

# 取り組みの強化の方向性

## 《目次》

### 【各産業分野】

○ 農業分野	1
○ 林業分野	5
○ 水産業分野	9
○ 商工業分野	12
○ 観光分野	16
○ その他の分野	
保健・医療分野	19
福祉分野	21
土木分野	22

### 【連携テーマ】

○ 関西圏との経済連携の強化	23
○ 地産外商戦略の推進	24
○ 起業や新事業展開の促進	27
○ 移住の促進	29
○ 県内就職の促進	31

### 【次世代産業創造プロジェクト】

○ ヘルスケアイノベーションプロジェクト	35
○ アニメプロジェクト	36
○ グリーンLPガスプロジェクト	8

### 【ご意見をいただきたい各分野に共通するテーマ】 ··· 38

# 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 7	R 9
目標	1,210	1,221	1,174	1,191	1,224
実績	1,081	1,136	—	—	—
達成度	B	B	—	R7年12月公表予定	—

## ◆分野を代表する目標：農業生産量（野菜主要11品目）

単位：万t

	R 4（出発点）	R 5	R 6	R 7	R 9
目標	13.4	13.6	13.4	13.6	14.1
実績	12.9	12.4	—	—	—
達成度	B	B	—	R7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

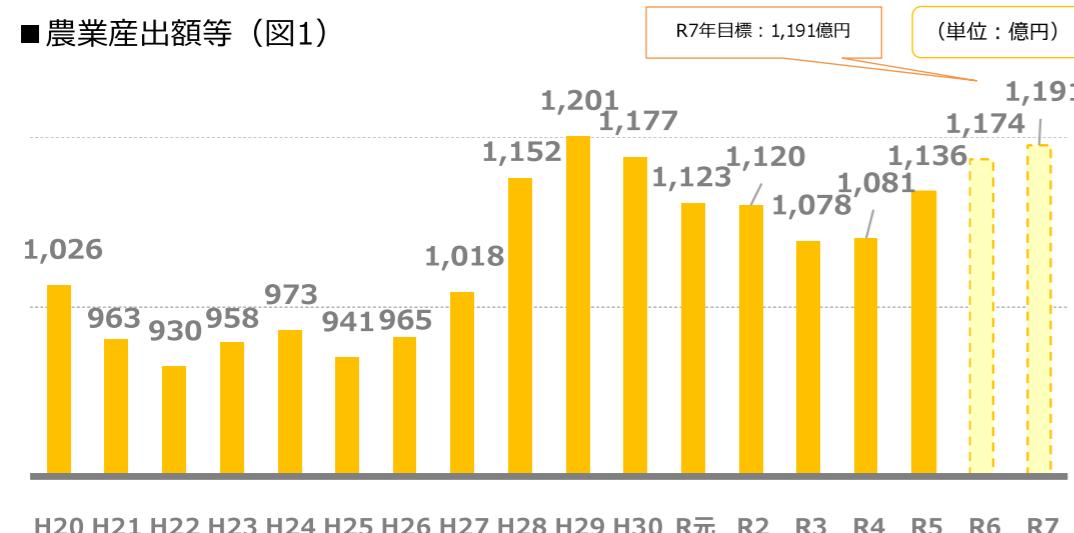
○R6年の農業生産量（野菜主要11品目）は、4月以降の天候不順と夏期の高温・渇水により1～10月までの累計が前年同期比でやや少なく推移しており、目標値を下回る見込み。

農業産出額等は、農産物の生産量が夏期の高温・渇水等の影響により減少する見込みであるものの、R5年に比べ単価高で推移している品目もあり、目標達成は不透明な状況。

○R7年の農業生産量は、天候不順や夏季の高温等により、前年より多いが平年比でやや少なく推移している。販売単価は、全国的な生産量の減少により例年より高く推移している。

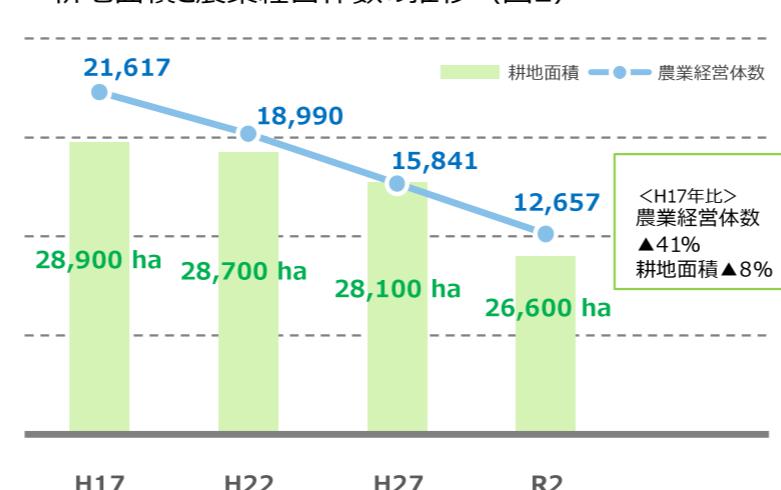
○引き続きIoPクラウド「SAWACHI」の利用者増加によるNext次世代型こうち新施設園芸システムの普及拡大、次世代型ハウスの整備推進による生産性のさらなる向上、経営体の規模拡大や新規参入の促進、夏期の高温対策に取り組む。

### ■農業産出額等（図1）



R5年は、野菜の全国的な収量減による単価高や果実の生産量増加の影響から、R4年から55億円の増加となったが、目標の1,221億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）



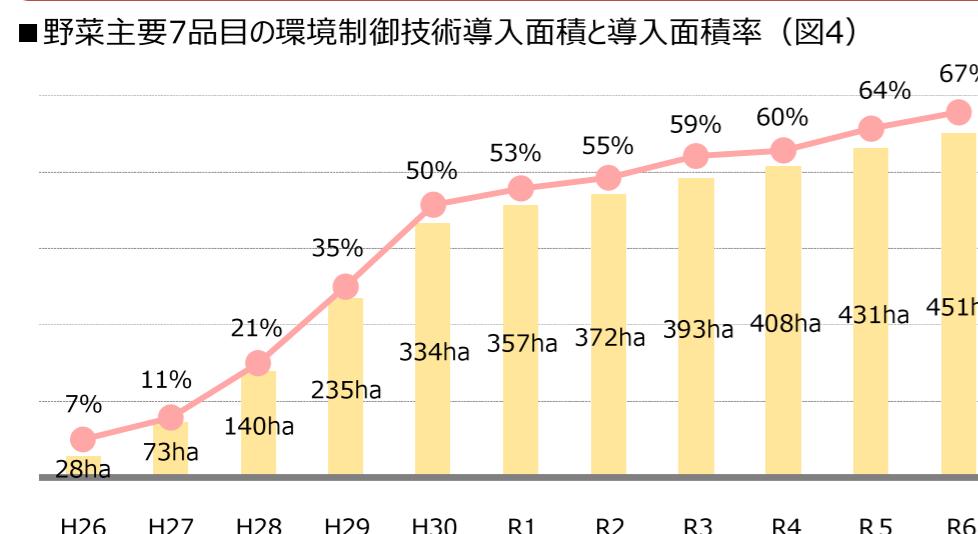
農業者の高齢化等により、耕地面積、農業経営体数ともに減少傾向。

### ■野菜主要7品目の生産量(図3)



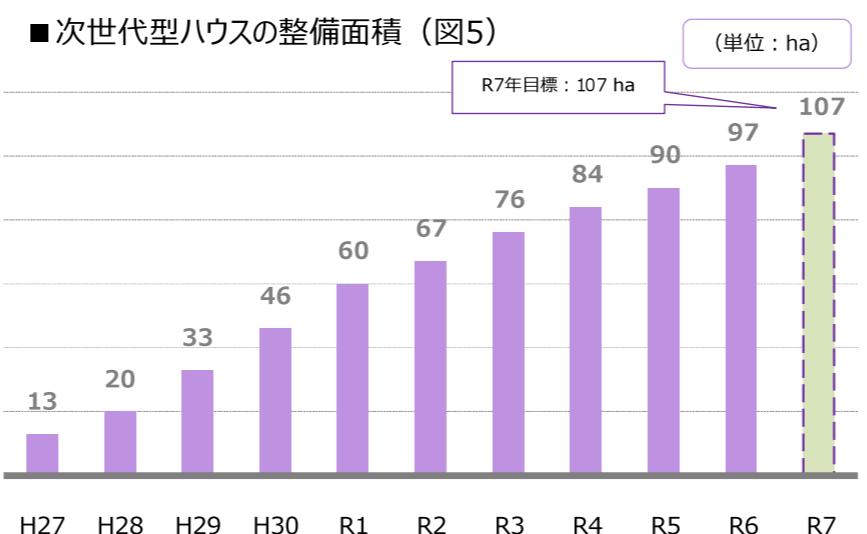
耕地面積が減少しているものの、反収の増加により、野菜主要7品目の生産量は横ばいで推移。

### ■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）

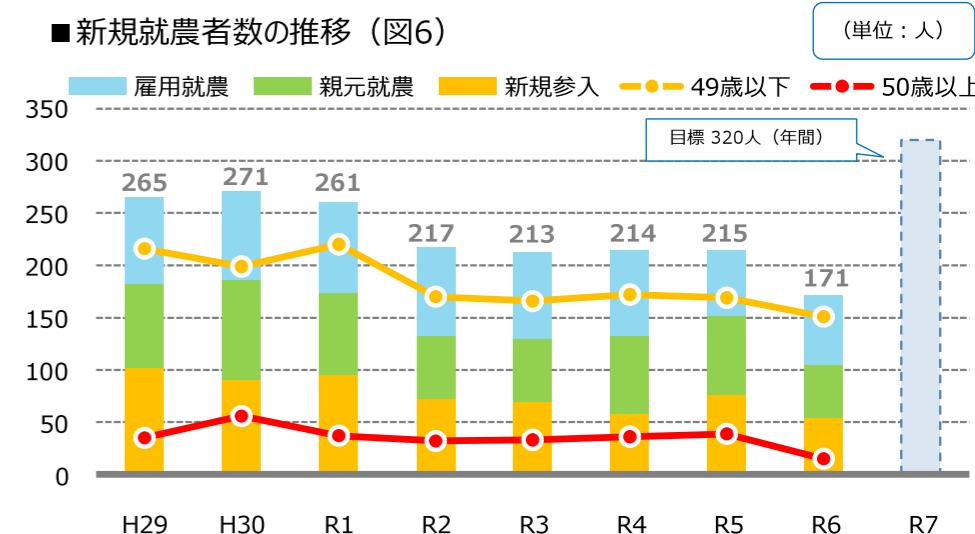


野菜主要7品目の環境制御技術の普及はR6年度には451ha (67%) と一定進んだものの、データを活用して増収につなげる農業者は限定されている。次世代型ハウスの整備面積は資材高騰の影響により投資意欲が減退しているが、一定の面積が増加している。

### ■次世代型ハウスの整備面積（図5）



### ■新規就農者数の推移（図6）



R6年度の新規就農者数は、大幅に減少。初期投資額の上昇や定年延長により、子育て世代の新規参入者数やシニア世代の親元就農者数が大きく減少している。

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

## (1) 若者所得向上検討チーム会での検討

## ①現状

- ・面積当たりの園芸品産出額は全国一である
- ・農業産出額の62%を野菜が占め、野菜産出額の72%が施設野菜主要7品目である
- ・5,000万円以上の販売額がある施設野菜農家数は57戸（2020センサス）※3,000～5,000万の農家数は134戸
- ・農業経営体の97.5%以上が家族経営の自営農家
- ・農業法人は297（2025.3末：県調べ）

## ②対象の選定

- ・園芸の核である施設野菜の中でも、一定数の雇用ができる  
売上げ5,000万円以上の経営体とする

## ③チーム会の開催

- ・計5回開催（5/16、6/12、7/17、8/19、9/12）
- ・チーム会メンバー：経営者委員4名、県4名

## (1) 若者所得向上検討チーム会での検討

- ・時給1,500円になった場合、現状の所得を維持するには、同じ経営規模なら反収を15～25%以上増やし、販売額を増加させる必要がある
- ・さらなる雇用増や時給増への対応には経営規模の拡大や一年を通した生産体制の構築、販売額増や通年雇用を可能とする必要がある
- ・他産業と競争しつつ雇用を確保するには、法人化し雇用環境が整った経営体を育成する必要がある
- ・栽培技術中心の農業者から経営管理が出来る経営者を育成する必要がある
- ・販売額1億以上の農家を育成するには、経営ステージごと（例えば販売額）に取組項目を整理する必要がある
- ・販売額の増加には、多様な販売先の確保も必要

## (2) IoPプロジェクトの推進

## IoPクラウドSAWACHI利用農家数：

3,000戸（R7目標）⇒ 1,700戸（R7.9現在）

## ①SAWACHI利用農家数のさらなる拡大

【全体】新規ユーザー獲得に向けたSAWACHI操作説明会  
20回（目標：6～2月）→4回（7～9月）

【主要7品目】重点推進ターゲットへのリーフレットの送付

1,058戸（目標：7～1月）→152戸（8月）

【生産部会・慣らし会等での説明】

主要7品目：363回（目標：4～3月）→56回（4～7月）

7品目以外：231回（目標：4～3月）→43回（4～7月）

## ②さらなる利便性の向上

- ・圃場日誌：8月実装済
- ・ズッキーニの出荷量データ連携：10月公開予定
- ・うどん病発生予測：画面開発中、1月公開予定

## ③営農支援システムの開発

- ・営農機能4機能（9月～試験運用中）
- ・GX機能2機能（R7年度中に試験運用予定）

## (2) IoPプロジェクトの推進

## ①SAWACHI利用農家数のさらなる拡大

- ・産地を牽引していく50代以下やさらなる収量の増加が期待できる生産者の加入率を上げていくことが必要
- ・未加入者にSAWACHIの効果的な活用事例や成果を伝える機会が少なく、十分にPRできていない

## ③営農支援システムの開発

- ・試験運用中の機能に加え、栽培方法の改善をアドバイスするAIエンジンを活用した機能等の開発を加速化する必要がある

## ポイント1

目指す姿：売上げ5,000万円以上を目指して  
法人化し規模拡大を図り、1億円プレイヤーへ！

## (1) 若者所得向上検討チーム会での検討

<令和7年度下半期の取り組み>

## ○データ駆動型農業による反収の最大化

- ・SAWACHIの利用促進
- ・データ駆動型の営農指導による栽培技術向上への支援
- ・補助事業によるデジタル機器、省力化機器の導入支援

## ○法人化・経営管理能力の向上

- ・法人志向農家に必要な労務管理や経営管理力向上に向けたスキルアップ支援

## ○ニーズに応じた販売戦略

- ・専門家派遣等による販路開拓支援
- ・外商公社等と連携したマッチング支援

<令和8年度の取り組み>

## ○規模拡大による販売額増

- ・法人の規模拡大にかかる施設整備への支援策を充実

## ○法人化・経営管理能力の向上

- ・品目を越えた経営研究会の開催支援
- ・国内・外の経営体の視察（県内外及びオランダ視察）
- ・経営視点の習得に向けた普及指導員研修

## ポイント2

SAWACHIの使える化を加速し、農業のデジタル化を拡大！

## (2) IoPプロジェクトの推進

<令和7年度下半期の取り組み>

## ①SAWACHI利用農家数のさらなる拡大

- ・主要7品目で、50代以下や平均収量以下の農家にターゲットを絞り、個別巡回による加入を促進

## ③営農支援システムの開発

- ・試験運用中の営農支援システムの実装に向けた構築と改修
- ・新たにWGを立ち上げ開発の体制を強化し、AIエンジンを活用した機能の開発を加速化

<令和8年度の取り組み>

## ①SAWACHI利用農家数のさらなる拡大

- ・反収の低い農家に環境測定装置を試験的に利用してもらい、データ駆動型の伴走支援で効果を実感することで加入を促進

- ・SAWACHIを活用した栽培管理の方法やポイントを紹介する動画を作成し、SNSやJA集出荷場の既存の大型モニターで配信することによりSAWACHIのメリットをPR

- ・SAWACHIの活用成果が出ている農家を「SAWACHIセンター」に任命し、個別巡回等による加入を推進

## ③営農支援システムの開発

- ・営農支援システムの営農機能4機能及びGX機能2機能を実装

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

## (3) 気候変動に適応した栽培技術の普及推進

## ①気候変動（高温）に適応するための研究

## ○野菜

- ・夏秋栽培では、高温や乾燥による落花、果実の日焼け等で収量・品質が低下。促成栽培では、定植後の活着不良、初期生育の遅延で初期収量が低下

- ・産地から米ナスやシトウの高温耐性品種の育成を求める声  
⇒ハウスキュウリにおいてガスヒートポンプによる夜間の冷房技術を開発中

## ○水稻

- ・肥料成分の早期溶出により、生育後期の栄養不足で収量が低下

- ・高温耐性品種でも白未熟粒等により品質が低下  
⇒コシヒカリよりやや晚生で良食味の有望系統の特性を調査中

## ○果樹

- ・「新高梨」では猛暑によるみつ症の発生や暖冬による開花数の減少等の生理障害により出荷量が大きく減少  
⇒みつ症の発生を抑制する優良台木の増殖技術を開発中

## ○花き

- ・ダリアでは高温により開花の遅れや収穫本数が減少  
⇒日持ちの良いダリアについて生育や開花特性等を調査

## (4) 畜産の振興

## ①肉用牛の生産基盤強化とブランド化の推進

- ・経営に必要な資金供給の継続  
(土佐和牛経営安定基金の造成：23頭分)

- ・子牛の育成改善（プロジェクトチーム会 6月）

- ・土佐黒牛の県内需要喚起  
(量販店でのPR 8月～、飲食店への試食提供 9月～)

- ・土佐あかうしの輸出促進に向けた認知度向上  
(展示商談会出展支援タイ・バンコク 5月)

②稻WCSの生産拡大と広域流通の促進  
(WCS用稻作付意向：332ha (6月末時点))

- ・生産地域での年間取組計画策定（各協議会 5～7月）
- ・遠隔地への供給体制の確立支援

## (3) 気候変動に適応した栽培技術の普及推進

## ①気候変動（高温）に適応するための研究

- ・地球温暖化の進行により、今後も気温の上昇が予測以上に進む可能性が指摘される中、本県の気象条件や品目、作型などに応じた技術の検証と開発が必要である

## ○野菜

- ・ハウス内の温度上昇を抑制する諸資材や技術について、生産現場が導入しやすい技術の検証が必要
- ・地温の上昇を抑制する栽培技術の開発や、高温に伴う土の乾燥を抑制する資材の探索が必要
- ・将来を見据えて高温耐性を持つ品種の選抜と育成が必要

## ○水稻

- ・著しい高温下及び本県の作型での施肥管理の開発が必要
- ・高温下でも品質が低下しにくい品種の選抜と育成が必要

## ○果樹

- ・生理障害抑制対策として期待できる台木候補系統を見出し、発根率を向上させる技術を明らかにしたが、台木として利用できる十分な発根量が得られる増殖方法の確立が必要

## ○花き

- ・ダリアでは高温耐性についての評価が必要

## ポイント3

## 気候変動対策技術の研究開発を強化

## (3) 気候変動に適応した栽培技術の普及推進

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- 農研機構との共同研究による水稻の高温耐性品種の育成

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

## ○野菜

- ・最新の遮熱・遮光資材や、外気導入と細霧冷房の併用技術によるハウス内の温度上昇抑制効果の検証
- ・排水対策や地温確保のため、凸状にしている畝を、表面積が少なく地温が上がりにくい平らな畝とし、遮熱マルチを組み合わせることで地温上昇を抑える技術の開発
- ・吸水性ポリマーなど、土の保水力を高める資材を活用した土の乾燥抑制効果の検証
- ・県や国が保有する米ナスやシトウの育種素材の高温耐性評価

## ○水稻

- ・高温下における施肥技術の開発
- ・全国で育成された高温耐性品種の本県適応性の検証及び新品種の育成

## ○果樹

- ・「新高梨」における生理障害の発生が少ない優良系統の台木利用に向けた挿し木繁殖技術の開発

## ○花き

- ・ダリアの高温耐性に優れた品種の選定

## ポイント4

地消のさらなる推進！  
稻WCS需要量の確保！

## (4) 畜産の振興

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

## ①肉用牛の生産基盤強化とブランド化の推進

- ・土佐黒牛の需要喚起・認知度向上  
取扱飲食店を登録、SNS等で情報発信 (12月～)

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

## ①肉用牛の生産基盤強化とブランド化の推進

- ・土佐黒牛の県内需要喚起  
量販店でのPR継続、登録飲食店の増、PRイベント支援

- ・土佐黒牛・土佐あかうしの子牛の育成改善の取り組みを支援することで、肉質・肉量向上を図り、円滑な増産につなげる

- ②稻WCSの生産拡大と広域流通の促進  
・稻WCS用の専用品種の活用やその再生二期作による増産、新たなWCS用稻生産組織の育成

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

## (5) 流通・販売の支援強化

- ①卸売市場と連携した販売拡大
  - ・継続した取扱を目指した量販店フェア実施やバイヤー招へい  
量販店フェア（4～8月：関東1,039店、関西707店）
  - ・「あんぱん」放送や万博に合わせた県産青果物の認知度向上  
フェアにおける「高知の野菜11人きょうだい」キャラクター活用  
万博「地方創生SDGsフェス」における県産園芸品のPR
  - ・花の商談会開催に向けた出展者の調整（17事業者）
- ②業務需要に応じた取引の拡大
  - ・生産者に向けた業務需要取引の理解促進講演会（2回）
  - ・業務向け大型規格の品質確認（ナス、ピーマン）
- ③農産物のさらなる輸出拡大
  - ・海外での市場を経由した販路開拓のための委託先の増  
委託先 R6：青果1社、花1社→R7：青果2社、花2社
  - ・他部局と連携した海外展示会へ出展（シンガポール、タイ）
  - ・ユズの有機的栽培面積拡大への支援（実証圃設置等）

## (5) 流通・販売の支援強化

- ①卸売市場と連携した販売拡大
  - ・高温の影響等による市場への供給量の減
  - ・「あんぱん」放送後も高知県産青果物全体の需要拡大  
を図る訴求力のある販売PRが必要
  - ・少量で特色ある花のPRと販路拡大が必要
- ②業務需要に応じた取引の拡大
  - ・業務需要の要望に応じた規格や容量への対応が必要
- ③農産物のさらなる輸出拡大
  - ・青果物は食習慣の違いで認知度が低く食べ方提案が  
必要
  - ・国の米生産拡大方針に対応した海外での販路開拓が  
必要
  - ・グロリオサ等特色ある花の海外におけるさらなる販売拡大
  - ・海外での商談会に積極的に出展する事業者が限られて  
いる
  - ・有機的栽培ユズ果汁は、ニーズに対し十分供給できてい  
ない

## ポイント5

## 農産物の国内外へのさらなる販売拡大

## (5) 流通・販売の支援強化

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①卸売市場と連携した販売拡大
  - ・高温対策の実施等による供給量の確保
  - ・11人きょうだいを活用した認知度向上と関西トップセールス
  - ・市場と連携した花の実需者への直接的な商談会実施（1月）
- ②業務需要に応じた取引の拡大
  - ・業務用向けの大型規格野菜の安定生産技術の実証（ナス、  
ピーマン）及び增量期の大容量出荷形態の検討
- ③農産物のさらなる輸出拡大
  - ・水産物等と連携した試食商談会の開催（マレーシア、タイ）
  - ・輸出セミナー開催（10月青果物、12月米）
  - ・ドバイでの花展示商談会と米国バイヤー招へいによる花商談会
- <令和8年度の取り組み>
- ①卸売市場と連携した販売拡大
  - ・高知県産農産物全体をイメージできるブランド化への取組
  - ・「高知家の魚応援の店」等への県産野菜の取扱アプローチ
- ②業務需要に応じた取引の拡大
  - ・業務筋の需要に対応した出荷形態による供給拡大
- ③農産物のさらなる輸出拡大
  - ・海外バイヤー、市場担当等の産地視察及び商談会の実施
  - ・県産米について海外でのマーケットリサーチと販路のマッチング
  - ・ユズ有機的栽培への誘導と新植・改植推進（慣行栽培含む）

## ポイント6

## 農地を守る多様な担い手を確保！

## (6) 多様な担い手の確保・育成

- 新規就農者(年間)：320人(R7目標) ⇒ 171人(R6)**  
**うち雇用就農者数：120人(R7) ⇒ 66人(R6)**  
**うち女性就農者数：100人(R7) ⇒ 32人(R6)**
- ①若者・女性等の就農支援の強化
    - ・潜在層に向けた高知県農業プロモーション動画の作成・配信
    - ・就農セミナー（東京・大阪：各2回、オンライン1回）
    - 農業体験ツアー2回（11月、2月）、農業体験合宿5回を予定
    - ・デジタルマーケティングを活用した体験やセミナー等の誘客強化
  - ②雇用就農者の確保に向けた支援強化
    - ・ロールモデル事例の情報発信（雇用者3人）
    - ・高等学校向け農業職場見学会（8月1回）  
教員・生徒：6校15人参加
    - ・一次産業の合同企業説明会（10月）  
県内：64組参加、大阪
    - ・トライアル就農の推進（10/1時点）  
受入法人登録：6法人、トライアル実施1人  
トライアル就農希望者への周知（コンビニチラシ配布、電子  
掲示板8月～）

## (6) 多様な担い手の確保・育成

- ①若者・女性等の就農支援の強化
  - ・物価高騰等による初期投資額の増大や独立後の生活・体力面等への不安から、農業が選択されにくくなっている
  - ・農業分野におけるキャリアプランが明確でなく、将来の姿を描きにくい
  - ・親元就農は、再雇用や定年延長の影響によりシニア世代が減少している
  - ・高齢化等でリタイアする者が増加する中、農業資産を新たな担い手へスムーズにつなげる仕組みが必要
  - ・中山間地域の担い手確保のためには、中山間地域の特性を踏まえた新規就農者への支援が望まれている
- ②雇用就農者の確保に向けた支援強化
  - ・雇用増には経営規模の拡大や周年生産化を図る必要がある（再掲）
  - ・求人を増やすためには、雇用の受け皿となる農業法人の育成強化が必要（再掲）
  - ・トライアル就農制度の周知の強化が必要

## (6) 多様な担い手の確保・育成

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①若者・女性等の就農支援の強化
  - ・就農時から将来の姿をイメージできるキャリアプランモデルの検討
- ②雇用就農者の確保に向けた支援強化
  - ・法人志向農家に必要な労務管理や経営管理力向上に向けたスキルアップ支援（再掲）
  - ・新規就農相談センターHPの改修等により、トライアル就農制度の周知を強化
- <令和8年度の取り組み>
- ①若者・女性等の就農支援の強化
  - ・親元就農への支援策について、年齢制限等の要件緩和により支援対象を拡大
  - ・農業継承の相談窓口の設置及び農業経営継承コンシェルジュの配置等による第3者継承の支援体制を構築
  - ・中山間地域における複合経営や半農半Xでの就農者への支援制度を創設
- ②雇用就農者の確保に向けた支援強化
  - ・法人の規模拡大にかかる施設整備への支援策を充実（再掲）
  - ・品目を越えた経営研究会の開催支援（再掲）

# 取り組みの強化のポイント【林業分野 1／3】

## ◆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		木材・木製品製造業出荷額等					製材品出荷量														
	R4 (出発点)	R5	R6	R7	R9		R3 (出発点)	R4	R5	R6	R7	R9		R3 (出発点)	R4	R5	R6	R7	R9		
目標	77.0	79.6	78.0	80.3	85.0		目標	218	224	228	223	227	255		目標	—	—	—	—	21.8	25.9
実績	73.6	70.8	69.2	—	—		実績	249	266	245	215	—	—	推計値 (R8年7月公表予定)	実績	21.8	20.8	22.3	19.7	—	—
達成度	B	B	B	—	—		達成度	S	S	A	—	—	—	推計値 (R8年6月公表予定)	達成度	—	—	—	—	—	—

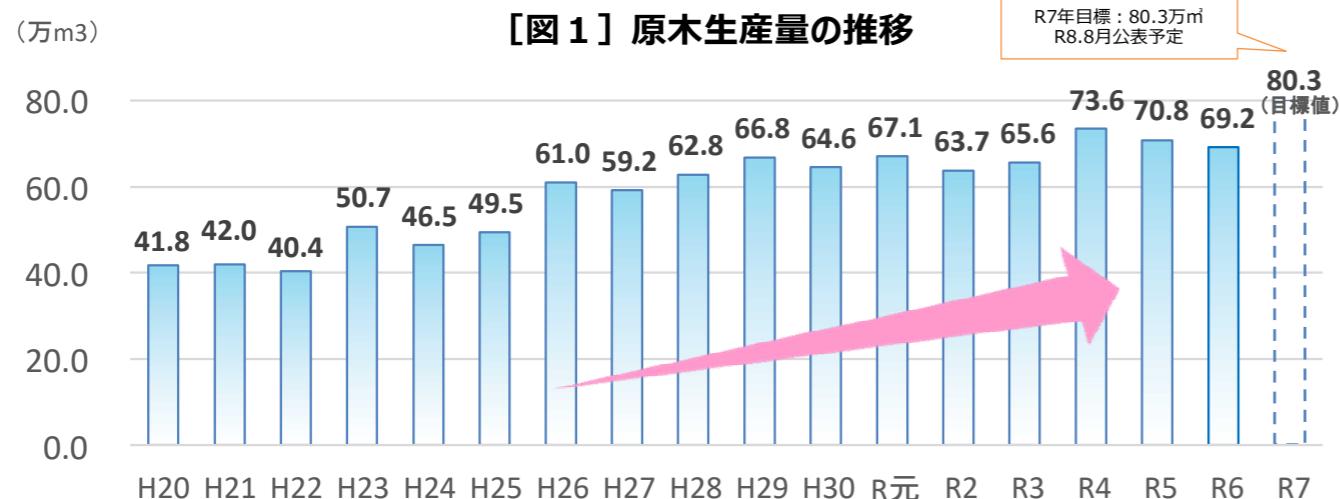
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

○令和6年「原木生産量」は、原木需要の減少や原木生産に携わる労働力が増加する再造林に向けられたことなどから69.2万m<sup>3</sup>となり目標の78.0万m<sup>3</sup>を下回った。令和7年は前年度並みで目標を下回る見込み。[図1]

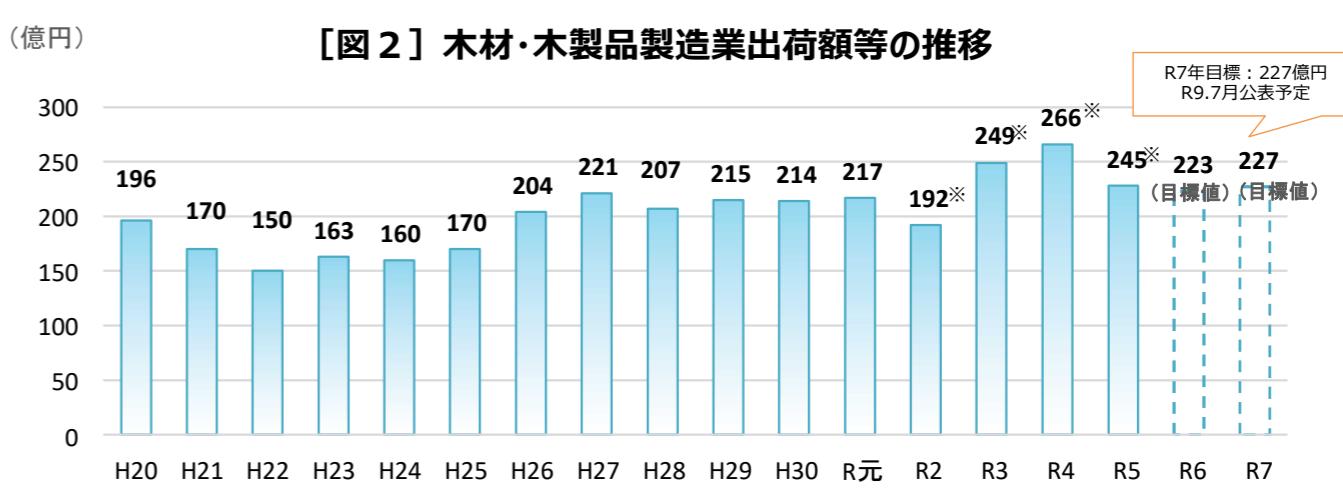
○令和5年「製材品出荷量」は、輸入材の調達不安から、国産材の需要が継続したことにより増加。令和5年「木材・木製品製造業出荷額等」は製品価格が低下したものの製材品出荷量が増加したことから245億円となり、目標の228億円を上回った。令和6年、令和7年は、物価高騰の影響等による住宅需要の減少や製品価格の下落から「木材・木製品製造業出荷額等」、「製材品出荷量」とともに目標を下回る見込み。[図2、3]

○今後は、製材工場の加工力強化を図ることで県内の原木需要の拡大に取り組む。

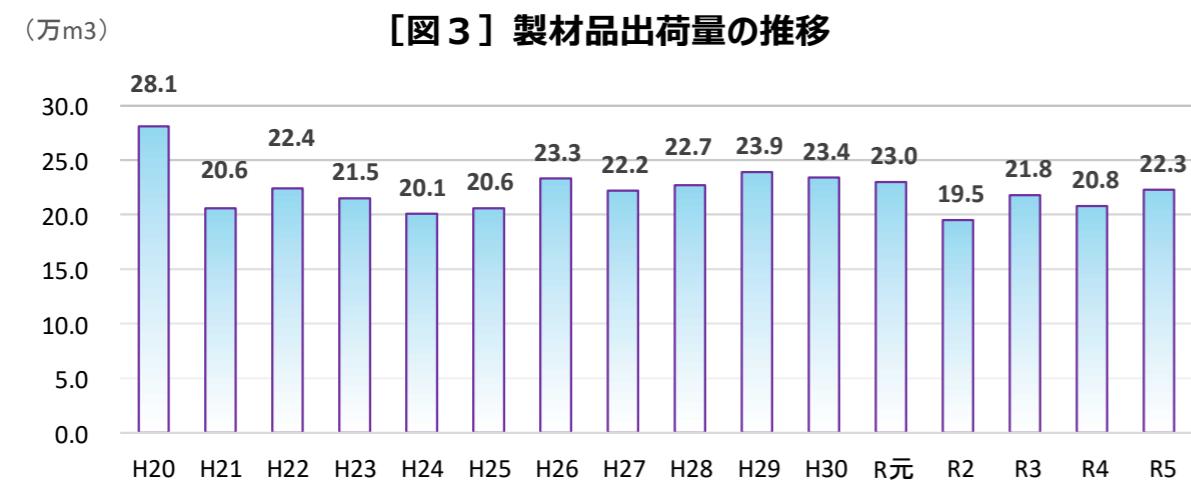
指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
—	達成度の判断が困難なもの



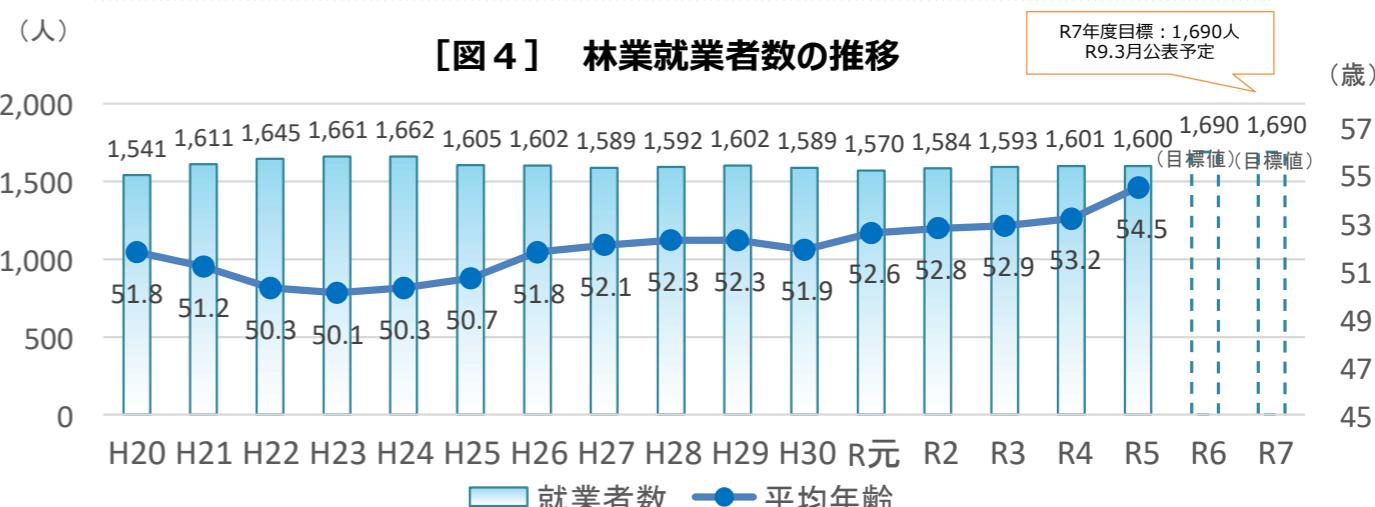
R4年には、木材価格が一定高い水準を維持したことにより原木生産量が73.6万m<sup>3</sup>まで拡大したが、R5年以降、原木需要の減少に伴い70万m<sup>3</sup>前後で推移。



R5年の出荷額は、前年の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、価格高騰の反動で単価が下がったものの、製材品出荷量の増加により245億円となった。



R5年の製材品出荷量は、輸入材の調達不安から国産材の需要が継続したことにより増加。



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。

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

**(1) 林業適地への集中投資**

⇒森の工場の原木生産量

20.7万m<sup>3</sup> (R7目標) → 4.7万m<sup>3</sup> (R7.4~9月)

⇒民有林の再造林面積

552ha (R7目標) → 193ha (R7.4~9月)

①林業適地の拡大・新たな森の工場の拡大

- 森の工場モデル地区の選定と低コスト造林等の実証着手  
モデル事業地の選定 (9月末:2箇所(2箇所計画中))

⇒森の工場の承認面積

累計94,141ha(R7目標)→92,553ha (9月末)

**(2) 林業収支のプラス転換**

①新たな森の工場等における生産性の向上につながるイノベーションの推進

- 高性能林業機械等の導入支援 (9月末:10台)
- 先端林業機械の実証 (9月末: 1箇所)

②林地残材の利用拡大

- 林地残材の搬出機械の導入支援 (9月末: 2台)

⇒林地残材の搬出支援

30千トン(R7目標)→13千トン (9月末)

**(1) 林業適地への集中投資**

①森の工場の事業者の多くが間伐中心であり、更なる生産量の拡大には皆伐への展開が必要

①モデル事業の横展開を進め、作業の効率化につなげていくためには、集約化を推進していくことが必要

**(2) 林業収支のプラス転換**

①能力の高い林業機械の更なる活用とあわせて、林業機械の稼働率を上げるために現場従業員の技術力向上や多能工化が必要

②林地残材の利用を拡大させるため、林業事業体以外で林地残材を集荷する事業者の取扱量を拡大していくことが必要

**(3) 大径材の利用促進**

①大径材利用戦略の更新

- 戦略ワーキングの設置・開催 (7月:1回)
- 追加調査 素材生産事業者実態調査 (7月:61者) など
- 調査結果中間取りまとめ (9月)

②加工能力の引き上げと加工技術の普及

- 大径材加工施設の整備 (1者)

③製品の付加価値の向上

- 枠組壁工法構造用製材(4×材)の品質性能に関する研究  
予備乾燥、品質試験(6~7月) 製造工程調査(8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

156千m<sup>3</sup> (R7目標) → 76千m<sup>3</sup>(R7.1~7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 (4~9月:4件)

②製材工場の環境整備

- 若者所得向上検討チーム会 (4~9月:4回)
- 製材事業体安全指導 (4者)

**(3) 大径材の利用促進**

①増加する大径材を効率的に加工するための製材加工能力の強化が必要

②景気(市況)の影響が少ない製品やマーケットでの販路開拓が必要

③大径材から製材された製品の、品質に関する不安感を取り除くことが必要

**(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) の掘り起しが必要

②労働負荷の高い作業があることや休日が少ないとことなどから従業員が確保できず、稼働率が低下し収益が減少する事例がある

## ポイント1

**原木生産量の拡大に向けた体制強化****(1) 林業適地への集中投資**

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- 森の工場のモデル地区における皆伐の促進にもつながる低コスト造林等の実証を支援

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

- 搬出間伐から皆伐への施業の展開に向け、皆伐の技術力向上に取り組む事業者への支援の強化
- さらなる施業地の集約化に向けて、先進的かつ効率的な手法による集約化の実践などの取組を支援

**(2) 林業収支のプラス転換**

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- 生産性向上に向けた高性能林業機械の導入への支援や先端林業機械の普及

- 各林業事務所に設置した増産・再造林推進協議会を通じて、林地残材の効率的な運搬方法等の普及啓発

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

- 生産性向上に向けた高性能林業機械への支援強化
- 研修実施など技術力向上や多能工化につなげる取組支援
- 林地残材の利用拡大に向け、林地残材の集荷事業者への支援の強化

## ポイント2

**高品質な製材品等の供給体制の強化****(3) 大径材の利用促進**

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- 調査結果の分析を元に、山から大径材を安全で効率的に生産するための視点を加えて戦略を更新

- 加工施設の整備や加工技術向上のための研修開催

- 大径材を利用した製品の性能試験を実施

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ②製材工場の加工力強化の検討

**(4) 需要に応じた製材品の供給体制の整備**

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- コーディネーターによるマッチングの継続実施

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

- 省力化のための設備投資への支援強化

- 作業工程のマニュアル化など従業員のスキルアップや労働環境の改善に資する取組の支援

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

## (5) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

- ①土佐材認証制度の構築とシステム開発
  - ・認証制度構築関係者打合せ(4~8月:8回)
  - ・土佐材認証制度構築委員会開催(8月:1回)
  - ・制度構築・システム開発の委託先との協議(5月,9月:2回)

## (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

**113棟(R7目標) → 54棟(R7.1~7月)**

- ①高知県環境不動産やCLTを使用した建築の促進
  - ・環境不動産認定基準(環境性能の評価)の拡充(5月)
  - ・2号物件の事前確認(6月)
  - ・CLTを使用した建築のPRや技術支援(5月:1回51人)
- ②非住宅木造建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓
  - ・訪問・意見交換(7月末:25回19社)
- ③海外への販売促進
  - ・タイでの展示会出展や市場調査など販売活動の支援(8月)

## (7) ターゲットマーケティングによる取組の強化

- ①若者等をターゲットとした就業相談への対応
  - ・「こうちフォレストスクール」の開催(6~9月:8回57人)
- ②移住希望者等の幅広いターゲットに向けた情報発信の実施
  - ・趣味専門の媒体を活用した情報発信  
記事掲載:発行部数3万部、動画配信:約2.5万回再生

## (8) 高度な技術を有する人材の育成

- ①林業大学校における人材の育成
  - ・高校生等を対象としたオープンキャンパス(8月:1回26人(うち女性7人))
  - ・出前授業の開催(5~9月:5回113人(うち女性31人))

## (9) 魅力ある職場づくりの推進

⇒労働環境改善に取り組む林業事業体数(R5~R7)  
**35事業体(R7目標) ⇒ 27事業体(9月末)**

- ①林業経営や労働環境の改善に係る取組の推進
  - ・若者所得向上検討チーム会(4~9月:4回)
  - ・事業者の労働環境改善の取組支援(4~9月:12社)
- ②スマート林業の推進
  - ・林業現場での実践に向けた個別支援(5~9月:6回4社)

## (5) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

- ①認証制度運営機関の体制及び第三者機関による審査や認証プロセスの信頼性と、事業者が参加しやすい制度の構築及びPRが必要。

## (6) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- ①鉄筋コンクリート(最長50年)に比較して、木造建築(最長24年)は耐用年数が短いため、木造を敬遠される一因となっている。
- ②新規パートナー企業の掘り起こしや取引が低調なパートナー企業への営業活動の強化が必要
- ③友好・姉妹都市関係にある都市部の自治体及び、設計会社、ゼネコン等関係者へのアプローチの継続が必要。

## (7) ターゲットマーケティングによる取組の強化

- ①②「こうちフォレストスクール」の参加者は昨年度より増加したもの、新規就業者の確保に向けて更に増加させていくための取組が必要

R6:50人(うち女性22人) → R7:57人(うち女性14人)

## (8) 高度な技術を有する人材の育成

- ①他産業との競合が激しくなる中で入校者を確保するためには、林業大学校の情報発信を強化とともに、オープンキャンパスへの参加者の増加が必要

## (9) 魅力ある職場づくりの推進

- ①生産性の向上を進めるとともに、得られた利益を所得向上につなげるための取組の推進が必要
- ②スマート機器の導入が進む中、現場での実際の活用時に生じる疑問や課題へのサポートニーズが高まっているため、引き続き、研修会や個別支援等の実施が必要

## 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7年度下半期の取り組み>
- ①土佐材認証制度の構築とシステム開発
- <令和8年度の取り組み>
- ①制度の試験運用とPRを実施するとともにシステムを強化

## (6) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①実物件を活用した研修会の開催など環境不動産認定制度のPRの強化
- ②TOSAZAIセンター県外駐在員との連携による需要拡大に向けた取組の強化
- ③タイへの木材輸出に向けた取組の支援
- <令和8年度の取り組み>
- ①環境不動産認定制度のPR実施
- ①木造建築物の耐久性に係る第三者評価制度の普及

## ポイント4

## 若者や女性などを意識した取組を更に拡大

## (7) ターゲットマーケティングによる取組の強化

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①②県外の移住相談イベントに参加し、情報発信や相談対応
- <令和8年度の取り組み>
- ①②林業の魅力を発信するコンテンツを強化

## (8) 高度な技術を有する人材の育成

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①入校生確保に向けたオープンキャンパスの開催
- <令和8年度の取り組み>
- ①農業高校や普通高校への個別訪問や出前授業の継続
- ①研修生への支援制度の充実やオープンキャンパスへの参加促進に向けた取組の実施

## (9) 魅力ある職場づくりの推進

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①②労働環境改善やスマート林業の取組支援
- <令和8年度の取り組み>
- ①(再掲)生産性向上に向けた高性能林業機械への支援強化
- ①(再掲)研修実施など技術力向上や多能工化につなげる取組支援
- ①若者の所得向上など労働条件の改善に向けて、林業分野の先進的な取組を学ぶセミナーの開催

# 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	①グリーンLPガスの材料となるバイオマス資源の供給システムの構築  (現状) <ul style="list-style-type: none"><li>各種のバイオマス資源について発生状況や廃棄方法等の調査を実施</li><li>本年度は農業残渣回収事業者への調査を実施予定</li></ul> (課題) <ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	①グリーンLPガスの材料となるバイオマス資源の供給システムの構築  ⇒・引き続きバイオマス資源量の把握を行うとともに、その効率的な収集方法について検討する ・海藻の陸上養殖など新たな取組が進む中、各バイオマス資源のグリーンLPガスへの活用の可能性を踏まえ、今後更に関係機関などへ聞き取りを行い、より詳細な検討を進めていく	
	②グリーンLPガスの生産に向けた県内事業者の育成又は誘致  ③高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保  (現状) <ul style="list-style-type: none"><li>「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：41団体（9月末時点）&gt;</li></ul> (課題) <ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	②グリーンLPガスの生産に向けた県内事業者の育成又は誘致  ③高知県産グリーンLPガス販売事業者の確保  ⇒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7年度下半期の取組) 令和8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予定。関心のある事業者の参加を促す	
	④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  (現状) <ul style="list-style-type: none"><li>早稲田大学及び高知大学から定期的に進捗を確認。両大学からは低収量ではあるがグリーンLPガスの生成が確認できており、現在は収量を増やすための触媒を研究しているとの報告を受けている</li><li>本年度は木質系バイオマス資源からのLPガス生成実験を実施中</li></ul> (課題) <ul style="list-style-type: none"><li>特になし</li></ul>	④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  ⇒本年度実施する木質系バイオマス資源の実験結果など、研究開発の進捗について定期的に確認を行う	

# 取り組みの強化の方向性 【水産業分野 1/3】

## ◆分野を代表する目標：漁業生産額（※）、漁業生産量（※）、水産加工出荷額

(※)宝石サンゴを除く

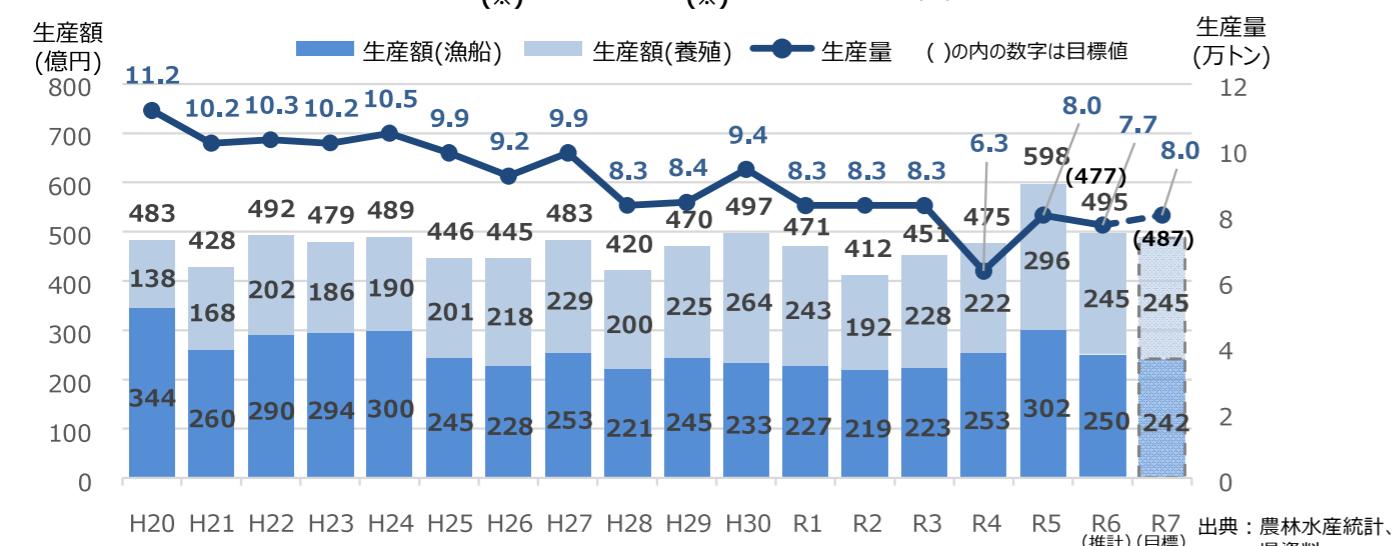
漁業生産額（宝石サンゴを除く）						漁業生産量（宝石サンゴを除く）					水産加工出荷額									
	単位：億円						単位：万t						単位：億円							
	R3 (出発点)	R4	R5	R6	R7	R9		R3	R4	R5	R6	R7	R9		R3 (出発点)	R4	R5	R6	R7	R9
目標	486	515	520	477	487	520	目標	—	—	—	—	8.0	8.4	目標	265	268	270	274	278	284
実績	451	475	598	—	—	—	実績	8.3	6.3	8.0	7.7 (速報)	—	—	実績	224	249	245	—	—	—
達成度	B	B	S	R8年3月 公表予定	—	—	達成度	—	—	—	確報値は R8年2月 公表予定	—	—	達成度	C	B	B	R8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

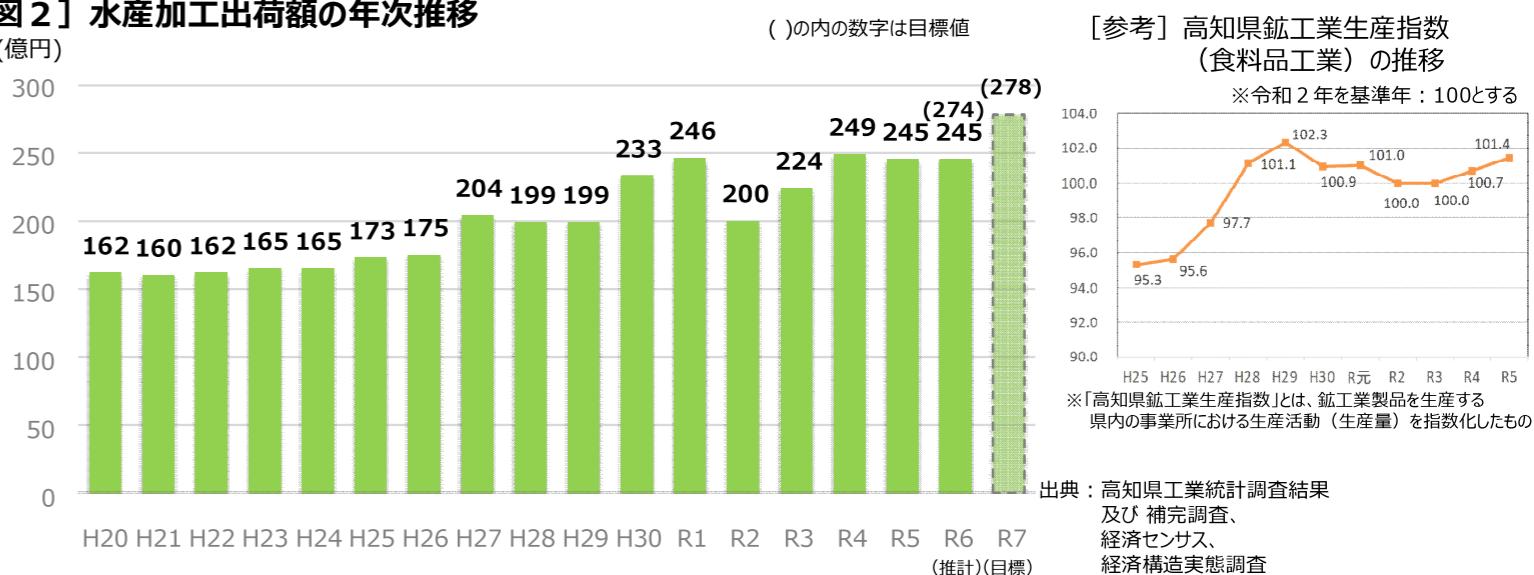
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 漁業生産額及び漁業生産量は、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。漁業生産額は、R6年はカツオ・マグロ類が好漁であったことや、養殖マダイの生産量、単価ともに高水準であったことから目標値を上回る見込みであり、R7年も養殖魚の高単価が続いていること等から、目標値に近い実績となる見込みである。[図1]
- 水産加工出荷額は、新たな加工施設の整備が進んだことから近年は高い水準を維持しているものの、加工用原料の不足や高騰等によりR6及びR7年は目標を下回る見込みである。[図2]
- 今後はさらに、安定的な生産が可能な養殖業の生産拡大や、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・量及び水産加工出荷額の増加を目指す。

## 【生産】 [図1] 漁業生産額（※）及び生産量（※）の年次推移



## 【加工】 [図2] 水産加工出荷額の年次推移



[参考] 高知県鉱工業生産指数  
(食料品工業) の推移

\*令和2年を基準年：100とする



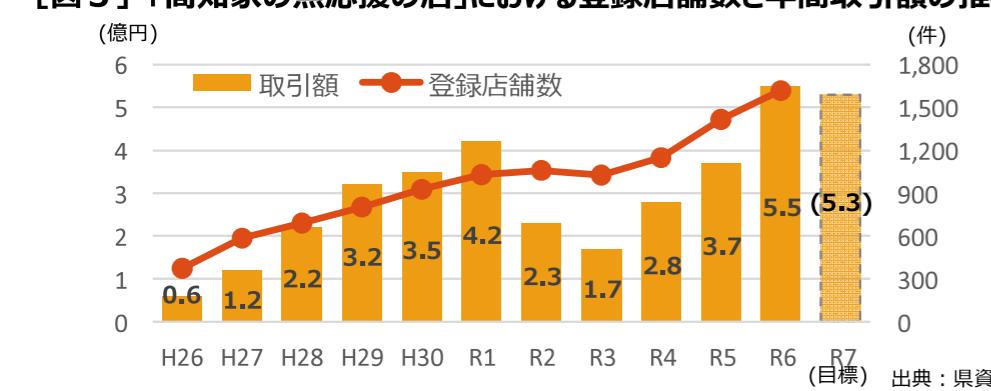
出典：高知県工業統計調査結果  
及び補完調査、  
経済センサス、  
経済構造実態調査

海況の変化等の環境的要因の影響により、生産額及び生産量は変動している。

近年は高い水準を維持しているものの、加工用原料の不足や高騰等により、R5年以降は横ばい傾向で推移する見込み。

## 【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



飲食チェーン店等への取組強化によって登録店舗数・年間取引額は増加傾向であり、R6の年間取引額は過去最高、R7目標額も達成見込みである。

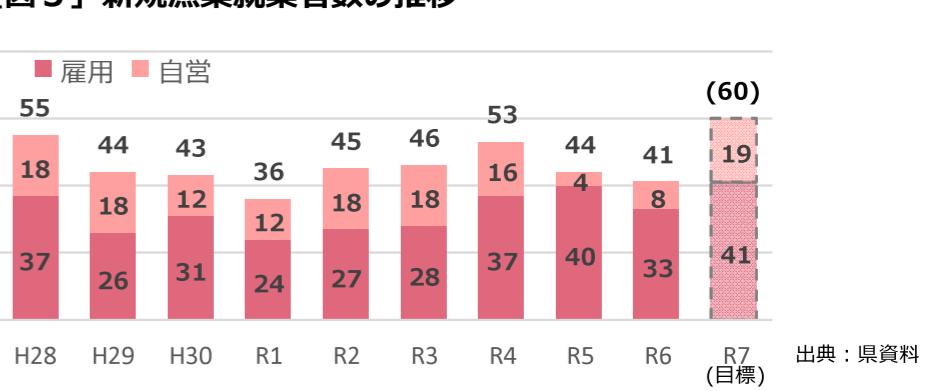
### 【図4】水産物輸出額の推移



輸出拡大の取組強化により、R6の輸出額は過去最高となった。中国への輸出再開の動きはあるものの、施設の再登録等に時間を要することから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



自営型漁業では近年の不漁等により新規就業者数が低迷しており、雇用型漁業においても大型定置網の人員充足等を背景に頭打ちとなっている。なお、定着率は雇用型に比べ自営型が高い傾向にある。

# 取り組みの強化の方向性【水産業分野 2 / 3】

## 令和7年度上半期の進捗状況

### (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)→54億円(R7.8月現在)

#### ①情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化

- ・メジカ漁場予測システムの実装に向けた関係者協議 (11回)
- ・小学生を対象としたNABRAS普及イベントの実施 (7月)

#### ②市場のスマート化の着実な推進

【土佐清水地域】

##### ア 自動計量システム

- ・定置網：全ての定置網で導入が完了 (8月)
- ・釣り漁業：導入に向けたシステム改修の実施 (6～8月)

##### イ 電子入札

- ・メジカ漁：全てのメジカ漁で導入が完了 (4月)
- ・定置網：導入に向けたシステム開発企業や市場関係者との意見交換会を実施(7～9月：3回)

【他の地域】

- ・高岡(室戸)での自動計量システム導入に向けたネットワーク環境の整備(8月)、移行(9月)が完了
- ・すぐも湾での出船・漁獲情報システムの導入に向けたシステム開発企業や市場関係者との意見交換会を実施 (8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・新規参入の意向がある事業者への誘致活動 (DM送付、企業訪問、企業立地フェアやフォーラムへの参加)

#### ②陸上養殖の推進による生産拡大

- ・陸上養殖候補地調査の実施 (7～9月：4地点)
- ・調査結果を活用した水産関連企業等の誘致 (8月～)

#### ③持続発展的な養殖経営への転換

- ・若者所得向上検討チーム会を開催し、若手経営者3名と意見交換を実施 (5～9月:計4回)

## 課題

### (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利用漁業者のさらなる増加に向けた機能強化と普及の取り組みが必要

#### ②市場のスマート化の着実な推進

- ・モデルケースの構築及び横展開に向けた、市場関係者の意識醸成や機器導入等へのサポートを引き続き実施していくことが必要

### (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

- ・飼料・資材価格の高騰が続いていることから、事業者にとって規模拡大・新規参入の判断が難しい状況にあることから、長期的な声かけが必要

#### ②陸上養殖の推進による生産拡大

- ・調査候補地のうち、地下水の利用に関する地元調整が困難な地域がある

#### ③持続発展的な養殖経営への転換

- ・持続発展的な経営を行っていくためには、「収益の増加」と「収益を所得に還元する仕組みづくり」により、所得向上の好循環を生み出すことが必要

## 強化の方向性

### ポイント1 デジタル化のさらなる推進により生産性向上！

#### (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7年度下半期の取り組み>

- ・赤潮発生情報のバブルチャート表示機能の追加
- ・漁業者ヒアリングを行い、R8年度のシステム改修の内容を検討

##### <令和8年度の取り組み>

- ・NABRAS活用事例の収集及び周知
- ・水産関係事業者のニーズに基づく改修を実施

#### ②市場のスマート化の着実な推進

##### <令和7年度下半期の取り組み>

- ・土佐清水地域：釣り漁業での自動計量及び定置網での電子入札への移行 (⇒モデルケースの構築が概ね完了)
- ・その他の地域：各地域・市場の状況に応じた伴走支援

##### <令和8年度の取り組み>

- ・市場のスマート化のさらなる横展開の推進

### ポイント2 計画的な生産が可能な養殖業の成長産業化を推進！

#### (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7年度下半期の取り組み>

- ・規模拡大・新規参入業者の誘致に向けたPRの強化 (SNSの活用等)

##### <令和8年度の取り組み>

- ・誘致に向けたPRの継続、規模拡大・新規参入業者の設備投資への支援

#### ②陸上養殖の推進

##### <令和7年度下半期の取り組み>

- ・新たな調査地点の選定・地元調整の実施
- ・調査結果を活用した企業誘致の推進

##### <令和8年度の取り組み>

- ・陸上養殖に取り組む事業者に対して施設整備を支援

#### ③持続発展的な養殖経営への転換

##### <令和7年度下半期の取り組み>

- ・事業者のニーズに応じた来年度施策の検討

##### <令和8年度の取り組み>

- ・収益増加や労働条件の改善等も含めた総合的な経営戦略の策定支援
- ・生産性向上に向けたデジタル化・省力化機器の導入支援
- ・リスク対策につながる環境情報(水温・溶存酸素量等)のリアルタイム発信
- ・生産拡大や高水温対策につながる漁場再編計画の策定支援
- ・新規養殖対象魚種の探索・試験研究の実施

# 取り組みの強化の方向性【水産業分野 3／3】

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

### (3) 外商の拡大

⇒「応援の店」への県内参画事業者の出荷額  
5.3億円(目標)→3.1億円(R7.6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（7月：県内参画事業者15社、応援の店24社、85商談実施）  
・営業力強化研修の実施（7月：11事業者参加）

### 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

- ・消費地市場関係者と県内産地買受との意見交換会を実施（8月：消費地市場2市場5社、県内産地買受人9社参加）

### (4) 輸出の拡大

- ・「高知県水産物輸出促進協議会」による国際見本市への出展や賞味会の開催を支援（見本市：5回、賞味会：1回 ※R7.9月現在）  
・県内加工事業者と冷凍保管施設を有する事業者とのマッチングを行い、天然魚の輸出拡大を支援（4月～）

### (5) 担い手の確保・育成

⇒新規就業者数 60名(目標)→15名(R7.6月現在)  
(うち若年女性 4名(目標)→0名(R7.6月現在))

#### ①新規就業者の確保・育成

- ・専門学校等での就業セミナー開催（関東1校、関西5校 ※R7.9月現在）  
・県独自の就業フェア（大阪）の開催（9月：47人来場）  
・就業希望者を対象とした短期・長期研修の実施（短期：17名18回、長期：1名 ※R7.9月現在）

#### ②多様な人材の確保

- ・女性主体の操業モデル構築に向けた検討（地区・漁場、漁法等）  
・女性調査員による就業環境調査の実施（2事業者）  
・「高知の水産女子会」によるミーティングの開催（2回）及び先進地視察の実施（9月）

### (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

- ・県内参画事業者全体の出荷額の底上げが必要  
・応援の店登録店舗のさらなる拡大が必要

#### 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

- ・次回（R8）開催に向けて、参加者アンケートの結果に基づく改善方針の検討が必要  
・卸売事業者と県内産地買受との販路拡大の進捗管理及びマッチングニーズへのフォローが必要

### (4) 輸出の拡大

- ・中国の輸入再開に合わせた効果的な反転攻勢が必要  
・高水温の影響等により、養殖ブリを中心に輸出向けの加工用原魚が不足している状況

### (5) 担い手の確保・育成

#### ①新規就業者の確保・育成

- ・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提供

#### ②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が必要  
・女子会の情報発信力の強化に向けた具体的な活動内容の検討が必要

### 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た外商強化！

### (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活動の強化

##### ＜令和7年度下半期の取り組み＞

- ・商談会等への参加事業者の掘り起こしや商談経験が少ない事業者へのフォロー  
・新たに東海エリアをターゲットに商談マッチングを推進

##### ＜令和8年度の取り組み＞

- ・オンライン勉強会、商談会等の拡充により、県内事業者全体の底上げを強化  
・取引額増加に向けたターゲットの拡大（東海エリア、中規模チェーン等）

#### 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7年度下半期の取り組み＞

- ・今回参加した卸売市場関係者とのネットワークを構築し販路拡大を推進

##### ＜令和8年度の取り組み＞

- ・アンケート結果に基づいた、販路拡大に効果的な意見交換会の開催

### ポイント4

中国への輸出再開と新たな販路開拓による輸出拡大！

### (4) 輸出の拡大

#### ＜令和7年度下半期の取り組み＞

- ・中国での見本市への出展や賞味会の開催等により中国への輸出を加速  
・天然魚の輸出に向けた加工事業者と産地買受人等とのマッチングを支援

#### ＜令和8年度の取り組み＞

- ・新たな国での賞味会開催や海外量販店でのフェア開催による販売拡大  
・大手商社の産地招へい等により新たな商談機会を創出

### ポイント5

若者・女性の就業促進に向けた情報発信を強化！

### (5) 担い手の確保・育成

#### ①新規就業者の確保・育成

##### ＜令和7年度下半期の取り組み＞

- ・デジタルマーケティングによる効果的な情報発信

##### ＜令和8年度の取り組み＞

- ・デジタルマーケティングによる就業相談窓口への誘導強化  
・フェア参加者等の本県への就業意欲向上を目指した漁業体験機会の創出

#### ②多様な人材の確保

##### ＜令和7年度下半期の取り組み＞

- ・操業モデル構築に向けた計画の策定

- ・水産業の魅力を広くPRするため、女子会でのSNSの活用方法等を検討

##### ＜令和8年度の取り組み＞

- ・操業モデルの事業化に向けた支援の実施

# 取り組みの強化の方向性 【商工業分野 1/4】

## ◆分野を代表する目標①：製造品出荷額等

単位：億円

	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 7	R 9
目標	—	6,500	6,740	6,880	7,150
実績	6,473	6,540	【R6.10月】R4実績を元に目標を上方修正(年2%成長)		—
達成度	—	A	—		—

## ◆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 4 (出発点)	R 5	R 6	R 7	R 9
目標	—	—	929	948	986
実績	893	906	第5期より分野を代表する目標に追加		—
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

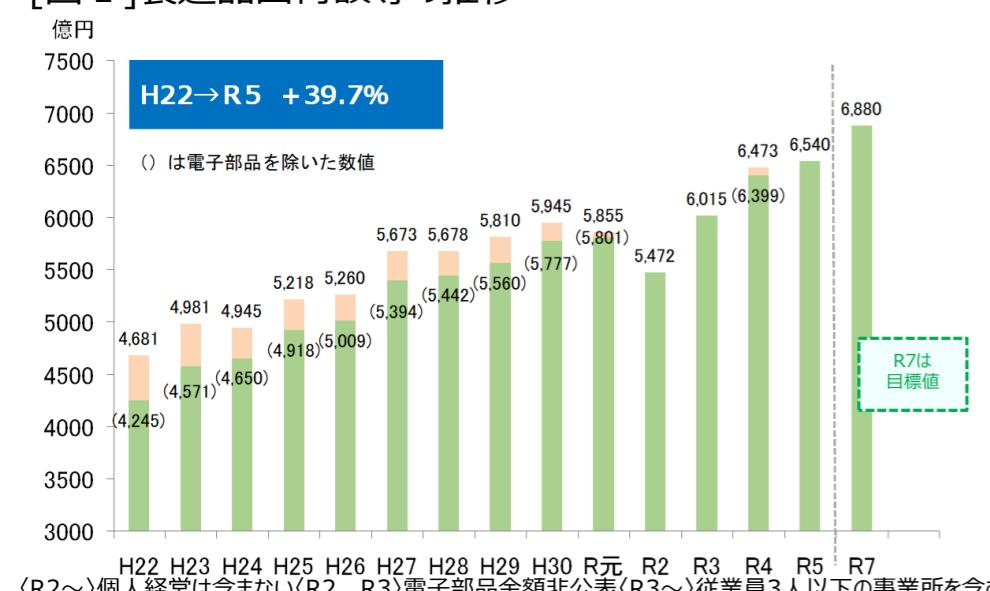
○製造品出荷額等 [図1] は、令和4年度は対前年比+7.6%（全国+9.6%）、令和5年度は対前年比+1.0%（全国+1.0%）と増加。

産業振興センターが支援する企業の県外売上高が令和6年度に増加（令和5年 1,129億円→令和6年 1,291億円 (+162億円)）していることなどを踏まえ、令和6年度目標の達成を見込む。また、令和7年度同売上高（4-8月）は順調に推移（約533億円（対前年同期比+4.7%））していることから、令和7年度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、全国との差はいまだ大きい。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、福利厚生の充実といった「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く企業へと成長を促す[図5]**

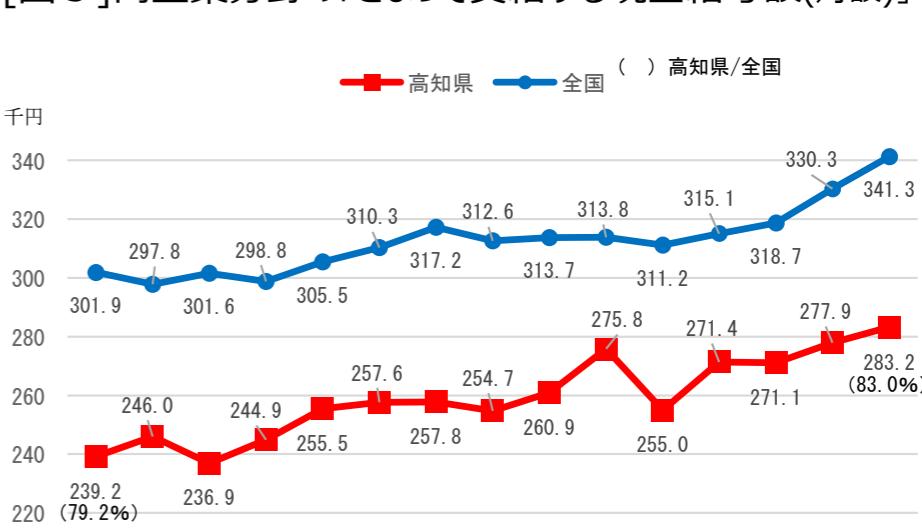
[図1] 製造品出荷額等の推移



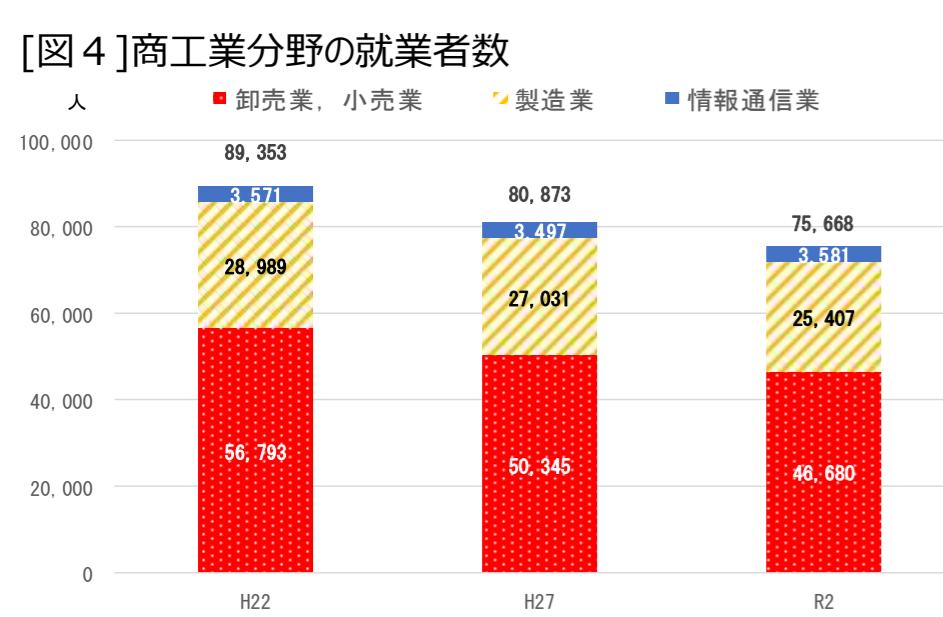
[図2] 製造業の労働生産性 (従業者一人当たり付加価値額)



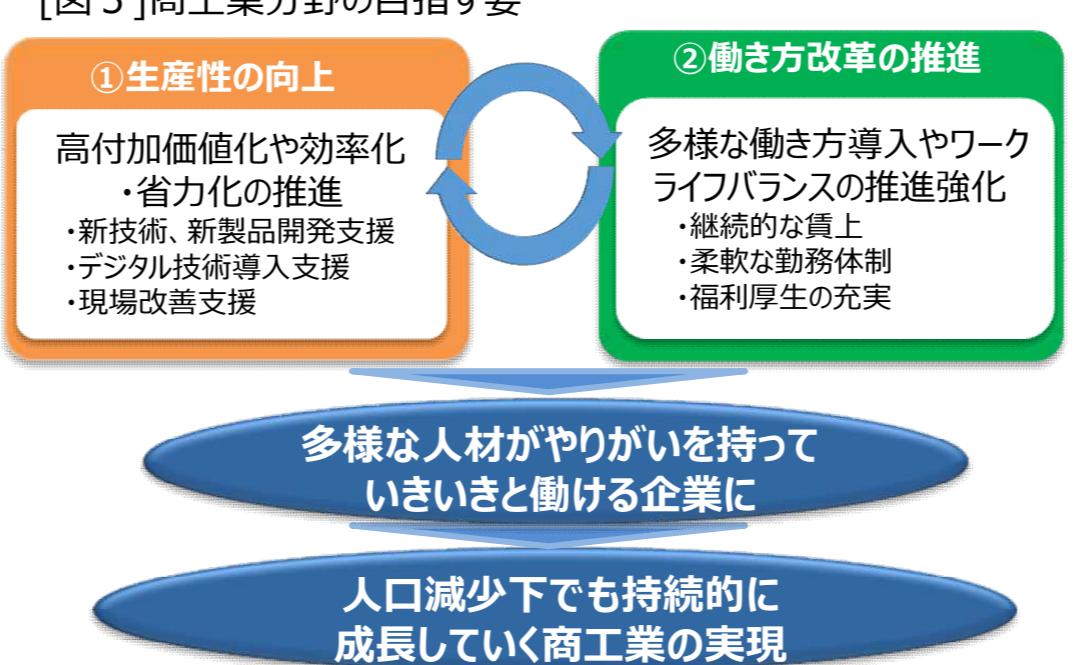
[図3] 商工業分野の「きまって支給する現金給与額(月額)」



[図4] 商工業分野の就業者数



[図5] 商工業分野の目指す姿



※「きまって支給する現金給与額」とは、時間外勤務手当や休日出勤手当など超過労働給与を含んだ給与額の平均値  
※ [図3、4] は、日本標準産業分類の大分類「E 製造業」「G 情報通信業」「I 卸売業・小売業」の3業種における数値

[参考] 高知県鉱工業生産指数 (製造工業) の推移



※「高知県鉱工業生産指数」とは、鉱工業製品を生産する県内の事業所における生産活動（生産量）を指数化したもの

# 取り組みの強化の方向性【商工業分野 2/4】

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

### (1) ものづくり企業の経営基盤の強化

#### ① 付加価値の高い製品・技術の開発支援

- ・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：1件申請、1件採択  
製品開発事業：3件申請、3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：3件（9月末）

#### ② 防災関連製品の開発促進

- 防災関連産業振興アドバイザーによる支援：3件  
防災関連製品認定制度：6件申請、6件認定  
⇒防災関連登録製品の認定数  
目標：10件（年間）、実績：6件（9月末）

#### ③ 事業戦略の策定・実行支援

- 付加価値額前年比+3%を達成した企業の割合  
目標：80%（年間）、実績：37.5%（9月末）

### (2) 企業誘致戦略等に基づく誘致の推進

#### ① 企業誘致の推進による雇用者数

出発点(R4)：7,693人→R6：7,856人(R7.4.1時点)

#### ② 企業立地件数【中山間】

出発点(R4)：27件→R7：34件(9月末時点)

#### ③ 立地企業による雇用の創出【中山間】

出発点(R4)：116人→R6：311人(R7.4.1時点)

ア 様々な機会を捉えた企業誘致の推進

⇒誘致対象企業への訪問：20社(9月末時点)

イ 合同企業説明会開催による人材確保支援を実施

⇒合同企業説明会：4回開催、138名参加

ウ 理系学生向けアンケート調査に基づく企業誘致活動

⇒DM発送：1,252社(8月)(3社にアプローチ予定)

エ 中山間地域企業誘致促進事業による伴走支援

⇒市町村と県外企業とのマッチングイベント(9月,11月)

オ 企業誘致戦略のバージョンアップ

⇒各部局・地域本部へ企業誘致のニーズに関するヒアリングを実施

#### ④ 工業団地の新規開発件数

出発点:2件(R2～R5)→R6:0件

ア 新たな団地開発に向けた適地調査の実施

⇒候補地選定調査:2市、市町村意向調査:10市町村

### (1) ものづくり企業の経営基盤の強化

#### ① 付加価値の高い製品・技術の開発支援

- ・製品開発に取り組む企業の掘り起こしや、製品構想書・企画書のブラッシュアップ

#### 【産業別若者所得向上検討チームでの検討結果】

- ・付加価値の高い製品・技術の開発などを行い、賃上げ原資の確保が必要

#### ② 防災関連製品の開発促進

- ・防災製品開発に取り組む企業の掘り起こしや、開発案件や市場動向等の助言が必要

#### ③ 事業戦略の策定・実行支援

- ・物価や労務費の高騰により利益確保が困難な状況であり、付加価値向上に向けては事業戦略の見直し等が必要

### (2) 企業誘致戦略等に基づく誘致の推進

#### ① 企業誘致の推進による雇用者数

出発点(R4)：7,693人→R6：7,856人(R7.4.1時点)

#### ② 企業立地件数【中山間】

出発点(R4)：27件→R7：34件(9月末時点)

#### ③ 立地企業による雇用の創出【中山間】

- ア マーケットの大きい関東エリアへの継続したアプローチに加え、新たに関西エリアにおける企業発掘に努めていくことが必要
- イ・ウ 求職者（学生を含む）に対し、立地企業の魅力を広く周知していくことが必要

- エ 各部局・地域本部（市町村）のニーズに基づいた誘致が必要

#### ④ 工業団地の新規開発件数

- ア 団地開発に適した平地が少なく、まとまった分譲面積(5ha)の確保が困難

#### ポイント1

#### 高付加価値化のさらなる促進

#### ＜令和7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
  - ・製品開発支援チームにより製品企画書等をブラッシュアップ
- ② 防災関連製品の開発促進
  - ・防災関連産業交流会の開催による企業の掘り起こし
  - ・防災関連産業振興アドバイザーによる開発等への助言を実施

#### ＜令和8年度の取り組み＞

- ① 付加価値の高い製品・技術の開発支援
  - ・大幅な賃上げに取り組む企業に対する支援内容の拡充（補助制度の拡充）
- ③ 事業戦略の策定・実行支援
  - ・経済波及効果の高い一定規模の売上のある企業に対する産業振興センターの実行支援の強化
  - ・モデル事例の横展開

#### ポイント2

#### 企業誘致の推進

#### ＜令和7年度下半期の取り組み＞

- 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-① 見本市、DM、フォームマーケティングで反応があった企業へ順次アプローチを実施
  - ア-② 古くから本県とつながりのある関西エリアでの見本市出展拡大による新規企業開拓を実施
- イ・ウ 県内の教育機関及び就職支援機関の就職担当者が企業を見学する機会を整え、求職者の周知につなげる
- オ 企業誘致戦略に基づき、各部局・地域本部(市町村)と密接な連携等のうえ、企業誘致を推進

#### ＜令和8年度の取り組み＞

- オ 他部局と連携する新たな業種（宿泊業）の誘致活動を推進
- ④ 工業団地の新規開発件数
  - ア 市町村の要望を踏まえ共同開発要件である「分譲面積5ha」の要件の見直しを検討

# 取り組みの強化の方向性【商工業分野 3／4】

令和7年度上半期の進捗状況	課題	強化の方向性
<p><b>(3) 産業振興センターと連携した販路拡大</b></p> <p>① 海外展開の促進（8月末） ・海外ビジネス交流会の開催：1回、71名参加 ・ものづくり海外展開サポートデスクへの相談⇒318件</p> <p>② 外商サポート強化による販路拡大（8月末） ・見本市への出展⇒8回、52社、商談件数1,035件 ・展示商談会の開催⇒3回、23社、商談件数279件</p> <p>③ 工法の外商強化（大阪営業本部）（8月末） ・土木技術コーディネーターによる大阪府近隣の自治体等への営業訪問 ⇒ 184件（うち 国、自治体関係99件、ゼネコン、建設コンサル等53件）</p>	<p><b>(3) 産業振興センターと連携した販路拡大</b></p> <p>① 海外展開の促進 ・海外展開に取り組む企業のさらなる掘り起しが必要 ・企業ニーズ等を踏まえたサポート体制の強化が必要</p> <p>② 外商サポート強化による販路拡大（8月末） ・企業ニーズを踏まえた効果的な見本市への出展や展示商談会の開催が必要</p> <p>③ 工法の外商強化（大阪営業本部） ・自治体や団体と県内企業とのさらなる関係構築が必要</p>	<p><b>ポイント3 海外展開に向けた取組強化</b></p> <p>＜令和8年度の取り組み＞</p> <p>① 海外展開の促進 ・インドネシアでの防災・インフラ技術セミナーの開催 ・ASEANにおける海外展開サポートセンター（仮称）の設置</p> <p>② 外商サポート強化による販路拡大</p> <p>③ 工法の外商強化（大阪営業本部） ・支援企業の関心が高い工法・技術系の展示会へ新たに出展 ・ゼネコン、建設コンサル関係者を高知に招聘し、施工現場視察等によるマッチング支援 ・土木技術コーディネーターの活動日数を拡大（常勤化）し、工法分野への支援体制の強化</p>
<p><b>(4) 地域商業の活性化</b></p> <p>① 地域商業活性化支援事業費補助金による支援 ・「地域商業機能維持・活性化計画」及び県補助金制度の周知：33市町村 ・チャレンジショップ事業への交付決定件数：8件</p> <p>② 空き店舗対策事業費補助金による支援 ・県補助金（空き店舗出店支援事業）制度の周知：33市町村 ・交付決定件数：4件</p> <p>③ 中山間地域商業等機能維持支援事業費補助金による支援 ・県補助金制度の周知：33市町村 ・交付決定件数：8件</p> <p>④ デジタルデータを活用した商店街の活性化 ・集客力の高い商店街周辺施設（博物館、図書館、百貨店など）と連携し、商店街内の回遊性を高める取組の検討・実践 ・モデル店舗（15店舗）の伴走支援</p>	<p><b>(4) 地域商業の活性化</b></p> <p>① 地域商業活性化支援事業費補助金による支援 ・チャレンジショップの活用で地域での新たな生業が創出されるなど、成果のある市町村から継続の要望がある ・事業実施主体の財政負担がネックとなり、「地域商業機能維持・活性化計画」の策定にメリットを感じていない</p> <p>④ デジタルデータを活用した商店街の活性化 ・工科大の学生など若者の視点を取り入れた商店街の回遊性の実現 ・モデル店舗の中には定量的成果を得ていない事業者もある（5/15店舗）</p>	<p><b>ポイント4 さらなる地域商業機能維持・活性化の推進</b></p> <p>＜令和8年度の取り組み＞</p> <p>① 地域商業活性化支援事業費補助金による支援 ・市町村の要望等も踏まえて地域での新たな生業創出制度を検討 ・地域商業活性化支援事業費補助金の補助対象事業や補助上限額、補助率の見直しを検討</p> <p>④ デジタルデータを活用した商店街の活性化 ・集客力の高い商店街周辺施設や工科大との連携を密にし、回遊性を高めるための取組の企画・実践 ・成果のあった店舗の取組を横展開とともに、モデル店舗をボトムアップするための伴走支援を実施</p>
<p><b>(5) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援</b></p> <p>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 ⇒ 330件（8月末） 「デジタル技術活用促進事業費補助金」による財政支援 ⇒ 交付決定：124件（9月末）</p> <p>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・実行支援 ⇒ デジタル化計画策定：20社・累計147社（9月末）</p> <p>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：1社・累計12社（※）（9月末） ※事業者数に占める割合：全国5位</p>	<p><b>(5) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援</b></p> <p>① デジタル化に取り組む事業者の量的拡大 ア 新たにデジタル化に取り組む事業者の掘り起しが必要 イ デジタル技術の導入コストが課題となっているが、高まる県内事業者の支援ニーズに十分に対応できていない</p> <p>② 継続的にデジタル化に取り組む事業者の支援 ・デジタル化の実行段階で、人材不足やコストが課題となり取組がストップしたり多くの時間を要する企業がある</p> <p>③ デジタル化の取組の質的向上 ・全社的なデジタル化（DX）を実現するためには、人材不足やコストの課題に加え、属人化された業務の整理や長年の慣習を変えることに抵抗がある社員の理解を得ることが必要</p>	<p><b>ポイント5 事業者の規模や、取組フェーズに応じたデジタル化の量的拡大・質的向上</b></p> <p>＜令和7年度下半期の取り組み＞</p> <p>① 経営指導員の支援力向上や活動支援等による県内事業者への啓発の継続実施</p> <p>② 高知デジタルカレッジやプロフェッショナル人材とのマッチング支援により事業者の人材育成・確保をサポート</p> <p>③ 効果的にDXに取り組めるよう、経営者だけでなく現場のキーマンとコミュニケーションを密にし、事業者に寄り添いながら計画の策定・実行を支援</p> <p>＜令和8年度の取り組み＞</p> <p>①② 小規模事業者等における取組の量的拡大を図るとともに、県内のモデルとなる取組を重点的に支援</p>

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

## (6) 円滑な事業承継の推進

## ① 地域の支援機関の連携体制の強化

- ・4地域(室戸市、土佐清水市、四万十市、四万十町)において地元支援機関が参加する定例会を実施  
(5月～8月:定例会2巡目終了、3巡目10月に実施予定)
- ・県内6ブロックで各支援機関が参加する勉強会等を開催  
(5月～9月:セミナー6回、217名参加  
ワークショップ6回、140名参加)

## ② 買い手の増加に向けた取組

- ・地元金融機関に売り手情報や県支援メニュー等を発信
- ・高知暮らしフェアへの参加 (6月:大阪・東京で19件の面談)
- ・移住・起業体験ツアーの参加者に支援メニューをPR(9月)

## (7) 人材の育成・確保の推進

## ① 外国人材の受入・活躍推進

- ア 受入促進
- (ア) MOU締結地域における就労定着奨励給付金制度の活用 (8名+20名(予定))

## (イ) インド・ナガランド州とのMOU締結 (7月)

## (ウ) 外国人材雇用相談窓口(ふおれこ)の開設 (4月)

(エ) 高度外国人材雇用セミナー (10/8、19社参加)  
合同企業説明会 (10/29、9社参加予定)

## イ 定着促進

(ア) 日本語eラーニング(無料)による学習機会の提供  
(学習者数96人(8月))(イ) 「こうち外国人材優良サポート認証制度」の運用開始  
(第1期:16事業者認証、認証書授与式(9月))(ウ) 事業者に対する技能実習生等の住宅改修補助  
(申請10件)(エ) 事業者に対する技能やビジネスのスキルアップ補助  
(申請6件)

## (8) 働き方改革の推進

## ① WLB推進企業認証制度の推進

ア 男性育休推進部門の新設  
⇒25社(10/1現在)、38社(目標)

## イ 延べ認証企業数⇒941社(10/1現在)、910社(目標)

## ② 働き方改革の推進

## ア 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

イ 働きやすい環境整備に向けた補助  
⇒交付申請29件(10/1現在)

## ウ 業務の属人化解消に向けた研修会の開催 (8月～、5回)

⇒8社、働き方改革コンサルタント8人

## エ 人事評価制度構築研修会の開催 (8月～、5回) ⇒10社

## (6) 円滑な事業承継の推進

## ① 地域の支援機関の連携体制の強化

- ・事業承継関連の予算措置のある市町村は4市2町と徐々に増えているが、さらに予算措置や地域内の支援機関の連携等の事例を増やすいくことが必要

## ② 買い手の増加に向けた取組

- ・中山間地域では都市部に比べ、売り手に対する買い手の相談が少なく、マッチングをさらに促進するためには、買い手を増やすことが必要

## (7) 人材の育成・確保の推進

## ① 外国人材の受入・活躍推進

## ア 受入促進

## ○外国人材の受け入れにおいて、国内外の地域との競争が激化

## (ウ) 相談窓口の周知

(エ) 本県になじみのある県内留学生の県内就職者が少ない  
(新1) 県内には技能実習入国後講習施設がなく、県外施設を利用 (15/23監理団体)

## イ 定着促進

## (ア) 学習者の学習継続率が低い

## (イ) 運用開始年度ということもあり、認証取得事業者が少ない

## (新2) 特定技能外国人に県内で長く働いてもらうためのインセンティブが必要

## ポイント6

## 県内外に売り手の情報発信、買い手とのマッチングを加速

## &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- ① 4地域での来年度に向けた予算検討、その他取組の促進に向けて定例会を実施 (10月～2月)
- ② 高知暮らしフェアへの参加 (12月・1月)

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ② 民間M&Aプラットフォームを活用して全国に売り手情報を発信し、買い手とのマッチングイベント(オンライン・現地ツア)を通じて、マッチング件数の増加を図る

## ポイント7

## 外国人材の受入・活躍推進

## &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- ア 受入促進
- インド・ナガランド州などの有望地域とのさらなる関係強化
- 大使館や現地政府、送り出し機関等からの情報収集を基に、新たな送り出し国の開拓(ネパール、タイなどを検討)
- イ 定着促進
- (ア) 学習者への伴走支援(学習状況のモニタリング、声かけ)やオンライン交流会の開催による学習者の学習継続支援
- (イ) 事業者に対するサポート認証取得の呼びかけ(広報の強化)

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ア 受入促進
- (エ) 協定先等の海外大学生のインターンシップ促進
- (新1) 県内への入国後講習施設整備の支援の検討
- イ 定着促進
- (ア) 学習者へ学習状況の伴走支援や学習継続が出来ている方の学習方法等を横展開
- (新2) 県内への定着を要件にした特定技能等の資格取得の支援の検討

## ポイント8

## 働きやすい環境づくりを支援

## &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- ① 引き続きアドバイザーの訪問による直接的な周知等により登録を促進
- ② 女性特有の健康課題への対応など新たな視点への対応策の検討

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ① 女性特有の健康課題に対応するためのWLB推進企業認証要件の見直しの検討
- ②-1 更なる働きやすい環境整備の推進に向け企業ニーズに沿った支援策の充実(ソフト事業補助対象経費の拡充等)
- ②-2 働き方改革コンサルタントのスキル向上に向けた支援の強化

# 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 7	R 8	R 9	
目標	1,130	1,288	1,276	1,338	1,326	1,389	
実績	966	1,290	1,308	-	-	-	
達成度	B	A	A	-	-	-	

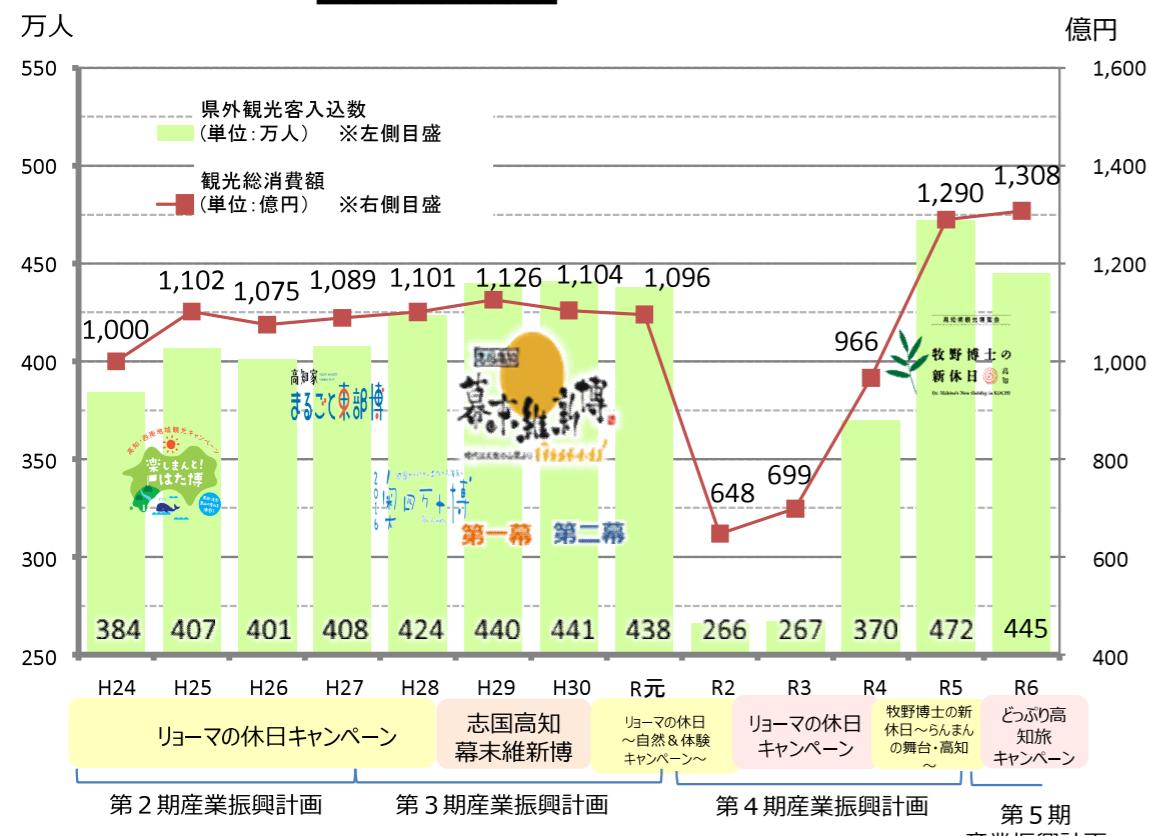
◆分野を代表する目標：県外観光客人泊数							単位：万人泊
	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9	
目標	-	530.7	541.4	552.9	552.6	563.9	
実績	426.6	522.0	513.4	-	-	-	

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

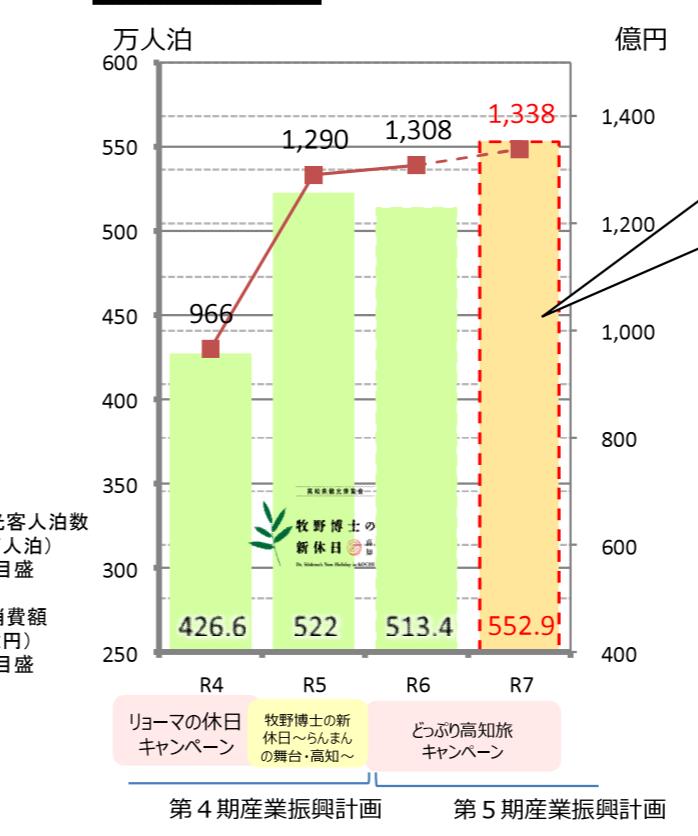
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 「あんぱん」放送中の主要観光施設の利用者数は、R7.4～9月は1,738,991人で前年同期比106.7%となっており、物価高による出控えなどがある中、入込数は底堅く推移している。連続テレビ小説「あんぱん」の効果を活かしながら、首都圏や関西圏等でプロモーションを展開するとともに、平日宿泊キャンペーン、閑散期の夜間イベントなど、旅行需要の底上げの施策を切れ目なく展開することで、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7年6月末時点で71,660人泊（速報値）と堅調に推移（前年同期比114.9%）。台湾定期チャーター便（冬ダイヤ R7.10月末～）の運航継続や、関西・四国からの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]

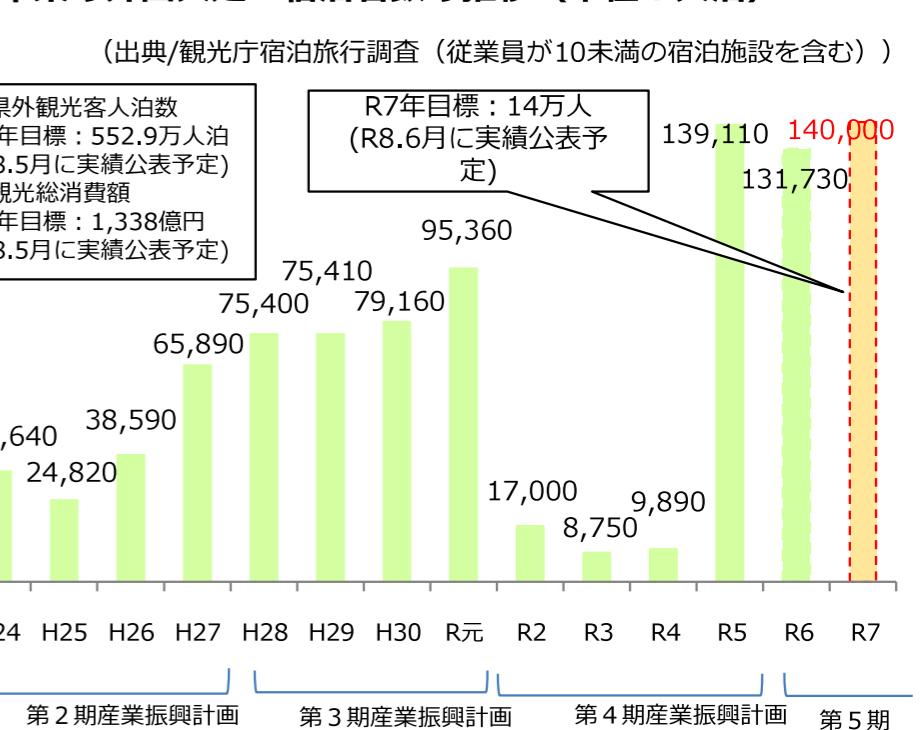
[図1-1] 県外観光客入込数（※R6まで）及び観光総消費額の推移



[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(R6)	達成目標(R7)
中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)	209.1万人	243.3万人	248.1万人
県外観光客入込数(年間)	370万人	445万人	470万人
スポーツによる県外からの入込客数(年間)	53,161人	101,309人	90,000人

[表2] 観光客満足度調査結果

項目	出発点(R4)	実績(R6)	到達目標(R7)
観光施設における満足度(年間)	86%	89%	87.7%
宿泊施設における満足度(年間)	80%	81%	83%

※「大変良い」「良い」を合計した割合 (観光政策課調べ)

## 取り組みの強化の方向性【観光分野 2／3】

### 令和7年度上半期の進捗状況

- (1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり
- ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成
  - ②神楽への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成
    - ・コーディネーターの派遣：104回（4～7月）
    - ・モニターツアーの開催：3回（4～8月）
    - ・造成商品数：11商品（4～8月）
      - E-bikeで巡る遍路道サイクリングツアー（個人向け）
      - ごめん・なはり線でフルーツと絶景を楽しむ列車旅（団体向け）
      - 弁天座で楽しむ赤野獅子舞（団体向け）など
    - ・ごめん・なはり線オープンデッキ車両で行く「モネの庭」：33名など

### (2) 長期滞在を目指した受入態勢づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援
- ②中山間地域における分散型ホテルの構築や宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
  - ア 分散型ホテル（複数棟）の構築に向けた事業計画づくり
    - ・セミナーの開催：108名（5/26）
    - ・安芸市、室戸市、本山町、四万十町を支援中
  - イ 宿泊施設（一棟貸し等）を中心とした地域の魅力向上支援
    - ・芸西村、四万十町、大月町、香美市、いの町、津野町
  - ウ 分散型ホテルの面的展開に向けた可能性調査（5～10棟規模）
    - ・嶺北エリア、黒潮町にて可能性調査に着手（9月～）

### (3) マスメディアを活用した情報発信

- ①連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出した情報発信
  - 首都圏や関西圏などの「やなせさん」「牧野博士」ゆかりの地や百貨店と連携した高知県フェア等の開催
    - ・高知県フェア：阪神梅田本店（6/18～23）、大丸東京店（8/6～19）、日本橋三越本店（8/20～9/2）など6件
    - ・パネル展示・情報発信コーナー：品川図書館（5/1～25）、渋谷区役所（5/19～26）、新宿区役所（6/2～13）など49件
  - ②とさとさや大手書店等とタイアップした「やなせたかしのふるさと 高知」のPR
    - ア とさとさや連携した高知県フェアの開催（4/12～13、5/24～25）
    - イ 薦書店での高知県フェア及び催事の開催（9/1～30）

### 課題

- (1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり
- ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成
  - ②神楽への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成
    - ・造成した商品のPR強化や、販売につなげる支援が必要

### (2) 長期滞在を目指した受入体制づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取り組みの支援
- ②中山間地域における分散型ホテルの構築や宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
  - ・中山間地域での小規模宿泊施設の事業化ニーズが高く、支援の継続が必要
  - ・中山間地域の小規模宿泊施設へのインバウンド客が増加しており、海外への情報発信や販売の強化が必要

### (3) マスメディアを活用した情報発信

- ①連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」を前面に打ち出した情報発信
- ②とさとさや大手書店等とタイアップした「やなせたかしのふるさと 高知」のPR
  - ・物価高による出控えの影響が継続
  - ・連続テレビ小説「あんぱん」の効果を継続していくための取り組みが必要

### 強化の方向性

#### ポイント1

##### どっぷり高知旅キャンペーンの核となる商品づくり

- (1) 「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7年度下半期の取り組み＞

- 30商品以上の造成に向け、コーディネーターを派遣
- どっぷり高知旅キャンペーンホームページ等での情報発信の強化
- 成果報告会による取組事例の横展開

＜令和8年度の取り組み＞

- 台湾便の増便や新たな航路誘致に向けた動きを踏まえ、インバウンド向け商品の充実を目指す（通訳案内士によるガイドを組み込んだ高付加価値商品や国民文化祭に向けた団体向け商品の造成など）

#### ポイント2

##### 中山間地域で長期滞在できる地域づくり

- (2) 長期滞在を目指した受入体制づくり
- ＜令和7年度下半期の取り組み＞

- 事業計画策定に向けた勉強会、モニターツアーの実施
- アクションプランの作成や市町村との連携の強化
- 成果報告会による取組事例の横展開

＜令和8年度の取り組み＞

- 分散型ホテルの構築に向けた事業計画づくりや滞在時間延長に向けた取組支援の継続
- 空き家等を活用した宿泊事業開業への補助制度の創設

#### ポイント3

##### 「朝ドラの舞台 高知」を中心としたプロモーションの展開

- (3) マスメディアを活用した情報発信

＜令和7年度下半期の取り組み＞

- 「あんぱん」終了後も、やなせたかし記念館や観光博覧会「ものべすと」を中心としたプロモーションを展開
- 首都圏メディアを対象としたプレスツアー（11月）や体験取材会（12月）の実施
- 九州、北陸、東北等の中小旅行会社向けモニターツアー（1月）

＜令和8年度の取り組み＞

- 「ドラマが生まれる場所」、「朝ドラの舞台 高知」を前面に打ち出したプロモーションの展開
- 連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」のゆかりの地や百貨店等との連携による高知県フェア等の開催
- 国民文化祭の開催を見据え、地域の伝統文化の魅力を訴求

# 取り組みの強化の方向性【観光分野 3／3】

令和7年度上半期の進捗状況	課題	強化の方向性
<p><b>(4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致</b></p> <p>①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化 ア 「あんぱん」や「どっぷり高知旅」をテーマとした商品提案 ・トップセールスによる4県合同商談会でのプレゼン等(7/8) ・台湾での「あんぱん」TV放送にあわせた広告配信(8-10月) イ 旅行会社や航空会社と連携したプロモーションの実施 ・旅行博出展、web広告、メディアでの情報発信等 ・直行便就航3年目記念メディア発表会(7/8)</p> <p>②短期チャーター便の誘致（韓国等） ア 航空会社や旅行会社のセールス活動等 ・韓国：航空会社7回、旅行会社12回、ファムツアーアイ回 ・香港：旅行会社1回</p>	<p><b>(4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致</b></p> <p>①台湾チャーター便の定着に向けた取り組み強化 ・増加する個人旅行者をターゲットとしたプロモーションの推進 ・高知県ならではの新たなコンテンツの提案</p> <p>②短期チャーター便の誘致（韓国等） ・航空会社や旅行会社へのセールス活動の強化 ・認知度向上に向けたプロモーションの推進</p>	<p><b>ポイント1</b> <u>台湾便の定着と新規航路誘致に向けた取組</u></p> <p><b>(4) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致</b> ＜令和7年度下半期の取り組み＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○タイガーエア主催のマラソン大会やランタンフェスティバルでのブース出展等による個人旅行者向けのプロモーションの実施</li> <li>○韓国の航空会社や旅行会社の視察ツアーの実施</li> </ul> <p>＜令和8年度の取り組み＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○台湾便の個人旅行者向けのプロモーションの強化</li> <li>○韓国航路の誘致に向けたセールス活動の強化</li> <li>○インバウンド向け「どっぷり高知旅」商品造成の強化(30商品)</li> <li>○インバウンドに加えてアウトバウンド促進の強化</li> </ul>
<p><b>(5) 年間を通じた観光需要の平準化</b></p> <p>①平日宿泊促進キャンペーンの実施</p> <p>②閑散期対策 ア 龍馬パスポートの特別企画の実施 (ア) 物部川エリア誘客・県内周遊キャンペーン(4月～9月) ・物部川エリア又は県内7ブロックの指定施設利用でスタンプを追加押印 (イ) ステージアップキャンペーン(7月～3月) ・シルバー以上のステージアップ者を対象に抽選を実施 (ウ) レアスタンプ企画の実施(3月～9月) ・東京、大阪のアンテナショップでレアスタンプを押印</p> <p>イ MICEの誘致 ・東京でのセールス活動：6月 7団体訪問</p> <p>ウ 産業別若者所得向上検討会（旅行業、宿泊業）において議論</p>	<p><b>(5) 年間を通じた観光需要の平準化</b></p> <p>①平日宿泊促進キャンペーンの実施 ・平日宿泊の機運の醸成による旅行需要の底上げ</p> <p>②閑散期対策 ・宿泊施設の高付加価値化による誘客 ・冬季の誘客やリピーターを増やすためのコンテンツの造成が必要</p>	<p><b>ポイント2</b> <u>観光需要の平準化に向けた取組</u></p> <p><b>(5) 年間を通じた観光需要の平準化</b> ＜令和7年度下半期の取り組み＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○平日宿泊キャンペーン(10/1～3/31) ・参画施設107施設（22観光施設、85宿泊施設）において特典を提供 ・徳島県「ラーニングの日」HPとの相互リンクの実施 ・OTA宿泊割引クーポン(R7.12-R8.1)による更なる誘客</li> <li>○夜間イベントの開催(1/10～2.1) ・高知城の夜間開館やよさこい・伝統芸能の披露</li> </ul> <p>＜令和8年度の取り組み＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○宿泊施設での、地域ならではの食材、旬の食材を使用したメニューの提供</li> <li>○五台山での夜の観光コンテンツの造成</li> </ul>
<p><b>(6) 積極的な人材の確保</b></p> <p>①教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大 ア 相談窓口の開設（相談件数：9件） イ 高知県観光ガイドスタートアップセミナーの実施 7/31 須崎市：参加者19名、8/3 高知市：参加者27名 ウ 学生を対象とした情報発信や伴走支援施策の実施 エ 高知くらしフェアへの出展 ・大阪会場(6/28)：相談者8組9名 ・東京会場(6/29)：相談者18組23名 オ 出前講座等実施に向けた県内高等教育機関等へのアプローチ(6/4高知工科大学、6/10高知大学、7/30高知県立大学)</p> <p>②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化 ア 台湾からのインターンシップの受入 ・6施設9名受入れ（R7.8月時点）</p>	<p><b>(6) 積極的な人材の確保</b></p> <p>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 ・ガイド研修会や体験会を通じた地道な取組の継続が必要 ・高知への移住を考えている人や県内の学生などへ、宿泊業の仕事や魅力を知ってもらうことが必要 ・県内外の人材を掘り起こすための新たな仕組みの構築</p> <p>②外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化 ・受入確保に向け、インターンシップ等の継続した取組が必要</p>	<p><b>ポイント3</b> <u>県内外からの正規・非正規従業員の確保</u></p> <p><b>(6) 積極的な人材の確保</b> ＜令和7年度下半期の取り組み＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○台湾からのインターンシップの受入（1月までに7施設、14人）</li> <li>○海外人材視察・調査（ミャンマー・台湾10/19～25）</li> <li>○関係機関との連携強化に向けたインターンシップのフォローアップ（台湾11/11～15）</li> <li>○高知くらしフェアへの出展（12月）</li> </ul> <p>＜令和8年度の取り組み＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○移住施策との連携や宿泊業の魅力を伝える動画の作成</li> <li>○学生等を対象とした人材育成講座の実施</li> <li>○ノウハウのある企業と連携した観光の魅力と仕事を紹介するプラットフォームの構築</li> </ul>

# 取り組みの強化の方向性【保健医療分野】

令和7年度上半期の進捗状況	課題	強化の方向性
<p><b>【生産性の向上】</b></p> <p>(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 <b>R7目標：23市町村 直近値：13市町（R7.9月）</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>①ヘルスケアモビリティの導入 2台導入検討中（四万十町、黒潮町）</li><li>②デジタルヘルスコーディネーター（医師） 未整備自治体にある医療機関への提案</li></ul>	<p>(1) オンライン診療体制の構築</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・オンライン診療は通信機器の準備や患者選定等の負担がかかる上、診療可能な症状に制約がある一方、診療報酬のインセンティブがないため、医療機関にとってのニーズが低い</li></ul>	<p><b>ポイント1 オンライン診療の更なる推進</b></p> <p>(1) オンライン診療体制の構築</p> <p>〈令和7年度下半期の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・オンライン診療との親和性が高い診察を実施している医療機関であれば、一定のニーズが見込めるから、県内医療機関の<u>施設管理医（老健・特養等との診療）</u>及び<u>産業医（企業・事業所等との診療）</u>に対して、移動時間や交通費の削減といったメリットを提示しオンライン診療への関心を調査</li></ul> <p>〈令和8年度の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・オンライン診療に関心があると回答した<u>施設管理医及び産業医</u>に対して、オンライン診療を提案</li><li>・あたかふれあいセンター等での<u>オンライン診療と連動したオンライン服薬指導モデル事業</u>の実施</li></ul>
<p><b>【人材の確保】</b></p> <p>(1) 医療機関の職場環境等の改善 ⇒職場環境改善等に取り組む医療機関数 <b>R7目標：80病院 直近値：74病院（R7）</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>①看護管理者向けの支援<ul style="list-style-type: none"><li>ア.看護部長等が対象の研修の実施 80病院参加（目標）→74病院（9月末現在）</li><li>イ.取組を行う医療機関への支援<ul style="list-style-type: none"><li>・アドバイザーによる業務の効率化などへの相談支援</li><li>・令和6年度に受講した研修生による実践報告会（9/30）</li></ul></li></ul></li><li>②医師の勤務環境等の改善 ア.アドバイザー派遣による業務効率化等への支援</li></ul>	<p>(1) 医療機関の職場環境等の改善</p> <ul style="list-style-type: none"><li>①看護管理者向けの支援<ul style="list-style-type: none"><li>・人材不足により看護管理者研修に参加する余裕がない</li></ul></li><li>②医師の勤務環境等の改善<ul style="list-style-type: none"><li>・宿日直許可を取得した医療機関の業務実態の把握が必要</li></ul></li></ul>	<p><b>ポイント2 人材確保に向けた情報発信の強化</b></p> <p>(1) 医療機関の職場環境等の改善</p> <p>①看護管理者向けの支援（看護管理者の資質の向上）</p> <p>〈令和8年度の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・各医療機関の課題抽出と問題解決に向けた取り組みに対して、アドバイザーを配置した手厚い支援体制の継続</li></ul> <p>②医師の勤務環境等の改善</p> <p>〈令和7年度下半期の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・県及び高知市が実施する立入検査結果をもとに、宿日直許可の内容と業務実態の整合を確認するとともに、必要に応じて改善に向けた支援の実施</li></ul>

# 取り組みの強化の方向性【保健医療分野】

令和7年度上半期の進捗状況	課題	強化の方向性
<p><b>【人材の確保】</b></p> <p><b>(2) 看護師の確保</b></p> <p>⇒県内看護師等学校養成所卒業者の県内就職率 <b>R7目標：80% 直近値：78.10% (R6)</b></p> <p>①高等学校を訪問して進路説明会の開催（19校訪問） ②看護フェアの開催（28校164名参加） ③看護学生インターンシップ事業受入 37病院参加、30名参加申込（9月末現在）</p> <p><b>(3) 医師の確保</b></p> <p>⇒県内医師初期研修医採用 <b>R7目標：70人 直近値：49人 (R7)</b></p> <p>①奨学金制度等説明会（21名参加） ②新規貸与申請者の面接 ③臨床研修病院（8病院）説明会 ④医学生への医師養成奨学貸付金の貸与 ⑤県内病院の研修プログラムと医学生とのマッチング ⑥高知大学医学部オープンキャンパスで奨学金制度の説明 ⑦受給医学生及び医師への定期面談等による離脱防止 →地域医療支援センターと連携した定期面談（通年）</p>	<p><b>(2) 看護師の確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・県内就職率は改善したが、就職者数は減少している</li><li>・大学志向により看護師学校養成学校（3年課程）の充足率が低下している</li><li>・求職者のニーズに応じた勤務環境の整備が必要</li><li>・看護現場が煩雑で業務量が増加し離職の増加がある</li></ul> <p><b>(3) 医師の確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・医師養成奨学貸付金貸与者の義務年限内の離脱が発生している</li></ul>	<p><b>(2) 看護師の確保</b></p> <p>〈令和7年度下半期の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・大学、看護師学校養成所と連携し、県外に就職した卒業者に対して情報提供の実施</li><li>・移住促進サイトへのコンテンツの掲載</li><li>・県内看護学生・教員を対象に地域の病院を知る機会を提供</li><li>・就職フェアの開催</li></ul> <p>〈令和8年度の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・医療系職種の魅力を伝える説明会の実施（高校生）</li><li>・看護職員を希望する学生を対象とした進学説明会の開催</li><li>・就職フェアの開催回数の拡大</li><li>・短期就労のマッチングシステムの継続</li><li>・短期正職員制度に関する啓発の実施</li><li>・看護業務の効率化・省力化に対する支援</li><li>・関係機関が連携した県内でのキャリア形成支援の検討</li><li>・移住促進と連携したPR機会の拡大</li></ul> <p><b>(3) 医師の確保</b></p> <p>〈令和7年度下半期の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・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</li></ul> <p>〈令和8年度の取り組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・医療系職種の魅力を伝える説明会の実施（高校生）</li><li>・地域偏在、診療科偏在是正に向けた効果的な奨学貸付金制度の枠組みを検討</li></ul>

# 取り組みの強化の方向性【その他の分野（福祉分野）】

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

### ポイント1

#### 好事例やノウハウの展開による

#### 生産性向上の促進

##### (1) 介護現場の生産性の向上

<令和7年度下半期の取り組み>

- I C T 導入事例の普及・啓発
- 協働化に向けた事業者等との意見交換

<令和8年度の取り組み>

- セミナー等で I C T 導入事例の横展開の実施  
事業者団体（老人福祉施設協議会等）と連携
- 法人間の協働化の取組への支援の強化（実際に協働化の取組を行った実績のある方をアドバイザーとして選任、センターに配置し、事業者を支援）

### 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7年度下半期の取り組み>

- 認証取得に向けた支援、掘り起こしのための事業者訪問
- 制度の県民認知度向上に向けた各種広報

<令和8年度の取り組み>

- 認証取得により事業者が得られるメリットの拡充（補助金の優先採択など）

##### (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7年度下半期の取り組み>

- 介護の仕事の魅力発信に向けた各種広報（テレビCM、web広告、チラシ等）
- 福祉関係者と協力した学校における福祉教育の実施
- 高校生を対象とした訪問介護の資格取得・就労体験（12月～ 高知市）

<令和8年度の取り組み>

- 小中高校生への魅力発信の強化（しごと体験など）
- ふくしフェアなどの機会を活用した福祉系高等教育機関の魅力のP R（ブースの設置など）
- 出前授業などの学校訪問時に、福祉系高等教育機関の P R を併せて実施

## 【生産性の向上】

### (1) 介護現場の生産性の向上

#### 介護事業所の I C T 導入率

R7目標：52.7%

①ワンストップ型総合相談窓口（こうち介護生産性向上総合支援センター）の設置による支援の強化

- 相談件数：78件（R7.9月末現在）
- セミナーの実施：6月（110名）、8月（96名）
- 伴走型支援：7事業所
- 協働化に取り組む事業者への助成制度の創設・公募（8月～）

②デジタル化の促進

- ICT機器、介護ロボット等導入経費に対する助成（8月～）

## 【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

R7目標：410事業所 直近値：225事業所（R7.9月）

①福祉・介護事業所認証評価制度の推進

- 個別相談、専門家支援、掘り起こしのための事業者訪問（通年）
- 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）

R7目標：年間40回 直近値：30回（R7.9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

- 介護の仕事の魅力発信に向けた各種広報（8月～動画制作等）

②福祉関係者と学校が連携した福祉教育の推進

- 福祉関係者と協力した学校における福祉教育の実施（4月～）

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の資格取得・就労体験（8月～ 幡多地域）

### (1) 介護現場の生産性の向上

- デジタル化の効果が十分に伝わっていない事業所がある
- 事業者の経営の維持・強化のためには協働化を進める必要があるが、具体的な取組を進めるためのノウハウが不足

### (1) 人材育成・キャリアパスの構築

- 認証取得の動機付けが弱く、取得の動きが近年停滞

### (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）

- 県内の介護福祉士養成校2校の令和7年4月入学者数が前年比130%となるなど、これまで行ってきた情報発信やキャリア教育などの成果が一定表れているものの、定員を満たしておらず、さらなる入学者の増加が必要
- 資格取得支援や就労体験、福祉教育などの対象は高校生が中心となっているが、進路の選択肢をさらに広げるためには、より若年層への情報発信が必要

# 取り組みの強化の方向性【土木分野】

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 課題

## 強化の方向性

### 【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型工事の拡大(R7.4.1施行)
  - ・対象工種追加(5→8工種)
  - ・指定型工事の目標件数 (R6:30→R7:60件)

【R7目標】	【直近値 (R7.8)】	【R9目標】
A等級： 25者	A等級： 24者	A等級： 26者
B等級： 125者	B等級： 134者	B等級： 137者
C等級： 21者	C等級： 22者	C等級： 33者

※H29からのICT経験企業数

- ②若者所得向上検討チームにおいて、ICT施工などの推進による生産性の向上や、魅力ある現場環境の創出の必要性を再確認

- ③若者や女性も活躍できるデジタル技術に関する研修の継続

### 【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

R7目標：13.0% 直近値：12.1% (R5卒)

##### ①-1出前授業の実施

- ・11か所／全16か所、776人参加 (9月)

##### ①-2第1回高知県コンストラクション甲子園(12月開催)の募集

##### ②女性活躍のPR強化

- ・経営者向け研修で女性活躍事例紹介(9月～配信)

- ・建設ディレクターの導入支援、導入検討事業者への個別アプローチ

【実績】 R6:10名(女性8名)、R7.9月:8名(女性5名)

【R9目標】 計80名 (20名/年目標)

- ・女性活躍をテーマにテレビ放送(9/28)

### 【クルーズ・コンテナ】

#### (1) 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 R7目標：50回 直近値：62回 (R7.9月 未現在) ※R7年度全体では100回を超える見込み

- ①寄港回数の増加に向けた船社へのポートセールスの実施

#### (2) 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)

R7目標：21,000TEU 直近値：9,109TEU (R6)

- ①県内産業を支える航路の維持及び新規航路の誘致に向けた荷主等へのポートセールスの実施

#### (1) ICT活用工事の普及拡大・人材育成

- ①ICT活用工事の拡大
  - ・小規模事業者 (C等級) において活用が遅れている  
※H29からの実績では、年間増加企業数約2.6者 (22件/8.4年) 、R9目標達成には残り2.6年で11者増が必要  
→小規模事業者がICT活用に踏み出すための後押しが必要
  - ②担い手不足への対応や大規模災害時などの対応力強化に向け、厳しい環境下での技術力向上が必要  
→ICT活用について、ICT施工の遠隔化や3Dプリンターの活用など全国トップクラスの取り組みが必要
  - ③生産性向上に資する新たなデジタル技術に関する情報収集

#### (1) 県内建設業への高校生の就職促進

- ①②県外就職者が増加傾向であり、

県内建設業への就職意識の醸成が必要

##### ①-2参加校の確保と建設業のやりがいや魅力の効果的なPR

##### ②建設ディレクターの導入促進に向けて

県内建設ディレクターの業務範囲と、その業務に必要な技術レベルの整理、建設事業者の業務整理の支援が必要

(補助金執行率40%・8/20名・9月)

■県内高校の就職状況 (建設関係学科)	県内		県外			
	うち建設関係	うち民間(建設以外)	うち建設関係	うち民間(建設以外)		
R4	74	50	6	18	7	3
R5	74	41	9	20	10	3
R6	61	36	8	25	16	1
計	209	127	23	63	33	7

#### (1) クルーズ船寄港地としての定着・発展

- ①高知港への寄港回数の維持・安定化
- ②宿毛湾港など高知港以外の県内港湾への誘致

#### (2) 高知新港のコンテナ取扱数の拡大

- ①コンテナ船社1社のみで競争原理が働かない現状において、スケジュールの乱れ等利便性の低下による荷主の高知新港離れが懸念
- ②航路の維持及び新規航路の誘致に必要な貨物量の確保

## ポイント1

### 建設分野のデジタル化を加速！

#### (1) ICT活用工事の普及拡大・人材育成

##### ＜令和7年度下半期の取り組み＞

- ①ICT活用を必須とする発注者指定型工事の推進

##### ＜令和8年度の取り組み＞

- ①②建設業デジタル化加速モデル工事の実施

県内事業者のレベルに応じ、モデル工事を設定し、有効性や課題を検証

- ・ICT活用が遅れている小規模事業者のICT内製化をフルサポート、課題を整理し、今後の活用拡大施策を検討
- ・災害時の活用を想定し、遠隔施工の県内実績を創出
- ・3Dプリンター等の新技術の活用と効果の検証

→若い世代に対する新技術活用による建設業のイメージアップ

- ③デジタル技術に関する研修の継続

## 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7年度下半期の取り組み＞

- ①授業内容の充実(デジタル化が進む県内建設業の魅力PR)
  - ・求職者側へのアンケートによる、求人側の取り組みとのギャップの分析／イベントの周知

- ②建設ディレクター：導入メリットの周知・建設業働き方改革等支援アドバイザーによる業務整理の支援・県内建設ディレクターの業務実態調査に基づく事例作成／女性活躍のPR

##### ＜令和8年度の取り組み＞

- ①授業内容の充実(デジタル化が進む県内建設業の魅力PR)
  - ・求職者ニーズを踏まえた取り組みの実施
- ②建設関係イベント等多様な機会を活用した女性活躍のPR、建設ディレクターのメリットや配置事例の周知

## ポイント3

### ポートセールス活動の強化！

#### (1) クルーズ船寄港地としての定着・発展

##### ＜令和7年度下半期・令和8年度の取り組み＞

- ①ラグジュアリー船を念頭に、高知港以外の港への寄港についてもポートセールスを推進

- ②リピーターの方にも満足いただける寄港地観光メニューの充実

#### (2) 高知新港のコンテナ取扱数の拡大

##### ＜令和7年度下半期・令和8年度の取り組み＞

- ①荷主等へ引き続き高知新港利用の働きかけ及び情報収集

- ②航路の維持及び新規航路の誘致に向けた船社への営業活動

## 第2期関西・高知経済連携強化戦略の取り組みと強化の方向性

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年度)	R7年度 到達目標	R7年度上半期 の実績値	評価	目標達成の見通しと課題 ○:目標見通し ●:課題	令和8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※暦年	103万人	129万人	—	—	○物価高による出控えの影響が見られるが、「あんぱん」効果を活用した施策の展開により目標達成を目指す ●連続テレビ小説「あんぱん」の効果を継続していくための取組 ●物価高による出控えの影響が継続 ○上半期は、目標を上回る見込みで延べ宿泊者数が推移 ●インバウンド向けのどっぷり商品づくりの強化 ●航空便等の利用者数の増	・とさとさ等と連携し、「ドラマが生まれる場所」、「朝ドラの舞台 高知」を前面に打ち出したプロモーションを展開 ・国民文化祭の開催に合わせた地域の伝統文化の魅力訴求による誘客の拡大 ・本県の歴史や文化の魅力を伝えるため、既存の「どっぷり商品」の付加価値を高め、外国人観光客にも展開 ・関西圏との交通ネットワークの充実に向けた取組の実施
		関西空港経由の外国人延べ宿泊者数※暦年	0.3万人泊	4.2万人泊	2.2万人泊 (R7.1~6月(速報値))	A	○上半期は、目標を上回る見込みで延べ宿泊者数が推移 ●インバウンド向けのどっぷり商品づくりの強化 ●航空便等の利用者数の増	・本県の歴史や文化の魅力を伝えるため、既存の「どっぷり商品」の付加価値を高め、外国人観光客にも展開 ・関西圏との交通ネットワークの充実に向けた取組の実施
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)	108.9億円 (R6.9~R7.8)	106.5億円 (R6.9~R7.8)	B	○高温の影響による数量減を単価高で補ったものの、販売額は目標にわずかに届かなかった。 ●生産状況の市場への共有により効果的なフェアの実施。	・生産量の拡大と取扱量アップに向けた産地支援 ・「とさとさ」と連動した周辺量販店での効果的なフェアの開催
	水産業	関西圏の高知家の魚応援の店への販売額※暦年	1.1億円	2.1億円	1.0億円 (R7.1~6月)	A	○応援の店への販売額は、48%の進捗状況となっており、目標を達成する見込み ●取引額の拡大に向けたターゲット選定が必要	・地産外商公社や市町村と連携した、県内からの供給量と需給バランスが合いやすい中規模チェーン店等とのマッチング強化
		関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額※暦年	0.3億円	1.5億円	0.2億円 (R7.1~6月)	D	○中国への輸出再開の動きはあるものの、目標達成の見通しは不透明 ●中国への輸出再開に向けて、施設の再登録や新たな放射能検査に時間を要している状況	・中国への輸出再開に伴う反転攻勢として賞味会の開催等の強化や、輸出拡大やカントリーリスク対策のための新たな市場（マレーシア等）への販売拡大
	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	147億円	—	—	○万博で高まるインバウンド需要の獲得に向けて、飲食・業務用卸との関係強化やホテル・レストランへの積極的なアプローチ、「とさとさ」を活用した外商活動により、成約に直結する産地視察型商談会を開催し、目標達成を目指す ●インバウンド需要が拡大する外食産業に対する営業強化 ●万博を契機に培った関西圏における飲食業界のネットワークやノウハウの外商戦略への活用 ●競争が激しい関西圏における地域一体的な売り込み	・外食産業のバイヤーやシェフ等の個々のニーズに合わせた商品提案及び産地視察型商談会の強化 ・万博を契機に構築した飲食業界との関係性や販路、ノウハウを生かし、定番化やさらなる外商に向けた営業強化、新たなフェア開催 ・高知ならではの食材や食文化などを活かした、地域の一体的なブランディングによる付加価値創出の支援
	林業	関西圏(三重県を含む)への土佐材出荷量※年次	2.0万m <sup>3</sup> ※年間推計値	2.7万m <sup>3</sup>	1.2万m <sup>3</sup> (R7.1~7月)	C	○関西圏への土佐材出荷量は前年同期比95% ●万博特需が終息したため、非住宅木造建築に取り組む土佐材パートナー企業等における土佐材の利用拡大に向けて、引き続き顔の見えるつながりを強化して取引量の増加に繋げることが必要	・高知の非住宅木造建築を見学する産地商談会のサポート、大屋根リングの約4割（県試算）に県産木材が利用された実績や、万博を契機に構築した木材のサプライチェーンの活用等、関西圏の協力企業との需要拡大に向けた取組の強化
万博・IR連携	商工業	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高	237億円	259億円	121億円 (R7.4~8月)	S	○年間目標に対し5ヶ月で47%の進捗（対前年同期比116.6%）となっており、目標は達成する見込み ●土木技術コーディネーターの人脈を生かした自治体や団体等との県内企業との関係構築が必要 ●「とさとさ」を活用したさらなるPR等の機会創出 ●大阪IRを契機としたインバウンド需要の高まりを見据えた、付加価値の高い製品の外商強化	・ゼネコン、建設コンサル関係者を高知に招聘した施工現場視察等、工法の外商支援を促進 ・支援企業の関心の高い展示会へ新規出展 ・土木技術コーディネーターの常勤化による支援体制の強化 ・とさとさを活用した伝統的工芸品や海洋深層水等のPR及び販路拡大 ・富裕層向け高級ホテル等への高付加価値製品の販路拡大に係る可能性の検証
	万博・IR連携	—	—	—	—	—	○万博を通じてSUPER LOCALをテーマに本県の魅力を発信 ●IR開業に向けた情報が少ない	・IR運営事業者や大阪観光局等からの継続的な情報収集 ・各分野でつながりのある関西圏の事業者、県や市町村に関わりのある事業者等からの定期的な情報収集
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	891人	328人 (R7.4~9月)	C	○移住相談件数は前年より増加するも、関西からの移住者数は前年より下回っている ○一方で関西圏からのUターン者数は前年より増加	・万博等で構築した関係や獲得したファン、県内市町村等と連携し、様々な形で関西とのつながりを深化 ・関西プロモーションの強化に伴う実施イベント等と連携したUターンの促進	
	関西圏からの移住者のうちUターン者数	169人	348人	154人 (R7.4~9月)	B	●本県出身者が多い関西圏での相談会の開催やデジタルマーケティングによる、Uターン者へのアプローチが必要	・Uターン者をターゲットにした仕事（就職・転職）に関する情報の発信強化	

# 取り組みの強化の方向性 【連携テーマ：地産外商戦略の推進 1／3】

## ◆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

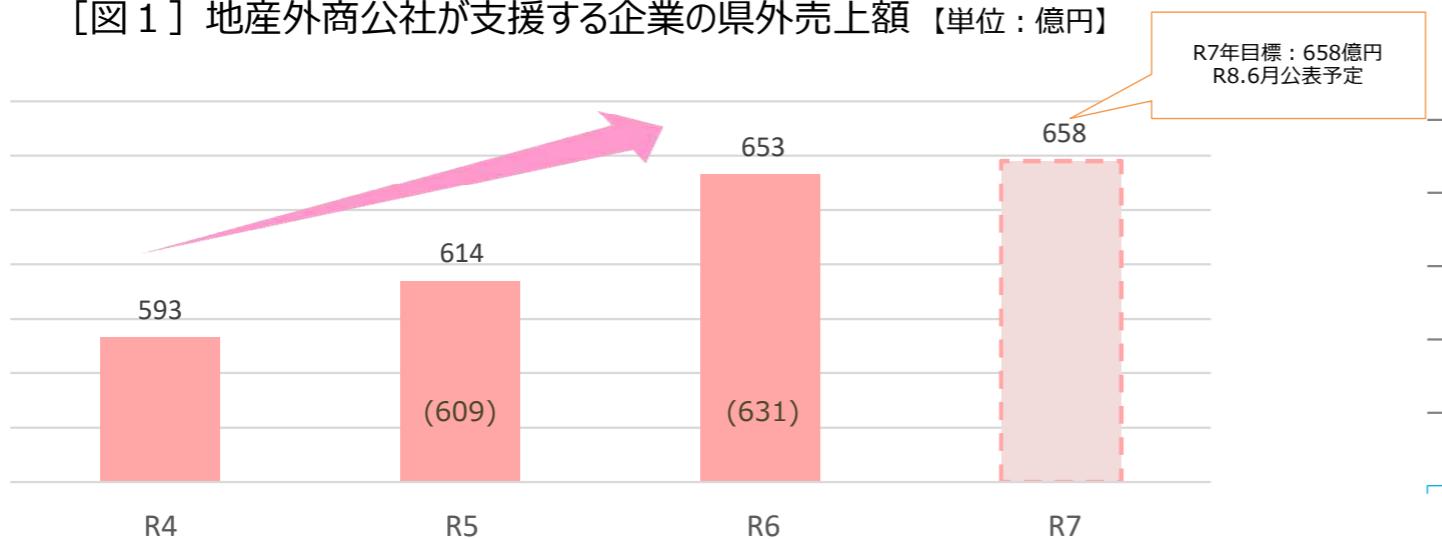
	R3（出発点）	R4	R5	R6	R7	R9
目標	1,255	1,278	1,300	1,165	1,209	1,300
実績	1,034	1,181	1,149	—	—	—
達成度	C	B	B	R8.8月公表予定	—	—

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

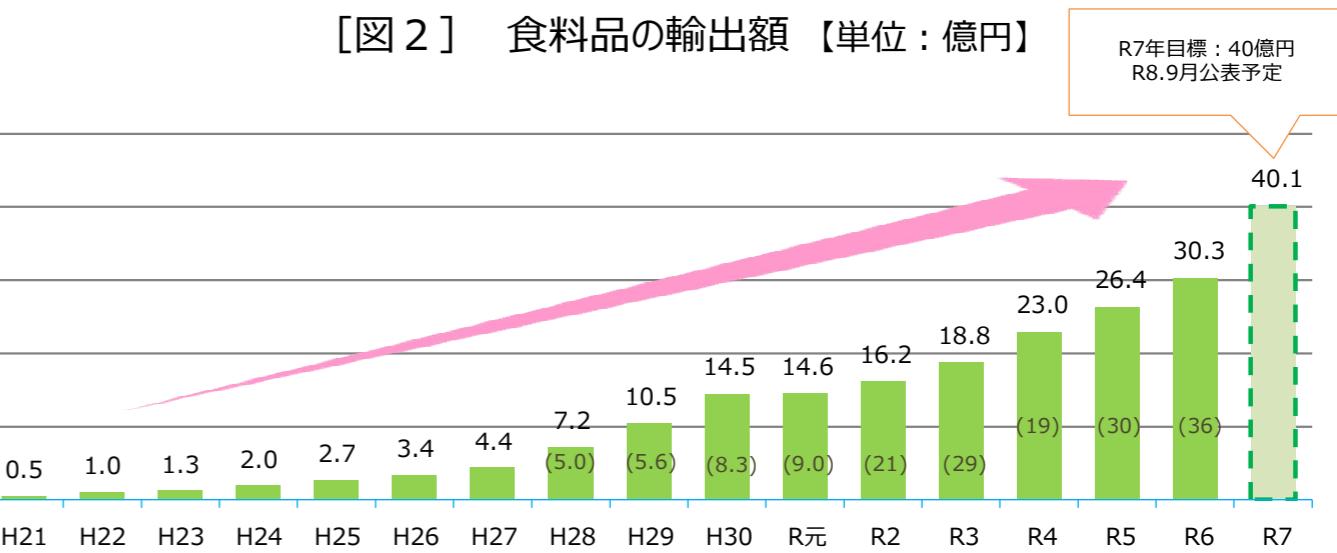
- R5年度は、地産外商公社が支援する企業の県外売上額や、食料品の輸出額は増加傾向にあったものの、実績は前年度から減少し、目標未達となった。その理由としては、人手不足による機会損失の発生や、高騰している原材料等の価格転嫁が進んでいないことなどが要因であると考えている。
- 目標達成に向けて、さらなる生産性向上や高付加価値化、国内外の外商活動の強化に取り組んでいく。[図1、図2]
- R7の状況については、今月、外商に取り組む主要な企業（約59社）に上半期の業況と下半期の見通しヒアリング予定。[表1]

[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]



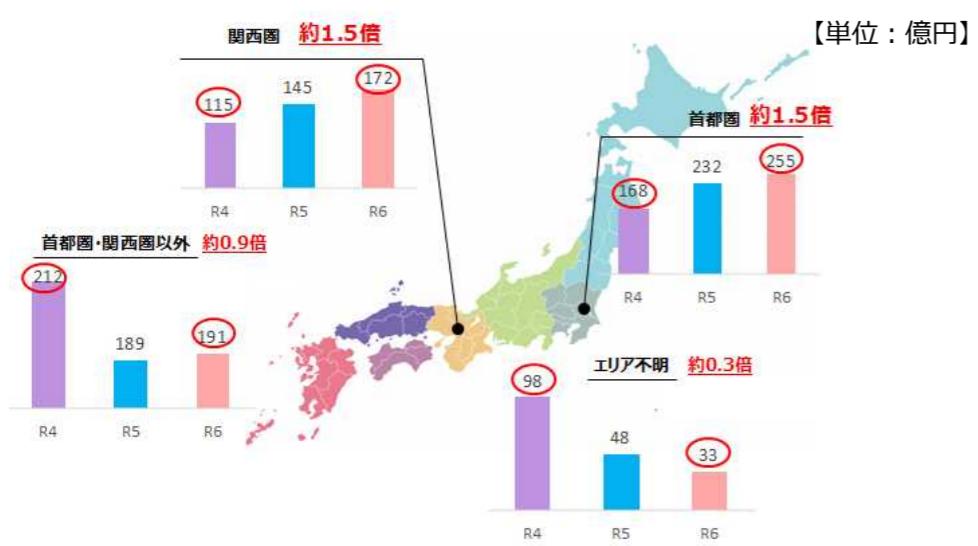
公社の全国展開の推進により、公社が支援する企業の県外での売上額が順調に増加

[図2] 食料品の輸出額 [単位：億円]



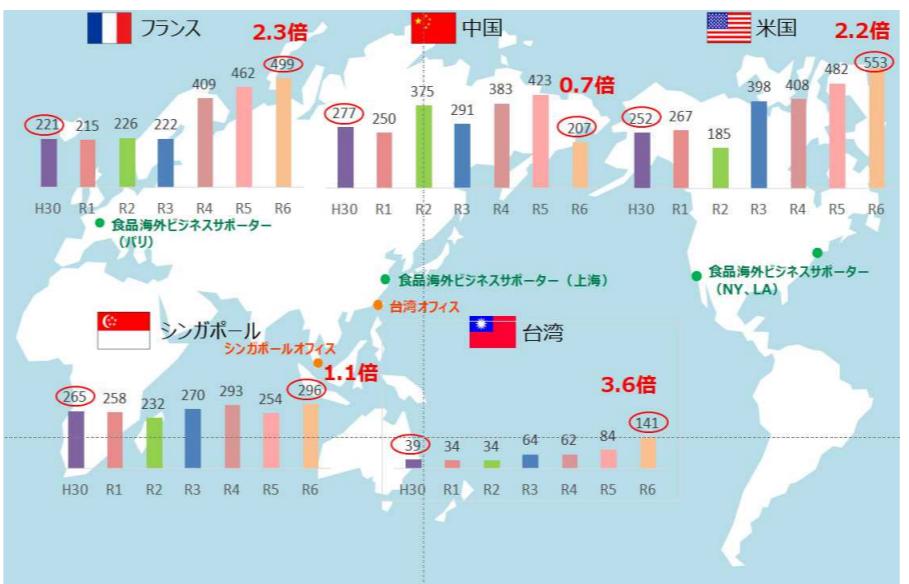
海外支援拠点の活用による外商活動の強化や生産体制の拡充への支援等に取り組んだことによりH21から輸出が増加

[図3] 地産外商公社が支援する企業の県外売上額（エリア別）



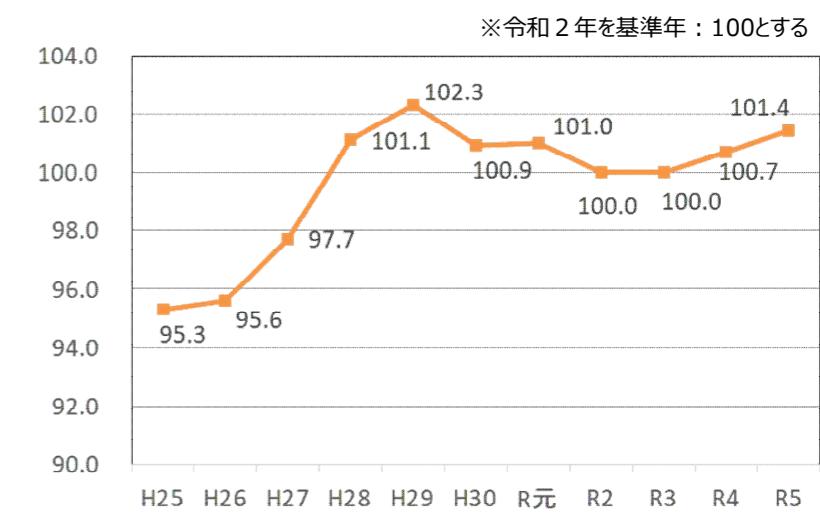
首都圏・関西圏での外商の伸びが顕著

[図4] 食料品の輸出額（国別） [単位：百万円]



有望市場を中心に着実に輸出額が増加

[参考] 鉱工業生産指数（食料品工業）の推移



※「高知県鉱工業生産指数」とは、鉱工業製品を生産する県内の事業所における生産活動（生産量）を指数化したもの

## 令和7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による支援  
相談件数：122件、出張相談会：4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：208事業者  
セミナー・勉強会・研修：13回  
連続個別商談会：4回、相談会：2回  
・商品開発・改良に対する補助：1件
- ③事業戦略の策定・実行の推進  
策定支援：7事業者、実行支援：7事業者
- ④食品産業の成長を牽引するリーディング企業を育成  
高知県食品産業成長支援事業費補助金：  
交付決定2事業者

## (2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- ①生産性向上の支援
  - ・アドバイザー派遣：19回(13社)
  - ・生産管理の高度化に対する補助：5件
- ②衛生管理の向上を支援  
HACCP研修：3コース  
民間認証取得に対する補助：2件
- ③食品表示適正化の支援  
相談件数：58件、食品表示研修：3コース

## 課題

## (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による支援
  - ・サポートデスクの認知度向上及び体制強化
  - ・外商に取り組む事業者の掘り起こし
- 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
  - ・外商拡大に向けてバイヤーが求める新商品の開発
  - ・売れる商品づくりに向けたマーケティング戦略の強化
  - ・事業者の利益確保に向けた適切な価格設定と価格転嫁
- 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の強化
  - ・事業戦略策定後の企業のフォローアップ
- ④食品産業の成長を牽引するリーディング企業を育成
  - ・リーディング候補企業の目標達成に向けた取組の後押し

## (2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- ①生産性向上の支援
  - ・生産性向上や高付加価値化により、労働生産性を高める必要があるが、県内事業者においては、課題解決に向けたノウハウ、人員、資金が不十分
  - ・生産現場の省力化やデジタル化が遅れている
  - ・所得向上に繋がる効果的な支援体制の構築
- ②衛生管理の向上を支援
  - ・販売先が求める品質・衛生管理基準を満たさない事業所があり、機会ロスが発生している
  - ・国際衛生基準の認証取得の推進
- ③食品表示適正化の支援
  - ・事業者の食品表示作成スキルの向上

## 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7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による支援
  - 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
    - ・食品残渣等を活用した新商品開発に向けた交流会の開催
  - ③事業戦略の策定・実行の推進
  - ④食品産業の成長を牽引するリーディング企業を育成（3社予定）
    - ・関係機関で構成する「外商強化支援チーム」による伴走支援

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ①事業者の課題解決をサポートするワンストップ窓口による支援
  - ・成長ポテンシャルのある事業者への重点的な伴走支援
  - ・外商拡大を目指す企業の掘り起こしの強化
  - ・優良な取り組み事例の創出と横展開の拡大
- ②食のイノベーションベース及び補助金による商品の高付加価値化
  - ・付加価値の高い商品づくりの支援の強化
  - ・優良事例の横展開に向けた関係団体との連携強化
    - (総会・定例会での出張セミナーの開催等)
- ③事業戦略の策定・実行の推進
  - ・事業戦略策定後、目標未達企業のフォローアップを強化
  - ・所得向上の実現に向けた中核人材育成や外部人材活用の取組を支援
- ④食品産業の成長を牽引するリーディング企業を育成
  - ・関係機関で構成する「外商強化支援チーム」による伴走支援

## (2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①生産性向上の支援
  - ②衛生管理の向上を支援
  - ③食品表示適正化の支援
- <令和8年度の取り組み>
- ①生産性向上の支援
    - ・所得向上に繋がる経営革新モデルを実践するため、専門家が関与し策定した生産性向上計画に基づく設備投資を支援
    - ・国が新設する「生産性向上支援センター」との連携による伴走支援
  - ②衛生管理の向上を支援
    - ・ITツールや省力化設備を活用した効率的な衛生管理を推進
  - ③食品表示適正化の支援
    - ・食品表示研修の受講を推進

## 令和7年度上半期の進捗状況

## (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
  - ・大手卸主催の展示商談会への出展：13回
  - ・卸売事業者の社内商談会等への実施：2回
  - ・中小卸主催の展示商談会・個別商談会への参加：6回
  - ・成約に直結する産地視察型商談会の開催：45回
  - ・外商コーディネーターによる営業件数：84件
  
- 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：3回
  - ・成約に直結する産地視察型商談会の開催：45回【再掲】
  - ・新規販路開拓に向け、PB・OEM関連展示会への出展：1回
  
- ③飲食店等への外商活動の強化
  - ・飲食店、ホテルグループでの高知フェアの開催：7回
  - ・業務用卸売事業者による産地視察型商談会の開催：4回
  - ・飲食店(チーン店含む)による産地視察型商談会の開催：20回
  - ・ホテルグループによる産地視察型商談会の開催：6回
  
- ④外商の全国展開に向けた営業活動の強化
  - ・顧客及び営業データベースを充実し、クラウド上で管理・運用することで、営業活動を強化
  - ・中部エリアにおける営業活動の件数：121件

## (4) 輸出の拡大

- ①輸出品目の強化
  - ・有機的栽培ユズ対象地区での除草・施肥対策への新たな支援（R6設置の実証圃場3箇所を活用した有機栽培への誘導：約400戸）
  - ・県産酒米の安定供給確保に向けた新たな支援（交付決定：1団体・4蔵 酒米：約475トン、加工用米：約340トン）
  - ・和牛のベトナム向け輸出施設認定取得に向けた取組を推進
  - ・ブリ類の養殖規模拡大・新規参入企業等の誘致に向けた支援の拡充
  - ・JETRO等との連携による新たに輸出に取り組む事業者への支援強化（全9回 35社参加）
  
- ②外商活動の強化
  - ・中国向けの水産加工施設登録及び放射能検査証明提出準備
  - ・R6輸出可能性調査結果に基づいた現地嗜好に合うレシピ提案等の開催準備（シンガポール、マレーシア、タイ）
  - ・現地百貨店等で販売する国内企業と連携した高知ロゴ（シンガポール、ベトナム）
  - ・海外展示会における農畜水産物・加工品の共同出展（タイ）
  - ・現地商社招へい等による土佐酒の新たな市場開拓（米国、ドイツ）
  
- ③事業者支援の強化
  - ・高知県水産物輸出促進協議会による賞味会開催支援等を通じた県内事業者の地域商社化の推進（シンガポール）
  - ・補助要件見直しによる食品加工施設等整備促進事業費補助金の活用促進（交付決定2社 計28百万円）

## 課題

## (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
  - ・新規取引先の獲得に向けて、既存のネットワークを活用した営業力のさらなる強化や、卸売・小売の経営層への直接的なアプローチといったさらなる工夫
  
- ②商談会・展示会の拡充強化
  - ・インバウンド需要の取り込みに向けた、新規の販路開拓
  - ・新規事業者の掘り起こしによる県外展示商談会への参加事業者の確保
  
- ③飲食店等への外商活動の強化
  - ・インバウンド需要が拡大する外食産業に対する営業の強化
  
- ④外商の全国展開に向けた営業活動の強化
  - ・東京、大阪、中部を起点とした、全国への販路拡大の加速
  
- ⑤アフター万博・IR開業に向けた取組
  - ・万博を契機に培った関西圏における飲食業界のネットワークやノウハウの外商戦略への活用
  - ・IR施設の開業を外商活動に生かすための情報収集
  - ・競争が激しい関西圏において、事業者単独での外商活動の限界を補完する地域での一体的な売り込み

## (4) 輸出の拡大

- ①輸出品目の強化
  - ・ユズ（有機的栽培含む）の生産量の増強（農産物）
  - ・食用米価格の急激な高騰による酒米の安定供給（加工品）
  - ・ベトナム施設登録するためには農場登録が必要（畜産）
  - ・高水温の影響等による、ブリ類の輸出向け加工用原魚の不足（水産物）
  - ・輸出に取り組む県内企業の裾野拡大（全般）
  
- ②外商活動の強化
  - ・申請済みの水産加工施設登録の再登録時期（水産物）
  - ・中国の輸入再開に合わせた効果的な反転攻勢（水産物）
  - ・青果物の現地嗜好に合う食べ方提案（農産物）
  - ・高水温の影響等による、ブリ類の輸出向け加工用原魚の不足（水産物）【再掲】
  - ・土佐あかうしの非ロイン系部位の需要創出（畜産）
    - ※ロイン系・フレーク（ヒレ）、サーロイン、リブロース
  - ・土佐酒の輸出拡大が期待できる現地商社等との連携強化（加工品）
  
- ③事業者支援の強化
  - ・輸出用の養殖魚不足に対応する天然魚の冷凍保管や輸出拡大支援（水産物）

## 強化の方向性

## ポイント2 多様な連携を生かした外商の加速化

## (3) 地産外商公社を核とした外商の拡大

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- 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
- ④営業活動及び営業体制の強化

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ①卸売事業者との連携強化による外商拡大
  - ・外商コーディネーターによるトップダウン型営業の展開
- ②商談会・展示会の拡充強化
  - ・インバウンド向け外食関連展示会への出展
  - ・出展事業者の発掘（初出展者への支援強化）
- ③飲食店等への外商活動の強化
  - ・シェフの人的ネットワークを生かした産地視察型商談会
  - ・農業、水産業分野と連携した一体的な営業の推進
- ④外商の全国展開に向けた営業活動の強化
  - ・中部エリアにおける営業強化、九州・東北エリアへの販路拡大
- ⑤アフター万博・IR開業に向けた取組
  - ・万博レガシーを活用した「うめきたエリア飲食店」での高知フェアの開催
  - ・IR開業を見据えた情報収集の強化
  - ・高知ならではの食材や食文化などを生かした、地域の一体的なブランディングによる付加価値創出の支援

## ポイント3 「海外から稼ぐ力」を強化

## (4) 輸出の拡大

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①輸出品目の強化
    - ・ユズの有機的栽培面積拡大に向けた誘導実施（農産物）
  - ②外商活動の強化
    - ・見本市出展や賞味会の開催等により中国への輸出を加速（水産物）
    - ・現地試食商談会・量販店フェアの開催（農産物）
    - ・酒類見本市への出展支援による新たな輸出ルートの開拓（酒・加工品）
  - ③事業者支援の強化
- <令和8年度の取り組み>
- ①ターゲット市場での重点的な輸出拡大支援
    - ・商流を持つ商社等と連携したインセンティブ型の販売促進（酒）
  - ②新たな輸出品目（事業者）の掘りおこしによる輸出拡大
    - ・新たな輸出品目の発掘・確立に向けた海外拠点での支援強化
  - ③ALL高知（農、畜、水、加工品等各部局連携）での外商活動の強化
    - ・中国でのシェア再獲得に向けた水産物を核としたプロモーション展開
    - ・バイヤー等招へいによる商談機会の拡充・販路開拓
    - ・賞味商談会、飲食店でのフェア開催による販売拡大（例：魚と酒をセットで提案）
- 26

# 取り組みの強化の方向性 【連携テーマ：起業や新事業展開の促進 1/2】

## ◆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

	R2～R5累計(出発点)	R5	R6	R7	R6～R9累計
目標	200(140)	50(35)	50(45)	50(45)	200(180)
実績	181(128)	52(37)	50(45)	17(13) (R7.9末時点)	-
達成度	B(B)	A(A)	A(A)	A(A)	-

( )内はこうちスタートアップパークを通じた起業件数

単位：件

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

※達成度はR7年度末時点の達成見込み

## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 起業支援のプラットフォーム「こうちスタートアップパーク」のサポートを通じた起業件数は、9月末時点で13件にとどまっている。今年度中の起業に向けて約35名の方が準備していることから、今後のアフターフォローにより、目標(45件)を達成できる見込みである。【図1】
- ココカラの支援を通じた新事業展開件数は9月末時点で4件となっている。年度内に事業化が見込まれる案件が複数件あることから、目標(5件)を超える見込みである。【図2】

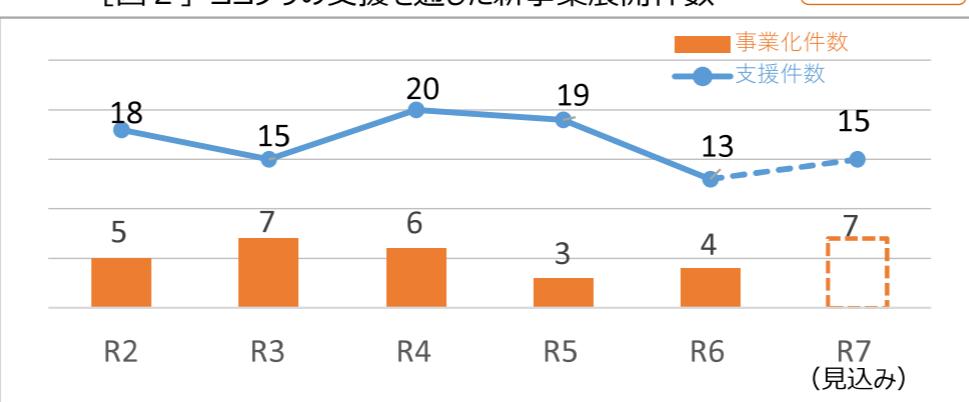
[図1] こうちスタートアップパークを通じた起業件数

(単位：件)



[図2] ココカラの支援を通じた新事業展開件数

(単位：件)



### <起業>

- ・参加者等のニーズに応じて毎年プログラムの内容を充実させており、起業件数は増加傾向

### <新事業>

- ・新事業アイデアの創出から、事業化に向けた伴走支援まで切れ目ないサポートにより、新事業展開件数は概ね年間5件程度で推移

## 令和7年度上半期の進捗状況

### 1 起業の促進

#### (1) 起業関心層の拡充

①小中高校生の起業マインドを醸成する機会の創出

・小中学生向け起業体験プログラムの実施：5回、延べ109名(7～8月)

・小中高校での起業家講演の実施：4校(4～9月)

②大学生等の起業意欲の喚起

・起業家育成事業費補助金 採択件数：1団体

起業を目指す大学生等を対象とした起業プログラムの実施(通年)

ミートアップイベント(県ゆかりの起業家等との交流会)を都市部で開催(7月)

#### (2) 県内全域での起業の促進

①専門家等による起業相談や段階に応じた講座等の実施(通年)

・起業相談：延べ139名(4～9月)、講座等：延べ137名(4～9月、7講座)

②県内で新たに地域課題の解決につながる起業等をする方に対する補助

・地域課題解決起業支援事業費補助金 採択件数：1件(9月末)

③先輩起業家等による伴走支援の実施

・起業家育成事業費補助金 採択件数：1団体 ※再掲

④県外の若者等の県内での起業を促進

・「移住×起業」セミナー：1回、11名(7月)

・「移住×起業」体験ツアー：1回、6名(9月)

## 課題

### 1 起業の促進

#### (1) 起業関心層の拡充

- ・小中学生向けの任意参加のプログラムは、もともと保護者が起業に関心がある層が参加しており、裾野の広がりが限定的である。
- ・若者等に仕事のひとつとして「起業」に目を向けてもらい、起業を志す人を増やす取組が必要である。

#### (2) 県内全域での起業の促進

- ・県と商工団体等との間で、情報共有など連携が十分に取れていない。
- ・起業支援を行ううえで住民にとって身近な相談先となる市町村の取組が十分でない。
- ・起業希望者が必要とする支援策等の一元的な情報発信ができていない。

## 強化の方向性

### ポイント1 起業のさらなる促進

#### (1) 起業関心層の拡充

＜令和8年度の取り組み＞

- ・小中高校生に向けては、より幅広い層にアプローチするため、学校現場と連携したプログラムを拡充

- ・都市部の若者等に対して、高知での「起業」をイメージしてもらうための機会の創出

#### (2) 県内全域での起業の促進

＜令和7年度下半期の取り組み＞

- ・県内全域で起業を促進していくため、市町村や商工団体等の支援機関と連携した支援の仕組みについて検討

＜令和8年度の取り組み＞

- ・商工団体等の支援機関が連携して起業希望者の熟度に応じたきめ細かな支援をするための体制の構築
- ・全市町村における創業支援等事業計画策定に向けたサポート体制の強化
- ・起業希望者の熟度に応じた支援メニュー等をまとめた総合ポータルサイトなど、利用者目線での新たな情報発信を展開

## 令和7年度上半期の進捗状況

## 2 イノベーションの促進

## (1) 交流・連携機会の創出

①県内企業等と高等教育機関との交流  
・セミナー「ココプラサロン」：3回、延べ44名(7～9月)

②産業団体と高等教育機関による勉強会・意見交換会の開催  
・勉強会：20名(8月)

・意見交換会：1回、20名(9月)

## (2) 事業化に向けたサポート

①ローカルイノベーションプラットフォームの構築による地域課題解決と新事業創出

・オープニングイベント：63事業者等、87名(6月)

・ホームページでの課題の公開及び解決策の募集(6月、6課題を公開)

・マッチングプログラムの実施

課題説明会：115事業者等、148名(7月)

意見交換会：5回、延べ22事業者等(8月)

現地見学会：5回、延べ23事業者等(9月)

提案件数：27件(9月末)

②ビジネスチャレンジサポート サポート件数：2件

③イノベーション促進アドバイザーによる事業化に向けた支援：5事業者

④産学官連携産業創出支援事業費補助金(研究開発支援)※継続分のみ  
採択件数：2件

⑤新事業創出支援事業費補助金(製品開発支援)

採択件数：1件

## 3 産業人材の育成

## (1) 受講者の確保

①企業の人材育成担当部門や、業界団体等へのアプローチの強化(6～9月)

法人申込の獲得：3講座(延べ7社・24名)

②経営を体系的に学べる対面の連続講座を対象者やレベルを分けて実施  
3講座、53名(6～9月)

## (2) 県の政策を後押しする講座の実施

①小規模事業者の事業継続を支える講座を実施  
上半期コース：9名(6～7月)

②県内で働く女性をターゲットとした講座を実施  
9月クラス：18名(9月)

## 課題

## 2 イノベーションの促進

・新事業展開への必要性を感じているが取り組めていない企業や、新事業展開が事業継続や成長に効果的と思われる企業への支援が必要

・若者の県内定着や所得向上に向けて、県内だけでなく、県外からも人材や企業の呼び込みが必要

## ポイント2

## 新事業展開の促進

## &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- ・金融機関や商工団体等の支援機関と連携した支援の仕組みの構築に向けて協議
- ・県外から人材や企業を呼び込むための事業について検討

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ・新事業展開のサポート機能を強化するためのコーディネーターを新たに配置
- ・金融機関や商工団体等の支援機関と連携し、新事業展開に取り組む企業に対し、プッシュ型のサポートを実施
- ・意欲のある企業の新事業展開への一歩目を後押しする補助制度の新設
- ・本県をフィールドとして事業展開を行う企業等の呼び込みにつながる内容にローカルイノベーションプラットフォームを見直し

## ポイント3

## 産業人材の育成

## &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- ・県内の産業人材の育成において、土佐MBAが担うべきあり方について検討

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ・多忙な経営者等でも参加しやすいよう、学びのきっかけとなる単発講座を、新たに開催

# 取り組みの強化の方向性 【連携テーマ：移住の促進 1／2】

## ◆分野を代表する目標：県外からの移住者数（年間）

	R 4 (出発点)	R 5	R 6	R 7 (実績はR7.9時点)	R 9
目標	1,225組	1,300組	2,500人	2,700人	3,000人以上
実績	1,167組 (1,730人)	1,437組 (1,930人)	2,241人 (1,734組)	1,300人(1,024組)	—
達成度	B	S	B	—	—

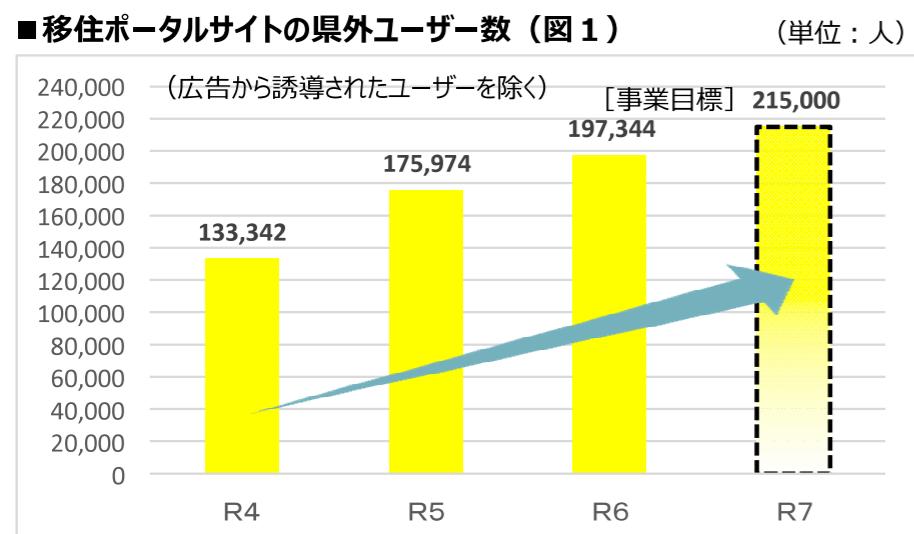
※ R 6 年度から、目標を「組数」から「人数」に変更

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

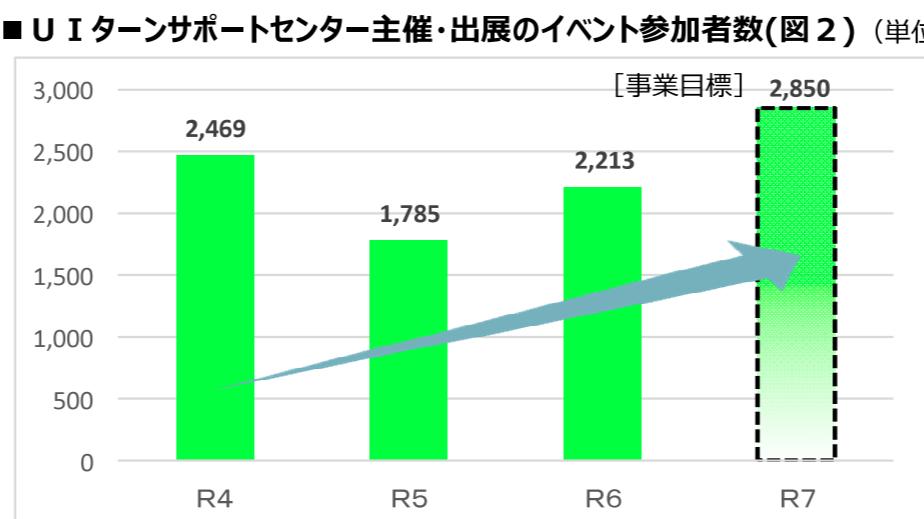
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- デジタルマーケティングを活用した情報発信により、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、新規相談者数も堅調に推移している。[図 1、2、3]
- 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、さらなる移住促進につなげるため、仕事に関する情報発信やマッチングを高める取組を強化することで、目標達成を目指す。[図 4、5]

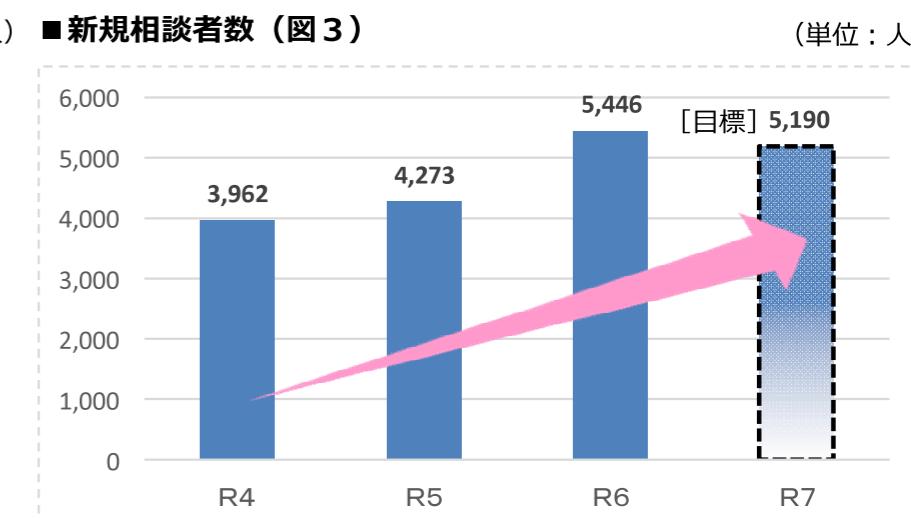
### ■移住ポータルサイトの県外ユーザー数（図 1）



### ■U I 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 2) (単位：人)



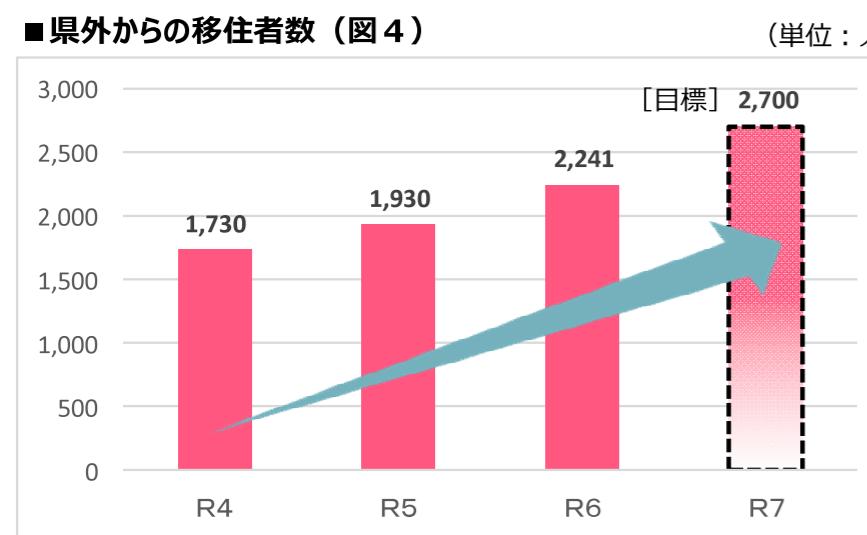
### ■新規相談者数（図 3）



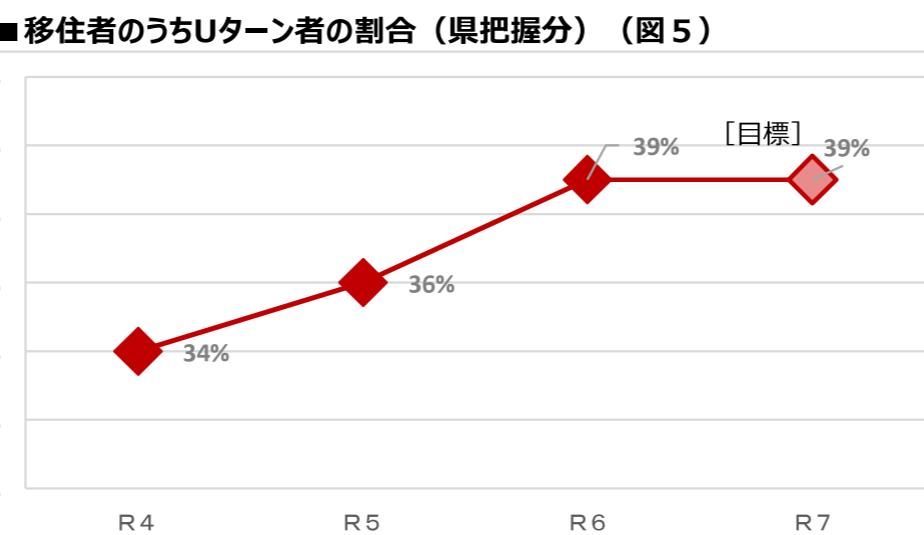
デジタルマーケティングを活用した情報発信により、移住ポータルサイトの県外ユーザー数は増加傾向。また、情報発信に加えて、本年4月から大阪窓口の体制強化（2名→3名）したことにより、相談件数も増加傾向。

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。

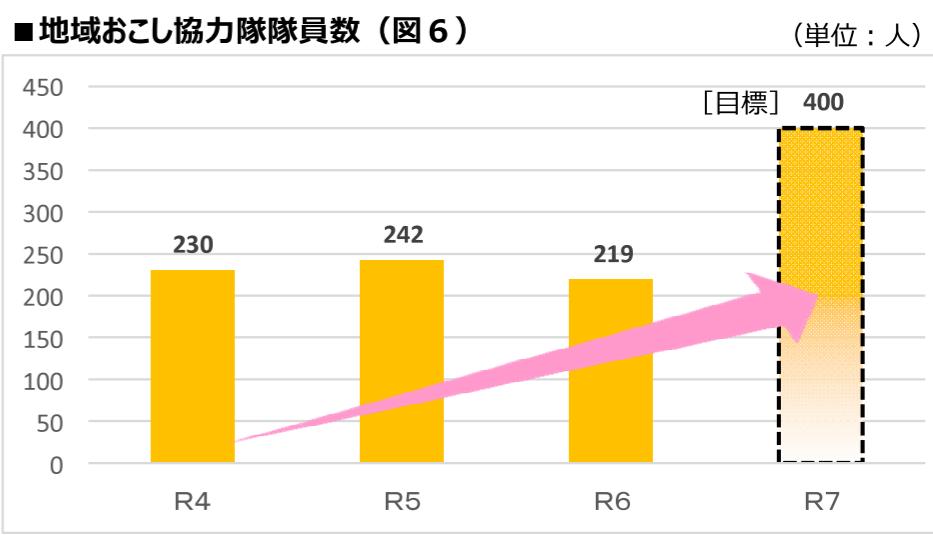
### ■県外からの移住者数（図 4）



### ■移住者のうちUターン者の割合（県把握分）（図 5）



### ■地域おこし協力隊隊員数（図 6）



新規相談者数などの増加から、移住者数は昨年度を上回る水準で推移している。また、Uターン者数についてもUターン促進プロモーションの実施などにより増加傾向。

隊員数が減少傾向であり、情報発信の強化や市町村のミッション企画力の向上などの支援を通じて増加を図る。

# 取り組みの強化の方向性【連携テーマ：移住の促進 2／2】

令和7年度上半期の進捗状況	課題	強化の方向性
<b>柱1 補野を広げる</b> <p>(1) 関係人口の創出・拡大 ○航空会社と連携し、「二地域居住」の促進を検証する国の実証事業を開始(10月～)</p> <p>(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 ・県の関連サイトとのデータ連携・分析の仕組みを構築(10サイトとの連携) ②ターゲット層を意識した情報発信の拡大 各分野の担い手確保に向けた県外への情報発信を一元化し、デジタルマーケティングを活用した広告配信を実施(40回) ・新規相談者数：5,190人(目標)→2,930人(9月末時点) ※前年同期比122%</p>	<b>柱1 補野を広げる</b> <p>(1) 関係人口の創出・拡大 ○国の「ふるさと住民登録制度」創設を見据え、関係人口に着目した取組の拡大が必要</p> <p>(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 ○他県でもデジタルマーケティングを活用した情報発信が強化されており、移住における地域間競争が激化(移住関連ワードの広告単価が前年比で120%に上昇)</p>	<b>柱1 補野を広げる</b> <p><b>ポイント1</b> <u>関係人口の拡大とデジタルマーケティングの強化</u></p> <p>(1) 関係人口の創出・拡大 &lt;令和8年度の取り組み&gt; ○関係人口のさらなる掘り起こしを図るため「二地域居住」の促進など新たな取組の強化を検討</p> <p>(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 &lt;令和8年度の取り組み&gt; ①デジタルマーケティングを活用した情報発信を拡大 ・担い手確保に向けた情報発信の質・量をさらに強化 ②UIターン就職・転職支援の情報発信の強化 ・県内の民間求人紹介企業と連携した情報発信やマッチング支援を検討</p>
<b>柱2 マッチングの強化を図る</b> <p>(1) 相談から移住へのマッチングの精度向上 ○大阪窓口を2名から3名に増員(4月～) ・大阪窓口での相談件数が前年同期比168%</p>	<b>柱2 マッチングの強化を図る</b> <p>(1) 相談から移住へのマッチングの精度向上 ○移住者数は年々増加しているが、さらなる移住促進につなげるためには、仕事に関する情報発信とマッチング力を高める取組が不足</p>	<b>柱2 マッチングの強化を図る</b> <p><b>ポイント2</b> <u>UIターン転職支援の強化</u></p> <p>(1) 相談から移住へのマッチングの精度向上 &lt;令和8年度の取り組み&gt; ○U I ターン向け求人サイト「高知求人ネット」の機能強化や、U I ターン希望者の県内での転職活動を支援する助成制度の拡充</p>
<b>柱3 受入体制、受入環境を整備する</b> <p>(1) 仕事と住まいの確保に向けた取組の強化 ①地域おこし協力隊の確保に向けた取組を強化 ・協力隊を募集するフェア・相談会の開催 ・市町村出張移住相談会:10回(のべ66組78人参加) ②集落版空き家対策モデル事業の実施 ・地域住民が主体となった空き家の掘り起こしをモデル地区で実施2カ所(須崎市安和、四万十町大正中津川)</p>	<b>柱3 受入体制、受入環境を整備する</b> <p>(1) 仕事と住まいの確保に向けた取組の強化 ○地域おこし協力隊の確保に向けた取組を強化 ・協力隊の任期満了後も見据えた魅力的なミッションの情報発信が不十分 ・任期途中での退任者数を減少させるため、サポート体制のさらなる強化が必要</p>	<b>柱3 受入体制、受入環境を整備する</b> <p><b>ポイント3</b> <u>地域おこし協力隊の確保・支援の強化</u></p> <p>(1) 中山間地域における取組の強化 &lt;令和8年度の取り組み&gt; ○地域おこし協力隊の確保・支援の強化 ・地域おこし協力隊の募集情報の発信強化やサポート体制の充実</p>
<p><b>【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</b></p> <p>(1) 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施 ①県内に残る親世代や同年代の友人・知人からUターンの呼びかけを促す情報発信(5月～) ②帰省時期に合わせた、位置情報広告を活用した情報発信や空港等でのPRによる気運醸成(8月)</p>	<p><b>【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</b></p> <p>(1) 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施 ○新規相談件数のうち、本県出身者の割合が低い(R7.9月末: 15%)</p>	<p><b>【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</b></p> <p><b>ポイント4</b> <u>Uターン層へのアプローチ強化</u></p> <p>(1) 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施 &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt; ○本県出身者の割合の高い中四国エリアへの情報発信の拡大 &lt;令和8年度の取り組み&gt; ○Uターン者をターゲットに仕事(就職・転職)の情報発信を強化(再掲)</p>

# 取り組みの強化の方向性【連携テーマ：県内就職の促進 1／3】

## ◆分野を代表する目標：県内就職率、Iターン就職者数

県内出身・県外大学生のUターン就職率

	R 4 (出発点)	R 5 (R6.3卒)	R 6 (R7.3卒)	R 7 (R8.3卒)	R 9 (R10.3卒)
目標	—	—	21.8%	22.9%	24.0%
実績	21.3%	15.0%	—	—	—
達成度	—	D	R7年12月頃 公表予定	—	—

県外出身・県外大学生の I ターン就職者数

	R 4 (出発点)	R 5 (R6.3卒)	R 6 (R7.3卒)	R 7 (R8.3卒)	R 9 (R10.3卒)
目標	—	—	212人	215人	220人
実績	181人	224人	—	—	—
達成度	—	A	R7年12月頃 公表予定	—	—

県内大学生の県内就職率

	R 4 (出発点)	R 5 (R6.3卒)	R 6 (R7.3卒)	R 7 (R8.3卒)	R 9 (R10.3卒)
目標	—	—	42.0%	42.0%	42.0%
実績	36.0%	32.0%	32.9%	—	—
達成度	—	C	C	—	—

県内専門学校生の県内就職率

	R 4 (出発点)	R 5 (R6.3卒)	R 6 (R7.3卒)	R 7 (R8.3卒)	R 9 (R10.3卒)
目標	—	—	80.0%	80.0%	80.0%
実績	72.8%	74.4%	72.0%	—	—
達成度	—	B	B	—	—

県内高校生の県内就職率

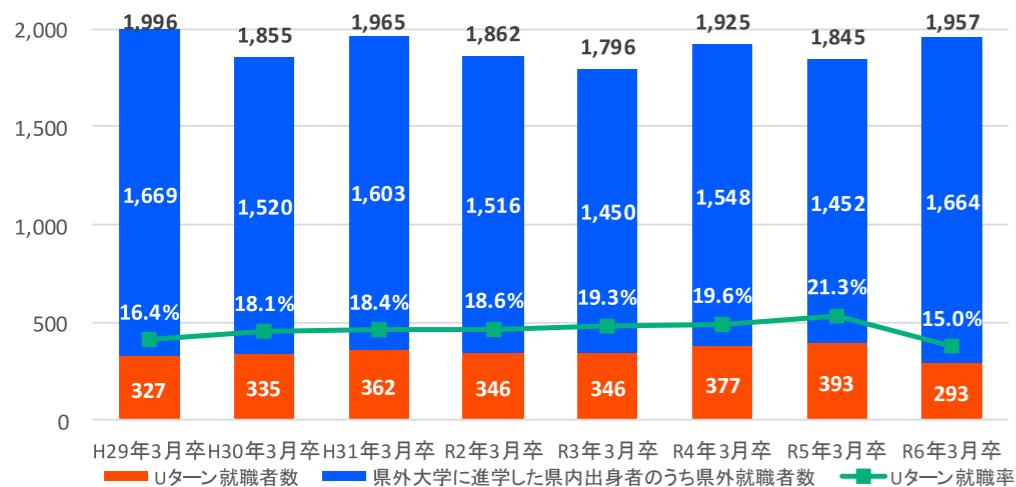
	R 4 (出発点)	R 5 (R6.3卒)	R 6 (R7.3卒)	R 7 (R8.3卒)	R 9 (R10.3卒)
目標	—	—	75.0%	75.0%	75.0%
実績	71.6%	69.7%	68.6%	—	—
達成度	—	B	B	—	—

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

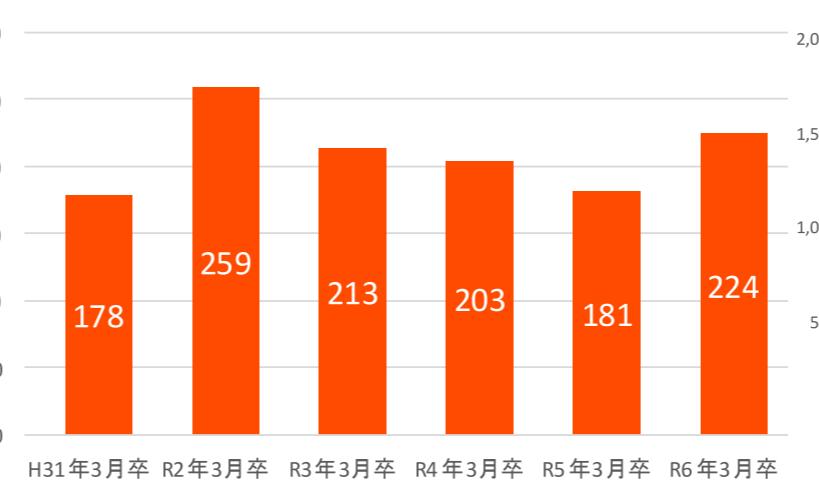
## ◆分野を代表する目標の達成見込み

- 県外大学生（Uターン）：R6.3卒は15.0%で過去最低 [図1]
- 県外大学生（Iターン）：R2.3卒以降右肩下がりであったが、R6.3卒は前年比+43人となり目標を達成 [図2]
- 県内大学生等：近年は30%台前半で推移しているが、全体としては人数が減少傾向 [図3]
- 専門学校生：70%超えの状態で横ばいであるが、高校生と同様に、就職者数は右肩下がり [図4]
- 高校生：従前から県内就職率70%前後で推移しているが、少子化や進学率の上昇により、就職者数そのものが減少傾向 [図5]
- 近年の学生の売り手市場等を受けて、特に県外大学生のUターン就職が大幅に減少（R5.3卒 21.3%→R6.3卒 15.0%）するなど、全体としてKPI達成は難しい状況
- 引き続き、学生等への情報発信や県内事業者の魅力向上支援に取り組むとともに、長期的な視点から地域の仕事への理解を深めるキャリア教育を推進する

県内出身・県外大学生のUターン就職率 [図1]



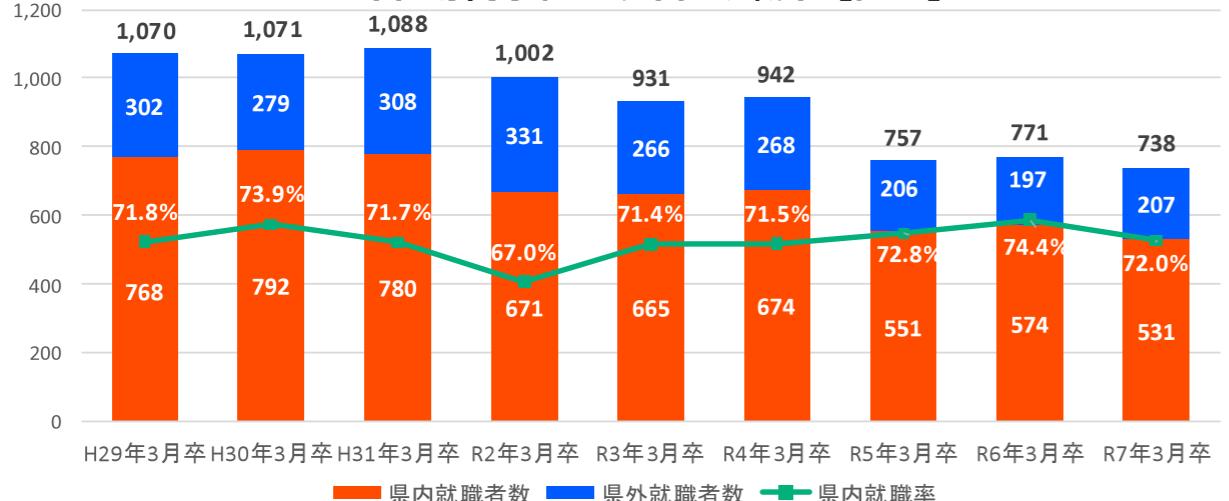
県外出身・県外大学生の I ターン就職者数 [図2]



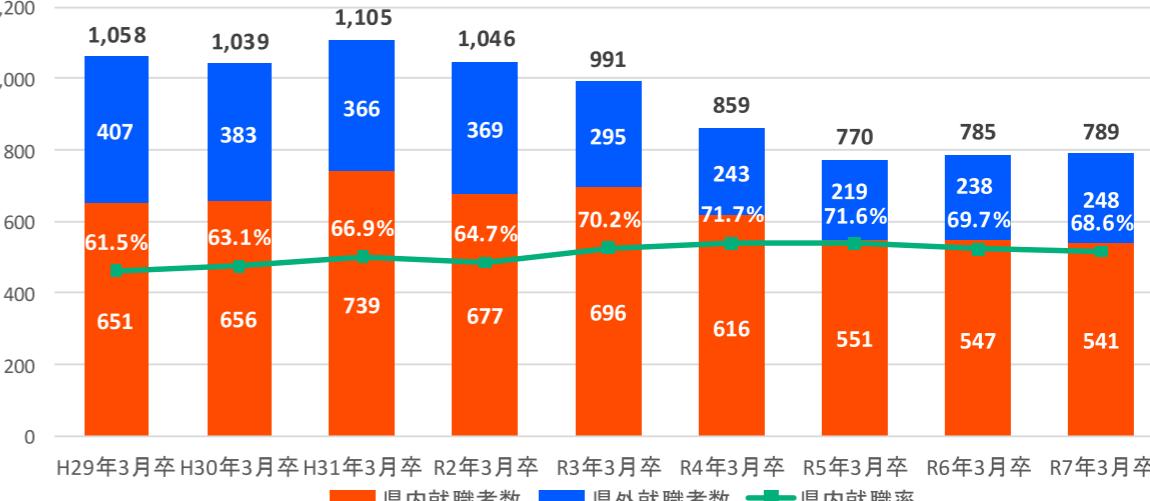
県内大学生の県内就職率 [図3]



県内専門学校生の県内就職率 [図4]



県内高校生の県内就職率 [図5]



## 令和7年度上半期の進捗状況

(1) 地域の仕事（事業者）を知ってもらう  
～キャリア教育の推進～

- ①学校におけるキャリア教育の充実
- ・リアル版みらいスイッチ体験ツアー  
(7~8月：参加者数121名：小学生62名、中学生16名、保護者43名)
  - ・新しい学校のリーダー研修  
(8月：高校生74名)
  - ・地域の行事や産業継承に取り組む学習活動、県内の企業や産業を学び体験する活動への支援  
(キャリア教育推進事業費補助金 9月末時点申請数：16市町村 交付決定2,687千円)  
等の実施

- ②分野共通の取り組み
- ・キャリア教育協力事業者のデータベース作成  
9/12 県内企業2,000社へアンケート発出  
(10/3〆)
  - ・事業者団体等が実施する学生と県内事業者の交流イベント・職業体験の支援  
(7/18イベント実施：企業5社、学生21名)

- ③各分野の取り組み  
別紙参照

## 課題

(1) 地域の仕事（事業者）を知ってもらう  
～キャリア教育の推進～

- ①学校におけるキャリア教育の充実
- ・リアル版みらいスイッチ体験ツアーは、中学生の参加が少ない
  - ・新しい学校のリーダー研修は、公立高校は全校から参加申込があったが、国立高等専門学校と私立高校は日程等の課題もあり、私立高校から1校のみ参加となった
  - ・小・中学校ともに地域を学ぶ学習は行われているが、補助金を活用する市町村にはばらつきがある
  - ・普通科の生徒は産業系の高校と相対的に県内企業や産業等を学ぶ機会が少ない
  - ・高知県の企業や産業の魅力を子どもたちに伝えるためには、教師や保護者、地域住民の理解・協力が必要不可欠

- ②分野共通の取り組み
- ・キャリア教育協力企業データベースの完成は11月予定となることから、教育現場での令和7年度の活用は限定的
  - ・事業者団体等が実施する学生と県内事業者の交流イベント・職業体験の支援については、補助金の活用実績が伸び悩んでいる

- ③各分野の取り組み
- ・各行事でより多くの参加者を確保する必要がある
  - ・特に一次産業では、専門高校、学科以外の生徒の参加が少ない
  - ・専門高校以外の学校の進路担当の教員や生徒にとって、一次産業が就職先の選択肢に入っていない

## 強化の方向性

## ポイント1

地域の仕事を知る機会の充実(1) 地域の仕事（事業者）を知ってもらう  
～キャリア教育の推進～

&lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;

- ①学校におけるキャリア教育の充実

- ・補助金については、下半期も市町村指導事務担当者会等において再度周知を行い、活用を促す
- ・県政出前講座（追手前）や、高校生が企業見学で得た新たな知見を校内で共有するインタビューシップ（高知小津ほか9校）等、普通科の生徒も含めた取組を実施

- ②分野共通の取り組み

- ・令和8年度に向けて、キャリア教育協力企業データベースが教育現場等で最大限活用されるよう、教育委員会を通じて周知を行う
- ・大学生等交流促進事業費補助金の要綱改正により補助事業者の事務負担を軽減し、活用の促進を図る

- ③各分野の取り組み

- ・業種への関心の拡大のため、学校への個別訪問や出前授業、情報発信等の取り組みを継続
- ・専門高校以外にも就職先として興味を持つもらえるよう、教育委員会と連携するなどして各行事への参加の呼びかけやPRを強化

&lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ①学校におけるキャリア教育の充実

- ・リアル版みらいスイッチ体験ツアーについては、中学生も参加しやすいよう、小学生と中学生で内容を分割して実施
- ・進路指導教員が県の課題等を協議する場の設定や、教員が産業現場を体験する機会を創出
- ・地域で働き活躍している人と、地域の子ども、保護者が対話する機会を創出（PTAと連携したキャリア教育の推進）
- ・私立学校への広報を強化

- ②分野共通の取り組み

- ・県内事業者が、大学生等交流促進事業費補助金を活用して交流イベントを開催するよう、事業者の掘り起こしを行う
- ・私立学校への広報を強化（再掲）

- ③各分野の取り組み

- ・専門高校以外にも就職先として興味を持つもらえるよう、教育委員会と連携するなどして各行事への参加の呼びかけやPRを強化（再掲）

## 令和7年度上半期の進捗状況

(2) 県内事業者の魅力向上  
～学生から選ばれる事業者になる～

- ①企業の魅力を向上させるセミナーの開催
  - ・自社の魅力を分析し、それを効果的に発信する方法や新卒採用についての戦略設計などを学ぶセミナー及び学びの実践をフォローする専門家派遣を実施
  - ・セミナー：8回開催予定うち5回終了、のべ213社参加
  - ・専門家派遣：12社12回
- ②奨学金返還支援制度の運用
  - ・HP、新聞、県広報誌、SNSでの配信やデジタルマーケティングを活用した広告による広報を実施
  - ・登録企業数 R7入社支援企業72社(確定)  
R8入社支援企業78社(確定)  
R9入社支援企業32社 (R7.10.9時点)
  - ・事前登録者数 累計51名  
(R7入社25名(確定)、R8入社25名(確定)、  
R9入社1名 (R7.10.9時点))

(3) 「県内就職」の機運の醸成  
～情報発信の強化～

- ①学生等への情報発信の強化、②県内就職の機運の醸成
  - ・メルマガ（学生登録）での就職情報の発信  
学生登録新規登録者数：247名(R7.9月末)  
前年同期比98%
  - ・県外大学保護者会での情報発信 (R7.9月時点：7回)
  - ・高知求人ネット学生サイトの改修（12月中旬完了予定）  
学生サイトアクセス数：32,005セッション(R7.8末時点)  
前年同期比107%
  - ・学生サイトに遷移するデジタルマーケティングを活用した広告（9月、5日間）
  - ・学生等へのインターンシップ情報の発信(6月、企業138社分)
- ③転職検討層へのアプローチの強化
  - ・支援策を周知するランディングページの作成(～10月)
  - ・5月～：県内でやりがいのある仕事に出会い、活躍している若者の動画を活用した定住プロモーションを開始（デジタルマーケティングによる特設ページへの誘導）※誘導件数：4,229件 (R7.8月時点)
  - ・転職に伴う県外への転出者などを対象としたアンケートの実施（7月～9月）

## 転職に伴う県外転出者へのアンケート結果

- ・県内の転職も視野に入っていた人の割合：約8割
- ・転職情報の入手方法の上位：民間転職サイトと転職エージェントがいずれも約5割

## 課題

(2) 県内事業者の魅力向上  
～学生から選ばれる事業者になる～

- ①企業の魅力を向上させるセミナーの開催
  - ・変化する採用環境に対応し、若者の就職の受け皿となる企業を増やすことが必要
- ②奨学金返還支援制度の運用
  - ・企業への働きかけ、県内外の学生や保護者への広報が十分でない

(3) 「県内就職」の機運の醸成  
～情報発信の強化～

- ①学生等への情報発信の強化、②県内就職の機運の醸成
  - ・学生サイト閲覧数や保護者も含めた学生登録者の伸び悩み  
【参考】県内の高校卒業者数 (R6.3) : 5,410名  
うち進学者数3,925名  
学生登録新規登録者数：515名(R6年度)  
うち保護者51名  
⇒新規登録者数は、進学者数の1／8程度

## ③転職検討層へのアプローチの強化

- ・必要な情報等への適切な誘導
  - ・県内在住の転職検討者と県内企業の求人情報との接点を増やすことが必要
- 【参考】  
民間の大手サイトにおける県内企業の掲載数は約30社  
(R6 商工政策課調べ)

## 強化の方向性

## ポイント2

## 事業者の採用力向上

(2) 県内事業者の魅力向上  
～学生から選ばれる事業者になる～

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ②奨学金返還支援制度の運用
  - ・引き続き、事業者団体の会議での周知やSNSでの配信など、様々なツールで広報を実施
  - ・中堅企業の企業登録を促進するための個別アプローチを実施

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ①企業の魅力を向上させるセミナーの開催
  - ・これまで好評であった基礎的なセミナーに加え、SNS活用やオンライン面接への対応など、採用トレンドを反映したセミナーの開催を検討
- ②奨学金返還支援制度の運用
  - ・県内外向けにデジタルマーケティングを活用した広告の実施頻度を増やすなど、効果的な広報の実施

## ポイント3

県内事業者の認知度の向上と  
転職検討層へのアプローチの強化(3) 「県内就職」の機運の醸成  
～情報発信の強化～

- <令和7年度下半期の取り組み>
- ①学生等への情報発信の強化、②県内就職の機運の醸成
  - ・デジタルマーケティングを活用し、学生サイトに誘導する広報の充実
- ③転職検討層へのアプローチの強化
  - ・アクセス内容の分析とランディングページの改善

## &lt;令和8年度の取り組み&gt;

- ①学生等への情報発信の強化、②県内就職の機運の醸成
  - ・対象者にダイレクトに情報を届ける手段をメールからLINEに変更することを検討
- ③転職検討層へのアプローチの強化
  - ・県内在住の転職検討者への相談対応など支援の強化を検討

# 取り組みの強化の方向性 【連携テーマ：県内就職の促進（各分野のキャリア教育の主な取り組み）】

別紙

分野	R7上半期の取り組み（実績）	課題	取り組みの強化の方向性
商工業	ものづくりの動画活用促進（製造業等） ・県内小学校へ「高知のものづくり動画」の活用マニュアル及び依頼文の送付	学校側だけでなく、事業者等においてもイベント等で活用できないか検討が必要	<R7>工業会や製紙工業会と連携し、事業者での活用方法を検討
	ものメッセKOCHI ・県高等学校課等と連携して県内高校生等の来場を促進することで、県内企業を知る機会を提供 ・高校生と企業をつなぐことを目的として「高校生チャレンジプログラム」の募集	・会場スペース等を考慮すると、これ以上の来場者数の増加に対応が可能か検討が必要 ・プログラムに参加する高校が少なく、受入を希望する事業者のニーズに十分応えられていない	<R7>今年度、見学ルートの設定による巡回の効率化や来場時間帯の分散などを実施予定。これらの結果を分析したうえで、来年度における高校生等の来場者数等を検討 <R8>会場内のイベントスペースのコンパクト化など、会場レイアウトの見直しを行い、集客力を高める 県高等学校課との連携を強化し、学校への周知をより早期かつ丁寧に行うことで、参加校の増加を図るとともに県内企業への理解を深める
観光業	教育機関独自の取り組みについてヒアリングを実施 (6/4 高知工科大学、6/10 高知大学、7/30 高知県立大学)	・各大学の取り組みに観光・宿泊業の参画が少ない ・観光・宿泊業の魅力を伝える取り組みが必要	<R7>県内大学の取り組み（高知の仕事を知る講座、事業者の見学ツアー等）に宿泊業が参画できるよう、旅館組合と連携して大学への提案を実施 <R8>小中高校生向け観光ガイド・宿泊業体験ツアーの実施、県内高等教育機関への出前講座の実施
建設業	土木1日体験（10月・3地区） [中・高校生]	・建設業における県外就職者が増加傾向であり、県内建設業への就職に対する意識醸成が必要 ・各行事での参加者の確保と建設業のやりがいや魅力のPR	<R7>土木1日体験、建設フェスタ、コンストラクション甲子園 イベントの周知及びアンケートの実施  <R7><R8>建設関係イベント等多様な機会を活用した女性活躍のPR
	建設フェスタ（10月） [小・中・高・大学生]		
	コンストラクション甲子園（12月） [高校生ほか]		
	経営者向け研修で女性活躍事例紹介（9月～配信）		
	女性活躍をテーマにテレビ放送（9/28）		
医療・福祉	とさっ子タウンでの看護師体験（参加者：延べ138人）	・看護職種を知る機会を提供することが必要 ・中高生向けの薬学部進学を促す支援事業の継続が必要 ・福祉・介護の仕事を知ってもらうため、教育活動や普及啓発の継続が必要	<R7>病院めぐりバスツアーの実施 引き続き、福祉・介護職に関する教育活動を実施 ふくしフェアの開催（10月18日 イオンモール高知） <R8>医療に携わる職種を紹介する説明会の開催（高校生） 郡部の中高生に対してアプローチを強化するため、新たに幡多地区での出張薬学部進学セミナーを開催 福祉、介護職に関する教育活動や、イベント開催等による幅広い層への普及啓発を実施
	ふれあい看護体験の実施（参加者：312人（8/19））		
	薬学部進学セミナーの実施（参加者：43人）		
	福祉・介護職に関する教育活動への支援 (機能団体や介護福祉士養成校など5団体に交付決定)		
	福祉の仕事セミナー（30回（9月末時点）、延べ30校、401名参加）		
農林水産業	(農)県内2農業法人で農業職場見学会を実施 (8月、参加者：高等学校教員・学生 6校15人)	参加5校が農業関連校であり、普通科等にも参加の呼びかけを強化することが必要	<R7>来年度の参加校を農業関連校以外にも拡大していくため、県内高校へ本年度の活動実績と来年度の取り組みを周知 <R8>農業関連校以外にも就職先として興味を持つもらえるよう参加の呼びかけを強化
	(林)林業大学校における個別訪問や出前授業の実施などによる高校等へのPR強化 (個別訪問36校（5～9月）、出前授業の開催5回（5月～9月）参加者5校113人)	林業の認知度が低く、進路担当の先生や高校生にとって林業が就職先の選択肢に入っていない	<R7>農業高校、普通高校への個別訪問や出前授業の継続による林業への関心の拡大 <R8>農業高校や普通高校への個別訪問や出前授業の継続及びPRの強化 研修生に対する待遇の改善を検討
	(水)小学生向けNABRAS普及イベントの開催（7月、18組参加）	就職先として漁業が選択肢に入るよう、就業セミナー等の魅力発信につながる取り組みの継続が必要	<R7>県内高校での就業セミナー開催(5校予定) <R8>NABRAS普及イベントや就業セミナーの継続開催
	(水)県内高校での就業セミナー開催に向けた調整		
その他	小中高校生を対象とした起業家講演会（4～9月、4校）	小中高校生の起業マインドを醸成するため、学校現場と連携した起業家講演会の継続実施が必要	<R7>小中高校生を対象とした起業家講演会を実施（6校予定） <R8>学校現場と連携した起業家講演会の拡大実施
	アニメクリエイター講演会（8月：1回） 中高大学生等：84名 アニメ制作体験講座（4月：2日間、8月：5日間） 高知アニクリ祭2025：881名（4月） 高知アニクリサマー・キャンプ2025：128名（8月）	・将来的にアニメを仕事にする人材の裾野の拡大のためには、アニメクリエイターの仕事内容や魅力を伝え興味喚起を行うさらなる機会が必要 ・アニメ制作企業が必要とする技術を持ったアニメ人材の確保に向けてさらなる取り組みが必要	<R7>継続的な情報発信及びアニメ制作体験講座(12月)の実施 <R8>高知アニメクリエイター聖地プロジェクトとも連携しながらより効果的な人材育成の機会創出について検討

# 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	プロジェクト支援 県外企業の 県内への拠点の 設置件数  R7年度到達目標 2件(年間)	<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(R7.9月末時点)] ※R5：1社、R6：1社(累計3社)</p> <p>1. プロジェクトの周知及び参画促進          &lt;現状&gt;・事業化した支援企業のインター記事をホームページに掲載し、成功事例を見る化          &lt;課題&gt;・プロジェクト支援案件の事業化を進めるとともに、県内定着を促進するためには、<u>プロジェクト支援企業と県内の関係機関（市町村、医療機関、高等教育部門、企業等）が実証実験に共同で取り組むなど、連携を深める必要がある。</u></p> <p>2. 事業化支援          &lt;現状&gt;・プロジェクト支援案件を着実に事業化につなげるため、伴走支援体制を強化          プロジェクト支援案件：14件(うち12件支援中)(R7.9月末時点)          支援体制：3名から4名に拡充          ・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：2件、採択件数：1件 (R7.9月末時点)          実証実験に協力してくれるパートナー機関（市町村・医療機関）          : 13機関 (R7.9月末時点)</p> <p>&lt;課題&gt;・支援企業が事業化の過程において直面する様々な課題に対し、<u>寄り添った支援が必要</u>          ・健康経営等の広がりを背景に、<u>企業向けのヘルスケア関連製品・サービスの実証実験を行いたい</u>というプロジェクト支援企業のニーズが増えてきているが、現状、<u>民間企業が実証先に含まれておらず、ニーズに応えられていない</u>。</p>	<p>1. プロジェクトの周知及び参画促進          &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;          ・ヘルスケア産業に対する県内学生や教員の関心を高めるため、県内に拠点を設置若しくは設置見込みのプロジェクト支援企業との交流会を開催（10月）          ・ヘルスケア関連企業と、県内の市町村や医療機関等との交流会（県内）を開催し、プロジェクトへの参画を促進（11月）          参加者 ヘルスケア関連企業：4社、市町村：3、医療機関：3機関</p> <p>&lt;令和8年度の取り組み&gt;          ・令和7年度までの取組でプロジェクト支援案件が順調に積み上がることから、新規募集は停止。県内での実証実験等の取組を強化するため、<u>プロジェクト支援企業と県内の市町村や医療機関との交流会を開催</u></p> <p>2. 事業化支援          &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;          ・引き続き、伴走支援を実施          ・ヘルスケア産業実証実験支援事業費補助金の採択企業の取組を支援</p> <p>&lt;令和8年度の取り組み&gt;          ・プロジェクト支援案件を着実に事業化につなげるため、それぞれの案件の進捗や課題に応じて、<u>技術とビジネスの両面からの専門家による伴走支援を実施</u>          ・ヘルスケア産業実証実験支援事業費補助金の<u>要件見直しを検討（実証先に県内企業を追加）</u></p>

# 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
アニメ プロジェクト	県内における アニメ制作企業従事者数 R7年度到達目標 50人 (R3～R7)	<p>【県内におけるアニメ制作企業従事者数：34人(R3～R6)】</p> <p>1. 人材育成            (1) 中長期的な人材供給            &lt;現状&gt;・児童・生徒等に対する本県のアニメに関する情報の継続的な発信(7～9月)            インプレッション：559,068、いいね数：878、フォロワー・友達数：164            ・県内の児童・生徒等を対象に、仕事としてのアニメを知つもらう機会を拡充            アニメ出張授業：1校、15名(7月)            アニメクリエイター講演会：84名(8月)※うち保護者29名            ・高知アニメクリエイター聖地プロジェクト主催のアニメ制作体験講座への補助            採択件数：1団体 ※イベント参加者：881名(4月)、128名(8月)            ・教育委員会と連携し、県立高校におけるアニメ学科等の設置を検討(通年)            熊本県立高森高校への視察(5月)            県内専門学校との意見交換(7月)            &lt;課題&gt;・将来的にアニメを仕事にする人材の裾野の拡大のためには、<u>アニメクリエイターの仕事内容や魅力を伝え、興味喚起を行うさらなる機会が必要</u></p> <p>(2) 専門人材の育成            &lt;現状&gt;・県内の専門学校が実施する教育プログラム構築への補助(4～10月)            採択件数：1団体 ※受講者：16名            &lt;課題&gt;・<u>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</u></p> <p>2. 企業誘致            &lt;現状&gt;・これまでの取組の結果、企業からの進出に向けた問い合わせが増加            &lt;課題&gt;・県内でアニメ人材の雇用を生み出すためには、<u>企業誘致の取組の強化が必要</u></p>	<p>1. 人材育成            (1) 中長期的な人材供給            &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;            ・継続的な情報発信及びアニメ制作体験講座(12月)の実施            &lt;令和8年度の取り組み&gt;            ・児童・生徒等が<u>アニメに触れる機会の拡充及び情報発信の強化</u></p> <p>(2) 専門人材の育成            &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;            ・県内専門学校での教育プログラム構築を円滑に進める方法について検討            &lt;令和8年度の取り組み&gt;            ・県内専門学校での教育プログラム構築に向けたさらなる支援を実施            ・<u>高知アニメクリエイター聖地プロジェクトとも連携しながら、より効果的な人材育成プログラムを検討</u></p> <p>2. 企業誘致            &lt;令和7年度下半期の取り組み&gt;            ・問い合わせのあった企業に対し、進出の実現につながるようサポートを実施            &lt;令和8年度の取り組み&gt;            ・国の動きや、本県の企業誘致戦略の一部として位置づけ取り組む中で、<u>聖地プロジェクトとの連携・役割分担の下、企業誘致を推進</u></p>

# ご意見をいただきたい各分野に共通するテーマ

## 高知県元気な未来創造戦略

### 政策1

#### 魅力ある仕事をつくり、若者の定着につなげる

##### 魅力のある仕事をつくる

- 若者の所得向上の推進
- 女性活躍の環境づくりの推進
- 多様な人材が定着・活躍しやすい労働環境の整備
- 若年層の雇用の受け皿となる企業誘致
- 起業や新事業展開の促進

##### 新しい人の流れをつくる

- 県内就職の促進
- 移住の促進
- 外国人材の活躍推進



## 産業振興計画 により推進

【課題】計画全体を貫く目標「一人当たり県民所得」は、2年連続プラスと増加傾向であるが、**全国との差は拡大**しており、取組の抜本強化が必要



「高付加価値型経済への転換」と「人への投資の推進」の両輪の取組によって、県経済を活性化させ  
**「若者の定着・増加」を実現する必要**

## 高付加価値型経済 への転換



## 人への投資の推進

### 1. 若者の所得向上に向けた取組のさらなる推進

(産業別若者所得向上検討チームで取りまとめた経営改革モデルの横展開)

### 2. 若者が魅力を感じる企業（就職したいと思う企業）の創出

(スケールアップを目指す企業など)

### 3. 成長を牽引する人材の育成・確保

(人材の確保・定着、U・Iターンのさらなる促進)