

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第5期高知県産業振興計画 ver.3

～ 高知の未来を切り拓き、持続的な経済成長へ ～

《 産業成長戦略 》

令和8年3月

高 知 県



【産業成長戦略】

I 専門分野の成長戦略

1	農業分野	1
2	林業分野	15
3	水産業分野	23
4	商工業分野	31
5	観光分野	39
6	その他の分野	45

II 産業間の連携戦略

1	関西圏との経済連携の強化	49
2	地産外商戦略の推進	57
3	起業や新事業展開の促進	63
4	移住の促進	69
5	県内就職の促進	73

III 次世代産業創造プロジェクト 77

<付属資料>

I	用語の解説	81
---	-------	----

<参考資料>

I 計画のフォローアップ

1	フォローアップの経過	91
2	産業振興計画フォローアップ委員会の構成等	104
(1)	フォローアップ委員会	104
(2)	専門部会	105
(3)	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱	107

I 専門分野の成長戦略

農業分野

農業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高齢化の進行等により農家戸数が減少する中、生産性の向上や販路の開拓、担い手の確保などに取り組んできたことにより、徐々にその成果が現れ、令和6年の農業産出額等は1,233億円と、産業振興計画がスタートした平成20年から20.2%増加しています。

具体的な取り組みとして、生産面では、オランダから学んだ環境制御技術を本県の生産条件に適合させた「次世代型こうち新施設園芸システム」にIoTやAIを組み合わせ、更なる増収、省力化等を目指す「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の開発と普及を進めています。

中山間地域では、集落営農組織等の県内への拡大や農村型地域運営組織（農村RMO）の形成推進により、中山間地域の農業・農村を支える仕組みづくりを進めています。

流通・販売面では、卸売市場等とのさらなる関係強化による営業力の強化や県産青果物のトップセールス等、特に関西圏を中心に県産農畜産物の販売拡大に取り組んでいます。

さらに、担い手の確保では、産地提案型の担い手確保対策の取り組みにより、新規就農者の確保につなげるとともに、労働力の確保に向けて、農福連携やJA無料職業紹介所と連携した取り組み等を進めています。

全体をけん引する取り組みとして、基盤整備の推進と農地の確保の取り組みでは、地域計画の策定支援等により新規就農や規模拡大する担い手への農地の集積・集約等に取り組んでいます。

② 第5期計画ver.3の取り組み

第5期計画では、「生産性の向上と持続可能な生産方式の両立により所得が確保され、いきいきと農業ができる環境が確立されている」こと「多様な農業人材が農業生産や生産基盤の維持・保全活動に参画し、中山間地域の農業・農村が守られている」ことを目指し、次の5つを戦略の柱として、引き続き取り組みます。

柱1 生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

若者の所得向上を目指し、IoTクラウド「SAWACHI」の利用促進やデータ駆動型農業による反収の最大化、規模拡大や法人化に取り組むとともに、花きの生産性向上や担い手の受入れ体制の強化による若者や女性に魅力のある働く場の創出に取り組めます。夏期の高温被害抑制につながる資機材の導入支援、技術開発による高温対策に加えて、水稻の種子生産体制の強化や機械導入への支援等による持続可能なコメ生産の実現に向けた取り組みを強化します。また、子牛の育成改善、稲WCSの生産拡大と広域流通の促進による畜産振興にも取り組みます。

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

集落営農組織や農地の受け皿となる法人、農村RMO等、多様な農業人材の確保・育成により、中山間地域に適した品目の生産振興や農業の多面的機能の保持に取り組めます。

柱3 流通・販売の支援強化

卸売市場等と連携し、県産農産物全体のブランド化、飲食店へのアプローチ強化等により県産農畜産物のさらなる販売額向上に取り組めます。また、青果物・ユズ果汁・花き等について、海外のマーケットリサーチ、海外バイヤーの産地招へい等により輸出の強化にも取り組みます。

柱4 多様な担い手の確保・育成

法人の規模拡大にかかる施設整備や経営管理能力の向上への支援により、雇用就農の受け皿となる経営体の育成に取り組めます。また、若者・女性の就農に向けて、参加しやすいメタバースを活用したオンライン就農セミナーを開催するとともに、第三者継承の支援体制の構築、中山間地域における多様な担い手となる新規就農者の確保等に取り組めます。

柱5 農業全体をけん引する基盤整備の推進と優良農地の確保

令和6年度までに策定された地域計画の実行に向けた支援を行います。また、地域計画をもとに、基盤整備により優良農地を確保し、担い手への農地集積に取り組めます。

○生産性の向上と持続可能な生産方式の両立により所得が確保され、いきいきと農業ができる環境が確立されている
○多様な農業人材が農業生産や生産基盤の維持・保全活動に参画し、中山間地域の農業・農村が守られている

目指す姿

分野を代表する目標

農業産出額等 (資料用・米交付金含む)
農業生産量 (野菜主要11品目)

出発点 (R4) 1,081億円 ⇒ R6 1,233億円 ⇒ 4年後 (R9) 1,224億円 ⇒ 10年後 (R15) 1,248億円
出発点 (R4) 12.9万t ⇒ R6 11.9万t ⇒ 4年後 (R9) 14.1万t ⇒ 10年後 (R15) 14.6万t

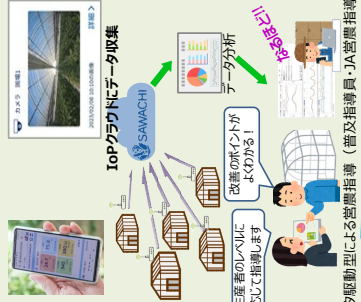
柱1 生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

(1) Next世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

- ① IoTプロジェクトの推進
- ② データ駆動型農業による営農支援の強化
- ③ 園芸産地の生産基盤強化
- ④ 地元と協働した企業の農業参入の推進

point

デジタル化でもっと楽しく！もっと儲かる！農業へ



(2) 農業のグリーン化の推進

- ① 有機農業の推進
- ② 堆肥の利用促進
- ③ IPM技術の普及拡大
- ④ 施設園芸における省エネルギー対策
- ⑤ みどりの食料システム戦略の推進にかかる技術開発
- ⑥ 稲WCSの生産拡大

point

グリーン化による農業の構造転換で持続可能な農業を実現

(3) 園芸品目別総合支援

- ① 野菜の生産振興
- ② 特産果樹の生産振興
- ③ 花きの生産振興
- ④ 大規模露地園芸の推進

point

省エネ技術の導入

(4) 家族経営体の強化及び法人経営体の育成

- ① JA無料職業紹介所と連携した労働力の確保
- ② 農福連携の推進
- ③ 外国人材の受け入れ支援
- ④ 仕事と家事、子育て等を両立できる仕組みづくりの支援

point

働きやすい環境整備により農業が女性・若者から選ばれる仕事へ

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

(1) 集落営農組織の拡大と農地の受け皿となる法人の育成

- ① 集落営農の推進
- ② 農地の受け皿となる法人の育成

point

多様な農業人材・組織等により中山間地域の農業を守る

(2) 組織間連携の推進と地域の中核組織の育成

- ① 農村型地域運営組織 (農村RMO) の推進

point

中山間に適した農産物等の生産

(3) 中山間に適した農産物等の生産

- ① 土佐茶の生産振興と販売・消費拡大
- ② 野菜の生産振興 (再掲)
- ③ 特産果樹の生産振興 (再掲)
- ④ 花きの生産振興 (再掲)
- ⑤ 大規模露地園芸の推進 (再掲)



(4) 畜産物のさらなる輸出拡大

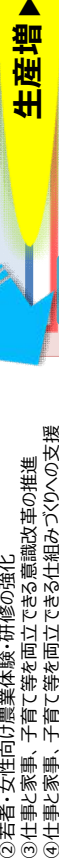
- ① 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大
- ② 輸出に意欲的な産地への支援強化

point

品目別輸出戦略に基づき販路を拡大

(5) 畜産物のさらなる輸出拡大

- ① 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大
- ② 輸出に意欲的な産地への支援強化



(6) 畜産物のさらなる輸出拡大

- ① 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大
- ② 輸出に意欲的な産地への支援強化



(7) 畜産物のさらなる輸出拡大

- ① 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大
- ② 輸出に意欲的な産地への支援強化



(8) 畜産物のさらなる輸出拡大

- ① 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大
- ② 輸出に意欲的な産地への支援強化



(9) 畜産物のさらなる輸出拡大

(10) 畜産物のさらなる輸出拡大

柱3 流通・販売の支援強化

(1) 地域計画の着実な推進

- ① まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進
- ② 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進
- ③ 担い手への農地集積の加速化
- ④ 園芸団地の整備促進

point

中山間地域の条件の悪い農地を確保し有利販売へ

(2) 基盤整備の推進

- ① まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 (再掲)
- ② 迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進 (再掲)

point

ほとまらった農地での生産により物量を確保し有利販売へ

(3) 農地の確保

- ① 担い手への農地集積の加速化 (再掲)
- ② 園芸団地の整備促進 (再掲)

point

ほとまらった農地での生産により物量を確保し有利販売へ

(4) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進

point

中山間地域の条件の悪い農地を確保し有利販売へ

(5) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進



(6) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進

point

中山間地域の条件の悪い農地を確保し有利販売へ

(7) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進



(8) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進



(9) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進



(10) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進



(11) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進



(12) 日本型直接支払制度の推進

- ① 中山間地域等直接支払制度の推進
- ② 多面的機能支払制度の推進



(13) 日本型直接支払制度の推進

(14) 日本型直接支払制度の推進

農業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

農業産出額等 出発点(R4):1,081億円 ⇒ 現状(R6):1,233億円 ⇒ R8目標:1,209億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,224億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,248億円 農業生産量 野菜主要11品目 出発点(R4):12.9万t ⇒ 現状(R6):11.9万t ⇒ R8目標:13.9万t ⇒ 4年後(R9)の目標:14.1万t ⇒ 10年後(R15)の目標:14.6万t							
第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の類型	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 生産力の向上と 持続可能な農業によ る産地の強化	1 構造転換型 2 地域産業スケ ールアップ型 4 課題解決型	野菜主要7品目の生産量(年間)	10.3万t (R4)	9.6万t (R6推定)	11.2万t	11.4万t	○
		果樹主要2品目の生産量(年間)	2.06万t (R4)	1.99万t (R6)	2.38万t	2.41万t	
		花き主要3品目の生産量(年間)	1,634万本 (R4)	1,518万本 (R6)	1,540万本	1,518万本	○
		次世代型ハウスの整備面積(累計)	84.2ha (H27～R4)	102.2ha (R7)	112.5ha	135ha	
		肉用牛飼養頭数(年間)	6,020頭 (R4)	6,116頭 (R6)	6,351頭	6,341頭	○
		稲WCSの作付面積(年間)	284ha (R4)	323ha (R7)	345ha	354ha	○
		有機農業の取組面積(年間)	146ha (R4)	210ha (R6)	237ha	271ha	
		堆肥(家畜ふん・馬ふん)の利用量(年間)	32,251t (家畜ふんR4・馬ふんR5)	26,264t (R6)	25,602t	26,993t	
		1経営体あたりの生産農業所得(付加価値額)(年間)	320万円 (R4)	470万円 (R6)	375万円	390万円	
		野菜主要11品目の反当収量(年間)	7.6t/10a (R5)	7.3t/10a (R6推定)	8.5t/10a	8.6t/10a	○
2 中山間地域の農 業を支える仕組みの 再構築	1 構造転換型 4 課題解決型	農地の受け皿となる法人数(累計)	53法人 (R4)	58法人 (R7見込)	62法人	65法人	
		スマート農業の実装面積(シヨウガでのドローン防除面積)(年 間)	1.8ha (R4)	102ha	122ha	150ha	

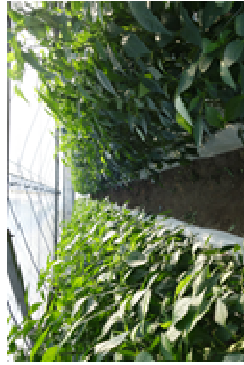
第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
3 流通・販売の支援 強化	2 地域産業スケールアップ型 3 グローバル展開型	市場流通を中心としたJA販売額(年間)	602億円 (R5) ※R4.9～R5.8	648億円 (R7) ※R6.9～R7.8	638億円 ※R7.9～R8.8	650億円	○
		直接取引等多様な流通による外商額(年間)	3.9億円 (R4)	5.3億円 (R6)	6.0億円	6.5億円	
		農畜産物の輸出額(年間)	8.8億円 (R4)	10.9億円 (R6)	8.8億円	10億円	○
4 多様な担い手の 確保・育成	5 人材起点型	新規就農者数(年間)	214人 (R4)	171人 (R6)	320人	320人	○
		うち女性新規就農者数(年間)	52人 (R4)	32人 (R6)	100人	100人	○
		うち若年(15～34歳)女性新規就農者数(年間)	16人 (R4)	14人 (R6)	50人	50人	○
		うち雇用就農者数(年間)	82人 (R4)	66人 (R6)	120人	120人	○
		認定農業者(新規認定者数)(年間)	121経営体 (R4)	115経営体 (R6)	150経営体	150経営体	
5 農業全体をけん 引する基盤整備の推 進と優良農地の確保	5 人材起点型	新規農業法人数(年間)	7法人 (R4)	15法人 (R6)	16法人	16法人	○
		ほ場整備の実施面積(累計)	79.7ha (R2～R4)	179.5ha (R2～R7)	257.3ha	303.4ha	
		さめ細かな基盤整備の実施地区(累計)	-	13地区 (R6～R7)	23地区	40地区	
		担い手への農地集積面積(年間)	9,183ha (R4)	9,100ha (R6)	10,355ha	10,700ha	

現状・課題

- 5,000万円以上の販売額がある施設野菜農家数57戸 (2020センサス) ※3,000～5,000万の農家数は134戸
- 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
- 農業経営体の97.5%以上が家族経営の自営農家
- 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

【課題】

- 時給1,500円に伴い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通年生産化を図り、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「農業経営者」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(例えば販売額ごと)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による販路の拡大も必要



5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

雇用就農者数（年間）

出発点(R4)82人 ⇒ 現状値(R6)66人 ⇒ 2年後(R9) 120人

KPI：売上げ5,000万円以上の農家数

(R6) 201経営体 ⇒ (R11) 324経営体

- ① データ駆動型農業の推進等により反収が増加し販売額が増加。
- ② それに伴い、規模拡大志向農家や雇用の受け皿となる法人経営体が増加。
- ③ 雇用の場が創出され、雇用就農者数が増加！

令和8年度の取り組み

(1) データ駆動型農業による反収の最大化

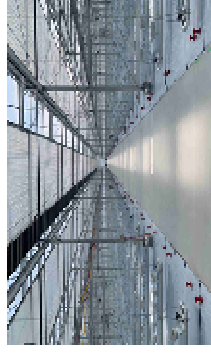
① SAWACHIの利用促進

- ② データ駆動型の営農指導による栽培技術向上への支援
- ③ 補助事業によるデジタル機器、省力化機器の導入支援



(2) 規模拡大による販売額の増加

① 法人の規模拡大にかかる施設整備への支援策を充実



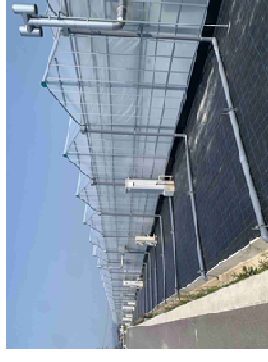
(3) 法人化・経営管理能力の向上

① 品目を越えた経営研究会の開催支援

② 国内・外の経営体の視察（県内外及びオランダ視察）

③ 経営視点の習得に向けた普及指導員研修

④ 法人設立に必要な労務管理等の知識習得支援



(4) ニーズに応じた販売戦略

① 専門家派遣等による販路開拓支援

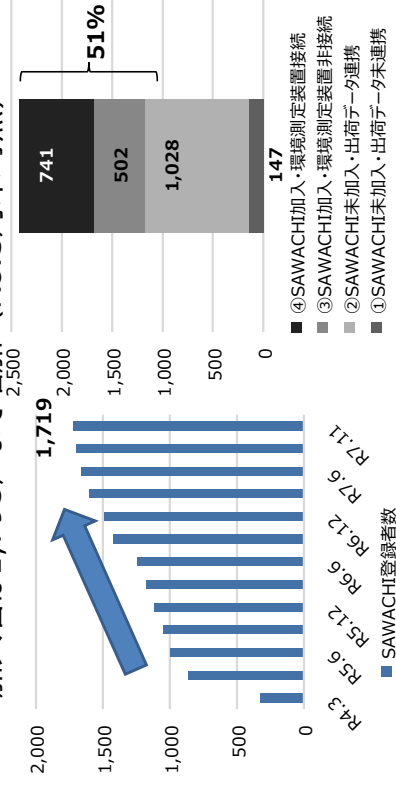
② 外商公社等と連携したマッチング支援

現状・課題

(1) IoPクラウド利用農家数の拡大

①現状

ア 令和4年に運用を開始したIoPクラウド「SAWACHI」の加入者は1,795戸まで増加（R8.3月末時点）



イ 主要野菜7品目では、94%がSAWACHIに出荷データを連携しているが、加入率は53%にとどまる

②課題

- ア 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を中心に、加入率を上げていくことが必要
- イ 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

(2) IoPクラウドの機能強化

①現状

ア 病害発生リスク表示機能の追加

イ 32品目の出荷データ連携にくわえ、主要4品目では、高収量モデル農家の反収も表示

ウ 令和7年9月から営農支援システムの試験運用を開始

②課題

ア 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させる必要がある

目標値

野菜主要7品目の生産量（年間）

出発点(R4)10.3万t ⇒ 現状値(R5)10.0万t ⇒ R8目標 11.2万t ⇒ 4年後(R9)11.4万t

- ①IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業を推進することで、農業のデジタル化が加速
- ②データに基づく最適管理を行うデータ駆動型農業の普及により、各品目の10a当たり収量が増加。加えて、経営の効率化や省力化が図られ、経営安定と所得の最大化を実現！

令和8年度の取り組み

(1) IoPクラウド利用農家数の拡大

ア 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

新 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

新 SAWACHIの活用成果が出ている農家を「SAWACHIサポーター」に位置づけし、個別巡回等による加入を推進

エ 主要7品目で、重点農家の目標収量達成に向けSAWACHIデータ等をフィードバックして農家の栽培改善を伴走支援

オ 多品目(施設野菜、露地野菜、果樹、花き)で、データを活用した指導ができる若手職員の早期育成のための研修の実施と、土壌水分や気象データを活用したデータ駆動型農業を推進



(2) IoPクラウドの機能強化

① 営農支援システムの開発

ア 試験運用中の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

イ R7に立ち上げたWGによって開発体制を強化し、最適管理のための改善ポイントをAIが自動でアドバイスする機能の開発等を加速化

② ユーザーアンケートの実施により、ユーザーの意向を反映した利便性の向上



現状・課題

1. 夏の高温による農作物の被害の現状

<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

<水稻>

- ・高温耐性品種でも白未熟粒等により品質が低下
- ・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

<果樹>

- ・新高梨では猛暑によるみつ症の発生により出荷量が減少

2. 令和7年度までの取組状況

(1) 現地実証及び機器資材の導入支援

- ・園芸用ハウスや梨園における遮熱資材の効果の実証(12か所)
- ・県事業(園芸用ハウス等リノベーション事業)による灌水装置(43か所7.4ha)、遮熱資材(68か所11.6ha)の導入支援

(2) 気候変動(高温)に適応するための研究

- ・ガスヒートポンプによるハウスキュウリの夜間冷房技術を開発中
- ・コシヒカリよりやや晩生で食味の有望系統の特性を調査中
- ・みつ症の発生を抑制する優良台木の増殖技術を開発中

3. 課題

(1) 現地実証及び機器資材の導入支援

- ・経営面積が小さく収益性が低い品目では、資材導入による対策が進んでいない
- ・露地栽培では水源を確保できず、かん水設備が普及していないため、高温時にかん水による温度低下が図れない
- ・新高梨では、樹勢の強い若木への更新が有効だが、成木までの収益性低下への不安により改植が進まない

(2) 気候変動(高温)に適応するための研究

本県の品目、作型に応じた新たな技術の検証と開発が必要

<野菜>

- ・ハウス内の温度や地温の上昇、高温に伴う土の乾燥を抑制する諸資材や技術について、産地が導入しやすい技術の検証が必要
- ・産地から米ナスやシシトウの高温耐性品種の育成を求める声

<水稻>

- ・高温下でも品質が低下にくい品種の選抜と育成が必要
- ・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

<果樹>

- ・みつ症の発生が少ない優良系統の増殖方法が確立できていない

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 野菜主要11品目の反当収量

出発点・現状値(R5) 7.6t /10a ⇒ R7目標 8.3t/10a ⇒ 4年後(R9) 8.6t/10a

- ①適正な管理の徹底、高温に強い品種への転換を強化
- ②新たな機器・資材等の実証と技術開発
- ③高温対策として効果が期待できる機器・資材の導入を支援

厳しい自然環境のもとでも
持続可能な農業を実現

令和8年度の取り組み

(1) 現地実証及び機器資材の導入支援

- ①園芸用ハウスにおける遮熱資材の実証継続（11か所）

新高梨：遮熱資材の効果の実証継続（1か所）

新 ②県事業（園芸品目高温対策事業等）での被害抑制につながる資機材の導入

- ・園芸用ハウスにおける遮熱効果のある資材の導入
- ・露地ほ場における水源の確保に必要な機器類の導入
- ・新高梨等の園地における改植支援

- ③水稻の白未熟粒の発生抑制対策（適正管理、品種転換）の推進強化

- ・県域の稲作検討会、地域での栽培講習会や栽培反省会などでの推進
- ・JA窓口、JA「ニマル」、JA広報誌や「SAWACHIニュース」を活用した情報発信

(2) 気候変動（高温）に適応するための研究

<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

新

- ・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た地温上昇抑制技術の開発

新

- ・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シトウの育種素材の高温耐性評価

<水稻>

- ・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

新

- ・高温下における施肥技術の開発

<果樹>

- ・みつ症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

⇒KPI（R9）：生産現場に提示する有効な資材・技術9事例



外部遮光資材



遮光ネット



ミスト装置



高温耐性品種

（にこまる、よさ恋美人など）

現状・課題

(1) 肉用牛の生産基盤強化とブランド化の推進

- ①肉用牛の生産基盤の強化と生産性向上
 ア レンタル畜舎事業による畜舎整備：10戸（R1-R7）
 イ 肉用牛導入に必要な資金の供給：基金造成8市町村503頭（R1-R7）
 ウ 受精卵移植による土佐あかうし増頭：123頭分娩（R7予定）
 エ 肉用牛経営では飼育期間が2年半程度と長いため、所得確保までに年月を要する
 オ 子牛育成がばらつき、特に育成の悪い子牛の価格低迷が平均価格を押し下げ
- ②土佐あかうし・土佐黒牛のブランド化の推進
 ア 土佐黒牛は地消、土佐あかうしは外商を中心に取り組む
 イ 黒牛は産地間競争が激しく、土佐黒牛は後発ブランドであることから県内での地消拡大の取組が必要
 ウ 土佐あかうしは外商のほか、輸出促進にも取り組む必要
- ③飼料価格高騰の影響を受けにくい畜産への構造転換
 ア 専門家を活用した労働生産性向上の取組手法（カイゼンの取組）についてモデル農家での実施：延べ26農場うち肉用牛延べ7農場（R5-7）
 イ 取組事例を紹介し、普及につなげる必要

(2) 稲WCSの生産拡大と広域流通の促進

- ①稲WCSの生産拡大と広域流通の促進
 ア WCS用稲作付：323ha（R7）
 イ 生産地域での年間取組計画策定（各協議会5-7月）
 ウ 遠隔地への供給体制の確立支援が必要
 エ WCS用稲の作付意向面積はR7目標値(338ha)を若干下回る見込みのため、収量増や作付延面積増の支援策が必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

肉用牛飼育頭数（年間）

出発点(R4)6,020頭 ⇒ 現状値(R6)6,116頭 ⇒ R8目標6,351頭 ⇒ 4年後(R9)6,341頭
 稲WCSの作付面積（年間）
 出発点(R4)284ha頭 ⇒ 現状値(R7)323ha ⇒ R8目標345ha ⇒ 4年後(R9)354ha

- ①ブランド化の推進による増頭意欲の向上を増頭計画の円滑な実行に繋げ肉用牛増頭を実現！
 ②稲WCS専用品種の活用等による増産と新たなWCS用稲生産組織の育成により需要量を確保！

令和8年度の取り組み

(1) 肉用牛の生産基盤強化とブランド化の推進

新

①子牛の育成改善

- ア 土佐黒牛・土佐あかうしの子牛の育成改善に取り組む地域の肉用牛組織を支援
 イ 農家が主体的に技術改善できる体制づくりと枝肉の質量向上を図り、円滑な増産につなげる
 ⇒KPI：発育標準未満の子牛割合 32.3%(R6)→16.2%(R10)



②土佐黒牛の県内需要喚起・認知度向上

- ア 量販店でのPR継続、登録飲食店の増、PRイベント支援
 ⇒KPI：土佐黒牛出荷頭数 685頭(R6)→824頭(R11)

③飼料価格高騰の影響を受けにくい畜産への構造転換

- ア 専門家によるモデル農家での「カイゼンの取組」の実施
 イ 「カイゼンの取組」を成果報告会の開催や事例集の作成により県内農家へ波及

(2) 稲WCSの生産拡大と広域流通の促進

①地域協議会による稲WCSの生産拡大と広域流通の促進

新 ア 稲WCS用の専用品種の活用やその再生二期作による増産

新 イ 新たなWCS用稲生産組織の育成

ウ 輸送コストを削減した輸送体制の確立

（耕種・畜産間の輸送効率化、ストックヤードの整備等）
 ⇒KPI：稲WCS生産ロール数 19,000個(R6)→21,000個(R9)



耕種農家

畜産農家

大型トラック

での一括輸送

ストックヤード

ストックヤード

ストックヤード

ストックヤード

ストックヤード

ストックヤード

ストックヤード

現状・課題

(1) 卸売市場と連携した販売拡大

①地域全体の販売額の増加

関東土佐会、関西土佐会への委託と各市場の販売拡大活動を支援
・関東地区青果 (R6.9～R7.8) : 販売額184億円 (前年比104%)
・関西地区青果 (R6.9～R7.8) : 販売額107億円 (前年比102%)

②継続した取扱につながる売り場確保を目指したフェアの実施

・量販店フェア回数 (R7.4～R8.3) : 関東1,700回、関西828回
・「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
・高温による出荷量減でフェアを組みづらくなっている
⇒限られたフェアの中で、さらに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

(2) マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大

①中食・外食・冷凍食品をターゲットにした販売の拡大

・業務需要を主に取り扱っている企業との連携
・品目別の傾向分析 : 10品目
(なす、ピーマン、キュウリ、ししとう、にら、土佐甘とう、文旦、しょうが、トマト)
・生産者向け講演会 : 2回 (6月春野地区、7月津野山地区)
・産地による実需者への直接PR (12月健康野菜塾、大阪)
・その他、商品開発、商談マッチング等を実施

②マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態等の検討

・業務用大容量出荷の提案
(県域販売会議 : 6月キュウリ、7月ナス、ピーマン)
・業務向け大型規格の実証栽培 (9月～ナス、ピーマン)
⇒業務用ニーズに合わせた規格や容量への対応が必要

5期 産業振興計画 KPI : JA年間販売額 (園芸年度 9月～8月)

	R5(出発点)	R 6	R 7	R 8	R 9
目 標	-	614億円	626億円	638億円	650億円
実 績	602億円	626億円	648億円	-	-

K
P
I
検
証

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値 市場流通を中心としたJA販売額(年間)

出発点(R5(R4.9～R5.8))602億円 ⇒ 現状値 (R7) 648億円
⇒ R8目標 638億円 ⇒ 4年後(R9(R8.9～R9.8))650億円

①大都市圏の関東および関西を中心に、品目別戦略を策定し、販売強化していくとともに、取扱量を拡大させ、高知県全体の販売額を拡大

②多様化する食スタイルに対応するため、業務需要への提案を強化し、マーケットを拡大

令和8年度 of 取り組み

(1) 卸売市場と連携した販売拡大

①地域全体の販売額の増加

・関東及び関西の土佐会への委託、全国の卸売市場への個別取り組み事業を実施
R8青果販売額目標 : 関東地区 (関東土佐会) 183億円
関西地区 (関西土佐会) 114億円

②継続した取扱につながる売り場確保を目指した

量販店フェアの実施

③系統取扱量アップに向けた産地のまとまりの強化

・JA産地総点検運動の実行支援

④県産農産物全体のブランド化

・「高知県」のフェアであることを認識でき統一感のある販促PRを行えるよう、県産農産物に共通して使えるキャッチコピーを検討

⑤飲食店へのアプローチ強化

・関西圏や高知県内の飲食店に県産農産物を活用したメニュー作成の依頼およびメニュー作成に関する支援を実施し、県産農産物の取り扱いを促す

(2) マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大

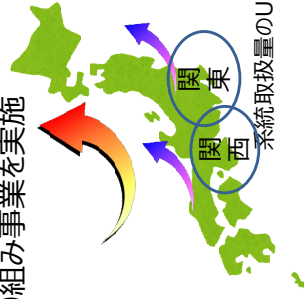
①中食・外食・冷凍食品をターゲットにした販売の拡大

・業務需要仕向け販売を拡大するため産地への事業者招へいによる生産者理解の促進

②マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態等の検討

・ナス、ピーマンの業務筋の要望に合わせた規格による収量、品質などの栽培検証 (実証栽培 : R7.9～R8.6) と課題整理及び実証結果を活用した産地への生産誘導
⇒ KPI : JAの買い取り販売額 47.5億円 (R7.9～R8.8)

2大都市圏を重点化することで
全国の販売額を押し上げる



JA
取扱量
のUP



現状・課題

(1) 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大

①委託事業を通じた、県産農産物の認知度向上及び輸出拡大(ユズ果汁)

・毎年約7ha増反しているが需要に供給が追いついていない状況
⇒需要が見込まれる東南アジアへの販路開拓が必要(慣行栽培)

⇒世界的に引き合いの強い有機的栽培の拡大

(青果物)

・東南アジア(シンガポール・マレーシア・タイ)へのアプローチ強化
(一ヶ月量販の棚確保による販売推進、試食商談会)

・みかん以外は食習慣の違いや鮮度保持のため航空機利用により販売単価が高くなり苦戦している

⇒青果物は食習慣の違いで認知度が低く食方提案が必要

⇒東南アジア以外の国へのマーケティングリサーチが必要

(花き)

①・米国バイヤーを招へいし商談実施やドバイでの見本市開催

⇒グロリオサ以外の品目の輸出拡大及び輸出先国の開拓も必要

(米)

・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

(畜産)

・タイ向け牛肉輸出認定を取得し、土佐あかうしプロモーションを開始

⇒土佐あかうしの非ロイン系部位の需要創出

(2) 輸出に意欲的な産地への支援強化

①輸出意欲の醸成

・輸出セミナー(10/29青果物、12/1米)

⇒輸出に取り組む産地・団体や品目が限られている

【KPI】農畜産物の輸出実績・目標額

単位：千円

	R3実績	R4実績	R5実績	R6実績	R7目標	R8目標	R9目標
青果物	25,017	45,429	83,095	83,882	90,000	94,000	100,000
花き	92,333	85,487	122,034	123,576	130,000	150,000	170,000
ユズ(果汁・皮・青果)	426,703	744,869	806,338	883,673	550,000	630,000	720,000
畜産				2,376	6,000	8,000	10,000
計	544,053	875,785	1,011,467	1,093,507	776,000	882,000	1,000,000

注) R4年は世界的なユズブームもあり在庫を含めすべて売り切れ急伸

R5年は豊作により前年の約1.6倍の出荷量となり2年連続で急伸(特殊年)

R6年は出荷量が極端に少なかったが単価高等によりさらに輸出額が伸びた



5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値

農畜産物の輸出額：R3年度5.4億円⇒現状値(R6)10.9億円
⇒R8目標8.8億円⇒4年後(R9)10億円

注) R4～6年のユズは豊作や単価高等の特殊要素により輸出額が伸びた

- ①青果物(ユズ含)はマレーシア・タイでの販路拡大及び新たな輸出候補国の探索
- ②花きは新たな輸出先国の開拓と拡大
- ③高知県産米の輸出に向けたアプローチ



令和8年度の取り組み

(1) 品目別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大

項目	方向性	内容
ユズ果汁(加工品含)	・有機的栽培、慣行栽培それぞれ仕向先別の販売強化	・有機的栽培面積増によるEUへの輸出拡大 ・慣行栽培は東南アジア等での販売強化(青果物の項参照)
青果物	・東南アジアでの販路拡大及び新たな地域の開拓	・シンガポール等の量販店で県フェア開催及びマレーシア・タイのバイヤー等を招へいし商談会開催 ・ 拡 ・マーケティングリサーチによる新たな地域(米国等)開拓へのアプローチ
花き	・新たな地域の開拓とグロリオサを主に他品目の輸出拡大	・ 拡 ・米国、ドバイ、インドネシアでの見本市等の開催
米	・高知県産米輸出開始への取組強化	・県内・海外の青果等の取引先への提案 ・ 拡 ・海外でのマーケティング



畜産：タイの現地輸入商社との連携による展示商談会等への出展支援

(2) 輸出に意欲的な産地への支援強化

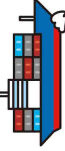
○ユズ産地への支援

・ユズ新植・改植の推進(慣行栽培含)

・ユズ有機的栽培の面積拡大に向け、有機質肥料の施肥技術及び省力的な除草技術等の実証結果を生かした有機的栽培への移行支援(大豊町)

○ユズ以外の品目への支援

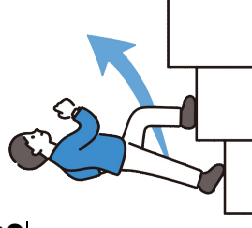
・輸出セミナーによる意識啓発及び商談会実施(青果物、米)



		R4(出発点)	R 6
目 標		320	320
実 績		214	171

◇ **（証）** トライアル就農の受入法人増加に向けた訪問活動の強化
県内やUターンの求職者に向けたデジタルマーケティング広告やSNS等での制度PRを強化

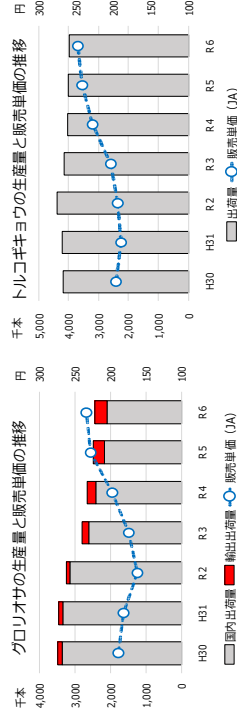
◇ **（証）** トライアル就農の受入法人増加に向けた訪問活動の強化
県内やUターンの求職者に向けたデジタルマーケティング広告やSNS等での制度PRを強化



現状・課題

(1) 花き生産の現状

- ① コロナ禍で需要減少で生産が減少したが、主要品目であるグロリオサやトルコギキョウは、需要が回復して販売単価が上昇し、供給が追いついていない状況で、**生産拡大が求められている**
- ② **グロリオサは、輸出需要が増加**しており、2027年の**横浜国際園芸博覧会**を契機に国内外へのさらなる**販路拡大**が期待できる
- ③ **トルコギキョウは、所得を確保**できる最も有望な品目で、**新規栽培者の増加が期待**できる



(2) 課題

- ① **グロリオサ**
- ・主力品種の球根肥大が年々悪くなり、出荷率や秀品率が低下
⇒ 品種改良や新品種の開発が必要
 - ・球根は農家がハウスで自家増殖するため、面積当たりの生産量が増やせず生産効率が悪く規模拡大ができない
⇒ 反収を上げるための仕組みづくりが必要
- ② **トルコギキョウ**
- ・夏の高温により10～12月に出荷する作型で短茎開花や奇形花が発生し、品質や出荷率が低下
 - ・通年生産技術が確立しておらず、経費高騰、労力不足もあり規模拡大が進んでいない
⇒ 通年生産が可能で、高温対策技術でもある大苗での定植を推進する必要がある
- ③ **国内外の販路拡大**
- ・国内での商談会の開催
 - ・海外バイヤーへの産地紹介
⇒ 県産花きの品質の高さや希少性についてのPRや、海外マーケティングに向けて量と種類を拡大していく必要がある

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

目標値 主要花き 2 品目（グロリオサ、トルコギキョウ）の生産量

出発点・現状値(R5) 646万本 ⇒ R7目標653万本 ⇒ 4年後(R9) 671万本

- ① グロリオサは、生産性向上の仕組みができ反収が向上するとともに、新たな遺伝資源を導入し品種改良や新たな品種の開発が開始される
- ② トルコギキョウは、育苗技術の高度化（大苗生産）により10～12月出荷作型の品質等が向上し、反収UP
- ③ 反収向上と通年生産により規模拡大が進み、花きの担い手が増加する

令和 8 年度の取り組み

(1) グロリオサ

新 ① 遺伝資源の探索に向けた調査

- ⇒ 球根の肥大が良く生産性が高い品種や新たな花色の品種の開発に向けて、遺伝資源の探索のための調査を行う
- ⇒ R9年度以降に本格的な遺伝資源の探索にJICA事業の活用を検討開始

新 ② 球根生産の外部委託等による切り花生産量拡大の仕組みづくり

- ⇒ 農家の球根生産労力を軽減し、収穫回数 2 作/年 → 4 作/年による反収増を実現するため、産地が球根の生産委託に要する経費を支援
- ⇒ 指導農業者を新たに確保し、受入体制を整備するとともに、産地提案書を作成

新 ③ 担い手の受入体制整備と就農PRを強化

- ⇒ 指導農業者を新たに確保し、受入体制を整備するとともに、産地提案書を作成

(2) トルコギキョウ

新 ① 高温期の出荷率を高め、作期を分散できる大苗生産技術の導入を支援

- ⇒ 夏の高温でも品質と出荷量を確保することができる、高温に耐性のある大苗を利用する技術を普及するため、大苗の育苗に係る資材等の導入を支援
- ⇒ さらに、作期を分散することで通年生産体制を確立させる

拡 ② 担い手の受入体制整備と就農PRを強化

- ⇒ 主要 3 産地の担い手の受入体制の強化や産地提案書を見直し、就農相談会等で軽量の作業が多く女性も取り組みやすい魅力的な働く場であることを広く発信

(3) 国内外の販路拡大

新 ① 2027年国際園芸博覧会出展に向けた県産花きのPR強化

- ⇒ 県産花きの理解促進を図るPR動画制作、市場輸出担当者の産地招へい、出展に向けた準備

拡 ② 輸出拡大に向けて、既存輸出国の販路拡大と新たな輸出先国の開拓

- ⇒ 主要輸出国である中国や米国の販路拡大に加え、新たなマーケットを調査



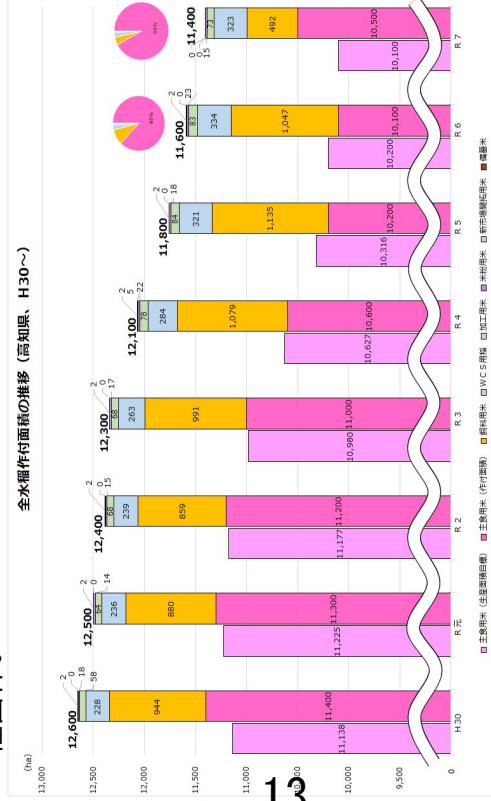
グロリオサの原種



現状・課題

<現状>

- 需要に応じた生産を進めるため、非主食用米への転換を支援してきたが、高齢化による離農を主因として、水稻全体の作付面積は、H30からR7までの7年間で約1,200ha減少。
- コメの価格高騰により令和7年産主食用米の作付面積は増加したが、水稻全体では減少傾向が継続。
- 県内のコメ生産者のうち、68%は作付面積1ha未満の小規模経営体。



<課題>

- ① 採種・育苗
 - ア 採種農家の高齢化により面積、戸数ともに減少傾向
 - イ 優良種子の生産には高度な知識や技術が求められる
 - ウ 育苗センターの老朽化、労働力確保
- ② 生産・収穫
 - ア 生産者の高齢化による担い手不足、耕作放棄地の増加
 - イ 農地が分散している場合は作業効率が悪い
 - ウ 気候変動に適応した品種や技術開発が必要
 - エ 酒米生産から価格が高騰している主食用米への転換が進んでおり、今後の安定供給が懸念
 - オ 乾燥・調整施設（ライスセンター等）の老朽化が進行
- ③ 販売
 - 県産米を安定的に販売できる販路の確保

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 水稻の作付面積

出発点・現状値(R6)11,600ha ⇒ R8目標 11,400ha ⇒ 4年(R9)11,400ha



- ① 意欲ある担い手の確保・育成、規模拡大を加速化
- ② 実需者ニーズに対応した持続可能な生産体制を確立

令和8年度の取り組み

(1) 採種・育苗

- ① 種子生産体制の強化への支援
 - 新** 1戸当たりの品種数や生産面積の拡大に必要な機械導入や施設整備への支援
 - 新** 種子生産新規参入者への技術習得支援
- ② 育苗施設の合理化への支援

(2) 生産・収穫等

- 拡** ① 機械導入・施設整備への支援
- ② スマート技術の導入支援
- ③ 担い手への農地集積・集約に向けた地域計画のブラッシュアップ
- ④ 集落営農組織の育成及び経営の維持・発展に向けた組織間連携の推進
- ⑤ 水田の区画拡大に向けた推進協議会の立ち上げ
- ⑥ 気候変動への適応対策
 - 拡** 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
 - 新** 高温下における施肥技術の開発
- ⑦ 土佐酒振興プラットフォームによる酒米品評会や栽培ほ場見学会等による産地と酒造メーカーとの結びつきの強化
- ⑧ 乾燥調整施設の合理化への支援

(3) 販売

- ① 主食用米にかかる消費者理解の醸成と地産地消の促進
- ② コメの輸出に向けた意識高揚と取組への支援
 - 拡** 県産米の輸出に向けた海外でのマーケティング



I 専門分野の成長戦略

林業分野

林業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県土の84パーセントを占める森林の豊富な資源を余すことなく活用するため、大型製材工場の整備などの加工体制の強化や木質バイオマス発電施設の整備、TOSAZAIセンターを中心とした外商強化など、川下側の取り組みを進めてきたことにより、県内の原木需要は大きく高まりました。これに合わせて、川上側では施業地を集約した森の工場の推進や高性能林業機械の導入などにより、原木生産の拡大に取り組んできました。

この結果、県内の原木生産量は、平成22年の40万4千立方メートルから令和6年には69万2千立方メートルへと大幅に増加しました。また、木材・木製品製造業出荷額等も、平成22年の150億円から令和5年には245億円へと、大幅に増加しています。

一方、少子高齢化等により住宅分野では新設住宅着工戸数が減少する中、これまであまり木材が使われてこなかった非住宅分野での木材利用の拡大が急務となっています。SDGsやカーボンニュートラル実現の観点から、持続可能な資源として木材の活用を望む企業は増加しており、今後は、再造林など環境に配慮した森林由来の木材という新たな価値を加えることにより産地としての競争力を強化し、県産材の外商などに取り組むことが必要です。

② 第5期計画ver.3の取り組み

第5期計画では「山で若者が働く、イノベーション創発型の国産材産地」を目指す姿として、若者や女性などの活躍、そして森林資源の再生産と県産材の付加価値向上を実現するため、次の4つの戦略の柱により取り組みを進めます。

柱1 森林資源の再生産の促進

これまで集約化を進め整備してきた森の工場のインフラ等を最大限に活用し、皆伐・再造林を含めて森林資源の再生産を促進します。また、ICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換を進め、先端技術をフル活用した林業を推進することにより、さらなる生産性の向上や原木生産の拡大など、林業収支をプラスへと転換し、林業就業者の所得向上にも資する取り組みを進めます。

柱2 木材産業のイノベーション

森林資源の成熟により増加する大径材の有効活用に向け、大径材利用戦略に基づき、製材工場の加工能力の引き上げや加工技術の普及に向けた取り組みを進めます。また、木材加工施設整備への支援等により、製材品の高品質化・付加価値化に取り組めます。さらに、管理が行き届かず、公益的機能の低下が懸念される放置竹林等を有効活用し、竹資源の供給や利用の拡大に向けた取り組みを進めます。

柱3 木材利用の拡大

SDGsなど時代のニーズに対応するため、再造林の実施など環境に配慮した森林由来という新たな価値を加えた土佐材を認証する制度を創設し、そうした木材の情報を管理するシステムの機能強化を図ります。また、住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けて、高知県環境不動産等の建築促進に取り組めます。さらに、万博施設への県産材の供給実績を生かした需要拡大につなげるための取り組みを展開します。

柱4 多様な担い手の育成・確保

移住希望者等に向けた情報発信や外国人材の受入れに向けた支援等により幅広いターゲットへの新規就業の取り組みを展開します。また、オープンキャンパスへの参加促進や研修生への支援制度の拡充により林業大学校の入校生の確保と人材育成に取り組めます。さらに、林業就業者の所得向上に向けた取組支援により魅力ある職場づくりを進めます。

目指す姿

①川上 林業適地を中心としてICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換が進み、伐採後の再造林をはじめ森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われている。
②川中 原木を安定的に調達する体制が整備され、非住宅分野をはじめ新たな需要への高品質な製材品の供給力が向上している。
③川下 住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木材化・木質化に向けた取り組みを強化することにより県産材利用が拡大している。
④担い手 デジタル化された森林情報の活用をはじめスマート林業の推進などによる生産性の向上から従事者の所得が向上し、若者や女性等の多様な人材がいきいきと活躍している。

分野を代表する目標

原木生産量	出発点 (R4) 73.6万m3	⇒	現状 (R6) 69.2万m3	⇒	4年後 (R9) 85万m3
木材・木製品製造業出荷額等	出発点 (R3) 249億円	⇒	現状 (R5) 245億円	⇒	4年後 (R9) 257億円
製材品出荷量	出発点 (R3) 21.8万m3	⇒	現状 (R6) 19.1万m3	⇒	4年後 (R9) 25.9万m3

川上

川中

川下

柱1 森林資源の再生産の促進

(1) 林業適地への集中投資

- ①林業適地の拡大
- ②林道等の開設（改良）の促進
- ③新たな森の工場の拡大
- ④施設集約化の促進
- ⑤施業地の集約化の促進
- ⑥イ 搬出間伐から皆伐への施業の展開の促進
- ⑦タフワーダの自動運転
- ⑧林道等の整備
- ⑨ICT・ドローンによる森林のモニタリング
- ⑩伐倒・下刈の機械化
- ⑪伐倒・下刈の省力化
- ⑫伐倒・下刈の省力化
- ⑬伐倒・下刈の省力化
- ⑭伐倒・下刈の省力化
- ⑮伐倒・下刈の省力化
- ⑯伐倒・下刈の省力化
- ⑰伐倒・下刈の省力化
- ⑱伐倒・下刈の省力化
- ⑲伐倒・下刈の省力化
- ⑳伐倒・下刈の省力化
- ㉑伐倒・下刈の省力化
- ㉒伐倒・下刈の省力化
- ㉓伐倒・下刈の省力化
- ㉔伐倒・下刈の省力化
- ㉕伐倒・下刈の省力化
- ㉖伐倒・下刈の省力化
- ㉗伐倒・下刈の省力化
- ㉘伐倒・下刈の省力化
- ㉙伐倒・下刈の省力化
- ㉚伐倒・下刈の省力化
- ㉛伐倒・下刈の省力化
- ㉜伐倒・下刈の省力化
- ㉝伐倒・下刈の省力化
- ㉞伐倒・下刈の省力化
- ㉟伐倒・下刈の省力化
- ㊱伐倒・下刈の省力化
- ㊲伐倒・下刈の省力化
- ㊳伐倒・下刈の省力化
- ㊴伐倒・下刈の省力化
- ㊵伐倒・下刈の省力化
- ㊶伐倒・下刈の省力化
- ㊷伐倒・下刈の省力化
- ㊸伐倒・下刈の省力化
- ㊹伐倒・下刈の省力化
- ㊺伐倒・下刈の省力化
- ㊻伐倒・下刈の省力化
- ㊼伐倒・下刈の省力化
- ㊽伐倒・下刈の省力化
- ㊾伐倒・下刈の省力化
- ㊿伐倒・下刈の省力化

(1) 大径材の利用促進

- ①製材工場の加工能力の引き上げ
- ②加工技術の普及
- ③製品の付加価値の向上

(2) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

- ①川上・川中・川下間の連携の強化
- ②製材加工の共同化・協業化等の促進
- ③製材品の高品質化・付加価値化
- ④製材工場の労働環境の整備

(1) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

- ①認証制度の試験運用の実施と事業者の制度参画に向けた取組の推進

(2) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- ①木材利用の拡大と環境負荷の低減につながる高知県環境不動産の建築を促進
- ②CLT等を使用した非住宅木造建築物の建築拡大に向けた施主の木材利用に関する理解の醸成
- ③万博のレジャーや県産材の供給実績を生かした取組の展開
- ④室内空間への県産材利用の提案とプロユーズとの製品開発
- ⑤海外への販売促進
- ⑥有望なエリアにおける販路開拓への支援

(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向上につながるイノベーションの推進
- ②低コスト造林の推進
- ③林地残材の利用拡大
- ④成長の優れた苗木等の生産強化
- ⑤野生鳥獣による被害対策の強化
- ⑥再造林の推進に向けた林業・木材関係者の協力体制の強化

(3) 多様で健全な森林への誘導

- ①多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進

(3) 森の資源を余すことなく活用

- ①木質バイオマス発電の推進
- ②竹資源の供給・利用の拡大

魅力ある職場づくり

- ①経営改善の取組推進
- ②事業戦略の実施や経営セミナーの開催
- ③技能評価・昇任・昇給
- ④キャリアパスの導入による処遇の改善
- ⑤労働環境改善の取組拡大
- ⑥多能工化の促進
- ⑦省人化・効率化
- ⑧スマート林業の推進
- ⑨次世代の担い手の確保
- ⑩林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ⑪高校生向け出前授業の実施
- ⑫労働環境改善の取組拡大
- ⑬多能工化の促進
- ⑭省人化・効率化
- ⑮スマート林業の推進
- ⑯次世代の担い手の確保
- ⑰林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ⑱高校生向け出前授業の実施
- ⑲労働環境改善の取組拡大
- ⑳多能工化の促進
- ㉑省人化・効率化
- ㉒スマート林業の推進
- ㉓次世代の担い手の確保
- ㉔林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㉕高校生向け出前授業の実施
- ㉖労働環境改善の取組拡大
- ㉗多能工化の促進
- ㉘省人化・効率化
- ㉙スマート林業の推進
- ㉚次世代の担い手の確保
- ㉛林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㉜高校生向け出前授業の実施
- ㉝労働環境改善の取組拡大
- ㉞多能工化の促進
- ㉟省人化・効率化
- ㊱スマート林業の推進
- ㊲次世代の担い手の確保
- ㊳林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㊴高校生向け出前授業の実施
- ㊵労働環境改善の取組拡大
- ㊶多能工化の促進
- ㊷省人化・効率化
- ㊸スマート林業の推進
- ㊹次世代の担い手の確保
- ㊺林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㊻高校生向け出前授業の実施
- ㊼労働環境改善の取組拡大
- ㊽多能工化の促進
- ㊾省人化・効率化
- ㊿スマート林業の推進

担い手

柱4 多様な担い手の育成・確保

イノベーション創発型の林業・木材産業を展開！

(1) ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取り組みの強化

- ①新規就業に向けた幅広いターゲットへの取組の展開
- ②移住希望者等に向けた情報発信のさらなる強化
- ③新 イ 外国人材の受入れに向けた林業事業者の取組支援
- ④ウ スポットワークの受け入れに係る取組の促進
- ⑤「こころの学校」の開催など若者等をターゲットにした就業相談への対応

(2) 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
- ②ア 林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ③イ オープンキャンパスへの参加促進に向けた取組の実施
- ④ウ 研修生への支援制度の充実
- ⑤森林クワダの活用に必要な人材の育成

(3) 魅力ある職場づくりの推進

- ①所得向上に向けた林業事業者の取組支援の強化
- ②ア 技術力向上により多能工化を進める取組支援
- ③イ 経営者向けセミナー開催やキャリアパス導入等の取組支援
- ④若者等の就業の後押しが期待できるスマート林業の推進

就業の促進

- ①情報発信の強化
- ②趣味専門の雑誌掲載やイベント参加、SNS活用
- ③林業就業への意識の向上
- ④林業就業に係るイベント参加や就業相談の増加
- ⑤高知・林業・「BAMBOO+」竹資源を活用した新素材

高度人材の育成

- ①次世代の担い手の確保
- ②林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ③高校生向け出前授業の実施
- ④労働環境改善の取組拡大
- ⑤多能工化の促進
- ⑥省人化・効率化
- ⑦スマート林業の推進
- ⑧次世代の担い手の確保
- ⑨林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ⑩高校生向け出前授業の実施
- ⑪労働環境改善の取組拡大
- ⑫多能工化の促進
- ⑬省人化・効率化
- ⑭スマート林業の推進
- ⑮次世代の担い手の確保
- ⑯林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ⑰高校生向け出前授業の実施
- ⑱労働環境改善の取組拡大
- ⑲多能工化の促進
- ⑳省人化・効率化
- ㉑スマート林業の推進
- ㉒次世代の担い手の確保
- ㉓林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㉔高校生向け出前授業の実施
- ㉕労働環境改善の取組拡大
- ㉖多能工化の促進
- ㉟省人化・効率化
- ㊱スマート林業の推進
- ㊲次世代の担い手の確保
- ㊳林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㊴高校生向け出前授業の実施
- ㊵労働環境改善の取組拡大
- ㊶多能工化の促進
- ㊷省人化・効率化
- ㊸スマート林業の推進
- ㊹次世代の担い手の確保
- ㊺林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㊻高校生向け出前授業の実施
- ㊼労働環境改善の取組拡大
- ㊽多能工化の促進
- ㊾省人化・効率化
- ㊿スマート林業の推進

新規就業

- ①魅力ある職場づくり
- ②経営改善の取組推進
- ③事業戦略の実施や経営セミナーの開催
- ④技能評価・昇任・昇給
- ⑤キャリアパスの導入による処遇の改善
- ⑥労働環境改善の取組拡大
- ⑦多能工化の促進
- ⑧省人化・効率化
- ⑨スマート林業の推進
- ⑩次世代の担い手の確保
- ⑪林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ⑫高校生向け出前授業の実施
- ⑬労働環境改善の取組拡大
- ⑭多能工化の促進
- ⑮省人化・効率化
- ⑯スマート林業の推進
- ⑰次世代の担い手の確保
- ⑱林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ⑲高校生向け出前授業の実施
- ⑳労働環境改善の取組拡大
- ㉑多能工化の促進
- ㉒省人化・効率化
- ㉓スマート林業の推進
- ㉔次世代の担い手の確保
- ㉕林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㉖高校生向け出前授業の実施
- ㉗労働環境改善の取組拡大
- ㉘多能工化の促進
- ㉟省人化・効率化
- ㊱スマート林業の推進
- ㊲次世代の担い手の確保
- ㊳林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㊴高校生向け出前授業の実施
- ㊵労働環境改善の取組拡大
- ㊶多能工化の促進
- ㊷省人化・効率化
- ㊸スマート林業の推進
- ㊹次世代の担い手の確保
- ㊺林業の魅力発信するコンテンツの強化
- ㊻高校生向け出前授業の実施
- ㊼労働環境改善の取組拡大
- ㊽多能工化の促進
- ㊾省人化・効率化
- ㊿スマート林業の推進

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

原木生産量 出発点(R4):73.6万m3 ⇒ 現状(R6):69.2万m3 ⇒ R8目標:82.6万m3 ⇒ 4年後(R9)の目標:85万m3 ⇒ 10年後(R15)の目標:85万m3
木材・木製品製造業出荷額等 出発点(R3):249億円 ⇒ 現状(R5):245億円 ⇒ R8目標:227億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:257億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:292億円
製材品出荷量 出発点(R3):21.8万m3 ⇒ 現状(R6):19.1万m3 ⇒ R8目標:21.8万m3 ⇒ 4年後(R9)の目標:25.9万m3 ⇒ 10年後(R15)の目標:29.6万m3

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 森林資源の再生 産の促進	1 構造転換型	森の工場の原木生産量(年間)	12.6万m3 (R4)	11.7万m3 (R6)	23.6万m3	26.5万m3	○
		民有林の再造林面積(年間)	342ha (R4)	357ha (R6)	622ha	690ha	○
2 木材産業のイノ ベーション	2 地域産業スケー ルアップ型	乾燥材の出荷量(年間)	87千m3 (R4)	94千m3 (R6)	114千m3	126千m3	○
		JAS機械等級区分構造材の出荷量(年間)	11千m3 (R4)	12千m3 (R7)	20千m3	25千m3	○
		県産製材品の出荷量(年間)	152千m3 (R4)	132千m3 (R6)	156千m3	197千m3	
3 木材利用の拡大	2 地域産業スケー ルアップ型	県内における非住宅木造建築物の棟数(年間)	106棟 (R4)	105棟 (R7)	117棟	121棟	○
		県外製品市場等への県産製材品の出荷量(年間)	103千m3 (R4推計)	105千m3 (R6推計)	117千m3	121千m3	○
4 多様な担い手の 育成・確保	5 人材起点型戦略	林業就業者数(年度末現在)	1,593人 (R3)	1,604人 (R6)	1,690人	1,690人	○
		[現場] 新規就業者数(年間)	142人 (R3)	100人 (R6)	191人	200人	○
		うち15～34歳女性新規就業者数	2人 (R3)	0人 (R6)	4人	5人	
		[事務] 新規就業者数(年間)	8人 (R3)	11人 (R6)	9人	11人	
		うち15～34歳女性新規就業者数	2人 (R3)	0人 (R6)	4人	5人	
		10人以上を雇用する法人数(年度末現在)	22法人 (R3)	21法人 (R6)	28法人	30法人	
		事業戦略実践企業のうち前年度比+3%の限界利益額を達成した企業の割合(年間)	58% (R4)	40% (R6)	90%	100%	
		森林クラウド利用者数(年度末現在)	— (R5)	63事業体 (R7)	70事業体	75事業体	

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

- 林業適地を中心としてICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換が進み、伐採後の再造林をはじめ森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われている。

現状・課題

(1) 林業適地への集中投資

- ① 林業適地の拡大・新たな森の工場の拡大
 - ア 林業適地の設定面積
118,000ha（目標）→ 122,162ha（R7）
 - イ 森の工場の承認面積
94,141ha（目標）→ 93,013ha（R7）
- ⇒ 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
- ⇒ 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

(2) 林業収支のプラス転換

- ① 新たな森の工場における生産性向上につながるイノベーションの推進
 - ア 高性能林業機械等導入の支援（R7：12台）
 - ⇒ 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の取組が必要

森の工場の原木生産量

単位：m³

	R4(出発点)	R6(現状)	R8	R9
目標	—	—	23.6万	26.5万
実績	12.6万	11.7万	—	—

目標値

民有林の再造林面積

単位：ha

	R4(出発点)	R6(現状)	R8	R9
目標	—	—	622	690
実績	342	357	—	—

令和 8 年度の取り組み

(1) 林業適地への集中投資

- ① 林業適地の拡大・新たな森の工場の拡大
 - ア 施業地の集約化の推進
市町村や林業事業者など地域の関係者が連携し、施業地の集約化を促進するためのモデルとなる取組を支援



- ※ 集約化への支援
 - ・ 全体構想の策定
 - ・ 調査に必要な機器の導入等

- ② 搬出間伐から皆伐への施業の展開を促進
 - 間伐を主に実施する事業者が、再造林を前提とした林業適地での皆伐を展開する際の、作業道等の設置を支援



皆伐



皆伐

皆伐技術・生産性の向上



- ※ 皆伐に必要な作業への支援
 - ・ 作業道開設
 - ・ 集材架線設置
 - ・ 作業ポイントの整備等

(2) 林業収支のプラス転換

- ① 新たな森の工場における生産性向上につながるイノベーションの推進
 - ア 高性能林業機械の導入支援を強化
生産性向上を図るため、機械の稼働を向上させる取組等とあわせて導入する場合に補助率を加算（1/10加算）



林業機械



システムラジコン

- ※ 次の要件のいずれかを満たす場合に1/10加算する
 - ・ 機械の稼働を向上させるために多能工化などに取り組んでいる
 - ・ 技術力や経験に応じた賃金引き上げの仕組みがある

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

○原木を安定的に調達する体制が整備され、非住宅分野をはじめ新たな需要への高品質な製材品の供給力が向上している。

現状・課題

（1）大径材の利用促進

- ①大径材利用戦略の更新
 - ②製材工場の加工能力の引き上げと加工技術の普及
 - ア 大径材加工施設の整備（1者）
 - ③製品の付加価値の向上
 - ア 枠組壁工法構造用製材（4×材）の品質性能に関する研究
- ⇒利用促進に向けて、更なる加工能力の引き上げや製品開発など付加価値の向上が必要

（2）需要に応じた製材品の供給体制の整備

- ①製材品の高品質化・付加価値化
 - ア JAS認定取得の支援（1者）
- ⇒住宅着工戸数の減少に伴う需要の減少が見込まれるため、付加価値の高い新たな製品づくりが必要
- ②製材工場の労働環境の整備
 - ア 若者所得向上検討チーム会（4～9月：4回）
- ⇒効率化や省力化を図るための設備導入や従業員のスキルアップによる稼働率の確保と生産性の向上が必要
- ⇒会社の休みを増やし所得を維持・向上させる取組など、働きやすい職場づくりの推進が必要

乾燥材の出荷量

		単位：千m ³ JAS機械等級区分構造材の出荷量				単位：千m ³	
		R4 (出発点)	R6 (現状)	R8	R9	R4 (出発点)	R9
目 標		—	—	114	126	—	25
実 績		87	94	—	—	11	—

目標値

令和 8 年度の取り組み

（1）大径材の利用促進

- ②製材工場の加工能力の引き上げと加工技術の普及
 - ア 新たな製材工場の整備の検討
 - イ 既存製材工場の加工力強化の検討
 - ウ 加工能力の向上に向けたセミナーの開催
 - エ 乾燥技術や製材技術の向上に向けた研修会を開催
- ③製品の付加価値の向上
 - ア 製品（心去り材等）の品質に関するデータ整備及び普及推進
 - イ 大径材の特性を活かした製品の開発

（2）需要に応じた製材品の供給体制の整備

- ①製材品の高品質化・高付加価値化
 - ア 新たな技術の導入により、外構材等に利用できる耐久性の高い製品を生産するための施設整備を支援
- ②壁や天井に防火材料を使うことが義務付けられている施設で利用できる不燃木材を開発するための試験等を支援



RP含浸処理木材

②製材工場の労働環境の整備

- ア 設備投資と多能工化による生産性の向上
 - （ア）生産性の向上に資する作業の効率化や省力化のための設備投資を支援
- （イ）従業員のスキルアップに資する作業工程のマニュアル化等を支援
- ③働きやすい職場づくりを通じた生産性の向上
 - （ア）経営診断、職員のコミュニケーション向上、就業規則の作成・見直し、キャリアパスの導入等を支援



5期計画（令和9年度）の目指す姿

○住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けた取り組みを強化することにより県産材利用が拡大している。

現状・課題

（1）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
⇒制度活用に向けた事業者の参画促進

（2）非住宅建築物等への木材利用の拡大

①高知県環境不動産やCLTを使用した建築の促進
ア 環境不動産認定基準の拡充(5月)

イ 新たに2件が認定予定(R8.3月)

⇒モデル的な環境不動産の事例の増加が必要

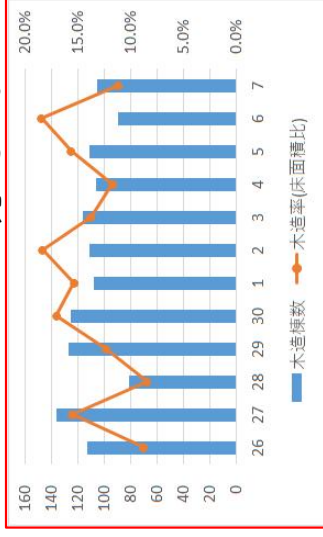
⇒CLT建築物は増加している一方で、非住宅建築物の木造率は低位。鉄筋コンクリート

に比べ、木造建築は耐用年数が短く、木造が敬遠される一因となっている。

県内CLT建築物の棟数 R元:28棟→R7:60棟

県内非住宅建築物の木造率

R元:15.4%→R7:11.2%



③万博での県産材のPR実施

⇒万博のレガシーや大屋根リング等への供給実績を生かした取組による需要拡大が必要

県外製品市場等への県産製材材の出荷量

単位：千㎡

	R4推計 (出発点)	R6 (現状)	R8	R9
目標	-	-	117	121
実績	103	105	-	-

目標値

県内における非住宅木造建築物の棟数(年間)

単位：棟

	R4 (出発点)	R7 (現状)	R8	R9
目標	-	-	117	121
実績	106	105	-	-

令和8年度の取り組み

（1）環境に配慮した新たな木材流通の促進

①認証制度の試験運用と事業者の制度参画に向けた取組の推進

ア 制度運営組織の設置と制度の試験運用

拡イ 事業者の制度参画に向けたPR

制度説明会の開催や広報資料を活用したプロモーション活動

拡ウ 情報管理システムの強化

R7年に開発した情報管理システムの試運転を行い、必要となる機能を追加

（2）非住宅建築物等への木材利用の拡大

①環境不動産認定制度のPR

ア 実物件を活用したPRによる環境不動産建築の促進

②木造建築物の耐久性に係る第三者評価制度の普及

ア CLTに係るフォーラムやセミナー等において、第三者評価制度のPRを実施

評価取得後



【耐用年数が長くなるメリット】
・年間の減価償却費の減
・融資期間の判断材料に活用
※建築物の減価償却期間は慣行的に法定耐用年数を用いるため。



③万博のレガシーや供給実績を生かした取組の展開

新ア 高知龍馬空港や高知駅など観光客が訪れる施設において大屋根リング等で使用された木材を再利用するための輸送や活用デザインの設計・加工等を実施

新イ 大阪・関西万博に続き、国際園芸博覧会(GREEN×EXPO2027)の会場整備への県産材の供給

5期計画（令和9年度）の目指す姿

○デジタル化された森林情報の活用をはじめスマート林業を推進し、若者や女性等の多様な人材がいきいきと活躍している。

目標値

林業就業者数（年度末現在）					【現場】新規就業者数（年間）					単位：人
	R3(出発点)	R6(現状)	R8	R9		R3(出発点)	R6(現状)	R8	R9	
目標	－	－	1,690	1,690	目標	－	－	191	200	
実績	1,593	1,604	－	－	実績	142	100	－	－	

現状・課題

(1) ターゲットマーケティングによる取り組みの強化

- ①新規就業に向けた幅広いターゲットへの取組の展開
ア 趣味専門誌への掲載など移住希望者等への情報発信（記事掲載：発行部数3万部 動画配信：約2.5万回再生）
⇒ 多様な担い手の確保に向け、外国人材など新たなターゲットへの取組の展開が必要
- ②若者等をターゲットにした就業相談への対応
ア こうちフオレストスクールの開催（R6:50人 → R7:57人）

(2) 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
ア 高校生等を対象としたオープンキャンパスの開催（4回：8、10、12、3月 42人）
イ 出前授業の開催（5～2月:11回193人）
⇒ 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情報発信の強化等が必要

(3) 魅力ある職場づくりの推進

- ①林業経営や労働環境の改善に係る取組の推進
ア 若者所得向上検討チーム会（4～9月:4回）
イ 事業者の労働環境改善の取組支援（4～2月:14社）
⇒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スマート林業の推進
ア 現場での実践に向けた個別支援（5～2月:22回14社）
⇒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が必要

令和8年度の取り組み

(1) ターゲットマーケティングによる取り組みの強化

- ①新規就業に向けた幅広いターゲットへの取組の展開
ア 趣味専門誌への掲載など移住希望者等に向けた情報発信のさらなる強化
- 新 イ 外国人材の受入れに向けた現地視察など林業事業者の取組支援
- 新 ウ 農閑期の短期雇用などスポットワークの受け入れに係る取組の促進
⇒KPI：就業相談者数 470人

(2) 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
ア デジタル技術の活用や機械化の進んだ現在の林業を分かりやすく発信するための動画の作成
- 拡 イ 県外からの参加者の旅費支援などオープンキャンパスへの参加促進に向けた取組の実施
- 拡 ウ 給付金の高上げなど研修生への支援制度の充実
- 工 農業高校や普通高校への出前授業等の継続実施

(3) 魅力ある職場づくりの推進

- ①所得向上に向けた林業事業者の取組支援の強化
拡 ア 技術力向上により多能工化を進める取組を支援
(ア) 先進的に取り組む事業者での研修支援
- 拡 イ 林業経営や労働環境の改善に係る取組の推進
(ア) 経営者向けセミナーの開催やキャリアパス導入等の取組を支援
⇒KPI：労働環境改善に取り組む林業事業者数 50事業者

②スマート林業の推進

- ア スマート林業の更なる普及・定着に向けた支援の継続
(ア) 研修会や個別支援の実施 (イ) デジタル機器等の導入支援



I 専門分野の成長戦略

水産業分野

水産業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

漁業者の減少や高齢化に加え、海況の変化等により漁獲量が不安定な中、水産業の成長産業化を図るため、生産性の向上や販路開拓、担い手の確保等に取り組みました。生産面では、デジタル技術を活用した効率的な生産流通体制への転換を進める「高知マリンイノベーション」の推進や、安定生産が可能な養殖生産の拡大、外商の強化に向けた加工施設の立地促進等を行いました。流通・販売面では、「高知家の魚応援の店」への販売拡大や、水産物輸出促進コーディネーター等のネットワークを活用した海外での販路開拓等に取り組んできました。漁業生産を支える担い手の確保では、高知県漁業就業支援センターによる就業相談から就業後までの一貫した支援を行い、関西圏など県外からの就業につなげてきました。

その結果、養殖業の成長（H20:139億円→R6:304億円）等により漁業生産額は大きく増加（H20:483億円→R6:585億円）するとともに、加工施設の整備が進んだことにより水産加工出荷額も増加（H20:171億円→R5:245億円）しています。

一方、不漁や物価高騰による経営の圧迫、一部の国での水産物の輸入停止、深刻な担い手不足等、水産業を取り巻く環境は厳しさを増しています。そうした中で魅力ある水産業としていくには、デジタル技術を活用したさらなる生産性の向上や養殖業の振興による安定的な生産、新たな販路開拓・販売拡大を図るとともに、担い手として多様な人材の受入れが必要です。

② 第5期計画ver.3の取り組み

第5期計画では、「若者が地域で稼げる魅力的な水産業」を実現していくため、環境や社会の変化に強い「持続可能」で、地産外商により「稼げる」、そして多様な人材が活躍できる「働きやすい」水産業の実現に向けて、次の4つを戦略の柱として取り組みを推進します。

柱1 漁業生産の構造改革

高知マリンイノベーションの取り組みでは、NABRASのさらなる利用拡大に向けた掲載情報の拡充や普及の取り組みを強化するとともに、メジカ漁場予測システムの運用を開始しております。

また、土佐清水地域をモデルケースとして取り組んでいる市場のスマート化を県内の他の地域へ横展開し、産地市場の効率化を進めます。

養殖業においては、養殖生産の拡大に向けて海面、陸上ともに規模拡大・新規参入企業の誘致に取り組めます。また、令和7年度に行った養殖事業者との若者所得向上検討チームでの議論を踏まえ、県内養殖事業者の持続発展的な経営への転換に向けて、経営戦略の策定や生産性向上につながる機器導入等を推進するとともに、高水温等のリスク対策につながる漁場再編計画の策定支援や漁場環境情報の発信、新規養殖対象種の試験研究等に取り組めます。

漁船漁業においては、引き続きかつお・まぐろ漁業や定置網漁業における事業戦略策定経営体の伴走支援を継続するとともに、不漁等の影響を受けにくい漁業への転換に向けたマルチ漁業化への支援に取り組めます。

柱2 市場対応力のある産地加工体制の強化

輸出の拡大に向けた加工施設の整備や衛生管理の高度化に取り組むとともに、加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ニーズの掘り起こしや施設整備等への支援に取り組めます。

柱3 流通・販売の強化

国内における外商拡大の取り組みでは、「高知家の魚応援の店」の取引額をさらに増加させるため、これまで多くの店舗に登録いただいた関西・関東エリアから、東海エリアへ取り組みを拡大していくとともに、県内事業者の商談機会の増加や商談スキル向上への支援に取り組めます。また、新たに養殖業者の外商の取り組みを支援するため、量販店等への販路開拓や情報発信の強化に取り組めます。

海外への輸出拡大の取り組みでは、中国への輸出停止が継続するなか、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等を支援するとともに、水産物輸出促進コーディネーター等のネットワークを活用し、新たな国への輸出ルートの開拓に取り組めます。併せて、新たに国内外の商社等の産地招へいや海外量販店等でのフェア開催などに取り組むことで、さらなる輸出拡大を目指します。

また、地域資源を活用した付加価値の創出を図るため、令和5年度に策定した「第2期あゆ王国高知振興ビジョン」に基づき、あゆを活用した地域活性化の取り組みを推進します。

柱4 担い手の確保・育成

さらなる担い手の確保に向け、デジタルマーケティングを活用した就業フェアや高知県漁業就業支援センターのホームページへの誘導策の強化に取り組むとともに、漁業への就業意欲向上に向けた漁業体験ツアーを新たに実施します。

また、若者や女性に選ばれる水産業への転換を図るため、女性を主体とした操業モデルの事業化に向けた支援を実施するとともに、令和6年度に立ち上がった「高知の水産女子会」による水産業の魅力のPRを支援します。

あわせて、生産性向上につながる機器導入やマルチ漁業化に必要な機器整備等への支援を行うことで、漁業経営の安定化を図り、魅力ある水産業への転換を目指します。

水産業分野の施策の展開

～ 若者が地域で稼げる魅力的な水産業 ～

目指す姿

- ① デジタル技術等の活用により、環境や社会の変化に強く安定した所得が得られる "持続可能な" 水産業
- ② 県内のみならず、県外、海外への県産水産物の販路が確立され、誰もが地産外商にチャレンジできる "稼げる" 水産業
- ③ 労働環境の改善により、多様な人材が活躍できる "働きたい" 水産業

⇒ 「若者が地域で稼げる魅力的な水産業」の実現

分野を代表する目標

漁業生産額(宝石サンゴを除く)

出発点 (R3) 451億円 ⇒ 現状 (R6) 585億円 ⇒ 4年後 (R9) 555億円 ⇒ 10年後 (R15) 585億円

漁業生産量(宝石サンゴを除く)

出発点 (R4) 6.3万トン ⇒ 現状 (R6) 7.7万トン ⇒ 4年後 (R9) 8.4万トン ⇒ 10年後 (R15) 8.8万トン

水産加工出荷額

出発点 (R3) 224億円 ⇒ 現状 (R5) 245億円 ⇒ 4年後 (R9) 295億円 ⇒ 10年後 (R15) 313億円

「地産」の強化

柱1 漁業生産の構造改革

生産性の向上や生産量の増大に向けた取り組みを推進！

(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
- ② リスク対策につながる予測手法の開発 (二枚潮、急潮、赤潮)
- ③ 利益シミュレーションツールの機能強化
- ④ メジカ漁場予測システムの運用
- ⑤ 黒潮牧場の高機能化
- ⑥ 市場のスマート化の着実な推進
- ⑦ 生産性向上につながるデジタル機器等の導入支援

(2) 養殖業の振興

- ① 既存漁場の再編や新規漁場の確保による生産拡大
- ② 陸上養殖の推進による生産拡大
- ③ 経営戦略の策定支援による経営力の向上
- ④ デジタル技術の導入等による生産性の向上
- ⑤ 高水温・赤潮等のリスク対策による経営の安定化

(3) 漁船漁業の振興

- ① 事業戦略のフォローアップによる経営力の向上 (かつお・まぐろ漁業、定置網漁業)
- ② マルチ漁業化の推進による不漁等の影響を受けにくい漁業への転換
- ③ 漁船・漁具等の設備投資への支援

柱2 市場対応力のある産地加工体制の強化

産地加工の拡大と雇用の場を創出！

(1) 加工施設の立地促進や機能等の強化

- ① 輸出に対応した加工施設の立地支援
- ② 輸出に適した加工用原魚の確保
- ③ 加工施設の機能強化や衛生管理の高度化

(2) 加工関連産業の強化

- ① 加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化

漁業生産額や加工出荷額を安定的に確保！

好循環を生み出し
拡大再生産へ！

成長を支える取組の強化

柱4 担い手の確保・育成

新規就業者の確保や育成を支援！

(1) 新規就業者の確保・育成

- ① 県外の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催
- ② 県内外の就業フェアへの参加と効果的なデジタルマーケティングの実施
- ③ 本県への就業意欲向上を目指した漁業体験ツアーの実施
- ④ 就業希望者を対象とした短期・長期研修等の実施

(2) 多様な人材の確保

- ① 若者や女性が就業しやすい漁業への転換に向けた取組の推進
- ② 外国人材の受け入れの推進
- ③ 障害者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進

「外商」の強化

柱3 流通・販売の強化

大都市圏や海外への外商活動を強化！

(1) 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
- 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
- ③ 商談会等への出席による販路拡大を支援
- ④ 養殖業者と加工業者が連携した販売拡大や情報発信を支援

(2) 輸出の拡大

- ① 水産物輸出促進コーディネーター等のネットワークを活用した販路開拓・拡大
- ② 国際見本市への出展や賞味会の開催による販路の開拓・拡大
- ③ 国内商社等の産地招へいやオンライン商談によるマッチング機会の拡大
- ④ 海外量販店等での高知フェアの開催による販売拡大

(3) 地域資源を活用した付加価値の創出

- ① あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進

漁業所得が向上！

経営の安定と労働環境の整備を支援！

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- ① 若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備
- ② 労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援
- ③ 法人化に向けた支援
- ④ 経営戦略の策定支援による経営力の向上 (養殖業) (再掲)
- ⑤ 高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 (再掲)

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

・漁業生産額(宝石サンゴを除く) 出発点 (R3):451億円 ⇒ 現状値 (R6):585億円 ⇒ R8目標:515億円 ⇒ 4年後 (R9)の目標:555億円 ⇒ 10年後 (R15)の目標:585億円
・漁業生産量(宝石サンゴを除く) 出発点 (R4):6.3万トン ⇒ 現状値 (R6):7.7万トン ⇒ R8目標:8.2万トン ⇒ 4年後 (R9)の目標:8.4万トン ⇒ 10年後 (R15)の目標:8.8万トン
・水産加工出荷額 出発点 (R3):224億円 ⇒ 現状値 (R5):245億円 ⇒ R8目標:288億円 ⇒ 4年後 (R9)の目標:295億円 ⇒ 10年後 (R15)の目標:313億円

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 漁業生産の構造 改革	①構造転換型	鮮魚の県内市場取扱額(年間)	73億円 (R4)	79億円 (R7)	88億円	88億円	○
	②地域産業スケール アップ型	養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)(年間)	13,703トン (R4)	17,346トン (R6)	20,600トン	23,000トン	○
2 市場対応力のあ る産地加工体制の強 化	②地域産業スケール アップ型	海外HACCP対応型加工施設の整備(累計)	4件 (R4)	5件 (R7)	—	6件	
		養殖魚の前処理加工(年間)	49.6億円 (R4)	63.5億円 (R6)	98億円	101億円	
3 流通・販売の強化	②地域産業スケール アップ型	「応援の店」への県内参画事業者の出荷額(年間)	2.8億円 (R4)	6.6億円 (R7)	5.5億円	5.7億円	○
	③グローバル展開型	水産物の輸出(年間)	2.7億円 (R4)	6.0億円 (R6)	16.5億円	17.7億円	○
4 担い手の確保・育 成	⑤人材起点型	新規就業者数(年間)	53名 (R4)	29名 (R7)	60名	60名	○
		うち若年(15～34歳)女性新規就業者数(年間)	2名 (R4)	1名 (R7)	4名	4名	○
		法人経営体数(定置網漁業)(累計)	9法人 (R5.9)	9法人 (R7)	11法人	12法人	
		事業戦略策定経営体における各年の営業利益の目標達成率 (年間)	63% (R4)	53% (R6)	100%	100%	

現状・課題

(1) 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化

- ① NABRASの機能強化（赤潮発生情報のマップ化(12月)、メジカ漁場予測システムの実装（R8.2月））
- ② NABRASの普及啓発（小学生向け普及イベントの実施等）⇒ NABRAS利用漁業者数560人（R7目標値）⇒ 340人(R7.10～12実施アンケート）⇒ NABRASのさらなる普及と機能強化

(2) メジカ漁場予測システムの開発

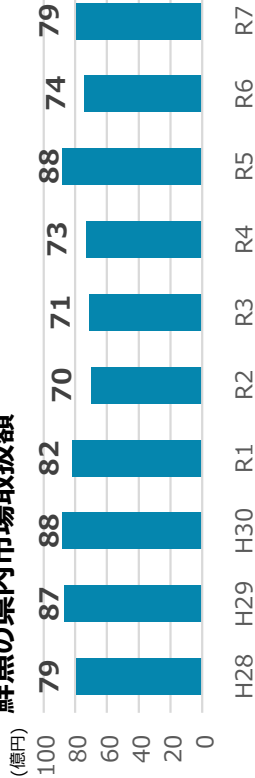
- ① メジカ漁場予測システムの構築（R8.2完成）
- ② 予測精度向上に向けたメジカ漁獲データの取得（通年）⇒ 3隻、計84回（R6）⇒ 予測精度向上には、より多くのデータ取得が必要であることから、新たなデータの取得手法（タブレット、アプリ）を検証中

(3) 生産性向上につながるデジタル機器等の導入支援

- ① 養殖経営体におけるデジタル機器・省力化機器の総合的な整備を支援（4件）⇒ 労働環境の改善（働きやすさ、所得向上等）に向けて、さらなるデジタル化・省力化による経営体の収益力の向上が必要
- (4) 市場のスマート化の着実な推進
【土佐清水地域】

- ① 自動計量：全漁港への導入が完了
- ② 電子入札：メジカ魚、定置網漁(貝ノ川、窪津)で運用開始【その他の地域】
- ① 高岡漁港(室戸市)、加須郷漁港で自動計量システムの導入が完了
- ② 加須郷漁港で電子入札の導入に向けた関係者協議を実施⇒ 漁協職員や買受人等の市場関係者に対するさらなる意識の醸成やサポートが必要

鮮魚の県内市場取扱額



5 期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 鮮魚の県内市場取扱額

出発点(R4) 73億円 ⇒ 現状値(R7) 79億円 ⇒ R8目標 88億円 ⇒ 4年後(R9) 88億円

デジタル技術の活用による操業の効率化や産地市場のスマート化により、コスト削減、省力化につなげ、環境や社会の変化に強い持続的な漁業生産体制に転換

令和8年度の取り組み

1 操業の効率化を推進し、持続的な漁業への転換を図る

拡(1) 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能向上

- ① 漁業者等のニーズに基づく掲載情報の拡充（県内水揚げ状況の配信及び養殖漁場の環境情報の配信）
- ② NABRASの利用促進に向けたNABRAS活用事例の漁業者への周知⇒ KPI：NABRAS利用漁業者数 635人



拡(2) メジカ漁場予測システムの運用

- ① メジカ漁場予測システムの運用開始（R8～NABRASで発信）
- ② 漁業者の参加を得た新たな手法でのデータの取得（タブレット、アプリの導入）

拡(3) 生産性向上につながるデジタル機器等の導入支援

- ① 所得向上に取り組む経営体に対して、生産性向上に必要なデジタル機器等の導入を支援

新(4) 養殖業における高水温・赤潮対策に向けたテレメーターブイの導入・運用

- ① 水温、溶存酸素量等を測定するブイを宿毛湾に整備し、NABRASを通じて情報発信⇒ KPI：養殖生産量（ブリ、カンパチ、マダガイ、クルマサカ） 20,600トン

2 市場業務のデジタル化を推進し、業務が効率化された産地市場への転換を図る

(1) 市場のスマート化の着実な推進

- ① 漁協の市場スマート化の支援
土佐清水地域をモデルケースとして構築している市場のスマート化を、県全域に横展開するため、漁協が行うスマート化の取組を支援

② 現地指導員の配置

県版地域おこし協力隊制度を活用し、モデルケースの確実な構築を図るため、漁協職員の伴走支援を行う現地指導員を配置

⇒ KPI：市場のスマート化が完了した地域 2 地域

養殖業の振興

現状・課題

(1) 規模拡大・新規参入業者の誘致、生産拡大 (海面養殖)

- ① 既存漁場には現状活用可能な空きがないことから、養殖生産の拡大には新たな漁場の確保が必要
⇒調査を実施し、4か所の候補地を選定 (R5)
- ② 養殖漁場候補地への誘致活動 [DM送付(6,500者)、企業訪問等] (R6～)
⇒94件の回答があり、2者と誘致に向けた協議を実施中
⇒飼料・資材価格の高騰が続いており、事業者にとって規模拡大・新規参入の判断が難しい状況。長期的な声かけが必要。

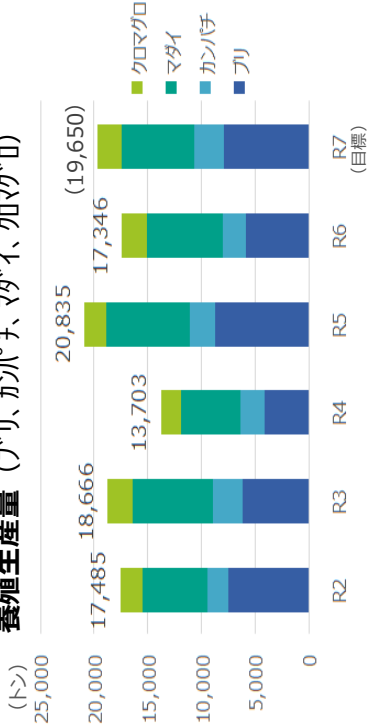
(2) 陸上養殖の推進による生産拡大

- ① 陸上養殖への参入には、適した水が得られるかが重要であることから、5市町でボーリングによる水質調査を実施
- ② 陸上養殖は、多様な人材の就業の場として期待されるほか、環境に左右されない安定的な生産等、多くのメリットがあるが、施設整備のイニシャルコストや電気使用量等のラニングコストが高額といったデメリットも存在
⇒誘致に向けて施設整備への支援が必要

(3) 持続発展的な養殖経営への転換

- ① 持続発展的な養殖経営への転換に向けて、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 (R7、4回)
⇒「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

養殖生産量 (ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)



5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値

養殖生産量 (ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)

出発点(R4)13,703ト ⇒ 現状値(R6)17,346ト ⇒ R8目標 20,600ト ⇒ 4年後(R9)23,000ト

計画的な生産が可能な養殖業の成長産業化を推進！

令和8年度の取り組み

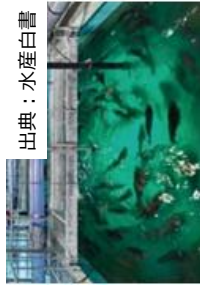
(1) 規模拡大・新規参入業者の誘致、生産拡大 (海面養殖)

- ① 規模拡大・新規参入の意向がある事業者への誘致活動 (R6～)
- ② 規模拡大・新規参入企業等の誘致に向けた支援の拡充 (R7～)
⇒KPI：規模拡大・新規参入事業者の誘致 1事業者



(2) 陸上養殖の推進による生産拡大

- ・ 陸上養殖適地調査 (ボーリング調査による水質・水量データ等の収集) 結果を活用した県内外の水産関連企業等の誘致 (R7～)



(3) 持続発展的な養殖経営への転換

- ① 経営戦略の策定支援による経営力の向上
新・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を支援
- ② デジタル技術の導入等による生産性の向上
拡・生産性向上につながるデジタル化・省力化機器等の導入支援 (マリンイノベーション) (再掲)
・補償成長を活用した効果的かつ安全な投餌量削減技術の開発・検証・普及 (マリンイノベーション)
- ③ 生産拡大や販路開拓による売上の拡大
新・生産拡大や高水温対策等につながる漁場再編計画の策定支援
新・加工業者と連携した国内の量販店等への販路開拓や情報発信の強化 (外商の拡大)
- ④ 高水温・赤潮等のリスク対策の推進
新・生産拡大や高水温対策等につながる漁場再編計画の策定支援 (再掲)
新・高水温・赤潮対策につながる漁場環境情報 (水温・溶存酸素量・クロフィル量等) のリアルタイム発信 (マリンイノベーション) (再掲)
新・高水温に強い新規養殖対象種の探索・試験
・赤潮発生予測技術の確立・高度化 (マリンイノベーション)
⇒KPI：養殖生産量 (ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ) 20,600ト



現状・課題

(1) 国内への拡大

- ①「応援の店」などの取引額は、店舗数の増加に加え、県内の加工施設の整備が進み大量注文への対応が可能となったことで大口の取引が増加
- ②卸売市場関係者等とのネットワークを活かした販売促進活動により量販店、飲食店などの取引額が増加

<課題>

- 販路について、関東・関西に加えさらなる取引拡大に向けた開拓が必要
- 県内事業者全体の出荷額を底上げするため、商談機会の増加・商談スキルの向上が必要
- 養殖業者の所得向上を実現するため、産地の魅力を消費地バイヤーにPRすることが必要

(2) 輸出の拡大

- ①「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等を支援
- ②国内外にネットワークを持つ「水産物輸出促進コーディネーター」を配置、県内事業者の商品開発や販路拡大を支援
- ③卸売市場関係者等の輸出ルートを活用した販路拡大

<課題>

- 中国への日本産水産物の輸出は再び停止しており、R5.8月以降、未だ輸出できない状況
- 今後も経済成長が見込まれる東南アジアへの販路開拓・拡大が必要
- 輸出国のニーズに合った商品の開発が必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

◆「応援の店」への県内事業者の出荷額

出発点(R4) 2.8億円 ⇒ 現状値(R7) 6.6億円 ⇒ R8目標 5.5億円 ⇒ 4年後(R9) 5.7億円

◆水産物の輸出額

出発点(R4) 2.7億円 ⇒ 現状値(R6) 6.0億円 ⇒ R8目標 16.5億円 ⇒ 4年後(R9) 17.7億円

目標値

- (1) 応援の店や大手商社等とのネットワークを活用し、国内外商の拡大・強化
- (2) 水産物輸出促進コーディネーター等のネットワークや新たな輸出ルートの開拓・拡大に取り組むことで、県産水産物の輸出額が増加

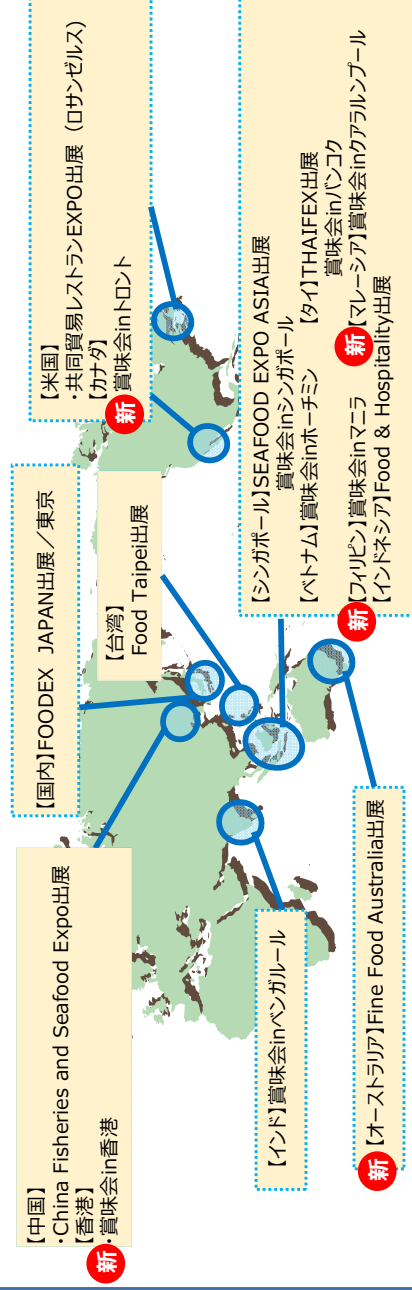
令和8年度の取り組み

(1) 国内への拡大

- ①取引額のさらなる増加に向けたエリア・ターゲットの拡大（東海エリア、中規模チェーン等）
- ②出荷額の底上げに向けた商談機会の増加（産地見学会、商談会等の拡充）及び商談スキル向上への支援（オンライン勉強会の開催）
- ③養殖業者が加工業者と連携し、国内の量販店等への販路開拓や情報発信を強化することで、取引量や売値の安定・向上を図り、収益の増加を支援（再掲）

(2) 輸出の拡大

- ①「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新たな国（マレーシア等）での賞味会の開催等を支援
- ②県内事業者による輸出国のニーズに対応した製品（味付けファイル等）の開発や販路開拓を支援
- ③国内外の商社の産地招へいやオンライン商談による販路の開拓・拡大
- ④海外量販店等でのフェア開催による販売拡大



現状・課題

(1) 新規就業者の確保・育成

- ① 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催
 - ② 県独自の就業フェアの開催
 - ③ 移住促進策と連携した勧誘の促進
 - ④ 就業希望者を対象とした短期・長期研修等の実施
- ⇒ 情報発信及び就業希望者の掘り起こしを強化し、更なる新規就業者の確保が必要

(2) 多様な人材の確保

- ① 「高知の水産女子会」での意見交換や、女性を派遣しての現地調査による課題抽出
- ② 障害者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進

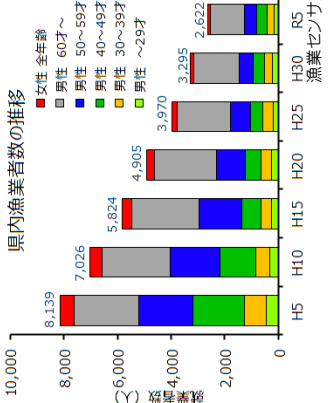
⇒ 若者や女性等を選ばれる水産業への転換

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- ① 若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備
 - ・ 水産女子会での意見交換、現地調査による課題抽出
 - ・ 体力的に厳しいなどの労働面での不安
 - ・ 雇用条件に対する不安（休暇制度や将来的な給与の増加）
 - ・ 職場環境に関する課題（更衣室やトイレの改善）
- ⇒ デジタル化、省力化、更衣室整備等による労働環境の改善、休暇制度の充実やキャリアパスの明確化等による雇用条件の改善が必要

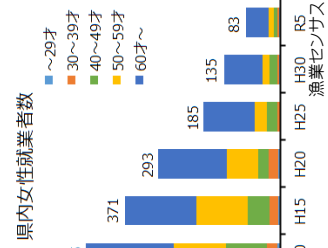
- ② マルチ漁業化の推進による不漁等の影響を受けにくい漁業への転換
 - ・ 不漁や資材高騰による経営の悪化により、自営型漁業への新規就業者が減少
- ⇒ 不漁等による影響を受けにくい漁業への転換が必要

■ 県内の漁業就業者数の推移

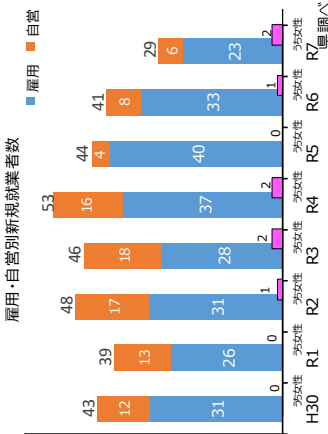


・長期的に漁業者の減少・高齢化が進行

■ 県内の女性漁業就業者数の推移



■ 新規漁業就業者数の推移



・近年では、新規漁業就業者の6割以上が定置網漁業や養殖業などの雇用型漁業への就業

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 **新規就業者数** 出発点(R4)53名 ⇒ 現状値(R7)29名 ⇒ R8目標 60名 ⇒ 4年後(R9)60名
(うち若年(15～34歳)女性) 出発点(R4)2名 ⇒ 現状値(R7)1名 ⇒ R8目標 4名 ⇒ 4年後(R9)4名

- ① 県内及び関西圏での情報発信の強化等により、若者や女性の新規就業者が増加
- ② 労働環境及び雇用条件の改善が進むことで、新規就業者が増加、定着

令和8年度の取り組み

(1) 新規就業者の確保・育成

- 拡** ① デジタルマーケティングを活用した就業フェアや高知県漁業就業支援センターHPへの誘導策の強化
- ② 就業支援センターHP コンテンツの充実、女性や若者を意識した情報提供
- ③ 漁業者によるSNSを活用した情報発信
- 新** ④ フェア参加者等に対する漁業体験ツアーの実施

(2) 多様な人材の確保

- 拡** ① 女性を主体とした操業モデルの事業化に向けた支援の実施
- ② 水産事業者及び福祉事業者向け体験会等の開催によるマッチングの強化

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- 拡** ① 生産性向上につながるデジタル化・省力化機器等の導入支援（再掲）
- ② 若者や女性など多様な人材が働きやすい労働環境の整備を支援
- ③ 雇用条件等の改善に向けた専門家の派遣等、魅力ある職場づくりを支援
- ④ 新規漁労技術習得研修の促進とマルチ漁業化に必要な機器整備等への支援

I 専門分野の成長戦略

商工業分野

商工業分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

商工業分野では「製造品出荷額等」を代表する指標とし、令和7年には6,880億円以上を達成する目標を掲げて取り組みを進めてきました。その結果、直近の令和5年は、産業振興計画の取り組みを開始して以降最高となる6,540億円を記録し、着実に成果が現れています。

地産の強化では、事業戦略の策定・実行支援や、付加価値の高い製品・技術の開発支援に取り組むとともに、防災関連産業や紙産業など、本県の強みを生かした産業振興の取り組みを展開してきました。企業誘致では、企業誘致戦略に基づき、誘致ターゲットの掘り起こしや企業への支援を行い、IT・コンテンツ企業を含む事務系企業を中心とした新設や既立地企業の増設、それに伴う新規雇用が着実に増加しています。

外商の強化では、産業振興センターの外商支援体制と活動の強化を図ることで、支援企業の県外売上高は順調に推移するなど成果が現れています。

商業の強化では、事業者の経営基盤強化に向けた経営計画の策定・実行を支援してきました。

成長を支える取り組みの強化では、県内事業者のデジタル化への支援やデジタル化を推進する人材の育成を進めてきました。また、喫緊の課題である事業承継の推進に取り組みました。

一方で、直面する人口減少問題や企業の人手不足への対応が急務となっています。今後は、デジタル技術も活用しながら、省力化や高付加価値化による「生産性の向上」の取り組みと、多様な働き方導入やワークライフバランスの推進強化といった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化し、これらを両輪で進めていく必要があります。

② 第5期計画ver.3の取り組み

第5期計画では、「人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現」を目指し、令和9年度に製造業の1人当たり付加価値額986万円以上、製造品出荷額等7,150億円以上の達成に向けて、以下の5つを柱にして取り組みを進めていきます。

柱1 ものづくり企業の経営基盤の強化と企業誘致の推進

事業戦略の策定・実行支援に取り組むとともに、付加価値の高い製品開発への支援を強化します。加えて、企業誘致戦略に基づき、本県の強みや課題を踏まえた企業誘致を推進します。

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

海外現地サポートデスクのサポートエリア拡大による支援体制の強化や、インドネシアでの現地政府機関とのネットワークを活用した防災・インフラ技術セミナー及び現地商談会の開催により、海外市場へ挑戦する企業の裾野拡大と販路開拓を進めます。また、国内では、産業振興センターの土木技術コーディネーターや外商コーディネーターによる販路開拓等に向けた支援を通じて、さらなる外商の拡大を目指します。

柱3 商業サービスの活性化

地域に必要とされる商業機能の維持・活性化に向けて、地域商業機能維持・活性化計画の策定・実行支援を行います。また、中山間地域における空き店舗を活用した新規出店などを支援するとともに、デジタル技術の活用による商店街活性化の取り組みを支援します。

柱4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

県内事業者のデジタル化を促進するため、商工団体の支援力向上や「こうちデジ活アワード」の開催により普及啓発を強化するとともに、事業者が継続的にデジタル化やDXを推進するための伴走支援に取り組めます。併せて、デジタル化を支える企業内人材の育成や中山間地域の小規模事業者を対象にした人材育成を強化します。また、生産性向上支援センターとの連携や公設試験研究機関による支援を通じて、生産性向上に取り組む企業の裾野拡大を図ります。さらに、システム開発におけるAIの活用促進によって県内IT事業者のスキルアップを図り、地産外商を推進します。

柱5 事業継続・人材確保のための環境整備

外国人材の受入れを促進するため、有望地域における本県のPRや技能実習生等を受け入れる事業者を支援します。また、人材の定着・確保に繋がるよう、経営基盤強化の取り組みと連携した働き方改革を推進します。あわせて、円滑な事業承継の推進や賃上げの促進に取り組めます。

商工業分野の施策の展開 ～人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現～

「人口減少下でも持続的に成長していく商工業」の実現

人口減少下において重要となる、高付加価値化や省力化による「生産性の向上」の取り組みと、柔軟な勤務体制や福利厚生充実にいった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化。これらの取り組みを両輪で進めていくことで、企業の「稼ぐ力」の向上を図るとともに、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推進
→誰もがやりがいを持っていきいきと働ける高付加価値型経営の企業へと発展→目指す姿の実現

目指す姿

分野を代表する目標

製造業の1人当たり付加価値額 出発点 (R3) 834万円 →現状 (R5) 906万円 → (R8目標) 967万円 (R9目標) 986万円以上 (R15目標) 1,111万円以上
製造品出荷額等 出発点 (R3) 6,015億円 →現状 (R5) 6,540億円 → (R8目標) 7,010億円 (R9目標) 7,150億円以上 (R15目標) 8,060億円以上

地産の強化

柱1 ものづくり企業の経営基盤の強化と企業誘致の推進

(1) ものづくり企業の経営基盤の強化

- ① 事業戦略等の策定・実行支援の強化
- ② 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発・技術の開発支援
- ③ 現場ニーズに応じた防災関連製品の開発・促進
- ④ 紙産業の振興に向けた高機能紙や新素材の開発・促進
- ⑤ 円滑な価格転嫁に向けた環境の整備 (パートナーシップ構築宣言の登録促進等)

(2) 企業誘致戦略等に基づく誘致の推進

- ① 本県の強みや課題を踏まえた企業誘致の推進
 - ア 製造業 (ものづくり企業、食品加工業、製材業) の誘致
 - イ 事務系企業、IT企業、コンテツツ産業の誘致
 - ウ 観光関連産業、宿泊業の誘致
 - エ 第一次産業 (農業、水産業) の誘致
 - オ 中山間地域に働く場を創出する企業の誘致
- ② 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保と早期分譲
- ③ 企業誘致に関する情報発信基盤の構築やAI技術等を活用した誘致ターゲットの絞り込み

企業誘致戦略により推進



外商の強化

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

(1) 産業振興センターと連携した販路拡大

- ① 外商サポート強化による販路拡大
- ② 技術の外商サポートによる受注拡大
- ③ 防災関連製品の販路開拓
- ④ 「もの」のKOCCHI」開催による商談機会の創出



(2) 海外展開の促進

- ① 海外展開に取組み企業への掘り起こし (海外ビジネス交流会の開催、海外戦略支援会議の開催)
- ② 現地サポートデスクを活かした海外展開の支援体制強化 (サポートエリア拡大 (タイ、ベトナム、新・インドネシア))
- ③ 現地アドバイザー (台湾、インド) によるビジネス機会の創出
- ④ 防災セミナー、商談会を起点とした市場の開拓 (新・インドネシア)

(3) 関西 高知経済連携強化戦略に基づく外商の強化

- ① 工法分野の外商支援のさらなる強化
- ② 大阪IR整備を見据えた高付加価値製品の外商促進

商業の強化

柱3 商業サービスの活性化

(1) 関係機関との連携による地域の事業者の経営力強化

- ① 商工会及び商工会議所の経営支援機能の強化による経営計画の策定・実行支援
- ② 円滑な価格転嫁に向けた環境の整備 (再掲)

(2) 地域商業の活性化

- ① 市町村における商業機能維持への支援 (地域商業機能維持・活性化計画の策定・実行支援)
- ② デジタル技術の活用による商店街活性化の取組の支援
- ③ 空き店舗等の活用による新規創業への支援
- ④ 中山間地域に働く場を創出する企業の誘致 (再掲)
- ⑤ 県内におけるキャッシュレス決済の普及促進



成長を支える取り組みの強化

柱4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

(1) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援

- ① うちデジタルアワードの開催による優良事例の構展開やデジタル化の裾野の拡大に向けた普及啓発の強化
- ② 商工団体、よろず支援拠点 (国) によるデジタル技術活用を促進するための啓発活動の強化
- ③ 産業振興センターによる中期的にデジタル化に取り組むための「デジタル化計画」の策定及び実行支援
- ④ 全体最適化(DX)に向けた「事業戦略」「デジタル化計画」の横断的な実行支援や「DX認定」の取得支援
- ⑤ 工業技術センターによるロボット・AIなどを活用した製造ラインのスマート化の支援
- ⑥ システム開発におけるAIの活用促進によって県内IT事業者のスキルアップを図り、地産外商を推進



(2) デジタル化に対応するための人材育成・確保

- ① 高知デジタルカレッジにおける人材の育成 (企業内の人材育成に加え、多くの事業者に通ずる経理業務や広報・PRのデジタル化に関する講座を開催)
- ② 都市部のプロフェッショナル人材とのマッチング支援を強化
- ③ 工業技術センターによるスマートものづくり研究会の開催

(3) ものづくり企業における生産性向上 (省力化・高付加価値化) の推進

- ① 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発・技術の開発支援 (再掲)
- ② 生産性向上支援センター等による支援

柱5 事業継続・人材確保のための環境整備

(1) 円滑な事業承継の推進

- ① 事業承継・引継ぎ支援センター等と連携した円滑な事業承継の推進 (新) 民間M&Aプラットフォームを活用したマッチング促進

(2) 人材の育成・確保の推進

- ① 外国人材の受入・活躍推進 (新) 有望地域における県のPRや各産業分野のキーマンとの連携による受入強化、高度外国人材の雇用促進、技能実習生入国後講習施設整備支援
- ② 伝統的工芸品産業等の人材育成 (土佐和紙総合戦略の実施等)
- ③ 都市部のプロフェッショナル人材とのマッチング支援を強化 (再掲)

(3) 働き方改革の推進

- ① WLB推進認証制度の推進と女性特有の健康課題への対応など新たな視点の取組促進
- ② 働き方改革の取組促進を通じた働きやすい職場環境整備の支援



賃上げ支援 (新) 国や県の生産性向上等に資する補助事業を活用して持続的な賃上げ等をを目指す事業者に対し、賃上げ原資の一部に相当する経費を支援

◆分野全体の目標

商工業分野で掲げる目標一覧

①製造業の1人当たり付加価値額 ……出発点(R3) 834万円⇒現状(R5) 906万円⇒R8 967万円⇒4年後(R9) 986万円以上⇒10年後(R15)1,111万円以上 ②製造品出荷額等 ……出発点(R3) 6,015億円⇒現状(R5) 6,540億円⇒R8 7,010億円⇒4年後(R9) 7,150億円以上⇒10年後(R15)8,060億円以上									
第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後 (R9) 目標値	重点施策 該当		
1 ものづくり企業の 経営基盤の強化と企 業誘致の推進	1 構造転換型 4 課題解決型	高付加価値な製品・技術の開発件数(累計)	17件 (R2～R4)	28件 (R6～R7)	30件 (R6～R8)	40件 (R6～R9)	○		
		事業戦略実行支援企業のうち前年比＋3%の付加価値額を達成した企業の割合(年間)	54.4% (R4)	49.3% (R6)	90%	100%			
		紙産業の製造品出荷額等(年間)	796億円 (R3)	728億円 (R5)	805億円	820億円			
		企業誘致の推進による雇用者数(年間) ----- (企業誘致の推進による雇用者数(年間)のうちIT・コンテンツ企業含む事務系企業)	7,693人 (R4) (1,595人 (R4))	7,856人 (R6) (1,607人 (R6))	9,274人 (2,345人)	9,857人 (2,697人)			
2 外商の加速化と 海外展開の促進	2 地域産業スケールアップ型 3 グローバル展開型 4 課題解決型	工業団地の新規開発件数(累計)	2件 (R2～R5)	0件 (R6～R9)	1件	2件 (R6～R9)			
		防災関連登録製品(累計)	200製品 (H24～R5)	220製品 (H24～R7)	230製品 (H24～R8)	240製品 (H24～R9)			
		防災関連登録製品の売上高(年間)	126.3億円 (R4)	153.5億円 (R6)	190億円	200億円			
		産業振興センターが支援する企業の県外売上高(年間)	1,027億円 (R4)	1,291億円 (R6)	1,318億円	1,359億円			
3 商業サービスの 活性化	2 地域産業スケールアップ型	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高(年間)	237億円 (R4)	282億円 (R6)	290億円	299億円			
		経営計画策定支援件数(年間)	917件 (R4)	794件 (R7)	857件	886件			
		商業集積地における営業店舗数(年間)	4,632店舗 (R4)	4,548店舗 (R7)	4,600店舗	4,600店舗			
		商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数(年間)	479件 (R4)	932件 (R7)	800件	960件			
4 デジタル技術の 活用等による生産性 の向上と事業構造の 変革の促進	1 構造転換型 5 人材起点型	産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数(累計)	90件 (R3～R5)	168件 (R3～R7)	180件 (R3～R8)	210件 (R3～R9)	○		
		DX認定企業数(累計)	7社 (R4～R5)	14社 (R4～R7)	19社 (R4～R8)	24社 (R4～R9)			
		高知デジタルカレッジにおける人材育成者数	91人 (R4)	延べ337人 (R6～R7)	延べ440人 (R6～R8)	延べ550人 (R6～R9)			
		アドバイザー及び公設試の支援による生産性向上の成果件数(在庫削減、生産量増加、作業時間短縮など定量的な効果があるもの)(累計)	4件 (R4)	27件 (R6～R7)	32件 (R6～R8)	44件 (R6～R9)			
5 事業継続・人材確保 のための環境整備	3 グローバル展開型 4 課題解決型 5 人材起点型	高知県事業承継ネットワークによる第三者承継のマッチング件数(年間)	51件 (R4)	73件 (R6)	100件	100件	○		
		県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数(年間)	3,059人 (R5)	4,226人 (R7)	4,400人	4,800人			
		ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計)	632社 (H19～R4)	1,010社 (H19～R7)	1,150社 (H19～R8)	1,300社 (H19～R9)			
		働き方改革に取り組む企業(従業員5人以上)の割合(年間)	52.9% (R5)	58.5% (R7)	62%	65%			

現状・課題等

1. 事業戦略等の策定・実行（伴走）支援(H28～)

(1)現状

- ①産業振興センターの支援による事業戦略策定企業数
延べ235社（うち製造業：178社、製造業以外：57社）
- ②伴走支援企業のうち前年比+3%の付加価値額を達成した企業
R4:54.4% ⇒ R5：55.6% ⇒ R6：49.3%
※原材料や人件費の高騰などの影響で利益確保が困難となり、
対応に苦慮している事例が見られる

(2)課題と対応の方向性

- ①中小企業を取り巻く環境の変化に対応するためには、経営力の
強化が不可欠
⇒「設計図」となる事業戦略の策定等に関するきめ細かな支援体
制を構築するとともに、より多くの企業に戦略の策定を促す

<参考：2025中小企業白書>

- ③・④中小企業が、直面する厳しい経営環境を乗り越え成長を遂げる
には、自社の現状を把握し、適切な対策を打つ「経営力」が求めら
れると位置づけ
(経営計画等の策定と業績の相関が示され、計画策定企業の売
上高増加率は、未策定企業より高くなっている)

2. 県内企業のスケールアップ等に向けた事業戦略の策定支援

(1)課題と対応の方向性

- ①産業振興計画の目標「一人当たり県民所得向上」の実現や「若
者に選ばれる県内企業」の増加に向けては、さらなる施策が必要
⇒良質な雇用や域内仕入れなど地域経済にインパクトをもたらす
一定規模の企業の創出を促す
―――産業振興推進部対応―――
- ②若者が魅力を感じる企業の創出【100億企業の創出】
- ④県内には売上規模が小さい中小企業が多いことを踏まえ、⑦に
加えて、順を追って規模拡大に取り組む企業の創出も必要

<参考：事業戦略策定支援企業の売上規模>

売上(億円)	100～30	30～10	10～5	5～1	～1
社数(社)	9	26	34	99	67
割合(%)	3.8	11.1	14.5	42.1	28.5

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 事業戦略実行支援企業のうち前年比+3%の付加価値額を達成した企業の割合(年間)
出発点(R4)54.4% ⇒ 現状値(R6)49.3% ⇒ R8目標90% ⇒ 4年後(R9)100%

- 1. 県内中小企業の経営力強化が図られることで、直面する経営課題を乗り越え、持続的に成長
- 2. 将来的に100億円企業を目指す企業が増加することで、県経済への大きな波及効果を実現

令和8年度の取り組み

1. 事業戦略等の策定・実行（伴走）支援の強化【ベースとなる取組】

中小企業が環境の変化に対応し、持続的な成長を実現することができるよう、その「設計図」となる事業
戦略等の策定・実行支援を強化

①事業戦略等の策定・見直し支援の強化

- ・戦略等の策定から長期間経過した企業に対して、再策定や見直しに向けた伴走支援の実施
- ・デジタル化計画策定企業を中心に、事業戦略等の策定を促進

②企業の課題解決に向けた支援施策のマッチング

- ・各企業の事業戦略に基づく課題解決を進めるため、効果的な支援施策のマッチングやその活用を支援

2. 県内企業のスケールアップ等に向けた事業戦略の策定支援【売上高の大幅増を目指す「重点支援企業」の育成】

県内への経済波及効果の高い一定規模の売上有る企業を「重点支援企業」として選定。将来的に
「100億企業」宣言を目指すことができる企業の育成(売上高等の大幅増)に向けた支援体制を構築

対象：地域経済のけん引役となる企業、経営改革モデルとなる企業などを公募により選定（最大10社）

①プロジェクトマネージャーと連携した伴走支援

- ・事業戦略等の策定・見直しに関する専門的知識を有する専門家（プロジェクトマネージャー）と産業
振興センターが連携し、重点支援企業の売上増加に向けた課題整理や対応策などを助言。必要に応
じて関連する支援施策の活用促進などを実施

②①により把握した課題に応じた専門家の派遣

- 【経営分野】 財務、人材確保・育成、製品開発、販売促進、海外進出、価格転嫁 など
- 【技術分野】 生産管理、生産性向上、現場改善、原価管理、ISO など
- 【知的財産分野】 特許、商標 など

3. 取組の横展開

- ④上記1及び2により得られた成果について、報告会の開催や取組事例集の作成、事業戦略作成マニ
アルの改定等を実施することで、県内企業への横展開を促進

1. 目指す方向性

地域の雇用創出に主眼を置いた製造業やIT・事務系企業に加え、本県の強みを生かした産業と雇用を生み出す企業を誘致することにより、県土全体の活性化と産業振興を目指す

2. 誘致対象企業イメージ

- I 本県の自然の豊かさやビジネス活動や従業員の暮らしにプラスになると考えてくれる企業
- II 中山間地域の働く場や生活インフラ関連の企業

3. 主な誘致対象分野

柱1：製造業（ものづくり企業、食品加工業、製材業）

- ・物流コストが影響しにくい高付加価値な製品づくりに取り組むものづくり企業
- ・地域の農水産資源を活用する食品加工業
- ・地域の森林資源を活用する製材業

柱2：事務系企業、IT企業、コンテンツ産業

- ・女性からの求職ニーズが高い事務系企業
- ・若者からの求職ニーズが高いIT企業やアニメ等のコンテンツ産業

柱3：観光関連産業、宿泊業（中山間地域）

- ・本県の強みである「手つかずの自然」「よさこい」といった豊かな観光コンテンツを活かした観光関連産業、宿泊業

柱4：第一次産業（農業、水産業）

- ・本県の強みである第一次産業への投資を民間企業に呼びかけ、農業生産法人や海面・陸上養殖事業等への異業種からの参入を促進

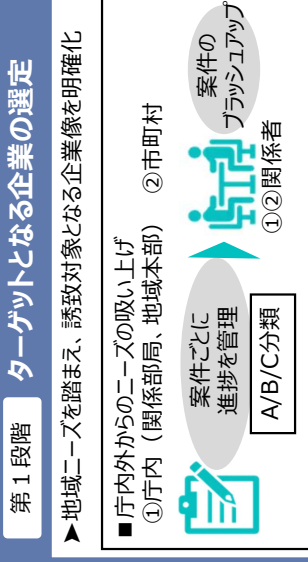
柱5：中山間地域の再興

- ・中山間地域での若者・女性が進む働く場や生活インフラ関連の企業

目標【KPI】

R7～R9
 誘致企業 51社
 雇用 1,011人
 （R7実績 誘致企業 13社
 雇用 240人
 （※交付申請時の雇用計画値等））

4. 企業誘致の流れ



第2段階 誘致対象企業の発掘

- ▶ 県外見本市への出展
- ▶ デジタルマーケティング（AI技術によるターゲットの絞り込み）
- ▶ 県出身者等関係者及び地元大学のネットワーク活用

第3段階 企業との個別交渉

- ▶ 企業の抱える課題（ニーズ）の把握
- ▶ 支援策や物件情報等の紹介
- ▶ 現地視察の実施
 - ・物件や周辺地域の案内、市町村、ハローワークとの面談
 - ・県内企業、大学等との意見交換会の開催 等



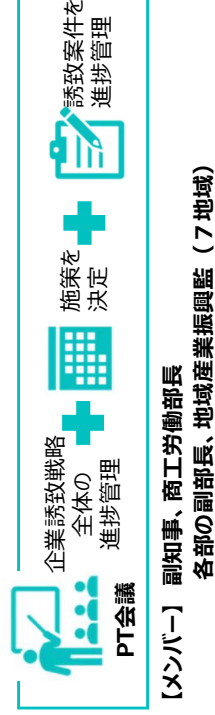
5. 対象案件の磨き上げ

誘致案件（R8年3月時点）		熟度・必要性 （低 → 中 → 高）	
区分	計	C	B
柱1	10件	1	4
柱2	24件	8	5
柱3	5件	2	3
柱4	13件	4	5
柱5	1件	0	0
計	53件	15	17
			21

A案件：企業側が本県を立地の候補地として設定している状態
 B案件：具体的な企業を誘致対象として設定した状態
 C案件：まだニーズレベルで深掘りが必要

6. 推進体制

PT（プロジェクトチーム）



定例会議（事務局及び実働メンバー）



現状

- ▶ 事業者を取り巻く経営環境は、賃上げや物価高騰などによるコストの増加、人手不足などにより厳しい状況にあり、デジタル技術の活用に関心が高まりつつある
- ◆ 産業振興センター等の支援により中規模事業者のデジタル化の取組は一定進展
- ◆ 小規模事業者でも徐々にデジタル化に取り組み事業者が増加しているものの、約48%がデジタル化の取組を実施していない（R7中小企業・小規模企業版 県政世論調査）
- ◆ 多くの事業者にとって「導入コスト」がネックとなっていたが、デジタル技術活用促進事業費補助金や国の補助金の活用により、デジタル化に取り組む事業者の掘り起こしが一定進展

普及啓発

こうちデジ活アワード

- 【拡】 県内事業者の優良なデジタル化の取組を公募し、表彰する「こうちデジ活アワード」を開催。入賞事例等を広く発信することで、横展開を図るとともにデジタル化に取り組む事業者の裾野を拡大新たに小規模事業者を対象とする部門を設けて量的拡大を強化。また、製品サービス部門を設けて県内製品の地産外商を促進

第1段階 デジタル化準備～開始（初めの一歩）

量的拡大

- 支援対象者
県内事業者の9割を占める小規模事業者（多くが個人事業主）
- R8取組内容
 - 商工会・商工会議所
 - ② ITツール集等を活用し経営指導の中で啓発活動を実施（経営指導員 約80名）
 - ③ 「デジタル化支援員」を配置し、経営指導員の活動を支援
 - よる支援拠点（国）
 - ④ 商工会・商工会議所等から引き継がれる小規模事業者からの相談案件に専門家が対応
 - 高知デジタルカレッジ
 - ⑤ 多くの事業者に共通する経理業務のデジタル化に関する「経理DX基礎講座（仮称）」を開催（県内3地域）
 - ⑥ 効果を実感しやすい広報・PRのデジタル化に関する「デジタル発信力向上講座（仮称）」を開催（県内3地域）

36 支援／人材育成・確保

課題

- ▶ デジタル技術の導入による生産性向上や効果的なマーケティングを実現し、県内事業者の「稼ぐ力」を高める必要
- ▶ 若者・女性にとって魅力的な働く場を増やすため、デジタル技術も活用し、働き方改革を推進する必要
- ① 取組の量的拡大・質的向上に向け、県内事業者への啓発活動のさらなる強化が必要 → 対策①
- ② 「どのようなツールを導入すればよいか分からない、分ける人材がない」という企業も多く、「身近な業務」「効果を実感しやすい」など、まずはデジタル化のイメージを持ちやすいテーマでの支援が必要 → 対策⑤⑥
- ③ 取組を持続的なものとしDXまで高めるには、産業振興センター等の支援機関との連携を深めながら、後回しにちなデジタル投資や企業内の推進体制構築への意識の醸成や支援が必要 → 対策⑩⑬⑭⑮⑯

第2段階 デジタル化実行（当面の課題を解決）

- 支援対象者
デジタル化に取り組む意思を持つ事業者
- R8取組内容
 - 産業振興センター
 - ⑦ 継続的に取り組むための中期的な実行計画である「デジタル化計画」の策定・実行支援（デジタル化推進CO4名）
 - ⑧ 情報産業協会会員企業等と連携したマッチング支援
 - よる支援拠点（国）
 - ⑨ 生産性向上支援センターを設置し、生産性向上の取組を支援
 - プロフェッショナル人材戦略拠点
 - ⑩ 都市部のプロフェッショナル人材とマッチングし、経営課題の解決を支援
 - 金融機関
 - ⑪ デジタル技術を活用した業務効率化を進めるためのデジタルツール導入や人材育成を支援
 - 工業技術センター
 - ⑫ ロボット・AI等を活用した製造ラインのスマート化を支援
 - 高知デジタルカレッジ
 - ⑬ 企業のデジタル化担当者、一般社員を対象とする講座を開催し、業務改善や現場視点でのデジタル化のアイデア創出を促進

第3段階 デジタル化統合

（会社全体の経営課題を解決）

- 支援対象者
部門毎の効率化に留まらず、全体最適化を目指す意思のある事業者
- R8取組内容
 - 産業振興センター
 - ⑭ DX推進に向けて経営者、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計画の策定・実行支援
 - ⑮ 支援チームによる、企業の「事業戦略」「デジタル化計画」の横断的な実行を支援し、DXに挑戦する事業者を後押し
 - ⑯ 全体最適に向けた取組を支援（「DX認定」取得など）

高知デジタルカレッジ

- ⑰ 経営層に、国の動向・業界トレンドや、デジタル化・DXを進める上での役割、社内の仕組みづくりに関するセミナーを開催
- ⑱ システム開発におけるAIの活用促進によって県内IT事業者のスキルアップを図り、地産外商を推進

DX

ビジネスモデルや組織・企業文化の変革を行い新たな付加価値を生み出す「デジタルトランスフォーメーション」の実現へ

KPI

- 1 商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数（年間）
出発点R4:479件 ⇒ R7:720件 ⇒ R8:800件 ⇒ R9:960件
- 2 産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数（R3～の累計）
出発点R5: 90件 ⇒ R7:150件 ⇒ R8:180件 ⇒ R9:210件
- 3 DX認定企業数（R4～の累計）
出発点R5: 7社 ⇒ R7:14社 ⇒ R8:19社 ⇒ R9:24社

補助制度

⑰ 国補助制度の活用促進 及び 県単独の補助制度によりデジタル技術の導入を支援

（1）国補助制度

- デジタル化・AI導入補助金 省力化投資補助金 新事業進出・ものづくり補助金 など
- （2）県単独の補助制度 デジタル化による生産能力の向上だけでなく、製品の高付加価値化、販路拡大、経営組織の変革、人材育成、働き方改革など、事業者の高付加価値型経営への転換につながる取組を業種横断的に支援する補助制度を新設
- 所得向上推進企業等総合支援事業費補助金（産業振興推進部）

（新）

（デジタル技術活用促進事業費補助金を統合）

現状・課題

(1) 地域の支援機関の連携体制の強化

① 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開催し、情報共有や支援策の検討をしている。

また、県内6ブロックでの支援機関との勉強会による支援の底上げを図り、今年度は補助金の相談・申請も増加している(R6:1件 → R7:8件)。
しかしながら、事業承継関連の当初予算措置ができていない市町村は4市2町にとどまっている状況。

⇒各支援機関の連携強化と支援力向上に向けた取組が必要

(2) 買い手の増加に向けた取組

① 売り手の掘り起こしは進んでいるが、買い手については支援メニューの創設や移住施策と連携した情報発信、各支援機関への周知等を行っているものの相談はまだ少ない状況。

⇒マッチングをさらに促進するためには、買い手の増加に向けたさらなる取組が必要

(単位：件)

	R5	R6	R5-R6平均
売り手相談(A)	254	236	245
うち中山間	148	149	148.5
買い手相談(B)	122	158	140
成約数(C)	52	73	62.5
うち中山間	18	27	22.5
成約率(C)/(A)	20.5%	30.9%	25.5%
うち中山間	12.2%	18.1%	15.2%
買い手 / 売り手(B)/(A)※	48.0%	66.9%	57.1%

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

高知県事業承継ネットワークによる第三者承継のマッチング件数（年間）
出発点(R4) 51件 ⇒ 現状(R6) 73件 ⇒ R8 100件 ⇒ 4年後(R9) 100件

- ① 県全体の事業承継支援の底上げを図るため、地域の連携体制を強化する
- ② 県内事業者のマッチングを促進するため、買い手の増加を図る

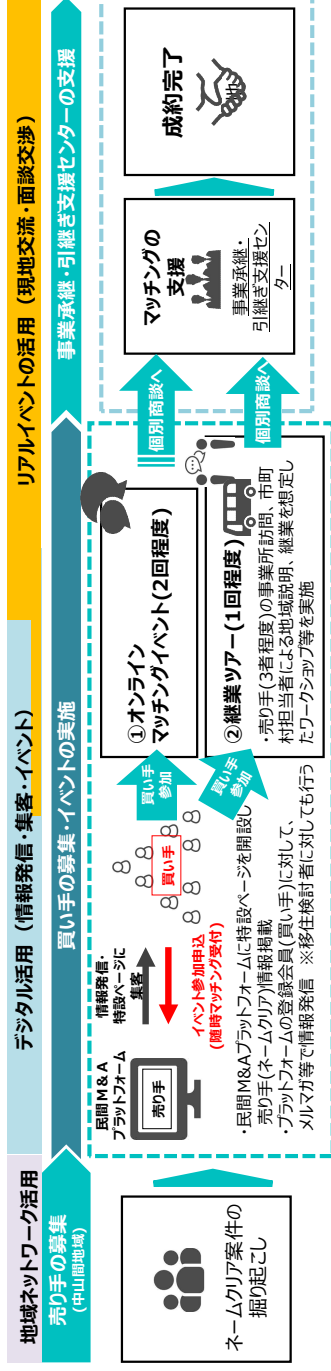
令和8年度の取り組み

(1) 地域の支援機関の連携体制の強化

- ① 地元支援機関が有する事業者のニーズ等の情報を共有し、地域にあった支援策を展開
⇒R7の定例会実施地域では、次年度に向けた予算措置や、支援が必要な事業者の実態調査、定期的な個別相談会の開催等が検討された。この取組を新たに2地域で展開(中山間地域)
- ② 各支援機関の意識醸成や地域課題の共有
⇒県内6ブロックで開催する勉強会で、支援の事例紹介やグループワークの内容等を拡充

(2) 買い手の増加に向けた取り組み

- ① 民間M&Aプラットフォームを活用した情報発信の強化とマッチング機会創出
ア 売り手情報をネームクリア（企業名等の開示）した状態で、全国発信し、買い手とのマッチングイベント（オンライン・現地継業ツアー）を通じて、成約件数の増加を図る



② 移住施策等と連携した買い手の掘り起こし

- ア 移住フェアを活用して、(2)①のマッチングイベントの周知やネームクリア案件紹介の強化
- イ 地域おこし協力隊の研修会や起業希望者対象セミナーにおいてPR
- ウ 買い手への支援メニューの継続（奨励給付金、補助金など）

現状・課題

【現状】

1 受入促進

(1) 海外から県内で活躍する人材の受入れ

- ベトナム：ラムドン省（R5）、インド：タミル・ナド州（R6）ナガランド州（R7）との人材交流に関する覚書(MOU)締結
- MOU締結地域等における本県の産業や文化を学ぶ学習施設の認定（インド4施設）、定着奨励給付金制度の創設(R7:33人交付決定)

(2) 雇用促進

- 外国人雇用無料相談窓口の開設（R7）
- 事業者向け雇用制度説明会の開催（毎年）
- 高度外国人材：合同企業説明会の開催（毎年）

2 定着促進

- 「こうち外国人材優良サポート事業者認証制度」創設（R7）
- 「高知家・多文化共生推進プラン」の策定（R8.3）

【課題】

1 受入促進

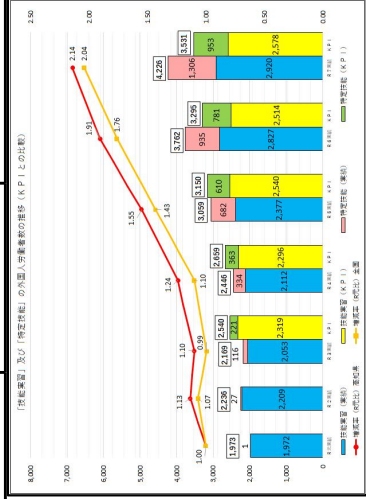
- 国内外の地域と人材の獲得競争が激化

2 定着促進

- 育成就労制度の施行による人材流出を防ぐ施策の推進

県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数

	R5(出発点)	R7
目 標	3,150人	3,531人
実 績	3,059人	4,226人



K P I 検 証

5 期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数（年間） （R9年度から育成就労制度が施行）

出発点（R5） 3,059人 ⇒ 現状（R7） 4,226人 ⇒ 4年後（R9） 4,800人

※当初目標の4,000人以上から上方修正

外国人材が「暮らしやすい」「働きやすい」「学びやすい環境づくり」の取り組みを一段と強化し、本県で働く外国人材の満足度を向上させ、本県への定着を図る

高知県元気な未来
創造戦略等と連動

令和8年度の取り組み

1 受入促進

- 新** (1) 有望地域における本県のPR
 - ① 動画（海外と県内事業者向け）や看板（海外に設置）の制作
 - ② 海外のインフルエンサーや県内で活躍する外国人材による県のPR（SNSでの情報発信）
- 新** (2) 各産業分野の受入れに係るキーマンの派遣による本県産業のPRと、業界団体への説明会開催
- 新** (3) 技能実習生・特定技能外国人を受け入れる事業者への補助
- 新** (4) 技能実習生入国後講習施設を整備する事業者への補助
- 新** (5) 高度外国人材の受入促進
 - ① 国内留学生への就職関連情報の発信の強化
 - ② 県内大学等と協定を締結している海外大学等からインターンシップを受入れる事業者への補助

2 定着促進

- (1) **暮らしやすい環境づくり**
 - ① 多文化共生を推進する市町村や民間団体への支援
 - ② 外国人生活相談センター（コフオール）による相談対応
 - 新** ③ 市町村による生活情報等の提供に対する支援（情報冊子のひな形の作成）
- (2) **働きやすい環境づくり**
 - ① 技能実習生等の住宅を新設、改修する事業者への補助
 - ② 「こうち外国人材優良サポート認証制度」の推進
- (3) **学びやすい環境づくり**
 - 拡** ① 技能やビジネスのスキルアップに取り組む事業者への補助（特定技能外国人の日本語試験受験料等を追加）
 - ② 溶接や金属塗装等、技能訓練の実施（県立高等技術学校）
 - ③ 市町村が行う日本語教育の取り組みへの支援
 - ④ 日本語eラーニングによる学習機会の提供
 - 新** ⑤ 日本語教育を推進する事業者等に対し、日本語教育有資格者リストを作成

I 専門分野の成長戦略

観光分野

観光分野の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

高知県観光の取り組みとして、「つくる」「売る」「もてなす」のそれぞれの段階ごとに戦略目標を立て、観光振興に取り組んできました。「つくる」では、地域の核となる観光拠点の整備や、土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めました。「売る」では、大河ドラマ「龍馬伝」の放送を追い風に「土佐・龍馬であい博」をはじめとした博覧会の実施やセールス・プロモーション活動を展開しました。「もてなす」では、おもてなしタクシーや、おもてなしトイレの推進による観光客の満足度向上、龍馬パスポートによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

これらの取り組みにより、計画策定前は300万人台前半であった年間の県外観光客入込数が、平成29年、30年には2年連続で440万人を超えることができました。

その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、本県観光は令和2年から大変厳しい状況に直面しましたが、令和5年には連続テレビ小説「らんまん」の効果もあり過去最高となる472万人となり、令和7年には連続テレビ小説「あんぱん」放送の追い風の中、官民一体で観光振興に取り組んだことや、2年目となった「どっぶり高知旅キャンペーン」の発信などにより、過去2番目となる457万人となりました。

今後、地域のための観光の実現に向けて、入込数だけでなく、長期滞在を促進していくことにより、観光総消費額や観光客人泊数の増加を目指していくことが必要です。

② 第5期計画ver.3の取り組み

第5期計画では、「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」を4年間展開し、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただくことで、第5期計画の目標である観光総消費額1,527億円と県外観光客人泊数563.9万人泊の実現を目指します。

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

地域の魅力をより深く体感できる観光商品づくりを推進し、中山間地域などへの国内外の観光客のさらなる誘客の拡大を目指します。

また、中山間地域で複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりを支援するなど長期滞在を目指した受皿づくりを進めます。

柱2 戦略的セールス&プロモーション

「よさこい高知文化祭2026」と連携し、地域ならではの伝統文化や歴史文化施設等の魅力を訴求するとともに、「ドラマが生まれる場所 高知」を前面に打ち出したプロモーションを展開することで誘客の拡大に取り組めます。

また、平日宿泊促進キャンペーンや宿泊施設における冬の食キャンペーンの実施により、閑散期における誘客の促進を図ります。

柱3 おもてなしの推進

ユニバーサルツーリズムを推進するため、バリアフリー観光の相談窓口を運営するほか、特設ウェブサイトでの情報発信を行います。

また、観光ガイドの裾野の拡大やスキル向上など、地域の特色を生かした受入態勢づくりを進めます。

柱4 国際観光の推進

高知龍馬空港国際線ターミナルビルの令和9年春からの全面供用開始を見据え、台湾航路の定着と韓国航路の誘致に向けた取り組みを推進します。

また、観光事業者と連携した多言語化、キャッシュレス化の促進に加え、地域通訳案内士の育成や旅行会社等とのマッチングの推進など、消費拡大に向けた受入環境の整備を進めます。

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化や年間を通じた観光需要の平準化を進めることで、宿泊施設の安定的な雇用を推進していきます。

また、宿泊業の魅力を伝えるツールの制作や、県外の方を中心とした繁忙期の短期間の就労の募集により、宿泊業の人材確保対策を強化します。

目指す姿

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」を展開し、国内外の観光客に、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、味わっていただくことで、長期滞在や高知のファンへの拡大を目指すとともに、観光消費額の増につなげる。

分野を代表する目標

県外観光客入泊数 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状 (R6) 513.4万人泊 ⇒ 10年後(R15) 606.8万人泊
観光総消費額 出発点(R4) 966.3億円 ⇒ 現状 (R7) 1,381億円 ⇒ 10年後(R15) 1,810億円

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

- (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 インバウンドを見据え、通訳ガイドを組み込んだ追加価値の高い観光商品の造成
- ② 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
- (4) 地域との交流から生まれる感動など追加価値の向上
- 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【再掲】
- ② 地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(歴史文化や田舎体験、教育民泊の推進)

(2) 地域内での周遊・滞在の促進

- ① 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
- ② 中山間地域での宿泊機能の充実・強化に向けた受入環境整備の推進
- ③ 長期滞在を目指した受入態勢づくり

(3) 長期滞在を目指した受入態勢づくり

- ① 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
- ② 中山間地域での宿泊機能の充実・強化に向けた受入環境整備の推進
- ③ 長期滞在を目指した受入態勢づくり

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

柱3 おもてなしの推進

- (1) エニバーサルツーリズムの推進
- ① バリアフリー観光相談窓口の設置や特設ウェブサイトでの情報発信
- ② 観光関連事業者の人材育成等による受入態勢の強化
- (2) 地域の特色を生かした受入態勢づくり
- ① 観光ガイドの裾野拡大やスキル向上
- ② 観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化
- ③ 広域観光組織の体制及び機能強化(地域おこし協力隊制度の活用)
- (3) 「よさこい高知文化祭2026」と連動した県内周遊の促進
- ① 文化施設を組み込んだツアーの造成を促すための旅行会社向け助成制度の拡充
- ② 龍馬バスポートを活用した文化施設への誘客施策の実施

戦略的セールス
&プロモーションで
観光客が高知へ



全体を下支え

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

- (1) 宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進
- ① 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【再掲】
- ② 中山間地域での宿泊機能の充実・強化に向けた受入環境整備の推進【再掲】

- (2) 年間を通じた観光需要の平準化
- ① 地域ならではの食材や旬の食材の活用
- ② 閑散期対策【再掲】

- (3) 積極的な人材の確保
- ① 宿泊業における人材確保対策の強化
- ② 教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
- ③ 外国人材の活躍推進に向けた関係機関との連携強化

柱2 戦略的セールス&プロモーション

- (1) マスメディアを活用した情報発信
- ① 「よさこい高知文化祭2026」に連動して、地域ならではの伝統文化や歴史文化施設、全国的に高く評価されている高知の食文化を発信
- ② 「ドラマが生まれる場所 高知」を前面に打ち出した誘客
- ③ どのぶらり高知旅キャンペーンを通じて造成してきた観光商品の情報発信と販売力の強化

(2) 旅行会社向けのセールス活動

- ① 旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
- ② 広域観光組織と連携したセールス活動
- ③ 教育旅行誘致セールスの実施



磨き上げた
観光資源・商品を
国内外の市場へ

「極上の田舎、高知。」
をコンセプトとした「どっぷり高知旅
キャンペーン」の展開

柱4 国際観光の推進

- (1) 国際航路の拡充及びインバウンド誘客の促進
- ① 台湾航路の定着に向けた取り組みの強化
- ② 高知龍馬空港国際線ターミナルビルの整備を見据えた韓国航路の誘致
- ③ 土佐のおきやく四国へんろなど、高知ならではの文化資源を軸としたセールス・プロモーション
- (2) 観光商品の高付加価値化や滞在期間の延長
- ① 通訳ガイドを組み込んだ付加価値の高い観光商品の造成【再掲】
- ② 海外OTA等旅行会社に対するインバウンド向け観光商品のセールス・プロモーション

(3) 関西圏からの誘客の促進

- ① 大阪観光局や関西エアポート等と連携した情報発信
- ② 大阪・関西万博催事で高い評価を得た「よさこい」街路市「など文化・食を中心としたセールス・プロモーション」
- ③ 大阪IRを見据えた大阪観光局と連携した取組の検討

(4) 受入環境の整備

- ① 多言語・キャッシュレス化の促進による消費拡大
- ② 地域通訳案内士の育成や、旅行会社等とのマッチング機会の創出による高知旅行の満足度の向上



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外観光客入泊数
 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状値(R6) : 513.4万人泊 ⇒ R8目標 : 552.6万人泊 ⇒ 4年後 (R9)の目標 : 563.9万人泊 ⇒ 10年後(R15)の目標 : 606.8万人泊
 観光総消費額
 出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状値(R7) : 1,381億円 ⇒ R8目標 : 1,463億円 ⇒ 4年後 (R9)の目標 : 1,527億円 ⇒ 10年後(R15)の目標 : 1,810億円

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 長期滞在につな がる観光地域づく りの推進	2 地域産業ス ケールアップ型	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間) 1 旅行当たりの県内平均立寄数(年間)	209.1万人 (R4) 2.5件 (R4)	261.2万人 (R7) 2.6件 (R7)	261.0万人 (R8) 3.0件 (R8)	273.9万人 (R9) 3.2件 (R9)	
2 戦略的セール ス&プロモージョ ン	2 地域産業ス ケールアップ型	県外観光客入込数(年間) スポーツによる県外からの入込客数(年間)	370万人 (R4) 53,161人 (R4)	457万人 (R7) 101,309人 (R6)	465万人 10.5万人	470万人 (R9) 12万人 (R9)	○
3 おもてなしの推進	2 地域産業ス ケールアップ型	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年 間)【観光施設】 観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年 間)【宿泊施設】	86% (R4) 80% (R4)	90% (R7) 82% (R7)	87.9% 84.0%	88% (R9) 85% (R9)	
4 国際観光の推進	3 グローバル展 開型	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間) 外国人県内消費額(年間)	9,890人泊 (R4) 3億円 (R4)	13.2万人泊 (R6) 44億円 (R6)	15.5万人泊 52.3億円	17万人泊 (R9) 57億円 (R9)	○ ○
5 観光人材の確 保・担い手不足の 対応	5 人材起点型	県内全産業平均と比較した宿泊業の所定内給与額の水準(年 間)	84.8% (R4)	85.5% (R6)	88.8%	90% (R9)	

令和8年度どっぶり高知旅キャンペーン（3rdシーズン）の展開＜観01＞

県外観光客人数

出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 現状 (R4) 513.4万人泊 ⇒ R8 552.6万人泊 ⇒ 4年後 (R9) 563.9万人泊

観光総消費額

出発点(R4) 966億円 ⇒ 現状 (R4) 1,381億円 ⇒ R8 1,463億円 ⇒ 4年後 (R9) 1,527億円

●関連する主なアウトプット目標 (KPI)

KPI①：マスメディア等の媒体での露出件数 (550件) KPI②：県外イベントやセールス等での観光PR (12件)

これまでの取組

- (1) どっぶり体験商品の造成 149商品 (R6.4～R8.3累計)
地域ならではの暮らし・文化、地元の方々との交流を体験できる商品造成
- (2) 分散型ホテルの構築に向けた事業計画づくり 7件 (R6.4～R8.3累計)
複数の宿泊施設を中心に中山間地域で長期滞在できるエリアづくり
- (3) 「らんまん」・「あんぱん」ゆかりの地との連携 94件 (R6.4～R8.2累計)
ゆかりの地と連携し、高知県フェア等を開催

今後の課題

- (1) 年間を通じて、よさこい高知文化祭2026に連動し、情報発信や商品造成を行い、誘客の拡大、周遊の促進を図ることが必要。あわせて、この機会に訪れる多くの観光客に、本県ならではの「文化」を体感いただくことで、リピーター化を促すことが必要
- (2) 世界から本県が「旅の目的地」として選ばれるよう、インバウンドにも訴求力のある本県ならではの「文化」を強力なコンテンツに磨き上げていくことが必要

事業概要

誘客 ポイント

- 1 誘客の核となるイベントの開催
 - ・ 夜間イベント「よさこい高知 宵の舞～国文の陣～」の開催 (R8.10.24～12.6)
 - ・ よさこい踊りの披露や高知城の夜間開館 (調整中) など、誘客につながるコンテンツの発信
- 2 本県ならではの「文化」の情報発信
 - ・ 文化祭関連の伝統芸能、文化施設等の魅力、よさこい踊りやおきやくなど本県ならではの文化をHP、SNS等で情報発信

3 朝ドラの追い風の活用

- ・ 連続テレビ小説「らんまん」・「あんぱん」ゆかりの地と連携した情報発信
- ・ 県外にある牧野博士や、やなせさんのゆかりの地の観光PRイベントの開催を継続
- ・ 特に、令和7年度に、やなせさんの関係で縁ができた百貨店での高知県フェアを継続して実施できるよう県外事務所と連携し働きかけ

周遊促進 ポイント

- 1 ツアーの造成 (団体)
 - ① 旅行会社向け助成制度の拡充
 - ・ 文化祭に関連する文化施設を、ツアーの行先に追加する場合に助成することで、本県でのプラス1カ所の周遊を促す
- 2 文化祭・どっぶり体験商品の販売 (個人)
 - ① 文化祭トラベルセンターを通じた商品の紹介
 - ・ 文化祭をきっかけに来県される方に、出発前に本県のどっぶり体験商品などを案内することで、長期滞在・周遊促進につなげる
 - ② どっぶり体験商品の販売力強化
 - ・ 旅マエに、地域ならではの食、文化などの体験プログラムや、その周辺の宿泊施設、飲食店などをあわせて情報提供するとともに、スムーズに予約まで完了できるように特設サイトを改修

リピーター化 (囲い込み) ポイント

- 1 前泊・後泊を促す核となるイベントの開催
 - ・ 夜間イベント「よさこい高知 宵の舞～国文の陣～」の開催 (R8.10.24～12.6) (再掲)
 - ・ 文化祭期間中の毎週金～日曜日に開催
- 2 文化祭のレガシーを活用した本県ならではの「文化」の情報発信
 - ① 夜間イベント「よさこい高知 宵の舞～どっぶりの陣～」の開催 (R9.1.9～1.31)による発信
 - ・ よさこい踊りの披露や一緒に踊れる体験、日曜市をはじめとする街路市文化の体験
 - ・ おきやくや田舎寿司づくりなどの食文化の体験
 - ② インバウンドにも訴求力のある商品造成、プロモーションの実施
 - ・ 土佐和紙や、土佐打羽物、遍路文化などの伝統文化を体験できる商品づくりと情報発信

新 3 全国的に評価の高い高知の食の活用

- ・ 宿泊施設と連携して、冬の旬の食材を活用した新メニュー開発の支援や、それらを食べられる宿泊プランを情報発信する冬の食キャンペーンを実施

3 県内各地の文化祭関連施設への誘客

- ・ 龍馬パスポートを活用し、文化祭に関連する観光施設への周遊を促すシェアスタンプ企画の実施

国際航路の拡充に向けた取り組み

現状と課題	(1) 台湾航路の安定と韓国航路の誘致 (2) 増加が見込まれる個人旅行者に向けたプロモーションの強化 (3) 通訳ガイドや多言語対応など受入環境の整備
目標値	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者 出発点(R4) 9,890人泊 ⇒ 現状(R6) 131,730人泊 ⇒ R7 14万人泊 ⇒ R9 17万人泊 外国人県内消費額 出発点(R4) 3億円 ⇒ 現状(R6) 44億円 ⇒ R7 49億円 ⇒ R9 57億円 ● 関連する主なアウトブット目標 (KPI) KPI①：国際チャーター便の運航数 (110往復 (高知空港)) KPI②：地域通訳案内士登録者数 (15人) KPI③：消費拡大セミナー受講者数 (100人)

1 台湾航路の定着と韓国航路の誘致

① 旅行会社や航空会社と連携したプロモーション

・Web、店舗、雑誌、ラジオ、インフルエンサー等を活用した情報発信

・旅行博出展、現地イベントでの販売促進

② 個人旅行者をターゲットとしたプロモーション

・インバウンド向け体験メニューなど「どぶろく高知旅」を打ち出した情報発信

・レンタカーキャンペーンによる県内の周遊促進

③ 韓国航路の誘致

① 現地商談会の開催などB to B・C向けプロモーション

・県内観光事業者と韓国の旅行会社等との商談会の開催

・現地で本県の魅力を伝えるB to B・C向けセミナーの開催や旅行博への出展

② 韓国航路就航に向けた航空会社等の視察誘致

・航空・旅行会社を招へいし、航路誘致や商品造成に向けた視察ツアーの開催

③ 航路誘致に向けたプロモーション

・旅行会社等と連携し、ゴルフや食をテーマとした旅行商品の情報発信

・ツアーバス助成による四国他空港からの誘客促進

③ 高知ならではの文化資源を軸としたインバウンド誘客の促進

① 旅行会社や航空会社と連携したプロモーション (再掲)

・Web、店舗、雑誌、ラジオ、インフルエンサー等を活用した情報発信

・旅行博出展、現地イベントでの販売促進

2 受入環境の整備

① 多言語・キャッシュレス化の促進による消費拡大

・セミナーや事業者の個別支援を通じて多言語表示等を促進

② 地域通訳案内士の活躍による高知旅の満足度向上

・スキルアップ研修の実施や通訳士と旅行会社等とのマッチング機会創出

観光による稼げる地域づくり <観02>

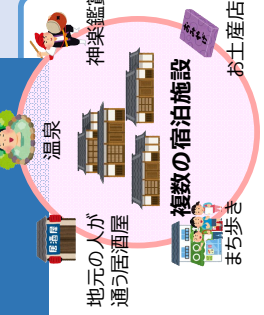
現状と課題	(1) 中山間地域で空き家等を活用した小規模宿泊施設の事業化ニーズが高まっており、継続した支援が必要 (2) 中山間地域の小規模宿泊施設へのインバウンド客が増加しており、海外への情報発信や販売の強化が必要
目標値	分散型宿泊施設のエリア数 (事業計画の策定件数) 出発点(R5)0エリア ⇒ 現状(R7)7エリア ⇒ R8 11エリア ⇒ R9 15エリア ● 関連する主なアウトブット目標 (KPI) KPI：分散型宿泊施設等に関するセミナー参加者数 (100名以上) 宿泊施設開業支援事業費補助金による支援事業者数 (4事業者以上)

宿泊施設を中心に、長期滞在できる地域づくりの更なる推進

① 長期滞在を目指した受入態勢づくり

・分散型ホテルの構築や宿泊施設の魅力向上に向けた事業計画の策定支援や新たな支援エリアとなりうる候補地の掘り起こしに向けた可能性調査を実施

・中山間地域において宿泊機能を強化し、長期滞在を図るため、宿泊施設の開設を支援



新県民体育館の整備を見据えた取組

現状と課題	(1) 屋内プロスポーツ等の試合やMICEの開催の誘致 (2) 新県民体育館を核としたまちづくりの検討 (3) 財源確保に向けた対策
目標値	スポーツによる県外からの入込客数 出発点(R4)53,161人 ⇒ 現状(R6)101,309人 ⇒ R8 105,000人 ⇒ 4年後(R9) 120,000人 ● 関連する主なアウトブット目標 (KPI) KPI①：ワークショップの参加者数 (40人) KPI②：屋内プロスポーツ等の大会誘致件数 (2件)

整備を見据えた取組

① プロジェクトチーム等の設置

屋内プロスポーツ等の試合やMICEの開催の誘致に向けた専門チームの設置や、まちづくりをテーマとしたワークショップを開催し、より具体的な検討を進める

② 屋内プロスポーツチーム等との関係構築の推進

関西圏を中心とした、県と関係性を有する屋内プロスポーツチーム等による教室開催や合宿誘致を推進

③ 屋内プロスポーツ等の大会誘致の推進

Bリーグ・SVリーグといった屋内プロスポーツ等のプレシーズンマッチなどの招聘

④ 民間資金の活用への検討

クラウドファンディングや企業版ふるさと納税等の民間資金の活用を検討

I 専門分野の成長戦略

その他の分野

その他の分野の取り組みの概要

■ 保健・医療分野

1. 医療DXの推進

医療DX（オンライン診療やEHR）を推進します。オンライン診療については、デジタルヘルスコーディネーターを配置するとともに、オンライン診療を促進するための機器整備の費用などを支援することにより、どの市町村においても在宅医療やオンライン診療を選択できる環境を整備します。また、EHRについては、国の電子カルテ情報共有サービスが開始されることに伴う影響を注視しながら推進します。

2. 医師、看護職員の育成・確保

高知大学への寄附講座設置、看護教員養成講習会等を実施することで、医療人材の育成を推進します。

また、医師や看護師を志望する学生等に対する奨学金の貸与や医療系職種の魅力を伝える動画の制作等により県内で就業する医療人材の確保を図ります。

3. 医療機関の職場環境等（処遇改善含む）の改善・医師の働き方改革の推進

医療機関向けの相談窓口の設置、アドバイザー派遣及び研修会の開催等を実施することで医療スタッフ全体の離職防止や医療安全の確保を図ります。

■ 福祉分野

1. 介護現場の生産性の向上

ワンストップ型の総合相談窓口「こうち介護生産性向上総合支援センター」による介護事業所への伴走型支援やICT・ロボットの導入支援、協働化やノーリフティングケアの推進などにより、事業所における業務効率化や業務改善を支援し、職員の負担軽減とサービスの質の向上を図ります。

2. 人材育成・キャリアパスの構築

高知県福祉・介護事業所認証評価制度のさらなる普及に取り組み、福祉・介護事業所における人材育成体制やキャリアパスの構築を促進することにより、職員が段階的にスキルアップしながら長く活躍できる職場づくりを推進します。

3. 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）

将来を担う若い世代の人材確保に向けて、小中高校生への情報発信や福祉関係者と学校が連携した福祉教育を推進します。

4. 多様な人材の参入促進

外国人介護人材の確保や受入体制整備に向けた支援などにより、多様な人材の参入促進に取り組めます。

■ 土木分野

1. 建設業の活性化

新規学卒者の県内就職促進については、児童生徒と保護者へのアプローチとして、出前授業でデジタル化が進む建設業のPRを充実させるとともに、女性活躍に向けた魅力発信や建設ディレクターの導入支援などに取り組めます。

また、ICT活用による生産性の向上については、建設現場のデジタル化をさらに加速するため、県内建設事業者のICT活用の習熟度に応じたモデル工事を設定し、有効性や課題を検証します。このことにより、生産性の向上を図るとともに、若者にとって魅力ある現場環境の創出を目指します。

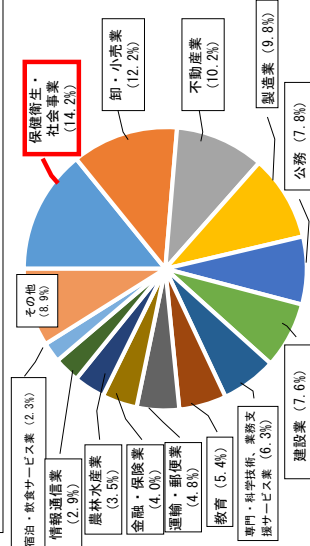
2. 高知新港の振興

高知新港の利活用の促進に向けて、物流面ではベースカーゴの安定確保や新たな外航コンテナ航路の誘致を図ることに加え、さらなる利便性の強化に向けて内航航路の誘致に取り組めます。観光面では、寄港地観光メニューの充実や他県港湾と連携した多様なクルーズの誘致により、西日本太平洋側における国際クルーズ拠点を目指します。

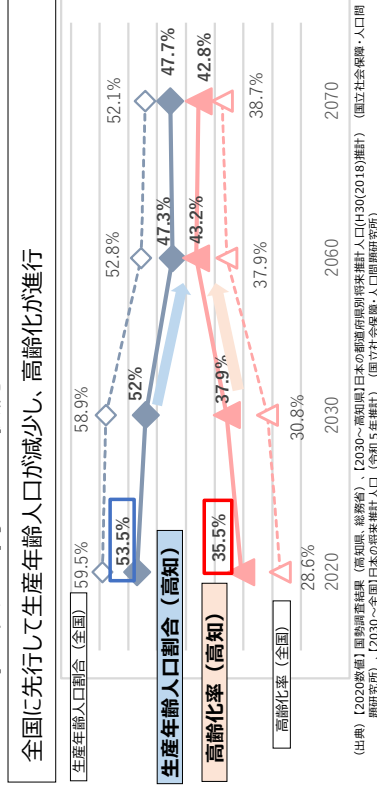
保健医療・福祉分野の取り組みの概要

■ 本県の県内総生産において、最も多くの割合を占める「保健衛生・社会事業（14.2%）」は、いきいきと生活ができる高知の実現のために重要な事業であり、「日本一の健康長寿県構想」とあわせ、産業振興計画においても、生産性の向上や人材の確保、関連産業の創出に向けた取り組みを進める

1 県内総生産の構成比（R4） 出典：県民経済計算
保健衛生・社会事業の県内総生産に占める割合
H20:11.5% ⇒ **R4:14.2%（+2.7%）**



2 生産年齢人口と高齢化の状況



3 医療・福祉・介護人材の現状

超高齢化社会を支える人材は、若年医師不足、看護職員の県外流出、介護職員の不足が課題となっている

○ 若年医師（40歳以下）の状況（R6）

項目	割合
高知	84%
全国	110%

※H14年を100とした場合

○ 県内看護師養成校卒業者の県内就職率

項目	H30	R6
高知	85.7%	78.1%

○ 介護職員の有効求人倍率（R7）

2.38（全国3.88）

取り組みの展開イメージ

目指す姿

いきいきと生活ができる高知

県民の誰もが住み慣れた地域で、健やかで心豊かに安心して暮らし続けることのできる高知県

日本一の健康長寿県構想 柱Ⅱ

地域で支え合う医療・福祉・介護サービス
提供体制の確立とネットワークの強化

生産性の向上

人材の確保

関連産業の創出

ヘルスケアイノベーションプロジェクト

デジタル技術を活用した医療や健康に関する製品やサービスの事業化を目指す

主な取り組み

生産性の向上 デジタル技術を活用した医療・福祉・介護サービス提供体制の確立

1 医療DXの推進

- ① デジタルヘルスコーディネーター等による医療DX（オンライン診療やEHR）導入支援、② オンライン診療に必要な機器等の整備費用や看護師派遣費用を支援、③ オンライン診療のニーズ調査から関心がある医療機関・医師向けに提案

2 介護事業所におけるデジタル化導入支援

- ① ワンストップ型相談支援窓口「こうち介護生産性向上総合支援センター」により、介護事業所のICT導入や生産性向上を総合的に支援
② 介護事業所におけるICT機器・介護ロボット等の導入に要する経費を支援

人材の確保 「働きやすさ」と「やりがい」を実現できる魅力ある職場づくりによる医療・福祉・介護人材の確保

1 医師、看護職員の育成・確保

- ① 医師や看護師を志望する学生等に対する奨学貸付金制度、② 医療系職種の魅力伝える動画の制作等により、県内で就業する医療人材の育成及び確保を推進

2 医療機関の職場環境等（処遇改善含む）の改善

医療機関向けの相談窓口の設置、アドバイザー派遣や研修会の開催等により、医療スタッフ全体の離職防止や医療安全の確保を促進

3 福祉・介護人材の確保と介護現場の生産性の向上

- ① 介護現場の生産性の向上、② 人材育成・キャリアパスの構築、③ 若い世代に向けた魅力発信（ネガティブイメージの払拭）、④ 多様な人材の参入促進に取り組む、福祉・介護人材のさらなる確保を推進

産業の創出 ヘルスデック企業の集積による産業創出と地域課題の解決

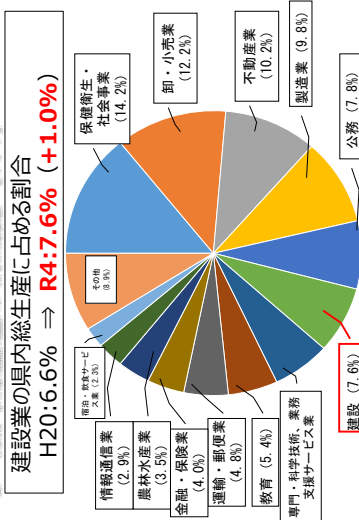
1 事業化を促進する伴走支援体制の継続

2 プロジェクト支援案件の事業化、定着の促進、県内外企業と県内学生などとの交流機会の創出

具体的な取り組み例
VR技術を活用した軽度認知症状の改善、AIケアプラン自動作成システムの開発 など

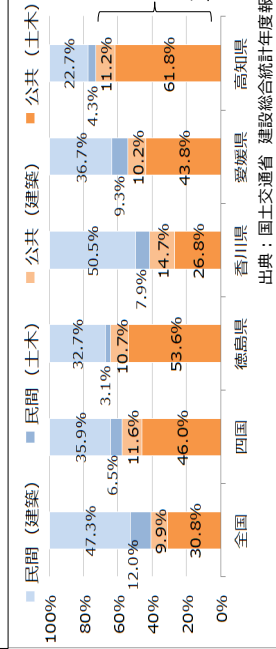
- 建設業は、県民の安全・安心の確保と、地域の活力増進を図り、県民が将来に希望をもって暮らせる県土づくりを推進するうえで、不可欠な産業。
- 建設業が各地域で持続的に発展していくことは、地域の防災力の維持・向上につながるがとともに、地域の雇用を確保し、県経済活性化の下支えにも寄与することから、産業振興計画と連携し、「高知県建設業活性化プラン」において、人材確保や生産性向上に向けた取り組みを進める。

1 県内総生産の構成比 (R4) 出典：県民経済計算

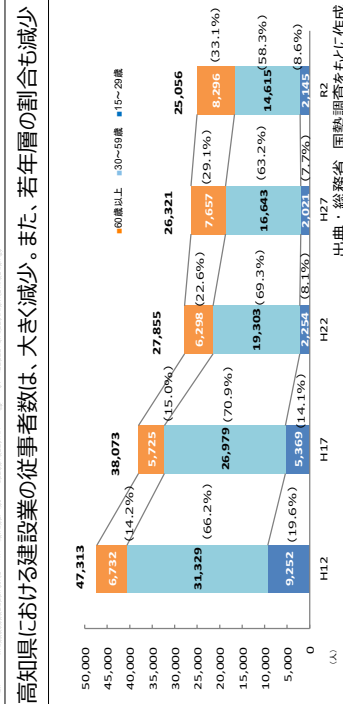


2 民間投資および公共投資の構成比 (令和6年度計)

高知県での公共投資の割合は約70%で、全国や他の四国3県よりも、公共投資の占める割合が多い



3 建設業の従事者数 (年齢階層別)



取り組みの展開イメージ

県経済の活性化

必要な公共事業の実施

生産性向上

人材確保

必要な公共事業の実施

国の「第1次国土強靱化実施中期計画」などの予算を最大限活用し、道路や河川、港湾などのインフラ整備を推進



南海トラフ地震など大規模災害に備えるとともに、地域の産業・観光振興などに寄与

建設業活性化プラン

I 人材確保の強化

- (1) 児童生徒と保護者へのアプローチ強化
- (2) 魅力発信の強化
- (3) 女性や外国人材などの人材確保の支援
- (4) 働きやすい労働環境の整備

II 生産性向上の推進

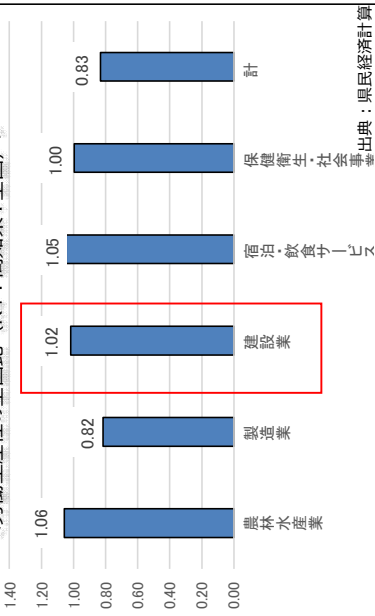
インフラ分野のD X 推進

R8年度の主な取り組み

1 児童生徒と保護者へのアプローチ強化

- 出前授業における授業内容の充実（デジタル化が進む建設業のPR強化）
- 高知県コンストラクション甲子園などの開催を通じて幅広い世代への魅力発信
- 女性や外国人材などの人材確保の支援
- 建設ディレクターの導入事例及びメリットの周知、女性活躍PR動画の制作・活用
- インフラ分野のD X 推進
- 建設業デジタル化加速モデル事業の実施（建設業のデジタル化による生産性向上とともに、魅力ある現場環境を創出するため、県内建設事業者のICT活用の習熟度に応じたモデル工事を設定し、有効性や課題を検証する）

<労働生産性の全国比 (R4：高知県÷全国) >



Ⅱ 産業間の連携戦略

関西圏との経済連携の強化

連携テーマ《関西圏との経済連携の強化》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組み（関西戦略）による成果と課題

大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて高まる関西圏の経済活力を呼び込み、本県経済の底上げを図るため、令和3年3月に「関西・高知経済連携強化戦略」を策定し、観光誘客や外商拡大などに取り組んできました。

観光の取り組みでは、大阪観光局等と連携したプロモーションや、連続テレビ小説「らんまん」「あんぱん」を生かした誘客等により、外国人延べ宿泊者数及び関西圏からの観光客入込数が令和5年に最高値を記録して以降、引き続き高い水準で推移しています。

外商拡大の取り組みでは、農業分野において高温の影響による収穫量の減少があったものの、高値での取引により県産青果物の販売額を維持しました。水産分野では、地産外商公社等と連携した販促活動により、「高知家の魚応援の店」への販売額が好調に推移しました。林業分野では、建築資材価格の高騰等により新設住宅着工戸数が減少する中、TOSAZAIセンターの関西駐在員による友好・姉妹都市への営業活動や新たな土佐材パートナー企業の登録などにより、土佐材の販路拡大を進めました。食品分野や商工業分野では、コロナ禍からの回復が着実に進み、支援企業の売上が増加しました。

大阪・関西万博での取り組みにおいては、本県主催催事「WORLD YOSAKOI DAY」の開催により、国内外に向けて本県の魅力を強力に発信したほか、木材加工事業者との連携により「大屋根リング」をはじめとする関連施設に土佐材を供給しました。

関西戦略における大きな山場であった大阪・関西万博で得られた成果を踏まえ、次のターゲットとなる大阪IRも見据えた次なるステージとしての取り組みを進めるため、今後も各分野における関西圏との経済連携を一層強化していく必要があります。

② 第5期計画ver.3（第2期関西戦略ver.3）の取り組み

アフター万博における戦略のバージョンアップとして、

- 関西と本県との間での相互補完の動きを各種施策を通して展開する
- 関西と本県とのWin-Winの関係を創出する
- 故郷の新しい価値を様々な手法で提供する

という3つの視点を基に、これまでの成果や構築したつながりを活かし、「SUPER LOCAL 高知家」をコンセプトに、中期的な視点も視野に入れた取り組みを展開します。

1 観光推進プロジェクト

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」において、「よさこい高知文化祭2026」と連携し、地域ならではの伝統文化や歴史文化施設等の魅力を訴求します。また、「ドラマが生まれる場所 高知」を前面に打ち出したプロモーションを展開し、国内外からの観光客の増加につなげます。さらに、大阪観光局等と連携した情報発信を強化し、関西を起点とするインバウンド観光を推進します。

2 外商拡大プロジェクト

各分野において、関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）とのさらなる連携強化や新規パートナーの掘り起こしに取り組み、外商拡大を一層進めます。また、「とさとさ」を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出、商品の磨き上げを進め、販売拡大につなげます。

3 IR連携プロジェクト

令和12年（2030年）の開業を予定している大阪IRを見据え、これまで構築してきた関西とのつながりを活用し、関西圏の関連団体との関係構築や情報収集を進めます。あわせて、県内市町村等の関係者との情報共有を行い、IRを契機とした経済連携の可能性を探ります。

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

万博レガシーを生かしたプロモーションの展開として「SUPER LOCAL 高知家」のコンセプトを活用し、県内市町村とも連携した取り組みを展開します。これにより、本県の食や自然などの魅力を強力に発信するとともに、高知と関西の様々な主体（市町村、企業等）とのつながりの構築・深化につなげていきます。加えて、大手求人サイトの活用等により、本県企業の魅力や求人情報など「仕事」を軸にした情報発信を強化し、関西圏からの移住者の増加につなげます。

関西圏との経済連携の強化 ～第2期関西・高知経済連携強化戦略ver.3の全体像～

■ 戦略の策定・実行

- ◆ 経済活力が高まる関西圏との経済連携強化により、本県経済の活性化を図ることを目的として、第1期関西・高知経済連携強化戦略での取り組みを土台に第2期関西・高知経済連携強化戦略を策定
- ◆ 戦略を推進する中で見えてきた課題などに対応するため、「観光推進」「外商拡大」「IR連携」の3つのプロジェクトと、これらを「横断的に支える取り組み」を強化し、これまでに構築してきた関西とのつながりを活かしつつ、市町村等と連携した「オール高知」での展開を推進

◆ 戦略の期間

戦略期間は4年間（R6～9年度）

◆ 戦略の進捗管理

高知県産業振興計画に基づき四半期ごとのPDCAサイクルで検証し、「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」での意見を計画の改定や進捗管理に反映させる。

3つの視点を基に
取り組みを展開



関西・高知
経済連携強化戦略

アフター万博における戦略のバージョンアップ

① 関西と本県との間の相互補完の動きを各種施策を通して展開
関西とは異なる、山、川、海の自然の恵み、文化等による潤いや癒やしといった本県ならではの魅力を関西の方々に届け、関西からは経済活力を呼び込む。

② 関西と本県とのWin-Winの関係を創出
友好姉妹都市との関係強化、企業の従業員研修や学生の合宿、手伝いを目的とした旅の提案等、様々な主体・レベルでのつながりを構築する。

③ 故郷の新しい価値を様々な手法で提供
関西圏に比較的近く縁のある方が多い本県から、応援を求めるばかりではなく高知が応援していく取り組みや都市部で育った方々の故郷に立候補するアプローチャ等を行う。

これまでの成果や構築したつながりを活かし、「SUPER LOCAL 高知家をコンセプトに、さらなる本県情報の発信と中期的な視点での取組を展開

1 観光推進プロジェクト

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっばり高知旅キャンペーン」を通じて、関西圏との連携した取り組みを進めることで、国内外からの観光客の増につなげる。

戦略1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション

高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信 ○ 「とさとさ」を拠点とした情報発信

戦略2 関西圏からの外国人観光客の誘客

大阪観光局等と連携した情報発信 万博レガシー等を活用した情報発信 関西圏との交通アクセスの充実

戦略3 スポーツツーリズムの推進

地域と連携したスポーツツーリズムの推進 スポーツを通じた交流人口の拡大

2 外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのネットワークを土台としながら、各分野において関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携を一層強化することで、関西圏におけるさらなる外商拡大の取り組みを進める。

農業	卸売市場と連携した青果物の販売拡大 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大 関西の事業者との連携による海外での賞味会開催を強化
水産	卸売事業者との連携強化による外商拡大 商談会・展示会の拡充強化
加工食品	流通拠点との連携による外商活動の強化 非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進
林業	県内ものづくり企業の外商促進 ○ 「とさとさ」等を活用した販路開拓
商工	高付加価値製品（ギフト・雑貨・土産品など）の外商促進

1～3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、これまでのレガシー等を活用した「オール高知」での取り組みを展開する。また、県内市町村等と連携し、関西とのつながりを強化・構築する。

情報発信の強化とネットワークの拡充

万博レガシー等を生かしたプロモーションの展開、関西と高知を結ぶネットワークの拡充

関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

（若者の定着・増加に向けた移住促進、企業誘致の推進）

観光客の誘致や外商の促進により関西の経済活力を誘引

「とさとさ」やこれまでのレガシー等を最大限に活用した「オール高知」での取り組みを展開

3 IR連携プロジェクト

大阪IRを契機に関西圏を訪れる国内外の観光客ターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、新たに整備される関連施設等への県産品等の外商拡大に向けた取り組みを進める。

戦略IR施設の開設を見据えた、関係者との連携強化による継続的な情報収集
関西圏の関連団体との関係構築及び情報収集
県内関係者との情報共有



【第2期関西・高知経済連携強化戦略ver.3】令和8年度の取り組みの強化のポイント

■ 戦略策定・実行の背景について

- ◆ 経済活力が高まる関西圏との経済連携強化により、本県経済の活性化を図ることを目的として、第1期関西・高知経済連携強化戦略での取り組みを土台に第2期関西・高知経済連携強化戦略を策定
- ◆ 戦略を推進する中で見えてきた課題などに対応するため、「観光推進」「外商拡大」「IR連携」の3つのプロジェクトと、これらを「横断的に支える取り組み」を強化し、これまでに構築してきた関西とのつながりを活かしつつ、市町村等と連携した「オール高知」での展開を推進

1 観光推進プロジェクト

◆ 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」の展開

- 高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信（「よこい高知文化祭2026」に合わせ伝統文化や歴史施設等の魅力を訴求、「ドラマが生まれる場所 高知」によるプロモーションの展開等）
- 万博レガシー等を活用した情報発信（付加価値の高い観光商品の情報発信、OTAへの体験コンテンツの掲載）



2 外商拡大プロジェクト

◆ 関西圏のパートナーとのさらなる連携強化による外商拡大

農業分野

- 卸売市場と連携した県産青果物の販売拡大（「とさと」と連動した周辺量販店でのフェアの開催、飲食店へのアプローチ強化による県産青果物取引量の拡大、県産農産物全体をイメージできる統一感を持たせたPR）

水産業分野

- 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大（中規模チェーン店等とのマッチングの強化、商談機会の拡充）
- 関西の事業者との連携による海外での賞味会開催を強化（新たな国(マレーシア・フィリピン・香港・カナダ)でも開催）



加工食品分野

- 商談会・展示会の拡充強化、飲食店等への外商活動（インバウンド向け外食関連展示会への出展、外食産業への個別提案や産地視察型商談会）
- 「とさと」を核とした外商活動の強化（飲食店フェアの開催やブランディングによる高付加価値化の支援）

林業分野

- 非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進（万博で構築したサプライチェーンを担う関西圏の協力企業との連携強化、友好・姉妹関係にある都市部自治体との関係強化と設計会社等へのアプローチの継続）

商工業分野

- 県内ものづくり企業の外商促進（土木技術コーディネーターの活動日数の拡大、ゼネコン・コンサル関係者の招へいと現場視察によるマッチング支援）
- 高付加価値製品（ギフト・雑貨・伝産品等）の外商促進

3 IR連携プロジェクト

◆ IR開業を見据えた、関係者との連携強化による継続的な情報収集

- 関西圏の関連団体との関係構築及び情報収集（大阪観光局等との連携によるIR関係者との関係構築、卸売市場関係者等のネットワークを活用した新規顧客や販路情報の収集）
- 県内関係者等との情報共有（市町村及び県内事業者等の関係団体との緊密な情報共有）

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

◆ 情報発信等の強化と高知と関西のつながりの強化・構築

- 万博レガシー等を生かしたプロモーションの展開
- 関西と高知を結ぶネットワークの拡充（高知と関西の様々な主体・レベルでのつながりの強化・構築）
- 若者の定着・増加に向けた移住促進（関西からのUターン促進に向けた、情報発信やマッチング強化）

連携テーマ（関西圏との経済連携の強化）の目標一覧

プロジェクト	分野	目標	出発点	現状値	R8到達目標	4年後（R9） 目標値
観光推進 プロジェクト	観光	関西圏からの観光客入込数（暦年）	103万人 （R4）	123万人 （R7）	130万人	131万人
		関西空港経由の外国人延べ宿泊者数（暦年）	0.3万人泊 （R4）	3.9万人泊 （R6）	4.5万人泊	4.7万人泊
外商拡大 プロジェクト	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 （R4）	106.7億円 （R7）	114.3億円	120.0億円
	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 （R4）	3.2億円 （R7）	2.2億円	2.3億円
		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 （R4）	0.1億円 （R6）	2.0億円	2.5億円
	加工食品	地産外商公社の活動による関西圏での売上額	115億円 （R4）	172億円 （R6）	183億円	192億円
	林業	関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量（暦年）	2.0万m ³ （R4推計）	1.9万m ³ （R6推計）	2.9万m ³	3.1万m ³
	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 （R4）	282億円 （R6）	290億円	299億円
IR連携 プロジェクト	—	—	—	—	—	—
横断的に支える 取り組み	移住	関西圏からの移住者数	489人 （R4）	784人 （R6）	1,026人	1,200人
		関西圏からの移住者のうちUターン者数	169人 （R4）	329人 （R6）	410人	492人

※「関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額」については、園芸年度（毎年9月～翌年8月）毎の数値。

1 観光推進プロジェクト

戦略の
方向性

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」を通じて、関西圏との連携した取り組みを進めることで、国内外からの観光客の増につなげる。

目標

関西圏からの観光客入込数

出発点(R4):103万人▶直近値(R7):123万人▶来年度目標値(R8):130万人▶目標値(R9):131万人

関西空港経由の外国人延べ宿泊者数

出発点(R4)0.3万人泊▶直近値(R6):3.9万人泊▶来年度目標値(R8):4.5万人泊▶目標値(R9)4.7万人泊

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」の展開

連続テレビ小説の盛り上がりを知り、これまで磨き上げてきた食、自然、歴史・文化を集成として打ち出していくことで、日常を忘れ、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷりと味わっていただき、長期滞在や新たな高知のファンの拡大を目指す。

戦略1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション

1 高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信

(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 インバウンドを見据え、通訳ガイドを組み込んだ付加価値の高い観光商品の造成
 - ② 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) 地域内での周遊・滞在の促進

- ① 地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり
- ② 中山間地域での宿泊機能の充実・強化に向けた受入環境整備の推進
- ③ 広域観光組織を中心としたデジタルデータの活用による戦略的な周遊施策等の実践

(3) 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上

- ① 地域との持続的交流に向けた在阪企業や姉妹都市との関係構築、交流事業の促進
- ② 地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大
(歴史文化や田舎体験、教育民泊の推進)



まち・ひと・しごと



(4) マスメディアを活用した情報発信

- ① 「とさとさ」等と連携し、「よさこい高知文化祭2026」の開催に合わせて、地域ならではの伝統文化や歴史文化施設等の魅力を訴求
- ② 「ドラマが生まれる場所 高知」を前面に打ち出したプロモーションの展開
- ③ とさとさと百貨店、大手書店等とタイアップしたPR

(5) 旅行会社向けのセールス活動

- ① 旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
- ② 広域観光組織と連携したセールス活動の展開
- ③ 関西圏への教育旅行誘致セールスの実施



よさこい高知
文化祭2026

SUPER LOCAL
高知家

2 「とさとさ」を拠点とした情報発信

(1) 「とさとさ」での観光情報発信

- ① 閑散期の誘客を目的としたアンテナショップと連動した店舗及び周辺でのイベント開催

戦略2 関西圏からの外国人観光客の誘客

1 大阪観光局等と連携した情報発信

- (1) 「都市型」の関西と「極上の田舎」高知を組み合わせた旅行商品の情報発信
- (2) 海外旅行博等での共同プロモーション
- (3) 関西で開催されるイベント等でのPR



いっしょにやっせい

2 万博レガシーを活用した情報発信

- (1) 万博催事で高い評価を得た「よさこい・街路市」をもとに高知の文化や食を中心としたプロモーション

(2) 通訳ガイドを組み込んだ付加価値の高い観光商品の情報発信 (再掲)

(3) オンライントラベルエージェント (OTA)への体験コンテンツの掲載



3 関西圏との交通アクセスの充実

- ① 関西圏との交通ネットワークの充実に向け、公共交通機関の利用促進キャンペーンを実施
- ② 四国新幹線の将来的な実現に向けての機運醸成と国への働きかけ
- ③ 観光客の利便性向上を図るため、全国交通系ICカード「ICOCA」を導入



(2) サイクリング観光の推進

① サイクリング観光に関する情報の発信

② アプリを活用したサイクリストの人数及び動向等の調査・分析



2 スポーツを通じた交流人口の拡大

(1) 関西に拠点を置く屋内プロスポーツチームや企業に所属するトップチームの合宿等の誘致

(2) 連携協定締結企業や誘致実績のある企業に所属するチームの誘致

(3) アマチュアスポーツ合宿等の誘致の強化

2 外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのネットワークを土台としながら、各分野において関西圏のパートナーとの連携を一層強化することにより、関西圏におけるさらなる外商拡大の取り組みを進める。

戦略

関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）とのさらなる連携強化による外商拡大

戦略の
方向性

目標

○ 関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額(年間)
出発点(R4): 93.8億円 ▶ 直近値(R7): 106.7億円
▶ 来年度目標値(R8): 114.3億円 ▶ 目標値(R9): 120.0億円

(1) 卸売市場と連携した県産青果物の販売拡大

- ① 品目別戦略の運用（キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シシトウ、ミョウガ）
- ・データ駆動型農業の推進や高温対策による生産量の拡大
- ・JA取引量アップに向けた産地支援
- ・継続した取扱いにつながる売り場確保を旨とした量販店フェアの実施

拡 ② 「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

- ・飲食店へのアプローチを強化し、県産青果物の取扱量の拡大
- ・県産農産物全体をイメージできる統一感をもたせたPR

新 (2) マーケットインの視点による業務需要に応じた取引の拡大

- ① 中食・外食・冷凍食品をターゲットにした販売の拡大
- ・業務需要仕向け販売を拡大するため産地への事業者招へいによる生産者理解の促進

② マーケットの要望に応じた弾力的な出荷形態等の検討

- ・ナス、ピーマンの業務筋の要望に合わせた規格による収量、品質などの栽培検証と課題整理及び実証結果を活用した産地への生産誘導



農業分野

目標

○ 地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額(年間)
出発点(R4): 115億円 ▶ 直近値(R6): 172億円 ▶ 来年度目標値(R8): 183億円
▶ 目標値(R9): 192億円

(1) 卸売事業者との連携強化による外商拡大

- ① 外商コーデイナーのネットワークを生かした営業活動の展開

拡 (2) 飲食店等への外商活動の強化

- ① 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
- ② 万博を契機に構築した販路、ノウハウを生かした営業活動の強化、新たなフェアの開催

新 (3) 商談会・展示会の拡充強化

- ① インバウンド向け外食関連展示会への出展
- ② 出展事業者の発掘（初出展を対象とした出展準備支援）

新 (4) 「とさとさ」を核とした外商活動の強化

- ① 店舗を活用した県産品のPRの強化や商談機会の創出
- ② うめきたエリア飲食店を中心とした高知フェアの開催
- ③ 地域が一体となったブランディングによる商品の高付加価値化の支援



加工食品分野

目標

○ 関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)
出発点(R4): 1.1億円 ▶ 直近値(R7): 3.2億円 ▶ 来年度目標値(R8): 2.2億円 ▶ 目標値(R9): 2.3億円
○ 関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額(年間)
出発点(R4): 0.3億円 ▶ 直近値(R6): 0.1億円 ▶ 来年度目標値(R8): 2.0億円 ▶ 目標値(R9): 2.5億円

(1) 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大

- 拡 ① 地産外商公社や市町村と連携した、中規模チェーン店等とのマッチングの強化
- 拡 ② 県内事業者の商談機会の増加・商談スキルの向上を支援

新 (2) 関西の事業者との連携による海外での賞味会開催を強化

- 拡 ① 新たな国（マレーシア・フィリピン・香港・カナダ）等での飲食店との関係性の構築



水産業分野

目標

○ 関西圏への土佐材出荷量(年間)
出発点(R4): 2.0万㎡ ▶ 直近値(R6): 2.3万㎡ ▶ 来年度目標値(R8): 2.9万㎡
▶ 目標値(R9): 3.1万㎡

(1) 流通拠点との連携による外商活動の強化

- ① 高知県の観光PRとあわせた土佐材セミナーや木製品の紹介等、買い手が付加価値を感じることができると土佐材展示会の開催

(2) 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大

- ① 産地商談会等による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継続
- ② 外国産材が多い建築用材（横架材等）の土佐材への切り替えに向けた営業活動の強化

新 (3) 非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進

- ① 関西駐在員との連携による、高知の非住宅木造建築を見学する産地商談会の実施
- ② 万博を契機に構築した木材のサプライチェーンを担う関西圏の協力企業との連携の強化
- ③ 友好・姉妹関係にある都市部自治体との関係強化と、設計会社等へのアプローチの継続

林業分野

目標

○ 産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高(年間)
出発点(R4): 237億円 ▶ 直近値(R6): 281億円
▶ 来年度目標値(R8): 266億円 ▶ 目標値(R9): 274億円

(1) 県内ものづくり企業の外商促進

- 拡 ① 土木技術コーデイナーの活動日数を拡大し、工法分野の支援体制を強化
- 新 ② ゼネコン、建設コンサル関係者を高知に招へいし、施工現場視察によるマッチングを支援
- (2) 「とさとさ」等を活用した販路開拓

新 (3) 高付加価値製品（ギフト・雑貨・土産品など）の外商促進

- ① 関西圏でのさらなる外商拡大に向けて、海洋深層水商品の商談機会を創出
- ② 大阪IR整備を見据え、関西圏における高付加価値製品（ギフト・雑貨・土産品等）の販路拡大に係る可能性を検証

商工業分野

さらなる認知度の向上や外商の拡大

3 IR連携プロジェクト

戦略の
方向性

大阪IRを契機に関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、**本県への誘客を促進**するとともに、新たに整備される関連施設等への**県産品等の外商拡大**に向けた取り組みを進める。

大阪IRが備える機能（例）

- (1) 観光シヨケース機能
①自治体等のPR機会創出
②観光コンシェルジュ配置 等
- (2) 送客機能
①バス及びフリーターミナル整備
- (3) 飲食施設
①飲食提供、食文化体験プログラム提供 等
- (4) 宿泊施設
①総客室数：約2,500室（3施設合計）
- (5) MICE施設
①収容人数合計：12,000人以上

機能の活用
に向けて

戦略 IR開発を見据えた、関係者との連携強化による継続的な情報収集

- 新**(1) 関西圏の関連団体との関係構築及び情報収集
①大阪観光局等との連携によるMGM大阪株式会社（大阪IR運営事業者）、大阪府・市等の担当等との緊密な意見交換による関係構築
②卸売市場関係者・企業等とのつながりを活用した新たなコネクションやセールの情報収集
- 新**(2) 県内関係者との情報共有
①市町村及び県内事業者等の関係団体との緊密な情報共有



大阪IR (2030年秋 開業予定)

- 経済波及効果
 - ・開業初年度まで 約2兆3,700億円
 - ・開業以降 約1兆1,400億円/年
- 年間来場者数 約2,000万人
⇒国内：1,400万人
海外：600万人

1 ～ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、**これまでのレガシー等を活用した「オール高知」での取り組みを展開**。また、**県内市町村等と連携し、関西とのつながりを強化・構築**。

移住

○関西圏からの移住者数(年間)
出発点(R4)：489人 ▶ 直近値(R6)：784人
▶ 来年度目標値(R8)：1,026人 ▶ 目標値(R9)：1,200人

○関西圏からの移住者のうちUターン者数(年間)
出発点(R4)：169人 ▶ 直近値(R6)：329人
▶ 来年度目標値(R8)：410人 ▶ 目標値(R9)：492人

戦略 情報発信等の強化と高知と関西のつながりの強化・構築

1 情報発信の強化とネットワークの拡充

(1) 万博レガシー等を生かしたプロモーションの展開

- 拡**① 万博会場で好評を博した「よさこい」「街路市」「食文化」といったSUPER LOCALな高知の魅力にスポットを当てたプロモーションを展開
- 拡**② 「SUPER LOCAL 高知家」をコンセプトに、県で実施する各分野の取り組みに加え、県内市町村の取り組みとも連携したプロモーションを強化

(2) 関西と高知を結ぶネットワークの拡充

- ① 県内市町村や団体、関西在住の本県ゆかりの方々等と連携した「オール高知」での取り組みのさらなる推進
- 拡**・関西在住の本県ゆかりの方々等と連携した取組を拡充
- 拡**・高知と関西の様々な主体（市町村、企業等）のつながりを構築・深化
- ・「とさとさ」を活用した県産品や観光情報等の発信

2 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

(1) 若者の定着・増加に向けた移住促進

- ① 本県出身者の多い関西圏からのUターン促進を図るため、Uターン者をターゲットにした就職・転職情報の発信やマッチングを強化
- 新**・大手求人サイトを活用した情報発信などによる転職希望層へのアプローチを拡大
- 拡**・求人サイト「高知求人ネット」にオススメ情報を表示する機能などを拡充
- 拡**・県内事業者の求人広告等に要する経費を支援し、求職者とのマッチングを強化

(2) 企業誘致の推進

- 拡**① 本県の強みや課題を踏まえた企業誘致の推進
- 新**② 企業誘致に関する情報発信基盤の構築
- 新**③ AI技術等を活用した誘致ターゲットの絞り込み
- 拡**④ 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

戦略の
方向性

Ⅱ 産業間の連携戦略

地産外商戦略の推進

連携テーマ《地産外商戦略の推進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県内市場の縮小に打ち勝つため、地産外商公社を核とした外商活動に取り組んできた結果、地産外商公社が支援する企業の令和6年度の県外売上額が653億円となるなど、地産外商公社の全国展開の推進により、順調に外商が伸びています。

輸出の取り組みは、国別、品目別に戦略を立て、販路拡大に取り組んだ結果、令和6年の食料品輸出額は過去最高の30.3億円となり、着実に増加しています。

これらの取り組みにより、国内外において順調に成果が拡大してきましたが、物価の高騰など、社会・経済環境が大きく変化しており、県経済の持続的な発展のためには、高付加価値型経営への転換とさらなる外商拡大が必要です。

② 第5期計画ver.3の取り組み

柱1 外商につながる地産の強化

取り組み1 市場が求める商品づくりへの支援

販路に直結した商品づくりを後押しするため、バイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援を強化します。

取り組み2 食品加工の生産管理の高度化支援

専門家を生産現場に派遣し、食品事業者の生産管理や衛生管理の向上の取り組みを支援します。

柱2 国内外商の拡大

取り組み1 地産外商公社を核とした外商の拡大

大手卸売事業者等との連携強化による販路開拓や、農業・水産業分野と連携した一体的な営業活動の推進等により、成約に直結する産地視察型商談を実施し、取引件数及び販売額の拡大を図ります。また、訪日外国人の増加を見据え、飲食チェーンやホテルグループ等へのアプローチを強化し、インバウンド需要の取り込みを図ります。さらに、大消費地である東京・大阪・名古屋を起点に、多様なネットワークを活用した外商の全国展開を加速します。

取り組み2 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

「とさとさ」を活用した商談機会の創出や、県内市町村や関西の高知ゆかりの方々・団体等との連携強化などにより、関西圏における外商拡大を目指します。

柱3 輸出の拡大

取り組み1 ターゲット市場での重点的な輸出拡大支援

輸出額の増加が見込まれるターゲット市場において、商社等と連携したインセンティブ型の販売促進を展開し、県産品の輸出拡大を図ります。また、国内外のバイヤー招へいによる産地視察や商談会の開催、海外量販店での高知フェアの実施等により、販路拡大と新たな輸出ルートの開拓を進めます。

取り組み2 新たな輸出品目（事業者）の掘りおこしによる輸出拡大

海外拠点での支援機能の強化、テストマーケティングの実施などにより、ユズ、水産物、土佐酒といった輸出基幹品目に続く新たな品目の発掘を図ります。さらに、貿易協会やJETRO等と連携し、輸出に取り組む事業者の掘りおこしや商品開発を支援します。

取り組み3 ALL高知（農、畜、水、加工品等各部局連携）での外商活動の強化

関係部局が連携し、「ALL高知」による一体的な外商活動を展開するべく、海外見本市への共同出展や新たな国・地域での合同賞味会の実施など、県産品を総合的に発信するプロモーションを強化し、面的な販路拡大を図ります。

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

「食のイノベーションベース」において、事業者の課題やレベルに応じた支援メニューを提供することで食品事業者の課題解決と人材の育成を図ります。

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

事業者の課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口「サポートデスク」において、生産から販売までの幅広い課題に対応します。

また、食品産業の成長を牽引するリーディング企業の育成を図ります。

《連携テーマ》 地産外商戦略の推進

～県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大～

《地産地消・外商課》
R8当初予算額 1,083,150千円

目指す姿

食品産業のイノベーションを推進し、県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大を目指す

分野を代表する目標

食料品製造業出荷額等

出発点 (R3) 1,034億円 ⇒ 現状 (R5) 1,149億円 ⇒ R8 1,267億円 ⇒ 4年後(R9)1,327億円 ⇒ 10年後(R15)1,427億円
※目標は「食料品製造業上」(飲料・たばこ・飼料製造業)の出荷額等の合計

「地産」の強化

柱1 外商につながる地産の強化

(1) 市場が求める商品づくりへの支援

- ① 売れる商品づくりへの支援
国内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援
マーケティング戦略や販売戦略の策定支援
- 新** 付加価値の高い商品づくりを「所得向上推進企業総合支援事業費補助金」により支援
- ② 輸出に対応した商品づくりへの支援
専門家による輸出対応商品の開発支援(賞味期限延長等)
- ③ 土佐酒ブランドの強化に向けた県産酒米の安定供給の確保
- ④ 工業技術センターによる商品開発等への支援

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- ① 生産性向上・衛生管理向上に向けた支援
- 新** 生産性向上に繋がる設備投資や、外商拡大に向けた国際衛生基準対応等を「所得向上推進企業総合支援事業費補助金」により支援
- 拡** 生産管理や衛生管理の専門家による個別現地支援を強化
- ② 食品表示の適正化を支援
食品の安全安心に向けた食品表示の対応支援



柱4 食品産業を支える産業人材の育成

(1) 商品企画力・開発力・外資力の向上

- ① 食品事業者の課題解決に向けた総合支援プラットフォームである「食のイノベーションベース」を運営
- 拡** 販路に直結したカリキュラムの拡充
優良事例の横展開に向けて関係団体との連携を強化(総会等での出張セミナーの開催等)
- ② 土佐FBCとの連携

柱2 国内外商の拡大

(1) 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
外商コーディネーターのネットワークを生かした営業活動の展開
- 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
- ③ 飲食店等への外商活動の強化
- 新** 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
- 拡** 中部エリアでの営業強化、九州・東北エリアへの販路拡大

新 ⑤ アフター万博における取組

うめきたエリアでの飲食店を中心とした高知フェアの開催
地域が一体となったブライディングによる商品の高付加価値化の支援

(2) 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

- ① 「とささ」を核とした外商活動
店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出
テストマーケティング等による県産品の磨き上げ
- ② 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上
SUPER LOCAL 高知家コンセプトと各分野の取り組みの連携
- 拡** 県内市町村や関西在住の高知ゆかりの方・団体等との連携
- ③ 関西圏のパートナーとの連携強化による外商拡大
- ④ IR開業による市場変化を見据えた情報収集の強化



成長を支える取り組みを強化

若者の所得向上につながる経営改革モデルの
優良事例の創出と横展開などを通じて、
高付加価値型経営への転換を強力に後押し

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

(1) 裾野の拡大も含めた総合支援

- ① 課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口である「サポートデスク」による支援
- 拡** 専門人材による事業者の生産から販売までの幅広い課題へのブジュー型の支援体制の強化
成長ポテンシャルのある事業者への重点的な伴走支援
優良な取り組み事例の創出と横展開の拡大

(2) 事業規模拡大に向けたサポート

- ① 事業戦略の策定支援
セミナー・個別相談の実施
- 新** 事業戦略の実行に必要な中核人材育成
や外部人材活用を取組を「所得向上推進企業総合支援事業費補助金」により支援
- ② 専門家派遣(生産性向上・衛生管理)

※専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」による伴走支援

柱3 輸出の拡大

(1) ターゲット市場での重点的な輸出拡大支援

- 新** ① 商流を持つ商社とのインセンティブ型販売促進
- 拡** ② 海外バイヤーの産地視察招へい・商談会の開催
- 拡** ③ 海外現地商社と連携した販路拡大への支援
- ④ 新たな輸出ルートの開拓に向けた国内外商社の産地招へいやオンライン商談を実施
- ⑤ 海外量販店等での高知フェアの開催

(2) 新たな輸出品目(事業者)の掘りおこし

- 新** ① イヤゼイブ導入による海外拠点の支援機能の強化
- 拡** ② コメ・青果物の輸出拡大に向けたテストマーケティング
- ③ マーケットニーズに対応した水産物の商品開発支援

(3) ALL高知での外商活動の強化

- 拡** ① 農・畜・水・加工品等各担当部局の連携による、バイヤー招へい、商談会・フェアの開催、見本市出展等
- ② 中国市場の動向を踏まえたシェア再獲得に向けた準備



(3) 成長を牽引する企業の創出

- ① リーディング企業の創出・育成
付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等の取り組みを支援

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

食料品製造業出荷額等 出発点(R3)1,034億円 ⇒ 現状(R5)1,149億円 ⇒ R8 1,267億円 ⇒ 4年後(R9)1,327億円 ⇒ 10年後(R15)1,427億円						
---	--	--	--	--	--	--

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 外商につながる地 産の強化	1 構造転換型 2 地域産業スケ ールアップ型	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間)	593億円 (R4)	653億円 (R6)	684億円	711億円	○
2 国内外商の拡大	2 地域産業スケ ールアップ型						
3 輸出の拡大	3 グローバル展開 型	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額(年間)	115億円 (R4)	172億円 (R6)	183億円	192億円	○
4 食品産業を支え る産業人材の育成	5 人材起点型						
5 事業拡大に向け た企業の成長を後押 し	1 構造転換型 4 課題解決型	食料品の輸出額(年間)	23億円 (R4)	30.3億円 (R6)	43.1億円	47億円	○

現状・課題

これまでの取り組み

1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進

食のイノベーション等補助金により事業者の商品づくりを支援
商品開発件数 H28～R6：638件

2 外商活動の全国展開の拡大・強化

地産外商公社の全国展開のさらなる推進、外商参画事業者のさらなる拡大
地産外商公社が支援する企業の県外売上高 R4：593億円→R6：653億円

3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

有望市場（米国、欧州他）を中心とした販路開拓・販売拡大事業の実施
貿易促進コーディネーター等による県内事業者訪問の実施
食料品の輸出額 H30：14.5億円 → R6：30.3億円

現状・課題

①これまでの取り組みにより、国内での外商や輸出において順調に成果が拡大してきたが、県経済の持続的な発展のためには、さらなる外商拡大が必要。

②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おらず、食料品製造業出荷額等は伸び悩んでいる。

1 外商につなげる商品が不足している。

- ①多様化する消費者ニーズに対応した付加価値の高い商品づくりと出口（販路）に直結した商品づくりが必要
- ②人口減少、高齢化の進行等により国内マーケットが縮小する中、輸出を強化するためには、海外の規制やニーズに対応した商品づくりが必要

2 生産工程の高度化が十分進んでいない。

①人手不足、エネルギー価格や物価高騰、脱炭素社会の進展などに対応するため、デジタル化などによる生産性の向上、省エネ化の推進といった取り組みが必要

3 他産業との比較における労働生産性の低下。

①自動化が難しい工程が多く、消費期限の短さや単価の安さ、商品サイクルの短さなどにより、投資に踏み出しづらい事業者が多い

4 人材の確保・育成が困難。

①競争が激しくなり、賃金水準やキャリアパスなどの点から人材の確保・定着が難しく、付加価値の高い商品の開発やノウハウの蓄積ができない悪循環が発生

5期計画（令和9年度）の目指す姿

①地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）

出発点（R4）593億円→現状値（R6）653億円→R8 684億円→4年後（R9）711億円

②食料品の輸出額

出発点（R4）23.0億円→現状値（R6）30.3億円→R8 43.1億円→4年後（R9）47.0億円
【主なアウトプット目標（KPI）】
食のイノベーション等参画事業者数：300事業者（R8）、商品開発・改良件数：200件（R8）

『商品開発による付加価値向上』と『生産性向上による構造転換』により、
持続的に経済が発展する高知県

①事業者の掘り起こし強化による国内外外商・輸出を行う事業者の裾野の拡大【量】

②事業者の商品開発力・生産力・外資力の強化による事業規模の拡大【質】



令和8年度の取り組み

（1）商品開発・改良に対する支援の強化（売れる商品づくり）

①売れることにこだわり、出口（販路）に直結した商品づくりを後押しするため、国内外のバイヤー等と連携して商品開発・改良を伴走支援

【実施例】 小規模向け：流通の基礎知識、原価計算等を学ぶ講座
中堅向け：小売業者との商談に直結する講座

②商品開発に対する支援

【新】付加価値の高い商品づくりを「所得向上推進企業等総合支援事業費補助金」により支援

（2）生産管理の高度化に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の促進）

【新】生産性向上に繋がる設備投資や、外商拡大に向けた国際衛生基準対応等を「所得向上推進企業等総合支援事業費補助金」により支援

【拡】専門家（生産管理・衛生管理）による個別現地支援を強化

（3）事業者の課題解決をサポートする総合支援の実施

「サポートデスク」による食品産業に関わる相談・支援のワンストップでのサポート

【拡】①専門人材による事業者の生産から販売までの幅広い課題※へのブシユ型の支援体制の強化
※商品開発、国内外外商・輸出、生産性向上、人材不足、女性が働きやすい職場環境づくりなど

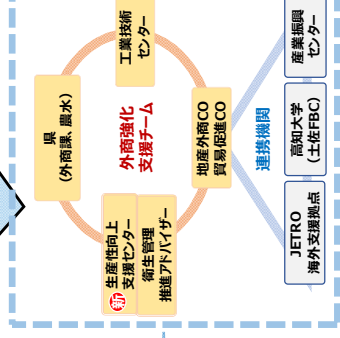
【新】②事業戦略の策定を支援。また、事業戦略の実行に必要な中核人材育成や外部人材活用等の取組を「所得向上推進企業等総合支援事業費補助金」により支援

（4）成長を牽引するリーディング企業を創出・育成

付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等につながる取り組みを支援



専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」による伴走支援



現状・課題

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

地産外商公社が支援する企業の県外売上額が順調に増加

【課題】

- ① 新規取引先の獲得に向けて、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が必要
- ② インバウンド需要の取り込みに向けた新規販路の開拓
- ③ 一次産品と組み合わせた一体的な営業提案
- ④ 東京・大阪・名古屋を起点とした、全国への販路拡大の加速
- ⑤ 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

(2) 関西圏における外商活動

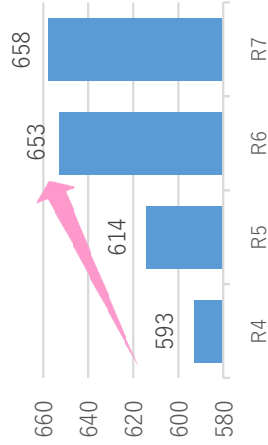
91 関西圏のパートナーと連携した外商拡大の取り組みや、県産品の販売機会の創出、食の魅力などの観光情報発信

【課題】

- ① 各分野の取り組みの効果的な運動
- ② 県内市町村や関西在住の高知ゆかりの方との連携

地産外商公社が支援する企業の県外売上高

	R4(出発点)	R6	R7
目標		631億円	658億円
実績	593億円	653億円	



K P I 検証

5 期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）

出発点（R4） 593億円⇒現状値（R6） 653億円⇒R8 684億円⇒4年後（R9） 711億円

【主なアウトプット目標（KPI）】 成約に直結する産地視察型商談会の開催160回（R8）、飲食店（チェーン含む）・ホテルでの高知フェア開催20回（R8）

- ① 卸売事業者や外食関連事業者、農水関連事業者などの多様な連携を生かした販路拡大と外商活動の加速化
- ② 関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化や、万博を契機とした需要増大に向けた外商拡大に取り組む

令和8年度の取り組み

1 卸売事業者との連携強化による外商拡大

- ① 外商コーディネーターのネットワークを生かした営業活動の展開

2 商談会・展示会の拡充強化

- ① インバウンド向け外食関連展示会への出展
- ② 出展事業者の発掘（初出展者を対象とした出展準備支援）



3 飲食店等への外商活動の強化

- ① 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
- ② 農業、水産業分野と連携した一体的な営業活動の推進

4 外商の全国展開に向けた営業活動の強化

- ① 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 アフター万博における取組

- ① うめきたエリアでの飲食店を中心とした高知フェアの開催
- ② 地域が一体となったブランディングによる商品の高付加価値化の支援



6 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

- (1) 「とささ」を核とした外商活動の強化
 - ① 店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出
- (2) 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上
 - ① [SUPER LOCAL 高知家]のコンセプトを活用し、各分野の取り組みを効果的に連動
 - ② 県内市町村や関西在住の高知ゆかりの方・団体等と連携した取り組みの展開
- (3) 関西圏のパートナーとの連携強化による外商拡大
- (4) IR開業による市場変化を見据えた情報収集の強化



現状・課題

(1) 農産物（ユズ含む）

- 現地企業への委託事業を通じた輸出ルートの拡大や商社との連携による販路の開拓を実施
（輸出額）R4 7.4億円 → R6 9.7億円

⇒ 国内外での引き合いの増加によるユズの生産拡大
⇒ ユズに次ぐ輸出有望品目の販路拡大・産地づくり

(2) 畜産物

- 土佐あかうしのタイ展示商談会への出展や現地輸入商社との連携によるプロモーションを実施
⇒ 高級部位（ロイン系）以外の需要創出

(3) 水産物

- 海外見本市への出展や水産物輸出促進コーディネートによる県内事業者の販路開拓の支援等を実施
（輸出額）R4 2.2億円 → R6 5.5億円（加工品除く）
- ⇒ 中国の日本産水産物の輸入停止による販路の減少
⇒ マーケットニーズに対応した商品提案

(4) 加工品（酒類含む）

- 海外展示会における農畜水産物・加工品の共同出展
- JETRO等との連携による新たに輸出に取り組み事業者への支援強化
（輸出額）R4 13.4億円 → R6 15.7億円
（生産体制の強化への支援）R2 4件→R7 24件（延べ）

⇒ 食用米の急激な高騰による酒米の安定供給
⇒ 輸出に取り組み県内事業者の裾野拡大
⇒ 土佐酒の既存ルートにおける販売量の拡大

食料品の輸出額 ※R6 貿易実態調査より

	R4(出発点)	R6
目 標		36.7億円
実 績	23.0億円	30.3億円

K P I 検 証

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

目標値

輸出額 出発点（R4）23億円⇒現状値（R6）30.3億円⇒（R8）43.1億円⇒4年後（R9）47億円

※戦略品目（有機ユズ・ミカン・ブリ類・リキュール等）含む				
品目別	R6実績	R7目標	R8目標	
ユズ（玉、皮、果汁）	8.8億円	5.5億円	6.3億円	
水産物	5.5億円	14.9億円	15.5億円	
酒類	6.3億円	10.2億円	11.2億円	
その他加工品等	9.7億円	9.5億円	10.1億円	

- ① **基幹品目**（ユズ・水産物・土佐酒）**及び戦略品目**（有機ユズ・ミカン・和牛・ブリ類・リキュール等）の**生産拡大、新たな輸出品目の発掘**
- ② **輸出先国ごとの品目の設定や現地商社との連携等による戦略的な外商活動の展開**
- ③ **輸出に意欲的な事業者への支援の強化**

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

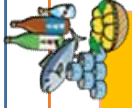
- 新** ① 商流を持つ商社等と連携したインセンティブ型の販売促進（酒類・加工品）
- 拡** ② 東南アジアのバイヤー等を招へいし、産地視察や商談会の開催（農産物）
- 拡** ③ 現地輸入商社（タイ）との連携（ロイン系以外のメニュー提案含む）による販路拡大への支援等（畜産物）
- 拡** ④ 国内外商社の産地招へいやオンライン商談による新たな輸出ルート開拓（水産物）

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** ① インセンティブ導入による海外拠点での支援機能の強化（全般）
- 拡** ② セミナー開催やテストマーケティングによる、ユメや青果物の輸出拡大（農産物）
- ③ ユズ（有機的栽培含む）の生産量の増強への支援（農産物）
- ④ 土佐酒ブランドの強化に向けた県産酒米の安定供給の確保（酒）
- ⑤ 貿易協会、JETRO等と連携した、輸出に取り組み事業者の掘りおこしやマーケットニーズに対応した商品開発等の支援（水産物・加工品）

3 ALL高知（農、畜、水、加工品等各部局連携）での外商活動の強化

- 拡** ① 海外見本市への共同出展や新たな国での合同賞味会の実施
- 拡** ② バイヤー等の招へいによる商談機会の拡充・フェア開催による販売拡大
- ③ 中国市場の動向を踏まえたシェア再獲得に向けた準備



Ⅱ 産業間の連携戦略

起業や新事業展開の促進

連携テーマ《起業や新事業展開の促進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

これまで「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」による産業人材の育成や「こうちスタートアップパーク」による起業の促進、産学官民連携及び企業間連携による新事業展開の促進を進めてきました。

本県の持続的な経済成長を図るためには、若者にとって魅力のある仕事の創出をはじめ、起業支援のさらなる強化や県内外企業等によるイノベーションや新事業創出の取り組みを促進することが必要です。また、これらの実現のためには企業力の向上が必要であり、それを下支える産業人材の育成が重要となります。

② 第5期計画ver.3の取り組み

産業の創出や若者の雇用拡大につなげることを目的として、産学官民連携による起業や新事業展開の促進に取り組んでいきます。

柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

・起業の促進

県内で起業を考えている方に対し、起業相談や起業の準備段階に応じた各種プログラムの提供により、県内全域での起業を支援します。

また、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」を「こうち起業・創業支援プラットフォーム（KSP）」へと改め、起業に必要な情報を一元的かつ分かりやすく発信していくとともに、時間や場所を選ばず起業準備を進められるよう、オンライン講座の充実にも取り組んでいきます。

さらに、商工団体等の支援機関や市町村との連携を強化し、切れ目のない支援を実施します。

・新事業展開の促進

金融機関や商工団体等の支援機関と連携し、新事業展開の必要性は感じているものの、まだ取り組めていない企業等にプッシュ型のサポートを行うとともに、市場調査やニーズ把握などにかかる経費を補助する制度を新たに設け、企業の新たな事業展開を強力に後押しします。

また、「ローカルイノベーションプラットフォーム」を通じ、本県を事業フィールドとして新事業に取り組もうとする全国のスタートアップ企業等の呼び込みを強化します。

さらに、次世代産業創造プロジェクトである「ヘルスケアイノベーションプロジェクト」や「アニメプロジェクト」を推進し、イノベーションの創出を図ります。

加えて、本県へのスペースポート開発の実現可能性について検討するため、専門機関による調査の実施及び産学官の関係者や有識者による研究を行います。

・産業人材の育成

ビジネスに関する基礎知識から応用・実践力まで、ニーズに合わせて体系的に身につけられる人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー」を通じて、本県の産業振興を担う人材を育成します。

経営・マネジメント人材の育成につながる連続講座を引き続き実施するとともに、誰でも参加しやすい環境を提供するため、学びのきっかけとなる単発の講座を新たに開催します。

《連携テーマ》起業や新事業展開の促進 ～産学官民連携による新たな挑戦が行われる環境づくり～

目指す姿

起業や新事業展開の促進による新たな産業の創出や若者の雇用拡大

分野を代表する目標

- ① 創業支援等事業計画に基づく起業・創業件数 出発点 (R6) : 116件 ⇒ R8目標 : 120件 ⇒ R9目標 : 150件
- ② ココプラの支援を通じた新事業展開件数 出発点 (R6) : 4件 ⇒ R8目標 : 20件 ⇒ R9目標 : 35件

日本一の手厚い支援！～挑戦する方を全力でサポートするプラットフォーム～

すそ野を広げる

着実に事業化につなげる

事業を継続・成長させる

起業の準備から事業成長まで、「こうち起業・創業支援プラットフォーム」において、ワンストップでサポート ～アイデアをカタチにするための、あらゆる支援がココに～

(1) 起業相談対応等

- ・起業コンシェルジュによる幅広い相談対応 (高知・東京・大阪)
- ・地域で活動する団体と連携した相談対応

柱1

- ・よろず支援拠点や商工団体等と連携した相談対応
- ・市町村における創業支援等事業計画の策定を支援

起業

(2) 起業気運の醸成

- ・県内の小中高校生を対象とした起業家講演の実施
- ・起業家と都市部の学生等との交流会やビジネスコンテストを開催
- ・起業の知識を学ぶ講座や交流会の実施

起業タイプに応じた支援

- ① **なりわい型** <経験やスキルを活かして起業>
 - ・地域資源を活用した起業を後押しする連続講座の実施
- ② **事業承継型** <経営資源を引き継いで起業>
 - ・事業を譲りたい方と引継ぎたい方とのオンラインマッチングやバスツアーを実施
 - ・事業承継に必要な経費を補助
- ③ **成長志向型** <事業規模の拡大を見据えて起業>
 - ・都市部の起業家によるセミナーや起業家による伴走支援等を実施
 - ・事業規模拡大に必要な資金の調達を支援

起業

起業・新事業の総合情報サイトへ

リユニーク



- <県内の支援情報>
 - ・相談窓口
 - ・セミナー、プログラム
 - ・融資、補助金
 - ・成功事例の紹介

次の成長を見据え、各社の強みを活かした新たな事業展開を力強く後押し ～企業の挑戦と進化を支える支援がココに～

(1) 関係機関と連携したプッシュ型のサポート

- ① **新分野進出**
 - ・新事業展開の初期段階の取組にかかる経費を補助
 - ・アドバイザーによる技術、マーケティング、事業戦略等の助言
- ② **新製品・新サービス開発**
 - ・実証実験や製品開発にかかる経費を補助
 - ・アドバイザーによる技術、マーケティング、事業戦略等の助言
 - ・県内高等教育機関の研究者等へのつなぎ

(2) 本県で新事業に取り組む県外企業の呼び込み

- ・ローカルイノベーションプラットフォームを通じて、本県をフィールドとして新事業を行う企業等を呼び込み

次世代産業創造プロジェクト

- ・ハルスケイイノベーションプロジェクト
- ・アニメプロジェクト

新・宇宙産業

新事業のタイプに応じたサポート

- ① **新分野進出**
 - ・新事業展開の初期段階の取組にかかる経費を補助
 - ・アドバイザーによる技術、マーケティング、事業戦略等の助言
- ② **新製品・新サービス開発**
 - ・実証実験や製品開発にかかる経費を補助
 - ・アドバイザーによる技術、マーケティング、事業戦略等の助言
 - ・県内高等教育機関の研究者等へのつなぎ

金融機関や支援機関等と連携

- ・事業戦略や経営計画の策定支援
- ・事業承継やM&Aのサポート
- ・国等の補助制度活用サポート

事業化・拠点設置

事業展開の支援

- ① **人材育成のサポート**
 - ・土佐MBAによる講座の実施
- ② **販路開拓のサポート**
 - ・展示会出展等への支援の実施
- ③ **専門人材等によるサポート**
 - ・商工団体の経営指導員等による伴走支援の実施
- ④ **資金調達**
 - ・金融機関等との連携による支援

柱3

人材育成

ビジネスの基礎知識から応用・実践力まで身につけられる学びの場「土佐まるごとビジネスアカデミー (土佐MBA)」の提供

- ・経営・マネジメント人材の育成につながる連続講座の開催
- ・誰でも参加しやすい単発の講座を新たに開催
- ・受講者の異業種交流やネットワーク構築につながる交流会を開催



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

産学官民連携による起業・新事業展開件数

① 創業支援等事業計画に基づく起業・創業件数

② ココブラの支援を通じた新事業展開件数

出発点(R6): 116件 ⇒ R8目標: 120件 ⇒ R9目標: 150件

出発点(R6): 4件 ⇒ R8目標: 20件 ⇒ R9目標: 35件

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 起業・新事業展開 に向けた総合的なサ ポート	1 構造転換型 5 人材起点型	創業支援等事業計画に基づく起業・創業件数	116件 (R6)	116件 (R6)	120件 (R8)	150件 (R9)	○
		県産学官民連携センター(ココブラ)の支援を通じた新事業展開 件数	4件 (R6)	8件 (R7)	20件 (年間)	35件 (R9)	○
		土佐MBA(連続講座)の受講を通じた起業・新事業展開件数(累 計)	—	—	3件 (年間)	12件 (R6~R9)	

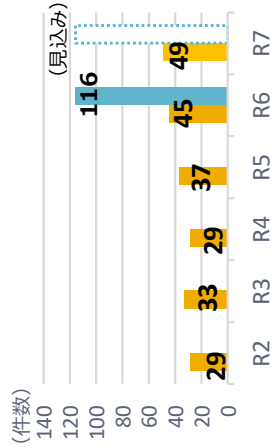
目的

起業にチャレンジする方を切れ目なく支援するため、県内の市町村や商工団体等と連携した体制を構築し、県内全域での起業を促進する。

現状・課題

<起業・創業件数>

■ うちスタートアップパークのサポートを通じた起業
■ 創業支援等事業計画に基づく起業・創業



<現状>

- ① 起業希望者のニーズに応じて毎年プログラムを充実
- ② 起業件数は増加傾向

<課題>

- ① 県と商工団体等の間で、情報共有など連携が十分に取れていない
- ② 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
- ③ 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
- ④ 起業の準備を進めたくても、日程等が合わずに講座に参加できない方が一定数いる

令和8年度の取り組み

起業に関心がある

1 学生や若者との交流等

ミートアップイベント
(起業家との交流)

ビジネスプラン
コンテスト

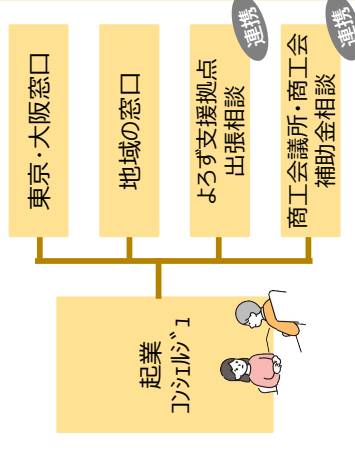
大学等との
連携講義

起業気運の醸成

④ 起業家による講演
(県内小中高生)

起業を考え始めた

2 起業相談



3 知識を学ぶ・仲間をつくる講座等

入門講座
基礎講座
交流会

起業に向けて準備を進めている

4 起業タイプや準備段階に応じた講座等

- ① なりわい型 経験やスキルを活かして起業
● 事業アイデアの実現に向けた講座等

地域資源活用
起業プログラム

④ 起業実践
オンライン講座
策定セミナー

- ② 事業承継型 経営資源を引き継いで起業
● 事業を譲りたい方と引継ぎたい方をマッチング

オンライン
マッチング

継業
バスツアー

- ③ 成長志向型 事業規模の拡大を見据えて起業
● 都市部で活躍する起業家等によるプログラム

スタートアップ
セミナー

起業家の
伴走支援
プログラム

- ⑤ 起業家による講演
(県内小中高生)

起業直前

5 資金調達の支援

- 起業の準備に必要な経費を支援

起業支援
事業費補助金

商業等機能維持
支援事業費補助金

空き店舗対策
事業費補助金

- 事業承継に必要な経費を支援

事業承継等推進
事業費補助金

事業承継
奨励給付金

- 事業に必要な資金の調達を支援

創業者等
応援融資

金融機関
ベンチャーキャピタル

起業後

6 継続・成長支援

土佐
MBA

金融機関

商工団体
よろず支援拠点

民間
起業支援団体

県内の支援機関との連携体制の構築（県、金融機関、商工団体、よろず支援拠点等）
担当者ネットワーク会を開催・連携強化により、切れ目ない支援を実施

目的

若者にとって魅力のある仕事をつくり、県内定着を促進するため、新たな事業に取り組む県内企業への支援や、県外企業への支援を強化し、本県における新事業展開を促進する。

現状・課題

<現状>

- ① 県及び支援機関が行う県内企業の新事業展開支援策の活用は、意欲のある一部の企業に留まっている。
- ② 地域課題をビジネスチャンスと捉える県内外の企業は多いが、既存の技術・サービスの導入で解決出来る案件の場合、県内での新事業展開につながらない。

<課題>

- ① 新事業に取り組むべき企業※へのアプローチが十分でない。
※成長のために新たな事業の柱をつくる、事業継続のため業態転換を図る 等
- ② 県内で新事業展開を促進するため、県外から企業を呼び込むことも必要

令和8年度の取り組み

すて野を広げる

新事業に関心はあるが着手できない企業

新

関係機関と連携したプッシュ型のサポート

強化①

金融機関や支援機関等と連携して企業を訪問し、企業の強みを生かせる新たな事業の検討を後押し

・新たな技術の活用、全国展開を見据えた販売戦略等の視点で事業内容を磨き上げを支援

やりたいことが決まっている企業

拡

ローカルイノベーションプラットフォーム

強化④

高知県で新たな事業に取り組む県外企業

課題先進県である本県を新事業展開のフィールドとしてアピールし、県外企業を呼び込むことで、県内での新事業展開を促進

着実に事業化につなげる

産業イノベーション課

新事業創出支援事業費補助金

新

新事業子ランチ支援

強化②

実証等支援

・新事業のための実証にかかる経費を補助

製品開発支援

・製品・サービス開発にかかる経費を補助

外部アドバイザー等

・イノベーション促進アドバイザー（技術、マーケティング、事業戦略等の専門家による助言）
・産学官民連携コーディネーター（高等教育機関の研究者等の紹介）

商工労働部

事業承継等推進事業費補助金

戦略的製品開発推進事業費補助金

事業戦略策定・実行支援

県内の金融機関や支援機関との連携体制の構築（県、金融機関、商工団体、事業承継センター等）担当者ネットワーク会を開催・連携強化により、切れ目ない支援を実施

新

新たな事業アイデア

事業化

事業を継続・成長させる

関係機関のネットワークで支援

金融機関

事業承継センター

産振センター

コプラ

商工団体

土佐MBA

ビジネスに関する様々な講座

事業を継続・成長させる

強化③

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

拡 アニメプロジェクト

Ⅱ 産業間の連携戦略

移住の促進

連携テーマ《移住の促進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

本県では、全国に15年先行して人口が自然減の状態に陥り、県内各地域では、空洞化や担い手不足などの諸問題が顕在化し、将来の予測もこれまで以上に不確実性が増しています。

平成25年度に移住促進策を抜本強化し、官民協働、市町村との連携協調のもと、取り組みを進めてきた結果、県外からの移住者の大幅な増加（H23：120組241人→R6：1,734組2,241人）につながる等の成果も現れています。

一方で、人口減少に歯止めをかけるためには、さらなる移住者の増加が大きな鍵となっており、市町村や各分野の担い手確保の取り組みとさらなる連携を図る必要があります。

② 第5期計画ver.3の取り組み

目指す姿「県外からのUターン者やIターン者、特に若者や女性の増加による地域と経済の活性化」を実現するため、県外からの移住者数を、令和9年度には3,000人以上、令和15年度には5,000人以上を目指し、令和8年度は、戦略の柱1から3に基づく移住促進策を強化するとともに、UIターンの決め手となる「仕事」に着目した転職対策の強化を図ります。

加えて、転職のタイミングで若者が県外に流出することを抑制するため、県内転職支援の強化にも取り組みます。

柱1 裾野を広げる

関係人口の拡大に向けて、ゆる県民倶楽部アンバサダーによる高知の身近な情報発信や、ANAと連携して実施する二地域居住を促進する取り組みを強化するなど、関係人口の拡大につなげます。

また、新たな移住関心層の獲得に向けて、デジタルマーケティングの手法を活用した県外への情報発信の対象分野を拡げ、宿泊業や婚活イベントなど新たな分野の情報発信にも活用し、ターゲットのニーズに合わせた効果的なアプローチを強化します。

柱2 マッチングの強化を図る

特に若者の移住の決め手となる「仕事」に着目したUIターン転職支援の強化を図るため、県内事業者の採用活動に必要な求人広告や情報発信等に要する経費を支援するとともに、求人サイト「高知求人ネット」にオススメ情報を表示するなど機能を拡充し、仕事のマッチング力を強化します。

柱3 受入環境を整え定住につなげる

中山間地域の担い手として欠かせない地域おこし協力隊の確保に向けて、デジタルマーケティングを活用した募集情報の発信の強化を図ります。あわせて、協力隊の定着・定住に向けたサポート人材を育成する取り組みなど、任期中のサポート体制を強化します。

また、各市町村の定住施策を後押しするため、人口減少対策交付金を活用し、移住者の住まい確保などに取り組む市町村を支援します。

転職対策の強化

UIターンを希望する若者に県内企業の魅力や求人情報をこれまで以上に強力に発信するため、大手求人サイトなどを活用した情報発信を強化するほか、県内企業の採用活動に必要な求人広告や情報発信等に要する経費を支援し、県内はもとより、県外からの転職や新卒就職も含めた企業の人材確保を支援します。

加えて、転職に伴う県外転職を抑制するために、UIターンサポートセンター内に県内転職を支援する拠点を新たに設置します。

《連携テーマ》移住の促進 ～若者の定着・増加に向けた移住促進～

目指す姿

県外からのUターン者、特に若者や女性の増加
による地域と経済の活性化

移住者数の
推移

H23	H30	R元	R2	R3	R4	R5	R6
120組 241人	934組 1,325人	1,030組 1,475人	963組 1,394人	1,167組 1,638人	1,185組 1,730人	1,437組 1,930人	1,734組 2,241人

分野を代表する目標

県外からの移住者数

出発点 (R4) 1,730人 ⇒ 現状 (R6) 2,241人 ⇒ (R8) 2,850人 ⇒ 4年後 (R9) 3,000人以上 ⇒ 10年後 (R15) 5,000人以上

《戦略の柱と移住・定住に向けた取り組みイメージ》

戦略の柱 1 裾野を広げる

1. 交流人口・関係人口の拡大

デジタルマーケティングを活用し新たな関心層を獲得

① 観光等の各種プロモーションと連携したアプローチ

2. 移住ポータルサイト・SNSへの取り込み

興味・関心を喚起する情報を発信

① ターゲットのニーズに合わせた情報発信

3. フェア・相談会・交流会への参加促進

移住に向けた行動に誘導

① U・Iターン促進につながる魅力的なイベントの実施

戦略の柱 2 マッチングの強化を図る

4. 顧客化

マッチングの精度向上により移住を後押し

① 地域の人材ニーズの掘り起こしとマッチング力の向上

② 県、U・Iターンサポートセンター、市町村、各産業団体が連携した、きめ細かな相談対応

戦略の柱 3 受入環境を整え定住につなげる

5. 移住・定着

豊富な仕事と住まいを提供し移住・定着を支援

① 市町村や民間団体等と連携した受入体制の充実

② 移住後の定住や地域での活躍をサポート

《強化のポイント・主な事業》

ポイント 1 関係人口の拡大とデジタルマーケティングの強化

(1) 関係人口の拡大に向けたアプローチの充実

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

(2) デジタルマーケティング等を活用した新たな関心層の獲得

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

(3) ターゲット層を意識したイベント等の実施

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

ポイント 2 きめ細かな相談体制のさらなる充実

(4) UIターン転職支援の強化

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

ポイント 3 中山間地域の仕事と住まいの確保に向けた取組を強化

(5) 地域おこし協力隊の確保・支援の強化

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

(1) 「仕事」に着目した情報発信とマッチング

＜情報発信＞

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

(2) 県内の職業紹介企業と連携した求人情報の発信とマッチング機会の創出

＜マッチング＞

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

(2) 若者の転出抑制に向けた県内転職支援の強化

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿



ポイント 4 若者の転出抑制に向けた県内転職支援の強化

(7) 県内在住の若者の転職活動をサポートする取組を強化

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

＜転出抑制＞

転職による県外転出の抑制を図る

① ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

連携テーマ（移住の促進）で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外からの移住者数
出発点 (R4) 1,730人 ⇒ 現状 (R6) 2,241人 ⇒ (R8) 2,850人 ⇒ 4年後 (R9) 3,000人以上 ⇒ 10年後 (R15) 5,000人以上

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の類型	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後 (R9) 目標値	重点施策 該当
1 裾野を広げる	4 課題解決型	新規相談者数 (年間) うち高知県出身者の割合 (年間)	3,962人 (R4) 19% (R4推計値)	5,446人 (R6) 13% (R6)	5,470人 24%	5,560人 25%	○
2 マッチングの強化を図る	4 課題解決型	窓口での相談から移住への移行率 (年間)	43.7% (R4)	41.1% (R6)	45.2%	46.7%	
3 受入環境を整え定住につなげる	4 課題解決型	県外からの移住者数 (年間) うちUターン者の割合 (年間) ※県把握分 移住後3年目の県内定着率 (年間)	1,730人 (R4) 34% (R4) 87% (R4)	2,241人 (R6) 39% (R6) 89% (R6)	2,850人 40% 89%	3,000人以上 41% 90%以上	○ ○

매주

【調査結果1】転入・転出に占める「転職者」の割合

- 【調査結果2】「転職」による県外転出者の実態（上記の結果を受けて県外転出者の実態を把握するアンケート調査）

- ◆**県外で転職した方の約8割が県内での転職を視野**
- ◆**民間の転職サイトから求人情報入手する傾向**

每

④採用活

勤

STX

附录

— 10 —

金太郎

風路

 $\langle$ 

Ⅱ 産業間の連携戦略

県内就職の促進

連携テーマ《県内就職の促進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

本県では、毎年約2,000人の若者が県外大学に進学していますが、Uターン就職をする学生が少ないことなどから、これまで、高知家の就活応援サイト「高知おしごと部」による県内事業者の採用情報の発信をはじめ、県内外の大学の就職担当者と県内事業者との意見交換などを実施してきました。

また、県内事業者の採用力の向上を図るため、セミナーの開催や専門家派遣による個別支援に取り組んでいるほか、令和6年度からは、奨学金返還支援制度を運用しています。

こうした取り組みにより、大学生等のUターン就職率は、R2.3卒18.6%→R5.3卒21.3%と徐々に改善していましたが、令和7年3月卒業者は17.8%と再び落ち込むこととなりました。この要因としては、近年の学生の売り手市場の影響などを受け、学生がより労働条件の良い都市部の大手企業を志望する傾向が強まってきていることなどが考えられます。

より多くの学生等に就職先として県内事業者を選んでもらうためには、事業者・教育機関・行政が一層連携を強化し、一丸となって取り組む必要があります。

② 第5期計画ver.3の取り組み

目指す姿「地域の仕事を知る児童・生徒や魅力ある県内事業者が増加することにより、県内就職を志す若者が増える」の実現に向けて、柱1から3に基づき、キャリア教育や県内事業者の魅力向上に取り組むとともに、学生や転職を考えている方へのアプローチを強化するなど、それぞれの段階に応じた施策を実施することで、県内で就職する若者の増加を図ります。

柱1 キャリア教育の推進 ～地域の仕事（事業者）を知ってもらう～

事業者及び教育機関と連携し、子どもたちが学校教育の段階から、本県の産業や仕事の魅力について知る機会の充実を図るとともに、そこで働く人々と交流することを通じて、地域への誇りと愛着を育てます。

また、具体的な就職先を決めていない就職活動前の学生が県内の事業者等と交流する機会を創出し、経営者の熱い思いや従業員のやりがいなどを伝える取り組みを促進します。

柱2 県内事業者の魅力向上 ～学生等から選ばれる事業者になる～

意欲的にスケールアップを目指す「100億企業」の登録制度や経営者が共に学び合う場を設け、若者が魅力を感じる企業の創出に取り組めます。

また、事業者の採用力の向上に向けて、SNSの活用やオンライン面接への対応など、昨今の採用トレンドを反映したセミナーを開催するほか、奨学金返還支援制度の広報の充実に取り組めます。

柱3 情報発信の強化 ～学生等に県内企業の情報を届ける～

LINEで情報を届ける新しい仕組みの構築や、大手求人サイトを活用した求人情報の発信、県内企業の採用活動に必要な求人広告や情報発信などに要する経費への支援を行います。

また、転職をきっかけとして県外へ流出する若者が一定数いることを踏まえて、新たに県内転職支援拠点を設置し、転職を検討する県内の若者へ情報発信とマッチング支援を実施します。

<<連携テーマ>> 県内就職の促進 ～キャリア教育の推進と県内事業者の魅力向上～

目指す姿

- あらゆる産業分野で担い手不足が深刻化している中、県民に地域の仕事（事業者）が十分に知られていない。学生等から積極的に就職したいと思われれる事業者となるための魅力向上が必要。
- 地域の仕事を知る児童・生徒や魅力ある県内事業者が増加することにより、県内就職を志す若者が増えることを目指す。

分野を代表する目標

項目	出発点 R4(R5.3卒)	現状値 R6(R7.3卒)	R8 (R9.3卒)	R9 (R10.3卒)	R15 (R16.3卒)
県内出身・県外大卒生のUターン就職率	21.3% 181人	17.8% 173人	23.4% 218人	24% 220人	28% 240人
県外出身・県外大卒生のIターン就職者数	36.0%	32.9%	42.0%	42.0%	42.0%
県内大卒生の県内就職率					

項目	出発点 R4(R5.3卒)	現状値 R6(R7.3卒)	R8 (R9.3卒)	R9 (R10.3卒)	R15 (R16.3卒)
県内専門学校教育生の県内就職率		72.8% 71.6%	80% 75%	80% 75%	80% 75%
県内高校生の県内就職率					

柱1 キャリア教育の推進 ～地域の仕事（事業者）を知ってもらう～

商工業	観光・建設業	医療・福祉	農林水産業	その他
・教委と各産業分野所管部局が連携して推進				
小学生 ・学校の動画活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	小学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	小学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	小学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	小学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進
中学生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	中学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	中学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	中学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	中学生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進
高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	高校生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	高校生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	高校生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	高校生～高校生 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進
大学生等 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	大学生等 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	大学生等 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	大学生等 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進	大学生等 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進 ・「Work for Kids」の活用促進

柱2 県内事業者の魅力向上 ～学生等から選ばれる事業者になる～

【所得向上に向けた取り組み】

- (1) 若者の所得向上につながる高付加価値型経営への転換
 - ・所得向上推進企業等総合支援事業補助金により県内事業者の高付加価値化、生産能力の向上、販路開拓等を支援
- (2) 価格競争環境に向けた環境整備

【労働環境の改善に向けた取り組み】

- (1) 働き方改革の推進
 - ・働きやすい労働環境整備の支援
 - ・働き方改革コンサルタントによる伴走支援（**拡**）支援分野の拡大
 - ・ワークライフバランス推進企業認証制度の推進や男性育休の取得促進
- (2) 女性活躍の環境づくり
 - ・一次産業や建設業における女性進出の後押し
 - ・女性のキャリア形成支援

【事業者の採用力向上の支援】

- ・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、専門家派遣による伴走支援
- ・県内企業の採用活動に必要な求人広告等の経費を支援
- ・奨学金返還支援
- ・大学就職担当者企業との情報交換会

【関係機関等と連携した就職支援】

- ・就職支援コーディネーターによる就職サポート
- ・ジョブカフェ
- ・高知家の女性ご応援室
- ・看護協会等との連携
- ・福祉人材センターによる無料職業紹介や就職支援
- ・JA無料職業紹介所との連携

【Uターン就職の促進】

- ・大手求人サイトと連携した求人情報の発信などによる転職希望層へのアプローチを拡大
- ・県内の職業紹介企業と連携した求人情報の発信とマッチング機会の創出
- ・求人サイト「高知求人ネット」の閲覧者にオースメ情報を表示するなど機能を拡充
- ・県内企業の採用活動に必要な求人広告等の経費を支援（再掲）

【県内在住の転職希望者へのアプローチの強化】

- ・県内での転職を支援する拠点を設置し、転職を検討する県内の若者へ情報発信とマッチングサポート
- ・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強化
- ・県内での就職やスキルアップに係る支援策の周知
- ・就職フェア、産業別の相談会等（労働局）

柱3 情報発信の強化 ～学生等に県内企業の情報を届ける～

- ・学生や保護者に、タイムリリーな情報提供を目的としたLINEで情報発信する新しい仕組みを構築
- ・高知家の就業支援サイト「高知はごど部」による県内企業の情報発信

【県民への情報発信の強化】

- ・学生や保護者に、タイムリリーな情報提供を目的としたLINEで情報発信する新しい仕組みを構築
- ・高知家の就業支援サイト「高知はごど部」による県内企業の情報発信

【県内就職の実現】

地域の仕事を知る児童・生徒や魅力ある県内事業者が増加している！

- ・大手求人サイトを活用した広報
- ・県内企業の採用活動に必要な求人広告等の経費を支援（再掲）
- ・奨学金返還支援制度の広報の強化
- ・県外在住の学生が県内で就職活動を行う際の交通費等への支援
- ・転職を検討する県内の若者への情報発信の強化（再掲）



連携テーマ（県内就職の促進）で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県内出身・県外大学生のUターン就職率(年間) 出発点R4(R5.3卒)21.3% ⇒ 現状値(R6(R7.3卒))17.8% ⇒ R8(R9.3卒)目標:23.4% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:24% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:28%
県外出身・県外大学生のIターン就職者数(年間) 出発点R4(R5.3卒)181人 ⇒ 現状値(R6(R7.3卒)):173人 ⇒ R8(R9.3卒)目標:218人 ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:220人 ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:240人
県内大学生の県内就職率(年間) 出発点R4(R5.3卒)36.0% ⇒ 現状値(R6(R7.3卒)):32.9% ⇒ R8(R9.3卒)目標:42.0% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:42.0% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:42.0%
県内専門学校生の県内就職率(年間) 出発点R4(R5.3卒)72.8% ⇒ 現状値(R6(R7.3卒)):72.0% ⇒ R8(R9.3卒)目標:80% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:80% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:80%
県内高校生の県内就職率(年間) 出発点R4(R5.3卒)71.6% ⇒ 現状値(R6(R7.3卒)):68.6% ⇒ R8(R9.3卒)目標:75% ⇒ 4年後(R9(R10.3卒))の目標:75% ⇒ 10年後(R15(R16.3卒))の目標:75%

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の類型	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 キャリア教育の推進 ～地域の仕事 (事業者)を知っても らう～	⑤人材起点型	交流イベントへの学生の参加者数(累計)	—	100人 (R7)	240人 (R7～R8)	360人 (R7～R9)	
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～	⑤人材起点型	100億企業登録数 ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計) 企業の魅力発信支援セミナーへの参加事業所数 奨学金返還支援事業への学生等の事前登録者数(累計)	—	—	20社 (R8)	30社 (R8～R9)	
3 情報発信の強化 ～学生等に県内企 業の情報を届ける～	⑤人材起点型	県からの情報提供のためのメルマガ登録の新規登録者数 県内転職支援拠点を通じた就職者数	617人 (R4)	54人 (R8.2)	130人 (R6～R8)	180人 (R9)	
			—	—	60社 (R8)	160社 (R8～R9)	

Ⅲ 次世代産業創造プロジェクト

次世代産業創造プロジェクトの取り組みの概要

■ ヘルスケアイノベーションプロジェクト

① 第5期計画ver.3の取り組み

産学官金が連携して、ヘルスケア分野の新製品やサービスの事業化を支援することで、県外企業の誘致を促し、ヘルスケア関連産業の集積とイノベーションの創出を図る「ヘルスケアイノベーションプロジェクト」を進めています。

支援企業と県内関係機関との交流の場を設け、支援企業の技術・サービスと県内関係機関の課題の相互理解を深めることで、実証実験などの連携事業を促進します。

また、実証実験を支援する補助金の要件を見直し、より多くの企業が活用できるように見直しを行います。

こうした取組を通じて支援企業の事業化を後押しすることで、県内への拠点開設につなげていきます。

■ アニメプロジェクト

① 第5期計画ver.3の取り組み

産学官金が連携して、アニメクリエイターの育成を通じてアニメ関連企業を呼び込むことで、県内にアニメ産業を集積し、若者や女性の雇用の創出や地域産業活性化につなげる「アニメプロジェクト」を進めています。

人材育成の取り組みとして、県内外の生徒・学生を対象とした講座や情報発信を拡充するとともに、アニメを教えることができる専門人材が県内にいない場合でも、効果的に学習が進められる教材の導入の可能性を検証するワークショップを新たに実施します。

企業誘致については、コンテンツ産業を基幹産業として位置づけるといった国の動きにも呼応し、高知アニメクリエイター聖地プロジェクトとの連携・役割分担のもと、取り組みを推進します。

■ グリーンLPガスプロジェクト

① 第5期計画ver.3の取り組み

2050年カーボンニュートラルの実現に向け、豊富なバイオマス資源を持つ本県ならではの取組として、グリーンLPガスの地消地産モデルの実現に向けたプロジェクトを立ち上げ、早期の社会実装を目指して取り組みを進めています。

海藻の陸上養殖といった新たな取り組みが進む中、令和8年度は、グリーンLPガスへの活用の可能性を踏まえた県内のバイオマス資源の調査や効率的な収集方法の検討、参画企業の掘り起こしなど、令和10年度から予定されている実証実験の支援体制の構築に向けた取り組みを進めます。

目的

産学官金が連携して、スタートアップ企業等のデジタル技術等を活用したヘルスケア分野の新製品やサービスの事業化をサポートすることで当分野への県内企業の参画や県外企業の誘致を促し、ヘルスケア産業の集積とイノベーションの創出を図る。

現状・課題

【現状】 (R8.3月末時点)

(1) プロジェクトの取組

- ①プロジェクト支援案件：14件（うち11件支援中）
 - ②実証実験に協力してくれるパートナー機関（県内市町村・医療機関）：13機関
- (2) 県内外企業のプロジェクト参画促進
- ①ヘルスケア関連企業と県内自治体・医療機関との交流会を開催
ヘルスケア関連企業5社、県内自治体・医療機関：7機関、マッチング件数：5件
- (3) プロジェクト支援案件の事業化支援
- ①ヘルスケア産業実証実験支援事業費補助金（拠点設置要件あり）
申請件数（R5～R7累計）：10件、採択件数（R5～R7累計）：5件

【課題】

- (1) プロジェクト支援企業は増えてきたが、支援企業の事業化・県内への拠点設置の促進を後押しする取組が十分でない。
- (2) 健康経営の広がりを背景に、企業向けのヘルスケア関連製品・サービスの市場の伸びが期待されるが、民間企業を実証先として活用し市場開拓につなげたいという、支援企業のニーズに十分応えられていない。

令和8年度の取り組み

交流・マッチングの場づくり

プロジェクト支援企業の事業化・県内定着の促進に向けた交流機会の創出

- ①実証実験の実施等を通じたプロジェクト支援案件の事業化等を促進するため、支援企業と市町村や医療機関の交流会を開催
- ②学生との交流会を開催

拡

人材育成・供給

医工連携による産業人材及び高度研究人材の育成・供給
高知大学ヘルスケアイノベーションコース及び高知工科大学データ&イノベーション学群等の卒業生等をプロジェクト支援企業につないでいく。

財政支援

新製品・サービスの事業化に向けた実証実験に係る経費を補助

ヘルスケア産業実証実験支援事業費補助金の実証先に県内市町村・医療機関に加えて、
県内企業を追加

- ・採択件数：3件（5,000千円×3件）
- ・補助金額：上限 5,000千円、下限 1,000千円
- ・実証先：県内の市町村・医療機関・企業

拡

伴走支援

プロジェクト支援案件への専門家による伴走支援を実施（最長3年間）
関係機関へのつなぎ、実証フィールドの確保支援、県内高等教育機関との研究開発支援 等

事業化・拠点開設・若者の県内定着等



ヘルスケアイノベーションプロジェクト推進体制

協議会（産業界、高等教育機関、金融機関、有識者、産業振興センター、県）

コーディネータ（高等教育機関）

パートナー機関（本プロジェクトに協力してくれる県内自治体・医療機関等）

目的 アニメクリエイターの育成を通じてアニメ関連企業を本県に呼び込むことにより、県内にアニメ産業を集積し、若者や女性の雇用創出や地域産業活性化につなげる

現状・課題

背景	現状	課題
● 人口減少が止まらない中、「アニメ産業の集積」は強力な人口減少対策の一つ ● アニメ関連企業の地方への進出の目的は「人材確保」であることから、一定のスキルを持つアニメ人材を輩出できることが企業誘致に不可欠 → 人材育成と企業誘致の取り組みを両輪で推進	人材育成 (1) 若者を対象に、アニメクリエイター講演会・体験講座・アニメ教室を実施 (2) 県内の専門学校が実施するアニメ教育プログラム構築を支援 企業誘致 (1) これまでのプロジェクトのPR・取り組みの結果、企業からの進出に向けた問い合わせが増加	課題 1 (1) 情報・機会の不足 県内の若者にとってアニメ産業の職業としての魅力や仕事内容が十分に伝わっていない (2) アニメ教育の指導者不足 県内で専門的なアニメ教育環境を構築するためには必要な、専門人材が不足している 課題 2 (1) アニメ人材の出口不足 専門学校がアニメ学科等を設置するためには出口（アニメの就職先）が県内に必要だが、現時点では企業の進出が進んでいない

5期計画(令和9年度)の目指す姿

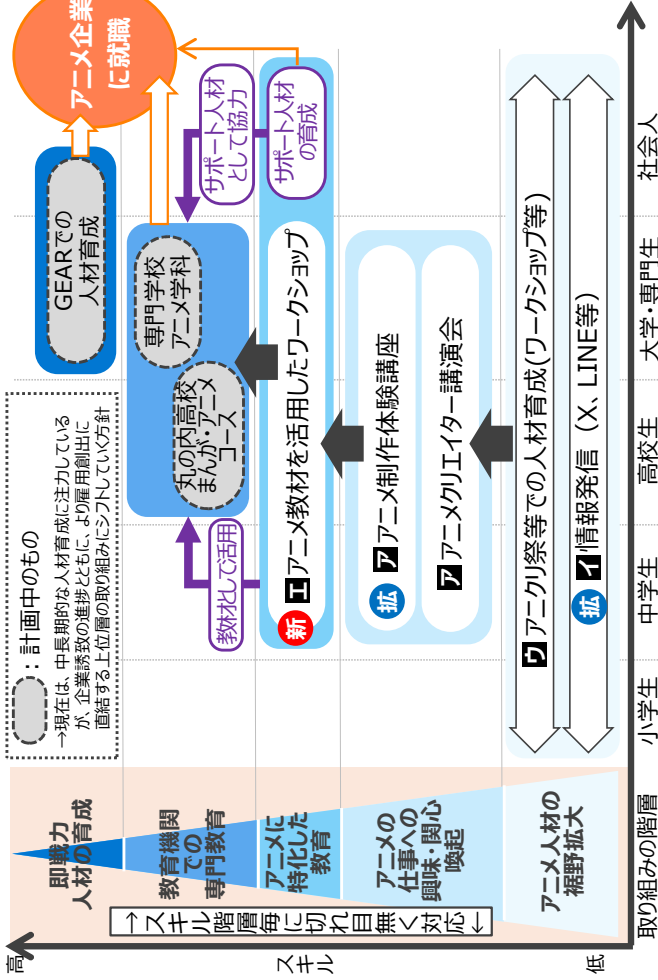
目標値
県内におけるアニメ制作企業従事者数 : 120人 (R9) 出発点(R4):28人 ⇒ 現状(R7):21人
<人材育成> 企業が求めるアニメクリエイター人材を育成することで、さらなる企業誘致につなげる <企業誘致> アニメ関連企業の誘致を進めることで、若者や女性、UIターン者の受け皿となる雇用を創出

令和8年度の取り組み

強化1
人材育成
: 県内の生徒・学生等を対象に、アニメの仕事や制作の魅力を知り学べる機会を提供することで、将来、県内アニメ企業に就職する人材を育成

【強化のポイント】

- ① 中長期的な人材育成**
- 拡** ア 県内の生徒・学生等を対象に、アニメへの興味・関心を喚起するイベント等を拡大して開催 **ア**
(アニメクリエイター講演会×1回、アニメ制作体験講座×11→2回、まんが・アニメ教室×10回)
- イ 県内外の生徒等に向けた本県の取り組みについて、発信回数と発信コンテンツの両面での強化を実施 **イ**
- ウ アニメクリエイター聖地プロジェクトが実施する、「アニクリ祭」等の人材育成の取り組みへの支援 **ウ**
- ② 専門人材の育成**
- 新** ア 教える人材の不足に対応できる教材導入の可能性を検証するワークショップを実施 **ア**
- イ 当該教材を使った教育を県内でサポートできる人材もあわせて育成
- ウ ワークショップ受講者の県内アニメ関連企業への就職を後押し



強化2
企業誘致
: 産学官連携による優秀人材

- ① 充実した誘致補助制度**
人材確保及び育成に有利な全国トップクラスの補助制度（企業誘致課の誘致補助金に統合）
- ② アニメクリエイター聖地プロジェクトとの連携**
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



アニメ人材を地方に求める
東京等のアニメ制作企業

高知への
進出

現状・課題

(1) 新たな触媒開発・実証実験に向けて

- ① 原材料の確保
ア ガス生産に有用なバイオマスの種類及び資源量が現時点では未確定
イ 触媒開発の進展に応じ、速やかに事業化の検討が行えるよう、原材料となりうる資源の賦存量の把握が必要
- ② 実証実験・事業化に向けた体制構築
触媒開発の状況などを踏まえ、実証実験・事業に向けた体制の構築が必要
- ③ 事業化のアドバンテージの創出
グリーンLPガス製造過程において本県の優位性を確保できる項目の検討が必要

(2) 参画事業者の掘り起こし

- ① 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の設立(令和4年5月)
触媒が開発段階であるため、事業化を見据えた参画希望者が少ない
(会員数41者)
- ② 生産に向けた県内事業者の育成・誘致
ガス製造の前工程処理方法等が確定していないため、まだ育成・誘致段階に至っていない

5期計画（令和9年度）の目指す姿

高知県の様々なバイオマス資源（木質系、マリン系、農業残渣、ペーパースラッジ等）を活用した、グリーンLPガスの地消地産モデルの確立に向け、資源量の把握や実施事業者の掘り起こし等に取り組み、令和10年度から予定されている実証実験の実施体制を構築する。

令和8年度の取り組み

(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

- ① 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
- ② 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について、今後更に関係機関などへ聞き取りを行い、検討を進めていく

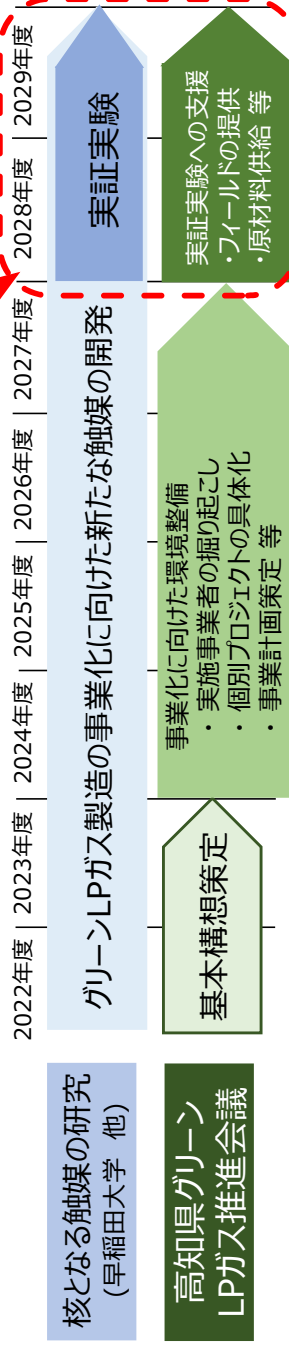
(2) グリーンLPガスの生産に向けた県内事業者の育成又は誘致

(3) グリーンLPガスの実証実験に向けた実施体制の検討

- ① 触媒開発の進捗と並行しながら、まずは、令和10年度に予定している県内での実証実験等の内容及び参画事業者の発掘を進め、具体的な実施体制について検討を進める

【構想スケジュール】

地消地産のビジネスモデル（高知モデル）の実証



I 用語の解説

アルファベット・数字

用語	解 説
AI	人工知能(Artificial Intelligence)。人間が持っている認識や推論などの能力をコンピュータでも可能にするための技術の総称。
CLT	直交集成板(CLT)は、ひき板を幅方向に並べたものを繊維方向が直交するように積層接着した製品。日本農林規格(JAS規格)平成25年12月20日制定、平成26年1月19日施行。CLTは、「Cross Laminated Timber」の略。
DX	企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。
EHR	Electronic Health Recordの略語。個人の医療・健康等に係る情報の共有等を行うための医療情報連携ネットワークのこと。
HACCP	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
ICT	「Information and Communication Technology」の略称。コンピュータを使った情報処理や通信技術の総称。
IoP	「Internet of Plants」の略。作物の時々刻々と変化する様々な生体情報をインターネット上のクラウドに収集し、環境データ等と合わせた分析等を通じて、最適*な環境制御を行い、収量・品質の向上、作業の省力化等を図る仕組み。 *光合成、糖の分配、蒸散、病害虫抑制等を総合的に判断
IoT	「Internet of Things」の略。様々なモノをインターネットに接続し、通信機能を持たせ、遠隔操作や自動制御を行うとともに、情報の収集、分析等を通じて、最適な手段を選択し、生活を豊かにしたり、仕事を効率化したりする仕組み。
IPM	「総合的病害虫・雑草管理」 病害虫や雑草防除において、化学合成農薬だけに頼るのではなく、天敵・防虫ネット・防蟻灯などさまざまな防除技術を組み合わせ、農作物の収量や品質に経済的な被害が出ない程度に発生を抑制しようとする考え方。
IR	「Integrated Resort」の略。「統合型リゾート」を意味し、国際会議場や展示場、ホテル、レストラン、ショッピングモール、エンターテインメント施設、カジノなどで構成される一群の施設。
IT・コンテンツ企業	IT(情報・通信技術に関連する分野)・コンテンツ産業(まんがや写真、映像、音楽、ゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用する分野)についての、企画、制作、流通、管理又は関連する人材育成やコンサルティングを行う企業。
JA「ニマル」	JAが導入しているクラウドサービスで、組合員や取引先事業者、既存システムとの連携により業務を効率化するものであり、組合員に対する営農情報や市況情報、会議案内などの情報配信も可能である。
JA無料職業紹介所	雇用労働力を必要とする農家からの求人情報、農業に興味があり農作業をしてみたい方からの求職情報を把握し、求人者と求職者との間をとりもって、雇用関係が円滑に成立するように第三者として世話(あっせん)をする、職業安定法に基づく「職業紹介事業」を無料で行う。
M&A	企業の合併、買収(Mergers and Acquisitions)の総称。 以前は投資目的のM&Aがよくマスコミに取り上げられていたが、近年は事業の多角化を目的とした新規市場への参入や事業の再編、後継者問題による事業譲渡などの場面でM&Aの手法が多く用いられている。
M&Aプラットフォーム	インターネット上で会社や事業を売りたい方と買いたい方がマッチングし、M&Aを進めることができるサービス。従来の仲介会社よりも低コストかつスピーディーに相手を探すことができ、中小企業の事業承継やスタートアップのM&Aで広く利用されている。
MICE	企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。
NABRAS	黒潮牧場ビイのデータや人工衛星のデータ、潮流予測や漁場予測結果のほか、これまでに県が蓄積してきた水産に関するデータ等を一元的に蓄積して発信するシステムのこと。小魚の群れが海面近くに浮上して波立つ様を表す「なぶら」という漁業用語とNew value、Archive、Big data、Real-time、Activity、Systemの頭文字をかけて命名。
Next次世代型こうち新施設園芸システム	次の世代を見据え、さらなる収量増加、高品質化、省力化などを実現していくため、次世代型こうち新施設園芸システムに環境制御技術にIoTやAI技術を融合するとともに、栽培のみならず出荷、流通までもを見通したシステム。
OTA	インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agentの頭文字の略。
PDCA(サイクル)	計画(Plan)を実行(Do)し、評価(Check)して改善(Action)に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。

SAWACHIニュース	気象、市況情報やインターネットで接続した生産者のハウス内環境データ、JAからの出荷データ等の様々な営農情報をリアルタイムで一元的に集積するデータ連携基盤をIoTクラウド「SAWACHI」と呼び、SAWACHIから情報発信している栽培技術や病害虫情報、流通、担い手、各種お知らせ等に関する最新ニュースのこと。
SCM	「Supply Chain Management」の略称。複数の企業が連携し統合的な物流システムを構築するマネジメント手法。
SDGs	「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称であり、2015年9月の国連サミットの中で世界のリーダーによって採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際社会の共通目標。「17の目標」と「169のターゲット(具体目標)」で構成されている。
TEU	Twenty-foot equivalent unitsの略。20フィートの海上コンテナ換算した貨物の量を表す単位。
TOSAZAIセンター	高知県産の木材・木製品の外商体制を強化し、新たな木材需要の拡大と一般製材品からより付加価値の高い木製品の販売・出荷量を増加させるために、平成30年4月に一般社団法人高知県木材協会内に設置された組織。
UIターン就職	Uターン就職: 高知県で生まれ育った人が県外の学校に進学し、卒業後に高知県に戻って就職すること。 Iターン就職: 県外で生まれ育った人が高知県で就職すること。 Jターン就職: 県外で生まれ育った人が別の都道府県に進学し、卒業後に高知県で就職すること。
5S	整理・整頓・清掃・清潔・しつけの5つの頭文字を取ったもので、職場環境の改善活動のこと。

あ行

用語	解 説
あゆ王国高知振興ビジョン	本県が有する河川環境やあゆ資源の豊かさを確保しつつ、あゆを観光・地域振興等に活用して流域の持続的発展を図る構想で、地域住民、事業者、行政が協働して展開すべき振興策について整理したもの。
アンテナショップ	企業や自治体などが自社(当該地方)の製品の紹介や消費者の反応を見ることを目的として開設する店舗のこと。
育成就労制度	技能移転による国際貢献を目的とする技能実習制度を発展的に解消し、人手不足分野における人材の育成・確保を目的とした制度。(令和9年4月施行)
移住コンシェルジュ	高知県への移住を検討されている方のニーズに応じて、地域や仕事、住まいなど、移住に向けた様々な情報を提供する(一社)高知県Uターンサポートセンターの移住総合案内スタッフ。
移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」	高知県への移住を検討されている方向けに、仕事や住まいの情報、先輩移住者のインタビューなど、高知県への移住にまつわる様々な情報を発信しているポータルサイト。
一般社団法人高知県Uターンサポートセンター	移住相談と人材確保を総合的に行うため、平成29年7月に設立した法人の名称。県と全市町村、関係団体の参画の下(設立時社員43団体)、官民一体となった“オール高知”体制で本県産業の担い手となる人材確保に取り組んでいる。
稲WCS(稲発酵粗飼料)	稲の子実が完熟する前に刈り取り、ロール状にしたものを、長期保存を可能とするためにサイレージ(発酵)化した牛の飼料のこと。
医療DX(デジタルトランスフォーメーション)	保健・医療・介護の各段階(疾病の発症予防、受診、診察・治療・薬剤処方、診断書等の作成、診療報酬の請求、医療介護の連携によるケア、地域医療連携、研究開発など)において発生する情報やデータを、全体最適された基盤を通して、保健・医療や介護関係者の業務やシステム、データ保存の外部化・共通化・標準化を図り、国民自身の予防を促進し、より良質な医療やケアを受けられるように、社会や生活の形を変えること(出典: 令和4年9月22日 第1回「医療DX 令和ビジョン 2030」厚生労働省推進チーム 資料)
インバウンド	一般的には、外から中に入ってくる意味を持ち(inbound)、観光分野では日本を訪れる外国人旅行者を指す(反対語: アウトバウンド(outbound)…海外旅行をする日本人)。
卸売事業者	商品を製造するメーカーと商品を消費者に販売する小売業(又は提供する飲食業)等を仲介することで、商品の円滑な流通を促す中間流通業者。

か行

用語	解 説
技能実習生	国際貢献のため、開発途上国等の外国人を日本で一定期間(最長5年間)に限り受け入れ、OJTを通じて技能を移転するため創設された在留資格の外国人。
カイゼン	主に製造業の生産現場で行われている作業の見直し活動のこと。ムダの削減による作業効率の向上や安全性の確保などに関して、現場の作業者が中心となって知恵を出し合い、問題解決を図っていく点に特徴があり、農業現場においてもその効果が期待される取り組み。
関係人口	移住した「定住人口」と、観光にきた「交流人口」でもなく、仕事や趣味などで居住地以外の地域に継続的に関わる人々。
皆伐	一定範囲の樹木を一時的に全部又は大部分伐採すること。
関西土佐会	JAグループ高知の青果物を扱う関西圏の卸売市場。11社
関東土佐会	JAグループ高知の青果物を扱う関東圏の卸売市場(正式には、東京丸高青果物流通対策協議会)。13社
間伐	育成段階にある森林において、樹木の込み具合に応じて樹木の一部を伐採(間引き)すること。残存木の利用価値の向上と森林の有する諸機能の維持増進を図るために行う。
技術の外商	県内企業の持つ独自の高度な技術・注目されるノウハウ等を県外・海外へ情報発信し売り込むこと。
キャリア教育	個々の社会的・職業的自立に向けて必要な基盤となる能力や態度を育てることを通じて、キャリア発達を促す教育。
キャリアパス	就業者の所属する企業など組織内での昇進の道筋や基準、条件を明確化した制度。
急潮	沿岸域で突然潮の流れが速くなり、沿岸に設置された定置網や養殖網に被害を与える現象。黒潮や親潮の流向変化による影響、低気圧通過による吹送流の発達、潮汐流の影響などが原因として考えられている。
黒潮牧場	かつおやまぐろ類を対象に土佐湾に設置(現在15基)されている表層型浮魚礁。
クラウド	インターネットなどのネットワーク経由でユーザーにサービスを提供する形態(クラウド・コンピューティング)。
経営計画	企業が将来の経営活動について意思決定を行い、その行動予定を具体的に取りまとめたもの。
建設ディレクター	専門スキルを身に付け、技術者に代わって工事施工に係るデータの整理及び処理、提出書類の作成管理やICT業務等を行う建設業の新しい事務的な職域。
高性能林業機械	従来のチェーンソーや集材機等に比べて、作業の効率や労働強度の軽減等の面で優れた性能をもつ林業機械。主な高性能林業機械は、フェラーパンチャ、スキッダ、プロセッサ、ハーベスタ、フォワーダ、タワーヤーダ、スイングヤーダ。
高知求人ネット	(一社)高知県UIターンサポートセンターが運営するUIターン向けの求人サイト。
高知おしごと部	高知で働く魅力や県内企業の情報、就活のための県のサポート情報などをタイムリーに発信するポータルサイト。企業の採用情報に加え、インターンシップ情報や就活イベント情報など、幅広い情報を発信している。
耕畜連携	耕種農家の生産した国産飼料を畜産農家が利用し、家畜排せつ物に由来する堆肥を農地に還元する取組。
高知家の魚応援の店	高知県に水揚げされ、又は高知県で生産された生鮮魚介類、水産加工品を積極的に取り扱い、PRすることに協力する高知県外の飲食店等を「応援の店」として登録し、「応援の店」及び「県内参画事業者」の情報交流等の促進を図ることで、高知県産水産物の地産外販を推進する制度。
高知県環境不動産	木材を使用した非住宅建築物(商業施設、オフィスビル、病院等)及び4階建て以上の住宅であって、一定規模以上の木材を使用し、環境品質・性能の向上や環境負荷の低減のための措置が適切に講じられた建築物。

こうち起業・創業支援プラットフォーム(KSP)	高知での起業を支援するプラットフォーム(「こうちスタートアップパーク」から名称変更)。起業準備段階に応じた起業相談や講座などを提供し、ビジネスプランの磨き上げから起業準備まで一貫したサポートを実施。
こうちフォレストスクール	林業の基礎知識や高知県の林業の特徴、先輩林業就業者の体験談や就業支援制度の紹介、個別相談などを行うセミナー。
高知家(こうちけ)	「高知県は、ひとつの大家族やき。」というコンセプトのもと、美味しい食材や豊かな自然など高知の魅力は様々あるが、県外の方であっても一度会えば家族のように親しくなる高知県人の気質(気さくさ、人懐っこさ、受け入れ力の強さ、面倒見の良さ、豪快さ、寛容さ、人と人とのつながりの深さなど)を一番の魅力とし、その魅力を通じて高知の様々な情報発信を行うもの。
高知家ゆる県民倶楽部	関係人口の創出・拡大及び移住意識の醸成を目的として、令和2年度に県が立ち上げたWeb会員組織。高知の身近な情報発信や、高知の人との接点づくりになるイベント等を開催。
高知県漁業就業支援センター	漁業就業に係る相談窓口を一元化するため、平成30年10月15日に任意団体として発足。平成31年3月に一般社団法人化し、4月から漁業就業希望者への総合的な支援を開始。
高知県水産物輸出促進協議会	漁協や水産加工事業者など30社(令和8年3月末時点)で組織する協議会。県産水産物の輸出拡大を図るため、国際見本市への出展や賞味会の開催などに取り組んでいる。
高知県プロフェッショナル人材戦略拠点	企業の経営課題の解決や成長戦略の実現に向けて、必要なスキル等を有するプロフェッショナル人材と県内企業とのマッチングをサポートするため、平成27年に開設した支援窓口のこと。
高知の水産女子会	高知県に在住し、水産業に携わる女性が、若者や女性の働きやすい水産業への転換を目指し、会員が互いに協力し合い、主体的に活動できる場として設置。 先進地の視察やミーティングの実施、SNSによるPR、イベントへの出展等の活動を行う。
ココブラ	平成27年4月に開所した高知県産学官民連携センターの愛称。キャッチフレーズの「ココはイノベーションを生み出すプラットフォーム」から。

さ行

用語	解 説
酒米	日本酒を醸造する原料となる米。主に麴米(こうじまい)として使われる酒造好適米、掛け米(かけまい)として使用される酒造適性米に分けられる。
産地視察型の商談機会	量販店や飲食店等のバイヤー・シェフ等(買い手)に、高知県内の生産現場を直接見ていただき商談を実施するもの。
産地市場	主として漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売りのため、その水産物の陸揚地において開設される市場のこと。一方、水産物の卸売りのために消費地において開設される市場は消費地市場という。
産地提案型担い手確保対策	産地や地域が求める人材や受入体制等を明記した「産地提案書」を策定し、県内外から広く就農希望者を募集する取り組み。
シーズ	企業や大学等が有している新しい技術・材料・サービスなどで、新たな産業を生み出す可能性を秘めたビジネスの種(Seeds)。
実証フィールド	企業の製品・サービスの開発・改良に向けた実証・評価をする場
製品企画書	製品開発の企画から製造・販路開拓までの計画書。
事業承継	会社の経営を後継者に引き継ぐこと。大きく分けて、親族が承継する場合、従業員が承継する場合、M&Aで承継する場合の3つの方法がある。事業承継は、時間がかかるため、早期に着手することが重要。
事業戦略	企業(又は個人)の経営ビジョンを実現するための工程表のこと。
次世代型こうち新施設園芸システム	炭酸ガス濃度や温度、湿度、養水分などのハウス内の環境を制御する「環境制御技術」や、ハウスの天井を従来よりも2倍程度高くし、環境制御技術を標準装備した「次世代型ハウス」といったオランダの先進技術を、高知県の気候や環境に応じて改良したもの。
次世代型ハウス	軒高2.5m、耐風速35m以上で環境制御装置を標準装備したハウス。
自動計量システム	漁獲物の計量結果を無線で専用のタブレットへ転送し、タブレットで魚種名や規格を選択して計量情報をデジタル化するシステム。デジタル化した計量情報はクラウドに自動でアップされ、市場に設置されたモニターやWEBサイトでリアルタイムで確認することできる。

事務系企業	電話等を利用してオペレーターが集約的に顧客へのサービス提供を行うコンタクトセンターや経理、総務、人事等の管理業務及び書類の収発、データ入力等の間接的業務を集約的に行うバックオフィスの事業所。
集落営農・集落営農組織	「集落営農」とは、集落の農地と集落を守っていくために、集落で営農について話し合い、集落での合意のもと、共同で作業を行ったり、機械や施設を共同利用したりしながら、集落ぐるみで営農活動を行うもの。 組織に関する定款または規約があり、総会、収支の計画、事業計画等に基づき農業生産活動の一部又は全部を共同で行う組織を「集落営農組織」という。
受精卵移植	受精卵を提供する動物から着床する前の受精卵を取り出し、別の同じ動物種の子宮に移して、妊娠・分娩させる技術。
小規模林業	自伐林家などの「自営業者」「一人親方」「NPO法人」「ボランティア団体」「地域おこし協力隊」「林業研究グループ」などが行う小規模な林業経営や林業活動のこと。
白未熟粒	玄米の胚乳内のデンプン粒の蓄積が不良で粒間に隙間ができ、光が乱反射して白く見える米粒。主に、出穂後20日間の平均気温が27℃以上の高温条件、または低日照で発生する。
水福連携	障がい者等の水産業分野での活躍を通じて、自信や生きがいを創出し、社会参画を促すもので「水産業における人手不足等の課題」、「福祉（障がい者等）における課題」、双方の課題解決と利益（メリット）がある『Win-Win』の取組。
スケールアップ	既存の事業規模（売上等）が拡大すること
スタートアップ	先進的な事業に取り組み、短期間で急成長を遂げる企業。
スマート農業	ロボット技術やIoT、ICT等の先端技術を活用し、超省力化や高品質生産等を可能にする新たな農業。
スマート林業	地理空間情報やICT等の先端技術を駆使し、生産性や安全性の飛躍的な向上、需要に応じた高度な木材生産を可能にする新たな林業。

た行

用語	解 説
大径材	末口径（丸太の先端（細い方）の木口の直径）が30cm以上ある木材（丸太）。
多文化共生	文化の違いを尊重し、互いに理解し合う関係性の実現や、国籍にかかわらず誰もが安心して暮らせる地域の実現、誰もが地域社会の一員として活躍できる環境づくりを目指す取組。
多面的機能支払制度	農業、農村の有する、国土の保全、水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成等といった多面的機能の維持・発揮を図るための地域の共同活動に係る支援を行い、地域資源の適切な保全管理を推進する制度。
地域移住サポーター	「移住者の身近な相談役」として、移住者がスムーズに地域に溶け込み、馴染むことができるよう、地域と移住者とのつなぎ役としての活動を行う方。
地域おこし協力隊	都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組。
地域計画	農業経営基盤強化促進法第19条に規定する地域農業経営基盤強化促進計画の略称。計画の対象となる区域とその区域における農業の将来の在り方、農用地の効率的かつ総合的な利用に関する目標を地域の話し合いに基づいて定めたもの。
地域商業機能維持・活性化計画	各市町村が地域住民の生活の利便性の確保・向上を図ることを目的とし、それぞれの現状・課題・ニーズを踏まえ、地域の商業機能を維持・活性化するための取組等を記載した計画
チャレンジショップ	商店街等への出店を目指し、小売業やサービス業の方などが半年～1年間お試し開業をすることができる施設。
データ駆動型農業	データの「見える化」と分析・共有によって高い生産性と収益性を実現する農業。
デジタル化計画	企業が継続的にデジタル化に取り組むための中期的な実行計画。 デジタル化の目的、課題と対応策、効果、推進体制やスケジュールを記載する。

デジタルマーケティング	企業が蓄積しているアクセス履歴、顧客情報、行動履歴などのデータを元に、AI等を用いてターゲットを特定し、最適な手段でアプローチするマーケティング手法。本県関心層やUターン候補者等に情報を届ける。
テストマーケティング	新商品の本格的な市場参入に先立って、試験的に実市場で販売や広告宣伝活動などを行い、その反応を調査・検証する活動のこと。
テレメーターブイ	海上に浮かべたブイに設置したセンサーで、水温・溶存酸素量・クロロフィル量などのデータを自動観測し、通信回線を利用して陸上施設へリアルタイムに伝送する装置。
電子入札	自動計量システムでデジタル化されクラウドにアップされた漁獲物の計量情報に対して、スマートフォンやタブレットを用いて入札を行う仕組み。
特定技能外国人	深刻化する人手不足への対応として、生産性の向上や国内人材の確保のための取組を行ってもなお人材を確保することが困難な状況にある16の産業上の分野に限り、一定の専門性・技能を有し即戦力となる外国人を受け入れるため創設された在留資格の外国人。
土佐あかうし	土佐和牛のうち、褐毛和種高知系（土佐褐毛牛）の流通ブランド名。明治時代から高知県内のみで改良されてきた貴重な品種であり、美しい褐色の毛色に、毛分けといわれる目や鼻が黒いのが特徴。程良い霜降りと赤身の美味しさが評価されている。平成24年に地域団体商標に登録された。
土佐黒牛	高知県食肉センター（株）でと畜された土佐和牛のうち、（公社）日本食肉格付協会の牛枝肉取引規格において、A4やB4（肉質等級4等級）以上の黒毛和種の流通ブランド名。最高級品質の霜降りが特徴。
土佐材パートナー企業	県外における販路拡大に向け、土佐材の知名度向上につながる普及・PR活動を自ら積極的に行う工務店、建築会社、設計事務所及び住宅関連企業等（登録制）。
土佐酒振興プラットフォーム	土佐酒の認知度の向上及びその原料となる本県産の酒米の生産振興に向けた活動をするため、産学官の関係者が連携し、土佐酒に新たな価値を生むための方策等を検討する場のこと
土佐ジロー	高知県原産の天然記念物土佐地鶏の雄と米国原産のロードアイランドレッドの雌を交配して生まれた卵肉兼用の地鶏。卵は小ぶりながら濃厚な味、肉は適度な歯ごたえがあり深い味わいが特徴。平成7年に商標登録された。
土佐はちきん地鶏	高知県原産の土佐九斤と大軍鶏を交配させたクキンシャモの雄と白色ブリマスロックの雌から生まれた高品質肉用鶏。ほど良い歯ごたえと脂質の少ない地鶏本来の旨さが特徴。平成18年に商標登録された。
土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）	ビジネスに関する基礎知識から応用・実践力までを「まるごと」身に付けることができる学びの場。
土佐和紙総合戦略	原材料や用具の調達難、後継者不足、需要の減少、文化の伝承など、土佐和紙の直面する様々な課題に対し、土佐和紙の伝統産業としての振興を図るために策定した総合的な戦略。県庁をはじめ市町村や関係団体等が一体となって取組を進めている。
どっぴり高知旅キャンペーン	日常を忘れ、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷり味わっていただき、心からの息抜きや、新しい発見・気づきにつなげて強力な高知のファンになっていただくことを目指す「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした本県の観光（旅）のキャンペーン。

な行

用語	解 説
ナイトタイムエコノミー	消費拡大や滞在時間の延長を目的に、夜間に実施する観光イベントなどの経済活動。
二地域居住	都市と地域など2つの拠点を行き来しながら暮らす新しいライフスタイル。働き方の変化に合わせ、地域との関わりを広げる暮らし方として注目されている。
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づき、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、自ら作成した5年後の目標とその改善策を内容とする「農業経営改善計画」について市町村長等の認定を受けた農業者をいう。
ネームクリア	ネームクリア（またはオープンネームとも言う）は、売り手企業が社名や事業内容、経営者の顔写真などを実名で公開し、後継者や譲受企業を広く募集するマッチング方式のこと。主に小規模事業の事業承継において、事業の想いやストーリーを伝え、共感を呼ぶことでマッチングを促進する手法。
農業経営継承コンシェルジュ	高齢化等により離農する農家の農地や機械・設備等の有形資産を新たな担い手へとつなげるため、（一社）高知県農業会議に設置する総合相談窓口配置。継承の重要性の周知、県下的な農業資産の情報収集及びその一元管理、新たな担い手とのマッチング等を行う。
農地の受け皿となる法人	地域計画に位置づけられた、地域内の担い手が引き受けきれない農地を担い、営農や新規就農者の育成等を行う法人経営体

農福連携	障害者等の農業分野での活躍を通じて、自信や生きがいを創出し、社会参画を促すもので、「農業・農村における課題」、「福祉(障害者等)における課題」、双方の課題解決と利益(メリット)がある『Win-Win』の取組。
ノーリフティングケア	介護する側、される側双方にとって安全で安心な、「持ち上げない・抱え上げない・引きずらない」ケアのこと。

は行

用語	解 説
パートナー機関	高知県ヘルスケアイノベーションプロジェクトにおいて、製品やサービスの開発に向け、企業との意見交換や実証フィールドの提供に協力していただける自治体、医療機関、介護福祉施設等
バリアフリー観光	車いす利用者など障害のある方や高齢者などもストレスなく楽しむことのできる観光。
伴走支援	商工会や商工会議所などが、企業の取組みと一緒に走りながら支援すること。
プラットフォーム機能	様々な情報の発信や機会の提供を行うことで、交流が生まれ、ビジネスや研究などの連携を進める役割。
ふるさとワーキングホリデー	都市部の若者などが、地方に一定期間滞在して働きながら地域住民等との交流を通じて「地域の暮らし」を学び、交流人口の増加や将来の地方移住、Uターンの流れをつくる取り組み。
プロフェッショナル人材	高い専門性やスキル等を活かし、「新商品の開発」や「販路拡大」「業務の効率化」など、県内企業の経営課題の解決や成長戦略をサポートする人材のこと。
プロユーザー	室内空間に木材を使った提案や設計を行う建築士やデザイナー、プランナーなどの技術者
分散型ホテル	地域に点在する複数の空き家や空き店舗等をリノベーションして一体的に運用する宿泊施設。
ベースカーゴ	特定の航路や船舶の運航を経済的に安定させるための基礎となる貨物。
ヘルスケアモビリティ	オンライン診療に必要な情報通信機器及び医療機器を搭載した医療車両。看護師等が運転して患者宅や集会施設等を訪問し、車内でオンライン診療を実施する。
防災関連製品認定制度	県内企業が開発・製造した防災関連製品を県内外のユーザーに安心して購入してもらうために、大学教授などの有識者を審査員として、品質や安全性等の観点で審査を行い認定する制度。
補償成長	養殖魚に一定期間の給餌制限を行った後に、再度給餌を再開することで成長が活性化され、給餌制限を行わない時と同等あるいはそれ以上の成長が確認される現象。

ま行

用語	解 説
前処理加工	魚類の場合では、魚類の料理や加工品の材料とするために、魚のうろこを剥ぎ、エラや内臓あるいは頭部を除いた状態やさらに3枚におろしたり、切り身の状態に加工することをいう。下ごしらえのことをいう。
マルチ漁業	単一の漁法や対象魚種に絞らない、他漁法・他魚種に対応できる操業形態。気候変動等による不漁の影響を緩和することができ、漁家経営の安定化に寄与する。
みつ症	ナシの果肉の一部が褐色になり食味と日持ちが悪くなる障害。ソルビトール(糖)の異常集積と細胞壁の崩壊が原因で、また過熟により発生が助長される。7～10月の高温、干ばつの年は多発する。品種による差が大きく、新高ナシは極めて発生しやすい。
みどりの食料システム戦略	令和3年に農林水産省により策定され、持続可能な食料システムの構築に向け、中長期的な観点から、調達、生産、加工・流通、消費の各段階の取組とカーボンニュートラル等の環境負荷軽減のイノベーションを推進することを目的とした戦略。
メジカ	標準和名はマルソウダ。小型のカツオの近縁種で、最大で全長40cmほどまでにしか成長しない。土佐清水で製造される宗田節の原料。
メジカ漁場予測システム	過去の漁獲データと当時の海況データをAIに学習させ、国が提供する海況予測情報を基に翌日のメジカの漁場位置を予測するシステム。
メタバース	コンピュータの中に構築された3次元の仮想空間やそのサービス。
木質バイオマス	バイオマスとは再生可能な生物由来の有機性資源で、樹木からなるバイオマスのことを木質バイオマスという。樹木の木部、樹皮、葉などで、林地に残された材や製材工場の残材、建築解体木材も含む。
森の工場	一団の森林を対象に、林業事業者が森林所有者と森林の管理に関する協定や受委託契約を結び、計画的・効率的に間伐などの森林整備を実施し、収益や安定的な雇用の確保等を図りながら、持続的な林業経営を行う森林の団地。

や行

用語	解 説
有機農業	化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業
ユニバーサルツーリズム	すべての人が楽しめるよう創られた(ユニバーサルデザイン)旅行。

ら行

用語	解 説
利益シミュレーションツール	操業データ(水揚げ)や経費データ(燃油、餌代等)から月ごとや操業ごとの利益計算を見える化するツール。
林業事業者	森林所有者などから委託又は立木の購入等により、造林、伐採などの林業作業を行う森林組合、素材生産業者など。世界農林業センサスでは「林業サービス事業者等」に相当する。
林業労働力確保支援センター	林業労働力の確保の重要性から施行された「林業労働力の確保の促進に関する法律(平成8年法律第45号)」に定められた知事が指定する団体で、林業における雇用改善、林業就業者の育成・確保対策、雇用情報の提供相談その他の援助等を総合的な業務としている団体。
林地残材	立木を丸太にする際に出る枝葉や梢端部分、森林外へ搬出されない間伐材等、通常は林地に放置される残材。
レンタル畜産施設	レンタル畜産施設等整備事業で整備した施設。県及び市町村の補助を受けて農協等が整備した施設を生産者に貸付け。生産者は補助残額を耐用年数に応じて農協等に支払う。
6次産業化	農業者等が自ら生産(1次産業)、加工(2次産業)、流通・販売(3次産業)に一体的に取り組み、所得の確保を目指す、あるいは農業者等が主体的に、2次、3次産業事業者と連携して、地域ビジネスの展開や、新たな産業の創出を図る取り組みのこと。1次×2次×3次＝6次を意味する。

わ行

用語	解 説
—	—

I 計画のフォローアップ

1 フォローアップの経過

2009年	4月 1日	地産外商推進協議会設置要綱 一部改正
(平成21年)	6月 16日	第4回地産外商推進協議会
		第4回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	17日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 施行
	7月 31日	第1回食品加工WG
	8月 21日	第2回食品加工WG
	9月 2日	第5回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	7日	産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱 一部改正
	8日	第1回連携テーマ部会
	10日	第1回観光部会
	"	第1回林業部会
	15日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	"	第1回商工業部会
	25日	第3回食品加工WG
	"	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等 ◇ 計画全体の進捗状況に対する評価等
	11月 20日	第5回地産外商推進協議会
		第6回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	12月 17日	第2回連携テーマ部会
	18日	第6回地産外商推進協議会
		第7回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	22日	第2回林業部会
	"	第2回水産部会
2010年	1月 7日	第2回観光部会
(平成22年)	12日	第2回農業部会
	13日	第4回食品加工WG
	"	第7回地産外商推進協議会
	14日	第2回商工業部会
	22日	第8回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	25日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業振興計画の取り組みの成果等 ◇ 産業成長戦略の改定 ◇ 今後の進め方等
	2月 4日	第3回観光部会
	28日	第9回地産外商の実践を担う新しい組織及び首都圏アンテナショップ検討WG
	3月 23日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 地域アクションプランの成果と今後の展開 ◇ 産業振興計画の改定 ◇ 平成22年度の進め方等
	23日	産業振興計画 ver. 2の決定
	30日	第8回地産外商推進協議会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2010年 (平成22年)	9月 3日	第1回連携テーマ部会
	6日	第1回林業部会
	7日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	8日	第1回商工業部会
	"	第1回観光部会
	10日	第9回地産外商推進協議会
	22日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ・ これまでの取り組みの実績及び施策拡充のポイント ・ 「ポスト龍馬博」の取り組みの具体化 ◇ 地域アクションプランの取り組み状況等
	11月 22日	第5回食品加工WG
	12月 24日	第2回連携テーマ部会
2011年 (平成23年)	1月 12日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	13日	第2回水産部会
	18日	第2回観光部会
	"	第10回地産外商推進協議会
	24日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 産業成長戦略の取り組み状況等 ◇ 産業振興計画の次期改定のポイント
	3月 31日	産業振興計画 ver. 3の決定
	5月 11日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の取り組み状況等 ◇ 平成23年度の進め方
	8月 23日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	"	第1回商工業部会
	24日	第1回観光部会
	"	第6回食品加工WG
	29日	第1回連携テーマ部会
	"	第11回地産外商推進協議会
	31日	第1回林業部会
	9月 1日	第1回連携テーマ部会
	"	第2回観光部会
	9月 12日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇ 東日本大震災による県内経済への影響に対する高知県の対応 ◇ 産業振興計画の実行2年半の取り組みの総括等 ◇ 産業成長戦略の次のステージにおける柱（乗り越えるべき課題）等について

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2011年 9月22日 第3回観光部会

(平成23年) 11月10日 第4回観光部会

2012年 1月11日 第2回農業部会

(平成24年) " 第2回林業部会

" 第2回商工業部会

13日 第5回観光部会

" 第2回連携テーマ部会

16日 第2回水産業部会

16日 第12回地産外商推進協議会

24日 **第3回フォローアップ委員会**

- 【主な検討事項】◇ 第2期高知県産業振興計画の策定方針等
◇ 高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿
◇ 重点施策（防災関連産業、新エネルギー関連産業、中山間対策、観光振興）の平成24年度以降の進め方

3月12日 第3回林業部会

13日 第3回農業部会

3月23日 **第4回フォローアップ委員会**

- 【主な検討事項】◇ 第2期高知県産業振興計画（案）
・ 総論・産業成長戦略
・ 地域アクションプラン
・ 産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿
◇ 平成24年度産の進め方

31日 第2期産業振興計画の決定

9月 4日 第1回農業部会

6日 第1回水産業部会

10日 第1回林業部会

" 第1回商工業部会

11日 第1回観光部会

" 第1回連携テーマ部会

12日 第13回地産外商推進協議会

(同協議会の発展的改編を決定)

14日 **第1回フォローアップ委員会**

- 【主な検討事項】◇ 第1期計画の総括
◇ 第2期計画の取り組み状況等
◇ 高知県経済等の動向及び第2期計画で今後挑戦する新たなテーマ
◇ さらなる飛躍へのポイントの検討状況

2013年 1月10日 第2回農業部会

(平成25年) " 第2回林業部会

" 第2回水産業部会

" 第2回観光部会

15日 第2回商工業部会

22日 第2回連携テーマ部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2013年 (平成25年)	2月4日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇第2期産業振興計画の取り組み状況等(産業成長戦略) ◇平成25年度の改定のポイント(産業成長戦略) ◇第2期産業振興計画(ver.2)改定のポイント(全体まとめ)
	3月29日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇平成25年度県予算を踏まえた重点項目(産業成長戦略) ◇地域アクションプランの進捗状況とプランの追加・削除項目 ◇各産業分野の4年後、10年後の目標 ◇計画の基本方向への追加等
	31日	第2期産業振興計画ver.2の決定
2014年 (平成26年)	9月2日	第1回商工業部会
	4日	第1回連携テーマ部会
	5日	第1回水産部会
	9日	第1回農業部会
	"	第1回観光部会
	11日	第1回林業部会
	13日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇第2期計画ver.2の進捗状況 ・産業成長戦略の各分野における4年後・10年後の目標達成に向けた確認資料 ◇第2期計画ver.3へのバージョンアップのポイント
	1月20日	第2回農業部会
	21日	第2回林業部会
	"	第2回水産部会
	"	第2回商工業部会
	"	第2回観光部会
	23日	第2回連携テーマ部会
	27日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇産業成長戦略の平成25年度の進捗状況等 ◇産業成長戦略の平成26年度の改定のポイント ◇第2期産業振興計画ver.3改定のポイント(全体まとめ)
	3月25日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇地域アクションプランの平成25年度の進捗状況 ◇第2期高知県産業振興計画ver.3(案) ・地域アクションプランの平成26年度の追加・拡充・削除項目 ・産業成長戦略の平成26年度県予算を踏まえた重点項目 ・第2期高知県産業振興計画ver.3の主な改定内容 ◇平成26年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール
	31日	第2期産業振興計画ver.3の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2014年	9月	1日	第1回農業部会
(平成26年)	9月	2日	第1回林業部会
		"	第1回連携テーマ部会
	3日		第1回水産業部会
		"	第1回商工業部会
	4日		第1回観光部会
	12日		第1回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇第2期計画ver. 3の進捗状況 ◇第2期計画ver. 4へのバージョンアップのポイント
2015年	1月	19日	第2回農業部会
(平成27年)		"	第2回水産業部会
	20日		第2回林業部会
		"	第2回商工業部会
		"	第2回観光部会
	21日		第2回連携テーマ部会
	23日		第2回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】◇高知県経済等の動向 ◇産業成長戦略の平成26年度の進捗状況等 ◇産業成長戦略の平成27年度の改定のポイント ◇第2期産業振興計画ver. 4改定のポイント(全体まとめ)
	3月	23日	第3回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】◇地域アクションプランの平成26年度の進捗状況 ◇第2期高知県産業振興計画ver. 4(案) ・地域アクションプランの平成27年度の追加・拡充・削除項目 ・産業成長戦略の平成27年度県予算を踏まえた重点項目 ・第2期高知県産業振興計画ver. 4の主な改定内容 ◇平成27年度産業振興計画フォローアップ体制及び年間スケジュール
		31日	第2期産業振興計画ver. 4の決定
	8月	24日	第1回フォローアップ委員会
			【主な検討事項】◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略〈平成27年度改定版〉」の概要について ◇総合戦略で取り組む分野(少子化対策、女性の活躍の場の拡大、中山間対策)の取り組み概要及び進捗状況について
	8月	31日	第1回農業部会
	9月	1日	第1回水産業部会
		2日	第1回林業部会
		7日	第1回商工業部会
		"	第1回観光部会
		9日	第1回連携テーマ部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2015年 (平成27年)	9月14日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」のバージョンアップのポイントについて（少子化対策等） ◇第2期産業振興計画ver. 4の進捗状況等について（地域アクションプランの追加等） ◇第2期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括等について ・産業成長戦略の実行3年半の取り組みの総括 ・地域アクションプランの実行3年半の取り組みの総括 ◇第2期産業振興計画の成果や課題を踏まえた次のステージにおける「さらなる挑戦」について
2016年 (平成28年)	1月18日	第2回連携テーマ部会
	"	第2回水産業部会
	19日	第2回農業部会
	1月20日	第2回林業部会
	"	第2回商工業部会
	"	第2回観光部会
	22日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期高知県産業振興計画の全体像（案）について ◇第3期高知県産業振興計画の産業成長戦略（案）について ◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略の平成28年度の重点施策（案）について（基本目標4）
	3月28日	第4回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成28年度版）（案）について ・総合戦略の改定案 ・基本目標3の重点施策（案） ◇第3期高知県産業振興計画（案）について ・総論・産業成長戦略（案） ・地域アクションプラン（案） ・地域産業クラスタープロジェクト（案）
	31日	第3期産業振興計画の決定
	9月1日	第1回水産業部会
	2日	第1回農業部会
	"	第1回商工業部会
	5日	第1回林業部会
	7日	第1回観光部会
	"	第1回連携テーマ部会
	12日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第2期産業振興計画の総括について ◇第3期産業振興計画の取り組み状況等について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等、取り組みの強化の方向性 ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について（基本目標3、4）
2017年 (平成29年)	1月13日	第2回商工業部会
	16日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2017年 1月 16日 第2回水産業部会

(平成29年) 17日 第2回連携テーマ部会

18日 第2回観光部会

20日 第2回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画について
- ・平成28年度の進捗状況等
 - ・平成29年度の改定のポイント
- ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について
(基本目標4)
- ・平成28年度の進捗状況等
 - ・平成29年度の改定のポイント

3月 28日 第3回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画の進捗状況について
- ・地域産業クラスターの平成28年度の進捗状況等
 - ・地域アクションプランの平成28年度の進捗状況等
- ◇第3期産業振興計画ver.2(案)について
- ・地域アクションプランの改定
 - ・産業成長戦略の改定
- ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成29年度版)
(案)について

31日 第3期産業振興計画ver.2の決定

9月 5日 第1回商工業部会

11日 第1回農業部会

〃 第1回林業部会

〃 第1回水産業部会

〃 第1回観光部会

14日 第1回連携テーマ部会

19日 第1回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画ver.2の取り組み状況等について
- ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等
 - ・持続的な拡大再生産の好循環に向けたさらなる「地産の強化」
 - ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等
- ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等について(基本目標3、4)

2018年 1月 16日 第2回農業部会

(平成30年) 17日 第2回商工業部会

18日 第2回林業部会

〃 第2回水産業部会

〃 第2回観光部会

〃 第2回連携テーマ部会

22日 第2回フォローアップ委員会

- 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画について
- ・第3期産業振興計画ver.3の改定のポイント(全体まとめ)
 - ・産業成長戦略の平成29年度の進捗状況等と平成30年度の改定のポイント
- ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について
(基本目標3、4)
- ・平成29年度の進捗状況等
 - ・平成30年度の改定のポイント

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2018年 3月27日 (平成30年)	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画ver.3(案)について ・計画の改定 ・地域産業クラスタープロジェクトの追加等 (平成29年度の進捗状況等を含む) ・地域アクションプランの改定 (平成29年度の進捗状況等を含む) ・平成30年度のフォローアップ体制 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成30年度版) (案)について
31日	第3期産業振興計画ver.3の決定
8月31日	第1回農業部会
9月7日	第1回観光部会
10日	第1回林業部会
"	第1回水産業部会
"	第1回商工業部会
14日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画ver.3の取り組み状況等について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況及びさらなる強化策 ・地域アクションプランの上半期の進捗状況、今年度の追加等 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組み状況等 について(基本目標3、4)
2019年 1月17日 (平成31年)	第2回農業部会
18日	第2回林業部会
"	第2回水産業部会
"	第2回商工業部会
22日	第2回観光部会
24日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画について ・産業成長戦略の平成30年度の進捗状況及び平成31年度の改定のポイント ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略について (基本目標3、4) ・平成30年度の進捗状況及び平成31年度の改定のポイント
3月27日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画の進捗状況等について ・地域産業クラスターの平成30年度の進捗状況等 ・地域アクションプランの平成30年度の進捗状況等 ◇第3期産業振興計画ver.4(案)について ・地域アクションプランの改定 ・計画の改定 ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成31年度版) (案)について
31日	第3期産業振興計画ver.4の決定
(令和元年) 9月2日	第1回農業部会
"	第1回商工業部会
4日	第1回水産業部会
9日	第1回林業部会
"	第1回観光部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2019年 (令和元年)	9月17日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画及びまち・ひと・しごと創生総合戦略の成果や今後の強化の方向性について ◇第3期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括とさらなる挑戦について ・産業成長戦略 ・地域産業クラスタープロジェクト ・地域アクションプラン ◇まち・ひと・しごと創生総合戦略(基本目標3、4)の実行4年半の取り組みの総括とさらなる挑戦について ・若い世代の「結婚」「妊娠・出産」「子育て」の希望をかなえる、女性の活躍の場の拡大(基本目標3) ・コンパクトな中心部と小さな拠点との連携により人々の暮らしを守る(基本目標4)
2020年 (令和2年)	1月30日	第2回農業部会
	"	第2回水産業部会
	31日	第2回商工業部会
	2月3日	第2回林業部会
	4日	第2回観光部会
	7日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画の全体像(案)について ◇第4期産業振興計画の産業成長戦略(案)について ◇第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体像(案)について
	3月31日	第4期産業振興計画の決定
	6月23日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画のフォローアップ体制及びスケジュールについて ◇高知県経済の現状等について ◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について
	9月11日	第1回農業部会
	"	第1回商工業部会
	14日	第1回林業部会
	"	第1回観光部会
	15日	第1回水産業部会
	25日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第3期産業振興計画の総括について ◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の取り組みと今後の方向性について ◇第4期産業振興計画の取り組み状況等について ・関西圏との経済連携の強化について ・産業成長戦略の上半期の進捗状況等について
2021年 (令和3年)	1月15日	第2回農業部会
	18日	第2回商工業部会
	19日	第2回林業部会
	"	第2回水産業部会
	20日	第2回観光部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2021年 (令和3年)	1月25日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の 取り組み ◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.2の強化のポイント について(案) ・関西圏との経済連携の強化について ・産業成長戦略の令和2年度の進捗状況及び令和3年度 の強化のポイント(分野別)(案) ・地域アクションプランの令和3年度の追加・削除 項目(案)
	3月31日	第4期産業振興計画ver.2の決定
	6月22日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇新型コロナウイルス感染症による経済影響対策の 取り組みと今後の方向性について ◇令和3年度の産業成長戦略に係る重点取り組みの 進め方について
	9月13日	第1回林業部会
	"	第1回水産部会
	"	第1回商工部会
	17日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇第4期産業振興計画ver.2の取り組み状況等について ・さらなる強化策 ・専門部会報告 ・地域アクションプランの追加項目 ◇令和4年度に向けた連携テーマの見直しについて
	10月20日	第1回観光部会
	27日	第1回農業部会
2022年 (令和4年)	2月2日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回商工部会
	"	第2回観光部会
	7日	第2回水産部会
	14日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.3の強化のポイント(案) ・令和3年度の進捗状況及び令和4年度の強化の ポイント(分野別)(案) ・令和4年度の連携テーマの取り組み(案) ・地域アクションプランの令和4年度の追加・削除 項目(案)
	3月31日	第4期産業振興計画ver.3の決定
	7月4日	第1回水産部会
	5日	第1回林業部会
	"	第1回観光部会
	6日	第1回農業部会
	"	第1回商工部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2022年 (令和4年)	7月11日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰対策について ◇第4期産業振興計画の令和3年度の進捗状況及び今後の取り組み等について ・各産業分野の令和3年度の進捗状況及び今後の取り組み ・専門部会報告 ・連携テーマのプロジェクトの取り組み ・関西・高知経済連携強化戦略の取り組み ・地域アクションプランの削除項目(案)
	10月24日	第2回林業部会
	26日	第2回水産部会
	"	第2回観光部会
	27日	第2回農業部会
	"	第2回商工部会
	11月2日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰対策について ◇第4期産業振興計画の令和4年度上半期の進捗状況及び令和5年度の取り組みの強化の方向性等について ・各産業分野の取り組み状況等について ・連携テーマのプロジェクトの取り組み状況等について ・関西戦略におけるさらなる外商強化策
	1月26日	第3回水産部会
	"	第3回観光部会
	2月1日	第3回林業部会
	6日	第3回農業部会
2023年 (令和5年)	"	第3回商工部会
	13日	第3回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇原油価格・物価高騰の状況について ◇第4期産業振興計画について ・第4期産業振興計画ver.4の強化のポイント(案) ・令和5年度の取り組みの強化のポイント(分野別)(案) ・専門部会報告 ・令和5年度の連携テーマの取り組み(案) ・関西・高知経済連携強化戦略進捗状況とver.3強化策のポイント(案) ・地域アクションプランの令和5年度の追加・削除項目(案)
	3月23日	第4回林業部会
	3月31日	第4期産業振興計画ver.4の決定
	7月19日	第1回林業部会
	25日	第1回観光部会
	9月4日	第1回農業部会
	5日	第2回林業部会
	6日	第1回商工部会
	7日	第1回水産部会

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2023年 (令和5年)	14日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括について ・全体総括 ・産業成長戦略 ・関西・高知経済連携強化戦略 ・地域アクションプラン ・地域産業クラスタープロジェクト ◇産業振興計画の今後の強化の方向性について
2024年 (令和6年)	1月22日	第2回観光部会
	26日	第3回林業部会
	"	第2回水産部会
	29日	第2回農業部会
	30日	第2回商工業部会
	2月6日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第5期高知県産業振興計画の全体像(案)について ◇第5期高知県産業振興計画の産業成長戦略(案)について ◇第5期高知県産業振興計画の地域アクションプラン(案)について
	3月31日	第5期産業振興計画の決定
	10月21日	第1回観光部会
	10月22日	第1回農業部会
	"	第1回水産部会
	24日	第1回商工業部会
	29日	第1回林業部会
	11月6日	第1回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第4期産業振興計画の総括について ◇第5期産業振興計画の取り組み状況等について ・第5期産業振興計画 計画全体を貫く目標の達成見込みについて ・各産業分野の令和6年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について ・連携テーマの令和6年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について ・次世代産業創造プロジェクトの令和6年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について
2025年 (令和7年)	1月24日	第2回商工業部会
	28日	第2回農業部会
	"	第2回林業部会
	"	第2回観光部会
	29日	第2回水産部会
	2月6日	第2回フォローアップ委員会 【主な検討事項】 ◇第5期産業振興計画 計画全体を貫く目標の達成見込みについて ◇第5期産業振興計画におけるバージョンアップのポイント(案)について ◇産業成長戦略の令和7年度の取り組みの強化のポイント(案)について ◇地域アクションプランの令和7年度の追加・削除項目(案)について
	3月31日	第5期産業振興計画ver.2の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

1 フォローアップの経過 (続き)

2025年 10月21日 第1回農業部会
(令和7年) 22日 第1回観光部会
24日 第1回水産業部会
27日 第1回林業部会
28日 第1回商工業部会

11月5日 第1回フォローアップ委員会

【主な検討事項】

- ◇第5期産業振興計画の取り組み状況等について
 - ・第5期産業振興計画計画全体を貫く目標の達成見込み及び強化の方向性(案)について
 - ・各産業分野の令和7年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について
 - ・連携テーマの令和7年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について
 - ・次世代産業創造プロジェクトの令和7年度上半期の進捗状況及び強化の方向性について

2026年 1月26日 第2回林業部会
(令和8年) " 第2回観光部会
28日 第2回農業部会
" 第2回水産業部会
2月2日 第2回商工業部会

4日 第2回フォローアップ委員会

【主な検討事項】

- ◇第5期産業振興計画計画全体を貫く目標の達成見込みについて
- ◇第5期産業振興計画におけるバージョンアップのポイント(案)について
- ◇産業成長戦略の令和8年度の取り組みの強化のポイント(案)について
- ◇地域アクションプランの令和8年度の追加・削除等項目(案)について

3月31日 第5期産業振興計画ver.3の決定

※ 下線部は、フォローアップ委員会関係

令和7年度 高知県産業振興計画フォローアップ委員会委員名簿

(敬称略)

分野	氏名	専門部会 部会員等	所 属 及 び 役 職	備考
農 業	久岡 隆	農 業	高知県農業協同組合中央会	代表理事会長
林 業	戸田 昭	林 業	高知県森林組合連合会	代表理事会長
水産業	澳本 健也	水産業	高知県漁業協同組合	代表理事組合長
商工業	西山 彰一	商工業	高知県商工会議所連合会	会頭
	山崎 道生	商工業	一般社団法人高知県工業会	会長
観 光	新開 祐二	観 光	一般社団法人日本旅行業協会中四国支部高知県支部	支部長
地 方 金融機関	小林 達司		株式会社四国銀行	代表取締役頭取
	河合 祐子		株式会社高知銀行	代表取締役頭取
	山崎 久留美		高知信用金庫	理事長
有識者等	石塚 悟史		国立大学法人高知大学	副学長 (地域連携担当)
	永幡 崇		日本銀行高知支店	支店長
	野崎 裕子		株式会社東京リーガルマインド	取締役
	芳賀 裕子		名古屋商科大学ビジネススクール	教授
市町村長の 代表者等	桑名 龍吾		高知県市長会	会長 高知市長
	上村 誠		高知県町村会	会長 北川村長
	神谷 美来		高知市	副市長
	計 16名			

令和7年度 高知県産業振興計画フォローアップ委員会 専門部会員

(敬称略 部会毎に五十音順)

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
農 業	副部会長 部会長	田中 壮太	○	国立大学法人高知大学農林海洋科学部	教授
		富田 雅之		高知県全国取引会社協議会	会長
		中山 太陽		土佐経済同友会	幹事
		永森 文英		高知県指導農業士連絡協議会	会長
		野村 有弘		高知県食品工業団地事業協同組合	専務理事
		濱田 好典		一般社団法人高知県農業会議	副会長
		久岡 隆		高知県農業協同組合中央会	代表理事会長
		三谷 英子		学校法人三谷学園RKC調理製菓専門学校	常任顧問
		宮地 幸		JA高知女性組織協議会	会長
		山下 文広		高知県農業協同組合	代表理事専務

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
林 業	副部会長 部会長	小川 康夫	○	一般社団法人高知県木材協会	会長
		川端 俊雄		ヤドリギ	代表
		後藤 純一		国立大学法人高知大学	名誉教授
		近藤 昭夫		四国森林管理局	森林整備部長
		戸田 昭		高知県森林組合連合会	代表理事会長
		濱崎 康子		株式会社はまさき	取締役
		福吉 修二		高知県素材生産業協同組合連合会	専務理事
		堀澤 栄		高知県公立大学法人 高知工科大学	教授
		毛綱 昌弘		国立研究開発法人森林研究・整備機構 森林総合研究所 四国支所	産学官民連携推進調整監
		山本 直子		公益社団法人高知県建築士会	女性委員会副委員長

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
水産業	副部会長 部会長	浦尻 和伸	○	すくも湾漁業協同組合	代表理事組合長
		奥本 健也		高知県漁業協同組合	代表理事組合長
		木下 清		奈半利町漁業協同組合	代表理事組合長
		徳廣 好彦		高知中央市場鮮魚仲卸協同組合	代表理事
		中田 勝淑		高知かつお漁業協同組合	理事
		西内 正		株式会社タカビシ食品	代表取締役
		濱町 明恵		有限会社土佐佐賀産直出荷組合	代表取締役
		宮本 貴光		高知県水産物産地買受人連絡協議会	会長
		森岡 克司		国立大学法人高知大学 教育研究部自然科学系農学部門	教授
		山本 力		有限会社タカシン水産	代表取締役

(敬称略 部会毎に五十音順)

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
商 工 業	部会長	上村 浩	○	高知県公立大学法人高知工科大学データ&イノベーション学群	教授
		堀原 絹代		高知県商工会議所女性会連合会	会長
		武田 秀義		高知県商工会連合会	会長
		中島 和代		なかじま企画事務所	代表者
		中城 一明		一般社団法人高知県情報産業協会	会長
		西山 彰一		高知県商工会議所連合会	会頭
		久松 朋水		高知県中小企業団体中央会	会長
		廣末 幸彦		高知県商店街振興組合連合会	理事長
		弥勒 美彦		公益社団法人高知県貿易協会	会長
		森澤 正博		一般社団法人高知県製紙工業会	理事長
	副部会長	山崎 道生	○	一般社団法人高知県工業会	会長

部 会	部会長	氏 名	フォローアップ 委員	所 属 及 び 役 職	備考
観 光	部会長	赤池 慎吾	○	国立大学法人高知大学次世代地域創造センター	准教授
		鎌倉 昭浩		公益財団法人高知県文化財団	理事長
		北古味 潤		高知ファイティングドッグス株式会社	代表取締役
		黒笹 慈幾		国立大学法人高知大学地域協働学部	客員教授
		新開 祐二		一般社団法人日本旅行業協会中四国支部高知県支部	支部長
	副部会長	樋口 毅彦		一般社団法人高知県バス協会	会長
		古谷 博		高知県旅館ホテル生活衛生同業組合	副理事長
		町田 美紀		株式会社and.	取締役
		三井 幸一		高知SGG善意通訳クラブ	会長
		森 恒一郎		土佐経済同友会	観光推進委員長

高知県産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

(設置)

第1条 県経済に活力を取り戻し、将来に一層の希望を持って暮らすことのできる高知県づくりを目指して、官民協働で実行する高知県産業振興計画（以下「産業振興計画」という。）の検証等を行い、より効果的かつ実効性あるものとするため、高知県産業振興計画フォローアップ委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 産業振興計画の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討に関すること。
- (2) その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

(委員及び組織)

第3条 委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者
- (2) 地方銀行の代表者
- (3) 有識者
- (4) 市町村長の代表者
- (5) その他知事が必要と認める者

- 2 委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の翌年度の3月31日までとする。ただし、委員の交代又は増員による場合は、他の委員の残任期と同じとする。
- 3 委員会に委員長1名及び副委員長2名を置き、委員の互選により定める。
- 4 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 5 副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 6 委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

(会議)

第4条 委員会の会議（以下「委員会会議」という。）は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会会議については、知事が招集することができる。

- 2 委員会会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
- 3 委員会会議は公開とする。ただし、委員会において特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。
- 4 第3条第1項に定める委員が委員会会議を欠席する場合、委員長は当該委員の申し出により代理出

席を認めることができる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される委員会議は、第3条第1項に定める委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。

(戦略検討委員会)

第5条 県経済の持続的な成長に向けて、産業振興計画において必要な戦略等を検討するため、委員会に戦略検討委員会を設置することができる。

2 戦略検討委員会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。

- (1) 県経済に関する識見を有する者
- (2) 学識経験者
- (3) その他知事が必要と認める者

3 委員の任期は、委嘱又は任命の日から、委嘱又は任命の日の属する年度の3月31日までとする。

4 戦略検討委員会に委員長1名及び副委員長1名を置き、委員の互選により定める。

5 委員長は、会務を総理し、戦略検討委員会を代表する。

6 副委員長は、委員長を助け、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

7 戦略検討委員会の会議は、委員長が必要に応じて招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長が選任される前に招集される戦略検討委員会の会議については、知事が招集することができる。

8 委員長は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。ただし、委員長及び副委員長が選任される前に招集される戦略検討委員会の会議は、知事が関係者に出席その他の協力を求めることができる。

(専門部会)

第6条 産業振興計画の産業成長戦略の実行に関し、専門分野の成長戦略について必要なフォローアップを行うため、委員会に次の各号に定める専門部会を設置する。

- (1) 農業部会
- (2) 林業部会
- (3) 水産部会
- (4) 商工業部会
- (5) 観光部会

2 各専門部会の部会員は、委員会の委員及び次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 地域活性化の実践的な活動に実績を有する者
- (3) 商工業、観光に関する実務に識見を有する者

3 部会員の任期は、委嘱又は任命の日から、委嘱又は任命の日の属する年度の翌年度の3月31日までとする。ただし、部会員の交代又は増員による場合は、他の部会員の残任期と同じとする。

4 専門部会に部会長1名及び副部会長1名を置き、部会員の互選により定める。

- 5 部会長は、会務を総理し、部会を代表する。
- 6 副部会長は、部会長を助け、部会長に事故があるとき又は部会長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 7 専門部会の会議は、部会長が必要に応じて招集し、部会長が議長となる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議については、知事が招集することができる。
- 8 第2項に定める部会員が専門部会の会議を欠席する場合、部会長は当該部会員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、部会長が選任される前に招集される専門部会の会議は、第2項に定める部会員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。
- 9 専門部会の事務局は、当該分野を所管する部の主管課に置く。

(地域アクションプランフォローアップ会議)

第7条 産業振興計画の地域アクションプランの実行に関し、必要なフォローアップを行うため、地域アクションプランフォローアップ会議（以下「フォローアップ会議」という。）を設置する。

- 2 フォローアップ会議の名称及びそれぞれの対象地域は、次の表に定めるとおりとする。

名称	対象地域
安芸地域アクションプラン フォローアップ会議	室戸市 安芸市 東洋町 奈半利町 田野町 安田町 北川村 馬路村 芸西村
物部川地域アクションプラン フォローアップ会議	南国市 香南市 香美市
高知市地域アクションプラン フォローアップ会議	高知市
嶺北地域アクションプラン フォローアップ会議	本山町 大豊町 土佐町 大川村
仁淀川地域アクションプラン フォローアップ会議	土佐市 いの町 仁淀川町 佐川町 越知町 日高村
高幡地域アクションプラン フォローアップ会議	須崎市 中土佐町 檮原町 津野町 四万十町
幡多地域アクションプラン フォローアップ会議	宿毛市 土佐清水市 四万十市 大月町 三原村 黒潮町

- 3 各フォローアップ会議の委員（以下「会議委員」という。）は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。
 - (1) 市町村長
 - (2) 農業、林業、水産業、商工業、観光に関する団体の代表者
 - (3) その他知事が必要と認める者
- 4 会議委員の任期は、委嘱の日から、委嘱の日の属する年度の翌年度の3月31日までとする。ただし、会議委員の交代又は増員による場合は、他の会議委員の残任期と同じとする。
- 5 フォローアップ会議に座長を置き、会議委員の互選により定める。また、会議委員の互選により、

副座長を置くことができる。

- 6 副座長は、座長を助け、座長に事故があるときまたは座長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 7 フォローアップ会議の会合は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議については、知事が招集することができる。
- 8 第3項に定める会議委員がフォローアップ会議を欠席する場合、座長は当該会議委員の申し出により代理出席を認めることができる。ただし、座長が選任される前に招集されるフォローアップ会議は、第3項に定める会議委員の申し出により、知事が代理出席を認めることができる。
- 9 フォローアップ会議の事務局は、対象地域に設置する産業振興推進地域本部に置く。

(事務局)

第8条 委員会の事務局は、産業振興推進部産業政策課に置く。

(雑則)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成22年5月7日から施行する。

附 則

この要綱は、平成24年7月13日から施行する。

附 則

この要綱は、平成26年7月18日から施行する。

附 則

この要綱は、平成27年7月9日から施行する。

附 則

この要綱は、平成28年7月26日から施行する。

附 則

この要綱は、平成30年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、平成31年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、令和2年5月15日から施行する。

附 則

この要綱は、令和5年4月28日から施行する。

附 則

この要綱は、令和6年4月1日から施行する。

附 則

この要綱は、令和7年4月1日から施行する。