

第4期高知県産業振興計画の総括

《目次》

○全体総括

- ・これまでの取り組みの成果等…………… 1～2
- ・計画全体を貫く目標の状況…………… 3

○産業振興計画の今後の強化の方向性

- ・高知県経済を取り巻く状況…………… 4
- ・第5期産業振興計画の概要…………… 5
- ・第5期産業振興計画の戦略体系…………… 6

○産業成長戦略

(専門分野)

- ・農業分野…………… 7～9
- ・林業分野…………… 10～12
- ・水産業分野…………… 13～15
- ・商工業分野…………… 16～18
- ・観光分野…………… 19～21

(連携テーマ)

- ・移住促進による地域と経済の活性化…………… 22～23
- ・関西・高知経済連携強化戦略…………… 24～25
- ・地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）…………… 26～28
- ・起業や新事業展開の促進…………… 29～30
- ・連携テーマプロジェクト…………… 31～36

○地域アクションプラン…………… 37

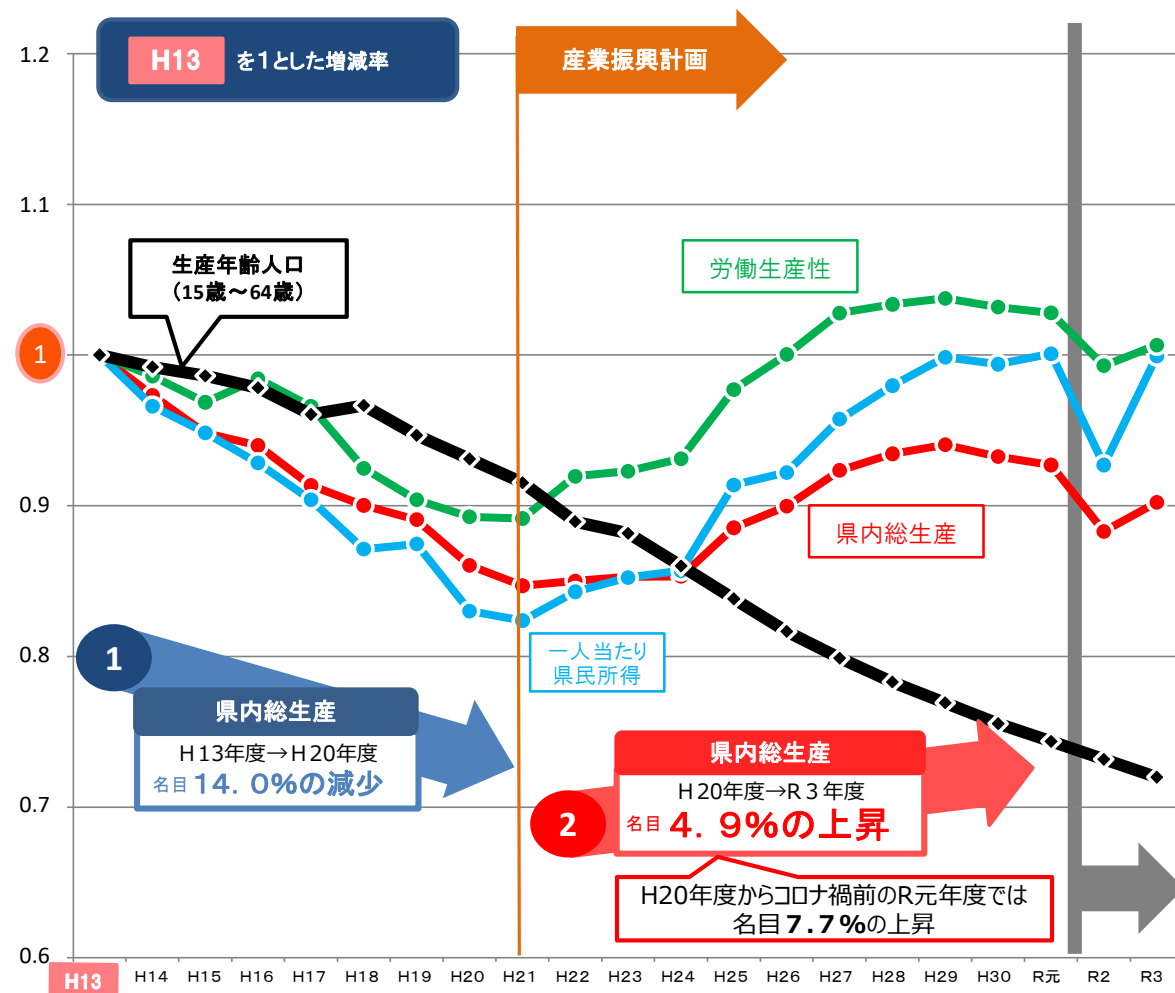
○参考資料

- ・第4期産業振興計画 戦略目標等の5段階評価…………… 38

これまでの取り組みの成果等①

- (～R元) 産業振興計画の取り組みを通じて、地産外商が大きく前進し、かつてはマイナス成長であった県内総生産は、概ねプラス成長へ転じてきた
- (R2～) 新型コロナウイルス感染症の影響により大きな打撃を受けたものの徐々に持ち直しつつある

高知県の県内総生産等の状況



①生産年齢人口の減少に連動する形で、
県内総生産等も減少傾向

②生産年齢人口の減少に関わらず、
県内総生産等が増加傾向に！

新型コロナウイルス
感染症の影響

<H13を起点としている理由>

OH13年度は、全国的な景気回復に転じた年度。
本県はこの波に乗ることができず、この頃から
全国との経済的格差が拡大し始めたため

※ 県内総生産(名目の数値)、労働生産性(県内総生産÷就業者数)、一人当たり県民所得の
H13～H22は旧(H17,H23)基準の数値のため、新(H27)基準によるH23以降の数値と連続性は
ないが、新基準ではH22以前の数字が算出されていないため、便宜上旧基準の数字を使用している

新型コロナウイルス感染症の影響と対策

- 新型コロナウイルス感染症による本県経済への影響を最小限に食い止め、
再び成長軌道に乗せることができるよう3つの局面に応じた取り組みを展開

(1) 事業の継続と雇用の維持

本県経済への影響を最小限にするため、**雇用の維持**や**収束までの事業活動の継続**に
向けた**支援**を実施

(2) 経済活動の回復

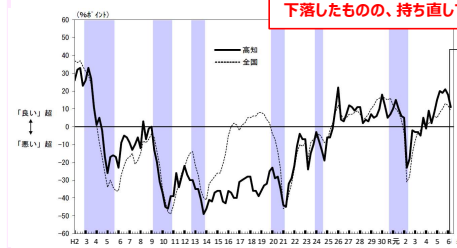
落ち込んだ本県経済のV字回復に向け、**県産品の消費喚起**や**県内観光客の増加**に
向けた**取り組み**など、**感染拡大防止と両立した社会経済活動に対する支援**を実施

(3) 社会・経済構造の変化への対応

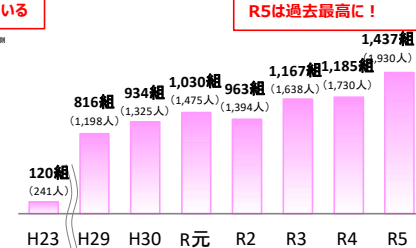
ウィズコロナにおける「**新しい生活様式**」や、アフターコロナを見据えた「**社会・経済構造
の変化**」に対応することができるよう、**未来を見据えた新たな取り組みに対する支援**を
実施

新型コロナウイルスの影響を受けつつも、
様々な工夫を重ねる上向きに

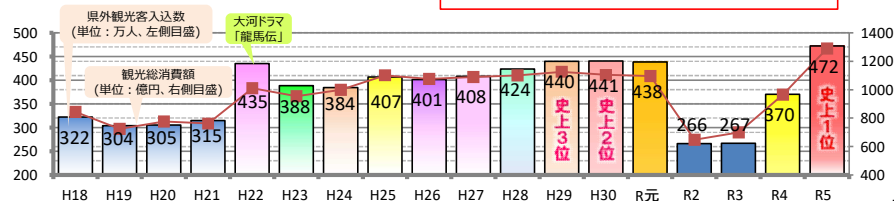
業況判断D.I.(全産業)



移住者数



県外観光客入込数および観光総消費額



これまでの取り組みの成果等②

主な経済指標は上昇傾向

経済成長率

<産業振興計画の取り組み前と取り組み後の比較>

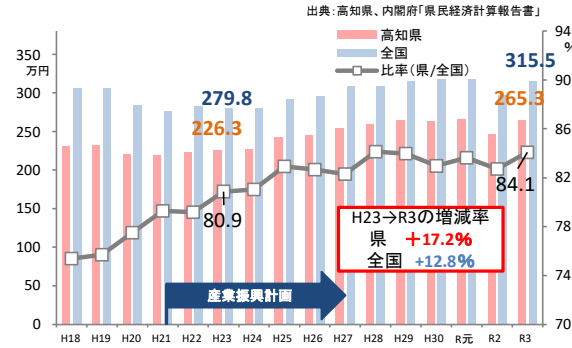
(単位: %)

	H13年度値→H20年度値		H20年度値→R3年度値	
	7年間の増減率	1年あたり(幾何平均)	13年間の増減率	1年あたり(幾何平均)
人口	-4.6	-0.67	-11.8	-0.96
県内総生産(名目)	-14.0	-2.13	4.9	0.37
県内総生産(実質)	-11.4	-1.71	3.5	0.27

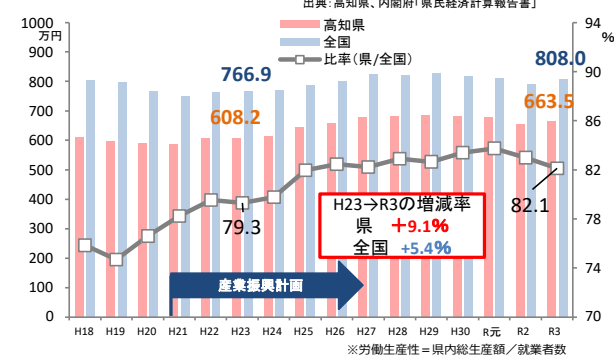
出典: 高知県「県民経済計算報告書」

※ 県内総生産のH13～H22は旧(H17,H23)基準の数字のため、新(H27)基準によるH23以降の数字と連続性はないが、新基準ではH22以前の数字が算出されていないため、便宜上旧基準の数字を使用している

1人当たり県民所得



労働生産性※



雇用失業情勢

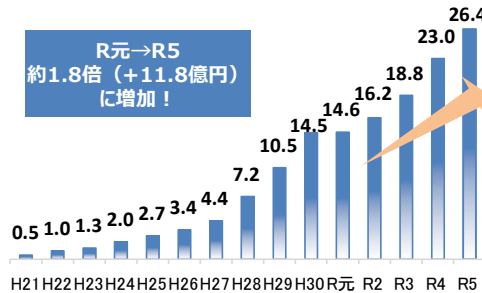
(各年度の月平均)

- ・有効求人数
H20年度: 8,045人
⇒R5年度: 15,214人 (+89.1%)
- ◇有効求人倍率
H20年度 0.46倍 ⇒R5年度 1.14倍
- ・正社員有効求人数
H20年度: 3,424人
⇒R5年度: 6,723人 (+96.3%)
- ◇正社員有効求人倍率
H20年度 0.24倍 ⇒R5年度 0.82倍
- ・完全失業率
H20年 4.8% ⇒R5年 2.0%

各分野で地産外商が大きく前進

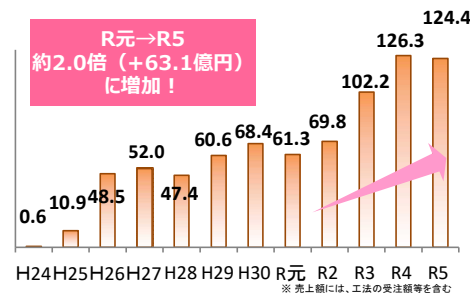
海外への戦略的なプロモーションにより、
食料品輸出額は大きく増加

食料品の輸出額の推移 (単位: 億円)



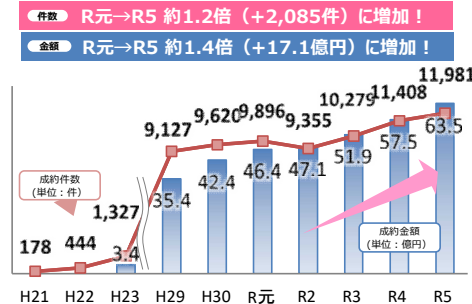
防災関連産業が
新たな産業として大きく成長

防災関連登録製品・技術の売上額(単位: 億円)



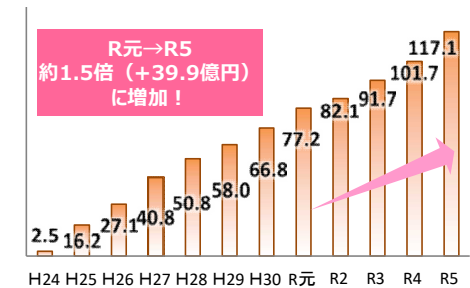
地産外商公社等のサポートにより
外商が大きく拡大

公社等の外商支援による成約件数、成約金額



産業振興センターの
一貫サポートにより外商が大きく前進

センターの外商支援による受注金額(単位: 億円)



原油価格・物価高騰の影響

<農業分野>

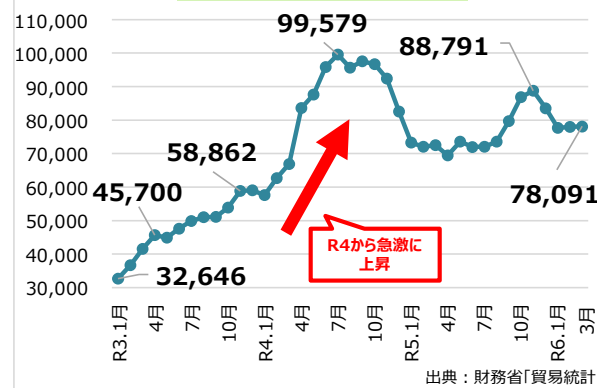
- 施設園芸等で使用する重油の価格
令和2年度以降約40%上昇
- トウモロコシを主原料とする配合飼料の価格
令和2年同期比50%上昇 (R4.7～R4.9月 R5年1月以降も同水準で推移)

<水産業分野>

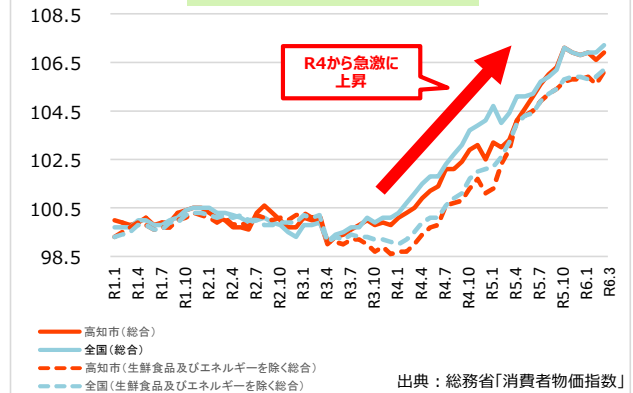
- 養殖用飼料価格
令和3年比約30%上昇

※第一次産業以外にも、商工業や交通運輸業など、様々な分野に影響が及んでいる

原油価格 (円/kl)



消費者物価指数



第4期産業振興計画 計画全体を貫く目標の状況

魅力ある仕事をつくる

計画全体を貫く目標 ①

■ 4年間で4,000人の雇用（定量的に把握できるもの）を創出する

※定量的に把握できる雇用創出数

- ・第1期・第2期計画期間：6,139人
- ・第3期計画（H28～R元までの4年間）：3,892人

▶ **10年間：雇用創出10,000人**

※R2からR11の累計

【目標の達成度】 単位：人

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標（累計）	4,000（4年間）			
実 績	711	646	719	504
評 価	累計2,580 D			

単位：人

4年間の雇用創出 内訳		R2	R3	R4	R5	累計
①農業（新規就農者数）		217	213	214	211	855
②林業（新規林業就業者数）		48	51	44	37	180
③水産業（新規漁業就業者数）		45	46	53	44	188
④商工業	企業誘致	192	198	121	19	530
	コンテンツ誘致	72	89	121	32	314
⑤その他（起業、地域APなど）		137	49	166	161	513
計		711	646	719	504	2,580

【達成状況】

令和2年度から令和5年度までの4年間に2,580人の雇用を創出したが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、目標とする4年間で4,000人の雇用創出の達成はできなかった。

雇用創出数については、農業、林業、水産業、商工業分野等において定量的に把握できるもののみの数字。このほか定量的に把握できないものの観光振興や地産外商の拡大により雇用が創出されていると考えられる。

若者の県内定着を促進する、県外からの流入を促進する

計画全体を貫く目標 ②

総合戦略に掲げた目標（2040年に年間1,000人の社会増）の達成に向けて、

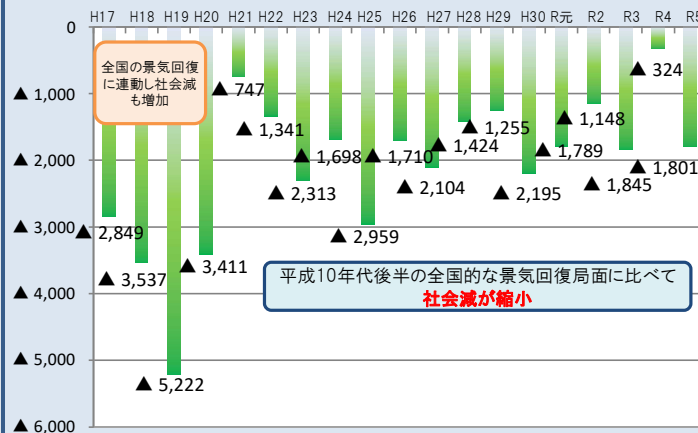
■ 4年後に人口の社会増減（転入数と転出数の差による増減）をゼロにする

※R2：△1,148人、R3：△1,845人、R4：△324人、R5：△1,801人

▶ **10年後（R11）：社会増減のプラスを定着させる**

【目標の達成度】 単位：人

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	-	-	-	±0
実 績	△1,148	△1,845	△324	△1,801
評 価	-（未達成）			



出典：高知県「高知県の推計人口」

※外国人住民が住民基本台帳法の適用対象となったことに伴い、平成26年度以降の数値には外国人を含む

【達成状況】

令和4年度は▲324人と社会減が縮小したが、令和5年度は▲1,801人の社会減と、社会増減の均衡という目標には達しなかった。特に、日本人の社会減が▲2,512人と前年度の▲1,397人から大幅に拡大したことが大きい。

なお、令和2年度から令和5年度までの本県の社会増減は△5,118人、年平均で△1,280人となっている。

県際間の収支を改善する

計画全体を貫く目標 ③

■ 産業振興計画の取り組みによる4年後の移輸出額（注）の増加効果をプラス700億円にする

（注）各分野の産出額等の増加額×各分野の移輸出率（H23産業連関表から算定）

※H27年 移輸出額 7,647億円
県際収支（移輸出額－移輸入額）△5,930億円

▶ **10年後（R11）：プラス1,500億円**

※H23産業連関表を用いた推計値

【目標の達成度】

各分野の産出額等の直近の実績を用いた試算値

単位：億円

分野・指標	出発点 a	現状値 b	増加額 c=b-a	移輸出率 d	増加効果 c*d
農業分野 農業産出額等	(H30) 1,177	(R4) 1,081	▲96	85.5%	▲82
水産業分野 漁業産出額 (宝石サンゴを除く)	(H30) 497	(R4) 475	▲22	72.5%	▲16
商工業分野 製造品出荷額等	(H30) 5,945	(R4) 6,473	528	75.8%	400
観光分野 県外観光客 総消費額 (客船及び土産分を除く)	(R元) 919	(R5) 1,099	180	100%	180
直近の実績による移輸出額の増加効果					+482
R5目標					+700
評 価					D

※観光分野の総消費額について、
・客船分は内訳が算定できないため計算から除外、「土産」分の支出は製造品出荷額等に含まれるため計算から除外、県外観光客による消費のため、移輸出率は100%として算定している。
※各分野で掲げた目標のうち「林業分野の木材・木製品製造業出荷額等」「水産業分野の水産加工業出荷額等」「食品分野の食品加工業出荷額等」は、「商工業分野の製造品出荷額等」の内数となる。
※分野毎に四捨五入しているため、全体計と内訳は一致しないことがある。

【達成見込】

移輸出額は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、直近の各分野の産出額等の実績値を用いた試算では約482億円（※）の増加と、目標とする4年後（R5）の移輸出額増加効果+700億円には届かない見込み。

※現時点で把握できている各分野の増加額に、平成27年（2015年）高知県産業連関表から算定した各分野ごとの移輸出率を乗じた額を合計

高知県経済を取り巻く状況（第4期計画策定以降の社会変化と課題）

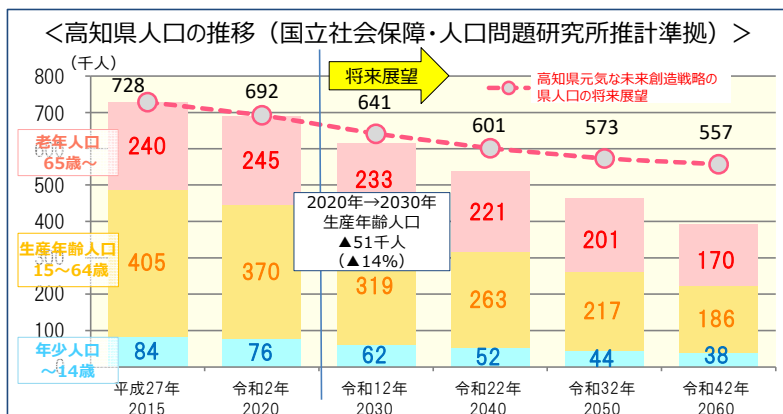
人口減少のさらなる進行やコロナ禍を契機としたデジタル化の進展、脱炭素に向けた動き、物価の高騰など、本県を取り巻く課題や社会経済情勢は大きく変化し、将来の予測もこれまで以上に不確実性を増している。
このような時代だからこそ、**あらゆる分野において変革を促し、未来につながる産業づくりに挑戦していくことが重要。**

県経済のリスク要因

1. 人口減少の進行



○高知県人口(推計)は4年間で32,775人減少
(R元10.1: 699,068人→R5.10.1: 666,293人)
人口構成上、今後も当分の間、本県の人口減少は続く見込み



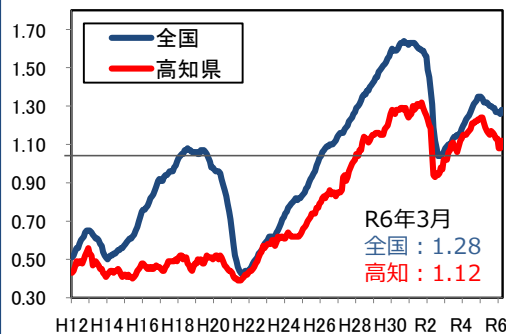
市場規模の縮小

○県内市場の規模は縮小バイアスがかかり続ける見込み
日本全体の総人口も減少局面に転じ、将来的には、国内市場の縮小が予想される

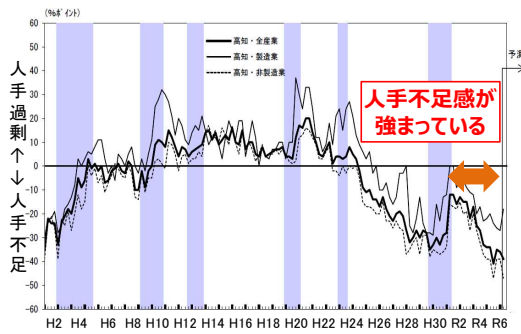
2. 担い手不足

○生産年齢人口の減少に失業率の低下が加わり、担い手不足は深刻化
有効求人倍率や雇用人員判断D.I.からも、県内事業者の人手不足感は強まっている
人口減少が続く中、**中長期的に見れば、この担い手不足の傾向は続いていくことが予想される**

＜有効求人倍率（季節調整済み）＞



＜雇用人員判断D.I.＞



社会経済情勢の変化

1. デジタル化の進展

○生活、産業などのあらゆる面でデジタル化が日常となりつつある。こうした経営環境の変化に対応するため、**県内事業者の規模に応じた取り組みが必要**

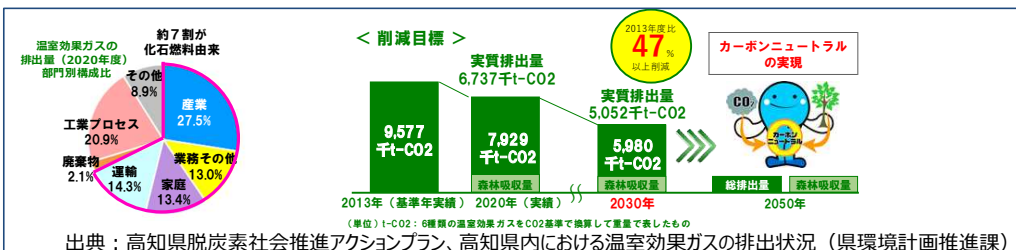
問、デジタル化に対応するための主な課題

	1位	2位	3位
中規模事業者	ツールの導入コスト (費用対効果) (58.2%)	デジタル人材の不足 (推進者・運用者) (41.8%)	長年の業務慣行や取引慣行 の変更 (26.9%)
小規模事業者	特にデジタル化は 必要ない (52.3%)	ツールの導入コスト (費用対効果) (29.1%)	ツールの導入や 使い方が分からない (20.4%)

出典：高知県中小企業等デジタル化状況調査報告書(R4)

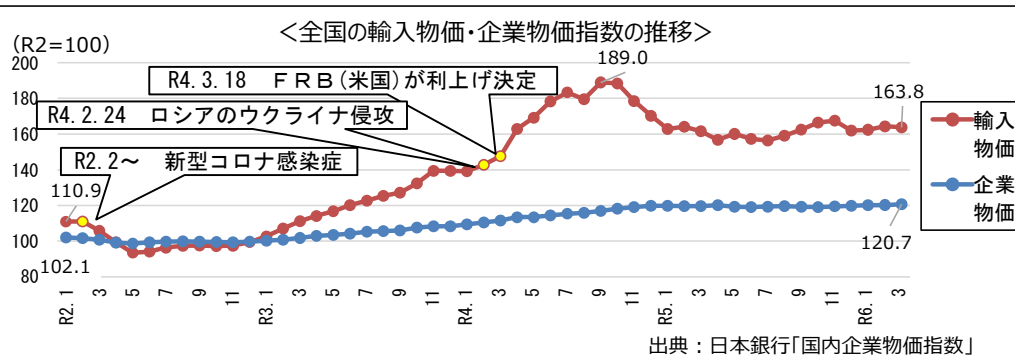
2. 脱炭素社会への移行

○2030年度の「温室効果ガス排出量47%以上削減（2013年度比）」の目標達成に向け、**排出量の多く（約70%）を占める化石燃料由来のCO2削減が急務**



3. 物価高騰

○物価の高騰により、県内事業者を取り巻く経営環境は大きく変動。多くの業種で、**新たな環境への対応が必要**



ポイント

- ①戦略の柱は、これまでの「地産外商」に加えて、新たな価値を生み出す「イノベーション（変革）」を据える
- ②県内GDPにおいて大きな割合を占める保健医療・福祉及び土木分野の経済動向にも目配りし、県内産業の活性化に向け、よりトータルな形で取り組みを進める

①総論

目指す将来像

地域における新しい挑戦により、持続的に経済が発展する高知県

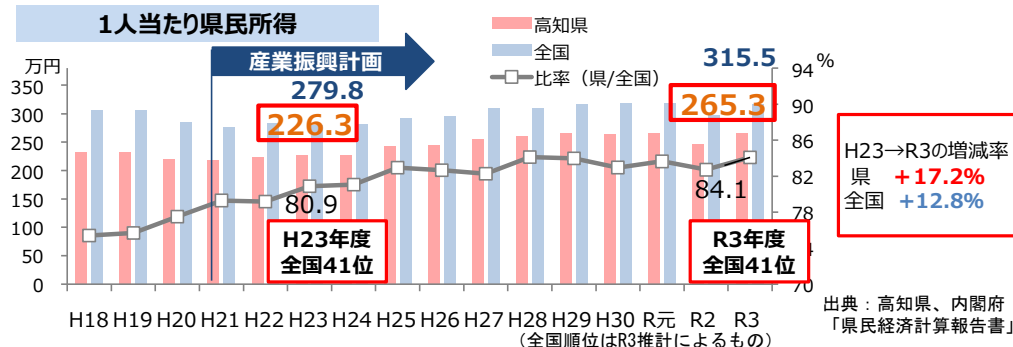
計画全体を貫く目標

一人当たり県民所得（※）を4年後（R9）に280万円以上にする

▶ 10年後（R15）：一人当たり県民所得を全国中位（20位台）にする

（※）県民所得とは、県全体が得る所得の総額。個人の所得や企業の所得などを含んだ県経済全体の水準を表す指標の一つ。「一人当たり県民所得」とは、県民所得を総人口で除したものだ。

（参考：一人当たり県民所得＝県民所得（雇用者報酬＋営業余剰等＋財産所得）÷総人口）



ポイント① 戦略の柱

「地産外商」+「イノベーション（変革）」

【戦略】2つの戦略の柱の下、5つの戦略により、多面的かつ重層的に施策を展開する

1 構造転換型戦略

デジタル化、グリーン化などの新たな時代の潮流をつかみ、足腰が強く、持続可能な産業への構造転換を図る

2 地域産業スケールアップ型戦略

地域資源が持つ価値を最大限に引き出し、県外・海外にも展開することで、地域産業のさらなる振興を図る

3 グローバル展開型戦略

世界に通用する製品や魅力的な観光地づくりを通じて、海外から選ばれる高知県を目指す

4 課題解決型戦略

全国に先行する本県の社会的課題を解決し、課題解決と成長の両立を図る

5 人材起点型戦略

人的資本となる人材を育成・確保し、県内産業の活性化や新たな産業の創出を図る

6 ページ参照

②産業成長戦略

対象とする産業分野

＜第4期計画＞

農業
林業
水産業
商業
観光

- ①デジタル化の推進
- ②グリーン化の推進
- ③グローバル化の推進
- ④外商活動の全国展開
- ⑤担い手の育成・確保

見直し

＜第5期計画＞

農業
林業
水産業
商業
観光

NEW

- ①デジタル化の推進
- ②グリーン化の推進
- ③グローバル化の推進
- ④担い手の育成・確保
- ⑤中山間地域の振興
- ⑥SDGsの推進

ポイント②

保健医療・福祉及び土木分野の経済動向にも目配りし、よりトータルな形で取り組みを進める

相互に連携

保健医療・福祉分野

土木分野

生産性向上、人材確保など

日本一の健康
長寿県構想

高知県建設業
活性化プラン

- 各分野が連携して取り組むテーマと、プロジェクト系を別立てで整理
→ I 連携テーマ II 次世代産業創造プロジェクト（旧連携テーマプロジェクト）

I 連携テーマ

専門分野間を
結ぶ取り組み

- ① 関西圏との経済連携の強化
- ② 地産外商戦略の推進
- ③ 起業や新事業展開の促進
- ④ 移住の促進

NEW

II 次世代産業創造プロジェクト

産学官民が連携し、新たな産業を創造する取り組み

- ① ヘルスケアイノベーションプロジェクト
- ② アニメプロジェクト
- ③ グリーンLPガスプロジェクト

③地域アクションプラン

県内7つの地域で市町村等と連携して進める具体的な取り組み



- 制度創設から15年が経過することに鑑み、実績や進捗状況を踏まえ、地域アクションプランからの自立や関連アクションプランとの統合、さらなる生産拡大や雇用創出に向けた取り組み内容の見直しを実施

第5期産業振興計画 **戦略の柱**

地産外商

イノベーション（変革）

～2つの戦略の柱の下、「5つの戦略」により、多面的かつ重層的に施策を展開～

戦略1 構造転換型戦略

足腰が強く、持続可能な産業へ

1 生産性向上(省力化・高付加価値化)の後押し

(1) 産業のデジタル化

地場産業 × デジタル

- ① IoPプロジェクトの推進とデータ駆動型農業による営農支援の強化
- ② スマート林業の推進
- ③ 水産業のデジタル化（高知マリンイノベーション）の推進
- ④ 県内事業者のデジタル化支援
- ⑤ ICTを活用した生産性の向上（保健医療・福祉分野、土木分野）等

(2) 産業のグリーン化

地場産業 × グリーン

- ① 有機農業の推進
- ② 森林資源の再生産の促進
- ③ グリーン化を含む「製品開発」への支援 等

2 新たな価値を生み出す産業の創造

(1) 「次世代産業創造プロジェクト」

- ① ヘルスケアイノベーションプロジェクト
- ② アニメプロジェクト
- ③ グリーンLPガスプロジェクト

戦略4 課題解決型戦略

課題先進県から課題解決先進県へ

1 自然災害多発県から「防災先進県・高知」へ

(1) 防災関連産業の振興

- ① メイド・イン・高知の防災関連製品の地産地消・外商
- ② 土木・工法分野の課題抽出とマッチング支援 等

2 新たな人の流れの促進（人口減少対策と連動）

(1) 県外からの移住者のさらなる増加

新たな関心層へのアプローチ拡大、相談体制の強化
仕事と住まいの確保、市町村独自の取組を強力に支援

(2) 外国人材の活躍推進（再掲）

戦略2 地域産業スケールアップ型戦略

稼げる地域産業へ

1 地域資源を生かした『地産』の強化

(1) 地域資源の価値を高める

【一次産業】

- ① 優良農地の迅速な整備と担い手への農地集積の加速化
- ② 高品質な製材品等の供給（大径材を含む）
- ③ 養殖業の振興 等

【二次産業】

食料品の商品開発力・生産力向上への支援

【地域アクションプラン】

地域資源を生かした加工品づくりや地域の観光振興

3 滞在型観光の推進

- ① 「どっぷり高知旅キャンペーン」の推進
・ 住民とのふれあいや暮らしにふれる観光商品づくり 等
- ② 中山間地域において周遊促進や長期滞在につながる観光地づくり
・ 宿泊施設を中心に長期滞在できる態勢づくり 等

2 『外商』の全国展開

起爆剤

(1) 関西圏との経済連携の強化

- ① アンテナショップの設置
・ 商談機会の創出
・ 食や自然などの魅力発信
- ② 万博を契機とした国内外の誘客促進

(2) 県産品の販路拡大

- ① 園芸品の卸売市場との連携（関東土佐会、関西土佐会）
- ② 「高知家の魚応援の店」との取引拡大
- ③ ものづくり企業の営業力強化への支援 等

戦略3 グローバル展開型戦略

世界に選ばれる高知県へ

1 県産品の輸出拡大

【全般】 台湾オフィス、シンガポール事務所などの海外支援拠点の活用

【一次産業、食品加工】

- ① 農水産物、土佐酒の輸出拡大
- ② 新たな柱となる輸出品目の掘り起こし 等

【ものづくり】

- ① 国内外の商社等とのマッチング
- ② 現地サポートデスク（タイ・ベトナム）
- ③ 現地アドバイザー（台湾、インド）の設置 等

2 インバウンド観光の推進

- ① 定期便化に向けたチャーター便の誘致
- ② 高知ならではのアドベンチャーツーリズムの推進
- ③ クルーズ客船の誘致 等

3 外国人材の活躍推進

- ① MOU締結先からの受入促進
- ② 定着促進に向けた環境整備への支援
・ 事業者の就労環境整備（翻訳機等）への支援

県経済の成長をしっかりと支える

戦略5 人材起点型戦略

人に投資し、人が活躍できる県へ

1 産業人材の育成

- ① こうちスタートアップパーク（KSP）による起業の促進
・ 学生の起業マインドの醸成、若者や女性の起業の後押し
- ② 土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）

3 多様な人材が定着・活躍しやすい環境整備

働き方改革の推進

- ・ 経営基盤強化と連動した働き方改革への支援
- ・ 働きやすい職場環境整備への支援

2 各産業の担い手の確保

- ① 移住施策と連動した担い手の確保
・ 移住とUIターン就職を一体的に支援
- ② 一次産業や建設業への若者（特に女性）の就業促進
- ③ 医療・福祉・介護人材の確保（処遇改善等）

◆分野を代表する目標：農業産出額等

単位：億円

	H30（出発点）	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	1,195	1,200	1,210	1,221
実 績	1,177	1,120	1,078	1,081	—
達成度				B	—

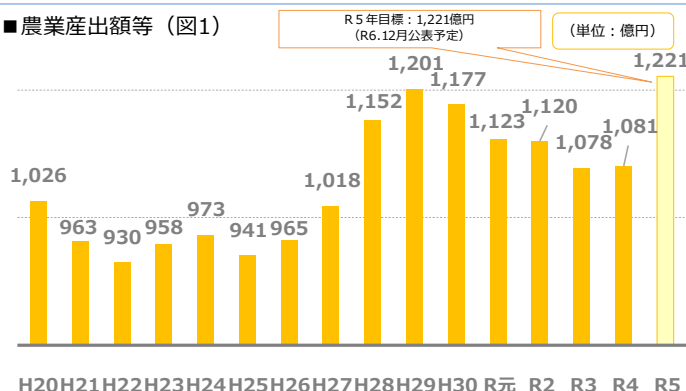
R6年12月公表予定

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

◆分野を代表する目標の達成状況（見込み含む）

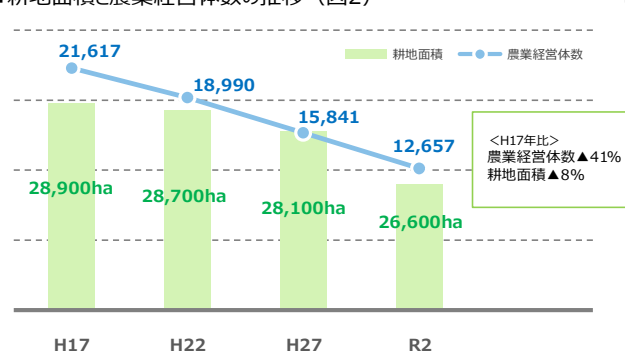
- R4年の農業産出額等は1,081億円と、コロナ禍及びウクライナ情勢などを背景とした原油価格や物価高騰の影響等により目標の1,210億円には届かなかった。[図1]
- 耕地面積と農業経営体数は減少傾向。新規就農者数もR2年度に減少して以降、横ばいで推移。一方で、Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及拡大の取組により、野菜主要7品目の環境制御技術の普及や次世代型ハウスの整備が一定進んだことで、反収が増加した品目があるなどの成果があり、野菜主要7品目の生産量はほぼ横ばいで推移。[図2、3、4、5、6]
- R5年の農業産出額等は、多くの品目で販売単価が高値で推移したことにより、R4年よりも増加する見込みであるが、台風被害等の影響で露地品目の生産量が低下したことや、花きの栽培面積減少による生産量の減少等の要因により、R5年目標には届かない見込み。

■農業産出額等（図1）



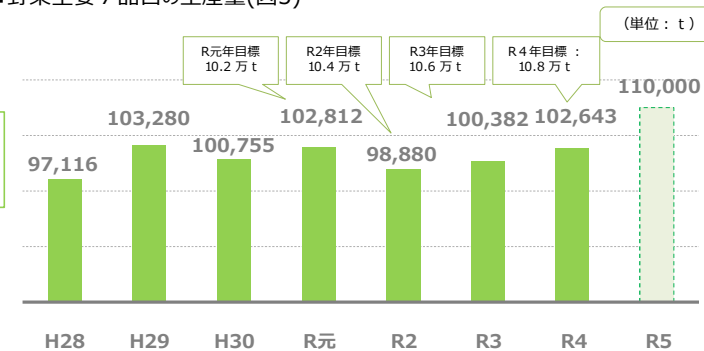
農業産出額等は、R2年以降、コロナ禍やウクライナ情勢の影響等により減少傾向となっており、直近のR4年は1,081億円と目標の1,210億円には届かなかった。

■耕地面積と農業経営体数の推移（図2）



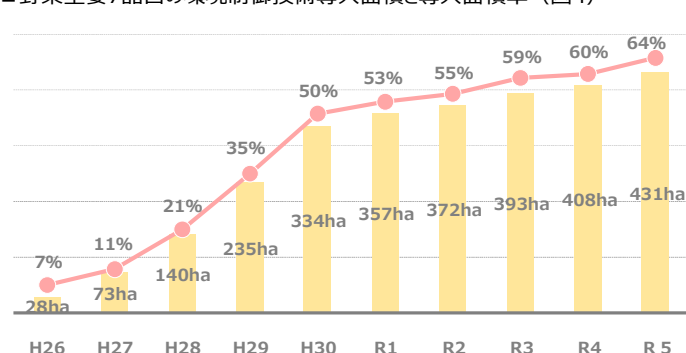
農業者の高齢化等により、耕地面積、農業経営体数ともに減少傾向。

■野菜主要7品目の生産量（図3）



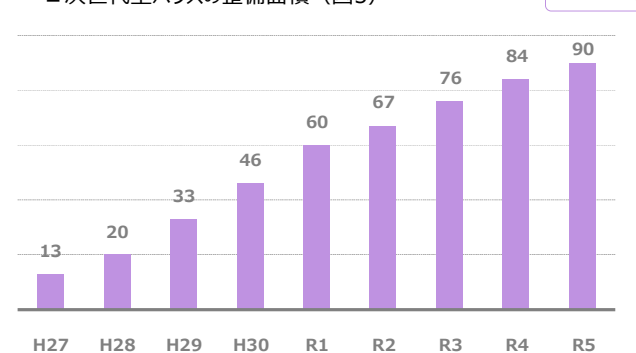
野菜主要7品目の生産量は横ばいで推移。

■野菜主要7品目の環境制御技術導入面積と導入面積率（図4）

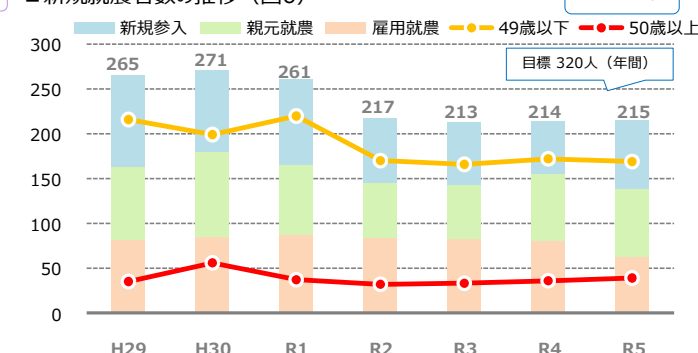


野菜主要7品目の環境制御技術の普及はR5年度には431ha（64%）と一定進んだものの、データを活用して増収につなげる農業者は限定されている。次世代型ハウスの整備面積はコロナ禍や資材高騰の影響により投資意欲が減退しており、伸びが鈍化している。

■次世代型ハウスの整備面積（図5）



■新規就農者数の推移（図6）



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

これまでの取り組みとその成果

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

(1)Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

①野菜主要7品目の出荷量（年間） H30：10.0万t →

R4：10.3万t（R5目標：11.0万t）

・IoPプロジェクトの推進

⇒IoPクラウドSAWACHIの本格運用（R4.9月～）

IoPクラウド利用（環境・画像データ）農家数：601戸（R5）

IoPクラウド利用（出荷・気象データ）農家数：1,177戸（R5）

IoPクラウドデータ収集農家数：2,593戸（R5）

・データ駆動型農業による営農支援の強化（R3～）

⇒データ駆動型農業による営農支援者数 H30：－→R5：1,742人

②次世代型ハウスの整備面積（累計） R元：59.6ha →

R5：90.4ha（R5目標：120ha）

・園芸産地の生産基盤強化

⇒低コストモデルハウスの整備（R4～R5） R元：－→R5：3棟0.7ha

既存ハウスの補強等対策の実施 R元：80棟11.7ha→R5：300棟42.7ha

新たに農業参入した企業数 R元：8社10.1ha→R5：12社16.7ha

(2)IPM技術（病害版）の普及拡大 主要野菜6品目の防除面積率（累計） H30：31% → R4：45%（R5目標：47%）

③常温煙霧実証ほの設置および普及（R3～）

⇒事業活用による常温煙霧の導入面積 H30：－→R5：2.3ha

④研修会等による技術の普及拡大

⇒IPM技術（硫黄燻蒸剤、湿度制御、点滴灌水、微生物農薬）の導入面積 H30：267ha→R4：327ha

(3)肉用牛飼養頭数 H30：5,986頭（うち土佐あかうし2,399

頭）（累計）→ R5：6,154頭（うち土佐あかうし2,445頭）

（R5目標：7,333頭（うち土佐あかうし3,725頭））

⑤生産基盤の強化

⇒レンタル畜産施設等整備事業による畜舎整備 5戸（R2～R5）

⑥IoTシステムの普及による生産性の向上

⇒発情発見装置導入農家率（R元～） H30：－→R5：70%

繁殖データベース導入農家率（R2～） H30：－→R5：100%

⑦TRB規格の導入と見直しによる土佐あかうし枝肉価格のさらなる向上（R2～）

⇒黒牛価格に対する土佐あかうしの価格比 H30：▲7.7%→R5：+10.7%

見えてきた課題

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

(1)

①・SAWACHI利用のメリットを伝える機会が少なかったため、利用農家数が伸び悩んでいる。

・データ分析ができる技術指導員は一定確保できたが、更なる育成が必要。

・データ分析結果を栽培現場で十分に活用できていない。[Ⅰ]

②新型コロナウイルス感染症や海外情勢の影響、燃油や肥料等の価格高騰による農業経営の悪化からハウス整備等の大型投資を見送る一方で、中古ハウスの活用や既存ハウスへの設備投資への需要が高まっている。[Ⅰ]

(2)

③、④

・常温煙霧は防除効果及び省力効果の面で概ね良い評価が得られたが、多くの品目では常温煙霧で使用できる農薬が少ない。[Ⅱ]

[その他農業のグリーン化の取組への課題]

・関係機関と連携した有機農業の推進体制等が不十分。

・有機農産物は販路拡大に向けた量販店のニーズ把握や生産者のグループ化ができていないケースが多い。

・電気代の値上がりにより、ヒートポンプの経費削減効果が低下。[Ⅱ]

(3)

⑤～⑦

・飼料価格高騰による県内肥育農家における子牛の購買意欲低下と子牛価格下落による肉用牛生産基盤の弱体化。[Ⅲ]

[その他農業の生産資材高騰の影響]

・燃油や肥料、資材などの高騰による経費の増加に伴い、農業所得が減少。[Ⅲ]

さらなる挑戦

I Next 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

・IoPクラウドの利便性の向上による利用農家数のさらなる拡大

・データ分析研修や現地指導、職場内研修等による技術指導員の育成及び指導技術の向上

・データ分析アドバイザーと連携したデータ分析の実践支援

・資材高騰を踏まえた新規ハウス整備に対する支援制度の見直し

・園芸用ハウス等リノベーション事業の拡充

II 農業のグリーン化のさらなる推進

・みどりの食料システム戦略に対応した有機農業をはじめとする環境負荷低減の取り組みのさらなる推進

・生産技術の確立による有機農産物の安定供給

・生産者のグループ化による有機農産物の販売拡大

・有機農産物への理解醸成及び県内外への販路拡大

III 資材価格高騰の影響を受けにくい農業への構造転換

・エネルギーコスト削減に向けて温水蓄熱・太陽熱等の省エネ技術の導入に対する支援を強化

・肥料・飼料コスト削減に向けて家畜ふんたい肥や稲WC Sなど、国内資源の利用拡大

・生産性向上に向けてデジタル技術の活用をさらに推進

これまでの取り組みとその成果	見えてきた課題	さらなる挑戦
柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築 (1)集落営農組織等の新規設立数（累計） H30：－ → R5：15組織（R5目標：40組織） ①組織化等に取り組む候補集落等の掘り起こし（R2～） ⇒新規取組地区 H30：－→R2～5:27地区 ②組織化等の意識醸成・合意形成支援（R2～） ⇒集落営農塾の参加集落 H30：－→R5:延べ241集落	柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築 (1) ①、② ・集落で組織化の必要性が共有されないことや、組織の中心となるリーダー等の人材が確保ができないことなどにより、組織化の取組を休止する地区がある。 ・組織化の合意形成や人材の確保に時間を要している。[IV]	IV 法人化を視野に入れた持続可能な営農組織の整備 ・重点支援地区を絞り、法人化を視野に入れた合意形成や、オペレーターの確保など組織化への支援を強化 ・目指すべき将来の農地利用の姿を明確化する「地域計画」の策定を契機とした地域での話し合いにおける集落営農の推進
柱3 流通・販売の支援強化 (1)市場流通で開拓した取引先との販売額（年間） H30：7.5億円 → R5：27.4億円（R5目標：25億円） ①6地域（関東、京阪神、中京、東北、北陸、中四国）における県産青果物の販売促進 ⇒販売拠点となる量販店 H30:27店舗→R5:52店舗 ⇒量販店での高知フェア H30:720回→R5:7,073回	柱3 流通・販売の支援強化 (1) ①・中食・冷凍食品など新たな販路の確保や営業が不十分。 ・機能性表示食品等の特徴を販売に十分に活かしていない。 ・生産資材高騰分を販売価格へ十分に転嫁できていない。 [V]	V 農畜産物の適正価格での取引の推進 ・生産者や農業団体による生産コストの見える化 ・価格交渉しやすい相対取引の増加に向け、中食・冷凍食品業者への提案強化 ・農産物の機能性などの付加価値を適正に評価してもらえるターゲットへの提案 ・生産コストを反映した価格への消費者や流通業者の理解醸成
柱4 多様な担い手の確保・育成 (1)新規就農者数（年間） H30：271人 → R5：215人（R5目標：320人） ①親元就農 ⇒親元就農支援対象リストアップ数(R3～)H30：－→R5:35部会345人 ②新規参入 ⇒新規就農ポータルサイトによる情報発信（R2.3月～） アクセス数 H30：－→R5:77,058 ⇒就農相談会の開催 H30:18回（県外16回、県内2回）→ R5:60回（県外23回、県内37回） ⇒就農相談者数 H30:269人（県外175人）→R5:230人（県外127人） ⇒産地提案書数 H30:32市町村77提案書→R5:33市町村99提案書	柱4 多様な担い手の確保・育成 (1) ①・後継者候補がいても、後継者が就農できる経営状態となっていない。 ・親元就農者への支援制度が十分でない。[VI] ②・新規就農者は30代を中心に若年層が減少しており、R5年度の女性の割合も22%にとどまる。 ・若年層（女性含む）に、本県農業の魅力を認知させることができていない。 ・資材高騰等による初期投資や生産コストの増大により就農を躊躇する就農相談者が増えている。 ・雇用就農を希望する就農希望者はいるものの、求人が少ない。[VI]	VI 新規就農者の確保に向けた親元就農と若年層への就農支援の強化 ・農業に興味を持ってもらい、仕事としての農業の魅力を知ってもらう取り組みの実施 ・後継者の就農後の早期経営確立を支援するための支援の創設 ・新規参入を目指す若者・女性の就農前研修中の費用負担を軽減 ・新規就農者が定着するまでの就農支援の強化（トレーニングハウス整備の推進） ・女性が働きやすい環境整備と学びの場の創設 ・雇用の受け皿となる経営体の育成
柱5 農業全体を下支えする基盤整備の推進と農地の確保 (1)新規ほ場整備農地の担い手への集積率（累計） H30：－ → R4：67.5%（R5目標：65.0%） ①地域計画策定モデル地区の選定 H30：－→R5:5カ所	柱5 農業全体を下支えする基盤整備の推進と農地の確保 (1) ①・地域ごとの地域計画の策定プロセスが関係機関で共有できていない。 ・担い手が不足する地域での地域計画の策定の取り組みが遅れている。[VII]	VII 地域計画の実現に向けた基盤整備の推進と担い手への農地集積の加速化 ・基盤整備に向けた合意形成支援 ・担い手への農地の集積・集約化支援

◆分野を代表する目標：原木生産量、木材・木製品製造業出荷額等

原木生産量					
	H30 (出発点)	R2	R3	R4	R5
目標	—	71.8	74.4	77.0	79.6
実績	64.6	63.7	65.6	73.6	70.8
達成度					B

(注) 第4期産業振興計画(R2～5)で目標を見直し

木材・木製品製造業出荷額等					
	H30 (出発点)	R2	R3	R4	R5
目標	—	217	218	224	228
実績	214	192	249	266	—
達成度					S

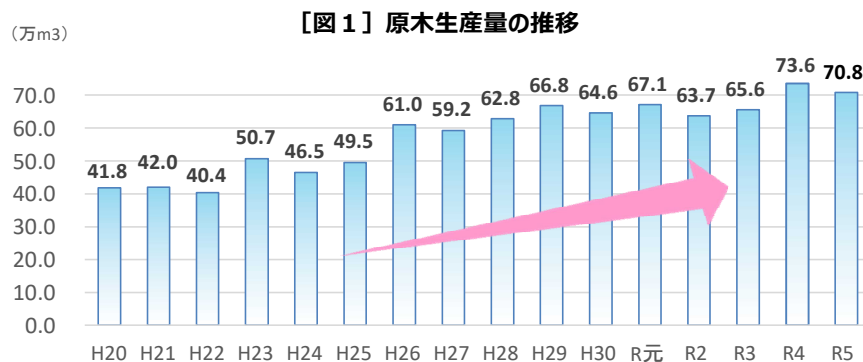
実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2以降は個人経営を含まない(国統計の調査方法の変更による)
[参考] R元の()は個人経営を含まない数値

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

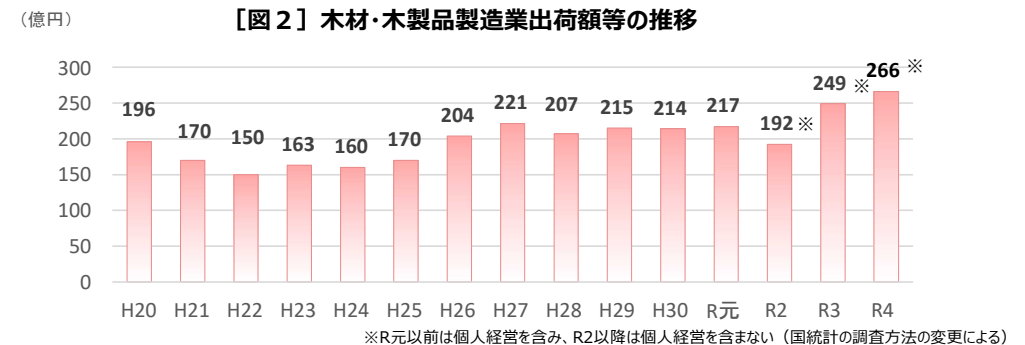
◆分野を代表する目標の達成状況(見込み含む)

○令和2年「原木生産量」は、新型コロナウイルス感染症の影響から減少したものの、令和3年は輸入材の不足等を受け増加。令和4年は73.6万m³と産業振興計画がスタートして以来、最大となったが、令和5年は前年の反動等から70.8万m³に減少し目標の79.6万m³を達成できなかった。[図1]

○同様に、令和2年「木材・木製品製造業出荷額等」は減少。令和3、4年は、ウッドショックと呼ばれる輸入材の減少に伴う国産材の需要増、価格の高騰の影響により、目標を大きく上回ったものの、現在の住宅需要の減少や価格の下落傾向により令和5年の目標達成は不透明。[図2]

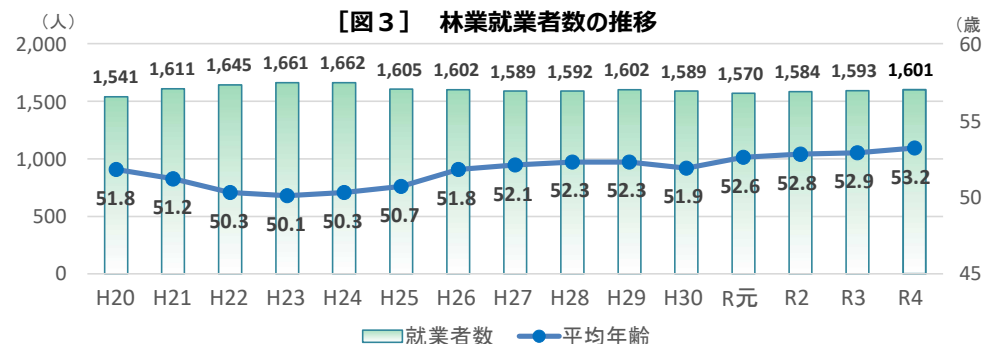


R4年の原木生産量は、木材価格が一定高い水準を維持したことや、高性能林業機械の導入が進むなど生産体制の強化により73.6万m³まで拡大したが、R5年は前年の反動から70.8万m³に減少。



※R元以前は個人経営を含み、R2以降は個人経営を含まない(国統計の調査方法の変更による)

R2年の出荷額等は、コロナ禍により経済全体が停滞し、新設住宅着工戸数が前年比▲9.9%となるなどの影響を受け、大きく減少。R3、4年の出荷額は、前述のとおり増加し目標を達成。



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



高品質な製材品(JAS材)



林業大学校

これまでの取り組みとその成果

柱1 原木生産の拡大

(1) 民有林の原木生産量

H30:46.6万m³**→ R5:52.4万m³[推計値] (R5目標:59.0万m³)**

- ①作業システムの改善による生産性の向上
 - ⇒高性能林業機械等の新規台数 R2～R5：51台
 - ⇒10 tトラック道等の整備及び整備への支援
 - ・林道新規採択 R2～R5：5路線
 - ⇒森林組合支援WGによる新たな作業システムの導入 R2～R3：7組合
 - ⇒機械化や自動化の実証活動 R4～R5：延べ9事業体
- ②森の工場の拡大・推進
 - ⇒森の工場の承認面積（累計）H30:72,799ha→R5:88,042ha

(2) 民有林の再造林面積

H30:263ha → R5:294ha (R5目標:630ha)

- ①皆伐に必要な作業道等の整備
 - ⇒皆伐に必要な作業道開設 R2～R5累計：59,139m
- ②地域SCMの仕組みづくり
 - ⇒仁淀川町で木材需給情報共有システムが導入 R4
- ③再造林の促進
 - ⇒再造林推進員による提案活動面積 R元：51ha→R5：191ha
 - ⇒川上及び川中の事業者による「仁淀川町森林保全基金」が設立(R4年12月)
 - ⇒ミニチュア採種園の拡充 H30：2箇所→R5：3箇所

高性能林業機械の導入や林道等の基盤整備等による生産性の向上や集約化等の取組により、原木生産量は増加

柱2 木材産業のイノベーション

(1) 県産製材品の出荷量

H30:135千m³ → R5:143千m³ (R5目標:169千m³)

- ①高品質な製材品の供給体制の整備
 - ⇒JAS認証 H30:14工場→R5:19工場
 - ⇒木材乾燥機の導入 R3～R5：14台
- ②製材事業体の生産・経営力の強化
 - ⇒事業戦略の策定 R2：3事業体
 - ⇒経営セミナー事業体参加者数 R2～R5：延べ152人
- ③木材・木製品の付加価値化の推進
 - ⇒高知県の森林資源(大径材、強度)を活かした都市木造「高知モデル」の開発
 - ⇒高知モデルの県内製材事業者や建築士の協同による県内施工体制の構築
- ④プラットフォームづくり等による地産・外商体制の強化
 - ⇒SCMフォーラム全体研修会等の開催 R3～R5：延べ238人参加

中小製材事業体の共同化・協業化に向けた施設整備等への支援や事業戦略の策定や実践への支援を行い経営力を強化

見えてきた課題

柱1 原木生産の拡大

- ・原木生産量の拡大及び確実な再造林につながる収益性の確保のための、効率的に施業を展開できる区域におけるさらなる生産性の向上 [(1)①]
- ・限られた担い手の中で木材需要に柔軟に対応していくため必要となる、デジタル化等によるスマート林業の推進及び関係者間での需給情報の共有や効率的な新たな作業システムの導入[(1)②、(2)①]
- ・森林資源が成熟化している森の工場内における、皆伐を含めたより効率的な生産システムの再構築[(1)②、(2)①]
- ・地ごしらえから下刈りまでの再造林初期費用の所有者の負担軽減[(2)③]
- ・再造林基金を横展開するための理解促進[(2)③]
- ・再造林に必要となる、成長が早く花粉の少ない苗木の供給[(2)③]
- ・増加する再造林に対応する担い手の確保、皆伐事業者と連携した取組（地ごしらえの簡素化）、野生鳥獣対策、機械化など一層の効率化[(2)③]

柱2 木材産業のイノベーション

- ・住宅及び非住宅分野での需要に対応できる乾燥材及びJAS製材品の生産体制[(1)①]
- ・今後増加する大径材の加工体制[(1)①]
- ・事業戦略の策定・実践の支援の拡大[(1)②]
- ・都市木造「高知モデル」の展開[(1)③]
- ・木製の内装や建具等新たな付加価値の創出[(1)③]
- ・県外向けの共同輸送の安定化や拡大[(1)④]
- ・川上における川中・川下の求める規格の原木を即座に供給できる山の在庫管理や山元での選木など生産体制の整備[(1)④]
- ・川中における川下の求める製品の量と納期に対応できる出荷体制の整備[(1)④]

さらなる挑戦

I 森林資源の再生産の促進

効率的に林業が行える林業適地を中心として、再造林推進プランを踏まえ、森林資源の再生産を促進する。

i) 林業適地への集中投資

- 林業適地の選定
- 林道等の開設（改良）の促進
- 再造林の促進
- 新たな森の工場の拡大
 - ・間伐・皆伐・再造林の一体的促進
 - ・森林経営管理制度の活用等市町村と連携した集約化
- 林地残材の利用拡大

ii) 林業収支のプラス転換

- 再造林基金等の拡大
- 低コスト造林の推進（低密度・隔年下刈など）
- 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（機械導入、デジタル化等スマート林業）
- 野生鳥獣による食害対策の強化
- 成長の優れた苗木等の生産強化

II 木材産業のイノベーション

需要や原木の大径化等を踏まえた高品質な製材品等の加工・流通・販売の高度化を推進し、地場競争力を強化。

i) 高品質な製材品の供給体制の整備

- 需要に応じた製材品供給力の強化・高品質化
- 大径材の利用促進（大径材加工施設整備への支援等）
- 製材加工の共同化・協業化等の促進

ii) 製材事業体の生産・経営力の強化

- 事業戦略の策定・実践による経営改善の推進

iii) 木材・木製品の付加価値化の推進

- 高知モデルの環境不動産と一体的な展開
- 木製の内装、建具等非住宅分野向けの高付加価値製品開発の支援強化

iv) プラットフォームを基盤とした地産・外商体制の強化

- 県内製材工場等の連携による集出荷体制の整備
- 需要にマッチした生産供給体制の整備

これまでの取り組みとその成果

柱3 木材利用の拡大 (建築士等への戦略的アプローチ)

(1) 県内における非住宅建築物の木造率(床面積ベース)
H30:17.1% → R5:15.7% (R5目標:20%)

- ①林業大学校でのリカレント教育等による木造建築に精通した建築士等の育成
⇒建築実務者向けオンライン木造建築講座 R2～R5:延べ1,160人参加
⇒木造初心者向け中大規模木造塾 R2～R5:延べ627人参加
⇒県内のCLT建築物 R2～R5:23棟(H25～R5:51棟、うち公共25棟)
- ②経済同友会等との連携による施主の木材利用に関する理解の醸成
⇒木材利用推進全国会議での自主宣言の策定 54団体(うち県内5団体)
- ③マーケティング戦略の強化
⇒高知県環境不動産の制度創設(R4)

【参考】

- マーケティング戦略の強化(外商関連)
⇒県外流通拠点における土佐材取扱量 R5:8,299m³
⇒土佐材パートナー企業による土佐材使用住宅等の建築数 R5:155棟

セミナー開催や設計支援等により、木造建築に精通した建築士等が養成され、県内の公共及び民間のCLT建築物は着実に増加

柱4 担い手の育成・確保

(1) 林業就業者数

H30:1,589人 → R4:1,601人 (R5目標:1,670人)

- ①移住希望者に向けた各種相談会の開催
⇒こうちフォレストスクールや高知暮らしフェアなど県外やオンラインでの就業相談への対応 R2:10回119人, R3:12回121人, R4:10回79人, R5:12回76人
- ②林業大学校の充実・強化
⇒林業大学校研修生の県内林業事業体就職者数(年度計)
R2:26人, R3:21人, R4:20人, R5:17人(H30とR元の年度平均:17人)
- ③事業体の経営基盤の強化
⇒事業戦略を実践する林業事業体数
R2:-, R3:5事業体, R4:10事業体, R5:9事業体

リアルとオンラインによる就業相談会等の取組により、林業就業者数は横ばいを維持

見えてきた課題

柱3 木材利用の拡大 (建築士等への戦略的アプローチ)

- ・公共建築物等において培った木材利用のノウハウの民間建築物への展開[(1)①]
- ・建築物の構想段階での木造化・木質化への提案・支援[(1)②]
- ・環境不動産の積極的な普及・P R[(1)③]
- ・県産材の利用がない県外工務店や非住宅建築を行う土佐材パートナー企業の需要の開拓[(1)③]
- ・非住宅建築物向けの効率的な木材調達等[(1)③] 等

柱4 担い手の育成・確保

- ・女性の就業促進に向けた、林業の魅力やモデルケースなどの情報発信 [(1)①]
- ・地域おこし協力隊OBなど小規模な林業を担うグループにおいては、森林資源を活用した新たな事業の実施により、一定の収入が確保できる新たな働き方が必要 [(1)①]
- ・スマート林業など新たな技術に対応できる人材の育成 [(1)②]
- ・再造林の推進に必要な造林・育林に関する知識と技術を有する技術者の育成 [(1)②]
- ・女性の就業促進の後押しが期待できるスマート林業の実践などの取組の拡大 [(1)③]
- ・女性や若者視点での労働環境改善の取組の推進 [(1)③]

さらなる挑戦

Ⅲ 木材利用の拡大

木材に精通した建築士を育成し、施主等への働きかけ等を強化することにより、高知県環境不動産をはじめ非住宅建築物の木造化・木質化を推進。

i) 木造建築に精通した建築士等の育成

- 公共建築物等における木材利用のノウハウの普及
- 指導的建築士による若手の育成
- 全国の建築士団体等との連携による建築士の育成 等

ii) マーケティング戦略の強化

- 施主の木材利用に関する理解の醸成
- TOSAZAIセンター(提案相談窓口)による設計支援、提案活動(高知モデル等を活用)
- 高知県環境不動産の建築促進 等

Ⅳ 多様な担い手の育成・確保

安全で魅力ある職場づくりを進め、多様な人材を確保するとともに、高度な技術を有する人材を育成する。

i) ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取組の強化

- 女性等をターゲットにした「こうちフォレストスクール」の開催や就業相談への対応などの林業労働力確保支援センターと連携した林業での就業促進に向けた取組の展開
- 森林資源を活用した事業の実施を支援し、半林半Xといった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手を確保

ii) 高度な技術を有する人材の育成

- 林業事業体における、森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援
- 林業大学校において、原木生産に加え、再造林の推進に必要な知識と現場経験を得るための研修の実施

iii) 魅力ある職場づくりの推進

- ドローン等の女性が扱いやすい機器の操作研修の開催に加え、林業現場でのスマート林業の実践に向けた林業事業体への個別支援
- 更衣室の設置や就業規則の見直しなど、女性等が働きやすい環境整備への支援
- 事業戦略の実践や女性が働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催

第4期産業振興計画の取り組みの総括【水産業分野 1/3】

◆分野を代表する目標：漁業生産額（宝石サンゴを除く）、水産加工出荷額

漁業生産額（宝石サンゴを除く）

単位：億円

	H29 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	506	486	515	520
実 績	470	412	451	475	—
達成度				B	R7年3月頃 公表予定

水産加工出荷額

単位：億円

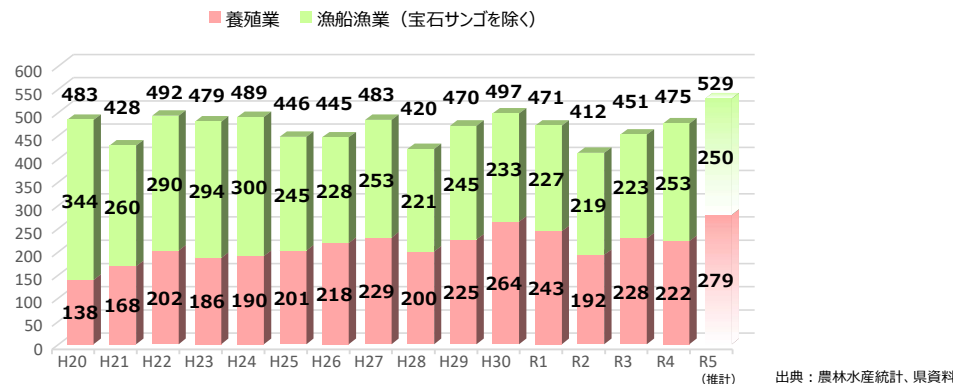
	H29 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	255	265	268	270
実 績	199	200	224	249	—
達成度				B	R7年7月末頃 公表予定

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

◆分野を代表する目標の達成状況（見込み含む）

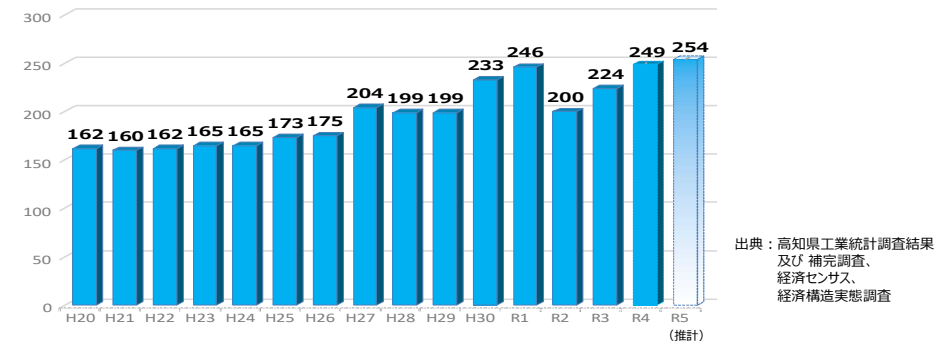
- 漁業生産額（宝石サンゴを除く）は、海況の変化や資源量の減少等の環境的要因による漁獲量の減少や、新型コロナの影響による需要の減少により、R2年以降は、目標値を下回っていたが、かつお類の豊漁や魚価の上昇により生産額は増加傾向に転じており、R5年は目標を達成する見込みである。[図1]
- 水産加工出荷額は、新型コロナによる飲食店等の休業や宴会需要の減少等により、R2～R4年は目標には到達しなかったが、R3年以降、新たな加工施設の整備（R3:1件、R4:1件、R5:1件）が進んだこと等から、増加傾向で推移している。[図2]
- 今後も引き続き、安定的な生産が可能な養殖の生産拡大や、担い手確保の取り組みの充実により生産の強化を図っていくとともに、販路開拓等による外商や輸出の強化に取り組んでいくことで、漁業生産額や水産加工出荷額の増加を目指す。

【生産】[図1] 漁業生産額（宝石サンゴを除く）の年次推移（単位：億円）



海況の変化等の環境的要因や新型コロナの影響により、生産額は変動している。

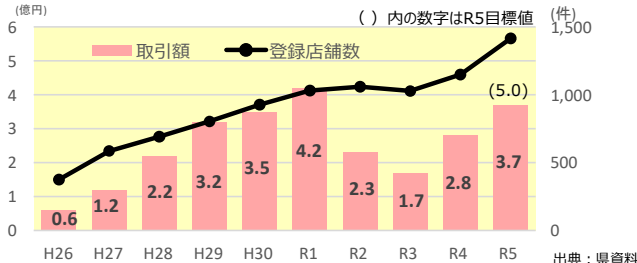
【加工】[図2] 水産加工出荷額の年次推移（単位：億円）



新型コロナの影響等によりR2年は減少したが、新たな加工施設の整備が進んだことで、R4年は過去最高となり、増加傾向で推移している。

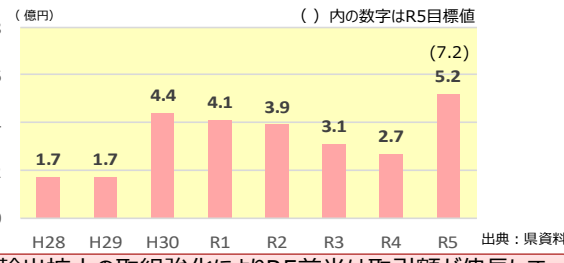
【流通・販売】

[図3] 「高知家の魚応援の店」における登録店舗数と年間取引額の推移



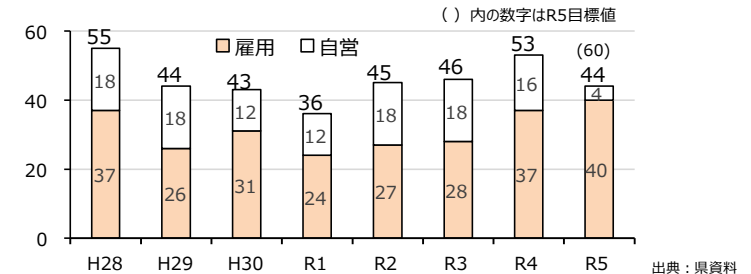
新型コロナの影響で減少した取引額は回復傾向にあり、目標には届かなかったが、コロナ前（R元）の約88%となった。

[図4] 水産物輸出額の推移



輸出拡大の取組強化によりR5前半は取引額が伸長していたが、ALPS処理水の影響による中国への輸出停止により目標達成には至らなかった。

【担い手】



R2年以降は増加傾向にあり、雇用型漁業においてはR5も増加したが、自営型漁業は近年の不漁等により就業希望者が少なく、目標達成には至らなかった。

これまでの取り組みとその成果

柱1 漁業生産の構造改革

(1) 鮮魚の県内市場取扱額 [図6]

R元: 82億円 → R5: 87.6億円(R5目標: 93億円以上)

①高知マリンイノベーションの推進

- ⇒漁業操業に有用な情報を発信する「NABRAS」の運用開始 (R5.1)
- ⇒カツオ一本釣り、定置網版の利益シミュレーションツールが完成 (R4)
- ⇒メジカ漁場予測システムを開発し、予測結果の試験配信開始 (R5.1)
- ⇒JAMSTECとの研究により二枚潮発生予測の精度が向上
- ⇒紀南分枝流東進型急潮の予測手法を確立し、注意報を発出
- ⇒浦ノ内湾における赤潮予測情報の発出を開始 (R4)
- ⇒自動計量システムの導入 3市場 (R2~R5)

②雇用型漁業の経営安定に向けた事業戦略の策定・実行

- ⇒20経営体(かつお・まぐろ: 14、定置網: 6)

③未利用漁場への企業参入の促進

- ⇒2経営体(大型定置網)が参入 (R2~R4)



(2) 養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ) [図7]

H30: 19,772トン→R5(速報): 20,900トン(R5目標: 21,400トン)

①ブリ人工種苗を導入する養殖業者への支援

- ⇒宿毛湾の2業者がブリ人工種苗計2万尾を導入 (R4)

②漁場の有効活用、新たな漁場の確保

- ⇒既存漁場及び新規漁場調査を実施 (R4~R5)



柱2 市場対応力のある産地加工体制の構築

(1) 海外HACCP対応型加工施設の整備 (H29~累計)

R元: 2件 → R5: 5件 (R5目標: 4件)

①加工施設の立地促進や機能等の強化

- ⇒産地加工の需要の高まりや輸出に対する機運の醸成により加工施設の整備が進捗



(2) 養殖魚の前処理加工 [図8]

H30: 20億円 → R5: 63.4億円 (R5目標: 50億円)

①加工関連産業の強化

- ⇒大規模加工施設の加工数量の増加や新たな加工施設の操業開始により養殖魚の前処理加工は大幅に増加



見えてきた課題

柱1 漁業生産の構造改革

(1)

- ①高知マリンイノベーションの推進による操業や市場業務の効率化を図るため、予測の精度向上や多くの漁業関係者へ普及を図ることが必要
 - ・「NABRAS」の利便性の向上 [I ①a]
 - ・予測精度の向上 (二枚潮、急潮、赤潮) [I ①ab、II e]
 - ・未解明の事象に対する新たな予測手法の確立 (急潮、赤潮) [I ①b、II e]
 - ・メジカ漁場予測システムの漁業現場での実用化 [I ①c]
 - ・市場関係者の産地市場のスマート化に向けた現地での実証等のフォローアップ [I ①d]

②漁業経営体の経営安定・継続に向けた支援 [I ②]

- ③漁業生産額の増加を目指し、引き続き地元と協働して漁場の有効活用や企業参入を促進することが必要 [II d]

(2)

- ①養殖業の生産拡大・安定化を図っていくための取り組みが必要
 - ・ブリ人工種苗の飼育データの蓄積・活用 [II a]
 - ・養殖に係る生産コストの削減 [II b]
 - ・養殖・加工・販売・輸出業者が連携するマーケット・イン型養殖業への転換 [II c]

- ②調査結果を活用し、既存漁場の有効活用及び規模拡大・新規参入による生産拡大を図ることが必要 [II d]

柱2 市場対応力のある産地加工体制の構築

(1)

- ①輸出拡大に向けて、さらなる加工施設の整備、機能強化や販路開拓を行っていくことが必要 [III abc]

(2)

- ①安定した加工用原魚の確保と、その保管等に必要施設整備が必要 [III de]



さらなる挑戦

I 効率的な漁業生産体制の確立

①マリンイノベーションの推進による普及・開発

- a これまでの取り組みの普及と利用率の向上
 - NABRAS、予測情報 (二枚潮、急潮、赤潮)、利益シミュレーションツール
- b 国等と連携したリスク対策に繋がる予測手法の精度向上・開発 (二枚潮、急潮、赤潮)
- c メジカ漁場予測の社会実装用システムの構築
- d 産地市場のスマート化に意欲的な地域でのモデルケース構築と、他地域への横展開
- e デジタル化の新たな取り組みの挑戦 (例: 沖合域からの通信手法の検討等)



②漁業経営体の経営力の向上

- ・企業的な漁業経営の推進 (法人化等による労働環境の改善等)

II 養殖業の振興

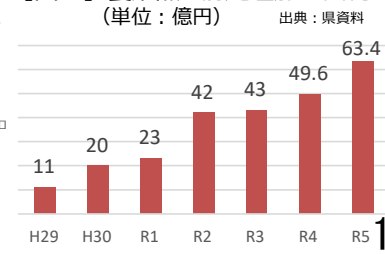
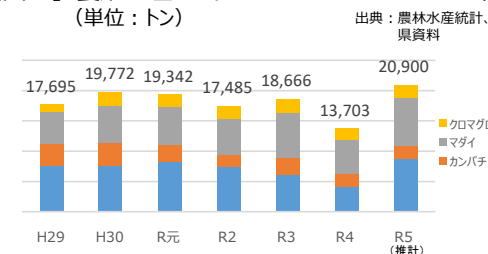
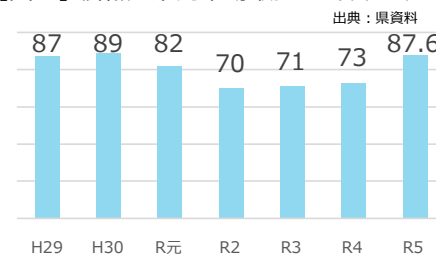
- a 県内での飼育データを活用したブリ人工種苗の普及
- b 投餌量削減技術の開発・検証による生産コストの削減
- c 養殖・加工・販売・輸出業者が連携するマーケット・イン型養殖業の推進
- d 新規漁場・既存漁場の有効活用による生産拡大に向けた規模拡大・新規参入業者への支援の充実
- e 赤潮予測手法の確立・高度化による漁業被害の軽減

III 市場対応力のある産地加工体制の強化

- a 輸出拡大に必要な施設整備の支援
- b マーケットのニーズに対応した商品開発や販路開拓支援
- c 加工施設の機能強化と衛生管理の高度化の支援
- d 養殖・加工・販売・輸出業者が連携するマーケット・イン型養殖業の推進(再掲)
- e 冷凍保管の整備に向けた支援



[図6] 鮮魚の県内市場取扱額 (単位: 億円) [図7] 養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ) [図8] 養殖魚の前処理加工出荷額 (単位: 億円) 出典: 県資料



これまでの取り組みとその成果

柱3 流通・販売の強化

(1) 「応援の店」への県内参画事業者の出荷額 [図3]

R元：4.2億円 → R5：3.7億円 (R5目標：5億円)

①外商の拡大

⇒「応援の店」高知フェア R2:340店舗→R5:408店舗

⇒「応援の店」産地見学会 R4:2回(37店舗)→R5:2回(42店舗)

※R2は新型コロナの影響で実施できなかった

②消費地市場とのネットワークを生かした取引の拡大

⇒量販店及び飲食店チェーンでの高知フェアの開催

R4：関西14回(893店舗) 関東1回(63店舗)

R5：関西10回(341店舗)



(2) 水産物の輸出 [図4]

H30：4.4億円 → R5：5.2億円 (R5目標：7.2億円)

①輸出の拡大

⇒漁協や加工事業者等で組織する「高知県水産物輸出促進協議会」が国内外の展示会へ出展 R2:2回、R3:4回、R4:7回、R5:8回

⇒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」を配置し、県内企業の商品開発や販路拡大を支援 (R5)

⇒関東及び関西の卸売市場関係者等の水産物の集荷能力と輸出ルートを活用した販路拡大を実施 (R5)

柱3 流通・販売の強化

(1)

①新規取引や取引拡大・回復につながる効果的な施策や「応援の店」のニーズに応じた、マーケットインの視点による産地の強化が必要 [IVabc]

②関東・関西卸売市場関係者等と連携した、量販店や飲食店チェーン向けの販売促進によるさらなる認知度向上による定番化の推進が必要 [IVd]



(2)

①輸出に取り組む新たな事業者の掘り起こしや、国内外の商社等との連携による取引拡大が必要 [V]



柱4 担い手の育成・確保

(1) 新規就業者数 [図5]

H30：43名 → R5：44名 (R5目標：60名)

①就業希望者の掘り起こし

⇒県独自の就業フェアの開催 R4:1回(大阪)→R5:2回(大阪・高知)

⇒専門学校等での就業セミナー開催 R2:2回→R5:4回

⇒UIターンサポートセンターと連携したオンラインセミナーの開催 R4:1回→R5:1回



②新規就業者の育成

⇒短期研修実施回数 R2:14回→R5:27名

⇒長期研修等利用者数 R2:25名→R5:16名

③経営安定に向けた支援

⇒営漁指導員等の育成研修の開催支援 延べ23回 (R2～R5)

⇒新規漁労技術習得研修実施者 R2:5名→R5:2名

⇒雇用型漁業の経営安定に向けた事業戦略の策定・実行 (再掲)
20経営体の事業戦略を策定

見えてきた課題

さらなる挑戦

IV 外商拡大に向けた生産・流通・販売体制の強化

- a 県内参画事業者の取引拡大につながる商談機会の創出
- b マーケットインの視点による商品の磨き上げ
- c 「高知家の魚応援の店」での水産物以外の県産品を含めた販売促進の実施
- d これまでに構築した関西圏の卸売市場関係者との関係を継続し、県産水産物の安定取引のために既存取引先での定番化を推進



V 輸出の強化

- ・水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の商品開発や販路拡大（輸出先国の開拓を含む）を支援することで輸出を拡大
- ・関東及び関西の卸売市場関係者等の輸出ルートを活用した販路拡大
- ・現地商社と連携したPRの強化
- ・輸出拡大に必要な施設（加工場・冷凍保管施設）整備の支援（再掲）



VI 担い手の育成・確保

①新規就業者の育成・確保

- a 若い世代をターゲットとした情報発信の強化
- b 県内及び関西圏での漁業就業フェアの開催
- c 漁業就業フェアに係る出展事業者の面談スキルの向上や来場者へのフォローアップ
- d 移住施策と連携した就業希望者への支援
- e 就業希望者のニーズに応じた研修等の継続
- f 新規就業者の経営安定に向けた支援



②女性・外国人を含めた多様な人材が参入しやすい環境整備

- a デジタル化、省力化等による作業の効率化、負担軽減
- b 専門家の派遣等による労働環境及び雇用条件の改善に向けた取り組み支援
- c 水福連携の取り組みの推進
- d 漁業に関わる事業者（船舶修繕業者等）の事業継続に向けた働きかけ

③漁業経営体の経営力の向上（再掲）

- ・企業的な漁業経営の推進（法人化等による労働環境の改善等）

◆分野を代表する目標：製造品出荷額等

単位：億円

	H30 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	6,100	6,200	6,350	6,500
実 績※1	5,945	5,472	6,015	6,473	—
達成度				A	—

※1 年度ごとの調査対象の違い（○：含む ×：含まない）

	H30	R元	R2	R3	R4
個人経営	○	○ (×)	×	×	×
従業者 3人以下	×	×	×	○	○

H30・R元は工業統計調査、R2は経済センサス、R3～経済構造実態調査

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

◆分野を代表する目標の達成状況（見込み含む）

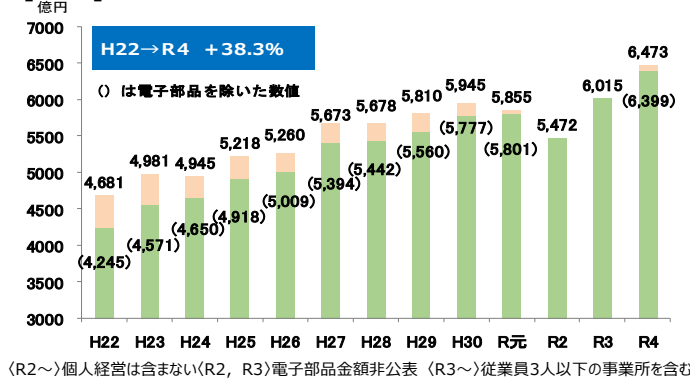
○分野を代表する目標である製造品出荷額等〔図1〕は、令和2年はコロナ禍の影響を受け前年を下回ったが、令和3年は対前年比+9.9%（全国+9.3%）、令和4年は対前年比+7.6%（全国+9.6%）と増加。産業振興センターの外商支援による令和5年度の成約額が増加〔図2〕していることなどを踏まえると、令和5年目標は達成できる見込み。

○また、労働生産性や賃金〔図3・4〕も上昇傾向にあるなど、これまでの産業振興計画における取り組みの成果が着実に表れている。

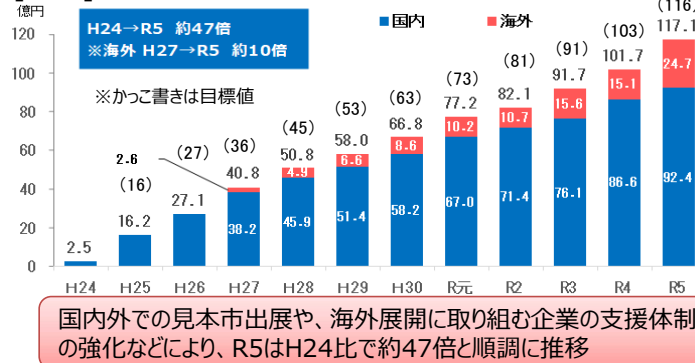
○しかしながら、労働生産性や賃金の全国との差はいまだ大きい。また、就業者数〔図5〕の減少が続くなど、人手不足感が強くなっている状況にある。

○このため、高付加価値化やデジタル技術の活用などによる効率化・省力化といった「生産性向上」の取り組みと、柔軟な勤務体制、福利厚生充実といった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化し、これらを両輪で進めていく。⇒ **女性・若者・外国人など多様な人材が活躍できる環境づくりを進め、誰もがやりがいを持っていきいきと働ける企業へと成長を促す〔図6〕**

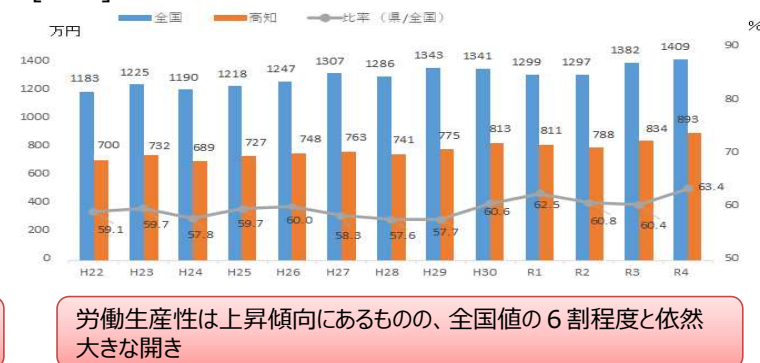
〔図1〕製造品出荷額等の推移



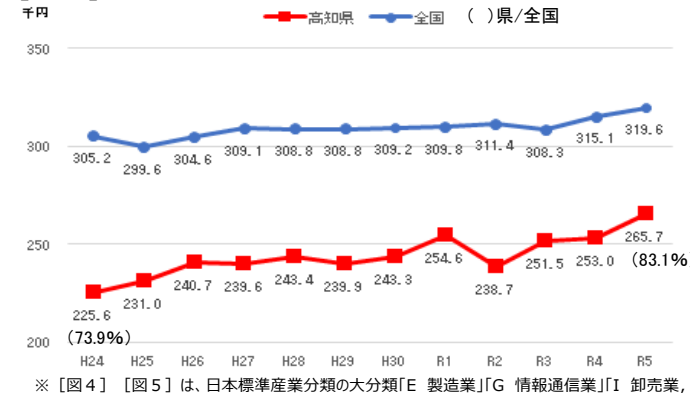
〔図2〕産業振興センターの外商支援による成約額



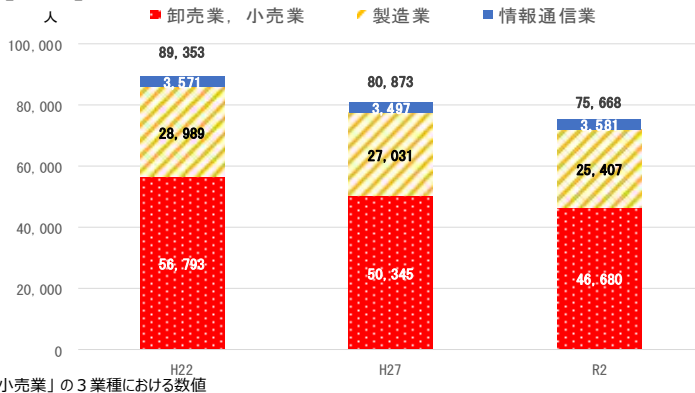
〔図3〕製造業の労働生産性（従業者1人当たり付加価値額）



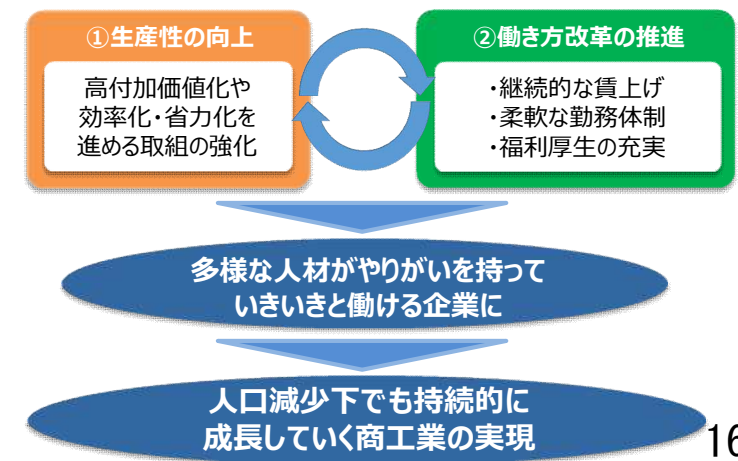
〔図4〕商工業分野の1人当たり賃金（所定内給与額：月額）



〔図5〕商工業分野の就業者数



〔図6〕商工業分野の目指す姿



R2以降上昇しており、全国値との差も縮小傾向にあるが、依然大きな開き

R2はH22比で約15%の減。県内の有効求人倍率も上昇傾向にあり、企業の人手不足感が強まってきている

これまでの取り組みとその成果

柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦

(1) 製造業の労働生産性（一人当たり付加価値額）

H29：775万円 → R4：893万円（R5目標：883万円）

①事業戦略の策定と実行支援（238社）

⇒5年経過124社の売上目標達成企業割合49.2%

アンケート：事業戦略に取り組んでよかった＝89.7%

・課題や強みを可視化し、
取り組む優先順位が明確
となり意思決定が早くなっ
た。
・補助金や融資等の必要
な支援を受けやすくなった。
・コロナ等の環境変化に素
早く対応できた。

②生産性向上推進アドバイザー等による支援等

⇒企業訪問 53社延べ421件（R2～R5）

（生産管理の自動化（作業時間が1/4に短縮）、機械の稼働率向上（生産量が1.4倍に増加）など）

⇒新事業チャレンジ補助金による構造転換353件（賃上加算106/166件）

③付加価値の高い製品・技術の開発促進

⇒製品企画書の策定支援 154件（製品化80件）（R2～R5）

⇒製品等グリーン化推進事業費補助金 採択11件（R4～R5）

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

(1) 産業振興センターの外商支援による成約額

R元：77.2億円 → R5：117.1億円（R5目標：116億円）

①国内（R2～R5）（R5実績：92.4億円 R5目標：101億円）

・県外見本市への出展 ⇒ 86回延べ413社出展・商談10,684件

・展示商談会の開催 ⇒ 31回延べ223社出展・商談2,299件

・ものづくり総合技術展の開催 ⇒ 4回延べ421社出展・商談延べ2,554件

②海外（R2～R5）（R5実績：24.7億円 R5目標：15億円）

・海外戦略の策定支援 ⇒ 13社（H30からの累計33社）

・見本市出展 ⇒ タイ、ベトナム等5カ国14回延べ45社出展・商談1,595件

※名刺交換を含む

(2) 防災関連認定製品の売上高

R元：61.3億円 → R5：124.4億円（R5目標：91億円）

①国内（R2～R5）県外見本市 ⇒ 36回延べ176社出展・商談3,257件

②海外（R2～R5）海外見本市 ⇒ 台湾：2回（カタログ出展）

柱3 商業サービスの活性化

(1) 経営計画の策定支援件数（H28からの累計）

R元：2,603件 → R5：6,686件（R5目標：5,626件）

○商工会・商工会議所の伴走型支援による経営計画の策定・実行支援

⇒スーパーバイザーによるOJT実施件数 733件（R2～R4）

⇒経営支援Coによる支援事業者数 R2:113者→R4:156者

(2) 空き店舗への出店支援件数（H28からの累計）

R元：32件 → R5：79件（R5目標：102件）

○空き店舗対策事業費補助金による支援⇒補助実績79件（H28～R5）

見えてきた課題

柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦

①事業戦略の策定から5年経過した企業のうち、自社でPDCAを回している企業は約6割。4割は人材不足や個別課題（資金繰りなど）があるため、より細やかな支援が必要
事業戦略は、中小企業が限りある資源を効果的に活用し、競争優位性を築き、持続的に成長していくために有効なものであるため、今後も策定企業を増やしていくことが必要

②アドバイザーによる支援やセミナーの開催により、一部には生産性向上の成果が見られはじめているが、自社で主体的、継続的に生産性向上を進められる企業を増やすことが必要
持続的な賃上げを促進するための後押しが必要

③イノベーションにつながる新たな製品・技術の開発を促進するとともに、グリーン化製品については、比較規模の大きな企業に留まっており、中小企業の参画促進が必要

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

(1) 国内外での外商支援

①国内：顧客候補への後追いが十分できず、商談で得た接点を活かしていないケースがあり、より高い成約率とするためには、各企業の営業力強化が必要

②海外：成約額は伸びてきているが一部企業にとどまっており、各企業への伴走支援体制の強化及び海外展開に参画する企業の掘り起こしが必要

また、海外現地での支援が、見本市出展や出張による商談同行などスポット対応であったため、成約までつながりづらい

(2) 防災関連産業の振興

①国内：防災備蓄が一定完了している企業・団体が多いことから、更新市場の開拓が必要

また、工法の外商支援を強化するため、専門知識のある人材が必要

②海外：防災技術のPR活動から成約につなげるために継続的な支援ができる現地体制の強化が必要

柱3 商業サービスの活性化

(1) 経営計画の策定支援

・経営環境の変化に対応するため、事業再構築など、高難度な支援案件に対応できる体制強化が必要

・コロナ融資の返済が本格化していく中で、経営が厳しい事業者に対する経営支援の強化が必要

(2) 空き店舗への出店支援

・空き店舗のさらなる利用促進に向け、改修等が必要な店舗の所有者を対象とした支援の強化が必要

さらなる挑戦

I 取組企業の裾野拡大(生産性向上等)

①事業戦略のPDCAを自立的に回せていない企業を中心に支援を強化

・コーディネーターの体制の見直し（デジタル化Coの増員など）
・チームによる伴走支援（専任担当者、デジタル化Co、アドバイザー等）

事業戦略により収益が改善した好事例を紹介して、事業戦略策定に取り組む企業の裾野を拡大

②生産性向上の事例紹介パンフレットにより、取り組む企業の裾野を拡大。また、コストの変化など効果の見える化により意欲を高め、主体的な取組を促進
各種補助事業における賃上加算のインセンティブ付与

③イノベーションの創出に向けた製品開発補助の創設

・多くの企業のイノベーションを促進するため、昨年度までであった2つの製品開発補助金を統合・強化し、新たに戦略的製品開発推進事業費補助金を創設

II 企業の営業力強化(国内) 現地支援体制の強化(海外)

(1) 国内外での外商支援

①国内：企業の営業力強化のための助成メニューを創設

②海外：有望国に現地アドバイザーを配置((2)～②参照)
海外ビジネス交流会の立ち上げや、継続的な支援を行う現地サポートデスク開設(タイ、ベトナム)など、大幅に支援体制を強化(R5～)

(2) 防災関連産業の振興

①国内：首都圏の企業や一般消費者を狙ったWebメディアへの広告や百貨店オンラインショップの活用

工法の外商を促進するため、土木・工法に精通するコーディネーターを産業振興センターの大阪営業本部に配置

②海外：防災・インフラ技術セミナーを行ったインド及び台湾に現地アドバイザーを配置し、継続的な支援体制を強化

III 県内事業者の経営基盤の強化

(1) 経営計画の策定支援

・経営指導員の設置数の定数化による経営支援機能の強化（R6～）

・ポストコロナで求められる資金繰り支援や人手不足・原材料高などの経営環境変化に伴う事業再構築に対応できる専門家（経営支援エキスパート）を商工会・商工会議所に配置し、支援体制を強化（R5～）

(2) 空き店舗への出店支援

・空き店舗の出店支援策の強化（空き店舗所有者を対象とした支援内容の拡充）

これまでの取り組みとその成果

柱4 デジタル技術の活用による生産性の向上と事業構造の変革の促進

(1) デジタル化計画の策定企業数 (R3からの累計)

R3 : 3社 → R5 : 90社 (R5目標 : 75社)

○中小企業が行うデジタル化の取組の中期的な実行計画（デジタル化計画）の策定支援及び計画実行に当たっての伴走支援を実施
⇒伴走支援件数 R3:15社→R4:71社→R5:128社

(2) IT・コンテンツ関連企業立地件数 (H25からの累計)

R元 : 23件 → R5 : 38件 (うち中山間地域10件) (R5目標 : 43件)

- ①IT・コンテンツ関連企業の誘致活動を継続し、若者層の就職先を確保
⇒新規雇用者数 606名 (H25～R5)
- ②シェアオフィス拠点施設 (BASE CAMP IN KOCHI) の整備支援
- ③R5から中山間地域への企業誘致を強化し、市町村向け勉強会 (2回)・先進地視察 (3カ所) や企業とのマッチングイベント (1回) を開催

柱5 事業承継・人材確保の推進

(1) 県出身県外大学生の県内就職率

H30 : 18.4% → R4 : 21.3% (R5目標 : 35%)

- ①県内企業の採用力向上・情報発信のための支援
⇒企業向けセミナー実施 12回、参加企業延べ341社 (R2～R5)
⇒「高知求人ネット」学生サイト掲載企業数 R2:183社→R5:365社
- ②県内企業に興味関心を持つ学生の囲い込み
⇒学生と県内企業が接点を持つ機会の提供 (オンライン交流会)
23回、参加学生延べ552名、参加企業延べ208社 (R2～R5)

(2) 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

H30 : 11件 → R5 : 52件 (R6目標 : 100件)

- 事業承継ネットワークによる事業承継ニーズの掘り起こし
⇒事業者からの譲渡相談 R2:193件→R5:254件
⇒事業者からの譲受相談 R2:76件→R5:122件
⇒事業承継診断の実施 R2:1283件→R5:1911件

(3) 県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数の合計人数

R2 : 2,236人 → R5 : 3,059人 (R5目標 : 3,150人)

- 送り出し国側との信頼関係の構築 (ベトナム、インドへのミッション団の派遣など)
⇒現地への訪問回数 R2:0回→R5:5回

(4) ワークライフバランス推進延べ認証企業数 (H19からの累計)

R元 : 344社 → R5 : 777社 (R5目標 : 700社)

- ワークライフバランス推進アドバイザーによる新規企業訪問
⇒新規企業訪問数 延べ1,957社 (R2～R5)

見えてきた課題

柱4 デジタル技術の活用による生産性の向上と事業構造の変革の促進

(1) 県内企業のデジタル技術の活用の促進

- ・中規模事業者のデジタル化の取組は一定進んでいる一方、小規模事業者の半数が「デジタル化の必要性はない」と回答。
- ・人手不足に対応するためにも、会計帳簿や顧客管理など、身近な課題からデジタル化に取り組む事業者を拡大することが必要
- ・加えて、高付加価値化につながるような、デジタル化の取組の「質的な向上」をさらに進めることが必要

(2) IT・コンテンツ企業誘致の取組のさらなる充実

- ・さらなる中山間地域への企業誘致の実現ため、地域課題解決型の企業誘致に、市町村と連携して取り組む必要

柱5 事業承継・人材確保の推進

(1) 大学生の就職支援

- ・賃金レベルの向上や福利厚生の実施など、大学生に魅力のある県内企業の拡大と、新卒採用の情報発信に意欲的に取り組む県内企業の拡大が必要
- ・県内大学生やIターン者を含め、県内就職の可能性のあるより多くの学生に、高知での就職を意識してもらうための情報発信の仕掛けが必要
- ・全国との人材確保競争に負けないように、学生・従業員や県内企業にメリットのある奨学金返還支援の検討が必要

(2) 円滑な事業承継の推進

- ・60歳以上で後継者不在の事業者約5,500者に対して、相談数は992件とまだ少なく、さらなる普及啓発と相談案件の掘り起こしの強化が必要
- ・売り手に比べて買い手の相談件数が少ない
- ・中山間地域では商圏の縮小や設備等が更新されていないなど、成約に結びついていない

(3) 外国人材の活躍促進

- ・人手不足がより深刻化する中、県経済を持続・発展させていくためには、送出国との関係を一層強化し、優秀な外国人材を送り出してもらうことが必要
- ・外国人材に本県で働き続けたいと思ってもらえるような環境づくりが必要

(4) 働き方改革の推進

- ・中山間地域、小規模企業における認証企業の割合が低いことから、認証取得に向けた支援の強化が必要

さらなる挑戦

Ⅳ デジタル技術の活用による生産性向上と働き方改革の推進

(1) 県内企業のデジタル技術の活用の促進

- ・デジタル化に取り組む事業者の「量的拡大」を図るため、小規模事業者に対する支援体制を強化し、「ITツール集」を活用した啓発活動や相談対応を実施
- ・高知デジタルカレッジにおいて支援機関職員のデジタルスキルの向上を図る講座を新設するとともに、様々な業種の研修会において出張デジタル講座を実施
- ・デジタル化の取組の「質的な向上」を支援するため、全社最適化やビジネスモデルの変革などに取り組む企業ごとに支援チームを組成し、事業戦略の磨き上げや「DX認定」の取得を支援

(2) IT・コンテンツ企業誘致の取組のさらなる充実

- ・中山間地域への企業誘致に向けた取組を着実に推進

Ⅴ 事業承継・人材確保の強化

(1) 大学生の就職支援

- ・賃上げや労働環境の整備など、産振計画の取組を通じた働き方改革の推進と、新卒採用の情報発信に取り組む県内企業の掘り起こし
- ・県内外の大学生に向けた、デジタルマーケティングの手法を活用した情報発信の強化
- ・県内企業と県が協働で取り組む、人材確保・定着に効果的な奨学金返還支援制度を創設

(2) 円滑な事業承継の推進

- ・パンフレットの送付や支援機関との連携による事業承継の重要性の周知を強化
- ・移住施策との連携の強化 (引継ぎ前の研修期間に対する生活費の支援、事業承継奨励給付金の創設)
- ・ネームクリア案件のHP掲載数増及び事業承継のマッチングサイトへの掲載による買い手への情報発信の強化
- ・令和5年度創設した補助金の周知徹底と活用の促進

(3) 外国人材の活躍促進

- ・情報発信の強化や奨励金制度の創設など受入促進策の強化により、優秀な外国人材を着実に送り出してもらう流れをつくる
- ・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」の取組を一段と強化し、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

(4) 働き方改革の推進

- ・社労士等の働き方改革コンサルタントによる伴走支援を強化
- ・働きやすい環境整備に必要な資機材等 (女性用トイレ、専用休憩室の整備、フリーアドレス化など) に対する助成制度の創設

第4期産業振興計画の取り組みの総括【観光分野 1 / 3】

◆分野を代表する目標：観光総消費額

単位：億円

	H30 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	－	1,053	1,096	1,130	1,288
実 績	1,104	648	699	966	1,290
達成度					A

◆分野を代表する目標：県外観光客入込数

単位：万人

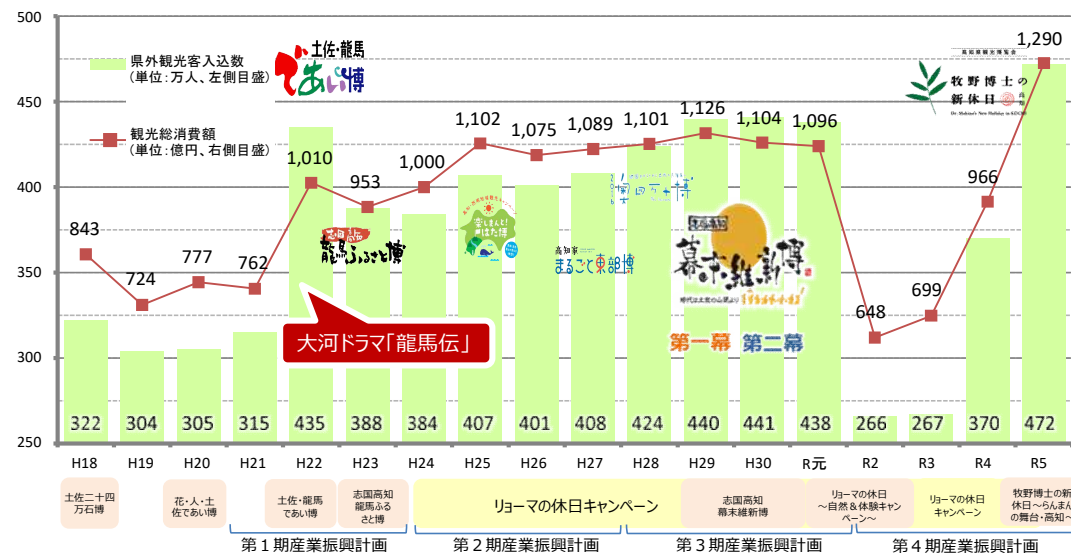
	H30 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	－	400	435	450	460
実 績	441	266	267	370	472
達成度					A

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

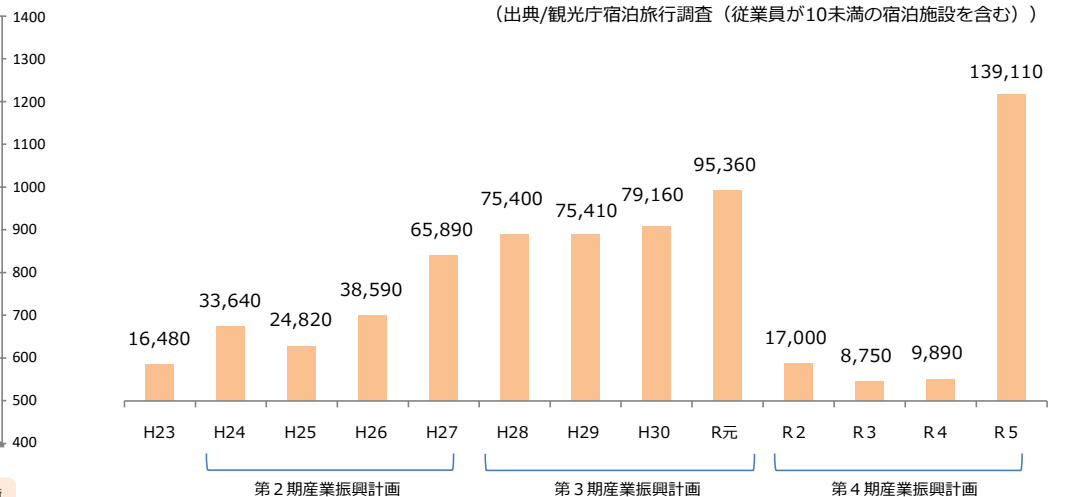
◆分野を代表する目標の達成状況

- 令和2～3年は、新型コロナの影響により観光総消費額及び県外観光客入込数ともに大きく減少した。令和4年には回復の兆しが見られた。
- 令和5年は、これまでセールス活動や観光施設の整備を官民一体となって継続していたことが、観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」や台湾との定期チャーター便の就航などといった追い風を最大限に生かすことにつながり、観光総消費額及び県外観光客入込数は過去最高値となった。〔図1〕
- 外国人延べ宿泊者数についても同様に、新型コロナの影響（渡航制限）により大きく減少した。しかし、令和4年10月からの大幅な規制緩和により、令和5年はクルーズ船や台湾との定期チャーター便などによるインバウンド観光が増加し、外国人延べ宿泊者数は過去最高値となった。〔図2〕

万人 【図1】 県外観光客入込数及び観光総消費額の推移



億円 【図2】 本県の外国人延べ宿泊者数の推移（人泊）



【表1】 その他主要な戦略目標達成状況

項目	出発点	達成目標(R5)	実績(R5)
全国から誘客できる観光拠点の整備（累計）	H30 8ヶ所	+10ヶ所 [18ヶ所]	18ヶ所
広域観光組織の体制強化（累計の観光庁登録DMO数）	H30 1	+3 [4]	4
スポーツツーリズムの強化（年間）	H30 9.0万人	+5.5万人 [14.5万人]	8.6万人

【表2】 観光客満足度調査結果

※「大変良い」「良い」を合計した割合（観光政策課調べ）

項目	出発点	到達目標(R5)	実績(R5)
観光施設における満足度（年間）	H30 79%	+6% [85%]	87%
宿泊施設における満足度（年間）	H30 79%	+6% [85%]	81%

これまでの取り組みとその成果

柱1 戦略的な観光地域づくり ・ 柱5 事業体の強化

（1）観光拠点の整備数（累計）

H30：8ヶ所 → R5：18ヶ所【R5目標：18ヶ所】

- ①民間企業の現地視察 ⇒ 25社（H30～R5）
- ②民間企業のノウハウを導入した観光拠点の整備数
⇒R元：1件→R5：13件（H30～R5）
- ③核となる観光拠点入込客数

⇒R元：894,024人（12施設）→R5：1,922,357人（18施設）

（2）広域観光組織の体制強化数(累計の観光庁登録DMO数)

H30：1 → R5：4【R5目標：4】

- ①デジタルデータ分析ツールの導入【R4～】
⇒デジタルデータ等を活用した実証事業の数：24事業（R4～R5）
- ②滞在型観光プラン整備計画策定数 ⇒ 6広域（R2～R5）
- ③滞在型観光プラン造成数⇒18周遊プラン（R2～R5）

柱2 効果的なセールス&プロモーション

（1）県外観光客入込数（年間）

H30：441万人 → R5：472万人【R5目標：460万人】

- ①効果的な広報・セールス活動の展開
 - ・キャンペーンの展開【R2～】
⇒コロナ禍において低迷した観光需要に対し、需要喚起策（高知観光トク割キャンペーン、高知観光リカバリーキャンペーン）を実施
⇒牧野富太郎博士がモデルとなった連続テレビ小説「らんまん」の放送にあわせて、観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を開催したことにより、県外観光客入込数は過去最多となる472万人となり、目標の460万人を上回った。
 - ・サステナブルツーリズムの推進【R4～】
⇒県内の観光素材についてのヒアリング調査を実施し、サステナブルな要素を抽出し、高知の観光素材がサステナブルであることを可視化する冊子の作成や、SNSを通じた情報発信を実施。

（2）県外からのスポーツによる入込客数（年間）

H30：9.0万人 → R5：86,094人【R5目標:14.5万人】

- ①スポーツツーリズムの推進【R2～】
⇒プロ・トップチーム誘致（年間）74,237人(R元) → 49,139人(R5)
⇒アマチュアスポーツ合宿の誘致(年間) 4,406人(R元)→ 8,857人(R5)
⇒サイクルイベントの県外参加者数(年間)1,138人(R元)→ 1,141人(R5)
⇒こうちサイクルオアシス登録施設数(累計)75施設(R元) →83施設(R5)
⇒高知龍馬マラソンの出走者数11,816人（2020大会 R2.2）→ 8,395人（2024大会 R6.2）

見えてきた課題

柱1 戦略的な観光地域づくり・柱5 事業体の強化

- （1）観光拠点を核とした周遊の促進
 - ・整備から時間が経過した観光拠点の魅力を再構築し、さらなる集客増を図ることが必要
 - ・集客の核となる観光拠点から周辺の観光施設等への周遊促進の取組の強化が必要
- （2）広域観光の充実
 - ・これまで以上に地域内における滞在日数の延長やリピートを促すため、観光客が地域の魅力をより深く体感できる取組が必要

柱2 効果的なセールス&プロモーション

- （1）効果的な広報・セールス活動の展開
 - ・観光消費額を重視したロングステイ型観光やリピート率の向上、宿泊施設の高付加価値化などの取り組みが必要
 - ・冬場などの閑散期対策が必要
 - ・「らんまん」効果を一過性で終わらせない取り組みが必要
- （2）スポーツツーリズムの推進
 - ①プロスポーツのキャンプ・大会の新規誘致
 - ・スポーツ施設の整備が必要
 - ・受入可能な宿泊施設の確保が必要
 - ・野球、サッカーの2競技に集中しており、多種目化が必要
 - ②アマチュアスポーツの合宿・大会誘致
 - ・受け入れ地域・施設が限定的。実施時期が夏冬休み・土日等に集中。野球、サッカーの2競技に集中。
 - ③自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・サイクルツーリズムをはじめ、自然環境を生かしたスポーツはインバウンド客を取り込める余地が大きいため、関係機関との連携やプロモーション、セールス活動の強化が必要
 - ④高知龍馬マラソンの開催
 - ・「2025大会 R7.2」の成功に向け、大会の魅力向上が必要

さらなる挑戦

I 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

- （1）観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり
 - ・地域との交流や理解が深まる観光商品づくり
 - ・学びを深めるガイドの養成
- （2）地域の周遊促進につながる取組の強化
 - ・広域観光組織における周遊促進や滞在時間延長の取組の支援
 - ・観光拠点や宿泊施設を中心とした周遊の促進
 - ・観光客向けの二次交通の充実

II 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした戦略的セールス&プロモーションの実施

- （1）伸びしろを捉えた誘客キャンペーンの展開
 - ・滞在日数の増加やリピート率を向上させることで、観光消費額の増加につなげる。
 - ・戦略ターゲットとして、女性、若年層、インバウンド等を設定
 - ・閑散期を狙った誘客の促進
- （2）県政課題の解決につながるコンセプト設定
 - ・磨き上げてきた「食」、「自然」、「歴史」だけでなく、地域の暮らしや文化も加えて、セールス&プロモーションを展開
 - ・中山間地域の振興も視野に、市町村や広域観光組織とも連携し、本県ならではの魅力を深く体感できる素材を打ち出し

III スポーツツーリズムの推進

- （1）プロスポーツ等の誘致
 - ・市町村等と連携した誘致活動の強化
 - ・県内で開催されるプロスポーツのキャンプや大会の多種目化を図るため、市町村や連携協定を締結している企業等を通じて、新規プロチームの誘致に取り組む
- （2）自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・サイクリングなどによるインバウンド客の取り込み強化
- （3）高知龍馬マラソンの開催
 - ・大会の魅力向上や情報発信の強化
 - ・海外からの参加者拡大

これまでの取り組みとその成果	見えてきた課題	さらなる挑戦
柱3 おもてなしの推進 (1) 観光客満足度調査における「大変良い」「良い」の割合「観光施設」(年間) H30 : 79% → R5 : 87%【R5目標 : 85%】 (2) 観光客満足度調査における「大変良い」「良い」の割合「宿泊施設」(年間) H30 : 79% → R5 : 81%【R5目標 : 85%】 ①観光案内所機能強化研修受講事業者数(延べ)(累計) ⇒104事業者(H28～R元) → 273事業者(H28～R5) ②宿泊施設魅力向上支援事業による支援 ⇒機運醸成に向けたセミナー参加者数: 85人(R5) ⇒課題に応じたアドバイザー派遣数: 7施設、3地域連携団体(R5) ⇒事業計画作成及び実践支援数: 7施設、3地域連携団体(R5) ③バリアフリー観光に関する相談対応件数(年間) ⇒ 34件(R2) → 139件(R5) ④現地調査によるバリア・バリアフリー情報の収集件数 ⇒観光: 146施設、宿泊: 128施設、交通: 37施設(H30～R5) ⑤外国人観光案内所の設置か所数 ⇒3ヶ所(H26) → 20ヶ所(R5)	柱3 おもてなしの推進 (1) 宿泊施設の魅力向上 ・周遊促進や滞在時間のさらなる延長を図るため、宿泊施設と地域の観光関連事業者の一層の連携強化が必要 (2) 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化 ・ガイド団体の人材の不足に対応する受入態勢強化策が必要 (3) バリアフリー化と受入環境の整備 ・障がい者や高齢者、外国人など多様なニーズに対応するためには、ユニバーサルツーリズムの取組を県内観光関連事業者へ広げていくことが必要。 ・インバウンド需要の回復に伴い、受入側での「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」といった環境整備の重要性がますます高まっている (4) 宿泊施設の人手不足 ・観光需要の回復に宿泊施設の手手が追いつかず、人手不足が顕在化	IV おもてなしの推進 (1) 宿泊施設の魅力向上 ・<u>宿泊施設の周辺事業者との連携強化</u> ・<u>長期滞在をテーマとしたセミナーの開催</u> (2) 観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり【再掲】 ・国内外からの観光客におもてなしができる観光ガイド団体の育成強化 ・伝統文化などを生かし、より付加価値が高いガイドの育成を支援 (3) ユニバーサルツーリズムの推進 ・県内観光関連事業者のネットワークの拡大等による受入態勢の強化
柱4 国際観光の推進 (1) 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数(年間) H30 : 79,000人泊 → R5 : 139,110人泊(確定値) 【R5目標 : 80,000人泊】 ①海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充【R2～】 ・外国人向け旅行商品造成数(年間) ⇒215商品(H30) → 199商品(R5) ②関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出【R2～】 ・関空発着の外国人向け旅行商品造成数(年間) ⇒25商品(H30) → 50商品(R5) ③チャーター便誘致等 ・国際チャーター便の運航数(高知龍馬空港)(年間) ⇒7往復(H30) → 週2回・94往復(R5)	柱4 国際観光の推進 (1) 高知龍馬空港の国際化 ・台湾と高知を結ぶ定期チャーター便の定着に向けて取組の強化が必要 ・高知龍馬空港国際線化を見据え、台湾だけでなく他の地域からのチャーター誘致も必要 (2) 大阪・関西万博を生かしたインバウンド誘客の更なる促進 ・大阪観光局等と連携した誘客戦略が必要 ・都市型観光地である大阪から高知へ誘客する旅マエでの発信が必要 (3) 受入体制の更なる強化 ・外国人観光客が高知の魅力を感じられるための受入体制の強化が必要	V 担い手不足への対応 (1) 宿泊施設の魅力向上による高付加価値化、長期滞在の推進 (2) 宿泊需要の平準化 ・冬期等の閑散期における需要喚起 ・平日における需要喚起 (3) 外国人材の活用の推進 ・外国人材活用に関する制度周知、成果・課題の共有 ・<u>県内関係団体とともに、海外の送り出し機関等との連携を強化し、本県への外国人材の派遣を促進</u>
		VI 国際観光の推進 (1) インバウンド誘客のさらなる推進 ・<u>国際チャーター便誘致活動と国際定期便化の実現</u> ・大阪・関西万博を見据えた、大阪観光局等との連携し旅行者の旅マエでの情報発信の強化 ・高知の自然等の魅力を生かしたアドベンチャートラベルの推進 (2) 受入体制の更なる強化 ・地域通訳案内士等の案内スキルの向上 ・観光施設等の多言語化及びキャッシュレス化の促進

◆分野を代表する目標：県外からの移住者

単位：組

	H30 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	1,075	1,150	1,225	1,300
実 績	934	963	1,167	1,185	1,437
達成度					S

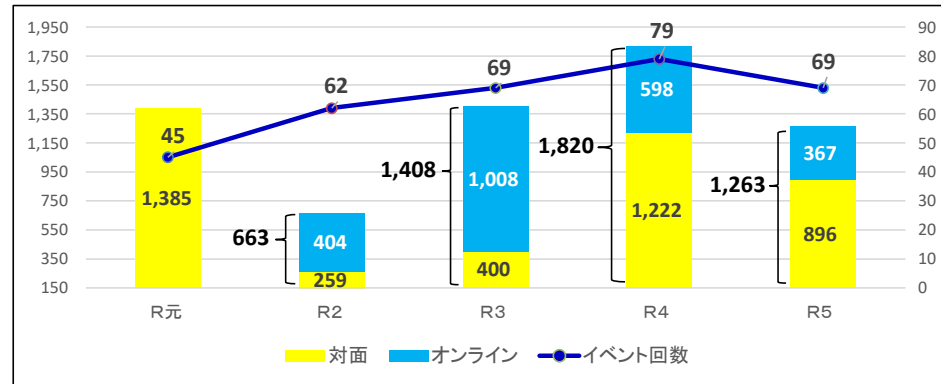
指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
—	達成度の判断が困難なもの

◆分野を代表する目標の達成状況（見込み含む）

- コロナ禍によりR2年度は移住者数が減少したが、オンラインイベントの拡大等で新規相談者数を回復し、きめ細かなフォローの強化も奏効して、R3年度の移住者数は増加に転じた。
- R4年度は、新たなイベントの実施により参加者は増加したものの、新規相談者数は伸び悩み、移住者数は過去最多となったが目標には届かなかった。
- R5年度は、デジタルマーケティングを活用した情報発信やUターンの促進により、新たな移住関心層へのアプローチを拡大したことで新規相談者数が増加し、移住者数も前年度に続いて過去最多となり、目標を大きく上回ることができた。

【図1】 イベント参加者数（Uターンサポートセンター主催）

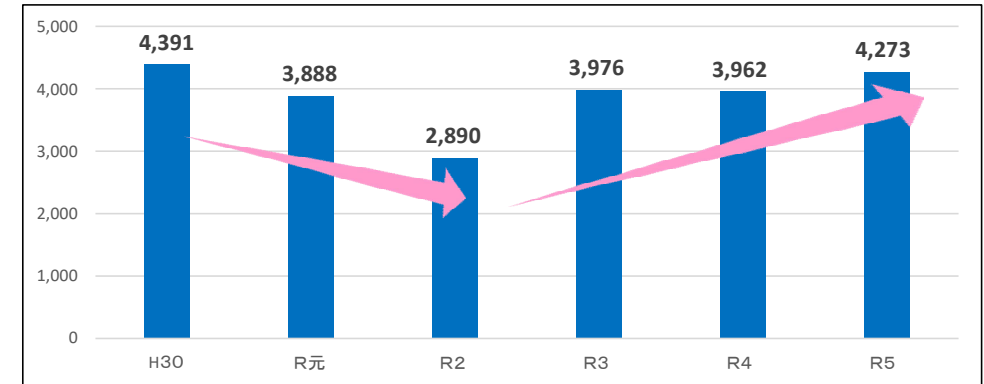
（単位：組、回数）



R2年度はコロナ禍の影響を受け大幅に減少したが、オンライン化や、移住の初期検討層等に対応したイベントの増加などにより、参加者は回復傾向。

【図2】 新規相談者数

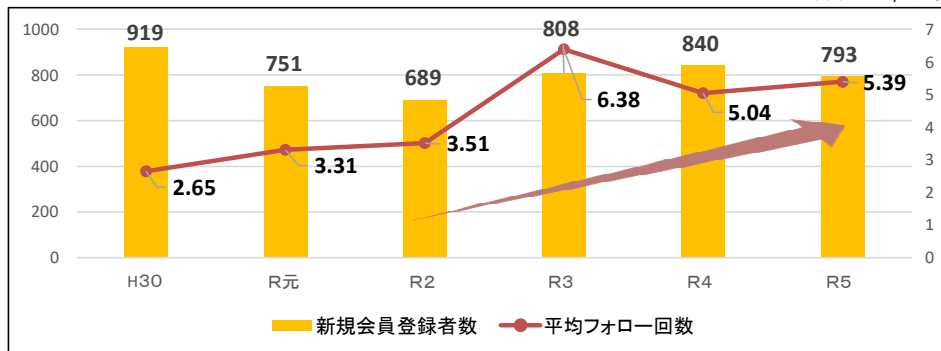
（単位：人）



R3年度以降、相談者数が伸び悩んでいたが、R5年度にデジタルマーケティングを活用した情報発信により、新たな移住関心層へのアプローチの拡大に取り組み、増加に転じた。

【図3】 「高知家で暮らし隊」会員新規登録数及びフォロー回数

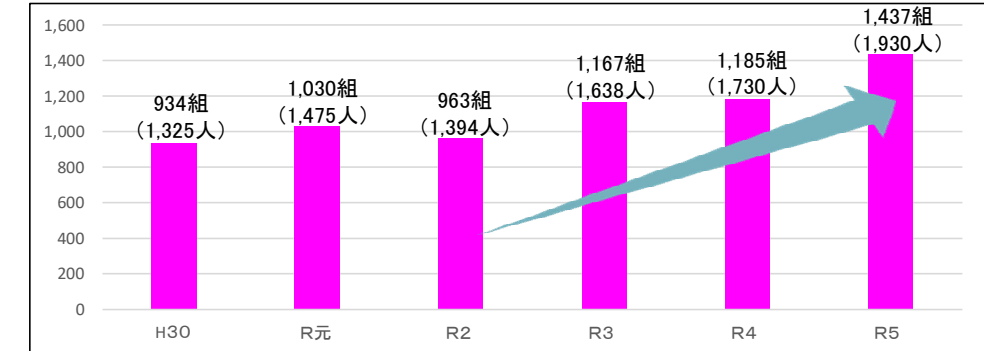
（単位：人、回数）



イベント来場者に対する会員登録の徹底などにより、暮らし隊会員数は着実に増加。さらに、移住コンシェルジュによる会員1人あたりへのきめ細かなフォローアップを強化した。

【図4】 県外からの移住者

（単位：組、人）



コロナ禍によりR2年度は減少したものの、それ以降は着実に増加し、R5年度は、統計を取り始めた平成23年度以降で過去最多の移住者数となった。

これまでの取り組みとその成果

柱1 裾野を広げる

交流人口・関係人口

関係人口へのアプローチと都市部人材との接点づくりによる新規相談者数の拡大

H30 : 4,391人 → R5 : 4,273人
(R5目標:5,400人)

◆観光などの各種プロモーションと連携したアプローチ

①高知家ゆる県民倶楽部アプリ創設(R2.9月～)による関係人口へのアプローチ
⇒会員数 R2:4,594人→R5:12,735人

②移住と就職ポータルサイトを統合し(R3)、暮らしと仕事の一体的な情報発信を強化
⇒サイトページビュー数
R元:1,459,963→R5:2,117,998

③移住者の傾向を踏まえた戦略的なイベントの実施
⇒コロナ禍に対応したオンラインイベント(R3)
R2:33回404組→R3:31回1,008組

④デジタルマーケティングを活用した情報発信(R5)
⇒サイトユーザー数 R5 : 175,974人

相談会・フェア

◆移住に向けた行動に誘導(新規相談へのつなぎ)

柱2 マッチングの強化

顧客化

「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数

H30 : 919人 → R5 : 793人
(R5目標:1,080人)

①会員に対するコンシェルジュのフォローアップ
⇒会員1人あたり H30:2.65回→R5:5.39回

②R5～移住と就職相談対応のワンストップ化

◆コンシェルジュや市町村相談員のきめ細かな対応

◆各産業の担い手確保策との連携

柱3 受入体制、受入環境の整備

移住者数 **H30 : 934組→R5 : 1,437組**
(R5目標:1,300組)

移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率
H30 : 84%→R5 : 86%
(R5目標:90%以上)

①市町村の移住専門相談員の配置
⇒R元:28市町村41人→R5:31市町村57人

②R4～空き家対策チームと連携した住居確保対策
⇒移住者に紹介可能な空き家バンク掲載住宅戸数 R元:332戸→R5:426戸

③定住を支援する地域移住サポーターの委嘱
⇒R元:176人→R5:190人、1団体

◆魅力的な仕事の創出、空き家対策との連携

移住・定住

◆地域でのフォローによる定住支援

見えてきた課題

柱1 裾野を広げる

新たな関心層への接触機会を拡大するためには、デジタルマーケティングを継続しアプローチの精度を向上させるとともに、Uターン促進の気運をより一層高めていくことが必要

アプリ会員制度により交流・関係人口層へのアプローチが可能となったが、会員がより移住に関心に向ける仕掛けが必要

リーチの拡大に向けて強化を図っているが、移住希望者のニーズや情報収集の手段が一層多様化する中、特に、若い世代や女性の関心を引く情報発信やイベントの実施が必要

柱2 マッチングの強化

近年新たなイベントの実施に伴い、移住の検討熟度が低い層も増加傾向にあることから、検討の熟度に応じたアプローチが必要

柱3 受入体制、受入環境の整備

中山間地域に移住者を呼び込むためには、仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化が必要

地域になじめないなどの理由により一定数が県外に転出しており、各市町村の定住施策の充実が必要

さらなる挑戦

I 新たな関心層へのアプローチの拡大

・デジタルマーケティングにより掘り起こした本県ゆかりの方などのデータの蓄積をもとに分析を深め、ターゲティングの精度を向上

・高知家ゆる県民倶楽部会員など「高知ファン」に、ふるさとワーキングホリデーなど、より地域との関わりを深め、移住に関心を持ってもらうためのアプローチを強化

・若者や女性などターゲット層に対して、訴求力の高いイベントや情報発信を強化

・Uターン促進プロモーションによる切れ目ない気運の醸成

I ⇒ 新規相談者数の増加

II きめ細かな相談体制の強化

・UIターンサポートセンターの相談体制を強化

・市町村の相談対応機能の充実

II ⇒ マッチングの精度向上

III 仕事と住まいの確保策や定住支援の強化

・Uターンや若者、女性の移住促進策に積極的に取り組む市町村に対する財政支援を強化

・中山間地域における起業や事業承継の支援を強化

・土木部と連携した空き家の掘り起こしと中山間地域における移住者とのマッチング強化

・地域移住サポーターや移住支援ネットワーク等のさらなる活用

III ⇒ 受け皿の充実と定住促進

さらなる移住者数の増加につなげる

目標の達成状況

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

プロジェクト	分野	分野全体の目標（年間）	目標設定時	R5到達目標	R5実績	R5達成度	主な成果
プロジェクト 観光推進	観光	関西圏からの観光客入込数	115万人 (R元)	121万人	129万人	A	①サイネージ広告や各種キャンペーン等により関西圏からの入込割合が増加(R元 26.3%→R5 27.3%)。また、連続テレビ小説「らんまん」を生かしたPRにより、 <u>関西圏からの観光客入込数が最高値となった(R元比+14万人)</u> ②大阪観光局や関西エアポートと連携したインバウンドの誘客により、 <u>外国人延べ宿泊者数が最高値となった(R元比+1.2万人泊)</u>
		関西空港経由の外国人延べ宿泊者数	3.2万人泊 (R元)	3.0万人泊	4.4万人泊	S	
食品等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	108億円 (R元) (H30.9～R元.8)	120億円 (R4.9～R5.8)	98.8億円 (R4.9～R5.8)	C	①コロナ禍で減少していた量販店フェアやバイヤーの産地招へいが徐々に実施でき、 <u>県産青果物の販売額が回復(R4比+5.0億円)</u> ②卸売市場関係者と連携した高知フェア等の販売促進活動により、 <u>量販店等での県産水産物の販売が好調に推移(R3比+6.4億円)</u> ③関西版県産品商談会の開催や各種展示会への出展強化、あべのハルカス近鉄本店内への期間限定店舗の設置などにより販売拡大に取り組んだ結果、 <u>地産外商公社の活動による成約金額が増加(R元比+4.9億円)</u> ④ウッドショック後の外国産材の余剰在庫や建築資材高による住宅着工の不振が続く中においても、 <u>土佐材パートナー企業の増加等により出荷量を概ね維持</u> ⑤見本市への出展強化及び展示商談会の開催などにより、 <u>産業振興センターの外商支援による成約額が増加(R元比+4.1億円)</u>
	水産業	高知フェア等での県産水産物の販売額	5.9億円 (R3)	7.0億円	12.3億円	S	
		関西圏の高知家の魚応援の店への販売額	1.0億円 (R2)	2.0億円	1.5億円	C	
		関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額	1.3億円 (R元)	1.0億円	0.6億円	D	
	食品	地産外商公社の活動による関西圏での成約金額	12.3億円 (R元)	20.3億円	17.2億円	C	
	林業	関西圏(三重県を含む)への土佐材出荷量	2.4万m ³ (H30) ※年間推計値	3.1万m ³	2.3万m ³ ※年間推計値	C	
	商工業	産業振興センターの外商支援による関西圏での成約額	13.9億円 (R元)	23.2億円	18.0億円	C	
万博・IR連携プロジェクト		—	—	—	—	—	①国や万博協会への積極的な働きかけにより、よさこいと街路市をテーマにした自治体参加催事や、IoTクラウドを活用した先進的な施設園芸のPRブース出展の具体的な検討が進み、万博会場での情報発信に向けた土台作りができた ②万博施設で木造(一部木造含む)と確認できた20施設の内、 <u>土佐材が使用されている施設はリングをはじめとする9施設(施設棟数による割合45%)</u>
各プロジェクトを横断的に支える取り組み		関西圏での高知家の認知度	16.8% (R2)	30%	【参考:直近の実績】 22.3% (R4)	—	①本県の魅力を強力に発信する拠点となる <u>アンテナショップを設置(R6.7)</u> ②デジタルマーケティングを活用した情報発信やUターン促進により <u>移住者が増加(R元比+136組)</u>
		関西圏からの移住者	309組 (R元)	390組	445組	S	

現状・課題

課題1 高知県観光の魅力の磨き上げと効果的な情報発信

- ・ロングステイ型観光やリピート率の向上、高付加価値化などの取組が必要
- ・入国制限の大幅緩和以降、海外旅行会社等へのセールスや誘客プロモーションが激化していることから、大阪観光局や関西エアポートと連携した情報発信が必要
- ・大阪・関西万博の機を逸することなく、高知県の魅力を世界に向けて発信することが必要

課題2 県産品等のさらなる認知度向上や販売拡大

- ・各分野において、これまで構築してきた関西圏のパートナーとの関係を強化しつつ、新たなパートナーとの連携による販路拡大が必要
- ・より成約率を高めるための企業の営業力の強化や、工法の外商支援を強化するために専門知識のある人材が必要

課題3 大阪・関西万博を契機とした観光誘客と外商拡大

- ・自治体参加催事での効果的な情報発信に向け、市町村等との連携が必要
- ・大阪・関西万博を契機とした飲食需要の高まり等を見据えたアプローチの強化が必要
- ・万博を機に関係性を構築した企業等との万博後の継続的な取引や連携強化が必要

課題4 新たに設置するアンテナショップの効果的な活用

- ・R6年7月開業のアンテナショップを活用した効果的な外商活動や情報発信が必要
- ・県内市町村や事業者、本県ゆかりの関西圏在住者などを巻き込む仕組みづくりが必要
- ・メディアを通じた露出拡大のため、関西メディアとのネットワークの強化とニーズを捉えた情報提供が必要

第2期関西・高知経済連携強化戦略の柱

「アンテナショップ」と「大阪・関西万博」を最大限に活用した情報発信と外商拡大



強化のポイント

I 「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

- アンテナショップでのイベント開催等により、地元の暮らしや住民との触れ合い、伝統文化の体験など、高知ならではの旅の過ごし方を情報発信
- 大阪・関西万博を契機とした関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進（大阪観光局や関西エアポートと連携したプロモーションの強化等）

II 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

- 県産青果物の継続した取扱いにつながる売り場確保を目指した量販店フェアの実施
- 県産水産物の量販店・飲食店チェーンへの販売促進や新たな輸出ルートの開拓
- アンテナショップ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
- 土佐材パートナー企業の拡大や非住宅建築向けの木材需要の拡大を推進
- 企業の営業力強化や土木・工法に精通する専門家の配置による外商支援の促進

III 大阪・関西万博を契機とした取り組みの強化

- 大阪・関西万博の開催に向けた飲食店等への外商活動の強化
- 大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演舞や街路市を通じた高知の魅力を発信（R7）
- 万博関連施設への高知県産材活用協定の関係を活かした、非住宅木造建築向けのサプライチェーンの強化

IV 情報発信の強化とネットワークの拡充

- アンテナショップを中心に関西在住の高知ゆかりの方々等を巻き込むファンコミュニティの形成（会員制度の創設やプロモーションイベント等によるファンの拡大）
- テレビ等のメディアを活用した県産品や観光情報等の発信（プレス発表会等の交流機会の創出によるメディアとのネットワークのさらなる強化）
- デジタルマーケティングを活用した新たな移住関心層の獲得

◆分野を代表する目標：食料品製造業出荷額等

〔表1〕

単位：億円

	H30 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	980	1,232	1,255	1,278	1,300
実 績	1,187	1,040	1,034	1,181	—
達成度				B	—

実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない
R3は、従業員3人以下の事業所を含み、R2以前は含まない
(国統計の調査方法の変更による)

〔参考〕R元の()は個人経営を含まない数値

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

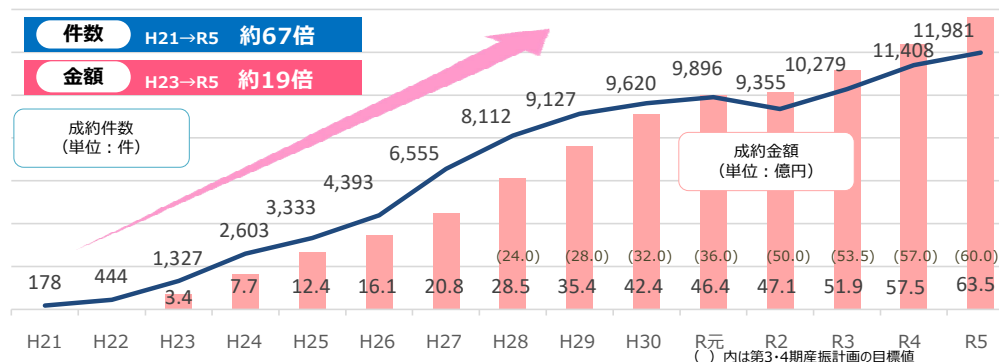
◆分野を代表する目標の達成見込み

○R2年、R3年は新型コロナの影響により食料品出荷額が大きく減少。R5年は社会経済活動が正常化しており、実績の上積みは見込めるものの、目標値の1,300億円に達するかは不透明な状況。〔表1〕

○地産外商公社の活動による成約金額及び成約件数や、食料品の輸出額は増加傾向にあり、食料品製造業出荷額等に一定寄与している状況。〔図1、図2〕

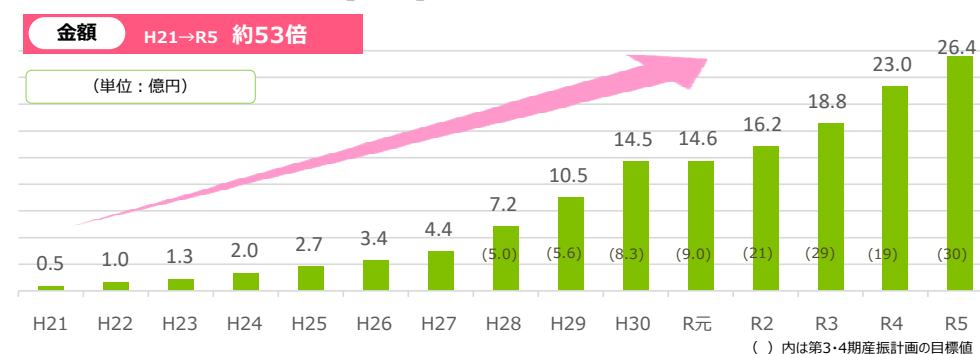
○国内外の外商活動をさらに強化することにより、食料品製造業出荷額等の目標達成を目指す。

〔図1〕 地産外商公社の活動による成約件数・成約金額



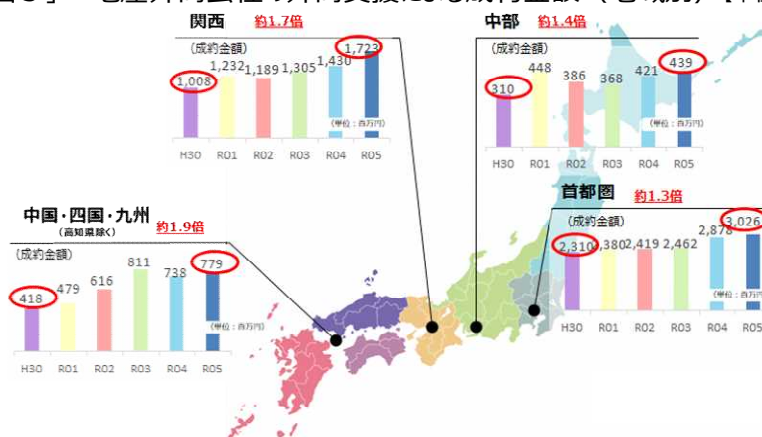
大手卸・小売店グループとの関係を活かした外商活動により、国内の外商は順調に拡大

〔図2〕 食料品の輸出額



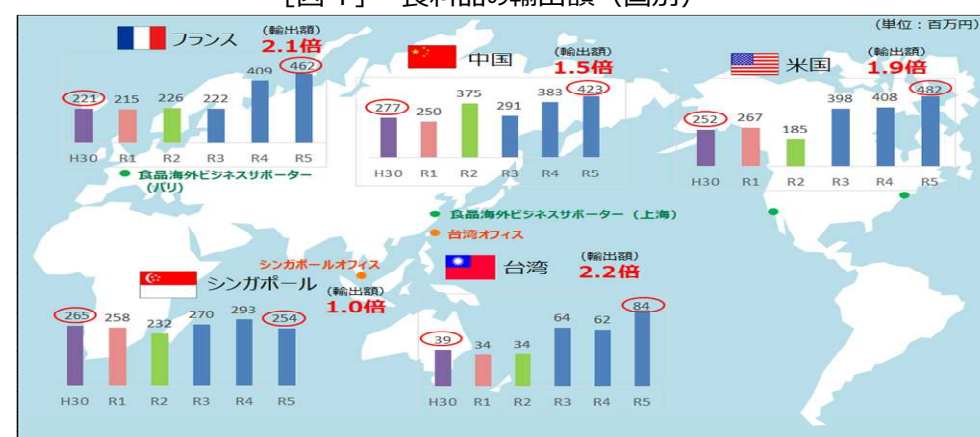
海外支援拠点の活用による外商活動の強化や生産体制の拡充への支援等に取り組んだことにより輸出が順調に増加

〔図3〕 地産外商公社の外商支援による成約金額（地域別）〔単位：百万円〕



公社の全国展開の推進により、各圏域で外商が拡大

〔図4〕 食料品の輸出額（国別）〔単位：百万円〕



有望市場を中心に着実に輸出額が増加

これまでの取り組みとその成果

柱1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進

(1) 県の支援による商品開発・改良件数

表1

H28～R元：190件 → H28～R5：427件

- ①食のプラットフォーム及び補助金により事業者の商品づくりを支援
⇒ セミナー・勉強会・交流会 52回（R2～R5）
商品づくりワーキング 18コース（R2～R5）
⇒ 補助金活用事業者数 12社（R2～R3）

(2) 新県版HACCP第2ステージ（旧県版第3ステージ）認証取得事業者数

表2

H28～R元：58社 → H28～R5：116社

- ①大手小売業者等の要求に対応できる生産管理高度化への支援
⇒ HACCP研修 13回（R2～R5）、一般衛生管理研修 10回（R2～R5）、食品安全マネジメント研修 5回（R3～R5）

柱2 外商活動の全国展開の拡大・強化

(1) 地産外商公社の活動による成約金額

表3

H30：42.4億円 → R5：63.5億円

- ①地産外商公社の全国展開のさらなる推進
⇒ 外商成約件数 H30：9,620件→R5：11,981件
⇒ 営業訪問件数 H30：3,218件→R5：4,121件
- ②外商参画事業者のさらなる拡大
⇒ 商談会参加事業者数（延べ／新規）
H30：737社／35社→R5：954社／33社

柱3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

(1) 食料品の輸出額

H30：14.5億円→R5：26.4億円

- ①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
⇒ R2：11回、R3：16回、R4：29回、R5：26回
- ②連携プロジェクトによる輸出の強化
⇒ 土佐酒輸出拡大プロジェクト（R4～R5）
農水産物・食品輸出拡大プロジェクト（R4～R5）

表4・5・6

(2) 輸出に取り組む事業者数

H21～H30：100社→H21～R5：142社

- ①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
⇒ R2：207件、R3：306件、R4：317件、R5：297件

見えてきた課題

柱1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進

- ①商品開発にあたり、マーケティング不足やターゲット設定が明確でない場合が多いことから、消費者ニーズに合った商品づくりが求められる（Ⅰ）
- ②事業者のレベルに応じた支援が必要（Ⅰ）

柱2 外商活動の全国展開の拡大・強化

- ①外商活動は、多くの取引先を有している卸売業者を通じた商流が中心であり、卸売業者との関係性を強化していくことが必要（Ⅱ）
- ②社会経済活動が正常化し、外食需要が高まる中、多くの取引量が期待される飲食店グループや、飲食店を得意先とする大手酒類メーカーへのアプローチの強化が必要（Ⅱ）
- ③取引につながりやすい大規模展示会の出展枠には限りがあり、意欲のある事業者が参加できないことがある（Ⅱ）

柱3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

- ①現地での商談会参加に要する多額の費用が事業者の大きな負担（Ⅲ）
- ②輸出経験の少ない事業者が輸出にチャレンジするための支援が必要（Ⅲ）
- ③現地での一層の外商活動の強化が必要（Ⅲ）
- ④国内外商から輸出に向けてステップアップするための支援体制が不足（Ⅲ）

さらなる挑戦

Ⅰ 県内食品事業者への総合的な支援による地産の強化

- (1) 専門家等によるサポートデスクを設置することにより、事業者の商品開発等への支援を強化
- (2) 商品開発や生産性向上に資するハード・ソフト両面からの補助制度の創設
- (3) 事業者のレベルに応じたカリキュラムの構築などに向けて食のプラットフォームを見直し

Ⅱ パートナーとの連携強化による外商拡大

〔業態別〕

- ・卸売業者とのつながりを活かした販売拡大
（大手卸売業者が主催する展示商談会への出展枠の拡大、新たなエリアでの新規出展、中小卸売業者や業務用卸売業者へのアプローチ）
- ・大手酒類メーカーとの連携等による、飲食店グループへの販路先の開拓
（産地視察型の商談機会の拡大）

〔エリア〕

- ・全国：産地視察型の商談機会の強化
大規模展示会への出展機会の拡大
- ・関西：関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化
 - (1) アンテナショップを活用した県産品のPRの強化
 - (2) アンテナショップを積極的に活用した商談機会の創出
 - (3) アンテナショップを活用した県産品の磨き上げ
 - (4) 消費者と生産者をつなげる仕組みの構築

Ⅲ 輸出のさらなる拡大に向けた外商活動の強化

- (1) 県内事業者による海外展示会への出展支援を強化
- (2) 新たに輸出に取り組む事業者の海外でのチャレンジ（輸出障壁の少ない国でのテストマーケティング等）への支援強化
- (3) 食品海外ビジネスサポーターの機能強化を検討
- (4) 公社による輸出支援体制の構築を検討

これまでの取り組みとその成果

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

（1）食のプラットフォーム参画事業者数

R元：178社 → R5：228社

- ①食のプラットフォームにおいて、商品開発や販路拡大等を支援
⇒セミナー・勉強会・交流会 52回（R2～R5）
商品づくりワーキング 18コース（R2～R5）
商品力アップ相談会 2回（R3～R4）

表7

柱5 事業者の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定

（1）事業戦略・輸出戦略を策定した事業者数

【国内】H30～R元：21社 → H30～R5：89社

【国外】R元：5社 → R元～R5：26社

- ①事業戦略・輸出戦略の策定促進
⇒セミナー 28回（R2～R5）



【表1】県等の支援による商品開発・改良件数

	R元	R2	R3	R4	R5
単年度実績	62	71	43	53	70
累計	190	261	304	357	427

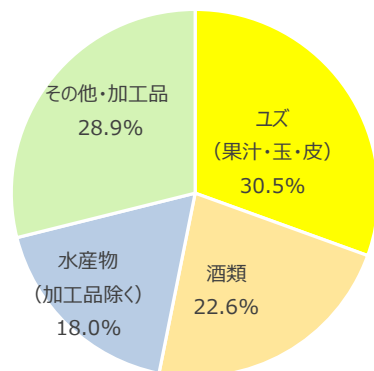
※R元累計はH28～R元における商品開発・改良件数

【表2】県版HACCP新第2（旧第3）
ステージ以上の認証取得事業者数

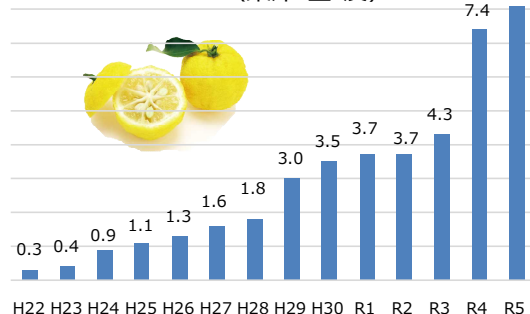
	R元	R2	R3	R4	R5
単年度実績	16	11	17	17	13
累計	58	69	86	103	116

※R元累計はH28～R元における県版HACCP旧第3
ステージ以上の認証取得事業者数

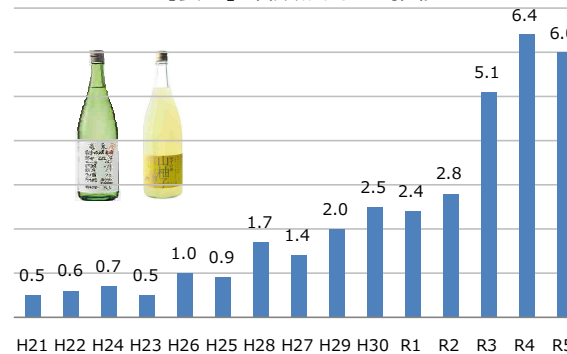
【表4】R5食料品輸出額品目別シェア



（単位：億円）【表5】ユズ輸出額の推移
（果汁・玉・皮）



（単位：億円）【表6】酒類輸出額の推移



【表7】食のプラットフォーム参画事業者数

	R元	R2	R3	R4	R5
単年度実績	178	78	161	209	228
累計		78	239	448	676

※累計は第4期（R2～）における累計参画事業者数

見えてきた課題

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

①食品産業を担う中核人材の育成（Ⅳ）

- ・マーケティング力、企画力、技術力、営業力を持つ人材が必要
- ・生産工程を管理できる人材が必要

柱5 事業者の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定

①事業戦略、輸出戦略策定済事業者に対する実行支援（Ⅳ）

- ・戦略的に商品開発から販売まで担える人材が必要

さらなる挑戦

Ⅳ 食品産業を支える事業者及び人材の育成を強化

- （1）土佐FBCと連携し、中核人材を育成する体系的なカリキュラムを検討
- （2）専門家等によるサポートデスクを設置することにより、事業者の商品開発等への支援を強化【再掲】



【表3】地産外商公社の活動成果の推移

	H30	R元	R2	R3	R4	R5
外商成約金額 (億円)	42.4	46.4	47.1	51.9	57.5	63.5
外商成約件数	9,620件	9,896件	9,355件	10,279件	11,408件	11,981件
営業訪問件数	3,218件	3,239件	2,379件	3,215件	3,830件	4,121件

第4期産業振興計画の取り組みの総括【連携テーマ：起業や新事業展開の促進 1/2】

◆分野を代表する目標：県のサポートによる起業・新事業展開件数

() 内はKSP(こうちスタートアップパーク)を通じた起業件数 単位：件

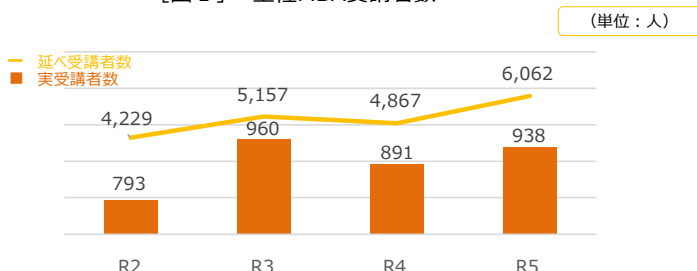
	H28	H29	H30	R元	H28～R元累計 (出発点)	R 2	R3	R4	R5	R2～R5累計
目 標	—	—	—	—	—	50(35)	50(35)	50(35)	50(35)	200(140)
実 績	28	47	41	31	147	42(29)	41(33)	46(29)	52(37)	181(128)
達成度					—					B(B)

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

◆分野を代表する目標の達成状況（見込み含む）

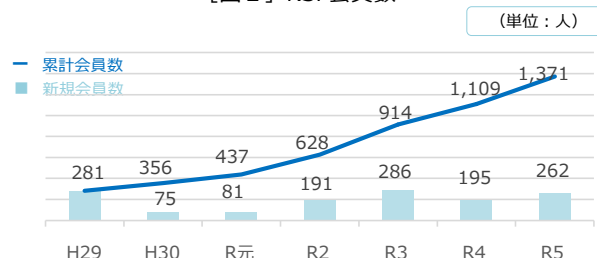
- 土佐MBAを通じた学びの機会の提供やKSPプログラムを通じた支援により、起業・新事業展開件数の増加を目指したが、累計の目標値(R2～R5累計200件)には届いていない。[図1～図3]
- KSPの会員数は年々増加しているものの、実際に起業に踏み出す案件は伸び悩んでおり、KSPを通じた起業件数はR2～R5累計で128件にとどまっている。[図2、図3]

【図1】 土佐MBA受講者数



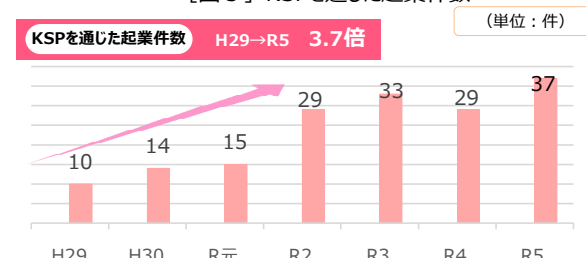
毎年カリキュラムやコンテンツのバージョンアップを行い、受講企業や受講者の満足度は高い。目標値（年間実受講者数1,000人）には届かなかったものの受講者の異業種交流やネットワークづくりに貢献した。

【図2】 KSP会員数



会員のニーズや社会構造の変化に応じて毎年プログラムの見直しを行い会員の満足度は高いが、目標値の起業件数には至っていない。また、起業内容についてもスモールビジネスが多くを占めている。

【図3】 KSPを通じた起業件数



これまでの取り組みとその成果

柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

(1) 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学べる場「土佐まごどビジネスアカデミー（土佐MBA）」の実施

① 社会構造の変化に合わせたカリキュラムの構築と受講しやすい仕組みづくり

- ・土佐MBA受講管理システムでの講座の受付、オンデマンド講座の提供
- ・知識習得を中心とした座学はオンライン講座に集約し、学びを実業に結びつけるための実践的な講座は対面で実施
- ・R3年度からは社会構造の変化に合わせ、民間オンライン講座を導入
 - ⇒ R3受講者数：195人、R4受講者数：222人、R5受講者数：216人
- ・実践的なワークショップなどを通して学びを実業に結びつけるための連続講座を開催
- ・土佐経営塾（H24～）・なりわいワイワイ塾（R3～4）・土佐MBAゼミナール（R5～）
- ・普段は聞けない業界トップの講演や最先端の知識に触れられる特別講座を開催
 - ⇒ 延べ受講者数 H24年度～R5年度：延べ45,089人
 - ⇒ 学んだ知識やスキルを自身の事業へ活用しており、企業の業績向上や職場の活性化にも一定貢献（R4アンケート）
 - ⇒ 受講者の異業種交流・ネットワークづくりに貢献
 - ⇒ 県が主催する学びの場へのニーズは依然として高い状況

見えてきた課題

柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

① 社会構造の変化に合わせたカリキュラムの構築と受講しやすい仕組みづくり

【オンライン講座】

- ・民間事業者等が行うオンライン講座や動画配信サイトでの無料講座が普及
- ・民間オンライン講座については、企業研修として活用している事業者が大半
 - ⇒ 県が一部費用を負担して実施している民間オンライン講座を廃止
 - ⇒ 受講者企業にリスキングに対する国の助成金制度等を紹介

【対面講座】

- ・モチベーションのアップやネットワークの構築につながる講座へのニーズが高い状況
- ・マーケティングや会計等、産業分野を問わず経営に必要とされる知識を体系的に対面で学べる連続講座が県内で不足
- ・対面講座の多くを高知市内で開催しており、中山間地域の方が学べる場も必要
- ・県経済の成長を支える「イノベーション」や「スタートアップ」を担う人材の育成が必要
 - ⇒ 産学官民連携のもと、「土佐MBA」を継続

さらなる挑戦

I 産業人材の育成

- 1 経営を体系的に学べる対面による連続講座を拡充（土佐MBAゼミナールのコース数を増設）
- 2 女性の活躍をサポートするために、女性対象講座や受講しやすいオンラインの連続講座を実施
- 3 中山間地域から受講しやすいように、フルオンラインの連続講座や、地域資源を生かした事業づくりを目的とした連続講座を実施
- 4 アイデアを創発し、具体的なビジネスプランに落とし込む手法等を学ぶ講座を拡充し、イノベーションコースとして開設
- 5 アイデアの磨き上げ方法や事業計画の策定等について学ぶ起業希望者向けのスタートアップコースを開設

これまでの取り組みとその成果

柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

（2）起業の促進

起業を身近に感じ、チャレンジする気運を醸成するとともに、スケールアップを目指す起業家の掘起こしと成長をサポート

① 起業気運の醸成

- ・小中学生を対象に起業を体験できる「起業体験ワークショップ」を開催
⇒ R2参加人数：29人 R3参加者数：17人 R4参加者数：28人、R5参加人数：77人 ※小学生（4～6年）3回、中学生2回に拡大して開催

② スケールアップを目指す起業家等の創出支援

- ・スケールアップの経験がある起業家で構成する民間支援団体（以下「民間支援団体」）と連携し高知スケールアッププログラム2022を実施
⇒ R4参加者数：3人
- ・起業家を発掘する機会や起業家同士が切磋琢磨する場としてのビジネスコンテストを実施
⇒ R5登壇者数：12組

③ 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

- ・こうちスタートアップパーク(KSP)を中心とした起業を希望される方の段階に応じたサポート
 - ・メンター（アドバイスをくれる相談員）がマンツーマンで相談に対応
 - ・起業に向けた準備段階に応じて様々なセミナーやプログラムを実施
 - ・交流会等の開催により新たなビジネスアイデアにつなげる場の提供
- ⇒ KSPを通じた起業件数：128件（R2～R5累計）

（3）イノベーションの促進

産学官民及び企業間の連携を促進し県内企業のイノベーションと新事業展開をサポート

① 産学官連携により新事業展開につながる様々な機会を提供

- ・県内7つの高等教育機関から選出された教職員で構成する「産学官民連携コーディネータ」（以下「コーディネータ」）と連携して様々な相談に対応
- ・「シーズ・研究内容紹介」、「経営者トーク」、「企業訪問キャラバン」、「似業種交流会議」等による産学のマッチングや交流の促進
⇒ 産学官民連携課の取り組みを通じて生み出されたアイデアの事業化をサポートする「ビジネスチャレンジサポート」
サポート案件数：24件（R2～R5累計） 事業化案件：13件（R2～R5累計）
- ⇒ 産学官連携産業創出支援事業費補助金等による研究開発支援
補助金等採択件数：39件（H23～R5累計）
事業化件数：21件（H23～R5累計）

② スタートアップ企業等が持つ技術・シーズを生かし、新事業展開を目指す県内企業を支援

- ・こうちネクストコラボプロジェクトとして、県内企業における新事業の創出をサポート
- ・専門家等による伴走支援（マッチング支援、事業プラン策定支援等）
⇒ プロジェクト組成数：16件（R2～R5累計）
事業化案件：2件（R2～R5累計）

見えてきた課題

柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

① 起業気運の醸成

- ・起業体験ワークショップへの参加希望は多数あり、「起業」への関心は一定高まっているものの、「起業」を将来の仕事としてイメージできる学生は少数
⇒ 起業家との交流や起業体験等、起業を身近に感じ、起業への理解を深めるための取り組みの強化が必要

② スケールアップを目指す起業家等の創出支援

- ・スケールアッププログラムの参加者は少数で成長志向のある起業家等へのアプローチが不十分
⇒ スケールアップを目指す起業家や起業にチャレンジする大学生の掘起こし、成長支援の場が必要

③ 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート

- ・KSPを通じた起業件数は増加傾向にあるものの、スモールビジネスが多数
⇒ 中山間地域活性化や人口減少対策等の観点での起業支援の強化が必要

さらなる挑戦

Ⅱ 起業のさらなる促進

【中長期的な起業家人材の育成】

- 1 小中高校生の起業マインドを醸成する機会の強化（起業体験ワークショップの回数拡大）
- 2 親世代に起業への理解を深めてもらうため、広報番組を作成・周知

【県内全域での起業の促進】

- 1 中山間地域での起業を後押しするため、相談体制やプログラム、補助制度等を新設

【スタートアップを目指す起業家等の発掘・成長支援】

- 1 民間支援団体等と連携し、起業家等への伴走支援を実施することで、その成長を後押し

Ⅲ 産学官連携による新事業・イノベーションの創出

- 1 産学官民連携センター「ココプラ」を核とした産学官民の交流の機会を創出
- 2 「産学官民連携推進アドバイザー」を設置し、アドバイザーによるアイデアの創出からマッチング、事業化までの一貫した伴走支援を実施

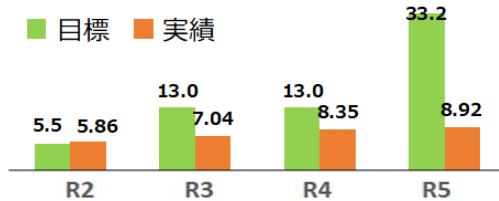
IoT推進プロジェクト

【R3年度開始】

目指す姿

IoTクラウドを活用するための対応デバイスの普及や関連サービスの創出を図ることで、施設園芸農業の高収量・高品質化や省力化を実現するとともに、施設園芸関連産業群の創出・集積につなげる。

施設園芸関係機器・システムの販売額（億円）



IoTクラウド (SAWACHI)



日射比例かん水装置

目標値：施設園芸関係機器・システムの販売額（累計）【単位：億円】

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	5.5	13.0	13.0	33.2
実 績	5.86	7.04	8.35	8.92
達成度				D

目標の達成状況（見込み含む）

- ・デバイスの製品化やサービス化には時間やコストがかかること、さらにIoTクラウド利用農家数の拡大が遅れ、IoTクラウド関連機器の市場を十分に広げられていないことから、目標には届かなかった。
- ・今後は、デバイスや関連サービス等の新規開発への支援や、デジタル技術の高い人材の育成を継続するとともに、IoTクラウド利用農家数の拡大を図る。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 1 デバイス関連産業創出・ソフトウェアの開発促進**
 - ・産地課題の抽出（R2～R5：年1回）
 - ・OIPによる課題を製品化するための事業化支援
 - ・関連機器の高度化に向けた支援（R3:6企業）
 - ・IT技術を活用した新サービスの実証（R4～R5:6企業）
- 2 デジタル人材の育成**
 - ・IoT技術者コミュニティの創設（R4.8）
 - 参画企業：42社（R5）
- 3 IoTクラウド利用農家数の拡大**
 - ・機器を使用するIoTクラウドの利用者を拡大（R3～）

成果

- ・IoTクラウドへの接続デバイス数（累計）
R2：9件 → R5：23件
- ・IoTクラウドへの実装システム数（累計）
R2：8件 → R5：18件
- ・IoTクラウド利用農家数：1,177戸（R5）

課題と今後の方向性

課題

- 1 製品開発に向けた課題抽出**
 - ・新規事業につながる課題の掘り起こしが必要
- 2 デジタル人材の育成**
 - ・AIやクラウド技術などのスキルを持つ人材が不足しており、幅広い分野の企業が連携できる場が必要
- 3 IoT関連機器の市場の拡大**
 - ・IoTクラウド利用農家数が計画どおりに増加しておらず市場の拡大に繋がっていない

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（農業分野）の中で推進

- 1 製品化につなげるための開発支援の継続**
 - ・IoTクラウドを活用した新たなデバイスや関連サービス等の開発のための実証事業の実施
- 2 IoT技術者コミュニティ参画企業の拡大**
 - ・幅広い分野のデジタル関連企業に参加を呼びかけ、デジタル人材の育成と企業間連携を強化
- 3 IoTクラウド利用農家数の拡大**
 - ・IoTクラウドを利用するメリットの理解促進の強化

スマート林業推進プロジェクト

【R3年度開始】

目指す姿

ICT等を活用した森林施業の効率化・省力化に資する「スマート林業」への転換により、生産性の向上、経営の安定化等に繋げる

スマート林業を推進するための基盤整備、利活用の促進

- ・林業は広大な森林において、地形条件が悪い現場で重量がある立木を収穫・搬出するという特徴を持った産業である。
- ・労働力不足が顕著になる中、1人当たりの生産性を向上させるとともに、安全な労働環境の整備などによる新たな担い手の育成・確保が重要となっている。



目標値：林業就業者1人当たりの原木生産量【単位：m3】

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	(448)	(464)	473
実 績	402	412	460	—
達成度				(B)

R7年3月
公表予定

目標の達成状況（見込み含む）

- ・森林クラウドの運用が開始（R5.4）され、システムを活用できる人材が育成されるとともに、先端林業機械の実装が促進（R4～5：3台）。
- ・目標には届かない見込み。今後、クラウドを活用した事業地の拡大・機械実装を進め目標の達成を図る。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 1 森林情報の高度化・高度利用**
 - ・森林クラウドの導入（R5.4月から本格運用）
 - ・操作研修会の開催 R5：48団体、89人
- 2 施業集約・生産の効率化・省力化**
 - ・実証事業に取り組む事業体 R4～5：9事業体
- 3 需給マッチングの円滑化**
 - ・需給情報の共有方法の検討 R4～5：1地域

成果

- 1 森林クラウド利用者数**
 - R6.3月末：34市町村60事業体
- 2 実証の成果に基づく先端林業機械の導入**
 - R4～5：3事業体
- 3 原木情報共有システムの導入**
 - R4：仁淀川町

課題と今後の方向性

課題

- 1 森林クラウドの効果的な利用に向けたさらなる人材育成が必要
- 2 実証事業の成果の普及や森林クラウドなどを活用したさらなる効率化の検証
- 3 先行地域を事例とした横展開

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（林業分野）の中で推進

- 1 森林クラウド等の利用を進める技術者の育成**
 - ・業務効率化を目指した操作研修の開催
 - ・専用サポートサイトやヘルプデスクによる利用者支援
- 2 さらなる施業集約化・生産性の向上**
 - ・生産性や安全性の向上につながる効果的な先端林業機械の実証・導入
- 3 地域の実情に応じたSCM確立**
 - ・市町村と連携した新たな地域での構築支援

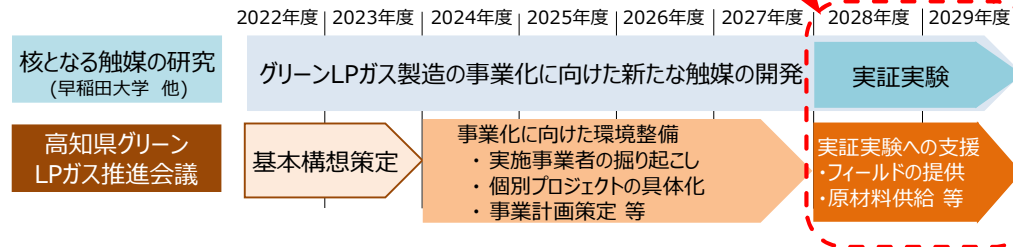
グリーンLPガスプロジェクト

【R4年度開始】

目指す姿

高知県の木質バイオマスやマリンバイオマス（海藻等）資源等を活用した、グリーンLPガスの地産地消（R10年度までに製造技術及び資源供給システムを確立し、R10年度以降の社会実装を目指す）

地産地消のビジネスモデル（高知モデル）の実証



目標

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	—	関係者の意見を集約した構想の作成	
実 績	—	—	—	—
達成度	—	—	—	—

目標の達成状況（見込み含む）

- ・グリーンLPガスに関するパンフレットの作成・活用や、ヒアリング等を通して、会員数拡大を目指す。
- ・基礎調査の実施などにより、プロジェクトの基本構想を作成し、プロジェクトに参画の可能性がある県内事業者の掘り起こしを図る。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の設立**
 - ・R4.5月に設立総会・設立記念講演会を実施
- セミナーの開催**
 - ・県内事業者等を対象としたグリーンLPガスの基礎知識についてのセミナーを3回実施。
 - R4.5月 78名、11月 63名 R6.2月 34名
- 関係者へのヒアリング・協議等の実施**
 - R4: 8者、R5: 12者

成果

- ・高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議会員 36者
- ・関係者の意見を集約した基本構想を整理し、概要パンフレットを作成

課題と今後の方向性

課題

- 原材料の確保**
 - ・原材料となる資源の賦存量の把握が必要
- 事業化に向けた体制構築**
 - ・触媒開発の状況を踏まえた体制構築が必要
- 事業化のアドバンテージの創出**
 - ・本県の優位性を確保できる項目の検討が必要

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（次世代産業創造プロジェクト）の中で推進

- 基礎調査の実施**
 - ・県内のバイオマス資源に関する調査の実施
- 事業化に向けた環境整備**
 - ・研究開発の状況を踏まえた参画事業者の拡大
- 生産体制の深化と仲間づくり**
 - ・県内企業における分業・生産体制の検討

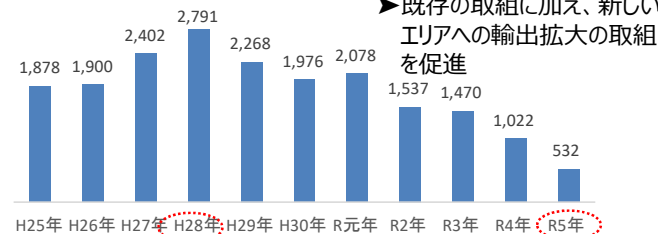
土佐材輸出拡大プロジェクト

【R3年度開始】

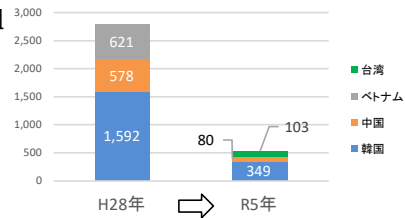
目指す姿

日本国内における主要な木材の需要先である住宅分野については、少子化等の影響により、将来の住宅着工戸数が大きく減少することが懸念されており、新たな販路の開拓として輸出拡大への取組を推進し、林業・木材産業の振興につなげる。

土佐材輸出量の推移（製材品）



土佐材輸出量（製材品）の国別割合



目標値：土佐材の輸出量【単位：千m³】

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	2.4	2.6	2.8	3.0
実 績	1.5	1.5	1.0	0.5
達成度				D

目標の達成状況（見込み含む）

- ・市場開拓に向け取組を支援したアメリカについては、物価高や住宅ローン金利上昇等の影響を受け目標に届かず。又、主要な輸出先国である韓国については、中国で加工されたヒノキ製材品との厳しい価格競争や需要の冷え込み等から、輸出量が大きく減少。目標を達成できなかった。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 新たな市場開拓による輸出拡大**
 - ・アメリカ市場で流通する製材品規格への対応
 - 国内先行地視察 R3: 1回、R4: 2回
 - トライアル輸出 R3: 2回・128m³、R5: 1回・39m³
 - アメリカ市場調査 R4: 1回
 - ・営業商談等の支援（韓国、台湾、ベトナム）
 - R3: 現地PR 1回、R4: 営業商談 4回、R5: 営業商談 3件、商談会 1回、セミナー 1回

成果

- ・アメリカ輸出に向けた取組体制の整備
 - 高知米国市場開拓協議会の設立 R3.6
 - 会員：11社（高知8社、徳島3社 R6.3）
- * 県内事業者の当協議会への参加や輸出関連設備の導入等、輸出に向けた取組が進展

課題と今後の方向性

課題

- 新たな市場開拓による輸出拡大**
 - ・外構フェンス向け製品に加え市場性のある新たな規格の取組
 - ・輸出拡大に向け、これまで輸出実績の少ない他のエリアにおける販路開拓

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（林業分野）の中で推進

- 有望なエリアにおける販路開拓**
 - ・大径材を活かした新たな規格への対応等による輸出拡大に向けた取組の促進
 - ・県内事業者の新たな海外展開の支援

高知マリンイノベーションプロジェクト【R3年度開始】

目指す姿

漁業者の減少や高齢化が進む中、漁業生産額を増大するとともに、社会構造の変化や働き方改革に対応していくために、本県水産業の生産、流通、販売の各段階においてデジタル化に取り組む高知マリンイノベーションを推進し、効率的な漁業生産体制への転換を図る。

目標値：漁業生産額（宝石サンゴを除く）【単位：億円】

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	506	486	515	520
実 績	412	451	475	—
達成度			B	R7年3月頃 公表予定

目標の達成状況（見込み含む）

漁業生産額（宝石サンゴを除く）は、海況の変化や資源量の減少等の環境的要因による漁獲量の減少や、新型コロナの影響による需要の減少により、R2年以降は、目標値を下回っていたが、かつお類の豊漁や魚価の上昇により生産額は増加傾向に転じており、R5年は目標を達成する見込みである。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- ・大学や国の研究機関等の専門家にご参加いただき、「高知マリンイノベーション運営協議会」を設置。
- ・運営協議会には、「データのオープン化PT」等4つのPTを設置し、委員の皆様から意見を得ながら取り組みを実行

成果

- 1 情報発信システム「NABRAS」の構築・運用**
 - ・R5.1月末から運用を開始
 - R6.3末までの延べ閲覧数：約41万回
 - プッシュ通知の回数(R6.3末時点)
 - 急潮・赤潮：計59回（登録者182人）
 - マグロ採捕停止命令：13回（登録者303人）
- 2 リスク対策に繋がる予測手法の開発**
 - ・急潮：紀南分枝流の予測手法を確立
 - ・赤潮：浦ノ内湾における赤潮予測手法の確立
 - ⇒浦ノ内湾における赤潮被害の軽減
 - H29～R3(予測情報なし)：3,701千円/年（赤潮発生6.2回/年）
 - R4～R5(予測情報あり)：0千円/年（赤潮発生8回/年）
- 3 利益シミュレーションツールの開発**
 - ・20経営体(かつお・まぐろ：14、定置網：6)で活用
- 4 メジカ漁場予測システムの開発**
 - ・予測結果の試験配信実施（R5.1～6）
- 5 自動計量システムの導入 3市場(R2～R5)**

課題と今後の方向性

課題

- ・高知マリンイノベーションの推進による操業や市場業務の効率化を図るため、予測の精度向上や多くの漁業関係者へ普及を図ることが必要
- ・「NABRAS」の利便性の向上 [a]
- ・予測精度の向上（二枚潮、急潮、赤潮） [ab]
- ・未解明の事象に対する新たな予測手法の確立（急潮・赤潮） [b]
- ・メジカ漁場予測システムの漁業現場での実用化 [c]
- ・市場関係者の産地市場のスマート化に向けた現地での実証等のフォローアップ [d]

今後の方向性

- 第5期計画の産業成長戦略(水産業分野)の中で推進**
- これまでの取り組みの普及と利用率の向上
NABRAS、予測情報（二枚潮、急潮、赤潮）、利益シミュレーションツール
 - 国等と連携したリスク対策に繋がる予測手法の精度向上・開発（二枚潮、急潮、赤潮）
 - メジカ漁場予測の社会実装用システムの構築
 - 産地市場のスマート化に意欲的な地域でのモデルケース構築と、他地域への横展開
 - デジタル化の新たな取り組みの挑戦（例：沖合域からの通信手法の検討等）

プラスチック代替素材活用プロジェクト【R4年度開始】

目指す姿

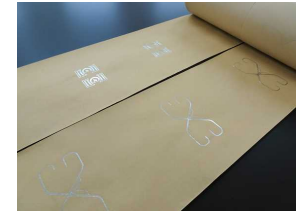
2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、各産業分野における積極的な取り組みが求められている中、関係機関が連携し、取り組む事業者の裾野の拡大と具体的な取り組みの加速化を図ることで、プラスチック代替素材の活用を促進する。



竹とプラスチックの複合材料



和紙製の農業用マルチシート



高密度紙を用いた無線タグ基材

目標値：グリーン化製品・技術の開発件数

	R 4	R 5
目 標	2	2
実 績	2	2
達成度		A

目標の達成状況（見込み含む）

- ・R4に、製品等グリーン化推進事業費補助金に採択した研究課題から、製品・技術の開発を2件達成。
- ・R5は、セミナー・研究会の開催、研究開発支援に取り組み、製品・技術の開発件数を2件達成。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 1 カーボンニュートラルに関するセミナーの開催**
計6回（R4：3回、R5：3回）
- 2 プラスチック代替素材活用研究会の開催**
計31回（R4：19件、R5：12件）
- 3 公設試や補助事業による研究開発支援**

成果

- ・カーボンニュートラルセミナーの開催
計208名参加（R4：132名、R5：76名）
- ・プラスチック代替素材活用研究会の開催
企業向け研修に計242名参加（R4：167名、R5：75名）
- ・環境負荷の低減に資する製品・技術の開発支援
10件実施（R4：6件、R5：4件）
- ・製品等グリーン化推進事業費補助金
採択11件（R4：5件、R5：6件）

課題と今後の方向性

課題

- 製品・技術開発のさらなる促進**
- ・グリーン化に関する取り組みは比較的大きな企業に留まっており、中小企業の意識啓発、裾野の拡大が必要

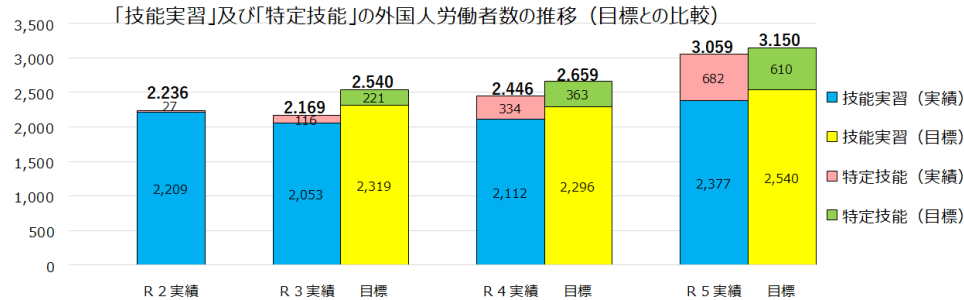
今後の方向性

- R6年度から「グリーン化製品開発プロジェクト」において推進**
- 1 セミナー及び研究会の継続的な開催**
 - ・企業の意識を高められるようセミナー、研究会を継続的に開催（県内企業による先行的な製品等開発事例紹介セミナーを開催）
 - 2 製品・技術開発を促すための補助金を創設**
 - ・グリーン化に向けたさらなる意識の醸成を図るとともに、戦略的製品開発推進事業費補助金を創設し、製品開発をさらに促進

外国人材確保・活躍プロジェクト【R3年度開始】

目指す姿

各産業分野で人手不足が深刻化する中、外国人材は欠かすことのできない存在になっている。本県は、賃金水準が都市部に比べて低く、就労先として選ばれにくいという課題を抱えている。そのため、賃金アップに向けたスキルアップの支援や、住みやすく働きやすい環境の整備など、外国人材の満足度を高める取り組みを推進していくことで、「選ばれる高知県」を目指す。



目標値：「技能実習」及び「特定技能」の県内外国人労働者数【単位：人】

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	2,540	2,659	3,150
実 績	2,236	2,169	2,446	3,059
達成度				B

目標の達成状況（見込み含む）

・令和4年から5年にかけて、+613人（25.1%増）と大きな伸びとなったが、コロナ禍による入国制限の影響を大きく受けた令和2年から3年の落ち込みをカバーするまでには至らず、目標は未達となった。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 海外から優秀な人材を確保**
 - ・送り出し国側との信頼関係の構築
R5:現地訪問5回（ベトナム、インド等）
- 県内における就労・相談体制の充実**
 - ・外国人雇用に関するガイドブック説明会の実施
R3～R5:説明会5回 参加者113人
- 地域の一員としての受入れ態勢の充実**
 - ・県営住宅の外国人の入居
R5:18世帯
 - ・日本語教室の開設
R3：6市町 → R5:12市町村

成果

- ・県内の「技能実習」や「特定技能」の人数は着実に増加
R2:2,236人→R5:3,059人（+823人）

課題と今後の方向性

課題

- ・人手不足がより深刻化する中、県経済を持続・発展させていくためには、送出国との関係を一層強化し、優秀な外国人材を送り出してもらうことが必要
- ・育成就労制度の創設により外国人本人の意向による転籍が可能となるため、外国人材に本県で働き続けたいと思ってもらえるような環境づくりが必要

今後の方向性

第2期高知県外国人材受入・活躍推進プランにおいて推進

- 受入促進に向けた取組**
 - ・情報発信の強化や奨励金制度の創設などにより、優秀な外国人材を着実に送り出してもらう流れをつくる
- 定着促進に向けた取組**
 - ・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」の取組を一段と強化し、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

インバウンド推進プロジェクト【R3年度開始】

目指す姿

関係者が連携して、課題（認知度向上・受入環境整備など）解決を図ることで、来高するインバウンドの増加につなげる

外国人延べ宿泊者数



外国客船寄港数



目標値：外国人延べ宿泊者数【単位：万人泊】

	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	—	—	1.6	8.0
実 績	1.7	0.9	1.0	13.9
達成度				S

目標の達成状況（見込み含む）

新型コロナウイルス感染拡大により、外国人宿泊者数は大幅に減少していたが、積極的なセールスの効果により台湾からの定期チャーター便の誘致等が成功したことで、外国人宿泊者数が回復し、目標値を大きく上回る結果となった。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 観光コンテンツの充実・受入環境の整備**
 - ・外国人観光客受入研修の開催(R2:56人⇒R5:117人)
 - ・高知県地域通訳案内士の育成(R2:32人⇒R5:85人)
- 海外に向けたセールス&プロモーションの推進**
 - ・旅行会社セールス延べ292社、航空会社セールス3社
 - ・海外に向けたプロモーションの実施(R2:5件⇒R5:11件)
- 船会社への誘致活動と受入態勢の整備**
 - ・船会社への誘致活動と寄港時における受入態勢の充実

成果

- ・台湾定期チャーター便運航による誘客の増加
(R5.5.10～R6.3.30 週2回・94往復)
- ・R5年度の外国客船寄港回数は、過去最高の53回

課題と今後の方向性

課題

- 高知龍馬空港における国際便受入体制の強化**
- 観光地でのインバウンド受入態勢の強化**

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（観光分野）の中で推進

- 高知龍馬空港の受入体制の整備**
 - ・新ターミナル整備に向けた取組
- 高知龍馬空港への直行便の誘致**
 - ・台湾定期チャーター便の定着に向けた取組の強化
- インバウンドの受入態勢の整備**
 - ・多言語化及びキャッシュレス化の促進
 - ・インバウンド対応観光コンテンツの磨き上げ

土佐酒輸出拡大プロジェクト

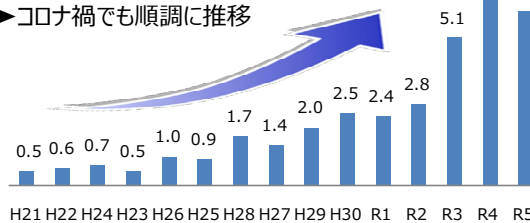
【R4年度開始】

目指す姿

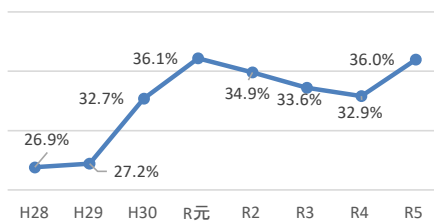
国内での日本酒需要が低下し、生産量が減少する中において、ニーズが高まっている海外市場への輸出拡大を図ることで、土佐酒や県産酒米の生産量を維持・拡大し、県内酒造メーカーの経営安定化と中山間地域の振興につなげる

土佐酒の輸出額（単位：億円）

▶コロナ禍でも順調に推移



県産酒造好適米の使用率



目標値：土佐酒の輸出額【億円】及び県産酒造好適米の使用率【%】

（輸出額）	R 2	R 3	R 4	R 5	（使用率）	R 2	R 3	R 4	R 5
目 標	2.9	3.1	3.3	7.6	目 標	35	35	35	50
実 績	2.7	5.1	6.4	6.0	実 績	34.9	33.6	32.9	36.0
達成度					達成度				
						C			

目標の達成状況（見込み含む）

- ・R5は、米国の過剰発注による在庫調整、中国の景気減速の影響により、目標に届かなかった。
- ・県産酒造好適米の使用率は、コロナ禍での全国的な酒米の生産過剰の影響による県外産酒米の使用拡大で低迷していた。R5は使用増に転じたものの、目標には届かなかった。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

1 酒造好適米の高品質・安定生産

- ・品評会等を通じた酒造好適米の高品質・安定生産技術の普及

2 現地ニーズに応じた商品開発支援

- ・海外ニーズが高い特殊酵母の改良型育種及び商品開発方法のマニュアル化

3 海外での外商活動の展開

- ・海外支援拠点と連携し、日本酒需要の大きな有望市場での土佐酒プロモーションを実施

成果

- ・酒造好適米の出荷実績：196t（R3）⇒263t（R5）
- ・輸出有望製品の商品化：11社（R4）⇒14社（R5）
- ・輸出している酒蔵の数：16社（R5）

課題と今後の方向性

課題

- 1 酒造メーカーのニーズに合った高品質な県産酒米の生産及び使用拡大が必要
- 2 有望市場における営業活動の強化が必要

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（連携テーマ）の中で推進

1 酒米品質の向上と生産の拡大への支援

- ・現地検討会、酒米品評会等品質向上・安定生産に向けた取組の強化（新規栽培者への重点指導等）
- ・新たな精米機器の導入による高品質米の供給

2 有望市場における外商活動の強化

- ・海外ネットワークや専門人材を活用した外商活動を推進
- ・輸出ニーズに合わせたPRツールの作成

農水産物・食品輸出拡大プロジェクト

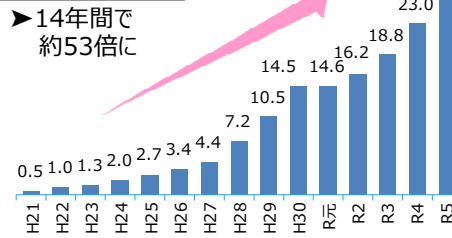
【R4年度開始】

目指す姿

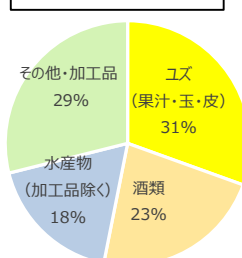
生産現場と流通現場が連携し、輸出先国のニーズを捉えたマーケットイン型の地産の強化、国内外の商社とのネットワークの構築、海外でのプロモーションの展開等を促し、農水産物・食品の輸出拡大につなげる

食品の輸出額（単位：億円）

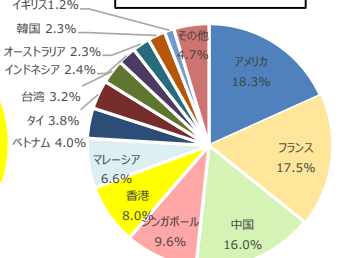
▶14年間で約53倍に



R5 品目別輸出額



R5 国別輸出額



目標値：食品の輸出額【億円】※水産は加工品含む

	R 2			R 3			R 4			R 5		
	全体	ユズ	水産	全体	ユズ	水産	全体	ユズ	水産	全体	ユズ	水産
目 標	21.4	3.6	8.0	29.4	3.7	14.5	19.4	3.8	3.6	30.0	3.9	7.2
実 績	16.2	3.7	3.9	18.8	4.3	3.1	23.0	7.4	2.7	26.4	8.1	5.2
達成度										B	S	C

目標の達成状況（見込み含む）

- ・ユズは、中国は景気減速の影響により大きく落ち込んだが、米国、フランス等の主要市場が堅調に推移し、R4に続いてR5も目標を大きく超えて達成した。
- ・水産物は、ALPS処理水の放出による中国の日本産水産物輸入禁止の影響などにより、目標に届かなかった。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

1 輸出に意欲的な産地の支援体制の整備

- ・事業者の輸出事業計画作成支援（ユズ・茶）及び作成した事業計画の推進（いちご）への支援

2 生産体制の拡充支援

- ・国や県の支援制度を活用した輸出対応型の生産体制の拡充を支援

3 海外での外商活動の展開

- ・有望市場において、輸出基幹品目（ユズ、土佐酒、水産物）の外商活動を展開

成果

- ・輸出事業計画認定：1件（R2～R5）
- ・輸出に対応した施設整備：24社（R2～R5）
- ・輸出額が大幅に増加している相手国（R2→R5）アメリカ（3.0億円増）・フランス（2.4億円増）

課題と今後の方向性

課題

- 1 輸出に前向きに取り組む産地や事業者が限られている
- 2 有望市場における営業活動の強化が必要

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（連携テーマ）の中で推進

1 輸出に取り組む事業者の掘り起こし等による地産の強化

- ・バイヤーや専門人材等による新たな事業者や品目の掘り起こし
- ・輸出に対応した生産態勢や商品の開発・改良への支援

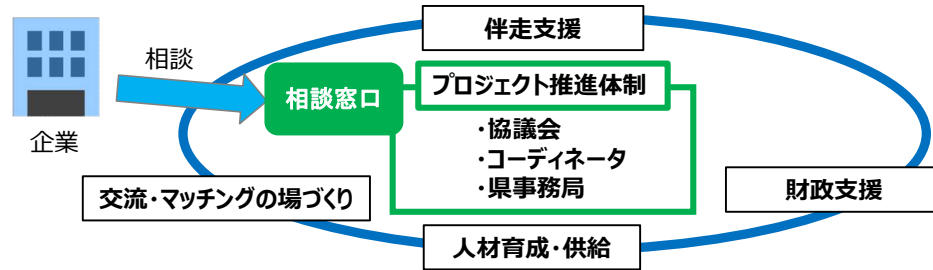
2 有望市場における外商活動の強化

- ・海外ネットワークや専門人材を活用した外商活動を推進

高知県ヘルスケアイノベーションプロジェクト【R4年度開始】

目指す姿

産学官金が連携して、デジタル技術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支援することで、当分野への県内企業の進出や県外企業の誘致を促進し、関連産業の育成とイノベーションの創出を図り、地域産業の活性化や県内の雇用を創出するとともに県内のヘルスケア分野における地域課題の解決につなげる。



目標値：相談件数【単位：件】

	R4	R5 (R6.3月末時点)
目標	10	15
実績	12	19
達成度		S

※次期計画のKPIの見直し
「相談件数（単位：件）」⇒
「支援対象県外企業の県内への支社等
拠点の設置件数（単位：件）」

目標の達成状況（見込み含む）

・ビジネスマッチングイベントの開催等を通じて、県外企業の掘り起こしや、県外企業と県内自治体とのマッチング、県外企業と県内機関（自治体、高等教育機関、企業等）との交流を図ったことで、県内外企業に対するプロジェクトの周知が進み、目標とする相談件数が達成された。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 推進体制の構築**
・協議会・コーディネータ・相談窓口の設置（R4）
- プロジェクトの認知度向上**
・ビジネスマッチングイベント・交流会の開催に向けた準備（R5）
- 財政支援の強化**
・実証実験を支援する補助制度を創設（R5）

成果 ※R6.3月末時点

- ・相談件数 R4：12件、R5：19件
- ・プロジェクト支援件数 R5：6件
- ・補助金交付決定件数 R5：2件
- ・県内への拠点設置件数 R5：1件

課題と今後の方向性

課題

事業化・立地に向けた伴走支援の強化

- ・実証フィールドの確保が必要
- ・多様な支援対象に対応できる体制強化が必要

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（次世代産業創造プロジェクト）の中で推進

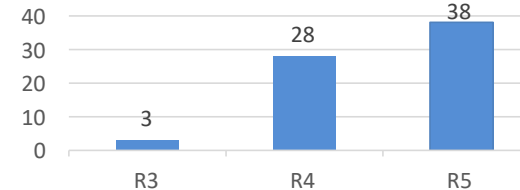
- ・実証実験の実証フィールド確保のための県内自治体及び医療機関等のネットワーク化
- ・プロジェクト支援案件をスピード感を持って、着実にビジネスにつなげるため、専門家による伴走支援体制を強化

高知県アニメプロジェクト【R4年度開始】

目指す姿

デジタル化・分業化の進展により、地方でもアニメ制作工程の一部に携わることが可能となっていること等を背景に、産学官金が連携して、アニメクリエイターやアニメ関連企業を呼び込み、県内にアニメ産業を集積することで、雇用の創出や地域産業の活性化を図る。

県内アニメ企業の従事者数



・20代の若者や女性の従事者が大半

※アニメ制作企業：主にアニメ制作を行う企業
※アニメ関連企業：アニメ制作企業に加え、ゲームや漫画等、アニメ周辺の事業を行う企業を含む関連企業

目標値：県内アニメ制作企業の従事者数【単位：人】

	R3	R4	R5
目標	-	30	50
実績	3	28	38
達成度			C

目標の達成見込み（見込み含む）

・県内アニメ制作企業における新規雇用の結果、38名まで増加したものの、R5年度の目標値50名には至らなかった。

これまでの取り組みとその成果

これまでの取り組み

- 推進体制の構築**
・産学官金で構成する推進会議の設置（R4）
- 人材育成**
・デジタルクリエイター育成講座（アニメーター講座）
R4：17人、R5：7人
・アニメクリエイター講演会 R5：73人
・アニメ制作体験講座 R5：26人
- 誘致の促進**
・各種支援策によるアニメ制作企業の誘致

成果

- ・アニメ制作企業立地件数（累計）
R5末時点：1社

課題と今後の方向性

課題

1 人材育成

- ・県内でアニメ制作スキルを学べる環境整備が必要

2 誘致の促進

- ・アニメ制作企業の誘致に向けた立地支援の強化が必要

今後の方向性

第5期計画の産業成長戦略（次世代産業創造プロジェクト）の中で推進

1 人材育成の強化

- ・県内の専門学校が実施するアニメクリエイターに必要な専門スキルの習得を目的とする教育プログラム構築への支援

2 立地支援の強化

- ・既存のIT・コンテンツ企業に対する補助制度を基に、アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度を新設

地域アクションプラン 第4期産業振興計画の取り組みの総括

地域アクションプラン全体の総括

- (1) 全体としては、新型コロナウイルスの感染拡大により、各分野の取り組みは大きな影響を受け、第4期計画で設定した目標のうち達成できたものは約3割にとどまる。
- (2) そうした中でも、地域資源を活用した商品開発や新たな加工施設の整備による売上額の増加のほか、新たな観光施設の整備による交流人口の拡大など、明るい兆しも見えてくる。
- (3) 既に成果や実績を上げている取り組みがある一方で、進捗の遅れている取り組みや担い手不足など課題のある取り組みもあり、さらなる対策の強化や見直しが必要である。
- (4) 新規の地域アクションプランの追加件数が減少傾向にあり、新たな取り組みの掘り起こしが必要である。
- (5) 地域産業クラスタープロジェクトについては、一次産業の生産拡大や雇用創出が図られたほか、新たな加工品開発や飲食店でのメニュー化など、二次・三次産業への展開が進んだプロジェクトも生まれた。一方で、プロジェクトを取り巻く環境変化などに応じて、支援方法の見直しが必要な取り組みもある。

今後の方向性

- (1) 地域本部を中心とした実行支援チームにより地産外商に向けた地域の事業者の挑戦をきめ細かくサポートするとともに、産振補助金など各種支援策を通じて、課題の解決や目標達成へとつなげていく。
- (2) 取り組みを継続する地域アクションプランについては、内容の拡充や見直しを行い、さらなる生産・外商拡大や雇用創出につなげる。
- (3) 担い手不足に対しては、地域おこし協力隊や特定地域づくり事業協同組合の活用、デジタル技術の導入による省力化・効率化を促進する。
- (4) 市町村や商工会・商工会議所等の支援機関との連携を強化し、新たな地域アクションプランの掘り起こしに取り組む。
- (5) 地域産業クラスタープロジェクトとしての位置づけは見直し、引き続き一次産業から三次産業までの多様な仕事の創出に取り組むものについて、地域アクションプランの下で一體的に推進する。

これまでの取り組みの成果等

(1) 地域アクションプラン数(令和5年度)

分野	農業	林業	水産業	商工業	観光	その他	計
地域							
安芸	4	2	1	11	8	4	30
物部川	6	1	1	9	7	0	24
高知市	8	2	0	5	6	0	21
額北	8	2	0	7	4	3	24
仁淀川	6	3	3	10	12	0	34
高幡	9	4	2	13	11	0	39
幡多	6	1	5	23	9	1	45
計	47	15	12	78	57	8	217

【地域アクションプラン数】 ※いずれも年度当初における地域アクションプラン数

第1期(H21):221→第2期(H24):220→第3期(H28):234→第4期(R2):217→(R5):217

※計画期間中に新たに追加したプラン数

第1期:37→第2期:77→第3期:46→第4期:31

(2) 地域アクションプランへの主な支援

○支援体制(H21～)

- ・地域産業振興監を中心として、県内7ブロックごとに当該地域の産業分野の出先機関や地域支援企画員等で構成する「産業振興推進地域本部」を設置し、その地域における地域アクションプラン全体を推進
- ・地域アクションプランごとに関係機関の担当者などで構成する「地域アクションプラン実行支援チーム」を編成し、地域アクションプランの取り組みをきめ細かくサポート

○主な支援制度の活用実績(R2～R5)

- | | |
|-----------------------|------------------|
| ①高知県産業振興推進総合支援事業費補助金 | 33事業 県補助額 546百万円 |
| ②高知県観光振興推進総合支援事業費補助金等 | 64事業 県補助額 436百万円 |
| ③高知県地域観光振興交付金 | 12事業 県交付額 557百万円 |
| ④専門家の派遣(産業振興アドバイザー制度) | 98件 531回 |

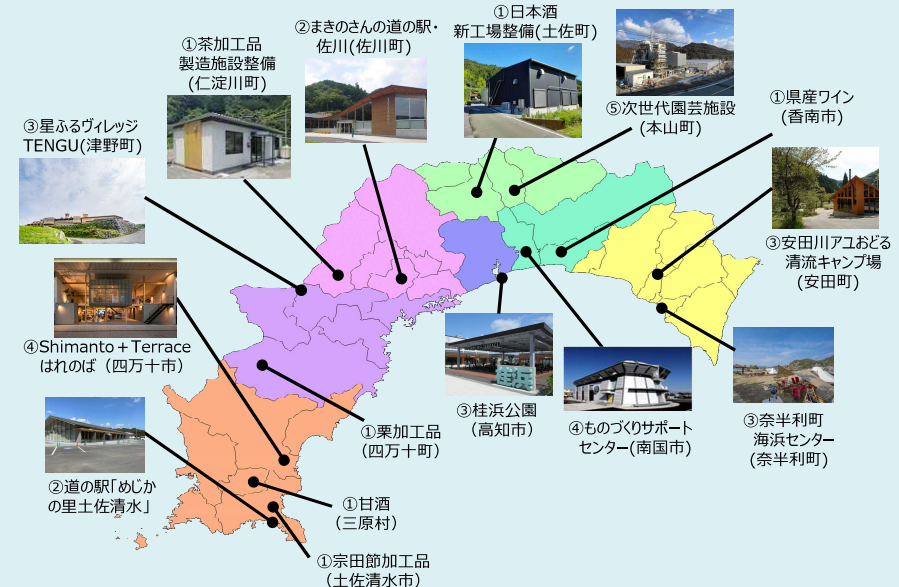
(3) 第4期計画で設定した数値目標に対する評価

・R5数値目標に対するR5実績の達成状況

区分	数値目標に対する評価基準	件数	構成比
S	数値目標の達成率 110%以上	60件	17.7%
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満	35件	10.3%
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満	82件	24.2%
C	数値目標の達成率 70%以上85%未満	65件	19.2%
D	数値目標の達成率 70%未満	97件	28.6%
評価 計		339件	100%
—	数値目標の設定がないもの	3件	

(4) 取り組みの主な成果等

- ①外商拡大に向けた施設整備のほか、地域資源を活用した新たな農水産加工品が誕生
- ②地域産品の販売拠点となる直販施設がオープン・リニューアルし、地域の魅力を発信
- ③交流人口の拡大に向け、地域観光の核となる施設等がリニューアル
- ④中心市街地活性化に向けた拠点施設がオープン
- ⑤園芸施設の整備等により新たな雇用を創出



(5) 地域アクションプランの取り組みによる雇用の創出

・第4期計画(R2～R5): 287人(第1期から第4期の雇用増累計 2,023人)

第1期:623人 → 第2期:522人 → 第3期:591人 → 第4期:287人

(6) 高知県産業振興推進総合支援事業費補助金活用事業の売上高等の増加

・第4期計画(R2～R5): 22.6億円

※第1期から第4期の売上高等の増加額累計 100.2億円

○ 第4期産業振興計画の戦略目標・地域アクションプランの指標ごとに、目標の到達度などの確認し、**数値目標の5段階評価を実施**した上で、次のステージに向けた方向性を確認した。

《5段階評価》

産業成長戦略

分野別	評価計	戦略目標ごとに評価を実施					判断が 困難なもの
		S	A	B	C	D	
農業分野	16	1	2	4	2	7	0
林業分野	6	0	0	2	3	1	0
水産業分野	8	2	1	2	2	1	0
商工業分野	26	5	7	4	5	5	0
観光分野	10	2	6	1	0	1	0
連携テーマ（移住）	5	1	0	2	2	0	0
連携テーマ（外商）	10	1	2	3	2	2	0
連携テーマ（起業）	5	0	2	2	0	1	0
合計	86	12	20	20	16	18	0

地域アクションプラン

地域別	評価計	指標ごとに評価を実施					判断が 困難なもの
		S	A	B	C	D	
安芸地域	55	9	6	13	11	16	0
物部川地域	38	8	4	13	5	8	1
高知市地域	29	2	3	8	5	11	0
嶺北地域	37	6	3	5	8	15	0
仁淀川地域	61	14	7	12	11	17	1
高幡地域	62	12	6	12	13	19	0
幡多地域	57	9	6	19	12	11	1
合計	339	60	35	82	65	97	3

<5段階評価の基準>

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

（留意点）

- ・上記の5段階評価は、一つひとつの取り組みの進展を確認し、その改善を図っていくために実施するものであるが、産業振興計画の目指すところは、地産外商を進め、産業全体の底上げを図ること、「地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県」を創っていくことにあり、この実現に向けて、計画全体として、どういう成果が上がったかがむしろ重要。
- ・従って、計画全体の総括及び各分野の総括とあわせて見ていくことが必要。