

## Ⅱ 産業間の連携戦略

# グローバル化の推進

### 連携テーマ《グローバル化の推進》の取り組みの概要

#### ■ 土佐酒輸出拡大プロジェクト

##### ① 第4期計画ver.4の取り組み

国内の日本酒需要が低下し、販売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に向けた輸出拡大を図ることで、土佐酒や県産酒米の生産量の維持・拡大及び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てまいります。

令和5年度は、現地ニーズに応じた商品開発に向けた支援や、重点市場（米国、中国、欧州等）でのプロモーションを強化してまいります。

#### ■ 農水産物・食品輸出拡大プロジェクト

##### ① 第4期計画ver.4の取り組み

今後、人口減少による国内マーケットの縮小が将来的に避けられない中、農水産物や食品についても、海外市場への輸出を強化していく必要があります。

そのため、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を図るとともに、国内外の商社とのネットワークの構築や海外でのプロモーションの展開等を進めてまいります。

#### ■ 土佐材輸出拡大プロジェクト

##### ① 第4期計画ver.4の取り組み

少子化等の影響を受け、今後、国内の主要な市場である住宅分野での木材需要の減少が懸念されており、新たな需要先の一つとして海外市場での販路開拓に取り組む必要があります。

アメリカへの輸出拡大に向けては、これまでに取り組んだトライアル出荷、視察等の結果を踏まえ、効率的な丸太の調達及び製材品の生産・輸出体制の整備を促進してまいります。

#### ■ 外国人材確保・活躍プロジェクト

##### ① 第4期計画ver.4の取り組み

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おり、令和3年3月に「高知県外国人材確保・活躍戦略」を策定しました。

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ます。そのため、生涯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」を目指してまいります。

#### ■ インバウンド推進プロジェクト

##### ① 第4期計画ver.4の取り組み

今後、国内人口が減少し、日本人をターゲットとした誘客には限界がある中、本県への観光客数の増加に向けては、より一層のインバウンド対策を進めていくことが必要です。

そのため、関係者が連携し、本県の魅力を伝えるプロモーションを通じた認知度向上や、感染防止対策も含めた受入環境整備等を進めることで、来高するインバウンドの増加につなげてまいります。

## 連携テーマプロジェクトシート

|                |                     |             |  |
|----------------|---------------------|-------------|--|
| <b>プロジェクト名</b> | 土佐酒輸出拡大プロジェクト       | <b>目指す姿</b> | 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。 |
| <b>関係部局</b>    | 産業振興推進部、農業振興部、商工労働部 |             | (第4期計画) 【土佐酒の輸出額】 2.8億円(R2) → 7.6億円(R5)  |

◆取り組み内容

| 項目            | 現状・課題  | 実施主体   | 取り組み内容  |
|---------------|--|--|---|
| (1) 市場調査      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○海外で求められる清酒等の嗜好や流通形態を把握することが必要</li> <li>・国や地域によって清酒等の嗜好や流通形態が異なる</li> <li>・EC市場の拡大など市場環境が変化している</li> </ul>        | <p>【主体】<br/>酒造メーカー</p> <p>【支援機関】<br/>地産地消・外商課、海外支援拠点、貿易促進コーディネーター、ジェトロ</p>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○海外市場調査                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県地産地消・外商課：ジェトロのネットワークを活用した現地ニーズ・規制を調査(R4～)</li> <li>・県地産地消・外商課：海外支援拠点(食品海外ビジネスサポーター(米国・欧州・中国)、シンガポール事務所、台湾オフィス)を通じた現地ニーズの収集</li> <li>・酒造メーカー：調査結果を受け、マーケットイン型の地産を強化(R4～)</li> </ul> </li> </ul>  |
| (2) 商品開発      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○海外市場で求められる商品開発に向けて、売れ筋銘柄の酒質・ラベル情報・流通条件等の分析が必要</li> <li>○他県産との差別化が必要</li> <li>○県内酒造メーカーのさらなる醸造技術の向上が必要</li> </ul> | <p>【主体】<br/>酒造メーカー</p> <p>【支援機関】<br/>工業技術センター、工業振興課</p>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>○海外市場での売れ筋商品の分析・試験                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県工業技術センター：海外市場における売れ筋銘柄の味や香り等の成分分析(R5～)</li> </ul> </li> <li>○現地ニーズに応じた商品開発                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県工業技術センター：既存酵母を活用した新商品の開発支援(R5～)</li> <li>・酒造メーカー：県産酒米を導入(実施中)</li> <li>・酒造メーカー：新商品の開発(R5～)</li> </ul> </li> <li>○品質向上に向けた技術支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県工業技術センター：醸造技術の向上に向けた技術指導(実施中)</li> <li>・酒造メーカー：醸造技術の向上(実施中)</li> </ul> </li> </ul>              |
| (3) 商流の構築     | <ul style="list-style-type: none"> <li>○海外との取引の商流を担う国内外の商社とのネットワークの構築が必要</li> </ul>  | <p>【主体】<br/>酒造メーカー</p> <p>【支援機関】<br/>地産地消・外商課、貿易促進コーディネーター、外商公社、ジェトロ</p>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○マッチング・商談会の開催及び国内外の展示会への出展(実施中)</li> <li>○貿易促進コーディネーター及びジェトロによるマッチング支援(実施中)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・酒造メーカー：商談会等により、国内外の新規商社との商流を開拓</li> </ul> </li> </ul>  |
| (4) 海外での外商活動  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○現地商社が行う販路開拓・拡大への後押しが必要</li> <li>○土佐酒の認知度向上に向けたプロモーションが必要</li> <li>・大手酒造メーカーに比べて、土佐酒の認知度が低い</li> </ul>            | <p>【主体】<br/>酒造メーカー、酒造組合、商社</p> <p>【支援機関】<br/>地産地消・外商課、海外支援拠点、貿易促進コーディネーター</p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>○海外支援拠点を通じた現地商社の営業活動の支援(実施中)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県地産地消・外商課：現地キーパーソン(影響力のあるシェフ、メディア等)との関係構築とキーパーソンを通じた情報発信</li> <li>・県地産地消・外商課：飲食店や小売店への訪問等によるPR活動</li> <li>・商社：営業活動を展開</li> </ul> </li> <li>○重点市場(中国、米国、欧州等)での海外プロモーションの展開(実施中→コロナの収束状況に応じて取り組みを強化)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県地産地消・外商課：飲食店での賞味会の開催</li> <li>・県地産地消・外商課：インフルエンサーを活用した情報発信(動画配信、ライブコマースの開催)</li> <li>・酒造メーカー：県産品の認知度向上により、飲食店等への販売やECによるBtoCの販売を拡大</li> </ul> </li> </ul>         |
| (5) 生産体制の強化   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○海外市場で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要</li> <li>○輸出先国から求められるロットに対応できる生産体制の拡大が必要</li> </ul>                                 | <p>【主体】<br/>酒造メーカー</p> <p>【支援機関】<br/>地産地消・外商課、国、中小企業団体中央会、食品衛生協会</p>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>○県内酒造メーカーの品質及び衛生管理レベル向上(実施中)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県地産地消・外商課：県版HACCP第2ステージ以上取得への支援</li> <li>・県地産地消・外商課：品質及び衛生管理の向上に向けた施設整備への支援</li> <li>・酒造メーカー：品質及び衛生管理レベルを向上</li> </ul> </li> <li>○県内酒造メーカーの生産体制を強化(実施中)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県地産地消・外商課：食品加工高度化支援事業費補助金(上限:300万円、下限:30万円、補助率:1/2以内)</li> <li>・県地産地消・外商課：食品加工施設等整備促進事業費補助金(上限:5,000万円、下限:500万円、補助率:1/2以内)</li> <li>・酒造メーカー：生産体制を強化</li> <li>・酒造メーカー：県産酒米を使用した商品の生産を拡大</li> </ul> </li> </ul> |
| (6) 県産酒米の生産拡大 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○県産酒造好適米の品質向上と生産拡大に向けた安定供給体制の確立が必要</li> </ul>   | <p>【主体】<br/>JA高知県、生産者、酒造組合、酒造メーカー</p> <p>【支援機関】<br/>環境農業推進課、農業技術センター、農業振興センター、工業技術センター</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○酒造好適米(「吟の夢」、「土佐麗」)の高品質・安定生産技術の向上及び安定供給体制の確立(実施中)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県農業技術センター：酒造適性、栽培適性に優れた酒米品種の育成・改良</li> <li>・県農業技術センター、県工業技術センター：酒米の品質分析による酒造適性の検証</li> <li>・県環境農業推進課、県農業振興センター：生産地毎の栽培試験や分析結果に基づく栽培指導、現地検討会、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</li> <li>・酒造組合、JA高知県：酒米の安定供給や生産拡大に向けた酒造メーカーと生産者間の需給調整</li> <li>・県環境農業推進課、県農業振興センター：生産者と酒造メーカーとのマッチングなど酒米の産地づくりを支援</li> <li>・生産者、酒造メーカー：酒造好適米の品質向上、安定生産・供給に向けた取り組みを実施</li> </ul> </li> </ul>  |

目的

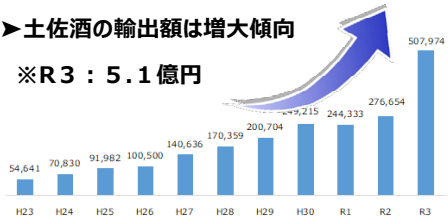
国内での日本酒需要が低下し、生産量が減少する中において、ニーズが高まっている海外市場への輸出拡大を図ることで、土佐酒や県産酒米の生産量を維持・拡大し、県内酒造メーカーの経営安定化と中山間地域の振興につなげる。

**〈産振計画目標〉**  
 ・土佐酒の輸出額：5.1億円 (R3) →7.6億円 (R5)  
 ・県産酒造好適米の使用率：50% (R5)

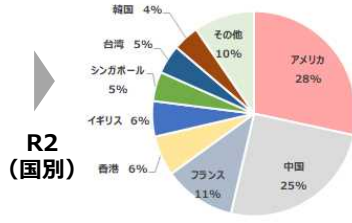
現状・課題

### ▶土佐酒の輸出額は増大傾向

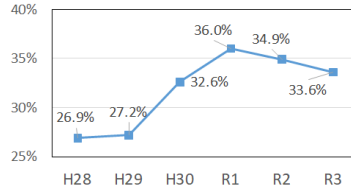
※R3：5.1億円



### 現状



### ▶県産酒造好適米の使用率



### これまでの取り組み

- 輸出商協会への参加等を通じて県内酒蔵の海外への商流確保が進展
- イギリス・ロンドンで土佐酒プロモーションを開始 (H27)
- 海外著名品評会での受賞により、土佐酒の認知度が向上
  - ▶全米日本酒飲評会2017：グランプリ (1社) 準グランプリ (1社)、Kura Master 2019：審査員賞 (1社)、IWC 2022：トロフィー (2社)
- 欧州での高評価を活かして、アジアなどの他地域での認知度が向上
- 高知酵母やユズを使用した土佐酒人気により輸出額が急増 (R2:2.7億円→R3:5.1億円)



## 「土佐酒輸出拡大プロジェクト」による土佐酒の生産、開発、流通・販売における課題の抽出と共有

### 1. 県産酒米の利用拡大

- ① 県産酒造好適米の高品質化と安定生産技術の普及が必要
- ② 酒造メーカーが特性を理解し、酒造りをしやすい酒米の育成・提供が必要

### 2. 売れる商品づくり

- ③ 海外市場で求められる商品の開発に向けて、売れ筋銘柄の酒質、ラベル情報、流通等の分析、他県産との差別化が必要
- ④ 県産酵母の保護が必要

### 3. 生産体制の強化

- ⑤ 海外市場で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要
- ⑥ 輸出先から求められるロットに対応できる生産体制の拡大が必要

### 4. 外商の支援

- ⑦ 海外との取引の商流を担う国内外の商社とのネットワークの構築が必要
- ⑧ 現地商社が行う販路開拓・拡大への後押しが必要
- ⑨ 土佐酒の認知度向上に向けたプロモーションが必要

生産から流通・販売までの関係者が連携した「土佐酒輸出拡大プロジェクト」を立ち上げ、マーケットイン型の輸出を拡大

体制

|    |  |
|----|--|
| 県  | 環境農業推進課 / 農業技術センター / 農業振興センター / 工業技術センター |
| 主体 | JA高知県・生産者・酒造組合・酒造メーカー                    |

|    |                             |
|----|-----------------------------|
| 県  | 工業技術センター / 工業振興課 / 地産地消・外商課 |
| 主体 | 酒造メーカー                      |

|      |                        |
|------|------------------------|
| 県    | 地産地消・外商課 / 工業技術センター    |
| 主体   | 酒造メーカー                 |
| 関係機関 | 国 / 中小企業団体中央会 / 食品衛生協会 |

|      |                              |
|------|------------------------------|
| 県    | 地産地消・外商課 / 工業技術センター          |
| 主体   | 海外支援拠点 / 貿易促進コーディネーター / 外商公社 |
| 主体   | 酒造メーカー・酒造組合・商社               |
| 関係機関 | JETRO                        |

取り組み内容

**県産酒米の生産拡大**

◎酒造好適米の高品質、安定生産技術の向上

- ・実証圃、品種比較試験圃の設置・調査 →「吟の夢」「土佐麗」等
- ・栽培指導の実施、現地検討会の開催
- ・優良品種の育種・選定、安定生産技術の検討 →酒造好適米の奨励品種決定調査、生産力検定試験 (系統選抜の評価)

▶吟の夢の1～2等米比率80%以上

◎酒米品評会による酒造適性の検証

- ・酒米の品質分析による酒造適性の検証 →外観品質、玄米千粒重、玄米タンパク質含有率、心白整粒割合、消化性の分析等

▶酒米の酒造適性を向上  
▶酒米メーカーが県産酒米の使用を拡大

**商品開発**

◎現地ニーズに応じた商品開発支援

- ・海外で好まれているアルコール飲料の解析
- ・海外市場で求められる商品の開発と品質向上のための技術支援 (商品開発、PRツール)

▶工業技術センターがデータ解析・分析により海外市場ニーズを把握し、酒造メーカーと情報共有  
▶酒造メーカーがニーズに合った商品を開発

◎県産酵母の活用と保護

- ・県産酵母の県外流出防止等の検討
- ・県産酵母の長期安定ライブラリー作成

▶契約に基づく酵母の配布

**生産体制の強化**

◎酒造メーカーの品質及び衛生管理レベル向上

- ・県版HACCP第2ステージ以上取得への支援
- ・品質及び衛生管理の向上に向けた施設整備への支援

▶酒造メーカーが品質及び衛生管理レベルを向上

◎酒造メーカーの生産体制を強化

- ・食品加工高度化支援事業費補助金 (上限 300万円、補助率 1/2以内)
- ・食品加工施設等整備促進事業費補助金 (上限 5,000万円、補助率 1/2以内)

▶酒造メーカーが生産体制を強化  
▶酒造メーカーが県産酒米の使用を拡大

**海外でのプロモーション**

◎輸出商社等とのマッチング及び商談会の開催

◎国内外の展示会への出展

▶酒造メーカーが国内外の新規商社との商流を開拓

◎重点市場(米国、中国、欧州等)でのプロモーションの展開

- ・賞味会等の開催及び食品海外ビジネスサポーターによる現地飲食店、酒飯店等へのPR活動
- ・現地キーパーソン (影響力のあるシェフ、インフルエンサー、メディア等) との関係構築とキーパーソンを通じた情報発信

▶現地商社が、営業活動を展開し、販路を開拓  
▶酒造メーカーが、飲食店等への販売やECによるBtoCの販売を拡大

▶ 目指す姿 : 伝統と技術革新に支えられた美味しく新しい『TOSA SAKE』を、官民一体で世界へ発信し、拡大再生産の好循環につなげる!

連携テーマプロジェクトシート

|         |                   |      |   |
|---------|-------------------|------|---|
| プロジェクト名 | 農水産物・食品輸出拡大プロジェクト | 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ティング型の地産の強化、国内外の産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 |
|         | 関係部局              |      | 産業振興推進部、農業振興部、水産振興部   |

◆取り組み内容

| 項目             | 現状・課題   | 実施主体   | 取り組み内容  |
|----------------|---|--|---|
| マーケティング型の地産の強化 | <p>【農産物】<br/>○卸売市場経由の輸出実態の把握</p> <p>○海外で求められるニーズや規制を把握することが必要<br/>・国や地域によって求められるニーズや規制が異なる<br/>・EC市場の拡大など市場環境が変化している</p> <p>○輸出先国の輸入規制(残留農薬等)やニーズ(有機栽培等)への対応が必要</p> <p>○海外市場(特にメーカーや大手小売)で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要</p> | <p>【主体】<br/>農産物生産者、農業協同組合</p> <p>【支援機関】<br/>農産物マーケティング戦略課、地産地消・外商課、海外支援拠点、貿易促進コーディネーター、食品輸出アドバイザー、食品衛生協会、ジェトロ</p>                                    | <p>○輸出ルートの把握<br/>・農産物マーケティング戦略課:卸売市場経由の輸出実態の現状把握と実態に応じた輸出支援(現地産社と連携した販促活動)(R4~)</p> <p>○海外市場調査<br/>・農産物マーケティング戦略課:ジェトロのネットワークを活用した現地ニーズ・規制を調査(R4~)<br/>・農産物マーケティング戦略課:海外支援拠点(食品海外ビジネスサポーター(欧州・米国・中国)、シンガポール事務所、台湾オフィス)を通じた現地ニーズの収集(R4~)<br/>・農産物生産者、食品加工事業者、農業協同組合:調査結果を受け、マーケティング型の地産を強化(R4~)</p> <p>○輸出に取組む産地の育成(R4~)<br/>・農産物マーケティング戦略課:国の輸出事業計画を策定する3品目3産地(ユズ、グロリオサ、いちご)を中心に重点支援<br/>・農産物マーケティング戦略課:バイヤーの産地招聘(R5)</p> <p>○市場ニーズに基づく品目の掘りおこし<br/>・農産物マーケティング戦略課:農産振興部関係部署と連携し、農産物の有機栽培、有機認証の推進(ユズ、茶を中心に)</p> <p>○輸出先の法規制・防疫基準に合わせた生産への支援(R4~)<br/>・農産物マーケティング戦略課:農産振興部関係部署と連携し、残留農薬検査や栽培層の作成により、輸出向け農産物の生産を推進<br/>・農産物生産者、農業協同組合:生産者が輸出先の規制に応じた農産物を生産</p> <p>○欧米市場の有機ニーズへの対応支援(R4~)<br/>・農産物マーケティング戦略課:農産振興部関係部署と連携し、農産物の有機栽培、有機認証の推進(ユズ、茶を中心に)<br/>・農産物生産者、農業協同組合:有機栽培の技術確立に向けた検討</p> <p>○品質及び衛生管理レベル向上支援(実施中)<br/>・農産物マーケティング戦略課:農産HACCP第2ステージ以上取得への支援、衛生管理の国際認証(FSSC22000等)の取得への支援<br/>・農産物生産者、農業協同組合:品質及び衛生管理レベルを向上</p>  |
| マーケティング型の地産の強化 | <p>【水産物】<br/>○海外で求められるニーズや規制を把握することが必要<br/>・国や地域によって求められるニーズや規制が異なる<br/>・EC市場の拡大など市場環境が変化している</p> <p>○海外市場で求められるニーズに対応した商品供給が必要</p> <p>○海外市場で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要(再掲)</p> <p>○輸出先から求められるロットに対応できる生産体制の拡大が必要</p>    | <p>【主体】<br/>養殖事業者、流通加工事業者、水産物輸出促進協議会</p> <p>【支援機関】<br/>水産振興課、地産地消・外商課、海外支援拠点、貿易促進コーディネーター、水産物輸出促進コーディネーター、食品輸出アドバイザー、食品衛生協会、ジェトロ</p>                 | <p>○海外市場調査<br/>・農産物マーケティング戦略課:ジェトロのネットワークを活用した現地ニーズ・規制を調査(R4~)<br/>・農産物マーケティング戦略課:海外支援拠点(食品海外ビジネスサポーター(欧州・米国・中国)、シンガポール事務所、台湾オフィス)を通じた現地ニーズの収集(R4~)<br/>・流通加工事業者、水産物輸出促進協議会:調査結果を受け、マーケティング型の地産を強化(R4~)</p> <p>○事業者の衛生管理体制の強化を支援(実施中)<br/>・水産振興課、農産物マーケティング戦略課:FSMA(米国食品安全強化法)対応や衛生管理の国際認証(米国HACCP等)の取得を目指すため、食品衛生協会と連携し、食品加工事業者の衛生管理体制の強化を支援<br/>・流通加工事業者、水産物輸出促進協議会:支援機関による支援等を活用し、衛生管理を強化</p> <p>○輸出対応型の生産体制の拡充<br/>・水産振興課:新たな水産加工施設の誘致、既存加工施設の機能を強化(実施中)<br/>・農産物マーケティング戦略課:品質及び衛生管理の向上に向けた施設整備への支援(R4~)<br/>・食品加工高効率化支援事業費補助金(上限:300万円、下限:30万円、補助率:1/2以内)<br/>・食品加工施設等整備促進事業費補助金(上限:5,000万円、下限:500万円、補助率:1/2以内)</p> <p>○環境配慮ニーズへの対応支援(R4~)<br/>・流通加工事業者、水産物輸出促進協議会:輸出対応型の生産体制を強化</p> <p>○環境配慮ニーズへの対応支援(R4~)<br/>・水産振興課:環境に配慮した持続可能な方法で生産された養殖業の国際的な認証(ASC、MEL)の取得を支援<br/>・養殖事業者、流通加工事業者、水産物輸出促進協議会:養殖業の国際的な認証制度(ASC、MEL)を取得</p> <p>○冷凍水産物の供給体制の構築(実施中)<br/>・水産振興課:船便で輸出できる冷凍水産物(刺身食材として対応可能)の供給体制構築に向けた支援<br/>・流通加工事業者、水産物輸出促進協議会:船便で輸出できる冷凍水産物(刺身食材として対応可能)の供給体制を構築</p> |
| マーケティング型の地産の強化 | <p>【加工品】<br/>○海外で求められるニーズや規制を把握することが必要<br/>・国や地域によって求められるニーズや規制が異なる<br/>・EC市場の拡大など市場環境が変化している</p> <p>○海外市場で求められるニーズに対応した商品供給が必要</p> <p>○海外市場で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要(再掲)</p> <p>○輸出先から求められるロットに対応できる生産体制の拡大が必要</p>    | <p>【主体】<br/>食品加工事業者</p> <p>【支援機関】<br/>地産地消・外商課、海外支援拠点、貿易促進コーディネーター、食品輸出アドバイザー、食品衛生協会、ジェトロ</p>  | <p>○海外市場調査<br/>・農産物マーケティング戦略課:ジェトロのネットワークを活用した現地ニーズ・規制を調査(R4~)<br/>・農産物マーケティング戦略課:海外支援拠点(食品海外ビジネスサポーター(欧州・米国・中国)、シンガポール事務所、台湾オフィス)を通じた現地ニーズの収集(R4~)<br/>・食品加工事業者:調査結果を受け、マーケティング型の地産を強化(R4~)</p> <p>○現地ニーズに応じた商品開発支援(実施中)<br/>・農産物マーケティング戦略課:食のプラットフォームにおける商品作りワーキングや外部専門家による商品開発支援<br/>・食品加工事業者:輸出先国に応じた商品開発</p> <p>○事業者の衛生管理体制の強化を支援(実施中)<br/>・農産物マーケティング戦略課:FSMA(米国食品安全強化法)対応や衛生管理の国際認証(FSSC22000等)の取得を目指すため、食品衛生協会等と連携し、食品加工事業者の衛生管理体制の強化を支援(実施中)(再掲)</p> <p>○食品加工事業者:支援機関による支援等を活用し、衛生管理を強化</p> <p>○県内事業者の生産体制を強化<br/>・農産物マーケティング戦略課:品質及び衛生管理の向上に向けた施設整備への支援(R4~)<br/>・食品加工高効率化支援事業費補助金(上限:300万円、下限:30万円、補助率:1/2以内)<br/>・食品加工施設等整備促進事業費補助金(上限:5,000万円、下限:500万円、補助率:1/2以内)</p> <p>○食品加工事業者:生産体制を強化</p>  |
| 商流の構築          | <p>○海外との取引の商流を担う国内外の産社とのネットワークの構築が必要</p>  | <p>【主体】<br/>農業協同組合、水産物輸出促進協議会、流通加工事業者、食品加工事業者</p> <p>【支援機関】<br/>地産地消・外商課、農産物マーケティング戦略課、水産振興課、貿易促進コーディネーター、水産物輸出促進コーディネーター、食品輸出アドバイザー、地産外商公社、ジェトロ</p> | <p>○輸出産社等とのマッチング及び商談会の開催、国内外の展示会への出展(実施中)</p> <p>○貿易促進コーディネーター、水産物輸出促進コーディネーター、食品輸出アドバイザー及びジェトロによるマッチング支援(実施中)<br/>・農業協同組合、水産物輸出促進協議会、流通加工事業者、食品加工事業者:商談会等により、国内外の新規産社との商流を開拓</p>   |
| 海外での外商活動       | <p>○現地産社が行う販路開拓・拡大への後押しが必要</p> <p>○農産物の認知度向上に向けたプロモーションが必要</p>  | <p>【主体】<br/>農業協同組合、水産物輸出促進協議会、流通加工事業者、食品加工事業者、産社</p> <p>【支援機関】<br/>地産地消・外商課、農産物マーケティング戦略課、水産振興課、貿易促進コーディネーター、水産物輸出促進コーディネーター、食品輸出アドバイザー、ジェトロ</p>     | <p>○海外支援拠点を通じた現地産社の営業活動の支援(実施中)<br/>・農産物マーケティング戦略課:農産物輸出促進協議会、流通加工事業者、食品加工事業者:現地産社との関係構築とキーパーソンを通じた情報発信<br/>・産社:営業活動を展開</p> <p>○重点市場(米国、欧州、中国等)での海外プロモーションの展開(実施中)<br/>・農産物マーケティング戦略課:展示会への出展、飲食店での賞味会の開催<br/>・農産物マーケティング戦略課:インフルエンサーを活用した情報発信(動画配信、ライブコマースの開催)<br/>・農業協同組合、水産物輸出促進協議会、流通加工事業者、食品加工事業者:現地産社が営業活動を展開し販路開拓、飲食店等への販売やECによるBtoCの販売を拡大</p>   |

目的

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

〈産振計画目標〉

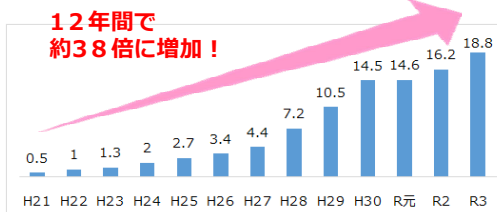
- ・食料品の輸出額：30億円（R5）
- ・ユズの輸出額：3.9億円（R5）
- ・水産物の輸出額：7.2億円（R5）

現状・課題

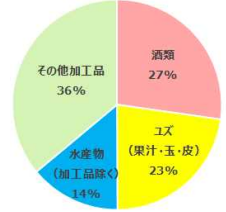
## 現状

【表1】食品輸出額推移

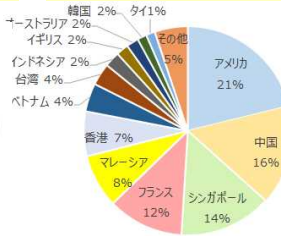
（単位：億円）



【表2】R3品目別輸出額



【表3】R3国別輸出額



## これまでの取り組み

### ●輸出商談会への参加等を通じて海外への商流が確保され食品輸出が大きく伸長

- 農産物
  - ・ユズは過去10年間のプロモーション活動により海外市場での販路が拡大
  - ・青果物（野菜・果物）は卸売業者経由で輸出が継続
- 水産物
  - ・養殖魚を中心に、輸出に対応した加工施設の整備や機能強化が進展
- 加工品
  - ・これまでの外商活動によりユズ加工品、菓子類、茶加工品等の輸出が拡大



## 見えてきた課題

### 生産体制（地産）の課題

- 農産物**
- 輸出先国の輸入規制（残留農薬等）やニーズ（有機栽培等）への対応が必要
  - 海外市場で求められる品目の掘りおこし、品質及び衛生管理レベルへの対応が必要

### 加工品、水産物

- 海外市場で求められるニーズに対応した商品供給が必要
- 海外市場で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要
- 輸出先から求められるロットに対応できる生産体制の拡大が必要

### 外商の課題

- 海外で求められるニーズや規制を把握することが必要
- 国内外の商社とのネットワークの構築が必要
- 現地商社が行う販路開拓・拡大への後押しが必要
- 県産品の認知度向上に向けたプロモーションが必要

生産から流通・販売までの関係者が連携した「農水産物・輸出拡大プロジェクト」を立ち上げ、マーケットイン型の輸出を拡大

体制

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| 県  | 農産物マーケティング戦略課 / 農業振興センター / 地産地消・外商課 |
| 主体 | 農業協同組合 / 生産者                        |

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| 県  | 地産地消・外商課 / 水産業振興課                   |
| 主体 | 食品加工事業者 / 養殖事業者 / 水産物輸出促進協議会 / 貿易協会 |

|      |  |
|------|--|
| 県    | 地産地消・外商課 / 農産物マーケティング戦略課 / 水産業振興課 / 海外支援拠点 / 貿易協会 / 外商公社 |
| 主体   | 食品加工事業者 / 農業協同組合 / 水産物輸出促進協議会 / 商社                       |
| 関係機関 | JETRO  |

取り組み内容

**輸出に対応する産地づくり** (課題①)

- ◎輸出に取り組む産地の育成
  - ・国の輸出事業計画を策定する3品目3産地（ユズ、グロリオサ、いちご）を中心に重点支援
- ◎市場ニーズに基づく品目の掘りおこし
  - ・バイヤーの産地招聘
- ◎輸出先の法規制・防疫基準に合わせた生産への支援
  - ・残留農薬検査や栽培層の作成により、輸出向け農産物の生産を推進
  - ▶生産者が、輸出先の規制に応じた農産物を生産
- ◎欧米市場の有機ニーズへの対応支援
  - ・農産物の有機栽培、有機認証の推進（ユズ、茶を中心に）
  - ▶生産者が、農産物を有機栽培、有機認証を取得

**生産体制の強化** (課題②)

- ◎品質及び衛生管理レベル向上支援
  - ・県版HACCP第2ステージ以上取得への支援
  - ・衛生管理の国際認証（FSSC22000等）の取得への支援
  - ▶農業協同組合等のユズ搾汁事業者が、品質及び衛生管理レベルを向上

**輸出に対応する商品づくり** (課題③)

- ◎食品輸出アドバイザーによる新たな事業者や商品の掘りおこし
- ◎水産物輸出促進コーディネーターによる商品開発支援
  - ▶事業者が、①新たに輸出にチャレンジ ②輸出向け商品を開発
- ◎水産物に求められる環境保護ニーズへの対応支援
  - ・環境に配慮した持続可能な方法で生産された養殖業の国際的な認証（ASC、MEL）の取得を支援
  - ▶養殖事業者、水産加工事業者が、認証を取得

**生産体制の強化** (課題④⑤)

- ◎品質及び衛生管理レベル向上
  - ・県版HACCP第2ステージ以上取得への支援
  - ・FSMA（米国食品安全強化法）対応や衛生管理の国際認証（FSSC22000等）の取得支援
  - ▶食品加工事業者、水産加工事業者が、品質及び衛生管理レベルを向上
- ◎県内事業者の生産体制を強化
  - ・食品加工高度化支援事業費補助金（上限：300万円、下限：30万円、補助率：1/2以内）
  - ・食品加工施設等整備促進事業費補助金（上限：5,000万円、下限：500万円、補助率：1/2以内）
  - ・水産加工施設の誘致や既存施設の機能強化支援
  - ・船便で輸出できる冷凍水産品（刺身食材として対応可能）の供給体制を構築
  - ▶食品加工事業者、水産加工事業者が、生産体制を強化

**市場調査** (課題⑥)

- ◎海外市場調査
  - ・海外支援拠点（食品海外ビジネスサポーター・シンガポール事務所・台湾オフィス）やJETROを通じた現地ニーズや規則の収集
  - ▶市場調査を踏まえ、事業者が、マーケットイン型の地産を強化

**商流構築** (課題⑦)

- ◎輸出商社等とのマッチング及び商談会の開催
- ◎国内外の展示会への出展
- ◎貿易促進コーディネーター、水産物輸出促進コーディネーター及びJETROによるマッチング支援
  - ▶商談会等により、事業者が、国内外の新規商社との商流を開拓

**海外でのプロモーション** (課題⑧⑨)

- ◎重点市場（米国、中国、欧州等）での海外プロモーションの展開
- ◎賞味会等の開催及び食品海外ビジネスサポーターによる現地飲食店等へのPR活動
- ◎現地キーパーソン（影響力のあるシェフ、インフルエンサー、メディア等）との関係構築とキーパーソンを通じた情報発信
  - ▶現地商社が、営業活動を展開し、販路開拓
  - ▶事業者が、飲食店等への販売やECによるBtoCの販売を拡大

## 連携テーマプロジェクトシート

|                |               |             |   |
|----------------|---------------|-------------|---|
| <b>プロジェクト名</b> | 土佐材輸出拡大プロジェクト | <b>目指す姿</b> | 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。 |
| <b>関係部局</b>    | 林業振興・環境部、土木部  |             | <b>(第4期計画) 【県産材製品の輸出量】 1.7千m3(R2) → 3.0千m3(R5)</b>  |

◆取り組み内容

| 項目          | 現状・課題  | 実施主体   | 取り組み内容   |
|-------------|--|--|--|
| アメリカ向け輸出の拡大 | <p><b>【現状】</b><br/>                     アメリカにおける住宅着工戸数(戸建て計)は、コロナ禍による在宅需要の増加と住宅ローンの低金利により増加傾向が続き、令和4年4月には181万戸(年率換算)まで上昇。<br/>                     その後、同年5月からは住宅ローン金利の急騰を受け下落傾向が続き、12月の戸数(年率換算)は138万戸とピーク時から大きく減少。<br/>                     令和5年も世界的に厳しい経済情勢となることが指摘されており、前述の厳しさが長く続くことが懸念される状況。</p> <p><b>【課題】</b><br/>                     木材輸出を取り巻く情勢が大きく変化中、先を見通すことが難しく、アメリカに向けた輸出拡大の取組についても、市場の動向を見極めながら進めて行くことが必要。<br/>                     国内先行地の取組状況も踏まえながら、今後の市場の変化に柔軟に対応できる体制を構築していくことが必要。</p> | <p><b>【関係事業者】</b><br/>                     高知米国市場開拓協議会</p> <p><b>【県】</b><br/>                     木材産業振興課<br/>                     港湾振興課</p> | <p>高知米国市場開拓協議会において、令和4年度に実施した、先行地視察、トライアル出荷、アメリカ市場視察の結果を踏まえ、効率的な丸太の調達及び製材品の生産・輸出体制の整備を促進する。</p> <p>&lt;関連する取組&gt;<br/>                     引き続き韓国等、現在取引のあるエリアでの販売量拡大に向けた商談実施等への支援に取り組む。<br/>                     さらに、輸出エリアの拡大に向け、コロナ禍において渡航を伴わない形で実施した令和3年の常設展示(3ヶ月間)・web商談の取組が十分な成果に至ることができなかった「台湾」について、検製品を中心とした再度のアプローチに向け取り組む。</p> |

## バージョンアップのポイント

- 現在取引のあるエリアでの販売量拡大に向けた取組に加え、**輸出実績の少ないエリアへの販路開拓**に向けた取組を促進

## 現状

- 高知県からの輸出量 **1,313m<sup>3</sup>** (R3年度：財務省貿易統計)
  - \* 内訳：韓国 1,050m<sup>3</sup>、中国 221m<sup>3</sup>、ベトナム 42m<sup>3</sup>
  - \* 過去実績：H30:2,044m<sup>3</sup>、R1:1,927m<sup>3</sup>、R2:1,674m<sup>3</sup>

## 課題

- 県内において輸出に取り組む木材関係事業者の増加が必要
- 韓国等、現在取引のあるエリアでの販売量拡大に向けた商談等に取り組むことが必要
- 新たな輸出エリアの開拓が必要



## 取組内容

### ◆海外への販売促進

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

#### ①木材製品の輸出拡大に向けた取組支援【継続】

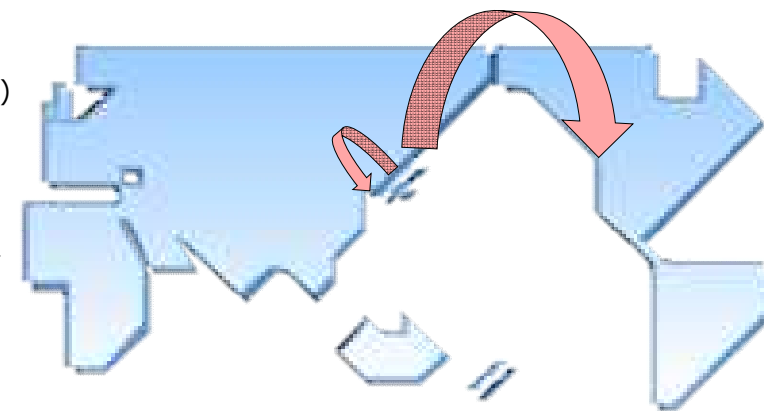
- ・県内事業者が行う輸出拡大に向けた営業・商談、トライアル出荷、見本市出展等の取組を支援（全地域対象）

#### ②土佐材輸出拡大プロジェクト（アメリカ市場へのアプローチ）【継続】<連携テーマ>

- ・高知米国市場開拓協議会が取り組む、生産加工等の体制構築、事業効果の検証・改善等の取り組みを支援
  - ⇒ コロナ禍の影響や日本国内のウッドショックによる木材価格高騰、アメリカ市場における住宅金利の上昇など、情勢が大きく変化 → 当初予定していた計画の推進が難しい状況（R3、4）
    - R5：R4年度に実施したアメリカ市場調査の結果等を踏まえ、生産・輸出体制の整備を促進

#### ③新たな市場の開拓（台湾市場へのアプローチ）【新規】

- ・海外のバイヤーとマッチングする機会を創出するため、**台湾でのリアル商談会**の開催



\*（第4期計画）【県産材製品の輸出量】目標値 2.8千m<sup>3</sup>(R4) → 3.0千m<sup>3</sup>(R5)

## 目指す姿

県内事業者が自ら行う輸出拡大に向けた営業・商談等への支援及び台湾でのリアル商談会の開催を通じて、**既存取引の拡大、輸出に関わるプレーヤーの増加、輸出エリアの拡大**に取り組むことにより **木材製品の輸出拡大を図る**

## 連携テーマプロジェクトシート

|                |   |             |   |
|----------------|---|-------------|---|
| <b>プロジェクト名</b> | 外国人材確保・活躍プロジェクト   | <b>目指す姿</b> | 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おり、令和3年3月に「高知県外国人材確保・活躍戦略」を策定。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ため、生涯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。 |
| <b>関係部局</b>    | 総務部、危機管理部、健康政策部、子ども・福祉政策部、文化生活スポーツ部、産業振興推進部、中山間振興・交通部、商工労働部、観光振興部、農業振興部、林業振興・環境部、水産振興部、土木部、教育委員会、警察本部、公営企業局 |             | <b>【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】</b><br><b>（第4期計画）</b> (R2)2,236人 → (R5)3,150人 ※高知県外国人材確保・活躍戦略(R3.3策定)の目標値  |

◆取り組み内容

| 項目                          | 現状・課題  | 実施主体  | 取り組み内容   |
|-----------------------------|--|---|--|
| 海外から優秀な人材を確保<br>《戦略の柱1》     | <p>○ 意欲ある人材を安定的に受け入れるためには、送り出し国側との良好な関係構築が必要</p>   | <p><b>【関係事業者】</b><br/>高知県中小企業団体中央会、監理団体、県内事業者(ミッション団)</p> <p><b>【県】</b><br/>雇用労働政策課、文化国際課、工業振興課、環境農業推進課 ほか</p>        | <p>○ 人材送り出し国との連携強化に向けた人材交流の推進</p> <p><b>新</b> ターゲット国(ベトナム、インド、フィリピン)や事業者からのニーズが高いインドネシアの総領事館等と情報交換を行うとともに、現地へのミッション団派遣や訪問を継続し、相手国のキーパーソンとの関係を構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ベトナム: ラムドン省とのMOUを活用した連携<br/>ベトナム人国際交流員の配置による友好交流</li> <li>* インド: タミル・ナードゥ州農業省を訪問し、本県の農業について説明<br/>(本県の最新技術を説明し、技術連携のメリットをアピール)</li> <li><b>新</b> インドネシア: 大阪の総領事館、現地行政府や日本総領事館等を訪問し、新たに人的ネットワークを構築</li> <li><b>新</b> 東ティモール: 日本初となる技能実習生7名の受け入れと定着を支援</li> </ul>   |
|                             | <p>○ 高知県で働くこと・生活することの魅力を整理し、パッケージ化して送り出し国にPRすることが必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人にとって高知県の認知度は低く、賃金も安価なことから就労先として選ばれにくい</li> </ul>  | <p><b>【関係事業者】</b><br/>高知県中小企業団体中央会、講習会等開催事業者</p> <p><b>【県】</b><br/>雇用労働政策課、工業振興課、医療政策課、地域福祉政策課、環境農業推進課、森づくり推進課 ほか</p> | <p>○ 高知で働くこと・生活することの魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「温暖な気候」や「雄大な自然」、「人の優しさ」など、高知の働きやすさ、住みやすさをアピールする動画の配信(製造業・介護・農業)</li> </ul> <p>○ 高知ならではのスキルアップ支援の仕組みづくりと魅力をパッケージ化したPR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他県との差別化を図るため、「高知県には様々な「安心して学べる場」があり、実習生の生涯賃金をアップさせるためのスキルを身につける環境が整備されている」ことを送り出し国にアピール</li> <li>* 外国人材のスキルアップに取り組む事業者への助成</li> <li>* 県立高等技術学校において、外国人向けに職者訓練を実施</li> <li>* 外国人看護師候補者の日本語能力習得と研修支援体制充実に対する助成</li> <li>* 外国人介護人材の受入施設等が実施する学習支援に対する助成</li> <li><b>新</b> 母国語での農作業マニュアルの作成支援(R4:3品目→R5:品目拡大)</li> <li>* 県立林業大学校での外国人材のスキルアップを支援</li> </ul> <p>・外国人材を活用して現地拠点の確立に取り組む企業への助成</p> <p><b>新</b> ベトナム ラムドン省において入国前講習を実施する現地送り出し機関に対する支援</p> |
| 県内における就労・相談体制の充実<br>《戦略の柱2》 | <p>○ 外国人雇用に向けた理解を深めていくことが必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人材の活用に関心のある事業者は多いものの、雇用に踏み出せていない県内事業者が多数存在する</li> </ul> <p>○ 留学生等と県内事業者との出会いの場が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・留学生等の県内就労ニーズは一定あるが、事業者にアプローチする機会がほぼない</li> <li>・県内企業にとっても、高度人材を中心に雇用ニーズはあるが、対象者となる就労希望者との接点が少ない</li> </ul> | <p><b>【関係事業者】</b><br/>高知県中小企業団体中央会</p> <p><b>【県】</b><br/>雇用労働政策課、工業振興課、環境農業推進課、水産振興課、森づくり推進課、土木政策課 ほか</p>             | <p>○ 事業者向け説明会・個別相談等の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「外国人材確保・活躍ガイドブック(R3作成)」を活用した事業者向けの「制度説明会」や「個別相談」等を実施し、外国人雇用制度の概要や県内取組事例を、より多くの事業者へPR</li> <li>・製造業・農業・漁業・林業・建設業等でも分野に特化した制度説明会等を開催</li> </ul> <p>○ 県内企業への就職を目指したマッチングの場づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内企業と外国人材(留学生やJETプログラム参加者)とのマッチングの場づくり(企業との交流会や企業訪問ツアーの開催)</li> </ul> <p>○ 外国人雇用実態調査の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後の外国人材確保に向けた取組を推進するため、県内企業における外国人材の雇用状況や監理団体の受入状況やニーズを把握</li> </ul>   |



## 連携テーマプロジェクトシート

|                |   |                |   |
|----------------|---|----------------|---|
| <b>プロジェクト名</b> | 外国人材確保・活躍プロジェクト   | <b>目指す姿</b>    | 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おり、令和3年3月に「高知県外国人材確保・活躍戦略」を策定。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ため、生涯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。 |
| <b>関係部局</b>    | 総務部、危機管理部、健康政策部、子ども・福祉政策部、文化生活スポーツ部、産業振興推進部、中山間振興・交通部、商工労働部、観光振興部、農業振興部、林業振興・環境部、水産振興部、土木部、教育委員会、警察本部、公営企業局 | <b>(第4期計画)</b> | 【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】<br>(R2)2,236人 → (R5)3,150人 ※高知県外国人材確保・活躍戦略(R3.3策定)の目標値  |

◆取り組み内容

| 項目                           | 現状・課題   | 実施主体   | 取り組み内容   |
|------------------------------|---|--|--|
| 地域の一員としての受入れ態勢の充実<br>≪戦略の柱3≫ | <p>○ <u>外国人や事業者の困りごとに適切に対応する相談窓口が必要</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本語が十分理解できず、自らの困りごとをどこに相談して良いか悩んでいる外国人が多い</li> <li>・在留資格や入管手続などを含め、外国人の生活をフォローしていくためには多くの情報が必要だが、事業者自らがすべて理解するのは容易ではない</li> </ul> <p>○ <u>外国人が入居できる住宅の確保が必要</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人であることを理由に入居を断られるケースがある</li> </ul> <p>○ <u>日本で暮らす外国人にとって日本語の理解が必要</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生活や仕事をしていくにあたり、日本語能力が求められるが、十分でない外国人材も存在する</li> </ul> <p>○ <u>外国人の満足度を上げるためには、暮らしやすい高知県であることが必要</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多言語対応や外国人向け行政サービスが十分ではない</li> </ul> | <p>【関係事業者】<br/>高知県外国人生活相談センター(ココフォーレ)、市町村、国際交流団体 ほか</p> <p>【県】<br/>雇用労働政策課、文化国際課、危機管理・防災課、住宅課、ほか</p> | <p>○ <u>外国人生活相談センター(ココフォーレ)の相談体制の強化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総合窓口であるココフォーレで、外国人材や事業者からの相談にきめ細かく対応するために、出入国在留管理局や外国人技能実習機構などのココフォーレ運営協議会構成機関と引き続き連携するとともに、オンライン相談対応、法律相談会を実施</li> </ul> <p>○ <u>外国人が入居可能な住宅の確保策のPR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県営住宅の空き室への入居促進、高知県居住支援協議会を通じたセーフティネット住宅の登録の促進、市町村への支援を通じた地域での空き家・空き室の再生活用の促進</li> </ul> <p>○ <u>日本語教育の一層の推進</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「日本語教育総括コーディネーター」による地域日本語教育の新規開設や運営に向けた支援の強化</li> <li>・日本語教育に関する域内の在住外国人や事業者のニーズを把握するための実態調査を実施(R4)</li> <li>・在住外国人が多く、日本語教室が行われていない市部(空白地域)における日本語教室スタートアップ支援や日本語ボランティアの養成</li> <li>④ <u>地域における日本語教室の運営に対する技術的な支援の強化(ツールの作成や研修等)</u></li> </ul> <p>○ <u>安心・快適に生活できる生活環境の整備</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県防災アプリの多言語化対応、普及促進</li> <li>・オーテピア高知図書館における多文化サービス(外国人や事業者等が活用できる資料と情報収集機会)の充実と市町村への普及</li> <li>※その他、関連する部局において、行政サービスの多言語化や災害時における「災害多言語支援センター」の開設など、生活環境の整備を促進</li> </ul> <p>○ <u>地域との交流促進</u></p> <li>④ <u>外国人材と地域の方が交流を図る取組を行っている監視団体等を支援(R4:1団体→R5:3団体)</u></li> |

# 外国人材確保・活躍プロジェクトの推進

<外01>

戦略策定の趣旨 ～高知県外国人材確保・活躍戦略より～

外国人材の確保を推進し、受け入れた人材の生活を支え、定着及び活躍の促進を図る環境整備に取り組むことにより、各産業分野の外国人材確保を図る。

【戦略の柱①】 海外から優秀な人材を確保

【戦略の柱②】 県内における就労・相談体制の充実

【戦略の柱③】 地域の一員としての受入れ態勢の充実

## これまでの主な取組

- 【戦略の柱①】
- ・ミッション団派遣などを通じた人材送り出し国との関係強化
  - ・高知をPRする動画の作成 など
- 【戦略の柱②】
- ・外国人雇用の理解を促進するための説明会の開催 など
- 【戦略の柱③】
- ・外国人生活相談センターの運営
  - ・外国人労働者が入居できる住宅の確保 など

## 課題

- 【戦略の柱①】
- ・高知県の認知度は低く、賃金も安価なことから就労先として選ばれにくい
- 【戦略の柱②】
- ・外国人材の活用に関心のある事業者は多いが、雇用に踏み出せていない事業者が多数存在
- 【戦略の柱③】
- ・外国人が安心して生活できる生活環境の一層の整備

## 今後の方向性

- 【戦略の柱①】
- ・意欲ある人材を安定的に受け入れるための送り出し国側との良好な関係構築、高知県の魅力をパッケージ化したPR
- 【戦略の柱②】
- ・外国人雇用制度に対する県内事業者の理解促進、外国人材と県内事業者の出会いの場
- 【戦略の柱③】
- ・困りごとに対応する相談窓口の設置、高知で暮らす外国人への日本語教育、外国人が入居できる住宅の確保、生活しやすい生活環境の整備
- 高知で働く外国人材の満足度を高め、賃金以外の面での魅力を向上させることで、外国人材から「選ばれる高知県」を目指す。

## 今後の方向性

162  
① 人材確保

- 意欲ある人材を安定的に受け入れるための送り出し国側との良好な関係構築
- 高知県の魅力をパッケージ化したPR

<部局連携ポイント>

- 継続的な友好関係の構築と各部局のネットワークを活かした新たな送り出し国の掘り起こし
- どの産業分野でも、高知に来る外国人材がスキルアップできる仕組みづくり

② 就労・相談体制

- 外国人雇用制度に対する県内事業者の理解促進
- 外国人材と県内事業者の出会いの場

<部局連携ポイント>

- 各産業分野における事業者の外国人材ニーズの把握と外国人材活用の普及

③ 受入態勢

- 困りごとに対応する相談窓口の設置
- 外国人が入居できる住宅の確保
- 高知で暮らす外国人への日本語教育
- 生活しやすい生活環境の整備

<部局連携ポイント>

- 外国人材にとって「住みやすい高知県」の追求

## R 5年度取り組み

- 人材送り出し国との連携強化に向けた人材交流の推進
  - 拡** ターゲット国（ベトナム、インド）や事業者のニーズが高いインドネシアへの訪問およびベトナム・ラムドン省とのMOUを活用した連携
    - ベトナム：ダラット職業訓練学校やダラット大学職員等、ベトナム人材の送り出しのキーパーソンを招へいし本県の魅力をPR
    - ベトナム人国際交流員の配置により、ラムドン省との円滑なやり取りを引き続き実施
    - インド：タミル・ナドゥ州農業省を訪問し、本県の農業について説明。（本県の最新技術を説明し、技術連携のメリットをアピール）
    - 新** インドネシア：大阪の総領事館、現地行政府や日本総領事館等を訪問し、新たに人的ネットワークを構築
    - 新** 東ティモール：日本初となる技能実習生7名の受け入れと定着を支援
  - 高知で働くこと・生活することの魅力発信
    - ・「温暖な気候」や「雄大な自然」、「人の優しさ」など、高知の働きやすさ、住みやすさをアピールする動画の配信（製造業・介護・農業の業種ごとや、暮らし、教育、留学）
  - 高知ならではのスキルアップ支援の仕組みづくりと魅力をパッケージ化したPR
    - ・他県との差別化を図るため、「高知県には様々な「安心して学べる場」があり、実習生の生涯賃金をアップさせるためのスキルを身につける環境が整備されている」ことを送り出し国にアピール
    - ・外国人材のスキルアップに取り組む事業者への助成
    - ・県立高等技術学校において、外国人向けに職者訓練を実施
    - ・外国人介護人材の受入施設等が実施する学習支援に対する助成
    - 拡** 母国語での農作業マニュアルの作成支援（R4：3品目→品目拡大）
    - ・県立林業大学校での外国人材のスキルアップを支援
- 新** ラムドン省において入国前講習を実施する現地送り出し機関に対する支援
  - ・本県から帰国した外国人材を活用して現地拠点の確立に取り組む企業への助成

- 事業者向け説明会・個別相談等の実施
  - ・「外国人材確保・活躍ガイドブック（R3作成）」を活用した事業者向けの「制度説明会」や「個別相談」等を実施し、外国人雇用制度の概要や県内取組事例を、より多くの事業者にPR（各産業分野に特化した説明会等も開催）
  - 県内企業への就職を目指したマッチングの場づくり
    - ・県内企業と外国人材（留学生やJETプログラム参加者）とのマッチングの場づくり（企業との交流会や企業訪問ツアーの開催）
  - 外国人雇用実態調査の実施
  - 新** 今後の外国人材確保に向けた取組を推進するため、県内企業における外国人材の雇用状況や監理団体の受入状況やニーズを把握

- 外国人生活相談センター（ココフォーレ）の相談体制の強化
  - ・総合窓口であるココフォーレで、外国人材や事業者からの相談にきめ細かく対応するために、関係機関と引き続き連携するとともに、オンライン相談対応、法律相談会を実施
  - 外国人が入居可能な住宅の確保策のPR
    - ・県営住宅の空き室への入居促進、高知県居住支援協議会を通じたセーフティネット住宅の登録の促進、市町村への支援を通じた地域での空き家・空き室の再生活用の促進
  - 日本語教育の一層の推進
    - ・「日本語教育総括コーディネーター」による地域日本語教育の新規開設や運営に向けた支援の強化
  - 拡** 地域における日本語教室の運営に対する技術的な支援の強化（ツールの作成や研修等）
    - 安心・快適に生活できる生活環境の整備
      - ・国際交流協会や技能実習生監理団体などと連携した高知県防災アプリの普及推進
      - ・オーテピア高知図書館における多文化サービス（外国人や事業者等が活用できる資料と情報収集機会）の充実と市町村への普及
    - 地域との交流促進
  - 拡** 外国人材と地域の方が交流を図る取組を行っている監理団体等を支援（R4：1団体→R5：3団体）

## 連携テーマプロジェクトシート

|                |                                       |             |  |
|----------------|---------------------------------------|-------------|--|
| <b>プロジェクト名</b> | インバウンド推進プロジェクト                        | <b>目指す姿</b> | 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繋げる。 |
| <b>関係部局</b>    | 観光振興部、産業振興推進部、子ども・福祉政策部、中山間振興・交通部、土木部 |             | <b>(第4期計画) 【外国人延べ宿泊者数】 9.5万人泊(R元) → 8万人泊(R5)</b>       |

◆取り組み内容

| 項目                    | 現状・課題   | 実施主体   | 取り組み内容  |
|-----------------------|---|--|---|
| 観光コンテンツの充実・受入環境の整備    | <p><b>【現状】</b><br/>外国人延べ宿泊者数 8,400人泊(R4.1~R4.11 速報値)<br/>※R元年同期 86,760人泊(速報値) → R元年同期比:9.7%<br/>[要因]<br/>・新型コロナウイルス感染症による渡航制限<br/>(R4.10月~ 制限緩和)</p> <p><b>【課題】</b><br/>①本県の魅力が訴求しきれておらず、観光地としての認知度が低い<br/>②インバウンド対応可能な事業者・施設の充実が必要<br/>③現地旅行会社や航空会社に高知の魅力を継続的に伝えることが必要<br/>④国籍、宗教、障害の有無等に関係なく、全ての旅行者に快適な観光を提供することが必要</p> | <p><b>【県】</b><br/>国際観光課<br/>地域観光課<br/>観光政策課(おもてなし室)<br/>障害福祉課<br/>交通運輸政策課</p> <p><b>【関係事業者】</b><br/>観光コンベンション協会</p>                    | <p>①インバウンド対応可能な観光コンテンツの発掘及び磨き上げ<br/>②高知龍馬空港における受入の調整・検討<br/>③ユニバーサルツーリズム(食文化、障害者、高齢者など)への対応促進</p> |
| 海外に向けたセールス&プロモーションの推進 | <p><b>【現状】</b><br/>外国人客船の寄港数 0回(R4.4~R5.1)<br/>※前年同期 0回(R2以降、実績なし)<br/>[要因]<br/>・新型コロナウイルス感染症による渡航制限<br/>(R5.3月~ 外国人客船の国内運航再開予定)</p> <p><b>【課題】</b><br/>①新規に日本就航を予定している欧州・中国の船社等へ、高知の魅力をPRすることが必要<br/>②多様な客船の誘致に向けて、ラグジュアリー層に対応した体験型観光メニューなど、観光コンテンツの磨き上げが必要<br/>③寄港時における高知市中心市街地での案内機能の充実が必要</p>                         | <p><b>【県】</b><br/>国際観光課<br/>地域観光課<br/>観光政策課(おもてなし室)<br/>港湾振興課<br/>港湾・海岸課</p> <p><b>【関係事業者】</b><br/>高知県高知港外国客船受入協議会<br/>観光コンベンション協会</p> | <p>①重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力を伝えるプロモーションの推進<br/>②現地旅行会社等への旅行商品造成の働きかけ</p>                           |
| 船会社への誘致活動と受入体制の整備     | <p><b>【現状】</b><br/>外国人客船の寄港数 0回(R4.4~R5.1)<br/>※前年同期 0回(R2以降、実績なし)<br/>[要因]<br/>・新型コロナウイルス感染症による渡航制限<br/>(R5.3月~ 外国人客船の国内運航再開予定)</p> <p><b>【課題】</b><br/>①新規に日本就航を予定している欧州・中国の船社等へ、高知の魅力をPRすることが必要<br/>②多様な客船の誘致に向けて、ラグジュアリー層に対応した体験型観光メニューなど、観光コンテンツの磨き上げが必要<br/>③寄港時における高知市中心市街地での案内機能の充実が必要</p>                         | <p><b>【県】</b><br/>国際観光課<br/>地域観光課<br/>観光政策課(おもてなし室)<br/>港湾振興課<br/>港湾・海岸課</p> <p><b>【関係事業者】</b><br/>高知県高知港外国客船受入協議会<br/>観光コンベンション協会</p> | <p>①船会社への誘致活動(海外見本市への出展、トップセールス等)<br/>②寄港時における案内機能の充実</p>   |

## 【プロジェクトの目的】

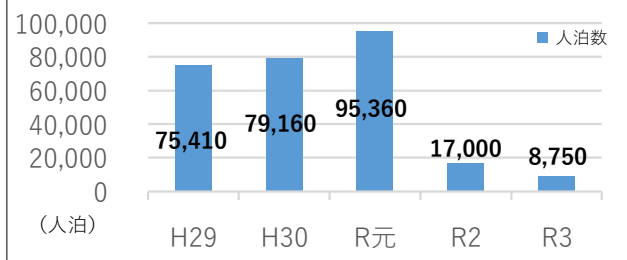
- ・国内人口が減少し、日本人をターゲットとした誘客には限界がある中、インバウンド対策のより一層の推進が必要
- ・関係者が連携して、課題（認知度向上・受入環境整備など）解決を図ることで、来高するインバウンドの増加に繋げる

## 〈産振計画目標〉

- ・外国人延べ宿泊者数8万人泊（R5）
- ・国際航空便：調整中 ※「高知龍馬空港・航空ネットワーク成長戦略アクションプラン」改訂にあわせて検討中
- ・外国客船：調整中 ※「高知新港振興プラン」改訂にあわせて検討中

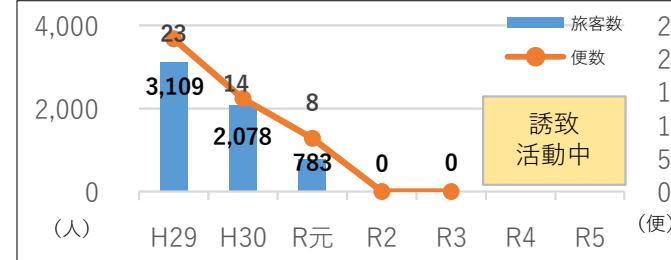
## 県内の現状

### ▶外国人延べ宿泊者数



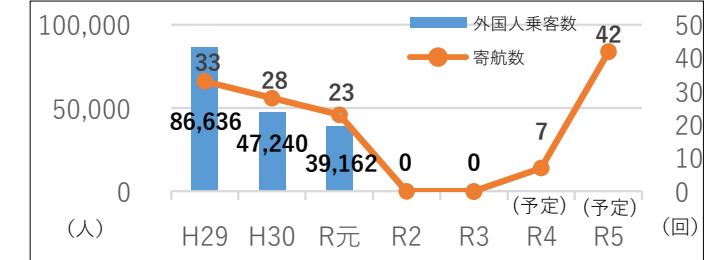
- ・H28～H30まで、3年連続で7万人泊台
- ・R元に95,360人泊で過去最高となったが、全国最下位
- （出典：観光庁宿泊旅行統計調査（従業員数10人未満の施設を含む））

### ▶国際航空便の就航状況



- ・H29年度は23便の運航があったが、国内線の増便により、駐機スポットの混雑、臨時的なCIQのスペース確保、ハンドリング体制の確保などが支障となり、便数が減少

### ▶外国客船の寄港状況



- ・H26に大型客船が着岸可能な岸壁が完成し、H29に過去最高の寄港数（邦船との合計数で全国16位）
- ・H30以降は中国発クルーズの減少に伴い、寄港数・乗客数ともに減少

## 課題

### 164 (1) 観光地・高知の認知度向上や受入環境の整備が必要

- ①本県の魅力が訴求しきれておらず、観光地としての認知度が低い
- ②インバウンド対応可能な事業者・施設の充実が必要
- ③現地旅行会社や航空会社を高知の魅力を継続的に伝えることが必要
- ④国籍、宗教、障害の有無等に関係なく、全ての旅行者に快適な観光を提供することが必要

## 対応方針

### (1) 海外に向けたセールス&プロモーションの推進や受入環境の整備

- ①重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力を伝えるプロモーションの推進
- ②インバウンド対応可能な観光コンテンツの発掘及び磨き上げ
- ③現地旅行会社及び航空会社へのチャーター便による旅行商品造成の働きかけや高知龍馬空港における受入の調整・検討
- ④ユニバーサルツーリズム（食文化、障害者、高齢者など）への対応促進

観光振興部  
産業振興推進部  
子ども・福祉政策部  
中山間振興・交通部

### (2) 船会社への誘致活動と受入体制・観光コンテンツの充実

- ①船会社への誘致活動（海外見本市への出展、トップセールス等）
- ②観光コンテンツの充実
- ③高知市中心市街地での臨時観光案内所の設置や通訳の配置

観光振興部  
土木部

## 担当部局

## 推進チーム

|  |
|--|
| <b>観光振興部</b><br>■国際観光課<br>■地域観光課<br>■観光政策課（おもてなし室）<br>■観光コンベンション協会 |
| <b>産業振興推進部</b><br>■地産地消・外商課  |
| <b>子ども・福祉政策部</b><br>■障害福祉課   |
| <b>中山間振興・交通部</b><br>■交通運輸政策課                                       |
| <b>土木部</b><br>■港湾振興課<br>■港湾・海岸課<br>■高知県高知港外国客船受入協議会                |