

# 第5期産業振興計画の 取り組み状況等

## 《目次》

①第5期産業振興計画計画全体を貫く目標の達成見込み……………	1	③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	
②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		移住の促進……………	22～23
農業分野……………	2～5	関西圏との経済連携の強化……………	24
林業分野……………	6～8	地産外商戦略の推進……………	25～27
水産業分野……………	10～12	起業や新事業展開の促進……………	28～29
商工業分野……………	13～15	④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	
観光分野……………	16～18	ヘルスケアイノベーションプロジェクト……………	30
保健医療分野……………	19	アニメプロジェクト……………	30
福祉分野……………	20	グリーンL Pガスプロジェクト……………	9
建設分野……………	21		

# 第5期産業振興計画 計画全体を貫く目標の達成見込み

## ◆ 計画全体を貫く目標：一人当たり県民所得

単位：千円

	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9
目標	-	-	-	2,733	2,760	2,787	2,800以上
実績	2,653	-	-	-	-	-	-
順位	41位	R7.3公表予定	R8.3公表予定	R9.3公表予定	-	-	-

10年後 (R15) 目標  
全国中位

## ◆ 計画全体を貫く目標の達成見込み

OR3 一人当たり県民所得は2年ぶりにプラスの265万3千円（前年度比+19万2千円）で、前年度比+7.8%。（参考：R元→R2 △7.4%）【図1】。

【足下の状況】

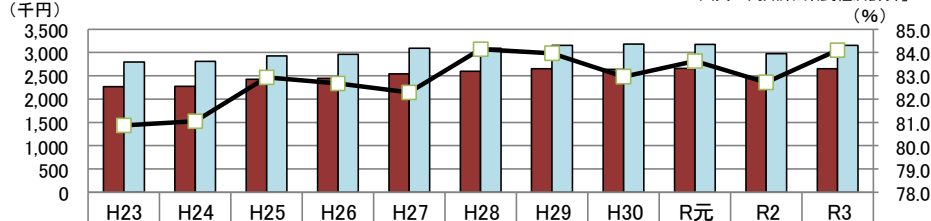
○雇用者報酬については、現金給与総額の名目は15ヶ月連続のプラス【図2】。企業所得に関連する指標については、概ねプラスの動き【図3】【図4】。

<高知県金融経済概況 R6.10.16公表（抜粋） 日本銀行高知支店>

雇用者所得は着実に増加している。先行きについては、企業・家計の両部門において、所得から支出への前向きな循環が続くもとで、持ち直しの動きが続くとみられる。ただし、①コスト上昇と価格転嫁の動向、②人手不足の影響と賃金の動向、③海外経済の動向の影響等について、注視していく必要がある。 → R6の目標達成が期待できる

【図1】 1人当たりの県民所得と国民所得の比較と推移【単位：千円、%】

出典：高知県「県民経済計算」



	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R元	R2	R3
1人当たり県民所得	2,263	2,276	2,426	2,448	2,542	2,599	2,651	2,639	2,657	2,461	2,653
1人当たり国民所得	2,798	2,808	2,925	2,961	3,089	3,089	3,157	3,181	3,177	2,975	3,155
国を100とした比率	80.9	81.1	82.9	82.7	82.3	84.1	84.0	83.0	83.6	82.7	84.1
全国順位	41	41	39	37	39	37	39	39	40	42	41

R3 一人当たり県民所得は2年ぶりにプラスの265万3千円（前年度比+19万2千円）で、前年度比+7.8%。（参考：R元→R2 △7.4%）

【図3】 事業計画（売上高・経常利益・設備投資額）【単位：前年度比・%】

出典：日本銀行高知支店「全国企業短期経済観測調査（高知県分）」

<①売上高>

	R5 実績	R6 計画
全産業	+4.7	+1.1
製造業	▲2.9	+0.6
非製造業	+6.5	+1.2

<②経常利益>

	R5 実績	R6 計画
全産業	+3.5	▲8.5
製造業	▲29.4	+0.8
非製造業	+37.2	▲13.5

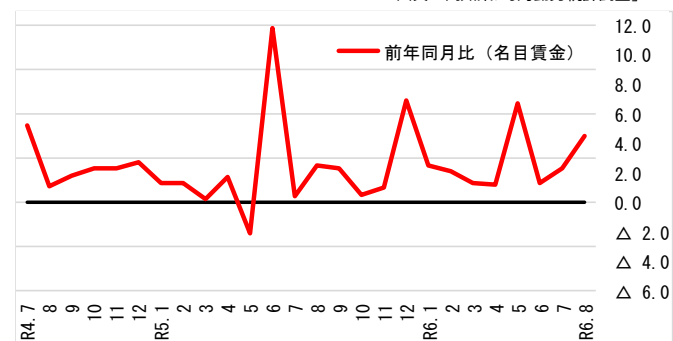
<③設備投資額>

	R5 実績	R6 計画
全産業	▲22.3	+1.3
製造業	+11.7	+21.7
非製造業	▲41.3	▲20.1

- ①R6年度の売上高は、コロナ禍からの回復によるバントアップ需要の一巡やらんまん効果の反動による減少はあるものの、非製造業、製造業ともに価格転嫁が進んでいることから、対前年度比プラス1.1%の計画
- ②R6年度の経常利益は、人件費や仕入れ値の上昇によるコスト高を見込み、対前年度比マイナス8.5%の計画
- ③R6年度の設備投資額は対前年度比プラス1.3%の計画

【図2】 現金給与総額（名目）の対前年比【単位：%】

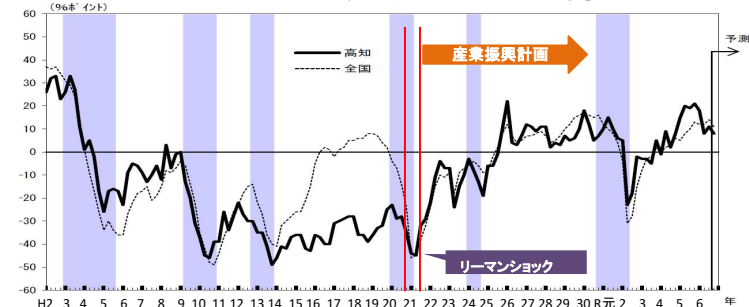
調査産業計、事業所規模5人以上、男女計 出典：高知県「毎月勤労統計調査」



令和4年以降、現金給与総額（名目）は上昇傾向にある（15ヶ月連続のプラス）

【図4】 業況判断D.I.【単位：%】

出典：日本銀行高知支店「全国企業短期経済観測調査（高知県分）」



- ・全産業の業況判断D.I.は前回調査（R6.6月）と比べて3ポイント改善
- ・製造業では令和6年6月調査のマイナス3から0へと3ポイントの改善、非製造業では11から17へと6ポイントの改善
- ・先行き（令和6年12月までの見通し）については、悪化を見込んでいる（全産業：今回11→先行き8）

# 取り組みの強化の方向性【農業分野 1 / 4】

## ◆分野を代表する目標：農業産出額等

単位：億円

	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 9
目標	1,210	1,221	1,174	1,224
実績	1,081	-	-	-
達成度	B	-	R6年12月公表予定	-

## ◆分野を代表する目標：農業生産量（主要野菜11品目）

単位：万t

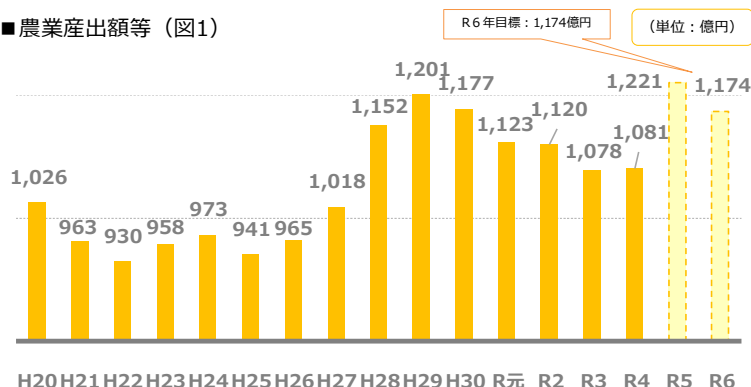
	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 9
目標	13.4	13.6	13.4	14.1
実績	12.9	-	-	-
達成度	B	-	R6年12月公表予定	-

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

## ◆分野を代表する目標の達成見込み

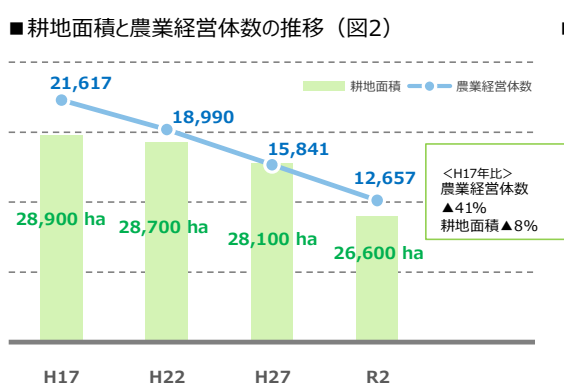
- R5年の農業産出額等は、台風被害等の影響で露地品目の生産量が低下したことや、花きの栽培面積減少による生産量の減少等の要因により、目標を下回る見込み。
- R6年は、4月以降の天候不順と夏期の高温・渇水により野菜主要11品目の生産量（1～7月までの累計）は前年同期比でやや少なく推移している。また、令和6園芸年度の青果物は前年に比べ単価高の傾向である。
- 引き続きIoPクラウド「SAWACHI」の利用者増加によるNext次世代型こうち新施設園芸システムの普及拡大、次世代型ハウスの整備推進に取り組む。

■農業産出額等（図1）



農業産出額等は、R2年以降、コロナ禍やウクライナ情勢の影響等により減少傾向となっており、直近のR4年は1,081億円と目標の1,210億円には届かなかった。

■耕地面積と農業経営体数の推移（図2）



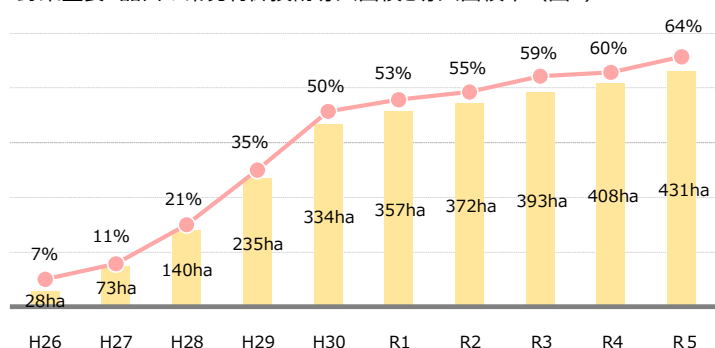
農業者の高齢化等により、耕地面積、農業経営体数ともに減少傾向。

■野菜主要7品目の生産量（図3）



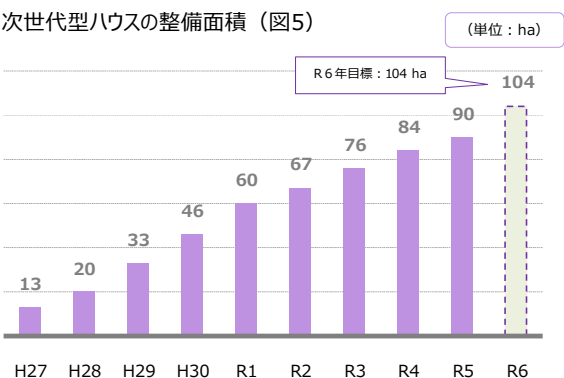
耕地面積が減少しているものの、反収の増加により、野菜主要7品目の生産量は横ばいで推移。

■野菜主要7品目の環境制御技術導入面積と導入面積率（図4）

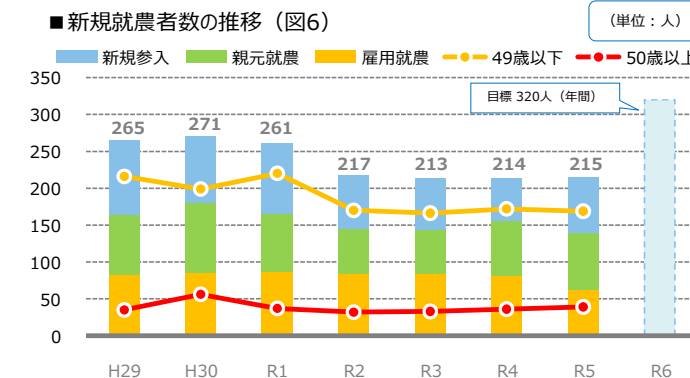


野菜主要7品目の環境制御技術の普及はR5年度には431ha（64%）と一定進んだものの、データを活用して増収につなげる農業者は限定されている。次世代型ハウスの整備面積はコロナ禍や資材高騰の影響により投資意欲が減退しており、伸びが鈍化している。

■次世代型ハウスの整備面積（図5）



■新規就農者の推移（図6）



新規就農者は270人前後で推移していたが、コロナ禍等の影響により、R2年度に減少して以降横ばいで推移。

令和6年度上半期の進捗状況

課題

強化の方向性

(1) IoPプロジェクトの推進

**IoPクラウドSAWACHI利用農家数：2500戸(R6目標)  
⇒1423戸 (R6.9現在)**

- ①クラウド利用農家数の拡大と既登録者へのサポートの強化
  - ・JAと連携したSAWACHIの加入啓発  
(生産部会等での説明会等)  
43回(目標)→118回(4~7月)
  - ・新規ユーザー獲得に向けたSAWACHI操作体験会  
25回(目標)→6回(R6.9月現在)
- ②出荷データ取得率向上
  - ・雨よけ・露地(シシトウ、オクラ)で出荷データを活用した「露地でしっかり稼ごうプロジェクト」を6月から展開
  - ・雨よけ、露地野菜、花き、果樹等での啓発  
(生産部会、現地検討会5~7月:36回)

(2) データ駆動型農業の推進

- ①データ駆動型農業を普及する指導体制の強化
  - ・先進農家を含めたデータ駆動型農業推進協議会  
(7月:1回)
- ②データ駆動型農業の実践支援
  - ・農家へのデータ活用の勉強会及びIoP実践支援  
(4~7月:10回)
  - ・データ共有グループに対するデータ分析検討会の実施  
(4~7月:24回)
  - ・露地品目シシトウでのデータ駆動型農業推進  
(6~7月:11回)

(3) 雇用就農の増加を目指した企業誘致の推進

- ①企業参入のための施設整備用地の確保
  - ・地域計画策定を踏まえた新たな候補地の選定
- ②企業の施設園芸への参入の推進
  - ・企業2社(県外2)に対する相談対応

(1) IoPプロジェクトの推進

- ①クラウド利用農家数の拡大と既登録者へのサポートの強化
  - ・主要7品目を中心に、SAWACHI加入や出荷データの同意を推進してきたため、その他の品目(雨よけ・露地野菜(シシトウ・オクラ)、花き、果樹等)に推進できていない。
- ②出荷データ取得率向上
  - ・野菜の一部の品目や、花き、果樹類においては、規格等の問題でJAとのシステム連携が行えず、出荷データ機能が整備できていない。

(2) データ駆動型農業の推進

- ①データ駆動型農業を普及する指導体制の強化
  - ・コロナ以降、部会活動への参加者が減っており、データ活用の成果を普及することが難しい。
- ②データ駆動型農業の実践支援
  - ・露地雨よけ品目では環境測定してコントロールするものが少ないためメリットを感じていない農家が多い。
  - ・高齢化もあり、デジタル機器やデータ活用に関心の低い農家も一定存在することから、データ駆動型農業に取り組めていない。

(3) 雇用就農の増加を目指した企業誘致の推進

- ①企業参入のための施設整備用地の確保
  - ・用排水の整ったまとまった用地の情報が多く、確保にも時間がかかる。
- ②企業の施設園芸への参入の推進
  - ・ハウス建設費の高騰で経営計画が立てにくくなっている。

ポイント1

**ターゲットを拡げ、農業のデジタル化を加速!**

(1) IoPプロジェクトの推進

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - 主要7品目では、加入率向上につなげるため、平均収量以下の農家をターゲットに収量増につながるSAWACHI活用効果を周知
  - 雨よけ・露地野菜(シシトウ・オクラ)、花き、果樹等では、環境データの活用や出荷データの取得と併せて加入推進を強化
  - JAと協議を重ね一部品目の出荷データ機能を整備
- <令和7年度の取り組み>
  - 主要7品目では引き続き収量増などの成果を横展開し、雨よけ・露地野菜、花き、果樹ではさらなるプロジェクトを展開し加入推進

ポイント2

**データ活用によるもっと儲かる農業の実現!**

(2) データ駆動型農業による営農支援の強化

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - データを活用して栽培を改善する「データ共有グループ」を各品目・各地域で育成し普及
- <令和7年度の取り組み>
  - 全体収量を引き上げるために、平均収量以下の農家をターゲットに、データ駆動型農業の実践に誘導
  - データ活用に関心の低い農家では、安価な機器で温湿度を測定し、スマートフォンでの確認から推進

ポイント3

**新規参入や規模拡大により雇用の場を拡大!**

(3) 雇用就農の増加を目指した企業誘致の推進

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - 農業参入フェア出展(11月大阪、12月東京)などによる新規参入企業の掘り起こし
  - 施設整備用地のリスト化に向けた候補地区の選定
- <令和7年度の取り組み>
  - 地域計画と連動した用地情報による候補用地のリスト化
  - 施設整備の負担軽減に向けた支援策の強化
  - 用地、品目、出荷先、支援策をまとめた「企業版産地提案書」作成



令和6年度上半期の進捗状況

課題

強化の方向性

(4) 有機農業の推進

- ①推進体制の強化
  - ・「高知県有機農業推進協議会」の設立 (5/30)
  - ・環境保全型農業直接支払交付金の説明会 (10回)
- ②栽培技術の向上
  - ・水田除草機、ユズでの有機質肥料利用の実証  
9ヶ所 (目標) → 7ヶ所 (R6.9月現在)
  - ・水稲での有機栽培暦の作成に向けた検討会 (2回)  
有機栽培暦の作成数: 1 (目標) → (R6.9月作成中)
- ③販路の開拓、拡大
  - ・ユズ有機的栽培への誘導状況の把握 (6月)  
県産品商談会への出展事業者数: 3事業者 (目標)  
→有機生産者団体2団体が出展の意向 (R6.8現在)

(4) 有機農業の推進

- ①推進体制の強化
  - ・環境保全型直払の取組が実施されているのは15市町村にとどまっている。
- ②栽培技術の向上
  - ・戦略品目のうち、水稲では除草技術、ユズでは有機質肥料の施肥技術及び省力的な除草技術が確立されていない。
- ③販路の開拓、拡大
  - ・有機栽培米の学校給食などにおけるニーズが把握できていない。

ポイント4 栽培技術の向上・販路の拡大!

(4) 有機農業の推進

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - 環境保全型直払に取り組んでいない市町村への啓発
  - ユズでの有機質肥料の施肥技術の実証と成果の周知
  - 有機栽培米の学校給食などでの県内ニーズ調査の実施
- <令和7年度の取り組み>
  - 環境保全型直払の取組拡大に向けた啓発の強化
  - 水稲での除草技術、ユズでの有機質肥料の施肥技術及び省力的な除草技術等の実証の継続
  - 販路の開拓や拡大に向けた体制の構築  
(米の学校給食での利用、ユズの輸出拡大など)

(5) 多様化する食スタイルに対応するマーケットインの視点による業務需要拡大

市場流通を中心としたJA販売額: 614億円(R6目標)  
⇒626億円 (R5.9~R6.8)

- 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
  - ・業務需要取扱会社2社と協議 (4~7月)  
⇒1社と委託契約 (8月)  
内容:業務需要開拓に関するアドバイス、県内生産者等への講演、県産青果物の業務需要販路調査など
- ②新たな視点での取組強化
  - ・成長が期待できる新たな顧客層への販路開拓など販売拡大に対するアドバイザーの産地招へい (8月2回)

(5) 多様化する食スタイルに対応するマーケットインの視点による業務需要拡大

- 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
- ②新たな視点での取組強化
  - ・業務需要にマッチする品目の選定、量の確保ができていない。

ポイント5 業務需要野菜の販売拡大!

(5) 多様化する食スタイルに対応するマーケットインの視点による業務需要拡大

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - 業務需要の戦略策定への支援
- <令和7年度の取り組み>
  - 業務需要にマッチする品目の量の確保、営業の強化
  - 新たな顧客層の掘り起こし

(6) 農畜産物のさらなる輸出拡大

- ①品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大
  - ・卸売市場への輸出委託 (青果・花き各1社)  
⇒青果 (東南アジア):ハウスミカン、メロンなど  
目標:1,301万円→407万円 (4~7月,前年比215%)  
⇒花き (米国ほか):グロリオサ、オキシペタラムなど  
目標:3,600万円→1,246万円 (4~6月,前年比137%)
  - ・シンガポール企業へ委託 (東南アジアでの輸出可能性調査)
  - ・国内外の商談会への出展など  
⇒東京:ユズ加工2者、その他2者が商談会へ出展(8月)  
⇒インド:県水産物賞味会で茶を紹介(7月)→8月面談  
⇒マレーシア:試食会にみょうがを出品(7月)→9月商談予定
- ②輸出に意欲的な産地への支援強化
  - ・6月日本青果物輸出促進協議会加入

(6) 農畜産物のさらなる輸出拡大

- 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
  - ・輸出に意欲的に取り組む産地が限られている。

ポイント6 輸出先の開拓と取り組む産地の掘り起こし!

(6) 農畜産物のさらなる輸出拡大

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - 展示会等への出展機会の拡大(日本青果物輸出促進協議会事業を積極的に活用)
  - 水産物等他分野と連携したPRによる商機の開拓
- <令和7年度の取り組み>
  - シンガポール以外の東南アジア国での販路開拓 (青果物等)
  - 展示会等への出展機会の拡大  
(日本青果物輸出促進協議会事業を積極的に活用)

令和6年度上半期の進捗状況

課題

強化の方向性

(7) 新規就農者の確保・育成

① 若者・女性等への就農支援の強化

- ・若者・女性のロールモデル事例の収集と発信  
取材開始(8月～)：10人(うち女性6人)
- ・農業者自らが農業の魅力を発信・拡散するSNSキャンペーン  
「#こうち農come on!!プロジェクト」の実施(7月～)
- ・農業経営・就農支援センターの相談活動  
相談者数：108名(7月末、前年同期比121%)  
継続的なアフターフォロー：218人
- ・親元就農者への資金助成制度の創設  
事業活用：研修区分7人、経営開始区分1人(7月末)
- ・34歳以下の就農希望者の研修への資金助成拡充  
事業活用：5人(8月末、前年同期比83%)

② 雇用就農への支援の強化

- ・雇用の受け皿となる法人の育成：重点支援13経営体
- ・地域おこし協力隊を活用した法人を目指す研修生の育成  
受入法人の登録：3経営体、協力隊員募集9月～

(7) 新規就農者の確保・育成

① 若者・女性等への就農支援の強化

- ・R5年度の新規就農者数は215人。  
(目標320人、達成率67%)
- ・新規就農者の増加には、相談者等を更に増加させていくことが必要。
- ・就農相談者の中には、資材高騰による経営コスト増大等により本県への就農を躊躇する者がいる。

② 雇用就農への支援の強化

- ・R5年度の新規雇用就農者数は63人(達成率52%)。
- ・就職先としての認知度が低く、選ばれていない。
- ・受け皿となる法人及び法人化を志向する経営体が少ない。
- ・法人企業等が新たな雇用を生み出すための支援強化が必要。

ポイント7

職業としての魅力度向上と雇用の場の拡大

(7) 新規就農者の確保・育成

<令和6年度下半期の取り組み>

- 農業参入フェア出展(11月大阪、12月東京)などによる新規参入企業の掘り起こし(再掲)
- 施設整備用地のリスト化に向けた候補地区の選定(再掲)

<令和7年度の取り組み>

- 若者・女性等への就農支援の強化
  - ・潜在層に向けた高知県農業プロモーション活動の強化  
(デジタルマーケティングに基づく広報活動)
  - ・園芸用ハウス整備及び中古ハウスの活用に向けた支援の強化(補助限度額の見直し)
- 雇用就農への支援の強化
  - ・職業としての魅力度向上
  - ・魅力ある職場づくりと知ってもらう取組の推進
  - ・企業の魅力を知ってもらう機会の創出
- 法人、企業等による雇用の場づくり
  - ・施設整備の負担軽減に向けた支援策の強化(再掲)
  - ・用地、品目、出荷先、支援策をまとめた「企業版産地提案書」作成(再掲)

## ◆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

### 原木生産量

単位：万m<sup>3</sup>

	R4 (出発点)	R5	R6	R9
目標	77.0	79.6	78.0	85.0
実績	73.6	70.8	-	-
達成度	B	B	-	-

### 木材・木製品製造業出荷額等

単位：億円

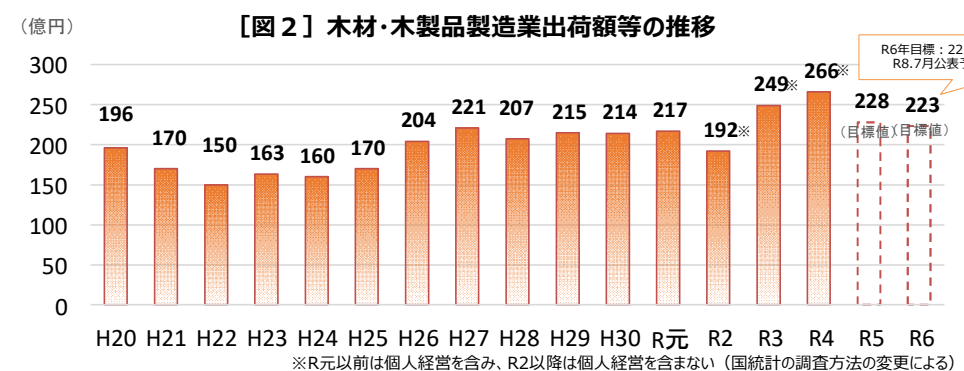
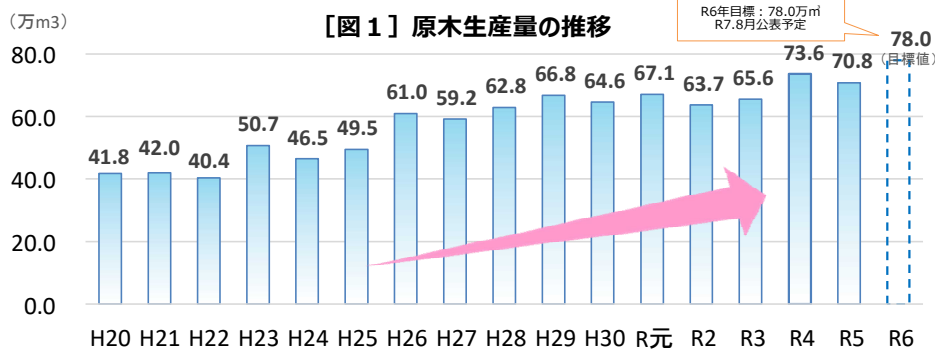
	R3 (出発点)	R4	R5	R6	R9
目標	218	224	228	223	255
実績	249	266	-	-	-
達成度	S	S	-	-	-

R7年7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

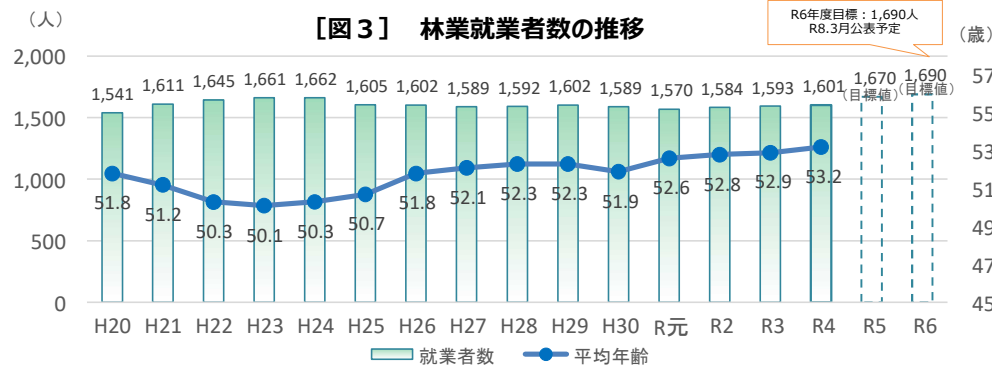
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 令和4年「原木生産量」は、73.6万m<sup>3</sup>と産業振興計画がスタートして以来、最大となったが、令和5年は前年の反動等から70.8万m<sup>3</sup>に減少し目標の79.6万m<sup>3</sup>を達成できなかった。令和6年は前年並みで目標を下回る見込み。[図1]
- 令和4年「木材・木製品製造業出荷額等」は、ウッドショックと呼ばれる輸入材の減少に伴う国産材の需要増、価格の高騰の影響により、目標を大きく上回ったものの、物価高騰の影響等による住宅需要の減少や木材価格の下落により、令和5年、令和6年ともに目標値を下回る見込み。[図2]
- 今後も引き続き、林業適地への集中投資による生産性の向上や環境不動産の建築促進など、非住宅建築物等への木材利用の拡大に取り組む。



R4年の原木生産量は、木材価格が一定高い水準を維持したことや、高性能林業機械の導入が進むなど生産体制の強化により73.6万m<sup>3</sup>まで拡大したが、R5年は前年の反動から70.8万m<sup>3</sup>に減少。

R4年の出荷額は、前述のとおり増加し目標を達成。



各種相談会の開催や就業希望者への相談対応、林業大学校での研修実施などにより新規就業者の確保につなげ、林業就業者数を維持。



林業大学校



令和6年度上半期の進捗状況

(1) 林業適地への集中投資

⇒森の工場の原木生産量

18.0万m<sup>3</sup> (R6目標) → 3.4万m<sup>3</sup> (R6.4~7月)

① 林業適地の拡大・新たな森の工場の拡大

・関係機関等に対する制度改正周知 (4月3回、6月及び9月 (個別47事業体) 2回)

⇒林業適地の設定面積

112,000ha (R6目標) → 75,000ha (R6.4~8月)

⇒森の工場の承認面積

91,141ha (R6目標) → 90,380ha (R6.4~8月)

(2) 林業収支のプラス転換

① 林地残材の利用拡大

・林地残材搬出機械の導入支援 (8月末: 6/6件)

② 再造林の推進に向けた連携体制の強化

・(一社)もりとみず基金との情報交換会等 (4月1回、5月1回、7月1回、計3回)

・高知県再造林推進会議再造林支援検討部会 (部会: 4月1回、6月1回、8月1回、計3回 / 個別協議: 5月1回、7月2回、計3回) (幹事会: 9月1回)

(3) 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

・大径材利用に向けた戦略策定会議の設置・開催(6月1回)

・実態調査実施(製材事業体 24者 原木市場 3者)

・マーケット調査 (訪問聴取 20者)

・調査結果取りまとめ(9月予定)

・大径材利用セミナーの開催(9月1回)

② 大径材を利用した製品の開発等

・幅はぎ材を用いた新たなパネルの開発

・枠組壁工法(2x4) 構造用製材の品質性能に関する研究 試験計画の策定 (7月)、基本調査 (8月)、製品性能試験 (9月)

(4) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

⇒県産製材品の出荷量

151千m<sup>3</sup> (R6目標) → 90千m<sup>3</sup> (R6.1~8月推計)

① 川上・川中・川下間の連携の強化

・個別物件についてマッチングの実施

3件 (R6目標) → 1件 (R6.4~8月)

・SCM推進フォーラム(7月1回)

② 製材工場環境整備

・労働安全環境整備

3者 (R6目標) → 1者 (R6.4~8月)

・製材事業体安全指導 (4者)

課題

(1) 林業適地への集中投資

① 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、再造林につなげる必要

(2) 林業収支のプラス転換

① 林地残材搬出はコスト高であり、各木質バイオマス発電所近隣の集荷が中心となっており、より広範囲からの集荷を促進することが必要

② 再造林支援策として民間基金の検討を進めているが、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課題となっており、引き続き検討が必要

(3) 大径材の利用促進

① 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 2x4材については競争が激しいため、2x6材への対応や4x材等の商品開発が必要

(4) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

① 川上・川中・川下が連携して製材品を供給する案件 (建築物) の掘り起こしが必要

② 製材工場環境整備

・製材業は他の製造業と比較して労災の発生率が4.4倍と高いため、工場内の安全対策や、労働安全衛生への意識啓発が必要

・製材業への外国人材などの活用も始まっており多様な担い手にあわせた、労働環境の整備が必要

強化の方向性

ポイント1 再造林による森林資源の確保

(1) 林業適地への集中投資

<令和6年度下半期の取り組み>

① 森林クラウドへの林業適地のデータの搭載

<令和7年度の取り組み>

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)

(2) 林業収支のプラス転換

<令和6年度下半期の取り組み>

① 効率的な運搬方法等の普及啓発、全国の先進的な取組等の情報収集

② 高知県再造林推進会議 (10月) の開催 (再造林への機運向上、基金等の仕組みづくりの決定)

<令和7年度の取り組み>

① 林地残材活用に向けた支援内容の見直し

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

ポイント2 高品質な製材品等の供給体制の整備

(3) 大径材の利用促進

<令和6年度下半期の取り組み>

① 調査結果の分析を元に、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

② 大径材を利用した製品の開発に向けた製品性能試験を実施 <令和7年度の取り組み>

① 大径材対応への生産体制づくり

② 大径材利用に向けた乾燥技術や製材技術の向上

③ 枠組壁工法に使用する木材の幅や厚みの規格についての研究 (2x6材や4x材)

(4) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

<令和6年度下半期の取り組み>

① 川上・川中・川下間の連携の強化

・情報収集によるコーディネーターの活動強化

② 製材工場環境整備

・安全パトロールの実施、安全設備の整備

<令和7年度の取り組み>

① 外国人材など担い手の受入れのための労働環境改善への支援



令和6年度上半期の進捗状況

(5) 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木材を認証する仕組みの検討
  - ・需要者側のニーズの聞き取り及び整理 (需要者、有識者等への訪問 8社・団体)
  - ・土佐材認証制度検討委員会開催 (8月1回)
  - ・認証制度の仕組みの検討 (委託先との協議5月～随時)

(6) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- ⇒県内における非住宅木造建築物の棟数 **109棟 (R6目標) → 55棟 (R6.1～8月)**
- ①施主や建築士への理解の醸成、②非住宅木造建築の促進
  - ・施主向け勉強会(土佐経済同友会) (6月1回)
  - ・技術研修会の開催 (8月1回)
  - ・CLT簡易住宅展示 (常設・イベント5月1回、7月1回)
  - ・環境不動産計画書の事前確認 (6月1件)
  - ・設計費への補助、木材購入費への補助 (4件)
- ③土佐材パートナー企業の開拓
  - ・企業訪問 (4月10社、5月7社、6月9社、7月6社)
- ④海外への販売促進
  - ・台湾、韓国建築関係者来高 (6月1回、7月2回、8月1回)
  - ・県内建築関係者によるタイ訪問 (9月、1回)

(7) ターゲットマーケティングによる取組の強化 (担い手)

- ①女性等をターゲットにした「こうちフォレストスクール」の開催
  - ・6回開催、参加39人(女性20人)

(8) 高度な技術を有する人材の育成

- ①林業大学校において、原木生産に加え、再造林に必要な知識と現場経験を得るための研修を充実
  - ・入校生37名、造林や保育に係る研修実施105時間

(9) 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
  - ・7回開催 参加29事業体54人 (女性12人)
- ②事業戦略の実践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
  - ・事業戦略の実践支援事業体数：7事業体
  - ・セミナー開催：1回開催、15事業体21人参加
- ③就業規則の見直しやコミュニケーション力の向上に向けた社内研修など、女性や若者などが働きやすい環境整備への支援
  - ・9事業体の労働環境の整備への支援を予定

課題

(5) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

- ①木材認証の仕組みについてのニーズや課題の整理が必要
- ②先進事例と県内の実状を踏まえた情報管理のデジタル化の検討が必要

(6) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- ①施主や建築士に対し、木材利用のさらなる普及啓発や環境不動産の推進のための技術支援が必要
- ②非住宅建築物の木造率は低位であるため、物件の掘り起こしと木造化への提案が必要
- ③木造化・木質化や拡大が見込まれるリノベーション需要など、室内空間への木材利用を増やすための継続取組が必要
- ④大阪・関西万博の特需が一段落したことから、新たな需要先となりつつある友好・姉妹都市関係にある県外自治体への営業活動が引き続き重要

(7) ターゲットマーケティングによる取組の強化 (担い手)

- ①女性の参加者数が増加しているものの、全体の参加者数は前年度と同程度。参加者の増加に向けた情報発信の強化が必要 (今年度39人(うち女性20人)→昨年同時期34人(うち女性10人))

(8) 高度な技術を有する人材の育成

- ①本年度の女性研修生は過去最多の4名であり、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

(9) 魅力ある職場づくりの推進

- ①スマート林業の取組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
- ②③女性の就業拡大のため林業事業体の意識改革に向けた情報発信の強化が必要。また、女性のライフステージにあった就業環境については、中山間振興の一つとして地域全体において取り組むことが必要

強化の方向性

ポイント3 環境価値による新たな需要の創出

(5) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①情報管理のデジタル化の先進事例調査
  - ②再造林など環境に配慮した施策に積極的に取り組む県内地域の選定
- <令和7年度の取り組み>
  - ①認証制度の仕組みの検討 (継続)
  - ②情報管理のデジタル化の検討

(6) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①木材の利用拡大に向けたサポートを強化
    - ・環境不動産の認定基準に関する技術支援、勉強会の開催
    - ・普及啓発動画及び建築事例集の作成
- <令和7年度の取り組み>
  - ①環境不動産認定制度PRの強化
  - ②県内における建築構想段階の建築物の掘り起こし
  - ③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

ポイント4 若者や女性を意識した取組をさらに拡大

(7) ターゲットマーケティングによる取組の強化 (担い手)

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①デジタルサイネージによる県外でのPRなどによる情報発信の強化
- <令和7年度の取り組み>
  - 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

(8) 高度な技術を有する人材の育成

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①若者(特に女性)をターゲットにした研修環境改善の検討
- <令和7年度の取り組み>
  - ①若者(特に女性)をターゲットにした研修環境改善の実施

(9) 魅力ある職場づくりの推進

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①スマート林業の実践に向けた林業事業体への個別支援
  - ②③若者のニーズにあった取組支援の強化や他部局との連携による女性のライフステージにあった就業環境の整備等について検討
- <令和7年度の取り組み>
  - ①研修会や個別支援の継続に加え、労働環境改善に資するスマート林業の取組支援を強化
  - ②③若者等のニーズに対応した就業環境改善の支援強化

# 次世代産業創造プロジェクトの強化の方向性

プロジェクト名	目標	現状と課題	強化の方向性
グリーンLPガスプロジェクト	<p>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、ペーパースラッジ等）の供給システムの構築</p> <p>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</p> <p>③高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保</p> <p>④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）からグリーンLPガスを生成するための新触媒の開発</p>	<p>①<b>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</b>            (現状)            ・農業残渣の資源量調査を実施（事業者2社訪問済 ※7月末時点）            (課題)            ・各バイオマス資源の効率的な収集方法について検討が必要</p> <p>②<b>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</b></p> <p>③<b>高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保</b>            (現状)            ・「高知県グリーンLPガス推進会議」への参加企業の増加を目指して基本構想概要パンフレットの配布や訪問先への勧誘等を実施            &lt;会員数：38団体（7月末時点）&gt;            (課題)            ・県内でのグリーンLPガスの生産、販売に向けて更なる会員の拡大が必要</p> <p>④<b>バイオマス資源からグリーンLPガスを生成するための新触媒の開発</b>            (現状)            ・早稲田大学及び高知大学から定期的に進捗を確認。両大学からはR4、5の2年間でグリーン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を受けている            ・本年度は農業残渣からのLPガス生成実験を依頼中            (課題)            ・特になし</p>	<p>①<b>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</b>            ⇒引き続きバイオマス資源量の把握を進めるとともに、その効率的な収集方法について検討する</p> <p>②<b>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</b></p> <p>③<b>高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保</b>            ⇒④の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事業等に参画可能性のある事業者の発掘を進める             (参考：令和6年度下半期の取組)            令和7年2月に開催予定の推進会議総会とあわせてゲストによるセミナーを開催し、関心のある事業者の参加を促す</p> <p>④<b>バイオマス資源からグリーンLPガスを生成するための新触媒の開発</b>            ⇒本年度実施する農業残渣の実験結果など、研究開発の進捗について定期的に確認を行う</p>

## ◆分野を代表する目標：漁業生産額（宝石サンゴを除く）、水産加工出荷額

### 漁業生産額（宝石サンゴを除く）

単位：億円

	R3 (出発点)	R4	R5	R6	R9
目標	486	515	520	477	520
実績	451	475	-	-	-
達成度	B	B	R7年3月頃 公表予定	-	-

### 水産加工出荷額

単位：億円

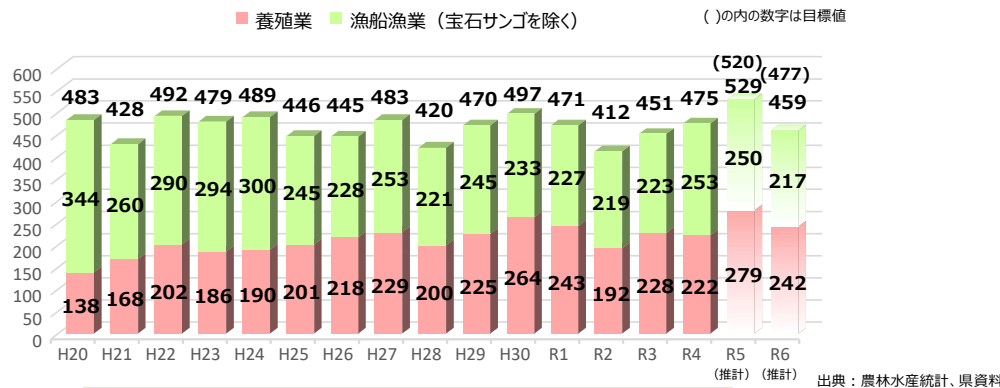
	R3 (出発点)	R4	R5	R6	R9
目標	265	268	270	274	284
実績	224	249	-	-	-
達成度	C	B	R7年7月頃 公表予定	-	-

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

## ◆分野を代表する目標の達成見込み

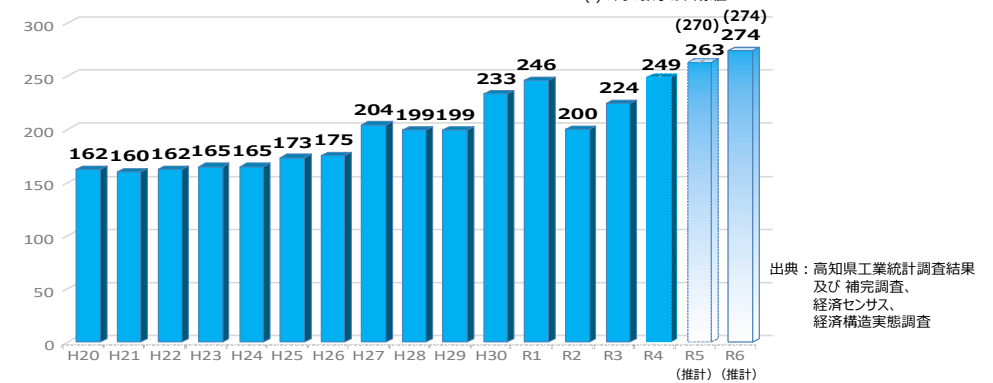
- 漁業生産額（宝石サンゴを除く）は、海況の変化や資源量の減少等の環境的要因により変動している。R5はメジカの豊漁や魚価上昇、養殖魚の堅調な生産に加え、飲食店等の需要が戻ったことから高単価となり、目標値を上回る見込みだが、R6はメジカの魚価が平年並みに落ち着いたことやキンメダイの不漁により、目標を下回る見込みである。[図1]
- 水産加工出荷額は、R3年以降、新たな加工施設の整備（R3:1件、R4:1件、R5:1件）が進んだこと等から、増加傾向で推移しており、R6年には目標に到達する見込みである。[図2]
- 今後も引き続き、安定的な生産が可能な養殖の生産拡大や、担い手確保の取り組みの充実により生産の強化を図っていくとともに、販路開拓等による外商や輸出の強化に取り組んでいくことで、漁業生産額や水産加工出荷額の増加を目指す。

## 【生産】[図1] 漁業生産額（宝石サンゴを除く）の年次推移（単位：億円）



海況の変化等の環境的要因の影響により、生産額は変動している。

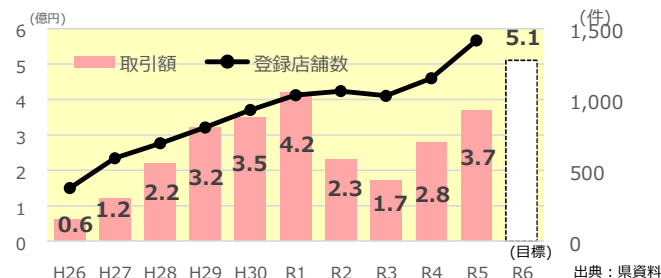
## 【加工】[図2] 水産加工出荷額の年次推移（単位：億円）



新たな加工施設の整備が進んだことで、R4年は過去最高となり、増加傾向で推移している。

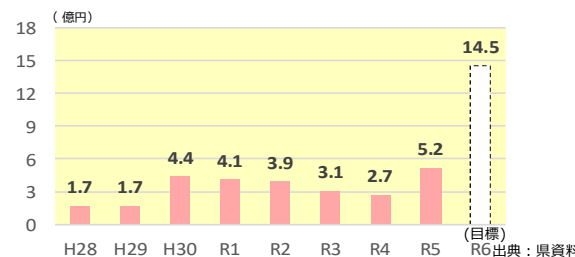
## 【流通・販売】

[図3] 「高知家の魚応援の店」における登録店舗数と年間取引額の推移



新型コロナの影響で減少した取引額は回復傾向にある。

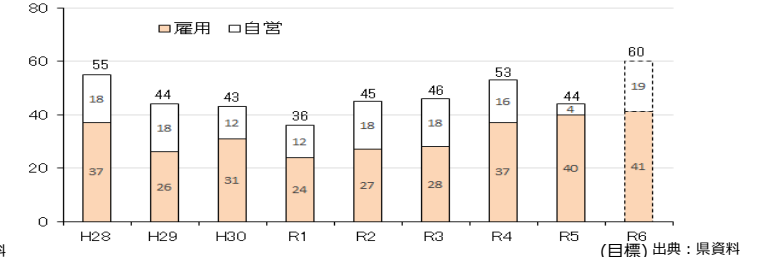
[図4] 水産物輸出額の推移



輸出拡大の取組強化によりR5は過去最高の輸出額となったが、ALPS処理水の影響による中国への輸出停止により目標達成は難しい状況にある。

## 【担い手】

[図5] 新規漁業就業者数の推移



R2年以降、自営型漁業は近年の不漁等により新規就業者数が減少しているが、雇用型漁業の新規就業者数は増加している。一方、定着率は雇用型に比べ自営型が高い傾向にある。



## 令和6年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

### (1) 高知マリンイノベーションの推進

⇒鮮魚の県内市場取扱額

88億円(目標)→52億円(R6.8月現在)

#### ①情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化

⇒NABRAS利用漁業者数 484人(目標)→294人(R6.8~9)

- ・利用促進に向けた漁業者への働きかけとニーズの把握
- ・閲覧者の属性等を把握するためのアンケート機能実装(8月)
- ・小学生を対象としたNABRAS普及イベント「水産デジタル教室」の実施(7月)

#### ②メジカ漁場予測システムの開発

- ・メジカ漁場予測システムの基本設計
- ・メジカ漁獲データの取得(通年)

#### ③スマート市場のモデルケースの構築

【清水地域】

- ・自動計量システムの導入:5市場でのネットワーク整備完了(6月)
- ・メジカの電子入札:漁協や関連事業者とシステムの仕様や運用ルールについて意見交換会を実施

【中芸地域】

- ・安田市場で自動計量システムの活用を開始(5月)

### (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

- ・規模拡大・新規参入業者の誘致に係るダイレクトメール発送(6500送付、88回答、9/30時点)

#### ②ブリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化

- ・ブリ人工種苗の飼育データの収集・解析

#### ③「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発による生産コストの削減

- ・マダイ:飼料メーカーと養殖業者が協働し、養殖現場における補償成長の最適な条件の検証に向けた、飼育試験の実施
- ・ブリ:水産試験場による試験を開始

### (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

- ・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

- ・本年春以降、漁業者の出漁回数の減少により、漁獲データの取得に支障

#### ③スマート市場のモデルケースの構築

- ・漁協職員やメジカ関連事業者のデジタル技術の導入に対するさらなる意識の醸成が必要

### (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

- ・新規漁場での養殖の開始に向けた地元等との調整が必要

#### ②ブリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化

- ・人工種苗の成長や生存等について不安を持つ養殖事業者の不安感の払拭が必要

### ポイント1

デジタル技術を活用し、持続的な漁業生産体制へ転換!

#### (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

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・漁業者への聞き取りを行い、R7年度のシステム改修の内容を検討
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・漁業者のニーズに基づく改修を実施

##### ②メジカ漁場予測システムの開発

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・漁獲データ提供漁船の増加に向け、新たなデータ取得手法を検討
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・メジカ漁場予測システムの構築とNABRASへの実装準備

##### ③スマート市場のモデルケースの構築

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・土佐清水市内の自動計量システム及びメジカ電子入札の運用開始
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・自動計量システムの土佐清水地域以外への横展開
  - ・土佐清水地域ではメジカ以外の魚種への電子入札の導入

### ポイント2

養殖生産量増加に向けパッケージで支援!

#### (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

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・DMに対する回答のあった事業者の意向確認
  - ・養殖開始に向けた地元調整及び施設整備に向けた支援
  - ・本県における陸上養殖の可能性の検討
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・事業者訪問、地元調整、施設整備支援の継続

##### ②ブリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・人工種苗導入に係る先行事例を紹介する講演会の実施
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・人工種苗の飼育データの収集・解析・説明会の開催

##### ③「補償成長」を利用した投餌量削減技術の開発による生産コストの削減

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・成果報告会(民間企業等の取組)の開催による技術普及
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・投餌量削減技術の養殖現場での実践(マダイ)
  - ・水産試験場による投餌量削減技術の開発(ブリ・マダイ)



## 令和6年度上半期の進捗状況

### (3) 外商の拡大

⇒「応援の店」への県内参画事業者の出荷額  
5.1億円(目標)→2.5億円(R6.6月現在)

#### 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

- ・オンライン商談会の実施  
県内参画事業者13社、応援の店17者、63商談実施
- ・営業力強化研修の実施(オンライン)  
計29事業者が参加

#### 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

- ・大手量販店の旗艦店約60店舗で養殖ブリのフェア実施

### (4) 輸出の拡大

- ・漁協や加工事業者等で組織する「高知県水産物輸出促進協議会」が国内外の展示会に出展：7回
- ・「水産物輸出促進コーディネーター」の持つネットワークを活用し、新たな販売ルートを開拓
- ・関東及び関西の卸売市場関係者等(3社)の水産物の集荷能力と輸出ルートを活用した販路の拡大

### (5) 担い手の確保・育成

⇒新規就業者数 60名(目標)→24名(R6.6月現在)  
(うち若年女性 4名(目標)→1名(R6.6月現在))

#### ①就業希望者の掘り起こし

- ・専門学校等での就業セミナー開催  
⇒実施校数：12校(目標)→5校(R6.9月現在)
- ・県独自の就業フェアの開催：2回(高知・大阪)  
⇒来場者数(高知)：30名(目標)→29名  
(大阪)：50名(目標)→40名

#### ②新規就業者の育成

- ・就業希望者を対象とした長期・短期研修の実施  
⇒短期研修実施回数：25回(R6.9月現在)  
⇒長期研修開始者数：2名(R6.9月現在)

#### ③多様な人材の確保

- ・女性による漁業体験を通じた調査を実施し、課題抽出  
⇒現地調査：6事業者(計画)→4事業者が終了
- ・「高知の水産女子会」による意見交換、勉強会の実施  
⇒ミーティング(会議・研修会)：3回(計画)→1回終了

## 課題

### (3) 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

- ・大量の注文、前処理加工に対応できる事業者の増加
- ・オンラインによる効率的な商談の開催

#### 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

- ・関西・大阪万博の開催に伴う観光客増加を見据えた新たな販路開拓が必要

### (4) 輸出の拡大

- ・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処理水の影響により、中国への輸出が停止(※)しているため、新たな国への販路拡大が必要。

※緩和の動きがあるため今後動向を注視

### (5) 担い手の確保・育成

#### ①就業希望者の掘り起こし

- ・漁業就業希望者になりうる若者や女性への効果的な情報伝達

#### ②新規就業者の育成

- ・独立自営型漁業において安定した収入を確保するためには、不漁や燃油価格の高騰等への対策が必要

#### ③多様な人材の確保

- ・若者や女性に選ばれる水産業へ転換するための魅力の創出

## 強化の方向性

### ポイント3

応援の店や卸売市場関係者のネットワークを活用し、外商を強化!

### (3) 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の強化

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・取引額の大幅増加に向け、チェーン店とのマッチングを強化
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・最新のマーケット情報の把握等を含んだ営業力強化研修を実施

#### 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

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・トップセールスなどパートナーと連携した取組を一層強化
- ＜令和7年度の取り組み＞※①②共通
  - ・関西・大阪万博の開催に伴う観光客の増加を見据えた新たな販路を開拓
  - ・観光客等への効果的なPRのため万博開催期間中に高知フェアを実施

### ポイント4

国内商社等のネットワークを活用し、販路を開拓・拡大!

### (4) 輸出の拡大

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・経済成長が見込まれるインド等への販路の開拓・拡大を推進
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・水産物輸出促進コーディネーターのネットワークを活用し、東南アジアの百貨店等で店舗展開をする国内商社等と連携した取組を実施
  - ・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

### ポイント5

デジマの活用等による若者、女性の担い手の確保!

### (5) 担い手の確保・育成

#### ①就業希望者の掘り起こし

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・ターゲットの絞り込み等、デジタルマーケティングの活用
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・水産業と親和性の高い施設と連携したPR

#### ②新規就業者の育成

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・複数漁業種類の経営(マルチ漁業化)に向けた支援策を検討
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・マルチ漁業化に向けた漁船改修や機器導入を支援

#### ③多様な人材の確保

- ＜令和6年度下半期の取り組み＞
  - ・漁業体験を通じた調査の実施と結果のとりまとめ、課題解決策検討、女性就業モデル事例の検討
- ＜令和7年度の取り組み＞
  - ・女性就業モデル事例の構築に向けた計画策定

# 取り組みの強化の方向性【商工業分野 1/3】

## ◆分野を代表する目標①：製造品出荷額等

単位：億円

	R 3 (出発点)	R 4	R 5	R 6	R 9
目標	6,200	6,350	6,500	6,740	7,150
実績	6,015	6,473	-	-	-
達成度	B	A	R7.7公表予定	-	R4実績を元に目標を上方修正(年2%成長)

## ◆分野を代表する目標②：製造業の労働生産性(従業者一人当たり付加価値額)

単位：万円

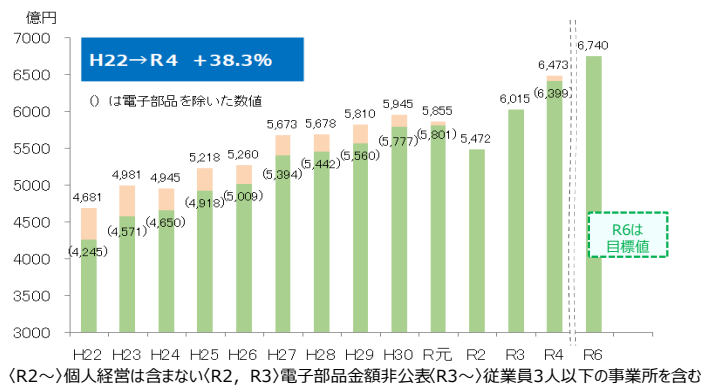
	R 3 (出発点)	R 4	R 5	R 6	R 9
目標	-	-	-	929	986
実績	834	893	-	-	-
達成度	-	-	R7.7公表予定	-	R4実績を元に目標を上方修正(年2%成長)

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

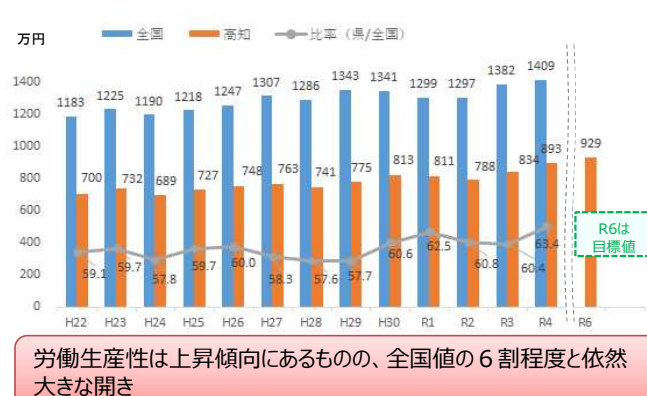
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 製造品出荷額等〔図1〕は、令和3年は対前年比+9.9%（全国+9.3%）、令和4年は対前年比+7.6%（全国+9.6%）と増加。  
産業振興センターが支援する企業の県外売上高が増加（令和4年 1,027億円→令和5年 1,129億円(+102億円)）していることなどを踏まえると、令和5年目標は達成が見込まれる。  
引き続き産業振興計画に基づく取り組みを実行することで、R6年目標についても達成を見込む。
- 労働生産性や賃金〔図2・3〕も上昇傾向にある一方で、全国との差は依然大きい。また、就業者数〔図4〕の減少が続いている。
- このため、高付加価値化やデジタル技術の活用などによる効率化・省力化といった「生産性向上」の取り組みと、柔軟な勤務体制、福利厚生充実といった「働き方改革の推進」の取り組みを両輪で進めていく。⇒ **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進め、誰もがやりがいを持っていきいきと働ける企業へと成長を促す〔図5〕**

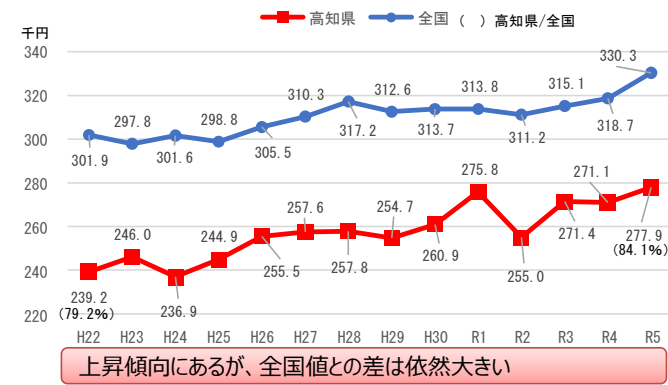
〔図1〕製造品出荷額等の推移



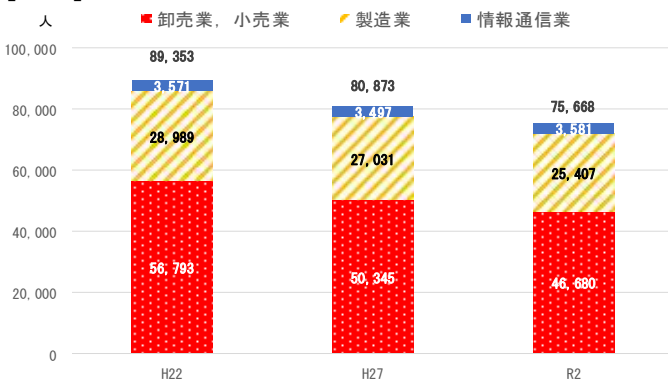
〔図2〕製造業の労働生産性（従業者1人当たり付加価値額）



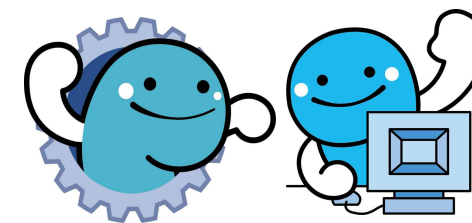
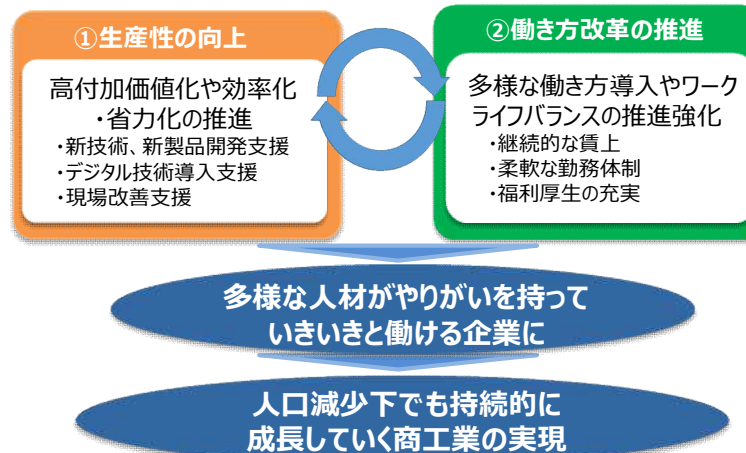
〔図3〕商工業分野の「きまって支給する現金給与額(月額)」



〔図4〕商工業分野の就業者数



〔図5〕商工業分野の目指す姿



## 令和6年度上半期の進捗状況

### (1) SDGsを意識した製品や特徴ある製品の開発促進

- ① **付加価値の高い製品・技術の開発支援** (グリーン化関連製品を含む)  
 戦略的製品開発推進事業費補助金による製品開発支援  
 開発チャレンジ事業：6件申請、5件採択  
 製品開発事業：4件申請、2件採択  
 ⇒高付加価値な製品・技術の開発件数(製品開発事業の採択件数)  
 目標：10件(年間)、実績：2件(9月末)
- ② **製造業における生産性向上**  
 生産性向上推進アドバイザーの企業訪問(延べ97社)  
 ⇒定量的な効果のあった成果件数  
 目標：8件(年間)、実績：2件(9月末)

### (2) 高知県の特長を生かした企業誘致の推進

- ① **企業誘致の推進による雇用者数**  
 出発点:7,693人→8,130人(R6目標)→7,799人(R6.4月)
- ② **企業立地件数【中山間】**  
 出発点:27件→37件(R6目標)→29件(R6.9月)
- ③ **立地企業による雇用の創出【中山間】**  
 出発点:116人→367人(R6目標)→156人(R6.4月)  
 ア 見本市出展等による誘致対象企業の掘り起こし  
 ⇒誘致対象企業への訪問済：25社(訪問予定30社)  
 イ 県内理系学生へのアンケート等の実施による誘致対象企業の掘り起こし(10月~12月)  
 ウ 県内企業ニーズ(県内不足業種等)調査(7月~11月)
- ④ **工業団地の新規開発件数**  
 出発点:2件(R2~R5)→2件(R6~R9目標)→0件(R6.9月)  
 ア 開発候補地の確保に向けた市町村訪問(4市3町1村)  
 イ 高知市が候補地選定、南国市・香美市が条件調査着手

### (3) 産業振興センターと連携した販路拡大

- ① **大阪営業本部に土木技術コーディネーターを配置**  
 大阪府及び府内市町村への訪問 ⇒56件(20自治体)、  
 県内企業訪問24件、県外企業訪問46件(9月末)
- ② **外商サポート強化による販路拡大** (9月末)  
 見本市への出展⇒8回、65社(新規4)、商談件数1,873件  
 展示商談会の開催⇒4回、34社(新規0)、商談件数335件
- ③ **海外展開の促進**  
 ア 海外ビジネス交流会の開催：2回、123名参加  
 イ ものづくり海外展開サポートデスクへの相談⇒356件(9月末)

## 課題

### (1) SDGsを意識した製品や特徴ある製品の開発促進

- ① **付加価値の高い製品・技術の開発支援**  
 ア 製品構想書・企画書のブラッシュアップ、審査時のプレゼン力向上  
 イ 新たな企業を掘り起こしや、製品構想書のブラッシュアップに時間を要するため、支援チームを含めた人材育成が必要
- ② **製造業における生産性向上**  
 ア 生産性向上に取り組む企業の掘り起こし  
 イ 1社あたりの支援に長時間を要するため、新規企業を数多く支援することが難しい

### (2) 高知県の特長を生かした企業誘致の推進

- ① **企業誘致の推進による雇用者数**
- ② **企業立地件数【中山間】**
- ③ **立地企業による雇用の創出【中山間】**  
 ア 若者や女性の県外への転出超過に対応するため、県内就職を促進する企業誘致が必要  
 イ 雇用者数の増加を図るため、製造業及び事務系企業の新規企業の誘致や立地企業の増設等の促進が必要
- ④ **工業団地の新規開発件数**  
 開発候補地の不足
- ⑤ **新たな視点による地域産業の創出**

### (3) 産業振興センターと連携した販路拡大

- ① **大阪営業本部に土木技術コーディネーターを配置**  
 新たなコーディネーターの人脈が生かせるよう、多くの自治体や団体等と県内企業との関係構築が必要
- ② **外商サポート強化による販路拡大**  
 見本市や展示商談会へ新たに出品する企業が少ないため、掘り起こしが必要
- ③ **海外展開の促進**  
 海外展開に新たに挑戦する企業を増やすために、短期間の参加しやすいミッション団等を実施することが必要

## 強化の方向性

### ポイント1 さらなる生産性の向上

＜令和6年度下半期の取り組み＞

- ① 付加価値の高い製品・技術の開発支援  
 ・ セミナー開催により、開発に取り組む企業の掘り起こしと、人材育成(支援チーム員含む)を実施
- ② 製造業における生産性向上  
 ・ 生産性向上の事例紹介パンフレットを製造業者へ配布  
 ＜令和7年度の取り組み＞  
 ア セミナー開催や支援チームのサポートにより、申請数を増加  
 イ 生産性向上推進アドバイザーの増員など支援体制の強化

### ポイント2 企業誘致の推進

＜令和6年度下半期の取り組み＞

- ①～③ 企業誘致の推進による雇用者数等  
 ア 若者や女性の県内就職の促進に向けて、県内各地に働く場所を創出するため、企業誘致を推進  
 イ 様々な機会を捉えた誘致対象企業の掘り起こしにより製造業や事務系企業の誘致・増設等を推進
- ④ 工業団地の新規開発件数  
 ア 意向調査等による新たな開発候補地の掘り起こしの継続  
 イ 新たな工業団地の開発手法の研究
- ⑤ 中山間地域など市町村の意向を踏まえた企業誘致戦略(仮称)の策定  
 ＜令和7年度の取り組み＞  
 ア 企業誘致戦略(仮称)に基づき、関係部局・地域本部や市町村との密接な連携による、企業誘致の推進

### ポイント3 関西圏への取り組みの強化

＜令和7年度の取り組み＞

- ① **大阪営業本部に土木技術コーディネーターを配置**  
 ア コーディネーターの活動日数を増やし、支援体制を強化  
 イ 大阪府内だけでなく人脈のある近隣自治体まで訪問先を拡大
- ② **外商サポート強化による販路拡大**  
 ア 見本市の成果を商会議所等を通じて県内企業に周知し、新たに出展する企業を増やす  
 イ 関西あてなショップ「とさとさ」を活用した販路開拓
- ③ **海外展開の促進**  
 忙しい経営層でも参加できるよう、タイ・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を複数回実施



## 令和6年度上半期の進捗状況

### (4) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援

- 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相談・指導件数 640件 (R6目標) ⇒335件 (8月末)  
「デジタル技術活用促進事業費補助金」による量的拡大 ⇒交付決定：151件 (9月末時点)
- ② **継続的にデジタル化に取り組む事業者の支援**  
産業振興センターによるデジタル化計画の策定・実行 デジタル化計画策定：120社 (R6目標) ⇒116社 (9月末)
- ③ **デジタル化の取組の質的向上**  
県内企業の「DX認定」取得推進  
DX認定企業数：9社 (R6目標) ⇒9社 (9月末)

## 課題

### (4) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援

- ① **デジタル化の取組の量的拡大**  
まだまだデジタル化に後ろ向きな事業者も多いため、取組の普及啓発と事業規模に適した細やかな伴走支援が必要
- ② **デジタル人材の育成・確保**  
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、取組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
- ③ **デジタル投資に対する財政支援**  
ア 多くの事業者にとって「ツール等の導入コスト」が課題  
イ 県補助金により、デジタル投資への意欲を引き続き高め、所得が伸び悩む業種や事業者が取組の裾野を広げる必要
- ④ **デジタル化の取組の質的向上 (産業振興センター)**  
取組を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

## 強化の方向性

### ポイント4 事業規模や取組段階に応じた支援の強化

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ① 商工団体の経営指導と連動した小規模事業者への啓発活動
  - ① 産業振興センターのコーディネーターが各企業の実情をふまえて取組の優先順位等を整理し、デジタル化の取組を個別支援
  - ② 高知デジタルカレッジによるデジタル人材の育成や、副業・兼業プロ人材とのマッチングを促進
- <令和7年度の取り組み>
- ③ 女性や若者の就業者が多い観光・飲食・医療・福祉などの業種でデジタル技術の導入を促し、生産性向上による賃上げや働き方改革などを支援
  - ④ 産業振興センター「支援チーム」による、企業の「事業戦略」、「デジタル化計画」の横断的な実行支援の体制を強化し、DXに挑戦する事業者を後押し

・商店街の人流データ計測のため、県・市の補助により帯屋町にAIカメラ5台を設置(R6)。他の商店街への横展開を図るため帯屋町のモデル15店舗に対する伴走支援を継続予定(R7)

### (5) 人材の育成・確保の推進

- ① **新規学卒者等の県内就職促進と定着支援**  
ア 奨学金返還支援制度の創設 (企業72社、学生25名、協定2市)  
イ 県内の大学や経済団体等で構成する大学生等の県内就職促進会議を立ち上げ (第1回7/25、第2回9/11)  
ウ 県内での就職活動に係る交通費等助成：108件(9月末)  
エ 企業の採用力向上に向けたセミナー開催(4回開催)
- ② **外国人材の受入・活躍推進**  
ア 受入促進の取組  
MOU締結先から受け入れる人材に対する定着奨励金制度の創設 (6月)  
イ 定着促進の取組  
外国人生活相談センターの相談件数：474件 (9月末)  
地域での受入の理解促進に向けた市町村への説明会 6/14：23市町村参加、6/25：町村会総会 等  
スキルアップに取り組む事業者への支援：補助金申請5件

### (5) 人材の育成・確保の推進

- ① **新規学卒者等の県内就職促進と定着支援**  
ア 奨学金返還支援制度の学生等へのアプローチ強化  
イ 大学生等の県内就職促進会議において、これまでの取組の検証結果を踏まえた効果的な施策の検討が必要
- ② **外国人材の受入・活躍推進**  
ア 受入促進の取組  
(ア) MOU締結先など、送り出し機関への更なる売り込みが必要  
(イ) 外国人材を雇用したいが、ノウハウのない事業者への制度の説明や問合せ先が必要  
イ 定着促進の取組  
外国人材の住宅の確保や日本語学習の支援等が必要

### ポイント5-1 ①新規学卒者等の県内就職促進・定着支援

- <令和6年度下半期・令和7年度の取り組み>
- ア 奨学金返還支援制度の大学生等への周知強化
  - イ 大学生等の県内就職促進会議において、県内就職促進のための方向性や具体的な取り組みを検討し実行

### ポイント5-2 ②外国人材の受入・活躍推進

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ア 受入促進  
(ア) 治安の良さなど高知のセールスポイントのPR強化  
(イ) 新たなターゲット国(地域)や送り出し機関の掘り起こし
  - イ 定着促進  
事業者における外国人材が居住する住宅改修への支援を検討
- <令和7年度の取り組み>
- ア 受入促進  
(ア) 技能実習生等の外国人材の雇用に係るワンストップ相談窓口の設置  
(イ) 特定分野を対象とした送り出し機関との連絡による受入モデルの構築  
(ウ) 高度外国人材等と企業のマッチングコーディネーターの設置
  - イ 定着促進 ※文化生活部と連携して推進  
日本語学習支援など共生社会施策の更なる強化

### (6) 働き方改革の推進

- ① **WLB推進企業認証制度の推進**  
ア WLB推進アドバイザーの増員 (R5:7名→R6:9名)  
イ 延べ認証企業数 840社 (R6目標) →813社 (R6.9月現在)
- ② **働き方改革に取り組む企業の拡大**  
働き方改革コンサルタントによる企業への伴走支援 (18社)
- ③ **多様な働き方の導入支援**  
ア 働き方改革コンサルタントの養成 (R5:31名→R6:47名)  
イ 働きやすい環境整備に向けた補助制度の創設  
交付決定36件 (9月現在)
- ④ **働きがい向上に向けた支援**  
人事評価制度構築研修会の開催 (11社)

### (6) 働き方改革の推進

- ① **WLB推進企業認証制度の推進**  
育児介護休業法の改正に合わせ、男性育休に特化した部門の創設など、制度のバージョンアップが必要
- ②~④ **働き方改革に取り組む企業の拡大 等**  
ア 多様な働き方の導入、カスハラやビジネススクアラーへの対応など働きやすさ改善への支援や、男性育休、人事制度の導入支援など働きがい向上に向けた支援への取組が必要  
イ 支援メニューの充実や働き方改革コンサルタントのスキルアップが必要

### ポイント6 働きやすい環境づくりを強力に支援

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ①~④ 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
- <令和7年度の取り組み>
- ① WLB推進企業認証制度に男性育休に特化した部門を創設
  - ②~④  
ア 業務の属人化の解消や従業員の複数スキル習得などを支援  
イ 男女間、非正規・正規間の賃金格差解消に向け、職務や役割によって評価する制度の導入を支援  
ウ カスハラやビジネススクアラーに関する法改正内容の周知



# 取り組みの強化の方向性【観光分野 1 / 3】

## ◆分野を代表する目標：観光総消費額

単位：億円

	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 9
目標	1,130	1,288	1,276	1,389
実績	966	1,290	-	-
達成度	B	A	-	-

## ◆分野を代表する目標：県外観光客人泊数

単位：万人泊

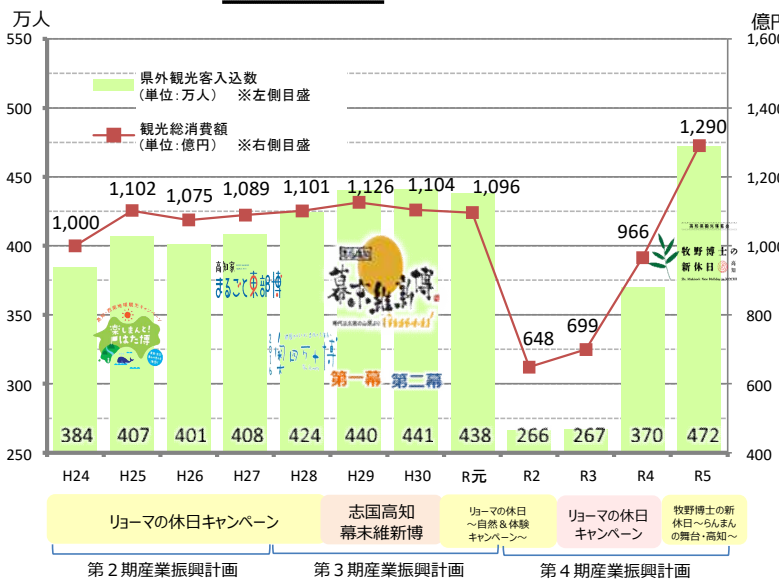
	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 9
目標	-	-	541.4	563.9
実績	426.6	522.0	-	-
達成度	-	-	-	-

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

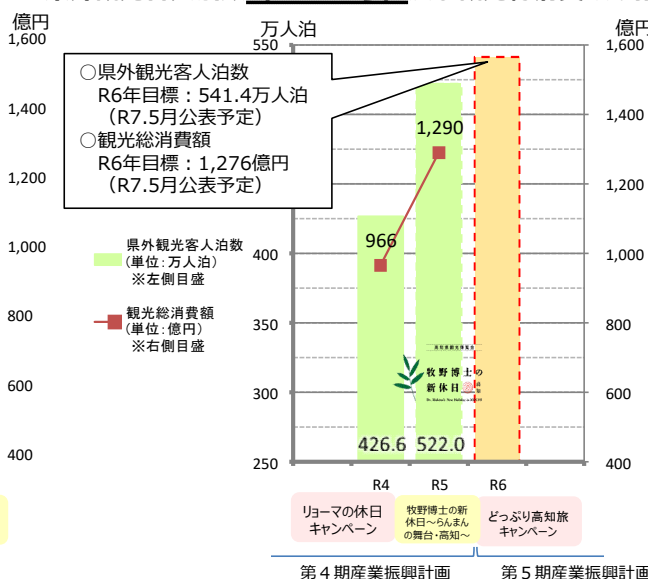
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 主要観光施設の利用者数でみると、R6.1～8月は2,233,832名で前年同期比97.6%と堅調推移しているものの、4月以降は前年より減少してきている。過去最高の入込客数となった昨年の反動減（連続テレビ小説「らんまん」効果に伴う反動減）や、物価高騰による外出控え（消費控え）、南海トラフ地震臨時情報に伴う来県意欲の低下などが懸念されるが、来年度放送予定の連続テレビ小説「あんぱん」を最大限に生かし、誘客の拡大と県内周遊の強化を図ることで、分野を代表する目標の達成を見込む【図1-2】
- 外国人延べ宿泊者数は、令和6年7月末時点で71,360人泊（速報値）と堅調に推移（前年同期比110.6%）。台湾との定期チャーター便の運航継続や近隣県における国際線の増便などによるインバウンド観光客の増加により、目標達成を見込む【図2】

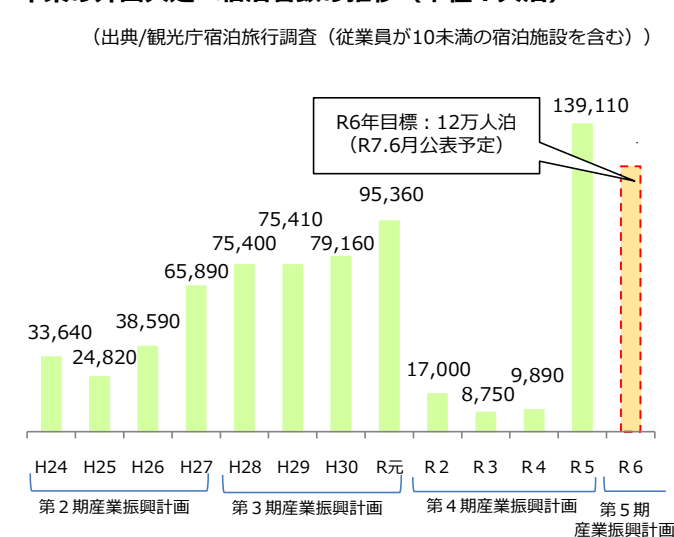
【図1-1】 県外観光客入込数（※R5まで）及び観光総消費額の推移



【図1-2】 県外観光客人泊数（※R4から）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（単位：人泊）



【表1】 その他主要な戦略目標達成状況

項目	出発点(R4)	実績(R5)	達成目標(R6)
中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)	209.1万人	275.2万人	275.2万人
県外観光客入込数(年間)	370万人	472万人	465万人
スポーツによる県外からの入込客数(年間)	53,161人	86,094人	70,000人

【表2】 観光客満足度調査結果

※「大変良い」「良い」を合計した割合（観光政策課調べ）

項目	出発点(R4)	実績(R5)	到達目標(R6)
観光施設における満足度(年間)	86%	87.3%	87.5%
宿泊施設における満足度(年間)	80%	81%	82%

## 令和6年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

### (1) 連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション
- ・観光商品説明会及び商談会でのセールス (4～9月 東京、大阪、広島、福岡 計8回)
  - ・あんぱんの放送と連動した情報発信 (全国・首都圏エリア) (8/28 やなせ氏のふるさと高知をPRするポスター等の制作)
  - ・アンテナショップオープンと連動した情報発信 (6/19～6/24 阪神百貨店での高知県フェアの出展、6/22～6/23 JR大阪駅アトリウム広場での高知県フェア出展、9/7～9/8 アンテナショップオープニング1ヶ月後イベント、4月～関西・中四国メディアへの露出(計45件))

### (1) 連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション
- ・物価高騰による外出控え (消費控え)
  - ・過去最高の入込客数となった昨年度の反動減 (らんまん効果に伴う反動減)

## ポイント 高知県観光の盛り上げと中山間地域の活性化

### (1) 連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション
- ・やなせ氏の功績を紹介するリーフレット等の制作
  - ・首都圏・全国メディア等を活用した情報発信
  - ・大手書店と連携した観光PRイベント
  - ・やなせキャラや県内マンガ関連スポットなどの周遊企画
  - ・「あんぱん」をフックとした誘客の拡大と県内周遊の強化 (「あんぱん」関連施設の周遊促進を図る助成を新設等)
  - ・やなせキャラ利活用促進、物部川エリアを含むモニターツアーの実施

### <令和7年度の取り組み>

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション
- ・やなせ氏ゆかりの地などと連携したPR
  - ・首都圏、関西圏を中心とした誘客イベントの実施
  - ・「あんぱん」と「どっぶり高知旅」の連動による中山間地域への誘客

### (2) 「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
- ・エリア選定のための市町村ヒアリングを実施 (5～6月 19市町村)
  - ・地域への「どっぶり化」普及啓発のための勉強会を実施 (6/18～6/20 6回)
  - ・エリア、コーディネーターの選定、伴走支援
- コンテスト受賞エリアと重複する市町村を優先的に選定 (6/20 2市：四万十市、土佐清水市)
- その他のエリア選定に向けた基準の作成、エリア選定 (6/27～7/2 8市町村)
- (8月末から弁天座の歌舞伎体験(香南市)など順次商品化) 専属のコーディネーターを配置し、伴走支援を開始 (6/16～)
- ③旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ・観光庁事業を活用したインバウンド向けプレミアムコンテンツの委託事業者の決定 (7月 観光庁「地域観光新発見事業」採択)

### (2) 「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
- ・観光客に地域を深く味わいながら長期滞在していただくためには、県内全域で商品造成を行うことが必要
  - ・クルーズ船の寄港や大阪・関西万博からの誘客に向けて、日本文化を好むインバウンド観光客にも対応できる商品造成を行う必要がある
  - ・造成した商品のPRを強化し、販売につなげる支援が必要
- ③旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ・外国人富裕層の誘客が見込まれるコンテンツの磨き上げや体験内容の拡充、柔軟な受入体制づくりが必要
  - ・外国人富裕層へのアプローチが可能なエージェント等に対する情報発信やセールスが必要
  - ・外国人観光客に向けて高知の魅力を伝えるガイドが不足

### (2) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり

- <令和6年度下半期の取り組み>
- 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
- ・コーディネーターによる地域の伴走支援
  - ・造成した商品のPR、販売
  - ・オンライン勉強会の開催 (毎月1回)
  - ・成果発表会の開催
  - ・来年度に向けた地域の掘り起こし、市町村要望調査の実施
- ③旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ・特別体験ツアーの造成
  - ・モニターツアーの実施
  - ・ガイドの仕事につながる「稼げるガイド」の育成に向けた研修
- <令和7年度の取り組み>
- 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
- ・宿泊施設を中心に、地域内の体験や飲食を面的に紹介する特設サイトの新設等
  - ・観光相談窓口の設置による既存商品や造成した商品の磨き上げ
- ③旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ・インバウンド向けの通訳ガイド付き「どっぶり高知旅」商品の造成
  - ・外国人富裕層へのアプローチが可能なエージェント等に対する情報発信やセールス
  - ・稼げるガイドの育成

令和6年度上半期の進捗状況

(3)長期滞在を目指した受皿づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した長期滞在を促進するための取組支援
  - ・支援対象エリアの選定  
(5市町7グループからエントリー、4グループを選定)
  - ・専門家派遣等による個別支援(8/5~)
- ②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
  - ・分散型宿泊施設等に関するセミナーの開催  
(6/6 参加者:計96名)
  - ・支援対象エリアの選定  
(4市町5エリアからエントリー、3エリアを選定)
- ③観光関連施設の受入環境整備を推進
  - ・補助金(採択1件、審査中1件(R6.8末時点))
  - ・観光関連事業者の集まる会議等で多言語対応やキャッシュレス決済等に関するニーズを周知し、取組を促進  
(6月 広域観光組織、7月 市町村観光主管課)
- ④地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
  - ・育成研修(登録者数85人(R6.3末時点))

(4)積極的な人材の確保

- ①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
  - ・ガイド研修会の実施  
(6~7月 ガイドに関心のある方向け初心者セミナー 109名参加)
  - ・ガイド体験会の実施  
(9月 ガイドツアーに参加する体験会(ガイドを初めてみたい人向け))
- ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化
  - ・台湾の2大学から県内宿泊施設でインターンシップ受入  
(7/1 台湾東海大学生を受け入れ 計6施設、9名)
  - ・台湾インターンシップ受入旅館ホテルによる勉強会(7/26 1回)
  - ・県・旅館組合・県内専門学校の3者で、県内留学生の受入について意見交換会及び勉強会の実施  
(6~7月 旅館ホテルでのアルバイト採用に向けた取組について協議)
  - ・台湾ミッション団派遣(インターンシップ受入継続に向けた調整)
  - ・インドミッション団派遣(北東インド人材の視察に向けた調整)

課題

(3)長期滞在を目指した受皿づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した長期滞在を促進するための取組支援
- ②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
  - ・来年度以降、高知市へのホテルオープン(約1,000室増)が見込まれるなか、宿泊客の増加に向け、宿泊施設の魅力向上の取組強化が必要
- ③観光関連施設の受入環境整備を推進
- ④地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
  - ・特に多くの外国人観光客の来訪が見込まれる観光関連施設や土産物店等において、多言語化やキャッシュレス決済の導入拡大が必要
  - ・地域通訳案内士の登録後、実際に活躍できる場が少ない

(4)積極的な人材の確保

- ①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
  - ・ガイド団体に所属している方のスキルアップを目的とした参加者が多く、ガイド未経験者や生徒・学生等の若手の参加者が少ない
  - ・繁閑の差から生じる非正規社員率の高さ
- ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化
  - ・外国人材の採用に対する宿泊施設の知識不足や不安の解消が必要
  - ・住居の確保が必要

強化の方向性

(3)長期滞在を目指した受皿づくり

- 〈令和6年度下半期の取り組み〉**
- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した長期滞在を促進するための取組支援
    - ・アクションプランの作成、取組事例の公表・横展開
  - ②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
    - ・モニターツアーの実施、取組事例の公表・横展開
    - ・事業計画策定に向けた現地踏査、先進事例視察、勉強会等実施
  - ③観光関連施設の外国人観光客受入環境整備を推進
    - ・観光関連事業者への多言語化やキャッシュレス決済等の取組
  - ④地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
    - ・ガイドの仕事につながる「稼げるガイド」の育成に向けた研修
- 〈令和7年度の取り組み〉**
- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した長期滞在を促進するための取組支援
  - ②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
    - ・空き家等の改修や企業誘致(起業)に係る支援の拡充  
(宿泊業やアクティビティを行う事業者等のスタートアップ促進)
    - ・支援を実施するエリア数の拡充や先進事例の横展開の強化
  - ③観光関連施設の受入環境整備を推進
    - ・Wi-Fi、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
  - ④地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
    - ・稼げるガイドの育成

(4)積極的な人材の確保

- 〈令和6年度下半期の取り組み〉**
- ①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
    - ・お手伝いガイドの実施  
(ガイドの補佐役などを体験する機会を提供)
    - ※新たな裾野拡大のため、特にガイド未経験者の参加や育成を促進
  - ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化
    - ・宿泊施設との意見交換会や勉強会の実施による意識の醸成
    - ・専門学校留学生の宿泊施設におけるアルバイトをマッチング
- 〈令和7年度の取り組み〉**
- ①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
    - ・ガイドセミナーや体験会などを開催し、多様な担い手の育成を継続
    - ・平日宿泊を促進するキャンペーンの実施による需要の平準化
  - ②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化
    - ・事業者の住居確保を支援  
(県や各市町村が所有する公営住宅の活用を検討)



## 令和6年度上半期の進捗状況

### 【生産性の向上】

#### (1) オンライン診療体制の構築

⇒オンライン診療体制が構築されている市町村数

**R6目標：16市町村 直近値：10市町村 (R6.10月)**

##### ①ヘルスケアモビリティの導入

→1台導入 (須崎市)

2台導入検討中 (四万十町、黒潮町)

##### ②デジタルヘルスコーディネーター (医師等) の配置

→11月目途に配置

### 【人材育成】

#### (1) 医療機関の職場環境等の改善

⇒職場環境改善等に取組む医療機関数

**R6目標：56病院 直近値：64病院 (R6)**

##### ①看護管理者向けの支援

- ・看護部長等を対象とした研修 →6回開催(10月末現在)
- ・取組を行う医療機関への支援

##### ②医師の勤務環境等の改善

- ・「医師の働き方改革」施行後アンケート (厚労省) の実施
- ・アドバイザー派遣による業務効率化などへの支援

#### (2) 看護師の確保

⇒県内看護師等学校養成所卒業者の県内就職率

**R6目標：80% 直近値：68.3% (R5)**

##### ①看護学生 (県内12校) 及び医療機関 (抽出) に就職や人材確保に関する意識調査を実施 (5-10月)

##### ②インターンシップ事業 (9月末現在)

→受入可能31病院、参加学生45人、マッチング17病院

#### (3) 医師の確保

⇒県内医師初期研修医採用

**R6目標：70人 直近値：55人 (R6)**

##### ①医学生への医師養成奨学貸付金の貸与

→R6年度新規貸与：27人

##### ②6月から受給医師の定期面談を実施

##### ③高知大学医学部オープンキャンパスでの説明 → 8/4実施

##### ④臨床研修病院 (8病院) 説明会

## 課題

### (1) オンライン診療体制の構築

- ①ヘルスケアモビリティは1台1千万円を超える購入費がかかり、医療機関が単独で導入するには負担が大きい。
- ②オンライン診療の補助を行う看護師派遣費用について、1回当たり定額で支援を行っているものの、複数箇所を回るケースもあり、支援が不十分となっている。

### (1) 医療機関の職場環境等の改善

- ①各医療機関の課題抽出・分析、アドバイザーの意見をもとに勤務環境の改善につなげていく必要がある。
- ②アンケートの結果、特に時間外勤務の上限規制については大きな課題は見当たらなかったが、引き続き、業務効率化が図られるよう取り組んでいく必要がある。

### (2) 看護師の確保

- ①調査結果から見えた学生の就職ニーズを医療機関と共有し、人材確保に活かしてもらう必要がある。  
(ニーズの例)  
・学生が就職先を選ぶうえで重要視しているのは、「給与」と「福利厚生」  
・就職先を調べるときの情報源は、「医療機関のホームページ」や「看護教員への相談」
- ②インターンシップ事業では、参加者と受入可能病院のミスマッチが生じている。
- ③新卒の看護師だけでなく、既卒者の看護師確保対策を強化する必要がある。

### (3) 医師の確保

- ・奨学貸付金貸与者の義務年限内の離脱が発生している。

## 強化の方向性

### ポイント1 オンライン診療体制の構築の強化

#### (1) オンライン診療体制の構築

〈令和6年度下半期の取り組み〉

- ・医療従事者を対象にオンライン診療の研修を実施
- ・オンライン診療導入手順のマニュアルを作成

〈令和7年度の取り組み〉

- ①医療機関の負担軽減につながる補助を検討
- ②看護師派遣にかかる距離や回数に応じた補助の拡充

### ポイント2 医療人材の育成・確保の強化

#### (1) 医療機関の職場環境等の改善

〈令和6年度下半期の取り組み〉

- ①看護部長等を対象とした研修 (1回開催予定) による勤務環境の改善の支援
- ②医師の勤務環境等の改善に向けた支援

〈令和7年度の取り組み〉

- ・アドバイザー派遣による業務効率化などの支援の継続

#### (2) 看護師の確保

〈令和6年度下半期の取り組み〉

- ①意向調査の結果を活かした県内就職促進策の検討
- ②就職フェアの開催 →3/16開催予定

〈令和7年度の取り組み〉

- ①意向調査の結果を活かした県内就職促進事業の実施
  - ・医療機関に処遇改善を促す取組を一層強化
  - ・医療機関の情報発信力の強化
  - ・進路指導を行う看護教員への情報提供の強化
- ②学生が各病院の実情を知ることができるよう手法を改善
- ③潜在看護師の掘り起こしとマッチングの仕組みづくり、Uターン施策との連携

#### (3) 医師の確保

〈令和6年度下半期の取り組み〉

- ・引き続き受給医師の定期面談を実施

〈令和7年度の取り組み〉

- ・医師養成奨学貸付金貸与者の離脱が発生しないよう、面談等 (定期・個別) でフォロー



## 令和6年度上半期の進捗状況

### 【生産性の向上】

#### (1) 介護現場の生産性の向上

⇒介護事業所のICT導入率

**R6目標：49.1% 直近値：45.3% (R5想定値)**

- ・こうち介護生産性向上総合支援センター（ワンストップ型窓口）開設準備（10月1日開設）
- ・介護事業所デジタル化支援事業費補助金申請受付開始（10月4日～）

### 【人材の確保】

#### (1) 人材育成・キャリアパスの構築

⇒認証福祉・介護事業所数

**R6目標：340事業所 直近値：223事業所 (R6.9月)**

- 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
  - ・研修の可視化、キャリアパスに応じた福祉研修体系の再編に向けた協議
- ②福祉・介護事業所認証評価制度の推進
  - ・参加宣言に向けた事業者の掘り起こし、参加宣言法人のフォローアップ⇒新規参加宣言：5法人（8月末）
  - ・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各種広報（8月～）

#### (2) 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）

⇒学校の福祉教育の実施回数（福祉人材センター）

**R6目標：年間40回 直近値：25回 (R6.9月)**

- 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
  - ・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各種広報（8月～）【再掲】
- ②福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進
  - ・学校の家庭科等の授業への福祉専門職派遣協力の仕組みづくり（8月：方針決定 8～9月：講師登録依頼）
- ③学生等を対象とした職場体験の充実や資格取得支援
  - ・高校生を対象とした訪問介護就労体験事業（8月：生活援助従事者研修、10月～：就労体験受入事業所の募集・説明会）

## 課題

### (1) 介護現場の生産性の向上

・今後の生産年齢人口の減少を見据えるとデジタル化のさらなる促進が必要

### (1) 人材育成・キャリアパスの構築

・近年、福祉・介護事業所認証評価制度参加宣言法人数が減少傾向（H29末:80法人 → R5末:45法人）  
認証取得による効果・メリットを実感できていない法人が存在  
 ・福祉・介護事業所認証評価制度の認知度が低い（R4調査:9.5%）

### (2) 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）

・本県が全国に先駆けて進めているノーリフティングケアや認証評価制度、介護業界における給与の改善状況などが県民に正しく認識されておらず、介護の仕事に対するネガティブイメージが根深い

## 強化の方向性

### ポイント1 デジタル化による生産性の向上

#### (1) 介護現場の生産性の向上

<令和6年度下半期の取り組み>

- ・こうち介護生産性向上総合支援センター（10月1日開設）において、アドバイザー派遣などによる介護事業所への伴走的支援などを実施
- ・介護現場革新会議において、対応方針（介護現場革新プラン）案提示（10月）及び策定（1～2月頃）
- ・介護事業所デジタル化支援事業費補助金によりロボット・ICT機器導入を支援

<令和7年度の取り組み>

- ・こうち介護生産性向上総合支援センターによる伴走支援やICT機器等導入経費助成などにより、介護現場の生産性向上を推進

### ポイント2 良好な職場の「見える化」による魅力発信

#### (1) 人材育成・キャリアパスの構築

<令和6年度下半期の取り組み>

- ・制度の県民認知度向上に向け、認証取得法人による情報発信やサービス利用者への周知強化など、新たな広報を実施

<令和7年度の取り組み>

- ・各種イベントへのブース出展など、県民に触れる様々な機会を捉えた情報発信
- ・認証評価制度の魅力を効果的に伝える若い世代に向けた広報の展開

#### (2) 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）

<令和6年度下半期の取り組み>

- ・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各種広報
- ・学校の家庭科等の授業への専門職派遣(10月～)
- ・高校生による訪問介護就労体験(11月～)

<令和7年度の取り組み>

- ・認証評価制度の魅力を効果的に伝える若い世代に向けた広報の展開【再掲】
- ・高校生の進路選択に影響を与える教員・保護者向けの情報発信の強化

## 令和6年度上半期の進捗状況

### 【生産性の向上】

#### (1) ICT活用工事の普及拡大・人材育成

- ①ICT活用工事の発注者指定工事を試行（令和6年6月1日から施行）（各土木事務所で5件、全体30件）
  - ・試行発注件数：18件（9月末）
  - 新規事業者：4者（B:3者、C:1者）

#### 【参考】

- 「高知県土木部における総合評価方式に関する取扱要領」を一部改正し、総合評価方式による一般競争入札において、技術力評価（選択項目）の「ICT活用工事の推進」として加点。（令和6年4月1日から施行）
- ・総合評価件数：4件（9月末）

### 【人材の確保】

#### (1) 県内建設業への高校生の就職促進

- ⇒高校生の就職者数に占める県内建設業への就職率  
R6目標：12.9% 直近値：11.5%（R4）
- ① 出前授業の実施
  - ・10ヶ所／全13ヶ所、737人参加 ※9月末現在
- ② 現場見学会（土木工事1日体験）の実施
  - ・高知・安芸・幡多の3地区、8月24日実施
  - ・参加者35人（うち生徒25人/定員45人）
- ③ TV特番の放送「かつお&さおりの建設あれこれ！」
  - ・月1回（6～11月）放送・計6回
  - ・6月:道路啓蒙、7月:建設ディレクター、8月:担い手の育成、9月:地域を守る建設業

### 【コンテナ・クルーズ】

#### (1) 高知新港のコンテナ取扱数の拡大

- ⇒高知新港のコンテナ取扱数（実入り）  
R6目標：16,000TEU 直近値：8,808TEU（R5）
- ①航路の維持・定着に向けたベースカーゴの安定確保
  - ・CMA CGM社の定期コンテナ航路が高知寄港を休止（5月）
  - ・荷主等を訪問し、引き続き高知新港の利用を働きかけ
- ②新規コンテナ航路の誘致による利便性の向上
  - ・新たな船社に対する誘致活動

#### (2) クルーズ船寄港地としての定着・発展

- ⇒クルーズ船寄港回数 R6目標：50回 直近値：53回（R6.10月）
- ①寄港回数の増加に向けた船社へのポートセールス
  - ・見本市等への出展（マイアミ、マラガ、東京）
- ②他県港湾と連携した多様な寄港ルートの提案
  - ・東京港・和歌山港と海外船社を訪問して寄港ルートを提案
- ③持続可能かつ高知らしいおもてなしによる客船の受入れ
  - ・外国客船受入れ協議会（市街地受入れ、ワ°ショアラ）の開催

## 課題

### (1) ICT活用工事の普及拡大・人材育成

**建設業における人手不足を補うため、ICT技術による生産性の向上を図る必要がある！**

#### ①中小企業（Cランク）のICT活用工事の拡大

【直近値（R6.8月）】	【R6目標】
A：100%（20者）	100%（20者）
B：52%（119者）	52%（118者）
C：10%（13者）	12%（16者）

### (1) 県内建設業への高校生の就職促進

- ① 建設業の魅力をさらに伝えとともに、より関心を持ってもらうため、出前授業の内容の充実が必要
- ② 建設業の仕事をより多くの児童生徒・保護者に体験してもらうため、現場見学会の参加者を増やすことが必要
- ③ 建設業の魅力や建設ディレクターの認知度を高めるなど、女性も活躍できる業界であることのさらなるPRが必要

### (1) 高知新港のコンテナ取扱数の拡大

- ①再び1社2航路となり、競争原理が働きづらくなることによる海上運賃の高騰やスケジュールの乱れ等の懸念
- ②新規コンテナ航路誘致に必要な貨物量の確保
- ③高知新港の岸壁の増深による大型船形への対応

### (2) クルーズ船寄港地としての定着・発展

- ①リピーター向けの新たな寄港地観光メニューの開発
- ②客船ターミナル等の利便性の強化

## 強化の方向性

### ポイント1 ICT活用工事の普及・人材育成の強化！

#### (1) ICT活用工事の普及拡大・人材育成

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①発注者指定工事（13件）の実施
  - ②ICT活用による生産性向上の事例を紹介する現場見学会
  - ③若者や女性も活躍できるデジタル技術に関する研修
- <令和7年度の取り組み>
  - ①発注者指定の拡大（対象工種、発注件数の拡大）
  - ②総合評価方式による入札におけるICT活用の促進
  - ③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

### ポイント2 デジタル化が進む建設業のPR強化！

#### (1) 県内建設業への高校生の就職促進

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①ドローンやICT建機、3Dスキャンなどデジタル化の内容を充実
  - ②開催日の再検討と周知方法を建設業協会と協議
  - ③建設ディレクターの概要や県補助制度のPR
- <令和7年度の取り組み>
  - ・デジタル化が進む建設業をPRするコンテンツの拡充
  - ・ICTなどをより身近に体験できる見学会等の開催
  - ・「女性活躍」に焦点を当てたPR（建設ディレクター含め）

### ポイント3 ポートセールス活動の強化！

#### (1) 高知新港のコンテナ取扱数の拡大

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①航路の維持に向けたベースカーゴの安定確保
  - ②新規コンテナ航路の誘致による利便性の向上
- <令和7年度の取り組み>
  - ・新規航路の誘致によるさらなる貨物の確保
  - ・岸壁増深に向けた国への要望

#### (2) クルーズ船寄港地としての定着・発展

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ①モニターツアーの実施による新たな寄港地観光メニューの提案
  - ②他県と連携し、発着地別等に対応した多様な寄港ルートの提案
  - ③宿毛湾港への外国客船受入体制の構築
- <令和7年度の取り組み>
  - ・取り組みの継続的な実施

## ◆分野を代表する目標：県外からの移住者数（年間）

※ R 6 年度から、目標を「組数」から「人数」に変更

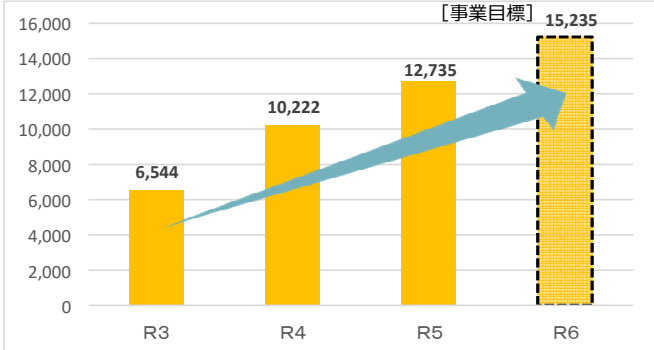
	R 4（出発点）	R 5	R 6	R 9
目標	1,225組	1,300組	2,500人	3,000人以上
実績	1,167組（1,730人）	1,437組（1,930人）	1,205人（R6.9）	-
達成度	B	S	-	-

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

## ◆分野を代表する目標の達成見込み

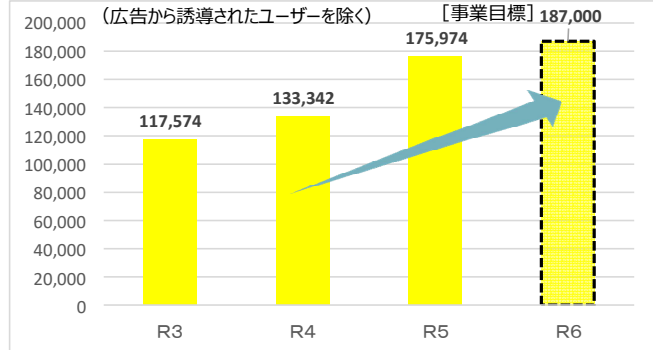
- 関係人口へのアプローチを目的にしたアプリ会員制度は、R4に会員数1万人を越え、R6は1.5万人を目指しイベント等において会員拡大を図っている[図1]。
- R5から開始したデジタルマーケティングを活用した情報発信やUターンの促進により、新たな移住関心層へのアプローチを強化することで、移住ポータルサイトの県外ユーザー数やイベント参加者数が増加しており、新規相談者数も概ね堅調に推移している[図2、3、4]。
- 移住者数は、過去最多となった昨年度を上回る水準で推移しており、さらに今年度前半に行った若年層ヒアリング調査結果を踏まえて、若年人口の増加に向けた新たな移住プロモーションを12月から展開することにより、目標を達成する見込み[図5、6]。

■高知家ゆる県民倶楽部の累計会員数（図1）（単位：人）



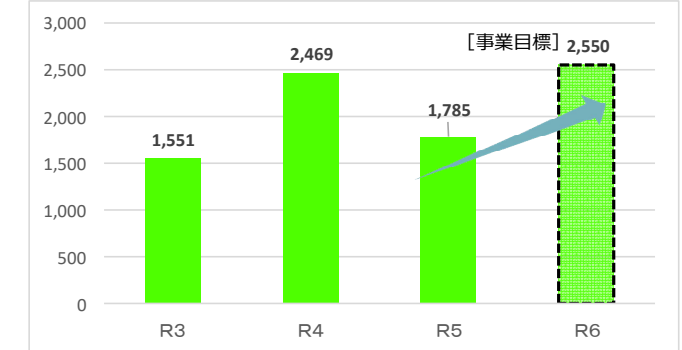
主に観光等のイベントに参加し関係人口への誘導を図っており、着実に会員数は拡大。

■移住ポータルサイトの県外ユーザー数（図2）（単位：人）

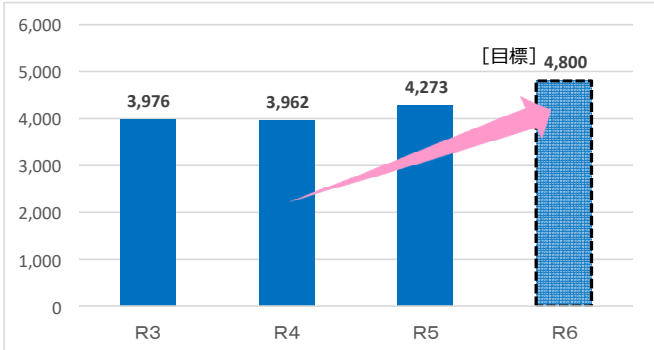


R5から開始したデジタルマーケティングを活用した情報発信により、移住ポータルサイトの県外ユーザー数は増加傾向。また、今年6月に東京・大阪で開催した移住相談会では過去最多の参加者数となるなど、イベント参加者数も増加傾向。

■Uターンサポートセンター主催・出展のイベント参加者数(図3)(単位：人)

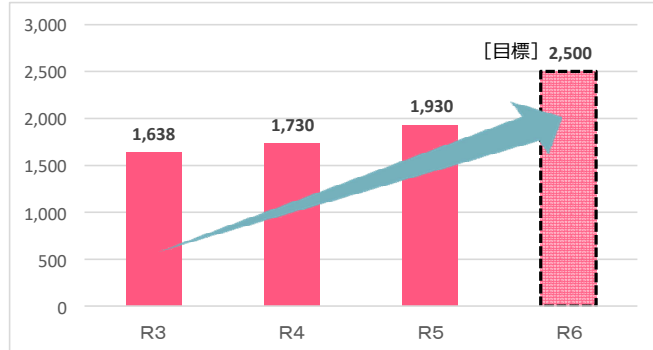


■新規相談者数（図4）（単位：人）



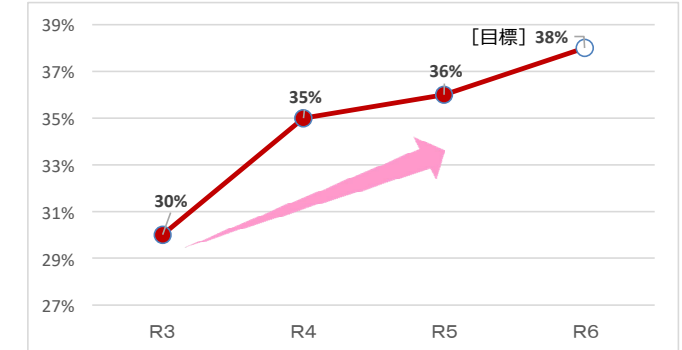
新規相談者数については、イベント参加者数も増加しており、県・市町村ともに増加傾向。

■県外からの移住者数（図5）（単位：人）



移住者数は高知市を中心に昨年度を上回る水準で推移し、Uターン者も増加傾向。12月からはショート動画を活用した新たな移住プロモーションを実施するとともに、取組の話題性や注目度を高めるため、著名人を活用した記者発表や都市圏での電車広告等も実施予定。

■移住者のうちUターンの割合（県把握分）（図6）





令和6年度上半期の進捗状況

柱1 裾野を広げる

(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

- ①地域との関わりを深める体験機会の創出
  - ・高知家ゆる県民倶楽部の会員に地域体験型イベントを実施(9月：5組5人)

(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

- ①マーケティングの強化によるターゲティングの精度向上
  - ・観光サイト等とのデータ連携により、同サイト訪問者に広告配信を実施
  - ・移住ポータルサイトのアクセス動向や各広告の配信結果等をリアルタイムで確認できる仕組みを構築(6月：高知暮らしフェアから運用を開始)

(3) ターゲット層を意識した情報発信の拡大

- ①SNS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(4～9月：移住イベントに15回の広告を配信)
  - ・6月高知暮らしフェア参加者：東京・大阪470組(目標→437組627人(前年度比225%))
  - ・移住ポータルサイト県外ユーザ数：187,000人(目標→101,656人(R6.9時点)(前年度比117%))

柱2 マッチングの強化を図る

(1) 相談から移住へのマッチングの精度向上

- ①大阪常設窓口の体制強化(9月から1名増員し2名体制)
- ②東京ふるさと回帰支援センターで市町村出張相談会を開催(6回)

柱3 受入体制、受入環境を整備する

(1) 仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化

- ①地域おこし協力隊のさらなる活用
  - ・SNSや移住系メディアによる情報発信の強化(6月から開始)
- ②空き家マッチングモデル事業の市町村への横展開を推進
  - ・4市町村実施予定(8/25大豊町11組12人)

【横断的な取組】Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ

(1) 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施

- ①空港等での帰省時期のプロモーションによる気運醸成(8月)

課題

柱1 裾野を広げる

(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

- 広告に関心を持った若年層を相談に誘導するためには、より身近な高知の情報の発信や、高知の人との接点を作ることで、Uターンに向けた意識を醸成していくことが必要

(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

(3) ターゲット層を意識した情報発信の拡大

- ①上半期に実施した若年女性ヒアリング調査では、多くの方が、高知には希望が叶う仕事が少ないイメージを持ち、その価値観も多様であるなどUターンの阻害要因が顕在化しており、早急な対策が必要
- ②デジタルマーケティングの活用などにより新規相談者数は前年比124%に伸びているが、うち本県出身者は106%と微増に止まり、アプローチの強化が必要

柱2 マッチングの強化を図る

(1) 相談から移住へのマッチングの精度向上

- 関西戦略における大阪・関西万博を通じた本県のPR機会の拡大や、今後の大阪窓口の相談者数の増加を見据え、大阪での取組強化が必要

柱3 受入体制、受入環境を整備する

(1) 仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化

- ①中山間地域における地域おこし協力隊の任用率の向上を図るため、Uターンサポートセンターや市町村と連携した情報発信のさらなる強化が必要

【横断的な取組】Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ

(1) 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、特に若者や女性へのアプローチを強化し、新たな相談を増やし移住につなげることが必要

強化の方向性

柱1 裾野を広げる

ポイント1

(1) 情報発信のさらなる強化による移住関心層の獲得<令和6年度下半期の取り組み>

- ①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
  - ・ヒアリング結果を踏まえ下半期に、若年層の多様な価値観に対応した動画を制作し、デジタルマーケティングを活用してターゲットに直接発信するとともに記者発表や電車広告等により話題性を高める取組を実施

<令和7年度の取り組み>

- ①Uターンの更なる促進や転出抑制に向けた定住プロモーションの展開
  - ・上記プロモーションの継続に加え、新たに、県内に残る親世代や同世代の若者を対象に動画による情報発信を行い、Uターンに向けた行動の喚起や将来の転出抑制を図る
- ②情報発信とイベントを担うアンバサダーの導入によるアプローチの強化
  - ・高知の身近な情報の発信と交流イベントの実施により、若年層との新たな接点をつくり、Uターンへのステップアップを後押しするアンバサダーを、高知家ゆる県民倶楽部の会員制度内に導入導入することを検討

柱2 マッチングの強化を図る

ポイント2

(1) きめ細かな相談体制のさらなる充実<令和7年度の取り組み>

- 関西戦略と連動し、大阪窓口の相談機能の強化など取組の充実を検討

柱3 受入体制、受入環境を整備する

ポイント3

(1) 中山間地域における取組の強化<令和7年度の取り組み>

- 地域おこし協力隊のさらなる拡大に向けて、所管課である中山間地域対策課と移住促進課との連携をさらに強化

【横断的な取組】Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ

(1) 情報発信のさらなる強化による移住関心層の獲得(再掲)

- ①Uターンの更なる促進や転出抑制に向けた定住プロモーションの展開
  - ・新たなプロモーションの継続に加え、新たに、県内に残る親世代や同世代の若者を対象に動画による情報発信を行い、Uターンに向けた行動の喚起や将来の転出抑制を図る



# 第2期関西・高知経済連携強化戦略 令和6年度上半期の進捗状況及び強化の方向性

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

プロジェクト	分野	分野全体の目標（年間）	出発点（R4）	R6到達目標	R6上半期の実績値	評価	目標達成の見通し(○)と課題(●)	令和7年度の取り組みの強化の方向性
観光推進	観光	関西圏からの観光客入込数	103万人	128万人	129万人 (R5)	A	○R6目標程度の入込を見込む ●過去最高の入込客数となった昨年度の反動減（「らんまん」効果に伴う反動減）	・「とさとさ」と連携し、やなせたかしゆかりの地やどつぶり商品をPRすることで、誘客の拡大を図る ・大阪観光局等と連携した情報発信をはじめ、万博の自治体参加催事等で高知の魅力を発信し、誘客に繋げる
		関西空港経由の外国人延べ宿泊者数	0.3万人泊	3.6万人泊	2万人泊 (R6.1~7月)	B	○台湾からの定期チャーター便継続や近隣県の国際線増便により、相対的に関西空港経由での来訪減少が見込まれる ●旅マエや旅ナカにおける情報発信の強化	
外商拡大	農業	関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額	93.8億円 (R3.9~R4.8)	103.7億円 (R5.9~R6.8)	104.1億円 (R5.9~R6.8)	A	○目標103.7億円に対し、実績が104.1億円となり、目標を達成できた ●出荷量が少ないことからフェアを組みづらくなっている。「とさとさ」との効果的な連携が必要	・産地の生産状況を市場と共有しながら効果的なフェアの実施 ・「とさとさ」イベントと連動した周辺量販店への誘導及びより効果的なフェアの開催 ・「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
	水産業	高知フェア等での県産水産物の販売額	8.3億円	8.5億円	5.5億円 (R6.8月時点)	S	○8月末時点で目標8.5億円に対して65%の進捗状況となっており目標は達成できる見込み	・万博の開催に伴う観光客増加を見据えた新たな販路の開拓、高知フェアの実施 ・大きな取引が期待できるチェーン店とのマッチングの強化 ・新たな国（フィリピン等）への輸出ルートを開拓
		関西圏の高知家の魚応援の店への販売額	1.1億円	2.0億円	1.2億円 (R6.6月時点)	S	○6月末時点で目標2.0億円に対して60%の進捗状況となっており目標は達成できる見込み	
		関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額	0.3億円	1.0億円	0.6億円 (R5)	—	○中国での日本産水産物の輸入停止措置により、目標の達成は厳しいが、前年同期比より増加見込み ●中国以外の国への新たな販路の開拓	
	加工食品	地産外商公社の活動による関西圏での売上金額	115億円	133億円	145億円 (R5)	—	○各取組によりパートナー企業との関係構築が図られており、新規販路先の開拓や「とさとさ」を活用した商談機会の提供等により目標達成を目指す ●これまで培ってきた卸売事業者等との関係性を活かした取組の推進や「とさとさ」を活用したさらなる商談機会の創出	・万博を契機とした需要拡大を狙った量販店や飲食店等との連携による県産品のPRと販売拡大 ・ネットワークを活かした商談機会の拡大（卸売事業者・酒類メーカー・金融機関及びその顧客等） ・「とさとさ」と高知業態の飲食店や県関連部局等との連携を強化
	林業	関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量	2.0万m <sup>3</sup> ※年間推計値	2.5万m <sup>3</sup>	1.5万m <sup>3</sup> (R6.1~8月)	B	○前年同期比で見ると99%となっており、引き続き土佐材パートナー企業への営業活動などにより目標達成を目指す ●万博の特需が一段落したため、新たな需要先となる友好姉妹都市関係にある自治体等への営業活動が引き続き重要	・流通拠点との連携による土佐材展示会の開催による販売量の維持、拡大 ・枚方市など友好姉妹都市関係の自治体及び設計会社、ゼネコン等関係者へのアプローチを行う
商工業	産業振興センターの外商支援による関西圏での成約金額	237億円	251億円	103.8億円 (R6.8月時点)	B	○目標に対し99.2%の進捗。工法分野において工期の関係上、売上が下半期に計上される企業があるため、通期では目標達成の見込み ●土木技術コーディネーターのさらなる活用	・コーディネーターの活動日数を増やし、土木・工法への支援体制を強化 ・大阪府内だけでなく、コーディネーターが人脈を有する近隣府県の自治体まで訪問先を拡大	
万博・IR連携		—	—	—	—	○万博施設で木造（一部木造含む）と確認できた20施設の内、9施設で土佐材が使用された ●国内外から多くの人が集まる万博を最大限に活用するため、各分野の取組を連動させ訴求力を高めることが必要	・万博リング等の土佐材活用事例を効果的にPR ・本県の万博会場でのイベント等と連動し、各分野の取組を展開	
各プロジェクトを横断的に支える取り組み	関西圏からの移住者数	489人	750人	488人 (R6.9月時点)	S	○目標に対して順調に推移。年度末の移住者数が一番のボリュームゾーンであるため、引き続き取り組みを推進	・SUPER LOCALをコンセプトに各分野において本県の様々な魅力を訴求 ・関西戦略と連動し、大阪窓口の機能強化など取組の充実を検討	
	関西圏からの移住者のうちUターン者数	169人	225人	121人 (R6.9月時点)	A	●大阪・関西万博を通じた本県のPR機会の拡大や、今後の大阪窓口の相談者数の増加を見据え、取組強化が必要		

## ◆分野を代表する目標：食料品製造業出荷額等 [表1]

単位：億円

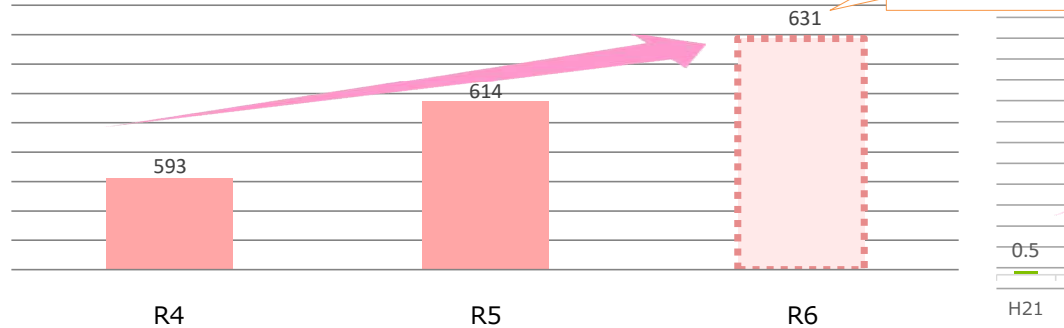
	R 3 (出発点)	R 4	R 5	R 6	R 9
目標	1,255	1,278	1,300	1,165	1,300
実績	1,034	1,181	-	-	-
達成度	C	B	-	-	-

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

## ◆分野を代表する目標の達成見込み

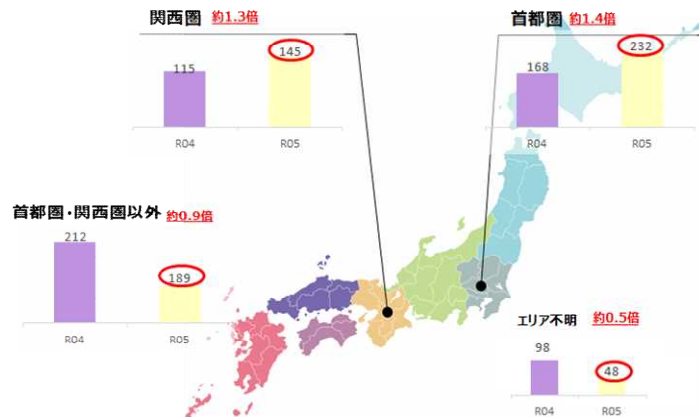
- R6の状況については、今月、外商に取り組む主要な企業に本年度上半期の業況と下半期の見通しをヒアリングして把握する予定。[表1]
- 地産外商公社が支援する企業の県外売上額や、食料品の輸出額は増加傾向にあり、食料品製造業出荷額等に一定寄与している状況。[図1、図2]
- 国内外の外商活動をさらに強化することにより、食料品製造業出荷額等の目標達成を目指す。

[図1] 地産外商公社が支援する企業の県外売上額【単位：億円】



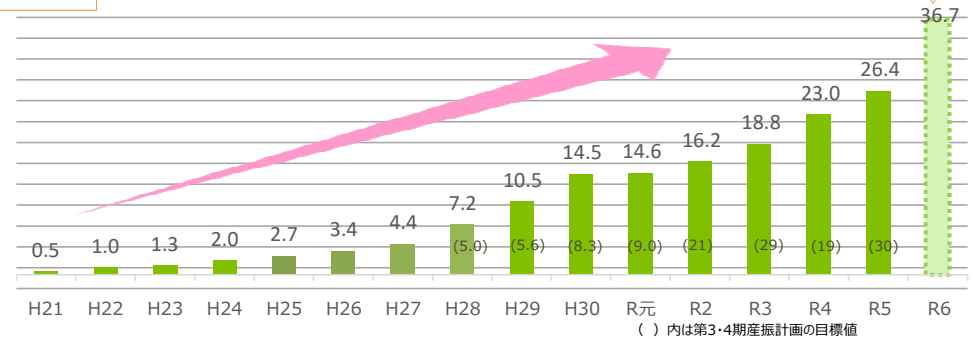
公社の全国展開の推進により、公社が支援する企業の県外での売上額が順調に増加

[図3] 地産外商公社が支援する企業の県外売上額（エリア別）【単位：億円】



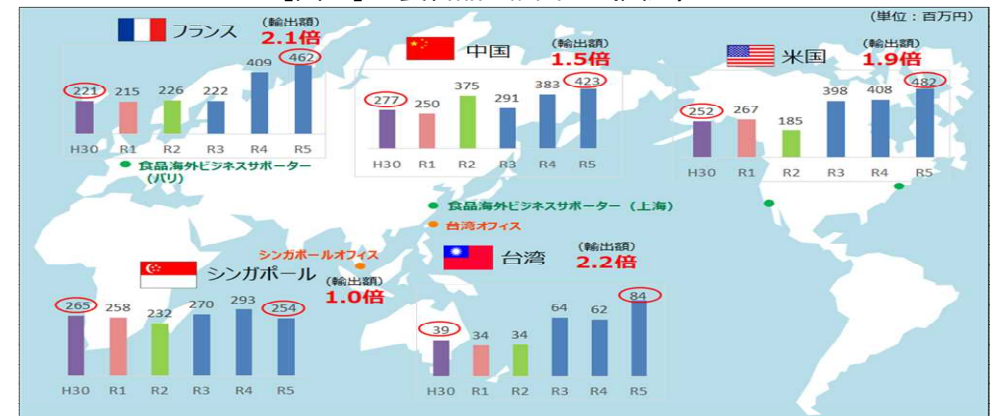
直近では、特に首都圏・関西圏での外商の伸びが顕著

[図2] 食料品の輸出額【単位：億円】



海外支援拠点の活用による外商活動の強化や生産体制の拡充への支援等に取り組んだことによりH21から輸出が増加

[図4] 食料品の輸出額（国別）



有望市場を中心に着実に輸出額が増加

令和6年度上半期の進捗状況

(1) 事業者への総合的な支援による地産の強化

- ① 事業者の課題解決をサポートするワンストップ窓口の設置  
相談件数：102件 ※9.24時点  
出張相談会：3回
- ② 食のイノベーションベース及び補助金により商品づくりを支援  
・食のイノベーションベース  
【参画事業者】  
300事業者(目標)→198事業者(R6.9月末現在)  
セミナー・勉強会：12回、ワーキング：8回  
相談会：1回  
・商品開発・改良に対する補助：20件(目標)→5件(R6.9月末現在)
- ③ 事業戦略の策定・実行の推進  
策定支援：20社(目標)→8社(R6.9月末現在)  
実行支援：5社

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- ① 生産性向上推進アドバイザー派遣  
派遣実績：14社29回
- ② 生産管理の高度化に対する補助  
補助件数：3件
- ③ 衛生管理の向上を支援  
・HACCP研修：5コース  
・民間認証取得に対する補助：1件
- ④ 食品表示適正化の支援  
・相談窓口の設置  
相談件数：56件  
・食品表示研修&個別相談会：3回

課題

(1) 事業者への総合的な支援による地産の強化

- ① マーケットインの視点でのさらなる商品開発の推進  
・外商拡大に向けてバイヤーが求める新商品を供給  
・食のイノベーションベースにおいて、中堅事業者の参画を促進し、ロット数の多い大手量販店向けの商品開発の推進  
・マーケティング力の一層の向上  
・事業戦略策定と合わせた流通・会計の基礎知識の習得支援
- ② 外商拡大に向けた営業力の向上  
・展示会後のフォローアップの強化  
・マーケットインの商品づくりを行った後の効果的な営業
- ③ 事業拡大に向けて人手不足がボトルネックとなっている  
・業界として、低賃金かつ非正規労働者やパートタイム労働者の割合が高く、人材確保・定着が困難な状況  
・人員不足により、工場をフル稼働できておらず、機会損失が発生  
・人材確保の競争が激化し、付加価値の高い商品づくりに必要となる中核人材の確保・定着がより一層困難になっている

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- ① 生産現場の省力化やデジタル化が進んでいない  
・単価の安さ、商品ライフサイクルが短いこと等から、設備投資に慎重な事業者が多く、生産性に向けた後押しが必要  
・社内に生産工程を管理できる人材がいない事業者が多く、生産管理の高度化に向けた専門家の支援が必要
- ② 外商拡大に向けた品質管理の向上支援  
・民間認証取得は、準備や審査対応への労力、取得や維持にかかる費用などがネックとなっており、取得に向けた後押しが必要  
・食品表示に関する法令が多岐に渡り、特に小規模事業者にとって、自力での対応が困難。現在県では、県所管法令に照らした確認を行っているが、事業者からは、全ての法令に照らした確認への要望あり

強化の方向性

ポイント1

多様なニーズに合わせた支援により地産を強化

(1) 事業者への総合的な支援による地産の強化

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ① 事業者の課題解決をサポートするワンストップ窓口の設置  
・商談会と合わせて出張相談会を開催
  - ② 食のイノベーションベース及び補助金により商品づくりを支援  
・事業内容及び成果(成功事例等)の情報発信を強化
  - ③ 事業戦略の策定・実行の推進  
・事前面談機会の新設、戦略見直しをプッシュ型で支援
- <令和7年度の取り組み>
- ① 事業者の課題解決をサポートするワンストップ窓口の設置  
・出張相談会の相談体制を拡充(専門家によるテーマ別相談会を開催)
  - ② 食のイノベーションベース及び補助金により商品づくりを支援  
・事業者の規模・課題に応じたカリキュラムへの見直し  
・食品残渣等を活用した新商品開発の支援  
→商品開発・改良に対する補助の拡充(グリーン化加算新設)
  - ③ 事業戦略の策定・実行の推進  
・マーケティング戦略や販売戦略の策定支援を強化
  - ④ 若者等の雇用促進に取り組む企業を支援

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ① 生産性向上推進アドバイザー派遣  
・効果検証の実施、産業振興センターとの連携強化
- <令和7年度の取り組み>
- ① 生産性向上推進アドバイザー派遣  
・派遣事業者の拡大に向けた支援体制を強化
  - ② 生産管理の高度化に対する補助  
・支援の拡充(補助上限額の引き上げ)  
・食品残渣等を活用した新商品開発支援  
→設備投資に対する補助の拡充(グリーン化加算新設)
  - ③ 衛生管理の向上を支援  
・外商拡大に向けた民間認証の取得を支援
  - ④ 食品表示適正化の支援  
・事業者のニーズにより細やかに対応するため相談体制を強化  
→アドバイザーの設置、オンライン相談会の開催



令和6年度上半期の進捗状況

課題

強化の方向性

(3) 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
  - ・卸売事業者との関係性を深め、出展小間数増に向けた社内勉強会の実施(5月1回、6月1回、計2回)
  - ・大手卸売事業者が主催する展示商談会への出展(6月2回、7月14回、計16回)
  - ・中小卸売事業者による個別商談会の開催(6月1回、7月1回、計2回)
  - ・成約に直結する産地視察型商談会の開催(4月9回、5月11回、6月28回、7月5回、8月4回、計57回)
- ②商談会・展示会の拡充強化
  - ・全国各エリアで開催される大規模展示会への出展(4月1回、7月1回、計2回)
  - ・成約に直結する産地視察型商談会の開催【再掲】
- ③飲食店等への外商活動の強化
  - ・業務用卸売事業者による産地視察型商談会の開催(6月1回、7月1回、8月1回、計3回)
  - ・飲食店や飲食店チェーンによる産地視察型商談会の開催(4月4回、5月7回、6月13回、7月1回、8月2回、計27回)
  - ・ホテルグループによる産地視察型商談会の開催(7月2回、計2回)

(3) 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
  - ・大手卸売事業者との関係性を深め、出展小間数増のきっかけとなる、社内勉強会開催に向けた働きかけ
  - ・外商コーディネーターや地域商社と連携した新たな販路開拓
- ②商談会・展示会の拡充強化
  - ・成約に直結する産地視察型商談会への参加を促す継続した営業活動
  - ・県内事業者やバイヤーのニーズに応じた新たな展示会への出展
- ③飲食店等への外商活動の強化
  - ・大阪・関西万博の開催やインパウンドに向けた、業務用卸との関係性強化による新規飲食チェーン、ホテルグループの掘り起こし
- ④営業活動及び営業体制の強化
  - ・外商の全国展開に向けた営業体制の強化
  - ・展示会出展後の後追い営業(アフターフォロー)の継続
  - ・会社の営業活動に資する情報の整理による、より効果的な営業の推進

ポイント2 公社の強みを活かした営業の強化

(3) 地産外商公社を核とした外商の拡大

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ①卸売事業者との連携強化による外商拡大
  - ②商談会・展示会の拡充強化
  - ③飲食店等への外商活動の強化
    - ・業務用卸売事業者や飲食店による産地視察型商談会の開催
- <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
    - ・社内商談会・勉強会への積極的な参加
    - ・地域商社や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・展示会の拡充強化
    - ・成約に直結する産地視察型商談会の積極的な推進
    - ・新たな販路開拓を行うため、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
    - ・新規飲食チェーン、ホテルグループの掘り起こしを実施
    - ・水産振興部や酒類会社と連携した飲食店等への外商強化
  - ④外商の全国展開に向けた営業活動の強化
    - ・顧客及び営業情報の蓄積・管理を強化し、営業活動を充実

(4) 輸出の拡大

- ①輸出品目の拡大
  - I 基幹品目(ユズ、土佐酒、水産物)の販売拡大
  - II 戦略品目(有機ユズ、ミカン、和牛、プリ類、リキュール等)・プロモーション、商談会等：7ヶ国、10回(4~8月)
- ②ターゲット市場の拡大
  - I 成長市場である東南アジアでの販売拡大を強化(農産物)
    - ・シンガポール以外の東南アジア諸国の輸出可能性調査：3ヶ国
  - II 米国やベトナムでの販路拡大と新たな市場開拓の推進(水産物)
    - ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者への支援
    - ・卸売市場関係者等と連携した販路開拓
    - ・水産物輸出促進協議会による見本市等への出展：5回(5月-8月)
  - III 有望市場における加工品(土佐酒含む)の販路拡大
    - ・FSMA対応支援セミナー・個別指導の実施(11社)
    - ・シンガポール向け商品磨き上げ事業(11社)
- ③外商活動の拡充
  - I 国が主導するオールジャパンの取り組みを活用した輸出の拡大
    - ・日本青果物輸出促進協議会へ加入(6月)
    - ・(一般社団法人)日本養殖魚類輸出推進協会R5.9月加入済
  - II 国内外の商社と連携した賞味会の開催
    - ・ベトナム、インドで賞味会を開催し、水産物等を提案(7月)
    - ・米国輸入商社を招へいし、酒蔵との交流・商談会を実施(7月)
  - III 食品海外ビジネスサポーターの機能を強化(加工品)
    - ・サンプル営業事業の対象商品を決定：8社23商品

(4) 輸出の拡大

- ①輸出品目の拡大
  - ・ユズは、さらなる輸出拡大のために生産量の拡大
  - ・プリ類の輸出について、マーケットニーズに対応した商品開発
  - ・土佐酒は、ユズ等本県の強みを活かした商品提案
- ②ターゲット市場の拡大
  - ・農産物は、これまで取り組んできたシンガポールに加えて新たな市場の開拓
  - ・水産物は、ALPS処理水放出に起因する中国への輸出停止が長期化(R5.8~)
  - ・土佐酒は、有望市場(米国、欧州、中国等)における景気減退等による輸出の伸び悩み
- ③外商活動の拡充
  - ・国の取り組みを活用したさらなる外商活動の推進(農・水産物)
  - ・現地での販売拡大・販路開拓の取り組みの見直し(水産物)
  - ・商社やレストラン等、現地での積極的な商品提案・販路開拓(加工品)

ポイント3 国別戦略に基づくプロモーションを実施!

(4) 輸出の拡大

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ①輸出品目の拡大、②ターゲット市場の拡大
    - ・シンガポールに続く新たな市場の輸出可能性調査(農産物)
    - ・新たな輸出ルート(台湾、ベトナム、インド等)の開拓(水産物)
    - ・新たな市場の調査(ドイツ等)を実施(土佐酒)
  - ③外商活動の拡充
    - ・国の事業を活用し、マレーシアで試食商談会等を実施(農産物)
    - ・市場関係者と連携し、フェア等による新たな販路の開拓(水産物)
    - ・食品海外ビジネスサポーターによる米国、欧州へのサンプル営業(23品目)を実施(加工品)
- <令和7年度の取り組み>
- ①輸出品目の拡大
    - ・補助要件を見直し、意欲ある団体の輸出促進を強化(農産物)
    - ・プリ類の新たな商品仕様の提案販売強化(東南アジア、米国等)
    - ・成長市場等でのユズ酒等のプロモーションを強化
  - ②ターゲット市場の拡大
    - ・品目団体や輸出可能性調査を活用した新規市場の開拓(農産物)
    - ・R6年度に新たに開拓した市場等での賞味会等の実施(水産物)
    - ・市場調査を踏まえた新市場(ドイツ等)の開拓を実施(土佐酒)
  - ③外商活動の拡充
    - ・庁内連携、国事業による東南アジア市場での販促活動(農産物)
    - ・商社等との連携による海外店舗での販売強化(水産物)
    - ・食品海外ビジネスサポーターによるサンプル営業の強化(加工品)

## ◆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

	R2~R5累計(出発点)	R5	R6	R6~R9累計
目標	200(140)	50(35)	50(45)	200(180)
実績	181(128)	52(37)	-	-
達成度	B(B)	A(A)	-	-

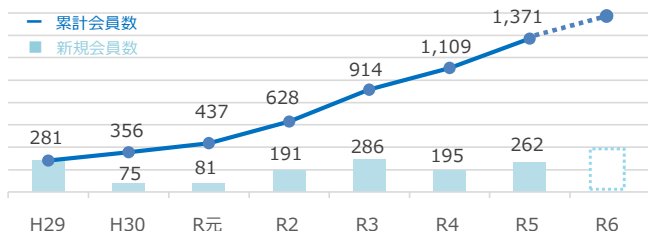
指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 各取組について、当初の計画どおり進捗している。
- 特にKSPにおいては、プログラムを充実させており(R5:22講座→R6:24講座)、セミナー参加者数が増加傾向(R5:90人→R6:155人 ※いずれも9月末時点)であることから、今後参加者のアフターフォロー等により、目標を達成できる見込みである。[図1] [図2]

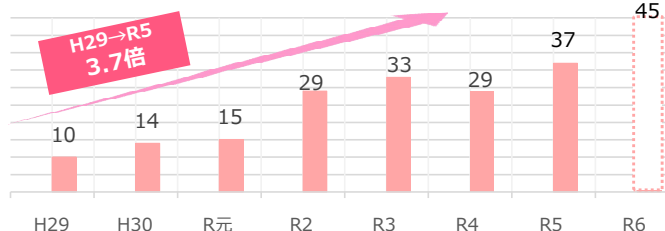
[図1] KSP会員数

(単位：人)



[図2] KSPを通じた起業件数

(単位：件)



- ・会員ニーズに応じて毎年プログラムの見直しを行うことで、会員の満足度は高い。
- ・会員数の増加に合わせ、起業件数は着実に増えてきている。
- ・一方で、起業内容はスモールビジネスが多くを占めている。

## 令和6年度上半期の進捗状況

### (1) 起業の促進

- ①中長期的な起業家人材の育成
  - ・小中学生を対象に起業を体験できる「起業体験ワークショップ」等を開催(8~10月)
    - ⇒ 小学1~3年生：2回、小学校4~6年生：3回、中学生：2回
  - ・県にゆかりのある起業家が県内の小中高校を訪問し「起業家講演」を実施(通年)
    - ⇒ 県内小中高校：3校(10月末)、7校(11月~3月予定)
- ②県内全域での起業の促進
  - ・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(通年)
    - ⇒ 起業相談を実施(4~9月)：延べ94名 ※東京と大阪の窓口を含む
    - ⇒ セミナー等を開催(6~9月、8講座)：延べ130名 ※土佐MBAと一部重複
  - ・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を実施(通年)
    - ⇒ プログラム(連続講座)を実施(7~12月、全5回)：22名
    - ⇒ 地域課題解決起業支援事業費補助金 ※10月末時点
      - 中山間地域枠：交付先3件、通常枠(うち中山間地域)：交付先3件
- ③スタートアップを目指す起業家や事業家の発掘・成長支援
  - ・民間支援団体等と連携し、起業家や事業家への伴走支援を実施することで、その成長を後押し(通年)
    - ⇒ 起業家育成事業費補助金：交付先1団体(大学生への起業支援、ビジコン、メンタリング等)

## 課題

### (1) 起業の促進

- ・中山間地域でのさらなる起業の促進が必要
- ・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、更なる起業支援の取組が必要

## 強化の方向性

### ポイント1 起業のさらなる促進

- <令和6年度下半期の取り組み>
- ・若年人口増加に向けた検討会の意見(女性に向けた起業支援の充実)を踏まえた施策の強化の検討
- <令和7年度の取り組み>
- ・中山間地域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を検討
  - ・高知にゆかりのある都市部の学生や若者を本県に呼び込むため、県出身の起業家との交流イベントを都市部で開催
  - ・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
  - ・若年人口増加に向けた検討会の意見(女性に向けた起業支援の充実)を踏まえた施策の強化の検討

令和6年度上半期の進捗状況

(2) イノベーションの促進

- ①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
  - ・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・参加者人数：4回（5～9月）・延べ91名
  - ・「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
    - ⇒ アドバイザー稼働状況：10回（4月～9月）
  - ・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

(3) 産業人材の育成

- ①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)」を実施
  - ・経営を体系的に学べ、受講者の異業種交流やネットワーク構築につながる連続講座を実施（6～9月、2講座）：受講者19名
  - ・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（5月、23人）
  - ・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（5～9月、5講座）：延べ受講者96名
  - ・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（6～9月、9講座）：延べ受講者152名 ※KSPと一部重複

課題

(2) 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。
- ・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が十分でない。

(3) 産業人材の育成

- ・連続講座における定員の充足率が低い。
  - 土佐MBAゼミナールベーシック：31.7%（申込者19名/60名）
  - イノベーション創出講座：30.0%（申込者6名/20名）
- ・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組が必要である。
- ・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である。

強化の方向性

ポイント2 産学官民連携によるイノベーション・新事業の創出

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ・引き続き、産学官連携産業創出支援事業費補助金の交付企業に対してアドバイザーによるサポートを実施し、新事業創出を後押し
- <令和7年度の取り組み>
  - ・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を構築

ポイント3 産業人材の育成

- <令和6年度下半期の取り組み>
  - ・ターゲットとする企業を絞り込んで個別アプローチを行うことで受講者の増加を図る
- <令和7年度の取り組み>
  - ・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
  - ・託児付きなど子育て中の方も受講しやすいサービスを導入
  - ・中山間地域等で起業した小規模事業者の事業継続を支えるビジネス基礎講座を実施



# 次世代産業創造プロジェクトの強化の方向性

プロジェクト名	目標	現状と課題	強化の方向性
ヘルスケア イノベーション プロジェクト	<p>プロジェクト支援 県外企業の 県内への拠点の 設置件数</p> <p>R6年度到達目標 2件（R6）</p>	<p>【プロジェクト支援県外企業の県内への拠点の設置件数：1社（R6.9月末時点）】 ※R5：1社（累計：2社）</p> <p>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、民間団体に伴走支援の一部を委託し、専門家による伴走支援を実施 ※支援案件：9件（R6.9月末時点） 〈課題〉・県内への拠点設置件数を増加させるには、プロジェクト支援案件の受け入れ件数を増加させる必要があるため、伴走支援体制のさらなる強化が必要</p> <p>②財政支援 〈現状〉・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 ※ヘルスケア産業実証実験支援事業費補助金：申請件数3件、採択件数1件（1次～3次募集累計件数、R6.9月時点） 〈課題〉・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</p> <p>③交流・マッチングの場づくり 〈現状〉・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本県のパートナー機関等をマッチングするプログラムを実施 ※ビジネスマッチングプログラム：5機関(参加パートナー機関)、19社(参加企業) 〈課題〉・これまでの取組に加え、新たに、若者にとって魅力のある仕事を県内の学生に知ってもらうため、プロジェクト支援企業と県内学生等との交流の場が必要</p>	<p>①伴走支援 〈令和6年度下半期の取り組み〉 ・引き続き、伴走支援を実施</p> <p>〈令和7年度の取り組み〉 ・プロジェクト支援案件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<u>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</u></p> <p>②財政支援 〈令和6年度下半期の取り組み〉 ・ヘルスケア産業実証実験支援事業費補助金により採択企業の実証実験を支援 ・また、補助金の不採択事業者に対して実証事業を実施できるようサポート</p> <p>〈令和7年度の取り組み〉 ・引き続き、財政支援を実施</p> <p>③交流・マッチングの場づくり 〈令和6年度下半期の取り組み〉 ・パートナー機関とヘルスケア関連企業とをマッチングさせ、パートナー機関の課題解決に向けた実証事業に取り組めるようサポート</p> <p>〈令和7年度の取り組み〉 ・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知ってもらう交流の機会を創出</p>
アニメ プロジェクト	<p>県内における アニメ制作企業従 事者数</p> <p>R6年度到達目標 43人 (R3～R6)</p>	<p>【県内におけるアニメ制作企業従事者数：38人（R3～R5）】</p> <p>①人材育成 〈現状〉・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（6月） ※高知県アニメ制作人材育成事業費補助金：交付件数1件（9月時点） ・中長期的な人材確保の取組として、中高大学生等に向けた講演会・制作体験講座を実施（6月44名、8月14名） 〈課題〉・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組が必要</p> <p>②企業誘致 〈現状〉・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（4月） 〈課題〉・アニメ制作企業の特長やニーズを踏まえた補助制度の見直しが必要</p>	<p>①人材育成 〈令和6年度下半期の取り組み〉 ・県内専門学校での教育プログラム構築が円滑に進むようサポート</p> <p>〈令和7年度の取り組み〉 ・講演会・制作体験講座への参加者等を対象に、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、<u>本県のアニメの取組に関する情報を継続的に発信</u> ・<u>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</u> <u>対象とした、人材育成の環境の構築について検討</u></p> <p>②企業誘致 〈令和6年度下半期の取り組み〉 ・アニメ制作企業の勤務形態等を踏まえた補助制度の内容を検討</p> <p>〈令和7年度の取り組み〉 ・アニメクリエイター聖地プロジェクトとの連携強化</p>