

産業成長戦略の平成27年度の改定のポイント

目次

- 1 農業分野
- 2 林業分野
- 3 水産業分野
- 4 商工業分野
- 5 観光分野
- 6 産業間の連携戦略

地産地消・地産外商戦略の展開

新エネルギーを産業振興に生かす

産学官連携による力強い産業の礎を築く

産業人材の育成・確保

移住促進による地域と経済の活性化

1 農業分野

産業成長戦略【農業分野】の概要

農業産出額の増加・所得の向上

消費者に選ばれる産地へ

安心して農業を継続

生産力の向上

販売力の向上

1. 本県農産物の高付加価値化

2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

① まとまりのある園芸産地総合支援

「次世代型こうち新施設園芸システム」の推進

- 新 県域への普及
- 新 大規模経営体の県内外からの誘致

まとまりづくり

- 「学び教えあう場」の強化
- 有望な園芸品目の導入
- 園芸品目の総合戦略支援

野菜 果樹 花き

産地づくり

- 拡 ハウス整備事業を再編し、新規就農から規模拡大までを一体的に支援
- 新 園芸用ハウスの災害復旧支援
- 集出荷等施設の再編・集約、機能向上を支援

② 環境保全型農業の地位を確立

- IPM技術を全品目へ普及
- GAPの活用 ● 土づくりと施肥の改善
- 高品質・高収量を目指す研究開発
- 次世代施設園芸団地の整備
- オランダウェストラント市との友好園芸農業協定を活かす
- 有機農業の推進

安全・安心

③ 流通・販売の支援強化

販売額拡大・販路拡大

- 量販店とのパートナーシップの強化
- 新たな出荷・流通・販売体制の構築
- 業務需要開拓等のマーケティングの強化
- 展示商談会の開催
- 輸出の推進

PR・消費拡大

- 高知フェアの開催
- アンテナショップ等での販促
- 花きの消費拡大等に向けた取組を強化
- 出前授業

販売を見据えた生産産地を伝える販売

④ 品目別総合戦略

米	高品質安定生産 地域ブランド米の育成 水田農業の担い手となる稲作経営体の育成
土佐茶	生産性・品質向上 販売活動の強化
畜産	酪農・肉用牛・養豚 土佐ジロー・土佐はちきん地鶏

高付加価値化

特色のある農産物の生産量を拡大

⑤ 集落営農の推進

- 集落営農組織の育成と活動促進
- ・話し合いの場づくりと実践
- ・地域が行う研修会や先進地視察等への支援
- ・中山間地域等直接支払制度の活用

ステップアップ

- こうち型集落営農の実現
- ・コーディネーターや集落リーダーの育成
- ・農産物加工やグリーン・ツーリズムへの取組を支援
- ・法人化への支援
- ・加工、交流施設への取組を促進

- 新 中山間地域で攻めの農業を実現する「複合経営拠点」の整備

地域農業の活性化、雇用・所得の確保

園芸品導入周年化

地域の拠点ビジネス

⑥ 6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり

- 加工、グリーン・ツーリズムの取組強化と6次産業化の推進
- 拡 6次産業化をリードする人材の育成
- 新 地域6次産業化支援チームによるハンズオン支援
- 拠点ビジネスづくりの推進
- ・こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり



⑦ 中山間に適した農産物等の生産

- 薬用作物の生産拡大支援など

本県農産物のファンづくりと地産地消の推進

産地を支える

3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

⑧ 担い手の育成と生産資源の保全

新規就農者の確保・育成

- UIターン就農者の確保
- 実践研修など就農に向けた支援
- 農業担い手育成センターの体制強化
- 研修用ハウス整備への支援

新 産地が求める人材を積極的に確保する「提案型」の活動

農地の集積・集約化

- 農地中間管理機構による農地の集積・集約化
- 担い手への農地のマッチング

規模拡大経営強化

企業的経営体の育成

- 法人経営体の育成・組織化と経営発展への支援
- 品目別規模拡大方策の策定
- 施設整備や資金面での支援

生産資源の保全

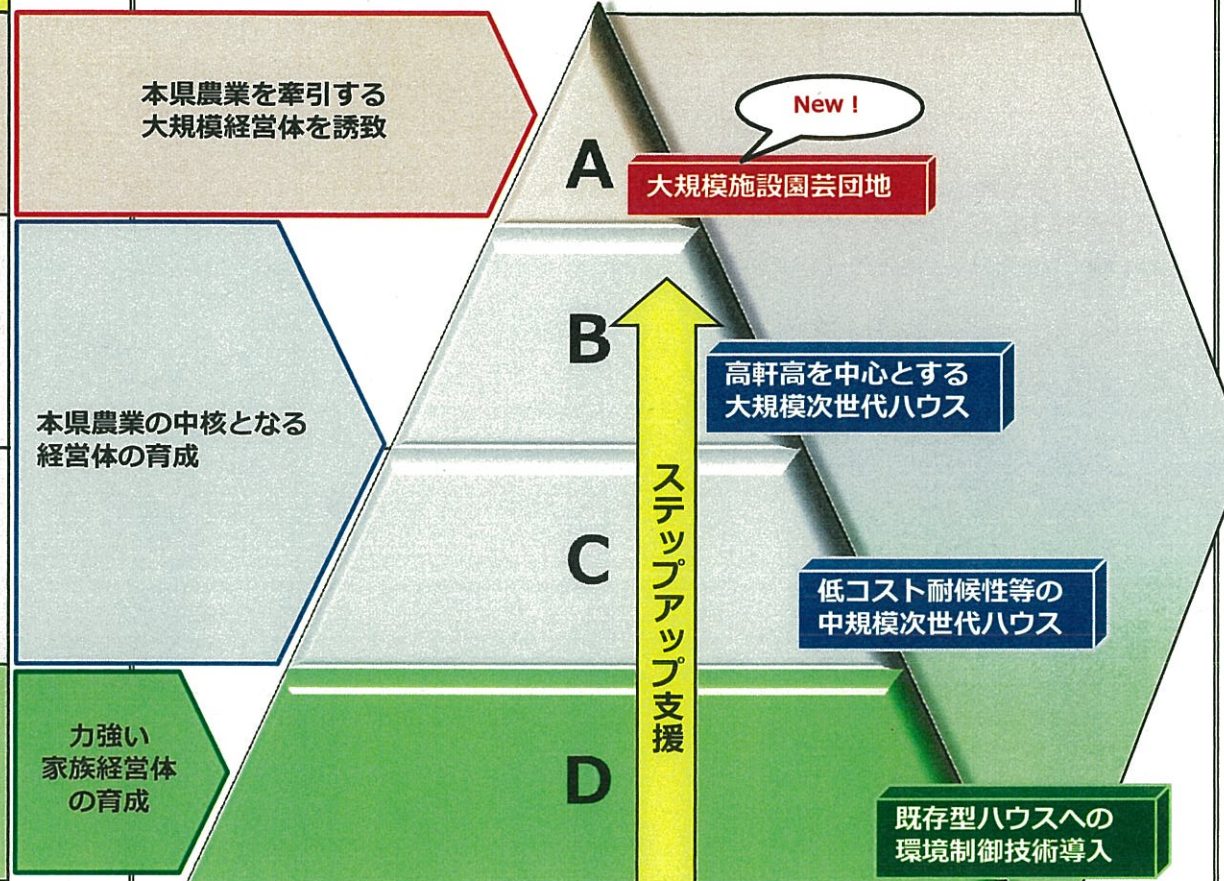
- 基幹的水利施設等の長寿命化対策
- 多面的機能支払交付金の活用

地域の担い手を確保、雇用の創出

「次世代型こうち新施設園芸システム」による本県園芸農業の変革

経営スタイル	規模	販売額	導入手法	イメージ
県外企業の農業参入	3~5ha程度	3~5億円	企業誘致的手法 農業団地整備	10カ所 (計50ha程度)
意欲ある農業者と 県内企業との 共同経営 県内外の企業が 有望な農業者の スポンサーに	1~3ha程度	1~3億円	地域企業支援策 に準じた支援 有望な農業者に 「出資」する 仕組みづくり	50カ所 (計100ha程度)
意欲ある農業者や 農業生産法人等 による規模拡大	50a~1ha程度	5,000万円 ~1億円	ハウス整備 に関する 各種支援策の活 用	100カ所 (計100ha程度)
既存型ハウスを使用 している農業者 露地や米作から 施設園芸に 転換する農業者	50a未満	1,000万円 ~5,000万円	既存型ハウスへ の環境制御技術 導入	主要7品目での 導入率90%

園芸農業の構造を変革



経営のスタイルに応じた流通

【独自流通】 New!

- ・ 自社による加工、販売
- ・ 系列飲食店への供給
- ・ 独自のルートによる契約栽培 など

【基幹流通】

- ・ 園芸連を中心としたメインルート
- ・ 大ロット、安定した品質
- ・ パートナー量販店等と連携

【中規模流通】

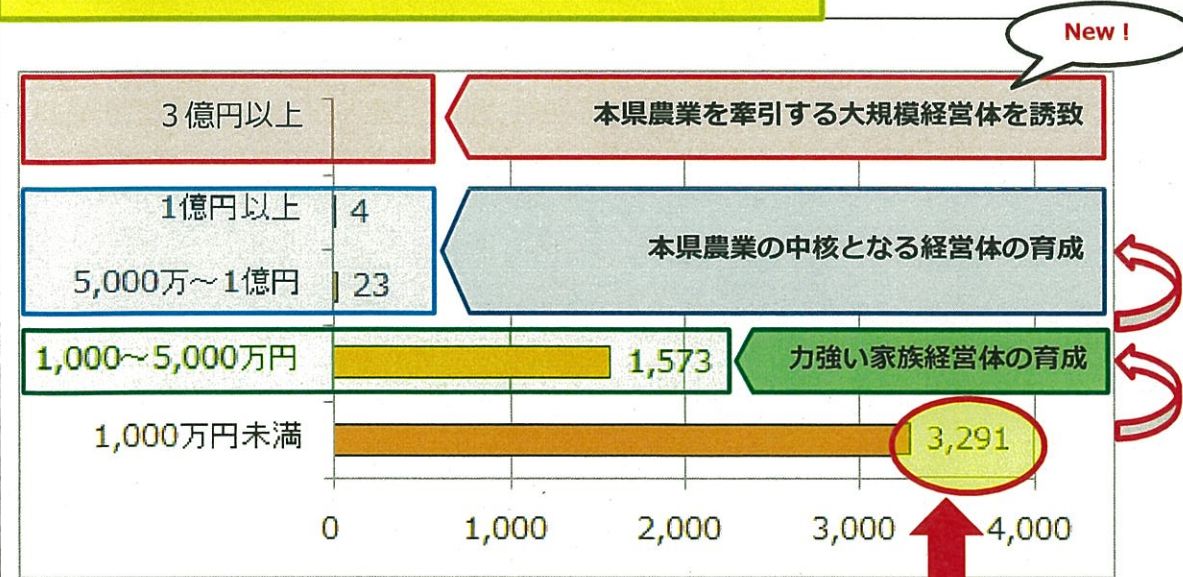
- ・ 量が限られるが高品質な商品や、従来の規格から外れるものなどを、実需者のニーズに応じ柔軟に供給

【小規模流通】

- ・ こだわりの生産物と実需者をマッチング
- ・ 消費者への直接販売

大
中
小

施設園芸農家の販売額規模 (販売農家ベース、総数4,891戸)



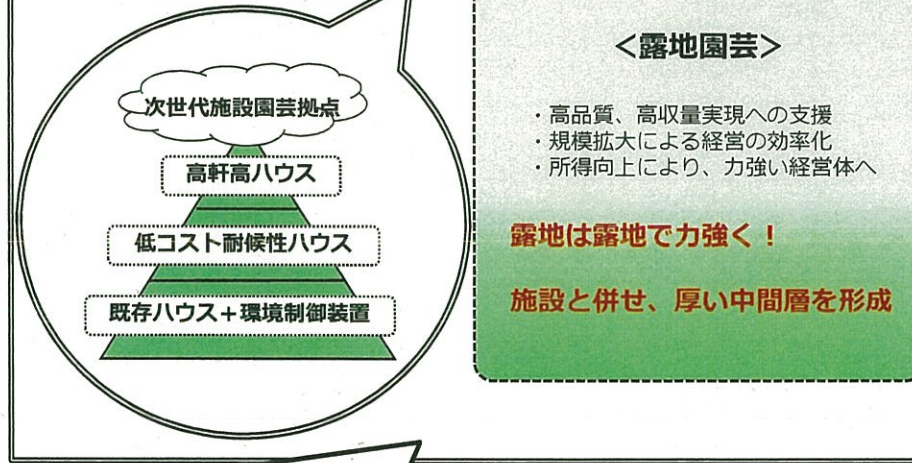
※出典：H22農林業センサス

販売農家のうち、施設野菜と花き・花木が主となっているものを対象に集計した。

課題

- ・ 販売額1,000万円未満が7割近くを占める脆弱な構造
- ↓
- ・ 資材等の高騰により所得率が低下する中、生活していけるだけの収入確保が困難
- ・ 先の見通しが立たず、若者が就農をためらう状況
- ・ 地域の人々を受け入れる雇用の場とならない

リニューアル



★ 県外企業の誘致による企業的な農業の展開
⇒ 若者の雇用の場を創出

★ 県内資本と県内の技術との融合による新たな農業の展開
⇒ 若者の雇用の場を拡大、生産力の強化

★ 大規模「農業」団地の整備
⇒ 「作れる所」ではなく、「適地」に

★ 「次世代型こうち新施設園芸システム」により多量に生産した農産物を、市場へと大々的に流していく

- ・ 県外産品、輸入品のシェア奪取
- ・ 県産園芸品のまるごと地産外商化
- ・ 輸出

★ 地産地消の徹底

- ・ 学校や病院の給食に県産食材を
- ・ 直販所の更なる活性化

★ さらなる高付加価値化の追求

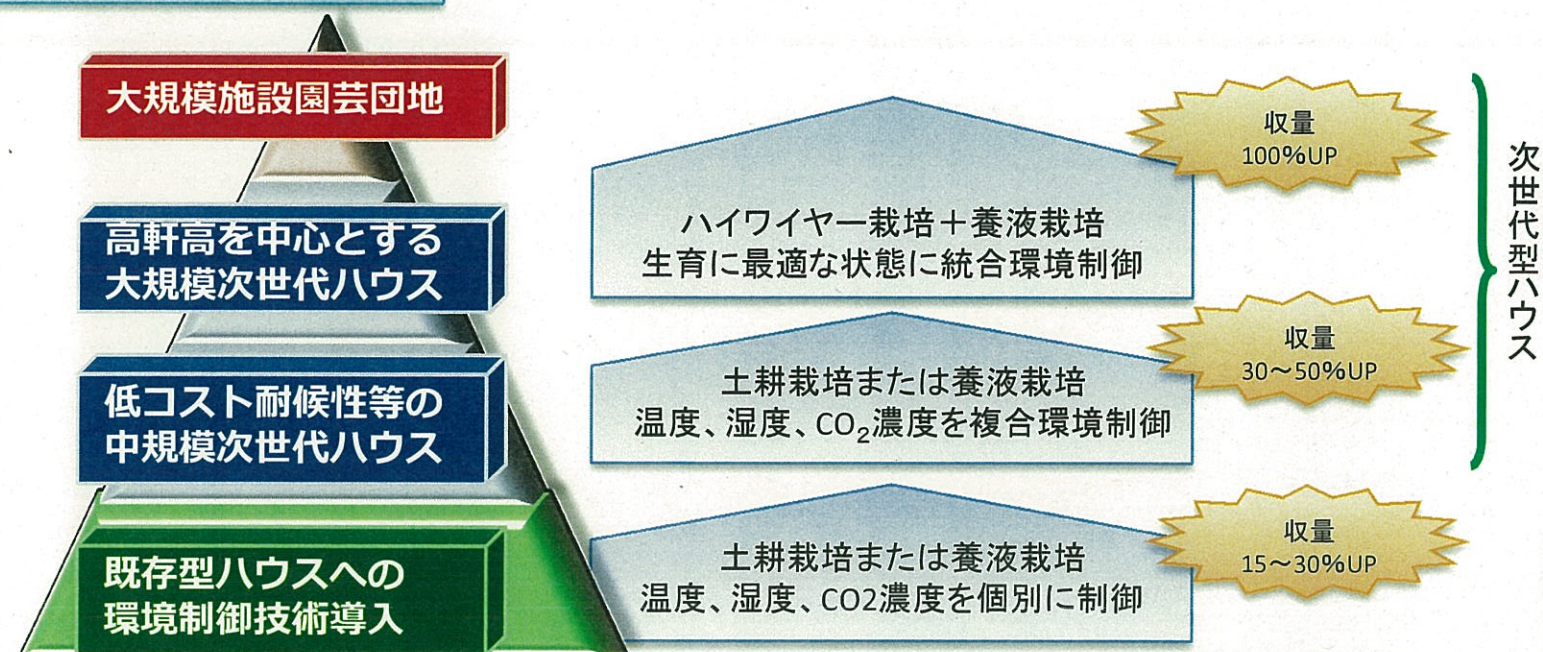
- ・ 機能性、地理的表示など

★ 新たな6次産業化への挑戦

- ・ 「農業者が生産、加工も」という従来の枠組みから踏み出す
- ・ 他産業との連携により、規模の大きな複合経営体をつくる

次世代型こうち新施設園芸システムの導入支援

1 施設園芸の振興策



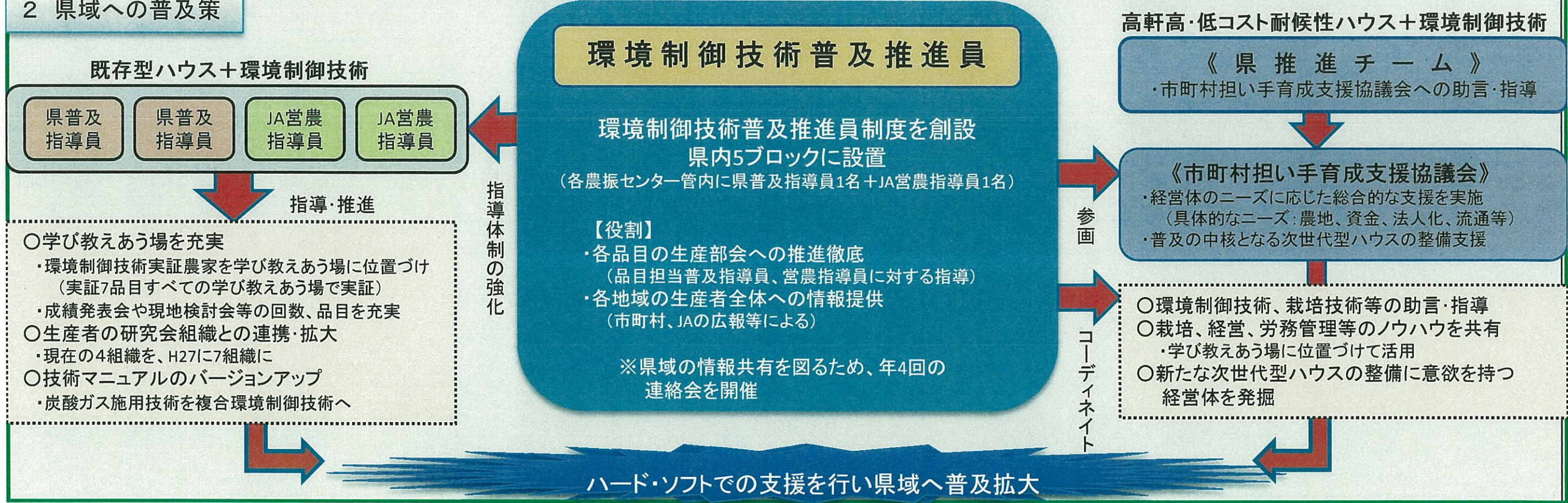
- ①次世代施設園芸モデル事業
県内複数個所での次世代型ハウスのモデル整備を補助する。
○補助先:市町村
○補助率:1/2以内
○事業実施主体:JA、農業生産法人等
○補助要件:申請面積おおむね50a以上、環境制御機器を標準装備(炭酸ガス、温度、湿度等)、耐風速35m以上、軒高2.5m以上等
- ②環境制御技術導入加速化事業
炭酸ガス発生装置等の環境制御装置の導入を補助する。
○補助先:3戸以上のグループ、営農組織等
○補助率:1/3以内(※1経営体当たり補助対象事業費上限を100万円とし、補助は1回のみ)
○事業実施主体:補助先と同じ
○補助要件:環境制御技術に積極的に取り組むグループ等であり、得られた結果は、県と共有する

施設園芸を競争力のある産業として発展させるため、オランダの優れた技術を参考に環境制御技術や次世代型ハウス(高軒高、低コスト耐候性)の普及を促進

H26.9月補正で導入支援し、普及を加速化

事業により得られたノウハウ、効果を県、農業団体、農家等で共有し普及へ活用

2 県域への普及策



ハウス整備関係事業の見直し概要

26年度

- 県単のハウス整備事業が、2課、3事業に分散
 - ・新規就農トータルサポート事業（農地・担い手対策課）
 - ・レンタルハウス整備事業（産地・流通支援課）
 - ・園芸用ハウス活用促進事業（産地・流通支援課）

新規就農トータルサポート事業

概要：就農希望者が栽培技術を習得し、研修終了後は、のれん分けできる研修ハウスの整備 等

課題：事業主体が市町村農業公社、JA出資型法人で、事業を活用できる市町村が限定される。

JA出資型法人：JA馬路村、JA南国市、JA土佐れいほく、JA四万十
 農業公社：香南市、本山町、いの町、四万十市、黒潮町、三原村
 研修ハウス確保に中古ハウスが活用できない
 （中古ハウスの改良は補助対象外）

園芸用ハウス活用促進事業

概要：放棄ハウスの削減と、新規就農者や規模拡大農家の投資コストを抑制するため、中古ハウスの改良を支援。

課題：県単事業が複数に分かれ、利用者にとっては分かりにくく、市町村にとっては事務の増加等、使い勝手が悪い。

レンタルハウス整備事業

(国) 経営体育成支援事業

概要：人・農地プランに位置づける中心経営体等が導入する機械・施設への補助

課題：補助率が低く（融資残補助：国3/10、300万円）、新規就農者のハウス整備実績なし（規模拡大1件）

見直し

27年度

- 県単のハウス整備事業を統合し、窓口を一本化する
 - ・施設園芸ハウス整備事業（産地・流通支援課）

拡

施設園芸ハウス整備事業（レンタルハウス整備事業の組み替え拡充）

改善点：研修区分を設け、

- ①事業主体をJA、市町村にも拡大する
- ②中古ハウスの改良費を補助対象とする
- ③3つの県単事業を統合する

- 効果：①県全域で実践研修用ハウスの確保と、のれん分けによる就農が可能
 ②研修・のれん分けハウスがより低コストで確保可能となり、新規就農者の負担の軽減と放棄ハウスの削減に寄与
 ③研修ハウスの整備から、新規就農者の営農開始、既存農家の規模拡大、既存ハウスの高度化、中古ハウスの改良まで、一つの事業で一元的に支援
 ④利用者、市町村の使い勝手が向上
 ⑤補助金事務の軽減

統合

- 基礎研修→実践研修→就農へとステップアップする仕組みを構築
- 新規就農希望者に幅広い選択肢の提案が可能
 （産地提案型のU・Iターン就農の確保に活用）

拡

(国) 経営体育成支援事業

改善点：国の補助に加えて、県と市町村が上乗せ補助する
 （県1/8、市町村1/8）

- 効果：①レンタル事業を利用できなくても、施設園芸での新規就農が可能
 ②平坦地域の場合、レンタル事業の補助率と遜色ない
 投資額1,000万円の場合、合計補助率55%（レンタル58%）
 * 青年等就農資金（公庫資金、無利子）の融資残補助

拡充

(新規) 園芸用ハウス復旧支援事業

目的

自然災害で被災した園芸用ハウスの迅速な復旧と、支援対象者の拡大による生産量の確保と産地の維持を図る。

既存事業の課題

(県) レンタルハウス整備事業 (災害復旧区分)

- 課題：①事業主体は、実質的にJAに限られ、理事会の承認が必要
経営状況、返済能力、年齢等が審査される
②手続きが多く、着工まで時間がかかる被災
→見積書(業者等に依頼)
→JAの理事会承認
市町村の予算確保(補正など)
→園芸施設共済金の確定(1~2ヶ月)
→地域協議会の承認
→交付申請、交付決定、入札、着工

園芸施設共済の控除を実績報告時の清算とするなど、可能な事務の簡素化に努めたが、最も早いもので入札まで2ヶ月を要した。

(国) 被災農業者向け経営体育成支援事業

- 要件等：融資または県市町村補助が必須
補助率 国3/10
補助対象 ハウス本体、附帯設備・機械、被覆資材等

- 課題：事業を利用できない者がある
市町村補助がなく、融資を受けない場合
賃貸物件(レンタルハウス)は補助対象外
事業の発動決定が、災害発生から約1ヶ月後で、復旧計画を早期に立てにくい

園芸用ハウス復旧支援事業(新規)

見直しのポイント

- ①事業主体はJA又は経営体
市町村が経営体に補助する場合は、県も補助する
- ②事務手続きのスピードアップ
被災→市町村から被災報告(被災から3日)
→市町村から復旧計画の承認申請(被災から14日)
→県による復旧計画の承認(被災から21日)
→市町村による交付申請+指令前着手届(被災から25日)
→事業主体による入札(被災から30日以内)

補助要件等

- 補助先 : 市町村(市町村が助成する場合に補助する)
助成対象者 : 自然災害で被災した農業者(年齢制限なし)
又は施設の所有者(JA等)
(園芸施設共済への加入ハウスに限る)
補助対象経費 : ハウス本体、附帯設備・機械(被覆資材は対象外)
(ハウス本体の建て替え、骨材の交換等の修繕)
※事前着工した応急経費は対象外(競争性が担保されない随意契約のため)
補助対象限度額 : 一般700万、高強度・軒高1,000万、中古450万/10a
補助率 : 県1/3、市町村1/5 計8/15(レンタルと同じ)
※被災農業者向け経営体育成支援事業が発動すれば、県市町村で3/10を控除
補助金額 : (補助対象限度額-共済支払金) × 1/3

目指す効果

- ①迅速な復旧開始(目標:入札まで1ヶ月以内)
- ②一人でも多くの園芸ハウスの復旧
高齢者、系統外農家、レンタルハウス利用農家 等

見直し

中山間地域で攻めの農業を実現する「中山間農業複合拠点」の整備

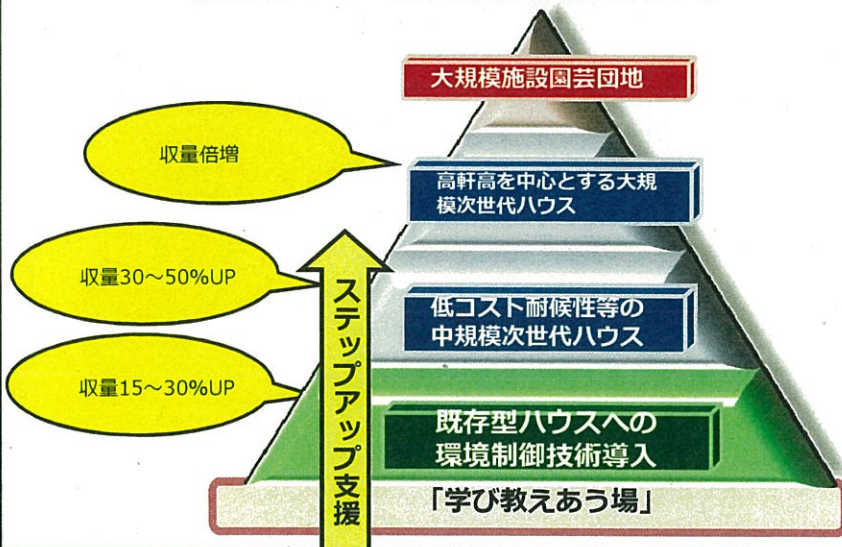
中山間地域の農業の現状

- ◆ 急峻で狭小な農地が多く、規模拡大による生産性の向上が困難。高齢化も進展、個別経営では生計を立てるだけの所得確保が難しい。

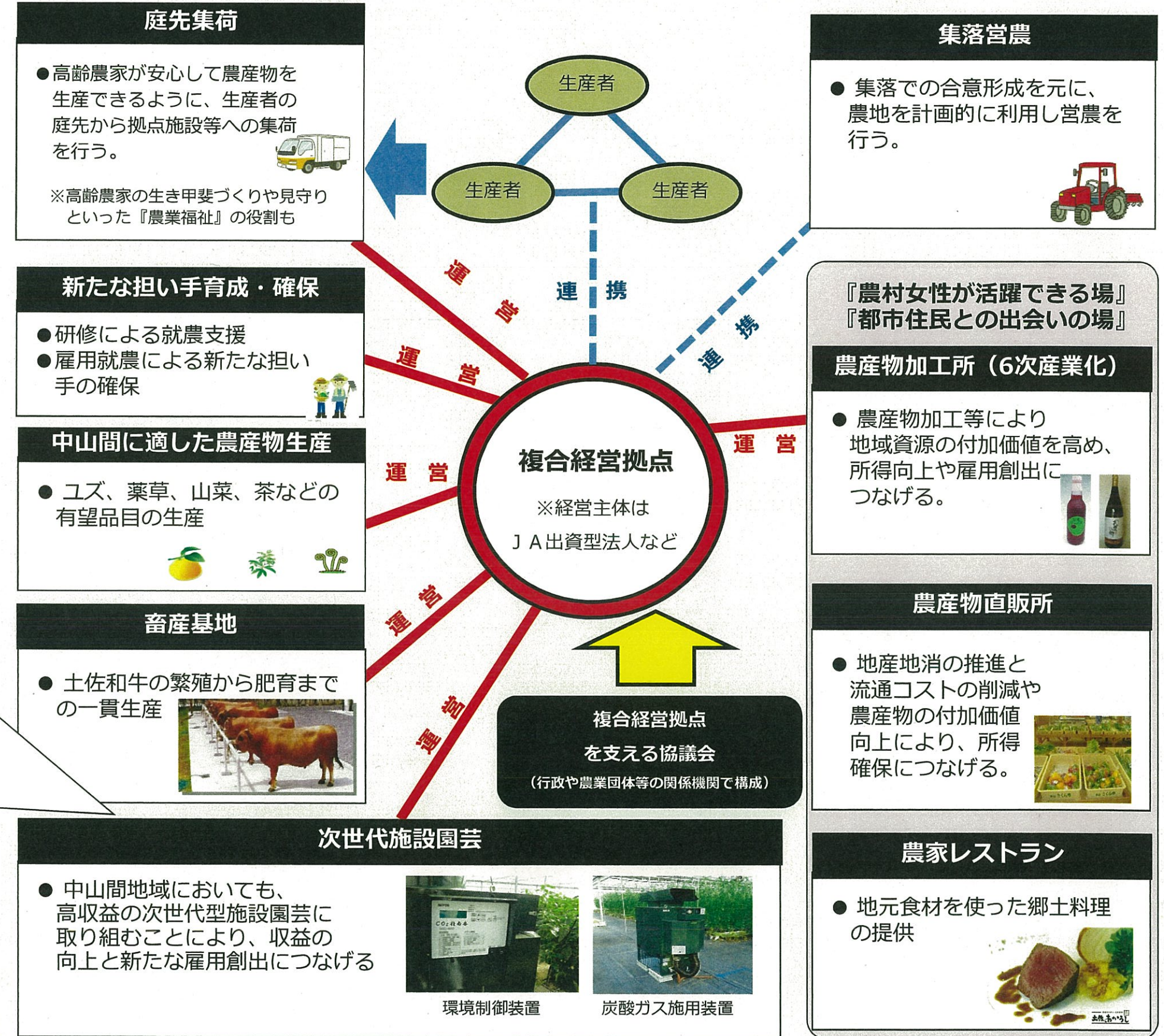
★ 複合経営の推進

- ◆ 中山間地域の農業を支える「複合経営拠点」を整備することで、中山間地域の農業の競争力が高められる。
- ◆ スケールメリットを活かした運営で、経営の効率化・安定化が図られる。
- ◆ 担い手の確保、雇用の創出、農地の維持、地域の農業生産額向上など、様々な事業効果

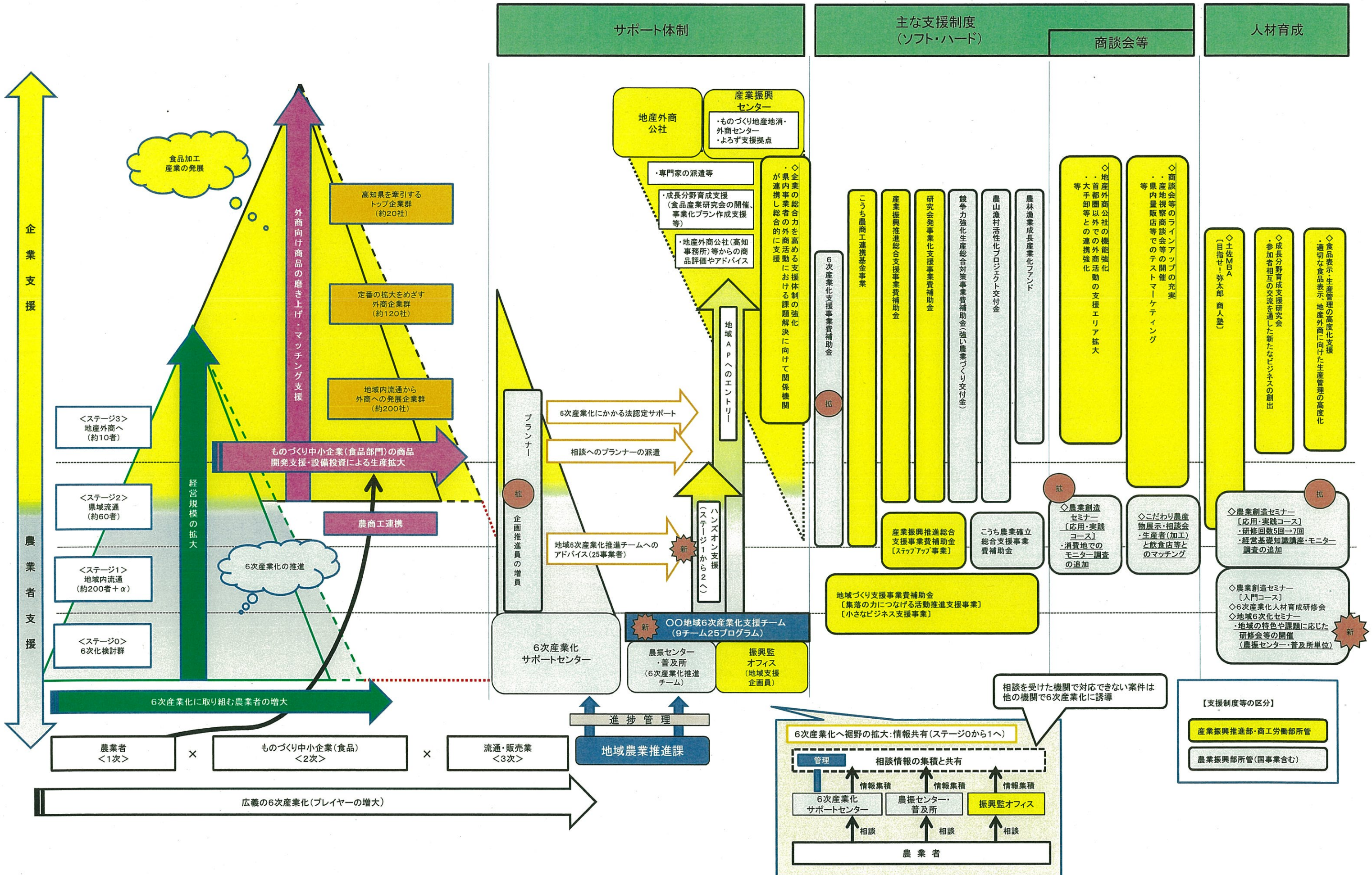
次世代型こうち新施設園芸システム 《施設園芸に環境制御技術を導入》



中山間農業複合経営拠点のイメージ



6次産業化の推進による産業振興(農業振興部)



新

地域6次産業化支援チームの取組

- ◇ステージ1から2へのステージアップを目指す事業者に対してハンズオン支援を行うため、地域ごとの支援チームを設置する。(9ヶ所)
- ◇役割: 対象事業者の決定、支援プログラムの策定・実施支援
- ◇メンバー: 振興監オフィス(地域支援企画員)、振興センター(普及指導員)、関係機関

対象事業者の絞り込み

支援プログラムの策定〔事業者面接〕

支援実施〔PDCA〕

目標到達
〔ステージUP〕

農業振興部
(地域農業推進課)

委託

6次産業化サポートセンター

拡

地域支援チーム
のサポート

進捗管理

〇〇地域6次産業化支援チーム

- ・所得の向上
- ・地域の活性化
- ・雇用の創出

支援対象事業者
の絞り込み

《地域内流通(ステージ1)》
200事業者+α
↓
-60事業者程度-

【絞り込みの視点】

- ・事業者の活動状況
- ・商品の魅力、付加価値
- ・商品の生産体制
- ・原材料の供給体制...等

事業者情報の整理

【整理項目】

- ・農業経営の状況
- ・生産者の活動意欲
- ・売上額(利益額)
- ・商品の特徴
- ・商品の生産可能量
- ・販売先
- ・原材料となる一次産品の種類や供給可能量
- ・加工施設の整備状況.....等

支援プログラム策定
-25事業者程度-

【プログラム項目】

- ・農業経営の改善
- ・販売(卸売)価格の見直し
- ・商品のブラッシュアップ
- ・商品の生産拡大方法
- ・商品のPR方法
- ・販路の拡大先
- ・新商品の開発
- ・原材料の安定供給
- ・支援制度の活用.....等

プログラムに基づく
支援の実施

効果の検証

支援プログラムの見直し

支援制度の活用

- ・小さなビジネス支援事業
- ・集落の力につなげる活動推進支援事業
- ・産振ステップアップ事業
- ・こうち農業確立総合支援事業
- ・量販店等との商談会...等

県域流通
(ステージ2)

ステージ
UP

地域内流通
(ステージ1)

各々の分野での
アドバイス等

地産外商公社(高知事務所)

産業振興センター

工業技術センター

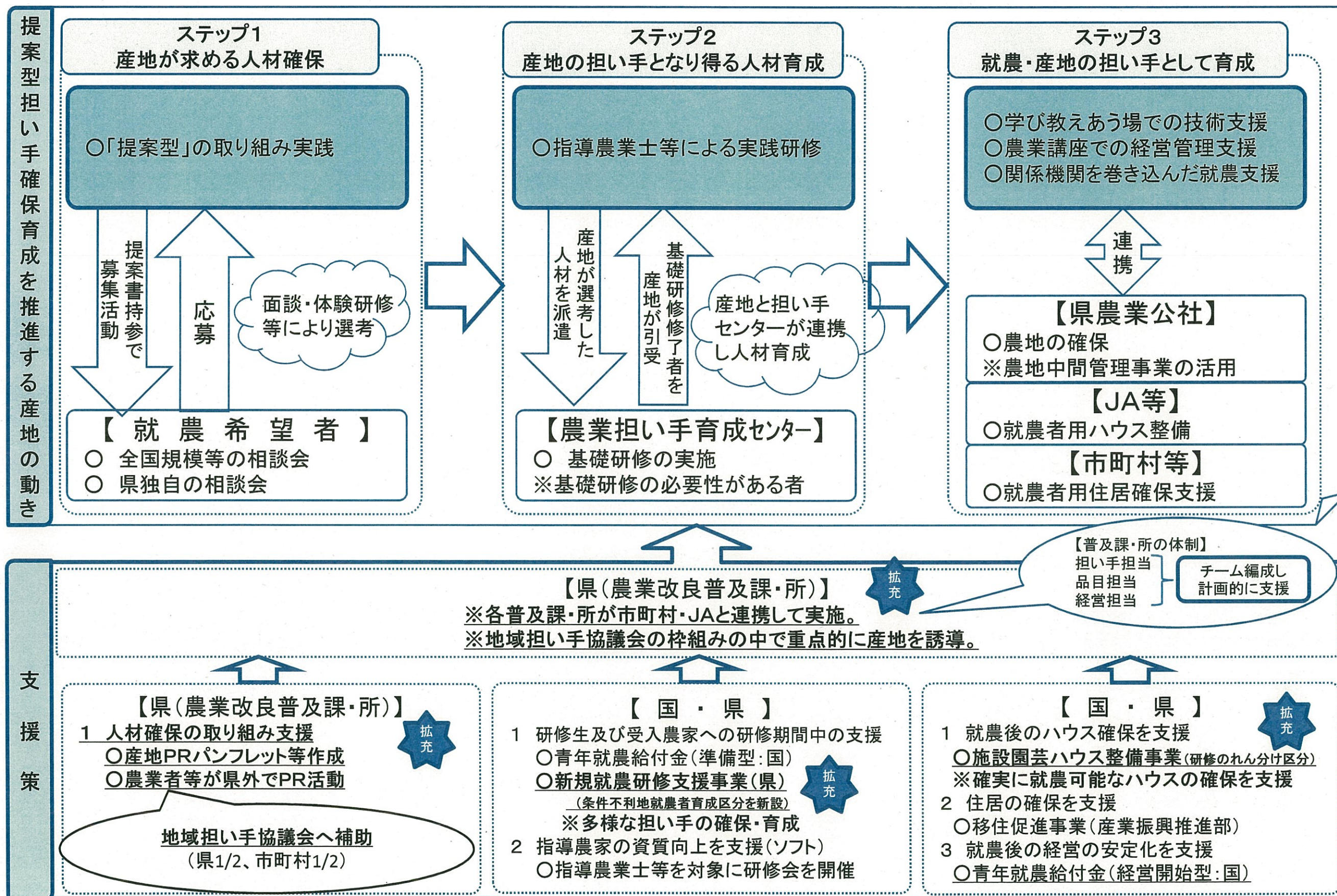
地産地消・外商課

市町村

関係機関

「提案型」の担い手確保・育成を進める産地の取り組みイメージ(案)

農地・担い手対策課



中山間地域等の営農条件不利地域での担い手確保に向けた研修メニューの創設(案)

中山間地域の現状

- 今後10年間で、農業の担い手が大幅に減少する見込み。
- 営農条件が不利なため農業所得が低くならざるを得ず、「地域の担い手」の多くが農業収入と兼業収入を組み合わせ生活している。

農協名	部会員の減少見込
(県平均)	16.4%
土佐れいほく	41.7%
コスモス	40.1%
津野山	31.3%

*JA生産部会での調査

主要品目の経営規模	5~20a/戸
主要品目の平均的な経営規模での所得額	40~150万円/年

*主要品目:シシトウ、米ナス、赤ピーマン、ホウレンソウ、ミニトマト

中山間地域が多様な就農希望者を受け入れる時の支援策が必要

※既存の県研修支援事業

(対象者)
農業所得250万円以上(専業農家)を目指す就農希望者

中山間地域では、専業農家志向者だけでなく多様な就農希望者も有力な担い手候補

既存の県研修支援事業の中に「条件不利地域就農者育成区分(所得目標100万円以上)」を新設

提案・受入認定

市町村

- 地域で受け入れ可能な具体的な経営モデルを入れた「提案書」作成
【農業部分】+【兼業部分】
ミニトマト+介護ヘルパー
米ナス+蔵元臨時雇用など

地元企業、JA、振興センター等が提案書作成支援

提案・募集

- 就農相談会やこうちアグリスクール等で提案書を示して募集

受入認定

- 応募者の中から市町村が面接・選考し、受入認定者を決定

技術研修

農業担い手育成センター

- 基礎～実践的な研修を実施
(長期研修、農業基礎研修、農業機械研修など)

地域の先進農家

- 栽培予定品目での実践研修を実施
※空いた時間で地域行事に参加し地域慣習を学ぶ

【県研修支援事業(条件不利地域就農者育成区分)】

対象者:市町村が受入認定した就農希望者

※目標農業所得:100~250万円/年

※年齢:原則65歳未満

(市町村が特別に認める時はこの限りではない)

研修期間:概ね9カ月以上2年以内

※就農予定品目によっては、研修休止期間の設定可

研修費:12万円/月(補助率:検討中)

(以下既存事業と同じ)

受入農家謝金:5万円/月(県定額)

※研修休止期間中は研修費・受入農家謝金の給付停止

研修終了後1年以内に研修市町村で就農しなければ、研修費は全額返金

就農・定着

市町村

- 農地、住居、兼業部分の紹介・あっせん
※農地のあっせんには農地中間管理事業を活用

地元企業、JA、振興センター等と連携

就農・定着

- 地域の農地を守る取り組みや地域行事などに参画
- 地域の関係機関が連携・協力してサポート

【市町村】
⇒生活全般(+兼業部分)
【JA、振興センター】
⇒主に農業部分(技術・経営面での指導)
【地元企業等】
⇒主に兼業部分

地域の担い手が確保される

中山間地域の農業が維持される

新規就農者の確保に向けた各機関の取り組みと総合窓口の強化について(案)

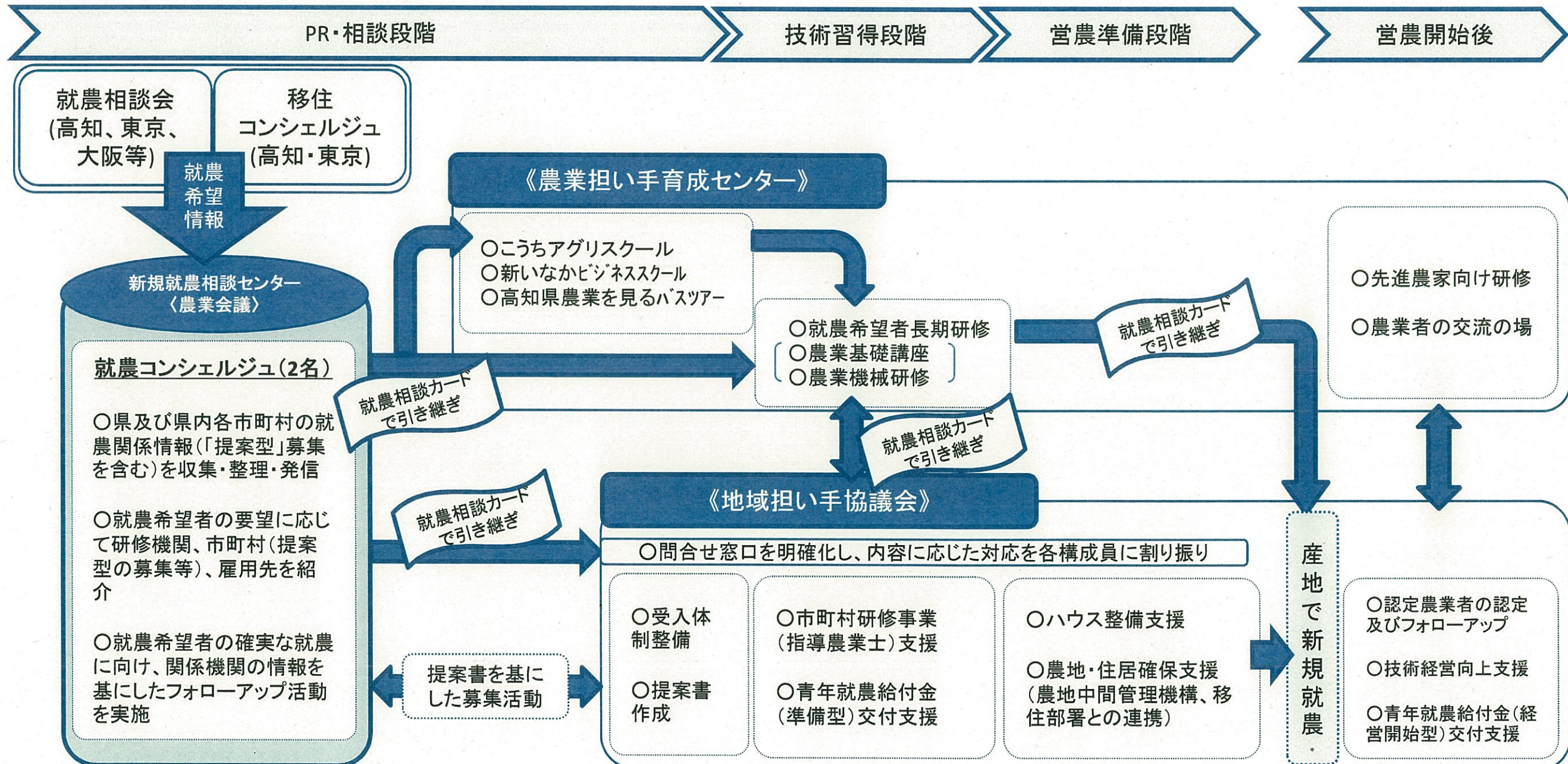
農地・担い手対策課

【現状と課題】

- 就農希望者向けに総合窓口が十分に認知されていない。
- 総合窓口の業務は主に農業会議の職員1名が担っているが、相談活動や「提案型担い手確保」対策などを強化する計画であり、マンパワーの不足が見込まれる。(相談会対応 9回 → 20回)
- 就農希望者の情報が関係機関で十分共有できていない。

【強化策】

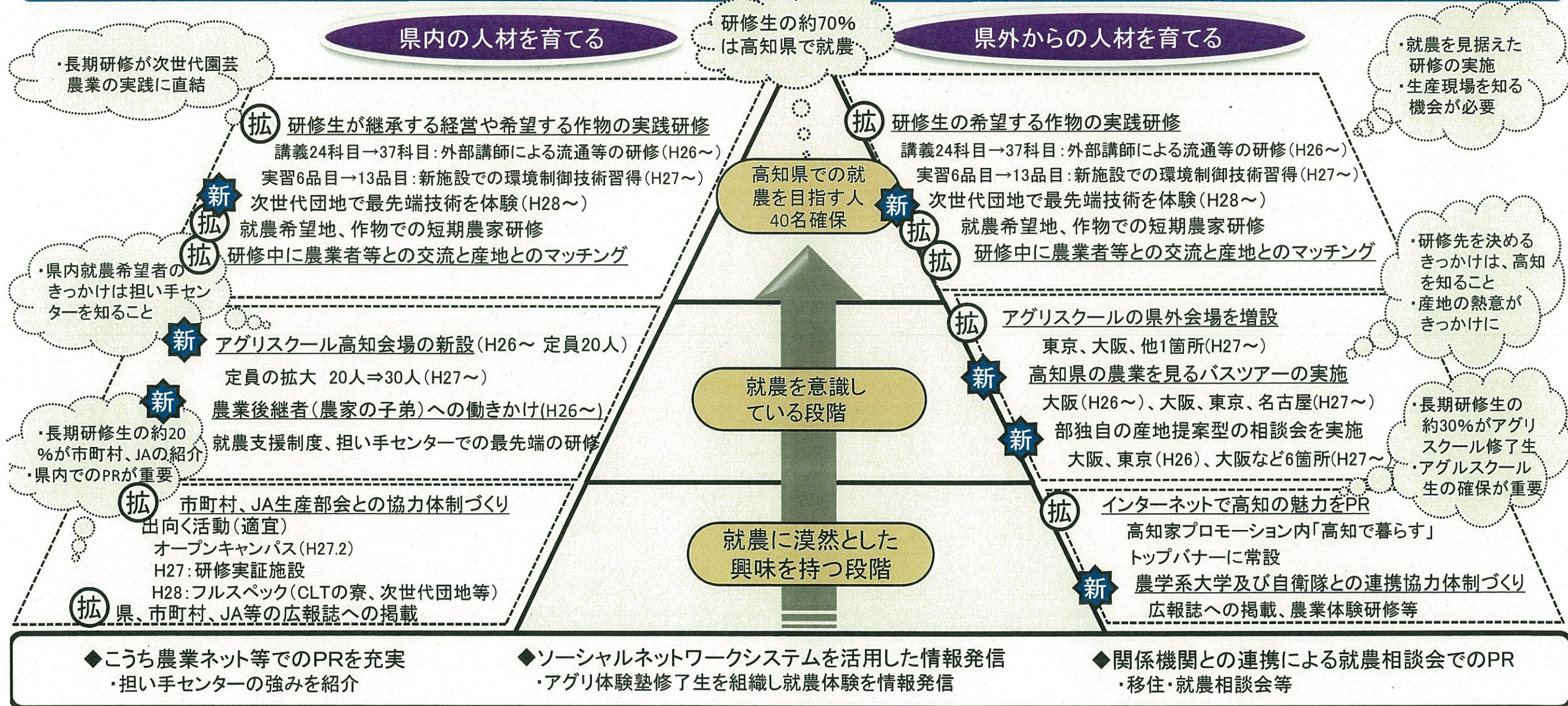
- 対外的に新規就農の総合窓口を明確にするため「就農コンシェルジュ」を設置。
- 相談活動の充実などに対応するため2名体制に増員。
- 就農相談カードを活用した情報共有の強化(電子化も検討中)。
- 各地域担い手協議会の就農受入体制の再確認(役割分担の明確化)。



農業担い手育成センターの充実・強化 (環境農業推進課)

担い手センターの強み	第1期 (H26.4~) 新規就農者の育成を強化	第2期 (H27.4~) 先進技術の実証・普及を強化	第3期 (H28.4~) 新規就農者の育成を拡充
<ul style="list-style-type: none"> ○消費者に喜ばれる安全・安心な農作物の生産技術を習得 (全国トップクラスの技術を持つIPM技術の実践研修) ○最先端技術による飛躍的な増収技術を習得 (次世代施設園芸団地との連携による環境制御技術の実践研修) ○研修生の希望する多様な品目に対応した研修が可能 (充実した施設、講師陣による主要13品目+αの指導) ○地域を知り、仲間を増やす (県内農業者の技術検討会への参加による先輩農業者との交流) ○研修期間中に農地・住居を確保 (意向に沿ったマッチングの実施) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆内容 <ul style="list-style-type: none"> ○栽培技術、経営管理の講義 (24→37科目) ○基礎、先進技術の実習 (6→13品目) ○研修生の就農支援 ◆施設 <ul style="list-style-type: none"> ・既存ハウス6棟(26a) ・育苗ハウス6棟(0・65a) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆内容 <ul style="list-style-type: none"> ○環境制御技術等の実証 ○中山間農業技術の実証 ○技術指導者の育成 ◆施設 <ul style="list-style-type: none"> ・高軒高ハウス2棟(11a) ・低コスト耐候性ハウス5棟(20a) ・全ハウスに環境制御装置を装備 	<ul style="list-style-type: none"> ◆内容 <ul style="list-style-type: none"> ○長期研修生の受入枠 20人⇒40人 ◆施設 <ul style="list-style-type: none"> ・長期宿泊施設(CLT工法)を新たに建設 <p>※ 1期、2期と併せてフルスペックでスタート</p>

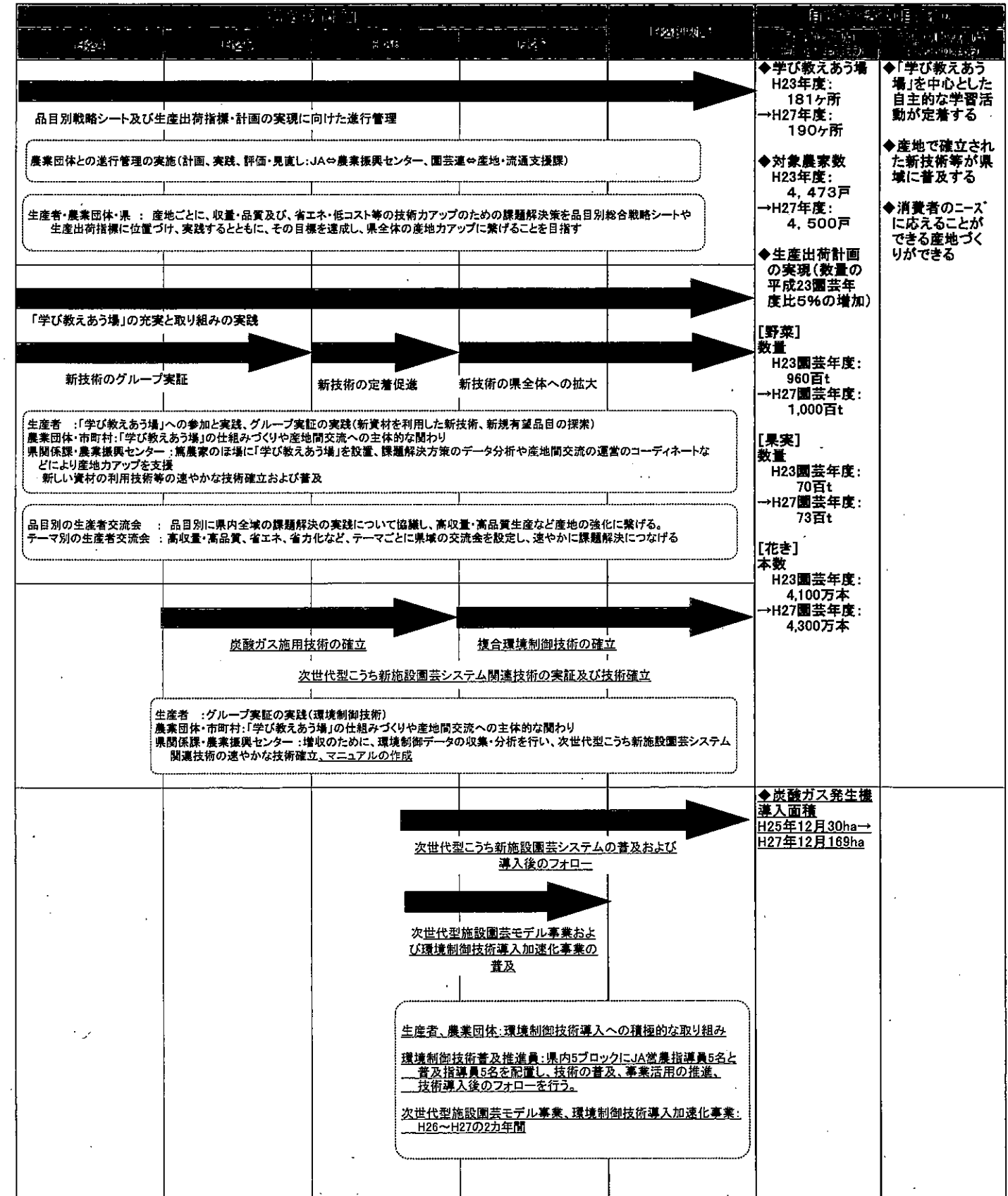
県内外から新規就農者を育てる



戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

施策	内容	効果	進捗	達成	完了	
1. まとまりのある園芸産地総合支援 (1)「学び教えあう場」の強化	<p>◆燃油や生産資材の高騰により、園芸農家の経営は厳しい状況が続いている。また、県内の各産地においては高齢化による担い手の減少が進み、このままでは産地規模の縮小、県全体の生産・出荷量の減少が懸念される</p> <p>◆平成20～23年度の4年間は、園芸農家の所得確保のために、篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、篤農家の栽培技術の移転を進めてきた。しかし、篤農家技術に加え、高収量・高品質、省エネ・低コスト、省力化などに関わる新技術についても早急に普及・定着を進めるとともに、消費地での販売状況を見据えた産地の強化を図る必要がある</p> <p>◆園芸産地など農業団体が単独で作成していた生産出荷指標・計画を県と共同策定し、目標を共有して、その実現に向けた取り組みができた。さらに、取り組みの実績・成果を共有する仕組みづくりができた</p> <p>◆「学び教えあう場」を中心とした産地活動が活発になり、検討会への参加者数も増加した(平成26年度:207カ所、5,065人)</p> <p>◆各産地において、目標収量を達成した農家数や、販売数量が増加する出荷場数が出るなど成果が現れてきた。また、交流会がきっかけで、県内他産地との相互交流が活発になってきた</p> <p>◆次世代型こうち新施設園芸システムの普及加速化を図るため2つの事業を創設</p>	<p>◆生産者の高齢化や生産資材の高騰による産地力の低下を考慮して、生産者や関係機関がしっかりとまわり、将来のあるべき産地ビジョンを共有し、その目標達成に取り組む必要がある</p> <p>◆品目別総合戦略シートなどに掲げる目標達成のための課題解決の取り組みについて、農業団体と連携し、進捗管理を行う必要がある</p> <p>◆「学び教えあう場」ごとに課題解決のテーマを設定し、高収量や高品質などの目標達成に向け、勉強会グループが行う実践活動を支援していく</p> <p>◆また、効果的な活動とするためには、普及指導員の産地を牽引する総合力が求められている</p> <p>◆環境制御技術の情報をすべての県下生産者までに周知徹底を図る必要がある</p>	○	○	○	○
	<p>◆平成24年度からは、「学び教えあう場」において、篤農家の技術の他に、地域・品目の実情に応じ、高収量・高品質など、産地の維持・発展につながる技術を早急に普及させる。産地でテーマとして、①高収量・高品質生産技術の導入、②省エネ・低コスト生産の導入、③省力化技術の導入などを掲げ、技術確立を行う。そして、産地で確立した技術は、県域で共有する仕組みづくりを行う</p>	○	○	○	○	
	<p>◆環境制御や省エネ技術について「こうち新施設園芸システム」の技術開発に取り組む農業技術センターと連携し、生産現場において、炭酸ガス供給装置などの備品を活用した実証及び、データ収集・分析を行うことにより早期に技術確立と普及を図る</p>	○	○	○	○	
	<p>◆次世代型こうち新施設園芸システムの普及を図るため「次世代型施設園芸モデル事業」、「環境制御技術導入加速化事業」を創設。これら事業と併せて環境制御技術の速やかな周知と活用推進を環境制御技術普及推進員とともに推進を図る。</p>	○	○	○	○	

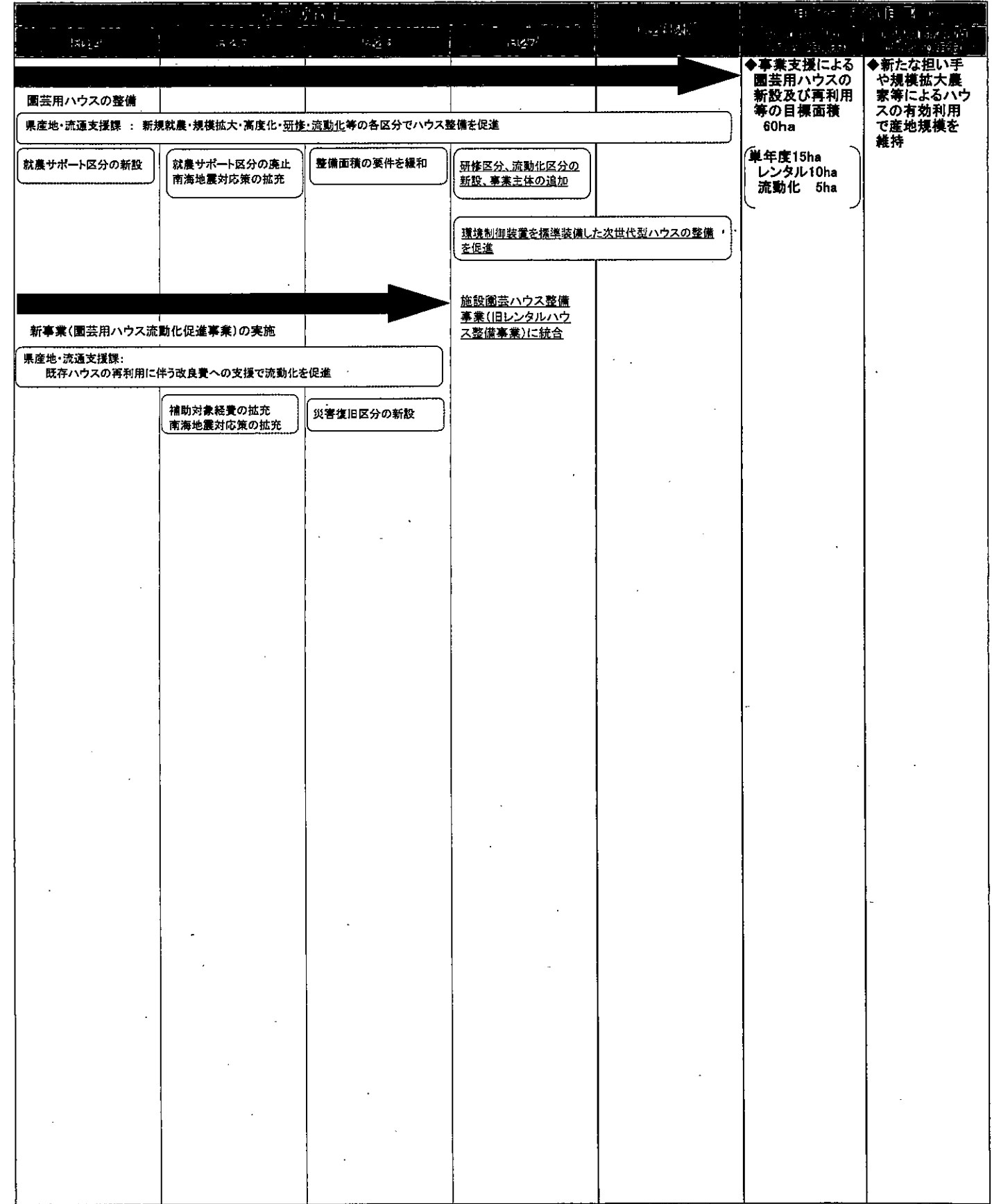


戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

<p>1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (5) 園芸用ハウス面積 の確保</p>	<p>◆本県農業の強みである園芸において、ハウス面積の減少や老朽化が進んでおり、今後、生産等の維持が危ぶまれる</p>	<p>◆レンタルハウス整備事業の拡充(対象区分の追加及び補助率、補助限度額のアップ)と、関係団体への周知及び農家へのPRの強化(ラジオ、パンフレット等)</p> <p>◆H24～H26の3か年間に園芸用ハウス約43haを整備し、新規就農者の就業促進や、規模拡大農家の経営発展につながった</p> <p>レンタル:35.4ha 流動化:6.4ha 国事業:1.5ha</p>	<p>◆毎年度、ハウスの新設、建て替えは、一定の面積で進むが、老朽化ハウス等の解体が増加しており、ハウス面積の減少は止まっていない</p>	<p>◆ハウスの整備や改良を支援</p> <p>◎レンタルハウス整備事業(新規就農者の就業促進や園芸農家の規模拡大、施設の高度化、既存ハウスの流動化と改良等を支援)</p> <p>★次世代施設園芸モデル事業(環境制御装置を標準装備した次世代型ハウスの整備を支援)</p> <p>★園芸用ハウス活用促進事業(新規就農者や規模拡大農家による既存ハウスの流動化と改良を支援)</p>
---	---	--	---	--

※これからの対象の★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業



※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に行き出す
- 2 産農団の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地力を高める
- 4 新たな産業づくりを推進する
- 5 産農人材を育てる
- 6 暮らしの質を高め、活力を高める

戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

1. 生活できる所得を確保する 集落営農の実現 (1)集落営農の推進	2023年度					
	1	2	3	4	5	6
<p>◆高知県の中山間地域では、耕地面積で84%、農業人口で80%、農業生産額で82%を占めているが、生産条件の不利等で、担い手不足や高齢化が進んでいる</p> <p>◆本県では、これまで個人経営による園芸農業が中心であったことから、集落営農の組織化が進んでいない状況</p> <p>◆このため、中山間地域で農業で生活できる所得を確保できる仕組みの早期の構築が求められている</p>	<p>◆市町村・農協等の連携・体制強化</p> <p>◆農地のカバー率 H23 9%⇒H25 10%</p> <p>◆組織数H23 164組織 ⇒H25 190組織</p> <p>◆こうち型集落営農組織17組織</p> <p>◆法人組織H24 1組織 ⇒H25 5組織</p> <p>・ソフト・ハード両面から集落営農の育成支援を実施</p> <p>・集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成</p> <p>・こうち型集落営農組織(17組織)支援と新たなこうち型組織育成を実施</p> <p>・中山間地域等直接支払制度の取組を集落営農の合意形成の契機として支援</p> <p>・既存の集落営農組織のステップアップ及び新たな組織化を推進</p>	<p>◆集落営農支援に向けた市町村・農協等との連携・体制強化</p> <p>◆集落営農を進めるための指導、人材の育成・確保</p> <p>◆集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成</p> <p>◆既存の集落営農組織のステップアップや新規組織の育成による法人化・こうち型集落営農の取組の拡大</p>	<p>◆集落営農組織の育成</p> <p>○県内全域で、集落営農を進めるため、市町村・JAと連携した体制の整備</p> <p>○集落営農を推進できる人材の育成・確保への支援(研修会や先進地視察等)</p> <p>○地域農業を担う、地域に即した営農の仕組みづくり</p>			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【農業分野】

2023年度						2025年度	
1	2	3	4	5	6	1	2
<p>集落営農組織の育成</p> <p>集落：集落営農への合意形成と取組 市町村・農協団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成 農業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催 県地域農業推進課： 集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援 更にステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化→こうち型集落営農)への支援</p>						<p>◆農地(田・畑)のカバー率 H23 9% ↓ H25 10% ↓ H27 13%</p>	<p>◆農地(田・畑)のカバー率(集落営農数) 26% (500組織)</p>
<p>中山間農業複合経営 拠点の整備</p> <p>中山間地域の農業を支える複合経営の拠点を整備することで、担い手となる人材の確保と地域農業・農村の活性化を総合的に支援</p>						<p>継続して、集落営農の育成を行うとともに、経営を重視した組織育成を支援</p> <p>中山間地域において、農業で生活できる地域営農システムの構築を推進</p>	

※改革のための6つの基本方向

- 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、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

【農業分野】

取組方針	位置	これまでの取組と成果	課題	これからの取組	改革の方向							
					1	2	3	4	5	6		
2. 6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり (1)加工、グリーン・ツーリズム等への取組強化と6次産業化の推進	◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている ◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心	◆各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ◆農業創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画、事業計画書の策定支援 H24 9グループ27名 H25 【入門コース】 8グループ28名 【応用・実践コース】 7グループ21名 H26 【入門コース】 12グループ20名 【応用・実践コース】 6グループ24名 ◆6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備 ◆果産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆起業支援型地域雇用創出事業による6次産業化に取り組む事業者の支援 ◆意欲ある地域や団体の農産物の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆農業者等の商品開発や販売力の向上 ◆6次産業化に取り組む事業者の育成 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆6次産業化をリードする人材育成 ○魅力ある商品づくりを通じた企画・提案・実行していくための技術力習得支援 ★6次産業化に取り組む事業者の育成								
					◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等) ★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援 ★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る							
					◆消費者の生産活動への理解を深める機会の提供 ◆★生産者組織が消費者に農作業体験や食の体験の機会を提供する体験交流事業の実施							
		◆特産農畜産物の学校給食(県内小学校等)への食材提供(土佐はちきん地鶏・土佐シロ・エメラルドメロン等) ◆初めて食べたという子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった ◆特産農畜産物等の出前授業 ジュニア博士の育成 7,024人 計12,993人 ◆子どもたちは、生産者の苦労やこだわりを知ることが農畜産物への思いが構築される ◆生産者が出前授業に参加し子どもたちと接することで、生産意欲の向上に繋がった ◆小学生が考えた、高知野菜を活用したメニューの表彰 ◆子どもたちが自分でメニューを考案することで、より高知野菜への意識が高まった	◆特産農畜産物やその生産方法の認知度が低いため、今後も継続的に出前授業を実施するとともに県下に広く実施できるよう、未実施市町村等の掘り起こしを行う ◆特産農畜産物の学校給食への活用を増やしていくことで、家庭や地域への認知度を高める必要がある	◆★生産者組織が消費者に農作業体験や食の体験の機会を提供する体験交流事業の実施 ○小学校等における出前授業の実施によるジュニア博士の育成								

※これからの取組の★は新規事業
○は拡充事業
●は継続事業

取組方針	位置	これまでの取組と成果	課題	これからの取組	改革の方向									
					1	2	3	4	5	6				
2. 6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり (1)加工、グリーン・ツーリズム等への取組強化と6次産業化の推進	◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている ◆農村の起業活動は着実に増加しているが零細な経営が中心	◆各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ◆農業創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画、事業計画書の策定支援 H24 9グループ27名 H25 【入門コース】 8グループ28名 【応用・実践コース】 7グループ21名 H26 【入門コース】 12グループ20名 【応用・実践コース】 6グループ24名 ◆6次産業化に取り組む事業者への支援体制の整備 ◆果産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆起業支援型地域雇用創出事業による6次産業化に取り組む事業者の支援 ◆意欲ある地域や団体の農産物の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた	◆農業者等の商品開発や販売力の向上 ◆6次産業化に取り組む事業者の育成 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化	◆6次産業化をリードする人材育成 ○魅力ある商品づくりを通じた企画・提案・実行していくための技術力習得支援 ★6次産業化に取り組む事業者の育成	H24	H25	H26	H27	H28以降	2024年度(2023年4月～2024年3月)	2025年度(2024年4月～2025年3月)			
					6次産業化をリードする人材育成 農業者等：農業創造セミナー等への参加により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術習得 農業振興センター・地域支援企画員：意欲ある人材発掘、地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ 県地域農業推進課：農業創造セミナーの実施、アドバイザーの派遣等による支援、フォローアップ								◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成 (6次産業化に取り組む組織数増加)	◆6次産業の担い手としての自立
					6次産業化に取り組む事業者の育成 事業者等：生産拡大、商品開発、新たな販売方式の導入や販路拡大 農業振興センター・地域支援企画員：事業者の発掘、ニーズや段階に応じた支援 県関係課：関係機関との連携・情報共有、地域6次産業化推進チームによるハンズオン支援、6次産業化サポートセンターによる事業者のニーズや段階に応じた支援、フォローアップ								◆6次産業化に取り組む事業者数の増加	◆地域の産業として成長
		◆地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援 農業者等：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大 農業振興センター・地域支援企画員：商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課：商品開発、磨き上げの支援対策の整備、農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援										◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加	◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化	
		伝統作物の栽培実証、販売・加工品開発の支援 農業者等：伝統作物の栽培への取組 農業振興センター・地域支援企画員：栽培実証、種苗の確保・保存、販売・加工品開発の支援 県関係課：栽培品目や地域の拡大、販売・加工品開発の支援対策の整備、加工業者等とのマッチング支援										◆体験交流活動を実施する生産者組織の増加		
		農作業体験交流活動の推進 生産組織等：農作業体験交流活動への積極的な取組 農業振興センター：農作業体験交流活動に取り組む生産組織への技術支援 県地域農業推進課：指導者養成講座の実施										◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える ジュニア博士育成：18,000人(H23末：5,969人→H27末：18,000人)	◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増える	
		高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食育活動の推進 農業者・農業団体：食育教育への積極的な取組 農業振興センター：食育教育に取り組む産地への技術支援 県地域農業推進課：出前授業の実施によるジュニア博士の育成、生産者との交流、メニュー紹介等による給食への食材活用PR										◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもたちが増える	◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知農畜産物の応援団となる	
		「高知野菜大好きっ子」の表彰と普及啓発 県地域農業推進課：高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発												

※改革のための6つの基本方向
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、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

【 農業分野 】

1. 担い手の育成と生産資源の保全 (1)新規就農者の確保・育成	◆農業者の高齢化や農業就業減少などに伴い担い手が不足している	◆PR段階 就農相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページに掲載し、就農希望者への呼びかけ	◆就農希望者の確保	2. 担い手の確保・育成							
				1	2	3	4	5	6		
	◆産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある	◆東京、大阪でのこうちアグリスクール ^① の定員を20名から40人に増やし、受講生が倍増	◆研修支援等の強化								
		◆相談段階 県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会の実施	◆営業開始に必要な農地、施設、資金等の確保								
		◆技術習得段階 農大での基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施	◆実践研修を支援する指導農業士の確保								
		◆営業準備段階 農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する負担の軽減、JA出資型法人設立への支援	◆新規就農者の定着								
		◆営業開始後 普及職員、営業指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施									
		◆PR段階から営業開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時(H21)の161人からH25は263人と新規就農者の増加につながっている									
			◆◎U・ターン就農者の確保								
			★農業担い手育成センターの整備による就農希望者の研修及び産地とのマッチング機能の強化								
			◆◎実践研修への支援								
			★青年就農給付金(準備型)の活用								
			○農地等の情報提供								
			★JA出資型法人等の経営強化並びに実践研修から就農へのスムーズな移行への支援								

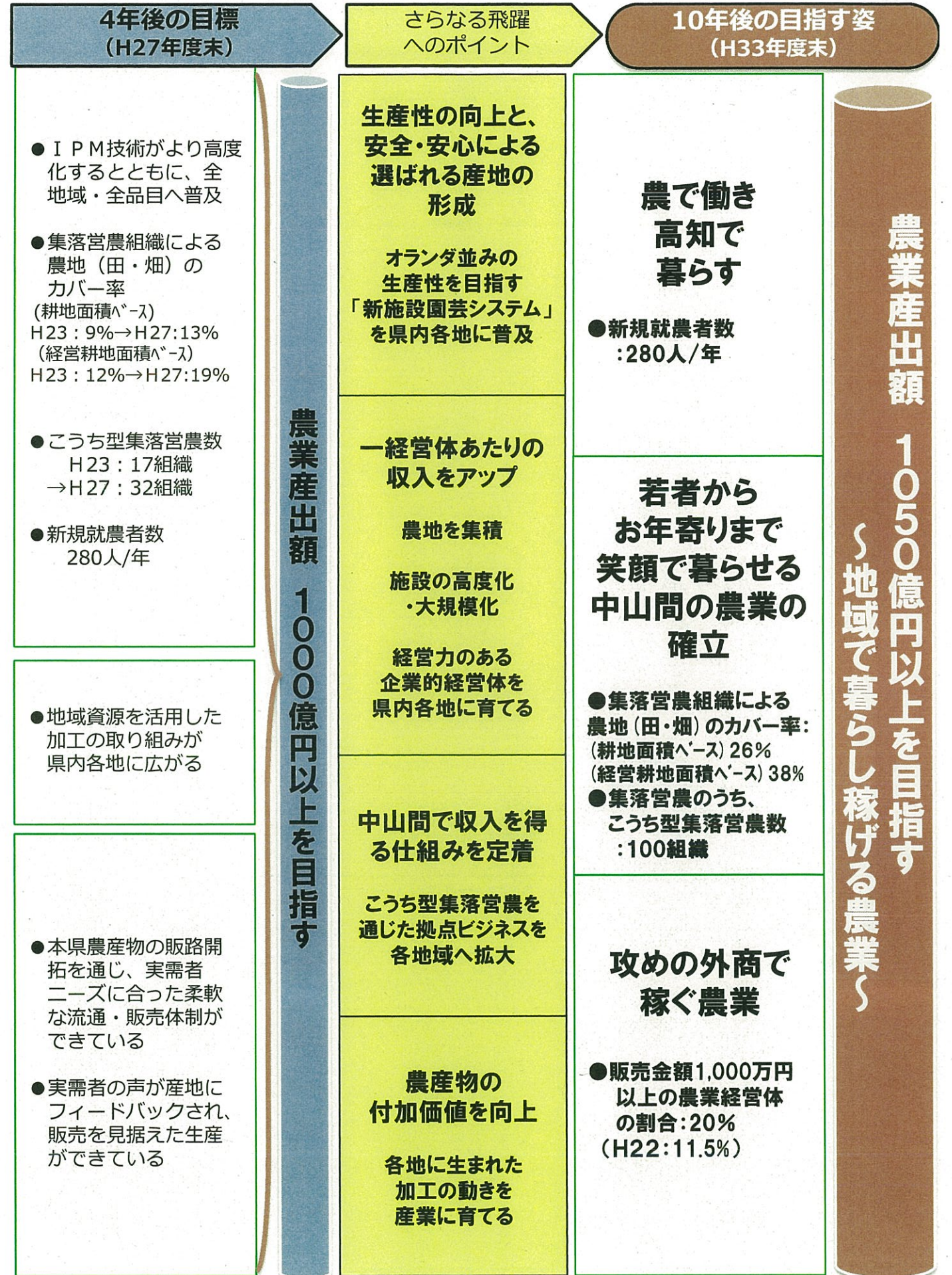
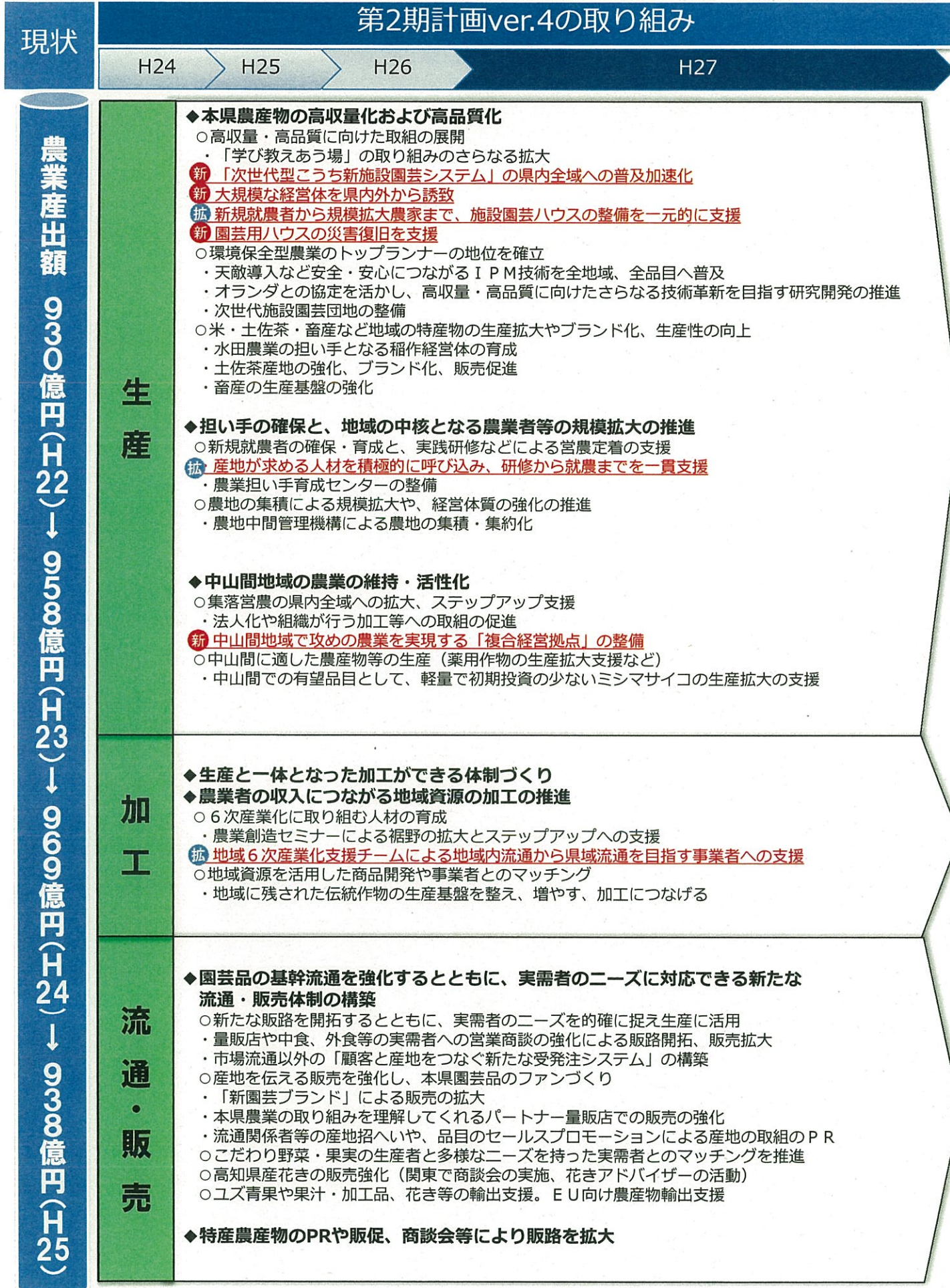
※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

1. 担い手の確保・育成	2. 担い手の確保・育成	3. 担い手の確保・育成	4. 担い手の確保・育成	5. 担い手の確保・育成	6. 担い手の確保・育成	7. 担い手の確保・育成	8. 担い手の確保・育成	9. 担い手の確保・育成	10. 担い手の確保・育成	11. 担い手の確保・育成	12. 担い手の確保・育成	13. 担い手の確保・育成	14. 担い手の確保・育成	15. 担い手の確保・育成	16. 担い手の確保・育成	17. 担い手の確保・育成	18. 担い手の確保・育成	19. 担い手の確保・育成	20. 担い手の確保・育成
<p>就農希望者の確保</p> <p>新規就農相談センター(農業会議):就農相談活動の実施、就農コンシェルジュの設置(H27~)</p> <p>県立農業大学校研修課:「こうちアグリスクール(東京・大阪会場)」の運営、スクーリング研修の実施(~H25)</p> <p>県農業振興部:専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施</p> <p>県農地・担い手対策課:県独自就農相談会の開催(H26~)</p> <p>市町村担い手協議会(JA、市町村等):産地「提案型」募集活動の実施(H26~)</p>										◆新規就農者数 年間280人	◆新規就農者数 年間280人								
<p>農業の担い手育成強化</p> <p>県:農業担い手育成センターの整備 農業担い手育成センター: 就農希望者への基礎及び先進技術・経営管理研修の強化(ネット研修、講座、実習) 就農希望者と産地とのマッチング 農業者や技術指導者の先進技術研修の実施</p>										◆指導農業士 H23:49人 H27:90人	◆人・農地プラン の作成 200集落								
<p>研修の拡充</p> <p>生産者:研修生の受け入れ(指導農業士等の受入先の拡充)</p> <p>市町村等:実践研修の実施</p> <p>市町村担い手協議会等:研修事業の円滑な推進の支援</p> <p>県農地・担い手対策課:研修生(就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内)への青年就農給付金(準備型)の給付+県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援</p> <p>研修生(上記以外で65歳未満)への県新規就農研修支援事業による支援</p> <p>県立農業大学校教育課:就農希望者に対して産学・実習など2年間の実践的な研修教育を実施</p> <p>県立農業大学校研修課:新しいなかにビジネススクール(ネット研修)や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施</p>																			
<p>遊休農地やハウス等の活用</p> <p>市町村担い手協議会(農業委員会等):ハウス情報の収集・提供</p> <p>県担い手協議会:耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援</p> <p>農業団体(県農業公社):遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供、耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(国への上乗せ)</p> <p>県農地・担い手対策課:農地集積円滑化団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を促す取組を促進し、管理に要する経費を支援(H25~H26)(H27~ 農地中間管理事業で対応)</p>																			
<p>初期投資の軽減</p> <p>県産地・流通支援課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援</p> <p>県協同組合指導課:就農する際に利用できる無利子の資金の貸付</p>																			
<p>円滑な就農に向けた支援</p> <p>市町村担い手協議会(市町村、農業委員会、JA等):農地や研修等の情報提供や助言などの実施</p> <p>市町村:集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施</p> <p>県農地・担い手対策課:JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の実施と整備したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る(H25~H26)(H27~ 「1-(5)園芸用ハウス面積の確保」の中で対応)</p>																			

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 農業間の連携を強化する
3 足跡を詰め、地方を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 農業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

高知県産業振興計画の推進によって実現

を目指す本県産業の姿 農業分野



2 林業分野

森林資源 H22末
蓄積：1.74億㎡
成長量：314万㎡/年
(うち人工林)
(蓄積：1.49億㎡)
(成長量：300万㎡/年)

原木生産量

H22年
404
千㎡

H25年
495
千㎡



増産

316
千㎡

78%
増産

H27年
72万㎡

H33年
81万㎡

増産
90
千㎡

柱6. 健全な森づくり

循環型の林業を持続

【課題】

- ① 地域の実情に応じた持続的な森林経営のプランが必要
- ② 保育コスト高等から適切な手入れがされず荒廃森林が発生
- ③ 成林までのトータルコストが高く、再造林が困難
- ④ 獣害(シカ、ウサギ等)により確実な更新が困難

フォレスター
による支援



【施策】

◆ 持続可能な森林づくり

- ① 地域の森林整備に関する計画の作成支援
(適地適木、資源循環 など)
- ③ 再造林への支援、省力化の検討
- ④ 獣害対策(防護柵設置等)の支援

◆ 荒廃森林の解消

- ② 保育間伐の推進
・ 公益的機能が高い森林の間伐支援
・ オフセット・クレジットを活用した森林整備の推進



柱1. 原木生産の拡大

間伐と皆伐を組み合わせる増産

【課題】

- ① 森林の所有規模が小さい
- ② 地形が急峻
- ③ 原木の販売価格が不安定
- ④ 効率的な生産ができる事業者が少ない
- ⑤ 担い手の確保と技術の向上

【施策】

◆ 生産性の向上と原木の増産

- ① 森林の集約化と経営委任の推進
・ 森林経営計画と森の工場の整備
・ 森林施業プランナーの活動支援
・ 国・公有林等を活用した大規模化
- ② 地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入促進
・ 林業機械や林内路網の整備
・ 効率的な路網や架線集材などの普及
・ 事業者の作業システム改善の支援



◆ 事業者や担い手の育成

- ③ 協定取引による安定供給の推進
- ④ 事業者のマネジメント能力の向上
・ 中期的なビジョンに基づく森林組合経営を支援
・ 森林組合の合併を推進
・ 森林施業プランナーの育成
・ 建設業者等の新規参入と定着を支援
- ⑤ 担い手の確保・育成
・ 搬出作業等の技術力アップ
・ **新** 林業学校の創設による担い手の育成・確保
・ **拡** 小規模林業の生産活動の支援強化

柱2. 加工体制の強化

品質の向上と加工量の増大

【課題】

- ① 成熟した豊富な森林資源を使い切れない
- ② 機械設備が不十分で、生産コスト高
- ③ 消費者の求める品質確保の取り組みが不十分
- ④ 財務体質が弱く、設備投資が困難

【施策】

◆ 企業誘致等による大型加工施設の整備

- ① ~ ③ 大型加工施設の整備
・ 大型製材工場による製材品の生産拡大
・ **新** ラミナ工場の整備
(低質材の加工力強化)



◆ 県内加工事業者の生産力等の強化

- ① ~ ④ 既存加工事業者の生産力等の維持・強化
・ 県内事業者による大型製材工場の整備
・ 新たな設備導入や既存設備更新の支援
(効率化、低コスト化、高品質化等)

◆ 高次加工施設の整備

- ①、③ CLT(直交集成板)の推進
・ CLT建築物の普及・建設の促進
・ CLTパネル関連産業の育成



柱3. 流通・販売体制の確立

地産地消・地産外商の推進

【課題】

- ① 大消費地から遠隔地であり輸送コスト高
- ② 県外での土佐材の認知度が不足
- ③ 事業者の営業力の強化が必要
- ④ 木材を使う仕組みや意識の強化が必要

【施策】

◆ 流通の統合・効率化

- ① 拠点を活用した流通の効率化の推進
・ 販売窓口の一元化
・ 県外の流通拠点の設置
・ 建築工程に応じたきめ細かな配送の推進
・ 県内事業者の共同輸送(県外へ)体制の強化
・ **拡** 内航船(RORO船)による定期的な輸送



◆ 販売力の強化

- ②、③ 地産外商の推進(流通拠点の活用など)
・ 企業・団体と行政が連携した営業活動を推進
(土佐材展示会、セミナー、商談会の開催など)
・ 商品力の向上への支援
(JAS表示、地域材ブランド化の推進など)
- ④ 地産地消の推進
・ 県産材使用住宅の建築、リフォームの支援
・ 公共施設、公共事業での木材利用の推進

柱4. 木質バイオマスの利用拡大

マテリアル + エネルギー 利用の推進

【課題】

- ① 原木や林地残材の集荷コスト高
- ② バイオマス利用ボイラーの導入経費や管理経費(燃焼灰処理等)が他製品に比較して割高
- ③ 原木増産に伴い発生する多量のバイオマスの有効利用が必要



【施策】

◆ 木質バイオマスの効率的なエネルギー利用の推進と多面的利用の拡大

- ① 原木や林地残材の搬出に対する支援
- ② バイオマス利用施設の導入・管理コストの低減
・ バイオマス利用ボイラーの導入支援
・ 一定の地域内での効率化を推進(共同利用・処理)
- ③ 発電や製品原材料など多用途利用の推進
・ 再生可能エネルギーの全量固定価格買取制度に対応し、バイオマス発電を推進 など

柱5. 森のものの活用

森の恵みを余すことなく活用

【課題】

- ① 重要な換金品目の生産・販売振興が必要
- ② 地域の森林や産物を活用した取り組みの推進が必要



【施策】

◆ 特産林産物の生産等の振興

- ① 特産林産物(炭、キノコ、シキミ等)の生産・販売支援
- ② 提案型等の地域発の取り組みを支援

数値目標
H22 → H33
(H27)

● 原木生産量
(再掲)
404千㎡
→ 810千㎡
(720千㎡)

● 森の工場
整備面積
37,161ha
→ 90,000ha
(69,800ha)

● 担い手
1,645人
→ 1,756人
(1,732人)

● 林業労働者の
年収
→ 4百万円/年
(4百万円/年)

● 製材品生産量
224千㎡
→ 355千㎡
(300千㎡)

● 乾燥材生産量
54千m3
→ 120m3
(111千m3)

● 木質バイオマス
利用量
227千ト(H21)
→ 530千ト
(403千ト)

戦略の柱1. 原木生産の拡大 【森の工場の整備・推進】

対策のポイント

収益性の向上、林業就業者の確保と育成を進めるため、施業の集約化や森林整備(間伐実施、作業道開設など)、生産活動(機械整備、作業システムの確立、間伐材の搬出)を支援します。

1 作業道整備



・新規開設

2 高性能林業機械等整備



・高性能林業機械等の整備
・高性能林業機械等のレンタル

機械導入等
レンタル

3 林内路網アップグレード事業



・既設作業道等における
機能の強化や災害復旧

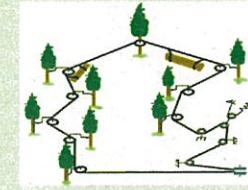


● 森林の集約化
(森林整備活動支援交付金の活用)



・合意形成
・資源調査
・プランニング

● 林業普及指導員、森林技術センター
による支援
● 各種研修会への参加 など



・新たな作業システム
の試行に伴う調査等
・調査結果に基づく研修会
・技術の習得
・情報の提供
・経営計画作成支援 など

集約化された施業林地
(森林)

● ● ●
必要な生産基盤
(路網・林業機械)

● ● ●
優れた林業事業体
(経営者・技術者)

H27末目標 69,800 h a



4 間伐材搬出支援



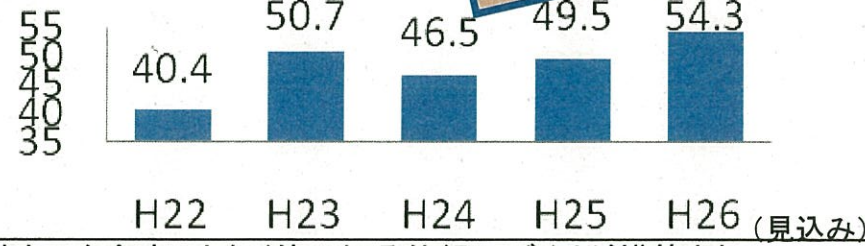
・一般用材、チップ等端材

成長戦略の柱1. 原木生産の拡大

【新たな林業学校の設立】

高知県の林業の現状と見通し

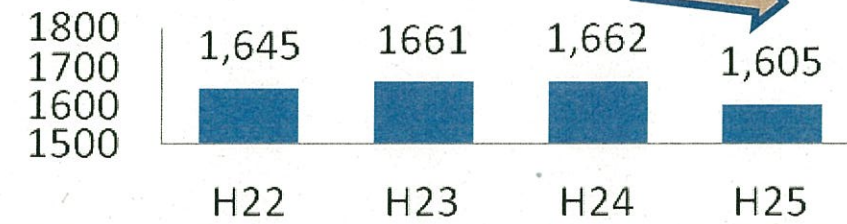
(1) 原木生産量の状況 (単位: 万m³)



A材からC材までを余すことなく使い切る仕組みづくりが構築され、今後の増産が期待できる

- ・A材→加工体制の強化(高知おおとよ製材等)による消費の拡大
- ・B材→CLTの推進による消費の拡大
- ・C材→木質バイオマス発電所の整備による消費の拡大

(2) 担い手の状況 (単位: 人)



近年増加傾向だったが、平成25年度は大幅に減少
60歳以上の占める割合は35%と大きく、高齢化のさらなる進展が懸念される

今後の林業の新たな担い手をさらに育成していく必要がある

現行の担い手育成の取り組み

<現状>

- 緑の雇用事業集合研修・・・新規就労者を対象としたOJT研修や集合研修
- 高校生林業体験講習・・・林業就業希望者や高校生を対象とした林業体験研修

- 小規模林業推進協議会・・・林業活動の情報共有や森林・林業の知識・技術の修得等のスキルアップへの取り組み

<課題>

- 林業就業者や自伐林家の方々が林業経営等を学び直す機会が十分でない。
- 就業前の人材育成が十分な担い手の確保に至っていない。
- 労働条件の改善が進んでいないことなどから、年々、定着率が下がる傾向にあるため、離職を防止する取り組みへのニーズが高まっている。
- 事業体の経営改善のためには、経営能力を持った人材の育成が必要
- 既存の担い手育成事業は技術養成が主であることから、森林経営やCLTなど最先端の技術を持つ人材の育成につながらない。

- 林業活動実践者のさらなる意欲の向上や知識・技術のスキルアップのための場の提供
- 実践的な技術・知識を持ち、即戦力として就業できる人材の育成
- 育成した人材の事業体とのマッチング強化
- 林業事業体等の持続的な経営を支える高度で専門的な人材の育成

新たな林業学校(仮称)の設立

[林業学校(仮称)のイメージ]

コース	育成する人材	研修内容	定員
短期コース	● 林業活動実践者の知識・技術のスキルアップ など	・ 森林経営 ・ 鳥獣対策 など	コースにより定員を設定
(自伐林家向けコース)	● 自立し、事業展開ができる自伐林家	・ 小規模林業経営	20人
基礎コース (緑の青年就業準備支援事業)	● 実践的な技術・知識を持ち即戦力となる人材	・ 森林科学 ・ 森林施業 ・ 森林・林業経営 ・ 木材利用 など	H27. 28は 10人
専攻コース	● 林業事業体等の持続的な経営を支える高度で専門的な能力を持った人材	◆ 森林経営 ◆ 加工流通販売 ・ 森林管理 ・ 経営戦略 ・ 森林環境 ・ CLT など	20人

※研修内容や定員の詳細は今後検討

日本一の林業学校を目指す!

平成27年4～6月開講

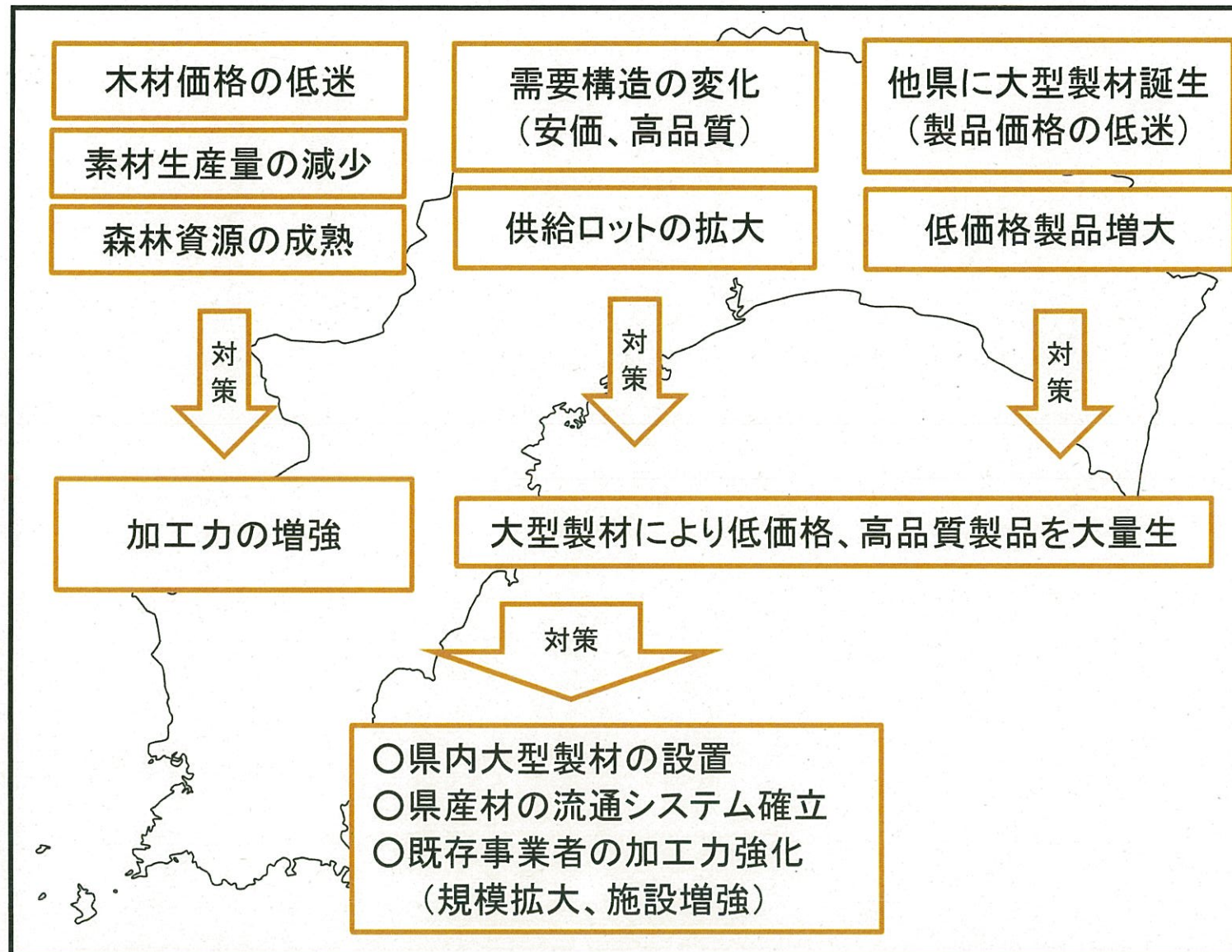
平成27年4月開講

平成29年4月開講を目指して検討
設置検討会の運営

戦略の柱1. 原木生産の拡大 【小規模林業の推進】

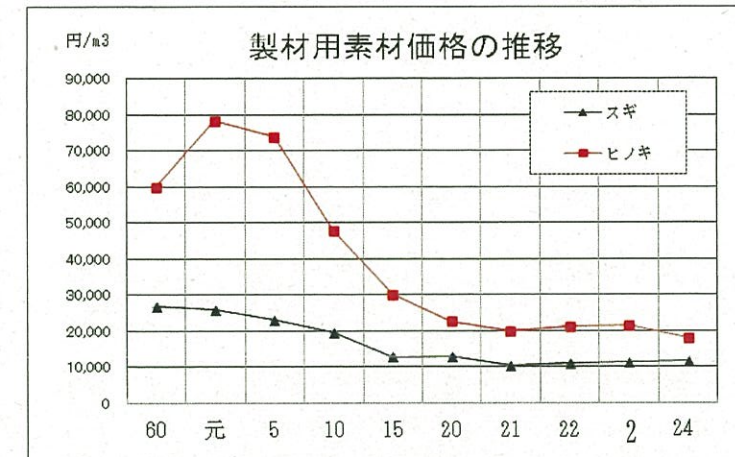
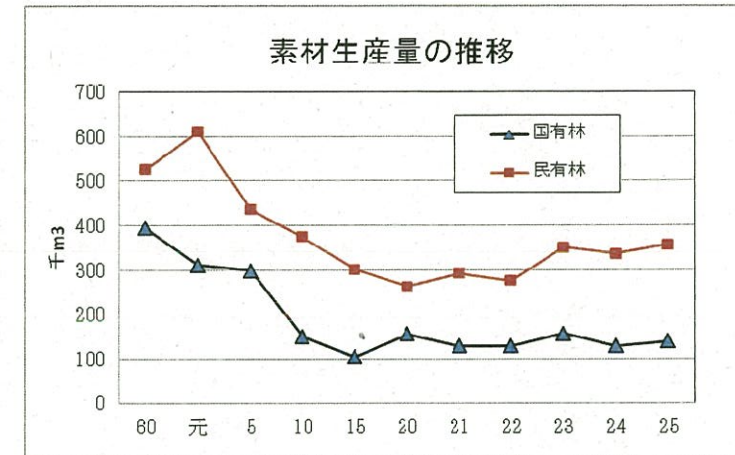


戦略の柱2. 加工体制の強化【大型加工施設の整備】

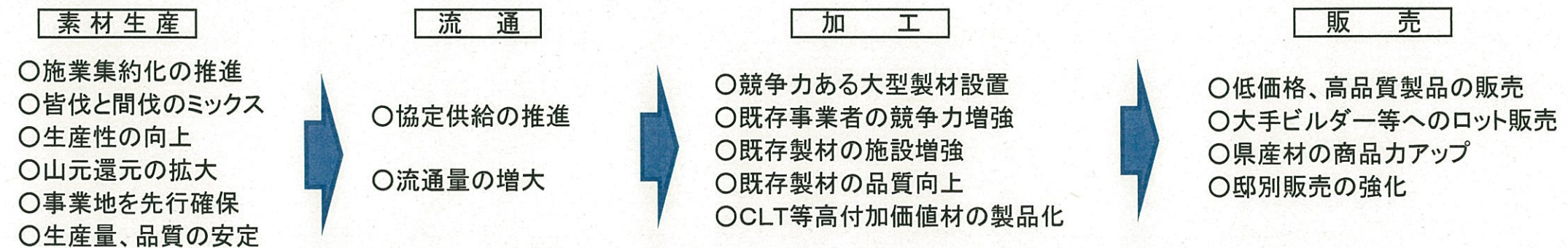


【現況】

県内の森林資源は、人工林の蓄積量は約1億5千万m³(H21)となり、膨大な森林資源の活用が課題となっている。一方、木材価格の低迷等から、素材生産量は減少している。



【新流通加工体制】



関連産業全体を嵩上げ

戦略の柱2. 加工体制の強化

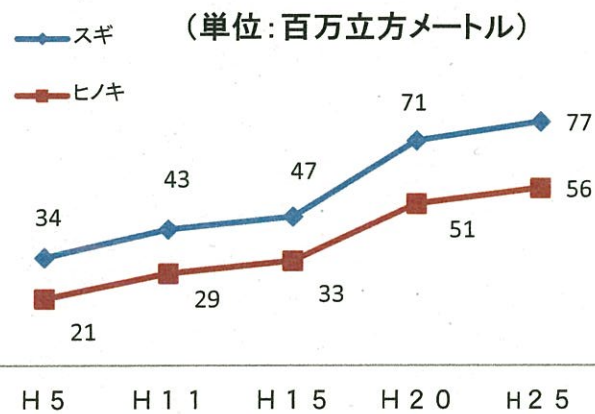
【県内加工事業体の生産力等の強化】

【林業・木材産業の状況】

林業

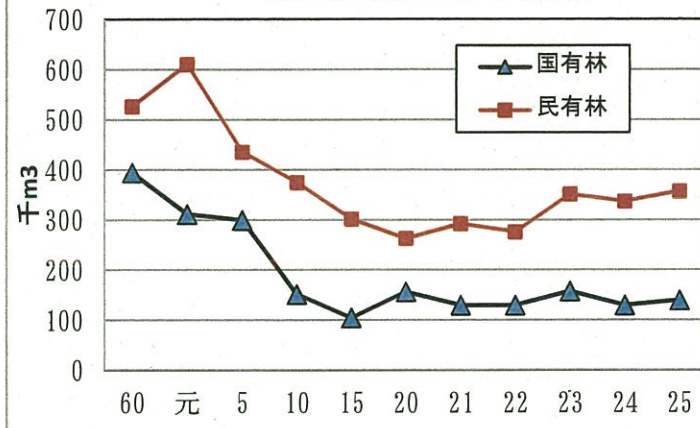
森林資源の成熟

私有林蓄積量推移



素材生産量の減少

素材生産量の推移



木材産業

加工力の減少

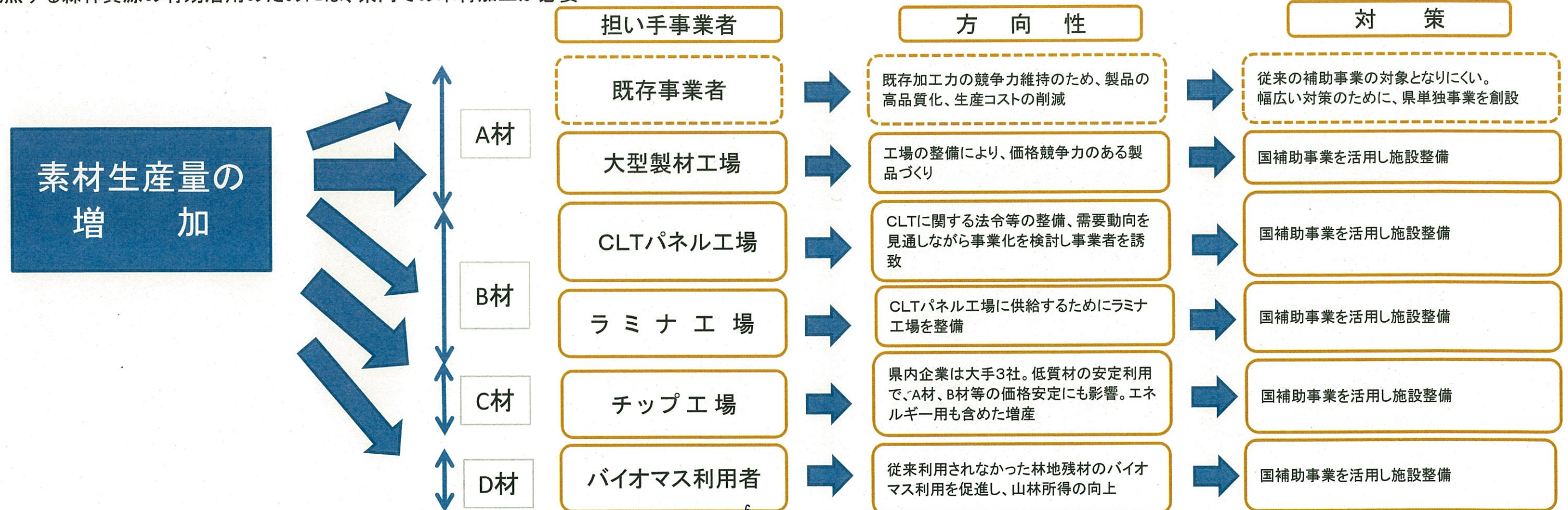
- ◆製材工場数
H25 99工場 (H10対比 49.3%)
- ◆従業員数
H25 659人 (H10対比 37.8%)
- ◆漸減の要因
 - ・住宅着工戸数の減
 - ・外材の流入
 - ・木材価格の低迷
 - ・低コスト化、高品質化への取り組みの遅れ
 - ・経済不況 など

製材業の状況



【対策】

成熟する森林資源の有効活用のためには、県内での木材加工が必要



戦略の柱2. 加工体制の強化【CLTパネル関連産業の育成】

■現状

- 国ではCLT建築物に関する基準づくりに着手
- 住宅メーカー等は、**関心がある一方で動向を見守っている**状況
- そのため、現時点では**具体的な需要ニーズの把握は難しく、需要の見通しが不明確**
- **CLT建築物の事例が少なく、技術が確立されていない**
- CLTを活かした**多様な設計を提案できる技術者が少ない**
- CLTは木材利用の新たな分野での取り組みであり、**効率的な工場運営の核となる技術者が少ない**
- **国産材ラミナは外材に比べてコストが高く、供給量が少ない**

■課題

- **CLT建築物の需要拡大**
 - ・一般的な部材及び工法として標準化
 - ・コストの抑制
 - ・事例の積み重ねによるノウハウの蓄積
- **技術者等人材の育成**
 - ・設計、施工技術者
 - ・パネルの製造技術者
- **国産材ラミナの安定供給体制の整備**

■具体的戦略

◆人材の育成

● 設計・施工

- ・ 県内**建築プロジェクト**を通して、**実践研修及び技術・ノウハウの取得と蓄積**
- ・ **国内外の先端技術の取得**
- ・ **林業学校において関連講座を開設**

● パネル工場

- ・ パネル工場の整備に向けて、**核となる技術者を実践的に育成**

◆ラミナ供給体制の整備 (CLTパネル用の原材料の確保)

● CLTパネル工場の稼働に合わせて、ラミナ必要量を確保

- ・ **新たなラミナ工場の施設整備**
- ・ 既存製材工場と**安定供給に向けた体制を構築**

◆原木の安定供給に向けた**官民連携**による取り組みの推進

◆県が率先してCLTパネルの需要拡大を推進

● 高知県内での需要の拡大

- ・ **公共施設を中心にCLTの活用を検討**
- ・ **CLTの普及に向けたPR**
- ・ **民間施設への普及拡大**

● ユーザー側（工務店や住宅メーカー） の意見も取り入れた製品づくりの推進

● 都市部の木造化に向けた活動の強化

- ・ **東京オリンピック・パラリンピック関連施設での活用に向けた提案**
- ・ **国の関連施設での活用への提案**
- ・ **CLTの普及に向けたPR**
- ・ **民間施設への普及拡大**

推進ネットワークを構築し、各方面で連携してCLTを推進

PR・販路拡大対策

商品競争力向上対策

これまでの取り組み結果、成果

土佐材商談会

土佐材流通促進協議会を設立
東京、名古屋、大阪、神戸で開催

土佐材商談会 参加企業 約60社/年で推移



消費地商談会の開催
(新規開拓型)

土佐材展示会

消費地企業と連携して開催（茨城、千葉、名古屋、福岡）
県内製品市場が共同で開催（高知）

土佐材展示会 販売量 約1,000m3/年



土佐材展示会（茨城県）

県外土佐材使用住宅の促進

「土佐材パートナー企業」登録制度をH23から取組

土佐材住宅
約100棟/年

土佐材パートナー企業
全国に33社（H23）⇒74社（H26）



土佐材住宅の着工（愛知県）

流通拠点

流通拠点の設置 15ヶ所（関東6、東海2、関西6、九州1）

流通拠点
15ヶ所

邸別利用 20棟/年

ロット利用 2,500m3/



流通拠点の活用

性能表示木材流通促進

性能表示木材（JAS、含水率表示、強度表示）の拡大

JAS認定工場
15工場

性能表示木材流通量
約20,000m3/年



四万七ノキ
JAS製品

今後の取り組み（H27年度）

- 邸別販売の拡大に繋げる商談会の開催（東京、名古屋、大阪、福岡）
- 商談会に参加した有望な企業へ後追い営業や産地セミナーの開催
- 「県外中堅ビルダー」への販路開拓の推進

土佐材商談会参加企業数 100社/年

- ロット販売の拡大へ繋げる展示会の開催（茨城、千葉、名古屋、高知、福岡）
- 「県外中堅プレカット工場、木材流通業」への販路開拓の推進

ロット販売の取引先の拡大

- 商談会や展示会等に参加した企業を土佐材パートナー企業登録
- 関東をはじめ土佐材パートナー企業等と連携した土佐材使用住宅の拡大

土佐材住宅（邸別販売）
150棟（H27）

土佐材パートナー企業
80社（H27）

- 建築工程に応じた小配送による邸別利用の推進
- 拠点（プレカット工場など）を活用したロット利用の拡大
- 内航船を利用した輸送の試行と定期便化の検討

流通拠点の
活用と増加

邸別利用の拡大

ロット利用の拡大

- JAS製品に特化して、性能表示木材の出荷支援
- 県内JAS認定工場の拡大

JAS認定工場の拡大

JAS木材製品流通量
30,000m3（H27）



TOSAZAI展(東京)

土佐材パートナー
企業の増加

消費地へ安定的に
土佐材製品を
供給し、販売拡大

JAS認定工場の
製品出荷量の
30%以上が
JAS製品



産地セミナーの開催

戦略の柱4. 木質バイオマスの利用拡大

1. これまでの取組みにより着実に前進

「木質バイオマスボイラー導入状況」 基金事業を活用し木質バイオマスボイラーが大幅に増加

- ◆合計台数 208台【(H25年度末)】
- ◆分野別の割合
 - ・園芸施設 169台(81%)
 - ・冷暖房施設 10台(5%)
 - ・温泉施設 15台(7%)
 - ・その他(養鰻施設等) 14台(7%)

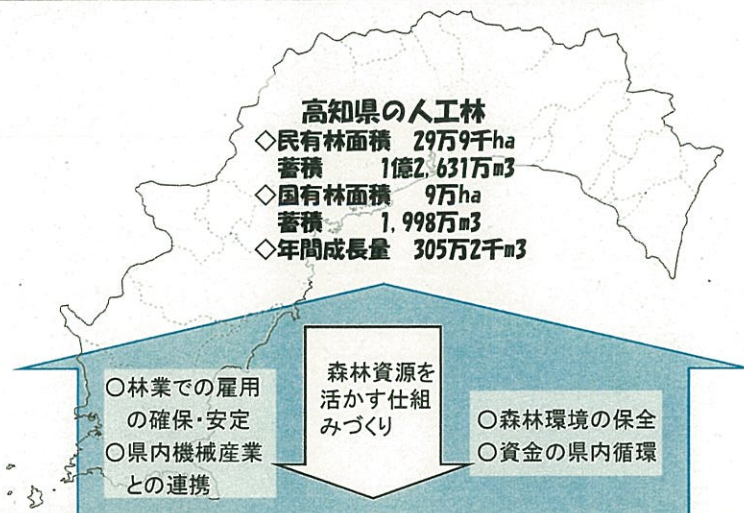
「木質バイオマス燃料の県内供給状況」

- ◆ペレット製造施設 6箇所(生産可能能力10,700t)
- ◆燃料用チップ製造施設 3箇所
- ◆燃料用おが粉製造施設 1箇所

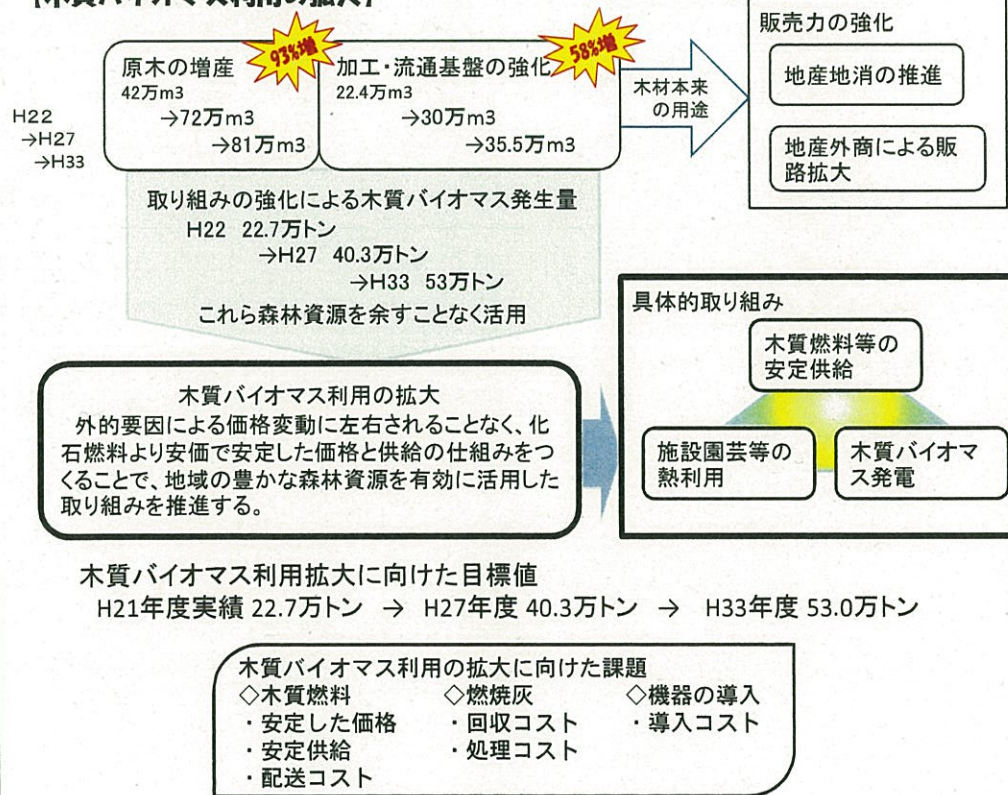
「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取組み状況」

- ◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
- ・平成25年度実施量 約4万トン

2. 林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方



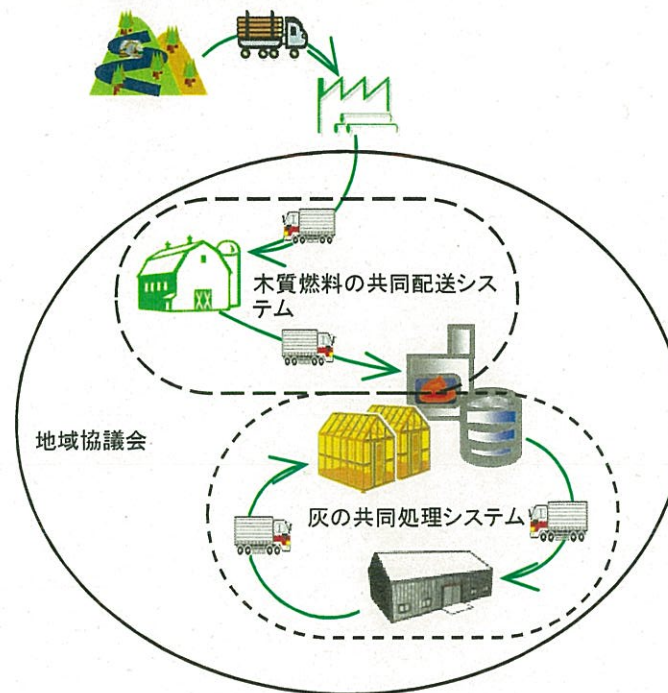
高知県産業振興計画 【木質バイオマス利用の拡大】



3. 今後の利用拡大に向けた取組みの方向性(課題への対応)

ア、効率的な事業展開

- ◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討

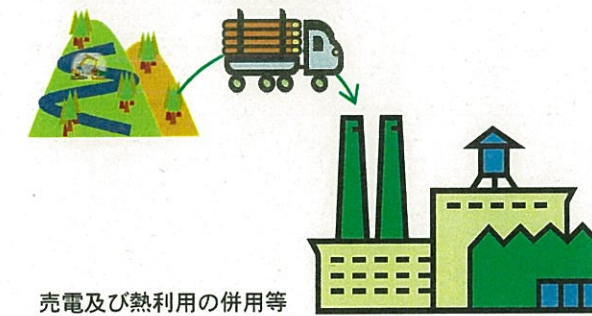


- ◆集約型地域熱利用の可能性を調査



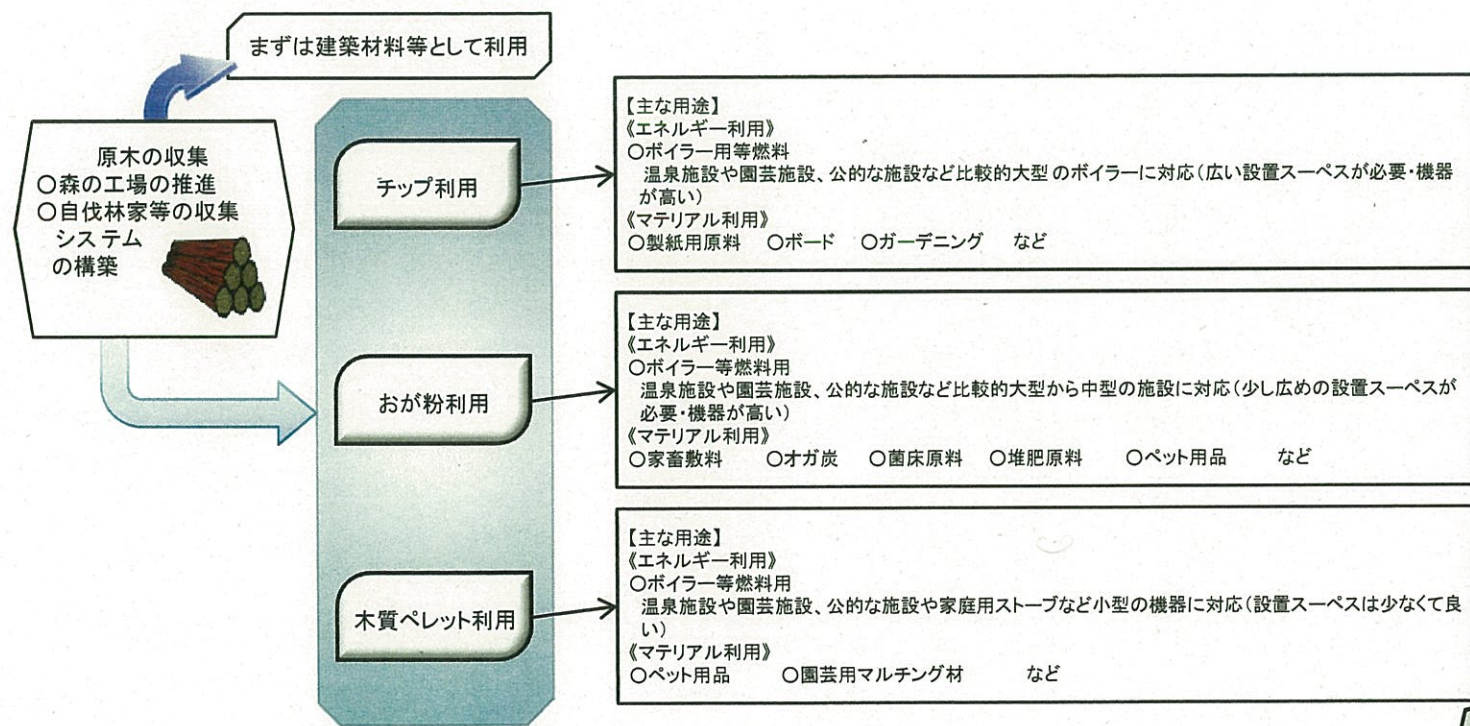
イ、木質バイオマス発電

- ◆木質バイオマス発電の推進



ウ、総合カスケード利用に向けた新たな展開

- ◆多様な用途への対応を考慮した総合カスケード利用の検討と供給体制の整備



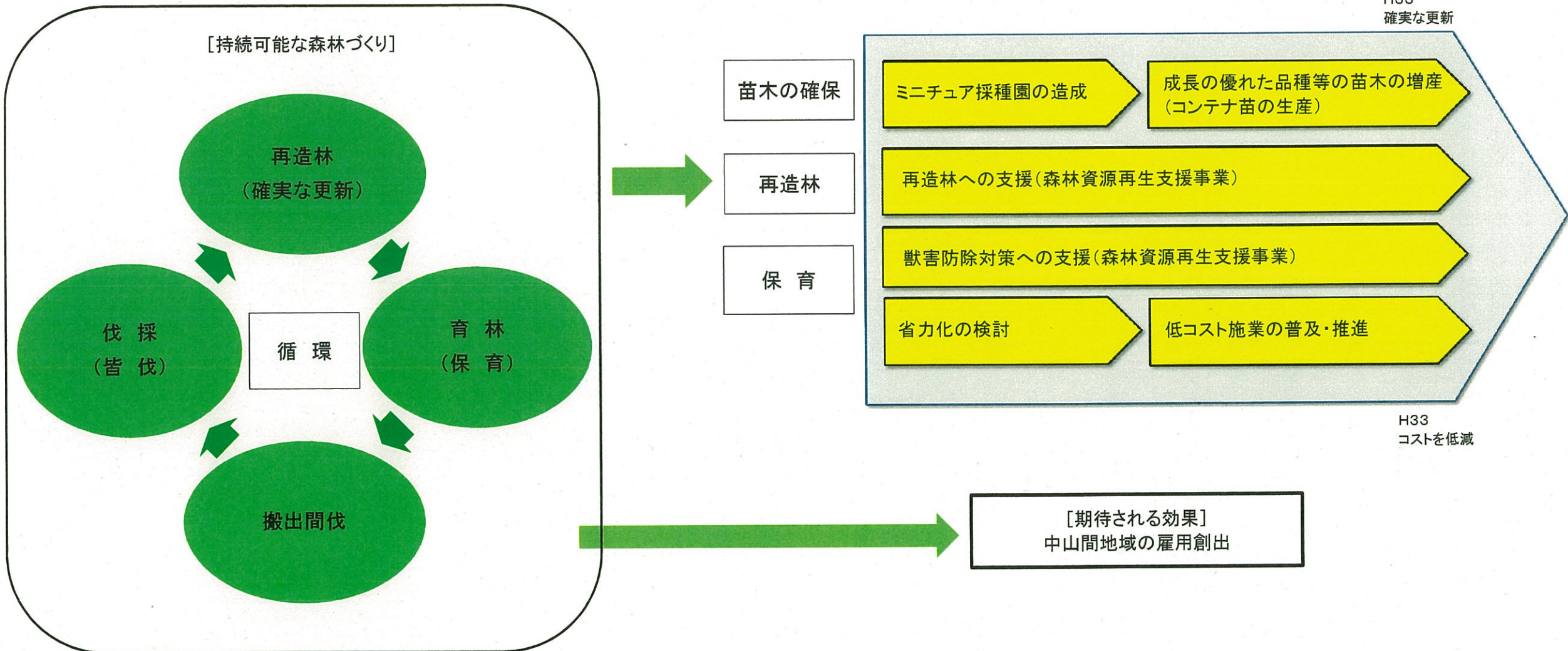
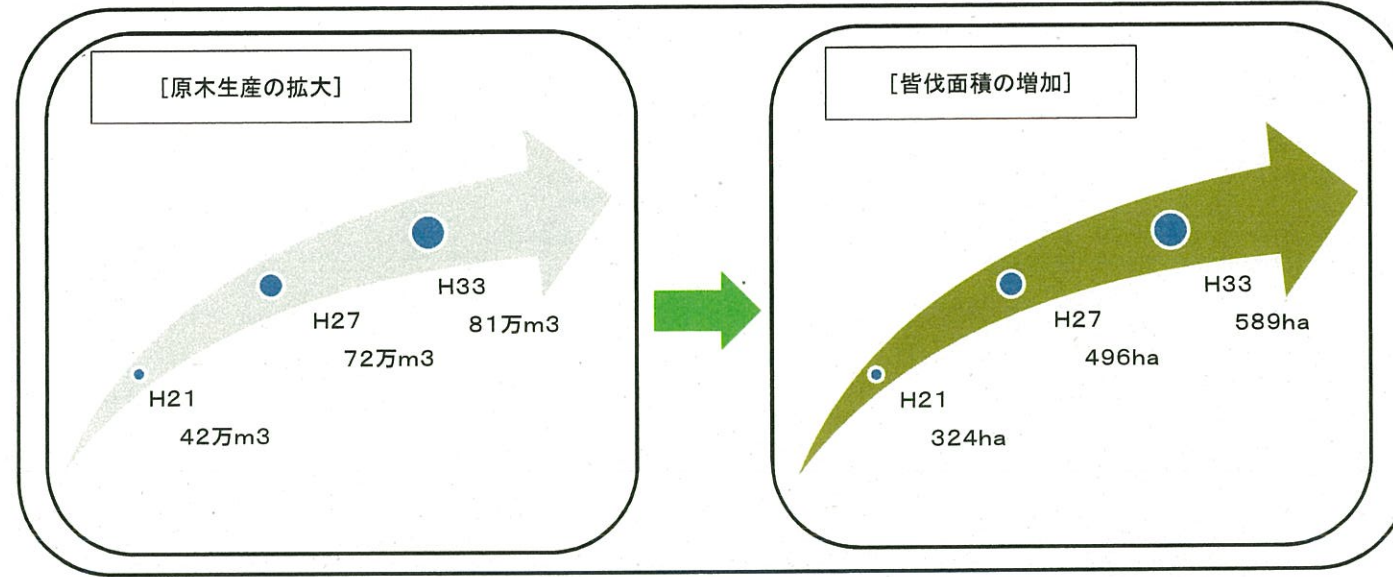
戦略の柱6. 健全な森づくり 【持続可能な森づくり】

【課題】

- ・ 皆伐地の増大に伴う再造林の推進
成林までに要する施業(再造林、保育)のトータルコストが高く、再造林が困難
- ・ 再造林地における獣害
シカの生息密度の増加により、密度の高い生息域での森林環境が悪化
- ・ 地球温暖化防止など社会的なニーズに対応する森林の造成
成長の優れた品種や花粉の少ない品種等の苗木の増産

【対策】

- ・ 成林までに要する施業のトータルコストの低減
再造林等への支援及び低コスト施業の普及推進、コンテナ苗の生産支援
- ・ 森林被害防除
再造林地における獣害被害対策への支援
- ・ ミニチュア採種園の造成
成長に優れた花粉の少ない品種の種子を短期間で生産



戦略の柱【1. 原木生産の拡大】

【林業分野】

(2) 事業者や担い手の育成	◆林業の担い手が高齢化・減少している ◆新規就業者職業紹介アドバイザーの設置 ◆林業体験教室や就業相談会の開催 ◆高校生向けの林業体験教室や技術研修の実施 ◆就業希望者と林業事業者それぞれの要望に応じた就業相談や情報提供ができつつある ◆技術者養成手法の改善、強化 ◆県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより基幹となる林業技術者の育成が進んだ ◆所得の確保など事業者における就労条件の改善 ◆就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた ◆担い手 1,661人(H24.3末) ◆市町村、森林組合等への説明会の実施 ◆市町村広報誌や林業機関誌への掲載による森林整備のPR ◆H21からH24まで、のべ355人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった ◆自伐林家等による生産を促進 ◆副業型林家の育成による収入機会の拡充	◆林業事業者の経営状態が脆弱で計画的な雇用ができない ◆木材の増産に向け人材生産を行える人材の育成が必要 ◆効率的な生産ができる事業者が少ない ◆担い手の確保と技術の向上	◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ○就業者向けの林業体験の実施 ○就業希望者へのPR方法の改善 ◆林業技術者養成手法の改善、強化 ★林業学校における人材の育成・確保 ◎木材生産の技術習得の推進 ◎先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上 ◆○事業者における就労環境の改善 ◆自伐林家等による生産を促進 ○自伐林家の生産活動の支援 ○副業型林家の育成 ★小規模林業推進協議会による情報共有等	○	○	○
				○	○	○

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

就業希望者への支援	林業労働力確保支援センター：就業アドバイザーによる雇用情報の収集強化、TV番組やホームページの充実等による広報の強化、雇用改善計画の実行管理を強化、就業希望者向けの林業体験研修や林業就業相談の実施 県森づくり推進課：林業労働力確保支援センターと協力し、雇用情報の収集、適時の学校訪問等広報の強化、認定事業者の指導を実施	◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる ◆担い手 1,732人	◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量が確保されている ◆担い手 1,756人 ◆林業雇用労働者(原木生産)の年収 400万円
技術者養成研修の実施	林業事業者：県の研修と併せて緑の雇用現場技能者育成対策事業を活用した担い手の育成 森林組合連合会等：事業者の指導 林業労働力確保支援センター：研修事業の実施及び事業者の指導 県森づくり推進課：林業技術者養成研修等の拡充、研修の中核を担う労働センターの支援、林業学校の設立(H27.4から)		
事業者の就労環境の充実	事業者：雇用改善計画の実行による就労環境の改善 県森づくり推進課：事業量確保ができるよう森林施策プランナーの支援、退職金共済の掛金への支援や林業就労環境改善事業等により、雇用環境や労働安全衛生の向上の促進		
自伐林家の生産活動の支援	自伐林家：生産活動への積極的な取組 森林組合：管内の自伐林家支援に積極的に参画 高知県森と緑の会：国の森林・山村多面的機能発揮対策交付金事業による支援 県林業環境政策課、木材増産推進課：高知県森と緑の会への支援、搬出間伐等への支援		
副業型林業への技術支援	自伐林家等：研修制度の積極的な活用と森林整備の促進 NPO等：研修会の開催による技術指導の実施、修了生の就業状況把握、自伐林家等のネットワークづくり 県森づくり推進課：副業型林家を育成するための研修会の支援		
	小規模林業推進協議会による情報共有等 自伐林家・NPO等：推進協議会への参加、研修等によるスキルアップ 県森づくり推進課：推進協議会の運営、安全対策の支援		

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足腰を強め、地方を高める
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

高知県産業振興計画の推進によって実現

第2期計画ver.4の取組

現状

	H24	H25	H26	H27
原木生産	<ul style="list-style-type: none"> ○森林の集約化と経営委任の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・森林経営計画と森の工場の整備 ○地形や地質にマッチした効率的な生産システムの導入を促進 ○皆伐による原木の増産 ○大型製材工場や県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築 ○森林組合の経営力強化 新 林業学校における担い手の育成・確保 拡 小規模林業による生産を促進 			
加工体制	<ul style="list-style-type: none"> ○大型製材工場等の施設整備の促進 <ul style="list-style-type: none"> ・大型製材工場による製材品の生産拡大 新 ラミナ工場の整備 ○県内事業者による大型製材工場整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスプランの作成、工場の整備 ○既存事業者の加工力の増強を推進 <ul style="list-style-type: none"> ・乾燥施設等の新設及び増強 ○CLT（直交集成板）の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・CLT建築物の普及・建設の促進 ・CLTパネル関連産業の育成 			
流通・販売	<ul style="list-style-type: none"> ○大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大 ○県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進 拡 内航船（RORO船）による定期的な輸送や乾燥等の共同事業の実施 ○大消費地への販路拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・消費地商談会や展示販売会の実施により、土佐材の知名度アップとロット販売量を増加 ○品質が確保された製品の安定供給体制を確立 ○県産材を利用した木造住宅への支援 ○公共事業や公共施設等での県産材の利用推進 			
木質バイオマス	<ul style="list-style-type: none"> ○原木や林地残材の搬出に対する支援 ○木質バイオマス燃料の安定供給 ○木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化 ○幅広い分野での木質バイオマス利用を促進 ○燃焼灰の適正処理 ○コスト差を埋める支援の仕組みの検討 ○推進体制の強化 ○木質バイオマス発電の推進 			

木材・木製品製造業出荷額等 150億円(H22) ↓ 164億円(H23) ↓ 160億円(H24) ↓ 170億円(H25)
 原木生産量 40.4万立方メートル(H22) ↓ 50.7万立方メートル(H23) ↓ 46.5万立方メートル(H24) ↓ 49.5万立方メートル(H25)

を目指す本県産業の姿 林業分野

4年後の目標 (H27年度末)	さらなる飛躍 へのポイント	10年後の目指す姿 (H33年度末)
~ 山の資産価値をアップ、中山間の雇用を確保 ~ ● 立木の資産価値 20%アップ(H22年比) ● 担い手数 1,732人(87人増)	○ 森林の集約化を一層推進 ○ 作業システムの改善による原木生産の効率化	立木の資産価値 30%アップ(H22年比) 担い手数 1,756人
~ 木材の付加価値を高める ~ ● 製材品の生産量 30万m ³ (30%増)	○ 単板工場の誘致 ○ 製材工場の効率化・高品質化を進め、競争力を強化 ○ CLTの推進	製材品の生産量 35万5千m ³
~ 県外市場での認知度の向上 ~ ● 県産材製品の県外出荷量 22万m ³ /年(70%増) ~ 県内での県産材利用が拡大 ~ ● 戸建て住宅の木造率 全国平均以上	○ 県外への流通・販売システムのさらなる強化 ○ 土佐材の知名度の向上による活発な取引	県産材製品の県外出荷量 26万m ³ 戸建て住宅の木造率 四国No.1
~ 森林資源を生かし切り木の価値をアップ ~ ● 木質バイオマス利用量 40.3万トン(78%増) (金額換算:28億円)	○ 木質バイオマスを低コストで大量に収集するシステムづくり	木質バイオマス利用量 53万トン (金額換算:41億円)

木材・木製品製造業出荷額等 190億円以上を目指す
 原木生産量 72万立方メートル以上を目指す

木材・木製品製造業出荷額等 200億円以上を目指す
 原木生産量 81万立方メートル以上を目指す
 ~ 山で若者が働く、全国トップ3の国産材産地 ~

3 水産業分野

第2期高知県産業振興計画 産業成長戦略（水産業分野）の取り組み



10年後の
目指す姿

沿岸漁業生産額 400億円以上 水産加工出荷額200億円以上
～若者が住んで稼げる元気な漁村～



戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上

取組方針1. 漁業生産量の確保

カツオ等の水揚げ促進

- 黒潮牧場6号（足摺岬沖）及び8号（興津沖）の更新
- カツオ船へイワシ活餌を供給するため、黒潮町佐賀で漁協を軸とした新たな体制の構築
- 拡** イワシ資源が豊富な宿毛湾をカツオ船への活餌供給基地とする取組の強化
- 新** 近海カツオー本釣り船のダウンサイジング等の促進
- 新** 清水サバの漁獲量拡大に向けた、漁具作成の新たな体制の構築と、サメ被害の軽減への支援

定置網漁業の収益性の向上

- 新** 急潮の予測に向けた、潮流の解析
- 拡** 定置網の網成り調査や先進地での技術研修の支援
- 拡** 大敷組合の経営改善と法人化の促進

新規就業者の確保

- 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘活動、短期研修の実施、研修指導者のグループ化による受け入れ体制の強化
- 新規就業者が自立するための長期研修の実施
- 漁船リース事業への支援

取組方針3. 養殖業の振興

養殖業の経営基盤の強化

- 養殖ビジネススクールの開講
- 拡** 協業化に向けた設備投資や、新技術の導入等の支援

種苗生産・中間育成ビジネスの育成（カンパチ、クロマグロ）

- 拡** クロマグロの親魚養成・種苗生産・中間育成の技術開発
- 新** カンパチ人工種苗の養殖現場への導入と、更なる品質の向上に向けた生産技術開発

取組方針2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上

大都市圏での外商ビジネスの拡大・強化

- 拡** 「高知家の魚 応援の店」登録店舗数の増大と県内事業者とのマッチング機会の充実等による取引の拡大
- 拡** 「築地っぽん漁港市場」を活用した首都圏における県産水産物のPRと外商活動の推進の支援
- 拡** 漁協の販売子会社の機能を活かした「応援の店」や「漁港市場」の活用による外商の強化
- 新** 高品質な水産物を取り扱う取引先の開拓と高鮮度出荷体制の構築
- シーフードショーへの出展や商談会等への参加による販路開拓とPR活動の支援
- 新** 大阪市場とのネットワークを活かした関西の量販店でのフェア等の開催
- 関西・中四国・九州の消費地市場関係者を招聘した県内事業者との交流会の開催

地産地消の推進

- 「土佐のおさかなまつり」や親子料理教室の開催、小中学校での魚食普及活動の実施

戦略の柱2. 漁業費用を削減

取組方針1. 漁業者による漁業費用の削減

- 省エネエンジン等の導入による漁業経営の改善
- 資源管理・漁業経営安定対策の推進
- 新** 近海カツオー本釣り船のダウンサイジング等の促進（再掲）

取組方針2. 漁協による漁業費用の削減

- 漁協役職員の人材育成
- 県漁協の組織再編整備計画の着実な実行
- 供給価格の引き下げに向けた購買事業の見直し
- 漁業者に対する経営指導の強化

戦略の柱3. 水産加工を振興

取組方針1. 地域加工グループによる雇用の場の確保

- 雇用の場としての持続可能な活動の展開を支援

取組方針2. 水産加工業の新たな事業化の推進

- 拡** 夏季に出荷する養殖ブリの産地加工の拡大への支援
- 新** 養殖クロマグロの産地加工の支援
- 加工事業者間の連携やグループ化による販路拡大等の促進

取組方針3. 伝統的な水産加工業の振興

宗田節加工業の振興

- 認知度向上、ブランド化の推進
- 新製品の開発、販路開拓を支援

シラス加工業の振興

- 高知新港への水揚げ集約を支援

戦略の柱4. 地域資源を活用し、交流を拡大

取組方針1. 滞在型・体験型観光の推進

- 主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくりと情報発信の強化

取組方針2. 資源豊かで賑わいある河川づくりの推進

- 拡** アユ資源の維持・増強
- 拡** ウナギ資源の保護と養鰻業の振興
- 新** テナガエビ類の繁殖生態等の把握

カツオの県内への水揚げ促進

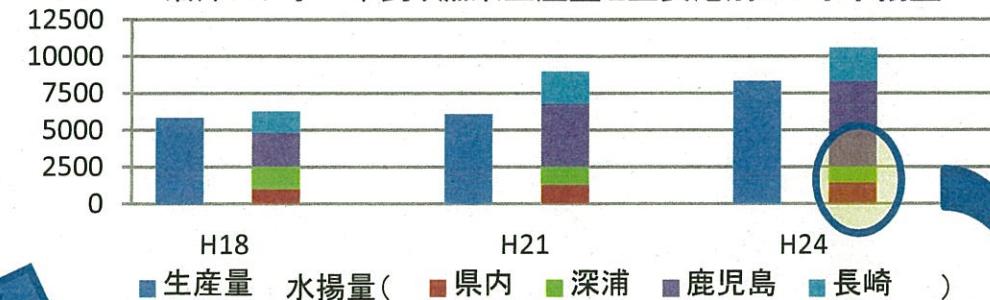
本県カツオ一本釣り漁業の状況

操業形態で分類した本県カツオ一本釣り漁業の状況

漁業種類	漁船規模	隻数	生産量	漁場	主要水揚港
大型 (遠洋近海)	80～ 220トン (平均110 トン前後)	18	15,399 トン	春: 薩南～土佐湾周辺 夏: 伊豆、小笠原 秋: 東北沖(一部は薩南)	気仙沼 千葉勝浦 鹿児島
中型 (沿岸)	19トン	19	8,338 トン	周年: 薩南～東シナ海 漁場形成時: 土佐湾周辺	鹿児島、山川、長崎 愛媛深浦 佐賀、清水、甲浦
小型 (沿岸)	5～15トン	30		周年: 土佐湾周辺	愛媛深浦 佐賀、清水、宇佐、甲浦

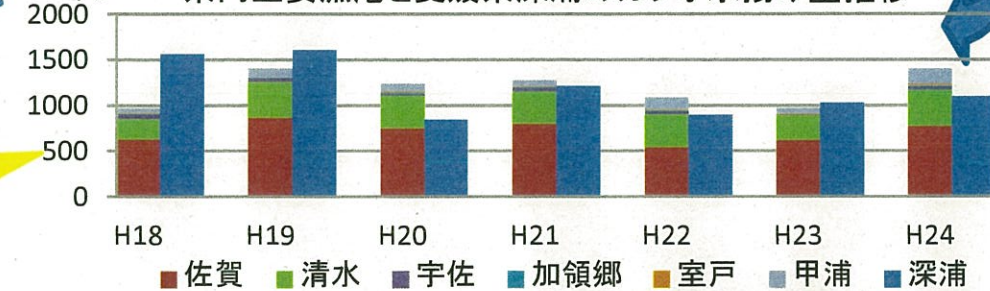
※生産量はH24農林水産統計
カツオ以外の魚種も含む

沿岸カツオ一本釣り漁業生産量と主要港別カツオ水揚量



※水揚量には、大型船のものを含む

県内主要漁港と愛媛県深浦のカツオ水揚げ量推移



カツオ漁船への
聞き取り調査を
実施

土佐湾周辺の操業においても
県内への水揚げが少ない

カツオ水揚げ
四国一を標榜

逆転!!

田ノ浦
清水
佐賀
深浦

県内への水揚げ促進を図るうえでの問題点と課題

＜水揚港を選ぶ要素＞	＜県内漁港と深浦漁港の比較＞	
○漁場からの距離	……好漁場は足摺岬より西側に多く形成	弱み
○魚価	……四国の水揚げ港では佐賀が最高値	強み
○活餌の有無	……周辺の常設餌場は深浦、津久見、佐賀	弱み
	佐賀の活餌は県外からの輸送費が乗り割高	弱み
○物資の補給	……深浦では漁協が実施。県内漁港は未実施	弱み
○市場サービス	……水揚げ船へのサービス評価は深浦が高い	弱み

【課題】

- 県西部の3市場をカツオ水揚げ拠点に位置付け
- 市場機能の強化(ハード・ソフト面のサービス向上)
- 活餌の県内での確保と価格競争力の強化

これからの取組

○佐賀で漁協を軸とした新たな活餌供給体制の構築

- 【活餌供給機能強化事業費補助金】
- ・個人事業者の撤退を受け、漁協、漁業者、黒潮町で組織する協議会を設置し、暫定的に事業を継続(黒潮町活餌供給機能強化対策協議会)
 - ・漁協が専従担当を配置し、活餌供給事業のノウハウを習得
 - ・周辺餌場との価格競争力を強化するための活餌価格の引き下げを支援
 - ・H29以降は、宿毛湾から活餌を調達し輸送コストを削減

○活餌の県内での確保(宿毛湾の活餌供給基地化)

- 【活餌安定確保対策事業委託料】
- ・宿毛湾の中型まき網で採捕されるイワン類を活餌として利用するため、他県の先進地から技術者を招へいし、採捕や蓄養の技術を習得
 - ・養成した活餌をカツオ船に試験販売し採算性を検証

○市場機能の強化

- 【漁業生産基盤整備事業費】
- ・佐賀漁港の燃油タンク設置などの操業効率化への支援

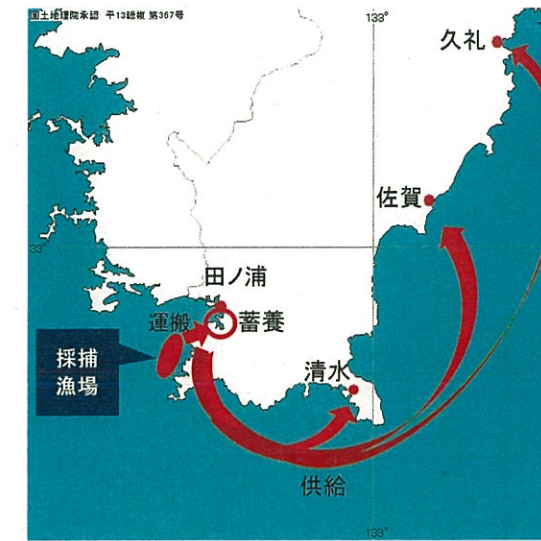
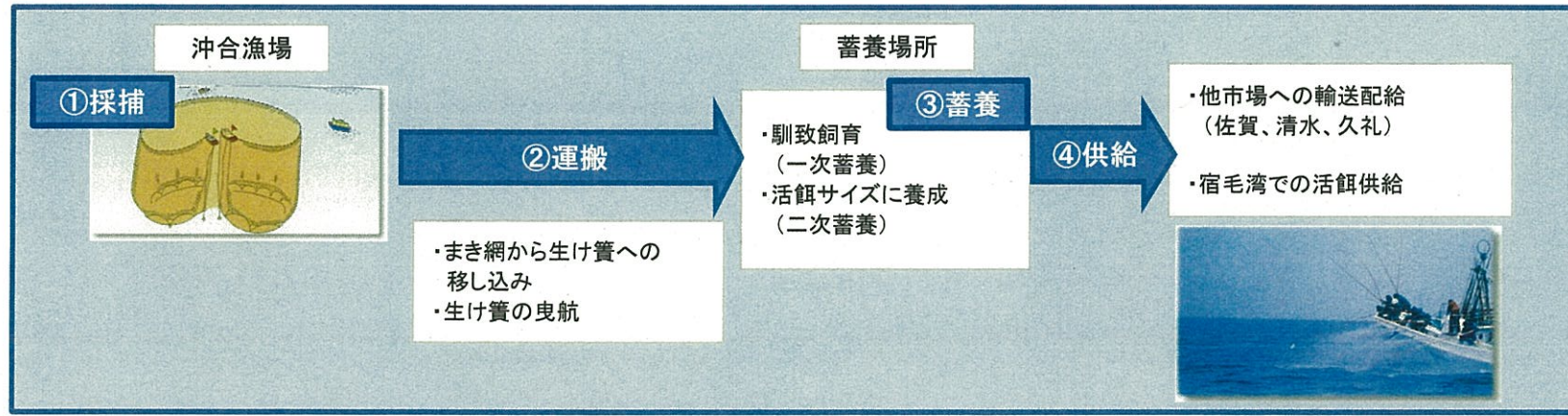
○かつお一本釣り漁業者に対する漁船建造等への資金調達の支援

- 【かつお一本釣り漁船建造等支援資金利子補給金】
- ・近海かつお一本釣り漁業者が漁船をダウンサイジングする場合や新規参入者が新たに(19トン型)かつお船を建造等する場合に、低利(無利子)資金を融通する

水揚げ促進による雇用増
地域経済の活性化

若者が住んで稼げる
元気な漁村

〇まき網で採捕したイワシ類を活餌として供給するまでの流れ

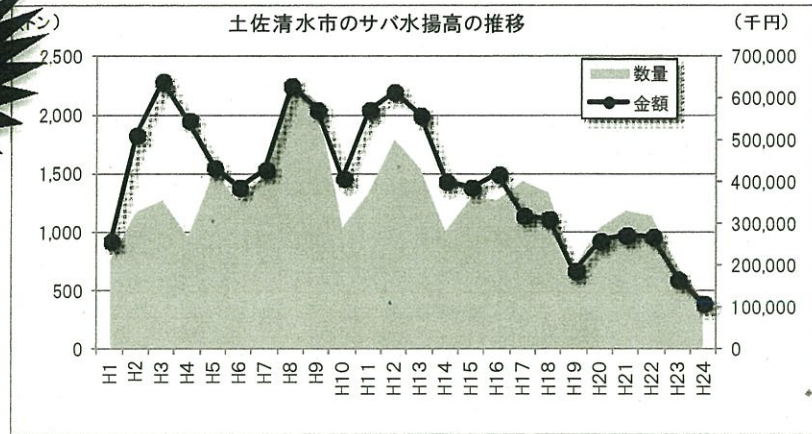


〇宿毛湾の活餌供給基地化に向けた課題と対策、実施スケジュール

分野	役割	課題	対策	H25	H26	H27	H28	H29以降			
全体調整	すくも湾漁協	・技術の確立 ・実務者の選定、育成 ・地域間の漁業調整	・先進地の技術習得 ・採捕、運搬候補者の選定 ・採算性の確保 ・関係地区の理解促進	全体スキーム協議	先進地調査	技術者の招聘、技術の習得	採算性の検証、体制整備	活餌供給基地として事業開始 他市場への配給 (佐賀、清水、久礼) 宿毛湾でのカツオ船への活餌供給			
①採捕	まき網漁業者	・採捕時の歩留まり向上 (漁網による擦れの低減) ・加工向け原魚以上の漁業者所得の確保	・中型まき網漁業の導入 ・活餌向け原魚の買取方法の確立	小型まき網による採捕試験	漁具・漁法の改良 (中型まき網)	従来型漁具での試験操業 (1そう式中型まき網) 漁船取得許可取得 改良型漁具の製作試験操業 (2そう式中型まき網)	事業化に向けた規模拡大等				
②運搬	まき網漁業者 養殖業者	・運搬時の歩留まり向上 (曳航時の擦れの低減)	・運搬用小割の開発 (組立式枠、生け簀網等) ・曳航方法の確立	曳航小割運搬試験	小割製作	運搬試験	運搬技術の確立				
③蓄養	養殖業者 すくも湾漁協	・蓄養時の歩留まり向上 ・在庫管理ノウハウの習得	・飼育管理担当の配置 ・蓄養期間の短縮 ・食害魚の効率的な選別除去	採捕イワシの蓄養試験	蓄養技術、在庫管理ノウハウの習得	選別方法の確立 (食害魚の除去、マイワシなど混合活餌の有効利用)	蓄養技術の確立				
④供給配給	すくも湾漁協 (県漁協等と連携)	・採算性の確保 ・輸送コストの削減	・供給体制、販売手法の確立 ・モジャコ船等を活用した低コスト輸送方法の確立		売上の仕組みづくり (計量方法、代金決済等)	モジャコ船等による輸送試験	活魚運搬船による輸送試験	カツオ船へのサンプル提供	試験販売	実用販売	供給体制輸送方法の確立

清水サバの水揚げ増加に向けた取り組み

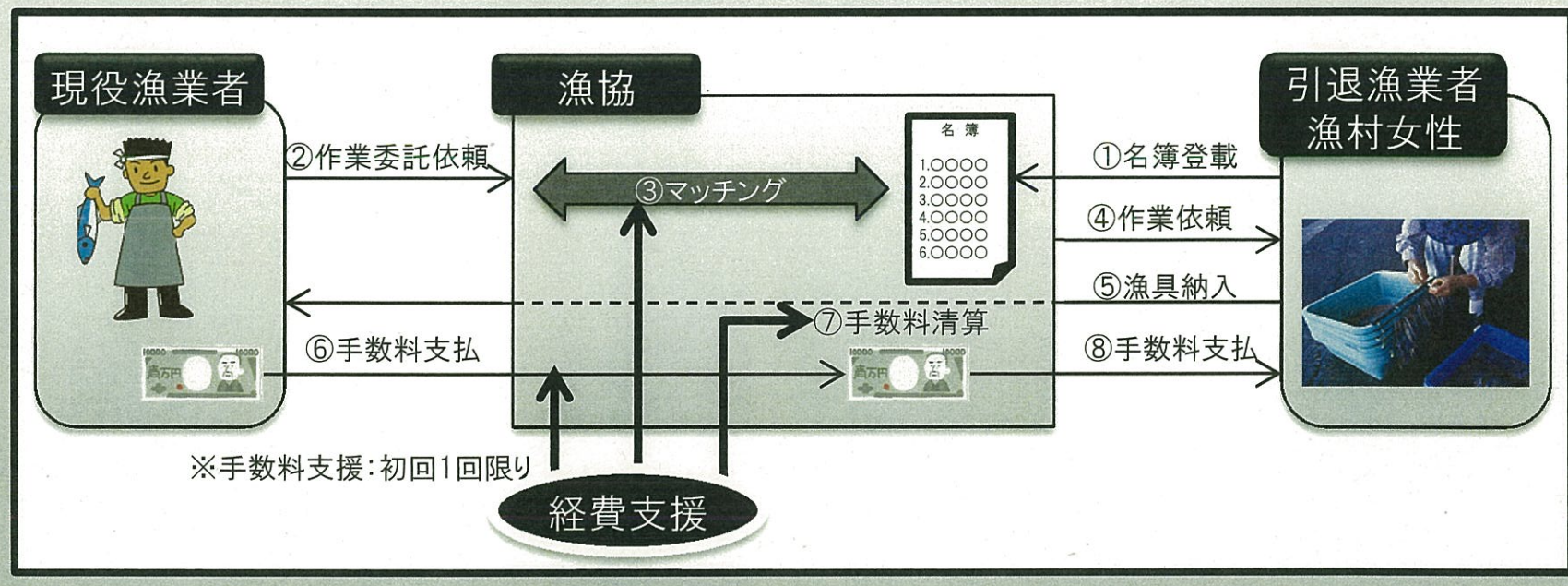
清水サバ
漁獲量の
激減



今後の対応

【新】清水サバ水揚げ促進環境整備モデル事業費補助金

- 目的: 清水サバの水揚げ向上を図るため、漁業者の漁具作成の負担を軽減する仕組みを新たに構築する取り組みを支援
- 事業主体: 高知県漁業協同組合
- 補助先: 土佐清水市
- 補助対象: 漁具作成の受発注業務にかかる経費、漁具作成手数料(各漁業者初回1回限り)
- スキーム



【新】清水サバ漁場確保推進事業費

- 目的: サメ被害軽減のため、効果的、効率的なサメの漁獲方法を検討・検証
- 事業内容: 19トンマグロ延縄漁船(以布利支所所属船を予定)を用船し、サバ漁場でのサメ漁獲を試行



【新】高鮮度物流体制の構築

- 出荷形態を鮮魚から活魚にシフトしていくことで、水揚げ単価を引き上げ
- 高知の魚応援の店等を活用した販路の拡大
- 単価増により水揚げが向上しつつあるメジカに倣いサバ水揚げ単価増による立縄操業者の増加を目指す

現状・課題

現状の対応

漁業就業者

サンゴ漁業への転換

サンゴ価格の上昇によりサバ釣り漁業者がサンゴ漁業へ転換し、サバ釣り漁業者が激減

新規就業者の確保

一定規模の収入が確保できる漁業として、キンメ、メジカとともに新規就業時のメイン漁業(研修制度によるサバ釣り新規就業者: 9人)

労働環境

準備作業が過重

通常妻が道具作成を担うが、独身の新規就業者や高齢の漁業者にはこれらの作業が重荷

漁場環境

サメによる被害増加

釣り針にかかったサバ、仕掛け等の直接被害の外、出漁できない間接被害も有り

市場流通

魚価の低迷

生産量が減少すれば価格は上昇するが、消費地からの指名買いが減ったことから単価も下落

各種魚価向上対策

衛生管理市場、MEL、入札方法の改善、市場統合、ブランド化……

定置網漁業の安定的な経営体制の確立

本県の大型定置網漁業の現状

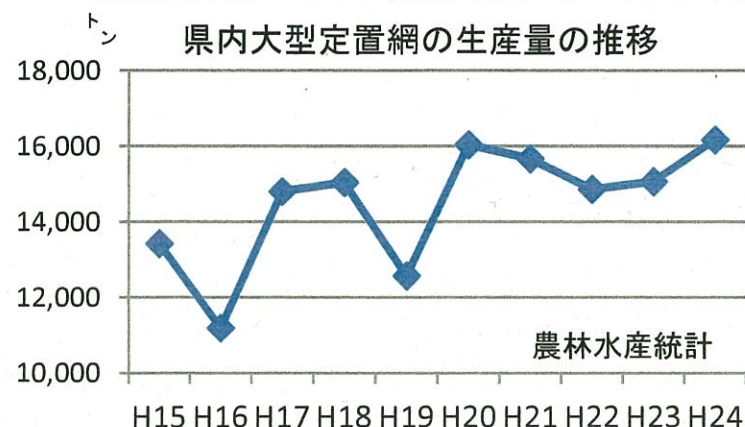
【沿岸漁業の中で重要な位置を占める主要漁業】

- ・経営体数：24経営体、従事者数392名
- ・漁獲量：16,165トン(H24)
- ・沿岸漁業(養殖業除く)に占める割合：41%
- ・漁獲量の年変動が大きく経営が不安定

定置網漁業特有の性質

地域の基幹産業(24経営体中 村張り14経営体)
定置網漁業の収入が集落を支えている

≪村張り：集落の住民が資金や労力等を提供し、定置網漁業を共同で経営する方式。漁業収益は出資者間で分配され、地域住民の主な収入源となっている。一方、法人格を有していないため、経営に関し出資者が無限責任を負うことや、出資者全員で意志決定を行う必要があること、また多くの経営体で内部留保が乏しいことなどから、大規模修繕や設備投資等への対応が困難な側面を有し、経営体質の改善が必要となっている。≫



問題点

- ① 地域の過疎化、高齢化が進行 ⇒ 後継者不足
網の作成や敷設に関する技術の継承が途絶える懸念
- ② 経営が不安定なうえ、経営基盤が脆弱
不漁や災害の発生等により経営難に陥る懸念

定置網漁業の存続の危機

H22～25年にかけて経営体が経営難等で廃業
H25年、室戸市で急潮により数億円の被害

漁業集落
消失の
危機

課題

経営安定に向けた取組が必要

- ① 敷設技術の向上と後継者の育成＝生産量の維持増大
 - ② 経営体質の改善
 - ③ 急潮の被害軽減
- ＝経営の維持安定

- ・潮流・深度調査(最大で年8回)
→網全体の潮流・深度を調査し、網の設置場所が適正か検討
- ・網成り調査(最大で年8回)
→ROVを用いて網全体の網成りを調査し、変形箇所をチェック
- ・立碇設置状況調査(最大で年8回)
→カッター付ROVを用いて垣網付近を調査し、絡み合った部分を切除
- ・GPS敷設位置確認調査(年1回)
→精密なGPSを用いて網の位置を調査し、再設置時に活用

26年度の取組(課題解決に向けた基礎的な取組を実施)

- ① 生産量の維持増大に向けた取組(定置網漁業振興事業費)
 - ・最新機器を用いて定置網の敷設状況を調査し、技術の向上と継承につなげる
 - ・若手技術者を先進地へ派遣し技術を習得させ、将来の幹部候補を育成
- ② 経営体質の改善に向けた取組(沿岸漁業経営体法人化支援事業費)
 - ・法人化により経営基盤を強化し、安定経営を目指す

27年度以降の取組(課題解決に向けた応用的な取組を実施)

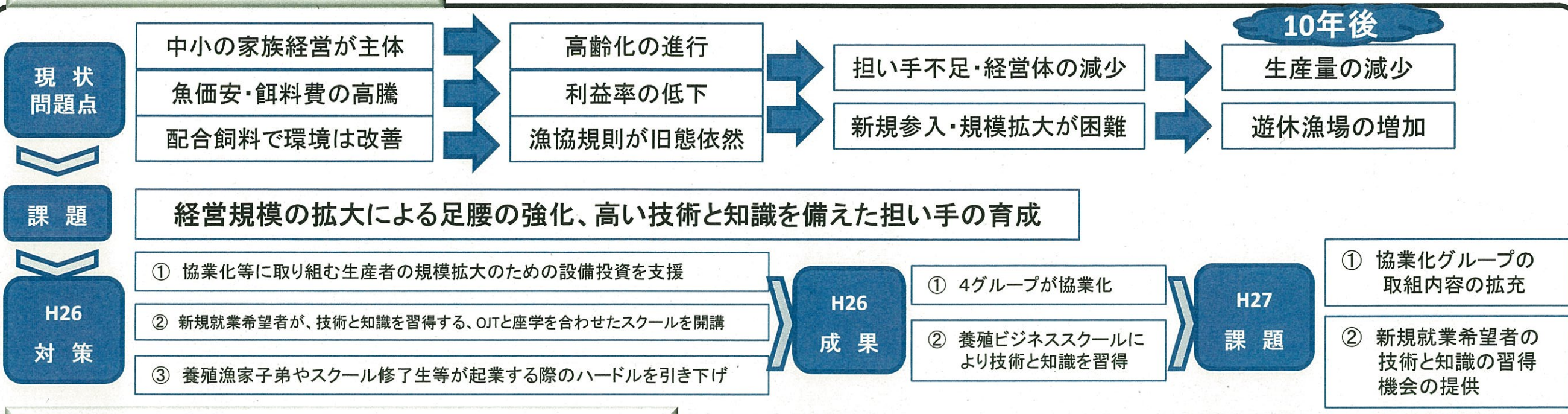
- ① 生産量の維持増大に向けた取組(定置網漁業振興事業費)
 - ・最新機器を用いて定置網の敷設状況を調査し技術を向上(未実施の漁場)
 - ・敷設状況の調査結果を基に漁場カルテを作成、模型実験等を行い網成りを改善(既実施の漁場)
 - ⑧ 網の陸揚げ時に小規模な改良を試行的に加えることにより、強度の増加や漁獲の向上を目指す
 - ・若手技術者を先進地へ派遣し技術を習得させ、将来の幹部候補を育成
- ② 経営体質の改善に向けた取組(沿岸漁業経営体法人化支援事業費)
 - ・法人化により経営基盤を強化し、安定経営を目指す
- ③ 急潮の急潮に強い定置網漁業への転換に向けた現場潮流の解析(水産業試験研究費)
 - ・急潮発生メカニズムを明らかにし、予測技術の確立し、被害軽減を図る

・漁業生産量の確保

・定置網漁業の
持続的な発展

・漁業集落への
若者の定着

養殖業の現状、課題、問題点



H27年度の取組

○ 漁業就業者確保対策事業

- (1) 新規漁業就業者支援事業費
- (2) 新規漁業就業者漁船リース事業費
- (3) 漁業就業者漁船リース事業費

● 養殖生産チャレンジ促進事業

- (4) 養殖ビジネススクール運営事業委託料
- (5) 養殖経営協業化等サポート事業委託料
- (6) 新規養殖業就業者生産施設リース事業費

* ○: 漁業就業者確保対策事業、●: 養殖生産チャレンジ促進事業

- (7) 養殖業協業化等促進生産施設リース事業費
- (8) 養殖共済掛金負担費
- (9) 新技術導入試験費

中小経営体の協業化と規模拡大を促進

- 協業・法人化をサポート (5)
中小企業診断士等が経営相談や診断(委託)
- 生産施設リース制度の活用 (7)
3者以上での協業化や規模拡大等を目指す方に、小割等をリース(2台分)* 上限額を引き上げ
- 漁船リース制度の活用 (3)
新たに共用船を購入するなどの協業体等に漁船をリース(1隻分)
- 新技術導入試験費 (9)
- 新 新技術導入や経営品質向上のための生産試験に係る経費(6協業体分)

養殖ビジネススクールの開講

- OJTによる技術の習得
 - ・新規漁業就業者支援事業の拡充 (1)
2年間生活費の支援を受けながら、漁業士等の養殖業者の元で実践研修を実施
 - ・国の雇用型研修制度の活用
企業等に雇用され、1年間の実践研修を実施
- 座学による知識の習得 (4)
養殖に関する専門知識(生理生態、病気、赤潮、環境など)と経営に関する知識を習得するための座学研修を実施(委託)

起業時のハードルを引き下げ

- 漁船リース制度の拡充 (2)
- 生産施設リース制度の活用 (6)
- 座学による知識の習得 (4) ※再掲
- 協業化・法人化をサポート (5) ※再掲
- 生産段階のリスクを緩和 (8)
・初回生産時の共済掛け金を負担

6経営体が協業化にチャレンジ

スクール受講者30名程度(県研修、国研修、従業員等)、15名程度がOJTにチャレンジ

目標 : 2~3年後、小割20基増加により生産額が4億円増加 20名程度の若者が就業

種苗生産・中間育成ビジネスの育成

種苗の現状

種苗供給の現状

- 養殖用種苗の供給状況(表1参照)
 - ・ブリやマグロは、県内採捕業者が天然種苗を一定量供給
 - ・マダイ、シマアジの人工種苗も民間企業が全国シェアを一定確保(ブリ、マダイ、マグロの養殖用種苗の県内の需要量は県内産でほぼ賚る状況)
 - ・一方、カンパチ、マグロの人工種苗の供給はゼロ

表1 H25年養殖用種苗の供給状況(単位:万尾)

	供給状況	供給状況		高知県産 全国シェア
		由来	尾数	
マダイ	人工	県内	1,478	25%
		全国	4,492	
	合計	5,970		
ブリ	人工	県内	0	0%
		全国	14	
	天然	280		
カンパチ	人工	県内	0	0%
		全国	100	
	天然	10		
シマアジ	人工	県内	55	20%
		全国	225	
	合計	280		
マグロ	人工	県内	0	0%
		全国	26	
	天然	3		
ウナギ	天然	県内	220	2%
		全国	8,580	
	輸入	5,335		
合計	14,135			

※全国の値は高知を除く

人工種苗の必要性

- 人工種苗の要望の高まり
 - ・資源の減少や種苗採捕の規制強化を受け、天然種苗の供給量及び単価は不安定
 - ・マグロは、養殖生産量増加のためには人工種苗の導入が必須
 - ・カンパチやマグロの養殖生産量の安定と拡大には、天然種苗から人工種苗への転換が必要
 - ・このためカンパチ、マグロ種苗の量産化に取り組む
 - ※ブリ・ウナギは、当面、天然種苗を活用

種苗生産量の拡大

種苗量産化のための施策

- 県内の種苗生産企業、養殖業者と連携し、マグロ・カンパチの種苗の量産技術開発を実施
 - <マグロ>
 - ・親魚養成、採卵技術の開発試験(H26~H28:県内養殖業者に委託)
 - ・人工種苗の生産技術開発試験(H26~H28:水試、種苗生産企業)
 - <カンパチ>
 - ・種苗量産技術開発、品質評価試験(H24~H26:水試、種苗生産企業)
 - ・親魚の優良形質群選抜、養成試験(H25~H26:水試、種苗生産企業)
 - ・人工カンパチ品質向上化試験(H27~H28:水試、種苗生産企業)

種苗生産量の増加のステップ

種苗生産、中間育成施設の整備の検討			
	マグロ		カンパチ
H26	生産試験		量産試験
H27	量産試験	海面施設の整備 (水産試験場等)	試験配布 ・陸上施設の整備 (民間企業) ・海面施設の整備 (民間企業等)
H28	量産試験		販売
H29	試験配布	育成事業の開始	120万尾 ・育成事業の拡大
H33	10万尾以上		250万尾

種苗生産量の増加に伴い、中間育成場の確保が必要となる

種苗生産・中間育成基地の形成

- 県内必要量の確保と県外養殖業者への販売
- 中間育成の産業化により100人の雇用の増加
- 人工種苗の生産量
カンパチ:250万尾以上
マグロ:10万尾以上

中間育成の産業化

種苗供給と中間育成の現状

- (マダイ)
 - ・種苗生産企業が養殖業者に供給
 - ・中間育成基地から養殖業者に配布
- (カンパチ)
 - ・中国で採捕・中間育成した天然種苗を養殖業者が入手
 - ・一部中間魚での流通あり
- (ブリ)
 - ・種苗採捕漁業者(モジャコ漁業)が養殖業者へ供給
 - ・中間育成は採捕業者が実施
- (シマアジ)
 - ・種苗生産企業が養殖業者に供給
- (マグロ)
 - ・種苗採捕漁業者(ヨコワひき縄漁業)が養殖業者に供給
 - ・人工種苗では、中間育成の一部を外部に委託
- (ウナギ)
 - ・種苗採捕者(シラスウナギ採捕)が養殖業者等へ供給

漁場の特性を活かした中間育成の産業化

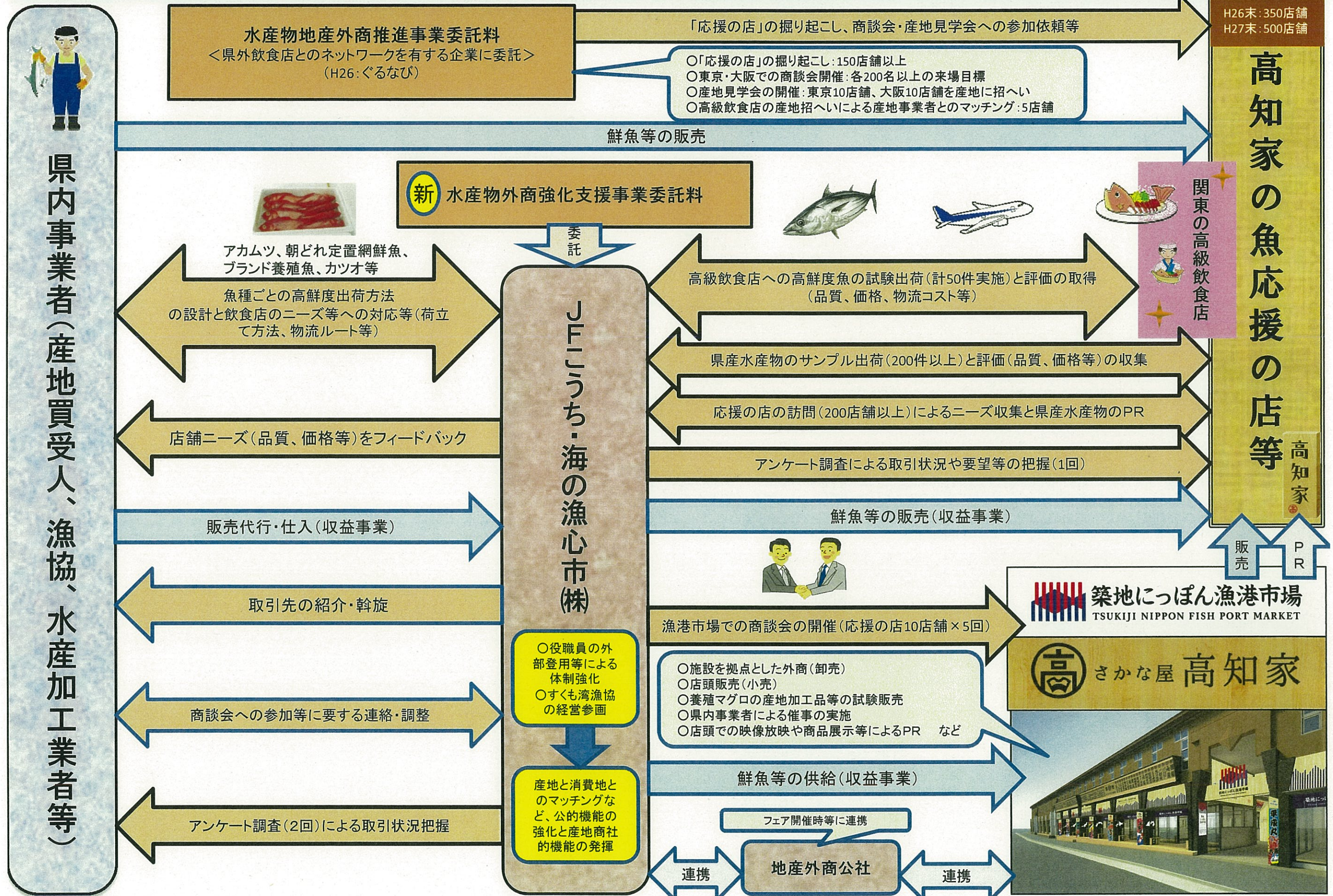
- ・浦ノ内湾では、中間育成経験者の活用、ペコ病フリー漁場の活用により中間育成事業を推進する
- ・宿毛湾では、国内で有数の好漁場(高水温などの環境)を利用したマグロ中間育成事業を推進する

中間育成の産業化のための施策

- 中間育成適地調査(カンパチ)
 - ・ペコ病(大月、宿毛、その他:H27~H29)
 - ・赤潮、貧酸素への対応検討(浦ノ内:H27~)
- 新規マグロ中間育成漁場の設置(マグロ)
 - ・新規中間育成漁場測量調査(大月:H26)
 - ・地元調整、漁業権設定(大月:H27~H28)
 - ・中間育成業者の育成(大月:H28~)

県内養殖
生産量の拡大

「高知家の魚応援の店」および「築地につぼん漁港市場」を活用した大都市圏での県産水産物の外商機能強化 (H27年度)



養殖魚の生産・加工・販売の拡大

養殖魚種 (H23目標設定時)	加工仕向け方向性	H26	H27	H28	H29	H33	H33 生産目標	H33加工 販売目標 (積算根拠)
ブリ ○生産額 55億円 ○生産量 8,508トン	●競合相手の少ない夏ブリを中心に生産拡大(3kgupサイズ)	加工体制の検討(連携・誘致含む)・安定した販路の確保 信頼できる複数の連携パートナー(商社等)の確保 宿毛湾養殖魚外商推進協議会(課題解決協議の場)						○生産額 53億円 ○生産量 7,500トン	15億円 【ブリ】 ・加工仕向け 1,000t ・歩留まり 1,000t×55% ・販売 550t×2,200円 12億円 【その他】 3億円
マダイ ○生産額 41億円 ○生産量 5,501トン	●高品質なブランド鯛による生産拡大(海援鯛・乙女鯛等)	関係事業者(生産・加工・販売)の連携等による販路開拓・加工体制の拡充 ○地域APIによる加工体制の構築(施設増改築・機器整備等) 生産増に連動した加工体制の拡充 ☆協業化による規模拡大(2グループが協業化に向けた取組みに着手) ☆養殖ビジネススクール ○ブランド鯛の生産者数の増加(5経営体) ☆起業に係る支援(リース制度等) 6経営体が規模拡大 10名が起業 H30年以降 500t(35万尾)生産拡大						○生産額 48億円 ○生産量 6,000トン	1.5億円 ・加工仕向け(増産) 500t×30% ・歩留まり 150t×45% ・販売 67t×@2,200円
カンパチ ○生産額 30億円 ○生産量 3,013トン	●品質の高い人工種苗の活用による生産拡大	販路開拓と並行し加工体制を構築 ○地域APIによる加工体制の構築(施設増改築・機器整備等) 生産増に連動した加工体制の拡充 ☆民間企業との共同研究(種苗生産技術開発) 13万尾を生産(H26.10現在) → 試験配布 → 販売開始 H29 120万尾 H30年以降 安定した生産拡大						○生産額 54億円 ○生産量 6,000トン	2.5億円 ・加工仕向け(増産) 3,000t×5% ・歩留まり 150t×55% ・販売 82t×@3,000円
クロマグロ ○生産額 30億円 ○生産量 955トン	●活け込み尾数制限のない人工種苗の活用による生産拡大	マグロ養殖事業者と加工事業者との協議・調整による加工事業の展開 ○消費地ニーズの収集 ○産地加工に着手 ○前処理加工品の本格販売開始 ☆新規漁場の調査 ☆漁業権の設定、新規漁場への生産者誘致 ☆種苗生産技術の開発(採卵親魚及び受精卵を確保し技術開発に着手(H26)) → 試験配布 H31年以降 安定した生産拡大						○生産額 56億円 ○生産量 2,000トン	5.0億円 ・加工仕向け(増産) 1000t×10% ・歩留まり 100t×50% ・販売 50t×@10,000円
【合計】 ○生産額 156億円 ○生産量 17,977トン		⇕ ⇕						【合計】 生産額211億円 生産量21,500トン	【合計】 24億円

高知家の魚応援の店
築地につぼん漁港市場

県外飲食店とのネットワーク(H27末:500店舗)の活用により販路拡大を支援

築地を拠点とした県産養殖魚のPR及び外商活動の推進により販路拡大を支援



戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

1. 漁業生産量の確保	(1) 漁港・漁場の整備・活用	<ul style="list-style-type: none"> ◆カッツオ一本釣り漁業の生産性向上のために必要な活餌供給基地が不足 佐賀：産卵期のみ県外事業者による活餌供給を実施 土佐清水：H19から休止須崎・定置網等の漁業者が供給しているが、漁獲に左右され不安定 ◆好漁場は足摺岬より西側に多く形成されるため、愛媛県深浦漁港への水揚げが依然として多い (清水サバ水揚げ促進) ◆操業者の他漁業への転換等により清水サバの漁獲量が減少 	<ul style="list-style-type: none"> ◆H22.11月から黒潮町佐賀地区で県外採捕地からの買い回しによる活餌供給を開始 ◆活餌供給事業の円滑な実施と佐賀への水揚げ促進のため、ハード・ソフトの支援策を実施(港内浚渫、畜養小割、給水施設、冷蔵保管庫、魚面倉庫等の整備、活餌供給マニュアルの策定など) ◆活餌死亡リスクを緩和する基金を黒潮町が創設 ◆複数の採捕地との関係構築、小割等の必要な基盤整備により、活餌供給事業の定着が図られた ◆活餌供給による水揚げ増加、物資補給などの波及効果が得られた ◆カタクチイワシ安定供給システムの開発に向けた産成技術開発試験を実施(H25～) ◆水産試験場が養成したカタクチイワシを遠洋カッツオ一本釣り船に積み込み、三陸沖で使用し、天然活餌と同等の高評価 ◆カッツオ等水揚げ促進対策協議会による取組の検討と推進 ◆佐賀でカッツオ船への営業を強化したことなどにより、愛媛県深浦から佐賀へ水揚げがシフト ◆清水で宗田節加工用のメジカ原魚の安定確保に向け、土曜出漁などの取組が定着 ◆清水サバのサメ被害軽減策の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆水揚げ促進に向けたハード・ソフト対策の実施 ◆活餌の県内での確保と安定供給 ◆佐賀での活餌事業者の経営からの撤退 ◆清水サバ操業者を増やす環境整備 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県西部に複数のカッツオ水揚げ拠点港を整備 ★カッツオ等水揚げ促進対策協議会による取組の検討と推進 ★市場機能の強化に向けたハード・ソフト面のサービス向上 ★漁協を軸とした新たな活餌供給体制の構築 ★清水サバ水揚げ促進のための環境整備の推進 	1	2	3	4	5	6

※これからの対策の
 ☆は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

2. 漁業収入の向上	(2) 漁業収入の向上	<ul style="list-style-type: none"> ◆カタクチイワシの安定供給システムの開発に向けた産成技術開発試験を実施(H25～) ◆水産試験場が養成したカタクチイワシを遠洋カッツオ一本釣り船に積み込み、三陸沖で使用し、天然活餌と同等の高評価 ◆カッツオ等水揚げ促進対策協議会による取組の検討と推進 ◆佐賀でカッツオ船への営業を強化したことなどにより、愛媛県深浦から佐賀へ水揚げがシフト ◆清水で宗田節加工用のメジカ原魚の安定確保に向け、土曜出漁などの取組が定着 ◆清水サバのサメ被害軽減策の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆カタクチイワシの県内での確保に向けたカタクチイワシの安定供給システムの開発 ★稚魚を捕獲、輸送し活餌サイズまで育てる養成技術の開発 ★卵から活餌サイズまで育てる養殖技術の開発 ◆佐賀以外の漁港で活餌供給を事業化 ★宿毛湾のまき網で漁獲される多様な魚種の活餌利用の検討 ★県中西部での活餌採捕に適した漁法の掘り起こしと活餌供給事業への誘導 	1	2	3	4	5	6	

※改革のための6つの基本方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業界の連携を強化する
 3 足腰を強め、地方を高める
 4 新たな産業づくりを挑戦する
 5 産業界を育てる
 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

7. 漁業生産量の確保 (5) 漁業の収益性の向上	<p>(小型底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆高知地区では、高齢化等により稼働隻数が減少 ◆1日1隻あたりの漁獲量は横ばい ◆漁具改良や鮮度向上によって漁獲量や単価が上昇する可能性あり ◆幡豆地区では、漁具改良により漁獲量が増加傾向となり、また六次産業化による新商品開発に着手 <p>(沖合底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆操業艘数や他県船漁獲量の減少により資源状況は良好 ◆陸棚外縁に未利用の底魚資源が存在する可能性 	<p>(小型底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆御堂瀬地区で用いられている既存漁具を使用した漁獲物の組成調査、漁獲向上に向けた改良型モデル網による操業試験を実施 ◆黒潮町地区で、新たな鮮度管理の手法としての漁獲物のコンテナ内での塩水、海水シャワー散布装置の開発、これらの新技術の普及 ◆御堂瀬地区では、改良型漁具による燃費改善の効果を確認 ◆黒潮町地区では、新たな手法による鮮度管理の取組が地区の全漁業者で実施された <p>(沖合底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆国の漁業構造改革総合対策事業の導入のための改革計画策定、実施に向けた手続を支援 ◆オキウメやメヒカリの販路開拓に向けた県内外への販売促進活動を展開 ◆水産試験場が土佐湾の底魚資源調査を実施 ◆沖合底びき網漁業の御堂瀬地域プロジェクト改革計画が中央協議会で承認され、事業実施者が決定 ◆オキウメについて、きび工場の取引が実現し、東京の学校給食関係者等へ300kgを販売 	<p>(小型底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆漁業者の経営改善、後継者確保に向けた取組の推進 <p>(沖合底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆土佐湾の底魚資源の状況把握と有効利用方策の検討 	<p>◆小型底びき網漁業の経営改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ★漁具の改良による漁獲量の向上 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益向上 <p>◆沖合底びき網漁業の経営改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ★省エネ・省コスト型高性能漁船の導入による収益性の改善 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益性の改善 <p>◆陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ★土佐湾沖合改定の水産資源調査 ★調査結果に基づく資源の有効利用モデルの検討 	1	2	3	4	5	6	

※これからの対策の★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

7. 漁業生産量の確保 (5) 漁業の収益性の向上	<p>(小型底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆高知地区では、高齢化等により稼働隻数が減少 ◆1日1隻あたりの漁獲量は横ばい ◆漁具改良や鮮度向上によって漁獲量や単価が上昇する可能性あり ◆幡豆地区では、漁具改良により漁獲量が増加傾向となり、また六次産業化による新商品開発に着手 <p>(沖合底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆操業艘数や他県船漁獲量の減少により資源状況は良好 ◆陸棚外縁に未利用の底魚資源が存在する可能性 	<p>(小型底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆御堂瀬地区で用いられている既存漁具を使用した漁獲物の組成調査、漁獲向上に向けた改良型モデル網による操業試験を実施 ◆黒潮町地区で、新たな鮮度管理の手法としての漁獲物のコンテナ内での塩水、海水シャワー散布装置の開発、これらの新技術の普及 ◆御堂瀬地区では、改良型漁具による燃費改善の効果を確認 ◆黒潮町地区では、新たな手法による鮮度管理の取組が地区の全漁業者で実施された <p>(沖合底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆国の漁業構造改革総合対策事業の導入のための改革計画策定、実施に向けた手続を支援 ◆オキウメやメヒカリの販路開拓に向けた県内外への販売促進活動を展開 ◆水産試験場が土佐湾の底魚資源調査を実施 ◆沖合底びき網漁業の御堂瀬地域プロジェクト改革計画が中央協議会で承認され、事業実施者が決定 ◆オキウメについて、きび工場の取引が実現し、東京の学校給食関係者等へ300kgを販売 	<p>(小型底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆漁業者の経営改善、後継者確保に向けた取組の推進 <p>(沖合底びき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆土佐湾の底魚資源の状況把握と有効利用方策の検討 	<p>◆小型底びき網漁業の経営改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ★漁具の改良による漁獲量の向上 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益向上 <p>◆沖合底びき網漁業の経営改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ★省エネ・省コスト型高性能漁船の導入による収益性の改善 ★鮮度の向上、新商品の開発による収益性の改善 <p>◆陸棚外縁の未利用資源を活用した新ビジネスモデルの検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ★土佐湾沖合改定の水産資源調査 ★調査結果に基づく資源の有効利用モデルの検討 	1	2	3	4	5	6

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、余力ある県外市場に打って出る
2 産業界の連携を強化する
3 足元を固め、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
6 移住促進により、活力を高める

◆小型・沖合底びき網漁業者の収益向上・経営安定

◆土佐湾底魚資源の有効利用による生産量の増大

◆県内33漁場のうち16漁場で敷設状況調査が終了し、定置網の漁獲や耐久性の向上に関する知見が蓄積

◆県内大型定置網の漁獲量14,900トン以上(H18~23の平均値)

◆漁獲量の向上、定置網漁業の経営安定、担い手の育成確保

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

施策	効果	実施の進捗状況	実施の状況	実施の状況	実施の状況	実施の状況	実施の状況	
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (1) 魅力ある産地市場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ◆中芸地区の定置網漁業の漁獲高は10年前から半減 ◆奈半利、田野、安田の3市場は年間取扱高が1億円未満で将来的に市場を継続することは困難 ◆中芸地区の4つの定置網漁業経営体が参画し中芸定置網漁業振興協議会を設立 ◆県漁協が足摺岬沖定置網漁業の経営を開始し、衛生管理型の清水市場へ集荷 ◆足摺岬の釣りブリ漁業者が鮮度管理等、品質向上に向けた取組に着手 	<ul style="list-style-type: none"> ◆中芸定置網漁業振興協議会による新たな販売方法の試行や朝どれ鮮魚のPR等を支援 ◆協議会による直販所での販売が定着するとともに、中芸の朝どれ鮮魚の認知が一定図られた ◆県漁協(定置網自営)及び足摺岬の釣りブリ漁業者に鮮度管理の向上や清水市場(衛生管理型市場)への集荷を働き掛け ◆鮮度管理等の取組が始まるとともに、定置網漁獲物の清水市場への集荷が開始された 	<ul style="list-style-type: none"> ◆漁獲物の品質向上に向けた取組の継続と効果的なPR・販路開拓等 ◆釣りブリ漁獲物の清水市場への集荷 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新たな流通販売の取組を実践 ★直販等、新たな販売方法の実践 ★地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出 ★品質管理の徹底等によるブランド価値の創出 ★釣りブリ漁業者への集荷に向けた働きかけ ★業務筋等のニーズに対応した高鮮度魚出荷への挑戦 	○	○		

※これからの対策の ○は新規事業 ●は拡充事業 ◯は継続事業

施策	効果	実施の進捗状況	実施の状況	実施の状況	実施の状況	実施の状況	実施の状況	
<ul style="list-style-type: none"> 直販等、新たな販売方法の実践 漁業者: 試験的取組の実施や新たな販売方法の検討 市町村: 試験的取組や情報収集への財政的な支援と助言・指導 県合併・流通支援課: 試験的取組や情報収集への財政的な支援 県漁業指導所: 取組全般への助言・指導 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新たな販売方法が定着 ◆中芸ブランドが県内で認知され魚価の向上に反映 	<ul style="list-style-type: none"> ◆中芸地区がモデルとなり他地区の定置網の取組へと波及 	<ul style="list-style-type: none"> 直販等、新たな販売方法の実践 漁業者: 新たな販売方法の継続的な実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆中芸ブランドが県内で認知され魚価の向上に反映 				
<ul style="list-style-type: none"> 地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出 漁業者: 試験的取組の実施や朝どれを基本としたブランド化手法の検討 市町村: 試験的取組等への財政的な支援と助言・指導 県合併・流通支援課: 試験的取組等への財政的な支援 県漁業指導所: 取組全般への助言・指導 	<ul style="list-style-type: none"> ◆品質向上の取組が定着し鮮度等の評価が向上 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内外で足摺岬ブランドが定着 	<ul style="list-style-type: none"> 地理的優位性を活かした中芸ブランドの創出 漁業者: ブランド価値の維持と継続的な出荷 	<ul style="list-style-type: none"> ◆品質向上の取組が定着し鮮度等の評価が向上 				
<ul style="list-style-type: none"> 品質管理の徹底等によるブランド価値の創出、釣りブリ漁業者への集荷に向けた働きかけ 県漁協(定置網経営)、釣りブリ漁業者: 鮮度管理の徹底や衛生管理型の清水市場への集荷等、品質向上に向けた取組と、ブランド化に向けたPR 県漁協: 衛生管理型の清水市場への集荷に向けた働きかけ 県合併・流通支援課: 品質向上やPRの取組を支援 県漁業指導所: 鮮度管理等、品質向上の取組を技術的にバックアップ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆試験出荷を実施した高級飲食店等で本県水産物の高い評価が得られる 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高級飲食店に高鮮度魚の取引が広がる 	<ul style="list-style-type: none"> 品質管理の徹底等によるブランド価値の創出、釣りブリ漁業者への集荷に向けた働きかけ 県漁協(定置網経営)、釣りブリ漁業者: 鮮度管理の徹底や衛生管理型の清水市場への集荷等、品質向上に向けた取組と、ブランド化に向けたPR 県漁協: 衛生管理型の清水市場への集荷に向けた働きかけ 県合併・流通支援課: 品質向上やPRの取組を支援 県漁業指導所: 鮮度管理等、品質向上の取組を技術的にバックアップ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆試験出荷を実施した高級飲食店等で本県水産物の高い評価が得られる 				
<ul style="list-style-type: none"> 高級飲食店等への宅配便(エア便、陸送)を利用した高鮮度魚の試験出荷と評価の取得 県漁協(子会社): 魚種ごとの出荷方法の設計と飲食店のニーズ等への対応 県合併・流通支援課: 上記取組の支援 県漁業指導所: 鮮度管理等、品質向上の取組を技術的にバックアップ 			<ul style="list-style-type: none"> 高級飲食店等への宅配便(エア便、陸送)を利用した高鮮度魚の試験出荷と評価の取得 県漁協(子会社): 魚種ごとの出荷方法の設計と飲食店のニーズ等への対応 県合併・流通支援課: 上記取組の支援 県漁業指導所: 鮮度管理等、品質向上の取組を技術的にバックアップ 					

※改革のための6つの基本方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産産間の連携を強化する
 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
 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

施策	実施内容	効果	進捗状況	1	2	3	4	5	6	
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (2) 県漁協の販売事業強化	<ul style="list-style-type: none"> ◆県漁協は自ら市場入札に参入し、買取販売に着手(H20) ◆営業力、交渉力を持った人材が少ない ◆有利販売のノウハウがない (あらゆる有利販売チャネルでの販売実績の積み重ねが必要) ◆県漁協の財務基盤は弱く、リスクの引き受けや必要人員確保の余裕がない ◆収益性の確保に対する職員の意識が低く、現状では漁協経営を圧迫 ◆民間企業と同じレベルでの労務管理や成果主義の導入が困難 ◆従来の漁協は受託販売業務に止まり、市場入札を業務として行っていなかった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県漁協の買取販売事業中期計画(H23年11月策定)に基づく事業体制構築、販路確保、取扱高拡大等を支援 ◆直販店販売、量販店取引、業務筋取引等段階を経ながら販路を拡大 ◆販売子会社が設立され直販店業務を開始(H24年10月) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆取扱高の増大と収益性の確保 ◆組織体制の強化 ◆買取販売事業中期計画の現状に即した見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★仕入・販売体制の効率化 ◆◎販路の拡大等による取扱高の増大と収益性の確保 ◆★販売子会社の組織体制の見直し及び機能強化による外商支援体制の構築 						
	<ul style="list-style-type: none"> ◆OJTに加え、量販店への派遣研修等を通じた販売担当職員のレベルアップを支援 ◆主要な市場で入札を開始し、担当職員は取引先のニーズに一定対応できる段階までレベルアップした 	<ul style="list-style-type: none"> ◆現入札担当職員のさらなるレベルアップと入札を担当できる職員の拡大 								

※これからの対策の 大は新規事業
●は拡充事業
○は継続事業

施策	実施内容	効果	進捗状況	1	2	3	4	5	6
	<p>買取販売事業中期計画の着実な実行</p> <p>県漁協: ・仕入・販売体制の効率化によるコスト削減 ・販路の拡大等による取扱高の増大 ・販売子会社の運営による意思決定の迅速化、経営責任、収支の明確化と柔軟な組織運営 県合併・流通支援課:販売子会社の設立・運営や販売促進等を支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知県漁協の買取販売事業及び販売子会社の単年度黒字の達成 	<ul style="list-style-type: none"> ◆有利販売のできる取引先の選択と拡大 ◆市場信用力の獲得と産地としての認知度向上、ブランド化の実現 ◆漁業者への収益還元(手数料の引き下げ等)の実施 ◆多くの漁業者が実感できる浜値向上への寄与(実現) 						
	<p>入札担当職員の育成</p> <p>県漁協:販路拡大に伴う入札市場の拡大、品揃えの確保等が可能な現場人員・体制の整備 県合併・流通支援課:入札担当職員の能力向上に資する取組を支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆主要な市場での効率的な入札、仕立、配送システムを構築 	<ul style="list-style-type: none"> ◆全ての市場で効率的な入札、仕立、配送システムを構築 						

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業界の連携を強化する
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
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

施策	内容	効果	進捗状況							
			1	2	3	4	5	6		
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (4) 地産外商の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 県外市場における本県水産物への評価は総じて低調(需が少ない等) ◆ 鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大 ◆ 鮮魚の地産外商の主な担い手は産地買受人 ◆ 産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆ 産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆ 地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆ これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ ◆ 首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「応援の店」 <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家の魚応援店制度」の構築 ・「応援の店」の掘り起こし ・県内参画事業者の募集 ◆ 「応援の店」343店舗登録(12月末時点) ◆ 県内参画事業者62業者(12月末時点) ■ 「漁港市場」 <ul style="list-style-type: none"> ・県内出店事業者の出店体制や店舗の運営方針を構築 ・「漁港市場」を活用した催事やテストマーケティングの実施支援 ◆ 漁港市場内に「さかな屋高知家」をオープン 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「応援の店」 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 制度を活用した事業者間取引のさらなる活性化 ◆ 「応援の店」のニーズに対応した取引形態の確立 ■ 「漁港市場」 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 情報発信拠点としての認知度向上(首都圏及び県内関係事業者) ◆ 催事等を活用した首都圏の業務筋への販売拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 大都市圏の飲食店等とのネットワークの構築による地産外商活動の推進 ★ 大都市圏の飲食店等を「高知家の魚 応援の店」として登録し、そのネットワークを活かして、養殖魚を含む県産魚の地産外商を推進 ◎ 県漁協(子会社)による「応援の店」とのマッチングなど県内事業者の外商活動を支援 	○	○				
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆ 産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆ 地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆ これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ ◆ 首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆ 産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆ 地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆ これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ ◆ 首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆ 産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆ 地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆ これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ ◆ 首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆ 産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆ 地産外商を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆ これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ ◆ 首都圏等の遠隔地への外商が進んでいない 	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

施策	内容	効果	進捗状況							
			1	2	3	4	5	6		
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 高知家の魚 応援の店500店舗とのネットワークの構築 ◆ 応援の店との取引拡大 								
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	○	○				
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人等: 応援の店とのネットワークを活かした販売促進活動の実施 県合併・流通支援課: 応援の店とのネットワークの構築と商談機会の提供 	○	○				

※改革のための6つの基本方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間の連携を強化する
 3 足元を固め、地方を高める
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる
 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

施策	効果	実施方法	課題	これからの対策	進捗方向					
					1	2	3	4	5	6
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上 (4) 地産外高の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 県外市場における本県水産物への評価は総じて低調(脂が少ない等) ◆ 鮮魚流通では市場流通のウエイトが依然として大 ◆ 鮮魚の地産外高の主な担い手は産地買受人 ◆ 産地買受人は零細なところが多く県外市場と取引をしているのは約40業者 ◆ 産地買受人同士はライバル関係にあり連携した取組が困難 ◆ 地産外高を進めるうえで最大のネックは地理的ハンディ ◆ これまでは品目別の販売活動が脆弱で、カツオ以外の認知度は今ひとつ ◆ 首都圏等の遠隔地への外高が進んでいない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 大阪(H22~)、徳島(H22~H23)、名古屋(H22)の消費地市場関係者と産地との交流会を実施 ◆ 県内の産地買受人の組織化について関係者の合意を得、協議会の設立に向けた活動を展開 ◆ 本県を代表するカツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴを地産外高加速化品目に指定し、認知度向上等の事業に着手(H22~) ◆ まるごと高知においてカツオ、キンメダイ、清水サバのフェアを開催(H22~) ◆ 高知県漁協が中心となりカツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を対象とした5漁法と、すくも漁協がキビナゴを対象とした漁法でマリン・エコーベル・ジャパンの認証を取得(H24) ◆ 県外の消費地市場と産地との人的ネットワークの構築や県産水産物の認知度の向上が進みつつある ◆ カツオ、キンメダイ、ゴマサバ、キビナゴのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がるとともに、マリン・エコーベルの認証を取得し、今後こうした活動が地産外高に結び付くよう支援する必要がある ◆ 買受人による推進組織(産地買受人連絡協議会)を設置(H24) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 県産水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場とのネットワークの強化 ◆ 産地買受人が連携した地産外高活動の展開 ◆ マリン・エコーベルの消費者・流通加工業者への普及 ◆ マリン・エコーベルを活用した本県産水産物の県外での認知度向上 ◆ 加速化品目ごとの推進組織による主体的な外高活動の継続 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 県外消費地市場との交流促進 ○ 大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充 ★ 大阪市場関係者と連携した量販店等での本県水産物のPR ○ 県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換 	○	○				
				<ul style="list-style-type: none"> ◆ 買受人の組織化と主体的な活動の促進 ★ 地産外高に向けた買受人による推進組織の設置 ★ 推進組織による主体的な地産外高活動の展開 	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

【水産業分野】

施策	効果	実施方法	課題	これからの対策	進捗方向					
					1	2	3	4	5	6
				<ul style="list-style-type: none"> ◆ 本県と関西市場及び中四国市場との交流の定着 ◆ 産地買受人と消費地市場との人的ネットワークの構築による取引の増加 ◆ 大阪市場でのシェア拡大 						
				<ul style="list-style-type: none"> ◆ 産地買受人による推進組織の設置 						
				<ul style="list-style-type: none"> ◆ 推進組織による外高活動が定着し、県産水産物の認知度が向上 						

※改革のための6つの基本方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産出物の価値を強化する
 3 足置を止め、地方を固める
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる
 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上】

【水産業分野】

施策	効果	これからの取組	これからの取組	進捗方向						
				1	2	3	4	5	6	
(2)企業活力を活かした養殖漁業の振興	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内カンパチ養殖は生産量5,268トンで全国3位を占める重要な養殖漁業である ◆種苗生産技術が確立されておらず、ほぼ100%を中国からの輸入種苗に依存している ◆種苗の供給が不安定なことや防疫上の懸念がある 	<ul style="list-style-type: none"> (民間企業) <ul style="list-style-type: none"> ・(独)水総研と技術協力協定を締結 ・水総研提供の受精卵(H24)、企業所有の親魚から得た受精卵(H25~H26)を用い種苗生産試験を実施 ◆重産技術が確立 H24:1万尾を生産 H25:受精卵の大量確保(390万粒) H26:880万粒を採卵、13万尾を生産(水産試験場) ・民間企業産種苗の品質評価試験等を実施 ◆成長や形態異常の出現率、抗病性などの点で優れた結果 ◆配合飼料での育成技術が確立 	<ul style="list-style-type: none"> ◆重産体制の確立に向けた新たな陸上施設の整備と中間育成漁場の適地の検討 ◆中間育成から重産段階での魚病対策の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ◆★養殖用カンパチ人工種苗の重産技術の開発 ◆★カンパチ親魚候補の選抜育種 	○	○	○			
					○	○	○			
<ul style="list-style-type: none"> ◆県内マグロ養殖は、H23年度に1社が新規参入し計4社となり、生産規模が拡大傾向にある ◆水揚げの際の保鮮施設や給水施設等の整備が遅れている ◆マグロ養殖では、ウィルス病被害による歩留まりの低下が経営成績に大きく影響する ◆天然クロマグロ資源の減少、国内外での資源管理強化等により、必要量の種苗の確保が困難 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高知産養殖マグロの県内への試験出荷を実施 ◆県内飲食店が定期的な取組を開始 ◆インフラ整備の取組への支援 ◆搬送道路の拡幅に向けた整備方針の策定が開始 ◆橋浦漁協の製氷施設が完成 ◆橋浦地区の生産者の出荷施設が完成 ◆人工種苗の重産技術開発に向けた関係機関との連携の構築 ◆県内企業と水産試験場が連携して技術開発を開始 ◆関係機関が参画するマグロ養殖技術研究会に新たに加入 	<ul style="list-style-type: none"> ◆人工種苗の県内での安定生産(生産技術のさらなる向上) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆マグロ養殖を振興していくための検討会を設置し、振興策を策定・実施 ★振興指針の策定 ★技術支援、人材育成 ★安定生産に向けた基盤整備等(製氷施設等) ★県内消費の拡大 ★種苗の安定確保 ★新たな漁場の確保 ★漁場の特性を活かした中間育成の産業化 	○	○	○				
				○	○	○				

P756

※これからの対策の★は新取組
 ◎は拡充取組
 ○は継続取組

施策	効果	これからの取組	これからの取組	進捗方向					
				1	2	3	4	5	6
<ul style="list-style-type: none"> ◆高品質なカンパチ人工種苗の重産技術が確立 ◆県内での需要相当尾数である110万尾を生し、地産地消が実現 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高品質なカンパチ人工種苗の重産技術が確立 ◆高品質種苗の安定供給による県内カンパチ養殖の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高品質なカンパチ人工種苗の重産技術が確立 ◆県内での需要相当尾数である110万尾を生し、地産地消が実現 	<ul style="list-style-type: none"> ◆高品質なカンパチ人工種苗の重産技術が確立 ◆高品質種苗の安定供給による県内カンパチ養殖の拡大 	○	○	○			
				○	○	○			
<ul style="list-style-type: none"> ◆必要な基盤整備等によるマグロ養殖の安定生産(マグロ養殖量1,000トン) ◆関連事業の集積による地域経済の活性化 ◆人工種苗の生産技術が向上(1,000尾を生産) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆養殖マグロ産地としての知名度向上 ◆人工種苗生産技術の確立と新規漁場の活用により、生産量が維持増大(マグロ生産量2,000トン) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆必要な基盤整備等によるマグロ養殖の安定生産(マグロ養殖量1,000トン) ◆関連事業の集積による地域経済の活性化 ◆人工種苗の生産技術が向上(1,000尾を生産) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆養殖マグロ産地としての知名度向上 ◆人工種苗生産技術の確立と新規漁場の活用により、生産量が維持増大(マグロ生産量2,000トン) 	○	○	○			
				○	○	○			

※対策のための6つの基本方向
 1 足元を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間の連携を強化する
 3 足元を強め、地力を高める
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産地人材を育てる
 6 寄附促進により、活力を高める

戦略の柱【2. 漁業費用を削減】

【水産業分野】

取組方針	施策	これまでの取組と成果 (H21～H24)	課題	これからの取組	実施方向					
					1	2	3	4	5	6
1. 漁業者による漁業費用の削減	<ul style="list-style-type: none"> ◆燃料単価の高騰、高止まりが漁業経営を圧迫 ◆漁業不振や後継者不在により、設備投資意欲が減退 	<ul style="list-style-type: none"> ◆基幹漁業者35経営体が漁業収益増を目的として漁業経営改善計画を策定し、漁協から省エネエンジンリースを受けた ◆エンジンリースをした漁業者のほとんどで、燃費の向上及び経営的な意識の醸成が図られ、漁業経営の改善に効果があった ◆3年間のエンジンリース事業の支援により、一定漁業者の設備投資意欲が顕著に高まった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆燃料価格の変動に左右されない体力の強い経営体づくり ◆基幹漁業者がより活用しやすい制度の設計 ◆老朽化した漁業機器の更新や効率的な機器の導入など、機関換装以外の設備投資支援策の必要性 ◆高船年齢化したかつお漁船の更新 ◆経費高騰による近海かつお一本釣漁業者の経営の悪化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆省エネエンジン等の導入支援による漁業経営の改善推進 ○経営改善のための対象基準の見直しを踏まえた事業の実施(～H25) ★地域水産業の課題解決に向けた設備投資事業への支援 ★近海かつお一本釣漁船のダウンサイジングや新規参入者の19トン型かつお船等の新規建造への支援 	○					
	<ul style="list-style-type: none"> ◆水産資源の減少、魚価の低迷、燃料・飼料の価格高騰などによる漁業経営の圧迫 ◆赤潮や魚病等による被害が養殖経営を圧迫 	<ul style="list-style-type: none"> ◆説明会等の開催により共済加入者への資源管理・漁業収入安定対策制度への参加、及び未加入者に対する共済加入を働きかけ ◆養殖共済の契約が増加 (件数: H22, 70件 → H23, 99件 加入率: H22, 16.2% → H23, 26.9%) ◆制度が定着 漁獲: 23の資源管理計画が策定され、101経営体が参加(H25) 養殖: 2漁協、49経営体が参加(H25) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆H26以降も取組を継続し、共済既加入者の制度参加と未加入者の共済加入・制度参加を呼びかけ加入率を向上させる ◆資源管理・漁業収入安定対策の推進 ○集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動 ○指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用 ○養殖漁業について、加入要件の緩和に向けた国への政策提言 	<ul style="list-style-type: none"> ◆資源管理・漁業収入安定対策の推進 ○集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動 ○指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用 ○養殖漁業について、加入要件の緩和に向けた国への政策提言 	○					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【2025年度】					【2026年度】		【2027年度】		【2028年度】		【2029年度】		
H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	H35	H36	
<p>経営改善のための対象基準の見直しをふまえた事業の実施</p> <p>漁業者: 支援制度の積極的活用による漁業経営の改善 漁協・市町村: 支援制度の仕組みへの関与、漁業者への指導 県水産政策課: 制度金融の活用による資金調達への支援 県漁業振興課: ハード面での漁業経営の改善への支援、支援策の基準の見直し 漁業経営構造改善計画の助成等によるソフト面での漁業経営の改善の支援</p>		<p>地域水産業の課題解決にむけた設備投資事業の実施</p> <p>漁業者: 支援制度の積極的活用による漁業経営の改善、地域水産業の課題解決への貢献 漁協・市町村: 地域課題の洗い出し、先進的漁業者グループ等への指導 県水産政策課: 制度金融の活用による資金調達への支援 県漁業振興課: ハード面での漁業経営の改善への支援、支援策の基準の見直し 漁業経営構造改善計画の助成等によるソフト面での漁業経営の改善の支援</p>		<p>かつお漁船のダウンサイジングや新規参入者によるかつお船建造等への有利な金融支援の実施</p> <p>漁業者: 支援制度の積極的活用による漁業経営の改善、系統団体・漁協・市町村、かつお一本釣漁業者に対する制度の周知 県水産政策課: 制度金融の活用による資金調達への支援</p>		<p>国への政策提言、集中的な漁業者への制度周知及び加入推進活動(3年間の重点取組)</p> <p>県・系統団体: 周知及び加入推進活動(漁業者向け説明会実施等)、漁業者への資源管理計画等作成指導 県: 国への政策提言</p>		<p>指針の見直しや新たな計画の作成支援など制度の円滑な運用</p> <p>県: 資源管理指針の見直し、資源管理計画等の作成指導 系統団体: 加入推進活動、資源管理計画等の履行確認支援</p>		<p>◆エンジン換装前と比較し燃料消費量が削減</p> <p>◆経費の削減によって経営意識が向上した漁業者が増加</p>		<p>◆基幹漁業者の漁業経営の構造改善が図られ、収益が向上</p>	
										<p>◆資源管理に取り組む漁業者割合が引き上げられ、計画的に経営を行う漁業者が増加</p>		<p>◆漁業者の収入安定とコスト軽減の実現</p>	

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活がある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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
6 移住促進により、活力を高める

高知県産業振興計画の推進によって実現

第2期計画ver.4の取り組み

現状

H24 → H25 → H26 → H27

沿岸漁業生産額
水産加工出荷額

348億円(H21) ↓ 396億円(H23) ↓ 409億円(H24)
160億円(H21) ↓ 162億円(H22) ↓ 165億円(H23)

生産

◆漁業生産量の確保

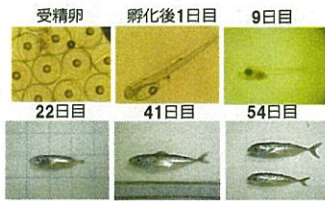
- カツオ等の水揚げ促進
 - ・漁獲の増加に貢献する「土佐黒潮研習場」の整備
 - ・カツオ船へイワシ活餌を供給するため、黒潮町佐賀で漁協を軸とした新たな体制の構築
- イワシ資源が豊富な宿毛湾をカツオ船への活餌供給基地とする取組の強化
- 近海カツオ一本釣り船のダウンサイジング等の促進
- 清水サバの漁獲量拡大に向けた、漁具作成の新たな体制の構築と、サメ被害の軽減への支援
- 定置網漁業の収益性の向上
 - 急潮の予測に向けた、潮流の解析
 - 定置網の網成り調査や先進地での技術研修の支援
 - 大敷組合の経営改善と法人化の促進
- 新規就業者の確保
 - ・漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘活動、短期研修の実施、研修指導者のグループ化による受け入れ体制の強化
 - ・新規就業者が自立するための長期研修の実施
 - ・漁船リース事業への支援



長崎県から佐賀漁港へイワシ活餌を運んできた運搬船



清水サバ



クロマグロの人工種苗（高知県水産試験場）

◆養殖業の振興

- 養殖業の経営基盤の強化
 - ・養殖ビジネススクールの開講
- 協業化に向けた設備投資や、新技術の導入等の支援
- 種苗生産・中間育成ビジネスの育成（カンパチ、クロマグロ）
- クロマグロの親魚養成・種苗生産・中間育成の技術開発
- カンパチ人工種苗の養殖現場への導入と、更なる品質の向上に向けた生産技術開発

流通・販売

◆水産物の販売力の強化と魚価の向上

- 大都市圏での外商ビジネスの拡大・強化
- 「高知家の魚 応援の店」登録店舗数の増大と県内事業者とのマッチング機会の充実等による取引の拡大
- 「築地につぼん漁港市場」を活用した首都圏における県産水産物のPRと外商活動の推進の支援
- 漁協の販売子会社の機能を活かした「応援の店」や「漁港市場」の活用による外商の強化
- 高品質な水産物を取り扱う取引先の開拓と高単価出荷体制の構築
 - ・シーフードへの出展や商談会等への参加による販路開拓とPR活動の支援
- 大阪市場とのネットワークを活かした関西の量販店でのフェア等の開催
 - ・関西・中四国・九州の消費地市場関係者を招聘した県内事業者との交流会の開催
- 地産地消の推進
 - ・「土佐のおさかなまつり」や親子料理教室の開催、小中学校での魚食普及活動の実施



築地につぼん漁港市場内にオープンした「さかな屋高知家」

加工

◆水産加工業を振興

- 水産加工業の新たな事業化の推進
- 夏季に出荷する養殖ブリの産地加工の拡大への支援
- 養殖クロマグロの産地加工の支援
 - ・加工事業者間の連携やグループ化による販路拡大等の促進
- 伝統的な水産加工業の振興
 - ・宗田節・シラス加工業の振興



養殖ブリの宿毛市での産地加工

を目指す本県産業の姿 水産業分野

4年後の目標
(H27年度末)

さらなる飛躍
へのポイント

10年後の目指す姿
(H33年度末)

安定した漁業生産の確保

- 沿岸漁業総生産量を7万トン以上維持
(H22:69,046 t)
(H23:69,090 t)
(H24:72,952 t)
- 新規就業者（中核漁業者）を128名（32名/年）確保
- 販売金額が800万円以上の経営体510経営体(22%)以上
(H20:20%)

県外市場での認知度向上・ブランド化

- 県外主要市場である大阪市場における本県産水産物のシェア18億円(5%)
(H22:16億円、4.4%)
(H23:20億円、5.7%)
(H24:17億円、4.8%)

地域の雇用の場を確保

- 新たな水産加工業の取扱高10億円増加
(H22:2億円)
(H23:3.2億円)
(H24:4.2億円)
- 漁村における新たな雇用が100名増加

沿岸漁業生産額 370億円 + 水産加工出荷額 170億円 以上を目指す

- ・沿岸から沖合までの多面的活用
- ・養殖魚の産地としてのさらなる認知度向上
- ・民間企業や新規就業者が参入しやすい環境整備（支援の充実、地元の理解促進）

- ・県1漁協構想の実現による拠点市場への集約化
- ・高知県漁協の買取販売の抜本的な強化
- ・買受人のさらなる連携による戦略的な外商活動の展開

- ・養殖魚の出荷形態をフィレ等に転換するための前処理加工能力の向上
- ・水揚げの集約化や県外からの調達による加工用原魚の安定確保

海・資源と共存する土佐の漁業

- 沿岸漁業生産量を7万トン以上維持
- 新規就業者（中核漁業者）を320名確保

- 販売金額が800万円以上の経営体4人に1人(25%以上)

鮮度で勝負！土佐の魚

- 大阪市場における本県産水産物のシェア21億円(6%)

加工で広がる漁村の雇用

- 新たな水産加工業の取扱高40億円増加
- 漁村における新たな雇用が650名増加

沿岸漁業生産額 400億円 + 水産加工出荷額 200億円 以上を目指す

若者が住んで稼げる元気な漁村

4 商工業分野

産業成長戦略の概要(商工業分野)

【目指す姿(ゴール)】

製造品出荷額等

平成33年度:6,000億円以上

平成27年度:5,000億円以上

ものづくりの基盤整備

ものづくり

販売の拡大
(地消・外商)

◎ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで一貫した支援

事業承継

- 新**事業承継・人材確保センターの設置
- 円滑な事業承継を進めるため、U・Iターンや移住の施策等と連携したワンストップで支援をする拠点を構築

基盤整備

- 企業立地の受け皿となる工業団地の造成
 - ・(仮称)高知一宮団地の整備と(仮称)南国日章工業団地の開発
 - ・継続的な適地調査

設備投資

- 拡**県内企業の設備投資の促進
- ・企業の設備投資を一層後押しするメニューを創設
 - 産業振興計画推進融資の活用
 - ・産業振興計画の事業や目標に沿った事業者に対する金融機関と連携した支援
 - 産学官連携による継続的な産業育成支援
 - ・産業振興センター等との連携強化による事業化に向けた支援

人材育成・確保

- スキルを備えた技術人材の育成・確保
 - ・工業技術センターや高等技術学校等による技術研修・技術支援
 - ・産業界、学校、行政の連携強化による県内企業への就職促進
- 拡**幅広い人材の育成や活用を推進するための環境づくり
 - ・就業につながりやすい女性向けの新たな訓練コースの設定等により女性の活躍促進
 - ・高等技術学校の入校年齢制限の見直しや、女性の訓練生確保に向けた環境整備等
- 高校生や大学生の県内就職の促進
- 拡**
 - ・高校生の保護者に対する県内企業の理解の場の確保
 - ・県内大学との就職支援協定の締結

企業立地

- 企業立地の推進
- 新**農業分野(生産現場)への県内外企業の参入を促進し、「次世代型こうち新施設園芸システム」等、本県の強みを活かした企業立地を推進
- ・都市圏の企業をターゲットに本県の支援体制や制度をPRするために企業立地セミナー等の開催

地消・外商支援

- 拡**ものづくりの地産地消・外商の推進
- ・海外展開を後押しするための専門人材の配置と施策の強化を図るとともに、ものづくりに関する補助金をパッケージ化

特色のあるものづくり

- 拡**紙産業の振興
- ・高付加価値製品や素材の研究開発、外商の拡大、人材育成、土佐和紙のブランド化を促進することによる紙産業のさらなる振興
- 拡**成長分野の育成
- ・プランの検証・アドバイスを実施し、マーケットインの視点による施策を強化
- 拡**防災関連産業の振興
- ・防災関連製品バイヤーとの製品相談会の回数増による外商の加速化
 - ・購買に結びつきやすい県内外のBCP策定企業や病院等からの情報収集を強化し、製品開発・改良を促進
- 拡**シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進
- ・企業のサテライトオフィス誘致の取り組みを強化
 - ・移住促進との連携による専門人材の誘致及び県内教育機関との連携による県内学生等の誘致企業への就職促進
- まるごと支援による新たなコンテンツビジネスの創出
 - ・コンテンツビジネス起業研究会に配置した専門家による事業化プランの改善や個別相談、商品の販路開拓、広報支援など、コンテンツ事業の展開の入口から出口までの一貫支援

地消・外商支援

- 拡**ものづくりの地産地消・外商の推進【再掲】
- ・海外展開を後押しするために、他県等と連携した商談会等を実施
 - ・産業振興センターの体制の強化によるものづくり企業に対する一貫支援を徹底

商業支援

- 地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化
 - ・南海トラフ地震に備えた安全・安心な商店街の環境づくりへの支援
- 新**商店街等の賑わい創出イベントの実施や、既存店舗の魅力向上に向けた取組への支援
- 移住促進と連携した商店街活性化の取組
 - ・一体的な情報発信と商店街での開業支援体制の構築

事業承継・人材確保支援事業(案) について

【背景(課題)】

- ・ 経営者の高齢化が進展する一方、高知県の後継者内定率は、50%に満たない状況。
- ・ 平成18年以降の高知県内の中小企業の倒産件数は減少傾向、休・廃業件数は増加傾向。
- ・ 平成25年度の休廃業等の件数は215件と、倒産件数(35件)の6倍。(全国平均 約2.4倍)

➡ 後継者不在による事業者の休廃業数の増加は、優良な雇用の場の喪失と本県産業基盤の脆弱化につながるため、円滑な事業承継対策が必要。

【出典：H25 帝国データバンク 高知県企業実態調査】

事業のポイント

- ポイント1 中小企業者の事業引継に係る相談や仲介機関等への紹介を行うため事業承継・人材確保センターを設置し、事業承継に関する相談にワンストップで対応
- ポイント2 事業承継の実務に精通した専門スタッフがサポート
- ポイント3 事業承継を円滑に進めるための助成制度等の創設
- ポイント4 移住施策と連携した後継者・中核人材の確保
- ポイント5 セミナー等、事業承継の課題解決に必要な施策等について情報を集積・発信

(仮称) 高知県事業承継・人材確保センター

◆体制 センター長、副センター長、事業承継プロジェクトマネージャー(1名)、事業承継・人材確保マネージャー(3名)、以下6名



ポイント1

総合相談窓口(ワンストップ対応)

相談企業の課題整理

- ①企業概要
- ②株主、親族関係
- ③個人財産
- ④必要な人材像
- ⑤採用活動の現状等

ポイント5

- ・キャンペーン
- ・意識啓発セミナー、相談会等の実施
- ・支援施策の紹介等

支援チームによるケース検討会議

- ・産業振興センター
- ・金融機関
- ・商工会議所
- ・商工会
- ・専門家(弁護士、税理士、会計士など)

事業承継支援開始

○支援を開始する企業の事業承継計画の作成に係る費用、M&A仲介料等の費用に対する助成のための審査

ポイント4

同一法人で事業継続

- 親族内承継
- 親族外承継(従業員・役員)
- 親族外承継(外部からの受入れ)

支援内容

- 事業承継計画の策定 (事業承継を円滑に進めるための助成制度あり)
- 経営体制の整備(後継者への権限委譲) (ポイント3)
- 事業用資産の引継ぎ(事業用資産の集約、相続対策等)
- 個人保証・担保の整理
- 人材育成(社内教育、社外教育、セミナー等)(後継者教育)

親族外承継(M&A)

支援内容

- マッチング支援 (事業承継を円滑に進めるための助成制度あり) (ポイント3)
- ・M&A仲介業者の紹介

廃業

支援内容

- 財産・経営資産等の整理

人材確保

支援内容

- 人材情報の発信・収集、企業との人材マッチング支援
 - ・協定を締結した人材ビジネス事業者との連携
 - ・U・Iターンシステムの運用
 - ・移住コンシェルジュの活用
 - ・(仮称)全国移住促進センターとの連携 等

ポイント4

(仮称)全国移住促進センター、人材ビジネス事業者等

円滑な事業のバトンタッチ

<支援チーム> 事業承継・人材確保センター、商工団体、支援機関、金融機関 等

ポイント2 事業承継の実務に精通した専門スタッフが一貫したサポート

事業承継・人材確保センターによる中核人材確保の仕組み



求人情報

企

業

事

業

者

求職情報

県外求職者等

県内求職者等

マッチング

相談窓口
企業訪問、求人開拓
セミナー開催等

求人ニーズ

企業支援、企業訪問等による情報

金融機関

○ 顧客企業等

産業支援機関 (商工会議所、商工会、中央会等)

○ 会員企業等

人材確保支援機関

○ 高知医療再生機構 ○ 福祉人材センター
○ 農業会議 ○ 林業労働力確保センター etc

高知県産業振興センター
(ものづくり地産地消・外商センター)

○ ものづくり企業等

地産外商公社

○ 食料品製造企業等

業界団体 (工業会、製紙工業会等)

○ 会員企業等

庁内各部局

○ 健康政策部・医療法人等
○ 地域福祉部・福祉法人等
○ 産業振興推進部・食品加工会社等
○ 商工労働部・誘致企業、成長分野支援企業等
○ 農業振興部・農業生産法人、農業関係企業等
○ 林業振興・環境部・木材加工会社、太陽光・バイオマス発電企業等
○ 水産振興部・水産加工会社等
○ 土木部・土木会社、建設会社等 etc

産業振興推進地域本部

○ 地域アクションプラン支援企業等

市町村

○ 支援企業等

求人ニーズ

拡大再生産

積極的アプローチ
事業者の拡大再生産に向けた取り組みを人材確保の面からも積極的に後押しする

求人
ニーズ



事業承継・人材確保センター

求人
マッチング
発信

UIターン人材情報システム
UIターン就職相談会等

移住コンシェルジュ

民間人材ビジネス事業者
県と協定を結んでいるパソナキャリアカンパニー、
テンプスタッフ、マンパワーグループ等

(国) 全国移住促進センター

日常業務を通しての情報

金融機関

産業支援機関

人材確保支援機関

高知県産業振興センター
(ものづくり地産地消外商センター)

地産外商公社

庁内各部局

業界団体
(工業会・製紙工業会等)

産業振興推進地域本部

市町村

教育委員会

事業承継・人材確保センター
ホームページ等

マッチング

ハローワーク

求人情報を全国へ

ものづくりまるごと応援パッケージ補助金の創設

見直しの背景・ポイント

* 産業振興センターの一貫支援と連動した、より早く実効性をあげる仕組みづくりで「開発・販促・財務」をまるごと一貫支援

- ・これまで積み上げてきた施策により、徐々にではあるが製造品出荷額は増加し、全国展開を見据えた製品も現れ始めた。
(例: 防災関連製品H25売上 10.7億円、産業振興センター支援による成約16.2億円 など)
 - ・平成26年度は「ものづくり地産地消・外商センター」を設置し、ものづくりへの支援体制を抜本強化し、新たなビジネスプランが策定され始めている。(H26.11月末28件着手)
- ▼
- ・本県経済の飛躍のためには、生まれ始めたビジネスプランなどに基づいた、企業の挑戦を一層後押しすることが必要。
- ▼
- ・このため、果敢に挑戦しようとする企業の設備投資等を後押しするよう制度を拡充するとともに、1つの補助要綱で、ものづくりの各段階全ての企業ニーズに対応できるよう、積み重ねてきた施策を整理統合し、パッケージ化。

《現行制度》

	プラン策定	試作開発・商品開発	販路開拓・拡大	事業拡大 (設備投資など)
成長分野 (食品・天然素材 健康・環境)	トップランナー 一般 (専門家派遣)	研究開発事業化支援事業費補助金 ・補助率: 1/2 ・補助上限: 3,000千円		・補助率: 15% ・補助上限: 30,000千円 ・補助率: 10% ・補助上限: 5,000千円
ものづくり地産地消・外商 (上記以外の分野)	ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金 ・補助率: 1/2 ・補助上限: 1,000千円	・補助率: 1/2 ・補助上限: 10,000千円		設備投資促進事業費 ・補助率: 6.8% ・補助上限: 34,000千円

(審査会の機能強化) ※調整中
「ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金」の審査会委員を基本としメンバーを追加
【現メンバー】 中小企業診断協会、技術統括、経営統括、工技センター 等
【追加メンバー(案)】 金融機関、バイヤー、学識経験者 等

《新たな制度》

	プラン策定	試作開発・商品開発	販路開拓・拡大	事業拡大 (生産体制強化)
ものづくり企業	試作開発準備事業 ・補助率: 1/2 ・補助上限: 1,000千円	(研究・販路拡大のためのソフト支援) ・補助率: 1/2 ・補助上限3,000千円 (試作開発) ・補助率: 1/2 ・補助上限: 10,000千円 (製品改良) ・補助率: 1/2 ・補助上限: 10,000千円 (海外への取組) 拡充 ・補助率: 1/2 ・補助上限: 10,000千円	センター基金事業の活用 ※基金が使える間は基金を活用	拡充 ・雇用維持+県経済への大幅な貢献(雇用要件緩和+補助率嵩上げ) ・雇用維持(雇用要件緩和)+県経済への貢献 ・新規雇用1名 ・補助率: 6.8% ・補助上限: 34,000千円

総合相談窓口(ワンストップ対応)

体制と資金を連動した一貫支援

専任担当者による一貫支援

紙産業の振興 《バージョンアップのポイント》

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

新聞・書籍の電子化や人口の減少などにより、紙の需要は縮小傾向にあり、ここ数年の製造品出荷額等は全国と同じくほぼ横ばいである。このような状況を打開するためには、最先端の技術の確立や付加価値の高い新製品の開発が不可欠であり、早期に紙産業の抜本強化を図る必要がある。

現状

全国の紙産業の現状 (H24工業統計)

○パルプ・紙・紙加工等の製造品出荷額等：約7兆円
製造業全体の約2.4%

- ・海外製紙メーカーによる国内市場への安価品の輸出攻勢による輸入紙の台頭
- ・ICT技術の進展や少子高齢化

国内の紙需要は減少傾向

高知県の紙産業の現状 (H24工業統計)

○企業数：87社 従業員数：2,685人
パルプ・紙・紙加工等の製造品出荷額等：601億円(高知県出荷額の12%)

- ・土佐和紙の生産に端を発した長い伝統のある本県の重要産業の一つ
- ・高品質の不織布や高機能紙など独自の高い技術によりニッチ分野の市場を確保している中小企業で構成

ここ数年の製造品等出荷額はほぼ横ばい



課題

- ◇新素材などの開発に取り組むための研究体制を備えた企業が少ない。
- ◇加工工程は主に県外に流出している。
- ◇中小企業が多く、新たな技術を確認して設備投資につなげる動きが弱い。
- ◇受注・販売先が固定されており、積極的に営業を展開する部門をもつ企業が少ない。
- ◇市場ニーズに基づく製品を開発し、成長が見込める新分野へ販路を拡大する機会が少ない。



対応策の検討

「高知県紙産業の在り方検討会」での議論を踏まえ、対策のさらなる抜本強化
○在り方検討会(9月11日・11月18日)の開催
○企業ヒアリングの実施(10月中旬～下旬)
○製紙工業会の分野別代表者意見交換会の開催(10月30日)

「在り方検討会」の中間取りまとめ

- ・最終取りまとめに向けた方向を確認
- ・必要な費用を27年度当初予算に反映

＜検討会委員及び企業からの主な意見等＞

- ・本県の持つ高い技術力を生かして、付加価値の高い製品を開発
- ・本県の特徴のあるもの、本県の企業に役立つ取組を推進
- ・自らがニーズを見つけ出し、市場を創造して製品づくりが必要
- ・企業を担う中核人材を育成する支援が必要
- ・県内外での認知度は低いため、土佐和紙文化と優れた高度技術を持った多数の企業の存在をPRしていくべき など

今後の取組

- 検討委員をはじめとする関係機関と事業内容の協議
- 製紙工業会・分野別意見交換会

- 最終取りまとめ(ロードマップを含む)案の作成
- 第3回在り方検討会での確認

最終とりまとめ

＜平成27年度以降＞

- (仮)事業推進委員会の設置
 - ・とりまとめ内容のPDCA管理
 - ・関係機関の協力による事業推進
 - ・在り方検討会のメンバーを中心に委員を選定

紙産業のさらなる振興に向けた今後の取組

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

◆本県の強みである紙産業のさらなる振興

- 平成26年3月に策定された四国産業競争力協議会の四国産業競争力強化戦略「高機能素材関連産業創出プロジェクト」がスタートしたことに合わせ、産業振興計画をバージョンアップし、本県の紙産業のさらなる振興に取り組む
- 「高知県紙産業の在り方検討会」の議論に基づき対応方針の具体化を図る

<取組の方向性>

<具体的な取組内容>

1 高付加価値製品の開発と加工技術の確立への支援

- ① 加工技術の普及・促進
 新たに整備する熱カレンダー・不織布製造装置などを活用し、高付加価値製品を開発
- ② 四国連携プロジェクトと連携した研究開発
 新 新たに整備する熱カレンダー・不織布製造装置などを活用し、高付加価値製品を開発
 新 <リサイクル炭素繊維の利用化研究>
 四国連携プロジェクトとして開発研究会を設置（H26年12月高知・愛媛県の公設試・企業）、抄紙技術を活用したリサイクル利用研究を推進
 <ナノセルロース>
 四国連携プロジェクトとして情報収集と研究計画づくりを推進
- ③ 高い技術力を生かして土佐和紙に新たな価値を創出
 新 <土佐和紙等のレーザー加工技術研究>
 新たにレーザー加工設備を導入し、和紙等に微細な模様づけ技術を開発
 製品に新たな価値を創造し、土佐和紙のブランド化を推進
 産学官連携育成研究支援事業などを活用し、県内大学と連携した研究を推進
- ④ 大学からの提案などによる新製品開発等

2 新技術の企業への普及

- ① 紙技センターの設備及び研究体制の充実
 拡 紙産業技術センターに新たな職員を配置するなどにより、研究開発やクレーム対応・依頼試験などへの対応力を強化
- ② 他県にない本県の特徴を生かした研究の推進
 拡 <トイレに流せる製品評価システムの開発>
 新たに欧州型評価機器導入し、本県発の製品評価の公定法を確立。本県製品の品質の良さを実証・情報発信して販売を拡大
- ③ 紙技センターの設備や研究成果などの情報発信を強化
 拡 紙産業技術センターのホームページやメールニュースに加え、研究成果普及講習会などを通じ、利用できる設備や装置、研究成果などの情報発信を強化
- ④ 設備投資を促進するための公的な支援を強化
 拡 企業の設備投資を一層後押しするメニューを創設

3 外商支援の徹底と紙産業の営業力の強化、新分野への進出を支援

- ① 市場を創造した製品づくり
 拡 専任担当者の配置や専門家派遣などにより、ビジネスプラン作成から外商まで一貫したサポートを強化（産業振興センター）
- ② 医療や工業用分野などの新分野へ進出
 拡 医療現場ニーズ情報の集約や産学研究開発のマッチングなどにより、市場ニーズに応じた新製品を開発
- ③ 首都圏などへの販路拡大
 拡 見本市や展示会への出展を支援するとともに、バイヤーとの商談機会を拡充

4 人材確保や育成

- ① 県内の大学生等に本県の紙産業を知ってもらう
 県内大学等との連携により、紙関連企業へのインターンシップを推進
- ② 企業を担う中核人材の育成
 拡 新たに整備する機械設備の操作や研究利用の勉強会を開催（かみわざひとづくり）事業し、企業の人材育成と技術力の向上をめざす
 <伝統的産業の後継者の育成>
 手すき和紙協同組合への助成などにより、伝統的産業の振興を促進
 <生産効率の向上>
 熟練技術のデータ化や製造技術のマニュアル化を進め、生産効率の向上を図る
- ③ 技術の伝承や設備の自動化

5 土佐和紙等のブランド化

- ① 土佐和紙文化と優れた高度技術を持った企業をPR
 拡 高知家プロモーションと連動させたPRを実施し、伝統ある土佐和紙の魅力や多様な商品群がある高知の紙製品の情報発信を強化
- ② 県内製品の品質の良さを分析してPR
 紙製品の品質の分析技術や精度を向上させ、本県紙製品の品質向上につなげる
- ③ 自社製品の開発を促進
 各企業が自社の技術力を生かして製品を開発し、土佐和紙などのブランド商品群の構成をめざす

商店街魅力向上支援事業：商店街全体の魅力向上を支援【開業(お試し出店から新規開店まで)～個店魅力アップ】

【空き店舗率】10年前と比べると依然として高い状態ではあるが、2年連続で改善。 H23:15.03%⇒H25:12.99%⇒**更なる改善を!**

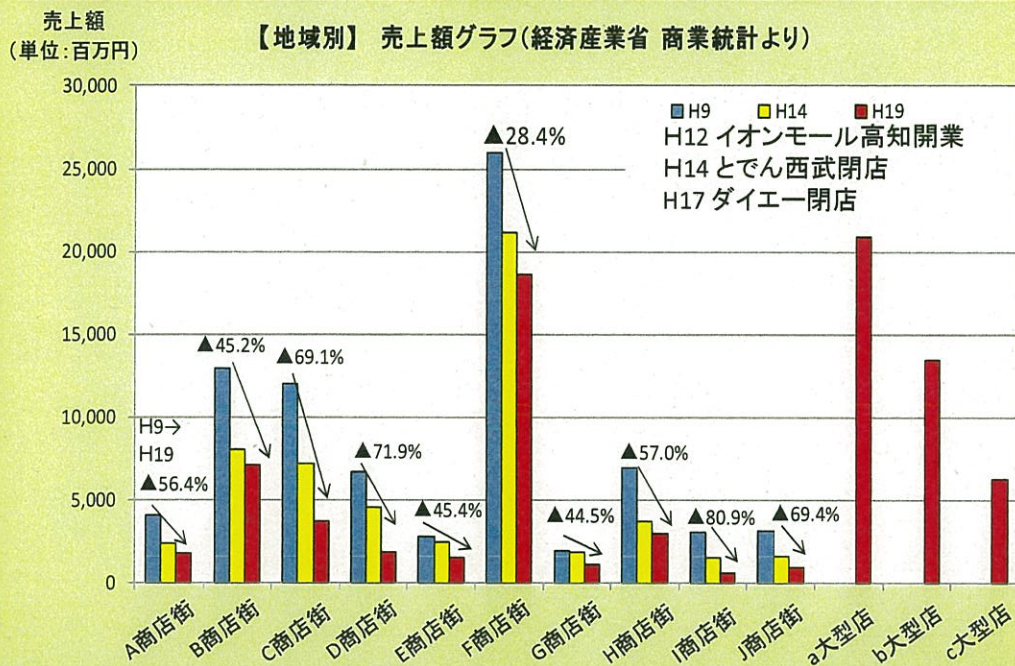
【歩行者通行量】H10年から急激に低下していたが、H17年以降は低下率が緩やかに。 H10:175,145人⇒H17:68,228人⇒**増加に転じることが課題!**

ポイント

● 商店街の活性化に向けた既存店舗の魅力向上

● 空き店舗率の更なる改善

★商店街の売上額はH9→H19で最大80%の落込み
商店街の活性化には、各個店の魅力向上が必要不可欠!!



New 商店街経営革新モデル事業

魅力的な個店を増やすために！経営革新に取り組む店舗を支援。

(支援イメージ)

商工会・商工会議所と共に、**人的支援**
実効性のあるビジネスプランを作成

ビジネスプランの実行に際し、販路開拓、販売戦略の強化に伴う設備投資やネット店舗の開設、魅力的な実店舗への改装を行う。

魅力ある個店の増加により
活力ある商店街へ！



【事業効果のイメージ】

元気な商店街

スムーズな事業の承継につなげ、休廃業も減

※こうち商業振興事業費補助金等
地域貢献や賑わいを創出する事業実施への支援

商店街利用者の増加 (目標値: H30年度)
・空き店舗率 目標値: 10.0% (H25:12.99%)
・通行量の増加 目標値: 6.6万人 (H25: 4.9万人)

魅力的な個店の増加

・新たな業種の開業
・既存店の魅力アップ

・新たな人材の誘致や育成
・既存店の運営改善への支援

関係者(商店街、商工会・商工会議所等支援機関、県、市町村 等)の緻密な連絡協議でサポート

一体的な情報発信

移住・開業相談

お試し開業支援

出店・移住

出店(移住)希望者



情報発信

一体的な情報発信＝県

【情報収集と発信】

県内関連施設やPR機会を活用して事業紹介

関係団体HP

開業等の支援策: 県・市町村
商店街情報: 商店街・商工会等
住居・暮らしの地域情報: 市町村

県移住HP

(仮)全国移住促進センター

移住相談会

商店街への移住促進連絡会議

総合窓口 ↔ 関係機関 (経営支援課)

移住相談等への対応

- 《市町村》 移住情報、地域情報等の提供
- 《商工会等》 店舗所有者の調整、人材育成
- 《県 移住促進課》 移住情報、地域情報等の提供

支援体制強化 チャレンジ ショップ事業

H23年度～H26年度 (実施場所)

・高知市: 京町・新京橋商店街
・四万十市: 天神橋商店街
・四万十町: 四万十町本町
3店舗合計: 29名がチャレンジ

卒業生21名中14名が開業
開業率: 66.7%

(内訳)
・高知市: 63.6%
・四万十市: 80%
・四万十町: 60%

支援体制強化 空き店舗対策事業費補助金

H21年度～H26年度(11月末現在)
合計57店が補助金を利用し開業。

開業者の継続率
51店/57店 89.47%

(内訳)
・高知市: 29店/32店 継続率90.6%
・四万十市: 13店/13店 継続率100%
・安芸市: 4店/6店 継続率66.7%
・四万十町: 3店/4店 継続率75.0%
・本山町: 1店/1店 継続率100%
・奈半利町: 1店/1店 継続率100%

両支援の実施により

既存店舗支援

新規開業支援(空き店舗対策)

防災関連産業振興事業

南海トラフ地震への備えと連動させた防災関連産業の振興を図るため、県内の防災関連の需要を県内企業の製品で満たす「地産地消」の取り組みや、全国の需要を県内企業が取り込んでいく「地産外商」の活動に取り組むとともに、南海トラフ地震対策と連動することで相乗効果を生み出しながら、防災関連産業の振興を図る。

現状

【交流・ネットワークづくり】～【地産】

～高知県防災関連産業交流会～
～防災分野のものづくり促進～

- ① 防災関連産業交流会参加企業：128社 (H26.12)
- ② 防災関連産業交流会＜全体会＞1回実施
防災関連認定製品展示コーナー設置、
グループ毎に説明、情報交換
＜個別相談会＞2回実施（～H26.10）
バイヤー3社参加・企業14社
3回実施予定（H26.11～H27.3）
- ③ 防災関連製品認定制度 7製品認定 延べ66製品
- ④ ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金を
活用した試作開発
第1～4回審査会 応募件数：7件、採択件数：6件
- ⑤ 防災関連製品アドバイザー派遣制度
4社19回活用

【地消】～県内での販路開拓の支援～

- ① 県内でのPR
・県内イベントでの製品PR（～26.10）
13回延べ101社
- ・防災関連製品カタログの作成・配布 5,500部
- ② 公的調達の促進
・市町村における「新事業分野開拓者認定制度」
の創設は9市町
・公的調達制度による「ろ過装置」等の購入
- ③ BCP策定企業訪問30社 うち5社が交流会加入

【外商】～県外・海外への販路拡大の支援～

- ① 県外への外商
・見本市に高知県ブースを設置し防災関連製品を
PR 危機管理産業展（東京）ほか
8展示会41小間43社（～26.10）出展
2展示会予定（26.11～）
- ② 県外市町村訪問
- ③ 海外への外商
・台湾経済ミッションでのPR
・台湾情勢セミナー開催
・日本災害プラットフォーム入会

課題

【交流・ネットワークづくり】～【地産】

- ① 交流会員の増加
- ② 交流会を通じた販路の拡大
・防災用品会社以外への販路開拓
（新たな分野のバイヤーとの接触）
・海外に向けた勉強会の開催
- ③ ④ 新たな製品開発の加速化
・アイテム数を増やす
・製品の質の向上を目指す
- ⑤ アドバイザーの有効活用

【地消】

- ① 県内展示会による製品PRの強化
- ② 公的調達の加速化
・県や市町村における購入促進
- ③ 県内民間企業での調達の促進

【外商】

- ① 見本市等の活用
- ② 県外市町村等への訪問の強化
- ③ 海外展開に向けた情報収集と販路開拓の強化

今後の対応

【交流・ネットワークづくり】～【地産】

- 継① 防災関連産業交流会参加企業数の増加
（BCP策定企業・学校・病院・消防本部・社会福祉協議会・社会福祉施設への入会依頼）
- 拡② 防災関連産業交流会＜全体会＞1回実施
＜個別相談会＞バイヤー2社×6回実施（予定）
・周辺業界（アウトドア等）のバイヤーを招へいた個別
相談会の実施
・JETROやJICA等による講演会や個別相談会の実施
・大手商社との海外展開に向けた個別相談会の実施
- 拡③④ 県内外のBCP策定企業など意思決定の早い企業や団体
等に対する製品紹介に加え、新たにエリア別・業種別の
情報収集を実施
⇒ 会員企業に情報をフィードバック
- 拡③④ センター県外COとの定期的な情報交換会の実施 年2回
- 継⑤ 上記に合わせたアドバイザー派遣制度を周知

【地消】

- 継① 県内でのPRを実施 22回180社（予定）
- 継② 公的調達の促進
・「新事業分野開拓者認定制度」の創設を含めた「地産地
消」の意識の醸成
・県での防災関連製品の購入
・高知県市防災用品研修会の実施（新規）
・高知市と連携したKOCHI防災危機管理展への協力
（H27～市も負担）
- 拡③ 自治体よりも意思決定の早い企業や団体に向けた製品の
販路拡大

【外商】～県外への販路拡大の支援～

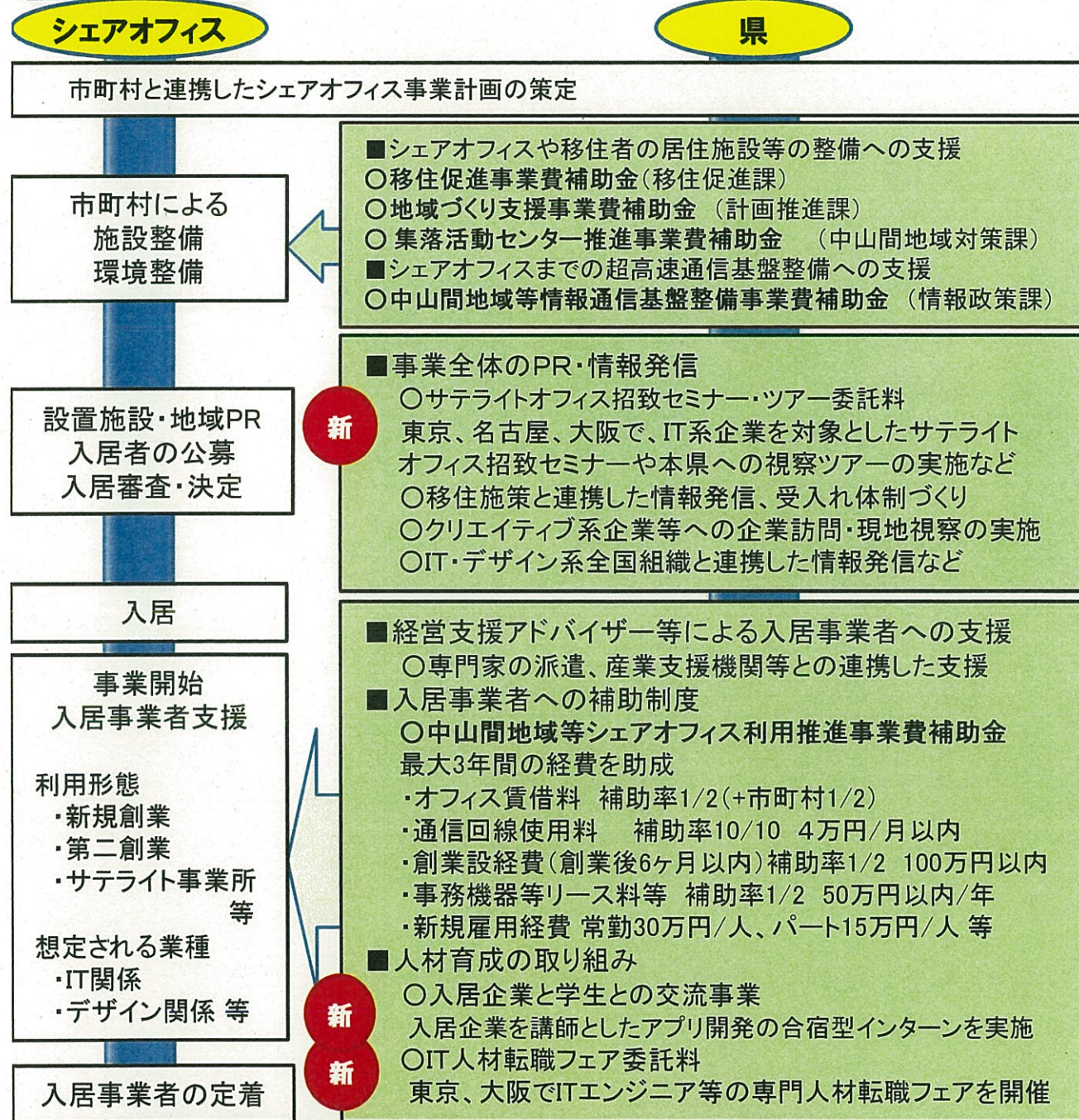
- 拡① ・県外で開催される防災関連見本市への出展
12展示会65小間68社（予定）
・マスコミ（テレビ大阪）を活用した見本市出展等による
製品展示PRの拡大
- 拡② 産業振興センターと連携し、県外市町村に加え、BCP策定
企業、病院、DIY等へ訪問
- 新③ 台湾商談会の実施
- 新③ JICAの事業を活用した勉強会の実施、商談会の実施
- 新③ 日本防災プラットフォームでの情報収集と情報発信

中山間地域等におけるシェアオフィスの推進及び支援

背景・目的等

- <背景>人口減少や高齢化が進む中で、地域での経済活動が停滞
- <目的>市町村によるシェアオフィスの整備や、入居する企業・新規創業者等への支援を実施することで、中山間地域等の活性化を図る
- <実績>設置4か所(安田町、本山町、土佐町、四万十町)、入居5事業者(26.5~)
- <課題>入居事業者の確保(新規創業者・シェアオフィスに適した企業)、地域雇用の促進(地域人材の育成)等

事業フロー



入居状況

安田町<シェアオフィスなかやま>(旧中山保育所)		H27年2月 2室完成予定
入居企業(入居年月)	事業内容/従業員数(今後の予定)	
(株)東京映画社(H26年4月~仮入居)	映像制作・企画	
	県内雇用1名(-)	
<備考>1室:入居者募集中		

本山町<シェアオフィスもとやま>(旧東部保育所)		H26年3月 3室整備
入居企業(入居年月)	事業内容/従業員数(今後の予定)	
(株)L.I.C四国(H26年5月)	保険コールセンター	
	地元雇用1名(地元2名募集中)	
(株)ウィリルモバイル(2室に入居準備中)	スマートフォン向けアプリ開発	
	移住1名(県内1名採用内定)	
<備考>残りの施設(北半分)をH27年度に改修予定		

土佐町<シェアオフィス相川>(旧相川小学校)		H26年6月 2室整備
入居企業(入居年月)	事業内容/従業員数(今後の予定)	
サンファースト(株)(H26年11月)	アプリケーションシステム開発	
	移住1名(全国1名募集中)	
クックビズ(株)(入居準備中)	農産物販売、農業人材紹介	
	従業員全国(5名)募集中	
<備考>H26年度末に2室増室予定		

四万十町<シェアオフィス161>(旧広井小学校)		H25年度~ 10室
入居企業	事業内容	
-	-	
<備考>入居者募集中		
地元入居企業:(一社)いなかパイプ、(株)四万十ドラマ、NPO法人RIVER、しまんと新一次産業(株)		

※高知市土佐山地区
(土佐山庁舎3階) H27年度
2室整備予定

※津野町
(旧白石小学校) H27年度
2室整備予定

Uターンの促進、雇用の創出、若者が地域に残る

ものづくり地産地消・外商センターの平成26年度活動実績と平成27年度事業目標について

事業内容	平成26年度	平成27年度(目標)
総合相談窓口	相談件数:391件(H26目標500件) マッチング件数:68件(H26目標100件)	相談件数:550件 マッチング件数:110件
地産地消推進会議	機械装置開発マッチング:5件(H26目標10件)	機械装置開発マッチング:15件
ものづくり総合技術展	出展者:122社 来場者数:15,552人 県外からの招聘企業数:45社 商談件数:548件(うち県外企業との商談件数346件)	出展者:122社以上 来場者数:16,000人 県外からの招聘企業数:100社 商談件数:750件以上
統括の配置	経営・技術統括 各1名の配置(訪問総数229社) 人脈を活かした販路開拓や販売戦略のアドバイス、売れる製品づくりに向けた技術指導など、企業サポートが本格化	特定分野を担う統括の配置 企業の海外展開サポートの本格化
県外での販路拡大	東京、大阪、四国に加え中京、瀬戸内、九州へ展開	東北地域へ展開
営業サポート	専任担当者20名(うちものづくりコーディネーター13人)によるサポート 企業訪問回数:2,349件(H26目標3,000件) 外商サポート対象企業 前年末132社⇒144社(12社増加)	コーディネーターによる質の高い支援を実施するため、主任コーディネーター3名を配置 外商サポート対象企業を200社へ拡大 ・紙産業企業等への支援強化
見本市	年度末実績見込:40見本市175小間 (H26目標:35見本市173小間)	29見本市159小間 ニーズ調査等により絞り込み
製品企画書	製造業(機械・防災分野等)700社を訪問し、企業カルテを作成 既存外商サポート対象企業や支援機関からの情報収集等 →22社33件で製品企画書作成に着手、うち12件で作成済	・35件の企画書作成支援(H26~H28の3年間で100件) ・企画書作成の要となる市場・他社比較調査の実施 ・30件(H26)の実現化に向けハンズオン支援(専任担当者制)
金融機関等との連携	・県内3金融機関との業務連携協定締結(H26.10) 各支店との企業への同行訪問実施 ・他機関等との連携協定締結	・各支店と連携した企業同行訪問の拡大 ・県外、海外企業とのマッチング支援 ・各種セミナーの開催 等

新たな柱立て

海外展開支援	<p>単発的な営業サポート (海外への同行訪問(2回)・海外展開に関するアドバイスなど)</p> <p>海外展開を行っている、または関心のある企業への県と合同のヒアリング(60社)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・統括等による海外展開支援の本格化 ・支援体制の強化(貿易CO2名の配置) ・台湾、中国、タイの商談会や見本市出展支援(県・四銀・四国他県との連携) ・ジェットロや中小機構等と連携した取組み(ビジネスマッチング、展示会、各種研修会への参加等) ・販路開拓支援事業に海外展開に向けた事前調査から出展までを支援するメニューを新たに創設 ・取組みPRと企業の掘り起こし(県内全製造業2000社への広報など)
技術の外商	<p>技研製作所(インプラント工法)、アークリエイト(WAWO工法)等の全国展開支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・技術の「見える化」の推進するためのパンフレットや動画、模型等の製作 ・製品の外商のしくみである「ものづくりまるごと応援パッケージ」により、相談・方向付けから事業拡大に至るまで幅広く支援 ・外商促進に向けた技術検証支援 等(特許やエビデンス等の作成サポート) ・県等と連携した企業の海外展開のサポート ・取組みPRと企業の掘り起こし(県内全製造業2000社への広報など)
事業承継・人材確保支援		<ul style="list-style-type: none"> ・支援チームへの参画・情報共有(商工会議所等関係機関との連携) ・対象企業への外商等のサポート ・取組みPRと企業の掘り起こし(県内全製造業2000社への広報など)

平成27年度 成果目標

1. 外商サポート対象企業の成果額 **36億円**
2. 製品企画書の作成 **35件**

平成26年度

1. 成果額
目標:27.0億円
実績:17.5億円
(4~11月)
2. 製品企画書
目標:30件
実績:12件
(4~12月)

成果額の実績 (単位:億円)

	H24	H25
目標	2.5	16.0
実績	2.5	16.1

戦略の柱【1. ものづくりの基盤整備】

項目	現状	課題	取組	効果	評価	
3. 人材の育成と確保 (2) 新規高卒者の県内企業への就職促進に向けた産業界、学校、行政の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ◆県外求人への増加により県外への就職が増加し、新規高卒者の就職率が向上するなかで、県外就職者は増加し20年3月には52%と半数を超過 15年3月: 24.8% →20年3月: 52.0% ◆県内企業に対する生徒、学生、教員、保護者の認知度が低い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆公立の専門高校等に対して、企業実習や技術指導の事業の実施 ◆私立中等高等学校に対して企業見学等の実施 ◆産業界と連携した教員研修の支援 ◆産業界、行政、学校との連携体制が促進された。H24実績 参加生徒899名、協力企業150社 	<ul style="list-style-type: none"> ◆今後も継続して高校生に県内産業や県内企業の魅力を伝える ◆産業界、行政、学校が連携した人材育成を行うことの重要性について、学校や担当教員の理解を深める ◆普通科高校に対する職業理解の促進と情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進 ○公立の専門高校等では、地域産業担い手人材育成事業の企業実習や技術指導等を通じて学校と産業界との連携を強化 ○民間と連携して企業実習等の魅力や県内産業・県内企業の情報発信 ★私立中等高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援 	○	○
(3) 新規大卒者の県内企業への就職促進	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内高校から大学に進学する生徒の約8割は県外大学へ進学 ◆県内企業では新規大卒求人が充足しない雇用のミスマッチがある 	<ul style="list-style-type: none"> ◆本県出身の県外大学生等に、ダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出展、県外大学保護者会への参加など、本県の魅力や県内企業情報を周知した ◆県外大学生等に高知の魅力を発信したり、就職情報の提供ができた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆学生に対する県内企業の情報提供 ◆保護者の県内企業への理解促進 ◆県外大学に進学する高校生に対する情報提供 ◆就職支援協定を締結した大学を中心に、Uターン就職に向けた取組強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆本県出身の県外大学生等への県内企業情報の提供 ○新規大卒者等県内就職支援事業ダイレクトメール、保護者会などを通じて、県内企業の企業説明会等の情報を提供、東京・大阪の就職相談会では、高知県の魅力を伝えることにより、県内への就職促進を図る ○民間と連携して、県外大学生に対する県内インターンシップ情報を提供し、県内企業の理解促進を図る ★就職支援協定を締結した大学を中心に、県内企業を知ってもらう取組を進める ★私立中等高等学校には、企業見学・職業講話の実施支援(再掲) 	○	○
(4) 若年者の就業支援	<ul style="list-style-type: none"> ◆就業者は減少し失業率も高い(国勢調査7年→17年) 人口816千人→796千人(▲20千人) 就業者410千人 →370千人(▲40千人) 失業率(17年) 県7.9%、全国8.0% 若年者の失業率(17年) 県11.7%、全国8.5% ◆有効求人倍率は低く雇用情勢は厳しい 19年度平均 県0.50倍 全国1.02倍 ◆ニート、フリーターが多く存在 ニート 3,230人 (17年国勢調査) フリーター 12,400人 (14年就業構造基本調査) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ジョブカフェのうちしごと体験枠の拡充による若年求職者の就職促進、キャリアコンサルタントの増員による相談体制の充実、セミナーの実施や、併設ハローワークとの連携による就職支援 ◆利用者の就職者数は目標を上回る結果となっている ◆就職者数1,120人(H24実績) ◆H21年4月ジョブカフェ 複多サテライトの開設 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ジョブカフェ利用者の就職率の向上、正規雇用割合の増 ◆ジョブカフェ来所者の相談割合の増 ◆複多サテライトの機能充実 ◆効果的なセミナーの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ◆就職支援相談センター「ジョブカフェこころち」による若年者の就職促進 ○しごと体験受講による就職者の正規雇用率の向上 ○ジョブカフェ利用者のキャリア形成の支援を図る ○複多サテライトの機能強化を図る ○利用者のニーズをとらえたセミナーを開催する ★女性求職者の訓練プログラムを実施して就職を支援する 	○	○
(5) U・Iターンの促進	<ul style="list-style-type: none"> ◆U・Iターン人材情報システム登録者の就職件数 H20年度 10件 ◆誘致企業等からは中核人材に対するニーズが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆「U・Iターン人材情報システム」を活用した情報提供と無料職業紹介の実施 ◆機会を捉えた人材情報システムの周知及び移住システム「高知で暮らす」とのデータベースの統合により、登録者数が増加した 	<ul style="list-style-type: none"> ◆登録企業と求職者とのマッチングの促進 ◆無料職業紹介対象事業所の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆U・Iターン希望者と企業とのマッチングの強化 ○U・Iターン人材情報システムへ求人及び求職者の登録の促進を図るとともに、登録企業のニーズの把握と求職者への情報提供を行う ○職業紹介対象企業をシステムに登録された全求人企業に拡大する 	○	○

【商工業分野】

項目	現状	課題	取組	効果	評価	
企業実習や技術指導等を通じて県内産業や県内企業への理解を深める	<ul style="list-style-type: none"> ◆産業界、行政、教育界の連携の強化により、高校生の県内就職と大学生のUターン就職が促進される ◆高校生の県内就職割合 H22:58.1% ↓ H27:72% 	<ul style="list-style-type: none"> ◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材を確保 	<ul style="list-style-type: none"> 企業実習や技術指導等を通じて県内産業や県内企業への理解を深める 県雇用労働政策課: 公立の専門高等学校への企業実習・技術指導など継続的な支援を行い、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を促進する 私立中等高等学校には、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える 県雇用労働政策課: 生徒・教員等には、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」の活用を周知して、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を深める 	<ul style="list-style-type: none"> 企業実習や技術指導等を通じて県内産業や県内企業への理解を深める 県雇用労働政策課: 公立の専門高等学校への企業実習・技術指導など継続的な支援を行い、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を促進する 県雇用労働政策課: 生徒・教員等には、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」の活用を周知して、県内産業(一次産業、介護・福祉分野含む)や企業等への理解を深める 	○	○
県外大学生のUターン就職の促進	<ul style="list-style-type: none"> ◆産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材を確保 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県外大学生のUターン就職の促進 	<ul style="list-style-type: none"> 県雇用労働政策課・県外事務所: 県外大学への情報提供、民間が実施する就職ガイダンスへの県直接参加、県外大学訪問や保護者会への参加等により、高知県の魅力や県内企業情報を発信する 県雇用労働政策課: 県外大学生向けには、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」を周知することで、県内企業への就職促進を行う 【再掲】県雇用労働政策課: 私立中等高等学校の生徒に、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える 県雇用労働政策課: 四国4県合同企業説明会を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 県外大学生のUターン就職の促進 県雇用労働政策課・県外事務所: 県外大学への情報提供、民間が実施する就職ガイダンスへの県直接参加、県外大学訪問や保護者会への参加等により、高知県の魅力や県内企業情報を発信する 県雇用労働政策課: 県外大学生向けには、民間が運営する県内のインターンシップ情報等を発信するポータルサイト「まなともネット」を周知することで、県内企業への就職促進を行う 【再掲】県雇用労働政策課: 私立中等高等学校の生徒に、企業見学・職業講話などを通じて、県内産業の魅力を伝える 県雇用労働政策課: 四国4県合同企業説明会を実施 	○	○
ジョブカフェこころちによる若年者の就業支援	<ul style="list-style-type: none"> ◆しごと体験受講者の正規雇用率 H22:10% ↓ H27:50% ◆ジョブカフェ来所者の相談件数割合 H22:54% ↓ H27:70% 	<ul style="list-style-type: none"> ◆しごと体験受講者の正規雇用率 ◆ジョブカフェ来所者の相談件数割合 	<ul style="list-style-type: none"> ジョブカフェこころちによる若年者の就業支援 若年女性求職者の訓練プログラムの実施 県雇用労働政策課: 複多サテライトの機能強化として、しごと体験コーディネーターを1名配置するとともに開所日を選3日から4日に拡充 県雇用労働政策課: 本部及び複多サテライトに広報員を配置して、事業の認知度を向上させる(平成24年度) 	<ul style="list-style-type: none"> ジョブカフェこころちによる若年者の就業支援 若年女性求職者の訓練プログラムの実施 県雇用労働政策課: 複多サテライトの機能強化として、しごと体験コーディネーターを1名配置するとともに開所日を選3日から4日に拡充 県雇用労働政策課: 本部及び複多サテライトに広報員を配置して、事業の認知度を向上させる(平成24年度) 	○	○
無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進	<ul style="list-style-type: none"> ◆企業が求める人材の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ◆企業が求める人材の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進 無料職業紹介対象企業の拡大と体制の強化 県雇用労働政策課・県外事務所: 機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する 	<ul style="list-style-type: none"> 無料職業紹介対象企業の求人及び求職者の登録の促進 無料職業紹介対象企業の拡大と体制の強化 県雇用労働政策課・県外事務所: 機会を捉えた「U・Iターン人材情報システム」の周知により登録を促進する 	○	○

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足跡を定め、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
- 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【1. ものづくりの基盤整備】

【商工業分野】

項目	内容	実施時期	実施場所	実施内容	進捗状況						
					1	2	3	4	5	6	
3. 人材の育成と確保 (新規)円滑な事業承継の実現	◆後継者不在による事業者の休業業数の増加			◆県内事業者等への事業承継に対する理解促進及び後継者人材の確保 ★円滑な事業承継をすすめるための研修会等の実施 ★後継者・中核人材等の育成支援							○

※これからの対策の ★は新規事業
●は拡充事業
○は継続事業

2020年度					2021年度		2022年度	
H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	
			<p>円滑な事業承継及び後継者等の確保</p> <p>事業承継・人材確保センター ・事業承継についての普及・啓発 ・金融機関等を対象として研修会等の開催</p> <p>雇用労働政策課 経営支援課</p>				◆事業承継の必要性について認知される	◆中小企業等が必要とする継者の育成・確保

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

産業	現状	課題	取組	効果	1	2	3	4	5	
(3) 紙産業の振興	<ul style="list-style-type: none"> ◆新聞・書籍の電子化や人口の減少などにより、紙の需要は縮小傾向にあり、ここ数年の製造品出荷額等は全国と同じくほぼ横ばい ◆紙関連製品の製造品出荷額等はH24年601億円(高知県製造品出荷額等の約129%)で、本県の重要な産業 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内約80社の製紙関連企業への技術支援を実施 ◆基礎・応用・開発研究、先端技術の導入、人材育成や技術指導などを行ってきた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新素材などの開発に取り組むための研究体制を備えた企業が少なく ◆加工工程は主に県外に流出している ◆中小企業が多く、新たな技術を開発して設備投資につなげる動きが弱い ◆受注・販売先が固定されており、積極的に営業を展開する部門をもつ企業が少ない ◆市場ニーズに基づく製品を開発し、成長が見込める新分野へ販路を拡大する機会が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ◆「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興を抜本強化 ◎高付加価値製品の開発と加工技術の確立への支援 ◎新技術の企業への普及 ◎外資支援の徹底と紙産業の営業力の強化、新分野への進出を支援 ◎人材確保や育成 ◎土佐和紙等のブランド化 	○	○	○	○	○	○

※これからの対策の ☆は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【高工業分野】

1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年																																																																					
紙関連企業の製品開発などを支援												紙産業のさらなる振興策を検討												紙産業の振興を抜本強化												高付加価値製品の開発が進む												県内の紙関連企業が新製品・新素材を開発 ◆製造品出荷額等が増加する ◆企業の設備投資が進み、製造基盤が強化される																																															
県紙産業技術センター: -基礎・応用・開発研究、先端技術の導入の支援 -人材育成や技術指導を実施												県紙産業技術センター: -研究開発に必要な新たな機械設備の導入準備 -「高知県紙産業の在り方検討会」を設置し、今後の取組方針を検討												県紙産業技術センター: -研究開発を推進するための新たな機械設備を導入 -高付加価値製品や素材の研究開発 -紙関連企業の技術支援 -人材育成事業の強化												大学や産業支援機関: -インターンシップの実施などによる人材の確保・育成を支援 -医療福祉などの新分野進出を支援												高知県産業振興センター: -紙関連企業のビジネスプラン作成から外資までの一貫したサポートを強化												県工業振興課: -見本市や展示会への出展を支援												県工業振興課: -バイヤーを招いた商談会などによる販路拡大の支援 -高知県プロモーションと連動させた土佐和紙の情報発信												県新産業推進課: -四国地方産業競争力強化戦略「高機能素材関連産業創出プロジェクト」で選定した取組の推進											
※改革のための6つの基本方向																																																																																															
<ol style="list-style-type: none"> 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る 2 産業間の連携を強化する 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 6 居住促進により、活力を高める 																																																																																															

戦略の柱【3. 販売の拡大(地消・外商)】

【商工業分野】

施策	内容	効果	進捗状況							
			1	2	3	4	5	6		
2. 商業の活性化 (2) 商業の振興	<p>◆人口減少・高齢化による地域マーケットの縮小</p> <p>・H22年総人口764,456人で平成17年国勢調査から31,836人減少(4.0%減)</p> <p>◆商業者の意欲減退</p> <p>・小売販売額は平成9年から、事業所数、従業員数は平成11年から減少が続いている</p> <p>・卸売売上高、事業所数、従業員数は平成11年をピークに減少傾向</p>	<p>◆商工会等支援機関による事業者の経営支援</p> <p>◆経営革新に取り組む事業者等に対し課題の設定、目標の明確化と事後チェックを行う重点指導事業を実施</p> <p>・事業者の経営力向上等への支援</p> <p>◆創業や経営革新等各種セミナーの開催</p>	<p>◆事業者のニーズに対応する支援能力の向上</p> <p>◆創業や事業者の経営革新等に対する意欲の醸成</p>	<p>◆創業や事業者の経営革新への取組の支援の強化</p> <p>◎商工会等支援機関の組織体制の強化・職員の能力向上</p> <p>・OJTや集合研修、支援スキルの共有等を通じた経営指導員等の能力向上</p> <p>・中小企業診断士の育成</p> <p>・高工会の事業者への広域支援体制整備に向けた取組への支援</p> <p>○事業者の経営革新への取組の支援</p> <p>・各種セミナーの開催とフォローアップの強化</p>	○	○	○			
	<p>◆郊外大型店への消費の流出(消費者ニーズの変化への対応の遅れ)</p> <p>◆中心商店街の衰退傾向に歯止めがかからない状況</p> <p>高知市中心商店街の例では、商品販売額約40%減(H6→H19)、休日歩行者通行量約62%減(H10→H23)、空き店舗率約13%(H10→H22で10ポイント増)</p> <p>◆商店主の意欲減退→後継者の不在、売上の減少、商店街の将来の不安など</p>	<p>◆こうち商業振興支援事業により商店街等が取り組むイベント等へ助成</p> <p>◆歩行者通行量の一定の改善が図られた</p> <p>◆こうち商業振興支援事業により商店街等の空き店舗への出店者に対して助成</p> <p>◆空き店舗率の改善が図られた</p> <p>◆市町村においても、空き店舗への出店補助制度が創設された</p> <p>◆チャレンジショップ事業の実施</p> <p>◆県内3市町において、チャレンジショップが開設された</p>	<p>◆こうち商業振興支援事業費補助金制度の効果的活用</p> <p>○イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上には繋がっていない状況</p> <p>○利用が図れていない市町村が多い</p> <p>◆チャレンジショップでは、関係団体との連携によるチャレンジャーの育成・独立</p>	<p>◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり</p> <p>○商店街がまとまりを持ち、継続して取り組む商店街活性化イベントの開催</p> <p>○商店街に誘客を促すためのルートマップ作りや商品開発</p> <p>◆商店街の機能向上支援</p> <p>○商店街がコミュニティの場となるなど商店街の活性化につながる空き店舗への出店者に対する支援</p> <p>○新たな顧客(高齢者など)のニーズに応じた販売方法やサービスなどへの支援</p> <p>○商店街の魅力向上に向けた個店の取組への支援</p> <p>★チャレンジショップの運営によるチャレンジャーの育成・独立</p> <p>★南海トラフ地震に備えた地域住民の安全・安心な生活環境を守るための施設・設備等の整備の支援</p>	○	○				

※これからの対策の ★は新規事業 ◎は拡充事業 ○は継続事業

施策	内容	効果	進捗状況			効果	効果	
			H25	H26	H27			
2. 商業の活性化 (2) 商業の振興	<p>商工会等支援機関の小規模事業者等経営支援能力の向上</p> <p>商工会、商工会議所：支援機関で中小企業診断士を育成・支援スキル向上研修等を充実させ、より高度な経営支援ニーズに対応。支援機関の経営指導員が意欲ある事業者を重点的に支援する重点指導事業の実施。支援機関職員を対象に外部専門家の活用による企業支援スキルの習得。商工会の事業者への広域支援体制整備に向けた取組</p> <p>創業・経営革新等研修会の実施</p> <p>商工会、商工会議所：創業・経営革新・事業承継・農工商連携等ニーズに応じたセミナーを開催。セミナーを契機に事業者の個々のニーズに応じたフォローアップの実施</p>	<p>◆中小企業診断士12名体制</p> <p>◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比50%増</p> <p>◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比100%増</p>	<p>◆中小企業診断士15名体制</p> <p>◆創業支援件数・経営革新認定件数をH23年度比100%増</p>					
	<p>商店街としてまとまりを持った継続したイベントの実施</p> <p>県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度。商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援</p>	<p>◆多くの商店街等で、積極的な活性化事業が行われるとともに、空き店舗への新規出店が進み、歩行者通行量の減少等に歯止めがかかっている</p> <p>・高知市商店街の歩行者通行量 H23：平日40,880人 休日66,049人 ↓ 減少傾向に歯止めをかける</p>	<p>◆多くの商店街等で、活性化に向けた取組が活発に行われ、賑わいが維持されている</p>					
	<p>空き店舗への出店者に対する支援</p> <p>県経営支援課：こうち商業振興支援事業費補助金制度。商店街の活性化につながる空き店舗出店者に対する支援。商工団体等が取り組む商業の活性化事業を支援</p> <p>既存店舗の経営革新と併せた魅力向上への支援</p> <p>県経営支援課：商店街魅力向上支援事業費補助金制度</p> <p>空き店舗を活用したチャレンジショップへの支援</p> <p>県経営支援課：既存チャレンジショップの運営と新たにチャレンジショップを設置しようとする商店街に対する支援。チャレンジャーの育成と商店街への出店を支援</p> <p>国の補助制度を活用した商店街施設整備への支援</p> <p>県経営支援課：高知県商店街施設地震対策推進事業費補助金制度</p>	<p>・高知市中心商店街の空き店舗率 H22：13.4% ↓ 増加傾向に歯止めをかける</p>						

※改革のための6つの基本方向

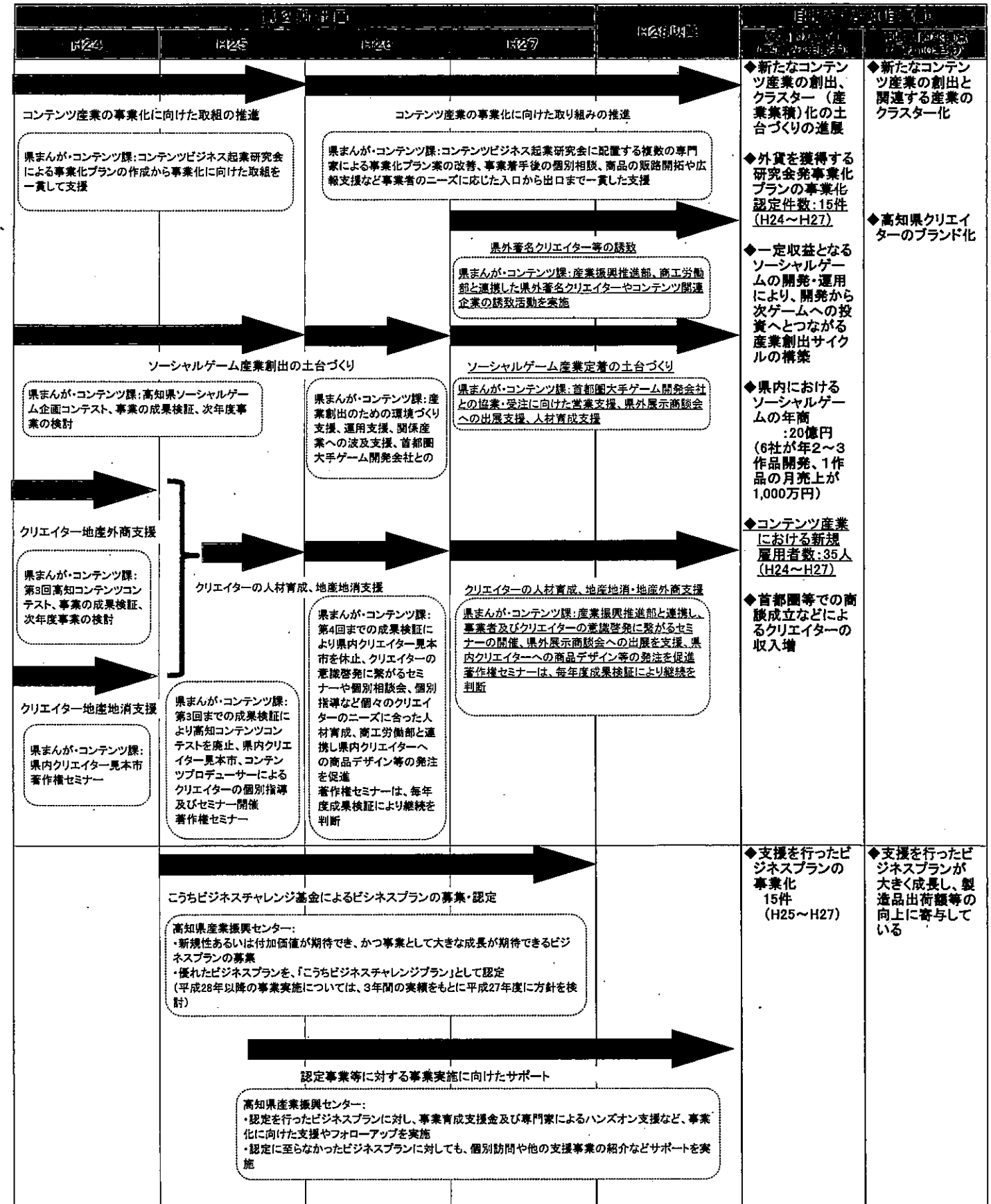
- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 産業を強め、地力を高める
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる
- 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【2. ものづくり】

【商工業分野】

取組方針	1.0	2.0	3.0	4.0	5.0 進捗状況					
					1	2	3	4	5	6
2. 成長分野での事業化促進(2)まるごと支援による新たなコンテンツビジネスとクリエイター活躍の場の創出	<ul style="list-style-type: none"> 幅広い企業、大学が研究開発を行ったが研究開発の成果が製品化・事業化まで結びつくものが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 県内クリエイター実態調査の実施 コンテンツビジネス起業支援事業の推進 高知コンテンツコンテストの開催 クリエイター見本市の開催 著作権セミナーの開催 コンテンツビジネス創出育成協議会の設立 高知県ソーシャルゲーム企画コンテストの開催 コンテンツプロデューサーによるクリエイターの個別指導及びセミナーの開催 県内クリエイターのビジネスの場を県内外に拡大 クリエイターの地産地消に関しては、見本市により県内事業者との商談を実現した 高知県内で5作品のソーシャルゲームがリリースされ、2作品がヒット作となるとともに開発会社への着実なノウハウの蓄積や、雇用創出、県内事業者への業務発注等による県内経済への波及効果をもたらした コンテンツプロデューサーの個別指導による県内クリエイターの人材育成と人脈を活かしたビジネスチャンスの拡大に繋がった 	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターの地産地消の進展に向け、具体的な発注ニーズを持つ事業者と県内クリエイターとのビジネスマッチングの推進 新たなコンテンツ産業のニーズの掘り起こし 収入増や、地域経済への波及効果のあるコンテンツビジネスプランの具体的な策定 県内事業者のコンテンツ事業の展開を入口から出口まで一貫して支援する体制の整備 現在主流となっているゲームは複雑な作り込みが必要で開発に巨額の経費を要することやユーザー嗜好の移り変わりが早い中での自社ブランドの開発又はリスクが高い状況を踏まえた事業の再構築 民間主導でのゲーム開発を推進するための人材確保 コンテンツ産業の集積 	<ul style="list-style-type: none"> コンテンツ産業(まんが、デザイン等)の事業化に向けた取組の推進 商工労働部の高知家「ものづくり企業」まるごと支援パッケージと連携し、県内クリエイターへの商品デザイン等の発注を促進 コンテンツ関連企業から事業化プランの掘り起こしを行い、事業化プランの改善や個別相談、商品の販路開拓や広報支援などのコンテンツ事業の展開を専門家が一貫して支援 コンテンツ関連事業者や金融機関を会員とするコンテンツビジネス起業研究会による事業化プラン策定や融資・投資の促進、ビジネスマッチングの推進 これまでのソーシャルゲーム開発及び運用で培ったノウハウや県内イラストレータ等の売り手により、首都圏大手ゲーム開発会社の業務の受託や協業を支援 即戦力となる人材の育成を支援 県外著名クリエイターやコンテンツ関連企業の誘致を推進 						
(3) 大きな成長が期待できるビジネスへの支援	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスの立ち上がり期である「創業準備期」「創業期」においては、事業を展開するにあたり、資金をはじめ、様々な経営資源が不足 資本や産業集積の乏しい本県において、新たなビジネスを創造していくことが、県経済の浮揚を図るために重要。 	<ul style="list-style-type: none"> ㈱日本トリム様からの寄付金1億円を活用し、産業振興センターにおいて「こうちビジネスチャレンジ基金」を造成。当該基金を活用して、高知県内で起業等に挑戦する熱意のある経営者を募集する「こうちビジネスチャレンジ基金事業」を平成25年度から実施 第1回こうちビジネスチャレンジ基金事業では、ビジネスプラン93件(県内47件、県外46件)が応募。うち、5件をこうちビジネスチャレンジプランとして認定。このうち、3件が平成25年度中に事業着手。残り2件は、平成26年度中に着手予定 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、多くの応募をいただくために、効果的な広報活動を行う必要がある 認定されたビジネスプランへの事業化に向けた効果的な支援体制のさらなる構築が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスの立ち上がり期への支援の強化 ★こうちビジネスチャレンジ基金によるビジネスプランの募集・認定 ★認定事業に対する事業実施に向けたサポート 						

※これからの対策の ○は新規事業 ◎は拡充事業 ◯は継続事業



※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 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
- 6 移住促進により、活力を高める

高知県産業振興計画の推進によって実現

第2期計画ver.4の取り組み

現状

H24 H25 H26 H27

製造品出荷額等 4681億円(H22) ↓ 4995億円(H23) ↓ 4945億円(H24) ↓ 5218億円(H25)

ものづくりの
基盤整備

ものづくりから商品開発・販売促進まで一貫した支援

ものづくり

販売の拡大
(地消・外商)

- 新** 事業承継・人材確保センターの設置
 - ・円滑な事業承継を進めるため、U・Iターンや移住の施策等と連携したワンストップで支援する拠点を構築
- 拡** 県内企業の設備投資の促進
 - ・企業の設備投資を一層後押しするメニューを創設
- 企業立地の受け皿となる工業団地の造成
 - ・(仮称) 高知一宮団地の整備と(仮称) 南国日章工業団地の開発
 - ・継続的な適地調査
- 産業振興計画推進融資の活用
 - ・産業振興計画の事業や目標に沿った事業を行う者に対する金融機関と連携した支援
- 産学官連携による継続的な産業育成支援
 - ・産業振興センター等との連携強化による事業化に向けた支援
- スキルを備えた技術人材の育成・確保
 - ・工業技術センターや高等技術学校等による技術研修・技術支援
 - ・産業界、学校、行政の連携強化による県内企業への就職促進
- 拡** 幅広い人材の育成や活用を推進するための環境づくり
 - ・就業につながりやすい女性向けの新たな訓練コースの設定等により女性の活躍促進
 - ・高等技術学校の入学年齢制限の見直しや、女性の訓練生確保に向けた環境整備等
- 拡** 高校生や大学生の県内就職の促進
 - ・高校生の保護者に対する県内企業の理解の場の確保
 - ・県内大学との就職支援協定の締結
- 拡** 紙産業の振興
 - ・高付加価値製品や素材の研究開発、外商の拡大、人材育成、土佐和紙のブランド化を促進することによる紙産業のさらなる振興
- 企業立地の推進
- 新** 農業分野(生産現場)への県内外企業の参入を促進し、「次世代型こうち新施設園芸システム」等、本県の強みを活かした企業立地を推進
 - ・都市圏の企業をターゲットに本県の支援体制や制度をPRするために企業立地セミナー等の開催
- 拡** 成長分野の育成
 - ・プランの検証・アドバイスを実施し、マーケットインの視点による施策を強化
- 拡** ものづくりの地産地消・外商の推進
 - ・海外展開を後押しするための専門人材の配置と施策の強化を図るとともに、ものづくりに関する補助金をパッケージ化
- 拡** 防災関連産業の振興
 - ・防災関連製品パイヤーとの製品相談会の回数増による外商の加速化
 - ・購買に結びつきやすい県内外のBCP策定企業や病院等からの情報収集を強化し、製品開発・改良を促進
- 拡** シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進
 - ・企業のサテライトオフィス誘致の取り組みを強化
 - ・移住促進との連携による専門人材の誘致及び県内教育機関との連携による県内学生等の誘致企業への就職促進
- まるごと支援による新たなコンテンツビジネスの創出
 - ・コンテンツビジネス起業研究会に配置した専門家による事業化プランの改善や個別相談、商品の販路開拓や広報支援など、コンテンツ事業の展開の入口から出口までの一貫支援
- 拡** ものづくりの地産地消・外商の推進【再掲】
 - ・海外展開を後押しするために、他県等と連携した商談会等を実施
 - ・産業振興センターの体制強化によるものづくり企業に対する一貫支援を徹底
- 地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化
 - ・南海トラフ地震に備えた安全・安心な商店街の環境づくりへの支援
- 新** 商店街等の賑わい創出イベントの実施や、既存店舗の魅力向上に向けた取組への支援
- 移住促進と連携した商店街活性化の取組
 - ・一体的な情報発信と商店街での開業支援体制の構築

農林水・観光等の各分野での産業振興の

を目指す本県産業の姿 商工分野

4年後の目標

(H27年度末)
(※はH24~H27の累計)

さらなる飛躍へのポイント

10年後の目指す姿
(H33年度末)

◆積極的な設備投資と技術力の強化が相まって、生産性や競争力が向上する。

- 生産能力の増加額: 10億円※
- 新規工業団地面積: 20ha ※
- 産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数: 3件以上※
- 工業技術センター
 - 技術研修: 1,600人※
 - 紙産業技術センター
 - かみわざひとづくり: 1,000人※
- 高等技術学校での在職者訓練: 500人※
- 高校生県内就職率 H22: 58.1% → H27: 72%

◆新たな企業立地が進むとともに、防災や食品、一次産業関連機器等の分野で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。

- 企業立地等の実現
 - 新規設: 40件※
 - 製造品出荷額: 360億円※
 - 新規雇用: 1,300人※
- 成長分野育成支援
 - 事業化プラン認定件数: 60件※
 - 販売額: H23: 2億円 → H27: 40億円
 - 新規雇用: 110人※
 - 地域研究成果事業化支援事業による製品化件数: 3件以上
- ものづくり地産地消・外商補助金を活用した防災関連製品の開発数: 20件※
- ものづくり地産地消・外商補助金を活用した製品開発数: 60件(防災関連製品20件を含む) ※
- コンテンツビジネスの創出
 - 事業化プラン認定件数: 15件※
 - 新規雇用: 35人※
- 県内におけるソーシャルゲームの年商: 20億円

◆数多くの企業が積極的な販売の拡大に取り組み、売上の増加に繋がるとともに、営業ノウハウ等も蓄積される。また、ものづくり産業の拡大、地消・外商の進展に伴い、商業・サービス業等が活性化する。

- 見本市・商談会の開催(防災関連、ものづくり地産地消含む)
 - 受注金額 H23: 2億円 → H27: 8億円(20億円※)
- 商店街通行者数: 66,000人(休日)(H23の水準を維持)
- 空き店舗率: 13.4%(H24: 14.08%)(H22の水準を維持)

製造品出荷額等 5000億円以上を目指す

継続した団地開発と企業立地の推進の加速化
(団地開発: 約25ha → 約45ha)

県内企業の設備投資の促進とものづくりをリードする中堅企業の育成(全国並みの設備投資の実現、売上高10億円以上の企業数: 2割増)

次世代の成長産業の育成(南海トラフ地震対策と連動した防災関連産業の育成: 22億円)

地消・外商活動のさらなる強化と賑わいのある街づくり

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
~防災産業と言えは高知県~

全国に広がる Made in Kochi と 商業の活性化

製造品出荷額等 6000億円以上を目指す
ものづくりからの雇用拡大と地域の賑わい

実現と相まって

*H25の数値については、「平成25年工業統計調査」の速報(従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計)によるため、詳細な分析については速報を待つ必要がある。

5 観光分野

戦略の柱 全国に通用する観光地づくり

取組方針1
核となる観光拠点の形成

県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、その地域への全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げていきます。

- <これからの対策>
- 地域の観光拠点づくりの推進
 - こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実

取組方針2
観光資源の発掘・磨き上げの推進

これまで各地域で取り組んできた体験プログラムなどの成果やノウハウを生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取り組みをさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進めます。

また、地域に潜在化している資源の中から、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大します。

- <これからの対策>
- 満足度の高い観光商品づくり
 - 新たな観光資源の創出
 - 産業間連携による観光消費の拡大

取組方針3
広域観光の推進

観光拠点を中心として周辺の観光地等を巡る周遊プランをつくるなど、地域の面的魅力を高めるための地域コーディネート機能の強化を図ります。

また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

- <これからの対策>
- 地域コーディネート機能の強化
 - 県内各地域との連携による周遊観光の推進
 - 県域を越えた連携の推進

取組方針4
効果的な広報・セールス活動の推進

これまでの博覧会の開催を通じて培った広報・セールス活動のノウハウを生かしながら、旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していきます。

また、多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行、波及効果が期待できるロケ撮影など、多様な誘致活動を進めます。

- <これからの対策>
- 統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施
 - ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開
 - 四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信
 - 全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致
 - フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

取組方針6
おもてなしの向上

県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細かな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組んでいきます。

- <これからの対策>
- おもてなしの気運の醸成
 - 観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】
 - きめ細かな観光情報の提供
 - 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
 - 観光基盤の整備

取組方針7
スポーツツーリズムの推進

プロスポーツやアマスポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、地域で様々なスポーツイベントを実施することで、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指していきます。

- <これからの対策>
- 推進体制の強化及び受入態勢の充実
 - 年間を通じたスポーツイベント等の開催
 - アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

目指すべき4年後の姿

- ・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県内の地域周遊が進み、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く

**県外観光客入込数400万人以上
観光総消費額1,100億円以上を目指す**

取組方針5
人材の育成

自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の人材育成に取り組んでいきます。

また、専門家を活用して観光客の受入を担う人材の育成を図っていきます。

- <これからの対策>
- 観光産業を担う人材の育成
 - 観光ガイドの育成、技術の向上
 - 観光事業者等へのおもてなし研修の実施
 - 社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保

取組方針8
国際観光の推進

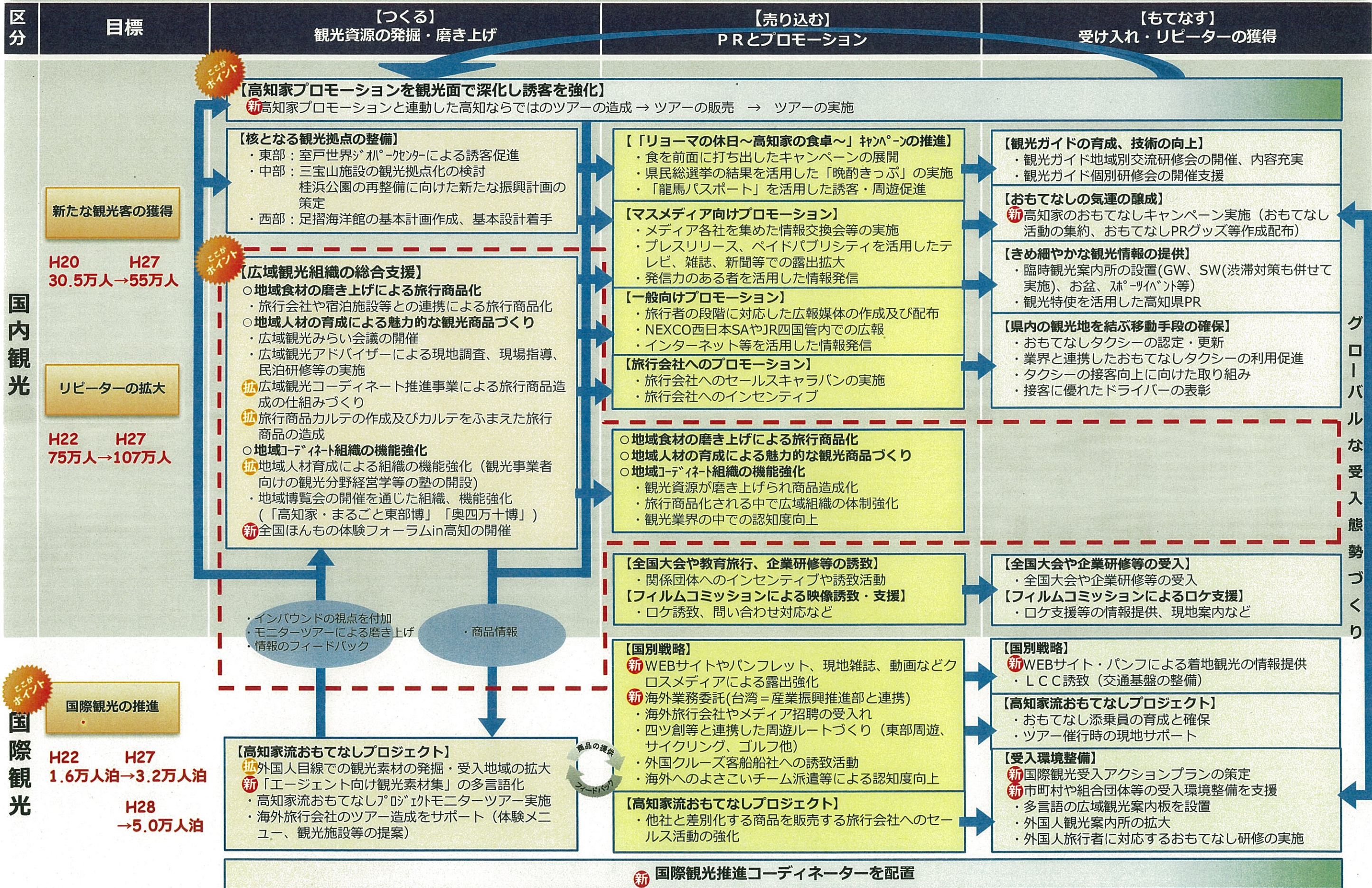
主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内板の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図っていきます。

- <これからの対策>
- 国別戦略に基づく誘致活動
 - 高知県の強みを活かした新たな誘客活動
 - 受入態勢の充実
 - 四国4県連携によるプロモーション活動の推進

平成27年度 観光振興部の主要な事業と改定のポイント

第2期産業振興計画ver.4 観光振興部の改定ポイント

- ① 高知家プロモーションを観光面で深化し誘客を強化
- ② 国際観光の抜本強化
- ③ 地域が一体となった戦略的な観光地づくり



高知家プロモーションを観光面で深化し誘客を強化

高知家プロモーションにより、「高知家」の認知度向上や「好感度」「行きたい度」「住みたい度」の向上を面的に展開(産業振興推進部)



①

高知県のブランディング戦略

移住促進

観光振興

地産外商

②を実施することにより、面もさらに拡大

③

高知に行きたい、行く人を増やす

②

観光意向度向上と誘客へ向けたセールス&プロモーション(観光振興部)

観光振興部のプロモーションの予算をスクラップして統合

「高知家」のイメージ、クリエイティブを観光に最大限に活用して観光プロモーションを展開
高知に行きたい!と思わせるコンテンツを展開

<主なターゲット>

- ・ 20~30代男女

20~30代は、行動力があり、物事に関心が高く、Webに強い世代であり、将来的に囲い込みたい世代

<事業内容>

- ・ 旅行エージェントを通じない個人手配のニーズに対応するため、高知家の家族をメインに据えた高知家ならではのトリップを造成し、特設サイトで販売。メディアタイアップやバナー出稿、屋外広告の展開などで特設サイトへ誘導

これまでの旅行商品ブランド化事業や食の旅行商品化の取り組み成果も活用

- ・ 高知家の家族のおもてなし気運の醸成

エッジの効いたトリップをつくる、売る、高知家の家族がもてなす



KPI/よさこいネットのPVの大幅増へ
(月平均60万PV ↓ 月70万PV)

外国人のべ宿泊者数5万人泊への挑戦

新 国際観光推進コーディネーター (2名配置)

つくる

観光政策課 / CV協会国際課

- 【高知家流おもてなしプロジェクト】
- 外国人目線での観光素材の発掘・受入れ地域の拡大
 - 「エージェント向け観光素材集」の多言語化(英語)
 - 高知家流おもてなしプロジェクトのモニターツアー実施
 - 海外旅行会社のツアー造成をサポート(体験メニュー、観光施設等の提案)

目標

- ・モニターツアー実施 5本
- ・受入可能施設を倍増(H26.12.15時点32施設)
- ・外国人留学生による観光メニュー調査・発掘(2地域)(農水省事業)

- ・インバウンドの視点を付加
- ・モニターツアーによる磨き上げ
- ・情報のフィードバック

商品情報

地域観光課

【観光資源等の磨き上げ】

- 広域観光組織等による観光資源の磨き上げの促進
- 広域観光コーディネーターによる観光事業者の経営戦略セミナー実施

目標

- ・体験プログラム30件以上
- ・高知家ツアー30~50本

【旅行商品の造成販売】

- 旅行商品造成販売支援事業による造成販売
- 広域観光組織等による観光商品の造成・販売の促進
- 博覧会の開催による体験プログラム、ツアー造成
- 高知家プロモーションと連動した高知ならではのツアーの造成・販売(観光政策課)

商品情報

商品の提供

フィードバック

売り込む

観光政策課 / CV協会誘致部及び国際課

【国別戦略】

- 継続したセールス活動(国内外での商談会・旅行博等への参加、個別セールス、**新**香港国際観光団体へ職員派遣)
- 新**台湾現地法人への業務委託=産業振興推進部と連携
- 四ツ一創等と連携した周遊ルートづくり(東部周遊、サイクリング、ゴルフ他)
- 海外旅行会社やメディア招聘の受入れ
- インセンティブ制度の実施
- 外国クルーズ客船船社への誘致活動(港湾振興課と連携)
- 新**○ターゲット市場別に5種のコンテンツを作成し、情報発信(WEBサイトやパンフレット、現地雑誌、動画などクロスメディアによる露出強化)

【高知家流おもてなしプロジェクト】

- 他社と差別化する商品を販売する旅行会社へのセールス活動の強化

目標

- ・商談会・旅行博の参加目標 15回以上
- ・高知家流おもてなしツアー催行 18本(7社×2本、シンガポール3本、ロシア1本)
- 1,080人泊(20人×3泊×18本)
- ・クルーズ船オプションツアー 150人(30人×5本)

セールス情報へ反映

受入体制の情報を商品作りへ反映

おもてなし課 / CV協会受入部

【受入環境整備】(国際観光アクションプランを策定し推進)

- 新**○国際観光受入態勢整備事業費補助金を創設し、市町村や組合団体等の受入環境整備を支援
- 多言語の広域観光案内板を設置(年4基)
- 外国人観光案内所の拡大
- 外国人旅行者に対応するおもてなし研修の実施

目標

- H28年度末整備目標(2年間)
- ◆観光施設・道の駅
 - ・多言語観光案内板《14箇所》、Wi-Fi環境整備《62箇所》等

基盤整備の情報をWEBサイトにシェア

観光政策課 / CV協会国際課

【国別戦略】

- 新**○WEBサイト・パンフレットによる着地観光の情報提供(5言語)
- LCC誘致(交通基盤の整備・交通運輸政策課と連携)

【高知家流おもてなしプロジェクト】

- おもてなし添乗員の育成と確保
- ツアー催行時の現地サポート(外国人観光客とのコミュニケーション支援)

目標

- ・おもてなし添乗員を10名確保

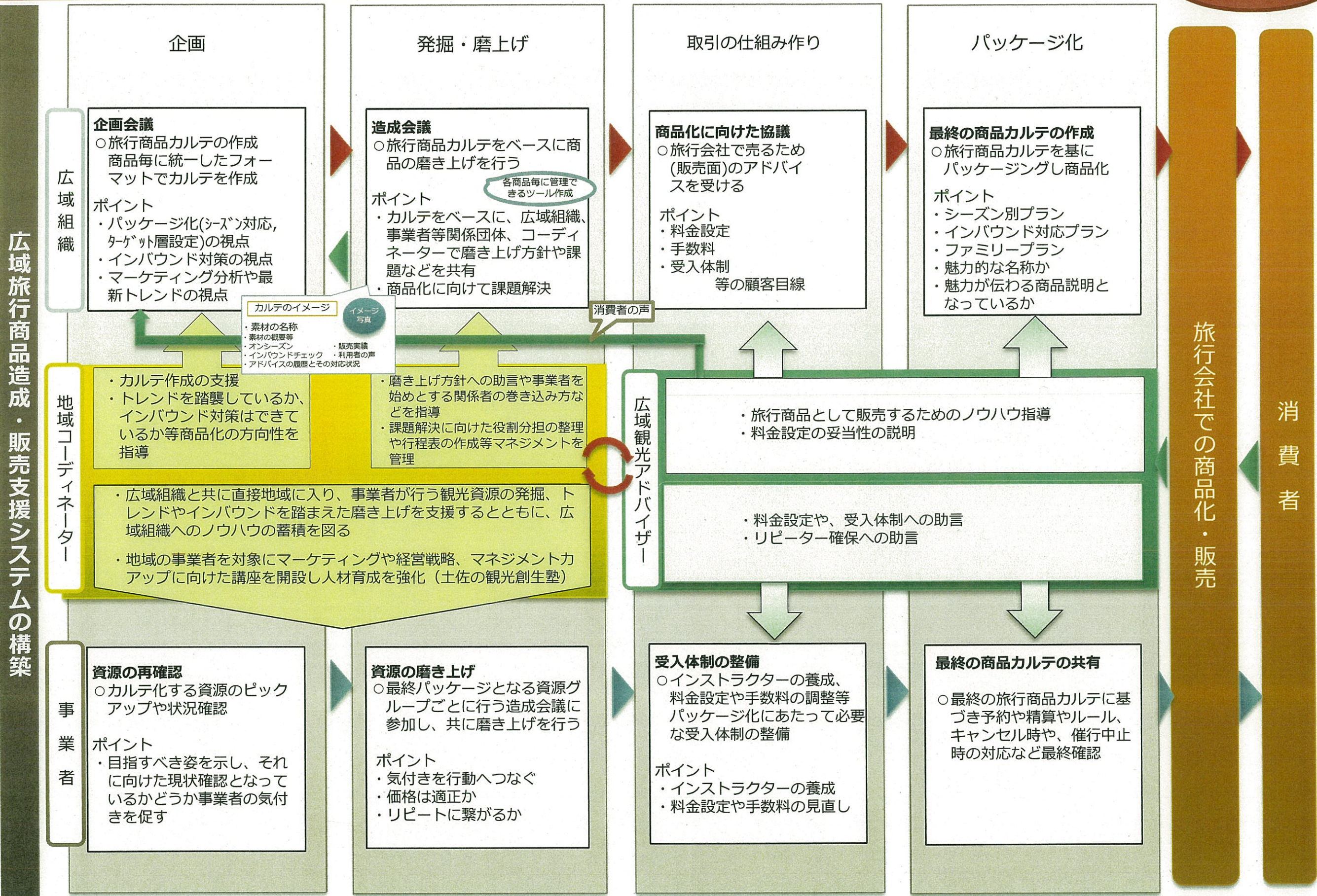
もてなす

◆地域地域の旅行商品づくりを総合的に支援（広域観光総合支援事業）

○広域観光みらい会議

・商品造成に向けて最新情報の提供をしてもらう → ベストプラクティスの紹介
 ・大手旅行会社の幹部の意識を高知県へ

旅行会社での
認知度向上



戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

施策	効果	進捗状況	課題	今後の方向	進捗状況								
					1	2	3	4	5	6			
4. 効果的な広報・セールス活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆平成20年3月から県外からの観光交流人口を330万人に増加させることを目標に「花・人・土佐であい博」を開催したが、入込は目標に届かなかった ◆「龍馬伝」の放送等があったH22は飛躍的に観光客が増加したが、一方で大手旅行雑誌のアンケート調査で初回訪問率が1位となっており、高知県に来た事がない人がまだまだ多い状況である 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じ、官民一体となったセールス活動を展開 ・「龍馬パスポート」を活用した県内周遊・リピーターの促進 ・首都圏等のマスメディアを通じた全国への情報発信の強化 ◆H25の県外観光客の入込数がH27年度末に掲げた目標(400万人以上)を達成した ◆新たな観光素材が旅行商品化されること等により、県内各地域への誘客が進んだ ・映画「県庁おもてなし課」を活用したプロモーションの実施 ◆映画「県庁おもてなし課」ロケ地ガイドの配布やロケセットの公開等により、効果的なプロモーション及び誘客に繋がった ・観光特使による観光PRの促進 ◆高知県の取り組みを観光特使にアピールすることにより、それぞれの活躍の場でのPRにつながった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆本県観光のさらなるレベルアップのためには、より戦略的な誘客戦略により、他県をリードしていくことが必要 ◆映画の効果を活かし、広く県外へのPRが必要 ◆さらに観光特使に活躍していただくための連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆マスメディア向けのプロモーションの実施 	○								
				○一般向けプロモーションの実施									
				○高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信の推進									

※これからの対策の ○は新規事業 ◎は拡充事業 ◯は継続事業

【観光分野】

施策	進捗状況					効果	今後の方向
	H24	H25	H26	H27	H28		
首都圏でのパブリシティ活動の強化	<p>首都圏でのパブリシティ活動の推進</p> <p>果観光政策課、東京事務所：マスメディアのネットワークを活用したパブリシティ活動の推進</p>					<ul style="list-style-type: none"> ◆ターゲットを明確にした観光プロモーションが継続され高知県の認知度が向上する ★リピーターの数 H22:75万人 →H27:88万人 ★首都圏からの観光客数 H20:30.5万人 →H27:45万人 	
県外事務所等を活用したきめ細かな情報発信	<p>県外事務所等を活用したきめ細かな情報発信</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、果観光政策課、各県外事務所：関東、関西、中部及び中四国の近隣県など、対象エリアやターゲットとなる客層などに応じたマスメディアへの戦略的な広報の展開</p>					<ul style="list-style-type: none"> ★コンベンションの開催による入込数 H23:3万人 →H27:3.3万人 ★教育旅行等による入込数 H23:0.8万人 →H27:1万人 	
観光客へのタイムリーな情報発信	<p>観光客へのタイムリーな情報発信</p> <p>(公財)高知県観光コンベンション協会、県外事務所：ゆりり(旅行決定前)、こうちん(旅行決定後)、トサコレ(旅行中)など、旅行者の段階に対応した広報媒体の作成及び広報媒体を活用した発地プロモーションや着地プロモーションの実施</p>						
インターネット等を活用した情報発信の強化	<p>インターネット等を活用した情報発信の強化</p> <p>市町村、観光協会等、(公財)高知県観光コンベンション協会：インターネットやブログ、ロコミなどを活用した情報発信の強化</p>						
高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信	<p>高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信</p> <p>果おもてなし課：観光特使など高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信 県外事務所：県出身者などのネットワークを活用した果観光のPR</p>						
	<p>高知家プロモーションを観光面で深化し誘客を強化</p> <p>果観光政策課、(一)高知県地産外販公社、高知家プロモーションとの一体化によるセールス&プロモーションの強化</p>						

※改革のための6つの基本方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間の連携を強化する
- 3 足元を強め、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
- 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

【観光分野】

取組方針	目的	具体的な取組内容	効果	実施の方向	実施の方向						
					1	2	3	4	5	6	
5. 人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域の観光振興に関する取組をさらに継続・発展させ、足腰の強い産業として根付かせるためには、その担い手となる人材を幅広く育成することが求められている 	<ul style="list-style-type: none"> ◆観光ガイド連絡協議会を通じた観光ガイドの育成やガイド間の連携への支援 ◆観光ガイド連絡協議会による研修会等の開催により、ガイドのレベルアップや連携意識が高まったうえ、独自の取り組みにも繋がった ◆観光アドバイザーによるまち歩き観光や体験プログラムの磨き上げ ◆体験型観光の磨き上げが進むとともに、観光ガイドや体験インストラクターのコミュニケーション能力の向上などが図られた ◆観光人材育成による各地域における観光の担い手の育成 ◆各地域において、観光商品づくりやセールス活動のノウハウを学び、広域の活動を支える地域リーダーの育成が進んだ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆観光産業を地域で伸ばしていく人材が不足している ◆観光客の満足度をより高めるための、質の高い観光ガイドの育成が必要 ◆地域において、魅力的な観光商品づくりを行う人材の継続的な育成が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ◆観光産業を担う人材の育成 ★観光人材育成を通じた地域観光の担い手の育成【再掲】 	○						
			<ul style="list-style-type: none"> ◆観光ガイドの育成、技術の向上 ○県内各地域の観光ガイド団体の連携や、質の高いガイド技術の習得を目的とする研修会の開催等 	○							
			<ul style="list-style-type: none"> ◆○観光事業者等へのおもてなし研修の実施 	○							
			<ul style="list-style-type: none"> ◆○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保 	○							

※これからの対策の ○は新規事業
●は拡充事業
○は継続事業

取組方針	目的	具体的な取組内容	効果	実施の方向						
				1	2	3	4	5	6	
		<ul style="list-style-type: none"> ◆観光産業を担う人材が育成される ◆人材育成塾の参加者 200名 ◆観光ガイド団体の会員数が増加するとともに、レベルアップとガイドメニューの充実が図られる 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域で観光をビジネスとする人材が根付くことで地域が活性化 ◆各地域に体験型観光を推進する人材(リーダー)が活動している 							
		<ul style="list-style-type: none"> ◆観光人材育成を通じた担い手の育成 地域の実業者:観光人材育成塾への参加 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:県内7ブロックで地域が観光商品を作り出すためのノウハウ等を学ぶ観光人材育成塾を開催 県地域観光課:県内7ブロックで人材育成塾を開催し、地域資源の認知度と関心度のギャップを調査 地域観光推進の取組支援 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:自律的な地域観光を検討し、推進していく取組への支援(H26からは、地域リーダーが参画) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆観光事業者の育成 地域の実業者:研修への参加 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:地域の事業者等を対象とした観光分野経営学等の研修を開催 							
		<ul style="list-style-type: none"> ◆地域観光推進における課題解決の支援 (公財)高知県観光コンベンション協会、県地域観光課:観光人材育成塾等を通じて明らかになった地域の課題やセールス活動の課題を解決するための支援 								
		<ul style="list-style-type: none"> ◆観光ガイドの育成、充実 観光ガイド団体:研修会等の開催、有料ガイドへの移行 観光ガイド連絡協議会:県内ガイド団体のガイド技術の向上や情報共有等を行う協議会の運営 県地域観光課:県内ガイド団体等への観光アドバイザーの派遣 県おもてなし課:観光ガイド団体の育成支援とレベルアップ、ネットワークの推進 								
		<ul style="list-style-type: none"> ◆観光事業者等へのおもてなし研修の実施 (公財)高知県観光コンベンション協会:観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接客、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施 県おもてなし課:観光業界の従業員等を対象とした外国人観光客の受入態勢の向上を図る研修会の実施 								
		<ul style="list-style-type: none"> ◆社会教育等での学習機会の確保 市町村等、県関係課:地域の自然、暮らし、文化などを活用した体験型観光のメニューづくり、県立施設等での郷土出身の著名人や産業・自然等を学習する機会の確保 								

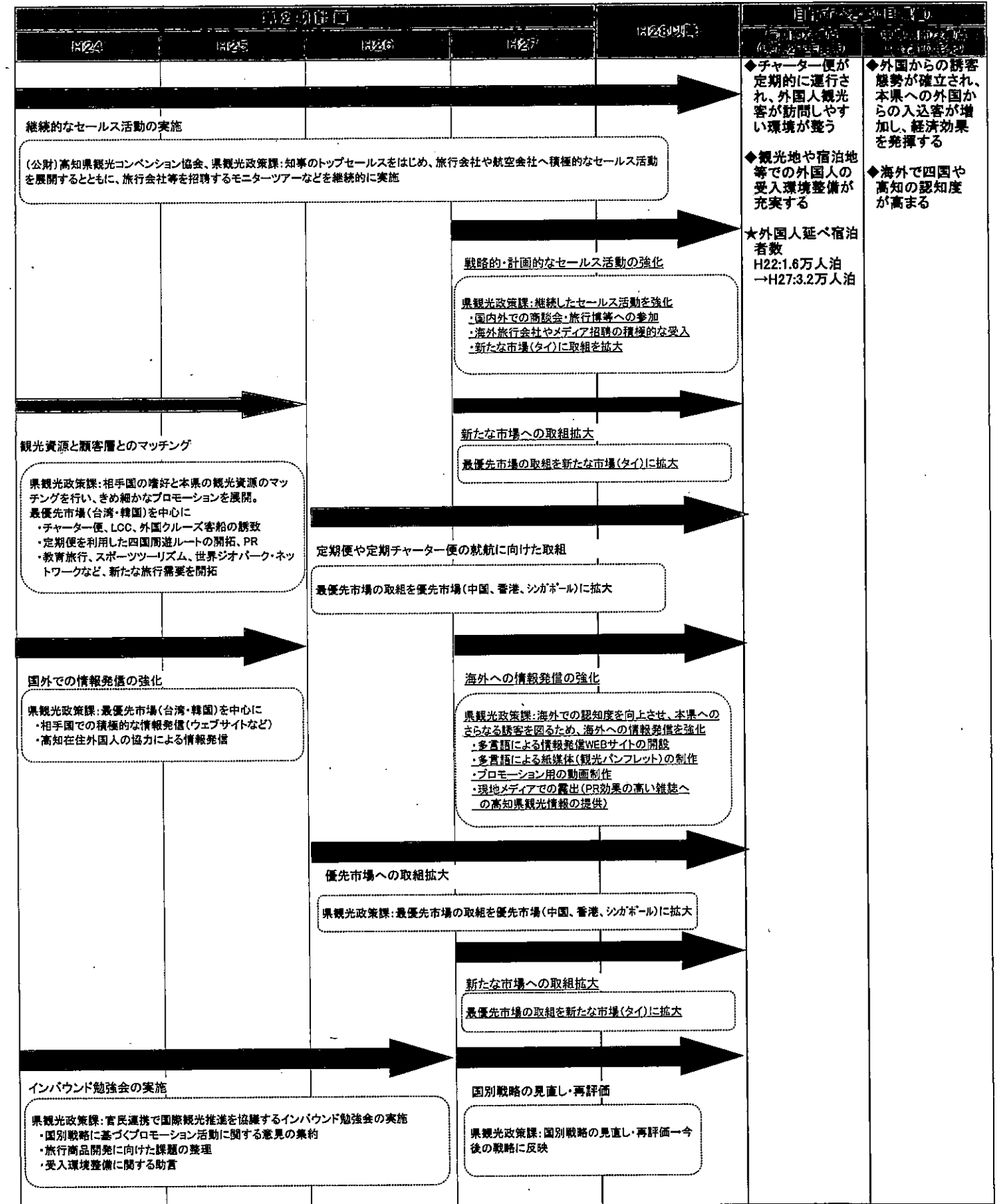
※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	現状	課題・課題の解決策	目標	具体的な取組	実施計画						
					1	2	3	4	5	6	
8. 国際観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国46位と低迷している ◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている 	<ul style="list-style-type: none"> ◆東アジアを中心として航空会社、旅行会社への継続的なプロモーション活動を展開 ◆四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェンツの招聘事業を実施 ◆よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施 ◆台湾、韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆海外からの直行便がない ◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況 ◆外国人の受入態勢の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ◆国別戦略に基づく誘致活動 ◎相手国でのPRや旅行会社等へのプロモーション活動の強化 ◎観光資源と顧客層のマッチング ◎海外での認知度を高めるための情報発信の強化 ◎官民連携による国際観光の推進 	○						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】



※改革のための6つの基本方向
1 足を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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
6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【全国に通用する観光地づくり】

取組方針	内容	実施の進捗状況	効果	達成率						
				1	2	3	4	5	6	
8. 国際観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆本県での外国人宿泊者数は、H22年は延べ15,970泊と全国48位と低迷している ◆本県に宿泊している外国人は、韓国が46.5%、台湾が13.3%、中国が8.3%と東アジア地域が中心となっている 	<ul style="list-style-type: none"> ◆東アジアを中心として航空会社、旅行会社へのプロモーション活動を展開 ◆四国ツーリズム創造機構と連携し、商談会や海外旅行エージェンツの招聘事業を実施 ◆よさこい派遣やウェブサイトを使った認知度向上を実施 ◆台湾、韓国からのチャーター便が就航や、四国他県空港からの周遊などによる外国人観光客の誘致につながった ◆多言語観光パンフレット支援システムの運営 ◆韓国チャーター便利用者へのWi-Fi接続用カードの配布 ◆インターネットを活用した観光情報の提供を通して、外国人旅行者への、きめ細やかな情報提供につながった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆海外からの直行便がない ◆海外からみると、高知だけでなく四国としての認知度も依然低い状況 ◆外国人の受入態勢の向上 ◆観光施設等において、無料で簡便にインターネット接続できる環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ◆受入態勢の充実 ○観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進 ○外国人観光客の受入態勢の向上 	○					
			<ul style="list-style-type: none"> ◆四国4県連携によるプロモーション活動の推進 ○四国4県での外国人観光客の取組強化 	○						

※これからの対策の ★は新策事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【観光分野】

取組方針	内容	実施の進捗状況	効果	達成率					
				1	2	3	4	5	6
	<ul style="list-style-type: none"> ◆観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進 市町村：観光案内板や誘導標識の多言語化を実施 県おもてなし課：観光案内板等整備事業費補助金による市町村の取組を支援 		<ul style="list-style-type: none"> ◆チャーター便が定期的に運行され、外国人観光客が訪問しやすい環境が整う ◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する 	○					
	<ul style="list-style-type: none"> ◆外国人観光客の受入態勢の強化 事業者：相手国の風習にあわせた受入態勢の整備 県おもてなし課：国際観光受入研修会の実施 (公財)高知県観光コンベンション協会：観光に携わる事業者や市町村等を対象に、接客、マナー、国際観光受入等の接客研修を実施 県おもてなし課：各業種で指導者となる人材の育成、観光、宿泊施設等へのWi-Fi環境導入の働きかけ 県地域観光課：観光拠点等整備事業費補助金によりWi-Fi環境導入の市町村等への支援 		<ul style="list-style-type: none"> ◆観光地や宿泊地等での外国人の受入環境整備が充実する ★外国人延べ宿泊者数 H22:1.6万人泊 →H27:3.2万人泊 	○					
	<ul style="list-style-type: none"> ◆外国人観光客の受入基盤整備の推進 県おもてなし課：国際観光受入態勢整備事業費補助金により、市町村等が実施する観光案内板やパンフレットの多言語化、Wi-Fi環境整備等の受入に関する整備を総合的に支援 								
	<ul style="list-style-type: none"> ◆在留外国人サポーターの組織化 県観光政策課：高知在住留学生等を「高知県のサポーター」として組織化 ・個別ワークショップを開催 ・外国人の目線からプロモーションや受入態勢についての提案を募集 ・母国への情報発信 県観光政策課：在留外国人サポーターの充実 								
	<ul style="list-style-type: none"> ◆留学生OB等との連携 県観光政策課：留学生OBと連携し、外国人を「国際観光大使」に任命 ・国外から高知の情報発信 ・海外イベントでの協力依頼 								
	<ul style="list-style-type: none"> ◆四国4県連携による周遊コースづくり及びPR活動の推進 県観光政策課：四国ツーリズム創造機構と連携した四国及び高知県の認知度向上及び誘客への取組を推進 ・四国4県インバウンド担当事者の意見交換会の実施 ・4県で連携した定期便・チャーター便のセールス活動の実施 ・四国内の空港でのプログラム・チャーターの検討 ・「済州島オルレ」と「歩く四国推進連合」との連携 								

※改革のための6つの基本方針
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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
6 移住促進により、活力を高める

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状	第2期計画ver.4の取り組み				
	H24	H25	H26	H27	
現状 県外観光客入込数388万人(H23) ↓1000億円(H24) ↓1102億円(H25)	核となる観光拠点の形成	○地域の観光拠点づくりの推進 ○こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実			
	観光資源の発掘・磨き上げ	○満足度の高い観光商品づくり ○新たな観光資源の創出 ○産業間連携による観光消費の拡大			
	広域観光の推進	○地域コーディネート機能の強化 ○県内各地域との連携による周遊観光の推進 ○県域を越えた連携の推進			
	広報・セールス活動の推進	○統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施 ○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開 ○四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信 ○全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致 ○フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致			
	人材の育成	○観光産業を担う人材の育成 ○観光ガイドの育成、技術の向上 ○観光事業者等へのおもてなし研修の実施 ○社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保			
	おもてなしの向上	○おもてなしの気運の醸成 ○観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】 ○きめ細かな観光情報の提供 ○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保 ○観光基盤の整備			
	スポーツツーリズムの推進	○推進体制の強化及び受入態勢の充実 ○年間を通じたスポーツイベント等の開催 ○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動			
	国際観光の推進	○国別戦略に基づく誘致活動 ○高知県の強みを活かした新たな誘客活動 ○受入態勢の充実 ○四国4県連携によるプロモーション活動の推進			

を目指す本県産業の姿 観光分野

4年後の目標 (H27年度末)	さらなる飛躍 へのポイント	10年後の目指す姿 (H33年度末)
<ul style="list-style-type: none"> ●核となる観光拠点の整備 7箇所 ●一人当たり観光消費額 (H20) 25,459円 →27,500円 [H25:27,073円] ●二泊以上の宿泊客数 (H20) 85.5万人→100万人 [H25:105万人] ●リピーターの数 (H22) 75万人 →88万人 [H25:107万人] ●首都圏からの観光客数 (H20) 30.5万人→45万人 [H25:55万人] ●コンベンションの開催による入込数 (H23年度) 3万人→3.3万人 [H25:3.3万人] ●教育旅行等による入込数 (H23年度) 0.8万人→1万人 [H25:0.5万人] 	県外観光客入込数400万人以上 観光総消費額1100億円以上を目指す	世界に通用する核となる観光拠点の形成
<ul style="list-style-type: none"> ●観光客満足度 「大変よい」「良い」の割合が、H22のデータを毎年上回る (H22) ●宿泊先 77% [H25:78%] ●食事・料理店 74% [H25:79%] ●観光施設 75% [H25:76%] ●観光施設の美化 72% [H25:73%] ●公共トイレの快適性 57% [H25:53%] ●案内標識 53% [H25:49%] ●タクシーの接客マナー 46% [H25:49%] 		三日以上滞在できる質の高い観光地づくり
<ul style="list-style-type: none"> ●スポーツツーリズムの推進による新規入込客数 2万人 [H25:1.5万人] ●外国人延べ宿泊者数 (H22) 1.6万人泊 →3.2万人泊 [H25:2.1万人泊] 		国内ハブ空港などからのアクセシビリティの向上
●核となる観光拠点を中心とした県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している		県内交通アクセスの充実
		ヘビーリピーターの拡大
		観光立県としての県民意識の醸成
	県外観光客入込数435万人以上 観光総消費額1300億円以上を目指す 『地域の魅力が人を誘う、世界に通じる観光産業』	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生かされ、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 ●首都圏からの観光客数 55万人 ●外国人延べ宿泊者数 6.4万人泊 本県が持つ個性に県外客が惹かれ、リピーターとなって繰り返し訪れているとともに、中長期の滞在も進んでいる ●一人当たり観光消費額 30,500円 ●リピーターの数 100万人 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

6 産業間の連携戦略

地産地消・地産外商戦略の展開	1
新エネルギーを産業振興に生かす	15
産学官連携による力強い産業の礎を築く	23
産業人材の育成・確保	27
移住促進による地域と経済の活性化	30

地産地消・地産外商戦略の展開

地産地消・地産外商戦略の展開

食料品製造業出荷額等800億円の達成に向けて



「高知家」プロモーションの3年目の展開及び連動による地産外商の強化

1 これまでの取組みによる成果と課題

H26の取組みと成果

- 東京での記者会見, PV公開 (4/22)
- 都内おすそわけイベント (10/19)
- 特設サイト情報の充実
- 統一キャンペーン推進本部による重点プロモーション品目との連携 等

- ピンバッジ 150,787個
- 広告換算効果 5億3,600万円(11月まで)
- 移住者 208組345人
- 移住相談者 1,127人

業務遂行目標の達成状況

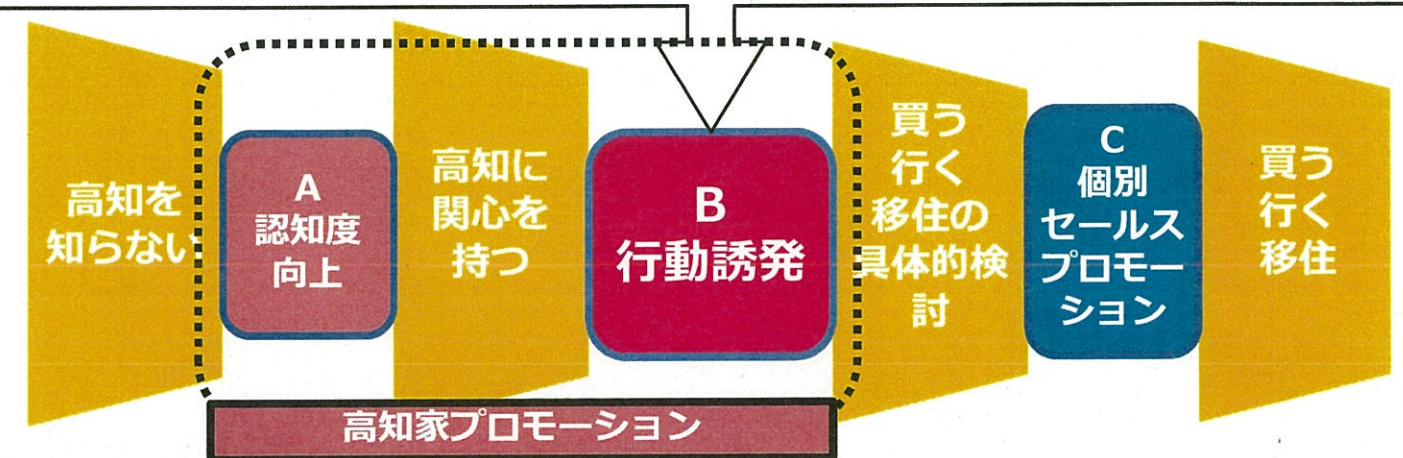
	H25実績	H26目標	H27目標	H26実績
高知家の認知度	22%	25%	30%	33%

- **高知家の認知度は目標を超えて大幅に向上!**
- 高知家の認知により好感度、観光意向度、移住意向度に加え、高知県・高知県民イメージも大きく向上!

※首都圏・関西圏エリア対象「高知県イメージ調査(2014/10 Webアンケート n=5,000)」

展開の中で見えてきた課題

成果(外商、観光、移住)を一層上積みしていくためには、**高知家の既認知者を具体的な行動に促すプロモーション(B)をさらに強化し、個別のセールスプロモーション(C)につないでいく必要!**



2 平成27年度の事業展開

高まった高知家の認知度を維持・向上させつつ、**具体的な行動を誘発するプロモーションを大幅に強化!**

Point 1. 行動誘発に向けた新たな業務遂行目標の設定

- 高知家の認知度 33%→35% (成果を維持し、さらに上昇)



- **具体的な行動につながっているかを測定する指標(外商・観光・移住)**
例) 移住分野: 「高知家で暮らし隊」オンライン登録者数1,000名→1,500名 など

Point 2. 高知家の「人」に着目したプロモーションの展開

- 高知家の一番の魅力である「人」の魅力を発信。**高知家の「人」を通して、外商、観光、移住などの具体的な情報を発信・拡散**

Point 3. 行動誘発に効果的なメディア媒体によるプロモーションの強化

- 若手社会人などターゲットを絞り、具体的な行動誘発に有効な**メディア(雑誌等)とタイアップしたプロモーションを強化**

さらなる後押し

- 高知家プロモーションの話題性や行動誘発の効果を最大限活かし、外商・観光・移住のセールスプロモーションを強化

- ・ 重点プロモーション品目の販売促進等に向け、首都圏等の大消費地で各部と連携したセールスプロモーションを展開
- ・ 本県の食や文化等を理解した人材を養成し首都圏からの情報発信を強化

地産外商・観光・移住での具体的な成果のさらなる上積みを目指す!

高知家
プロモーション

高知家
統一セールス
キャンペーン

地産外商のNEXT STAGEへの進化

企業の成長（プラスのスパイラル）



H27
目標

- ① 食料品製造業出荷額等800億円以上
- ② 外商成約20億円

ポイント

- 1 地産外商公社の全国展開
- 2 県内事業者の外商参画機会の拡大
- 3 食品加工業のさらなる成長を支援

背景（これまでの取組）

地産外商公社の活動の成果は順調に伸びてきた



	H22	H23	H24	H25
成約金額		341百万円	768百万円	1,235百万円
定番		289,836千円	711,886千円	1,165,105千円
短期		51,454千円	55,640千円	69,540千円
成約件数	444件	1,327件	2,603件	3,333件
定番	264件	611件	1,117件	1,828件
短期	180件	716件	1,486件	1,505件
経済波及効果		15.6億円	23.1億円	30.7億円
広告換算	17億円	23.3億円	22.2億円	68.1億円

県内事業者の外商意欲、公社への期待が高まっている

展示商談会など県・公社の地産外商施策に積極的に参加している県内企業ヒアリング(29社) H26.10月実施
93.1%の企業が、県外向けの取引が増加すると見込んでいる

地産外商公社「外商活動アンケート」(136社) H26.4月実施
97.8%の企業が「今後の公社の活動に期待する」と回答

「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」を締結したパートナー企業との第1回ビジネスマッチングに県内40社が参加
⇒「商品の磨き上げ・外商拡大」に22社が取組を開始する予定

強化のpoint1

地産外商公社の全国展開

1 地産外商公社の体制強化

- 拡** 首都圏 外商部門+1名 (2課7名→2課8名)
新たな外商先の発掘など、さらなる取引拡大を目指す
- 新** 関西 中部 関西 +1名 (ほかにH27.4~県派遣を検討) (新規1名+a)
大阪に公社の職員を新たに配置し、販路開拓・販売拡大を目指す
- 拡** 九州 中国 高知事務所+1名 (4名→5名)
高知事務所の体制を強化し、販路開拓・販売拡大を目指す

2 県産品データベースのバージョンアップ

強力な外商ツールとして活用するため、公社の持つ「高知県産品データベース」をバージョンアップ

強化のpoint2

県内事業者の外商参画機会の拡大

1 商談会等のラインナップを充実

- 新** 産地 商談会
- 新** 県内量販店でのTM
- 拡** 大手卸やパートナー企業との連携強化

県外バイヤー(約60社)を招聘した産地視察商談会を県内5ブロックで開催し、県産品の販路開拓・販売拡大を図る(県内事業者約80社の参加を想定)

県内量販店等(5~6社)でのテストマーケティングを実施し、商品の磨き上げにつなげるとともに、地産地消の拡大や商品の認知度向上を図り、県外市場での販路開拓につなげる(県内事業者約30社の参加を想定)

大手卸売業者主催の商談会への出展等を通じてパイプを強化するとともに、「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」に基づくパートナー企業と県内事業者とのビジネスマッチングを支援し、全国に通用する商品開発・販売強化につなげる

強化のpoint3

食品加工業のさらなる成長を支援

1 企業の総合力を高める支援体制の強化

- 拡** 企業の総合力

県内事業者の外商活動上の商品づくり、販路開拓、事業拡大等の課題に対して、専門家の助言や、関係機関の参画を得て、企業のビジネスプラン作成と実行の過程を総合的に支援する

関係機関：地産外商公社、産業振興センター、金融機関等



2 食品産業のけん引役の成長をサポート

企業群① 高知県を牽引するトップ企業群

事業者ごとの担当者制を導入し、企業の総合力アップへ取り組む

企業群② 企業間連携・ネットワーク強化に取り組む企業群

企業間連携強化に向けたセミナー&交流会の実施など

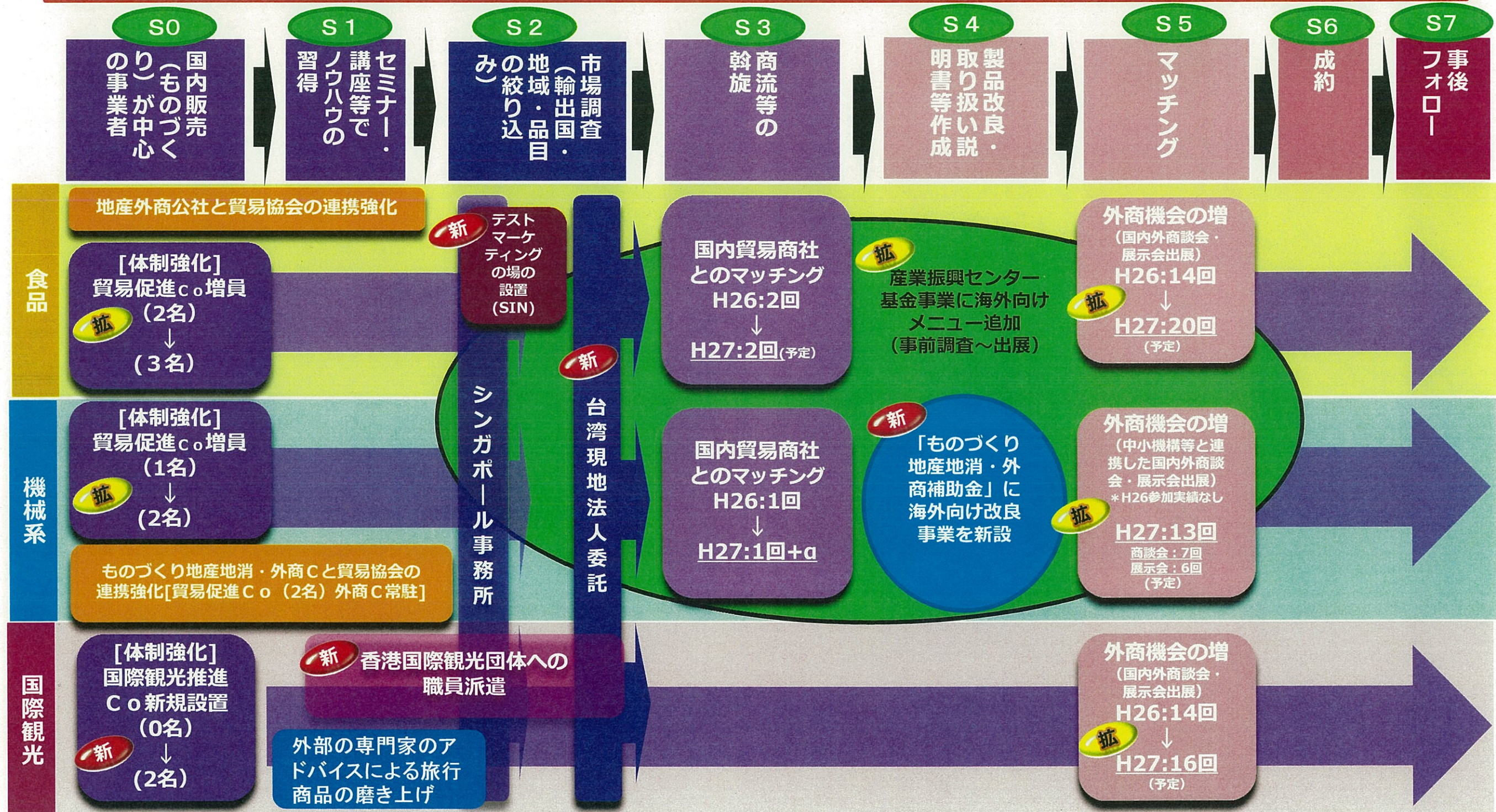
企業群③ 6次産業化及び地産外商の推進に関する協定

パートナー企業と県内事業者とのビジネスマッチングを支援し、
①販路拡大 ②加工機能強化 ③6次産業化推進につなげる

高知発の食品および製品・技術の輸出、観光誘致の強化ポイント

バージョンアップのポイント】 <国際観光> × <食品> × <機械系（ものづくり）>

- 拡** ①貿易促進C oの2名増（（1名：機械系、1名：食品系）新規採用）
H26: 3名（機械系1名・食品系2名） ⇒ H27: 5名 -機械系2名（ものづくり地産地消・外商C内常駐）
-（地産地消・外商課内） -食品系3名（地産地消・外商課内：貿易協会本部）
- 新** ②海外支援拠点の増
-シンガポールでのテストマーケティングの場の設置
-台湾における観光推進・貿易振興拠点の整備（国際観光・食品・機械系の3分野支援の現地法人への委託）
-香港の国際観光団体へ職員派遣



県内企業（工業系(建設工法含む)）に対する海外展開について（高知発の製品・技術を世界に）

県内企業を対象とした海外販路開拓アンケートを実施

【回答状況】（597社中197社回答、H26.10）

- ① 既に海外での販売実績がある
（58社、(うち順調:20社、順調でない:23社、無回答:15社)）
- ② 海外に向けた販路開拓を検討している（29社）
- ③ 現時点では考えていないが、将来的には考えたい（40社）
- ④ 海外に向けた販路開拓は行わない・その他（75社）

<概要>

- 回答企業のうち4割強（①+②=87社）が海外販売の実績あり、または、販路開拓を検討中
- 「順調に進んでいる」は20社で①+②=87社の2割程度（ただし、数台売れたものも含まれる。）
- 取引形態（直買or商社経由）・製品・会社規模等はまちまち
- 現在の相手国はアジアが中心。
- 今後の相手国もアジア中心だが、特定の国名の回答は少なく、複数回答があったものは、台湾・タイ・インド
- 企業によってアンケート回答への温度差もみられる。
（県外販売と同じ感覚の企業もあり（企業訪問から））

対 策

- 個別企業の状況をしっかりと把握したうえで、各企業毎の支援を実施。
- （1）今回アンケートを基に、再度企業訪問・ヒアリングを実施し、個別企業の支援方針を決定
※毎月、関係者で個別支援会議を開催(H26～)
頑張る企業を徹底支援
- これまでに作り上げてきたネットワークを活用し商談会等を実施。
- （2）防災関連製品・技術の海外展開を模索
・日本防災プラットフォーム等を通じた情報収集・県内企業への還元等
・商社等との個別商談会
- （3）他県等とも連携し商談会を開催
・タイ・上海(調整中) 見本市への出展
・台湾での商談会実施
・中小機構等と連携したビジネスマッチングの実施

（2）防災関連製品・技術の海外展開

国の動きを捉えながら、広がりつつあるネットワークを活用し、商談会や個別相談会を開催

- 「日本防災プラットフォーム」(H26.6設立)の活用
 - 国交省や外務省、内閣府や総務省等が横断的に連携し、官民一体となって防災技術の輸出展開を行うため団体
⇒本県も賛助会員として参加(H26.10)
 - 今後、国連世界防災会議（H27.3・仙台）を踏まえ、「防災」を国連の「ポスト2015年ミレニアムアジェンダ」の9つ目の指標として位置付けていく動きあり。(H27.9)
⇒世界各国で防災に関する予算が重点配分されることとなる。

世界の動きを捉えて交流会員にフィードバック

- ネットワークを活用し、商談会・個別相談会を実施
 - 商社とのネットワーク(17社)を活用し個別商談会を実施 (H26～)
 - 広がりつつある台湾とのネットワークを活用し商談会を実施
場所：台湾（台北市）時期：9月（調整中）参加企業：10社想定

※関係団体と連携し、マッチングを実施

- ・公益財団法人交流協会
- ・台日産業技術合作促進会
- ・TJPO台日産業連携推進オフィス・社団法人台湾災害管理学会
- ・台北駐大阪経済文化弁事処

- 中小機構等と連携したビジネスマッチングの実施
 - ・海外バイヤー招へい商談会（年4回、バイヤー50社以上(H26実績)）への参加企業の発掘と同行支援
 - ・海外展示会（5か国6展示会(H26実績)）への参加企業の発掘と同行支援
※県内企業の参加はこれまでにない状況
- INAPのネットワークを活用した商談会を実施 等

（1）頑張る企業を徹底支援

〔海外展開支援の各Stage〕

New
防災交流会で商社との個別相談会も実施(H26～)



（3）他県等と連携した商談会の実施

○ものづくり商談会バンコク2015
場所：BITEC Hall 時期：2015年6月 参加企業：7社想定
*2014年実績
・来場者：1,975人 ・来場社：1,121社 ・出展社：150社
・商談数：2,340件 ※四国銀行との連携事業

○ものづくり商談会上海2015
場所：上海商城 時期：2015年9月 参加企業：7社想定
*2014年実績
・来場者：8,800人 ・来場社：5,300社 ・出展社：550社
・商談数：16,000件 ※四国銀行との連携事業

○METALEX 2015
場所：BITEC HALL 時期：2015年11月
参加企業：3～5社（調整中）
*2014年予想
・来場者：68,000人 ・出展社：4,000社 ※四国4県連携事業

○台湾商談会の実施（再掲）

食品輸出額ポスト3億円の販路拡大に向けた取組

1 【課題】

段階	取り組めていない理由	対策	アクション
取り組んだが継続できていない	・利益につながらない ・投資経費がかさむ ・書類作成等が面倒	・買取形式での海外物産展への誘導(委託販売に比べリスクが少ない) ・他地域への誘導、新たな商品提案への工夫 ・商品を取り扱ってもらうための工夫と根気強さを理解させる ・商社経由なら、ほぼ国内決済。書類等の作成については貿易協会でサポートする	・貿易コーディネーターの企業毎の支援を強化する ・一歩踏み出しやすいメニューを提案できるように海外での営業活動を継続する
関心はあるが取り組めていない	・自社商品が海外にもっていけるかどうか分からない	・貿易協会及び商社等による商品の目利き(評価)を実施 ・障壁の少ないシンガポールにテストマーケティングの場を設ける。(案)	・地産外商公社と連携し、訪問する事業者数を増やす ・商談会等への参加、現地でのアンケート収集により、商品評価のフィードバックを強化する
関心がない	海外自体に関心がない	・県内事業者の成功事例を紹介し動機付けとする。(面談、セミナー等)	

2 【戦略】

戦略<1>

● 貿易に取り組む事業者の拡大

地産外商公社の企業訪問時に海外取組へもつなげる活動を実施するとともに、貿易コーディネーターによるフォロー体制を築く

New 食品系貿易コーディネーターを1名増



① 地産外商公社(外商課・高知事務所)と貿易協会(コーディネーター)との連携強化

【高知事務所】 4名⇒5名に増員

事業者別の担当制を導入して輸出も含めた企業の状況を把握し、県内事業者に寄り添ったこまやかな支援を実施

- ・県内事業者データベースを拡充し、事業者ごとに外商情報(首都圏・関西・中国・九州等)や貿易情報を一元的に管理
- ・公社や貿易協会、県庁が情報を活用し、設備投資や雇用の拡大など、企業の総合力を高める支援に生かしていく

【貿易コーディネーター】 3名⇒4名に増員

新規参入企業数を50社から、更に50社増加

- ・地産外商公社とともに収集した新規事業者及び貿易の取組を検討している事業者へのアドバイスを実施。
- ・すでに貿易に取り組んでいる事業者が継続して外商活動を行えるようフォローを実施。

戦略<2>

● 商談機会の拡大

海外市場での自社製品の評価を受ける機会を設ける

地産外商公社の商談会へ貿易商社を招待する

New テストマーケティングの場をシンガポールに設置



- ★地産外商公社が主催・支援する国内商談会に「貿易商社」を招待し、国内外の販路開拓につなげる(県内事業者の貿易に対する足がかり)
 - ・外商公社の商談会等へ貿易商社を招待する
 - ・貿易協会と外商公社が連携し、県内事業者の販売拡大に向けて仲介・あっせんする
- ★シンガポールの量販店内にテストマーケティングの場を開設する。(商品に対する現地の評価を集める)
 - ・海外初心者の商品を基本に数か月単位でテスト販売、マーケティング調査を行う。
 - ・商品に対する現地の評価をフィードバックし、新たな商品開発につなげる。

戦略<3>

● 地域別の強化策

海外商談会等を開催し、商社・小売店・業務筋等をターゲットに、県内事業者とのマッチングを進め、販路・販売の拡大

New 台湾現地法人へ営業活動を委託

- ① 台湾：現地法人に業務委託し、成約に向けた営業活動、現地ニーズ及び商習慣に対応した戦略的なマーケティング(中国大陸等への販路開拓を含む)を実施する
- ② シンガポール・豪州(東南アジア及びオセアニア地域)：海外事務所を中心として、ユズをはじめとする農林水産物や加工食品等の販路・販売拡大を強化する
- ③ 欧州(フランス)：ユズ関連で築き上げた商流を活かして販売(品目を含む)拡大を強化する
- ④ 欧州(イギリス)：商談会で実績のある現地商社とのパイプをさらに強化し、平成27年度はロンドンにて日本酒等の試飲商談会を開催予定
- ⑤ 米国：NYユズ賞味会やLAテストマーケティング事業で委託実績のあるJFCA(日本食文化振興会)と連携して販路・販売拡大を強化する

連携テーマ【地産地消の徹底】

【連携テーマ】

連携項目	連携の目的	連携の経緯	連携の方向	連携の方向						
				1	2	3	4	5	6	
2. 地域産品の販路拡大を支援	<ul style="list-style-type: none"> ◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる食材供給システムがない ◆食関係の業務筋の直近の傾向は、中国餃子事件以降、加工品(惣菜)企業や消費者から、安心・安全な果産野菜を求める傾向が高まる ◆多くの直販所が、商品の出荷・補充を生産者任せにしている ◆高知市は人口34万人の大きなマーケットであり、高知市の事業者には地産地消、高知市以外の事業者にとっては地産外商の場となる ◆高知市において、地域産品を販売するには、販路の確保のほか、価格、数量、流通などの課題がある 	<ul style="list-style-type: none"> ◆直販所の商品の見せ方から接客手法や経営指導など、魅せる直販所づくりへのアドバイザーを派遣 ◆直販所の商品力の強化や運営改善につながった ◆直販所を販売拠点とした加工品開発のアドバイザーを派遣 ◆地域の素材を活用した加工商品の販売に繋がった ◆直販所「安心係」養成講習会の実施 ◆生産者や運営管理者適正使用や加工商品の適正表示などへの理解と安心・安全への意識の向上が図られた ◆「安心係」や「運営管理者」への、先進的な直販所の視察や、「観光」連携をテーマとした講習会の開催 ◆直販所の課題を共有し地域の活性化の拠点とする取組とした ◆果産業振興の総合補助金を活用した施設整備への支援を実施 ◆直販所の拡充・整備が図られた ◆地域産品商談会を県内で開催し、県内量販店等への販路開拓、販売拡大を支援 ◆平成26年11月末現在商談会出席者103社 買い手42社 商談回数592回 成約41社 93商品 	<ul style="list-style-type: none"> ◆業務筋の露地野菜に対するニーズに対応できる仕組みづくり ◆商品の品揃えや商品情報などの発信力を充実させ、経営の強化を図る ◆地域産品の販売拠点であるとともに、地域の活性化拠点施設として活動する直販所とする ◆多くの直販所の運営方法が、売り上げや入荷情報などのデータにもとづくことなく、生産者に任せられている。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆業務筋(外食、中食、学校給食等)のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくりを支援 ○直販所から業務筋に食材を供給するためのマッチングの機会の提供(地域内循環の仕組みづくり) ○スケールメリットを活かした業務筋への対応等のため、直販所のネットワークづくりを支援 ◆直販所を地域の活性化の拠点にする取組への支援 ○直販所を販売拠点とした加工品開発の支援 ○直販所の販売形態の充実、強化を図るため、アドバイザーを派遣し、販売データ等を活用した店舗の魅力アップにつながるアドバイスを実施 ○食の安全・安心の推進や生産者と消費者の信頼を結ぶ役割を担う「安心係」の配置 ★直販所での連携したイベント実施等による一層の誘客を図るため、直販所のネットワークづくりを支援 	○	○				
		<ul style="list-style-type: none"> ◆更に県内で目に見える商品としての販売拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県内事業者の一層の販路開拓、販売拡大を支援 ○対象バイヤーを県外量販店や卸にも拡大し、県外への販路拡大も支援 	○						
			<ul style="list-style-type: none"> ★県内量販店でのテストマーケティングにより、県内販路の拡大を支援 							

連携項目	連携の目的	連携の経緯	連携の方向	連携の方向					
				1	2	3	4	5	6
			<ul style="list-style-type: none"> ◆直販所販売額(80億円キープ) ◆直販所のネットワークを活かした地域内循環の仕組みが地産地消による地域の活性化につながる 						
			<ul style="list-style-type: none"> ◆直販所で地域の特産品を活用した加工品が販売され、生産者の所得が向上 ◆地域の高齢者等の所得が向上し地域の活性化につながる 						
			<ul style="list-style-type: none"> ◆地域産品の販路開拓・販売拡大 ◆県内あらゆる量販店等で県産品が販売される ◆地域産品の認知度が向上し、販売が拡大している 						
			<ul style="list-style-type: none"> ◆県内事業者の販路開拓等を支援 ◆県内事業者:商談会へ出席し県内での販売拡大の展開 ◆県内量販店:県内量販店で県産品の販売強化 ◆県産地消・外商課:商談会の開催等による販路開拓、販売拡大を支援 						
			<ul style="list-style-type: none"> ◆テストマーケティングによる県内量販店での販売を強化 ◆県内事業者:ニーズ把握や商品磨き上げにより県内量販店での販売を拡大 ◆県内量販店:売場の提供や商品へのアドバイスによる県産品の販売強化 ◆地産地消・外商課:テストマーケティング実施により県内量販店での販売拡大を支援 						

※改革のための6つの基本方向
 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間の連携を強化する
 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
 6 移住促進により、活力を高める

戦略の柱【「ものづくりの地産地消」の促進】

【連携テーマ】

取組内容	実施状況	2021年度(21)		2022年度(22)						
		1	2	3	4	5	6			
1. 事業者間のマッチング支援機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ◆発注者である事業者から潜在的な受注者である県内クリエイターへの発注ニーズの情報がうまく伝達されていない 	<ul style="list-style-type: none"> ・(H21)県内クリエイター実態調査の実施 ・(H22~25)クリエイター見本市の開催(県内クリエイターと事業者との出合いの場) ・(H25)コンテンツプロデューサーによる個別指導及びセミナーの実施 ◆実態調査における県内クリエイターの希望として、行政による事業者とのマッチングの場の提供が挙げたことから、見本市を開催。ネットワーク構築の場として有効であるとともに一部で商談も実施され、今後のビジネスマッチングへの可能性を拡げた ◆コンテンツプロデューサーの個別指導による県内クリエイターの人材育成と人脈を活かしたビジネスチャンスの拡大に繋がった 	<ul style="list-style-type: none"> ◆具体的な商談成立の実現 	<ul style="list-style-type: none"> ◆商工労働部の高知家「ものづくり企業」まるごと支援パッケージと連携し、県内クリエイターへの商品デザイン等の発注を促進 ◎商工労働部のシェアオフィス事業と連携し、入居企業への支援や県外企業の誘致 ○意識啓発に繋がるセミナーや個別相談会、コンテンツプロデューサーによる個別指導の開催 ○カードデザインコンテストの開催により、県内イラストレーターへの発注と雇用創出促進 ◎コンテンツ関連事業者や金融機関を会員とするコンテンツビジネス起業研究会によるビジネスマッチングの推進 	○	○	○	○	○	○
◆台風や南海地震といった自然災害を経験する中で、県内には特色のある防災関連の製品や技術も生まれている	<ul style="list-style-type: none"> ◆防災意識の高まりを受け、大きな需要が見込まれる分野だと期待される 	<ul style="list-style-type: none"> ◆各農業振興センターに加工への取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ◆人材創造セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ◆国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ◆県産業振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取組に対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆商品開発を目指す農業者等のビジネス力向上 ◆商品開発にかかる資金調達、リスク軽減 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆南海地震への備えと運動させた防災関連産業の地産地消・外商の推進 <「地産」を推進するためのものづくり支援> ★試作機の開発支援 ★試験研究機関での技術支援 	○	○				

※これからの対策の 大は新規事業
○は拡充事業
◎は継続事業

取組内容	実施状況	2022年度(22)				2023年度(23)	2024年度(24)	2025年度(25)	2026年度(26)	2027年度(27)	2028年度(28)	2029年度(29)	2030年度(30)
		1	2	3	4								
◆クリエイターの収入増、クリエイターのレベルの底上げ	◆高知県クリエイターのブランド化												
◆クリエイター地産地消													
◆クリエイターに対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる	◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件(累計)												
◆県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%	◆「防災関連産業」と言えば高知県というイメージが定着し始めている												
◆クリエイター地産地消													
◆クリエイターに対する評価が高まり、県内外での導入が進んでいる	◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数 20件(累計)												
◆県内の全市町村への県内製品の導入件数 100%	◆「防災関連産業」と言えば高知県というイメージが定着し始めている												

※改革の方向 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、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

【連携テーマ】

取組方針	目標	これまでの取組内容 (H24/H25)	現状	これからの方針	達成状況						
					1	2	3	4	5	6	
1. 総合的な支援	<ul style="list-style-type: none"> ◆産業分野ごとに販売促進の支援は行われているが、産業間の連携による取組が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新しい組織を設置し、産業間で連携して県産品の販売を促進 ◆産業間の連携により商品の開発・改良から流通・販売まで、トータルに県産品の販路開拓・販売拡大を支援する体制が構築された ◆メディアとのつながりを生かした情報発信や「高知家」プロモーションを展開 ◆本県及び本県産品の露出機会が増え、認知度の向上が進んだ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆多様な販路の確保やさらなる販売拡大に向け、継続的な支援体制の確保が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ◆◎県産品の販売促進のため、産業間で連携して支援 ◎「高知家」の認知度向上及びより具体的な行動誘発につなげるためプロモーションの継続・強化を図るとともに、「高知家」プロモーションと連動した統一セールスキャンペーンの実施 	○	○	○				
		<ul style="list-style-type: none"> ◆地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備 ◆地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施 ◆事業支援として、産業振興推進総合支援事業費補助金や産業振興アドバイザーを活用 <p>これまでの実績 (H25実績見込み含む) 産振総合補助金 190件26.9億円 (補助額ベース) 産振アドバイザー 305件 地域アクションプランによる雇用の創出 第1期計画:623人 (うち総合補助金導入事業関連312人) 第2期計画(H24、H25):314人 (うち総合補助金導入事業関連85人)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制のもと、地域アクションプランの取組ごとに設置した実行支援チームによるサポートにより、地域の取組が雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域アクションプランの取組の地域への定着・拡大 （産振総合補助金等を導入した事業の地域の産業としての定着、拡大） ◆各地域における新たな取組の創出 	<ul style="list-style-type: none"> ◆地域アクションプランの実行を、個別のテーマごとに徹底して支援 ○支援ツールとして産振総合補助金、産振アドバイザーを活用 ★産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援、土佐の産業おこし参加プランの募集 	○	○	○				

※これからの対策の★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

取組方針	2024年度				2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	2030年度
	H24	H25	H26	H27						
	<p>産業間の連携による支援</p> <p>県:産業振興推進本部・産業振興推進部による産業間で連携した支援</p> <p>地産外商推進協議会(～H24)⇒食品外商推進協議会(仮称、H25～) :「まるごと高知」の評価・改善に関する協議のほか、地産外商に関する各産業分野間の連携や官民協働による具体的な地産外商の実践に関する協議を実施</p> <p>県地産地消・外商課:地産外商推進協議会(～H24)、食品外商推進協議会(仮称、H25～)の運営</p> <p>地産外商公社:官民協働で「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を行い、関係機関と連携しながら県内の生産者・事業者の販路開拓・販売拡大を支援</p>									
	<p>プロモーション活動の実践強化による販売拡大支援</p> <p>県:高知家統一セールスキャンペーン推進本部(H26～外商推進本部より名称変更)を中心に、重点プロモーション品目及び戦略の企画立案の決定 県関係部:ターゲットや成果を明確にし、高知家プロモーションと連動した販売促進活動を展開</p> <p>地産外商公社:高知家プロモーションとセールス活動の連携強化及び実践支援</p> <p>県民:「高知家」プロモーションへの参画 県内事業者:「高知家」プロモーションへの参画と「高知家」を活用した商品PR 地産外商公社:県:「高知家」プロモーション及び「高知家」統一セールスキャンペーンを展開</p>									
	<p>地域アクションプランの実行を支援</p> <p>県:産業振興推進地域本部を引き続き設置し、本部会議を開催することにより、地域アクションプラン全体の進捗確認等を実施 地域アクションプランの取組ごとに実行支援チームを設置し、事業ごとの進捗確認や支援を実施 県計画推進課:産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金による支援(26年度まで) 産振アドバイザーによる支援 産業振興計画への民間事業者の参画促進(土佐の産業おこし参加プランへの応募等)</p>									

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
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
6 移住促進により、活力を高める

連携テーマ【地産外商の推進】

【連携テーマ】

取組方針	現状	これからの取組(課題)	課題	これからの取組	取組の方向																							
					1	2	3	4	5	6																		
3. 県産品の販路の拡大を支援	<p>◆首都圏をはじめとする大消費地への県産品や観光等の情報発信力が弱く、売込みが十分できていない。</p> <p>(首都圏の既存のアンテナショップの現状)</p> <p>・郊外型の立地で、規模が小さいため消費者情報の生産者へのフィードバック機能や情報発信力が十分でない(再掲)</p> <p>・他の小売業者や飲食業者へ売り込んでいく即売機能がない</p> <p>アンテナショップの来場者数の県別比較</p> <table border="1"> <tr> <th>都道府県名</th> <th>来場者数(H19)</th> </tr> <tr> <td>沖縄県</td> <td>234万人</td> </tr> <tr> <td>北海道</td> <td>206万人</td> </tr> <tr> <td>新潟県</td> <td>91万人</td> </tr> <tr> <td>岩手県</td> <td>60万人</td> </tr> <tr> <td>鹿児島県</td> <td>50万人</td> </tr> <tr> <td>香川県</td> <td>46万人</td> </tr> <tr> <td>愛媛県</td> <td>46万人</td> </tr> <tr> <td>※ 高知県</td> <td>11万人</td> </tr> </table> <p>既存のアンテナショップは首都圏に立地している27道府県のうち、利用者数、売上額ともに15位、他県平均と比べて、利用者数で39%、売上額で38%と低位にある</p>	都道府県名	来場者数(H19)	沖縄県	234万人	北海道	206万人	新潟県	91万人	岩手県	60万人	鹿児島県	50万人	香川県	46万人	愛媛県	46万人	※ 高知県	11万人	<p>◆高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京都心に新しいアンテナショップ(まるごと高知)を設置し、県内事業者の販路の拡大を支援</p> <p>◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化して高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の多様な販路を確保し、販売が拡大している</p> <p>◆大都市から離れているという地理的なハンディを克服するため、食品外販協同組合が中心となって、事業者へのアンケート調査を実施するなど新たな物流の仕組みの構築に向けて検討</p> <p>◆食品外販協同組合が中心となってテルド便の共同配送システムを試行</p> <p>◆食品外販協同組合による販路開拓の支援</p> <p>◆県外卸・量販店等への販路開拓、展示・商談会などの販売促進が進んだ</p> <p>◆消費者及び企業、事業者に向けた情報発信を行い県産品の販売や商談会等の外販機会を展開</p> <p>◆高知フェア、商談会等の開催による外販機会が確保できた</p>	<p>◆販売力不足による県外への販路確保ができていない小規模事業者が多いため、まるごと高知の活用をさらにPRする必要がある</p> <p>◆大都市から離れているという地理的なハンディを克服するための新たな物流の仕組みを構築する必要がある</p> <p>◆県産品の認知度向上を図り、ビジネスに結び付く外販活動の展開が必要である</p> <p>◆業務筋(外食・中食等)等へ新たな需要の掘り起こしを継続的に実施、PRする必要がある</p>	<p>◆「まるごと高知」を首都圏での外販活動の拠点とした、県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援</p> <p>◆「官民協働による効果的な物流の仕組みづくり」</p> <p>◆「官民協働による外販活動のさらなる展開」</p> <p>◆「高知フェア等更なる県産品の認知度向上に向けた外販機会を展開し、県内事業者の販路開拓・販売拡大を支援」</p> <p>○大型量販店との包括協定を生かした認知度向上の取組</p> <p>◆「全国的な展示商談会や見本市等への出展による相互のビジネスマッチングを推進することによる、外販機会の展開・強化」</p> <p>○商談のラインナップを充実させ、商談機会を拡大</p>	○					
		都道府県名	来場者数(H19)																									
		沖縄県	234万人																									
		北海道	206万人																									
		新潟県	91万人																									
岩手県	60万人																											
鹿児島県	50万人																											
香川県	46万人																											
愛媛県	46万人																											
※ 高知県	11万人																											

※これからの取組の★は新規事業 ○は拡充事業 □は継続事業

取組方針	第2期計画					取組の方向	目標(数値目標)
	H24	H25	H26	H27	H28(見)		
3. 県産品の販路の拡大を支援	<p>「まるごと高知」を首都圏での外販活動の拠点とした、県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援</p> <p>県内事業者:「まるごと高知」を首都圏での外販活動の拠点として積極的に活用 地産外商公社:県内での商品発掘を行うと同時に、「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外販活動を通じて県産品の販路開拓・販売拡大を支援 地産外商公社:県産品情報ネットワークの活用、「まるごと高知報告会」の開催等による、県内事業者へのまるごと高知活用の継続的PR</p>						<p>◆大都市市場のニーズや様々な販路に対応した県産品が誕生するとともに、「まるごと高知」を拠点とした情報発信、外販活動により本県の認知度が向上し、販路が飛躍的に拡大している</p> <p>◆「まるごと高知」設置による経済波及効果(H27:25億円)</p> <p>◆情報発信の広告換算:25億円</p>
	<p>より効果的・効率的な物流の仕組みづくりの支援</p> <p>県内事業者:効果的な物流の仕組みづくり 県産地消・外商課:物量の把握などによる効果的な物流の仕組みづくりへの支援</p>						<p>◆官民協働での新たな物流の仕組みにより多くの県産品が効率的に首都圏等に輸送されている</p>
	<p>県産品の外販活動を行う協同組合の活動支援</p> <p>県内事業者:県及び高知県地産外商公社など関係公的機関と連携して地産外商活動を展開する高知県食品外販協同組合の運営、効果的な外販活動の展開 県産地消・外商課:高知県食品外販協同組合の運営、効果的な外販活動の支援</p>						<p>◆県産品の認知度が向上し、定番化商品が拡大</p>
	<p>高知フェア等の開催</p> <p>県内事業者:事前商談会等への参加、高知フェア出展(人員派遣)、消費者情報及びバイヤーのアドバイスを踏まえた商品の開発・改良 高知県地産外商公社:高知フェア・商談会の企画、出展フォロー、県内事業者へのフィードバック 県産地消・外商課:高知県地産外商公社と連携した外販活動の支援、高知フェア・商談会の開催、外食関係団体の産地訪問等、県産品のPR、四国産品外販ネットワーク会議による四国で連携したセールス活動</p>						
	<p>全国的な展示会や見本市への出展支援</p> <p>県内事業者:出展事業者の選考会、事前セミナー、展示商談会への出展、事後フォロー 高知県地産外商公社:展示商談会の出展企画、出展者の募集・選考、出展効果を高めるためのセミナー、事後フォロー 県産地消・外商課:高知県地産外商公社と連携した外販活動の支援、出展商品のPR</p>						
<p>産地視察型商談会への出展、開催支援</p> <p>県内事業者:商談会への出展、事後フォロー 県外量販店・卸事業者:商談会への参加 県産地消・外商課:外販活動の支援、出展商品のPR</p>							

※改革のための6つの基本方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に行き出す
 2 産業間の連携を強化する
 3 足跡を定め、地方を高める
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる
 6 移住促進により、活力を高める

高知県産業振興計画の推進によって実現

第2期計画ver.4の取り組み

現状

H24 → H25 → H26 → H27

食料品製造業出荷額等 726億円(H22) ↓ 740億円(H23) ↓ 723億円(H24) ↓ 710億円(H25) ※

生産

- 農産物の高収量化・高品質化に向けた取り組みの展開
- 新** 「次世代型こうち新施設園芸システム」の県内全域への普及加速化
- 新** 大規模な経営体を県内外から誘致
- 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立
 - ・オランダとの協定を活かし、高収量・高品質に向けたさらなる技術革新を目指す研究開発の推進
- 漁業生産量の確保と養殖業の振興



加工

- 拡** 課題解決に向けた県内食品加工業者の取り組みを総合的な視点から支援
- 土産物・特産品の商品開発・改良等を通じた、新たなヒット商品の開発支援
- 高知県立大学を核とした生産管理高度化に向けた中核的人材の育成
- 直販所を販売拠点とした加工品開発支援
- 農業・水産業の6次産業化支援
 - ・農業創造セミナーによる6次産業化に取り組む人材の育成
- 拡** 地域6次産業化支援チームによる意欲ある事業者へのハンズオン支援
 - ・こうち型集落営農のステップアップの支援
 - ・地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチング
- 水産加工業の新たな事業化の推進
- 拡** 夏季に出荷する養殖ブリの産地加工の拡大への支援
 - ・養殖クロマグロの産地加工の支援
 - ・加工事業者間の連携やグループ化による販路拡大等の促進
- 伝統的な水産加工業の振興
 - ・宗田節加工業・シラス加工業の振興
- 県内企業の設備投資の促進
 - 企業の設備投資を一層後押しするメニューの創設



流通

- 園芸品の基幹流通の強化
- 新たな販路の開拓とともに、実需者のニーズを的確に捉え生産に活かす
- こだわり野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチングを推進
- ユズ青果や果汁・加工品、花き等の輸出支援。EU向け農産物輸出支援**

販売

- 拡** 「高知家」プロモーションと連動したセールス施策の展開
- 卸業者との連携の強化や、食材・ブランド群等での商品提案などを通じた取引金額、定番件数のアップ⇒県内事業者が外商成果を実感できる活動の展開
- 新** 産地視察型商談会の開催
- 新** 県内量販店等でのテストマーケティング実施
- 拡** 関西・中部エリアでの仲介・あっせん強化
- 6次産業化パートナー企業との包括協定を生かした全国展開
- 県産品データベースを活用した県産品の販路開拓・販売拡大の支援
- 本県農業の取り組みを理解してくれるパートナー量販店での販売の強化
- 新園芸ブランドによる販売拡大
- 拡** 「高知家の魚 応援の店」登録店舗数の増大と県内事業者とのマッチング機会の充実等による取引の拡大
- 拡** 「築地につぼん漁港市場」を活用した首都圏における県産水産物のPRと外商活動の推進の支援
- 拡** 漁協の販売子会社の機能を活かした「応援の店」や「漁港市場」の活用による外商の強化
- 新** 高品質な水産物を取り扱う取引先の開拓と高鮮度出荷体制の構築



事業化された地域アクションプランの発展・拡大の支援、新たな事業化の支援
消費地が求める商品開発の支援(生産・加工・流通・販売までの一貫した支援)

産業人材育成プログラムの実践

を目指す本県産業の姿 地産地消・地産外商戦略(食品分野)

4年後の目標 (H27年度末)	さらなる飛躍 へのポイント	10年後の目指す姿 (H33年度末)
<ul style="list-style-type: none"> ●農業産出額 1,000億円以上 ●販売金額が800万円以上の漁業経営体 510経営体(22%)以上 	<p>地域の壁を越えた事業者の連携</p>	<p>ALWAYS 地産地消</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●地域アクションプラン等の事業化・定着・規模拡大支援等 60億円増 <p>新たな水産加工業の取扱高 10億円増</p>	<p>県外に流出している加工工程が県内でできるインフラの整備</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ●外商活動による全国各地での成約金額 20億円 <p>H23: 成約金額3.41億円 H24: 成約金額7.68億円 H25: 成約金額12.35億円</p>	<p>産学官連携による技術革新</p> <p>機能性成分を生かした商品開発</p>	<p>素材を生かした加工立県</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●プロモーション活動の広告効果 25億円 <p>H23: 広告効果23.3億円 H24: 広告効果22.2億円 H25: 広告効果68.1億円</p>	<p>設備投資による加工規模の拡大</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ●継続的に貿易に取り組む食品企業が倍増 50社(輸出額3億円) <p>H22: 輸出額9,600万円 H23: 輸出額1億2,900万円 H24: 輸出額2億300万円 H25: 輸出額2億7,100万円</p>		<p>全国ブランドに県産品が</p>

県産品の販路開拓・販売拡大による事業者・生産者の所得の向上

食料品製造業出荷額等 800億円以上を目指す

食料品製造業出荷額等 900億円以上を目指す

数多くの「新たな産業を担う人材」の輩出によりさらなる飛躍を目指す

※H25の数値については、「平成25年工業統計調査」の速報(従業員4人以上の製造事業所、高知県独自集計)によるため、詳細な分析については確報を待つ必要がある。

新エネルギーを産業振興に生かす

新エネルギーを産業振興に生かす

連携テーマ

- ・林業振興・環境部
- ・商工労働部
- ・公営企業局

現状と課題

強み

- ・全国一の森林率
- ・全国トップクラスの日照時間
- ・豊富な降水量
- ・恵まれた風況

- ・固定価格買取制度が導入
- ・大型製材工場が立地

課題

- ・メリットを地域内に最大限還元することが必要
- ・南海地震対策のための災害に強い街づくり
- ・系統連系枠の確保
- ・設備の導入コストが高い
- ・メガソーラーなど大規模太陽光発電に必要なまとまった土地が少ない

- ・県内の新エネルギー関連の人材と技術的知見の蓄積が必要

Step 0

導入促進

- 事業化の検討とモデル実施
- ・事業スキームの検討
 - ・設備規模
 - ・資金調達
 - ・利害関係者との合意形成など

適地の調査・把握・提供

支援策の検討・実施

新エネルギー地域コーディネーターの発掘、育成

- 新エネを活用した事業アイデアの抽出（庁内各課への照会・アンケート調査）
- <活用の視点>
- ・防災
 - ・中山間地域の活性化
 - ・地域産業の振興 など

Step 1

【地域還流型の発電事業の推進】

- ◆太陽光発電事業（メガソーラー）
（こうち型地域還流再エネ事業スキームの推進）
- ◆小水力発電（売電型）事業
- ◆風力発電事業
- ◆木質バイオマス発電事業

【エネルギー自給の推進】

- ◆太陽光発電事業（住宅用及び事業所用）
- ◆地域での小水力発電利用事業
- ◆木質バイオマス熱エネルギー利用事業

【再生可能エネルギー等の地域資源を活用した 災害に強く、低炭素なまちづくり】

- ◆防災拠点等への新エネルギーの導入促進
（グリーンニューディール基金を活用）

- ◇新エネ収益の地域への還元
- ◇公共施設等での新エネ導入のルール化
- ◇一般家庭、民間事業所での新エネ普及拡大
- ◇エネルギー自給地域の拡大

めざす姿

新エネルギー関連産業の振興・活性化

地域の資源を地域で活かしきる

地域資源を活用し、メリットを最大限地域へ還流

災害に強い
地域づくり

エネルギー
自給率の向上

地球温暖化
対策

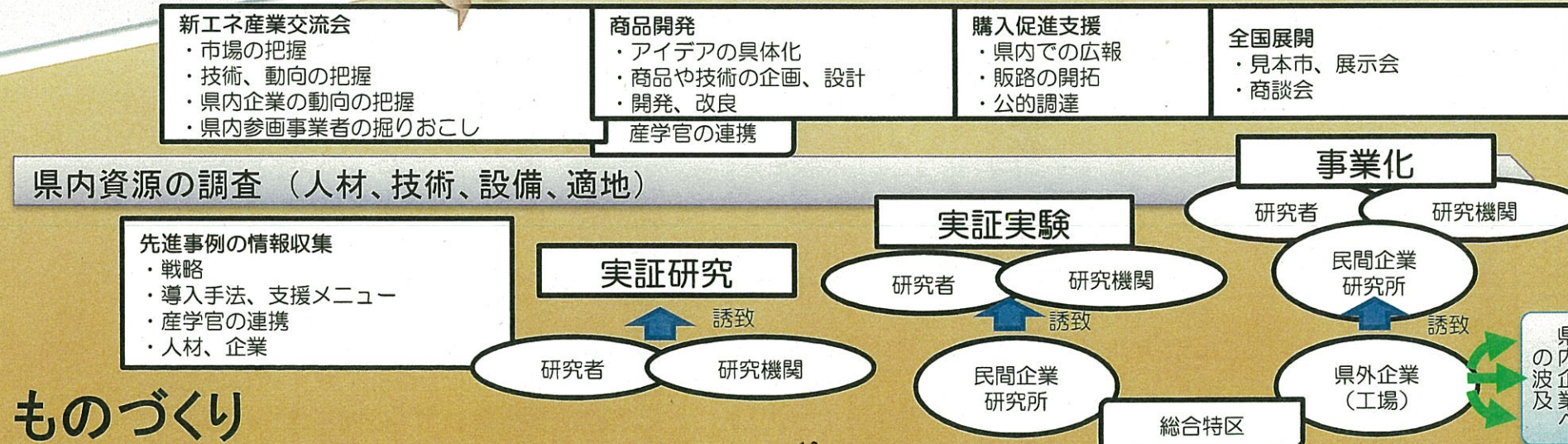
- ◆新エネルギーによる発電量（推計）
107百万kWh
→ 595百万 kWh
- ◆電力需要に対する率
2.3% → 12.7%

雇用の創出

産業の育成

全国有数の
実証フィールド

関連産業の
誘致



ものづくり

木質バイオマスの利用拡大

1. これまでの取組みにより着実に前進

「木質バイオマスボイラー導入状況」 基金事業を活用し木質バイオマスボイラーが大幅に増加

- ◆合計台数 208台【(H25年度末)】
- ◆分野別の割合
 - ・園芸施設 169台(81%)
 - ・冷暖房施設 10台(5%)
 - ・温泉施設 15台(7%)
 - ・その他(養鰻施設等) 14台(7%)

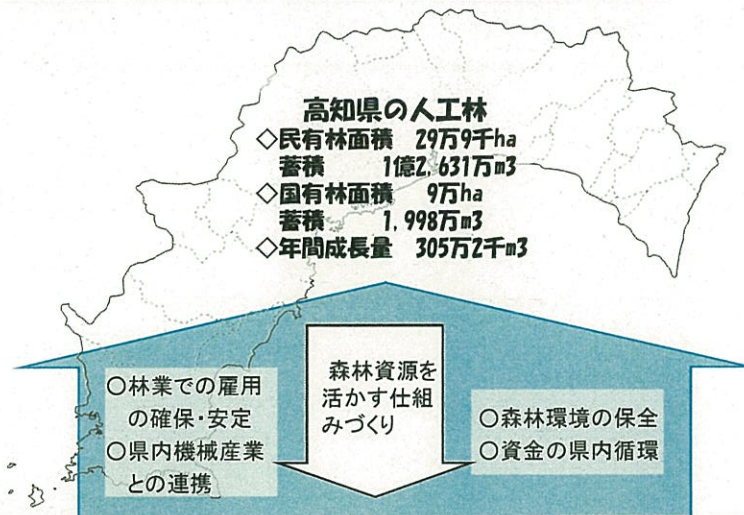
「木質バイオマス燃料の県内供給状況」

- ◆ペレット製造施設 6箇所(生産可能能力10,700t)
- ◆燃料用チップ製造施設 3箇所
- ◆燃料用おが粉製造施設 1箇所

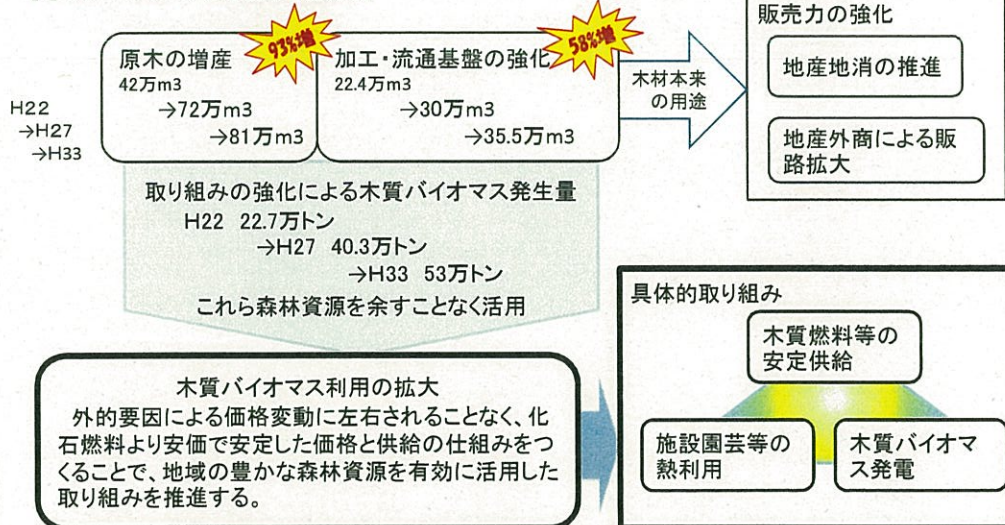
「石炭との混焼による木質バイオマス発電の取組み状況」

- ◆住友大阪セメント(株)須崎工場で実施
- ・平成25年度実施量 約4万トン

2. 林業・木材産業の再生の中での木質バイオマスの基本的考え方



高知県産業振興計画 【木質バイオマス利用の拡大】



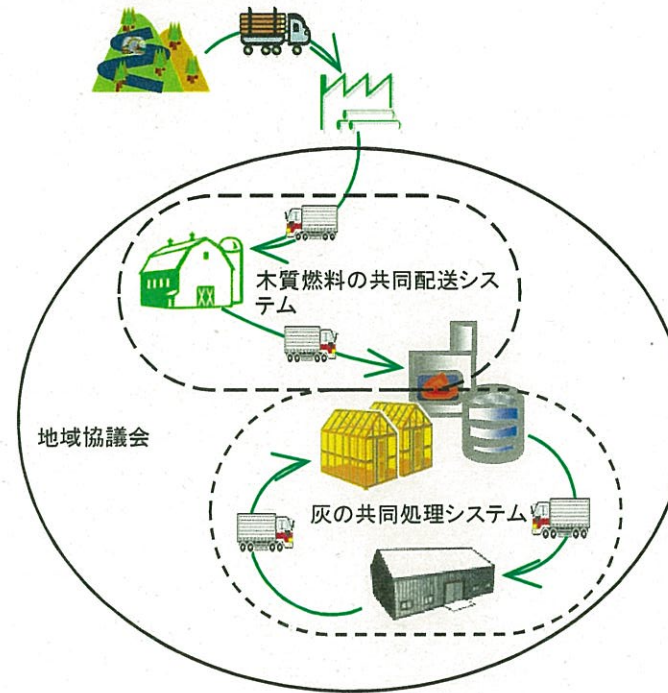
木質バイオマス利用拡大に向けた目標値
H21年度実績 22.7万トン → H27年度 40.3万トン → H33年度 53.0万トン

- 木質バイオマス利用の拡大に向けた課題
- ◇木質燃料
・安定した価格
・安定供給
・配送コスト
 - ◇燃焼灰
・回収コスト
・処理コスト
 - ◇機器の導入
・導入コスト

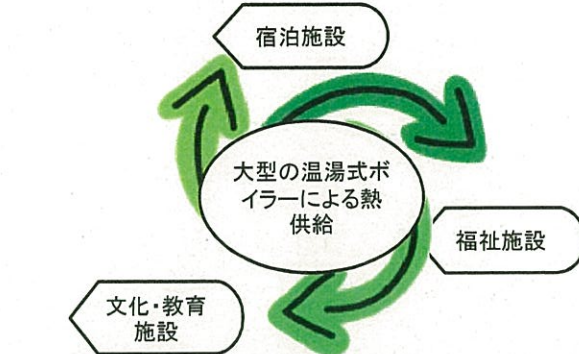
3. 今後の利用拡大に向けた取組みの方向性(課題への対応)

ア、効率的な事業展開

- ◆持続可能な地域循環システムの仕組みの検討

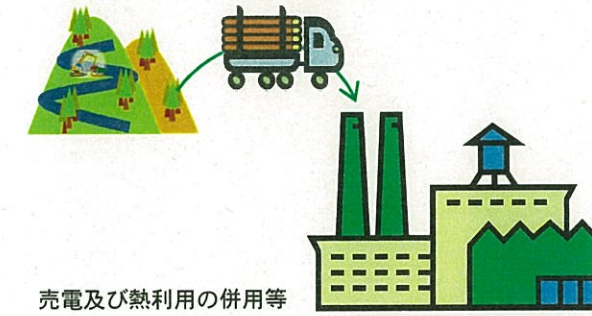


- ◆集約型地域熱利用の可能性を調査



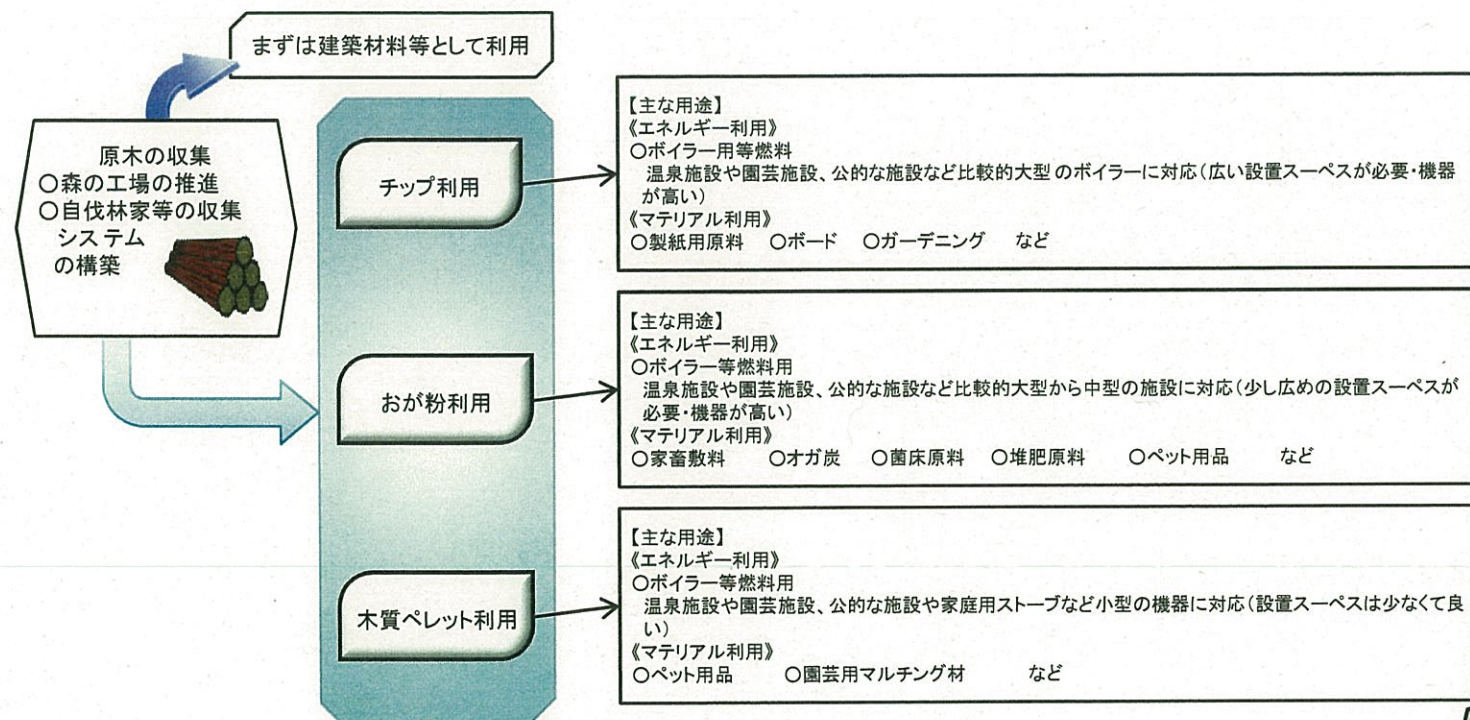
イ、木質バイオマス発電

- ◆木質バイオマス発電の推進



ウ、総合カスケード利用に向けた新たな展開

- ◆多様な用途への対応を考慮した総合カスケード利用の検討と供給体制の整備



太陽光発電の導入促進(大規模太陽光発電)

現状

- ◆本県は全国トップクラスの日照時間
- ◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
 - ・固定価格買取制度による設備認定の状況(平成26年8月末現在)
 - メガソーラー 99件 456,957kW
 - 出典:資源エネルギー庁公表資料
- ◆県内の民間企業によるメガソーラー発電事業が始まっている
- ◆RPS法(※)認定の11kW以上の設備(平成24年1月末現在)
 - 99件 3,518kW
 - 出典:四国経済産業局発行「新エネアイランド四国平成24年版」

※電気事業者による新エネルギー等の利用に関する特別措置法(Renewables Portfolio Standardの略)
電気事業者に対して、毎年度、販売電力量に応じて一定割合以上の新エネルギーから発電される電気の利用を義務付けるもの

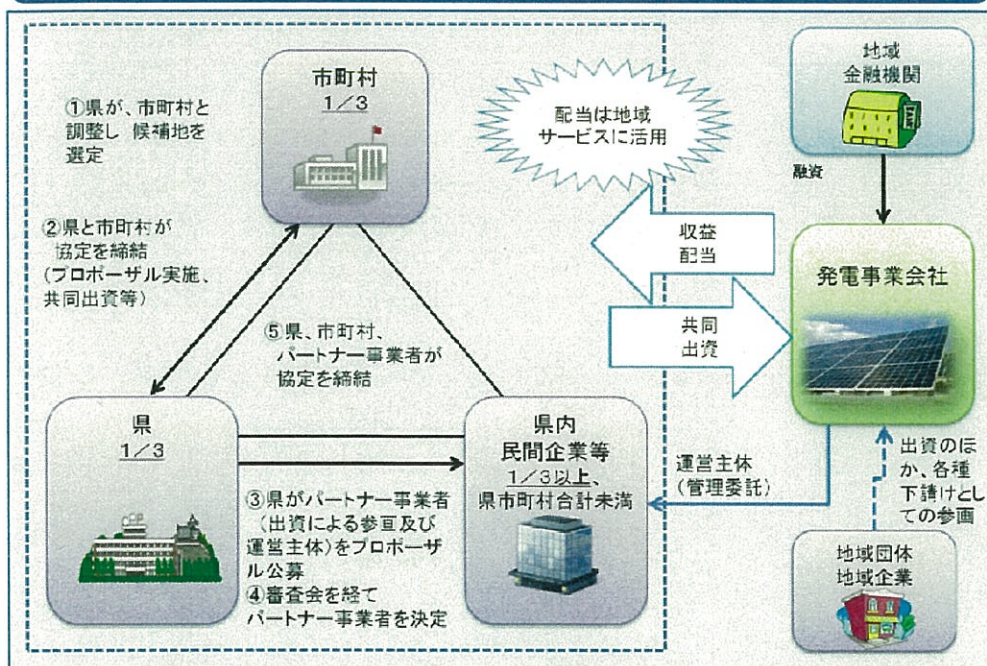
大規模太陽光発電導入の主な課題

- ◆全国トップクラスの日照時間を十分に活用していない
- ◆再エネ発電事業で得られるメリットを地域内に最大限還流することが必要
- ◆場所によっては電力会社への接続が困難な場合や、費用負担が大きい場合がある
- ◆発電所の建設には相当規模の用地が必要となり、適地が限られている
- ◆固定価格買取制度の優遇期間である3年間経過後の買取価格が不透明であるため、スピード感をもって取り組む必要がある

導入のための対策

- ◆県内企業や地元資金を活用した地域主導型による導入の促進
- ◆地元企業によるノウハウの蓄積
- ◆未利用地等の活用

こうち型地域還流再エネ事業スキーム



導入のメリット

- 【地域のメリット】
 - ・固定資産税収入
 - ・建設時雇用
 - ・保守管理業務への雇用
- 【事業者のメリット】
 - ・売電収入
 - ・環境貢献

具体的な対応策

こうち型地域還流再エネ事業スキームの推進
(固定価格買取制度の活用)

送電網の増強、農地法等の規制緩和に向けた提言

太陽光発電の導入促進（中小規模太陽光発電）

現状

- ◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
 - ・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成26年8月末現在）

10kW未満（住宅用）	5,014件	23,986kW
10kW以上1,000kW未満	4,548件	189,504kW

 出典：資源エネルギー庁公表資料
- ◆住宅用太陽光発電は、国の補助金の再開や発電電力の買取価格の充実により県内でも増加している
- ◆中規模太陽光発電の適地が少ないための導入が遅れている
- ◆県外では公共施設の屋根貸しの導入が進んでいる
- ◆RPS法認定の10kW以下の設備
 - ・平成22年度末 4,749件 導入率2.12%
 出典：四国経済産業局発行「新エネアイランド四国平成24年版」

中小規模太陽光発電導入の主な課題

- ◆中規模の発電所を建設できる適地が少なく、固定価格買取制度のメリットを活かしきれていない
- ◆民間施設の屋根借りは、借りる側、貸す側ともにリスクが大きい
- ◆初期費用の負担が大きい

導入のための対策

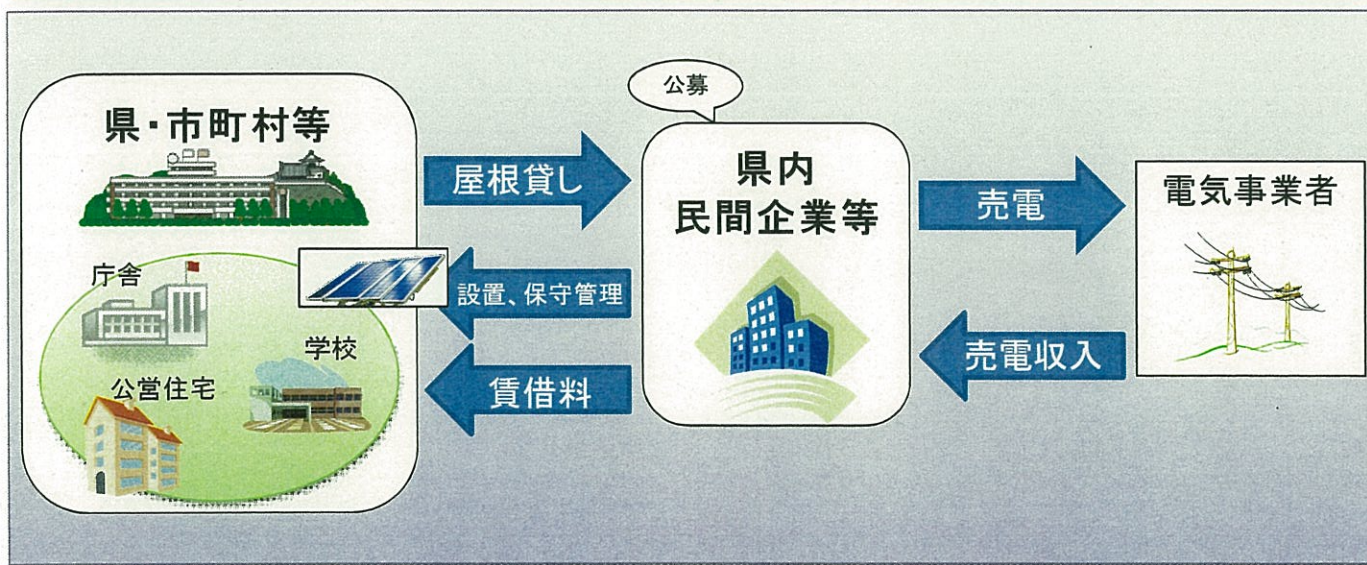
- ◆公共施設の屋根貸しの検討
 - 【屋根貸しの課題】
 - ・建物の耐震性、施工性の判断
 - ・雨漏りのリスク
 - ・長期貸付における事業継続のリスク など

具体的な対応策

公共施設の屋根貸しによる導入の促進

建築基準法等の規制緩和に向けた提言

公共施設の屋根貸し方式による太陽光発電事業のイメージ



導入のメリット

- 【自治体のメリット】
 - ・屋根使用料収入
 - ・固定資産税収入
 - ・環境貢献
- 【事業者のメリット】
 - ・売電収入
 - ・環境貢献
 - ・屋根を長期で借りられる

小水力発電の導入促進

現状

- ◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
 - ・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成26年8月末現在）
2件 266kW 出典：資源エネルギー庁公表資料
- ◆国土交通省による水利権等の規制緩和により水利使用手続きの簡素化などが進められている
- ◆RPS法認定の県内の既存施設
 - ・電気事業者 5箇所（合計 2,346kW）
 - ・大川村 60kW ・梶原町 53kW
 - その他、県内では小規模な設備の活用実績がある（香美市、馬路村）
- ◆小水力発電関連機器の開発に関心を持っている県内企業がある



小水力発電導入の主な課題

- ◆全国トップクラスの豊富な降水量を小水力発電に生かしきれていない
- ◆建設単価が高い
- ◆採算の合う適地の選定が難しい
- ◆水利権等の法的手続きが複雑
- ◆小規模の水車発電機は汎用装置が少なく、それぞれの導入地の条件にあわせた設計が必要

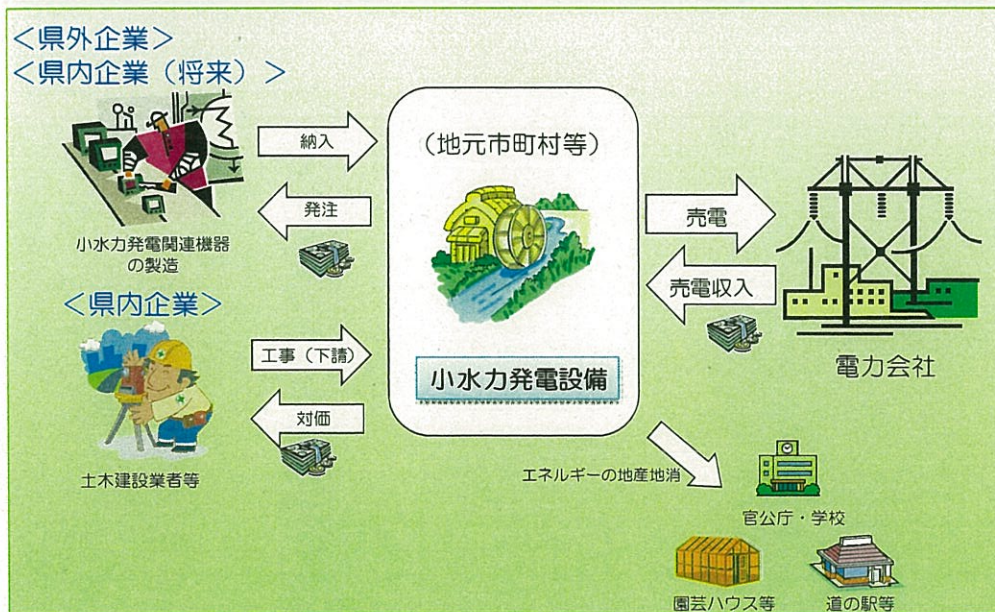
導入のための対策

- ◆採算性の確保
 - ・県内適地での事業化可能性の研究
- ◆県内市町村等に対する技術的支援
- ◆河川法の規制緩和に向けた提言

機器開発のための対策

- ◆県内企業による水車発電機開発への支援

小水力発電活用のイメージ



導入のメリット

- 【地域・個人のメリット】
 - ・未利用資源の有効活用
 - ・エネルギーの地産地消
 - ・コミュニティの再生
- 県内企業の関連産業への参入
→県外市場への参入拡大

具体的な対応策

- 小水力発電導入に向けた調査・検討
 - ・地蔵寺川発電所（仮称）の建設
- 県内市町村等に対する小水力発電導入に向けた技術支援
 - 小水力発電市町村支援事業
- 県内企業による水車発電機開発への支援
- 河川法における水利権等事務手続きの簡素化の提言

風力発電の導入促進

現状

- ◆再生可能エネルギーの固定価格買取制度が施行された
 - ・固定価格買取制度による設備認定の状況（平成26年8月末現在）
1件 35,000kW 出典：資源エネルギー庁公表資料
- ◆電力品質の安定供給のため、新たな風力設備の接続を制限する電力会社による系統連系（買取）枠が設定されている
- ◆出力10,000kW以上の場合には、環境影響評価が義務付け
- ◆5事業者により、7箇所、40基、36,450kWによる発電事業が行われている（うち、公営のものは県公営企業局3箇所5基2,950kW、栲原町1箇所2基1,200kW）
- ◆風の強さを示した風況マップ（NEDO）によれば、県内に適地（風速6m/s以上）がある
- ◆小規模から100kWまでの中型の機器を製造する国内の企業は少ない
- ◆国による洋上風力発電の実証研究が開始された

風力発電導入の主な課題

- ◆県外資本により建設された場合、地元で資金が還流しない
- ◆環境影響評価が義務付けられたため、電力会社への系統連系枠の確保に時間を要する
- ◆小規模の場合は、採算性の確保が難しい
- ◆関係者との合意形成に時間を要する
- ◆発電機器の開発には、部品などの製造コストに加え、製品試験などの経費負担が大きい

導入のための対策

- ◆地元への波及効果の拡大
- ◆具体的な事業実施に向けた取組

新たな分野への挑戦

- ◆洋上風力発電の検討

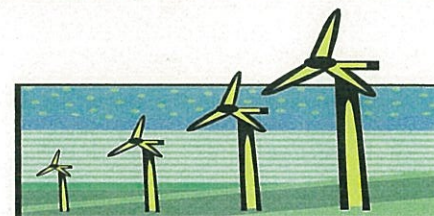
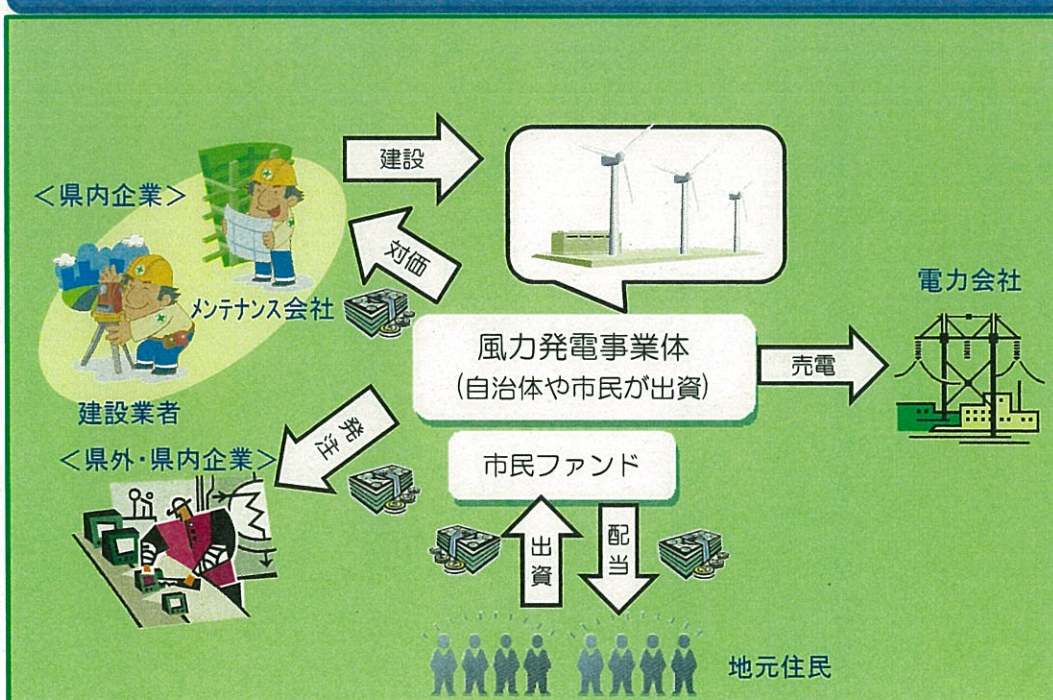
具体的な対応策

市町村による出資や一部単独運営などに向けた検討

希望事業者等からの導入の提案や相談への対応

地元の漁協、自治体、事業者等を対象とした洋上風力発電導入に向けた勉強会の開催

自治体出資(運営)や市民出資による事業イメージ



導入時のメリット

- 【地域のメリット】
 - ・固定資産税収入
 - ・建設時の雇用
 - ・保守管理業務の雇用
- 【事業者のメリット】
 - ・売電収入
 - ・地域貢献

防災拠点等への新エネルギーの導入促進

現状

- ◆高知県版の南海トラフ巨大地震の震度分布及び津波浸水予測が公表された
- ◆最大クラスの津波からも命を守ることができるように、県をあげて地域の防災拠点施設や避難所の整備等に最優先で取り組んでいる
- ◆災害時等の非常時に必要なエネルギーの確保のため、非常用自立電源の整備が求められている

主な課題

- ◆災害時等の非常時に必要なエネルギーを確保するための新エネルギーや蓄電池など設備の導入費用の負担が大きい
- ◆新エネルギーを導入している防災拠点施設等は1割程度
- ◆一度の大量の防災拠点施設等への導入が困難

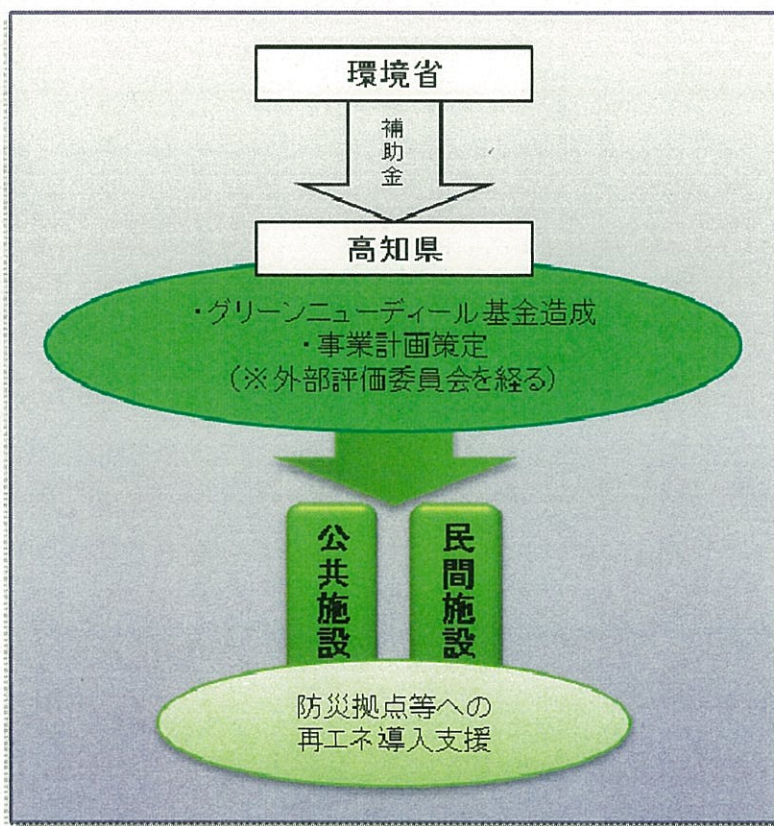
対策

- ◆防災拠点施設等に対する設備導入の支援

具体的な対応策

グリーンニューディール基金を活用した
新エネルギーの導入促進

基金事業スキーム



導入時のメリット

- 【メリット】
- ・災害時等の停電時の電力確保
 - ・平常時の電力使用

産学官連携による力強い産業の礎を築く

高知県産学官民連携センター(案)

～「高等教育機関の知見・活力」・「永国寺キャンパス内に設置」を活かし県勢浮揚を目指す“3つの(つながる)拠点機能”～

知の拠点

高等教育機関とつながる“知”の拠点

I 県内の高等教育機関につなぐ相談窓口の設置

- 企業・地域の課題・ニーズに対する相談窓口を設置。産業振興、地域振興などに対応
- 産学官連携を推進するプラットフォームとして、関係各課や各専門機関と連携

Point

大学等の担当者等が日常的に顔を会わせて情報共有や議論を深め課題解決につなげる

- ・ 新たな事業展開を図る動きをサポート
- ・ F Sプログラムや連携プロジェクトの実施
- ・ 県内の高等教育機関のシーズ集作成等

交流の拠点

産学官民がつながる“交流”の拠点

II 産学官民の交流機会の創出

- 交流スペースを設置し、企業・地域の方々が、大学のシーズや活動等を知る場、様々なテーマによるワークショップや県内外の英知を導入した連続講座等を通じて課題解決やアイデア創造等行う場として機能

Point

積極的なしなやかで連携のパイプを拡大

- ・ 大学シーズ紹介、企業・地域ニーズ紹介等
- ・ 起業家リレーセミナーの開催
- ・ さまざまな英知を集めた連続講座の開催

人材育成の拠点

産業振興や地域振興につながる“人材育成”の拠点

III 人材育成

- 土佐まるごとビジネスアカデミー
産学官の連携で構築した産業人材育成プログラム(通称 土佐MBA)を実施
- 大学等が実施する社会人教育等の一元的な情報発信

Point

受講生のフォローアップ

- ・ 受講生の学びのステップアップを促進
- ・ 事業活動の次なるステージへの支援
- ・ 「交流の拠点」機能でネットワークづくり

事業化支援

事業化に踏み出すためのステップを支援

- フィージビリティスタディプログラム実施(事業化構想の目利き、助言・アドバイスや補助金での支援)
- 連携プロジェクトの実施(学学連携、産学連携等による研究開発等)

県内外連携

県内外の「英知」の導入

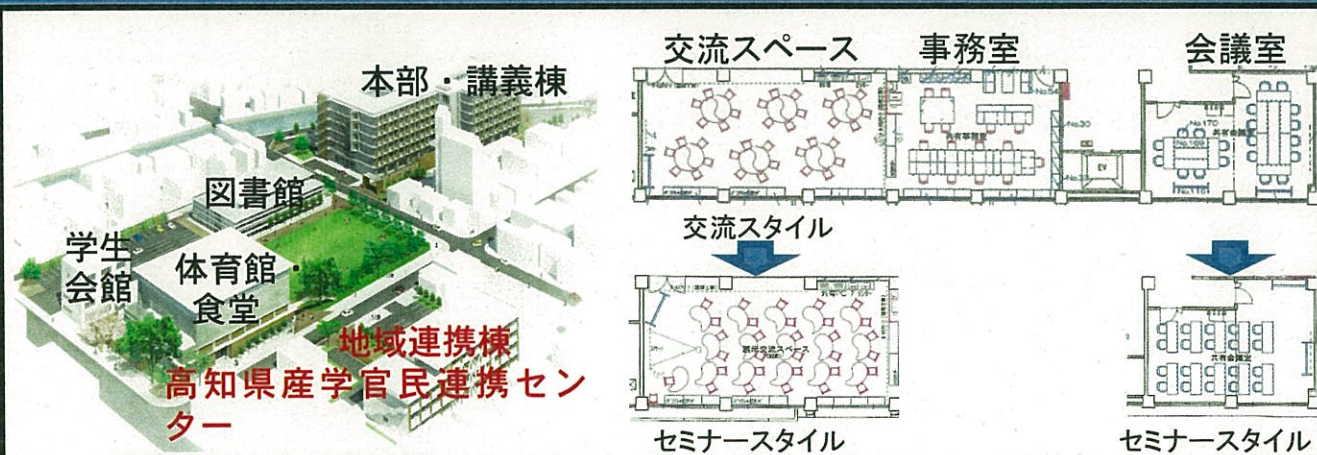
- 国の外郭団体等:コーディネータ育成研修等の連携
- 金融機関、企業等:ワークショップ、アイデアソン、連続講座の開催等

名称

求心力と親しみを持つ名称

- 名称:高知県産学官民連携センター
Kochi Regional Collaboration Center
- 愛称:ココプラ(高知県の連携拠点「プラットフォーム」)

H27年4月 永国寺キャンパス(地域連携棟1階)に設置

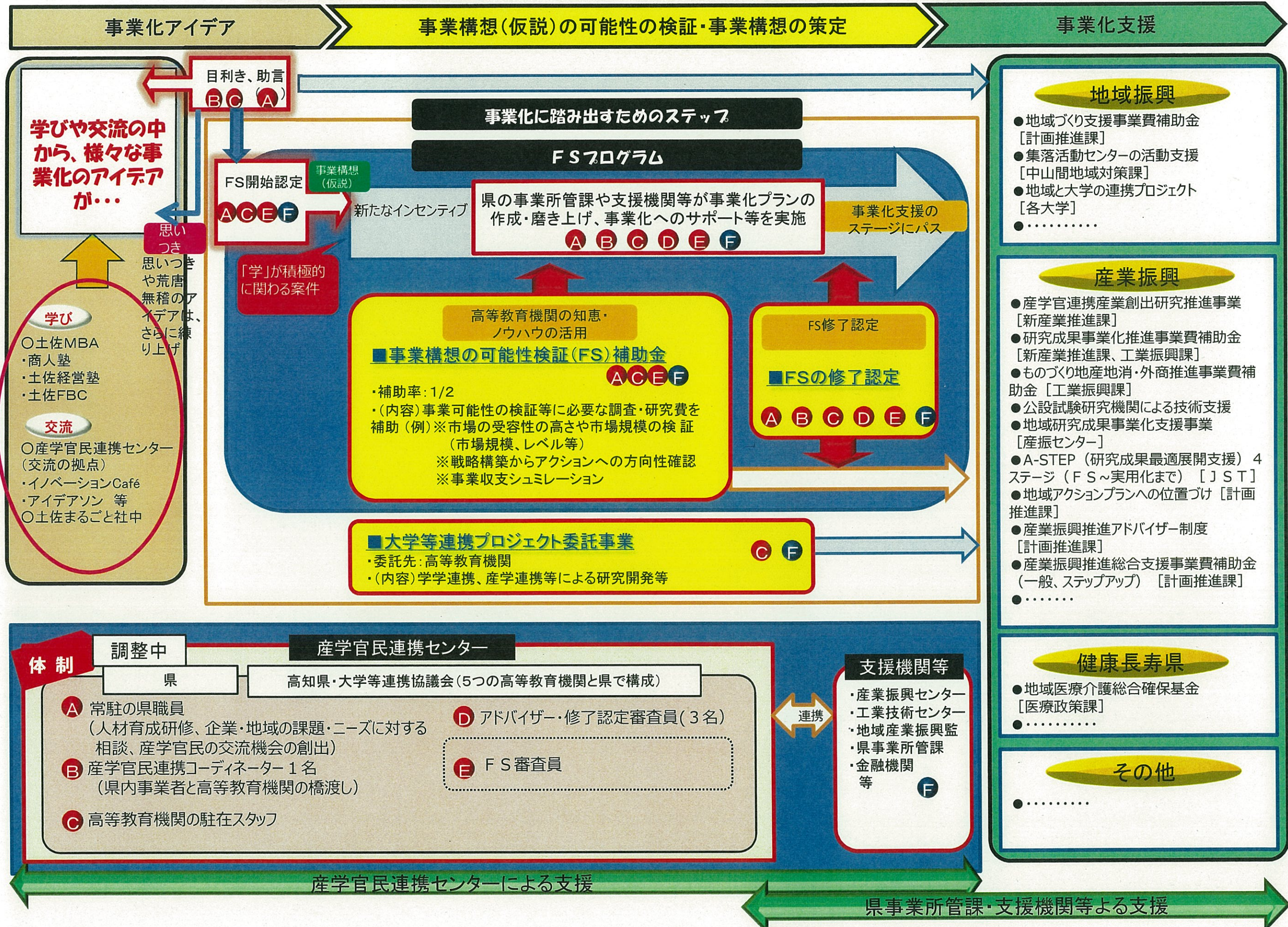


3つの拠点機能が産学官民にもたらす効果

- 産・民: 大学等の知の活用機会が増加し、
- ① 新サービスや新商品の創出、収益向上や雇用創出
 - ② 企業・地域等の課題解決
 - ③ 若手人材の地域定着等
- 大学等: ① 情報の共有化等による、共同研究・外部資金獲得促進
② 地域志向型の教育・研究・共同研究等、大学等の地域貢献活動の促進
③ 大学等の魅力アップ、大学等に対する県民の信頼増進等
- 県全体: 大学等の知・活力を活用した取組の加速化による県勢浮揚

アイデアを事業化につなげるための支援フロー(案)

【補足説明資料】



高知県産学官民連携センター「交流事業全体」スケジュール案

【補足説明資料】

項目 () は講師等	目的	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
大学等シーズ紹介 (県内各大学・高専)	県内各大学等の英知の活用促進		●	毎週 シーズ・研究紹介 (県内各大学等持ち回り)										●
経営者トーク (県内企業・起業家)	企業の強み、ニーズ、課題等を情報共有、連携促進		●	毎月 起業家トーク・自社紹介(県内企業)										●
大学が実施する講演・セミナー等(共催事業)	県内の英知の活用促進		●	2ヶ月に1回程度 様々なテーマによる講演等(県内大学等) 企業と学生等によるワークショップ、サイエンスカフェ等										●
NPO、経済団体等が実施する交流事業等(共催事業)	県内の産学官民英知の活用・連携促進		●	2ヶ月に1回程度 様々なテーマによる講演等(土佐まるごと社中等)										●
大学等地域貢献活動・学部紹介(学生等)	県内大学等の活力活用促進				●				●				●	
				学部紹介(大学)			地域貢献活動紹介(学生)				地域貢献活動紹介(学生)			
各種支援制度、公設試研究内容紹介	県内の英知、支援制度の活用促進			●					●				●	
産学官民連携成果報告会 (県内企業、地域等)	連携事例等紹介により、連携、支援制度の活用促進												●	
連続講座 (総研、銀行等連携)	県外の英知の活用促進(ビジネスチャンス拡大等)		●	全5回程度 ○○テーマ					●	全5回程度 ○○テーマ			●	
						●	全5回程度○○テーマ			●		全5回程度○○テーマ		●
ゲスト招聘セミナー (全国で活躍する著名人等)	産学連携等の成功事例等を学び連携促進		●	年8回開催 産学官連携 (全国で活躍する人、産学官連携の実践者等)										●
アイデアソン (企業と共催)	課題解決、ビジネスチャンス等に向けたアイデア出し、連携促進					●								
高知家学講座 (産業振興推進部連携事業)	高知県パートナーズ協定提携企業×県が実施する高知家学講座(高知合宿)				●	高知合宿					●	高知合宿		
						東京で開催(産振部)								
目利き人材育成研修 (調整中)	産学官連携に携わる関係機関等を対象に実施				●	7~8月		●						
産学官民連携情報共有会議	県内の産学官民連携に携わる関係機関等の情報共有会議		●											●

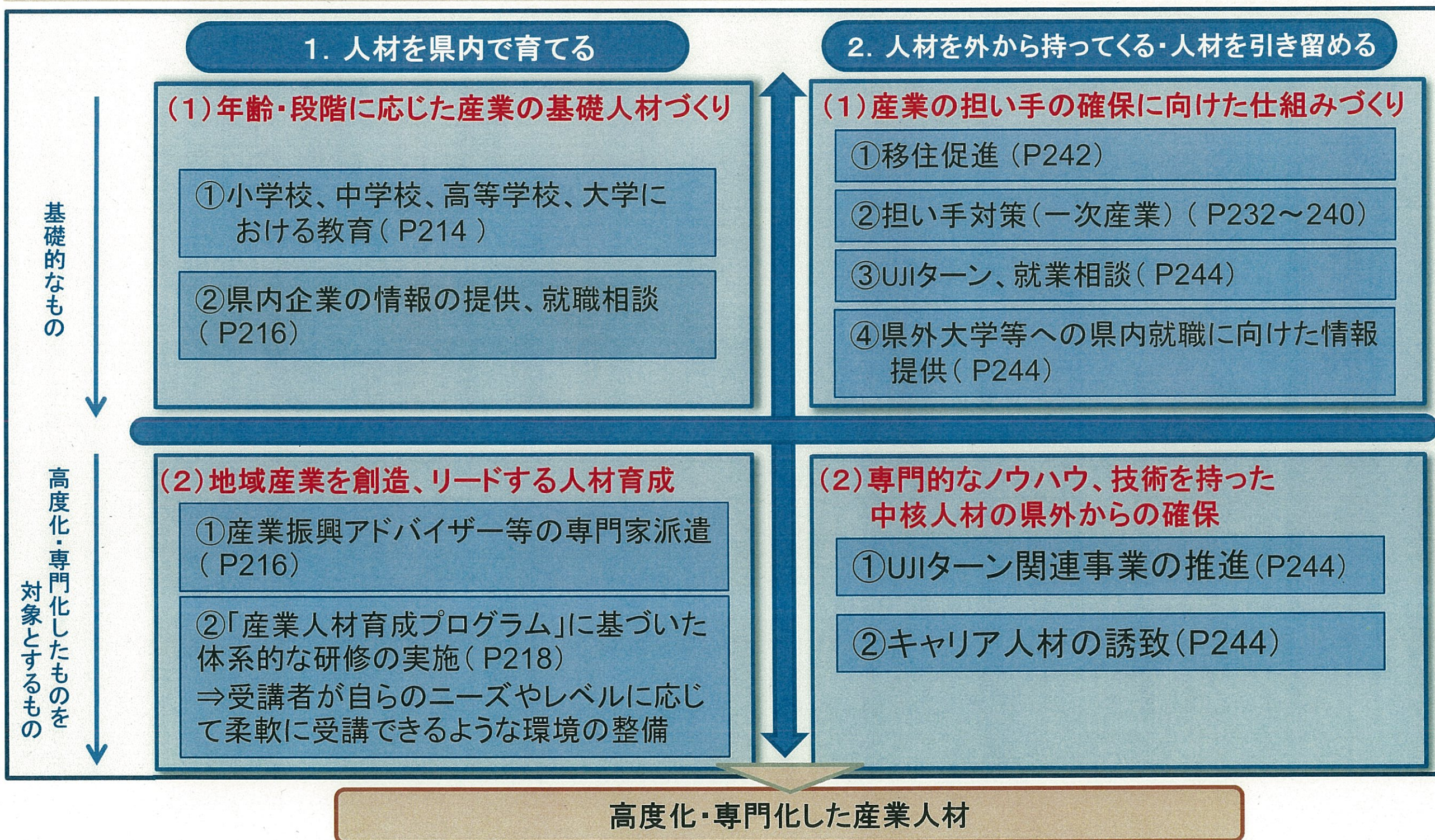
産業人材の育成・確保

産業人材の育成・確保

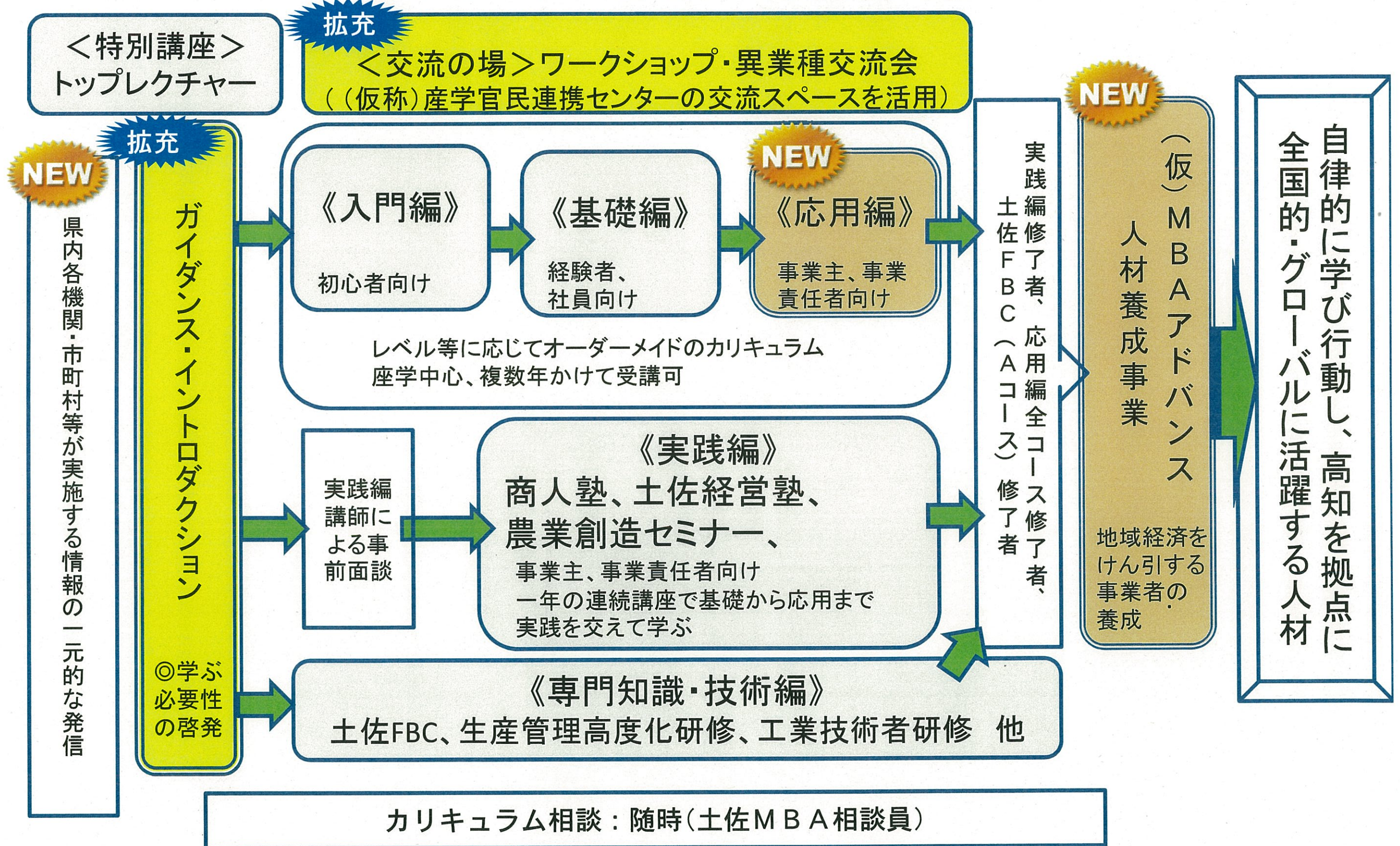
目指す方向

産業振興計画を推進し、本県産業を着実に振興していくためには、各々の地域で中核となり産業を支えていくことができる「人材」が重要
人材を増やす方策として

- I 人材を県内で育てる(育成戦略) II 人材を外から持ってくる(獲得戦略) III 人材を引き留める(流出防止戦略)
支援の内容 ⇒ i) 基礎的なもの、ii) 高度化・専門化したものを対象とするもの



平成27年度 土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA) カリキュラム体系の再構築(案)



移住促進による地域と経済の活性化

移住促進による地域と産業の活性化

背景

積年の課題

- 人口が全国に15年先行して自然減
- 高齢化率の上昇も全国に10年先行
- 縮小を続ける県内市場

顕在化する諸課題

都市部

- ・居住人口の減少
- ・魅力低下に伴う来街者の減少
- ・賑わい（回遊）の低下
- ・空洞化（空き店舗の増加等）

中山間地域

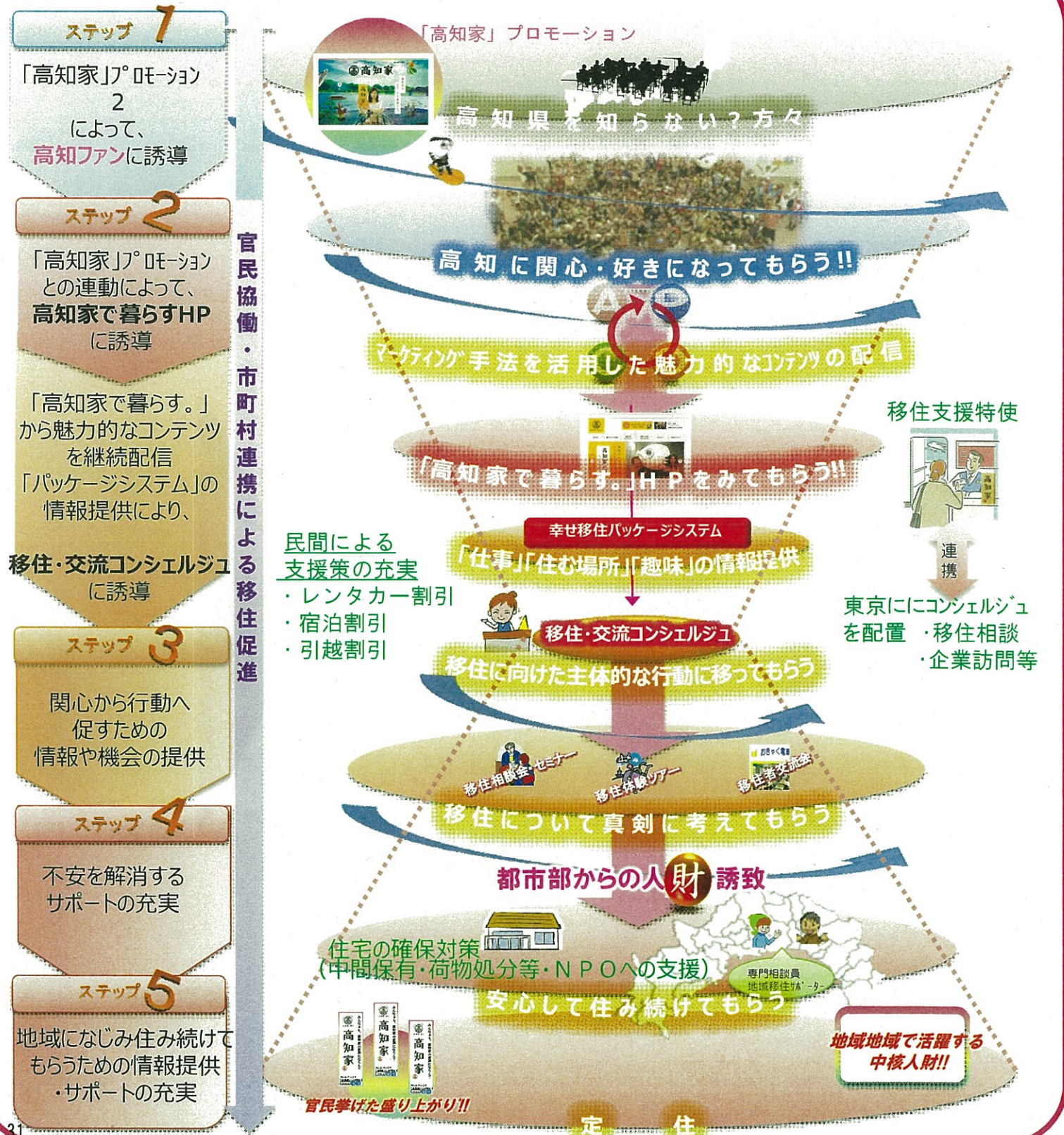
- ・コミュニティ機能の維持
- ・生活支援や福祉サービス等の提供
- ・地域・産業の担い手不足

ねらい

市町村との更なる連携強化のもと、移住促進策を抜本強化し、高知ファンや移住に関心のある方を広げ、本県への移住に結び付けることで、地域の活性化と経済の活性化につなげる。

ステップ	各ステージの課題	施策の方向性
5	高知に安心して住み続けてもらう	居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらおう。
4	移住について真剣に考えて決めてもらう	移住後の生活に不安を持つ人が多い。 (仕事や住居の確保等) -移住自体ハードルが高い-
3	移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	移住に関心を持って、具体的に行動に移す人は、極めて少ない。
2	移住に関心を持ってもらう	移住を意識している人が少ない。
7	高知を知って・好きになってもらう	全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない。

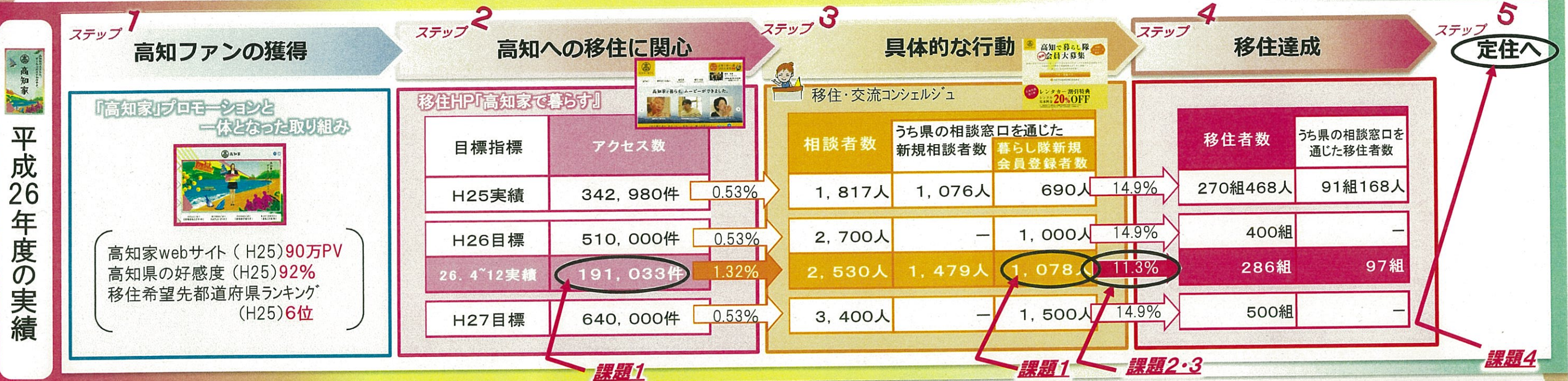
◆移住促進策の全体像



平成27年度 移住促進策のバージョンアップ

【バージョンアップのねらい】

○平成27年度の目標に掲げる県外からの移住者数「500組」の達成に向け、国の「地方創生」の動きと連動するとともに、各産業分野や県・市町村・民間団体との連携を更に深め、「ALL 高知家」による移住促進策の展開を図る。



目標達成に向けた課題

課題1

○国の「地方創生」の動きの中で、激化する他県との競争に打ち勝つ必要

課題2

○増加する移住相談に的確に対応し、移住希望者をスムーズに移住・定住に繋げるためには県・市町村の受け入れ体制の更なる整備促進が必要

課題3

○県・市町村・民間団体の移住関連イベントが個別に展開されており相乗効果が十分に発揮されておらず、スムーズなパス回しを意識してイベントを開催することが必要

○各産業分野が実施する担い手確保の施策に加え、目的が明確でない人財に情報を届けることが必要

課題4

○移住後のミスマッチをできるだけ防ぐため、移住前・移住後の支援策の質、量の更なる拡大が必要

課題解決に向けた平成27年度当初予算の概要

※移住促進課計上分

全国移住促進センター(仮)を最大限活用

【初】移住・交流総合案内業務委託料
・移住・交流コンシェルジュ(東京)の体制の充実(1→2名) H26.9補正で対応

「高知家」プロモーションと連携した取り組みの展開

【初】【地産地消・外商課】高知家プロモーション推進事業費
・移住への入り口である高知ファンづくり(ステップ1)から、暮らし隊会員オンライン登録(ステップ3)までを「高知家」プロモーションと一体となって展開。 H26.12補正で対応

【NEW】広報素材等作成委託料
・相談ブースの装飾等を高知家のトーン&カラーに揃え、ALL高知家の一体感を演出

県内の地域地域で「ひと(移住希望者)」を呼び込む受け入れ体制の整備促進

【初】【再掲】移住・交流総合案内業務委託料
・移住・交流コンシェルジュによるサポート体制の充実(6→9名)
【初】移住促進事業費補助金
・市町村専門相談員の配置拡大(H26:19市町村→H27:30市町村(予定))

県・市町村・民間団体と連携協調した移住促進戦略の展開

【初】【再掲】移住・交流総合案内業務委託料
・都市部における全国規模の相談会への出展強化
【初】【再掲】移住促進事業費補助金
・相談会等に市町村が出展する経費や、市町村独自の移住体験ツアーを支援
【NEW】スムーズなパス回しを意識した相談会、体験ツアー等の開催

ターゲット別(分野×年代等)移住促進戦略の展開

【初】【再掲】高知家プロモーション推進事業費
・県のHP「高知家で暮らす」のコンテンツに仕事別に加え、「子育て」「アクティブシニア」など暮らし方や世代に着目したコンテンツを追加

人財誘致のPDCAを踏まえた取り組みの展開

【初】人財誘致促進事業費
・多種多様な人財の獲得に向けて、事業承継・人材確保センターとの連携

移住後のミスマッチの防止

【初】【再掲】移住・交流総合案内業務委託料
【初】【再掲】移住促進事業費補助金
・移住・交流コンシェルジュの体制充実や市町村専門相談員の配置拡大により、相談段階で地域の情報などを十分に提供 ※地域移住サポーターの普及も実施
・お試し滞在施設の整備と併せて体験ツアー等のソフト事業の実施を促進
【NEW】高知市周辺部でのお試し滞在の促進

【共通】

KIP(高知家移住促進プロジェクト)の取り組みの更なる支援

【再掲】移住促進事業費補助金

民間のネットワークを活かし、クリエイター層をターゲットにした都市部でのイベントの開催などを支援

戦略の柱【移住促進による地域と経済の活性化】

取組方針	目的	これからの取組の方向性	効果	これからの取組	移住方向									
					1	2	3	4	5	6				
4. 移住について真剣に考えて決めてもらう	◆仕事や住居の確保など、移住後の生活に不安を持つ人が多(そもそも移住するということがハードルが高い)	<ul style="list-style-type: none"> 官民協働での「高知県移住推進協議会」の設立と協議会の開催 官民協働による移住希望者への新たな支援策の開始(レンタカー割引、引越割引、宿泊特典、リフォーム割引) 市町村における「専門相談員」の配置の促進 平成26年度においては、20市町村で配置(12月末時点) 住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及 平成26年度においては、10市町36人に委嘱(12月末時点) 	◆移住促進の取り組みの必要性や目標の共有による市町村や民間団体等との更なる連携協働	<ul style="list-style-type: none"> 市町村や民間団体等との連携強化によるサポート体制の充実 官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営 ◎移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応[再掲] ○市町村「専門相談員」の配置の促進 ○地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及 ★移住促進に取り組む、民間支援団体のネットワーク化を支援 							○			
		<ul style="list-style-type: none"> お試し滞在住宅等の移住者支援施設の整備を支援 平成26年度においては、17市町村が移住者支援施設を保有(12月末時点) 	◆移住者の希望する地域の空き家情報がない、希望を満たす空き家情報がないというミスマッチが生じている	<ul style="list-style-type: none"> 受入施設の整備と利用促進 ★移住者向け住宅の確保促進 ★県内都市部における「お試し滞在」の促進 									○	
			◆地域の求める人材ニーズと都市部人材等との結びつけ	<ul style="list-style-type: none"> ◆都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援 ★都市部での座学や高知での短期研修の実施 ★企業等が実施するOJTやOFF-JT研修を支援 										○

※これからの取組の★は新規事業 ○は拡充事業 ●は継続事業

2014	2015	2016	2017	2018	目標値	実績値
					◆移住者数 年間500組 ※県+市町村で把握する移住者数	
	<p>移住希望者の不安を解消してもらうための情報の提供や、サポートの充実</p> <p>県産業振興推進部、市町村、民間団体等： 官民協働による「高知県移住推進協議会」での移住者支援策の検討や、市町村における「専門相談員」の配置の促進、地域における「地域移住サポーター」の委嘱の促進、移住・交流コンシェルジュの充実等により、官民が連携して移住希望者をサポートする体制を整え、移住希望者への情報提供やサポートにあたる</p>					
	<p>民間の移住支援団体との連携強化</p> <p>県産業振興推進部、市町村、民間団体等： 移住支援に取り組む民間団体等の全体的なネットワーク形成と連携した事業の実施を支援</p>					
	<p>受入施設の整備と利用の促進</p> <p>県産業振興推進部、県土木部、市町村、民間団体等： 移住者向け住宅情報の掘り起しの際の課題となる空き家内の荷物や移住者に家を貸すことに対する不安の問題を解消するため、空き家内の荷物の整理や市町村、NPO等による住宅の中間保有を支援し、移住者への住宅の供給を促進する 市町村とともに、NPO等によるお試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備を支援する 民間事業者と連携し、県内都市部で「お試し滞在」の受け皿を確保</p>					
	<p>都市部人材の誘致に向けて起業・就業を支援</p> <p>県産業振興推進部： 高知県での起業や就業を考えている都市部の人材を対象にその実現に向けた研修や県内企業とのマッチングの機会を提供 【就業】都市部での座学研修や高知での短期研修(マッチング・フィールドワーク)の実施 【起業】テーマを絞って都市部での座学研修と高知でのフィールドワーク研修を組み合わせて実施 ・受入企業等が実施するOJT、OFF-JT研修を支援 ・市町村等が受け入れる都市部の民間企業人材の件数について、市町村を支援</p>					
					◆年間20組の都市部等からの移住者が、支援事業を活用したOJT、OFF-JT研修を受講	

※改革のための6つの基本方向
1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足元を固め、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
6 移住促進により、活力を高める

高知県産業振興計画の推進によって実現

現状

県外からの移住者120組(H23) ↓ 121組(H24) ↓ 270組(H25)

※上記は、県及び市町村の相談窓口等を通して移住した者の数

現状	課題	施策の方向性
高知を知って・好きになっ てもらう	全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない	広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信
移住に関心を持 てもらう	移住を意識している人が少ない	移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信
移住に向けた主体的な行動に移 ってもらう	移住に関心を持って、具体的に行動に移す人は、極めて少ない	関心から行動へと促すための情報や機会の提供
移住について真剣に考 えて決めてもらう	移住後の生活に不安を持つ人が多い (仕事や住居の確保等) [そもそも移住するということはハードルが高い]	不安を解消してもらうサポートの充実 移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示
高知に安心して住み続 けてもらう	居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもら	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実

を目指す本県産業の姿 移住促進による地域と経済の活性化

第2期計画ver.4の取り組み

H24
H25
H26
H27

- 高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」PR(冊子P)
- 移住への入り口である高知ファンづくりから、暮らし隊会員オンライン登録までを「高知家」プロモーションと一体となって展開**
- 相談会のブースの装飾等を高知家のトーン&カラーに揃え、ALL高知家の一体感を演出**
- 移住促進と各分野のプロモーション活動との連携強化(冊子P)
- 移住ポータルサイトの機能強化・訪問者増加対策(冊子P)
- ・マーケティング手法を活用した機能の改善、SEO対策等
- ターゲット別(分野×年代等)移住促進戦略の展開(冊子P)**
- ・県のHP「高知家で暮らす」に仕事別に加え、暮らし方や世代に着目したコンテンツを追加
- アクティブな情報発信による「人財」誘致(冊子P)
- ・専門誌(農林漁業、田舎暮らし、子育て)、県の広報誌による魅力の発信
- ・民間支援団体や移住者の協力を得てfacebook等で口コミ情報の発信
- 「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供(冊子P)
- ・コンテンツ(仕事、住む場所、趣味)の充実
- 移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応(冊子P)
- 移住・交流コンシェルジュによるサポート体制を充実(6名→9名)**
- 高知で暮らし隊や移住支援特使、県外関係機関に向けた移住関連情報の提供(冊子P)
- 各地の県人会、校友会等を通じた高知県出身者へのタイムリーな情報発信(冊子P)
- 都市部での移住相談会等の開催や移住体験ツアーの実施(冊子P)
- 県全体の移住関連イベントのスケジュールを集約し、県がコーディネート**
- ・少人数相談会やセミナーの実施(ターゲット別の移住促進戦略と連動)
- ・県、市町村、民間団体が合同で実施するALL高知移住相談会の充実
- 都市部における全国規模の相談会への出展強化**
- ガイドブック及びリーフレットのリニューアル**
- アクティブな情報発信による「人財」の誘致[再掲]
- ・民間人材ビジネス事業者と連携した都市部人材に向けた情報発信
- 多種多様な人材の獲得に向けて、事業承継・人材確保センターとの連携**
- 官民協働による「高知県移住推進協議会」の運営(冊子P)
- 移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応[再掲]
- 市町村「専門相談員」の配置の拡大(冊子P)**
- 地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及(冊子P)
- 求人/就職情報の提供等によるU・Iターンの促進
- 農業・林業・漁業就業希望者のための各種研修や支援事業の実施(国事業を含む)**
- (農業) **就農相談活動の強化(就農コンシェルジュの設置、提案型募集の実施等)**、農業担い手育成センターでの基礎～実践研修(こうちアグリスクール・長期研修などの実施)、研修手当・青年就農給付金の支給、農地確保の支援、施設園芸用ハウスの整備 など
- (林業) 林業就業支援講習、特用林産物生産技術の長期研修の実施・研修手当の支給 **林業学校(仮称)「基礎コース」及び「短期コース」の開講、緑の青年就業準備給付金の支給** など
- (漁業) 漁業体験研修・長期研修の実施、研修手当の支給、漁船のリースへの支援、養殖ビジネススクールの開講 など
- 高知ふるさと応援隊の導入や活動の支援
- 移住者向け住宅の確保促進(冊子P)
- ・市町村等による空き家の中間保有の促進、空き家内の荷物の整理・処分を支援
- 県内都市部における「お試し滞在」の促進**
- ・**民間事業者と連携し、県内都市部(高知市等)で「お試し滞在」の受け皿を確保**
- クラインガルデン(滞在型市民農園)の利用促進
- 二地域居住の促進
- 新しいビジネスへのチャレンジのサポート(冊子P)
- ・シェアオフィスの整備や創業者等への支援
- ・土佐まるごとビジネスアカデミー
- アクティブな情報発信による「人財」の誘致[再掲]**
- ・都市部人材の円滑な移住の実現をサポート(都市部での座学研修や高知での短期研修の実施、**起業研修の充実**、OJT・OFF-JT研修を支援など)
- 高知家移住促進プロジェクト(KIP)の更なる取り組みを支援(冊子P)**
- 市町村「専門相談員」の配置によるフォローアップ[再掲]
- 地域の身近な相談役「地域移住サポーター」の普及[再掲]
- 移住者交流会の開催などによる移住者間ネットワークの強化(冊子P)
- 地域住民と移住者の交流による地域コミュニティ活性化への支援(冊子P)

4年後の目標 (H27年度末)

- ◆移住といえば「高知県」というイメージが浸透し、高知ファンや高知への移住の関心層が大幅に拡大
- ポータルサイト「高知家で暮らす。」へのアクセス数
64万件
(H23: 50,105件)
(H25: 342,980件)
- 移住相談者数
3,400人
(H23: 599人)
(H25: 1,817人)
- 暮らし隊の会員新規登録者数
1,300人
(H23: 371人)
(H25: 690人)
- ◆県・市町村・民間団体等の連携が強化され、高知県全体の移住者の受入体制が確立
- 専門相談員を全市町村が配置
(H23: 10市町村)
(H25: 18市町村)
- 全市町村でお試し滞在住宅等の移住者支援住宅が整備
(H23: 11市町村)
(H25: 17市町村)
- 地域移住サポーターの委嘱と普及
300人
(H25: 28人)

県外からの移住者 年間500組以上を目指す
 移住者と一緒に創る元気な地域

※上記の「冊子POO」は、第2期高知県産業振興計画Ver.4冊子(総論・産業成長戦略編)におけるその項目の掲載ページです