

本気で実行！

果敢に挑戦！

## 産業振興計画の実行2年半の取り組みの総括

正念場！



高知県

## 高知県経済が抱える3つの課題

①人口減少により縮小を続ける県内市場

※全国に15年先行して自然減が始まる(H2~)

商品販売額 H9:1兆9,706千円 ⇒ H19:1兆5,932億円

県際収支:6000億円の赤字

②産業間の連携の弱さ(資本・産業集積の乏しさ) ※製造品出荷額等:全国最下位

③強みである第一次産業さえも弱体化

積年の根本的な課題に正面から向き合い、県勢浮揚に挑戦

平成21年4月 官民協働により高知県産業振興計画をスタート

### 《計画の推進力・後押し》

- 積極的な提言により国の臨時交付金が重点配分
- 国の緊急雇用対策
- 「龍馬伝」効果

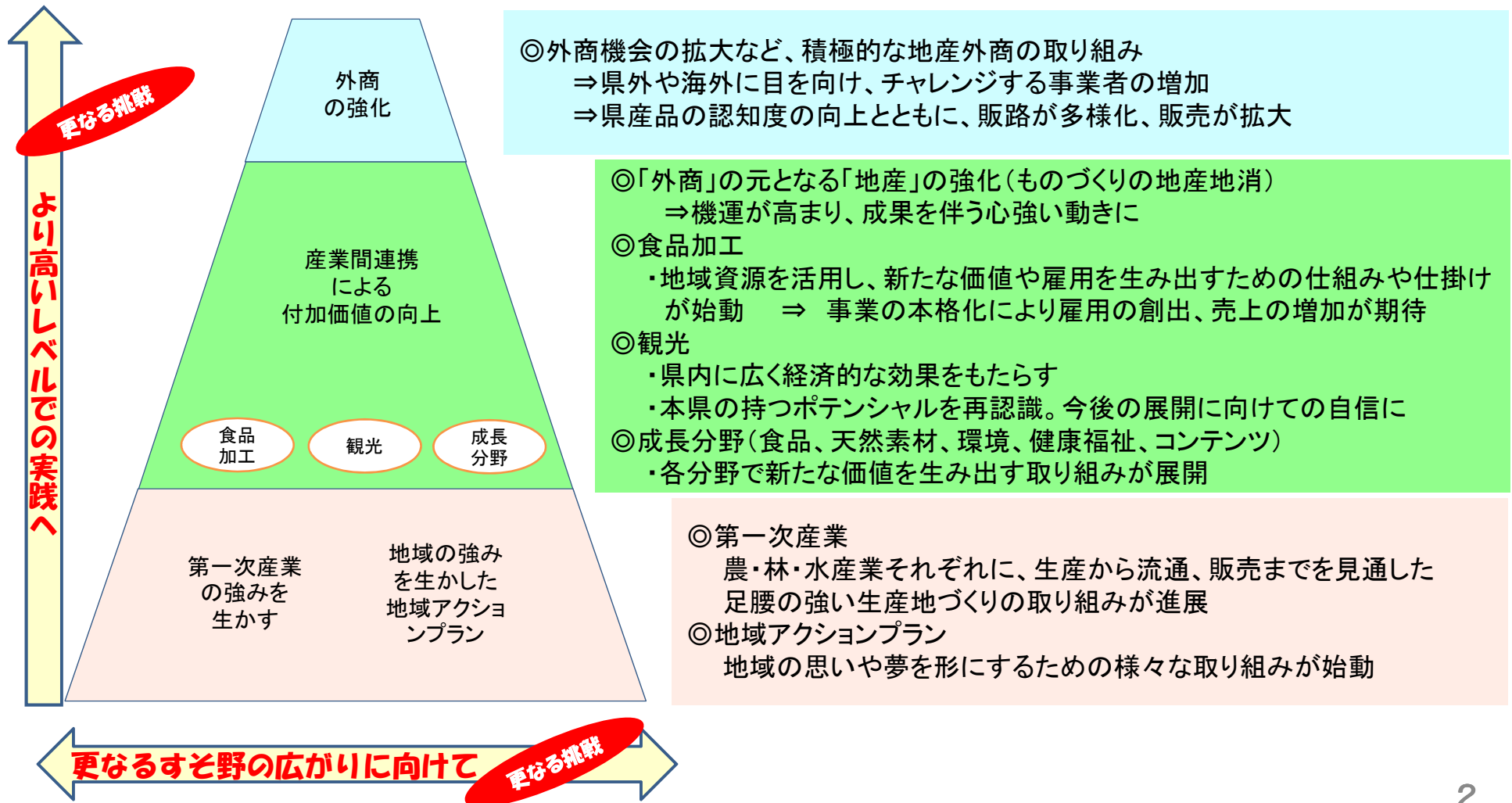
### 《極めて厳しい社会経済情勢》

- リーマンショックの発生(100年に1度の不況)
- 東日本大震災の影響
- 未曾有の円高(史上最高値)

※2009年の全国の有効求人倍率は、統計を取り始めた1963年以降で最低の0.47倍

実行2年半の取り組みを振り返ると・・・

- ◎ 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て新たな事業が動き出す。成果の上がり始めたものもあるが、これからのものも……。
- ◎ この間、産業振興計画への参加者が着実に拡大。地域の元気な実践者の活躍の場が広がる。
- ◎ 今後、県経済全体の底上げに向けて、腰を据えて継続的な取り組みを行うとともに、より高いレベルを目指して新たな挑戦を行っていく必要。



# 1 根本的な課題に正面から取り組む

課題:① 人口減少により縮小を続ける県内経済

## 外商の強化

### 計画策定の背景と方向性

■人口減少により縮小する県内市場 ⇒活力ある県外・海外市場に打って出る

○地産外商公社が立ち上がり活動が本格化。事業者の外商活動が活発化

⇒ノウハウを蓄積し、更なる展開へ

◇首都圏での外商拠点「まるごと高知」が始動

⇒外商活動により708件の成約(H22オープン~H23.7月末)

⇒震災の影響がある中で、店舗の売上目標の4億円をほぼ達成

◇名古屋事務所、大阪事務所の外商機能も大幅に強化

2  
年  
半  
の  
総  
括

- この2年間で事業者の外商活動が活発化
- 高知フェアなどの外商機会が飛躍的に拡大

▶高知フェア、展示・商談会

(H20)13件→(H21)72件→(H22)111件→(H23.4~8月)44件

⇒新たに外商にチャレンジする事業者の増(初参加の事業者:  
食の大商談会64事業者、スーパーマーケットトレードショー28事業者)

○機械系のものづくりに関しても、積極的に外商機会確保 ⇒新規取引先獲得、受注拡大

◇県外の主要見本市への県ブース設置や商談会の開催

▶見本市、商談会 (H21)6回 成約件数32件 参加者82社2団体 → (H22)9回 成約件数870件 参加者159社5団体

○農産物、土佐材、土佐の魚も、都市部に挑戦 ⇒認知度が向上し今後の取引拡大が期待

◇大消費地とのネットワークづくりや販促活動、試験取引等

▶パートナーシップ量販店でのフェア開催(H22)80回、同店の消費者の高知県取組認知度(H22.6)8%→(H23.2)16.6%

▶大消費地に土佐材の流通拠点を設置(9カ所)

▶高知県漁協がキンメダイを主体に神戸、京都等への試験出荷を開始

▶水産物の消費地市場(大阪、名古屋、築地)と県内産地市場との交流会の開催 計6回

## ○海外での外商活動に挑戦する企業が増加 ⇒すそ野が広がる

◇ 貿易促進コーディネーターの活動やビジネスマッチング機会の創出により、新たに貿易に取り組む企業が増加

- ▶国内外でのセミナーや商談会の開催、貿易促進コーディネーターによるサポート(H21~H22延べ712件)  
⇒新たに貿易に取り組む企業15社(H21~H22)

◇ ビジネスに結びつく多様な販路の確保

- ▶伊勢丹シンガポールや香港そごう等でのフェアの開催(H22:6回<FHA2010では26社 約512万円を成約>)、フランスでユズ賞味会の開催(ユズ果汁8トンの注文につながる)

### 乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

- 厳しい大都市市場で勝ち抜くためには、更なる努力が必要。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、新規開拓企業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

## ものづくりの地産地消

### 計画策定の背景と方向性

■付加価値を高める工程が県外に流出 ⇒ 「ものづくりの地産地消」の抜本強化

- ・県内での経済波及効果の拡大
- ・地産を支える県内産業の力を強める

○相談・サポート体制が整う。県内事業者間での付加価値を生み出す仕組みが本格的に始動

2  
年  
半  
の  
総  
括

◇ ものづくり地産地消センターでの相談・マッチング

▶相談件数(H23.6.3~9.9):91件 対応済65件

<マッチング事例>

- ・ショウガの洗浄方法の開発(県の産学官連携研究事業に申請中)
- ・イタダリの皮むき機を楮の皮はぎに転用開発(県の試作機開発事業に申請中)
- ・高野豆腐の絞り機の開発(県の試作費開発事業に申請中)
- ・ブルーベリーの加工品づくり

◇ 試作機開発や企業立地の支援制度の拡充

- ▶試作機開発:H23~複数年にわたる事業にも柔軟に対応(H22:15件、H23.6月末:5件を支援)
- ▶企業立地:H23~全国トップクラスの支援策に拡充(制度改正後の実績:ものづくり4件)

◇ 技術力のレベルアップに向けた研修の充実、食品加工研究棟の整備

▶技術研修:(機械・金属等)(H22)18コース384名 (食品加工)(H22)18コース481名

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

- 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

## 産業間連携の強化

### 食品加工

#### 計画策定の背景と方向性

- 強みのある第一次産業の生み出す経済効果が他産業に十分に行き渡っていない  
⇒ **食品加工の強化による経済全体の底上げ**

#### 2 年 半 の 総 括

- 付加価値を生み出す農水産加工の取り組みが県内各地で始動。個々の取り組みでは、雇用の創出や売上の増加といった効果が現われ始めたものも・・・
  - ◇ 県内各地で地域資源を活かした農水産加工が30件動き出す  
▶上記30件の経済効果：県補助額約9億円→年間を通したフル稼働による売上目標額(H23)約50億円（純増見込：約17億円）
  - ◇ 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商品化  
▶研究テーマ58件のうち食品関係24件、食品加工の商品化59件 ▶食品分野の研究会：参加数91、事業化プラン認定10件
  - ◇ 企業人材の技術力向上や地域産業を創造リードする人材の育成を支援  
▶食品加工の技術研修 H22：18コース481名  
▶目指せ弥太郎！ 商人塾（実践・応用編）の受講生：38事業者（H22～H23合計）  
▶土佐フードビジネスクリエーターの受講生：95人（H21～H23合計）
  - ◇ 食品表示の適正化、衛生管理の高度化の支援  
▶H22：適正表示の支援266件、高度化研修12講座に422人が受講

#### 乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

- 地域経済全体の底上げにつなげていくには、まだ事業の規模は小さく、広がりも十分でない。また、原材料確保の困難性（少量・多品種、不安定）が規模拡大の障壁
- 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

計画策定の背景と方向性

■ 観光産業が生み出す経済効果が他産業に十分に行き渡っていない  
⇒ **すそ野の広い観光産業の戦略的展開**

2  
年  
半  
の  
総  
括

○ 官民挙げての取り組みが大きな経済効果をもたらすとともに、本県観光の持つポテンシャルを再認識。今後の展開に向けての自信に

龍馬伝の強力な追い風を受けて、

目標とした400万人観光(実績435.9万人)、1000億円産業(実績1010億円) を実現

⇒ **「龍馬であい博」はリーディングプロジェクトとしての牽引役を果たす**

- ◇ 龍馬伝終了後の主要観光施設の入込数はH21を上回る勢い  
▶ H23.1月～7月の主要観光施設の入込は一昨年比で108.8パーセント(幕末志士社中、海洋堂ホビー館を除く主要58施設ベース)
- ◇ 各地で様々な体験プログラムが商品化 ▶ まち歩き、カヌー体験、漁業体験など
- ◇ 地域の新たな核となり得る観光資源が誕生 ▶ 室戸ジオパーク、海洋堂ホビー館など

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

- 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



## 課題:③ 強みである第一次産業さえも弱体化

### 計画策定の背景と方向性

■ 第一次産業の強みが強みでなくなりつつある ⇒ 足腰を強め、新分野へ挑戦

### 第一次産業

○ 農・林・水産業それぞれに、生産から流通、販売までを見通した足腰の強い生産地づくりの取り組みが進展するが、生産基盤の弱体化の改善には未だ至らず

### 2年半の総括

◆ 担い手: 高齢化に伴い全体的に担い手が減少

→ 次代を担う若い世代など新たな就業者が増加、就業形態に変化も出つつある。

林業では全体の就業者数が増加

▶ 農業: 新規就農者 (H20) 114人 → (H21) 161人 → (H22) 197人 → (H23) 234人 (H22から目標170人/年)

▶ 林業: 林業就業者 (H20) 1,541人 → (H21) 1,611人 → (H22) 1,635人 <速報値>

▶ 水産業: 新規漁業就業者: (H20) 28人 → (H21) 34人 → (H22) 39人 (目標22人程度/年)

◇ 農業分野: 産地の強化策や積極的な販促活動などにより、農作物の認知度の向上や、出荷量の増加が図られつつある

▶ IPM技術のマニュアル化 (H20)5品目 → (H22)11品目 ▶ 学び教えあう場の設置 (H20)123ヶ所 → (H22)181ヶ所

▶ こうち型集落営農組織(モデル集落): H23の目標16集落をH22に達成

▶ パートナーシップ量販店でのフェア開催(H22)80回、同店の消費者の高知県取組認知度(H22.6)8% → (H23.2)16.6% [再掲]

▶ 県内緑茶消費量の県内産のシェア(H19)48% → (H22)66%

▶ 県内外での畜産物の新規取扱店舗の開拓(H21.3~H23.3) 土佐あかうし39店、窪川ポーク米豚37店、

土佐ジロー25店、土佐はちきん地鶏141店

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

○ 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**: 森の工場の整備や外商拠点の整備、バイオマスボイラーなど新エネルギーの普及に向けての取り組みが進展。一方で、材価の低迷など極めて厳しい外的環境のもと、林業を取り巻く経営環境の改善には至らず

- ▶ 森の工場(H23.8月): 100工場61事業体 40,536ha
- ▶ 間伐面積: (H21)10,717ha (H22)10,193ha
- ▶ 大消費地に土佐材の流通拠点を設置(9カ所)[再掲]
- ▶ 戸建て住宅の木造率(H20)82.8%→(H22)86.0%

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

- 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
- 成熟した森林資源をダイナミックに活用する仕組みが必要

◇ **水産業分野**: 地産地消・外商活動や、県外消費地市場とのネットワークづくり、カツオ一本釣用活餌の供給開始により、浜値の向上や水揚げの増加などの成果が現われ始める

- ▶ 高知県漁協がキンメダイを主体に神戸、京都等への試験出荷を開始[再掲]
- ▶ 水産物の大消費地市場(大阪、名古屋、築地)と県内産地市場との交流会の開催 計6回[再掲]
- ▶ 黒潮町佐賀でカツオ一本釣用活餌(生きたイワシ)の供給開始 水揚げ量: 供給開始前(H21) 29トン → (H23) 172トン

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

- 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・コストダウン等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

2  
年  
半  
の  
総  
括

○成長が期待される分野において事業化の取り組みを支援。新たなビジネスが動き出し、雇用の創出や売上の増加などの成果が見え始める

◇ 食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツの5テーマで研究会を設置

▶参加企業・支援機関数 (H21) 160 → (H22) 212 → (H23.8) 242

認定された28の事業化プランのうち24件が動き出す 雇用効果18名 売上高(累計)1.2億円

○継続的な誘致活動により新たに21件の企業立地が実現(H21~H23)

◇ 687名の雇創出(フル操業時)

◇ 誘致制度を全国トップレベルに拡充、県内企業の設備投資も後押し

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

○防災関連産業の振興<減災、復旧・復興に向けての技術開発や事業化の支援(成長分野としての支援、産学官連携等)、技術開発や事業化した機器設備等の行政調達促進>

○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

※今年度の改定の柱に位置づけ、対策を強化

2  
年  
半  
の  
総  
括

○林業振興に資する木質バイオマスの本格的な普及に向けての検討が進展。太陽光、小水力、風力の普及に向けての検討が始まる

◇ 施設園芸用や公共施設等を対象に、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の検討が進行中

▶木質バイオマスボイラーの導入台数 (H20以前)21台→(H22)118台

▶木質バイオマスのエネルギーとしての利用 (H19)97,000トン→(H22見込み)131,000トン

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

○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

## 2 地域にある強み(資源)を活かす (地域アクションプランによる地域の取り組み)

### 地域アクションプランによる地域の取り組み

2  
年  
半  
の  
総  
括

○地域での雇用や経済効果につながるなど、成果を伴う取り組みも表われ始める  
一方で、大きな花を咲かせ、地域の基幹産業として根付くまでには更なる取り組みが必要

◇ 県内7ブロックに地域本部を設置。地域産業振興監のもと、関係する職員でチームを組み、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実施

▶ 総合補助金の活用実績、効果

○ 活用実績(H21～H22年度)

・ 76事業者(99事業採択)

・ 総事業費:4,658百万円 うち県補助金額:1,659百万円

○ 経済効果

・ 31事業(H21年度採択事業)のうち25事業で売上が増加

⇒ H22年度売上 約8.8億円/年の増(事業実施前との比較)

▶ 産業振興アドバイザー 139件のべ457回(H21～H22年度合計)

▶ 人材育成 「目指せ弥太郎! 商人塾(実践・応用編)」の受講生:38事業者(H22～H23合計)

乗り越えるべき課題 ⇒ **更なる挑戦!!**

地域経済全体の底上げにつながるような、大きな動きにしていくためには……

○ 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

○ 計画の更なる周知・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)

## 第2回産業振興計画フォローアップ委員会(H23.9.12)の発言(観光関連抜粋)

### 【2年半の取組の総括について】

|     |   |
|-----|---|
| A委員 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光については、マスからニッチな市場への移行が必要ではないか。そして聖地を一杯作っていくこと。</li> <li>・全産業に言えるのは、最終消費地との距離を以下に縮めるか、最終消費地といかに結びつくかということ。観光においても、国際観光でやっているように(台湾)、国内でもどこか特定のところと関係性を築いていくことも考えればどうか。</li> </ul> |
| B委員 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・他県との競争に打ち勝つということも大事だが、他県の力を活用するというのも大事ではないか。例えば東京のアンテナショップで奥田シェフの料理で有名な山形とタイアップする。山形の冬枯れに対して、高知は夏枯れ。メリットは大きいはずだし、国は今後東北支援に相当シフトするはずだから、東北とタイアップするのはその面でも良いのでは。</li> </ul>         |
| C委員 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・今日話を聞いて、全分野に共通するのは「持続可能性」だと感じた。持続できるための収入源として企業の存在がある。その企業がそこにいるその意味を深く考える必要がある。</li> </ul>   |

### 【次のステージに向けた壁への挑戦について】

|     |  |
|-----|--|
| B委員 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・各分野においてしっかりと取り組もうとする姿勢は素晴らしい。こうして正面から挑戦していくことも大事。ただ、発想の逆転も必要ではないか。例えば、究極のリードタイムは現地で食することであり、物流スピードや冷凍技術の云々といっても現地で食することにはかなわない。ここらでその物差しや視点を変えてみる必要があるのではないか。新鮮な現地での食を前面に出すというやり方もあるはず。</li> <li>・観光分野においても、(高知が幸福な県であることを含めて)移住や中長期のステイといった方向へシフトしていく考え方を持ってはどうか。</li> </ul>  |
| C委員 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・総合補助金の使い勝手のことに触れている現場の声はいくつかある。せっかく笛を吹くのだから、踊りやすくしてあげるべき。</li> <li>・他県と競争だけでなく、共同することも大事ではないか。商社への出向経験を持つが、商社にはいろんな県が話を持って来る。しかし、はっきりいって食傷気味。全国区でみると「高知の柚子」ではなく、「四国の柑橘類」ぐらいでないとい見向きもされない。商社のニーズに合致していない。量の確保が単県では無理だろう。</li> <li>・高松に春秋航空が就航した。空港内の免税店の売り上げは倍増したらしいが、その他の影響は聞こえてこない。到着したら安いビジネスホテルに泊まり、関西へ流れていく。帰りも同様。どれだけ県内にお金を落としてくれているか疑問。となれば、瀬戸内海だけでなく太平洋も見せてあげましょうというような連携が必要ではないか。</li> </ul> |
| D委員 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・産振計画の時間軸をどうするかという検討も必要。</li> <li>・総花的なものでなく、ターゲットを明確にした取組が必要。</li> </ul>   |
| E委員 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光を点から線に、そして面にという話があったが、生誕地を巡る時の町並みや電車からの風景が、本当に心に残るものになっているか。街を流れる鏡川も別にきれいではないし、春の桜や秋の紅葉など、この街は季節性を考えたことがあるのか。</li> </ul>   |