

【資料3】

第2回産業振興計画フォローアップ委員会資料
平成22年1月25日

産業成長戦略の取り組みについて

目 次

<専門分野>

1	農業分野	1
2	林業分野	11
3	水産業分野	15
4	商工業分野	19
5	観光分野	37

<連携テーマ>

1	地産地消・地産外商戦略	39
---	-------------	----

産業成長戦略の取り組みについて【農業分野】

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

1. 結果、成果等が出始めたもの

1. 生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築

(1) 量販店とのパートナーシップの構築

- ・協力量販店との関係強化と関東、関西地区での拠点づくり 関東2社、関西2社

(2) 中食・外食等の販路拡大

- ・商品開発及び実需者への商材提案

新たな取引開拓：関東1社 実需者への商材提案：関東5社、関西3社

商品開発：関東2アイテム

(3) 特産野菜等コラボレーション

- ・事業化決定：2地区

(4) 特産果樹の販売促進

- ・文旦：初の県域組織「土佐文旦振興対策協議会」の結成

知事トップセールス（関西）、商品開発、試験販売（関東）

- ・新高梨：県内2大産地における検討の場の設置、針木梨組合との取引開始

(5) 高知の花き総合PR

- ・モニタリング調査：関東・関西の花き協議会組織と協力体制を構築

実施3品目4市場（11月末現在）

- ・総合PR：JFF2009 in 丸の内出展

来場者数約35万人、アンケート回収約800部

2. まとまりのある園芸産地の再構築

(1) まとまりのある園芸産地育成事業

- ・取り組み：「学び教える場」設置数 H20 20品目123箇所。H21 34品目169箇所設置

- ・成果：安芸（栽培面積34ha、生産者110名）集出荷場（ナ）

→H21 園芸年度出荷量：3,971t（対前年比117% 580t増）、

収量目標達成農家数（18t取り農家）：4名増加（昨年度7名）

土佐くろしお集出荷場（ミヨガ）

→H21 園芸年度出荷量：3,109t（対前年比106.7%）

収量目標達成農家数（5t取り農家）：102名

土佐くろしお集出荷場（キウリ）

→H21 園芸年度出荷量：3,647t（対前年比111.7%）

収量目標達成農家数（18.5t取り農家）：44名

平成22年度(計画の追加・拡充等)

1. 結果、成果等が出始めたもの

1. 生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築

(1) 量販店とのパートナーシップの構築

- ・ 関東、関西地区での拠点を活かした継続的な取組
- ・ 産地交流事業：流通関係者との交流に協力量販店と連携した商圏内の顧客を対象とした高知野菜のファンづくり（関西地区）

(2) 中食・外食等の販路拡大

- ・ 卸売会社との連携強化とニーズに応じた産地調整

(3) 特産野菜等コラボレーション

- ・ コラボ先との関係強化による取組の発展

(4) 特産果樹の販売促進

- ・ 文旦：アンテナショップを拠点とした販促活動や文旦サミットの開催
- ・ 新高梨：アンテナショップを拠点とした販促活動や関東関西地区での食味会の実施
- ・ ユズ果汁の利用促進：県域で対応する場づくりとその場を核にした消費拡大や需給対策

(5) 高知の花き総合PR

- ・ 実需者との連携強化：H21の調査を基にした実需者と産地の相互交流と連携強化
モニタリング調査の拡充（調査先に実需者を追加）
- ・ 産地づくり：新品目について、モデル栽培、実証販売等を実施し、新品目の導入・普及を図る。
- ・ 総合PR：アンテナショップや高知フェアを活用した継続的な販促PR

(6) アンテナショップの活用

- ・ 店頭での消費宣伝（野菜）：生産者等による販促イベントや食文化の発信

(7) 一元集出荷体制の強化

- ・ 産地側と実需者側の多様なニーズに対応した販売の強化
- ・ 産地での集荷体制の検討、集荷のモデル的取り組み

2. まとまりのある園芸産地の再構築

(1) まとまりのある園芸産地育成事業

- ・ 園芸連販売額 650 億円の達成のために、「学び教えの場」の仕組みによりバリエーションアップした生産者の取り組みを産地全体の強化につなげる。具体的には、農業団体の策定している産地ごとの計画（出荷販売計画など）について、県なども策定に加わり、産地毎の課題を共有し、目標の実現に向かって取り組みを行う。
- ・ 一元集出荷体制の再構築

(2) 足腰の強い花き産地づくりの支援

- ・ 花き新品目についてモデル栽培、実証販売等を実施し、新品目の導入・普及を図る。

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

(3) 有望品目の導入と定着

- ・プロジェクトチーム会により重点普及推進品目を選定し、栽培技術の実証や品目別の現地検討会、研究会を開催して作付け推進を図った結果、目標としていた年度販売金額5,000万円をハスイモ、パブリカ、アスパラガスで達成できる見込み。

※「2. まとまりのある園芸産地の再構築」に新たに位置付け

3. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

(1) 環境保全型農業の目指す姿

- ・生産者や消費者に対し県内で啓発活動（9回、のべ10,218名）
- ・農業大学校等で後継者に講習（10回、のべ302名）
- ・県広報やメディアを通じたPR（県政記者室への投げ込み17回）

(2) IPM技術の開発と県内全域への普及

- ・環境保全型農業推進事業費補助金の活用による導入推進（554戸、155ha）
- ・新品目（キュウリ・ショウガ）のIPM技術マニュアルを作成中（8品目→10品目）
- ・土着天敵の利用が活発化（天敵温存ハウスの活用：3町村→10市町村）
→天敵導入面積率の増加 ナス類：47%、ピーマン類：69%、ミョウガ：43%

(3) オランダウェストラント市－高知友好園芸農業協定の締結

- ・施設園芸の世界のトップランナーと友好園芸農業協定の締結を実現（2009.11.18）
- ・知事を団長に、48名の友好交流訪問団で交流、22カ所の最先端の取組を視察研修
- ・オランダでの日本食フェアで高知野菜活用、国際展示会で高知のユリを展示PR

4. 生活できる所得を確保するこうち型集落営農の実現

(1) こうち型集落営農の実現

- ・モデル集落を16集落選定し、15集落で組織設立。10集落で営農計画を認定。
- ・お米のブランド化による有利販売「土佐天空の郷」（吉延集落：本山町）
- ・露地野菜等の栽培推進、ユズ、ブロッコリー、外任など
- ・農業用施設や機械の導入などにより、農作業受委託の体制づくりができてきた。

(2) 集落営農の推進

- ・昨年度までの125組織に加え、新たに16組織が集落営農の取り組みを開始。稲作における耕起から収穫・乾燥調整作業で、計111haの機械共同利用や受託を行う体制が整備され、コスト低減につながっている。
- ・既存24組織に対するハード支援を通じて、新たに96haの機械共同利用や受託体制が強化された。
- ・これまで3市町村で集落営農に関する研修会及び先進地視察が実施され、これをきっかけに集落で自発的な勉強会を開催するなど意識醸成が図られつつある。（今後、5市町村でも実施を予定：計8市町村）

平成22年度（計画の追加・拡充等）

(3) 有望品目の導入と定着

- ・販売額 5,000 万円を未達であるものの、販売額が増加している品目も多数あり、継続して普及推進を図る。また、新たに、水稲の裏作で利用されていない優良農地も多いことから、水稲裏作に適した有望品目の導入も推進し、産地づくりを進める。

3. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

(1) 環境保全型農業の目指す姿（新規「こうちまるごとエコ農業であい事業」）

- ・小学生親子にターゲットを絞った県民の認知度向上対策
- ・土佐・龍馬であい博会場でのPR
- ・愛知県で開催される「生物多様性条約第10回締約国会議」併催の「生物多様性交流フェア」に出展し、生物多様性の産業利用に成功した高知県の環境保全型農業を全世界に情報発信

(2) IPM技術の開発と県内全域への普及

- ・環境保全型農業推進事業費補助金の拡充（平成22年度予算要求額51,040千円）
- ・地域に設置する実証展示ほ数の増加（19か所→21か所）

(3) オランダウェストラント市－高知友好園芸農業交流促進

- ・環境保全型農業の夢実現コンクール（野菜、花き、ハウス環境部門）を開催し、ビジネス交流および技術研修への支援実施
- ・協定締結一周年記念（高知県園芸品販売推進大会）で、全国の流通関係者300名にPR

4. 生活できる所得を確保するこうち型集落営農の実現

(1) こうち型集落営農の実現

- ・中山間地域における集落営農組織育成に向けて、園芸品目等を導入して所得確保につなげる「こうち型集落営農モデル」を育成するため、ハードとソフトの両面から一体的に支援する。
- ・市町村が主体的に集落営農を推進するために必要な取り組み（先進地視察、講演会など）を支援する。

(2) 集落営農の推進

- ・集落営農の大きなきっかけとなっている、中山間地域等直接支払の新制度の内容説明や、農作業受委託などを推進するためのハード事業の導入と、研修会の開催等を支援するソフト事業を通じて、既存の集落営農組織のステップアップと、市町村・協定代表者に集落営農への取り組みに向けた意識醸成を図っていく。

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

5. 品目別総合戦略の実践（ユズ）

(1) ユズ園を維持管理する仕組み作り

- ・農作業受託組織が2組織発足（香美市、北川村）

(2) 冬至ユズ出荷予測システムによる計画販売の実践

- ・値決めによる有利販売を堅持できたが、予想以上の出荷で在庫発生

(3) 実需者ニーズに対応できる搾汁・加工施設の整備

- ・2施設（土佐山、北川）が整備され販売競争力が高まった。

6. 品目別総合戦略の実践（売れる米づくり）

(1) 高品質安定生産とコスト低減の取組への支援

- ・‘南国そだち’の品質向上（1等米比率55%）と生産安定化
- ・‘南国そだち’研究会の開催（高品質化の取組の確認、収穫適期の判定方法の指導）

(2) ‘南国そだち’を核とした販売促進活動への支援

- ・県産米の知名度の向上

ポスター、パンフ等の広報活動、「土佐・龍馬であい博」ロゴマークを利用した
宣伝活動（米袋やのぼり）

- ・販売推進活動の活性化

訪問、店頭販売員及び生産者自身による試食宣伝販売（関東；イトーヨーカドー、関西）
※店頭販売員のみは150店舗、生産者は2店舗で初めて実施

- ・県外、県内での販路拡大（県外中食、東北地域、県内サンシャイン、サニーマート等での取り扱い）

TVを活用した新米および消費拡大キャンペーン、DVDの作成

7. 品目別総合戦略の実践（土佐茶産地の再構築）

(1) 土佐茶産地の再構築

- ・消費拡大対策：土佐茶認知度の向上（広報活動、土佐茶HP、出前授業他）

生産者による販促活動の活性化（イベント等での試飲・販促活動他）

- ・販路拡大対策：商品アイテムの充実と販路の拡大（少量包装、ペットボトル、茶パウダー等による一般向・菓子向販路他）

- ・生産体制の強化対策：加工施設の老朽化対策（荒茶加工施設3カ所）

まとまりの活動への発展（土佐茶販売協議会活動他）

平成22年度(計画の追加・拡充等)

5. 品目別総合戦略の実践(ユズ)

(1) ユズ果汁利用促進協議会(仮称)の設置

- ・ 県域での品質向上及び販路拡大、消費宣伝戦略等の検討

(2) 各農協でのユズ果汁冷凍貯蔵による需給調整と売り込み強化

- ・ 各農協での冷凍貯蔵への支援(価格暴落抑制)
- ・ 龍馬伝とタイアップした販売促進
- ・ 大手飲料メーカー等への売り込みによる需要拡大

(3) 実需者ニーズに対応できる搾汁。加工施設の整備

- ・ 馬路村、西土佐、嶺北への導入予定

6. 品目別総合戦略の実践(売れる米づくり)

(1) 生産振興対策

- ・ 品質向上対策(高温登熟性品種の育成・導入、品質劣化対策研究会での検討)
- ・ 特用米の開発(香り米等)
- ・ 低コスト化技術の普及(大規模農家・若手稲作研究会による直播新技術の検討)
- ・ 水稲跡作での有望品目の検討

(2) 販売対策

- ・ 県産米の県外および県内販売の強化

「売れる米づくり」ワーキンググループの設置

米販売推進体制の整備(販売プロジェクトチームの設置および検討)

「おひさまブランド」を利用した県産農産物とのセットセールス

生産者自身による試食宣伝活動の強化

米の商品化(パッケージ、小袋包装等の検討)

地産地消、食農教育の強化

- ・ 南国そだち等の早期米の販売促進活動

試食宣伝販売、リレー出荷、県内イベント(よさこい祭等)

- ・ 県内ブランド米の育成

土佐天空の郷、仁井田米、四万十減農薬米、香り米等の地域ブランド米への支援

新たな特色ある地域ブランド米への支援

(3) 新たな国の制度への対応

- ・ 米戸別所得補償モデル事業、水田利活用自給力向上事業の情報提供、周知
- ・ 新制度活用による新規需要米への取組支援(飼料用等専用品種の選定、実証ほ設置)

7. 品目別総合戦略の実践(土佐茶産地の再構築)

(1) 土佐茶産地の再構築

- ・ 消費拡大対策、販路拡大対策

土佐茶推進拠点施設(土佐茶カフェ)の整備

- ・ 生産体制の強化対策

仕上茶加工施設の老朽化対策(全農高知本部)

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

8. 品目別総合戦略の実践（畜産の振興）

(1) 土佐あかうし、土佐ジロー及び土佐はちきん地鶏それぞれの流通・消費拡大を支援

- ・土佐あかうしでは、土佐和牛ブランド推進協議会を7月に設立し、食べ歩きマップや新聞広告等のPR活動による認知度の向上や販売・飲食店（8件）の販路を開拓。
- ・土佐ジローでは県内外の展示商談（約120件）等の取組によって、販売・飲食店（14件）の販路を開拓。
- ・土佐はちきん地鶏では県内外の展示商談（約150件）の取組によって、販売・飲食店（21件）の販路を開拓、特に土佐はちきん地鶏の販売・飲食店数は昨年度末から約33%拡大。
（H21.3:188店→H21.12:250店）

(2) ブランド化を目指した飼料用米給与家畜の生産実証（JA四万十、米豚）や低コスト生産のための再生稲飼料増産などを支援

- ・米豚は慣行飼料と比べ、発育、肉質及び試食アンケートで、いずれの評価も良好
- ・再生稲や飼料用稲の生産拡大（H20:16.9ha → H21:約34ha、うち再生稲約23ha見込）

9. 担い手の育成と生産資源の保全（認定農業者の育成・確保）

(1) 認定農業者の育成・確保

- ・認定農業者数：3,755経営体（9月末現在）
新規認定：51経営体 再認定：88経営体
- ・フォローアップ活動の実施
対象者：1,973経営体 → 実施済み：588経営体（9月末現在）

(2) 企業的経営体の育成

- ・規模拡大等による企業的経営誘導予定農家のリストアップ：79名（9月末現在）
- ・企業的経営シンポジウム参加者数：農家20名
（シンポジウム参加農家のうち、企業的経営検討開始農家数：8名）

(3) 優良な労働力の確保

- ・JA無料職業紹介所の開設：10JA（既設：4、新規：6）
- ・JA無料職業紹介所におけるあっせん実績：67名（41農家で雇用）、（6JA、11月末現在）

10. 担い手の育成と生産資源の保全（新規就農者の確保・育成）

(1) 市町村における新規就農研修支援事業の取組強化

- ・説明会3回、個別訪問6市町村等により事業の導入を推進し、制度導入14市町村（20年度9市町村）、実践研修生11市町村・18人（11/19現在・20年度実績11人）
- ・研修生18人のうち2人が研修後に県内就農済み。

(2) 研修受入先となる指導農業士の認定

- ・指導農業士の不在市町村等への推薦働きかけにより、21年度の新規認定者9人（これまで不在だった4市町村でも認定）
- ・指導農業士認定者は総勢20市町村・38人（20年度16市町村・29人）。

☆これらの取り組みにより、21年度新規就農者161人を確保（20年度調査114人・調査時点は毎年6/1）。

平成22年度(計画の追加・拡充等)

8. 品目別総合戦略の実践(畜産の振興)

(1) 高知特産畜産物の流通・消費拡大への総合的な取組の強化

- ・高知特産畜産物の一体的な売り込みやPR活動を拡大・強化するために、畜産関係団体との連携を強化し、県内外へのまとまりのある販路・消費拡大活動を支援することで、販売価格の底上げや生産に見合う販売拡大を行う。
- ・JA、全農による地産地消の焼肉店の整備を支援し、土佐和牛を中心に、豚、地鶏、米、野菜等の消費を拡大。

(2) 米豚の販促活動や飼料増産に向けた耕畜連携の体制づくりを支援

- ・米豚を周年出荷(約2,000頭)し、あわせて販促活動を強化することで認知度を向上
- ・畜産農家の実需に応じた再生稲や飼料用稲の増産

9. 担い手の育成と生産資源の保全(認定農業者の育成・確保)

(1) 認定農業者の育成・確保

- ・フォローアップ活動の継続実施と新規認定、再認定の認定率の高い取り組み手法の共有化を図る。特に、5年目の再認定となる農家に対するフォローアップについては、農閑期等を利用するなど計画的に取り組めるよう誘導する。
- ・23年度末の認定農業者数：4,340経営体

(2) 企業的経営体の育成

- ・雇用労働力を確保し、規模拡大による企業的経営体を目指す農家等に対し、「企業的経営体雇用確保支援事業」を新設し取り組みを支援する。
- ・リストアップ農家に対するさらなる意識醸成を図るための、効果的なセミナー等を実施するとともに、モデル事例の紹介チラシ等を作成し情報提供する。
- ・22年度末までのリストアップ目標：100名

(3) 優良な労働力の確保

- ・規模拡大志向農家に対する雇用労働の確保を支援することにより、企業的経営への経営発展を誘導する。

10. 担い手の育成と生産資源の保全(新規就農者の確保・育成)

(1) 市町村における新規就農研修支援事業の取組強化

- ・今後も説明会や個別訪問等で事業導入を推進し、制度を導入する市町村を増やす。

(2) 研修受入先となる指導農業士の確保

- ・今後も指導農業士不在市町村等への推薦を働きかけ、研修先となる指導農業士を増やす。

☆これらの取り組みに加え、「都会で学ぶこうち農業技術研修事業」や「経営体育成新規就農定着促進事業」などを活用し、22年度新規就農者については、21年度実績に上積みを目指し、170人を目標に取り組む。

平成21年度 (主な取り組みの結果、成果等)

(3) J A 出資型法人の設立支援

- ・ J A 出資型法人の設立に向け、3 J A、1 市が事例調査を実施し、2 J A で設立検討プロジェクトチームが設置された。
- ・ J A 出資型法人の経営確立に向けた新たな事業展開の検討を開始。

11. 担い手の育成と生産資源の保全 (耕作放棄地の解消・担い手とのマッチング)

(1) 耕作放棄地の解消・担い手とのマッチング

- ・ 事業 P R : 説明会 2 2 回、パンフレット配布 3, 700 部、新聞広告、県広報への掲載
- ・ 地域協議会設置状況 : 全市町村
- ・ 2 1 年度耕作放棄地解消予定面積
1 9 市町村 5 0. 8 9 ha (うち耕作放棄地緊急対策交付金活用 : 7 市町 9. 0 6 ha)
- ・ 農業者等への周知、所有者の意向把握、新たな担い手の確保など、耕作放棄地解消のための取り組みが地域協議会によって温度差がある。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

1. 担い手の育成と生産資源の保全 (新規就農者の確保・育成)

(1) 県農業公社による遊休ハウス等の情報収集・ホームページ等での情報提供

- ・ 21 年 9 月から県農業公社に職員 2 人を配置し、農地や遊休ハウス等の情報収集ストック・提供が実施できる体制を整えた。
- ・ 行政機関や関係団体を個別巡回するなどして情報収集に努めているが、情報量はまだ少ない。
- ・ 就農希望者のニーズにマッチする農地等の情報を提供するには、より多くの情報を収集する必要がある。

2. 「高知の食」を活用した取組の拡大 (地産地消の持続的発展)

(1) 直販所の情報発信

- ・ 当初予定していた方式 (直販所から情報を県に送ってもらい県が入力・発信) から、直販所がブログ形式での発信に変更 (11 店舗で実施)
- ・ ブログを立ち上げるための研修会を開催

(2) 魅せる店づくり

- ・ アドバイザーによる店舗の魅力アップの取組 (10 店舗で実施)

(3) 情報管理システムの構築

- ・ P O S システムデータを有効活用するための情報管理システムの構築が遅れるため、予定していたシステムの検証が実施できない。

平成22年度(計画の追加・拡充等)

(3) JA出資型法人の設立支援

- ・新たな事業展開に対しハード面の支援を行い、JA出資型法人の早期経営安定を図る。

11. 担い手の育成と生産資源の保全(耕作放棄地の解消・担い手とのマッチング)

(1) 耕作放棄地の解消・担い手とのマッチング

- ・地域協議会に対し、市町村広報誌、JA機関誌を活用した農業者等への周知を徹底する。また、所有者や新たな耕作者の意向把握などの情報収集を行い、一覧に取りまとめ、随時マッチングができるよう、農業振興センターと連携し推進する。
- ・22年度の解消目標面積：120ha

II. 予定どおり進捗しなかったもの

1. 担い手の育成と生産資源の保全(新規就農者の確保・育成)

(1) 県農業公社による遊休ハウス等の情報収集・ホームページ等での情報提供

- ・市町村、農業委員会をはじめ、新たに「新規就農相談窓口」を設置したJAとの信頼関係を構築するため、巡回を強化し、また、重点的に取り組む市町村を中心に、遊休化された農地等を個別にあたり、掘り起こしを図る。
- ・農地等の情報提供をお願いするチラシを作成し、JAや市町村等の窓口で配布するとともに、地域の関係機関に農地等情報の必要性を訴え、職員から県農業公社への情報提供について依頼していく。

2. 「高知の食」を活用した取組の拡大(地産地消の持続的発展)

(1) ブログでの情報発信がより魅力的なものになるよう、研修会を開催する。

(2) 魅せる店づくり実践研修については、新たなアドバイザーを追加するなどして、実践研修を強化する。

(3) システムの検証を上半期に実施する。

- ・本システムの機能を理解していただくために、直販所の店舗担当者等を対象とした研修会を開催し、システム導入を希望する直販所を募集する。

産業成長戦略の取り組みについて【林業分野】

平成21年度 (主な取り組みの結果、成果等)

I. 結果、成果等が出始めたもの

1. 林業・木材産業の再生

(1) 原木の生産の集約化・効率化 (森の工場の整備)

市町村や森林組合等関係団体に対し、取り組み内容の周知と実践を働きかけるとともに、事業体等への個別サポートを実施。その結果、12月時点において新たに約5,900haの森の工場の認定が見込まれ、集約化・効率化に対する認識は高まり、森の工場は拡大しつつある。

また、現場の技術指導においても、個々の現場で作業条件が異なる林業現場に対応できるよう、作業システムや森林施業プランナーの研修会を県内一円でを行い、地域に適合した作業システムの検討や、生産性、コスト意識などへの理解が進み、森林所有者に対し施業を提案する取り組みが始まり、森林所有者の森の工場への理解も深まりつつある。

(2) 流通の統合・効率化 (製品の流通体制の整備)

(3) 販売力の強化

関連性が強く
別紙1で整理

2. 木質バイオマス利用の拡大

(1) 未利用森林資源の有効活用 (利用の普及)

林地残材、製材端材など木質バイオマスの有効活用に向けて、木質ペレット製造施設の整備、農業用及び県有施設等への木質ペレットボイラーの導入を推進。

(木質ペレット製造施設：平成21年度末には6,500tの供給体制が整う。)

(木質ペレットボイラーの導入：新たに47台を導入し、平成21年度末には県下に74台のボイラーが普及)

また、残灰についても、地域の意向を聞きながら、有効活用に向けて検討会等を実施。

3. 健全な森づくり

(1) 荒廃森林の解消

間伐実行の中心団体である森林組合系統が、間伐の推進について組織的に取り組むことを表明するなど取り組みが強化された。

県営林を活用した、森林吸収クレジットの創出やCO2削減クレジットの販売に取り組む

(発行クレジット H21, 6 (1,039t-CO2)、H22, 1 (800 t-CO2 予定))

(販売実績 H21, 11 (76t-CO2)、(H22, 3 (1,600t-CO2 予定))

また、J-VER制度を普及させるために、県内に審査、認証機関を設置するべく、推進体制を整える。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

1. 林業・木材産業の再生

(1) 大型製材工場や中小加工事業体の共同・協業化

関連性が強く別紙1で整理

2. 森のものの活用

(1) 森の恵みを余すことなく活用する

特用林産業への新規就業状況の調査を実施するとともに、需要側のニーズを把握し、特用林産物の振興に向けた検討会を実施。シキミやサカキなど重点品目を選定し、生産技術等研修会を実施。

3. 健全な森づくり

(1) 荒廃森林の解消

森林の管理代行などの仕組みづくりのための検討委員会を設置したが、課題の整理や取り組みの方向性の検討に時間を要し、当初想定した進捗どおり進まなかった。

平成22年度 (計画の追加・拡充等)

I. 結果、成果等が出始めたもの

1. 林業・木材産業の再生

(1) 原木の生産の集約化・効率化 (森の工場の整備)

森の工場づくりへの認識は高まり、認定面積の拡大は進んでいるが、県内全域への展開を目指し、さらなる森の工場の拡大に取り組む。

また、引き続き作業システム等の研修を行うとともに、林業部会からの意見でもある、作業道等を継続的な使用に耐え得るような機能強化や架線集材など、本県の地形・地質に対応できる、効率的な作業システムへの支援の拡充により、集約化・効率化と木材生産量の増大に向けた取り組みを強化する。

(2) 流通の統合・効率化 (製品の流通体制の整備)

(3) 販売力の強化

関連性が強く
別紙1で整理

2. 木質バイオマス利用の拡大

(1) 未利用森林資源の有効活用 (利用の普及)

木質バイオマスの利用拡大を図るため、引き続き、木質ペレットボイラーを、県内に普及に努めるとともに需給バランスを整える。(来年度導入予定：木質ペレットボイラー57台)

残灰については成分分析を進め、有効性を検証し、利用も含めた地域システムの確立を急ぐ。

(H22末):t

	供給	需要
ホワイト	2,800	2,700
全木	3,700	3,200
計	6,500	5,900

3. 健全な森づくり

(1) 荒廃森林の解消

施業集約化に取り組みながらも、間伐を積極的に進めるために、森林組合系統との連携の強化し、間伐面積の拡大を図る。

CO2削減プロジェクトに取り組んでいる事業体との契約更新や、新たな事業体との新規契約に向けた合意形成を図る。

また、CO2森林吸収については、プログラム認証の取得により、サービスを充実させ、県内への制度の普及に取り組む。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

1. 林業・木材産業の再生

(1) 大型製材工場や中小加工事業体の共同・協業化

関連性が強く別紙1で整理

2. 森のものの活用

(1) 森の恵みを余すことなく活用する

林業部会からの意見も参考に、地域の特産林産物の生産活動への支援や、生産者の確保定着を図るための実践研修等に対し支援するとともに、JAや首都圏アンテナショップ等を通じて、情報発信や販売力の強化に取り組む。

3. 健全な森づくり

(1) 荒廃森林の解消

今後の国の森林管理政策の方向性などの情報を収集するとともに、モデル事業は境界明確化事業と組み合わせる形で実施し、引き続き課題の整理を進めるとともに、新たに条件が厳しい箇所でも実施し、より多様な検証を行う。

13 ■産業成長戦略「県産材の販路拡大」へ向けて

①林業木材産業の再生

(2)大型工場の整備や中小加工事業体の共同・協業化

(3)流通の統合・効率化(製品の流通体制の整備) (4)販売力の強化

〈平成21年度(取り組みの結果、成果等)〉

①県外消費地での拡販の推進(販売促進チームによる活動)

- ・ 県外で建築する県産木材利用住宅を見学会などによりPRする「土佐の梁桁材普及推進事業」を推進した。
- ・ 県産木材の拡販のため県外工務店等を26件(見込)訪問し、新たなネットワークづくりやルート開拓への足掛かりとした。
- ・ 関東での工務店ネットワークとの連携づくりや工務店等に向けたセミナーを開催(予定)した。
- ・ 海外(韓国)への県産材輸出促進の取組(韓国木造建築協会との相互訪問、木材貿易セミナーなど)を行った。
- ・ アンテナショップにおける内装木質化など、県産材をPRする準備(予定)を行った。

②製品流通の改善

- ・ 木材流通合理化検討委員会を開催し、問題点(運賃コスト、ロット等)及び今後の方向性(消費地拠点、新販路開拓等)を検討した。
- ・ 輸配送情報の一元化を図ることによる製品の積み合わせ(高知木材センターを中心とした)など、効率的な物流システム構築のためのシステムの検討を行った。
- ・ コスト改善と顧客の利便性の向上を図るため、共同輸配送や消費地の流通拠点の設置について、ニーズ調査(アンケート)を実施した。

③県産材の加工品化を図るための取組

- ・ JAS等の性能表示に要する経費のほか、JAS認定取得や性能測定機器の導入などの経費に対して助成し、性能表示木材の流通を開始した。
- ・ 県外で建築する県産木材利用住宅のCO2固定認証を開始した。

④県産材の活用促進(内装材の利用促進)

- ・ 「高知県産材利用推進方針」に基づき、県産材を使った建築物の促進、公共事業での木材利用の推進を図った。(23施設木造化)
- ・ 次期(H22~26)県産材利用行動計画を策定(予定)した。
- ・ 小中学校等への木製の机・椅子等の導入(26団体44施設)支援や、公共的空間などPR効果の高い場所(銀行等5施設)への間伐材を活用した内外装・備品の導入などを支援し、県産材の利用促進を図った。
- ・ 外商用県産木製品カタログを作成した。
- ・ 県産材を使った優良な木造住宅をの建築を促進するため、追加補正予算により住宅助成事業を拡充させるとともに、テレビ、ラジオ、リーフレット等様々なPR活動に加え、県内4箇所での事業説明会を行い、木材の利用促進を図った。(こうち安心(当初予算)217戸、新木の住まい(7月補正)152戸の申請があり、11月補正で50戸を追加要望中)

- ・ 誘致企業本社と関連工場を訪問し、経営状況の確認や進出を要請した。
- ・ 高知県森林組合連合会など県内の関係団体と原木の安定供給体制の整備等について協議を行い、円滑な進出に向けて関係者が協力していくことを再確認した。
- ・ 大手商社、県外資本の加工業者等との販路拡大へ向けた意見交換会を実施した。

〈平成22年度(計画の追加・拡充等)〉

- ・引き続き、県外で建築する県産材木材利用住宅をPRする事業（完成住宅の見学会やセミナーの開催）を実施し、県産材の認知度の向上と邸別販売の拡大を図る。
- ・関東、関西地区で、消費地木材事業者（セールスパートナー）の協力を得て特別市を開催し、市売り部材の拡販と直販ルートの開拓につなげる。
- ・アンテナショップにおいて、木製品カタログや各種商品サンプルを用いて県産木製品、県産材をPRする。
- ・海外（韓国）への県産材輸出の取組みについては、つながりのできた企業、団体との商談や交流を進め、全羅南道地域をはじめ、韓国内での県産木材の販路開拓を図る。

- ・ニーズ調査を踏まえ、関東、関西、中京地区において流通拠点設置を支援し、新たな販路開拓への足掛かりとする。
- ・流通拠点（県内側、消費地セールスパートナー）と連携し、高知県からの共同輸送、拠点からの配送手配等を支援することで、コスト改善、顧客利便性の向上を図る。これにより、県産材の競争力向上を図り、販路開拓につなげる。

- ・県外の特別市等を活用し、性能表示木材の生産体制整備と流通拡大を図り、県産材の競争力の向上を図る。（スタンダード材としての確立を目指す。）
- ・引き続き、県外で建築する県産木材利用住宅のCO2固定認証を行う。
- ・トレーサビリティ木材のシステム確立へ向けて支援する。
- ・乾燥施設の共同利用による天然乾燥併用乾燥により、乾燥材の増産を図る。

- ・公共的施設整備等への支援を行うとともに、県産材利用行動計画に基づく行動計画の取り組みの周知、徹底を図る。

- ・「木づかい」、「間伐材利活用」及び「木の香る」事業を統合し、木の香るまちづくり推進事業として県産木材の利用促進支援を図るとともに、木製品カタログを活用した県外へのPRを強化する。

- ・県産木造住宅のシェアを高めるため、「こうち安心」と「新・木の住まい」事業について、利用者の利便性を考慮した内容の見直し。

- ・引き続き対象企業と定期的に情報共有を図るとともに、町による用地の準備を支援する。
- ・原木の安定供給体制の整備を進める。

- ・引き続き、商社等との情報パイプを維持し、販路拡大へ向けた調査及び情報収集を行う。

産業成長戦略の取り組みについて 【水産業分野】

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

1. 結果、成果等が出始めたもの

1. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略

－ 生産物の量の確保、質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上 －

(1) 既存の漁港・漁場等の設備資源の活用

- ・「黒潮牧場の最適化再配置」の一環である、3基の黒潮牧場の新たな場所への設置については、平成23年度の予定を1年前倒しで進めている。（平成22年度完成）
- ・「活餌供給基地の増加」の一環として、黒潮町佐賀地区でカツオ漁業関係者が協議を重ね、平成22年2月から3基の生簀を使用して地元船への活餌供給を実施する体制が整った。

(2) 広く「漁業の担い手」を確保

- ・新規漁業就業者支援事業による研修生は平成20年度までは毎年5名程度だったが、本年度は新たに7名の研修生を確保し、昨年度から継続中の者と合わせ13名となった。
（平成21年9月独立：1名、平成22年3月独立予定：1名）

(3) 拠点市場の整備による産地市場での競争性の向上

- ・老朽化が著しい清水市場を新たに整備するため、清水市場整備検討委員会を設置し、新市場の整備計画を策定した。
- ・新市場の整備に先行して市場事務所の整備に着手した。

2. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略

－ 県漁協による「土佐の魚」への付加価値向上 －

(1) 高知県漁協による様々なチャンネルを通じての販売の実施

- ・県内量販店と6月から週1回、1店舗の直接取引を開始し、10月からは週3回、9店舗へと拡大した。
- ・各支所の集出荷体制が県内量販店と本格的に取引できる規模へレベルアップした。
また、量販店への派遣研修や販促活動の実践等により担当職員の資質が向上した。

3. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 － 養殖生産物の流通・販売の強化 －

(1) 新たに養殖生産者グループの活動促進に着手

- ・須崎地区では、養殖業者3グループと県内民間企業4社による協議の場を初めて設置し、養殖生産物の販売促進、加工への取組に関する意見交換を行った。
- ・宿毛地区では、すくも湾漁協養殖部会が初めての取り組みとして、養殖生産物の販売活動に着手することになった。（平成22年度に向けての実施計画を作成中）

平成22年度（計画の追加・拡充等）

1. 結果、成果等が出始めたもの

1. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略

－ 生産物の量の確保、質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上 －

(1) 既存の漁港・漁場等の設備資源の活用

- ・平成22年度は、漁獲量の増大を目指すため、黒潮牧場3基の早期設置に努める。
（中部及び西部は平成22年10月頃、東部は平成23年1月頃に完成予定）
- ・平成22年度からは、平成21年度に引き続き3基をプラスした6基の生簀を使用して主に地元漁船向けに活餌供給を実施するとともに、地区外漁船への活餌供給を検討するなど佐賀地区での活餌供給の定着を目指す。

(2) 広く「漁業の担い手」を確保

【新規漁業就業者の自立支援】

- ・新規漁業就業者支援事業（漁業技術習得研修）、新規漁業就業者漁船リース事業（中古漁船取得支援）などを活用し、新規漁業就業者の自立を支援する。

【雇用労働型漁業者（カツオー本釣り漁業、定置網漁業等の従業員）の自立支援】

- ・一定の漁業技術を有する雇用労働型漁業者が自営の漁船漁業を開始する際の中古漁船の取得を新たに支援する。

(3) 拠点市場の整備による産地市場での競争性の向上

- ・新市場の実施設計を作成する。（種子島周辺漁業対策事業）
- ・清水市場整備検討委員会を中心に、新市場における衛生管理や市場運営に係る具体的なルールを策定する。

2. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略

－ 県漁協による「土佐の魚」への付加価値向上 －

(1) 高知県漁協による様々なチャネルを通じた販売の実施

- ・県内量販店等との一層の取引拡大（既存取引先との取引量の拡大、新規取引先の開拓等）や、県外消費地市場での取引着手、アンテナショップや商談会等を活用した業務筋等への販路拡大を図るため、集出荷体制の構築、人材育成及び販促活動を支援する。

3. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 － 養殖生産物の流通・販売の強化 －

(1) 新たに養殖生産者グループの活動促進に着手

- ・須崎地区での市場のニーズに対応するため、県内民間企業と連携した販路開拓や加工販売への具体的な取組を支援する。
- ・宿毛地区での地元の飲食店、量販店、学校給食等を対象としたアンケート調査（納品形態、量など）の実施や前処理加工品の提供などの、養殖生産物の販売促進活動を支援する。

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

4. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 — 土佐の魚の消費拡大 —

(1) 県産水産物の消費拡大

【県内向け消費拡大対策】

- ・量販店とタイアップしたプレゼントキャンペーン（1/29～3/14）、県産水産物をPRするホームページの立ち上げ、県産魚にこだわりをもった飲食店等の情報収集と観光客への情報提供、高知市中央卸売市場関係者と連携した料理教室の開催、「高知県おさかなPR大使」の委嘱と活用等を行った。

【県外向け消費拡大対策】

- ・産地と消費地との結びつきを強め地産外商を進めるため、消費地市場関係者（大阪）を招き、県内の流通加工業者との交流会や現地視察を実施する。（2月予定）
- ・県内企業に商談会・見本市の情報を提供した。
（情報提供：延べ1,508業者 参加：延べ45業者/11月末現在）

【ふるさと雇用再生特別基金を活用した推進体制の強化】

- ・高知県漁協の本所・支所に消費拡大担当を2名、販路拡大担当を3名配置し、県産水産物の流通販売を推進するマンパワーを強化した。

5. 水産加工の産業化（1.5次産業化）に向けた戦略

(1) 前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進

【前処理加工・冷凍保管事業適正規模モデルの策定・公表】

- ・前処理加工の対象とすべき魚種（8魚種）・加工形態（フィレ中心）・温度帯（チルド中心）・施設整備候補地である4地域（芸東、中央、幡多、県域）の特徴に応じた事業化モデルができ幡多地域が最も有望と判明した。

【前処理加工等事業実証試験の実施】

- ・前処理加工試作品の製造と商品評価をし、評価に基づき製造工程等の見直しと採算性の分析を行う。

【事業化の芽だしとアクションプラン等への反映】

- ・上記の取り組みを通じ、漁協と民間企業の連携による事業化計画の策定を支援した。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

1. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略

— 生産物の量の確保、質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地価格の向上 —

(1) 燃油高騰への対策

- ・沿岸漁業者経営構造改善促進事業（エンジンリース事業）については、市町村の負担（1/6以上の補助率）を義務づけていたが市町村は財源が確保できず事業の実施が困難となっていた。市町村の負担割合を任意としたことで、本年度の実施見込みは10件となった（当初予定は13件）。

平成22年度（計画の追加・拡充等）

4. 生産物の（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 — 土佐の魚の消費拡大 —

(1) 県産水産物の消費拡大

【県内向け消費拡大対策】

- ・平成21年度に実施した県産水産物の消費拡大事業を継続し、さらに事業への県民や関係者の参加機会を増やすなどの取組みを拡充する。

【県外向け消費拡大対策】

- ・本年度に招致する大阪市場の関係者に加え、東京や名古屋の市場関係者を招き、産地での交流会等を開催する。
- ・県内企業へ商談会等の情報を提供するとともに、販路拡大を支援するためマンパワーを強化する。

【ふるさと雇用再生特別基金を活用した県外向け流通販売対策の強化】

- ・平成21年度までの体制を継続し、平成22年度以降は県外での販路拡大等に取り組む。

5. 水産加工の産業化（1. 5次産業化）に向けた戦略

(1) 前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進

【漁協や民間企業の事業参入や規模拡大をソフト・ハード面から支援】

- ・早期に事業化を図るため、事業計画の策定から施設整備までを対象とした補助制度を創設し、ソフト・ハード両面から支援する。
- ・加工技術や流通販売等の専門家であるアドバイザーの派遣等により、事業化を支援する。
- ・民間企業等の事業参入を促進するため、平成21年度の取組を踏まえた事業主体の掘り起こしと働きかけを行う。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

1. 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略

— 生産物の量の確保、質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地価格の向上 —

(1) 燃油高騰への対策

依然として燃油価格が高止まりしていることから、本年度に実施した需要調査に基づく実施希望33件への支援によって省エネ機関の導入を促進し、燃油価格の高騰に強い漁業経営への構造改革を進める。

産業成長戦略の取り組みについて【商工業分野】

平成21年度（取り組みの結果、成果等）

1. 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的な支援

（1）テーマ別研究会の設置・開催

・研究会参加者数：食品 63社、天然素材 39社、環境 32社、健康福祉 22社

※参加者数＝企業・団体等＋支援機関

・研究会テーマごとに3～4回開催済み（年度内にあと2～3回程度開催予定）

研究会出席者数：延べ 327社／4テーマ

（2）事業化に向けた取り組み・支援

・支援体制の整備・強化

企業訪問により課題やニーズを把握し、企業ごとに支援方針や支援担当者を決定

個別企業の支援実績：技術支援 23件、販路開拓支援等 25件

専門家派遣等による個別企業支援の取り組みを通じて、事業化の見込案件が出現

事業化見込み：平成21年度 4件、平成22年度 21件

（3）今後に向けた課題（企業からの声・評価）

・企業間で連携することで、何か新しい商品が出来そう。

・専門家のアドバイスが参考になった（技術開発、販路開拓、経営戦略等）

・補助金を活用して、生産設備の導入や新商品開発、販路開拓を図りたい。

平成22年度 (計画の追加・拡充等)**1. 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的な支援****(1) テーマ別研究会の設置・開催**

- ・研究会事業により企業間のネットワーク構築を支援
研究会事業のPR促進等により、研究会参加者を開拓
研究会内での交流・異業種交流の促進（素材生産者やデザイナー等）

(2) 事業化に向けた取り組み・支援

研究会参加者の課題やニーズに応じた、総合的な支援を実施することで、早期事業化を促進する。(H22年度の事業化目標：40件)

- ・専門家を活用した事業化支援の拡大
新商品開発、事業化プラン作成段階からの専門家によるアドバイスの実施
販路情報を持った大消費地在住の専門家の活用
- ・補助金による資金的支援
ハード、ソフト両面を対象とした補助事業による資金的支援の実施

平成21年度（取り組みの結果、成果等）**2. 地域経済をリードする中核企業等の育成****（1）県の専任チームによる企業訪問の実施及び個別支援**

・事業実施体制の整備

中核企業等育成支援会議4回開催（年度内にあと1回程度開催予定）

支援対象企業30社（小規模連携3社を1社とみなす）を選定。

中核企業等育成アドバイザーの設置（H21.10.1～2名体制）

・支援対象企業への個別支援

・ものづくり補助金の紹介 13社申請 → 8社採択

・成長分野育成支援事業への参加 10社（うち、2社補助金採択）

・技術支援（工技・紙技）の実施 18社

・見本市出展事業の紹介 1社出展

（2）経営力向上事業の実施

・ビジネスマッチング事業の実施

マッチング相手先を紹介中：8社 マッチングの可能性を検討中：10社

・生産性向上対策補助事業の実施

生産性の向上や品質管理の改善に向け専門家の指導を受ける経費を補助：2社

（3）今後に向けた課題（企業からの声・評価）

・異業種との新たなビジネスマッチングや、商社を介さない相手先企業とのマッチングにより生の声も聞け、非常に有意義だった。

・品質管理を中心に生産性向上に取り組み、目に見える形で効果を出していくことで、現場に達成感を持たせ、さらに向上を図りたい。

平成22年度（計画の追加・拡充等）**2. 地域経済をリードする中核企業等の育成****（1）県の専任チームによる企業訪問の実施及び個別支援**

県の専任チーム及び中核企業等育成支援アドバイザーによる対象企業への戸別訪問を継続・強化し、対象企業のニーズに合致したハンズオン支援を継続して行う。

（2）経営力向上事業の実施

・ビジネスマッチング事業の継続

対象企業と県外企業とのビジネスマッチングを継続して行い、販路の拡大、新製品の開発に資する。

・生産性向上対策補助事業の拡充

生産性向上のため、専門家の指導を受ける対象企業数を拡大して業績の向上に資する（対象2社→10社）。

平成21年度 (取り組みの結果、成果等)

3. 海洋深層水の利用拡大

(1) 海洋深層水のブランド力の強化

海洋深層水取水地の連携に向けた呼びかけ (3 県 1 市)

- ・静岡県 (駿河湾深層水利用・研究施設)
- ・富山県 (富山県農林水産総合技術センター)
- ・沖縄県 (沖縄県海洋深層水研究所)
- ・尾鷲市 (みえ尾鷲海洋深層水アクアステーション)

(2) 新たな需要の創出と販路の開拓

イベント会場で深層水のパネルや商品展示による PR を実施 (5 回)

- ・県外：スーパーよさこい「じまん市」、農林水産祭 実りのフェスティバル (東京)
- ・県内：ふるさと室戸まつり、フェスティバル土佐ふるさとまつり ほか

(3) 観光・物産事業者との連携強化による販路拡大

- ・観光・物産事業者 3 者との連携強化についての協議を実施

(4) 今後に向けた課題

- ・清涼飲料水市場における深層水利用商品のシェア拡大を目指した、他県との連携によるイメージアップやブランド力の強化
- ・首都圏などの大消費地への情報発信力を強化し、売り込んでいくことが必要
- ・地域の観光資源や文化などを丸ごと売り出すようなイメージ戦略の展開

平成22年度（計画の追加・拡充等）

3. 海洋深層水の利用拡大

(1) 海洋深層水のブランド力の強化

他の取水地との連携によるブランド力の強化

- ・海洋深層水の取水施設を持っている自治体や大学・企業等への呼びかけの拡大
取水管理者：16か所（4県・9市町村・1大学・2民間）
- ・全国の海洋深層水取水地が参加した「連携協議会（仮称）」を設立し、共同キャンペーンなど関係団体が連携して実施する事業を協議し、実施計画を策定

(2) 新たな需要の創出と販路の開拓

- ・流通事業者向け外商の展開（首都圏・大阪・海外）
スーパーマーケット・トレードショー（東京ビッグサイト）、FOODEX JAPAN（幕張メッセ）ほか
- ・一般消費者向けの外商の展開（地産外商会社のアンテナショップなど）

(3) 観光・物産事業者との連携強化による販路拡大

- ・海洋深層水と室戸をまるごとPRするための映像ツールの作成
- ・土佐・龍馬であい博、ジオパーク関連シンポジウム、道の駅などと連携した商品PR

平成21年度 (取り組みの結果、成果等)

4. コンテンツ産業の振興

(1) 高知県コンテンツ産業推進会議の設置

(内容) 県内のコンテンツ産業関係者・クリエイター・行政関係者の19名で構成し、コンテンツ産業振興の方針などを検討【3回開催】

(課題) 新たなビジネスを創出するために、映像や音楽など分野ごとのとりまとめや分野間の組み合わせが必要

(2) 高知まんが・コンテンツビジネス創出セミナー&創出塾 (国費事業) の開催

【4回開催(全5回)】

(内容) ・創出セミナーは、コンテンツビジネス創出のために必要な知的財産権の保護やコンテンツビジネスを取り巻く情勢などを学習するため、中央から造詣の深い講師を招き、公開講座として開催

・創出塾は、本県のコンテンツ産業振興のためのビジネスモデルプランを検討

(課題) ・公の場での議論は困難 (知的財産の所有権の整理が必要)

・行政の取り組みと民間が行うビジネスの整理が必要

(3) クリエイター実態調査の実施

(内容) 9月～11月 約650通配布し、290通回答 (回答率45%) ヒアリング調査12名

(結果) <困っていること> ・仕事の依頼が少ない ・活動資金が不足 ・活動の場が少ない

<希望する行政のサポート>①クリエイターの情報発信

②受発注者のマッチング

③展示会等の施設利用料の減額 (活動の支援)

④著作権等の意識の向上

※回答者の70%がデータベースへの登録を希望

平成22年度(計画の追加・拡充等)

4. コンテンツ産業の振興

(1) 高知県コンテンツ産業推進会議の推進(研究会の開催)

推進会議に設置した研究会で人材育成や事業化などの取り組みを進め、研究会からの報告・提案に基づき、推進会議においてコンテンツ産業振興の取り組み方針、到達目標、支援の在り方を決定

- ・「人材育成研究会」 コンテンツビジネスを推進するための人材育成などを進める
- ・「ビジネス推進研究会」 ビジネスを推進するため国の事業などを活用した具体的な取り組みを進める

(2) コンテンツビジネス支援チームの設置

コンテンツビジネスを具体的に推進するため、支援チームを設置して事業化プランの作成から実現までを一貫して支援(コンテンツビジネスの拡大を支援)

(3) クリエイター実態調査結果に基づく支援事業

① クリエイターデータベースの構築(②と連動)

県内のクリエイター情報を集約し、県内外に発信(人材のPRによる受注機会の増大)

② コンテンツの地産地消の推進

企業とクリエイターとの商談会を開催(受発注機会の増大、クリエイター同士の連携)

③ 高知コンテンツコンテストの開催

県内クリエイターによるデザイン等のコンテストを開催し、入賞者には全国展示会への出展を支援(スキルアップの動機づけ、本県コンテンツのPR、ビジネスチャンスの拡大)

④ 著作権等講習会の開催

著作権や契約に関する講習会を開催(受発注のトラブル回避、ビジネスに対する意識の向上)

平成21年度 (取り組みの結果、成果等)

5. 産学官連携に関する取り組み

本県の強みを生かすとともに、弱みや課題を克服して地域経済を活性化させるために、共同研究等の産学官連携の取り組みをさらに強化する必要がある。

【(独) 科学技術振興機構への事業提案 (地域産学官共同研究拠点整備事業)】

(提案内容)

- ・ 食品や環境といった高知県の強みを活かすような分野で必要とされる研究設備の整備を行い、産学官が連携した共同研究を実施する。
 - 設置予定場所：県工業技術センター
 - 事業予算額：約7.5億円
- ・ 拠点においては県の設置した成長分野育成支援研究会とも連携を図り産業振興計画を着実に推進する。
- ・ 拠点の機能としては、共同研究のほかにも産学官連携戦略の策定や人材育成など、今後の高知県の産学官連携を総合的にマネジメントする仕組みづくりを目指す



結果不採択

【今後の課題】

- (1) 産学官が連携した研究開発を推進するために、必要な研究機器の整備
- (2) これまでの産学官での協議を活かした連携のための仕組みづくり

平成22年度(計画の追加・拡充等)

5. 産学官連携に関する取り組み

【今後の取り組みの方向】

(1) 産業振興計画の推進に必要な研究設備の整備

- ・重要性や緊急性を考慮し、計画的に研究機器を整備
- ・国等の外部資金や県費による整備

(2) 産学官連携の仕組みづくり

(産学官連携方針策定会議の設置)

- ・メンバー：産学官の実務トップ（各大学の地域連携担当部署の長、県商工労働部長…等）
- ・事務局：県新産業推進課
- ・設置時期：平成22年3月（予定）
- ・設置目的：本県の産学官連携方針の策定

(検討事項例)

- ①本県に必要な共同研究テーマの選定
- ②県内大学の研究成果等の一元的な情報集約
- ③企業ニーズと大学等の持つシーズの効果的なマッチング手法

【協議事項】

○産学官連携について

- ・今後の方向性
- ・具体の体制整備へのアドバイス

平成21年度（取り組みの結果、成果等）

6. 地域製品の販路拡大を支援

(1) 高知市内でのアンテナショップの設置、産直市の開設を支援

①高知市中心商店街に開設されるアンテナショップ

実施主体：株式会社まこと

設置場所：まちくじら（新京橋プラザ）

開設時期：平成22年2月

内容：地域商店街活性化法にもとづく商店街活性化事業として国に認定された事業を実施

- ・地産地消、地産外商促進事業（アンテナショップ事業）
（県産材を多用した高知らしい店舗とし、物販と飲食が連携した運営を行っていく）
県産品の販売
テストマーケティング
飲食コーナーでは、県内産品を使ったメニューの提供
- ・コミュニティ事業
高齢者や子育て世代向け教室などコミュニティ機能の発揮
- ・中心商店街支援事業
来店者を中心商店街に回遊させるイベント、商店街振興組合と連携した事業

②行政の支援

国	中小商業活性化支援補助金
県	中心商店街活性化モデル事業費補助金
高知市	商店街活性化事業費補助金

③今後の課題【協議事項】

観光客や高知市民など消費者への周知
 県産品を広く集めるための県内各地の事業者への周知
 飲食コーナーでの地域産品を活用した新メニューの開発
 商店街振興組合との連携による商店街の活性化に向けた事業の企画

平成22年度(計画の追加・拡充等)**6. 地域産品の販路拡大を支援****(1) 高知市内でのアンテナショップの設置、産直市の開設を支援****■高知市中心商店街に開設されるアンテナショップ支援の継続**

補助期間：21年度～24年度途中

国・県・高知市で36カ月支援していく予定

■22年度の事業計画

・地産地消、地産外商促進事業(アンテナショップ事業)

魅力ある県産品の販売——アイテム数の増加

飲食コーナーでの地域産品を使った料理の提供——メニューの拡大

テストマーケティング——希望する生産者の掘り起こし、商品の受入

・コミュニティ事業

高齢者や子育て世代向け教室の開催

・中心商店街支援事業

中心商店街に回遊させるイベント

——中央公園の活用や商店街を会場としたイベントなどの計画と実施

商店街振興組合と連携した事業

■その他

・土佐・龍馬であい博との連携

観光客の呼び込み

県内情報の発信

消費者への事業PR

平成21年度 (取り組みの結果、成果等)

7. 建設業の新分野進出支援

(1) 新分野進出情報の提供

- ・新分野進出に関する支援制度の説明会、個別相談会を県内6ヶ所で開催
(安芸市、香美市、高知市、本山町、須崎市、四万十市で開催)
(55社196人が参加。個別相談12社)
- ・新分野進出の手引き(事例集)を作成中。

(2) 新分野進出支援体制の構築

- ・地域で建設業の新分野進出を支援する建設業支援協議会の設置・活動への補助

※設置済：6ヶ所

- ・国の事業「建設業と地域の元気回復事業」を活用して協議会を立上げ
(5ヶ所：室戸市、いの町、梶原町、須崎市、幡多)
- ・地域単独で立ち上げ(1ヶ所：四万十町)

※設置予定：2ヶ所(安芸市、西南地域)国の事業を活用して協議会を立ち上げ

(3) 新たな新分野進出の状況

- ・21年度は農林業を中心に進出

進出済 3社(林業分野2社、サービス業1社)

進出準備中 33社(林業分野8社、農業分野8社、その他(水産、商業、サービス、製造ほか)17社)

平成22年度（計画の追加・拡充等）

7. 建設業の新分野進出支援

（1）新分野進出情報の一層の充実

- ・新分野進出に関する支援制度の説明会、個別相談会を県内7ヶ所で開催
- ・新分野進出の手引き（事例集）を使用してPR

（2）新分野進出支援体制の強化

・相談窓口

地域オフィス（7ヶ所）を地域からの相談窓口として位置づけ。

個別具体の案件が出てきた場合に、必要に応じ関係者による支援体制を立ち上げ。

・アドバイザーの設置

新たに、建設業新分野進出アドバイザー1名を設置し、建設業者を訪問して新分野進出についての情報提供と収集を行い、関係機関と情報を共有して新分野進出を支援。

・建設業支援協議会の設置

地域で建設業の新分野進出を支援する建設業支援協議会の設置・活動への補助を継続。

（3）建設業新分野進出の実態調査

- ・新分野進出の実態や、新分野進出の意向の変化等を調査。

【協議事項】

○建設業新分野進出について

- ・新分野進出（経営革新）の機運の醸成の手法
- ・新分野「進出の手引き」のPR、傘下の会員への配付依頼

平成21年度（取り組みの結果、成果等）

8. 地域の特性を生かした企業立地の推進

（1）企業立地の推進（地域固有の資源等、県内製造業の高度化、事務系職場、アフターケア）

目 標： 8 件 新規雇用 500 人

実現見込： 9 件 新規雇用 400 人（12 月末現在： 6 件 180 人）

- ・本年度は、一次産品を加工する企業立地の実現など件数の目標は、ほぼ達成できる見込み
- ・新規雇用は、中大型立地が実現できなかったため、目標の 80% となる見込み
- ・県内工場へのビジネスマッチングの実現。10 件 出来高 7 億円（経済効果 10 億円）

【課題】

- ①経済状況等により、立地計画が中断している企業の早期立地の実現
- ②グローバルな競争の激化による「工場の集約化」への対策の実施
- ③工業団地の在庫が殆ど無い中での立地活動の展開の在り方

（2）新たな工業団地の開発等基盤整備の推進

①団地開発

県・市町村共同団地の推進

ア 南国（5 ha）・香南（14 ha）両市での開発推進

- ・南国は、造成に着手し造成完了後、完売に目途。
- ・香南は、現在、工種も多く詳細設計等を実施中。

イ その他の団地開発

- ・30 ha 規模の開発を予定した団地が、採算性が危ぶまれ断念。
- ・市町村の工業団地 14 ha（須崎市 12 ha（完売）、四万十町 2 ha）が、県の指定工業団地となった。

②情報基盤整備

- ・工業団地のある南国市等 15 市町村でブロードバンド化が完了する目途が立つ。
* 地域情報通信基盤整備推進交付金（総務省）等（約 122 億円）の事業で光ファイバー網の整備
- ・津野町の朝見谷団地で県単独事業「工業立地基盤整備事業」で ADSL 網の整備を実施。

【課題】

受け皿となる工業団地の不足

目標の「23 年度末 50 ha 開発に目途」が厳しい状況

平成22年度(計画の追加・拡充等)

8. 地域の特性を生かした企業立地の推進

(1) 企業立地の推進(地域固有の資源等、県内製造業の高度化、事務系職場、アフターケア)

22年度目標: 8件

- ①21年度立地計画を中断した3社の立て直し
- ②21年度の活動(アンケート調査、企業から紹介、アフターケア等)の中で、掘り起こした新たな立地対象企業の熟度アップ
- ③既立地企業の増設等の計画の着実な実現に向けたアフターケア対策を展開
- ④本県の工場を企業にとっての地方の1工場から「拠点工場」へと位置付けることにつながる工場の増設に対する支援制度の拡充を検討(県外移転防止と撤退防止)

(2) 新たな工業団地の開発等基盤整備の推進

① 団地開発

ア 県・市町村共同団地の推進

- ・開発中の工業団地の円滑な推進(香南工業団地の用地買収に着手)
- ・新たな開発適地の掘り起こしの推進(団地可能性調査の限度額の嵩上げ2百万円→4百万円)
- ・団地の面積要件の緩和の検討(5ha→3ha)

イ その他団地開発関連

- ・民間の力を活用した団地開発の検討・・・<ポンチ絵: 4>

②情報基盤整備

・情報通信基盤

南国市等15市町村の情報基盤の円滑な整備への支援。

平成21年度（取り組みの結果、成果等）

9. 専門的なスキルを持った中核人材の確保

大学と企業の連携強化

県外大学生のU・Iターン就職の促進と大学生のインターンシップの取組の促進を図る。

(1) 県外大学生等のU・Iターン就職の促進

＜取組内容及び成果＞

■就職相談会等

・国・県の取組

就職相談会の実施（国の委託事業）（県内1回、東京・大阪・名古屋各2回）

県外大学主催のUターンセミナーでの情報提供（関西大学）

県外大学主催の保護者会での情報提供（駒澤大学・神戸女子大学・東京農業大学）

・民間主体の取組

就職相談会の実施（平成21年度） 〈県内開催〉(株)高知新聞社：4回 (株)ケンジン：5回

〈県外開催〉(株)高知新聞社：2回 (株)ケンジン：2回

■情報提供

・「高知しごとネット」（H21.2月開設）で求人情報取扱機関等の情報を一元的に集約

・県や民間が実施する就職ガイダンス等の情報提供

・民間の就職ガイドブック等の配布による情報提供

＜課題＞・就職相談会等への参加企業数や参加学生数の増

・民間との連携による対象者の掘り起こし

(2) 大学生のインターンシップの促進

※国事業（インターンシップ企業開拓事業）を高知県経営者協会に委託

＜県内大学の取組の結果＞

・H21年度参加学生者数	高知工科大学	県内：105ヶ所 243名	県外：70ヶ所 100名
	高知女子大学	県内：36ヶ所 87名	県外：5ヶ所 5名
	高知大学	県内：51ヶ所 69名	県外：21ヶ所 23名

＜取組内容及び成果＞

■産学官の連携体制の構築

・インターンシップ情報交換会の開催（年2回）

■学生と企業とのマッチング

・企業と学生がインターンシップを行うための面談会「インターンシップマッチングセミナー」の開催（毎年5月）

【参加者】H20年度：企業25社、学生106名 H21年度：企業25社、学生209名

・インターネットを利用して学生、企業それぞれの立場からインターンシップの相手探し（マッチング）を支援する、「ハイパーキャンパス」（インターネット登録システム）の活用

■インターンシップの普及推進

・企業、学校、学生及び行政が集まり、高知のインターンシップのあり方を探る「人づくりシンポジウム」の開催（毎年12月）

＜課題＞・大学生等（県内・県外）対象のインターンシップの周知とマッチング

平成22年度 (計画の追加・拡充等)

(1) 県外大学生等のUターン就職の促進

＜新たな情報発信のしくみづくり＞

★民間が実施する就職ガイダンス等への県の直接参加と広報の実施

- ・民間が実施するガイダンス等に県が直接参画し、官民協働でUターン就職に取り組むことにより、参加学生や参加企業の増加に繋げる。(東京・大阪各2回)

★企業のガイドブックへの県のPR広告の掲載と活用

- ・企業情報を掲載しているガイドブックに「高知で働く」等をテーマにした就職情報や、総合ポータルサイト「高知でくらす」、Uターンセミナー等のPRを掲載し、Uターンセミナーや保護者会等で活用する。

高知新聞社「高知有力企業ガイドブック高知就職ナビ」発行部数：6,000部

ケンジン「就職ガイドブック高知の企業」発行部数：30,000部

★民間の持っている登録者リストを活用した情報の発信

- ・民間が所有する登録者リストを活用し、高知県の情報(雇用状況・イベント情報等)を提供する。

★県のUターン支援のための総合ポータルサイト「高知でくらす」への会員登録の促進

- ・大学等進学前の高校生及び保護者へのアプローチ
- ・高知工業高等専門学校と連携した大学進学者等へのアプローチ
- ・県外事務所と連携した高知県出身者等へのアプローチ

★U・Iターン就職相談会の大学等への周知

(2) 大学生のインターンシップの促進

★インターンシップ検討会の開催

- ・産学官による大学生等のインターンシップ推進について、今年度実施した取組み内容の継続についての課題等を検討(民間が主体となって進める)

- ・企業と学生のマッチング等
- ・ハイパーキャンパスとの連携及び周知(運用継続についてはNPOで検討中)
- ・学生のモチベーションの維持等のため、インターンシップ事前・事後セミナーの開催

★広報活動の継続及び拡充

- ・県の広報媒体を活用した学生や保護者に対する情報提供(県内・県外版「さんSUN高知」等)

★高知型キャリア教育推進事業の拡充

- ・ふるさと基金を活用した高校生対象のインターンシップ情報サイト「まなともネット」の対象を大学生等に拡大し、学生と県内企業とを繋ぐ取組を促進する。

【協議事項】

- キャリア人材(企業に必要なスキルを持った人材・中核的人材)の確保
- 大学生の県内企業への就職に対する県の支援について

産業成長戦略の取り組みについて 【観光分野】

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

I. 結果、成果等が出始めたもの

1. 土佐・龍馬であい博関係

(1) パビリオン関係

土佐・龍馬であい博の開幕に向け、JR高知駅前のメイン会場、情報発信館「とさてらす」、県下3か所のサテライト会場が完成。龍馬博の拠点として平成22年1月オープン。

(2) 誘致広報関係

エージェント訪問や首都圏等でのPRキャラバンを実施し、大手旅行会社での旅行商品としての販売を開始。

(3) 地域イベント関係

龍馬博総合アドバイザー藤沢氏による、地域イベントの磨き上げに対する助言、指導により、受入態勢が充実してきた。

また、イベントとして、「土佐・志士めぐり」、「土佐・龍馬ゆめ燈籠」等を実施して、龍馬博のスタートに向けた機運を盛り上げた。

2. 二次交通関係

龍馬博の開幕に向け、二次交通の整備が順次進んでいる。

- ・MY遊バスの利便性を向上させ、11月から新ルートでの毎日運行を開始
- ・ガイド付き定期観光バスの東部コース、中央コースが、平成22年1月から運行開始
- ・周遊観光タクシー（東部6コース、中央13コース、西部13コース）が運行
- ・JR四国の割安タクシープラン「駅から観タクン」が10月から後免駅他5駅で運行開始（高知駅発は平成22年1月運行開始）

3. 観光圏整備事業関係

四万十・足摺エリア（幡多地域）観光圏が、本年4月に国土交通大臣の事業認定を受け、同エリアでの広域連携による各事業の実施により、圏域内での滞在型・体験型観光の推進に向けてスタートした。

併せて、幡多地域における観光客へのワンストップサービスを行う地域コーディネート組織（幡多広域観光協議会）の強化に向け、人的・財政的支援により、任意団体から法人化への目途が立った。

4. 観光振興に寄与する人材の育成と活用

観光地域リーダーネットワーク会議を開催し、各地域で観光分野のリーダーとして活躍している方々の連携への足がかりとした。

観光ガイドレベルアップ研修（9団体）、観光ガイド養成研修（4団体）、観光ガイド新規立ち上げ研修（4団体）といった各団体の熟度に応じた観光ガイド研修の開催を支援し、観光ガイドのレベルアップを行い、龍馬博に向けた受入態勢づくりを行った。

5. 四国ツーリズム創造機構関係

四国観光立県推進協議会を解散し、新たに民間企業をメンバーに加え組織強化をした「四国ツーリズム創造機構」が新たに発足（7月）。四国の認知度をアップさせる首都圏でのプロモーション活動や外国人観光客の誘致を強化していく。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

特になし。

平成22年度（計画の追加・拡充等）

Ⅰ. 結果、成果等が出始めたもの

「土佐・龍馬であい博」の成功に向けて県全体で全力で取り組む。

そして、ポスト「龍馬博」へ～「土佐・龍馬であい博」終了後を見据え、400万人観光実現に向けて～

1. 新たな観光イメージ・PR戦略の策定と始動

現在の多様化する旅行者のニーズに対応するためには、本県の強みを生かしたPRイメージづくりとターゲットを明確にした戦略的なPR展開が必要である。

そのため、観光振興部内に新たに観光PRチームを設置し、観光PRプロデューサーと協働で、龍馬博終了後の本県の観光を売り出していくための新たな観光イメージ・PR戦略を策定。400万人観光の確立を目指し、速やかに実行に移す。

2. 地域資源の徹底した磨き上げと、高知の強みを生かし切る取組

(1) ポスト「龍馬博」イベント開催

ポスト龍馬博の取組として、オフシーズンも意識し、新たに、高知の強み、魅力を生かし切るイベントを実施する。

- 「土佐の花フェア」の開催・・・「食」、「花」をテーマに。
- 「長宗我部元親を巡る旅」の実施・・・「歴史」、「偉人」をテーマに。
- 「こうち・まるごと・まちあるき」の実施・・・「町並み」、「土佐人との触れ合い」をテーマに。

(2) 地域イベント（地域素材を生かした取組）を更に大きく花開かせる取組

「花・人・土佐であい博」で芽生え、「土佐・龍馬であい博」で育った地域イベントをはじめ、重要文化財の指定で注目される「魚梁瀬森林鉄道」など、県内の地域素材を生かした取組を、龍馬博総合アドバイザー（龍馬博終了後も）のもとに、継続して徹底的に磨き上げ、更に魅力的な旅行商品に仕上げる。

3. 具体的なその他の新たな取組

(1) 首都圏での観光情報発信

首都圏での本県の認知度アップを図るため、アンテナショップや都庁等での観光展を実施するとともに、BS放送での本県の観光PR番組放送など、本県の強みである食、歴史、文化、体験、人などをアピールすることにより、首都圏からの観光客の誘致につなげる。

(2) 映像コンテンツ撮影誘致

映画やテレビによる本県の露出拡大をめざし、高知フィルムコミッションの態勢強化を図るとともに、新たに、撮影に要する経費を支援するインセンティブ制度を設けることにより、ロケ誘致を積極的に展開する。

(3) フォトスポット100選の選定とPR

自然景観など、県内の優れた記念写真のスポットを「フォトスポット100選」として選定したうえで、パンフレットやホームページを使って新たな観光資源として情報発信し、観光客の誘致を図る。

Ⅱ. 予定どおり進捗しなかったもの

特になし。

産業成長戦略の取り組みについて 【連携テーマ（地産地消）】

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

I. 結果、成果等が出始めたもの

1. 地域産品の販路拡大を支援：「おいしい風土こうち味-た-」店の協力による販路拡大を支援
 - (1) 高知市内に店舗を持つ量販店8社と県内の事業者42社との商談会開催(9/16、25)
 - ・6事業者が商談成立。(のべ12量販店)
 - ・6事業者が商談継続中
 - ・他の事業者も商品の課題等を把握

II. 予定どおり進捗しなかったもの

1. 地域産品の販路拡大を支援：直販所の機能強化

(1) 直販所の情報発信

- ・当初予定していた方式（直販所から情報を県に送ってもらい県が入力・発信）から、直販所が自ら書き込めるブログ形式での情報発信に変更（11店舗で実施予定）
- ・ブログに関する知識を習得してもらうための研修会を開催

(2) 魅せる店づくり

- ・アドバイザーによる店舗の魅力アップの取り組みを実施（10店舗で実施）

(3) 情報管理システムの構築

- POSシステムのデータを有効活用するための情報管理システムの構築が遅れるため、予定していたシステムの検証が実施できない。

平成22年度（計画の追加・拡充等）

Ⅰ．結果、成果等が出始めたもの

1. 地域産品の販路拡大を支援：「おいしい風土こうちメーカー」店の協力による販路拡大を支援
(1) 商談会参加事業者への事後アンケートでは、高知市内の量販店だけでなく県内外の量販店等との商談を希望する事業者が多かったこともあり、大規模な商談会開催のノウハウを持つ県内の金融機関と連携して県内外のバイヤーを招いた商談会を開催する。
金融機関と連携した商談会は10月頃に開催し、年度後半の見本市・展示会（スーパーマーケットトレードショー、フードテックス等）等の外商の取組につなげていく。
（現在の金融機関の商談会開催時期：高知銀行 2月、四国銀行 3月）
(2) また、地域産品の中には、商談の場に出る以前に消費者ニーズにあった商品づくりや商品の磨き上げが必要な商品も多いことから、消費者ニーズを最も身近に把握している量販店等の協力を得て地域産品の相談会を開催する。

Ⅱ．予定どおり進捗しなかったもの

1. 地域産品の販路拡大を支援：直販所の機能強化
(1) ブログでの情報発信がより魅力的なものになるよう、研修会を開催する。
(2) 魅せる店づくり実践研修については、新たなアドバイザーを追加するなどして、実践研修を強化する。
(3) システムの検証を上半期に実施する。
本システムの機能を理解していただくために、直販所の店舗担当者等を対象とした研修会を開催し、システム導入を希望する直販所を募集する。

産業成長戦略の取り組みについて 【連携テーマ（地産外商）】

平成21年度（主な取り組みの結果、成果等）

1. 結果、成果等が出始めたもの

1. 総合的な支援：県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援
 - (1) 地産外商戦略推進の核となる高知県地産外商公社を8月3日に設立し、首都圏の新アンテナショップの開設準備を進めるとともに、展示・商談会への出展や参加、量販店やホテル等での高知フェアといった外商活動を大幅に充実・強化した。
2. 県産品の販路の拡大を支援：首都圏への新しいアンテナショップの設置
 - (1) 候補地の選定等に時間を要したが11月に出店予定地を決定し、11月県議会にアンテナショップの設置に要する補正予算案を提出し、12月14日に議決。今後、基本計画の決定、実施設計や内外装工事、プロモーションなどの発注、商品計画の策定など、開業に向けた作業を加速化する。
3. 県産品の販路の拡大を支援：生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催）
 - (1) 地産外商公社が出展したグルメ&ダイニングスタイルショー（10月）では、出展した14社のうち、2社の商談が成立し、6割弱の出展者が現在商談中。今年度は県で出展するスーパーマーケットトレードショーは2月開催のため成果等はまだ出ていないが、出展予定者に商品の磨き上げや商談の手法などに関する事前セミナーを実施することで、出展効果を高め、成約に結び付ける取り組みを実施した。

展示・商談会への出展、高知フェア等の開催件数（予定を含む）：48件

4. 県産品の販路の拡大を支援：県外における高知ファンクラブの組織化、県産品の情報提供（県人会、著名人、県産品愛用者）
 - (1) 県産品広報紙の作成・発行及び県産品総合ポータルサイト「こうちまるごとネット」の開設によって県外の高知県出身者等に対して情報発信できる体制ができた。
 - ・県産品広報誌や県産品総合ポータルサイトで県産品の紹介や販売促進を行った
 - (2) マスコミ関係者等を対象として、有名シェフによる試食会を開催し、県産食材のPRを図るとともに、関西マスコミ関係者等とのネットワークを構築した。

平成22年度 (計画の追加・拡充等)

1. 結果、成果等が出始めたもの

1. 総合的な支援：県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援

(1) 高知県地産外商公社の体制を強化し、今年度大幅に充実・強化した外商活動をさらにパワーアップし実施する。

2. 県産品の販路の拡大を支援：首都圏への新しいアンテナショップの設置

(1) 平成22年夏頃の新アンテナショップの開設を目指す。開設後は、アンテナショップを拠点に首都圏での外商活動をさらに加速する。

3. 県産品の販路の拡大を支援：生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催）

(1) 22年度は、展示・商談会への出展機会の確保、出展事業者の取りまとめ等を地産外商公社に一元化する。また、外商機会を成約等につなげるための展示・商談会の出展者に対する事前セミナーや事後のフォローアップの実施、売れる商品づくりのための消費者情報等のフィードバックと専門家によるハンズオン支援等による商品の磨き上げの実施を充実・強化する。さらに、商品の磨き上げを実施するため県の総合補助金のステップアップ事業に外商加速化枠の新設を検討。

4. 県産品の販路の拡大を支援：県外における高知ファンクラブの組織化、県産品の情報提供（県人会、著名人、県産品愛用者）

(1) 情報発信のツールである、県産品広報誌や県産品総合ポータルサイト、アンテナショップを相互に活用するとともに、県外の高知県出身者等に対して継続的に県産品に関する情報を提供していく。

(2) 関西マスコミ関係者等とのネットワークの強化・拡大を図るとともに、ネットワークへの情報提供を行っていく。

平成21年度 (主な取り組みの結果、成果等)

5. 県産品の販路の拡大を支援：海外事務所の活用、民間（ジェトロや商社等）との連携による貿易拡大への支援

(1) 貿易促進コーディネーターを7月配置したが、既に県内企業を延べ100社以上訪問して貿易相談やアドバイスなど海外進出への支援を行った結果、海外百貨店やスーパー等への商品サンプルの提出など海外進出を目指す企業が増加した。

また、海外展開への動機づけとしてセミナー等の勉強会を開催した。

・輸出促進勉強会：香港（5月：79名、9月：73名）、韓国（10月：46名）

(2) 国内外の商談会や百貨店のフェア等により県産品の認知度の向上と継続的な販売への販路開拓に取り組んだ。

・国内商談会：（7月：16社参加）

・海外商談会：韓国（INAP9月：3社参加）、香港（11月：6社参加）→3社12品目が即成約

・シンガポール伊勢丹四国フェア：（6社参加）→うち3社6品目が1年間の定番化

・上海シティショップ常設売場開設（四国4県連携）6ヶ月間（11社参加）

・上海四国アンテナショップ開設（四国4県連携）8ヶ月間（1社参加）

II. 予定どおり進捗しなかったもの

該当なし

平成22年度 (計画の追加・拡充等)

5. 県産品の販路の拡大を支援：海外事務所の活用、民間（ジェットロや商社等）との連携による貿易拡大への支援

(1) (2) 国内では、セミナー等での情報提供、海外進出への動機づけ。フェアでは、顧客の傾向や、市場の動向の把握などにより継続した取引に向けて取り組む。

また、21年度にできなかった新たな現地マーケットの調査、パートナー及び合理的な流通ルートなど使いやすいインフラ整備を図り、販路拡大につなげる。

(3) 21年度の海外活動の結果で可能性がある地域や都市、品目等がある一定把握できたので、継続した取り組みを進めるとともに、新たな地域等への商談機会も確保する。



II. 予定どおり進捗しなかったもの

該当なし

産業成長戦略の取り組みについて 【連携テーマ(地産外商：関西・中部地区)】

平成21年度 (主な取り組みの結果、成果等)

I. 結果、成果等が出始めたもの

1. 関西地区のワンランクアップ戦略

(1) 関西ネットワークの構築

- ・「高知を語る会」や「関西から高知を応援する会」から高知に対する助言・提言をいただいていた。

(2) 県産品の販路拡大の取り組み

- ・産業振興センターと連携して、商談会情報の提供や参加呼びかけ、商談会後のフォローに取り組んでいる。

天下の台所こだわり食材編 (7社)、外食・中食設備機器フェア (4社)、買いまっせ! 売れ筋商品発掘市 (24社)

- ・民間の産地直販店と連携して、県産品のPRイベントへの参加や大阪事務所内での県産品販売を実施している。

木曜市 (とさ千里)、火曜市 (産直やよさこい)、千林商店街等

- ・ホテルや飲食店等に対して高知フェアを提案し、開催にあたっては、会場内で高知をまるごとPRする演出を行っている。併せて、開催後は料理長等の産地訪問を実施している。

高知フェア実績：14件、H22年度継続開催予定：2件

(3) 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開

- ・マスメディアへの訪問活動や四国観光立県推進協議会等のイベントでPRを実施するとともに、高知県観光コンベンション協会と連携して旅行エージェントに情報提供を行っている。

(4) 企業誘致の推進

- ・平成20年度実績5社

2. 中部地区のワンランクアップ戦略

(1) 高知県産品のPR

- ・全国センター合同物産展や大手デパートの物産展に参加するとともに、量販店で高知フェアを開催した。

(2) 企業誘致の促進

- ・既立地企業に対するアフターケアや成長が見込まれる企業の掘り起こし等を実施している。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

該当なし

平成22年度(計画の追加・拡充等)

I. 結果、成果等が出始めたもの

1. 関西地区のワンランクアップ戦略

(1) 関西ネットワークの構築

・関西において県人会、ふるさと会、県内学校の同窓会等の「高知ファンネットワーク」と流通卸業者・ホテル料理人等の「高知よいもの販売ネットワーク」を構築し、高知県産品のPRやマッチングを実施する。また年1回開催する「土佐の宴」において各ネットワークと県内生産者との交流を行う。

(2) 県産品の販路拡大の取り組み

・地産外商公社、産業振興センター等と連携して、情報提供や事後のフォロー等の取り組みを継続するとともに、関西のバイヤーを県内の展示会へ案内することにより、マッチング機会を増やす。

・民間の産地直販店と連携した取り組みを継続するとともに、常設のアンテナショップ機能を持った施設設置について検討を行い、消費者に対する継続的な県産品PRの仕組みづくりにつなげる。

・高知フェアに関する取り組みを強化し、一般消費者に対する高知県のイメージアップを図るとともに、調理師学校や有名シェフとのタイアップ等を実施し、県産品の磨き上げにつなげる。

(3) 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開

・これまでの取り組みを継続し、さらに、龍馬伝、土佐・龍馬であい博を活用して、龍馬に関した他県との合同・連携PR等により注目度を高めるとともに、県内の体験型・滞在型観光や高知の食を情報発信することで観光入込客の増加につなげる。

(4) 企業誘致の推進

・県内の1次産業と連携可能な企業の誘致活動を行い、1.5次産業の推進につなげる。

■平成21年度に策定した「関西圏PR展開計画」を計画的かつ効果的に執行するため、関西PR戦略会議(仮称)を設置する。

2. 中部地区のワンランクアップ戦略

(1) 高知県産品のPR

・引き続き物産展へ参加するとともに、量販店での高知フェアの継続開催及び民間企業の土佐料理専門店の設置を支援することにより、高知の食を通じて県産品のPRと販売拡大を図る。

(2) 企業誘致の促進

・既立地企業に対するアフターケアや成長が見込まれる企業の掘り起こし等を継続して実施することで、県内への企業誘致を促進する。

II. 予定どおり進捗しなかったもの

該当なし

産業成長戦略 【連携テーマ（食品加工）】の取り組みについて

平成21年度（取り組みの結果、成果等）

1. 動きのあったもの、対外的に打ち出す必要があるもの

① 食品加工の産業化への取り組み

(1) 食品加工WGにおいて課題が明らかとなった、外商を進めるうえで要求度が高まる食品衛生の高度化について、講習会やアドバイザー派遣等により専門家の指導を仰ぐとともに、各業種ごとの衛生管理のポイントを明確化した。（現在実施中）

ア 食品表示と食品衛生に関する講習会の開催（3回開催：約150企業、210名参加）

具体的事例等の紹介がわかりやすいとの反応から、同一企業内から別の受講者を次の講習会に参加させるなど、外商を行うにあたっては適正表示と衛生高度化の必要であるとの認識が高まった。

イ アドバイザー派遣（8企業）

既存施設で導入可能な衛生管理の高度化や、新施設整備にあたり考慮すべき事項等についてアドバイザーの指導を仰ぎ、衛生管理高度化の具体的実施を支援した。

ウ 食品加工施設基礎調査と自主衛生管理要領モデルの作成

20業種について基礎調査を行い、①現状の問題点、②改善可能な部分、③あるべき姿について個別指導を行うとともに、衛生管理要領のモデルを作成し、県内加工業者に例示した。（報告会を現在実施中、1月末にはモデル作成・例示予定）

基礎調査を受けた企業においては、その場で改善に取り組んだり、業者に指導見積りを依頼するなど、即座に意識の変化がみられることが多かった。（約7割）

(2) 加工品開発について、原料の生産者と加工企業とのマッチング支援及び商品開発に関するアドバイザー派遣等による支援を行うとともに、商品磨きあげに係る支援を行った。

ア 原料生産者と加工企業とのマッチング支援

加工を希望する生産者と、県内原料を求める加工企業とのマッチングを行い、地産地消のものづくり支援を行った。（ピーマン、トマト、ユズなど）

イ アドバイザー派遣等

企業等に対し新たな商品づくりや商品の磨きあげに関するアドバイザーを派遣。

また、加工品の販路確保、販路紹介や、大手流通企業を通じた新たな販路開拓の支援等を行った。

ウ 既存商品の磨きあげ支援

県内で活躍するクリエイターとの交流の場の提供（デザイナー45名、製造業者22企業・32名）するとともに、既存商品の県外客への訴求力を高めるための商品企画とパッケージ作成支援を行うための支援（51（予定）企業：現在実施中）を行った。

平成22年度(計画の追加・拡充等)

I. 動きのあったもの、対外的に打ち出す必要があるもの

① 同左

(1) 衛生管理の高度化について、前年度に作成した20業種の自主衛生管理マニュアルモデルを基にして、外商公社の支援対象企業を中心に、専門家を派遣して個別指導(50社を予定)を行う。併せて、調査結果を具体的事例として、専門家の支援により、健康政策部、商工労働部と一体となって検証し、本県の加工企業の実態を踏まえた衛生管理の高度化を推進する体制を構築する。

また、商品回収の最大の要因である食品表示について、専門家による総括的な助言体制と、食品企業自らが学ぶ場(食品表示勉強会)を支援する体制を整え、本県の食品企業が製造する加工食品の信頼性の向上を図る。

(2) 食品加工WGにおいて本県の食品加工に不足している点の一つとして指摘を受けている「商品アイデア」と「プロモーション」について、外部の専門家によるハンズオン支援が得られる体制を、県内の食品企業を対象に構築することにより、県内食品企業の成長(業容拡大、人材育成等)を支援し、食品加工分野の成長を加速化させる。