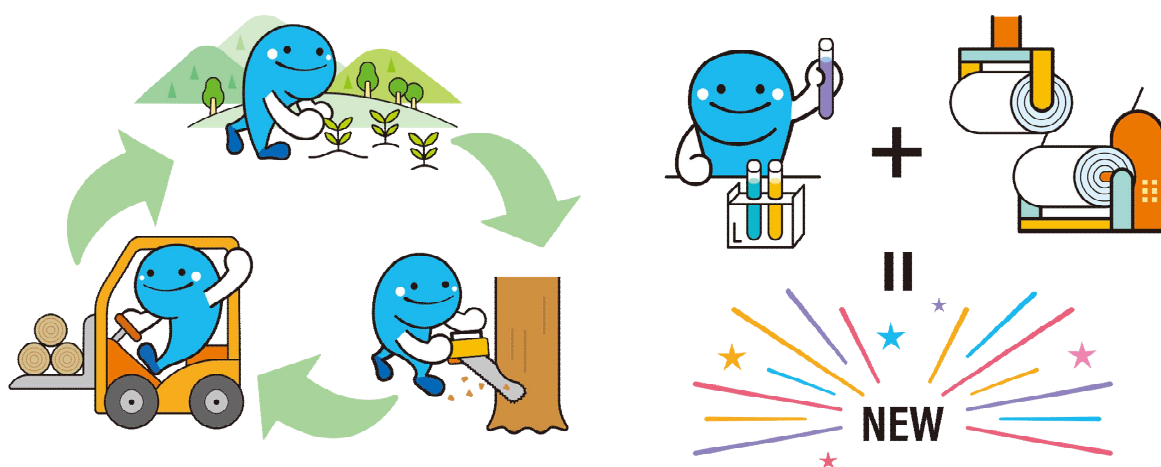


変わろう・変えよう・産業と暮らし
第5期高知県産業振興計画 ver.2

～ 高知の未来を切り拓き、持続的な経済成長へ ～

《 産業成長戦略 》



令和7年3月

高 知 県



【産業成長戦略】

I 専門分野の成長戦略

1	農業分野	1
2	林業分野	27
3	水産業分野	39
4	商工業分野	59
5	観光分野	81
6	その他の分野	93

II 産業間の連携戦略

1	関西圏との経済連携の強化	101
2	地産外商戦略の推進	123
3	起業や新事業展開の促進	131
4	移住の促進	139
5	県内就職の促進	145

III 次世代産業創造プロジェクト 149

<付属資料>

I 用語の解説 157

<参考資料>

I 計画のフォローアップ

1	フォローアップの経過	165
2	産業振興計画フォローアップ委員会の構成等	177
(1)	フォローアップ委員会	177
(2)	専門部会	178
(3)	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱	180

I 専門分野の成長戦略

農業分野

農業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高齢化の進行等により農家戸数が減少する中、生産性の向上や販路の開拓、担い手の確保などに取り組んできたことにより、徐々にその成果が現れ、令和5年の農業産出額等は1,136億円と、産業振興計画がスタートした平成20年から10.7%増加しています。

具体的な取り組みとして、生産面では、オランダから学んだ環境制御技術を本県の生産条件に適合させた「次世代型こうち新施設園芸システム」にIoTやAI技術を組み合わせ、更なる増収、省力化等を目指す「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の開発と普及を進めています。

中山間地域では、集落営農組織等の県内への拡大や農村型地域運営組織（農村RMO）の形成推進により、中山間地域の農業・農村を支える仕組みづくりを進めています。

流通・販売面では、卸売市場等とのさらなる関係強化による営業力の強化や県産青果物のトップセールス等、特に関西圏を中心に県産農畜産物の販売拡大に取り組んでいます。

さらに、担い手の確保では、産地提案型の担い手確保対策の県内への普及等の取り組みにより、新規就農者の確保につなげるとともに、労働力の確保に向けて、農福連携やJA無料職業紹介所と連携した取り組み等を進めています。

この他、基盤整備の推進と農地の確保の取り組みでは、地域計画の策定支援等により新規就農や規模拡大する担い手への農地の集積・集約等に取り組んでいます。

② 第5期計画ver.2の取り組み

第5期計画では、「生産性の向上と持続可能な生産方式の両立により所得が確保され、いきいきと農業ができる環境が確立されている」ことや「多様な農業人材が農業生産や生産基盤の維持・保全活動に参画し、中山間地域の農業・農村が守られている」ことを目指し、次の5つを戦略の柱として、引き続き取り組みます。

柱1 生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

IoTプロジェクトのさらなる推進とIoTクラウド「SAWACHI」に蓄積されるデータを活用したデータ駆動型営農支援の強化により、農業のデジタル化を推進し、生産性と収益性の向上に取り組めます。

また、近年の記録的な猛暑により様々な品目で影響が見られていることから、高温対策として効果が期待できる機器・資材の導入支援や高温に強い品種への転換を進めるなど、気候変動に適応した持続可能な農業の実現に向けて取り組みを強化します。

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

集落営農組織や農地の受け皿となる法人、農村RMO等、多様な農業人材の確保・育成により、中山間地域に適した品目の生産振興や農業の多面的機能の保持に取り組めます。

柱3 流通・販売の支援強化

関西圏で成果が出てきている卸売市場等との連携による販売強化を横展開し、大都市圏での量販店フェアの強化等により県産農畜産物のさらなる販売額向上に取り組めます。また、青果物・ユズ果汁・花きの輸出の強化等、国外市場へのさらなる販路拡大にも取り組めます。

柱4 多様な担い手の確保・育成

若者・女性に対する就農意欲の喚起や自営就農への支援に引き続き取り組みます。また、就農へのハードルを下げるトライアル就農制度の導入、産地の意向に基づいた企業版産地提案書の作成・PRIによる企業誘致の強化などによる雇用就農の増加に向けた支援を行い、多様な担い手の確保に取り組めます。

柱5 農業全体をけん引する基盤整備の推進と優良農地の確保

令和6年度までに策定された地域計画の実行に向けた支援を行います。また、地域計画をもとに、基盤整備により優良農地を確保し、担い手への農地集積に取り組めます。

農業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

農業産出額等 出発点(R4):1,081億円 ⇒ 現状(R5):1,136億円 ⇒ R7目標:1,191億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,224億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,248億円 農業生産量 野菜主要11品目 出発点(R4):12.9万t ⇒ 現状(R5):12.5万t ⇒ R7目標:13.6万t ⇒ 4年後(R9)の目標:14.1万t ⇒ 10年後(R15)の目標:14.6万t							
第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の類型	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 生産力の向上と 持続可能な農業によ る産地の強化	1 構造転換型 2 地域産業スケ ールアップ型 4 課題解決型	野菜主要7品目の生産量(年間)	10.3万t (R4)	10.0万t (R5)	11.0万t	11.4万t	○
		果樹主要2品目の生産量(年間)	2.06万t (R4)	1.99万t (R6)	2.36万t	2.41万t	
		花き主要3品目の生産量(年間)	1,634万本 (R4)	1,518万本 (R6)	1,563万本	1,518万本	
		次世代型ハウスの整備面積(累計)	84.2ha (H27～R4)	96.7ha (H27～R6)	114.3ha	135ha	○
		肉用牛飼養頭数(年間)	6,020頭 (R4)	6,154頭 (R5)	6,329頭	6,341頭	
		稲WCSの作付面積(年間)	284ha (R4)	334ha (R6)	338ha	354ha	
		有機農業の取組面積(年間)	146ha (R4)	191ha (R5)	207ha	271ha	
		堆肥(家畜ふん・馬ふん)の利用量(年間)	32,251t (家畜ふんR2, 馬ふんR5)	29,063t (家畜ふんR4, 馬ふんR5)	34,098t	36,114t	
		1経営体あたりの生産農業所得(付加価値額)(年間)	320万円 (R4)	366万円 (R5)	363万円	390万円	
		野菜主要11品目の反当収量(年間)	7.6t/10a (R5)	7.6t/10a (R5)	8.3t/10a	8.6t/10a	○
2 中山間地域の農 業を支える仕組みの 再構築	1 構造転換型 4 課題解決型	農地の受け皿となる法人数(累計)	53法人 (R4)	55法人 (R6)	59法人	65法人	
		スマート農業の実装面積(シヨウガでのドローン防除面積)(年間)	1.8ha (R4)	40ha (R5)	91ha	150ha	

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
3 流通・販売の支援 強化	2 地域産業スケールアップ型 3 グローバル展開型	市場流通を中心としたJA販売額(年間)	602億円 (R5) ※R4.9～R5.8	626億円 (R6) ※R5.9～R6.8	626億円 ※R6.9～R7.8	650億円	○
		直接取引等多様な流通による外商額(年間)	3.9億円 (R4)	4.7億円 (R5)	5.5億円	6.5億円	
		農畜産物の輸出額(年間)	8.8億円 (R4)	10.1億円 (R5)	7.8億円	10億円	○
4 多様な担い手の 確保・育成	5 人材起点型	新規就農者数(年間)	214人 (R4)	215人 (R5)	320人	320人	○
		うち女性新規就農者数(年間)	52人 (R4)	47人 (R5)	100人	100人	○
		うち若年(15～34歳)女性新規就農者数(年間)	16人 (R4)	24人 (R5)	50人	50人	○
		うち雇用就農者数(年間)	82人 (R4)	63人 (R5)	120人	120人	○
		認定農業者(新規認定者数)(年間)	121経営体 (R4)	167経営体 (R5)	150経営体	150経営体	
5 農業全体をけん 引する基盤整備の推 進と優良農地の確保	5 人材起点型	新規農業法人数(年間)	7法人 (R4)	10法人 (R5)	16法人	16法人	○
		ほ場整備の実施面積(累計)	69.5ha (R2～R4)	144.6ha (R2～R6)	210.4ha	303.4ha	
		きめ細かな基盤整備の実施地区(累計)	-	3地区 (R6)	20地区	40地区	
		担い手への農地集積面積(年間)	9,183ha (R4)	9,098ha (R5)	10,062ha	10,700ha	

分野		農業				
生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化						
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題
3	花き主要3品目の生産量(年間) ＜コリ、トルコギキョウ、グロリオサ＞ 【モニタリング方法】 ・年次データは、「高知県の園芸」を確認 ・四半期データは、「JA高知県園芸販売取扱速報」を確認	1,634万本 (R4)	1,518万本 (R6)	1,518万本 (R9)	1.花きの生産振興 ①データ駆動型農業の推進 ・データを活用し、指導した農家数(コリ):10戸(R6) ②高品質安定生産技術の開発・確立 ・トルコギキョウの土壌病害対策の推進 ・低濃度エタノール土壌還元処理:9戸(R6) ③有望品種の探索及びオリジナル品種育成、効率的な増殖技術 ・グロリオサ農産物有賞品種「オレンジハート」の生産拡大 R1:3.4万本→R6:7.5万本	1.花きの生産振興 ①データ駆動型農業の推進 ・花きにおけるデータ活用の手法や効果が未確立 ②中山間地域の花き生産拡大 ・気象変動(特に高温対策技術)対策 ③消費者・実需者ニーズに対応した新品種の導入支援 ・需要の変化や為替や経費高騰で収益性が悪化している品目の対策 ④県域組織の活動活性化 ・コロナ禍で組織活動や産地間交流機会の減少
4	次世代型ハウスの整備面積 (累計) 【モニタリング方法】 ・四半期毎に事業申請状況を確認	84.2ha (H27～R4)	96.7ha (H27～R6)	135ha (H27～R9)	1.園芸産地の生産基盤強化 ①環境制御装置を標準装備した次世代型ハウスの整備支援 ・次世代型ハウスの整備面積:466棟96.7ha(H27～R6) ・ハウスの業者が提案する低コストモデルハウスの整備:3棟(R4～R5) ・低コストモデルハウスの現地見学会による検証結果の周知(R5～R6) ・ハウスの整備に係るコスト低減策に関する検討会(R6) ・既存ハウスの高度化に向けた支援(R5～R6) 2.地元と協働した企業の農業参入の推進 ・参入企業:12社19.9ha(H27～R6) ・企業参入のための園芸用農地の確保 ・園芸団地候補地:6区(H28～R6) ・立地企業へのアフターフォロー ・参入企業が他市町村で親戚拡大:日高村2.1ha+南国市1.1ha(R4)	1.園芸産地の生産基盤強化 ①次世代型ハウスの整備支援 ・JA品目部会等での事業説明及び中長期的な計画に基づく事業活用の提案【R7～R9】 ・JA品目部会等でのハウスの整備に係るコスト低減策の周知【R7】 ・メディア等を活用した既存ハウスの高度化支援の周知【R7～R9】 2.地元と協働した企業の農業参入の推進 ・ワンストップ窓口による相談対応【R6～R9】 ・基礎整備済み地区から取り込み、地域計画と連動した1ha以上の候補用地のリスト化【R7～R9】 ・産地の意向に基づき、地域の企業版産地提案書を作成し、県内外でのPR活動を強化【R7～R9】 ・設備投資や雇用拡大の意欲を高めるために、施設整備等の支援事業を強化【R7～R9】 ⇒ 別図＜農02＞参照(P22)
主なアウトプット目標(KPI)		＜10Pクラウド利用農家＞ 1,177戸(R6) ↓ 4,000戸(R9)				

分野		農業
各産業分野の取り組みの柱		
		生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
5	肉用牛飼養頭数(年間) 【モニタリング方法】 ・畜産振興課「家畜頭羽数調 査」による	6,020頭 (R4)	6,154頭 (R5)	6,341頭 (R9)	1 肉用牛の生産基盤の強化 ①畜舎整備への支援 ・レンタル畜産施設整備事業による畜舎整 備10戸 (R1～R5) ②肉用牛導入に必要な資金の供給 ・基金造成7市町村470頭 (R1～R5) 2 肉用牛の生産性の向上 ①受精卵移植による土佐あかうし増頭(県 内酪農家との連携) ②繁殖発見装置などIoTシステムの普及 3 土佐あかうしに加えて土佐黒牛のブラン ド化の推進 ・TRB規格による枝肉価格の向上 ※飼育頭数(H30→R4) 土佐あかうし 2,399頭→2,434頭 土佐和牛(黒毛) 2,628頭→2,696頭 ほか肉用牛 959頭→ 890頭 ⇒急激な飼料価格高騰より肥育農家・繁殖 農家の経営が悪化し肉用牛生産基盤の弱 体化が懸念 4 飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産 への構造転換 ・国策で成算を挙げている専門家を活用し た労働生産性向上の取り組み手法(カイゼ ンの取り組み)についてモデル農家での実 施→11農場(うち肉用牛4農場)(R5)	1 肉用牛の生産基盤の強化 ①畜舎整備への支援 ・肉用牛導入に必要な資金の供給 ・肉用牛経営は所得の確保までに年月を要す る 2 肉用牛の生産性の向上 ・IoTシステム導入にあたっては、特に費用対 効果を理由に中山間の小頭数飼い農家が普及 が進まない状況 3 土佐あかうし・土佐黒牛の消費拡大に向けた ブランド化の推進 ・物価上昇に伴う消費者の節約志向により、全 国的に和牛肉の需要が低迷し、土佐和牛(黒 毛)の枝肉価格も低迷(R5) ・黒牛ブランドは産地間競争が激しいことから、 後発ブランドである土佐黒牛は、県内マーケッ トにおける地消拡大の取り組みが必要(R6) 4 飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産へ の構造転換 ・稲WCSの利用拡大による飼料コストの低減 や、カイゼンの取り組みによる労働生産性向上 により、収益性の向上を図る必要	1 肉用牛の生産基盤の強化【R6～R9】 ①施設整備への支援(レンタル畜産施設整備事業等) ②肉用牛導入に必要な資金の供給の継続(土佐和牛経営安定基金) 2 肉用牛の生産性の向上【R6～R9】 ①受精卵移植により生産された土佐あかうしの生産計画の達成 ・年間100頭の子牛生産を継続 ②繁殖発見装置や分娩監視装置などIoT機器の導入支援や遠隔診療による生産性向上 ・特に中山間、小頭数飼い農家への普及を支援 3 土佐あかうし・土佐黒牛の消費拡大に向けたブランド化の推進【R6～R9】 ・TRB規格による肉質・価格の底上げ ②土佐和牛のうち黒毛を「土佐黒牛」として新たにブランド化を推進 ・4等級以上に格付された土佐和牛(黒毛)の付加価値化に取り組み ③土佐黒牛の需要喚起や認知度向上の取り組み ・県内飲食店や量販店などでのPRキャンペーンの実施【R7】 4 飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換【R6～R9】 ①稲WCSの生産拡大や広域流通に向けた取り組みへの支援 (稲WCS作付面積 R4:284ha→R9:354ha) ②労働生産性向上への取り組み(カイゼンの取り組み)の継続 ・モデル農家での取り組みを県内全体へ波及	＜土佐黒牛 出荷頭数 (純増地 産)＞ 624頭(R5) ↓ 894頭(R9)
6	稲WCSの作付面積(年間) 【モニタリング方法】 ・水田活用直接支払交付金 対象面積の集計による	284ha (R4)	334ha (R6)	354ha (R9)	1 稲WCSの生産拡大 ①生産者の生産実証、生産面積拡大 ・稲発酵粗飼料増産促進事業(～R4) →生産体制の確立支援 ・収穫機械等の導入支援 ②稲WCSの利用促進 ・畜産農家の利用促進 ・WCS給与技術の支援、飼料分析 ※稲WCS作付面積 H30:228ha→R4:284ha ⇒飼料価格高騰による稲WCSの需要の高 まり ③平野部と中山間地域でマッチング検討 ・稲発酵粗飼料増産促進事業(R5～) →生産拡大や広域流通に向けた取り組 みへの支援	1 稲WCSの生産拡大 ①稲WCSの生産拡大【R6～R9】 ・畜産クラスター事業(国)やこうち農業確立総合支援事業等を活用した専用収穫機械等導入への支援 ・稲発酵粗飼料増産促進事業による、耕畜連携協議会が行う取り組みを支援 →オペレーターの育成支援(先進地での実証研修等) →耕種農家が負担する収穫作業や機械運搬の経費負担の軽減 ②稲WCSの利用促進【R6～R9】 →輸入粗飼料から国産粗飼料への転換を推進 →稲WCSの利用促進による飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換 ③広域流通の推進【R6～R9】 ・稲発酵粗飼料増産促進事業による遠隔地への供給体制の確立支援 →東部地域、嶺北地域・南国市、樟原地域・四万十町でのローラ運搬経費の負担軽減	＜耕畜連携 協議会が 取り組む稲 WCS生産 量(ローラ 数)＞ 5,032個 (R5) ↓ 6,300個 (R9)	

分野		農業	
各産業分野の取り組みの柱		生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
					1 食肉センターの整備 ①四万十市食肉センターの整備 ・基本設計を実施(R5) ②養豚の生産基盤強化と生産性向上 ・豚の出荷頭数 H26: 34,473頭→R5: 37,010頭	1 食肉センターの整備 ①四万十市食肉センターの整備【R6～R9】 ・関係市町村との費用負担等の合意形成に向けた協議【R6】 ・受入体制の強化や高度な衛生管理が可能な施設への建替整備に対する支援 ※今後の予定 →実施設計【R7】 →排水処理施設工事への着手【R8】(R9完成予定) →本体棟工事への着手【R9】(R10完成予定) ②養豚の生産基盤強化と生産性向上【R6～R9】 ・養豚の生産基盤強化と生産性向上による生産性向上や省力化への支援 ・畜産クラスター事業(国)等による施設整備や機械導入による生産性向上や省力化への支援	＜施設整備＞ ・基本設計(R6) ↓ ・本体棟工事への着手(R9) ＜豚の出荷頭数(年間)＞ 37,010頭(R5) ↓ 43,831頭(R9)
7	有機農業の取組面積(年間) 【モニタリング方法】 農業振興センターに有機JAS面積を、市町村に環境直払い取組面積をそれぞれ確認し集計(年次)	146ha (R4)	191ha (R5)	271ha (R9)	1 有機農業の推進 ①さらなる推進体制の強化 ・肥培管理や病害虫防除等の栽培技術の向上 ③有機農産物の販路の開拓、拡大 ④面積拡大に向けた新たな担い手の育成 ②有機農業の啓発 ・講演会、販促会の開催・出張支援:9回(R4～R6) ③有機農業の実証、要望等の把握 ・有機栽培土壌調査の実施:36圃場(R2) ・有機農業者へのアンケート調査の実施:2回(R4) ・県民世論調査の実施:1回(R4) ・農販店調査の実施:6店舗(R5) ・有機農業者及び消費者へのアンケート調査の実施:各1回(R6) ・学校給食での有機農産物活用意向調査の実施:1回(R6) ④栽培技術の向上支援 ・有機農業研修会、IPM等研修会の開催:1回・55名(R4)、1回・46名(R5)、1回・8名(R6) ・栽培技術実証ほの設置:11か所(R6) ⑤産地活動への支援 ・有機JAS認証取得支援:2経営体(R4)、2経営体(R5)、4経営体(R6) ・有機農産産地づくり推進事業の活用:馬路村(R5～R6) ・特産農産物販売拡大総合支援事業費補助金の活用:2団体(R5)、2団体(R6) ⑥担い手の育成 ・農業担い手育成センターでの基礎研修の実施:対象者なし(R6) ・有機農家での実践研修の実施:なし(R6)	1 有機農業の推進 ①推進体制の強化 ・県域の推進検討会を協議会に発展【R6】 ・有機農業指導員の育成【R6～R9】 ・県単事業による有機JAS認証取得支援と市町村による環境保全型農業直接支払交付金の活用支援【R6～R9】 ・市町村による有機農産産地づくり推進事業(オーガニックビレッジ宣言)の活用支援【R6～R9】 ②栽培技術の向上【R6～R9】 ・有機農業指導員等による栽培技術指導、有機栽培やIPM技術研修会の開催 ・栽培技術実証ほの設置(自動印章ロボット、IPM技術、家畜ふん堆肥等) ・水稲での有機栽培ほの作成、ユズでの有機栽培の積極開(水稲とユズを戦略的品目として位置づけ) ・堆肥(家畜ふん・馬ふん)の利用拡大支援 ・有機栽培技術の開策(ユズ、促成ピーマン、茶) ③販路の開拓、拡大【R6～R9】 ・オーガニックコーナーのある量販店や有機野菜を加工する業者とのマッチング支援 ・ユズ(有機)に連する生産を含むの産地拡大による輸出も含めた有利販売 ・有機農家の組織化による量と品数の確保、商談会への出席支援 ・消費者への理解促進、有機農産物のPR(オーガニックフェスタ等) ④担い手の育成【R6～R9】 ・農業担い手育成センターでの基礎研修の開催 ・有機農家での実践研修の実施	＜新たな除草技術導入面積＞ -(R5) ↓ 80ha (R9)

分野		農業
各産業分野の取り組みの柱		
生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化		

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
8	堆肥(家畜ふん・馬ふん)の 利用量(年間) 【モニタリング方法】 畜産施設課と競馬組合に確 認し集計(年次)	32.25t (家畜ふ んR2、馬 ふんR5)	29.063t (家畜ふ んR4、馬 ふんR5)	36.114t (R9)	1 堆肥の利用促進 ・早期水稻における家畜ふん堆肥の運用 試験の実施(H16～) ・家畜ふんたい肥マップ・堆肥供給者リスト の更新(R3) ・耕畜連携(稲WCS作付)の推進・稲WCS 作付面積284ha(R4)、321ha(R5) ・馬ふんの活用に向けた競馬組合、高知 市との協議:5回(R6) ・堆肥の利用推進資料の配付(R4) ・家畜ふん堆肥を利用した実証ほの設置: 4ヶ所(R5)、6ヶ所(R6) ・補助事業の新設によるペレット化機器の 導入支援:1台(R6) ・利用技術に関する試験研究の実施:3課 題(R6) ・耕種農家の優良活用事例の共有: 1事例 (R6)	1 堆肥の利用促進 ①推進体制の整備 ・県協議会、地域協議会(市町村、JA、農振センター、家畜保健衛生所等)での取り組み協議 ②耕畜間の連携強化 ③高品質堆肥の生産 ④利用技術の確立 ⑤散布労力の軽減	1 堆肥の利用促進 ①推進体制の整備(R6～R9) ・県協議会、地域協議会(市町村、JA、農振センター、家畜保健衛生所等)での取り組み協議 ②耕畜間の連携強化(R6～R9) ・「家畜ふんたい肥マップ・堆肥供給者リスト」の更新 ・堆肥利用(希望含む)農家の情報共有 ・稲WCSの作付面積の拡大 ③高品質堆肥の生産(R6～R9) ・良質な堆肥生産に向けた技術指導 ・堆肥センターにおける家畜ふんペレット化機器の導入支援 ・馬ふんの堆肥化施設の整備支援 ④利用技術の確立(R6～R9) ・実証ほの設置(農振センター、担育センター) ・試験研究機関での技術開発(野菜・水稻・米等) ・耕種農家の優良活用事例の共有 ⑤散布労力の軽減(R6～R9) ・堆肥散布機の導入支援 ・袋詰めによる広域流通や利便性の向上に向けた支援	<散布労 力の軽減に 資する機器 の導入台 数> ↑台(R5) ↓ 12台(R9)
9					1 水田農業の振興 ①主食用米の生産振興 ・よさ恋美人の現地ほ場巡回、高品質生産 に向けた技術指導(現地検討会:1回 (R6)) ・現地実証試験結果報告、栽培技術指導 (成績検討会:1回(R6)) ②酒米の生産振興 ・現地ほ場巡回、高品質生産に向けた技術 指導 土佐県現地検討会:1回(R6) 吟の夢現地検討会:1回(R6) 吟の夢現地検討会:1回(R6) ・品評会及び研修(1回(R6))	1 水田農業の振興 ①高温暖性品種「よさ恋美人」、「にごまる」の高 品質生産と作付拡大 ②酒造好適米(「吟の夢」、新品種「土佐麗」)の高 品質生産と安定供給	1 水田農業の振興 ①高温暖性品種「よさ恋美人」、「にごまる」の高品質生産と作付推進(R6～R9) ・生産者:肥培管理技術の改善等による高品質安定生産、販売促進活動などによるPR ・農業団体:作付拡大・「特A」獲得、販売促進の取り組み支援 ・県農業技術センター:「よさ恋美人」の栽培技術の確立、県オリジナル高温暖性品種の育成 ・県環境農業推進課、県農業振興センター:高温暖性品種の作付推進、栽培技術の改善への支援 ②酒造好適米(「吟の夢」、「土佐麗」)の高品質生産と安定供給(R6～R9) ・生産者:高品質安定生産技術の導入と実践、新品種「土佐麗」の導入と生産拡大、酒米の産地化・組織化 【土佐酒振興プラットフォーム】 ・農業団体:生産計画の策定、酒米の産地化への取り組み支援、酒造メーカーへの供給体制の整備 ・高知県酒造組合:酒造メーカーからの要望数量の取りまとめ、土佐酒の販売促進活動の実施 ・県農業技術センター:高品質安定生産技術の確立、好適米品種の育成・改良、生産者ごとの酒米の品質分析と情報提供 ・県工業技術センター:生産者ごとの流通適性・醸造適性の分析と情報提供、酒造メーカーへの支援 ・県環境農業推進課、県農業振興センター:高品質安定生産技術・新品種の普及推進、酒米生産者の組織化の取り組み支援	<高温暖 性品種の 県内の生 産割合(年 間)> 7.5%(R5) ↑ 9.5%(R9)

分野		農業			生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化		
各産業分野の取り組みの柱							
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	
10	1経営体あたりの生産農業所得(付加価値額)(年間) 【モニタリング方法】 ・農林水産省「農業生産所得統計」を確認		320万円 (R4)	366万円 (R5)	390万円 (R9)	(再掲)1 IoTプロジェクトの推進 ・データ連携基盤「IoTクラウドSAWACHI」の本格運用を開始(R4.9～) ・IoTクラウド利用農家数 (R7.3) 環境・画像データの利用農家数: 803戸 出荷・気象データの利用農家数: 1,603戸 データ収集農家数: 3,273戸 (再掲)2 データ駆動型農業による営農支援の強化 ①データ駆動型農業を普及する指導体制の強化 ・データ分析ができる指導員の育成: 89名 (R6) ②データ駆動型農業の実践支援 ・現地実証等を活用した成功事例づくり: 実証ほ等の設置: 6カ所 (R3～R6) データ分析結果を返すためのフィードバックシート作成数: 11画面 (～R6) データ共有グループ数: 43グループ242名 (R7.3) 3 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ①法人経営体への誘導 ・農業経営力向上セミナーの開催 R6: 33人(6回) ・法人化候補者のリスト化 ②経営発展への支援 ・農業経営・就農支援センターによる重点支援対象者への支援 重点支援対象者のうち法人化志向: 7経営体/31経営体 (R6)	(再掲)1 IoTプロジェクトの推進 ・IoTクラウド利用農家数のさらなる拡大 ・IoTクラウドのさらなる利便性の向上 ・栽培・経営改善を支援するAIエンジンの開発 ・主要7品目で特に平均収量以下の農家等ターゲットを絞った加入推進 ・雨よけ・露地野菜、果樹、花きなどへの推進 (再掲)2 データ駆動型農業による営農支援の強化 ①データ駆動型農業を普及する指導体制の強化 ・データ分析ができる技術指導員の更なる育成 ・多品目(施設野菜、露地野菜、果樹、花き)で指導ができる職員育成と若手の指導力向上 ②データ駆動型農業の実践支援 ・増収や経営改善につながる産地単位の成功事例づくりと他産地への積極展開 3 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ①法人経営体への誘導 ・経営課題が顕然とした経営相談者が多く、自 ・経営の状況を把握することが必要 ・雇用の形態は非正規が多く、法人化を志向す る経営体が少ない ②経営発展への支援 ・燃料・生産資材の高騰など厳しい経営環境が 続く中、自ら農業経営の改善に向けて計画的に 取り組む農業者の育成が必要

分野					農業	
各産業分野の取り組みの柱					生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化	
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	課題	取り組み内容 (R6～R9)
11	野菜主要1品目の反当収量 (年間) 【モニタリング方法】 ・年次データは、農林水産省 「野菜生産出荷統計」を確認				1. 高温に適応した栽培技術の開発と普及推進 ①野菜 ・灌水設備や遮光ネット等の導入費用が嵩価 ・高温対策として効果が期待できる機器・資材 の導入や新たな技術の開発が進んでいない ②水稲 ・高温対策技術の周知と高温耐性品種「よさ恋 美人」、「こまる」の作付拡大 ③果樹 ・遮光ネットやスプリングラーの導入費用が高価 ・高温対策資材設置に手間がかかる ・新高アンの単価が高いため、品種転換に踏み 切れない	1. 高温に適応した栽培技術の開発と普及推進 ①野菜 ・施設園芸品目＞ ○新たな機器・資材等の実証【R7～R9】 ・実験場や遮光資材の実証と栽培技術の改善への支援(担い手育成センター、県農業振興センター) ・試験場での熱を通さない赤外線カットフィルムや外張り資材の実証 ②水稲 ・露地園芸品目＞ ○事業を活用したかん水設備等の導入支援【R7～R9】 ・灌水設備設置等の推進 ③果樹 ○高温対策技術の周知と高温耐性品種「よさ恋美人」、「こまる」の作付拡大【R6～R9】 ・生産者・肥培管理技術の改善等による高品質安定生産、販売促進活動などによるPR ・農産団体・作付推進、栽培技術指導、「特A」獲得・販売促進の取り組み支援 ・県農業技術センター、「よさ恋美人」の品種特性の周知、新たな県オリジナル高温耐性品種の育成 ・県環境農業推進課、県農業振興センター：高温耐性品種の作付推進、栽培技術の改善への支援 ⇒ 別図<農05>参照 (P25)
12					1. 6次産業化の推進 ①新規事業者の掘り起こし ・情報提供活動の充実 ・6次産業化により経営改善・発展に取り組む農 業者の育成 ②売れる商品づくりや販路開拓等への総合的 な支援の実施 ・6次産業化に取り組む農業者等の取り組み段 階に合わせた継続的な支援体制の充実 ・マーケットを意識した商品開発や商品の磨き 上げ ・販路開拓に向けた営業力の強化	1. 6次産業化の推進 ①新規事業者の掘り起こし【R6～R9】 ・サポートセンター設置による情報発信・相談対応、専門客派遣 ・6次産業化セミナーの開催による商品知識や技術の習得・向上支援 ②売れる商品づくりや販路開拓等への総合的な支援の実施【R6～R9】 ・サポートセンター専門客派遣による事業者の経営改善・発展に向けた戦略策定・実践支援 ・6次産業化セミナーの開催による事業計画の実現に向けた商品の磨き上げ支援 ・6次産業化支援チームによる専門家を活用した事業者のステップアップ支援 ・6次・直外協設置販売コーナーの効果的な運営による販路拡大支援 ・6次・直外協補助金による商品の磨き上げ支援

農業							
中山間地域の農業を支える仕組みの再構築							
分野							
各産業分野の取り組みの柱							
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	
1	農地の受け皿となる法人数 (累計) 【モニタリング方法】 ・年次データは、県「集落営農組織等登録センター」を確認 ・四半期データは、農業振興センターからの活動報告により概算値を確認	53法人 (H21～R4)	55法人 (H21～R6)	65法人 (H21～R9)	1 集落営農の推進 ・集落営農に取り組む、集落の掘り起こし R2: 10地区→R6: 27地区 ・地域計画において集落営農に取り組もうとする地区をリスト化 ・組織化の意識醸成・合意形成 ・組織化に向けた集落営農塾の開催 ・組織化コース R2: 19回→R6: 72回 ・集落営農組織数 H30: 224組織→R6: 214組織 うち法人数 H30: 28法人→R6: 42法人 ・組織間連携の取り組み数 R2: 5 → R6: 11 ・地域農業戦略数 R2: 5 → R6: 11 2 農地の受け皿となる法人の育成 ・集落営農の法人化の推進と経営発展 ・経営発展に向けた集落営農塾の開催 ステップアップコース R2: 10回→R6: 43回 法人化コース R2: 3回→R6: 19回 法人経営コース R2: 9回→R6: 32回	1 集落営農の推進 ・目指すべき将来の農地利用の姿を明確化する「地域計画」の実現に向けた地域での話し合いの場を活用し、集落営農の取り組みを周知【R6～R9】 ・整備されたリストを元に、意欲の高い地区から優先的に支援対象地区を選定【R7～R9】 ・選定した地区を対象に法人化を視野に入れた組織化や、組織の法人化に向けた合意形成支援【R6～R9】 ・設立組織の経営安定と法人化に向けた農業用機械・施設の整備や、雇用の確保への支援、高収益作物の導入等に向けた支援を強化【R6～R7】 ・組織間連携を推進し、省力化・効率化につながる機械の導入や労働力の確保等を図り、経営面積の拡大など継続的な発展のための体制を確立を支援【R6～R7】 ・組織間連携の体制づくりに向けた研修会を開催等により取り組みを啓発し、連携による体制づくり検討する協議会の立ち上げを支援【R6～R9】 2 農地の受け皿となる法人の育成 ・地域計画において集落営農組織の法人化に取り組もうとする組織をリスト化【R6～R7】 ・地域計画に基づく経営規模の拡大を支援し、法人化に向けた合意形成を支援【R6～R9】 ・集落営農組織の育成が進まない地域においては、農地の出し手のニーズにより、集積が見込まれる経営体の法人化を推進し地域内の農地を担う法人経営体を育成【R6～R9】 ・経営の維持・拡大に向けた農業用機械・施設の整備や、デジタル技術の活用、オペレーター等の確保に向けた支援を継続【R6～R9】 ・研修会の開催など農地の受け皿となる法人が集まる交流の場をつくることで、規模拡大に向けた省力化事例などの情報交換を促進【R6～R9】	主なるアウトプット目標 (KPI) ＜集落営農塾(法人化コース)の開催回数＞ 4回 (R5) ↓ 15回 (R9)
2	スマート農業の実装面積 (シヨウガでのドローン防除面積) (年間) 【モニタリング方法】 ・環境農業推進課へ提出される防除実績を集計 (年次)	1.8ha (R4)	52ha (R6)	150ha (R9)	1 スマート農業の実証と実装支援 ①スマート農業技術の実証支援 ・実証の実施: 3地区 (R2元)、3地区 (R2)、2地区 (R3)、2地区 (R4) ②スマート農業技術の周知 ・実証会、セミナー等の開催: 13回 (R2)、20回 (R3)、19回 (R4)、25回 (R5)、20回 (R6) ③スマート農業技術の導入支援 ・補助事業による地域への防除用ドローン導入支援: 6機 (R2)、5機 (R3)、5機 (R4)、7機 (R5)、10機 (R6) ④ドローン防除拡大への環境整備 ・農業の適用拡大試験の実施: 15回 (R2)、2回 (R3)、4回 (R4) ・農業の適用拡大: 15回 (R3～5、シヨウガ13回、オクラ2回) ・出先機関への防除用ドローンの導入: 3機 (R2) ・普及員等の操作技術の習得: 22名 (R2)、2名 (R3)、2名 (R4)、2名 (R5)、1名 (R6) ⑤ドローン防除の実施面積: 506ha (R2)、1,064ha (R3)、1,325ha (R4、うちシヨウガ1.8ha)、1,345ha (R5、うちシヨウガ40ha)、2,277ha (R6、うちシヨウガ52ha)	1 スマート農業の実証と実装支援 ①スマート農業技術の周知【R6～R9】 ・普及指導員による実証・実証会やセミナー等の開催による理解・認知度の向上 ・普及指導員による農業支援サービス事業者とのマッチング推進 ②スマート農業技術の導入支援【R6～R9】 ・補助事業の拡充(農業支援サービス事業者を対象に追加)による防除用ドローンの導入拡大 ③ドローン防除拡大に向けた環境整備 ・ドローン防除体系を組み込んだシヨウガ防除歴の検討【R6～R7】 ・新規導入農家への各種申請に対する支援【R6～R9】 ・防除作業を受託する農業支援サービス事業者への登録支援【R6～R9】 ・実証の拡充のための操作技術を獲得した新たな普及指導員の育成 (若手名)【R6～R9】 ・出先機関に導入した実証に用いる防除用ドローンの更新【R9】	＜育成する農業支援サービス事業者数＞ (R5) ↓ 5事業者 (R9)

各産業分野の取り組みの柱	分野	農業	流通・販売の支援強化
--------------	----	----	------------

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
1	市場流通を中心としたJA販売額(年間) 【モニタリング方法】 JA豊知恵の市場取扱額から月次で確認				1 卸売市場と連携した販売拡大 ①卸売市場と連携した販売拡大(R2～) ①地域別戦略の策定(全国6地域) ①卸売市場への委託 R1:6社→R2～R5: 11社(上記地域)→ R6より関東・関西のみ R6:19社 ・重販店フェアの開催 R1:461回→R4: 394回→R6:7073回→関東・関西6地域: 東2139回、関西309回 ・KPI:JA販売額(関東+関西)R6:280億 円(※国・国営年度R5年9月～R6年8月) (参考:R6国:271億円) (2) マーケットインの視点による業務需要に 成した取引の拡大 ①デジタルを活用した販促PR(R2～) ・オンラインセミナーや動画による品目・産 地PR ②品目の機能性に着目したPR(R3～) ・機能性表示食品「高知なす」の販促PR ・健康宅配冷凍食品としての商品化 ・栄養表示シール、非辛みシートの生産・販 売体制の整備 ③中食・外食・冷凍食品をターゲットにした 戦略の策定・実行 ・品別業務傾向分析・R6:10品目 ・生産者向け講演会・R6:2回 ④マーケットの要望に応じた弾力的な出荷 形態等の検討 ・シントフの袋包装の検討(R6～)	1 卸売市場と連携した販売拡大 (1) 卸売市場等と連携した販売拡大 ・高温による出荷量減で単価高となり、販売額 は高く推移。一方、出荷量が少ないことからフェ アを組みつくなっており、取扱量を確保する取 り組みの強化が必要 (2) マーケットインの視点による業務需要に応じ た取引の拡大 ・重点品目の戦略の実行と業務需要に対応で きる産地づくり ・業務用ニーズに合わせた規格、品質の検証と 新たな品目のニーズの把握	1 卸売市場と連携した販売拡大 (1) 卸売市場と連携した販売拡大(R6～R9) ①地域全体の販売額の増加 ②継続した取引につなげる売り場確保を目標した量販店フェアの実施 (R6～R9) ・佐野やいばりー招へい等による産地理解促進(R6～R9) ・万博や「あんばん」放送に合わせた果産・青果物の認知度向上[R7] ③将来にわたる安定出荷に向けた産地のまとりの強化 (JA取扱量のアップ) ・JA産地総品検査への支援[R8～R9] (2) マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大[R6～R9] ①中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行 ・品目別の傾向分析、分析に基づいた生産者向け講演会[R6～] ・業務需要取引の拡大が買込める品目と産地を選定し、新たな出荷形態による販売や 増量期における業務加工用への増量強化を実施[R7～R9] ②マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態等の検討 ・業務需要に応じた規格、品質、収量などの栽培検証[R7～] ⇒ 別図<農03>参照(P23)	<市場流通 を中心とし た関西のJA 販売額> A販売額 (年間)> 271億円 (R9) ↓ 306億円 (R9) ※国営年度 ※国営年度
2	直接取引等多様な流通によ る外商額(年間) 【モニタリング方法】 とさのさとへの聞き取り				1「とさのさと」を活用した果産農産物の地 産外商の強化 (1)「とさのさと」を活用した外商拡大 ①店舗へ向けた県外客誘致 ・高速道路マツタ、旅行者を対象としたフ リー施設などへの広告やQRコードの掲載 により誘客・中国(四国、四国) ②ギフト・カタログ販売の強化 ・お中元、お歳暮に対応したカタログ制作と 顧客への発送 ・季節商品等顧客ニーズに合わせたカタロ グの制作と発送 ・果入缶や包帯連携協定企業などでの顧 客開拓 ・産地への直接交渉によるシーズンに応じ た青果物の確保 ③県外ファーマーズマーケット(以下FMとい う)との連携強化 【成果】連携FM R437か所→R545か所 ・県外FMでの店頭販売やとさのさとへの招 請による連携強化と双方の特産品の取引 の拡大 (2)WEB販売サイトの販売強化 【成果】登録会員数 R44,139人→R56,016 人 ・掲載商品の顧客ニーズに合わせた充実 ・Web広告、送料負担キャンペーンによる 会員登録数増加	1「とさのさと」を活用した果産農産物の地産外 商の強化 (1)「とさのさと」を活用した外商拡大 ①店舗県外客の販売額向上のために、客単 価アップと客数の増加が必要 ②ギフト・カタログ販売では顧客ニーズに对应し た高品質な商品の提供はまだまだ不足 ③連携FMとの更なる連携強化が必要 ④食肉の県外への販売強化が必要 (2)WEB販売サイトの販売強化 ・会員への直接のPR(毎の情報など)できるメ ルマガの更なる登録増加が必要	1「とさのさと」を活用した果産農産物の地産外商の強化 (1)「とさのさと」を活用した外商拡大 ①店舗県外客への販売額向上[R6～R9] ・県外客への高単価商品の増加や贈答向け商品の充実に向けた生産者への働きかけ ・県外客にアピールできる(特徴のある高知果産品:土佐文旦、水晶文旦、フルーティマドなど) 商品の充実 ②県外客確保に向けた関西圏を中心とする観光客を対象とした旅行権証等でのPR ③ギフト・カタログ販売の強化[R6～R9] ・ギフト・カタログ販売の強化 ・イベントや「とさのさと」でのPRによる顧客開拓 ・県内産地との連携強化による高品質な商品の確保 ④県外ファーマーズマーケットとの連携強化[R6～R9] ・新たな提携先FMとの連携 ・連携FMとの関係強化 出張販売の継続 提携FMへの高知果の商品の継続した販売 提携ファーマーズの特色ある商品(果実など)の仕入販売 ④食肉の外商強化[R7～R9] ・外商拡大に向けた土佐あかうし、土佐黒牛などの食肉の販売強化 (2)WEB販売サイトの販売強化[R6～R9] ・会員登録のためのイベント(送料負担キャンペーンなど)の開催 ・JAのホームページとのイベント連携や、メディアで県産品が取り上げられるタイミングなどでのタイムリーな情報発信と関連する 商品の品揃え ・県外イベントやWEBでのPR活動の継続	<県外 ファーマー ズマーケッ トへの販売 額(年間)> R4(実績):38 百万円→ R9(目標):70 百万円

分野		農業	
各産業分野の取り組みの柱		流通・販売の支援強化	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
3	農畜産物の輸出額(年間) 【モニタリング方法】 ・高知県園芸品販売拡大協 議会から輸出拡大委託業務 の輸出額を定期的報告により 確認 ・野菜・花きについて主要な 市場等への聞き取りにより調 査 ・ユズについては高知県貿易 実態調査(毎年7月調査、9月 中旬公表)	8.8億円 (R4.4～ R5.3)	10.1億円 (R5.4～ R6.3)	10億円 (R9.4～ R10.3)	1 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路 拡大 ①農産産物の認知度向上及び輸出拡大 【委託事業を通じた取り組み】 ・国内商談会(R6.2者、商談14件) ・シンガポールでの商談会開催(R5.2者、商 談12件→R6.2者、商談10件) (花き) ・米国に強い卸売市場へ委託 (年間輸出額、R5: 3,431万円→R6: 3,934万円) (果実・野菜) ・卸売市場へ委託(シンガポール等現地販 販でのフェア開催 R4: 33店→R5: 42店→ R6: 43店) ・シンガポール企業への委託による現地 シェフ 輸出業者を本県園芸産地等に招へ い、商談(R6.9月、4名) ・シンガポールで県果物商談会開催(R6.青 果物、加工品5者出席、商談6件) ・シンガポール以外の国への輸出可能性委 託調査(タイ、マレーシアをターゲット国に選 定) 【畜産物】 ・食肉処理施設のタイ輸出認定の取得(R6) ・タイでの土佐あかうしプロモーション (R6.11月) 【チャレンジ国】 ・農産水産物賞味会との連携(R6.インド2 回、茶、ユズ加工品を紹介) ・日本青果物輸出促進協議会(以下、品目 団体という)の事業活用(1回、マレーシアで の試食会、Web商談: みようが、しようが、な す) 2 輸出に意欲的な産地への支援強化 ①農林水産物・食品輸出促進団体への加 入による活動強化 ・品目団体へ加入(R6.6月) ・(再掲)品目団体の事業活用(1回、マレーシ アでの試食会、Web商談: みようが、しようが、 なす) ②高知県農産物輸出促進事業費補助金活 用による支援(申請件数R5: 5件→R6: 4件) ③生産拡大に向けた取り組みへの支援 ・農産物輸出拡大PTT(JA、生産者、県)で輸 出品情報の共有とユズ等の生産拡大啓発(2 回) ・ユズの有機的栽培面積拡大への支援(有 機質肥料施用実証ほこ槽の活用) ・果樹経営支援対策事業を活用し新植を推 進 (R4: 59,228㎡→R5: 77,461㎡) ・香南市において隣地ミカン園地整備(R6年 測量、92a)	1 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大 2 輸出に意欲的な産地への支援強化 【農産物】 ・欧米は安全基準のハードルが高い ・ユズは世界的に需要が高まっており、ニース に応え切れしていない ・意欲的に輸出に取り組もうとする産地が限ら れている ・市場や消費ニーズ、成功事例の情報を十分に 収集できていない 【畜産物】 ・輸出先での販路開拓には有望な現地パート ナー(食肉輸入業者)が必要 2 輸出に意欲的な産地への支援強化【R6～R9】 ①農林水産物・食品輸出促進団体への加入による活動強化 ・(再掲)品目団体の事業を積極的に活用することで販路の開拓 ②高知県農産物輸出促進事業費補助金活用により支援 ・海外における認知度向上や展示商談会開催による需要拡大への支援 ③生産拡大に向けた取り組みへの支援 ・ユズの有機的栽培面積拡大に向けた支援(有機質肥料施肥技術及び省力的な除草技術等の実証結果を生かした有機的栽培への移行支援) ・輸出への意識高揚に向けた取り組みの強化(セミナー開催等) ⇒ 別図<農04>参照(P24)	＜ユズ(果 汁・青果・皮 の輸出額 (年間))＞ 8.1億円 (R5) ↓ 7.2億円 (R9) (参考) ユズ輸出額 R3: 4.3億円 R4: 7.5億円 注) R4年は 前年を基に の販売額3 億円が含ま れる特殊年 注) R6年の ユズは豊作 年で前年の 約1.6倍の 生産量とな り輸出額が 大きく伸び た特殊年	

分野		農業
各産業分野の取り組みの柱		
多様な担い手の確保・育成		

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
1	新規就農者数(年間) 【モニタリング方法】 ・各農業振興センター単位で 新規就農者調査(期間4月～ 5月、集計6月～7月)を実施 し、7月末を目処に前年度に おける新規就農者数を確認	214人 (R4)	215人 (R5)	320人 (R9)	1 産地提案型による自営就農者への就業支援の強化 ①期元就農者への就業支援の強化 ・国の支援策について、様々な広報媒体による相談窓口のPRや親元就業支援策パンフレットの配布で周知を図っているが、親元就農者の増加には更なる周知の強化が必要 ②新規参入者への就業支援の強化 ・若者が農業を職業としての認識し魅力が感じられるよう、潜在層に向けたPR強化が必要 ・農業経営・就業支援センターの相談活動を検討し、より効果的な相談会の開催等により就業相談者を増やしていくことが必要 2 産地提案型による自営就農者への就業支援の強化 ①期元就農者への就業支援の強化(R6～R9) ・後継者候補及び親世代への就業支援の強化 ・就業研修から就業直後の経営確立までの就業支援の強化 ・親世代及び後継者に支援策の周知を図り、就業への話し合いを促進 ②新規参入者への就業支援の強化(R6～R9) ・若者・女性等のロールモデル事例(自営)の収集と情報発信(HP、パンフレット作成等) ・SNS(Instagram)による本県農業の魅力の発信と、統一ハッシュタグ(“#”)による情報の拡散 ・本県農業の魅力を伝え、農業を職業としてイメージアップさせる体験やセミナーの実施 ・潜在層に向けた認知創出農業プロモーション動画の配信(R7) ・デジタルマーケティングを活用し、就業相談等への誘客(R7) ・オンライン就業セミナーの開催(R7) ・農業経営・就業支援センターによる相談活動の強化(社会人のライフスタイルに合わせた出張相談の実施) ・就業コンシェルジュによる就業相談者やイベント参加者へのきめ細やかなフォローの継続的な実施 ・産地提案者の情報更新と有効活用による受入体制の強化 ・若年層(34歳以下)の就業前研修中の費用負担を軽減する支援の強化 ・トレーニングハウスでの研修修習による就業研修の強化 ・市町村で新規就農者向け中古ハウスを確保する取り組み支援 ⇒ 別図<農02>参照(P22)	＜就業相談者数(年間)＞ 230人(R5) ↓ 300人(R9)		

分野		農業
各産業分野の取り組みの柱		
多様な担い手の確保・育成		

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
5	認定農業者（新規認定者数） （年間） 【モニタリング方法】 各市町村へ3月末時点の認定状況を調査(4月)し把握する	121経営体 (R4)	167経営体 (R5)	150経営体 (R9)	①認定農業者の育成支援 ①対象者の掘り起こし ・経営改善志向農家への制度の周知等により認定農業者に誘導 ・地域計画に位置付く者のうち基本構想水準到達者や規模拡大予定の者をリスト化し、さらに認定農業者に誘導していく経営体をピックアップ ・農業経営力向上セミナーの開催 R6: 33人(6回) ②経営改善計画の作成支援及び実現への支援 ・制度資金や補助事業の活用と併せた関係機関による経営改善計画の作成支援 ・重点支援対象者: 31経営体(R6)	1 認定農業者の育成支援 ①対象者の掘り起こし ・誘導していく経営体のピックアップまでに行き届いていない ・経営体の中には経営改善に対する意識が薄い者も多い ②経営改善計画の作成支援及び実現への支援 ・認定新規就農者の中には、栽培技術に意欲が向いてコスト管理がおろそかになる傾向がある ・新規就農者から認定農業者への経営発展に向けた切れ目のない支援強化が必要 ・生産コストが増加し収益性が上がらない経営体が多いなか、経営改善の必要性を認識させ、改善の取り組みへと誘導することが必要	1 認定農業者の育成支援 ①認定農業者候補の掘り起こし【R6～R9】 ・地域計画の策定を通じて候補者の明確化【R6】 ・経営規模の拡大を志向する新規就農者や法人化を志向する経営体など、経営発展を目指す候補者のリスト化【R6】 ・ピックアップした認定農業者候補者に対して、経営改善に取り組む意識やメリット等を説明し誘導【R7～R9】 ・認定農業者候補者リストの毎年度更新【R7～R9】 ②経営改善計画の作成及び実践支援【R6～R9】 ・認定農業者候補(認定新規就農者等)を対象とした経営診断の実施と経営改善計画の作成支援【R6～R9】 ・認定農業者組織による経営改善等に向けた研修会の実施【R6～R9】 ・経営改善の実践に向けたフォローアップ【R6～R9】	＜認定農業者 を志向する 経営体の 数(年間)＞ 10経営体 (R6) ↓ 20経営体 (R9)
6	新規農業法人数(年間) 【モニタリング方法】 各市町村へ12月末、3月末時点の農業法人数を調査し把握する	7法人 (R4)	10法人 (R5)	16法人 (R9)	(再掲)1 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ①法人経営体への誘導 ・経営課題が深刻化した経営相談者が多く、自ら経営の状況を把握することが必要 ・雇用の形態は非正規が多く、法人化を志向する経営体が少ない ②経営発展への支援 ・農業経営・就農支援センターによる重点支援対象者への支援 ・燃料・生産資材の高騰など厳しい経営環境が継続中、自ら農業経営の改善に向けて計画的に取り組む農業者の育成が必要	(再掲)1 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ①法人経営体への誘導 ・法人化に取り組む農業業者の掘り起こし【R6～R9】 ・資金繰り表の作成を通じて、経営改善への意識付けや規模拡大等に向けた検討を支援【R6～R9】 ・法人化候補者に対して、法人化を検討するための重点支援対象者への誘導【R7～R9】 ・法人化候補者リストの毎年度更新【R7～R9】 ②経営発展への支援【R6～R9】 ・農業経営・就農支援センターの支援内容の周知と重点支援対象者の掘り起こしの強化 ・重点支援対象者への専門家派遣等による経営改善支援	＜法人化を 志向する重 点支援対象 者数(年間)＞ 7経営体 (R5) ↓ 16経営体 (R9)	

分野		農業
各産業分野の取り組みの柱		
多様な担い手の確保・育成		

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
7					1 労働力の確保 ○JA無料職業紹介所の体制強化による労働力の掘り起こしとマッチングの促進 ・職業紹介事業専任者の配置:1名 (R2～) ・地域無料職業紹介所の設置促進 (R2～) 12か所 (R2) → 13か所 (R5) ・地域間の労働力循環の仕組みづくり (R2～) 春野出荷場や種苗センター、ショウガ収穫出荷場や山田、香我美出荷場、安芸出荷場や香我美出荷場 18名 (R2) → 18名 (R3) → 18名 (R4) → 18名 (R5) → 27名 (R6) ・SNSでの募集等による若農者の確保 (R2～) サイト「あぐりマッチこうち」開設 (R2) 四万十町ショウガ:81名 (R2～R6) ・コロナ禍における農業種・大学生との連携 (R4) 旅行業:ユズ・ボンカンの収穫:46名 大学生:ユズの収穫:20名 ○求人登録数とマッチング数 (第3回半期末の数値) 求人登録:275件 (R元) → 292件 (R2) → 236件 (R3) → 247件 (R4) → 224件 (R5) → 215件 (R6) マッチング:265件 (R元) → 284件 (R2) → 337件 (R3) → 313件 (R4) → 313件 (R5) → 347件 (R6) ○農福連携の推進 ・地域協議会の設立:12組織 (R5累計) ・県域協議会の設立 (R3) ・農家等に対する研修会の開催 16回 (R2～5) ・障害者等に対する農作業体験会の開催 59回:延べ498名 (R2～R6) ・就労定着サポーターによる定着支援 (R3～) R3:7戸・22回、R4:5戸・25回、R5:12戸・30回、R6:14戸・27回 ○農家・JA出荷場で就労する障害者等 農家:191名/50戸 (H30) →316名/74戸 (R元)→400名/82戸 (R2) →477名/52戸 (R3→458名/89戸 (R4) →449名/81戸 (R5) 集出荷場:72名/15場 (H30) →84人/17場 (R元)→102名/21場 (R2) →111名/14場 (R3)→96名/20場 (R4) →137名/20場 (R5) ○外国人材の受入れ促進 ・外国人受入れ制度勉強会の開催 15回:362名 (R2～R6) ○外国人材の受入れ人数 667人 (R元) → 686人 (R2) → 745人 (R3) → 896人 (R4) → 989人 (R5) → 1,125人 (R6) ○送出国実態調査 ベトナム:1回 (R5)、インド:2回 (R5～R6)、東ティモール:1回 (R6)	1 労働力の確保 ①JA無料職業紹介所の体制強化によるマッチング促進 求人登録の促進とマッチング促進 ○長期就労が可能となる作業リレーシステムの構築、労働力の広域循環の仕組みづくり ○多様な媒体を活用した県内外からの若農者の確保と受け入れ体制の整備 ○農作業ヘルパー制度の検討 ○福祉部局との連携による農業と福祉の相互理解の促進 ○障害者等の就業後のフォローアップによる就労定着 ○外国人材送出国との連携強化	1 労働力の確保 ①地域内外の労働力の掘り起こしとJA無料職業紹介所によるマッチング促進【R6～R9】 ・生産者:求人情報の登録 ・農業団体:JA無料職業紹介所の体制強化による労働力確保の仕組みづくりと異業種まで含めたマッチング促進、長期就労が可能となる作業リレーシステムの構築、労働力の広域循環の仕組みづくり、多様な媒体を活用した県内外からの若農者の確保と受け入れ体制の整備、農作業ヘルパー制度の実証等 ・県環境農業推進課、県農業振興センター、労働力確保の仕組みづくりとマッチング促進への支援、農作業ヘルパー制度の実証への支援等 ②農福連携の推進 ○農福連携に対する理解の促進と就業後のフォローアップによる就労定着【R6～R9】 ・生産者:障害者等の受け入れ ・市町村、地域社会福祉協議会、障害者就労支援機関、県農業改良普及所、JA等:地域農福連携支援協議会の設置、就労・定着支援 ・県福祉事務所、県社会福祉協議会、県環境農業推進課、(一社)県農業会議等:農福連携支援調整会議の設置、地域の取り組み支援、研修会や農作業体験会の開催、マッチング、お試し就労への移行促進 ③外国人材の受入れ支援 ○外国人材の受け入れ促進【R6～R9】 ・生産者:外国人材の受け入れ ・農業団体:生産者の受入れニーズの把握、JA集出荷場における受入れ推進 ・高知県中小企業団体中央会:監理団体・登録支援機関等受入れ体制の整備と指導、生産者のニーズに対するスムーズな受け入れ支援、送出国との連携強化 ・県環境農業推進課、農業振興センター:外国人技能実習制度や特定技能外国人に関する情報収集と生産者、農業団体への周知、農業団体等の取り組み支援、受入れ可能な経営体の育成、送出国との連携強化	＜外国人材の受入れ人数＞ 899人 (R5) ↓ 1500人 (R9)

分野		農業
各産業分野の取り組みの柱		

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
1	ほ場整備の実施面積(累計) 【モニタリング方法】 ・各センターからの月例報告 「事業進捗」により確認	69.5ha (R2～R4)	144.6ha (R2～R6)	303.4ha (R2～R9)	1 まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ・プロジェクトチームを立ち上げ事業化に向けた体制を強化 ・権利関係調査等の実施 【R3～R6: 5地区】 ・ほ場整備実施計画の策定 【R2～R5: 8地区】 ・人・農地プランを活用した地区の選定 【R4～R5: 9地区】 〔成果: 整備面積(R2～R6)〕 ・実績: 144.6ha(計画: 153.6ha) 達成度: 144.6/153.6=92.9%	1 まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ①入札不調・不落 ・標準歩掛かりと中山間地域の実態との乖離など、地域によって入札不調・不落が発生 ②地域の合意形成 ・未相続農地の増加など地元調整に時間を要し、事業化が遅延 ③まとまった農地の確保 ・補助事業の要件(5ha)の確保が困難	1 まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ①地形条件等から選定したほ場整備候補地(58地区)などの事業化に向けた検証と推進 ・各センターの企画担当チームを中心とするプロジェクトチーム(PT)により、58地区の重複把握と事業化の検証【R6】 ・地域のニーズや検証結果から優先順位を設定し、PTを活用した事業化の推進【R6～R9】 ②入札不調・不落対策【R6～R9】 ・地域の実情を踏まえ、早期の見積活用方式の採用 【課題への対応】 ※地域の合意形成(未相続農地)、まとまった農地の確保の課題については、下段のきめ細かな基盤整備で対応	＜担い手用 農地整備 面積＞ 90.9ha(R5) ↓ 242.7ha(R9)
2	きめ細かな基盤整備の実施 地区(累計) 【モニタリング方法】 ・農林水産省への事業採択 申請に基づく「採択件数」により確認	- (R4)	3地区 (R6)	40地区 (R4～ R9)	1 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ①地域計画の策定に向けた取り組み支援 ・県営農地耕作条件改善事業の創設 ・施設園芸用農地整備【R2】 (事業要件: 1.0ha以上) ・露地園芸用農地整備【R5拡充】 (事業要件: 2.0ha以上) 〔成果: 地区数(R2～R6)〕 ・実績: 2地区(2.2ha)	1 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向け た基盤整備の推進 ・地権者の自己負担 ・まとまった農地の確保 ・地域の合意形成 ・担い手等への事業周知が不十分	1 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 ①地域のニーズに応じた迅速かつきめ細かな基盤整備の推進【R6～R9】 ・地元負担を求めない県営農地耕作条件改善事業」の活用と拡充 【R6拡充 事業要件: 施設園芸 1.0⇒0.3ha、露地園芸等 2.0⇒0.5ha】 ・地域計画の策定段階で出された地域のニーズを活用した、実施予定地区のリスト化とリストの更新 ・PTを活用し、事業計画の策定に向けた合意形成への支援 ・新規就農者の確保・育成や産地の維持・発展などに向けた基盤整備の実施 ・新たな候補地の確保に向け、振興センターや市町村、JA等と連携し、地域計画に位置づけられた担い手に対する事業周知と二入の確認	＜基盤整備 面積＞ - (R5) ↓ 20.0ha(R9)
3	担い手への農地集積面積 (年間) 【モニタリング方法】 3月末の状況を、市町村への 調査(担い手及びその農地 利用の実態に関する調査)により確認(4月上旬とりまとめ)	9,133ha (R4)	9,098ha (R5)	10,700ha (R9)	1 担い手への農地集積の加速化 ①地域計画の策定に向けた取り組み支援 ・R5年度から、全市町村で地域計画の策 定の取り組みを開始 ・広域連絡会議(市町村)や広域連絡会議 (関係機関)で情報共有、意見交換 ・工程表による各市町村の進捗管理と進 捗状況に応じた取り組み支援(個別面談) ・ファンリナーター研修会の実施(3回) ・R6年度までに、253地区で地域計画を 策定 ②担い手への農地集積の推進 ・農地中間管理機構による農地の出し手・ 受け手の掘り起こし 受け手情報: 307件・84.6ha(R5) 受け手情報: 62件・80.5ha(R5)	1 担い手への農地集積の加速化 ①地域計画の策定・見直し取り組み支援【R6～R9】 ・地域計画の策定支援【R6】 ・将来の農地の受け手を定めた目標地区のブラッシュアップ支援【R7～R9】 ・地域計画の実行・見直しに向けた取り組みが策定後も継続されるよう、広域連絡会議や個別面談等で働きかけを継続【R7】 ②農地中間管理事業の活用拡大【R6～R9】 ・市町村に対し機耕集積協力の活用を推進し、担い手への農地の集積・集約化を促進【R7～R9】 ・市町村等関係機関での後継者のいない農地の情報共有と利用調整の仕組みづくり【R6～R9】 ・農地中間管理機構による広域の農地情報(出し手・受け手)の掘り起こしとマッチング支援【R6～R9】	＜担い手へ の農地集 積率＞ 35.7% (R5) ↓ 45% (R9)	

分野	
農業	
農業全体をけん引する基盤整備の推進と優良農地の確保	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウト プット目 標 (KPI)
4	-	-	-	-	1 日本型直接支払制度の推進 ・中山間地域等直接支払の交付面積 R2: 6,414ha→R5: 6,512ha ・多面的機能支払の農地維持交付面積 R2: 9,603ha→R5: 9,514ha	1 日本型直接支払制度の推進 (R6～R9) ① 中山間地域等直接支払協定の維持 ・農業者 (集落協定): 協定の締結、ネットワーク化、交付面積の維持 ・市町村、県農業振興センター、県農業政策課: 協定の締結、ネットワーク化、営農活動体制の構築等への支援 ② 中山間地域等直接支払交付金の活用 ・農業者 (集落協定): 協定に基づく農業生産活動の継続、農用地の維持、管理を実施 ・市町村、県農業振興センター、県農業政策課: 制度の普及、啓発及び実施における指導・助言	1 日本型直接支払制度の推進 (R6～R9) ① 中山間地域等直接支払協定の維持 ・農業者 (集落協定): 協定の締結、ネットワーク化、交付面積の維持 ・市町村、県農業振興センター、県農業政策課: 協定の締結、ネットワーク化、営農活動体制の構築等への支援 ② 中山間地域等直接支払交付金の活用 ・農業者 (集落協定): 協定に基づく農業生産活動の継続、農用地の維持、管理を実施 ・市町村、県農業振興センター、県農業政策課: 制度の普及、啓発及び実施における指導・助言	＜交付面 積 (年間)＞ 6,512ha (R6) ↓ 6,512ha (R9)
	-	-	-	-			① 多面的機能支払活動組織の維持 ・農業者 (活動組織): 活動組織の参画、多様な組織の設立、多様な組織の参画、交付面積の維持 ・市町村、推進協議会、県農業振興センター、県農業政策課: 活動組織の設立、営農活動体制の構築等への支援 ② 多面的機能支払交付金 (農地維持支払・資源向上支払) の活用 ・農業者 (活動組織): 非農家を含む地域コミュニティによる地域資源 (農用地、水路、農道等) の保全管理の実施 ・市町村、推進協議会、県農業振興センター、県農業政策課: 制度の普及、啓発及び実施における指導・助言	＜農地維 持支払交 付面積 (年 間)＞ 9,514ha (R5) ↓ 9,514ha (R9)

現状・課題

(1) IoPプロジェクトの推進

①データ連携基盤「IoPクラウドSAWACHI」の本格運用を開始(R4.9月～)

- ・IoPクラウド利用(環境・画像データ)農家:803戸(R7.3)
- ・IoPクラウド利用(出荷・気象データ)農家:1,603戸(R7.3)
- ・IoPクラウドデータ収集農家数:3,273戸 (R7.3)

○主要7品目で特に平均収量以下の農家等ターゲットを絞った加入推進が必要

○雨よけ・露地野菜、果樹、花きなどに推進できていない

(2) データ駆動型農業による営農支援強化(R3～)

①IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業の普及に取り組

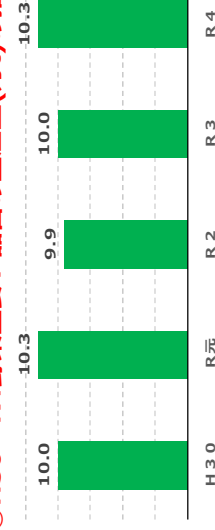
み、実践農家は一定増加

- ・データ駆動型農業による営農支援者数:2,028人(R7.3)
- ・仲間で情報共有するデータ共有グループ数:43グループ(R7.3)
- 若手指導員が増加していることから、早期育成が必要
- SAWACHIデータを活用した営農指導の徹底ができていない
- 個々の農家データの分析・診断・カイゼン指導 (フィードバックシート作成) に時間がかかっている

①野菜主要7品目の生産量(万t)

	R 4 (出発点)	R 9
目 標	10.8万t	11.4万t
実 績	10.3万t	

②H30～R4野菜主要7品目の生産量(万t)の推移



K P I 検証

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値 野菜主要7品目の生産量 (年間)

出発点(R4)10.3万t ⇒ 現状値(R5)10.0万t ⇒ R7目標 11.0万t ⇒ 4年後(R9)11.4万t

- ①IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業を推進することで、農業のデジタル化が加速
- ②データに基づく最適管理を行うデータ駆動型農業の普及により、各品目の10a当たり収量が増加。加えて、経営の効率化や省力化が図られ、経営安定と所得の最大化を実現！

令和7年度の取り組み

(1) IoPクラウド利用農家数の拡大

- ①主要7品目で平均収量以下の農家等ターゲットを明確化し支援を強化
- ②SAWACHIデモ体験による未加入農家への加入促進を徹底
⇒KPI: IoPクラウド利用農家3,000戸

(2) IoPクラウドの機能強化

- ①SAWACHIの利便性の向上
 - ・デジタル機器に不慣れな層にもデータが見やすく便利に使える画面の構築
 - ・J Aと連携し加入後のフォロー体制を強化！

拡

②営農支援機能の強化

- ・生理生態情報に基づいた栽培管理のカイゼンポイントを自動表示する機能の開発
- ・病害発生予測画面や収量の目標達成管理画面等の開発による新機能の充実

拡

③収益改善機能の強化

- ・省エネルギーやコスト削減につながる最適な温度管理や適正施肥をシミュレーションするGX関連機能の充実

(3) データ駆動型農業の支援体制強化

- ①多品目(施設野菜、露地野菜、果樹、花き)でデータを活用した指導ができる若手の早期育成に向けた研修の充実
- ②J Aと連携し、出荷データや環境データ、生理生態情報を活用した営農指導で収量増・品質向上

拡

(4) 個別診断の自動化に向けた取り組み

- ①フィードバックシート作成に必要なトップレベル農家との収量比較グラフの自動作成や、栽培上の注意点等の選択表示で作業を効率化

拡

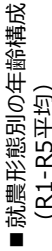


SAWACHIのトップ画面

現狀・課題

(1) 新規雇用就農者の現状

- ① 新規雇用就農者は、新規就農者総数の増減に関わらず80人台で推移してきたが、R5年度は30歳代以下を中心に63人に減少
- ② 雇用就農の年齢構成では、30歳代以下の若者が約6割を占める
→ 若者の就農者確保に向けては、初期投資の大きい新規参入より就農へのハードルが低くチャレンジしやすい雇用就農者確保対策の強化が必要



⇒農業や農業法人の職業としての魅力を知ってもらう機会を

⇒雇用就農後のキャリアアップ(雇用者→経営者)がイメージできるPRの強化

(2) 農業法人の現状

①企業の農業参入（H27年度以降）
企業12社（19.8ha）：年間1法人ペースで参入
新規雇用総数は234人：正規54人、非正規180人
正規雇用は2割程度（R6.12現在）

⇒企業が求めるまとまった面積の用地確保が必要
⇒農業参入に向けた具体的な提案による誘致活動強化が必要
⇒新たな企業誘致や法人の規模拡大を進めるためには、施設整備意欲を後押しする支援策の強化が必要
⇒規模拡大や新たな参入による出荷量の増加に対応できる出荷場の処理能力向上が必要

⇒法人化へ誘導して対象者を明確にし、ターゲットを絞った支援強化が必要

①新規就農者数			
		R4(出発点)	R 5
K	P	目 標	320
I	検	実 績	214
証			215

22

①農業職場を知ってもらう取り組みの推進
 〔城〕・潜在層に向けた高知県農業プロモーション動画の配信
 （デジタルマーケティングに基づく広報活動）

● 潜在層に向けた高知県農業プロモーション動画の配信（デジタルマーケティングに基づく広報活動）

②企業の魅力を知ってもらう機会の創出

・法人を対象とした自社の魅力のアピール力を向上させるための研修会の開催

トライアル就農制度の導入 ⇒ KPI: トライアル就農制度活用による雇用就農者数 20人

・雇用就農から独立自営就農(キャリアアップ)し、農業経営者をめざす者の確保と育成

①施設整備用地の確保

②企業誘致の強化

・新たな設備投資による雇用創出を推進するために施設整備等の支援事業を強化
(正規雇用を促進する支援区分の追加等)

④新たな法人の育成

・法人化へ誘導していく農家のリスト化及び農業経営・就農支援センターによる専門家派遣や伴走支援を実施

現状・課題

(1) 卸売市場と連携した販売拡大

①地域全体の販売額の増加

- 関東土佐会、関西土佐会への委託及び各市場の販売拡大活動を支援
- ・関東地区青果 (R5.9～R6.8)：販売額176億円 (前年比103%)
 - ・関西地区青果 (R5.9～R6.8)：販売額104億円 (前年比105%)

②継続した取扱につながる売り場確保を目指したフェアの実施

- ・量販店フェア回数 (R6.4～R7.3)：関東2,139回、関西309回
- ・量販店バイヤー等の産地招へい (R6.4～R7.3)：関東2回、関西2回

⇒高温による出荷量減で単価高となり、販売額は高く推移。
一方、出荷量が少ないことからフェアを組みづらくなっており、
取扱量を確保する取り組みの強化が必要

(2) マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大

③①中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定

業務需要を主に取り扱っている企業との連携

- ・品目別の傾向分析：10品目(なす、ピーマン、キュウリ、ししとう、にら、米なす、土佐甘とう、みょうが、メロン、土佐文旦)
- ・生産者向け講演会：2回(安芸地区、香土長地区)
- ・その他、業務用商談ツールの検討、商談マッチング等を実施

⇒重点品目の戦略の実行と業務需要に対応できる産地づくり

②マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態等の検討

- ・業務筋が求めている品目別の規格、出荷形態等に関するニーズの把握はできたが、業務向けの規格や出荷形態に対応できていない
- ・新たな品目(露地含む)の業務需要の把握が不十分

⇒業務用ニーズに合わせた規格、品質の検証と新たな品目の
ニーズの把握。

5期 産業振興計画 KPI：JA年間販売額 (園芸年度9月～8月)

	R5(出発点)	R6	R7	R8	R9
目標	—	614億円	626億円	638億円	650億円
実績	602億円	626億円	—	—	—

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値 市場流通を中心としたJA販売額(年間)

出発点(R5(R4.9～R5.8))602億円 ⇒ 現状値 (R6) 626億円
⇒ R7目標 626億円 ⇒ 4年後(R9(R8.9～R9.8))650億円

- ①大都市圏の関東および関西を中心に、品目別戦略を策定し、販売強化していくとともに、取扱量を拡大させ、高知県全体の販売額を拡大
- ②多様化する食スタイルに対応するため、業務需要への提案を強化し、マーケットを拡大

令和7年度の取り組み

(1) 卸売市場と連携した販売拡大

①地域全体の販売額の増加

- ・関東及び関西の土佐会への委託、全国の卸売市場への個別取り組み事業を実施
- R7青果販売額目標：関東地区 (関東土佐会) 179億円
関西地区 (関西土佐会) 109億円

②継続した取扱につながる売り場確保を目指した

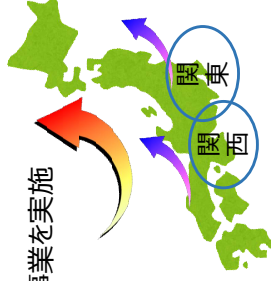
量販店フェアの実施

③万博や「あんばん」放送に合わせた県産青果物

の認知度向上

- ・「あんばん」放送にあわせた販促資材を活用した産地PR及び販売拡大
- ・万博の開催に伴う人流の増加を見据えて、関西圏の量販店等でフェアの実施
- ④系統取扱量アップに向けた産地のまとりの強化
- ・JA産地総点検運動の実行支援

2大都市圏を重点化することで
全国の販売額を押し上げる



系統取扱量のUP



(2) マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大

①中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の実行

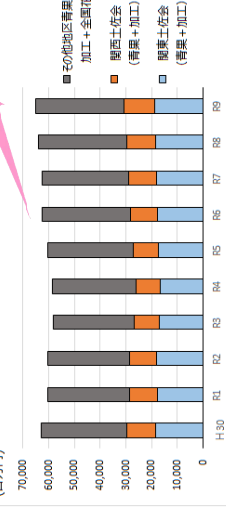
- ・業務需要を主に取り扱っている企業へ委託しJAの重点品目の戦略の実行支援
- ・品目と産地を決めて業務需要の取り組みを拡大

②マーケットの要望に応じた弾力的な出荷

形態等の検討

- ・新たな品目(露地含む)の業務需要の把握
 - ・ナス、ピーマンの業務筋の要望に合わせた規格
による収量、品質などの栽培検証
- ⇒ KPI：JAの買い取り販売額 45億円
(R6.9～R7.8)

図 販売額の推移と目標



現状・課題

(1) 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大

①委託事業を通じた、県産農産物の認知度向上及び輸出拡大(ユズ果汁)

・毎年約7ha増反しているが需要に供給が追いついていない状況
⇒需要が見込まれる東南アジアへの販路開拓が必要(慣行栽培)
⇒世界的に引き合いの強い有機的栽培の拡大

(青果物)

・東南アジア(特にシンガポール) 中心に量販店等へ納入
・みかん以外は食習慣の違いや鮮度保持のため航空機利用によ

り販売単価が高くなり苦戦している

⇒高知県産農産物の認知度が高くない

⇒食習慣が異なるため食べ方の提案が必要

⇒輸出拡大にはシンガポール以外の国へもアプローチが必要

(花き)

2. オランダの見本市や米国の卸に県産花きを紹介しPR

⇒輸出メインはグロリオサ、その他品目の輸出拡大も必要

(畜産)

・タイ向け牛肉輸出認定を取得し、土佐あかうしプロモーションを開始

⇒新たなブランド牛「土佐黒牛」の需要創出も必要

(2) 輸出に意欲的な産地への支援強化

①商談機会の増強

・課が出展小間を確保し商談会への出展を誘導

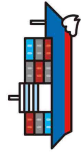
・日本青果物輸出促進協議会(品目団体) 事業や水産部署

との連携によるPR・商談の実施

⇒県補助では商談機会が限られ開催方法等の検討が必要

⇒輸出に取り組む産地・団体が限られている

KPI



	R3実績	R4実績	R5実績	R5目標	R6目標	R7目標
青果物	25	45	83	239	88	90
花き	92	85	122	159	110	130
ユズ(果汁・ 青果・皮)	427	745	806	434	507	550
畜産			0	30	4	6
計	544	876	1,011	862	706	776

注) ①R4年のユズは前年在庫分の販売額300万円が加算されています
②R5年のユズは豊作で生産量が前年の約155%

単位：百万円

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

農畜産物の輸出額：R3年度5.4億円 ⇒ 現状値(R5)10.1億円
⇒ R7目標7.8億円 ⇒ 4年後 (R9) 10億円

注) R4、5年のユズは在庫分が急に捌けたり豊作であった特殊年となりユズが急伸した

- ①青果物はシンガポール以外の東南アジアへのアプローチを強化し輸出拡大
- ②生産増が見込まれる慣行栽培のユズ果汁を東南アジアで販路拡大
- ③品目団体の事業や他部署との連携により商談機会を強化し輸出拡大



令和7年度の取り組み

(1) 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大

①ユズの販路拡大に向けた支援(加工品含む)

- ・東南アジア向け：下記表の3カ国を中心に慣行栽培ユズの積極的なPRを実施
- ・EU圏向け：有機的栽培ユズを輸出商社と協力し販売拡大
- 委託企業を通じた取り組み（青果物・畜産）

国名	推進方向
マレーシア	テストマーケティングによる販路拠点の探索
タイ	ユズ加工品製造メーカーや茶産地、和牛肉販売事業者と連携した県農畜産物のPR(展示商談会)
シンガポール	県産農産物の認知度向上と定着(R6年作成レシピを活用し食して知ってもらう取り組みを強化：一般消費者向け試食会など)

○卸売市場を通じた取り組み（青果物・花き）

青果物：シンガポール、香港、グアムなどへ大手量販店などを通じ拡大
花き：米国中心にグロリオサを主にその他品目についても輸出拡大

(2) 輸出に意欲的な産地への支援強化

○ユズ産地への支援

- ・有機栽培の面積拡大に向けた、有機質肥料の施肥技術及び省力的な除草技術等の実証結果を生かした有機的栽培への移行支援（大豊町）
- ・輸出も視野に入れた各産地における生産拡大計画の作成支援

①ユズ以外の品目への支援

- ・輸出への意識高揚に向けた取り組み強化（セミナー開催等）
- 商談機会の増強等（青果物・花き・畜産）
- ・品目団体事業を積極的に活用し商談機会や商談国を拡大
- ・水産物等と連携したPRによる商談機会の強化

現状・課題

(1) 夏期の高温による農作物の被害の現状

① 野菜

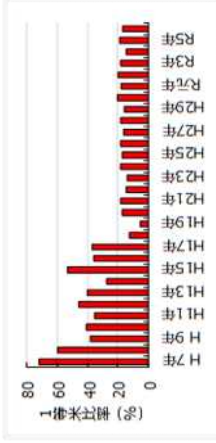
記録的な猛暑となった令和6年には、露地野菜（シシトウ等）での収量の低下、施設野菜（ナスやピーマン等）での初期生育の不良、といった被害が発生

② 水稲

高温の影響を受けやすい主力品種「コシヒカリ」、「ヒノカリ」では、見た目や味が悪くなる「白未熟粒」が増加
⇒ 1等米比率の低下要因



「白未熟粒」



③ 果樹

新高ナシでは、見た目や味が悪くなる「みつ症」が発生し、収量・品質が低下



ナシの「みつ症」

(2) これまでの取り組み等と課題

① 野菜

ア 猛暑が常態化すれば、その他野菜でも被害拡大が懸念
⇒ 高温対策として効果が期待できる機器・資材の導入や新たな技術の開発が進んでいない

② 水稲

ア 田植え時期の移動、適正な施肥・水管理等を指導
イ 高温に強い品種への転換を推進
⇒ 適正管理や品種転換等、対策技術の周知が不十分

③ 果樹

ア 適期収穫、高温に強い品種への転換を推進
イ 遮光ネットの活用、国事業でのスプリンクラー導入を推進
⇒ 新高ナシの単価が高いため、品種転換に踏み切れない

5 期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 野菜主要11品目の反当収量

出発点・現状値(R5) 7.6t /10a ⇒ R7目標 8.3t/10a ⇒ 4年後(R9) 8.6t/10a

① 適正な管理の徹底、高温に強い品種への転換を強化

② 新たな機器・資材等を実証

③ 高温対策として効果が期待できる機器・資材の導入を支援

厳しい自然環境のもとでも
持続可能な農業を実現

令和7年度の取り組み

(1) 施設園芸品目 ⇒ KPI: 新たな機器・資材等の実証成果 5 事例

① 国事業や県事業（園芸用ハウス等リノベーション事業）を活用したミスト装置や遮光資材などの導入支援

新 ② 県事業（園芸用ハウス整備事業）で高温対策設備を導入する場合、補助対象限度額を上乗せ

新 ③ 担い手育成センター、現地での換気扇や遮光資材の実証

新 ④ 試験場での熱を通さない赤外線カットフィルムや外張り資材の実証



外部遮光資材



遮光ネット



ミスト装置

(2) 露地園芸品目

① 国事業や県事業（園芸用ハウス等リノベーション事業）を活用したスプリンクラーやかん水設備の導入支援

(3) 水稲

拡 ① 白未熟粒の発生抑制対策（適正管理、品種転換）の推進強化
ア 県域の稲作検討会、地域での栽培講習会や栽培反省会などの推進
イ JA窓口、JA「ニマル」、JA広報誌や「SAWACHIニュース」を活用した情報発信や啓発

(4) 果樹（新高ナシ）

拡 ① 遮光ネットの設置推進と国事業によるスプリンクラーの導入支援
② 産地維持のための「みつ症」多発園での国事業を活用した高温に強い品種への転換支援
③ 試験場での「みつ症」発生を抑制する台木品種の開発

I 専門分野の成長戦略

林業分野

林業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県土の84パーセントを占める森林の豊富な資源を余すことなく活用するため、大型製材工場の整備などの加工体制の強化や木質バイオマス発電施設の整備、TOSAZAIセンターを中心とした外商強化など、川下側の取り組みを進めてきたことにより、県内の原木需要は大きく高まりました。これに合わせて、川上側では施業地を集約した森の工場の推進や高性能林業機械の導入などにより、原木生産の拡大に取り組んできました。

この結果、県内の原木生産量は、平成22年の40万4千立方メートルから令和5年には70万8千立方メートルへと大幅に増加しました。また、木材・木製品製造業出荷額等も、平成22年の150億円から令和4年には266億円へと、大幅に増加しています。

一方、少子高齢化等により住宅分野における新設住宅着工戸数が減少する中、これまであまり木材が使われてこなかった非住宅分野での木材利用の拡大が急務となっています。SDGsやカーボンニュートラル実現の観点から、持続可能な資源として木材の活用を望む企業は増加しており、今後は、再造林など環境に配慮した森林由来の木材という新たな価値を加えることにより産地としての競争力を強化し、県産材の外商などに取り組むことが必要です。

② 第5期計画ver.2の取り組み

第5期計画では「山で若者が働く、イノベーション創発型の国産材産地」を目指す姿として、若者や女性などの活躍、そして森林資源の再生産と県産材の付加価値向上を実現するため、次の4つの戦略の柱により取り組みを進めます。

柱1 森林資源の再生産の促進

これまで集約化を進め整備してきた森の工場のインフラ等を最大限に活用し、皆伐・再造林を含めて森林資源の再生産を促進します。また、ICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換を進め、先端技術をフル活用した林業を推進することにより、さらなる生産性の向上や原木生産の拡大など、林業収支のプラス転換に向けた取り組みを進めます。

柱2 木材産業のイノベーション

森林資源の成熟により増加する大径材の有効活用に向け、大径材利用戦略に基づき、施設整備や加工技術の向上に向けた取り組みを進めます。また、木材加工施設整備への支援等により、高品質な製材品を持続的に供給できる体制づくりに取り組みます。さらに、管理が行き届かず、公益的機能の低下が懸念される放置竹林等を有効活用し、竹資源の利用拡大に向けた取り組みを進めます。

柱3 木材利用の拡大

SDGsなど時代のニーズに対応するため、再造林の実施など環境に配慮した森林由来という新たな価値を加えた土佐材を認証する制度の構築を進めます。また、住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けて、高知県環境不動産等の建築促進に取り組めます。さらに、関西圏における外商活動の強化に向けて、万博でつながった非住宅建築向け構造材のサプライチェーンを活用した供給・提案体制の強化を進めます。

柱4 多様な担い手の育成・確保

女性等の就業の後押しが期待できるスマート林業の取り組みや若者の価値観を取り込んだ労働環境の改善を支援するとともに、林業就業者の処遇改善に向けて技能評価によるキャリアパスの導入を支援することにより、若者や女性等が活躍するための環境づくりを進めます。

林業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

原木生産量 出発点(R4):73.6万m3 ⇒ 現状(R5):70.8万m3 ⇒ R7目標:80.3万m3 ⇒ 4年後(R9)の目標:85万m3 ⇒ 10年後(R15)の目標:85万m3 木材・木製品製造業出荷額等 出発点(R3):249億円 ⇒ 現状(R4):266億円 ⇒ R7目標:227億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:255億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:281億円 製材品出荷量 出発点(R3):21.8万m3 ⇒ 現状(R5):22.3万m3 ⇒ R7目標:21.8万m3 ⇒ 4年後(R9)の目標:25.9万m3 ⇒ 10年後(R15)の目標:29.6万m3
--

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 森林資源の再生 産の促進	1 構造転換型戦略	森の工場の原木生産量(年間)	12.6万m3 (R4)	13.7万m3 (R5)	20.7万m3	26.5万m3	○
		民有林の再造林面積(年間)	342ha (R4)	294ha (R5)	552ha	690ha	○
2 木材産業のイノ ベーション	2 地域産業スケ ルアップ型	乾燥材の出荷量(年間)	87千m3 (R4)	110千m3 (R5)	109千m3	126千m3	○
		JAS機械等級区分構造材の出荷量(年間)	11千m3 (R4)	12千m3 (R5)	15千m3	25千m3	○
		県産製材品の出荷量(年間)	152千m3 (R4)	153千m3 (R5)	156千m3	197千m3	
3 木材利用の拡大	2 地域産業スケ ルアップ型	県内における非住宅木造建築物の棟数(年間)	106棟 (R4)	89棟 (R6)	113棟	121棟	○
		県外製品市場等への県産製材品の出荷量(年間)	103千m3 (R4推計)	115千m3 (R5推計)	117千m3	121千m3	○
4 多様な担い手の 育成・確保	5 人材起点型戦略	林業就業者数(年度末現在)	1,593人 (R3)	1,600人 (R5)	1,690人	1,690人	○
		[現場] 新規就業者数(年間)	142人 (R3)	68人 (R5)	185人	200人	○
		うち15～34歳女性新規就業者数	2人 (R3)	1人 (R5)	3人	5人	
		[事務] 新規就業者数(年間)	7人 (R4)	14人 (R5)	7人	11人	
		うち15～34歳女性新規就業者数	3人 (R4)	2人 (R5)	3人	5人	
		10人以上を雇用する法人数(年度末現在)	22法人 (R3)	20法人 (R5)	26法人	30法人	
		事業戦略実践企業のうち前年度比+3%の限界利益額を達成した企業の割合(年間)	58% (R4)	60% (R5)	80%	100%	
		森林クラウド利用者数(年度末現在)	— (R5)	51事業体 (R6)	60事業体	75事業体	

分野		林業			
各産業分野の取り組みの注		森林資源の再生産の促進			
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果
1	森の工場の原木生産量(年間) 【モニタリング方法】 県補助事業の四半期毎の業績及び、四半期毎に関係機関等に関き取り調査を行い、原木生産量を確認	12.6万m³ (R4)	13.7万m³ (R6)	26.5万m³ (R9)	課題 1 林業適地への集中投資 - 作業システムの改善を推進してきたが、生産性の伸びは低位 - 間伐を心とした森の工場は拡大しており、そのインフラ等を活用し、原木のさらなる安定供給と確実な再造林が必要 2 林業収支のプラス転換 - スマート林業を促進し生産性の持続的な向上による林業収支のプラス転換と原木生産量の拡大しており、この流れを加速化していくことが必要 - 再造林に係る初期費用の軽減に資する基金の取り組みが開始されており、多様な関係者の協力の拡大が必要 3 多様で健全な森林への誘導 - 間伐等の繰り返しによる長伐期化や針広混交林化など、多様な森づくりが必要
2	民有林の再造林面積(年間) 【モニタリング方法】 県補助事業の四半期毎の業績及び、四半期毎に関係機関等に関き取り調査を行い、再造林面積を確認	342ha (R4)	294ha (R6)	690ha (R9)	これまでの取り組みと成果 1 再造林の促進 - 地域ぐるみでの再造林に向けた意見交換会の参加者 R5: 94名 - 各地域における増産・再造林推進協議会を通じた再造林推進員の登録者数 R元: 40名→R5: 79名 - 再造林推進員による提案活動面積 R元: 51ha→R5: 191ha - 再造林推進員の提案活動による同意面積 R元: 17ha→R5: 123ha - 市町村による追加支援(需上げ) H30: 14市町村→R5: 25市町村 - ミニチュア採種園の拡充 H30: 2箇所→R5: 3箇所 - 川上及び川中の事業者による「仁淀川町森林保全基金」が設立(R4年12月) - 新たな造林専門事業者の設立 R5: 5事業者 - 県全域の事業者による「高知県再造林推進会議」が設立(R5年10月)
				取組み内容 (R6～R9) 1 林業適地への集中投資[R6～R9] ①林業適地の拡大 ・より効率的な森の工場 ②林道等の開設(改良)の促進 ③新たな森の工場の拡大 ・間伐、皆伐・再造林の一体的促進(再造林を前提とした皆伐等への支援等) ・森林経営管理制度の活用等市町村と連携した真約化 ・低コスト造林(伐採・再造林)を奨励し、農業データ等の収集・分析などを行う新たな森の工場のモデル地区を支援[R7] 2 林業収支のプラス転換[R6～R9] ①新たな森の工場等における生産性向上につながるイノベーションの推進 ・再造林を前提とした高性能林業機械の導入支援 ・デジタル化等スマート林業の推進(省力化・軽労化)につながる先端林業機械の要証 ②低コスト造林の推進 ・低密度植栽・隔年下刈への支援 ③林地賃材の利用拡大 ・林地賃材機出への支援を見直し、より広範囲からの集荷を促進するとともに、機出しに必要な機械の導入への支援を拡充[R7] ④成長の遅れた苗木等の生産強化 ・挿し木苗に適した品種の特定 ⑤野生鳥獣による被害対策の強化 ・鳥獣害防止ネットの点検等への支援 ⑥再造林の推進に向けた連携体制の強化 ・再造林基金団体の広域化などの仕組みづくり等 ・県全域での再造林基金の設置に向けた制度設計や合意形成への協力、円滑な運営に向けた支援の拡充[R7] 3 多様で健全な森林への誘導[R6～R9] ①多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進 ・間伐等支援の重点化 ⇒別図<林01>参照(P34)	主なアウトプット目標(KPI) <森の工場承認面積(累計)> 88,042ha (R5) ↓ 100,141ha (R9) <成長に遅れた苗木等の供給量(年間)> 0本 (R5) ↓ 80千本 (R9)

分野		林業						
木材産業のイノベーション								
各産業分野の取り組みの柱								
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプ ット目標 (KPI)
1	乾燥材の出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・製材事業者への聴取により 四半期の進捗状況を確認 ・製材統計(国統計・年次)で 実績を確認	87千m3 (R4)	110千m3 (R5)	126千m3 (R6)	1 高品質な製材品等の供給体制の整備 ・事業戦略の導入 R3～R5: 14台 ⇒人工乾燥材の出荷量 H30: 75千m3→R5: 110千m3 ・JAS認証 H30: 14工場→R6: 20工場 ⇒JAS機械等級区分構造材の出荷量 H30: 11千m3→R5: 12千m3 ・製材加工の共同化・協業化等の促進 しまんと製材工場の稼働(R4) ・SCMフォーラム全体研修会等の開催 R3～R6参加者: 280名 2 製材事業者の生産・経営力の強化 ・事業戦略の策定 R2: 3事業者 ・事業戦略の実践支援 R2: 8事業者、R3: 9事業者、R4: 6事業者、R5: 4事 業体 3 プラットフォームづくり等による地産・外産体制の 強化 ・県外流通拠点等への県産材の共同輸送便 関東・東海・近畿 R6: 112便3,634m3 ⇒県産製材品出荷量 H30: 135千m3→R5: 153千m3	1 大径材の利用促進 ・大径材の増加が見込まれる中、その利用を進める ためには、製品の開発や加工施設整備に取り組む ことが必要 2 需要に応じた製材品の供給体制の整備 ・住宅需要の減少が見込まれる中、県内の製材事 業者において、製品の優位性を向上させて市場 競争力を高めることが重要 ・製材品の出荷量は増加しているものの、人工乾燥 材やJAS材の供給体制の整備が必要 ・製材業は他の製造業と比較して労力の発生率が 4.4倍と高く、安全対策への取り組みが必要 ・川上、川中、川下の各事業者間での情報連携に より製品の規格ごとに安定供給する仕組みが必要 3 プラットフォームづくり等による地産外産体制の 強化 ・共同輸送は積み合わせる小口事業者が限定的 かつ不定期であるため、輸送量の安定化に向け、 共同輸送を行う事業者の拡大が必要 共同輸送を行う事業者数 R6: 16社	1 大径材の利用促進 ①将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の策定【R6】 ・大径材の利用拡大に向けた資源量調査 ・大径材利用に向けた研究会の設置(製材事業者、建築士、有識者等) ②大径材利用戦略の更新と加工技術の向上に向けた研修会の開催【R7】 ・製材技術センターによる製品の開発の支援 ③大径材加工施設整備への支援【R6～R9】 2 需要に応じた製材品の供給体制の整備 ①川上・川中・川下間の連携の強化【R6～R9】 ・コーディネーターを通じた情報連携の円滑化や、事業者間の原木供給のマッチング ②製材加工の共同化・協業化等の促進による加工体制の強化【R6～R9】 ③JAS認証の取得や施設整備への支援による製材品の高品質化【R6～R9】 ④製材工場の環境整備【R6～R9】 ・製材工場の労働安全向上のための環境整備や人材育成を支援 ⇒別図<林02>参照(P35) 3 プラットフォームづくり等による地産外産体制の強化 ・共同輸送便の小口事業者支援の強化【R6～R7】	<研修会の開催回 数(累計)> ↓ — (R5) ↓ 12回・300人 (R9)
2	JAS機械等級区分構造材の 出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・(一社)木材協会が取りま とめる格付データにより進歩を 確認 ・(一社)全国木材検査・研究 協会が取りまとめる格付実績 を確認	11千m3 (R4)	12千m3 (R5)	25千m3 (R6)	1 高品質な製材品等の供給体制の整備 ・事業戦略の策定 R2: 3事業者 ・事業戦略の実践支援 R2: 8事業者、R3: 9事業者、R4: 6事業者、R5: 4事 業体 2 製材事業者の生産・経営力の強化 ・事業戦略の策定 R2: 3事業者 ・事業戦略の実践支援 R2: 8事業者、R3: 9事業者、R4: 6事業者、R5: 4事 業体 3 プラットフォームづくり等による地産・外産体制の 強化 ・県外流通拠点等への県産材の共同輸送便 関東・東海・近畿 R6: 112便3,634m3 ⇒県産製材品出荷量 H30: 135千m3→R5: 153千m3	1 大径材の利用促進 ・大径材の増加が見込まれる中、その利用を進める ためには、製品の開発や加工施設整備に取り組む ことが必要 2 需要に応じた製材品の供給体制の整備 ・住宅需要の減少が見込まれる中、県内の製材事 業者において、製品の優位性を向上させて市場 競争力を高めることが重要 ・製材品の出荷量は増加しているものの、人工乾燥 材やJAS材の供給体制の整備が必要 ・製材業は他の製造業と比較して労力の発生率が 4.4倍と高く、安全対策への取り組みが必要 ・川上、川中、川下の各事業者間での情報連携に より製品の規格ごとに安定供給する仕組みが必要 3 プラットフォームづくり等による地産外産体制の 強化 ・共同輸送は積み合わせる小口事業者が限定的 かつ不定期であるため、輸送量の安定化に向け、 共同輸送を行う事業者の拡大が必要 共同輸送を行う事業者数 R6: 16社	1 大径材の利用促進 ①将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の策定【R6】 ・大径材の利用拡大に向けた資源量調査 ・大径材利用に向けた研究会の設置(製材事業者、建築士、有識者等) ②大径材利用戦略の更新と加工技術の向上に向けた研修会の開催【R7】 ・製材技術センターによる製品の開発の支援 ③大径材加工施設整備への支援【R6～R9】 2 需要に応じた製材品の供給体制の整備 ①川上・川中・川下間の連携の強化【R6～R9】 ・コーディネーターを通じた情報連携の円滑化や、事業者間の原木供給のマッチング ②製材加工の共同化・協業化等の促進による加工体制の強化【R6～R9】 ③JAS認証の取得や施設整備への支援による製材品の高品質化【R6～R9】 ④製材工場の環境整備【R6～R9】 ・製材工場の労働安全向上のための環境整備や人材育成を支援 ⇒別図<林02>参照(P35) 3 プラットフォームづくり等による地産外産体制の強化 ・共同輸送便の小口事業者支援の強化【R6～R7】	<県外流通拠点に おける県産製材 品の取引量(年 間)> ↓ 8.3千m3 (R5) ↓ 10.2千m3 (R9)
3	県産製材品の出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・製材統計(国統計・月次)の 値から進捗状況を推計(国統 計・年次)で実績を確認	152千m3 (R4)	153千m3 (R5)	197千m3 (R6)	1 木質バイオマス発電の推進 ・本山バイオマス発電所稼働(R4)	1 木質バイオマス発電の推進 ・伐採等については運搬効率が悪く、コストが高くな ることから、利用されずに山に放置されている チップ用丸太は製材用丸太と比べ価格が低い ため、製材用丸太をチップ用として販売すると採算 が 合わない	1 木質バイオマス発電の推進 ・搬送導入等への支援による未利用の林地残材の搬出促進【R7～R9】 ・大径材の加工施設整備への支援により製材用丸太の利用を促進し、併せて生産されるチップ用丸太を増産【R7～R9】	<木質バイオマス 発電の導入量> ↓ 40.52GkW (R5) ↓ 40.81kW (R9)
4	—	—	—	—	1 竹資源の利用拡大 ・収集経費が買取経費を上回ることによる竹材利用 の停滞 ・外国からの安価な輸入品や石油製品への代替に よる放置 竹材の増加	1 竹資源の利用拡大【R7～R9】 ①竹材の収集経費への支援による安定供給体制の整備 ②竹資源の多角的利用に向けた検討 ・竹資源の利用拡大に向けた研修会、協議会等の開催	<竹材生産量> ↓ 238t (R5) ↓ 2,000t (R9)	
5	—	—	—	—	1 竹資源の利用拡大 ・収集経費が買取経費を上回ることによる竹材利用 の停滞 ・外国からの安価な輸入品や石油製品への代替に よる放置 竹材の増加	1 竹資源の利用拡大【R7～R9】 ①竹材の収集経費への支援による安定供給体制の整備 ②竹資源の多角的利用に向けた検討 ・竹資源の利用拡大に向けた研修会、協議会等の開催	<竹材生産量> ↓ 238t (R5) ↓ 2,000t (R9)	

分野		林業			
各産業分野の取り組みの柱		木材利用の拡大			
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果
1	県内における非住宅木造建築物の棟数(年間) 【モニタリング方法】 ・年次及び四半期データは土交通省「建築物着工統計調査」を確認	106棟 (R4)	89棟 (R6)	121棟 (R6)	1 県内における住宅・非住宅建築物への木材利用の拡大 ・SDGsをはじめ環境への関心が高まる中、持続可能性の担保された木材活用を望む企業が増加しており、再造林の実施など環境に配慮した森林由来の木材であることを、情報提供する仕組みが必要 ・県内では、CLT技術セミナーの開催や設計支援等により、CLTを使用した建築物は増加してきたが、非住宅建築物の木造率は低位であり、着工数を増やすことが重要 ・CLT建築物 R5時点: 28棟 →R6時点: 57棟(うち公共27棟) ・非住宅の木造率(床面積) R元: 15.4%→R6: 18.5% 着工数 R元: 108棟→R6: 89棟 【県外】 ・県外では、住宅分野を中心とした営業活動等により、土佐材パートナー企業登録数や流通拠点は増加している一方、今後、拡大が見込まれる非住宅分野に土佐材を利用する事業者の開拓が必要 ・流通拠点の設置 R元: 159棟(うち非住宅1) →R6: 187棟(うち非住宅3) ・新たな需要創出として室内空間への木材利用の拡大が必要だが、対応できる事業者や製品が少なくない
2	県外製品市場等への県産製材品の出荷量(年間) 【モニタリング方法】 ・四半期ごとの主要な製材事業者等へのヒアリングと、製材統計(国統計: 月次)の値から運搬状況を確認	103千m3 (R4) (年間推計値)	115千m3 (R6) (年間推計値)	121千m3 (R6)	1 県外における販路開拓 ・土佐材パートナー企業の登録数 R6: 167社 ・土佐材パートナー企業の土佐材住宅等の支援棟数 R6: 187棟、28社 ・流通拠点の設置 R6: 28社 ・流通拠点での県産材取扱量 R6: 11千m3
課題		取り組み内容 (R6～R9)			
1 環境に配慮した新たな木材流通の促進 ・SDGsをはじめ環境への関心が高まる中、持続可能性の担保された木材活用を望む企業が増加しており、再造林の実施など環境に配慮した森林由来の木材であることを、情報提供する仕組みが必要 ・県内では、CLT技術セミナーの開催や設計支援等により、CLTを使用した建築物は増加してきたが、非住宅建築物の木造率は低位であり、着工数を増やすことが重要 ・CLT建築物 R5時点: 28棟 →R6時点: 57棟(うち公共27棟) ・非住宅の木造率(床面積) R元: 15.4%→R6: 18.5% 着工数 R元: 108棟→R6: 89棟 【県外】 ・県外では、住宅分野を中心とした営業活動等により、土佐材パートナー企業登録数や流通拠点は増加している一方、今後、拡大が見込まれる非住宅分野に土佐材を利用する事業者の開拓が必要 ・流通拠点の設置 R元: 159棟(うち非住宅1) →R6: 187棟(うち非住宅3) ・新たな需要創出として室内空間への木材利用の拡大が必要だが、対応できる事業者や製品が少なくない		1 環境に配慮した新たな木材流通の促進 ①環境に配慮した森林由来の土佐材を認証する仕組みの構築 ・土佐材認証制度及びデジタル情報管理システムの構築【R6～R8】 2 非住宅建築物等への木材利用の拡大 ①建築設計に関するアドバイザーの派遣や勉強会の開催と併せ、環境不動産認定基準の見直しにより、木材利用の拡大と環境負荷の低減につながる高知環境不動産の建築を促進【R6～R9】 ②CLT等を使用した非住宅木造建築物の建築拡大に向けた構造及び完成検査研修への施主の参加拡大による木材利用に関する理解の醸成【R6～R9】 ③万博でつながった非住宅建築向け構造材のサプライチェーンを活用した供給・提案体制の強化や友好・姉妹都市関係にある県外自治体への営業強化【R6～R9】 ④消費地における室内空間への県産材利用事例を活用した提案とプロユーザーとの製品開発【R6～R9】 ⑤海外への販売促進(有望なエリアにおける販路開拓)【R6～R9】 ⇒別図<林03>参照(P36)			
主なアウトプット目標(KPI)		<土佐材認証制度への参加事業者数(累計)> └ (R6) └ 216事業者 (R9) <県補助事業による設計・整備への支援件数(累計)> └ (R6) └ 20棟 (R9)			

分野		林業						
多様な担い手の育成・確保								
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	林業就業者数(年度末現在) 【モニタリング方法】 ・林業労働力調査により年次データを把握	1,593人 (R3)	1,600人 (R5)	1,690人 (R6)	1. きめ細かな担い手の育成・確保の強化 ①移住希望者に向けた各種相談会の開催 (R2～) 就業相談者数(年度計) R2: 149人, R3: 134人, R4: 133人, R5: 125人 ②女性就業者の確保 (R2～) ・女性限定の「こうちオリエンススクール」の開催 (R2～) ・女性向けの林業大学校特別講座の開催 (R2～) 女性就業相談者数(年度計) R2: 34人, R3: 30人, R4: 34人, R5: 32人 ③小規模林業の推進 ・小規模林業推進協議会の開催 (R2～) 協議会の会員数 R2: 570人, R3: 581人, R4: 589人, R5: 567人 2. 林業大学校の充実・強化 ①学校訪問やオープンキャンパスの開催、年間を通じた広報活動の実施 (R2～) ②労働センターと連携したインターンシップの実施や就業ガイダンスによる就業支援 (R2～) ③デジタル機器を導入した実習環境の整備 (R4～) 林業大学校研修生の入校者数(年度計) R2: 45人, R3: 44人, R4: 39人, R5: 45人 林業大学校研修修了生の県内林業事業体就職者数(年度計) R2: 26人, R3: 21人, R4: 20人, R5: 18人 3. スマート林業の推進に向けた環境整備 ①森林クラウドの導入 (R3～R5) 森林クラウド登録数 60事業体 ②森林クラウドや先進機器を活用した実証活動や取り組みの普及活動(R4～R5) 参加事業体 21事業体 4. 事業体の経営基盤の強化 ①事業戦略の策定による経営改善の推進 (R2～) 事業戦略の実践事業体数(累計) 17事業体 ②林業事業体における経営基盤の強化と就労環境の改善 ・労働力提供支援センターによる指導・助言 雇用改善計画認定事業体 R2: 85事業体, R3: 82事業体, R4: 83事業体 R5: 81事業体	1. 就業促進に向けた取り組み ・女性の就業促進に向けた、林業の魅力やモデルケースなどの情報発信 ・地域おこし協力隊のBなど小規模な林業を担うグループにおいて、森林資源を活用した事業の実施により、一定の収入が確保できる新たな働き方が必要 2. 人材育成に向けた取り組み ・スマート林業など新たな技術に対応できる人材の育成 ・車道林の推進に必要な造林・育林に関する知識と技術を有する技術者の育成 3. 魅力ある職場づくりに向けた取り組み ・女性の就業促進の後押しが期待できるスマート林業の実践などの取り組みの拡大 ・若者や女性視点での労働環境改善の取り組みの推進 ・林業事業体による経営や労働環境の改善に向けた取り組みの拡大	1. ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取り組み ①女性等をターゲットにした「こうちオリエンススクール」の開催や就業相談への対応などの林業労働力確保センターと連携した林業での就業促進に向けた取り組みの展開(R6～R9) ②森林資源を活用した事業の実施を支援し、半林半農といった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手を確保(R6～R9) ③林業就業と趣味移住をテーマにした情報発信の実施(R7) 2. 高度な技術を有する人材の育成 ①林業事業体における、森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援(R6～R9) ②林業大学校において、原木生産に加え、再造林の推進に必要な知識と現場経験を有するための研修の実施(R6～R9) ③若者(特に女性)をターゲットにした林業大学校の研修環境の改善(R7) 3. 魅力ある職場づくりの推進 ①ドローン等の女性が扱いやすい機器の操作研修の開催に加え、林業現場でのスマート林業の実践に向けた林業事業体への個別支援(R6～R9) ②更衣室の設置や就業規則の見直しなど、女性等が働きやすい環境整備への支援(R6～R9) ③事業戦略の策定や女性が働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催(R6～R9) ④キャリアパスの導入など、若者等のニーズに対応した就業環境改善の支援(R7～R9) ⇒別図<林04>参照(P37)	<就業相談者数> 247人 (R5) ↓ 470人 (R9)
2	【現場】新規就業者数(年間) ・林業労働力調査により年次データを把握	142人 (R3)	68人 (R5)	200人 (R6)				<労働環境改善に取り組む林業事業体数> 17事業体 (R5) ↓ 60事業体 (R9)
3	【事務】新規就業者数(年間) 【モニタリング方法】 ・森林組合一斉調査等により年次データを把握	7人 (R4)	14人 (R5)	11人 (R6)				
4	10人以上を雇用する法人数(累計) 【モニタリング方法】 ・林業労働力調査により年次データを把握			30法人 (R6)				
5	事業戦略実践企業のうち前年度比+3%の増収利益額を達成した企業の割合(年間) 【モニタリング方法】 ・企業への聞き取り等により年次データを把握	22法人 (R3)	20法人 (R5)					
6	森林クラウド利用者数(年度末現在) 【モニタリング方法】 ・森林クラウドの造林補助金申請システム利用による申請事業体数(四半期毎)	58% (R4)	60% (R5)	100% (R6)	1. 森林クラウドの導入 ・森林クラウドの本格運用開始 (R5.4月～) ・森林クラウドにユーザー登録数 60事業体 (R6.3月) ・森林クラウドの機能拡充により申請・届出機能や計画策定に必要なシステムを搭載 (R5年度末) ・QGIS及びタブレット・ドローン研修会の開催 R2～R5: 65事業体参加 ・森林クラウドや先進機器を活用した実証活動 R4～R5: 4事業体	1. 森林クラウドの活用促進 ・森林整備の計画作成等の業務を効率化する機能の操作研修の開催やヘルプデスクなどにより林業事業体の森林クラウドの活用に必要な人材育成を支援(R6～R9) ・ドローンや電子測量機器等の操作研修会の開催に加え、林業現場での実践に向けた林業事業体への個別支援によりスマート林業の取り組みを推進(R6～R9)		

5期計画（令和9年度）の目指す姿

- 林業適地を中心としてICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換が進み、伐採後の再造林をはじめ森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われている。

現状・課題

（1）林業適地への集中投資

- ① 林業適地の拡大・新たな森の工場の拡大

ア 林業適地の設定面積
112,000ha（目標）→ 105,828ha（R6）
イ 森の工場の承認面積
91,141ha（目標）→ 92,246ha（R6）
⇒ 林業適地や森の工場は拡大しているものの、さらなる原木生産、再造林につなげることが必要

（2）林業収支のプラス転換

- ① 林地残材の利用拡大
ア 林地残材搬出機械の導入支援（R6：6件）
⇒ 林地残材搬出はコスト高であり、各バイオマス発電所近隣の集荷が中心。より広範囲からの集荷が必要
- ② 再造林の推進に向けた連携体制の強化
ア 高知県再造林推進会議（総会、幹事会2回、部会3回）
において、県全域での再造林基金の取り組みを決定
⇒ 事業者の協力体制の構築や具体的な資金の拠出方法の調整が必要

森の工場の原木生産量

	R4(出発点)	R5(現状)	R7	R9
目標	-	-	20.7万	26.5万
実績	12.6万	13.7万	-	-

単位：ha

民有林の再造林面積

	R4(出発点)	R5(現状)	R7	R9
目標	-	-	552	690
実績	342	294	-	-

令和7年度の取り組み

（1）林業適地への集中投資

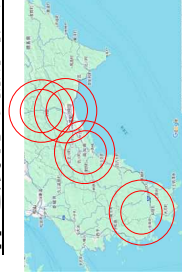
- ① 低コスト造林の実証を行うモデル事業地の設定（森の工場）
低コスト造林（伐採～再造林）を実践し、施業データ等の収集・分析などを行う**新たな森の工場のモデル地区を支援**する（効果的な方法を他の森の工場へ横展開） KPI：モデル事業地 5カ所



皆伐と再造林のセット化
（一貫作業）の実証
など

（2）林業収支のプラス転換

- ① 林地残材活用に向けた支援内容の見直し
林地残材搬出への支援を見直し、より広範囲からの集荷を促進する
林地残材の搬出に必要な機械の導入を支援する

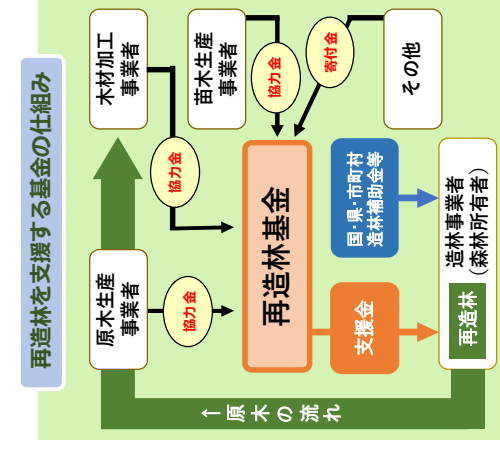
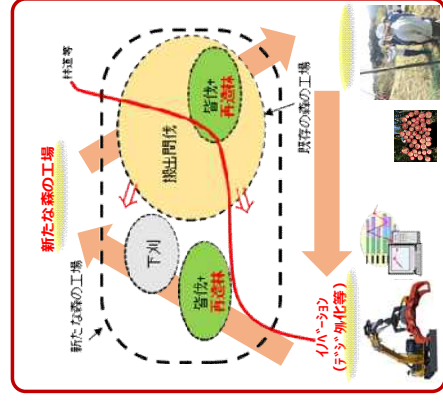


支援の拡充により、広範囲からの集荷の導入を支援
林地残材搬出に必要な機械の導入を支援

- ② 新たに開始する民間基金による再造林支援の円滑な運営
県全域での再造林基金の設置に向けた**制度設計や合意形成への協力、円滑な運営に向けた支援の拡充**



高知県再造林推進会議（R5.10月設置）



5期計画（令和9年度）の目指す姿

○原木を安定的に調達する体制が整備され、非住宅分野をはじめ新たな需要への高品質な製材品の供給力が向上している。

現状・課題

(1) 大径材の利用促進

①大径材の増加が見込まれる中、その利用を進めるための戦略を策定

- ア 大径材利用戦略策定会議の設置・開催
- イ 資源量調査
- ウ 加工・流通実態調査
(県内製材事業者 26者・原木市場 3者)
- エ マーケット調査
(県内外の製材品取扱事業者 26者)
- オ 大径材利用セミナーの開催(1回)

⇒大径材の特性を踏まえた乾燥技術、製材手法の確立や製品の開発を進めることが必要

(2) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

①製材業は他の製造業と比較して労災の発生率が4.4倍と高く、安全対策への取り組みが必要
(労働安全研修 5工場)

⇒製材業への外国人材の活用など、多様な担い手確保のため、労働環境の整備が必要
(木材産業分野 外国人労働者数 10名)

乾燥材の出荷量

目標値

単位：千m ³ JAS機械等級区分構造材の出荷量					単位：千m ³		
	R4 (出発点)	R5 (現状)	R7	R9	R4 (出発点)	R5 (現状)	R7
目標	-	-	109	126	-	-	15
実績	87	110	-	-	11	12	-

令和7年度の取り組み

(1) 大径材の利用促進

①将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の更新

- ア 資源量調査について路網等の条件を考慮した追加調査
- イ 素材生産業者の大径材への対応状況調査
- ウ 大径材加工技術の普及
製材事業者を対象として乾燥技術や製材技術の向上に向けた研修会を開催

②大径材加工施設の整備への支援

ア 大径材の加工力強化に資する施設整備について重点支援を行う

KPI：大径材加工施設の整備 1者



大径材対応
ツイン帯鋸盤



原木選別機



大型バーカー
(樹皮むき機)



大径材用
ツインバンドソー

※整備施設の一部
(林野庁資料)

(2) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

①製材工場の環境整備

- ア 製材工場の労働安全性向上のための環境整備や人材育成を支援する
- イ 外国人等就業者向けの住環境の整備等を支援する

KPI：労働環境整備 4者

5期計画（令和9年度）の目指す姿

- 住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けた取り組みを強化することにより県産材利用が拡大している。

現状・課題

（1）環境に配慮した新たな木材流通の促進

- ①SDGsをはじめ環境への関心が高まる中、持続可能性が担保された木材の活用を望む企業が増加。再造林の実施など環境に配慮した森林由来の木材であることの情報を管理・提供する仕組みが必要

（2）非住宅建築物等への木材利用の拡大

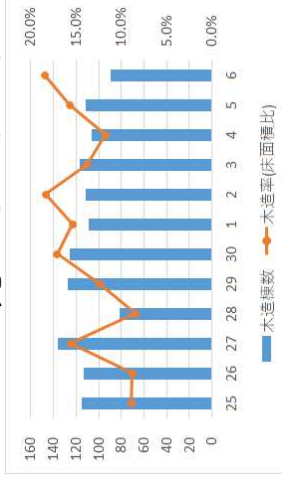
- ①環境不動産の制度周知や事業者への技術支援を実施し、1号物件が実現
⇒モデル的な環境不動産の事例の増加が必要
- ②県内では、技術研修会の開催や設計支援等によりCLT建築物は増加している一方で、非住宅建築物の木造率は低位
⇒非住宅建築物に対する木造化の提案機会を増加させることが必要

ア 県内CLT建築物の棟数

R元：28棟→R6：57棟

イ 県内非住宅建築物の木造率

R元：15.4%→R6：18.5%



令和7年度の取り組み

（1）環境に配慮した新たな木材流通の促進

- ①非住宅建築物等に供給する県産材に新たな価値を創出するため、環境に配慮した森林由来の土佐材を認証する制度を構築
 - ・木材を認証する仕組みの構築に加え、木材供給に関わる各段階の事業者（製材・加工・販売）が認証木材の取扱情報等を確認できる情報管理システムを開発

（2）非住宅建築物等への木材利用の拡大

- ①環境不動産認定制度の見直し及び1号物件を活用したPRの強化
 - ・環境不動産の認定基準の見直しにより、環境不動産建築を促進させる。



環境不動産 1号物件イメージ図



②非住宅建築物等の木造化・木質化促進に向け相談窓口業務の強化

- ・住宅及び非住宅建築物の木材利用を拡大するため、木材普及推進協会が行う木材利用総合窓口業務への支援を強化（大型商業施設内への設置、週5日から週7日に拡充）
KPI：設計費への補助 6件、木材購入費への補助 5件

③万博でつながった非住宅建築向け構造材のサプライチェーンを活用した供給・提案体制の強化や友好・姉妹都市関係にある県外自治体への営業活動の強化

④新たに県産材を海外の有望なエリアへ輸出するためのテストマーケティングを支援

県外製品市場等への県産製材材の出荷量				単位：千㎡	県内における非住宅木造建築物の棟数(年間)				単位：棟
	R4推計 (出発点・現状)	R7	R9			R4 (出発点)	R6 (現状)	R7	R9
目標	-	117	121		目標	-	-	113	121
実績	103	-	-		実績	106	89	-	-

5期計画（令和9年度）の目指す姿

○デジタル化された森林情報の活用をはじめスマート林業を推進し、若者や女性等の多様な人材がいきいきと活躍している。

目標値

林業就業者数（年度末現在）					新規就業者数（年間）				
単位：人					単位：人				
	R3(出発点)	R5(現状)	R7	R9		R3(出発点)	R5(現状)	R7	R9
目標	-	-	1,690	1,690	目標	-	-	185	200
実績	1,593	1,600	-	-	実績	142	68	-	-

現状・課題

（1）ターゲットマーケティングによる取り組みの強化

①「こちふオレストスクール」への、女性の参加者数は増加しているものの、全体の参加者数は前年度と同程度となっている。

（R5:52人(うち女性12人)

→R6:50人(うち女性22人)）

⇒林業就業に係るイベント参加者や相談者の増加に向けた情報発信の強化が必要

（2）高度な技術を有する人材の育成

①林業大学校における若者（特に女性）の研修生から研修環境の改善について声があがっている。

⇒若者（特に女性）をターゲットにした研修環境改善が必要

（3）魅力ある職場づくりの推進

①ドローン等の女性が扱いやすい機器の活用に向けた研修会の開催

⇒スマート林業の取り組み支援の対象を拡大するなど、更なる普及・定着につなげることが必要

②若者や女性などが働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催や環境整備への支援

⇒若者等のニーズにあった取り組みの更なる推進が必要

令和7年度の取り組み

（1）ターゲットマーケティングによる取り組みの強化

新 ①新たに林業就業と趣味移住をテーマにした情報発信の実施

・趣味の専門誌で情報発信

趣味を楽しみながら林業に就業するモデルケースを掲載（高知で林業の強み）
・自然が近い（趣味のスポットが近い）
・フラيبパートの時間が確保しやすい

イベント参加・相談者の増加

+

趣味移住の要素を取り入れる等、イベントの内容を見直し（イベント見直し）
・趣味移住の林業就業者をゲストに招聘
・市町村の移住施策との連携

（2）高度な技術を有する人材の育成

新 ①若者（特に女性）をターゲットにした研修環境の改善

・女性等の入校生からの声に対応するため、林業大学校にトイレカーを導入

・導入後は改善モデルとして林業事業体に普及



（3）魅力ある職場づくりの推進

拡 ①スマート林業に係る研修の充実や取り組み支援の強化

・機器や技術の最新の活用方法を学べる研修会の開催
・労務や生産性を管理するシステム等の導入を支援するため、補助メニューを拡充



拡 ②若者等のニーズに対応した就業環境改善の支援強化

KPI：労働環境改善に取り組む林業事業体数 35事業体

・若者等が働きやすい職場づくりに向けた取組を支援するため、補助メニューを拡充

（追加する補助メニュー）

就業者向けの住環境の整備、

キャリアパス導入、トイレカー導入、

外国人材の受入体制整備



STEP3：処遇の設定

STEP2：役割の設定

技術担当 3級

初任

STEP1：技能評価によるキャリアパスの導入
副班長・技術主任 2級or3級
班長 1級or2級
技能検定制度による評価

I 専門分野の成長戦略

水産業分野

水産業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

漁業者の減少や高齢化に加え、海況の変化等により漁獲量が不安定な中、水産業の成長産業化を図るため、生産性の向上や販路開拓、担い手の確保等に取り組みました。生産面では、デジタル技術を活用した効率的な生産流通体制への転換を進める「高知マリンイノベーション」の推進や、安定生産が可能な養殖生産の拡大、外商の強化に向けた加工施設の立地促進等を行いました。流通・販売面では、「高知家の魚応援の店」への販売拡大や、水産物輸出促進コーディネーター等のネットワークを活用した海外での販路開拓等に取り組んできました。漁業生産を支える担い手の確保では、高知県漁業就業支援センターによる就業相談から就業後までの一貫した支援を行い、関西圏など県外からの就業につなげてきました。

その結果、漁業生産額が平成20年以降減少（H20:483億円→R4:475億円）する中で、養殖業が成長（H20:139億円→R4:222億円）し、また、水産加工出荷額は大きく増加（H20:171億円→R4:249億円）しています。

一方、不漁や物価高騰による経営の圧迫、一部の国での輸入停止、深刻な担い手不足等、水産業を取り巻く環境は厳しさを増しています。そうした中で魅力ある水産業としていくには、デジタル技術を活用したさらなる生産性の向上や養殖業の振興による安定的な生産、新たな販路開拓・販売拡大を図るとともに、担い手として多様な人材の受入れが必要です。

② 第5期計画ver.2の取り組み

第5期計画では、「若者が地域で稼げる魅力的な水産業」を実現していくため、環境や社会の変化に強い「持続可能」で、地産外商により「稼げる」、そして多様な人材が活躍できる「働きやすい」水産業の実現に向けて、次の4つを戦略の柱として取り組みを推進します。

柱1 漁業生産の構造改革

高知マリンイノベーションの取り組みでは、メジカ漁場予測システムの構築を行い、R8年度からNABRASでの予測情報の発信を目指すとともに、産地市場のスマート化に向けては、土佐清水地域でのモデルケースの構築と他地域への横展開に取り組めます。また、養殖業では、新規漁場への企業誘致や陸上養殖の推進に取り組むほか、デジタル機器の総合的な整備を支援し、生産コストの削減と働きやすい漁業への転換に取り組めます。

柱2 市場対応力のある産地加工体制の強化

輸出の拡大に向けた加工施設の整備や衛生管理の高度化に取り組むとともに、加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ニーズの掘り起こしや施設整備等への支援に取り組めます。

柱3 流通・販売の強化

「高知家の魚応援の店」や消費地の卸売市場関係者とのネットワークを活かし、外商の拡大を進めます。また、海外で店舗展開する国内企業と連携した輸出の拡大に取り組むほか、県内事業者の商社化を推進し、農産物を含むALL高知での輸出拡大を目指します。

柱4 担い手の確保・育成

さらなる担い手の確保に向け、デジタルマーケティングを活用した就業フェア等への誘導策の強化を行うとともに、若者や女性に選ばれる水産業への転換を図るため、女性を主体とした操業モデルの検討や不漁等の影響を受けにくいマルチ漁業化への支援に取り組めます。

水産業分野の施策の展開

～ 若者が地域で稼げる魅力的な水産業 ～

目指す姿

- ① デジタル技術等の活用により、環境や社会の変化に強く安定した所得が得られる "持続可能な" 水産業
- ② 県内のみならず、県外、海外への県産水産物の販路が確立され、誰もが地産外商にチャレンジできる "稼げる" 水産業
- ③ 労働環境の改善により、多様な人材が活躍できる "働きたい" 水産業

⇒ 「若者が地域で稼げる魅力的な水産業」の実現

分野を代表する目標

漁業生産額(宝石サングを除く)

出発点 (R3) 451億円 ⇒ 現状 (R5) 598億円 ⇒ 4年後 (R9) 520億円 ⇒ 10年後 (R15) 545億円

漁業生産量(宝石サングを除く)

出発点 (R4) 6.3万トン ⇒ 現状 (R5) 8.0万トン ⇒ 4年後 (R9) 8.4万トン ⇒ 10年後 (R15) 8.8万トン

水産加工出荷額

出発点 (R3) 224億円 ⇒ 現状 (R4) 249億円 ⇒ 4年後 (R9) 284億円 ⇒ 10年後 (R15) 302億円

「地産」の強化

柱1 漁業生産の構造改革

生産性の向上や生産量の増大に向けた取り組みを推進！

(1) 高知マリンイノベーションの推進

- ① 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化
- ② リスク対策につながる予測手法の開発 (二枚潮、急潮、赤潮)
- ③ 利益シミュレーションツールの機能強化
- ④ メジカ漁場予測システムの開発
- ⑤ 黒潮牧場の高機能化
- ⑥ 市場のスマート化の着実な推進
- ⑦ 省力化につながるデジタル機器の導入支援

(2) 養殖業の振興

- ① 規模拡大・新規参入業者の誘致、生産拡大
- ② 陸上養殖の推進による生産拡大
- ③ プリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化
- ④ 所得の向上を目指した生産コストの削減

(3) 漁船漁業の振興

- ① 事業戦略の実践支援による経営力の向上 (かつお・まぐろ漁業、定置網漁業)
- ② マルチ漁業化の推進による不漁等の影響を受けにくい漁業への転換
- ③ 漁船・漁具等の設備投資への支援

柱2 市場対応力のある産地加工体制の強化

産地加工の拡大と雇用の場を創出！

(1) 加工施設の立地促進や機能等の強化

- ① 輸出に対応した加工施設の立地支援
- ② 輸出に適した加工用原魚の確保
- ③ 加工施設の機能強化や衛生管理の高度化

(2) 加工関連産業の強化

- ① 加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化

「外商」の強化

柱3 流通・販売の強化

大都市圏や海外への外商活動を強化！

(1) 外商の拡大

- ① 「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の強化
- ② 卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大
- ③ 商談会等への出展による販路拡大を支援

(2) 輸出の拡大

- ① 水産物輸出促進コーナー・デネーターや卸売市場関係者等のネットワークを活用した販路開拓・拡大
- ② 海外で店舗展開する国内企業と連携した輸出拡大
- ③ 県内事業者の商社化を推進し、農産物を含むALL高知での輸出を拡大

(3) 地域資源を活用した付加価値の創出

- ① あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進

好循環を生み出し
拡大再生産へ！

漁業所得が向上！

成長を支える取組の強化

柱4 担い手の確保・育成

新規就業者の確保や育成を支援！

(1) 新規就業者の確保・育成

- ① 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催
- ② 県独自の就業エリアの開催
- ③ 移住促進策と連携した勧誘の促進
- ④ 就業希望者を対象とした短期・長期研修等の実施

(2) 多様な人材の確保

- ① 女性が就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進
- ② 外国人材の受け入れの推進
- ③ 障害者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進
- ④ 漁業の操業を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ

経営の安定と労働環境の整備を支援！

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- ① 若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備
- ② 労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援
- ③ 法人化に向けた支援
- ④ マルチ漁業化の推進による不漁等の影響を受けにくい漁業への転換(再掲)
- ⑤ 高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 (再掲)

水産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

・漁業生産額（宝石サンゴを除く） 出発点（R3）451億円 ⇒ 現状（R5）598億円 ⇒ R7 487億円 ⇒ 4年後（R9）520億円 ⇒ 10年後（R15）545億円
・漁業生産量（宝石サンゴを除く） 出発点（R4）6.3万トン ⇒ 現状（R5）8.0万トン ⇒ R7 8.0万トン ⇒ 4年後（R9）8.4万トン ⇒ 10年後（R15）8.8万トン
・水産加工出荷額 出発点（R3）224億円 ⇒ 現状（R4）249億円 ⇒ R7 278億円 ⇒ 4年後（R9）284億円 ⇒ 10年後（R15）302億円

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4年後（R9） 目標値	重点施策 該当
1 漁業生産の構造 改革	①構造転換型	鮮魚の県内市場取扱額（年間）	73億円 （R4）	74億円 （R6）	88億円	88億円	○
	②地域産業スケール アップ型	養殖生産量（ブリ、カンパチ、マダイ、クロマゴロ）（年間）	13,703トン （R4）	20,835トン （R5）	19,650トン	23,000トン	○
2 市場対応力のあ る産地加工体制の 強化	②地域産業スケール アップ型	海外HACCP対応型加工施設の整備（累計）	4件 （R4）	5件 （R6）	-	6件	
		養殖魚の前処理加工（年間）	49.6億円 （R4）	63.4億円 （R5）	93億円	97億円	
3 流通・販売の強 化	②地域産業スケール アップ型	「応援の店」への県内参画事業者の出荷額（年間）	2.8億円 （R4）	5.5億円 （R6）	5.3億円	5.7億円	○
	③グローバル展開型	水産物の輸出（年間）	2.7億円 （R4）	5.2億円 （R5）	15.8億円	17.7億円	○
4 担い手の確保・育 成	⑤人材起点型	新規就業者数（年間）	53名 （R4）	41名 （R6）	60名	60名	○
		うち若年（15～34歳）女性新規就業者数（年間）	2名 （R4）	1名 （R6）	4名	4名	○
		法人経営体数（定置網漁業）（累計）	9法人 （R5.9）	9法人 （R6）	10法人	12法人	
		事業戦略策定経営体における各年の営業利益の目標達成率 （年間）	63% （R4）	73% （R5）	100%	100%	

分野		水産業	
各産業分野の取り組みの柱		漁業生産の構造改革	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプ ット目標 (KPI)
1	鯉魚の県内市場取扱額(年間) 【モニタリング方法】 ・水産試験場及び漁業指導所が毎月実績を漁協に聞き取り	73億円 (R4)	74億円 (R6)	88億円 (R9)	1 高知マリンイノベーションの推進 (1)情報発信システム(NABRAS)の運用と機能強化 ・水産試験場が所有する水産に関するデータを一元的に管理するデータベースを構築(データベースに64項目、139データを格納) ・海水温や潮流、赤潮発生情報などの漁業採集に有用な情報や上記データベースのデータを発信する情報発信システムNABRASを構築し、R6.1月末から運用を開始 ⇒運用開始からR7.3月末までの延べ閲覧数は約80万回(月平均約3.1万回)、プッシュ通知の登録数は赤潮・急潮が250人、マクロ採捕停止命令が361人 (2)リスク対策につながる予測手法の開発 ①二枚潮の発生予測 ・県等による海洋観測データの収集・提供(R2～) ・県提供の海洋観測データを活用したJAMSTECが運用する海況予測システム(JCOPE-T)の精度向上(R2～) ②急潮発生予測手法の開発 ・海洋観測データの収集・蓄積(H27～) ・急潮発生機序の解明・予測手法の開発(H27～) ⇒紀南分枝流(真准型)・急潮の発生機序を解明し、予測手法を確立→急潮注意報の発出開始(H29～) ③赤潮予測手法の開発 ・リアルタイムPCRを活用した赤潮早期検知技術の開発(R2～) ・赤潮予測手法の開発(R2～) ⇒浦ノ内湾における赤潮予測手法の確立(R3) ⇒浦ノ内湾における赤潮予測情報の発出・検証(R3～) ・浦ノ内湾における機械学習の導入による赤潮予測の精度向上(R4～) ・赤潮予測手法を養殖現場に活かすための阻止め効果(補償成長)の検証(R2～R3) ⇒得られた成果を養殖事業者等へ普及(R3～R4) ・県・水産庁事業を活用した養殖現場へのデジタル機器の導入支援(R3～) ⇒R3:14経営体、R4:3経営体、R5:1経営体、R6:2経営体 (3)利益シミュレーションツールの機能強化 ・R4は6経営体がツールの活用を開始し、R5は沿岸漁業でのツール開発に着手 ・利益を意識した操業の意識づけにつなげた	1 高知マリンイノベーションの推進 (1)情報発信システム(NABRAS)の運用と機能強化 ・利用者の意見に基づきシステムの改良や発信する情報の追加による漁業関係者への普及と利用率の向上【R6～R9】 ・R6年度は以下のシステム改修を実施 ①フロマガロ採捕禁止命令通知機能の拡充 ②アークワークス機能の充実 ③クロワフル画面表示機能の実装 ④災害情報LINE発信機能の実装 ・R7年度は以下のシステム改修を実施 ①メソク漁場予測システムの予測結果の配信等に向けた改修 ②赤潮情報のマップ化 ⇒ 別図<水01>参照 (P55) (2)リスク対策につながる予測手法の開発 ①二枚潮の発生予測 ・県等が収集した海洋観測データの提供による予測精度の向上【R6～R9】 ・JAMSTECと漁業者の意見交換等を通じた予測精度の普及【R6～R9】 ②急潮発生予測手法の開発 ・データの蓄積・解析による紀南分枝流急潮の予測精度の向上【R6～R9】 ・気象研究所等と連携し、中気分枝流急潮・土佐湾急潮の発生機序の解明・予測手法の確立【R6～R7】 ・中気分枝流急潮・土佐湾急潮の予測手順の作成、急潮注意報の発出・検証【R8～R9】 ③赤潮予測手法の開発 【野見湾・宿毛湾】 ・赤潮予測手法の開発・確立【R6～R7】 ・赤潮予測情報の発出・検証【R8～R9】 【浦ノ内湾】 ・赤潮予測手法に機械学習や赤潮プランクトンの生物学的特性(水温・塩分等)が増強に及ぼす影響を導入することによる予測精度の向上【R6～R9】 ・湾内での赤潮プランクトンの移動等を予測するためのモデル(流動シミュレーションモデル)の開発【R6～R8】 ・流動シミュレーションモデルの検証・改良【R8～R9】 【全体】 ・県・水産庁事業を活用した養殖現場へのデジタル機器の導入支援【R6～R9】	<NABRAS利用 漁業者数> 294人(R6.8～9実施アンケート) ↓ 711人(R9)	
						(3)利益シミュレーションツールの機能強化 ・民間事業者との連携による機能強化【R6】 ・利益シミュレーションツールの普及・高度化の検討【R6～R8】 ・漁獲予測モデルの開発の検討(国の研究機関が開発する漁場予測との連携 等)【R6～R8】 ・操業効率化支援ツールの開発・検討【R9～】	<利益シミュレーションツール利用 経営体数> 20経営体(R5) ↓ 24経営体(R9)	

分野		水産業	
各産業分野の取り組みの柱		漁業生産の構造改革	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	新ページと同じ	新ページと同じ	新ページと同じ	新ページと同じ	〔4〕メジカ漁場予測システムの開発 ・早稲田大学と連携した予測システムの開発(R2～) ⇒予測情報の試験配信(R5.1～R5.6) ・システムの基本設計完成(R6)	〔4〕メジカ漁場予測システムの開発 ・予測精度の向上に必要なデータの収集・提供【R6～R9】 ・本格運用に向けたシステムの基本設計【R6】 ・本格運用に向けたシステムの構築【R7】 ・NABRASを活用した予測情報の発信【R8～R9】 ⇒ 別図<水01>参照 (P55)	〔4〕メジカ漁場予測システムの開発 ・予測精度の向上に必要なデータの収集・提供【R6～R9】 ・本格運用に向けたシステムの基本設計【R6】 ・本格運用に向けたシステムの構築【R7】 ・NABRASを活用した予測情報の発信【R8～R9】 ⇒ 別図<水01>参照 (P55)	＜データ提供船の確保＞ 3隻(R5) ― 15隻(R9)
					〔5〕黒潮牧場の高機能化 ・黒牧周辺のガソリン・マグロ漁業の岸業の効率化を図るため、黒潮牧場へのソーナ等の施設設置及び高機能化の効果を最大限に発揮する黒潮牧場フィを検討 ⇒設置機器(ソーナ)、設置フィの候補を選定	〔5〕黒潮牧場の高機能化 ・ソーナ設置方法と取得データの海上からの送信方法の検討	〔5〕黒潮牧場の高機能化 ・設置するソーナの技術的課題(探知範囲の自動制御、方位認識等)の検討【R6～R8】 ・配信方法(通信方法やNABRASとの連携等)の検討【R6～R8】 ・黒牧12号での海上フローティングバンドを用いたデータ通信試験の実施【R7】 ・黒潮牧場へのソーナの設置【R9】 ・NABRASでの配信の開始【R10～】 ・新たな高機能化手法及び高機能化フィの検討【R10～】 ⇒ 別図<水01>参照 (P55)	
					〔6〕市場のスマート化の重要な推進 ・土佐清水地域の3漁港(目ノ川、以布利、伊佐)で自動計量システムに移行 ・清水、窪津でメジカの電子入札の運用が開始 ・中基地域の安田漁港で自動計量システムに移行(他地域への展開)	〔6〕市場のスマート化の重要な推進 ・清水市場、下ノ加江市場、窪津市場での自動計量システムへの移行 ・漁業者、漁協職員、買受人等の市場関係者の意識の醸成	〔6〕市場のスマート化の重要な推進 ・土佐清水地域の全市場で自動計量システムに移行【R6～R7】 ・メジカについて電子入札に移行【R6～R7】 ・メジカ以外の他魚種での電子入札に向けた検討【R7】 ・土佐清水地域で市場スマート化のモデルケースの構築及び他地域への展開開始を推進【R7～R9】 ⇒ 別図<水01>参照 (P55)	＜市場のスマート化が完了した地域＞ 0地域(R5) ― 3地域(R9)
					〔7〕省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化につながるデジタル機器・設備の導入を支援 R3: 養殖業デジタル化促進事業(県) R4: 水産業スマート化推進事業(国) 〔14件〕 〔1件(3事業者)〕 R5: 燃油等高価緊急対策設備投資支援事業(県) 〔13件〕 R6: 燃油等高価緊急対策設備投資支援事業(県) 〔15件〕	〔7〕省力化につながるデジタル機器の導入支援 ・省力化につながるデジタル機器・設備の導入を支援 労働環境改善の積極的な推進 R3: 養殖業デジタル化促進事業(県) R4: 水産業スマート化推進事業(国) 〔14件〕 〔1件(3事業者)〕 R5: 燃油等高価緊急対策設備投資支援事業(県) 〔13件〕 R6: 燃油等高価緊急対策設備投資支援事業(県) 〔15件〕	〔7〕省力化につながるデジタル機器・設備の導入を支援 ・省力化につながるデジタル機器・設備の導入を支援し、作業の効率化や負担軽減等の労働環境改善を図る【R6～R9】 ・養殖経営体においてデジタル機器等(養殖管理システム、水質監視システム、魚体重量推定カメラ等)を総合的に整備し、働きやすい雇用型漁業への転換を推進【R7】 ・物価高騰対策と併せて行う漁業の構造転換に関する機器整備については、重点支援地方交付金を活用【R7】 ⇒ 別図<水01>参照 (P55)	＜総合的なデジタル化等を実施する事業者＞ ― 3件(R9)

分野		水産業	
各産業分野の取り組みの柱		漁業生産の構造改革	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプ ット目標 (KPI)
					2 漁船漁業の発展 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 向上 ①かつお・まぐろ漁業 ・事業戦略に基づき、採算性の低い時期の の漁業見直しによる利益向上や、乗組員の 確保に向けた就業フェアへの参加による持 続性の向上に向けた取り組み等に関わつ た ②定置網漁業 ・ブランド化による利益向上や、乗組員の確 保に向けた就業フェアへの参加による持続 性の向上に向けた取り組み等に関わった	2 漁船漁業の発展 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ①かつお・まぐろ漁業 ・漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援 が必要 ②定置網漁業 ・漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援 が必要	2 漁船漁業の発展 (1)事業戦略の実践支援による経営力の向上 ①かつお・まぐろ漁業 ・利益シミュレーションツールを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～】 ・漁船営業指導員や県普及指導員による伴走支援【R6～】 ②定置網漁業 ・企業的な漁業経営の推進（法人化等）による労働環境の改善等【R6～】 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションツールを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～】 ・漁船営業指導員や県普及指導員による伴走支援【R7～】	<事業戦略策定 経営体における各 年の営業利益の 目標達成率（年 間）> 73%（R5） ↓ 100%（R9）
1	前ページと同じ	前ページ と同じ	前ページ と同じ	前ページ と同じ	(2)漁船・漁具等の設備投資への支援 ・造船所の減少や資材の調達難等により事業 完了が遅れる懸念がもたっている ・近年の主要魚種の不漁等により、事業活用 者のKPI未達の割合が増加 (3)カツオ資源の回復に向けた取り組み ・日本周辺へのカツオ未遡量回復には資源管 理の強化が必要	(2)漁船・漁具等の設備投資への支援 ・事業完了までに時間を要する場合は、漁船のレンタルを提案し、漁船の整備・取得までの構築を支援【R6～R9】 ・リース事業体である（一社）高知県漁業就業支援センターと連携し、事業活用後のフォローアップを強化【R6～R9】 ・独立自営型漁業への就業は促進が続いており、両事業の新規漁業就業希望への拡充支援を継続【R7～R9】 ・自営型漁業への就業希望者の不安を払拭するため、自営型漁業者の経営の安定化に必要なマルチ漁業化への支援（新規 漁労技術習得研修の受講要件の緩和と受講者への機器整備）を実施【R7～R9】	(3)カツオ資源の回復に向けた取り組み ・政策提言の実施【R6～R9】 ・かつお・まぐろ漁業対策推進県協議会を通じた国への要望の実施【R6～R9】 ・高知カツオ県民会議の活動支援【R6～R9】	<独立自営型の就 ち約漁業への就 業者数> 4名（R5） ↓ 6名（R9）
					(再掲) (4)黒潮牧場の高機能化 ・黒牧周辺のカツオ・マグロ漁業の構築の効率化を図るため、黒潮牧場へのソーナ等の機器設置及び高機能化の効果を最大限に発揮する黒潮牧場パイを検討 ⇒設置機器（ソーナ）、設置パイの候補を選定	(再掲) (4)黒潮牧場の高機能化 ・設置するソーナの技術的課題（深知範囲の自動制御、方位認識等）の検討【R6～R8】 ・配信方法（通信方法やNABRASとの連携等）の検討【R6～R8】 ・黒牧12号での海上プロローグイベントを用いたデータ通信試験の実施【R7】 ・黒潮牧場へのソーナの設置【R9】 ・NABRASでの配信の開始【R10～】 ・新たな高機能化手法及び高機能化パイの検討【R10～】		
2	養殖生産量（ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ）（年間） 【モニタリング方法】 ・森林水産統計（年1回） ・漁業者への聞き取りにより 導入電数等の傾向を把握 ・漁業指導所が漁業者等に 浜面を聞き取り（月1回）	13,703トン (R4)	20,835トン (R5)	23,000トン (R9)	1 養殖業の発展 (1)規模拡大・新規参入業者の誘致・生産拡大 ・既存養殖漁場の有効活用に向けた漁場 利用状況の調査（R4～R6） ・新規養殖漁場候補地の選定に向けた調 査（波、風、地形等）（R5） ⇒土佐湾、宿毛湾内で複数の候補地を選 定 ・調査結果を踏まえた地元の意向確認・ 調整（R5～） ・候補地への規模拡大・新規参入事業者 の誘致に向けて、水産関連事業者6,500者に ダイレクトメールを送付（R6） ⇒92者から回答。順次、参入に向けた協 議を実施。	1 養殖業の発展 (1)規模拡大・新規参入業者の誘致・生産拡大 ・漁業種の設定に向けた地元調整、漁業者の誘致に関する協議を踏まえた、地元の合意に基づく規模拡大・新規参入業者の誘致活動【R6～R9】 ・規模拡大・新規参入業者への支援の拡充（漁船リース、新リース事業等）【R6～R9】 ⇒ 別図＜水02＞参照（P56）	<規模拡大・新規 参入事業者の誘 致> ↓ 3事業者（R9）	

分野		水産業	
各産業分野の取り組みの柱		漁業生産の構造改革	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
					②陸上養殖の推進による生産拡大 ・参入に向けた協議の実施(R6～) ③プリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・参入した県内養殖業者が導入した人工種苗の飼育データを解析・提供することによるプリ人工種苗の導入促進(R6～R9) ⇒ 別図<水02>参照(P56)	②陸上養殖の推進による生産拡大 ・陸上養殖への参入の具体的な検討に必要な、地下水の水质や量等に関する既存データがない ③プリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化 ・R4、R5に県内養殖業者が導入した人工種苗の飼育データを解析・提供することによるプリ人工種苗の導入促進(R6～R9) ⇒ 別図<水02>参照(P56)	②陸上養殖の推進による生産拡大 ・陸上養殖を開始するために必要な条件等の調査【R6】 ・陸上養殖適地調査の実施(ボーリング調査による水温・水量データの収集)【R7】 ・調査結果を活用した県内外の水産関連企業等の誘致【R6～R9】 ⇒ 別図<水02>参照(P56)	<参入事業者の誘致> — 1 4事業者(R9)
2	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	④「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発 ・「マダイ・カンパチ」における補償成長を利用した飼料コスト削減技術の開発(H24～H26) ・「マダイ」における赤潮予測手法を養殖現場に活かすための餌止め効果(補償成長)の検証(R2～R3) ⇒ 得られた成果を養殖事業者等へ普及(R3～R4) ・民間企業と連携した補償成長を利用した投餌量削減技術の実証試験(R5～R6) ⇒ 成果報告会の開催(R6)	④所得の向上を目指す生産コストの削減 ①「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発【マダイ】 ・民間企業と連携した補償成長を利用した投餌量削減技術の普及【R6～R9】 ・より効果的に補償成長を発現させるための餌止め方法の検討【R7～R8】 ②「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発【マダイ・プリ】 ・補償成長を利用した投餌量削減技術の普及【R7～R9】 ・餌止めの免疫機能等へ及ぼす影響の評価及び影響の軽減方法の検討【R6～R8】 ⇒ 別図<水02>参照(P56)	④所得の向上を目指す生産コストの削減 ①「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発【マダイ】 ・民間企業と連携した補償成長を利用した投餌量削減技術の普及【R6～R9】 ・より効果的に補償成長を発現させるための餌止め期間の検討【R7～R8】 ②「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発【マダイ・プリ】 ・補償成長を利用した投餌量削減技術の普及【R7～R9】 ・餌止めの免疫機能等へ及ぼす影響の評価及び影響の軽減方法の検討【R6～R8】 ⇒ 別図<水02>参照(P56)	<マダイ・投餌量削減技術を実施する事業者> 0件(R5) ↓ 26件(R9) <プリ・投餌量削減技術を実施する事業者> 0件(R5) ↓ 5件(R9) ※安全な技術が開発できた場合 (再掲) <総合的なデジタル化等を実施する事業者数> — 1 3件(R9)

分野		水産業
各産業分野の取り組みの柱		流通・販売の強化

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	「応援の店」への県内参画事業者の出荷額(年間) 【モニタリング方法】 ・県内参画事業者へのアンケート調査(年2回)	2.8億円 (R4)	5.5億円 (R6)	5.7億円 (R9)	1 外需の拡大 (1)「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外需活動の強化 ・少量多品種の県産水産物の特徴を生かした産地直送による取り組み、「高知家の魚応援店制度」を活用した、産地・県・産地招へい、県産水産物メニューフェアの開催、営業活動の実施等により県内参画事業者との取引を促進 「応援の店」登録数: (R2) 1,059→(R4) 1,149 →(R5) 1,416→(R6) 1,617 年間取引額: (R2) 2.3億円→(R4) 2.8億円→(R6) 3.7億円→(R6) 5.5億円	1 外需の拡大 (1)「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外需活動の強化 ・県内の店と県内参画事業者のネットワークを活用し、関西圏の飲食店やホテルなどとの取引拡大を目指す ・県内参画事業者の取引拡大につながる商談機会の創出【R6～R9】 ・取引額のさらなる増加に向けたチェーン店とのマッチングの強化【R6～R9】 ・商談の成約率向上、取引拡大を目指した営業力強化研修の実施【R6～R9】 ⇒ 別図<水03>参照 (P57)	(1)「高知家の魚応援の店」への県内参画事業者の出荷額(年間)> (R5) 3.7億円 ↓ 5.7億円 (R9)	
					(2)卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大 ・これまで培った関係性の更なる強化	(2)卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大 ・継続取引から定着取引につながるような継続的な営業【R6】 ・産水連携フェアを活用したクロスマーチャンダイズ(カテゴリは異なるが関連性のある商品を組み合わせて売り増しに陳列)の実施【R6】 ・消費地市場関係者と県内産地買受人等の意見交換会の開催による関係強化【R7～R9】 ⇒ 別図<水03>参照 (P57)	<意見交換を行う消費地市場> (R5) ↓ 4市場 (R9)	
					(3)商談会等への出展による販路拡大を支援 ・さらなる新規顧客開拓による販売額の増大	(3)商談会等への出展による販路拡大を支援 ・全国規模の見本市(シーフードショー)への県ブースの設置による商談機会の創出や県産水産物のPRの実施【R6～R9】 ・成約額の増加に向けた出展事業者のフォロー【R6～R9】	<シーフードショー1回あたりの成約金額> (R5) 36,982千円(R5) ↓ 37,000千円以上 (R9)	

水産業					
流通・販売の強化					
分野					
各産業分野の取り組みの柱					
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標(R9)	これまでの取り組みと成果
					課題
					2 地域資源を活用した付加価値の創出 (1) あゆめを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・「あゆめ王国高知振興ビジョン」(R6.3月策定)に掲げる取り組みを事業者や漁協、市町村等と連携しながら推進【R6～R9】 ・あゆPRイベントの開催やインフルエンサーの活用等による県産あゆの効果的な情報発信の実施【R6～R9】 ・県産あゆの取引拡大に向けた国内外での販売促進の強化と新たな集荷体制の構築【R6～R9】 ・釣り真メーカー主催のあゆ釣り全国決勝大会でのPRの実施【R6～R9】
1	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	2 地域資源を活用した付加価値の創出 (1) あゆめを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・「あゆめ王国高知振興ビジョン」(R6.3月策定)に掲げる取り組みを事業者や漁協、市町村等と連携しながら推進【R6～R9】 ・あゆPRイベントの開催やインフルエンサーの活用等による県産あゆの効果的な情報発信の実施【R6～R9】 ・県産あゆの取引拡大に向けた国内外での販売促進の強化と新たな集荷体制の構築【R6～R9】 ・釣り真メーカー主催のあゆ釣り全国決勝大会でのPRの実施【R6～R9】
					1 輸出の拡大 (1) 水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者のネットワークを活用した販路開拓・拡大 ・ALPS処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置により、中国への輸出が停止 ・中国以外の新たな国への販路の開拓 ・高知県水産物輸出促進協議会が国内の展示会へ出展 【海外見本市及び賞味会】 R3: 米国(オンライン展示会1回) R4: シンガポール(3回)、米国(1回) R5: タイ(1回)、ベトナム(1回)、シンガポール(1回)、米国(2回) R6: タイ(2回)、台湾(1回)、ベトナム(2回)、シンガポール(1回)、インドネシア(1回)、米国(2回)、インド(2回) 【国内見本市】 R2: 2回(うち1回オンライン)、R3: 3回、R4: 3回、R5: 3回、R6: 1回 ・「水産物輸出促進コーディネーター」を配置し、県内事業者の商品開発や販路開拓を支援(R5) ・県産水産物の輸出拡大に向け、関東及び関西の卸売市場関係者等へ業務委託(R5.6月～R6.3月、R6.5月～R7.3月) ⇒輸出額 R2:3.9億円、R3:3.1億円、R4:2.7億円、R5:5.2億円
2	水産物の輸出(年間) 【モニタリング方法】 ・シエトロ高知・県「食料品輸出額」を建設(年1回) ・主要な輸出事業者からの聞き取り(月1回)	2.7億円(R4)	5.2億円(R5)	17.7億円(R9)	1 輸出の拡大 (1) 水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者のネットワークを活用した販路開拓・拡大 ・ALPS処理水の海洋放出に伴う中国による日本産水産物の輸入停止措置により、中国への輸出が停止 ・中国以外の新たな国への販路の開拓 ・高知県水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者の集荷能力や輸出ルートを活用した販路開拓を実施【R6～R9】 ・これまで輸出拡大に取り組んできた米国や東南アジアに加え、台湾やインド、中東諸国などの新たな国への輸出ルートを開拓することによって県産水産物の輸出を拡大【R6～R9】 ・東南アジアの百貨店等で店舗展開する国内企業と連携した海外の小売店舗での高知フェアの開催【R7～R9】 ・県内事業者の商社化を推進し、農産物を含むALL高知での輸出を拡大【R7～R9】 ⇒ 別図<水03>参照(PO)
					2 地域資源を活用した付加価値の創出 (1) あゆめを活用した地域活性化の取り組みの推進 ・「あゆめ王国高知振興ビジョン」(R6.3月策定)に掲げる取り組みを事業者や漁協、市町村等と連携しながら推進【R6～R9】 ・あゆPRイベントの開催やインフルエンサーの活用等による県産あゆの効果的な情報発信の実施【R6～R9】 ・県産あゆの取引拡大に向けた国内外での販売促進の強化と新たな集荷体制の構築【R6～R9】 ・釣り真メーカー主催のあゆ釣り全国決勝大会でのPRの実施【R6～R9】
					主なアウトプット目標(KPI) ・流通販売事業者と連携した新たな販売ルールを構築 1件(R5) ↓ 3件以上(R9)

分野		水産業		
流通・販売の強化				
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標(R9)
				これまでの取り組みと成果
				課題
				取り組み内容(R6～R9)
				主なアウトプット目標(KPI)

分野	水産業
各産業分野の取り組みの柱	担い手の確保・育成

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプ ット目標(KPI)
1	新規就業者数(年間) うち若年(15～34歳) 女性新 規就業者数(年間) 【モニタリング方法】 ・漁業指導所が漁協や大漁 組合等に依頼する新規漁業 就業者参入状況調査(6月 12月)により就業状況を把握	53名 (R4) うち若年 女性 2名 (R4)	41名 (R6) うち若年 女性 1名 (R6)	60名 (R9) うち若年 女性 4名 (R9)	1 新規就業者の確保・育成 ・関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナー開催 ・就業実績の高い県内や関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・面談者へのフォローアップの強化が必要 (R4)2校→R5:4校→R6:4校) (R4)2校→R5:4校→R6:4校)	1 新規就業者の確保・育成 ・(1)関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナー開催 ・就業実績の高い県内や関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・面談者へのフォローアップの強化が必要 ⇒ 別図<水04>参照 (P58)	＜就業セミナーの開催＞ ・関西専門高校等：6校、県内高校：6校、県内高校：6校、その他施設：1か所 (R6) ⇒ 別図<水04>参照 (P58)	＜就業セミナーの開催＞ ・関西専門高校等：6校、県内高校：6校、県内高校：6校、その他施設：1か所 (R6) ⇒ 別図<水04>参照 (P58)
					2 多様な人材の確保 ・(1)女性に就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進 ・近年、定置網や養殖等の雇用型漁業では、少人数であるものの女性の参入が伸びている。 ・女性就業者の参入促進、定着に必要な課題の抽出が必要	2 多様な人材の確保 ・(1)女性に就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進 ・近年、定置網や養殖等の雇用型漁業では、少人数であるものの女性の参入が伸びている。 ・女性就業者の参入促進、定着に必要な課題の抽出が必要 ⇒ 別図<水04>参照 (P58)	＜就業セミナーの開催＞ ・関西専門高校等：6校、県内高校：6校、県内高校：6校、その他施設：1か所 (R6) ⇒ 別図<水04>参照 (P58)	＜就業セミナーの開催＞ ・関西専門高校等：6校、県内高校：6校、県内高校：6校、その他施設：1か所 (R6) ⇒ 別図<水04>参照 (P58)

分野		水産業						
担い手の確保・育成								
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R8～R9)	主なアウトプット目標 (KPI)
1	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	(2)産業者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水産道徳の推進 ・普及員向け研修会の開催 (R56) ・水産事業者に対する意向調査の実施 (R57)53事業者 ・県や市町村の福祉部局が行う各種推進会議に参加、情報共有 ・東部(安芸市・室戸市)で福祉事業者向け体験会を実施、室戸市で1件施設外就労成就見込み (R6)	(2)産業者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水産道徳の推進 ・水産事業者の講習等雇用に対する理解の醸成 ・福祉団体・養護教育施設等の水産業分野の理解の醸成 ・水産業分野において障害者等が活躍できる作業等の整理 ⇒ 別図<水04>参照 (P58)	(2)産業者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水産道徳の推進 ・水産事業者向け研修会及び福祉事業者向け研修会の開催【R6】 ・水産事業者と障害者との相互理解、マッチングに向けた作業体験会や意見交換会の実施【R6】 ・取り組みの普及、促進を図るため、先行している農業分野や福祉との連携強化(農福連携支援調整会議への参画等)【R6】 ・広報パンフレットの作成、配布【R6】 ・産福連携の基盤を活用し、水産事業者及び福祉事業者向け体験会等の開催によるマッチングの強化【R7～R9】 ⇒ 別図<水04>参照 (P58)	<取り組みにより被害者を新たに受け入れた事業者の数> 0件(R5) ↓ 2件(R9)
					(3)外国人材の受け入れの推進 ・外国人漁業研修センターが実施する外国人漁業実習事業への支援(H13～) ・特定技能制度の周知 (R2～)	(3)外国人材の受け入れの推進 ・外国人漁業研修センターが実施する研修への支援の継続【R6～R9】 ・現在の受け入れ国以外の情報収集・検討【R6～R9】 ・外国人材に選ばれた国以外の高知県を目指し、働きやすい環境の整備等、事業者と協議【R7～R9】	<外国人労働者数> 213人(R5) ↓ 320人(R9)	
前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	(4)漁業の過重を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ ・造船所や鉄工所の現状把握 ・(一社)高知県事業承継・引き継ぎセンターとの連携	(4)漁業の過重を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ ・造船所や鉄工所の現状把握 ・造船所や鉄工所の後継者の確保 ⇒ 別図<水04>参照 (P58)	(4)漁業の過重を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ ・造船所や鉄工所の現状把握 ・造船所や鉄工所の後継者の確保 ・経営支援課と連携し、事業承継の際に活用可能な支援制度等を情報提供【R6～R9】 ・関係機関と連携し、現状の把握を継続するとともに、適切な支援につなげる【R7～R9】 ・技術承継が円滑に進むよう、地域おこし協力隊活用の検討を市町村に働きかけ【R7～R9】	<外国人労働者数> 213人(R5) ↓ 320人(R9)
					3 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・事業戦略に即つき、採算性の低い時期の休業は一部にとまどっており、経営者の意識改革が必要 ・利益を還元し、経営者の生活安定・継続に向けた支援 ・若者や女性、障がい者等の多様な人材が必要 ・定着するするには労働環境等の改善が必要	3 魅力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお・まぐろ・定置網漁業) ・企業的な漁業経営の推進(法人化等による労働環境の改善等)【R6～】 ・若者や女性、障がい者等の多様な人材が必要 ・利益を還元し、経営者の生活安定・継続に向けた支援 ・若者や女性、障がい者等の多様な人材が必要 ・定着するするには労働環境等の改善が必要	<法人化経営体数(定置網漁業)(累計)> 9法人(R5) ↓ 12法人(R9)	
前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	前ページと同じ	(2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣 ・派遣先の選定 ・派遣先での就業状況の把握 ・派遣先での就業状況の把握 ・派遣先での就業状況の把握	(2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣 ・派遣先の選定 ・派遣先での就業状況の把握 ・派遣先での就業状況の把握 ・派遣先での就業状況の把握	(2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣 ・派遣先の選定 ・派遣先での就業状況の把握 ・派遣先での就業状況の把握 ・派遣先での就業状況の把握	<研修の実施事業者> 1件(R5) ↓ 4件(R9)
					(3)外国人材の受け入れの推進 ・外国人漁業研修センターが実施する外国人漁業実習事業への支援(H13～) ・特定技能制度の周知 (R2～)	(3)外国人材の受け入れの推進 ・外国人漁業研修センターが実施する研修への支援の継続【R6～R9】 ・現在の受け入れ国以外の情報収集・検討【R6～R9】 ・外国人材に選ばれた国以外の高知県を目指し、働きやすい環境の整備等、事業者と協議【R7～R9】	<外国人労働者数> 213人(R5) ↓ 320人(R9)	

[illegible]

分野	
水産業	
担い手の確保・育成	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
2	法人経営体数(定置網漁業) (累計) 【モニタリング方法】 ・漁業者へ法人化の状況を聞き取り	9法人 (R5.9)	9法人 (R6)	12法人 (R9)	1 能力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお、まぐろ、定置網漁業) ・事業戦略に基づき、採算性の低い時期の休業見直し(かつお、まぐろ)やブランド化(定置網)による利益向上、乗組員の確保に向けた就業フェアへの参加による持続性の向上に向けた取り組み等に繋がった	1 能力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお、まぐろ、定置網漁業) ・企業的な漁業経営の推進(法人化等)による労働環境の改善等【R6～R7】 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～R7】 ・漁協漁指導員や県普及指導員による伴走支援【R6～R7】		
					(再掲) (2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣 ・労働局や男女共同参画センター、水産庁等の専門家(社会保険労務士)派遣制度の活用により、経営者や従業員の意識改革を進め、雇用条件や労働環境の改善を促す【R6～R9】 ・労働環境等の改善や若者の受け入れに積極的な経営体を、優良事例として県HP等で情報発信し関係府を回る【R6～R9】 ・雇用型漁業支援制度の利用要件に、労働環境改善に関する講習会受講を加え、雇用型漁業における意識改革、就業者の定着率向上を図る【R6～R9】	(再掲) (2)労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援 ・労働局や男女共同参画センター、水産庁等の専門家(社会保険労務士)派遣制度の活用により、経営者や従業員の意識改革を進め、雇用条件や労働環境の改善を促す【R6～R9】 ・労働環境等の改善や若者の受け入れに積極的な経営体を、優良事例として県HP等で情報発信し関係府を回る【R6～R9】 ・雇用型漁業支援制度の利用要件に、労働環境改善に関する講習会受講を加え、雇用型漁業における意識改革、就業者の定着率向上を図る【R6～R9】		
3	事業戦略策定経営体における各年の営業利益の目標達成率(年間) 【モニタリング方法】 ・事業戦略策定経営体へのヒアリング(随時)	63% (R4)	73% (R5)	100% (R9)	1 能力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお、まぐろ、定置網漁業) ・事業戦略に基づき、採算性の低い時期の休業見直し(かつお、まぐろ)やブランド化(定置網)による利益向上、乗組員の確保に向けた就業フェアへの参加による持続性の向上に向けた取り組み等に繋がった	1 能力ある職場づくりの支援 (再掲) (1)法人化に向けた支援 ①事業戦略の実践支援による経営力の向上(かつお、まぐろ、定置網漁業) ・企業的な漁業経営の推進(法人化等)による労働環境の改善等【R6～R7】 ・各経営体に対する事業戦略の実践支援【R6～R7】 ・利益シミュレーションを活用した漁業経営のサポートを継続【R6～R7】 ・漁協漁指導員や県普及指導員による伴走支援【R6～R7】		

現状・課題

(1) 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化

- ① 利用促進に向けた漁業者への働きかけとニーズ把握
- ② 閲覧者の属性等を把握するためのアンケート機能実装
⇒ NABRAS利用漁業者数484人 (R6目標値)
→ 301人 (R7.2～3実施アンケート)
⇒ NABRASのさらなる普及と機能強化

(2) メジカ漁場予測システムの開発

- ① メジカ漁場予測システムの基本設計を実施
⇒ 12月末完成
- ② メジカ漁獲データの取得 (通年)
⇒ 3隻、計84回 (R6)
⇒ 予測精度向上に向けて、より多くのデータ (漁場位置、漁獲量) の取得が必要

(3) 黒潮牧場の高機能化

- ① 海上ブロードバンドによる通信試験を実施 (7月)
⇒ 黒牧ブイから長期間、安定的なデータ送信が可能か検証が必要

(4) スマート市場のモデルケースの構築

- 【清水地域】
 - ① 自動計量システム：3漁港で現場実装が完了
 - ② メジカ電子入札：清水、窪津で運用開始
 - 【中芸地域】
 - ① 安田市場で自動計量システムの活用を開始
- ⇒ 漁協職員や買受人等の市場関係者に対するさらなる意識の醸成やサポートが必要

鮮魚の県内市場取扱額

	R4	R5	R6
目 標	92億円	93億円	88億円
実 績	73.3億円	87.6億円	74億円

K
P
I
検
証

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値

鮮魚の県内市場取扱額
出発点(R4) 73億円 ⇒ 現状(R6) 74億円 ⇒ R7 88億円 ⇒ 4年後(R9) 88億円
デジタル技術の活用による操業の効率化や産地市場のスマート化により、コスト削減、省力化につなげ、環境や社会の変化に強い持続的な漁業生産体制に転換

令和7年度の取り組み

1 操業の効率化を推進し、持続的な漁業への転換を図る

(1) 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能向上

- ① 漁業者のニーズに基づく掲載情報の拡充
(宿毛湾中・底層の水温・潮流予測、赤潮情報のマップ化)
- ② NABRASの利用促進に向けた漁業者への周知活動の強化
【KPI：NABRAS利用漁業者数 560人】



(2) メジカ漁場予測システムの開発

- ① メジカ漁場予測システムの構築 (R8～NABRASで発信開始)
- ② 漁業者の参加を得た新たなデータの取得手法 (タブレット、アプリの導入) の検証

(3) 黒潮牧場の高機能化

- ① 黒潮牧場12号での海上ブロードバンドを用いたデータ通信試験を実施

(4) 省力化・デジタル化による雇用型漁業の構造転換

- ① 養殖経営体において、デジタル機器 (養殖管理システム、水質監視システム、魚体重推定カメラ等) を総合的に整備し、働きやすい雇用型漁業に転換

2 産地市場のデジタル化を推進し、業務が効率化された市場への転換を図る

(1) 市場のスマート化の着実な推進

- ① 漁協の市場スマート化を支援する補助金の創設
土佐清水地域をモデルケースとして構築している市場のスマート化を、県全域に横展開するため、漁協が行うスマート化の取り組みを支援
- ② 現地指導員の配置
県版地域おこし協力隊制度を活用し、モデルケースの確実な構築を図るため、漁協職員の伴走支援を行う現地指導員を配置
【KPI：市場のスマート化が完了した地域 1地域】

現状・課題

(1) 漁場の確保

- ① 既存漁場には現状活用可能な空きがない
⇒ 養殖生産の増産には新たな漁場の確保・陸上養殖の推進が必要

(2) ブリ人工種苗の普及

- ① ブリ養殖は種苗の多くを天然に依存していることから生産が不安定
- ② 海外では、トレーサビリティ、SDGsの観点から人工種苗による養殖魚のニーズが高い
- ③ 人工種苗の導入を支援（2業者等 R4～5）
⇒ 養殖ブリの安定生産には人工種苗の普及が必要

(3) 生産コストの削減

- ① 近年、餌の価格等が高騰しており、コストが増加
- ② 効率的な給餌頻度の検討(H23～26)及び餌止め効果の検証・普及(H25～26、R2～6)を実施

⇒ 投餌量削減技術の更なる開発・検証・普及が必要

- ③ 養殖現場へのデジタル機器導入を支援し(R3～6)、17業者が機器を導入
⇒ デジタル機器の更なる普及が必要

(4) リスク対策（赤潮）

- ① 浦ノ内湾で赤潮予測情報の提供を開始(R4)
⇒ 野見湾・宿毛湾での予測情報の提供が必要
⇒ 浦ノ内湾での予測精度の向上が必要

(5) 担い手対策（再掲）

- K ① 養殖生産量（ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ）

P I 検 証	H30(出発点)		R5
	目 標		21,080トン
	実 績	19,800トン	20,835トン

5 期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)

出発点(R4)13,703トン ⇒ 現状(R5) 20,835トン ⇒ R7 19,650トン ⇒ 4年後(R9)23,000トン

- ① 養殖業が抱える課題（漁場・人工種苗・コスト・担い手・販売）に対してパッケージで支援を行うことで、養殖生産量を増加

令和7年度の取り組み

(1-1) 新たな養殖漁場の整備、規模拡大・新規参入業者の誘致

- ① 規模拡大・新規参入の意向がある事業者への誘致活動
- ② 規模拡大・新規参入企業等の誘致に向けたさらなる支援の拡充
【KPI：規模拡大・新規参入事業者の誘致 1事業者】

新 (1-2) 陸上養殖の推進

- ① 陸上養殖を開始するために必要な条件等の調査（R6～）
- ② 陸上養殖適地調査の実施（ボーリング調査により水質・水温・水量データを収集）
- ③ 調査結果を活用した県内外の水産関連企業等の誘致

(2) ブリ人工種苗の普及

- ① R5に県内養殖業者が導入した人工種苗の飼育データの収集・分析
- ② 人工種苗の普及に向けた県内事業者向け説明会の開催

(3) 所得の向上を目指した生産コストの削減

- ① 補償成長を活用した、より効果的かつ安全な投餌量削減技術の開発・検証・普及
- ② 補償成長と魚粉代替飼料の活用を強みに変えた販売・輸出戦略の推進
- ③ デジタル機器（養殖管理システム、水質監視システム、魚体重推定カメラ等）を総合的に整備し、働きやすい雇用型漁業に転換（再掲）
【KPI：総合的なデジタル化等を実施する事業者数 3件】
- ④ 養殖現場での省力化につながるデジタル機器の導入支援

(4) リスク対策

- ① 赤潮発生予測技術の確立・高度化（マリンイノベーションの取組）

拡 (5) 担い手対策（再掲）

- ① 新規就業者の育成・確保
- ② 多様な人材が参入しやすい環境整備



出典：水産白書

現状・課題

(1) 国内への拡大

- ①「応援の店」との取引額は、コロナの影響により大幅に減少したが、飲食店等の需要回復等により、コロナ前の水準近くまで回復。加えて県内の加工施設の整備が進み大量注文への対応が可能となったことで大口の取引が増加
- ②大阪中央卸売業者と連携したフェア開催等、販売促進活動により量販店、飲食店との取引額が増加

<課題>

- さらなる取引拡大に向け、販路の開拓が必要
- オンラインによる効率的な商談の開催
- これまで培った関係性の更なる強化

(2) 輸出の拡大

- ①「高知県水産物輸出促進協議会」による国内外の国際見本市等への出展
- ②国内外にネットワークを持つ「水産物輸出促進コーディネーター」を配置、県内事業者の商品開発や販路拡大を支援
- ③卸売市場関係者等の輸出ルートを活用した販路拡大

<課題>

- 中国による日本産水産物の輸入が停止（R5）
- 東南アジア等、経済成長が著しい国への販路開拓が必要
- 輸出国のニーズに応じた安定的な商流・物流の構築
- 県内で輸出に取り組む事業者の裾野の拡大

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

◆「応援の店」への県内事業者の出荷額

出発点(R4) 2.8億円 ⇒ 現状(R6) 5.5億円 ⇒ 4年後(R9) 5.7億円

◆水産物の輸出額

出発点(R4) 2.7億円 ⇒ 現状(R5) 5.2億円 ⇒ 4年後(R9) 17.7億円

- (1) 応援の店や卸売市場関係者等とのネットワークを活用し、国内外商の拡大・強化
- (2) 水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者等のネットワークを活用し、新たな販路の開拓や拡大に取り組むことで、県産水産物の輸出額が増加

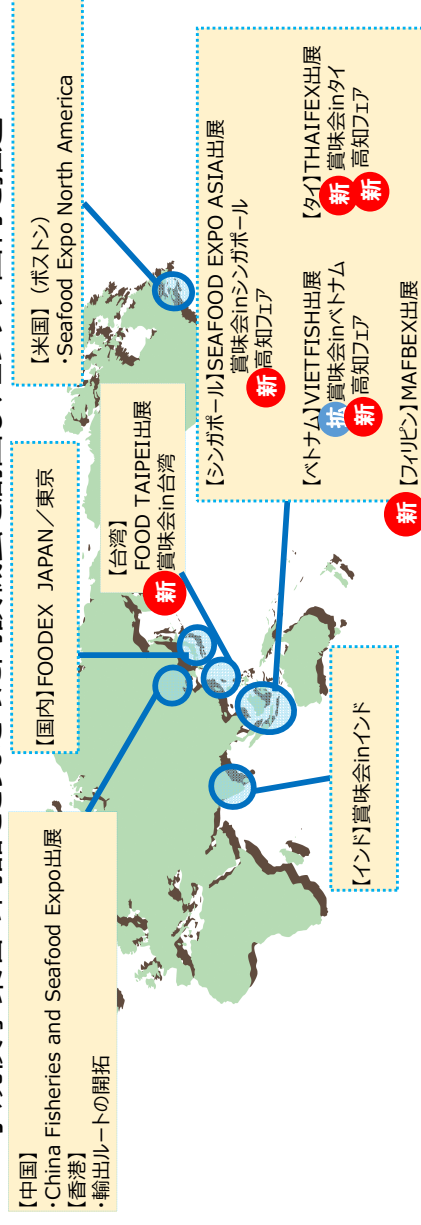
令和7年度の取り組み

(1) 国内への拡大

- 拡** ①取引額のさらなる増加に向けてチェーン店とのマッチングの強化
- ②商談の成約率向上、取引拡大を目指した営業力強化研修の実施
- 新** ③消費地市場関係者と県内産地買受人等の意見交換会の実施による関係強化

(2) 輸出の拡大

- 拡** ①「高知県水産物輸出促進協議会」による国際見本市への出展等を支援
- ②水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓の支援
- ③卸売市場関係者等と連携した新たな販路の開拓
- 新** ④東南アジアの百貨店等で店舗展開する国内企業と連携した輸出拡大
 - ・海外の小売店舗での高知フェアの開催等を通じて輸出を拡大
- 新** ⑤県内事業者の商社化を推進し、農産物を含むALL高知での輸出を拡大
 - ・小規模事業者の商品をとりまとめた商談機会を創出し、コンテナ出荷を推進



現状・課題

(1) 新規就業者の確保・育成

- ① 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催
- ② 県独自の就業フェアの開催
- ③ 移住促進策と連携した勧誘の促進
- ④ 就業希望者を対象とした短期・長期研修等の実施
⇒ 情報発信及び就業希望者の掘り起こしを強化し、更なる新規就業者の確保が必要

(2) 多様な人材の確保

- ① 水産女子会での意見交換や、女性を派遣しての現地調査による課題抽出
- ② 障害者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進

⇒ 若者や女性等に選ばれる水産業への転換

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- ① 若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備
- ・ 水産女子会での意見交換、現地調査による課題抽出
- ・ 体力的に厳しいなどの労働面での不安
- ・ 雇用条件に対する不安（休暇制度や将来的な給与の増加）

・ 職場環境に関する課題（更衣室やトイレの改善）

⇒ デジタル化、省力化、更衣室整備等による労働環境の改善、休暇制度の充実やキャリアパスの明確化等による雇用条件の改善が必要

- ② マルチ漁業化の推進による不漁等の影響を受けにくい

漁業への転換

・ 不漁や資材高騰による経営の悪化により、自営型漁業への新規就業者が減少

⇒ 不漁等による影響を受けにくい漁業への転換が必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

新規就業者数 出発点(R4)53名 ⇒ 現状(R6)41名 ⇒ R7 60名 ⇒ 4年後(R9)60名
(うち若年(15～34歳)女性 出発点(R4)2名 ⇒ 現状(R6)1名 ⇒ R7 4名 ⇒ 4年後(R9)4名)

- ① 県内及び関西圏での情報発信の強化等により、若者や女性の新規就業者が増加
- ② 労働環境及び雇用条件の改善が進むことで、新規就業者が増加、定着

令和7年度の取り組み

(1) 新規就業者の確保・育成

- ① デジタルマーケティングを活用したフェアやセンターHPへの誘導策の強化
- ② 就業支援センターHP コンテンツの充実、女性や若者を意識した情報提供
- ③ 漁業者によるSNSを活用した情報発信、水産業と親和性の高い施設と連携したPR

【KPI:就業フェア来場者数（高知：40名、大阪：70名）】

(2) 多様な人材の確保

- ① 女性を主体とした事業モデルの構築に向けた検討
- ② 水産事業者及び福祉事業者向け体験会等の開催によるマッチングの強化

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- ① 若者・女性が進みやすい雇用型漁業への転換を推進するため、デジタル化・省力化機器の総合的な整備に取り組む事業者を支援（再掲）
- ② 若者や女性など多様な人材が進みやすい労働環境の整備を支援
- ③ 雇用条件等の改善に向けた専門家の派遣等、魅力ある職場づくりを支援
- ④ 新規漁業技術習得研修の要件緩和とマルチ漁業化に必要な機器整備等への支援

【KPI：独立自営型のうち漁業への就業者数 6名】

R6

R7

- ・ 漁業就業確保委託事業費
県独自の就業フェアの開催、専門学校等でのセミナー開催、フェア出展事業者向け研修会、オンラインセミナーの開催、小学生向け漁業紹介動画の作成
- ・ 高知県漁業就業支援センター直営研修事業費
短期研修、県内高校でのセミナー開催、共通座学研修への支援
- ・ 長期研修等事業費
自営・雇用・漁家子弟研修、漁業経営安定化研修への支援
- ・ 高知県漁業就業支援センター運営経費
センターの人件費、事務費

新・女性主体の事業モデル構築事業
・ 女性活躍推進事業

新・水産業のデジタル化等推進事業
・ 労働環境等の改善を支援

拡・漁業就業支援事業費補助金
拡・就業希望者の掘り起こしをさらに強化
・ 新規漁業技術習得研修の拡充

・ 水福連携推進事業

水福連携推進事業

I 専門分野の成長戦略

商工業分野

商工業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

商工業分野では「製造品出荷額等」を代表する指標とし、令和6年には6,740億円以上を達成する目標を掲げ、企業支援などの取り組みを進めてきました。その結果、直近の令和4年は、産業振興計画の取り組みを開始して以降最高となる6,473億円を記録し、着実に成果が現れています。

地産の強化では、事業戦略の策定・実行支援や、付加価値の高い製品・技術の開発支援に取り組むとともに、防災関連産業や紙産業など、本県の強みを生かした産業振興の取り組みを展開してきました。企業誘致では、IT・コンテンツ企業を含む事務系企業を中心とした新設や既立地企業の増設、それに伴う新規雇用が着実に増加しています。

外商の強化では、産業振興センターの外商支援体制と活動の強化を図ることで、支援企業の県外売上高は順調に推移するなど成果が現れています。

商業の強化では、地域の事業者の経営基盤強化に向けた経営計画の策定・実行を支援してきました。

成長を支える取り組みの強化では、県内企業のデジタル化への支援やデジタル化を推進する人材の育成を進めてきました。また、喫緊の課題である事業承継の推進に取り組みました。

一方で、直面する人口減少問題や企業の人手不足への対応が急務となっています。今後は、デジタル技術も活用しながら、省力化や高付加価値化による「生産性の向上」の取り組みと、多様な働き方導入やワークライフバランスの推進強化といった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化し、これらを両輪で進めていく必要があります。

② 第5期計画ver.2の取り組み

第5期計画では、「人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現」を目指し、令和9年度に製造業の1人当たり付加価値額986万円以上、製造品出荷額等7,150億円以上の達成に向けて、以下の5つを柱にして取り組みを進めていきます。

柱1 ものづくり企業の経営基盤の強化と企業誘致の推進

事業者の事業戦略の実行支援に取り組むとともに、付加価値の高い製品開発への支援を強化します。加えて、新たな産業団地の新規開発に着手するとともに、高知県企業誘致戦略に基づき、市町村との連携強化により地域に必要な企業誘致を推進します。

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

タイとベトナムの現地サポートデスクを活用した短期間の海外視察の実施や、現地政府機関とのネットワークを活用した現地商談を行い、海外市場へ挑戦する企業の裾野の拡大と販路の拡大を目指します。また、国内では大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人との連携分野の拡大などにより、さらなる外商の拡大を目指します。

柱3 商業サービスの活性化

地域に必要とされる商業機能の維持・活性化に向けて、地域商業機能維持・活性化計画の策定・実行支援を行います。また、中山間地域における空き店舗を活用した新規出店などを支援するとともに、デジタル技術の活用による商店街活性化の取り組みを支援します。

柱4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

県内企業のデジタル化を促進するため、商工団体の支援力向上や表彰制度の創設により普及啓発を強化するとともに、継続的な取り組みに対する伴走支援の体制を拡充します。あわせて、デジタル化を支える企業内人材の育成や中山間地域の小規模事業者を対象にした人材育成を強化します。また、ものづくり企業の生産性向上に向けて、生産性向上推進アドバイザーによる企業訪問や公設試験研究機関による支援を通じて、生産性向上に取り組む企業の裾野拡大を図ります。

柱5 事業承継・人材確保の推進

外国人材の雇用促進を図るため、雇用に係る相談窓口を設置します。また、円滑な事業承継の推進に向け、人材の定着・確保にも繋がるよう、経営基盤強化の取り組みと連携した働き方改革を推進します。あわせて、非正規雇用労働者の正規化の促進に取り組めます。

商工業分野の施策の展開 ～人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現～

「人口減少下でも持続的に成長していく商工業」の実現

人口減少下において重要となる、高付加価値化や省力化による「生産性の向上」の取り組みと、柔軟な勤務体制や福利厚生充実といった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化。これらの取り組みを両輪で進めていくことで、企業の「稼ぐ力」の向上を図るとともに、女性・若者・外国人など多様な人材が活躍できる環境づくりを推進→誰もがやりがいを持っていきいきと働ける企業へと発展→目指す姿の実現

目指す姿

分野を代表する目標

製造業の1人当たり付加価値額

出発点 (R3) 834万円⇒現状 (R4) 893万円⇒R7 948万円⇒R10 986万円以上⇒R15 1,111万円以上

製造品出荷額等

出発点 (R3) 6,015億円⇒現状 (R4) 6,473億円⇒R7 6,880億円⇒R10 7,150億円以上⇒R15 8,060億円以上

地産の強化

柱1 ものづくり企業の経営基盤の強化と企業誘致の推進

(1) ものづくり企業の経営基盤の強化

- ① 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底と実行支援
- ② 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発支援
- ③ 現場ニーズに応じた防災関連製品の開発促進
- ④ 紙産業の振興に向けた高機能紙や新素材の開発促進
- ⑤ 円滑な価格転嫁に向けた環境の整備（パートナーシップ構築宣言の登録促進等）

(2) 企業誘致戦略等に基づく誘致の推進

- ① 若者や女性から人気の高い事務系企業等の誘致
- ② 理系学生の就職を促進する企業等の誘致
- ③ 県内製造業の生産性向上や製造品出荷額等の増加に資する企業等の誘致
- ④ 中山間地域への若者・女性が働く場や生活インフラ関連の企業の誘致（市町村との協働）
- ⑤ 製造業の工場等の立地・増設の促進
- ⑥ 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲（南国日章産業団地及び高知デクパークの早期完売、
新（仮称）香美楠目産業団地の新規開発の着手）



⇒企業誘致戦略により推進



南国日章産業団地

外商の強化

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

(1) 産業振興センターと連携した販路拡大

- ① 外商サポート強化による販路拡大
- ② 技術の外商サポートによる受注拡大
- ③ 防災関連製品の販路開拓
- ④ 「ものメッセ」開催による商談機会の創出



(2) 海外展開の促進

- ① 海外展開に取り組み企業の裾り起こし
（海外ビジネス交流会の開催、海外戦略支援会議の開催、ものづくり海外戦略アドバイザーの企業訪問による裾り起こし）
- ② 現地サポートデスク（タイ、ベトナム）を活かした個別商談の強化
- ③ 現地アドバイザー（台湾、インド）によるビジネス機会の創出
- ④ 防災セミナーを起点とした市場の開拓
- ⑤ 外国人材を活用した海外展開の促進

(3) 関西 高知経済連携強化戦略に基づく外商の強化

- ① 大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人との連携分野を拡大
- ② 工法分野の外商支援のさらなる強化

商業の強化

柱3 商業サービスの活性化

(1) 関係機関との連携による地域の事業者の経営力強化

- ① 商工会及び商工会議所の経営支援機能の強化による経営計画の策定・実行支援の拡充
- ② 円滑な価格転嫁に向けた環境の整備（再掲）

(2) 地域商業の活性化

- ① 市町村における商業機能維持への支援（地域商業機能維持・活性化計画の策定・実行支援）
- ② デジタル技術の活用による商店街活性化の取組の支援
- ③ 空き店舗の活用による新規創業への支援
- ④ 中山間地域に働く場を創出する企業の誘致（再掲）



成長を支える取り組みの強化

柱4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

(1) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援

- ① 優良なデジタル化の取組事例の表彰や入賞事例の情報発信による普及啓発の強化
- ② 商工団体、よろず支援拠点（国）によるデジタル技術活用を促進するための啓発活動の強化
- ③ 産業振興センターによる中長期的にデジタル化に取り組むための「デジタル化計画」の策定及び実行支援
- ④ 全体最適化(DX)に向けた「事業戦略」「デジタル化計画」の横断的な実行支援や「DX認定」の取得支援
- ⑤ 工業技術センターによるロボット・AIなどを活用した製造ラインのスマート化の支援

(2) デジタル化に対応するための人材育成・確保

- ① 高知デジタルレジャにおける人材の育成
（企業内のデジタルリターダーの育成、**新**中山間地域のデジタルデルバード対策(小規模事業者向け入門講座の開催)）
- ② 都市部の副業・兼業プロ人材とのマッチングの促進
- ③ 工業技術センターによるスマートものづくり研究会の開催

(3) ものづくり企業における生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

- ① 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発支援（再掲）
- ② 生産性向上推進アドバイザー等による支援の強化

柱5 事業承継・人材確保の推進

(1) 円滑な事業承継の推進

- ① 事業承継・引継ぎ支援センターや移住施策と連携した円滑な事業承継の推進

(2) 人材の育成・確保の推進

- ① 外国人材の受入・活躍推進（**新**外国人材の雇用に係る相談窓口の設置、高度外国人材の雇用促進）
- ② 産業界と連携した人材育成と仕事の魅力を訴求する情報発信
- ③ 伝統的工芸品産業界等の人材育成（土佐和紙総合戦略の実施等）
- ④ 「ものメッセ」開催による県内企業認知度向上
- ⑤ 都市部の副業・兼業プロ人材とのマッチングの促進（再掲）

(3) 働き方改革の推進

- ① 経営基盤強化と連動した働き方改革への支援
（多様な人材が活躍できる環境整備・WLB推進認証企業の拡大（**新**男性育休推進部門の新設））
- ② 新規就職者の定着促進
- ③ 非正規雇用労働者の正規化の促進



商工業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

①製造業の1人当たり付加価値額 ……出発点(R3) 834万円⇒現状(R4) 893万円⇒ R7 948万円⇒4年後(R9) 986万円以上⇒ 10年後(R15)1,111万円以上 ②製造品出荷額等 ……出発点(R3)6,015億円⇒現状(R4)6,473億円⇒ R7 6,880億円⇒4年後(R9)7,150億円以上⇒ 10年後(R15)8,060億円以上							
第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4 年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 ものづくり企業の 経営基盤の強化と企 業誘致の推進	①構造転換型 ④課題解決型	高付加価値な製品・技術の開発件数(累計)	17件 (R2～R4)	23件 (R2～R5)	20件 (R6～R7)	40件 (R6～R9)	
		事業戦略実行支援企業のうち前年比＋3%の付加価値額を達成した企業の割合(年間)	54.4% (R4)	55.6% (R5)	80%	100%	
		紙産業の製造品出荷額等(年間)	796億円 (R3)	769億円 (R4)	790億円	820億円	
		企業誘致の推進による雇用者数(年間) (企業誘致の推進による雇用者数(年間)のうちIT・コンテンツ企業含む事務系企業)	7,693人 (R4) (1,595人 (R4))	7,799人 (R5) (1,540人 (R5))	8,692人 (1,993人)	9,857人 (2,697人)	○ '○
2 外商の加速化と 海外展開の促進	②地域産業スケール アップ型 ③グローバル展開型 ④課題解決型	工業団地の新規開発件数(累計)	2件 (R2～R5)	0件 (R6～R9)	1件	2件 (R6～R9)	
		防災関連登録製品(累計)	200製品 (H24～R5)	211製品 (H24～R6)	220製品 (H24～R7)	240製品 (H24～R9)	
		防災関連登録製品の売上高(年間)	126.3億円 (R4)	124.4億円 (R5)	175億円	200億円	
		産業振興センターが支援する企業の県外売上高(年間)	1,027億円 (R4)	1,129億円 (R5)	1,122億円	1,190億円	○
3 商業サービスの 活性化	②地域産業スケール アップ型	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高(年間)	237億円 (R4)	222億円 (R5)	259億円	274億円	
		経営計画策定支援件数(年間)	917件 (R4) ※コロナ関連を 除くと734件	946件 (R5)	829件	886件	
		商業集積地における営業店舗数(年間)	4,632店舗 (R4)	4,557店舗 (R5)	4,600店舗	4,600店舗	○
		商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数(年間)	479件 (R4)	803件 (R6)	720件	960件	○
4 デジタル技術の 活用等による生産性 の向上と事業構造の 変革の促進	①構造転換型 ⑤人材起点型	産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数(累計)	90件 (R3～R5)	127件 (R3～R6)	150件 (R3～R7)	210件 (R3～R9)	○
		DX認定企業数(累計)	7社 (R4～R5)	11社 (R4～R6)	14社 (R4～R7)	24社 (R4～R9)	○
		高知デジタルカレッジにおける人材育成者数	91人 (R4)	137人 (R6)	延べ100人	延べ400人 (R6～R9)	
		アドバイザー及び公設試の支援による生産性向上の成果件数(在庫削減、生産量増 加、作業時間短縮など定量的な効果があるもの)(累計)	4件 (R4)	5件 (R5)	21件 (R6～R7)	44件 (R6～R9)	
5 事業承継・人材確 保の推進	③グローバル展開型 ④課題解決型 ⑤人材起点型	高知県事業承継ネットワークによる第三者承継のマッチング件数(年間)	51件 (R4)	52件 (R5)	100件	100件	○
		県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数(年間)	3,059人 (R5)	3,762人 (R6)	3,531人 (R7年10月末)	4,000人以上	○
		ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計)	632社 (H19～R4)	852社 (H19～R6)	910社	1,050社 (H19～R9)	○
		働き方改革に取り組む企業(従業員5人以上)の割合(年間)	52.9% (R5)	52.9% (R5)	59%	65%	○

分野		各産業分野の取り組みの柱			商工業		ものづくり企業の経営基盤の強化と企業誘致の推進	
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題		
4	企業誘致の推進による雇用者数(年間)(うち事務系企業) 【モニタリング方法】 日常の誘致企業等に対する手厚いアフターフォローの中で常に業況や雇用について確認を行っている	7,693人 (R4) (うち事務系企業 1,395人 (R4))	7,799人 (R6) (うち事務系企業 1,540人 (R6))	9,857人 (R9) (うち事務系企業 2,697人 (R9))	1 様々な機会を捉えた企業誘致の推進 ・誘致対象企業への情報発信(製造業) (R2～R6) DM発送3,873社(うち企業訪問35社) ・県本市出展10回(R2～R6) ・県本市出展1,457社(企業訪問9社、継続13社) ・新規訪問:139社(製造業58社、事務系81社) 【成果】 ・立地決定:55件 (R2～R6) 新設25件(事務系24、製造業1) 増設30件(事務系4、製造業24、その他2) ・南国日章産業団地:4区画分譲(分譲率:72.2%) (R4～R6)	1 様々な機会を捉えた企業誘致の推進 ・南国日章産業団地の早期分譲完了及び高知テクノバークへの誘致を目指した取り組みの推進 ・デジタル技術の活用による効率的かつ効果的な誘致活動の強化 ・既立地企業への手厚いアフターフォローの実施による事業拡大の促進 ・若者や女性からのニーズが高く、女性の就業者数が多い事務系企業の誘致をさらに推進し、雇用の場の創出を図ることが必要 ・中山間地域に働く場を創出するため、中山間地域への企業誘致、立地をさらに促進していくことが必要	2 企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施 ・既立地企業への手厚いアフターフォローの実施による事業拡大の促進	
5	工業団地の新規開発件数(累計) 【モニタリング方法】 県の工業団地開発業務で把握	2件 (R2～R5)	0件 (R6～R9)	2件 (R6～R9)	1 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲 ・南国日章産業団地の開発 H28 用地調査、測量設計 R1.6月 造成工事着手 R3.5月 造成工事完成 7区画、約11.3ha ・高知中央産業団地(布師田地区)の開発 R30～R1 用地調査、測量設計 R2.12月 造成工事着手 R5.7月 造成工事完成 6区画、約7.4ha ・工場用地の適地を調査(R1～R5調査) ・候補地選定調査 4市1町 ・条件調査 2市	1 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲 ・高知中央産業団地(布師田地区)の完成以降、開発中の団地が無く、製造業等の誘致の受け皿となる用地のストックが枯渇する見込み ・案件調査を実施した3市のうち1市については、最終的に地元関係者の理解を得られず、開発を断念している ・また、2市については、候補地の絞り込みや地元関係者との調整に時間を要しており、現時点で新たな工業団地開発に着手できていない	1 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲	

分野		商工業						
ものづくり企業の経営基盤の強化と企業誘致の推進								
各産業分野の取り組みの柱								
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題		
6	防災関連登録製品(累計) 【モニタリング方法】 防災関連製品認定審査会における累計の認定数	200製品 (H24～R5)	211製品 (H24～R6)	240製品 (H24～R9)	1 防災関連製品の開発促進 ・防災交流会(累計): 257社 ・(R2末: 225社、R3末: 242社、R4末: 249社、R5末: 257社) ・防災関連製品登録数(累計): 211製品 (H24～R元:151製品、R2: 16製品、R3: 16製品、R4: 7製品、R5: 10製品、R6: 11製品) ・(再掲) WGの開催: 326名 (R2: 55名、R3: 183名、R4: 37名、R5: 51名) ・防災関連産業振興アドバイザーの開発支援による防災関連製品認定: 3件 ・メルマガ発信による情報提供 (随時) 2 防災関連製品申請企業の掘り起こし ・防災交流会(累計): 257社 ・(R2末: 225社、R3末: 242社、R4末: 249社、R5末: 257社) ・防災関連製品登録数(累計): 211製品 (H24～R元:151製品、R2: 16製品、R3: 16製品、R4: 7製品、R5: 10製品、R6: 11製品) ・(再掲) WGの開催: 326名 (R2: 55名、R3: 183名、R4: 37名、R5: 51名)	1 防災関連製品の開発促進 ・全国的に防災製品の導入が進んでいる中で、東日本製品の導入を促進するには他製品との差別化や競争力のある商品開発が必要 ・コロナ禍により感染症対策品の登録が一時的に増えたが、今後はその環境が変化するため、全体会・WGともに、社会ニーズに即した開発内容とする軌道修正が必要 2 防災関連製品申請企業の掘り起こし ・防災関連登録製品が増える一定の掘り起こしが進んだ中で、新たな防災関連製品の開発支援と並行して、申請企業の掘り起こしを進めていくことが必要	1 防災関連製品の開発促進 ①WGによる防災関連産業への参画企業の拡大やさらなる製品開発案件の掘り起こし、防災関連産業振興アドバイザーによる製品開発・改良への助言【R6～R9】 ②公設民営の技術支援による製品開発支援【R6～R9】 ③産業振興センターの専門家派遣、補助金等による支援【R6～R9】 2 防災関連産業交流会の活動 ①防災関連製品認定制度の実施、防災関連産業交流会の全体会・WGを通じた情報共有、定期的なメルマガ発信による情報提供(市場・開発ニーズ情報、防災製品トレンド情報等)【R6～R9】 ②製品開発についてのWGの開催【R6～R9】	主なアウトプット目標 (KPI) 防災交流会会員企業数(累計): 257社 (R5) ↓ 285社 (R9)

分野		商工業						
外商の加速化と海外展開の促進								
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプッ ト目標(KPI)
1	防災関連登録製品の売上高 (年間) 【モニタリング方法】 高知県防災関連登録製品の 売上高について、半期ごと (年2回)に企業に調査を実施 する	126.3億 円 (R4)	124.4億 円 (R5)	200億円 (R9)	1 県内地消の促進 ・県内防災関連イベント等でのPR活動 48回(延べ218社参加)(R2～R5) 2 国内外への販路拡大 ・県外見本市への出展 38回延べ176社出展・商談3,257件 (R2～R5) ・展示商談会の開催 14回延べ96社出展・商談1,149件 (R2～R5) ・海外見本市への出展(高知防災のPR) 2回(R4～R5台湾) ・防災関連製品ポータルサイトや海外向 け防災専門ECサイト(JB SHOP)を活用した 情報発信6社8製品 ⇒防災関連製品認定制度による認定製 品の売上高 R2:69.8億円、R3:102.2億 円、R4:126.3億円、R5:124.4億円	1 県内地消の促進 ・ターゲットである自治体および大手民間企業 においては、特に地元から防災先進県である高 知県内での導入実績が重要であるため、県内 でのさらなる導入実績が必要 2 国内外への販路拡大 ・自治体および大手民間企業においては、災 害備蓄が一足進んでいるため、既存備蓄の更 新時に県内製品の採用につなげ、取手を拡大 する取り組みが必要 ・工法の外商支援を強化するため、専門知識 のある人材が必要 ・各国で行ってきた防災セミナーなどの防災技 術のPR活動を成功に近づけるために、継続的 な支援ができる現地体制の強化が必要	1 県内地消の促進 ①県内での導入実績の拡大 ・県内防災関連イベント等でのPR活動【R6～R9】 2 国内外への販路拡大 ①県内外の防災ニーズと防災関連製品とのマッチング ア 整備済の企業・自治体などの更新需要を狙った営業活動を行うほか、まだアプローチできていない個人を狙った百貨店オ ンラインショップの活用を行う【R6～R9】 イ 外商を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大坂営業本部に配置【R6～R9】 ・土木技術コーディネーターの活動日数を増加【R7】 ②防災関連製品の販路のグローバル化 ア インドや台湾など防災・インフラ技術セミナーを行った国に現地アドバイザーを配置し、継続的な支援体制を強化【R6～ R9】 イ 継続的な支援体制が構築されたタイ、ベトナム現地サポートデスクを活用した販路開拓【R6～R9】 ウ 台湾現地の防災産業協会と連携した台湾販路の構築【R6～R9】 エ 防災技術のPRを拡大するため、フィリピンや台湾での防災セミナーの実施等、取り組みを拡大【R6】 ・台湾での展示会出展に加えて、フィリピンでのJICA等との連携や防災セミナーで築いた現地政府機関とのネットワークを 活用し、現地商談及び事前・事後のウェブ商談を実施【R7】 ⇒ 別図<商02>参照 (P75)	〈産業振興セン ターの支援による 商談件数(防災関 連)〉 1,591件 (R5) ↓ 940件(R9)
2	産業振興センターが支援す る企業の県外売上高(年間) 【モニタリング方法】 定期的(年2回:9月、3月)に 外商サポート対象企業にヒア リングを行うことにより、産業 振興センターの支援による成 果額の確認を行う	1,027億 円 (R4)	1,129億 円 (R5)	1,190億 円 (R9)	【国内】 1 外商サポート強化による販路拡大 ・見本市等で得た顧客候補との接点を生か し、より成約率を高めるためには各企業の営業 力強化が必要 ・外商サポートを通じて得たマーケティングニーズ に対応するため、製品開発を促進する取り組み が必要 ・工法の外商支援を強化するため、専門知識 のある人材が必要(再掲) 2 技術の外商サポートによる受注拡大 ・更なる発注案件の開拓にはこれまでとは 違ったアプローチが必要 【海外】 1 外商サポート強化による販路拡大 ・県外見本市への出展 86回延べ413社出展・商談10,684件 (R2～R5) ・展示商談会の開催 31回延べ223社出展・商談2,299件 (R2～R5) ⇒成約額:86.0億円(R2～R5) ・ものづくり総合技術展の開催 421社出展・商談延べ2,554件 ⇒成約額:2.3億円(R2～R5) ・産業振興センター大坂営業本部を設置 (R5～) 2 技術の外商サポートによる受注拡大 ・技術の外商取引拡大商談会 県外64社×県内延べ138社参加 商談442件(R2～R5) ・広域合同商談会の開催 県外延べ619社×県内延べ121社参加 商談延べ379件(R2～R5) ・工場視察商談会の開催 30回×県内延べ147社参加 商談延べ147件(R2～R5) ・単独商談会の開催 県外10社×県内9社参加・商談40件 (R4) ⇒成約額:27.3億円(R2～R5) ⇒産業振興センターの外商支援による 成約額 R2:82.1億円、R3:91.7億円、 R4:101.7億円、R5:117.1億円	【国内】 1 外商サポート強化による販路拡大 ①企業の営業力強化に向けた取り組みを支援 ・企業の営業力強化のための助成メニューによる支援(営業拠点の設置や営業代行の利用など)【R6～R9】 ②さらなる成約額増に向けた製品開発の促進による見本市の活性化 ・新規開発製品を優先的に見本市、ミニ展示商談会、現地視察商談会に展示することで、成約件数の増加と高知県プー スの新陳代謝を促す【R6～R9】 ③工法の外商促進 (再掲)ア 外商を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大坂営業本部に配置【R6～R9】 (再掲)イ 土木技術コーディネーターの活動日数を増加【R7】 ④販路拡大の強化 ア 大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人との連携分野について、技術の外商分野に加えて、防災関連製品をはじ めとする各種製品に拡大【R7】 イ「とさど」を活用した伝統的工芸品、海洋深層水などの販売促進【R7】 2 技術の外商サポートによる受注拡大 ①大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人と関西で連携し、従来ではアプローチが困難だった新たな顧客との商談機会 の創出【R6】 ・関西に加えて関東においても、NPO法人と連携した活動を実施【R7】 ⇒ 別図<商02>参照 (P75)	〈産業振興セン ターの支援による 商談件数〉 4,611件 (R5) ↓ 4,130件(R9)	

分野		商工業
各産業分野の取り組みの柱		
商業サービスの活性化		

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	経営計画策定支援件数(年間) 【モニタリング方法】 商工会、商工会議所への年5回のヒアリングを実施	917件 (R4)	946件 (R5)	886件 (R6)	1 経営計画の策定・実行の支援 ・商工会や商工会議所と連携し、意欲的な事業者の発掘や経営計画の策定・実行支援を実施。コロナ禍においては、補助金や給付金の申請支援や資金繰り支援に重点的に取り組み、県内事業者の事業継続と雇用の維持に大きく貢献した 経営計画策定支援件数(目標値) R2:1,312件(558件) R3:908件(563件) R4:917件(578件) ・高知県商工会連合会にスーパーバイザーを配置。OJT/OFF-JTを通じて経営指導員の支援力が向上した(R4年度で終了) 配置数 R2:2名 R3:1名 R4:1名 スーパーバイザーによるOJT実施件数 R2:290件 R3:220件 R4:223件 ・高知県商工会連合会に経営支援コーディネーターを配置。各支援機関との連携を強化することにより、経営計画の策定・実行支援の質が向上した(R4年度で終了) 配置数 R2:7名 R3:3名 R4:8名 経営支援コーディネーターによる支援 R2:113者(法人のみ) R3:232者(法人・個人) R4:156者(法人・個人) ・高知県商工会連合会及び高知商工会議所に経営支援エキスパートを配置。事業再構築や経営改善計画の策定など高難度案件に対応(R5年度から新設) 配置数 R5:4名	1 経営計画の策定・実行の支援 ①経営支援機能の技術的強化 ・経営指導員の設置基準の定期的な見直しによる人員体制の確保【R6～R9】 ・商工会・商工会議所の自発的な経営支援サービス向上の取り組みを後押し(財政支援を含む)【R6～R9】 ・経営者自身の気づきによる経営改善を促す経営力再構築案件を支援強化【R6～R9】 ・経営支援の質的効果を検証するため、事業者の経営状態の見える化を実施【R6～R9】 ②経営支援エキスパートの配置(R5から継続) ・経営支援エキスパートの配置を継続し、事業再構築や資金繰りに対する支援を強化【R6～R7】	—	
2	商業集積地における営業店舗数(年間) 【モニタリング方法】 年1回行う地域商業実態調査による確認			4,632店舗 (R4) 4,632店舗 (R5) 4,600店舗 (R6)	1 空き店舗対策事業費補助金による支援 ・商店街等で、空き店舗を活用して出店する事業者に対して改築費の支援を実施 ・実績32件(H28～R6累計) (H28～R5:42件、R2:10件、R3:7件、R4:10件、R5:10件、R6:13件) 2 市町村と連携した支援策の創設 ①店舗兼住宅活用推進事業による支援 ・店舗兼住宅の分譲に要する費用の支援を実施 ・市町村への訪問等による制度周知 ・実績2件(R4～R6累計) (R4:0件、R5:0件、R6:2件) ②中山間地域商業機能維持支援事業費補助金による支援 ・中山間地域で空き店舗を活用して出店する事業者に対して改築費の支援を実施 ・市町村への訪問等による制度周知の実施 ・実績2件(R4) ③地域商業活性化支援事業費補助金による支援 ・市町村が主体となった策定する地域商業機能維持・活性化計画に基づく取り組みに対して支援(R7～)	1 空き店舗への出店支援の強化 ・空き店舗のさらなる利用促進に向け、空き店舗所有者への支援内容を拡充【R6】 2 市町村と連携した支援 ・店舗兼住宅の分譲に要する費用の支援【R6～R9】 ・中山間地域で空き店舗や空き家を活用して出店する事業者に対して改築費等の支援を実施【R6～R9】 (R6～改築への補助案件の見直しにより、中山間地域での飲食店の出店をさらに促進) ・市町村(商工及び移住担当部署)への訪問等により制度の周知及び県と連携した支援策の実施を依頼【R6～R9】 ・移住フェアや県広報での制度のPR【R6～R9】 ・地域商業実態調査による、対象物件の掘り起こし【R6～R9】 ・金融機関や宅地建物取引業者との連携による、事業経営アドバイザーの派遣に加え、策定に係る協議会等の体制づくりや地域に必要な商業機能の洗い出しにおいても支援を実施【R7～】 ⇒ 別図<商03>参照(P76)	<補助金交付件数> 10件(R5) ↓ 68件(R9) ※年間目標10件(R5～R6) ※年間目標12件(R7～R9)	

分野		各産業分野の取り組みの柱			商工業			デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進		
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット目標 (KPI)		
1	商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数(年間) 【モニタリング方法】 ・商工会・商工会議所からの報告を確認(年5回)	479件 (R4)	803件 (R6)	960件 (R9)	1 デジタル化に取り組む事業者の量的拡大 ・県内大多数(約88%)を占める小規模事業者のデジタル化を促進するためには、取り組みを活用した経営支援力や事業者に対する普及啓発の強化が必要 デジタル化支援件数: 52件 (R6)	1 デジタル化に取り組む事業者の量的拡大 ・県内大多数(約88%)を占める小規模事業者のデジタル化を促進するためには、取り組みを活用した経営支援力や事業者に対する普及啓発の強化が必要	1 デジタル化に取り組む事業者の量的拡大 ・商工会・商工会議所の経営指導員によるITツール集、等を活用した相談・指導を実施【R6～R9】 ・商工会連合会に「デジタル化支援員」を配置し、経営指導員の育成と活動を支援すること、小規模事業者のデジタル化を促進【R6～R9】 ・高知デジタルカルレッジにおいて、「支援機関向け講座」を実施し、支援機関協会のデジタルスキルを向上【R6～R9】 ・国のIT導入補助金、ものづくり補助金、中小企業者力化投資補助金及び県のデジタル技術活用促進事業費補助金の活用を促進し、企業のデジタル化における負担を軽減【R6～R7】 ・優良なデジタル化の取り組み事例の表彰や入賞事例の情報発信【R7】 ⇒ 別図<商04>参照 (P77)	—		
2	産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数(累計) 【モニタリング方法】 ・産業振興センターからの報告を確認(毎月)	90件 (R3～R5)	127件 (R3～R6)	210件 (R3～R9)	1 デジタル化の取り組みの質的向上 ・産業振興センターに中小企業のデジタル化を支援する専門部署を設け、企業のデジタル技術を活用した取り組みを支援【R3～R6】 件数支援件数: 170件 (R3～R6) デジタル化計画策定件数: 127件 (R3～R6)	1 デジタル化の取り組みの質的向上 ・中規模企業のデジタル化の取り組みは一定の規模を有する事業者や小規模事業者でも既にデジタル化に取り組んでいる企業にもデジタル投資を効果的、計画的に行うための助言が必要 ・多くの事業者にとってITツール等の導入コストが課題となっており、財政支援により、デジタル投資への意欲を高め、所得が伸び悩む、業種や事業者に取り組みの裾野を広げることが必要 ・デジタル化計画を策定しても、人材不足がボトルネックとなり、取り組みの実行段階でストップしたり多くの時間を要する企業がある ・取り組みをDXまで高めるには、経営者の悩み、課題に寄り添いデジタル化計画に基づく投資や推進体制構築に向けたサポートが必要	1 デジタル化の取り組みの質的向上 ・産業振興センターに設置した中小企業のデジタル化を支援する専門部署において、商工団体やよろず支援拠点、金融機関等の関係機関と連携しながら、企業の掘り起こし・相談対応・伴走支援などを実施し、企業のデジタル技術を活用した取り組みを支援【R6～R9】 ・「国」・「国のIT導入補助金、ものづくり補助金、中小企業者力化投資補助金及び県のデジタル技術活用促進事業費補助金の活用を促進し、企業のデジタル化における負担を軽減【R6～R7】 ・Uターンサポートセンターにおける都市部の創業・兼業プロ人材とのマッチングの促進【R6～R9】 ・産業振興センターにおいて、支援対象企業ごとに「支援チーム」を組織し、「事業戦略」「デジタル化計画」の横断的な実行を支援するとともに、経済産業省の「DX認定」取得を支援【R6～R9】 ・(再掲)・優良なデジタル化の取り組み事例の表彰や入賞事例の情報発信【R7】 ⇒ 別図<商04>参照 (P77)	—		
3	DX認定企業数(累計) 【モニタリング方法】 ・IPA(情報処理推進機構)のDX推進ポータルサイトを確認(毎月)	7社 (R4～R5)	11社 (R4～R6)	24社 (R4～R9)				—		
4	高知デジタルカルレッジにおける人材育成者数 【モニタリング方法】 講座運営事業者からの報告及び講座運営状況を直接連携管理することにより把握	91人 (R4)	137人 (R6)	延べ400人 (R6～R9)	1 高知デジタルカルレッジにおける人材の育成 ・企業の経営層や従業員等を対象に、デジタル化に対応するための知識やスキルを習得する講座を実施し、デジタル化に対応するための企業人材を育成 講座数: 4講座 (R3)、3講座(R4)、2講座 (R5) 高知デジタルカルレッジにおけるデジタル化に対応するための企業人材育成者数: 407名 (R3～R5)	1 高知デジタルカルレッジにおける人材の育成 ・企業内のデジタル人材を育成する「デジタルリテラシー講座」「デジタル化推進セミナー」 ・様々な業界団体等に対する出張講座「デジタル化推進セミナー(業界団体向け)」 ・中山間地域の小規模事業者を対象にした「ビジネスで使えるデジタル入門講座」【R7～】 ・(再掲)・支援機関協会のデジタルスキルを向上させる「支援機関向け講座」 ・即戦力として活躍できるデジタル人材を育成し雇用につなげる「システム開発人材育成講座」【R6～】及び「WEB・CGデザイナー育成講座」【開講【R6で終了】 ・エンジニアとして活動中の方を対象にした「ITエンジニア育成講座」【R7～】 ⇒ 別図<商04>参照 (P77)	1 高知デジタルカルレッジにおける人材の育成【R6～R9】 下記の講座を開催 ・企業内のデジタル人材を育成する「デジタルリテラシー講座」「デジタル化推進セミナー」 ・様々な業界団体等に対する出張講座「デジタル化推進セミナー(業界団体向け)」 ・中山間地域の小規模事業者を対象にした「ビジネスで使えるデジタル入門講座」【R7～】 ・(再掲)・支援機関協会のデジタルスキルを向上させる「支援機関向け講座」 ・即戦力として活躍できるデジタル人材を育成し雇用につなげる「システム開発人材育成講座」【R6～】及び「WEB・CGデザイナー育成講座」【開講【R6で終了】 ・エンジニアとして活動中の方を対象にした「ITエンジニア育成講座」【R7～】 ⇒ 別図<商04>参照 (P77)	—		

分野		商工業			
各産業分野の取り組みの柱		デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進			
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R8)	これまでの取り組みと成果
5	アドバイザー及び公設試験の支援による生産性向上の成果件数(在庫削減、生産量増加、作業時間短縮など定量的な効果があるもの)(累計) 【モニタリング方法】 四半期ごとに各取り組み実績を確認	4件 (R4)		44件 (R6～R9)	1 生産性向上推進アドバイザー等による支援 ・企業訪問(個社(オーダーメイド)支援) ・企業訪問件数 53社延べ42件(R2～5) (R2:36件、R3:88件、R4:136件、R5:161件) アドバイザー数 R2:R3:1名、R4・R5:2名 ・生産性向上支援会議:25回(R3開始、R3:11回、R4:6回、R5:8回) ・生産性向上セミナー 参加人数 ①管理・マネジメント層 R4:5名 ②実践・リーダー層 R3:106名、R4:35名、R5:22名 ③生産性向上(改善)セミナー R4:22名、R5:24名 ④入門・メンバ層 R4:6名 <成果例> - 生産管理の自動化(作業時間が4分の1に短縮) - 機械の稼働率向上(生産量が1.4倍に増加) - SSの推進(材料費4ヶ月分の削減)
					1 生産性向上推進アドバイザー等による支援 ・生産性向上に取組む企業のさらなる拡大が必要 ・意識醸成やスキル習得をアドバイザーの支援やセミナーでさらに進め人材を育成し、自社で主体的に生産性向上を進められる企業を増やすことが必要 ・今後は人手不足がより深刻になることが予想され、事業の継続・成長には、これまでに生産性の向上が求められている
					1 生産性向上推進アドバイザー等による支援 (再掲)①アドバイザーの支援による県内企業の生産性向上事例を紹介するパンフレットを作成し、取組む企業の裾野を拡大【R6】 (再掲)②生産性向上推進アドバイザーによる企業訪問【R6～R9】 (再掲)③生産性向上推進アドバイザーの増員など生産性向上支援体制の強化【R7】 (再掲)④生産性向上セミナーの開催(意識啓発セミナーと実践型研修)【R6～R9】 (再掲)⑤改善活動先進企業視察の実施【R6～R9】 2 スマートものづくり導入支援事業による技術支援 ・県内製造業のAI・ロボット・IoT等のデジタル技術を活用したスマートものづくりの導入と実践できる人材の育成を支援する「スマートものづくり研究会」を立ち上げ、生産プロセスにおける労働供給量の増加や労働生産性の向上を促す【R6～R9】
					主なアウトプット目標(KPI) <生産性向上推進アドバイザーの訪問件数> 161件(R5) ↓ 216件(R9)

分野		商工業		
各産業分野の取り組みの柱		事業承継・人材確保の推進		
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)
1	高知県事業承継ネットワーク による第三者承継のマッチン グ件数(年間) 【モニタリング方法】 四半期ごとに高知県事業承 継・引継ぎ支援センター(以 下「センター」という)、金融機 関・税理士へ進捗状況を確 認			100件 (R9)
		51件 (R4)	52件 (R5)	
				3
				4
				5
				第三者承継のマッチング件数 R2:27件 → R5:52件
				1
				2
				3
				4
				5
				6
				7
				8
				9
				10
				11
				12
				13
				14
				15
				16
				17
				18
				19
				20
				21
				22
				23
				24
				25
				26
				27
				28
				29
				30
				31
				32
				33
				34
				35
				36
				37
				38
				39
				40
				41
				42
				43
				44
				45
				46
				47
				48
				49
				50
				51
				52
				53
				54
				55
				56
				57
				58
				59
				60
				61
				62
				63
				64
				65
				66
				67
				68
				69
				70
				71
				72
				73
				74
				75
				76
				77
				78
				79
				80
				81
				82
				83
				84
				85
				86
				87
				88
				89
				90
				91
				92
				93
				94
				95
				96
				97
				98
				99
				100
				101
				102
				103
				104
				105
				106
				107
				108
				109
				110
				111
				112
				113
				114
				115
				116
				117
				118
				119
				120
				121
				122
				123
				124
				125
				126
				127
				128
				129
				130
				131
				132
				133
				134
				135
				136
				137
				138
				139
				140
				141
				142
				143
				144
				145
				146
				147
				148
				149
				150
				151
				152
				153
				154
				155
				156
				157
				158
				159
				160
				161
				162
				163
				164
				165
				166
				167
				168
				169
				170
				171
				172
				173
				174
				175
				176
				177
				178
				179
				180
				181
				182
				183
				184
				185
				186
				187
				188
				189
				190
				191
				192
				193
				194
				195
				196
				197
				198
				199
				200
				201
				202
				203
				204
				205
				206
				207
				208
				209
				210
				211
				212
				213
				214
				215
				216
				217
				218
				219
				220
				221
				222
				223
				224
				225
				226
				227
				228
				229
				230
				231
				232
				233
				234
				235
				236
				237
				238
				239
				240
				241
				242
				243
				244
				245
				246
				247
				248
				249
				250
				251
				252
				253
				254
				255
				256
				257
				258
				259
				260
				261
				262
				263
				264
				265
				266
				267
				268
				269
				270
				271
				272
				273
				274
				275
				276
				277
				278
				279
				280
				281
				282
				283
				284
				285
				286
				287
				288
				289
				290
				291
				292
				293
				294
				295
				296
				297
				298
				299
				300
				301
				302
				303
				304
				305
				306
				307
				308
				309
				310
				311
				312
				313
				314
				315
				316
				317
				318
				319
				320
				321
				322
				323
				324
				325
				326
				327
				328
				329
				330
				331
				332
				333
				334
				335
				336
				337
				338
				339
				340
				341
				342
				343
				344
				345
				346
				347
				348
				349
				350
				351
				352
				353
				354
				355
				356
				357
				358
				359
				360
				361
				362
				363
				364
				365
				366
				367
				368
				369
				370
				371
				372
				373
				374
				375
				376
				377
				378
				379
				380
				381
				382
				383
				384
				385
				386
				387
				388
				389
				390
				391
				392
				393
				394
				395
				396
				397
				398
				399
				400
				401
				402
				403
				404
				405
				406
				407
				408
				409
				410
				411
				412
				413
				414
				415
				416
				417
				418
				419
				420
				421
				422
				423
				424
				425
				426
				427
				428
				429
				430
				431
				432

分野		商工業						
事業承継・人材確保の推進								
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット目標(KPI)
2	県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数(年間) 【モニタリング方法】 高知労働局が発表する「外国人雇用の進出状況」により確認(10月末時点の人数を1月末に発表)				1 海外から優秀な人材を確保 ・送出国間との信頼関係の構築(ベトナム、インドへのミッション団の派遣) 2 現地への訪問回数 R2:0回→R6:6回 3 県内における就労・相談体制の充実 ・事業者向け説明会の開催 R3～R6:22回(参加者680人) 4 地域の一員としての受入態勢の充実 ・外国人生活相談センターの運営 相談件数 R2:493件→R6:826件	1 海外から優秀な人材を確保 ・人手不足を解消し、県経済を持続・発展させていくため、送出国との関係を一層強化し、優秀な外国人材を送り出してもらうことが必要 2 地域の一員としての受入態勢の充実 ・育成就労制度(R9までに施行)では、外国人本人の意向による転籍が認められるため、本県で働き続けたいと思える環境づくりが必要	1 受入促進の取り組み ・MOU締結先の日本語学習施設で学び、一定期間県内に就労した外国人材に対して、定着奨励金を給付【R6～R9】 ・高知県に即する授業科目の実施に必要経費(モニターなどのヘッドセット整備費用、テキスト作成費用等)を助成【R6】 ・ベトナム・インド向けに新設する日本語教育センターの日本語講師費用を助成【R6～R7】 ・大使館や送り出し機関等との情報に基づき、有望な国・地域を開拓【R6～R9】 ・新たに外国人材を雇用しようとする事業所等が相談できる窓口の設置【R7～R9】 ・高度外国人材の雇用促進に向けたセミナー等の実施【R6～R9】 2 定着促進の取り組み ①外国人が暮らしやすい環境づくり ・多文化共生に取り組む市町村への補助制度の創設【R7】 ・多文化共生等に係る民間団体等の取り組みに対する支援【R6～R9】 ・市町村が行う日本語教育の取り組み支援【R6～R9】 ・e-ラーニングを活用したオンライン学習機会の提供【R6～R9】 ・外国人生活相談センター(コソフオール)による相談対応【R6～R9】 ・オテピアや市町村立図書館における多文化サービスの提供【R6～R9】 ②外国人が働きやすい環境づくり ・市町村、監理団体向けに外国人材の受入れに係る県施策の説明会の実施【R6～R9】 ・技能実習生等の住宅を改修する事業者への支援【R6～R9】 ・外国人材を雇用する事業者を対象とする「こうら外国人材優良サポート認証制度」の創設・運用開始【R7～R9】 ・就労環境整備(社内マニュアル・権限の多言語化等)の支援【R6～R9】 ・職業訓練の専門的な日本語習得・作業理解のための教材の提供(県作業動画マニュアルなど)【R6～R9】 ③外国人が学びやすい環境づくり ・技能やビジネスのスキルアップに取り組み、事業者への支援【R6～R9】 ・高知・中村高等技術学校における溶接や金属塗装等、在職者への技能訓練の実施【R6～R9】 ⇒ 別図<商06>参照(P79)	<外国人を雇用する事業所数> ↓ 1,106所(R5) ↓ 1,546所(R9)
3	ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計) 【モニタリング方法】 毎月の認証(更新を含む)時に、延べ認証企業数の達成状況を確認	632社 (H19～R4)	852社 (H19～R6)	1,050社 (H19～R9)	1 WLB推進企業認証制度の推進 ワークライフバランス推進アドバイザーによる企業訪問 延べ認証企業数427:145社→R6:852社	1 WLB推進企業認証制度の推進 ①建設業以外の業種の普及拡大 ・業系団体と連携した取り組みの推進【R6～R9】 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】 ・専用ホームページによる広報【R6～R9】 ・男性育休推進部門の新設【R7～】 ②小規模企業、中山間地域に所在する企業への普及拡大 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】(再掲) ③複数部門の認証取得に向けた支援の強化 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】(再掲) ・新聞広告による複数部門認証企業のPR【R6～R7】 ⇒ 別図<商07>参照(P80)	WLB推進企業認証制度の推進 ①建設業以外の業種の普及拡大 ・業系団体と連携した取り組みの推進【R6～R9】 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】 ・専用ホームページによる広報【R6～R9】 ・男性育休推進部門の新設【R7～】 ②小規模企業、中山間地域に所在する企業への普及拡大 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】(再掲) ③複数部門の認証取得に向けた支援の強化 ・WLB推進アドバイザーの増員【R6】(再掲) ・新聞広告による複数部門認証企業のPR【R6～R7】 ⇒ 別図<商07>参照(P80)	<男性育休推進部門認証企業数> ↓ 0社(R5) ↓ 100社(R9)

分野		商工業		
事業承継・人材確保の推進				
各産業分野の取り組みの柱				
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)
4	働き方改革に取り組む企業 (従業員5人以上)の割合(年間) 【モニタリング方法】 高知県労働環境等実態調査			
	</			

現状・課題

これまで、製造業（一次産業分野における産品の加工を含む）や事務系企業、IT・コンテンツ系企業などの企業誘致の取り組みを推進
その結果、産業振興計画を策定した平成21年度以降、**65社の誘致、約1800人の雇用創出**を実現
しかしながら、元気な未来創造戦略や中山間地域再興ビジョンの目標の達成に向けては、以下の課題への対応が必要

- ① **若年人口の減少**
 - ・長年にわたる若年層の県外への転出超過によって若年人口（15～34歳）、とりわけ女性の若年人口が減少している
 - ・魅力ある仕事を創り、若者の定着につなげることが求められている
- ② **製造業の生産性・製造品出荷額等の底上げ**
 - ・製造業の生産性、製造品出荷額等は全国下位レベルにあり、底上げが必要
 - ・様々な分野の理系学生の就職の受け皿となる企業が必要
- ③ **中山間地域における働く場・生活インフラの減少**
 - ・若者や女性が魅力を感じる仕事が少ない、若者流出の一因となっている
 - ・買い物環境等の生活インフラについては、高齢化等によりニーズが高まる一方で、人口減少の進展により、サービスの維持・確保が困難になっている

企業誘致の視点からの対策

- I **企業誘致の取り組みを拡大**
 - ・これまでの商工業や一次産業分野の取り組みに加えて、「中山間地域に仕事を創る」などの視点を含めた企業誘致を4つの柱により推進
- ① **若年人口の減少**
 - ・若者や女性からニーズのある企業のさらなる誘致
- ② **製造業の生産性・製造品出荷額等の底上げ**
 - ・県内製造業の生産性の向上や製造品出荷額等の増加に寄与する企業の誘致
- ③ **中山間地域における働く場・生活インフラの減少**
 - ・中山間地域に働く場を創出する企業の誘致
 - ・中山間地域で暮らし続けることができるよう生活インフラとなる企業の誘致
- II **PT設置など推進体制の整備**
 - ・庁内にPTとWGを設置することにより、Iの取り組みの進捗管理や下支えする施策の検討等を実施
 - ・市町村と協働して誘致を進める仕組みを構築

課題解決に向けた取り組み

県内各地に働く場を創出する様々な企業の誘致を以下の4つの柱に基づき、全庁を挙げて市町村との協働により推進

I 企業誘致の取り組みを拡大

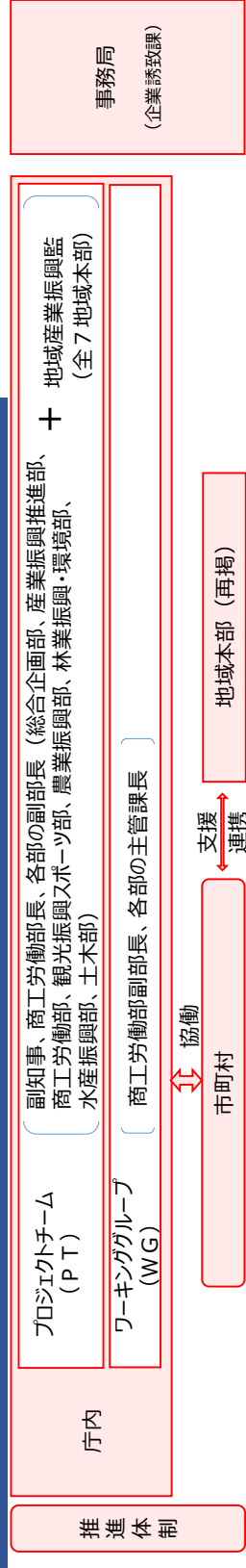
主な誘致対象企業（分野）

- 柱1 **若者や女性から人気の高い事務系企業等の誘致**
- 柱2 **理系学生の就職を促進する企業の誘致**
- 柱3 **県内製造業の生産性向上や製造品出荷額等の増加に資する企業の誘致**
- 柱4 **中山間地域への若者・女性が働く場や生活インフラ関連の企業の誘致**

企業誘致の流れ



II PT設置など推進体制の整備（進捗管理・下支えする施策の検討など）



現状・課題

【国内】

- (1) 出展見本市を絞り、事前準備や出展後のフォローを手厚くすることで成約増につながっているが、新規出展者が少ないため、掘り起こしが必要
- (2) 大手企業に幅広くネットワークを持つNPO法人と技術の外商分野で連携し商談が生まれており、他分野でも販路拡大が期待できる。
- (3) 専門知識が必要な工法分野について、土木技術コーディネーターの人脈を活かし、さらに多くの自治体や団体等と県内企業との関係を構築するために活動体制の強化が必要

【海外】

- (1) 海外展開のきっかけとなる現地視察について、従来のミッション団派遣では、期間が長く参加しづらい企業があり、多様な機会の提供が必要
- (2) フリピンで防災セミナーを開催し、災害リスク世界一と言われるフリピン政府機関の防災に対する関心の高さを確認。商談機会の拡充が必要
- (3) フランスにおいてR4,R5に出展した見本市やR6に実施したパリ市内展示スペースでの商品展示・商談の取り組みが実を結びつつあり、参画拡大が必要

【KPI】

産業振興センターが支援する企業の県外売上高

	R 5	R6 (8月実績)	R 9
目 標	1,057	1,089 (509)	1,190
うち海外	57	59 (36)	64

※単位：億円

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

目標値

産業振興センターが支援する企業の県外売上高

出発点(R4)1,027億円（うち海外56億円）⇒現状(R6年8月)509億円（うち海外36億円）⇒R7 1,122億円（うち海外61億円）⇒4 年後(R9)1,190億円（うち海外64億円）

- (1) 国内：新たに外商に取り組み企業の数や分野を拡大するとともに、外商の取組が進んでいる県内企業に見本市出展等の外商活動を促すことにより、成約額増加につなげる。
- (2) 海外：海外展開に取り組み企業の数や分野を広げるとともに、現地企業とのマッチング促進等により、県内企業の成約拡大につなげる。

令和 7 年度の取り組み

【国内】 関西圏への取り組みの強化

- (1) 外商に取り組み企業数の掘り起こし
県ブース出展を効果的な見本市に絞り、出展準備や出展後の商談会開催などの支援をさらにきめ細やかに行うことにより、新規企業も参加しやすく、より成約につながる環境を整備
- (2) 販路拡大の強化

- ① NPO法人との連携分野について、技術の外商分野に加えて、防災関連製品をはじめとする各種製品に拡大
- ② 「とさとさ」を活用した伝統的工芸品、海洋深層水などの販売促進

【海外】 防災関連製品・技術の外商支援体制の強化

土木技術コーディネーターの活動日数を増加（週 3 日→4 日）

【海外】 企業の裾野拡大と商談の強化

- (1) 海外展開に取り組み企業数の掘り起こし
忙しい経営層でも参加できるよう、現地サポートデスク（タイ・ベトナム）を活用した短期間の海外視察の実施
 - (2) 防災関連製品・技術の商談機会の拡充
台湾での展示会出展に加えて、フリピンでのJICA等との連携や防災セミナーで築いた現地政府機関とのネットワークを活用し、現地商談及び事前・事後のウェブ商談を実施
 - (3) 新たな市場の開拓に向けた取り組みの強化
- ① フランスやドイツでの取り組みの情報を共有、県内企業の意欲を高め、EU圏での商談を促進
 - ② JETROと連携した米国市場調査の実施

現状・課題等

(1) 現状

- ① 地域商業の活性化に向けては、これまで主に商業集積地（商店街）を対象に取り組んできた
H30から取り組む「商店街等振興計画推進事業」により、18地域（21市町）で計画策定
計画に基づく取り組みにより商店街等におけるにぎわいの創出など一定の成果が得られた
一方で営業店舗数の減少は続いている

商業集積地における営業店舗数

(R4:4,632件→R5:4,557件)

出典：県地域商業実態調査

小売業及び卸売業の事業所数

(H28:8,365所→R3:7,929所)

出典：経済センサス

(2) 課題

- ① 都市部では郊外型店舗が増加、中山間地域では過疎・高齢化が進み、商業集積地の空洞化が進んでいる
- ② 商店街に限らず、地域住民の生活に必要な商業機能を維持したいというニーズがある
- ③ これまで商店街等を中心とした商業地域への支援を行ってきたため、それ以外の地域への支援が十分でない

商業支援の在り方の見直しが必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

商業集積地における営業店舗数（年間）

出発点(R4) 4,632件 ⇒ 現状(R5) 4,557件 ⇒ R7 4,600件 ⇒ 4年後(R9) 4,600件

- (1) 従来の「商店街等振興計画」を「地域商業機能維持・活性化計画」にシフトし、市町村が主体となった計画の策定を支援する。
- (2) 計画の対象とする地域をこれまでの「商業集積地（商店街）」から「市町村全体」に変更し、地域に必要なとされる商業機能の維持・活性化に向けた取り組みの推進を図る。
- (3) 計画策定後は、計画の実行を伴走支援する。

令和7年度の取り組み

新 (1) 地域商業機能維持・活性化計画の策定を支援

① 計画策定

- ア 策定に係る協議会等の体制づくり
- イ 地域に必要な商業機能の洗い出し
- ウ 策定に向けた事業経営アドバイザー等の派遣

新 (2) 地域商業機能維持・活性化計画に基づいた取り組みを支援

① ソフト事業に対する支援

- ア 地域の商業機能を担う人材の育成や組織作り(若者を対象にした起業セミナー等)
- イ 地域資源を生かしたブランドの構築等に向けた取り組み
- ウ 地域の公共交通事業者と連携した取り組み
- ② ハード事業に対する支援
- ア 滞在時間の延長を促すコミュニティスペース（休憩施設、イートインスペース等）の設置
- イ ポップアップストア等の出店

拡 (3) その他 計画に位置づけた取り組みに対する支援

- ① 空き店舗を活用した出店・起業に対する支援
- ② 商工会等の経営指導員による支援
- ③ 事業承継の促進に向けた支援
- ④ デジタル化の促進に向けた支援

県内事業者のデジタル化の促進

<商04>

現状

- ▶ 事業者を取り巻く経営環境は、賃上げや原材料価格の高騰などによるコストの増加、人手不足などにより厳しい状況にあり、デジタル技術の活用に関心が高まっている
- ◆ 産業振興センター等の支援により中規模事業者のデジタル化の取り組みは一定進展
- ◆ 一方、小規模事業者では、半数がデジタル化の取り組みを実施していない（R5中小企業・小規模企業版 県政世論調査）
- ◆ 「導入コストがネックとなっていたが、デジタル技術活用促進事業費補助金(R4/R5補正)や国IT導入補助金の活用により、デジタル化に取り組む事業者の掘り起こしが一定進展

課題

- ▶ デジタル技術の導入による生産性向上や効果的なマーケティングを実現し、県内事業者の「稼ぐ力」を高める必要
- ▶ 若者・女性にとって魅力的な働く場を増やすため、デジタル技術も活用し、働き方改革を推進する必要
- ① 取り組みの量的拡大に向け、県内事業者への啓発活動の強化が必要 → 対策①②
- ② 小規模事業者の経営支援の中核を担っている商工会・商工会議所の経営指導員のデジタル化支援力の強化が必要 → 対策④⑤
- ③ IT事業者や民間パソコン教室がない中山間地域では、仕事の中にデジタル技術やデータ分析を取り入れるきっかけがなく、小規模事業者のデジタルデバインド問題が顕在化 → 対策⑦
- ④ 取り組みを質的に向上させDXまで高めるには、産業振興センターの機能を強化し、その他の支援機関との連携を深めながら、後回しになりがちでデジタル投資や推進体制構築に向けたサポートをする必要 → 対策⑤⑥

デジタル化の促進に向けた普及啓発

- 新** ① 県内事業者における優良なデジタル化の取り組みを公募し、表彰イベントを開催
- 新** ② 表彰イベントで入賞した優良事例を広く発信することで取り組みの横展開を図り、デジタル化に取り組む事業者の裾野を拡大

普及啓発

第1段階 デジタル化準備～開始（初めの一歩） 量的拡大

- 支援対象者
県内事業者の9割を占める小規模事業者（多くが個人事業主）
- R7取り組み内容
 - 商工会・商工会議所
 - ③ ITツール集等を活用し経営指導の中で啓発活動を実施（経営指導員 約80名）
 - ④ 「デジタル化支援員」を増員し（1名→2名）、経営指導員への支援体制を強化
 - ⑤ 経営指導員のデジタル化支援力強化に向けた人材育成講座を実施
 - よるぎ支援拠点（国）
 - ⑥ 商工会・商工会議所等からトラスアップされる小規模事業者からの相談案件に専門家が対応
 - 高知デジタルカレッジ
 - 高知大学と連携
 - 新** ⑦ ITサービス事業者が少ない中山間地域のデジタルデバインド対策として、ビジネスで使えるデジタル入門講座を開催（4カ所程度（安芸地域、嶺北地域、高幡+仁淀川地域、幡多地域））
 - テーマ例：「アンケートフォーム使い方」「顧客データ分析」「チラシづくり」等
 - ⑧ デジタル化を推進するための普及啓発セミナーを開催（7回）
 - ※ 業種の裾野を広げるため、業界団体に向けた啓発活動も実施

7 伴走支援／人材育成・確保

第2段階 デジタル化実行（当面の課題を解決）

- 支援対象者
デジタル化に取り組む意思を持つ事業者
- R7取り組み内容
 - 産業振興センター
 - ⑨ 継続的に取り組むための中期的な実行計画である「デジタル化計画」の策定・実行支援（デジタル化推進CO4名）
 - ⑩ 情報産業協会会員企業等と連携したマッチング支援
 - 工業技術センター
 - ⑪ ロボット・AI等を活用した製造ラインのスマート化を支援
 - UITターンサポートセンター
 - ⑫ 都市部のプロフェッショナル人材とマッチングし、伴走支援体制を構築
 - 金融機関
 - ⑬ デジタル技術を活用した業務効率化を進めるためのデジタルツール導入や人材育成を支援（県補助制度を活用）
 - 高知デジタルカレッジ
 - ⑭ 従業員のリスキリングを推進し、社内のデジタル化リーダーを育成する講座を開催
 - （総会議座35人、**新**個別テーマ15名×6テーマ）

第3段階 デジタル化統合

（会社全体の経営課題を解決）

質的向上

- 支援対象者
部門毎の効率化に留まらず、全体最適化を目指す意思のある事業者
- R7取り組み内容
 - 産業振興センター
 - ⑮ 会社全体の経営課題解決に向けたデジタル化計画策定後のフォローアップを行うための支援体制を強化（DX戦略アドバイザーによる専門的助言）
 - ⑯ 支援チームによる、企業の「事業戦略」「デジタル化計画」の横断的な実行を支援し、DXに挑戦する事業者を後押し
 - ⑰ 全体最適に向けた取り組みを支援（「DX認定」取得など）

D X

ビジネスモデルや組織・企業文化の変革を行い、新たな付加価値を生み出す「デジタルトランスフォーメーション」の実現へ

KPI

- 1 商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数（年間）
出発点(R4)479件 ⇒ (R6)803件 ⇒ (R7)720件 ⇒ (R9)960件
- 2 産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数（R3～の累計）
出発点(R5)90件 ⇒ (R6)127件 ⇒ (R7)150件 ⇒ (R9)210件
- 3 DX認定企業数（R4～の累計）
出発点(R5)7社 ⇒ (R6)11社 ⇒ (R7)14社 ⇒ (R9)24社

補助制度

国ものづくり補助金

国省力化投資補助金

⑬ 国補助制度の活用促進 及び 県単独の補助制度の創設

（1）事業者の共通課題の解決 → 国のカタログ補助金等を活用

国IT導入補助金

（2）事業者の個別課題の解決 → 県単独の補助制度により支援（国補助金で対象とならない、個別システム開発やハード機器整備を支援）

⑬ デジタル技術活用促進事業費補助金

現状・課題

(1) 経営者への意識啓発

- ① 金融機関や商工団体等による経営者への意識啓発及び支援ニーズの掘り起こしは進んでいる。しかしながら、県内の事業承継支援の対象となる事業者(60歳以上で後継者不在 約5,350者/県推計)に対し売り手相談は992件(R2-R5相談件数)とまだまだ少ない状況

⇒各支援機関による継続的な取り組みが必要

県内事業者数 (単位：者)		H26	H28	R3
		26,399	25,025	22,422

出典：総務省 経済センサス活動調査
(単位：件)

休業業 ・解散	H30	R元	R2	R3	R4	R5
	215	257	321	237	247	261

出典：東京商工リサーチ

(2) 売り手・買い手の相談件数

- ① 売り手の掘り起こしは一定進んでいるが、買い手については移住施策との連携や支援メニューの創設、情報発信等を行っているものの相談はまだ少ない状況
⇒買い手の増加に向けたさらなる取り組みが必要

	R4	R5	R4-R5平均
売り手相談(A)	294	254	274
うち中山間	194	148	171
買い手相談(B)	113	122	117.5
成約数(C)	51	52	51.5
うち中山間	16	18	17
成約率(C)/(A)	17.3%	20.5%	18.8%
うち中山間	8.2%	12.2%	9.9%
買い手/売り手 (B)/(A)※	38.4%	48.0%	43.1%

※全国の実業承継・引継ぎ支援センター R5年度全国平均75%

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 高知県事業承継ネットワークによる第三者承継のマッチング件数（年間）

出発点(R4) 51件 ⇒ 現状(R6.12) 56件 ⇒ R7 100件 ⇒ 4年後(R9) 100件

- ① 県全体の事業承継支援の底上げを図るため、地域の連携体制を強化する
② 県内事業者のマッチングを促進するため、買い手の増加を図る

令和7年度の取り組み

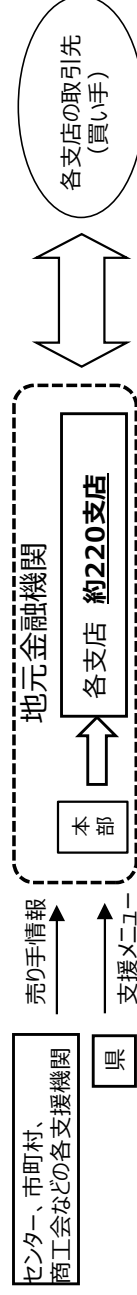
(1) 地域の支援機関の連携体制の強化

- ① 事業承継ネットワークが行う「事業承継診断」の実施による支援ニーズの掘り起こしや意識啓発
② 地元支援機関が有する事業者のニーズ等の情報を共有し、地域にあった支援策を展開
⇒R7年度は4地区で展開（中山間地域）

(2) 買い手の増加に向けた取り組み

- ① 地元金融機関と連携した買い手の掘り起こし

ア 地元金融機関に売り手情報や県支援メニュー等を発信し、マッチングを推進(県外・県内)



- ② 移住施策等と連携した買い手の掘り起こし

主に県外向け

- ア 事業承継・引継ぎ支援センターによる相談体制の拡充

⇒移住コンシェルジュを通じて、継業希望者に引継ぎ支援センターとのWeb面談を案内

- イ 移住Webサイトを通じたデジタルマーケティングの活用

⇒関心層にアプローチする特集ページを作成し、メルマガによるプッシュ型広報を実施

主に県内向け

- ウ 地域おこし協力隊の研修会や創業塾の起業希望者対象セミナーにおいてPR(各2回以上)

- エ 県内大学等の出前承継セミナーの実施（2回以上）

オ 買い手への支援メニューの継続（奨励給付金、補助金など）

現状・課題

【現状】

(1) 海外から優秀な人材を確保

送出国側との信頼関係の構築

(バトナム、インドなどへのミッソン団の派遣)

現地への訪問回数 R2: 0 回→R6: 6回

(2) 県内における就労・相談体制の充実

事業者向け説明会の開催

R3～R6: 22回 (参加者680人)

(3) 地域の一員としての受入態勢の充実

外国人生活相談センターの運営

相談件数 R2: 493件→R6: 892件

【課題】

○人手不足を解消し、県経済を持続・発展させ

ていくため、送出国との関係を一層強化し、

優秀な人材を送り出してもらうことが必要

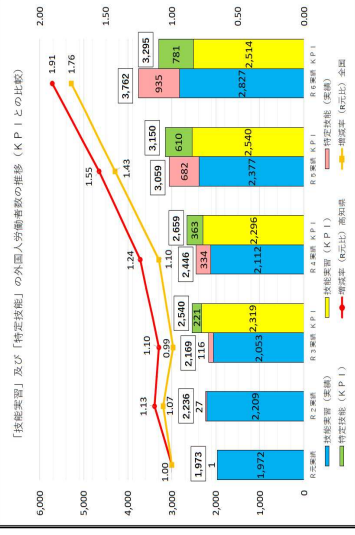
○育成就労制度 (R9までに施行) では、外国人

本人の意向による転籍が認められるため、本

県で働き続けたいと思える環境づくりが必要

県内で就労する「技能実習」及び
「特定技能」の外国人労働者数

	R5(出発点)	R 6
目 標	3,150人	3,295人
実 績	3,059人	3,762人



K P I 検 証

5 期計画 (令和 9 年度) の目指す姿

目標値

県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数 (年間)
(技能実習制度は国において見直しをしているところ)

出発点 (R5) 3,059人 ⇒ 現状 (R6) 3,762人 ⇒ 4年後 (R9) 4,000人以上

外国人材が「暮らしやすい・働きやすい・学びやすい環境づくり」の取り組みを一段と強化し、本県で働く外国人材の満足度を向上させ、本県への定着を図る

高知県元気な未来創造戦略と運動

令和 7 年度の取り組み

<受入促進>

- ①一定期間県内で就労した外国人材に対して定着奨励金を給付
- ②大使館や送り出し機関等からの情報を基に、有望な国・地域を開拓 (インド北東部など)
- ③新たに外国人材を雇用しようとする事業所等が相談できる窓口の設置
(制度や在留資格の説明、県内監理団体の紹介)
- ④高度外国人材の雇用促進に向けたセミナー、合同企業説明会の実施

<定着促進>

(1) 暮らしやすい環境づくり

- ①多文化共生を促進する市町村や民間団体への支援
(多文化共生社会への理解促進や交流イベントの開催等を支援)
- ②市町村が行う日本語教育の取り組み支援 (日本語教室の開設・運営支援)
- ③e-ラーニングを活用した時間や場所にとらわれない学習機会の提供
- ④外国人生活相談センター (コソフォーレ) による相談対応

(2) 働きやすい環境づくり

- ①技能実習生等の住宅を改修する事業者への支援
- ②「うち外国人材優良サポート認証制度」の創設・運用開始(外国人材を雇用する事業者を対象)
- ③就労環境整備 (社内マニュアル・標識類の多言語化等) の支援

(3) 学びやすい環境づくり

- ①技能やビジネスのスキルアップに取り組む事業者への支援
- ②溶接や金属塗装等、在職者への技能訓練の実施 (県立高等技術学校)

現状・課題

(1) ワークライフバランスの推進

①ワークライフバランス推進企業認証制度の取得を推進し、認証企業数が大幅に増加
(H30 233社→R6 852社 (延べ))

※業種別：建設業 55.6%、

製造業、医療・福祉ともに10.9%の順

従業員規模別：10人以上の企業 77.0%

⇒幅広い業種、小規模事業者の取得を推進

していくことが必要

②男性育休の取得推進により取得率が大幅

に上昇しているが、取得期間が短い傾向

(取得率：H30 7.6%→R5 36.1%

取得期間：R5 1ヶ月未満 53.1%)

⇒取得率と取得期間の更なる増加に向け、

業務を代替する従業員の負担感の解消など

企業内の仕組みづくりが課題

(2) 働きやすい職場環境づくりへの支援

①テレワークやフレックスタイム制、兼業・副業など

多様な働き方を導入する企業が増加

(働き方改革に取り組む企業の割合

R1 42.5%→R5 52.9% (従業員5人以上)

⇒小規模、中山間地域に所在する企業は、

働き方改革に取り組む企業が少ない状況

(3) 若年層対策の推進

高知県の若者の離職率は全国と比べて高い状況

にある

(新規学卒者(R3.3月卒)の3年以内離職率

高校：全国38.4%、高知県44.9%

大学：全国34.9%、高知県43.7%)

⇒早期離職(県外転出含む)の抑制が課題

5期計画(令和9年度)の目指す姿

すべての世代が活躍し多様な働き方ができる高知県へ

目標値

(1) ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計)

出発点(R4) 632社⇒現状(R6) 852社⇒R7 910社⇒4年後(R9) 1,050社

(2) 働き方改革に取り組む企業(従業員5人以上)の割合(年間)

出発点(R5) 52.9%⇒現状 R7調査 ⇒R7 59%⇒4年後(R9) 65%

①業種、地域、従業員規模ごとの支援を強化し、認証制度のさらなる普及を図ることで、働きやすい職場を拡大

②女性や若者、高齢者など多様な人材が活躍できる職場環境づくりを進める県内企業の支援を強化することで、人材の確保、定着に寄与

令和7年度の取り組み

(1) ワークライフバランスの推進

新 ①認証制度に男性育休推進部門を新設し、取得企業に対し県補助金へのインセンティブを付与

新 ②属人化解消や複数業務を担えるよう支援し、男性育休をはじめとする休暇が取得しやすい環境を整備

(2) 働きやすい職場環境づくりへの支援

拡 ①企業伴走支援やKOCHI Work Style Awardによるロールモデル創出と横展開(KPI:支援企業数25社)

拡 ②多様な働き方や賃上げなど処遇改善に取り組み企業を事例集等により紹介し、企業の機運を醸成

拡 ③働きやすい環境整備に向けた補助制度の拡充により、多様な人材が活躍できる環境整備を推進

(KPI:100社)

拡 ④職務や役割によって評価する制度の導入を支援し、男女間、非正規・正規間の賃金格差解消や処遇改善を推進(KPI:延べ20社)

新 ⑤チャイルドパルティ対策など女性活躍に関するセミナーを開催し、女性が働きやすい環境づくりに向けた機運を醸成

新 ⑥カスハラやビジネススクエアアーに関する法改正への対応を支援

(3) 若年層対策の推進

拡 ①職務や役割によって評価する制度の導入を支援し、男女間、非正規・正規間の賃金格差解消や処遇改善を推進(KPI:延べ20社)(再掲)

拡 ②経済団体等と連携し、新入社員向けセミナー、交流セミナー等を実施し、早期離職対策を推進

新 ③デジタルマーケティングを活用し、県内の求人情報や各分野の支援策を紹介することで若者の県内定着とスキルアップによる正規化を促進

I 専門分野の成長戦略

観光分野

観光分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高知県観光の取り組みとして、「つくる」「売る」「もてなす」のそれぞれの段階ごとに戦略目標を立て、観光振興に取り組んできました。「つくる」では、地域の核となる観光拠点の整備や、土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めました。「売る」では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を追い風に「土佐・龍馬であい博」をはじめとした博覧会の実施やセールス・プロモーション活動を展開しました。「もてなす」では、おもてなしタクシーや、おもてなしトイレの推進による観光客の満足度向上、龍馬パスポートによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

これらの取り組みにより、計画策定前は300万人台前半であった年間の県外観光客入込数が、平成29年、30年には2年連続で440万人を超えることができました。

その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、本県観光は令和2年から大変厳しい状況に直面しましたが、令和5年には連続テレビ小説「らんまん」の効果もあり過去最高となる472万人となり、令和6年には「らんまん」の効果が継続したこと、「どっぴり高知旅キャンペーン」や大阪あんてなショップ「とさとさ」での「極上の田舎 高知」の発信などにより、過去2番目となる445万人となりました。

今後、地域のための観光の実現に向けて、入込数だけでなく、長期滞在を促進していくことにより、観光総消費額や観光客人泊数の増加を目指していくことが必要です。

② 第5期計画ver.2の取り組み

第5期計画では、「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぴり高知旅キャンペーン」を4年間展開し、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぴりと味わっていただくことで、第5期計画の目標である観光総消費額1,389億円と県外観光客人泊数563.9万人泊の実現を目指します。

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

地域ならではの魅力ある素材を生かした観光商品づくりを推進し、中山間地域などへの国内外の観光客のさらなる誘客の拡大を目指します。

また、地域住民、観光事業者、市町村等の連携による地域内での周遊促進、滞在時間延長にも取り組みます。

柱2 戦略的セールス&プロモーション

どっぴり高知旅をはじめ、連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出したプロモーションや旅行会社へのセールスを進めます。

また、ナイトタイムエコノミーなどの推進による長期滞在の促進や、平日宿泊促進キャンペーンの実施による閑散期における誘客の促進に取り組んでいきます。

柱3 おもてなしの推進

ユニバーサルツーリズムを推進するため、バリアフリー観光の相談窓口を運営するほか、特設ウェブサイトでの情報発信を行います。

また、観光ガイドの裾野の拡大やスキル向上、中山間地域で複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりを支援するなど、長期滞在を目指した受皿づくりを進めます。

柱4 国際観光の推進

国際チャーター便の誘致活動と定期便化に向けた取り組みを強化します。

また、稼げるガイドの育成、観光事業者や旅行会社とガイドをつなぐマッチングなどによる旅行商品の高付加価値化や、観光事業者と連携した消費拡大の取り組みを促進するなど、消費拡大に向けた受入環境整備についても進めていきます。

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化や年間を通じた観光需要の平準化を進めることで、宿泊施設の安定的な雇用を推進していきます。

また、観光関係事業者とともに、外国人材の活躍を推進する制度の周知や現地送り出し機関等との関係構築に取り組むことで、外国人材の積極的な受入についても進めます。

観光分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外観光客人泊数 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状(R5)522万人泊 ⇒ R7 552.9万人泊 ⇒ 4年後(R9) 563.9万人泊 ⇒ 10年後(R15) 606.8万人泊 観光総消費額 出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状(R5)1,290億円 ⇒ R7 1,338億円 ⇒ 4年後(R9) 1,389億円 ⇒ 10年後(R15) 1,599億円	
--	--

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4 年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 長期滞在につな がる観光地域づく りの推進	2 地域産業ス ケールアップ型	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)	209.1万人(14施設) (R4)	275.1万人(14施設) (R5)	248.1万人(14施設)	273.9万人(14施設) (R9)	○
		1旅行当たりの県内平均立寄数(年間)	2.5件 (R4)	2.5件 (R5)	2.8件	3.2件 (R9)	
2 戦略的セール ス&プロモージョ ン	2 地域産業ス ケールアップ型	県外観光客入込数(年間)	370万人 (R4)	445万人 (R6)	470万人	470万人 (R9)	○
		スポーツによる県外からの入込客数(年間)	53,161人 (R4)	86,094人 (R5)	9万人	12万人 (R9)	○
3 おもてなしの推進	2 地域産業ス ケールアップ型	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年 間)【観光施設】	86% (R4)	89% (R6)	87.7%	88% (R9)	
		観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年 間)【宿泊施設】	80% (R4)	81% (R6)	83%	85% (R9)	
4 国際観光の推進	3 グローバル展 開型	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間)	9,890人泊 (R4)	139,110人泊 (R5)	14万人泊	17万人泊 (R9)	○
		外国人県内消費額(年間)	3億円 (R4)	48億円 (R5)	49億円	57億円 (R9)	○
5 観光人材の確 保・担い手不足の 対応	5 人材起点型	県内全産業平均と比較した宿泊業の所定内給与額の水準(年 間)	84.8% (R4)	85.5% (R6)	87.8%	90% (R9)	

分野		観光分野	
各産業分野の取り組みの柱		長期滞在につながる観光地域づくりの推進	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間) 【モニタリング方法】 観光施設からの入込数実績の報告を県でとりまとめ(年1回)	209.1万人 (14施設) (R4)	275.1万 (14施設) (R5)	273.9万 (14施設) (R9)	1 観光拠点の整備数(累計) H30: 8ヶ所 → R6: 18ヶ所 ①民間企業の現地視察 29社(H30～R6) ②民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数 R元: 4件 → R6: 15件(R元～R6) ③核となる観光拠点入込数 R元: 894,024人(12施設) → R5: 1,910,142人(18施設)	1 地域ならではの魅力ある素材が観光に十分に生かされていない 観光素材となる伝統文化の継承が困難になっている 2 地域での周遊が促進されていない ①観光拠点への集客と拠点から周辺の観光施設への周遊が十分でない ②周遊の取り組みが個々の施設・事業者等のレベルに留まっており、地域(面)に広がっていない 3 二次交通が脆弱 ①中山間地域へのアクセス、地域間での移動の際に手段が限られる	1 核となる観光施設の磨き上げへの支援【R6～R9】 ①観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用 2 マスメディアを活用した情報発信や旅行会社向けのセールス活動【R6～R9】 ①「どっぷり高知旅」をテーマにしたコンテスト等による県内外への情報発信 ②連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出した情報発信 ③とことろや大手書店等とタイアップした「やませたかし」のふるさと高知」のPR ④旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施 ⑤広域観光協議会と運動したセールス活動 3 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】 ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり ②広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践 ⇒ 別図<観01>参照(P89)	〈マスメディア等の媒体での露出件数〉 ― (R6) ↓ 550件 (R9) 〈県外イベントやセールス等での観光PR〉 ― (R6) ↓ 30件 (R9) 〈県内イベント等での観光PR〉 ― (R6) ↓ 13件 (R9)
2	1旅行当たりの県内平均立寄数(年間) 【モニタリング方法】 県外観光客動態調査のデータを元に、周遊ルートを県が分析(年に1回)	2.5件 (R4)	2.5件 (R5)	3.2件 (R9)	1 新たな観光商品数 70商品 (R6) 2 分散型宿泊施設のエリア数 3 エリア(事業計画の策定件数) (R6) 3 広域観光組織の体制強化数(累計の観光庁登録DMO数) 1 (H30) → 4 (R5) ①デジタルデータ分析ツールの導入【R4～】 デジタルデータ等を活用した実証事業の数 29事業 (R4～R6) ②滞在型観光プラン策定件数 23件 (R2～R6)	1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり【R6～R9】 ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成 ②神祭への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成 2 地域内での周遊・滞在の促進【R6～R9】 ①(再掲)地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり ②(再掲)広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践 ③連続テレビ小説「あんぱん」を生かした地域博覧会の開催支援【R6～R7】 3 長期滞在を目指した受入態勢づくり【R6～R9】 目標値:分散型宿泊施設のエリア数(事業計画の策定件数) 出発点(R5)0エリア⇒現状(R6)3エリア⇒R7 7エリア⇒R9 15エリア ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援 ②中山間地域における分散型ホテルの構築や宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援 4 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上【R6～R9】 ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成 ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(民泊の推進、みどりの学習旅行) 5 中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実【R6～R9】 ①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用 ②県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進 ⇒ 別図<観01、観02>参照(P89,90)	〈コーディネート派遣回数〉 ― (R6) ↓ 150回以上 (R9) 〈分散型宿泊施設等に關するセミナー参加者数〉 ― (R6) ↓ 100人以上 (R9)	

分野					観光分野	
各産業分野の取り組みの柱					戦略的なセールス&プロモーション	
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題
1	県外観光客入込数 【モニタリング方法】 交通機関等からの情報提供を基に、県で推計 (年1回)	370万 人 (R4)	445万 人 (R6)	470万 人 (R9)	1 効果的な広報・セールス活動の展開 ①キャンペーンの展開【R2～】 ・リョーマの休日キャンペーン～自然 &体験キャンペーン～(R2) ・リョーマの休日キャンペーン(R3～ R4) ・高知観光リバーキャンペーン(R2 ～R4) ・高知観光トクキャンペーン(R3～ R5) ・「牧野博士の新休日～らんまんの 舞台・高知～」(R5) ・どっぶり高知旅キャンペーン(R6～) ②サステナブルツーリズムの推進 【R4～】 ・どっぶり高知旅キャンペーン(R6～) ③中山間地域への誘客 ・周遊企画の実施 ・延べ20企画(R4～) ・地域の魅力をより深く体感できる商品 づくりの推進 延べ40商品(R6～) 2 閑散期における誘客 ①ナイトイベントの開催 ・NAKED夜まつり 高知城 45,039人(R5.12.1～R6.1.14) ・シャトルアップ高知城 13,009人(R6.12.6～R7.1.13) ②MICEの誘致 34件(R5) ③フィルムコミッションによるロケの誘致 19件(R5)	1 観光消費額を重視したロングステイ型 観光やリゾート客の向上、宿泊施設の高 付加価値化などの取り組みが必要 2 冬場などの閑散期対策が必要 3 「らんまん」効果を一過性で終わらせな い取り組みが必要 4 コロナ禍により変化した観光客のニー ズに合わせた観光プロモーションが必要
2	スポーツによる県外から の入込客数(年間) 【モニタリング方法】 高知県観光コンベンショ ン協会等と連携し、県外 入込客数の運成状況の 確認を行う(月1回)	53,161 人 (R4)	86,094 人 (R5)	12万人 (R9)	1 スポーツツーリズムの推進【R2～】 ①プロ・トップチームの誘致(年間) 74,237人(R元)→46,338人(R5) ②アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間) 4,406人(R元)→8,857人(R5) ③サイクルイベントの県外参加者 (年間) 1,138人(R元)→993人(R5) ④こころサイクリオアシス登録施設数 (累計) 75施設(R元)→88施設(R6) ⑤高知龍馬マラソンの出走者数 11,816人(2020大会 R2.2) →9,590人(2025大会 R7.2) 2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致 受け入れ地域・施設が限定的 実施時期が夏冬休み・土日等に集中 野球、サッカーの2競技に集中 3 自然環境を生かしたスポーツツーリス ムの推進 ①サイクルツーリズムをはじめ、台湾や 欧米などのインバウンド客を取り込める 余地が大きい。取り込みに向け、関係 部署や関係機関との連携強化、プロ モーションやセールス活動など新たな 施策の打ち込みが必要 4 地元プロチームとの連携 地元プロチームを活用した県のPRや、観 光客の誘客に繋がる活動が必要 5 若者の関心が高い新たなスポーツの 推進 スポーツを通じて県内外の子どもや若者 が交流できる機会が十分ではない	1 プロスポーツのキャンプ・大会の新規 誘致及び既存チームの継続 ①スポーツ施設の整備が必要 ②受入可能な宿泊施設の確保が必要 ③野球、サッカーの2競技に集中してお り、多様化が必要 2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致 受け入れ地域・施設が限定的 実施時期が夏冬休み・土日等に集中 野球、サッカーの2競技に集中 3 自然環境を生かしたスポーツツーリス ムの推進 ①サイクルツーリズムをはじめ、台湾や 欧米などのインバウンド客を取り込める 余地が大きい。取り込みに向け、関係 部署や関係機関との連携強化、プロ モーションやセールス活動など新たな 施策の打ち込みが必要 4 地元プロチームとの連携 地元プロチームを活用した県のPRや、観 光客の誘客に繋がる活動が必要 5 若者の関心が高い新たなスポーツの 推進 スポーツを通じて県内外の子どもや若者 が交流できる機会が十分ではない

分野		観光分野			
各産業分野の取り組みの柱		おもてなしの推進			
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果
1	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間)【観光施設】 【モニタリング方法】 「観光客満足度調査」により、4半期ごとにモニタリングを実施し、達成状況の確認を行う	86% (R4)			1 バリアフリー観光に関する相談対応 件数(年間) ①34件(R2) → 139件(R5) 2 現地調査によるバリア・バリアフリー情報の収集件数 ①観光:146施設(H30～R5) 宿泊:128施設(H30～R5) 交通:37施設(H30～R5) 3 観光案内所機能強化研修受講事業者数(延べ)(累計) ①104事業者(H28～R元) → 202事業者(H28～R4) 4 外国人観光案内所の設置か所数 ①3ヶ所(H26) → 20ヶ所(R6) 5 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ①機運醸成に向けたセミナー参加者数147名(R4～R5) ②課題に応じた専門家派遣数38事業者(R4～R5) 6 高知県観光ガイド連絡協議会に所属しているガイド人数 884名(R6)
2	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間)【宿泊施設】 【モニタリング方法】 「観光客満足度調査」により、4半期ごとにモニタリングを実施し、達成状況の確認を行う	80% (R4)		85% (R9)	1 バリアフリー観光に関する相談対応 件数(年間) ①34件(R2) → 139件(R5) 2 現地調査によるバリア・バリアフリー情報の収集件数 ①観光:146施設(H30～R5) 宿泊:128施設(H30～R5) 交通:37施設(H30～R5) 3 観光案内所機能強化研修受講事業者数(延べ)(累計) ①104事業者(H28～R元) → 202事業者(H28～R4) 4 外国人観光案内所の設置か所数 ①3ヶ所(H26) → 20ヶ所(R6) 5 宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ①機運醸成に向けたセミナー参加者数147名(R4～R5) ②課題に応じた専門家派遣数38事業者(R4～R5) 6 高知県観光ガイド連絡協議会に所属しているガイド人数 884名(R6)

主なアウトプット目標(KPI)	取り組み内容 (R6～R9)	課題
〈防災セミナーの開催〉 1件(R7のみ) 〈防災情報をまとめた特設ページの作成〉 ページ作成(R7のみ) ページ公開・更新(R7～R9) 〈アドバイザー派遣〉 —(R6) 8件以上(R9) 〈分散型宿泊施設等に関するセミナー参加者数〉 —(R6) ↓ 100人以上(R9)	1 ユニバーサルツーリズムの推進【R6～R9】 ①バリアフリー観光相談窓口の設置や特設ウェブサイトでの情報発信 ②観光関連事業者への人材育成等による受入態勢の強化 2 地域の特色を生かした受入体制づくり【R6～R9】 目標値:分散型宿泊施設のエリア数(事業計画の策定件数) 出発点(R5)0エリア ⇒ 現状(R6)3エリア ⇒ R7 7エリア ⇒ R9 15エリア ①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上 ②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化 ③広域観光組織の体制及び機能強化(地域おこし協力隊制度の活用) 3 やなせキャラクター等の活用による県内周遊の促進【R7～】 ①やなせキャラクターや、まんがアニメに関連する文化施設等を巡るスタンプラリーの実施 ②中山間地域を中心に「あんぱん」関連の企画展等と「どぶろり」の体験等を組み合わせたイベントの開催等 4 観光客の満足度の向上【R6～R9】 ①高知家おもてなしキャンペーンの展開等による県民運動の強化 ②観光関連施設の「Wi-Fi、トイレ、キャッチュレス、多言語対応」の受入環境整備を推進(観光振興推進総合支援事業費補助金等の活用) ③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上	1 バリアフリー化と受入環境の整備 ①障がい者や高齢者、外国人など多様なニーズに対応するためには、ユニバーサルツーリズムの取り組みを県内観光関連事業者へ広げていくことが必要 ②インバウンド需要の回復に伴い、受入側での「Wi-Fi、トイレ、キャッチュレス、多言語対応」といった環境整備の重要性がますます高まっている 2 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の養成及び観光ガイド団体の育成や態勢強化が十分でない 3 宿泊施設の魅力向上の取り組みが個々の施設のレベルに留まっており、より効果的なものとするため、地域で面に広げていくことが必要 4 中山間地域において長期滞在に必要な機能が十分でない ①ホテル・旅館の多い高知市、幡多地域での観光客の宿泊の割合が高い ②観光スポットの近くに飲食施設がない、土日休みの店が多い、など飲食の提供機能が弱い

分野		観光分野	
各産業分野の取り組みの注		国際観光の推進	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間) 【モニタリング方法】 観光庁の「宿泊旅行統計調査」により、延べ宿泊者数を確認(年1回)	9,890人泊 (R4)	139,110人泊 (R5)	17万人泊 (R9)	1 海外セーラース拠点等を活用した旅行商品の拡充【R2～】 ①外国人向け旅行商品造成数(年間) 215商品(H30) → 199商品(R5) 2 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出【R2～】 ①関西発着の外国人向け旅行商品造成数(年間) 25商品(H30) → 50商品(R5) 3 チャーター便誘致等 ①国際チャーター便の運航数(高知空港)(年度) 7往復(H30) → 104往復(R6)	1 インバウンド誘客の取り組み ①台湾定期チャーター便の定着と定期便化 ②台湾以外のチャーター便誘致 ③万博開催に合わせた取り組みの強化 ④個人旅行者向け周遊促進 2 県内消費額の拡大 ①長期滞在の拡大による宿泊日数の増加 ②旅行商品の高付加価値化	1 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致【R6～R9】 ①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化 ②短期チャーター便の誘致(韓国等) ③国際定期便受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビルの整備 2 関西圏からの誘客の促進【R6～R9】 ①大阪・関西万博での情報発信 ②大阪観光局や関西エアポート等と連携した情報発信 ③関西～高知間のルート上の観光地と連携したPR 3 個人旅行者の誘客の拡大【R6～R9】 ①アドベンチャーリズムの推進(インバウンド向け「どっぷり高知旅」のセールスやプロモーション) ⇒ 別図<観02>参照 (P90)	<国際チャーター便の運航数(高知空港)> 104往復(R6) ↓ 114往復(R9) <大阪・関西万博での自治体体事来場者数> 1.5万人(R7のみ)
2	外国人県内消費額(年間) 【モニタリング方法】 観光庁の「宿泊旅行統計調査」及び「訪日外国人消費動向調査」のデータを基に、県で算出(年1回)	3億円 (R4)	48億円 (R5)	57億円 (R9)			1 旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長【R6～R9】 ①(再掲)アドベンチャーリズムの推進(インバウンド向け「どっぷり高知旅」のセールスやプロモーション) 2 消費額拡大に向けた受入環境整備【R6～R9】 ①観光事業者と連携した消費拡大の推進 ②地域通訳案内士等のガイドスキルの向上による稼げるガイドの育成 ⇒ 別図<観02>参照 (P90)	<地域通訳案内士登録者数> 118人(R7のみ) <消費拡大セミナー受講者数> 150人(R7のみ)

分野		観光分野						
各産業分野の取り組みの柱								
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット目標 (KPI) (R6～R9)
1	県内全産業平均と比較した宿泊業の所定内給与額の水準（年間） 【モニタリング方法】 厚生労働省が毎年発表する「賃金構造基本調査」により、県内全産業平均と比較した所定内給与額の水準割合の達成状況の確認を行う	84.8% (R4)	85.5% (R6)	90% (R9)	1 宿泊施設の魅力向上による高付加価値化、長期滞在の推進 ①セミナー開催やアドバイザー派遣による宿泊施設の魅力向上 (R4～) 2 年間を通じた観光需要の平準化 ①閑散期でのナイトイベントの開催 ・NAKED夜まつり 高知城 45,039人 (R5.12.1～R6.1.14) ・シャドウアツパ高知城 13,009人 (R6.12.6～R7.1.13) ②スポーツツーリズムの推進及びスポーツ合宿の誘致 ・プロ・トップチーム誘致 74,237人 (R元) → 46,338人 (R6) ・アマチュアスポーツ合宿の誘致 4,406人 (R元) → 8,857人 (R6) ・サイクルイベントの県外参加者数 1,138人 (R元) → 993人 (R6) ・高知龍馬マラソンの出走者数 11,816人 (2020大会 R2.2) → 9,590人 (2025大会 R7.2) ③MICEの誘致 34件 (R5) ④フィルムコミッションによるロケの誘致 19件 (R5) 3 積極的な人材の確保 ①外国人材の活躍推進 ・外国人材受入に向けたセミナーや勉強会を開催 (R4～) ・ベトナムミッジョン団派遣 (R5) ・台湾ミッジョン団派遣 (R5) ・ベトナム・インドミッジョン団派遣 (R5) ・台湾インターンシップの受入 (R6.6施設、14名) ・大学生向け出前講座の実施 (R6)	1 宿泊施設の人手不足 ①観光需要の回復に宿泊施設の人手が追いつかず、人手不足が顕在化 ②募集をかけてもなかなか人が集まらない状況 2 観光需要の喚起 ①1人当たりの観光消費額が、近年横ばい傾向にあり、量から質への転換が必要 3 観光需要の平準化 ①季節により繁閑の差が大きいため、更需要の平準化に努めることが必要 4 外国人材の活躍推進 ①外国人材の活躍推進への意識が高まりつつあるが、積極的な採用にまでは至っていないことから、業界全体で後押しを深め、取り組みを広げていく必要がある	1 宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進【R6～R9】 ①(再掲)宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援 ②(再掲)中山間地域において、宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援 2 年間を通じた観光需要の平準化【R6～R9】 目標値：平均宿泊日数 出発点(R4)1.15泊 ⇒ 現状(R5)1.10泊 ⇒ R7 1.17泊 ⇒ 4年後(R9)1.19泊 ①(再掲)伝統文化等を組み込んだナイトイベントの実施 ②(再掲)龍馬ハスポートを活用した長期滞在の推進 ③(再掲)平日宿泊促進キャンペーンの実施 ④(再掲)MICEの誘致(エクスカーションへの支援強化) ⑤(再掲)フィルムコミッションによるロケの誘致強化 3 積極的な人材の確保【R6～R9】 ①教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大 ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化 ⇒ 別図＜観01、観02＞参照 (P89.90)	〈移住希望者向けイベントへの出席回数〉 ― (R6) ↓ 2回 (R9) 〈ガイド研修会参加者数〉 ― (R6) ↓ 100人以上 (R9) 〈インターンシップ等受入件数〉 ― (R6) ↓ 17施設 (R9) 〈閑散期における主要観光施設の入込数〉 ― (R6) ↓ 対R6比 + 1.4% (R9)

連続テレビ小説「あんぱん」を最大限に生かした「どっぶり高知旅キャンペーン」の展開＜観01＞

現 状	(1) 観光商品づくり、周遊促進・滞在延長につながる取り組みを支援 ① 中山間地域での観光商品の造成 (70商品造成予定) ② 中山間地域での分散型ホテルの構築 (3エリアの計画策定) (2) 「あんぱん」と連動した早期のプロモーション、旅行会社セールスの実施 ① 旅行会社向け助成制度の新設・拡充(10/1～)、旅行会社向けモニターツアーの実施による旅行商品化の推進 ② 「とさと」と連動した観光PRイベント (5回) の開催 ③ 大手書店と連携した「あんぱん」関連情報の発信 (3) 地域博覧会「ものべすと」開催支援 ① 官民一体の推進体制の構築 ② ロゴマークやキービジュアルの制作 ③ 博覧会公式ガイドブック、特設サイトの制作 ④ オープニングイベントなどの特別イベントの開催 ⑤ やなせたかし記念館のリニューアル等のハード整備 等	課 題 (1) 「あんぱん」の効果を最大限に生かした誘客、周遊促進 (2) 「どっぶり高知旅キャンペーン」の加速化 (3) 観光博覧会「ものべすと」を通じた物部川エリアの観光基盤の底上げ

目 標 値	県外観光客入泊数 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状 (R5) 522万人泊 ⇒ 4年後 (R9) 563.9万人泊 観光総消費額 出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状 (R5) 1,290億円 ⇒ 4年後 (R9) 1,389億円 ● 関連する主なアウトプット目標 (KPI) KPI①：マスメディア等の媒体での露出件数 (550件) KPI②：県外イベントやセールス等での観光PR (30件) KPI③：県内イベント等での観光PR (13件)	

展開イメージ

1 誘客の拡大
「あんぱん」プロモーション

2 ものべすと
地域博覧会

3 商品づくり・地域づくり
どっぶり体験

4 県内周遊
やなせキャラクター等の活用

1. 「あんぱん」「やなせたかし」のふるさと 高知」を前面に打ち出した誘客

(1) 連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出した情報発信
(2) とさとや大手書店等とタイアップした「やなせたかし」のふるさと 高知」のPR

2. 地域博覧会「ものべすと」の開催による誘客の促進

(1) 特別感のある企画展の開催や、周遊企画の実施
(2) 空港発着の周遊バス運行 (GW、夏休み等の繁忙期) 等

(参考) 各市による受入態勢強化の取り組み

・ 香北町美良布での昼食対策 (繁忙期の「道の駅美良布」直販所の商品の充実、キッチンカー等の招へい)
・ ガイドの充実 (臨時観光案内所の設置 (開設日：土日祝日、GW、お盆等の繁忙期))
・ 混雑時の臨時駐車場・シャトルバスの運行

3. 中山間地域を中心とした商品づくり、長期滞在の地域づくりの推進

(1) 地域ならではの魅力ある素材を生かした観光商品づくり
[R6に販売を開始した商品例]
・ 四万十川田ノ川地区での川漁師体験 ・ 土佐町石原地区での木組み体験
(2) 長期滞在の地域づくりの推進
① 支援エリア数を拡充し、分散型ホテルの構築や宿泊施設の魅力向上に向けた取り組みを加速化
② 歴史的な町並み等を生かした分散型ホテルを核とした地域づくりに向けたエリアの可能性調査
(有識者等による現地視察を実施)

4. やなせキャラクター等の活用による県内周遊の促進

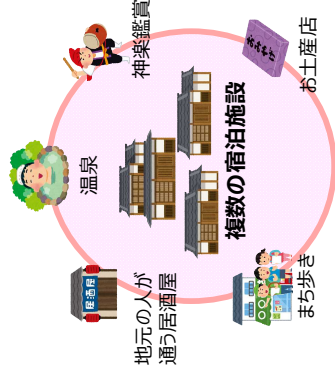
(1) やなせキャラクターや、まんが・アニメに関連する文化施設等を巡るスタンプラリーの実施
(2) 中山間地域を中心に「あんぱん」関連の企画展等と「どっぶり」の体験等を組み合わせたイベントの開催 等

89

<観02>

②ガイド付インバウンド向け商品づくりの推進（観光事業者、旅行会社と通訳案内士の交流会やマッチングを通じてガイド付き「どっばり高知旅」商品づくりや販売促進）

②分散型ホテルに関する知見やノウハウを有する事業者を招聘し、新たな支援エリアとなりうる候補地の掘り起こしに向けた可能性調査を実施



目的	子どもや若者に関心が高い新たなスポーツや障害者と障害者が一緒に楽しめるスポーツの機会の拡充により、若い世代が楽しめるスポーツの選択肢を増やし、若者の県外流出の抑制や子育て環境の充実につなげる。
現状と課題	(1) スポーツを通じて県内外の子どもや若者が交流できる機会が十分ではない (2) 高知ユニテッドSCのJ3参入を契機としたチームへの支援やチームと連携したスポーツツーリズムに資する施策が必要
目標値	スポーツによる県外からの入込客数 出発点(R4)53,161人 ⇒ 現状(R5)86,094人 ⇒ R7 90,000人 ⇒ 4年後(R9) 120,000人 ● 関連する主なアウトプット目標 (KPI) KPI①：プロスポーツにおける県外からの入込客数 (6万人) KPI③：高知ユニテッドSCのホーム戦観客数 (5.7万人) KPI②：屋内競技におけるプロチームの大会等の新規誘致件数 (1件) KPI④：若者の関心が高い新たなスポーツのイベント開催回数 (4回)
1. 県民体育館の再整備を見据えたスポーツの推進	新 (1) 県民体育館等再整備事業 若者に人気がある屋内競技のプロやトップチームの大会誘致等を見据えた県民体育館の再整備にかかる基本計画を策定 ① 基礎調査及び基本計画の策定、基本計画検討会 (仮称) の設置・運営 (2) プロチームの誘致 県民体育館の再整備を見据えた、屋内競技などの新たなチームの誘致 ① 連携協定等を活用したプロ・トップリーグ (バスケットボール、バレーボール、ダンス等) の大会開催等の誘致活動 子どもや若者の関心が高い新たなスポーツ機会の拡充 (1) 新たなスポーツに親しむ機会の提供 子どもや若者の関心が高いアーバンスポーツやeスポーツの体験イベントを開催し、裾野の拡大を図る ① スケートボードやBMX、ダンスなどが体験できるイベントの開催 ② 障害の有無に関わらず誰もが参加できるeスポーツイベントの開催 (2) ダンスによる若者の交流及び人材の確保 ダンス指導を通して、若者の交流機会の拡大や支える人材の育成を行う ① プロダンスチームによる若者を対象としたダンス指導及び地域のダンス活動を支える人材を育てる養成講習の実施 (3) 子どものスポーツへの意識・関心を高める機会の提供 パリ2024大会のメダリストによるスポーツ大会等の推進 ① パリ2024オリンピックのメダリストの冠大会(レスリング)におけるスポーツ教室の開催 (4) インクルーシブなスポーツ機会の提供 障害の有無に関わらず誰もが楽しめるインクルーシブなスポーツの推進 ① 健常者と障害者が一緒に楽しみながら競い合うイベントの開催
2. 高知ユニテッドSCのJリーグ参入を契機としたスポーツツーリズムの推進	拡 (1) 高知ユニテッドSCへの支援 高知ユニテッドSCのJ3参入を契機とした支援 ① クラブ経営への支援 ② リーグ公式戦等開催支援、地域おこし協力隊の配置 ③ 集客支援のためのシャトルバス運行等 高知ユニテッドSCのJ3参入を契機としたスポーツツーリズムの推進 ① クラブ経営への支援 ② リーグ公式戦等開催支援、地域おこし協力隊の配置 ③ 集客支援のためのシャトルバス運行等

I 専門分野の成長戦略

その他の分野

その他の分野の取り組みの概要

■ 保健・医療分野

1. 医療DXの推進

デジタルヘルスコーディネーターを配置し、医療DX（オンライン診療やEHR）を推進するとともにオンライン診療を促進するための機器整備の費用などを支援することにより、どの市町村においても在宅医療やオンライン診療を選択できる環境を整備します。

2. 医師、看護職員の育成・確保

高知大学への寄附講座設置、看護教員養成講習会等を実施することで、医療人材の育成を推進します。

また、医師や看護師を志望する学生等に対して奨学金を貸与し、県内で就業する医療人材の確保を図ります。

3. 医療機関の職場環境等（処遇改善含む）の改善・医師の働き方改革の推進

医療機関向けの相談窓口の設置、アドバイザー派遣及び研修会の開催等を実施することで医療スタッフ全体の離職防止や医療安全の確保を図ります。

■ 福祉分野

1. 介護現場の生産性の向上

ワンストップ型の総合相談窓口の設置による介護事業所への伴走型支援やICT・ロボットの導入支援、ノーリフティングケアの推進などにより、事業所における業務効率化や業務改善を支援し、職員の負担軽減とサービスの質の向上を図ります。

2. 人材育成・キャリアパスの構築

高知県福祉・介護事業所認証評価制度のさらなる普及に取り組み、福祉・介護事業所における人材育成体制やキャリアパスの構築を促進することにより、職員が段階的にスキルアップしながら長く活躍できる職場づくりを推進します。

3. 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）

将来を担う若い世代の人材確保に向けて、福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進や学生等を対象とした職場体験の充実を図ります。

4. 多様な人材の参入促進

外国人介護人材の確保や受入体制整備に向けた支援、シニア層や主婦層などが働きやすい介護助手の普及などにより、地域における多様な人材の参入促進に取り組みます。

■ 土木分野

1. 建設業の活性化

新規学卒者の県内就職促進については、児童生徒と保護者へのアプローチとして、出前授業でデジタル化が進む建設業のPRを充実させるとともに、女性活躍に向けた魅力発信の実施や入札参加資格審査における評価項目の拡充などに取り組みます。

また、ICT活用による生産性の向上については、ICTを活用した工事をまだ実施していない中小企業への拡大を図るため、ICT活用工事の指定発注の拡大や、入札時の総合評価方式におけるICT活用工事の加点対象工事の拡大など、普及拡大に引き続き取り組みます。

2. 高知新港の振興

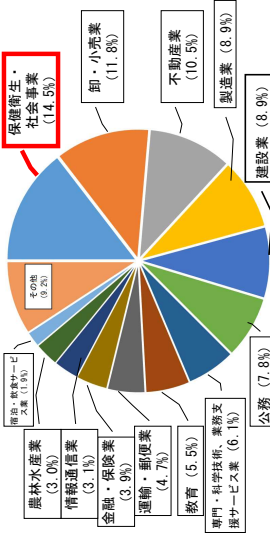
高知新港の利活用の促進に向けて、物流面ではベースカーゴの安定確保や新たな外航コンテナ航路の誘致を図るに加え、さらなる利便性の強化に向けて内航航路の誘致に取り組みます。観光面では、寄港地観光メニューの充実や他県港湾と連携した多様なクルーズの誘致により、西日本太平洋側における国際クルーズ拠点を目指します。

保健医療・福祉分野の取り組みの概要

■ 本県の県内総生産において、最も多くの割合を占める「保健衛生・社会事業（14.9%）」は、いきいきと生活ができる高知の実現のために重要な事業であり、「日本一の健康長寿県構想」とあわせ、産業振興計画においても、生産性の向上や人材の確保、関連産業の創出に向けた取り組みを進める

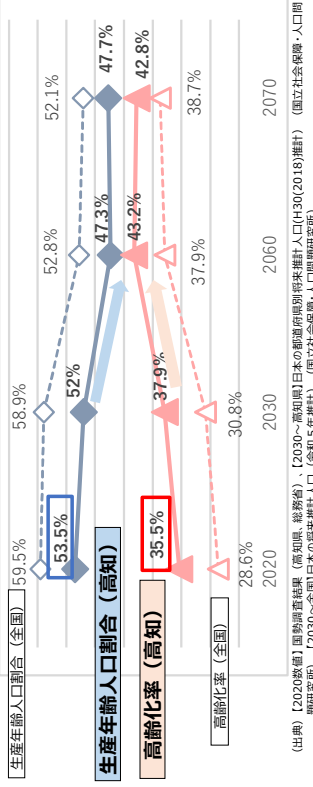
1 県内総生産の構成比（R3） 出典：県民経済計算

保健衛生・社会事業の県内総生産に占める割合
H20:11.5% ⇒ **R3:14.5%（+3.0%）**



2 生産年齢人口と高齢化の状況

全国に先行して生産年齢人口が減少し、高齢化が進行



3 医療・福祉・介護人材の現状

超高齢化社会を支える人材は、若年医師不足、看護職員の県外流出、介護職員の不足が課題となっている

○若年医師（40歳以下）の状況（R4）

高知	83%
全国	110%

※H14年を100とした場合

○県内看護師養成学校卒業者の県内就職率

高知	H30	R5
85.7%	68.3%	

○介護職員の有効求人倍率（R6）

2.43（全国**3.89**）

取り組みの展開イメージ

目指す姿

いきいきと生活ができる高知

県民の誰もが住み慣れた地域で、健やかで心豊かに安心して暮らし続けることのできる高知県

日本一の健康長寿県構想 柱Ⅱ

地域で支え合う医療・福祉・介護サービス
提供体制の確立とネットワークの強化

生産性の向上

人材の確保

関連産業の創出

ヘルスケアイノベーションプロジェクト

デジタル技術を活用した医療や健康に関する製品やサービスの事業化を目指す

主な取り組み

生産性の向上 デジタル技術を活用した医療・福祉・介護サービス提供体制の確立

1 医療DXの推進

- ① デジタルヘルスコーディネーターによる医療DX（オンライン診療やEHR）導入支援
- ② オンライン診療に必要な機器や看護師の派遣費用を支援

2 介護事業所におけるデジタル化導入支援

- ① ワンストップ型相談支援窓口「こうち介護生産性向上総合支援センター」により、介護事業所のICT導入や生産性向上を総合的に支援
- ② 介護事業所におけるICT機器・介護ロボット等の導入に要する経費を支援

人材の確保 「働きやすさ」と「やりがい」を実現できる魅力ある職場づくりによる医療・福祉・介護人材の確保

1 医師、看護職員の育成・確保

医師や看護師を志望する学生等に対する奨学貸付金制度、人材育成のための講演会の開催等により、県内で就業する医療人材の育成及び確保を推進

2 医療機関の職場環境等（処遇改善含む）の改善

医療機関向けの相談窓口の設置、アドバイザー派遣や研修会の開催等により、医療スタッフ全体の離職防止や医療安全の確保を促進

3 福祉・介護人材の確保と介護現場の生産性の向上

- ① 介護現場の生産性の向上、② 人材育成・キャリアパスの構築、③ 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）、④ 多様な人材の参入促進に取り組む、福祉・介護人材のさらなる確保を推進

産業の創出 ヘルスデック企業集積による産業創出と地域課題の解決

1 事業化を促進する伴走支援体制の構築

2 実証実験に取り組むやすい環境整備

具体的な取組例
VR技術を活用した精神疾患治療、ウェアラブル端末を活用した健康状態の遠隔観察、AIを活用した生活習慣病予測 など

分野		その他の分野（保健医療）				
----	--	--------------	--	--	--	--

No.	目 標	出 発 点	直 近 値	4年後 目 標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課 題	取り組み内容 (R6～R9)
1	県内医師初期研修医採用数 【モニタリング方法】 医療政策課調べ	68人 (R5)	55人 (R6)	75人 (R9)	・医学生へ医師養成奨学金貸付金を貸与 R5新規貸与:28人 R6新規貸与:27人 ※貸与累計:504人 ・臨床研修を終えて活躍する奨学金受給医師 R5:178人 R6:205人	医師養成奨学金受給者の義務年限内の離脱が発生している(累計卒業生341人のうち50人(14.7%))	・中山間地域の中核的な医療機関における指導・教育環境の整備促進【R6～R9】 ・医師養成奨学金貸与者へのフォローアップ医師のキャリア形成支援による定着推進【R6～R9】
2	県内看護師等学校養成所卒業者の県内就職率 【モニタリング方法】 医療政策課調べ	78.7% (R4)	68.3% (R5)	85%以上 (R9)	・看護学生のインターンシップ事業受け入れ R5 20医療機関、87名 R6 16医療機関、36名 ・看護フェアの開催 R5:18高等学校から169名参加 R6:23高等学校から169名参加 ・看護師等奨学金の貸付 R5新規貸付:28名、継続:52名 R6新規貸付:32名、継続:45名	県内養成校新卒者の県内就職率が下落傾向にあり、新卒者を県内に残す取り組みが必要	・看護学生のインターンシップ事業のさらなる拡大【R6～R9】 ・県内の看護学生・教員を対象とした地域の病院を知る機会の提供【R7～R9】
3	職場環境改善等に取り組みむ医療機関数 【モニタリング方法】 取り組みを実施予定の医療機関を年一回募集	46病院 (R5)	64病院 (R6)	70病院以上 (R9)	・WLBワークセッション事業 WLBインデックス調査 R5参加者:7病院 R6参加者:(新規:3、継続:4) ・WLBワークセッション R5参加者:5施設16名 ・看護管理者養成研修事業 R6参加者:21病院、28名 (うち新規13病院)	・離職理由は人間関係、健康上の問題が多いことから、引き続き就業環境改善に取り組み医療機関を増やすことが必要 ・就業環境改善の取り組みを横展開する策が必要	・看護業務の効率化、看護サービスの充実を実現した取り組みを発表できる機会の場の提供(就業環境改善の取り組みの横展開)【R6～R9】 ・看護部長等看護管理者の能力の向上と病院経営への参画を目的に「看護管理者養成研修事業」の実施【R6～R9】
4	へき地等の集会施設及び診療所の活用を含めたオンライン診療体制が構築されている市町村数 【モニタリング方法】 在宅療養推進課調べ	7市町 (R5)	7市町 (R6)	34市町村 (R9)	○中山間地域でのオンライン診療の実施 ・宿毛市、土佐清水市の医療機関に対し、ヘルスケアモビリティの導入を支援 ・宿毛市において看護師がヘルスケアモビリティで患者宅や集会施設を訪問し、オンライン診療を実施 ・室戸市、須崎市は独自にヘルスケアモビリティを整備 ○オンライン診療の理解促進 ・医療従事者向けのオンライン診療の研修を実施	○中山間地域でのオンライン診療の実施 ・医師等へのオンライン診療などのデジタル技術導入のためのノウハウ(外来診療とオンライン診療との両立方法やEHRの活用等)を普及することが必要 ・オンライン診療は採算性が低く、専用機器・ソフトウェア整備などに追加のコストがかかるため、医療機関の負担軽減のための支援策の検討が必要	・オンライン診療専用機器・ソフトウェア整備への支援【R6～R9】 ・デジタルヘルスコーディネーター(医師等)を配置し、医療機関の医療DX(オンライン診療の導入やEHRの活用等)推進を支援【R6～R9】 ・へき地等の集会施設及び診療所におけるオンライン診療体制の構築を支援【R6～R9】

分野		その他の分野（福祉）	
----	--	------------	--

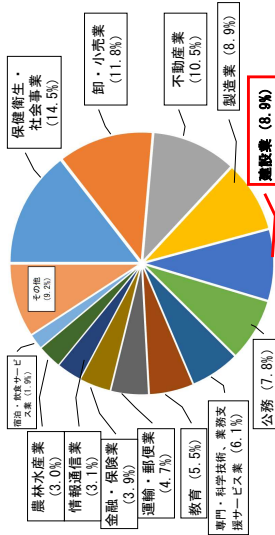
No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	介護事業所のICT導入率 【モニタリング方法】 ・R4介護事業所実態調査(3年毎)の結果を基準値として推計した事業所数とデジタル化支援事業費補助実績から算出した想定値で確認				1 介護事業所のデジタル化の促進 ・導入支援セミナーの開催やアドバイザーによる個別支援 ・ICT機器等の導入 総額に対する助成 R5:45.3% 2 ノーリテラシーケアの推進 ・福祉機器等導入経費に対する助成や施設で取り組みをリードするリーダー等養成研修の実施 介護事業所の実践率 R4:37.7%	1 介護現場の生産性向上の推進 ①官民協働による新たな推進体制の構築 ②事業所の生産性向上や経営の規模化・協働化に取り組む事業所への支援強化 ③ICT導入事業所の拡大	1 介護現場の生産性の向上 ①介護現場革新会議の設置【R6】 ②ワンストップ型総合相談窓口の設置による支援の強化 ・テクノロジーの活用や働き方改革など事業所の業務改善に向けた相談対応やセミナーの実施【R6～R9】 ・事業所の生産性向上や経営の大規模化・協働化に取り組む事業所への専門家による伴走型支援【R6～R9】 ③デジタル化の促進 ・ICT機器、介護ロボット等導入経費に対する助成制度の拡充【R6～R9】
2	認証福祉・介護事業所数 【モニタリング方法】 ・認証福祉・介護事業所数の時点実績値	254事業所 (H30～R4)	225事業所 (H30～R6)	550事業所 (H30～R9)	1 福祉・介護事業所における人材育成体制やキャリアパスの構築に向けた支援 ・良好な職場環境の整備に取り組む、県が定めた一定の基準を達成している事業所を認証 ・認証取得に向けた事業者の取り組みをサポート(セミナー・個別相談会・個別コンサルティング) ・認証取得事業所 H30:認証開始→R6:40法人225事業所	1 福祉・介護事業所における人材育成体制やキャリアパスの構築に向けた支援 ②認証福祉・介護事業所のさらなる拡大 ・認証評価制度の県民認知度の向上 県民認知度:9.5%(R3意識調査(R4.2))	1 人材育成・キャリアパスの構築 ①関係機関との協働化による高知県全体の福祉研修体系の強化 ・福祉研修実施機関プラットフォームの構築による高知県全体の福祉研修体系の再構築【R8】 ②福祉・介護事業所認証評価制度の推進 ・良好な職場環境の整備に取り組む、県が定めた一定の基準を達成している事業所を認証【R6～R9】 ・認証取得に向けた事業者の取り組みをサポート(セミナー・個別相談会・個別コンサルティング)【R6～R9】 ・福祉・介護事業所認証評価制度の県民認知度向上に向けた広報強化【R6～R9】
3	学校の福祉教育の実施回数 (福祉人材センター) 【モニタリング方法】 ・実績値	年間28回 (R4)	年間41回 (R6)	年間40回 (R9)	1 ネガティブイメージの払拭 ・福祉・介護事業所認証評価制度やノーリテラシーケアの認知度向上 ・ふくしフェアの開催等による福祉の仕事の魅力発信 2 福祉教育の推進 ・福祉訪問による福祉の仕事セミナーの実施(福祉人材センター) ・小・中・高校生を対象に職能団体等が行うキャリア教育に対する助成	1 将来を担う若い世代に向けた良好な福祉・介護職場の「見える化」や福祉の魅力発信 ①介護の仕事のイメージや社会的評価の向上に向けた情報発信 ②福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進 ③学生等を対象とした職場体験の充実や資格取得支援	1 若い世代に向けた魅力発信(ネガティブイメージの払拭) ①介護の仕事のイメージや社会的評価の向上に向けた情報発信 ・(再掲)福祉・介護事業所認証評価制度の県民認知度向上に向けた広報強化【R6～R9】 ・介護の仕事と魅力の発信【R6～R9】 ②福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進 ・福祉関係者による学校の福祉教育への連携体制の構築【R6】 ・福祉関係者と協力した学校における福祉教育の実施【R6～R9】 ③学生等を対象とした職場体験の充実や資格取得支援 ・進路選択を考える高校生を対象とした資格取得支援【R6～R9】 ・高校生を対象とした訪問介護(生活援助サービス)の資格取得から就労体験までの実証【R6～R7】

土木分野（建設業）の取り組みの概要

- 建設業は、県民の安全・安心の確保と、地域の活力増進を図り、県民が将来に希望をもって暮らせる県土づくりを推進するうえで、不可欠な産業。
- 建設業が各地域で持続的に発展していくことは、地域の防災力の維持・向上につながることも、地域の雇用を確保し、県経済活性化の下支えにも寄与することから、産業振興計画と連携し、「高知県建設業活性化プラン」において、人材確保や生産性向上に向けた取り組みを進める。

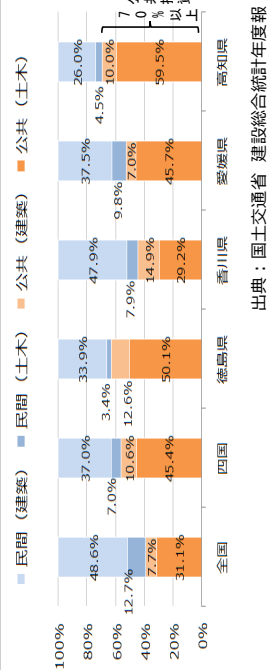
1 県内総生産の構成比 (R3) 出典：県民経済計算

建設業の県内総生産に占める割合
H20:6.6% ⇒ **R3:8.9% (+2.3%)**



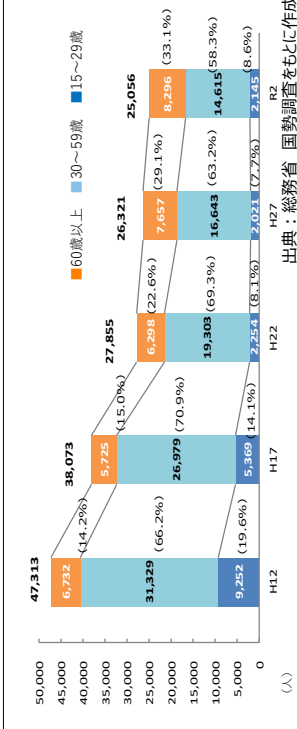
2 民間投資および公共投資の構成比 (令和5年度計)

高知県での公共投資の割合は約70%で、全国や他の四国3県よりも、公共投資の占める割合が多い



3 建設業の従事者数 (年齢階層別)

高知県における建設業の従事者数は、大きく減少。また、若年層の割合も減少



出典：総務省 国勢調査をもとに作成

取り組みの展開イメージ

県経済の活性化

必要な公共事業の実施

生産性向上

人材確保

必要な公共事業の実施

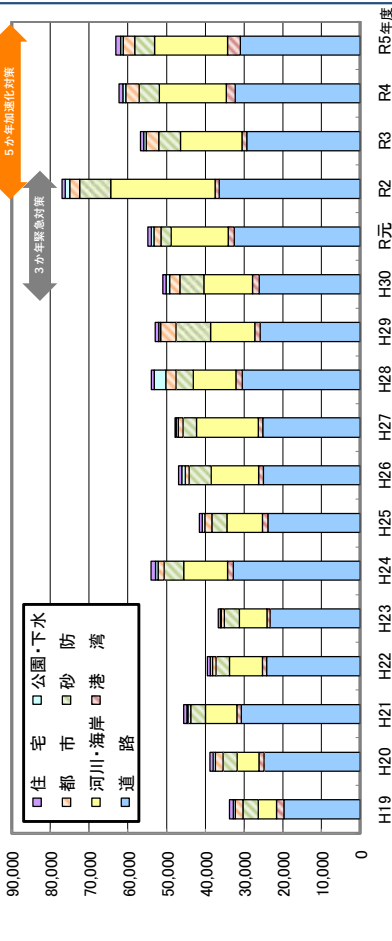
国の「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」などの予算を最大限活用し、道路や河川、港湾などのインフラ整備を推進



南海トラフ地震など大規模災害に備えるとともに、地域の産業・観光振興などに寄与

県公共工事に関する予算額の推移

(土木部一般会計最終予算の一般公共事業及び単独事業の推移)



建設業活性化プラン

I 人材確保の強化

- (1) 児童生徒と保護者へのアプローチ強化
- (2) 魅力発信の強化
- (3) 女性や外国人材などの人材確保の支援
- (4) 働きやすい労働環境の整備

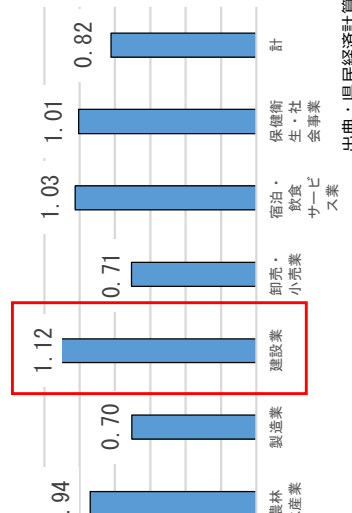
II 生産性向上の推進

インフラ分野のD X推進

R7年度の主な取り組み

- 1 児童生徒と保護者へのアプローチ強化**
 - 出前授業における授業内容の充実（デジタル化が進む建設業のPR強化）
 - 土木工事1日体験の開催時期の見直し及び参加募集の周知拡大
- 2 女性や外国人材などの人材確保の支援**
 - 働き方改革支援研修に女性活躍の内容を追加
- 3 インフラ分野のD X推進**
 - 総合評価方式における評価項目「ICT活用工事の推進」の対象工事の拡大
 - ICTの活用を必須とする工事の対象工種や発注件数の拡大
 - 若者や女性も活躍できるデジタル技術に関する研修機会の拡大

<労働生産性の全国比 (R3：高知県÷全国) >



出典：県民経済計算

分野		その他の分野（土木）					
No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	高校生の就業者数に占める 県内建設業への就職率 【モニタリング方法】 ・学校基本調査（年次データ） ※月次及び四半期データの 確認方法なし	11.5% (R4)	12.1% (R5)	15% (R9)	1 県内生徒と保護者へのアプローチ ・R5: 10土木事務所管内 ・R6: 全12土木事務所管内 ○現場見学会の実施 ・R5: 23人 ・R6: 25人 （保護者・教員含む） ○こうち建設フェスタの開催 ・R5: 来場者約4,000人 ・R6: 来場者約5,000人 2 魅力発信 ○魅力発信動画の制作 ・R5「かつおとさおりの建設あれこれ！」 ・R6「現場の力版vol.3」 「現場の力版vol.4」 3 働きやすい労働環境の整備 ○入札参加資格審査や総合評価にお ける優遇制度の検討 ・R5: 入札参加資格審査において、 「コースエール」「えるほし」の認 定事業者への加点を開始 ・R6: 入札参加資格審査において、 「男性育休」を評価項目に追加 ○週休2日制モデル工事の拡大 ・R5: 1,000万円以上の工事を原則、 「発注者指定型」の対象 ・R6: 全工事を原則「発注者指定型」の 対象に拡大	1 県内生徒と保護者へのアプローチ ○出前授業の実施 ・授業内容の充実が必要 ○現場見学会の実施 ・参加者の増が必要 2 魅力発信 女性も活躍できる業界であることのPRが必要 3 働きやすい労働環境の整備 ○入札参加資格審査や総合評価における 優遇制度の検討 ○週休2日制モデル工事の拡大 ・さらなる拡大に向けた取り組みの検討	1 県内生徒と保護者へのアプローチ ○出前授業の実施 ・中学校（市町村教育委員会）や高知県建設業協会との連携を強化し、全土木事務所（12事務所）管内で実施【R6】 ・デジタル化が進む建設業をPRするコンテンツの拡充【R7】 ○現場見学会の実施 ・参加対象者を高校生から中高生に拡大【R6】 ・開催時期の見直し及び参加募集の周知拡大【R7】 ○こうち建設フェスタの開催 ・中高生をターゲットにした出店ブース（同世代である農業高校や商業高校の出店などの）の検討【R6】 2 魅力発信 ・新たな魅力発信事業（広報広聴課）と連携し、女性活躍に焦点を当てたPRの実施【R7】 3 働きやすい労働環境の整備 ○入札参加資格審査や総合評価における優遇制度の検討 （入札参加資格審査） ・評価項目（男性育休）の新設【R6】 ・評価項目（男性育休）の拡充【R7】 （総合評価） ・加点点数（若手技術者・女性技術者の配置）工事の拡大【R6】 ○週休2日制工事の拡大 ・「発注者指定型」による週休2日制モデル工事を原則、全ての工事に適用【R6】 ・月単位の発注者指定型の枠組みを検討【R7】
	ICT活用工事の実施事業者 数 【モニタリング方法】 ・四半期ごとに、出先事務所 に対してICT活用工事の実施 状況を調査し、事業者数を確 認	A:17社 B:97社 C:9社 (H29～ R4)	A:20社 B:105社 C:33社 (H29～ R5)	A:20社 B:137社 C:33社 (H29～ R9)	1 ICT活用工事の普及拡大 ・ICT活用工事の試行要領（H29～） ・ICT活用工事の実施要領（R6～） ・ICT活用工事の対象工種を拡大 ～R5: 17工種 ～R6: 19工種 ・ICT活用工事を県内全域で展開す るため現場見学会を開催 R3～R4: 12回開催、参加217人 R5: 10回開催、参加者98人 ・ICT活用工事の実施件数は増加傾向 R4: 150件 R5: 171件 2 新技術を活用できる人材育成 ・現場技術者向けの実践的な研修等 を実施 3 次元設計データ作成、ICT測器の 操作、標定点検等に関する新技術 の操作等 R4: 101名 R5: 130名 R6: 156名	1 ICT活用工事の普及拡大 ICT技術を活用し建設現場の生産性の向上を図るとともに、働き方改革を推進し、若年層に対して 建設業の魅力PRすることで、建設業界への入職を促進 ・ICT活用工事の指定発注方式においてICT活用工事の施工を加える対象工事を拡大【R7】 ・入札時の総合評価方式においてICT活用工事の施工を加える対象工事を拡大【R7】 2 新技術を活用できる人材育成 若者や女性もデジタル技術を活用し活躍できる建設業の推進 ・若者や女性も活躍できるデジタル技術に関する研修を実施【R6～R9】 ・最新のデジタル技術に関する研修を実施（デジタル技術による配筋の出来形確認など）【R6～R9】 ・研修機会の拡大を図るため、研修内容のオンデマンド配信を実施【R7～R9】	
2							

分野		その他の分野（土木）	
----	--	------------	--

No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	高知新港のコンテナ取扱数 (実入り) 【モニタリング方法】 ・高知新港コンテナ貨物データ ベースを確認(月次)	8,040TEU (R4)	9,090TEU (R6)	35,000TEU (R9)	1 航路の維持・定着に必要なベースカー ゴの安定確保 ・既存荷主等に対する高知新港活用に 向けた働きかけ ・インセンティブ制度の拡充 ・ポートセーラース対象企業の選定 コンテナ取扱数 R2: 過去最高の10,199TEU R5: 8,808 TEU R6: 9,090TEU 2 新規航路の誘致 ・R5: OMA CGM(GNC)による新規定期 航路が就航(R6.5月休止) 3 コンテナ航路の充実に必要な施設整備 ・7-1岸壁増深工事の早期実施に向けた 国への要望	1 航路の維持・定着に必要なベースカーゴの安定確保 ・既存荷主に対する高知新港のさらなる活用の働きかけ【R6～R9】 ・ポートセーラース候補企業リストなどを活用して県内外の新規荷主確保に向けた営業を強化【R6～R9】 ・商社や通関事業者など、荷主以外への営業を強化【R6～R9】 2 新規航路の誘致 ・船社への外航コンテナ航路の誘致に向けた取り組み【R6～R9】 ・内航航路の誘致・定着に向けた貨物の集荷【R6～R9】 3 コンテナ航路の充実に必要な施設整備 ・7-1岸壁増深工事の実施に向けた国との調整【R6～R9】	クルーズ船寄港地としての定着化・発展 ・モニターツアーの実施などによる新たな寄港地観光メニューの提案【R6～R9】 ・国内外のクルーズ買本市への出展や船社訪問などによる高知新港の露出のさらなる推進【R6～R9】 ・他県港湾と連携し、大型・小型、カジュアル・ラグジュアリー、発着地の別などに対応した寄港ルートを提案【R6～R9】 ・港湾関係者、県内事業者と連携し、安心安全かつ高知らしいおもてなしによる客船受入れ【R6～R9】 ・客船ターミナル内の飲食を可能にする床改修等による利便性の向上【R7～R9】
2	クルーズ船寄港回数(年度) 【モニタリング方法】 ・寄港実績を確認(年次)	15回 (R4)	53回 (R6)	50回 (R9)	クルーズ船寄港地としての定着化・発展 ・ウイズコロナ・アフターコロナを踏まえた クルーズ船の受入れ ・多様なクルーズの誘致 R6寄港回数:53回	クルーズ船寄港地としての定着化・発展 ・コロナ禍で激減したクルーズ船寄港回数の 回復及び定着化と受入体制の強化 ・リピーター向けの新たな寄港地観光メニュー の開発 ・客船ターミナル等の利便性の強化	

Ⅱ 産業間の連携戦略

関西圏との経済連携の強化

連携テーマ《関西圏との経済連携の強化》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組み（関西戦略）による成果と課題

大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて高まる関西圏の経済活力を呼び込み、本県経済の底上げを図るため、令和3年3月に「関西・高知経済連携強化戦略」を策定し、観光誘客や外商拡大などに取り組んできました。

観光の取り組みでは、コロナ禍の影響を大きく受けたものの、令和4年10月以降の入国制限の緩和や大阪観光局等と連携した誘客プロモーションなどにより、令和5年の外国人延べ宿泊者数は過去最高値となりました。また、連続テレビ小説「らんまん」を生かした観光博覧会の開催などにより、関西圏からの観光客入込数も最高値となりました。

外商拡大の取り組みのうち、農業分野では、関西圏でのフェアの実施などにより、県産青果物の販売額が好調に推移しました。水産業分野では、卸売市場関係者と連携した販促活動により、量販店等での県産水産物の販売額が好調に推移しました。林業分野では、建築資材価格の高騰や新設住宅着工戸数の減少等による影響を受けながらも、流通拠点企業や土佐材パートナー企業と連携した外商活動の強化により、土佐材の出荷量を維持しました。食品分野や商工業分野では、コロナ禍の影響から着実に回復し、支援する企業の売上が増加しました。

大阪・関西万博を見据えた取り組みでは、自治体の万博参加に向けた提案やトップセールスを実施したほか、木材加工事業者との連携により大屋根リングをはじめとする関連施設に土佐材を供給しました。

この戦略を本県経済の飛躍への起爆剤とするため、各分野における関西圏との経済連携のステージをもう一段引き上げ、取り組みをより本格化していく必要があります。

② 第5期計画ver.2（第2期関西戦略ver.2）の取り組み

令和3年度からの3年間の取り組みを土台に、令和6年度から令和9年度までの4年間の戦略期間とする「第2期関西・高知経済連携強化戦略」を策定し、令和6年7月に大阪・梅田に開設したアンテナショップと令和7年に開催される大阪・関西万博を最大限に活用した情報発信や外商活動を推進するとともに、関西圏のパートナーとのさらなる連携強化に取り組めます。

1 観光推進プロジェクト

「極上の田舎、高知。」をコンセプトに、これまで磨き上げてきた自然や食、人を集大成として打ち出す「どっぷり高知旅キャンペーン」において、連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出した情報発信を行うことで、国内外からの観光客の増加につなげます。また、大阪観光局等と連携した情報発信を強化し、関西を起点とするインバウンド観光を推進します。

2 外商拡大プロジェクト

各分野において関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）とのさらなる連携強化やパートナーの掘り起こしに取り組み、一層の外商拡大につなげます。また、新たに設置したアンテナショップを活用した県産品のPR強化や商談機会の創出、商品の磨き上げを進め、販売拡大につなげます。

3 万博・IR連携プロジェクト

万博会場で「よさこい祭り」と「街路市」を柱とした催事等を展開し、市町村とともに本県の魅力を世界へ向けて発信します。加えて、万博会場での本県イベント等と連動して各分野の取り組みを一体的に展開することで効果的なプロモーションにつなげます。また、万博を契機に関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットに、大阪観光局と連携して本県への誘客を促進するとともに、期間中の需要拡大や万博後を見据えた県産品等の外商活動を強化します。

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

「SUPER LOCAL」のコンセプトを活用し、アンテナショップを核に各分野の取り組みを連動させた効果的なPRを展開することで、本県の食や自然などの魅力を広く発信するとともに、関西と高知を結ぶネットワークの拡充に取り組めます。加えて、大阪の移住相談窓口の体制強化や相談会の充実など、移住促進の取り組みを強化します。

戦略の策定・実行

- ◆ 大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて、経済活力が高まる関西圏との経済連携を強化することにより、本県経済の活性化を図ることを目的として、これまでの3年間の取り組みを土台に「第2期関西・高知経済連携強化戦略」を策定
- ◆ 推進する中で見えてきた課題などに対応するため、「観光推進」「万博・IR連携」「外商拡大」「万博・IR連携」の3つのプロジェクトに基づき取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを強化し、「オール高知」の態勢により展開

戦略の概要

◆ 計画期間

- (1) R7年(2025年)の大阪・関西万博の開催や大阪市中心部における大規模な再開発等を見据えた戦略を策定
- (2) 戦略に基づく個々の取り組みの期間は4年間(R6～9年度)

1 観光推進プロジェクト

「**極上の田舎、高知。**」をコンセプトとした「**どっぶり高知旅キャンペーン**」を通じて、関西圏との連携した取り組みを進めることで、国内外からの観光客の増につなげる。

戦略1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション

高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信

戦略2 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進

大阪観光局や関西エアポート等と連携した情報発信

戦略3 スポーツツーリズムの推進

地域と連携したスポーツツーリズムの推進

2 外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのネットワークを土台としながら、各分野において関西圏のパートナーとの連携を一層強化することにより、さらなる外商拡大の取り組みを進める。

戦略 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

農業	卸売市場と連携した青果物の販売拡大 マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大
水産	卸売事業者との連携による外商拡大 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大
加工食品	卸売事業者との連携強化による外商拡大 飲食店等への外商活動の強化
林業	流通拠点との連携による外商活動の強化 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大
商工	NPO法人と連携した外商の強化 工法の外商促進

アンテナショップを活用した外商促進

1 ～ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、「**オール高知**」の態勢による取り組みを展開する。また、関西圏の企業や人材等を本県に呼び込むための取り組みを進める。

戦略1 情報発信の強化とネットワークの拡充

大阪・関西万博を活用したプロモーションの展開

アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充

戦略2 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

右者の定着・増加に向けた移住促進

企業誘致の推進

3 万博・IR連携プロジェクト

大阪・関西万博やIRなどの「大規模プロジェクト」を契機に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、**万博中の需要拡大や万博後を見据えた県産品等の外商拡大**の取り組みを進める。

戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に高知の魅力を訴求し誘客

国内外に向けた観光地・高知のセールス&プロモーションの推進

万博を活用した効果的な情報発信

会場内における本県PR	
4/27	本県食文化の発信（大阪外食産業協会パビリオン） ◆ 特産品や伝統料理の体験を通じて高知独自の「食」や「食文化」の魅力をPR
5/28 -6/1	本県の農業の魅力発信（内閣府SDGs展示） ◆ IoTプロジェクトやIPM技術といった先進的な取り組みの紹介 ◆ 多様な園芸品目を生産する本県の園芸農業の魅力発信
8/22 -8/23	高知県主催催事 ◆ よこい披露（発祥の地PR、未来を担う学生チーム演舞等） ◆ 街路市（日曜市）を再現して特産品PR

戦略2 万博中の需要拡大や万博後を見据えた外商活動等の強化

関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大

非住宅建築等への県産木材（土佐材）の利用促進

工法の外商促進（再掲）

アンテナショップ

SUPER LOCAL SHOP とささ

「スーパローカル」を前面に押し出しながら、本県の「食」や「観光」などの魅力の発信や外商拡大に係る取り組みを展開

◆ 開店日：令和6年7月31日

◆ 出店場所：「KITTE大阪」2階 約46坪区画

大阪・関西万博等の大規模プロジェクトに向けて高まる関西圏の経済活力を本県経済の活性化につなげるため、3つのプロジェクトに基づき取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを「オール高知」の態勢により展開

1 観光推進プロジェクト

◆「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」の展開

- 「とさとさ」と連携し、連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出した情報発信やどっぷり商品をPR
- 大阪観光局等と連携した情報発信をはじめ、万博における高知県主催催事等で高知の魅力を発信



2 外商拡大プロジェクト

◆「関西圏のパートナーとのさらなる連携強化による外商拡大」

- 農業分野**
 - 卸売市場と連携した効果的なフェアの実施（産地の生産状況を市場と共有、「とさとさ」と連動した周辺量販店への誘導等）
 - 万博や「あんぱん」放送に合わせた県産青果物の認知度向上
- 水産業分野**
 - 卸売市場関係者との連携強化（市場関係者と産地買受人等との意見交換会、新たな国（フィリピン等）への輸出ルートの開拓）
 - 「高知家の魚応援の店」との取引額のさらなる増加に向けたチェーン店とのマッチングの強化



- 加工食品分野**
 - ネットワークを活かした商談機会の拡大（卸売事業者・飲食店等へのアプローチ強化）
 - 「とさとさ」を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出、商品の磨き上げ

林業分野

- 流通拠点との連携（観光情報等を加えた土佐材展示会）や非住宅建築に取り組みパートナー企業の開拓
- TOSAZAIセンター関西駐在員と連携した友好・姉妹都市関係にある県外自治体への営業活動の強化

商工業分野

- 土木技術コーディネーターの活動日数や訪問先を拡大し、工法分野への支援体制を強化
- 大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人との連携を防災関連製品など各種製品に拡大し、取引先候補を開拓

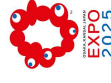
3 万博・I R連携プロジェクト

◆「万博を契機とした取り組みの強化」

- 万博中の需要拡大や万博後を見据えた外商活動の強化
- 万博会場での本県イベント等と連動し、各分野の取り組みを一体的に展開
- 万博会場における高知の魅力発信

・よさこい祭りや街路市を柱にした高知県主催催事の開催

・IoPプロジェクト等の先進的な取り組みや園芸農業の展示ブースを出展 等



©Expo 2025

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

◆「情報発信等の強化」

- SUPER LOCALのコンセプトを活用し、各分野の取り組みを連動させることで本県の様々な魅力を効果的に訴求
- 関西在住の本県ゆかりの方と連携したファン拡大
- 大阪の移住相談窓口の体制を強化し、相談会やセミナーなどの取り組みを充実

アンテナショップと大阪・関西万博を最大限に活用した情報発信や外商拡大

連携テーマ（関西圏との経済連携の強化）の目標一覧

プロジェクト	分野	目標	出発点	現状値	R7到達目標	4年後（R9） 目標値
観光推進 プロジェクト	観光	関西圏からの観光客入込数（年間）	103万人 （R4）	129万人 （R5）	129万人	131万人
		関西空港経由の外国人延べ宿泊者数（年間）	0.3万人泊 （R4）	4.4万人泊 （R5）	4.2万人泊	4.7万人泊
外南拡大 プロジェクト	農業	関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額（年間）	93.8億円 （R4）	104.1億円 （R6）	108.9億円	120.0億円
	水産業	関西圏の高知家の魚応援の店への販売額（年間）	1.1億円 （R4）	2.2億円 （R6）	2.1億円	2.3億円
		関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額（年間）	0.3億円 （R4）	0.6億円 （R5）	1.5億円	2.5億円
		関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額（年間）※	8.3億円 （R4）	11.9億円 （R6）	—	—
	加工食品	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額（年間）	115億円 （R4）	145億円 （R5）	147億円	159億円
	林業	関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量（年間）	2.0万m ³ （R4推計）	2.2万m ³ （R5推計）	2.7万m ³	3.1万m ³
万博・IR連携 プロジェクト	—	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高（年間）	237億円 （R4）	222億円 （R5）	259億円	274億円
横断的に支える 取り組み	移住	—	—	—	—	—
		関西圏からの移住者数（年間）	489人 （R4）	579人 （R5）	891人	1,200人
		関西圏からの移住者のうちUターン者数（年間）	169人 （R4）	197人 （R5）	348人	492人

※「関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額（年間）」については、卸売市場関係者との関係性が構築されてきたことから、水産物の販売に係る委託事業を終了することに伴い、令和7年度以降の目標設定は行わない。

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化	
各産業分野の取り組みの柱		観光推進プロジェクト	
		【戦略1】「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション	
		【戦略2】 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進	
		【戦略3】 スポーツツーリズムの推進	

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R8)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	【戦略3】 スポーツツーリズムの推進	—	—	—	—	【関西】 ○阪神タイガース ○オリックス・バファローズ ○近鉄ライナーズ 【県内】 ○公財)高知県観光コンベンション協会 ・市町村・スポーツ関連事業者	1 プロスポーツ及び社会人・大学等のアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致【R2～】 ①プロトップチーム誘致(年間)74,237人(R元)→46,338人(R5) ②アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間)4,406人(R元)→8,857人(R5) 2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【R2～】 ①サイクリングイベントの県外参加者数(年間)1,138人(R元)→993人(R5) 3 高知龍馬マラソンの開催【R2～】 ①高知龍馬マラソンの出走者数11,816人(2020大会 R2.2)→9,590人(2025大会 R7.2)	1 プロスポーツのキャンプ・大会の新規誘致及び既存チームの継続 ①スポーツ施設の整備が必要 ②受入可能な宿泊施設の確保が必要 ③野球、サッカーの2競技に集中しており、多種目化が必要 2 アマチュアスポーツの合宿・大会誘致 ①受け入れ地域・施設が限定的 実施時期が夏・冬休み、土日等に集中 野球、サッカーの2競技に集中 3 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進 ①サイクリングをはじめ、台湾や欧米などのインバウンド客を取り込める余地が大きい。取り込みに向け、関係部署や関係機関との連携強化、プロモーションやセールス活動など新たな施策の打ち込みが必要	1 地域と連携したスポーツツーリズムの推進【R6～R9】 (1)自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進 ①県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信 ②自然環境を活かしたスポーツ大会の開催を促進 (2)サイクリング観光の推進 ①サイクリング観光に関する情報発信の強化 ②サイクルオアシス(空気入れの貸出等の協力店)の拡大 2 スポーツを通じた交流人口の拡大【R6～R9】 (1)関西に拠点を置くプロチームや企業に所属するトップチームの合宿等誘致 ①連携協定締結企業や誘致実績のある企業に所属するチームを誘致 (2)アマチュアスポーツ合宿等の誘致 (3)ワールドマスタースゲームズ関西を契機とした合宿等の誘致 ⇒ 別図<関01>参照(P19)

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化	
各産業分野の取り組みの注		外販拡大プロジェクト	
		【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	重点品目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	
1	農業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	関西圏の卸売市場を通じて県産青果物の販売額（年間） 【モニタリング方法】・JA高知県の市場取扱額から月次で確認	93.8億円 (R4)	104.1億円 (R6)	120億円 (R9)	キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シントウ、ミョウガ	【関西】 ○卸売市場 【県内】 ○JA ○OJA	1 卸売市場と連携した販売拡大 ① 品目別戦略の適用 ・関西全エリアでの県産青果物の販売PRの展開と品目別戦略の策定・実行 ⇒ 関西土佐会(卸売市場)との委託契約 R2.2社→R4・R5・R6:11社 ⇒ 量販店等でのフェアの開催 R2.58回439店 → R3.47回663店 → R4.103回1,548店 → R5.131回2,090店 → R6.58回309店 ⇒ みょうがの重点PR R4:フェア562店、社食6,500食 R5:フェア790店、社食2,150食 ・産水運搬フェア及びトップセールス ・アンテナショップオープンニング1ヵ月後イベントでのミョウガPR(R6.9) ・アンテナショップでの販売PR(ユズR6.12、土佐豆R7.2) 2 マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大 ① 中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行 ・業務用への提案 ⇒ R4.2社→R5.5社 ・品目別業務傾向分析 ⇒ R6.10品目 ② 生産者向け講演会 ⇒ R6.2回 ③ 消費地市場関係者との更なる関係性の強化 ・シントウの袋包装の検討(R6～)	1 卸売市場と連携した販売拡大 高温による出荷遅延で単価高くなり、販売額は大きく推移。一方、出荷量が少ないことからフェアを組みつつ強化を図っており、取扱量を確保する取り組みの強化が必要 2 マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大 重点品目の戦略実行に加え、業務需要に对应できる産地づくりが必要。また、業務用ニーズに合わせた規格、品質の検証と新たな品目のニーズの把握が必要 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	1 卸売市場と連携した販売拡大 ① 品目別戦略の適用(キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シントウ、ミョウガ) ・継続した取扱につながらず売り場確保を目指した量販店フェアの実施(R6～R9) ・系統取扱量アップに向けた産地のまとまりの強化(R6～R9) ・万博や「あんぱん」放送に合わせた県産青果物の認知度向上【R7】 2 マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大(R6～R9) ① 中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行 ・品目別の傾向分析、分析に基づいた生産者向け講演会(R6～R9) ・業務需要取引の拡大が見込める品目と産地を特定し、新たな出荷形態による販売や増量取引における業務加工用への提案強化を実施【R7～R9】 ② マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態の検討 ・業務需要に応じた規格、品質、収量などの栽培検証【R7～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	
2	水産業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	-	-	-	-	○養殖魚 (ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ) ○天然魚 (鮮魚Box等)	【関西】 ○卸売市場 【県内】 ○水産関係事業者	1 卸売事業者との連携による外販拡大 ⇒ 高知フェアの回数 R3.31回 R4.14回 R5.10回 2 マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大 ① 中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行 ・業務用への提案 ⇒ R4.2社→R5.5社 ・品目別業務傾向分析 ⇒ R6.10品目 ② 生産者向け講演会 ⇒ R6.2回 ③ 消費地市場関係者との更なる関係性の強化 ・消費地市場関係者と県内産地買受人等の意見交換会の開催による関係強化【R7～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	1 卸売事業者との連携による外販拡大 これまでに培った関係性の更なる強化 2 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ① 県内参画事業者の取引拡大につながる高知フェアの開催 ・取引額のさらなる増加に向けたチャネル店とのマッチングの強化【R6～R9】 ・商談の成約率向上、取引拡大を目指すした営業力強化研修の実施【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	1 卸売事業者との連携による外販拡大 ① 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ② 県内参画事業者の取引拡大につながる高知フェアの開催 ・取引額のさらなる増加に向けたチャネル店とのマッチングの強化【R6～R9】 ・商談の成約率向上、取引拡大を目指すした営業力強化研修の実施【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	
3	水産業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	関西圏の高知家の魚応援の店への販売額（年間） 【モニタリング方法】・県内参画事業者へのアンケート調査（年2回）	1.1億円 (R4)	1.5億円 (R5)	2.3億円 (R9)	○養殖魚 (ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ) ○天然魚 (鮮魚Box等)	【関西】 ○高知家の魚 ○応援の店 ○その他高知 県ゆかりの飲食店等 【県内】 ○応援の店 ○応援の店 度参画事業者	2 1 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ① 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ② 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ③ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ④ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑤ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑥ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑦ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑧ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑨ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑩ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑪ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑫ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑬ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑭ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑮ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑯ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑰ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑱ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑲ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑳ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉑ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉒ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉓ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉔ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉕ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉖ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉗ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉘ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉙ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉚ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉛ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉜ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉝ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉞ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉟ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊱ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊲ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊳ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊴ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊵ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊶ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊷ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊸ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊹ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊺ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊻ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊼ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊽ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊾ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊿ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	2 1 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ① 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ② 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ③ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ④ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑤ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑥ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑦ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑧ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑨ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑩ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑪ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑫ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑬ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑭ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑮ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑯ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑰ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑱ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑲ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⑳ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉑ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉒ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉓ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉔ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉕ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉖ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉗ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉘ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉙ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉚ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉛ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉜ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉝ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉞ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㉟ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊱ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊲ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊳ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊴ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊵ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊶ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊷ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊸ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊹ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊺ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊻ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊼ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊽ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊾ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ㊿ 高知家の魚応援の店との関係強化による水産物の販売拡大 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	3 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出品の拡大 ① 卸売市場関係者と連携した新たな輸出品の開拓 ・卸売市場関係者と連携した中国以外の新たな販路の開拓、拡大【R6～R9】 ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓を支援【R6～R9】 ② 卸売市場関係者や海外商社と連携した買本市等での販路開拓 ・卸売市場関係者と海外商社と連携した海外買本市への出張等による販路開拓【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	3 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出品の拡大 ① 卸売市場関係者と連携した新たな輸出品の開拓 ・卸売市場関係者と連携した中国以外の新たな販路の開拓、拡大【R6～R9】 ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓を支援【R6～R9】 ② 卸売市場関係者や海外商社と連携した買本市等での販路開拓 ・卸売市場関係者と海外商社と連携した海外買本市への出張等による販路開拓【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)
4	水産業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	関西圏の卸売市場関係者等を通じて水産物の輸出品額（年間） 【モニタリング方法】・ジェトロ高知・県（食料品輸出額を確認（年2回）） ・主要な輸出事業者からの聞き取り（月1回）	0.3億円 (R4)	0.6億円 (R5)	2.5億円 (R9)	○養殖魚 (ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ) ○天然魚 (鮮魚Box等)	【関西】 ○卸売市場 【県内】 ○水産関係事業者	3 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出品の拡大 ① 卸売市場関係者と連携した新たな輸出品の開拓 ・卸売市場関係者と連携した中国以外の新たな販路の開拓、拡大【R6～R9】 ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓を支援【R6～R9】 ② 卸売市場関係者や海外商社と連携した買本市等での販路開拓 ・卸売市場関係者と海外商社と連携した海外買本市への出張等による販路開拓【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	3 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出品の拡大 ① 卸売市場関係者と連携した新たな輸出品の開拓 ・卸売市場関係者と連携した中国以外の新たな販路の開拓、拡大【R6～R9】 ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓を支援【R6～R9】 ② 卸売市場関係者や海外商社と連携した買本市等での販路開拓 ・卸売市場関係者と海外商社と連携した海外買本市への出張等による販路開拓【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	3 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出品の拡大 ① 卸売市場関係者と連携した新たな輸出品の開拓 ・卸売市場関係者と連携した中国以外の新たな販路の開拓、拡大【R6～R9】 ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路開拓を支援【R6～R9】 ② 卸売市場関係者や海外商社と連携した買本市等での販路開拓 ・卸売市場関係者と海外商社と連携した海外買本市への出張等による販路開拓【R6～R9】 ⇒ 別図<関02>参照(P120)	

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化	
各産業分野の取り組みの柱		外販拡大大プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大、	

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R8)	重点項目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
5	加工食品	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	地産外販公社が支援する企業の関西圏での売上額（年間） 【モニタリング方法】 ・地産外販公社による県内食品事業者向けアンケート（年1回）	115億円 (R4)	145億円 (R5)	159億円 (R6)	—	【関西】 ○量販店 ○飲食店 ○卸売事業者 【県内】 ○地産外販公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社	1 卸売事業者との連携強化による外販拡大 ・卸売事業者主催の展示商談会への出展による外販拡大【R3～R6】 ⇒展示会への参加 3社4件 県内事業者46社(R3) 5社12件 県内事業者86社(R4) 6社12件 県内事業者77社(R5) 8社14件 県内事業者112社(R6) ・卸売事業者と連携した外販拡大の強化【R3～R6】 ⇒社内商談会への参加 2社4件 県内事業者4社(R3) 2社5件 県内事業者9社(R4) 1社11件 県内事業者1社(R5) 1社1件 県内事業者2社(R6)	1 卸売事業者との連携強化による外販拡大 多くの取引先を有している卸売事業者を通じて、商流が中心であり、卸売事業者との関係性を強化していくことが必要 中小、業務用卸売事業者への継続的な営業を行いつつあるが、その顧客に対する直接的な対応が必要	1 卸売事業者との連携強化による外販拡大【R6～R8】 ①大手卸売事業者が主催する社内商談会等への参加による営業活動の強化 ・大手卸売事業者の社内制強会への参加による営業担当者への高知県産品の紹介 ・大手卸売事業者主催の展示商談会への出展 ・大手卸売事業者とその顧客（量販店等）と連携した取り組みの実施 ・大手卸売事業者顧客向けの産地視察型商談会の開催 ②中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化 ・中小卸売事業者、業務用卸売事業者顧客向けの産地視察型商談会の開催 ・卸売事業者主催の展示商談会への出展 ⇒ 別図<図02>参照 (P120)
6							【関西】 ○飲食店 ○卸売事業者 ○包括協定企業 【県内】 ○地産外販公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社	2 飲食店等への外販活動の強化 ・大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化【R3～R6】 ・大規模展示商談会への出展機会の拡大【R3～R6】 ⇒大規模展示会への出展 2件 県内事業者24社(R3) 2件 県内事業者36社(R4) 2件 県内事業者44社(R5) 4件 県内事業者67社(R6) ・商談機会の拡大【R3～R6】 ⇒業界別商談会の実施 5件 県内事業者52社(R3) 5件 県内事業者37社(R4) 9件 県内事業者111社(R5) 11件 県内事業者176社(R6) ・関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】 ⇒近鉄グループFHDと連携し期間限定店舗をはじめ各種フェアを実施 ⇒量販店、飲食店、ホテル等での高知フェアの開催（42店舗（R6））	2 飲食店等への外販活動の強化【R6～R8】 ①飲食店チェーン、ポータルグループへのアプローチの強化 ・飲食店バイヤーやシェフ等向けの産地視察型商談会の開催 ・県事業（水産振興部、農業振興部の委託事業など）と連携した営業活動の実施 ②飲食店の構のつながりを生かした営業活動の強化 ・飲食店の構のつながりを生かした産地視察型商談会の開催 ・大手強親メーカー顧客への営業活動や顧客向け商談会の実施 ⇒ 別図<図02>参照 (P120)		

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化	
各産業分野の取り組みの注		外販拡充プロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	

No.	分野	戦略の注	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R8)	重点品目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R8)
7	加工食品	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額（年間） 【モニタリング方法】 ・地産外商公社による県内食品事業者向けアンケート	115億円 (R4)	145億円 (R5)	159億円 (R6)	—	【関西】 ○量販店 ○飲食店 ○卸売事業者 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○金融機関	3 商談会・展示会の拡充強化 ・大規模展示商談会への出展機会の拡大【R3～R6】（再掲） ⇒大規模展示会への出展 2件 県内事業者24社(R3) 2件 県内事業者36社(R4) 2件 県内事業者44社(R5) 4件 県内事業者67社(R6) ・量販店、飲食店、卸との商談機会の拡大【R3～R6】（再掲） ⇒業界別商談会の実施 5件 県内事業者52社(R3) 5件 県内事業者37社(R4) 9件 県内事業者111社(R5) 11件 県内事業者176社(R6) ・関西版県産品商談会の開催や産地視察の実施【R5～R6】 ⇒関西版県産品商談会参加 バイヤー24社、県内事業者68社(R4) バイヤー49社、県内事業者93社(R5) ⇒産地視察16回(R3)、40回(R4)、55回(R5)、69回(R6)	3 商談会・展示会の拡充強化 ①産地視察型の商談機会の拡大 ・通知県内にバイヤー・シェフ等を招へいた産地視察型商談会の開催 ・金融機関紹介事業者との産地視察型商談会の開催 ・県産品商談会前後での産地視察の実施 ②大規模展示会への出展機会の拡大 ・大規模展示会への新規出展【R6】 ・大規模展示会における出店枠の拡大 ③大阪近郊地域での商談機会の拡大 ・関西圏での展覧商談会及び個別商談会の開催 ⇒ 別図<図02>参照 (P120)	4 アンテナショップを核とした外商活動の強化【R6～R8】 ①店舗を活用した県産品のPRの強化や商談機会の創出 ・時鐘や缶を招えた店頭イベントや販促による県産品のPR及び販売拡大 ・催事スペースの継続的な活用に向けた市町村や事業者への周知 ・アンテナショップを活用したバイヤーとの商談の実施 ・アンテナショップととのみせ等が連携したキャンペーンの実施 ・ポータルサイトを活用し、アンテナショップで販売していない商品の販売拡大 ②テストマーケティングによる県産品の盛り上げ ・アンテナショップでのテストマーケティングの実施 ・テストマーケティングの効果的な活用に向けた県内事業者への周知 ③高知関係の飲食店との連携による県産品のPR強化 ・（再掲）アンテナショップととのみせ等が連携したキャンペーンを実施 ④関西の消費者と県内の生産者等を直接つなぐ仕組みの構築【R6】 ・県産品ポータルサイトを活用した、生産者参加型の催事の開催 ⇒ 別図<図02>参照 (P120)

分野	「連携テーマ」・関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの注	外商拡スプロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

No.	分野	戦略の注	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	重点品目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R8～R9)
9	林業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大	【モニタリング方法】 四半期毎の主要な製材事業者等へのヒアリングと、製材統計（国統計：月次）の電かから連携状況を把握	2.0万円 (R4) ※年間推計値	2.3万円 (R5) ※年間推計値	3.1万円 (R9)	県産木材製品	【関西】 ○流通拠点企業 ※流通拠点企業は、木材問題等【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	1 流通拠点との連携による外商活動の強化 ① 土佐材展示会の開催 4回（R3～R5累計） ② 流通拠点への効率的な共同輸送の支援 ・近畿圏 119回（R3～R5累計） ③ 新規流通拠点による関西圏での土佐材販路拡大に向けた取り組みへの支援 ・新規流通拠点の設置 2カ所（R4奈良、R5神戸）	1 流通拠点との連携による外商活動の強化 ・供給不安のある外国産材の代替ニーズに対応するため、流通拠点と連携して、外国産材から代替可能な部材の具体的な検討が必要 ・住宅用工戸数が落ち込む中においても、流通拠点との連携のもと、土佐材展示会の開催等による販売量の維持・拡大に引き続き取り組むことが必要	1 流通拠点との連携による外商活動の強化 ・外国産材から代替可能な部材の具体的な検討（構架材、板材等） ・流通拠点向けのロット配送、土佐材パートナー企業向けの個別配送の拡大【R6～R9】 ・高次加工事業者との協力を進め、土佐材の販路拡大【R6～R9】 ・県内事業者と県外の高次加工事業者（集成材、不燃処理等）へのサプライチェーン強化（土佐材の集成材等への利用拡大） ③ 流通拠点との連携による顧客（材木店、プレカット工場等）への土佐材PRの強化【R6～R9】 ・土佐材セミナーや「あんぱん、観光」など新たな情報を加えた展示会の開催等による土佐材ファンの買い手の増加、販売量の維持・拡大 ⇒ 別図<図02>参照（P120）
10								【関西】 ○土佐材パートナー企業 ※土佐材パートナー企業は、工務店、建築士等【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	2 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大 ① パートナー企業への増加に向けた関西圏での商談会の開催 ・パートナー企業等 6回（R4～R5累計） ・土佐材セミナー等の開催 6回（R3～R5累計） ② パートナー企業による土佐材PRの支援 ・土佐材住宅・非住宅建築支援掲載 120棟（R3～R5累計） ・産地商談会の開催 51回（R3～R5累計）	2 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大 ① 産地商談会のサポート、個別配送の活用促進【R6～R9】 ② 非住宅建築に組み込む土佐材パートナー企業の開拓 ・関西駐在員と連携した非住宅建築に取り組みパートナー企業の開拓 ⇒ 別図<図02>参照（P120）	
11								【関西】 ○木材団体等 ○流通拠点企業 ○土佐材パートナー企業 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体 ○市町村	3 非住宅建築向けの構造物や内装材等の需要拡大の推進 ※木材利用推進全国会議は、経済同友会、企業、自治体等で構成する団体 ① 木造建築物の先進事例等の現地見学会、セミナーの開催 ・見学会 4回 ・講演・セミナー5回（R3～R5累計） ② 大阪でのCLTフォーラムの開催 2回（R5、R6） ③ 関西圏の自治体と友好・姉妹都市関係にある県内自治体と連携した県産木材利用の提案（枚方市・四万十市・西宮市・橿原市） ④ 発注案件への土佐材の採用実績1件（枚方市）、採用予定1件（枚方市） ⑤ ③の企画により県内の関係事業者等との関係構築に向けた取り組み（R4～R5累計） ・大阪での土佐材セミナー等 6回（R4～R6累計） ⑥ 木造建築関連イベント等への出展 ・アジア太平洋トレードセンターでの常設展示（R4 開設、R5 入れ替え、R6 入れ替え） ・内装関連製品展示会 1回（R4） ・非住宅木造建築フェア出展 3回（R4～R6累計）	3 非住宅建築向けの構造物や内装材等の需要拡大の推進 ① 室内空間への土佐材利用事例を活用した提案と建築士やデザイナー等との製品開発 ・消費地における室内空間への土佐材利用事例を活用した土佐材利用の提案とプロユーザーとの製品開発 ② 友好・姉妹都市関係にある自治体へのアプローチの強化【R6～R9】 ・関西駐在員と連携した友好・姉妹都市関係にある県外自治体への営業活動の強化 ③ 万博でつながった非住宅建築向け構造物のサプライチェーンを活用した供給・提案体制の強化【R6～R9】 ④ 関西アンテナショップとととの活用【R6～R9】 ・関西アンテナショップとととの開催スペースを活用したワークショップ等による土佐材のPR ⇒ 別図<図02>参照（P120）	

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化	
各産業分野の取り組みの注		外販拡スプロジェクト 【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	

No.	分野	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後目標 (R8)	重点品目	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R8～R9)
12	商工業	【戦略】 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外販拡大	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高（年間） 定期的（年4回：9月、12月、2月、3月）に外販サポート対象企業にヒアリングを行うことにより、産業振興センターの支援による成約額の増大を行う	237億円 (R4)	222億円 (R5)	274億円 (R9)	—	【関西】 ○商社 【県内】 ○ものづくり企業	1 商社や包括協定企業と連携した外販活動の強化 ・大阪・関西万博と連携した大規模見本市等への出展及び展示商談会の開催 見本市：27回延べ125社出展、商談2,773件（R3～R5） 展示商談会：14回延べ107社出展、商談975件（R3～R5） ・防災関連製品ポータルサイトや製造業ポータルサイトによる情報発信 防災関連製品ポータルサイトPV数170,999PV（R3～R5）	1 商社や包括協定企業と連携した外販活動の強化 ・見本市等で得た顧客候補との接点を生かし、より成約率を高めるためには各企業の営業力強化が必要 ・防災分野で重要な要素である工法の外販支援を強化するため、専門知識のある人材が必要 ・外販サポートを通じて得たマーケティングニーズに対応するため、製品開発を促進する取り組みが必要 2 技術の外販サポートによる受注拡大 ・発注案件の有無は発注企業のタイミングに大きく左右されるため、より成約件数を増やすには発注案件を随時受けつける仕組みが必要 ・更なる発注案件の開拓にはこれまでもとほ運ったアプローチが必要	1 企業の営業力強化 ①企業の営業力強化のための取り組みを支援 ・企業の営業力強化のための助成メニューによる支援（営業拠点の設置や営業代行の利用など）【R6～R9】 2 工法の外販促進 ①土木や工法に精通する専門家の配置による外販支援の強化 ア 工法の外販を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置【R6～R9】 ・土木技術コーディネーターの活動日数や訪問先を拡大し、工法分野への支援体制を強化【R7】 3 外販サポート強化による販路拡大 ①さらなる成約額増に向けた製品開発の促進による見本市の活性化 ・新規開発製品を見本市やミニ展示商談会、現地視察商談会に優先的に展示すること、成約件数の増加と高知県ブースの活性化を図る【R6～R9】 ②大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人との連携分野について、技術の外販分野に加えて、防災関連製品をはじめとする各種製品に拡大【R7】 ③「ととこ」を活用した伝統的工芸品、海洋資源水などの販売促進【R7】 4 技術の外販サポートによる発注拡大 ①新たな顧客との商談機会の創出 ・大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人と連携し、従来ではアプローチが困難だった大手企業との商談機会を創出【R9】 ⇒ 別図<図02>参照（P120）
13								【関西】 ○商社 ○自治体 【県内】 ○ものづくり企業	2 関西圏の自治体等と連携した防災関連製品・技術の認知度向上 ・防災分野で重要な要素である工法の外販支援を強化するため、専門知識のある人材が必要 （再掲） 3 自治体及び大企業等へのPRを行ったが、防災備蓄は、一定完了している企業・団体が多い	1 防災商社や自治体との連携強化 ①防災関連製品の更新時期を定めた販路開拓の強化 ・産業界の企業・自治体などの更新需要を狙った営業活動を行うほか、これまでアプローチできていないターゲットとした百貨店やオンラインショップの活用を行う【R6～R8】 2 工法の外販促進 ①土木や工法に精通する専門家の配置による外販支援の強化 ア 工法の外販を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置【R6～R9】（再掲） ・土木技術コーディネーターの活動日数や訪問先を拡大し、工法分野への支援体制を強化【R7】（再掲） ⇒ 別図<図02>参照（P120）	

分野	万博・ＩＲ連携プロジェクト 【戦略１】関西圏を訪れた国内外の観光客に高知の魅力を訴求し誘客 【戦略２】万博中の需要拡大や万博後を見据えた外高活動等の強化
	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化

[illegible]

分野	万博・ＩＲ連携プロジェクト
各産業分野の取り組みの柱	【戦略１】 関西圏を訪れた国内外の観光客に高知の魅力を訴求し誘客 【戦略２】 万博中の需要拡大や万博後を見据えた外商活動等の強化
	「連携子－マ」関西圏との経済連携の強化

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
3	【戦略2】万博中の需要拡大と万博後を見据えた外商活動等の強化	—	—	—	—	【関西】 ○高知家の魚広 様の店 ○その他高知県 ゆかりの飲食店 等 【県内】 ○食品関係事業 者 ○応援の店制度 参画事業者	1 関西圏のパートナーと連携した県産食 材等の外商拡大 ①「高知家の魚広様の店」との関係強化に よる水産物の販売拡大(再掲) ・産地見学会・産地招へい等、営業活動の 実施 ・産地見学会 R37店舗(オンライン)、R426店 舗、R325店舗 ・産地招へい R42事業者、R53事業者	1 関西圏のパートナーと連携した県産食材料等 の外商拡大 ①(再掲)県内参画事業者の取引拡大につながる商談機会の創出 ・取引先のさらなる増加に向けたチェーン店とのマッチングの強化【R6～R9】 ・商談の成約率向上、取引拡大を目指す営業力強化研修の実施【R6～R9】 ⇒ 別図<関03>参照(P121)	取組み内容 (R6～R9)
4						【関西】 ○飲食店 ○卸売事業者 ○包括協定企業 【県内】 ○地産外資会社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社	2 飲食店等への外商活動 ・大規模展示商談会への出席機会の拡大 (再掲)【R3～R9】 ⇒大規模展示会への出席 2件 県内事業者44社(R3) 2件 県内事業者36社(R4) 2件 県内事業者44社(R5) 4件 県内事業者67社(R6) ・小売店、量販店、卸との商談機会の拡大 (再掲)【R3～R9】 ⇒業務別商談機会の実施 5件 県内事業者52社(R3) 5件 県内事業者37社(R4) 9件 県内事業者111社(R4) 11件 県内事業者176社(R6) ・関西大手グループ企業と連携したフェア等 の開催【R5～R6】 ⇒近鉄グループHDと連携し期間限定店 舗をはじめ各増フェアを実施 ⇒量販店、飲食店、ホテル等での高知 フェアの開催(42店舗(R6)) ・関西版県産品商談会の開催や産地視察 の実施(再掲)【R5～R9】	2 飲食店等への営業活動の強化 《加工食品分野》 ・飲食店/チェーン・ホテルグループへのアプローチの強化【R6～R9】 ・県産品/バイヤー/エージェント等向けの産地視察型商談会の開催 ・県産品(水産物関係、農産物関係)の委託事業など)と連携した営業活動の実施 ②(再掲)飲食店の集約のつながりを生かした営業活動の強化 ・大手清涼メーカー顧客への営業活動や顧客向け商談会の実施 ⇒ 別図<関03>参照(P121)	
5						【関西】 ○卸売市場関係 者 【県内】 ○水産関係事業 者	3 卸売事業者との連携による外商拡大 (水産分野) ・関西圏の量販店等での高知フェアの 開催(再掲) ⇒高知フェアの回数 R331回 R414回 R510回	3 卸売事業者と量販店との連携による県産品のPRと販売拡大 (水産分野) ①(再掲)卸売市場関係者との関係を活用し、取引先での定着化を推進 ・継続取引から定着取引につながるような組織的な営業【R6】 ②(再掲)量販店による量販店での販売拡大 ・量販店向けフェアを活用したクロスマーチャントの強化【R6】 ③(再掲)消費地市場関係者との更なる関係性の強化 ・消費地市場関係者と県内産地受入等の意見交換会開催による関係強化【R7～R9】 ⇒ 別図<関03>参照(P121)	
6						【関西】 ○量販店 ○飲食店 ○卸売事業者 ○産業給食事業 者 【県内】 ○地産外資会社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社 ○金融機関	4 卸売事業者主催の展示商談会への出席 による外商拡大(再掲)【R3～R9】 ⇒展示会への参加 3社44件 県内事業者46社(R3) 5社12件 県内事業者66社(R4) 6社12件 県内事業者77社(R5) 8社14件 県内事業者112社(R6) ・卸売事業者と連携した外商拡大の強化 (再掲)【R3～R6】 ⇒社内商談会への参加 2社44件 県内事業者4社(R3) 2社5件 県内事業者9社(R4) 1社11件 県内事業者1社(R5) 1社1件 県内事業者2社(R6)	4 卸売事業者主催の展示商談会等への参加による営業活動の強化 ・大阪卸売事業者の社内商談会への参加による営業担当者への高知県産品の紹介 ・大阪卸売事業者との展示商談会への出席 ・大阪卸売事業者ととの顧客(量販店等)と連携した取り組みの実施 ・大阪卸売事業者顧客向けの産地視察型商談会の開催 ②(再掲)中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化 ・中小卸売事業者、業務用卸売事業者顧客向けの産地視察型商談会の開催 ・卸売事業者主催の展示商談会への出席 ⇒ 別図<関03>参照(P121)	

分野	万博・ＩＲ連携プロジェクト 【戦略１】関西圏を訪れた国内外の観光客に高知の魅力を訴求し誘客 【戦略２】万博中の需要拡大や万博後を見据えた外高活動等の強化
	「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
7	【戦略2】万が一の災害発生に備え、大規模な被害を防止し、被災者への支援活動等の強化	—	—	—	—	【県内】 ○食品関係事業者 ○農産物関係事業者 ○JETRO	4. 売れる商品づくりの促進 ・食料自給率向上に向けた取組 ・専門家による「フードセキュリティ」に関する調査（アンケート） ・ワーキング参加 17社、31商品（R3～R5累計） ⇒ 輸出に対応できる商品づくりへの支援 ⇒ 支援企業数 5社、9商品（R3～R5累計） ・食のイノベーションを活用した商品の開発・改良 ⇒ 参画事業者数 307事業者	4. 多様な食文化に対応した商品開発の促進 ・多様な消費者ニーズに応じた加工品 ・海外市場向けの商品づくり、出口（販路）に連結した商品の取り扱いが必要	1 関西圏のパートナーと連携した県産食材等への販路拡大 (4) 売れる商品づくりの促進【R6～R9】 (加工食品分野) ①売れる商品の開発・改良 ・食のイノベーションを活用した商品開発・改良 ・JETROと連携した商品開発・改良
8	—	—	—	—	—	【関西】 ○万博・IR実施主体 ○万博・IR参加企業 ○木材関係事業者 ○木材団体 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	5 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 ①万博、IRの実施主体や参加企業等への提案 ・大阪府建設士会 情報交換会への参加 ・加（毎月定例） ※万博関連施設に係る取り組み状況等の情報確認 ・県外集材材・CLTメーカー等に対する県内供給体制の構築 ・県外集材材・CLTメーカー等に向けたラミナ等の輸送の支援（～R6） ・万博関連施設での集材材・CLTの使用状況、進捗状況等に関する県内外事業者からの情報収集（随時） ③万博関連施設での県産木製品のPR ・大阪・関西万博開催支援イベントへの出展による県産木製品のPR ・出展8回（R6～R6累計、非住宅木造建築案件3回、100日前イベント2回、ATCにぎわい園3回）	5 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 ①関西の関係団体や協賛企業等から、施設整備に関する継続的な情報収集が必要 ②県外の集材材メーカーや施工事業者等との関係を築き、万博後の取引継続につなげることが必要 ③万博の特需が一段落したことから、新たな需要開拓が必要	2 非住宅木造建築等への土佐材の利用促進 (1)（再掲）万博でつながった非住宅建築業への土佐材の利用促進や木製品PR ・大阪府建設士会情報交換会への参加（毎月定例）による継続的な万博・R関連情報の収集 ・大阪・関西万博開催支援イベントによる県産木製品のPR ・県内供給体制の構築に向けた県外集材材・CLTメーカー等に向けたラミナ等の輸送の支援（～R6） ・（再掲）消費地における室内空間への土佐材利用事例を活用した土佐材利用の提案とプロモーションの展開 ・県内事業者と県外の高次加工事業者（集成材、不燃処理等）との連携による高次加工材料のサプライチェーン強化（土佐材の集成材等への利用拡大） ・（再掲）関西駐在員と連携した非住宅建築に取り組み、パートナー企業の開拓 ⇒ 別図<関0>>参照（P121）
9	—	—	—	—	—	【関西】 ○商社 【県内】 ○ものづくり企業	6 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・大阪・関西万博と連携した大規模展・本市等への出展及び展示商談会の開催（再掲） 見本市：27回延べ125社出展、商談2,773件（R3～R5） 展示商談会：14回延べ107社出展、商談975件（R3～R5）	6 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・防災分野で重要な事業である工法の的外資・地域を強化するため、専門知識のある人材が必要（再掲）	3 工法の外資促進 (1) 土木や工法に精通する専門家配置による外商支援の強化 ①（再掲）工法の的外資を促進するため、土木・工法に精通する専門家を産業振興センターに配置【R6～R9】 ・土木技術コーディネーターの活動日数や訪問先を増やし、工法分野への支援体制を強化【R7】（再掲） ⇒ 別図<関0>>参照（P121）

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化	
各プロジェクトを横断的に支える取り組み		各プロジェクトを横断的に支える取り組み	
【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充		【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充	
【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む		【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充	—	—	—	—	【関西】 ○メディア 【県内】 ○メディア ○市町村	1 メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開 ・メディアネットワークを活用した情報発信の強化 ⇒メディアを通じた露出 379件	1 メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開 ・メディアネットワークを活用した情報発信の強化と関西メディアとのネットワークのさらなる強化とメディアニーズに応じた情報提供が必要 ・効果的なプロモーションにつなげるため、統一したコンセプトに基づく、各分野が運動した展開が必要	1 大阪・関西万博を活用したプロモーションの展開 ①プレス発表会の開催や定期的なメディア訪問、とさのみせ等を活用したメディアとの情報交換会を実施【R6～R9】 ・関西メディア向けのプレス発表会を実施 ・定期的なメディア訪問及びとさのみせ等を活用したメディアとの情報交換会を実施 ・万博関連イベント等話題を集められるタイミングを捉え、「SUPER LOCAL」(堀上の田舎) 高知の魅力をPR ②アンテナショップを核に県産品や観光情報等を発信【R6～R9】 ③「SUPER LOCAL」のコンセプトを活用し、各分野の取り組みを運動させた効果的なPRを実施【R7～R9】 ⇒ 別図<関04>参照(P122)
2						【関西】 ○高知県人会 ○高知県ゆかりの関西圏在住者 【県内】 ○市町村 ○農業団体 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売事業者 ○地域商社	2 アンテナショップを中心とした関西と高知を知るネットワークの拡充 ・関西圏アンテナショップ基本計画の策定(R5.3月) ・アンテナショップ「SUPER LOCAL SHOP」とさとし開設(R6.7月) ・県内の生産者等と関西の消費者がつかえる仕組みの構築 ⇒とさとしでの催事(R6) 49事業者、709商品 KITTE大阪でのイベント開催(R6) 8回	2 アンテナショップを中心とした関西と高知を知るネットワークの拡充 ・県人会や関西在住の本県ゆかりの方々を中心とした「オール高知」態勢のさらなる拡大 ・県産品ポータルサイトを活用した県内の生産者等と関西の消費者がつかえる仕組みの構築 ・県人会等の関西在住の本県ゆかりの方を中心としたファンへの拡大 ・県内市町村や事業者と連携したプロモーションや外資の展開 ・県内メディアやホームページ、SNS等を活用した県内での露出の拡大 ⇒ 別図<関04>参照(P122)	
3	【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	関西圏からの移住者数(年間) 【モニタリング方法】 市町村及びひ県(高知県Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	489人 (R4)	579人 (R5)	1,200人 (R6)	【県内】 ○高知県Uターンサポートセンター ○市町村	1 デジタルマーケティングを活用した新たな移住開拓の獲得 ①「高知県ゆかりの県民倶楽部」のPRと会員への情報発信 ⇒関西圏の会員数2,912人(R6) (R3～R6累計)から関西圏のR6新規入会者数381人 ②マーケティングコンサルティングの活用によるプロモーション戦略の強化 ⇒県のプロモーション戦略とのデータ連携3サイト、ダッシュボード運用開始(R6) ③SNSや位置情報などを活用したターゲットティング広告の配信を拡大 ⇒関西圏で開催される移住イベント等への広告配信10回(R6) ④駐出者の多い関西圏での相談会開催 ⇒高知暮らしフェア(大阪) 2回341組506人(R6年6月・R7年1月) ⇒高知就職・転職フェア(大阪) 2回121組121人(R6年6月・12月) ⇒センター主催イベント(大阪) 2回77組106人(R6) ⑤新規相談者の大幅な増加を見据えた大阪窓口等の体制強化 ⇒センター主催個別相談会(大阪) 30回68組69人(R6) ⑥若年人口増加に向けた新たな移住プロモーションを展開 ⇒UターンPR動画を活用した広告配信や関西での電車広告等 3回(R6)	1 若者の定着・増加に向けた移住促進【R6～R9】 ①高知の身近な情報発信や、高知の人の接点づくりになる交流イベントを実施するアンバサダー制度を導入 ②自分らしく活躍する県内の若者の助成を活用した移住プロモーションを適年実施に拡大 ③大阪窓口の相談体制を強化し、相談会やセミナー等の開催を拡大 ④東京で実施する市町村出張相談会を大阪にも拡大し、市町村の相談機会を充実 ⇒ 別図<関04>参照(P122)	
4		関西圏からの移住者のうちUターン者数(年間) 【モニタリング方法】 市町村及びひ県(高知県Uターンサポートセンター)の実績を毎月確認	169人 (R4)	197人 (R5)	492人 (R6)				

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各産業分野の取り組みの柱		各プロジェクトを横断的に支える取り組み 【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充 【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

No.	戦略の注	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
5	【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	—	—	—	—	【関西】 ○大阪産業人クラブ等	2 企業誘致の推進 ①あらゆる機会を捉えた誘致対象企業の掘り起こし ア 誘致対象企業発掘事業（DM発送） イ DM発送7586社（R3～R6累計） イ 各種県本市（金型展2022、関西機械展、産業技術展等）でのアプローチ（R4～R6） ウ 名刺交換会計143社（うち10社は訪問） ウ 大阪事務所を窓口とした各種団体からの協力を得ての情報発信及び情報収集 ・大阪産業人クラブ等での誘致対象企業の情報収集（R3～R6） R6：大阪産業人クラブ委員会企業（100社） へ南国日産産業団地チラシを配布（メルマガ：12月、郵送：2月） ②高知県企業誘致戦略の策定・実行 ・高知県企業誘致戦略の策定（R7.3） ③様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進 ア 新規県内企業へのアプローチ38件（R3～R6累計） イ 大阪事務所による誘致見込み企業へのアプローチ・34件（R3～R6累計） ウ 既立地企業の増設促進（継続案件1件、決定案件1件）（R4～R6）	2 企業誘致の推進 ①あらゆる機会を捉えた誘致対象企業の掘り起こし ・本県の立地環境や誘致の取り組みについて周知機会をさらに拡充していくことが必要 ・さらなる企業誘致のためには、誘致対象企業と直接面談する機会の増加が不可欠 ②高知県企業誘致戦略の策定・実行 ・中山間地域における働く場・生活インフラの減少への対策に向けた市町村との連携 ③様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進 ア 新規県内企業へのアプローチ ・デジタル技術を活用した効率的な営業手法の確立と効果的な顧客育成の達成が必要	2 企業誘致の推進 ①あらゆる機会を捉えた誘致対象企業の掘り起こし ア 関西圏の誘致対象企業へのDM発送【R6～R9】 イ 誘致対象企業が所属する県本市での営業活動を展開【R6～R9】 ウ 各種団体（大阪産業人クラブ等）との良好な関係性の継続による情報発信及び情報収集【R6～R9】 エ 誘致見込み企業へのアプローチ【R6～R9】 ②高知県企業誘致戦略の策定・実行 ・若者や女性から人気の高い事務系企業等の誘致 ・理系学生・学生の就職を促進する企業の誘致 ・県内製造業の生産性向上や製造品出荷額等の増加に資する企業の誘致 ・中山間地域への若者・女性が働く場や生活インフラ関連の企業の誘致 ③マーケティングツールのさらなる活用等による効率的な有望企業の発掘 ア マーケティングツールのさらなる活用やデジタル広告の運用見直しにより効率的なアプローチの実施 誘致につなげる【R6～R9】 ・検索連動型広告及びバイナリー広告の運用による潜在顧客層への効果的なアプローチの実施 ・Webセミナーの開催による見込み企業の関心の向上 ・メールマガジンやSNSの配信による継続した情報発信 イ デジタル技術に係る職員の活用能力の向上【R6～R9】 ⇒ 別図＜図04＞参照（P122）
6						【県内】 ○市町村	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ①シェアオフィスを核とした関西圏の企業を対象とした関係人口の創出 ・県認定シェアオフィスを活用した補助制度等の情報発信 ・シェアオフィスを活用した企業誘致件数：13件（うち5件関西圏）（H26～R6累計）	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ①シェアオフィスを核とした関西圏の企業を対象とした関係人口の創出 ・中山間地域への企業誘致には市町村と連携した取り組み及び市町村による主体的な取り組みが重要 ・オンラインを中心とした施策であるため、特定のエリアをターゲットにしないが、IT企業は首都圏に集中していることから、関西圏の企業誘致の支援に結びつき強い	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 《商工業分野》 ①中山間地域等への企業誘致の促進 ・企業誘致促進に向けた市町村勉強会、情報共有会を開催【R6～R9】 ・市町村における企業誘致の取り組み（地域課題の整理、特許受入体制の構築等）を伴走支援【R6～R9】 ・デジタルマーケティングの手法を用いた企業誘致に関する支援制度等の情報を発信【R6～R9】 ・関西圏の企業をターゲットとした市町村と企業とのマッチングイベントを開催【R6】 ・シェアオフィスを活用した本県への立地に対する補助制度を継続【R6～R9】 ・高知市中心部のシェアオフィス【BASE CAMP IN KOCHI】の安定的な事業運営のための支援を継続【R6～R7】 ・高知県企業誘致戦略に基づき、誘致実現に向けて市町村との協働体制を強化【R7～R9】

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化
各プロジェクトを横断的に支える取り組み		
【戦略1】 情報発信の強化とネットワークの拡充		
【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む		

No.	戦略の柱	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
7	【戦略2】 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	—	—	—	—	【関西】 ○大学 ○専門学校 【県内】 ○高知県Uターンサポートセンター ○市町村	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ②関西圏の大学との連携強化によるUターンの促進 ア 就職支援に協力いただく大学の掘り起こし等（大阪事務所と連携） ・新たに2大学と就職支援協定を締結済 R5.7.31 大谷大学 R5.10.1 大阪学院大学（短大含む） ・大阪事務所において大学との訪問・連絡活動を実施 既協定締結大学20校、既協力大学27校 新たな協定締結や協力関係構築に向けた大学訪問 R5.延べ16大学、R6：延べ32大学	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ②関西圏の大学との連携強化によるUターンの促進 ア 就職支援に協力いただく大学との関係構築（大阪事務所と連携） ・既協定締結大学や既協力大学への定期的な訪問と本県就職に関する継続した情報提供を実施【R6～R9】	イ 関西圏の大学でのUターン就職イベントや保護者会でのPR ・大学主催のUターン就職相談会や保護者会に積極的に参加し、本県の施策等をPR【R6～R9】
							イ 関西圏の大学でのUターン就職イベントや保護者会でのPR ・参加学生が本県へのUターン就職を希望するきっかけをつかんで、県内企業のインターンシップへの参加や企業研究につなげられるよう、多くの学生の参加確保に向けて取り組むことが必要	ウ 大学等を通じて県内企業の情報や県内就職活動に関する県支援メニュー等の学生へのPR ・「高知求人ネット学生サイト」の質の向上	ウ 大学等を通じて県内企業の情報や県内就職活動に関する県支援メニュー等の学生へのPR ・若手先輩社員の声や雇わしめなどの多様な魅力・情報について、デジタル広告及び「高知求人ネット」学生サイトで発信【R6～R9】 ・高知求人ネット学生サイトの掲載情報の充実、事業者の掲載基準の設定による質の向上【R7】

分野		「連携テーマ」関西圏との経済連携の強化	
各産業分野の取り組みの注		各プロジェクトを横断的に支える取り組み 【戦略1】情報発信の強化とネットワークの拡充 【戦略2】関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	

No.	戦略の注	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R6)	連携する パートナー	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
8	【戦略2】関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む	—	—	—	—	【関西】 ○大学 ○専門学校 【県内】 ○高知県Uターンサポーターセンター	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ①関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催 ・高知県Uターンの開催 (R4:1校→R5:4校→R6:6校) ②県独自の就業フェアの開催 ・出展事業者向けスキルアップセミナーの開催 (参加事業者: R5:11経営体→R6:24経営体) ・関西での就業フェアの開催 (参加者: R4:35名→R5:65名→R6:40名)	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 ①関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催 ・就業実績の高い関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・面談者へのフォローアップの強化が必要 ②県独自の就業フェアの開催 ・就業実績の高い関西圏での就業希望者のさらなる掘り起こしが必要 ・就業希望者の多い雇用型漁業の出展ブースの拡充が必要 ・出展事業者の面談スキルの向上、面談者へのフォローアップの強化が必要 ③移住促進策と連携した勧誘の促進 ・新規就業者の3割は県外出身者で、引き継ぎ移住施策と連携強化が必要	3 関係人口へのアプローチ強化とUターンの促進 《水産業分野》 ①関西圏の専門学校等での就業セミナー開催 ・関西圏の水産動物系専門学校や大学での就業セミナー開催 (R7:6校) 【R6～R9】 ②県独自の就業フェアの開催 ア 出展事業者向けスキルアップセミナーの開催 イ 面談者とのマッチング率向上を図るため、フェア出展事業者の面談スキル向上を支援【R6】 ウ 関係での就業フェアの開催 ・集客効果のあった鉄道広告やWebページによる広報を強化【R6～R9】 ・雇用型漁業の出展ブースの拡充、会場規模の拡大【R6】 エ 情報発信の強化 ・デジタルマーケティングを活用したフェアや漁業就業支援センターHPへの誘導策の強化【R7～R9】 ・漁業就業支援センターHPコンテンツの充実と、若者や女性を意図した広報の実施【R7～R9】 ・就業希望者へのアピール力を高めるため、漁業経営体のSNS等による情報発信を強化【R7～R9】 ・水産業と観光との高い相性を活かしたPR【R7～R9】 ③移住促進策と連携した勧誘の促進 ・Uターンサポーターセンターと連携した、一次産業合同フェア等の開催【R6】 ・移住関連フェアへの参加【R6～R9】 ・一次産業フェアの来場者の増加に向けて、就業希望者に訴求力のある動画を活用したデジタルマーケティングの実施【R7～R9】

戦略の方向性

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」を通じて、関西圏との連携した取り組みを進めることで、国内外からの観光客の増につなげる。

目標

関西圏からの観光客入込数 出発点(R4)103万人⇒直近値(R5)129万人⇒目標値(R9)131 万人
 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数 出発点(R4)0.3万人泊⇒直近値(R5)4.4万人⇒目標値(R9)4.7万人泊



「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」の展開

牧野博の取り組みと盛り上がりをつかりと継続させつつ、中山間地域の素材も意識して、これまで磨き上げてきた食、自然、歴史・文化を集大成として打ち出して行くことで、日常を忘れ、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただき、長期滞在や新たな高知のファンの拡大を目指す。

戦略1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション

1 高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信

- (1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり
 - ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成
 - ②神楽への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成
 - (2) 地域内での周遊・滞在の促進
 - ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり
 - ②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援
 - ③広域観光組織を中心としたデジタルデータの活用による 戦略的な周遊施策等の実践
 - (3) 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上
 - ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など 地域との持続的交流につながる観光商品の造成
 - ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大（民泊の推進、みどりの学習旅行）
 - ③「日本みどりのプロジェクト」や関西圏の学生と連携した観光資源の磨き上げ（みどりの学習旅行）



④ マスメディアを活用した情報発信

- (5) 旅行会社向けのセールズ活動
- ① 旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
 - ② 広域観光協議会と連携したセールズ活動の展開
 - ③ 関西圏への教育旅行誘致セールズの実施
- 
- かつおの一本釣り



秋葉祭の



セービ。-0-ト。



2 アンテナシヨップを拠点とした情報発信

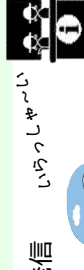
- ① アンテナショップでの観光情報発信
② 閑散期の誘客を目的としたアンテナショップと連動した店舗及び周辺でのイベント開催



戦略2 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進

(1) 大阪観光局や関西エアポート等と連携した情報発信

- ① 関西の「都市型」と本県の「極上の田舎」を組み合わせた情報発信
- ② 関西と高知をつなぐ旅行商品造成に向けたセールス
- ③ 海外旅行博覧会等での共同プロモーション
- ④ 関西国際空港でのPRブース設置



しん



新(2) 大阪・関西万博での情報発信

- ①大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこい祭りや街路市を通じて高知の魅力を発信
- ②大阪ウィーク等の万博関連イベントを通じて観光情報の発信
- ③万博訪問者等への本島の魅力発信（どっぶり体験コンテンツ予約サイトへの誘導）
-  VISITK
The blessings of nature



VISITKOCHI
The blessings of nature

戦略3 スポーツツツーリズムの推進

1 地域と連携したスポーツ・リズムの推進

- (1) 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
- ①県内のスポーツツーリズムに関する情報を発信
 - ②自然環境を活かしたスポーツ大会の開催を促進
- (2) サイクリング観光の推進
- ①サイクリング観光に関する情報発信の強化
 - ②サイクルオアシス（空気の入れ替え出等の協力店



①サイクリング観光に関する情報発信の強化



2 スポーツを通じた交流人口の拡大

- (1) 関西に拠点を置くプロチームや企業が所属するトップチームの合宿等誘致
- ① 連携協定締結企業や誘致実績のある企業に所属するチームを誘致
- (2) アマチュアスポーツ合宿等の誘致
- (3) ワールドマスターズゲームズ関西を契機とした合宿等の誘致

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのネットワークを土台としながら、各分野において関西圏のパートナーとの連携を一層強化することにより、関西圏におけるさらなる外商拡大の取り組みを進める。

戦略の
方向性

戦略

関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

農業分野

目標 ○関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額(年間)
出発点(R4)：93.8億円 ▶ 直近値(R6)：104.1億円 ▶ 目標値(R9)：120.0億円

(1) 卸売市場と連携した青果物の販売拡大

- ①品目別戦略の運用（キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シシトウ、ミョウガ）
 - ・継続した取扱いにつながる売り場確保を目指した量販店フェアの実施
 - ・系統取量アップに向けた産地のまとまりの強化
 - ・万博の開催に伴う人流の増加を見据えて、関西圏の量販店等でフェアの実施
- ②「あんぱん」放送にあわせた販促資材を活用した産地PR及び販売拡大
- ③マーケティングの視点による業務需要に応じた取引の拡大
 - ・中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の策定・実行
 - ・品目別の傾向分析、分析に基づいた生産者向け講演会
 - ・品目と産地を選定し、業務需要の取引拡大に向けた提案を強化
- ④マーケティングの要望に応じた弾力的な出荷形態等の検討
 - ・業務需要に応じた規格、品質、収量などの栽培検証



加工食品分野

目標 ○地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額(年間)
出発点(R4)：115億円 ▶ 直近値(R5)：145億円 ▶ 目標値(R9)：159億円

(1) 卸売事業者との連携強化による外商拡大

- ①大手卸売事業者が主催する社内商談会等への参加による営業活動の強化
- ②中小卸売事業者、業務用卸売事業者への営業活動の強化
- ③飲食店等への外商活動の強化
 - ①飲食店チェーン・ホテルグループへのアプローチの強化
 - ②飲食店の横のつながりを生かした営業活動の強化
- ④商談会・展示会の拡充強化
 - ①産地視察型の商談機会の拡大
 - ②大規模展示会への出展機会の拡大

(4) アンテナショップを核とした外商活動の強化

- ①店舗を活用した県産品のPRの強化や商談機会の創出
- ②テストマーケティングによる県産品の磨き上げ
- ③高知県関係の飲食店との連携による県産品のPR強化



水産業分野

目標

○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)
出発点(R4)：1.1億円 ▶ 直近値(R5)：1.5億円 ▶ 目標値(R9)：2.3億円
○関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額(年間)
出発点(R4)：0.3億円 ▶ 直近値(R5)：0.6億円 ▶ 目標値(R9)：2.5億円

(1) 卸売事業者との連携による外商拡大

- ①消費地市場関係者と県内産地買受人等の意見交換会の開催による関係強化
- ②「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大
- ③取引額のさらなる増加に向けたチェーン店とのマッチングの強化
 - ②商談の成約率向上、取引拡大を目指した営業力強化研修の実施
- ④卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出の拡大
 - ①新たな国（フィリピン等）への輸出ルートの開拓



目標

○関西圏への土佐材出荷量(年間)
出発点(R4)：2.0万㎡ ▶ 直近値(R5)：2.3万㎡ ▶ 目標値(R9)：3.1万㎡

(1) 流通拠点との連携による外商活動の強化

- ①土佐材セミナーや「あんぱん」・観光など新たな情報を加えた展示会の開催等による土佐材ファンの買方の増加、販売量の維持・拡大
- ②顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大
 - ①TOSAZAIセンター関西駐在員と連携した非住宅建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓
 - ③非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進
 - ①室内空間への土佐材利用事例を活用した提案と建築士やデザイナー等との製品開発
 - ②TOSAZAIセンター関西駐在員と連携した友好・姉妹都市関係にある県外自治体への営業活動の強化
 - ③万博でつながった非住宅建築向け構造材のサブライチエーンを活用した供給・提案体制の強化

林業分野

目標

○産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高(年間)
出発点(R4)：237億円 ▶ 直近値(R5)：222億円 ▶ 目標値(R9)：274億円

商工業分野

(1) NPO法人と連携した外商の強化

- ①大手企業に幅広いネットワークを持つNPO法人との連携分野を拡大し、取引先候補を開拓
- ②工法の外商促進
 - ①土木技術コーディネーターの活動日数を増やし、工法分野への支援体制を強化
 - ②コーディネーターが人脈を有する大阪府近隣の自治体まで訪問先を拡大
- ③アンテナショップを活用した外商促進
 - ①関西あてなショップ「とさとさ」を活用した伝統的工芸品、海洋深層水などの販売促進

さらなる認知度の向上や外商の拡大

3 万博・I R連携プロジェクト

<関03>

戦略的
方向性

大阪・関西万博やI Rなどの「大規模プロジェクト」を契機に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、**万博中の需要拡大や万博後を見据えた県産品等の外商拡大**の取り組みを進める。

大阪・関西万博 (2025年4月13日～10月13日 開催)

■ 経済波及効果 約2兆円 ■ 来場者数 約2,820万人

出典：公益社団法人2025年日本国際博覧会協会HP



戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に高知の魅力を訴求し誘客

1 国内外に向けた観光地・高知のセールス&プロモーションの推進

- 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション (再掲)
- 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進 (再掲)

2 万博を活用した効果的な情報発信

- 万博会場でのイベント等と関西圏における各分野の取り組みを連動させ、一体的に実施することで効果的なプロモーションを推進

※ 会場内における本県PRの取り組み／

4/27 @ORA食外パビリオン「宴～UTAGE～」
本県食文化の発信
(大阪外食産業協会パビリオン)
◆ 特産品や伝統料理の体験を通じて、高知独自の「食」や「食文化」の魅力をPR
提供：一般社団法人大阪外食産業協会

5/7-5/8 「日本みどりのプロジェクト」主催催事との連携

5/28-6/1 本県の農業の魅力発信 (内閣府SDGs展示)
◆ IoPプロジェクトやIPM技術といった全国的にも先進的な取り組みを紹介
◆ 多様な園芸品目を生産する本県の園芸農業の魅力を発信

8/22-8/23 高知県主催催事
◆ よさこいの披露 (発祥の地PR、未来を担う学生チーム演舞等)
◆ 街路市 (日曜日) を再現して特産品をPR
@EXPOアリーナ「Matsuri」



戦略2 万博中の需要拡大や万博後を見据えた外商活動等の強化

1 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大

- 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大 (再掲)
- 飲食店等への営業活動の強化 (再掲)
- 卸売事業者や量販店との連携による県産品のPRと販売拡大 (再掲)

2 非住宅木造建築等への県産木材 (土佐材) の利用促進

- 万博でつながった非住宅建築向け構造材のサプライチェーンを活用した供給・提案体制の強化 (再掲)

3 工法の外商促進

- 土木技術コーディネーターの活動日数や訪問先を拡大し、工法分野への支援体制を強化 (再掲)

大阪I R (2030年 開業)

- 経済波及効果
・ 開業初年度まで 約1.9兆円
・ 開業以降(毎年) 約1.1兆円
- 年間来場者数 約2,000万人

スケジュール (予定)

- R5 (2023) 区域整備計画の認定
- R6 (2024) 夏 準備工事
- R7 (2025) 春 建設工事着手
- R12 (2030) 夏 工事完了
- R12 (2030) 秋 開業

出典：大阪・夢洲地区特定複合観光施設区域の整備に関する計画 (大阪府、大阪市、大阪I R株式会社 作成)

万博を契機に情報発信と外商活動を強化

戦略の
方向性

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、「オール高知」の態勢による取り組みを展開する。また、関西圏の企業や人材等の活力を本県に呼び込むための取り組みを進める。

目標

○関西圏からの移住者数(年間)

出発点(R4) : 489人 ▶ 直近値(R5) : 570人 ▶ 目標値(R9) : 1,200人

移住

○関西圏からの移住者のうちUターン者数(年間)

出発点(R4) : 169人 ▶ 直近値(R5) : 171人 ▶ 目標値(R9) : 492人

戦略1 情報発信の強化とネットワークの拡充

(1) 大阪・関西万博を活用したプロモーションの展開

- 拡① 「SUPER LOCAL」のコンセプトを活用し、各分野の取り組みを連動させた効果的なPRを実施
- 拡② 万博を訪れる国内外の方々をターゲットとした、「とさとさ」や高知関係の飲食店等への誘客につながるプロモーションを展開
- 拡③ 「とさとさ」を本県のパビリオンに見立て、「とさとさ」を中心とした高知の魅力発信

(2) アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充

- 拡① 県人会や関西在住の本県ゆかりの方々を中心とした「オール高知」態勢のさらなる拡大
 - ・ 県人会等の関西在住の本県ゆかりの方と連携したファンの拡大
 - ・ 県内市町村や事業者と連携したプロモーションや外商の展開
 - ・ 県内メディアやホームページ、SNS等を活用した県内での露出の拡大

戦略2 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

(3) 若者の定着・増加に向けた移住促進

- 拡① 大阪窓口の相談体制を強化し、相談会やセミナー等の開催を拡大
- 拡② 東京で実施する市町村出張相談会を大阪にも拡大し、市町村の相談機会を充実
- 拡③ 自分らしく活躍する県内の若者の動画を活用した移住プロモーションを通年実施に拡大

※移住プロモーションキャラクター



(4) 企業誘致の推進

- ① 高知県企業誘致戦略の策定・実行による企業誘致の推進
 - ・ 若者や女性から人気の高い事務系企業等
- 拡・ 理系学生の就職を促進する企業
- 拡・ 県内製造業の生産性向上に資する企業
- 新・ 中山間地域に働く場を創出する企業

関西あんでなショップ「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」の概要

1 コンセプト

SUPER LOCAL SHOP
～ スーパー・ローカル・ショップ ～

2 基本的な考え方

- (1) 本県の「食」や「観光」などの魅力を強かにPRする情報発信の拠点
- (2) 首都圏と比べて距離が近いという優位性を生かした人的交流の促進や県産品の外商拡大につなげる拠点
- (3) 関西の消費者と高知の生産者や事業者をつなぐ「あんでな」を担う拠点
- (4) 県内市町村や事業者、関西在住の高知県関係者などと連携した「オール高知」で取り組み拠点

外商拡大

- ① 物販
- ② 催事・デストマーケティング
- ③ 商談の場

オール高知での展開

- ① 関西在住の高知にゆかりのある方
- ② 関西の高知ゆかりの飲食店
- ③ 県内市町村や事業者

観光情報等の発信

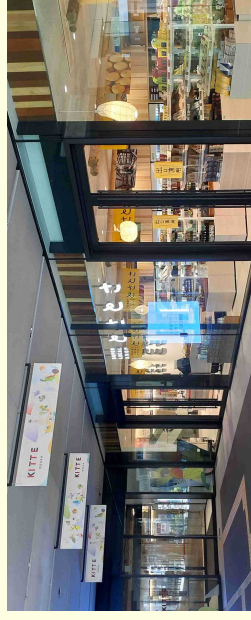
- ① デジタルサイネージでの動画放映
- ② メディアの取材の場
- ③ PRイベントの開催等



3 開業日・出店場所

- (1) 令和6年7月31日オープン
- (2) 大阪・梅田の「KITTE大阪」2階

約46坪区画
(低層階にアンテナショップや地域産品の販売店が集積)



① 大丸梅田店・JR大阪駅から直結の歩行者デッキに面した区画



② 試食販売や食と観光を組み合わせたイベント等を実施する催事スペース
大型のサイネージで魅力を発信



③ 約900アイテムの県産品を販売
高知の風土が育んだ県産品の仕掛けや士佐和紙の照明等でスーパー・ローカルを表現

Ⅱ 産業間の連携戦略

地産外商戦略の推進

連携テーマ《地産外商戦略の推進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県内市場の縮小に打ち勝つため、地産外商公社を核とした外商活動に取り組んできた結果、地産外商公社が支援する企業の令和5年度の県外売上額が614億円となるなど、地産外商公社の全国展開の推進により順調に外商が伸びています。

輸出の取り組みは、国別、品目別に戦略を立て、販路拡大に取り組んだ結果、令和5年の食料品輸出額は過去最高の26.4億円となり、有望市場を中心に着実に増加しています。

国内外において順調に成果が拡大してきましたが、物価の高騰など、社会・経済環境が大きく変化しており、県経済の持続的な発展のためには、さらなる外商拡大が必要です。

② 第5期計画ver.2の取り組み

柱1 外商につながる地産の強化

取り組み1 市場が求める商品づくりへの支援

販路に直結した商品づくりを後押しするため、バイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援を強化します。また、食品残渣等を活用した新商品開発の支援を強化します。

取り組み2 食品加工の生産管理の高度化支援

生産性向上推進アドバイザーによる食品事業者の生産工程の高度化の支援体制を強化します。

柱2 国内外商の拡大

取り組み1 地産外商公社を核とした外商の拡大

大きな取引が見込まれる卸売事業者との連携強化により新規販路を開拓し、成約に直結する産地視察型の商談機会や新たな展示会への出展機会を拡充します。また、大口の取引が見込まれる飲食店チェーン・ホテルグループへのアプローチを強化します。

さらに、顧客及び営業情報の蓄積等により外商の全国展開に向けた営業活動を強化します。

取り組み2 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

アンテナショップを活用した商談機会の創出や、高知県関係の飲食店との連携による県産品のPRを強化し、関西圏における外商活動を強化します。

柱3 輸出の拡大

取り組み1 輸出品目の強化

有望な輸出品目の生産支援や生産体制の拡充、JETROや貿易促進コーディネーターとの連携による新たな輸出品目の発掘・育成により、輸出品目の強化を行います。

取り組み2 外商活動の強化

マーケットインの考え方に基づいたプロモーションや海外ネットワークの活用、成長が見込まれる新たな市場の開拓により、外商活動を強化します。

取り組み3 事業者支援の強化

海外展示会等への出展支援を通じた輸出環境の整備や要件の見直しによる補助金の活用促進など、輸出に意欲的な事業者への支援を強化します。

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

「食のイノベーションベース」において、事業者の課題やレベルに応じた支援メニューを提供することで食品事業者の課題解決と人材の育成を図ります。

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

事業者の課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口「サポートデスク」において、生産から販売までの幅広い課題に対応します。

また、付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等の取り組みへの支援を強化します。

《連携テーマ》 地産外商戦略の推進 ～県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大～

目指す姿

食品産業のイノベーションを推進し、県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大を目指す

分野を代表する目標

食料品製造業出荷額等 出発点 (R3) 1,034億円 ⇒ 現状 (R4) 1,181億円 ⇒ R7 1,209億円 ⇒ 4年後(R9)1,300億円 ⇒ 10年後(R15)1,400億円
※目標は「食料品製造業上」(飲料・たばこ・飼料製造業)の出荷額等の合計

「地産」の強化

柱1 外商につながる地産の強化

(1) 市場が求める商品づくりへの支援

- ① 売れる商品づくりへの支援
国内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援
マーケティング戦略や販売戦略の策定支援
- 新** 食品残渣等を活用した商品開発への支援
商品発掘コンクールを通じた商品開発への意欲醸成
- ② 輸出に対応した商品づくりへの支援
専門家による輸出対応商品の開発支援(賞味期限延長等)
- 新** ③ 土佐酒ブランドの強化に向けた県産酒米の安定供給の確保
- ④ 工業技術センターによる商品開発等への支援

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- 拡** ① 生産性向上・衛生管理向上に向けた支援
生産性向上推進アドバイザーによる個別現地支援
省人化に向けた生産体制の整備への支援
外商拡大に向けた国際衛生基準対応等への個別支援
- ② 食品表示の適正化を支援
食品の安全安心に向けた食品表示の対応支援

「外商」の強化

柱2 国内外商の拡大

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

- ① 卸売事業者との連携強化による外商拡大
拡 卸売事業者主催の社内商談会等への参加
外商コーディネーターと連携した新規の販路開拓
 - ② 商談会・展示会の拡充
成約に直結する産地視察型の商談機会の拡大
新 新たな展示会出展(PB、OEM関連)による販路開拓
 - ③ 飲食店等への外商活動の強化
拡 飲食チェーン、ホテルグループへのアプローチ
 - 拡** ④ 外商の全国展開に向けた営業活動
顧客及び営業情報の蓄積による営業活動の充実
中部エリアにおける営業活動の展開
- (2) 関西戦略に基づく県産品の外商拡大
- ① アンテナショップを核とした外商活動
店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出
テストマーケティング等による県産品の磨き上げ
 - 拡** ② 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上
SUPER LOCALのコンセプトによる各分野の取り組みの連動
 - ③ 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化

柱3 輸出の拡大

(1) 輸出品目の強化

- ① 有望な輸出品目の拡大
【コズ】欧州向けの有機的栽培への転換支援
【ブリ類】養殖の規模拡大やコスト削減に向けた支援
- ② 新たな輸出品目の発掘・育成
拡 JETRO等との連携による新規取り組み事業者支援

(2) 外商活動の強化

- ① マーケティングの考え方に基づいたプロモーション
- ② 海外ネットワークの活用による販路拡大
- ③ 新たな市場の開拓や成長市場である東南アジアでの販売拡大の推進
新 【農畜水産物・加工品】タイの展示会への共同出展
新 【土佐酒】新たな市場の開拓 (ドイツ、豪州等)

(3) 事業者支援の強化

- 拡** ① 海外展示会への出展支援等を通じた県内事業者の地域商社化の推進
- 拡** ② 輸出拡大に向けた施設整備補助金の活用促進

成長を支える取り組みを強化

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

(1) 商品企画力・開発力・外商力の向上

- ① 食品事業者の課題解決に向けた総合支援プラットフォームである「食のイノベーションベース」を運営
- 拡** 事業者の段階に応じたカリキュラムの拡充
- ② 土佐FBCとの連携
事業者のレベルに合わせた「食のイノベーションベース」、「土佐FBC」の各カリキュラムへの誘導

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

(1) 裾野の拡大も含めた総合支援

- ① 課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口である「サポートデスク」による支援
専門家による事業者の生産から販売までの幅広い課題へのブッシュ型の支援
拡 出張相談会を通じたニーズの掘り起こし

(2) 事業規模拡大に向けたサポート

- ① 事業戦略の策定支援
セミナー・個別相談の実施
拡 専門家による販売戦略の策定支援
戦略策定後における実行支援
- 拡** ② 生産性向上推進アドバイザー派遣

(3) 成長を牽引する企業の創出

- 新** ① リーディング企業の創出・育成
付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や
中核人材の確保等の取り組みを支援

※ 専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」による伴走支援

連携テーマ（地産外商戦略の推進）で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

食料品製造業出荷額等 出発点(R3)1,034億円 ⇒ 現状(R4)1,181億円 ⇒ R7 1,209億円 ⇒ 4年後(R9)1,300億円 ⇒ 10年後(R15)1,400億円 ※目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算	
--	--

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 外商につながる地 産の強化	①構造転換型 ②地域産業スケール アップ型	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間) 地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額 (年間) 食料品の輸出額(年間)	593億円 (R4)	614億円 (R5)	658億円	693億円	○
2 国内外商の拡大	②地域産業スケール アップ型		115億円 (R4)	145億円 (R5)	147億円	159億円	○
3 輸出の拡大	③グローバル展開型		23億円 (R4)	26.4億円 (R5)	40.1億円	47億円	○
4 食品産業を支え る産業人材の育成	⑤人材起点型						
5 事業拡大に向け た企業の成長を後押 し	①構造転換型 ④課題解決型						

分野	
《連携テーマ》地産外商戦略の推進	
柱1 外商につながる地産の強化 / 柱2 国内外商の拡大	
柱3 輸出の拡大 / 柱4 食品産業を支える産業人材の育成	
柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標(KPI)
1	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間) 【モニタリング方法】 ・地産外商公社からの活動報告により状況を確認	593億円 (R4)	614億円 (R5)	693億円 (R9)	1 外商につながる地産の強化 ・食のプラントホームの商品カテゴリー相談会・商品づくりワーキングの開催や、食品加工高度化支援事業費補助金による支援など、県内事業者の商品開発の取り組みを支援 ・商品づくりワーキングによる商品開発・改良件数 R5:70件 ・工業技術センターによる商品開発件数 R5:23件 2 国内外商の拡大 ・外商活動の全国展開(H27～) ・成約金額 H27:208億円→R5:63.5億円 ・訪問件数 H27:1,389回→R5:4,121回 ・展示会出展、県・公社主催商談会開催 H27:39回/646社→R5:79回/954社 ・地域商社の支援を目的とした「外商支援事業費補助金」創設(R元～) R元:7件→R5:5件 ・出展が容易な展示会の開催 ・農産品商談会(H27～、H30から年2回) ・食の商談会(東京(H24～)、大阪(H27～)、名古屋(H30～)) ・まるごと高知商談会・相談会開催 H27:4回→R5:7回 ・地産外商公社(高知)による事業者訪問 H27:189社→R5:234社	1 外商につながる地産の強化 ・「マーケットイン」の視点でのさらなる商品開発の推進が必要 ・労働生産性が低く、人手不足 ・生産現場の省力化やデジタル化が進んでいない 2 国内外商の拡大 ・知売事業者との関係性を深め、展示商談会での出展小間数増につなげる社内商談会等参加に向けた働きかけが必要 ・新規販路の掘り起こしや産地特産型商談会への誘導に向けて、展示会での積極的な営業活動が必要 ・大阪関西万博の開催やインバウンドに向け、飲食チェーン、ホテルグループの掘り起こしが必要 ・バイヤーや県内事業者の情報を蓄積・整理し、より効果的な営業活動の推進が必要 ⇒ 別図<外01、02>参照(P127,128)	1 外商につながる地産の強化 ①売れる商品づくりへの支援 ・県内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援【R6～R9】 ・食品製造等を活用した商品開発への支援【R7～】 ②食品加工の生産管理の高度化支援 ・生産性向上推進アドバイザーによる個別現地支援【R6～R9】 ③食品産業を支える産業人材の育成 ・食品事業者の課題解決に向けた総合支援プラントホームである「食のイノベーションベース」を運営【R6～R9】 ④事業拡大に向けた企業の成長を後押し ・課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口である「サポートデスク」による支援【R6～R9】 ・付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等の取り組みを支援【R7～R9】 2 国内外商の拡大 ①知売事業者との連携強化による外商拡大【R6～R9】 ・新たな展示会出展(PB、OEM関連)による販路開拓 ③飲食店等への外商活動の強化【R6～R9】 ・飲食チェーン、ホテルグループへのアプローチ ④外商の全国展開に向けた営業活動【R6～R9】 ⑤関西圏路に基づく県産品の外商拡大【R6～R9】 ・アンテナショップを活用した県産品のPR強化や商談機会の創出 ・SUPER LOCALのコンセプトによる各分野の取り組みの運動 ・大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化 ⇒ 別図<外01、02>参照(P127,128)	〈商品開発件数(累計)〉 427件(H28～R5) ↓ 800件(R6～R9) 〈展示商談会延べ参加事業者数(累計)〉 3,185者(R2～R5) ↓ 4,700者(R6～R9)
2	食料品の輸出額(年間) 【モニタリング方法】 ・ジェトロ高知が県内事業者向けに実施する「貿易実態調査」を確認(年次データのみ)	23.0億円 (R4)	26.4億円 (R5)	47.0億円 (R9)	1 輸出品の拡大 (1)輸出品目の強化 ・基幹品目及び輸出農産品目目の生産拡大への取り組みを支援 (2)外商活動の強化 ・国別に品目を設定し、展示会への参加や商社と連携した商談会を開催 (3)事業者支援の強化 ・見本市への出展支援や施設整備補助金による衛生管理・生産性向上への支援	1 輸出の拡大 (1)輸出品目の強化 ・輸出に適した品目・商品の育成や開発が必要 ・輸出に取り組む事業者の支援や発掘が必要 ・輸出拡大に向けた原料の安定供給が必要 (2)外商活動の強化 ・品目にあった市場の開拓や成長が見込まれる市場への取り組みが必要 ・中国の日本産水産物の輸入停止による販路の減少への対応が必要 (3)事業者支援の強化 ・輸出拡大のためのスキーム作りや支援体制の拡充が必要	1 輸出の拡大 (1)輸出品目の強化 ・基幹品目、輸出品目、新たな品目の発掘 ①有機野菜等の対象地区での除害、施肥対策を新たに支援(ユズ)【R6～】 ②県産水産物の安定供給確保に向けた新たな支援(加工品)【R7】 ③ベトナム向け輸出施設設定の取得に向けた取り組みを推進(和牛)【R7】 ④養殖増産拡大・新規参入企業等の誘致に向けた支援の拡充(ブリ類)【R6～R9】 ⑤JETROと貿易促進CO等との連携による新規取り組み事業者支援の強化【R6～】 (2)外商活動の強化 ①R6輸出可能性調査に基づいた、テストマーケティングや現地嗜好に合う食べ方提案等の実施(シガホール、ブルーア、マレーシア、タイ)農産物)【R6～】 ②土佐和牛ブランド推進協議会によるブレイクや見本市等への出展支援(タイ)(和牛)【R7～】 ③地産百貨店等に店舗展開する国内企業と連携した高知フェアや現地商社と連携した賞味会の開催(シガホール、ハットム、インド、台湾)(水産物)【R7～】 ④海外展示会への共同出展(タイ)(農産物・加工品)【R7～】 ⑤現地商社招へい等による新たな市場の開拓を実施(ドイツ等)【R7～】 (3)事業者支援の強化 ③意欲的な事業者への支援強化 ①高知県水産物輸出促進協議会による海外賞味会の開催等の支援を通じて県内事業者の地域商社化の推進【R6～】 ②輸出拡大に向けた食品加工施設等整備促進事業費補助金の要件見直し【R7】 ⇒ 別図<外03>参照(P129)	〈基幹品目 輸出額〉 ユズ 8.1億円(R5) ↓ 7.2億円(R9) 水産物 4.7億円(R5) ↓ 16.6億円(R9) 酒類 6.0億円(R5) ↓ 12.3億円(R9)

現状・課題

これまでの取り組み

1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進

食のイノベーションベース及び補助金により事業者の商品づくりを支援

商品開発件数 H28～R5：427件 → R6～R9：800件

2 外商活動の全国展開の拡大・強化

地産外商公社の全国展開のさらなる推進、外商参画事業者のさらなる拡大

地産外商公社の活動による成約金額 H30：42.4億円 → R5：63.5億円

3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

有望市場（米国、欧州他）を中心とした販路開拓・販売拡大事業の実施
貿易促進コーディネーター等による県内事業者訪問の実施

食料品の輸出額 H30：14.5億円 → R5：26.4億円



現状・課題

- 現状**
- ①これまでの取り組みにより、国内での外商や輸出において順調に成果が拡大してきたが、県経済の持続的な発展のためには、さらなる外商拡大が必要。
 - ②また、アフターコロナ、エネルギー価格や物価高騰、人口減少と高齢化に進行による人手不足の深刻化、世界人口の増加による将来的な食糧不足への懸念、SDGsや脱炭素社会の進展など、社会・経済環境が大きく変化している。

1 外商につながる商品が不足している。

- ①多様化する消費者ニーズに対応した付加価値の高い商品づくりと出口（販路）に直結した商品づくりが必要
- ②人口減少、高齢化の進行等により国内マーケットが縮小する中、輸出を強化するためには、海外の規制やニーズに対応した商品づくりが必要

2 生産工程の高度化が十分進んでいない。

- ①人手不足、エネルギー価格や物価高騰、脱炭素社会の進展などに対応するため、デジタル化などによる生産性の向上、省エネ化の推進といった取り組みが必要

3 他産業との比較における労働生産性の低さ。

- ①自動化が難しい工程が多く、消費期限の短さや単価の安さ、商品サイクルの短さなどに、投資に踏み出しづらい事業者が多い

4 人材の確保・育成が困難。

- ①競争が激しくなり、賃金水準やキャリアパスなどの点から人材の確保・定着が難しく、付加価値の高い商品の開発やノウハウの蓄積ができない悪循環が発生



5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

①地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）

出発点（R4）593億円 → 現状値（R5）614億円 → R7 658億円 → 4年後（R9）693億円

②食料品の輸出額

出発点（R4）23.0億円 → 現状値（R5）26.4億円 → R7 40.1億円 → 4年後（R9）47.0億円
【主なアウトプット目標（KPI）】
食のイノベーションベース参画事業者数：300事業者（R7）、商品開発・改良件数：200件（R7）

『商品開発による付加価値向上』と『生産性向上による構造転換』により、持続的に経済が発展する高知県

- ①事業者の掘り起こし強化による国内外商・輸出を行う事業者の裾野の拡大【量】
- ②事業者の商品開発力・生産力・外商力の強化による事業規模の拡大【質】



令和7年度の取り組み

1 商品開発・改良に対する支援の強化（売れる商品づくり）

売れることにござわり、出口（販路）に直結した商品づくりを後押しするため、国内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援を強化

【実施例】 小規模向け：マーケティング戦略、原価計算等を学ぶ講座
中堅向け：卸売業者との商談に直結する講座

商品開発・改良に対する支援

新 食品残渣等を活用した新商品開発に対する補助の拡充（グリーン化加算新設）

2 生産管理の高度化に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の促進）

生産性向上推進アドバイザーによる支援体制を拡充し、生産工程の高度化（デジタル化・グリーン化）を促進

外商拡大に向けた国際衛生基準の認証取得を支援

3 事業者の課題解決をサポートする総合支援の実施

「サポートデスク」による食品産業に関わる相談・支援のワンストップでのサポート

①食料品製造事業者の抱える幅広い課題※に、ワンストップで対応

※商品開発、国内外商・輸出、生産性向上、人材不足、女性が働きやすい職場環境づくりなど

②専門人材を配置し、プッシュ型の相談対応・出張相談会を実施

【生産】生産性向上推進アドバイザー

【国内】地産外商コーディネーター

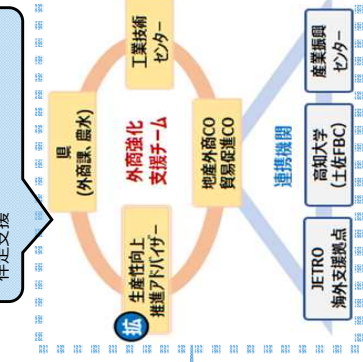
【輸出】貿易促進コーディネーター

4 成長を牽引するリーディング企業を創出・育成

新 付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等につながる取り組みを支援



専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」による伴走支援



現状・課題

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

地産外商公社が支援する企業の県外売上額が順調に増加

【課題】

- ① さらなる外商拡大には、多くの取引先を有している卸売事業者との関係性を強化していくことが必要
- ② 大規模展示会に積極的に出展し、新規顧客獲得や産地視察型商談会開催につなげることが必要
- ③ 需要の高まりが見込まれる飲食について、業務用卸、飲食チェーン、飲食店へのアプローチ強化が必要
- ④ 外商の全国展開に向け、営業体制の強化や、効果的な営業の推進が必要

(2) 関西圏における外商活動

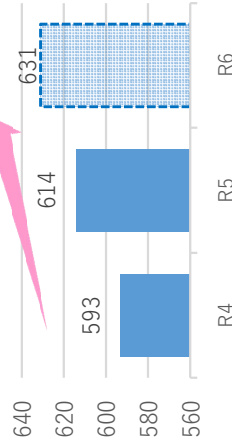
128 1 関西圏のパートナーと連携した取り組みや、食・観光等の情報発信、県産品の販売を実施

【課題】

- ① 各分野の取り組みの効果的な運動

地産外商公社が支援する企業の県外売上高

	R4(出発点)	R5
目標		609億円
実績	593億円	614億円



K P I 検証

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

目標値

地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）

出発点（R4） 593億円⇒現状値（R5） 614億円⇒R7 658億円⇒4 年後（R9） 693億円

【主なアウトプット目標（KPI）】

卸売事業者の社内商談会等への参加 3 回（R7）、飲食店（チェーン含む）・ホテルでの高知フェア開催 18 回（R7）、PB や OEM に関する展示会に出展 1 回（R7）

- ① 多くの取引先を有している卸売事業者をはじめ、パートナーとの連携強化による外商拡大に取り組む
- ② 関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化や、万博を契機とした需要増大に向けた外商拡大に取り組む

令和 7 年度の取り組み

1 卸売事業者との連携強化による外商拡大

- ① 卸売事業者との関係性を深め、社内商談会等への参加による関係構築
- ② 外商コーナーによる新規販路開拓に向けた営業活動を推進

2 商談会・展示会の拡充強化

- ① 大規模展示会に積極的に出展し、新規顧客獲得や産地視察型商談会の実施へつなげる
- ② 新たな販路開拓に向け、PB や OEM に関連する展示会に出展

3 飲食店等への外商活動の強化

- ① 業務用卸と連携した、飲食店チェーン、ホテルグループへのアプローチを強化
- ② 飲食関係事業者の産地視察型商談会への参加を推進

4 外商の全国展開に向けた営業活動の強化

- ① 顧客及び営業情報のデータベースを充実し、クラウド上で管理・運用することで営業活動を強化
- ② 名古屋に営業担当者を配置し、中部エリアにおける営業活動の強化

5 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

- ① アンテナショップを核とした外商活動の強化
 - ② 店舗を活用した県産品の PR 強化や商談機会の創出
 - ③ テストマーケティング等による県産品の磨き上げ
- ② 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上
- ① 「SUPER LOCAL」のコンセプトを活用し、各分野の取り組みを効果的に連動
 - ③ 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化



現状・課題

(1) 農産物（ユズ含む）

- 現地企業への委託事業を通じた輸出ルートの拡大や商社との連携による販路の開拓を実施
(輸出額) R4 7.6億円 → R5 8.2億円

⇒ 国内外での引き合いの増加によるユズの生産拡大
⇒ ユズに次ぐ輸出有望品目の販路拡大・産地づくり

(2) 水産物

- 海外見本市への出展や水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の販路開拓の支援等を実施
(輸出額) R4 2.2億円 → R5 4.7億円（加工品除く）

⇒ 中国の日本産水産物の輸入停止による販路の減少
⇒ マーケットニーズに対応した商品提案

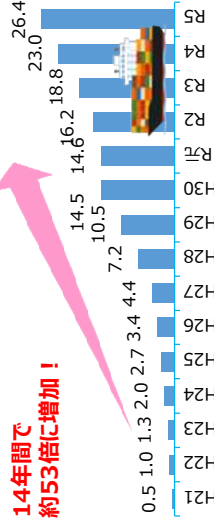
(3) 加工品（酒類含む）

- 食品海外ビジネスサポーター等と連携した見本市への出展や生産体制強化への支援を実施
(輸出額) R4 13.2億円 → R5 13.4億円
(生産体制の強化への支援) R2 4件→R6 22件（延べ）

⇒ 輸出に対応した商品が少ない
⇒ 現地での県産品の提案機会が不足
⇒ 食用米の高騰による県産酒米の作り止め懸念

食料品の輸出額 ※R5 貿易実態調査より

	R4(出発点)	R5
目標		29.8億円
実績	23.0億円	26.4億円



K P I 検証

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

輸出額 出発点（R4）23億円⇒現状値（R5）26.4億円⇒R7 40.1億円⇒4年後（R9）47億円

【主なアウトプット目標（KPI）】海外展示会への共同出展1回（R7）、新たな市場開拓のための現地商社招へい2社（R7）※戦略品目（有機ユズ、ミカン、プリ類、リキュール等）含む

- ① **基幹品目**（ユズ・水産物・土佐酒） **及び戦略品目**（有機ユズ・ミカン・和牛・プリ類・リキュール等）の **生産拡大、新たな輸出品目の発掘**
- ② **輸出先国ごとの品目の設定や現地商社との連携等による戦略的な外商活動の展開**
- ③ **輸出に意欲的な事業者への支援の強化**

品目別	R5実績	R6目標	R7目標
ユズ（玉、皮、果汁）	8.1億円	5.1億円	5.5億円
水産物	4.7億円	13.7億円	14.9億円
酒類	6.0億円	9.1億円	10.2億円
その他加工品等	7.6億円	8.8億円	9.5億円

令和7年度の取り組み

1 輸出品目の強化

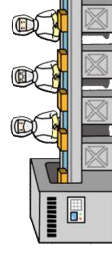
- 拡** ① 有機的栽培ユズ対象地区での除草・施肥対策への新たな支援
- 新** ② 県産酒米の安定供給確保に向けた新たな支援
- 拡** ③ 和牛のベトナム向け輸出施設認定取得に向けた取り組みを推進
- 拡** ④ プリ類の養殖規模拡大・新規参入企業等の誘致に向けた支援の拡充
- 拡** ⑤ 貿易促進コーディネーターとJETROとの連携による新たに輸出に取り組む事業者への支援強化

2 外商活動の強化

- 新** ① R6輸出可能性調査結果に基づいた、テストマーケティングや現地嗜好に合う食べ方提案等の実施（シンガポール、マレーシア、タイ）
- 新** ② 土佐和牛ブランド推進協議会によるプロモーション、見本市等への出展支援（タイ）
- 新** ③ 現地百貨店等に店舗展開する国内企業と連携した高知フェアや現地商社と連携した賞味会の開催（シンガポール、ベトナム、タイ、インド、台湾）
- 新** ④ 海外展示会における農畜水産物・加工品の共同出展（タイ）
- 新** ⑤ 現地商社招へい等による土佐酒の新たな市場開拓（ドイツ、豪州等）

3 事業者支援の強化

- 拡** ① 高知果水産物輸出促進協議会による賞味会開催支援等を通じた県内事業者の地域商社化の推進
- 拡** ② 補助要件見直しによる食品加工施設等整備促進事業費補助金の活用促進



Ⅱ 産業間の連携戦略

起業や新事業展開の促進

連携テーマ《起業や新事業展開の促進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

これまで「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」による産業人材の育成や「こうちスタートアップパーク（KSP）」による起業の促進、産学官民連携及び企業間連携による新事業展開の促進を進めてきました。

本県の持続的な経済成長を図るためには、若者にとって魅力のある仕事の創出をはじめ起業支援の取り組みの更なる強化や県内企業等によるイノベーションや新事業創出の取り組みを促進することが必要です。また、これらの実現のためには企業力の向上が必要であり、それを下支える産業人材の育成が重要となります。

② 第5期計画ver.2の取り組み

産業の創出や若者の雇用拡大につなげることを目的として、産学官民連携による起業や新事業展開の促進に取り組んでいきます。

柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

・起業の促進

起業支援のプラットフォームであるKSPにおいて、起業関心層の拡充に取り組むほか起業の準備段階に応じた各種プログラムの提供により、県内全域での起業を支援します。

特に、都市部の学生や若者を本県に呼び込むため、県ゆかりの起業家との交流イベントを都市部で開催するとともに、県内の起業家と交流する「移住×起業」をテーマとした体験ツアー等を新たに実施するなど、起業支援の取り組みを強化します。

・イノベーションの促進

全国のスタートアップ企業等が持つ独自技術を生かし県内企業等の新事業創出と地域課題の解決を促進するイノベーションのプラットフォームを構築します。

合わせて、事業創出を支援する補助制度を創設するとともに、産学官民連携コーディネーターやイノベーション促進アドバイザーによる、アイデアの磨き上げから事業化までの切れ目ないサポートを行うことで、県内企業の新事業展開を支援します。

さらに、次世代産業創造プロジェクトである「ヘルスケアイノベーションプロジェクト」や「アニメプロジェクト」を推進し、イノベーションの創出を図ります。

・産業人材の育成

ビジネスに関する基礎知識から応用・実践力まで、ニーズに合わせて体系的に身につけられる人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー」を通じて、産業振興の担い手となる人材を育成します。

特に、県内で働く女性をターゲットとした講座や交流会、中山間地域等で起業した小規模事業者等の事業継続を支えるビジネス基礎講座の実施などを通じて、県政課題である女性活躍推進、中山間地域対策に資する講座を新たに展開します。

《連携テーマ》起業や新事業展開の促進 ～産学官民連携による新たな挑戦が行われる環境づくり～

目指す姿 起業や新事業展開の促進による新たな産業の創出や若者の雇用拡大

分野を代表する目標 県のサポートによる起業・新事業展開件数 出発点 (R2～R5) : 149件 ⇒ R7 : 50件 ⇒ 4年後 (R6～R9) : 200件

戦略の柱 1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

- 背景
- 1 若者にとって魅力のある仕事の創出につなげるため、都市部からの若者の呼び込みをはじめ、起業支援の取組の更なる強化が必要
 - 2 県内企業等がスピード感を持って新事業創出やイノベーションに取り組むためには、新しい技術を持つ全国のスタートアップ企業等の提案を生かす仕組みが必要
 - 3 起業や県内企業による新事業展開の促進、イノベーションの創出のためには、企業力の向上が必要であり、それを下支えする産業人材の育成が重要
- ⇒
- 産学官民が連携して
起業や新事業展開をさらに促進

イノベーションを生み出すプラットフォーム「ココプラ」

1 起業の促進

起業関心層の拡充や、県内全域での起業支援の取組を強化

- 新 (1) 都市部の学生等と高校にゆかりのある起業家等との交流機会を創出
- 新 (2) 県外の若者を対象とした「起業」をテーマとした体験ツアーの実施
- 拡 (3) 中山間地域の起業を促進するため補助要件の見直し

(1) 起業関心層の拡充

小中高生

起業気運醸成の取組

- ・起業を体験できるワークショップ
- ・県出身・在住起業家による講演会

若者・大学生等

都市部の学生を呼び込む取組

- 新 県ゆかりの起業家と学生等とのミートアップ（都市部で開催）
- ・ビジネスコンテスト

(2) 起業支援

起業相談

- ・起業コンシェルジュ等
- ・東京・大阪相談窓口、**拡** 地域の相談窓口

若者・大学生等

- ・セミナー
- ・アクセラレーションプログラム
- ・伴走型プログラム
- 新 県外の若者が県内の起業家と交流する体験ツアー

プログラム

- ・起業準備段階に応じた講座
- ・中山間地域の資源を活用した連続講座
- ・移住×起業セミナー

起業準備者

- ・地域課題解決起業支援事業費補助金

連携

- ・商工会や金融機関、民間起業支援団体等の各種支援

2 イノベーションの促進

高等教育機関や全国のスタートアップ企業等の提案を生かした新事業創出を促進

- 新 (1) 全国のスタートアップ企業等が持つ新技術を生かし県内企業等の新事業創出を促進するイノベーションのプラットフォームを創設
- 新 (2) 新技術を用いた事業創出を目的に県内企業等が取り組む実証実験や製品開発にかかる経費を支援する補助制度を新設
- 新 (3) 高等教育機関と産業界の交流・連携のきっかけづくりのために意見交換会を実施

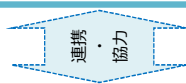
新 ローカルイノベーションプラットフォーム

機能1 スタートアップ企業等からの提案調整機能

- スタートアップ企業等
- 提案
- 総合窓口（産業イノベーション課）
- 紹介
- 市内各部署等

機能2 新事業創出機能

- 県が抱える地域課題や実現したいテーマに対してスタートアップ企業等が持つ技術と県内企業のリソースを掛け合わせて新事業を創出



産学官民連携

ビジネスアイデア創出・マッチング

- コプラサロ
- 新 コーディネーターと産業界との意見交換

サポート

産学官民連携コーディネーター

- ・企業に対する高等教育機関の研究者等の紹介
- ・共同研究等のコーディネーター

活用

新事業創出

- ・実証実験等にかかる費用を補助
- ・製品開発にかかる費用を補助

支援

拡 イノベーション促進

- ・スタートアップ企業等と県内企業とのつなぎ
- ・事業化に向けたアドバイ

次世代産業創造プロジェクト

拡 ヘルステックイノベーションプロジェクト

拡 アニメプロジェクト

3 産業人材の育成

- 県政課題である女性活躍推進、中山間地域等での小さなビジネスの後押しにつなげる講座等を展開することで、本県の産業振興を担う人材を育成

- 新 (1) 県内で働く女性をターゲットとした講座に加え、学びをきっかけとした、女性同士の交流やネットワーク構築を目的とした交流会を実施
- 新 (2) 中山間地域等で起業した小規模事業者等の事業継続を支える、ビジネス基礎講座を実施

土佐まごことビジネスアカデミー（土佐MBA）※現時点でのカリキュラム予定

経営やビジネスに必要な知識を身につけたい方

主なターゲット

講座

ビジネス基礎
オンライン講座

新 小規模事業者
向け事業継続
ワークショップ

仕事力
アップゼミ

新 ネクスト経営層
育成プログラム

土佐経営塾

新 MO戦略ゲーム
で学ぶ経営学
と会計学

新 組織力向上
マインドチェンジ
講座

女性のための
ビジネス講座

新 働く女性のため
の異業種
交流広場

県内で働く、女性特有の
仕事上の悩みを抱える女性

連携テーマ（起業や新事業展開の促進）で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

産学官民連携による起業・新事業展開件数
出発点(R2～R5):149件 ⇒ R7:50件 ⇒ 4年後(R6～R9):200件

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4 年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 起業・新事業展 開に向けた総合的な サポート	5 人材起点型	こうちスタートアップパーク(KSP)を通じた起業件数(累計)	91件 (R2～R4)	128件 (R2～R5)	45件 (年間)	180件 (R6～R9)	○
	1 構造転換型	県産学官民連携センター(ココブラ)のプラットフォーム機能及び 支援を通じた起業・新事業展開件数(累計)	14件 (R2～R4)	18件 (R2～R5)	9件 (年間)	36件 (R6～R9)	○
	5 人材起点型	土佐MBA(連続講座)の受講を通じた起業・新事業展開件数 (累計)	-	-	3件 (年間)	12件 (R6～R9)	

分野		《連携テーマ》起業や新事業展開の促進	
各産業分野の取り組みの柱		起業・新事業展開に向けた総合的なサポート	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	こうちスタートアップパーク (KSP)を通じた起業件数 【モニタリング方法】 ・起業相談やセミナー・プログラムの利用者について、起業フェーズに応じて、メール・電話により随時確認 ・補助金採択者について は、補助事業実績報告により確認	91件 (R2～R4)	128件 (R2～R5)	180件 (R6～R9)	1 起業関心層の拡充 ①小中学生向け起業体験プログラムの実施 ・小学1～3年生：2回 ・小学校4～6年生：3回 ・中学生：2回 ②小中高校を対象とした起業家講演の実施 ・県内小中高校：10校 2 起業支援 ①専門家等による起業相談や段階に応じたプログラムの実施 ・KSP会員数：1,607名(R7.1末) ・KSPを通じた起業件数：35件(R7.1末) ・セミナー等参加者：延べ320名(22講座)(R7.1末) ※土佐MBAと一部重複 ②県内で新たに地域課題の解決につながる起業等をする方に対し、必要な経費の一部を補助 ・地域課題解決 起業支援事業費補助金 採択件数：12件(通常枠：7件、中山間地域枠：5件)	1 起業関心層の拡充 ・「起業」への関心は一定高まっているものの、「起業」を将来の選択肢として検討する学生は少数 ・起業家との交流や起業体験等、起業を身近に感じ、起業への理解を深めるための取り組みが必要 2 起業支援 ・魅力ある仕事をつくり、若者や女性の定着につなげるための更なる起業支援の取り組みが必要 ア 都市部の若者に高知で起業することに目を向けてもらい、起業が将来のキャリアの選択肢となるような取り組みが必要 イ 地方へ移住して起業することを検討している若者に、高知での起業をイメージし具体的な行動へとつなげてもらうための施策が必要 ・中山間地域活性化や人口減少対策の観点では、地域で暮らしていくための新たな生業づくりが必要で地域の実情を踏まえた起業支援策が必要	1 起業関心層の拡充 ・小中高校生の起業マインドを醸成する機会の創出【R6～R9】 ・親世代に起業への理解を深めてもらうため、広報番組を作成・周知【R6】 2 県内全域での起業の促進 ・中山間地域での起業を後押しするため、相談体制やプログラム、補助制度等により支援【R6～R9】 ・都市部の学生や若者を本県に呼び込むため、県ゆかりの起業家との交流イベントを都市部で開催【R7～R9】 ・都市部の若者を対象に、県内の起業家と交流する「移住×起業」をテーマとした体験ツアーを実施【R7～R9】 ・中山間地域での起業を促進するため、地域課題解決 起業支援事業費補助金の「中山間地域枠」の補助要件の見直し【R7】 ⇒ 別図<起01>参照(P136)	<こうちスタートアップパーク(KSP)の会員数(累計)> 1,371人 (R9年度末) ↓ 2,371人 (R9年度末)
2	県産学官民連携センター (ココブラ)のプラットフォーム機能及び支援を通じた起業・新事業展開件数 【モニタリング方法】 ・各高等教育機関のコーディネーターへの調査 (1回/年 2月予定) ・補助事業者からの報告 (1回/年 12月)	14件 (R2～R4)	18件 (R2～R5)	36件 (R6～R9)	1 イノベーションの促進 ①産学官民連携センター「ココブラ」を核とした交流機会の創出、企業と高等教育機関や企業同士の交流・連携をさらに促進 ・「ココブラサロン」を通じた交流機会の創出 ココブラサロン実施回数：9回(R6.5～R7.1) ココブラサロン参加者数：延べ191名 ②「産学官民連携推進アドバイザー」を新設し、アイデアの掘り起こしからマッチング、さらには事業化まで、一貫した伴走支援を実施 ・アドバイザーの稼働 アドバイザー稼働状況：19回(R6.4～R7.2) ③産学官連携産業の創出を支援 ・産学官連携産業創出支援事業費補助金：採択件数2件 ※新規1件、継続1件 2 次世代産業創造プロジェクトの実施による県外企業の県内への新規立地及び県内企業の新事業創出 ①ヘルスケアイノベーションプロジェクト(別紙参照) ②アニメプロジェクト(別紙参照)	1 イノベーションの促進 ・ココブラサロンを通じて、一定、産学官民の交流の機会は創出できているが、そこから具体的な連携につながる案件は限定的である。 ・新事業に取り組みたい県内企業の掘り起こしが十分でない。また、県内企業の新事業創出に向けた新しい技術等とのマッチングや伴走支援も十分でない。 ・既存の補助制度は研究開発フェーズの支援が中心となっており、事業化までに時間を要する。 2 次世代産業創造プロジェクトの実施による県外企業の県内への新規立地及び県内企業の新事業創出 ①ヘルスケアイノベーションプロジェクト(別紙参照) ②アニメプロジェクト(別紙参照)	1 産学官民連携によるイノベーション・新事業の創出 ・産学官民連携センター「ココブラ」を核とした交流機会の創出、企業と高等教育機関、もしくは企業同士の交流や連携をさらに促進【R6～R9】 ・産業界と高等教育機関の課題等の共有を図り、具体的な産学連携につなげていくための産業界と高等教育機関との意見交換の場を新たに設置【R7～R9】 ・スタートアップ企業等の持つ新技術を活用する等、政策課題の解決や県内企業の新事業・イノベーション創出を促進する新たな仕組みとなるプラットフォームを構築【R7～R9】 ・イノベーション促進アドバイザー(旧産学官民連携推進アドバイザー)による、アイデアの掘り起こしからマッチング、さらには事業化まで、一貫したサポートを実施【R6～R9】 ・イノベーション・新事業創出のため、実証・製品化フェーズを補助金により支援【R7～R9】 ⇒ 別図<起02>参照(P137) 2 次世代産業創造プロジェクトの実施による県外企業の県内への新規立地及び県内企業の新事業創出 ①ヘルスケアイノベーションプロジェクト(別紙参照) ②アニメプロジェクト(別紙参照)	ローカルイノベーションプラットフォームのプロジェクト立ち上げ件数 一(R2～R5) ↓ 8件(R7～R9) 新製品の開発件数 一(R2～R5) ↓ 3件(R7～R9)

分野		《連携テーマ》起業や新事業展開の促進	
各産業分野の取り組みの柱		起業・新事業展開に向けた総合的なサポート	

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット目標(KPI)
3	土佐MBA(連続講座)の受講を通じた起業・新事業展開件数 【モニタリング方法】 受講者に対し、年度末にメールにより確認	-	-	12件 (R6～R9)	1 産業人材の育成 ①経営を体系的につなげる連続講座を実施 ・連続講座数:4講座(R6.6～R7.1) ・受講者数:47名 ②女性の活躍をサポートする「女性のためのビジネス講座」を実施 ・講座数:2講座(R6.5、R6.10) ・受講者数:36名 ③アイデアを創発し、具体的なビジネスプランに落とし込む手法等を学ぶ「イノベーションコース」を開設 ・講座数:10講座(R6.5～R7.1) ・受講者数:延べ197名 ※コゴブラサロン及びイノベーション創出講座 ④起業希望者がアイデアの磨き上げ方法や事業計画の策定等について学べる「スタートアップコース」を開設 ・講座数:22講座(R6.6～R7.1) ・受講者数:延べ320名 ※KSPと一部重複	1 産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施 ・経営を体系的につなげる連続講座を実施【R6～R9】 ・組織におけるキャリア形成の難しさや、ロールモデルの不在といった働く女性特有の悩みの解消につながる取り組みが必要 ・中山間地域等において起業後の事業継続のために必要となる学びを提供する場が必要	1 産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施 ・経営を体系的につなげる連続講座を実施【R6～R9】 ・県内で働く女性をターゲットとした講座に加え、学びをきっかけとした、女性同士の交流やネットワーク構築を目的とした交流会を実施【R7～R9】 ・中山間地域等で起業した小規模事業者等の事業継続を支えるビジネス基礎講座を実施【R7～R9】	＜土佐MBAの会員数(累計)> 1,340人 (R5年度末) ↓ 2,140人 (R9年度末)

目的

起業にチャレンジする気運を醸成するとともに、起業相談や準備段階に応じたプログラム等を実施することで、起業の促進を図る。

現状・課題

- (1) 令和6年度に、講座を充実(R5:22講座)させており、講座参加者数は増加
(2) 参加者へのアフターフォロー等により、令和6年度の目標を達成

＜こうちスタートアップパークを通じた起業件数＞



＜R6年度実績＞

- ① 起業相談件数：延べ221人
② 講座参加者数：延べ366人
③ 起業件数：45件 ※目標45件に対して計画どおり達成

＜課題＞

- ① 魅力のある仕事をつくり、若者や女性の定着につなげるため、さらなる起業支援の取組が必要
② 中山間地域でのさらなる起業の促進が必要

目標

◆こうちスタートアップパークを通じた起業件数
R7：45件 ⇒ 累計（R6～R9）：180件

- (1) 魅力ある仕事をつくり、若者や女性の定着につなげるため、都市部の若者の呼び込みを行う
(2) 中山間地域でのさらなる起業の促進に向けて補助制度の拡充を行う



第5期計画（令和9年度）の目指す姿

令和7年度 起業促進に向けた取り組み

起業関心層の拡充

小中高校生

- (1) 起業気運の醸成
① 起業を体験できるワークショップの実施
(小学4～6年生：3回、中学生：2回)
② 県出身・在住起業家の学校への派遣
(小中高等学校：全10校)



大学生・若者等

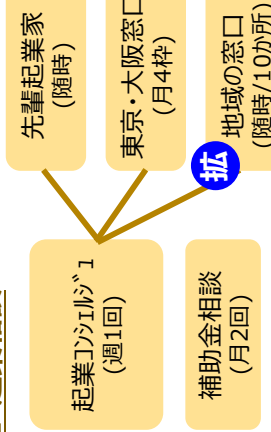
- (1) 大学生の呼び込み
① 学生ミートアップ(年1回)
② ビジネスコンテスト(年1回)
(2) 若者等の呼び込み
① 「移住×起業」セミナー(年3回)

新

連携

民間起業支援団体、UIターンサポートセンター

I 起業相談



大学生・若者等

- (1) 大学生向け支援
① セミナー ② 伴走型プログラム(随時)
③ アクセラレーションプログラム(随時)
(2) 若者向け支援
① 「移住×起業」体験ツアー(年1回)

新

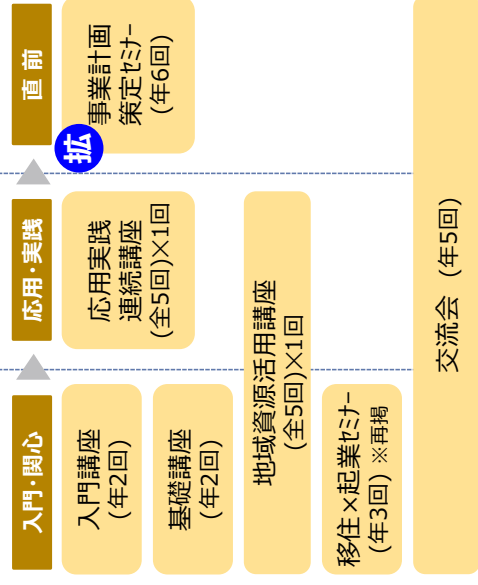
連携

民間起業支援団体、UIターンサポートセンター、金融機関、商工会議所、商工会

起業支援

II プログラム

起業希望者に対し、準備段階に応じた講座等を実施



III 補助金

起業に必要な経費を補助

地域課題解決
起業支援
事業費補助金

〔①通常枠
②中山間地域枠〕
拡



起業

連携

- (1) 金融機関
(2) 商工会議所
(3) 商工会
(4) よろず支援拠点
(5) 民間起業支援団体等

目的 産学官民連携による、県内企業等のイノベーション・新事業創出や地域課題の解決を促進する。

現状・課題

《現状》

(1)これまでの取組により、産学官民の交流及び連携のきっかけづくりは一定進んでいるが、そこから具体的な連携や事業化につながる案件は限定的

《課題》

- (1)県内企業の新事業創出や地域の課題解決のためには、全国のスタートアップ企業等の持つ新たな技術等の活用が必要
- (2)産学官民連携による新事業創出を促進するためには、県内産業界と高等教育機関の交流のさらなる強化が必要

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

目標 ◆ココプラのプラットフォーム機能及び支援を通じた起業・新事業展開件数

R7：9 件 ⇒ 4 年後（R6～R9）：36 件

- (1)スタートアップ企業等の新技術や高等教育機関のシーズを活用した県内企業の新事業創出
- (2)県外スタートアップ企業等の県内への拠点設置
- (3)地域課題の解決

令和 7 年度の取り組み

新 ローカルイノベーションプラットフォーム

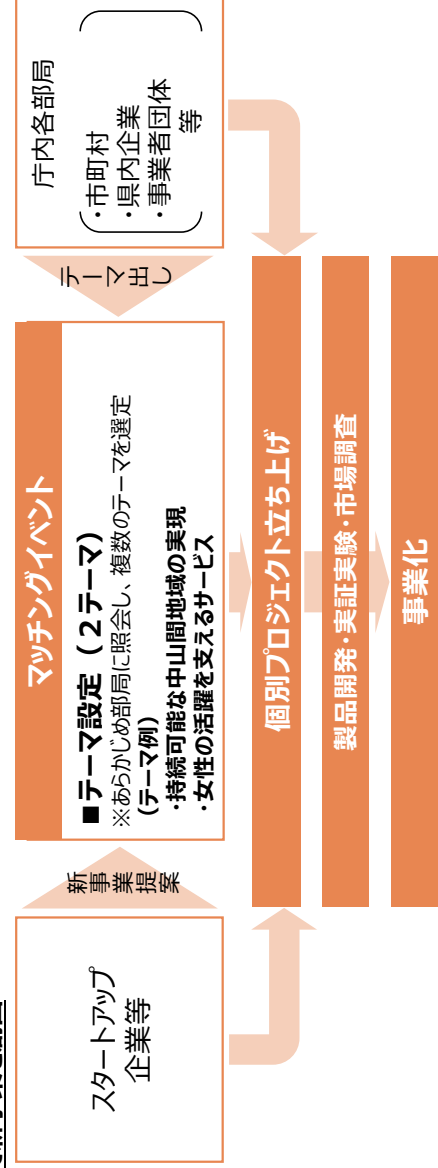
機能 1 スタートアップ企業等からの提案調整機能

各部局等の課題に対してスタートアップ企業等からの提案を受け付け、各部局へつなぐ総合窓口



機能 2 新事業創出機能

県が抱える地域課題や実現したいテーマに対してスタートアップ企業等が持つ技術と県内企業のリソースを掛け合わせ新事業を創出



産学官民連携

ビジネスアイデア創出・マッチング

ココプラサロン

新

コーディネーターと産業界との意見交換

サポート

産学官民連携コーディネーター

- ・企業に対する高等教育機関の研究者等の紹介
- ・共同研究等のコーディネーター

産学官連携産業創出支援事業費補助金

活用

支援

新事業創出 支援事業費補助金

- ・実証実験等にかかる費用を補助
- ・製品開発にかかる費用を補助

拡

イノベーション促進 アドバイザー

- ・スタートアップ企業等と県内企業とのつなぎ
- ・事業化に向けたアドバイス

次世代産業創造プロジェクト

ヘルスケアイノベーションプロジェクト

拡

アニメプロジェクト

Ⅱ 産業間の連携戦略

移住の促進

連携テーマ《移住の促進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

本県では、全国に15年先行して人口が自然減の状態に陥り、県内各地域では、空洞化や担い手不足などの諸問題が顕在化し、将来の予測もこれまで以上に不確実性が増しています。

平成25年度に移住促進策を抜本強化し、官民協働、市町村との連携協調のもと、取り組みを進めてきた結果、県外からの移住者の大幅な増加（H23：120組241人→R5：1,437組1,930人）につながる等の成果も現れています。一方で、人口減少に歯止めをかけるためには、さらなる移住者の増加が大きな鍵となっており、市町村や各分野の担い手確保の取り組みとさらなる連携を図る必要があります。

② 第5期計画ver.2の取り組み

目指す姿「県外からのUターン者やIターン者、特に若者や女性の増加による地域と経済の活性化」を実現するため、県外からの移住者数を、令和9年度には3,000人以上、令和15年度には5,000人以上を目指し、戦略の柱1から3と横断的な取り組みに基づき、令和7年度は、デジタルマーケティングの手法を活用した情報発信のさらなる強化により、本県への移住気運の醸成及び行動の喚起につなげるとともに、県内の若者の転出抑制に向けた定住支援の強化に取り組みます。

柱1 裾野を広げる

若年層の関係人口の拡大に向けたアプローチの充実として、高知の身近な情報発信や、高知の人との接点づくりとなる交流イベントを実施するアンバサダー制度を導入し、若年層の関係人口の拡大につなげます。

また、令和5年度から取り組んでいるデジタルマーケティングの手法を活用した情報発信をさらに強化し、各分野の担い手確保に向けた県外への情報発信を移住施策に一元化し、効果的なアプローチを行います。

柱2 マッチングの強化を図る

大阪・関西万博を通じたPRの機会を最大限に活用し、大阪における高知県Uターンサポートセンターの相談体制を強化するとともに、県、センター、市町村が連携した、移住者の相談機会の充実を図り、相談から移住につなげるマッチングを強化します。

柱3 受入環境を整え定住につなげる

中山間地域の仕事と住まいの確保に向けた取り組みの強化として、引き続き、各部局と連携し、地域おこし協力隊の確保に向けた取り組みを強化するとともに、起業ニーズ等と空き家をマッチングする支援を行います。

また、各市町村の定住施策を後押しするため、地域移住サポーターや移住支援ネットワーク等と連携した県域での移住者交流会を開催し、移住者の定着支援を行います。

加えて、県内の若者の定住支援として、新たに県内の若者の転職による県外への転出抑制に向けた定住プロモーションを展開し、自分らしく活躍する県内の若者の動画を活用した情報発信や、各産業分野の求人情報・スキルアップ支援施策等の周知を図ります。

【横断的な取り組み】Uターン候補者や若者、女性へのアプローチの拡大

3つの戦略の柱を支える横断的な取り組みとして、Uターン候補者や若者、女性へのアプローチを拡大し、自分らしく活躍する県内の若者の動画を活用したプロモーションを帰省時期など年間を通じて展開するとともに、県内に残る親世代や同年代の若者にも同時に発信し、身近な方からUターンの呼びかけを促進します。

《連携テーマ》移住の促進 ～若者の定着・増加に向けた移住促進～

目指す姿

県外からのUターン者やIターン者、特に若者や女性の増加
による地域と経済の活性化

移住者数
の推移

H23	H29	H30	R元	R2	R3	R4	R5
120組 241人	816組 1,198人	934組 1,325人	1,030組 1,475人	963組 1,394人	1,167組 1,638人	1,185組 1,730人	1,437組 1,930人

分野を代表する目標

県外からの移住者数
出発点 (R4) 1,730人 ⇒ 現状 (R5) 1,930人 ⇒ (R7) 2,700人 ⇒ 4年後 (R9) 3,000人以上 ⇒ 10年後 (R15) 5,000人以上

《戦略の柱と移住・定住に向けた取り組みイメージ》

戦略の柱 1 裾野を広げる

1. 交流人口・関係人口の拡大

デジタルマーケティングを活用し新たな関心層を獲得
①観光等の各種プロモーションと連携したアプローチ

2. 移住ポータルサイト・SNSへの取り込み

興味・関心を喚起する情報を発信
①ターゲットのニーズに合わせた情報発信

3. フェア・相談会・交流会への参加促進

移住に向けた行動に誘導
①U・Iターン促進につながる魅力的なイベントの実施

戦略の柱 2 マッチングの強化を図る

4. 顧客化

マッチングの精度向上により移住を後押し
①地域の人材ニーズの掘り起こしとマッチング力の向上
②県、U・Iターンサポートセンター、市町村、各産業団体が連携した、きめ細かな相談対応

戦略の柱 3 受入環境を整え定住につなげる

5. 移住・定着

豊富な仕事と住まいを提供し移住・定着を支援
①市町村や民間団体等と連携した受入体制の充実
②移住後の定住や地域での活躍をフォロー

6. 定住支援

県内の若者の将来の転出を抑制
①定住プロモーションの実施



《強化のポイント・主な事業》

ポイント 1 情報発信のさらなる強化による移住関心層の獲得

(1) 若年層の関係人口の拡大に向けたアプローチの充実

①高知の身近な情報発信や、高知の人との接点づくりになる交流イベントを実施するアンバサダー制度を導入

(2) デジタルマーケティングを活用した情報発信のさらなる強化

①各分野の担い手確保に向けた県外への情報発信を一元化し効果的なアプローチを実施
②自分らしく活躍する県内の若者の動画を活用した移住プロモーションを周年実施に拡大
③ターゲット広告を活用したイベント誘導などによる新規相談者の拡大

(3) ターゲット層を意識したイベント等の実施

①よさこい移住など若者・女性に訴求するテーマ別イベント等の実施



ポイント 2 きめ細かな相談体制のさらなる充実

(4) 大阪・関西万博を通じたPRの機会を最大限に活用した取り組みの充実

①U・Iターンサポートセンター大阪窓口の相談体制を強化し、相談会やセミナー等の開催を拡大
②東京で実施する市町村出張相談会を大阪にも拡大し、市町村の相談機会を充実



ポイント 3 中山間地域における取り組みの強化

(5) 中山間地域の仕事と住まいの確保に向けた取り組みを強化

①地域おこし協力隊の募集に関する情報発信と任用率向上に向けた取り組みを強化
②中山間地域の起業ニーズ等と空き家をマッチングする、未流通空き家の新たなプラットフォームの構築



(6) 各市町村の定住施策を支援

①市町村や移住支援ネットワーク等と連携した県域での移住者交流会の開催など定着支援の実施

ポイント 4 転出抑制に向けた定住支援の強化

(7) 県内の若者の転職による転出抑制に向けた定住プロモーションの展開

①県外への転職に関心を持つ県内の若者を対象に動画を活用した情報発信
②デジタルマーケティングにより各産業分野の求人情報やスキルアップ支援策等の周知を図り、県内での定着を促進



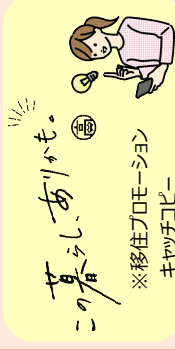
横断的な取り組み

Uターン候補者や若者、女性へのアプローチの拡大

(8) Uターンのさらなる促進

①帰省時期の空港や駅等でUターン促進の取り組みを実施

②自分らしく活躍する県内の若者の動画を活用した移住プロモーションを周年実施に拡大 (再掲)



③県内に残る親世代や同年代の友人・知人からUターンの呼びかけを促す情報発信を実施

④U・Iターンサポートセンター大阪窓口の相談体制を強化し、相談会やセミナー等の開催を大幅に拡大 (再掲)

⑤高知の身近な情報発信や、高知の人との接点づくりになる交流イベントを実施するアンバサダー制度を導入 (再掲)



連携テーマ（移住の促進）で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外からの移住者数
出発点 (R4) 1,730人 ⇒ 現状 (R5) 1,930人 ⇒ (R7) 2,700人 ⇒ 4年後 (R9) 3,000人以上 ⇒ 10年後 (R15) 5,000人以上

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の類型	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4 年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 裾野を拡げる	4 課題解決型	新規相談者数 (年間) うち高知県出身者の割合 (年間)	3,962人 (R4) 19% (R4推計値)	4,273人 (R5) 16.2% (R5)	5,190人 23%	5,560人 25%	○
2 マッチングの強化 を図る	4 課題解決型	窓口での相談から移住への移行率 (年間)	43.7% (R4)	45.2% (R5)	45.2%	46.7%	
3 受入環境を整え 定住につなげる	4 課題解決型	県外からの移住者数 (年間) うちUターン者の割合 (年間) ※県把握分 移住後3年目の県内定着率 (年間)	1,730人 (R4) 34% (R4) 87% (R4)	1,930人 (R5) 36% (R5) 86% (R5)	2,700人 39% 88%	3,000人以上 41% 90%以上	○ ○

分野		《連携テーマ》移住の促進						
各産業分野の取り組みの柱		1 裾野を広げる 2 マッチングの強化を図る 3 受入環境を整え定住につなげる						
No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標(KPI)
1	新規相談者数(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(Uターンサ ポートセンター)の実績を毎 月確認				1 交流人口から関係人口に誘導するための アプローチの強化 ・喜知家ゆるい県民倶楽部の会員拡大 15,496人(R3～R6) ・ふるさとワーキングホリデー・実施市町村 の拡大、広域での交流会の実施 10市町村実施 参加者66人(R6) 交流会1回 参加者10人(R6) 2 デジタルマーケティングを活用した新た な関心層の獲得 ・県の関連サイト(観光等)とのデータ連 携、 分枝の仕組みを構築 3 サイトと連携開始(R6) 6月からタウンユボートの運用開始(R6) 3 ターゲット層を意識した情報発信の拡大 ・SNSや位置情報などを活用したターゲ ティング広告の配信を拡大 移住イベント等への広告配信28回(R6) 移住ポータルサイトユーザー数 197,344人(R6) イベント参加者数2,179人(R6) ※R7.2時点 4 切れ目のないUターン促進プロモー ションの実施 ・帰省時期のプロモーションによる気運 醸成 UターンPR3回(5月、8月、12月)(R6) 5 若年人口増加に向けた新たな移住プロ モーションを展開 ・UターンPR動画完成披露表会開催 参加メディア20媒体、掲載記事296件 (R6) ・UターンPR動画を活用した広告配信 12～3月広告配信3回296,411クリック (R6) ・関東関西での電車広告等 12～3月3回(R6)	1 若年層の関係人口の拡大に向けたアプロー ・ふるさとワーキングホリデー・実施市町村の拡大、広域での交流会の実施【R6～R9】 ・高知の身近な情報発信や、高知のひととの接点づくりになる交流イベントを実施するアンバサダー制度を導入【R7～R9】 2 デジタルマーケティングを活用した情報発信のさらなる強化 ・ターゲット層をターゲット層を活用したイベント誘導などによる新規相談者の拡大【R5～R9】 ・県の関連サイト(観光等)とのデータ連携・分析の仕組みを構築【R6～R9】 ・自分らしく活躍する県内の若者の動向を活用した移住プロモーションを通年実施に拡大【R6～R9】 ・各分野の担い手確保に向けた県外への情報発信を一元化し効果的なアプローチャを実施【R7～R9】 3 ターゲット層を意識したイベント等の実施【R6～R9】 ・よさこい移住など若者・女性に訴求するテーマ別イベント等の実施 4 Uターンのさらなる促進 ・帰省時期の空港や駅等でUターン促進の取り組みを実施【R6～R9】 ・(再掲)自分らしく活躍する県内の若者の動向を活用した移住プロモーションを通年実施に拡大【R6～R9】 ・(再掲)県内に暮る親世代や同年代の友人・知人からUターンの呼びかけを促す情報発信の実施【R7～R9】 ⇒ 別図<移01>参照(P144)	<移住ポータルサ イトユーザー数> 175,974人(R5) ↓ 236,000人(R9) <イベン参加者 数> 1,785人(R5) ↓ 3,050人(R9)	
2	新規相談者のうち高知県出 身者の割合(年間) 【モニタリング方法】 市町村及び県(Uターンサ ポートセンター)の実績を毎 月確認				4 切れ目のないUターン促進プロモーション の実施 ・本県出身者や、特に若者や女性へのアプ ローチャを強化し、新たな相談を増やし移住に つなげることが必要 5 若年人口増加に向けた新たな移住プロモー ションを展開 ・より多くの若者に関心を持ってもらいたためプロ モーションの継続・拡大が必要。併せて、 身近な家族や友人・知人からUターンの呼び かけを促す取り組みも必要			

Uターン候補者や若者・女性の定着・増加に向けたアプローチの強化

<移01>

戦略目標

新規相談者数

出発点 (R4) 3,962人 ⇒ 現状 (R5) 4,273人 ⇒ (R7) 5,190人 ⇒ 4年後 (R9) 5,560人

県外からの移住者数

出発点 (R4) 1,730人 ⇒ 現状 (R5) 1,930人 ⇒ (R7) 2,700人 ⇒ 4年後 (R9) 3,000人以上

うちUターン者の割合※県把握分

出発点 (R4) 34% ⇒ 現状 (R5) 36% ⇒ (R7) 39% ⇒ 4年後 (R9) 41%



現状

デジタルマーケティングを活用した新たな関心層の獲得

(1) ターゲティングの精度向上と情報発信の拡大

①データマネジメントプラットフォーム (DMP) の構築、ダッシュボードの導入

ア 移住サイトと観光・物産の県関連2サイトを連携し、サイト訪問者に広告配信を実施

イ サイトのアクセス動向や広告の配信状況を職員がリアルタイムで確認できる仕組みを導入

②SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大：27回 (前年比+4回)

ア 高知暮らしフェア参加：6月 437組627人 (前年比225%) 1月 366組511人 (同121%)

(2) 若年人口増加に向けた移住プロモーションの展開

①若年女性100人へのヒアリング調査を踏まえ、若年女性の多様な価値観が尊重され活躍できる

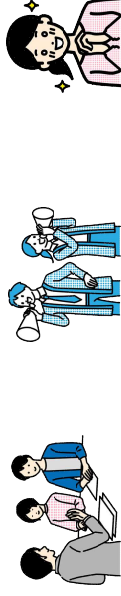
高知県を動画で発信するプロモーションを12月から開始

(3) 県外に転出する若年層へのアプローチ

①25歳以上の若者の転職による県外転出を抑制する取り組みが十分ではない



課題



(1) イベント集客などの取り組み成果を県外からの担い手確保全体に、効果的に拡大していくことが必要

(2) より多くの若者に関心を持ってもらうためプロモーションの継続・拡大が必要

併せて、身近な家族や友人・知人からUターンの呼びかけを促す取り組みも必要

(3) 高知の様々な仕事の情報や魅力の情報発信の強化が必要

令和7年度の取り組み

デジタルマーケティングを活用した情報発信のさらなる強化

(1) 各分野の担い手確保に向けた県外への情報発信を一元化し効果的なアプローチを実施

①移住施策における取り組みのノウハウを活かし、一次産業や専門職等の担い手確保に向けた広告を一元化して配信

②県関連サイトのデータ連携及びダッシュボードの導入を拡大し、ターゲティングの精度をさらに向上

(2) 若年人口増加に向けた移住プロモーションの継続・拡大

①大型連休や夏休み、年末年始、就職活動の時期など、年間を通じたプロモーションを展開

②県内に残る親世代や同年代の若者にも同時に情報を発信し、Uターンの呼びかけを促進

県内の若者の転職による転出抑制に向けた定住プロモーションの展開

(3) 県外への転職に関心を持つ若者への定住プロモーションの実施

①県内でやりがいのある仕事に出会い、活躍している若者の動画を発信

②商工業や一次産業など各産業分野における求人情報やスキルアップのための支援施策につなげる特設ページの開設と誘導



新

担い手確保に向けた県外への認知向上やイベント募集等の情報発信を移住促進課に集約し、効果的、効率的にアプローチ！



拡

自分らしく活躍する県内の若者を紹介するショート動画を活用し、県外の若者に本県へのUターンのPR！



新 県内に残る親世代にも情報を発信！

県外への転職に関心を持つ県内の若者を対象に、デジタルマーケティングを活用し、直接情報をお届け！



Ⅱ 産業間の連携戦略

県内就職の促進

連携テーマ《県内就職の促進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

本県では、毎年約2,000人の若者が県外大学に進学していますが、Uターン就職をする学生が少ないことなどから、これまで、「高知求人ネット学生サイト」による県内事業者の採用情報の発信をはじめ、県内外の大学の就職担当者と県内事業者との意見交換などを実施してきました。

また、県内事業者の採用力の向上を図るため、セミナーの開催や専門家派遣による個別支援にも取り組んでいます。

こうした取り組みにより、大学生等のUターン就職率は、R2.3卒18.6%→R5.3卒21.3%と徐々に改善していましたが、R6.3卒業者は15.0%と統計を開始した平成27年以降、最低となりました。この要因としては、全国的に人手不足が深刻化する中で、学生がより労働条件の良い都市部の大手企業を志望する傾向が強まってきていることなどが考えられます。

より多くの学生等に就職先として県内事業者を選んでもらうためには、事業者・教育機関・行政が一層連携を強化し、一丸となって取り組む必要があります。

② 第5期計画ver.2の取り組み

目指す姿「地域の仕事を知る児童・生徒や魅力ある県内事業者が増加することにより、県内就職を志す若者が増える」の実現に向けて、柱1から3に基づき、キャリア教育や県内事業所の魅力向上に取り組むとともに、学生や転職を考えている方へのアプローチを強化するなど、それぞれの段階に応じた施策を実施することで、県内で就職する若者の増加を図ります。

柱1 地域の仕事(事業者)を知ってもらう ～キャリア教育の推進～

事業者及び教育機関と連携し、子どもたちが学校教育の段階から、本県の産業や仕事の魅力について知る機会の充実を図るとともに、そこで働く人々と交流することを通じて、地域への誇りと愛着を育てます。

また、具体的な就職先を決めていない就職活動前の学生が県内の事業者等と交流する機会を創出し、経営者の熱い思いや従業員のやりがいなどを伝える取り組みを促進します。

柱2 県内事業者の魅力向上 ～学生から選ばれる事業者になる～

生産性の向上や価格転嫁に向けた環境整備などの所得向上に取り組むとともに、働き方改革の推進等による労働環境の改善に取り組みます。

また、事業者の採用力を向上させるため、変化する就職活動の実態に対応できるよう、事業者向けのセミナーを開催するとともに、専門家による伴走支援を行います。

柱3 「県内就職」の機運の醸成 ～情報発信の強化～

若者に県内就職の情報を届けるためのWebサイト「高知求人ネット学生サイト」の情報の充実を図るとともに、県施策についての情報発信を強化することで、県内就職に係る機運の醸成を図ります。

また、県内でやりがいのある仕事に出会い、活躍している若者の動画を活用した定住プロモーションを展開するなど、転職を検討している方へのアプローチを強化します。

<<連携テーマ>> 県内就職の促進 ～キャリア教育の推進と県内事業者の魅力向上～

目指す姿

- あらゆる産業分野で担い手不足が深刻化している中、県民に地域の仕事（事業者）が十分に知られていない。学生等から積極的に就職したいと思われれる事業者となるための魅力向上が必要。
- 地域の仕事を知らる児童・生徒や魅力ある県内事業者が増加することにより、県内就職を志す若者が増えることを目指す。

分野を代表する目標

項目	出発点 R4(R5.3卒)	現状値 R5(R6.3卒)	R7 (R8.3卒)	R9 (R10.3卒)	R15 (R16.3卒)
県内出身・県外大学生のUターン就職率	21.3%	15.0%	22.9%	24%	28%
県内大学生の県内就職率	36.0%	32.0%	42.0%	42.0%	42.0%
県外出身・県外大学生のUターン就職者数	181人	224人	215人	220人	240人

項目	出発点 R4(R5.3卒)	現状値 R5(R6.3卒)	R7 (R8.3卒)	R9 (R10.3卒)	R15 (R16.3卒)
県内専門学校生の県内就職率	72.8%	74.4%	80%	80%	80%
県内高校生の県内就職率	71.6%	69.7%	75%	75%	75%

柱1 地域の仕事（事業者）を知ってもらう ～キャリア教育の推進～

商工業	観光・建設業	医療・福祉	農林水産業	その他
新 キャリア教育協力事業者データベース作成【産振】 ・教委と各産業分野所管部局が連携して推進				
小学生 ・小・中学生の動画活用促進（製紙業等）【商工】 ・「アプワ」Workキャンプ（ものづくりや建築等）【商工】 ・小学生～高校生 ・ものづくり名人派遣 ・卸売業見学【商工】 ・企業見学や出前授業（関係機関） ・小学生～大学生等 ・ものづくり【商工】	小学生 ・「こづち建設フesta」（関係機関） ・親子アカリスクール（関係機関） ・略農教育ファーム【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生 ・親子アカリスクール（関係機関） ・略農教育ファーム【子福】 ・NABRAS普及イベント【漁業】 ・小学生～大学生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～中学生 ・起業体験ワークショップ【産振】 ・アニメ教室【産振】 ・地域の伝統行事や産業継承に取組む学習活動、県内の企業や産業を学び体験する活動【教委】 ・県内企業等を見学体験するアニメ【教委】 ・電車、バス、鉄道見学（関係機関） ・小学生～高校生 ・起業家講演【産振】 ・中学生～大学生等 ・アニメ講演会、アニメ制作体験講座【産振】 ・高校生 ・県の課題解決に向けたワークショップや産業や文化を学ぶ高泊研修【教委】 ・企業の経営者や社員へのインタビュー【教委】 ・高校生 ・労働局による企業説明会等
中学生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生 ・親子アカリスクール（関係機関） ・略農教育ファーム【子福】 ・NABRAS普及イベント【漁業】 ・小学生～大学生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～中学生 ・起業体験ワークショップ【産振】 ・アニメ教室【産振】 ・地域の伝統行事や産業継承に取組む学習活動、県内の企業や産業を学び体験する活動【教委】 ・県内企業等を見学体験するアニメ【教委】 ・電車、バス、鉄道見学（関係機関） ・小学生～高校生 ・起業家講演【産振】 ・中学生～大学生等 ・アニメ講演会、アニメ制作体験講座【産振】 ・高校生 ・県の課題解決に向けたワークショップや産業や文化を学ぶ高泊研修【教委】 ・企業の経営者や社員へのインタビュー【教委】 ・高校生 ・労働局による企業説明会等
高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生 ・親子アカリスクール（関係機関） ・略農教育ファーム【子福】 ・NABRAS普及イベント【漁業】 ・小学生～大学生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～中学生 ・起業体験ワークショップ【産振】 ・アニメ教室【産振】 ・地域の伝統行事や産業継承に取組む学習活動、県内の企業や産業を学び体験する活動【教委】 ・県内企業等を見学体験するアニメ【教委】 ・電車、バス、鉄道見学（関係機関） ・小学生～高校生 ・起業家講演【産振】 ・中学生～大学生等 ・アニメ講演会、アニメ制作体験講座【産振】 ・高校生 ・県の課題解決に向けたワークショップや産業や文化を学ぶ高泊研修【教委】 ・企業の経営者や社員へのインタビュー【教委】 ・高校生 ・労働局による企業説明会等
大学生等	高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生 ・親子アカリスクール（関係機関） ・略農教育ファーム【子福】 ・NABRAS普及イベント【漁業】 ・小学生～大学生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～中学生 ・起業体験ワークショップ【産振】 ・アニメ教室【産振】 ・地域の伝統行事や産業継承に取組む学習活動、県内の企業や産業を学び体験する活動【教委】 ・県内企業等を見学体験するアニメ【教委】 ・電車、バス、鉄道見学（関係機関） ・小学生～高校生 ・起業家講演【産振】 ・中学生～大学生等 ・アニメ講演会、アニメ制作体験講座【産振】 ・高校生 ・県の課題解決に向けたワークショップや産業や文化を学ぶ高泊研修【教委】 ・企業の経営者や社員へのインタビュー【教委】 ・高校生 ・労働局による企業説明会等
大学生等	高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生 ・親子アカリスクール（関係機関） ・略農教育ファーム【子福】 ・NABRAS普及イベント【漁業】 ・小学生～大学生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生等 ・森林環境学習フェア【林業】 ・小学生～高校生 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・福祉、介護職に関する研修【子福】 ・とち子タン（看護師・養育師）【健康】 ・小学生～大学生等 ・ふくしふエ（子福） ・小学生～高校生 ・出前授業（土木） ・土木工事1日体験（土木） ・中学生～高校生 ・土木工事1日体験（土木） ・宿泊業職業体験（観光） ・高校生 ・建設バ（土木） ・高校生 ・女性エンジニアが活躍している企業見学【教委】	小学生～中学生 ・起業体験ワークショップ【産振】 ・アニメ教室【産振】 ・地域の伝統行事や産業継承に取組む学習活動、県内の企業や産業を学び体験する活動【教委】 ・県内企業等を見学体験するアニメ【教委】 ・電車、バス、鉄道見学（関係機関） ・小学生～高校生 ・起業家講演【産振】 ・中学生～大学生等 ・アニメ講演会、アニメ制作体験講座【産振】 ・高校生 ・県の課題解決に向けたワークショップや産業や文化を学ぶ高泊研修【教委】 ・企業の経営者や社員へのインタビュー【教委】 ・高校生 ・労働局による企業説明会等

県外で就職

【Uターン就職の促進】

- ・移住施策と連動した取り組み（就職、転職フェア等）
- ※進学や就職において一旦は県外に出た若者も、キャリア教育の推進等により、将来の県内就職につなげる

県内就職

- 新** 【デジタルマーケティング】高知求人ネット学生サイトや県内転職に係る支援策の周知【商工】
- 新** 県内でやりがいのある仕事に出会い、活躍している若者の動画を活用した定住プロモーションを展開【総企】
- ・就職フェア、産業別の相談会等（労働局）

転職等を考えている方へのアプローチ

柱3 「県内就職」の機運の醸成 ～情報発信の強化～

- 県民への広報の強化**
 - ・高知で就職！応援プロジェクトの実施（県庁前職に係る広報）
 - 新聞、テレビ、ラジオ、SNS、県・市町村紙、等
 - デジタルマーケティングを活用した広報 等

【高知求人ネット学生サイトの充実】

- ・高知生（高校生～社会人）
- ・情報の実末、事業者の掲載基準の設置による質の向上【産振】
- 新** 広報の強化（各高校での登録会（KPI：4校）、大学食堂での広報等）【産振】

【インターンシップ情報の発信】

- ・県内事業者のインターンシップ情報の発信【産振】

柱2 県内事業者の魅力向上 ～学生等から選ばれる事業者になる～

【所得向上に向けた取り組み】

- (1) 生産性の向上
 - ・経営計画等の策定支援
 - ・省力化・省人化に向けた支援
- (2) 価格競争環境に向けた環境整備

【労働環境の改善に向けた取り組み】

- (1) 働き方改革の推進
 - ・人事評価制度の導入支援
 - ・専門コンサルタントによる労務支援
 - ・ワークライフバランスや男性育休の取得促進の支援
- (2) 女性活躍の環境づくり
 - ・一次産業や建設業における女性進出の後押し
 - ・女性のキャリア形成支援

【事業者の採用力向上の支援】

- ・自社の魅力や就職後のやりがい等を効果的に発信するためのセミナー、専門家派遣による労務支援【産振】
- ・就職者の奨学金返還支援【産振】
- ・大学就職担当者企業との情報交換会【産振】

【関係機関等と連携した就職支援】

- ・就職支援コーディネーターによる就職サポート【産振】
- ・ジョブカフェうち【商工】
- ・看護協会等との連携【健康】
- ・福祉人材センターによる無料職業紹介や就職支援【子福】
- ・JA無料職業紹介所との連携【農業】

【県内就職の実現】

地域の仕事を
知る児童・
生徒や魅力
ある県内事
業者が増加
している！

【定着の促進】

- ・事業者の魅力向上
- ・階層別研修（商工会議所）

県内で再就職

早期離職者 転職希望者

連携テーマ（県内就職の促進）で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県内出身・県外大学生のUターン就職率(年間)
 出発点R4(R5.3卒)21.3% ⇒ 現状値(R5(R6.3卒))15.0% ⇒ R7(R8.3卒)目標:22.9% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:24% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:28%

県外出身・県外大学生のIターン就職者数(年間)
 出発点R4(R5.3卒)181人 ⇒ 現状値(R5(R6.3卒))224人 ⇒ R7(R8.3卒)目標:215人 ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:220人 ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:240人

県内大学生の県内就職率(年間)
 出発点R4(R5.3卒)36.0% ⇒ 現状値(R5(R6.3卒))32.0% ⇒ R7(R8.3卒)目標:42.0% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:42.0% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:42.0%

県内専門学校生の県内就職率(年間)
 出発点R4(R5.3卒)72.8% ⇒ 現状値(R5(R6.3卒))74.4% ⇒ R7(R8.3卒)目標:80% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:80% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:80%

県内高校生の県内就職率(年間)
 出発点R4(R5.3卒)71.6% ⇒ 現状値(R5(R6.3卒))69.7% ⇒ R7(R8.3卒)目標:75% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:75% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:75%

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 地域の仕事(事業者)を知ってもらう～キャリア教育の推進～	⑤人材起点型	交流イベントへの学生の参加者数(累計)	-	-	120人 (R7)	360人 (R7～R9)	
2 県内事業者の魅力向上～学生から選ばれる事業者になる～	⑤人材起点型	ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計)	632社 (H19～R4)	852社 (H19～R6)	910社 (H19～R7)	1,050社 (H19～R9)	○
		企業の魅力発信支援セミナーへの参加事業所数	131社 (R5)	145社 (R6)	150社	150社 (R9)	
		奨学金返還支援事業への学生等の事前登録者数(累計)	-	30人 (R6)	80人	180人 (R9)	
3 「県内就職」の 機運の醸成	⑤人材起点型	県からの情報提供のためのメルマガ登録の新規登録者数	617人 (R4)	516人 (R5)	580人	640人 (R9)	

分野	(連携テーマ)県内就職の促進	
	柱1 地域の仕事（事業者）を知ってもら～キャリア教育の推進～	
	柱2 県内事業者の魅力向上～学生から選ばれる事業者になる～	

各産業分野の取り組みの柱

柱3 「県内就職」の機運の醸成 ～情報発信の強化～

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	交流イベントへの学生の参加者数(累計)	—	—	360人 (R7～R9)	1 地域の仕事(事業者)を知ってもらう ～キャリア教育の推進～ ・小・中学生向けの動画の制作、小学校授業での活用 R4: ものづくり企業(5本) R6: 製紙業、誘致企業(3本)	1 地域の仕事(事業者)を知ってもらう ～キャリア教育の推進～ ・高知に様々な仕事があることを子どもたちが知り、地域への愛着や誇りを育めずらるキャリア教育の推進が必要	1 地域の仕事(事業者)を知ってもらう ～キャリア教育の推進～ (1)新 キャリア教育協力事業者のデータベース作成と教育現場での活用促進【R7～】 (2)新 事業者団体等が実施する学生と県内事業者の交流イベント・職業体験の支援【R7～】 (3)各産業分野別の取り組み促進 ア 商工業分野 ものづくりの動画活用促進(製紙業等)、ワグワグWorkキッズフェス(ものづくりや建築等)、ものづくり名人派遣、卸売業見学、ものづくり、女性エンジニアが活躍している企業見学 イ 観光業 ウ 建設業 エ 出前授業、土木工事1日体験、建設バス オ 医療・福祉 カ 福祉・介護職に関する研修、とさつ子タウンでの看護師・薬剤師体験、ふくフェア、ふれあい看護体験、福祉の仕事セミナー、新病院めぐりバスツアー、保育のお仕事フェア キ 農林水産業 ク NABRAS普及イベント、森林環境学習フェア、新職場見学会・宿泊研修、就業支援セミナー、林業職場体験、フォレストスクール ク その他分野 起業体験ワークショップ、新アニメ教室、新地域の伝統行事や産業継承に取り組み学習活動、県内の企業や産業を学び体験する活動、県内企業等を見学・体験するツアー、起業家講演、拡アニメ講演会・アニメ制作体験講座、新県の問題解決に向けたワークショップや産業や文化を学ぶ宿泊研修、企業の経営者や社員へのインタビュー	—
2	ワーケーション・ボランティア推進証へ認証企業数(累計) 【モニタリング方法】 毎月の認証(更新を含む)時に、延べ認証企業数の達成状況を確認	632社 (H19～R4)	852社 (H19～R6)	1050社 (H19～R9)	2 県内事業者の魅力向上 ～学生から選ばれる事業者になる～ ・奨学金返還支援(R6～) ・採用に関する事業者向けセミナーの開催 R2～R6:18回、477社参加 ・事業者向けの専門家派遣(R4～) R4～R6:74社 ・事業者の採用情報発信に係る助成(求人情報発信支援事業費補助金)(R3～R4) R3～R4:10件 ・大学職員と県内事業者の情報交換会の開催 R2～R6:12回、163社、161大学	2 県内事業者の魅力向上 ～学生から選ばれる事業者になる～ (1)所得向上に向けた取り組み(再掲) (2)労働環境の改善に向けた取り組み(再掲) (3)事業者の採用力向上の支援 ア 自社の魅力や就職後のやりがい等を効果的に発信するためのセミナー、専門家派遣による伴走支援 イ 拡 就職者の奨学金返還支援 ウ 大学就職担当者や企業の情報交換会 エ 新 経済団体と連携した経営者への就活実態の周知	2 県内事業者の魅力向上 ～学生から選ばれる事業者になる～ (1)所得向上に向けた取り組み(再掲) (2)労働環境の改善に向けた取り組み(再掲) (3)事業者の採用力向上の支援 ア 自社の魅力や就職後のやりがい等を効果的に発信するためのセミナー、専門家派遣による伴走支援 イ 拡 就職者の奨学金返還支援 ウ 大学就職担当者や企業の情報交換会 エ 新 経済団体と連携した経営者への就活実態の周知	(再掲)＜男性育 体推進部門認証 企業数＞ 0社(R5) ↓ 100社(R9)
3	企業の魅力発信支援セミナーへの参加事業所数	131社 (R5)	145社 (R6)	150社 (R9)				—
4	奨学金返還支援事業への学生等の事前登録者数(累計)	—	30人 (R6)	180人 (R9)				—
5	県からの情報提供のためのメルマガ登録の新規登録者数	617人 (R4)	516人 (R5)	640人 (R9)	3 「県内就職」の機運の醸成 ～情報発信の強化～ ・県外大学との就職支援協定の新規締結 R2～R6:10大学と締結(累計40大学) ・「にうち」から学生登録(新規登録者数) R2～R6:2,647名(学生・保護者の合計) ・就職支援コーディネーターによる相談対応 R3～R6:1,296名(学生及び保護者) ・学生と事業者のオンライン交流会の開催 R2～R5:23回、552名参加 ・オンライン合同企業説明会の開催 R4:2回、68名参加 ・学生向けWebセミナーの開催 R2～R3:4回、253名参加 ・県内での就職活動に係る交通費等助成 R3～R6:988件	3 「県内就職」の機運の醸成 ～情報発信の強化～ (1)県民への広報の強化 ア 高知で就職！広域プロジェクトの実施(様々な媒体を活用した広報の強化) ア 拡 高知求人ネット学生サイトの充実 イ 拡 情報の充実と、事業者の掲載基準の設置による質の向上 ウ インターネット上のための登録会の開催及び大学食堂での広報の実施 (3)転職検討層へのアプローチ ア 新 高知求人ネット学生サイトや県内転職に係る支援策の周知 イ 新 県内でやりがいのある仕事に会い、活躍している若者の動画を活用した定住プロモーションの展開	—	

Ⅲ 次世代産業創造プロジェクト

次世代産業創造プロジェクトの取り組みの概要

■ ヘルスケアイノベーションプロジェクト

① 第5期計画ver.2の取り組み

産学官金が連携して、デジタル技術等を活用したヘルスケア分野の新製品やサービスの事業化を支援することで、当分野への県内企業の進出や県外企業の誘致を促し、関連産業の集積とイノベーションの創出を図る「ヘルスケアイノベーションプロジェクト」を進めています。

特に、民間団体との連携による伴走支援体制の更なる強化や、県内学生等と支援企業との交流の場を設けることにより、支援企業の県内への拠点開設や若者にとって魅力のある仕事の創出に取り組んでまいります。

■ アニメプロジェクト

① 第5期計画ver.2の取り組み

産学官金が連携して、アニメクリエイターの育成を通じてアニメ関連企業を呼び込むことで、県内にアニメ産業を集積し、若者や女性の雇用の創出や地域産業活性化につなげる「アニメプロジェクト」を進めています。

特に、中長期的な人材確保の取り組みとして、県内の生徒や学生等にアニメ制作の仕事を知ってもらう機会を拡充するとともに、アニメ制作企業への就職・転職の促進やスキルアップを目指す方を対象とした人材育成の環境構築に向けて取り組んでまいります。

また、産学官金の連携のもと、企業誘致につなげる活動を強化してまいります。

■ グリーンLPガスプロジェクト

① 第5期計画ver.2の取り組み

日本全体の4割強（5,000万人）の家庭で利用されているLPガスは、現在100%化石燃料から生産されており、カーボンニュートラルの実現に向けては、グリーン化（森林資源や海藻などのバイオマスから生産すること）が期待されています。豊富なバイオマス資源を持つ本県ならではの取り組みとして、グリーンLPガスの地産地消モデルの実現に向けたプロジェクトを立ち上げ、早期の社会実装を目指した取り組みを進めています。

令和7年度は、県内のバイオマス資源に関する調査や実施事業者の掘り起こし、県内企業における分業・生産体制の検討などにより、令和10年度から予定されている実証実験の支援体制の構築に向けて取り組みを進めます。

プロジェクト名		ヘルスケアイノベーションプロジェクト	
---------	--	--------------------	--

No.	目 標	出 発 点	直 近 値	4年後 目 標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課 題	取り組み内容 (R6～R9)
1	プロジェクト支援県外企業 の県内への拠点の設置件 数(累計) 【モニタリング方法】 ・支援対象県外企業に対 し、メール・電話により随 時確認				1 伴走支援 ・プロジェクト支援案件を着実にビジ ネスにつなげるため、高い専門性の求 められる支援業務を民間団体に委託 することで、連携して伴走支援を実施。 実証フィールド確保に協力してくれる パートナー機関も増加 ⇒ プロジェクト支援案件：10件(R4～ R7.1末) 相談件数：46件(R4～R7.1末) パートナー機関件数：12件(R4～R7.1 末) 2 財政支援 ・デジタル技術等を活用したヘルスケ ア関連の新製品及び新サービスの事 業化のための実証実験を支援 ⇒ 補助金採択件数：1件(R6)	1 伴走支援 ・プロジェクト支援案件の多様化と受入れ 件数の増加に対応するため、伴走支援体 制のさらなる強化が必要	1 伴走支援 ・プロジェクトに相談のあった案件を着実にビジネスにつなげるとともに、県外企業の本県への拠点設置を加速化 するため、伴走支援を強化し、外部団体に委託【R6～R9】 ・プロジェクト支援案件の多様化や受入れ件数の増加に対応するとともに、プロジェクト支援企業との関係性をしっ かり構築しながら着実に事業化までサポートするため、伴走支援体制のさらなる強化を図る【R7～R9】
		0件 (R4)	1件 (R5)	10件 (R9)	3 交流・マッチングの場づくり ・マッチングプログラム ヘルスケア分野の技術やアイデアを 持つ全国の企業と様々な課題を有す るパートナー機関とのマッチングを 実施 ⇒ マッチング件数(現在マッチングに 向けてコーディネート中)：8件(R7.1末) ・交流会 高知県ヘルスケアイノベーションプロ ジェクトの周知を図るため、高知県とヘル スケア関連企業等との交流会を開 催 ⇒ 参加者数：28名(R6)	2 財政支援 ・プロジェクト支援案件で不採択となった 事業者への、実証事業実施に向けたサ ポートが必要	2 財政支援 ・県内外の企業と県内市町村・医療機関や県内外の高等教育機関等が連携して実施するデジタル技術等を活用 したヘルスケア分野の新製品や新サービスの事業化のための実証実験に係る費用の一部を補助【R6～R9】 ・プロジェクト支援案件の実証実験のサポートの強化(補助金活用企業以外も含む。)[R7～R9]
					3 交流・マッチングの場づくり ・県内に拠点設置を検討しているプロジェ クト支援企業があることが県内の学生等に 知られていない。	3 交流・マッチングの場づくり ・県内でのヘルスケア産業の創出やヘルスケア分野の課題解決のきっかけとして、県内外企業と県内自治体・医 療機関等との交流の場づくりを実施【R6～R9】 ・若者にとって魅力ある働く場としてプロジェクト支援企業があることを県内の学生等にも知ってもらう交流の機会を 創出【R7～R9】	

目的

産学官金が連携して、デジタル技術等を活用したヘルスケア分野の新製品やサービスの事業化を支援することで、当分野への県内企業の参画や県外企業の誘致を促し、ヘルスケア産業の集積とイノベーションの創出を図る。

現状・課題

【1】伴走支援

【現状】プロジェクト支援案件を着実にビジネスにつなげるため、高い専門性の求められる支援業務を民間団体に委託することで、伴走支援を実施

◆プロジェクト支援案件：9件

【課題】プロジェクト支援案件の多様化と受け入れ件数の増加に対応するため、伴走支援体制のさらなる強化が必要

【2】交流・マッチングの場づくり

【現状】全国のヘルスケア企業とパートナー機関をマッチングするプログラムを実施

◆R6マッチングプログラム参加機関

パートナー機関：5機関 提案企業：13社 ⇒ マッチング件数2件（その他調整中2件）

【課題】県内に拠点設置を検討しているプロジェクト支援企業と県内の学生等との交流の場が必要

プロジェクト支援県外企業の県内への拠点の設置件数				
K	P	I	検	証
		R6	R9	
目標（累計）		2	10	
実績（累計）		1	-	

相談件数 R6：15件

目標値

5期計画（令和9年度）の目指す姿

支援対象県外企業の県内への拠点の設置件数
出発点（R5）1件 ⇒ 4年後（R9）10件

（1）ヘルスケア産業の創出

- ①大学発ベンチャーの創業や学生による起業
- ②県内企業のヘルスケア産業への参入
- ③県外企業の県内への拠点設置等
⇒若者の県内定着、UITターンの促進

（2）社会課題の解決

- ①地域が抱える健康医療課題の解決

令和7年度の取組

拡

1. プロジェクト支援案件に対する伴走支援

専門家によるデジタル技術等を活用したヘルスケア分野の新製品やサービスの開発から事業化までの継続的な伴走支援を実施

- ・高い専門性を有した人材を配置。プロジェクト支援企業との関係性をしっかり構築しながら着実に事業化までサポートするため、伴走支援体制の強化を図る。

2. 財政支援

- ・県による実証実験の支援
（ヘルスケア産業実証実験支援事業費補助金）
- ・金融機関による融資等

プロジェクト支援案件決定

相談受付

3. 人材育成・供給

高等教育機関による産業人材及び高度研究人材の育成・供給
・高知大学ヘルスケアイノベーションコース及び高知工科大学データ&イノベーション学群等を中心に育成されたヘルスケア分野の研究人材やエンジニアをプロジェクト支援企業につないでいく。

魅力ある職場の提供 ⇄ 人材供給

4. 交流・マッチングの場づくり

県内企業・県外企業・県内高等教育機関等とのマッチング・交流の機会創出
・県内外企業とパートナー機関等との交流・マッチングの機会創出
・支援企業と県内学生等との交流の機会創出

若者の事業化・県内定着
企業誘致

ヘルスケアイノベーションプロジェクト推進体制

協議委員会

産業界、高等教育機関、金融機関、有識者、支援機関、行政機関

エグゼクティブコーディネータ・コーディネータ

産業会、高等教育機関

プロジェクトマネージャー

行政機関

事務局

産業イノベーション課

パートナー機関

自治体・医療機関

プロジェクト名	アニメプロジェクト
---------	-----------

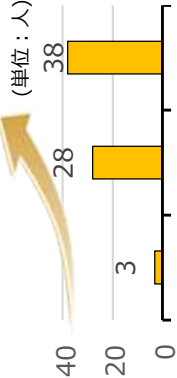
No.	目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)
1	県内におけるアニメ制作 企業従事者数 【モニタリング方法】 ・対象企業に対し、メール・ 電話により随時確認	28人 (R4)	38人 (R5)	120人 (R9)	1 人材育成 【中長期的な人材供給】 ・県内の若者に、アニメクリエイターの仕事内 容や魅力を伝え、将来の仕事として興味喚起を 行う講演会やアニメ制作体験講座を開催 ⇒ アニメクリエイター講演会: 44人 (R6) アニメ制作体験講座: 14人 (R6) 【専門人材の養成】 ・アニメクリエイターに必要な専門スキルの習 得を目的として、県内の専門学校が実施する教 育プログラム構築への支援制度を創設 (R6.6) ⇒ 交付決定: 1校 (R6.8) 特別講義開始 (R6.10)	1 人材育成 ・中長期的なアニメ人材の裾野の拡大に 加え、アニメ制作企業が必要とする技術を持 ったアニメ人材の確保に向けてさらなる 取り組みが必要	1 人材育成 【中長期的な人材供給】 ・県内外の児童・生徒・学生等に対して、仕事としてのアニメへの興味を喚起するため、本県のアニメの取り組みに 関する情報を継続的に発信【R7～R9】 ・県内の若者に、アニメクリエイターの仕事内容や魅力を伝え、将来の仕事として興味喚起を行う講演会やアニメ制 作体験講座を開催【R6】 ・県内の児童・生徒・学生等を対象に、将来、県内のアニメ制作企業への就職が選択肢となるよう、出張授業・講演 会・制作体験講座等、仕事としてのアニメを知ってもらう機会を拡充【R7～R9】 【専門人材の養成】 ・アニメクリエイターに必要な専門スキルの習得を目的として、県内の専門学校が実施する教育プログラム構築に 向けた支援【R6～R7】 ・アニメ制作企業に就職・転職したい方や、スキルアップを目指すアニメクリエイターを対象とした、人材育成の環境 の構築について検討【R7】
					2 企業誘致 ・既存のIT・コンテンツ企業に対する補助制度 を基に、アニメ制作企業の誘致に特化した補助 制度を創設 (R6.4) ⇒ 県内におけるアニメ制作企業従事者数: 38 名 (R7.1)	2 企業誘致 ・アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度【R6～R9】 ・アニメクリエイター聖地プロジェクトと連携し、その人脈を生かして誘致につなげていく活動を展開【R7～R9】	

目的

アニメクリエイターの育成を通じてアニメ関連企業を本県に呼び込むことにより、県内にアニメ産業を集積し、若者や女性の雇用創出や地域産業活性化につなげる

現状・課題

県内アニメ制作企業の従事者数



・20代の若者や女性の従事者が大半
・離職者が少ない

現状

(1)県内の生徒・学生を対象としたアニメクリエイター講演会・体験講座に加え、県内専門学校によるアニメ人材の教育プログラム構築に対する補助制度を創設し、特別講座を開始 (R6.10～)

(1)既存のIT・コンテンツ企業に対する補助制度を基に、アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度を創設 (R6.4)

課題

課題1
アニメ制作企業の誘致に向けては、現地で優秀な人材の確保が重要なポイントになるため、**中長期的な視点でのさらなる育成の取組が必要**

課題2
県内アニメ制作企業の従事者数を増やすためには、**企業誘致の取組の強化が必要**

令和7年度の取り組み

人材育成

強化1 : 県内の生徒・学生等を対象に、アニメの仕事や制作の魅力を知り学べる機会を提供することで、将来、県内アニメ企業に就職する人材を育成



新 ① 情報発信(300人)
県内外の児童・生徒・学生等に対して、継続的な情報発信を行うことにより、本県のアニメの取組への興味を喚起

・アニメプロジェクト、聖地プロジェクトの取組
・本県アニメ制作企業の情報講座等の案内や開催レポート など

新 ② アニメ教室

県内小中学校の希望に応じてアニメの出張授業を実施 (10回)



③ アニメクリエイター講演会(1回)

④ アニメ制作体験講座(20人×2回)

アニメの仕事の内容や魅力を感じていただけるプログラムを実施



⑤ 専門学校でのアニメ特別講座

アニメ教育プログラム構築に向けた特別講座を引き続き実施



新 聖地プロジェクトでの人材育成の取組との連携

⑥ アニクリ祭の人材育成関連コンテンツへの支援

・4月の「アニクリ祭」の中で実施する「アニメ制作体験ブース」や最新技術展示ブースの展示、運営を支援
・まんが甲子園の参加者も対象に高知市中心部で「アニクリ祭夏の陣(仮)」として、アニメ制作や3DCG体験講座の開催



絵を描くことが好きな若者



まんが王国土佐という土壌から生まれる、絵を描くのが好きな人材

⑦ アニメ人材育成の環境構築(検討開始)

アニメ制作企業で働きたい方や、スキルアップを目指すアニメクリエイター等を対象とした、人材育成の環境の構築について検討



5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値

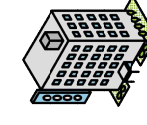
県内におけるアニメ制作企業従事者数

出発点(R4):28人 ⇒ 4年後(R9):120人

- (1)県内でアニメクリエイターの専門スキルを習得できる環境を整備し、人材を育成していくことで、さらなる企業誘致につなげる
- (2)アニメ関連企業の誘致を進めることで、**若者や女性、UTターン者の受け皿となる雇用を創出**

企業誘致

強化2 : 産学官金連携による誘致体制



高知への進出

アニメ人材を地方に求める東京等のアニメ制作企業

① 高知アニメクリエイター聖地プロジェクトとの連携

・R9完成予定のアニメクリエイターラボ複合施設「GEAR」を見据えた企業誘致の推進
・アニクリ祭等を通じたアニメ業界のキーマンのネットワークの構築

② 充実した誘致補助制度

・アニメ制作企業の人材確保及び育成に有利な全国的に見ても充実した支援制度

プロジェクト名				グリーンLPガスプロジェクト		
No.	目標	出発点	直近値	4年後目標(R6)	これまでの取り組みと成果	課題
1	グリーンLPガスの材料となるバイオマス資源(木質系、マリン系、農業残渣、ペーパーバースラッポン等)の供給システムの構築				1 本質バイオマス ・森林組合連合会へのヒアリング実施 ・未利用材、業界の現状について聞き取りを実施 2 マリンバイオマス ・高知大学農林海洋科学部へのヒアリング実施 ・水産業振興課との協議を実施 3 農業残渣 ・農業技術センター、農業振興センターとの協議を実施 4 ペーパーバースラッジ ・紙産業技術センターとの協議を実施 ・企業へのヒアリングを実施 5 セミナーの開催 ・グリーンLPガスの基礎知識についてのセミナーを開催 6 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の設立(令和6年3月末時点会員数36名) ・県がグリーンLPガスに取り組みようとしていることについての県内関係者への認知は広まりつつある	1 グリーンLPガスを生む触媒の開発にはまだ時間を要するため、現状では、事業化に向けた製造や普及に対する具体的な体制を構築することは困難 2 原材料となる資源の貯存量の把握が必要 3 原材料ごとの収集方法や前処理方法、実施体制を明らかにすることが必要 4 事業化に際し、本県の優位性を確保できる項目の検討が必要
2	グリーンLPガスの生産に向けた県内事業者の育成又は誘致					1 参画可能性の検討 ・高知大学農林海洋科学部、理工学部へのヒアリング実施。資源調達からガス製造、販売の流れの中で、県内事業者が取り組める可能性がある項目について協議 ・早稲田大学関根教授(高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議 会長)に、研究進捗を確認
3	高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保					1 販売体制の把握 ・高知県LPガス協会へのヒアリングを実施 ・商慣行や、業界の現状について聞き取り 2 東京にて全国大手元売事業者へのヒアリングを実施し、グリーンLPガス製造に関する意向を確認
4	バイオマス資源(木質系、マリン系、農業残渣、ペーパーバースラッジ等)からグリーンLPガスを生成するための新触媒の開発					1 本体研究の内、水熱処理分野を主として担う、高知大学農林海洋科学部、理工学部へのヒアリングを実施 ・現状の研究進捗を確認 2 早稲田大学関根教授(高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議 会長)に、研究進捗を確認
取り組み内容(R6～R9)						
1 関係者へのヒアリング実施 ・状況把握や情報収集のため、適切な事業者や学術機関などへ機宜を得たヒアリングを実施 2 資源量調査等 ・県内における様々なバイオマスの貯存量や調達の可能性などを把握するための調査を実施 ・原材料のサンプルを収集し、高知大学に実験を依頼 3 資源の収集方法や前処理方法の検討 ・市内外の事業者及び関係機関と連携し、バイオマス資源に応じた収集方法や前処理方法について具体的に検討 4 実証フィールドの確保 ・令和10年度からの実証実験の実施を目指し、実施主体や実施場所等の確保に向けた検討を実施						
1 県内事業者の参画拡大 ・R5年度に作成した基本構想の概要、パンフレットの活用やセミナー開催等を通してグリーンLPガスプロジェクト推進会議の会員数を拡大 2 事業者の確保 ・触媒の研究が進む中で今後順次明らかになる製造の各工程において求められる技術等を踏まえ、令和10年度から予定している実証実験に参画する事業者を掘り起こし						
1 県内販売事業者との連携 ・高知県LPガス協会と連携し、県内事業者の現状把握を引き続き実施 2 グリーンLPガス推進官民検討会議(日本LPガス協会等)との連携 ・大手ガス会社などが参加する「グリーンLPガス官民検討会議」にオブザーバーとして参画し、グリーンLPガスに関する製造技術開発や品質基準、社会実装に向けたロードマップづくりなどの状況把握に務めるとともに、販売事業者等との連携を促進						
1 技術開発(早稲田大学等) ・令和10年度の実証実験を目指し、ラボレベルでの研究を継続(R4年度～(環境省プロジェクト)) ・新たな触媒、水熱処理技術の開発等 2 進捗状況の把握 ・令和10年度からの実証実験の開始を目指し、定期的に関根教授(高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議 会長)に、研究進捗を確認 ・これまでの研究でグリーンLPガス発生に至る化学変化についての知見が得られたとの報告あり						

現状・課題

(1) 新たな触媒開発・実証実験に向けて

① 原材料の確保

⇒ ガス生産に有用なバイオマス資源の種類及び資源量が現時点では未確定
⇒ 触媒開発の進展に応じ、速やかに事業化の検討が行えるよう、原材料となりうる資源の賦存量の把握が必要

② 事業化に向けた体制構築

⇒ 触媒開発の状況を踏まえ、体制構築を行っていくことが必要

③ 事業化のアドバンテージの創出

⇒ グリーンLPガス製造過程において本県の優位性を確保できる項目の検討が必要

(2) 参画事業者の掘り起こし

① 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進

会議の設立(令和4年5月)
⇒ 触媒が開発段階であるため、事業化を見据えた参画希望者が少ない
(会員数41者)

② 生産に向けた県内事業者の育成・誘致

⇒ ガス製造の前工程処理方法等が確定していないため、まだ育成・誘致段階に至っていない

5期計画（令和9年度）の目指す姿

高知県の様々なバイオマス資源（木質系、マリン系、農業残渣、ペーパースラッジ等）を活用した、グリーンLPガスの地産地消モデルの確立に向け、資源量の把握や実施事業者の掘り起こし等に取り組み、令和10年度から予定されている実証実験の支援体制を構築する。

令和7年度の取り組み

(1) グリーンLPガスの材料となるバイオマス資源の供給システムの構築

・引き続きバイオマス資源量の把握を行うとともに、その効率的な収集方法について検討する

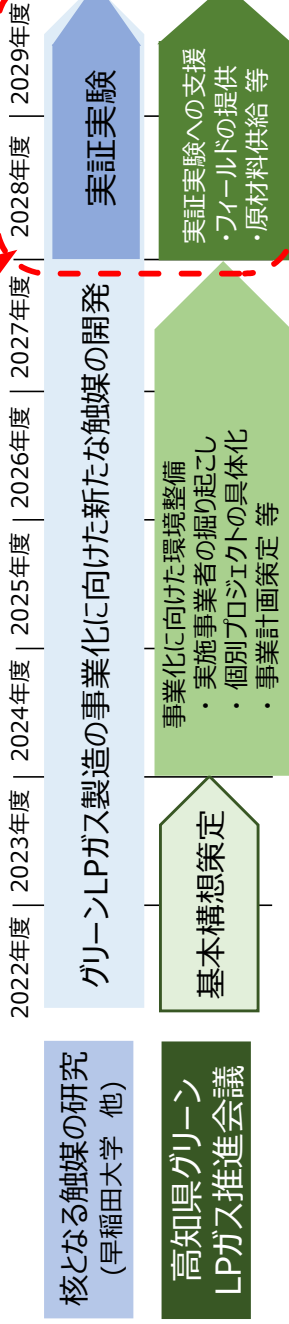
(2) グリーンLPガスの生産に向けた県内事業者の育成又は誘致

(3) 高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保

・触媒開発の進捗と並行しながら、令和10年度に予定している県内での実証実験等に参画可能性のある事業者の発掘を進める

【構想スケジュール】

地産地消のビジネスモデル（高知モデル）の実証



I 用語の解説

アルファベット・数字

用語	解 説
AI	人工知能(Artificial Intelligence)。人間が持っている認識や推論などの能力をコンピュータでも可能にするための技術の総称。
CLT	直交集成板(CLT)は、ひき板を幅方向に並べたものを繊維方向が直交するように積層接着した製品。日本農林規格(JAS規格)平成25年12月20日制定、平成26年1月19日施行。CLTは、「Cross Laminated Timber」の略。
DMO(観光地域づくり法人)	Destination Management/Marketing Organizationの略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と共同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人として、観光庁に登録された法人。
DX	企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。
EHR	Electronic Health Recordの略語。個人の医療・健康等に係る情報の共有等を行うための医療情報連携ネットワークのこと。
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。
ICT	「Information and Communication Technology」の略称。コンピュータを使った情報処理や通信技術の総称。
IoP	「Internet of Plants」の略。作物の時々刻々と変化する様々な生体情報をインターネット上のクラウドに収集し、環境データ等と合わせた分析等を通じて、最適 [*] な環境制御を行い、収量・品質の向上、作業の省力化等を図る仕組み。 [*] 光合成、糖の分配、蒸散、病害虫抑制等を総合的に判断
IoT	「Internet of Things」の略。様々なモノをインターネットに接続し、通信機能を持たせ、遠隔操作や自動制御を行うとともに、情報の収集、分析等を通じて、最適な手段を選択し、生活を豊かにしたり、仕事を効率化したりする仕組み。
IPM	「総合的病害虫・雑草管理」 病害虫や雑草防除において、化学合成農薬だけに頼るのではなく、天敵・防虫ネット・防蛾灯などさまざま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。
IT・コンテンツ企業	IT(情報・通信技術に関連する分野)・コンテンツ産業(まんがや写真、映像、音楽、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する分野)についての、企画、制作、流通、管理又は関連する人材育成やコンサルティングを行う企業。
JAMSTEC	「Japan Agency for Marine-Earth Science and Technology」海洋研究開発機構の略称。海洋研究開発及び関連する地球物理学研究開発のために設置された研究所。
JA無料職業紹介所	雇用労働力を必要とする農家からの求人情報、農業に興味があり農作業をしてみたい方からの求職情報を把握し、求人者と求職者との間をとりもって、雇用関係が円滑に成立するように第三者として世話(あっせん)をする、職業安定法に基づく「職業紹介事業」を無料で行う。
M&A	企業の合併、買収の総称。 以前は投資目的のM&Aがよくマスコミに取り上げられていたが、近年は事業の多角化を目的とした新規市場への参入や事業の再編、後継者問題による事業譲渡などの場面でM&Aの手法が多く用いられている。
MOU	覚書の略称(Memorandum of Understanding)。行政機関等の組織間の合意事項を記した文書。
MICE	企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。
Next次世代型こうち新施設園芸システム	次の世代を見据え、さらなる収量増加、高品質化、省力化などを実現していくため、次世代型こうち新施設園芸システムに環境制御技術にIoTやAI技術を融合するとともに、栽培のみならず出荷、流通までをも見通したシステム。
OTA	インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agentの頭文字の略。
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」の略称。複数の企業が連携し統合的な物流システムを構築するマネジメント手法。

SDGs	「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称であり、2015年9月の国連サミットの中で世界のリーダーによって採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際社会の共通目標。「17の目標」と「169のターゲット(具体目標)」で構成されている。
TEU	Twenty-foot equivalent unitsの略。20フィートの海上コンテナ換算した貨物の量を表す単位。
TOSAZAIセンター	高知県産の木材・木製品の外商体制を強化し、新たな木材需要の拡大と一般製材品からより付加価値の高い木製品の販売・出荷量を増加させるために、平成30年4月に一般社団法人高知県木材協会内に設置された組織。
TRB	土佐あかうしのうち、赤身肉に特化して認定された上位ブランド名「Tosa Rouge Beef」の略称。最高級品質の赤身肉が特徴。(公社)日本食肉格付協会の牛枝肉取引規格においてA2やA3の土佐あかうしを高知県独自の評価基準(TRB規格)をもとに再判定しR4・R5となったもの。
UIJターン就職	Uターン就職:高知県で生まれ育った人が県外の学校に進学し、卒業後に高知県に戻って就職すること。 Iターン就職:県外で生まれ育った人が高知県で就職すること。 Jターン就職:県外で生まれ育った人が別の都道府県に進学し、卒業後に高知県で就職すること。
5S	整理・整頓・清掃・清潔・しつけの5つの頭文字を取ったもので、職場環境の改善活動のこと。

あ行

用語	解 説
あゆ王国高知振興ビジョン	本県が有する河川環境やあゆ資源の豊かさを確保しつつ、あゆを観光・地域振興等に活用して流域の持続的発展を図る構想で、地域住民、事業者、行政が協働して展開すべき振興策について整理したもの。
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。
育成就労	R6.6月に「技能実習法」を改正して公布された「育成就労法」に基づく、就労を通じた人材育成及び人材確保を目的とする新たな在留資格のこと。(法施行はR9年度を予定)
移住コンシェルジュ	高知県への移住を検討されている方のニーズに応じて、地域や仕事、住まいなど、移住に向けた様々な情報を提供する(一社)高知県UIターンサポートセンターの移住総合案内スタッフ。
移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」	高知県への移住を検討されている方向けに、仕事や住まいの情報、先輩移住者のインタビューなど、高知県への移住にまつわる様々な情報を発信しているポータルサイト。
一般社団法人高知県UIターンサポートセンター	移住相談と人材確保を総合的に行うため、平成29年7月に設立した法人の名称。県と全市町村、関係団体の参画の下(設立時社員43団体)、官民一体となった“オール高知”体制で本県産業の担い手となる人材確保に取り組んでいる。
稲WCS(稲発酵粗飼料)	稲の子実が完熟する前に刈り取り、ロール状にしたものを、長期保存を可能とするためにサイレージ(発酵)化した牛の飼料のこと。
医療DX(デジタルトランスフォーメーション)	保健・医療・介護の各段階(疾病の発症予防、受診、診察・治療・薬剤処方、診断書等の作成、診療報酬の請求、医療介護の連携によるケア、地域医療連携、研究開発など)において発生する情報やデータを、全体最適された基盤を通して、保健・医療や介護関係者の業務やシステム、データ保存の外部化・共通化・標準化を図り、国民自身の予防を促進し、より良質な医療やケアを受けられるように、社会や生活の形を変えること(出典:令和4年9月22日 第1回「医療DX 令和ビジョン 2030」厚生労働省推進チーム 資料)
インバウンド	一般的には、外から中に入ってくる意味を持ち(inbound)、観光分野では日本を訪れる外国人旅行者を指す(反対語:アウトバウンド(outbound)…海外旅行をする日本人)。
営漁指導員	新規就業者をはじめとする漁業者の経営安定に向けた指導を行う漁協職員で、平成31年度から県内5カ所(計5名)に配置。
オーガニックビレッジ	有機農業の生産から消費まで一貫し、農業者のみならず事業者や地域内外の住民を巻き込んだ地域ぐるみの取組を進める市町村。
卸売事業者	商品を製造するメーカーと商品を消費者に販売する小売業(又は提供する飲食業)等を仲介することで、商品の円滑な流通を促す中間流通業者。

か行

用語	解 説
技能実習	母国では習得困難な技能を日本の企業等で習得し、帰国後に習得した技能を母国の経済発展に活かすことを目的とした「技能実習法」(H29年11月施行)に基づく在留資格のこと。
カイゼン	主に製造業の生産現場で行われている作業の見直し活動のこと。ムダの削減による作業効率の向上や安全性の確保などに関して、現場の作業者が中心となって知恵を出し合い、問題解決を図っていく点に特徴があり、農業現場においてもその効果が期待される取り組み。

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。
環境保全型農業直接支払交付金	化学肥料・化学合成農薬を原則5割以上低減する取組と合わせて行う地球温暖化防止や生物多様性保全等に効果の高い営農活動を支援する交付金。
環境制御技術	外気温度、ハウス内の温度、湿度、二酸化炭素濃度、日射量等を測定し、これを加温・換気や加湿、二酸化炭素施用等により作物の栽培に適した環境に制御する技術。
関西土佐会	JA高知県の青果物を扱う関西圏の卸売市場。11社（R6年現在）
関東土佐会	JA高知県の青果物を扱う関東圏の卸売市場（正式には、東京丸高青果物流通対策協議会）。13社（R6年現在）
間伐	育成段階にある森林において、樹木の込み具合に応じて樹木の一部を伐採（間引き）すること。残存木の利用価値の向上と森林の有する諸機能の維持増進を図るために行う。
技術の外商	県内企業の持つ独自の高度な技術・注目されるノウハウ等を県外・海外へ情報発信し売り込むこと。
キャリア教育	個々の社会的・職業的自立に向けて必要な基盤となる能力や態度を育てることを通じて、キャリア発達を促す教育。
キャリアパス	就業者の所属する企業など組織内での昇進の道筋や基準、条件を明確化した制度。
急潮	沿岸域で突然潮の流れが速くなり、沿岸に設置された定置網や養殖網に被害を与える現象。黒潮や親潮の流向変化による影響、低気圧通過による吹送流の発達、潮汐流の影響などが原因として考えられている。
黒潮牧場	かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置（現在15基）されている表層型浮魚礁。
クラウド	インターネットなどのネットワーク経由でユーザーにサービスを提供する形態（クラウド・コンピューティング）。
経営計画	企業が将来の経営活動について意思決定を行い、その行動予定を具体的に取りまとめたもの。
高性能林業機械	従来のチェーンソーや集材機等に比べて、作業の効率や労働強度の軽減等の面で優れた性能をもつ林業機械。主な高性能林業機械は、フェラーバンチャ、スキッダ、プロセッサ、ハーベスタ、フォワーダ、タワーヤーダ、スイングヤーダ。
高知カツオ県民会議	高知県の県魚であり、地域を代表する食素材であるカツオを、地域の誇りとして将来にわたって維持していけるよう、高知に、そして日本にカツオを取り戻す目的で、平成29年2月に発足。
高知求人ネット	（一社）高知県UIターンサポートセンターが運営する求職者・求人企業双方の情報検索を円滑に行えるポータルサイト。
「高知求人ネット」学生サイト	高知で働く魅力や県内企業の情報、就活のための県のサポート情報などをタイムリーに発信するポータルサイト。企業の採用情報に加え、インターンシップ情報や就活イベント情報など、幅広い情報を発信している。
耕畜連携	耕種農家の生産した国産飼料を畜産農家が利用し、家畜排せつ物に由来する堆肥を農地に還元する取組。
高知家の魚応援店制度	東京や大阪などの都市圏で高知県の水産物に関心を寄せる飲食店に「高知家の魚 応援の店」として登録してもらい、県内の水産関係事業者とのマッチングを図り、県内水産物の外商を強化する制度。平成26年から開始した。
高知県環境不動産	木材を使用した非住宅建築物（商業施設、オフィスビル、病院等）及び4階建て以上の住宅であって、一定規模以上の木材を使用し、環境品質・性能の向上や環境負荷の低減のための措置が適切に講じられた建築物。
こうちスタートアップパーク（KSP）	高知での起業を支援するプラットフォーム。起業準備段階に応じた起業相談・各種セミナープログラムで、ビジネスプランの磨き上げから起業準備まで一貫したサポートを実施。
こうちフォレストスクール	林業の基礎知識や高知県の林業の特徴、先輩林業就業者の体験談や就業支援制度の紹介、個別相談などを行うセミナー。

高知家(こうちけ)	「高知県は、ひとつの大家族やき。」というコンセプトのもと、美味しい食材や豊かな自然など高知の魅力は様々あるが、県外の方であっても一度会えば家族のように親しくなる高知県人の気質(気さくさ、人懐っこさ、受け入れ力の強さ、面倒見の良さ、豪快さ、寛容さ、人と人とのつながりの深さなど)を一番の魅力とし、その魅力を通じて高知の様々な情報発信を行うもの。
高知家ゆる県民倶楽部	高知県ファンや出身者等を対象としたWeb会員組織。関係人口の創出・拡大及び移住意識の醸成を目的として県が設立。
高知家ゆる県民倶楽部アンバサダー制度	高知家ゆる県民倶楽部の会員を対象にUIターンの広告塔として、SNS等を活用した高知の身近な情報発信や、高知の人との接点づくりになるイベントの実施を担う方を県が認定する制度。
高知県漁協(県漁協)	高知県漁業協同組合。県内25の海面漁協が合併して平成20年4月1日に発足した。組合員数4,834人(R6.3.31現在)。
高知県漁業就業支援センター	漁業就業に関係する相談窓口を一元化するため、平成30年10月15日に任意団体として発足。平成31年3月に一般社団法人化し、4月から漁業就業希望者への総合的な支援を開始。
高知働き方改革推進支援センター	厚生労働省が、働き方改革の実現に向けて、特に中小企業・小規模事業者が抱える様々な課題に対応するため、平成30年4月に開設したワンストップ相談窓口のこと。
高知マリノイノベーション	漁場の予測や産地市場のスマート化に取り組むなど、本県水産業の生産、流通、販売の各段階においてデジタル化を図ることで効率的な生産流通生産体制への転換を推進する取り組み。
高等技術学校	職業能力開発促進法に基づき設置された県立の公共職業能力開発施設で、高知校・中村校の2校がある。就職に必要な技術・知識を習得するための訓練を実施している。
ココブラ	平成27年4月に開所した高知県産学官民連携センターの愛称。キャッチフレーズの「ココはイノベーションを生み出すプラットフォーム」から。

さ行

用語	解 説
サイクルオアシス	ぐるっと高知サイクリングロード(高知県推奨サイクリングコース)の中・上級者向けコースに設置している、サイクリストが気軽に立ち寄ることができる休憩所。のぼり旗、空気入れ、バイクスタンドを設置している。
酒米	日本酒を醸造する原料となる米。主に麴米(こうじまい)として使われる酒造好適米、掛け米(かけまい)として使用される酒造適性米に分けられる。
サステナブルツーリズム	UNWTO(国連世界観光機関)においては、「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義している。 この定義に基づき、高知県は「地域の文化や環境を守りつつ、ありのままに日常を体験し味わうことで訪問客と地域社会がともに恩恵を受ける観光」を高知県の目指すサステナブルツーリズムとしている。
産地視察型の商談機会	量販店や飲食店等のバイヤー・シェフ等(買い手)に、高知県内の生産現場を直接見ていただき商談を実施するもの。
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りのため、その水産物の陸揚地において開設される市場のこと。一方、水産物の卸売りのために消費地において開設される市場は消費地市場という。
産地提案型担い手確保対策	産地や地域が求める人材や受入体制等を明記した「産地提案書」を策定し、県内外から広く就農希望者を募集する取り組み。
シーズ	企業や大学等有している新しい技術・材料・サービスなどで、新たな産業を生み出す可能性を秘めたビジネスの種(Seeds)。
実証フィールド	企業の製品・サービスの開発・改良に向けた実証・評価をする場
製品企画書	製品開発の企画から製造・販路開拓までの計画書。
事業承継	会社の経営を後継者に引き継ぐこと。大きく分けて、親族が承継する場合、従業員が承継する場合、M&Aで承継する場合の3つの方法がある。事業承継は、時間がかかるため、早期に着手することが重要。
事業戦略	企業(又は個人)の経営ビジョンを実現するための工程表のこと。
次世代型こうち新施設園芸システム	炭酸ガス濃度や温度、湿度、養水分などのハウス内の環境を制御する「環境制御技術」や、ハウスの天井を従来よりも2倍程度高くし、環境制御技術を標準装備した「次世代型ハウス」といったオランダの先進技術を、高知県の気候や環境に応じて改良したもの。

次世代型ハウス	軒高2.5m、耐風速35m以上で環境制御装置を標準装備したハウス。
自動計量システム	魚介類の計量結果を無線で自動的に記帳するシステム。将来的には電子入札や市場関係者への迅速な情報提供に活用することも検討されている。
事務系企業	電話等を利用してオペレーターが集約的に顧客へのサービス提供を行うコンタクトセンターや経理、総務、人事等の管理業務及び書類の収発、データ入力等の間接的業務を集約的に行うバックオフィスの事業所。
就農コンシェルジュ	就農相談への対応や地域の要望とのマッチングを図るなど、就農に結びつけるための総合窓口として平成27年4月に(一社)高知県農業会議に配置されているスタッフ。
集落営農・集落営農組織	「集落営農」とは、集落の農地と集落を守っていくために、集落で営農について話し合い、集落での合意のもと、共同で作業を行ったり、機械や施設を共同利用したりしながら、集落ぐるみで営農活動を行うもの。 組織に関する定款または規約があり、総会、収支の計画、事業計画等に基づき農業生産活動の一部又は全部を共同で行う組織を「集落営農組織」という。
受精卵移植	受精卵を提供する動物から着床する前の受精卵を取り出し、別の同じ動物種の子宮に移して、妊娠・分娩させる技術。
小規模林業	自伐林家などの「自営業者」「一人親方」「NPO法人」「ボランティア団体」「地域おこし協力隊」「林業研究グループ」などが行う小規模な林業経営や林業活動のこと。
白未熟粒	玄米の胚乳内のデンプン粒の蓄積が不良で粒間に隙間ができ、光が乱反射して白く見える米粒。主に、出穂後20日間の平均気温が27℃以上の高温条件、または低日照で発生する。
人工種苗	養殖魚や天然魚から採卵し、ふ化させた養殖用や放流用の稚魚のこと。
水福連携	障がい者等の水産業分野での活躍を通じて、自信や生きがいを創出し、社会参画を促すもので「水産業における人手不足等の課題」、「福祉(障がい者等)における課題」、双方の課題解決と利益(メリット)がある『Win-Win』の取組。
スケールアップ	既存の事業規模(売上等)が拡大すること
スタートアップ	先進的な事業に取り組み、短期間で急成長を遂げる企業。
スマート農業	ロボット技術やIoT、ICT等の先端技術を活用し、超省力化や高品質生産等を可能にする新たな農業。
スマート林業	地理空間情報やICT等の先端技術を駆使し、生産性や安全性の飛躍的な向上、需要に応じた高度な木材生産を可能にする新たな林業。

た行

用語	解 説
大径材	末口径(丸太の先端(細い方)の木口の直径)が30cm以上ある木材(丸太)。
多文化共生	国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくこと。
多面的機能支払制度	農業、農村の有する、国土の保全、水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成等といった多面的機能の維持・発揮を図るための地域の共同活動に係る支援を行い、地域資源の適切な保全管理を推進する制度。
地域移住サポーター	「移住者の身近な相談役」として、移住者がスムーズに地域に溶け込み、馴染むことができるよう、地域と移住者とのつなぎ役としての活動を行う方。
地域おこし協力隊	都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取り組み。
畜産クラスター	地域の畜産の収益性を高めるために、農家を中心に県や市町村、農協等の関係者が連携して、それぞれの責任・役割のもとに取り組みを行うための組織。
地域計画	農業経営基盤強化促進法第19条に規定する地域農業経営基盤強化促進計画の略称。計画の対象となる区域とその区域における農業の将来の在り方、農用地の効率的かつ総合的な利用に関する目標を地域の話し合いに基づいて定めたもの。

チャレンジショップ	商店街等への出店を目指し、小売業やサービス業の方などが半年～1年間お試し開業をすることができる施設。
データ駆動型農業	データの「見える化」と分析・共有によって高い生産性と収益性を実現する農業。
デジタル化計画	企業が継続的にデジタル化に取り組むための中期的な実行計画。 デジタル化の目的、課題と対応策、効果、推進体制やスケジュールを記載する。
デジタルデバйд	インターネットやパソコン等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差。
デジタルマーケティング	企業が蓄積しているアクセス履歴、顧客情報、行動履歴などのデータを元に、AI等を用いてターゲットを特定し、最適な手段でアプローチするマーケティング手法。本県関心層やUターン候補者等に情報を届ける。
テストマーケティング	新商品の本格的な市場参入に先立って、試験的に実市場で販売や広告宣伝活動などを行い、その反応を調査・検証する活動のこと。
特定技能	H31年4月に施行された「改正出入国管理法」により、人材の確保が困難な状況にある16の産業分野で認められた、就労を目的とする在留資格のこと。
土佐あかうし	土佐和牛のうち、褐毛和種高知系（土佐褐毛牛）の流通ブランド名。明治時代から高知県内のみで改良されてきた貴重な品種であり、美しい褐色の毛色に、毛分けといわれる目や鼻が黒いのが特徴。程良い霜降りと赤身の美味しさが評価されている。平成24年に地域団体商標に登録された。
土佐黒牛	高知県食肉センター（株）でと畜された土佐和牛のうち、（公社）日本食肉格付協会の牛枝肉取引規格において、A4やB4（肉質等級4等級）以上の黒毛和種の流通ブランド名。最高級品質の霜降りが特徴。
土佐材パートナー企業	県外における販路拡大に向け、土佐材の知名度向上につながる普及・PR活動を自ら積極的に行う工務店、建築会社、設計事務所及び住宅関連企業等（登録制）。
土佐ジロー	高知県原産の天然記念物土佐地鶏の雄と米国原産のロードアイランドレッドの雌を交配して生まれた卵肉兼用の地鶏。卵は小ぶりながら濃厚な味、肉は適度な歯ごたえがあり深い味わいが特徴。平成7年に商標登録された。
土佐はちきん地鶏	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ブリマスロックの雌から生まれた高品質肉用鶏。ほど良い歯ごたえと脂質の少ない地鶏本来の旨さが特徴。平成18年に商標登録された。
土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）	産業人材を育てる取り組みとして、ビジネスに関する基礎知識から応用・実践力までを「まるごと」身に付けていただく学びの場。
土佐和牛	高知県内で肥育を目的として生産された黒毛和種および褐毛和種の和牛肉の流通ブランド名。
土佐和紙総合戦略	原材料や用具の調達難、後継者不足、需要の減少、文化の伝承など、土佐和紙の直面する様々な課題に対し、土佐和紙の伝統産業としての振興を図るために策定した総合的な戦略。県庁をはじめ市町村や関係団体等が一体となって取組を進めている。
どっぶり高知旅キャンペーン	日常を忘れ、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただき、心からの息抜きや、新しい発見・気づきにつなげて強力な高知のファンになっていただくことを目指す「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした本県の観光（旅）のキャンペーン。
トレーニングハウス	就農前に研修生が自ら栽培管理・経営管理を行う「模擬経営研修」を実施する研修農場

な行

用語	解 説
ナイトタイムエコノミー	消費拡大や滞在時間の延長を目的に、夜間に実施する観光イベントなどの経済活動。
二枚潮	漁場の表層と中・底層の潮の流れの向きや速さが異なる状態。二枚潮が発生すると、キンメダイやアカムツなどの深いところに生息する魚を漁獲する漁業では、漁具を思い通りに投入できず漁獲できなくなったり、漁具が流失する場合もある。
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づき、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、自ら作成した5年後の目標とその改善策を内容とする「農業経営改善計画」について市町村長等の認定を受けた農業者をいう。
農業経営・就農支援センター	農業経営基盤強化促進法第11条11項の規定に基づき県が整備した組織。経営管理の合理化その他農業経営の改善等のための指導助言や、新たに農業経営の開始や農業への就業をしようとする者等の相談に応じ農業経営の開始等に関する情報等の提供その他の援助を行う。

農業支援サービス事業体	農業現場における作業代行やスマート農業技術の有効活用による生産性向上支援等、農業者に対してサービスを提供することで対価を得る事業体（〈例〉データ分析やドローン散布等の作業受託、農業機械のシェアリング、農業現場への人材供給等）。
農業担い手育成センター	高知県で就農を予定している方への基本的な栽培技術習得から、指導者などへの先進技術習得にまで対応した実践型研修施設。長期研修が主体であるが、体験合宿や各種講座など、多様な研修メニューがあり、長期宿泊施設も完備している。
農水連携	農産物および水産物の販売拡大のため、販促資材の作成やフェア等の開催を連携して取組み、消費者へPRしている。
農地中間管理機構	農地中間管理事業を実施する機関として県が指定した組織。（高知県では（公財）高知県農業公社）
農地の受け皿となる法人	地域計画に位置づけられた、地域内の担い手が引き受けきれない農地を担い、営農や新規就農者の育成等を行う法人経営体
農福連携	障害者等の農業分野での活躍を通じて、自信や生きがいを創出し、社会参画を促すもので、「農業・農村における課題」、「福祉（障害者等）における課題」、双方の課題解決と利益（メリット）がある『Win-Win』の取組。
ノーリフティングケア	介護する側、される側双方にとって安全で安心な、「持ち上げない・抱え上げない・引きずらない」ケアのこと。

は行

用語	解 説
パートナー機関	高知県ヘルスケアイノベーションプロジェクトにおいて、実証フィールドの確保や、自治体・医療機関等の課題把握を円滑に進めるため、企業との意見交換や実証フィールドの提供に協力していただける自治体、医療機関、介護福祉施設等
バリアフリー観光	車いす利用者など障害のある方や高齢者などもストレスなく楽しむことのできる観光。
伴走支援	商工会や商工会議所などが、企業の取組みと一緒に走りながら支援すること。
人・農地プラン	農業者が話し合いに基づき、地域農業における中心経営体、地域における農業の将来の在り方などを明確化し、市町村により公表するもの。
プラットフォーム機能	様々な情報の発信や機会の提供を行うことで、交流が生まれ、ビジネスや研究などの連携を進める役割。
ふるさとワーキングホリデー	都市部の若者などが、地方に一定期間滞在して働きながら地域住民等との交流を通じて「地域の暮らし」を学び、交流人口の増加や将来の地方移住、Uターンの流れをつくる取り組み。
プロユーザー	室内空間に木材を使った提案や設計を行う建築士やデザイナー、プランナーなどの技術者
分散型ホテル	地域に点在する複数の空き家や空き店舗等をリノベーションして一体的に運用する宿泊施設。
ベースカーゴ	特定の航路や船舶の運航を経済的に安定させるための基礎となる貨物。
ヘルスケアモビリティ	オンライン診療に必要な情報通信機器及び医療機器を搭載した医療車両。看護師等が運転して患者宅や集会施設等を訪問し、車内でオンライン診療を実施する。
ペレット堆肥	家畜の糞尿を攪拌・発酵・乾燥させた後に、造粒機械で圧縮し直径5mm程度の粒状に成型した肥料。
防災関連製品認定制度	県内企業が開発・製造した防災関連製品を県内外のユーザーに安心して購入してもらうために、大学教授などの有識者を審査員として、品質や安全性等の観点で審査を行い認定する制度。

ま行

用語	解 説
----	-----

前処理加工	魚類の場合では、魚類の料理や加工品の材料とするために、魚のうろこを剥ぎ、エラや内臓あるいは頭部を除いた状態やさらに3枚におろしたり、切り身の状態に加工することをいう。下ごしらえのことをいう。
マーケットイン	一般に、企業が生産・販売活動をする際に、市場や顧客のニーズを満たす製品であることを最優先する考え方。
みつ症	ナシの果肉の一部が褐色になり食味と日持ちが悪くなる障害。ソルビトール(糖)の異常集積と細胞壁の崩壊が原因で、また過熱により発生が助長される。7～10月の高温、干ばつの年は多発する。品種による差が大きく、新高ナシは極めて発生しやすい。
みどりの食料システム戦略	令和3年に農林水産省により策定され、持続可能な食料システムの構築に向け、中長期的な観点から、調達、生産、加工・流通、消費の各段階の取組とカーボンニュートラル等の環境負荷軽減のイノベーションを推進することを目的とした戦略。
メジカ	標準和名はマルソウダ。小型のカツオの近縁種で、最大で全長40cmほどまでにしか成長しない。土佐清水で製造される宗田節の原料。
木質バイオマス	バイオマスとは再生可能な生物由来の有機性資源で、樹木からなるバイオマスのことを木質バイオマスという。樹木の木部、樹皮、葉などで、林地に残された材や製材工場の残材、建築解体木材も含む。
ものづくり総合技術展	年1回高知市のちばさんセンターで開催されているものづくりの展示会。県内ものづくり事業者の製品・技術の紹介を行うほか、県外事業者を招致した商談会も行われている。
森の工場	一団の森林を対象に、林業事業体が森林所有者と森林の管理に関する協定や受委託契約を結び、計画的・効率的に間伐などの森林整備を実施し、収益や安定的な雇用の確保等を図りながら、持続的な林業経営を行う森林の団地。

や行

用語	解 説
有機JAS	コーデックス(食品の国際規格を定める機関)のガイドラインに準拠し、農畜産業に由来する環境への負荷を低減した持続可能な生産方式の基準
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並びに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
ユニバーサルツーリズム	すべての人が楽しめるよう創られた(ユニバーサルデザイン)旅行。

ら行

用語	解 説
林業事業体	森林所有者などから委託又は立木の購入等により、造林、伐採などの林業作業を行う森林組合、素材生産業者など。世界農林業センサスでは「林業サービス事業者等」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する団体で、林業における雇用改善、林業就業者の育成・確保対策、雇用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。
林地残材	立木を丸太にする際に出る枝葉や梢端部分、森林外へ搬出されない間伐材等、通常は林地に放置される残材。
レンタル畜産施設	レンタル畜産施設等整備事業で整備した施設。県及び市町村の補助を受けて農協等が整備した施設を生産者に貸付け。生産者は補助残額を耐用年数に応じて農協等に支払う。
6次産業化	農業者等が自ら生産(1次産業)、加工(2次産業)、流通・販売(3次産業)に一体的に取り組み、所得の確保を目指す、あるいは農業者等が主体的に、2次、3次産業事業者と連携して、地域ビジネスの展開や、新たな産業の創出を図る取り組みのこと。1次×2次×3次＝6次を意味する。

わ行

用語	解 説
—	—

I 計画のフォローアップ

1 フォローアップの経過

2009年	4月	1日	地産外商推進協議会設置要綱 一部改正
(平成21年)	6月	16日	第4回地産外商推進協議会
			第4回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
		17日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 施行
	7月	31日	第1回食品加工WG
	8月	21日	第2回食品加工WG
	9月	2日	第5回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
		7日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 一部改正
		8日	第1回連携テーマ部会
		10日	第1回観光部会
		"	第1回林業部会
		15日	第1回農業部会
		"	第1回水産業部会
		"	第1回商工業部会
	25日		第3回食品加工WG
	"		第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等 ◇ 計画全体の進捗状況に対する評価等
	11月	20日	第5回地産外商推進協議会
			第6回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	12月	17日	第2回連携テーマ部会
		18日	第6回地産外商推進協議会
			第7回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
		22日	第2回林業部会
		"	第2回水産業部会
2010年	1月	7日	第2回観光部会
(平成22年)		12日	第2回農業部会
		13日	第4回食品加工WG
		"	第7回地産外商推進協議会
		14日	第2回商工業部会
		22日	第8回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	25日		第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業振興計画の取り組みの成果等 ◇ 産業成長戦略の改定 ◇ 今後の進め方等
	2月	4日	第3回観光部会
		28日	第9回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	3月	23日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 地域アクションプランの成果と今後の展開 ◇ 産業振興計画の改定 ◇ 平成22年度の進め方等
		23日	産業振興計画 ver. 2の決定
		30日	第8回地産外商推進協議会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2010年 (平成22年)	9月3日	第1回連携テーマ部会
	6日	第1回林業部会
	7日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	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 (平成23年)	1月12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2回水産部会
	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

1 フォローアップの経過 (続き)

2011年	9月22日	第3回観光部会
(平成23年)	11月10日	第4回観光部会
2012年	1月11日	第2回農業部会
(平成24年)	"	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	13日	第5回観光部会
	"	第2回連携テーマ部会
	16日	第2回水産部会
	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 2月4日 (平成25年)	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇高知県経済等の動向 ◇第2期産業振興計画の取り組み状況等(産業成長戦略) ◇平成25年度の改定のポイント(産業成長戦略) ◇第2期産業振興計画(ver.2)改定のポイント(全体まとめ)
3月29日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇平成25年度県予算を踏まえた重点項目(産業成長戦略) ◇地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目 ◇各産業分野の4年後、10年後の目標 ◇計画の基本方向への追加等
31日	第2期産業振興計画ver.2の決定
9月2日	第1回商工業部会
4日	第1回連携テーマ部会
5日	第1回水産部会
9日	第1回農業部会
"	第1回観光部会
11日	第1回林業部会
13日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇高知県経済等の動向 ◇第2期計画ver.2の進捗状況 ・産業成長戦略の各分野における4年後・10年後の目標達成に向けた確認資料 ◇第2期計画ver.3へのバージョンアップのポイント
2014年 1月20日 (平成26年)	第2回農業部会
21日	第2回林業部会
"	第2回水産部会
"	第2回商工業部会
"	第2回観光部会
23日	第2回連携テーマ部会
27日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇高知県経済等の動向 ◇産業成長戦略の平成25年度の進捗状況等 ◇産業成長戦略の平成26年度の改定のポイント ◇第2期産業振興計画ver.3改定のポイント(全体まとめ)
3月25日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇地域アクションプランの平成25年度の進捗状況 ◇第2期高知県産業振興計画ver.3(案) ・地域アクションプランの平成26年度の追加・拡充・削除項目 ・産業成長戦略の平成26年度県予算を踏まえた重点項目 ・第2期高知県産業振興計画ver.3の主な改定内容 ◇平成26年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール
31日	第2期産業振興計画ver.3の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2014年	9月	1日	<u>第1回農業部会</u>
(平成26年)	9月	2日	<u>第1回林業部会</u>
			〃 <u>第1回連携テーマ部会</u>
		3日	<u>第1回水産業部会</u>
			〃 <u>第1回商工業部会</u>
		4日	<u>第1回観光部会</u>
		12日	第1回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】 ◇高知県経済等の動向 ◇第2期計画ver. 3の進捗状況 ◇第2期計画ver. 4へのバージョンアップのポイント
2015年	1月	19日	<u>第2回農業部会</u>
(平成27年)			〃 <u>第2回水産業部会</u>
		20日	<u>第2回林業部会</u>
			〃 <u>第2回商工業部会</u>
			〃 <u>第2回観光部会</u>
		21日	<u>第2回連携テーマ部会</u>
		23日	第2回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】 ◇高知県経済等の動向 ◇産業成長戦略の平成26年度の進捗状況等 ◇産業成長戦略の平成27年度の改定のポイント ◇第2期産業振興計画ver. 4改定のポイント(全体まとめ)
	3月	23日	第3回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】 ◇地域アクションプランの平成26年度の進捗状況 ◇第2期高知県産業振興計画ver. 4(案) ・地域アクションプランの平成27年度の追加・拡充・削除項目 ・産業成長戦略の平成27年度県予算を踏まえた重点項目 ・第2期高知県産業振興計画ver. 4の主な改定内容 ◇平成27年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール
		31日	第2期産業振興計画ver. 4の決定
	8月	24日	第1回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】 ◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略〈平成27年度改定版〉」の概要について ◇総合戦略で取り組む分野(少子化対策、女性の活躍の場の拡大、中山間対策)の取り組み概要及び進捗状況について
	8月	31日	<u>第1回農業部会</u>
	9月	1日	<u>第1回水産業部会</u>
		2日	<u>第1回林業部会</u>
		7日	<u>第1回商工業部会</u>
			〃 <u>第1回観光部会</u>
		9日	<u>第1回連携テーマ部会</u>

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2015年 (平成27年)	9月14日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」のバージョンアップのポイントについて（少子化対策等） ◇第2期産業振興計画ver. 4の進捗状況等について（地域アクションプランの追加等） ◇第2期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括等について ・産業成長戦略の実行3年半の取り組みの総括 ・地域アクションプランの実行3年半の取り組みの総括 ◇第2期産業振興計画の成果や課題を踏まえた次のステージにおける「さらなる挑戦」について
2016年 (平成28年)	1月18日	第2回連携テーマ部会
	"	第2回水産部会
	19日	第2回農業部会
	1月20日	第2回林業部会
	"	第2回商工部会
	"	第2回観光部会
	22日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期高知県産業振興計画の全体像（案）について ◇第3期高知県産業振興計画の産業成長戦略（案）について ◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略の平成28年度の重点施策（案）について（基本目標4）
	3月28日	第4回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成28年度版）（案）について ・総合戦略の改定案 ・基本目標3の重点施策（案） ◇第3期高知県産業振興計画（案）について ・総論・産業成長戦略（案） ・地域アクションプラン（案） ・地域産業クラスタープロジェクト（案）
	31日	第3期産業振興計画の決定
	9月1日	第1回水産部会
	2日	第1回農業部会
	"	第1回商工部会
	5日	第1回林業部会
	7日	第1回観光部会
	"	第1回連携テーマ部会
	12日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第2期産業振興計画の総括について ◇第3期産業振興計画の取り組み状況等について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等、取り組みの強化の方向性 ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について（基本目標3、4）
2017年 (平成29年)	1月13日	第2回商工部会
	16日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会

※ 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)

2017年 (平成29年)	1月16日	第2回水産業部会
	17日	第2回連携テーマ部会
	18日	第2回観光部会
	20日	第2回フォローアップ委員会
		【主な検討事項】◇第3期産業振興計画について ・平成28年度の進捗状況等 ・平成29年度の改定のポイント ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について (基本目標4) ・平成28年度の進捗状況等 ・平成29年度の改定のポイント
	3月28日	第3回フォローアップ委員会
		【主な検討事項】◇第3期産業振興計画の進捗状況について ・地域産業クラスターの平成28年度の進捗状況等 ・地域アクションプランの平成28年度の進捗状況等 ◇第3期産業振興計画ver.2(案)について ・地域アクションプランの改定 ・産業成長戦略の改定 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成29年度版) (案)について
	31日	第3期産業振興計画ver.2の決定
	9月5日	第1回商工業部会
	11日	第1回農業部会
	"	第1回林業部会
	"	第1回水産業部会
	"	第1回観光部会
	14日	第1回連携テーマ部会
	19日	第1回フォローアップ委員会
		【主な検討事項】◇第3期産業振興計画ver.2の取り組み状況等について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等 ・持続的な拡大再生産の好循環に向けたさらなる「地産の強化」 ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について(基本目標3、4)
2018年 (平成30年)	1月16日	第2回農業部会
	17日	第2回商工業部会
	18日	第2回林業部会
	"	第2回水産業部会
	"	第2回観光部会
	"	第2回連携テーマ部会
	22日	第2回フォローアップ委員会
		【主な検討事項】◇第3期産業振興計画について ・第3期産業振興計画ver.3の改定のポイント(全体まとめ) ・産業成長戦略の平成29年度の進捗状況等と平成30年度の改定のポイント ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について (基本目標3、4) ・平成29年度の進捗状況等 ・平成30年度の改定のポイント

※ 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)

2018年 3月27日 (平成30年)	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画ver.3(案)について ・計画の改定 ・地域産業クラスタープロジェクトの追加等 (平成29年度の進捗状況等を含む) ・地域アクションプランの改定 (平成29年度の進捗状況等を含む) ・平成30年度のフォローアップ体制 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成30年度版) (案)について
31日	第3期産業振興計画ver.3の決定
8月31日	第1回農業部会
9月7日	第1回観光部会
10日	第1回林業部会
"	第1回水産部会
"	第1回商工部会
14日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画ver.3の取り組み状況等について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況及びさらなる強化策 ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について(基本目標3、4)
2019年 1月17日 (平成31年)	第2回農業部会
18日	第2回林業部会
"	第2回水産部会
"	第2回商工部会
22日	第2回観光部会
24日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画について ・産業成長戦略の平成30年度の進捗状況及び平成31年度の改定のポイント ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について(基本目標3、4) ・平成30年度の進捗状況及び平成31年度の改定のポイント
3月27日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画の進捗状況等について ・地域産業クラスターの平成30年度の進捗状況等 ・地域アクションプランの平成30年度の進捗状況等 ◇第3期産業振興計画ver.4(案)について ・地域アクションプランの改定 ・計画の改定 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成31年度版)(案)について
31日	第3期産業振興計画ver.4の決定
(令和元年) 9月2日	第1回農業部会
"	第1回商工部会
4日	第1回水産部会
9日	第1回林業部会
"	第1回観光部会

※ 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)

2019年 9月 17日 (令和元年)	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画及びまち・ひと・しごと創生総合戦略の成果や今後の強化の方向性について ◇第3期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括とさらなる挑戦について ・産業成長戦略 ・地域産業クラスタープロジェクト ・地域アクションプラン ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(基本目標3、4)の実行4年半の取り組みの総括とさらなる挑戦について ・若い世代の「結婚」「妊娠・出産」「子育て」の希望をかなえる、女性の活躍の場の拡大(基本目標3) ・コンパクトな中心部と小さな拠点との連携により人々の暮らしを守る(基本目標4)
2020年 1月 30日 (令和2年)	第2回農業部会 第2回水産業部会
	31日 第2回商工業部会
	2月 3日 第2回林業部会
	4日 第2回観光部会
	7日 第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画の全体像(案)について ◇第4期産業振興計画の産業成長戦略(案)について ◇第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体像(案)について
	3月 31日 第4期産業振興計画の決定
	6月 23日 第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画のフォローアップ体制及びスケジュールについて ◇高知県経済の現状等について ◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について
	9月 11日 第1回農業部会
	" 第1回商工業部会
	14日 第1回林業部会
	" 第1回観光部会
	15日 第1回水産業部会
	25日 第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画の総括について ◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について ◇第4期産業振興計画の取り組み状況等について ・関西圏との経済連携の強化について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等について
2021年 1月 15日 (令和3年)	第2回農業部会
	18日 第2回商工業部会
	19日 第2回林業部会
	" 第2回水産業部会
	20日 第2回観光部会

※ 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)

2021年 (令和3年)	1月25日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の 取り組み ◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.2の強化のポイント について(案) ・関西圏との経済連携の強化について ・産業成長戦略の令和2年度の進捗状況及び令和3年度 の強化のポイント(分野別)(案) ・地域アクションプランの令和3年度の追加・削除 項目(案)
	3月31日	第4期産業振興計画ver.2の決定
	6月22日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の 取り組みと今後の方向性について ◇令和3年度の産業成長戦略に係る重点取り組みの 進め方について
	9月13日	第1回林業部会
	"	第1回水産部会
	"	第1回商工業部会
	17日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇第4期産業振興計画ver.2の取り組み状況等について ・さらなる強化策 ・専門部会報告 ・地域アクションプランの追加項目 ◇令和4年度に向けた連携テーマの見直しについて
	10月20日	第1回観光部会
	27日	第1回農業部会
2022年 (令和4年)	2月2日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	"	第2回観光部会
	7日	第2回水産部会
	14日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.3の強化のポイント(案) ・令和3年度の進捗状況及び令和4年度の強化の ポイント(分野別)(案) ・令和4年度の連携テーマの取り組み(案) ・地域アクションプランの令和4年度の追加・削除 項目(案)
	3月31日	第4期産業振興計画ver.3の決定
	7月4日	第1回水産部会
	5日	第1回林業部会
	"	第1回観光部会
	6日	第1回農業部会
	"	第1回商工業部会

※ 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)

2022年 (令和4年)	7月11日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰対策について ◇第4期産業振興計画の令和3年度の進捗状況及び今後の取り組み等について ・各産業分野の令和3年度の進捗状況及び今後の取り組み ・専門部会報告 ・連携テーマのプロジェクトの取り組み ・関西・高知経済連携強化戦略の取り組み ・地域アクションプランの削除項目(案)
	10月24日	第2回林業部会
	26日	第2回水産部会
	"	第2回観光部会
	27日	第2回農業部会
	"	第2回商工業部会
	11月2日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰対策について ◇第4期産業振興計画の令和4年度上半期の進捗状況及び令和5年度の取り組みの強化の方向性等について ・各産業分野の取り組み状況等について ・連携テーマのプロジェクトの取り組み状況等について ・関西戦略におけるさらなる外商強化策
	1月26日	第3回水産部会
	"	第3回観光部会
	2月1日	第3回林業部会
	6日	第3回農業部会
2023年 (令和5年)	"	第3回商工業部会
	13日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰の状況について ◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.4の強化のポイント(案) ・令和5年度の取り組みの強化のポイント(分野別)(案) ・専門部会報告 ・令和5年度の連携テーマの取り組み(案) ・関西・高知経済連携強化戦略進捗状況とver.3強化策のポイント(案) ・地域アクションプランの令和5年度の追加・削除項目(案)
	3月23日	第4回林業部会
	3月31日	第4期産業振興計画ver.4の決定
	7月19日	第1回林業部会
	25日	第1回観光部会
	9月4日	第1回農業部会
	5日	第2回林業部会
	6日	第1回商工業部会
	7日	第1回水産部会

※ 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)

2023年 (令和5年)	14日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括について ・全体総括 ・産業成長戦略 ・関西・高知経済連携強化戦略 ・地域アクションプラン ・地域産業クラスタープロジェクト ◇産業振興計画の今後の強化の方向性について
2024年 (令和6年)	1月22日	第2回観光部会
	26日	第3回林業部会
	"	第2回水産業部会
	29日	第2回農業部会
	30日	第2回商工業部会
	2月6日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第5期高知県産業振興計画の全体像(案)について ◇第5期高知県産業振興計画の産業成長戦略(案)について ◇第5期高知県産業振興計画の地域アクションプラン(案)について
	3月31日	第5期産業振興計画の決定
	10月21日	第1回観光部会
	10月22日	第1回農業部会
	"	第1回水産業部会
	24日	第1回商工業部会
	29日	第1回林業部会
	11月6日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画の総括について ◇第5期産業振興計画の取り組み状況等について ・第5期産業振興計画 計画全体を貫く目標の達成見込みについて ・各産業分野の令和6年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について ・連携テーマの令和6年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について ・次世代産業創造プロジェクトの令和6年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について
2025年 (令和7年)	1月24日	第2回商工業部会
	28日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回観光部会
	29日	第2回水産業部会
	2月6日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第5期産業振興計画 計画全体を貫く目標の達成見込みについて ◇第5期産業振興計画におけるバージョンアップのポイント(案)について ◇産業成長戦略の令和7年度の取り組みの強化のポイント(案)について ◇地域アクションプランの令和7年度の追加・削除項目(案)について
	3月31日	第5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

令和6年度 高知県産業振興計画フォローアップ委員会委員名簿

(敬称略)

分 野	氏 名	専門部会 部会員等	所 属 及 び 役 職	備 考
農 業	久岡 隆	農 業	高知県農業協同組合中央会	代表理事会長
林 業	戸田 昭	林 業	高知県森林組合連合会	代表理事会長
水産業	澳本 健也	水産業	高知県漁業協同組合	代表理事組合長
商工業	西山 彰一	商工業	高知県商工会議所連合会	会頭
	山崎 道生	商工業	一般社団法人高知県工業会	会長
観 光	新開 祐二	観 光	一般社団法人日本旅行業協会中四国支部高知県支部	支部長
地 方 金融機関	小林 達司		株式会社四国銀行	代表取締役頭取
	海治 勝彦		株式会社高知銀行	代表取締役頭取
	山崎 久留美		高知信用金庫	理事長
有識者等	石塚 悟史		国立大学法人高知大学	副学長 (地域連携担当)
	永幡 崇		日本銀行高知支店	支店長
	野崎 裕子		株式会社東京リーガルマインド	取締役
	芳賀 裕子		名古屋商科大学ビジネススクール	教授
市町村長の 代表者等	桑名 龍吾		高知県市長会	会長 高知市長
	上村 誠		高知県町村会	会長 北川市長
	弘瀬 優		高知市	副市長
	計 16名			

令和6年度 高知県産業振興計画フォローアップ委員会 専門部会員

(敬称略 部会毎に五十音順)

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
農 業	副部会長	田中 壮太	○	国立大学法人高知大学農林海洋科学部	教授
		富田 雅之		高知県全国取引会社協議会	会長
		中山 太陽		土佐経済同友会	幹事
		永森 文英		高知県指導農業士連絡協議会	会長
		野村 有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事
	部会長	原 心一		一般社団法人高知県農業会議	副会長
		久岡 隆		高知県農業協同組合中央会	代表理事会長
		三谷 英子		学校法人三谷学園RKC調理製菓専門学校	常任顧問
		宮地 幸		JA高知女性組織協議会	会長
		山下 文広		高知県農業協同組合	代表理事専務

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
林 業	副部会長	小川 康夫	○	一般社団法人高知県木材協会	会長
		川端 俊雄		ヤドリギ	代表
		後藤 純一		国立大学法人高知大学	名誉教授
	部会長	戸田 昭		高知県森林組合連合会	代表理事会長
		濱崎 康子		株式会社はまさき	取締役
		福吉 修二		高知県素材生産業協同組合連合会	専務理事
		堀澤 栄		高知県公立大学法人 高知工科大学	教授
		宮沢 一正		四国森林管理局	森林整備部長
		毛綱 昌弘		国立研究開発法人森林研究・整備機構 森林総合研究所 四国支所	産学官民連携推進調整監
		山本 直子		公益社団法人高知県建築士会	女性委員会副委員長

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
水産業	副部会長	浦尻 和伸	○	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長
		奥本 健也		高知県漁業協同組合	代表理事組合長
	部会長	木下 清		奈半利町漁業協同組合	代表理事組合長
		徳廣 好彦		高知中央市場鮮魚仲卸協同組合	代表理事
		中田 勝淑		高知かつお漁業協同組合	理事
		西内 正		株式会社タカビシ食品	代表取締役
		濱町 明恵		有限会社土佐佐賀産直出荷組合	代表取締役
		宮本 貴光		高知県水産物産地買受人連絡協議会	会長
		森岡 克司		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
		山本 力		有限会社タカシン水産	代表取締役

(敬称略 部会毎に五十音順)

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
商工業	部会長	上村 浩		高知県公立大学法人高知工科大学データ&イノベーション学群	教授
		梶原 絹代		高知県商工会議所女性会連合会	会長
		武田 秀義		高知県商工会連合会	会長
		中島 和代		なかじま企画事務所	代表者
		中城 一明		一般社団法人高知県情報産業協会	会長
		西山 彰一	○	高知県商工会議所連合会	会頭
		久松 朋水		高知県中小企業団体中央会	会長
		廣末 幸彦		高知県商店街振興組合連合会	理事長
		弥勒 美彦		公益社団法人高知県貿易協会	会長
		森澤 正博		一般社団法人高知県製紙工業会	理事長
	副部会長	山崎 道生	○	一般社団法人高知県工業会	会長

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
観 光	部会長	岡村 健志		国立大学法人高知大学次世代地域創造センター	准教授
		鎌倉 昭浩		公益財団法人高知県文化財団	理事長
		北古味 潤		高知ファイティングドッグス株式会社	代表取締役
		黒笹 慈幾		国立大学法人高知大学地域協働学部	客員教授
		新開 祐二	○	一般社団法人日本旅行業協会中四国支部高知県支部	支部長
		樋口 毅彦		一般社団法人高知県バス協会	会長
	副部会長	古谷 博		高知県旅館ホテル生活衛生同業組合	副理事長
		町田 美紀		株式会社and.	取締役
		三井 幸一		高知SGG善意通訳クラブ	会長
		森 恒一郎		土佐経済同友会	観光推進委員長

高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

(設置)

第1条 県経済に活力を取り戻し、将来に一層の希望を持って暮らすことのできる高知県づくりを目指して、官民協働で実行する高知県産業振興計画（以下「産業振興計画」という。）の検証等を行い、より効果的かつ実効性あるものとするため、高知県産業振興計画フォローアップ委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 産業振興計画の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。
- (2) その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

(委員及び組織)

第3条 委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者
- (2) 地方銀行の代表者
- (3) 有識者
- (4) 市町村長の代表者
- (5) その他知事が必要と認める者

- 2 委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の翌年度の3月31日までとする。ただし、委員の交代又は増員による場合は、他の委員の残任期と同じとする。
- 3 委員会に委員長1名及び副委員長2名を置き、委員の互選により定める。
- 4 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 5 副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 6 委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

(会議)

第4条 委員会の会議（以下「委員会会議」という。）は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会会議については、知事が招集することができる。

- 2 委員会会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
- 3 委員会会議は公開とする。ただし、委員会において特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。
- 4 第3条第1項に定める委員が委員会会議を欠席する場合、委員長は当該委員の申し出により代理出

席を認めることができる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議は、第3条第1項に定める委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(戦略検討委員会)

第5条 県経済の持続的な成長に向けて、産業振興計画において必要な戦略等を検討するため、委員会に戦略検討委員会を設置することができる。

2 戦略検討委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。

- (1) 県経済に関する識見を有する者
- (2) 学識経験者
- (3) その他知事が必要と認める者

3 委員の任期は、委嘱又は任命の日から、委嘱又は任命の日の属する年度の3月31日までとする。

4 戦略検討委員会に委員長1名及び副委員長1名を置き、委員の互選により定める。

5 委員長は、会務を総理し、戦略検討委員会を代表する。

6 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。

7 戦略検討委員会の会議は、委員長が必要に応じて招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長が選任される前に招集される戦略検討委員会の会議については、知事が招集することができる。

8 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。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される戦略検討委員会の会議は、知事が関係者に出席その他の協力を求めることができる。

(専門部会)

第6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) 水産部会
- (4) 商工業部会
- (5) 観光部会

2 各専門部会の部会員は、委員会の委員及び次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 地域活性化の実践的な活動に実績を有する者
- (3) 商工業、観光に関する実務に識見を有する者

3 部会員の任期は、委嘱又は任命の日から、委嘱又は任命の日の属する年度の翌年度の3月31日までとする。ただし、部会員の交代又は増員による場合は、他の部会員の残任期と同じとする。

4 専門部会に部会長1名及び副部会長1名を置き、部会員の互選により定める。

- 5 部会長は、会務を総理し、部会を代表する。
- 6 副部会長は、部会長を助け、部会長に事故があるとき又は部会長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 7 専門部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議については、知事が招集することができる。
- 8 第2項に定める部会員が専門部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議は、第2項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。
- 9 専門部会の事務局は、当該分野を所管する部の主管課に置く。

(地域アクションプランフォローアップ会議)

第7条 産業振興計画の地域アクションプランの実行に関し、必要なフォローアップを行うため、地域アクションプランフォローアップ会議（以下「フォローアップ会議」という。）を設置する。

- 2 フォローアップ会議の名称及びそれぞれの対象地域は、次の表に定めるとおりとする。

名称	対象地域
安芸地域アクションプラン フォローアップ会議	室戸市 安芸市 東洋町 奈半利町 田野町 安田町 北川村 馬路村 芸西村
物部川地域アクションプラン フォローアップ会議	南国市 香南市 香美市
高知市地域アクションプラン フォローアップ会議	高知市
嶺北地域アクションプラン フォローアップ会議	本山町 大豊町 土佐町 大川村
仁淀川地域アクションプラン フォローアップ会議	土佐市 いの町 仁淀川町 佐川町 越知町 日高村
高幡地域アクションプラン フォローアップ会議	須崎市 中土佐町 檮原町 津野町 四万十町
幡多地域アクションプラン フォローアップ会議	宿毛市 土佐清水市 四万十市 大月町 三原村 黒潮町

- 3 各フォローアップ会議の委員（以下「会議委員」という。）は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。
 - (1) 市町村長
 - (2) 農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者
 - (3) その他知事が必要と認める者
- 4 会議委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の翌年度の3月31日までとする。ただし、会議委員の交代又は増員による場合は、他の会議委員の残任期と同じとする。
- 5 フォローアップ会議に座長を置き、会議委員の互選により定める。また、会議委員の互選により、

副座長を置くことができる。

- 6 副座長は、座長を助け、座長に事故があるときまたは座長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 7 フォローアップ会議の会合は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議については、知事が招集することができる。
- 8 第3項に定める会議委員がフォローアップ会議を欠席する場合、座長は当該会議委員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議は、第3項に定める会議委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。
- 9 フォローアップ会議の事務局は、対象地域に設置する産業振興推進地域本部に置く。

(事務局)

第8条 委員会の事務局は、産業振興推進部産業政策課に置く。

(雑則)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成22年5月7日から施行する。

附 則

この要綱は、平成24年7月13日から施行する。

附 則

この要綱は、平成26年7月18日から施行する。

附 則

この要綱は、平成27年7月9日から施行する。

附 則

この要綱は、平成28年7月26日から施行する。

附 則

この要綱は、平成30年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、平成31年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、令和2年5月15日から施行する。

附 則

この要綱は、令和5年4月28日から施行する。

附 則

この要綱は、令和6年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、令和7年4月1日から施行する。