

公共調達による地消地産推進戦略

令和7年10月 高知県

－ 目次 －

I	目的	3
II	定義	3
	1 県産品	3
	2 県内事業者	3
	3 公共調達	3
III	基本的な考え方	4
	1 県産品の採用および県内事業者の育成に向けた積極的な検討	4
	2 地産外商への貢献	4
	3 産業振興計画との一体的な取り組み	4
IV	県産品の採用および県内事業者の育成に向けた対応方針等	5
	1 県産品の採用	5
	2 県内事業者の育成	10
V	庁内推進体制	20
	1 進捗管理体制	20
	2 県内事業者相談窓口の設置	20

I 目的

本県では、地理的条件や産業構造上の理由から、原材料や製品の多くを県外からの調達に頼らざるを得ず、結果として、いわゆる県際収支が大幅な赤字の状況が長年続いている。

こうした状況を改善するため、本県では、これまでも産業振興計画において、「地産外商」や「イノベーション」を戦略の柱に据えて、経済の活性化に向けた様々な取り組みを行ってきた。

令和7年度の産業振興計画では、これまでの取り組みに加えて、新たに「地消地産」を位置付け、「地消」の拡大と、「地産」の強化が一体となった取り組みをスタートさせたところである。(参考資料1参照)

県の公共調達の場面においても、こうした県際収支の改善を通じた県内総生産の拡大に寄与するため、本戦略において公共調達における県産品の採用及び県内事業者の育成の推進に関する県の取り組みについての基本的方針を定める。

II 定義

1 県産品

「県産品」とは、付加価値の主たる部分が県内で生産された製品をいう。

具体的には、原材料の主要な部分が県内で生産された製品や、製造、加工その他の工程のうち主要な部分を県内で行うことにより、相応の付加価値が生じている製品などをいう。

2 県内事業者

「県内事業者」とは、原則として、県内に本店を有する事業者をいう。

ただし、公共調達における付加価値の形成状況を鑑み、従業員の就業地(※1)、資本の出資者の状況(※2)等を踏まえ、個別の公共調達事案に応じて必要な調整を行う。

※1 例えば、従業員の過半数が県内で就業する事業者については、本店が他県にあって
も県内事業者として取り扱う等

※2 例えば、県内に本店を有する事業者でも、県外に本店を有する大企業が過半数を出
資する子会社については、県内事業者として取り扱わない場合がある等

3 公共調達

「公共調達」とは、本県が事業遂行のために行う必要な財、サービス等の購入行為をいう。物品の購入、役務の提供、公共建設工事、情報通信サービスの提供等を含む。

Ⅲ 基本的な考え方

1 県産品の採用および県内事業者の育成に向けた積極的な検討

(1) 契約金額が比較的少額で高度な技術、知見を要しない調達

事業の目的達成に支障を生じない範囲で、県産品の採用又は県内事業者からの調達を図る方向で検討する。

(2) 契約金額が多額に及ぶ調達又は高度な技術、知見を要する調達

県産品の採用又は県内事業者からの調達を優先しがたい場合には、例えば、県内事業者を含む共同事業体の組成を推奨するなど、契約に係る諸制度の範囲内で、当該分野における県内事業者の育成に配慮する方向で検討する。

(3) 県の政策目的の実現に向けて高い効果が期待される調達

県内事業者の育成と健全な発展が県際収支の改善のほか、例えば、官民協働による迅速な災害復旧体制の構築や地域共生社会の実現等の県の政策目的の実現に向けて高い効果が期待されると認められるときは、これらの政策目的の実現のための各事業者の具体的な取り組みの実施状況に応じてプロポーザル審査における加点等の優遇措置を講じる方向で検討する。

2 地産外商への貢献

本戦略に基づく県産品の採用および県内事業者の育成に向けた取り組みは、単に県内事業者の県内需要における受注拡大を目的とすることにとどまらず、「地産」の強化と県内市場における評価の確立を通じて、最終的には県産品および県内事業者の地産外商の強化を目指すことを旨とする。

このため、県内事業者に対しては、県内受注の成果のみに満足することなく、高知県産業振興計画に基づき、外商の強化に向けて不断の創意工夫により製品、サービスの高度化を図るよう促す。

3 産業振興計画との一体的な取り組み

上記2を踏まえ、本戦略は、産業振興計画と一体的に展開するものとし、当面は令和9年度までの3年間の取り組みの成果を踏まえて、事後の取り組み方針を見直す。

IV 県産品の採用および県内事業者の育成に向けた対応方針等

1 県産品の採用

(1) 重点品目の選定理由と対応方針

公共調達において、県際収支の改善を通じた県内総生産の拡大に効果が期待できる品目について、事業目的の遂行に支障が生じない範囲で、県外産品に換えて県産品の採用を推進する。

このため、各年度において、県内における「地産」の強化にあわせて県産品の採用拡大に重点的に取り組む品目（以下、「重点品目」と言う。）を選定し、全庁的な連携の下で対応する。

「重点品目」については、産業振興計画において「地消地産」の取り組みを強化する品目のうち、次の（i）～（vi）とする。

これらについては、品目毎に、所管部局において公共調達により採用を推進する製品を提案し、全庁的な連携の下、行政需要に照らして具体的な採用方法を決定した。この結果を元に、重点品目それぞれについて、県際収支の改善につながる産業振興計画の達成目標と整合する数値目標を設定した。

なお、この数値目標については、県における取り組み初年度の検討結果を踏まえた令和9年度時点における目標であり、今後の取り組みにより、さらなる目標値の引き上げを目指すこととする。

また、市町村に対しても、本戦略の趣旨に基づき取り組みへの協力を要請し、その成果は別途取りまとめることとする。

(i) 牛肉

① 乳用経産牛

「乳用経産牛」は、これまで県外での加工が主流であったが、令和4年度に乳用経産牛の加工に対応できる食肉処理施設が整備されたことを契機とし、産業振興計画において、新たにミンチ材の生産量について12.6t（R9）の目標を設定した。

まずは県内需要の喚起と地産の拡大を推進する段階であることから、販売促進の強化や集荷力の強化などとあわせて、公共調達においても、県産品の採用を推進する。

② 土佐黒牛

「土佐黒牛」は、産業振興計画では出荷頭数を824頭（R11）に引き上げることを目標とする中、現状では624頭（R4）に止まり、県内需要も満たせていない。

地産外商に向けて、まずは県内需要の喚起と地産の拡大を推進する段階であることから、販売促進の強化、畜産事業者の生産力の強化などとあわせて、公共調達においても、県産品の採用を推進する。

(ii) 再生可能エネルギー（太陽光発電）

「再生可能エネルギー」のうち、太陽光発電については、産業振興計画では 542,595kW（R9）に引き上げることを目標とする中、現状では 530,920kW（R6）となっている。

このため、住宅や民間事業者による自家消費型太陽光発電設備の導入促進に向けた取り組みなどとあわせて、公共調達においても導入を推進する。

(iii) 木質バイオマス

「木質バイオマス」については、産業振興計画において、現状では 40,520kW（R5）の木質バイオマス利用発電を 40,818kW（R9）に引き上げる目標を設定した。

林地残材の搬出や高性能機械の導入への支援を通じた生産性の向上とあわせて、公共調達においても県産品の採用に努める。

(iv) 食品副産物、残渣

「食品副産物、残渣」を活用した商品については、県内事業者による開発は一部にとどまっている。そのため、産業振興計画において、商品開発件数 5 件（R9）の目標を新たに設定し取り組みを進めているところ。

新たな商品開発への支援とあわせて、公共調達においても既存の商品を含め県産品の採用に努める。

(v) 竹資源

「竹資源」については、産業振興計画において、現状では 238t（R5）の竹材生産量を 2,000t（R9）に引き上げる目標を新たに設定した。

搬出費用への支援などとあわせて、公共調達においても県産品の採用に努める。

(vi) 木製品

「木製品」については、県産材利用推進に向けた行動計画において、県有施設への事務机や書棚などの高知県産木製品の導入率を 100%に引き上げることを目標とする中、現状では 45%（R5）にとどまっている。

県内の製造事業者の競争力強化とあわせて、公共調達においても事務机等の県産品の採用を推進する。

(2) 重点品目の県産品の採用に向けた具体的な取り組みと数値目標

(i) 牛肉

① 乳用経産牛

具体的な採用製品については、固い肉質と脂肪分が少ないという特徴を踏まえ、柔らかく調理のしやすい加工品（ミンチ材）とした。

採用方法については、県立学校での給食などに採用することで、ミンチ材の県内加工の推進や需要拡大を通じた出荷量の増加に貢献する。

■採用製品

加工品（ミンチ材）

■採用方法

県立学校の給食、食堂、寄宿舎や青少年教育施設での食事に採用

<数値目標>

項目	本戦略 (R9年度)	直近の実績 (R6年度)	【参考】産業振興計画 (R9年度)	
乳用経産牛加工品の 採用量	1.1 t 以上/年	0 t	乳用経産牛加工品の 出荷量	12.6 t /年

② 土佐黒牛

具体的な採用製品については、格付けがA4・A5等級以上のブランド牛であることを踏まえ、一般的に人気の高い部位の精肉（サーロインなど）とした。

採用方法については、県主催イベントにおける景品などに採用することで、ブランド牛としての認知度向上や需要拡大を通じた出荷頭数の増加に貢献する。

■採用製品

精肉（サーロイン、リブロース、ステーキカット、すきやき用など）

■採用方法

- ・ 県主催イベントの景品やプレゼントなどとして採用
- ・ 県が実施する宿泊研修などで提供される食事で採用 等

<数値目標>

項目	本戦略 (R9年度)	直近の実績 (R6年度)	【参考】産業振興計画 (R9年度)	
土佐黒牛加工品の 採用量	32 k g 以上（頭数換 算：0.1 頭）/年	0 kg	土佐黒牛出荷頭数	694 頭/年

(ii) 再生可能エネルギー（太陽光発電）

具体的な採用製品については、太陽光発電設備とする。

採用方法については、設備を保有することなく電力を使用することが可能となるPPA方式（※）などの制度も活用しながら導入を進める。

県が率先して太陽光発電設備を導入することで、県以外の在県官公署や住宅、民

間事業者による導入拡大に貢献する。

※PPA（Power Purchase Agreement）とは、第三者モデルともよばれている電力販売契約。自治体等が保有する施設の屋根や遊休地を事業者が借り、自治体負担なしで発電設備を設置し、施設側は発電した電気を使用することで、電気料とCO2排出を削減。

設備の所有は第三者（事業者または別の出資者）が持つ形となるので、資産保有をすることなく再エネルギー利用が可能。

■採用製品

太陽光発電設備

■採用方法

県有施設への太陽光発電設備の導入（PPA方式を含む）

<数値目標>

項目	本戦略 (R9年度)	直近の実績 (R6年度)	【参考】産業振興計画（R9年度）	
			太陽光発電 導入量	542,595kw
太陽光発電 導入量	2,000kw	575.3kw	太陽光発電 導入量	542,595kw

(iii) 木質バイオマス

具体的な採用製品については、木質バイオマス発電量の引き上げに必要となる林地残材の搬出を促進するため、木質バイオマスのペレットとする。

採用方法については、県有施設に暖房器具としてペレットストーブを導入したうえで、その燃料としてペレットを採用することで、県産木質バイオマスの需要拡大を通じた林地残材の搬出拡大に貢献する。

■採用製品

木質ペレット

■採用方法

県有施設にペレットストーブを導入し、燃料として県産木質ペレットを調達

<数値目標>

項目	本戦略 (R9年度)	直近の実績 (R6年度)	【参考】産業振興計画関連目標値 (R9年度)	
			林地残材 搬出量	4.6万t/年
木質ペレット 消費量	2.0t/年	0.5t	林地残材 搬出量	4.6万t/年

(iv) 食品副産物、残渣

具体的な採用製品については、既に商品化されている「食品副産物・残渣」を活

用した食品加工品や肥料等とし、今後、開発・商品化される商品についても、適宜、採用に向けた検討を行う。

採用方法については、災害用備蓄や、県主催イベントにおけるノベルティなどに採用することとし、「食品副産物、残渣」を活用した商品の認知度向上、需要拡大を通じた民間企業の商品開発意欲の向上及び外商拡大につなげる。

■採用製品

食品加工品、肥料等

■採用方法

- ・ 県庁（出先機関含む）や、県立学校等での備蓄食料品として採用
- ・ 県主催イベントでのノベルティや景品、知事賞誉の景品として採用
- ・ 県立農業高校で使用する肥料として採用 等

<数値目標>

項目	本戦略 (R9年度)	直近の実績 (R6年度)	【参考】産業振興計画 (R9年度)	
			新たな商品開発件数	5件
採用製品数	10品目以上	0品目		

(v) 竹資源

具体的な採用製品については、県内産の竹資源を原材料とした竹材加工品とする。

採用方法については、県幹部職員の名刺や県主催イベントにおけるノベルティなどに採用することで、竹材加工品の認知度向上や需要拡大を通じた竹材生産量の増加に貢献する。

■採用品目

竹材加工品（竹製名刺、竹タンブラーなど）

■採用方法

- ・ 県主催イベントのノベルティや景品として採用
- ・ 県幹部職員の名刺として採用 等

<数値目標>

項目	本戦略 (R9年度)	直近の実績 (R6年度)	【参考】産業振興計画 (R9年度)	
			竹材生産量	2,000 t/年
竹材加工品の 採用量	竹材換算：0.05 t/年	竹材換算：0 t		

(vi) 木製品

具体的な採用製品については、県産材を原材料とした事務机、書棚などの木製品とする。

採用方法については、県庁職場の事務備品として採用を推進することで、「県産材利用推進に向けた行動計画」における導入目標達成の後押しをするとともに、木材需要の拡大に貢献する。

■採用製品

木製品（事務机、会議机、書棚など）

■採用方法

- ・ 県庁職場のスマートオフィス化に合わせた事務備品として採用
- ・ 庁舎の建て替えに合わせた事務備品として採用 等

<数値目標>

項目	本戦略 (R9年度)	直近の実績 (R5年度)	【参考】産業振興計画 (R9年度)	
			木材・木製品製造業 出荷量	25.9万 m
県有施設への高知 県産木製品導入率	100%	45%		

※本戦略に基づく取り組みとして、R8年度に採用する製品は木材換算で51.9m³程度となる。

なお、上記 (i) ~ (vi) の重点品目の具体的な取り組みとは別に、県版ふるさと納税の返礼品等の採用を推進する。

2 県内事業者の育成

(1) 重点分野の選定理由と対応方針

公共調達において、県際収支の改善を通じた県内総生産の拡大に効果が期待できる分野について、事業目的の遂行に支障が生じない範囲で、受注機会の拡大を通じた県内事業者の育成に資する取り組みを推進する。

各年度において、県内事業者の受注能力の向上とあわせて公共調達における県内事業者の育成に重点的に取り組む分野（以下、「重点分野」という。）を選定し、全庁的な連携の下で対応する。

「重点分野」については、県内事業者の受注により県内総生産の拡大に高い効果が期待される分野として、①契約金額、②県外事業者への発注比率、③粗利比率（注1）の3要素（注2）を踏まえ、次の (i) ~ (iii) を選定する。

- (i) 情報通信サービス分野
- (ii-1) 建設工事分野（工事）
- (ii-2) 建設工事分野（測量・設計等）
- (iii-1) サービス分野（イベント運営）
- (iii-2) サービス分野（広報）

- (注1) 売上高から売上原価を差し引いた「売上総利益」の売上高に対する比率のこと。
 ここから人件費や家賃、租税公課等を差し引いたものが「営業利益」となる。
 なお、本戦略で記載する粗利比率は国統計調査から算出される一般的な数値であり、公共調達における実態を示したものではないことに留意が必要。
- (注2) 以下に記す各分野の3要素（①契約金額、②県外事業者への発注比率、③粗利比率）の詳細については、参考資料2参照

※3要素の出典

「①契約金額」及び「②県外事業者への発注比率」：高知県調べ

「③粗利比率」：中小企業庁「中小企業実態基本調査」令和6年速報（令和5年度決算実績）より
 高知県作成

各分野の選定理由及び選定した重点分野において県外事業者への発注が生じている要因は次のとおりとなる。

(i) 情報通信サービス分野

「情報通信サービス分野」は、県外事業者への受注比率が件数で58.5%、金額で70.5%と高く、かつ粗利比率も48.8%と高い分野である。このため、県内事業者の受注機会の拡大等により、県際収支の改善を通じた県内総生産の拡大に高い効果が期待される分野であることに鑑み、選定する。

<3要素の状況（概要）>※契約金額の計が500万円以上の事業者を集計

- ① 契約額（令和5年度）
34億円
- ② 県外事業者への発注比率（令和5年度）
件数：58.5%
金額：70.5%
- ③ 粗利比率（令和5年度）
48.8%

<県外事業者への発注の要因>

- システムパッケージ化が進んでいる県外事業者の価格競争力が高まっている。
- 技術的な要因や人員数の要因により県内事業者では対応できない業務がある。
- 業務の公募が出て初めて内容を知る状況で期日が短いと、年間の業務計画に組み入れづらく、人員調整が難しいため県内事業者では対応困難な場合もある。

(ii-1) 建設工事分野（工事）

「建設工事分野」は、公共工事全体では県外事業者の受注比率が件数で0.8%、金額でも3.2%と低く、粗利比率も23.4%と低い分野である。

一方で、契約額総額が非常に大きく、これらは多額に上る契約になることに鑑み、選定する。

<3要素の状況（概要）>

- ① 契約額（令和5年度）
482億円（うち、県外企業への発注額15.3億円（JVなどの大規模工事等））
- ② 県外事業者への発注比率（令和5年度）
件数：0.8%
金額：3.2%
- ③ 粗利比率（令和5年度）
23.4%

<県外事業者への発注の要因>

■ 大型ダムや長大橋梁などのジョイントベンチャー（JV）による大規模工事などは、県内事業者が有している専門分野とは異なる技術力や特殊施工設備等が必要となり、単独で受注できる県内事業者がいないため。

※なお、県内事業者受注割合の目標を設定する際には、県内事業者のみで施工できない特殊性の高い工事は、県内発注算定率から除いて算定する。

(ii-2) 建設工事分野（測量・設計等）

「建設工事分野（測量・設計等）」は、全体では県外事業者の受注比率は、件数では23.9%と低いが、金額では40.2%を占めている。

契約額総額が高いほか、多額に上る契約は県外事業者が多く受注している状況と、粗利比率が52.9%と高い分野であることを踏まえ、選定する。

<3要素の状況（概要）>

- ① 契約額（令和5年度）
77.8億円
- ② 県外事業者への発注比率（令和5年度）
件数：23.9%
金額：40.2%
- ③ 粗利比率（令和5年度）
52.9%

＜県外事業者への発注の要因＞

- 大型ダムや港湾工事設計などの専門的な知識・技術を要する特殊な業務については、全てを県内事業者のみで執行することが困難。
- 県内の測量・設計やコンサルタント事業者は、中小企業が多く技術者が少ないことから、専門性が必要な特殊な業務の受注を想定した経営を行っている企業が少ない。
※なお、県内事業者受注割合の目標を設定する際には、県内事業者が有していない専門性が必要な業務は、県内発注算定率から除いて算定する。

(iii-1) サービス分野（イベント運営）

「サービス分野（イベント運営）」は、県外事業者の受注比率が件数で31.3%、金額でも31.0%と低く、粗利比率が41.6%と高い分野である。

一方で、一定の契約額総額があるほか、龍馬マラソンや観光博覧会といった大規模なイベント運営業務は、県外事業者がその多くを受注している実態に鑑み、選定する。

＜3要素の状況（概要）＞

- ① 契約額（令和5年度）
15.9億円
- ② 県外事業者への発注比率（令和5年度）
件数：31.3%
金額：31.0%
- ③ 粗利比率（令和5年度）
41.6%

＜県外事業者への発注の要因＞

- イベント自体の効果や参加者の満足度を重視した結果
 - ・運営に特殊なシステムが必須となる場合
 - ・災害対応など専門性の高い知見やノウハウが必要となる場合
 - ・県外や海外で実施するイベントで、現地での資材やスタッフの確保、各種広報などが必要となる場合などで、対応可能な事業者が大手を含む県外事業者に絞られることがある。
- 一方、県内事業者がプロポーザル等に参加していても、類似業務の受注実績や経験に基づく提案力に対する評価により県外発注となる場合もある。

(iii-2) サービス分野（広報）

「サービス分野（広報）」は、県外事業者の受注比率が件数で33.8%、金額でも39.7%と低く、粗利比率が41.6%と高い分野である。

一方で、一定の契約額総額があるほか、高知家プロモーションや観光プロモーションなど、より広域で高い効果が求められる広報業務については、その多くを県外業者が受注している実態に鑑み、選定する。

< 3要素の状況（概要） >

- ① 契約額（令和5年度）
12.7億円
- ② 県外事業者への発注比率（令和5年度）
件数：33.8%
金額：39.7%
- ③ 粗利比率（令和5年度）
41.6%

< 県外事業者への発注の要因 >

- 広報の効果を重視した結果
 - ・ 県外の特定地域で、現地支社を有すなど、効果的な広報を実施できる経営資源や営業網が必要となる場合
 - また、それを前提とした価格競争力を有する場合
 - ・ 特定の地域で影響力が大きい、又は唯一である広報媒体や、著名なタレントを活用する場合などで、対応可能な事業者が大手を含む県外事業者に絞られることがある。
- 一方、県内事業者がプロポーザル等に参加していても、類似業務の受注実績や経験に基づく提案力に対する評価により、県外発注となる場合もある。

(iv) サービス分野（調査分析）

「サービス分野（調査分析）」は、県外事業者の受注比率が件数で49.4%と一定程度高い一方で、金額では29.5%と低い。粗利比率は52.9%と高い分野である。

契約額総額が小さいほか、県内事業者が件数では5割強を受注し、金額では7割強を占めることから「重点分野」からは除外する。

< 3要素の状況（概要） >

- ① 契約額（令和5年度）
3.8億円
- ② 県外事業者への発注比率（令和5年度）
件数：49.4%
金額：29.5%

- ③ 粗利比率（令和 5 年度）
52.9%

（v）小売業分野

「小売業分野」については、県外事業者の受注率が 0%で、全て県内事業者が受注していること、売上原価の大部分が原材料仕入れ原価であることを踏まえ、「重点分野」からは除外し、Ⅳの「1 県産品の採用」における「重点品目」の取り組みの中で個別に対応する。

＜3要素の状況（概要）＞※県内事業者に県外資本も含む

- ① 契約額（令和 5 年度）
9.2 億円
- ② 県外事業者への発注比率（令和 5 年度）
0%
- ③ 粗利比率（令和 5 年度）
29.3%

上記の（i）～（v）のうち、重点分野として選定した（i）～（iii）の分野について、県内事業者の受注が難しい要因等をまとめると、以下のことが考えられる。

- ・県内事業者は、発注事業を実施した経験値が乏しい、また、公示や発注情報を知ったタイミングでは、県内事業者の限られた経営資源では準備が間に合わず、そもそも入札に参加できない場合もある。
- ・県外の手事業者が、技術力や経験値、またそれによって培われる提案力や価格競争力に優る場合、入札やプロポーザル審査の結果、県内事業者の受注が難しいケースがある。
- ・そのほか、過度な価格競争を抑制し、県内事業者の育成に資するため、発注者の姿勢として、長引く物価高や賃金の上昇などの社会情勢の変化への適切な対応が求められている。

これらを踏まえ、大きく以下 3 つの方向性により県内事業者の育成を推進する。

- ① 県内事業者の受注機会（OJT 機会）の増加・創出を通じて競争力を高める
- ② 県内事業者の技術力の向上を通じて競争力を高める
- ③ 公共調達での適正な価格転嫁の受入れを率先する

（2）重点分野の県内事業者の育成に向けた具体的な取り組みと数値目標

【方向性①】県内事業者の受注機会（OJT 機会）の増加・創出を通じて競争力を高める

- ・委託業務等における県内事業者の優先

令和 7 年度中に、「物品等の調達について」（平成 24 年 10 月 10 日付会計管理課長通知）を改正し、特に重点分野に関する発注については、入札等の参加者を原則県

内事業者、又は県内事業者を含む共同企業体（JV）に限定することを推奨する。これに依りがたい場合でも、プロポーザル審査等において、原則、県内事業者、又は県内事業者を含む共同企業体が優遇される評価項目を設定する。（情報通信サービス分野、サービス分野）

- ・再委託における県内事業者の優先

委託業務等において、印刷業務などの再委託が想定される場合は、県内事業者を再委託先として選定することを推奨する。（情報通信サービス分野、サービス分野）

- ・プロポーザル方式審査項目の見直し

令和7年度中に、プロポーザル方式の実施に関するガイドラインを見直し、原則、男性育休取得推進企業登録など政策誘導のための県内企業登録制度への参画状況を審査項目に加え、評価する。（情報通信サービス分野、サービス分野）

- ・見積業者の県内事業者優先の徹底

令和7年度中に、「物品等の調達について」（平成24年10月10日付会計管理課長通知）を改正し、委託業務を含む物品等調達や予算見積のための参考情報として徴収する見積について、原則、県内事業者から取得する。

また、県における施策の推進を図ることを目的に、施策に関連する認証等を受けている事業者から優先的に見積書を徴収する。（情報通信サービス分野、サービス分野）

- ・分割発注の推奨

県内中小企業が受注しやすいよう業務に支障のない範囲で分割し、計画的に発注することを推奨する。（情報通信サービス分野、建設工事分野、サービス分野）

- ・補助事業者による発注業務の県内発注推進

県の補助事業において、補助事業者が、本戦略における県内事業者の育成に重点的に取り組む分野の調達を行う場合、戦略に沿った発注に努めるよう求めていくものとする。

その際、補助事業を所管する所属においては、補助金交付要綱に「公共調達による地消地産推進戦略」に基づいた県産品の採用等の努力規定について規定するものとする。（情報通信サービス分野、建設工事分野、サービス分野）

- ・委託業務の入札情報の県内事業者への発信早期化

行政管理課のホームページに掲載する年間の委託業務の発注予定情報についてホームページ掲載時期を早期化する。（情報通信サービス分野、サービス分野）

- ・ 県外事業者の受注業務の公表と要因分析

重点分野にかかる公共調達について、県外事業者との契約状況を取りまとめ、産業政策課のホームページに公表するとともに、その要因を分析し、県内事業者の育成を通じて県内発注率を高める施策について継続して検討を行う。(情報サービス分野、建設工事分野、サービス分野)
- ・ 地元事業者への優先発注等

公共工事の発注は、県内事業者への発注を基本としており、総合評価方式においては、営業所の所在や災害協定の有無などの地域性の評価を継続する。

また、資材の調達等に関しては、「土木部発注工事における県内産資材優先使用の徹底」(平成20年7月31日付土木部長通知)により、特記仕様書に県内産品の優先使用を明記することとしている。下請け工事に関しては、H22通知により県内事業者の活用を推奨しており、この取組を継続する。(建設工事分野(工事))
- ・ 共同企業体(JV)要件の設定

共同企業体方式(JV)の活用にあたっては、県内事業者の育成の観点から、県内事業者の共同企業体への参画に努めるものとして、工事案件ごとに入札参加資格要件を定めている。(建設工事分野(工事))
- ・ 総合評価方式での県内企業の優遇

評価項目で県内事業者の地理的条件や地域貢献度が評価されるよう継続して運用を行う。(建設工事分野(測量・設計等))
- ・ 測量・設計等の設計共同企業体(JV)での発注検討

県内事業者の受注機会の拡大等を図るため、設計共同企業体での発注に適した業務の検討を行い、該当業務についてJV方式で発注する。(建設工事分野(測量・設計等))
- ・ 公共工事の平準化

年間を通じて工事量を安定させ、工事従事者の処遇改善や人材、資材、機材等の効果的な活用による県内建設事業者の経営の健全化を図る。(建設工事分野(工事))

【方向性②】 県内事業者の技術力等の向上を通じて競争力を高める

- ・ デジタル技術の導入への支援の強化

デジタル技術の導入により、生産性向上や新たな付加価値の創出に取り組む県内事業者に対する補助制度の拡充を検討する。(情報通信サービス分野、建設工事分

野、サービス分野)

- ・事業者の競争力を高めるための講座の実施

県内事業者の競争力を高めるため、土佐まるごとビジネスアカデミーによる講座で経営や事業戦略など、幅広い分野の基礎知識から応用・実践力までを体系的に身につける機会を提供することで、県内事業者の育成を進める。(情報通信サービス分野、建設工事分野、サービス分野)

- ・生成 AI を活用したシステム開発スキル向上への支援

県内のシステム開発事業者向けに、生成 AI を活用した開発スキル向上につながる事業を新たに実施するよう検討する。(情報通信サービス分野)

- ・デジタル技術活用に関する講座の実施

高知デジタルカレッジで、デジタル活用に関する講座を実施する。(情報通信サービス分野、サービス分野)

- ・新技術等に関する研修の充実

技術者を対象に ICT 活用工事を含む、最新のデジタル技術に関する研修会を開催し、建設現場の生産性向上に関する知識の習得を促進する。(建設工事分野 (工事))

- ・情報化技術に関する専門家からの助言

専門家で構成した情報化技術活用検討委員会から、先進的な取組事例の報告や県事業での導入に向けたアドバイスを受けることにより、県内事業者の人材育成等を行う。(建設工事分野 (工事))

- ・建設ディレクターの導入支援

円滑な ICT 活用工事の実現をサポートする建設ディレクターを養成するため、建設事業者が雇用する若手人材の建設ディレクター育成講座受講に係る費用の一部を補助する。(建設工事分野 (工事))

- ・県内事業者を含む JV の組成の推進

県外事業者が入札等に参加する場合であっても、県内事業者を含む共同企業体 (JV) を条件とすることで、県内事業者のノウハウの蓄積やスキル向上の機会を創出する。また、測量・設計分野の委託業務においては、共同設計体方式での発注について検討を行う。(情報通信サービス分野、建設工事分野、サービス分野)

【方向性③】 公共調達での適正な価格転嫁の受入れを率先する

- ・物価上昇を踏まえた予算確保

公共調達において、県内事業者の育成に資するよう、適切な価格転嫁を行うために必要な予算を確保する。

また、予算要求における単価及び発注における予定価格等については、最低賃金の上昇やエネルギー代金の値上がりを踏まえたものとする。(情報通信サービス分野、建設工事分野、サービス分野)

- ・公共工事における物価上昇に対するスライド対応

公共工事の積算において、労働市場における実勢価格を基とする設計労務価格を用いる。また、契約後の物価変動に対しては、必要に応じて請負契約書のスライド条項を適用する。(建設工事分野(工事))

- ・契約の期中改定

契約後も、年度途中の物価上昇や最低賃金の上昇に適切に対応する。また、長期継続契約も含め、契約後の状況に応じて必要な契約変更を実施する。指定管理者制度においても、期中において代行料に適切に反映する。(情報通信サービス分野、建設工事分野、サービス分野)

- ・低入札価格調査・最低制限価格制度

労務費の比率が高い業種(建設工事など)について、両制度のいずれかを適用する。(建設工事分野(工事))

- ・官公需に関する事業者からの相談窓口の設置

官公需に関する相談窓口を設置し、適切な価格転嫁などの課題解決に取り組む。(情報通信サービス分野、建設工事分野、サービス分野)

<数値目標>

対象分野	目標値（R9年度）※1 県内事業者受注割合 （件数）	参考値（R5年度）※1 県内事業者受注割合 （件数）
情報通信サービス分野	51%	42%
建設工事分野（工事）	100%※2	99%（100%）※2
建設工事分野（測量・設計等）	95%※2	76%（94%）※2
サービス分野（イベント運営）	75%	69%
サービス分野（広報）	72%	66%

※1 今後、下記の具体的な施策で共同事業体の構成員に県内事業者を加える取組を推進することに鑑み、目標値を算出する際は、共同事業体に県内事業者が参画している場合、県内事業者として取り扱うものとする（参考値の県内事業者件数には、共同事業体に県内事業者が参画している場合を含んでいない）。

※2 （ ）内は、県内事業者で受注困難な長大橋梁などの特殊性の高い工事や、ダム・堰施設の設計などの専門性が高い業務を除いた数値。目標値は、当該特殊業務を除いた形で算出する。

V 庁内推進体制

1 進捗管理体制

本戦略の進捗管理等は、産業振興推進本部において実施する。

2 県内事業者相談窓口の設置

地産体制の強化と併せた本戦略の推進のための取り組みへの要望等についての相談窓口を産業政策課に置く。

同窓口は県庁内の地産体制所管課と協議のうえで当該重点品目及び各分野における対応体制を整備する。

- これまでの地産外商の取り組みにより、県内総生産は概ねプラス成長。
- 一方で、地理的条件や産業構造上の理由から、原材料や最終製品の多くを県外からの調達に頼らざるを得ず、県内の生産活動から生み出された付加価値の一部が県外に流出している状況
- 分野別にみると、エネルギーや飲食料品の分野では、県内需要は一定のボリュームがあるものの移輸入率が高い。また、本県の強みである林業を生かした木材・木製品分野においても移輸入率が高い[図1]
- そのため、**エネルギー及び飲食料品、木材・木製品**の分野を中心に県内で調達可能な品目において「**地消の拡大**」そのものではなく、それによる「**地産の強化**」を目指すことで、地域経済の好循環の創出と県際収支の改善を図る

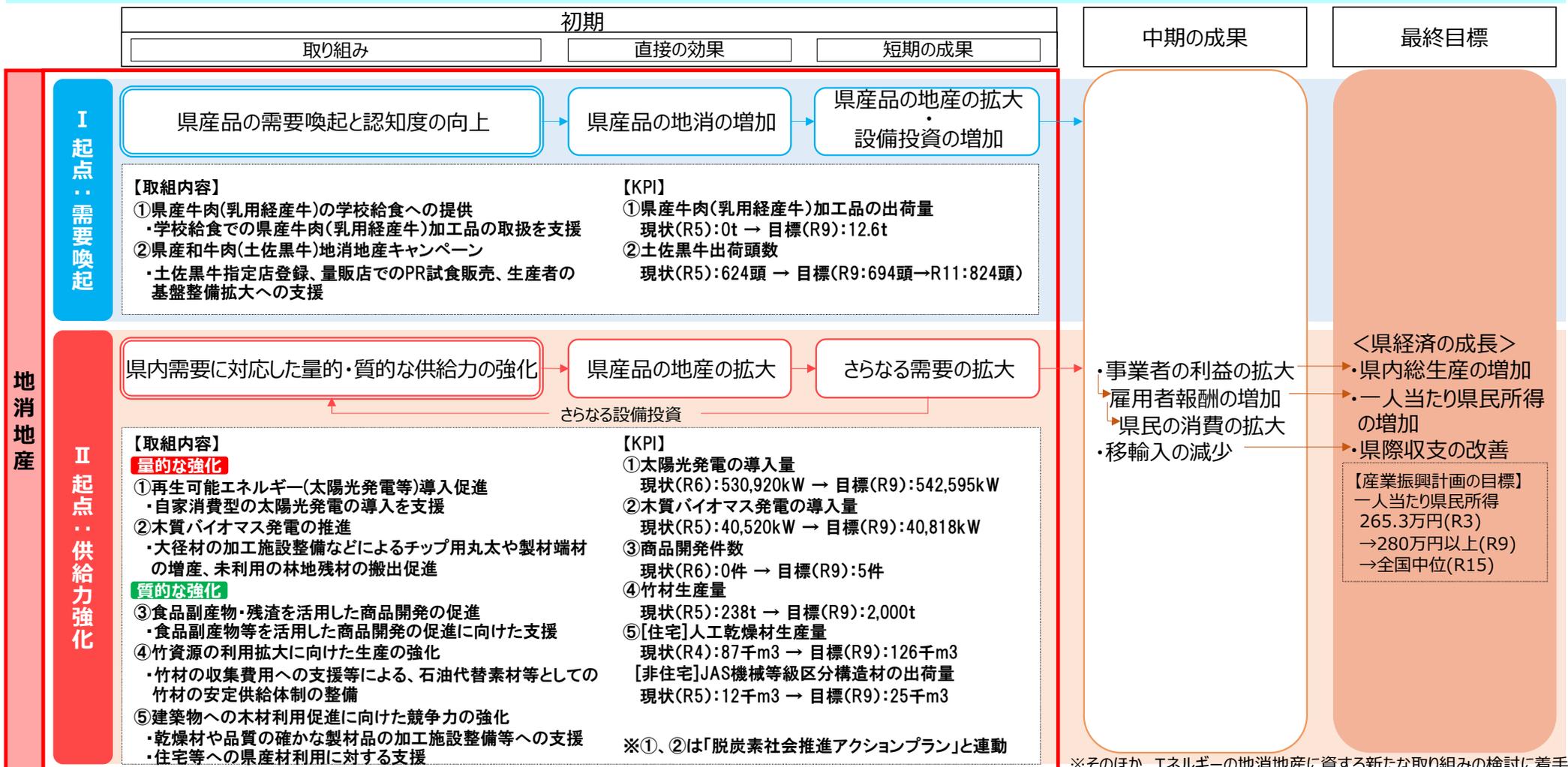
[図1]本県の移輸入率・県内需要額（抜粋）

	移輸入率 (%)	県内需要 (億円)	県内中間需要 (億円)	県内最終需要 (億円)	移輸入率 (%) 高知県計: 29.4%			県内需要額(中間・最終別)(億円)			
					0.0	50.0	100.0	0	1,000	2,000	3,000
エネルギー(※)	58.1	1,962	1,341	621	エネルギー 58.1			エネルギー 1,341 621			
飲食料品	75.4	1,885	745	1,140	飲食料品 75.4			飲食料品 745 1,140			
木材・木製品・家具	78.7	220	195	25	木材・木製品・家具 78.7			木材・木製品・家具 195 25			

(※)「エネルギー」は、「石炭・原油・天然ガス」「石油・石炭製品」「電力・ガス・熱供給」の合計

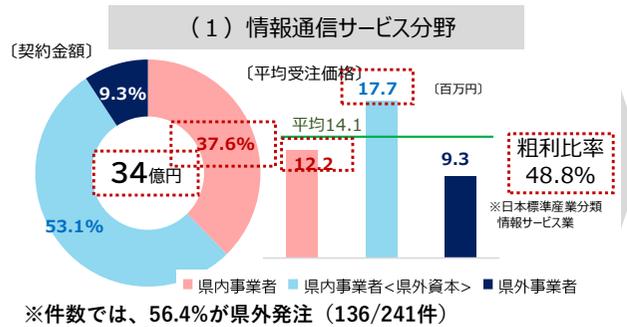
出典：高知県「平成27年産業連関表」

地消地産のロジックモデル



- 重点分野の候補である「**情報通信分野**」「**建設工事分野（工事、測量・設計等）**」「**小売業**」「**サービス分野（イベント運営、広報、調査分析）**」について、①**契約金額**、②**県外事業者の受注比率及び平均受注価格**、③**粗利比率**(※) 3要素で分析

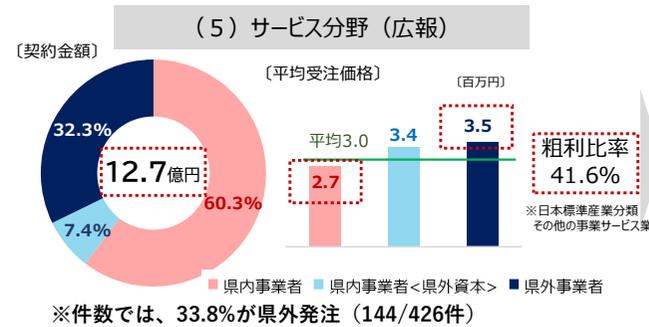
(※) 中小企業庁「中小企業実態基本調査」令和6年速報(令和5年度決算実績)の産業分類別の売上総利益を粗利として売上高に占める比率を高知県で算出



判定 ○

- ある程度の発注額がある
- 特に県外資本の単価が高く、県内事業者の受注価格は平均以下
- 粗利比率が高い

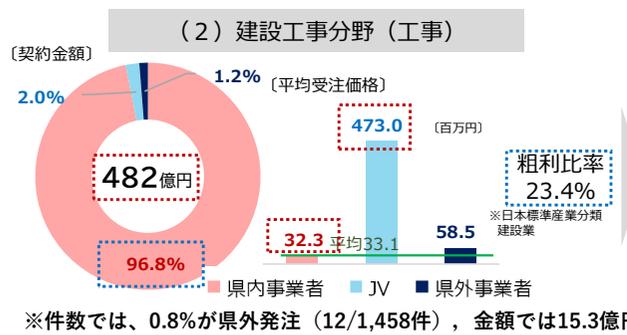
グラフは、R5年度情報化関連委託契約実績（情報システム構築・保守）
※1 契約金額500万円以上の契約を集計
※2 JVで構成員に県内事業者が含まれる場合は「県内事業者」にカウント



判定 ○

- ある程度の発注額がある
- 県外事業者の方がやや受注価格が高い
- 粗利比率が高い

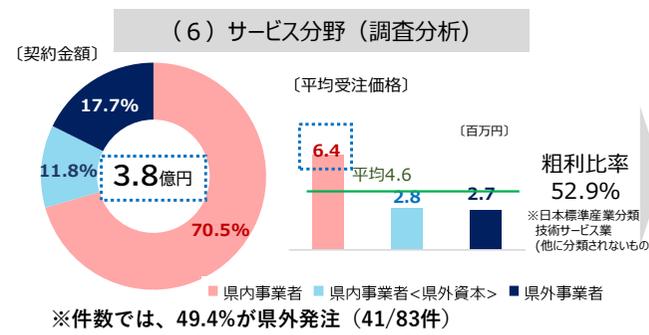
グラフは、R5年度決算資料（外郭団体、実行委員会等含む）



判定 ○

- 発注額が非常に大きい
- 特にJVの受注価格が高い

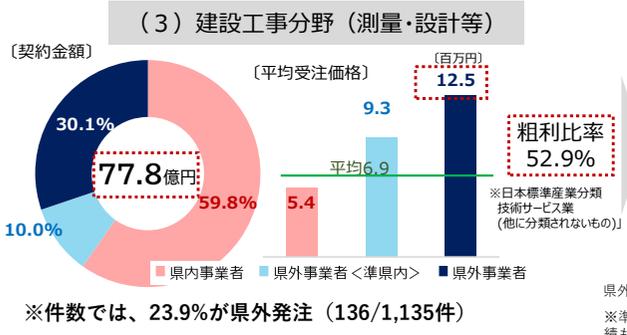
グラフは、R5年度建設工事契約実績
JVには県内事業者の参画を含む（幹事は県外）



判定 ×

- 発注額が小さい
- 県内事業者の方が受注価格が高い

グラフは、R5年度決算資料

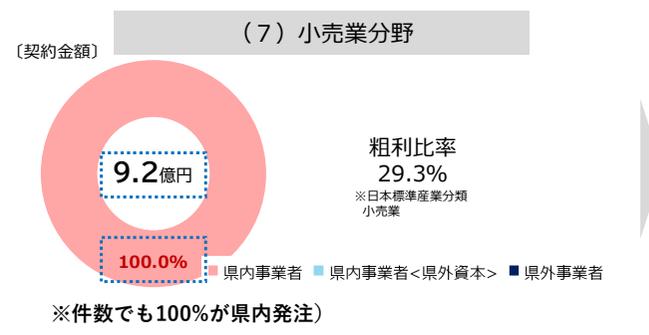


判定 ○

- 発注額が大きい
- 県外事業者の方が受注価格が高い
- 粗利比率が高い

グラフは、R5年度建設工事測量・設計等委託契約実績

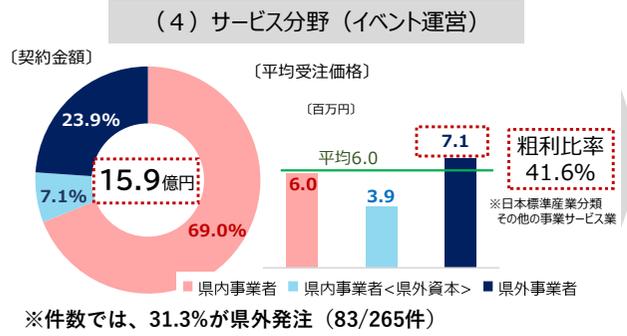
県外事業者<準県内>
※準県内：高知支店で技術者等の雇用も多く、受注実績も多い県外業者



判定 ×

- 発注額が大きくない
- 県内事業者が100%受注

グラフは、R5年度発注実績（県内事業者に県外資本も含む）



判定 ○

- ある程度の発注額がある
- 県外事業者の方がやや受注価格が高い
- 粗利比率が高い

グラフは、R5年度決算資料（外郭団体、実行委員会等含む）

主な選定する要因 (Red dashed box) 選定しない要因 (Blue dashed box)