販売力強化
6 加工用ワサビの加工の促進 《土佐市》	農産物価格の低迷、農業者の高齢化や担い手の減少、生産コストの増大など、厳しい環境の中で、加工用ワサビを製造する食品加工会社の取組を支援することにより、加工用ワサビ生産農家の規模拡大や産地育成を図り、基幹品目である加工用ワサビ生産の振興につなげる。	・㈱マルカ	・加工用ワサビの生産振興(H22～23) ・加工出荷施設の整備(H22) ◆販売先である金印㈱が希望する200tの一次加工処理能力は備えることができた。また、県農業振興部、園芸連とも有望品目に位置付け、生産振興に取り組んでいる。	・生産者数の拡大 ・既存栽培者の栽培規模拡大 ・栽培技術向上への支援 ・一次加工処理機械等の有効活用	◆加工用ワサビの出荷量の拡大


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
人材育成及び産地の体制づくり
生産部会各班の主体的な活動の活性化、新規就農者の確保・育成、産地の規模拡大
栽培技術の向上及び病害虫防除の徹底
安定生産に向けた高糖度トマト栽培管理技術の向上、 物理的・耕種的防除による病害虫防除の徹底
集出荷施設の整備
光センサー等の高度化に向けた計画の作成
施設設備の導入・高度化
新商品の販路開拓
HP等の活用による消費者の囲い込み、地域ネットワークの活用、パートナーシップ店の開拓、消費者ニーズ調査
高糖度トマトの販売額
(H19:4.2億円)
(H22:3.7億円)
5.1億円
各品目毎のビジョンに基づいた対策の実践
園芸産地ビジョン実現に向けた対策の実施及び進捗状況の確認による対策の見直し
高品質高収量技術の普及
まとまりのある園芸産地総合対策事業の実施による生産組織の課題解決
集出荷体制の整備による販売力強化
出荷物ロットの拡大により販売力の強化を図り農業所得を拡大
JAとさし園芸品出荷量
(H23園芸年度:
15,263t)
H27園芸年度:
16,000t
加工用ワサビの出荷量の拡大
関係機関との連携強化による新規栽培者の掘り起こし等による生産者数の拡大や、栽培規模の拡大等による出荷量の増
加工用ワサビ加工出荷量
(H21:60.0t)
(H23:71.3t)
150t

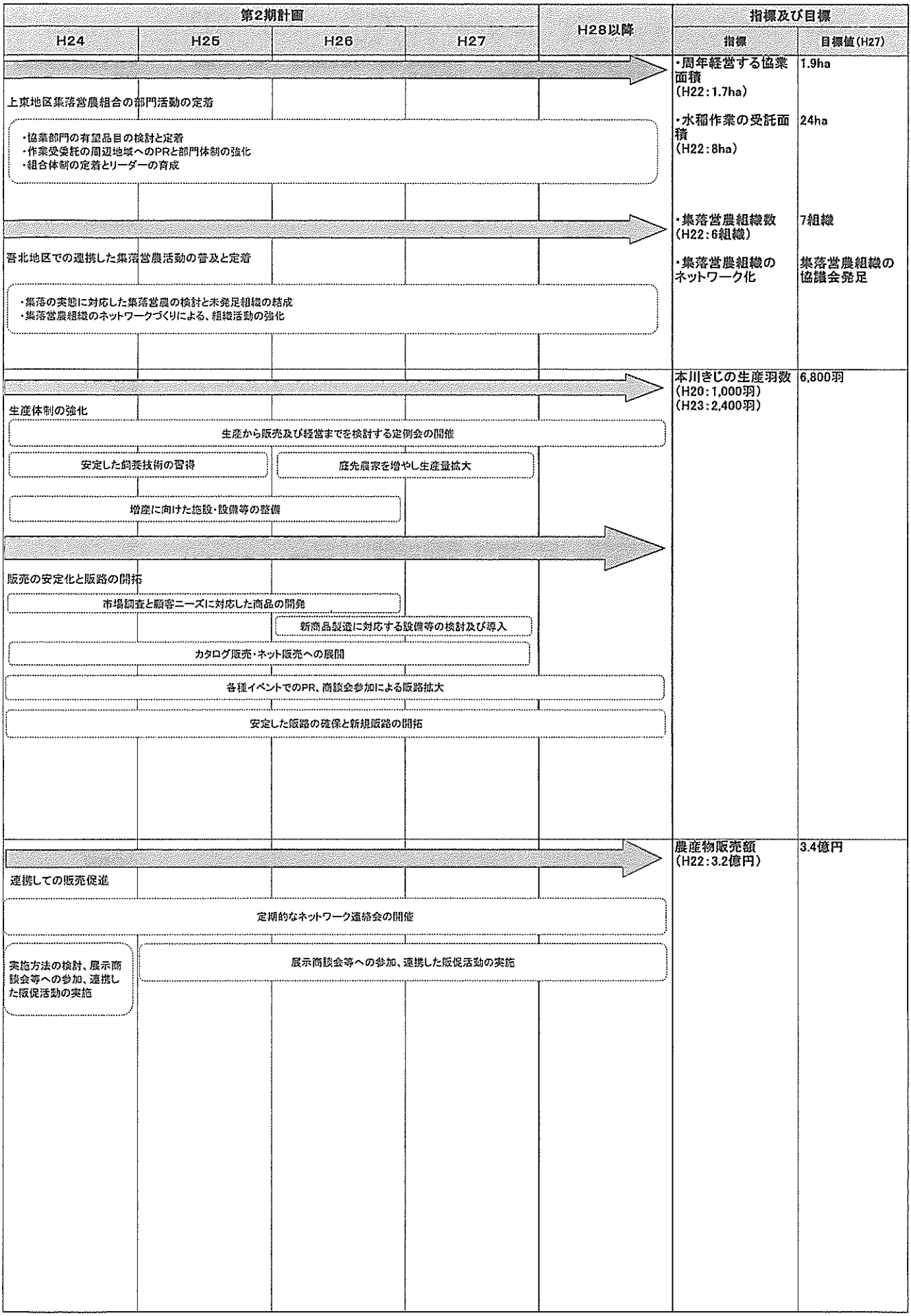
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
7 土佐文旦の加工 《土佐市》	地域の主要品目である土佐文旦の県内市場の飽和化・贈答需要の減少による単価安へ対応するため加工品の原料としての有効活用を図る。	・JAとさし ・土佐文旦加工組合 ・菊水酒造(株) ・ひまわり乳業(株)	・土佐文旦の加工の促進(H21～23) ◆平成21年度に菊水酒造㈱が、総合支援事業を導入し搾汁機を設置し、JAとさしと連携して文旦の下級品を活用した加工品(酒類)を3品開発・発売した。また、平成22年度には、菊水酒造㈱の販売ルートだけではなく、JAでもJAラベルによる商品として、贈答用セットもつくり販売を始めた。しかし、文旦の下級品は年平均200tあるが加工用原料としての需要が少ない。 ◆土佐文旦加工組合では委託加工により文旦飲料「ぶんぶん」を製造販売し、さらに消費拡大を図るため平成22年度には都市部のアンテナショップ等での販売に取り組んだ。しかし、消費の低迷などから、平成23年度には新たにひまわり乳業㈱と連携し,ひまわり乳業㈱が総合支援事業(ステップアップ)を導入する形で新商品の開発と販路の拡大を共同で行った。開発された新商品はANAの国内線での販売(平成24年1月～3月)も行われ、これを契機に都市部でのさらなる販路拡大にも取り組んでいくことになった。	・開発商品(酒類、ジュース類)の販売拡大とPRの強化 ・新商品の開発	◆開発商品の県内外への販売強化 ◆新たな加工品の開発による土佐文旦の下級品の消費拡大
8 生姜の加工(生姜出荷施設整備事業) 《土佐市》	地域の基幹品目である生姜のフレッシュ生姜の増産を図るとともに、加工製品の生産性の向上を図り、土佐市内等の生姜生産者の所得向上を目指す。	・㈱前川博之商店	・加工等出荷施設の整備(H22) ・生産工場の新設(H23) ◆充填機等の導入及び工場の新設を行うことによって、経常利益率が高い加工品の生産性が向上している。	・生姜原体の受込量の確保 ・加工品の売上増	◆原材料の安定供給 ◆販路拡大・販売促進
9 いの地域における園芸産地の維持・発展 《いの町》	農産物価格の低迷、農業従事者の高齢化や担い手の減少、生産コストの増大など、厳しい状況がみられるなか、いの地域の園芸産地ビジョンに基づく生産の振興と集出荷体制整備により販売力を強化し、農業所得向上に繋げる。	・JAコスモス(伊野支所、吾北支所)	・JA伊野園芸産地ビジョンの検討(H21～23) ◆園芸産地としての「あるべき姿」の実現に向けた検討を進めた。	・JAコスモス(伊野支所、吾北支所)園芸産地ビジョンに基づく生産振興と販売力の強化	◆品目毎のビジョン策定 ◆高品質高収量技術の習得、下級品の有効活用 ◆集出荷体制の整備による販売力強化


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
開発商品の県内外への販売強化
加工品のPRおよび加工業者と産地側の協力による販路の拡大
新たな加工品の開発による土佐文旦の下級品の消費拡大
連携業者や新たな企業との連携による商品開発と販路開拓のための研究やPRの強化による6次産業化への取組
加工原料用の土佐文旦の活用量
(H19：0t)
(H22：30t)
100t
加工品の開発と発売
(H19：1品)
(H22：3品)
4品(1品/年)
原材料の安定供給
生産農家との作付面積、収穫時期等について定期的な打合せ会の実施
販路拡大・販売促進
展示・商談会への参加および新商品の開発
生姜加工品の販売額
(H22：114,792千円)
200,000千円
(H27.9)
品目毎のビジョン策定
各品目(生姜・白芽芋・キュウリ・インゲン・加工用ワサビ・果樹等)の現状、問題・課題の洗い出しによる対策の明確化
高品質高収量技術の習得、下級品の有効活用
まとまりのある園芸産地総合対策事業実施による生産組織の課題解決
集出荷体制の整備による販売力強化
出荷物ロットの拡大による販売力の強化及び農業所得の拡大
JAコスモス出荷量
(H23園芸年度)
・伊野支所
生姜：464t
白芽芋：27t
キュウリ：259t
・吾北支所
柚子：232t
ワサビ：21t
(H27園芸年度)
510t
29t
265t
250t
30t

【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
10 集落営農の推進 《いの町》	集落の農業者が協力して、管理が困難となった農地や高齢者等の労力などの地域資源を活用した農業経営を行い、将来にわたって地域で生活できる一定の所得と雇用の場を確保するための集落営農の仕組みづくりを行う。	・いの町吾北地区の集落営農組織	・こうち型集落営農モデル組織の育成(H21～23) ◆上東地区営農組織が発足し、ニラ、ワサビによる協業が1.7haで始まった。また、稲作の作業受託部門ドリームサポートが発足し、平成22年度は8haで開始した。また、集落営農組織の目的を達するために、有望品目研究部会も発足させ、平成23年度には3部門で活動を始めた。	・上東営農組合の各部門活動の定着 ・上東地区外の集落営農組合と上東地区営農組合連携による地域ぐるみの活動展開 ・集落営農組織の発足による集落営農	◆上東地区集落営農組合の部門活動の定着 ◆吾北地区での連携した集落営農活動の普及と定着
11 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》	いの町本川地区の特産品として「本川きじ」の販路の拡大と顧客ニーズに対応した商品の開発に取り組み、中山間地域の基幹産業として定着させる。	・本川きじ生産組合 ・庭先農家 ・いの町	・生産体制の強化と販路拡大(H21～23) ◆目標達成には至っていないが、飼育及び処理加工マニュアルを作成し、当初飼育羽数より増加した。平成23年秋より新しく商品に「きじつみれ」「きじソーセージ」を追加し、バリエーションを充実させた。	・需要に対応した安定的な生産体制 ・需要増加に対応できる加工処理設備 ・販路拡大(県内の知名度アップ、首都圏・関西圏)	◆生産体制の強化 ◆販売の安定化と販路の開拓
12 農業振興ネットワークの構築による地域の活性化 《日高村》	生産農家、加工品製造者、農産物等販売者等のネットワークを構築し、情報の共有化を図り、日高の農産物及び村の知名度アップを図ることにより、地域生産者の所得向上や地域の活性化を目指す。	・日高村			◆連携しての販売促進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
上東地区集落営農組合の部門活動の定着
・協業部門の有望品目の検討と定着
・作業受委託の周辺地域へのPRと部門体制の強化
・組合体制の定着とリーダーの育成
・周年経営する協業面積
(H22:1.7ha)
1.9ha
・水稲作業の受託面積
(H22:8ha)
24ha
吾北地区での連携した集落営農活動の普及と定着
・集落の実態に対応した集落営農の検討と未発足組織の結成
・集落営農組織のネットワークづくりによる、組織活動の強化
・集落営農組織数
(H22:6組織)
7組織
・集落営農組織のネットワーク化
集落営農組織の協議会発足
生産体制の強化
生産から販売及び経営までを検討する定例会の開催
安定した飼養技術の習得
産先農家を増やし生産量拡大
増産に向けた施設・設備等の整備
本川きじの生産羽数
(H20:1,000羽)
(H23:2,400羽)
6,800羽
販売の安定化と販路の開拓
市場調査と顧客ニーズに対応した商品の開発
新商品製造に対応する設備等の検討及び導入
カタログ販売・ネット販売への展開
各種イベントでのPR、商談会参加による販路拡大
安定した販路の確保と新規販路の開拓
連携しての販売促進
定期的なネットワーク連絡会の開催
実施方法の検討、展示商談会等への参加、連携した販促活動の実施
展示商談会等への参加、連携した販促活動の実施
農産物販売額
(H22:3.2億円)
3.4億円

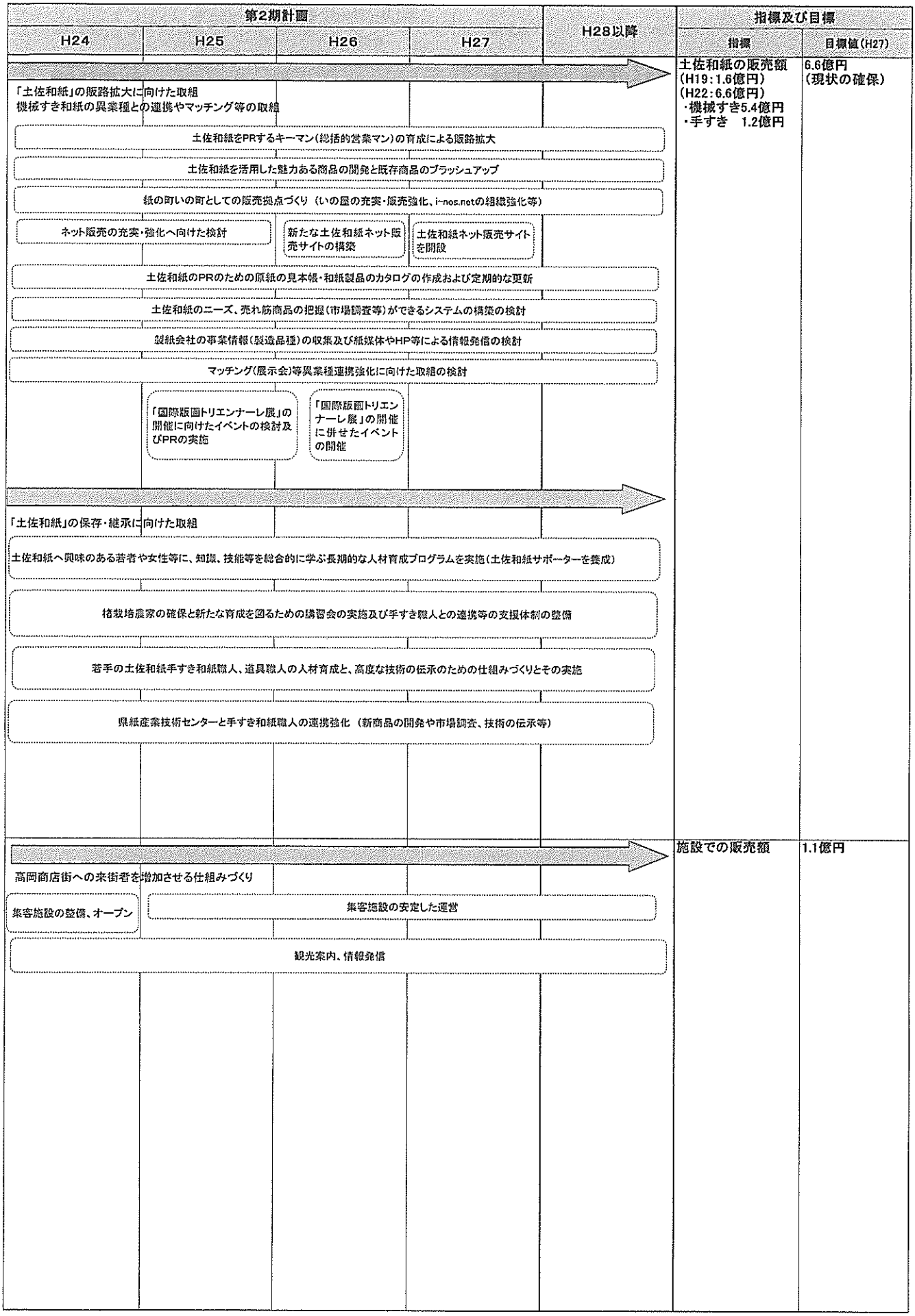
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
13 仁淀川流域における木材産業の振興 《仁淀川地域全域》	仁淀川流域における間伐の推進と素材の増産等に対応するため、生産・加工・流通の安定化に向けた取組を行い、木材産業の振興を図る。	・森林組合 ・林業事業体 ・素材生産業者 ・製材業者等	・林業事業体等への事業説明会(H21～23) ・間伐推進会議(H21～23) ・地区座談会(H21～23) ・管内企業(素材生産・木材加工)の企業実態調査(H21) ◆「森の工場」の推進により、事業体や担い手の育成、間伐の推進が図られた。	・担い手の育成 ・施業の集約化 ・低コストの取組 ・加工・流通体制の整備	◆原木の安定供給の取組 ◆林業事業体の育成 ◆流域産材の加工・流通の安定化に向けた取組
14 特用林産物の販売拡大 《仁淀川地域全域》	特用林産物(シキミ・サカキ・竹炭等)の生産量の増加、品質向上のための取組などにより販売を拡大し、生産者の所得の向上を図ると共に新たな特用林産物への取組を行う。	・JAコスモス ・仁淀川森林組合 ・特用林産物生産者	・シキミ、サカキの生産の拡大と品質向上への取組(H21～23) ◆栽培指針の作成、生産実態調査、現地研修会、目慣らし会、病害虫防除研修会等の取組により品質が向上し生産量の増大が図られ、生産者の所得向上が図られた。	・生産量の増加 ・販売価格の向上	◆生産者・栽培地の拡大 ◆流通体制の整備 ◆新たな特用林産物への取組
15 うるめのブランド化 《土佐市》	「宇佐の一本釣りうるめ」を原料にした新たな加工品の開発や鮮魚の販路の開拓により需要の拡大を図るとともに、地域限定の名物食として提供する体制づくり、また、観光分野への経済効果の波及を目指す。	・企業組合宇佐もん工房	・宇佐うるめのブランド化(H21～23) ◆年間を通じての生産・販売体制の構築、市場調査、うるめを使ったレシピの開発により、ブランド化が一定できた。 ・加工場の新設及び加工機械等の充実(H22) ◆加工場の新設等によって、顧客からのニーズに対応でき、取引件数も伸びてきている。	・宇佐もん工房経営の安定化	◆販路拡大・販売促進 ◆新商品の開発

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
原木の安定供給の取組					素材生産量 (H19:5.9万㎥) (H22:3.7万㎥)	6.3万㎥
森林経営計画の樹立支援						
「森の工場」の整備						
林業事業体の育成						
林業事業体の育成・指導						
流域産材の加工・流通の安定化に向けた取組						
製材工場等の経営体質の強化等						
生産者・栽培地の拡大					シキミ・サカキの出荷量 (H19:22t) (H22:30t)	32t
生産者・栽培地の拡大及び栽培指導					竹炭の出荷量 (H22:20t)	25t
流通体制の整備						
流通体制の整備への取組						
新たな特用林産物への取組						
新たな特用林産物への取組						
販路拡大・販売促進					うるめ商品の販売額 (H19:　0千円) (H22:5,493千円)	100,000千円
展示・商談会への参加						
新商品の開発						
新商品の開発						

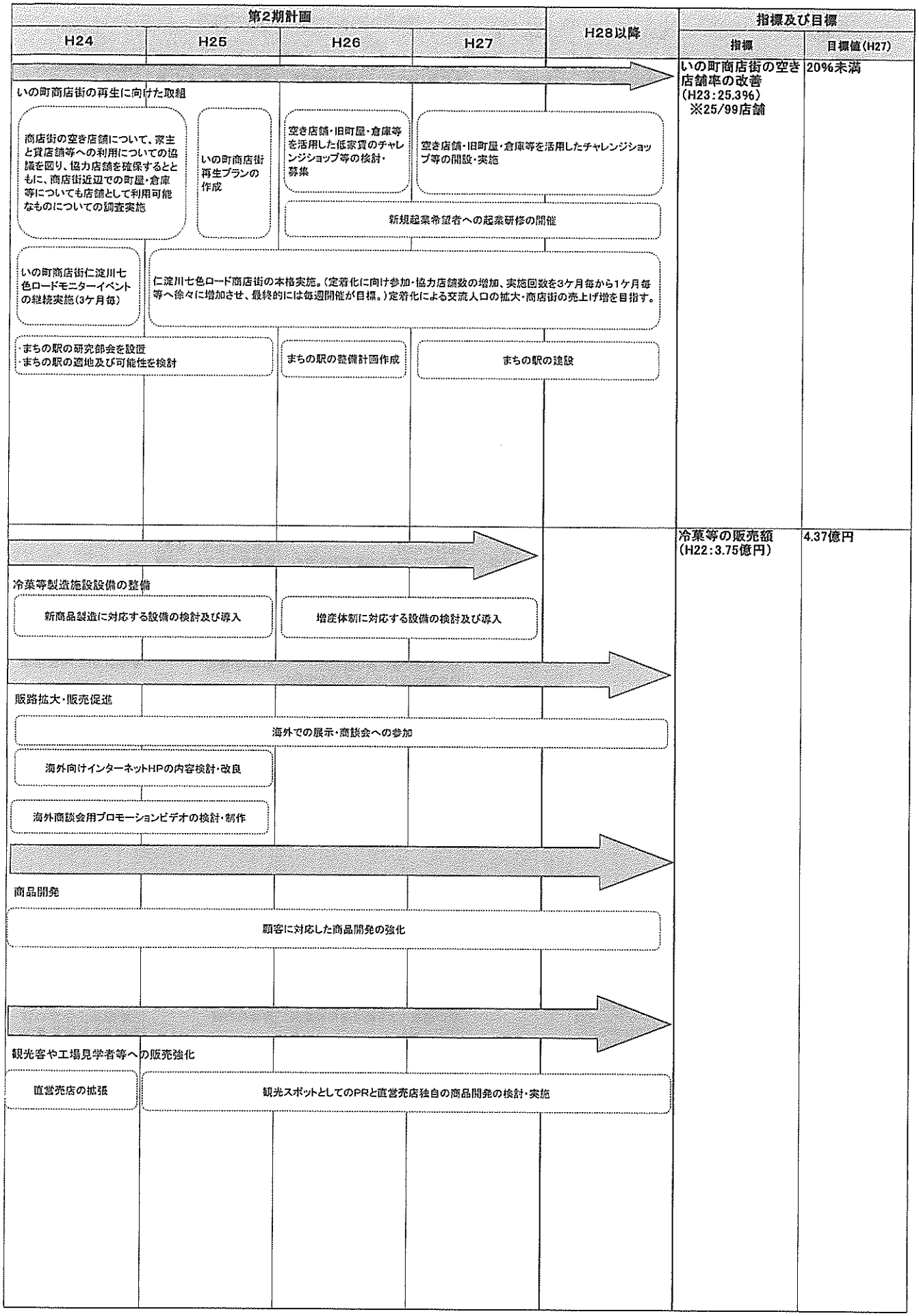
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
16 「土佐和紙」の販売促進と保存・継承 《土佐市、いの町》	地域の伝統産業である「土佐和紙」は、売上げが低迷し、生産が減少していることから、手すき和紙及び機械すき和紙を含め、県内外での消費拡大を図り、原料や担い手の確保につなげる。また、特に担い手については、手すき和紙職人、道具職人、楮栽培農家のいずれもが高齢化が深刻な状況となっており、本格的な後継者の育成に繋げる取組を行う。機械すき和紙については、用途拡大に向け、異業種連携やマッチング等を実施し、更なる販路拡大を目指す。	・手すき和紙協同組合 ・高知県製紙工業会 ・いの町商工会 ・i-nos.net 他	・土佐和紙の消費拡大に向けた取組(H21～23) ◆景気低迷やデフレ等の要因で、目標の達成には及ばなかったが、紙産業全体が大幅に落込む中、土佐和紙の知名度の向上、下降の一途をたどっていた販売額減少の鈍化や原料栽培、加工技術の継承に一定の効果が出ている。特に、土佐和紙が認知されるようになり、利用しようという機運の向上が見られた。(卒業証書利用学校の増加、清酒のﾗﾍﾞﾙ、ふるさと博名刺等) ◆廃業になっていた書道用紙事業の復活や、新規書道半紙の誕生により、今後の受注対応や販売額増加に期待ができる。	・土佐和紙販売額の向上を図る上でキーマンとなる立場の組織や人材が不在。 ・商品(土佐和紙)としても原紙のみの販売は限界があるため、商品化、包装等で付加価値をつけた販売戦略の構築が必要。 ・手すき和紙職人も多くが高齢化しており、後継者の育成が課題。現在、人気のある商品も生産量が少なく、注文があっても断る事例も多くなっている(鳥の子名刺、清張紙、納経帳、がんぴ紙等)。所得の向上も含めて職業としてさらに魅力あるものにすることが必要。	◆「土佐和紙」の販路拡大に向けた取組 ◆機械すき和紙の異業種との連携やマッチング等の取組 ◆「土佐和紙」の保存・継承に向けた取組
17 高岡日曜市の活性化などによる地域商業の振興 《土佐市》	サンシャイン高岡跡地に観光案内機能や野菜等の直販所などを整備し、テナントミックスの「にぎわいのまち」をつくることによって来街者の増加を図り、地域商業の振興につなげる。	・土佐市商店街活性化推進協議会	・基本計画の策定(H23) ◆集客拠点施設の整備に向け、商工会及び農協等で構成される土佐市商店街活性化推進協議会を設置し、運営等について協議し計画策定に取り組んだ。	・安定的な運営のため、他店舗(スーパー等)との差別化	◆高岡商店街への来街者を増加させる仕組みづくり


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
土佐和紙の販売額
(H19：1.6億円)
(H22：6.6億円)
・機械すき5.4億円
・手すき　1.2億円
6.6億円
(現状の確保)
「土佐和紙」の販路拡大に向けた取組
機械すき和紙の異業種との連携やマッチング等の取組
土佐和紙をPRするキーマン(総括的営業マン)の育成による販路拡大
土佐和紙を活用した魅力ある商品の開発と既存商品のブラッシュアップ
紙の町いの町としての販売拠点づくり（いの屋の充実・販売強化、i-nos.netの組織強化等）
ネット販売の充実・強化へ向けた検討
新たな土佐和紙ネット販売サイトの構築
土佐和紙ネット販売サイトを開設
土佐和紙のPRのための原紙の見本帳・和紙製品のカタログの作成および定期的な更新
土佐和紙のニーズ、売れ筋商品の把握(市場調査等)ができるシステムの構築の検討
製紙会社の事業情報(製造品種)の収集及び紙媒体やHP等による情報発信の検討
マッチング(展示会)等異業種連携強化に向けた取組の検討
「国際版画トリエンナーレ展」の開催に向けたイベントの検討及びPRの実施
「国際版画トリエンナーレ展」の開催に併せたイベントの開催
「土佐和紙」の保存・継承に向けた取組
土佐和紙へ興味のある若者や女性等に、知識、技能等を総合的に学ぶ長期的な人材育成プログラムを実施(土佐和紙サポーターを養成)
楮栽培農家の確保と新たな育成を図るための講習会の実施及び手すき職人との連携等の支援体制の整備
若手の土佐和紙手すき和紙職人、道具職人の人材育成と、高度な技術の伝承のための仕組みづくりとその実施
県紙産業技術センターと手すき和紙職人の連携強化（新商品の開発や市場調査、技術の伝承等）
施設での販売額
1.1億円
高岡商店街への来街者を増加させる仕組みづくり
集客施設の整備、オープン
集客施設の安定した運営
観光案内、情報発信

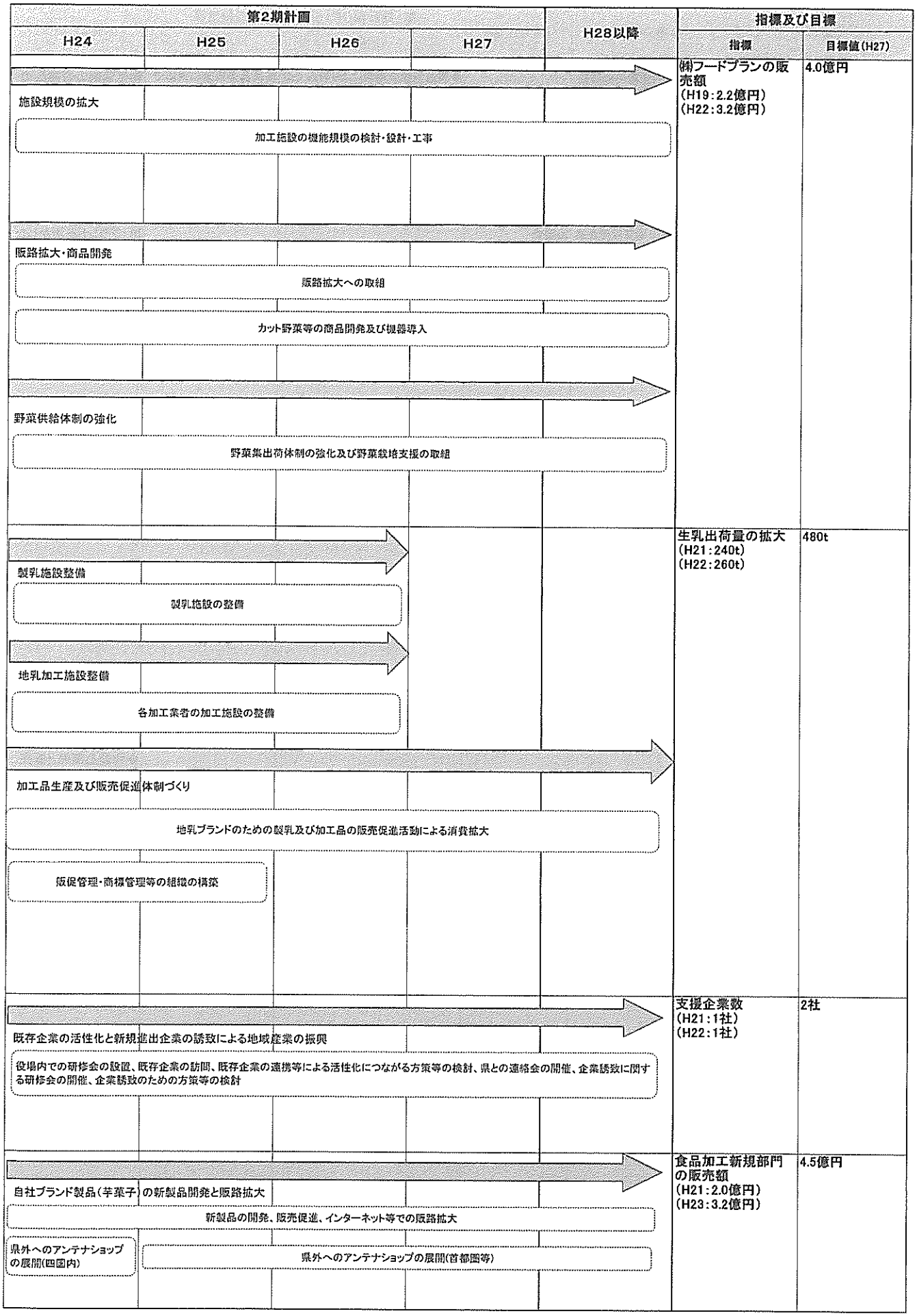
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
18 いの町商店街(仁淀川七色商店街)の活性化 《いの町》	空き店舗・旧町屋・倉庫等について、地域産品の販売やコミュニティーの場、新規起業希望者へのチャレンジショップ等への有効活用を目指し、いの町商店街の再生へ向けた取組を行う。 人を商店街へ呼び込むための取組として、仁淀川七色ロード市の定着化・拡大を図るとともに、商店街の核となるまちの駅の設置に向けた検討を図る。	・いの町 ・いの町商工会			◆いの町商店街の再生に向けた取組
19 地域産品を活用した冷菓等の製造販売 《いの町》	地域特産品のゆず、トマト、いちご、文旦等を活用したアイスクリーム、シャーベット、ドリンク等の生産性の向上を図るとともに、地域生産者の所得向上を目指す。	・㈲高知アイス	・生産体制および品質管理の強化(H22～23) ・商品開発および販路拡大(H22～23) ◆開発したドリンクが好評で受注量が増加したが、同時期に生産体制を強化するための施設設備を整備しており、増産が円滑にできた。また、平成22年度には香港でアイスクリームの販売許可を取得することができ、平成23年度には海外での更なる販路拡大を目指し、海外向けHPの作成や商談会への参加などに取り組んだことで、今後の販路拡大が見込まれる。	・周年販売を目指し、海外市場の販路拡大 ・顧客ニーズへの対応	◆冷菓等製造施設設備の整備 ◆販路拡大・販売促進 ◆商品開発 ◆観光客や工場見学者等への販売強化


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
いの町商店街の再生に向けた取組
商店街の空き店舗について、家主と貸店舗等への利用についての協議を図り、協力店舗を確保するとともに、商店街近辺での町屋・倉庫等についても店舗として利用可能なものについての調査実施
いの町商店街再生プランの作成
空き店舗・旧町屋・倉庫等を活用した低家賃のチャレンジショップ等の検討・募集
空き店舗・旧町屋・倉庫等を活用したチャレンジショップ等の開設・実施
新規起業希望者への起業研修の開催
いの町商店街仁淀川七色ロードモニターイベントの継続実施(3ケ月毎)
仁淀川七色ロード商店街の本格実施。(定着化に向け参加・協力店舗数の増加、実施回数を3ケ月毎から1ケ月毎等へ徐々に増加させ、最終的には毎週開催が目標。)定着化による交流人口の拡大・商店街の売上げ増を目指す。
・まちの駅の研究部会を設置
・まちの駅の適地及び可能性を検討
まちの駅の整備計画作成
まちの駅の建設
いの町商店街の空き店舗率の改善
(H23:25.3%)
※25/99店舗
20%未満
冷菓等製造施設設備の整備
新商品製造に対応する設備の検討及び導入
増産体制に対応する設備の検討及び導入
販路拡大・販売促進
海外での展示・商談会への参加
海外向けインターネットHPの内容検討・改良
海外商談会用プロモーションビデオの検討・制作
商品開発
顧客に対応した商品開発の強化
観光客や工場見学者等への販売強化
直営売店の拡張
観光スポットとしてのPRと直営売店独自の商品開発の検討・実施
冷菓等の販売額
(H22:3.75億円)
4.37億円

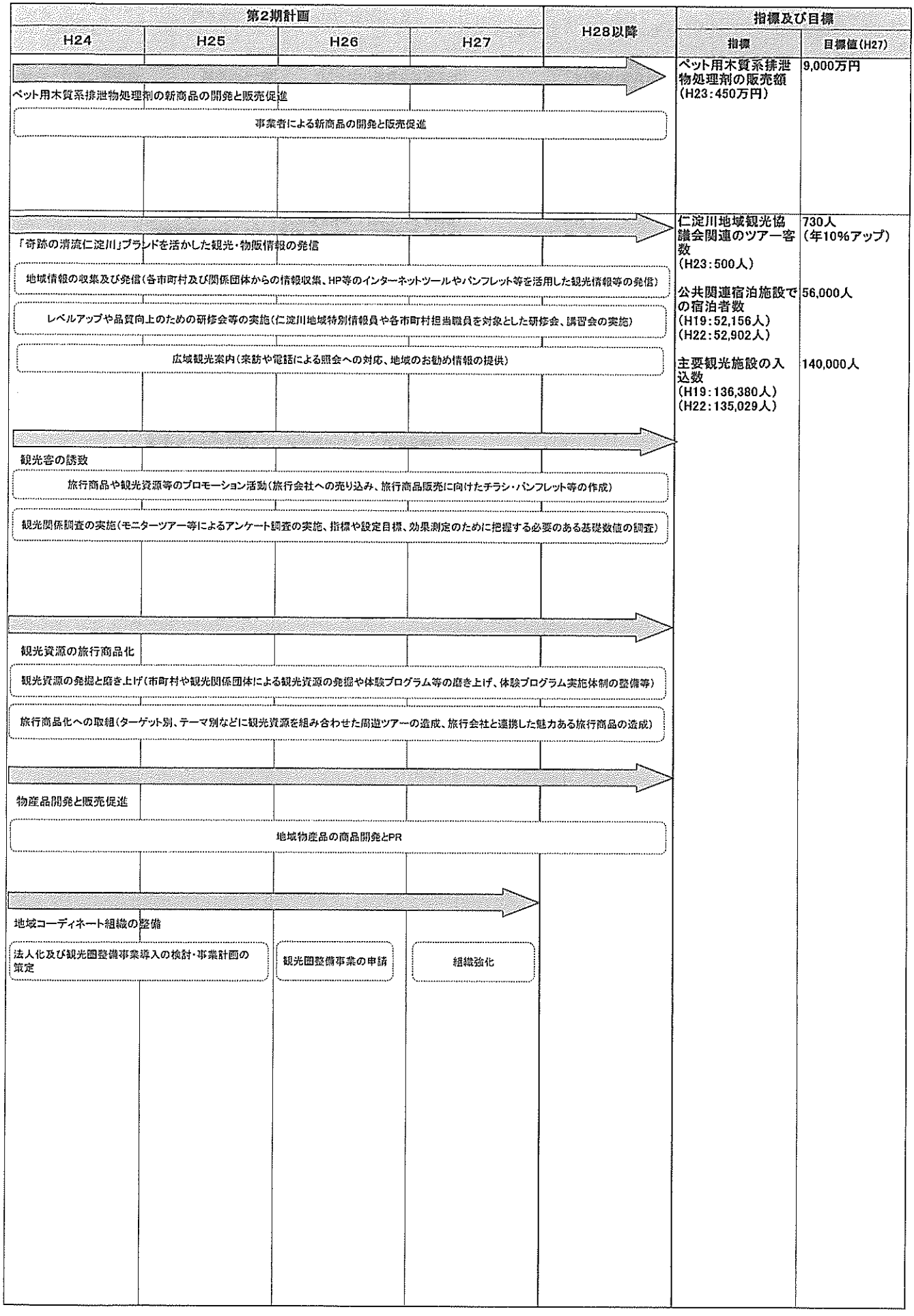
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
20 ㈱フードプランを中心とした農山村6次産業化の推進 《仁淀川町》	仁淀川町において、地域の商社として「(株)フードプラン」を位置付け、一次産品を活用した商品づくりを進め、雇用の確保や農家所得の向上につなげる。	・㈱フードプラン ・仁淀川町	・主力商品づくり(H21～23) ◆目標(販売額2.6億円)の達成を1年前倒しで実現。雇用増にも貢献。主力商品が「カット野菜」であるため、野菜の高騰により利益確保が困難な局面もあったが、順調に販売額を伸ばした。	・現施設での生産能力が限界に達しており、地域経済へ貢献(雇用増、農家所得増等)するには、施設規模の拡大が必要である。	◆施設規模の拡大 ◆販路拡大・商品開発 ◆野菜供給体制の強化
21 売れる商品づくりによる地産外商の推進 《佐川町》	佐川町において、地元民間企業の商品の販売促進や、一次産品を使った特長のある商品づくりにより、地産外商を推進し、外貨の獲得を目指す。	・佐川町 ・JAコスモス ・佐川町商工会 ・企画本舗さかわ屋 ・地元酒造会社 ・地元乳業者 ・地元加工業者 ・黒岩じるし ・地元酪農家　など	・地元産品による売れる商品づくり(H21～H23) ◆平成21年度から酪農家を含めた農商工連携組織である地乳プロジェクト会を設置し、地元産の牛乳を使った商品づくりの取組を進めた。 平成22年度には、「さかわの地乳」のブランド化や地乳を使った加工品シリーズの商品化を図り、そのPR・販売促進に取り組んだ。 平成23年度には、地元の自主的な活動が活発化し、生乳出荷も増加し、酪農家の所得も上がってきた。 また、地乳加工品も増え、加工業者の所得向上や地域への経済波及効果も見込まれる。 ◆県内量販店との販売取組も進み、今後の展開によっては、生産者・加工業者の所得が更に向上し、地域への経済波及効果が見込まれる。	・「さかわの地乳」シリーズ商品の管理、「地乳」商標管理を含めた組織の確立と体制の強化 ・酪農家への直接収入化となる取組の実施 ・「さかわの地乳」の牛乳、加工品等の販売ルートの確立	◆製乳施設整備 ◆地乳加工施設整備 ◆加工品生産及び販売促進体制づくり
22 企業進出による雇用の増と地元企業の活性化 《日高村》	日高村において、既存企業の訪問(アフターケア)の充実や遊休施設等の活用などによる企業誘致の取組を進めるとともに、地域資源を活用した企業の取組等を支援することにより、地域の産業の振興につなげる。	・日高村	・既存企業の活性化と新規進出企業の誘致による地域産業の振興(H21～23) ◆村内企業の澁谷食品㈱の生産拡大への取組、村外企業の㈲エスエスの木質系のネコ砂製造施設の誘致に成功し、地域資源の活用や村内での新たな雇用を生むことなどができた。	・企業が立地するための適地の把握 ・既存企業の活性化及び新規進出企業のさらなる誘致	◆既存企業の活性化と新規進出企業の誘致による地域産業の振興
23 地元企業の活性化(芋菓子加工販売拡大事業) 《日高村》	高知県産のさつま芋を活用した新製品の開発などによる生産販売の拡大を推進する。	・澁谷食品㈱	・施設の整備(H21) ◆目標の達成には及ばなかったものの販売額は伸びている。また、県外(松山市)へ新店舗がオープンしたことから、H24以降の事業展開に期待ができる。	・観光事業と連携しての工場見学施設の検討 ・顧客のニーズの把握と対応	◆自社ブランド製品(芋菓子)の新製品開発と販路拡大


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
㈱フードプランの販売額
(H19:2.2億円)
(H22:3.2億円)
4.0億円
施設規模の拡大
加工施設の機能規模の検討・設計・工事
販路拡大・商品開発
販路拡大への取組
カット野菜等の商品開発及び機器導入
野菜供給体制の強化
野菜集出荷体制の強化及び野菜栽培支援の取組
生乳出荷量の拡大
(H21:240t)
(H22:260t)
480t
製乳施設整備
製乳施設の整備
地乳加工施設整備
各加工業者の加工施設の整備
加工品生産及び販売促進体制づくり
地乳ブランドのための製乳及び加工品の販売促進活動による消費拡大
販促管理・商標管理等の組織の構築
支援企業数
(H21:1社)
(H22:1社)
2社
既存企業の活性化と新規進出企業の誘致による地域産業の振興
役場内での研修会の設置、既存企業の訪問、既存企業の連携等による活性化につながる方策等の検討、県との連絡会の開催、企業誘致に関する研修会の開催、企業誘致のための方策等の検討
食品加工新規部門の販売額
(H21:2.0億円)
(H23:3.2億円)
4.5億円
自社ブランド製品(芋菓子)の新製品開発と販路拡大
新製品の開発、販売促進、インターネット等での販路拡大
県外へのアンテナショップの展開(四国内)
県外へのアンテナショップの展開(首都圏等)

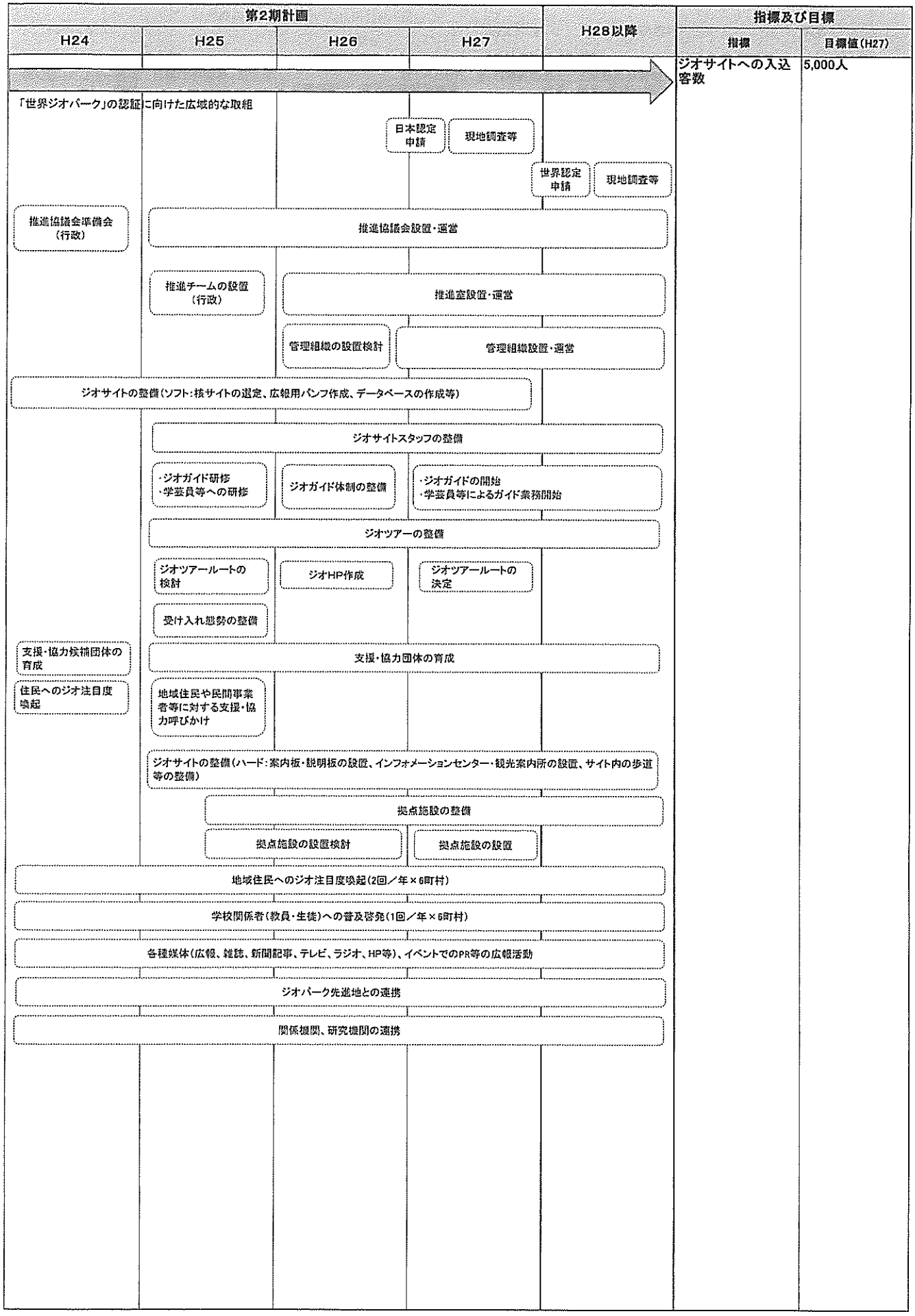
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
24 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) 《日高村》	木質系のネコ砂製造事業に取り組む県内企業の施設整備事業を日高村に誘致し、村内での新たな雇用を創出する。また、原材料の木材チップや茶葉については仁淀川流域でほぼ全量を調達することから、雇用と併せた地元生産者への経済効果の波及を目指す。	・㈱エスエス	・施設の整備(H22) ◆製造施設の操業により村内での4名の雇用が創出された。原材料の木材チップや茶葉等の仁淀川流域での調達による地元生産者への波及効果が期待される。	・販売ルートに合わせた新商品の提案に対応できる体制の構築 ・製品販売の提携先等との連携	◆ペット用木質系排泄物処理剤の新商品の開発と販売促進
25 「奇跡の清流仁淀川」流域の広域観光推進 《仁淀川地域全域》	仁淀川流域の多様な自然や生活文化等の地域資源を基にして旅行商品化を進め、交流人口の拡大を図る。また、全国屈指の水質を誇る仁淀川をブランドとして観光PRに活用するとともに、地域産品に仁淀川ロゴマーク用いて販売促進を図るなど、観光と他産業を組み合わせた観光産業化を推進する。	・仁淀川地域観光協議会 ・いの町観光協会 ・越知町観光協会 ・土佐市 ・いの町 ・仁淀川町 ・佐川町 ・越知町 ・日高村			◆「奇跡の清流仁淀川」ブランドを活かした観光・物販情報の発信 ◆観光客の誘致 ◆観光資源の旅行商品化 ◆物産品開発と販売促進 ◆地域コーディネート組織の整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ペット用木質系排泄物処理剤の新商品の開発と販売促進
事業者による新商品の開発と販売促進
ペット用木質系排泄物処理剤の販売額
(H23:450万円)
9,000万円
「奇跡の清流仁淀川」ブランドを活かした観光・物販情報の発信
地域情報の収集及び発信(各市町村及び関係団体からの情報収集、HP等のインターネットツールやパンフレット等を活用した観光情報等の発信)
レベルアップや品質向上のための研修会等の実施(仁淀川地域特別情報員や各市町村担当職員を対象とした研修会、講習会の実施)
広域観光案内(来訪や電話による照会への対応、地域のお勧め情報の提供)
仁淀川地域観光協議会関連のツアー客数
(H23:500人)
730人
(年10%アップ)
公共関連宿泊施設での宿泊者数
(H19:52,156人)
(H22:52,902人)
56,000人
主要観光施設の入込数
(H19:136,380人)
(H22:135,029人)
140,000人
観光客の誘致
旅行商品や観光資源等のプロモーション活動(旅行会社への売り込み、旅行商品販売に向けたチラシ・パンフレット等の作成)
観光関係調査の実施(モニターツアー等によるアンケート調査の実施、指標や設定目標、効果測定のために把握する必要のある基礎数値の調査)
観光資源の旅行商品化
観光資源の発掘と磨き上げ(市町村や観光関係団体による観光資源の発掘や体験プログラム等の磨き上げ、体験プログラム実施体制の整備等)
旅行商品化への取組(ターゲット別、テーマ別などに観光資源を組み合わせた周遊ツアーの造成、旅行会社と連携した魅力ある旅行商品の造成)
物産品開発と販売促進
地域物産品の商品開発とPR
地域コーディネート組織の整備
法人化及び観光圏整備事業導入の検討・事業計画の策定
観光圏整備事業の申請
組織強化

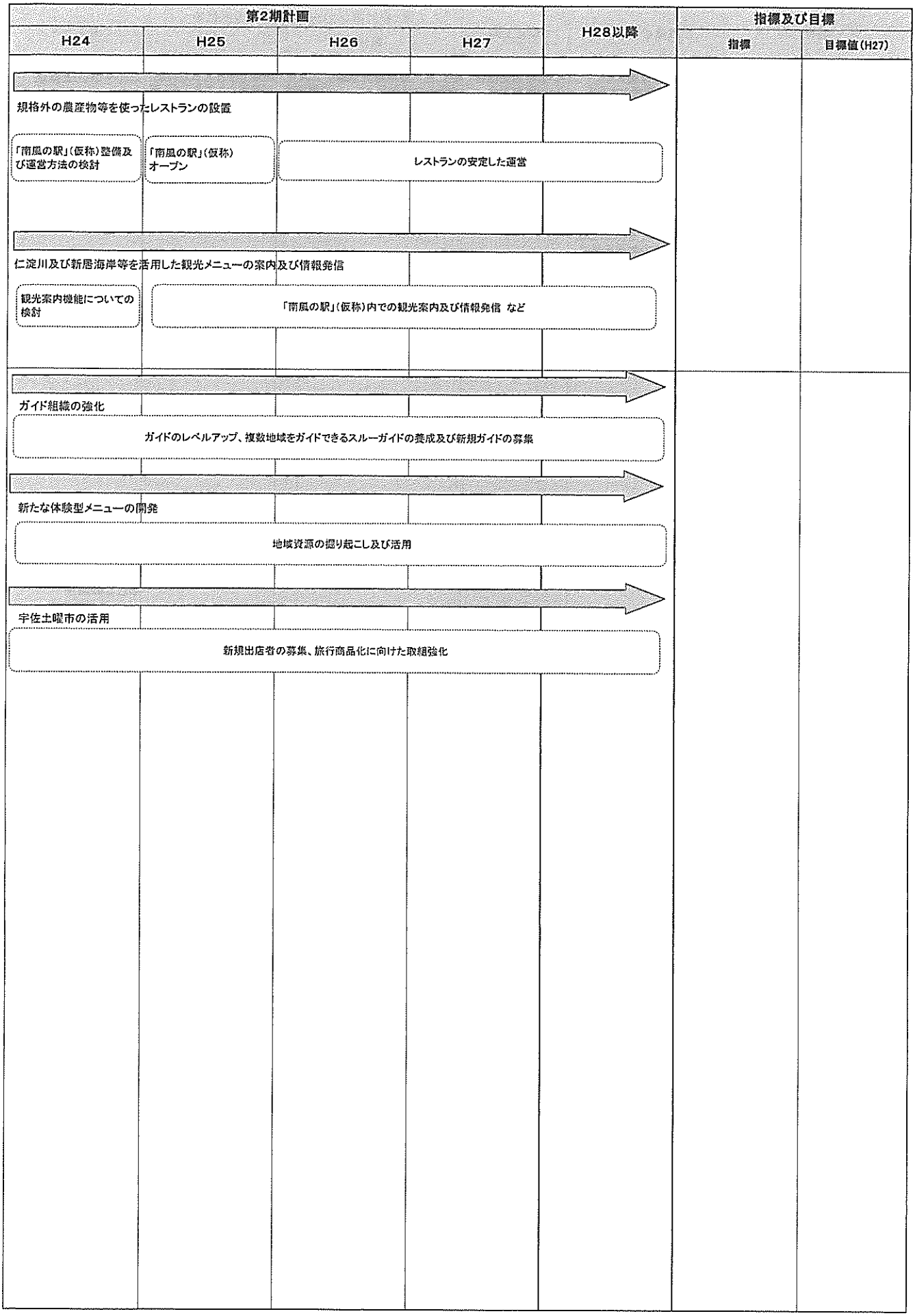
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
26 仁淀川流域を中心としたジオパークへの取組による交流人口の拡大 《仁淀川町、佐川町、越知町、日高村、津野町、檮原町》	横倉山から佐川町にかけての貴重な地域資源(地質)を活かし、仁淀川流域を中心に、天狗高原(四国カルスト)も組み合わせて、「世界ジオパーク」の認証に向けた取組を進め、交流人口の拡大につなげる。	・佐川町	・「世界ジオパーク」の認証に向けた広域的な取組(H21～23) ◆ジオサイトの整備、実施主体の組織化など、整備事項が多岐にわたり、費用負担も相当規模になると見込まれることから、取組を円滑に推進するために、これらを盛り込んだ事業計画を検討してきた。 ◆平成22年度には、仁淀川・四国カルストジオパーク推進協議会を中心にHPの開設やジオサイトの選定などに取り組み、日本認定を目指すという方針で作業を進めたところ、町村間でジオパークに対する認識の相違があり、専門家を招へいした検討などを経て、世界認定も含めたジオパークの全体像を見通した事業計画の検討に取り組んだ。 ◆平成23年度には、先進地事例を参考に、作業スケジュールや対応する費用負担を明らかにした事業計画の策定に取り組み、6町村全体で方向性を検討した。こうした取組により、世界認定への作業工程、費用負担などに関して6町村間で認識の共有ができ、共同して進めようとしている広域ジオパークの認定申請に向け、よりよい方向性の確認が進み、取組の態勢が整った。	・関係町村間での意識を統一した取組 ※世界認定に向けて整備すべき項目 ・各6町村での説明会の実施や様々なイベントでの啓発活動など、最も重要であり、最も時間を要する地域住民の認知度の向上 ・どのように地質資源の保全を行うか、地質等を如何に教育に役立てるか、地質遺産を楽しむジオツーリズムによって如何に地域経済活性化を図るかなど、ジオパークの3つの柱の整備 ・ジオパーク推進拠点や多言語案内看板、説明板等の設置等のハード整備 ・しっかりとした運営と運営計画の策定が実施できる運営母体の整備(組織は公的機関、地域社会、私的団体、および研究教育機関などから構成)	◆「世界ジオパーク」の認証に向けた広域的な取組


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ジオサイトへの入込客数
5,000人
「世界ジオパーク」の認証に向けた広域的な取組
日本認定申請
現地調査等
世界認定申請
現地調査等
推進協議会準備会（行政）
推進協議会設置・運営
推進チームの設置（行政）
推進室設置・運営
管理組織の設置検討
管理組織設置・運営
ジオサイトの整備（ソフト：核サイトの選定、広報用パンフ作成、データベースの作成等）
ジオサイトスタッフの整備
・ジオガイド研修
・学芸員等への研修
ジオガイド体制の整備
・ジオガイドの開始
・学芸員等によるガイド業務開始
ジオツアーの整備
ジオツアールートの検討
ジオHP作成
ジオツアールートの決定
受け入れ態勢の整備
支援・協力候補団体の育成
支援・協力団体の育成
住民へのジオ注目度喚起
地域住民や民間事業者等に対する支援・協力呼びかけ
ジオサイトの整備（ハード：案内板・説明板の設置、インフォメーションセンター・観光案内所の設置、サイト内の歩道等の整備）
拠点施設の整備
拠点施設の設置検討
拠点施設の設置
地域住民へのジオ注目度喚起（2回／年×6町村）
学校関係者（教員・生徒）への普及啓発（1回／年×6町村）
各種媒体（広報、雑誌、新聞記事、テレビ、ラジオ、HP等）、イベントでのPR等の広報活動
ジオパーク先進地との連携
関係機関、研究機関の連携

【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
27 集客施設の整備による新居地区の活性化 《土佐市》	土佐市の新たな地域振興の拠点、地域情報発信基地として「南風の駅」(仮称)を整備し、交流人口の拡大と地域の活性化を目指す。	・(仮称)「企業組合土佐の夜明け」を予定	・体験型観光及び食観光の推進(H21～23) ◆地域資源を活用した観光商品づくりに取り組む中で、具体的な動きが出始めた。	・施設整備の内容や運営方法、体制等の検討	◆規格外の農産物等を使ったレストランの設置 ◆仁淀川及び新居海岸等を活用した観光メニューの案内及び情報発信
28 体験型観光・食観光の推進 《土佐市》	土佐市において、地域資源を活用し、体験型観光と食観光を組み合わせることによって滞在時間の延長を図り、宿泊を伴う滞在型観光につなげる。	・土佐市 ・土佐市商工会など	・体験型観光及び食観光の推進(H21～23) ◆地域資源を活用した観光商品づくりに取り組む中で、具体的な動きが出始めた。 ・「まちあるき」の推進(H22～23) ◆宇佐・高岡の2地域から「まちあるきコース」が誕生し、ガイドの研修を実施。 ・宇佐土曜市の活用(H22～23) ◆市場内での体験メニューや、買物ツアーなど旅行商品に組み込まれ、高評価を得ている。	・まちあるきガイドの不足 ・宇佐土曜市への出店者及び出店品目の不足	◆ガイド組織の強化 ◆新たな体験型メューの開発 ◆宇佐土曜市の活用


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
規格外の農産物等を使ったレストランの設置
「南風の駅」(仮称)整備及び運営方法の検討
「南風の駅」(仮称)オープン
レストランの安定した運営
仁淀川及び新居海岸等を活用した観光メニューの案内及び情報発信
観光案内機能についての検討
「南風の駅」(仮称)内での観光案内及び情報発信 など
ガイド組織の強化
ガイドのレベルアップ、複数地域をガイドできるスルーガイドの養成及び新規ガイドの募集
新たな体験型メニューの開発
地域資源の掘り起こし及び活用
宇佐土曜市の活用
新規出店者の募集、旅行商品化に向けた取組強化

【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
29 体験型観光の推進と地域資源を活かした特産品づくり 《いの町》	いの町において、地理的条件を活かした体験メニューづくりや自然を満喫できるメニューづくりなどに取り組み、体験型観光を推進する。また、宿泊施設の少ない流域において、観光客が地域にお金を落とす仕組みとしての地域素材を活かした名物やお土産品の開発を行う。「グリーンパークほどの」を環境学習施設として整備し、小・中学校の環境教育の体験学習の場や、企業等の研修の場としての利用を促進することにより、体験型観光の推進を目指す。	・いの町 ・いの町観光協会 ・いの町商工会 ・ロハスなむささびの里づくり協議会 ・土佐和紙工芸村 ほか	・体験型観光の推進(H21～23) ◆仁淀川地域観光協議会の設立や新たな体験型メニューの構築等により、いの町内の公共関連宿泊施設の利用者も増加しており、雇用の増加(土佐和紙工芸村他)や所得の向上、地域の活性化につながっている。 ◆平成23年度にはNHK高知放送局80周年記念として、8月以降仁淀川特集が全国放送されたことから、今後さらなる観光客の増加も期待される。	・ハード・ソフト両面で、流域で受け入れる体制が構築されておらず、流域上げて取り組む組織体制の整備が必要。 ・従来から流域で弱い食の観光も含め、さらなる魅力ある体験型観光メニューの構築や地域の資源を活かした銘産品の開発等が必要。	◆体験型観光のメニューづくりと推進 ◆地域資源を活かした特産品(食・工芸品等)づくり ◆「グリーンパークほどの」の環境学習の場としての活用
30 山岳資源を活用した交流人口の拡大 《いの町》	「木の香温泉」を拠点とし、他の観光施設と連携して四国山地の地理的条件を活かした高地トレーニングや、山岳資源を活用した体験メニューの開発により体験型観光を推進し、交流人口の拡大を図る。	・いの町 ・いの町観光協会	・体験メニュー等の開発(H21～23) ◆高地トレーニングのモニター等は実施されたが、商品化までには至っていない。また、体験メニューづくりもモニターツアーを実施しているが、ウォーキングを除いて完成には繋がっていない。しかし、どちらも参加者には好評で商品化が期待される。	・体験メニュー等の商品化 ・商品化に向けての資源の掘り起こし ・売り込み先の確保	◆観光施設と連携した体験型観光の推進 ◆新たな資源を活用した体験メニューの検討と商品化(ダム・冬期資源) ◆集客に向けての観光施設の検討と整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
いの町内の公共施設の利用者数
(H22：約450,000人)
500,000人
(10%アップ)
体験型観光のメニューづくりと推進
既存の体験メニューの人材育成と事業体制の強化
幅広い世代向けの体験型観光メニューの開発と既存メニューのブラッシュアップ
新たな体験型観光メニューのモニター実施
新たな体験型観光メニューの本格実施
3つの道の駅での連携強化(情報の共有化等)の検討
観光施設を連携したシステムの構築
水辺利用率の高い仁淀川を活用した「川の家」の検討
「川の家」の実施計画策定
「川の家」の開業に向けた取組
地域資源を活かした特産品(食・工芸品等)づくり
地域資源を活かした新商品の開発
地域資源の発掘及び新たな商品開発に関する検討
商品に関するストーリー構築等の検討
新商品のマーケティング・PR方法の検討及び実施による市場の拡大
既存商品などのイベントへの出店及び商談会等のマッチングの機会拡大による販路の開拓
ネット販売活用に関する検討及び開発
ネット販売の充実及び拡大に向けた検討及び実施
既存商品の連携による販売方法検討と販路拡大
「グリーンパークほどの」の環境学習の場としての活用
・宿泊体験プログラムの内容強化充実
・研修参加企業へのPR及び参加募集
・体験教育の実践・PR及び参加募集
・自然エネルギーの活用・研究(小水力・風力・太陽光・木材など)
本川地区の公共施設利用者数
(H22：67,600人)
71,000人
(5%アップ)
観光施設と連携した体験型観光の推進
県内・県外(瀬戸内圏)への売り込み・課題の検討
商品の磨き上げと商品の多様化
木の香温泉を拠点とした体験観光の検討
体験観光の試行
体験観光の商品化
新たな資源を活用した体験メニューの検討と商品化(ダム・冬期資源)
新たに活用できる資源の検討
新たな体験メニューの検討
体験メニューの試行
体験メニューの商品化
インストラクターの養成
集客に向けての観光施設の検討と整備
施設利用者等の調査と検証
施設への集客の計画
施設整備に係る実施計画と設計
施設の整備

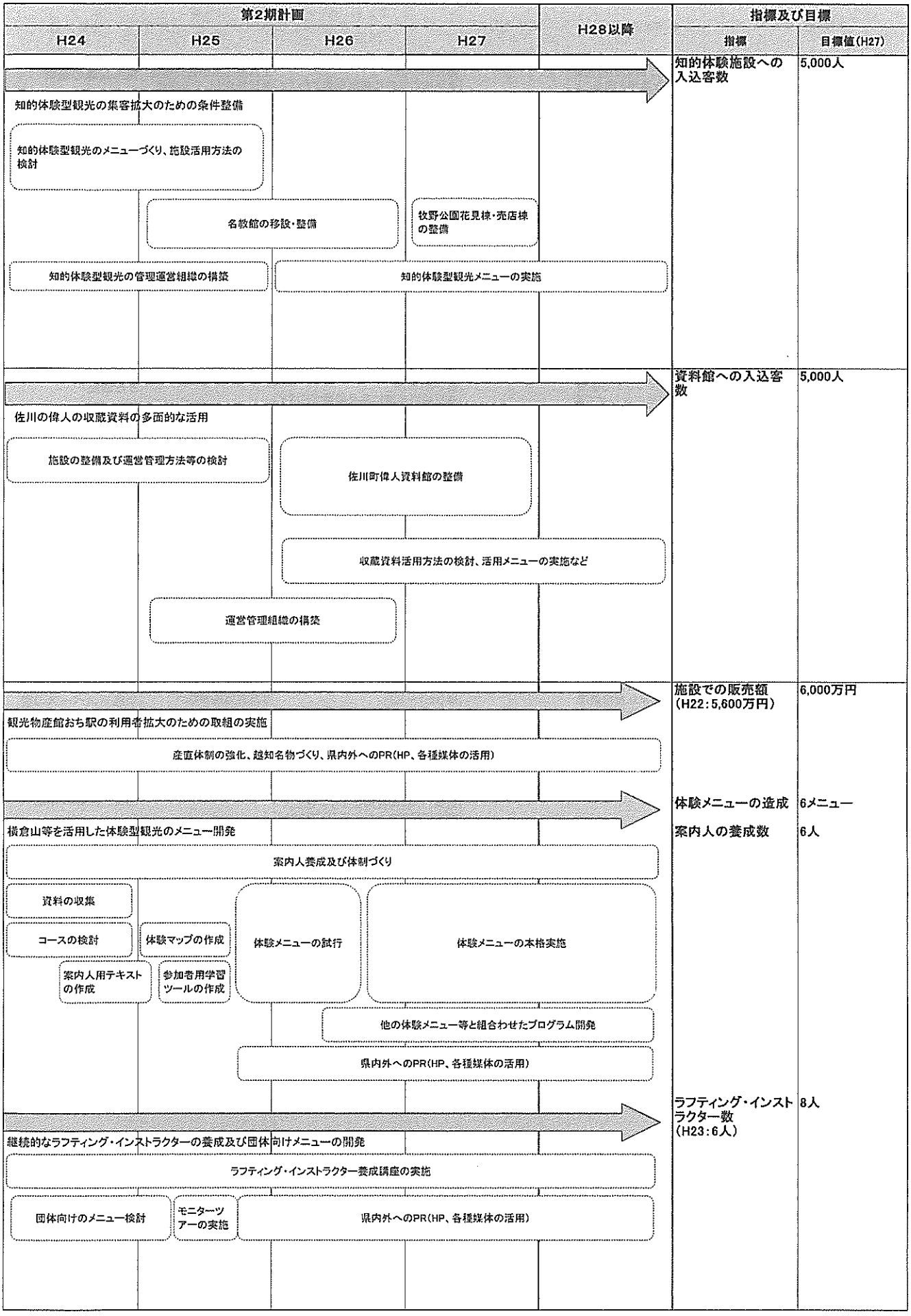
【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
31 観光情報の一元化とおもてなし観光の推進 《仁淀川町》	仁淀川町において、情報発信の強化や観光情報ネットワークの構築などによって、観光情報の充実を図り、滞在型観光の振興につなげる。	・仁淀川町内の観光関連団体	・観光情報ネットワークの構築(H21～23) ・おもてなし活動の実施(H21～23) ◆情報発信力の強化や新しい観光団体、既存団体のブラッシュアップ、食観光への取組を強化してきた結果、着実に基礎力が増してきた。 また、ICT事業やインターンシップ事業、各種アドバイザーの活用などにより地域内外の交流が進み、地域住民が仁淀川町の観光資源とその活用に本格的に取り組むようになってきており、その活動が内面から充実してきた。その結果、平成22年度には「仁淀川町の観光を考える会」が発足し、観光資源の磨き上げ、ガイド力のアップ、着地型観光づくりやその販売手法の確立に向けて、組織的に活動が行えるようになってきた。	・観光情報発信の強化による効果的なPRの検討 ・ガイド養成活動の強化、仁淀川町の観光ガイドの内容調査とその整理、ツアーづくりと実践 ・情報基盤の改善、既存観光施設の運営、観光案内板等の不足、地域産品の不足、観光団体の高齢化	◆観光情報の一元化 ◆観光ガイドの養成 ◆おもてなし観光の推進
32 歴史的風致維持向上計画の推進 《佐川町》	「文教のまち」佐川町において、シンボル的建造物である民具館や歴史的建造物、観光施設を整備することにより、一体的な歴史的風致を形成し、観光資源としての充実を図る。	・佐川町	・一体的な歴史的風致の形成への取組(H21～23) ◆平成21・22年度は、歴史的風致地区において国庫補助事業「歴史的環境形成総合支援事業」を活用し、佐川文庫庫舎(旧青山文庫)の上町への移築、景観を損なっている建物を取り壊しての小公園整備など、観光資源としての街並み整備を図っている。 また、ソフト事業では、ホームページやパンフレットの作成など対外的な広報活動、情報発信を行うとともに、イベントの開催など、地域での継続的な活動も行っており、徐々にではあるが観光客の増加がみられている。 ◆平成23年度には、国庫補助事業の見直しにより従来の事業から「街なみ環境整備事業」に事業が移行しながら、取組は継続しており、平成23年度に、「街なみ環境整備事業計画書」を作成し、引き続き観光資源としての整備と活用を検討していくこととした。 地域ではNPO法人佐川くろがねの会を中心に観光資源を生かした観光ガイドの充実や商工会と連携したイベント等を図り、地域の活動が活発化の傾向にある。	・歴史的風致維持向上計画と整合性の取れた、街なみ環境整備事業計画への取組 ・佐川町の物産販売、情報発信や地域で作り込んだ観光の提案を積極的に実施する観光組織の設立	◆一体的な歴史的風致の形成

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
観光情報の一元化					ガイド養成人数	20人
コーディネーターによる効果的なPRとプロモーション活動の展開・既存施設等の有効活用と機能充実			仁淀川町観光協会(仮称)の設立と運営		実施ツアー数	50ツアー
観光ガイドの養成						
観光資源の発掘と観光素材の整理とガイド要員の増員活動の実施						
おもてなし観光の推進						
仁淀川町独自の滞在型観光ビジネスの展開(ツアー商品の確立、仁淀川町の観光団体等の情報ネットワークの強化)						
観光案内板の設置、トイレ等の改修などの実施						
地場産品開発の実施(仁淀川町のお土産品、仁淀川町の食メニューなどの開発・販売)						
観光団体等の相互サポート体制づくり						
					歴史的風致地区への入込客数	5,000人
一体的な歴史的風致の形成						
浜口邸の整備						
牧野富太郎生家の復元整備						
歴史的風致地区へのJR客車移設						
牧野公園の整備						
	風致地区の標識整備					
佐川町歴史的風致維持向上計画協議会における歴史的風致維持向上施設の審議、提言等						
佐川町物産・集客ツールの検討	佐川町物産・観光振興組織の構築					
まちの駅を中心とした風致地区の観光活性化事業の実施						

【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
33 佐川町における知的体験型観光の推進 《佐川町》	「学ぶ楽しみ・触れる楽しみ・交わる楽しみ・五感の楽しみ、大人の知的好奇心を刺激する「佐川学」による観光」を目指し、量より質の観光地域づくりやメニューづくりに取り組み、佐川町における知的体験型観光を推進し、交流人口の拡大につなげる。	・佐川町	・知的体験型観光の集客拡大のための条件整備(H23) ◆平成23年度作成の「さかわ文教・歴史のまちなみ重点地区まちづくり計画」と「さかわ文教・歴史のまちなみ重点地区街なみ環境整備計画」の中で、「佐川学」をテーマに量より質の知的体験の観光地域づくりを検討し、知的体験ができる施設の移築・整備を進めることによって、新たな観光メニューの創出による、地域への経済効果波及と地域活性化等の効果が見込まれる。	・歴史的風致維持向上計画と整合性の取れた、観光資源としての活用の検討	◆知的体験型観光の集客拡大のための条件整備
34 佐川町収蔵資料を活用した地域の活性化 《佐川町》	佐川町には多くの偉人の収蔵資料があり、特に植物学者として世界的に著名な牧野富太郎博士の植物標本や植物園等の資料が多くある。こうした収蔵資料等の展示施設を整備し、集客の核としての充実を図り、「牧野博士」や「佐川の偉人」を旗頭とした文教での地域活性化を推進する。	・佐川町	・牧野博士の収蔵資料の多面的な活用(H23) ◆平成23年度に「さかわ文教・歴史のまちなみ重点地区まちづくり計画」と「さかわ文教・歴史のまちなみ重点地区街なみ環境整備計画」を策定しており、その中で、佐川町にある偉人の収蔵資料を活用、特に「牧野博士」を展示する施設の整備を計画しており、新たな観光メニューによる、地域への経済効果波及や地域活性化等の効果を期待している。	・歴史的風致維持向上計画と整合性の取れた、観光資源としての活用の検討	◆佐川の偉人の収蔵資料の多面的な活用
35 越知町の総合的な観光推進と地場産品の販売促進 《越知町》	情報発信機能と物販機能を持った、「越知町観光物産館おち駅」を拠点に越知町における観光振興と物産販売体制の強化を図る。また、地域の様々な素材を組み合わせた交流・体験型観光のメニューづくりや地場産品等を活用した加工体制づくりと新商品開発に取り組み、観光及び物販による外貨の獲得につなげる。	・おち駅運営協議会 ・越知町観光協会 ・JAコスモス ・越知町　など	・観光物産館おち駅の整備(H21～22) ◆目標の達成には一歩及ばなかったものの「観光物産館おち駅」での農産物の販売高が伸びたことにより、やりがいを感じ始めた農家からの出荷量が増えてきている。 ・体験型観光の推進(H22～23) ◆平成23年度から取組を始めたカヌー・ラフティングの体験型観光による交流人口の拡大が期待できる。	・物販販売体制の強化 ・荒天時やシーズンオフに対応する体験型観光メニューの開発 ・団体客の受入に向けたラフティング・インストラクターの養成	◆観光物産館おち駅の利用者拡大のための取組の実施 ◆横倉山等を活用した体験型観光のメニュー開発 ◆継続的なラフティング・インストラクターの養成及び団体向けメニューの開発


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
知的体験施設への入込客数
5,000人
知的体験型観光の集客拡大のための条件整備
知的体験型観光のメニューづくり、施設活用方法の検討
名教館の移設・整備
牧野公園花見棟・売店棟の整備
知的体験型観光の管理運営組織の構築
知的体験型観光メニューの実施
資料館への入込客数
5,000人
佐川の偉人の収蔵資料の多面的な活用
施設の整備及び運営管理方法等の検討
佐川町偉人資料館の整備
収蔵資料活用方法の検討、活用メニューの実施など
運営管理組織の構築
施設での販売額(H22:5,600万円)
6,000万円
観光物産館おち駅の利用者拡大のための取組の実施
産直体制の強化、越知名物づくり、県内外へのPR(HP、各種媒体の活用)
体験メニューの造成
6メニュー
横倉山等を活用した体験型観光のメニュー開発
案内人の養成数
6人
案内人養成及び体制づくり
資料の収集
コースの検討
体験マップの作成
体験メニューの試行
体験メニューの本格実施
案内人用テキストの作成
参加者用学習ツールの作成
他の体験メニュー等と組合わせたプログラム開発
県内外へのPR(HP、各種媒体の活用)
ラフティング・インストラクター数(H23:6人)
8人
継続的なラフティング・インストラクターの養成及び団体向けメニューの開発
ラフティング・インストラクター養成講座の実施
団体向けのメニュー検討
モニターツアーの実施
県内外へのPR(HP、各種媒体の活用)

【仁淀川地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
36 直販市を核とした観光資源の整備による交流人口の増と地域の活性化 《日高村》	直販市「さんさん市」を拠点として整備し、周辺の観光資源と連携した活用を図ることで、日下川調整池周辺での観光振興につなげる。	・日高村	・交流人口の拡大のための条件整備(H21～23) ◆平成21年度に産業振興アドバイザーにより日高村の観光資源活用調査事業を実施し、エリアごとの活用案を取りまとめた。その後、ボランティアガイド組織の立上げやガイド育成、モニターツアーの実施等、具体的な取組を進めてきたところ、日下川調整池周辺地域において、日高村の食も含めた観光客の集客を図る地域の観光情報発信拠点が必要となった。	・地域の農産物・農産加工品販売所の観光情報発信拠点としての機能充実	◆直販市及び周辺の観光資源の整備
37 屋形船を活用した拠点施設の整備による交流人口の増と地域の活性化 《日高村》	仁淀川沿いエリアでの新たな観光振興につながる屋形船の運行開始に合わせて船の発着場周辺を整備することで、集客力のアップを図り、観光振興につなげる。	・日高村	・交流人口の拡大のための条件整備(H21～23) ◆平成21年度に産業振興アドバイザーにより日高村の観光資源活用調査事業を実施し、エリアごとの活用案を取りまとめ、具体的な検討を進める中、仁淀川沿いエリアにおいて、川を活用した体験メニューの充実が求められるところとなった。	・屋形船事業の実現	◆屋形船の運行に向けた取組 ◆物産販売施設等の拠点整備
38 国宝を活用した観光資源の整備による交流人口の増と地域の活性化 《日高村》	小村神社の国宝(大刀)の有効活用や、恵まれた自然環境を活かした観光資源の整備を図ることで、小村神社周辺エリアでの交流人口を拡大し、観光振興につなげる。	・日高村	・交流人口の拡大のための条件整備(H21～23) ◆平成21年度に産業振興アドバイザーにより日高村の観光資源活用調査事業を実施し、エリアごとの活用案を取りまとめた。その後、ボランティアガイド組織の立上げやガイド育成、モニターツアーの実施等、具体的な取組を進めてきた。その結果、小村神社周辺エリアでは、国宝に指定された大刀(レプリカ)の常設展示など観光資源の磨き上げと域内の観光ガイドの組織化など体制整備が必要となった。	・観光交流における大幅な集客方法がない	◆国宝(大刀)レプリカや展示スペースの整備 ◆小村神社周辺の案内看板整備 ◆観光PR資材やガイド用教材等の作成

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
直販市及び周辺の観光資源の整備 観光情報拠点の整備 観光情報拠点の完成及び稼働 観光情報パンフレットの作成及び啓発					体験型観光での入込客数 (H22:7,834人)	23,500人
屋形船の運行に向けた取組 事業化に向けた準備(実施団体の確定等) 観光ルートの設定、観光メニュー化、ツアー商品化 本格実施及びPRの取組					体験型観光での入込客数 (H22:7,834人)	23,500人
物産販売施設等の拠点整備 周辺施設等の検討及び整備						
国宝(大刀)レプリカや展示スペースの整備 小村神社周辺の案内看板整備 観光PR資材やガイド用教材等の作成 国宝のレプリカ等の作製方法・保管場所・管理方法・管理主体等について関係機関との協議 レプリカの作製・保管場所の整備・常設展示の開始 観光ルートの設定、周辺整備、観光メニュー化、ツアー商品化 観光ボランティアガイドの育成研修の実施 観光客の受入 観光ルートの設定、観光資源の掘り起し					体験型観光での入込客数 (H22:7,834人)	23,500人

Ⅲ　各地域の具体的な取組

6　高幡地域

6　高幡地域

（1）　地域の産業を取り巻く状況

当地域は、地域の大部分を占める森林資源を活かした林業分野をはじめ、農水産業などの1次産業を中心に栄えてきましたが、長引く景気の低迷や少子高齢化の進行、消費流通構造の変化などにより、1次産業は足腰が弱り、人口は減少傾向にあります。

平成22年の国勢調査では、前回（平成17年）と比較して人口は7.5%減少し、高齢化率は約36%と4%増加、生産年齢人口は約53%と2.3%減少するなど、地域を取り巻く環境は、厳しさを増しています。こうした状況に歯止めをかけ、中山間地域の活性化に繋げるため、当地域では34の地域アクションプランを位置づけ、官民協働で取り組んできました。周りを取り巻く状況の変化や生産量の確保、安定的な事業運営など課題は数多くありますが、これらの取組等により、当地域における産業の状況は変わりつつあります。

農業分野では、まとまりのある産地づくりが進み、基幹品目であるミョウガについては、H23園芸年度（H22.9～H23.8）に過去最高の販売額を達成、中山間地域では、県内で初めて集落営農組織が法人化（ビレッジ影野農事組合法人）されるなど、集落営農の取組が進み始めました。

林業分野では、所有形態が小規模で分散していることや長引く木材価格の低迷等により森林施業を推進し難い状況にある中で、「森の工場」が21団地に増設されたほか、協働の森づくり事業では協定企業と連携した商品開発や循環型の森づくり、地域環境に配慮した森林整備等に取り組むとともに、シイタケ栽培などの特用林産物の生産・販売にも力を入れています。

水産業分野では、漁獲量の減少や魚価の低迷により経営の厳しい状況が続いていますが、四万十町で漁業者による企業組合が設立され、水産加工業者と連携した1.5次加工への取組が始まり、中土佐町ではスラリーアイスを活用した鮮度保持実験による有効性を見出し、効果的な販売に繋げようと取り組んでいます。

商工業分野では、津野町や四万十町で豊富な地域資源を活用した総合販売や拠点施設の整備拡充により、新たな地域ビジネスが展開され始めており、他の地域でもカツオをはじめ地域の食材を活用した新商品の開発が進んでいます。

観光分野では、全国的にも貴重な地形の四国カルストや横浪半島に代表される変化に富んだ海岸線、清流四万十川などの恵まれた大自然や津野山神楽、龍馬脱藩の道などの歴史・文化的遺産を十分活かしきれているとはいえないものの、これらの魅力的な観光資源の磨き上げや、「海洋堂ホビー館四万十」「海洋堂かっぱ館」といった新たな観光拠点や四万十町への高速道路の延伸効果もあり、今後、広域で連携した一層の取組が期待されます。

（２）　地域アクションプランの概要

当地域では、引き続き１次産業の振興に取り組むとともに、移住の促進や担い手の確保、６次産業化への取組などによる拠点ビジネスの展開、自然や文化等の資源を組み合わせた交流人口の拡大など、「連携」を意識した取組を進め、関係者でお互いの目指す姿を共有し、協働で取り組むことによって、中山間地域の活性化を図ります。

農業分野では、まとまりのある産地づくりなどにより、ミョウガやニラなど全国トップのシェアを誇る園芸品目の品質確保と生産拡大に取り組み、農家所得の向上を目指します。また、中山間地域では、農協間連携によるユズの産地育成や、四万十栗のブランド化、栗園地の再生などに取り組むとともに、集落の農地を守り、次世代に繋げる集落営農組織のステップアップを推進します。さらに、滞在型市民農園等の活用による移住を受け入れやすい風土づくりなど、移住定住を加速化し、外部から地域の担い手となる人材を受け入れるなど、地域力の強化を図ります。

林業分野では、四万十森林資源の高付加価値化を促進するため、四万十川流域４市町村の広域連携で「四万十ヒノキ」のブランド化を目指すとともに、循環型社会の構築を促進するため、引き続きＦＳＣ、ＳＧＥＣの森林認証材の加工販売の拡充や、林地残材等を活用した木質ペレットの安定供給など木質バイオマスの利活用に積極的に取り組み、地域の森林資源の有効活用を図ります。加えて、四万十町内の３森林組合の合併による県内最大規模の組合が誕生し、ＪＡＳ認定工場への取組強化などの環境も整い始めており、地域林業の中核となる森林組合の体質強化や森林所有者の所得向上を支援します。

水産業分野では、スラリーアイスを活用したブランド化による魚価向上対策、シイラの加工販売、カツオを使った商品開発に力を入れます。また、インターネットや直販所など多様な販売チャンネルの開拓や地場の魚を広くＰＲし、魚食普及活動を進めるとともに、カンパチやマダイなど養殖魚の販路開拓や出荷体制の強化、滞在型・体験型観光資源の活用による交流人口の拡大に取り組みます。

商工業分野では、須崎市のまち全域がサービスエリア構想による南北道路を活用した賑わいの創出により、魅力ある街づくりを進めます。また、観光拠点でもある大正町市場で、世代や地域を超えた交流を図り、将来にわたって持続するよう中心商店街の活性化と地域への波及効果を目指します。

瑞々しい森や清流、黒潮踊る太平洋といった豊かな自然や津野山郷などの伝統文化を有する当地域の観光分野では、森林の持つ様々な公益的機能を活かした森林セラピーを地元医療機関とも連携して推進し、全国への情報発信を強化するとともに、自然を活かした体験レジャーへの誘客を図ります。また、国の重要文化的景観に選定されている四万十川流域や久礼の漁師町、龍馬脱藩の道、海洋堂ホビー館四万十、海洋堂かっぱ館など、多種多様な観光資源を有しています。

こうした地域の核となる観光資源を磨き上げ、広域で上手く繋げることにより、高速道路の延伸効果とあわせて都市部からの滞在型、体験型の観光推進を積極的に支援し、観光交流人口の拡大と地域経済への波及効果の拡大を図ります。

また、津野町、四万十町のビジネス拠点組織や久礼新港の背後地に整備が予定されて

いる拠点施設等を中心に、農業や水産業、商業など複数の分野が連携した６次産業化への取組を支援し、地域の産業再生に取り組みます。

（３） 重点的な取組

○ まとまりのある産地づくり
（主要基幹品目の生産拡大など）
○ 森を活かす取組
（四万十ヒノキのブランド化、木質バイオマスの利活用促進、森林認証材の販路拡大など）
○ 地域の特産物を活用した商品づくり
（シイラ、カツオ、ショウガなど）
○ ６次産業化への取組等による拠点ビジネス
（津野町、四万十町、中土佐町）
○ 中心市街地の賑わいづくり
（須崎市、中土佐町）
○ 滞在型、体験型観光の推進
（森林セラピー、漁業体験、グリーンツーリズム、海洋堂ホビー館四万十など）

（４） 主要な指標及び目標

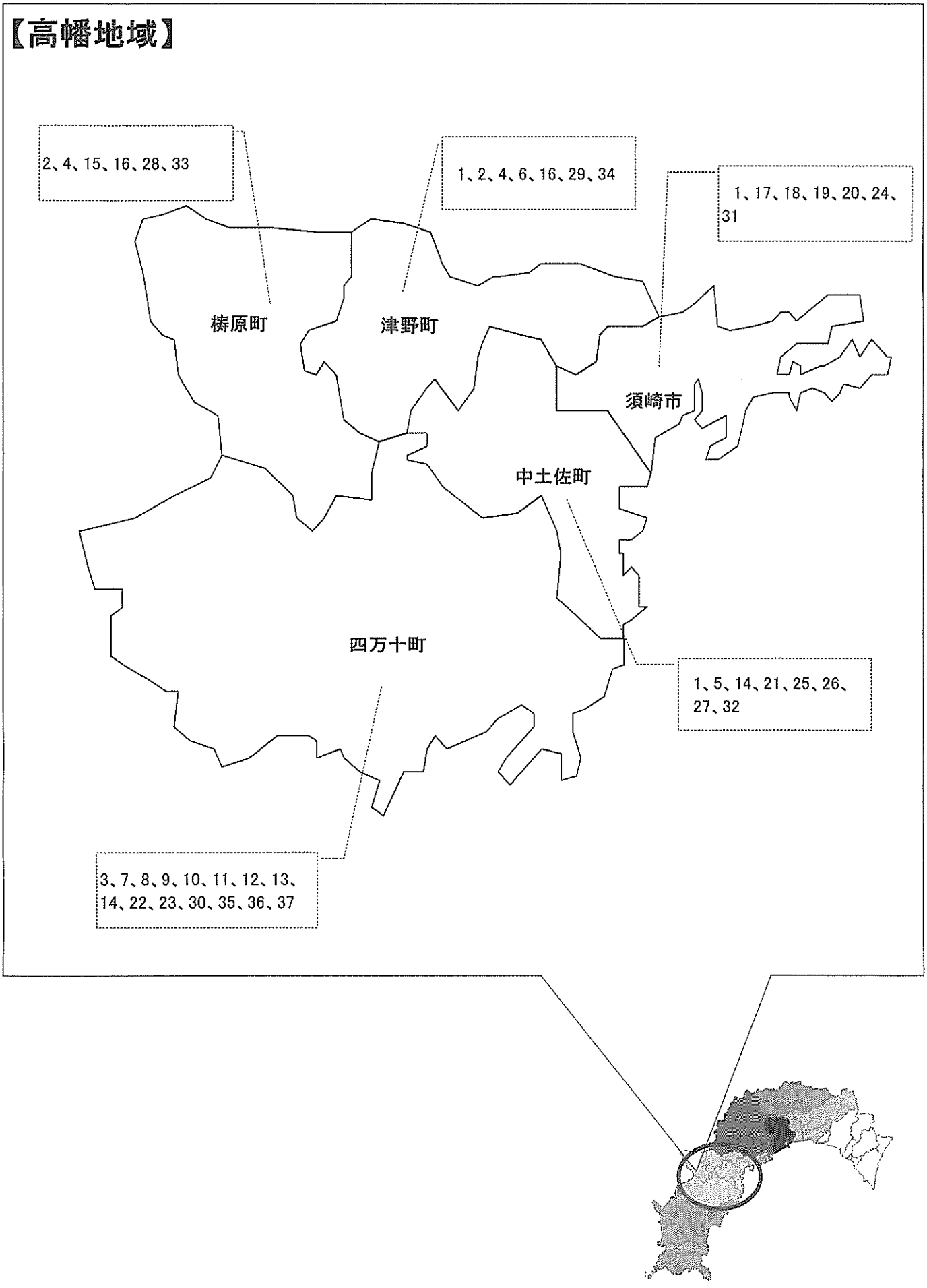
項　　目	実　　績	目　　標
主要農産物（ミョウガ）の販売額 主要農産物（ニラ）の販売額　＜注１＞	H23：52.9億円 H23：8億円	H27：55億円 H27：10億円
四万十ヒノキブランドの製品販売高	H22：－	H27：原木 9,000m3 製品 2.7億円
シイラの取扱量	H22：26ｔ	H27：85ｔ
宿泊施設宿泊者数(抜粋)＜注２＞	H22：21,620人	H27：26,300人
ビジネス拠点組織の直販所等販売額＜注３＞	H22：427百万円	H27：582百万円

注１：ミョウガはＪＡ土佐くろしお、ニラはＪＡ四万十の取扱分
２：雲の上ホテル、マルシェユスハラ、松葉川温泉、天狗荘の合計
３：津野町関連直販所６店舗の直販所販売額と「道の駅」あぐり窪川の販売額の合計

（５）　具体的な取組

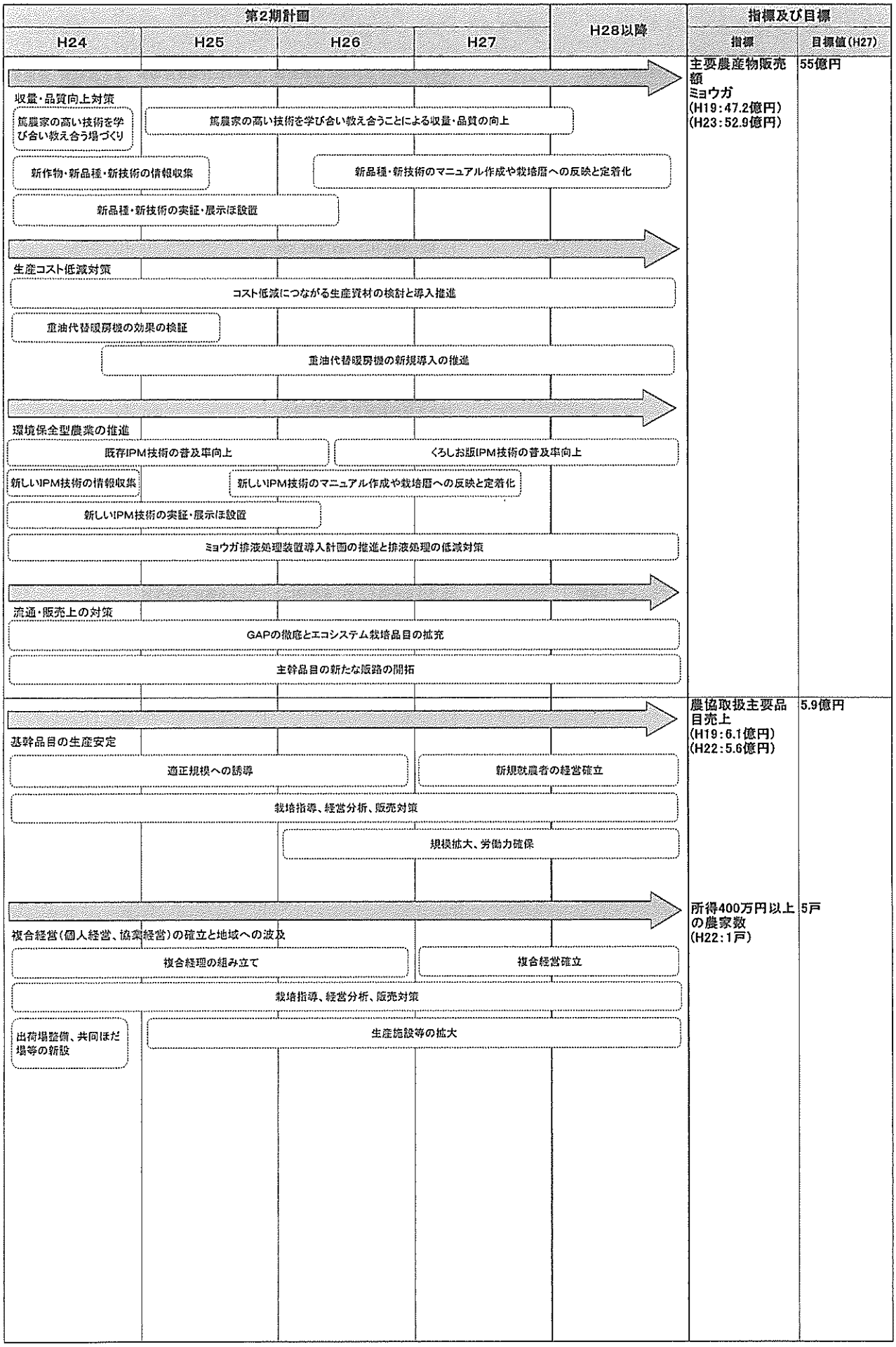
No.		須崎市	中土佐町	檮原町	津野町	四万十町
1	地域基幹園芸品目の生産振興と農家の所得向上	●	●		●	
2	中山間地域での持続可能な農林業経営の確立			●	●	
3	基幹品目等の維持・発展による地域農業の活性化					●
4	津野山牛のブランド化			●	●	
5	大野見米のブランド化		●			
6	つの茶販売戦略				●	
7	集落営農組織のステップアップの推進					●
8	直売所・農家レストランを核とした「地消地産」の推進					●
9	四万十町地産外商の推進					●
10	四万十町のこだわり野菜を使った加工品の生産販売による地域活性化					●
11	四万十の栗再生プロジェクト					●
12	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					●
13	地域資源活用推進と加工場等の整備					●
14	「四万十ヒノキ」のブランド化を主体とした地域森林資源の有効活用		●			●
15	循環型社会の構築を促進するための森林資源の有効活用			●		
16	「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			●	●	
17	美味しい！須崎の魚（いお）消費拡大プロジェクト	●				
18	野見湾産養殖カンパチの販路拡大	●				
19	浦ノ内湾産養殖マダイの販路拡大	●				
20	楠木鮮魚一を活用した南地区の活性化	●				
21	中土佐町地域ブランドの創出と販売促進		●			
22	シイラ加工の生産体制の強化					●
23	シイラ加工食品の生産拡大					●
24	須崎市まち全域がサービスエリア構想推進事業	●				
25	大正町市場商店街活性化事業		●			
26	久礼の浜屋敷整備事業		●			
27	「中土佐のうまいもん食わしちゃお」商品開発プロジェクト		●			
28	檮原町地場産品の地産地消・外商の促進			●		
29	津野町地産地消・外商販売戦略				●	
30	四万十町拠点ビジネス体制の強化					●
31	須崎市の教育旅行や団体旅行の誘致に向けた体制の整備	●				
32	中土佐町の地域資源を活用した体験型観光の推進		●			
33	檮原町の体験型・滞在型観光の推進			●		
34	清流と風と歴史に会えるまち津野町まるごと体感！～観光集客アップ作戦～				●	
35	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					●
36	四万十町観光交流促進事業					●
37	四万十町の地域経済活性化の核となる宿泊事業への取組					●

【高幡地域】


2、4、15、16、28、33
1、2、4、6、16、29、34
1、17、18、19、20、24、31
梼原町
津野町
須崎市
中土佐町
四万十町
1、5、14、21、25、26、27、32
3、7、8、9、10、11、12、13、14、22、23、30、35、36、37

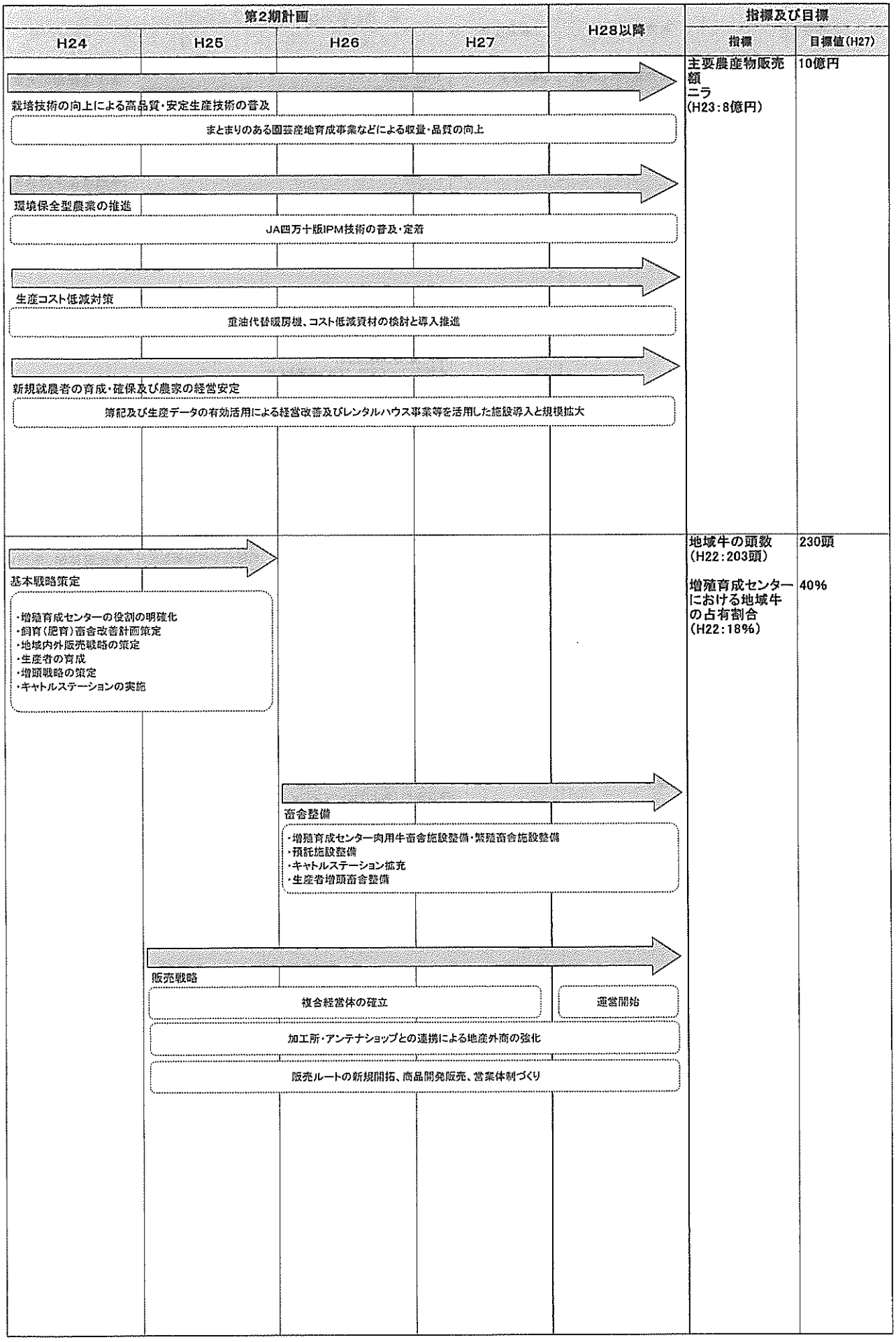
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1 地域基幹園芸品目の生産振興と農家の所得向上 《須崎市、中土佐町、津野町》	まとまりのある園芸産地づくりを推進するなどして収量・品質の向上に努める。同時に、消費者からの安全・安心の要望に応えるために環境保全型農業を推進し、産地のこだわりを「見える化」した販売に対応してエコシステム栽培品目の増加に取り組むことなどにより、販売額の維持・増加を目指す。あわせて、重油価格等の資材高騰に対応するなどして経営内容の改善を進めることにより農家の所得向上に取り組み、産地の安定的な発展を目指す。	・JA土佐くろしお ・JA四万十	・学び教え会う場(H21～23) ◆栽培技術や経営分析診断の指導等により、主幹品目の収量・品質が向上して、販売額が高まった。特にミョウガでは平成23園芸年度の販売額が52.9億円となった。 ・IPM技術の取組(H21～23) ◆主要11品目で取り組み、シシトウの現地実証圏の取組の成功により、天敵の導入が急速に進み農薬使用量の低減につながった。 ・省エネ対策(H21～23) ◆多層被覆や変温管理、ヒートポンプの導入などにより年々進んでいる。 ・くろしお版GAPの推進(H21～23) ◆流通・販売上の対策として、主要11品目で取り組んだ。キュウリでは平成23園芸年度から部会全体でエコシステム栽培の取組が始まった。	・個々の農家の所得の安定化 ・新規就農者の増加 ・既存市場では飽和状態に近いのではないかと危惧されているミョウガの市場開拓、販路開拓 ・ミョウガ養液栽培における排液処理対策	◆収量・品質向上対策 ◆生産コスト低減対策 ◆環境保全型農業の推進 ◆流通・販売上の対策
2 中山間地域での持続可能な農林業経営の確立 《檮原町、津野町》	園芸基幹品目において、平坦地域と遜色ない所得を得る生産規模の確保、栽培技術向上、有利販売の取組を推進する。 また、安定的な所得を得る複合経営(農業、林業、直販所出荷、農林産物加工を含む)を確立し、地域内への波及を図る。	・JA津野山	・複合経営の推進(H21～23) ◆中山間地域での所得向上の可能性が見えてきている。 ・農協間連携によるユズの導入(H21～23) ◆中山間地域での新たな産地化、所得の確保の可能性が出てきた。 ・林産物による所得向上(H22～23) ◆特上肉厚シイタケ等においても所得向上につながる動きが始まった。 ・「こうち型集落営農」の推進(H21～H23) ◆「協業型施設園芸」の経営が始まった。	・新規就農者の確保 ・「中山間地域で若い世代が暮らし、子育てできる」農業の確立 ・中山間地域での持続可能な農業経営の推進	◆基幹品目の生産安定 ◆複合経営(個人経営、協業経営)の確立と地域への波及


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
主要農産物販売額
ミョウガ
(H19:47.2億円)
(H23:52.9億円)
55億円
収量・品質向上対策
篤農家の高い技術を学び合い教え合う場づくり
篤農家の高い技術を学び合い教え合うことによる収量・品質の向上
新作物・新品種・新技術の情報収集
新品種・新技術のマニュアル作成や栽培暦への反映と定着化
新品種・新技術の実証・展示ほ設置
生産コスト低減対策
コスト低減につながる生産資材の検討と導入推進
重油代替暖房機の効果の検証
重油代替暖房機の新規導入の推進
環境保全型農業の推進
既存IPM技術の普及率向上
くろしお版IPM技術の普及率向上
新しいIPM技術の情報収集
新しいIPM技術のマニュアル作成や栽培暦への反映と定着化
新しいIPM技術の実証・展示ほ設置
ミョウガ排液処理装置導入計画の推進と排液処理の低減対策
流通・販売上の対策
GAPの徹底とエコシステム栽培品目の拡充
主幹品目の新たな販路の開拓
農協取扱主要品目売上
(H19:6.1億円)
(H22:5.6億円)
5.9億円
基幹品目の生産安定
適正規模への誘導
新規就農者の経営確立
栽培指導、経営分析、販売対策
規模拡大、労働力確保
所得400万円以上の農家数
(H22:1戸)
5戸
複合経営(個人経営、協業経営)の確立と地域への波及
複合経理の組み立て
複合経営確立
栽培指導、経営分析、販売対策
出荷場整備、共同ほだ場等の新設
生産施設等の拡大

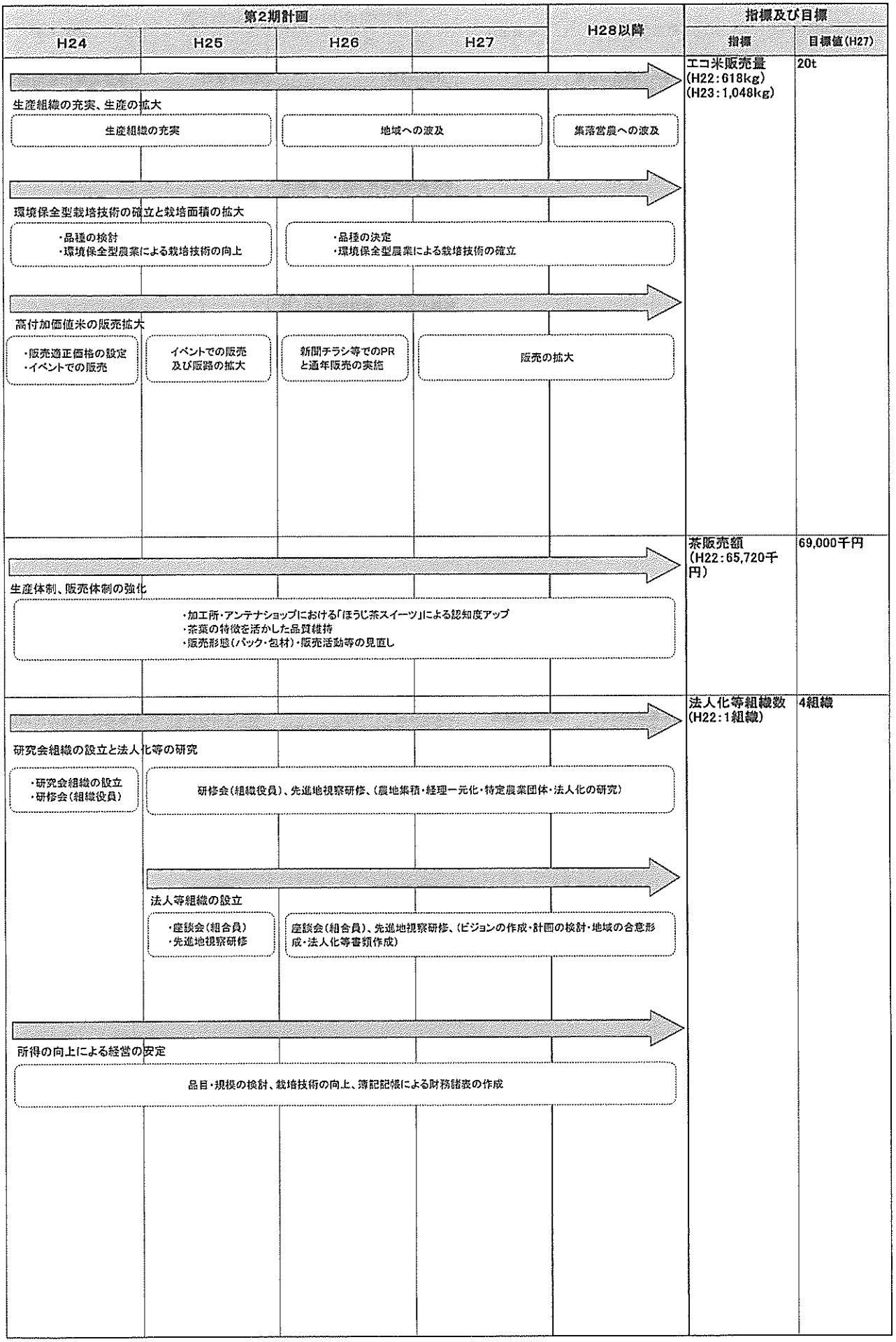
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
3 基幹品目等の維持・発展による地域農業の活性化 《四万十町》	農業の基幹品目及び推進品目等の維持発展のために、農業者と関係機関が一体となって、収量・品質の向上、経営改善、環境保全型農業の推進などに取り組む。	・JA四万十	・学び教え合う場(H21～23) ◆ミョウガなど基幹品目の販売額増加、新規就農者の確保やレンタルハウス事業等よる施設整備など、産地の維持・発展が図られ、地域農業の活性化に繋がった。特にミョウガでは、平成23園芸年度の販売額が13.3億円と過去最高となり平成23年度の目標13億円を達成した。 ・栽培技術の向上による収量・品質の向上(H21～23) ◆目標収量達成率 H21:75%、H22:76%、H23:55% ・環境保全型農業の推進 (H21～H23) ◆JA部会でのエコシステム認証出荷を開始し、H21年度はミョウガ、ピーマン、キュウリ、H22年度には露地ショウガを追加して、環境保全型農業に取り組んだ。 ・新規就農者の確保(H21～23) 関係機関と連携した取組により39名の新規就農者を確保できた。 H21:19名、H22:9名、H23:11名	・生産出荷指標の達成に向けた計画生産の実施 ・ニラの販売額10億円に向けたビジョンの作成及び課題解決	◆栽培技術の向上による高品質・安定生産技術の普及 ◆環境保全型農業の推進 ◆生産コスト低減対策 ◆新規就農者の育成・確保及び農家の経営安定
4 津野山牛のブランド化 《梼原町、津野町》	津野山地域(津野町・梼原町)の子牛生産から肥育の地域一貫経営を確立し、地域内外で精肉や肉の加工食品を販売することで、「津野山牛」の認知度をアップし、生産頭数増、飼育者増等に繋げる。	・(仮称)肉用牛増殖育成センター ・津野町 ・梼原町	・加工開発販売ビジネス (H21～23) ◆地域食材に付加価値を付けた商品を開発販売することで、地域の活性化を図るため、専門家によるメニュー開発、販売計画と共に食材供給体制の整備などを行った。	・地域における生産から販売までの一体的な増殖肥育販売体制の確立 ・消費者への認知度アップによる購買者確保対策(家畜市場としての魅力づくり) ・四国カルストを利用した「夏山冬里方式」の管理体制(人員確保など)の強化	◆基本戦略策定 ◆畜舎整備 ◆販売戦略


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
主要農産物販売額
ニラ
(H23:8億円)
10億円
栽培技術の向上による商品質・安定生産技術の普及
まとまりのある園芸産地育成事業などによる収量・品質の向上
環境保全型農業の推進
JA四万十版IPM技術の普及・定着
生産コスト低減対策
重油代替暖房機、コスト低減資材の検討と導入推進
新規就農者の育成・確保及び農家の経営安定
簿記及び生産データの有効活用による経営改善及びレンタルハウス事業等を活用した施設導入と規模拡大
地域牛の頭数
(H22:203頭)
230頭
増殖育成センターにおける地域牛の占有割合
(H22:18%)
40%
基本戦略策定
・増殖育成センターの役割の明確化
・飼育(肥育)畜舎改善計画策定
・地域内外販売戦略の策定
・生産者の育成
・増頭戦略の策定
・キャトルステーションの実施
畜舎整備
・増殖育成センター肉用牛畜舎施設整備・繁殖畜舎施設整備
・預託施設整備
・キャトルステーション拡充
・生産者増頭畜舎整備
販売戦略
複合経営体の確立
運営開始
加工所・アンテナショップとの連携による地産外商の強化
販売ルートの新規開拓、商品開発販売、営業体制づくり

【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
5 大野見米のブランド化 《中土佐町》	四万十川の豊かな自然条件を活用して生産される大野見米のブランド化をキーワードとして、まとまりのある生産・販売体制を構築し、消費者に選ばれる米産地づくりを推進する。	・中土佐町 ・JA四万十	・大野見米のブランド化 (H21～23) ◆大野見産米エコ研究会が発足3年目となり、特別栽培米への取組や会員自ら対面販売を実施するなどブランド化への取組が始まっており、今後栽培方法や品種の検討など改善を重ねて産地をあげた取組に繋げていく。 ・組織・生産体制づくり (H22～23) ◆リーダー1名、サブリーダー1名、関係機関による役割分担の決定、指針が作成され、研究会員も27名になった。 ・栽培技術の確立(H21～23) ◆ヒノヒカリ特別栽培米暦の作成、実証(H23年度実証ほ9カ所)等により、品質の標準化に取り組んだ。 ・PR、販売活動(H23) ◆新米フェスタで、ブランド米として12,000円／30kgが好評で研究会員も感触をつかんだ。	・組織活動の活性化 ・環境保全型栽培技術の確立と栽培面積拡大 ・付加価値をつけた高単価での販売	◆生産組織の充実、生産の拡大 ◆環境保全型栽培技術の確立と栽培面積の拡大 ◆高付加価値米の販売拡大
6 つの茶販売戦略 《津野町》	単価安な二番茶をほうじ茶として「お茶スイーツ」に加工し、商品力でトップランナーとしての地位を固めることで、「つの茶」の地域ブランド化を目指し、主力商品である、一番茶の単価アップ、生産・販売量増等の波及効果を狙う。	・JA津野山 ・津野町	・加工開発販売ビジネス (H21～23) ◆地域食材に付加価値を付けた商品を開発販売をすることで、地域の活性化を図るため、専門家によるメニュー開発、販売計画と共に食材供給体制の整備などを行った。	・価格低迷が続く中、独自販売や付加価値を付けて安定価格での取引を望む声が強い ・二番茶は平成16年頃から急激な単価安となっている ・地域ブランドを確立し、一番茶の販売増を図る必要がある	◆生産体制、販売体制の強化
7 集落営農組織のステップアップの推進 《四万十町》	集落営農組織の農地の集積や法人化、組織の経営安定等、集落営農組織のステップアップに向けた取組を推進し、農地を守り次世代に継承できる集落営農組織への発展を目指す。	・集落営農組織(10組織)	・集落営農組織の育成 (H21～23) ◆県全体の集落営農組織のほぼ半数の組織数に至るとともに県内初の農事組合法人が設立(ビレッジ影野、H22年1月)され、こうち型集落営農組織のモデル事例として園芸部門(雨よけピーマン17a)を導入して、中山間地域の農地の維持や経営安定に取り組んだ。 70組織(H19)→80組織(H23)	・地域農業を担う持続した組織への育成 ・農地集積による営農の確立及び所得確保のしくみづくり	◆研究会組織の設立と法人化等の研究 ◆法人等組織の設立 ◆所得の向上による経営の安定


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
エコ米販売量
(H22:618kg)
(H23:1,048kg)
20t
生産組織の充実、生産の拡大
生産組織の充実
地域への波及
集落営農への波及
環境保全型栽培技術の確立と栽培面積の拡大
・品種の検討
・環境保全型農業による栽培技術の向上
・品種の決定
・環境保全型農業による栽培技術の確立
高付加価値米の販売拡大
・販売適正価格の設定
・イベントでの販売
イベントでの販売
及び販路の拡大
新聞チラシ等でのPR
と通年販売の実施
販売の拡大
茶販売額
(H22:65,720千円)
69,000千円
生産体制、販売体制の強化
・加工所・アンテナショップにおける「ほうじ茶スイーツ」による認知度アップ
・茶葉の特徴を活かした品質維持
・販売形態(パック・包材)・販売活動等の見直し
法人化等組織数
(H22:1組織)
4組織
研究会組織の設立と法人化等の研究
・研究会組織の設立
・研修会(組織役員)
研修会(組織役員)、先進地視察研修、(農地集積・経理一元化・特定農業団体・法人化の研究)
法人等組織の設立
・座談会(組合員)
・先進地視察研修
座談会(組合員)、先進地視察研修、(ビジョンの作成・計画の検討・地域の合意形成・法人化等書類作成)
所得の向上による経営の安定
品目・規模の検討、栽培技術の向上、簿記記帳による財務諸表の作成

【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
8 直売所・農家レストランを核とした「地消地産」の推進 《四万十町》	JA四万十「みどり市」産直コーナー等への野菜の安定供給や販売拡大を図ると共に、「みどり市」の移転、農家レストランの開業を行い、地消地産による地域の農業者の所得向上を目指す。	・JA四万十	・農産物の安定供給 (H21～23) ◆JA四万十「みどり市」の販売部会員数は、目標の330名を達成し、農産物等の安定供給に努めた。 311名(H19)→340名(H23) ・農産物の販売拡大や加工品の開発(H21～23) ◆産直部門の売上高は、単価安の厳しい状況の中でわずかではあるが、年々増加し、加工品の開発販売にも取り組むなど農家所得の向上に努めた。 ・学校給食への食材供給 (H21～23) ◆給食センターへの農産物の供給組織が新たに2組織設立され、供給体制が整ってきており、町内産品の占める割合も増加してきた。 給食の地場産率(H23) 重量ベース73% 食品数ベース48%	・野菜等の安定供給と販売の多面化 ・みどり市の移転と農家レストランの開業	◆野菜等の栽培推進 ◆販売の多面化 ◆みどり市・農家レストランの建設
9 四万十町地産外商の推進 《四万十町》	中山間地域の小規模・高齢農家の農業振興を図るため、大正・十和地区を中心に市場で要望のある農林水産物の生産・集出荷加工流通販売体制を江師農林水産加工場を拠点に構築し、農林水産業者の所得向上及び地域活性化を目指す。	・四万十町地産外商推進協議会	・農林水産物の地産地消・外商にかかる体制づくり(H21) ◆平成21年度に集出荷加工場の整備や協議会設立により、町内の農林水産物を1.5次加工し、町内外へ販売する体制が整った。 ・加工商品の開発、販路開拓 (H22～23) ◆農林産物や加工品の県内外出荷が始まり、量販店、食品卸会社、惣菜メーカーなど販路を開拓し、販売額増加に至った。 ・出荷体制の構築(H21～23) ◆協力生産者も平成21年度から約3倍に増加し、出荷量も84t(H21)→140.5t(H23)に増加するなど、安定供給に努めた。	・生産物の確保 ・新たな契約農家の確保 ・他組織や団体等との協力関係構築 ・持続可能な経営体制の構築	◆農林産物の生産供給体制の強化 ◆流通販売体制の確立と拡大 ◆商品の高付加価値化

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
野菜等の栽培推進 野菜の周年安定供給の推進(栽培講習会、現地巡回指導、作型の見直し、海岸部での栽培推進、小規模ハウスの導入)					産直コーナーの販売金額 (H22:159百万円)	180百万円
販売の多面化 販売拡大(高知市等地区外、学校給食、病院等安定供給先の確保)						
みどり市・農家レストランの建設 協議会の設立、建設内容の検討	運営内容や規模、メニューの決定	施設整備	オープン、運営開始	運営		
農林産物の生産供給体制の強化 契約農家の確保、営農指導による生産拡大、 外部団体等との協力・連携による安定供給					農林産物の生鮮加工販売額 (H22:約34,000千円)	48,000千円
流通販売体制の確立と拡大 県内外の量販店・食品加工会社等への販売ルートの維持・拡大、営業体制づくり						
商品の高付加価値化 加工商品開発、食品展示会への出展、商談、生産地見学会の実施						

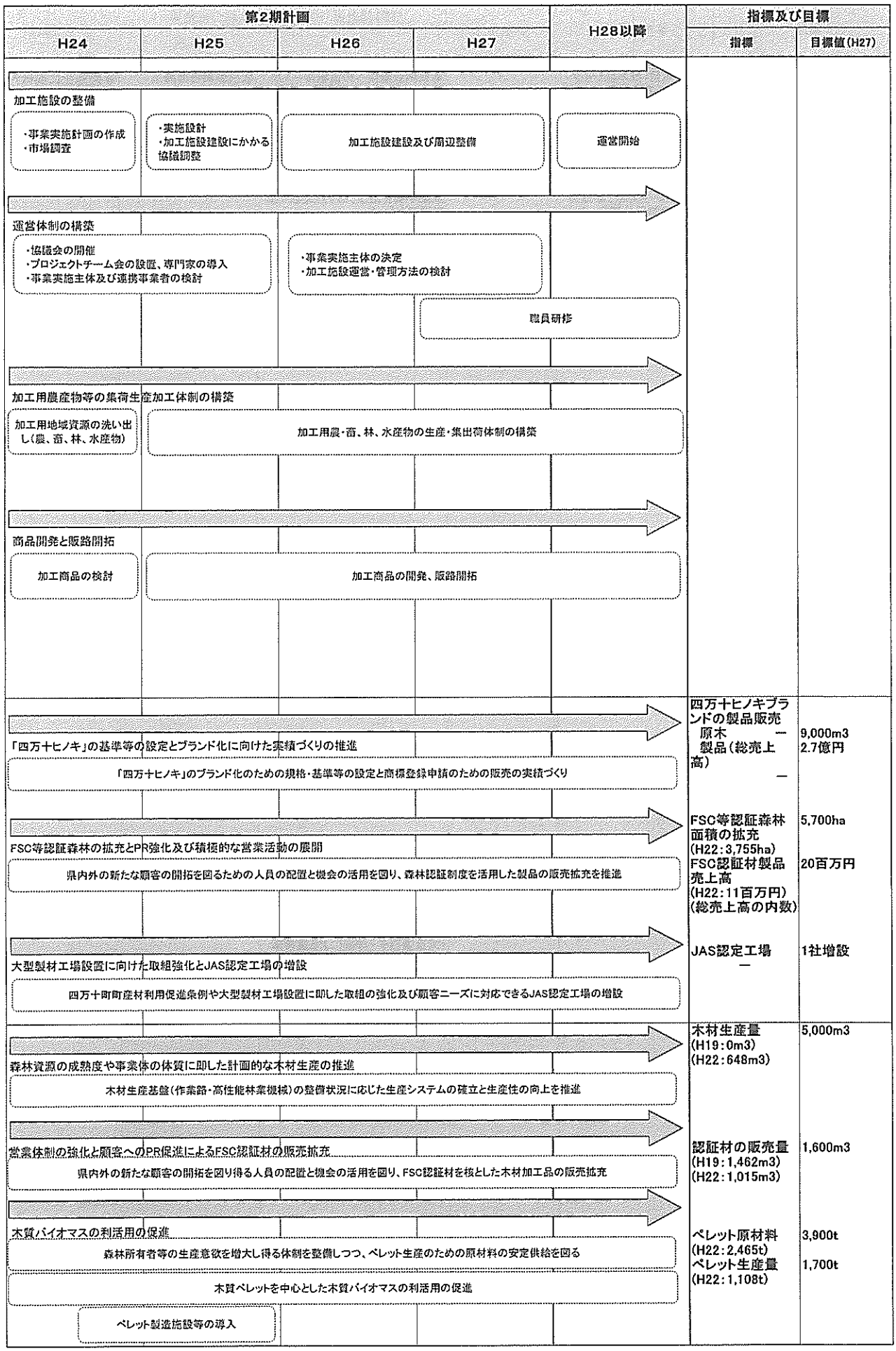
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
10 四万十町のこだわり野菜を使った加工品の生産販売による地域活性化 《四万十町》	四万十町の農薬や化学肥料を使わずこだわりを持って栽培した野菜を利用して、価値を最大限に活用した加工品の開発と販売拡大を行い、農家所得の向上と地域雇用の確保、農業の担い手づくりなど地域の活性化を図る。	・桐島畑	・ジンジャーシロップ加工場の整備(H22) ・新商品開発と販売(H22) ・農業研修生の受け入れ(H22～23) ◆H22年度は加工施設の完成によって加工品の生産体制や野菜の出荷体制が整い、顧客の増加も伴って目標値を達成した。23年度も順調に売上高を伸ばし、雇用の増加にもつながった。	・商品の需要増に伴う安定供給体制づくり ・野菜の付加価値向上 ・地域ネットワークづくり ・販路の拡大	◆安定した農産物・加工品の生産供給体制づくり ◆新商品の開発と販売拡大
11 四万十の栗再生プロジェクト 《四万十町》	北幡地域で生産される栗の産地力強化に向け、民間直営農場や作業受託組織の育成等、新たな担い手による生産拡大と増産に対応できる集荷施設の整備などを行い、安定的な加工商品の生産と需要の拡大を図り、中山間地域の活性化を目指す。	・四万十の栗再生プロジェクト推進協議会	・品質向上、ブランド化(H21～23) ◆四万十の栗再生プロジェクト推進協議会を設置し、生産から加工、流通販売に至る一元的な体制を構築するとともに、せん定技術や選果選別の徹底により品質向上を図った。 超特選栗志向者(圏)認定 11名 ・生産体制の構築(H21～23) ◆新植、再生モデル園の設置や、先進地の剪定師養成派遣研修の実施、栗栽培テキストやGAPチェックシート作成、加工業者等対象の剪定・改植講習会を開催するなどし、品質に応じた販売を実施することにより、生産者の栽培意欲の高まりに繋がった。 ・新改植の増加 H22:3ha、H23:3.5ha ・雇用の創出(H22～) ◆H18に開始したタネヒサ(有)の十和工場の稼働により、年間延べ200人の雇用の創出に繋がった。	・生産者の高齢化と園地の老木化による、原料供給不足 ・イノシシ・シカ等鳥獣被害による生産意欲の低迷 ・今後の生産量増加時の加工体制	◆生産拡大 ◆施設整備 ◆担い手育成 ◆販路開拓
12 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》	滞在型市民農園の機能強化やお試し移住施設の整備などを行い、窪川、大正、十和の3地域ごとに地域との交流を含めた受入体制を整えるとともに、移住希望者等のニーズに沿った支援策を実施し、四万十町全体で移住に繋がりやすい風土づくりを目指す。	・四万十町 ・営農支援センター四万十(株)	・クラインガルテン四万十(H21～23) ◆移住促進、担い手確保のため、平成21年度に施設を整備し、22年4月に運営開始後、施設稼働率が97%と目標の80%を達成している。 滞在型施設稼働率:100%(15棟) 日帰型 〃 :94% (16区画のうち利用15区画) ・移住の促進(H22～23) ◆役場に移住相談窓口を設置し、地域との協力関係づくりに取り組むなど、移住促進への活動が開始された。 施設利用者1名移住、他10区画の方が移住を検討中 ・交流の促進(H22～23) ◆施設内イベント及び町内各種イベント等への施設利用者の積極的な参加、住民との交流が広がっている。 ・農作物の栽培(H22～23) ◆安定した収量確保に向け、生産技術の確立に取り組んでおり、収量に比例して雇用の拡大も図られた。 耕作面積:3.1ha 雇用人数:常勤4人、パート45人	クラインガルテン四万十 ・移住定住促進のしくみづくり ・施設利用者への移住意欲の醸成に繋がる取組 農作物の栽培 ・生姜:病気を出さないための徹底した日常管理 ・アスパラ:生産技術の確立	◆施設整備 ◆移住定住に繋がる仕組みづくり

第2期計画					指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)
安定した農産物・加工品の生産供給体制づくり 担い手の育成、野菜・加工品の生産指導の充実 加工品の自主管理体制の向上 新商品の開発と販売拡大 新商品の開発・モニタリング、販売ルートの拡大					加工品及び野菜販売額 (H21:6,558千円) (H22:11,791千円)	17,000千円
生産拡大 事業導入等で年間1000本(2ha)以上実施 施設整備 低温貯蔵庫・選果機、加工場など 担い手育成 栽培講習会、個別巡回指導の実施 販路開拓 ・民間との連携強化 ・商品開発及び販路開拓					原材料供給量(JA集荷量) (H20:59t) (H22:56t)	100t
施設整備 ・滞在型市民農園の機能強化 ・滞在型施設7棟増設、コミュニティー施設整備 滞在型市民農園の運営 ・地域との交流イベント開催 ・農作物の栽培指導 お試し移住施設整備 お試し移住住宅運営					施設稼動率 滞在型市民農園 (H22:滞在型100%、日帰型94%) (H23:滞在型100%、日帰型94%)	90%
移住定住に繋がる仕組みづくり 移住・定住促進事務所(仮称)設置の検討		移住・定住促進事務所(仮称)設置	戦略的な情報発信	各種情報の更新	移住者数 ※四万十町窓口を通して移住された方	15組
・定期的・随時的な移住・就業相談会などの開催 ・移住者のニーズに沿った支援策等の検討、支援策の制度化 ・地域との連携(地区長及びNPO法人、集落担当職員等) ・移住者へのアフターケア ・メディアを利用した四万十町や滞在型市民農園、お試し滞在施設のPR 移住希望者への支援						

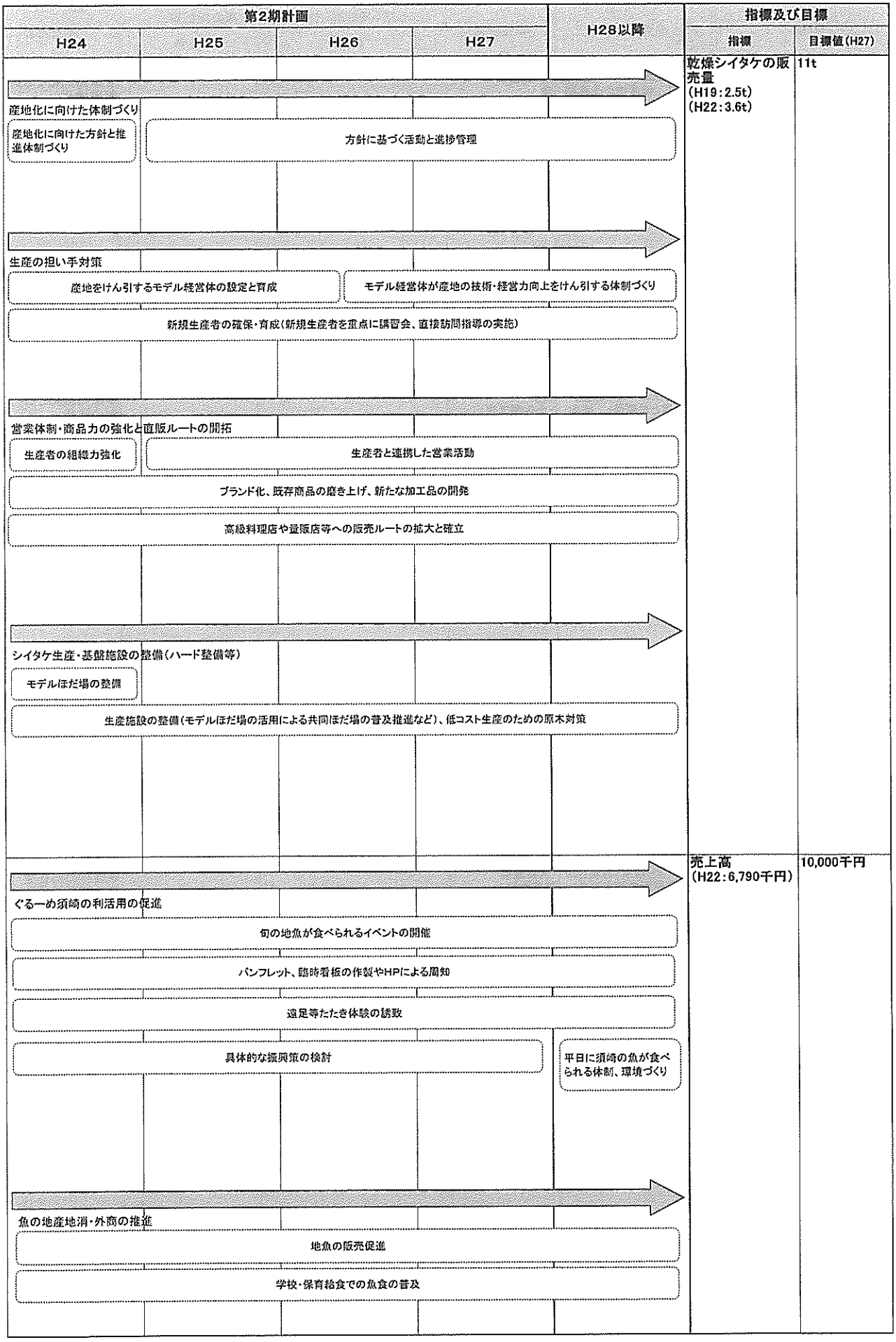
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
13 地域資源活用推進と加工場等の整備 《四万十町》	四万十町の地域資源を広く活用し付加価値を付けた加工品の開発と高品質で安定的な供給体制を確保できる拠点的な加工施設を整備し、農林水産業の所得の向上と雇用の確保に繋げる。	・四万十町			◆加工施設の整備 ◆運営体制の構築 ◆加工用農産物等の集荷生産加工体制の構築 ◆商品開発と販路開拓
14 「四万十ヒノキ」のブランド化を主体とした地域森林資源の有効活用 《中土佐町、四万十町》	四万十森林資源の高付加価値化を促進するため、広域で取り組む「四万十ヒノキ」の地域団体商標登録を目指すと共に、FSC・SGEC認証材の加工・販売の拡充、更には検討中の大型製材工場設置に向けた取組を推進する。	・四万十町森林組合 ・須崎地区森林組合 ・四万十町内製材業者	・「高幡ヒノキ」から「四万十ヒノキ」としてのブランド化への広域的な取組(H21～23) ◆広域4市町村で連携して「四万十ヒノキブランド化推進協議会」が発足、各種勉強会等が開催された。 ・FSC認証制度を活用した製品の販売強化(H21～23) ◆製材品需要の低迷するなか、森林認証制度等を活用して安定的な販売高2.34億円(H23)を達成。 ・大型製材工場設置のための機運の醸成(H23) ◆四万十町内製材業者を対象に検討を開始した。	・「四万十ヒノキ」としての規格・基準等の設定 ・地域団体商標の性格上、協同組合としての森林組合のみの取組 ・適正な価格評価が得られ難い ・認証材のPR強化の手法と顧客の手応え ・後継者の確保や導入機械の共同利用が困難 ・新たな生産施設を導入しても販売網の開拓が未知数	◆「四万十ヒノキ」の基準等の設定とブランド化に向けた実績づくりの推進 ◆FSC等認証森林の拡充とPR強化及び積極的な営業活動の展開 ◆大型製材工場設置に向けた取組強化とJAS認定工場の増設
15 循環型社会の構築を促進するための森林資源の有効活用 《檮原町》	持続可能な森林経営のもとで計画的な木材生産を行い、FSC森林認証基準に基づき生産した木材製品の販売、及び林地残材等を活用した木質ペレットの製造・販売等を通じて、地域林業の中核となる森林組合の経営体質を強化し、森林所有者への所得向上を推進する。	・檮原町森林組合 ・檮原町 ・ゆすはらペレット㈱	・安定的な木材生産(H21～23) ◆異業種とのJVによる効率的な「森の工場」を運営し、木材生産量260m3(H23)を達成。 ・FSC認証材の拡充による製材品の販売強化(H21～23) ◆製材品需要が低迷するなか、継続的な営業展開によりFSC認証材の販売量1,111m3(H23)を堅持。 ・木質ペレットの安定供給(H21～23) ◆木質エネルギーを活かした循環型の森づくりの一環として、木質ペレットの安定供給で販売額36,179千円を確保。	・通年的な生産体制の確立と生産性の向上 ・新規顧客開拓のための専任の営業担当者が不在 ・一般材との区別化を図るFSC認証材のPR強化 ・ボイラー等のペレット活用施設の普及とペレット品質の安定化(規格等)	◆森林資源の成熟度や事業体の体質に即した計画的な木材生産の推進 ◆営業体制の強化と顧客へのPR促進によるFSC認証材の販売拡充 ◆木質バイオマスの利活用の促進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
加工施設の整備
・事業実施計画の作成
・市場調査
・実施設計
・加工施設建設にかかる協議調整
加工施設建設及び周辺整備
運営開始
運営体制の構築
・協議会の開催
・プロジェクトチーム会の設置、専門家の導入
・事業実施主体及び連携事業者の検討
・事業実施主体の決定
・加工施設運営・管理方法の検討
職員研修
加工用農産物等の集荷生産加工体制の構築
加工用地域資源の洗い出し(農、畜、林、水産物)
加工用農・畜、林、水産物の生産・集出荷体制の構築
商品開発と販路開拓
加工商品の検討
加工商品の開発、販路開拓
四万十ヒノキブランドの製品販売
原木 ―
9,000m3
製品(総売上高) ―
2.7億円
「四万十ヒノキ」の基準等の設定とブランド化に向けた実績づくりの推進
「四万十ヒノキ」のブランド化のための規格・基準等の設定と商標登録申請のための販売の実績づくり
FSC等認証森林の拡充とPR強化及び積極的な営業活動の展開
県内外の新たな顧客の開拓を図るための人員の配置と機会の活用を図り、森林認証制度を活用した製品の販売拡充を推進
FSC等認証森林面積の拡充
(H22:3,755ha)
5,700ha
FSC認証材製品売上高
(H22:11百万円)
(総売上高の内数)
20百万円
大型製材工場設置に向けた取組強化とJAS認定工場の増設
四万十町町産材利用促進条例や大型製材工場設置に即した取組の強化及び顧客ニーズに対応できるJAS認定工場の増設
JAS認定工場 ―
1社増設
森林資源の成熟度や事業体の体質に即した計画的な木材生産の推進
木材生産基盤(作業路・高性能林業機械)の整備状況に応じた生産システムの確立と生産性の向上を推進
木材生産量
(H19:0m3)
(H22:648m3)
5,000m3
営業体制の強化と顧客へのPR促進によるFSC認証材の販売拡充
県内外の新たな顧客の開拓を図り得る人員の配置と機会の活用を図り、FSC認証材を核とした木材加工品の販売拡充
認証材の販売量
(H19:1,462m3)
(H22:1,015m3)
1,600m3
木質バイオマスの利活用の促進
森林所有者等の生産意欲を増大し得る体制を整備しつつ、ペレット生産のための原材料の安定供給を図る
木質ペレットを中心とした木質バイオマスの利活用の促進
ペレット製造施設等の導入
ペレット原材料
(H22:2,465t)
3,900t
ペレット生産量
(H22:1,108t)
1,700t

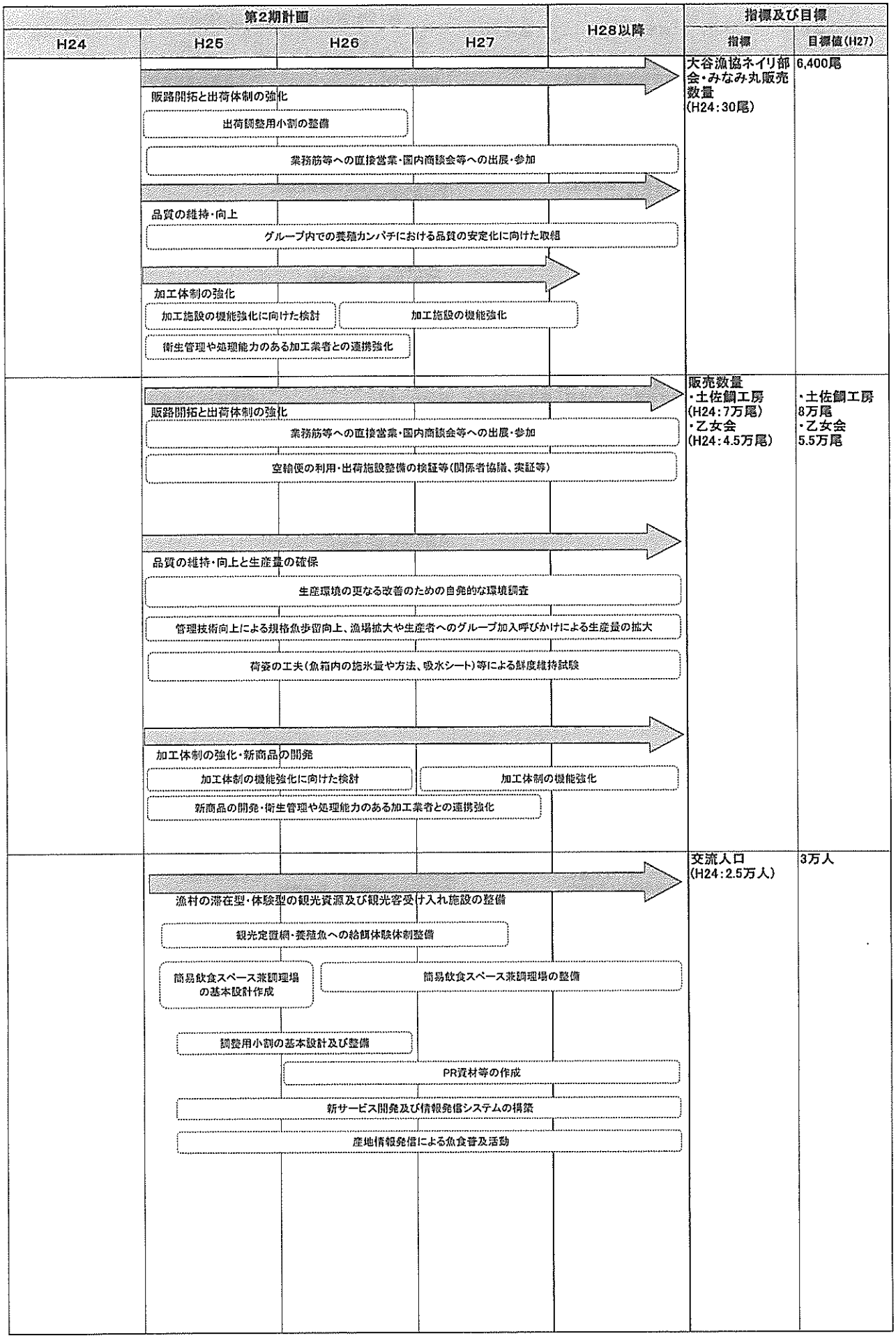
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
16 「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 《椿原町、津野町》	「大上原シイタケ」を筆頭とする有望品目「原木乾シイタケ」を地域の特産品として磨き上げ、生産者の所得向上につなげることを目的として、生産者のスローガンである「1億円産業の復活」を実現するための方針・推進体制づくりや基幹生産者の育成や新規生産者の確保育成による担い手対策、商品力の向上や加工品開発、生産者と連携した営業活動による営業体制の強化と直販ルートの拡大、生産施設の増強や低コストで原木を確保する対策など生産基盤施設の整備を実施する。	・JA津野山	・販路開拓(H21～23) ◆県内量販店への直販ルートが確立し、県外大手百貨店や高級料理店との取引も始まった。 ・シイタケ生産施設整備(H22～23) ◆平成22年度は天候不順の影響により生産量が大幅に落ち込んだが、平成23年度からはこれまでの活動が実を結び、6tを超える大幅な増産となった。 ・担い手対策(H21～23) ◆JA津野山椎茸部会会員数は平成21年度末の69名から平成23年度末で102名と大幅に増加し、新規生産者が12名生まれるなど、生産者の意欲が大きく高まっている。	・生産拡大と併せた直接取引の割合の向上 ・生産技術の向上と新規生産者の確保	◆産地化に向けた体制づくり ◆生産の担い手対策 ◆営業体制・商品力の強化と直販ルートの開拓 ◆シイタケ生産・基盤施設の整備(ハード整備等)
17 美味しい！須崎の魚(いお)消費拡大プロジェクト 《須崎市》	美味しい旬の須崎の魚を食べてもらうことや学校・保育給食での魚食の普及を行うことなどにより、須崎の魚の消費を拡大する。	・須崎市 ・海の駅「須崎の魚」	・久通倶楽部設立(H21) (女性活動グループ)ところてん、芋ようかんをつくり各イベントで販売。 ・来夢来渡フェア(H22) (75,000人来場) ・大谷漁協タイ部会による直接販売の実施(H22～23) ◆各イベント等により須崎の魚のPRはできている。	・観光客や市外在住者が日常的に須崎の魚を食べることができない	◆ぐるーめ須崎の利活用の促進 ◆魚の地産地消・外商の推進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
乾燥シイタケの販売量
(H19:2.5t)
(H22:3.6t)
11t
産地化に向けた体制づくり
産地化に向けた方針と推進体制づくり
方針に基づく活動と進捗管理
生産の担い手対策
産地をけん引するモデル経営体の設定と育成
モデル経営体が産地の技術・経営力向上をけん引する体制づくり
新規生産者の確保・育成(新規生産者を重点に講習会、直接訪問指導の実施)
営業体制・商品力の強化と直販ルートの開拓
生産者の組織力強化
生産者と連携した営業活動
ブランド化、既存商品の磨き上げ、新たな加工品の開発
高級料理店や量販店等への販売ルートの拡大と確立
シイタケ生産・基盤施設の整備(ハード整備等)
モデルほだ場の整備
生産施設の整備(モデルほだ場の活用による共同ほだ場の普及推進など)、低コスト生産のための原木対策
売上高
(H22:6,790千円)
10,000千円
ぐるーめ須崎の利活用の促進
旬の地魚が食べられるイベントの開催
パンフレット、臨時看板の作製やHPによる周知
遠足等たたき体験の誘致
具体的な振興策の検討
平日に須崎の魚が食べられる体制、環境づくり
魚の地産地消・外商の推進
地魚の販売促進
学校・保育給食での魚食の普及

【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
18 野見湾産養殖カンパチの販路拡大 《須崎市》	野見湾カンパチ養殖生産者グループと漁協、民間企業とが連携し、他産地の生産動向や県外大手出荷業者の販売戦略に左右されにくい販売力(魚価形成力、取引量の拡大等)を構築し、養殖業の振興に資する。	・大谷漁協 ・大谷漁協ネイリ部会 ・(株)みなみ丸			◆販路開拓と出荷体制の強化 ◆品質の維持・向上 ◆加工体制の強化
19 浦ノ内湾産養殖マダイの販路拡大 《須崎市》	浦ノ内湾における養殖マダイ生産者グループと漁協、民間企業とが連携し、他産地の生産動向や県外大手出荷業者の販売戦略に左右されにくい販売力(魚価形成力、取引量の拡大等)を構築し、養殖業の振興に資する。	・高知県漁協深浦支所 ・土佐鰯工房 ・乙女会 ・(株)大東冷蔵 ・(有)小島水産			◆販路開拓と出荷体制の強化 ◆品質の維持・向上と生産量の確保 ◆加工体制の強化・新商品の開発
20 楠木鮮魚一を活用した南地区の活性化 《須崎市》	須崎市南地区の漁業者グループにより構成・運営される鮮魚直売所の楠木鮮魚一にて、滞在・体験型の観光資源及び施設を整備し地区への観光客を誘客すること、また定置の朝獲れ鮮魚や養殖魚といった野見湾の地魚を中心とした鮮魚商品の販売力を強化することにより、将来的な南地区の地域振興に資する。	・楠木鮮魚一 (大谷漁協 野見漁協 双子大敷組合 観音小型定置組合 大谷漁協タイ部会)			◆漁村の滞在型・体験型の観光資源及び観光客受け入れ施設の整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
大谷漁協ネイリ部会・みなみ丸販売数量
(H24:30尾)
6,400尾
販路開拓と出荷体制の強化
出荷調整用小割の整備
業務筋等への直接営業・国内商談会等への出展・参加
品質の維持・向上
グループ内での養殖カンパチにおける品質の安定化に向けた取組
加工体制の強化
加工施設の機能強化に向けた検討
加工施設の機能強化
衛生管理や処理能力のある加工業者との連携強化
販売数量
・土佐鯛工房
(H24:7万尾)
・乙女会
(H24:4.5万尾)
・土佐鯛工房
8万尾
・乙女会
5.5万尾
販路開拓と出荷体制の強化
業務筋等への直接営業・国内商談会等への出展・参加
空輸便の利用・出荷施設整備の検証等(関係者協議、実証等)
品質の維持・向上と生産量の確保
生産環境の更なる改善のための自発的な環境調査
管理技術向上による規格魚歩留向上、漁場拡大や生産者へのグループ加入呼びかけによる生産量の拡大
荷姿の工夫(魚箱内の施氷量や方法、吸水シート)等による鮮度維持試験
加工体制の強化・新商品の開発
加工体制の機能強化に向けた検討
加工体制の機能強化
新商品の開発・衛生管理や処理能力のある加工業者との連携強化
交流人口
(H24:2.5万人)
3万人
漁村の滞在型・体験型の観光資源及び観光客受け入れ施設の整備
観光定置網・養殖魚への給餌体験体制整備
簡易飲食スペース兼調理場の基本設計作成
簡易飲食スペース兼調理場の整備
調整用小割の基本設計及び整備
PR資材等の作成
新サービス開発及び情報発信システムの構築
産地情報発信による魚食普及活動

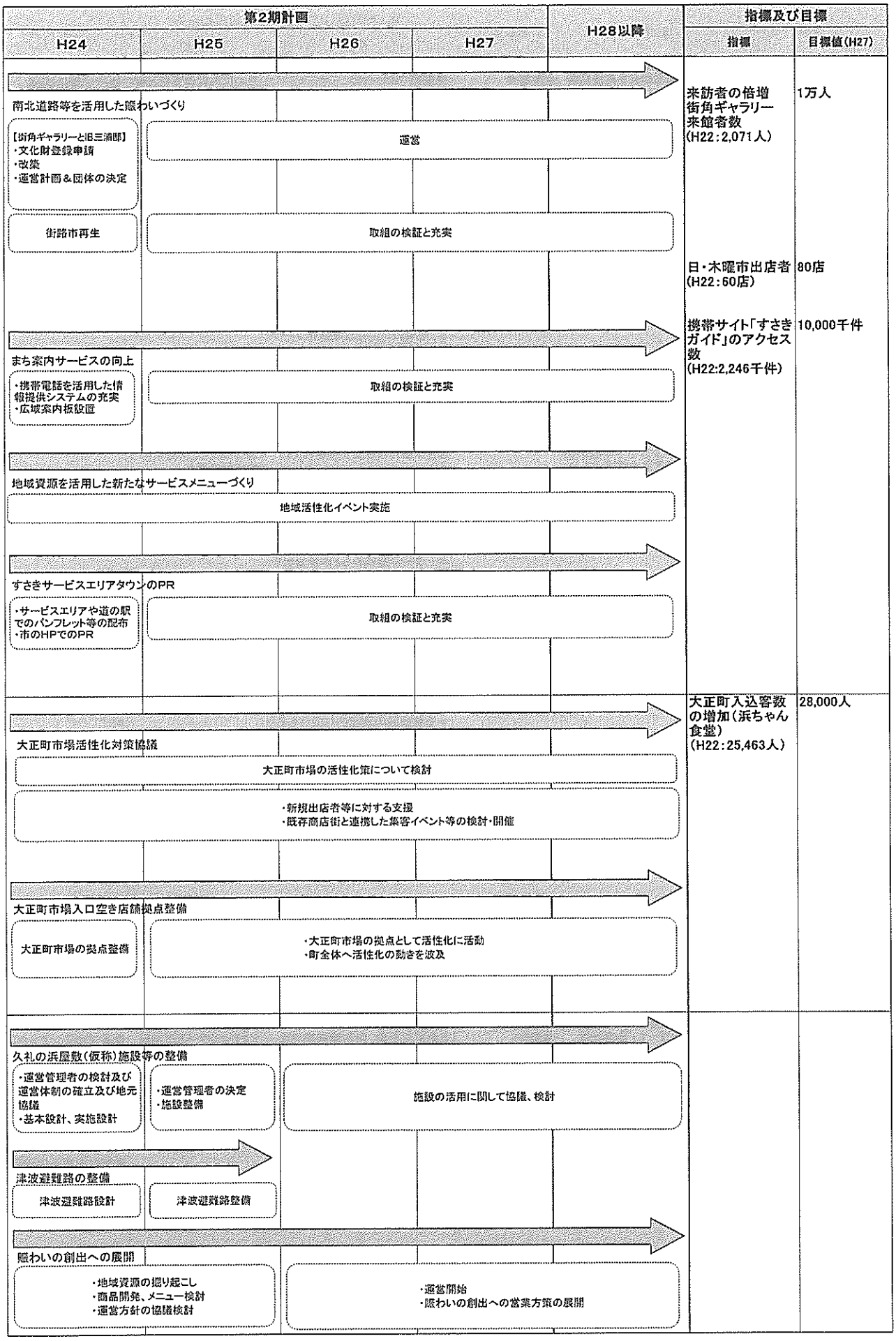
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
21 中土佐町地域ブランドの創出と販売促進 《中土佐町》	観光物産センターを設立し、中土佐町の観光情報発信及び観光客の誘致を行うとともに、物産においても、スラリーアイスを活用した付加価値の高い水産物(カツオ、メジカ、ウルメ、アマダイ等)のブランド化を図り、販路を開拓するとともに、町内の他の地域産品を併せて総合的に販売促進に繋げていく。	・中土佐町	・スラリーアイスの活用 (H21～23) ◆平成21年度に施設を整備し、スラリーアイスを活用した魚価向上対策として実証実験、官能試験を実施してきた。その結果、地元漁師や協力店等から高い評価を得ており、特にカツオは、新しい保存方法を用いると48時間後でも刺身で食べることが可能との結果となり、有効性が証明された。 官能試験の協力店 (県外2店、高知市内8店、町内9店) 受注販売 (県外1店舗、県内6店舗)	・スラリーアイスを活用した高鮮度の魚を管理し、安定して流通させ、販路開拓を行えるシステムの確立 ・スラリーアイスを活用した高鮮度の魚の認知向上	◆観光物産センターの設立 ◆地域物産品の販売促進活動 ◆スラリーアイスを活用した高鮮度水産物の販売ルートの開拓
22 シイラ加工の生産体制の強化 《四万十町》	四万十町興津地区において、水揚げ直後のシイラを高鮮度のまま加工、販売している企業組合の原材料の調達や商品開発、販売促進を支援し、企業組合の経営安定を図り、地域の活性化に繋げる。	・四万十町 ・興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合 ・興津漁協	・シイラを柱とした水産加工業の創設(H21～22) ◆興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合を設立し、シイラ加工販売施設を整備、フィレマシン等の導入による一次加工の処理能力向上と加工商品の品質向上を図った。 ・商品開発と販路開拓(H21～23) ◆新商品を10品以上開発し、主力商品の絞り込みを行うとともに、新たな取引先を開拓し、継続的な取引相手の確保に繋げた。 (H23年度の新規開拓先8業者)	・安定的な原魚調達 ・経営体としての管理・生産能力の向上	◆シイラ加工原料調達力の強化 ◆シイラ加工商品の販路拡大及び商品開発 ◆組織体制及び経営力の強化
23 シイラ加工食品の生産拡大 《四万十町》	四万十町産のシイラと農産物素材とのコラボによる練り製品の新商品開発と販路拡大を図り、シイラ産業の発展を加速させる。	・(株)けんかま	・シイラ竹輪の量産体制の確立と販路開拓(H22～23) ◆製造ラインを整備し、興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合と連携したこだわりのある「四万十マヒマヒ竹輪」の商品を開発、県内外の量販店グループに販売を開始した。 ・興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合からの原材料の確保(H22～23) ◆22年度は過去にない不漁でシイラ原材料の確保に苦心した。その後、23年度は持ち返し、徐々にではあるが売上実績を伸ばしている。	・競合他社製品との差別化を図る仕掛け ・シイラ利用拡大のための新商品開発	◆シイラを活用した竹輪の販売、PR ◆シイラの新商品の開発、販売、PR

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
観光物産センターの設立						
観光物産センターの設立	観光物産センターの活動の展開					
地域物産品の販売促進活動						
地域産品の販売先の開拓と流通販売の拡大						
スラリーアイスを活用した高鮮度水産物の販売ルートの開拓						
商標登録	県内外への販売ルート開拓と安定した供給体制の確立					
					加工品販売金額 (H22:7,382千円)	15,000千円
シイラ加工原料調達力の強化						
シイラ加工原料調達力の強化						
シイラ加工商品の販路拡大及び商品開発						
新商品開発の取組						
既存商品の品質向上						
安定した取引先の確保						
組織体制及び経営力の強化						
生産管理及び経営管理能力の向上						
					フィレの取扱数量 (H22:13t)	34t
シイラを活用した竹輪の販売、PR						
シイラを活用した竹輪の販売、PR						
シイラの新商品の開発、販売、PR						
シイラを活用した新商品の開発、販売、PR						

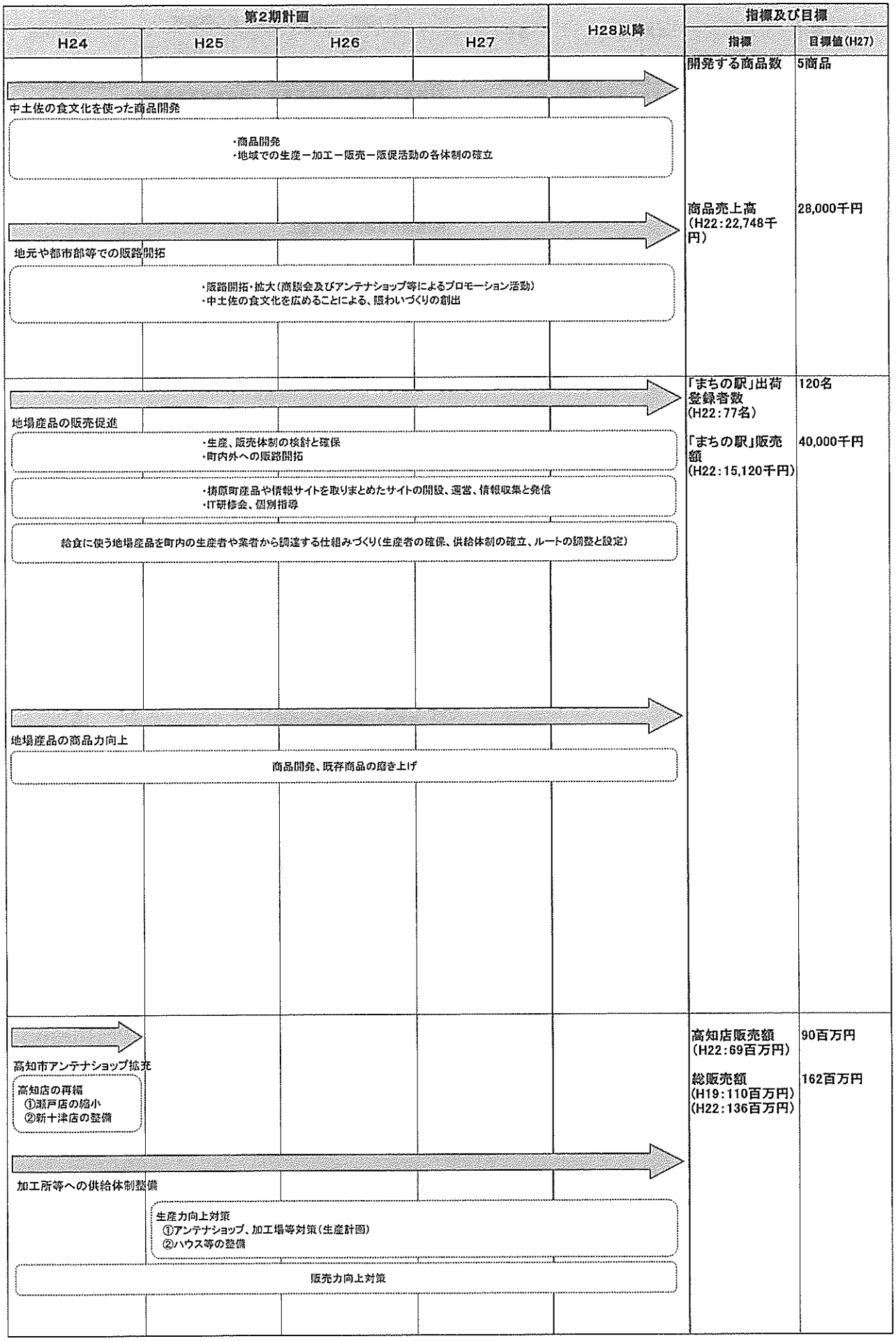
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
24 須崎市まち全域がサービスエリア構想推進事業 《須崎市》	高速道路の県西部への延伸に伴い、須崎市が通過点になることを防ぐため、須崎のまち全域をサービスエリア的に利活用し、高速道路利用者にまちの機能を活用したさまざまなサービスを提供することによって、まちの活性化を図る。	・須崎市 ・須崎市まち全域がサービスエリア構想推進委員会	・立ち寄り拠点(H21～23) ◆SAT情報館、街角ギャラリー、駅前トイレ、駅前観光案内所、駅前食堂などの設置により、立ち寄り拠点ができ、SATまつりやまちあるきの実施により、それぞれの施設を巡る仕掛けもできつつある。	・各立ち寄り拠点の魅力アップと連携の強化	◆南北道路等を活用した賑わいづくり ◆まち案内サービスの向上 ◆地域資源を活用した新たなサービスメニューづくり ◆すさきサービスエリアタウンのPR
25 大正町市場商店街活性化事業 《中土佐町》	中土佐町の観光拠点であり、地域の中心商店街でもある「大正町市場商店街」の空店舗を有効活用し、大正町市場及び中土佐町の観光案内や町内産品の販売など大正町市場の活性化に繋がる拠点として整備するとともに、町内全体への観光客の集客を図り、町全体への波及効果を促す。	・大正町市場組合 ・中土佐町商工会 ・中土佐町	・空き店舗の活用(H22～23) ◆スーパー跡地を町が休憩所として整備し、観光情報発信の場として活用するとともに、旧高知銀行跡等の民間による活用もあり、目標は達成された。今後は、高齢化等により徐々に空き店舗が増える大正町市場の状況をふまえ、核となる大正町市場商店街の活性化及び町内への入込客数の増加を図る。	・大正町市場商店への出店者の高齢化による空き店舗の増加	◆大正町市場活性化対策協議 ◆大正町市場入口空き店舗拠点整備
26 久礼の浜屋敷整備事業 《中土佐町》	久礼新港背後地において、中土佐町の豊かな自然や食材、伝統文化や人といった地域資源を有効に活用して、町全体の賑わいの創出につながる施設等を整備し、所得向上や雇用の創出をはじめ町全体に経済効果を波及させる。	・中土佐町	・久礼新港背後地利用計画 (H22～23) ◆久礼新港の背後地利用については、「まちづくり検討委員会」や関係者と賑わいの創出に繋がる施設整備に向けて協議検討するとともに、用地取得や経営計画策定業務を委託するなど具体的に動き始めた。 用地取得完了 (買収面積A=9,752.04m2) 温泉掘削作業完了 (泉温31.5℃、湧出量53L/min)	・施設の運営管理者の決定及び育成 ・計画に参画する多様なニーズを持つ関係者との調整 ・津波避難対策	◆久礼の浜屋敷(仮称)施設等の整備 ◆津波避難路の整備 ◆賑わいの創出への展開


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
南北道路等を活用した賑わいづくり
【街角ギャラリーと旧三浦邸】
・文化財登録申請
・改築
・運営計画＆団体の決定
運営
街路市再生
取組の検証と充実
来訪者の倍増
街角ギャラリー
来館者数
(H22:2,071人)
1万人
日・木曜市出店者
(H22:50店)
80店
まち案内サービスの向上
・携帯電話を活用した情報提供システムの充実
・広域案内板設置
取組の検証と充実
携帯サイト「すさきガイド」のアクセス数
(H22:2,246千件)
10,000千件
地域資源を活用した新たなサービスメニューづくり
地域活性化イベント実施
すさきサービスエリアタウンのPR
・サービスエリアや道の駅でのパンフレット等の配布
・市のHPでのPR
取組の検証と充実
大正町市場活性化対策協議
大正町市場の活性化策について検討
・新規出店者等に対する支援
・既存商店街と連携した集客イベント等の検討・開催
大正町入込客数の増加(浜ちゃん食堂)
(H22:25,463人)
28,000人
大正町市場入口空き店舗拠点整備
大正町市場の拠点整備
・大正町市場の拠点として活性化に活動
・町全体へ活性化の動きを波及
久礼の浜屋敷(仮称)施設等の整備
・運営管理者の検討及び運営体制の確立及び地元協議
・基本設計、実施設計
・運営管理者の決定
・施設整備
施設の活用に関して協議、検討
津波避難路の整備
津波避難路設計
津波避難路整備
賑わいの創出への展開
・地域資源の掘り起こし
・商品開発、メニュー検討
・運営方針の協議検討
・運営開始
・賑わいの創出への営業方策の展開

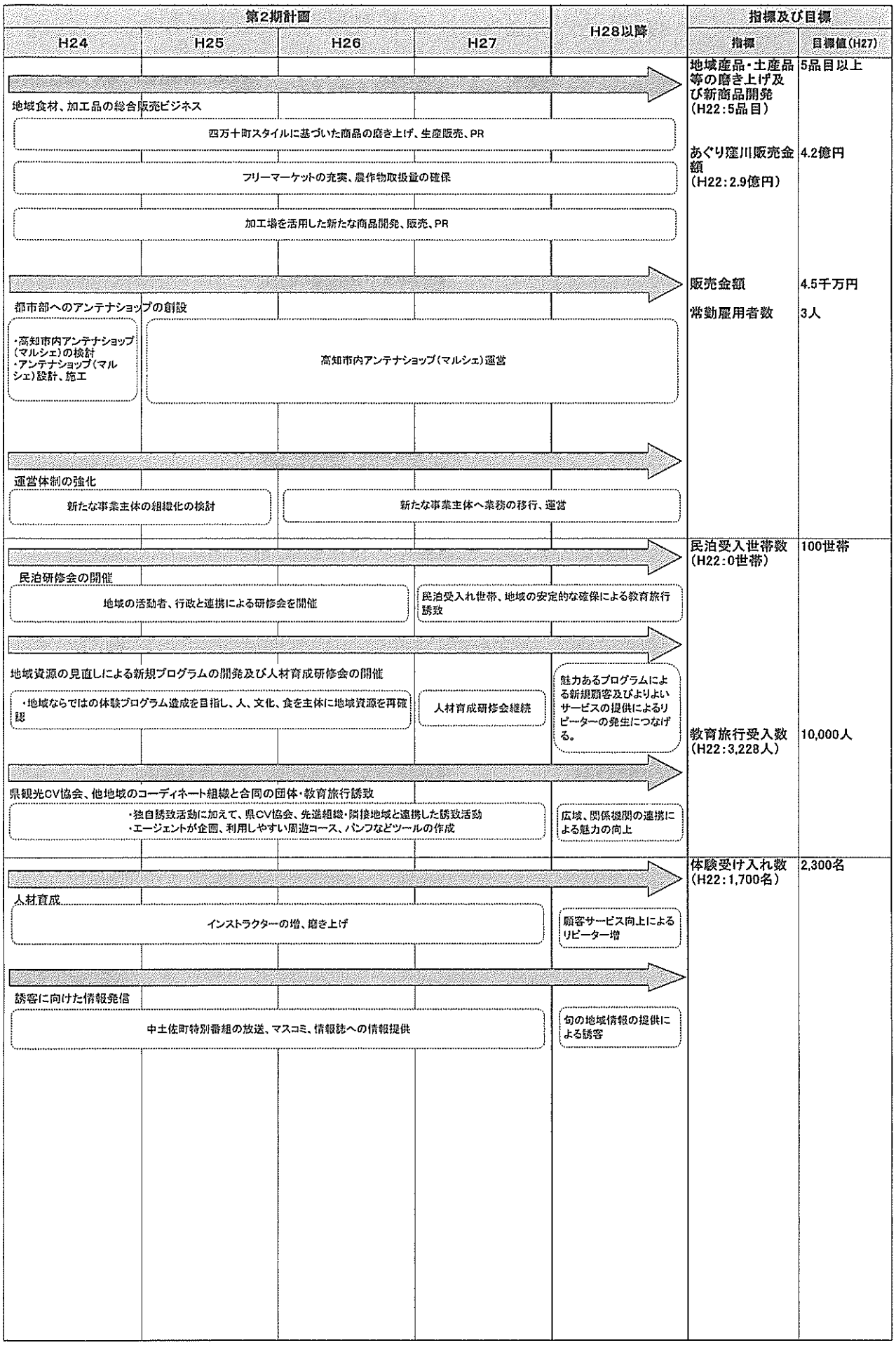
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
27 「中土佐のうまいもん食わしちゃお」商品開発プロジェクト 《中土佐町》	現在進めている地域資源を使った商品開発を継続発展的に進めていくことにより、中土佐町の地域産業の向上を図るとともに大正町市場を中心にした地域の活性化を図り、賑わいづくりの創出を行う。 中土佐町の海からの物語性のある商品を開発し、次世代ターゲットとなる若者層の関心を高め、新規顧客を開拓することにより、都市部との交流や消費拡大を図り、漁師のおばちゃん達が売るという大正町市場周辺及び中土佐町の価値を高める。	・企画・ど久礼もん企業組合	・「かつお」を使った商品開発と販路開拓(H21～23) ◆辛焼味噌カラヤン、なぶらスープカレー、漁師のラー油など目標の5商品以上を開発し、グルメ&スタイルダイニングショーでの受賞や漁師のラー油のヒットなど生産体制が追いつかないほど、高い評価を受けた。 ・大正町市場の活性化(H22～23) ◆「cafe do'kuromon」をオープン(H22年4月)し、中土佐の食文化を広めるとともに雇用の創出に繋げるなど、大正町市場の賑わいづくりに取り組んだ。 14名(正社員3名、パート等11名) ◆また移住交流事業として、世代を超えた地域と外部の交流を図り、地域のいいもの再発見ワークショップ等を実施。	・新たな商品を加工するために人材の育成と加工施設の整備 ・販路の開拓	◆中土佐の食文化を使った商品開発 ◆地元や都市部等での販路開拓
28 椿原町地場産品の地産地消・外商の促進 《椿原町》	椿原町にある一次産品や加工品など、さまざまな地場産品の町内外への販売を、IT等の活用、町内外への販売促進活動、並びに、町内の福祉施設及び小中学校の給食に地域産品を調達する仕組みづくりによって促進するとともに、地場産品の商品力向上を促進する。	・椿原町商工振興協同組合 ・JA津野山 ・町内事業者、生産団体	・販売促進(H21～23) ◆イベントや商談会への参加といったこれまでの活動に加えて、地域関係者が連携し松山市の量販店での店頭販売を定期的に行うなどの新たな取組が生まれている。 ◆平成22年8月にオープンした「まちの駅」への出荷登録者数は96名にまで増加した。 ・商品開発(H21～23) ◆地域住民19名がフードコーディネーターの指導のもと地域食材を使った加工品づくりの技術を学んだ。 ◆また、町単独事業の活用により新たな商品開発が進んでいる。 ・ITの活用(H21～23) ◆町内事業者を主体とする研修会を開催し、3年間で延べ86名が参加した。 ・学校給食の地産地消(H21～23) ◆栄養教諭の積極的な関与もあり利用率は年々増加している。	・地産地消外商機会の拡大 ・新たな商品開発 ・既存商品の磨き上げ ・学校給食等の地産地消について、生産や供給体制の確立	◆地場産品の販売促進 ◆地場産品の商品力向上
29 津野町地産地消・外商販売戦略 《津野町》	ビジネスの拠点となる組織が中心となって、農産物販売システムにより、津野町の産品の販売を行っている。 ふるさとセンターと道の駅の統合、高知店(瀬戸、十津店)の改善計画策定、新アンテナショップとの連携等により、拠点ビジネスの安定化を図り、組織体制の再構築、町内外への情報発信による交流人口の拡大を図る。	・ふるさとセンター ・津野町	・地産地消ビジネス(H21～23) ◆集荷所整備、町内直販拠点施設(道の駅等の)整備による町内流通網の拡充、販売組織・機能の統一(手数料、清算方式等)による町内1直販所構想の実現、生産性向上(ハウス、実証圃等)対策などにより、会員も増加して販売額も増加傾向にある。	・H23年度に統合したふるさとセンターと道の駅が作成した具体的な経営改善計画(体制、戦略等)の実行 ・アンテナショップ・加工場への食材供給や加工所商品の販売の安定化	◆高知市アンテナショップ拡充 ◆加工所等への供給体制整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
開発する商品数
5商品
中土佐の食文化を使った商品開発
・商品開発
・地域での生産ー加工ー販売ー販促活動の各体制の確立
商品売上高
(H22:22,748千円)
28,000千円
地元や都市部等での販路開拓
・販路開拓・拡大(商談会及びアンテナショップ等によるプロモーション活動)
・中土佐の食文化を広めることによる、賑わいづくりの創出
「まちの駅」出荷登録者数
(H22:77名)
120名
地場産品の販売促進
・生産、販売体制の検討と確保
・町内外への販路開拓
「まちの駅」販売額
(H22:15,120千円)
40,000千円
・清原町産品や情報サイトを取りまとめたサイトの開設、運営、情報収集と発信
・IT研修会、個別指導
給食に使う地場産品を町内の生産者や業者から調達する仕組みづくり(生産者の確保、供給体制の確立、ルートの調整と設定)
地場産品の商品力向上
商品開発、既存商品の磨き上げ
高知店販売額
(H22:69百万円)
90百万円
高知市アンテナショップ拡充
高知店の再編
①瀬戸店の縮小
②新十津店の整備
総販売額
(H19:110百万円)
(H22:136百万円)
162百万円
加工所等への供給体制整備
生産力向上対策
①アンテナショップ、加工場等対策(生産計画)
②ハウス等の整備
販売力向上対策

【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
30 四万十町拠点ビジネス体制の強化 《四万十町》	地域資源を有効に活用するため、地産地消や加工品開発販売などを一体的に担うビジネス拠点組織を中心とした仕組みや体制を整備し、地域の活性化や所得の向上を目指す。	・㈱あぐり窪川 ・四万十町	・体制づくり(H21) ◆行政、地域団体、生産者等による「四万十町拠点ビジネス事業運営協議会」を設置し、基本戦略である「四万十町スタイル」を取りまとめた。 ・生産流通システム(H21～23) ◆バラエティに富んだ個性ある旧3町村(十和ー大正ー窪川)の産品を一元的に流通販売し、コスト削減を図るとともに新たな販路を開拓(県内12店舗、県外2店舗)。 ・商品開発・販売(H22～23) ◆四万十町の地域資源を活用した加工商品を開発(5商品)するとともに、3つの道の駅での連携商品(3丼)を開発した。 売上額 前年対比:105.3%	・事業主体経営体質の向上 ・農産物等取扱量の確保 ・アンテナショップの方向性	◆地域食材、加工品の総合販売ビジネス ◆都市部へのアンテナショップの創設 ◆運営体制の強化
31 須崎市の教育旅行や団体旅行の誘致に向けた体制の整備 《須崎市》	須崎市への教育旅行や団体旅行を増やすため、地域資源を活かした体験メニューの充実、民泊受入世帯の拡大を図る。	・須崎市観光協会 ・NPOすさきスポーツクラブ	・四国内の遠足等の誘致活動(H21～23) ◆当初、四国内の遠足的な需要を見込み、体験型観光パンフレットを作成配布するが目立った動きはなく、このため旅行会社主体の誘客活動、併せてインストラクター研修会などに取り組んだ。 ・体験型観光の誘致(H21～23) ◆ドラゴンカヌー、たたきづくり体験などを主体に誘致受入数は増加しているが、宿泊施設が少ないこと、教育旅行用のメニューの少なさから目標値とはまだまだ乖離がある。 ・教育旅行の受入及び民泊の推進(H21～23) ◆教育旅行の受入増、また地域振興を図るため民泊受け入れ先の拡大に取り組んだ。	・教育旅行民泊受入先の確保 ・プロモーション活動 ・体験プログラムの増及びインストラクター養成	◆民泊研修会の開催 ◆地域資源の見直しによる新規プログラムの開発及び人材育成研修会の開催 ◆県観光CV協会、他地域のコーディネート組織と合同の団体・教育旅行誘致
32 中土佐町の地域資源を活用した体験型観光の推進 《中土佐町》	重要文化的景観を活かした久礼のまち歩きや漁業体験など体験型観光メニューの充実を図り、商品の販売を積極的に行うとともに、ガイド等のレベルアップのための研修等人材育成を行い、受け入れ態勢を充実させ、中土佐町における交流人口の拡大を目指す。	・中土佐町	・体験観光の推進(H21～23) ◆久礼のまち歩きコース・内容共に見直し、JRとタイアップし「味な散歩道」による販売開始。新たなガイド数も増え申し込みも増えてきた。今後はお客様のニーズに応えられるコース設定及び時間設定を検討する必要がある。 ガイド8名養成 ◆重要文化的景観 「久礼の港と漁師町の景観」認定(H23年2月)、同時に「四万十川流域の文化的景観 上流域の農山村と流通・往来」に旧大野見地区荻中川と下ル川の流域が追加認定を受けており、地域が日々の営みの中で地元の良さを再認識し、守り育てていくことで、地域の活性化に繋げていく。	・地域、宿泊、飲食店など関係者間で持続可能なシステムの構築 ・インストラクターの確保及び資質向上	◆人材育成 ◆誘客に向けた情報発信


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
地域産品・土産品等の磨き上げ及び新商品開発（H22：5品目）
5品目以上
地域食材、加工品の総合販売ビジネス
四万十町スタイルに基づいた商品の磨き上げ、生産販売、PR
あぐり窪川販売金額（H22：2.9億円）
4.2億円
フリーマーケットの充実、農作物取扱量の確保
加工場を活用した新たな商品開発、販売、PR
販売金額
4.5千万円
都市部へのアンテナショップの創設
常勤雇用者数
3人
・高知市内アンテナショップ（マルシェ）の検討
・アンテナショップ（マルシェ）設計、施工
高知市内アンテナショップ（マルシェ）運営
運営体制の強化
新たな事業主体の組織化の検討
新たな事業主体へ業務の移行、運営
民泊受入世帯数（H22：0世帯）
100世帯
民泊研修会の開催
地域の活動者、行政と連携による研修会を開催
民泊受入れ世帯、地域の安定的な確保による教育旅行誘致
地域資源の見直しによる新規プログラムの開発及び人材育成研修会の開催
・地域ならではの体験プログラム造成を目指し、人、文化、食を主体に地域資源を再確認
人材育成研修会継続
魅力あるプログラムによる新規顧客及びよりよいサービスの提供によるリピーターの発生につなげる。
教育旅行受入数（H22：3,228人）
10,000人
県観光CV協会、他地域のコーディネート組織と合同の団体・教育旅行誘致
・独自誘致活動に加えて、県CV協会、先進組織・隣接地域と連携した誘致活動
・エージェントが企画、利用しやすい周遊コース、パンフなどツールの作成
広域、関係機関の連携による魅力の向上
体験受け入れ数（H22：1,700名）
2,300名
人材育成
インストラクターの増、磨き上げ
顧客サービス向上によるリピーター増
誘客に向けた情報発信
中土佐町特別番組の放送、マスコミ、情報誌への情報提供
旬の地域情報の提供による誘客

【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
33 椿原町の体験型・滞在型観光の推進 《椿原町》	「龍馬脱藩の郷」としての取組を継続。 まち歩きやセラピーロードをはじめとした体験型観光、住民主体のおもてなし・受入体制や基盤の一層の充実を図る。そして環境・いやしのまち椿原の取組と併せて旅行会社、企業、大学などへの誘致活動を行う。	・椿原町商工会 ・椿原町 ・松原まろうど会 ・坂本龍馬脱藩の郷　ゆすはらであいの会	・誘客、受入・もてなし体制 （H21～23） ◆地域（住民）組織「ゆすはら社中」による町内が一体となった龍馬伝・龍馬博、それに続くふるさと博を活かした誘客、受入・もてなし体制が行えた。 ・ハード整備及び活用 （H21～23） ◆「ゆすはら維新の道社中」、まちの駅マルシェ・ユスハラ、雲の上のギャラリーの整備、国道の改良などが行われ、これらを活かした県外エージェントへの誘客活動、県内ホテルとの連携などにより多くの観光客が訪れ「龍馬脱藩の郷」としてのイメージの定着が図られた。また町民がお客様をお迎えすることによる効果を実感したことも今後に続く大きな成果である。 ・森林セラピー推進による地域活性化（H21～23） ◆椿原町が主体となり地元医療機関等関係機関や松原まろうど会と連携し、地域活性化のためのイベント計画の作成・実行を行っており、松原地区では地域振興の体制づくりが進められ、実績も徐々に上がっている。宮野々地区も新規認定のセラピーロード及び周辺森林の整備等が今後も進められることから、両地区とも県内外からの集客により地域への経済波及効果、地域の活性化等の成果が期待できる。	・「龍馬脱藩の郷」を継続活用した誘客活動の強化 ・環境のまち、癒しのまち「ゆすはら」のアピールによる、一般企業のCSR研修、スポーツ合宿などの誘致活動強化 ・滞在型の森林セラピーの基盤整備	◆受入体制の充実 ◆誘客活動 ◆森林セラピーの受入体制の充実 ◆受入基盤の整備
34 清流と風と歴史に会えるまち津野町まるごと体感！～観光集客アップ作戦～ 《津野町》	四国カルスト天狗高原や四万十川源流点、風の里公園、セラピーロードなどを中心とした津野町の観光スポットと歴史や伝統文化、地域の食など津野町をまるごとPRし、年間を通じて多くの観光客の集客を図る。	・津野町	・「ふる」活用ビジネス事業・観光交流ネットワークビジネス （H21～23） ◆案内板の整備や、観光図鑑の作成などを行い、予約時の町内の宿の連携と来てくださった方へのおもてなし力の向上や、観光ガイドの育成に取り組み、目標であった、年間宿泊数9,000人超を維持することができた。	・観光ガイドの養成と、全体のスキルアップ ・おもてなし向上の更なるステップアップへの機運の向上 ・県外への情報発信の強化	◆受入体制の整備 ◆全国源流サミット開催を契機とした四万十川源流点と加工所（食）と町内観光スポットを一体とした全国発信

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
					宿泊者数 (H22:6,485人)	8,500人
受入体制の充実						
・龍馬博、ふるさと博を活用し坂本龍馬脱藩の郷ゆすはらをPRし、観光客の受け入れや誘客目的に結成された「ゆすはら維新の道社中」がH23で役割を終え、地域住民による新たな組織の結成 ・体験、おもてなし、食などテーマ毎の研修会の開催						
					施設利用者 (H22:82,299人)	97,500人
誘客活動						
・「環境の町」「龍馬脱藩の郷」「セラピー基地・ロードによるいやしのまち」を前面に出した旅行会社、企業、大学等へのセールス ・高知市内等のホテル、旅館との連携による誘客 ・国道440号線開通の利点を活かし、マスコミやTV、コマーシャル等を松山や中国、関西方面へ積極的に行う						
森林セラピーの受入体制の充実						
医療保健施設管理者と連携したセラピー基地・ロードでの受入体制の促進						
受入基盤の整備						
セラピー基地である太郎川公園やセラピーロード等の魅力を向上させるための施設整備						
受入体制の整備					主要宿泊施設年間宿泊数 (H19:8,925人) (H22:9,616人)	9,800人
・おもてなしの向上 ・ガイドの育成・スキルアップ ・観光スポットの整備(案内板を含む) ・イベントの企画・開催						
	観光拠点施設の整備					
全国源流サミット開催を契機とした四万十川源流点と加工所(食)と町内観光スポットを一体とした全国発信						
情報発信						

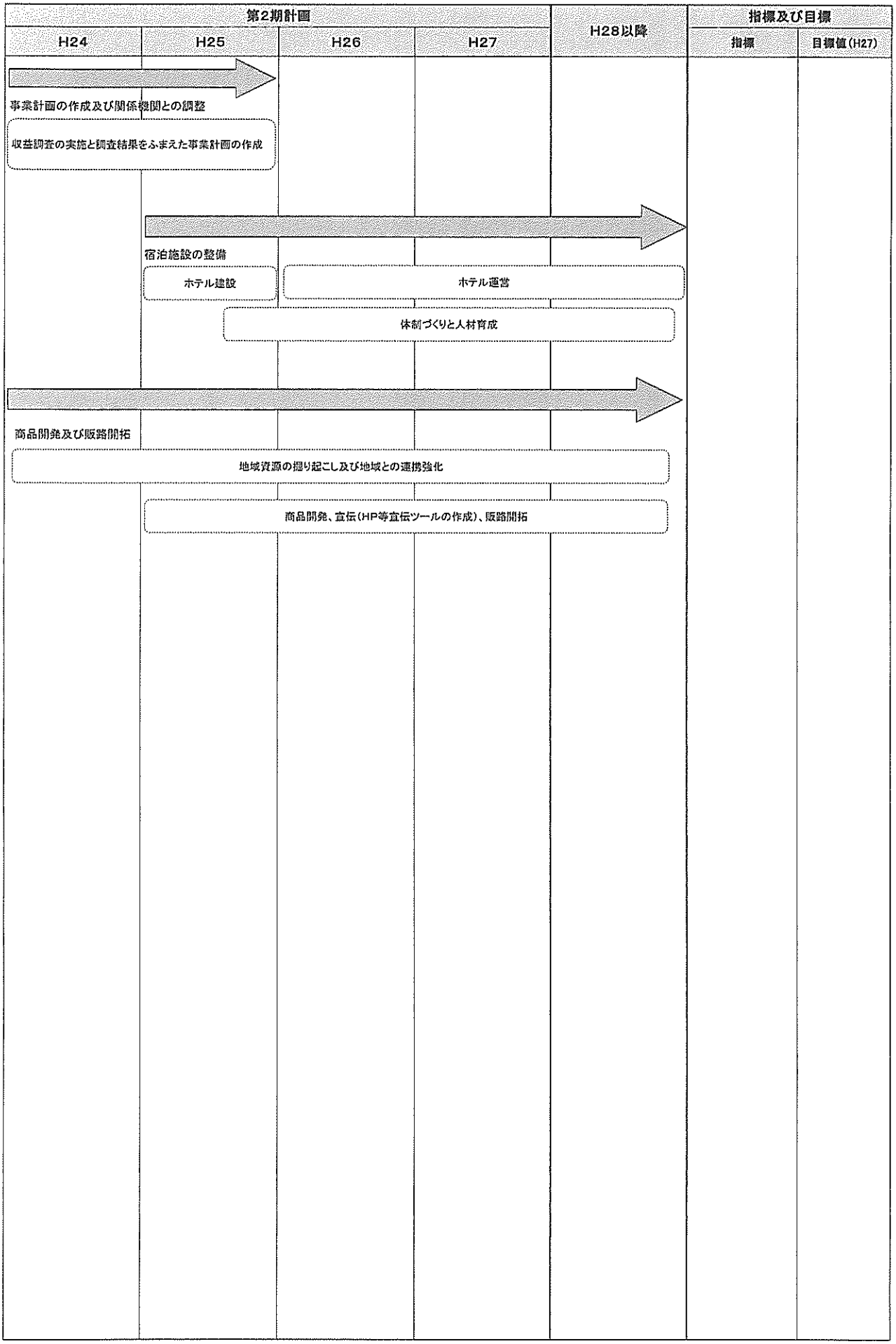
【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
35 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 《四万十町》	「海洋堂ホビー館四万十」の校舎等を企画展示や体験教室として整備し、四万十町の観光拠点としてブラッシュアップを図るとともに、周辺に整備予定の新たなミュージアムや四万十川流域の豊かな自然や食、伝統文化など四万十町全体の魅力ある資源を有効に組み合わせ更なる観光交流人口の拡大を図る。	・四万十町 ・(株)海洋堂 ・(株)奇想天外	・海洋堂ホビー館四万十を核とした観光交流人口の拡大 (H21～23) ◆世界的なフィギュアメーカーである(株)海洋堂との連携により、廃校となった小学校を活用し「海洋堂ホビー館四万十」を整備、開館(H23年7月)。 目標の15,000人を開館後約1か月半で達成するなど、交流人口の拡大や雇用の創出など、中山間地域の活性化に繋げた。 入場者数:76,720人 ◆ホビー館オープンをきっかけにJRとタイアップ。全国初のミュージアム列車ホビートレインの運行を開始し予土線の利用向上に繋げた。 ◆町内道の駅の入込客数や売上増加にも貢献。 道の駅「四万十大正」:119.9%アップほか ◆地元の観光客の受入体制づくりが進み、直販所のオープンや食の提供、体験教室を実施した。 ・2次交通体制の整備 ◆誘導案内看板や臨時駐車場の設置や関係団体等との連携などスムーズな受入に努めた。	・リピーターの確保 ・来館者の滞在時間延長のしかけ ・ホビー館までのアクセス ・町内への波及効果(他業者との連携)	◆海洋堂ホビー館四万十の付帯施設の整備 ◆ミュージアム機能及び体験交流機能の強化充実
36 四万十町観光交流促進事業 《四万十町》	高速道路の延伸や海洋堂ホビー館四万十の整備を踏まえ、四万十町の山・川・海の豊かな地域資源がつくりあげた景観や歴史、文化等に磨きをかけるとともに、ものづくりや食を中心としたまちづくりを進めることで、四万十町流域での滞在型観光を推進する。	・四万十町 ・(社)四万十町観光協会 ・四万十町商工会等	・受入体制の整備・充実(H23) ◆観光ガイドの養成21名を達成(目標:20名) ・観光資源の磨き上げ(H23) ◆H23年度のAPに新たに追加された計画であり具体的な成果は今後高速道路延伸まで時間がないことから可能な手段から実行が必要。 H23宿泊客: ホテル松葉川温泉:8,411人 その他の施設:ウェル花夢6,186人、ﾗｲﾀﾞｰｽﾞｲﾝ四万十384人など 県外観光客による県内宿泊地割合: 高幡3.7%　幡多20.9%、中央61.3%、東部7.9%など(H23年県外観光客入込・動態調査報告書)	・メディア、パンフ、HP等を活用した観光・イベント情報、周遊ルートの提供及び3つの道の駅が連携した情報の提供 ・地域の観光資源、交流人口の拡大がもたらす効果について機会毎に地域住民に知ってもらうことでおもてなしの向上につなげる	◆受入体制の充実・整備 ◆観光資源の磨き上げ ◆案内機能(情報発信力)の強化

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
海洋堂ホビー館四万十の付帯施設の整備 ・校舎施設の整備(耐震・設計改修工事) ・第2駐車場の整備					ホビー館の1年間入場客数 (H23:72,196人) 2月29日時点	50,000人
ミュージアム機能及び体験交流機能の強化充実 ・校舎活用による企画展示・体験教室等の実施 ・県内外関連施設、地域団体等との連携(連携企画事業、イベント、商品開発、生涯学習の取組への協力等) ・オリジナル土産物商品開発・販売 ・広報・営業活動					常勤雇用者数 (H22:3人)	3人
受入体制の充実・整備 ・観光ガイド((四万十あちこちたんね隊)の育成強化 ・四万十川流域での文化、景観、食、ものづくりを活かした周遊ルートの追加作成 ・サイクリング愛好者の受入体制の充実 ・庁舎跡地活用の検討 ・旅行会社、旅行雑誌等へのプロモーション				・受入体制の充実 ・より良いサービスの提供によるリピーターの確保 ・地域への滞在時間増による消費額増、交流人口の拡大	施設等利用者数 (H22:80万人)	90万人
観光資源の磨き上げ ・観光ガイドコースの磨き上げ・体験プログラム内容の充実 等				魅力ある体験プログラムによる新規顧客及びより良いサービスの提供によるリピーターの確保		
案内機能(情報発信力)の強化 ・観光協会HPリニューアル ・四万十町イメージポスターの製作 ・観光情報集約の仕組み、アイテムの整備、周遊ルートの作成 ・道の駅等拠点との連携による旬な情報発信				四季折々の旬な観光情報の発信		

【高幡地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
37 四万十町の地域経済活性化の核となる宿泊事業への取組 《四万十町》	宿泊施設を整備し、そこを拠点に海洋堂ホビー館や海洋堂かっぱ館、奥四万十自然体験村構想等の地域資源を活用することで、通過型から滞在型観光へのシフトを図り、観光分野を産業として構築、四万十町の経済波及効果に繋げていく。	・大正建設業(協)			◆事業計画の作成及び関係機関との調整 ◆宿泊施設の整備 ◆商品開発及び販路開拓


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
事業計画の作成及び関係機関との調整
収益調査の実施と調査結果をふまえた事業計画の作成
宿泊施設の整備
ホテル建設
ホテル運営
体制づくりと人材育成
商品開発及び販路開拓
地域資源の掘り起こし及び地域との連携強化
商品開発、宣伝(HP等宣伝ツールの作成)、販路開拓

Ⅲ　各地域の具体的な取組

7　幡多地域

7　幡多地域

（1）　地域の産業を取り巻く状況

高知県の西南部に位置する当地域は、四国で最も温暖な気候や黒潮の恵などの自然条件を活かした第一次産業を中心としながら、近年では大規模な工業団地の開発による企業誘致や四万十川・足摺岬など全国に誇れる観光資源を活用することで、産業の振興を図ってきました。

平成17年と平成22年の国勢調査の結果をみると、この5年間で当地域の人口は6.8%減、高齢化率も 29.7%から 32.8%となるなど、人口減、高齢化の進行がますます顕著になっています。特に、生産年齢人口は10.3%減と地域内人口の減少率を大きく上回っており、就業の場とともに産業の担い手を確保することが大きな課題となっています。

こうした課題の解決に向けて、集落活動センターの設立や移住の促進による担い手の確保など、中山間地域の活性化に向けた取組が始まっています。

さらに、平成24年12月に、高速道路が四万十町まで延伸したことにより、今後、交流人口の拡大や物流の加速化などが見込まれます。

こうした状況を踏まえ、一次産業の基盤づくりや地域内での加工品づくり、観光商品の開発や販売に取り組んでいます。

産業分野別にみると、農業では、野菜、花卉、果樹、水稲などが栽培されていますが、国内外の産地間競争の激化や価格の低迷、生産コストの上昇などにより、産地の維持が課題となっています。こうした状況のなか、農産物の高付加価値化や生産性の向上、集落営農の推進による作業の効率化に取り組むほか、地域内での加工品づくりを目指した栗・芋・ユズ・サトウキビなどの栽培も広がってきています。

林業は、小規模所有者が多いことや林道・作業道の開設の遅れ、長引く木材価格の低迷などにより、厳しい状況が続いていますが、森の工場づくりや地域内の木材ブランド化など、森林資源の価値を高める取組が進んできています。また、備長炭生産の再興や再生可能エネルギーとしての木材活用の検討など、森林資源をより広く活用する取組も始まっています。

水産業は、沿岸・沖合漁業や魚類養殖業が盛んでしたが、生産量の減少や魚価の低迷、燃油価格の高騰などが漁業者の所得に大きな影響を及ぼしています。また、四万十川のアユやアオノリなどの天然資源の減少も深刻化しています。こうした状況を克服するために、民間事業者との連携による養殖種苗の生産に取り組み始めたほか、磯焼け対策やサンゴ保全、産学官連携による四万十川の調査・研究など、天然資源保護に向けた取組とともに、アオノリの新商品開発や販路開拓、水産資源を活用した加工品づくりにも取り組んでいます。

商工業では、四万十市が圏域商業の拠点的な役割を果たしていますが、郊外に大規模小売店を中心とした新たな商業集積が進み、既存商店街の空洞化が深刻な状況になっています。そのため、四万十市では地域内農産品の集荷・販売の仕組みづくりや、それを活用した総菜作りなど、中心市街地での新しい切り口による店舗展開に取り組んでいます。

また、地域内の一次産品を活用した特産品づくりと販路拡大など、一次産品に付加価値をつけて地域外に売り出す新しい産業にも取り組んでいます。

観光に関しては、清流四万十川や足摺宇和海国立公園など知名度の高い観光資源があり、豊かな自然を活かした滞在型・体験型観光が進んでいます。さらに幡多地域全体を

全国に発信するための組織の充実や地域の魅力を活かした体験メニューの拡充、地域全体でのおもてなしの心の養成など、より一層魅力的な地域となるよう取り組んでいます。
さらに、風力発電や太陽光発電など、新エネルギーを地域の活性化に活かそうとする取組が始まっています。

（2） 地域アクションプランの概要

当地域では、まず、様々な生産活動の基盤となる一次産業振興の取組を継続します。また、それらを活用した加工品づくりが各地域に広がってきており、今後は更なる販売拡大や製造基盤の充実に取り組み、事業者の経営安定を図ると同時に、新たな特産品づくりにも取り組んでいきます。一方で、地域の優れた自然環境を守りながら、長期滞在が可能な観光ルートや交流拠点づくりなどを行い、交流人口の拡大に力を入れます。その際には、広域的な視点や「環境」に配慮した仕組みなどを取り入れ、新たな魅力の創出にも努めます。
農業分野では、今後も安全・安心を目指す産地づくりを進め、より効率的で生産性の高い農業経営体の育成を図ります。果樹ではユズ、直七、栗など、特徴のある品目の生産拡大を一層進め、競争力のある産地づくりを目指します。花卉では、ダリヤやテマリソウなどの有望品目への転換を含めた産地再生に取り組むほか、新たに洋ランのブランド化に取り組みます。地域内で注目されはじめた農産物加工の取組の拡大や有機農業の普及拡大等にも引き続き取り組みます。
林業分野については、成熟しつつあるヒノキなどの森林資源を活用するため「森の工場」づくりを推進し、事業体と担い手の育成を図ることで、素材の増産を進めます。また、ヒノキのブランド化戦略や備長炭の生産拡大など、森林資源に付加価値をつける取組を継続します。加えて、国の新エネルギー政策を視野に入れ、再生可能エネルギーとしての木質資源活用の可能性の検討にも取り組みます。
水産業分野では、まず、地域内で種苗生産を行い安定した養殖漁業経営を目指します。メジカ（宗田節）やキビナゴ、清水サバなど地域を代表する魚は、知名度の向上やブランド化に取り組むとともに加工事業を推し進め、販売拡大や新商品づくりを行い、更なる地産外商の拡大を目指します。四万十川では、アオノリやアユの調査・研究に高知大学と連携して取り組むとともに、6次産業化の補助金を受けて、アオノリの新商品開発、販路開拓にも取り組みます。カツオは、近年整備された活餌施設を活用し、地域内での更なる水揚げの増加を目指すとともに、体験メニューへの活用など、新たな切り口での取組も継続します。
商工業分野については、これまで各地で整備されてきた魚や黒砂糖といった地域資源の加工施設での生産や加工品の充実・販売の拡大を図るとともに、新たに畜産物の加工品づくりにも取り組みます。また、高速道路の延伸による地域間交流の増加などの効果を、地域内での販売拡大・にぎわいづくりに加え、地産外商の拡大にもつなげていくため、新たな販売拠点づくりや中心商店街の活性化に取り組みます。
地域の重要な産業の一つである観光分野については、恵まれた自然と文化を活かした滞在型・体験型観光の更なる発展を目指します。幡多広域観光協議会をはじめ、地域全体で取り組んできた様々な取組の更なる充実・発展を図るとともに、地域内の観光拠点の充実も視野に入れながら、長期滞在が可能な魅力ある観光ルートづくりに取り組みます。また、高速道路の延伸を誘客促進の絶好の機会と捉え、幡多地域の自治体、観光協会、商工会議所（商工会）、民間事業者等が一体となって地域博覧会を開催します。こうした取り組みを通してできる地域連携の仕組みを、幡多広域観光協議会を中心とした

広域観光推進体制の強化に繋げていきます。
　各分野の取組に加えて、地域内での情報共有や事業者間の連携、県内他地域との連携による多角的なビジネス展開により、地域の産業振興に取り組みます。

（３）　重点的な取組

○　安定した農業経営体づくりと地域に根ざした有望品目づくり
（より生産性の高い農業経営体育成、ユズ・直七・栗・ダリヤ・テマリソウ・洋ラン・ラッキョウ・サトウキビ等の特徴ある品目の栽培など）
○　森林資源の活用促進
（森の工場、木材製品の品質向上・表示・ブランド化、木質バイオマスの活用検討、備長炭の生産など）
○　安定した漁業生産を目指す取組
（種苗生産、カツオ活餌の安定供給など）
○　地域産物を活用した６次産業の振興
（しみずの元気再生事業、黒潮印の商品開発、宿毛の直七・魚の加工、四万十市の栗・ブシュカン・スジアオノリなどの加工の取組が始まった事業の更なる飛躍、新商品づくりなど）
○　地域再生への総合的な取組
（土佐清水市地域再生計画、拠点ビジネスの推進（四万十市西土佐地区、大月町、黒潮町佐賀地区）など）
○　滞在型・体験型観光の推進
（幡多広域観光協議会や観光協会、市町村等関係者が一体となった観光商品の開発・販売、地域博覧会の開催など）

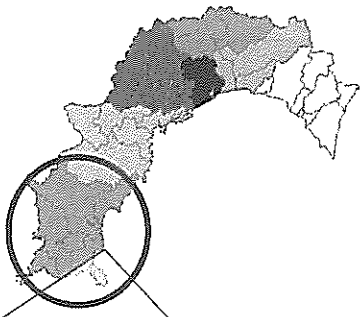
（４）　主要な指標及び目標

項　　目	実　　績	目　　標
主要農産物の生産量等		
大規模農業経営体数	H22：　2経営体	H27：　10経営体
直七	H22：　21ｔ	H27：　100ｔ
ユズ（三原村の生産量）	H22：　74ｔ	H27：　400ｔ
森の工場の木材生産量	H22：　13,871㎥	H27：　20,000㎥
６次産業売上額	H22：　1,363百万円	H27：　1,500百万円
ビジネス拠点組織の売上額	H22：　169百万円	H27：　250百万円
修学旅行等受入人数	H22：　3,074人	H27：　4,000人

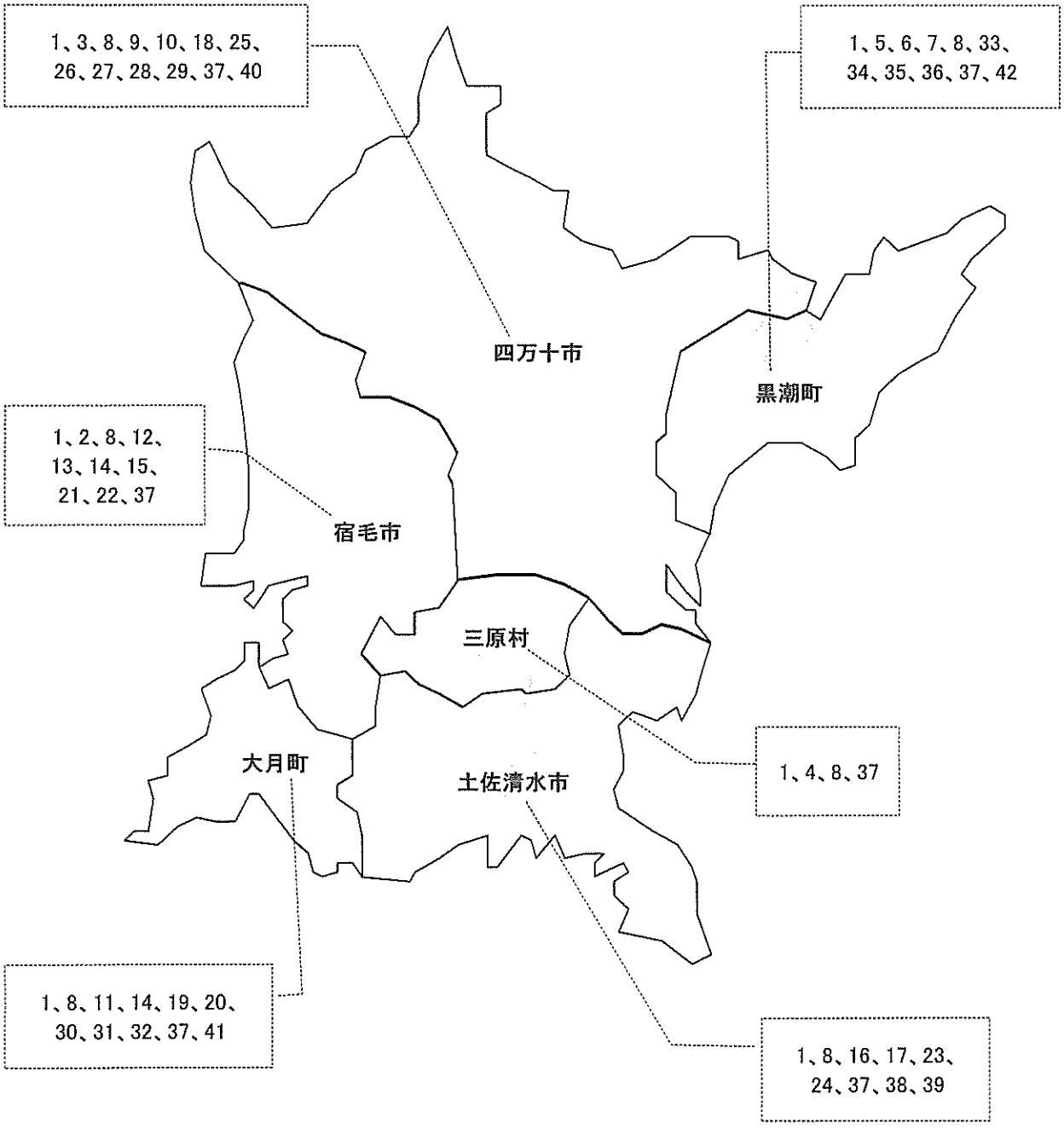
注１：大規模農業経営体とは、年間1,500万円以上の売上がある農業者
注２：６次産業売上額は、土佐食（株）の売上額
注３：ビジネス拠点組織の売上額は、ふれあいパーク大月の売上額

（５）　具体的な取組

No.	項　　目	宿毛市	土佐清水市	四万十市	大月町	三原村	黒潮町
1	水稲と露地野菜を基幹とした水田農業の担い手育成	●	●	●	●	●	●
2	洋ランのブランド確立・流通促進事業	●					
3	有機農業普及・拡大事業			●			
4	三原村農業公社を核とした農業支援システムの構築					●	
5	「若山椿」ブランド復活プロジェクト						●
6	弘法大師ゆかりの七立栗　特産品化計画						●
7	有望品目への転換を含めた、大方南部地域の産地再生						●
8	森の工場・間伐の推進	●	●	●	●	●	●
9	バイオマスを利用した木材の乾燥施設等の導入			●			
10	「四万十の家」と地域産ヒノキの販売の推進			●			
11	町内の持続可能な山林資源を活用した製炭事業				●		
12	地域活性化のための魚加工・販売体制の強化・推進	●					
13	宿毛湾を中心とする地域水産物の流通・加工体制の推進	●					
14	民間企業との連携による水産物の販路拡大	●			●		
15	宿毛近海の水産資源を活用した地域ブランド確立・推進事業	●					
16	サメ漁業の復活に向けた取組		●				
17	宗田節の販路拡大に向けた取組		●				
18	“川辺の暮らし”を支える豊かな四万十川再生プラン			●			
19	キビナゴ加工商品の生産体制強化				●		
20	大月町種苗生産施設活用による県内産養殖種苗のシェア拡大				●		
21	直七の生産、加工、販売の促進	●					
22	地域の素材を活用した「おいしいもの」づくり	●					
23	土佐清水市地域再生計画（大岐地区等の開発計画）		●				
24	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		●				
25	地元農産物を使った商品開発事業			●			
26	「いちじょこさん市場」を拠点とした中心市街地活性化の推進			●			
27	栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト			●			
28	四万十牛の商品開発・販売			●			
29	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）			●			
30	拠点ビジネスの推進（大月町まるごと販売事業）				●		
31	苺を核とした6次産業化				●		
32	月光桜からはじまる「牧野富太郎のみち」づくり				●		
33	黒潮印の商品開発						●
34	カツオ文化のまちづくり事業						●
35	佐賀地区の地域資源を活用した拠点ビジネスの推進						●
36	水産物加工施設整備事業						●
37	幡多広域における滞在型・体験型観光の推進	●	●	●	●	●	●
38	竜串観光再発見事業		●				
39	土佐清水まるごと戦略観光展開事業		●				
40	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	竜ヶ浜自然体験・環境教育交流推進事業				●		
42	黒潮町の地域資源を活かした体験型観光の推進						●

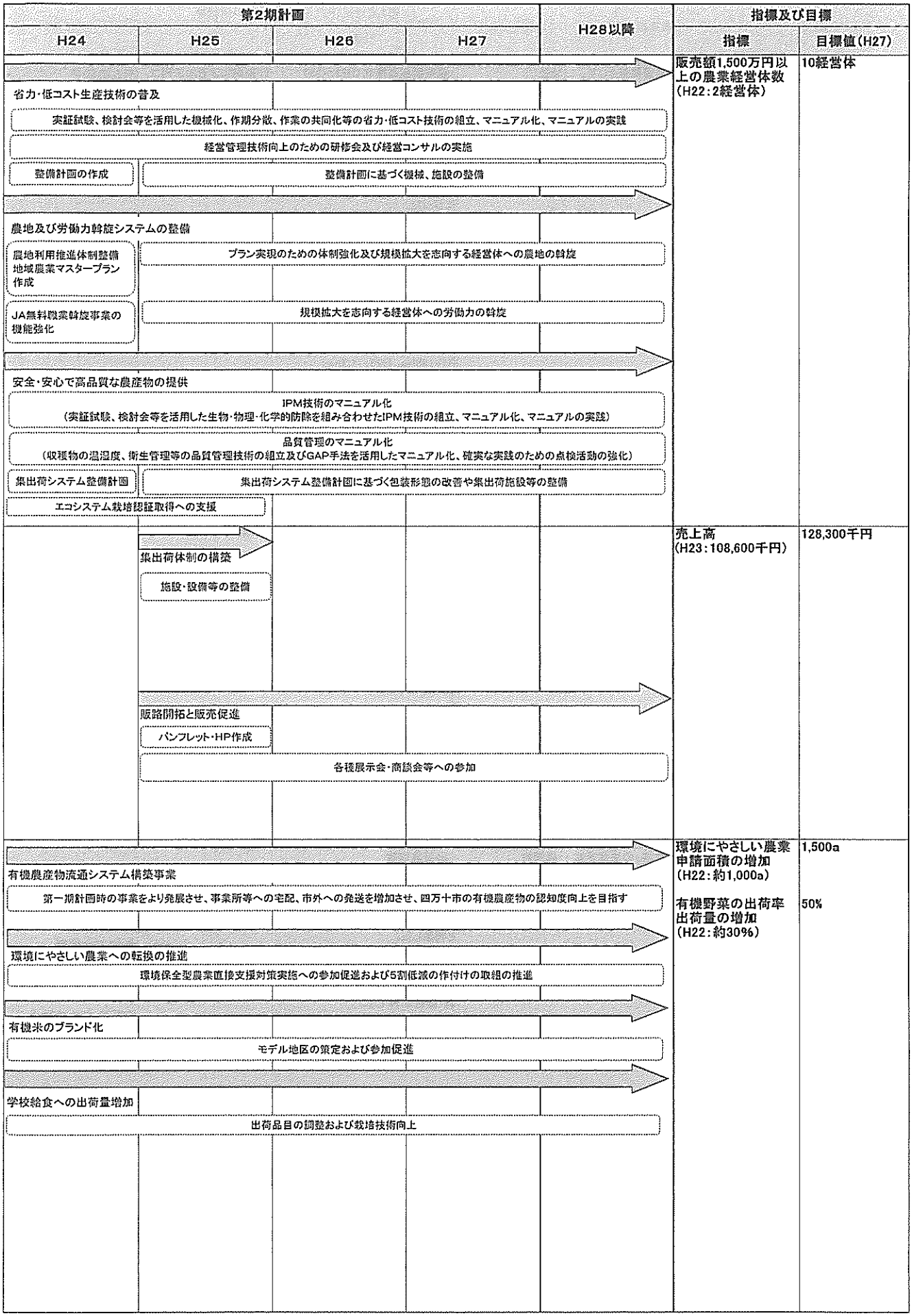


【幡多地域】


1、3、8、9、10、18、25、
26、27、28、29、37、40
1、5、6、7、8、33、
34、35、36、37、42
四万十市
黒潮町
1、2、8、12、
13、14、15、
21、22、37
宿毛市
三原村
1、4、8、37
大月町
土佐清水市
1、8、11、14、19、20、
30、31、32、37、41
1、8、16、17、23、
24、37、38、39

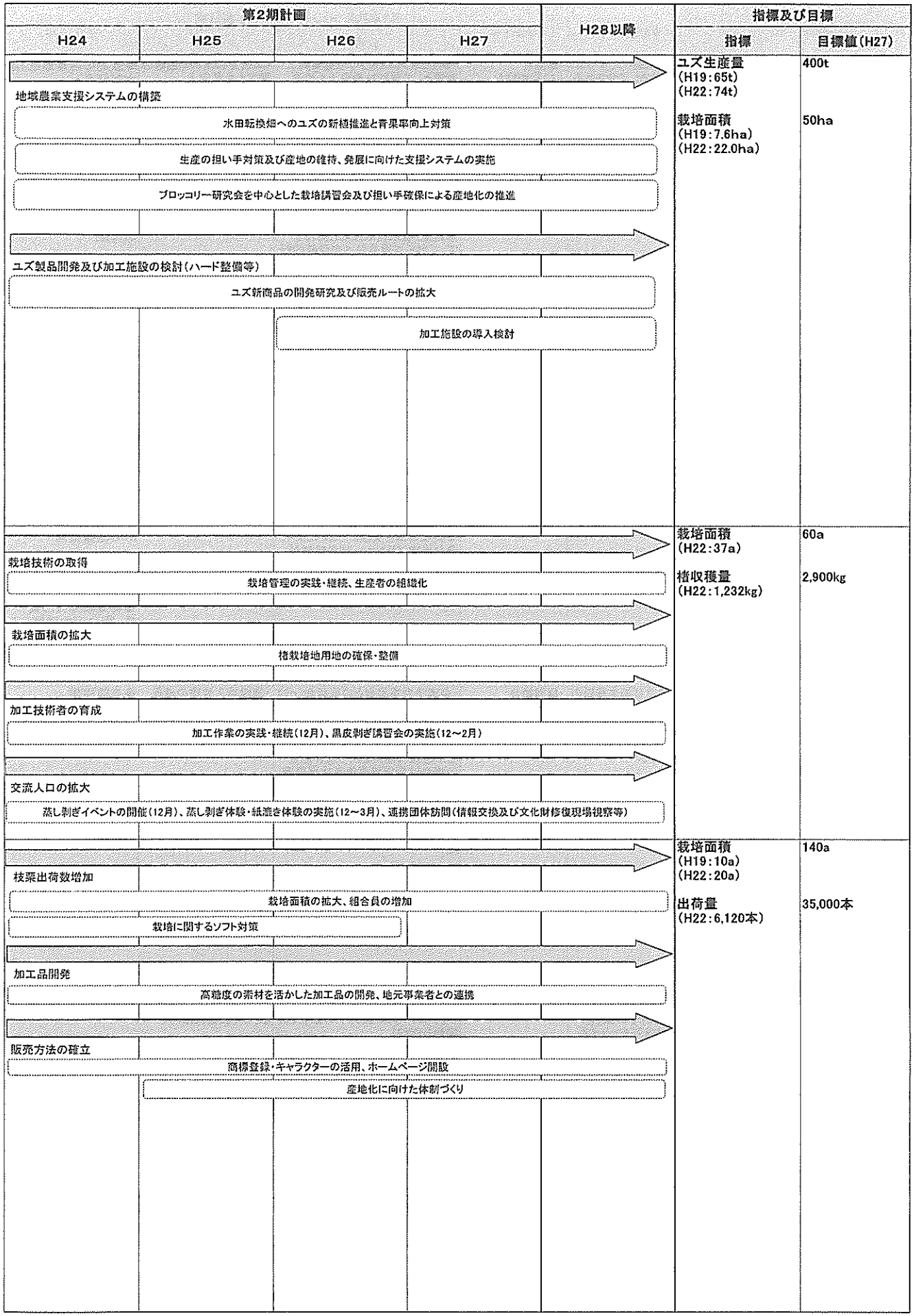
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1 水稲と露地野菜を基幹とした水田農業の担い手育成 ≪幡多地域全域≫	持続性のある水田農業を確立するため、水稲と露地野菜を基幹とした大規模経営体、またはそれを志向する農業者を対象に、規模拡大による生産性の向上と安全・安心・高品質生産を推進し、所得向上と雇用創出を図る。	・JA高知はた			◆省力・低コスト生産技術の普及 ◆農地及び労働力斡旋システムの整備 ◆安全・安心で高品質な農産物の提供
2 洋ランのブランド確立・流通促進事業 ≪宿毛市≫	宿毛市内の生産者をはじめ、県内の洋ラン生産者が新たな組織を立ち上げ、各生産者が生産した洋ラン商品を一元的に集荷、パッケージ化し、市場を通じたこれまでの流通に加えて、直接小売店や消費者に販売する。	・欅遊　六志会			◆集出荷体制の構築 ◆販路開拓と販売促進
3 有機農業普及・拡大事業 ≪四万十市≫	安全・安心な有機栽培による米や野菜の消費を拡大させる取組を進めることにより、地域住民の健康や農業振興・商業振興につなげ、「有機農業四万十市」の定着を目指す。	・四万十市	・有機農業の普及拡大(H21～23) ・高付加価値農業の研修(H21～23) ◆四万十市の一般市民を対象に、H21から継続して「生産技術研修会」を開催した。 また、地域雇用創造実現事業で3名を雇用し、水稲2ha・露地野菜17aの栽培を実施した。 ・有機農産物流通システム構築事業(H22～23) ◆緊急雇用創出臨時特例基金事業を活用し、宅配(一般家庭)の募集と事業PRを実施した。	・有機農産物のさらなる認知度向上 ・有機農産物の栽培技術の向上 ・需要の拡大(PRと販売促進)	◆有機農産物流通システム構築事業 ◆環境にやさしい農業への転換の推進 ◆有機米のブランド化 ◆学校給食への出荷量増加


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
販売額1,500万円以上の農業経営体数
(H22:2経営体)
10経営体
省力・低コスト生産技術の普及
実証試験、検討会等を活用した機械化、作期分散、作業の共同化等の省力・低コスト技術の組立、マニュアル化、マニュアルの実践
経営管理技術向上のための研修会及び経営コンサルの実施
整備計画の作成
整備計画に基づく機械、施設の整備
農地及び労働力斡旋システムの整備
農地利用推進体制整備
地域農業マスタープラン作成
プラン実現のための体制強化及び規模拡大を志向する経営体への農地の斡旋
JA無料職業斡旋事業の機能強化
規模拡大を志向する経営体への労働力の斡旋
安全・安心で高品質な農産物の提供
IPM技術のマニュアル化
(実証試験、検討会等を活用した生物・物理・化学的防除を組み合わせたIPM技術の組立、マニュアル化、マニュアルの実践)
品質管理のマニュアル化
(収穫物の温湿度、衛生管理等の品質管理技術の組立及びGAP手法を活用したマニュアル化、確実な実践のための点検活動の強化)
集出荷システム整備計画
集出荷システム整備計画に基づく包装形態の改善や集出荷施設等の整備
エコシステム栽培認証取得への支援
売上高
(H23:108,600千円)
128,300千円
集出荷体制の構築
施設・設備等の整備
販路開拓と販売促進
パンフレット・HP作成
各種展示会・商談会等への参加
環境にやさしい農業申請面積の増加
(H22:約1,000a)
1,500a
有機農産物流通システム構築事業
第一期計画時の事業をより発展させ、事業所等への宅配、市外への発送を増加させ、四万十市の有機農産物の認知度向上を目指す
有機野菜の出荷率出荷量の増加
(H22:約30%)
50%
環境にやさしい農業への転換の推進
環境保全型農業直接支援対策実施への参加促進および5割低減の作付けの取組の推進
有機米のブランド化
モデル地区の策定および参加促進
学校給食への出荷量増加
出荷品目の調整および栽培技術向上

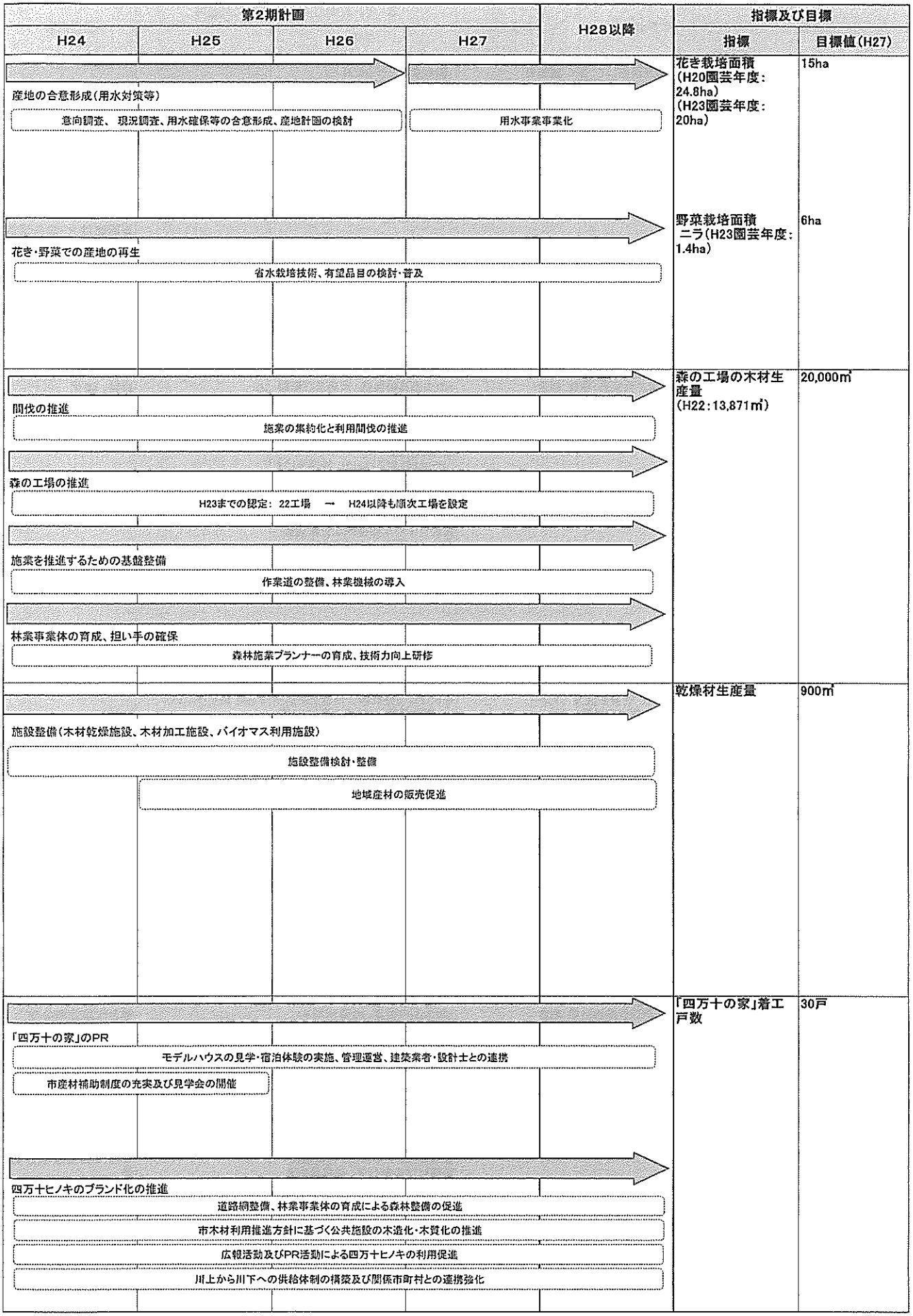
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
4 三原村農業公社を核とした農業支援システムの構築 ≪三原村≫	三原村の環境を生かした中山間の農業振興策として、農業公社を核としたユズ、ブロッコリーの産地化を目指す。	・(財)三原村農業公社 ・三原村 ・JA高知はた	・ユズの産地化の推進(H20～23) ・農業機械高度化(H21～23) ・栽培維持、発展支援システムの構築(H21～23) ・公社施設の整備(H22) ◆三原村農業公社の農地集積により、ユズ10ha、ブロッコリー1.2haを直接栽培、常勤6名を雇用。あわせて、農作業受託・機械リース等により、農地保全、中山間地域のモデルケースとして期待できるまでになった。 また、JA高知はた全域で共同選果体制が構築されたことで、市場評価が向上した。 ・商品づくり・販路開拓(H22～23) ◆H21、22、23と段階的に産業振興総合補助金を活用し、栽培～収穫～加工～販売までの一連の体制を構築。その結果、水田へのユズ新植が進み、H19:7.6haからH23:28.1haに増加。(幡多管内H19:56ha、H23:71.3ha) H22よりオリジナル加工品販促活動が本格化。各種フェア等での出展等により商品が浸透し始めている。	・生産拡大に伴うユズ果汁過剰による加工用ユズ価格の低下 ・高齢化と後継者不足、新規生産者の確保 ・ユズ加工製品の販売促進	◆地域農業支援システムの構築 ◆ユズ製品開発及び加工施設の検討(ハード整備等)
5 「若山椿」ブランド復活プロジェクト ≪黒潮町≫	古くから地域で特産品となっていた「若山椿」の産地復活を目指した、栽培拡大および加工技術向上による産地・ブランド化に取り組む。	・黒潮町 ・黒潮町佐賀北部地域協議会	・椿栽培の推進(H20～23) 栽培面積 H21:32a(収穫0.6t) H22:37a(収穫1.2t) H23:39a(収穫1.0t) (うち遊休農地利用11a) ◆当初、5年間(H20～24)の継続補助が確定していた国庫事業(200万円×5年)」が、事業仕分けによりH21をもって終了、計画全体が見直しとなった。その中で、組織の身の丈に合わせた活動を続け、栽培面積も少しずつ増加している。 「若山椿が古文書修復に適している」として、専門分野からの発注も多く、今後に期待が持てる。	・活動経費の不足 ・マンパワー不足	◆栽培技術の取得 ◆栽培面積の拡大 ◆加工技術者の育成 ◆交流人口の拡大
6 弘法大師ゆかりの七立栗　特産品化計画 ≪黒潮町≫	黒潮町馬荷地区で栽培されている「七立栗」の生産を拡大し町の特産品にすることで、地域の活性化と産業の創出を目指す。	・七立栗生産組合 ・黒潮町	・七立栗栽培の推進(H21～23) 出荷農家数 H21:　1戸(10a) H22:　5戸(20a) H23:11戸(75.5a) ◆当初、計画していた温泉施設については、財源の問題により困難と判断した。 一方、七立栗のブランド化については、栽培面積増に取り組むとともに、集落営農導入及び基幹品目としての検討が始められた点は評価・期待が持てる。	・活動経費の不足 ・マンパワー不足 ・病害虫対策 ・栽培方法の確立 ・耕作放棄地の開墾難 ・単価が低い	◆枝栗出荷数増加 ◆加工品開発 ◆販売方法の確立


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
ユズ生産量
(H19:65t)
(H22:74t)
400t
栽培面積
(H19:7.6ha)
(H22:22.0ha)
50ha
地域農業支援システムの構築
水田転換畑へのユズの新植推進と育果率向上対策
生産の担い手対策及び産地の維持、発展に向けた支援システムの実施
ブロッコリー研究会を中心とした栽培講習会及び担い手確保による産地化の推進
ユズ製品開発及び加工施設の検討(ハード整備等)
ユズ新商品の開発研究及び販売ルートの拡大
加工施設の導入検討
栽培面積
(H22:37a)
60a
栽培技術の取得
栽培管理の実践・継続、生産者の組織化
植収穫量
(H22:1,232kg)
2,900kg
栽培面積の拡大
植栽培地用地の確保・整備
加工技術者の育成
加工作業の実践・継続(12月)、黒皮剥ぎ講習会の実施(12~2月)
交流人口の拡大
蒸し剥ぎイベントの開催(12月)、蒸し剥ぎ体験・紙漉き体験の実施(12~3月)、連携団体訪問(情報交換及び文化財修復現場視察等)
栽培面積
(H19:10a)
(H22:20a)
140a
枝葉出荷数増加
栽培面積の拡大、組合員の増加
栽培に関するソフト対策
出荷量
(H22:6,120本)
35,000本
加工品開発
高糖度の素材を活かした加工品の開発、地元事業者との連携
販売方法の確立
商標登録・キャラクターの活用、ホームページ開設
産地化に向けた体制づくり

【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
7 有望品目への転換を含めた、大方南部地域の産地再生 ≪黒潮町≫	シュッコンカスミソウ、テッポウユリの産地として知られる黒潮町南部地域において、灌漑事業の導入等による新たな花き・野菜等の生産により地域振興を目指す。	・黒潮町 ・JA高知はた	・シュッコンカスミソウの品質向上対策として栽培技術向上を推進(H21～23) ・マーケティング調査を実施して消費者の嗜好を把握(H22) ・新たな品目(ダリア4戸、57a)、テマリソウ(3戸、40a)の栽培推進(H21～23) ◆現状では、慢性的な水不足から栽培可能な品目が少なく、シュッコンカスミソウに変わるものは見つかっていない。しかし、ダリア・テマリソウ・ニラ等は可能性があり、用水対策・省水栽培技術とあわせて、これら有望品目への段階的転換を検討していく必要がある。	・消費者の求める品種の栽培と品質向上 ・用水確保(栽培品目の拡大)	◆産地の合意形成(用水対策等) ◆花き・野菜での産地の再生
8 森の工場・間伐の推進 ≪幡多地域全域≫	意欲がある林業事業体が中心になり、一定規模のまとまりのある森林を対象に森林所有者から長期に施業を受託することによって、森林の管理や施業などを集約する森林経営の団地を「森の工場」として認定し、木材を安定的に供給する産地体制を確保するとともに、地域の森林資源の充実を図るため、間伐を積極的に推進する。	・森の工場の認定を受けた事業体	・森の工場の推進(H21～23) ・機械導入(H21～23) ◆高性能林業機械等26台導入、作業道開設131kmの整備を行い、H23:一般用材11,452㎥、チップ4,441tを生産。 森の工場はH23累計22工場を新設、建設業等異業種からの参入も多く、地域企業の新ビジネスとしての効果も出ている。 ・林業事業者育成(H21～23) ◆養成研修を支援したことにより、森林施業プランナー10名体制が整った。	・集約化の推進による森の工場の設置 ・基盤整備推進による木材生産性の向上 ・技術者の育成 ・事業体の経営改善	◆間伐の推進 ◆森の工場の推進 ◆施業を推進するための基盤整備 ◆林業事業体の育成、担い手の確保
9 バイオマスを利用した木材の乾燥施設等の導入 ≪四万十市≫	木材の乾燥及び加工施設の導入による木製品の品質向上を図るとともに、樹皮や端材などの木屑を熱源としたバイオマス利用システムの構築を目指す。	・協同組合	・参画予定事業者との検討会(H21～23) ◆4民間事業者と会を重ねる中で、最大の課題である乾燥機械導入費用について、「事業協同組合では国庫補助対象外。森林組合の場合は固定資産保有比率の整理が前提となり厳しい。」ことを確認した。 今後は、資金調達上必須である、費用対効果をふまえた計画づくりと、支援制度の活用検討が必要。	・施設導入費用の確保 ・経営計画、資金調達計画の見直し	◆施設整備 (木材乾燥施設、木材加工施設、バイオマス利用施設)
10 「四万十の家」と地域産ヒノキの販売の推進 ≪四万十市≫	平成22年度に建築したモデルハウス「四万十の家」をPRすることで四万十ヒノキを利用した住宅建築を促進する。 また、四万十ヒノキのブランド化を図り、地域内外への販売を促進する。	・四万十市	・モデルハウス建設(H22) ・モデルハウス「四万十の家」利用開始(H23.4) ◆モデルハウスについて、林業関連事業者の学習会場利用や一般利用等を図る等、より積極的な「地域産ヒノキ」のPRを行ったことで、当初目標を遥かに超える利用状況であった。 ・地域産ヒノキのブランド化に向けた4市町村推進協議会(H23) ◆四万十市、三原村、四万十町、中土佐町の推進協議会が設立されたことで、従来の幡多ヒノキ・高幡ヒノキとの区分等、整理すべき課題解決に向けた検討の場が出来た。今後は、ブランド化にあたっての課題を整理・検討していく予定。	・モデルハウス活用による、より積極的なPR ・四万十ヒノキの定義の確立 ・4市町村連携のあり方および県・国の支援のあり方	◆「四万十の家」のPR ◆四万十ヒノキのブランド化の推進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
産地の合意形成(用水対策等)
意向調査、 現況調査、用水確保等の合意形成、産地計画の検討
用水事業事業化
花き栽培面積
(H20園芸年度:24.8ha)
(H23園芸年度:20ha)
15ha
花き・野菜での産地の再生
省水栽培技術、有望品目の検討・普及
野菜栽培面積
ニラ(H23園芸年度:1.4ha)
6ha
間伐の推進
施業の集約化と利用間伐の推進
森の工場の推進
H23までの認定: 22工場 → H24以降も順次工場を設定
施業を推進するための基盤整備
作業道の整備、林業機械の導入
林業事業体の育成、担い手の確保
森林施業プランナーの育成、技術力向上研修
森の工場の木材生産量
(H22:13,871㎥)
20,000㎥
施設整備(木材乾燥施設、木材加工施設、バイオマス利用施設)
施設整備検討・整備
地域産材の販売促進
乾燥材生産量
900㎥
「四万十の家」のPR
モデルハウスの見学・宿泊体験の実施、管理運営、建築業者・設計士との連携
市産材補助制度の充実及び見学会の開催
四万十ヒノキのブランド化の推進
道路網整備、林業事業体の育成による森林整備の促進
市木材利用推進方針に基づく公共施設の木造化・木質化の推進
広報活動及びPR活動による四万十ヒノキの利用促進
川上から川下への供給体制の構築及び関係市町村との連携強化
「四万十の家」着工戸数
30戸

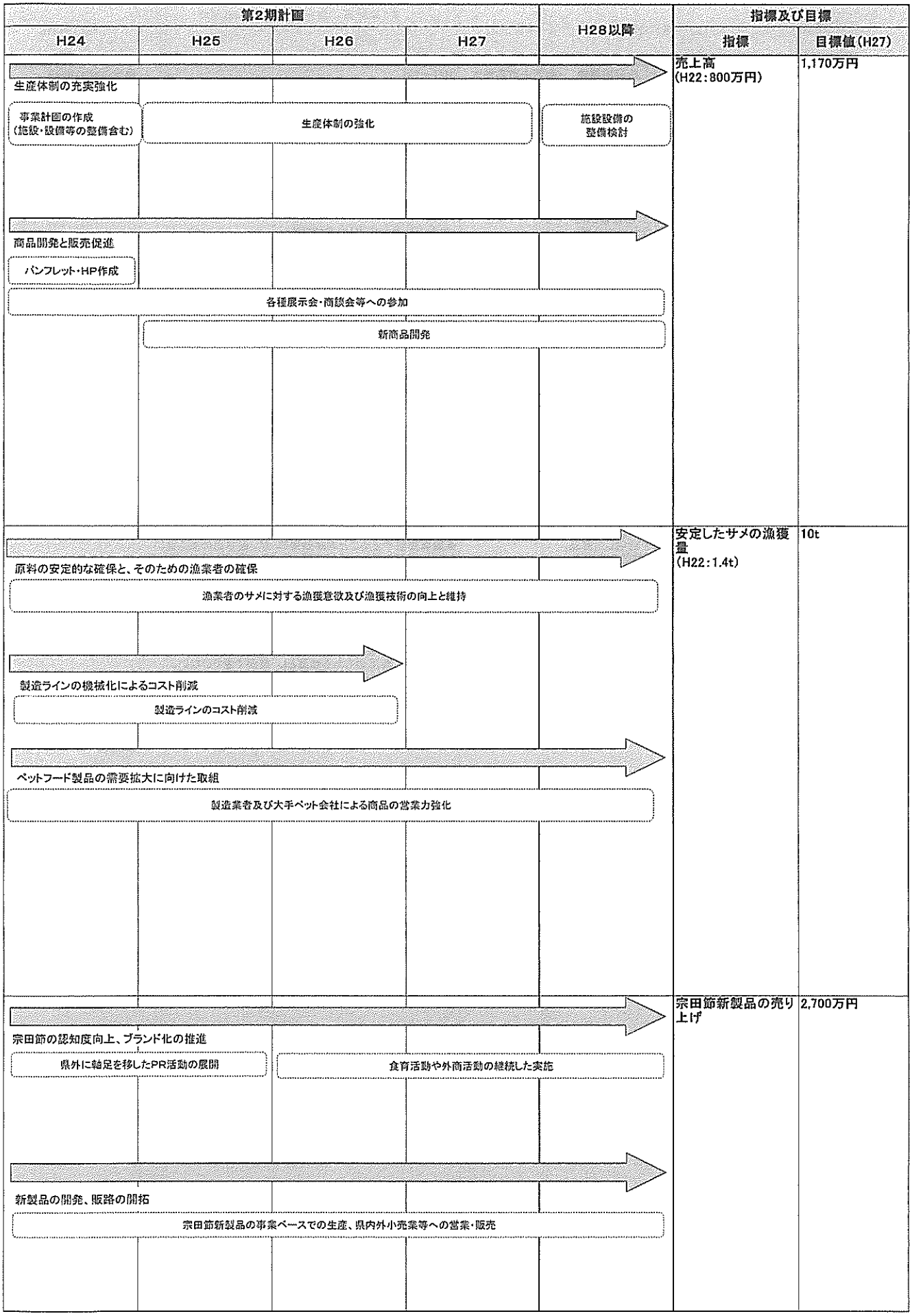
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
11 町内の持続可能な山林資源を活用した製炭事業 ≪大月町≫	町内の最高級のウバメガシや山林資源を活用して、古くから行われていた土佐備長炭の復活など、製炭の産業化を目指す。	・大月町備長炭生産組合	・協議会立ち上げ(H21) ・組合立ち上げ(H22) ◆H23産業振興総合補助金を活用し、生産窯を設置。あわせて、ふるさと雇用を活用し、生産から販売までの仕組みづくりに取り組んだ。その結果、H23から3名が生産に従事、H24も現在研修中の4名が従事予定。取引先も確保できており概ね順調。 ただし、安定した運営には当面、行政による人・資金の支援が必要と考えられる。	・生産規模が少ない。 ・収益の多様化、チャネルの多角化 ・当面の自主財源不足。(将来は生産規模拡大による手数料収入で十分に賄われる) ・将来に渡って安定的な原木の確保。	◆生産力向上 ◆加工品づくり ◆販路拡大・広報活動
12 地域活性化のための魚加工・販売体制の強化・推進 ≪宿毛市≫	宿毛市片島地区に施設を整備し、水産加工物製造・販売を展開することで、漁業者所得向上や、雇用創出、地産地消・外商を進めていく。	・すくも湾漁業協同組合	・加工施設整備(H21) ・加工商品の製造、販売及び販路開拓(H21～23) ◆H21産業振興総合補助金を活用し、加工施設・冷凍冷蔵施設・保冷運搬車両を整備、同年10月から製造・販売スタート。 H22は鮮魚フィレ12t、冷凍キビナゴ3.6t、H23は鮮魚フィレ約21t、冷凍キビナゴ約5.6tと、前年を上回る成果。 販売先として、学校給食や病院関係を中心に積極的な営業活動を行った結果、H21末の11社からH23年10末時点で36社と、大幅に増加。学校や病院の栄養士からの評判も大変良く、今後の成長に期待したい。	・加工の作業効率の向上 ・販売促進	◆製造、販売体制の維持、強化
13 宿毛湾を中心とする地域水産物の流通・加工体制の推進 ≪宿毛市≫	民間事業者による宿毛湾の魚の利用促進・消費拡大及び地元雇用の創出を目指す。	・(株)ピアーサーティー	・加工施設の整備(H22) ◆H22産業振興総合補助金を活用し、施設整備。H22売上高は1.4億円(目標1.6億円)と、ほぼ計画に近い実績であった。H23は震災の影響等もあり、売上高は1.6億円と計画を下回ったが、経営は安定している。 また、施設の規模拡大により、衛生管理面の向上とあわせて、新たに贈答用商品の製造や、急速冷凍施設の導入により刺身用食材の提供が可能となるなど、今後の展開が期待できる。	・雇用の確保(募集に対する応募が少ない)	◆生産体制の充実
14 民間企業との連携による水産物の販路拡大 ≪宿毛市・大月町≫	漁協・民間会社連携による前処理加工施設を漁協市場付近に整備し、地元水産物の付加価値向上と販路拡大に向けた体制づくりに取り組む。	・すくも湾漁業協同組合	・加工施設整備(H22) ・加工品の製造、出荷(H23.4) ◆H22産業振興総合補助金を活用し、加工施設(約120坪)・冷凍冷蔵庫・フィレマシン・真空包装機等を整備。震災の影響でH23.4月下旬から稼働。主にアジフィレを製造し、首都圏の飲食企業へ出荷中。品質面での評価は高い。 H24年3月末現在9名の雇用。稼働1年目であり、加工技術向上に努めているほか、衛生講習受講、管理マニュアル作成、各種点検・記録付けの励行等、従業員教育が図られている。 一方で、需要に即した原魚の調達方法や商品生産についても検討中。	・加工原魚の安定調達 ・作業効率の向上 ・衛生管理体制の構築	◆加工原魚の安定調達と作業効率の向上による商品の安定生産、安定供給 ◆自主衛生管理の促進

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
生産力向上 ・町内での生産者の育成研修、室戸市での製炭技術習得研修(協力:室戸市木炭振興会) ・生産備長炭窯の建設(研修生の育成に合わせて)					備長炭販売量 生産窯 生産者	240t 20基 20人
加工品づくり 備長炭のハネ炭を利用した小売商品の開発、営業活動(利益の底上げ、商品PR)						
販路拡大・広報活動 白炭(燃料用)の四国内での営業活動、販売促進用グッズ作成 ホームページ更新、産地化に向けた情報発信、生産者による情報発信 観光体験メニューの実施、町内のイベント等への出展・即売会の実施						
製造、販売体制の維持、強化 ・既存販売先への商品の安定供給と販路拡大 ・原魚の安定調達による作業効率の向上 ・民間企業との連携等による冷凍キビナゴ、冷凍フィレの増産、新商品開発					冷凍フィレ (H22:12.3t) 冷凍キビナゴ (H22:3.6t)	30t 15t
生産体制の充実 ハローワーク等を通じての継続的な雇用情報収集、情報発信・需要に見合う生産体制の見直し					年間売上 (H22:1.4億円)	2.7億円
加工原魚の安定調達と作業効率の向上による商品の安定生産、安定供給 ・県内漁協等との連携による加工原魚の安定調達 ・研修による加工作業員の作業効率の向上 ・漁協等との連携による製造、新商品開発					原魚供給高	1.19億円
自主衛生管理の促進 自主衛生管理の促進による衛生管理体制の強化						

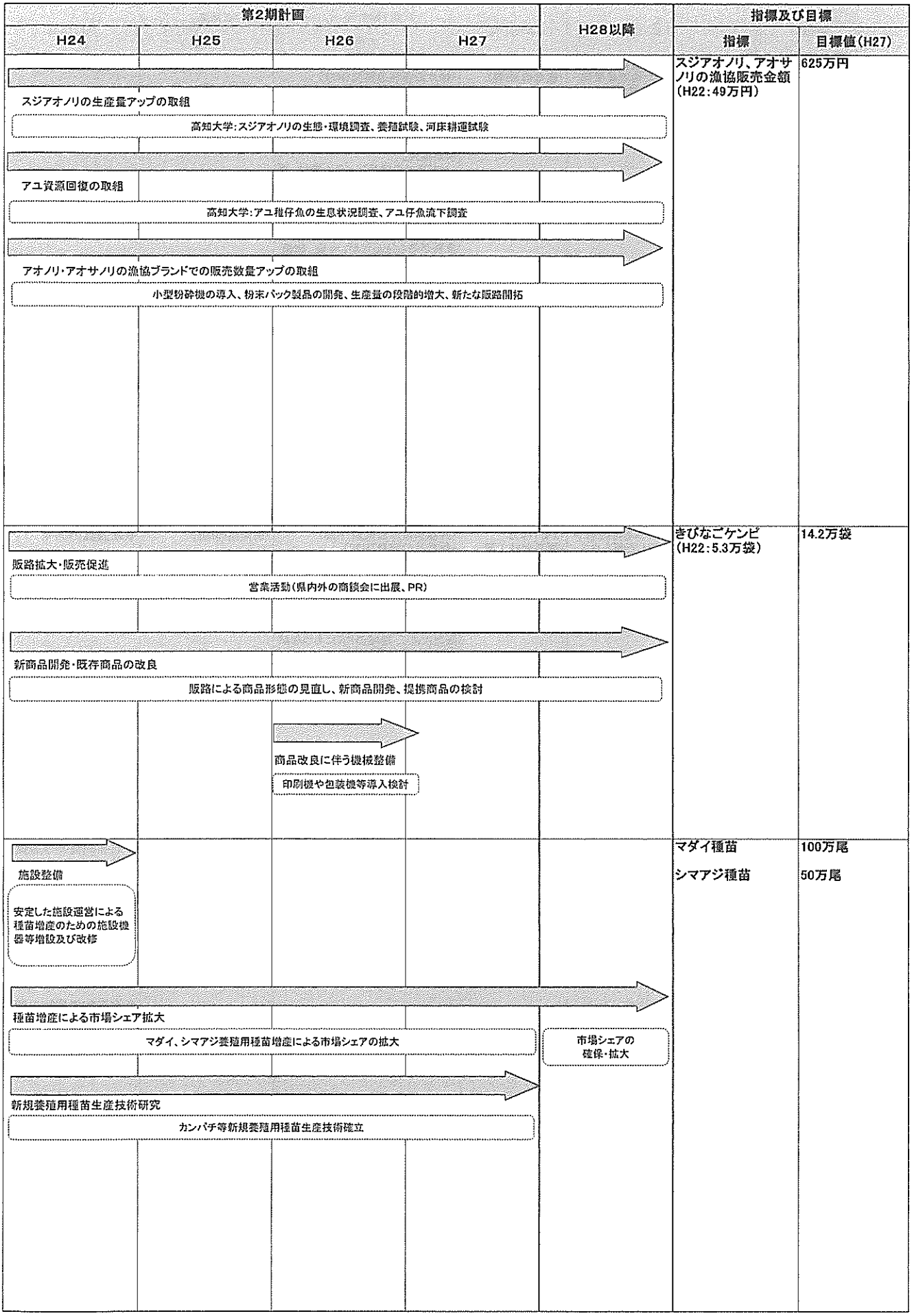
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
15 宿毛近海の水産資源を活用した地域ブランド確立・推進事業 ≪宿毛市≫	ブリやカツオ等、宿毛近海で獲れる魚を活用し、消費者ニーズに基づく商品開発・生産体制充実・販売促進に取り組むことで、地域ブランド確立および原材料そのものの付加価値化を図る。	・(株)沖の島水産			◆生産体制の充実強化 ◆商品開発と販売促進
16 サメ漁業の復活に向けた取組 ≪土佐清水市≫	サメ肉の加工品の開発と販路開拓により、サメ漁業が成立する浜値で取引される仕組みを構築するとともに、サメによる漁業被害の軽減を図る。	・土佐清水市水産振興協議会	・原料確保(H21～23) ◆サメ漁試験操業等を行い、安定した価格で買い上げ、加工商品とすることで、サメ漁業復活のきっかけづくりとなった。 ・商品開発(H21～22) ◆H22産業振興総合補助金を活用し、商品開発を継続。主にサメ肉に関して、人間用製品やペットフードを開発。人間用製品の売れ行きは芳しくないが、ペットフードに関しては、従来販売されている商品に比べ、節納屋(宗田節加工場)で加工することによってアンモニア臭が抑えられ、ペットの嗜好性が非常に高いものに仕上がった。 ・販路開拓(H21～23) ◆人間用製品については、地元の土産物売り場や特定の居酒屋などに出荷している。またペットフードについては、大手ペット用品業者との商談の結果、商品開発・販売の協力が得られ、H23.9月の展示・商談会以降、約6,000パックの注文があり、今後の販売増に期待が持てる。	・商品の販売拡大による原魚不足(サメ漁の通年化) ・商品製造コスト高 ・ペットフードの安定した販売	◆原料の安定的な確保と、そのための漁業者の確保 ◆製造ラインの機械化によるコスト削減 ◆ペットフード製品の需要拡大に向けた取組
17 宗田節の販路拡大に向けた取組 ≪土佐清水市≫	宗田節加工業は、蒲鉾屋等の業務用需要に支えられてきたが、食の多様化等により需要が減少しているため、一般消費者を直接ターゲットにした商品開発や宗田節のPR等を展開し、消費の拡大を図る。	・宗田節をもっと知ってもらいたい委員会 ・土佐清水市	・宗田節加工業振興基本計画の策定(H22) ・宗田節PRの推進組織「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」設立(H22) ・県内を中心とした宗田節のPR活動を展開(H22～23) ◆積極的なPRにより、宗田節の県内での認知度が一定向上した。 ・一般消費者向け宗田節新製品を開発(H23) ◆H23産業振興総合補助金を活用し、土佐清水元気プロジェクトと提携して新商品を開発。アンテナショップや商談会等を通じ、販促活動を展開中。	・宗田節新製品を活用した外商活動の展開 ・宗田節新製品の販売拡大	◆宗田節の認知度向上、ブランド化の推進 ◆新製品の開発、販路の開拓


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
売上高
(H22:800万円)
1,170万円
生産体制の充実強化
事業計画の作成
(施設・設備等の整備含む)
生産体制の強化
施設設備の
整備検討
商品開発と販売促進
パンフレット・HP作成
各種展示会・商談会等への参加
新商品開発
安定したサメの漁獲量
(H22:1.4t)
10t
原料の安定的な確保と、そのための漁業者の確保
漁業者のサメに対する漁獲意欲及び漁獲技術の向上と維持
製造ラインの機械化によるコスト削減
製造ラインのコスト削減
ペットフード製品の需要拡大に向けた取組
製造業者及び大手ペット会社による商品の営業力強化
宗田節新製品の売り上げ
2,700万円
宗田節の認知度向上、ブランド化の推進
県外に軸足を移したPR活動の展開
食育活動や外商活動の継続した実施
新製品の開発、販路の開拓
宗田節新製品の事業ベースでの生産、県内外小売業等への営業・販売

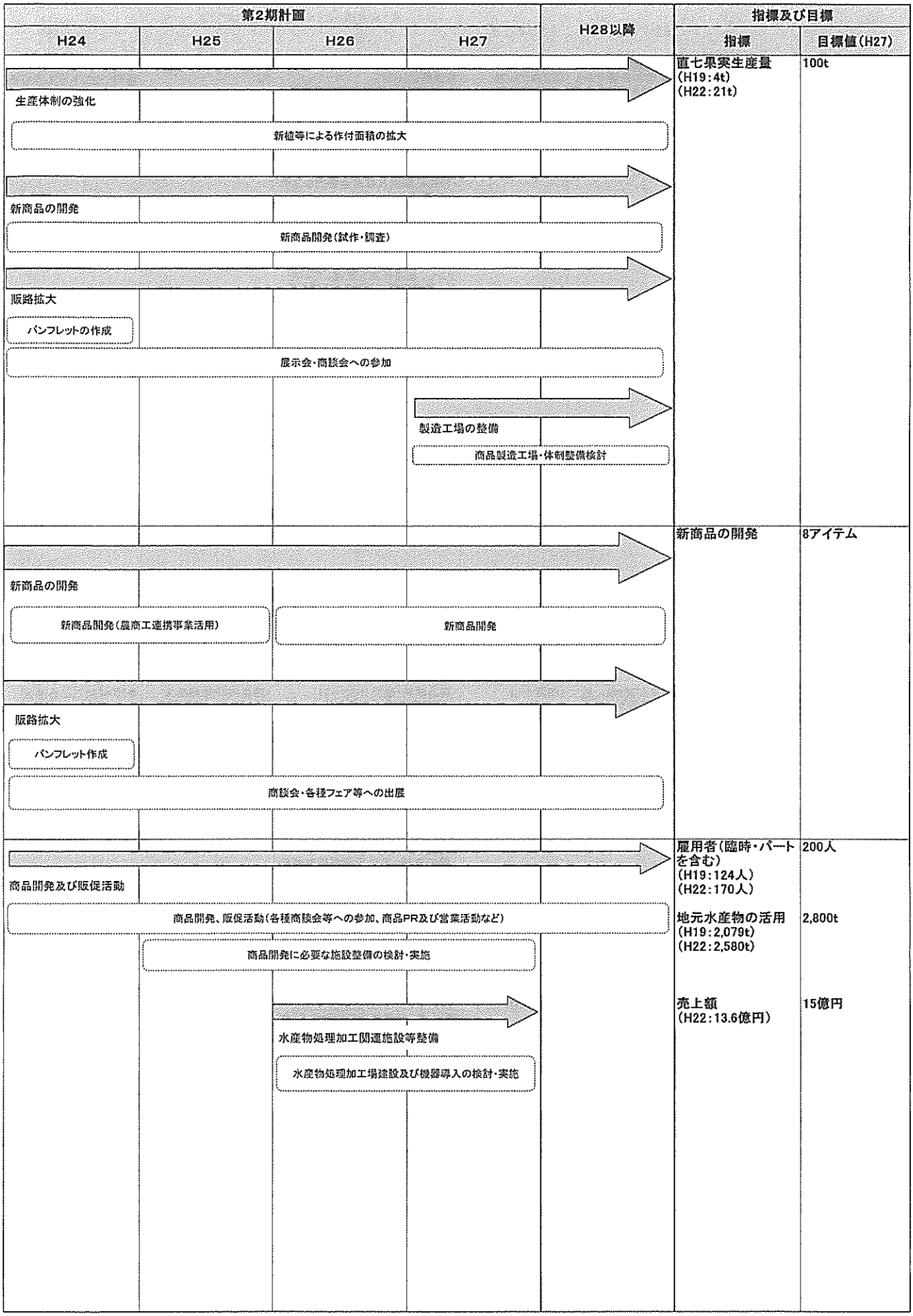
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
18 “川辺の暮らし”を支える豊かな四万十川再生プラン ≪四万十市≫	四万十川の恵みを支える汽水域を中心とした河川環境や漁業資源を継続的にモニタリングしながら、流域住民が四万十川の漁業資源を持続的に利用できるようマネジメントできる枠組みを作っていく。 あわせて、アユやアオノリをはじめ、四万十川の恵みを地域外に付加価値を付けて売り出す方策を探っていき、“川辺の暮らし”が永続的に営まれるようなかつての豊かな四万十川の再生を目指す。	・四万十市 ・四万十市高知大学連携事業推進会議 ・四万十川下流漁業協同組合	・高知大学との連携による調査(H21～23) ◆アユやスジアオノリの枯渇原因については、多くの要因が言われてきたが、今回、四万十市と高知大学が連携して科学的な原因究明に乗り出し、「汽水域シンポジウム」や連携事業の報告会を介して、関係機関や地域住民と情報交換を行う事で、徐々にではあるが原因究明や資源復活に向けての協力体制が出来つつある。 ・アオノリ・アオサノリの漁協ブランドでの販売(H21～23) ◆H21年より試験的にはじめた下流漁協のアオノリやアオサノリの製造・販売事業について、H23年10月に六次産業化法に基づく総合化事業計画の二次認定を受け、取組みにはずみがついた。	・資源枯渇原因の究明 ・漁業関係者との情報共有の強化	◆スジアオノリの生産量アップの取組 ◆アユ資源回復の取組 ◆アオノリ・アオサノリの漁協ブランドでの販売数量アップの取組
19 キビナゴ加工商品の生産体制強化 ≪大月町≫	大月町の地域資源の一つであるキビナゴを活用した商品加工体制の基盤強化を図るとともに、大月町道の駅等との連携による県内外の販売促進活動を行う。このことにより、キビナゴの消費拡大、雇用拡大、連携先の売上増等につなげる。	・八重丸水産	・加工機械の整備(H23) ◆龍馬効果やまるごと高知効果等もあり、きびなごケンピが好調。生産が追い付いていない状況を打開するため、H23産業振興総合補助金を活用し、加工場改修・撹拌機を導入したことにより、年間生産可能量が72,000袋から122,400袋に増加。 常温、手軽な値段で非常に取り扱いやすく、商品力もある商品として新規取引の話も多く、期待が持てる。	・キビナゴ原魚の確保が、資本力のある買い手の登場により、厳しくなっている。 ・原魚の確保とのバランスを見ながら、販路拡大を図っていく。 ・生産に追われ、販促営業ができていない。	◆販路拡大・販売促進 ◆新商品開発・既存商品の改良 ◆商品改良に伴う機械整備
20 大月町種苗生産施設活用による県内産養殖種苗のシェア拡大 ≪大月町≫	大月町種苗生産施設の県内民間事業者による活用を図り、養殖用種苗としてのマダイ・シマアジの増産による市場シェアの拡大、カンパチ等新魚種の生産技術確立によるビジネスチャンスの拡大を目指す。	・大月町 ・(株)山崎技研			◆施設整備 ◆種苗増産による市場シェア拡大 ◆新規養殖用種苗生産技術研究


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
スジアオノリ、アオサノリの漁協販売金額(H22:49万円)
625万円
スジアオノリの生産量アップの取組
高知大学:スジアオノリの生態・環境調査、養殖試験、河床耕運試験
アユ資源回復の取組
高知大学:アユ稚仔魚の生息状況調査、アユ仔魚流下調査
アオノリ・アオサノリの漁協ブランドでの販売数量アップの取組
小型粉砕機の導入、粉末パック製品の開発、生産量の段階的増大、新たな販路開拓
きびなごケンピ(H22:5.3万袋)
14.2万袋
販路拡大・販売促進
営業活動(県内外の商談会に出展、PR)
新商品開発・既存商品の改良
販路による商品形態の見直し、新商品開発、提携商品の検討
商品改良に伴う機械整備
印刷機や包装機等導入検討
マダイ種苗
100万尾
シマアジ種苗
50万尾
施設整備
安定した施設運営による種苗増産のための施設機器等増設及び改修
種苗増産による市場シェア拡大
マダイ、シマアジ養殖用種苗増産による市場シェアの拡大
市場シェアの確保・拡大
新規養殖用種苗生産技術研究
カンパチ等新規養殖用種苗生産技術確立

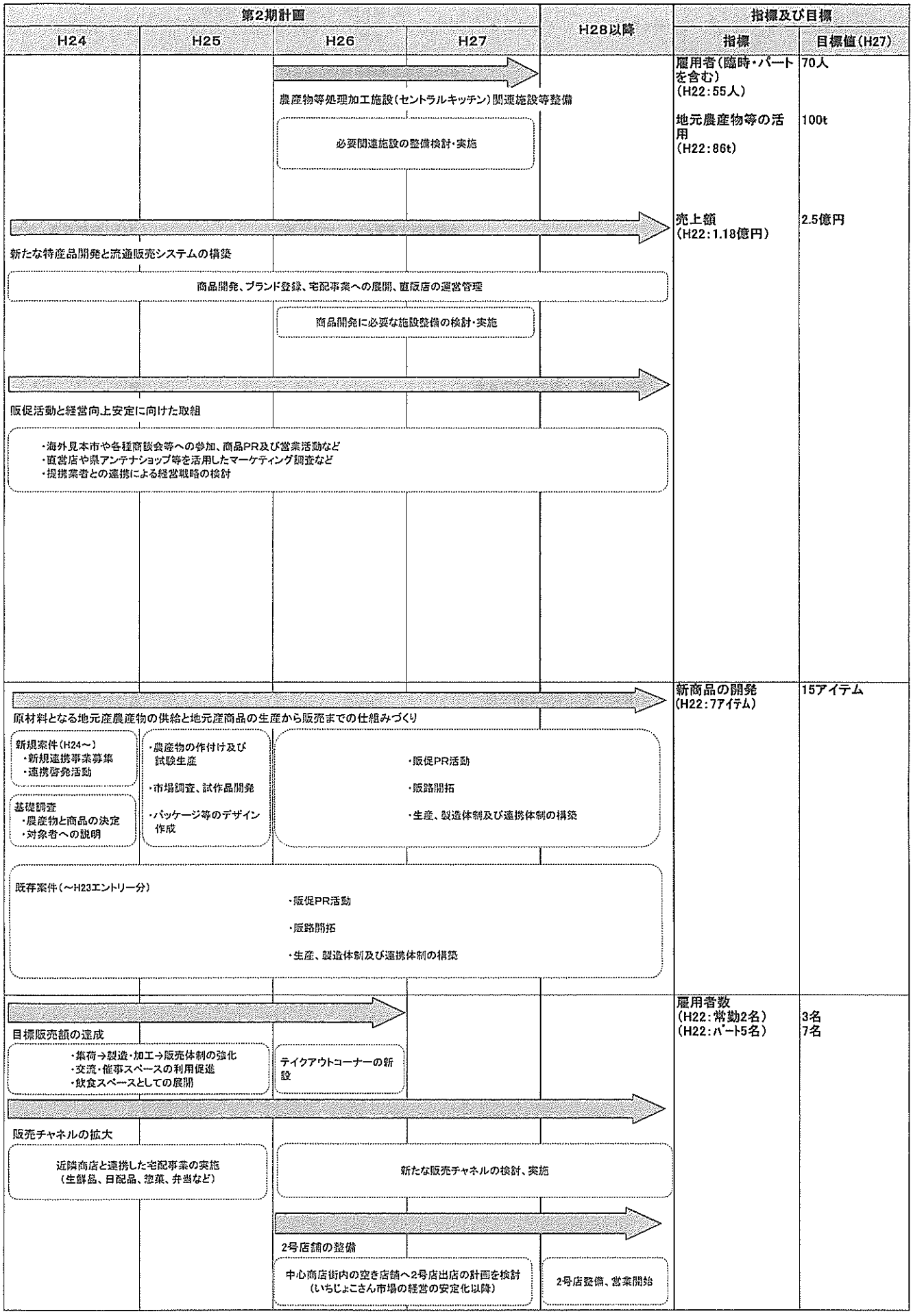
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
21 直七の生産、加工、販売の促進 ≪宿毛市≫	地元柑橘の一種である直七をはじめとした地域農産物の加工・販売を推進することで、雇用創出、農家所得向上、地域活性化を図る。	・直七生産組合 ・直七の里(株)	・直七生産組合の設立(H21) ・搾汁施設等の整備(H22) ・新商品の開発、商品パッケージの見直し(H22～23) ◆H22産業振興総合補助金を活用して、搾汁施設を整備。品質向上に伴い大手メーカー、県内外で取引が拡大。 H21までの商品アイテム数は、ポン酢を始め4種類であったが、H23にはジャムなど新たに2種類が追加。今後も飲料水メーカー等との協力により新商品開発の予定。 H23は天候不順等により直七生産量が落ち込んだが、今後、新植した樹木の生長や鳥獣対策強化等により、増加が見込まれる。 H23には、直七販売専門会社「直七の里(株)」が設立。地産外商の拡大を図る。	・生産拡大に向けた取組 ・新商品の開発 ・販路の拡大 ・商品の製造	◆生産体制の強化 ◆新商品の開発 ◆販路拡大 ◆製造工場の整備
22 地域の素材を活用した「おいしいもの」づくり ≪宿毛市≫	地域の特産である柑橘類や焼酎等を活用した新たなスイーツづくりをはじめ、宿毛湾で獲れた魚や牛肉、豚肉を活用した商品開発や、生産拡大のための施設整備を行うことにより、地域生産者の所得向上を目指す。	・(有)与力 ・幡多美味工房	・商品製造施設整備(H23) ・新商品の開発(H23) ・販路の開拓(H23) ◆H23農商工連携事業等を活用し、新商品開発やパンフレット作成、販路開拓等に取り組んだことで、認知度は広がっている。今後も地域素材を活かした商品開発・販売により、地域のPRにもつながる活動に取り組む予定。	・新商品の開発 ・販路拡大	◆新商品の開発 ◆販路拡大
23 土佐清水市地域再生計画(大岐地区等の開発計画) ≪土佐清水市≫	地域資源としての「食」の再生・活性化を官民協働のもと、地域が一体となって実施するとともに、大岐・三崎地区開発による施設整備等への取組と併せて、雇用の創出と地域の再生を推進する。	・土佐食(株) ・土佐清水市	・水産物処理加工施設用機器導入(H22) ◆H22産業振興総合補助金を活用し、機器等を導入したことで、ペットフード安全法改正に適応でき、かつ新商品開発も可能となった。原魚取扱量及び販売額も順調に成果を上げており、また、雇用についても十分に成果を出している。	・食用品目の販売拡大	◆商品開発及び販促活動 ◆水産物処理加工関連施設等整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
生産体制の強化
新植等による作付面積の拡大
新商品の開発
新商品開発(試作・調査)
販路拡大
パンフレットの作成
展示会・商談会への参加
製造工場の整備
商品製造工場・体制整備検討
新商品の開発
新商品開発(農商工連携事業活用)
新商品開発
販路拡大
パンフレット作成
商談会・各種フェア等への出展
商品開発及び販促活動
商品開発、販促活動(各種商談会等への参加、商品PR及び営業活動など)
商品開発に必要な施設整備の検討・実施
水産物処理加工関連施設等整備
水産物処理加工場建設及び機器導入の検討・実施
指標及び目標
指標
目標値(H27)
直七果実生産量
(H19:4t)
(H22:21t)
100t
新商品の開発
8アイテム
雇用者(臨時・パートを含む)
(H19:124人)
(H22:170人)
200人
地元水産物の活用
(H19:2,079t)
(H22:2,580t)
2,800t
売上額
(H22:13.6億円)
15億円

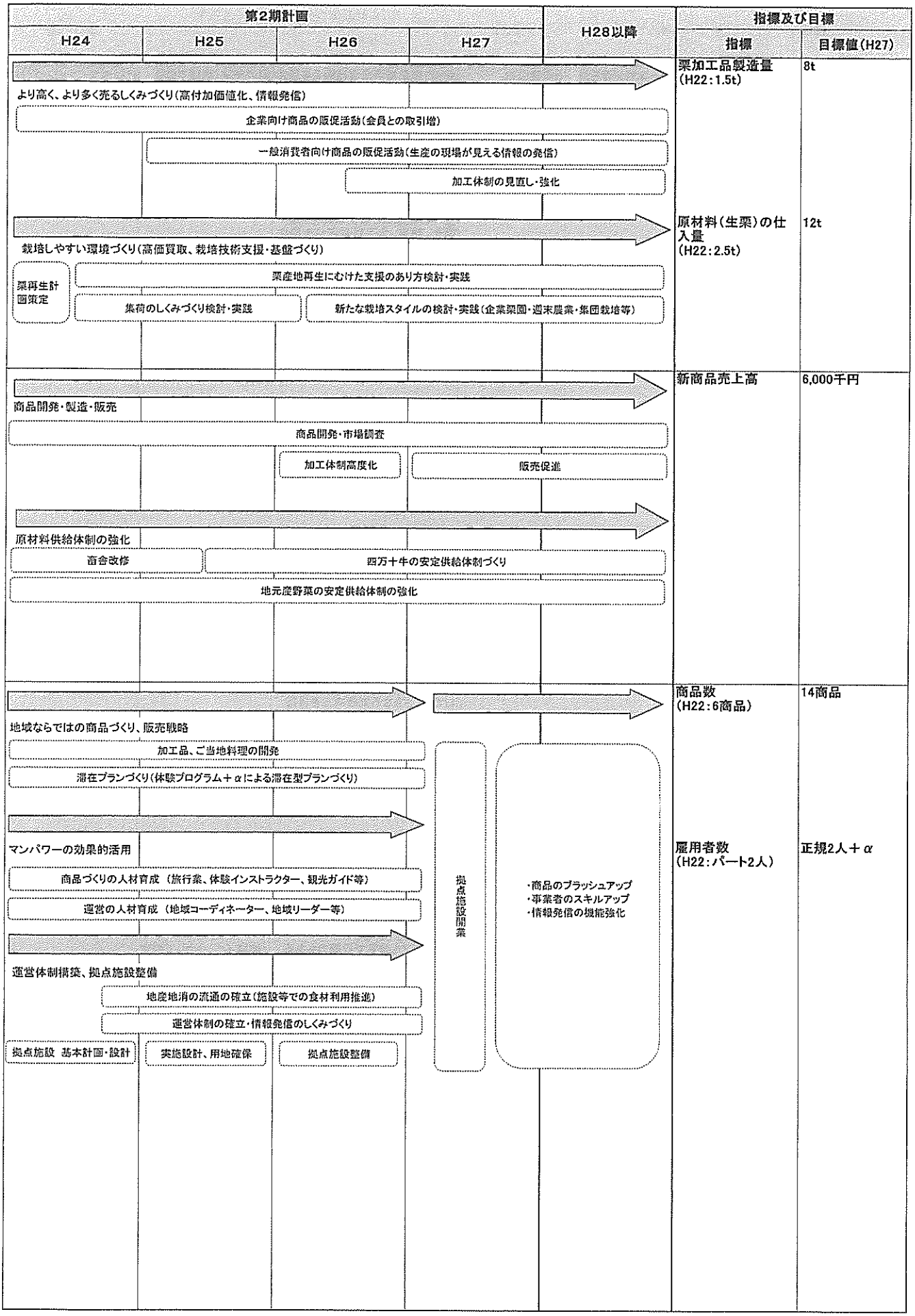
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
24 地域資源を統括したプログラム構築によるじみずの元気再生事業 ≪土佐清水市≫	大岐地区に整備される加工施設に生産者が参画できる仕組みづくりや加工された商品を市内外の市場に流通及び販売する仕組みを構築する。また、加工品の一般消費者向けの個別配送、海外への販路拡大など、地域資源を活かした経済の活性化を推進する。	・(株)土佐清水元気プロジェクト ・土佐清水市	・集出荷システムの構築及び関連施設整備(H21) ◆H21産業振興総合補助金を活用し、農産物の集出荷システムを構築。農業者の所得向上や、水産物の冷凍事業をおこなうことでの漁業者の所得向上にもつながっている。 ・特産品開発及び流通販売システムの構築(H21～23) ◆特産品の開発と統一ブランド作りでは、約30種類の商品を販売。地元直営レストランでも提供することで、地産地消の取組が前進。また、県外(大阪)にも直営店をオープンし、地産外商を推進していたが、運営形態の見直し(直営から委託に切替)を行う予定。	・売れ筋商品の販売拡大 ・直営店の経営安定	◆農産物等処理加工施設(セントラルキッチン)関連施設等整備 ◆新たな特産品開発と流通販売システムの構築 ◆販促活動と経営向上安定に向けた取組
25 地元農産物を使った商品開発事業 ≪四万十市≫	農業と製造業が連携し、相互のノウハウを活かした新商品を開発・販売することにより、地産地消・外商および地域の活性化を推進する。	・四万十市	・商品開発・販売(H22～23) ◆市農商工連携支援制度および、県ステップアップ事業により、事業者の要望やレベルに応じた支援の結果、4プロジェクト、8アイテムの新商品が完成・販売中。それぞれの販促活動により、都市部の販路獲得という成果も得られている。 また、実績から得られた経験を活かした新たな商品開発のほか、各プロジェクト事業者間相互の情報交換やアドバイス、ネットワークも構築されつつある。 県の支援、市の支援が同時並行的に適時適所に導入され、スピード感をもって事業が展開されており、各プロジェクトの進捗によっては、さらなる生産体制強化も視野に入れ取り組む予定。	・商品PRと販路拡大(地域内外への販売戦略) ・生産体制の確立(加工設備の高度化) ・新規連携の掘り起こし	◆原材料となる地元産農産物の供給と地元産商品の生産から販売までの仕組みづくり
26 「いちじょこさん市場」を拠点とした中心市街地活性化の推進 ≪四万十市≫	四万十市一条通商店街のスーパー跡地を利用して整備された「いちじょこさん市場」を拠点に、地元の素材を活用した食育の啓発・地産地消の交流拠点として、商店街の活性化を図る。	・まちづくり四万十(株)	・四万十市中心市街地活性化の一環として、地産地消を推進する「食育プラザ」開店(H21) ・「中小企業基盤整備機構」の支援を受け、集荷・販売・経営全般の改善(H21～23) ・店舗改装(H23) ◆H23産業振興総合補助金を活用し、店舗内外装の全面改修。総菜部門を追加し、施設名称を「いちじょこさん市場」に変更してH23.9.2オープン。販売額の向上と経営安定に取り組んでいる。 雇用目標2名に対し、常勤2名・パート4名の計6名を雇用。	・目標販売額の達成 ・集荷業務の継続 ・催事、交流スペースの有効活用 ・宅配業務の実施	◆目標販売額の達成 ◆販売チャネルの拡大 ◆2号店舗の整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
農産物等処理加工施設(セントラルキッチン)関連施設等整備
必要関連施設の整備検討・実施
雇用者(臨時・パートを含む)
(H22:55人)
70人
地元農産物等の活用
(H22:86t)
100t
売上額
(H22:1.18億円)
2.5億円
新たな特産品開発と流通販売システムの構築
商品開発、ブランド登録、宅配事業への展開、直販店の運営管理
商品開発に必要な施設整備の検討・実施
販促活動と経営向上安定に向けた取組
・海外見本市や各種商談会等への参加、商品PR及び営業活動など
・直営店や県アンテナショップ等を活用したマーケティング調査など
・提携業者との連携による経営戦略の検討
原材料となる地元産農産物の供給と地元産商品の生産から販売までの仕組みづくり
新規案件(H24～)
・新規連携事業募集
・連携啓発活動
基礎調査
・農産物と商品の決定
・対象者への説明
・農産物の作付け及び試験生産
・市場調査、試作品開発
・パッケージ等のデザイン作成
・販促PR活動
・販路開拓
・生産、製造体制及び連携体制の構築
新商品の開発
(H22:7アイテム)
15アイテム
既存案件(～H23エントリー分)
・販促PR活動
・販路開拓
・生産、製造体制及び連携体制の構築
目標販売額の達成
・集荷→製造・加工→販売体制の強化
・交流・催事スペースの利用促進
・飲食スペースとしての展開
テイクアウトコーナーの新設
雇用者数
(H22:常勤2名)
(H22:パート5名)
3名
7名
販売チャネルの拡大
近隣商店と連携した宅配事業の実施
(生鮮品、日配品、惣菜、弁当など)
新たな販売チャネルの検討、実施
2号店舗の整備
中心商店街内の空き店舗へ2号店出店の計画を検討
(いちじょこさん市場の経営の安定化以降)
2号店整備、営業開始

【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
27 栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト ≪四万十市≫	西土佐地区の栗園再生に向け、「より高く、より多く売るしくみ」と「栽培しやすい環境づくり」を平行して取り組むことで、地域内外を巻き込んだ新しい地域ビジネスを目指す。	・(株)しまんと美野里 ・四万十川を良くする会 ・四万十市 ・西土佐商工会	・加工施設整備(H22) ◆H22産業振興総合補助金を活用し、加工施設を整備。栗加工品の出荷先(菓子企業)の見込みも立ちつつある。 また、凍らせない冷凍保存技術「氷感庫」を導入したことで、熟成による糖度上昇等、他商品との差別化も可能となった。 一方、H22. 23とも天候不良より、原材料確保に苦心しており、今後は生産支援にも力を入れる予定。 ・栗栽培支援体制づくり(H23) ◆栗栽培支援策として、H23.9、協賛制度による支援組織を設立。今後、会員増とともに、原材料の安定確保、栗園の再生に取り組む予定。	・栗栽培量の増 ・栗栽培の支援策 ・加工体制の充実強化	◆より高く、より多く売るしくみづくり(高付加価値化、情報発信) ◆栽培しやすい環境づくり(高価買取、栽培技術支援・基盤づくり)
28 四万十牛の商品開発・販売 《四万十市》	四万十市西土佐地域の畜産家・農家・加工業者が連携し、四万十川にこだわった加工商品を開発・製造・販売することで、地域内外での売上を拡大する。	・横山精肉 ・西土佐中央牧場 ・西土佐ふるさと市組合			◆商品開発・製造・販売 ◆原材料供給体制の強化
29 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) ≪四万十市≫	各種団体や地域産業従事者など多様な人材・組織が連携し、地域産品・加工品の開発・販売、体験交流推進、情報発信、施設整備等を行い、幡多地域の北の玄関口としての総合発信拠点を作り、地域の活性化を目指す。	・四万十市 ・西土佐商工会 ・地域事業者等			◆地域ならではの商品づくり、販売戦略 ◆マンパワーの効果的活用 ◆運営体制構築、拠点施設整備


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
より高く、より多く売るしくみづくり(高付加価値化、情報発信)
企業向け商品の販促活動(会員との取引増)
一般消費者向け商品の販促活動(生産の現場が見える情報の発信)
加工体制の見直し・強化
栽培しやすい環境づくり(高価買取、栽培技術支援・基盤づくり)
栗再生計画策定
栗産地再生にむけた支援のあり方検討・実践
集荷のしくみづくり検討・実践
新たな栽培スタイルの検討・実践(企業栗園・週末農業・集団栽培等)
栗加工品製造量
(H22:1.5t)
8t
原材料(生栗)の仕入量
(H22:2.5t)
12t
商品開発・製造・販売
商品開発・市場調査
加工体制高度化
販売促進
原材料供給体制の強化
畜舎改修
四万十牛の安定供給体制づくり
地元産野菜の安定供給体制の強化
新商品売上高
6,000千円
地域ならではの商品づくり、販売戦略
加工品、ご当地料理の開発
滞在プランづくり(体験プログラム+αによる滞在型プランづくり)
マンパワーの効果的活用
商品づくりの人材育成 (旅行業、体験インストラクター、観光ガイド等)
運営の人材育成 (地域コーディネーター、地域リーダー等)
運営体制構築、拠点施設整備
地産地消の流通の確立(施設等での食材利用推進)
運営体制の確立・情報発信のしくみづくり
拠点施設 基本計画・設計
実施設計、用地確保
拠点施設整備
拠点施設開業
・商品のブラッシュアップ
・事業者のスキルアップ
・情報発信の機能強化
商品数
(H22:6商品)
14商品
雇用者数
(H22:パート2人)
正規2人+α

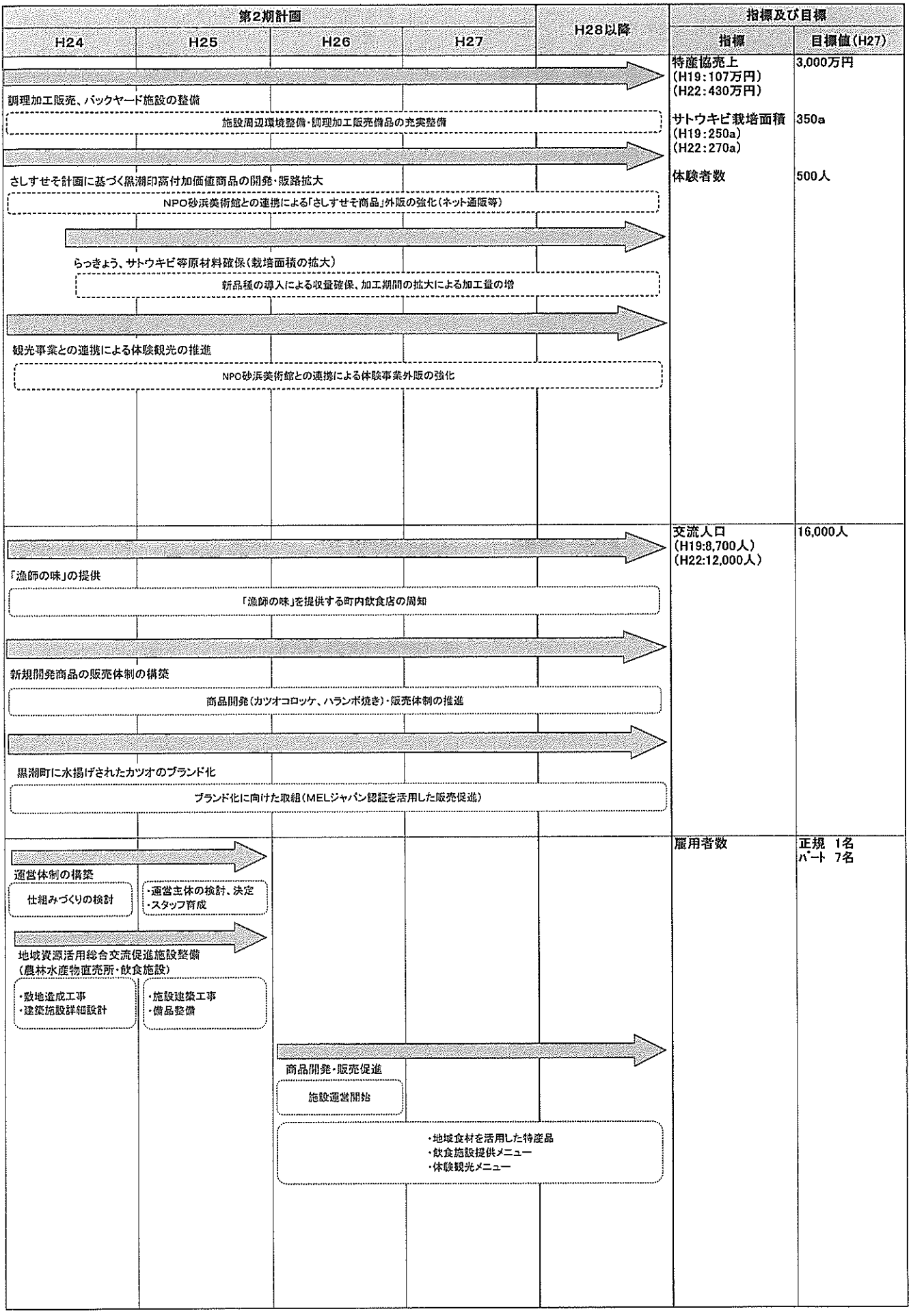
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
30 拠点ビジネスの推進(大月町まるごと販売事業) ≪大月町≫	ふれあいパーク大月を拠点に、特色ある地域資源を活用した拠点ビジネスモデルの構築に向けた事業展開を図る。	・(財)大月町ふるさと振興公社	・新商品開発(H21～23) ◆H21産業振興総合補助金を活用し、加工場を整備。事業着手から3年間で18アイテムを商品化。ひがしやま関連商品、へらずし、塩麹漬など、売れ筋商品が出てきている。 ・販路拡大(H21～22) ◆H21、22産業振興総合補助金を活用し、インターネット通販、カタログ販売の仕組みづくり、県外商談会への参加など販促活動を充実・強化。結果、大手百貨店や生協など県外での販売も拡大。所得向上につながっている。 ・道の駅の施設改修(H22) ◆H22産業振興総合補助金を活用し、夏季の生鮮食品の鮮度保持用の施設を改修。道の駅のにぎわいづくりにもつながっている。	・売れ筋商品の生産体制の充実(地域での仕組みづくり、加工場の充実など) ・将来を見据えた、販売戦略づくり ・道の駅のにぎわいづくり継続	◆地場産品総合販売ビジネス(ファンづくり) ◆特産品開発生産ビジネス(ものづくり)
31 苺を核とした6次産業化 ≪大月町≫	大月町の新しい加工品として注目されている苺氷りの販売拡大および新商品開発により、苺を大月町の新しい特産品として育成し、生産～加工～販売の一貫体制の構築を目指す。	・農業生産法人　苺氷り本舗株式会社	・販路開拓・販売促進(H22～23) ◆H22産振総合補助金を活用し、販促活動に取り組んだ結果、販売店舗数も120店舗を超え、雑誌やメディアで取り上げられる機会も多くなるなど、地域を代表する企業となりつつある。 当面は、大規模な設備投資は見送り、栽培技術向上による収量増や、生鮮・苺氷り・アイス等の商品間での苺のやりくり等、効果効率的な事業運営を目指しており、大月地域の新たなビジネスモデルとしての、さらなる業績向上を目指す。	・販路開拓 ・苺の収量拡大 ・生産施設の拡大	◆販路開拓及び広告宣伝活動 ◆新商品開発
32 月光桜からはじまる「牧野富太郎のみち」づくり ≪大月町≫	地域資源のひとつである牧野富太郎の足跡を活かし、観光振興を図るとともに、牧野富太郎や植物に関連した商品開発に取り組み、モノづくりによる起業や地域活性化を目指す。	・大月町アウトソーシング研究会 ・四万十かいどう推進協議会大月支部	・商品開発(コースターやクッキー)や展示会参加等の販路拡大(H23) ・各種観光イベントの実施(H23) ◆震災配慮として夜桜音楽会を中止したが、ウォーキングイベントを春・秋に実施する等、月光桜のPRに取り組んでいる。 アイデアも豊富で行動力もあるが、資金不足が課題。	・商品づくりの方向性の検討(通年売れる商品づくりと既存商品のブラッシュアップ) ・受け入れ側の人づくり、人集め ・地域イベントとしての定着 ・資金の確保については全体にわたる課題	◆商品開発 ◆販路拡大・販売促進 ◆観光イベントの実施・開発

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
地場産品総合販売ビジネス(ファンづくり) 県アンテナショップの活用、通販、ネット販売の実施、県内外取扱店舗の拡大、「大月町ファンクラブ」の拡大、町内他事業者と連携した販路拡大					ふれあいパーク大月売上額 (H19:1.38億円) (H22:1.69億円)	2.5億円
特産品開発生産ビジネス(ものづくり) 大月町内の加工組織との連携、組織強化の取組、加工場の整備も視野に入れた特産品の安定供給の仕組みづくり						
販路開拓及び広告宣伝活動 ・販路開拓にむけた営業活動 ・販促グッズの作成、リニューアル					苺氷り販売 (H22:4,409万円)	7,000万円
新商品開発 ・ご当地氷りの開発(地域間連携) ・イチゴに関連した商品開発					新商品販売 (H22:1.2万円)	300万円
商品開発 月光桜シリーズの香り、雑貨、食品の商品化 牧野富太郎グッズの商品化(Tシャツ、雑貨等)					商品数 (H22:19アイテム)	31アイテム
販路拡大・販売促進 ・県外での販促、展示会 ・拠点整備への準備 ・販促グッズ作成 ・海外進出へ向けた準備 ・営業活動					販売目標 (H22:125万円)	400万円
観光イベントの実施・開発 ・体験メニューの開発 ・「牧野富太郎の道を歩く」イベントの支援 ・夜桜音楽会の実施 ・観光イベントを支える体制づくり					観光客受入数 (H22:444人)	1,000人

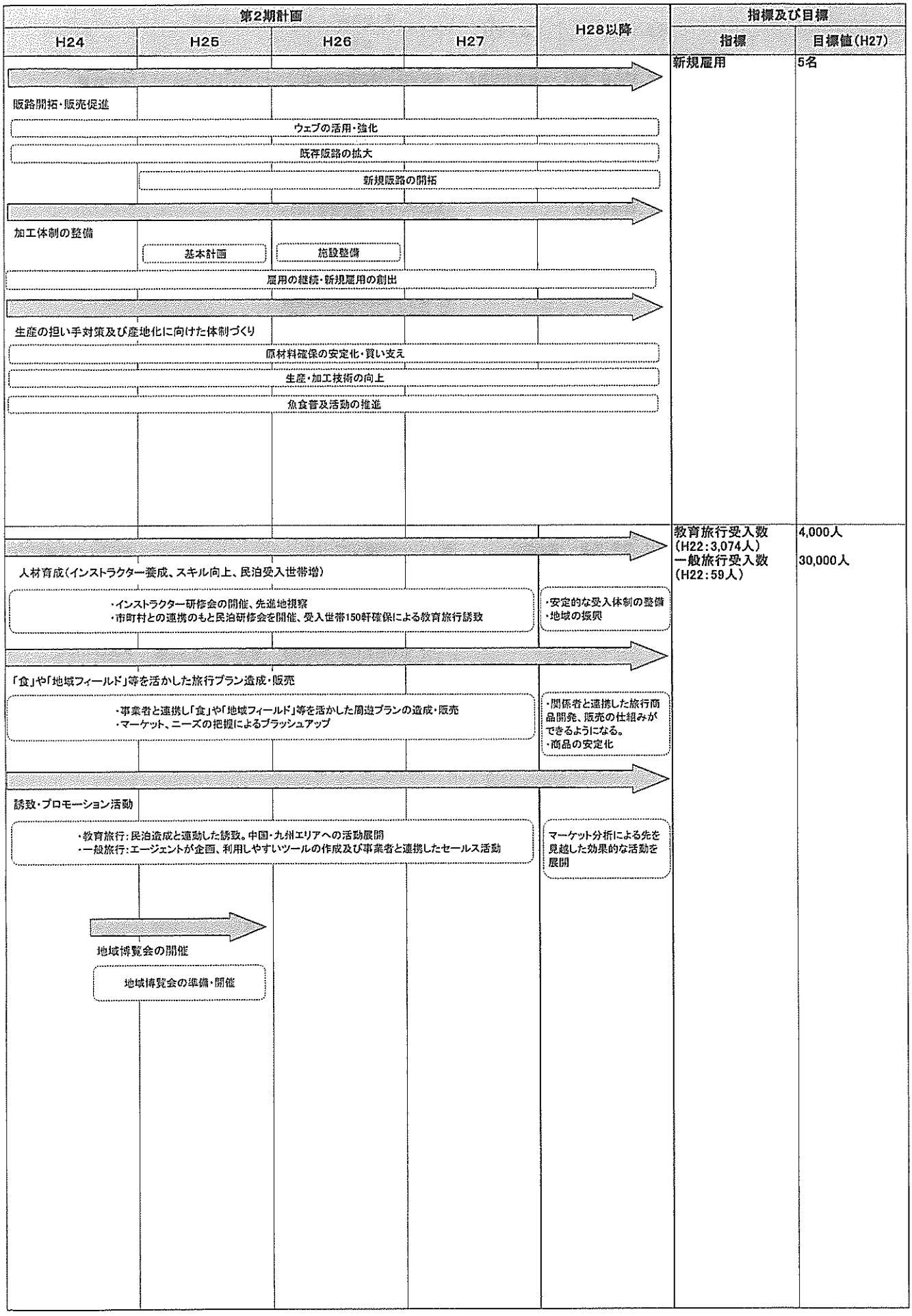
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
33 黒潮印の商品開発 ≪黒潮町≫	天日塩、黒砂糖など、黒潮町の安全で質の高い基本調味料と地域資源とを組み合わせることによって、付加価値の高い農林水産加工商品を開発する。また遊休農地を活用したサトウキビ等の栽培、企業への安定供給や加工による商品化などを進め、地域の雇用の場の創出と所得の向上を図る。	・黒潮町 ・黒潮町特産品開発推進協議会	・商品開発・販路開拓(H21～23) ・備品購入(H21) ・パッケージデザイン(H22) ・加工施設建設(H22) ◆H22産業振興総合補助金を活用し、加工場を整備。 黒糖加工品は、カリン糖がH23から本格的に市販、ラッキョウ漬けは、県内大手スーパーと契約し販売が開始されるなど、成果も出始めた。 また、ふるさと雇用によりH22に1名、H23に3名の常勤職員を配置し取組を加速させた結果、H23売上は前年比65%増。 町内から新たな素材を使った商品開発の依頼や、加工場利用の問い合わせ増など、黒潮町の食品加工の核の一つとして認知されつつある。 一方で、運営体制や黒糖生産の課題等、今後も町をはじめとした支援が必要である。	・利益率の高い販路の開拓 ・より効率的な生産体制づくり(施設整備) ・食品加工に関する専門知識の不足 ・黒糖、ラッキョウ漬の生産量拡大 ・運営組織の強化(雇用含む)	◆調理加工販売、パックヤード施設の整備 ◆さしすせそ計画に基づく黒潮印高付加価値商品の開発・販路拡大 ◆らっきょう、サトウキビ等原材料確保(栽培面積の拡大) ◆観光事業との連携による体験観光の推進
34 カツオ文化のまちづくり事業 ≪黒潮町≫	日本一のカツオ漁獲高を誇るカツオ一本釣り船団を有する黒潮町佐賀地域において、カツオを使った漁師町ならではの味の提供、新商品開発、PR等の取組を進めることによって、「カツオ文化のまち」としてのブランド化を図り、所得の向上につなげる。	・黒潮町商工会 ・黒潮町 ・高知県漁協	・カツオ新商品の開発(H21～23) ・黒潮一番館の施設改修(H22)および通年営業化(H23.3) ◆H21、22産業振興総合補助金を活用し、商品開発、施設拡充、販路開拓、商品PRに取り組んだ結果、新商品については、少しずつ販売実績が上がっている。また、開発したレシピをもとに、町内の事業者が新商品開発に取り組むなど広がりが出てきた。 黒潮一番館の施設改修にあわせて通年営業となったことで、商品開発によるカツオの需要拡大、交流人口拡大など、「カツオのまち土佐佐賀」のPRに貢献している。	・黒潮一番館の活用方法検討 ・もどりカツオ祭の継続開催 ・「日戻りカツオ」の活用方法	◆「漁師の味」の提供 ◆新規開発商品の販売体制の構築 ◆黒潮町に水揚げされたカツオのブランド化
35 佐賀地区の地域資源を活用した拠点ビジネスの推進 ≪黒潮町≫	地元の魚介類や農産物を使ったレストランや、農林水産物加工品の直販、幡多地域の観光などの情報発信機能を有する施設を黒潮町佐賀地区に整備し、地域が主体的に運営することで、地域の魅力の発掘・発信や消費の拡大、交流人口の拡大を図る。	・黒潮町			◆運営体制の構築 ◆地域資源活用総合交流促進施設整備(農林水産物直売所・飲食施設) ◆商品開発・販売促進


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
特産協売上
(H19:107万円)
(H22:430万円)
3,000万円
調理加工販売、バックヤード施設の整備
施設周辺環境整備・調理加工販売備品の充実整備
サトウキビ栽培面積
(H19:250a)
(H22:270a)
350a
さしすせそ計画に基づく黒潮印高付加価値商品の開発・販路拡大
体験者数
500人
NPO砂浜美術館との連携による「さしすせそ商品」外販の強化(ネット通販等)
らっきょう、サトウキビ等原材料確保(栽培面積の拡大)
新品種の導入による収量確保、加工期間の拡大による加工量の増
観光事業との連携による体験観光の推進
NPO砂浜美術館との連携による体験事業外販の強化
交流人口
(H19:8,700人)
(H22:12,000人)
16,000人
「漁師の味」の提供
「漁師の味」を提供する町内飲食店の周知
新規開発商品の販売体制の構築
商品開発(カツオコロッケ、ハランボ焼き)・販売体制の推進
黒潮町に水揚げされたカツオのブランド化
ブランド化に向けた取組(MELジャパン認証を活用した販売促進)
雇用者数
正規 1名
パート 7名
運営体制の構築
仕組みづくりの検討
・運営主体の検討、決定
・スタッフ育成
地域資源活用総合交流促進施設整備
(農林水産物直売所・飲食施設)
・敷地造成工事
・建築施設詳細設計
・施設建築工事
・備品整備
商品開発・販売促進
施設運営開始
・地域食材を活用した特産品
・飲食施設提供メニュー
・体験観光メニュー

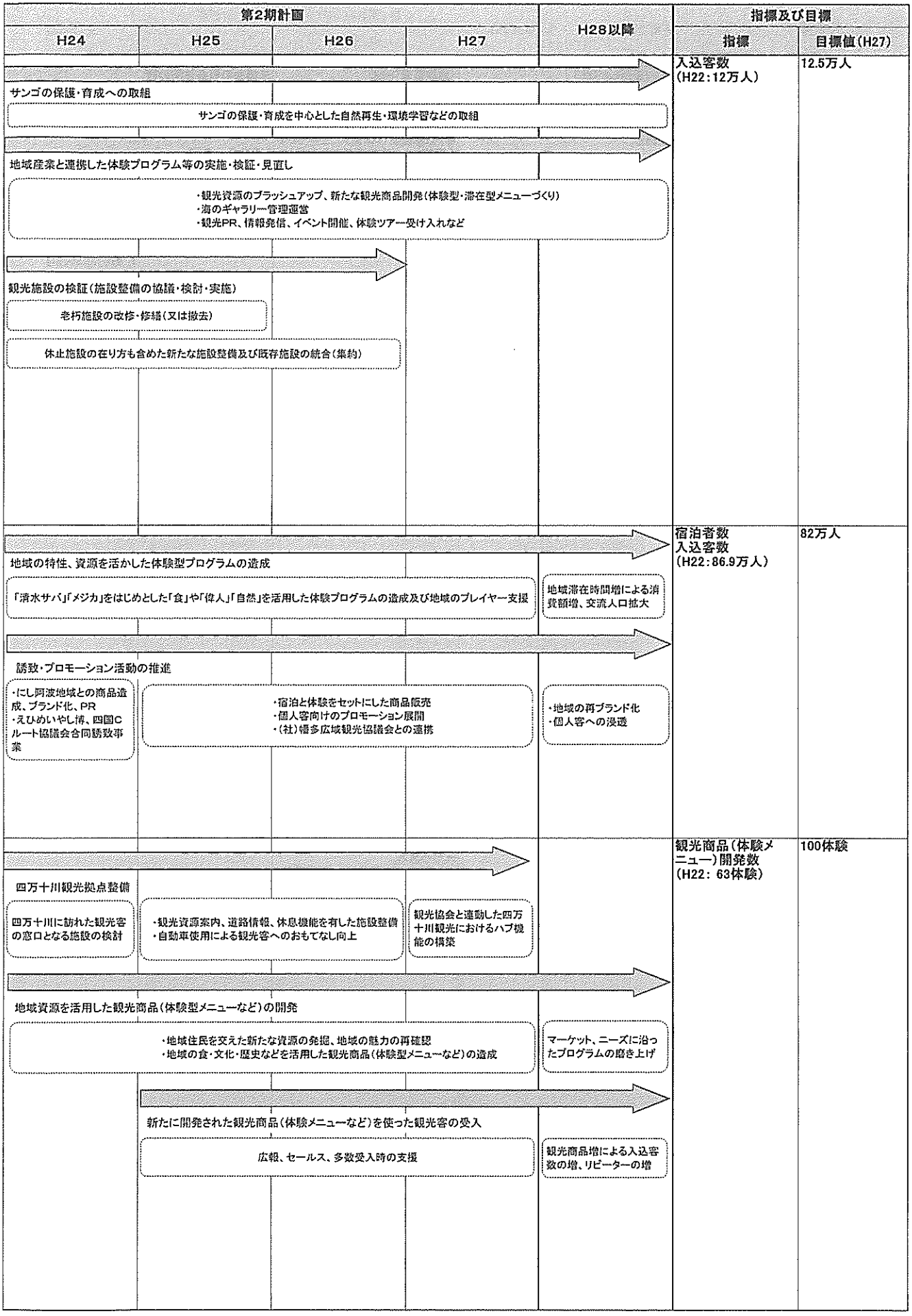
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
36 水産物加工施設整備事業 ≪黒潮町≫	これまで以上の衛生管理・品質管理が可能で、生産拡大が図れる水産物加工施設を整備することにより、さらなる販売拡大を目指す。それにより、地域内の漁業者の所得拡大を図る。あわせて、生産従事者の技術力向上、営業面での充実を行い、地域での雇用を拡大する。	・(有)土佐佐賀産直出荷組合			◆販路開拓・販売促進 ◆加工体制の整備 ◆生産の担い手対策及び産地化に向けた体制づくり
37 幡多広域における滞在型・体験型観光の推進 ≪幡多地域全域≫	幡多地域におけるコーディネート組織として、質の高い体験プログラムづくりや人材育成、民泊など受入体制の充実強化、それらを活用した周遊ルートなど、商品造成、販売誘致促進を図り、幡多地域での滞在型・体験型観光の推進を目指す。	・(社)幡多広域観光協議会	・法人化及び増員(H22) ・第2種旅行業取得(H22) ◆組織体制が強化されたことで、従来の教育旅行に加え、一般客もターゲットにした新たな需要、商品の掘り起こし等、地域のコーディネート組織(ワンストップ窓口)としてのさらなる活躍が期待される。そのための新たな営業戦略、人材育成、積極的な誘客活動等、観光地域づくりのコアとなる事業展開が望まれる。	・教育旅行受け入れ増の取組 ・一般旅行商品造成	◆人材育成(インストラクター養成、スキル向上、民泊受入世帯増) ◆「食」や「地域フィールド」等を活かした旅行プラン造成・販売 ◆誘致・プロモーション活動 ◆地域博覧会の開催


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
新規雇用
5名
販路開拓・販売促進
ウェブの活用・強化
既存販路の拡大
新規販路の開拓
加工体制の整備
基本計画
施設整備
雇用の継続・新規雇用の創出
生産の担い手対策及び産地化に向けた体制づくり
原材料確保の安定化・買い支え
生産・加工技術の向上
魚食普及活動の推進
教育旅行受入数
(H22:3,074人)
4,000人
一般旅行受入数
(H22:59人)
30,000人
人材育成(インストラクター養成、スキル向上、民泊受入世帯増)
・インストラクター研修会の開催、先進地視察
・市町村との連携のもと民泊研修会を開催、受入世帯150軒確保による教育旅行誘致
・安定的な受入体制の整備
・地域の振興
「食」や「地域フィールド」等を活かした旅行プラン造成・販売
・事業者と連携し「食」や「地域フィールド」等を活かした周遊プランの造成・販売
・マーケット、ニーズの把握によるブラッシュアップ
・関係者と連携した旅行商品開発、販売の仕組みができるようになる。
・商品の安定化
誘致・プロモーション活動
・教育旅行:民泊造成と連動した誘致。中国・九州エリアへの活動展開
・一般旅行:エージェントが企画、利用しやすいツールの作成及び事業者と連携したセールス活動
マーケット分析による先を見越した効果的な活動を展開
地域博覧会の開催
地域博覧会の準備・開催

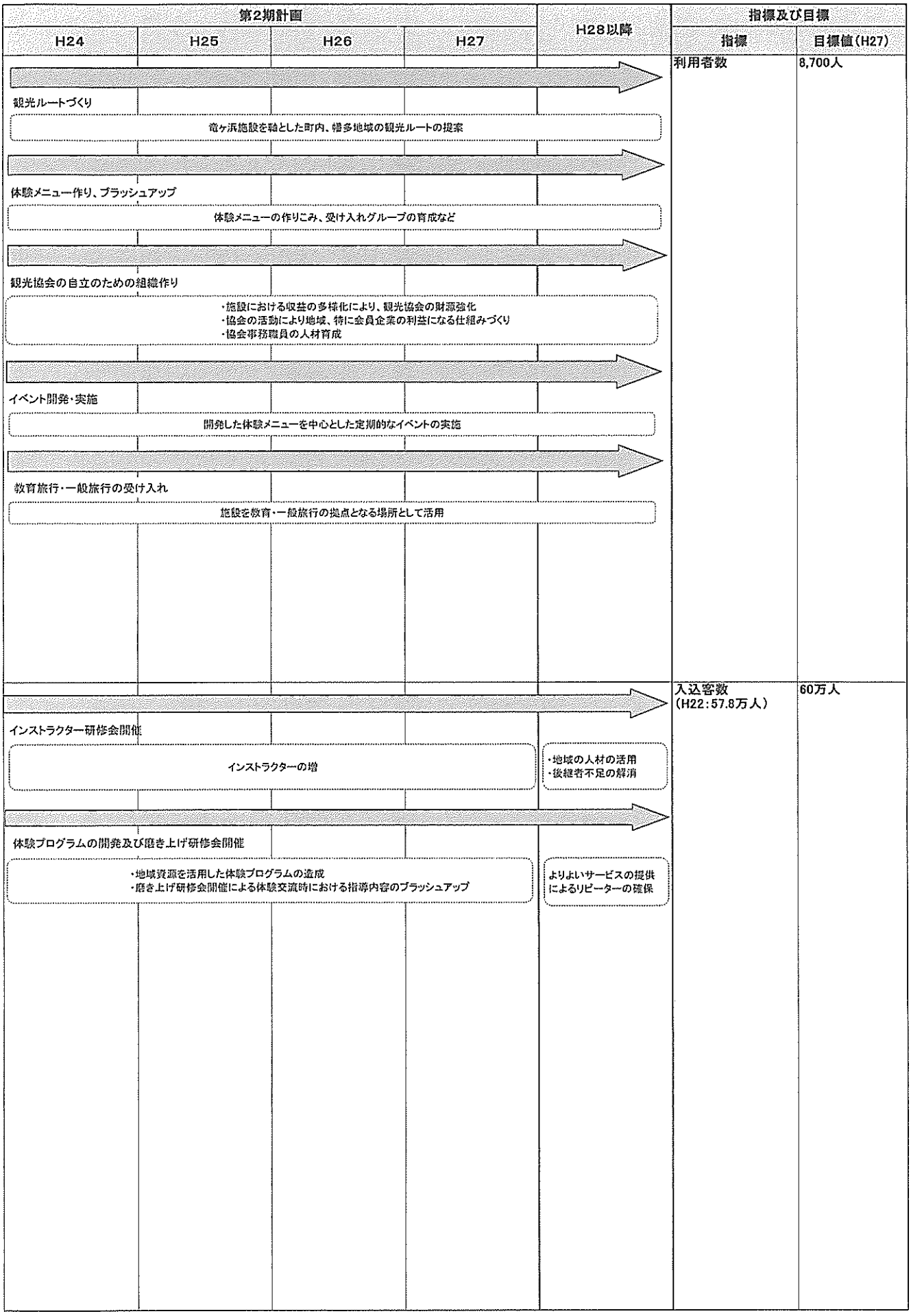
【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
38 竜串観光再発見事業 ≪土佐清水市≫	地域産業の連携と地域が協働することで、観光客に地域をまるごと知ってもらい、地域住民と交流する施設や小動物等とふれ合える施設等整備の在り方、NPO竜串観光振興会が中心となって行っているサンゴ保全や観光メニューづくりなどのソフト事業について、地域住民や観光関連団体、市が連携しながら検討し、竜串観光の振興を図る。	・土佐清水市 ・土佐清水市観光協会 ・NPO竜串観光振興会 ・竜串地区 ・竜串自然再生協議会	・ギャップ調査(H22) ・観光資源の情報発信(H23) ◆H22ステップアップ事業を活用し、竜串の観光資源の認知度と関心度のギャップ調査を実施。調査結果を基に、H23産業振興総合補助金を活用し、情報発信、認知度向上に取り組んだ成果を、今後の戦略展開に活かす予定。 ・イベント開催(H21～23) ・海のギャラリー運営管理(H22～23) ・NPO竜串観光振興会による竜串地域の施設再検証(H22) ◆地元NPO竜串観光振興会を中心に、新たな観光メニューづくり、清掃活動、サンゴ保全、イベント開催、地元小学校の学習活動支援等、様々な活動に取り組んでおり、今後も竜串観光の中核組織としての活動を期待する。	・観光客の減少 ・観光消費額の減少	◆サンゴの保護・育成への取組 ◆地域産業と連携した体験プログラム等の実施・検証・見直し ◆観光施設の検証(施設整備の協議・検討・実施)
39 土佐清水まるごと戦略観光展開事業 ≪土佐清水市≫	観光産業を地域の戦略的産業と位置づけ、農業・漁業・商業等と連動した地域まるごと観光を推進するため、食・体・商を集約した海の交流拠点施設として「海の駅」を核に、観光ニーズに即応できるワンストップサービスを推進する。	・(社)土佐清水市観光協会 ・地域活動団体 ・土佐清水市	・龍馬博・ふるさと博と連動した各種イベントの開催(H22～23) ◆土佐清水市海の駅に市観光協会事務局を設置。ジョン万次郎資料館および龍馬博・ふるさと博のサテライト会場として、「海の元気祭」等、様々なイベントを開催。その結果、H22観光入込客はH23目標を上回った。 一方、市や観光協会・関係団体とも、震災以降の宿泊客や各観光施設入場者、旅行消費額の減少に危機感を抱いており、今後のイベント、観光PR、誘致活動、個人観光客へのきめ細かな対応、体験型修学旅行受入等での連携強化を目指している。	・消費額の減少 ・滞在時間を長くするための取組(体験型観光メニュー充実、食の魅力発信、イベント開催、2次交通対策(自転車の活用)など) ・官民一体となった誘致活動、効果的なPRの継続	◆地域の特性、資源を活かした体験型プログラムの造成 ◆誘致・プロモーション活動の推進
40 四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光の推進 ≪四万十市≫	四万十市内での滞在期間を延ばし、宿泊を促す「通過型観光からの脱却」と閑散期(秋・冬)にも観光客に訪れていただく通年型観光へ向けた取組及び観光客の情報収集などの拠点となる施設整備により、宿泊型観光の増加を図る。	・四万十市観光振興連絡会議 ・奥四万十楽しまんとプロジェクトチーム ・四万十市	・花まつりの通年化(H22～23) ・食まつりとしてのイベント合同開催(H23) ◆通過型観光からの脱却と閑散期(秋・冬)における集客増のため、秋に特化した宿泊を促すイベントを開催するにあたり、飲食店組合や旅館組合との連携を強化し、官民一体となった観光客受入体制の足場を築くことができた。	・イベントに頼らない誘客の仕組みづくりと観光商品の造成 ・マイカー旅行者をターゲットとした観光拠点の整備	◆四万十川観光拠点整備 ◆地域資源を活用した観光商品(体験型メニューなど)の開発 ◆新たに開発された観光商品(体験メニューなど)を使った観光客の受入


第2期計画
H24
H25
H26
H27
H28以降
指標及び目標
指標
目標値(H27)
入込客数
(H22:12万人)
12.5万人
サンゴの保護・育成への取組
サンゴの保護・育成を中心とした自然再生・環境学習などの取組
地域産業と連携した体験プログラム等の実施・検証・見直し
・観光資源のブラッシュアップ、新たな観光商品開発(体験型・滞在型メニューづくり)
・海のギャラリー管理運営
・観光PR、情報発信、イベント開催、体験ツアー受け入れなど
観光施設の検証(施設整備の協議・検討・実施)
老朽施設の改修・修繕(又は撤去)
休止施設の在り方も含めた新たな施設整備及び既存施設の統合(集約)
宿泊者数
入込客数
(H22:86.9万人)
82万人
地域の特性、資源を活かした体験型プログラムの造成
「清水サバ」「メジカ」をはじめとした「食」や「偉人」「自然」を活用した体験プログラムの造成及び地域のプレイヤー支援
地域滞在時間増による消費額増、交流人口拡大
誘致・プロモーション活動の推進
・にし阿波地域との商品造成、ブランド化、PR
・えひめいやし博、四国Cルート協議会合同誘致事業
・宿泊と体験をセットにした商品販売
・個人客向けのプロモーション展開
・(社)椿多広域観光協議会との連携
・地域の再ブランド化
・個人客への浸透
観光商品(体験メニュー)開発数
(H22: 63体験)
100体験
四万十川観光拠点整備
四万十川に訪れた観光客の窓口となる施設の検討
・観光資源案内、道路情報、休息機能を有した施設整備
・自動車使用による観光客へのおもてなし向上
観光協会と連動した四万十川観光におけるハブ機能の構築
地域資源を活用した観光商品(体験型メニューなど)の開発
・地域住民を交えた新たな資源の発掘、地域の魅力の再確認
・地域の食・文化・歴史などを活用した観光商品(体験型メニューなど)の造成
マーケット、ニーズに沿ったプログラムの磨き上げ
新たに開発された観光商品(体験メニューなど)を使った観光客の受入
広報、セールス、多数受入時の支援
観光商品増による入込客数の増、リピーターの増

【幡多地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
41 竜ヶ浜自然体験・環境教育交流推進事業 ≪大月町≫	大月町柏島竜ヶ浜に、その植生(県内で2箇所しかない湿地帯)を活かした、自然体験及び環境教育型の滞在交流拠点施設を整備して、交流人口の拡大と地域の経済の活性化を図る。	・大月町	・基本計画策定(H22) ・施設整備(H23) ◆H22ステップアップ事業を活用し基本計画を作成、H23産業振興総合補助金を導入し、キャンプ場(管理棟・炊事棟・駐車場・テントサイト等)の整備及び体験メニューづくりを実施した。本格稼働となるH24以降、大月町の新たな交流拠点として活用予定。	・管理運営を委託する観光協会の収益体制の確立 ・施設へ海水浴客等を誘導する仕組みづくり ・県内外へのPR	◆観光ルートづくり ◆体験メニュー作り、ブラッシュアップ ◆観光協会の自立のための組織作り ◆イベント開発・実施 ◆教育旅行・一般旅行の受け入れ
42 黒潮町の地域資源を活かした体験型観光の推進 ≪黒潮町≫	黒潮町の豊かな自然環境を生かした体験型観光を推進することで、都市部との交流人口の拡大を図ると共に地域の活性化につなげていく。	・NPO砂浜美術館 ・黒潮町	・体験型観光の推進(H21～23) ・体験プログラムの開発、ブラッシュアップによる旅行商品化(H21～23) ◆住民対象のモニターツアー実施により地域に受入に対する気運の向上が現れた。 ◆Tシャツアート展の広がりやクジラの生態調査など自然環境を生かした取組が強化された。 他、カツオ文化の活用、農林漁家民宿でのおもてなしなど県内でも有数の体験交流地域として認知されつつある。 一方、H22の龍馬博や高速道無料化等の追い風による高知県観光ブームが、今後、沈静化する中での来訪者数維持・増加に向けた取組が必要。	・インストラクターの確保及び資質向上 ・体験プログラム指導内容のブラッシュアップ	◆インストラクター研修会開催 ◆体験プログラムの開発及び磨き上げ研修会開催



第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
観光ルートづくり 竜ヶ浜施設を軸とした町内、幡多地域の観光ルートの提案 体験メニュー作り、ブラッシュアップ 体験メニューの作りこみ、受け入れグループの育成など 観光協会の自立のための組織作り ・施設における収益の多様化により、観光協会の財源強化 ・協会の活動により地域、特に会員企業の利益になる仕組みづくり ・協会事務職員の人材育成 イベント開発・実施 開発した体験メニューを中心とした定期的なイベントの実施 教育旅行・一般旅行の受け入れ 施設を教育・一般旅行の拠点となる場所として活用					利用者数	8,700人
インストラクター研修会開催 インストラクターの増 体験プログラムの開発及び磨き上げ研修会開催 ・地域資源を活用した体験プログラムの造成 ・磨き上げ研修会開催による体験交流時における指導内容のブラッシュアップ				・地域の人材の活用 ・後継者不足の解消 よりよいサービスの提供によるリピーターの確保	入込客数 (H22:57.8万人)	60万人

＜付属資料＞

用語の解説

アルファベット

用語	解　説
A材、B材、C材	木材を品質（主に曲がりなどの形状）や用途によって分類する際の通称。基本的に、A材は製材、B材は集成材や合板、C材はチップ等に用いられる。
ＣＬＴ工法	CLT（「Cross Laminated Timber」の略。ひき板の層を、各層で互いに繊維方向が直交するように積層接着したパネル）を用い、家や大規模構造物を造る工法。
ＦＳＣ認証	ＦＳＣ(Forest Stewardship Council 森林管理協議会）が行う森林認証。森林認証とは、環境、社会、経済の観点から持続可能な森林管理が適正に行われているかどうかを審査・認証する制度。
ＧＡＰ	「Good Agricultural Practice」の略。農作物の生産において、農産物の食品安全性や品質確保、環境負荷低減、労働安全の確保等を目的に、農業生産工程を点検し、記録し、見直し改善していく管理手法。
ＧＡＰ調査	双方のミスマッチを把握・分析するための調査。観光分野では、潜在顧客による対象地域の観光資源に対する認知度と関心度のギャップを把握する調査として使われる。
ＩＰＭ	ＩＰＭ（Integrated Pest Management　総合的病害虫・雑草管理）とは、病害虫や雑草防除において、化学農薬だけにたよるのではなく天敵、防虫ネット、防蛾灯など様々な防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。これに基づく防除技術は安全・安心な農産物の安定生産と、環境への負荷を軽減した持続可能な農業生産を両立するために有効である。
ＩＳＯ１４００１	環境に配慮した組織運営を行うための国際規格。企業などが環境問題に取り組んでいくため「仕組み」を定めて、実行していくための様々な事柄が要求されており、ＩＳＯ１４００１を取得するためには、求められている事柄を満たす仕組みを確立し、維持して、審査登録機関による審査を受けることが必要である。
ＭＥＬジャパン認証	「Marine Eco-Label Japan（略称:ＭＥＬジャパン）」が行う、漁業の持続性（資源管理と生態系への影響の配慮）を認証する制度。
ＮＰＯ	「NonProfit Organization」の略。政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。特定非営利活動法人、非営利組織、非営利団体、市民活動法人、市民事業体をいう。
ＰＯＳシステム	「Point Of Sales system」の略。物品販売の売上実績を単品単位で集計する販売時点情報管理のこと。商品名や価格、数量、日時などの販売実績情報を収集するため、「いつ・どの商品が・どんな価格で・いくつ売れたか」を経営者側が把握しやすく、売れ行き動向を観察できるという利点がある。
ＳＧＥＣ認証	ＳＧＥＣ（Sustainable Green Ecosystem Council「緑の循環」認証会議）が行う森林認証。世界的に推奨されている持続可能な森林管理の考え方をもとに、日本の現状にあわせてつくられた国際性を持つ認証制度。

あ行

用語	解　説
アオサノリ アオノリ	アオサノリはアオサ科アオサ属の海藻、緑色で、薄く柔らか、主に海苔の佃煮の原料に使われる。アオノリはアオサ科アオノリ属の海藻。濃青緑色から黄緑色をしており、風味、香気が良く、アオサノリよりも高級とされる。
アカデミー・デ・ボザール	フランスの国立学術団体であるフランス学士院を構成する５つのアカデミーの１つ。（日本語表記では芸術アカデミー）世界的指揮者である小沢征爾氏が日本人初の正会員となったことでも知られている。
苺氷り	イチゴの形のまま入った氷をかき氷にすることで、イチゴのスライスがまんべんなく入ったイチゴ本来の味を楽しめるかき氷。プロ野球のスタジアム等でも販売されている。
エコシステム栽培（認証）	園芸連が、生産者の取組を認証し表示する制度。化学合成農薬の使用だけに頼らず、生態系や生産物への影響を少なくする、人と環境にやさしい栽培方法として、総合的病害虫・雑草管理技術（ＩＰＭ技術）を取り入れた栽培管理の基準や高知県版GAP、土づくり等の要件を設け、審査し登録する。
エコファーマー	「持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律」に基づき、都道府県知事から、たい肥等による土づくりと化学肥料や化学合成農薬の使用の低減を一体的に行う農業生産方式を導入する計画について認定を受けた農業者の愛称。
エージェント	代理人。旅行業界では、旅行業者（旅行代理店）を「エージェント」と呼称することが多い。

用語	解　説
エディブルフラワー	エディブルフラワー（Edibleflower）は、植物の花を食材として用いること、また食用に供せられる花で、キレンカやキンギョソウなどがある。 観賞用とは違い、農薬等は一切使用しておらず、またビタミンやミネラルが豊富に含まれているので、安心して食べることができ、各種のパーティ料理などで使われている。
（高知県）園芸戦略推進会議	輸入野菜の増加、国内競合産地との競争激化、量販店のバイイングパワーの増大などにより、危機的な状況に置かれている本県園芸農業の立て直しを図るため、平成１２年９月に設置された「園芸こうちパワーアップ戦略会議」を発展的に改組し、農業団体（中央会、園芸連、全農高知県本部、県内の全農協）と県が一体となって園芸振興の課題解決を進めていくために平成１５年９月に設置された県域の会議。 この会議の中に、本県園芸農業の抱える課題を①系統共販、②共同計算、③輸送、④安全・安心、⑤資材コスト、⑥営農対策の６つのテーマに区分し、それぞれプロジェクトチームを設置し、具体的な課題解決に取り組んでいる。
小村神社の国宝（大刀）	正式には金銅装環頭大刀拵・大刀身（こんどうそうかんとうたちごしらえ・たちみ）。日高村小村神社の御神体として伝わる７世紀前半の直刀とその外装。この種の上古刀の現存品はほとんどが古墳等からの出土品であるが、本品は伝世品である点で貴重であり、日本刀剣史上重要な作品。（昭和３３年国宝指定）

か行

用語	解　説
花き	観賞用に利用される植物の総称。観賞の対象となる部分により、葉物・花物・実物(みもの)などと分ける。また、生態や形態等によって、草花類、球根類、花木類、樹木類、シダ類、ラン類、観葉植物、多肉類などに分けられる。
カスケード型ゼロエミッションシステム	カスケード利用により廃棄物の発生を抑制し、資源を最大限有効に活用する仕組み。カスケード利用とは、使用後の形状や性質のレベルが下がったバイオマス等をそれぞれの段階で利用（多段階利用）すること。ゼロ・エミッションとは、廃棄物として捨てられているものを有効活用し、廃棄物を発生させない概念。
活餌	生きている餌。この計画では、カツオ一本釣り漁業で、カツオの群を船に引き寄せるために撒かれる生きたカタクチイワシ、マイワシなどのこと。
環境保全型農業	農業の持つ物質循環機能を活かし、生産性との調和などに留意しつつ、土づくり等を通じて化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業をいう。
観光圏整備事業	観光地が広域的に連携した「観光圏」を整備することで、国内外の観光客が２泊３日以上滞在できるエリアの形成を目指す観光庁の補助事業。県内では幡多地域で、H21.5からH26.3の計画期間で事業を実施している。
間伐	育成段階にある森林において、樹木の混み具合に応じて樹木の一部を伐採（間引き）すること。残存木の利用価値の向上と森林の有する諸機能の維持増進を図るために行う。
企業組合	中小企業等協同組合の一種で、組合員が資本と労働力を出し合って事業を行う組合組織。組合員の3分の2以上が自ら組合の事業に従事しなければならず、しかも、組合の事業に従事している者の半分以上は組合員でなければならない。事業協同組合は一般に中小企業の連合体であるが、企業組合は個人の協同による独立事業体であり、弱者の相互扶助という協同主義をより強く反映している。
協働の森づくり事業	企業に、社会貢献活動（いわゆるＣＳＲ活動）の一環として、森林整備（主に間伐）に取り組んでもらうとともに、地域との交流を進めようという事業。
拠点ビジネス	農協や第三セクターなど、地域の中核となる組織を拠点にして、野菜や加工品などの製造販売や、グリーンツーリズムなど観光交流のサービスなどを多角的、複合的に組み合わせたビジネス。
クラインガルテン	ドイツ語で「小さな庭」という意味の簡易宿泊施設のある滞在型市民農園。1 区画ごとに休憩や簡易宿泊が可能な小屋（ラウベ）が設けられる。日本では1990年代から全国各地で整備されている。
グリーン・ツーリズム	農山漁村地域の豊かな自然に親しみ、そこに息づく暮らしや文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。
クリーンエネルギーゾーン	企業立地促進法に基づく県の基本計画において、地域特性を活かした関連産業の集積を目指してゾーニングされた県内４区域の１つ。須崎市、中土佐町、佐川町、越知町、津野町、四万十町で構成。
クリエイター	デジタルコンテンツの制作者、デザイナー、イラストレーター、漫画家、作家、作曲家、画家など創造的な活動を行う人。

用語	解　説
クロード・モネ財団	フランスを代表する印象派画家クロード・モネの遺産を相続した、息子ミシェル・モネの没後、その遺言によりクロード・モネに関する絵画や不動産等が芸術アカデミー（ｱｶﾃﾞﾐｰ・ﾃﾞ・ﾎﾞｻﾞｰﾙ）に寄贈され、その後それらを維持・管理していくために設立された財団。
系統（出荷）	農家が農協、園芸連を通じて販売すること。
月光桜	大月町にある樹齢150年以上のアシズリザクラ。満月に合わせて満開になることから「月光桜」と名付けられた。アシズリザクラは、牧野富太郎博士が研究したことで知られるが、現在、数本しか確認されていない幻の桜。
碁石茶	大豊町において独特の製法で作られる発酵茶であり、煎茶とはちがい、蒸す・寝かす（カビ発酵）・漬ける（乳酸発酵）・切る・乾燥の工程で製造されている。国内には、ほかにも発酵茶があるが、碁石茶のように２回の発酵を経て製造されるものは非常に珍しい。名前の由来は、約３センチ四方に切った茶をムシロの上に広げて乾燥する様子が、ちょうど碁盤に黒い碁石を並べたように見えるところから名づけられたとされている。
高性能林業機械	従来のチェーンソーや集材機等に比べ、作業の効率化や労働強度の軽減等の面で優れた性能を持つ林業機械。
こうち型集落営農	過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等を導入し、農業で生活できる所得を確保する仕組み。
こうち環境・安全・安心点検シート	高知県版GAPとして、農業者自らが主体的に生産から出荷までのそれぞれの工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその１」と、農業団体や集出荷場が主体的に流通段階での工程管理を点検し、必要に応じて内容の改善に役立てる「こうち環境・安全・安心点検シートその２」の総称。
国際版画トリエンナーレ展	３年に一度開催され、国際的にも注目される版画コンクール。2008年に行われた第７回国際版画トリエンナーレ展には77ヶ国 1,382人が応募。和紙の産地・高知で開催することから出展作品の素材は紙に限定。
子ども農山漁村交流プロジェクト	Ｈ20年度からの５年間に、農山漁村で１週間程度の宿泊体験活動（農林漁家での宿泊体験を含む）を全国２万３千校の小学生（５年生）に経験してもらう事業。総務省、文部科学省、農林水産省の連携施策事業として実施している。
コンテンツビジネス	漫画や写真、映像、音楽、コンピュータゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用したビジネス。
コンパクトシティ	様々な機能を中心部に集中させた都市のことで、機能を集めることによって、相乗的な経済交流活動が活発になり、中心市街地の活性化が期待できるとされている。

さ行

用語	解　説
再生稲	稲を刈り取った株から再生して出てくる稲のことで、ひこばえ、二番穂とも呼ばれる。牛の飼料として利用するために、肥料や水を与えて成長させる。収穫量は苗から育てた稲の半分程度であるが、育苗や田植えが必要ないことから栽培コストがかからないというメリットがある。
作業道	林道などから分岐し、立木の伐採、搬出、造林などの林内作業を行うために作設される簡易な構造の道路。
さしすせそ計画	黒潮町が自然環境の中に持っている黒砂糖、天日塩、柑橘類、醤油、味噌など、和食の基本「さ・し・す・せ・そ」を組み合わせた地域資源の高付加価値化を図る計画。
実需者	実際に商品を購入して消費する者。例えば、地産地消の取組で、野菜を作る人を生産者、それを材料として購入して客に食事を提供する宿泊施設を実需者という。青果物流通の場合の実需者とは、卸会社、仲卸から先の量販店、量販店の共同仕入れ組織、外食（レストラン等）、中食（惣菜業者等）、食品加工業者（漬物等）、食品問屋等のこと。
実証ほ	開発された新技術や新品種などを、地域に適応できるかどうかを検証するための田や畑などをいう。
ＪＡ出資型法人	ＪＡが出資して設立された法人。県内で設立を進めようとするＪＡ出資型法人は、担い手が不足している地域などで、地域農業の振興のために、ＪＡが経営を主導して事業（農作業の受託、農業経営など）を行う農業生産法人。
地鶏肉特定ＪＡＳ認定	地鶏肉の品質に関する表示方法や生産方法等についての基準を定めたもので、その過程等について登録機関が認定を行うもの。認定製品にはＪＡＳマークを貼付できる。

用語	解　説
自伐林家	自己の所有する森林で伐採・搬出などを行い林業を営む林家。
四万十式作業路	表土や現地の石、間伐材やその根株など現地の素材を構造物として使用することにより、自然緑化を促し、環境的にも優れ、安価で耐久性の強い作業路。
遮光ネット	減光や日長の調節、温度上昇抑制などを目的として作られた、ポリエステルなどを素材とする資材。作物の種類や使用する目的により遮光率や色が異なる。
集成材	多数の板材を接合してつくった木材。
重油代替暖房機	重油以外のエネルギー源を使用する暖房機。施設栽培用暖房機のエネルギー源として、木質バイオマス、電気等が検討されている。
重要文化的景観	地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地で、国民の生活又は生業の理解のために欠くことのできないものを文化的景観といい、その中でも、文化財としての価値から特に重要なものについて、都道府県等の申出に基づき、国が選定したもの。
集落営農	集落単位で農業生産活動の一部又は全部を共同で行う営農形態をいい、この場合において、規約や収支計画・事業計画に基づいて活動する組織を「集落営農組織」という。
主業農家	農業所得を主とし、６５歳未満で年６０日以上農業に従事している者がいる農家をいう。
種苗（大型・小型）	放流用や養殖用の魚類などの稚魚のこと。 県では、ヒラメ、エビ類等の種苗を人工的に生産し放流用として配付している。これまでの放流用種苗のサイズはヒラメ40㎜、クマエビ15㎜と小型であったが、今後は放流効果を向上させるため、より大きく育成したヒラメ（60㎜）、クマエビ（35㎜）も放流用種苗として生産する。
種苗生産	生物を人為的に育成・保護した後、自然へ戻して漁業の促進を図るシステムを栽培種苗（つくる漁業）と言い、稚魚を育てることを種苗生産、育てた稚魚を海に放すことを種苗放流という。
食育	生涯を通じた健全な食生活の実現、食文化の継承、健康の確保等が図られるよう、自らの食について考える習慣や食に関する様々な知識と食を選択する判断力を楽しく身につけるための学習等の取組をいう。
白下糖	芸西村では、江戸時代から昭和中期まで、サトウキビが多く栽培され、「白下糖」が製造されていた。 製造方法は、サトウキビのしぼり汁に石灰を加え、不純物を取り除き（清浄処理）、上澄み（糖液）に熱を加えて濃縮したあと、通常「黒糖」は、紙箱などの容器にいれて結晶化させるが、「白下糖」は、冷しカメと呼ばれる素焼きのカメに移して、熱を取り冷却させる。 このため、「白下糖」は、ショ糖の結晶に液状の糖密がからんだ半固形状態となっている。
深海縄漁業	水深１００ｍ以上の比較的深い水深で、アカムツ等を対象とする延縄（はえなわ）漁業。延縄漁具は、１本の幹縄に多数の枝縄をつけ、枝縄の先端に釣り針をつけた構成となっている。
森林施業	効率的な森林整備を行うために、小規模に分かれている林地を取りまとめて、団地化して広い面積を確保し、路網整備などを行う。集約化することで、効率化を図り、低コスト化の実現や森林所有者への利益の還元が可能となる。
森林施業プランナー	森林を所有する方に、森林の管理などに必要な施業の方法、間伐等に必要な経費、木材販売見込額などを明らかにした提案書「森林施業プラン」を提示するなど、きめ細かなプランを作成できる人。
森林セラピー	森林浴、森林レクリエーションを通じ、森林が彩なす風景や香り、音色、肌触りなどによる、森のいのちや力を感じるような心理的効果や、森林の地形、自然を利用した医療、リハビリテーション、カウンセリングによる健康回復、維持、増進活動。
森林セラピスト	森林セラピー参加者個々人の、こころと身体の状態を考慮した健康増進や自然治癒力増強に効果的なプログラムのアドバイスやカウンセリングを行うと同時に、参加者の危機管理やアシストする者。
森林認証制度	持続可能な森林経営の行われている森林を第三者機関が評価、認証し、そこから生産された木材などの林産物を区分することにより、消費者がこれらの林産物を選択し、購入できるようにする民間主体の制度。
スジアオノリ	アオサ科アオノリ属の海藻の一種。スジアオノリの文字通り、細長い筋状で鮮やかな濃青緑色から黄緑色をしている。風味、香気が素晴らしく、四万十川産のスジアオノリは「最高級品」として取引されている。

用語	解　説
スラリーアイス	シャーベット状の氷のこと。0℃～-2℃のスラリーアイスで保存した魚介類は、長期間高い鮮度を保持することが分かっている。
生産履歴記帳	JAグループが実施する「生産履歴記帳運動」で、資材の誤った使用を防ぎ、適正に使用するため、主に農薬や肥料の種類、施用時期、使用量などについての記帳、回収、チェックを実施する。
世界ジオパーク	ジオパークとは、地形や地質、それに影響を受ける自然、文化資源などを見どころとする一種の自然公園のこと。ユネスコが支援する世界ジオパークネットワークへは、１８か国で５７か所が加盟している。
施肥基準	気象や土壌等の条件にあった施肥量や施肥の時期を定めたもの。環境保全型農業の進展には、作物や地域の気象、土壌等の条件にあった過不足のない適正な施肥が重要である。そこで、各都道府県において、施肥量の目安になる施肥の基準値や方法を策定しており、これらの情報を技術指導者等を通じて農業者の方に伝えるための目安となる施肥基準を作成している。
縮伐剪定	将来的に残す樹（永久樹）に隣接する樹（間伐樹）を順次切り詰めていく剪定方法のこと。光や風通し、作業性などの環境を改善し、果実生産力を向上させるために行う。
全木集材システム	伐採現場で枝払いを行わず、枝葉付きの伐倒木をそのまま集材するシステム。

た行

用語	解　説
多層被覆	園芸用施設の保温性を高めるため、被覆を重ねる方法の一つ。一般的には、固定式・可動式を区別しない場合もあるが、正式には、固定被覆の場合は被覆枚数を１重・２重と呼び、可動式カーテンの場合は、１層・２層と呼ぶ。
脱水ケーキ	汚泥や水中混濁物質等を脱水機にかけて水分を除去した後に残った固形の物質。主にセメントや肥料の原料などとして再利用されている。
タリフ	運賃や料金表を表す言葉として使われているが、旅行代理店では、各会社から提供される取扱商品の情報を束ねたファイルを指す。
地域コーディネート組織	広域的な観光情報の発信や問い合わせへの対応、着地での旅行手配などをワンストップで行う組織のこと。この組織があると観光客の利便性が格段に向上し、旅行会社も旅行商品を作りやすくなる。また、広域的に観光振興を図る際に中心的な役割を担うことになる。
地球温暖化	人間活動による二酸化炭素やメタンなどの放出量が増大し、大気中の温室効果ガスの濃度が高まることによって起こる現象で、地球の気温が気候の自然な変動の範囲を超えて上昇すること。
中心市街地活性化基本計画	「中心市街地の活性化に関する法律」に基づき、中心市街地の活性化に関する施策を総合的かつ一体的に推進するため、市町村が策定する基本的な計画のこと。内閣総理大臣が認定を行い、認定を受けた基本計画に基づく事業に対して、国より集中的かつ効果的な支援が受けられる。
直販店・直販所	常設店舗であって、生産者又は生産者グループが自らが生産、又は製造したものを直接販売するところ。
包あん食品	具財の「あん」を生地で包んだ食品。饅頭、大福、肉まんなど。
土佐はちきん地鶏	いずれも高知県原産の土佐九斤と大軍鶏を交配させたクキンシャモの雄と白色プリマスロックの雌から生まれた高品質肉用鶏。ほど良い歯ごたえと脂質の少ない地鶏本来の旨さが特徴。
特定保健用食品	からだの生理学的機能などに影響を与える保健機能成分を含んでおり、お腹の調子を整えるなど、特定の保健の用途を表示して販売される食品。
篤農家	優れた生産技術を持ち、高収量・高品質を実現することで安定した農業経営を行っている、地域のモデルとなる農家をいう。
特用林産物	林野から産出される木材以外の産物。きのこ、木炭等。

用語	解　説
土佐産直サテライトセンター（とさ千里）	大阪在住の県出身の有志等が出資した会社。県産品の販売や地域間交流を行っている。現在、大阪府豊中市新千里北町3丁目1-2-1で営業中。
土佐ジロー	高知県原産の天然記念物土佐地鶏の雄と米国原産のロードアイランドレッドの雌を交配して生まれた卵肉兼用の地鶏。卵は小ぶりながら濃厚な味、肉は適度な歯ごたえがあり深い味わいが特徴。
土佐鷹	高知県農業技術センターで開発された県独自品種のナスで、平成17年8月15日付けで品種登録出願し、同年12月26日付けで出願が受理された。既存の品種に比べて、ボリューム感があり、光沢に優れるなどの特徴を持ち、現在、ＪＡ土佐あき管内等を中心に約29ha(H23)で栽培されている。
トレサビリティ	食品の生産から加工・流通・販売までの過程を明確に記録し、商品からさかのぼって確認できるようにすること。また、そのシステム。これにより、事故発生時の原因究明や食品回収、品質管理の向上や効率化、消費者に伝える各種情報の充実等に資することが期待される。

な行

用語	解　説
七立栗	黒潮町大方馬荷地区で栽培される栗の一種。昔、馬荷地区にて道に迷った弘法大師を地域住民が助けたところ、翌年より１年に７回実を付ける七立栗が山に沢山生え出したという伝説がある。
直七	宿毛市特産のユズやスダチに似た柑橘類の一種。酸味はやや優しく、まろやかな味わいが特徴。
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づき、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、自ら作成した５年後の目標とその改善策を内容とする「農業経営改善計画」が市町村長の認定を受けた農業者をいう。
農業機械銀行	担い手農家が自ら保有する農業機械施設を効率的に利用するため、農業受委託の仲介あっせん、作業料金の決済業務を行う組織。
農作業受委託組織	農地の所有者等から農作業の一部又は全ての作業の委託を受け、委託者に代わって現実に農作業を行う組織。
農薬ドリフト	農薬の散布作業等により、防除の対象となる作物以外に農薬が付着すること。農薬は農薬取締法により、使用対象となる作物がラベルに記載されているが、ドリフトにより対象外の作物に農薬が付着すると、食品衛生法に基づき設定されている残留農薬基準を超過する可能性が高い。
農林漁家民宿	農林漁業や田舎の生活が体験できたり、とれたばかりの新鮮な素材を活用した料理を味わうことができる、農家、林家及び漁家等が経営する宿泊施設。
農林漁家レストラン	農林漁家自ら又は農林漁家との密接な連携の下で、その農林漁家が生産した食材又は地域の食材を使って調理・提供している、当該地域に立地するレストラン。

は行

用語	解　説
バケット輸送	切り花の鮮度保持を目的として、産地から市場及び生花店に至るまでの流通過程で、出荷する切り花を水を入れた容器（バケット）に立てた状態で荷造りし、絶えず水分補給をしたまま輸送するシステム。
半炭化ペレット	完全に炭化せずに半分炭化することで、石炭ほど良質ではないが効率の良い代替エネルギーとしての利用価値を高めた木質ペレット。
販売チャネル	流通経路。チャンネルと同意語であるが、製造業や商社などではチャネルと言うことが多い。
ひがしやま	芋が主食だった時代に、保存できるおやつとして考案された干し芋の一種。大月町竜ヶ迫産のひがしやまは、砂糖や添加物を一切使わず、潮風と天日により作られたものとして人気がある。
氷感庫	高い電圧をかけて電気の微振動を起こし氷点下でも凍らせない保存技術。農水産物の長期保存が可能になり、熟成された状態となるため、新しい保存技術として注目されている。

用語	解　説
フィレ	魚の場合、背骨に対して平行に切られた身で、魚の右または左側を構成するもの。頭、内臓、ひれ等は除去されている。関税分類上では小片に切られたフィレもフィレに含む。
ブシュカン	酸味のきいた果汁で初夏の味わいを彩る柑橘類の一種。ブシュカンの本名は「餅柚（もちゆ）」。人間の手のような形をした黄色い「仏手柑」とは別物。
フラフ	男の子の健やかな成長を願って、端午の節句に高知県内の高知市から東部の海岸地域で主に立てられる大漁旗のようなもの。絵柄は、金太郎や武者絵が多い。
ブルーツーリズム	漁村に滞在して、漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ余暇活動のことをいう。
フルオープンハウス	梅雨時期の長雨による病害対策として行われている雨よけ栽培では、ハウス内温度が非常に高温になるため、天井部被覆資材が開放となるように巻き上げ可能な構造になっているハウスをいう。
プレカット	木造住宅の建設において、従来大工が手で刻んでいた木材の継手・仕口などを、工場に設置された自動工作機械で加工すること。
へらずし	酢締めしたブリで酢飯を挟んだ大月町の郷土料理。ブリの豊漁で賑わった時代に漁師が考案したとされる。
ほだ場	シイタケを栽培する木（ほだ木）を置き栽培する場所。シイタケが発生しやすく、採取しやすい環境（適度の光、風、水分）が必要。

ま行

用語	解　説
前処理加工	魚類の場合では、料理や加工品の材料とするために、魚のうろこを剥ぎ、エラや内臓あるいは頭部を除いた状態やさらに３枚におろしたり、切り身の状態に加工することをいう。下ごしらえのこと。
メジカ（宗田節）	メヂカ（マルソウダ）を使った鰹節の一種が宗田節で、濃厚な味が特徴。土佐清水市は宗田節の生産量日本一を誇る。
木質バイオマス	バイオマスとは再生可能な生物由来の有機性資源。その中で、樹木からなるバイオマスのことを木質バイオマスという。樹木の木部、樹皮、葉などで、林地に残された材や製材工場の残材、建築解体木材も含む。
木質ペレット	木材を粉砕、圧縮、成型した固形燃料で、長さは１～２ｃｍ、太さは６～１２ｍｍ程度の円筒状のもの。
森の工場	一団の森林を対象に林業事業体が森林所有者と森林の管理に関する協定や受委託契約を結び、計画的・効率的に間伐などの森林整備を実施し、収益や安定的な雇用の確保等を図りながら、持続的な林業経営を行う森林の団地。

や行

用語	解　説
ゆい（結い）	昔からの労働慣行。個人間でお互いの労働力を貸し合い、労働を補完すること。
有機JAS（有機JAS認証制度）	農林水産大臣に登録を受けた第三者機関（登録認定機関）が、有機農産物等の生産工程管理者（農家や農業生産法人等）や製造業者を認定し、認定を受けた者は、有機農産物や有機加工食品について、有機JAS規格に適合しているかどうかを格付けし、その結果、適合していると判断したものに有機JASマークを付すことができる制度。有機ＪＡＳマークがない農産物に「有機」や「オーガニック」等の表示を付すことは法律で禁止されている。
有機農業	化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと、遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。
ランドオペレーター機能	旅行者が旅行先で利用する宿泊施設、移動手段、食事、ガイドなどを事前に手配し、旅行中は旅程を管理、旅行後は旅行代金の収受と支払い等の清算を行うなど、旅行先での旅行を円滑に実施するための総合的な機能。

ら行

用語	解　説
林業事業体	森林所有者などからの委託又は立木の購入等により、造林、伐採などの林業作業を行う森林組合、素材生産業者など。世界農林業センサスでは「林業サービス事業体等」に相当する。
れいほくスケルトン	高知県の嶺北地方で生産されたスギ材を１００％使用した、住宅の基本構造体のキット商品としてＨ２３年度前半期まで販売。現在、取組の中核企業の交代を受け新基準づくりを行っている。
れいほく八菜・れいほく八恵・れいほく八花	嶺北地区で栽培された野菜、花き、果樹、特産品などのブランド名。「八」は末広がりの意味。八菜・八花は、環境に配慮した栽培方式で生産した、米ナス、パプリカ、スナップエンドウ、プチヴェールなど１０品目の野菜と、スタービューティ、ノーブル、オリエンタル系ユリなどの花。八恵は、嶺北の山々から採れるユズやギンナン、モモなどの果樹とゼンマイ、お茶などの特産品とこれらの加工品のこと。
歴史的風致維持向上計画	「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（愛称：歴史まちづくり法）」に基づき、歴史的風致（地域におけるその固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動とその活動が行われる歴史上価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境）の維持及び向上を図るための計画。佐川町が作成し、H21年3月に国の認定を受けた。
レンタルハウス	農協等が整備し、農業者にレンタルするハウスのこと。県のレンタルハウス整備事業では、県、市町村が補助を一定の割合で行っている。
ロイン	水産加工における業界用語で、魚を3枚におろした状態（フィレ状）から、腹骨及び小骨を除き、背側と腹側に分けたもの。5枚おろしの状態。皮付きと皮無しがある。

わ行

用語	解　説
若山椿	赤椿。かつて黒潮町佐賀地域（旧佐賀町拳ノ川若山地区）は良質和紙の原材料の産地であったが、戦時の穀物転換策およびパルプ紙の普及により絶滅に近い状態となっていた。現在、地元住民らが復活に向け栽培に取り組んでいる。

『地域アクションプラン』推進経過（H21年度）

4月
- 県内7地域に産業振興推進地域本部を立ち上げ（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）
- 【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
  - ◆県職員
    - ・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
    - ・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員
- 【実行支援チーム　メンバー構成】
  - ◆県職員　◆市町村職員
    - ・出先機関職員　◆関係団体職員
    - ・地域支援企画員

5月
- 知事による地域住民説明会（県内6地域）

6月
- 高知県産業振興計画（産業成長戦略及び地域アクションプラン）の説明と意見交換

7月

8月
- 【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
  - ◆市町村長
  - ◆地域関係団体の長
  - ◆地域住民の代表者

9月
- ①地域アクションプランフォローアップ会議
  - ・地域APの進捗状況の確認
  - ・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
  - ・地域APの追加、修正等に関する意見交換 他
- 第1回産業振興計画フォローアップ委員会
  - ・進捗状況の検証、評価
  - ・修正・追加についての検討
  - ・平成22年度予算編成に向けての提案

10月

11月

12月

1月
- ②地域アクションプランフォローアップ会議
  - ・地域APの進捗状況の確認
  - ・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
  - ・地域APの次年度の改定に向けた意見交換 他
- 第2回産業振興計画フォローアップ委員会
  - ・産業振興計画の取り組みの成果等の検証、評価
  - ・産業成長戦略の改定についての検討

2月

3月
- 第3回産業振興計画フォローアップ委員会
  - ・地域アクションプランの成果と今後の展開
  - ・計画改定案の最終確認
  - ・H22年度のフォローアップの進め方　等

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにPDCAサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

『地域アクションプラン』推進経過（H22年度）

4月
- 県内7地域に産業振興推進地域本部を立ち上げ（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

5月

6月
- 地域アクションプラン取組事例発表シンポジウム（安芸・物部川・高知市・嶺北・仁淀川・高幡・幡多）
  - ・産業振興計画の説明
  - ・実践者による地域アクションプランの取組事例の発表
  - ・実践者及び知事によるパネルディスカッション

7月

8月
【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

9月
- ①地域アクションプランフォローアップ会議
  - ・地域APの進捗状況の確認
  - ・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
  - ・地域APの追加、修正等に関する意見交換 他
- 第1回産業振興計画フォローアップ委員会
  - ・進捗状況の検証、評価
  - ・修正・追加についての検討
  - ・平成23年度予算編成に向けての提案

10月

11月

12月

1月
- 第2回産業振興計画フォローアップ委員会
  - ・産業振興計画の取り組みの成果等の検証、評価
  - ・産業成長戦略の改定についての検討

2月
- ②地域アクションプランフォローアップ会議
  - ・地域APの進捗状況の確認
  - ・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）
  - ・地域APの次年度の改定に向けた意見交換 他

3月
- 第3回産業振興計画フォローアップ委員会
  - ・地域アクションプランの成果と今後の展開
  - ・計画改定案の最終確認
  - ・H23年度のフォローアップの進め方　等

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにPDCAサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

『地域アクションプラン』推進経過（H23年度）

4月

県内7地域に産業振興推進地域本部を立ち上げ（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

5月

第1回産業振興計画フォローアップ委員会
・東日本大震災による県内経済への影響に対する対応
・産業振興計画の取り組み状況

6月

計画改定（H24）に向けた意見交換会の実施　※11月末までにすべてを完了
・市町村（34ヶ所）
・住民（34ヶ所）
・地域団体（農業（7ヶ所）、林業（6ヶ所）、水産業（4ヶ所）、商工業（9ヶ所）、観光（7ヶ所））

7月

8月

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

①地域アクションプランフォローアップ会議
・2年半の取り組みの総括
・地域APの追加、修正等に関する意見交換
・次のステージの地域APの検討状況

9月

第2回産業振興計画フォローアップ委員会
・産業振興計画の実行2年半の取り組みの総括
・東日本大震災による県内経済への影響に対する対応
・次のステージの柱

10月

11月

12月

1月

第3回産業振興計画フォローアップ委員会
・第2期高知県産業振興計画の策定方針等について
・産業振興計画の推進により実現を目指す県産業の姿
・重点施策の進め方
・第2期産業振興計画の策定に向けたスケジュール

②地域アクションプランフォローアップ会議
・第2期地域APについて
・第2期高知県産業振興計画の策定方針等について

2月

3月

第4回産業振興計画フォローアップ委員会
・第2期計画案の最終確認

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにPDCAサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

『地域アクションプラン』推進経過（H24年度）

4月

県内7地域に産業振興推進地域本部を立ち上げ（安芸、物部川、高知市、嶺北、仁淀川、高幡、幡多）

【産業振興推進地域本部員　メンバー構成】
◆県職員
・地域産業振興監等　・出先機関長（農・林・水）
・本庁関係課長（商工・観光）　・地域支援企画員

【実行支援チーム　メンバー構成】
◆県職員　◆市町村職員
・出先機関職員　◆関係団体職員
・地域支援企画員

5月

6月

地域アクションプラン取組事例発表シンポジウム
（安芸・高知市・幡多）

・第2期産業振興計画の説明
・実践者による地域アクションプランの取組事例の発表
・実践者及び知事によるパネルディスカッション

7月

8月

【地域APフォローアップ会議　メンバー構成】
◆市町村長
◆地域関係団体の長
◆地域住民の代表者

①地域アクションプランフォローアップ会議
・第1期地域APの取組の総括
・地域APの進捗状況の確認
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

9月

第1回産業振興計画フォローアップ委員会
・第1期計画の取組の総括
・進捗状況の検証、評価
・第2期計画で挑戦するテーマ
・さらなる飛躍へのポイントの検討状況

10月

11月

ものづくり総合技術展（高知市）
・地域アクションプラン成果等コーナー　・食のコーナー　他

12月

1月

2月

地域アクションプラン事例紹介記事の作成、ホームページでの紹介

第2回産業振興計画フォローアップ委員会
・高知県経済等の動向について
・産業振興計画の取り組みの成果等の検証、評価
・平成25年度の改定のポイントについて

②地域アクションプランフォローアップ会議
・地域APの進捗状況の確認
・地域APの次年度の改定に向けた意見交換
・産業成長戦略の進捗状況の確認（情報共有）

3月

第3回産業振興計画フォローアップ委員会
・地域アクションプランの進捗状況について
・計画改定案の最終確認
・H25年度のフォローアップの進め方　等

地域本部会議や推進本部会議で四半期毎に進捗状況を確認

実行支援チームが進捗管理シートをもとにPDCAサイクルによる進捗状況を定期的に点検・フォローアップ

※　上記以外にも関係各会議等で適宜進捗状況を確認

地域アクションプランフォローアップ会議　委員名簿

（敬称略）

【安芸地域】

	氏　　名	所　　属　　等	備　　考
市町村長	小松　幹侍	室戸市長	
	松本　憲治	安芸市長	座長
	松延　宏幸	東洋町長	
	齊藤　一孝	奈半利町長	
	安岡　雅徳	田野町長	
	有岡　正幹	安田町長	
	大寺　正芳	北川村長	
	上治　堂司	馬路村長	
	竹内　强	芸西村長	
関係団体の代表	窪田　勲	土佐あき農業協同組合　代表理事組合長	
	東谷　望史	馬路村農業協同組合　代表理事組合長	
	田中　静夫	高知東部森林組合　代表理事組合長	
	林　康弘	高知県漁業協同組合　芸東ブロック理事	
	八木　正人	室戸市商工会　会長	
	岡村　明彦	安芸商工会議所　専務理事	
	市原　明	東洋町商工会　会長	
	辻　重昭	中芸地区商工会　会長	
	宮崎　義明	芸西村商工会　会長	
	島田　信雄	社団法人　室戸市観光協会　会長	
	畠中　純水	社団法人　安芸市観光協会　会長	
	上松　和人	東洋町観光振興協会　会長	
	籠尾　信之	中芸観光協議会　会長	
地域住民代表	山本　美栄	（安芸市在住）	

※第2回フォローアップ会議開催時点（H25.2）
２３名

（敬称略）

【物部川地域】

	氏　　名	所　　属　　等	備　　考
市町村長	橋詰　壽人	南国市長	座長
	清藤　真司	香南市長	
	門脇　槇夫	香美市長	
関係団体の代表	高田　幸一	南国市農業協同組合　代表理事組合長	
	小笠原　英彦	長岡農業協同組合　代表理事組合長	
	中沢　猛男	十市農業協同組合　代表理事組合長	
	西村　正	土佐香美農業協同組合　代表理事組合長	
	野島　常稔	香美森林組合　代表理事組合長	
	小松　律男	物部森林組合　代表理事組合長	
	西村　一彦	高知県漁業協同組合　吉川統括支所長	
	坂本　源一	南国市商工会　会長	
	畠中　義雄	香南市商工会　会長	
	寺村　勉	香美市商工会　会長	
	安岡　宏	香南市観光協会　会長	
地域住民の代表	中屋　宏二	（南国市在住）	
	嶋内　俊	（香南市在住）	
	町田　亥作	（香美市在住）	

※第2回フォローアップ会議開催時点（H25.2）
　１７名

（敬称略）

【高知市地域】

	氏　　名	所　　属　　等	備　　考
市町村長	岡﨑　誠也	高知市長	座長
関係団体の代表	垣内　秀明	高知市農業協同組合　代表理事組合長	
	川島　光明	高知春野農業協同組合　代表理事組合長	
	高橋　英雄	高知市森林組合　代表理事組合長	
	野々村　重利	高知県漁業協同組合　副組合長理事	
	高橋　淳一	高知商工会議所　専務理事	
	西込　嵩	春野商工会　会長	
	吉野　和守	高知県食品工業団地事業協同組合 理事長	
	田村　光政	社団法人　高知県工業会　常務理事・事務局長	
	竹内　克之	社団法人　高知市観光協会　会長	
地域住民の代表	内田　洋子	（高知市在住）	
	泉　真弓	（高知市在住）	

※第2回フォローアップ会議開催時点（H25.2）
１２名

（敬称略）

【嶺北地域】

	氏　　名	所　　属　　等	備　　考
市町村長	今西　芳彦	本山町長	
	岩﨑　憲郎	大豊町長	
	西村　卓士	土佐町長	座長
	和田　知士	大川村長	
関係団体の代表	西村　行雄	土佐れいほく農業協同組合　代表理事組合長	
	稲田　繁治	大豊町森林組合　代表理事組合長	
	大石　哲雄	本山町商工会　会長	
	岡本　淳	大豊町商工会　会長	
	髙橋　豊明	土佐地区商工会　会長	
	川村　雅士	特定非営利活動法人　土佐さめうら観光協会　理事長	
地域住民の代表	細川　茂幸	（本山町在住）	
	前田　昭子	（本山町在住）	
	佐々木　和子	（大豊町在住）	
	山中　教夫	（大川村在住）	

※第2回フォローアップ会議開催時点（H25.2）
　１４名

（敬称略）

【仁淀川地域】

	氏　　名	所　　属　　等	備　　考
市町村長	板原　啓文	土佐市長	座長
	塩田　始	いの町長	
	大石　弘秋	仁淀川町長	
	榎並谷　哲夫	佐川町長	
	吉岡　珍正	越知町長	
	戸梶　眞幸	日高村長	
関係団体の代表	馬場　義人	土佐市農業協同組合　代表理事組合長	
	伊藤　喜男	コスモス農業協同組合　代表理事組合長	
	西内　德幸	高知中央森林組合　代表理事組合長	
	日浦　郷一	仁淀川森林組合　代表理事組合長	
	上野　浩功	高知県漁業協同組合宇佐統括支所　統括支所長	
	森澤　英世	土佐市商工会　会長	
	西岡　寅八郎	いの町商工会　会長	
	高木　幸彦	仁淀川町商工会　会長	
	永田　耕朗	佐川町商工会　会長	
	坂本　健常	越知町商工会　会長	
	横山　泰昌	日高村商工会　会長	
	岡林　　弘	いの町観光協会　会長	
	岡林　友一	越知町観光協会　会長	

※第2回フォローアップ会議開催時点（H25.2）
　１９名

（敬称略）

【高幡地域】

	氏　　名	所　　属　　等	備　　考
市町村長	楠瀬　耕作	須崎市長	座長
	池田　洋光	中土佐町長	
	矢野　富夫	檮原町長	
	池田　三男	津野町長	
	髙瀬　満伸	四万十町長	
関係団体の代表	西森　慶郎	土佐くろしお農業協同組合　代表理事組合長	
	中平　紀善	津野山農業協同組合　代表理事組合長	
	武政　盛博	四万十農業協同組合　代表理事組合長	
	戸田　昭	津野町森林組合　代表理事組合長	
	中越　利茂	梼原町森林組合　代表理事組合長	
	中平　博康	高知県漁協池ノ浦支所　委員長	
	﨑山　義澄	久礼漁業協同組合　代表理事組合長	
	田部　博史	須崎商工会議所　会頭	
		須崎市観光協会　会長	
	川島　昭代司	中土佐町商工会　会長	
	新谷　章男	梼原町商工会　会長	
	山本　昇平	津野町商工会　会長	
	武田　秀義	四万十町商工会　会長	
	田辺　荘市	社団法人　四万十町観光協会　会長	
地域住民の代表	矢野　博正	（檮原町在住）	
	田中　隆博	（中土佐町在住）	
	佐々木　貞壽	（四万十町在住）	

※第2回フォローアップ会議開催時点（H25.2）
　２１名

（敬称略）

【幡多地域】

	氏　　名	所　　属　　等	備　　考
市町村長	沖本　年男	宿毛市長	
	杉村　章生	土佐清水市長	
	田中　全	四万十市長	座長
	柴岡　邦男	大月町長	
	杉本　嘉宏	三原村長	
	大西　勝也	黒潮町長	
関係団体の代表	佐竹　勝	高知はた農業協同組合　代表理事理事長	
	岸本　四郎	幡東森林組合　代表理事組合長	
	浦尻　和伸	すくも湾漁業協同組合　代表理事組合長	
	問可　柾善	高知県漁業協同組合　清水ブロック理事	
	岡山　静夫	四万十川中央漁業協同組合　組合長	
	沖　階吉	四万十川下流漁業協同組合　代表理事組合長	
	田村　章	宿毛商工会議所　会頭	
	廣田　勝	土佐清水商工会議所　会頭	
	福田　充	中村商工会議所　会頭	
	長山　誠久	大月町商工会　会長	
	小八木　喜尊	三原村商工会　会長	
	小笠原　武	黒潮町商工会　会長	
	浜田　敦夫	四万十市西土佐商工会　会長	
	田村　吉教	社団法人　幡多広域観光協議会　代表理事理事長	
地域住民代表	中脇　裕美	（四万十市在住）	

※第2回フォローアップ会議開催時点（H25.2）
２１名

変わろう・変えよう・産業と暮らし

第２期高知県産業振興計画 **ver. 2**

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《地域アクションプラン》

平成２５年３月

高知県 産業振興推進部 計画推進課

〒780-8570 高知市丸ノ内１丁目２－２０

TEL 088-823-9334

FAX 088-823-9255

E-mail:120801@ken.pref.kochi.lg.jp

http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120801/