

・各産業分野の令和4年度上半期の進捗状況及び専門部会報告
・各産業分野の令和5年度の方針の強化の方向性

《目次》

○ 農業分野	1
○ 林業分野	4
○ 水産業分野	7
○ 商工業分野	10
○ 観光分野	13
○ 連携テーマ（移住促進）	16
○ 連携テーマ（外商（食品加工））	18
○ 連携テーマ（起業・新事業展開）	20

＜農業分野＞

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

農業分野では、農業産出額等の目標の達成に向け、5つの戦略の柱に基づき、「地域で暮らし稼げる農業」の実現に取り組んでおり、令和4年度上半期の取り組みは、概ね順調に進んでいる。

1) 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

- ①野菜主要7品目の出荷量は令和4年1から8月で4.78万t(園芸販売取扱速報)と前年並み(前年同期比101%)となっており、令和4年の目標10.8万tは達成の見込み。
→ 令和4年9月21日よりIoPクラウドの本格運用を開始。今後はIoPクラウド利用農家のさらなる拡大を図るとともに、データ駆動型の営農指導を強化することで、収量増加を目指す。
- ②次世代型ハウスの整備面積は、平成27年から令和4年9月までの累計で81.4haとなっている(前年同期74.3ha)。新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢の影響で先の見えない経済状況が続く、ハウス整備等の大きな投資を見送る動きが顕著になっており、令和4年度の目標90haの達成は厳しい状況。
→ 令和4年度から取り組んでいる低コストモデルハウス事業で得られた成果を周知していく等引き続きコスト低減に取り組んでいくとともに、既存ハウスを高度化し、長寿命化を図るハウスリノベーションに対する支援策を検討する。

2) 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

- ①スマート農業の実証と実装面積は、令和4年度1,300ha/7品目の空中散布実施計画があがってきており目標の1,300ha/6品目は達成の見込み。
→ 令和5年度以降ドローン以外のスマート農業技術の実証と導入支援を進めていく。

3) 流通・販売の支援強化

- ①農畜産物の輸出額は令和3年目標6億円に対し、4.8億円と未達(令和4年実績は令和5年9月頃公表予定)。
→ 青果物はFood Japan(10月)を契機にシンガポール事務所及び業務委託先とのさらなる連携強化を図る。花きはEU向けが輸送料の高騰により減少しているため、米国、中国、ベトナム等輸出拡大の可能性のある国への提携先の拡大を図る。

4) 多様な担い手の確保・育成

- ①新規就農者数は令和3年度目標320人に対し、213人と未達(令和4年度実績は令和5年7月末公表予定)。
→ 新規参入は産地戦略に沿った産地提案書の更新及び新規就農者向け中古ハウスの確保等を強化していく。親元就農はチラシの配布等により家族間の話し合いを勧めるとともに、産地や部会と連携した声掛けや産地ツアーなど、リストアップした後継者候補へのアプローチを実施する。

2 専門部会での評価と主な意見

第4期産業振興計画 ver.3の進捗状況及び令和5年度の取り組み強化の方向性について委員の了承を得られた。

事務局からの説明に対し、現在の農業を取り巻く厳しい状況や、それを乗り越えるための生産技術の開発・普及や販売戦略の強化などについて意見があった。

＜主な意見＞

- ①原材料価格等の高騰の中、生産者を取り巻く環境は大変厳しい状況であり、生産者の所得が向上しないと生産全体が維持できず、産地が崩れてしまう。
- ②土佐酒の輸出が好調であり、主食用米からの転換という面においても、酒米は有力である。酒米振興に向けた対応を聞きたい。
- ③グリーン化について、国で下水の汚泥を活用した肥料化の動きがあると聞いた。県として、汚泥の肥料化を考えているか。
- ④原材料価格等の高騰の中、農畜産物の価格転嫁について、県民の理解醸成を進める必要がある。

令和5年度の取り組みの強化の方向性【農業分野】

◆分野を代表する目標：農業産出額等

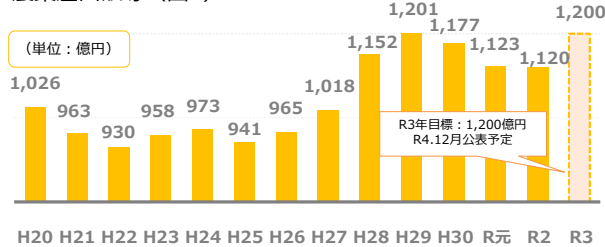
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	1,171	1,060	1,195	1,200	1,210	1,221
実績	1,177	1,123	1,120	-	-	-
達成度	A	A	B	-	-	-

単位：億円

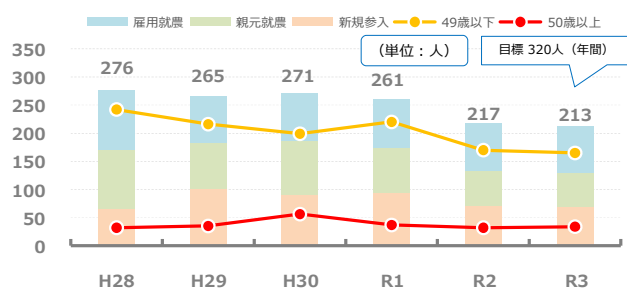
本年12月公表予定

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なものの

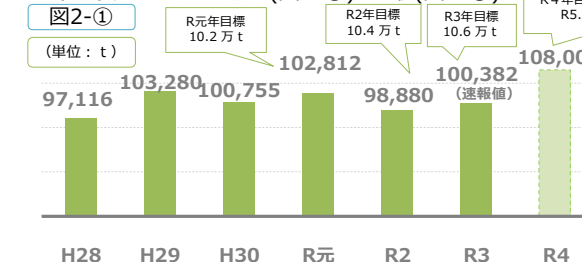
■農業産出額等 (図1)



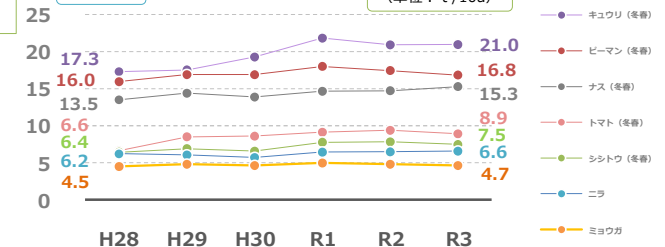
■新規就農者数 (図3)



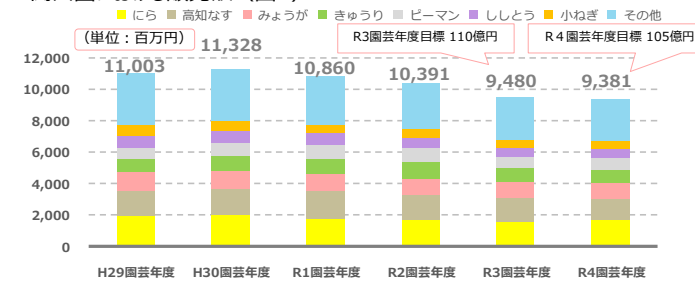
■野菜主要7品目の生産量(図2-①)と反収(図2-②)



■図2-②



■関西圏における販売額 (図4)



<概況>

○分野を代表する目標「農業産出額等」(図1)については、環境制御技術の導入等による生産量の増加が見込まれる一方で、コロナ禍による業務需要の減少等の影響を受け業務需要の多い品目において販売単価の落ち込みが見られたため、R3年度目標の1,200億円は達成が厳しく見込まれる。(R3農業産出額等はR4.12月公表予定)

○戦略目標「野菜主要7品目の出荷量」(図2-②)については、環境制御技術の導入により反収が着実に増加しており、R3年度実績は10.0万t(速報値)と目標の10.6万tはおおむね達成の見込み(達成率約95%) (図2-②)。

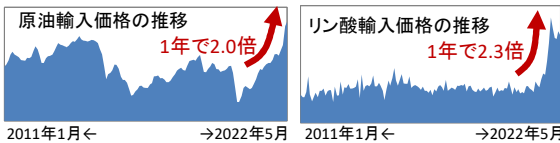
○戦略目標「新規就農者数」(図3)については、R2年度同様、コロナ禍の影響を受けて減少しており、R3年度実績は213人と目標の320人は未達。

○戦略目標「関西圏における外販額」(図4)については、コロナ禍による業務需要やインバウンドの減少により、市場全体の規模が縮小した影響を受け、R4園芸年度実績は93億8,100万円と目標のR4園芸年度の105億円は未達。

○ウクライナ情勢等の影響による生産資材(燃油・肥料・飼料等)の高騰が、農業経営を圧迫しており、R4年度の農業産出額等への影響が予想される。

◆課題

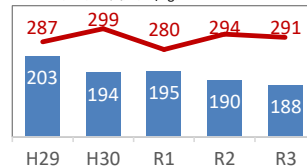
コロナ禍、ウクライナ情勢等の農業分野への影響



経費は高騰!

農家の経営は過去にない程の危機的な状況

東京都中央卸売市場の野菜取扱数量 (万t)と単価(円/kg)



でも、野菜単価は横ばい

経営安定に向けた営農改善が喫緊の課題!

【IoPプロジェクトの推進】

- ①データ駆動型農業の普及推進のため、IoPクラウド利用農家数のさらなる拡大が必要
- ②IoPクラウドに集積された様々なデータを活用した、営農に資する研究・開発が必要

【データ駆動型農業の推進】

- ①燃油や肥料等の生産コストの高騰による経営悪化に対し、データ駆動型の営農指導による経営改善が急務
- ②現場におけるデータ駆動型農業の実践支援へ更なる強化が必要

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント1 生産性の向上とコスト低減の両立!

【IoPプロジェクトの推進】

- ①IoPクラウド利用農家の拡大と利用者へのサポート体制の強化
- ②IoPクラウドを核とした研究・開発の推進
 - ・IoP農業研究会の取り組みの加速化
 - ・企業間連携による新たな付加価値・需要の創出、関連デバイスの増加

【データ駆動型農業による営農支援の強化】

- ①データ駆動型の営農指導体制の強化
 - ・デジタル機器等の配備による指導環境の整備と、指導者能力の向上
- ②データ駆動型農業の実践支援
 - ・環境測定装置の導入を促進
 - ・データを活用した生産コスト低減と効率化を検証
 - ・部会単位のデータ活用成功事例づくりと成果の横展開



◆課題

【みどりの食料システム戦略の推進等持続可能な生産の取り組み】

- ①持続可能な農業の実現に向け、有機農業の推進体制の構築や販路開拓、担い手の育成が必要
- ②カーボンニュートラルや資材価格の高騰に対応するため、青果物包装用フィルムの使用量の削減が必要
- ③化学肥料使用量低減のため、家畜ふん堆肥の有効活用が必要
- ④生産者の高齢化等による労働力不足対策として、スマート農機の普及によるさらなる生産性の向上が必要
- ⑤飼料価格高騰による経営への影響を緩和するため、国産粗飼料（稲WCS）のさらなる生産拡大が必要

【市場流通・市場外流通・輸出】

- ①コスト高などの産地の状況を理解していただく交流機会の拡大が必要
- ②コロナの影響で変化した食業界に対応し、新たな業務対応等が必要
- ③米の地産地消的販売拡大支援の強化が必要
- ④農産物の輸出拡大
 - ・輸送遅延、輸出コスト高などに対する、新たな販路・品目・提携先の検討が必要

【新規就農者の確保・育成】

- ①新規就農者の確保目標320人/年を達成するには、減少している新規参入と親元就農への対策の強化が必要

- ・新規参入は県内で増加している一方、県外U・Iターンは減少
- ・親元就農は県内・県外からのUターンが大幅に減少
- ・新規参入・親元就農ともに、新規就農の約8割を占める49歳以下の若い世代減少

- ②市町村の自主的な取り組みの強化が必要
- ③資材の高騰等による生産コストの増大に対する支援が必要
 - ・中古ハウスの確保など初期投資を抑える支援
 - ・経営者マインド・スキルを習得する仕組みが必要

所在地別	H28	R3
県内計	95	94
新規参入	35	52
親元就農	60	42
県外計	42	27
新規参入	22	14
親元就農	20	13

【農地の確保】

- ①担い手への農地確保が必要
 - ・担い手への農地の集積面積は、ほぼ横ばい
(R元年：8,671ha→R3年：8,880ha【集積率33.9%】)
- ②ほ場整備済み農地での遊休農地の対策が必要
 - ・再生利用可能な遊休農地面積は、増加傾向
(R元年：563ha→R3年：736ha)
 - ※再生利用可能な遊休農地：1年以上農作物の作付けが行われておらず、栽培が行われる見込みのない農地
 - ・ほ場整備済み農地でも遊休農地が発生

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント2 **みどりの食料システム戦略に対応した持続可能な生産の強化**

- ①有機農業の推進強化
 - ・県域及び、地域段階の推進体制を構築
 - ・アドバイザーを活用した販路開拓およびグループ化支援と販路マッチング
 - ・農業担い手育成センターにおける基礎研修の実施および実践研修の受入リストの作成
- ②包装用プラスチックフィルムの薄膜化によるCO2排出量の削減と低コスト化
- ③家畜ふん堆肥の有効活用による肥料コストの削減
- ④スマート技術の実証・普及拡大による農作業の省力化
- ⑤耕種農家、畜産農家、JA等で設立した協議会による地域の関係者が一体となった稲WCSの生産拡大や広域流通等の取組を支援

ポイント3 **多様な流通に対応した販売拡大の強化**

- ①卸売市場等と連携し、バイヤー等に対する理解促進の強化
- ②卸会社や野菜サポーターとの連携による中食や調理冷凍食品業者への提案強化
- ③米の県内卸業者が連携した組織に対する県内販売の支援強化
- ④輸出拡大の可能性のある品目、輸出先、提携先の拡大
(例) 花：オランダ戦略 ⇒ 新たな提携先による米国、中国、ベトナム等へ拡大

ポイント4 **ターゲットを見据えた担い手確保対策の強化**

- ①新規参入と親元就農の確保対策強化
 - ・県外からのU・Iターンへの新規参入対策を強化
 - ・県内在住及び県外からのUターンへの親元就農対策を強化

- ◆ターゲットごとの確保までのプロセス
 - ①就農の呼びかけ、②就農相談、③農業体験・就農研修
 - ・新規参入：就農コンサルの体制充実および移住コンサルとの連携強化
 - ・親元就農：後継者候補のリストアップおよびリストアップした対象者へのアプローチの強化
- ②産地戦略に沿った産地提案書の更新および産地の受入体制整備の強化
 - ・産地PR資材等の作成、ターゲットごとの産地ツアーの開催等
 - ③新規就農者の経営確立支援の強化
 - ・産地における新規就農者向け中古ハウスの確保
 - ・雇用就農から独立就農する人材を育成

	県内	県外	
		Uターン	Iターン
新規参入	□	◎	◎
親元就農	◎	◎	—
雇用就農	□	□	□

<◎は対策強化 □は現状維持>

ポイント5 **担い手への農地の確保と農地集積の加速化**

- ①担い手への農地集積の加速化の取組を強化
 - ・新規就農者や規模拡大を志向する農業者に提供できる農地のリスト化
- ②ほ場整備済み農地における遊休農地の解消の取組を強化
 - ・ほ場整備済み農地に放置された遊休ハウスなどの障害物の撤去支援
 - ・畦畔撤去による大区画化や暗渠排水など、担い手のニーズに応じた基盤整備の実施

<林業分野>

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

林業分野では、原木生産量及び木材・木製品製造業出荷額等の目標の達成に向け、4つの戦略の柱に基づき、各種施策を実施しており、令和4年度上半期の取り組みは、概ね順調に進んでいる。

1) 原木生産の拡大

①令和4年4月から6月までの民有林の原木生産量は、109,500 m³と前年並み(前年同期比102%)。

→ 需要動向に左右されるが、限られた担い手で需要増加時に迅速に対応していくため、実証により効果が確認された先端林業機械の導入を進めるなど、生産性の向上に取り組む。

②民有林の再造林面積は、当初の要望計画量 400ha を確認しており増加見込みだが、目標達成には約 140ha を追加する必要。

→ 再造林推進員による提案活動への支援により達成を目指すとともに、地域の林業関係者等で自主的に組織された再造林基金団体の設立支援など、持続可能な林業の推進に向けた体制の整備を支援していく。

2) 木材産業のイノベーション

①令和4年4月から8月までの県産製材品の出荷量は、59 千 m³(推計値)と低迷(前年同期比 97.8%)。9月に入り県外市場での製材品の荷動きが鈍化しており、一般材が売りにくい状況。

→ 品質の確かな製材品を求めるニーズに対応し、JAS 認定取得等を促進する。また、仁淀川地域や高幡地域において、木材需給の変動にも安定的に対応できる SCM 体制構築に向けた取り組みを推進する。

3) 木材利用の拡大

①令和4年4月から8月までの県内における非住宅建築物の木造率(床面積ベース)は、12.9%と前年同期(11.4%)を上回るものの、目標値の 19%には届いていない。

→ 県内では、施主や建設事業者への働きかけを強化。県外に向けては、安定的な需要先である「土佐材流通拠点」、「土佐材パートナー企業」との連携のもと、出荷量の維持・拡大に向けた取り組みを促進する。

4) 担い手の育成・確保

①林業就業者は 1,580 人(1四半期末推計値)と横ばいで推移し、目標の 1,660 人は未達。

→ 林業大学の基礎課程の定員を増員(20→24)。新しく作成した就業ガイド冊子を活用し、森のしごとコンシェルジュの活動強化や、県外駐在の UI ターンコンシェルジュ等との連携強化を図る。

2 専門部会での評価と主な意見

令和4年度上半期の進捗状況及び令和5年度の取り組み強化の強化の方向性については、原案どおり了承を得られた。

また、事務局からの説明に対し、部会員から以下のとおり意見等が出された。

<主な意見>

①労働生産性の向上には、車両系作業システムの普及が寄与していると考えられる。一方で、架線系作業システムの改善を実績として示すことは難しいかもしれないが、課題を整理しながら進めていただきたい。

②安定的に高知の大径材を製材して、高く売っていけるよう、県からの支援をお願いしたい。

③林地残材のさらなる活用を検討するにあたっては、運搬コスト面の課題を踏まえ、時間や人件費など様々なデータを収集してもらいたい。また、実際に末木枝条を活用している地域を参考にしてほしい。

④建設コスト及びランニングコストを考えると、なかなか4層、3層というのは建ちづらい。平屋の軽量鉄骨が木造に代わるといふ高知モデルがあってもいいのではないかと。

⑤内装空間の設計等に関わるプロユーザーとのネットワークを構築していくとのことだが、壁面などの内装材だけでなく、県産材を使い家具を製作している県内事業者とも連携していただきたい。

⑥新たな技術や低コスト化に向けた先進的な取り組みについて、林業大学の短期課程やリカレント教育などの機会を活用し、広く普及してほしい。併せて、林業大学を卒業して何年も経つ方がこれから増えてくるため、経営者として事業を担うなど、もう一歩先へ進むための支援の検討をしてほしい。

⑦小規模林業実践者のグループ化による森林施業の拡大を検討しているとのことだが、事業体や森林組合と連携しているグループはまだまだ少ないため、成功事例を参考に進めてほしい。

⑧県が作成した林業就業ガイド冊子や事業体及び就業者を対象に実施したアンケート調査結果を担い手の確保にしっかり活用していただきたい。

◆分野を代表する目標：原木生産量、木材・木製品製造業出荷額等

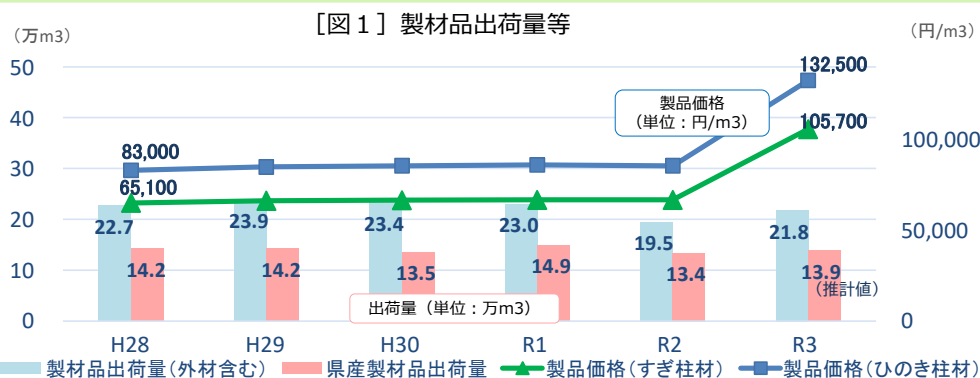
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	76.5	78.0	71.8	74.4	77.0	79.6
実績	64.6	67.1	63.7	65.6	-	-
達成度	C	B	B	B	-	-

(注) 第4期産業振興計画 (R2~5) で目標を見直し

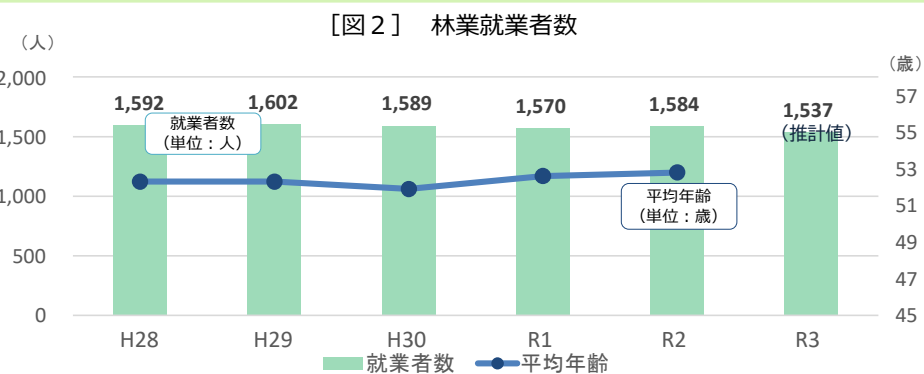
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	220	220	217	218	224	228
実績	214	217 (205)	192	-	-	-
達成度	B	B	B	-	-	-

実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない(国統計の調査方法の変更による)
[参考] R元の()は個人経営を含まない数値

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの



R3年は、ウッドショックの影響により製品価格が高騰。ウッドショックへの対応のため、製材事業者の増産を支援してきたものの、R3年上半期の原木不足の影響等により、県産製材品出荷量は、13.9万m3(推計値)にとどまり、R3年目標の15.2万m3には届かない見込み。



R3年度は、林業大学校等の各種研修やフォレストスクールの開催などにより担い手の育成・確保に取り組んできたが、高齢化による退職が多いことなどもあり、林業就業者数は1,537人(推計値)となり、R3年度目標の1,650人には届かない見込み。

◆課題

【原木生産の拡大】

- ①原木の生産量は拡大したものの、近年は横ばいが続き、目標に未達
- ②再造林面積は増加傾向にあるものの、再造林率は4割前後にとどまり目標に未達



伐採跡地

【木材産業のイノベーション】

- ①外国産材に代替できる品質の確かな製材品の安定供給とあわせ、万博関連の期間限定の大量発注への対応が必要
- ②小規模工場単独での事業拡大には資金的な負担が大きい

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント1

構築した川上から川下までの仕組みを生かして、木材生産・流通を最適化

【原木生産の拡大】

- ①作業システムの改善による生産性の向上
 - (1)運用開始する森林クラウド(所有者・資源情報など)を活用し事業地確保を強化
 - (2)実証により効果が確認された**先端林業機械の導入促進**
 - (3)**林地残材の効率的な収集**の検討

②森林資源の循環利用の促進

[→※次頁、「**再造林対策の強化ポイント**」]

【木材産業のイノベーション】

- ①製材ラインの改良や木材乾燥機の導入、事業者の連携により品質が確保された製品の安定供給を促進
- ②共同化・協業化による生産基盤の確保・強化



(搭乗・自走式下刈り機)

(油圧式集材機と架線式グラブ)

先端林業機械

◆課題

【木材利用の拡大】

- ①SDGsの高まりなどにより木材利用への関心は広がるものの、非住宅建築物の木造化が進んでいない
- ②ウッドショックにより国産材への転換が一定進みつつあるものの、製材品出荷量の増加につがっていない



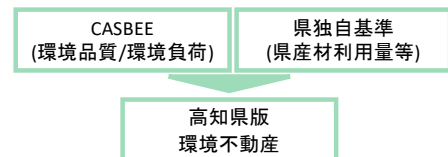
【担い手の育成・確保】

- ①高齢化等による退職者の増加もあり林業就業者数は横ばいで推移しており、新規就業者の確保と定着率の向上が必要【図2】
- ②小規模林業実践者との連携

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

【木材利用の拡大】

- ①木造建築物を環境不動産として評価し、都市計画や財政面での優遇措置により非住宅建築物への木材利用を促進
- ②販路の拡大
 - (1)高知モデル非住宅木造建築の実践・普及
 - (2)内装空間の設計等に携わる「プロユザー」とのネットワークの構築
 - (3)万博関連施設の整備への県産材の供給
 - (4)流通拠点及びパートナー企業の拡大及び連携強化
 - (5)JAS認定や森林認証による製品の高付加価値化



非住宅木造建築物
(高知モデル)



ハーベスタシミュレーター

ポイント2 優れた人材を育成・確保する

【担い手の育成・確保】

- ①林業職場が選ばれる環境づくり
 - (1)シミュレーター導入等による林業大学のカリキュラムのデジタル化を推進
 - (2)新規就業者や林業事業者の意見を踏まえ、コンサルタント等を活用して林業職場の魅力化を支援
- ②小規模林業実践者のグループ化により林業施業の拡大につながる取り組みを支援

再造林対策の強化ポイント

<現状と課題>

- 地ごしらえから植栽、下刈りまでの費用の負担感などにより再造林率は4割前後にとどまる
- 森林の有する多面的機能を高度に発揮させるとともに、持続的な林業振興により中山間地域の生活を支えるためには、再造林が必要

■これまでの施策とその取り組み状況

- ①再造林経費への支援
- ②低コスト造林(省力・低コスト施業)の推進
- ③「増産・再造林推進協議会」による地域ぐるみでの再造林推進
 - ・県内6地域に設置
- ④再造林推進活動への支援
 - ・森林所有者に対し再造林の提案を行う再造林推進員の活動を支援等
- ⑤その他
 - ・林地残材の搬出支援
 - ・再造林促進に向けた先進地域との意見交換会の開催
 - ・持続可能な林業の推進に向けた体制の整備(仁淀川町において再造林基金団体の設立準備中)

○再造林対策の強化(その1)

- ✓再造林や下刈などの費用負担や森林所有者の高齢・不在化などのネックを解消
 - ⇒地域の木材関係者等が自主的に組織し、再造林への支援を行う再造林基金団体への支援の検討【図3】、各地域での実践検討
 - ⇒長期的な森林管理の研究

○再造林対策の強化(その2)

- ✓省力・低コスト施業のさらなる推進
 - ⇒林業適地(トラック道の周辺森林など)への植栽、低密度植栽(原則2,000本/ha以下)、植栽後の下刈は隔年等で実施などの取り組みを強化

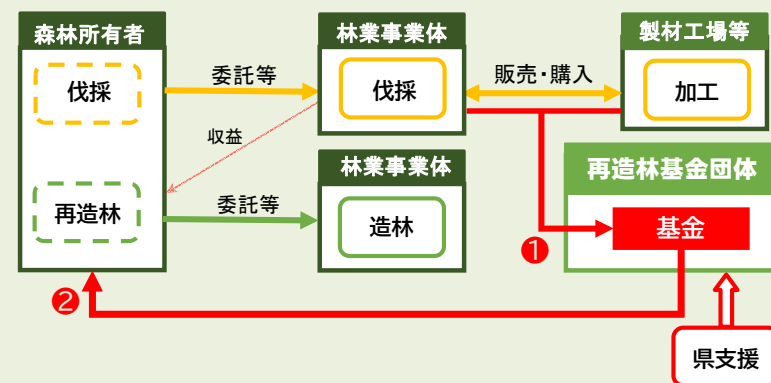
○再造林対策の強化(その3)

- ✓労働強度の軽減や低コストで効率的な再造林に対応する林業機械の導入
 - ⇒下刈機械、移動式チップパー、造林機械等の実証
 - ⇒実証事業により効果が確認された造林機械等の導入促進



- ✓新たに造林事業を開始する者等(造林の担い手)の育成
 - ⇒造林事業の開始に当たり必要な技術習得・安全衛生研修の実施、資機材の整備等の支援 ※国事業(概算要求中)の活用を検討

【図3】 基金造成による新たな再造林支援の仕組み(イメージ)



- ①林業事業者や製材工場が丸太の取引量に応じて拠出した資金を基金化
- ②当該基金により再造林等を支援(所有者負担の一部に充当)

＜水産業分野＞

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

水産業分野では、漁業生産額(宝石サンゴを除く)及び水産加工出荷額の目標の達成に向け、4つの戦略の柱に基づき、「若者が住んで稼げる元気な漁村」の実現に取り組んでいる。

令和4年度上半期の取り組みは、鮮魚の県内市場取扱額が不漁により減少、さらに、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、国内飲食店等との取り引きや輸出が減少しているが、それ以外は概ね順調に進んでいる。

1) 漁業生産の構造改革

①「鮮魚の県内市場取扱額」の令和4年度到達目標は、92億円以上。今年1月から8月までの現状は48.2億円。目標達成率は79%。前年同期比105%と前年をやや上回っているものの、キンメダイやメジカの不漁が続いており、厳しい状況が続いている。
→ マリンイノベーションの推進による操業の効率化、定置網漁業での事業戦略に基づく経営効率化等の取り組みへの支援などにより、漁業生産額を確保していく。

②操業効率化を支援する利益シミュレーションツールの開発は、6月に近海カツオー一本釣り漁業、10月に大型定置網漁業のデモ版を作成し、それぞれ漁業者に活用していただいている。
→ 漁業者の意見を踏まえ、今年度中にツールを完成予定。来年度から他の漁業種類へ横展開を図る。

③「養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)」の令和4年度到達目標は、21,080トン。養殖業者への聞き取りによると、令和3年におけるブリ稚魚の不漁の影響により、令和4年のブリ生産量が減少したため、目標を下回る見込み。
→ 既存の養殖漁場の有効活用や新たな漁場の確保、ブリ人工種苗の普及に取り組む。

2) 市場対応力のある産地加工体制の構築

①「海外 HACCP 対応型加工施設の整備」の令和4年度到達目標は、平成29年からの累計で3件。令和3年度までの実績は3件で、今年度中に新たに1施設が完成予定。
→ 生産体制は整いつつあるが、さらなる供給への対応のため、引き続き新規の加工場の整備促進を図る。

3) 流通・販売の強化

①「高知家の魚応援の店への県内参画事業者の出荷額」の令和4年度到達目標は、4.7億円。今年1月から6月までの現状は1.0億円。目標達成率は42.6%。前年同期比143%と回復傾向にあるが、コロナ前との比較では50%と低迷している。
→ 取引の早期回復につながる施策(産地見学会、高知フェア)の拡充、取引拡大が見込める店舗への重点的な営業活動の実施、アドバイザーの派遣等によるニーズに応じた商品づくりの支援などに取り組む。

②「水産物の輸出」の令和4年度到達目標は、3.6億円。今年1月から8月までの主要な輸出業者からの聞き取りは1.0億円。目標達成率は66.7%。各国の経済活動は再開しつつあるが、航空機の減便が継続しており、また、中国ではゼロコロナ戦略により多くの都市でロックダウンが行われるなど経済活動が制限されている状況であることから、目標を下回る見込み。

→ 専門人材の配置による支援の強化、卸売市場関係者と連携した販路開拓・販売促進、食品海外ビジネスサポーターによる市場調査を基にした商品開発の支援などに取り組む。

4) 担い手の育成・確保

①「新規就業者数」の令和4年度到達目標は、50名。今年1月から6月までの現状は29名で、目標達成の見込み。

→ 大阪での県独自の漁業就業支援フェアの強化や、移住促進・人材確保センターと連携したオンラインでの漁業就業セミナーの開催等により、さらなる漁業就業者の掘り起こしを行っていく。

2 専門部会での評価と主な意見

令和4年度上半期の進捗状況及び令和5年度の取り組み強化の方向性については、原案どおり了承を得られた。

また、事務局からの説明に対し、部会員から以下のとおり意見・要望等が出された。

＜主な意見＞

①キンメダイの水揚げがかなり減少している一方で、海水温の上昇などにより、キハダマグロの漁獲が増加している。そのため、キハダマグロを効率的に獲る方法を研究していただいたり、キンメダイの代わりに他の漁法に挑戦する方への支援について考えていただきたい。

②輸出拡大のため、養殖はブリに力を入れていると思うが、マダイやカンパチについてもテコ入れが必要ではないか。

③新型コロナウイルス感染症の影響もあり、飲食店との取り引き後に出荷側が代金を回収できない懸念がある。「高知家の魚応援の店」と取り引きを行う県内事業者への注意喚起等が必要ではないか。

④輸出において外国との取り引きをする際は、相手方の情報収集をしておく必要があるのではないかと。

⑤企業が新しく定置網漁業に参入した際に、近隣の既存の定置網漁業経営体の従事者が、新しい経営体に移る事例があった。定置網漁業の従事者は高齢化が進んでおり、既存の定置網漁業経営体も従業員の確保に苦労しているので、その点についての配慮をお願いしたい。

令和5年度の取り組みの強化の方向性【水産業分野】1 / 2

◆分野を代表する目標

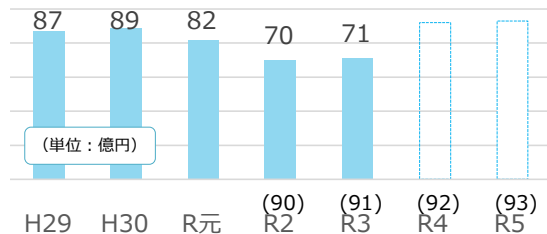
漁業生産額（宝石サンゴを除く）

単位：億円

	H29 (出発点)	H30	R元	R2	R3	R4	R5
目標	-	-	460	506	486	515	520
実績	470	497	471	412	-	-	-
達成度	-	-	A	C	-	-	-

R5年3月頃
公表予定

【図1】鮮魚の県内市場取扱額



()内は、第4期産振計画の目標値
資料：漁業協同組合水揚げ資料

キンメダイやメジカなどの不漁が続いており、R4年における1～8月までの取扱額（48.2億円）は、前年同期比105%に留まっている。そのため、R4年度の目標92億円は未達の見込み

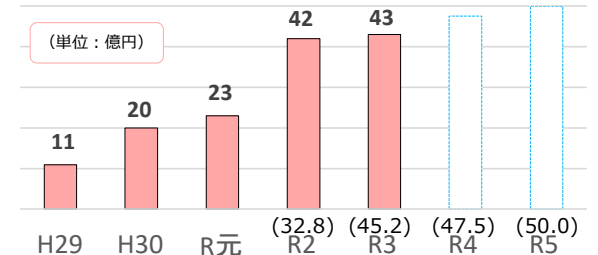
水産加工出荷額

単位：億円

	H29 (出発点)	H30	R元	R2	R3	R4	R5
目標	177	200	230	255	265	268	270
実績	199	233	246	-	-	-	-
達成度	S	S	A	-	-	-	-

本年12月頃
公表予定

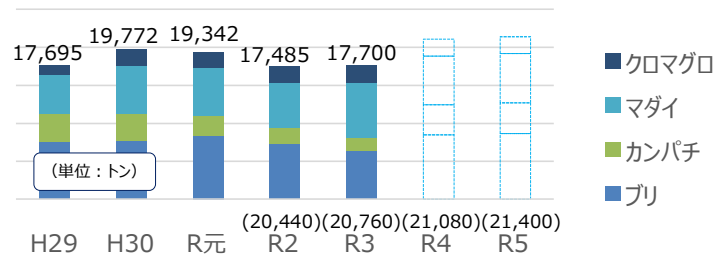
【図3】養殖魚の前処理加工出荷額



()内は、第4期産振計画の目標値
資料：加工事業者への聞き取り

R3年度のブリ稚魚の不漁による池入れ不足により、R4のブリ生産量が減少するため、R4の前処理加工出荷額は、前年（43億円）を下回る見込み。そのため、R4年度の目標47.5億円は未達の見込み。

【図2】養殖生産量（ブリ・カンパチ・マダイ・クロマグロ）



()内は、第4期産振計画の目標値
資料：農林水産統計

漁業者への聞き取りによると、R3年春先からのブリ稚魚の不漁による池入れ不足により、R4のブリ生産量が減少したため、R4の養殖生産量は、前年（17,700トン）を下回る見込み。そのため、R4年度の目標21,080トンは未達の見込み

◆課題

【効率的な漁業生産体制への転換】

①漁業者の減少や高齢化が進む中においても漁業生産を維持するためには、操業の効率化が必要

【定置網漁業の振興】

①定置網漁業の持続的な経営に向けて、事業戦略の策定・実行や法人化による経営の効率化・経営基盤の強化が必要

②魚価の安定化に向けて、付加価値の創出や豊漁時の価格下落を防止するための産地加工体制の強化が必要

【養殖生産の拡大】

①養殖生産量の拡大に向けて、既存漁場の有効活用や新たな漁場の確保が必要

②ブリ養殖の経営安定・生産量拡大に向けて、人工種苗の普及が必要

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント1 デジタル化や事業戦略の策定・実行等による漁業経営の改善

【効率的な漁業生産体制への転換】

- ①マリンインノベーションの推進による操業の効率化
 - ・沿岸漁業への利益シミュレーションツールの横展開
 - ・水温・潮流予測の高精度化とキンメダイ釣り以外の漁業種類での活用を拡大

【定置網漁業の振興】

- ①事業戦略に基づく経営効率化等の取組への支援を強化
 - ・設備投資等への支援
 - ・法人化への支援
- ②産地加工体制の強化
 - ・新規加工施設の立地支援
 - ・豊漁時の魚価安定等を図る冷凍保管ビジネスの仕組みづくり

【養殖生産の拡大】

- ①漁場の有効活用・新たな漁場の確保
 - ・既存漁場の有効活用に向けた漁場利用状況の調査
 - ・新漁場候補地の選定に向けたデータ分析（水温、波高、海底地形）
 - ・上記調査等を踏まえた既存養殖業者の規模拡大、新規参入者の誘致
- ②ブリ人工種苗の普及
 - ・人工種苗の生産拡大に必要な中間育成漁場の開拓
 - ・養殖業者が人工種苗導入を判断するための飼育データの蓄積・解析及び提供
 - ・人工種苗による養殖ブリの取扱いを促進する助成制度の創設

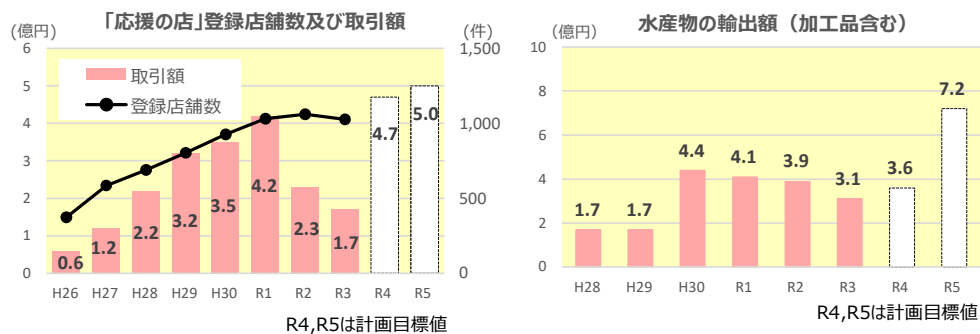
◆ 課題

【外商の拡大】

- ①新型コロナウイルス感染症の影響により減少した「応援の店」との取引の早期回復
- ②関東・関西卸売市場関係者と連携した販売促進によるさらなる県産水産物の認知度向上

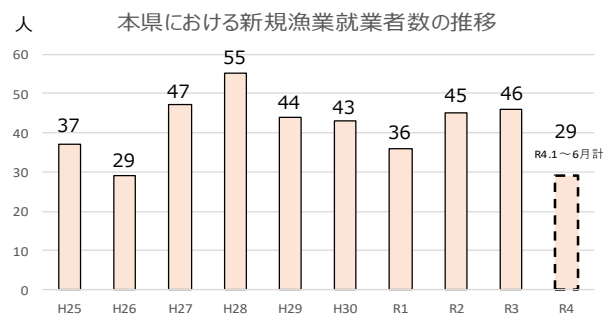
【輸出の拡大】

- ①新型コロナウイルス感染症の影響により減少した輸出の早期回復、新規販路開拓
- ②輸出先が求める衛生基準に対応するための加工施設の衛生管理体制の高度化が必要
- ③SDGsを意識した各種認証制度の取得による他産地との差別化、商品力・競争力の向上



【担い手の育成・確保】

- ①就業に繋がる可能性が高い県独自の漁業就業支援フェアの継続した開催が必要
- ②漁業就業セミナーを実施する県内外対象校の拡大が必要
- ③県外からの就業希望者を確保するためには、移住施策との連携の強化が必要
- ④県内在住者の掘り起こしを強化するためには、PRや相談機会の増加が必要
- ⑤将来の担い手確保に向けて、子どもたちに漁業の魅力伝えることが必要



◆ 令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント2 コロナの影響緩和を見据えた水産物の外商強化

【外商の拡大】

- ①「応援の店」との取引拡大
 - ・取引の早期回復につながる施策（産地見学会、高知フェア）を拡充
 - ・取引拡大が見込める店舗への重点的な営業活動を実施
 - ・アドバイザーの派遣等によるニーズに応じた商品づくりの支援
- ②卸売市場関係者との連携による販売促進
 - ・販売が堅調な量販店や飲食店チェーンにおいて、農産物等を加えた高知フェアを実施

【輸出の拡大】

- ①商流の早期回復、新規販路の開拓
 - ・専門人材を配置し、県内事業者の輸出拡大の取組への支援を強化
 - ・卸売市場関係者や商社等と連携した新規販路の開拓や商流確保、販売促進
 - ・有望市場(中国・米国)でのプロモーションの強化 (地産地消・外商課と連携)
 - ・食品海外ビジネスサポーターによる市場調査を基にした商品開発の支援
- ②国際的な認証制度の取得促進
 - ・生産・加工流通販売における認証（ASCなど）の取得支援
 - ・加工施設の衛生管理における認証（ISOなど）の取得支援

ポイント3 漁業就業希望者の掘り起こしをさらに強化

【担い手の育成・確保】

- ①県独自の漁業就業支援フェアの強化
 - ・より効果的なPRと出展事業者へのサポートにより大阪での県独自のフェアを強化
- ②県外専門学校や県内高校での漁業就業セミナーの拡充
 - ・関西における動植物や釣りの専門学校や、県内高校での漁業就業セミナーを拡充
- ③県外における就業希望者の確保
 - ・移住促進・人材確保センターと連携し、オンラインを活用した参加しやすい漁業就業セミナーやきめ細やかな相談会の開催
- ④県内での就業希望者の確保
 - ・漁業就業支援フェアを県内で開催することで、潜在的な就業希望者を掘り起こし
- ⑤小学生向けの本県漁業の魅力の発信
 - ・わかりやすい本県漁業の紹介動画を作成し、PRを実施

<商工業分野>

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

商工業分野では、製造品出荷額等の目標の達成に向け、5つの戦略の柱に基づき、「生産性の高いものづくりと、働きやすく活気ある商工業の実現」に取り組んでいる。令和4年度上半期の取り組みは、事業承継の進捗が停滞するなど、一部の取組に課題はあるものの、概ね順調に進んでいる。

1) 絶え間ないものづくりへの挑戦

①SDGsを意識した製品や特徴ある製品の開発促進

現時点で完成している製品や技術の件数は0件ではあるが、本年度に新設した補助事業が5件、公設試の研究件数が3件で現時点では8件の研究開発を支援しており、順調に進捗すれば、本年度末には2件完成案件がでる見込みである。

→ グリーン化関連産業に参画する企業の裾野の拡大と関連製品・技術の開発の充実を図っていく。

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、海外展開の促進

産業振興センターの外商支援による国内成約額目標 90 億円に対し、8月末時点では環境機械関連や技術関連などの受注増により成約額29.9億円、前年同期比 120%である。前年比から推計すると目標を達成する見込みである。また、海外成約額目標 13 億円に対し、8月末時点では、成約額 6.4 億円、前年度売上に貢献した大型案件が終了したことにより前年同期比 78%である。前年比から推計すると目標値に届かない見込みである。

→ 国内向けでは、成約額の大きいより効果的な見本市への出展に絞ることや県外の有望バイヤーを高知に招聘することで成約件数を確実に伸ばしていく。海外向けでは、経済ミッション団の継続・拡充していくことや現地支援体制を強化することで成約額増を目指す。

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

経営計画の策定支援件数目標 5,048 件(H28~R4)に対し、5,214 件と目標達成している。今後は、事業再生や事業再構築などのより専門性の高い支援ニーズに対応できる専門人材による支援が重要。

→ より高度な案件への対応等、商工会等のニーズに応じた支援が展開できるよう人員配置など、実施方法を見直していく。

②地域商業の活性化

空き店舗への出店支援件数目標 87 件(H28~R4)に対し、62 件と目標達成は厳しい状況である。本年度に新設した補助制度の周知がまだ十分とはいえないこと等により活用が進んでいない。

→ 引き続き、市町村等を訪問し、さらなる周知を図ることや制度の改善に向け実施したアンケートの結果をもとに、次年度に向けた制度の見直しの検討を行うこととする。

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促進

①高知デジタルカレッジによる人材育成の充実・強化

高知デジタルカレッジにおけるデジタル化に対応するための企業内人材育成数目標 70 名に対し、62 名受講(申込含む)しており、募集中の講座が定員に達すれば、目標を達成できる見込みである。

→ 実施したアンケートの結果等を踏まえ、高知デジタルカレッジの講座内容を女性の活躍の視点も含め充実させていく。

5) 事業承継・人材確保の推進

①円滑な事業承継の推進

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目標 80 件に対し、13 件、進捗率 16.3%と低迷している。売り手・買い手相談が増加しているもののマッチング件数は増えていない状況である。

→ 事業承継取扱い窓口・チャネルの拡充、中山間地域での支援策強化や女性の事業承継の促進を図る。

2 専門部会での評価と主な意見

令和4年度上半期の進捗状況及び令和5年度の取り組み強化の強化の方向性については、事務局案が原案どおり了承。その際、事務局からの説明に対し、部会員から以下のような意見・要望等が出された。

<主な意見>

① 商店街では、売上が戻っていない中、コロナ融資の返済時期が迫り不安であるという声をよく聞く。事業者を安心させるためにも、何らかの施策を早く打ち出していきたい。

② 小規模事業者や個人事業者の女性の集いの場で、コロナ融資の返済時期が迫り不安であるという話や、人材不足で困っているといった話がよく聞かれる。

③ 事業者がコロナ融資の返済が困難になった場合、状況によっては事業形態を根本から見直し、統合するなど、外科的処置を取る必要もあり得る。地域の事業者が営業を続け、雇用の場を守るということが第一義となる。

④ 今回のインドへの経済ミッション団に加わり、チェンナイやデリーなどで交流を深めてきた。相手方からは、こうした官民挙げての経済ミッション団の訪問は初めてだという言葉もいただいたところ。良い取組であり、さらに前に進めていっていただきたい。

⑤ チャレンジショップの開設支援と空き店舗への出店支援は、密接に関係している。郡部の商工会や金融機関などと連携しながら、この二つの支援をうまく活用して、起業する方などにいかに中山間地域の空き店舗に入ってもらうかが重要である。コロナ禍という状況もあって、店舗兼住宅活用推進事業の利用が進んでいないが、継続して取り組んでいきたい。

⑥ 人口減少という根本的な課題に対して、人口減少そのものに対処するだけではじり貧になってしまうし、人がいないがために解決できないこともある。移住も含めて、人口増に向けて取り組んでいく必要がある。

令和5年度の取り組みの強化の方向性【商工業分野】

◆分野を代表する目標：製造品出荷額等

単位：億円

	H30 (出発点)	R元	R 2	R 3	R 4	R 5
目標	5,900	6,000	6,100	6,200	6,350	6,500
実績	5,945	5,855 (5,811)	5,472	—	—	—
達成度	A	B	B	—	—	—

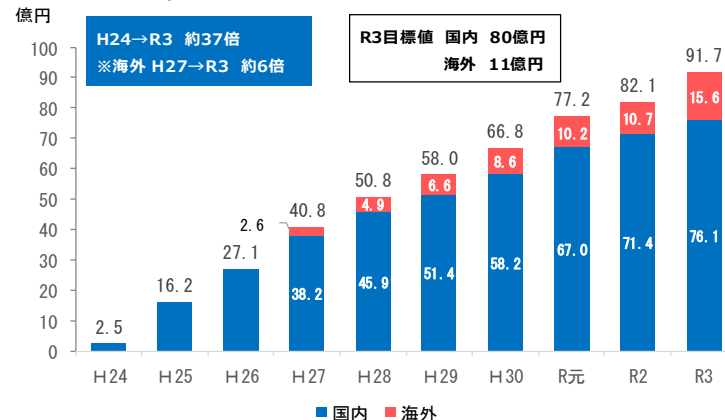
実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない（国統計の調査方法の変更による） [参考] R元の()は個人経営を含まない数値

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
—	達成度の判断が困難なもの

【図1】製造品出荷額等の推移



【図2】産業振興センターの外商支援による成約額



R3年度目標を達成。ただし、国内分は展示会商談会の中止等により目標未達。一方、海外分は大型案件の成約があり目標達成

【図3】製造業の労働生産性（従業者1人当たり付加価値額）



労働生産性は近年上昇傾向にあったが、R2は新型コロナの影響により前年を下回った。また、全国値の6割程度と依然大きな開き
→ 担い手不足が深刻化する中、生産規模を維持・拡大していくためには、**デジタル技術の導入**や**設備投資の促進**等により効率化・省力化を進め、労働生産性を高めていくことが必要

◆目標達成に向けて、デジタル化・グリーン化・グローバル化を加速化させるとともに、担い手の確保や事業承継の取組を強化◆

◆課題

1. デジタル化

①企業のデジタル化支援

- ・デジタル化に取り組む意欲のある企業が少なく、取り組んでいる場合でも業務の効率化や省力化といった守りのデジタル化にとどまっている
- 製品・サービスの高付加価値化や事業の変革といった攻めのデジタル化(DX)に取り組む必要

②デジタル人材の育成・確保

- ・企業内のデジタル化を担う人材や企業が求めるデジタル技術を有する人材が慢性的に不足
- 引き続き、企業内デジタル化人材の育成が必要

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

1. デジタル化

①企業のデジタル化支援

- 現在行っているアンケートを分析の上、量的拡大と質的向上のための施策を充実

②デジタル人材の育成・確保

- アンケートの結果等を踏まえ、高知デジタルカレッジの講座内容を更に充実
- 女性の活躍の視点も含めて、講座内容の見直しを検討
- 新学群の開設に向けた高知工科大学との連携

◆課題

2. グリーン化

- ・グリーン化に取り組む企業は、県内でも比較的規模の大きい企業であり、経営資源に限りがある中小企業の動きは、依然として鈍い状況
- まず、自社の現状を把握してもらうことが必要
- ・グリーン化の製品開発の裾野拡大
- 製品開発に一步進み出すためには、市場調査などの初期段階への支援が必要
- プラスチック代替素材以外にも新たな切り口での取り組みへの拡大が必要

3. グローバル化

①企業の海外展開支援

- ・海外展開に取り組むものづくり企業数は伸びてきてはいるが、実績を上げているのは一部の企業にとどまっている
- ・コロナ禍で停滞していた海外展開の動きが再開してきている
- 海外展開に取り組む企業の掘り起こしと取り組みを継続し成果を上げていくためには、県内・海外での支援体制の強化が必要

②外国人材確保・活躍戦略の推進

- ・ベトナム、インドにミッション団を派遣するなど、外国人材確保に向けて着実に取組を推進しているが、相手国との関係強化や「選ばれる高知県」となるためには、次のステージに向けた展開が重要
- 相手国との関係強化や本県の魅力向上に取り組むことが必要

4. 担い手の確保

①働き方改革の推進

- ・企業において働き方改革関連法の対応は進みつつあるが、働きやすさや働きがいを向上させる働き方改革に取り組んでいる企業は一部にとどまっている
- 継続して従業員の働きやすさや働きがいを向上させる取組を行う企業の裾野を拡大していくことが必要

②新規学卒者等の県内就職支援

- ・県内就職の可能性のあるより多くの学生等に県内の企業や就職の情報を届けること、及び定着しつつあるオンライン就活への県内企業の対応力向上が重要
- デジタル技術を活用した効率的・効果的な情報発信と採用コミュニケーション力の磨き上げが必要

5. 事業承継

- ・県内事業者の経営者の平均年齢は全国上位
- ・人口減少に伴う事業者数の減少が将来的に予想されるところ、長引くコロナ禍の影響を受け、事業継続を断念する企業が今後多く出ること想定される
- 事業継続の手段としての事業承継の認知度を高めることや企業の減少が特に多い中山間地域に対してより踏み込んだ支援を行うことが重要
- また、増加しつつある女性の事業承継の視点も盛り込んで施策を検討していく

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

2. グリーン化

- **省エネ診断の推進に向けたインセンティブの検討**
- **製品・技術開発の裾野拡大（補助金の拡充）**
- **プラスチック代替素材以外へのプロジェクトの拡大**
（例：農業残渣、端材などのバイオマスエネルギーへの有効活用）

3. グローバル化

①企業の海外展開支援

- **海外ミッション団の継続と拡充（アンケート結果で海外展開に関心を持っている企業を中心に参加の呼びかけ）**
- **現地支援体制の強化（海外サポートデスクの設置）**

②外国人材確保・活躍戦略の推進

- **ターゲット国（ベトナム・インド）へのMOUを活用した人材受け入れの強化**
- **人材送り出し国及び各総領事館との関係の強化**

4. 担い手の確保

①働き方改革の推進

- **社会保険労務士等と連携した働き方改革の推進**

②新規学卒者等の県内就職支援

- **学生等への情報発信の強化（デジタルマーケティング等の活用）**
- **オンライン就活に対応した県内企業の採用力向上の支援**

5. 事業承継

- **事業承継の認知度向上のための広報の強化（広報番組等）**
- **事業承継取扱窓口・チャネルの拡充（士業専門家への奨励金、事業引継ぎをミッションとした地域おこし協力隊員募集を市町村に働きかけ）**
- **マッチング対策・中山間対策の強化（中山間地域に買い手事業者を誘致するための補助の新設、承継後の新たな事業展開・経営の安定化に資する取組への補助）**
- **女性の事業承継の促進（セミナー等を通じた成功事例の紹介）**

<観光分野>

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

観光分野では、観光総消費額及び県外観光客入込数の目標達成に向け、5つの戦略の柱に基づき、今年度の目標である観光総消費額「1,130億円以上」、県外観光客入込数「450万人以上」を目指しているが、長引くコロナ禍の影響により、目標達成は厳しい状況となっている。

1) 戦略的な観光地域づくり

①上半期の「全国から誘客できる観光拠点」の整備数は17施設、入込数は、381,278人。

本年4月に「LOGOS PARK SEASIDE 高知・須崎」が、新たにオープン。入込数は、コロナ禍の影響もあり、厳しい状況となっている。

→令和5年3月オープン予定の桂浜公園の工事は順調に進んでおり、今年度中に目標整備数（18施設）に到達する見込み。入込数については、セールス&プロモーションの強化により増加を目指す。

1) 戦略的な観光地域づくり

5) 事業者の強化と観光人材の育成・確保

①広域観光組織の体制強化数は、既に4つ広域観光組織が観光庁の登録DMOとなっており、目標に到達。

→引き続き、滞在型観光プランづくりやデジタルデータを活用したマーケティング支援を通じて、観光地域づくりを担う人材を育成する。

2) 効果的なセールス&プロモーション

①県外観光客入込数について、令和4年1月から7月までの県外観光客入込数の推計は198万人。

本年度の到達目標である450万人達成は厳しい状況であるが、コロナ前の令和元年と比べると約80%まで回復。

→10月11日から対象を全国に拡大した「高知観光トク割キャンペーン」と交通費用を助成する「高知観光リカバリーキャンペーン」の相乗効果による更なる観光需要の喚起を図るとともに、来年放送が予定されている「らんまん」を生かした観光戦略につなげていく。

②本年1月から8月までの県外からのスポーツによる暫定の入込客数は、10,790人。コロナ前の令和元年と比較すると、78%減となっているが、昨年と比べると倍増。

→以前合宿等を行っていた団体に対して、コロナが収まれば継続して来高いただけるようPRを強化する。

3) おもてなしの推進

①観光施設における観光客満足度調査について、令和4年3月から6月までを対象とした調査では83.8%。

前年の同時期と比較すると3.5ポイント減少。

→調査結果を分析し、観光関連団体等へフィードバックし、おもてなしの向上につなげる。

②宿泊施設における観光客満足度調査について、令和4年3月から6月までを対象とした調査では80%。

昨年の同時期と比較すると、1.1ポイント増加。

→調査結果を分析し、旅館・ホテル等の関係団体等にフィードバックするとともに、今年度新たに実施したアドバイザー派遣等により、宿泊施設の魅力向上を支援する。

4) 国際観光の推進

①外国人延べ宿泊者数は、令和4年1月～6月の速報値が1,400人。

新型コロナウイルス感染症による渡航制限などにより、目標（1.6万人泊）の達成は難しい状況。

→本年10月から外国人の入国者数の上限の撤廃や個人旅行の解禁により、本格的な往来再開が見込まれることから、重点国や地域における有力媒体等を活用した情報発信などプロモーションを強化する。

2 専門部会での評価と主な意見

令和4年度の取り組み及び令和5年度強化（見直し）の方向性については、原案どおり了承された。また、事務局から説明した事項について、部会員から以下のとおり意見・要望等が出された。

①人材育成について

・産業振興を図るためには、人材育成が重要。観光人材がしっかりと根付いていくために、専門性を持った人材の育成を組織的にできないか。中長期的に観光産業を担うプロフェッショナルな人材を育成していただきたい。

②連続テレビ小説を生かした更なる観光振興

・「らんまん」の放送により、牧野ブームとなった際、草花などの植物に心を動かされる観光客がいると思うが、最終的には見るだけでは満足せず、草花の写真を撮ろうとする。草花は、季節ごとに毎年、様々な花を咲かせるため、それを目的として毎年来ていただける。そのため県として写真撮影しやすいサービスや環境づくりなどを行い、リピーターにつなげていくことが必要。

③インバウンド向けの魅力ある観光地づくりについて

・牧野植物園は、総合的にレベルが高い。世界的にガーデニング観光が盛り上がっているため、国内だけでなくインバウンド向けにもキャンペーンや多言語化などの施策を実施し、牧野植物園を徹底して磨き上げていただきたい。

・他県では、例えば、愛媛と言えば「しまなみ海道」、徳島と言えば「かずら橋」など、県名からイメージされるビジュアルがある。高知県は、「自然がきれい。食べ物が美味しい。」などと言われているが、高知といわれてイメージされるビジュアルがない。高知と言えば「これだ」という一点に絞り込んだ戦略が必要である。

・これから、インバウンドに向けて公共交通機関とまち歩きを合わせた観光が中心となってくると考えている。そのため、それに対応するガイドの育成も必要である。

④その他

・多くの観光客が、高知県は遠く、交通費がかかると思っていることが大きなバリアとなっているため、そのバリアを外す若しくは薄くする施策を実施していただきたい。

◆分野を代表する目標：観光総消費額

単位：億円

	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	1,199	1,230	1,053	1,096	1,130	1,288
実績	1,104	1,096	648	699	-	-
達成度	B	B	D	D	-	-

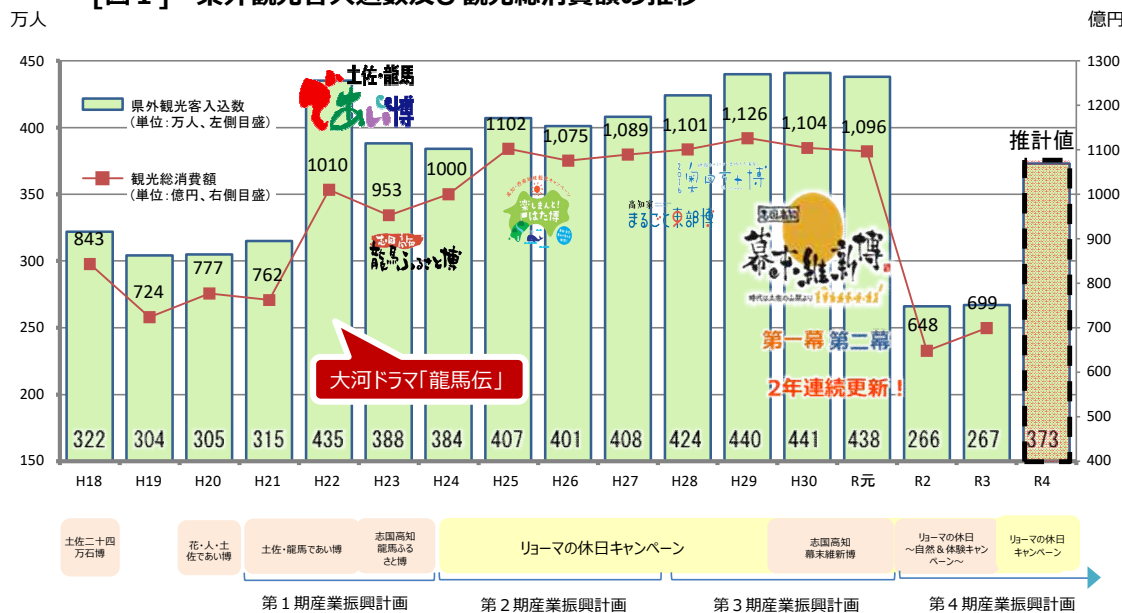
◆分野を代表する目標：県外観光客入込数

単位：万人

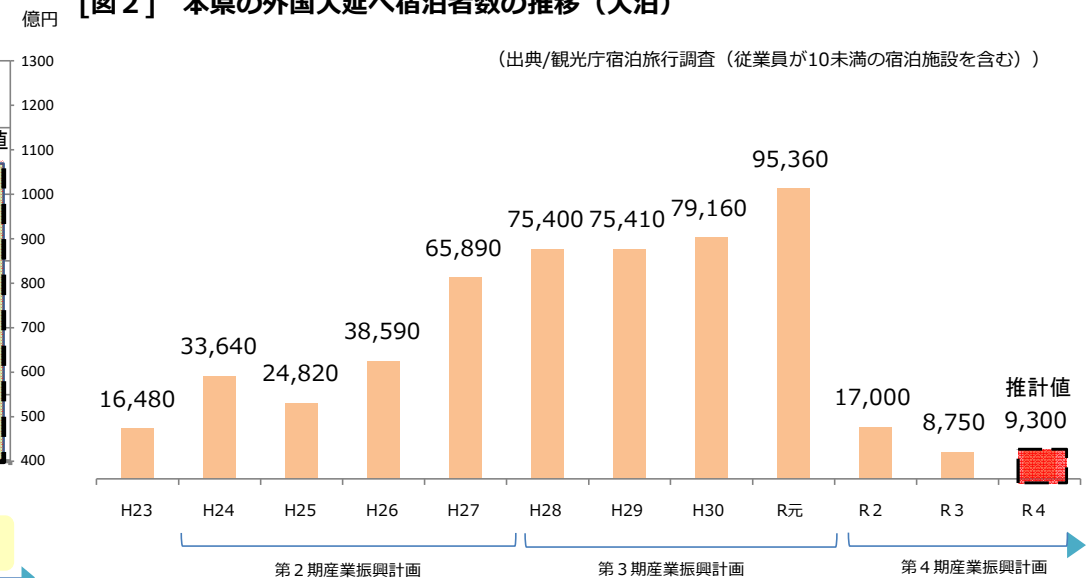
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	440	435	400	435	450	460
実績	441	438	266	267	-	-
達成度	A	A	D	D	-	-

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

【図1】 県外観光客入込数及び観光総消費額の推移



【図2】 本県の外国人延べ宿泊者数の推移（人泊）



◆分野を代表するR4年度到達目標の達成状況

・新型コロナウイルスの全国的な感染拡大により、県外観光客の入込は、厳しい状況が続いていたが、「高知観光トク割キャンペーン」、「高知県観光リカバリーキャンペーン」の効果もあり、令和4年3月ころから、徐々にホテル・旅館の予約や利用者が増え始め、6月、7月については、コロナ前を上回る集客となった。8月以降は、第7波の影響や台風第14号によるキャンセルもあり、予断を許さない状況となっている。

・また、ホテル・旅館と同様に県内主要観光施設の利用者数も回復傾向にあり、8月末(R4.1～8月)までの入込数は、コロナ前(令和元年同期)比で▲18.5%となっている。

◆課題

- 1 令和5年4月から放送される連続テレビ小説『らんまん』を県観光の振興に最大限に生かすために、
 - 観光資源の磨き上げやガイド養成をはじめ、渋滞対策など観光客の受入態勢を充実させる必要がある
 - 留意点（草花をテーマにした観光地づくりを進めて県観光の新たな基盤とするとともに、ドラマ終了後も地域の財産として残していくこと）
 - 県観光の起爆剤とするため、セールス&プロモーションを展開して全国からの誘客を図る必要がある
 - 留意点（本県への主たる観光客層に加えて「女性」「若者」などの新しいターゲット層を取り込み、「高知ファン」の厚みを増していくこと）
 - 連続テレビ小説『らんまん』テレビ放映終了後の盛り上げの継続が必要
 - 留意点（閑散期の冬前から次期誘客戦略を意識した高知県の強みである自然などを素材としたサステナブル等を切り口とした取り組みの実施）

- 2 デジタルデータを活用した地域観光マーケティング支援による観光地域づくりを推進するために、
 - デジタルデータ活用のさらなる強化が必要
 - ・ デジタルデータ活用のさらなる強化のために、実証事業数を増やす必要がある
 - 広域観光組織の滞在型観光プランづくりとの連動性を高める必要がある
 - ・ 広域観光組織等のデジタルデータ活用スキルをさらに向上させるためのワークショップや実証事業の実践（経験の積み上げ）が必要

- 3 インバウンドの本格的な再開と大阪・関西万博等を見据えて、
 - 高知県の強みである自然を生かした高知県観光を打ち出していく必要がある
 - ・ 高知県が目的地となるための強いコンテンツが必要
 - ・ 高知県の強みである自然や文化に訴求したセールスやプロモーションが必要
 - 関西戦略と連動して関西圏からの誘客を図る必要がある
 - ・ 大阪観光局等関係機関と連携した高知県への送客の取り組みが必要
 - ・ 大阪・関西万博を見据えた旅行会社へのセールスの展開が必要

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント1 連続テレビ小説を生かした更なる観光振興

【受入態勢の整備】

<方向性>

- 1 県内各地の自然・体感フィールドや観光拠点を軸に県内各地域への周遊を促進する
- 2 草花ガイドの活動を支援するとともに、周辺エリアとの連動性を高め、地域周遊の仕組みを定着させる

【セールス&プロモーション】

<方向性>

- 1 「牧野富太郎のふるさと・高知」の認知度を高める施策の展開
- 2 新しいターゲット層向けの情報発信等の工夫

ポイント2 デジタルデータを活用した観光地域づくり

【デジタルデータ活用のさらなる強化】

<方向性>

- 1 デジタルデータによる検証結果を具体的な周遊促進策に活用する
- 2 実証事業の実施数を拡大するなど、広域観光組織等のデジタルマーケティング人材の育成をさらに加速させる

【広域観光組織の取り組みとの連動性を高めた一体的な事業の推進】

<方向性>

- 広域観光組織がこれまで取り組んできた「滞在型観光プランづくり」と、デジタルデータを活用した取り組みとの連動性を高める

ポイント3 インバウンドの推進

【インバウンド向けの魅力ある観光地づくり】

<方向性>

- 自然などの地域資源を生かしたサステナブルツーリズムの取り組みを推進し、インバウンド観光地としての魅力向上を図る
 - ・ 高知県ならではの強いコンテンツづくりと磨き上げ
 - ・ DMOや旅行会社による商品造成等の促進

【セールス&プロモーション】

<方向性>

- 1 高知県の自然などの強みを生かし、特に重点国・地域における旅行会社へのセールスやプロモーションを強化する
- 2 関西戦略と連動した関西圏からの誘客を促進する
 - ・ 大阪観光局等のプロモーションツールを活用した旅マエでの情報発信
 - ・ 大阪・関西万博に関連する旅行商品への組み込みを目指した旅行会社へのセールスの展開



<移住促進による地域と経済の活性化>

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

移住分野では、県外からの移住者数の目標達成に向け、3つの戦略の柱に基づき、移住促進に取り組んでおり、令和4年度上半期の取り組みは、堅調に推移している。

1) 裾野を広げる

①ポータルサイトセッション数は8月末の段階で221,277件。

WebやSNS上の有料広告を、戦略的に本県への関心・移住意欲が高い層に刺さるようなイベント告知に集中させた結果、これまでの幅広い移住検討者層を対象とした広告を行わなかったため、ポータルサイトへの誘導数は減少。

一方で、イベント告知に集中させたことで、イベント参加者は昨年同期比の約1.8倍まで増加。

→本県への関心・移住意欲が高い層に絞った有料広告を継続しつつ、ポータルサイトの相談窓口への誘導を図るため、幅広い移住検討者層を対象とした広告も実施する。

②新規相談者数は8月末までの段階で1,507人。

「移住に関する検討熟度が浅い方」の増加という傾向を踏まえたイベントを実施することで、イベント参加者数は伸びたものの、具体の相談への誘導が十分ではなく、新規相談者数は減少。

→イベント参加者に対しても移住促進・人材確保センターのUIターンコンシェルジュによる個別アプローチを強化する(9月から11月まで開催しているオンライン移住講座の受講者に相談の働きかけを実施。さらに、先輩移住者ゲストとの交流会や個別相談会を開催)。

2) マッチングの強化を図る

①「高知家で暮らし隊」(本県への移住を検討している方の会員組織)の新規登録者数は277組。

新規相談者の減少と同様に、移住に関する検討熟度が浅い方は、会員登録までには行わないことが多く、新規の会員登録者数は低迷。

→新規相談者数の増加策に加えて、これまでのイベント参加者などを対象とした新規入会キャンペーンの実施や、イベント会場での「会員登録特設カウンター」設置による来場者への勧誘強化を行う。

3) 受入体制、受入環境を整備する

①8月末の県外からの移住者数は555組で、前年同期比109%と堅調に推移。

昨年度の成功要因の1つである、UIターンコンシェルジュ等による相談者へのきめ細かなフォローアップは継続して実施。

また、「仕事」と「住宅」の掘り起こしによるマッチングの強化として、移住促進・人材確保センターに中山間求人掘り起こし担当を設置するとともに、土木部住宅課空き家対策チームと連携した取り組みを実施。

→移住者数について、月ごとの推移を見ると、4・5月は好調だったが、6・7月は減少、8月は少し持ち直すなどバラつきがあり、必ずしも右肩上がりの目標達成が見えている状況ではない。下半期も市町村や関係団体等と連携を図り、着実な目標達成を目指す。

◆分野を代表する目標：県外からの移住者

単位：組

	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	900	1,000	1,075	1,150	1,225	1,300
実績	934	1,030	963	1,167	-	-
達成度	A	A	B	A	-	-

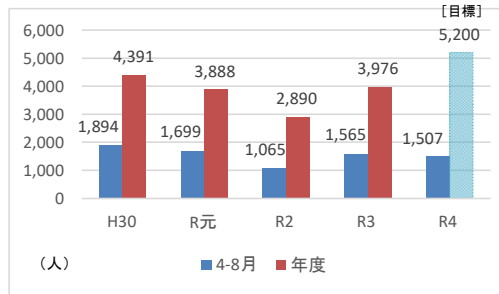
指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

【図1】 イベント開催状況 (移住促進・人材確保センター主催)

	R3年4月-8月			R4年4月-8月		
	開催回数	組	人	開催回数	組	人
フェア	10	371	372	8	735	875
うちオンライン	9	367	368	4	319	319
個別相談	20	69	71	22	66	71
うちオンライン	9	37	38	-	-	-
合計	30	440	443	30	801	946

イベント参加組数
R3→R4 約1.8倍

【図2】 新規相談者数

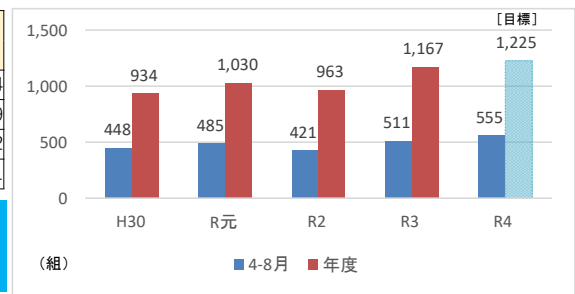


【図3】 「高知家で暮らし隊」会員へのフォロー回数

	R3 (4-8月)	R4 (4-8月)	参考 R元(4-8月)
入会人数	335	277	354
フォロー人数	305	249	119
フォロー回数	1,181	975	192
平均フォロー回数	3.87	3.92	1.61

平均フォロー回数
R3→R4 取組を強化したR3年度の水準を維持

【図4】 年間移住者数



<新規相談者数 概況>

コロナ禍においても移住希望者の傾向を踏まえたイベントをリアル・オンラインの両方で開催することにより、イベントへの参加は大きく伸ばせたものの、相談への誘導が十分行えておらず、新規相談へ結び付いていないことが課題である。

<年間移住者数 概況>

年間の移住者数は堅調に推移している。移住促進・人材確保センター及び市町村等が相談者にきめ細かなフォローアップを行っていることが要因と考えられる。

◆課題

第4期産振計画の最終目標である年間1,300組の達成と、その先を見据えた移住者の確保に向けた課題

【新規相談者数】

- ① 将来の移住者となる「新規相談者」が減少傾向であることから、相談者の獲得策の強化が必要
- ② Uターンを考えている県出身者に関する2つの現状を変えることが必要
 - ・Uターンを呼び掛ける自治体が、転出した県出身者の連絡先を把握できていないこと
 - ・「Uターンは移住ではない」という認識があり、転職相談等のサポート窓口を活用できていない方が存在すること

【移住者数】

- ① 地域間の競争に対応するため、本県の特徴であるマッチング施策の「きめ細かさ」をさらに向上させ、相談者を移住につなげることが必要
 - ・仕事に関する移住希望者の不安の軽減
 - ・家探しについての移住希望者の負担の軽減
- ② 特に、中山間地域の担い手を確保するため、受入環境のさらなる整備が必要（主に仕事の確保）
 - ・既存の担い手育成スキームに加え、更なる人材確保・育成のための仕組みが必要
 - ・中山間地域とのミスマッチの可能性が低いUターン者を受け入れる環境の整備が必要

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント1 デジタル技術の活用による移住希望者との接触機会の拡充

- ① デジタルマーケティングの活用により新たな本県への関心層を見つけ出し、イベント等の情報を発信
- ② 空き家の情報発信にV R等のデジタル技術を導入し、閲覧者の利便性を上げることで相談に誘導

ポイント2 Uターン者を増やすための取り組みの強化

- ① 大規模プロモーション（Uターン促進キャンペーン）の実施
 - (1) 県出身者へのアプローチ
 - ・デジタルマーケティングを活用した情報発信
 - ・転出者の多い関西圏や東京、さらにその他の地方都市でのイベント開催
 - (2) 県内に残る家族等へのアプローチ
 - ・移住促進・人材確保センターや市町村の相談窓口を周知、イベントの広報
- ② 市町村のUターン促進策への支援の強化（①に連動した取り組みを支援）
- ③ 仕事の掘り起こしとマッチングの強化（移住促進・人材確保センターの取り組みの強化）

ポイント3 中山間地域に移住者を受け入れるための環境の充実

- ① 継業や就農等を前提とした、地域おこし協力隊の募集による担い手確保策の強化
- ② 移住希望者と空き家とのマッチングにデジタル技術を活用（V Rの導入、オンラインを活用したマッチングツアーなど）

ポイント2,3の連携施策

事業承継・人材確保策（各担当部）
空家対策（土木部）
担い手確保策（各担当部）
継業・就農策（各担当部）

【移住施策の下支えとなる取り組み】 ← 移住相談会などでアピールポイントとして紹介

- ① 高知家プロモーション、観光プロモーションなどによる本県の魅力の発信
- ② 子育てや教育環境、女性も働きやすい職場など、地域や企業の特徴の磨き上げ など

＜地産地消・外商戦略の展開(食品分野)＞

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

食品分野では、「新たな加工食品の創出」、「県産品の販売拡大」を目指して、次の戦略の柱に基づき取り組みを進めている。

1) 外商の拡大につなげる商品づくりの推進

① 新たな消費者ニーズに対応した商品づくりへの支援

EC向け商品など、新たな消費者ニーズに対応する商品づくりを、専門家による個別指導を通じて進めているが、新商品の開発件数は伸び悩んでいる。

[実績]商品づくりワーキング(伴走支援)商品数 28 商品

→ ワーキング参加事業者の進捗状況を専門家に報告し、専門家からのアドバイスを事業者にフィードバックすることにより、商品開発・改良のスピードアップ及び商品数の増を図る。

② 生産管理の高度化支援

生産管理の高度化については、研修や専門家による現地指導のオンライン化を推進し、県版 HACCP の認証取得を支援しているが、一般衛生管理部分への対応に苦慮している事業者が多く、認証取得事業者数が伸び悩んでいる。

[実績]県版 HACCP 新第2ステージ以上の認証取得事業者数 93 社(累計)

→ 専門家派遣等を活用し、認証取得を要件とする補助事業を活用した事業者の認証の取得を重点的に後押しする。

2) 外商活動の全国展開の拡大・強化

① 地産外商公社を核とした外商の拡大

コロナの影響が続く中、県内事業者の外商拡大に向けて、地産外商公社のネットワークを活用した商談会を9月までに45回開催し、415社が参加するなど、商談機会の確保に取り組んでいる。県内主要企業(46社)への上半期の売上状況の聞き取りによると、59%の事業者が売上増と回答しており、順調に推移している。

また、外商先の状況に応じて、対面での営業活動や高知フェアの開催に取り組むとともに、年度後半に開催予定の展示商談会への出展準備等を進めている。

[実績]成約件数 6,420 件、営業訪問件数 1,782 件、高知フェア 77 回、産地招へい 53 回

→ 下半期に予定している大規模展示会への出展や商談会等の開催等により、今年度の目標である成約金額 57 億円の達成に向けて取り組む。

② 県産品の販売促進に向けたプロモーションの展開

高知を贈ろうキャンペーンでは、県民の皆さんが、日頃お世話になっている知人や友人に県産品を贈る、県民参加型の地産地消・外商に取り組んでいる。

「高知を贈ろうギフトコンクール」を実施し、応募数 341 件のアイデアから、魅力的な 15 のギフトセットを選出した。

→ 10 月からは県産品を購入し贈っていただいた方を対象に、プレゼントキャンペーンを実施しており、さらなる県産品の贈答利用につなげる。

③ 関西戦略に基づく県産品の外商活動の強化とプロモーションの展開

ア) 関西圏における県産品の外商活動の強化

関西圏の高質系スーパーやセレクトショップへの重点的な営業活動に取り組むとともに、土佐の宴の開催や商談会への出展を通じて販路開拓、販売拡大を支援している。

[実績]成約件数 636 件、営業訪問件数 606 件、高知フェア 15 回、産地招へい 11 回

→ 下半期に予定している関西版県産品商談会の開催や大規模展示会への出展等により、関西圏におけるさらなる販路開拓及び販売拡大に取り組む。

イ) 関西圏での高知家プロモーションの展開

高知家プロモーション記者発表会や本県の特産品等が当たる高知家ぞっこんくじを大阪で開催するなど、関西圏における高知家の認知度の向上に取り組んでいる。

→ 知事のトップセールス等によるメディアネットワークの構築に取り組むとともに、各分野の外商の取組について、一体的、かつ著名人を活用した話題性のあるプロモーションを行う。

3) 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

① 国・地域別の輸出拡大

シンガポール事務所や台湾オフィス、米国、欧州、中国に設置している食品海外ビジネスサポーターによる展示会出展やプロモーション活動等を通じて、県産品の販路開拓や認知度向上に取り組んでいる。

→ 下半期に予定している見本市や商談会への出展支援による販路開拓を行う。断続的なロックダウンが続いている中国については、当面はオンラインでのプロモーションを行うが、賞味会等有効な機会を探していく。

② 品目別の輸出拡大

本県の輸出基幹品目である土佐酒、ユズ、水産物の輸出拡大に向けて、「土佐酒輸出拡大プロジェクト」及び「農水産物・食品輸出拡大プロジェクト」の2つの連携プロジェクトを立ち上げ、官民一体で推進している。輸出に取り組む主要企業への聞き取りによると、上半期の輸出状況は土佐酒、ユズは前年を上回る事業者が多く、水産物は中国の検疫強化等により前年を下回っている状況にある。

→ 土佐酒輸出拡大プロジェクトでは、食品海外ビジネスサポーターを活用しながら輸出拡大に取り組むとともに、商品開発に向けて海外で売れている日本酒の市場調査や成分分析を実施し、海外ニーズの高い商品の開発に取り組んでいく。

農水産物・食品輸出拡大プロジェクトでは、ユズ、水産物を中心に見本市や商談会への出展支援による販路開拓を行う。また、輸出対応型の生産体制の拡充に対する支援や対米 HACCP の認証取得に向けた支援に取り組む。

2 新型コロナウイルス感染症等による経済影響対策の取り組みについて

1) 需要喚起策

① 「食べて！飲んで！高知家応援キャンペーン」の展開

新型コロナウイルスの感染拡大や物価高騰などの影響を受けている飲食店や関連事業者を支援するため、飲食店で利用できるプレミアム付きクーポンを販売している。

[販売期間]9/18～12/16、[利用期間]9/18～1/31

[実績(10/30時点)] 参加登録店舗 1,700 店、販売数 184,295 冊(販売率 76.8%)

◆分野を代表する目標：食料品製造業出荷額等

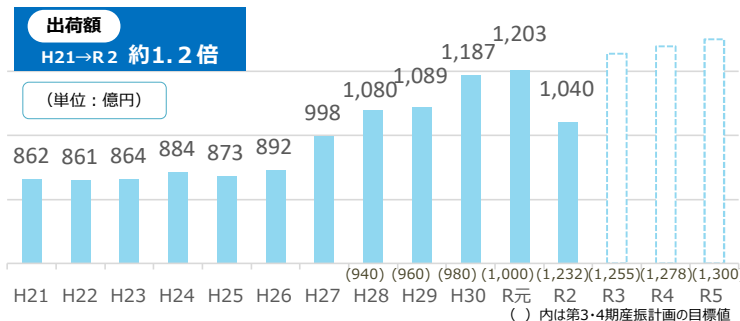
単位：億円

	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	980	1,000	1,232	1,255	1,278	1,300
実績	1,187	1,203 (1,185)	1,040	-	-	-
達成度	S	S	C	-	-	-

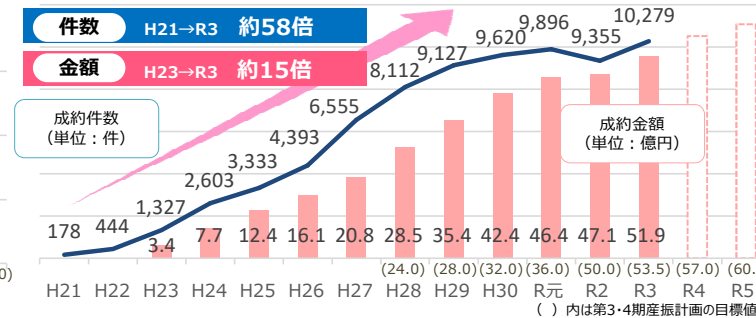
実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない（国統計の調査方法の変更による）
 [参考] R元の()は個人経営を含まない数値

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

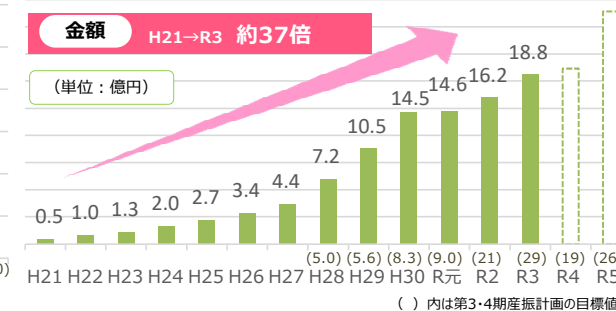
【図1】食料品製造業出荷額等



【図2】地産外商会社の活動による成約金額



【図3】食料品の輸出額



<概況>

R2年は、コロナ禍の影響により内食需要が拡大し、量販店向けの出荷額は好調である一方、外食市場規模が大幅に縮小し、外食向けの水産食料品や野菜、お土産向けの菓子類の出荷額が大きく減少。R3年以降もコロナ禍の影響が継続しており、目標達成は不透明。

<概況>

県内食品事業者53社へのアンケート調査（回答46社）によると、R4年度上半期は前年と比べ、59%が売上増、28%が横ばいと回答。下半期の見通しについても59%が売上増見込みと回答があり、前年度の51.9億円を上回る見込み。

<概況>

輸出額上位20社へのヒアリングによると、R4年は前年を上回る輸出額で推移する企業が多いものの、目標である19億円の達成は不透明。

◆課題

【地産】

- 健康志向や個食といった新たな消費者ニーズに対応する商品開発が必要
- 新たに輸出に取り組む事業者の掘り起こしと商品の発掘・磨き上げが必要
- 輸出先が求める国際HACCP認証レベルの衛生管理の高度化、供給力の向上

【外商】(国内)

- 大阪・関西万博等を見据え、本県の食や観光などをPRする情報発信拠点が必要
- 関西圏でのさらなる外商拡大に向けて、県産品購入のきっかけづくりが必要
- 消費行動の変化によりニーズが高まる「eコマース」を活用した県産品の販売拡大

(輸出(海外))

- 輸出に取り組む事業者や品目が限定されているため、さらなる掘り起こしが必要
- コロナの影響緩和を見据え、特に有望な市場(米国、欧州、中国)での営業活動の強化

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント

社会経済構造の変化に対応した地産と外商の取り組みの強化

【地産】

- ①②食品流通に関わる**アドバイザーを新たに設置し、食のプラットフォームを活性化**することにより、時流に沿ったテーマ設定のもと、セミナーから商品開発に至るまで一気通貫で事業者の取組を支援
- ③衛生管理、品質の向上、供給力拡大のためのソフト・ハード面での支援
 - (1)衛生管理の国際認証(FSSC22000等)取得への支援
 - (2)生産体制を強化するための設備投資に対する支援

【外商】(国内)

- ①関西圏における**アンテナショップ(R6春オープン予定)の設置に向けた設計委託等を実施、地産外商公社の大阪グループの体制を強化**
- ②**新たなリアルイベントや商談会の創出**により外商活動を強化(キッチンカー等を活用した県産品のPR)
- ③eコマースを活用した県産品の販売拡大
 - (1)県産品を取り扱う事業者のECサイトの商品情報を集約した**ポータルサイトを新たに構築**
 - (2)ECサイトに取り組めていない事業者や販売強化に取り組む事業者のスキルアップ等を支援

(輸出(海外))

- ①**新たに食品輸出アドバイザーを設置し、新たな商品の掘り起こしや輸出戦略の策定等への支援を強化**
- ②米国、欧州、中国で、現地商社と連携した**見本市や現地賞味会等のプロモーションを拡充**するとともに、**食品海外ビジネスサポーターの活動を強化**

<起業や新事業展開の促進>

1 第4期産業振興計画の上半期の進捗状況等について

起業や新事業展開の促進の分野では、起業・新事業展開件数の目標の達成に向けた総合的なサポートに取り組んでおり、令和4年度上半期の取り組みは、概ね順調に進んでいる。

1) 起業の促進

こうちスタートアップパーク(KSP)を通じた起業件数は、9月末で6件と、前年同時期の4件とほぼ同数となっており、今後、会員のアフターフォロー等により33件であった前年度並みを見込む。

起業件数、KSP会員数ともに増加傾向だが、将来の選択肢として「起業」を検討する学生が少ない状況にある。また、起業の内容はスモールビジネス、開業系がほとんどで、スケールアップにつながる事業が少数となっている。

→ 小中高大学の段階に応じた学生向けプログラムを実施し、起業気運の醸成を図るとともに、民間団体との連携強化により、スケールアップを目指す起業家の掘り起こしと成長のサポートを実施する。

2) イノベーションの促進

① スタートアップ参加型の新事業創出人材の育成

スタートアップ企業のビジネスシーズを活かした県内企業の新事業創出の支援として、オープニングイベント(6月)及びマッチングイベント(8月)を開催し、延べ132人が参加した。

また、R3年度までに創出したプロジェクトのうち「柚子の未利用資源を活用したエタノール抽出と商品開発」等3件が事業化された。

→ 県内企業の実情に詳しいコーディネーターと連携し、新事業展開に関心を持つ企業をあらかじめ抽出。そのうえで、その企業のニーズに合致しそうなスタートアップ企業と引き合わせることで、事業化の確率をさらに高める。

② 産学官民連携のプラットフォーム機能を生かした産業振興の推進

県内企業の新事業展開につなげるため、高等教育機関等と連携した各種講座やセミナー等を開催しており、「産学官民が連携した事業化案件数」については12月に調査を行い把握する。

→ 「産学官民連携センター」の相談機能やコーディネート機能の強化を図る。

③ 研究成果を産業利用するための支援

企業が持つアイデアや大学等の研究シーズに基づいた産学官による共同研究に対する補助金について、4月に公募を開始し、8月に昨年度からの継続案件を含む6テーマを採択した。補助事業を通じた事業化案件数は、9月末で1件を把握しており順調に推移している。

→ 補助金提案案件の発掘と各企業の提案力向上に取り組む。

3) 産業人材の育成

土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)の受講者数は、9月末で542人と順調に推移している。オンライン講座「GLOBIS 学び放題」の受講者は前年同期から倍増している一方、新型コロナウイルス感染症の影響により、対面講座の応用講座は減少している。

→ SNS等を活用したPRに加え、企業への個別アプローチ等、直接的な声掛けを強化し、「GLOBIS 学び放題」等を企業研修に位置づけていただくこと等で、受講者数の増加を目指す。

また、今年度実施した受講者及び受講者企業へのアンケートの結果や受講環境の変化等を踏まえたカリキュラムの再編、コンテンツの充実を図る。

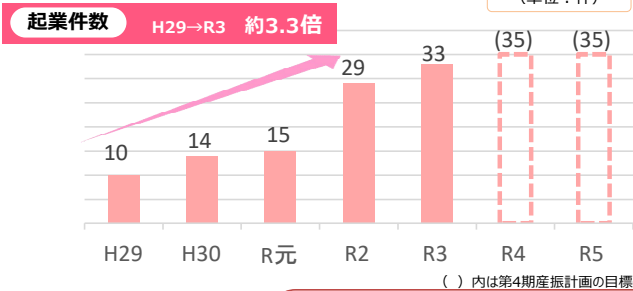
◆分野を代表する目標：県のサポートによる起業・新事業展開件数

()内はKSP(こうちスタートアップパーク)を通じた起業件数 単位：件

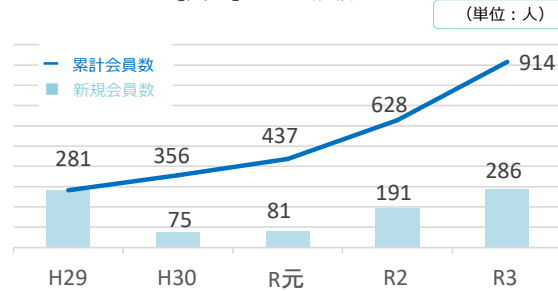
	H28	H29	H30	R元	H28～R元累計 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5	R2～R5累計
目標	25	25	25	25	100	50(35)	50(35)	50(35)	50(35)	200(140)
実績	28	47	41	31	147	42(29)	41(33)	-	-	-
達成度	S	S	S	S	S	C(C)	C(B)	-	-	-

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

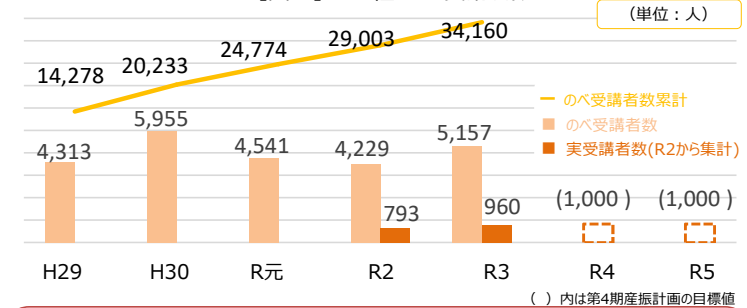
【図1】 KSPを通じた起業件数



【図2】 KSP会員数



【図3】 土佐MBA受講者数



<概況>

起業件数、KSP会員数ともに増加傾向だが、目標達成には至っておらず、スモールビジネス、開業系がほとんどである。
KSPを通じた起業件数は、目標の35件に対しR4年9月末で6件と低調だが、前年同時期の4件とほぼ同数。今後、会員のアフターフォロー等により前年度並みを見込む。

<概況>

土佐MBAの受講者数は、目標の1,000人に対しR4年9月末で542人と順調に推移している。オンライン講座の「GLOBIS 学び放題」の受講は145人と前年同期の75人から倍増している一方、対面講座の応用講座は38人と前年同期の73人から大幅に減少しており、新型コロナウイルスが影響したとも考えられる。

◆課題

【起業の促進】

- ① 身近に起業家がないため、将来の選択肢として「起業」を検討する学生が圧倒的に少なく、起業家精神を育む、起業気運を醸成する教育がほとんど実施されていない。
⇒ 起業を身近に感じ、チャレンジする気運を醸成することが必要
- ② 起業件数、KSP会員数ともに増加傾向だが、スモールビジネスや開業系がほとんどで、新たなビジネスやイノベーションの原動力となる「スケールアップを目指す起業家」が少なく、成長の機会も乏しい。
⇒ スケールアップを目指す起業家の掘り起こしと成長をサポートすることが必要

【産業人材の育成】

- ① 土佐MBAにより地域産業や企業の担い手の育成は進んでいるものの、学びを必要とする方に十分情報が届いておらず、土佐MBAの有用性も浸透していない。
⇒ 学びが必要な方に着実に情報を届け、受講を促進するためには、土佐MBAの認知度の向上が必要
- ② コロナ禍の影響でオンライン受講が浸透し、座学形式の講座は利便性の高いオンラインで、ワークやディスカッションを伴う実践型講座は対面で、という方向に受講者ニーズが変化している。
⇒ コロナ禍による受講環境の変化や受講者ニーズを踏まえ、カリキュラムの再編やコンテンツの充実が必要

◆令和5年度の取り組みの強化の方向性

ポイント1

起業気運の醸成とスケールアップの促進

- ① 起業気運の醸成
小中学生：起業を体験する機会の創出
高校生：起業家を身近に感じ、将来の選択肢とするような機会の創出
大学生：起業にチャレンジしたい学生の掘り起こしと伴走支援
- ② スケールアップを目指す起業家の成長支援
(1) 民間団体（一般社団法人高知イノベーションベース（KOIB））との連携強化
(2) 起業家を発掘する機会や起業家同士が切磋琢磨する場の創出



ポイント2

土佐MBAの認知度向上と受講者ニーズ等を踏まえた講座内容の見直し

- ① 土佐MBAの認知度向上
(1) 過去のコンセプトと比較し、より受講意欲が高まる現在のコンセプト「もっと仕事が増える場所」を活用した統一感のあるPRの展開
(2) コンセプトを具現化する連続講座の新設（土佐MBA実践塾）
- ② カリキュラムの再編とコンテンツの充実
(1) 知識の習得を中心とした座学は民間オンライン講座に集約し、ワークやディスカッションを中心とする学びを対面講座として再編
(2) 受講者ニーズの高い集合型の連続講座や最新のトレンドを押さえた講座の新設（SNS活用Webマーケティング講座等）

