

産業成長戦略の 令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント (分野別) (案)

《目次》

○ 農業分野	1
○ 林業分野	2
○ 水産業分野	3
○ 商工業分野	4～5
○ 観光分野	6
○ 連携テーマ（外商（食品加工））	7
○ 連携テーマ（移住促進）	8
○ 連携テーマ（起業・新事業展開）	9

注)本資料の内容は予算見積段階のもので、
今後の協議により、内容の追加・修正を行う場合があります。
また、各事業の実施にあたっては、議会の予算承認が必要となります。

令和3年1月25日 高知県


産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>農業</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 農業産出額 1,177億円 (H30) 農業生産量 野菜:12.7万t 果樹:2.34万t 花き:1,971万本 (R元 主要品目) 畜産 (土佐あかうし) :2,406頭</p> <p><柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 環境制御等×デジタル技術「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の開発 ⇒ システムの核となるIoTクラウドのプロトタイプを構築しデータ収集を開始 (R2.11月) ○ 環境制御や施設の高度化等による「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及 ⇒ 次世代型ハウス整備面積：59.6ha (R元) → 66.1ha (R2.12月推計値) ○ 上記システムの普及による生産力の向上 ⇒ 野菜主要7品目出荷量：5.3万t (R元.10月末) → 5.1万t (R2.10月末) <p><柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 集落営農組織等の法人化を推進 ⇒ 集落営農組織等の法人数：54法人 (R元) → 57法人 (R2見込み) ○ 地域の農業を面的に支える仕組みづくりを推進 ⇒ 地域農業戦略策定数：2件 (R元) → 4件 (R2.12月末) <p><柱3 流通・販売の支援強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 地域別戦略による卸売市場と連携した販売拡大 ⇒ 市場流通で開拓した取引先との販売額： 5.0億円 (R元.11月末) → 5.3億円 (R2.11月末推計) ○ 「とさのさと」を活用した県産農産物の外商を推進 ⇒ 直接取引等多様な流通による外商額： 0.3億円 (R元.12月末) → 0.4億円 (R2.12月末) ○ 新たな海外マーケットの開拓と輸出に取り組む産地の強化 ⇒ 農畜産物の輸出額 (青果・花き販売委託業務分)： 743万円 (R元 上半期) → 702万円 (R2 上半期) <p><柱4 多様な担い手の確保・育成></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 就農潜在層や就農希望者への情報発信、就農相談の実施等による担い手の確保 ⇒ 新規就農者数：90人 (R元.11月末概算) → 58人 (R2.11月末概算) ○ JA無料職業紹介所と連携した労働力の確保 ⇒ JA無料職業紹介所でのマッチング数： 150人 (R元 上半期) → 155人 (R2 上半期) <p><柱5 農業全体を下支えする基盤整備の推進と農地の確保></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 地域ニーズ等に応じたほ場整備を推進 ○ 新規や規模拡大する担い手への農地の集積・集約を推進 ⇒ ほ場整備完了面積：- (R元) → 0.5ha (R2.12月末) (ほ場整備工事発注面積：28ha (R2.12月末)) ※ 整備した農地の集積・集約はR3からスタート 	<p>【分野を代表する目標】 (R3目標) 農業産出額 1,200億円 農業生産量 野菜:13.2万t 果樹:2.42万t 花き:2,020万本 (主要品目) 畜産 (土佐あかうし) :3,208頭</p> <p><柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ハウス内環境データ等を収集できるデバイスが少ない ⇒ ○ 通信機能を備えたデバイス等の開発を促進 【KPI】 施設園芸関係機器・システムの販売額：13.0億円 (R3) ■ 環境制御技術やハウス内環境データを栽培に生かし切れていない生産者への営農支援の強化が必要 ⇒ ○ データに基づく営農指導による生産性・収益向上 【KPI】 データ駆動型農業による営農支援者数：200人 (R3) <p><柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 担い手の減少が進み、経営資源の脆弱な任意組織では、法人化しても十分な効果が得られない ⇒ ○ 集落営農法人の広域化によるスケールメリットの早期発生と経営力の強化 【KPI】 集落営農組織等の法人数 (広域型法人を含む)：61法人 (R3) <p><柱3 流通・販売の支援強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 大阪・関西万博等の大規模プロジェクトを見据え、関西圏の飲食店やホテル等への販売強化が必要 ⇒ ○ 関西圏の飲食店等とのルートを持つ仲卸の産地招聘等 【KPI】 市場流通で開拓した取引先との販売額：14.0億円 (R3) ■ 社会構造の変化に対応した消費者・実需者へのPRや直接販売の強化が必要 ⇒ ○ 飲食店等への販売体制の整備やWebサイトでの販促キャンペーンの展開等 【KPI】 直接取引等多様な流通による外商額：4.0億円 (R3) ■ 新たな海外マーケットの開拓には、ターゲット (品目・輸出国) に応じた生産からの取り組みが必要 ⇒ ○ 新たな重点輸出品目及び対象国の選定と対象国の検疫条件等に対応した産地の育成 【KPI】 農畜産物の輸出額：6.0億円 (R3) <p><柱4 多様な担い手の確保・育成></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 新規就農者のさらなる確保に向けては、ターゲットを明確にして注力した取り組みが必要 ⇒ ○ 後継者が未定の農家への積極的なアプローチによる親元就農の推進 【KPI】 自営新規就農者数：220人 (R3) ■ 人の移動の停滞や雇用情勢が悪化する中、農業現場の人手や障害者等の就労機会の確保が必要 ⇒ ○ 農福連携の推進体制の整備や啓発から就労定着までの一貫支援の仕組みの構築 【KPI】 農業分野での障害者等の新規就労者数：75人/年間 (R3) <p><柱5 農業全体を下支えする基盤整備の推進と農地の確保></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 担い手の誘致に向けて、迅速な施設園芸用農地の整備が必要 ⇒ ○ 担い手のニーズに合わせて迅速に施設園芸用農地を整備できる事業を創設 【KPI】 施設園芸用農地の整備：1地区 (R3) ■ 就農のタイミングに合わせた中古ハウス・農地の確保が難しい ⇒ ○ 人・農地プラン等を基に流動化可能な中古ハウス・農地を整理し、市町村へ確保・整備を提案 【KPI】 新規ほ場整備農地の担い手への集積率：10% (R3)


産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>林業</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 木材・木製品製造品出荷額等：214億円 (H30) 原木生産量：67.1万m³ (R元)</p> <p><柱1 原木生産の拡大> ○川下の需要に応じた弾力的な原木生産を推進 ⇒ 民有林の原木生産量：46.6万m³ (H30年次) → 19.3万m³ (R2.4月～9月) ○再造林率の向上や適切な間伐の実施により持続可能な森づくりを推進 ⇒ 民有林の再造林面積：250ha (R元) → 167.13ha (R2.4月～9月)</p> <p><柱2 木材産業のイノベーション> ○事業戦略の策定・実践による経営改善の推進 ⇒ 取組事業体数：8事業体 (R元) → 11事業体 (R2.12月末) ○県内製材工場等の連携による集出荷体制の整備 ⇒ 県外での展示会への出展：17回 (R元) → 11回 (R2.12月末)</p> <p><柱3 木材利用の拡大 (建築士等への戦略的アプローチ)> ○木造建築に精通した建築士等の育成 ○施主の木材利用に関する理解の醸成 ○流通拠点及び土佐材パートナー企業への販路の拡大 ⇒ 流通拠点等への営業回数：771回 (R元) → 741回 (R2.11月末) 流通拠点における取扱量 : 8,187m³ (R元) → 6,218m³ (R2.11月末) ○木造建築の設計・技術支援 ⇒ 非住宅建築物の設計支援 (CLT建築含む) : 8棟 (R元) → 11棟 (R2.12月末 (内示レベル含む))</p> <p><柱4 担い手の育成・確保> ○林業大学の充実・強化 ⇒ リカレント教育の更なる充実強化により短期課程 (リカレントコース等) の受講者数 (年間) が増加 1,947人 (R元) → 1,992人 (R3.3見込み) ○きめ細かな担い手育成・確保の強化 ⇒ こうちフォレストスクールの開催【参加者71名 (うち女性8名)】 (R元) → 70名 (うち女性21名) ○林業事業体の経営基盤の強化 ⇒ 事業戦略の策定による経営改善の推進 5事業体が事業実施中</p>	<p>【分野を代表する目標】 (R3年度目標) 木材・木製品製造品出荷額等：217億円 原木生産量：74.4万m³</p> <p><柱1 原木生産の拡大> ■新型コロナウイルス感染症の影響により木材需要が減退し、原木価格の低い状態が続いており、作業システムの効率化による更なる労働生産性の向上が必要 ■木材価格の安定化に向けた川中、川下業者との連携が十分に確立していない ⇒ ○生産性向上に向けたICT等を活用したスマート林業の促進 ○先進的林業機械等を活用した新たな生産システムの導入促進 ○流通・加工事業体との連携強化 【KPI】・民有林における原木生産量：54.4万m³ ■環境に配慮しつつ、森林資源を最大限に循環利用する仕組みの確立が必要 ■原木価格の低下による木材収入の減少が見込まれ、今後、再造林を控える可能性がある ○持続可能な森づくりの推進 地域ぐるみでの再造林推進を強化 コウヨウザン (早生樹) 等の多様な樹種による森林整備 森林吸収源対策及び環境に配慮した木材生産の仕組みづくりの確立 ○森林情報の高度化 (デジタル化) を活用した施業集約化の強化 【KPI】・民有林の再造林面積：485ha</p> <p><柱2 木材産業のイノベーション> ■事業継続に係る支援 ■非住宅建築物の木造化に向けたJAS製材品の供給体制強化 ⇒ ○県内製材事業体の経営改善に向けた、事業戦略の実践支援の継続 ○経営の継続と雇用を維持するため、アドバイザー派遣や運転資金等の国、県制度の周知などによる伴走支援の実施 ○品質の確かなJAS製材品等の安定的な供給に向け、大型製材施設の整備等の推進 【KPI】・県産製材品の出荷量 (年間)：152千m³ (R3)</p> <p><柱3 木材利用の拡大 (建築士等への戦略的アプローチ)> ■比較的木造化しやすい4階建て以下の建築物における更なる木造化の提案活動が必要 ■社会構造の変化に対応した木材利用の企画・提案の検討 ⇒ ○TOSAZAIセンターと連携した、県内市町村及び企業等への木造化に向けた提案活動の推進 ○非住宅建築物の木造化、木質化を促進するため、設計及び内装木質化に係る支援の継続 ○品質、強度が明確なJAS製材品等の安定的な供給体制の確立 ○TOSAZAIセンター関西駐在員1名の配置による情報収集、外商活動の強化 ○経済同友会と連携した建築士・施主の理解醸成 【KPI】・県内における非住宅建築物の木造率 (床面積ベース) (年間)：18.5% (R3) ・建築士等の育成や施主への理解の醸成に関する活動を行った地域の数 (累積) : 16地域 (R3)</p> <p><柱4 担い手の育成・確保> ■新型コロナウイルス感染症拡大防止対策への対応 ⇒ ○3密回避のため定員の制限やオンライン講義の開催を行う ■女性就業者に対する事業体の意識の向上 ⇒ ○先進事例等を学ぶための研修会の開催 ■経営の継続と雇用の維持 ⇒ ○県内林業事業体の経営改善に向けた、事業戦略の策定及び実践支援 【KPI】林業従事者数：1,650人</p>


産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>水産業</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 漁業生産額(宝石サンゴを除く) 497億円(H30年) 水産加工出荷額 233億円(H30年)</p> <p><柱1 漁業生産の構造改革></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 高知マリンイノベーションにおける各PTの取り組みが進展 ⇒データベースの構築、情報発信システムの基本設計(R3.3月完成予定) ⇒メジカ漁獲尾数計数システムの仕様の決定(R3.3月予定) ⇒急潮や二枚潮発生予測の精度向上のため調査を実施 ⇒赤潮発生予察のためのモニタリング及び赤潮対策のための餌止め試験の実施 ⇒自動計量システムの開発・導入(R3.2月予定) ○ かつお・まぐろ漁業の課題やニーズ等を調査し、事業継続に向けた振興策を策定(R3.3月予定) ○ 黒潮牧場15基体制を維持 ⇒黒潮牧場17号(R2.12月)、16号、19号(R3.3月予定)の設置 ○ 漁場の有効活用を促進 ⇒定置網未利用漁場(2漁場)への企業参入の促進や新たな漁法(小型底定置網)の導入に向け試験操業を実施 <p><柱2 市場対応力のある産地加工体制の構築></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 輸出に対応した加工施設の整備が進展中 ⇒加工施設1件がR3年度中に完成予定 <p><柱3 流通・販売の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「高知家の魚応援の店」へのニーズ収集や高知フェアの開催等、外商活動を実施 ⇒応援の店340店舗での高知フェアの開催(8/24~11/30) ○ 県外消費地市場と連携し量販店等での高知フェアを開催 ⇒関西等の量販店2,315店舗で実施(11/1~11/30) <p><柱4 担い手の育成・確保></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進 ⇒セミナーの開催回数：1回(R元) → 1回(R3.3月末) ○ 就業希望者を対象とした短期・長期研修の実施 ⇒短期研修実施回数：52回(R元) → 12回(R2.12月末時点) ⇒自営漁業者育成事業による新規就業者数： 6名(R元) → 13名(R2.12月末時点) ⇒雇用型漁業支援事業による新規就業者数(国事業含む)： 9名(R元) → 8名(R2.12月末時点) ⇒漁家子弟支援事業による新規就業者数： 3名(R元) → 7名(R2.12月末時点) ○ 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成を支援 ⇒担い手育成団体支援事業による新規就業者数： 1名(R元) → 1名(R2.12月末時点) ○ 漁船のレンタルをサポートし、円滑な就業を支援 ⇒運用手引きを作成し、希望者と所有者のレンタル契約締結3件をサポート(R2.12月末時点) 	<p>【分野を代表する目標】 (R3年度目標) 漁業生産額(宝石サンゴを除く) 486億円 水産加工出荷額 265億円</p> <p><柱1 漁業生産の構造改革></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 操業の効率化や新たなプロジェクトの創出を図るためには、各種データを一元的に管理するとともに、わかりやすく提供することが重要 ⇒データベースで管理するデータの拡充及び情報発信システムの構築 【KPI】・情報発信システムの運用開始(R3) ■ メジカ漁場予測システムの開発・精度向上のため操業海域ごとの漁獲情報を収集 ⇒○漁場予測システムの開発に着手、漁獲尾数計数システムの開発 【KPI】・漁獲尾数計数システムが完成(R3) ■ 二枚潮発生予測の精度向上により操業を効率化するとともに、急潮発生予測の開発により被害を軽減 ⇒○黒潮上流域での海況観測(JAMSTECとの共同研究)や漁業者による高頻度の観測を実施 【KPI】・県内市場取扱額(キンメダイ)：9.5億円(R3) ■ 赤潮被害の軽減や適正な給餌方法の検討等、効率的な生産管理を展開 ⇒○赤潮発生予察の開発及び餌止め試験の実施と結果の普及 ○オープンイノベーションプラットフォームの活用による魚体重推計システム及び養殖尾数カウントシステムの開発 【KPI】・養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)：20,760トン(R3) ■ 水産物の高付加価値化を図るために入札作業のデジタル化を推進 ⇒○地元合意を得られた地域での電子入札の試行 【KPI】・スマート市場：7市場(R3) ■ かつお・まぐろ漁業の存続を図るためには経営体の経営力の向上が不可欠 ⇒○かつお・まぐろ漁業経営体における事業戦略の策定・実行を支援 【KPI】・事業戦略策定：10事業者(R3) <p><柱2 市場対応力のある産地加工体制の構築></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ウイズコロナ、アフターコロナを見据えた加工需要への対応が必要 ⇒○企業訪問等による立地案件の掘り起こしや進展中の整備計画への支援を実施 【KPI】・輸出に対応した加工施設の整備(完成)：1件(R3) <p><柱3 流通・販売の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ禍で販売が堅調な量販店等への販売拡大や「高知家の魚応援の店」への商流の回復が必要 ⇒○関西卸売市場関係者と連携し量販店等での高知フェアの開催等、販売を拡大 【KPI】・販売額：2億円(R3) ○「応援の店」への訪問頻度や産地への招へい機会の拡充等により外商活動を強化 【KPI】・「応援の店」への県内参画事業者の出荷額：4.4億円(R3) <p><柱4 担い手の育成・確保></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 新型コロナウイルス感染症の影響により県外からの相談や研修申込が減少、長期化により魚価安が懸念 ⇒○WEBを活用したPR・サポート体制の強化による新規就業者の確保 ○新規就業者等における複数漁業種の漁労技術習得を支援 【KPI】・新規就業者数：50名(R3)

産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>商工業</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 5,945億円 (H30)</p> <p><柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 事業戦略策定企業(202社)へのPDCAの徹底と実行支援の強化 ⇒5年後に掲げた企業の売上高への目標達成割合(策定後1~3年目) 【KPI】売上高の目標達成割合 1年目20%、2年目50%、3年目80% 【実績】上記の達成割合 1年目40.6%、2年目43.6%、3年目46.9% ○ 生産性向上推進アドバイザーによるプッシュ型支援 ⇒企業訪問件数：【KPI】70件→【実績】31件 (R2.12月末) ○ SDGsをはじめとする付加価値の高い製品開発の支援 ⇒SDGs分科会参加者数：【KPI】150人 (R2~3累計) →【実績】124人 SDGs試作案件：【KPI】7件以上(R2~5累計) →【実績】6件(R2.11月末) ○ 防災関連産業の裾野の拡大や地産地消の促進、外商の強化 ⇒防災関連製品認定：【KPI】161製品→【実績】167製品 (R2.12月末) 防災関連認定製品売上高：【KPI】78億円→【実績】41.2億円 (R2.9月末) ○ 全庁一丸となった企業立地の推進 ⇒企業立地による製造品出荷額等(年間)及び雇用創出数(累計) 【KPI】572億円、1,065人 (R元) →【実績】603億円、1,189人 (R2.11月末) <p><柱2 外商の加速化と海外展開の促進></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 外商サポートによる販路拡大(WEBを活用した商談の実施等)や見本市への出展 ⇒産業振興センターの外商支援による成約額 【KPI】81億円→【実績】62.2億円(R2.12月末) ※前年比106.6% <p><柱3 商業サービスの活性化></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 地域の事業者の経営計画の策定と実行への支援 ⇒商工会等による経営計画の策定支援件数 【KPI】558件 (2,269件：R2~R5) →【実績】R元年度：830件→R2年度実績：1,040件 (R2.11月末時点) ○ 地域商業の活性化 ⇒具体的な振興計画の策定 【KPI】5ヵ所 (年度内策定：2ヵ所) →【実績】R元年度：5ヵ所→R2年度実績：1ヵ所(策定中2ヵ所)(R2.12月末点) ⇒チャレンジショップの開設 【KPI】2ヵ所 (設置数：14ヵ所：R2~R5) →【実績】R元年度：0ヵ所→R2年度実績：0ヵ所(検討中2ヵ所)(R2.12月末時点) ⇒空き店舗への出店支援件数 【KPI】15件 (102件：H28~R5累計) →【実績】R元年度：10件→R2年度実績：8件(R2.12月末時点) 	<p>【分野を代表する目標】 (R3の目標)：6,200億円</p> <p><柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 事業戦略のPDCAが十分に回せていない企業への伴走支援の強化 ⇒○事業戦略支援会議による進捗管理や担当コーディネーターの個別アドバイスなどの強化 【KPI】策定後5年を経過した企業の売上高目標達成割合：100% ■ 省力化・効率化支援のための関係機関とのさらなる連携強化 ⇒○生産性向上支援会議の新設および生産性向上推進アドバイザーによる支援強化 【KPI】企業訪問件数：70件 (R3) ■ アフターコロナ、ウィズコロナやSDGsへの社会的ニーズの高まりを見据えた製品開発の促進 ⇒○企業等との共同研究の実施、セミナーや補助金等を通じた取り組みの促進 【KPI】SDGs試作案件：7件以上 (R2~5累計) ■ 現場のニーズに応じた付加価値の高い製品開発の促進 ⇒○防災製品開発ワーキンググループを通じた避難所等における感染拡大防止に資する製品等の開発 【KPI】防災関連認定製品の売上高：83億円 (R3) ■ 様々な機会を捉えた本県の強みを生かした企業立地の推進、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 ⇒○地方移転を検討する企業へのアプローチの強化及デジタル技術を活用した非接触型の誘致手法の確立 【KPI】・企業立地による製造品出荷額等(年間)：633億円 (R3) ・企業立地による雇用創出数(累計)：1,416人 (R3) <p><柱2 外商の加速化と海外展開の促進></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナウイルス感染症の影響による営業機会の減少および関西でのIRや大阪万博を見据えた営業強化 ⇒○デジタル技術を活用した販路開拓支援の強化および関西戦略の推進に向けた産業振興センターの大阪事務所の体制強化 (コーディネーター1名増) 【KPI】産業振興センターの外商支援による成約額：91億円 (R3) <p><柱3 商業サービスの活性化></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 経営計画の策定件数は伸びているものの策定後のフォローが行き届いていない ⇒○経営支援コーディネーターによる経営指導員の支援体制の見直し ○7ブロック1名体制 → 4ブロック各2名体制 【KPI】・経営計画の策定件数：2,269件 (R2~R5) ■ 新型コロナウイルス感染症の影響により、計画策定の着手が遅れている ⇒○年度内着手に向け、市町村や商工団体等と協議を実施 【KPI】・具体的な商店街の振興計画の策定：5ヵ所 (年度内策定：2ヵ所) ■ チャレンジショップを開設する空き店舗の選定に時間を要している ⇒○市町村を通じた進捗状況確認や助言を行う 【KPI】・チャレンジショップ新規開設：2ヵ所 (設置数：14ヵ所：R2~R5) ■ 新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの9月以降は新規出店も例年並みに回復している ⇒○各市町村及び商工団体等に対し来年度の活用に向けた周知を行う 【KPI】・空き店舗への出店支援数：15件 (102件：H28~R5累計)

産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>商工業</p> 	<p><柱4 デジタル技術の活用による生産性の向上と事業構造の変革の推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 産業集積の加速化 <ul style="list-style-type: none"> ⇒IT・コンテンツ関連企業立地件数： <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】28件（H25～R2累計）→【実績】23件（H25～R2.12月末時点） ⇒新型コロナウイルス感染症の影響による「新たな人や企業の流れ」に対応し、シェアオフィス拠点施設の整備やテレワーク人材の受け入れ・誘致活動の検討・実施（9月補正） ○ 県内企業のデジタル化の促進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒デジタル化総合相談窓口での対応 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】126件（R2～R5累計）→【実績】：68件（R2.12月末時点） <p><柱5 事業承継・人材確保の推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 新規卒者等への情報提供やインターンシップ充実等により県内就職を促進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 県外大学生Uターン就職率：【KPI】21%→【実績】18.6%（R2.3卒） ○ 円滑な事業承継の推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒事業引継支援センターのマッチング件数 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】50件 →【実績】R元年度：14件 → R2年度実績 20件（R2.12月末時点） ○ 外国人材の確保・活躍に向けた取り組みの充実 <ul style="list-style-type: none"> ⇒高知県外国人材確保・活躍戦略の策定（R3.3月策定予定） ○ 就職氷河期世代の就職支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒職場体験講習受講者（34歳～50歳）の就職率 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】70% → 【実績】65.5%（R2.11月末） ⇒職場体験講習受講者（34歳～50歳）の就職後3か月時点の定着率 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】80% → 【実績】88.9%（R2.11月末） * 年齢は、4月1日時点で34歳～49歳 ○ 働き方改革の推進（雇用） <ul style="list-style-type: none"> 企業の意識醸成や体制づくりに向けた支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ワークライフバランス推進延べ認証企業数 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】375社 →【実績】353社(R2.4.1) → 428社(R2.12.1) 	<p><柱4 デジタル技術の活用による生産性の向上と事業構造の変革の推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ これまでの企業誘致の手法（アンケート調査や企業訪問）では、ウィズ、アフターコロナでテレワーク（在宅勤務）が一般化している都市部企業へのアプローチ（特に新規案件の獲得）が困難になっている。 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○Web等を活用して総合的に情報を発信することで、戦略的なプロモーションを行い、誘致対象企業を掘り起こす。 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・IT・コンテンツ、Society5.0関連企業立地件数：5件（R3） ■ 県内中小企業がウィズコロナ/ポストコロナ時代に求められる社会構造の変化に対応するためには、デジタル技術を活用した業務の改善による生産性向上や事業構造の変革に取り組むことが必要であるが、多くの企業で取り組みが進んでいない。 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○中小企業がデジタル化に取り組むきっかけとなるモデル事例を創出 <ul style="list-style-type: none"> ○県内企業全般のデジタル化を促進するため経営指導員・経営者等向けセミナーを実施 ○中小企業に対する支援策の強化として、産業振興センター内に支援体制を整備 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・相談対応件数：60件（R3） <p><柱5 事業承継・人材確保の推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 学生へのより積極的な関与とオンライン等を活用した全国的な取り組みが必要 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○オンライン活用の情報提供に加え、インターンシップや企業面接への参加促進のための助成制度を新設 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・県外大学生Uターン就職率：27%（R4.3月卒） ■ 対前年度よりマッチング件数は増加しているものの、必ずしも十分な件数とはいえない。 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○小規模事業者のM&Aを加速するため、新たな補助メニューを創設 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】高知県事業承継・引継ぎ支援センター構成員による第三者承継のマッチング件数（年間）100件（R5） ■ 戦略に基づいた外国人材の取り組みの着実な展開 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○外国人材の確保・活躍に向けた取り組みの充実 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数の合計 3,000人（R5） ■ 支援機関等との連携のもと、支援対象者の掘り起こし・窓口誘導から、相談、就職支援、職場定着まで切れ目のない支援が必要 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○WEB広告等を活用した広報活動による幅広い対象者の掘り起こしや、求職者のレベルに応じた伴走支援、氷河期世代チャレンジ応援団のネットワークづくり <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・職場体験講習受講者（35歳～51歳）の就職率：70% ・職場体験講習受講者（35歳～51歳）の就職後3か月時点の定着率：80% ・氷河期世代チャレンジ応援団のネットワークづくり登録企業数50社 ■ 新型コロナウイルスの感染症の影響を踏まえた働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○オンラインを活用しながら柔軟に各種事業を実施 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・ワークライフバランス推進延べ認証企業数：480社（R3）


産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>観光</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 観光総消費額 1,096億円 (R元年) 県外観光客入込数 438万人 (R元年)</p> <p><柱1 戦略的な観光地域づくり> ○「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを推進 ⇒ 市町村をまたがる滞在型観光プラン数：0件(計画策定数)(R3.1月時点) ○「歴史」「食」「自然」の観光基盤の整備と多様な周遊の仕組みづくりを推進 ⇒ 全国から誘客できる観光拠点の整備数(累計)：12カ所(R元)→13カ所(R3.1月時点) ⇒ 広域観光組織の体制強化数(観光庁登録DMO数)(累計)：3カ所(R元)→3カ所(R3.1月時点)</p> <p><柱2 効果的なセールス&プロモーション> ○リカバリーキャンペーンと連動したセールス&プロモーションを展開 ⇒ 自然&体験キャンペーン特設サイトのPV数：2,107,438PV(H31.2.1~R2.12.15) 自然&体験キャンペーン特設サイトの体験プログラム登録数：512件 (R2.12月時点)</p> <p><柱3 おもてなしの推進> ○バリアフリー観光を推進 ⇒ 相談対応件数(年間)：345件(R2.12月末時点) ○観光案内所におけるコンシェルジュ機能を強化 ⇒ 観光案内所の満足度：74.4%(R2.3~9月) ○観光客の満足度をさらに高める受入環境を整備 ⇒ 研修受講事業者数：44名(R2.12月末時点)</p> <p><柱4 国際観光の推進> ○海外セールス拠点を活用した旅行商品造成と販売を推進するとともに、デジタルプロモーション等を実施 ⇒ 外国人延べ宿泊者数：15,810人泊(R2.1~10月速報値) ○関西圏と連携した戦略策定及び国際チャーター便誘致 ⇒ チャーター便の誘致：0往復(R2) ○「よさこい」を活用した海外プロモーションを展開 ⇒ よさこいが踊られている国/地域の数：29カ国/地域(R2.11月末)</p> <p><柱5 事業体の強化と観光人材の育成> ○感染症拡大にも対応できる事業体の強化と人材育成 ⇒ 広域観光組織の体制強化数：3カ所(R3.1月時点)【再掲】</p>	<p>【分野を代表する目標】 (R3年目標) 観光総消費額 1,096億円以上 県外観光客入込数 435万人以上</p> <p><柱1 戦略的な観光地域づくり> ■観光地域づくりの主体となる広域観光組織とステイクホルダーとのさらなる連携強化。広域観光組織のマネジメント機能強化 ⇒市町村をまたがる滞在型観光プラン整備計画に基づく、各広域エリアでの受入環境等の整備 ○観光地域づくり塾の拡充による滞在型観光地域プランづくりの県全域への展開 ■屋外観光ニーズの高まりへの対応、ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた新たな顧客の取り組みへの対応 ⇒○観光施設等緊急整備事業費補助金(屋外観光施設等緊急整備事業)による屋外観光施設や体験・滞在メニューの磨き上げの支援 ○ワーケーション、アドベンチャーツーリズムの推進 【KPI】 全国から誘客できる観光拠点整備数(累計)：16カ所(R3) 市町村をまたがる滞在型観光プラン数(累計)：4件(R3) 広域観光組織の体制強化数(累計)：4カ所(R3)</p> <p><柱2 効果的なセールス&プロモーション> ■コロナ禍における高知県観光のチャンスロスの挽回 ⇒○「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフルに活用した観光キャンペーン「リョーマの休日」の展開 ○高知観光リカバリーキャンペーンの延長 ○関西圏との経済連携による誘客促進 【KPI】 観光総消費額：1,096億円以上(R3)【再掲】 県外観光客入込数：435万人以上(R3)【再掲】</p> <p><柱3 おもてなしの推進> ■外国人観光客の受入環境整備 ⇒○観光関連施設の「WiFi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」の受入環境整備を推進 【KPI】 観光客満足度調査(観光施設)における「大変良い」「良い」の割合(年間)：82%(R3) 観光客満足度調査(宿泊先)における「大変良い」「良い」の割合(年間)：82%(R3)</p> <p><柱4 国際観光の推進> ■インバウンド観光の再開に向けた準備 ⇒○海外セールス拠点等を活用した旅行商品の充実 ○訪日旅行関心層に向けてのデジタルプロモーションの展開 ○「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開 ○四国ツーリズム創造機構(広域連携DMO)を中心に四国他県と連携 ■大阪・関西万博も見据えたインバウンド施策の展開 ⇒○関西と高知を結ぶ新たな観光ルートの創出 ○関西の拠点での観光情報の発信 ○国外に向けたセールス&プロモーション 【KPI】 外国人延べ宿泊者数：2.5万人泊</p> <p><柱5 事業体の強化と観光人材の育成> ■感染症拡大にも対応できる事業体の強化と人材育成 ⇒○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を活用した専任人材の配置強化 【KPI】 広域観光組織の体制強化数(累計)：4カ所(R3)【再掲】</p>


産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>食品加工</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 食料品製造業出荷額等 1,187億円 (H30年度)</p> <p><柱1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 市場ニーズを取り入れた専門家による商品づくりワーキングの推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 地産外商会社による伴走支援件数：5件 (R2.12月末) ⇒ ジェット口と連携した輸出対応型商品づくりの支援件数：9件 (R2.12月末) ○ 食品加工の生産管理の高度化への支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 県版HACCP第3ステージの認証件数(累計)：R元年度：58社 → R2年度：73社(申請中を含む、R2.12月末) ○ コロナ禍の環境変化への対応強化 [9月補正] <ul style="list-style-type: none"> ・新たな消費者ニーズに対応した商品づくりのための設備導入への支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 支援件数：14件、47,981千円 (R2.12月末) ・衛生管理の高度化のための設備導入や施設改修への支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 支援件数：25件、106,473千円 (R2.12月末) <p><柱2 外商活動の全国展開の拡大・強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 地産外商会社のネットワークをフル活用した外商拡大 (R2.12月末) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 成約件数：3,956件、高知フェア開催：127回、営業訪問件数：1,448社 ⇒ オンラインの積極活用による商談機会の確保 14回 203社 等 ○ 外商参画事業者のさらなる拡大 (R2.12月末) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 感染症対策を徹底した県産品商談会 2回 164社、バイヤー63社 ⇒ まるごと高知商談会 5回 56社 (オンライン2回、空港ビル合同1回含む) 等 <p><柱3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 食品海外ビジネスサポーターによる県産品の現地プロモーションを実施 (米国東海岸・欧州に加え、上海にサポーターを新設 (9/21)) ○ 非対面・遠隔での販路拡大の取り組みを強化 [6月補正] <ul style="list-style-type: none"> ・県内事業者のオンライン商談のスキル向上を図り、商談成約率を高めるためのセミナーや専門家による個別訪問指導を実施 ・県食材を紹介する多言語ウェブサイトを構築 ○ 海外バイヤーとのオンライン商談会を実施 (4回、のべ26社参加) ○ 海外ECプラットフォームでの販路拡大とレシピ動画を活用したプロモーションを実施 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 食料品の輸出額 (年間)：14.5億円 (H30) → 14.6億円 (R元) <p>※柱2・柱3の外商活動は、国内外ともに、コロナの影響で展示商談会が相次いで中止。オンラインを活用した商談機会の確保等に努めているが、前年度を大きく下回る状況</p> <p><柱4 食品産業を支える産業人材の育成></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 食のプラトホーム事業の推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 食のプラトホーム参加者数：R元年度178社 → R2年度106社 (R2.12月末) <p><柱5 事業者の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 事業戦略の策定・実行支援の推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 策定事業者数(累計)：R元年度21社 → R2年度37社 (R2.12月末) ○ 輸出戦略の策定・実行支援の推進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 策定事業者数(累計)：R元年度5社 → R2年度8社 (R2.12月末) 	<p>【分野を代表する目標】 (R3年度目標) 食料品製造業出荷額等 1,255億円</p> <p><柱1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ スーパーマーケットでは、保存性の高い商品や家庭食向けの商品の売上が増加 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ 保存性の高い商品(冷凍、レトルト等)や家庭食向け商品(ミールキット等)の開発支援 ⇒○ 工業技術センターによる賞味期限延長、味の数値化への支援 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・県の支援による商品開発件数：100件 (R3) ■ バイヤーは、感染防止対策としてこれまで以上にHACCPを重視 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ 県版HACCPの認証取得に必要な施設改修への支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・県版HACCP第3ステージの認証件数：125社 (R3) <p><柱2 外商活動の全国展開の拡大・強化></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ禍でも有効な商談機会の確保が必要 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ 感染症対策を徹底した対面での商談とオンラインでの商談を併用した商談機会の創出 ■ 非対面・非接触でも効果的な外商展開の必要性が増加 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ デジタル技術(県産品データベースでの情報発信、動画でのPR等)を活用した外商活動 ■ 消費行動の変化に対応した新しい販売先・販売チャネルの開拓が必要 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ 地域密着型店舗やネット通販業界等への外商強化 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・地産外商会社の活動による成約金額：53.5億円 (R3) <p><柱3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナの影響により海外渡航ができず、対面での商談会や産地招へい等の実施が困難 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ 最有望市場の一つである「米国西海岸」での販路開拓活動を強化するため、食品海外ビジネスサポーターをロサンゼルスに新たに設置 ⇒○ 非対面式の商談でも使用できる「高知県食材紹介多言語ウェブサイト」の活用により、海外支援拠点やパートナー商社が行う海外プロモーションを後押し ■ 主要輸出先であったレストラン向け等に加え、巣ごもり消費の拡大に伴い伸長している「小売」「デリバリー」等の販路開拓が必要 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ 米国・中国のパートナー商社と連携し、ECサイトでの販売拡大を進めるとともに、現地インフルエンサーの情報発信力を活用したプロモーションを実施 ⇒○ 県産食材を使った現地料理の調理例をレシピ動画により紹介し、ECでの新たな販路を開拓 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・食料品の輸出額：29億円 (R3) <p><柱4 食品産業を支える産業人材の育成></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナの収束が未だ見込めないため、集合型のセミナー等の実施が困難 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ オンラインを活用した勉強会の充実 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・食のプラトホーム参加者数：200社 (R3) <p><柱5 事業者の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ禍により市場の環境が大きく変化中、それに対応するための事業戦略、輸出戦略が必要 <ul style="list-style-type: none"> ⇒○ 事業戦略の策定加速化とコロナを踏まえた事業戦略の改定支援 <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・事業戦略の策定事業者数(累計)：60社 (H30～R3) ⇒○ ジェット口専門家による輸出戦略策定支援及び戦略策定事業者のフォローアップ <ul style="list-style-type: none"> 【KPI】・輸出戦略策定事業者数(累計)：15社 (R元～R3)

産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>移住促進</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 県外からの移住者 679組 (R2.4月～12月) ※対前年同期比93%</p> <p><柱1 裾野を広げる></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 新たなWeb会員組織「高知家ゆる県民倶楽部」を立ち上げ、「交流人口・関係人口」へのアプローチを強化し、移住・就業ポータルサイトへ誘導 ○ 「移住・就業ポータルサイト」の機能強化（「仕事」「暮らし」「住まい」情報の一元化）による内容充実と利便性の向上 ○ 仕事、空き家情報等の一元化による市町村、各産業ポータルサイトからの流入強化 ⇒ ポータルサイトセッション数：719,121件(R元) → 511,412件(R2.12月末) ※対前年同月比98% ○ コロナ下で相談会やセミナーの開催方法を見直し、オンラインと対面を組み合わせ実施 ○ 移住促進・人材確保センターにオンライン環境（Web面談室等）を整備 [9月補正] ○ オンライン上で本県を相談先に選んでもらうため、情報発信を強化 [9月補正] ・オンラインイベント等の開催、全国メディア等とのタイアップによる情報発信、ポータルサイトの機能強化(自動応答システム) 等 ⇒ 新規相談者数：3,888人 (R元) → 2,146人 (R2.12月末) ※対前年同月比69% <p><柱2 マッチングの強化を図る></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 移住促進・人材確保センターに市町村が行う「地域の仕事の掘り起こし、マッチング、情報発信」を支援するチーム（求人支援コーディネーター、地域の仕事アドバイザー、情報発信スタッフ）を配置し、伴走支援 ○ 市町村や各産業分野と連携し、相談者の「高知家で暮らし隊」への入会促進 ○ 各産業分野の担い手確保策との連携による人材誘致の促進 ⇒ 「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数：751人 (R元) → 532人 (R2.12月末) ※対前年同月比92% <p><柱3 受入体制、受入環境を整備する></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 仕事の掘り起こし ・市町村の「地域の仕事の掘り起こし、マッチング、情報発信」を支援 ・市町村の「無料職業紹介所」の設置と「仕事専門相談員」の配置を支援 ○ 住まいの掘り起こし ・市町村へ「空き家専門相談員」の配置を支援 ・市町村が「空き家再生・活用促進専門家グループ」や地域の方々と連携して行う空き家の掘り起こしや空き家提供の広報等を支援 ○ 市町村が行う「新しい生活様式」に対応したお試し滞在施設の整備等を支援 [9月補正] ○ 移住後の定住や地域での活躍をフォロー（地域移住サポーターの委嘱等） 	<p>【分野を代表する目標】 (R3年度目標) 県外からの移住者 1,150組</p> <p><柱1 裾野を広げる></p> <p>地方への新しいひとの流れを呼び込むための自治体間の競争がさらに激化することが見込まれることから、次の3つの課題への対応が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ① 関係人口に対しアプローチを強化し、本県への移住意識を醸成することで裾野を広げることが必要 ⇒ ○ 「高知家ゆる県民倶楽部」の会員拡大に向けたPRの強化 ○ 関係人口向け「オンラインセミナー」や「長期滞在ツアー」の開催による移住意識の醸成 ○ 市町村が行う移住につながる関係人口創出の取り組みを支援 ■ ② ターゲットに刺さる戦略的な情報発信が必要 ⇒ ○ 費用対効果の高い情報発信に向けての効果検証・分析 ○ SNS、全国的なWebサイト、Web広告等のメディアを組み合わせた情報発信の強化による「移住・就業ポータルサイト」への誘導 ○ 情報発信力のある方や先輩移住者等による情報拡散 ■ ③ Web上で本県を選んでもらうための工夫や、アクセスから相談への着実な誘導が必要 ⇒ ○ 「移住・就業ポータルサイト」や「市町村ホームページ」等の地域コンテンツ（仕事、住宅、イベント等）の充実 ○ 「オンライン」と「対面」を組み合わせ、多種多様なテーマ、規模の相談会やセミナー等の開催 【KPI】・ポータルサイトセッション数（年間）：800,000件 (R3) ・新規相談者数（年間）：5,000人 (R3) <p><柱2 マッチングの強化を図る></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ オンライン相談会等を通じて本県にアクセスした方を移住につなげるためには、オンライン相談から本県の強みである「きめ細かなフォローアップ体制」への着実な誘導が必要 ⇒ ○ オンライン相談者の対面相談への誘導強化 ○ 「高知家で暮らし隊」会員の移住熟度に応じたフォローアップ 【KPI】・「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数：1,000人 (R3) <p><柱3 受入体制、受入環境を整備する></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「新しい生活様式」の実践が求められる中、これまでの働き方や暮らし方が見直され、地方の暮らしへの関心がさらに高まると考えられるため、「仕事」と「住宅」のさらなる掘り起こしが必要 ⇒ ○ 市町村や各産業団体が作成している「仕事カタログ」の充実とライブラリー化 ○ 特定地域づくり事業協同組合や地域おこし協力隊等の制度の活用 ○ 「移住×起業」の取り組みのさらなる推進 ○ 兼業、副業ニーズの掘り起こしと情報発信 【KPI】・県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率：90% (R3) <p><柱1・2・3 共通></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コロナ禍を契機にUターンの相談が増えてきており、移住促進の極めて有望なターゲットである本県出身者へのアプローチのさらなる強化が必要 ⇒ ○ 県出身者への情報提供の強化 ・「高知家ゆる県民倶楽部」を活用した県出身者の把握と情報提供 ・ポータルサイトにUターン専用ページを開設 ・県内広報の強化 ○ 県出身者に特化した相談会やセミナー等の実施 ○ 魅力的な仕事の掘り起こしと磨き上げ

産業成長戦略の令和2年度の進捗状況と令和3年度の強化のポイント

各分野	令和2年度の進捗状況	見えてきた課題と強化のポイント (■：課題 ○：強化のポイント)
<p>起業・新事業展開</p> 	<p>【分野を代表する目標】 (直近値) 起業・新事業展開件数 17件 (R2.4月～11月)</p> <p><柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ouchiスタートアップパーク (KSP) を中心とした起業の一貫サポート <ul style="list-style-type: none"> ・KSP会員数523名 (R2.12月末) (起業家会員：424名、サポーター会員：43名、情報会員56名) ・起業相談：114人 (KSP相談 (東京窓口を含む) 72人、わくわく相談42人) ・出張相談：13人 (7/27～11/26：5市町で実施、1月～3月：3市 (予定)) ・入門セミナー：53人 (2回、1/23 (予定)) ・基礎プログラム：27人 (2回、冬コース (予定)) ・実践プログラム：18人 (2回) ⇒ KSPを通じた起業件数：15件 (R元) →12件 (R2.12月末) ○ スタートアップ参加型の新事業創出人材育成を実施 (新事業創出人材育成事業) <ul style="list-style-type: none"> ・フォーラム開催：2回 (フード・アグリ) ・マッチング及び現地視察 (3テーマ) ※ミニ実証及び研究会立ち上げについては現在調整中 ⇒研究会からの事業化案件数：0件 (R2.12月末) ○ 産学官民連携による新商品開発や新分野進出・新規事業展開の促進 <ul style="list-style-type: none"> ・連続講座 ⇒ 連続講座参加者数：118人 (R元) →65人 (R2.12月末) ・産学官民連携のプラットフォーム機能 ⇒ 産学官の共同研究による事業化案件数：0件 (R元) →3件 (R2.12月末) ○ 産学官民連携による産業人材育成研修「土佐まるごとビジネスアカデミー (土佐MBA)」の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・コロナの影響により、本科6コースをオンライン実施 (教室開催は中止)、その他大半の講座をオンライン実施 ・オンライン受講のためのコプラ内の環境整備、受講生の利便性向上のための受講管理システムの構築 [9月補正] ⇒ 土佐MBA実受講者数：861人 (R元) →683人 (R2.12月末) 	<p>【分野を代表する目標】 (R3年度目標) 起業・新事業展開件数 200件 (R2～R5累計)</p> <p><柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 具体的に起業を考えている方の入口段階での呼び込みや、会員が次のステップに進むためのサポート、起業を志す移住希望者・移住者へのアプローチが十分でない (裾野の拡大 (量) への対応) ⇒○様々な分野をテーマとしたプログラムの開催 (入門セミナーの充実) <ul style="list-style-type: none"> ○定期的なフォローができる体制の強化 (インキュベーションマネージャーの配置) ○移住支援団体等との連携による県内移住者 (地域おこし協力隊含む) の起業をサポート 【KPI】・KSPを通じた起業件数：35件 (R3) ■ 地産外商につながるビジネスやデジタル技術を活用したビジネスを志向する方へのアプローチ、起業を生み出す環境づくりが十分でない (起業内容 (質) の強化) ⇒○新しいビジネスに触れる機会の提供やデジタル技術の活用をテーマとしたセミナー等の実施 <ul style="list-style-type: none"> ○多様なメンバー、テーマによる交流会の開催で起業が生まれるコミュニティを構築、資金的支援の強化 【KPI】・KSPを通じた起業件数：35件 (R3) (再掲) ■ 新事業を検討する県内事業者や起業家に対し、先進的技術に触れる機会の提供やアプローチ、スタートアップ企業とのマッチング機会提供が十分でない ■ 県内での事業開発に求められる知識を学ぶセミナーが不足 ⇒○新技術に触れる機会及びスタートアップ企業とのマッチングの機会提供のための「ピッチ会」を実施 <ul style="list-style-type: none"> ○事業創出のマインドアップから実践までを学べる「新事業創出セミナー」の実施 【KPI】・研究会立ち上げ：2件、ビジネスマッチング：5件 (R3) ■ 新事業に取り組む企業の中で研究開発を行う企業が少ない <ul style="list-style-type: none"> ・連続講座 ⇒○県内企業の経営層に対して自社の成長戦略に研究開発を盛り込む必要性を学ぶセミナーを実施 【KPI】・連続講座参加者数：100人 (R3) ・産学官民連携のプラットフォーム機能 ⇒○産学官連携新産業創出事業を活用することにより、「学」とのネットワークを生かした研究テーマの掘り起こしや共同研究のマッチングを実施 【KPI】・産学官の共同研究による事業化案件数：2件 (R3) ■ オンライン講座のニーズが顕在化するなか、講座コンテンツが受講者のニーズに十分対応できておらず、最適な学習環境を提供できていない ⇒○コンテンツの充実 <ul style="list-style-type: none"> ・民間のオンライン講座を導入し、土佐MBAで効果的かつ魅力ある講座を多数提供 ・土佐MBAの強みである、県内のビジネス現場の実情を知る講師による講座を拡充 ○ サポート体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・新土佐MBAのスムーズな受講のためにきめ細かな相談対応を実施 【KPI】・実受講者数：1,000人 (R3)