

# 産業成長戦略の実行2年半の取り組みの総括

## ～目次～

### 【専門分野】

|       |    |
|-------|----|
| 農業分野  | 1  |
| 林業分野  | 13 |
| 水産業分野 | 21 |
| 商工業分野 | 29 |
| 観光分野  | 45 |

### 【連携テーマ】

|             |    |
|-------------|----|
| 地産地消外商戦略    | 55 |
| 中山間地域の産業づくり | 67 |
| 人材育成・人材確保   | 73 |

# 産業成長戦略(農業分野)の実行2年半の取り組みの総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括(まとめ)

実行2年半の取り組みにより、販売面では、高知県産農産物の販路開拓や認知度向上、生産面では出荷量の増加や地域のまとまりの形成につながっている。また、IPM技術の普及など高知県の強みである環境保全型農業の取り組みが進んでいる。こうち型集落営農の取り組みでは、集落営農組織の販売額の増加や県内初の法人組織の設立が実現し、担い手の確保・育成では、各市町村による研修支援の取り組み拡大や、新規就農者の確保に結びついていることなどから、それぞれの取り組みは前進している。

一方で、環境保全型農業等の取り組みが、まだ十分に消費者に伝わっていないため、販売価格の向上等の効果となって現れていない。いかに消費者に取り組みを伝え、販売量や販売額の増加につなげていくかが課題である。また、実需者の要望に応えられる産地となるためには、担い手の経営強化や生産性の向上など総合的な産地力の強化が必要である。

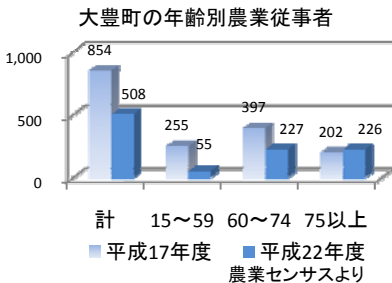
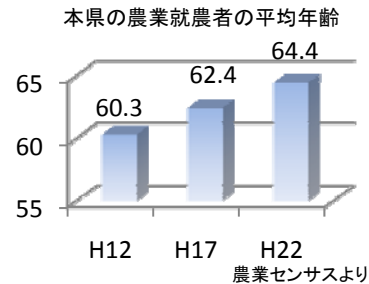
次のステージでは、環境保全型農業など高知県の「こだわり」を消費者に理解してもらえる販売戦略の強化や、消費地が求める量・品質・荷姿等に対応できる産地づくり、農業を支える担い手となる新規就農者のスムーズな定着や企業的経営体の育成等に取り組むことにより、競合に打ち勝つ「高知ブランドの確立」を進める。また、こうち型集落営農組織による農産物加工やグリーン・ツーリズムなど、6次産業化に向けた取り組みを支援し、経営力の強化を図るとともに農業者の所得向上を目指す。

| 項目                               | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |       |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
|----------------------------------|--|--|-----------------|-------|-------|-------|----------|--------|--------|--------|-------|----|----|----|--|-----|-----|-----|--------|-----|----|----|--------|-----------------------|--------------------------|-----------------|--|----------|-----|-----|-----|--------------|-------|-------|-----|-----|--|----------|-----|-----|-----|-----------------|----|----|----|-----|--|
| <p>1. 生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築</p> | <p>○消費流通構造の変化に対応でき消費地に評価されるよう生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆パートナーシップ量販店の消費者の高知県取組認知度 (現状: 認知されていない→15%)</li> <li>◆パートナーシップ量販店の拠点店舗での高知野菜販売額 20%増</li> </ul> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆業務加工需要の顧客開拓数 (計25件)</li> </ul> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆園芸連の県外販売量                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐文旦 (H20: 1,500t → H23: 2,500t)</li> <li>・新高梨 (H20: 30t → H23: 60t)</li> </ul> </li> </ul> | <p>■量販店等とのパートナーシップの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関東、関西地区の量販店(東急ストア、セイミヤ、関西スーパー、おおさかパルコープ、阪急百貨店)と、高知の取り組みを理解してもらい、信頼できるパートナーとしての関係を構築。</li> <li>・パートナーシップ量販店でフェアの実施や県の環境保全型農業の取り組みを伝えるなど販促活動の強化によって、販売拡大につながった。(ナス、シシトウ、ニラ等の販売数量の大幅増加)</li> <li>・高知野菜の常設コーナー設置店舗                     <ul style="list-style-type: none"> <li>東急ストア(H21: 1店舗 → H22: 4店舗)、関西スーパー(H21~: 1店舗)</li> </ul> </li> <li>・量販店での他県産の取扱いが本県産に置き換わった。(キュウリ、小ネギ等) [フェア実施回数等]</li> </ul> <table border="1" data-bbox="716 454 1646 550"> <thead> <tr> <th></th> <th>H 2 1</th> <th>H 2 2</th> <th>H 2 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>パートナー量販店</td> <td>3社、1生協</td> <td>4社、1生協</td> <td>4社、1生協</td> </tr> <tr> <td>フェア回数</td> <td>32</td> <td>80</td> <td>32</td> </tr> </tbody> </table> <p>⇒認知度の向上 H22. 6.8% → H23. 216.6%<br/>(パートナー量販店でのアンケート調査、H23. 2実施)</p> <p>■中食・外食等の業務需要の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中食、外食等の業務加工需要に対応するため、卸会社と連携して実需者向けに新たな業務向け需要の開拓を実施</li> </ul> <p>⇒業務加工需要の顧客開拓数</p> <table border="1" data-bbox="716 742 1646 869"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新規取引開始</td> <td>13社</td> <td>7社</td> <td>3社</td> </tr> <tr> <td>取引開始業種</td> <td>ホテルレストラン<br/>惣菜チェーン店ほか</td> <td>イタリアンレストラン<br/>ホテルレストランほか</td> <td>日本料理店<br/>国際線機内食</td> </tr> </tbody> </table> <p>■特産果樹の生産販売のあり方を検討する場づくりと県外への販路開拓</p> <p>&lt;土佐文旦&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐文旦振興対策協議会を発足</li> <li>・H21、H22に高知市内で「ぶんたん祭」を開催し、「であい博(H21)」や「土佐のおきゃく(H22)」に訪れた県内外の消費者に「土佐文旦」をPR</li> <li>・H22にアンテナショップ「まるごと高知」のレストランで飲食関係者を招待した文旦の試食交流会と、物販での試食宣伝によりPR</li> <li>・パートナー量販店での販促活動により、販売拡大につながった。</li> </ul> <p>⇒パートナー量販店では、売れる商材として認知され、取り扱いの要望が高まった。</p> <table border="1" data-bbox="716 1157 1680 1220"> <thead> <tr> <th></th> <th>H20(取組前)</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>園芸連の県外販売量(t)</td> <td>1,500</td> <td>1,600</td> <td>680</td> <td>未出荷</td> </tr> </tbody> </table> <p>&lt;新高梨&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主要産地である針木梨組合が、園芸連を通じて、アンテナショップ「まるごと高知」を活用した販促活動及び外商活動を実施</li> </ul> <p>⇒園芸連における、針木梨組合の新高梨取扱金額 (H21)305千円 → (H22)957千円</p> <table border="1" data-bbox="716 1364 1680 1428"> <thead> <tr> <th></th> <th>H20(取組前)</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>園芸連の新高梨県外販売量(t)</td> <td>30</td> <td>39</td> <td>11</td> <td>未出荷</td> </tr> </tbody> </table> <p>【課題】・文旦、新高梨ともに、H22は、販売店等からの取扱要請があったものの、裏年と開花時期の天候不良等で収量が大きくダウンしたことにより、全体販売量が落ち込んだ。</p> |                 | H 2 1 | H 2 2 | H 2 3 | パートナー量販店 | 3社、1生協 | 4社、1生協 | 4社、1生協 | フェア回数 | 32 | 80 | 32 |  | H21 | H22 | H23 | 新規取引開始 | 13社 | 7社 | 3社 | 取引開始業種 | ホテルレストラン<br>惣菜チェーン店ほか | イタリアンレストラン<br>ホテルレストランほか | 日本料理店<br>国際線機内食 |  | H20(取組前) | H21 | H22 | H23 | 園芸連の県外販売量(t) | 1,500 | 1,600 | 680 | 未出荷 |  | H20(取組前) | H21 | H22 | H23 | 園芸連の新高梨県外販売量(t) | 30 | 39 | 11 | 未出荷 | <p>○パートナー量販店では、高知フェアの展開や高知野菜コーナーの設置により、県産園芸品の販売拡大につながった。</p> <p>⇒パートナー関係をさらに強化し、高知野菜コーナー設置店の拡充や新たな販売方法への対応、高付加価値商品(PB)への採用など、相互メリットのある取り組みを進めていく。</p> <p>○業務向けに直接営業することで、需要開拓につながった。また、業務需要ニーズに合わせた出荷体制も一部で始まった。</p> <p>⇒実需者ニーズに合わせた出荷体制・荷姿の検討(産地調整)により、業務需要の開拓を継続していく。</p> <p>○土佐文旦については、パートナー量販店に売れる商品として認知されてきた。</p> <p>○新高梨については、生産基盤の弱体化が進む中、主要産地の針木梨組合では、アンテナショップでの販売をきっかけに園芸連の販売に対する期待が高まっている。</p> <p>⇒販売については、生産量に左右される面はあるが、商材としての良さはパートナー量販店を中心に認知されてきており、パートナー量販店やアンテナショップなどを活用し、県外向けの販売拡大に取り組んでいく。</p> |
|                                  | H 2 1  | H 2 2  | H 2 3           |       |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
| パートナー量販店                         | 3社、1生協   | 4社、1生協   | 4社、1生協          |       |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
| フェア回数                            | 32   | 80   | 32              |       |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
|                                  | H21  | H22  | H23             |       |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
| 新規取引開始                           | 13社  | 7社   | 3社              |       |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
| 取引開始業種                           | ホテルレストラン<br>惣菜チェーン店ほか  | イタリアンレストラン<br>ホテルレストランほか   | 日本料理店<br>国際線機内食 |       |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
|                                  | H20(取組前)   | H21  | H22             | H23   |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
| 園芸連の県外販売量(t)                     | 1,500  | 1,600  | 680             | 未出荷   |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
|                                  | H20(取組前)   | H21  | H22             | H23   |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |
| 園芸連の新高梨県外販売量(t)                  | 30   | 39   | 11              | 未出荷   |       |       |          |        |        |        |       |    |    |    |  |     |     |     |        |     |    |    |        |                       |                          |                 |  |          |     |     |     |              |       |       |     |     |  |          |     |     |     |                 |    |    |    |     |  |

## 項目

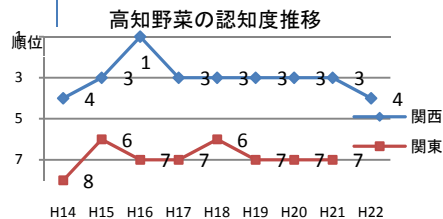
## 対策等

### 〇一元集出荷体制の強化



### 〇県産園芸品の総合的なPRによるメーჯアップと消費拡大

【目標】  
◆県産園芸品の認知向上  
関東：7位→5位  
関西：3位→1位



## 具体的な取り組み、成果等

### ■産地の「見える化」による販売の強化

- ・パートナー量販店を中心に、JAとさしの特別栽培ピーマンをモデル品目として、環境保全型農業の取り組みなど、POPなどにより産地の思いを伝えた販売を実施(H22: 11~)  
※パートナー量販店での高知フェアを通じた販促の実施  
→H22: 5回、H23: 3回
- ・パートナー量販店基幹店舗(東急ストア大森店)での消費者アンケート調査  
JAとさしの特別栽培ピーマンの認知度: 31%(H23: 2)
- ・販売店や消費者の評価(市場関係者からの聴取)  
「当該品を注文する顧客は着実に増加」  
「安全、安心面で優先的に購入されている」等

### ■集出荷の仕組みづくりの検討

- ・農協内での庭先集荷・横持ち集荷や、農協を超えた広域の集荷の実証実験を支援
- ・産地の集出荷事業の実態を調査し、以下のとおり課題を明確化した。  
①担い手の減少による集出荷施設の合理化の必要性。  
②高齢化が進む中山間地域における集出荷事業及び産地の維持。

これらの課題に対し、

- ①農協を超えた集出荷の検討
- ②庭先・横持ち集荷の検討について、モデル地域を選定し、産地調整を行った。

### 【成果】

#### ①農協を超えた集出荷の検討

- ・JA南国市、JA長岡、JA十市のピーマンで横持ち集荷と荷作りの集約化について、10月に実証試験を行うことで、産地調整を実施した。

⇒**集出荷事業に対するコスト意識や施設の集約化に向けた意識が向上した。**

#### ②農協内の庭先・横持ち集荷の検討

- ・大豊地区、津野山地区において集出荷体制事業の維持と生産振興を一体化した支援を実施した

⇒**新しい品目の導入や既存品目の生産拡大により産地維持に向けた機運が高まった。**

### ■園芸こうち販売促進実行委員会による、メディアを活用した県産野菜のPR

- ・テレビCMや特集番組での放映や、PRイベントを開催し、県産野菜のPRを実施

|        | H21                                  | H22  |
|--------|--------------------------------------|--|
| メディア活用 | 特集番組: 6番組<br>県内テレビCM: 67本            | 特集番組: 3番組<br>料理冊子「おかずのクッキング」掲載   |
| 県外イベント | キッズニア東京<br>・1日貸切イベント<br>来場者: 1, 131名 | キッズニア甲子園<br>・高知野菜のパビリオン設置(1週間)<br>・高知やさい体操ショー<br>来場者: 12, 330名<br>パビリオンスタッフ体験者: 387名 |
| 県内イベント | 高知やさい体操ショー<br>入場者: 約700名             | 高知やさい体操ショー<br>入場者: 約830名   |

⇒高知野菜の認知度 関東: **7位**(H21) ※H22は震災による影響を考慮し調査未実施)  
関西: **4位**(H22)

## 総括、評価、今後の取り組み等

〇園芸連におけるこだわり販売が行われ出したことにより、特徴的な栽培を行っている農家の期待に応えることができた。

また、環境保全型農業に取り組む農家がステップアップしていく際の、販売面の目標となってきた。

⇒より訴求力を高めるために、品目の拡充と併せて、新ブランドを構築していく。

- ①農協を超えた集出荷体制の強化  
・南国市内の3農協においてピーマンの拠点集出荷場体制を実証することで、基礎データの蓄積が可能となった。
- ②農協内の庭先・横持ち集荷の検討  
・大豊地区: ピーマン等の野菜の生産振興及び集荷の支援が始まった。  
・津野山地区: 新規に土佐甘とうの栽培が開始された。

⇒次年度のモデル地区の選定、事業成果について県域への活用を検討する。

〇既存のレギュラー番組を活用した放映では、栽培方法や食べ方の紹介など、多くの視聴者の方に産地の声を届けることができた。

また、イベントを子供向けに開催することで、保護者の参加も多く、安全・安心な高知野菜をPRすることができた。

⇒安全・安心な野菜への消費者の関心が高まってきており、引き続き環境保全型農業の取組を中心として、メディア等を活用したPRを継続していく。

## 項目

2. まとまりのある園芸産地の再構築

## 対策等

○まとまりのある園芸産地の育成

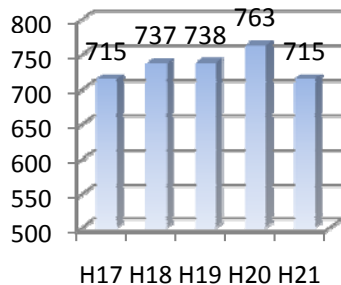
### 【目標】

◆「学び教えあう場」の設置数：170ヶ所程度

ナス(A地区)

- ・参加率：100%
- ・10aあたり収量  
H20園芸年度：15.6t  
↓  
H23園芸年度：18t

園芸品の農業産出額の推移  
(単位：億円)



高知県農林水産物計年報より

## 具体的な取り組み、成果等

### ■「学び教えあう場」の仕組みづくり

高収量・高品質対策を早急に県域全体に広げていくため、各産地の篤農家の圃場を「学び教えあう場」として設置し、優れた生産技術を他の生産者に速やかに移転できる仕組みづくりを実施

### 【成果】

- 「学び教えあう場」を設置し、現地検討会を開催  
[「学び教えあう場」の設置数]

|     | 市町村数 | 品目数 | 設置数 |
|-----|------|-----|-----|
| H20 | 25   | 20  | 123 |
| H21 | 31   | 34  | 170 |
| H22 | 31   | 34  | 181 |
| H23 | 31   | 34  | 181 |

### ●ナスA地区の目標達成状況(H22年度)

- ・参加率：目標100% →実績：59%
- ・10a収量：目標18t →実績16.7t

### ●県域の生産者交流会の開催

- ・品目横断の生産者交流会の開催(H21、H22に開催)
- ・品目別生産者交流会を開催(H21：6品目、H22：10品目 H23：2品目(8月末時点))

### ●生産出荷指標・生産出荷計画の取り組み

- ・生産者の技術の向上を産地・県域のレベルアップにつなげるため農業団体と生産出荷指標・生産出荷計画を策定し実現に向けた取り組みを実施

### ●県全体の参加者・参加率の向上 ( )は参加率

- ・平成21年度 4,238人(68.8%)、平成22年度 4,473人(68.5%)

### ●現地検討会の開催

- ・平成21年度 748回、平成22年度 832回

### ●出荷量の増加

- ・JA土佐くろしお集出荷場(キュウリ)：前年比4%増(H22.9)
- ・JA南国市集出荷場(シトウ)：前年比11%増(H22.9)

### ●系統率の向上

・ナスの系統率(%)の向上

|     | H20年度 | H21年度 |
|-----|-------|-------|
| 安芸市 | 51    | 52    |
| 香南市 | 58    | 60    |

## 総括、評価、今後の取り組み等

○「学び教えあう場」を利用した現地検討会などの開催により、生産者同が技術交流、情報交換する機会が増え、農家の栽培技術の向上、収量の増加につながった。

○生産出荷指標・生産出荷計画を農業団体と県が共同策定し、目標を共有することで、その実現に向けた取り組みを連携して進めた。

⇒「学び教えあう場」の仕組みづくりにより生産者のレベルアップした取り組みを、産地及び県域全体の強化につなげるため、内容を一層充実していく。

⇒生産出荷指標と生産出荷計画の実現に向けた取り組みを実施する。





| 項目                              | 対策等                                    | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
|---------------------------------|--|--|----------------|-----|-----|---------|----------|-----|------|------|---------------|----------|----------|-----|-----------------|----------|----------|-----|-----------------|----------|----------|-----|--|-----|-----|---------|------------------------|---|---|---|-----------------|----|----|----|----------------|----|----|-----|----------------------|------------|------|------|--|
| <p>3. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立</p> | <p>○消費者に選ばれる産地づくり<br/>(環境保全型農業の推進)</p> | <p>■IPM技術について全品目、県内全域への技術確立と普及</p> <p>【これまでの取組状況】<br/>各地域での実証展示ほの設置やIPM技術検討会等の開催による品目毎のIPM技術の確立や、指導マニュアルの作成、土着天敵の活用などによりIPM技術の取組品目の拡大と県内全域への普及を加速化</p>  <p>【成果】</p> <p>●IPM技術の取組品目が拡大し、ナス類やピーマン類での天敵普及率が向上</p> <table border="1" data-bbox="712 531 1675 722"> <thead> <tr> <th></th> <th>H20</th> <th>H22</th> <th>目標(H23)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>IPM技術体系数</td> <td>5品目</td> <td>11品目</td> <td>10品目</td> </tr> <tr> <td>ナス天敵導入農家(面積)率</td> <td>26%(41%)</td> <td>50%(59%)</td> <td>65%</td> </tr> <tr> <td>ピーマン天敵導入農家(面積)率</td> <td>48%(59%)</td> <td>63%(77%)</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>ミョウガ天敵導入農家(面積)率</td> <td>51%(46%)</td> <td>51%(44%)</td> <td>90%</td> </tr> </tbody> </table> <p>■有機農業の計画的な普及・推進</p> <p>【これまでの取組状況】<br/>有機農業を推進するため、指導者の育成や栽培マニュアル、有機JAS認定の普及などにより、有機農業実践農家の拡大と消費者へのPRを実施。<br/>(具体的な取組)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援</li> <li>・市町村の有機農業支援体制整備への支援</li> <li>・環境保全型農業直接支援対策</li> <li>・有機JAS認証取得支援</li> <li>・有機栽培技術の実証及び有機栽培事例集の作成</li> <li>・有機農業技術の実証と経営評価</li> <li>・有機農産物普及推進パンフレット作成</li> <li>・有機農産物ニーズ調査の実施</li> </ul> <p>【成果】</p> <table border="1" data-bbox="712 1198 1675 1390"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>目標(H23)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>有機のがっこう卒塾生の県内就農者数(人/年)</td> <td>6</td> <td>6</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>有機農業支援体制設置市町村数※</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>有機JAS認定農家戸数(戸)</td> <td>82</td> <td>85</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>県内消費者の有機農業に対する認知度(%)</td> <td>(H20) 51.0</td> <td>81.9</td> <td>75.0</td> </tr> </tbody> </table> <p>※環境保全型農業直接支援対策「有機農業の取組」の支援市町村数は、H23.6末現在15。</p> |                | H20 | H22 | 目標(H23) | IPM技術体系数 | 5品目 | 11品目 | 10品目 | ナス天敵導入農家(面積)率 | 26%(41%) | 50%(59%) | 65% | ピーマン天敵導入農家(面積)率 | 48%(59%) | 63%(77%) | 80% | ミョウガ天敵導入農家(面積)率 | 51%(46%) | 51%(44%) | 90% |  | H21 | H22 | 目標(H23) | 有機のがっこう卒塾生の県内就農者数(人/年) | 6 | 6 | 5 | 有機農業支援体制設置市町村数※ | 10 | 10 | 17 | 有機JAS認定農家戸数(戸) | 82 | 85 | 100 | 県内消費者の有機農業に対する認知度(%) | (H20) 51.0 | 81.9 | 75.0 | <p>○全国的にもまれな技術である、土着天敵を活用したIPM技術体系の構築や、品目ごとの新たな天敵利用技術の確立、実証ほでのIPM技術の検討等により、環境保全型農業に取り組み品目の拡大や、IPM技術の確立・普及につながった。</p> <p>⇒更に全品目へのIPM技術の普及を促進</p> <p>○有機のがっこうでは、これまでに69名の研修生を受け入れ、H22年度末現在で、卒塾生の県内就農者数は34名(うちターン者15名)となり、有機農業の振興と地域の活性化に貢献した。消費者の有機農業に対する認知度も高まっているが、多くの有機農業実践者は小規模経営で個人での直販や宅配など地域内流通が中心であるため、有機JAS認証取得によるメリットが少なく、認定・更新手数料も高額で認証取得農家数は伸び悩んでいる。</p> <p>⇒新規参入者の経営の安定と地域への定着支援を強化するとともに、有機農業者のネットワーク化を進め、農業者同士の協力により共同出荷体制を整備し、安定した販路を開拓する。</p> |
|                                 | H20                                    | H22  | 目標(H23)        |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| IPM技術体系数                        | 5品目                                    | 11品目   | 10品目           |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| ナス天敵導入農家(面積)率                   | 26%(41%)                               | 50%(59%)   | 65%            |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| ピーマン天敵導入農家(面積)率                 | 48%(59%)                               | 63%(77%)   | 80%            |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| ミョウガ天敵導入農家(面積)率                 | 51%(46%)                               | 51%(44%)   | 90%            |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
|                                 | H21                                    | H22  | 目標(H23)        |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| 有機のがっこう卒塾生の県内就農者数(人/年)          | 6                                      | 6  | 5              |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| 有機農業支援体制設置市町村数※                 | 10                                     | 10   | 17             |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| 有機JAS認定農家戸数(戸)                  | 82                                     | 85   | 100            |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |
| 県内消費者の有機農業に対する認知度(%)            | (H20) 51.0                             | 81.9   | 75.0           |     |     |         |          |     |      |      |               |          |          |     |                 |          |          |     |                 |          |          |     |  |     |     |         |                        |   |   |   |                 |    |    |    |                |    |    |     |                      |            |      |      |  |

項目

対策等

具体的な取り組み、成果等

総括、評価、今後の取り組み等

## ■高知県版GAPの作成と地域別・品目別GAPへの展開

【これまでの取組状況】

高知県版GAPを実践農家やJAに推進するとともに、農産物の事故ゼロキャンペーンを実施するなど、それぞれの地域や品目に応じた形で普及推進。

【成果】

|                                   | H21 | H22 | 目標(H23) |
|-----------------------------------|-----|-----|---------|
| 高知県版GAP(その1農業者用入門編)<br>実践農家の拡大(%) | 43  | 60  | 100     |
| 高知県版GAP(その2JA集出荷場用)<br>実施JA数      | 6   | 11  | 16      |
| 異物混入事故件数(件)                       | 75  | 58  | 0       |



○高知県版GAPについては、実践農家およびJAともに増加しており、生産者へはある程度浸透した。指導者育成研修等の受講者も増え、推進体制は整備されてきた。地域でのGAP点検も徐々に増えてきた。生産者の経営改善が図られるよう、生産農家の実践状況に応じたレベルアップによるPDCAサイクルの定着が必要。

⇒点検シートの点検項目の充実、点検項目の実施による、地域版・品目版GAPの充実と実践

## ■生産履歴記帳、農薬の適正使用の徹底

【これまでの取組状況】

農薬使用農家、販売業者、販売窓口での対応等で安全使用の徹底を図るとともに、生産履歴記帳、回収の徹底等適正使用の徹底を図った。

- ・農薬販売講習会の実施  
参加者数(実施回数) H21:202人(10回) H22:878人(21回)

【成果】

- ・生産履歴記帳率  
H20:84% H22:95%
- ・農薬事故発生件数  
H19:8件 H21:1件 H22:1件

○生産履歴記帳率と農薬の適正使用は着実に進展した。農薬の安全使用に対する意識が高まり、農薬事故は減少した。

⇒農薬の適正使用と生産履歴記帳を継続して推進する。

## ■世界のトップランナーと日本のトップランナーとの友好園芸農業協定を活かし、環境保全型農業の普及推進を加速化

【これまでの取組状況】

オランダウェストラント市との友好園芸農業協定を締結し、農大生の交流や生産農家訪問、ビジネス交流などを実施。

【成果】

- ①技術交流研修  
参加者:48名(H21)、46名(H22)、36名(H23)
- ②学校間相互留学交流(H22)  
農大生2名が1ヶ月間の留学研修へ
- ③研究員の短期留学(H23)  
農業技術センター研究員2名が3か月間の短期留学
- ③ビジネス交流(H22)  
オランダでの生産・販売協定提携農家:1組






○友好園芸農業協定が締結され、学校間交流、研究員の留学研修が新しく始まった。この交流をステップとしたビジネス交流も始まりつつあり、この3年間の取組目標は概ね達成。今後は、これまでの交流で得られた知見、経験を環境保全型農業の普及に活かすための仕組みづくりが必要。

⇒学生や研究員などの派遣を継続し、新しい感覚を持った人材の育成と、新しい園芸システムの開発等を推進する。

| 項目   | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
|--|--|--|----------------|-----|-----|--------|---|------|--------|----------|----------|------|--------|---------|------------|--------|--------|-------------------|------|-------|--|
| <p>4. 生活できる所得を確保する<br/>こうち型集落営農の実現</p>   | <p>○こうち型集落営農の実現</p> <div style="border: 1px solid #4a86e8; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>【目標】<br/>◆モデル集落数<br/>H23:16集落</p> </div> | <p>■こうち型集落営農の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・こうち型集落営農への到達のため、モデル集落を選定し、ソフト・ハードの両面から重点的に支援</li> </ul> <p>【これまでの取組状況】</p> <p>中山間地域において、農業で生活できる所得を確保していく「こうち型集落営農」のモデル集落を選定し、水稻の受託作業などに加えて園芸品目の導入や協業化・法人化に取り組んでいく組織や仕組みを構築</p> <p>【成果】</p> <p>[集落営農の取組状況]</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>H19</th> <th>H22</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>モデル集落数</td> <td>—</td> <td>16集落</td> </tr> <tr> <td>農産物販売額</td> <td>43,000千円</td> <td>94,000千円</td> </tr> <tr> <td>受託面積</td> <td>19.3ha</td> <td>180.5ha</td> </tr> <tr> <td>園芸品目等の栽培面積</td> <td>13.2ha</td> <td>19.8ha</td> </tr> <tr> <td>集落営農組織数(準じる組織を含む)</td> <td>99組織</td> <td>160組織</td> </tr> </tbody> </table> <p>●県内初の集落営農の法人組織設立</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・四万十町 農事組合法人ビレッジ影野(H22. 2)</li> </ul> <p>⇒県内初の法人組織ができ、園芸品目等を取り入れ協業化した組織ができた。</p> |                | H19 | H22 | モデル集落数 | — | 16集落 | 農産物販売額 | 43,000千円 | 94,000千円 | 受託面積 | 19.3ha | 180.5ha | 園芸品目等の栽培面積 | 13.2ha | 19.8ha | 集落営農組織数(準じる組織を含む) | 99組織 | 160組織 | <p>【対策】</p> <p>○集落営農普及促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組みが遅れている市町村には、県が一歩出て誘導</li> <li>・集落営農組織の経営の強化のための営農計画や記帳指導の継続的な支援</li> <li>・リーダー育成のための研修(簿記記帳、営農計画の作成等)や先進地視察等により、リーダーの資質向上を図る。</li> <li>・地域資源の整理とアドバイザー等の活用により資源の磨き上げによるレベルアップ</li> </ul> <p>○集落営農・拠点ビジネス支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成23年度から、集落営農の推進と所得拡大を目指して経営の多角化を図る、集落営農の拠点ビジネス化をソフト・ハード両面から支援する。</li> </ul> <p>【今後の方向性】</p> <p>○こうち型集落営農の成功事例を一般対策に移行して各市町村に拡大していく</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・こうち型(H22) 16組織 →(H25) 32組織</li> <li>・集落営農組織数(H22) 160組織 →(H25) 250組織</li> </ul> <p>○「こうち型集落営農」のノウハウを活かして、所得が確保でき生活できる経営の多角化を進める集落営農の拠点ビジネス化を進める。</p> |
|  | H19  | H22  |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
| モデル集落数   | —  | 16集落   |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
| 農産物販売額   | 43,000千円   | 94,000千円   |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
| 受託面積   | 19.3ha   | 180.5ha  |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
| 園芸品目等の栽培面積   | 13.2ha   | 19.8ha   |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
| 集落営農組織数(準じる組織を含む)  | 99組織   | 160組織  |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
| <div style="text-align: center;"> </div> <p style="text-align: center;">● こうち型集落営農モデル集落(16カ所)</p>  |  |  |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |
| <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・こうち型集落営農の多くの組織で農業で生活できる所得確保にまでは到達していない。</li> <li>・経営的に先導・発展できるリーダーの育成・支援が必要。</li> <li>・こうち型集落営農の経営の多角化に寄与する、グリーンツーリズムや農産加工等の地域資源の発掘・整理、その磨き上げの手法が固まっていない。</li> </ul> |  |  |                |     |     |        |   |      |        |          |          |      |        |         |            |        |        |                   |      |       |  |



| 項目                   | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|----------------------|---|---|---|
| <p>5. 品目別総合戦略の実現</p> | <p>○売れる米づくり</p> <div data-bbox="353 438 607 544" style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>【目標】<br/>◆南国そだち<br/>作付面積：500ha</p> </div> | <p><b>■生産振興対策</b><br/>・南国そだち研究会の開催等により栽培技術の向上を図った。</p> <p>【これまでの取組状況】<br/>県産米の市場評価を高め、需要に即した売れる米の生産振興を図るため、高品質・安定生産と地域の担い手育成を支援</p> <p>【成果】<br/>●「南国そだち」の作付面積の拡大及び品質の向上が図られた。<br/>・南国そだちの作付面積の拡大<br/>H20:100ha → H23:200ha<br/>・1、2等米比率(うるち米)<br/>H20:75% → H22:81%</p> <p>【課題】<br/>早期稲の品種構成を販売戦略とあわせて見直しを図る。</p> <p><b>■販売対策</b><br/>・県内外での販売促進活動の実施(米穀卸業者へのPR、量販店での試食販売等)<br/>・新米消費拡大キャンペーンの実施(TVCM等)</p> <p>【これまでの取組状況】<br/>流通・販売において、早期水稲では「南国そだち」を核とした販売促進活動、普通期水稲では地域特性を活かした売れる米づくりを支援</p> <p>【成果】<br/>●県内外での販路拡大<br/>・県内外の量販店で取扱いが開始された<br/>・玉川高島屋、大丸札幌店において、「南国そだち」の試験販売を実施<br/>●県内地域ブランド米の育成<br/>・土佐天空の郷米等の地域ブランド米を支援<br/>・大野見米など新たな取組を支援</p> <div data-bbox="707 1161 1084 1437" style="text-align: center;">  </div> | <p>○南国そだち研修会の実施により、南国そだちの栽培管理について、生産者間で共有することができた。</p> <p>○生産面積は、耐肥性・栽培のしやすさ等からナツヒカリからの品目転換が進まず、目標に達することができなかった。<br/>⇒高温障害について対策技術の検討・実証し、普及を図る。</p> <p>○南国そだちをはじめ、県産米の認知度が県内外で高まった。</p> <p>○新たにブランド化を図る動きが活発になってきた。<br/>⇒各地域でのブランド化を引き続き支援</p> <div data-bbox="1525 927 1995 1477" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="1890 1362 1973 1477" style="text-align: center;">  </div> |

## 項目

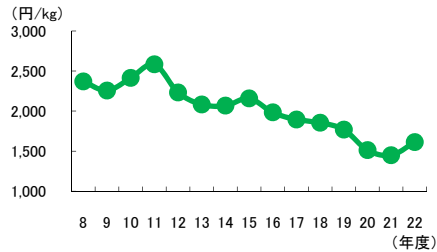
## 対策等

### ○土佐茶産地の再構築

#### 【目標】

- ◆県内緑茶消費量の県内産シェア H23:60%

- ◆生産者の高齢化の進展  
主要産地の基幹的農業従事者  
・65歳以上 58%(H17)
- ◆栽培条件の不利性  
急 峻: 傾斜度15度以上320ha  
小規模: 栽培面積20a未満51%
- ◆荒茶価格の低迷



### ○畜産の振興



## 具体的な取り組み、成果等

### ■土佐茶の販売推進体制を構築し、生産から流通・販売までの対策を強化

- 土佐茶販売対策協議会・各産地による販路拡大対策  
・TVCM、リーフレット配布、各種商談会への参加、出前授業の実施、新茶まつり・土佐茶祭りでのPR等  
⇒県内緑茶消費量の県内産シェア  
H19:48% →H22:66%  
⇒県内での土佐茶認知度の向上(新茶まつりアンケート調査)  
H21:49% →H23:62%  
⇒1世帯あたりの県内緑茶購入量の増加  
H20:483g(全国46位) → H21:855g(同32位)  
⇒若年層を対象とした高知県立大学生による新しいブレンド茶の提案  
商品の企画・開発「CHARARA(チャララ)」(H22)



- 全農こうちへの業務委託による消費拡大・販路拡大対策  
(ふるさと雇用再生特別基金を活用)  
⇒販売金額 235%  
⇒取扱数量 198%  
⇒新規店舗数 217店  
⇒茶取扱単価 111% (いずれも全農取扱9月末時:H22/H21)

- 土佐茶PR拠点「土佐茶カフェ」開設(NPO法人ワークスみらい高知)(H22.12.26)  
・土佐茶の販売やおいしい淹れ方など情報発信  
・来客数 32,000人(H22.12月~H23.6月)



- 土佐茶加工施設の強化  
・荒茶加工施設の改修(3ヶ所)  
・荒茶加工施設の高度化  
(仕上茶およびティーバッグ・粉末茶:1ヶ所)



- 県内外での畜産物の新規取扱店舗の開拓 (H21.3~H23.3)

|          |      |
|----------|------|
| 土佐あかうし   | 39店  |
| 窪川ポーク米豚  | 37店  |
| 土佐ジロー    | 25店  |
| 土佐はちきん地鶏 | 141店 |



## 総括、評価、今後の取り組み等

- 県内緑茶消費量のシェアの拡大につながった
- 消費・販路拡大の活動の結果、土佐茶の認知度が上昇するとともに、緑茶購入量が増加した。



- 全農こうちでは、新規取扱店舗、販売金額、取扱数量とも増加した。
- 「土佐茶カフェ」では、県内外に「土佐茶」の魅力をPRするとともに、県内はもとより全国に「土佐茶」の情報を発信することができた。

- 荒茶および仕上げ茶の加工施設等を整備し、高品質安定生産、新たな消費者ニーズに対応したティーバッグ・粉末茶の製造が可能となった。

⇒全出荷量に占める仕上げ茶の比率を拡大し、農家収益の向上を目指す。

- 景気悪化等で高級畜産物(和牛、地鶏)の消費が低迷するなか、生産に見合う販路拡大を実施してきた。

⇒今後も、こだわりの量販店や飲食店をターゲットに、地産地消の足もとを固めながら、地産外商を中心に流通・販売戦略を進める。

## 項目 6. 担い手の育成と生産資源の保全

### 対策等

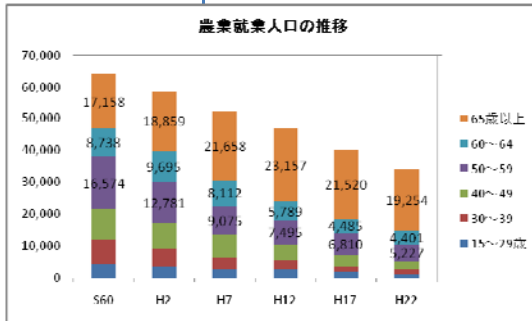
○農業を支える担い手を育成

#### 【目標】

◆認定農業者数  
H23:4,340経営体

#### 【目標】

◆新規就農者数  
H21:年間150人  
H22以降:年間170人



### 具体的な取り組み、成果等

#### ■認定農業者の育成・確保

・認定農業者の育成・確保に向け、フォローアップ活動を通じた経営改善計画の達成支援及び再認定への誘導、各地域でリストアップした農家の新規認定を関係機関を挙げて推進。

#### ■新規就農者の確保・育成

・就農希望者に対し、PRから、相談、研修、就農準備など段階に応じた支援を実施。

#### 【成果】

●実践的な研修を支援する研修支援事業の利用者が大幅に伸び、新規就農者も増加

|                  | H21   | H22   |
|------------------|-------|-------|
| 認定農業者数(人)        | 3,798 | 3,749 |
| 新規就農者数(人)        | 161   | 197   |
| 研修支援事業<br>実施市町村数 | 14    | 22    |
| 研修生数(人)          | 21    | 50    |
| 指導農業士(人)         | 38    | 43    |

(注)H22の新規就農者数の目標は170人

- 都会で学ぶ農業技術研修受講者 34名(H22) うち12名が高知県での就農を希望
- 窪川アグリ体験塾長期研修生 22名(H23.3)

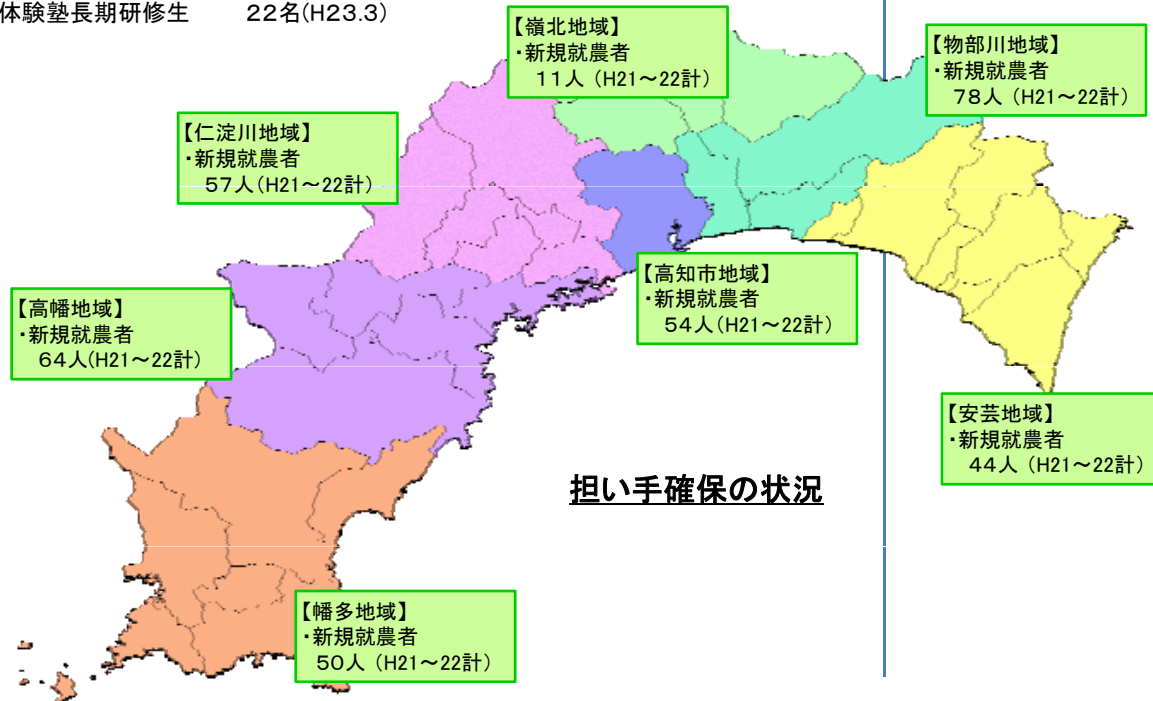
### 総括、評価、今後の取り組み等

○認定農業者は、H22年度末には減少傾向に入り、目標であるH23年度末までに4,340経営体を確保することは困難

⇒国が認定農業者への施策の集中から「意欲ある多様な農業者」の支援に転換したことから、今後は、担い手を企業の経営体へと育成する取り組みへと重点を移行

○新規就農者数については、H21、22年度は目標を達成している。H23年度については、現在集計中。

⇒新規就農者対策については、生産組織等、地域が主体となって、就農希望者を育成できるように体制を強化



| 項目         | 対策等                                 | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
|------------|-------------------------------------|--|----------------|----|----|----|----|----|----|----|------|----|----|----|------|----|----|----|----------|----|------|------|----|----|--------|----|----|--------|----|----|--------|----|----|---|
|            | <p>【目標】<br/>◆経営改善農家割合<br/>20%以上</p> | <p>■経営不振農家に対するJAグループと県との協働による取組強化<br/>【これまでの取組状況】<br/>経営不振農家対策に取り組むJA(農業協同組合)に対し、体制構築や指導力向上に向けた支援などを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プロジェクトチーム会・担当会会の定期的な開催</li> <li>・支援対象農家への個別総合指導<br/>H21:12JA、130戸、チーム会264回、個別指導1,323回<br/>H22:12JA、132戸、チーム会255回、個別指導1,493回<br/>H23:12JA、109戸</li> <li>・利子補給事業の利用拡大の推進</li> </ul> <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●経営改善農家割合 H21:37% H22:48%<br/> <span style="font-size: 1.2em;">}</span> 経営再建を支援する農家のうち、経済余剰(借入金の返済、生活費をまかなったうえでの余剰)が生まれた農家の割合</li> <li>●経営改善支援活動の評価(H22)</li> </ul> <table border="1" data-bbox="728 778 1462 922"> <thead> <tr> <th>経営状況の変化(%)</th> <th>改善</th> <th>維持</th> <th>悪化</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上</td> <td>32</td> <td>34</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>農業所得</td> <td>45</td> <td>23</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>負債総額</td> <td>61</td> <td>18</td> <td>21</td> </tr> </tbody> </table><br><table border="1" data-bbox="728 930 1326 1102"> <thead> <tr> <th>農家の変化(%)</th> <th>向上</th> <th>変化なし</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>農家意欲</td> <td>80</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>栽培管理技術</td> <td>66</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>経営管理能力</td> <td>55</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>家計管理能力</td> <td>49</td> <td>51</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>●利子補給事業等の実績(H22) <ul style="list-style-type: none"> <li>・契約JA数:12JA、利用JA数:7JA</li> <li>・利用農家戸数:34戸(延べ45戸)</li> </ul> </li> <li>●JAオンライン経営診断システム稼働:8JA</li> </ul> | 経営状況の変化(%)     | 改善 | 維持 | 悪化 | 売上 | 32 | 34 | 34 | 農業所得 | 45 | 23 | 32 | 負債総額 | 61 | 18 | 21 | 農家の変化(%) | 向上 | 変化なし | 農家意欲 | 80 | 20 | 栽培管理技術 | 66 | 34 | 経営管理能力 | 55 | 45 | 家計管理能力 | 49 | 51 | <p>○8JAで主体的な支援活動ができています。<br/>○経営不振農家だけでなく、対象を広げた経営指導が展開できるJAもできた。<br/>○JAグループに新たに導入されたオンラインの経営診断システム「JA総合事業提案型システム」の運用が始まった。<br/>⇒農家を経営不振に陥らせないための活動として、JAグループと協力してシステムの定着と利活用の強化を図る。</p> |
| 経営状況の変化(%) | 改善                                  | 維持   | 悪化             |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 売上         | 32                                  | 34   | 34             |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 農業所得       | 45                                  | 23   | 32             |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 負債総額       | 61                                  | 18   | 21             |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 農家の変化(%)   | 向上                                  | 変化なし   |                |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 農家意欲       | 80                                  | 20   |                |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 栽培管理技術     | 66                                  | 34   |                |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 経営管理能力     | 55                                  | 45   |                |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |
| 家計管理能力     | 49                                  | 51   |                |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |      |    |    |    |          |    |      |      |    |    |        |    |    |        |    |    |        |    |    |   |



| 項目  | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |       |       |          |   |   |            |   |  |             |  |  |  |
|---|---|--|----------------|-------|-------|----------|---|---|------------|---|--|-------------|--|--|--|
| <p>○耕作放棄地の再生利用の推進と新たな担い手とのマッチング支援</p> <div style="border: 1px solid #4F81BD; border-radius: 15px; padding: 5px; margin-top: 10px; background-color: #D9E1F2;"> <p>【目標】</p> <p>◆解消面積</p> <p>H21: 30ha</p> <p>H22: 120ha</p> <p>H23: 150ha</p> <hr style="border: 0.5px solid black;"/> <p>計 300ha</p> </div> | <p>■耕作放棄地の再生利用の推進と、新たな担い手とのマッチング支援</p> <p>【これまでの取組状況】</p> <p>耕作放棄地再生利用緊急対策交付金(国事業)とともに、農地保有合理化機能を持つ県農業公社を通じて、耕作放棄地解消推進事業(県事業)を実施することにより、耕作放棄地の解消を推進する。併せて、県農業公社の実施する、耕作放棄地を含めた農地や遊休ハウスの情報提供事業などにより、規模拡大志向農家や、新規就農希望者等の新たな耕作者とのマッチングを支援し、担い手の確保・育成を図る。</p> <p>【成果】</p> | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr style="background-color: #D9E1F2;"> <th></th> <th>H21年度</th> <th>H22年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: left;">耕作放棄地の解消</td> <td> <u>112.69ha</u><br/>                     (解消内訳)<br/>                     営農再開 44.84ha<br/>                     保全管理 67.85ha                 </td> <td> <u>115.49ha</u><br/>                     (解消内訳)<br/>                     営農再開 31.96ha<br/>                     保全管理 83.53ha                 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">県農業公社の情報提供</td> <td>                     ・農地情報62件<br/>                     (うち耕作放棄地13件)<br/>                     ・空きハウス情報6件<br/>                     (うち耕作放棄地2件)                 </td> <td>                     ・農地情報202件<br/>                     (うち耕作放棄地90件)<br/>                     ・空きハウス情報6件<br/>                     (うち耕作放棄地2件)                 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">国及び県事業の活用状況</td> <td> <u>8.47ha</u><br/>                     ・8市町実施<br/>                     ・11経営体で営農再開                 </td> <td> <u>3.22ha</u><br/>                     ・8市町実施<br/>                     ・13経営体で営農再開                 </td> </tr> </tbody> </table> |                | H21年度 | H22年度 | 耕作放棄地の解消 | <u>112.69ha</u><br>(解消内訳)<br>営農再開 44.84ha<br>保全管理 67.85ha | <u>115.49ha</u><br>(解消内訳)<br>営農再開 31.96ha<br>保全管理 83.53ha | 県農業公社の情報提供 | ・農地情報62件<br>(うち耕作放棄地13件)<br>・空きハウス情報6件<br>(うち耕作放棄地2件) | ・農地情報202件<br>(うち耕作放棄地90件)<br>・空きハウス情報6件<br>(うち耕作放棄地2件) | 国及び県事業の活用状況 | <u>8.47ha</u><br>・8市町実施<br>・11経営体で営農再開 | <u>3.22ha</u><br>・8市町実施<br>・13経営体で営農再開 | <p>○H21年度から23年度までに300haの耕作放棄地を解消する目標は達成の見込み。</p> <p>⇒解消面積の多くは、自主解消による農地の保全管理にとどまっており、本来の目的である再生後の営農開始にはつながっていないことから、補助事業の活用や新たな担い手の確保について、地域協議会と連携し、耕作放棄地の解消と営農開始に向け取り組む。</p> <p>1種農地や基盤整備済み農地など、優先的に解消すべき耕作放棄地に的を絞り、具体的な取り組みを盛り込んだ実行計画を地域協議会において作成し、計画に沿って取り組むよう促す。</p> |
|   | H21年度   | H22年度  |                |       |       |          |   |   |            |   |  |             |  |  |  |
| 耕作放棄地の解消  | <u>112.69ha</u><br>(解消内訳)<br>営農再開 44.84ha<br>保全管理 67.85ha   | <u>115.49ha</u><br>(解消内訳)<br>営農再開 31.96ha<br>保全管理 83.53ha  |                |       |       |          |   |   |            |   |  |             |  |  |  |
| 県農業公社の情報提供  | ・農地情報62件<br>(うち耕作放棄地13件)<br>・空きハウス情報6件<br>(うち耕作放棄地2件)   | ・農地情報202件<br>(うち耕作放棄地90件)<br>・空きハウス情報6件<br>(うち耕作放棄地2件)   |                |       |       |          |   |   |            |   |  |             |  |  |  |
| 国及び県事業の活用状況   | <u>8.47ha</u><br>・8市町実施<br>・11経営体で営農再開  | <u>3.22ha</u><br>・8市町実施<br>・13経営体で営農再開   |                |       |       |          |   |   |            |   |  |             |  |  |  |

# 産業成長戦略(林業分野)の実行2年半の取り組みの総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括(まとめ)

林業分野では、①林業・木材産業の再生、②木質バイオマス利用の拡大、③森のものの活用、④健全な森づくりの4つの柱を立て、木材価格の低迷による採算性の悪化や高齢化などによる担い手不足など、森林・林業を取り巻く課題に対して、県土の8割を超える森林資源を活用して産業の振興を図り、雇用の創出につなげる取り組みを進めてきた。

山側では、「森の工場」により森林の集約化、林業機械や作業道などの生産基盤の整備、現場の作業システムの改善指導に取り組み、生産性の向上を図っており、民有林の素材生産量は増加傾向にある。また、林業就業者は増加し、平均年齢も若返っている。

荒廃森林を解消するための間伐については、国の補助制度や森林環境税などを活用し、一定の成果が上がっているが、間伐を進めるための条件が徐々に厳しくなっており、全体としては、目標を達成することができなかった。その他に中山間地域の貴重な収入源である特用林産物の生産振興にも取り組み、一部の地域、品目(特に木炭)については一定の成果をあげている。

木材の利用や販売面では、戸建住宅や公共施設において県産材の利用を促進する地産地消の取り組みとあわせ、県外に設置した流通拠点を通じて販売活動を開始するなど、地産外商にも積極的に取り組み、木材の利用割合や販売実績の増加につなげた。また、計画期間中に集中的に木質ボイラーの導入を推進し、木質バイオマスのエネルギー利用が進展している。

一方、木材加工の面では、大型製材工場の整備に取り組んできたが、今のところ実現していない。また、県内事業者の共同・協業化の取り組みも十分な成果を上げるには至っておらず、加工部門の強化が進まないため、製材品生産量の減少に歯止めが掛からない状況となっている。

今後は、産業成長戦略で効果を上げた取り組みを継続するとともに、豊富な森林資源を活かしきるための加工体制の強化や原木供給を拡大する取り組みを強化し、林業・木材産業の再生産につなげるため、皆伐、再生林への対応も行っていく。

## 項目

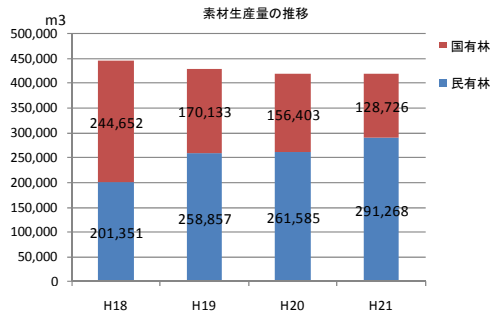
1. 原木の生産の集約化・効率化

## 具体的な取り組み

### ○森の工場の整備推進

#### 【目標】

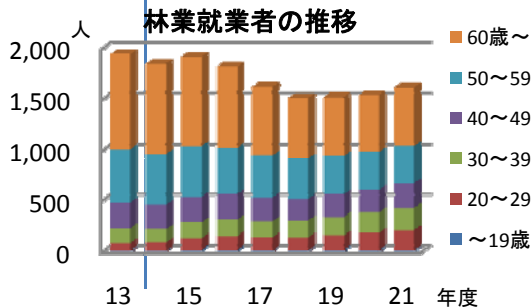
◆整備済「森の工場」:  
面積43,000ha(H23年度)



### ○担い手の育成

#### 【目標】

◆担い手: 1,560人



## 具体的な成果等

### ◇効率的・計画的に木材生産を行う「森の工場」の整備

| 区分    | 認定       | 累計 (H16～H23.8月末)    |
|-------|----------|---------------------|
| H21年度 | 6,462 ha | 100工場61事業体 40,536ha |
| H22年度 | 7,216 ha |                     |
| H23年度 | 3,375 ha |                     |



#### 【課題】

- ・国の制度改正への対応
- ・地形や資源状況に応じた効率的な作業システムの確立が不十分
- ・生産性の向上に必要な基盤整備や機械導入への支援策の検討

### ◇集約化提案型施業を実践できる森林施業プランナーを育成

- ・森林施業プランナー養成研修を開催(H21:延べ10日、H22:延べ8日)
- 23森林組合48名・2事業者2名で、合計50名の体制が整った。

⇒研修を受講した50名が、森の工場等の集約化の取り組みをはじめている。

| H21年度 | H22年度 | 累計       |
|-------|-------|----------|
| 19名   | 31名   | 25事業者50名 |

- ・H23年度は、未受講の1森林組合・6事業者の計7名が新たに国の基礎研修を受講

#### 【課題】

- ・研修で得た知識を実践で活かすための体制づくり

### ◇林業就業者を確保するため、林業労働力確保支援センターと連携した取り組みを推進

- ・林業就業希望者を対象とした就業相談会や林業体験教室を開催
- ・新規就業者職業紹介アドバイザーを設置し、事業者訪問による雇用情報を収集
- ・高校訪問による求職情報の収集や求人情報の提供、冊子による林業職場のPRを実施
- ・高校生を対象とした林業職場体験教室や林業技術研修の実施

⇒林業就業者が増加

| H20年度  | H21年度  |
|--------|--------|
| 1,541人 | 1,611人 |

(70人増)  
(就業者の平均年齢も若返り傾向)

### ◇林業の作業に必要な技術研修を実施

| H21年度 | H22年度 |
|-------|-------|
| 307人  | 306人  |



## 総括、評価、今後の取り組み等

(総括、評価)

○森林施業の集約化の有効性は一定認識され、「森の工場」の面積及び木材生産量は増大した。

(今後の方向性)

⇒国の制度改正に伴い、「森の工場」整備及び支援方針を検討する。

⇒生産性が低い事業者への作業システム改善の指導を継続する。

⇒生産性向上に必要な基盤整備や高性能林業機械導入への支援を継続する。

(総括、評価)

○研修生同士で、作業システム等の勉強会をはじめするなど、情報交換や切磋琢磨の動きが生まれた。

○コスト分析のためのデータ収集など組織内の取り組みが活発化してきた。

(今後の方向性)

⇒実践の中での課題解決に向けた取り組みを、地域(ブロック)単位での勉強会実施などにより、サポートしていく。

(総括、評価)

○林業労働力確保支援センターと連携した林業の担い手確保の取り組みを進め、林業就業者数が増加傾向にあるなど、一定の効果が現れている。

○林業技術者養成研修の回数を増やすなど研修を充実させており、基幹となる林業技術者も一定育成されている。

(今後の方向性)

⇒国の「緑の雇用」研修や県の林業技術者養成研修により、間伐や道づくり等を効率的に行える林業技術者を段階的かつ体系的に育成していく。

| 項目  | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等 | 総括、評価、今後の取り組み等 |      |      |     |     |     |     |     |    |     |     |     |    |    |     |     |     |     |  |  |   |
|---|------|--------------|----------------|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|----|----|-----|-----|-----|-----|--|--|---|
| <p>2. 大型製材工場の整備や中小加工事業体の共同・協業化</p> <p>製材品生産量の推移</p> <p style="text-align: right;">単位:千m<sup>3</sup></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>区分</th> <th>18年度</th> <th>19年度</th> <th>20年度</th> <th>21年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>国産材</td> <td>161</td> <td>160</td> <td>141</td> <td>126</td> </tr> <tr> <td>外材</td> <td>150</td> <td>142</td> <td>140</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>311</td> <td>302</td> <td>281</td> <td>206</td> </tr> </tbody> </table> | 区分   | 18年度         | 19年度           | 20年度 | 21年度 | 国産材 | 161 | 160 | 141 | 126 | 外材 | 150 | 142 | 140 | 80 | 合計 | 311 | 302 | 281 | 206 | <p>○大型製材工場の誘致</p> <p>○県内事業体による大型製材工場起業</p> | <p>◇原木安定供給策の検討(H21～H23)<br/>                 ◇製造アイテム、工場コンセプトの検討(H22、H23)<br/>                 ◇施設整備支援の検討(H22、H23)<br/>                 ◇事業主体の検討(H22、H23)</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・原木の安定供給体制の確保</li> <li>・用地整備や施設整備に関する支援策の検討</li> <li>・事業主体のあり方の検討</li> </ul>    <p>◇加工分野での共同・協業化を狙った共同輸配送、共同乾燥に関するアンケートを実施<br/>                 ◇共同化を提案し、意識変化のある事業者個別訪問調査<br/>                 ◇大消費地に向けた共同輸配送の実施<br/>                 ◇高幡地区の事業者と大型製材工場起業勉強会の開始(H22～)<br/>                 ◇大型製材モデルプランの作成を開始し、県内関係者への起業説明会を開催(H23)</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の既存事業体の資金力</li> <li>・大型製材工場設置への参加事業者の確保</li> <li>・原木の増産・安定供給体制の確立</li> </ul> | <p>(総括、評価)<br/>                 ○大型製材工場の進出に関し、進行中。</p> <p>○誘致するまでの支援策の確保、原木増産と安定協供給システムの構築が必要</p> <p>(今後の方向性)<br/>                 ⇒誘致実現後のフォローを確実に実施する。</p> <p>(総括、評価)<br/>                 ○大型製材工場起業の検討を始める事業者が現れている。</p> <p>○起業に向けて、県内事業者の意欲を喚起するための情報収集・提供、合意形成の推進支援が必要</p> <p>○ワークショップ等により各事業者の課題の認識を深めることが必要</p> <p>(今後の方向性)<br/>                 ⇒大型製材工場の事業化を推進</p> |
| 区分  | 18年度 | 19年度         | 20年度           | 21年度 |      |     |     |     |     |     |    |     |     |     |    |    |     |     |     |     |  |  |   |
| 国産材   | 161  | 160          | 141            | 126  |      |     |     |     |     |     |    |     |     |     |    |    |     |     |     |     |  |  |   |
| 外材  | 150  | 142          | 140            | 80   |      |     |     |     |     |     |    |     |     |     |    |    |     |     |     |     |  |  |   |
| 合計  | 311  | 302          | 281            | 206  |      |     |     |     |     |     |    |     |     |     |    |    |     |     |     |     |  |  |   |



| 項目                                | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
|-----------------------------------|---|--|---|-------|-----|-----|-----|----|-------|-------|-------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-----------------------------------|--|--|--|--|------|-------|-------|------------|------|------|--------------------------------|----------|----------|-------------------|------|------|---|
| 3. 県産材の需要拡大                       | <p>○木材の地産地消の推進</p> <p>【目標】<br/>◆戸建て木造住宅の木造率が、全国平均を上回っている。</p> | <p>◇木の良さの普及啓発及び利用促進を図るための県産木造住宅等の情報発信</p> <p>◇公共・公共的施設の木造化・木質化の推進</p> <p>◇木製品の導入、県産木造住宅の建築を促進</p> <p>⇒</p> <table border="1" data-bbox="801 312 1514 528"> <thead> <tr> <th>戸建て住宅の木造率</th> <th>H19</th> <th>H20</th> <th>H21</th> <th>H22</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>全国</td> <td>85.2%</td> <td>85.6%</td> <td>85.8%</td> <td>86.4%</td> </tr> <tr> <td>高知県</td> <td>79.8%</td> <td>82.8%</td> <td>83.8%</td> <td>86.0%</td> </tr> <tr> <td colspan="5">全国との差: 計画策定時H19(5.4%) → H22(0.4%)</td> </tr> </tbody> </table><br><table border="1" data-bbox="757 552 1630 735"> <thead> <tr> <th>支援区分</th> <th>H21年度</th> <th>H22年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県産木造住宅への支援</td> <td>314戸</td> <td>464戸</td> </tr> <tr> <td>小中学校や観光関連施設などでの木製品の机や椅子等の導入の拡大</td> <td>26団体42施設</td> <td>40団体61施設</td> </tr> <tr> <td>公共及び公共的施設の木造化・木質化</td> <td>47施設</td> <td>56施設</td> </tr> </tbody> </table> <p>県産木造住宅への支援：H23年度 159戸(8月末)</p> <p>⇒ 情報発信の中心となる、木と人出会い館情報の過去三年間の平均視聴率は10.3%と常に10%以上をキープ。</p> | 戸建て住宅の木造率   | H19   | H20 | H21 | H22 | 全国 | 85.2% | 85.6% | 85.8% | 86.4% | 高知県 | 79.8% | 82.8% | 83.8% | 86.0% | 全国との差: 計画策定時H19(5.4%) → H22(0.4%) |  |  |  |  | 支援区分 | H21年度 | H22年度 | 県産木造住宅への支援 | 314戸 | 464戸 | 小中学校や観光関連施設などでの木製品の机や椅子等の導入の拡大 | 26団体42施設 | 40団体61施設 | 公共及び公共的施設の木造化・木質化 | 47施設 | 56施設 | <p>(総括、評価)</p> <p>○景気回復が見えない中で、一定の成果を上げてきており、この流れをしっかりとしたものにしていけるために事業の継続が必要。</p> <p>(今後の方向性)</p> <p>⇒事業内容について、より多くの県産材の活用に繋がる視点で精査を進め、木造率の向上に繋げる。</p> <p>⇒県事業における県産材の利用の徹底を図るとともに、市町村においてもより積極的な行動が拡大するように取り組んでいく。</p> |
| 戸建て住宅の木造率                         | H19   | H20  | H21   | H22   |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
| 全国                                | 85.2%   | 85.6%  | 85.8%   | 86.4% |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
| 高知県                               | 79.8%   | 82.8%  | 83.8%   | 86.0% |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
| 全国との差: 計画策定時H19(5.4%) → H22(0.4%) |   |  |   |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
| 支援区分                              | H21年度   | H22年度  |   |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
| 県産木造住宅への支援                        | 314戸  | 464戸   |   |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
| 小中学校や観光関連施設などでの木製品の机や椅子等の導入の拡大    | 26団体42施設  | 40団体61施設   |   |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
| 公共及び公共的施設の木造化・木質化                 | 47施設  | 56施設   |   |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
|                                   |   |      | <p>← H23年度木造施設普及コンクールにおいて、久礼中学校と雲の上のギャラリーの2施設が林野庁長官賞を受賞</p> |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |
|                                   |   | <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戸建て木造住宅の木造率について、森林県としては全国平均を大きく上回る取り組みが必要。</li> <li>・国において「公共建築物等における木材利用の促進に関する法律」が施行された状況を踏まえ、引き続き木の文化県構想に沿って木材の利用拡大に努め、森林県として全国に情報発信していく必要がある。</li> </ul>   |   |       |     |     |     |    |       |       |       |       |     |       |       |       |       |                                   |  |  |  |  |      |       |       |            |      |      |                                |          |          |                   |      |      |   |

## 項目

3. 県産材の  
需要拡大

## 対策等

○県産材の地産外商の推進

## 具体的な取り組み、成果等

◇平成22年度に地産外商の推進母体となる土佐材流通促進協議会を設立。県外消費地での外商活動を本格化

◇土佐材をPRするため大消費地で工務店・設計会社・消費者を対象にセミナーを開催  
平成23年度からは、商談方式に重点を置いたセミナーを開催  
東京では、土佐材製品を展示する「木の住まいの魅力展」開催(2011.3.3~3.22)

|       | セミナーの対象 | 開催場所      | 回数 | 出席数     |
|-------|---------|-----------|----|---------|
| H22年度 | 企業向け    | 東京・名古屋・大阪 | 3回 | 54企業86名 |
| H22年度 | 消費者向け   | 東京        | 3回 | 51名     |
| H23年度 | 企業向け    | 大阪        | 2回 | 42企業53名 |

※H23年度は、8月末までの実績数値



東京セミナー



大阪セミナー（個別商談）



東京OZONE  
土佐材展示

◇関東、関西の木材流通業者を対象に土佐材展示会を開催  
・H22年度に関東・高知で2回開催、参加者220名  
⇒ **展示販売980m<sup>3</sup>**

◇県外で建てられる土佐材使用住宅等のPR経費支援

|   | H21年度 | H22年度 | H23年度 |
|---|-------|-------|-------|
| ⇒ | 27棟   | 45棟   | 39棟   |

※H23年度は、8月末までの申し込み棟数

・平成23年度から土佐材パートナー企業登録制度の導入：県外工務店等30社が登録



土佐材展示会（茨城県）

◇大消費地に流通拠点を設置し、輸送の効率化等、土佐材の流通の利便性の向上

・流通拠点（関東、東海、関西、九州）9箇所を設置

⇒ H22年度、**流通拠点(8箇所)利用量：住宅部材22棟分、建築用材418m<sup>3</sup>**

H23年度、**流通拠点(8箇所)利用量：住宅部材6棟分、新規1社と拠点協定締結(九州：8月)**



流通拠点の活用



土佐材住宅の着工（愛知県）



新規企業との協議（大阪府）

◇JAS製品等の性能表示木材の流通促進

|   | H21年度               | H22年度                |
|---|---------------------|----------------------|
| ⇒ | 5,653m <sup>3</sup> | 12,350m <sup>3</sup> |

## 総括、評価、今後の取り組み等

【課題】

- ・土佐材の安定的、継続的な取引の強化
- ・新規取引先の開拓

(総括、評価)

○土佐材流通促進協議会の設立により、外商活動が一歩進んだ。

○土佐材流通促進協議会の行う土佐材セミナーや消費地への拠点設置に加え、JAS等の性能表示木材の流通支援、パートナー企業のPR活動によって、県外への販路開拓が拡大している。

(今後の方向性)

⇒セミナーや展示会などの単発的な取り組みでは効果が小さいので、組織的かつ継続的に県外販売の促進を図っていく。

| 項目 | 対策等 | 具体的な取り組み、成果等 | 総括、評価、今後の取り組み等 |
|----|-----|--------------|----------------|
|----|-----|--------------|----------------|

4. 新エネルギー利用の推進

**○木質バイオマスの利用拡大**

**【目標】**

◆木質バイオマス年間利用量:132,000t

◇未利用の森林資源を有効に活用するため、コストが嵩む原木の収集への支援や、木質ペレットの製造施設の整備、利用機器の普及を積極的に行実施  
 ◇利用の集団化等、取り組みの強化に向けた事業化の推進

**木質バイオマスボイラーの導入状況**

(単位 台)

| 地域    | 20年度以前 | 21年度 | 22年度 | 地域別合計  |
|-------|--------|------|------|--------|
| 安芸    | 10     | 27   | 31   | 68     |
| 物部川   | 0      | 2    | 11   | 13     |
| 高知市   | 1      | 1    | 0    | 2      |
| 嶺北    | 1      | 0    | 1    | 2      |
| 仁淀川   | 3      | 1    | 0    | 4      |
| 高幡    | 6      | 20   | 3    | 29     |
| 幡多    | 0      | 0    | 0    | 0      |
| 年度別合計 | 21     | 51   | 46   | 総計 118 |

(総括、評価)

○補助事業を有効に活用し、利用機器の大幅な導入の拡大とそれに対応する木質ペレット工場が新設された。

○製糸業や養蠶業といった新たな業種で木質バイオマスの利用が始まった。

(今後の方向性)

⇒安定的な原木の収集体制の強化

⇒燃焼効率やコストの抑制に繋がる機器改良の取り組みの強化

⇒ペレット等製造コスト、輸送コスト等を引き下げる仕組みづくり

**木質バイオマスのエネルギーとしての利用拡大**

**H19年度97,000トン**


**→ H22年度(見込み) 131,000トン**



◇需要を中心とした地域循環ユニットの構築に向けた構想の整理(H23年度～)

**【課題】**

- ・原木の収集や利用機器などのコスト高に対する対応。
- ・木質バイオマスペレットの製造コストが高い。
- ・利用ユニットの推進に向けた市町村との連携の強化。

| 項目                      | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |   |      |               |               |               |  |
|-------------------------|--|---|----------------|-----|-----|---|------|---------------|---------------|---------------|--|
| 5. 荒廃森林の解消<br>(森林整備の推進) | ○間伐の推進<br><br><div data-bbox="360 531 674 683" style="border: 1px solid blue; border-radius: 15px; padding: 5px; background-color: #e6f2ff;">                         【目標】<br/>                         ◆間伐面積: 45,000ha<br/>                         (H21~23年度)                     </div> | ◇市町村、森林組合、事業体等への説明会を実施<br>◇間伐推進に向けた意見交換により共通認識を確認<br>◇施業の集約化を行うための、集約化推進計画を33市町村が樹立<br>◇市町村広報誌(41市町村)や林業機関誌等への掲載による森林整備のPRを実施<br><br>・高知県森林組合連合会及び森林組合の意識改革が進んでいる。<br>⇒ 間伐実施面積<br><br><div style="text-align: right;">(単位: ha)</div> <table border="1" data-bbox="763 518 1491 627" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>区 分</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>間伐面積</td> <td style="text-align: center;"><u>10,717</u></td> <td style="text-align: center;"><u>10,193</u></td> <td style="text-align: center;"><u>20,910</u></td> </tr> </tbody> </table> | 区 分            | H21 | H22 | 計 | 間伐面積 | <u>10,717</u> | <u>10,193</u> | <u>20,910</u> | (総括、評価)<br>○森林整備のPR活動や説明会の実施を継続してきたことで、2年間で2万ヘクタール超の間伐が実施できた。<br><br>(今後の方向性)<br>⇒森林整備支援策の周知や森林整備のPR活動を継続する。 |
| 区 分                     | H21  | H22   | 計              |     |     |   |      |               |               |               |  |
| 間伐面積                    | <u>10,717</u>  | <u>10,193</u>   | <u>20,910</u>  |     |     |   |      |               |               |               |  |
|                         |  | 【課題】<br>・造林事業の新規補助制度の周知と森林整備関連予算の確保   |                |     |     |   |      |               |               |               |  |
|                         |  |    |                |     |     |   |      |               |               |               |  |

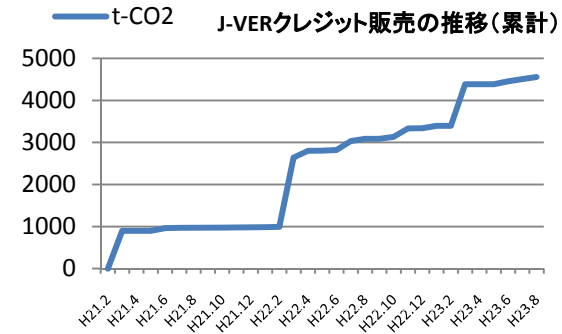


**項目**  
5. 荒廃森林の解消  
(森林整備の推進)

**対策等**  
オフセット・クレジットを活用した森林整備

**具体的な取り組み、成果等**

**総括、評価、今後の取り組み等**



◇排出量取引(CO2排出削減)プロジェクト  
住友大阪セメント株式会社高知工場において使用されている石炭・オイルコークス等の化石燃料を未利用林地残材と代替することによりCO2の排出を削減



住友大阪セメント株式会社高知工場2号発電設備

| 年度  | 委託量(t)     |
|-----|------------|
| H21 | 3,302.68t  |
| H22 | 5,717.82t  |
| H23 | 5,000t(予定) |

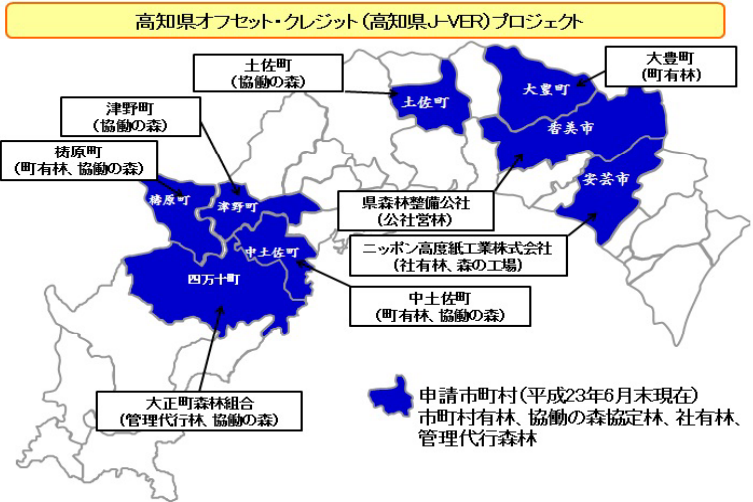
⇒ J-VERクレジット発行 H21年度 1,932t-CO2 H22年度 3,089t-CO2 H23年度 2,534t-CO2

◇排出量取引(CO2吸収)プロジェクト  
県有林(7箇所)の間伐により増大した森林吸収量をJ-VER認証  
・登録時想定吸収量 9,832-CO2

⇒ J-VERクレジット発行 H22年度 285t-CO2

◇県オフセットクレジット認証センターの運営  
県J-VER制度のプロジェクト受理～認証～登録・管理等を委託  
・プロジェクト受理(H22:6件、H23:2件)  
⇒ クレジット認証(H22:2件1,465t-CO2 H23:3件1,349t-CO2)

【課題】  
・県J-VER制度は、国の温暖化対策推進法に基づく温室効果ガスの排出削減に活用できない。  
・J-VER制度の運営には、多額の経費が掛かる。



◇J-VERクレジットの販売促進  
マッチングイベント等に積極的に参加し、J-VERの販売をサポート

⇒

| 年度  | 販売実績(t-CO2)       | 備考                |
|-----|-------------------|-------------------|
| H21 | <u>1,742t-CO2</u> | <u>10件</u>        |
| H22 | <u>1,743t-CO2</u> | <u>20件</u>        |
| H23 | <u>174t-CO2</u>   | <u>6件(H23.8末)</u> |

(参考) H20年度 899t-CO2

(総括、評価)  
○環境省のJ-VER制度におけるCO2削減プロジェクトで第1号登録、また、CO2森林吸収プロジェクトでも都道府県第1号登録。  
○クレジット創出と販売において、全国的にもトップクラスの成果を上げている。  
○県J-VERの創設により、プロジェクトの取り組みが拡大している。

(今後の方向性)  
⇒J-VERの汎用性を高める仕組みづくり、財政面での支援を国に要望し、積極的に進める。

# 産業成長戦略(水産業分野)の実行2年半の取り組みの総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括(まとめ)

地域の漁業特性に応じた水産物の前処理加工の事業化、消費地市場と産地市場の関係者の交流、高知県漁協の地産地消・外商活動、カツオ一本釣漁業で使用する活餌(生きたイワシ)の供給開始、黒潮牧場の3基増設、漁村での体験型観光の推進などに取り組んだことにより、浜値の向上や水揚げの増加、漁村における交流人口の増加等の成果が一部の地域で現れるなど、成長戦略に沿った取り組みは概ね前進している。

産業成長戦略やアクションプランに位置付けられた取組を行った団体は、産業振興計画の推進による効果を実感し、計画の継続を要望しており、支援策も概ね好評であるが、アクションプラン等と深くかかわりのない団体には産業振興計画の効果が感じられない、とするところもある。

取組を進めるなかで、水産加工における衛生管理のレベルアップや県外市場へ高鮮度な水産物を送るための物流体制の整備など、戦略をより効果的なものとするための課題も明らかになってきた。

次の産業振興計画では、こうした課題等を踏まえた新たな取組みも加えながら、関係者とともに着実に取組みを進めていく。

## 項目

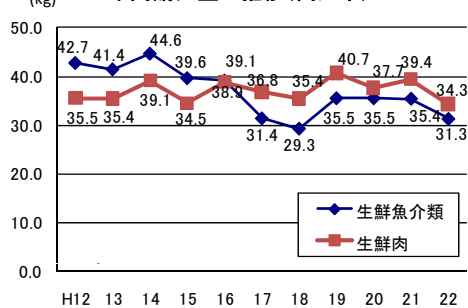
①生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略

## 対策等

○高知県漁協による「土佐の魚」の地産地消が拡大

○「土佐の魚」の消費拡大に向けて

1世帯あたりの生鮮魚介類・生鮮肉の年間購入量の推移(高知市)



総務省「家計調査」による。(2人以上世帯)

## 具体的な取り組み、成果等

- ◇直販店店舗での販売活動の推進
  - ・直販店を運営し、県産水産物を供給

□直販所2店舗での販売額の推移

| 年度  | 20      | 21       | 22       | 23(4月~7月) |
|-----|---------|----------|----------|-----------|
| 販売額 | 5,000万円 | 13,100万円 | 15,100万円 | 4,893万円   |

- ◇県内量販店2社への直接供給
  - ・漁協の体制整備に合わせ取引店を1社から2社に拡大
  - ・高鮮度にこだわった量販店の販売戦略と連携

□県内量販店2社との取引額の推移

| 年度  | 21    | 22    | 23(4月~7月) |
|-----|-------|-------|-----------|
| 取引額 | 850万円 | 950万円 | 220万円     |

- ◇集出荷体制の確立、人材育成等
  - ・仕入担当者を芸東地区(2名)、清水地区(2名)に配置し、県内量販店と本格取引ができる集出荷体制が確立
  - ・量販店への派遣研修や販促活動の実践等により担当職員の資質が向上
  - ・平成23年5月から販売部を設置し体制を強化

## 【課題】

- ・直販店の統合や業務筋への販路の拡大などによる収益力の強化

- ◇量販店や市場関係者、漁協等と連携した県産水産物の消費拡大に向けたPR【21年度】

- ・量販店等と連携した消費拡大キャンペーンの実施  
キャンペーンへの協力店舗:118店舗、プレゼントキャンペーンへの応募:511件

## 【22年度】

- ・量販店等と連携した「土佐のたたき文化」の情報発信  
イベント、量販店、コンビニ等で土佐のたたき料理を紹介したリーフレット等を配布
- ・県産水産物を使用した料理レシピの募集及び飲食店等でのメニュー化  
応募件数52件【大賞1件、優秀賞9件を表彰】  
上記レシピを飲食店等でアレンジしてメニュー化・販売(31店舗 23.3~4月)
- ・高知市中央卸売市場と連携した料理教室の開催  
5回開催、延べ130名参加
- ・「とさてらす」における県産水産物のPR(試食・販売等)  
H22.12.12:高知県漁協、加工グループ地域5団体参加  
H23.1.9:高知市中央卸売市場関係2団体参加
- ・漁協、市場関係者等と連携した水産イベント「第1回土佐のおさかなまつり」の開催  
H23.1.23:漁協、地域加工グループなど15団体が出展し、約3,700名来場

- ◇高知のお魚まるごとネット「サカナチカラ コウチカラ」による情報発信

- ◇土佐の魚PR活動/パートナー店の登録  
143店舗登録(H23年8月31日現在)

- ◇高知県おさかなPR大使による県産水産物のPR  
H21年度:24件 H22年度:43件 H23年度:8件(H23年8月31日現在)


- ◇水産物消費拡大対策検討会の開催(5回開催)  
検討会で意見が出された「漁協等と連携したイベントの開催」、「高知市中央卸売市場の有効活用」、「土佐の食文化に関する情報発信」、「PRパートナー店の活用」などを消費拡大対策に反映

## 総括、評価、今後の取り組み等


○戦略に基づいた取組のステップアップにより一部で浜値の向上等は達成されているが、収益性の視点から抜本的な改善が必要。

⇒これまでの3年間の取組を総括し、収益性の向上や運営体制の効率化等を図るとともに、中期的な取組の方向性をまとめた販売戦略の策定と実行に取り組む。

○消費拡大に向けたPR活動が県民に認知され、消費者が求める魚の旬・料理方法等の情報を発信する仕組みなどが整備された。  
しかし、食文化の変化等による魚離れを食い止めるにはいたらず継続した取り組みが必要である。  
⇒量販店等との連携を強化し、アンケート調査等による事業効果の把握に努める中で、より効果的なPR活動を展開する。

| 項目                           | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
|------------------------------|---|--|----------------|-------|-------|-----------------|-----|---|-------|--|------|--|--------|------|-----|----------------------------|-------|-----------------------|------|-----------------------------|--------|-----------|-------|--|-----|--|-------|--------------------|------|---|---|
| <p>①生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略</p> | <p>○「土佐の魚」大消費地とのネットワーク作り</p>  <p>○「土佐の魚」ブランド化の推進</p> | <p>◇県外の消費地市場関係者を高知県に招くなど、産地との交流会(意見交換会、試食会、現地見学)を開催し、消費地市場との人的ネットワークを構築。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市場 3回開催(県内、大阪市)<br/>延べ参加者:大阪市場 16社(28名)、県内産地市場 42社(80名)<br/>主な意見:高知県の魚は全般に脂が少なく刺身向き。<br/>消費地市場が求める荷立てへの対応が必要。<br/>産地の水揚情報ができるだけ早く欲しい。</li> <li>・名古屋市場 1回開催(県内)<br/>参加者:名古屋市場 9社(9名)、県内産地市場 15社(20名)<br/>主な意見:鮮度で売って行くことを検討してはどうか。<br/>販促シールを活用した生産者の顔の見える取組は量販店に好評。</li> <li>・築地市場 2回開催(東京都、県内)<br/>延べ参加者:築地市場 30社(31名)、県内産地市場 22社(30名)<br/>主な意見:関東では魚に脂がのっていないと売れない。高知の魚は脂が少ない。<br/>鮮度の評価は高い。そこをアピールすべき。</li> </ul> <p>◇カツオ、キンメダイ、ゴマサバの3魚種を地産外商加速化品目に選定し、戦略を策定。魚種ごとに推進組織を設置し、認知度の向上等の活動をスタート。</p> <p>【戦略の骨子】</p> <table border="1" data-bbox="721 762 1606 1053"> <thead> <tr> <th>品目(魚種)</th> <th>戦略の骨子</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3魚種共通</td> <td>・マリン・エコラベルの認証取得</td> </tr> <tr> <td>カツオ</td> <td>・水揚基地機能の強化による安定した集出荷体制の強化<br/>・土佐のカツオの情報発信<br/>・高鮮度のカツオをこだわりのある飲食店に直接販売</td> </tr> <tr> <td>キンメダイ</td> <td>・認知度の高い関西市場での重点的なPR活動の展開<br/>・高知県漁協による鮮魚の販路開拓<br/>・民間企業との連携による高知県漁協のPB商品の開発・販売</td> </tr> <tr> <td>ゴマサバ</td> <td>・清水サバのPR活動の展開<br/>・高知県漁協による鮮魚の販路開拓<br/>・ゴマサバの加工品の製造・販売</td> </tr> </tbody> </table> <p>【推進組織の設置】</p> <table border="1" data-bbox="721 1098 1606 1197"> <thead> <tr> <th>品目(魚種)</th> <th>推進組織</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>カツオ</td> <td>土佐のかつお流通対策協議会(H23年4月25日設立)</td> </tr> <tr> <td>キンメダイ</td> <td>芸東水産業改良普及協議会(既存組織の活用)</td> </tr> <tr> <td>ゴマサバ</td> <td>土佐の清水さば流通対策協議会(H23年3月19日設立)</td> </tr> </tbody> </table> <p>【23年度取組の概要】</p> <table border="1" data-bbox="721 1236 1606 1495"> <thead> <tr> <th>品目(魚種)</th> <th>23年度取組の概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3魚種共通</td> <td>・マリン・エコラベルの認証取得をPR<br/>・築地市場、大阪市中央卸売市場でのPR<br/>・首都圏でチェーン展開する飲食店でのフェア開催</td> </tr> <tr> <td>カツオ</td> <td>・たたきの実演など体験型観光の推進<br/>・鮮度にこだわった高級食材としての販路開拓</td> </tr> <tr> <td>キンメダイ</td> <td>・関西市場をターゲットとした販路開拓</td> </tr> <tr> <td>ゴマサバ</td> <td>・首都圏の料理店等への活サバの販路開拓<br/>・「まるごと高知」等を活用した首都圏での加工品の販路開拓<br/>・観光イベント等を活用した観光客へのPR</td> </tr> </tbody> </table> | 品目(魚種)         | 戦略の骨子 | 3魚種共通 | ・マリン・エコラベルの認証取得 | カツオ | ・水揚基地機能の強化による安定した集出荷体制の強化<br>・土佐のカツオの情報発信<br>・高鮮度のカツオをこだわりのある飲食店に直接販売 | キンメダイ | ・認知度の高い関西市場での重点的なPR活動の展開<br>・高知県漁協による鮮魚の販路開拓<br>・民間企業との連携による高知県漁協のPB商品の開発・販売 | ゴマサバ | ・清水サバのPR活動の展開<br>・高知県漁協による鮮魚の販路開拓<br>・ゴマサバの加工品の製造・販売 | 品目(魚種) | 推進組織 | カツオ | 土佐のかつお流通対策協議会(H23年4月25日設立) | キンメダイ | 芸東水産業改良普及協議会(既存組織の活用) | ゴマサバ | 土佐の清水さば流通対策協議会(H23年3月19日設立) | 品目(魚種) | 23年度取組の概要 | 3魚種共通 | ・マリン・エコラベルの認証取得をPR<br>・築地市場、大阪市中央卸売市場でのPR<br>・首都圏でチェーン展開する飲食店でのフェア開催 | カツオ | ・たたきの実演など体験型観光の推進<br>・鮮度にこだわった高級食材としての販路開拓 | キンメダイ | ・関西市場をターゲットとした販路開拓 | ゴマサバ | ・首都圏の料理店等への活サバの販路開拓<br>・「まるごと高知」等を活用した首都圏での加工品の販路開拓<br>・観光イベント等を活用した観光客へのPR | <p>○県外の消費地市場と産地の結びつきが強まり、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。</p> <p>⇒県外消費地市場における県産水産物のシェアの拡大を目標に交流会を継続開催し、人的ネットワークの強化や交流会での意見を反映した産地買受人の活動を支援する。</p> <p>○カツオ、キンメダイ、ゴマサバのブランド化を担う推進組織が立ち上がり、マリン・エコラベルの認証取得も併せて目指すこととなり、今後こうした活動が地産外商に結びつくよう支援する必要がある。</p> <p>⇒各推進組織のブランド化に向けた取組やマリン・エコラベルの認証取得を強力に支援するとともに、県、大日本水産会等の事業を通じてマリン・エコラベルの普及促進と認知度向上を図る。</p> |
| 品目(魚種)                       | 戦略の骨子   |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| 3魚種共通                        | ・マリン・エコラベルの認証取得   |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| カツオ                          | ・水揚基地機能の強化による安定した集出荷体制の強化<br>・土佐のカツオの情報発信<br>・高鮮度のカツオをこだわりのある飲食店に直接販売   |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| キンメダイ                        | ・認知度の高い関西市場での重点的なPR活動の展開<br>・高知県漁協による鮮魚の販路開拓<br>・民間企業との連携による高知県漁協のPB商品の開発・販売  |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| ゴマサバ                         | ・清水サバのPR活動の展開<br>・高知県漁協による鮮魚の販路開拓<br>・ゴマサバの加工品の製造・販売  |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| 品目(魚種)                       | 推進組織  |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| カツオ                          | 土佐のかつお流通対策協議会(H23年4月25日設立)  |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| キンメダイ                        | 芸東水産業改良普及協議会(既存組織の活用)   |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| ゴマサバ                         | 土佐の清水さば流通対策協議会(H23年3月19日設立)   |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| 品目(魚種)                       | 23年度取組の概要   |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| 3魚種共通                        | ・マリン・エコラベルの認証取得をPR<br>・築地市場、大阪市中央卸売市場でのPR<br>・首都圏でチェーン展開する飲食店でのフェア開催  |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| カツオ                          | ・たたきの実演など体験型観光の推進<br>・鮮度にこだわった高級食材としての販路開拓  |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| キンメダイ                        | ・関西市場をターゲットとした販路開拓  |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |
| ゴマサバ                         | ・首都圏の料理店等への活サバの販路開拓<br>・「まるごと高知」等を活用した首都圏での加工品の販路開拓<br>・観光イベント等を活用した観光客へのPR   |  |                |       |       |                 |     |   |       |  |      |  |        |      |     |                            |       |                       |      |                             |        |           |       |  |     |  |       |                    |      |   |   |



| 項目                           | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |        |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
|------------------------------|---|--|----------------|--------|------|-----|------|-------|---------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|--|---------|-------|--------|--|-----|-----|-----|----|--------|---|---|----|--------|----|---|---|-----|--------|----|----|-----|--------|-----|----|----|------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|---|
| <p>①生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略</p> | <p>○高知県漁協の県外マーケットへの販売促進</p> <p>○漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の再配置に着手</p>  <p>○活餌の供給でカツオの地元水揚げを増大</p> | <p>◇県外市場との取引</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・共同販売により、幡東地区の水産物を県外市場に出荷(5,000万円/年)</li> <li>・買取販売に着手したことにより、新たな販路の確保に着手</li> <li>・キンメダイを主体に神戸、京都、名古屋、築地等へ試験出荷を開始<br/>(H22.9月～H23.3月 1,114万円 H23.4月～7月 1,046万円)</li> </ul> <p>◇県外業務筋への販売</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏の業務筋等に営業活動を実施</li> <li>・県外業務筋からの発注や高知フェア等のイベント販売に対応(H21:60万円、H22:350万円)</li> <li>・まるごと高知のレストランで清水サバを使ったメニューが定番化<br/>(清水サバ等の販売 H22.8～H23.3月 113万円、H23.4～7月 45万円)</li> <li>・くら寿司四国フェアへの販売(H23.5～6月)</li> </ul> <table border="1" data-bbox="770 555 1559 683"> <thead> <tr> <th>魚種名</th> <th>商品形態</th> <th>納入数量</th> <th>売上高</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>清水サバ</td> <td>漬けフィレ</td> <td>1,372kg</td> <td>210万円</td> </tr> <tr> <td>キンメダイ</td> <td>骨抜きフィレ</td> <td>659kg</td> <td>329万円</td> </tr> <tr> <td>スジアオリ</td> <td>乾燥パック</td> <td>129kg</td> <td>139万円</td> </tr> <tr> <td colspan="2">合計</td> <td>2,160kg</td> <td>678万円</td> </tr> </tbody> </table> <p>*くら寿司:全国で約260店舗を展開する回転寿司チェーン(本部:大阪府堺市)</p> <p>◇最大の漁獲効果を得るための配置を検討するため、3基の黒潮牧場を増設し、効果の把握に着手(平成22年度)。</p> <p>⇒増設した黒潮牧場の一つで、平成23年6月にカツオ主体の漁があり、その後も小規模ながら漁場が形成</p> <p>⇒従来より低コストの浮魚礁を導入し、整備コストを縮減(設計上13%程度の削減)</p> <p>*黒潮牧場:カツオマグロ等の回遊魚を効率的に漁獲するために、本県沖合に設置した大型浮魚礁</p> <p>◇カツオー本釣用活餌(生きたイワシ)の供給事業を黒潮町佐賀地区でH22.1から開始</p> <p>⇒活餌事業の開始以降、大型カツオー本釣船の水揚げが愛媛県深浦漁協から佐賀漁港へシフト</p> <p>高知県所属大型カツオー本釣漁船の水揚げの比較(単位:隻、トン、千円)</p> <table border="1" data-bbox="748 1136 1505 1375"> <thead> <tr> <th colspan="2">漁港 / 年</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">隻数</td> <td>佐賀(高知)</td> <td>4</td> <td>8</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>深浦(愛媛)</td> <td>25</td> <td>7</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">水揚量</td> <td>佐賀(高知)</td> <td>29</td> <td>69</td> <td>172</td> </tr> <tr> <td>深浦(愛媛)</td> <td>242</td> <td>54</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">水揚金額</td> <td>佐賀(高知)</td> <td>15,828</td> <td>27,389</td> <td>58,693</td> </tr> <tr> <td>深浦(愛媛)</td> <td>103,477</td> <td>20,142</td> <td>15,347</td> </tr> </tbody> </table> <p>平成23年は1月～7月<br/>水揚量・金額にはカツオ以外の魚種も含む</p> | 魚種名            | 商品形態   | 納入数量 | 売上高 | 清水サバ | 漬けフィレ | 1,372kg | 210万円 | キンメダイ | 骨抜きフィレ | 659kg | 329万円 | スジアオリ | 乾燥パック | 129kg | 139万円 | 合計 |  | 2,160kg | 678万円 | 漁港 / 年 |  | H21 | H22 | H23 | 隻数 | 佐賀(高知) | 4 | 8 | 14 | 深浦(愛媛) | 25 | 7 | 4 | 水揚量 | 佐賀(高知) | 29 | 69 | 172 | 深浦(愛媛) | 242 | 54 | 66 | 水揚金額 | 佐賀(高知) | 15,828 | 27,389 | 58,693 | 深浦(愛媛) | 103,477 | 20,142 | 15,347 | <p>○戦略に基づいた取組のステップアップにより一部で浜値の向上等は達成されているが、収益性の視点から抜本的な改善が必要。</p> <p>⇒これまでの3年間の取組を総括し、収益性の向上や運営体制の効率化等を図るとともに、中期的な取組の方向性をまとめた販売戦略の策定と実行に取り組む。</p> <p>○最適な黒潮牧場12基体制にむけ、着実な取組みが図られた。</p> <p>○設置海域によっては、整備コストの縮減に成功し、財政面でも更新しやすい状況となった。</p> <p>⇒引き続き、漁業関係者と協力し、「12基体制での黒潮牧場の最適化配置の検討及び整備の低コスト化」に努める。</p> <p>○活餌供給により、操業の効率化や水揚げの増加などの直接効果、物資補給による地元への波及効果が得られた。</p> <p>⇒省力化機器の整備や新たな活餌仕入れ先の確保など、ハード・ソフト面で必要な支援を行う。</p> |
| 魚種名                          | 商品形態  | 納入数量   | 売上高            |        |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| 清水サバ                         | 漬けフィレ   | 1,372kg  | 210万円          |        |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| キンメダイ                        | 骨抜きフィレ  | 659kg  | 329万円          |        |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| スジアオリ                        | 乾燥パック   | 129kg  | 139万円          |        |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| 合計                           |   | 2,160kg  | 678万円          |        |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| 漁港 / 年                       |   | H21  | H22            | H23    |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| 隻数                           | 佐賀(高知)  | 4  | 8              | 14     |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
|                              | 深浦(愛媛)  | 25   | 7              | 4      |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| 水揚量                          | 佐賀(高知)  | 29   | 69             | 172    |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
|                              | 深浦(愛媛)  | 242  | 54             | 66     |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
| 水揚金額                         | 佐賀(高知)  | 15,828   | 27,389         | 58,693 |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |
|                              | 深浦(愛媛)  | 103,477  | 20,142         | 15,347 |      |     |      |       |         |       |       |        |       |       |       |       |       |       |    |  |         |       |        |  |     |     |     |    |        |   |   |    |        |    |   |   |     |        |    |    |     |        |     |    |    |      |        |        |        |        |        |         |        |        |   |

## 項目

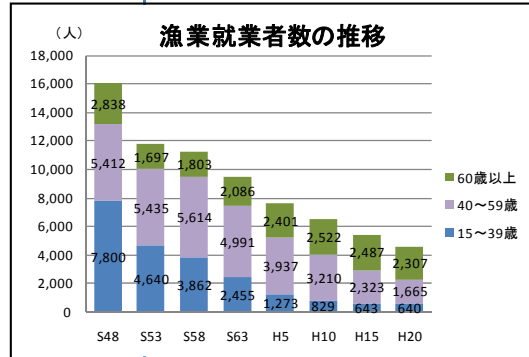
①生産物(鮮魚)の売上高を伸ばすための戦略

## 対策等

○燃油高騰に強い漁業経営への転換を支援

目標:  
年間22名程度の新規漁業就業者を確保

○漁業を支える担い手を育てる



○マダイ・カンパチの養殖業者がグループで流通・販売に挑戦



○資源管理・漁業所得補償制度を活用した経営安定対策の推進

②県1漁協による漁業費用を削減するための戦略

## 具体的な取り組み、成果等

◇漁業経営構造改善計画を策定した基幹漁船漁業者に対して、漁協が行う低燃費エンジンリース事業を支援(H21年度9件、H22年度14件、H23年度は要望22件)  
⇒エンジンのリースを受けた漁業者のほとんどが、燃費の向上及び経営面の意識が変わるなど、経営体質の改善に貢献

◇漁業の担い手の確保に向け、就業アドバイザーの設置や漁業技術習得のための支援、漁船購入のための支援の実施などにより、新規就業者が増加  
⇒年間目標を上回る新規就業者を確保

新規漁業就業者の推移

| 年  | H17 | H18 | H19 | H20 | H21 | H22 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 人数 | 22  | 25  | 41  | 28  | 34  | 39  |

漁業指導所調査結果

⇒新規就業者支援事業の利用者数の増加

新規就業者支援事業の利用者数の推移

| 年度       | H12~19平均 | H20 | H21 | H22 | H23(予定) |
|----------|----------|-----|-----|-----|---------|
| 長期研修開始者  | 2        | 5   | 7   | 8   | -       |
| 長期研修修了者  | 2        | 2   | 1   | 5   | 7       |
| 漁船リース利用者 | -        | -   | 2   | 4   | -       |

◇養殖生産物の品質向上と生産量のまとまりをつくるため、養殖生産者のグループ化を推進  
⇒新たにネイリ部会、すくも湾漁協養殖部会の2つのグループ化を加え、5グループ97名(県内養殖生産者の44%)が参画し、県外量販店との取引や加工販売の展開など流通・販売の促進に向け活動

グループ化の状況と活動内容

| グループ名               | メンバー数 | 魚種          | 活動内容                   |
|---------------------|-------|-------------|------------------------|
| 土佐鯛工房(須崎市 深浦)       | 9     | マダイ         | 生産体制の拡大、関西量販店2社と販売契約成立 |
| 乙女会(須崎市 深浦)         | 7     | マダイ         | 鮮魚、活魚販売に加え積極的に加工販売を展開  |
| タイ部会(須崎市 大谷)        | 20    | マダイ         | 県内量販店で計14回出張販売を実施      |
| ネイリ部会(須崎市 大谷)       | 8     | カンパチ        | 昨年末3名で活動を開始し、現在は8名に増加  |
| すくも湾漁協養殖部会(宿毛市・大月町) | 53    | ブリ・カンパチ・マダイ | 神経抜きによる付加価値向上          |

◇制度説明と漁業者の計画策定への支援(16ヶ所;約100人)を行うとともに、制度推進の母体となる高知県資源管理協議会を設立。

⇒窪津地区のメジカ及びゴマサバ一本釣りで所得補償制度への参加が得られ(2計画で24名参加)、今後、中型まき網(宿毛、H23.8月~)など、共済既加入者について順次制度参加が得られる見込み。

⇒養殖漁業では、加入金額が前年度比で1.7倍と大幅に増加。

養殖漁業の共済加入状況の推移

|      | 加入件数 |    |    |    |      |    |      | 合計金額(千円) |           |
|------|------|----|----|----|------|----|------|----------|-----------|
|      | 手結   | 宇佐 | 大谷 | 野見 | 上ノ加江 | 藻津 | すくも湾 |          |           |
| 22年度 | 4    | 0  | 26 | 17 | 1    | 10 | 12   | 70       | 5,277,919 |
| 23年度 | 4    | 2  | 35 | 28 | 1    | 16 | 13   | 99       | 8,748,290 |

## 総括、評価、今後の取り組み等

○3カ年間のエンジンリース事業に対する支援により、漁業経営改善に効果が見られた。

⇒事業効果の評価を行い、漁業の経営体質の改善につながる施策について、幅広い観点から検討する。

○漁業者の減少と高齢化が続く中で、就業支援のための施策を充実したことにより、支援事業の利用者、新規就業者ともに増加傾向となった。


⇒制度の周知により、受入れ体制の充実と受入れ漁業種類の拡大を図る。

○個々のグループの熟度に応じた活動が進み、生産物の高付加価値化や販売体制の確立が進んだ。

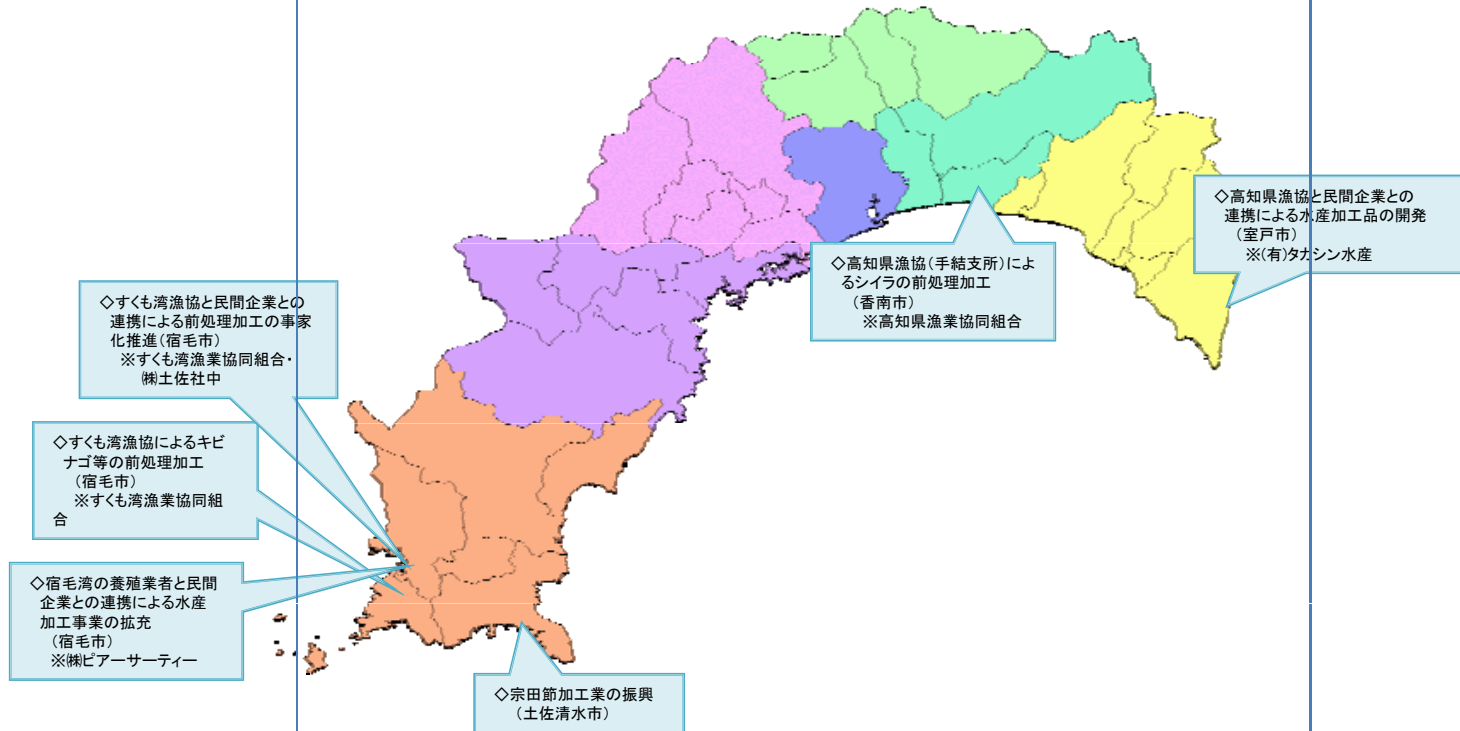
⇒各グループの特徴やレベルに応じた活動を引き続き支援し、品質向上や経費節減、販売の拡大等につなげる。

○漁業者の資源管理意識の向上や共済制度への加入促進などが図られた。

○養殖漁業については、制度加入の要件である飼育尾数の5%削減が達成できず制度参加は得られなかったが、共済加入の必要性には理解が深まった。  
⇒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。

| 項目                              | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|---------------------------------|--|--|--|
| <p>③水産加工の産業化(1.5次産業化)に向けた戦略</p> | <p>○水産加工の新たな事業化が前進</p>  | <p>◇すくも湾漁協と民間企業との連携による前処理加工の事業化推進(宿毛市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・前処理加工の事業化モデルの検討をきっかけに、すくも湾漁協と民間企業との連携による加工事業が具体化</li> <li>・㈱ダイヤモンドディングと㈱高南食品社長が出資し加工販売を担う㈱土佐社中を設立(H22.6.11)</li> <li>・宿毛市田ノ浦に加工施設(事業主体:すくも湾漁協)が完成(H23.2.28)し、4月から稼働開始</li> <li>・H23年度実績(4~7月) 原魚数量 9t 販売額 326万円</li> </ul> <p>◇高知県漁協と民間企業との連携による水産加工品の開発(室戸市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・(有)カシ水産が室戸市佐喜浜に定置網のゴマサバ等を対象とした加工施設を整備(H22.3)</li> <li>・H22年3月から稼働を開始したが、サバの不漁により販売実績は計画を下回る状況で推移</li> <li>・H22年度実績:原魚58tをしめサバ等に加工。販売額 3,513万円</li> <li>・※H22年度計画:原魚数量 140t 販売額 7,097万円</li> <li>・H23年度実績(4~7月):原魚数量 22t 販売額 2,085万円</li> <li>・「まるごと高知」でのテストマーケティングを活用し、高知県漁協「ブランド」の商品としてキンダイの酢を開発(H23.4商標登録済)</li> </ul> <p>◇高知県漁協(手結支所)によるシイラの前処理加工(香南市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・従来、商品価値の低かった2kg未満のシイラを30円/kg以上で買い支え</li> <li>・H21年度実績:原魚50tを練り製品用に前処理加工。販売額 351万円</li> <li>・H22年度実績:原魚29tを加工原料等に前処理加工。販売額 257万円</li> <li>・※H22年度計画:原魚数量60t 販売額580万円</li> <li>・H23年度実績(4~7月):原魚数量 6t 販売額 32万円</li> <li>・衛生管理機能の強化を目的とした施設改修が完成(H23.6.18)</li> </ul> <p>◇すくも湾漁協によるキビナゴ等の前処理加工(宿毛市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H21年度実績:原魚10tを加工。販売額は400万円</li> <li>・H22年度実績:原魚36tを加工。販売額 1,755万円(学校給食、病院給食等)</li> <li>・※H22年度計画:原魚数量48t、販売額 2,858万円</li> <li>・H23年度実績(4~7月):原魚数量 20t 販売額 950万円</li> </ul> <p>◇宿毛湾の養殖業者と民間企業との連携による水産加工事業の拡充(宿毛市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿毛市で加工事業を行っている㈱ビアーサーティが養殖業者とタイアップし事業規模を拡充</li> <li>・加工場の増設工事が完了し(H23.2.28)、23年3月から稼働開始</li> <li>・※H22年度実績:売上高 10,603万円(既加工施設分)</li> <li>・H23年度実績(4~7月):原魚数量 38t 販売額 5,500万円</li> </ul> | <p>○地域の特性や事業者の事情に応じた前処理加工の事業化が実現した。<br/>⇒連携の促進によるさらなる事業化の芽だしを図るとともに、関係者間の情報交換の場を提供するなどして新たな連携を促進する。</p> <p>○高知県漁協手結支所やすくも湾漁協の加工施設では、ソフト、ハード両面の衛生管理体制が整いつつある。<br/>○その他の加工施設についても、順次衛生管理のレベルアップを図っていく必要がある。<br/>⇒ソフト・ハード両面での衛生管理体制の強化を図る中で、県版ハセップの認証取得を支援する。</p> |

| 項目                              | 対策等 | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|---------------------------------|-----|--|--|
| <p>③水産加工の産業化(1.5次産業化)に向けた戦略</p> |     | <p>◇新たな事業化の働きかけ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな加工事業に取り組む漁協や民間企業をはじめ関連団体で構成する「水産加工業交流促進協議会協議会」を開催し、意見交換などによる人的なネットワークづくりを支援 (H23.6.16)</li> </ul> <p>◇宗田節加工業の振興(土佐清水市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宗田節加工業者(20経営体)への聞き取り調査を実施し課題等を洗い出し(H22.5.13~5.21)</li> <li>・土佐清水市水産振興協議会が宗田節加工業振興基本計画を承認(H22.9.18)</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>【振興計画の骨子】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○宗田節の認知度向上、ブランド化の推進</li> <li>○宗田節を利用した商品の開発と販路の開拓</li> </ul> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産業成長戦略に宗田節加工業の振興を位置づけ(H22.9.22フォローアップ委員会)</li> <li>・推進組織「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」設立(H23.2.21)</li> <li>・第2回委員会(H23.5.10)でH23年度事業計画を承認</li> <li>・第3回委員会(H23.8.8)でPR活動の具体的なスケジュールや役割分担を協議</li> </ul> | <p>○H23年度からの認知度向上に向けたPR及び末端消費者向け新製品の開発・販売の実践に向けた条件が整った。<br/>⇒今後は、新商品の開発とリンクしたPR活動に移行することで、地産地消から地産外商へと軸足を移した活動を支援する。</p> |





**項目**      **対策等**      **具体的な取り組み、成果等**      **総括、評価、今後の取り組み等**

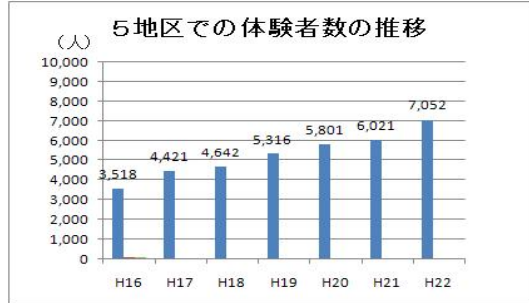
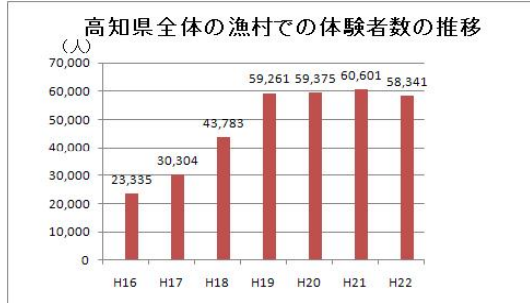
滞在型・体験型観光の誘客に向けた戦略

**〇ブルーーツーリズムの推進に向けた受入体制の強化と情報発信**

目標：  
県内6地区で滞在型・体験型観光プログラムを整備(上ノ加江・佐賀・窪津・松尾・柏島・栄喜地区)

◇体験型観光の取組が先行している5地区(上ノ加江・佐賀・窪津・松尾・栄喜)で既存の体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを進め、体験メニューをプログラム化  
 ≪主な既存の体験メニューの磨き上げ≫  
 ・5地区でアドバイザーによるインストラクター研修を実施し、接客技術が向上  
 ・上ノ加江地区で、大人数(100人超)を受け入れるための備品(ライフジャケット等)を整備  
 ⇒リピーターの増加、高知市内の小学生(110名)受け入れ(H23.3月)  
 ・佐賀地区のシーカヤック体験にサンゴ観察や鹿島散策をオプションとして追加  
 ≪主な新たなメニューづくり≫  
 ・窪津地区で磯場で料理体験や水域を活用した釣り体験、イセエビ料理の提供を開始  
 ⇒イセエビ料理についてはH22.11~H23.7月に約1,800人が来訪  
 ・松尾地区でサンゴ群生を活かしたメニューづくりに向け現地調査を実施  
 ・栄喜地区で乗降用浮棧橋を整備し、和船の手こぎ体験を追加

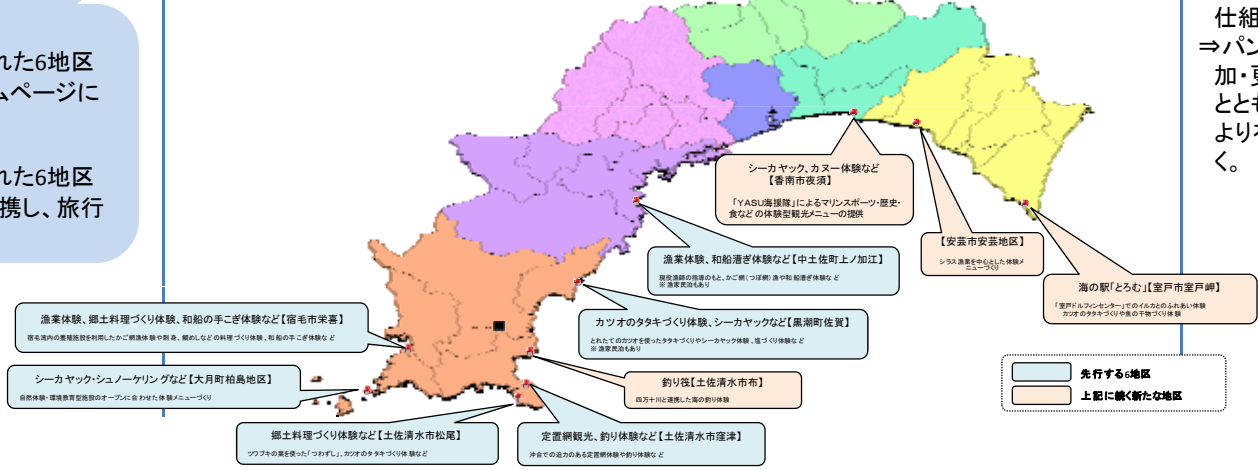
⇒5地区でのH22年の体験者数は、龍馬伝効果もあり、H21年に比べ約1,000人増加  
 <H21>6,021人 ⇒ <H22>7,052人



◇高知県観光素材集や龍馬ふるさと博パンフレット等での旅行会社への情報発信や、リーフレットによる高知市内校長会でのPRを行うとともに、体験型観光の旅行者が主に利用するフリープランやレンタカー・自家用車利用者にむけたホームページ作成に着手

目標：  
プログラムが整備された6地区をパンフレット・ホームページにより情報発信

プログラムが整備された6地区を観光振興部等と連携し、旅行会社等へ売込み



〇高知県全体の体験者数は、横ばい傾向であるが、先行している5地区(上ノ加江・佐賀・窪津・松尾・栄喜)では体験メニューがプログラム化され、観光商品として売り出せる状態となったことで、体験者数は着実に増加している。また、残る柏島地区では、竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設のH24.3オープンに合わせて、体験メニューづくりとプログラム化を進める。

⇒引き続き、先行している5地区と柏島地区の6地区で体験プログラムの磨き上げを支援していくとともに、新たな地区(室戸・安芸・夜須・布地区など)で体験メニューの磨き上げや新たなメニューづくりを支援していく。

〇旅行会社への情報発信やホームページ作成に着手したことで、ねらいの顧客に対し、より効果的に情報発信できる仕組みづくりが進んだ。

⇒パンフレット・ホームページを随時追加・更新し、最新の情報を発信していくとともに、体験者へのアンケート等から、より有効な情報発信方法を検証していく。

# 産業成長戦略(商工業分野)の実行2年半の取り組み総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括

商工業分野の産業成長戦略では、企業立地の推進や、工業技術センターの食品・機械金属加工等の技術人材の育成(研修事業)をはじめとする産業分野の人材育成などの施策で、目標数値の達成を含め、成果が見られた。

また、その他の施策においても、地域の機械化ニーズに対応するものづくりの地産地消や、成長分野での事業化の取り組みの進展、販路拡大の取り組みによる県外での新たな事業成約など、成長戦略に沿った取り組みが概ね前進している。

しかしながら、この中にも、より大きな成果を導き出すために、現戦略のバージョンアップとして、例えば、総合的な中核企業支援対策の見直しや、販路の拡大対策の更なる充実などが課題となっている。

また、ものづくりの地産地消では、開発した製品の県内への導入と外商につなげていく取り組みや、県内のものづくり企業が持っている製品や技術をより広く知っていただく取り組み、産学官連携では、学学連携を強めることなどが課題となっている。

さらに、次の産業振興計画の新たな項目としては、「防災関連産業の振興に向けた取り組み」や、「県内企業の設備投資への支援のあり方の見直し」などについて、検討をしていくことが必要であると考えている。

**項目**  
1. 地域経済を牽引する工業の活性化



**具体的な取り組み、成果等**

〇情報収集・マッチング機会の創出(H22年度～)  
県内での「ものづくり」に関するニーズを県が集約し、関係団体に提供

**【実績】**  
・情報提供88件(H22)  
⇒うち43件のテーマに県内企業が興味を持ち、試作機の開発に向けて検討  
・現場視察と意見交換会 8回・延べ170人(H22) H23年8月末:3回・延べ59人  
⇒ものづくり企業グループと生産者等との交流によって設計開発力を磨き上げ



農業分野の現地視察



水産業分野の現地視察

〇試作開発への支援(ものづくり地産地消推進事業費補助金)(H22年度～)

**【実績】**  
これまでの助成先:20件(H22年度:15件、H23年8月末:5件)  
・ステップアップ事業(企画から設計段階まで) 6件[農業4件、その他2件]  
・試作開発事業 14件 [農業6件、林業2件、水産業1件、その他5件]  
(うちH22年度ステップアップ2件)  
⇒平成23年度から試作開発を支援する助成制度の充実・強化(早期の製品開発に向けて、試作に引き続き改良や、年度をまたぐ事業も補助対象とした)

| 平成22年度の開発テーマ(年4回公募) [全15件]  | 平成23年度の開発テーマ(第1次採択分)        |
|-----------------------------|-----------------------------|
| ステップアップ [6件]                | 試作開発 [5件]                   |
| ミョウガ自動トレー詰め装置の試作開発のための技術確認  | サトウキビ搾汁ラインの試作開発             |
| ミシマサイコ高速自動茎切り機の試作開発のための機能確認 | ペレット製造機械(ダイス)の試作開発          |
| ペレット製造機械の試作開発のための機能確認       | おしぼりタオルを量産化する機械の試作開発        |
| 高性能集塵装置付吸引車の試作開発のための機能確認    | 高速ポケットティッシュ製造ラインの試作開発       |
| おしぼり折りたたみ機の試作開発のための機能確認     | ペルトコンベヤのU型トラスカート構造の試作開発     |
| トマトの水耕栽培の収穫量をアップする装置の開発     | 平成23年度第2次募集:14件の申請(8/31審査会) |
| 試作開発 [9件]                   |                             |
| ミョウガの茎カットと洗浄の併用機の一体型機の試作開発  |                             |
| ニラの洗浄・そぐり機の試作開発             |                             |
| イタダリの皮剥ぎ機の試作開発              |                             |
| 洗瓶機械の試作開発                   |                             |
| 高灰量ペレット燃料対応型バーナーの試作開発       |                             |
| 林業における携帯型素材情報入力機器の試作開発      |                             |
| ハサブ対応型の魚のウロコ取り機の試作開発        |                             |
| 電析処理による重金属除去装置の試作開発         |                             |
| マルチ照明装置の試作開発                |                             |



魚のうろこ取り機

**総括、評価、今後の取り組み等**

**【総括・評価】**  
〇 機械設備を必要とする事業者と、県内ものづくり企業とのマッチングを進めるための手法ができあがった(機械化ニーズの情報提供、現地視察・意見交換会など)。  
〇 情報提供を行った開発案件のうち、県の補助事業を活用して具体的な取り組みを進めているものが20件あり、県内ものづくり企業が、地域の課題や悩みを機械化によって解決していこうとする動きが広がっている。

**【今後の取り組み】**  
⇒《情報集約とコーディネート機能充実》  
ものづくり地産地消センターの幅広い周知と、タイムリーなマッチングを数多く実現させるためのワンストップサービス機能の強化を図る。

**【総括・評価】**  
〇 ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した機械装置等が順次完成し、高知県ものづくり技術展示会への出展等も契機となって、販路開拓の段階に入った。

**【今後の取り組み】**  
⇒《機運の醸成、販路の開拓》  
機械設備を必要とする事業者が、県内企業によって開発製造された製品を、積極的に導入していく機運の醸成。  
また、県外への売り込みを積極的に支援し、地産地消から外商へと結びつける。  
⇒《県内での一貫生産》  
県内企業が最終製品を生産するにあたっての企業間連携を促すとともに、不足している工程に対応できる企業の誘致・育成を図る。

# 産業成長戦略 商工業分野【その2】

| 項目   | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |           |               |           |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
|------|---|--|----------------|-----------|---------------|-----------|--|---------|--|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----|----|---|----|---|----|---|------|----|---|----|---|----|---|----|----|--|----|---|----|--|------|----|---|----|---|----|---|---|-----|---|-----|----|-----|---|----|-------------|-----|-------------|--------|-------------|-----|---------------|-----|---------------|-----|---------------|-----|---|
|      | <p>○成長分野での新ビジネスの創出</p> <p><b>【目標】</b><br/>◆研究会発の事業化件数 H23:30件(累計)</p> | <p>成長が期待される分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)で事業化への取組を支援し、新たなビジネスを創出</p> <p><b>【実績】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>研究会の開催(マーケティングセミナーや、素材生産者とのマッチング、個別相談会等)<br/>H21:22回(参加:461社)、H22:26回(参加:362社)、H23:15回(参加:276社)</li> <li>個別支援アドバイザーの派遣による個別事業化支援<br/>H21:21社(33回)、H22:30社(69回)、H23:17社(38回)</li> <li>研究会発事業化支援事業費補助金による支援<br/>H21:4件、H22:10件、H23:4件</li> </ul> <table border="1" data-bbox="723 507 1637 1289"> <thead> <tr> <th rowspan="2">分野</th> <th colspan="2">H21</th> <th colspan="2">H22</th> <th colspan="2">H23.8月末</th> </tr> <tr> <th>参加企業支援機関</th> <th>事業化プラン認定数</th> <th>参加企業支援機関</th> <th>事業化プラン認定数</th> <th>参加企業支援機関</th> <th>事業化プラン認定数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食品</td> <td>65</td> <td>1</td> <td>87</td> <td>7</td> <td>94</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>天然素材</td> <td>40</td> <td>1</td> <td>51</td> <td>2</td> <td>57</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>環境</td> <td>32</td> <td></td> <td>34</td> <td>2</td> <td>46</td> <td></td> </tr> <tr> <td>健康福祉</td> <td>23</td> <td>2</td> <td>31</td> <td>6</td> <td>34</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>160</td> <td>4</td> <td>203</td> <td>17</td> <td>231</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">効果</td> <td>売上高 H21⇒H25</td> <td>3億円</td> <td>売上高 H22⇒H26</td> <td>13.9億円</td> <td>売上高 H23⇒H27</td> <td>5億円</td> </tr> <tr> <td>新規雇用数 H21～H25</td> <td>17人</td> <td>新規雇用数 H22～H26</td> <td>51人</td> <td>新規雇用数 H23～H27</td> <td>15人</td> </tr> </tbody> </table> <p>⇒ <b>事業化プラン認定数 27件(H21～H23.8月)</b><br/> <b>事業化(商品が完成し、販売を開始したもの)件数:23件</b><br/> <b>・売上高(累計):1.2億円</b><br/> <b>・新規雇用数:18名</b></p> | 分野             | H21       |               | H22       |  | H23.8月末 |  | 参加企業支援機関 | 事業化プラン認定数 | 参加企業支援機関 | 事業化プラン認定数 | 参加企業支援機関 | 事業化プラン認定数 | 食品 | 65 | 1 | 87 | 7 | 94 | 2 | 天然素材 | 40 | 1 | 51 | 2 | 57 | 3 | 環境 | 32 |  | 34 | 2 | 46 |  | 健康福祉 | 23 | 2 | 31 | 6 | 34 | 1 | 計 | 160 | 4 | 203 | 17 | 231 | 6 | 効果 | 売上高 H21⇒H25 | 3億円 | 売上高 H22⇒H26 | 13.9億円 | 売上高 H23⇒H27 | 5億円 | 新規雇用数 H21～H25 | 17人 | 新規雇用数 H22～H26 | 51人 | 新規雇用数 H23～H27 | 15人 | <p><b>【総括・評価】</b></p> <p>○ 目標である30件の事業化については、これまでに研究会で認定された事業化プラン27件のうち、23件が既に事業化され、その他の4件についても試作品が完成。また、これら他に現在事業化プラン作成準備中の取組が22件あるなど、目標達成に向けて、一定の目途が立っている。</p> <p>○ 事業化された23件の売上高(累計)は1.2億円、新規雇用数は18名と、成果の兆しが見え始めている。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒《事業化プラン作成に向けた取組の加速》<br/>         産業振興センターに設置されたものづくり地産地消センターや包括協定を結んでいる金融機関との連携強化、個別支援アドバイザーの活用促進など。</p> <p>⇒《研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実》<br/>         研究会発事業化プランの実現にとって、最も大きな課題である販路拡大に向けて、見本市・商談会への出展やテストマーケティング(まるごと高知、てんこす)の場の提供、個別マッチングなどの支援を強化。</p> |
| 分野   | H21   |  |                | H22       |               | H23.8月末   |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
|      | 参加企業支援機関  | 事業化プラン認定数  | 参加企業支援機関       | 事業化プラン認定数 | 参加企業支援機関      | 事業化プラン認定数 |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
| 食品   | 65  | 1  | 87             | 7         | 94            | 2         |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
| 天然素材 | 40  | 1  | 51             | 2         | 57            | 3         |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
| 環境   | 32  |  | 34             | 2         | 46            |           |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
| 健康福祉 | 23  | 2  | 31             | 6         | 34            | 1         |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
| 計    | 160   | 4  | 203            | 17        | 231           | 6         |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
| 効果   | 売上高 H21⇒H25   | 3億円  | 売上高 H22⇒H26    | 13.9億円    | 売上高 H23⇒H27   | 5億円       |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |
|      | 新規雇用数 H21～H25   | 17人  | 新規雇用数 H22～H26  | 51人       | 新規雇用数 H23～H27 | 15人       |  |         |  |          |           |          |           |          |           |    |    |   |    |   |    |   |      |    |   |    |   |    |   |    |    |  |    |   |    |  |      |    |   |    |   |    |   |   |     |   |     |    |     |   |    |             |     |             |        |             |     |               |     |               |     |               |     |   |



| 項目          | 対策等                              | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |             |            |    |    |    |             |    |  |  |          |  |    |    |           |  |  |    |   |    |    |    |  |
|-------------|----------------------------------|---|----------------|-----|-----|-------------|------------|----|----|----|-------------|----|--|--|----------|--|----|----|-----------|--|--|----|---|----|----|----|--|
|             | <p><b>○地域経済をリードする中核企業の育成</b></p> | <p>独自の技術を強みとした製品の開発力を有する企業等を30社程度選定し、地域経済をリードする中核企業への育成を目的として支援を実施</p> <p><b>○ビジネスマッチング事業の実施</b><br/>支援対象企業に対し、県外の販売先及び技術提携先とのマッチングを支援</p> <p><b>【実績】</b><br/>                     H21年度 12社に対し、のべ33社の県外発注企業を紹介<br/>                     H22年度 12社に対し、34社(のべ42件)と商談の場を設定<br/>                     H23年度 3社に対し、4社(のべ5件)と商談の場を設定</p> <p><b>○生産性向上対策補助事業の実施</b><br/>製造現場の改善に取り組む支援対象企業に対し、専門家の指導を受ける経費を補助</p> <p><b>【実績】</b><br/>平成21年度から平成23年度までの採択件数 のべ16社</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23.8月末(採択)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>QC活動に関する研修</td> <td>2社</td> <td>5社</td> <td>5社</td> </tr> <tr> <td>生産管理システムの改善</td> <td>1社</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>生産ラインの改善</td> <td></td> <td>1社</td> <td>1社</td> </tr> <tr> <td>リードタイムの短縮</td> <td></td> <td></td> <td>1社</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>3社</td> <td>6社</td> <td>7社</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">* H23年度より補助対象に技術人材や営業人材の育成も対象に追加</p> <p style="color: red; text-align: center;">⇒各企業の取り組みにより、生産ラインや工程、不良率が改善</p> |                | H21 | H22 | H23.8月末(採択) | QC活動に関する研修 | 2社 | 5社 | 5社 | 生産管理システムの改善 | 1社 |  |  | 生産ラインの改善 |  | 1社 | 1社 | リードタイムの短縮 |  |  | 1社 | 計 | 3社 | 6社 | 7社 | <p><b>【総括・評価】</b><br/>○ ビジネスマッチング事業については、技術提携や共同研究開発、製品の販路開拓並びに下請斡旋など、支援対象企業のニーズに応じて幅広く支援を行う必要がある。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>⇒ 支援対象企業の担当を設け、各企業からのニーズや情報を把握する体制を整備し、あわせて支援企業に関する企業カルテをリニューアルする。</p> <p>⇒ 企業への支援体制を充実した産業振興センターと連携して企業訪問の情報共有を行い、県内外の企業同士のマッチングや販路拡大、生産性向上に向けた取り組みなどへの支援を行っていく。</p> <p>⇒ 研究開発や業務拡大に取り組んでいこうとする意欲のある企業に手を挙げてもらうなど、支援対象企業の選定方法の変更を検討する。</p> <p><b>【総括・評価】</b><br/>○ 生産性向上対策補助事業を活用した支援対象企業7社(H21・22)では、製造現場での生産工程や不良率などが改善され、各企業の生産性向上につながっている。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>⇒ 事業の着実な実施に向けた進捗状況の確認とフォローの実施を行う。</p> |
|             | H21                              | H22   | H23.8月末(採択)    |     |     |             |            |    |    |    |             |    |  |  |          |  |    |    |           |  |  |    |   |    |    |    |  |
| QC活動に関する研修  | 2社                               | 5社  | 5社             |     |     |             |            |    |    |    |             |    |  |  |          |  |    |    |           |  |  |    |   |    |    |    |  |
| 生産管理システムの改善 | 1社                               |   |                |     |     |             |            |    |    |    |             |    |  |  |          |  |    |    |           |  |  |    |   |    |    |    |  |
| 生産ラインの改善    |                                  | 1社  | 1社             |     |     |             |            |    |    |    |             |    |  |  |          |  |    |    |           |  |  |    |   |    |    |    |  |
| リードタイムの短縮   |                                  |   | 1社             |     |     |             |            |    |    |    |             |    |  |  |          |  |    |    |           |  |  |    |   |    |    |    |  |
| 計           | 3社                               | 6社  | 7社             |     |     |             |            |    |    |    |             |    |  |  |          |  |    |    |           |  |  |    |   |    |    |    |  |

| 項目          | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
|-------------|--|---|----------------|-----|-----|-----|----|----|----|----|-----|--------|--------|-----|---------|--------------|----------------|------------|------------|------|------|------|--|-----|-----|-----|----|----|----|----|-------------|-----|---------|-----|---------|--------------|---------------|---|------------|------|------|------|---|
|             | <p>○ものづくり企業の販路の拡大</p> <div style="border: 1px solid #4a86e8; background-color: #e6f2ff; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p><b>【目標】</b><br/>◆電子商取引普及率 (BtoB) H23:13.2%</p> </div> | <p>○見本市への出展<br/>県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内ものづくり企業の情報発信と販路拡大を支援</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>出展</td> <td>3回</td> <td>3回</td> <td>1回</td> </tr> <tr> <td>参加者</td> <td>16社2団体</td> <td>32社2団体</td> <td>11社</td> </tr> <tr> <td>成約件数/金額</td> <td>16件/34,971千円</td> <td>155件/124,458千円</td> <td>4件/8,575千円</td> </tr> <tr> <td>その他(見積依頼等)</td> <td>134件</td> <td>397件</td> <td>123件</td> </tr> </tbody> </table> <p>○商談会の開催<br/>県内外で商談会を開催し、県内企業の受注・販路拡大を支援</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>開催</td> <td>3回</td> <td>6回</td> <td>1回</td> </tr> <tr> <td>参加者(県内受注企業)</td> <td>66社</td> <td>127社3団体</td> <td>43社</td> </tr> <tr> <td>成約件数/金額</td> <td>16件/30,280千円</td> <td>715件/74,087千円</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>その他(見積依頼等)</td> <td>135件</td> <td>432件</td> <td>132件</td> </tr> </tbody> </table> <p>○製造業ポータルサイトの開設(H21年度)</p> <p><b>【実績】</b><br/>県内の製造業者の情報を発信し、企業間取引を支援<br/>⇒ <u>会員企業数:82社(H23.8月末)</u> <u>成約件数:5件/1,880千円</u></p> |                | H21 | H22 | H23 | 出展 | 3回 | 3回 | 1回 | 参加者 | 16社2団体 | 32社2団体 | 11社 | 成約件数/金額 | 16件/34,971千円 | 155件/124,458千円 | 4件/8,575千円 | その他(見積依頼等) | 134件 | 397件 | 123件 |  | H21 | H22 | H23 | 開催 | 3回 | 6回 | 1回 | 参加者(県内受注企業) | 66社 | 127社3団体 | 43社 | 成約件数/金額 | 16件/30,280千円 | 715件/74,087千円 | — | その他(見積依頼等) | 135件 | 432件 | 132件 | <p><b>【総括・評価】</b><br/>○ 県外見本市への県ブース設置や商談会の開催、県や産振センター、高知県工業会からの営業支援により、成約件数が906件(272百万円)になるなど、新しい取引先の獲得や受注拡大につながった。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>⇒《見本市・商談会の開催》<br/>引き続き、見本市・商談会を実施するとともに、支援体制を強化した産業振興センターと連携して、見本市終了後の県内企業の営業活動への支援や、商談会に参加した県外発注企業へのフォローアップを行う。<br/>また、防災や製紙関係の見本市への出展を検討する。</p> <p><b>【総括・評価】</b><br/>○ 製造業ポータルサイトの会員数が当初計画していた会員数(150社)よりも少ないが、ポータルサイトに加工技術分野による検索機能を追加し、ポータルサイトの利便性を高めた。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>⇒《ポータルサイトの会員増加にむけた取り組みの充実》<br/>業界団体や産業振興センターなど関係機関と連携して、ポータルサイトの周知及び会員数の増加を図るとともに、会員企業の技術や製品の情報発信に努める。また、インターネットを活用した営業や協業化に向けた取り組みなどを支援することで電子商取引の普及率の向上を目指す。</p> |
|             | H21  | H22   | H23            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 出展          | 3回   | 3回  | 1回             |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 参加者         | 16社2団体   | 32社2団体  | 11社            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 成約件数/金額     | 16件/34,971千円   | 155件/124,458千円  | 4件/8,575千円     |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| その他(見積依頼等)  | 134件   | 397件  | 123件           |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
|             | H21  | H22   | H23            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 開催          | 3回   | 6回  | 1回             |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 参加者(県内受注企業) | 66社  | 127社3団体   | 43社            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 成約件数/金額     | 16件/30,280千円   | 715件/74,087千円   | —              |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| その他(見積依頼等)  | 135件   | 432件  | 132件           |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |

| 項目        | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |           |      |          |    |  |           |    |                             |          |    |  |  |
|-----------|---|---|----------------|-----------|------|----------|----|--|-----------|----|-----------------------------|----------|----|--|--|
|           | <p>○試験研究機関との共同による新商品の開発</p> <p>○農商工連携等による「ものづくり」の推進</p> <div style="border: 1px solid #0056b3; border-radius: 10px; padding: 5px; background-color: #e6f2ff; margin-top: 10px;"> <p>【目標】<br/>◆農商工連携ファンドの認定件数<br/>H23:12件(累計)</p> </div> | <p>○試験研究機関による共同研究開発や技術支援(H21～23年度)</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"></th> <th style="width: 15%;">研究開発等テーマ数</th> <th style="width: 70%;">成果事例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>工業技術センター</td> <td style="text-align: center;">58</td> <td> <b>【機械・金属】</b>:自動車ハンドル、スラリーアイス<br/>                     小型製氷装置、減圧蒸留抽出装置、<br/>                     柑橘類「搾汁システム」<br/> <b>【食品加工】</b>:酒類19品、グアバ飲料など商品化59件                 </td> </tr> <tr> <td>紙産業技術センター</td> <td style="text-align: center;">20</td> <td>マスク用バイオフィルター「イン・ガード」など商品化8件</td> </tr> <tr> <td>海洋深層水研究所</td> <td style="text-align: center;">18</td> <td>深層水スジアオリ(生産量 H20:1.5t→H22:2.2t)<br/>地元海藻利用アルゴパック商品化</td> </tr> </tbody> </table> <p>○農林漁業者と中小企業者等の連携による製品づくりを支援(こうち農商工連携基金)</p> <p>本県の豊かな農林水産資源を活用した、より付加価値が高く競争力のある製品づくりやブランド化等の取組を支援</p> <p><b>【実績】</b> H21年度～22年度:延16件(52,517千円)<br/>                 ※H23年度:延11件(41,988千円)採択(うち、新規4件)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3件が事業化を達成</li> <li>①土佐はちきん地鶏の加工商品(燻製、レトルト商品、ソーセージ)<br/>                     【(株)むらびと本舗、高知県特産品販売(株)】</li> <li>②四万十茶葉を使った紅茶(ロイヤルミルクティー)<br/>                     【(株)四万十ドラマ、広井茶生産組合】</li> <li>③高知県産野菜や果物を使った加工商品(ゼリー、リキュール等)<br/>                     【(株)こみベーカリー、高知酒造(株)、ハッピーファーム(有)】</li> </ul> <p>○中小企業等の経営革新や産業間連携の研究成果の事業化への取り組みを支援<br/>                 (こうち産業振興基金)</p> <p><b>【実績】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・延べ147件(H21～22年度)</li> <li>例):①魚介類の鮮度保持に有効なシャーベット状のスラリーアイス製造装置のシステム化及び販路開拓【(株)泉井鐵工所】</li> <li>②100%高知県産トマトを使ったトマトケチャップ等の販路開拓を図るための商品リニューアル及び広告宣伝【(株)ケンジョー】</li> </ul> |                | 研究開発等テーマ数 | 成果事例 | 工業技術センター | 58 | <b>【機械・金属】</b> :自動車ハンドル、スラリーアイス<br>小型製氷装置、減圧蒸留抽出装置、<br>柑橘類「搾汁システム」<br><b>【食品加工】</b> :酒類19品、グアバ飲料など商品化59件 | 紙産業技術センター | 20 | マスク用バイオフィルター「イン・ガード」など商品化8件 | 海洋深層水研究所 | 18 | 深層水スジアオリ(生産量 H20:1.5t→H22:2.2t)<br>地元海藻利用アルゴパック商品化 | <p><b>【総括・評価】</b></p> <p>○ 県内企業・団体からの製品・商品開発や課題解決等の相談に応じた研究テーマを設定し、試作、試験、分析等による支援や技術指導を行い、商品化や製品の改良につなげている。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒ 今後とも、企業ニーズの高い設備導入の検討、最新加工技術についての情報収集を行うとともに、研究開発や技術支援を担う人材を育成する。</p> <p><b>【総括・評価】</b></p> <p>○ 本事業実施により、農林漁業者と中小企業者の連携が図られるとともに、農林水産資源の高付加価値化の取組が加速しつつある。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒ 制度を周知して応募案件の掘り起こしに努めるとともに、採択事業の事業化への取組を支援する。</p> <p><b>【総括・評価】</b></p> <p>○ 本事業を活用し、新商品開発や生産など新たな事業活動に取り組む企業が増加している。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒ 高知県産業振興センターを中心に商品開発から販路拡大まで、一貫した企業支援を行っていく。</p> |
|           | 研究開発等テーマ数   | 成果事例  |                |           |      |          |    |  |           |    |                             |          |    |  |  |
| 工業技術センター  | 58  | <b>【機械・金属】</b> :自動車ハンドル、スラリーアイス<br>小型製氷装置、減圧蒸留抽出装置、<br>柑橘類「搾汁システム」<br><b>【食品加工】</b> :酒類19品、グアバ飲料など商品化59件  |                |           |      |          |    |  |           |    |                             |          |    |  |  |
| 紙産業技術センター | 20  | マスク用バイオフィルター「イン・ガード」など商品化8件   |                |           |      |          |    |  |           |    |                             |          |    |  |  |
| 海洋深層水研究所  | 18  | 深層水スジアオリ(生産量 H20:1.5t→H22:2.2t)<br>地元海藻利用アルゴパック商品化  |                |           |      |          |    |  |           |    |                             |          |    |  |  |



| 項目  | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |
|---|--|--|----------------|----|------|------|---|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|-----|----|----|----------------|----|----|----|-----|----|----|----|-----|-----|----|-----|--|
|   | <p>○企業立地の推進</p> <div style="border: 1px solid #4a86e8; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>【目標】<br/>◆企業立地件数(新增設件数)<br/>H21～23:8件</p> </div> <div style="border: 1px solid #4a86e8; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>【目標】<br/>◆H23年度までに5haの完成</p> </div> <div style="border: 1px solid #4a86e8; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>【目標】<br/>◆H29年度までに45haの完成</p> </div> | <p>○21件の企業立地が実現(H21～23年度)<br/>⇒ <u>フル操業時の新規雇用687人、出荷額124億円の増</u></p> <p>【実績】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>全体</th> <th>県内企業</th> <th>県外企業</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>本県の強みを生かした誘致(地域固有の技術・資源などを活用した誘致(食品加工企業除く))</td> <td>4件</td> <td>3件</td> <td>1件</td> </tr> <tr> <td>地域資源を活用する食品加工企業の誘致</td> <td>2件</td> <td>1件</td> <td>1件</td> </tr> <tr> <td>県内製造業の高度化につながる誘致</td> <td>10件</td> <td>1件</td> <td>9件</td> </tr> <tr> <td>不足している事務系職場の誘致</td> <td>3件</td> <td>0件</td> <td>3件</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>2件</td> <td>2件</td> <td>0件</td> </tr> <tr> <td>合 計</td> <td>21件</td> <td>7件</td> <td>14件</td> </tr> </tbody> </table> <p>○企業立地基盤整備の推進</p> <p>◇工業団地の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・四万十町数神工場用地(H21.12)<br/>⇒ 開発:2ha(分譲:1.8ha)</li> <li>・高知岡豊工業団地の工期内完成(H22.12)<br/>⇒ 開発:5.5ha(分譲:4.4ha)</li> <li>・(仮称)香南工業団地の9月中用地取得完了見込み<br/>⇒ 3-四半期中に工事着手見込み<br/>    <u>開発:13.4ha(分譲:7.9ha)</u><br/>計 開発:20.9ha(分譲:14.1ha)</li> </ul> <p>◇開発候補地の選定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・4市(安芸市、南国市、土佐市、高知市)でH23年度に適地調査予定(開発:40ha)<br/>⇒ 南国市、土佐市は9月調査開始</li> </ul> |                | 全体 | 県内企業 | 県外企業 | 本県の強みを生かした誘致(地域固有の技術・資源などを活用した誘致(食品加工企業除く)) | 4件 | 3件 | 1件 | 地域資源を活用する食品加工企業の誘致 | 2件 | 1件 | 1件 | 県内製造業の高度化につながる誘致 | 10件 | 1件 | 9件 | 不足している事務系職場の誘致 | 3件 | 0件 | 3件 | その他 | 2件 | 2件 | 0件 | 合 計 | 21件 | 7件 | 14件 | <p>【総括・評価】</p> <p>○ 継続的な誘致活動を通じて、新規案件の掘り起こしを行うとともに、目標を超える企業立地を実現した。</p> <p>【今後の取り組み】</p> <p>⇒ 全国トップクラスの補助制度を活用して、企業立地を推進していく。</p> <p>【総括・評価】</p> <p>○ 高知岡豊工業団地の完成即分譲完了。</p> <p>○ 4市のうち2市が9月中に適地調査開始、また残りの2市は3-四半期中に適地調査開始の予定。</p> <p>【今後の取り組み】</p> <p>⇒ H25年度中の分譲開始を予定している(仮称)香南工業団地の早期完成及び分譲。</p> <p>⇒ 4市の調査結果を踏まえ、計画的に工業団地の開発を進める。</p> |
|   | 全体   | 県内企業   | 県外企業           |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |
| 本県の強みを生かした誘致(地域固有の技術・資源などを活用した誘致(食品加工企業除く)) | 4件   | 3件   | 1件             |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |
| 地域資源を活用する食品加工企業の誘致                          | 2件   | 1件   | 1件             |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |
| 県内製造業の高度化につながる誘致                            | 10件  | 1件   | 9件             |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |
| 不足している事務系職場の誘致                              | 3件   | 0件   | 3件             |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |
| その他   | 2件   | 2件   | 0件             |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |
| 合 計   | 21件  | 7件   | 14件            |    |      |      |   |    |    |    |                    |    |    |    |                  |     |    |    |                |    |    |    |     |    |    |    |     |     |    |     |  |



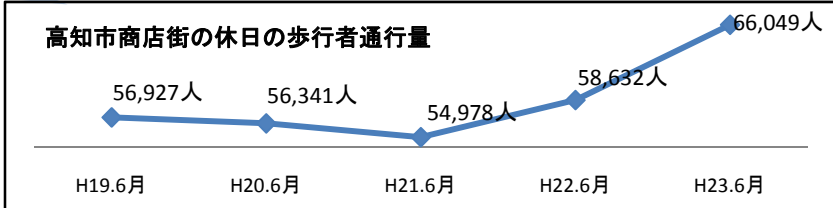
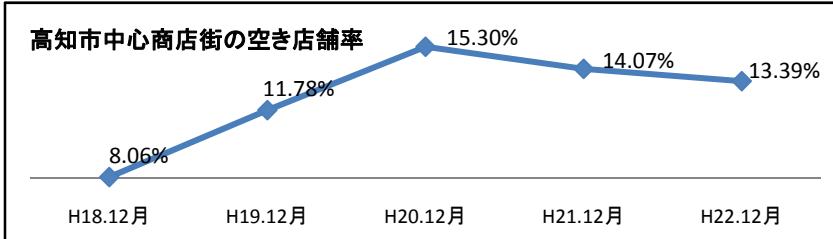
| 項目 | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|----|---|---|---|
|    | <p>○産学官連携による新産業の創出</p> <p>【目標】<br/>◆中期テーマの研究が3件程度開始</p> | <p>産学官の情報共有や交流を促進するとともに、学の研究開発機能を活かした新産業創出を図るため、県内企業による事業化の可能性の高い産学官共同研究を重点的に支援する。また、産学官連携の仕組みづくりを行い、科学技術を活かした産業振興や地域活性化を図る。</p> <p>【実績】<br/>○産学官連携会議の設立<br/>産学官連携に向けて、相互連携とレベルアップを図り、本県の取り組むべき研究テーマや共同研究推進の手法などについて検討し、事業化に繋げていくことを目的として、産学官連携会議を設立した。(H23.5.9)</p> <p>⇒ 産学官連携会議の役割や取組内容及び年間のスケジュール等について協議</p> <p>○産学官連携推進チーム【工業技術センター及び商工労働部職員で構成】の発足<br/>産学のつなぎ役となり、共同研究のコーディネートや現場レベルでの技術者・研究者の交流を促進することや県の委託研究開発事業のPDCA管理を行うため、推進チームを発足させた。</p> <p>⇒ 大学等のコーディネーターを訪問し、中期テーマの共同研究の掘り起こしを行うなどの活動を開始した。</p> <p>⇒ 当面の取組として、若手研究者の交流会の開催を検討することとした。</p> <p>○産学官連携産業創出研究推進事業(中期テーマの県の研究開発委託事業)<br/>産学官連携による中期テーマの共同研究を1件あたり、年20,000千円以内で最長3年間支援する事業(H23年度予算額60,000千円、3件程度)を公募型プロポーザルにより募集開始(H23.6.10)</p> <p>○国の地域イノベーション戦略推進地域の取り組み<br/>「新エネルギービジョンの実現」をテーマとして、文科省、経産省、農水省3省による、地域指定を受け、産学連携による取組を進めることとした(H23.8.1地域指定)</p> <p>高知グリーンイノベーション推進協議会設立(H23.6.24)</p> | <p>【総括・評価】<br/>○産学官の情報共有や交流促進のプラットフォームとして産学官連携会議を設置し、産学官による県内の産業振興や地域活性化に資するためのスキームを確立した。</p> <p>○県内の産業振興に向けて、大学等の研究シーズと企業ニーズをマッチングさせるための具体的な産学官の連携の取組が開始された。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>《産学官連携会議》<br/>⇒ 連携会議で、情報共有や意見交換を重ねながら、共通の研究テーマを見出し、実施可能なものから、その具体的な取組を図る。</p> <p>《県の研究開発委託事業》<br/>⇒ 中期の研究テーマの発掘、進捗管理。</p> <p>⇒ 次年度以降も中期テーマ共同研究委託事業を継続し、産学官連携の推進と産業振興の取組を継続的なものにしていく。</p> |

| 項目 | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|----|---|---|---|
|    | <p>○コンテンツ産業(まんが、デザイン等)の事業化に向けた取り組みの推進</p>  <p>第2回高知コンテンツコンテスト 優秀賞「自遊人」</p> | <p><b>【実績】</b></p> <p>&lt;H21&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高知県コンテンツ産業推進会議を設置(H21.6)</li> </ul> <p>&lt;H22&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>第1回高知コンテンツコンテストを開催<br/>応募件数75件から優秀賞3作品を選定。3作品を東京コンテンツマーケットゾーンに出展し、商談を実施</li> <li>コンテンツビジネス起業化支援事業を実施<br/>起業研究会に9団体が参加し、2団体から事業化プラン申請。1団体をプラン認定<br/>⇒ <a href="#">H22.11に製品化(スマートフォン向けアプリ)</a></li> <li>著作権セミナーを開催<br/>123名が参加</li> <li>高知コンテンツビジネス創出育成協議会を設立(H23.1)</li> </ul> <p>&lt;H23&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>第2回高知コンテンツコンテストを開催<br/>応募件数53件から優秀賞2作品を選定。2作品を東京でのコンテンツ見本市への出展を支援</li> <li>高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催(H23.10.31締切)<br/>6月末に第1回入賞1作品を選定。入賞作品のゲーム開発を、2企業の共同体において実施中</li> <li>著作権セミナーを開催<br/>67名が参加</li> </ul> <p><b>【課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツコンテスト<br/>応募作品数の増とビジネス化に向けた意識の向上</li> <li>コンテンツビジネス起業化支援事業<br/>収入増、雇用増に大きくつながるプラン検討が難しい。</li> </ul>  | <p><b>【総括・評価】</b></p> <p>○ 高知コンテンツコンテストについては、商談継続中で、いまだ商談成立には至っていないものの、東京において、コンテンツのビジネス化を試みる場を提供することができ、実際に参加したクリエイターの意識向上につながり、高知県クリエイターのPRができた。</p> <p>○ コンテンツビジネス起業化支援事業については、事業化プランに認定した企業から実際にスマートフォン向けアプリが製品化され、事業化が実現した。これにより、県外施設のアプリの商品化にもつながっている。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒ 一般クリエイターからの応募増に向けた対応と、県外バイヤーに向けた積極的なPRの実施。</p> <p>⇒ 当面は、産業創出の可能性のあるゲーム産業に重点をおいて取り組む。</p> <p>第2回高知コンテンツコンテスト 優秀賞「日和屋名物 ひよまん」</p> |

| 項目  | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等 | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
|-----|--|--------------|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|--|
|     | <p><b>○海洋深層水の利用拡大</b></p> <p><b>【目標】</b><br/>◆深層水関連商品売上額：155億円</p> <p>海洋深層水関連商品の売上推移</p>  <table border="1" data-bbox="392 798 694 981"> <caption>海洋深層水関連商品の売上推移</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上 (億円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>H16</td><td>155</td></tr> <tr><td>H17</td><td>130</td></tr> <tr><td>H18</td><td>136</td></tr> <tr><td>H19</td><td>148</td></tr> <tr><td>H20</td><td>134</td></tr> <tr><td>H21</td><td>126</td></tr> <tr><td>H22</td><td>127</td></tr> </tbody> </table> | 年度           | 売上 (億円)        | H16 | 155 | H17 | 130 | H18 | 136 | H19 | 148 | H20 | 134 | H21 | 126 | H22 | 127 | <p><b>○新たな需要の創出と販路の開拓に向けてPRを実施</b></p> <p><b>【実績】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高知海洋深層水企業クラブと連携し、首都圏でのイベントに海洋深層水関連商品を出展<br/>H21年度：5回、H22年度：3回(出展：延べ59社、出展品目：延べ152品目)、H23年度：1回</li> <li>商品紹介を含むカタログを作成し、全国の量販店や卸売業者に海洋深層水や関連商品を紹介<br/>約2,000先にカタログを送付 H21年度：1回、H22年度：2回</li> <li>イオン(株)との包括業務提携に向けた事業提案<br/>⇒県内2店舗での深層水関連の取扱商品数が拡大(20品目⇒58品目)</li> </ul> <p><b>○国内の他の取水地との連携による海洋深層水のブランド力の強化</b></p> <p><b>【実績】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>富山県と合同で「海洋深層水フェア」を実施(期間中來場者数：約1,500人)</li> <li>海洋深層水の取水地がある首都圏のアンテナショップ5店舗で「海洋深層水フェア」を開催<br/>⇒まるごと高知前週比：レジ通過数103.9%、海洋深層水関連商品販売額114.2%</li> </ul> <p><b>○観光・物産事業者との連携強化による販売促進</b></p> <p><b>【実績】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海洋深層水の特性や関連商品、室戸地域の観光資源や文化等をまるごとPRする「深層水DVD」を作成<br/>県内の道の駅、量販店など40箇所でDVDを活用したPRを実施</li> <li>「えいもんこじゃんと市」(てんこす)でのPR活動支援(出展13社、出展品目34品目)</li> </ul> <div data-bbox="757 949 1137 1204" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="784 1212 1108 1236">「深層水DVD」PR(道の駅とおわ)」</p> <div data-bbox="1220 949 1563 1204" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="1299 1212 1512 1236">「えいもんこじゃんと市」</p> <div data-bbox="952 1236 1422 1492" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="1064 1492 1310 1508">「豊富な海洋深層水商品群」</p> | <p><b>【総括・評価】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 県内においては、てんこすなど観光・物産事業者との連携により、海洋深層水の魅力を多くの人にPRし感じ取ってもらえてはいるが、県外ではまだまだ認知度が低い。</li> <li>○ 各取水地の深層水産業の位置づけに対する違いがあることから、全取水地が連携した事業の実施に向けて更なる調整が必要。</li> </ul> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒《首都圏での情報発信を強化》<br/>地産外商の推進策として、引き続き首都圏での情報発信と販売力の強化に取り組み、加えて地産外商社ともタイアップして販路開拓を推進する。</li> <li>⇒《各取水地と連携した取り組みを推進》<br/>各取水地に働きかけて、より多くの取水地と共に実施できる取り組みを検討し、実践に移していく。</li> <li>⇒《観光・物産事業者との連携を強化》<br/>DVDを活用した、室戸や海洋深層水関連商品のPRを引き続き実施するとともに、てんこす等の物販事業者と連携した新たな深層水関連商品(土産物など)の開発を支援する。</li> <li>⇒《海洋深層水の特性の整理、利用拡大に向けた取り組み》<br/>海洋深層水の効能や有用性に関する情報を取りまとめ、県内企業等の新たな商品開発や実用化研究を支援する。</li> </ul> |
| 年度  | 売上 (億円)  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
| H16 | 155  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
| H17 | 130  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
| H18 | 136  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
| H19 | 148  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
| H20 | 134  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
| H21 | 126  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |
| H22 | 127  |              |                |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |   |  |

| 項目                        | 対策等                           | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|---------------------------|-------------------------------|--|---|
| <p>2. 地域経済に貢献する商業の活性化</p> | <p>○県産品アンテナショップ「てんこす」への支援</p> | <p>テストマーケティングも含めた県内各地域の製品の販売や、カフェでの県産品を使ったメニューの提供により、地場産品の販路を拡大。</p> <p>アンテナショップ「土佐せれくとしよっくてんこす」を新京橋プラザ(高知市)に開設<br/>                     H22.2.19～H23.2.18の1年間<br/>                     ・売上額89,181千円(目標達成(100.34%)、利用者数約69,500人)<br/>                     H23.2.19～H23.8.31現在<br/>                     ・1日当たりの目標額292千円(年額106,655千円)に対し、実績額298千円<br/>                     目標達成率(101.9%)、利用者数約43,400人</p> <p>○地産地消・地産外商の促進<br/> <b>【実績】</b><br/>                     ・商品アイテム陳列数約1,500(33市町村、298事業者、約2,860アイテム登録)<br/>                     ・テストマーケティング15業者 ⇒ 商品のブラッシュアップ8件</p> <p>○商店街と一体となったイベント開催等<br/> <b>【実績】</b><br/>                     ・顔出し看板の作成(H22.2～作成・設置)<br/>                     ・高知県商店街元気祭(H22.3)、こじゃんと文化祭(H22.12)、ナイトバザール(H22.12) 値引き市(H23.3)</p> <p>○コミュニティ機能の充実<br/> <b>【実績】</b><br/>                     ・高齢者や子育て世代向けなどの教室の開催(離乳食や病気予防などの講座 全57回)<br/>                     ・オムツ替えや授乳のできる場の提供</p> | <p><b>【総括・評価】</b><br/>                     ○ 開店1年目、2年目の8/31現在、売上目標を達成しているが、年間の目標達成のためには、年末年始に向けた一層の販売努力が必要。また、今後、安定した経営に向け、さらなる売上アップを図っていく必要がある。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>                     ⇒ BtoBの販売やインターネット販売が、十分に機能しておらず、売上に繋がっていない。こうした取組みの改善を図るとともに、平日売上の向上に繋げるための取組みを強化していく。</p> <p><b>【総括・評価】</b><br/>                     ○ イベントへの誘客は一定図れたものの来街者の回遊性を高めるまでには至らなかった。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>                     ⇒ 商店街と連携し、一体となった事業への取組みを図る。</p> <p><b>【総括・評価】</b><br/>                     ○ コミュニティ事業としての講座を開業以来57回実施、受講者の好評を得ている。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>                     ⇒ 店主等を講師とした講座を実施するなど講座の内容の検討充実を図る。</p> |
|                           |                               | <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>  |   |



| 項目 | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|----|--|--|---|
|    | <p><b>○商店街の振興</b></p> <p><b>【目標】</b><br/>◆高知市商店街の歩行者通行量H20:休日56,341人→減少傾向に歯止めをかける</p> <p><b>【目標】</b><br/>◆高知市中心商店街の空き店舗率H20:15.3%→増加傾向に歯止めをかける</p> | <p><b>○商工団体等が行う商業の活性化及び地域生活者の利便性の確保を図る取組への支援(商業振興支援事業)</b></p> <p><b>【実績】</b> 延べ19件(H21~23.8月末)<br/>         ・安芸市の全国「商い甲子園」開催事業<br/>         ・四万十市の「玉姫様」をテーマとした農商工連携及び商店街共同販促事業等<br/>         ・高知市の万々商店街における「商店街統一販売活動」の継続強化 など<br/>         ※高知市商店街の休日の歩行者通行量<br/>         H20:56,341人 ⇒ H23(6月):66,049人</p>  <p>高知市商店街の休日の歩行者通行量</p> <p>※高知市商店街の歩行者通行量の調査は、中心商店街(8)と周辺商店街(5)を対象に実施</p> <p><b>○商店街の空き店舗への出店を支援(空き店舗対策事業)</b></p> <p><b>【実績】</b> 延べ19件(H21~23年8月末)<br/>         (内訳) 市町村別:高知市内13件、四万十市2件、四万十町3件、安芸市1件<br/>         業種別:飲食業8件、小売業7件、サービス業4件<br/>         ※高知市中心商店街の空き店舗率<br/>         H20:15.3% ⇒ H22:13.4%</p>  <p>高知市中心商店街の空き店舗率</p> <p>※高知市中心商店街としての空き店舗調査は、はりまや橋、京町・新京橋、壱番街、帯屋町1丁目、帯屋町2丁目、おびサンロード、中の橋、大橋通の8商店街と柳町を対象としている。</p> <p><b>○ふるさと雇用再生チャレンジショップ事業(新規事業H23~)</b></p> <p><b>【実績】</b> H23.6月:3団体を委託先として決定<br/>         ・京町・新京橋商店街振興組合(高知市)<br/>         ・天神橋商店街振興組合(四万十市)<br/>         ・しばてんカード協同組合(四万十町)</p> | <p><b>【総括・評価】</b><br/>○高知市商店街の歩行者通行量の減少傾向に歯止めがかかった。商店街マップの取組みなど、来街者に向けての取組みが一定の成果を上げたことに加え、龍馬伝効果や高速1000円効果などにより観光客の入込が増加したことによると考えられる。</p> <p>イベントの実施時には、一定の集客力はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、個店の売上げにはつながっていない。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>⇒ H23に補助要件の見直しを行い、商店街がまとまりをもち、継続して取り組む活動に必要となる備品類なども対象とし、これを活用した取組みを進めていく。</p> <p><b>【総括・評価】</b><br/>○高知市中止商店街の空き店舗率増加傾向に歯止めがかかった。景気が回復基調にあつたことに加え、県補助金や国の助成金の後押しもあり、個人経営の飲食店を中心に開業が増え、空き店舗率が減少した。しかし、高知市以外の商店街では、依然として増加基調が続いている。</p> <p>H22に補助要件の見直し(市町村補助の要件を除外)を行ったことにより、高知市以外の市町村への出店支援が実施できたが、まだまだ利用されていない市町村もある。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>⇒ H23にもさらなる要件の見直し(1階限定要件の緩和)を行ったところであり、引き続き周知を図り、事業者に対する支援を行っていく。</p> <p><b>【総括・評価】</b><br/>○年度当初から積極的に制度の周知説明に努め、事業に取り組む3団体との委託契約に結び付けることができた。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>⇒ 今後もH24.3月のチャレンジショップの立ち上げに向けたチャレンジャーの募集、運営への支援やチャレンジャーの独立開業に向けた支援を実施していく。</p> |

# 産業成長戦略 商工業分野【その12】

| 項目            | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |               |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
|---------------|--|---|----------------|---------------|-----|-----|-------------|------|--------|--------|--------|--------|-------|------|------|------|------|--------------|------|------|------|-----|-----------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------|-------|-------|--------|------|--|
| 3. 産業人材の育成と確保 | <p>○地域産業を支える担い手人材の育成</p> <p>【目標】<br/>高校生の県内就職割合 60%(H23年度)</p> | <p>○学校と企業との連携(H20年度～)</p> <p>地域産業を支える担い手の育成を目的に、学校、産業界、行政が連携して、高校生の企業実習や企業の技術者による技術指導等を実施</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="784 383 1467 678"> <thead> <tr> <th></th> <th>H20</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23<br/>(計画)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>実施校</td> <td>9</td> <td>15</td> <td>17</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>参加生徒数</td> <td>416</td> <td>546</td> <td>631</td> <td>970</td> </tr> <tr> <td>参加教員(研修)</td> <td>7</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>協力企業数(延べ)</td> <td>56</td> <td>105</td> <td>118</td> <td>174</td> </tr> <tr> <td>県内就職割合</td> <td>47.2%</td> <td>50.6%</td> <td>57.6%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>   |                | H20           | H21 | H22 | H23<br>(計画) | 実施校  | 9      | 15     | 17     | 21     | 参加生徒数 | 416  | 546  | 631  | 970  | 参加教員(研修)     | 7    | 3    | 3    | 5   | 協力企業数(延べ) | 56            | 105           | 118           | 174           | 県内就職割合    | 47.2% | 50.6% | 57.6%  |      | <p>【総括、評価】</p> <p>○産業界、教育界、行政の連携の仕組みができ、取組が広がり、実施高校、協力企業が増えた。これにより、企業、学校が県内産業を担う人材育成に連携して取り組むことへの共通の認識が深まりつつある。</p> <p>【今後の取り組み】</p> <p>⇒進路指導担当教員だけでなく、他の教員も県内企業を理解し、生徒への進路指導ができるようにする。</p>  |
|               | H20  | H21   | H22            | H23<br>(計画)   |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 実施校           | 9  | 15  | 17             | 21            |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 参加生徒数         | 416  | 546   | 631            | 970           |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 参加教員(研修)      | 7  | 3   | 3              | 5             |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 協力企業数(延べ)     | 56   | 105   | 118            | 174           |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 県内就職割合        | 47.2%  | 50.6%   | 57.6%          |               |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
|               | <p>○若年者の県内への就職促進</p> <p>【目標】<br/>◆利用者の就職者数 800人(H23年度)</p>     | <p>○ジョブカフェこうち(H16年度～)</p> <p>若者の就職意識の向上を図るとともに、雇用におけるミスマッチを解消し、円滑な就職を促進するため、若年者を対象に、就職セミナーや個別相談、しごと体験などを実施する。</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="761 917 1601 1244"> <thead> <tr> <th></th> <th>H20</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>相談件数</td> <td>7,349件</td> <td>8,283件</td> <td>9,342件</td> <td>2,614件</td> </tr> <tr> <td>就職者数</td> <td>700人</td> <td>785人</td> <td>894人</td> <td>263人</td> </tr> <tr> <td>うち「しごと体験」受講者</td> <td>168人</td> <td>222人</td> <td>248人</td> <td>73人</td> </tr> <tr> <td>学校出張相談</td> <td>55校<br/>2,686人</td> <td>59校<br/>2,118人</td> <td>60校<br/>2,920人</td> <td>33校<br/>1,366人</td> </tr> <tr> <td>各種セミナー参加者</td> <td>373人</td> <td>822人</td> <td>1,497人</td> <td>503人</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">H23は7月末現在実績</p> |                | H20           | H21 | H22 | H23         | 相談件数 | 7,349件 | 8,283件 | 9,342件 | 2,614件 | 就職者数  | 700人 | 785人 | 894人 | 263人 | うち「しごと体験」受講者 | 168人 | 222人 | 248人 | 73人 | 学校出張相談    | 55校<br>2,686人 | 59校<br>2,118人 | 60校<br>2,920人 | 33校<br>1,366人 | 各種セミナー参加者 | 373人  | 822人  | 1,497人 | 503人 | <p>【総括、評価】</p> <p>○ジョブカフェこうち利用者の就職者数は、目標を上回る結果となり、しごと体験枠の拡充、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が効果を上げている。</p> <p>○緊急雇用創出臨時特例基金を活用したジョブカフェ広報員を本部に5カ月、幡多サテライトに10ヶ月配置することで、ジョブカフェ事業の認知度の向上に繋がった。</p> <p>【今後の取り組み】</p> <p>⇒新規学卒者(卒後3年以内)を対象としたセミナーの実施及びしごと体験枠の確保。</p> <p>⇒第一次産業、介護・福祉分野の体験セミナーの実施。</p> <p>⇒幡多サテライトの機能の充実(開所日、場所、体制等)。</p> |
|               | H20  | H21   | H22            | H23           |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 相談件数          | 7,349件   | 8,283件  | 9,342件         | 2,614件        |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 就職者数          | 700人   | 785人  | 894人           | 263人          |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| うち「しごと体験」受講者  | 168人   | 222人  | 248人           | 73人           |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 学校出張相談        | 55校<br>2,686人  | 59校<br>2,118人   | 60校<br>2,920人  | 33校<br>1,366人 |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |
| 各種セミナー参加者     | 373人   | 822人  | 1,497人         | 503人          |     |     |             |      |        |        |        |        |       |      |      |      |      |              |      |      |      |     |           |               |               |               |               |           |       |       |        |      |  |

# 産業成長戦略 商工業分野【その13】

| 項目                                   | 対策等                             | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                     |                           |   |
|--------------------------------------|---------------------------------|---|----------------|-----|-----|-------------------------------|--------|---------|--------------|-----------------|----------------------------|--------------------------------------|---------------------|---------------------------|---|
|                                      | <p>○本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供</p> | <p>○本県出身の県外大学生等の県内企業への就職促進(H22年度～)</p> <p>本県出身の県外大学生等の県内就職を促進するとともに、県内企業の若年労働力の確保を図るため、大学生のインターンシップの促進や、県外在学の学生への高知で働く魅力の情報発信と就職情報の提供</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="761 411 1556 726"> <thead> <tr> <th></th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県外在学の学生へダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信</td> <td>2,618人</td> <td>11月発送予定</td> </tr> <tr> <td>県外大学保護者会への参加</td> <td>6大学<br/>保護者 187人</td> <td>4大学<br/>保護者 110人<br/>(7月末現在)</td> </tr> <tr> <td>民間の就職支援会社が開催する就職相談会(県外開催)へ県の相談ブースを出展</td> <td>4回出展<br/>県出身者 286人参加</td> <td>12月以降出展<br/>(大阪2回、東京2回を予定)</td> </tr> </tbody> </table> |                | H22 | H23 | 県外在学の学生へダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信 | 2,618人 | 11月発送予定 | 県外大学保護者会への参加 | 6大学<br>保護者 187人 | 4大学<br>保護者 110人<br>(7月末現在) | 民間の就職支援会社が開催する就職相談会(県外開催)へ県の相談ブースを出展 | 4回出展<br>県出身者 286人参加 | 12月以降出展<br>(大阪2回、東京2回を予定) | <p><b>【総括、評価】</b></p> <p>○ 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を出展する等により、高知で働く魅力とUターン就職のPRができた。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒ 高知県の人材確保に関わる担当部署や関係団体とともに、高知県で働く若い人材を求めているというメッセージを伝えていく。</p> <p>⇒ 県外大学生向けの県内のインターンシップ受入れ企業の開拓と県外大学生へのインターンシップ情報提供。</p> <p>⇒ 進学者が多い高校の生徒に高知で働く魅力や県内企業の情報を提供する取組。</p> <p>⇒ 企業訪問時に大学生採用に関する調査を併せて行うことで、より正確な実態把握に努める。</p> <p>⇒ 高校卒業時に「高知県U・Iターン人材システム」を周知する。</p> <p>⇒ 県外事務所と連携し、県外大学でのUターンセミナーや保護者会への参加を働きかける。</p> |
|                                      | H22                             | H23   |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                     |                           |   |
| 県外在学の学生へダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信        | 2,618人                          | 11月発送予定   |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                     |                           |   |
| 県外大学保護者会への参加                         | 6大学<br>保護者 187人                 | 4大学<br>保護者 110人<br>(7月末現在)  |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                     |                           |   |
| 民間の就職支援会社が開催する就職相談会(県外開催)へ県の相談ブースを出展 | 4回出展<br>県出身者 286人参加             | 12月以降出展<br>(大阪2回、東京2回を予定)   |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                     |                           |   |

# 産業成長戦略 商工業分野【その14】

| 項目     | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
|--------|---|--|----------------|---|-----|-----|----|--------|-----------|-----------|---------|-------------|------|----------|-----------|----------|-------------|-----|--------|-------|---|---|-------------|-------|-------|---|-----|---|---------|---|-------|--|-----|-----|-----|----|--------|---|-----------------|---------|-----------|------|-----------------|------------------|---------|---|--|-----|-----|-----|----|--------|-----|-----|----|------------------------------|------|----|----|---|---------------------|-----|---|----|---|-------------|-----|---|----|---|--------------------|--|
|        | <p>○技術力のレベルアップ<br/>(機械・金属、食品加工、紙産業等)</p> <p><b>【目標】</b><br/>◆技術研修受講者数<br/>H20:9コース75人(年間)<br/>→ H21~H23:14コース400人(年間)</p> | <p>特別技術支援員や技術アドバイザーなどの外部人材の登用等により、技術レベルに応じた研修、技術相談等を実施することで技術人材を育成</p> <p><b>【実績】</b></p> <p>研修の実施</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>機械・金属等</td> <td>22コース522名</td> <td>18コース384名</td> <td>5コース76名</td> <td>H20:7コース59名</td> </tr> <tr> <td>食品加工</td> <td>4コース212名</td> <td>18コース481名</td> <td>5コース111名</td> <td>H20:2コース16名</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">紙産業</td> <td>初任者研修会</td> <td>5回53名</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>企業支援のための研究会</td> <td>9回90名</td> <td>4回34名</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>-</td> <td>2コース96名</td> <td>-</td> <td>アロマ講習</td> </tr> </tbody> </table> <p>特別技術支援員の配置(各1名)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>機械・金属等</td> <td>-</td> <td>講演9回<br/>技術指導42回</td> <td>技術指導26回</td> <td>H22年度から配置</td> </tr> <tr> <td>食品加工</td> <td>講演6回<br/>技術指導56社</td> <td>講演9回<br/>技術指導103社</td> <td>技術指導35社</td> <td>商品化15件<br/>(H21:5件、H22:3件、H23:7件)<br/>酒粕ういろう、生姜飲料、<br/>トマトカレー等</td> </tr> </tbody> </table> <p>技術指導アドバイザー</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>機械・金属等</td> <td>38件</td> <td>32件</td> <td>7件</td> <td>登録者数 H21:9名、H22:5名<br/>H23:4名</td> </tr> <tr> <td>食品加工</td> <td>9件</td> <td>3件</td> <td>-</td> <td>登録者数 H21:10名、H22:3名</td> </tr> <tr> <td>紙産業</td> <td>-</td> <td>4件</td> <td>-</td> <td>登録者数 H22:2名</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>-</td> <td>4件</td> <td>-</td> <td>登録者数 H22:1名(アロマ関係)</td> </tr> </tbody> </table> |                | H21   | H22 | H23 | 備考 | 機械・金属等 | 22コース522名 | 18コース384名 | 5コース76名 | H20:7コース59名 | 食品加工 | 4コース212名 | 18コース481名 | 5コース111名 | H20:2コース16名 | 紙産業 | 初任者研修会 | 5回53名 | - | - | 企業支援のための研究会 | 9回90名 | 4回34名 | - | その他 | - | 2コース96名 | - | アロマ講習 |  | H21 | H22 | H23 | 備考 | 機械・金属等 | - | 講演9回<br>技術指導42回 | 技術指導26回 | H22年度から配置 | 食品加工 | 講演6回<br>技術指導56社 | 講演9回<br>技術指導103社 | 技術指導35社 | 商品化15件<br>(H21:5件、H22:3件、H23:7件)<br>酒粕ういろう、生姜飲料、<br>トマトカレー等 |  | H21 | H22 | H23 | 備考 | 機械・金属等 | 38件 | 32件 | 7件 | 登録者数 H21:9名、H22:5名<br>H23:4名 | 食品加工 | 9件 | 3件 | - | 登録者数 H21:10名、H22:3名 | 紙産業 | - | 4件 | - | 登録者数 H22:2名 | その他 | - | 4件 | - | 登録者数 H22:1名(アロマ関係) | <p><b>【総括・評価】</b></p> <p>○ 企業からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られている。</p> <p>○ 職員や特別技術支援員だけでは指導できない技術的課題は、企業ニーズに応じて技術指導アドバイザーを派遣している。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒ 今後は、取り組みをさらに高度化し、技術レベルに対応した研修カリキュラムの設定などを行い、合格率の向上等を図る。</p> |
|        | H21   | H22  | H23            | 備考  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 機械・金属等 | 22コース522名   | 18コース384名  | 5コース76名        | H20:7コース59名   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 食品加工   | 4コース212名  | 18コース481名  | 5コース111名       | H20:2コース16名   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 紙産業    | 初任者研修会  | 5回53名  | -              | -   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
|        | 企業支援のための研究会   | 9回90名  | 4回34名          | -   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| その他    | -   | 2コース96名  | -              | アロマ講習   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
|        | H21   | H22  | H23            | 備考  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 機械・金属等 | -   | 講演9回<br>技術指導42回  | 技術指導26回        | H22年度から配置   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 食品加工   | 講演6回<br>技術指導56社   | 講演9回<br>技術指導103社   | 技術指導35社        | 商品化15件<br>(H21:5件、H22:3件、H23:7件)<br>酒粕ういろう、生姜飲料、<br>トマトカレー等 |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
|        | H21   | H22  | H23            | 備考  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 機械・金属等 | 38件   | 32件  | 7件             | 登録者数 H21:9名、H22:5名<br>H23:4名                                |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 食品加工   | 9件  | 3件   | -              | 登録者数 H21:10名、H22:3名   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| 紙産業    | -   | 4件   | -              | 登録者数 H22:2名   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |
| その他    | -   | 4件   | -              | 登録者数 H22:1名(アロマ関係)  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                 |         |           |      |                 |                  |         |   |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |  |



| 項目                  | 対策等                   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
|---------------------|-----------------------|--|----------------|---------|--|-----|--|--------|---------|--------|---------|----|---|----|----|----|-----|---|----|----|----|-----|----|----|----|---|----|-----|---|---|--|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|----|-----|----|-----|--------|-----|---|-------------|----|---|---------------------|-----|---|------------|-----|---|---|
| <p>4. 建設業の新分野進出</p> | <p>○建設業の新分野への進出促進</p> | <p>建設業者の持つ能力を生かし、農林業や介護・福祉など、新たな分野へ進出しようとする建設業者の支援体制を整備</p> <p><b>【実績】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新分野進出アドバイザー(1名配置)が建設業者を順次訪問し、情報提供・収集を実施</li> <li>・県内7ヶ所の地域産業振興監オフィスを地域の相談窓口として位置付け</li> <li>・新分野進出事例集の作成・配布(合計1,500部)</li> <li>・新分野進出のリスク軽減を図るため、事業者の実現可能性調査に対する新規補助金(補助率:1/2)を創設し支援を実施(H23)</li> </ul> <p>新分野進出説明会 参加者数</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">地域</th> <th colspan="2">H21</th> <th colspan="2">H22</th> </tr> <tr> <th>企業数(社)</th> <th>参加人数(人)</th> <th>企業数(社)</th> <th>参加人数(人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>安芸</td> <td>4</td> <td>23</td> <td>20</td> <td>53</td> </tr> <tr> <td>物部川</td> <td>8</td> <td>35</td> <td rowspan="3">34</td> <td rowspan="3">70</td> </tr> <tr> <td>高知市</td> <td>17</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>嶺北</td> <td>3</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>仁淀川</td> <td>—</td> <td>—</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>高幡</td> <td>12</td> <td>40</td> <td>13</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>幡多</td> <td>11</td> <td>31</td> <td>21</td> <td>48</td> </tr> <tr style="background-color: #e0f2f7;"> <td>計</td> <td>55</td> <td>196</td> <td>88</td> <td>207</td> </tr> </tbody> </table> <p>新分野進出等の状況<br/><small>(県の入札参加資格を持つ建設業者1,542社に対してアンケートを実施(H23.1~H23.3)。回収数1,227社)</small></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tbody> <tr> <td>新分野進出済</td> <td>160</td> <td>社</td> </tr> <tr> <td>新たに新分野進出検討中</td> <td>60</td> <td>社</td> </tr> <tr> <td>進出意思はあるが何をしようか分からない</td> <td>189</td> <td>社</td> </tr> <tr> <td>新分野進出の意思なし</td> <td>783</td> <td>社</td> </tr> </tbody> </table> | 地域             | H21     |  | H22 |  | 企業数(社) | 参加人数(人) | 企業数(社) | 参加人数(人) | 安芸 | 4 | 23 | 20 | 53 | 物部川 | 8 | 35 | 34 | 70 | 高知市 | 17 | 44 | 嶺北 | 3 | 23 | 仁淀川 | — | — |  |  | 高幡 | 12 | 40 | 13 | 36 | 幡多 | 11 | 31 | 21 | 48 | 計 | 55 | 196 | 88 | 207 | 新分野進出済 | 160 | 社 | 新たに新分野進出検討中 | 60 | 社 | 進出意思はあるが何をしようか分からない | 189 | 社 | 新分野進出の意思なし | 783 | 社 | <p><b>【総括・評価】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ アドバイザーの配置により、企業のニーズの把握と個別のフォローアップが可能となった。</li> <li>○ 新分野進出事例集の配布等による情報提供を充実したことで、説明会・セミナーの参加が増加傾向にある。</li> <li>○ 実態調査により、新分野進出に関する企業の意識や課題等を把握できた。</li> <li>○ 支援には一定の専門分野と幅広い知識が求められるため、具体的な成功事例の創出までには至っていない。</li> </ul> <p><b>【今後の取り組み】</b></p> <p>⇒ 国のアドバイザーも活用し、専門的なアドバイスを行うとともに、新設した実現可能性調査の支援策を活用し、取組の初期から丁寧な支援を行っていく。</p> |
| 地域                  | H21                   |  |                | H22     |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
|                     | 企業数(社)                | 参加人数(人)  | 企業数(社)         | 参加人数(人) |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 安芸                  | 4                     | 23   | 20             | 53      |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 物部川                 | 8                     | 35   | 34             | 70      |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 高知市                 | 17                    | 44   |                |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 嶺北                  | 3                     | 23   |                |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 仁淀川                 | —                     | —  |                |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 高幡                  | 12                    | 40   | 13             | 36      |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 幡多                  | 11                    | 31   | 21             | 48      |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 計                   | 55                    | 196  | 88             | 207     |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 新分野進出済              | 160                   | 社  |                |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 新たに新分野進出検討中         | 60                    | 社  |                |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 進出意思はあるが何をしようか分からない | 189                   | 社  |                |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |
| 新分野進出の意思なし          | 783                   | 社  |                |         |  |     |  |        |         |        |         |    |   |    |    |    |     |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |     |   |   |  |  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |    |     |        |     |   |             |    |   |                     |     |   |            |     |   |   |

**【目標】**  
◆建設業の新分野進出  
H23: 174社(累計)

# 産業成長戦略(観光分野)の実行2年半の取り組みの総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括(まとめ)

大河ドラマ「龍馬伝」の放送が決定したことを受け、「土佐・龍馬であい博」、「志国高知 龍馬ふるさと博」といった産業振興計画のリーディングプロジェクトを立ち上げ、広報や誘致活動、観光地づくりに官民一体となって取り組んできた。これらの博覧会を通じて、地域ならではのまち歩きや自然体験などの観光資源の発掘、磨き上げの取組が県下各地で展開されたこと、市町村という枠組みを越えて広域的に観光振興を担う地域コーディネート組織が新たに設立されたことなど、今後、地域が主体となった観光地づくりを進めるうえでの基盤づくりができたことは大きな成果といえる。また、平成22年の県外観光客の入込数は、平成21年の315万人を大幅に上回る435万人を記録し、雇用の確保や大きな経済波及効果をもたらされ、産業振興計画のリーディングプロジェクトとして、他の産業をけん引する役割を果たした。

一方で、滞在型観光を推進するための受入態勢の整備や、その担い手確保や育成、体験メニューの更なる充実など、残された課題もある。また、各地域に生まれた観光資源の磨き上げと新たな素材の発掘に引き続き取り組んでいく必要がある。

今後は、これまでの取組によって得られた財産、成果を最大限活用するとともに、残された課題の解決を図りながら、地域の核となる拠点づくりを進め、博覧会がなくても魅力的な観光地づくりを目指していく。

# 観光分野の成長戦略

## 滞在型・体験型観光の推進

【基本方向】①県民参加による、自ら輝く状況づくり ②自然・歴史・文化を活かした“まち”の魅力づくり ③誘客効果のあるイベント等の振興 ④時代にあったセンスと統一感のあるPR活動 ⑤首都圏や海外を睨んだ広域連携の推進

### 1 新規市場の開拓

#### 一策 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開

- ポスト「龍馬博」を見据えた観光PR・イメージ戦略の確立
  - ※高知観光情報発信館「とさてらす」の運営継続
- 「龍馬伝」を活かしたPR、プロモーション活動の展開
  - ※「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催
- 観光PR・イメージ戦略に基づくターゲット別のPR、プロモーション活動の展開
- フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

#### 二策 県内の観光地を結ぶ交通手段の確保

- 周遊バスの運行体系の強化
  - ※MY遊バスの運行拡充
- 観光ガイドタクシー等を活用した周遊観光の推進
- 旅行会社とのタイアップ等によるレンタカープランの充実
- 公共交通機関の利用促進

#### 三策 四国4県での受入態勢の整備、PR活動の展開

- 四国観光の推進組織の体制強化
  - ※「四国ツーリズム創造機構」による国内外へのプロモーション活動の強化
- 旅行会社とのタイアップ等によるレンタカープランの充実（再掲）

#### 「龍馬ふるさと博」を核とした ポスト龍馬博の展開

～「土佐・龍馬であい博」から  
「志国高知 龍馬ふるさと博」へ～

- 1 龍馬ブームを継続させ、本県への誘客を図る「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催
- 2 広域ブロックごとに一泊以上滞在できる観光地づくりの加速化
- 3 外国人観光客誘致活動のさらなる展開
- 4 オフシーズン対策の強化
- 5 観光客にやさしい観光地づくり・人づくりの推進

#### 足下を固め、活力ある県外市場へ打って出る

◆首都圏からの観光客  
36万人→60万人

#### 足腰を強め、新分野に挑戦

◆県内2泊以上の割合  
25%→30%  
◆宿泊施設の稼働率  
37%→全国並みの45%

「観光八策」の推進で、  
400万人観光の実現、1,000億円産業へ

#### 産業間連携の強化

◆1人当たりの観光消費額  
23,780円→25,000円  
◆全体の観光消費額  
725億円→1,000億円

### 3 産業間連携の推進

#### 八策 産業間連携による新たな可能性への挑戦

- 受入態勢づくりの充実
- 地域産物の商品化を促進
- 体験メニューの充実
- 地域産物の観光施設等での販売促進
- 情報発信の展開
- 地域産物の情報発信を促進

※観光アドバイザーや地域コーディネート組織の支援による「食」や「土産物」などの魅力ある商品づくりや、広域ブロックごとに一泊以上できる着地型旅行商品の開発、観光客誘致のためのプロモーション活動の展開

### 2 滞在型観光への転換

#### 四策 地域の自然・歴史・文化などを活かした県民参加による体験型観光資源の発掘と磨き上げの推進

- 「花・人・土佐であい博」事業の継承と発展を支援
- 「龍馬伝」を契機とした新たな観光戦略の展開
  - ※「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催
- （仮称）地域観光戦略会議を設置し、地域資源を磨き上げ
- 広域観光周遊ルートづくりへの支援
  - まち歩き観光などへの支援
  - 地域産物を活用した魅力づくりへの支援
  - 教育旅行の受入態勢づくりへの支援
    - ※観光アドバイザーによる民泊の開拓等
- 滞在型・体験型観光推進の気運づくり
- 旅行の動機づけとなるイベント等の企画
  - ※「志国高知 龍馬ふるさと博」のテーマ別特別イベントの開催

#### 五策 観光振興に寄与する人材の育成と活用

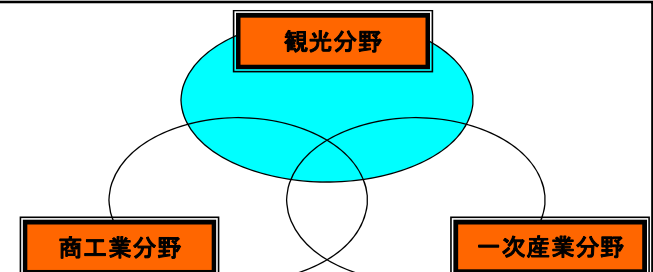
- 地域で活動する人材のネットワークづくり
- 観光ガイドの育成、充実
  - ※観光ガイド連絡協議会の運営支援
- PR戦略づくり等に当たっての専門家（アドバイザー）の活用
- 滞在型・体験型観光推進の気運づくり（再掲）

#### 六策 地域コーディネート組織の整備


- 地域コーディネート組織の立ち上げ支援及び組織強化
  - ※観光アドバイザーとの連携による地域の取組を展開

#### 七策 国際観光の推進

- 国際観光推進会議の設置及び外国人観光客誘致の促進
  - ※2011年を国際観光推進元年と位置づけ、東アジアをターゲットとした誘致活動・受入態勢の強化を展開



# 産業成長戦略 観光分野【その1】

| 項目                                  | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
|-------------------------------------|--|--|--|------------------|-----------------|------------------|-------------|-----------------|---|----------------|-------------------------------|--------|--------------|---------------|--------|--------------------------|--|
| <p>一策<br/>効果的な観光PR、プロモーション活動の展開</p> | <p>目標 2010年の「龍馬伝」の放送を契機に本県の入込客数が増える<br/>H19:305万人→400万人</p>  | <p><b>戦略の柱【滞在型・体験型観光の推進】</b><br/> <b>目標である400万人観光、1,000億円産業を達成</b><br/>                     県外観光客入込み数 H19:305万人→H22:435万人<br/>                     観光総消費額 H19:725億円→H22:1,010億円</p>  |   |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
|                                     | <p><b>【土佐・龍馬であい博】(H22.1.16～H23.1.10)</b><br/>                     大河ドラマ「龍馬伝」の放送を契機に、全県的な観光振興につなげる「土佐・龍馬であい博」を開催。<br/>                     大河ドラマ館を県下4か所(JR高知駅南口、安芸、椿原、土佐清水)に設置し、高知観光情報発信館「とさてらす」をメイン会場に併設することで、本県観光のエンタランス機能とコンシェルジュ機能を発揮し、県下各地への誘導を図った。<br/>                     また、首都圏でのアンテナショップやマスメディアを活用した観光と物産の一元的な情報発信など、効果的な観光PR、プロモーション活動を展開し、県外からの誘客につなげた。</p> | <table border="1"> <tr> <td>説明会やセールスの実施</td> <td>29回</td> </tr> <tr> <td>モニターツアーの実施</td> <td>5回</td> </tr> <tr> <td>プレスツアーの実施</td> <td>7回</td> </tr> </table> <p>⇒龍馬博のツアー商品が多数造成、龍馬博以外の観光地も掲載</p>  | 説明会やセールスの実施  | 29回              | モニターツアーの実施      | 5回               | プレスツアーの実施   | 7回              |  |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| 説明会やセールスの実施                         | 29回  |  |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| モニターツアーの実施                          | 5回   |  |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| プレスツアーの実施                           | 7回   |  |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| <p>○旅行会社等へのプロモーション活動</p>            |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・公式ガイドブックの発行(65万部)</li> <li>・文芸春秋社、主婦の友社、ANA、JAL、KKベストセラーズ、NEXCO西日本のフリーペーパー、フジサンケイグループなどでの特集記事掲載</li> <li>・ANA(ラッピングジェット)、JR四国(ラッピング列車)、地元バス会社(ラッピングバス)の運行</li> <li>・文芸春秋社(竜馬がゆく)など龍馬関連本の帯広告</li> <li>・イメージキャラクター・ロゴを活用したPR</li> </ul>  | <p><b>【総括】</b><br/>                     龍馬博、ふるさと博の開催を契機に、官民一体となって広報、誘致活動、観光地づくりに取り組むことができた。また、龍馬博4社中の入館者数が目標値65万人を大きく上回る92万人を超え、地域の観光に対する意識向上や自信につながった。</p>  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| <p>○土佐・龍馬であい博を前面に出した情報発信</p>        |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「4社中スタンプラリー」、「高知まるごとビンゴdeラリー！」の実施</li> <li>・タウン情報誌おすすめの観光情報などを掲載した「トサコレ」の発行<br/>                     当初70プランの発行から123プランへ拡充し、配布場所も順次拡大<br/>                     ⇒4社中合計で <b>924,903人</b>(目標65万人)<br/>                     高知観光情報発信館「とさてらす」の入館者も139万人を突破</li> </ul>   | <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>                     限られた予算、人員で効果的にプロモーション活動が実施できるよう、コンセプトとターゲットを明確にした観光プロモーション戦略の策定と、その戦略を実行する体制を検討していく。また、JR高知駅南口の観光拠点「こうち旅広場」の情報発信、エンタランス機能の充実及び地域への周遊・滞在を促す取り組みを進めていく。</p> |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| <p>○県内の周遊促進</p>                     |  | <table border="1"> <tr> <td>高知・龍馬ろまん社中</td> <td>635,879人(目標40万人)</td> </tr> <tr> <td>安芸・岩崎弥太郎こころざし社中</td> <td>113,017人(目標10万人)</td> </tr> <tr> <td>ゆすはら・維新の道社中</td> <td>99,099人(目標10万人)</td> </tr> <tr> <td>土佐清水・ジョン万次郎くろしお社中</td> <td>76,908人(目標5万人)</td> </tr> </table> <p>⇒「龍馬伝」放送による経済波及効果は<b>535億円</b>(日銀高知支店調べ)<br/>                     開催前の試算234億円が開催期間中に409億円に上方修正され、最終結果はさらに拡大</p> <table border="1"> <tr> <td>主要観光施設入込客数<br/>(主要56施設+龍馬博4会場)</td> <td>+65.6%</td> <td>H22.1～12 前年比</td> </tr> <tr> <td>主要旅館・ホテルの宿泊客数</td> <td>+19.3%</td> <td>H22.1～12 前年比<br/>日銀高知支店調べ</td> </tr> </table> | 高知・龍馬ろまん社中   | 635,879人(目標40万人) | 安芸・岩崎弥太郎こころざし社中 | 113,017人(目標10万人) | ゆすはら・維新の道社中 | 99,099人(目標10万人) | 土佐清水・ジョン万次郎くろしお社中   | 76,908人(目標5万人) | 主要観光施設入込客数<br>(主要56施設+龍馬博4会場) | +65.6% | H22.1～12 前年比 | 主要旅館・ホテルの宿泊客数 | +19.3% | H22.1～12 前年比<br>日銀高知支店調べ |  |
| 高知・龍馬ろまん社中                          | 635,879人(目標40万人)   |  |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| 安芸・岩崎弥太郎こころざし社中                     | 113,017人(目標10万人)   |  |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| ゆすはら・維新の道社中                         | 99,099人(目標10万人)  |  |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| 土佐清水・ジョン万次郎くろしお社中                   | 76,908人(目標5万人)   |  |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| 主要観光施設入込客数<br>(主要56施設+龍馬博4会場)       | +65.6%   | H22.1～12 前年比   |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |
| 主要旅館・ホテルの宿泊客数                       | +19.3%   | H22.1～12 前年比<br>日銀高知支店調べ   |  |                  |                 |                  |             |                 |   |                |                               |        |              |               |        |                          |  |



| 項目 | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|----|---|--|---|
|    |   | <p><b>【志国高知 龍馬ふるさと博】(H23.3.5～H24.3.31)</b></p> <p>「龍馬伝」や「土佐・龍馬であい博」による盛り上がり継続させ、持続性のある観光地づくりへと展開を図るため、歴史(偉人)、花、食、体験をテーマに、龍馬を育んだ土佐の風土をまるごと体感できる「志国高知 龍馬ふるさと博」を開催。土佐・龍馬であい博のノウハウを活かした県外旅行エージェン向けプロモーション活動をはじめ県内外の一般向け広報やPR活動による「観光の地産地消・外商」を展開。</p>  |   |
|    | <p><b>○各会場の特別イベント開催と新たな観光拠点「こうち旅広場」の活用</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・龍馬のふるさと「志の偉人伝」、「花絵巻」、「食まつり」「まるごと体験」の通年・季節イベントを県内各地で展開                     <ul style="list-style-type: none"> <li>偉人伝ミュージアム10会場、花絵巻4会場で特別企画展等を実施</li> <li>高知の旬の食材にスポットを当てた食フェア、イベント等の実施</li> <li>高知の歴史や文化などを体験するプログラム 41メニューをセレクト。</li> </ul> </li> <li>・龍馬ふるさと博のメイン会場「こうち旅広場」が平成23年7月9日にオープン                     <ul style="list-style-type: none"> <li>新パビリオン “龍馬伝”幕末志士社中”を設置</li> <li>土佐勤王党結成150年記念三志士像を設置</li> <li>イベント広場での「土佐おもてなし勤王党」ステージパフォーマンスの実施 など</li> </ul> </li> </ul> |   |
|    | <p><b>○旅行会社等へのプロモーション活動</b></p>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社へのセールス活動 17回 (H22.9～H23.7)</li> <li>・県外へのPRキャラバン隊の派遣 18回 //</li> <li>・首都圏、関西、中四国の新聞広告及び機内誌等でのPR</li> <li>・旅行会社等のタイアップによるPR</li> <li>・雑誌、インターネット等での特集記事の掲載</li> <li>・他県百貨店等での物産展、フェアでのPR</li> </ul>   |   |
|    | <p><b>○地域の周遊を促す取り組み</b></p>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・JR高知駅南口に設置した高知観光情報発信館「とさてらす」の情報発信力を高め、東西の広域観光案内所とともに、観光案内の拠点として、観光客の周遊をサポートする、地域観光コンシェルジュを設置。</li> <li>・ふるさと博15会場及び海洋堂ホビー館を周遊するスタンプラリーの実施 (H23.7.9～)</li> <li>・「龍馬伝」幕末志士社中内及び三志士像台座に地域周遊案内コーナーを設置</li> </ul>   |   |
|    | <p><b>【その他のプロモーション】</b></p>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致                     <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒映画「君が踊る、夏」「パーマメント野ばら」「毎日かあさん」の放映(H22年度)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>※「君が踊る、夏」はほぼ全編が高知ロケ</li> <li>⇒JAL国際線で「君が踊る、夏」が機内放送(H22.10～11)</li> </ul> </li> <li>・BS日テレ「こじゃんと土佐流」の放送                             <ul style="list-style-type: none"> <li>H21:3回 H22:4回 H23:4回放送予定</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>  |   |
|    | <p>目標 大河ドラマ放送翌年の県外観光客入込人数が、放送前の入込数を上回る事<br/>H23:315万人以上</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒H23の主要観光施設の入込は、H21年を上回る勢い。                     <ul style="list-style-type: none"> <li>「龍馬伝」幕末志士社中 開館39日で3万人を突破 (H23.8.16)</li> <li>偉人伝ミュージアム10会場 253,295人 前々年比161%</li> <li>花絵巻4会場 187,353人 前々年比121%</li> <li>※ H23.3.5～9.4とH21.3.7～9.6の184日間の比較</li> <li>主要観光施設の入込 1,510,026人 前々年比108.8%</li> <li>※ 主要58施設+龍馬博4会場のH23.1～7月期の比較</li> </ul> </li> </ul>   |   <p>※再掲</p> <p><b>【総括】</b><br/>龍馬博、ふるさと博の開催を契機に、官民一体となって広報、誘致活動、観光地づくりに取り組むことができた。また、龍馬博4社中の入館者数が目標値65万人を大きく上回る92万人を超え、地域の観光に対する意識向上や自信につながった。</p> <p><b>【今後の取り組み】</b><br/>限られた予算、人員で効果的にプロモーション活動が実施できるよう、コンセプトとターゲットを明確にした観光プロモーション戦略の策定と、その戦略を実行する体制を検討していく。また、JR高知駅南口の観光拠点「こうち旅広場」の情報発信力、エントランス機能の強化及び地域への周遊滞在を促す取り組みを進めていく。</p> |

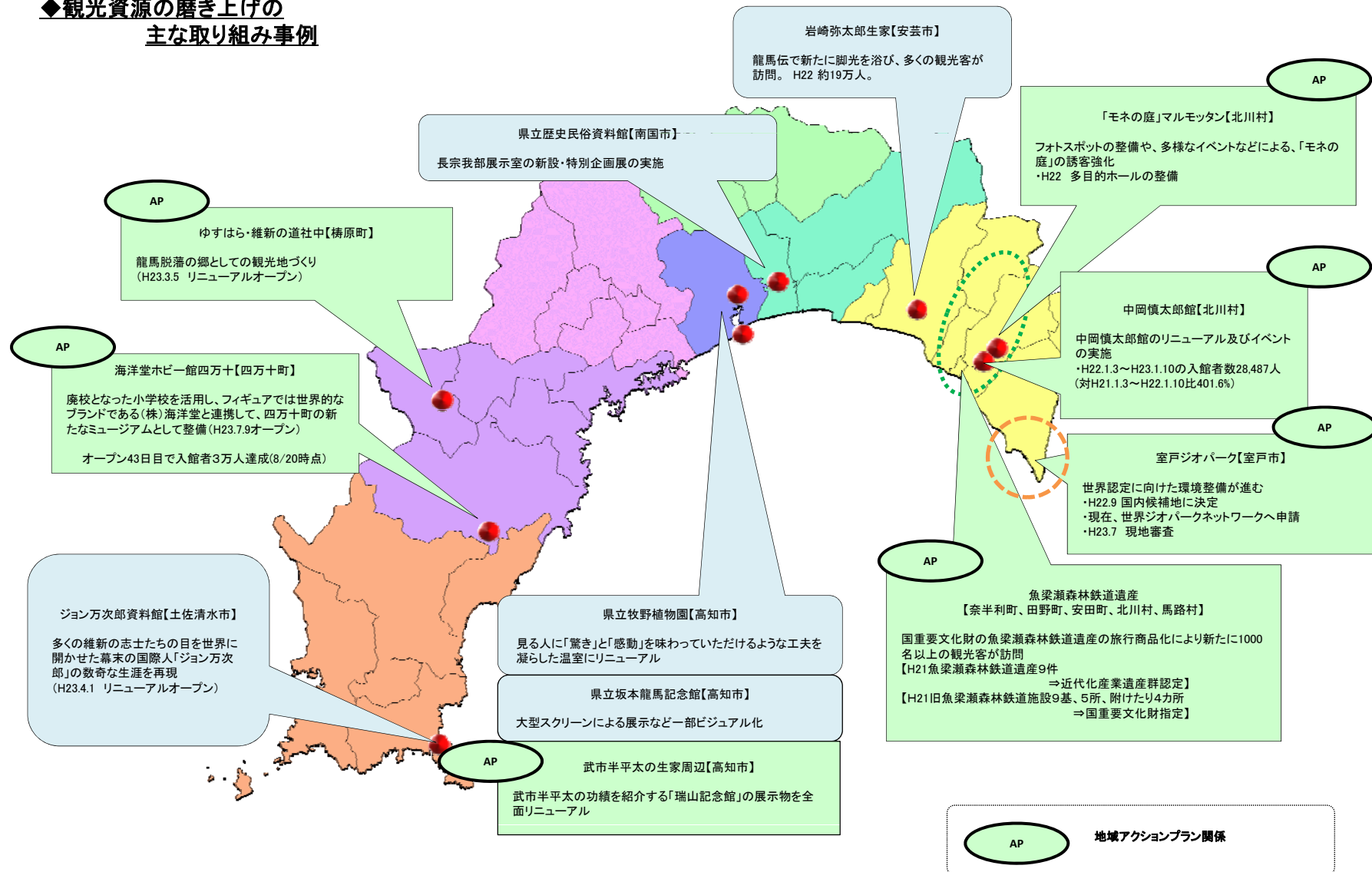
| 項目                                  | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
|-------------------------------------|--|--|---|---------------|--------|------------------|-----------|------|---------------------|---------------|--------|--|-----------|------|--------------------|---------------|------|--|-----------|------|---------|-------|-------------|------|---|
| <p>二策<br/>県内の観光地を結ぶ交通手段の確保</p>      | <p>○二次交通の整備</p> <p>○ゴールデンウィークや夏休み等での渋滞対策等</p>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・MY遊バスの利便性向上<br/>H21.11～ 土日祝運行から毎日運行、増便<br/>H23.4～ 増便、乗車券の充実</li> </ul>  <p>⇒乗客数が1.8倍以上増加(H22/H21比)<br/>(H22年度 52,136人 ※対前年同期比181.8%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイド付き周遊観光バスの運行</li> </ul> <table border="1" data-bbox="752 450 1438 632"> <tr> <td>土佐・龍馬であい博号(H22.1～H23.3)</td> <td>[H22.4～H23.3]</td> <td>2,028人</td> </tr> <tr> <td>龍馬ふるさと博号(H23.4～)</td> <td>[H23.4～8]</td> <td>580人</td> </tr> <tr> <td>高知東海岸観光周遊バス(H22.1～)</td> <td>[H22.4～H23.3]</td> <td>1,336人</td> </tr> <tr> <td></td> <td>[H23.4～8]</td> <td>125人</td> </tr> <tr> <td>しまんと・あしずり号(H22.7～)</td> <td>[H22.7～H23.3]</td> <td>446人</td> </tr> <tr> <td></td> <td>[H23.4～8]</td> <td>902人</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ガイドタクシーの運行</li> </ul> <table border="1" data-bbox="752 705 1155 769"> <tr> <td>駅や空港等基点</td> <td>52コース</td> </tr> <tr> <td>高知市内の宿泊施設基点</td> <td>4コース</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>・桂浜周遊で特設及び臨時駐車場を開設し、無料シャトルバスで送迎<br/>⇒観光客の満足度を高めるとともに、時間短縮による経済波及効果</li> <li>・サービスエリア等での臨時観光案内所の開設</li> </ul> | 土佐・龍馬であい博号(H22.1～H23.3)   | [H22.4～H23.3] | 2,028人 | 龍馬ふるさと博号(H23.4～) | [H23.4～8] | 580人 | 高知東海岸観光周遊バス(H22.1～) | [H22.4～H23.3] | 1,336人 |  | [H23.4～8] | 125人 | しまんと・あしずり号(H22.7～) | [H22.7～H23.3] | 446人 |  | [H23.4～8] | 902人 | 駅や空港等基点 | 52コース | 高知市内の宿泊施設基点 | 4コース | <p>【総括】<br/>二次交通が弱い本県にとって、周遊観光バスの存在は大きく、特にMY遊バスは、桂浜や牧野植物園など高知市中心部の定番の観光地をつなぐ重要な役割を果たした。<br/>また、渋滞対策により交通渋滞の発生を抑え、観光客の利便性を高めるとともに、時間短縮による経済波及効果があった。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>採算面等の課題を踏まえ、二次交通の利用実態や観光客のニーズをもとに、周遊バスのあり方や利用促進の対策等を検討していく。<br/>渋滞対策については、関係機関と連携しながら渋滞発生箇所や時期の把握に努め、必要に応じて実施していく。</p> |
| 土佐・龍馬であい博号(H22.1～H23.3)             | [H22.4～H23.3]  | 2,028人   |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
| 龍馬ふるさと博号(H23.4～)                    | [H23.4～8]  | 580人   |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
| 高知東海岸観光周遊バス(H22.1～)                 | [H22.4～H23.3]  | 1,336人   |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
|                                     | [H23.4～8]  | 125人   |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
| しまんと・あしずり号(H22.7～)                  | [H22.7～H23.3]  | 446人   |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
|                                     | [H23.4～8]  | 902人   |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
| 駅や空港等基点                             | 52コース  |  |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
| 高知市内の宿泊施設基点                         | 4コース   |  |   |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |
| <p>三策<br/>四国4県での受入態勢の整備、PR活動の展開</p> | <p>○四国ツーリズム創造機構との連携活動</p> <p>○四国観光交流戦略「重点着地エリア構想」に基づく四国西南地域のPR展開</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅フェアなど延べ150社にセールス活動(H22)</li> <li>・航空会社とタイアップした四国周遊キャンペーンの実施<br/>⇒H22実績 ANA 15,745人、JAL 15,050人</li> <li>・クーポン付きパンフレット「四国で得するパスポート」の発行<br/>H21：27万部 H22：20万部</li> <li>・国の事業を活用した国際観光への取り組み<br/>海外旅行会社の視察ツアー<br/>⇒台湾旅行会社 9社15名(H23.5)、韓国旅行会社 12社12名(H23.7)の四国旅行商談会 H23.9 四国インバウンドフェアを高知県で実施</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・四国ツーリズム創造機構が平成22年度から平成24年度にかけて、四国西南地域を重点着地エリアとして積極的にPR活動を行うこととしており、ガイド付き周遊観光バス「しまんと・あしずり号」を広告塔とした宣伝活動を展開<br/>⇒JR西日本の車内刷り広告など8,600万円相当のPR効果<br/>⇒ H23重点送客キャンペーンによる高知・幡多地区のPR展開</li> </ul>  | <p>【総括】<br/>官民一体となって設置された「四国ツーリズム創造機構」により、エリア均等意識にとらわれず、四国西南地域を重点的にPR展開しており、「しまんと・あしずり号」を広告塔として、関西地区を中心に幡多地域を重点的にPRすることができた。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>四国のPRを通じて高知県の認知度向上と誘客につなげていくよう、引き続き四国ツーリズム創造機構や四国4県との連携によるPRを行っていく。</p> |               |        |                  |           |      |                     |               |        |  |           |      |                    |               |      |  |           |      |         |       |             |      |   |

# 産業成長戦略 観光分野【その4】

| 項目  | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |  |               |   |          |                |   |
|---|---|--|----------------|--|---------------|---|----------|----------------|---|
| <p>四策<br/>地域の自然<br/>食・歴史・文化<br/>などを活かし<br/>た県民参加に<br/>よる体験型観<br/>光資源の発掘<br/>と磨き上げの<br/>推進</p> | <p>○体験プログラム等の発掘、磨き上げ</p> <p>○地域の取り組みへの支援</p> <p>○広域観光周遊ルートづくりへの支援</p> | <p>○まち歩き、体験プログラムなどで観光客の満足度を高めるため、体験型観光のアドバイザー(体験教育企画代表 藤澤安良氏)による研修を実施し、体験者が主役であること、説明手法、安全・衛生面などの重要性を認識してもらい、体験プログラムの質の向上につなげる。まち歩きガイド、カヌーインストラクター研修、民泊講座など。</p> <p>研修会の開催 H21～H22 計13回 1,411名参加、H23.4～7 計4回 821名参加<br/>⇒魚梁瀬森林鉄道遺産ツアーの旅行商品化 1,000名以上が参加</p> <p>○土佐・龍馬であい博の公認イベント事業の実施(33事業)</p> <p>○龍馬ふるさと博「まるごと体験」の実施(41プログラム)</p> <p>○室戸ジオパークの世界認定への挑戦</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県ジオパーク推進チーム会の設置</li> <li>・藤澤アドバイザー研修や産振総合支援事業費補助金等による受入態勢の整備</li> </ul> <p>⇒室戸ジオパークの世界認定に日本代表として決定(H22.9)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東部地域支援担当の専門企画員を設置(H23.4)</li> </ul> <p>○コグウェイ四国サイクリングプロジェクトにおける高知県内の特別イベントへの支援<br/>⇒海外メディア5ヶ国5社の取材など国内外への情報発信(H23.9)</p> <p>○幡多地域における観光圏整備事業の導入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業実施へ人的・財政的支援(専任チームの設置、国補助金への県費継足し)</li> </ul> <p>⇒市町村、観光関係者など34団体が官民協働で協議会を設置</p> <p>○観光資源の磨き上げに関する補助事業</p> <p>a)観光資源強化事業費補助金<br/>地域の特色を活かした観光資源の磨き上げ H21:21件、H22:9件</p> <p>b)着地型旅行商品開発促進事業費補助金<br/>着地型旅行商品のパンフレット作成 H21:3件</p> <p>c)観光産業振興事業費補助金<br/>映画「君が踊る、夏」ロケへの助成など H21:5件</p> <p>d)観光施設等魅力向上事業費補助金(施設修繕分)<br/>観光施設等の修繕 H21:10市町村16事業</p> <p>(1)景観整備等</p> <table border="1" data-bbox="752 1145 1375 1362"> <tr> <td>草木伐採などの景観整備</td> <td>H21:22市町村 41箇所<br/>H22:12市町村29箇所<br/>H23:5市町村16箇所 ※一次募集分</td> </tr> <tr> <td>観光案内板・誘導標識の整備</td> <td>H21:25市町村215基<br/>H22:14市町村43基<br/>H23:6市町村21基 ※一次募集分</td> </tr> <tr> <td>公共トイレの整備</td> <td>H21:13市町村 20箇所</td> </tr> </table> <p>(2)フォトスポットの選定<br/>県内の優れた景勝地を観光資源として活用するフォトスポットの選定<br/>公募により100景を選定、HPでパンフレット公開、観光パンフレット等で活用</p> | 草木伐採などの景観整備    | H21:22市町村 41箇所<br>H22:12市町村29箇所<br>H23:5市町村16箇所 ※一次募集分 | 観光案内板・誘導標識の整備 | H21:25市町村215基<br>H22:14市町村43基<br>H23:6市町村21基 ※一次募集分 | 公共トイレの整備 | H21:13市町村 20箇所 | <p>【総括】<br/>「花・人・土佐であい博」で芽生え始めた地域の取り組みが、「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」を通じて発展し、新たな観光資源の発掘、磨き上げにもつながってきた。</p> <p>また、各地で景観整備等を行い、実際に訪れた観光客に気持ちよく感じていただける環境が整備されたこと、フォトスポットが観光商品観光素材集やガイドブックへ写真が掲載されたこと等により、地域の観光資源をPRすることができた。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>限られた予算、人員で今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ、情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援していく。</p> <p>また、フォトスポットのPRや、観光周遊ルートの提案など、旅の動機付けとなるような写真の活用方法を検討していく。</p> |
| 草木伐採などの景観整備   | H21:22市町村 41箇所<br>H22:12市町村29箇所<br>H23:5市町村16箇所 ※一次募集分                |  |                |  |               |   |          |                |   |
| 観光案内板・誘導標識の整備   | H21:25市町村215基<br>H22:14市町村43基<br>H23:6市町村21基 ※一次募集分                   |  |                |  |               |   |          |                |   |
| 公共トイレの整備  | H21:13市町村 20箇所  |  |                |  |               |   |          |                |   |

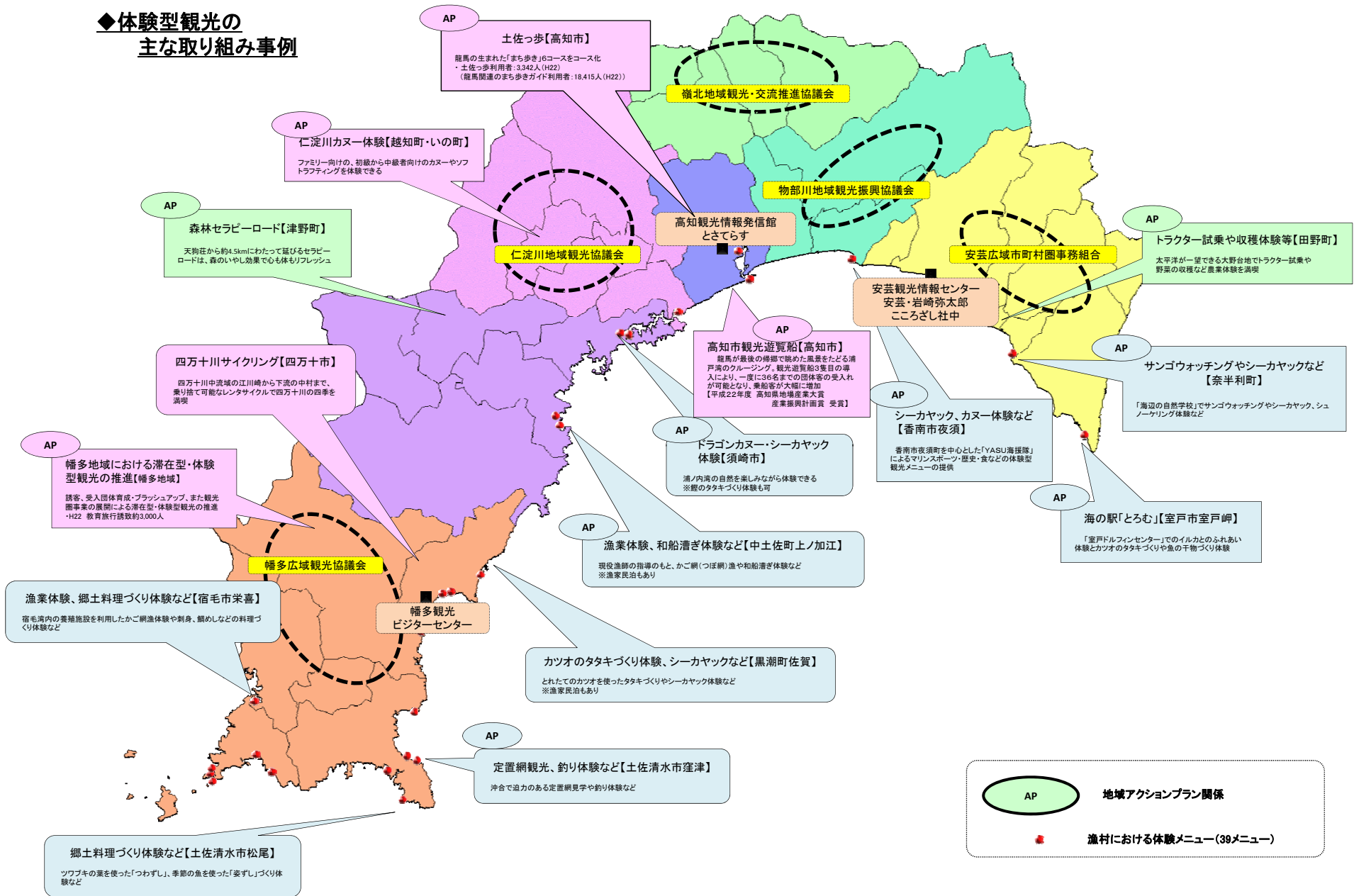


## ◆観光資源の磨き上げの 主な取り組み事例



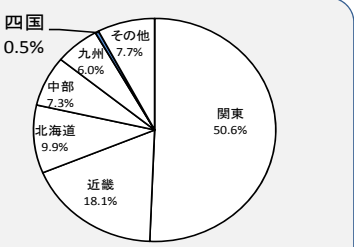


## ◆体験型観光の 主な取り組み事例



| 項目                              | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等   |   |              |  |                |  |            |   |              |   |  |
|---------------------------------|--|---|--|---|--------------|--|----------------|--|------------|---|--------------|---|--|
| <p>五策<br/>観光振興に寄与する人材の育成と活用</p> | <p>○観光ガイドの育成、充実</p> <p>○地域で活動する人材のネットワークづくり</p> <p>○滞在型・体験型観光推進の気運づくり</p>              | <p>(1)観光ガイド団体の増加<br/>H20:15団体 346人 → H22:23団体 493人</p> <p>(2)無料ガイドから有料ガイドへの移行<br/>有料化率 H21:50% → H22:73.9%</p> <p>(3)観光ガイド団体のネットワーク化<br/>高知県観光ガイド連絡協議会の設立(H23.3 17団体参加)<br/>平成23年度第1回総会の開催(H23.5)<br/>研修会の開催(観光ガイドセミナー1回、中部・東部・西部で2回ずつ研修会を実施(予定))</p> <p>・観光地域リーダーネットワーク会議の開催 H21:計40名<br/>・異業種交流会の開催 H22:計53名<br/>・地域コーディネーター組織ネットワーク会議の開催 H23:第1回 40名</p> <p>・高知県おもてなし県民会議の開催<br/>・秋のおもてなし一斉清掃の実施 H21:218団体 2,231名参加<br/>H22:229団体 2,352名参加</p> <p>・地域コーディネーター組織への人的支援や財政的支援<br/>幡多広域観光協会の法人化に向けた専任チーフの配置、経費の助成(H21)<br/>ふるさと雇用を活用した仁淀川地域の広域観光組織の立ち上げ支援(H22)<br/>活動費を助成する体験型広域観光推進事業費補助金の創設(H23)</p> <p>・地域コーディネーター組織ネットワーク会議の開催【再掲】<br/>・藤澤アドバイザーによる個別研修の実施【再掲】<br/>⇒地域コーディネーター組織の新たな動き</p>  | <p>【総括】<br/>観光ガイド団体の団体数が増加し、連絡協議会が設立するなど団体間のネットワーク化も行われた。また、藤澤アドバイザーの研修等により、体験プログラムの質の向上や新たなメニューが作られるなど内容も充実し、個々のプレイヤーの地域の観光に対する意識も高まった。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>観光客の満足度を高めリピーターにつなげていくこと、また、ガイド料の徴収により地域に潤いをもたせるためには、観光ガイドの育成やレベルアップ、モチベーションの向上を図ることが必要である。こうした取り組みを官民一体となって進めていくため、引き続き観光ガイド連絡協議会との連携を図っていく。</p> <p>【総括】<br/>観光に対する意識の高まりから、広域観光を振興する組織が新たに設立するなど、広域観光を推進する体制が整いつつある。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>地域で一泊以上滞在できる観光地づくりを実現するためには、県・観光コンベンション協会・市町村・住民と地域コーディネーター組織の役割分担を明確にし、広域の周遊ルートづくりや旅行商品化につなげていく必要がある。特に、地域コーディネーター組織の役割が重要であるが、地域により体制にバラツキがあるため、地域に応じた支援のあり方を検討していく。</p> |   |              |  |                |  |            |   |              |   |  |
| <p>六策<br/>地域コーディネーター組織の整備</p>   | <p>○地域コーディネーター組織の確立、強化への支援</p>   | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="741 1026 1043 1121">一般社団法人幡多広域観光協議会</td> <td data-bbox="1055 1026 1637 1121">任意団体から一般社団法人化(H22.6.15)<br/>⇒第2種旅行業免許を取得。受入実績のある教育旅行に加え一般旅行客の誘致受入に取り組む</td> </tr> <tr> <td data-bbox="741 1129 1043 1233">安芸広域市町村圏事務組合</td> <td data-bbox="1055 1129 1637 1233">東部地域の旅行を企画手配するランドオペレーターを設置(H22.6.1)<br/>体験型広域観光推進事業費補助金の活用(H23.7交付)<br/>⇒民泊受入家庭の拡大等に取り組む</td> </tr> <tr> <td data-bbox="741 1241 1043 1329">嶺北地域観光・交流推進協議会</td> <td data-bbox="1055 1241 1637 1329">嶺北4町村で新たに協議会を設立(H22.10.4)<br/>⇒ステップアップ補助金を活用して嶺北地域4町村の広域観光パンフレットを作成</td> </tr> <tr> <td data-bbox="741 1337 1043 1425">仁淀川地域観光協議会</td> <td data-bbox="1055 1337 1637 1425">仁淀川流域6市町村で新たに協議会を設立(H22.11.1)<br/>⇒仁淀川流域のツアーの造成・販売、NHK仁淀川特集を活用した全国への情報発信</td> </tr> <tr> <td data-bbox="741 1433 1043 1506">物部川地域観光振興協議会</td> <td data-bbox="1055 1433 1637 1506">物部川流域3市で新たに協議会を設立(H23.1.12)<br/>⇒物部川流域の旅行エージェンツ向け観光商品素材集の作成に着手</td> </tr> </table> | 一般社団法人幡多広域観光協議会  | 任意団体から一般社団法人化(H22.6.15)<br>⇒第2種旅行業免許を取得。受入実績のある教育旅行に加え一般旅行客の誘致受入に取り組む | 安芸広域市町村圏事務組合 | 東部地域の旅行を企画手配するランドオペレーターを設置(H22.6.1)<br>体験型広域観光推進事業費補助金の活用(H23.7交付)<br>⇒民泊受入家庭の拡大等に取り組む | 嶺北地域観光・交流推進協議会 | 嶺北4町村で新たに協議会を設立(H22.10.4)<br>⇒ステップアップ補助金を活用して嶺北地域4町村の広域観光パンフレットを作成 | 仁淀川地域観光協議会 | 仁淀川流域6市町村で新たに協議会を設立(H22.11.1)<br>⇒仁淀川流域のツアーの造成・販売、NHK仁淀川特集を活用した全国への情報発信 | 物部川地域観光振興協議会 | 物部川流域3市で新たに協議会を設立(H23.1.12)<br>⇒物部川流域の旅行エージェンツ向け観光商品素材集の作成に着手 |  |
| 一般社団法人幡多広域観光協議会                 | 任意団体から一般社団法人化(H22.6.15)<br>⇒第2種旅行業免許を取得。受入実績のある教育旅行に加え一般旅行客の誘致受入に取り組む                  |   |  |   |              |  |                |  |            |   |              |   |  |
| 安芸広域市町村圏事務組合                    | 東部地域の旅行を企画手配するランドオペレーターを設置(H22.6.1)<br>体験型広域観光推進事業費補助金の活用(H23.7交付)<br>⇒民泊受入家庭の拡大等に取り組む |   |  |   |              |  |                |  |            |   |              |   |  |
| 嶺北地域観光・交流推進協議会                  | 嶺北4町村で新たに協議会を設立(H22.10.4)<br>⇒ステップアップ補助金を活用して嶺北地域4町村の広域観光パンフレットを作成                     |   |  |   |              |  |                |  |            |   |              |   |  |
| 仁淀川地域観光協議会                      | 仁淀川流域6市町村で新たに協議会を設立(H22.11.1)<br>⇒仁淀川流域のツアーの造成・販売、NHK仁淀川特集を活用した全国への情報発信                |   |  |   |              |  |                |  |            |   |              |   |  |
| 物部川地域観光振興協議会                    | 物部川流域3市で新たに協議会を設立(H23.1.12)<br>⇒物部川流域の旅行エージェンツ向け観光商品素材集の作成に着手                          |   |  |   |              |  |                |  |            |   |              |   |  |



| 項目                               | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|----------------------------------|--|--|---|
| <p>七策<br/>国際観光<br/>の推進</p>       | <p>○海外へのプロモーション活動</p>  <p>観光庁「宿泊旅行統計調査(H21)」<br/>外国人延べ宿泊者数の割合(運輸局別)</p> <p>○受入態勢の整備</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・韓国イースター航空との包括協定を締結(H22.3)<br/>⇒ <u>チャーター便 合計5便 638人が来高</u></li> <li>・台湾航空会社、マスコミ等へのプロモーション活動(H22.7、H22.12、H23.2、H23.6～7)<br/>⇒ <u>チャーター便 H23.11～ 6便就航予定</u></li> <li>・韓国パワーブロガーを招聘し、龍馬ゆかりの地などを取材(H22.2、H22.12、H23.1)<br/>⇒ <u>韓国語で高知県の観光情報を発信</u></li> <li>・韓国プロ野球球団SKワイバーズ 金監督が観光特使に就任<br/>⇒ <u>SKワイバーズファンツアーで韓国から32名が来高(H23.2)</u></li> <li>・海外「龍馬伝」放送にあわせた高知県CMを放送(H22.11～台湾、H23.1～韓国)<br/>⇒ <u>台湾CMの高知への旅行券プレゼントに1万通を超える応募</u></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・やさこいネットに自動翻訳機能を追加(英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語)</li> <li>・旅行関係者や運輸事業者など受入側の気運の醸成を図るフォーラムの実施<br/>国際観光受入フォーラム・分科会(H22.11 132名参加)<br/>国際観光受入個別研修会(H23.2 80名参加)</li> <li>・県立施設等での取り組み<br/>H22:パンフレット等の多言語案内整備(県立坂本龍馬記念館など7施設)<br/>H23:広域観光案内板(のいち駅)、誘導標識(安芸、安田)の設置</li> <li>・市町村が行う多言語化への助成<br/>(H23一次募集分)観光パンフレット等 2市3件、観光案内板等 6市町村21基</li> <li>・国事業の活用<br/>H23:東日本大震災の風評被害対策として実施される観光庁の施策(3事業)を実施</li> </ul> | <p>【総括】<br/>本県は海外からの航路がなく、認知度も低い状況であるが、国の事業を有効に活用したり、四国ツーリズム創造機構などと連携することで海外へPRすることができた。また、東アジアを中心に本県独自の誘致活動を行うことで、チャーター便が就航するなどの成果がでてきた。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>海外における高知県の認知度を向上させるためには、今後も他県との連携が不可欠であることから、引き続き四国ツーリズム創造機構等との連携や国の事業を積極的に活用しながら、東アジアを中心としたPR活動や受入環境の整備を推進していく。</p> |
| <p>八策<br/>産業間連携による新たな可能性への挑戦</p> | <p>○ブルーツーリズムの推進</p> <p>○グリーンツーリズムの推進</p> <p>○エコツーリズムの推進</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内61地区の体験メニュー(129)を収集し、平成23年度から観光商品として提供可能な32地区の体験メニュー(62)を抽出。うち25地区の体験メニュー(39)を県観光商品素材集で情報発信<br/>⇒ <u>H23.2～3月に、上ノ加江地区へ高知市内から2校計166人が漁業体験に参加</u><br/>⇒ <u>H22.11月の1ヶ月間に、窪津地区で945人が食事に訪れ、うち約300人が民泊</u></li> <li>・スケジュール提案型商品:33商品 (H21年度:14商品、H22年度:19商品)<br/>旅行者による商品選択型商品:1商品(H22年度造成)<br/>まるごと高知での問い合わせ件数 9組、26名(H22年度)</li> <li>・集落の地域資源を(生産・加工・体験・販売など)活用し、様々な取組で集落を丸ごと情報発信する活動を支援<br/>モデル集落 3集落(南国市白木谷・仁淀川町別枝・黒潮町蜷川)</li> <li>・協働の森パートナーズ協定企業との交流事業(H22:33回 30社参加)</li> </ul>   | <p>【総括】<br/>「花・人・土佐であい博」で芽生え始めた地域の取り組みが、「土佐・龍馬であい博」、「龍馬ふるさと博」を通じて発展し、新たな観光資源の発掘、磨き上げにもつながってきた。</p> <p>【今後の取り組み】<br/>今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。</p>  |

# 連携テーマ(地産地消・地産外商戦略)の実行2年半の取り組みの総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括(まとめ)

○ 全体として、概ね順調に取り組みが進んだものと評価している。

### 1 地産地消

- 直販所の売上目標が平成22年度の調査(平成21年分)で80億円となり、目標の76億円をクリアしているほか、農林水産物直販所への「安心係」の配置を進め、食の安全・安心に対する直販所の意識向上などにつながった。
- 大規模な直販所の売上が伸びる一方で、小規模な直販所も多く、今後の維持・拡大に向けて規模に応じた支援を講ずることが必要。また、県民運動として地産地消を浸透させるため、地産地消の担い手同士の連携促進や量販店等における県産品コーナーの設置の推進、県内の事業者と量販店とのマッチングの場を拡充する必要がある。

### 2 地産外商

- 平成21年8月に高知県地産外商公社を設立、平成22年8月にはアンテナショップ「まるごと高知」をオープンし、首都圏における地産外商戦略の推進拠点が整い、多様な販路の拡大が進みつつある。首都圏以外でも、関西・中部地区で高知フェアの開催件数が飛躍的に増加し、県産品の認知度向上、販売拡大が進んでいる。
- 今後、県内事業者営業拠点として「まるごと高知」を活用してもらえよう、首都圏の情報をタイムリーにフィードバックすることなどにより、県内事業者との信頼関係を構築し、首都圏への外商に対する意欲を引き出すとともに、これまでに得た人的ネットワークを活用した営業活動を強化するなど、「まるごと高知」を拠点とした外商活動の充実・強化が必要。関西・中部地区では、地域ごとの外商戦略に基づく県産品の認知度向上、販売拡大・販路開拓に向けた取り組みの継続が必要。

### 3 貿易振興

- 貿易促進コーディネーターのきめ細かなサポートもあり、新たに貿易に取り組む企業が着実に増加している。また、ユズに特化した販促活動などによる多様な販路の確保に取り組んできた。
- 高知県産品の認知度が十分でない現状では、新たに貿易に取り組む企業にはハードルが高く、経済的・体力的に取り組みが継続せず断念するケースもある。さらに認知度を向上させる取り組みと企業の段階に応じた支援と展開が必要。

### 4 食品加工

- ものづくりプロデューサー等による企業ニーズに対応したきめ細かな商品開発(改良)支援を継続的に実施。また、生産管理高度化研修の開催により事業者の意識向上が図られつつある。
- 食品表示の適正化など食品を製造する基本の徹底については、まだ事業者間で濃淡もあり、現場の変化まで至っていないケースもある。また、商品開発(改良)に関しては、高知県の強みを生かしつつ、市場ニーズに対応した商品づくりを進めることで加工産業全体の発展につなげていく必要がある。



# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その1】

## 項目

【地産地消】  
地場産品の  
販路拡大を  
支援

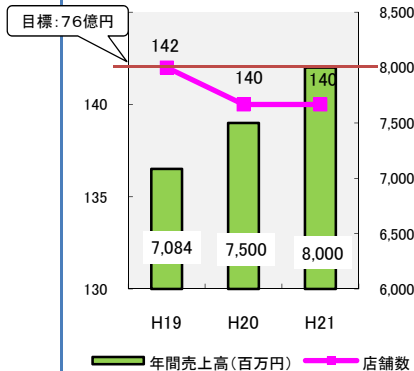
## 対策等

○「おいしい風土こうちサポーター」店の協力による販路開拓

○地産地消の拠点(直販所)が  
売上目標を達成

【目標】  
◆直販所販売額  
H23:76億円

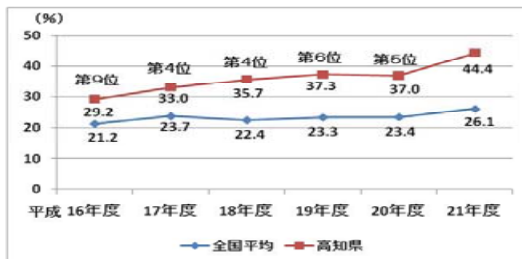
県内直販所店舗数、売上高推移  
(平成19年度～平成21年度)



○「地産」を味わう食育が拡大

学校給食の地場産物活用状況の推移

平成21年9月～平成22年7月(99施設) 44.9%



## 具体的な取り組み、成果等

○「おいしい風土こうちサポーター」等との商談会による販路開拓

- ・H21 「地域産品商談会」開催:県内42事業者と県内8量販店と商談  
⇒6事業者がのべ12量販店と商談成立
- ・H22 「食の大商談会2010」開催:県内94事業者出展 県内量販店等と47件商談成立
- ・H23 「食の大商談会2011」(23.11.1,2開催予定) 県内事業者出展予定数 108社

○直販所の機能強化

直販所売上高

【実績】 直販所全体の売上高の推移 (単位 億円)

| 年度(※) | H20 | H21 | H22 |
|-------|-----|-----|-----|
| 全体売上高 | 70  | 75  | 80  |

売上高1億円以上の直販所数の推移 (単位 店舗)

| 年度(※)      | H20 | H21 | H22 |
|------------|-----|-----|-----|
| 2億円以上      | 4   | 8   | 10  |
| 1億円以上2億円未満 | 19  | 21  | 19  |

※の年度は調査年度。調査対象期間は表の年度の前年(暦年)

【課題】 店舗の特性や意向を踏まえた機能強化支援策の実施

○直販所の安心係の配置

直販所における農産物の安全・安心を確保する取り組みを促進するため、「消費者と生産者の信頼を結ぶパイプ役」となる「安心係」の養成講習会を開催(県内3カ所で実施)

【実績】

安心係の配置 140店舗中119店舗(H23. 8現在)

【課題】

農産物の安全・安心に向けた意識のさらなる向上

○情報管理システムの構築

POSレジデータを仕入・販売の分析や生産者への在庫情報の発信等に活用できるシステムを構築

【実績】3店舗(香南市、南国市、高知市)

【課題】情報管理システムのデータ蓄積と分析による販路拡大への活用

○学校給食の地場産物活用割合の向上

学校給食の地場産物活用割合(H21.9～22.7調査)は、44.9%であり、全国的にも高い状況(高知県教育委員会実施 食品数ベース)

食品群では、米99.3%、野菜51.8%、魚介類36.2%、肉類31.8%、果実類30.7%、牛乳69.0%

○本県農畜産物と農業をより深く理解する子供の育成

・味を知り、人を知り、技術を知り、将来本県農畜産物のファンとなる子供を育てるため、生産者などによる出前授業を実施

・実績:H23. 3月末 20市町83回 受講者2,997名

○学校給食への地域水産物の供給

すくも湾漁協が前処理加工した水産物を宿毛市内外の学校給食に供給

※販売実績((H22.4～H23.2) 4,889千円(数量4.1トン)

## 総括、評価、今後の取り組み等

○直販所の安全・安心に対する意識向上及び販売額の増加につながった。  
⇒直販所における「安心係」の充実(全店舗への配置と「安心係」のレベルアップ)と地域食材が地域で循環する仕組の構築を図る。

○「おいしい風土こうちサポーター」のネットワーク構築及びサポーター活動の充実強化

○県内量販店での県産品売場の設置促進

○商談会開催等による販路開拓・販売拡大



H20年度調査結果

- 1位 大分県(44.7%)
- 2位 北海道(40.2%)
- 3位 岡山県(38.6%)
- 4位 熊本県(37.8%)
- 5位 高知県(37.0%)

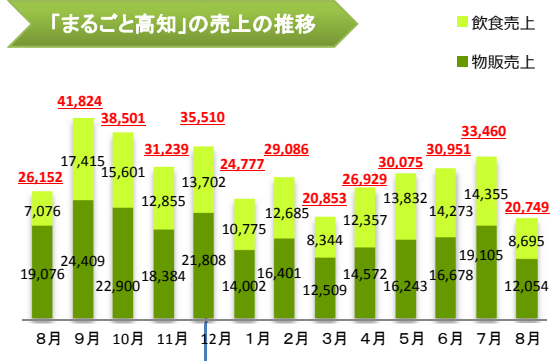
# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その2】

| 項目                             | 対策等                    | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|--------------------------------|------------------------|--|--|
| <p>【食品加工の推進】<br/>産業化への取り組み</p> | <p>○生産管理の高度化(食品加工)</p> | <p><b>◆県内での直販所等の動きの事例</b></p>  <p><b>AP</b> 農家レストラン まほろば畑【南国市】<br/>生産者と消費者をつなぐ仕組みとしての「農家レストラン」の立ち上げ(22.10.12オープン)。オープン以来好調な集客を維持。</p> <p><b>AP</b> 観光物産館 おち駅【越知町】<br/>地場産品の販売促進と越知町の観光情報を発信する拠点づくり(22.4.4オープン)<br/>●実績 H22年度JA越知産市<br/>売上56,471千円</p> <p><b>AP</b> 地場産品直売所 かつば市【芸西村】<br/>施設の増改築等による花卉コーナーの充実</p> <p><b>AP</b> 道の駅 田野駅屋【田野町】<br/>地域の交流人口の拡大につながる情報発信機能の強化に合わせた施設の拡充</p> <p><b>AP</b> 土佐茶カフェ【高知市】<br/>土佐茶PRの情報拠点として22.12.26オープン</p> <p><b>AP</b> 土佐せれくとしよぶっ てんこす【高知市】<br/>県産品アンテナショップを核とした中心商店街の活性化等(H22.2.19オープン)<br/>●実績<br/>初年度販売目標(244千円/日)を達成</p> <p><b>AP</b> 地域資源「ふる」活用【津野町】<br/>直販所を活かした農産物販売システムの構築<br/>●実績 H22年度 直販所売上高136百万円</p> <p><b>AP</b> 四万十町拠点ビジネスの展開【四万十町】<br/>商品開発や道の駅「あぐり窪川」の改築等による地域産品の販路拡大及び集出荷体制の確立<br/>●実績 H22年度道の駅あぐり窪川<br/>売上高259百万円</p> <p><b>AP</b> 大月町まるごと販売【大月町】<br/>道の駅直販所「ふれあい市」を活かした地場産品の販売強化<br/>【きびなごサーティン:土佐のいいものおいしいもの発見コンクール優秀賞受賞】<br/>●実績<br/>直販所売上高123百万円(H22年度)</p> <p><b>○自主衛生管理マニュアルに基づく商品づくりの推進</b><br/>・業種ごとの自主衛生管理マニュアル20モデル等を作成し、事業者に提示<br/>・自主衛生管理マニュアル作成等に関する説明会の開催<br/>(H22年度:3回、133名参加 H23年度:3回、103名参加)</p> <p><b>○食品加工施設の個別調査指導の実施</b><br/>・H21年度:20施設、H22年度50施設</p> <p><b>○高知県食品衛生管理認証制度の推進</b><br/>・食品衛生課と連携した認証取得<br/>H22年度:惣菜製造業:1件、ユズ搾汁業:1件<br/>・HACCP基礎研修講座 H21年度:26人受講、H22年度:17人受講</p> <p><b>○生産管理高度化研修の開催</b><br/>・H22年度:6メニュー、延べ422人受講<br/>・H23年度:10メニュー(予定)で実施中<br/>3メニュー、延べ200人受講(8月末)</p> <p><b>○加工食品の適正表示の推進</b><br/>・研修会の開催<br/>・専門家による相談体制の整備:高知県食品産業協会へ委託し実施<br/>H22年度相談件数:255件、H23年度相談件数:178件(4~8月)</p> | <p>○生産管理高度化や食品表示適正化への意識が高まりつつある。<br/>⇒加工をすすめる上での基本の徹底を引き続き実施するとともに、事故情報及び対応事例等を共有する仕組みの構築を目指す。</p> |

# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その3】

## 項目 対策等

【地産外商】  
県産品の販路の拡大を支援



## 具体的な取り組み、成果等

- 首都圏アンテナショップ「まるごと高知」の設置・運営
  - H22. 8. 21オープン
- 【1周年の総括】
  - 県内事業者の営業活動支援(オープン～H23. 7末)
    - 個別企業への訪問 279件(うち新規80件)
    - 高知フェアの開催 30件(ホテル日航東京、椿山荘、mama's plate 等)
    - 物販・飲食機能を活かした試食会・商談会等の開催 41回(目標:3回/月)
    - 「食の大商談会」の開催、「スーパーマーケット・トレードショー」への出展
    - ⇒ **首都圏の卸・小売業者との間で708件の商談が成立**(定番346件、短期採用362件)(土佐はちきん地鶏/小夏リキュール/ハッピートマトジュース/文旦・ぼんかん・柚子飴/栗焼酎/柚子酢/柚子皮 等)
    - ⇒ **新たに外商にチャレンジする事業者の増**(「食の大商談会」64事業者、「スーパーマーケット・トレードショー」28事業者)
  - 商品の磨き上げの支援
    - テストマーケティング 29事業者52商品
    - ・テストマーケティング実施後、**販売動向(販売数、購入者の性別・年齢層)と消費者や専門家の意見・評価をセットにして、事業者にフィードバック**
    - POSレジデータのフィードバック 1,400商品(H23.2)、1,900商品(H23.8)
    - 食品表示のチェック⇒改善することが望ましい240商品をフィードバック
  - 「まるごと高知」(物販部門・飲食部門)の運営
    - **売上:390百万円(目標4億円)** (物販:228百万円 飲食:162百万円)
    - **来店者数:701千人(目標100万人)** (物販:646千人 飲食:56千人)
    - 物販部門
      - ・クロス販売の積極的な展開、スタッフによる接客やPOPの活用、試食・試飲販売の積極的な展開による商品情報の提供
      - ・商品の応募手続の改善、県民の皆様からの商品情報提供
      - ・県内キャラバン(41カ所訪問)による催事、テストマーケティングへの参加促進
      - ・他県のアンテナショップとの積極的な連携
      - ・オープンから1年間の取扱商品 約3,000アイテム
    - 飲食部門
      - ・旬の食材を生かしたメニューの提供、関係団体等と連携したフェアの開催
      - ・県産食材の新たな食べ方の提案
      - ・日本酒スタンプラリーの実施や顧客情報管理システムの導入によるリピーター確保
      - ・集客促進のためのランチ半額、高知への招待キャンペーンなどの実施
  - 高知県情報の発信
    - プロモーション活動の積極的な展開と物販・飲食との連携によるフェア開催
    - ⇒ **TV・新聞・雑誌等メディアへの露出の広告効果は17億円超(3月末まで)**
    - 観光情報発信コーナーの運営 相談件数約1,700件
    - 「関東海援隊」を組織(8/31現在 486名登録)
    - よさこい教室や移住セミナーの開催など観光・ふるさと情報の発信

## 総括、評価、今後の取り組み等

○「まるごと高知」の設置により、首都圏における地産外商戦略推進の拠点が整い、多様な販路の拡大が進みつつある。  
⇒地産外商の拠点である「まるごと高知」を維持するため、店舗の健全運営に努めるとともに、「まるごと高知」を最大限に活用した外商活動を推進する。  
また、県内事業者に「まるごと高知」を「自分たちの店」として活用していただくため、店舗や外商活動で得た首都圏の情報をタイムリーにフィードバックしていく。



# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その4】

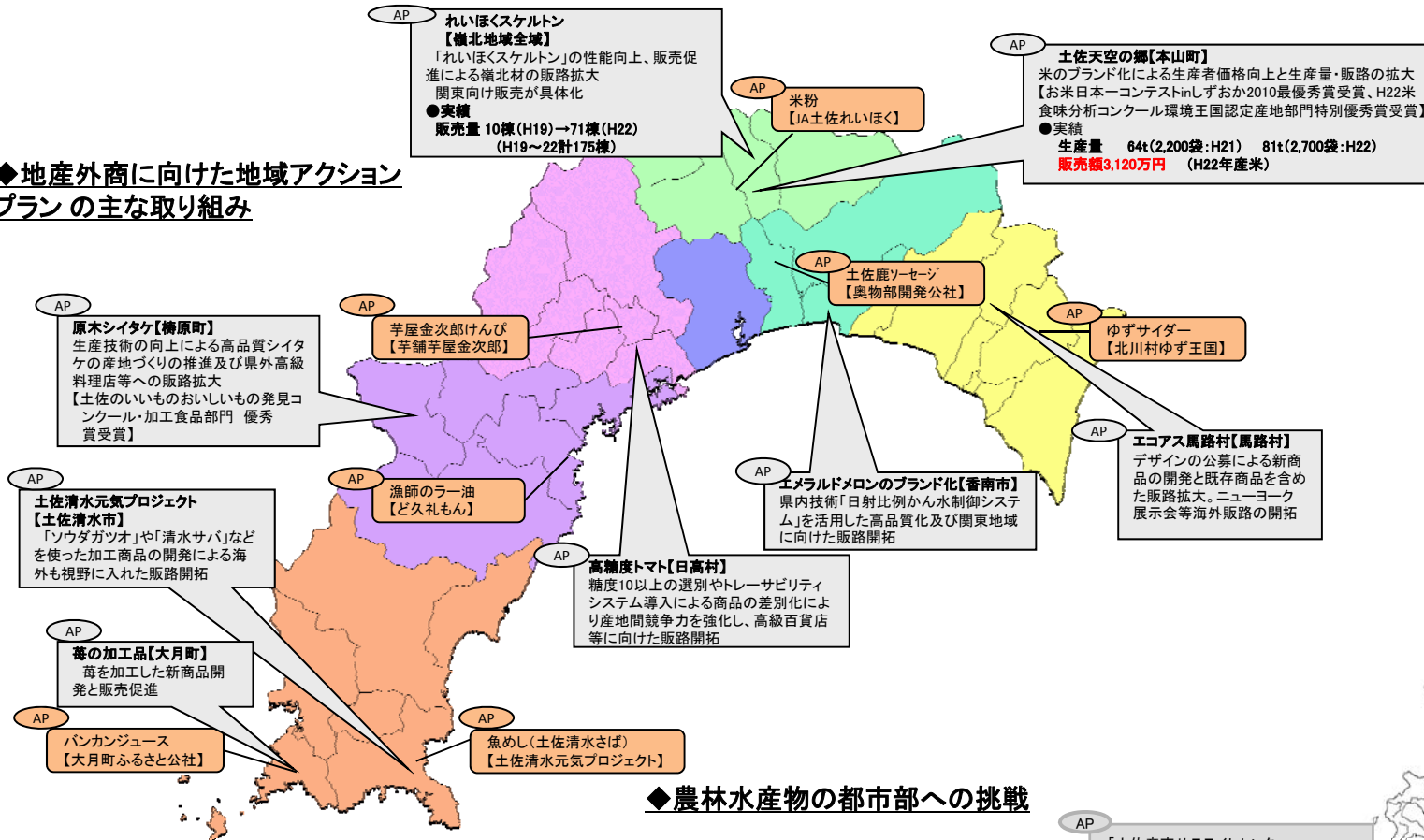
| 項目   | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等           |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
|--|---|---|--------------------------|--|-----------------------|---|----------------------|--|-----------|--|------------|--|-----------|--|-----------|---|--|
|   |    | <p style="text-align: center;">「まるごと高知」に並ぶ産業振興計画関連商品 (H23.1.31現在)<br/>・商品【製造】★は22年度新規開発商品</p> <p>産業成長戦略 関連 【27商品】</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="775 339 1055 419">1 工業技術センターによる技術指導による商品開発</td> <td data-bbox="1055 339 1626 419"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・四万十栗の渋皮煮【四万十ドラマ】</li> <li>・グアバドリンク【大方生華園】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 419 1055 603">2 こうち農商工連携基金事業による商品開発</td> <td data-bbox="1055 419 1626 603"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐はちきん地鶏炊き込みご飯【高知県特産品販売(株)】</li> <li>・プリン・ゼリーのパッケージ商品「はりまやばこ」【こみベーカリー】</li> <li>・トマト発泡リキュール【高知酒造(株)】</li> <li>★四万十ロイヤルミルクティー【四万十ドラマ】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 603 1055 730">3 こうち産業振興基金事業による商品開発</td> <td data-bbox="1055 603 1626 730"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フルーツマトアイス【カフェ・デュ・グラス】</li> <li>・「海洋深層水」と馬路村産ユズのユズクリーム【(株)ミューズ】</li> <li>・アルコール入りペットボトル飲料【菊水酒造(株)】</li> </ul> </td> </tr> </table>   | 1 工業技術センターによる技術指導による商品開発 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・四万十栗の渋皮煮【四万十ドラマ】</li> <li>・グアバドリンク【大方生華園】</li> </ul>                           | 2 こうち農商工連携基金事業による商品開発 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐はちきん地鶏炊き込みご飯【高知県特産品販売(株)】</li> <li>・プリン・ゼリーのパッケージ商品「はりまやばこ」【こみベーカリー】</li> <li>・トマト発泡リキュール【高知酒造(株)】</li> <li>★四万十ロイヤルミルクティー【四万十ドラマ】</li> </ul> | 3 こうち産業振興基金事業による商品開発 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・フルーツマトアイス【カフェ・デュ・グラス】</li> <li>・「海洋深層水」と馬路村産ユズのユズクリーム【(株)ミューズ】</li> <li>・アルコール入りペットボトル飲料【菊水酒造(株)】</li> </ul> |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 1 工業技術センターによる技術指導による商品開発   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・四万十栗の渋皮煮【四万十ドラマ】</li> <li>・グアバドリンク【大方生華園】</li> </ul>  |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 2 こうち農商工連携基金事業による商品開発  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐はちきん地鶏炊き込みご飯【高知県特産品販売(株)】</li> <li>・プリン・ゼリーのパッケージ商品「はりまやばこ」【こみベーカリー】</li> <li>・トマト発泡リキュール【高知酒造(株)】</li> <li>★四万十ロイヤルミルクティー【四万十ドラマ】</li> </ul> |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 3 こうち産業振興基金事業による商品開発   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・フルーツマトアイス【カフェ・デュ・グラス】</li> <li>・「海洋深層水」と馬路村産ユズのユズクリーム【(株)ミューズ】</li> <li>・アルコール入りペットボトル飲料【菊水酒造(株)】</li> </ul>                                    |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
|   |    | <p>地域アクションプラン 関連 【172商品】</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="775 770 1055 850">1 安芸 【16】</td> <td data-bbox="1055 770 1626 850"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・monacca bag【エコアス馬路村】</li> <li>・ゆず茶【JA馬路村】</li> <li>・ゆずサイダー【北川村ゆず王国】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 850 1055 970">2 物部川 【25】</td> <td data-bbox="1055 850 1626 970"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐鹿ソーセージ【奥物部開発公社】</li> <li>★生姜シロップ【なんこく空の駅】</li> <li>★手作りコンフィチュール【西島園芸団地】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 970 1055 1050">3 高知市 【3】</td> <td data-bbox="1055 970 1626 1050"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まるはり【高知県園芸農業協同組合連合会】</li> <li>・はりまや箸【高知商業高等学校】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 1050 1055 1153">4 嶺北 【49】</td> <td data-bbox="1055 1050 1626 1153"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・米粉【JA土佐れいほく】</li> <li>・もくレース【ばうむ合同会社】</li> <li>・土佐天空の郷【本山町農業公社】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 1153 1055 1233">5 仁淀川 【43】</td> <td data-bbox="1055 1153 1626 1233"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・芋屋金次郎けんび【芋舗芋屋金次郎】</li> <li>★ぶんたんのお酒【菊水酒造(株)】</li> <li>・土佐ゼリー【高知アイス】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 1233 1055 1361">6 高幡 【16】</td> <td data-bbox="1055 1233 1626 1361"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジンジャーシロップ【桐島畑】</li> <li>★漁師のラー油【企画・どく礼もん企業組合】</li> <li>★マヒマヒジャーキー【興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合】</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="775 1361 1055 1476">7 幡多 【20】</td> <td data-bbox="1055 1361 1626 1476"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・バンカンジュース【大月町ふるさと公社】</li> <li>・魚めし(土佐清水さば)【土佐清水元気プロジェクト】</li> <li>・月光桜アロマスプレー【大月町アウトソーシング研究会】</li> </ul> </td> </tr> </table> | 1 安芸 【16】                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・monacca bag【エコアス馬路村】</li> <li>・ゆず茶【JA馬路村】</li> <li>・ゆずサイダー【北川村ゆず王国】</li> </ul> | 2 物部川 【25】            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐鹿ソーセージ【奥物部開発公社】</li> <li>★生姜シロップ【なんこく空の駅】</li> <li>★手作りコンフィチュール【西島園芸団地】</li> </ul>  | 3 高知市 【3】            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・まるはり【高知県園芸農業協同組合連合会】</li> <li>・はりまや箸【高知商業高等学校】</li> </ul>  | 4 嶺北 【49】 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・米粉【JA土佐れいほく】</li> <li>・もくレース【ばうむ合同会社】</li> <li>・土佐天空の郷【本山町農業公社】</li> </ul> | 5 仁淀川 【43】 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・芋屋金次郎けんび【芋舗芋屋金次郎】</li> <li>★ぶんたんのお酒【菊水酒造(株)】</li> <li>・土佐ゼリー【高知アイス】</li> </ul> | 6 高幡 【16】 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジンジャーシロップ【桐島畑】</li> <li>★漁師のラー油【企画・どく礼もん企業組合】</li> <li>★マヒマヒジャーキー【興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合】</li> </ul> | 7 幡多 【20】 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・バンカンジュース【大月町ふるさと公社】</li> <li>・魚めし(土佐清水さば)【土佐清水元気プロジェクト】</li> <li>・月光桜アロマスプレー【大月町アウトソーシング研究会】</li> </ul> |  |
| 1 安芸 【16】  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・monacca bag【エコアス馬路村】</li> <li>・ゆず茶【JA馬路村】</li> <li>・ゆずサイダー【北川村ゆず王国】</li> </ul>  |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 2 物部川 【25】   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐鹿ソーセージ【奥物部開発公社】</li> <li>★生姜シロップ【なんこく空の駅】</li> <li>★手作りコンフィチュール【西島園芸団地】</li> </ul>  |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 3 高知市 【3】  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・まるはり【高知県園芸農業協同組合連合会】</li> <li>・はりまや箸【高知商業高等学校】</li> </ul>   |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 4 嶺北 【49】  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・米粉【JA土佐れいほく】</li> <li>・もくレース【ばうむ合同会社】</li> <li>・土佐天空の郷【本山町農業公社】</li> </ul>  |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 5 仁淀川 【43】   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・芋屋金次郎けんび【芋舗芋屋金次郎】</li> <li>★ぶんたんのお酒【菊水酒造(株)】</li> <li>・土佐ゼリー【高知アイス】</li> </ul>  |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 6 高幡 【16】  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジンジャーシロップ【桐島畑】</li> <li>★漁師のラー油【企画・どく礼もん企業組合】</li> <li>★マヒマヒジャーキー【興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合】</li> </ul>  |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
| 7 幡多 【20】  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・バンカンジュース【大月町ふるさと公社】</li> <li>・魚めし(土佐清水さば)【土佐清水元気プロジェクト】</li> <li>・月光桜アロマスプレー【大月町アウトソーシング研究会】</li> </ul>   |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |
|  |    |   |                          |  |                       |   |                      |  |           |  |            |  |           |  |           |   |  |



# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その5】

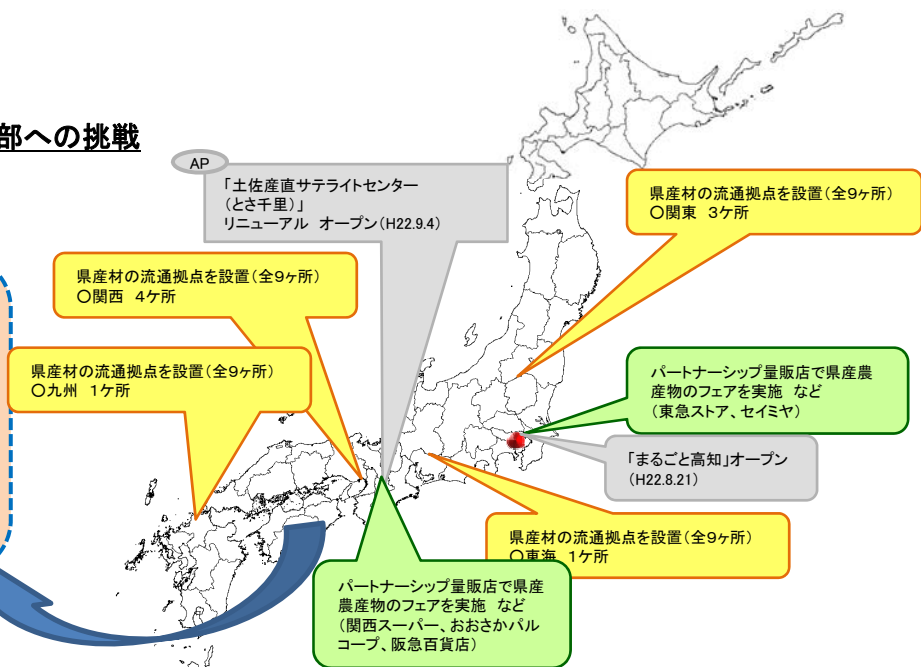
| 項目       | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等 | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |     |    |     |    |   |   |   |    |     |    |    |   |   |    |     |    |    |    |    |     |          |    |    |   |   |    |   |  |
|----------|---|--------------|----------------|-----|-----|-----|----|-----|----|---|---|---|----|-----|----|----|---|---|----|-----|----|----|----|----|-----|----------|----|----|---|---|----|---|--|
|          | <p>○外商機会が飛躍的に拡大</p> <p>高知フェア、展示・商談会件数の推移</p> <table border="1"> <caption>高知フェア、展示・商談会件数の推移</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>公社・東京</th> <th>大阪</th> <th>名古屋</th> <th>その他</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H20</td> <td>13</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>H21</td> <td>36</td> <td>26</td> <td>4</td> <td>6</td> <td>72</td> </tr> <tr> <td>H22</td> <td>45</td> <td>44</td> <td>10</td> <td>12</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>H23(8月末)</td> <td>15</td> <td>17</td> <td>6</td> <td>6</td> <td>44</td> </tr> </tbody> </table> <p>※H20は内訳不明</p> | 年度           | 公社・東京          | 大阪  | 名古屋 | その他 | 合計 | H20 | 13 | 0 | 0 | 0 | 13 | H21 | 36 | 26 | 4 | 6 | 72 | H22 | 45 | 44 | 10 | 12 | 111 | H23(8月末) | 15 | 17 | 6 | 6 | 44 | <p>●首都圏、関西・中部地区を中心とした外商機会の確保</p> <p>○高知フェアの開催、展示・商談会への出展</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H22 111件（公社・東京 45、大阪 44、名古屋 10、その他 12）<br/>⇒ H20の13件、H21の72件から大幅にボリュームアップ</li> <li>・H23(4～8月) 44件（公社・東京 15、大阪 17、名古屋 6、その他 6）</li> </ul> <p>◆「食の大商談会2010」の開催(H22. 11. 25、26)<br/>         (株)四国銀行、(株)高知銀行、地産外商公社、県の共催による商談会を初めて実施<br/>         出展県内事業者：94事業者<br/>         バイヤー：114社、246名（県内：32社、96名、 県外：82社、150名）<br/>         ⇒成約件数：144件(51事業者) (H23.7末時点成約金額 53百万円)</p> <p>◆「スーパーマーケット・トレードショー2011」への出展(H23. 2. 8～10)<br/>         地産外商公社ブースでの出展：13事業者（県全体では33事業者）<br/>         ⇒成約件数：122件(25事業者) (H23.7末時点成約金額 59百万円)<br/>         ⇒新たに外商にチャレンジする事業者の増(「食の大商談会」64事業者、「スーパーマーケット・トレードショー」28事業者)</p> <p>○県産品総合ポータルサイト「高知まるごとネット」の運営<br/>         ・高知の特産品（販売サイト等へのリンク）やイベント情報などを配信</p> | <p>○「龍馬伝」の追い風もあり、H22は高知フェアのボリュームが大幅にアップした。<br/>         ⇒「龍馬伝」の追い風が弱まり、東日本大震災の影響が大きく残る中、これまでの人脈や経験を最大限に生かしながら、着実に成果に結び付くよう取り組んでいく。</p> |
| 年度       | 公社・東京   | 大阪           | 名古屋            | その他 | 合計  |     |    |     |    |   |   |   |    |     |    |    |   |   |    |     |    |    |    |    |     |          |    |    |   |   |    |   |  |
| H20      | 13  | 0            | 0              | 0   | 13  |     |    |     |    |   |   |   |    |     |    |    |   |   |    |     |    |    |    |    |     |          |    |    |   |   |    |   |  |
| H21      | 36  | 26           | 4              | 6   | 72  |     |    |     |    |   |   |   |    |     |    |    |   |   |    |     |    |    |    |    |     |          |    |    |   |   |    |   |  |
| H22      | 45  | 44           | 10             | 12  | 111 |     |    |     |    |   |   |   |    |     |    |    |   |   |    |     |    |    |    |    |     |          |    |    |   |   |    |   |  |
| H23(8月末) | 15  | 17           | 6              | 6   | 44  |     |    |     |    |   |   |   |    |     |    |    |   |   |    |     |    |    |    |    |     |          |    |    |   |   |    |   |  |

## ◆地産外商に向けた地域アクションプランの主な取り組み



## ◆農林水産物の都市部への挑戦




- 海外における販路開拓支援**
- シンガポール
    - ・FHA2010(シンガポール食品見本市)
    - ・伊勢丹シンガポール四国フェア
  - 香港
    - ・県内企業を対象とした現地商談会
    - ・香港そごう高知フェア
  - 上海・中国本土
    - ・上海シティショップ常設売場の活用
    - ・上海四国アンテナショップの活用
  - その他
    - ・ユズ果汁の輸出 フランス向け: 6.5t (H22.11)



# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その6】



| 項目  | 対策等  | 具体的な取り組み、成果等 | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
|-----|--|--------------|----------------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|----|-----|-----|----|-----|----|-----|----|---|---|
|     | <p>○海外での販路開拓への挑戦</p> <div data-bbox="392 414 705 893"> <p>高知県輸出額の推移<br/>(単位百万円)</p> <table border="1"> <tr><th>年次</th><th>輸出額</th></tr> <tr><td>H20</td><td>67,806</td></tr> <tr><td>H21</td><td>58,236</td></tr> <tr><td>H22</td><td>55,798</td></tr> </table> <p>うち食料品輸出額<br/>(単位百万円)</p> <table border="1"> <tr><th>年次</th><th>輸出額</th></tr> <tr><td>H20</td><td>59</td></tr> <tr><td>H21</td><td>51</td></tr> <tr><td>H22</td><td>96</td></tr> </table> </div>  | 年次           | 輸出額            | H20 | 67,806 | H21 | 58,236 | H22 | 55,798 | 年次 | 輸出額 | H20 | 59 | H21 | 51 | H22 | 96 | <p>●県、貿易協会、海外事務所が一体となった県内事業者の支援</p> <p>○国内における貿易促進活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>貿易促進コーディネーターによる相談・助言<br/>[H22]3名で延べ396件の企業訪問等を実施<br/>⇒新たに貿易に取り組む企業が増加(H21:8社、H22:7社)</li> <li>[H23(4月～8月)] 2名で延べ90件の企業訪問等を実施</li> <li>輸出促進セミナーの開催<br/>[H22]7回 延べ401名参加<br/>[H23(4月～8月)] 3回 延べ134名参加</li> <li>食品輸出商談会<br/>[H22]国内輸出業者(6社)と県内事業者(26社(うち海外初13社))の商談確保<br/>商談件数:81件⇒県内事業者12社、延べ29品目成約<br/>[H23]7月に開催予定であったが、東日本大震災の影響で中止<br/>11月開催の食の大商談会へ案内</li> </ul> <p>●海外における販路開拓支援</p> <p>○シンガポール</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食品見本市FHA2010シンガポール<br/>ユズ関連の4社が出展し、シンガポール事務所等のフォローアップ活動により、徐々に成約に至る事例が出ている。⇒現地企業延べ26社と成約(成約金額:5,122千円)</li> <li>伊勢丹シンガポール四国フェア<br/>[H22]本県7社(うち海外初2社)参加。全体で約25,500千円の売上(平成21年度約18,000千円)<br/>[H23]本県から8社(うち海外初2社)参加。全体で約25,400千円の売上</li> </ul> <p>○香港</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内企業を対象とした現地商談会<br/>⇒11社(うち海外初4社)参加、商談件数71件、4社25品目が成約(平成21年度6社参加 成約35品目)</li> <li>香港そごう高知フェア ⇒ 13社参加。フェア全体で約4,980千円の売上</li> </ul> <p>○上海・中国本土</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>上海シティショップ常設売場(平成21年:11社、平成22年:4社(うち海外初1社)参加)<br/>⇒リピートオーダーの商品もあり(3社)</li> <li>上海四国アンテナショップ(平成21年:1社参加、平成22年:1社参加)<br/>⇒食品展示会やフェア等に商品を持参して販売を行うなど、県産品のPRにつながった。</li> </ul> <p>○その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ユズ果汁の輸出<br/>[H22]フランス向け:6.5t<br/>[H23(4月～6月)] フランスユズ賞味会<br/>2つ星レストランにてシェフ、菓子職人、高級量販店、ジャーナリスト等150名を招待して高知県産ユズを使用した料理を提供してPRした。<br/>⇒その後、フランス向け:8t</li> </ul> | <p>○新たに貿易に取り組む企業の拡大につながった。<br/>⇒セミナーの開催や個別の訪問を行うなど、きめ細かな支援を継続。</p> <p>○全体として徐々に県産品の販路は広がりつつあるが、まだまだスポット的であり、継続的な販売につなげるためには、買手の求めや嗜好に応じた商品改良や、粘り強い企業努力が必要。<br/>⇒リーディング企業を中心にさらなる販路拡大を支援しつつ全体の底上げにもつなげる。</p> <p>○圧倒的に強い品目(ユズ)を中心に販路を拡大。<br/>⇒フランスでのユズの展開を東南アジアに。</p> |
| 年次  | 輸出額  |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
| H20 | 67,806   |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
| H21 | 58,236   |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
| H22 | 55,798   |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
| 年次  | 輸出額  |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
| H20 | 59   |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
| H21 | 51   |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |
| H22 | 96   |              |                |     |        |     |        |     |        |    |     |     |    |     |    |     |    |   |   |

# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その7】

| 項目   | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|--|---|--|---|
| <p>(2)「ものづくりの地産地消」の促進<br/>(県内完結型の「ものづくり」の仕組みづくり)</p> | <p>○事業者間のマッチング機会の創出</p>  <p>ものづくり地産地消センター<br/>「ものづくりの地産地消」を推進するための総合相談窓口</p> <p>「足りない」「わからない」の<br/>ピースを私たちが<br/>マッチングします!!</p> <p>「ものづくり」でお悩みの方は、<br/>お気軽にご相談ください!!<br/>088-845-7110</p>  | <p>◆総合相談窓口の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ものづくり地産地消推進プロジェクトチームの設置 (H23.4)</li> <li>ものづくり支援コーディネーターの雇用 (H23.4)</li> <li>ものづくり地産地消センターの開設 (H23.6) <ul style="list-style-type: none"> <li>* ものづくり地産地消センター相談件数 72件 (H23.8.9現在) <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <u>相談案件のうち36件について対応済</u></li> </ul> </li> </ul> </li> <li>ものづくり技術展示会の開催 (H23.6) <ul style="list-style-type: none"> <li>* ものづくり技術展示会<br/>来場者 4,300人<br/>出展事業者数 29事業者</li> </ul> </li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「ものづくり地産地消センター」に寄せられる相談のマッチングの成功件数の増加</li> <li>県内生産者等の「ものづくりの地産地消」に関する機運の高まり</li> </ul> <p>◆情報フローの確立(発注予定情報等の受注者側への提供)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>庁内情報共有会議において、定期的(月1回)に情報収集を開始 (H22.4)</li> <li>フィードバックの仕組みを含め、当面の情報フローを確立</li> <li>ものづくり地産地消センターの開設 (H23.6) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 発注予定情報等県が集約し、関係団体に86件の情報を提供 <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <u>42件のテーマに県内企業が興味を持ち、試作機の開発等について検討</u></li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>発注予定情報等を「ものづくりの地産地消」に効果的につなげるためには、できるだけ早い段階で情報の収集が必要</li> </ul> <p>◆製造業と他の産業とのマッチング (H22年度～)</p> <p>県内での「ものづくり」に関するニーズを県が集約し、関係団体に提供</p> <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>情報提供88件 (H22) <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <u>うち43件のテーマに県内企業が興味を持ち、試作機の開発に向けて検討</u></li> </ul> </li> <li>現場視察と意見交換会 8回・延べ170人 (H22) H23年8月末: 3回・延べ59人 <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <u>ものづくり企業グループと生産者等との交流によって設計開発力を磨き上げ</u></li> </ul> </li> </ul>  | <p>○総合相談窓口が設置され、県内でのものづくりのニーズが集積することで、技術を提供できるものづくり企業とのマッチングなどが進んだ。<br/>⇒引き続き、センターを中心に、各関係機関が連携して、迅速かつ適切な相談対応に努めるとともに、相談案件の掘り起こしを行う。</p> <p>○「食」をテーマとしたものづくり技術展示会は、高知県におけるものづくり技術を広く周知する機会となり、また出展事業者からの評価も良好であり、意義ある取り組みとなった。<br/>⇒「食」のテーマに加え、他分野も含んだ総合的な技術展示会として開催を検討する。</p> <p>○収集した発注予定情報等を関係団体を通じて受注者側に提供する情報フローの仕組みを構築したことにより、県内における受発注を生む機会を作ることができ、「ものづくりの地産地消」につながる動きも見えはじめた。<br/>⇒情報フローを通じた発注予定情報等の収集について庁内に徹底していく。</p> <p>○機械設備を必要とする事業者と、県内ものづくり企業とのマッチングを進めるための手法ができあがった(機械化ニーズの情報提供、現地視察・意見交換会など)。</p> <p>○情報提供を行った開発案件のうち、県の補助事業を活用して具体的な取り組みを進めているものが20件あり、県内ものづくり企業が、地域の課題や悩みを機械化によって解決していこうとする動きが広がっている。<br/>⇒ものづくり地産地消センターの幅広い周知と、タイムリーなマッチングを数多く実現させるためのワンストップサービス機能の強化を図る。</p> |



# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その8】

| 項目  | 対策等   | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
|---|---|---|----------------|-----|-----|-----|----|----|----|----|-----|--------|--------|-----|---------|--------------|----------------|------------|------------|------|------|------|--|-----|-----|-----|----|----|----|----|-------------|-----|---------|-----|---------|--------------|---------------|---|------------|------|------|------|---|
| <p>(2)「ものづくりの地産地消」の促進（県内完結型の「ものづくり」の仕組みづくり）</p>                                     | <p>○県内産業の技術力・商品開発力の向上</p>  | <p>◆製品開発力の強化(試作機の開発支援)<br/>試作開発への支援(ものづくり地産地消推進事業費補助金)(H22年度～)</p> <p>これまでの助成先:20件(H22年度:15件、H23年8月末:5件)<br/>・ステップアップ事業(企画から設計段階まで) 6件[農業4件、その他2件]<br/>・試作開発事業 14件 [農業6件、林業2件、水産業1件、その他5件]<br/>(うちH22年度ステップアップ2件)<br/>※平成23年度第2次募集:14件の申請(8/31審査会)</p> <p>⇒平成23年度から試作開発を支援する助成制度の充実・強化(早期の製品開発に向けて、試作に引き続き改良や、年度をまたぐ事業も補助対象とした)</p> <p>◆見本市への出展<br/>県外の主要な見本市へ高知県ブースを設置し、県内ものづくり企業の情報発信と販路拡大を支援</p> <table border="1" data-bbox="840 794 1556 976"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>出展</td> <td>3回</td> <td>3回</td> <td>1回</td> </tr> <tr> <td>参加者</td> <td>16社2団体</td> <td>32社2団体</td> <td>11社</td> </tr> <tr> <td>成約件数/金額</td> <td>16件/34,971千円</td> <td>155件/124,458千円</td> <td>4件/8,575千円</td> </tr> <tr> <td>その他(見積依頼等)</td> <td>134件</td> <td>397件</td> <td>123件</td> </tr> </tbody> </table> <p>◆商談会の開催<br/>県内外で商談会を開催し、県内受注企業の販路拡大を支援</p> <table border="1" data-bbox="846 1077 1601 1268"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>開催</td> <td>3回</td> <td>6回</td> <td>1回</td> </tr> <tr> <td>参加者(県内受注企業)</td> <td>66社</td> <td>127社3団体</td> <td>43社</td> </tr> <tr> <td>成約件数/金額</td> <td>16件/30,280千円</td> <td>715件/74,087千円</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>その他(見積依頼等)</td> <td>135件</td> <td>432件</td> <td>132件</td> </tr> </tbody> </table> <p>⇒見本市・商談会に参加した県内企業の営業活動や産業振興センターなど関係機関の支援により、県内企業の販路や受注が拡大</p> <p>◆製造業ポータルサイトの開設(H21年度)<br/>県内の製造業者の情報を発信し、企業間取引を支援<br/>⇒会員企業数:82社(H23.8月末) 成約件数:5件/1,880千円</p> |                | H21 | H22 | H23 | 出展 | 3回 | 3回 | 1回 | 参加者 | 16社2団体 | 32社2団体 | 11社 | 成約件数/金額 | 16件/34,971千円 | 155件/124,458千円 | 4件/8,575千円 | その他(見積依頼等) | 134件 | 397件 | 123件 |  | H21 | H22 | H23 | 開催 | 3回 | 6回 | 1回 | 参加者(県内受注企業) | 66社 | 127社3団体 | 43社 | 成約件数/金額 | 16件/30,280千円 | 715件/74,087千円 | — | その他(見積依頼等) | 135件 | 432件 | 132件 | <p>○ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した機械装置等が順次完成し、高知県ものづくり技術展示会への出展等も契機となって、販路開拓の段階に入った。</p> <p>⇒機械設備を必要とする事業者が、県内企業によって開発製造された製品を、積極的に導入していく機運の醸成。</p> <p>また、県外への売り込みを積極的に支援し、地産地消から外商へと結びつける。</p> <p>⇒県内企業が最終製品を生産するにあたっての企業間連携を促すとともに、不足している工程に対応できる企業の誘致・育成を図る。</p> <p>○県外見本市への県ブース設置や商談会の開催、県や産振センター、高知県工業会からの営業支援により、成約件数が906件(272百万円)になるなど、新しい取引先の獲得や受注拡大につながった。</p> <p>⇒引き続き、見本市・商談会を実施するとともに、支援体制を強化した産業振興センターと連携して、見本市終了後の県内企業の営業活動への支援や、商談会に参加した県外発注企業へのフォローアップを行う。</p> <p>また、防災や製紙関係の見本市への出展を検討する。</p> <p>○製造業ポータルサイトの会員数が当初計画していた会員数(150社)よりも少ないが、ポータルサイトに加工技術分野による検索機能を追加し、ポータルサイトの利便性を高めた。</p> <p>⇒業界団体や産業振興センターなど関係機関と連携して、ポータルサイトの周知及び会員数の増加を図るとともに、会員企業の技術や製品の情報発信に努める。また、インターネットを活用した営業や協業化に向けた取り組みなどを支援することで電子商取引の普及率の向上を目指す。</p> |
|   | H21   | H22   | H23            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 出展  | 3回  | 3回  | 1回             |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 参加者   | 16社2団体  | 32社2団体  | 11社            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 成約件数/金額   | 16件/34,971千円  | 155件/124,458千円  | 4件/8,575千円     |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| その他(見積依頼等)  | 134件  | 397件  | 123件           |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
|   | H21   | H22   | H23            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 開催  | 3回  | 6回  | 1回             |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 参加者(県内受注企業)   | 66社   | 127社3団体   | 43社            |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| 成約件数/金額   | 16件/30,280千円  | 715件/74,087千円   | —              |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
| その他(見積依頼等)  | 135件  | 432件  | 132件           |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |
|  |   |   |                |     |     |     |    |    |    |    |     |        |        |     |         |              |                |            |            |      |      |      |  |     |     |     |    |    |    |    |             |     |         |     |         |              |               |   |            |      |      |      |   |

# 連携テーマ 地産地消・地産外商戦略【その9】

| 項目  | 対策等                | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
|---|--------------------|--|----------------|--|-----|-----|----|--------|-----------|-----------|---------|-------------|------|----------|-----------|----------|-------------|-----|--------|-------|---|---|-------------|-------|-------|---|-----|---|---------|---|-------|--|-----|-----|-----|----|--------|---|-------------------|----------|-----------|------|-------------------|--------------------|----------|--|--|-----|-----|-----|----|--------|-----|-----|----|------------------------------|------|----|----|---|---------------------|-----|---|----|---|-------------|-----|---|----|---|--------------------|---|
| (2)「ものづくりの地産地消」の促進<br>(県内完結型「ものづくり」の仕組みづくり) | ○県内産業の技術力・商品開発力の向上 | <p>◆技術力のレベルアップ(機械・金属、食品加工、紙産業等)</p> <p>特別技術支援員や技術アドバイザーなどの外部人材の登用等により、技術レベルに応じた研修、技術相談等を実施することで技術人材を育成</p> <p>研修の実施</p> <table border="1" data-bbox="734 371 1608 560"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>機械・金属等</td> <td>22コース522名</td> <td>18コース384名</td> <td>5コース76名</td> <td>H20:7コース59名</td> </tr> <tr> <td>食品加工</td> <td>4コース212名</td> <td>18コース481名</td> <td>5コース111名</td> <td>H20:2コース16名</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">紙産業</td> <td>初任者研修会</td> <td>5回53名</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>企業支援のための研究会</td> <td>9回90名</td> <td>4回34名</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>-</td> <td>2コース96名</td> <td>-</td> <td>アロマ講習</td> </tr> </tbody> </table> <p>特別技術支援員の配置(各1名)</p> <table border="1" data-bbox="734 627 1608 815"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>機械・金属等</td> <td>-</td> <td>・講演9回<br/>・技術指導42回</td> <td>・技術指導26回</td> <td>H22年度から配置</td> </tr> <tr> <td>食品加工</td> <td>・講演6回<br/>・技術指導56社</td> <td>・講演9回<br/>・技術指導103社</td> <td>・技術指導35社</td> <td>商品化15件<br/>(H21:5件、H22:3件、H23:7件)<br/>・酒粕いろいろ、生姜飲料、<br/>トマトカレー等</td> </tr> </tbody> </table> <p>技術指導アドバイザー</p> <table border="1" data-bbox="734 882 1608 1070"> <thead> <tr> <th></th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>機械・金属等</td> <td>38件</td> <td>32件</td> <td>7件</td> <td>登録者数 H21:9名、H22:5名<br/>H23:4名</td> </tr> <tr> <td>食品加工</td> <td>9件</td> <td>3件</td> <td>-</td> <td>登録者数 H21:10名、H22:3名</td> </tr> <tr> <td>紙産業</td> <td>-</td> <td>4件</td> <td>-</td> <td>登録者数 H22:2名</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>-</td> <td>4件</td> <td>-</td> <td>登録者数 H22:1名(アロマ関係)</td> </tr> </tbody> </table> <p>◆食品加工研究棟の設置</p> <p>工業技術センター内にさまざまな加工食品の試作品開発が行えるように食品加工研究棟を設置(H23.4)</p> <p>20事業者が延べ54回利用(H23.8.9現在)</p> |                | H21  | H22 | H23 | 備考 | 機械・金属等 | 22コース522名 | 18コース384名 | 5コース76名 | H20:7コース59名 | 食品加工 | 4コース212名 | 18コース481名 | 5コース111名 | H20:2コース16名 | 紙産業 | 初任者研修会 | 5回53名 | - | - | 企業支援のための研究会 | 9回90名 | 4回34名 | - | その他 | - | 2コース96名 | - | アロマ講習 |  | H21 | H22 | H23 | 備考 | 機械・金属等 | - | ・講演9回<br>・技術指導42回 | ・技術指導26回 | H22年度から配置 | 食品加工 | ・講演6回<br>・技術指導56社 | ・講演9回<br>・技術指導103社 | ・技術指導35社 | 商品化15件<br>(H21:5件、H22:3件、H23:7件)<br>・酒粕いろいろ、生姜飲料、<br>トマトカレー等 |  | H21 | H22 | H23 | 備考 | 機械・金属等 | 38件 | 32件 | 7件 | 登録者数 H21:9名、H22:5名<br>H23:4名 | 食品加工 | 9件 | 3件 | - | 登録者数 H21:10名、H22:3名 | 紙産業 | - | 4件 | - | 登録者数 H22:2名 | その他 | - | 4件 | - | 登録者数 H22:1名(アロマ関係) | <p>○企業からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られている。</p> <p>○職員や特別技術支援員だけでは指導できない技術的課題は、企業ニーズに応じて技術指導アドバイザーを派遣している。</p> <p>⇒今後は、取り組みをさらに高度化し、技術レベルに対応した研修カリキュラムの設定などを行い、合格率の向上等を図る。</p> |
|   | H21                | H22  | H23            | 備考   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 機械・金属等                                      | 22コース522名          | 18コース384名  | 5コース76名        | H20:7コース59名  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 食品加工  | 4コース212名           | 18コース481名  | 5コース111名       | H20:2コース16名  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 紙産業   | 初任者研修会             | 5回53名  | -              | -  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
|   | 企業支援のための研究会        | 9回90名  | 4回34名          | -  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| その他   | -                  | 2コース96名  | -              | アロマ講習  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
|   | H21                | H22  | H23            | 備考   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 機械・金属等                                      | -                  | ・講演9回<br>・技術指導42回  | ・技術指導26回       | H22年度から配置  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 食品加工  | ・講演6回<br>・技術指導56社  | ・講演9回<br>・技術指導103社   | ・技術指導35社       | 商品化15件<br>(H21:5件、H22:3件、H23:7件)<br>・酒粕いろいろ、生姜飲料、<br>トマトカレー等 |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
|   | H21                | H22  | H23            | 備考   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 機械・金属等                                      | 38件                | 32件  | 7件             | 登録者数 H21:9名、H22:5名<br>H23:4名                                 |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 食品加工  | 9件                 | 3件   | -              | 登録者数 H21:10名、H22:3名  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| 紙産業   | -                  | 4件   | -              | 登録者数 H22:2名  |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |
| その他   | -                  | 4件   | -              | 登録者数 H22:1名(アロマ関係)   |     |     |    |        |           |           |         |             |      |          |           |          |             |     |        |       |   |   |             |       |       |   |     |   |         |   |       |  |     |     |     |    |        |   |                   |          |           |      |                   |                    |          |  |  |     |     |     |    |        |     |     |    |                              |      |    |    |   |                     |     |   |    |   |             |     |   |    |   |                    |   |





# 連携テーマ(中山間の産業づくり)の実行2年半の取り組み総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括(まとめ)

この2年半において、地域本部などを通じて、人的、資金面での支援を中心に、それぞれの事業者のニーズや課題に応じた、きめ細やかなサポートを展開してきた。

その結果、各種の人材育成の取り組みにより地域を支える人材育成が進みつつある。このことにより販売等のノウハウの習得が着実に進み、所得の向上や雇用の創出に繋がった事例も現れ始めている。

また、新たに「小さなビジネス」や市町村や地域団体が主体となった多角的なビジネス展開を行う「拠点ビジネス」への取り組みも広がり、それぞれの地域で、産業づくりに向けた機運が確実に高まっている。

一方で、民の取り組みなど更なる広がりが必要であり、こうした事業者のほとんどが緒についたばかりの取り組みであり、引き続き後押しが必要なことから、今後とも、市町村や関係団体とも連携しながら、支援を行っていく。



# 連携テーマ 中山間地域の産業づくり【その1】

| 項目  | 対策等                     | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|---|-------------------------|---|--|
| <p>小さなビジネスの育成</p>   | <p>○小さなビジネスの発掘から育成へ</p> | <p>特徴のある農産物や加工品など、これまで十分に活用されていない強みある地域資源を発掘・再評価し、「生きがいづくり」や「賑わいづくり」の取り組みから一歩進めて、中山間地域の皆様の所得の向上に繋がる「小さなビジネス」に育てあげていく。</p> <p>○室戸市木炭振興会(室戸市)・土佐備長炭生産組合(東洋町)【安芸地域AP】<br/>共同窯の設置や新規製炭者などによる地域の特産品である土佐備長炭の再生のための生産、流通、販売の強化に向けた取り組み</p> <p>○大野倶楽部(田野町)【安芸地域AP】<br/>大野台地の自然を活用しながら、ジャガイモ収穫体験などのイベント交流事業を通じた体験型観光の取り組みの推進</p> <p>○ポンド・エ・トッティー[物部川婦人会](香美市)<br/>廃校となった大柵高校家庭クラブのレシピ集を引き継ぎ、地域の食材を活用したパウンドケーキ専門店開業、都市部への出張販売活動</p> <p>○南国市農協女性グループ(南国市)【物部川AP】<br/>道の駅「南国」内において農家レストラン「まほろば畑」について、5つのグループによる輪番制での運営</p> <p>○ごめんシャモ研究会(南国市)【物部川地域AP】<br/>南国市の商工会の農家の有志により、龍馬にゆかりのある「シャモ肉」の加工品を開発し、「シャモ鍋」をはじめ地域の特産品として販売</p> <p>○汗見川活性化協議会(本山町)【嶺北地域AP】<br/>旧小学校を再利用した交流拠点「清流館」を通じ、地域外の人々が宿泊し、自然体験ができる体験型交流事業の展開</p> <p>○企業組合宇佐もん工房(土佐市)【仁淀川地域AP】<br/>一本釣りで獲れる宇佐のウルメについて、新たな加工品の開発や鮮魚での販売を拡大し、併せて地域の飲食店での調理メニューの作成など、地域限定で提供できる体制を整備し、交流人口の拡大に向けて展開</p> <p>○森の巣箱運営委員会(津野町)<br/>廃校を再利用した地域の拠点となる「森の巣箱」を通じた集落生協、居酒屋の運営、地域外との交流のための宿泊施設の運営</p> <p>○鷹取キムチの里づくり実行委員会(梶原町)【高幡地域AP】<br/>地域資源を生かしたキムチ、ドレッシング、焼き肉のたれ等、特産品づくり、韓国レストラン運営</p> | <p>■課題<br/>地域の資源を活かした様々なビジネスの芽が出てきているものの、まだ、多くのものは、取り組みは始めたばかりであり、現時点では、所得の向上には、繋がっている取り組みは少ない。</p> <p>■今後の取り組み<br/>今後とも、人的、資金面で支援を行っていく。<br/>・ビジネス意識の醸成と経営の知識やノウハウ等の習得などに向けた支援。<br/>・首都圏アンテナショップや県内の直販所や量販店などを通じ、消費地のニーズや嗜好を反映した商品の磨き上げや新たな商品づくりに向けた支援。</p> |
|  |                         |   |  |
| <p>韓国風レストラン(梶原町)</p>  |                         |   |  |

## 連携テーマ 中山間地域の産業づくり【その2】

| 項目   | 対策等 | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |
|--|-----|---|----------------|
|  <p data-bbox="228 1002 611 1031">大宮産業の宅配サービス(四万十市)</p> |     | <p data-bbox="741 217 1592 301">○<u>企画・ど久礼もん企業組合(中土佐町)【高幡地域AP】</u><br/>地域資源であるカツオを加工商品化して付加価値を高めるとともに、地元商店街に店舗を開設するなど新たな「食」ビジネスを展開</p> <p data-bbox="741 333 1592 418">○<u>四万十かっぱ組合(四万十町)</u><br/>川舟の新設や待合場所の整備などによる地域の住民の手による四万十川の資源を生かした「川舟下り事業」の実施</p> <p data-bbox="741 450 1592 534">○<u>十和おかみさん市(四万十町)</u><br/>都市部の量販店等での地域の野菜や加工品等の産直、道の駅でのバイキングの提供など食を通じた都市との交流活動</p> <p data-bbox="741 566 1592 651">○<u>四万十川すみずみツアーリズム(四万十川流域)</u><br/>四万十川流域の農家民宿などの交流施設の連携、ネットワークや情報発信力の強化による交流人口の拡大に向けた取り組み</p> <p data-bbox="741 683 1592 767">○<u>黒潮町商工会ほか(黒潮町)【幡多地域AP】</u><br/>「黒潮一番館」を核とした交流人口の拡大に向けた取り組み、カツオ関連の新商品の開発、製造販売</p> <p data-bbox="741 799 1592 884">○<u>(株)大宮産業(四万十市)</u><br/>JAの購買事業を引き継いだ商店、ガソリンスタンド等の経営、大宮米(減農薬米)のブランド化、販売促進への取り組み</p> <p data-bbox="741 916 1592 1000">○<u>農家レストランしゃえんじり(四万十市)</u><br/>四万十川流域において地域の食材をふんだんに活用したバイキング方式による「農家レストラン」の運営</p> <p data-bbox="741 1032 1592 1117">○<u>有限責任企業組合 LPLまんと(四万十市)</u><br/>「清流 四万十川」をモチーフに、地域の資源を活用した数種類の「かりんとう」の開発、製造販売</p> <p data-bbox="741 1149 1592 1233">○<u>三原村商工会(三原村)</u><br/>7つの農家による「どぶろく」の製造販売、「どぶろく祭り」などの地域外との交流イベントの実施</p> <p data-bbox="741 1265 1592 1370">○<u>株式会社 沖ノ島水産(宿毛市)</u><br/>沖の島の振興と漁業者の所得向上のため、島周辺で水揚げされるブリやカツオを使った加工品を開発。加工品のバリエーションを増やすとともに、首都圏や関西圏での外商を目指す</p> <p data-bbox="1525 1434 1570 1463">など</p> |                |

## 連携テーマ 中山間地域の産業づくり【その3】

| 項目   | 対策等                      | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|--|--------------------------|--|--|
| <p>拠点ビジネスの推進</p>  <p>基石茶商品(大豊町)</p>  <p>道の駅布施ヶ坂(津野町)</p>  <p>あぐり窪川(四万十町)</p> | <p>○小さなビジネスから拠点ビジネスへ</p> | <p>農協や第三セクターなど、地域の中核となる事業体を中心として、野菜や加工品の製造販売や、グリーンツーリズムなどの観光の取組など、いくつかの「小さなビジネス」をまとめることで、広がりを持った複合的なビジネスへつなげる。</p> <p>○(株)大豊町ゆとりファーム(大豊町)【嶺北地域AP】<br/>「基石茶等の地域産品の加工品ビジネス」、「野菜等の地産地消ビジネス」、「ふるさと支援ビジネス」、「農作業の受委託ビジネス」の展開による地域産業の再生</p> <p>○JA土佐れいほく(土佐町)【嶺北地域AP】<br/>「環境保全型農業の特性を活かし、関西圏をターゲットにした地産外商ビジネス」や、「米粉の製造販売や米粉加工商品の開発・販売などの米粉ビジネス」の展開による地域産業の創出</p> <p>○(財)本山町農業公社(本山町)【嶺北地域AP】<br/>棚田で作る地元産米をこだわりのブランド米「土佐天空の郷」として販売し、良好な水田環境など地域の特性を付加価値とするなど、後継者が将来に展望を持つことができる稲作農業の確立を目指す</p> <p>○(社)大川村ふるさとむら公社(大川村)【嶺北地域AP】<br/>土佐はちきん地鶏の生産拠点としての事業の展開を図り、村の新しい産業として、地域の活性化につなげていく</p> <p>○(株)フードプラン(仁淀川町)【仁淀川地域AP】<br/>「食の温故知新」をキャッチフレーズに地域の商社として位置付け、「カット野菜」や「田舎豆腐」、「味噌」など、地域の一次産品等を活用した商品開発、製造販売</p> <p>○(財)津野町ふるさとセンター(津野町)【高幡地域AP】<br/>「雨よけハウス整備・圃場整備などによる地産地消ビジネス」、「森林セラピー、ガイド養成など観光交流ネットワークビジネス」、「アンテナショップと加工所の整備による加工品開発販売ビジネス」の展開による地域の所得向上や雇用の創出</p> <p>○(財)あぐり窪川(四万十町)【高幡地域AP】<br/>「地域拠点施設での地域食材・加工品の総合販売ビジネス」、「地域資源を活用した交流ビジネス」の展開など拠点ビジネス体制の構築</p> <p>○黒潮町特産品開発推進協議会ほか(黒潮町)【高幡地域AP】<br/>黒砂糖やラッキョウなど黒潮町の特産品を地元で高付加価値の加工品として開発し販売することにより、地域雇用の創出と所得の向上を目指す</p> | <p>■課題</p> <p>○拠点ビジネスの取り組みが、一定、推進されたものの、県内の市町村に十分、波及していない。</p> <p>○中核となる事業体をはじめ、地域において、産業づくりの鍵となる人材の育成に引き続き取り組む必要がある</p> <p>■今後の取り組み</p> <p>引き続き、人的、資金面から支援し、拠点ビジネスの取り組みを県内の市町村に波及させていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・既に「拠点ビジネス」に取り組んでいる事業体のさらなる経営力の強化を図り、収入アップや雇用創出につなげていく。</li> <li>・新たに「拠点ビジネス」の仕組みづくりに取り組む事業体のサポートを行い、ビジネスとして確立していく。</li> </ul> |

## 連携テーマ 中山間地域の産業づくり【その4】

| 項目                                 | 対策等                               | 具体的な取り組み、成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|------------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| <p>中山間地域の資源を活用した新事業展開、新分野進出の推進</p> | <p>○小さなビジネスから新事業展開、新分野進出ビジネスへ</p> | <p>○(財)三原村農業公社(三原村)【幡多地域AP】<br/>作業効率のよい平坦地へのユズ等の産地化、ブロッコリーなどの露地野菜の産地づくりに向けた取り組み</p> <p>○土佐清水元気プロジェクト(株)(土佐清水市)【幡多地域AP】<br/>「生産者が参画できる加工施設の整備」、「商品の市内外への市場への流通、販売システムの構築」により地域資源を活用した経済の活性化</p> <p>○(財)大月町ふるさと振興公社(大月町)【幡多地域AP】<br/>「地元農産物等を活かした新商品開発」など道の駅を活用した地産地消・外商の仕組みづくりによる地域ビジネスモデルの構築</p> <p style="text-align: right;">など</p> <p>地域の農地や山林等の資源を有効活用して、バイオマスなどの新たな事業を実施したり、建設業などが新分野進出に乗り出すことができるビジネスのモデルを創出する。</p> <p>&lt;新事業への展開&gt;</p> <p>○(有)エスエス(日高村)【仁淀川地域AP】<br/>建設資材販売事業者が新規事業展開として、仁淀川流域の木材チップや茶葉などを原材料とした木質系のネコ砂製造事業を展開</p> <p>○JAとさし、菊水酒造(株)(土佐市)【仁淀川地域AP】<br/>土佐文旦の果汁を使った商品の開発及び販路拡大</p> <p>&lt;新分野への進出&gt;</p> <p>○(株)カゴオ(奈半利町)<br/>ホテル業や鋼船修繕業等を営む傍ら、まぐろカマ燻製等の新たな商品開発に着手、商品の磨き上げやブランド化に向けた取り組み</p> <p>○(有)安岡重機(安芸市)<br/>運送と重機のリース業等を営む傍ら、「地域において循環型社会の実現を目指す」といった取り組みの一環として、産業廃棄物収集運搬業や「スープカレー」店を展開</p> <p>○(有)土佐建設(土佐町)<br/>ユズの栽培を開始し、県内の小売店、ホテル、道の駅、県外の飲食店などで販売展開、酒造会社と連携のもとユズ酒を開発し、首都圏や京阪神に出荷</p> | <p>■課題<br/>地域の相談窓口の開設や新分野進出アドバイザーの設置など、相談やフォローアップの体制は、一定整備ができたことで、新事業や新分野へ進出する事業者の数が増加したものの、十分ではない。</p> <p>■今後の取り組み<br/>・新事業に進出した事例を紹介するなど、有益な情報の提供をタイムリーに行うことで、意欲的な事業者が新事業や新分野に進出できる環境づくりを行う<br/>・それぞれの事業者や事例に応じて、専門的なアドバイスやサポートをきめ細かに行うなど、地域における支援体制をさらに強化していく。</p> |



ユズ酒(土佐町)



## 連携テーマ 中山間地域の産業づくり【その5】

| 項目  | 対策等                               | 具体的な取り組み、成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等  |
|---|-----------------------------------|---|---|
| <p>中山間地域の資源を活用した新事業展開、新分野進出の推進</p>  <p>本川きじ(いの町)</p> | <p>○小さなビジネスから新事業展開、新分野進出ビジネスへ</p> | <p>○本川きじ生産組合・(有)手箱建設(いの町)【仁淀川地域AP】<br/>新分野進出を目指す建設業者とも連携し、本川地域の特産品である「本川きじ」生産拠点としての事業を展開</p> <p>○ONPO法人 日高わのわ会(日高村)<br/>障害者支援、軽度生活支援等の福祉活動に従事し、事業所にて地域の特産品のトマトを活用した「パスタソース」や「ピザソース」の開発、道の駅や量販店等での販売</p> <p>○地乳プロジェクト「企画本舗さかわ他」(佐川町)【仁淀川地域AP】<br/>地域の酪農家から仕入れた生乳だけを使ったこだわりの牛乳「地乳(ぢぢち)」のブランドに向けた地元乳業メーカー・酪農家・商工会・町役場などが一体となった取り組み</p> <p>○興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合(四万十町)【高幡地域AP】<br/>シイラを柱とした餃子等の水産加工品の開発、販売(シイラ加工原材料供給力の強化、加工事業経営の確立)</p> <p>○(株)四万十ドラマ(四万十町)【高幡地域AP】<br/>四万十の栗再生プロジェクト(生産管理から商品開発、販売に至るまでの体制構築による安定的な生産と販路の拡大)</p> <p>○直七生産組合(四万十市)【高幡地域AP】<br/>地元特産の「直七」の生産拡大に向けたポン酢、ドレッシング等の加工品の開発、販売</p> <p>○しまんと美野里(四万十市)【高幡地域AP】<br/>栗からはじめる西土佐地区の地産外商のプロジェクト(四万十栗の産地化、加工施設整備、商品開発、販路拡大)</p> <p>○宿毛湾漁協(宿毛市)【幡多地域AP】<br/>一次加工施設の整備や首都圏で飲食業を営む企業による水産物の販路拡大に向けた取り組み</p> <p>○農業生産法人 苺氷り本舗(大月町)【幡多地域AP】<br/>一次産業の振興に向けて、地域資源である苺を活用した新製品の開発及び販路開拓などにより生産拡大への取組を展開</p> <p style="text-align: right;">など</p> | <p>■課題<br/>地域の相談窓口の開設や新分野進出アドバイザーの設置など、相談やフォローアップの体制は、一定整備ができたことで、新事業や新分野へ進出する事業者の数が増加したものの、十分ではない。</p> <p>■今後の取り組み<br/>・新事業に進出した事例を紹介するなど、有益な情報の提供をタイムリーに行うことで、意欲的な事業者が新事業や新分野に進出できる環境づくりを行う<br/>・それぞれの事業者や事例に応じて、専門的なアドバイスやサポートをきめ細かに行うなど、地域における支援体制をさらに強化していく。</p> |

# 連携テーマ(人材育成・人材確保)の実行2年半の取り組みの総括

## ◆ 実行2年半の取り組み総括(まとめ)

人材育成・人材確保の連携テーマでは、人材を県内で育てる取り組みとして、中学校等早い段階からの職場体験学習や県内企業でのインターンシップの実施、保護者を含めて県内企業を知る機会の提供、ジョブカフェこうちを通じた若者の就職意識の向上等の取り組みを行った結果、それぞれの取り組みで参加者が年々増加、県内企業への理解や県内での就職を促進するきっかけづくりにつながった。

また、商品開発や異業種の方が連携した新しいビジネスの展開等に取り組む事業者が、自ら考え行動できるよう、ビジネスの基礎から実践力まで一貫して身につける研修や、農村の活性化や農業の振興に寄与するリーダーを育成する研修等、地域産業を創造・リードする人材育成を強力に進め、外商活動や新商品開発に積極的に取り組む動きが加速した。

さらに、地域の取り組み等の課題に応じた専門家派遣により、新しい商品の開発や販路拡大、経営改善等につながっている。

このほか、人材を外から持ってくる・人材を引き留める取り組みとして、移住希望者にきめ細やかに情報提供を行う移住コンシェルジュの設置や第一次産業への新規就業希望者への支援策の拡大、県外大学に進学した県出身者への県内就職に関する情報発信等を通じ、移住者や第1次産業の担い手、Uターン者が増加傾向にある。

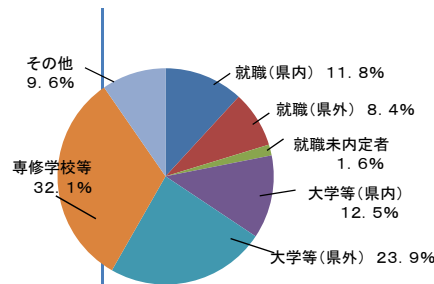
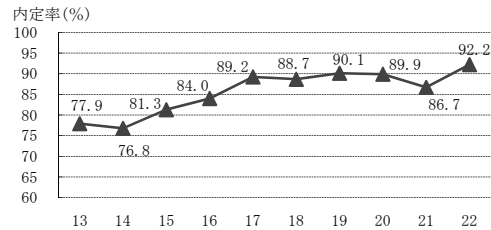
こうした取り組みにより、本県産業を支える人材の育成・確保の仕組みが整い、徐々に成果が生まれる一方で、研修の受講者や専門家派遣を受けた団体等の自立に向けた支援や第1次産業への新規就業者の定着に向けたフォローアップ等の課題も見え始めた。

今後は、こうした取り組みをさらに充実させるとともに、フォローアップを強化し、本県産業を支える人材のさらなる育成、確保につなげていく必要がある。



## 項目 1.人材を県内で育てる

## 具体的な取り組み ○インターンシップの取り組みの強化、拡大【生徒・学生】



## ○インターンシップの取り組みの強化、拡大【大学】

## 具体的な成果等

### ○目的・概要

#### 【インターンシップの推進】

生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験等を地元の産業現場等において実施。

#### 【農林業体験インターンシップの推進】

農業コースや農業専門学科高校の生徒が先進農家等で実習等を行うとともに、普通科高校の生徒が農林業に触れる機会を設定。

### ○実績

#### 【インターンシップ】

H21 20校 生徒1,250名 企業322社

H22 20校 生徒1,749名 企業350社

#### 【農林業体験インターンシップの推進】

H21 14校 生徒331名

H22 11校 生徒271名

#### ⇒【インターンシップの推進】

生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験等を行ったことで、勤労観・職業観の育成を図ることができた。

#### 【農林業体験インターンシップの推進】

農業関係高校の実態に応じ、また、地域農業や栽培管理、経営者との対話等を通じて、地域文化の理解や農業科目の補完ができ、学習意欲の向上が図れた。

また、普通科高校の生徒においては、高知県の1次産業への理解が深まり、将来の進路設計の参考となった。

### ○目的・概要

高知工科大学や高知県立大学において、ガイダンスやセミナー、学生と企業等とのマッチングを実施し、学生のインターンシップを支援。

### ○実績

・インターンシップ参加学生数、受入企業数

H21: 県立大87名(43社) 工科大286名(175社)

H22: 県立大87名(38社) 工科大344名(182社)

・ガイダンスやセミナーの実施(H22)

県立大8回 学生参加者176名

工科大3回 学生参加者413名

⇒ガイダンスや企業とのマッチングセミナーなど学生に対するインターンシップへの理解の促進と動機付けを行い、インターンシップに参加させることで、「働く」ことへのイメージを培い、望ましい職業観の育成につなげることができた。



## 総括、評価、今後の取り組み等

○インターンシップ事業を含めた他の就職支援全体の取組により、H22年度の就職内定率がH21年度より5.5%ポイント増の92.2%と、過去10年間で最高となった。  
⇒ 今後は、小中高の体系的なキャリア教育の実施や生徒への事前事後指導の充実を図り、効果的な取組としていく。

○各大学が学生に参加を促し、インターンシップに取り組んでいる。

⇒引き続き、学生のインターンシップへの参加を促す取り組みを行っていく。




## 連携テーマ 人材育成・人材確保【その3】

| 項目                 | 具体的な取り組み  | 具体的な成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |             |     |     |             |     |   |    |    |    |       |     |     |     |     |          |   |   |   |   |           |    |     |     |     |        |       |       |       |  |   |
|--------------------|---|--|----------------|-------------|-----|-----|-------------|-----|---|----|----|----|-------|-----|-----|-----|-----|----------|---|---|---|---|-----------|----|-----|-----|-----|--------|-------|-------|-------|--|---|
| <p>1.人材を県内で育てる</p> | <p>○本県産業や事業者に対する再認識に向けた保護者等の意識啓発</p> <p>【目標】<br/>高校生の県内就職割合 60% (H23年度)</p> | <p>&lt;学校と企業との連携(H20年度から)&gt;</p> <p>○目的・概要<br/>地域産業を支える担い手の育成を目的に、学校、産業界、行政が連携して、高校生の企業実習や企業の技術者による技術指導等を実施。</p> <p>○実績</p> <table border="1" data-bbox="801 501 1570 842"> <thead> <tr> <th></th> <th>H20</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23<br/>(計画)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>実施校</td> <td>9</td> <td>15</td> <td>17</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>参加生徒数</td> <td>416</td> <td>546</td> <td>631</td> <td>970</td> </tr> <tr> <td>参加教員(研修)</td> <td>7</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>協力企業数(延べ)</td> <td>56</td> <td>105</td> <td>118</td> <td>174</td> </tr> <tr> <td>県内就職割合</td> <td>47.2%</td> <td>50.6%</td> <td>57.6%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>&lt;保護者対象の啓発事業&gt;</p> <p>○目的・概要<br/>保護者の就職等に対する意識啓発を図るため、保護者対象の進路講演会を実施。</p> <p>○実績<br/>H21 8校 保護者368名<br/>H22 9校 保護者269名</p> <p>⇒ <u>高知県の企業の現状や考え方など、保護者への情報提供や意識啓発をするとともに、教員と企業との繋がりを広げることができた。</u></p> |                | H20         | H21 | H22 | H23<br>(計画) | 実施校 | 9 | 15 | 17 | 21 | 参加生徒数 | 416 | 546 | 631 | 970 | 参加教員(研修) | 7 | 3 | 3 | 5 | 協力企業数(延べ) | 56 | 105 | 118 | 174 | 県内就職割合 | 47.2% | 50.6% | 57.6% |  | <p>○産業界、教育界、行政の連携の仕組みができ、取組が広がり、実施高校、協力企業が増えた。これにより、企業、学校が県内産業を担う人材育成に連携して取り組むことへの共通の認識が深まりつつある。</p> <p>⇒ 進路指導担当教員だけではなく、他の教員も県内企業を理解し、生徒への進路指導ができるようにする。</p> <p>○現在は、就職の多い専門高校での実施が多いが、進学後のUターンを見据えて、進学が多い学校への実施を広めていく必要がある。</p> <p>⇒ 今後は、専門高校や普通科高校など、それぞれ学習する内容や進路希望など、各学校の現状に合わせた講師の選定に力を入れるとともに、進学が多い学校などでの実施を進める。</p> |
|                    | H20   | H21  | H22            | H23<br>(計画) |     |     |             |     |   |    |    |    |       |     |     |     |     |          |   |   |   |   |           |    |     |     |     |        |       |       |       |  |   |
| 実施校                | 9   | 15   | 17             | 21          |     |     |             |     |   |    |    |    |       |     |     |     |     |          |   |   |   |   |           |    |     |     |     |        |       |       |       |  |   |
| 参加生徒数              | 416   | 546  | 631            | 970         |     |     |             |     |   |    |    |    |       |     |     |     |     |          |   |   |   |   |           |    |     |     |     |        |       |       |       |  |   |
| 参加教員(研修)           | 7   | 3  | 3              | 5           |     |     |             |     |   |    |    |    |       |     |     |     |     |          |   |   |   |   |           |    |     |     |     |        |       |       |       |  |   |
| 協力企業数(延べ)          | 56  | 105  | 118            | 174         |     |     |             |     |   |    |    |    |       |     |     |     |     |          |   |   |   |   |           |    |     |     |     |        |       |       |       |  |   |
| 県内就職割合             | 47.2%   | 50.6%  | 57.6%          |             |     |     |             |     |   |    |    |    |       |     |     |     |     |          |   |   |   |   |           |    |     |     |     |        |       |       |       |  |   |

## 連携テーマ 人材育成・人材確保【その4】

| 項目           | 具体的な取り組み  | 具体的な成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |               |     |     |     |      |        |        |        |        |      |      |      |      |      |              |      |      |      |     |        |               |               |               |               |           |      |      |        |      |  |
|--------------|---|--|----------------|---------------|-----|-----|-----|------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|------|------|--------------|------|------|------|-----|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------|------|------|--------|------|--|
| 1.人材を県内で育てる  | <p>○若年者の県内への就職促進</p> <p>【目標】<br/>利用者の就職者数<br/>800人(H23年度)</p> | <p>&lt;ジョブカフェうち(H16年度～)&gt;</p> <p>○目的・概要<br/>若者の就職意識の向上を図るとともに、雇用におけるミスマッチを解消し、円滑な就職を促進するため、若年者を対象に、就職セミナーや個別相談、しごと体験などを実施する。</p> <p>○実績</p> <table border="1" data-bbox="757 528 1601 890"> <thead> <tr> <th></th> <th>H20</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>相談件数</td> <td>7,349件</td> <td>8,283件</td> <td>9,342件</td> <td>2,614件</td> </tr> <tr> <td>就職者数</td> <td>700人</td> <td>785人</td> <td>894人</td> <td>263人</td> </tr> <tr> <td>うち「しごと体験」受講者</td> <td>168人</td> <td>222人</td> <td>248人</td> <td>73人</td> </tr> <tr> <td>学校出張相談</td> <td>55校<br/>2,686人</td> <td>59校<br/>2,118人</td> <td>60校<br/>2,920人</td> <td>33校<br/>1,366人</td> </tr> <tr> <td>各種セミナー参加者</td> <td>373人</td> <td>822人</td> <td>1,497人</td> <td>503人</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">H23は7月末現在実績</p> |                | H20           | H21 | H22 | H23 | 相談件数 | 7,349件 | 8,283件 | 9,342件 | 2,614件 | 就職者数 | 700人 | 785人 | 894人 | 263人 | うち「しごと体験」受講者 | 168人 | 222人 | 248人 | 73人 | 学校出張相談 | 55校<br>2,686人 | 59校<br>2,118人 | 60校<br>2,920人 | 33校<br>1,366人 | 各種セミナー参加者 | 373人 | 822人 | 1,497人 | 503人 | <p>○ ジョブカフェうち利用者の就職者数は、目標を上回る結果となり、しごと体験枠の拡充、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が効果を上げている。</p> <p>○ 緊急雇用創出臨時特例基金を活用したジョブカフェ広報員を本部に5ヶ月、幡多サテライトに10ヶ月配置することで、ジョブカフェ事業の認知度の向上に繋がった。</p> <p>⇒ 新規学卒者(卒後3年以内)を対象としたセミナーの実施及びしごと体験枠の確保。</p> <p>⇒ 第一次産業、介護・福祉分野の体験セミナーの実施。</p> <p>⇒ 幡多サテライトの機能の充実(開所日、場所、体制等)。</p> |
|              | H20   | H21  | H22            | H23           |     |     |     |      |        |        |        |        |      |      |      |      |      |              |      |      |      |     |        |               |               |               |               |           |      |      |        |      |  |
| 相談件数         | 7,349件  | 8,283件   | 9,342件         | 2,614件        |     |     |     |      |        |        |        |        |      |      |      |      |      |              |      |      |      |     |        |               |               |               |               |           |      |      |        |      |  |
| 就職者数         | 700人  | 785人   | 894人           | 263人          |     |     |     |      |        |        |        |        |      |      |      |      |      |              |      |      |      |     |        |               |               |               |               |           |      |      |        |      |  |
| うち「しごと体験」受講者 | 168人  | 222人   | 248人           | 73人           |     |     |     |      |        |        |        |        |      |      |      |      |      |              |      |      |      |     |        |               |               |               |               |           |      |      |        |      |  |
| 学校出張相談       | 55校<br>2,686人   | 59校<br>2,118人  | 60校<br>2,920人  | 33校<br>1,366人 |     |     |     |      |        |        |        |        |      |      |      |      |      |              |      |      |      |     |        |               |               |               |               |           |      |      |        |      |  |
| 各種セミナー参加者    | 373人  | 822人   | 1,497人         | 503人          |     |     |     |      |        |        |        |        |      |      |      |      |      |              |      |      |      |     |        |               |               |               |               |           |      |      |        |      |  |

# 連携テーマ人材育成・人材確保【その5】

| 項目                 | 具体的な取り組み   | 具体的な成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|--------------------|--|---|--|
| <p>1.人材を県内で育てる</p> | <p><b>○県内産業人材(若手人材)による異業種交流&amp;研修会の実施</b></p> <div data-bbox="383 368 712 523" style="border: 1px solid blue; border-radius: 15px; padding: 5px; background-color: #e6f2ff;"> <p>【目標】地域活性化につながる人材の輩出<br/>100人/年</p> </div> <p><b>○地域産業の将来を担う若手事業者の養成(こうち地域産業振興人材育成塾の実施)</b></p> | <p><b>○目的・概要</b><br/>産業振興計画の目指すものについて学び意見交換をしながら、県内の様々な業種の方々と交流を深める研修を実施。(主な対象:県内の20歳代~40歳代の方)</p> <p><b>○実績</b><br/>(H22年度)<br/>産業振興計画に関して、スーパーバイザー等による講演やグループディスカッション等を実施<br/>・参加者のべ323名(全5回)</p> <p style="color: red;">⇒<u>研修会の中で出されたアイデアの実現に向けて有志でプランを実行中(2件)</u><br/>・8割以上の参加者から次年度開催の希望あり</p> <p><b>○目的・概要</b><br/>地域の産業振興の現場を訪問し、そこで感じたことを受講者同士で共有することで、仲間を作り、地域産業を活性化する力を身につける研修を実施。(主な対象:40歳未満の行政職員や団体職員等)</p> <p><b>○実績</b><br/>県内外の産業振興の現場を訪問するとともに、グループ毎に地域産業の振興プランを策定<br/>H22年度:16名が参加して6回実施<br/>H23年度:10名が参加して2回実施(全6回実施予定)</p> <p style="color: red;">⇒<u>H22年度の受講者のうち、3名がビジネスプランを作成し、H23年度以降に実行する計画</u></p> <div data-bbox="1296 1233 1648 1498" style="text-align: center;">  </div> | <p>○想定した人数の受講があり、一定の成果が認められる。今後、それぞれの地域の活性化や産業づくりにおいて中核的な役割を担っていくことが期待される。</p> <p>⇒受講者がその後、他業種の方とどれだけネットワークを構築しているか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう検討する。</p> <p>○想定した人数の受講があり、一定の成果が認められる。今後、それぞれの地域の活性化や産業づくりにおいて中核的な役割を担っていくことが期待される。</p> <p>⇒受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう検討する。</p> |

# 連携テーマ人材育成・人材確保【その6】

| 項目                 | 具体的な取り組み  | 具体的な成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|--------------------|---|---|--|
| <p>1.人材を県内で育てる</p> | <p>○ビジネス専門研修講座等の開催(土佐経営塾の支援)</p> <p>○「目指せ！弥太郎 商人(あきんど)塾」の実施</p> | <p>○目的・概要<br/>ICTを活用した遠隔授業により、地域に居ながら経営者に求められる判断力や決断力を養う研修の実施に対する支援</p> <p>○実績<br/>H22年度 修了生20名<br/>H23年度 18名が受講中</p> <p>⇒<u>修了生が、起業(1名)、事業拡大(1名)、企業組合化(1名)を実現</u></p> <p>○目的・概要<br/>地域の素材を活かした特産品の開発や、今の時代にあった商品づくりなどを目指す方を対象に、ビジネスの基礎から実践力まで一貫して身につけていただくための研修を実施<br/>H22年度は、ステップ1(前期・後期)、ステップ2の2段階で実施。H23年度は、H22年度のステップ1をベースにステップ2を実施。(主な対象:地域の素材を生かした商品開発をしたい方、新しいビジネスを立ち上げたい方等ビジネスの実践者)</p> <p>○実績<br/>(H22年度)「ステップ1(基礎編)」延べ1,072人が受講<br/>商品のコンセプトづくりや開発の手順、マーケティングの手法、経営と財務諸表の関係などビジネスの基礎についての3回連続の講座(県内3ヶ所で、前期、後期の2回開催)<br/>前期:H22.5/24~7/7 高知市・四万十市・安芸市で開催(延べ858名受講)<br/>後期:H22.12/1~H23.1/20 高知市・四万十市・香南市で開催(延べ214名受講)<br/>「ステップ2(応用・実践編)」18事業者が受講<br/>企業の責任者や専門家による講義やグループディスカッション、個別指導等を通して、次のビジネス展開に自ら取り組んでいけるような実践力を養成(全5回開催)<br/>・「商品の開発」・「農商工連携プランの実践」の2クラスに分かれて受講<br/>・中間報告会開催(H22.11.30)、最終報告会開催(H23. 5.23)<br/>⇒<u>商談会参加(食の大商談会、スーパーマーケット・トレードショー、土佐の宴):のべ9 事業者、商談成立9件 商談成立見込15件 商談中3件(H23.3末現在)</u><br/>・<u>受賞:第25回高知県地場産業大賞において2事業者が受賞(H23年度)20事業者が受講</u></p> | <p>○想定した人数の受講があり、一定の成果が認められる。今後、それぞれの地域の活性化や産業づくりにおいて中核的な役割を担っていくことが期待される。<br/>⇒受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう検討する。</p> <p>○想定した人数の受講があり、また、応用・実践編の受講者の中には商談成立や販路拡大に結びついたケースもあり、一定の成果が認められる。<br/>⇒修了生が自立した地域の中核人材となるよう、フォローアップできる仕組みを作る。</p> |





# 連携テーマ人材育成・人材確保【その7】

| 項目                 | 具体的な取り組み   | 具体的な成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|--------------------|--|---|--|
| <p>1.人材を県内で育てる</p> | <p>○農業創造セミナー</p> <p>【目標】<br/>農業・農村の活性化に向けた企画提案 29本</p> | <p>○目的・概要<br/>県内各地域の食や環境などの地域資源を活用した農村地域の活性化や本県の強みである農業の振興などに、意欲的、挑戦的なグループや団体の代表者を対象に、県内外の先進事例の実施と、企画書や行動計画書を作成することで、自ら主体的に企画立案し、自ら行動する人材を育成する研修「農業創造セミナー」を実施</p> <p>○実績<br/>(H22年度)【参加グループ】農産加工、直販所、農家レストランに取り組む11市町村の15グループ、42名</p> <p>【研修の実施状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆講演会及びパネルディスカッションの開催(7/13)<br/>高知市:約180名参加</li> <li>◆第1回先進地事例調査+ワークショップ研修(8/3・4)<br/>馬路村農協:15グループ、36名参加(関係機関含め50名)</li> <li>◆第2回先進地事例調査+ワークショップ研修(9/8・9)<br/>四万十とおわ:15グループ、39名参加(関係機関含め55名)</li> <li>◆第3回先進地事例調査+ワークショップ研修(9/21・22)<br/>長崎県シユシユ:15グループ、40名参加(関係機関含め50名)</li> <li>◆活性化計画作成研修(10/18・19)<br/>南国市:15グループ、40名参加(関係機関含め53名)</li> <li>◆成果発表会(11/18)<br/>高知市:15グループ、40名参加(関係機関等含め80名)</li> </ul> <p>【成果】参加15グループが活性化計画作成、プレゼンテーションスキルの向上につながった。</p> <p>⇒【<b>具体の成果</b>】</p> <p>①農産物加工</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・四万十地栗を使った新たな商品の開発販売を開始</li> <li>・地乳と地元果物を組み合わせた加工品試作一部販売を開始</li> </ul> <p>②直販所</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状のデータ分析の実施、農産物POP、生産体制強化、レストラン販売メニュー写真の掲示等を実施</li> <li>・消費者向けアンケート、売上動向調査の実施</li> <li>・POPの作成及び店舗での活用</li> </ul> <p>③農家レストラン</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農家レストラン「まほろば畑」の開店</li> <li>・アンケートの実施による課題の明確化・改善 など</li> </ul> <p>(H23年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・9市町村の11グループが参加</li> <li>・H22年度研修グループへのフォローアップ研修も実施</li> </ul> | <p>○研修により、参加グループの今後の計画を明確にできた。その結果、8グループでは、地域アクションプランへの位置づけにつながった。</p> |



## 連携テーマ 人材育成・人材確保【その8】

| 項目                  | 具体的な取り組み                | 具体的な成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |      |   |       |      |   |                     |      |                                     |  |
|---------------------|-------------------------|--|----------------|------|---|-------|------|---|---------------------|------|-------------------------------------|--|
| <p>1.人材を県内で育てる</p>  | <p>○産業振興推進アドバイザーの派遣</p> | <p>○目的・概要<br/>産業振興計画に位置付けられた事業等を対象に、各事業が抱える課題に対応した専門家や有識者を産業振興アドバイザーとして派遣することによって、具体的な事業計画の検討、課題解決に対応する</p> <p>○実績<br/>「産業振興アドバイザーの活用による商品開発等の支援」</p> <table border="1" data-bbox="757 491 1615 722"> <tbody> <tr> <td>H21年度</td> <td>計78件</td> <td>県所管事業:41件、地域アクションプラン関係:37件<br/>(62名のべ259回)</td> </tr> <tr> <td>H22年度</td> <td>計61件</td> <td>県所管事業:23件、地域アクションプラン関係:38件<br/>(67名のべ198回)</td> </tr> <tr> <td>H23年度<br/>(7月末時点採択数)</td> <td>計13件</td> <td>県所管事業:15件、地域アクションプラン関係:13件<br/>(23名)</td> </tr> </tbody> </table> <p>⇒<u>新たな商品の開発、販路開拓、経営戦略づくり、事業者の構成メンバーにおける目的意識の共有等につながった。</u></p> <p>「産業振興スーパーバイザーによる県産品の情報発信等」<br/>H21年度:4名、H22年度:6名、H23年度:5名(予定)</p> | H21年度          | 計78件 | 県所管事業:41件、地域アクションプラン関係:37件<br>(62名のべ259回) | H22年度 | 計61件 | 県所管事業:23件、地域アクションプラン関係:38件<br>(67名のべ198回) | H23年度<br>(7月末時点採択数) | 計13件 | 県所管事業:15件、地域アクションプラン関係:13件<br>(23名) | <p>○アドバイザーの導入により、事業者が直面する短期的な課題の解決には一定の成果があった。</p> <p>⇒アドバイザーに期待する内容を明確にすることで、効果を測り易い仕組みを作り、その後のビジネスの推進に役立てる。また、アドバイザー派遣後の進捗状況を把握する仕組みをさらにブラッシュアップするとともにその状況に応じ、自立に向けたフォローアップを実施することで、事業者の能力向上につなげる。</p> |
| H21年度               | 計78件                    | 県所管事業:41件、地域アクションプラン関係:37件<br>(62名のべ259回)  |                |      |   |       |      |   |                     |      |                                     |  |
| H22年度               | 計61件                    | 県所管事業:23件、地域アクションプラン関係:38件<br>(67名のべ198回)  |                |      |   |       |      |   |                     |      |                                     |  |
| H23年度<br>(7月末時点採択数) | 計13件                    | 県所管事業:15件、地域アクションプラン関係:13件<br>(23名)  |                |      |   |       |      |   |                     |      |                                     |  |



# 連携テーマ 人材育成・人材確保【その10】

## 項目

1.人材を県内で育てる

## 具体的な取り組み

○技術力のレベルアップ  
(機械・金属、食品加工、紙産業等)

### 【目標】

技術研修受講者数  
H20:9コース75人(年間)→H21~H23:14  
コース400人(年間)

## 具体的な成果等

特別技術支援員や技術アドバイザーなどの外部人材の登用等により、技術レベルに応じた研修、技術相談等を実施することで技術人材を育成

### ○実績

研修の実施

|        |             | H21       | H22       | H23      | 備考          |
|--------|-------------|-----------|-----------|----------|-------------|
| 機械・金属等 |             | 22コース522名 | 18コース384名 | 5コース76名  | H20:7コース59名 |
| 食品加工   |             | 4コース212名  | 18コース481名 | 5コース111名 | H20:2コース16名 |
| 紙産業    | 初任者研修会      | 5回53名     | -         | -        |             |
|        | 企業支援のための研究会 | 9回90名     | 4回34名     | -        |             |
| その他    |             | -         | 2コース96名   | -        | アロマ講習       |

特別技術支援員の配置(各1名)

|        |  | H21             | H22              | H23     | 備考  |
|--------|--|-----------------|------------------|---------|---|
| 機械・金属等 |  | -               | 講演9回<br>技術指導42回  | 技術指導26回 | H22年度から配置   |
| 食品加工   |  | 講演6回<br>技術指導56社 | 講演9回<br>技術指導103社 | 技術指導35社 | 商品化15件<br>(H21:5件、H22:3件、H23:7件)<br>酒粕ういろろ、生姜飲料、<br>トマトカレー等 |

技術指導アドバイザー

|        |  | H21 | H22 | H23 | 備考                           |
|--------|--|-----|-----|-----|------------------------------|
| 機械・金属等 |  | 38件 | 32件 | 7件  | 登録者数 H21:9名、H22:5名<br>H23:4名 |
| 食品加工   |  | 9件  | 3件  | -   | 登録者数 H21:10名、H22:3名          |
| 紙産業    |  | -   | 4件  | -   | 登録者数 H22:2名                  |
| その他    |  | -   | 4件  | -   | 登録者数 H22:1名(アロマ関係)           |

## 総括、評価、今後の取り組み等

○企業からの要望に沿った研修を実施することで当初計画以上の参加が得られている。

○職員や特別技術支援員だけでは指導できない技術的課題は、企業ニーズに応じて技術指導アドバイザーを派遣している。

⇒今後は、取り組みをさらに高度化し、技術レベルに対応した研修カリキュラムの設定などを行い、合格率の向上を図る。



# 連携テーマ 人材育成・人材確保【その11】

| 項目          | 具体的な取り組み         | 具体的な成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|-------------|------------------|--|--|
| 1.人材を県内で育てる | ○食品加工施設の生産管理の高度化 | <p>○目的・概要<br/>外商を行うにあたって、消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化対応への支援を行うため、専門家の派遣や研修等を行う。<br/>また、関係法令が複雑で食品加工事業者の課題となっている適正表示に対する支援を行う。</p> <p>○実績<br/>「自主衛生管理マニュアルモデルの提示」<br/>20業種についてモデルを提示<br/>「食品加工施設の個別調査及び改善策の提案」<br/>H21年度:20件、H22年度:50件<br/>「生産管理高度化に関する研修会の開催」<br/>消費地からみた生産管理、食品表示、微生物、防臭防そ、異物混入、等<br/>H21年度:衛生と表示の基礎研修…150企業、210名<br/>H22年度:生産管理高度化研修…6メニュー、延べ422名受講<br/>H23年度: // 10メニューで開催中(予定)<br/>3メニュー、延べ200名受講(8月末)</p> <p>「表示のワンストップ助言」<br/>H22年度:266件、H23年度:178件(8月末)</p> <p>⇒生産管理高度化や食品表示適正化への意識が高まりつつある。</p> | ○それぞれの企業レベルに応じてステップアップする必要がある。<br>⇒加工をすすめる上での基本の徹底を引き続き実施するとともに、ケーススタディ情報ネットワーク構築を目指す。 |



# 連携テーマ 人材育成・人材確保【その13】

| 項目                 | 具体的な取り組み                       | 具体的な成果等   | 総括、評価、今後の取り組み等 |        |        |        |     |     |     |     |           |           |           |           |         |          |         |         |          |          |         |          |         |          |          |          |  |
|--------------------|--------------------------------|---|----------------|--------|--------|--------|-----|-----|-----|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|----------|---------|---------|----------|----------|---------|----------|---------|----------|----------|----------|--|
| <p>1.人材を県内で育てる</p> | <p>○土佐フードビジネスクリエーター(土佐FBC)</p> | <p><b>○目的・概要</b><br/>                     高知大学での食品製造・加工や品質管理技術等の技術に関する講義、マーケティングや経営学などマネジメント等に関する講義、高知県工業技術センター等において現場レベルでの実習からなる教育プログラムを実施(高知大学が自治体と連携し開催)<br/>                     ⇒ 今後の地域における食料産業を支える中核人材を養成<br/>                     ・平成20年度～21年度:南国市、香美市、香南市<br/>                     ・平成22年度～24年度:高知県(上記3市を中心に県全域に拡大)</p> <p><b>【研修コース】</b><br/>                     Aコース (研修期間:2年間)<br/>                     食料産業の経営から開発までを担える中核人材を養成<br/>                     Bコース (研修期間:1年間)<br/>                     技術力を有した食料産業従事者を養成<br/>                     Cコース (研修期間:1年間)<br/>                     経営的な視点を有する農業従事者を養成</p> <p><b>○実績</b><br/>                     文部科学省:地域再生人材創出拠点評価(中間評価)で<b>総合評価 S (最高評価)を獲得</b><br/>                     (14機関中2機関のみ)</p> <p>[修了生]</p> <table border="1" data-bbox="730 1007 1637 1190"> <thead> <tr> <th>平成20年度</th> <th>平成21年度</th> <th>平成22年度</th> <th>平成23年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>16人</td> <td>32人</td> <td>30人</td> <td>46人</td> </tr> <tr> <td>〈コース別修了者〉</td> <td>〈コース別修了者〉</td> <td>〈コース別修了者〉</td> <td>〈コース別受講生〉</td> </tr> <tr> <td>Aコース 一人</td> <td>Aコース 11人</td> <td>Aコース 9人</td> <td>Aコース 7人</td> </tr> <tr> <td>Bコース 10人</td> <td>Bコース 10人</td> <td>Bコース 8人</td> <td>Bコース 23人</td> </tr> <tr> <td>Cコース 6人</td> <td>Cコース 11人</td> <td>Cコース 13人</td> <td>Cコース 16人</td> </tr> </tbody> </table> <p>⇒平成20～21年度の修了生の活動事例<br/>                     ・農産物生鮮・加工企業所属(生姜リキュール開発)<br/>                     ・地域の農産物加工グループ代表(加工品の開発製造、量販店で取扱)<br/>                     ・市職員から転身し、地元柑橘を使ったジェラート店を起業 など</p> | 平成20年度         | 平成21年度 | 平成22年度 | 平成23年度 | 16人 | 32人 | 30人 | 46人 | 〈コース別修了者〉 | 〈コース別修了者〉 | 〈コース別修了者〉 | 〈コース別受講生〉 | Aコース 一人 | Aコース 11人 | Aコース 9人 | Aコース 7人 | Bコース 10人 | Bコース 10人 | Bコース 8人 | Bコース 23人 | Cコース 6人 | Cコース 11人 | Cコース 13人 | Cコース 16人 | <p>○修了者の中には、食品産業における企業等の中核的人材として活動している方も多く、修了者同士の情報交流も盛んである。<br/>                     ・国の評価も高く、県内の人材育成の先進的な取り組みである。<br/>                     ⇒県全体の人材育成につなげるため、幡多教室の開催を準備中(10～12月)</p> <p>平成25年度以降の継続のあり方についての検討が必要</p> |
| 平成20年度             | 平成21年度                         | 平成22年度  | 平成23年度         |        |        |        |     |     |     |     |           |           |           |           |         |          |         |         |          |          |         |          |         |          |          |          |  |
| 16人                | 32人                            | 30人   | 46人            |        |        |        |     |     |     |     |           |           |           |           |         |          |         |         |          |          |         |          |         |          |          |          |  |
| 〈コース別修了者〉          | 〈コース別修了者〉                      | 〈コース別修了者〉   | 〈コース別受講生〉      |        |        |        |     |     |     |     |           |           |           |           |         |          |         |         |          |          |         |          |         |          |          |          |  |
| Aコース 一人            | Aコース 11人                       | Aコース 9人   | Aコース 7人        |        |        |        |     |     |     |     |           |           |           |           |         |          |         |         |          |          |         |          |         |          |          |          |  |
| Bコース 10人           | Bコース 10人                       | Bコース 8人   | Bコース 23人       |        |        |        |     |     |     |     |           |           |           |           |         |          |         |         |          |          |         |          |         |          |          |          |  |
| Cコース 6人            | Cコース 11人                       | Cコース 13人  | Cコース 16人       |        |        |        |     |     |     |     |           |           |           |           |         |          |         |         |          |          |         |          |         |          |          |          |  |

## 連携テーマ 人材育成・人材確保【その14】

| 項目  | 具体的な取り組み  | 具体的な成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等   |
|---|---|--|--|
| 2.人材を外から持ってくる・人材を引き留める  | <p>○都市部での移住・新規就業希望相談者会等の実施</p> <p>○移住・UJIターン、就業相談の機能、体制強化</p> | <p>○目的・概要<br/>人口減少、少子・高齢化による地域や産業の担い手不足に対応するため、本県の豊かな自然や温暖な気候、新鮮な食材等を活かし、県外からの移住やUJIターンを促進する取り組みを実施。</p> <p>【具体的取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・都市部での移住相談会等へ年間20回以上参加、出展</li> <li>・ホームページ、メールマガジン、郵送による情報発信</li> <li>・移住の総合案内人である移住コンシェルジュを3名配置（地域づくり支援課及びひろめ市場に設置の事務所で移住相談に対応）</li> <li>・移住希望者のフォローアップ用データベースの構築</li> </ul> <p>○実績</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H22年度移住相談件数は442件（目標360件）</li> <li>・H23年度移住相談件数は201件（目標450件）：H23年8月末現在</li> </ul> <p>⇒<u>・H22年度移住者数：22組34人</u><br/> <u>・H23年度移住者数：15組33人：H23年8月末現在</u><br/>           ※高知県の相談窓口を通じて移住された方</p> | <p>○民間の視点を持つ移住コンシェルジュが、移住相談の総合窓口として対応。都市部での移住相談会等に積極的に参加し、データベースも活用してきめ細やかなフォローアップを行った結果、移住相談件数、移住者数とも増加した。</p> <p>移住者の最終的な受入窓口となる市町村や民間団体との連携強化が必要。</p> <p>⇒市町村や民間団体と連携した高知県全体をPRする移住相談会の実施を検討し、日々の移住相談においても、すみやかに橋渡しができるよう常に情報共有を行う。</p> <p>○移住コンシェルジュによるきめ細やかなフォローアップは、移住促進の中核的な取り組みであり、今後においても体制の充実が必要。</p> <p>⇒移住促進に取り組む民間団体の立ち上げ及び移住コンシェルジュの活動に対して支援を行う。</p> |
|  |   |  |  |



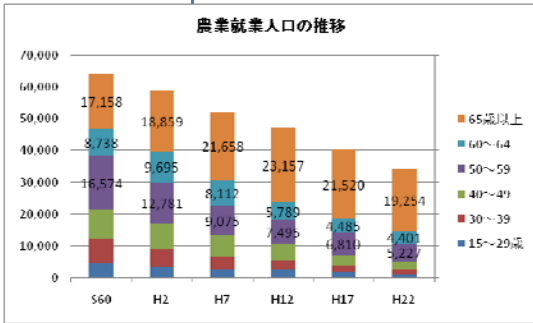
**項目**  
2.人材を外から持ってくる・人材を引き留める

**具体的な取り組み**

○農業を支える担い手を育成

【目標】  
◆認定農業者数  
H23:4,340経営体

【目標】  
◆新規就農者数  
H21:年間150人  
H22以降:年間170人



**具体的な成果等**

■認定農業者の育成・確保  
・認定農業者の育成・確保に向け、フォローアップ活動を通じた経営改善計画の達成支援及び再認定への誘導、各地域でリストアップした農家の新規認定を関係機関を挙げて推進。

■新規就農者の確保・育成  
・新規就農者に対し、PRから、相談、研修、就農準備など段階に応じた支援を実施。

○実績  
●実践的な研修を支援する研修支援事業の利用者が大幅に伸び、新規就農者も増加

|                  | H21   | H22   |
|------------------|-------|-------|
| 認定農業者数(人)        | 3,798 | 3,749 |
| 新規就農者数(人)        | 161   | 197   |
| 研修支援事業<br>実施市町村数 | 14    | 22    |
| 研修生数(人)          | 21    | 50    |
| 指導農業士(人)         | 38    | 43    |

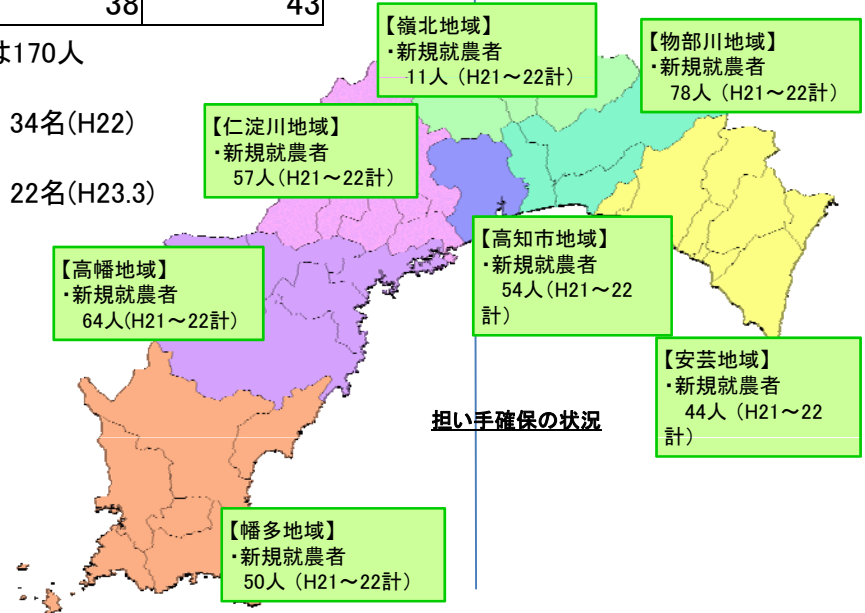
(注)H22の新規就農者数の目標は170人

- 都会で学ぶ農業技術研修受講者 34名(H22)  
うち12名が高知県での就農を希望
- 窪川アグリ体験塾長期研修生 22名(H23.3)

**総括、評価、今後の取り組み等**

○認定農業者は、H22年度末には減少傾向に入り、目標であるH23年度末までに4,340経営体を確保することは困難  
⇒国が認定農業者への施策の集中から「意欲ある多様な農業者」の支援に転換したことから、今後は、担い手を企業の経営体へと育成する取り組みへと重点を移行

○新規就農者数については、H21、22年度は目標を達成している。H23年度については、現在集計中。  
⇒新規就農者対策については、生産組織等、地域が主体となって、就農希望者を育成できるように体制を強化

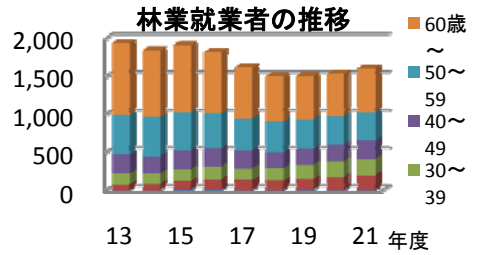


項目  
2.人材を外から持ってくる・人材を引き留める

## 具体的な取り組み

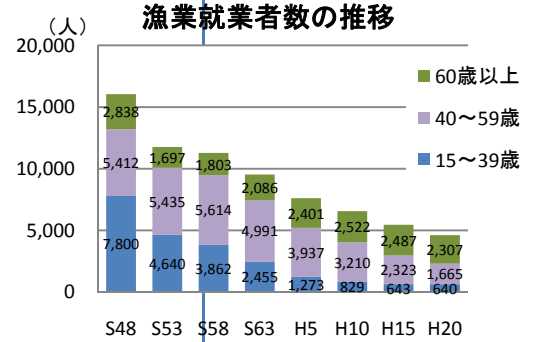
○林業を支える担い手を育てる

【目標】  
◆担い手：1,560人



○漁業を支える担い手を育てる

【目標】  
年間22名程度の新規漁業就業者を確保



## 具体的な成果等

◇林業就業者を確保するため、林業労働力確保支援センターと連携した取り組みを推進  
 ・林業就業希望者を対象とした就業相談会や林業体験教室を開催  
 ・新規就業者職業紹介アドバイザーを設置し、事業体訪問による雇用情報を収集  
 ・高校訪問による求職情報の収集や求人情報の提供、冊子による林業職場のPRを実施  
 ・高校生を対象とした林業職場体験教室や林業技術研修の実施  
 ⇒ **林業就業者が増加**

| H20年度  | H21年度  |
|--------|--------|
| 1,541人 | 1,611人 |

(70人増)

(就業者の平均年齢も若返り傾向)

◇林業の作業に必要な技術研修を実施

| H21年度 | H22年度 |
|-------|-------|
| 307人  | 306人  |

◇漁業の担い手の確保に向け、就業アドバイザーの設置や漁業技術習得のための支援、漁船購入のための支援の実施などにより、新規就業者が増加  
 ⇒ **年間目標を上回る新規就業者を確保**

新規漁業就業者の推移 単位：人

| 年  | H17 | H18 | H19 | H20 | H21 | H22 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 人数 | 22  | 25  | 41  | 28  | 34  | 39  |

漁業指導所調査結果

⇒ **新規就業者支援事業の利用者数の増加**

新規就業者支援事業の利用者数の推移 単位：人

| 年度       | H12～19平均 | H20 | H21 | H22 | H23(予定) |
|----------|----------|-----|-----|-----|---------|
| 長期研修開始者  | 2        | 5   | 7   | 6   | -       |
| 長期研修修了者  | 2        | 2   | 1   | 5   | 7       |
| 漁船リース利用者 | -        | -   | 2   | 4   | -       |

## 総括、評価、今後の取り組み等

○林業労働力確保支援センターと連携した林業の担い手確保の取り組みを進め、林業就業者数が増加傾向にあるなど、一定の効果が現れている。  
 ○林業技術者養成研修の回数を増やすなど研修を充実させており、基幹となる林業技術者も一定育成されている。  
 ⇒国の「緑の雇用」研修や県の林業技術者養成研修により、間伐や道づくり等を効率的に行える林業技術者を段階的かつ体系的に育成していく。  
 ○漁業者の減少と高齢化が続く中で、就業支援のための施策を充実したことにより、支援事業の利用者、新規就業者ともに増加傾向となった。  
 ⇒制度の周知により、受入れ体制の充実と受入れ漁業種類の拡大を図る。

## 連携テーマ 人材育成・人材確保【その17】

| 項目                                   | 具体的な取り組み                       | 具体的な成果等  | 総括、評価、今後の取り組み等 |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                         |                           |   |
|--------------------------------------|--------------------------------|--|----------------|-----|-----|-------------------------------|--------|---------|--------------|-----------------|----------------------------|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------|---|
| <p>2.人材を外から持ってくる・人材を引き留める</p>        | <p>○本県出身の県外大学生等への県内企業の情報提供</p> | <p>&lt;本県出身の県外大学生等の県内企業への就職促進(H22年度～)&gt;<br/> <b>○目的・概要</b><br/>                     本県出身の県外大学生等の県内就職を促進するとともに、県内企業の若年労働力の確保を図るため、大学生のインターンシップの促進や、県外在学の学生への高知で働く魅力の情報発信と就職情報の提供</p> <p><b>○実績</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>H22</th> <th>H23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県外在学の学生へダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信</td> <td>2,618人</td> <td>11月発送予定</td> </tr> <tr> <td>県外大学保護者会への参加</td> <td>6大学<br/>保護者 187人</td> <td>4大学<br/>保護者 110人<br/>(7月末現在)</td> </tr> <tr> <td>民間の就職支援会社が開催する就職相談会(県外開催)へ県の相談ブースを出展</td> <td>4回出展<br/>県出身者 286人<br/>参加</td> <td>12月以降出展<br/>(大阪2回、東京2回を予定)</td> </tr> </tbody> </table> |                | H22 | H23 | 県外在学の学生へダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信 | 2,618人 | 11月発送予定 | 県外大学保護者会への参加 | 6大学<br>保護者 187人 | 4大学<br>保護者 110人<br>(7月末現在) | 民間の就職支援会社が開催する就職相談会(県外開催)へ県の相談ブースを出展 | 4回出展<br>県出身者 286人<br>参加 | 12月以降出展<br>(大阪2回、東京2回を予定) | <p>○ 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を出展する等により、高知で働く魅力とUターン就職のPRができた。</p> <p>⇒ 高知県の人材確保に関わる担当部署や関係団体とともに、高知県で働く若い人材を求めているというメッセージを伝えていく。</p> <p>⇒ 県外大学生向けの県内のインターンシップ受入れ企業の開拓と県外大学生へのインターンシップ情報提供。</p> <p>⇒ 進学者が多い高校の生徒に高知で働く魅力や県内企業の情報を提供する取組。</p> <p>⇒ 企業訪問時に大学生採用に関する調査を併せて行うことで、より正確な実態把握に努める。</p> <p>⇒ 高校卒業時に「高知県U・Iターン人材システム」を周知する。</p> <p>⇒ 県外事務所と連携し、県外大学でのUターンセミナーや保護者会への参加を働きかける。</p> |
|                                      | H22                            | H23  |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                         |                           |   |
| 県外在学の学生へダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信        | 2,618人                         | 11月発送予定  |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                         |                           |   |
| 県外大学保護者会への参加                         | 6大学<br>保護者 187人                | 4大学<br>保護者 110人<br>(7月末現在)   |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                         |                           |   |
| 民間の就職支援会社が開催する就職相談会(県外開催)へ県の相談ブースを出展 | 4回出展<br>県出身者 286人<br>参加        | 12月以降出展<br>(大阪2回、東京2回を予定)  |                |     |     |                               |        |         |              |                 |                            |                                      |                         |                           |   |