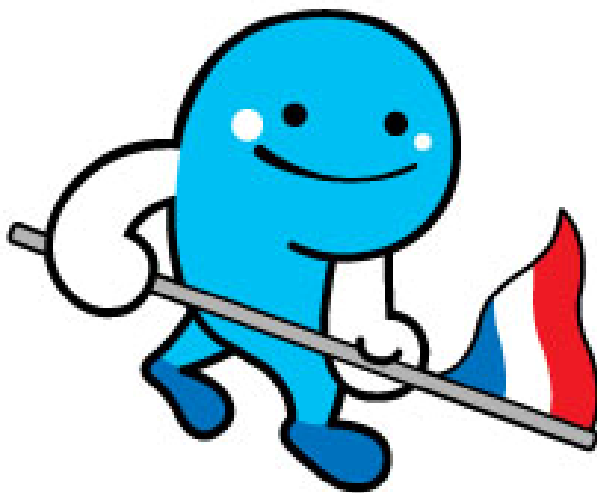


飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

第2期高知県産業振興計画（案）

《 総 論 》



高 知 県

注) この計画は、平成24年1月27日時点の案であり、今後、様々なご意見を踏まえて、詳細な検討をする中で、記載内容や目標数値等を変更する場合があります。なお、目標に関して、現時点で検討中のものは、「案」「●●」という表記となっています。

目次

【総論】

I	はじめに	1
1	計画策定の趣旨	1
2	第1期計画の構成と推進体制	3
(1)	第1期計画の構成	3
(2)	第1期計画の推進体制	4
3	第1期計画の総括	5
(1)	第1期計画の取り組み	5
(2)	第1期計画の総括	7
II	計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿	17
III	第2期計画の挑戦	22
1	第2期計画の挑戦	22
2	本県の強みと弱み、機会（チャンス）と脅威	22
(1)	本県の強み	23
(2)	本県の弱み	25
(3)	機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢	29
(4)	脅威となる社会経済の動向	31
3	第2期計画の基本方向と進め方	32
(1)	改革のための5つの基本方向・将来の姿	32
(2)	各産業分野を超えた連携（連携テーマ）	39
(3)	第2期計画の推進にあたって	40

I はじめに

1 計画策定の趣旨

- ・ 本県経済の浮揚を図るためには、景気の動向を超えた抜本的な体質強化が必要
- ・ 生産から流通・販売に至る、産業間の連携を意識したトータルプランを描く

高知県では、県経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、平成 21 年度から平成 23 年度までを計画期間とする「高知県産業振興計画」を策定し、本県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、県勢浮揚に挑戦してきました。

平成 23 年度末で、当面の目標としてきた年次を迎えることから、これまでの取り組みを総括し、課題を明らかにしたうえで、平成 24 年度以降、より高いレベルを目指して官民協働により産業振興への新たな挑戦を行っていくため、次期計画を策定するものです。

なお、平成 21 年度から平成 23 年度までの計画は第 1 期計画とし、第 2 期計画は、平成 24 年度から平成 27 年度までの 4 年間を計画期間とします。

計画をスタートした平成 21 年度以降、東日本大震災の発生や、未曾有の円高などによって、我が国の社会経済の情勢は大きく変化していますが、ここでは、第 1 期計画策定当時の背景として、「本県経済の構造的課題」「計画策定の必要性」を整理しています。

■本県経済の構造的課題

全国的には、最近まで主として、先端分野や輸出産業が牽引する形で景気が回復していました。しかしながら、公的経済への依存度が高く、産業基盤が弱い本県の産業構造ではその恩恵を十分に受けることができず、それに加え、全国に先行する人口減少と高齢化により、県内市場が縮小し続けてきたこと、さらには、厳しさを増す県内自治体の財政状況の影響による公共投資の減少などもあいまって、本県経済は、長らく厳しい状況が続き、全国との間に大きな格差が生じています。

一人当たり県民所得 平成 18 年度：217 万円（全国平均の 73.5%）

＜参考 平成 20 年度：205 万円（全国平均の 74.3%）＞

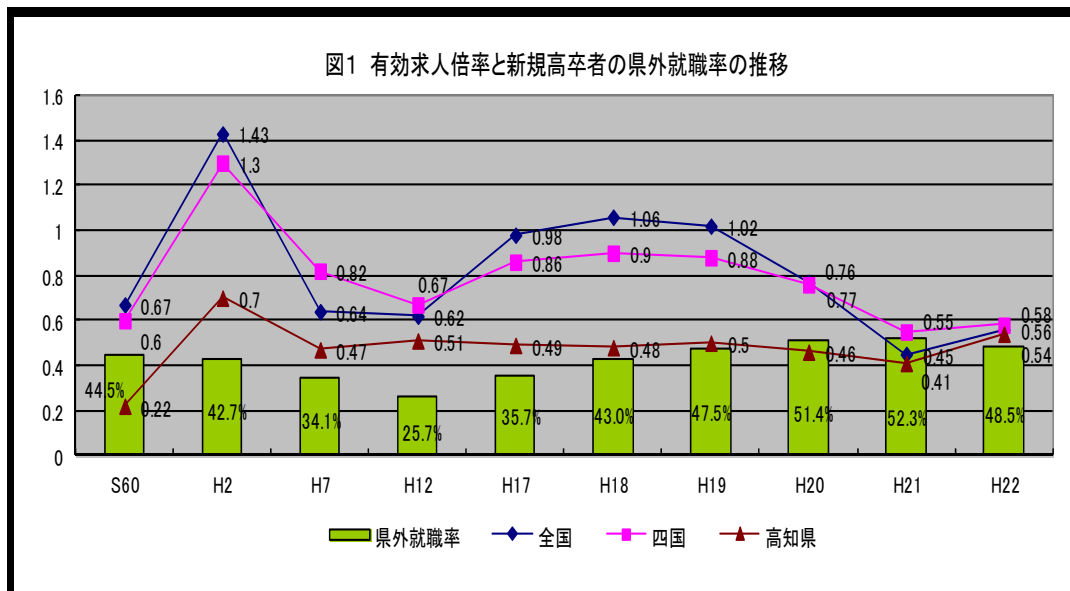
製造品出荷額等 平成 19 年：5,955 億円（全国第 46 位。第 45 位の約半分）

＜参考 平成 22 年：4,608 億円（全国最下位）＞

人口減少 平成2年から自然減（全国に15年先行）
 高齢化率 平成17年：25.9%（全国に10年先行）
 <参考 平成22年：28.8%>

有効求人倍率を見ても、かつては全国の景気動向に一定連動していたものが、ここ6年程は連動せず、しかも、その数値は0.46（平成20年度）<参考 平成23年11月0.61（全国0.69）>と、全国平均とは大きな隔たりがあります。

こうしたところに全国的な景気回復の波に乗ることができなかった、本県経済の構造的な問題があることが見て取れます。



出展：高知労働局資料 ※有効求人倍率は年度平均

■ 計画策定の必要性

下降傾向にある本県経済を上昇に転じ飛躍のチャンスを見逃さず県勢の発展につなげていくため、本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図らなければなりません。

そのためには、各産業分野において、生産から加工、流通、販売に至る各段階における本質的な課題を明らかにしていく必要があります。

また、実体経済の姿に即し、産業分野間の連携を意識した総合的な戦略が必要となってきます。

このため、多くの方々が同じ方向に力を合わせて進む旗印ともなる、本県経済の体質強化に向けたトータルプランとして計画を策定するものです。

2 第1期計画の構成と推進体制

(1) 第1期計画の構成

- ・ 産業別の成長戦略と地域別のアクションプランで構成
- ・ 改革のための3つの基本方向を打ち出す

第1期計画の全体構成は、計画策定にかかる基本的な考え方や方向性などを示した「総論」と、各産業分野や連携して取り組むテーマについての目指すべき姿やその方策を示した「産業成長戦略」、さらに、県内7つの地域のアイデアや取り組みなどを行動計画として取りまとめた「地域アクションプラン」で構成しています。

■総論

第1期計画では、計画の必要性を明らかにするとともに、本県の強みや弱みを整理（SWOT分析）し、大きく、「食」「自然と歴史」「人」の3つのカテゴリで分類される強みを活かしきる視点から、

- ① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ② 産業間連携の強化
- ③ 足腰を強め、新分野へ挑戦

の3つの改革のための基本方向を打ち出しました。

■産業成長戦略

総論で示した3つの改革のための基本方向を具体化する戦略として、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野及びこれらの産業分野間を結ぶ連携テーマについて、目指すべき姿やこれまでの取り組みの分析を踏まえて、これからの対策を、いつ、誰が、どのような形で実施していくのか（5W1H）を記載しています。

■地域アクションプラン

地域の文化や特色といった地域性や、生活圏域、行政サービス面でのまとまりを考慮して県内7つの地域を設定し、それぞれの地域で進める具体的な取り組みを明らかにしています。

その取り組みは、「地域からの発案で提案されるもの」と「産業成長戦略を地域で具体化する取り組みとして提案されるもの」の2つに大別されます。地域

アクションプランは、地域の雇用の創出や所得の向上を目指そうとする取り組みを、市町村との連携の下に支援する県の計画ですが、プランの内容は、事業実施主体の行動計画としての性格を有しています。

(2) 第1期計画の推進体制

- ・ 実行体制と県の支援
- ・ PDCAサイクルに基づく推進

■官民協働による計画の着実な推進

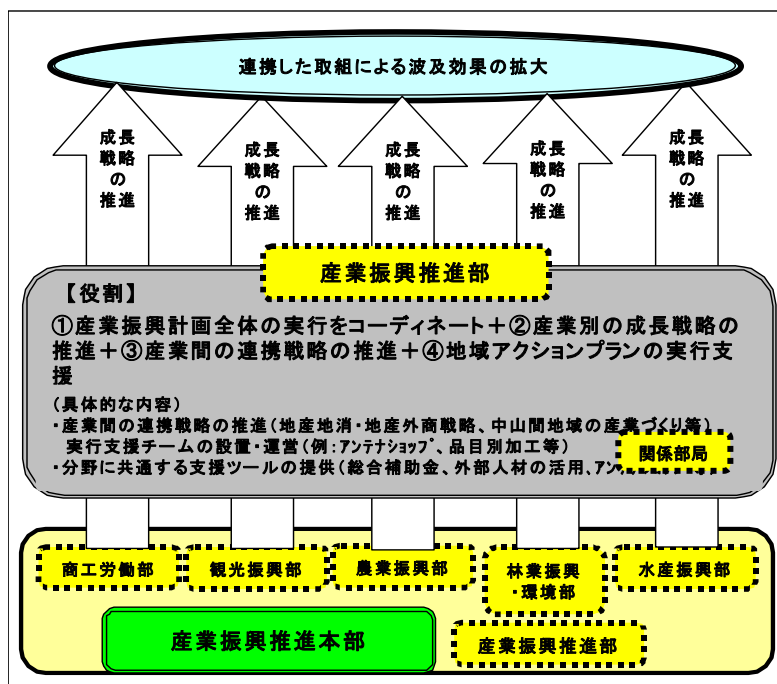
計画策定の段階から多くの県民の方々や各産業に携わるの方々、民間の有識者の方々などに参画いただき、官民協働で策定作業を進めてきました。計画の実行段階においても同様に、県民の皆さまと県が手を携えて着実に計画を推進することを目指しています。そのために、まず県庁が汗をかく、すなわち、推進体制を整えてしっかりと実践していくという姿勢のもと、多くの方々が県経済の発展に向けて力を合わせて取り組めるよう、民間や地域の方々の頑張りに対し、公正性を確保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行ってきました。

併せて、全庁横断的な組織を作り、計画の実現に向けて積極的に施策展開を図ってきました。

■県の推進体制

県庁内に、この計画を推進する強力なエンジンとして、計画の専任組織（産業振興推進部）を新設。その上位組織として、知事を本部長とする「産業振興推進本部」を設置し、計画全体の実行をリードするとともに、産業別の成長戦略と食品加工のような関係部が連携した取り組みを総合的に推進するなど、県庁を挙げて計画の推進に取り

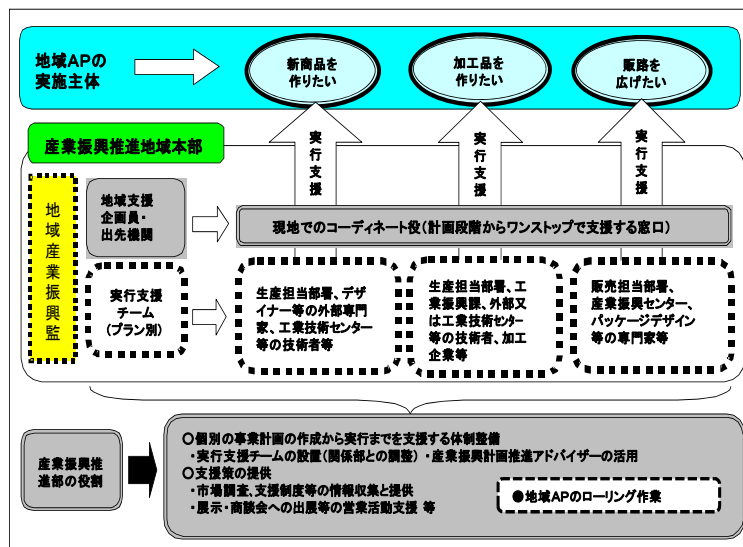
図2 県本庁組織における推進イメージ



組む体制を整えました。

さらに、県内を7つの地域に区分して推進する地域アクションプランの実践に向けて、その実行を支援する産業振興推進地域本部を設置し、各出先機関、地域支援企画員等を統括する責任者（地域産業振興監）を置き、個別のプランごとに関係機関が連携して取り組むなど、地域アクションプランの実行を徹底して支援しています。

図3 各地域における推進イメージ



3 第1期計画の総括

(1) 第1期計画の取り組み

平成21年4月に官民協働によりスタートした第1期計画は、中長期的な視点（概ね10年）に立ちながらも、当面の目標を平成23年度末に設定し、毎年、産業成長戦略の充実とあわせて、地域アクションプランに新たな活動を取り入れることで、この計画の推進に多くの県民の方々に参画いただき、官民協働で県経済の成長に向けて取り組んできました。

また、第1期計画の特徴として、状況の変化や地域の新たな動きなどにも対応し、計画をより効果的かつ実効性あるものとするため、PDCAサイクル¹を通じて、毎年度、計画の改定を重ねてきたことがあげられます。

■第1次改定（平成22年3月）

平成21年度は、計画の「実行元年」と位置付けて、「本気で実行」を合言葉に取り組みを進め、一定の成果が表れ、成果につながる兆しも見え始めました。

その一方で、計画を実行に移す段階で、修正すべき部分や拡充すべき部分、新たに追加すべき項目などが明らかになってきましたので、実行段階でいただいた県民の皆さまの様々なご意見も踏まえ、さらなる効果を発揮させるための

¹ Plan（計画）、Do（実行）、Check（検証）、Action（改善）による行動プロセス

次の5つの柱を中心とした改定を加え計画のバージョンアップを図り、平成22年度を「挑戦の年」と位置付け、「果敢に挑戦」を合言葉に取り組みを加速しました。

〔Ver. 2における改定の5本柱〕

(1) 地産外商戦略の加速化

- ・首都圏新アンテナショップのオープン（巨大マーケットでの地産外商戦略の本格的展開）
- ・関西・中部地区での地産外商戦略のワンランクアップを目指した展開 等

(2) 「ものづくりの地産地消」の促進

- ・県内の受発注につながる情報を集約し、関連団体に提供
- ・県内企業の試作品開発を支援する補助金の創設 等

(3) ポスト「龍馬博」の推進

- ・広域ブロック（東部、中央部、西部）ごとに、観光資源の磨き上げによる、1泊以上滞在できる観光地づくり
- ・龍馬人気を生かし、さらに広がりを持たせた観光PR、プロモーションの展開 等

(4) 地域の取り組みのステップアップ推進

- ・ステップアッププランへの支援メニューの創設 等

(5) 地域産業を創造・リードする人材の育成・確保

- ・「目指せ！弥太郎 商人（あきんど）塾」の開校 等

■第2次改定（平成23年3月）

平成22年度は、龍馬ブームを追い風にした観光や地産外商の取り組みをはじめ、雇用の創出などの面でその成果が見え始めてきました。

その一方で、PDCAサイクルによる検証によって、引き続き着実な展開を図るべき取り組みや、より一層充実させるべき点が明らかになってきました。

このため、平成23年度は、龍馬ブームの追い風が弱まる中で、これまでに蓄積した仕組みやノウハウを土台として県勢浮揚の足掛かりをしっかりと築く、まさに「正念場の年」と位置付け、着実な成果につなげるための次の5つの柱を中心とした計画のさらなるバージョンアップを図り挑戦しました。

〔Ver. 3における改定の5本柱〕

(1) 外商活動のさらなる展開を図るとともに、「ものづくりの地産地消」を抜本強化

- ・「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置
- ・工業技術センター食品加工研究棟を整備
- ・「まるごと高知」を拠点にした外商活動の一層の促進 等

(2) 「龍馬ふるさと博」を核としたポスト龍馬博の展開

- ・「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催
- ・広域ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくりの加速化 等

(3) 新エネルギーを産業振興に生かす

- ・木質バイオマスの地域内循環利用システムの構築
- ・企業誘致などによる太陽光発電機器関連産業の集積の推進
- ・小水力発電関連機器の開発促進 等

(4) 産学官連携の強化

- ・産学官連携会議の設置
- ・産学官共同研究に対する中期テーマ支援制度の創設
- ・産業人材育成プログラムの構築 等

(5) 地域産業の育成と事業化支援の強化

- ・第1次産業と加工・観光などと組み合わせた「地域拠点ビジネス」の更なる推進
- ・地域アクションプランの取り組みの地域への定着 等

(2) 第1期計画の総括

第1期計画は、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ（資本・産業集積の乏しさ）」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、「①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る」、「②産業間連携の強化」、「③足腰を強め、新分野へ挑戦」という3つの改革のための基本方向の下、取り組みを進めてきました。

資本の蓄積や産業の集積が乏しく、行財政状況も厳しい本県において、100年に1度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりましたが、国への積極的な政策提言なども功を奏し、生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことは、計画を進めるうえで大きな推進力となりました。

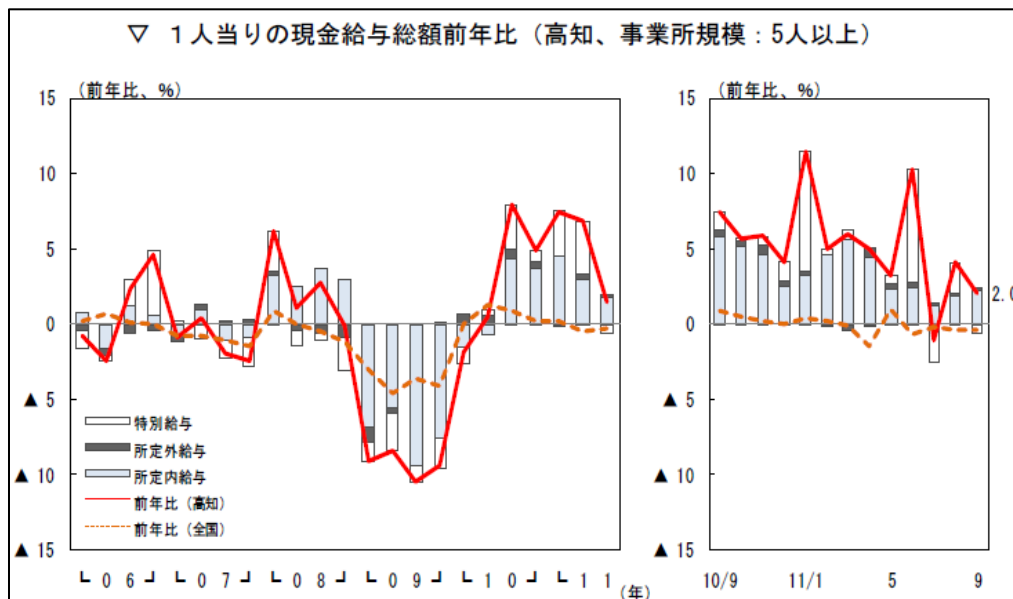
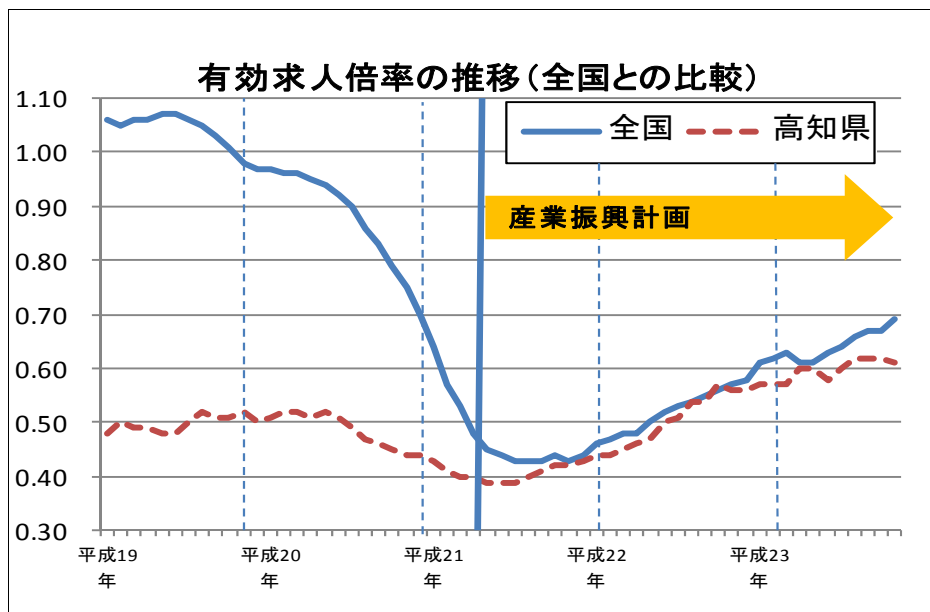
この他、国の雇用対策事業の活用や、龍馬伝効果なども、計画推進の後押しとなりました。

その一方で、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進す

る外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

こうした追い風もあり、逆風もある中で、成果の上がり始めたものがある一方で、これからのものもあります。県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、本県産業の振興に向けて、積年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出すとともに、産業振興計画への参加者が着実に拡大し、地域の元気な実践者の活躍の場も広がりました。

また、第1期計画の取り組みと相まって、本県の経済・雇用情勢も一部に明るい兆しが見え始めてきました。



出展:「毎月勤労統計調査」厚生労働省

第2期計画の挑戦にあたって、動き出した取り組みをさらに大きく、広がりのあるものしていくことができるよう、第1期計画の取り組みの成果や課題などについて検証し、第2期計画に反映します。

①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る（外商の推進）

「外商の推進」の母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立し、首都圏の外商活動の拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。名古屋事務所、大阪事務所の外商の取組も大幅に強化する中で、高知フェアや展示・商談会などの外商機会が飛躍的に拡大しました。

公社の外商活動が本格化するにつれて、事業者の方々の外商活動が活発化し、新たに外商にチャレンジする事業者の方々も着実に増えてきています。こうした取り組みを通して、公社はもとより、県内事業者の方々に様々なノウハウが蓄積され、更なる外商活動の展開に向けた足固めができました。

さらには、大消費地における販路拡大の挑戦により農産物や土佐材、土佐の魚いおの認知度が向上し、今後も取引の拡大が期待されます。

海外への挑戦については、本県に強みのあるユズを中心としたフランスでの取り組みや香港、台湾などでのフェアの開催などを通じて、食料品の輸出額が増加するとともに、新たに貿易に挑戦する事業者の方々も増加し、実践者を広げることができました。

▶地産外商公社による仲介・あっせんによって708件の商品の商談が成立

（平成22年8月～平成23年7月末）

▶まるごと高知の売上：東日本大震災の影響がある中、年間目標の4億円をほぼ達成

▶高知フェア、展示・商談会の開催

平成20年度：13件→平成22年度：111件→平成23年度(11月末現在)：72件

▶新たに貿易に取り組む企業（H21～H22）：15社

また、機械金属加工系などのものづくりに関しても、県外の主要な見本市への県ブースの設置や商談会の開催など、積極的な外商機会の確保に努めた結果、事業者の方々が積極的に外商機会にチャレンジし、新規の取引先の獲得や受注の拡大につながりつつあります。

▶見本市、商談会 平成21年度：6回 参加者82社2団体 成約件数 241件

→平成22年度：9回 参加者159社5団体 成約件数1,252件

このように成果が現れ始めた一方で、首都圏等の大都市市場は競争が厳しく、その中で勝ち抜くための「乗り越えるべき課題」も見えてきました。

【乗り越えるべき課題】

- 大都市市場と生産地間相互の情報交換を更に活発化し、商品の競争力の強化を目指す
- 地理的なハンディを克服するための新たな物流の構築も必要（リードタイムの短縮・コストダウン・高鮮度流通等）
- 海外においては、県産品の認知度が十分でなく、事業者にはハードルが高い状況。挑戦の継続・定着に向けて、他県との競争を勝ち抜く施策の強化

②産業間連携の強化（ものづくりの地産地消・食品加工・観光）

「産業間連携の強化」という基本方向の下では、「ものづくりの地産地消」や「食品加工」の推進によって、付加価値を高める工程を県内で強化、拡大していく取り組みを進めるとともに、すそ野の広い観光産業の戦略的展開に取り組んできました。

■ものづくりの地産地消

県内で必要とする加工や機械設備の製造等を県内事業者同士で行う「ものづくりの地産地消」の仕組みとして、「ものづくり」に関する総合相談窓口「ものづくり地産地消センター」を財団法人高知県産業振興センター内に設置（平成23年6月）し、相談・マッチング支援活動を行うことによって、生産者と機械メーカーが連携して、新しい機械の試作開発を行うといった具体的な動きが出てきています。

また、試作機開発や企業立地の助成制度を拡充したほか、技術力を高めるための研修や、食品加工研究棟の設置など、相談、サポート体制を整えたことにより、県内事業者の皆さま同士で新たな付加価値を生み出そうとする取り組みを後押しする仕組みが本格的に動き出しました。

▶ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング件数

相談件数（H23.6～H23.12）：175件 対応済112件

▶試作機の開発支援 平成22年4月～平成23年12月末現在：34件

▶技術研修 平成22年度：（機械・金属等）18コース384名（食品加工）18コース481名

▶企業立地 平成23年度に全国トップクラスの支援策に拡充（平成23年度見込み：21件）

このように成果が現れ始めた一方で、「ものづくりの地産地消」の取り組みによる経済効果を更に大きなものにするために、「乗り越えるべき課題」も見えてきました。

【乗り越えるべき課題】

- 経済効果を大きなものにするための県内事業者の更なる参画
- 県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大
- 地場企業が将来にわたり競争力を保ち続けるための支援策の強化

■食品加工

本県の強みである第1次産業を生かし付加価値を生み出す取り組みとして、県内各地で地域資源を活用した農水産加工が動き出し、雇用の創出や売上の増加といった効果が一部に現れ始めています。

▶平成21、22年度で農水産加工が30件動き出す

⇒平成23年度の売上目標額 約50億円（純増見込：約17億円）

また、試験研究機関との共同研究や技術支援、食品分野の研究会、活動等により新しい商品が誕生するなど、食品加工の取り組みが活発化しており、今後、事業の本格化に伴い雇用の創出や売上高の増加につながることを期待されます。

▶59件が商品化され、食品分野の研究会活動などに101事業者が参加

人材育成の面では、各種の人材育成研修を通して、地域産業を創造、リードする人材のビジネススキルや技術力のレベルアップが図られ、事業者の方々の積極的な活動となって現れつつあります。

また、食品加工を進めるうえで、基本となる生産管理の高度化や食品表示の適正化についても、食品加工施設の個別調査指導、生産管理高度化研修、食品表示のワンストップ相談窓口の設置などにより、これまで以上に事業者の方々の意識も高まっています。

このような成果が現れ始めた一方で、地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ多くの事業は規模が小さく、広がりも十分とは言えませんし、少量・多品種で供給が不安定な原材料が多いなど、本格的な事業展開を図る上で「乗り越えるべき課題」も見えてきました。

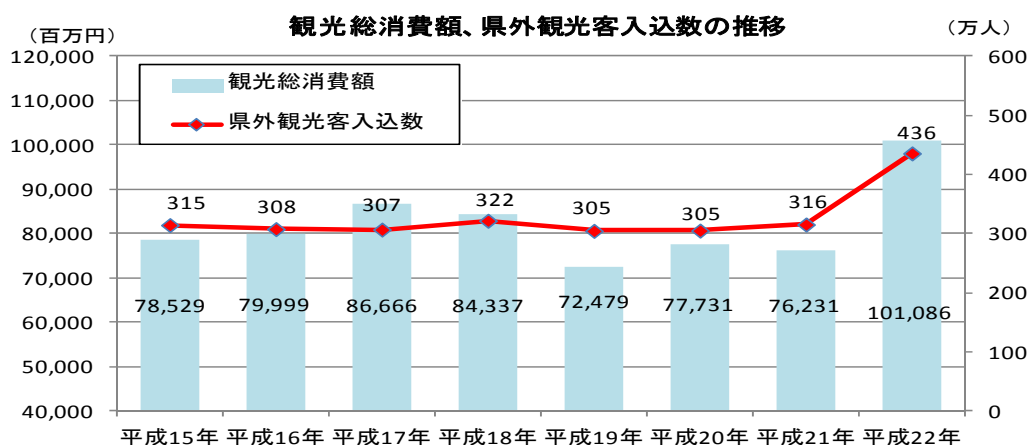
【乗り越えるべき課題】

- 民間の新たなチャレンジを促していくための仕組みの構築
- 加工を目的とした原材料の生産から、加工、流通、販売までの大規模な仕組みの構築
- 全国との取引を拡大するための「信用の見える化」（ISO, HACCP等）

■観光

すそ野の広い観光産業の戦略的展開については、大河ドラマ「龍馬伝」の追い風も受け、「土佐・龍馬であい博」の開催（平成22年1月16日～平成23年1月10日）を通じ、官民一体となった広報や誘致活動、観光地づくりに取り組んだ結果、「400万人観光、1千億円産業」の目標を達成し、雇用の創出や大きな経済波及効果をもたらすなど、産業振興計画のリーディングプロジェクトと

して他の産業をけん引する役割を十分に果たすことができました。



また、博覧会の開催を通じて蓄積したノウハウを生かし、各地でまち歩き観光や自然を生かした様々な体験プログラムが商品化されるとともに、市町村の枠組みを超えて広域的に観光振興を担う地域コーディネート組織が設立されるなど、今後、地域が主体となって観光地づくりを進めていく基盤が整いはじめました。

更には、平成23年9月、世界ジオパークネットワークへの加盟が認定された室戸ジオパークを始め、海洋堂ホビー館四万十など、地域の新たな核となる観光資源も誕生しています。

このような成果が現れ始めた一方で、これまで培ってきた成果や財産を最大限に活用し、博覧会がなくても全国に通用する観光地づくりの実現に向け、「乗り越えるべき課題」も見えてきました。

【乗り越えるべき課題】

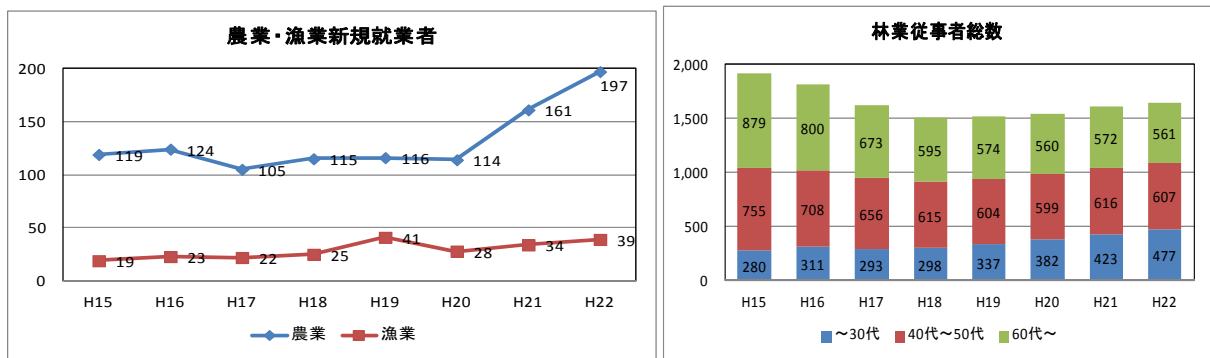
- 全国に通用する持続可能な観光地づくり（地域の核づくり＋周遊コースの形成＋旅行商品化）
- 本県の認知度を高めるための国内外への情報発信の強化
- 地理的なハンディ（移動時間、移動料金等）を克服するための魅力づくり

③足腰を強め、新分野へ挑戦（第1次産業・新産業の創出・企業立地の推進・新エネルギー）

「足腰を強め、新分野へ挑戦」という基本方向の下では、第1次産業の強みを維持していくため、生産地の強化や担い手の育成、そして、新たな強みを見いだすための新産業創出などに取り組んできました。

■第1次産業

第1次産業においては、担い手の確保が共通する課題ですが、全体的な動向としては担い手の減少や高齢化が進んでいる状況にあるものの、次代を担う若い世代などの新たな就業者の確保が進んでおり、林業分野では全体の従事者数が増加するなど、明るい兆しも見えています。



各分野の個別の取り組みとしては、農業分野では、産地の強化策や積極的な販促活動などにより、出荷量が増加し、高知野菜の認知度の向上が図られつつあります。

- ▶ I P M技術²のマニュアル化 平成20年度：5品目 → 平成23年度：11品目
- ▶ 学び教えあう場の設置 平成20年度：123ヶ所 → 平成23年度：181ヶ所
- ▶ パートナーシップ店でのフェア開催 平成22年度 80回
- ▶ 同店消費者の県の取り組み認知度 平成22年6月：8% → 平成23年2月16.6%

林業分野では、森の工場や外商の拠点の整備、さらにはバイオマスボイラーなど新エネルギー普及に向けた取り組みが進展しています。また、新たな大型製材工場の進出が決定したことにより、成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みが整い、今後、県産材の販売拡大や地域における雇用の創出など大きな効果が期待されます。

- ▶ 森の工場 平成23年8月：100工場 61事業体 40,536ha
- ▶ 間伐面積 平成21年度：10,717ha→平成22年度：10,193ha

水産業分野では、地産地消・地産外商の活動や、産地と県外の消費地市場とのネットワークづくり、カツオー一本釣用活餌の供給開始などの取り組みによって、浜値の向上や水揚げの増加などの成果が現れ始めています。

- ▶ 黒潮町佐賀でカツオー一本釣用活餌供給開始
- ▶ 水揚げ量 平成21年度（供給前）：45t → 平成23年度：207t

² 科学合成農薬に依存するのではなく、天敵や防虫ネットなど様々な技術を合理的に組み合わせた総合的な病虫害や雑草の管理技術

このような成果が現れ始めた一方で、第1次産業の生産基盤が弱体化する傾向を大きく改善するまでには至っていないため、今後「乗り越えるべき課題」も見えてきました。

【乗り越えるべき課題】

(農業分野)

○高度な生産技術の普及やこうち型集落営農(周年化、関連産業の育成)などによる所得向上に向けた取り組みの更なる推進

○法人化など担い手の経営強化と雇用拡大

(林業分野)

○競争力を保つための設備の更新さえもままならない状況の改善

○成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みづくり

(水産業分野)

○水産物の生産(養殖漁業、種苗生産)や加工、流通過程における更なる民間活力の導入

○高鮮度流通、リードタイムの短縮、コストダウンなどを実現するための新たな物流の構築

■新産業の創出・企業立地の推進

新産業の創出に向けては、成長が期待される食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツの5つのテーマで研究会を設置し、年々、参加者が増加する中、情報交流や事業者のマッチング支援、事業化プランの検討などが進められており、新たなビジネスが動き出し、雇用の創出や売り上げが増加するなどの成果が見え始めています。

▶参加企業・支援機関数 平成21年度：160→平成22年度：212 →平成23年12月：264

▶認定された39の事業化プランのうち、26件が動き出す

⇒雇用効果22名、売上増加額1.7億円

また、継続的な企業誘致活動により、平成21年度以降、32件の企業立地が実現し、フル操業時には962人の雇用が見込まれるなど、産業の厚みを増すことにつながっています。

今後は、より大きな産業として、こうした取り組みを更に強化するとともに、南海地震などの自然災害への備えを進める観点も視野に入れた新たな産業を生み出す活動を、より大きな動きにつなげていくためにも、「乗り越えるべき課題」があります。

【乗り越えるべき課題】

- 防災関連産業の振興<防災分野のものづくりの地産地消・外商の支援、産学官連携、県内の製品や技術の行政調達の促進>
- 産学官のネットワークの強化（さらに太く、強く）

■新エネルギー

本県は、全国一の森林率による豊富な森林資源、トップクラスの日照時間や年間降水量など、全国でも優位な再生可能エネルギーの資源を備えており、こうした強みを産業振興に生かす取り組みを進めています。

木質バイオマスの本格的な普及に向け、施設園芸用や公共施設を対象に、コンパクトなエリアで木質バイオマスの需要と供給が循環する仕組みづくりを行うとともに、太陽光や小水力、風力の本格的な普及に向けた検討も始めています。

▶木質バイオマスボイラーの導入台数（累計）

平成 20 年度以前：21 台→平成 23 年度末見込：139 台

▶木質バイオマスエネルギーとしての利用

平成 19 年度：97,000t→平成 22 年度：227,000t

「再生可能エネルギー特別措置法」の制定による全量固定価格買取制度が始まるなど、全国的に新エネルギー導入に向けて条件整備が進んできており、こうした追い風を生かし、本県の新たな産業分野として確立していくために、「乗り越えるべき課題」があります。

【乗り越えるべき課題】

- 恵まれた新エネルギー資源を県内で活かすための地域参画型の推進体制の構築
- 木質バイオマスの初期導入コストの低減と安定供給体制の確立

④地域にある強み（資源）を活かす（地域アクションプラン）

地域アクションプランは、県内7つのブロックに産業振興推進地域本部を置き、ソフト、ハードの施策を組み合わせ、生産の強化から販売の拡大まで一貫した支援を行ってきました。

その結果、地域地域で持てる資源を生かしたプランが227件動き出し、農水産加工の取り組みが始まり、観光資源の磨き上げにより地域の新たな核にな

り得る観光資源が誕生するなど、地域の雇用や経済効果につながる成果も現れ始めています。

- ▶総合補助金 活用実績(平成 21～22 年度) : 76 事業者(99 事業) 総事業費 4,658 百万円
経済効果 : 31 事業(H21 採択事業)のうち 25 事業で売上が増加
⇒平成 22 年度売上 約 8.8 億円の増加(事業実施前との比較)
- ▶産業振興アドバイザー(平成 21～22 年度合計) : 139 件延べ 457 回
- ▶人材育成 : 目指せ! 弥太郎商人塾受講生(平成 22～23 年度合計) : 38 事業者

こうした取り組みが地域の基幹産業として根付き、地域経済全体の底上げにつながる大きな動きにしていくために、「乗り越えるべき課題」があります。

【乗り越えるべき課題】

- 動き出した事業を軌道に乗せていくための継続的な取り組み、支援(ソフト・ハードの各種支援策を総動員)
- より大きな事業、より多くの雇用を生む事業の展開
 - ⇒ 地域外、他産業との連携も意識したダイナミックな取り組みへのサポート
 - ⇒ 民間の力が縦横に発揮されるための仕組みの充実・強化
- 地域の観光資源を点から線、線から面につなげて売り込むための体制づくり
- 計画のさらなる周知・徹底
- 現場実態に即した制度の改正(民間のスピード感への対応等)

II 計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿

動き始めた取り組みが軌道に乗り、県勢浮揚に向け、さらに飛躍していくためには、県民の皆さまと成功のイメージを、改めて確認、共有し、目標点を共通の認識として、その実現に向けて進めていくことが重要となります。

このため、第2期計画では、「産業振興計画の推進によって目指す将来像（10年後の成功イメージ）」「計画全体を貫く目標」と、分野ごとの施策に基づく成果目標としての「4年後の目標」、さらに長期を見据えて目指していく姿としての「10年後の目指す姿」を、広範な県民の皆さまとの議論をもとに改めて確認し、共有した上で、計画に明示し、県勢浮揚に向け、官民協働による挑戦を続けます。

■産業振興計画の推進によって目指す将来像（10年後の成功イメージ）

『地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』

- 1 本県の地域資源を使った新しい商品が次々と誕生し、全国、海外において数多く認知されるようになる
- 2 防災や新エネルギーの関連産業が形成され、高知県の産業として誰もがイメージできるようになる
- 3 厳しい時代を生き抜くたくましい産業人材が数多く輩出され、各地で活躍するとともに、地域を支える新しい基幹産業が各地に定着し、地域の明るい未来が広がる

■計画全体を貫く目標

10年後には・・・

◆案1 経済成長率が・・・

《成長率が全国平均を上回ったのは、過去10年で3回》

案2 主要部門の県際間の収支が・・・

《平成17年：全体では6,700億円のマイナス》

案3 有効求人倍率が・・・

《平成22年：0.54》

案4 本県人口の社会増減（転入者から転出者を引いた数）が、・・・

《平成17～22年の5年間で15,314人の社会減》

■各分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」

《農業分野》

◆4年後の目標

- IPM技術がより高度化するとともに、全地域・全品目に普及する
- 集落営農（こうち型集落営農を含む）の取り組みが県内各地に広がっている
- 新規就農者が継続的に確保され、営農が定着し地域の中核的な農業者が増える
- 地域資源を活用した加工の取り組みが県内各地に広がる
- 本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている
- 実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている



◆10年後の目指す姿

◎地域で暮らし稼げる農業

- ・農で働き高知で暮らす
- ・若者からお年寄りまで笑顔で暮らせる中山間の農業の確立
- ・攻めの外商で稼ぐ農業

《林業分野》

◆4年後の目標

- 山の資産価値がアップし、中山間の雇用が確保される
 - 木材の付加価値が高まる
 - 県内での県産材利用が拡大するとともに、県外市場での認知度が向上する
 - 森林資源を使い切り、木の価値がアップする
- ⇒ ◎**原木生産量 (H22: 40.4万^m) : 4年後に 62万立方メートル**



◆10年後の目指す姿

◎山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地

- ⇒ ◎**原木生産量 : 10年後に 65万立方メートル**

《水産業分野》

◆ 4年後の目標

- 安定した漁業生産が確保される
 - 県外市場で認知度が向上し、ブランド化が図られる
 - 水産加工の広がりにより地域の雇用の場が確保される
- ⇒ ○沿岸漁業生産額+水産加工出荷額 (H21: 508 億円)
: 4年後に 540 億円以上



◆ 10年後の目指す姿

- ◎若者が住んで稼げる元気な漁村
 - ・海・資源と共存する土佐の漁業
 - ・鮮度で勝負! 土佐の魚
 - ・加工で広がる漁村の雇用
- ⇒ ○沿岸漁業生産額+水産加工出荷額: 10年後に 600 億円以上

《商工業分野》

◆ 4年後の目標

- 積極的な設備投資と技術力で競争力が向上する
 - 競争力のある製品や企業が生まれ、県内外での本県企業への評価が高まる
 - 数多くの企業が積極的な販路拡大に取り組み、売上が増加する。地消・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化する
- ⇒ ○製造品出荷額等 (H22: 4,608 億円): 4年後に 5,000 億円超



◆ 10年後の目指す姿

- ◎ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい
 - ・全国と対等に競い合う企業が育ち、産業集積の拡大と県内でのサプライチェーンが実現~地理的なハンディを乗り越えて~
 - ・高知ならではの技術やノウハウを活かして、存在感をアピールできるものづくり産業の創出~防災産業と言えば高知県~
 - ・全国に広がる Made in Kochi と商業の活性化
- ⇒ ○製造品出荷額等: 10年後に●●億円

《観光分野》

◆ 4年後の目標

- 地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている
- 核となる観光拠点を中心とした管内の周遊観光が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している
- 様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができている

⇒ ○**県外観光入込客数（H22：370万人±α）：4年後に400万人**
○**観光総消費額：4年後に1,100億円**



◆ 10年後の目指す姿

- ◎観光立県としての地位が確立し、県民にもその意識が定着している
- ◎「歴史」「食」「文化」など、本県が持つ優位性が観光地づくりに活かされ、国内外から県内各地に観光客が訪れることで、地域の活性化につながっている
- ◎本県が持つ個性に県外観光客が惹かれ、リピーターとなって訪れるとともに、中長期の滞在も進んでいる
- ◎観光拠点間を結ぶ交通アクセスの進展に伴い、様々な形の周遊観光が根付いている

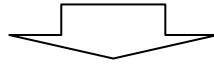
⇒ ○**県外観光入込客数：10年後に●●万人**
○**観光総消費額：10年後に●●億円**

《地産地消・地産外商戦略》

◆ 4年後の目標

○県産品の販路開拓・販売拡大により事業者・生産者の所得が向上する

⇒ ○**食品製造業出荷額 (H22 : 726 億円) : 4年後に 800 億円**



◆ 10年後の目指す姿

◎ALWAYS 地産地消

◎素材を生かした加工立県

◎県産品が全国ブランドに

⇒ ○**食品製造業出荷額 : 10年後に 1,000 億円**

Ⅲ 第2期計画の挑戦

1 第2期計画の挑戦

「産業振興計画の推進によって目指す将来像（10年後の成功イメージ）」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」（17～21Pに記載）を実現していくためには、これまで以上に、県民の皆さまや、生産者、企業、団体などの方々に主体的に参画いただくとともに、その取り組みを、県と市町村の密接な連携・協力の下で、強力に支援することが必要です。

このため、第2期計画では、次の3つの視点をもって、計画を進化させ、腰を据えて継続的な取り組みを行うとともに、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指して更なる挑戦をしていきます。

◆第1の視点「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指す」

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内企業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指します。

◆第2の視点 「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致とともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指します。

◆第3の視点 「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆さまに産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出していくことで、その経済効果を地域地域に広げていきます。

2 本県の強みと弱み、機会（チャンス）と脅威

本県の厳しい経済の状況を抜本的に変えていくためには、まずは本県の強みとするところを今一度見つめ直し、弱みを洗い直したうえで、強みの持つ潜在力を活かしてさらに伸ばせるところ、可能性のあるところに資源を集中していく必要があります。

第1期計画の実行によって得られた成果や残された課題、本県を取り巻く社会経済情勢の変化などを踏まえ、改めて分析を行い、第2期計画に反映させ、推進します。

(1) 本県の強み

- ・安全でおいしい食、多様な一次産品
- ・豊富な自然と歴史資源
- ・優れた人材、技術力

■おいしい食

本県は、温暖な気候や全国トップクラスの年間日照時間と年間降水量³からもたらされる多様な農畜産物や水産物に恵まれており、地元ならではのおいしい食べ物が多いところ全国トップクラスという評価を得ています。

- ・土地生産性（耕地面積 1ha あたりの農業産出額）
全国第 4 位⁴
- ・全国シェアトップクラスの農作物（表 1）
- ・環境保全型農業の先進的取り組み
- ・大手旅行情報誌の宿泊旅行アンケート調査⁵

『地元ならではのおいしい食べ物が多かった
都道府県』

高知県 平成 20、21 年 全国第 2 位
平成 22、23 年 全国第 1 位

表1 高知県の主要品目の全国における位置付け

高知県の主要品目の全国における位置づけ			
品目名	出荷量	全国シェア	全国順位
ナス	28,400t	11.5%	1位
キュウリ	23,600t	4.8%	6位
ピーマン	11,400t	9.6%	3位
シシトウ	3,280t	47.1%	1位
ミョウガ	4,328t	77.6%	1位
ニラ	14,300t	24.9%	1位
オクラ	2,347t	20.4%	2位
ショウガ	18,500t	44.6%	1位
ユズ	13644t	53.6%	1位
ブント	9006t	90.6%	1位
日向夏(小夏)	1136t	25.4%	2位
ユリ	19900t	12.6%	2位

野菜：H22年産（ミョウガ、オクラはH20年産）

果樹：H21年産、花き：H21年産

■豊富な自然と歴史資源

本県は、全国的な知名度を有する自然に恵まれ、環境保全の取り組みも全国に先駆けて進めています。

- ・四万十川
『もっとも自然が残っていると考える日本の川』13年連続第1位⁶
- ・仁淀川
『平均水質ランキング』第1位
- ・全国トップクラスの年間日照時間、年間降水量
年間日照時間 平成 20 年 全国第 2 位（2,183 時間）
年間降水量 平成 20 年 全国第 4 位（2,231mm）

³ 社会生活統計指標 2011

⁴ 総務省 社会生活統計指標－高知県の統計－2012

⁵ じゃらん宿泊旅行調査 2009、同 2010、同 2011

⁶ ミツカン水の文化センター「水にかかわる生活意識調査」1997年～2009年

- ・森林資源
森林面積が県土の面積の 83.3 パーセント（森林率全国第 1 位）
- ・低炭素社会・循環型社会のトップ・プランナー
全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備
カーボン・オフセットなど CO₂ 削減の仕組みづくり
- ・室戸ジオパーク
世界ジオパークネットワークへの加盟

また、本県には全国の人々を魅了する歴史もあります。

- ・明治維新
『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第 1 位⁷ 坂本龍馬
『上司にしたい幕末の有名人ランキング』第 1 位⁸ 坂本龍馬
- ・四国八十八箇所霊場と遍路道

■人々の活気と優れた人材・技術力

本県には、よさこい祭りに代表される人々の活力があります。

- ・よさこい鳴子踊り
全国 100 ヶ所を超える地域に広がる
- ・おもてなしの心

また、多くの著名な漫画家を輩出していることでも知られ、高知のまんがが文化を育む土壌があります。

- ・「まんが甲子園」
毎年 8 月、全国の高校生を対象に本県で開催
- ・まんがやキャラクターをテーマとした施設⁹

製造業の分野では、伝統的な技術の応用や先進的な技術の開発などにより独自の分野を切り拓くなど、先見性・創造力ある優れた人材を輩出しています。

- ・ニッチな分野¹⁰で全国的、世界的シェアを誇るキラリと光る地場企業の技術¹¹
(高知では 18 の日本一)

さらに、第 1 期計画の取り組みでは、地産外商や観光を通じて県外や海外とのつながりが築き上げられ、志のある実践者が増加するなど、本県の強みが増

⁷ 情報検索サイト「goo」2008 年 6 月調査

⁸ 情報検索サイト「goo」2008 年 6 月調査

⁹ 高知市の「横山隆一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

¹⁰ ニッチとは「隙間」の意味で、大企業がターゲットとしないような小さな市場や、潜在的にはニーズがあるが、まだビジネスの対象として考えられていないような分野

¹¹ 四国経済産業局「四国が一番 四国が誇る日本一・世界一（平成 16 年度版）」生産シェア等が日本一・世界一である製品

しています。

このように、本県にはおいしい食、貴重な自然や歴史資源、優れた人材や技術力があります。しかしながら、より高いレベル、より広がりのある産業の振興を目指すためには、こうした「食」「自然と歴史」「人」の強みを十分に活かし切る必要があります。

(2) 本県の弱み

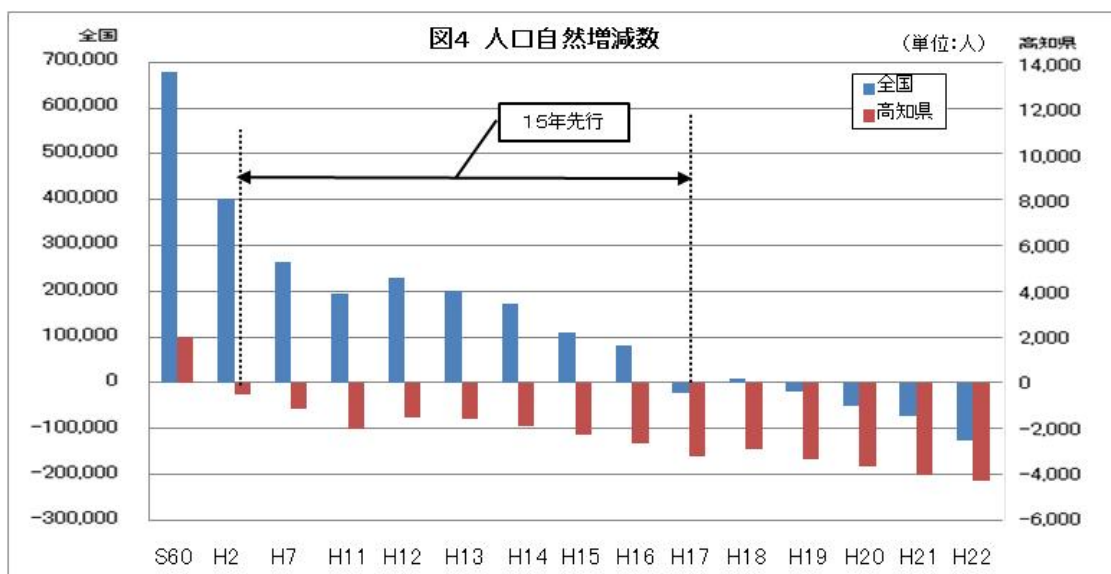
- ・人口減少、少子化・高齢化、生産年齢人口の減少
- ・大消費地から遠距離（地理的ハンディキャップ）
- ・製造業分野での産業集積度が低く、小規模・零細事業者が多い
- ・観光スポットが点在

■縮小を続ける県内市場

人口が全国に15年先行して自然減となり、高齢化率の上昇でも10年先行する本県では、消費意欲の旺盛な年齢層が減少してきました。

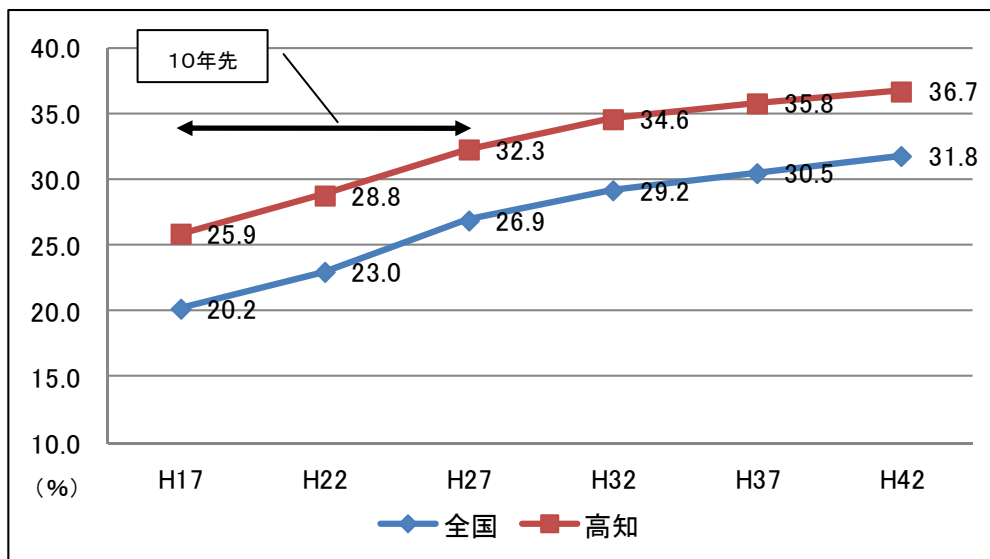
また、全体人口そのものの減少は継続しており、県内市場は継続的に縮小を続けています。

2035年までの県人口の将来推計では、今後も相対的な高齢者の割合はますます高くなる一方、若者や働き盛りの世代を中心に全体の約4分の1にあたる、およそ20万人の人口が減少すると見込まれています。



出展：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

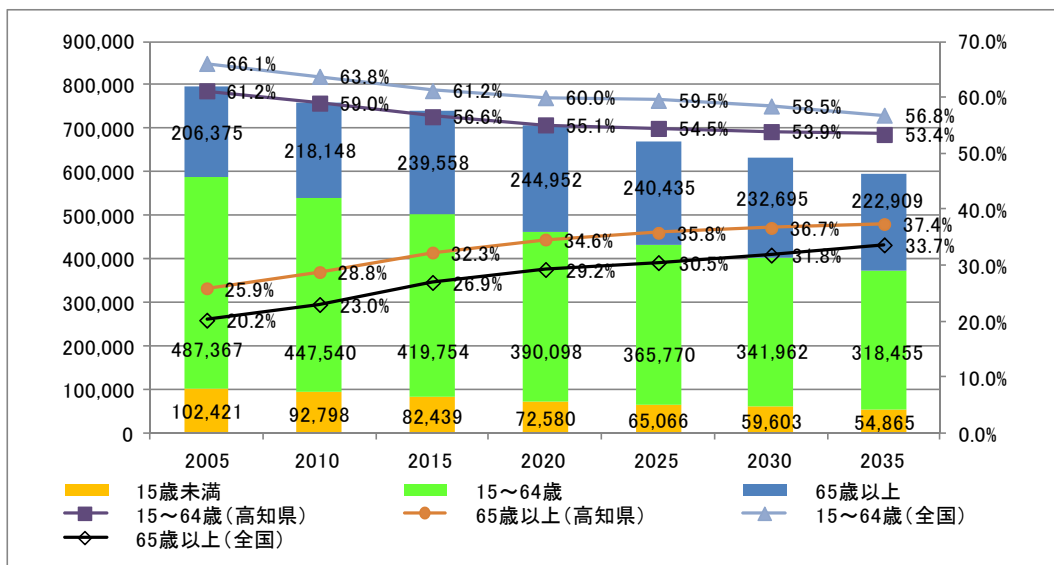
図5 老年人口の割合



出展：国勢調査（総務省）（H17, 22）

日本の都道府県別将来推計人口（H19.5）（国立社会保障・人口問題研究所）

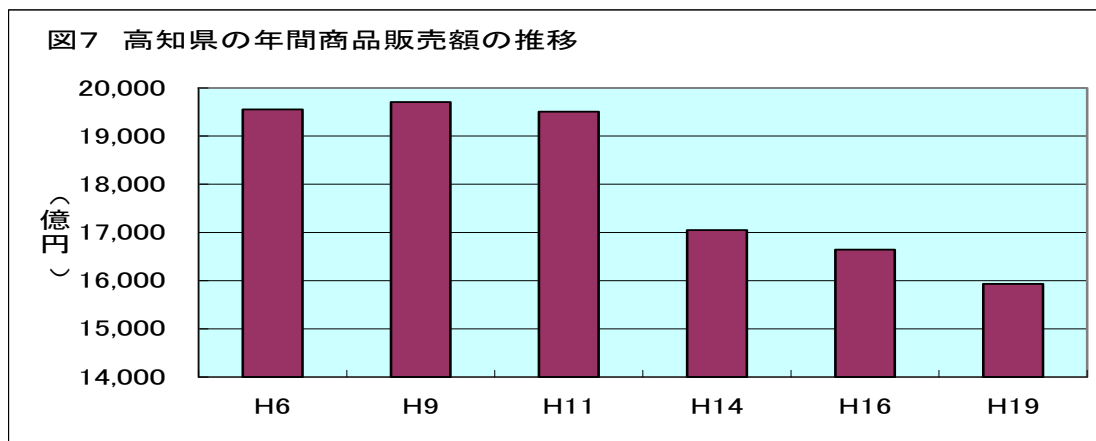
図6 高知県の将来人口推計



出展：国勢調査（総務省）（H17, 22）

日本の都道府県別将来推計人口（H19.5）（国立社会保障・人口問題研究所）

実際に県内の年間商品販売額を見ても、ここ6、7年程の間に大きく減少し、低落傾向が続いています。将来の人口推計に照らせば、県内市場は、今後ますます縮小を続けていくことが予想されます。



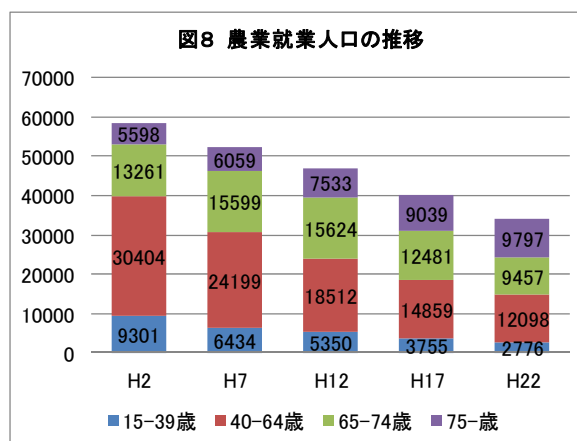
出展：平成19年商業統計調査

■第1次産業の強みが強みでなくなる危機

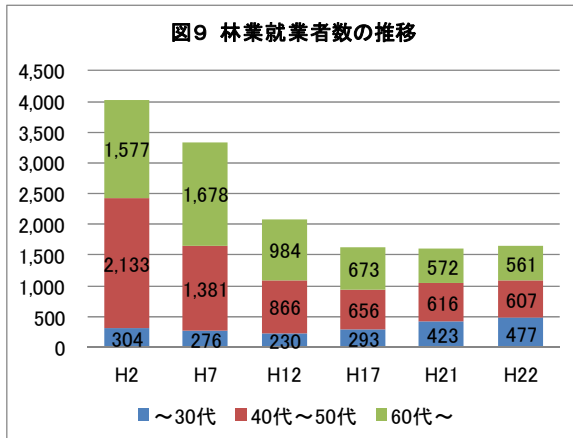
本県の強みとなっている食や自然の豊かさは、本県の基幹産業である第1次産業によって支えられています。この分野では、就業人口の減少や高齢化が進んでいることが問題となっています。

産業振興計画では、第1次産業を担う人材の確保・育成に取り組み、新たな担い手の確保につながるといった成果も得られています。

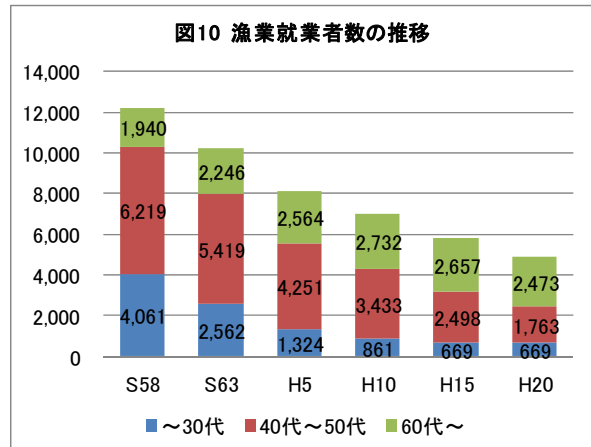
しかし、全体としては、依然、第1次産業の就業人口の減少や高齢化の傾向は続いており、本県の強みを支える第1次産業の生産基盤が弱まっていくことが懸念されます。



出展：農林業センサス



出展：県林業振興・環境部林業労働力調査



出展：漁業センサス

■地理的ハンディキャップと乏しい産業集積

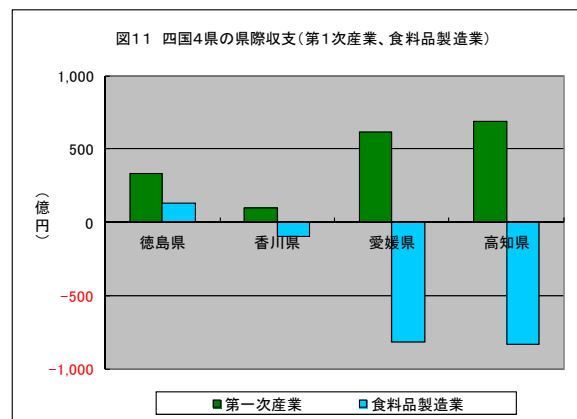
本県は、東京や大阪など人口が集中する大消費地から遠いうえに、中山間地域が県土の93%を占め、大規模に生産できる平野が少ないという地理的、地形的なハンディキャップがあります。このため、大消費地への物流コストがかさむことや生産規模が小さいためにロットがそろいにくいという弱点があります。

また、第2次産業ではニッチな分野で活躍しているところはあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

加えて、県内の道路や公共交通網の整備が十分でなく、県内各地に点在している景勝地や観光施設、体験スポットなどを効率よく回ることが難しいといった点で課題があります。

■食料品製造業における県際収支のマイナス

また、本県は、加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、産業振興計画では、その根本的な課題に挑戦していませんが、依然、第1次産業の強みを活かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が力強いものとなっておらず、さらに、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。

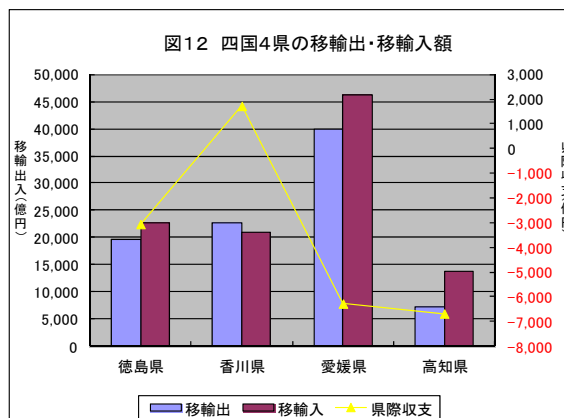


出展：産業関連表（平成17年）

第1次産業に関連が深く、その強みを最も活かされると考えられる食料品製造の分野における県際収支が、大幅な移輸入超過（赤字）となっています。

■ 県内市場は県外資本に食い込まれている状況

さらには、県際収支全体を見てみますと、本県は約 6,700 億円の移輸入超過となっており、縮小した県内市場において、県外資本に大きく食い込まれている状況です。



出展：産業連関表（平成17年）

(3) 機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢

- ・ 防災の意識や再生可能エネルギーの関心の高まり
- ・ 食の安全・安心志向
- ・ 健康志向 ・ 世界的な食料不足
- ・ 人材確保のチャンス
- ・ 情報化・デジタル化 ・ 大学の地域貢献

■ 防災の意識や再生可能エネルギーの関心の高まり

平成23年3月に発生した東日本大震災による甚大な被害や原発事故によって、全国的に防災の意識や再生可能エネルギーへの関心が高まっています。

こうした中、本県では、過去から繰り返し高知県を襲い、その度に大きな被害をもたらしてきた南海地震に備えるため、東日本大震災による甚大な被害を検証し、対策の抜本強化に取り組んでいますし、全国一の森林率による豊富な森林資源、トップクラスの日照時間や年間降水量など、全国でも優位な再生可能エネルギー資源を有しているところです。

こうした強みや弱みを、防災関連産業や新エネルギー関連産業といった新たな産業おこしにつなげることができる優位な立場にあると言えます。

■ 環境との共生

環境への配慮や省エネルギー、省資源への取り組みが、これまでのような企業の社会的責任（CSR）や社会貢献という視点に加えて、企業自体の競争力

を高める収益動機へと転換することが予想され、経済成長を描くうえで欠くことのできない視点となっています。

こうした中、日本有数の日照時間を確保できる本県の気象条件や、森林資源保全のための森林環境税やカーボン・オフセットなどの先進的な取り組みの実績、海洋深層水などの恵まれた海洋資源といった自然条件は、将来に希望の持てる貴重な財産であり、国内外の長期的な動向なども念頭に置きながら、本県の発展に結びつけていける可能性が大きくなっています。

■食の安全・安心志向、健康志向、世界的な食料不足

国内外で頻発する食品偽装問題などの影響により、消費者の食の安全・安心へのニーズが高まる中で、高齢者の増加による購買・消費動向の変化や予防に重点を置いた健康的な食生活への志向が強まっています。

また、世界を見れば、異常気象による生産の減少や中国をはじめとする新興国の需要の急拡大による食料不足、それに伴う食料価格の高騰が、かつてないほど深刻化しており、食料の多くを海外に頼っている日本では、本県の強みである第1次産業の強みを活かし切り、食料の供給県として確固たる地位を築いていけるチャンスでもあります。

■人材確保のチャンス

全国的な景気の低迷や、価値観の変化による自然回帰志向の高まりなどにより、地方においても、優秀な人材が確保しやすい環境となっています。

こうした人材は、本県の産業や社会を支える担い手として大いに期待できます。また、中山間地域の生産資源を活かし、不足する第1次産業の担い手を確保し、地域産業に新たな活力をもたらすためにも、大きなチャンスと言えます。

■大学の地域貢献

各大学においては、地域や民間との連携を促進する専門の機関を設け、それぞれの得意分野や最先端の研究活動を実用化につなげるとともに、地域における専門人材の育成に取り組むなど、主体的な取り組みを進めており、こうした機会を積極的に活かしていく環境が整いつつあります。

(4) 脅威となる社会経済の動向

- ・ 経済情勢の変化
- ・ 自由貿易の拡大
- ・ 県外製品の流入や県外資本の進出
- ・ 集客交流競争
- ・ 産地間競争の激化

■ 経済情勢の変化

我が国の経済は、リーマンショック後の急速な景気悪化から持ち直しつつあった中、東日本大震災が発生し、サプライチェーンの寸断や電力供給の制約などによる生産活動の急激な落ち込みや、消費マインドの悪化等による消費活動の大幅な落ち込みという生産と需要の両面から、大きな影響を受けました。

景気は、徐々に回復しつつありますが、原発事故に起因する電力供給不足や、海外における景気の減速、さらには為替市場の急速な円高等の影響により、景気の先行きは依然として不透明な状況にあります。

経済のグローバル化が進み、世界のどこかの国で顕在化した影響が、日本にも波及しやすくなっており、世界経済が不安定な中、今後も、日本経済への様々な影響が懸念されます。

(日本経済への影響が懸念される事項)

- ・ 欧州政府債務問題の深刻化
- ・ 新興国経済の成長の減速
- ・ 未曾有の円高の更なる進行、生産拠点の海外へのシフト
- ・ 長期的な原油価格や資源価格の高騰 など

■ 自由貿易の拡大

平成 22 年の日本の貿易総額（輸出額と輸入額の合計）128 兆円は日本の国家予算（約 90 兆円）を大きく上回り、アメリカ、中国、ドイツに次ぐ世界第 4 位の規模があります。しかしながら、貿易額は国内外の様々な経済動向の影響を受け増減を繰り返してきました。近年、2 カ国以上の国や地域の間で関税やサービス貿易の障壁等を削減・撤廃する F T A（自由貿易協定）や、これを多国間で行う T P P（環太平洋戦略経済連携協定）の動向が注目されています。このような貿易自由化の流れは国内産業に影響を及ぼす可能性があり、今後とも注視する必要があります。

■集客交流競争・産地間競争の激化

インターネットなどのICT（情報通信技術）の普及は、人・物・情報の交流の飛躍的な進展をもたらしましたが、その一方で、近隣地域だけでなく全国や海外との競争を余儀なくされ、様々な分野で厳しい集客交流競争や産地間競争にいや応なく巻き込まれています。

このため、他地域との競争を常に意識し、外からの視点や他地域の情報などを踏まえた取り組みが求められています。

3 第2期計画の基本方向と進め方

(1) 改革のための5つの基本方向・将来の姿

- ① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- ② 産業間連携の強化
- ③ 足腰を強め、地力を高める
- ④ 新たな産業づくりに挑戦する
- ⑤ 産業人材を育てる

より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指すためには、ここまで見てきたような「強み」「弱み」「機会（チャンス）」「脅威」とその組み合わせを整理し、更なる体質強化を図る方向や戦略を導き出すことが重要です。

そのうえで、それらの方向や戦略に沿って、本県が目指すべき姿に向けてのこれまでの取り組みを徹底的に検証し、その対策として欠けていた点、手が届いていなかった点を明らかにして、所得の向上や雇用の創出につながる思い切った対策を講じなければなりません。

これまでの考察から、今後本県が目指すべき基本方向について、別表のとおり整理できるものと考えられます。

別表〈SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」〉参照

〈別表〉

SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」

—SWOT分析—

強み (Strengths)

食

安全でおいしい食/多様な一次産品

自然と歴史

全国トップクラスの年間日照時間・年間降水量/森林率全国一/豊富な自然と歴史資源(四万十川、仁淀川、室戸ジオパーク、辺境の地ながら日本を大きく動かした歴史・偉人、四国八十八箇所など)

人・技術力

活気(よさこい)、先見性、創造力ある優れた人材/キラリと光る独自の技術力を持つ地場企業/地産外商や観光を通じて築きあげてきた県外や海外とのつながり/志ある実践者の増加

機会 (Opportunities)

安全・安心、環境、健康の時代

防災意識の高まり、再生可能エネルギーの関心の高まり/食の安全・安心志向/環境の経済的価値の高まり/健康志向

消費と雇用の変化

世界的な食料不足/人材確保のチャンス

情報化等

情報化・デジタル化の進展(いつでもどこでも誰でも)の時代/大学の地域貢献

強み	地産外商や観光を通じて築きあげてきた県外や海外とのつながり 安全でおいしい食、多様な一次産品	×	機会	食の安心・安全志向、健康志向、世界的な食料不足	→
弱み	大消費地から遠距離	×	脅威	自由貿易の拡大 県外製品の流入や県外資本の進出	→
弱み	少子化・高齢化、生産年齢人口の減少	×	脅威	集客交流競争・産地間競争の激化	→
強み	安全でおいしい食、多様な一次産品	×	脅威	集客交流競争・産地間競争の激化	→
強み	豊富な自然と歴史資源	×		県外製品の流入や県外資本の進出	→
強み	キラリと光る独自の技術力を持つ地場企業	×		情報化・デジタル化の進展	→
弱み	小規模・零細事業者が多く経営基盤が弱い、食料品製造出荷額等が少ない	×	機会	情報化・デジタル化の進展	→
弱み	観光スポットが点在、高知県・県産品の認知度が低い	×		集客交流競争・産地間競争の激化、自由貿易の拡大	→
強み	安全でおいしい食、多様な一次産品 志ある実践者の増加	×	機会	食の安全・安心志向、健康志向、世界的な食料不足	→
弱み	大消費地から遠距離、中山間地域が多く平野が少ない	×		人材確保のチャンス	→
弱み	少子化・高齢化、生産年齢人口の減少	×		県外製品の流入	→
強み	全国トップクラスの年間日照時間・年間降水量、森林率全国一	×	機会	環境の経済的価値の高まり、再生可能エネルギーの関心の高まり、防災意識の高まり、大学の地域貢献	→
弱み	製造業分野での産業集積度が低い	×		大学の地域貢献	→
強み	先見性、創造力ある優れた人材 志ある実践者の増加	×	脅威	産地間競争の激化	→
弱み	小規模・零細事業者が多く経営基盤が弱い	×			

弱み (Weaknesses)

人口の減少

少子化・高齢化/生産年齢人口の減少

地理的・地形的ハンディ

大消費地から遠距離/中山間地域が多く平野が少ない

生産基盤のぜい弱さ

小規模・零細事業者が多く経営基盤が弱い/製造業分野での産業集積度が低い/食料品製造出荷額が少ない/観光スポットが点在

脅威 (Threats)

経済情勢の変化

世界同時不況・円高・震災の影響(消費の低迷、製造業の沈滞、低価格志向)/長期的な石油価格や資源価格の高騰/自由貿易の拡大

地域間競争の激化

県外製品の流入や県外資本の進出/集客交流競争・産地間競争の激化(首都圏近県、競合県との競争激化)

本県の考えられる方向性、必要性のある取組

県内市場は今後も縮小が続くことが予想されるため、県外・海外を視野に入れた市場戦略を確立し、外に打って出る

地産地消を引き続き徹底し、できる限り県内需要には県産品で対応する

新たな物流体制を構築し、本県の地理的ハンディキャップを克服していく

足下を固め、
活力ある県外市場
に打って出る

産地間競争に打ち勝つために業態や産地といった規制の枠を越えて連携する仕組みが必要

加工の工程や機械設備の製造を県内事業者どうしで行うものづくりの地産地消を一層推進する

食料品製造業は大幅な移輸入超過であり、食の安全・安心志向等を追い風に、食や一次産品の強みを活かした食品加工業の更なる集積を進めていく

スポットではなく面的に広がりのある観光地づくりを行い、国内外に認知度を高めるプロモーションを実施する

産業間の連携を
強化する

優れた農水産品を生産できる食料供給県として、第一次産業の生産基盤、経営基盤を強化する

新たな物流体制を構築し、本県の地理的ハンディキャップを克服する

県土の大半を占める中山間地域の特性を生かし、新たな産業づくりや担い手の確保対策を講じる

足腰を強め、
地力を高める

全国でも有数の新エネルギー資源を活用した産業づくりに取り組む

南海地震の脅威に自ら備え、チャンスに転嫁し新たな産業づくりに取り組む

新たな産業づくりに
挑戦する

産・学・官が協力し、将来の産業を支える人材育成に取り組む

経営感覚を持ち自ら考え行動できる人材の育成

産業人材を育てる

地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

「産業振興計画の推進によって目指す将来像(10年後の成功イメージ)」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後の目標」「10年後の目指す姿」(17～21Pに記載)を実現していくため、第2期計画では、SWOT分析によって導き出された5つの基本方向に沿って、第1期の取り組みをさらに充実、強化するとともに、新しい取り組みに挑戦していきます。

特に、「10年後の目指す姿」については、現在の施策を実行、拡充していくだけでは実現が難しいものであっても、県勢浮揚を成し遂げるために目指すべきと考えられる、あるべき姿を描いています。

このため、現時点では、その実現に必要な取り組みが具体の形になっていないものもありますが、今後、官民で知恵を出しながら、新たな施策やダイナミックな行動を、重点取り組みに追加・拡充していきます。

基本方向 ①足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

県内市場は人口減少等により、今後も縮小していく趨勢にあります。

このため、「地産地消の徹底」により、できるだけ県産品を使うことで、県内でお金を循環させ、生産地の力、県内産業の力を強めていきます。また、県外からお金を稼ぎ、県内で循環させるため、「地産外商の更なる推進」により、高知の強みを磨き上げ、首都圏、関西・中部地区など、より大きな市場に売り出していくとともに、「海外の販路開拓への挑戦」により、東南アジアや中国に加え、ヨーロッパの巨大市場をにらみ、高知県や県産品の認知度を向上させ、県産品の定着・定番化を図り、輸出の拡大につなげていきます。

◆重点取り組み

<地産地消の徹底>

○県民との協働による「地産地消」の促進

- ・「野菜で元気店」等のネットワークづくり
- ・直販所を販売拠点とした加工品開発の支援
- ・県内事業者と県内量販店のマッチング強化

<地産外商の更なる推進>

- 「まるごと高知」を拠点とした外商活動の強化
- 事業者、関係団体と連携したプロモーション活動の展開
- 官民協働による新たな物流の仕組みづくり

<海外の販路開拓に挑戦>

- 本県に優位性のあるユズを中心にした販路拡大
- 貿易を担う人材育成の強化（海外派遣支援等）

基本方向 ②産業間の連携を強化する

外商による効果を、さらに県内での経済波及効果につなげていくためには、産業間が連携して、県外との競争に打ち勝てる商品や製品を生み出していくことが重要です。

このため、「食品加工の一層の展開」により、県内事業者が全国に通用する高度に衛生管理された商品を安定的に供給することを目指すとともに、ものづくりの地産地消の機運の高まりや、県内企業の設備投資誘発策などにより、本県の技術力を活かした「メイド・イン高知」の製品が数多く誕生し、地産地消から外商へと展開していくことで、「力強い『ものづくりの地産地消』」による経済波及効果の拡大を進めます。

また、多くの産業に波及効果が及び、即効性のある観光分野では、これまでの取り組みで蓄積してきたノウハウを最大限に生かして、各地域の観光資源をさらに磨き上げ、周遊ルートとして商品化することなどにより、点から線へ、線から面へと広がりのあるものにし、「全国に通用する観光地づくり」を進めます。

◆重点取り組み

<食品加工の一層の展開>

- 消費地が求める商品づくりの一層の推進
- 規格外品など未利用の原材料の活用促進
- 基本の徹底（生産管理、食品表示）
- 「信用の見える化」に向けた中核的な人材の育成とネットワーク化の推進

<力強い「ものづくりの地産地消」による経済効果の拡大>

- 県内の多様な技術力の見える化と商談機会の一層の拡大
- 地場企業の競争力を維持するための設備投資の促進支援

<全国に通用する観光地づくり>

- 地域の魅力を生かした観光商品を生み出し、売り出していく人材の育成
- 観光拠点を中心とした地域周遊及びそれに連動した観光消費の拡大に向

けた仕組みの確立

○本県の強みを生かしたスポーツツーリズムの推進

基本方向 ③足腰を強め、地力を高める

全国的に見て比較的優位にある農業などの第一次産業でも、担い手が不足し、このままでは、本県の強みが強みでなくなってしまうことが懸念されます。このため、第1次産業の担い手の確保・育成を図るとともに、「農業振興」では、本県農産物の品質をさらに高め、生産量を増やす取り組みや、産地のこだわりを伝える販売等による園芸品の基幹流通のさらなる強化、実需者の多様なニーズに対応できる新たな流通・販売体制の構築など、生産から流通・販売まで一体となった取り組みを進め、本県農産物の付加価値を高めていくことを、「林業振興」では、成熟期を迎えた森林資源をダイナミックに活用する仕組みによる原木の生産から加工・流通・販売体制の確立により、森林、林業、木材産業の活性化を、「水産業振興」では、漁業生産量を維持しつつ、「土佐の魚」の認知度向上や新たな物流体制の構築による県外での消費拡大や、地域水産物を活用した新たな加工事業の広がりにより、漁家所得の向上を目指して、「第1次産業の足腰の強化と担い手の育成」に取り組みます。

併せて、取り巻く環境がさらに厳しさを増している中山間地域において、安心して暮らしていけるよう、住民の皆さまの生活を守り、産業をつくるための中山間対策を抜本的に強化します。

特に、産業面では、地域の人材の育成・確保と地域外からの人材の流入により、地域における産業の担い手を確保していくとともに、地域資源の発掘・ブラッシュアップなどにより、地域の潜在力を引き出し、こうち型集落営農の推進による拠点ビジネスの広がりや、各集落での加工品づくりといった小さなビジネスの展開など、「中山間の暮らしを支える産業づくり」を進めます。

◆重点取り組み

<第1次産業の足腰の強化と担い手の育成（農業振興）>

○本県農産物の高付加価値化

- ・環境保全型農業の推進や新施設園芸システムの構築等による生産力の向上
- ・新園芸ブランドによる販売の強化や新たな出荷・流通体制の構築等に

よる販売力の向上

- 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化
- 新たな担い手の確保・育成と企業的経営体の育成

<第1次産業の足腰の強化と担い手の育成（林業振興）>

- 生産性の向上と原木の増産
- 大型製材工場の整備
- 県内（既存）加工事業体の生産力の維持・強化
- 流通拠点を活用した地産外商の推進
- 木質バイオマスの地域循環型のエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大

<第1次産業の足腰の強化と担い手の育成（水産業振興）>

- 新規就業者の確保などによる漁業生産量の確保と、民間活力を導入した養殖漁業の振興
- 地産外商の更なる推進による大消費地での評価の向上・シェア拡大
- 水産加工の裾野の広がり新たな事業化による地域の所得向上

<中山間の暮らしを支える産業づくり>

- 集落調査を起点とした地域資源や潜在力の活用の場づくり
- 地域アクションプランの推進による新たな産業づくり
- 地域の特性を生かした新たなビジネスの創出
- こうち型二地域居住・移住の推進

基本方向 ④新たな産業づくりに挑戦する

資本や産業集積が乏しいことが、本県の製造業の弱さにつながっていることから、経済を上昇に転じ、県勢浮揚を図るためには、従来の取り組みとともに、新しい産業を創出していくことが重要となります。

このため、産業集積を目指して、防災分野では、台風や南海地震といった自然災害の経験を防災に生かしてきた本県の素地を土台として、今後、さらなる南海地震対策の加速化と併せ、防災関連産業の振興を図るとともに、新エネルギー分野では、全国トップクラスの日照量や降水量、森林率を誇る本県の優位な環境を、新エネルギー研究における全国有数の実証フィールドとして提供していくことで、関連産業の育成や誘致に取り組めます。

◆重点取り組み

<防災関連産業の振興>

- 「防災分野の地産地消」の意識醸成、防災関連製品・技術の情報共有を行うための「防災産業交流会の実施」
- 防災関連製品や技術の設計開発の早期事業化を支援
- 自治体での公的調達を促進し、県外への販路開拓を支援

<新エネルギーを産業に生かす>

- 木質バイオマスの安定的な供給、利用体制の確立
- 新エネルギー発電事業の推進、エネルギー自給の推進
- 新エネルギー関連製品・技術の開発支援、企業誘致促進

基本方向 ⑤ 産業人材を育てる

長らく低迷が続いている本県の産業を将来にわたって持続的に発展させ、県勢浮揚を成し遂げていくためには、各産業分野、各地域地域において、新たなことに果敢に挑戦しようとする志と、そのための知識や技術を持った人材が何よりも重要となります。

こうした人材を県内全域に広げていくため、市町村や産業界、大学などと連携し、産業人材育成プログラムに基づく体系的な人材育成や、第1次産業の担い手の育成など、「志ある産業人材の育成」に力を注いでいきます。

◆重点取り組み

<志ある産業人材の育成>

- 産学官連携人材育成プログラムによる産業人材の育成
- 永国寺キャンパスを中心とした人材育成の充実

(2) 各産業分野を超えた連携（連携テーマ）

5つの基本方向に基づく各産業分野の取り組みや、各地域での取り組みをより効果的に進めるため、農業、林業、水産業、商工業、観光の産業分野を超えた連携テーマとして、次の5つを設定して、連携強化を図っていきます。

- ① 地産地消・地産外商戦略の展開（地産地消の徹底、ものづくりの地産地消の促進、食品加工の推進、地産外商の推進）
- ② 新エネルギーを産業振興に生かす

- ③ 産学官連携による力強い産業の礎を築く（研究開発、人材育成）
- ④ 中山間の暮らしを支える産業づくり
- ⑤ 産業人材の育成・確保

（３）第２期計画の推進にあたって

第２期計画は、第１期計画と同様に、「総論」「産業成長戦略」「地域アクションプラン」で構成しますが、各施策や各事業では、可能なかぎりアウトカム目標¹²を設定し、引き続き、知事を本部長とする「産業振興推進本部」と、7つの地域に置く地域産業振興監を総括責任者とする「産業振興推進地域本部」の２段階の層の推進体制のもと、一つ一つの施策や事業を、PDCAサイクルにより、その進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが適切かつ、効果的であったかを四半期毎に点検し、効果的に実行されているかどうかの把握に努めていきます。

こうしたPDCAサイクルを通じて、浮かび上がった課題を踏まえ、より実効性の高いものへと毎年度、改定を加えて計画のバージョンアップを図りながら、目標の達成に向けて全力で取り組んでいきます。

¹² 何がどのように改善されるのかという成果目標。これに対して、「インプット目標」は、資源の投入量（事業や予算などの資源をどのぐらい投入するのか）の目標、「アウトプット目標」は、活動レベル（何をどの程度するのか）の目標。