

産業成長戦略（専門分野）実行3年の総括シート

目 次

1	農業分野	1
2	林業分野	29
3	水産業分野	41
4	商工業分野	63
5	観光分野	85

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み [対策に関する具体的な取組み内容を記載]	具体的な成果 [可能な限り具体的な数値を記載]
《農業》		
1 競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築〔まとまりのある産地づくり〕		
1 生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築		
(1) 生産から流通・販売にいたるまでトータルに支援		
◆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 ①農販店とのパートナーシップの構築 ・関東、関西地区において、高知の取組を理解してもらい、信頼できるパートナーとして関係を構築し、他産地との差別化や継続した取引につなげる。 ・卸売市場の産地と実需者との調整機能の活用	(H21年度) ・新需要開拓マーケティング協議会設置 (H21.6) ・卸売会社や農販店との合意による販促活動の展開 パートナー農販店 (関東2社、関西2社) パートナー農販店での高知フェアの展開 関東2社：15回、159店舗 (のべ) 関西2社：17回、20店舗 (のべ) ・パートナー農販店の産地招へいによる高知県の取組環境保全型農業への理解 (関東2社、関西1社) (H22年度) ・卸売会社や農販店との合意による販促活動の展開 関西新規パートナー農販店の追加：(株)阪急阪神百貨店 (パートナー農販店：関東2社、関西3社) パートナー農販店での高知フェアの展開 関東2社：55回、302店舗 (のべ) 関西3社：25回、58店舗 (のべ) 高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗 ・パートナー農販店の産地招へいによる県の取組環境保全型農業への理解 (関東2社：3回 関西2社：2回) ・特別栽培産物の販売促進の展開 (H22年11月～) ・環境保全型農業等高知県の取組に対する認知度調査を東急ストアで実施 (H23年度) ・卸売会社や農販店との合意による販促活動の展開 パートナー農販店での高知フェアの展開 関東2社：26回、237店舗 (のべ) 関西3社：27回、126店舗 (のべ) 高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗 ・パートナー農販店、販売支援員の産地招へいによる県の取組環境保全型農業への理解 パートナー農販店：関東1社(2回)、関西1社(1回) 販売支援員：関東1社(1回) ・新園芸ブランドマークでの販売促進の展開 (11月～) ・県産青果物トップセールス (関西1回) ・環境保全型農業等高知県の取組に対する認知度調査を東急ストアで実施	・定期的な高知フェアの展開や高知コーナーの設置、産地招へい等、農販店とのパートナー関係づくりにより、環境保全型農業の取組認知度が向上するとともに、取扱品目や数量も増加した。 関東 パートナー農販店1社 (拠点店舗) ・認知度の向上 H22.6 8% → H24.2 21.5% ・取扱数量、販売額の拡大 他県産から高知県産への転換 (生姜、小ねぎ、きゅうり、等) 関西 パートナー農販店1社 (拠点店舗) ・取扱数量、販売額の拡大 販売額 3.7倍 (H21年度比)
②中食・外食等の業務需要の展開 ・業務加工用青果物の販路拡大 (既存規格品業務加工仕向け取引のニーズ対応強化、規格外品の出荷の仕組みづくりと販路拡大)	・新需要開拓マーケティング協議会設置 (H21.6) ・新規取引の開拓や既存取引の拡充のための食材提案 (食材提案件数 H22：26社、1団体 H23：5社、イベント8件、商談会2件) ・高知野菜の業務加工向け提案メニュー作成 (H21) ・ふるさと雇用再生業務需要販路開拓事業により、園芸連に対応する職員2名配置 (H21)	・新たな取引の開拓 H21：13社 (関東8社、関西4社、県内1社) H22：7社 (関東6社、関西1社) H23：3社+イベントでの期間限定メニュー化1件 (関東)
・県内加工の推進 (農業者が主体となった県域での加工に向けたモデル的な取組展開)	○園芸戦略推進会議に加工推進部会を設置 (H22.7) (構成：園芸連、全農高知、県) ○部会の開催 (H22：7・9・12月) ・各JAの加工への取組意向調査を実施 ・品目をリストアップしモデル品目候補を絞り込み (高知の強みのある品目かつ安定供給可能) (H23：7月) ・文旦 (モデル品目) の商品化に向けた産地と事業者との調整	○モデル品目を決定 ・文旦 ・ショウガ ○加工品商品化への動き ・文旦のジャム商品化 ・産地と加工企業とのマッチングにより、土佐文旦約15tを一次加工し、調理素材として首都圏に提供することにつながった。
③特産野菜等コラボレーション事業 ○地域野菜等の販売戦略として、飲食店等での効果的なフェア等の展開を行い、販売拡大や生産拡大につなげる地域の活動を支援する。	(H21～H23) ・市町村担当者会での説明、呼び掛け ・取組組織との協議・調整 (H22) ・新規取組候補地区への取組紹介と協議 (1地区・1団体) (H23) ・新規取組候補地区への取組紹介と協議 (四万十町) ・補助金の交付決定 (H21～H23) 室戸市特産野菜等コラボレーション協議会 嶺北地域農林業振興連絡協議会 (農業部会) 四万十農産協同組合	【嶺北地域農林業振興連絡協議会】 ・香川県の生協10店舗に「れいほく特産品」の常設棚が設置された。 ・イベント等の開催状況 れいほくフェア 7回 (販売品目：れいほく八菜、ゆず加工品等)、出前授業 3回、親子料理教室等 2回、嶺北産地交流ツアー 2回 【室戸市特産野菜等コラボレーション協議会】 ・京都と岡山の農販店にて室戸フェアの実施 (5回) 販売品目：西山きんとき、ボンカン、文旦、深層水青のり、鰯缶詰等 【JA四万十】 ・京都の農販店での四万十フェアの開催 (1回) 販売品目：水耕せり、ミョウガ、ピーマン、ニラ、干しいたげ、豚まん、生姜ポン酢等

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
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%) 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	パートナーシップ量販店の消費者の高知県取組認知度 21.5% 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 販売額の拡大 (関西: 3.7倍)	<ul style="list-style-type: none"> 高知コーナーの設置や定期的な高知フェアの展開、産地招へい等、量販店とのパートナー関係づくりが、環境保全型農業の取り組み認知度の向上や取扱品目や数量の増加につながっている。 卸売会社や量販店との合意による販売促進活動が、新たな展開、関係の強化につながり始めた。 ○パートナー量販店(基幹店舗)で定期的(月1回)に高知青果フェアが開催できるようになった。 ○パートナー量販店(基幹店舗)での取組が、他店舗に広がり始めた。 ・他店舗での高知青果フェアの展開 ・高付加価値商品(リパック品)による消費者に商品とともに食べ方を伝える販売が開始 ○卸売会社から、新規のパートナー量販店の提案が出始めた。 ○卸売会社やパートナー量販店から基幹店舗の拡大や高知コーナーの充実などの提案が出始めた。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー量販店や卸売会社、仲卸などと情報を共有しながら、基幹店舗の拡大やパートナー量販店の見直し、効果的な高知青果フェアの展開等、相互メリットのある取組を進めていく。 ・環境保全型農業の取り組みなどを伝える販売で重要となる販売支援員や店舗の青果販売担当者に対して研修を行うことにより販売を強化していく
業務加工需要の顧客開拓数 計25件	業務加工需要の顧客開拓数 24件	<ul style="list-style-type: none"> 業務向けへの食材提案や本県の取り組みを理解していただくための産地招へいが、業務需要の新規顧客開拓につながっている。 ・ハスイモや花二郎など、本県の独自食材の提案を通じて、本県園芸品の取引拡大につながっている。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・実需者側(卸売市場、仲卸、業務需要会社)の情報の共有により、相互メリットのある取引の拡充と取引の新規開拓を進める。
<ul style="list-style-type: none"> ・県域で加工に取り組むモデル品目の絞り込みと加工試作品作成(2品目) ・加工品の販路開拓(2品目2社) 	県域で加工に取り組むモデル品目の絞り込みと加工試作品作成 文旦加工品2品目	<ul style="list-style-type: none"> 文旦: 一次加工品(果肉缶詰等)による需要の開拓への動きが進展、また、下級品の付加価値化が実現した。 ・ショウワ: JAIによるバウダー化と商品開発への動きはあるものの、青果としての需要が旺盛であり、規格外品でも新規加工向けの供給量確保が困難となっている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・6次産業化の推進 生産、加工、販売の一体化による付加価値向上 (農業団体が主体となった加工の可能性の再確認)
フェアの開催(関係づくり、認知度向上) パートナーとの継続取引(販売拡大へ) 販売額のアップ(現販売額の10%増) ・3地区での事業実施	○嶺北地域 れいほく特産品コーナー常設店舗10店舗になり、販売額は大幅に増加 ・平成23年度3地区での事業実施	○嶺北地域 ・香川県の生協で、「四国の水櫃・早明浦ダムの里より土佐れいほく市場」と銘打った「れいほく特産品コーナー」の設置は事業開始当初5店舗であったが、3年間事業を実施し10店舗にまで拡充し、れいほくの認知度が上がり販売拡大につながっている。 ・アンケートの結果を受けた産地の体制作りの進展があった。 ○室戸地域 ・一定のリピーターが出て来ており、西山きんときやボンカンを目当てに訪れた人がいるなど、室戸産品の認知度が上がっている。 ・好評を反映して、店舗間からも、フェアの回数、店舗数の増加要望もあり、協力関係が強化されている。 ○四万十町 ・四万十の高い知名度を活かした特産品のPRにつながっていることから、地域野菜を中心に地域を積極的に売り込もうという熱意が出て来た。	A	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー量販店との継続した取引引きに向けた関係性の構築 ・特産野菜等の品目別戦略として事業を実施してきたが、今後は特産野菜等をツールの一つとした「地域まるごと」を売り込む事業とし産業振興を図っていく。

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）

戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
④特産果樹（土佐文旦、新高梨）の生産販売のあり方を検討する場づくり及び系統共販に向けた産地体制の整備、アンテナショップ等を視野に入れた県外への販路開拓	<土佐文旦> ・土佐文旦の今後の在り方を協議する場作りとして、生産者が協力し合い「土佐文旦振興対策協議会」を発足。 ・協議会として土佐文旦のPRを行うため「土佐ぶんだん祭りの開催に取り組んだ。（H21～23） ・「てんたん」の園芸連での販売開始（H21～） ・パートナー量販店を軸に県外への販売活動の強化 <新高梨> ・針木梨組合が園芸連を通じた販売を開始（H21～） ・「まるごと高知」を活用した販促活動及び外商活動の開始（H22、23）	【土佐・ぶんだん祭】 ・県内では各種イベントとコラボし、H21年度より土佐・ぶんだん祭を開催し土佐文旦の生産者が一丸となって県内外の方々に土佐文旦をPR。独自の資材作成によるPRなど協議会の中心的活動に位置づいた。 ・H22より「まるごと高知」でも土佐・ぶんだん祭in東京を開催し、公社との連携により拡充したPR活動となっている。 【県外への販売拡大】 ・首都圏への販売拡大にはパートナー量販店を通じた販促活動を行い、特に北関東では茨城県に重点を置いた活動を行い、店舗にも売れる商材として認知された。 ・関西では、駅あり商品として「説明+手ごろな価格」での販売も試み、販売の幅が広がっている。 ・園芸連の県外販売量 H21：1,194t(217t) H22：680t(155t) ()は関東での販売量 H22：1,059t(259t)
⑤モニタリングによる実践的な花店への営業を通じ、花きに対する実需者ニーズを把握することにより、販売流通、生産出荷体制について産地ビジョンと販売戦略を確立	・モニタリング調査の実施（21～23年度：延べ33市場） ・調査結果の関係者（園芸連・市場・県）との共有 ・消費地と生産者との交流会の開催（1回） ・モニタリング調査結果の産地へのフィードバック ・アンテナショップ等における県産花き展示PR（2カ所） H22：2カ所（椿山荘、アンテナショップ） H23：1カ所（アンテナショップ） ・「高知の花き」を発信できるPR資材の作成	・調査結果の関係者（園芸連・市場・県）との共有 ・消費地と生産者との交流会の開催（1回：関東3人・関西4人） ・産地では調査を通じ、市場等の声を数多く聞くことができ、産地活動の活性化に繋がっている。 ・モニタリング調査実施後の産地へのフィードバックにより下記の取組が始まった 【ソリダスター】花持ちの悪さ→栽培面も含めた日持ち改善対策の実施（実証圃設置） 【グロリオサ】ツルの絡み・新品種の開発→出し方等の工夫検討中・オレンジハートの販売 【トルコ】縦箱輸送の評価→市場評価は高いので、費用対効果の検証をシコストダウンを図る 【デルファイ】もっと豪華感を→豪華さがボリューム感を意識した生産を心がける 【テッポウコリ】品質の向上→定期的な現地検討会・目視し会の実施 ・調査を通じ、実需者の産地訪問へのニーズを掴むことができた。 ・アンテナショップ等での展示により、県産花きの良さを多くの方に知ってもらえた ・「高知の花き」PR用のDVDができあがり、関係機関、市場等へ配布することができた。
◆一元集出荷体制の強化 ★産地側、実需者側の多様なニーズに対応できる販売の検討 ・産地の「見える化」による販売の強化	・見える化商品の販売や今後の取組み等についてPTを作り検討を進める（H22：8回、H23：5回） ・見える化商品のモデル販売（7件） ・パートナー量販店の高知フェアを通じたPR活動（H22：5回、H23：8回） ・認知度向上も兼ねたアンケート調査の実施（H22、H23） ・高知野菜サポーターとの意見交換会及び産地招へい意見交換会（H22：1回、産地招へい（H23：2回） ・市場、パートナー量販店の産地招へい（H22：2回、H23：3回） ・パートナー量販店販売支援員の産地招へい（H23：1回） ・新園芸ブランド確立事業を活用した園芸連新ブランドマーク「こちのエコ野菜」の立ち上げ ・新園芸ブランドマークでの販売促進の展開（11月～） ・県産青果物トップセールス（関西1回）	・高知園芸連の販売方法の中に、生産者のこだわりを見せた販売が位置づけられた。またH23にはエコシステム栽培や特別栽培等を含めた「こちのエコ野菜」ができ、環境保全型農業農産物のシリーズ販売がより充実して販売されることとなった。 ・当初モデル品目にはJAとさしの特別栽培ピーマンと土佐鷹なすが位置づけられ、振興センターやJA、生産部会の協力により、取組みや特徴の見える販促POPが出来上がり、フェア等で活用され始めた。その後、JAとさしの特別栽培シトウ等4品目へ拡大。園芸連の積極的な情報発信が進む。 ・フェア等のPRやアンケートも合わせ、本県の環境保全型農業の取組みや、JAとさしの特別栽培ピーマンの認知度が高まっている。（アンケートによる調査では本県の環境保全型農業の取組みについては約2割、エコシステムや特別栽培ピーマンは3割の方々に認知されている） ・産地招へいによる産地との交流や高知野菜サポーターとの意見交換会の実施は、生産者やJAの取組み意欲の向上に繋がっている。
★集出荷の仕組みづくりの検討 価格が低迷する中で、生産現場や市場流通などの変化に対応した新しい集荷体制を確立するため、本県の強みである一元集荷体制を強化し、競合産地に打ち勝つ高知ブランドを再構築、本県の基幹産業である園芸農業の振興を図るとともに次代を担う後継者の育成確保につなげる	【H22】 ○集出荷の実態調査による課題の明確化 →調査結果により、集出荷の課題が、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であり、この課題に対し検討を開始した。 ○モデル地域の選定 ・①農協を超えた集出荷の検討、②産先・持ち手集荷の検討について、具体的な取組みを行うため、モデル地域を選定する。 ○園芸戦略推進会議における取組みの共有化 ・園芸戦略推進会議において、方向性・取組みの承認を得ることで農協団体と共有を図りながら取組みを進めた。 【H23】 ○モデル地域における支援事業の実施	○モデル地域における支援事業の実施 ①農協を超えた集出荷の検討 →JA南国市、JA長岡、JA十市のピーマンで持ち手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。 ②産先・持ち手集荷の検討 →大豊地区、津野山地区において集出荷事業の維持と生産振興を一体化した支援を実施。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
園芸連の県外販売量 ＜土佐文旦目標＞ H20: 1,258 t →H23: 2,500 t	＜土佐文旦実績＞ H21: 1,194 t H22: 680 t H23: 1,059 t	・土佐ぶんだん祭りに取り組むことにより、県下の生産者、JA等の関係機関が一体となった活動が出来始めたことは新しく大きな動きである。 ・パートナー量販店を通じた販売促進活動は、消費地での認知度の向上に確実に繋がっている。また、産地と一体となった取り組みは量販店の期待の高まりに加え、生産者の意欲の向上と園芸連出荷を通じた県外市場に向けた販売拡大の期待の高まりにもつながっており、長期的な作り込みを行う土台が固まった。	A	・第2回、第3回の土佐ぶんだん祭りは「土佐のおきゃく」とのロゴで開催し好感度であった。乗客やPR効果を考え、今後も「土佐のおきゃく」の場を活用したPRを行っていく。 ・県外出荷の強化は、パートナー量販店との活動にもっと産地を巻き込み、消費ニーズにマッチした規格等に変更していく。 ・光センサーで得られた選果データを分析し販売面、生産面へ有効活用していく。
＜新高梨目標＞ H20: 30 t →H23: 60 t	＜新高梨 実績＞ H21: 39 t H22: 11 t H23: 27 t	・近年の天候不順で梨の生産状況は極めて不安定な状態が続いているが、アンテナショップの立ち上げを機会に針木梨組合との関係が深まるなど、今後は園芸連の機能を活かした販売提案を実施し販売量の拡大を図っていくことを確認した。		・産地は園芸連との付き合いも浅く、園芸連の機能を十分活かすためには、産地に対し、業務需要等も含めた販売展開の提案が必要であり、関係機関と連携し進めていく。
・産地と消費地及び、県域での交流の場づくり(品目毎)を行う生産量、出荷額の維持、総合的な県産花きの販売戦略構築	・ユリの交流会の実施(H23.2.17~18) ・産地ビジョン、販売戦略が策定された	・モニタリング調査により、県産花きの各産地の品目毎の消費地ニーズや問題点、課題が明らかになってきた。また、生産者が直接、花屋の意見を聞くことにより、消費者のニーズにあったものづくりへの定かりとなった。 ・交流会の開催により実需者と生産者の交流が促進された。 ・展示により県産花きのPRにつながった。	A	・モニタリング調査の結果から消費地と産地の顔の見える関係づくりの強化が必要で、今後は実需者と産地が交流できる場作りをおこない発信を行う。また、アンテナショップ等、高知県を意識されやすい場所での消費者へのPR活動を拡大する。 ・「高知の花き」を発信できる資材として作成されたDVDを市場等に協力してもらい、PR活動を行っていく。
・生産の拡大 ・集出荷体制の維持	・モデル地域として3地域で事業を実施	・見える化による生産者のこだわりを見せた販売方法は、本県の環境保全型農業に積極的に取り組む、ステップアップしていく生産者の、販売面の目標になる販売方法となるため、高知県園芸連の新たな販売方法に加わったことは大きい。 ・H23年末に立ち上がった「こうちのエコ野菜」ブランドは、エコシステム栽培と特別栽培を包括したブランド展開が可能となり、生産部会、JA、園芸連、県が一体となった動きが必要となる。園芸連が実需者を意識した販売方法を充実していく流れは、これからの消費者の嗜好にマッチしている。	S	・本県の園芸連を通じた環境保全型農業産物の包括ブランドとして特別栽培、エコシステム栽培の栽培から販売までストーリーを持たせたブランド作りに取り組む。 ・ブランドへの訴求力を持たせるためにも、見える化商品の品目拡大を進める。 ・園芸連が今まで以上に個性を持った情報発信ができるよう、生産面等と情報を共有し進めていく。
・生産の拡大 ・集出荷体制の維持	・モデル地域として3地域で事業を実施	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集出荷場の合理化に向けた実証試験により、ピーマンでの拠点集出荷体制を検討することについて、基礎データを蓄積することができた。 ②農協内の産先・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農荷への支援が始まった。 ・津野山地区：新規に土佐甘とうの栽培を開始 →新しい品目の導入により産地維持に向けた機運が高まっている。	A	・今後は、同様の取り組みを行っている中山間地域対策と連携して次年度の「ル」地区の選定や事業成果について県域への活用を検討する。

◎農業分野

産業成長戦略(専門分野)			
戦略の柱	取組方針	実施	
これからの対策			
		具体的な取組み	
		具体的な成果	
		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	
		〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕	
<p>◆県産園芸品の総合的なPRを行い、関東、関西など大消費地におけるイメージアップや、消費拡大に繋げる</p>		<p>・環境保全型農産物の取組みなどを紹介する特集番組を放映 (H21: 6番組、H22: 3番組、H23: 8番組) ・高知野菜紹介CM放送 (H21: 高知県内67本) ・テレビ、雑誌での高知野菜運動紹介 (H22: おかずのクッキング) ・大消費地でのPRイベントの開催 (H21: キッザニア東京1日貸切イベント) (H22: キッザニア甲子園で野菜販売の体験ができる1週間の期間限定パビリオン開設、高知やさい体験ショーの開催(1日)) (H23: 高知野菜フェアin赤レンガ倉庫(ビニールハウスの設置、試食・試飲及び即売会、近隣カフェでの高知野菜を使った限定メニューの提供) ・県内でのイベント開催 (H21、H22、H23)</p>	<p>・既存のレギュラー番組内で、著名人や生産者の生の声による効果的なPRの実施 ・「おかずのクッキング」で雑誌掲載→テレビ紹介による一定期間にわたるPRの実施 ・イベント来場者数 H21: キッザニア東京 1,131名、高知 約700名 H22: キッザニア甲子園 期間中來場者12,330名、パビリオンスタッフ体験者387名、野菜購入者2,200名、ショー入場者100名、高知 約830名 H23: 高知野菜フェアin赤レンガ倉庫 約7,000名、高知 1,500名 ・高知野菜の認知度 関東: 目標5位→実績7位 (H21)、9位 (H23) 関西: 目標1位→実績4位 (H22)、4位 (H23)</p>
<p>(2) 農産物輸出の推進</p> <p>◆品目の取組進度に応じた輸出の拡大</p> <p>・農産物輸出促進事業による支援強化 ・園芸戦略推進会議生産販売力向上プロジェクトチームにおける輸出促進部会による品目別、地域別の試験輸出方針策定、情報共有、計画の推進 ・貿易促進コーディネーターとの連携による産地支援</p>		<p>・農産物輸出促進事業補助金による産地支援 (H21: 4団体 1,749千円) 高知市: JA高知市三里園芸部花卉部会 グロリオサ 大豊町: JAとさせいほく ゆず加工品 佐川町: 黒岩梨出荷組合 新高梨 園芸連: 生鮮園芸品及び農産加工品 (H22: 5団体 2,564千円) 高知市: JA高知市三里園芸部花卉部会 グロリオサ 香南市: JA土佐香美園芸部メロン部会夜須支部 メロン 大豊町: JAとさせいほく ゆず加工品 佐川町: 黒岩梨出荷組合 新高梨 園芸連: 生鮮園芸品及び農産加工品 (H23: 4団体 2,513千円) 高知市: JA高知市三里園芸部花卉部会 グロリオサ 大豊町: JAとさせいほく ゆず加工品 園芸連: 生鮮園芸品及び農産加工品 全農高知: 茶、米 ・国外市場調査 (H21: シンガポール、オランダ、ニューヨーク) (H22: シンガポール、オランダ) (H23: フランス) ・輸出促進部会設置による県域の輸出のあり方検討</p>	<p>【目標】 ・農産物の輸出の拡大 支援団体 H21: 4団体 H22: 5団体 H23: 4団体 グロリオサの輸出数量 (H22) 目標25,000本/年→実績約74,500本/年 ・輸出促進部会での協議を通じ、重点品目、重点国等を決定 グロリオサ→アメリカ、アジア (シンガポール、上海等) メロン、文旦→アジア (シンガポール、香港等)</p>
<p>2 まとまりのある園芸産地の再構築</p>			
<p>(1) 園芸戦略推進会議における戦略の共有と実践</p>			
<p>◆県域・地域における農業者と農協が信頼関係で結ばれる産地のままとりの再構築</p> <p>県が、農業団体の主体性を誘導しながら、生産者、農業団体などの関係者と一体となり、ままとりのある産地づくりを図るため、県域と12地域の戦略推進会議において取り組みを実施する。</p>		<p>○園芸戦略推進会議の開催による課題の協議・方向性の承認 (開催日及び主な内容) ・第16回 H21.8.20 これまでの活動の総括、「産業振興計画を着実に進める決議」の採択 ・第17回 H22.2.19 生産出荷計画の共有、販売の取組み、担い手の育成について協議 ・第18回 H22.6.14 集出荷の仕組みづくりの検討、産地側と実需者側の多様なニーズに対応した販売の検討 ・第19回 H23.2.10 「園芸産地づくりの基本的な考え方」、「多様なニーズに対応した販売」について方向性の共有 ・第20回 H23.8.25 こだわり農産物の販売、所得確保の取組み、担い手の確保・育成について方向性の共有</p>	<p>○産業振興計画の着実に推進に向けた取組み ・農業団体とともに「産業振興計画を着実に進める決議」を採択し、産業振興計画の実現に向けた決意表明を行った。(H21.8.20) ・エコシステム販売品が野菜類の販売金額の80%を達成し、主要品目の取組割合を高めること、新園芸ブランドによる顔見せ販売の拡充に向けて取り組んでいくことを決議。(H23.8.25) ○県と農業団体の連携した取組みの実施 ・農業団体と生産出荷指標・生産出荷計画の共同策定 ・集出荷のモデルの取組み ・産地と実需者のニーズに応じた販売</p>
<p>(2) まとまりのある園芸産地の育成</p>			
<p>◆学び教えあう場の仕組みづくり</p> <p>コスト高が吸収出来る高収益・高品質対策を早急に県内全域に広げていくため、一部の篤農家が今までに蓄積してきた優れた生産技術を、産地の生産者に速やかに移転できるよう、相互に学び教えあう仕組みづくりを行う。</p>		<p>○「学び教えあう場」を設置し現地検討会を開催 ・カ所数: H21: 170カ所、H22: 181カ所、H23: 181カ所 ○県域の生産者交流会の開催 ・品目横断の生産者交流推進大会を開催 (H21.9.9、H22.9.17) ・品目別交流会を実施 H21: 6品目: ミョウガ、小ナス、ピーマン、花き、ユズ、文旦 H22: 10品目: ニラ、小ナス、米ナス、オクラ、ショウガ、シシトフ、ピーマン、文旦、グロリオサ、ユリ H23: 14品目: ショウガ、グロリオサ、ミョウガ、シシトフ、ニラ、米ナス、小ナス、キュウリ、オオバ、トマト、イチゴ、ユズ、文旦、新高梨 ○生産出荷指標・生産出荷計画の取組み ・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と生産出荷計画を共同策定し、その実現に向けた取組みを開始。</p>	<p>○「学び教えあう場」の参加率 ・H21: 68.8%、H22: 68.5%、H23: 70.0% ○対象農家数 ・H21: 4,238人、H22: 4,473人、H23: 4,327人 ○「学び教えあう場」での現地検討会等の実施 (H21: 748回、H22: 832回、H23: 816回) ○出荷量 ・JA土佐あき 安芸集出荷場 (ナス): H21園芸年度3,971t (対前年比117%) H22園芸年度3,807t (対前年比97%) H23園芸年度4,378t (対前年比114%) ・JA土佐くろしお集出荷場 (キュウリ) H22園芸年度3,804t (対前年比104%) ・JA南国市 中央・南部集出荷場 (シシトフ) H22園芸年度 383t (対前年比111%) ・JA土佐くろしお集出荷場 (ミョウガ) H23園芸年度 3,248t (対前年比108%) ・JA高知香野集出荷場 (キュウリ) H23園芸年度 10,639t (対前年比109%) ○市場要請量や県域の目標を掲載した生産出荷指標を農業団体と共同して策定</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<p>県産園芸品の認知度向上</p> <p>関東：7位→5位 関西：3位→1位</p>	<p>関東：9位 関西：4位</p>	<p>既存のレギュラー番組を活用した放映では、視聴者になじみの番組出演者からの紹介や産地の生の声を届けることで、より訴求力のある内容にできた。</p> <p>・子供に人気の施設「キッザニア」でのPRイベントは、多くの集客が得られ、将来の購買層となる子供たちに食の大切さ、高知野菜の特長を伝える機会になったとともに、その保護者層へのPRにも繋がった。</p> <p>・継続的なPRを行うことでイメージアップ、認知向上に繋がっているが、競合産地の中で順位を状態が続き、目標の順位には達していない。</p> <p>・「高知野菜フェアin赤レンガ倉庫」でのビニールハウスを使ったPRイベントでは、消費者が見て、触れて、体験することで、高知県の特徴である環境保全型農業の取組や高知野菜の優位性を消費者に伝えることが出来た。</p> <p>・高知野菜の認知度は原発事故の影響もあり、目標を達成することは出来なかったが、ビニールハウスを使ったイベントが環境保全型農業を消費者に訴求するための有効な手段であることが明らかになるなど、今後のPRイベントの基礎を作ることが出来た。</p>	A	<p>・本県の主要品目は、なすやピーマンなど広く一般的に消費される園芸野菜であり、消費者に認知してもらい選んでもらえる産地になるには、ビニールハウスを活用したPRイベントなどにより環境保全型農業の取組みや生産者の思いを地道ではあるが、継続的に伝えていくことが必要である。</p> <p>・また、本事業は農業団体と協働して取り組んでおり、単体では難しいメディア等の活用が可能であることから、広く、多くの消費者に伝わるPRを内容を工夫しながら継続実施していく。</p>
<p>・農産物(野菜、果物、花き)の輸出の拡大</p> <p>・品目別の輸出方針の決定と検証(3品目、地域別)</p> <p>・グロリオサ輸出量25,000本/年</p>	<p>・文旦・メロン・グロリオサ・ゆずを輸出に向けた重点品目に決定</p> <p>・グロリオサ輸出量 H22：74,500本 H23：61,400本</p>	<p>・農産物輸出促進事業により6団体を対象に補助金を交付決定し、輸出に取り組み団体を支援した。</p> <p>・グロリオサのPRを補助金等により支援し、アメリカを中心に輸出数量が増加した。</p> <p>・産地と連携して海外でのフェア等でPRを行うとともに、市場調査による情報収集を行い、輸出品目への評価や需要の把握に努めた。</p> <p>・県域の輸出の方向性を検討し、戦略的に輸出を促進するため、農業団体及び産業振興部と共に取組む輸出促進部会を設置した。</p> <p>・輸出促進部会で重点的に取り組む品目、輸出国を決定し、戦略的な輸出促進に向けての体制を整えつつある。</p> <p>・着実な実施に向けた支援、実施後の検証を引き続き実施する。</p>	S	<p>・重点品目毎の輸出方針に沿って、引き続き、試験輸出の着実な実行を支援していく。</p> <p>・関係機関で戦略、情報を共有し、PDCAサイクルによるマネジメントを行いながら、輸出拡大の可能性を探っていく。</p>
<p>・高い品質と収量を確保する生産者のまともづくりにより、生産戦略、流通戦略を共有し、消費地に信頼される産地を形成</p> <p>・園芸品の系統率 H19園芸年度64% →H23園芸年度70%</p>	<p>系統率：64% (平成22年)</p>	<p>・産地のまともを形成するために、生産出荷指標・生産出荷計画の共同策定などを通して農業団体と戦略の共有とその実現に向けて着実に実績を積み重ねている。</p> <p>・また、産地や実需者のニーズに応えた新たな販売手法の検討や集出荷のモデル的取り組みなど、農業団体との共有と連携した取り組みが行われている。</p>	A	<p>・目標の達成には、今後も農業団体と生産戦略、流通戦略を共有し、その実現に向けての継続した取り組みが必要。</p>
<p>・「学び教えあう場」の設置数：170カ所程度</p> <p>・ナス(A地区)参加率：100%</p> <p>・10a当たり収量 H20園芸年度：15.6t →H23園芸年度：18t</p>	<p>・平成23年度 181カ所</p> <p>・ナス(A地区) 参加率：62% (H22)</p> <p>・10a当たり収量：16.7t (H22)</p>	<p>・「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、生産者同士が交流、情報交換する機会が増え、個別農家の栽培技術の向上、収量の増加につながっている。</p> <p>・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進めている。</p>	A	<p>・「学び教えあう場」を県内34品目、181カ所以上に設置し、収量目標の達成を図る。</p> <p>・資材を利用した増収技術をグループ実証でデータ収集し、普及につなげる。</p> <p>・県域で生産者相互の交流を促進し、各品目のまともを強化していく。</p> <p>・生産出荷指標・計画を農業団体と共同作成し、その実現を進捗させていく。</p>

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）

戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
(3) 有望品目の導入・定着 ◆実証栽培による栽培技術の確立や販路開拓活動の支援 有望品目産地づくり支援プロジェクトチーム会を中心に、地域に提示した品目について、販路拡大と産地化に向けた取組みを実施する ◆水稲後作への有望品目の導入 生産力強化と所得の向上を目指し、「有望品目産地づくりモデル事業費補助金交付要綱」を制定して、水稲後作への有望品目の導入を進め、水稲後作の農地の有効活用を図る。	・今後需要の伸びが期待できる品目や県内に本格導入されていない品目など、幅広い見地から、有望と見られる品目を出荷流通団体を含めたプロジェクトチーム会で選定して、地域に提案した。 ・地域が取り組んだ有望品目に応じて、栽培技術の確立、流通販売先の開拓、販売促進活動などを行い、産地づくりに取り組んだ。 ・水稲を収穫した後の水田に有望な野菜を導入し、産地づくりを進める市町村に対して、生産資材への補助や栽培技術情報の提供などの支援を行った。 ・取り組んだ有望品目について、販売や販売促進活動を行い、産地づくりを支援した。	<平成23年度の成果> ・平成23年度の販売金額（園芸連携へ） ・ハスイモ 9,200万円 ・アスパラガス 10,900万円 ・ニガウリ 5,300万円 ・パプリカ 6,000万円 ・土佐甘とう 5,700万円 ・補助事業を活用して水稲後作に導入した品目(H22) ・ブロッコリー（四万十市:1.0ha、高知市:2.0ha） ・業務加工用ネギ（南国市:1.46ha） ・ソラマメ（大月町:1.50ha） ・補助事業を活用して水稲後作に導入した品目(H23) ・ブロッコリー（四万十市:1.1ha、高知市:1.1ha） ・カインサイ（高知市:1.1ha） ・葉ニンニク（南国市:1.6ha） ・オクラ（大月町:1.4ha）
(4) 足腰の強い花き産地づくりの支援 ◆花き新品目の試験栽培、モデル栽培、実証販売により花き産地強化を支援 時代のニーズにマッチし、かつ地域特性が生かせる花き新品目の導入を推進することにより、足腰の強い花き産地づくりにつなげる	・花き新品目について試験栽培を行い有望性を検討（H22:7カ所延べ9品目、H23:7カ所延べ9品目） ・栽培しやすく市場でも評価の高い品目についてモデル栽培を実施（H22：黒潮町テマリソウ26a、H23：黒潮町ダリア65a） ・育種に関する研修会を開催（H22：1回、32名、H23：1回、70名）	・試験栽培品目については有望性の検討が進んでいる。 ・モデル栽培のテマリソウについては既存品目のカスミソウよりも高所得が期待できるためH23年は35aに面積拡大。またH23年は黒潮町でダリアのモデル栽培65aを実施。 ・モデル栽培の2品目についてはマニュアルを作成した。 ・額北地域でユリの種苗登録が検討されている。
(5) 園芸用ハウス面積の確保 ◆レンタルハウス整備事業の充実 県内の園芸用ハウス面積を確保し施設園芸の維持・強化を目指すために、ハード面での支援としてレンタルハウス整備事業で園芸用ハウスを整備する	・ラジオやJA広報紙での事業PR ・各市町村への個別訪問による事業説明 ・関係機関へ事業拡大等に関するアンケート実施 ・省エネ対策区分の新設 ・中古レンタルハウス区分の新設・拡充（420万円→450万円） ・高度化区分の補助率アップ（県1/5→1/3） ・補助対象限度額のアップ（一般ハウス500万円→700万円等）	【実績】 補助件数 導入面積 ・H21 71(対前年比169%) 9.3ha(122%) ・H22 79(111%) 10.9ha(117%) ・H23 76(96%) 11.0ha(101%)
3 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立		
(1) 環境保全型農業の目指す姿 ◆消費者に安全・安心と信頼を！ ◆農業者に誇りとやりがいを！ ◆後継者に夢と未来を！ 環境保全型農業を県内全域・全品目に普及し、消費者から選ばれる産地へ、また生産者自身が環境保全型農業の取組のファンに。	・消費者および生産者に向けた積極的なPR活動の実施 各種イベント、研修会、TV番組への協力 ・小学生を対象とした環境保全型農業の学習用DVD作成（H22） ・生物多様性保全条約第10回締約国会合COP10の関連イベントでの本県の取り組み紹介（H22） ・環境保全型農業補助金の活用による推進 ・環境保全型農業の夢実現コンクールの実施 コンクールの入賞者はオランダ視察研修への参加費を一部県が負担	・PR活動への参加者数 H21：12,283名、H22：24,681名 ・環境保全型農業の認知度61%（よく知っている＋やや知っている；平成22年度県民世論調査） ・環境保全型農業の取組を見聞きしたもののテレビ・ラジオ61%、新聞・雑誌46%（平成22年度県民世論調査） ・COP10イベントでの高知県ブースへの参加者約3,000名 ・補助金活用件数（市町村数） H21：523戸（10）、H22：729戸（15）、H23：973戸（18） ・コンクール応募数 H21：7名、H22：12名、H23：8名
(2) IPM技術の開発と県内全域への普及 ◆IPM技術について全品目、県内全域への技術確立と普及 農薬による環境への負荷を最小限とするともに、農産物の安全性を高めるため、化学合成農薬に頼らない総合的な病害虫管理技術の確立を図る。	・IPM技術の取組品目の拡大と県内全域への普及を加速化（土管天敵の活用、品目毎の技術確立、各地での実証展示ほの設置、指導マニュアルの追加・改訂） ・各地区でIPM技術研究会等の開催 ・自主企画研修等普及指導員等の研修充実と技術情報の共有 ・IPM型防除指針の作成	・IPM技術体系数(H20→H22):5→11品目 ・土管天敵温存力入(H20→H22):3→12市町村 ・県内のコナジラミの被害：激減 ・品目別天敵普及率：戸数（面積）(H20→H22) ナス類：26%（41%）→51%（59%） ピーマン類：48%（59%）→64%（77%） ミョウガ：51%（46%）→51%（44%）

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
販売金額5,000万円以上の品目数：5品目	5品目(平成23年度末) ※達成率：100%	・選定した品目の中から、5品目で販売額が500万円を超えるなど、一定の成果が得られた。 ・燃油や生産資材の高騰などによる所得の減少もあり、徐々にではあるが、水稲農家の露地野菜導入や、露地野菜農家の規模拡大、施設野菜農家の露地野菜導入などに関心が高まってきている。	A	・残された有望品目の普及性などを検討する。 ・県域で取り組む品目では、普及拡大検討会を主催して、新規栽培者のフォローアップと新規導入を促す。 ・地域で取り組む品目では、振興センターや関係機関への支援を行う。 ・販路開拓、販売促進に係る支援(補助金)や情報提供を行う。 ・販路開拓、販売促進に係る支援(補助金)や情報提供を行う。 ・葉タバコ廃作者への野菜の産地づくりへの支援(補助金)や情報提供を行う。
導入品目数：6品目	H22~23年度 導入品目数：2品目 試験品目数：14品目	・花き類の新品目の産地化が難しい中、テマリソウとダリアは産地化が期待される。また、次期導入候補の品目についても有望性の検討が進んでいる。 (ユーフォルビア、オクラヤ、アリウム、ヒメヒゴタイ、ヒマワリ、ノール、フプレラム、ストック、エリンジューム、エキノプス、テマリソウ、ダリア、デルフィニウム、クルクマ) ・オリジナル品種の育種に対する意識が高まりつつある。	A	・試験栽培の継続。 ・縮小しつつある主要品目の諸問題(カスミソウの所得向上・水の確保、ソリダスターの品質向上など)の解決と併せて新品目導入の推進。 ・生産者ができる育種の取組への支援。 ・オリジナル品種の国内外へのアピール推進(品評会への出展)
県内ハウス面積 1,520ha	1,510ha(推計)	・メディアでのPR活動や各市町村への戸別訪問、事業内容の見直しにより、事業活用によるハウス整備面積が増加した。 18~20年度対比129%、7ha増加 ・関係機関へのアンケート調査実施により、農家の抱える問題等が明確になった。	A	・引き続きハウス整備に対する農家負担の軽減に取り組むとともに、遊休ハウスの有効利用の促進を支援し、ハウス面積を確保する。
環境保全型農業を県内 全域・全品目に普及		・消費者に対するPR活動によって、環境保全型農業の取組に対する消費者の認知度は上がっている。 ・全品目への普及は達成されていないが、補助金の活用戸数、市町村が増加し、購入天敵の使用量は日本一となっているほか、温存ハウスを用いた土着天敵の利用が進んでいる。 ・協定に基づいたオランダとの交流が活発に行われ、学生・研究員の留学研修やビジネス交流(県内業者のオリジナル花きのヨーロッパでの生産・販売)に進展した。	A	・環境保全型農業の目的や意義について、消費者及び生産者に啓発活動を継続して実施する。
・IPM技術体系数 目標：10品目 ・品目別天敵普及率(戸数) ナス類 目標：65% ピーマン・シシトウ類 目標：80% ミョウガ 目標：90% ・土着天敵リレーの体制 (温存ハウス活用市町村数) 目標：17市町村(50%)	・IPM技術体系数 実績：11品目 ・品目別天敵普及率(戸数) ナス類 実績：51% ピーマン・シシトウ類 実績：64% ミョウガ 実績：51% ・土着天敵リレーの体制 (温存ハウス活用市町村数) 実績：12市町村(38%)	・土着天敵を活用したIPM技術体系の再構築、品目ごとの新たな天敵利用技術の確立、実証ほの設置によるIPM技術の検討により目標を概ね達成。 ・施設ミョウガでは土壌病害回避のため養液栽培へと移行したことで、ハウス内環境が変わり、導入が進みつつあった天敵の効果が不安定となった。このため、天敵の導入率のみを指標とした目標値は達成できなかったが、黄色防蟻灯などを含めたIPM技術の導入は進んだ。 ・全国的にもまれな土着天敵利用技術の普及拡大。	A	・省力的な病害防除技術の導入 ・外来天敵から在来(土着)天敵の利用へ ・天敵だけでなくIPM技術の総合的な普及拡大 ・病害を対象としたIPM技術の開発と普及

◎農業分野

産業成長戦略(専門分野)

戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み (対策に関する具体的な取組み内容を記載)	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)																																																																											
<p>(3) 土づくりと施肥の改善</p> <p>◆家畜ふんたい肥利用による肥料高騰対策</p> <p>環境に配慮し、かつ安定した農業生産を進めるため、有機質資源(特に未利用家畜ふん堆肥の肥料の利用)による土づくりや土壌診断・施肥基準に基づく適正施肥方法について、普及を図っていく。また、肥料コスト低減の観点から低成分肥料利用や家畜ふん堆肥の肥料の利用の検討を行う。</p>	<p>・土づくり・施肥改善部会の開催(堆肥利用の推進) H21~23:6回</p> <p>・施肥低減および家畜ふん堆肥利用推進に関する研修会 H21:28名(うち県18名、JA10名) H22:38名(うち県19名、JA19名) H23:45名(うち県29名、JA6名、肥料業者10名)</p> <p>・家畜ふん堆肥マップの作成・配布、県HP掲載 H21~</p> <p>・ステップアップ土づくり事業による家畜ふん堆肥利用事例の収集および事例集の作成</p> <p>・土壌診断による適正施肥の推進</p> <p>・県施肥基準の作成</p>	<p>・家畜ふん堆肥利用実績</p> <p>1. 生産・利用・剰余量の増減 (単位 t)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H19年度</th> <th>H21年度</th> <th>H23年度</th> <th>増減</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>生産量</td> <td>89,573</td> <td>80,592</td> <td>89,433</td> <td>-1,159</td> </tr> <tr> <td>利用量</td> <td>82,104</td> <td>83,249</td> <td>87,903</td> <td>4,654</td> </tr> <tr> <td>剰余量</td> <td>7,469</td> <td>7,343</td> <td>1,530</td> <td>-5,813</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. 利用内訳 (単位 t)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H19年度</th> <th>H21年度</th> <th>H23年度</th> <th>増減</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>水稲・大豆</td> <td>11,081</td> <td>8,149</td> <td>10,318</td> <td>2,169</td> </tr> <tr> <td>果樹</td> <td>1,787</td> <td>2,505</td> <td>2,955</td> <td>450</td> </tr> <tr> <td>野菜</td> <td>20,037</td> <td>22,960</td> <td>23,087</td> <td>127</td> </tr> <tr> <td>花卉</td> <td>598</td> <td>462</td> <td>469</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>待作物</td> <td>1,130</td> <td>1,285</td> <td>621</td> <td>-664</td> </tr> <tr> <td>家庭用・畜産</td> <td>9,673</td> <td>9,168</td> <td>15,780</td> <td>6,592</td> </tr> <tr> <td>自家消費</td> <td>27,507</td> <td>27,862</td> <td>24,676</td> <td>-3,266</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>10,312</td> <td>10,758</td> <td>10,018</td> <td>-740</td> </tr> <tr> <td>剰余</td> <td>7,469</td> <td>7,343</td> <td>1,530</td> <td>-5,813</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>89,573</td> <td>80,592</td> <td>89,433</td> <td>-1,159</td> </tr> </tbody> </table> <p>(畜産振興課調べ)</p> <p>・家畜ふん堆肥利用事例の収集および事例集の作成 H21:3事例 H23:2事例</p> <p>・県施肥基準の作成: 野菜27品目、花き10品目、果樹9品目</p>		H19年度	H21年度	H23年度	増減	生産量	89,573	80,592	89,433	-1,159	利用量	82,104	83,249	87,903	4,654	剰余量	7,469	7,343	1,530	-5,813		H19年度	H21年度	H23年度	増減	水稲・大豆	11,081	8,149	10,318	2,169	果樹	1,787	2,505	2,955	450	野菜	20,037	22,960	23,087	127	花卉	598	462	469	7	待作物	1,130	1,285	621	-664	家庭用・畜産	9,673	9,168	15,780	6,592	自家消費	27,507	27,862	24,676	-3,266	その他	10,312	10,758	10,018	-740	剰余	7,469	7,343	1,530	-5,813	合計	89,573	80,592	89,433	-1,159
	H19年度	H21年度	H23年度	増減																																																																									
生産量	89,573	80,592	89,433	-1,159																																																																									
利用量	82,104	83,249	87,903	4,654																																																																									
剰余量	7,469	7,343	1,530	-5,813																																																																									
	H19年度	H21年度	H23年度	増減																																																																									
水稲・大豆	11,081	8,149	10,318	2,169																																																																									
果樹	1,787	2,505	2,955	450																																																																									
野菜	20,037	22,960	23,087	127																																																																									
花卉	598	462	469	7																																																																									
待作物	1,130	1,285	621	-664																																																																									
家庭用・畜産	9,673	9,168	15,780	6,592																																																																									
自家消費	27,507	27,862	24,676	-3,266																																																																									
その他	10,312	10,758	10,018	-740																																																																									
剰余	7,469	7,343	1,530	-5,813																																																																									
合計	89,573	80,592	89,433	-1,159																																																																									
<p>(4) 有機農業の推進</p> <p>◆計画的な有機農業の普及・推進、研修受け入れ農家への支援</p> <p>有機農業をさらに推進するため、指導者の育成や有機農業栽培技術実証、有機農業研修施設(有機のがっこう「土佐自然塾」)への支援に加え、有機栽培技術マニュアルの作成、有機農業者の受け入れ体制づくり、有機JAS認定の普及を行う。</p>	<p>・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援 入塾生 H21:13名、H22:13名、H23:8名</p> <p>・市町村の有機農業支援体制整備への支援 H21:市町村及びJA連絡会の開催(県内5カ所) H22~23:環境保全型農業直接支援対策(有機農業の取組等)の周知及び実施市町村の拡大</p> <p>・有機JAS認定取得支援 有機JAS認定手数料補助(補助金) ふるさと雇用再生有機JAS認定取得支援事業委託</p> <p>・有機栽培技術の実証及び有機栽培事例集の作成 有機栽培事例集(環境保全型畑作振興センター、県内優良事例等) H21:のべ17品目、H22:のべ28品目、H23:のべ17品目</p> <p>・有機農業技術の実証と経営評価(ふるさと雇用) H21:のべ10品目、H22:のべ15品目、H23:のべ17品目</p> <p>・その他委託業務(各種調査等)の実施 H21:水稲有機栽培技術実証調査(県内5カ所) 有機農業研修受入農家調査(県内15戸) H22:有機農産物普及推進パンフレット作成(有機農業実践者、有機農産物取扱事業者紹介) H23:有機農産物ニーズ調査の実施</p>	<p>・有機のがっこう卒業生の県内就職実績 H21:6名(うち1ターン者2名) H22:6名(うち1ターン者2名) H23:3名(うち1ターン者1名)</p> <p>・有機農業支援体制設置市町村 H21:10市町村 H22:10市町村 H23:環境保全型農業直接支援対策に係る有機農業の取組を支援する市町村14市町村</p> <p>・有機JAS認定農家戸数 H20:83戸(35.2ha) H21:82戸(32.8ha) H22:85戸(41.2ha) H23:88戸(45.3ha)</p> <p>・県内消費者の有機農業に対する認知度 H20:51.0% H22:81.9%</p> <p>・有機栽培事例作成品目数 H21~H23:38品目</p>																																																																											
<p>(5) 省エネルギー対策</p> <p>◆省エネ対策の徹底</p> <p>園芸用ハウスの節油対策の点検と導入、耐低温性品種の開発と実証、新しい省エネ装置の効果的検証と普及などにより県下の園芸用A重油使用量を削減する。また、重油代替ボイラーの性能やコストに関する情報を収集して、普及の適否を評価する</p> <p>◆重油代替暖房機実証への支援と普及(木質バイオマス、ヒートポンプ等)</p>	<p>・年間園芸用A重油使用量調査(毎年5月)</p> <p>・木質ペレットボイラー、ヒートポンプの実証及び実証結果の共有</p> <p>・A重油単価推移調査及び情報提供(随時)</p> <p>・省エネ、代替エネルギー利用に関心のある農家への情報周知(随時)</p> <p>・省エネ点検チェックリスト活用の啓発(随時)</p>	<p>・ヒートポンプ累計台数(事業活用) H20:206台、14.2ha H21:256台、16.7ha H22:354台、21.1ha H23:587台、30.2ha</p> <p>・木質ペレットボイラー累計台数(事業活用) H20:7台、1.2ha H21:51台、7.6ha H22:96台、15.4ha H23:114台、19.1ha</p>																																																																											
<p>(6) 農業環境規範やGAPの取組</p> <p>◆高知県版GAPをそれぞれの地域や、品目に応じた形で発展普及</p> <p>農産物の生産から出荷販売までのすべての工程を点検し、見直し、改善する工程管理手法(こうち環境・安全・安心点検システム)の取り組む産地を育成することによって、高知県産園芸品の品質・衛生管理レベルを高め、消費地での異物混入事故や農薬残留事故の発生件数ゼロを目指す。</p>	<p>○GAPの普及啓発</p> <p>・安全点検シート(その1:農業者用入門編、その2:集出荷所用、その3:農業者用直販所編)の作成と配布</p> <p>・GAP実践研修会の開催</p> <p>・環境保全型農業プロジェクトチーム会における推進の検討</p> <p>・国主催のGAP研修会、セミナー等受講による指導者の育成</p> <p>○農産物事故ゼロキャンペーンの実施 DVD、ステッカー、のぼりなど各種啓発資材の作成と配布</p>	<p>・高知県版GAPその1実践農家の拡大 H21:43%→H23:70%</p> <p>・高知県版GAPその2の実施JAの拡大 H21:6JA→H23:9JA</p> <p>・指導者育成目的のセミナー、各種GAP研修会参加者のべ300名</p> <p>・地域でのGAP点検の実施(H23:9JA)</p> <p>・出荷物の異物混入事故件数 H21:75件→H23:54件</p>																																																																											

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<ul style="list-style-type: none"> 家畜ふんたい肥の余剰 H23: 0 t 土壌診断処方箋点数(野菜) H22: 9,200点 施肥基準の策定 野菜: 27品目 花き: 10品目 果樹: 10品目 	<ul style="list-style-type: none"> 家畜ふんたい肥の余剰 H19: 7,469 t ↓ H21: 7,343 t H23: 1,530 t 土壌診断処方箋点数(野菜) H19: 7,879点 ↓ H20: 8,728点 H21: 9,586点 H23: 9,711点 施肥基準の策定 野菜: 27品目 花き: 10品目 果樹: 9品目 	<ul style="list-style-type: none"> 家畜ふん堆肥利用のための研修会や県内のたい肥マップの作成・公表等を実施してきた。 家畜ふんたい肥余剰量は大幅に低減し、利用量も増加していることから、耕種部門等での利用は進んでいると考えられる。 土壌診断処方箋点数は目標値を達成しており、生産現場において土壌診断の必要性は理解されている。 施肥低減対策として、本県の野菜、花き、果樹の主要品目について県施肥基準を作成し、適正施肥推進のための指針を示すことができた。県内各地区の施肥基準見直しを進めている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 家畜ふん堆肥を利用した肥料代替技術の導入 家畜ふん堆肥やし型肥料を利用した施肥コスト低減技術の普及
<ul style="list-style-type: none"> 有機農業実践者 目標: 平均5名/年 支援体制設置市町村 目標: 17市町村(50%) 有機JAS認定農家戸数 目標: 100戸 県内消費者の認知度 目標: 75% 	<ul style="list-style-type: none"> 有機農業実践者 H23年度実績: 3名 支援体制設置市町村 実績: 17市町村(50%) 有機JAS認定農家戸数 実績: 88戸 県内消費者の認知度 実績: 81.9%(H22) 	<ul style="list-style-type: none"> 有機のがっこうでは、H18~23年度までに69名の研修生を受け入れ、1年間の研修を実施している。H23年度末現在で、卒業生の県内就農者数は37名(うち1ターン者16名)となり、有機農業の振興と地域の活性化に貢献。 有機農業実践者と消費者との交流拠点の一つであるオーガニックマーケット等が人気であり、県内消費者の有機農業に対する認知度も高まってきた。 県内の有機農業実践者の多くは、小規模経営で生産物の販売は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認証取得による販売面へのメリットが少ないうえ、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。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 栽培技術が不安定であるため、環境保全型畑作振興センターや有機のがっこうでの栽培実証により、技術内容の充実と成果の共有。 環境保全型農業直接支援事業を活用し、有機農業実践農家の支援を継続。
<ul style="list-style-type: none"> 年間園芸用A重油使用量: 70,000キロリットル 	<ul style="list-style-type: none"> H20: 67,000キロリットル(96%) H21: 70,000キロリットル(100%) H22: 77,300キロリットル(110%) H23: 74,000キロリットル 	<ul style="list-style-type: none"> 平成17年度には10万キロリットルあったA重油使用量は減少し、平成20年度以降は7万キロリットル前後で推移し、平成20~22年度の県内の平均値は71,000キロリットルだった。 重油価格が高止まり傾向の中で、節油意識が高まり、多重被覆、サイドの保温、循環扇の普及率が向上した。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 事業を活用した省エネ・新エネ機種などの導入を進め、更なるA重油使用量の削減を進めていく。 新規導入技術に対するコスト低減効果の検証が必要。 代替加温機の導入産地については効果的な活用方法のための啓発が必要。
<ul style="list-style-type: none"> 高知県版GAPその1実践農家【目標】100% 高知県版GAPその2【目標】16JA 異物混入事故件数【目標】0件 	<ul style="list-style-type: none"> 高知県版GAPその1実践農家【実績】 H21: 43件 →H23: 70% 高知県版GAPその2【実績】 H21: 6JA →H23: 9JA 異物混入事故件数【実績】 H21: 75件 →H23: 54件 	<ul style="list-style-type: none"> 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、生産者へは一定浸透。 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ており、生産者では定着。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 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。 ISO、エコシステム等各種認証制度との融合・連動した取り組みの推進。

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱	取組方針	具体的な取組み	具体的な成果
	施策		
	これからの対策		
	(7) 生産履歴記帳・農業の適正使用の徹底		
	<p>◆農業を売るとききの生産者への対応徹底</p> <p>◆農業を使うとききの対応徹底（記帳・回収・点検）</p> <p>◆農産物を出荷する（預かる）とききの対応徹底（記帳・回収・点検）</p> <p>・県内の農業販売窓口で、誰が、いつ、どんな農業を購入しても、農業の適正使用や飛散防止の説明、記帳の確認と推進を徹底</p> <p>・生産履歴の記帳・回収・点検100%の達成、適正使用や飛散防止指導の徹底、IPM型防除の検討・作成・活用</p> <p>・農産物（商品）と生産履歴はセットである意識徹底、自主残留農薬検査の継続、生産履歴記帳システムの活用促進</p> <p>◆県産農産物の生産工程管理ウオッチャーシステムの構築</p> <p>農業者の生産活動を第三者に客観的に評価してもらおうシステムを構築し、取組のレベルアップを図る。</p>	<p>○農業販売店立ち入り検査</p> <p>H21：31店舗、H22：25店舗、H23：24店舗</p> <p>○販売業者を対象とした研修会（延べ参加人数）</p> <p>H21：65名、H22：236名、H23：99名</p> <p>○農業管理指導士研修会の実施</p> <p>H21：110名、H22：107名、H23：103名</p> <p>○農業安全使用講習会の実施</p> <p>(H21：10回、H22：21回、H23：8回)</p> <p>○生産履歴記帳（記帳、回収、チェック）の呼びかけ</p> <p>○残留農薬検査の実施</p> <p>JAグループ自主検査約2,000検体/年</p> <p>農業振興部検査200検体/年</p> <p>○H22年度に「こうち環境・安全・安心ウオッチャー制度」を立ち上げ、ISOやGAPの有識者、野菜ソムリエ、流通関係者、生協等の消費者代表に委員として登録し、農業者の生産活動を第三者に客観的にみてもらおうシステムを構築。</p>	<p>○農業管理指導士新規認定者数</p> <p>H21：33名</p> <p>H22：23名（全認定者数346人）</p> <p>H23：14名（全認定者数345人）</p> <p>○農業安全使用講習会（延べ参加人数）</p> <p>H21：202名、H22：878名、H23：307名</p> <p>○生産履歴記帳率（野菜の防除履歴回収率）</p> <p>H20年 84% →H23年 96%</p> <p>○農業事故発件数</p> <p>H19：8件、H21：1件、H22：1件、H23：1件</p> <p>○こうち環境・安全・安心ウオッチャーとして40名を登録。10産地で、のべ26名のウオッチャーが活動に参加した（H22年度未現在）。取組みに対する意見や疑問点を生産者に投げかけてもらい、情報交換を行い産地のレベルアップを図った。</p>
	(8) 認証制度等の整理と活用		
	<p>◆エコシステム栽培認証等の推進と環境保全に貢献できる仕組みづくり</p> <p>県認証制度を廃止し、エコシステム栽培、特裁ガイドライン表示、有機JAS等への移行を推進する。</p>	<p>○県認証制度を廃止</p> <p>JAグループでのエコシステム栽培認証の集約化、グループ外は特裁ガイドライン表示へ、有機栽培農家は有機JAS認定へ移行推進（エコシステム）</p> <p>○登録品目数および農家数の拡大を図るため園芸戦略会議安全安心プロジェクトチームにおいて認証要件の見直し及び充実を重点化。</p> <p>○出荷販売検討会等において各JAに対しエコシステム栽培のPR。</p> <p>○環境保全型農業推進のため、関連事業の要件としてエコファーマー取得を位置づけ。</p> <p>ISO実践グループの自主運営支援。</p>	<p>○エコシステム栽培認証の拡大。 (平成29園芸年度)</p> <p>登録農家数 2,584戸</p> <p>野菜販売金額に占める割合 H23年 37.4%</p> <p>認証農家の増加(H23：1,110戸新規認定)</p> <p>H23園芸年度にショウガ、キュウリ等で拡大</p> <p>○ISO実践グループが自主運営に取り組み</p> <p>H22年度：3部会、H23年度：11部会</p>
	(9) 環境を軸としたイメージアップと販売戦略の展開		
	<p>◆出前授業の実施や流通関係者と産地の交流</p> <p>・交流や応援団づくりと実践</p>	<p>・関西18校、関東21校で出前授業の実施</p> <p>(H21) 関西8校、関東11校</p> <p>(H22) 関西3校、関東8校</p> <p>(H23) 関西7校、関東2校</p> <p>・市場関係者と連携した出前授業の実施(H21、H22)</p> <p>・量販店高知フェアでの出前授業の実施(H22)</p> <p>・パートナー量販店の青果担当者を対象に出前授業を実施</p> <p>・一般消費者を対象に出前授業を実施</p> <p>・「おいしい給食まつり」や「市場まつり」を活用したPRの実施</p> <p>・パートナー量販店で一般消費者を対象に出前授業の実施</p> <p>・県内市場関係者を対象に出前授業の実施</p>	<p>・出前授業の参加者数</p> <p>関西1,554人、関東2,684人、県内181人</p> <p>合計4,419人</p> <p>・「おいしい給食まつり」への参画</p> <p>・「市場まつり」来場者数 各会場約2～3万人</p> <p>・月刊「学校給食」に出前授業取り組み掲載</p> <p>・市場関係者や新需要開拓マーケティング事業と連携した実施</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<ul style="list-style-type: none"> ・農業事故の発生【目標】0件 ・生産履歴記載率(記載、回収、チェック)【目標】100% ・直販所の安心係設置率 100% 	<ul style="list-style-type: none"> ・農業事故の発生【H23実績】1件 ・生産履歴記載率(記載、回収、チェック)【H23実績】96% ・直販所の安心係設置率 85% 	<ul style="list-style-type: none"> ○生産履歴記載率と農薬の適正使用は着実に進展。 ○農薬の安全使用に対する意識が高まり、農業事故は減少。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・農薬の適正使用と生産履歴記載を継続して推進。
		<ul style="list-style-type: none"> ○既にウオッチャーが生産活動に参加した生産部会等では、新しい気づきがあり、生産活動改善の一助となっている。また、ウオッチャーには流通関係者や消費者等が登録されていることから、生産物のPRともなっている。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・県内各地域、各生産部会での制度の周知を更に図る。
<ul style="list-style-type: none"> エコシステム栽培認証取得率(販売金額)：80% 	<ul style="list-style-type: none"> エコシステム栽培認証取得率(販売金額)H23園芸年度：37.4% 	<ul style="list-style-type: none"> ○JAグループではエコシステム栽培認証への集約化が年々進み、品目やJAによっては園芸連出荷農家数・販売金額の大半を占める(H23園芸年度：ピーマン95.7%、ナス84.7%)。 ○主要品目のうち取得率の低い品目(キュウリ、ショウガ、ニラ、オクラ等)についても、主なJAを中心に取得へ向けた取り組みを展開した。特にH23園芸年度にキュウリ、ショウガで大橋な拡大(H22.7月：1,474戸、280ha→H23.11月：2,584戸、620ha)。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・エコシステム栽培認証等認証制度の消費者への認知度・理解の浸透、販売への反映。
<ul style="list-style-type: none"> 出前授業受講者数H19年度：1,596人/年 ↓ H23年度：2,000人/年 	<ul style="list-style-type: none"> 出前授業受講者数H21年度：2,020人 H22年度：1,846人 H23年度：1,802人 	<ul style="list-style-type: none"> ○これまでの継続的な取り組みが理解され、「おいしい給食まつり」などの大きなイベントに連携の要請を受けたり、月刊誌に掲載されるなどの成果に繋がっている。 ○市場まつりや一般消費者向けの講座など、様々な機会に出前授業の取り組みを重ねることで、より多くの人にPRができたことと、販売促進とのプロモーション・ミックスにより事業間の連携に繋がっている。 ○パートナー農産店での商園内小学校での実施やパートナー農産店の消費者を対象とした実施など、新需要開拓マーケティング事業との連携が始まった。 ○パートナー農産店でのフェアや試食宣伝と重ねるなど、実施方法の広がりが始まった。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も実施方法を工夫しながら、継続的に取り組んでいく。

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針	〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
	施策		
これからの対策			
	<p>◆高知の工農産物を活用した新メニュー等の提案・開発</p> <p>・新需要創出組織の検討と立ち上げ ・外食・中食での新たな需要の創出</p>	<p>(H21年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新需要開拓マーケティング協議会設置 (H21.6) ・卸売会社や量販店との合意による販促活動の展開 パートナー量販店 (関東2社、関西2社) パートナー量販店での高知フェアの展開 関東2社：15回、159店舗 (のべ) 関西2社：17回、20店舗 (のべ) ・パートナー量販店の産地招へいによる高知県の取組む環境保全型農業への理解 (関東2社、関西1社) (H22年度) ・卸売会社や量販店との合意による販促活動の展開 関西新規パートナー量販店の追加：(株)阪急阪神百貨店 (パートナー量販店：関東2社、関西3社) パートナー量販店での高知フェアの展開 関東2社：55回、302店舗 (のべ) 関西3社：25回、58店舗 (のべ) 高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗 ・パートナー量販店の産地招へいによる県の取組む環境保全型農業への理解 (関東2社：3回、関西2社：2回) ・特別栽培農産物の販売促進の展開 (H22年11月～) ・環境保全型農業等高知県の取組に対する認知度調査を東急ストアで実施 (H23年度) ・卸売会社や量販店との合意による販促活動の展開 パートナー量販店での高知フェアの展開 関東2社：26回、237店舗 (のべ) 関西3社：27回、126店舗 (のべ) 高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗 ・パートナー量販店、販売支援員の産地招へいによる県の取組む環境保全型農業への理解 パートナー量販店：関東1社(2回)、関西1社(1回) 販売支援員：関東1社(1回) ・新園芸ブランドマークでの販売促進の展開 (11月～) ・県産青果物トップセールス (関西1回) ・環境保全型農業等高知県の取組に対する認知度調査を東急ストアで実施 <p><中食・外食等業務需要></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取引の開拓や既存取引の拡充のための食材提案 (食材提案件数 H22：26社、1団体 H23：5社、イベント8件、商談会2件) ・高知野菜の業務加工向け提案メニュー作成 (H21) ・ふるさと雇用再生業務需要販路開拓事業により、園芸連に対応する職員2名配置(H21) 	<ul style="list-style-type: none"> ・定期的な高知フェアの展開や高知コーナーの設置、産地招へい等、量販店とのパートナー関係づくりにより、環境保全型農業の取組認知度が向上するとともに、取扱品目や数量も増加した。 関東 パートナー量販店1社 (拠点店舗) <ul style="list-style-type: none"> ・認知度の向上 H22.6 8% → H24.2 21.5% ・取扱数量、販売額の拡大 他県産から高知県産への転換 (生姜、小ねぎ、きゅうり、等) 関西 パートナー量販店1社 (拠点店舗) <ul style="list-style-type: none"> ・取扱数量、販売額の拡大 販売額：3.7倍 (H21年度比) ・新たな取引の開拓 H21：13社 (関東8社、関西4社、県内1社) H22：7社 (関東6社、関西1社) H23：3社+イベントでの期間限定メニュー化1件 (関東)
	<p>◆新しい食-農-観光の産業コラボレーション等による新しい需要や販路の開拓</p>	<p>(H21~H23)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村担当考会での説明、呼び掛け ・取組組織との協議・調整 <p>(H22)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取組候補地区への取組紹介と協議(1地区・1団体) <p>(H23)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取組候補地区への取組紹介と協議(四万十町) ・補助金の交付決定 (H21~H23) 室戸市特産野菜等コラボレーション協議会 嶺北地域農林業振興連絡協議会 (農業部会) 四万十農業協同組合 	<p>【嶺北地域農林業振興連絡協議会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・香川県の生協10店舗に「れいほく特産品」の常設棚が設置された。 ・イベント等の開催状況 れいほくフェア 7回 (販売品目：れいほく八菜、ゆず加工品等)、出前授業 3回、親子料理教室等 2回、嶺北産地交流ツアー 2回 <p>【室戸市特産野菜等コラボレーション協議会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・京都と岡山の量販店にて室戸フェアの実施 (5回) 販売品目：西山きんととき、ボンカン、文旦、深層水青のり、鯉缶詰等 【JA四万十】 ・京都の量販店での四万十フェアの開催 (1回) 販売品目：水耕せり、ミョウガ、ピーマン、ニラ、干しいたげ、豚まん、生姜ボン酢等
(10) オランダウエストラント市-高知友好園芸農業協定の締結	<p>◆世界のトップランナーと日本のトップランナーの友好園芸農業協定を活かした仕組みづくり</p> <p>県内の農業者や関係者の環境保全型農業に対する意識をさらに高め、トップランナーの地位を築くスピードを加速するため、環境保全型農業技術の世界のトップランナーであるオランダのウエストラント市との友好協定を締結する。</p>	<p>○ウエストラント市関係者や学校関係者を高知に招き、農業生産者や関係者と交流 (3回)</p> <p>○知事を代表とした代表団の派遣と視察訪問団の継続的な派遣 H21：48名 (うち農大生4名)、H22：46名 (うち農大生14名)、H23：25名</p> <p>○オランダに関する講演会、勉強会実施 H21：14回、H22：5回、H23：1回</p>	<p>○友好園芸農業協定締結 (H21)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知農業大学校とLentiz校との間で学生交流に関する覚書締結 (H21、H23) ・友好協定をさらに一歩進めた覚書締結 (H22) ・農業大学校の学生がLentiz校に留学研修 (H22：2名、H23：1名) ・農業技術センターの研究員がオランダに3か月留学研修 (H23：2名) ・農業技術センターで新園芸システムの開発に関する研究の開始 (H23) ・県内花き農家とオランダの花き農家との提携生産開始 ・のべ1,867人がオランダ関係の講演会、研修会に参加
(11) 新施設園芸の価格の低迷	<p>◆施設園芸システムの確立に向けた研究開発</p> <p>化石エネルギーの使用量削減とそれに代わる新エネルギーの利用方法や、施設内環境制御など、高収益につながる新施設園芸システムを構築するための研究を推進する</p>	<p>◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ○こころ新施設園芸システム研究会の設立 ○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究 ○施設内環境制御技術に関する研究 ○高秆高ハウスに適した栽培技術に関する研究 	<p>○所内プロジェクト会議を開催し、計画と進捗状況の確認を行い、所内だけでなく、行政部門、専門技術員との情報の共有化を図った。</p> <p>○こころ新施設園芸システム研究会の設立し、産学官の連携を図り、情報の共有化を行った。</p> <p>○所内で新施設園芸システムに関する担当で合同のゼミを毎月1回行った。</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
出前授業受講者数 H19年度: 1,596人/年 ↓ H23年度: 2,000人/年	出前授業受講者数 H21年度: 2,020人 H22年度: 1,846人 H23年度: 1,802人	<p>・高知コーナーの設置や定期的な高知フェアの展開、産地招へい等、量販店とのパートナー関係づくりが、環境保全型農業の取り組み認知度の向上や取扱品目や数量の増加につながっている。</p> <p>・卸売会社や量販店との合意による販売促進活動が、新たな展開、関係の強化につながり始めた。</p> <p>○パートナー量販店(基幹店舗)で定期的(月1回)に高知青果フェアが開催できるようになった。</p> <p>○パートナー量販店(基幹店舗)での取組が、他店舗に広がりはじめた。</p> <p>・他店舗での高知青果フェアの展開</p> <p>・高付加価値商品(リパック品)による消費者に商品とともに食べ方を伝える販売が開始</p> <p>○卸売会社から、新規のパートナー量販店の提案が出始めた。</p> <p>○卸売会社やパートナー量販店から基幹店舗の拡大や高知コーナーの充実などの提案が出始めた。</p> <p>・業務向けへの食材提案や本県の取り組みを理解していただくための産地招へいが、業務需要の新規顧客開拓につながっている。</p> <p>・ハスイモや花二郎など、本県の独自食材の提案を通じて、本県園芸品の取引拡大につながっている。</p>	S	<p><パートナー量販店></p> <p>・パートナー量販店や卸売会社、仲卸などと情報を共有しながら、基幹店舗の拡大やパートナー量販店の見直し、効果的な高知青果フェアの展開等、相互メリットのある取組を進めていく。</p> <p>・環境保全型農業の取り組みなどを伝える販売で重要となる販売支援員や店舗の青果販売担当者に対して研修を行うことなどにより販売を強化していく</p> <p><中食・外食等業務需要></p> <p>・実需者側(卸売市場、仲卸、業務需要会社)の情報の共有により、相互メリットのある取引の拡充と取引の新規開拓を進める。</p>
		<p>○嶺北地域</p> <p>・香川県の生協で、「四国の水産・早明浦ダムの里より土佐れいほく市場」と銘打った「れいほく特産品コーナー」の設置は事業開始当初5店舗であったが、3年間事業を実施し10店舗にまで拡充し、れいほくの認知度が上がり販売拡大につながっている。</p> <p>・アンケートの結果を受けた産地の体制作りの進展があった。</p> <p>○室戸地域</p> <p>・一定のリピーターが出て来ており、西山きんときやボンカンを目当てに訪れた人がいるなど、室戸産品の認知度が上がっている。</p> <p>・好評を反映して、店舗側からも、フェアの回数、店舗数の増加要望もあり、協力関係が強化されている。</p> <p>○四万十町</p> <p>・四万十の高い知名度を活かした特産品のPRにつながっていることから、地域野菜を中心に地域を積極的に売り込もうという熱意が出て来た。</p>	A	<p>・パートナー量販店との継続した取引引きに向けた関係性の構築</p> <p>・特産野菜等の品目別戦略として事業を実施してきたが、今後は特産野菜等をツールの一つとした「地域まるごと」を売り込む事業とし産業振興を図っていく。</p>
<p>・学校間の交流に向けた関係づくり 目標: 1組</p> <p>・技術交流研修参加者 目標: 10名/年</p>	<p>・学校間の交流に向けた関係づくり 実績: 1組</p> <p>・技術交流研修参加者 実績: 25名/年</p>	<p>○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。</p>	S	<p>・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。</p>
		<p>○こちら新施設園芸システムに関する情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった。</p> <p>○今後の高知県が進める高収益を目指した施設園芸の方向性についてPRが可能となった。</p> <p>○こちら新施設園芸システムに関する研究開発を開始した。</p> <p>・炭酸ガスの施用効果を検証した(ピーマン、シトウ、ミョウガ)。</p> <p>・既存ハウスにおいて、ヒートポンプを活用した局所暖房の開発に着手した。</p>	A	<p>・本県園芸に適合する栽培システムの早期確立を図る。</p>

◎農業分野

産業成長戦略(専門分野)

戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み [対策に関する具体的な取組み内容を記載]	具体的な成果 [可能な限り具体的な数値を記載]
4 生活できる所得を確保するこうち型集落営農の実現		
(1) こうち型集落営農の実現		
◆こうち型集落営農の推進 過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等を導入し、農業で生活できる所得を確保できる仕組みづくりを行う。	◆こうち型集落営農の推進 ◎こうち型集落営農への到達 H20-モデル集落に10集落選定 H21-モデル集落に6集落選定 ⇒モデル集落に対し重点的・総合的な支援を実施 ・ソフト面では仕組みづくり、ハードでは基礎づくりを支援 ・組織の設立から運営に対して、関係機関と連携して総合的に支援 ◎モデル集落の成功事例を一般対策に移行して各市町村へ拡大 ◆ハード事業による支援(H20~23、補助率2/3) 補助金 122,324千円	・こうち型集落営農の仕組みができた組織：17組織 ・県内初の集落営農組織の法人化： 第1号「ビレッジ影野」(四万十町) H22.2設立 第2号「荷稲米・米クラブ」(黒潮町) H24.2設立 ・集落営農組織の売上げ向上 (H19)43,300千円⇒(H23)112,166千円 ・園芸品目等の拡大 栽培面積：(H19)13.2ha ⇒ (H23)21.9ha 新たな園芸品目の導入：13品目 (施設)雨除けビニール、葉ワサビ等 (露地)プロッコリー、ショウガ、ミスマサイコ等
(2) 集落営農の推進		
◆集落営農組織の活動促進 中山間地域等直接支払制度に取り組み集落を中心に話し合いを進め、営農の省力・低コスト化を目指す集落営農組織を育成する。	◆集落営農組織の活動促進 ◎集落営農を進めるための話し合いの場づくりと実践活動や品目選定への支援 ◎地域が主体となって開催する研修会や先進地視察への支援 ◆ソフト・ハードの実績 ハード事業 (H20~H23、補助率1/2) 補助金 260,670千円 ソフト事業 (H20~H23、定額) 補助金 7,224千円(のべ17市町村)	・集落営農組織 (H19)99組織 ⇒ (H23.3月末)164組織 ◎補助事業の3か年総括 新規組織61組織(うち補助金活用組織45組織 74%)
(3) 有望品目の導入・定着		
◆現地実証試験による栽培実証や販路開拓活動の支援【再掲】 有望品目産地づくり支援プロジェクトチームを中心に、地域に提示した品目について、販路拡大と産地化に向けた取り組みを実施する	・今後需要の伸びが期待できる品目や県内に本格導入されていない品目など、幅広い見地から、有望と思われる品目を出荷流通団体を含めたプロジェクトチーム会で選定して、地域に提案した。 ・地域が取り組んだ有望品目に応じて、栽培技術の確立、流通販売先の開拓、販売促進活動などを行い、産地づくりに取り組んだ。	<平成23年度の成果> ・平成23年度の販売金額(園芸連携会) ・ハスイモ 9,200万円 ・アスパラガス 10,900万円 ・ニガウリ 5,300万円 ・パプリカ 6,000万円 ・土佐甘とう 5,700万円
5 品目別総合戦略の実践		
(1) 生産から流通・販売までを見通した総合戦略の共有と実践		
◆品目ごとに生産から流通までの総合戦略に基づく対策を実施	・「学び教えあう場」の設置や品目別交流会を実施し生産技術の高位平準化に取り組んだ。 ・品目毎に生産から流通までの課題を整理し、その改善に取り組んだ (※品目ごとに評価)	・「学び教えあう場」への参加率が70%となるなど生産部会活動が活性化した。 ・各品目の主要産地の出荷量が増加 安芸(ナス：対前年比114%) 南国(シトウ：対前年比111%) 土佐くろしお(ミョウガ：対前年比108%) 高知香野(キュウリ：対前年比109%) (※品目ごとに評価)
(2) 園芸の振興		
【ミョウガ】 ◆価格安定制度の創設と実施 ◆高収量・高品質の普及 ◆廃液処理装置の開発・導入	・5~6月の出荷ピーク時の単価安に対し県単独事業で価格安定制度を創設。(H21~) ・「学び教えあう場」での栽培管理技術の普及 (H21：34回延べ966人、H22：38回延べ878人、H23：41回延べ780人) ・生産者交流会の開催(H21：1回、137名、H23：1回、115名) ・排液処理マニュアルや処理装置の検討会 (H21 9回、H22 3回、H23 7回) ・高知県版GAPその1の実施支援	・価格安定制度が発動し、生産者に補給金が交付された。(H23:総額約5千6百万円程度) ・反収5t以上を目指す農家達成率 ・9.2%(H21園芸年度) ・6.5%(H22園芸年度) ・7.2%(H23園芸年度) ・排液処理装置の検討：須崎地区で排液処理装置(5機)を設置して、実証を継続している。 ・高知県版GAP取り組み率：69%
【ナス】 ◆JAを中心としたまとまりのある産地づくり	・「学び教えあう場」での栽培管理技術の普及 (H21：20カ所 117回、延べ1754人、 H22：20カ所 113回、延べ1564人、 H23：20カ所 102回、延べ1254人) ・土佐園芸講習会 (H21:17回、H22:10回、H23:18回) ※土佐園とは高知県が育成した品質の優れたナス品種 ・土佐園普及推進協議会による普及推進 (H21:3回、H22:5回、H23:4回)	・18tどりを達成した農家は20戸中10戸(モデル地区)であった。(H23園芸年度) ・県域での平成24園芸年度の「土佐園」作付面積は29.2haとなった。 ・平成22年の安芸地区でのナス系統出荷率は52%であった。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
モデル集落数 H20: 10集落 ↓ H23: 16集落	モデル集落 16集落(こうち型集落営農の仕組みができた組織は計17集落)	○こうち型集落営農 ・ソフト・ハード両面から16集落をモデル集落として重点支援した。 ・各農業振興センター・普及所に専門職員を10名配置し、重点的に指導(1事務所当たり約30回/年の打合せ等)することで、こうち型集落営農に取り組み支援体制が早期にできた。 ・園芸品目等の導入による、所得向上を目指す仕組みができた。	S	・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。 こうち型集落営農: (H22)16組織 ⇒ (H27)32組織 集落営農組織数: (H22)160組織 ⇒ (H27)250組織 ・平成23年度に創設した「集落営農・拠点ビジネス支援事業」を活用し、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。 《次のステージの方向性》 【項目】集落営農の取り組みの拡大 ・集落での話し合いを基にした集落営農組織の育成 ・「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
		○集落営農 ・中山間地域等直接支払制度に取り組んでいる集落を、集落営農の合意形成の「きっかけ」として取り組んだ。 ・集落営農の推進のため集落リーダーの育成を行った。 ・ハード・ソフトの有効活用により、県内の集落営農組織が3か年で約7割増加した。	S	【対策】 ・集落営農普及促進事業 取り組みが遅れている市町村に対して県が一步出て誘導するソフト事業を創設(H23) ・集落営農・拠点ビジネス支援事業 ソフト・ハード両面からの支援する事業を創設(H23) 法人化へのステップアップを誘導するメニューを追加(H24)
販売金額5,000万円以上の品目数: 5品目	5品目(平成23年度末) ※達成率: 100%	・選定した品目の中から、5品目で販売額が5000万円を超えるなど、一定の成果が得られた。	A	・残された有望品目の普及性などを検討する。 ・県域で取り組む品目では、普及拡大検討会を主催して、新規栽培者のフォローアップと新規参入を促す。 ・地域で取り組む品目では、振興センターや関係機関への支援を行う。 ・販路開拓、販売促進に係る支援(補助金)や情報提供を行う。
(※品目ごとに評価)	(※品目ごとに評価)	・栽培技術課題の改善、生産量の拡大、出荷機能の強化、流通課題の改善、販路の拡大等が図られた。 (※品目ごとに評価)	A	・品目毎に生産から流通までの総合戦略に基づく対策を実施していく。
・需給動向を見据えた業務需要の拡大	・排液処理装置の実証が進行 ・価格安定制度が発動し、需給調整を実施(H23年度)	・今後も価格安定制度を継続し、生産者の経営支援を行う。 ・まとまりのある園芸産地育成事業の取り組みにより、A地区では22年度には反収5t以上を目指す農家が170戸に増え、122戸が目標を達成した。 ・排液処理装置については、農業技術センターで窒素、リンの処理技術が確立し、産地に提示することができた。しかし、リン処理についてはより良い方向を求めて再検討を始めた。 ・GAPの取り組みが県域に浸透してき始めた。	A	・5t以上を目指す農家で未だ達成していない方が約100戸いる。その方が目標達成できるように、篤農家をはじめ、関係機関が連携し栽培技術の底上げを行う。 ・生産部会や関係機関と連携し、排液処理装置の性能等を評価し啓発推進する。
・18tどり達成農家率(18tどりを旨とする農家に占める割合) H20: 43% →H23: 100% ・系統出荷率(A地区) H19園芸年度: 52% →H23園芸年度: 60%	・18tどり達成農家率: 50% ・系統出荷率(A地区): 52%	・まとまりのある園芸産地育成事業の取り組みにより、A地区では反収18tどりを旨とする農家の4割~8割が目標を達成し、年による違いがあるものの、達成農家は定着してきた。(H21~H23) ・土佐鷹の栽培面積は重油高騰などが影響し、達成目標に比べ、低く推移している。 ・系統出荷率は、関係機関の連携や働きかけにより、目標は達成できていないが、概ね目標の90%となっている。	A	・「学び教えあう場」を利用し、篤農家技術や試験研究技術を共有し増収を図る。 ・「土佐鷹」の普及推進に向けては、農家や関係機関による推進体制の強化や栽培データの整理・提示を行い、目標達成に向けて取り組む。 ・安芸地区の「学び教えあう場」や栽培推進会議、系統推進会議等でメリットを提示しながら系統率の向上を図る。

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）

戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
<p>【ユズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり ◆優良系統による新改植の推進 ◆加工原料用ユズ果汁の安定供給と販路・需要の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・農作業受委託に関するニーズ調査及び組織設立支援（香美市、北川村） ・北川村の農作業受託組織「ゆず銀行」での剪定作業等の技術者の育成 ・果樹試選抜優良系統の穂木提供及び母樹園設置、増殖体制づくりを支援 H21: 3JA, 135本 H22: 3JA, 49本 H23: 3JA, 80本 (H19～累計: 8JA, 769本) ・「学び教えあう場」での栽培管理技術の徹底 (H21: 8カ所、のべ49回、H22: 8カ所、のべ45回、H23: 8カ所、のべ62回) ・搾汁施設の導入支援（国・県補助） ・高知県ゆず振興対策協議会の体制強化（加工部会の新設）、県域での需要拡大への取組みを支援 ・見本市へ出展するなど積極的な商談を開始 H22: 3回 H23: 5回 ・「まるごと高知」や各種イベントを活用したPRの実施。H22: 4回 H23: 4回 ・パンフレットやレシピ集、ハッピー等の資料を作成し、商談会やイベント会場で活用。 ・豊作時の価格の低迷に対し、「ゆず振興基金」による生産者支援を検討し、関係市町村等と調整を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・園地維持管理のモデルの育成 ・北川村「ゆず銀行」（H21）、香美市の農作業受託組織「ゆずもり」（H22）を設立し、作業受託を実施 ・JA、農業公社などで優良系統の母樹園設置（8カ所） ・新改植面積33ha/年（H21→23）、生産量10979t（H22～23平均） ・品質の安全・安心を求める顧客ニーズに対応した搾汁施設が導入された。（H21: 2カ所、H22: 3カ所） ・高知県産HACCP取得（ゆず搾汁業: 3施設、清涼飲料水製造業: 2施設） ・大手飲料メーカーなどの大口取引契約や輸出など新たな販路開拓が進み、一定の在庫量の減少が見込まれる。 ・豊作時のセーフティーネットとして「ゆず振興基金」を創設。
<p>【ブタン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ブタン振興に向けた組織のあり方検討の場づくり ◆収量・品質向上技術の普及（マルチ栽培等） ◆主要産地への光センサー選果機の導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐文旦振興対策協議会を設立（H21）し、県域で、土佐文旦の課題、振興方針を共有化 ・特産果樹振興事業によるマルチ栽培の普及拡大 H21: 28戸、2.5ha、H22: 11戸、0.5ha、H23: 1戸、0.3ha ・「学び教えあう場」での栽培管理技術の徹底 (H21: 3カ所、のべ7回、H22: 3カ所、のべ8回、H23: 3カ所、のべ8回) ・国及び県補助事業による光センサー選果機導入支援 ・文旦産地と食品加工業者とのマッチング ・県内酒造会社に文旦搾汁施設の導入（H21） 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費宣伝活動（土佐ぶんたん祭（3回）、加工品開発（2事例）など、協議会を主体とした県域での取組みが定着化 ・モデル的にマルチ栽培を新たに3ha導入することで、産地の高品質化とまとまりが強化された。 ・生産量: 9,480t (H22～H23平均) ・県内最大産地（土佐市）への光センサー選果機の導入（H22）により、2大産地でバラツキの少ない出荷体制が整備された ・H22年産は春先の天候不順で春果量が平年の7割程度園芸連取収量 H21: 1,445t、H22: 843t、H23: 1273t ・県内酒造会社（K社）: 文旦リキュール ・大手ジャム会社（S社）: だるま文旦ジャムを商品化（H22）
<p>【ユリ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆経営管理能力向上のためのコンサルタント活動 ◆産地ごとの組織としてのまとまりづくりのための部会活動強化 ◆県域のまとまりづくり 	<ul style="list-style-type: none"> ・作型別経営試算シートの作成、作型ごとの経営収支の実態把握（3地区: 土佐市、高知市、安芸市）【H21】 ・ヒートポンプ導入農家のコスト低減実証成績とりまとめ（土佐市）【H21,22】 ・ユリウイルス対策情報共有・情報提供（種苗会社、NOSA、JA、農家代表）【H22,23】 ・花き市場モニタリング調査の実施（H21～23年度: 延べ33市場、3,418件）、調査結果の関係者の共有 ・消費地（市場関係者、花店）と生産者との交流会の開催（H22: 1回） 	<ul style="list-style-type: none"> ・作型ごとの具体的な試算により、作型の見直しやヒートポンプの導入などにつながった。 ・ユリヒートポンプ導入累計台数 H20: 113台、694a H21: 114台、702a H22: 120台、773a H23: 124台、787a ・新型のウイルスがH23.4.1からNOSAの対象病害となった。一方、感染拡大防止のため、切り下球利用の積極的な推進は行わなかった。 ・花き市場モニタリング調査により県産花きの各産地の品目ごとの消費地ニーズや問題点、課題が明らかになった。 ・交流会の開催により固定客の確保につながった。
<p>(3) 売れる米づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆生産振興対策 <p>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・安定生産および地域の担い手育成を支援する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・南国そだち研究会において、「南国そだち」の栽培技術の向上を図った。 H21 3回開催 延150名参加 ・生産コストの低減に向けて、近未来創造型稲作研究会（若手稲作生産者の情報交換会）を開催し、V溝直播栽培等の新技術の検討を行った。 H21 2回開催 延42名参加 ・白米熟粒発生原因検討会 H23 1回 10名 	<ul style="list-style-type: none"> ・「南国そだち」作付面積 H20 100ha → H23 200ha ・1,2等米比率（うるち米） H20 75.0% → H22 81.0% ・V溝直播栽培の実証ほ 2カ所
<ul style="list-style-type: none"> ◆販売対策 <p>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する</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・こうち売れる米づくり産地育成事業補助金 H21 全農こうち 2,000千円 H22 全農こうち・中土佐町他 2,631千円 H23 全農こうち・土佐清水市他 2,942千円 ・県内および県外販売促進活動（米穀卸業者への南国そだちのPR、量販店での試食販売） ・新米消費拡大キャンペーンの実施（TVCM、DVDの作成、とさてらすでの試食販売等） ・米の消費拡大意見交換会 H22 1回 20名参加 ・県産米ブランド化セミナー H22 2回開催 延115名参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内、県外への販路拡大（県内、県外量販店で取り扱い開始） ・H23に玉川高島屋、大丸札幌店において「南国そだち」を試験販売 ・県内地域ブランド米の育成（土佐天空の郷米、仁井田米等の地域ブランド米への支援及び新たな取組み支援） H20 0 → H23 3（大野見米（中土佐町）、黒潮米（土佐清水市）、南国市こめ地産地消の会（南国市））
<ul style="list-style-type: none"> ◆新たな国の制度への対応 	<ul style="list-style-type: none"> ・新制度活用による新規需要検討会の開催し、品種や栽培について検討を行った。 H22 2回 延40名参加 ・新規需要米の品種選択及び栽培技術に関する実証圃の設置 H23 県下5カ所 	<ul style="list-style-type: none"> ・新制度活用による新規需要米・加工用米栽培面積 米粉用米 H21 12ha → H22 20ha 飼料用米 H21 20ha → H22 337ha WCS用稲 H21 8ha → H22 56ha 加工用米 H21 0ha → H22 2ha ・農技センター、農産センターにおいて、多収品種の現地適応性を検討した結果、各地域への導入品種の絞り込みができた。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
・ユズの生産量 8,440t	・ユズの生産量 (H22~23平均) 10,979t	<ul style="list-style-type: none"> ・新改種による苦返り、生産量拡大は、計画以上に進んでいる。 ・ゆず振興対策協議会の体制強化や県域での需要開拓への積極的な取り組み、ゆず振興基金の創設など、新たな仕組みづくりができたことで、今後のゆず振興の基盤ができた。 ・協議会の中で青果部会、加工部会を設け活動が活性化し、商談会等へ積極的に参加する動きになってきたことは大きな変化である。また、関係機関の情報が共有され、横のつながりも強化されている。 ・大量在庫となっていたH21年産果実は、H23年度末には在庫はなくなった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者の高齢化に対応したゆず園地の維持管理の仕組みづくりについては、産地間交流会などで、モデル地区の取り組みを周知し、県域に波及させる。 ・隔年結果対策も含め、高品質な青果ゆずの安定生産を推進する。 ・ゆず果汁等の安定供給と需要拡大に継続的に取り組むと共に、HACCP取得推進、品質規格基準の設定等による県産ゆずのブランド化に取り組む。 ・青果と加工品の一体となったPR活動を進める。
<ul style="list-style-type: none"> ・光センサー選果機導入 H20年度：1カ所 ↓ H23年度：2カ所 ・光センサー選別機導入に伴う高品質化と園芸連取採量の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・光センサー選果機導入 2カ所 (H22) (達成率100%) ・光センサー選別機導入に伴う高品質化と園芸連取採量の拡大 H20：1,503t H21：1,445t H22：843t H23：1273t 	<ul style="list-style-type: none"> ・協議会の設立後、県域での課題の共有化、マルチ栽培での交流を核としてまともづくりが進んだ ・県内2大産地に光センサー選果機が導入されたことは、評価できるが、データのフィードバックによる高品質実生への取り組みが必要である ・加工品開発に対する県域での情報共有が図られ、具体的な高品質開発が進んでいるが、販路開拓やコスト面などで課題が残る 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐文旦の振興方針について、土佐文旦振興対策協議会等で協議し、高知県果樹振興計画に位置づけた。 ・光センサー選果機を効果的に活用した生産販売戦略を立て、実践する ・加工品の開発や販路開拓については、青果販売を補完し、相乗効果による生産者所得の向上に繋げるように取り組む。
栽培面積：91ha (H20面積を維持)	H21：85ha (93%) H22：85ha (93%) H23：79ha (87%)	<ul style="list-style-type: none"> ・生産面ではヒートポンプの導入などのコスト低減対策が進んだ。一方、導入が進んでいない地域では、電油価格の高騰によるコスト増加が経営を圧迫するなど、栽培面積減少の一因となっている。 ・新型のウイルスの対応については効果的な対策がなく、課題が残る。 ・販売面ではモニタリング調査を通じて消費地との顔の見える関係づくりが徐々にできつつある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・効果的なヒートポンプの利用方法についての啓発が必要。 ・出前授業等により消費地と産地の顔の見える関係づくりは継続的に進める。また、県域の目貫らしめや産地間交流の充実が必要。
・南国そだち 作付面積 500ha	・南国そだち 作付面積 【H23実績】 200ha	<ul style="list-style-type: none"> ・南国そだち研究会を開催したことにより、「南国そだち」の肥培管理等栽培管理について県内生産者間で共有することができた。 ・「南国そだち」の作付面積は、耐肥性・栽培のしやすさ等から「ナツヒカリ」からの品種転換が進まず、目標に達することができなかった。 ・生産コストの低減に向けた新技術としてV溝直播栽培の検討を行ったが、機械の導入経費等に課題があり、導入には至っていない。また、鉄コーティング直播栽培について現地適応性の検討を行ったが苗立ち率等の課題があるため、24年以降も継続して検討することとなった。 	B	<ul style="list-style-type: none"> ・高温障害について対策技術の検討・実証し普及を図る。
新たな特色ある地域ブランド米の育成 【目標】3	新たな特色ある地域ブランド米の育成 【H23実績】3	<ul style="list-style-type: none"> ・「南国そだち」をはじめ、県産米の認知度は県内外で高まった。 ・新たにブランド化を図る動きが活発になってきた(大野見米等)。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・各地域でのブランド化を引き続き支援。
		<ul style="list-style-type: none"> ・県下各地域に適した多収品種の選定が一定できた。 ・新規需要米の栽培面積は大幅に拡大した。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・加工用米は県産産組合から200tの要望に対し、現状120tしか確保できていないため、今後加工用米の推進が必要。

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱	取組方針	〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
	施策		
	これからの対策		
	<p>(4) 土佐茶産地の再構築</p> <p>◆「土佐茶」の販売推進体制の構築 生産から、PR等の消費拡大、販路拡大等の販売までの対策への支援の強化を実施する。</p> <p>生産者と関係団体が一体となって、安全・安心でおいしい土佐茶の販売戦略を確立していくとともに、消費と販路の拡大等に取り組みながら、茶生産農家が生産を維持できる所得の確立を目指して取り組む</p>	<p>●土佐茶販売対策協議会の活動支援 TVCM、リーフレット配布、各種商談会への参加、出前授業の実施等 ① 消費・販路拡大対策：81回 ② 県外へのアプローチ：13回 ○生産を維持できる仕組みづくりの活動 ① 生産・加工流通等の総合的調査：13回 ② 土佐茶ブランド化に関する研究：15回 □ふるさと雇用再生特別基金を活用した業務委託 ① 土佐茶の消費拡大・販路拡大に係る業務（全農高知県本部） ② 土佐茶普及推進拠点整備および運営業務（NPO法人ワークスマイらい高知）</p>	<p>●土佐茶販売対策協議会の活動支援 土佐茶認知度の向上（H21：49%→H24.5：72%） 緑茶購入量の増加（H20：全国46位→H23：36位） ○生産を維持できる仕組みづくりの活動 仕上げ茶加工施設の導入（全農）、消費拡大に向けた飲み方提案の実施（水出し茶）、高知女子大学（現高知県立大学）による新商品の開発・販売 □ふるさと雇用再生特別基金を活用した業務委託 ① 土佐茶の消費拡大・販路拡大に係る業務（全農高知県本部）：販売金額235%（H23/21）、取扱数量252%（H、売茶換算）、新規取扱店舗数338店 ② 土佐茶普及推進拠点整備および運営業務（NPO法人ワークスマイらい高知）：土佐茶の普及拠点として「土佐茶カフェ」が開店 H22.12月～H24.3月期の来客数は88,000人超</p>
	<p>(5) 畜産の振興</p> <p>【酪農】</p> <p>効果的な乳量・乳質改善の取組への支援</p>	<p>○牛群検定の加入促進 ○県下4地域4戸の牛群検定農家をモデルとして、暑熱対策や給水施設など牛舎環境の改善を実施し、モデル農家でのバーンミーティング（農場研修会20回延べ195人参加）等を通じて生産性向上の取組を実施。 ○更に追加対策として、高能力初妊牛97頭導入を支援し、遺伝的能力向上の促進を図った。</p>	<p>○牛群検定の推進 ・新たな検定農家4戸（計26戸）加入、検定頭数もH19：1,002頭→H23：1,431頭に拡大 ・検定農家では搾乳牛1頭あたり平均乳量がH20：9,056kg→H23：9,548kgに向上 ○乳用牛舎快適性モデルの実証展示 ・モデル農家4戸では搾乳牛1頭あたり平均305日補正乳量がH21：8,318kg→H23：8,648kgに向上</p>
	<p>【肉用牛】</p> <p>生産性向上への支援 土佐和牛ブランドの再構築への支援</p>	<p>○生産性向上の取組 ・畜産家を中心とした技術研修会（計22回延べ545人参加）の開催 ○土佐和牛ブランド推進協議会をH21年7月に設立、食へ歩きマップ（5万部）や新聞広告・雑誌（14誌）等のPR活動による認知度の向上、土佐あかうしレトルト加工品の開発・販売（累計約4万個）、土佐あかうし表示店（17店）の拡大や販路開拓に取り組んだ。</p>	<p>○生産性向上の取組 ・発育優良子牛の市場割合がH20：31%→H22：35%に向上 ・県内家畜市場での子牛価格がH21:198千円→H23:245千円にアップ（前年度比124%） ○土佐和牛ブランドの再構築への支援 ・新規取扱店舗（78店）の開拓 ・土佐あかうしA3平均枝肉率（kg）は大阪市場と牛の同枝肉率単価が下落するなか、高価格を維持。 土佐あかうし H22：1586円 → H23：1583円 大阪市場和牛 H22：1503円 → H23：1467円</p>
	<p>【養豚】</p> <p>飼料用米給与による畜産物のブランド化に向けた実証への支援 豚肉価格補てんへの支援</p>	<p>○ブランド化を目指した飼料用米給与の生産実証（JA四万十、米豚）を実施。 ○豚肉価格の低落時に基金による補てんを実施。</p>	<p>○飼料用米給与による畜産物のブランド化 ・飼料用米生産面積10.3ha（当初計画7haより約3haの増加）に拡大 ・販売促進の取組による新規取扱店（37店）の開拓 ・生産頭数の大幅な増加 H22年度：計画2,000頭→実績2,800頭 H23年度：目標3,200頭→実績1,000頭に拡大 ○地域豚肉価格安定対策 ・豚肉価格の低迷に対し、価格補てん（対象：14戸）による経営安定を実施</p>
	<p>【土佐ジロー】</p> <p>飼養羽数5万羽生産流通体制への支援 （平成23年度達成）</p>	<p>○土佐ジロー協会に5卵施設を整備するとともに、各支部で卵質検査や現地巡回指導（生産農家延べ200戸）を実施。 ○土佐ジロー協会での県内外の展示商談（約170件）の取組によって、新規取扱店を開拓。</p>	<p>○H22年度から土佐ジロー協会での5卵体制を確立（H22年度：入卵60,054個、雛33,570羽、H23年度：入卵75,161個、雛37,268羽） ○新規取扱店舗（33店）の開拓 ○土佐ジロー協会を中心とした一元集出荷販売をH22.8から開始することによって、新たに県外への販売量を拡大（約2万個/年）</p>
	<p>【土佐はちきん地鶏】</p> <p>14万羽（平成23年度）生産体制への支援 （平成25年度達成20万羽）</p>	<p>○生産拡大の取組を支援するとともに、特定JASの認証を取得。 ○県内外の展示商談（約230件）の取組によって、新規取扱店開拓や土佐はちきん地鶏レトルト加工品の開発・販売（累計約50万個）に取り組んだ。</p>	<p>○生産から流通・販売を担う会社をH22.4に設立 ○県内外の量販店での試食販売会（延べ50回）を開催し、販売を拡大（量販店数H21.3：57店→H24.3：89店） ○生産に見合う新規取扱店（170店）を開拓</p>
	<p>【畜産共通】</p> <p>◆畜産における生産コストの低減対策</p> <p>飼料自給率向上への支援 家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援</p>	<p>○稲発酵粗飼料の生産拡大 ○家保の検査等による生産阻害要因特定と対策を実施 ・乳質改善（酪農：県下6カ所）、子牛の育成事故・繁殖雌牛の空胎防除（肉用牛：県下7カ所）、呼吸器病対策（養豚：県下3カ所） ○口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザ防疫対策の強化</p>	<p>○稲発酵粗飼料に取り組む地域と水田面積拡大（H21.4市町村・33.2ha→H22実績9市町村・56.1ha→H23実績11市町村・61ha） ○家畜衛生対策の実施（7カ所） ・迅速な口蹄疫の防疫対策を実施 四国4県が連携し協同した防疫体制を構築 酪農、肉用牛、養豚農家の一斉消毒（353戸） ・迅速な高病原性鳥インフルエンザ防疫対策の実施 農場への侵入防止対策（消毒等）を強化 家畜衛生の一斉消毒及び巡回指導（103戸） ・防疫対策として、的確な発生防止対策の実施と、迅速な初動防疫の訓練等による万全なまん延防止体制の構築に努めた。</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの振拠)	SABC 評価	
県内緑茶消費量の県内産シェア H19: 48% →H23: 60%	H23: 62%	<ul style="list-style-type: none"> ●土佐茶販売対策協議会の活動支援 <ul style="list-style-type: none"> 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。 ○生産を維持できる仕組みづくりの活動 <ul style="list-style-type: none"> 仕上げ茶の加工施設を整備し、高品質安定生産や、新たな消費者ニーズに対応したティーパック・粉末茶の製造が可能となった。 □ふるさと雇用再生特別基金を活用した業務委託 <ul style="list-style-type: none"> ① 土佐茶の消費拡大・販路拡大に係る業務(全農高知県本部): 新規取扱店舗、販売金額、取扱数量とも増加した。 ② 土佐茶普及推進拠点整備および運営業務(NPO法人ワークスみらい高知): 「土佐茶カフェ」が開店し、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。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐茶の消費・販路拡大活動の強化 <ul style="list-style-type: none"> 試飲・PR活動や新たな飲み方の創造・提案による消費拡大及び営業活動を強化し、販路拡大を図る。 また県外向け新商品の開発による土佐茶のブランド化を推進する。 ・生産を維持する活動の強化 <ul style="list-style-type: none"> 施肥モデル実施や台切り・改植等の推進、荒茶加工施設の再編高度化のための施設整備等による、土佐茶の生産性・品質向上を図る。
経産牛1頭当たり県平均乳量 H23年度 8,000kg	経産牛1頭当たり県平均乳量 H19年度 7,646kg ↓ H23年度 7,883kg	<ul style="list-style-type: none"> ・牛群検定の推進、高能力初妊牛導入による遺伝的な改良の促進や乳用牛舎快適性モデルの実証展示等生産性向上の取組によって、検定農家の戸数・頭数が増加するとともに、猛暑の影響のなか、乳量の増加が図られている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・効果的な乳量・乳質改善の取組支援を継続し、牛群検定の加入促進に取り組む。
肉用牛飼養頭数(2月現在) H23年度 7,000頭	肉用牛飼養頭数(2月現在) H19年度 6,300頭 ↓ H23年度 5,700頭	<ul style="list-style-type: none"> ・子牛・枝肉市場価格の低迷や飼料の高止まりによる経営悪化、口蹄疫の発生等による導入頭数の減少、農家の高齢化や廃業等の影響によって、肉用牛の飼養頭数は減少しているが、生産性向上や販路拡大によって、子牛・枝肉価格の底上げが図られている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・キャトルステーションの実証展示、篤農家を中心とした育成・肥育技術や繁殖成績改善等の技術研修を継続するとともに、新たに優良な繁殖雌牛群の拡大を図るため、繁殖雌牛導入促進や生産性の高い地域内一貫生産体制の確立など生産基盤強化への支援に取り組む。 ・更に生産基盤拡大に向けた施設整備への支援を図る。
米豚生産頭数 H23年度 3,200頭	米豚生産頭数 H20年度 320頭 →H22年度 2,800頭 →H23年度 10,000頭	<ul style="list-style-type: none"> ・米豚生産頭数目標の大幅な増加(目標3,200頭から1万頭へ)となり、飼料米給与による畜産物のブランド化実証が図られている。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・生産に見合う販路拡大と飼料米給与による畜産物のブランド化への支援に取り組む。
土佐ジロー飼養羽数(2月現在) H23年度 5万羽	土佐ジロー飼養羽数(2月現在) H20年度 2.8万羽 →H23年度 3.1万羽	<ul style="list-style-type: none"> ・暑気悪化や大規模農家の生産拡大計画中止の影響によって、飼養羽数の目標達成は困難であるが、高知県土佐ジロー協会を中心としたふ卵体制の確立や販路拡大が図られている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・安定的な産供給体制、生産技術の向上や新規農家育成等生産基盤の強化や土佐ジロー協会を中心とした生産から流通・販売までの一体的な支援に取り組む。 ・更に生産基盤拡大に向けた施設整備への支援を図る。
土佐はちきん地鶏生産羽数 H23年度 14万羽	土佐はちきん地鶏生産羽数 H19年度 約1万羽 →H23年度 約9万羽	<ul style="list-style-type: none"> ・生産羽数の目標には達していないが、生産拡大に対応した流通・販売拡大の取組により、在庫がない状態にある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・生産に見合う販路拡大、食鶏加工処理や流通販売体制の確立を行うとともに、生産性の向上や生産拡大の強化への支援に取り組む。 ・更に生産基盤拡大に向けた施設整備への支援を図る。
稲発酵粗飼料の生産面積 H23年度: 52ha	稲発酵粗飼料の生産面積 H20年度: 16ha →H23年度: 61ha	<ul style="list-style-type: none"> ・稲発酵粗飼料生産面積目標の大幅な拡大(目標52haから61ha)と本県への口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの侵入・発生を阻止している。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・畜産における生産コストの低減対策、飼料自給率向上への支援、家畜衛生対策の強化による生産性向上への支援を継続するとともに、迅速かつ的確な口蹄疫及び高病原性鳥インフルエンザ防疫体制の強化に取り組む。

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針 施策 これからの対策			
6 担い手の育成と生産資源の保全			
(1) 認定農業者の育成・確保			
<p>◆新規認定者の確保と併せ、認定期間の中間年や満了を迎える農業者に対し、進捗状況の確認と達成への支援</p> <p>講習会や個別面談による新規認定者及び再認定対象者への経営改善計画作成支援及び認定農業者に対するフォローアップ活動の実施。</p>	<p>○地域担い手協議会に対する取り組みの周知・助言 ・説明会及びヒアリングの実施</p> <p>○新規認定農業者の確保 ・講習会等により経営改善計画の作成を支援 ・認定候補者リストを作成し、候補者に対して認定農業者への誘導を図った。</p> <p>○フォローアップ活動の実施 ・認定期間の中間年（3年目）及び最終年（5年目）を迎えた認定農業者に対する達成状況の把握等のフォローアップ活動を実施</p> <p>○認定期間を満了する認定農業者の再認定活動 ・フォローアップ活動等を通じて再認定時期を迎えた認定農業者の経営改善計画の作成支援</p>	<p>○認定農業者数 平成23年度末の認定農業者数は3,277経営体 ・3,712(H20)→3,798(H21)→3,749(H22) →3,277 (H23) ・新規認定数 H21:147、H22:101、H23:120</p> <p>○フォローアップ活動の実施 地域担い手育成総合支援協議会において、経営改善計画の達成状況の把握等のフォローアップ活動が実施されるようになり、再認定に向けた支援につながった。 (H21) 1,445経営体 (対象2,079経営体) (H22) 781経営体 (対象1,205経営体)</p>	
<p>◆経営規模拡大による企業的経営体の育成と優良な労働力の確保</p> <p>園芸産地の維持・発展のためには、意欲的な農家に経営規模の拡大を促し、大規模経営および企業的経営を目指してもらう必要がある。 このため、地域段階で有望な農家をリストアップし、地域段階および県域で育成活動を行い、モデルとなる農家の育成を図る。また、規模拡大に伴い必要となる労働力の確保・育成に向けた支援を行う。</p>	<p>○企業的経営体の育成 ・地域段階での個別支援活動 リストアップ農家103戸 →カウンセリング88戸・延べ232回 →コンサルテーション55戸・延べ223回</p> <p>・研修（全県・ブロック別）の実施 136回・延べ969名参加</p> <p>・シンポジウムの開催 ・品目別の規模拡大方策の検討 県外事例調査（愛知県・福岡県・熊本県） 経営・栽培シミュレーション</p> <p>○優良な労働力の確保・マッチング ・JA無料職業紹介所の設立と活動支援 10JA ・重点分野雇用創造農業担い手育成事業 による経営体の育成 3経営体</p>	<p>○企業的経営体の育成 ・モデル候補農家の選定 16戸（目標：30戸）</p> <p>・JA無料職業紹介所による雇用斡旋実績 無料職業紹介所の開設 10JA（既存含む） （目標：11JA）</p> <p>マッチング実績 H21～H23：延べ474人（延べ358農家） H21：延べ105人（延べ76農家） H22：延べ182人（延べ138農家） H23：延べ187人（延べ144農家）</p>	
(2) 新規就農者の確保・育成			
<p>◆市町村での実践研修や遊休ハウスの活用等に対する支援</p> <p>市町村による研修事業の導入や指導農業者の認定推進などにより、新規就農者の受入体制の強化を図る</p> <p>県農業公社による遊休ハウス等の情報収集・提供や国事業を活用した初期投資軽減策の有効活用により、新規就農者の確保・育成を図る</p>	<p>○就農予定市町村での実践的な研修事業に対して補助。（6か月以上2年以内で、研修生月15万円以内（補助率2/3）、受入農家謝金月5万円以内（補助率定額）</p> <p>○県農業公社による農地、遊休ハウス等の情報を一元的に収集、提供する取り組みを開始（H21.9月～）</p>	<p>○実践研修：H21年度：14市町村、21人 H22年度：22市町村、50人 H23年度：23市町村、70人</p> <p>○新規就農者数 H21年度：161人（目標150人） H22年度：197人（目標170人） H23年度：234人（目標170人）</p> <p>○研修受入農家 H23年度末 54人</p> <p>○H24.3月末現在：農地484件、遊休ハウス21件、うち契約済77件、農地取得希望者91名登録</p>	
<p>◆異業種からの農業参入支援</p> <p>担い手の減少、耕作放棄地の増加、農業生産額の低下等への対応と、建設業者等の経営悪化に伴う従業員への対策として、異業種からの農業参入を支援する</p>	<p>○他部局と連携した説明会の開催。 ○農業参入に関する相談対応。</p>	<p>○H21～23年度は14社が参入 （経営面積約12ha）</p>	
<p>◆JA出資型法人の設立を強力にサポート</p> <p>地域農業を支える新たな担い手として、JAが運営の主導権をもつJA出資型法人の設立を支援</p>	<p>○JA高知中央会と連携した設立の可能性のあるJAのピックアップと個別訪問により設立の必要性について周知</p> <p>○JA出資型法人に関する研修会の実施 3JA （JA土佐れいほく、JA南国市、JA高知はた）</p> <p>○法人設立に向けたPT会の設置およびPTへの参画 3JA（JA土佐れいほく、JA南国市、JA高知はた）</p> <p>○地域担い手育成支援協議会に対して、先進地視察等の設立促進に向けた活動について支援 3協議会（土佐町、南国市、四万十市）</p> <p>○ふるさと雇用再生JA出資型法人設立支援事業による設立にかかる人材育成について支援 （JA土佐れいほく）</p>	<p>○法人設立に向けたPT会の設置 2JA H21年度：JA土佐れいほく、JA南国市</p> <p>○法人設立準備室の設置 1JA H22年度：JA土佐れいほく</p> <p>○JA出資型法人の新規設立 1JA →H23.4月に備れいほく未来を設立 （JA土佐れいほく）</p> <p>※H24.4月に(株)南国スタイルを設立 （JA南国市）</p>	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SAB C 評価	
4,340経営体	3,277経営体	<p>・地域担い手協議会に対して、認定農業者の確保の必要性や取組みの方法などについて周知し、各地域で新規認定者の確保や再認定への支援、フォローアップ活動による経営改善計画の達成状況確認と助言などの取組みが行われるようになった。</p> <p>・なお、認定農業者の高齢化の進行や、国の施策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」への支援に転換したことなどから、認定農業者のメリットが少なくなったことによる、再認定率の低下や、地域における認定農業者の確保に対する取組みの鈍化が目立ち始めている。 特に、18年度に1,250経営体が新規認定となるきっかけとなった、指定野菜価格安定対策事業について、産地における認定農業者の面積割合の要件が廃止(H22.3)されたことで、認定農業者の確保は一層厳しい状況となってきた。</p> <p>・認定農業者数の確保は厳しい状況となったが、これまでの取組みを通じて、地域担い手協議会を中心とした経営改善計画作成支援や達成状況の確認等の活動が行われるようになり、経営改善に意欲的な農業者を育成する取組が行われるようになった。</p>	B	<p>・認定農業者は、本県の農業を支える中核的な担い手であり、引き続き育成・確保に取り組んでいくが、今後は企業の経営の実現や法人化の推進等、個々の経営体質の強化への支援に重点を移していく。</p>
		<p>・地域段階での個別支援活動により、経営規模拡大に目向けられ始めたものの、モデル農家の育成数は目標に達していない。</p> <p>・研修の実施や、品目別検討により、県内での企業の経営に向けた意識は確実に向上した。 (研修開催への要望の増加、品目別検討会への参加者数の増加など)</p> <p>・JA無料職業紹介所の活動を支援するため、担当者会や研修会を開催して来たことで、関係機関および農家への雇用管理意識が高まった。</p>	A	<p>・リストアップ農家への支援</p> <p>・対象を個別農家だけでなく部会組織にも広げ、産地ぐるみで規模拡大および企業の経営に向けた活動を進めていく。</p> <p>・JAオンライン分析・診断システムを活用し、具体的な数値を用いた規模拡大方策を検討していく。</p> <p>・企業の経営の最終形として、法人化を目標として取り組みを強化していく。</p>
新規就農者の年間確保 目標 170人	23年度新規就農者 234人	<p>・市町村での実践研修は、研修生が年々増加しており、H23年度県予算も前年度と比べ倍増し支援を強化している。また、新規就農者の年間確保目標数はH22、H23はそれまでの150人から170人に上方修正したが、H22年度は197人、23年度は234人となり、目標数を達成した。</p>	S	<p>・市町村での実践研修は就農定着率が高いことから、今後も継続して地域担い手協議会とも連携して推進していくとともに、円滑な就農に向け、必要な生産基盤等の確保にも努めるよう要請していく。</p> <p>・併せて、県農業公社による、農地や遊休ハウス等の情報収集・提供の取り組みの推進を図る。</p>
		<p>・新規就農の一形態として、異業種からの農業参入の必要性や現状・課題等について、研修会等を通して市町村等関係者に認識を深めさせるとともに、各種制度や相談内容等の情報共有に取り組んだ。</p> <p>・関係部局と連携した説明会や個別対応を通じて、農業参入希望企業等に地域農業の概要や各種制度を周知し、意向や要望に応じて地元関係機関と連携して対応した。</p>	S	<p>・新規就農の一形態として、個人による参入と同様に支援を行う。</p>
JA出資型法人数 5法人を設立	JA出資型法人数 2法人設立 (H24.4.1設立法人を含む)	<p><設立に向けた支援></p> <p>・JA出資型法人の必要性等について周知し、可能性のあるJAに対して個別訪問等を実施した。</p> <p>・設立に対して意向のあるJAについて継続して支援を行い、JA土佐れいほく及びJA南国市では、設立に向けたPT会が設置され、PT会に参画し、情報提供等を行った。また、地域担い手協議会においても先進地視察等により、JAだけでなく関係機関をさめて出資型法人の設立について検討が行われた。</p> <p><設立等></p> <p>・JA土佐れいほくでは、23年4月にJAが出資した法人である、傑れいほく未来が設立され、水稲の育苗や施設園芸(ｶﾞｰﾃﾞﾆﾝｸﾞ等)の栽培を行うとともに、研修生の受け入れによる新規就農者の育成等も実施していく予定となっている。</p> <p>・JA南国市では、24年4月にJAが出資した法人である、傑南国スタイルが設立され、水稲の育苗や青ネギ・キャベツ等の栽培を行い、農地の受け手となり地域農業の維持・活性化に向けて取り組みが行われている。</p>	A	<p>・引き続き、中央会と連携して、設立の可能性のあるJAの掘り起こしとPT設置等について支援していく。</p> <p>・新たに設立したJA出資型法人の経営の安定に向けて支援していく。</p>

◎農業分野

産業成長戦略(専門分野)																																							
戦略の柱	具体的な取組み	具体的な成果																																					
取組方針																																							
施策																																							
これからの対策	〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕																																					
(3) 経営不振農家への支援	<p>◆経営不振農家に対するJAグループと県の協働の取組強化</p> <p>経営不振農家対策に取り組み農協に対し、体制構築や指導力向上に向けた支援を行う。また、支援対象農家に対して、負債利子を補給するなどの直接支援も実施する</p>	<p>・プロジェクトチーム・担当者会を定期開催(H21～H23:延べ6回)</p> <p>・JAグループと合同研修会を開催(H21:1回、26名(うち県14名、JA12名) H22:4回、122名(うち県50名、JA72名) H23:6回、231名(うち県94名、JA127名))</p> <p>・利子補給事業の利用拡大を推進</p> <p>・JA経営改善支援チームの運営支援</p> <p>支援対象農家への個別総合指導(H21:12JA、130F チーム会204回、個別指導1,323回 H22:12JA:132F チーム会255回、個別指導1,493回 H23:12JA:122F チーム会188回、個別指導1,530回)</p>	<p>・経営改善支援活動の評価(H22)</p> <table border="1"> <tr> <th>経営状況の変化(%)</th> <th>改善</th> <th>維持</th> <th>悪化</th> </tr> <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> </table> <p>農家の変化(%)</p> <table border="1"> <tr> <th></th> <th>向上</th> <th>やや向上</th> <th>変化なし</th> </tr> <tr> <td>農家意欲</td> <td>21</td> <td>59</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>栽培管理技術</td> <td>12</td> <td>54</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>経営管理能力</td> <td>4</td> <td>51</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>家計管理能力</td> <td>4</td> <td>45</td> <td>51</td> </tr> </table> <p>・利子補給事業等の実績(H22) 契約JA数:12JA、利用JA数:7JA 利用農家戸数:35戸(延べ38戸) ・JAオンライン経営診断システム稼働:8JA</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		向上	やや向上	変化なし	農家意欲	21	59	20	栽培管理技術	12	54	34	経営管理能力	4	51	45	家計管理能力	4	45	51
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																																				
	向上	やや向上	変化なし																																				
農家意欲	21	59	20																																				
栽培管理技術	12	54	34																																				
経営管理能力	4	51	45																																				
家計管理能力	4	45	51																																				
(4) 耕作放棄地の解消・担い手とのマッチング	<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>・耕作放棄地再生利用緊急対策交付金(国庫事業)とともに、農地保有合理化機能を持つ県農業公社を通して、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。</p> <p>・併せて、耕作放棄地の所有者の意向把握と規模拡大志向農家や、新規就農希望者等の新たな耕作者をリストアップし、マッチングを行うことにより、新たな担い手の育成・確保を図る。また、有望品目の提案や、販路確保等により、営農の定着を図る。</p> <p>・県営農組織が取り込む耕作放棄地解消を積極的に推進する。</p>	<p>○耕作放棄地対策協議会の設置</p> <p>・県協議会及び全市町村に地域耕作放棄地対策協議会を設置</p> <p>○解消目標の設定(産業振興計画)</p> <table border="1"> <tr> <th>年度</th> <th>目標面積</th> </tr> <tr> <td>21</td> <td>30ha</td> </tr> <tr> <td>22</td> <td>120ha</td> </tr> <tr> <td>23</td> <td>150ha</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>300ha</td> </tr> </table> <p>○県事業の創設(H21)</p> <p>・耕作放棄地の再生利用を推進するため、国の耕作放棄地再生利用緊急対策交付金への上乗せ補助として、耕作放棄地解消推進事業(県事業)を創設</p> <p>○県農業公社の取り組み</p> <p>・農地、空きハウス等の情報を収集し、ホームページ等で提供(H21)</p> <p>○遊休農地(耕作放棄地)等の新たな担い手とのマッチング</p> <p>○広報</p> <p>・新聞広告、県広報紙、ラジオでの広報</p> <p>・市町村広報紙、JA機関紙での広報依頼</p> <p>・農業委員会総会、担い手協議会総会等での事業紹介</p> <p>・公社事業のポスター、チラシの配布</p>	年度	目標面積	21	30ha	22	120ha	23	150ha	合計	300ha	<p>○耕作放棄地の解消状況</p> <table border="1"> <tr> <th>年度</th> <th>解消面積</th> </tr> <tr> <td>21</td> <td>112.69ha</td> </tr> <tr> <td>22</td> <td>115.49ha</td> </tr> <tr> <td>23</td> <td>101.88ha</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>330.06ha</td> </tr> </table> <p>(耕作放棄地全体調査)</p> <p>○県農業公社における情報提供の成果</p> <p>情報提供(H21～H23累計)</p> <p>農地情報484件(うち耕作放棄地241件)</p> <p>空きハウス情報21件(うち耕作放棄地7件)</p> <p>→うちマッチング完了分</p> <p>農地77件(うち耕作放棄地24件)</p> <p>空きハウス情報10件(うち耕作放棄地4件)</p>	年度	解消面積	21	112.69ha	22	115.49ha	23	101.88ha	計	330.06ha																
年度	目標面積																																						
21	30ha																																						
22	120ha																																						
23	150ha																																						
合計	300ha																																						
年度	解消面積																																						
21	112.69ha																																						
22	115.49ha																																						
23	101.88ha																																						
計	330.06ha																																						
(5) 農業農村整備の推進	<p>◆基幹的農業水利施設の適正な更新と予防保全</p> <p>・耐用年数を経過し老朽化が進行している基幹的農業水利施設の機能診断と機能保全計画を策定し、適正な予防対策を推進。</p> <p>・適切な機能保全計画の策定に向けた機能保全マニュアルの策定。</p> <p>・施設の長寿命化のため、地域の水路管理者自らによる簡易補修の取り組みを推進。</p>	<p>[H21]</p> <p>・機能保全計画:6施設の機能診断調査を実施</p> <p>・機能診断マニュアル:マニュアル策定委員会の実施3回</p> <p>現地研修会の実施1回</p> <p>[H22]</p> <p>・機能保全計画:6施設の機能診断調査を実施</p> <p>・簡易補修の取り組み:高知大学の連携により簡易補修工法研修用DVDを作成</p> <p>[H23]</p> <p>・保全対策工技術検討会の実施2回</p> <p>・老朽水路の簡易補修技術の習得</p> <p>・簡易補修工法を県のホームページへ掲載</p> <p>・農地・水活動組織への説明会の開催8回</p>	<p>○機能保全計画に基づく予防保全対策の実施</p> <p>・機能診断で保全対策実施が必要と判断した9施設について保全対策の事業化</p> <p>・1取水堰により用水が安定供給される農地面積=1849ha</p> <p>・8排水機場により湛水被害が防止される農地面積=289ha</p> <p>○機能診断から保全計画策定までがマニュアルに基づく統一された考え方で策定可能となった。</p> <p>○簡易補修の地域での取り組みの推進</p> <p>・農地・水活動組織へDVDを配布するとともに、県内6ブロックでの説明会により修繕意欲向上に繋がる結果を得られた。</p> <p>アンケート結果</p> <p>DVDを見て参考になった(93.9%)</p> <p>DVDを見て自分でも補修してみたい(79.2%)</p>																																				
◆農地・水・環境保全向上対策の推進	<p>過疎化・高齢化・混住化等の進行に伴い、農業者のみでは適切な保全管理が困難になった農業用水路や農道等の社会共済の資源を、非農家を交えた地域ぐるみで保全する体制づくりを促進するとともに、老朽化が進む農業用施設の長寿命化の対策を推進する。</p>	<p>[H21]</p> <p>・ブロック別説明会の開催(県下6会場)</p> <p>・施策評価(中間)作成のための、アンケート調査の実施(H19開始の141組織)</p> <p>[H22]</p> <p>・施策評価の作成及び国への提出</p> <p>・ブロック別説明会の開催(県下6会場)</p> <p>・集落営農についての説明会の開催(県下6会場)</p> <p>[H23]</p> <p>・政策提言の実施</p> <p>・(共同活動の継続、向上活動の必要額確保)</p> <p>・ブロック説明会の開催(県下6会場)</p>	<p>○活動組織数</p> <p>199組織/141組織 平成19年度比141%</p> <p>(H23/H19)</p> <p>○対象農用地面積</p> <p>5,810ha/4,056ha 平成19年度比143%</p> <p>(H23/H19)</p>																																				

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
経営改善農家割合 20%以上	経営改善農家割合 H21:37% H22:48% H23:43%	<p>取組JAのうち、半数以上はJAが主体となった支援活動ができていた。また、経営指導能力も向上し、経営不振農家だけでなく、対象を広げた経営指導を展開できているJAもある。</p> <p>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」の運用が始まったため、JAグループと協力してシステムの定着と活用を強化する必要がある。</p>	S	<p>目標達成により、平成24年度以降は、一般課題として対応。</p> <p>経営診断システムの運用については、「認定農業者の育成・確保(企業の経営体の育成)」の中で展開</p>
耕作放棄地解消面積 (H21~H23) 計300ha	耕作放棄地解消面積 (H21~H23) 計330.06ha	<p>国・県の耕作放棄地対策事業の活用が少ないため、今年度から自己所有地も補助対象とすることや、農業用ハウスの整備にも県の上乗せ補助ができるように制度の見直しを行い、事業を活用した耕作放棄地の再生利用を促進した。</p> <p>1種農地や基盤整備済みの農地など、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した。</p> <p>農業委員会の遊休農地対策や、平成21年度から各市町村の地域担い手協議会が耕作放棄地対策を業務として取り組み始めたこと等により、300ha(3ヵ年計画)の解消目標面積は達成できた。</p> <p>県農業公社が農地所有者からの売買・貸借希望情報や、耕作放棄地の地権者への意向調査結果に基づいた農地情報について結びつけ活動を行い、農地77件(うち耕作放棄地24件)、空きハウス10件(うち耕作放棄地4件)が担い手農業者によって利用された。</p>	S	<p>目標達成により、平成24年度以降は、一般課題として対応。</p>
機能診断・機能保全計画の策定施設数 22/27施設	21/27施設	<p>目標の機能診断・機能保全計画策定22施設に対し、H23年度末で21施設の保全計画を策定。残り1施設(排水機場)については他事業で保全対策(排水ポンプを1台増設)を実施したことにより、目標は達成されている。</p> <p>機能診断から保全計画策定までがマニュアルに基づく統一された考え方で策定可能となったことにより、目標は達成されている。</p> <p>地域の水路管理者自らによる簡易補修の取組の推進については、DVD配布及び説明会開催により修繕意欲向上に繋がる結果は得られている。</p>	S	<p>適切な役割分担の下での予防保全対策の推進</p> <p>◎農業者等は、農地・水保全管理支払交付金を活用し、農地周りの施設</p> <p>◎市町村は、主として団体営事業等で整備した農業水利施設</p> <p>◎県は、県営事業で整備した基幹的農業水利施設の長寿命化を推進</p>
		<p>地域においては、本対策による取組の意識が広がり、活動組織数や対象農用地面積が増加した。</p> <p>第1期対策の終了に伴い、5年間の共同活動について活動組織へのアンケート調査を基に施策評価を実施した。評価結果は以下のとおり。</p> <p>【効果】</p> <p>①非農業者を巻き込んだ体制づくりが推進</p> <p>②地域の方々のまとまり、つながり、助け合いの気持ちの高まり</p> <p>③農地や農業用施設の適正管理</p> <p>④農村環境や景観の維持、確保</p> <p>⑤地域の展望や目指すべき方向を話し合うきっかけづくり</p> <p>【課題】</p> <p>①地域リーダーの育成、確保</p> <p>②保全管理体制の維持</p> <p>③農地、農業用施設の老朽化</p>	S	<p>市町村の実情把握による取組拡大に向けた啓発により、本対策の更なる広がりを促す。</p>

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）		
戦略の柱	具体的な取組み	具体的な成果
取組方針	〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策		
これからの対策		
2 新たな取組による農業・農村の発展		
1 1.5次産業の推進		
(1) 産業化への取組		
<p>◆原材料の生産から、加工、流通、販売まで、トータルに支援を行う体制の構築と、事業のパッケージ化</p> <p>付加価値の高い加工品を生産するに当たり、加工向け農産物の安定供給の確保と加工、流通、販売までトータルに支援する体制による取組を推進する</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・国及び県補助事業による搾汁施設の導入支援 ・高知県ゆず振興対策協議会の体制強化（加工部会の新設）、県域での需要拡大への取組み（県補助事業） ・豊作時の価格の低迷に対し、「ゆず振興基金」による生産者支援を検討し、関係市町村等と調整を実施。 ・国及び県補助事業による光センサー選果機導入支援 ・文旦産地と食品加工業者とのマッチング ・県内酒造会社への文旦搾汁施設の導入（H21） 	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客ニーズに対応した搾汁施設の導入（H21：2カ所、H22：3カ所）された。 ・大手飲料メーカーなどとの大口取引契約や輸出など新たな販路開拓が進み、一定の在庫削減が見込まれる。 ・豊作時のセーフティネットとして、「ゆず振興基金」の創設。 ・県内最大産地（土佐市）への光センサー選果機の導入（H22）により、2大産地でパッキングの少ない出荷体制が整備された ・H22年度は春先の天候不順で産量量が平年の7割程度 ・園芸連取扱量 H21:1600t、H22:680t ・県内酒造会社（K社）：文旦リキュール ・大手ジャム会社（S社）：だるま文旦ジャムを商品化
<p>◆工場の衛生管理の高度化</p> <p>地産地消・外産品等からの情報を基に衛生管理能力の向上を目指す施設をピックアップし、高度衛生管理手法及び認証制度の取得を目指す指導・助言を実施する。このことによりHACCP手法を取り入れた自主衛生管理手法の浸透を図り、県内食品関連施設の衛生管理能力の向上を目指す。また、工業技術センター食品開発課が主催する品質管理講習会において、HACCP関連の講義を行い、能力向上意欲のある企業の掘り起こしとHACCP手法の啓発をおこなう。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ①地産外産品等の他課と連携し、下記の事項を実施 <ul style="list-style-type: none"> ・高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言 ・HACCP手法関連講習会の開催 ②高知県衛生管理認証制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・新規対象業種の設定 ・新規認証施設の承認 ・認証取得希望施設への指導・助言 	<ul style="list-style-type: none"> ①高度衛生管理手法実施希望施設及び認証取得希望施設に対する指導・助言の実施 <ul style="list-style-type: none"> H21：15施設 H22：70施設 H23：23施設 ②HACCP手法関連講習会開催数 <ul style="list-style-type: none"> H21：6回 H22：13回 H23：5回 ③新規対象業種の設定 <ul style="list-style-type: none"> H21：2業種 H22：2業種 H23：2業種 ④新規食品衛生管理認証取得施設 <ul style="list-style-type: none"> H21：2施設 H22：3施設 H23：4施設
(2) 地域加工の推進		
<p>◆高知県産にこだわりを持った加工品や地域固有の加工技術を活かした加工品が、地域で開発できるよう、企画から加工の規模拡大までの総合的な支援体制づくりと、事業のパッケージ化</p> <p>地域のこだわり資源を地域（集落）の新たな産業の創出（産地化）へと育成するため、民間企業のノウハウを活用した加工品の創出や、ブラッシュアップによる生産拡大を支援する。</p>	<p>地域の特色ある一次産品を、付加価値を高めるための新たな加工商品作りへの取組み支援や、ブラッシュアップによる生産拡大、企業・団体等のマッチング等を支援。</p> <p>地域アクションプランに関連する加工施設整備の関係機関の連携</p>	<p>地域アクションプランの取組みに対するハンズオン支援により、プラン実行につながっている。</p> <p>支援企業 H21年度：6件 H22年度：12件 H23年度：19件</p> <p>関係機関が連携した加工施設設計：3件</p>
2 「高知の食」を活用した取組の拡大		
(1) 地産地消の持続的発展		
<p>◆来店型販売形態の充実・強化と業務筋（外食、中食、学校給食）のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信ができる直販所づくり</p> <p>直販所における安全・安心の取り組みを進め、地域の経済・交流の活性化の拠点として直販所を活性化させていくため、直販所の「安心係」を養成するとともに、昨年度構築した情報管理システムを活用したモデル直販所での情報発信や、見せる店づくりなど、直販所のステップアップに取り組む。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○農産物の安全・安心確保（ステップ1） <ul style="list-style-type: none"> ・農林水産物直販所「安心係」養成講習会開催 <ul style="list-style-type: none"> H21：2会場105名出席、H22：3会場105名出席、H23：3会場139名出席 ○情報発信力の強化（ステップ2） <ul style="list-style-type: none"> ・H21：「プロダクト講習会」開催 6店舗、8名出席 ・H22：「地産地消の仕事人」によるアドバイス 3店舗、42名出席 ・H23：「情報発信等向上研修会」開催 19店舗、44名出席 ○魅せる店づくり（ステップ3） <ul style="list-style-type: none"> ・H21：アドバイザーによる店舗でのアドバイス 5店舗、7回実施 ・H22：「地産地消の仕事人」によるアドバイス 3店舗、42名出席 ・H23：アドバイザーによる店舗でのアドバイス 8店舗 ○新たな分野への販路拡大（ステップ4） <ul style="list-style-type: none"> ・情報管理システムの構築（3店舗） ○直販所運営管理者研修及び「安心係」発展講習会開催 H22：56名参加、H23：23名参加 ○福井県との直販所交流事業等を実施 <ul style="list-style-type: none"> ・H22、23：直販所での特産物相互販売 ・H23：伝統野菜販売フェア ○地産地消イベントでのPR（H22） 	<ul style="list-style-type: none"> ・直販所における安全・安心を推進していくための「安心係」について、H23年度末時点で、140店舗中119店舗に配備。 ・様々な研修やPR等に取り組み、直販所の販売額については、H23年度での目標76億円に対し、81億円に達した。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<ul style="list-style-type: none"> ユズ果汁のJA在庫量 200t 光センサー選別機導入産地 2産地 認証対象業種 14業種 認証施設数 12施設 高度衛生管理手法導入施設数 20施設 	<ul style="list-style-type: none"> ユズ果汁のJA在庫量 500t (H23.8末) 光センサー選別機導入産地 2産地 (100%) 認証対象業種 14業種 認証施設数 15施設 高度衛生管理手法導入施設数 高度衛生管理手法の単なる導入ではなく、要領を整備したうえで、手法認定制度にリメイクし、制度の説明会等を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> H21年産のゆずの大豊作により、果汁の大量在庫が発生したが、これを契機として、ゆず振興対策協議会の体制強化や県域での需要開拓への積極的な取り組み、さらには、ゆず振興基金の創設など、新たな仕組みづくりが加速し、今後のゆず振興に対する基礎がたためた。 県内2大産地に光センサー選別機が導入されたことは、評価できるが、データのフィードバックによる高品質果実生産への取り組みが必要である 加工品開発に対する県域での情報共有が図られ、具体的な商品開発が進んでいるが、販路開拓やコスト面などで課題が残る <p>○食品衛生管理認証制度については、対象業種及び認証施設数ともに予定どおりに進めることができた。認証取得に関する問い合わせも数回の増加のみならず、内容がより具体的なものとなっており、認証制度が県内食品関連業界に認知されてきたものと考えられる。</p> <p>○食品高度衛生管理手法については、平成23年度に食品高度衛生管理手法認定制度として制度化し、HACCPシステムによる自主衛生管理手法のファーストステップに位置付けた。このことにより、県内事業者が目指すべき目標を明確にし、施設の衛生管理レベルのステップアップ方法をよりわかりやすく提示できたものと考えている。</p>	A	<ul style="list-style-type: none"> 光センサー選別機を効果的に活用した生産販売戦略を立て、実践する 加工品の開発、販路開拓は、青果販売を補完、相乗効果により生産者所得の向上に繋がるよう取り組む
		<ul style="list-style-type: none"> ものづくりプロデューサー等を活用したハンスオン支援により、加工品が外食産業等へ採択されるなど、地域アクションプランに掲げる商品開発(改良)等が進行している。 <p>関係機関が連携し、望ましい施設設計が行われた</p>	A	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き地域アクションプランの実行を支援している。
<ul style="list-style-type: none"> 直販所販売額 (H20: 70億円→H23: 76億円) 	<ul style="list-style-type: none"> 直販所販売額 81億円 	<ul style="list-style-type: none"> 情報資産有効活用システムの構築と導入により、業務訪との予約取引への対応が図られるなど、ニーズに対する基盤整備が進んだ。 店舗の情報発信力の強化に努め、ブログ開設講習を受講した店舗では新たにブログが開設された。また、アドバイザーによる店づくりの具体的なアドバイスにより、店舗の情報発信力の強化や運営改善につながった。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 業務訪のニーズに合わせた直販所づくりに向けて、直販所のネットワークづくりを支援。 直販所を地域の活性化の拠点にする取り組みへの支援として、直販所を販売拠点とした加工品の開発を支援。

◎農業分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱	取組方針	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
	施策		
	これからの対策		
	<p>◆県民みんな高知農産物応援団づくり</p> <p>高知県内の新鮮な農産・水産・畜産物を中心とした「安全」「安心」な素材を活用した地産地消の取組みを消費者に広くアピールするため、野菜で元氣店等を活用し、高知県内の食材を活用したメニューを提供する場づくりを行い、「高知の安全・安心な食材」を再認識する場を提供するとともに、生産者、料理人、消費者の交流の場をつくる</p>	<ul style="list-style-type: none"> 高知県の食材及び地産地消の取組みを消費者にPRするための場づくりとして、生産者と実需者及び消費者との交流支援（H21～23） 高知県産食材の活用場として、野菜で元氣店の募集・選定。（H21） 地産地消のイベントにおける地産地消の取組みPR（H22） 土佐の料理伝承人を活用した、高知の食のPR（H21～23） 県産食材の認知度向上や消費拡大に向けた「野菜で元氣店PLUS」店舗の募集・登録（H23） 	<ul style="list-style-type: none"> 実需者と生産者、消費者の交流の場を設けることで食材に対する理解が高まり、実需者側でも、消費者に食材の紹介をしていきたいという意識変化につながっている。また、生産者への食材活用への提案にもつながっている（交流支援 H21：10回、H22：4回、H23：4回） 野菜で元氣店選定数：99店舗、高知の野菜ソムリエの活用：34名 県内の大型量販店イベントでの地産地消PR（H22） 土佐の料理伝承人の活用 <ul style="list-style-type: none"> 県内での高知の食文化紹介：35団体・個人参加（H23） 県外ホテルでの高知の食文化紹介：4団体参加（H22） 「野菜で元氣店PLUS」登録店：38店舗
	<p>(2) 食育（学校給食）による地産地消の拡大</p> <p>◆地域の特産物の食農教育と給食への食材供給の支援による特産物の理解促進（将来の高知の農畜産物応援団づくり）</p> <p>高知県内の地域特産物を理解する子どもたちを育て、将来の地域特産物のファンづくりと消費拡大を目的に、県下小学校等で生産者等による出前授業を実施する。また、食育推進活動表彰を実施し、県内での食育・食農教育の推進と高知野菜の消費拡大を図る。</p> <p>◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制づくりによる県産食材使用率の向上（将来の高知の農畜産物応援団づくり）</p> <p>食育推進活動表彰を実施し、県内での食育・食農教育の推進と高知野菜の消費拡大を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供 <ul style="list-style-type: none"> 土佐はちきん地鶏、土佐シロ（フライヤーとの差額補助） エメラルドメロン（全額補助） ○特産物の出前授業 <ul style="list-style-type: none"> 小学校などで、特産物の生産者等による出前授業を行う。子どもたちは、特産物と、生産者の苦労などを知ることができ、生産者は、子どもたちと接することで生産意欲の向上に繋がる。 ○食育推進活動表彰 <ul style="list-style-type: none"> 県内で食育活動を積極的に実施している学校を表彰することで、県内での食育活動の推進を図る。 高知の基幹団物品目を使って子どもが考えたメニューを募集し、表彰及び紹介することで、野菜の消費拡大を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供 <ul style="list-style-type: none"> H21：土佐はちきん地鶏 49,346食（3,177kg） 土佐シロ 2,200食（223.3kg） エメラルドメロン 50,104食（3,057玉） ○特産物の出前授業実施 <ul style="list-style-type: none"> H21：9市町・28回・1,135名 H22：18市町村・58回・2,000名 H23：19市町村・70回・2,972名 ○食育推進活動表彰実施 <ul style="list-style-type: none"> H22：食育・食農教育表彰2校 高知のお野菜大好きメニュー4作品 H23：食育・食農教育表彰2校 高知のお野菜大好きメニュー4作品
	<p>3 グリーン・ツーリズムの推進</p> <p>(1) グリーン・ツーリズムの推進</p> <p>◆集落がひとまとまりとなって生産、加工、体験、販売までを手がけ、集落を丸ごと情報発信</p> <p>集落の素材を生産、加工、体験、販売等を手がけ所得の向上と地域活性化に取り組む。</p> <p>◆グリーン・ツーリズムが楽しめる高知県として、農林漁家民宿を拠点として売り込む滞在型のニューツーリズムの推進</p> <p>県内でのグリーンツーリズムをはじめとした、体験ツーリズムの取組みを持続的なものとし、地域の活性化を図ることを目的に、自立できるツーリズムビジネス育成と合わせて地域ぐるみの推進を支援する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○農村資源の活用 <ul style="list-style-type: none"> 集落の価値の再構築手段としてのグリーン・ツーリズムを行う地域の3地区を選定 リーダー、集落育成研修の実施 ○リーダー研修 <ul style="list-style-type: none"> [H22] 鹿児島県柳谷町内会 代表者豊重哲郎氏講演 161名参加 [H23] 石川県羽咋市農林水産課 高野誠鮮氏講演 80名参加 ・四国4県で連携した取組み（HP、キャンペーンパンフレット配布・イベントへの共同出展等） ・ふるさと雇用を活用し、農林漁家民宿を拠点とした旅行商品の造成や情報発信を実施（こうち体験ツーリズム旅行商品開発等委託事業） ・「こだわりの田舎まるごとガイド」を観光施設、空港、道の駅等で5,000部配布 ・個別訪問などにより、農林漁家体験施設22カ所（四国GTキャンペーン参加協力者）の施設運営者との情報交換を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ○集落丸ごとグリーン・ツーリズムに取り組むモデル集落 自立した活動ができる3集落（組織） <ul style="list-style-type: none"> 南国市白木谷集落（白木谷ゆめクラブ発足） 黒潮町姥川集落（であいの里姥川） 仁淀川町別枝集落（えんこ蔵） ○グリーン・ツーリズムの商品化（再掲） <ul style="list-style-type: none"> 南国市白木谷集落（たけのこ収穫、寿司体験） たけのこ収穫体験[H22]-22名、[H23]-23名 黒潮町姥川集落（そば打ち体験他） [H22] 体験：135名 宿泊：405名 仁淀川町別枝集落（満喫ツアー） [H22] 29名 ・四国4県連携事業「思いっきり四国88歳しの旅。キャンペーン」の応募総数 898人（H22実績） ・旅行商品販売への問い合わせ9組（26人）

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
・直販所販売額 (H20: 70億円→ H23: 76億円)	・直販所販売額 81億円	<ul style="list-style-type: none"> 生産者と実需者の交流の場づくりにより、新たなメニュー提案や食材の活用につながることも、実需者が生産現場を理解することが、新たな食材の発見や生産者の意欲向上にもつながっている。 地産地消に積極的に取り組む店舗の紹介や、県内イベントなどを活用して地域食材やその活用法についてのPRを行うことにより、県民の関心を得られた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 「野菜で元気店」の取り組みの拡充により、飲食店等との交流の場づくりを強化し、県産食材の消費拡大活動への支援を行う 高知の食文化を継承する新たな人材を発掘する
食農教育施市町村 H23: 34市町村	食農教育施市町村 19市町村	<ul style="list-style-type: none"> ○学校給食への食材提供 それぞれの品目について、初めて食べた子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった。 ○出前授業 それぞれの品目について、子どもたちや教職員を含めて、初めて知ったり、改めて知ってもらうことができた。実施校では、特産物出前授業の必要性や、事業主旨をよく理解してもらえ、実施校(希望校)が毎年増加している。 ○出前授業は学校からの希望により実施しており、未実施市町村の小学校や栄養教諭への声掛けを引き続き行い、未実施の学校の掘り起こしを行う。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 出前授業は、3年が経過し、学校側に定着してきている。H24年度以降も引き続き、県内での出前授業を実施する。
		<ul style="list-style-type: none"> ・子どもたちが、本県の主要園芸品目を使ったメニューを考えることで、子どもたちがその園芸品目をより意識することに繋がった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・地域食材の学校給食への供給体制づくりの支援を行う。 ・受賞メニューの学校給食への採用などを通じた県産野菜の消費拡大。
<ul style="list-style-type: none"> ・粟落丸ごとグリーン・ツーリズムに取り組みモデル集落 H23: 3集落 ・農林漁家民宿を拠点とした旅行商品の販売による誘客数 100人 	<ul style="list-style-type: none"> ・粟落丸ごとグリーン・ツーリズムに取り組みモデル集落 3集落 ・農林漁家民宿を拠点とした旅行商品の販売による誘客数 105人 	<ul style="list-style-type: none"> 粟落がひとまとまりとなって生産、加工、販売、体験までを手がけ、集落を丸ごと情報発信する取り組みを始めた。 ・南国市白木谷集落(白木谷ゆめクラブ発足): イベント募集(市広報) ・黒潮町蛸川集落(であいの里蛸川): インターネットHP ・仁淀川町別枝集落(えんこ産): インターネットHP 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・南国市白木谷集落 組織力の強化を進める。 筍、四方竹の収穫作業の委託面積拡大、加工の共同化による経費削減によって所得の向上を目指す。 ・黒潮町蛸川集落 体験メニューの充実、情報発信を行い交流人口の増加を目指す。 ・仁淀川町別枝集落 高齢化率が約75%となっており、サポート組織の強化を図り、集落機能の維持や交流人口の増加を目指す。
		<ul style="list-style-type: none"> ・農林漁家民宿、農林漁家レストラン、農家体験などを紙面、ホームページに一元的にとりまとめ、幅広く情報を発信したことで、地域の交流人口拡大に資する取り組みを行った。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・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、庁内関係部署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。

◎林業分野

産業成長戦略（専門分野）		
戦略の柱	具体的な取組み	具体的な成果
取組方針	〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策		
これからの対策		
【林業】		
1 林業・木材産業の再生		
1 原木の生産の集約化・効率化		
(1) 森の工場の整備		
◆「森の工場」の拡大、推進 事業体が、「森の工場」づくりに取り組みやすくするため、支援策の強化や技術的なサポートを行い、森の工場の拡大につなげる。	・森の工場の合意形成や計画づくりに向けた資源調査への支援を強化するとともに、工場の認定基準や制度の簡素化をはかることでエリアの拡大を図った。	・建設業など異業種からの参入の17社を認め、H24.3月末で62事業体、103工場を設置した。
◆森林所有者の「森の工場」への理解の促進 経営方針を実現するための集約化、経営計画等の計画づくり並びに作業道、木材生産及び森林施業コスト分析など、低コスト林業の構築に必要な人材養成のための研修に対して支援する。	・県森林施業プランナー養成研修の開催（H21：延べ10日、H22：延べ8日） ・プランナー勉強会の開催（H23：延べ2日） ・国H23基礎研修への未受講事業体の参加促進	・森林施業プランナーは、23森林組合48名・2事業体2名で、合計50名の体制が整った。 ・未受講の1森林組合・6事業体の合計7名が、新たに基礎的研修を受講 ・ホワイトボードを使った現場管理や作業日誌によるデータ収集とコスト分析など、改善に向けて具体的に取り組む人材が育ってきた。 ・プランナー等が果たす役割について認識度が向上し、木材増産に向けての意識が高揚してきた。
◆「森の工場」における小面積皆伐の実施と確実な更新 「森の工場」における小面積皆伐の実施と確実な更新へ向けた課題の検討と実践	・内部検討会による意見交換の実施（11回） ・国が開催している森林整備担当者会議などでの情報収集（12回） ・他県との情報交換（4回）	・小面積皆伐は、モザイク林型タイプの更新伐として、国庫補助事業の対象となった。
◆地形や資源状態など、個々の森林にマッチする効率的な作業システムの導入を促進 地形、土質や森林資源の違いなど、それぞれの森林に対応した効率的な作業システムを導入し、安定的・効率的な間伐材搬出を展開する。	・重点事業体において生産性向上に向けた功程調査及び改善の提案を実施 ・高性能林業機械の導入や建設機械を林業機械へ改良するなど搬出間伐の効率化を図った。（H21、H22、H23） ・新設：43台、改良：32台 ・基幹的な作業道の整備（開設、復旧等）や路網整備が困難な箇所における架線集材の架設への支援を行い効率的な搬出間伐や木材搬出エリアの拡大を図った。（H22、H23） ①基幹的な作業道整備 作業道開設：53路線（51,951m） 機能強化、災害復旧等：96路線 ②架線集材システムへの支援 22事業体（25,300m） ・国の公募事業により実施した事業体に対して、タワーヤード等の欧州の先進林業機械の導入による効率的な作業システム構築に向けた取り組みへの支援を行った。	・重点事業体の生産性向上に向けた意識改革や森の工場の必要性などの認識が高まった ・タワーヤードなど欧州製の先進的な作業システムや効率的な作業システム導入の基礎となる基礎的整備が進んだ。 ・森の工場認定事業体において、労働生産性の向上や木材生産量の増加が見られた（38事業体）。
◆森林の管理代行などの仕組みづくりの検討	取組方針4. 健全な森づくりに記載	
◆森林境界の明確化に関する事業の促進	取組方針4. 健全な森づくりに記載	
(2) 事業体の育成		
◆先導的・模範的な事業体の取組事例を参考とする普及、指導 先導的・模範的な事業体の取組などを他の事業体に波及させ効率的な搬出作業を展開する。	県内外の優良事例の紹介や技術指導を実施 ・作業道開設において、先導的指導者による安全なルート設定のための研修会の実施。 ・先進林業機械を活用した現地検討会の実施。 ・先進的な現場管理などの事例を参考にした勉強会の実施。	・生産性、コスト意識、進捗管理意識の向上など、現場における作業改善の意識が向上が見受けられた。 また、森の工場など集約化の必要性の認識が浸透し、作業システムに対応する路網（配置、規格等）についての認識が深まってきた。
◆経営者を対象としたマネジメント研修の実施 ◆経営力強化のための森林組合の合併促進の支援 県下の森林組合が、林業を取り巻く環境（資源の成熟や森林所有者の意識減退）の大きな変化に対応し、これらでの短期的（1～2年）な事業計画や経営方針を見直し、中長期的（5～10年）な展望を掲げた事業計画や経営方針と経営の意識の転換を図ることで、収益の確保と競争力を持った経営能力の高い事業体へと育成する。 また、研修を通じた森林組合の経営基盤強化の過程で、就労条件などの職場改善を促進するとともに、合併が有効な森林組合に対しては、合併促進の支援を行う。	・県下全森林組合の経営者等を対象に、マネジメント研修を開催。（H21：延べ10日、H22：延べ6日、H23：延べ7日） ・森林組合毎に、中期経営計画の策定手法を習得するための研修を開催。（H21：5組合×10回、H22：6組合×10回、H23：6組合×10回） ・中期経営計画をローリングするための手法を学ぶ研修の開催。（H22：5組合×3回、H23：6組合×3回）	・四万十町内3組合が合併し、平成24年4月1日四万十町森林組合が発足。（県下の森林組合数 25→23人） ・中期経営計画策定組合を中心に、アクションプラン・レビューの実施により、PDCAサイクルが徐々に定着し始めている。（中期経営計画策定組合 25のうち19策定）
◆ジョイント化など異業種からの参入の促進 人的資源や設備を持つ建設業者等を対象に林業への参入を促進し、森林整備の推進につなげる。	・高性能林業機械の導入や建設機械から林業機械への改良などの支援を行った。 ・効率的な搬出間伐を行うための基幹的な作業道の整備（開設、復旧等）への支援を行った。 ・森林組合に対して建設業者とのジョイントによる路網や森林整備などの働きかけ。	建設業からの参入事業体（累計） ・H21年度末：20事業体（ジョイント11、単独9） ・H22年度末：19事業体（ジョイント10、単独9） ・H23年度末：23事業体（ジョイント14、単独9）
◆森林整備支援策の改善 森林整備支援策の改善 搬出間伐支援策の拡充 作業道のうち幹線路網的な役割を担うものを継続的な利用に耐えうるよう機能を高め、木材の安定供給や効率的な木材搬出を展開する。	〈造林関連事業〉 ・市町村、森林組合等への説明会の実施 ・市町村広報紙への掲載による森林整備のPR（計41市町村） ・林業機関等への掲載による森林整備のPR（計3回、440部） ・造林補助金申請システムの変更 ・各施業歩掛の点検 ・標準単価の改正 〈きめ細かな林内路網整備事業〉 ・木材生産に必要な基幹的な作業道開設や既設路網の復旧などの支援を実施。	〈造林関連事業〉 ・森林整備関係の事業説明及びIPPRによる間伐等森林整備の実施 ・造林補助金申請システム、各施業歩掛、標準単価の改善を行った。 〈きめ細かな林内路網整備事業〉 ・森の工場からの木材生産量の増加 H21：64千m3（C材含む） H22：87千m3（C材含む） H23：88千m3（C材含む）

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
◆原木生産量 目標：50,0万m3	◆原木生産量 H23年度末実績：50,7万m3			
◆整備済み「森の工場」 目標：43,000ha ◆施業林地を集約化し、効率的な作業システムによる、計画的な木材生産を行うことができる「森の工場」が整備されている	◆整備済み「森の工場」 H23年度末：44,407ha	<ul style="list-style-type: none"> 目標43,000haに対し、44,407haを設置した。 県内の全森林組合や主な林業事業者、また、建設業などの興業種からの新規参入事業者も「森の工場」に取り組みしており、圃地化の必要性は一定認識された。 研修を受講したプランナーが、森の工場等の集約化に向けて取り組みを始めている。 研修により、受講生間で人の輪ができて、ある地域(ブロック)では作業システム等の勉強会を始めるなど、お互いの情報交換や切磋琢磨の動きが生まれた。また、コスト分析のためのデータ収集など組織内での取り組みが活発化してきた。 情報収集を行いながら内部検討会を実施した。 意見交換会や検討会により出された意見を「皆伐と更新に関する指針(H24.8作成)」作成の参考とした。 地形などに対応した作業システムの導入に取り組み、森の工場認定事業者において生産性の向上などが図られた。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 森林の集約化と経営責任の推進 森林経営計画と森の工場の整備 国・公有林を活用した大規模化の推進
			S	<ul style="list-style-type: none"> 森林施業プランナーの育成(増員、実践力の向上)
			A	<ul style="list-style-type: none"> 皆伐による原木の増産 計画策定に向けた合意形成及び森林境界の明確化の促進
			A	<ul style="list-style-type: none"> 地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入を支援 林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援 効率的な路網や架線集材などの普及 事業者の作業システム改善に向けた支援
			-	
			-	
◆県下の森林組合数 目標：21	◆県下の森林組合数 H23年度末：23	<ul style="list-style-type: none"> 先進的な施策方法などを参考にする事業者も現れ、現場においても作業改善の意識向上が図られた。 経営者対象の集合研修、森林施業プランナー研修、組合毎の中期経営計画策定研修を平成21年度から同時に取り組んだことにより、経営者側には職員(森林施業プランナー等)育成への理解と必要性が認識され、また、職員側は業務改善と経営への参画意識が高まり、中期経営計画策定組合では、組織内での情報共有・協議が活発化し、経営改善に向けて行動する機運が高まってきた。 森林組合の合併支援に取り組んだことにより、四万十町内3組合の合併を行うことができた。 建設業からの新規参入事業者は森林組合などとのジョイントにより増加した。 〈造林関連事業〉 施業歩掛等を簡素化することができた。 〈きめ細かな林内路網整備事業〉 木材の安定供給や効率的な木材生産を展開するための基盤整備を実施できた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 林業技術者養成手法の改善強化 木材生産の技術習得の推進 先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上
◆低価格でも収益を確保し、森林所有者への還元も行える競争力を持った経営能力の高い組織となり、効率的な生産活動を展開している			A	<ul style="list-style-type: none"> 中期経営計画の策定や定着のための研修の支援 森林組合の合併促進の支援
			A	<ul style="list-style-type: none"> 事業者のマネジメント能力の向上 建設事業者の新規参入と定着を支援
			S	<ul style="list-style-type: none"> 地形や資源にマッチした効率的な生産システムの導入を促進 林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援 効率的な路網や架線集材などの普及 事業者の作業システム改善に向けた支援

◎林業分野

産業成長戦略（専門分野）		
戦略の柱		
取組方針		
施策		
これからの対策		
	具体的な取組み	具体的な成果
	（ 対策に関する具体的な取組み内容を記載 ）	（ 可能な限り具体的な数値を記載 ）
(3) 担い手の育成		
<p>◆経営者を対象としたマネジメント研修などによる職場改善の促進支援</p> <p>県下の森林組合が、林業を取り巻く環境（資源の熟成や森林所有者の意欲減退）の大きな変化に対応し、これまでの短期的（1～2年）な事業計画や経営方針を見直し、中長期的（5～10年）な展望を描いた事業計画や経営方針へと経営の意図の転換を図ることで、収益の確保と競争力を持った経営能力の高い事業体へと育成する。</p> <p>また、研修を通じた森林組合の経営基盤強化の過程で、就労条件などの職場改善を促進することも、合併が有効な森林組合に対しては、合併促進の支援を行う。</p>	<p>施策(2)事業体の育成に記載</p>	
<p>◆就業希望者向けの林業体験の実施</p> <p>◆就業希望者へのPR方法の改善</p> <p>林業労働力の確保の推進を図るため、雇用情報の収集と情報提供を実施するとともに、林業についての就職説明会や林業体験研修、高校へのPR等、林業の就業につながるあらゆる努力をし、3年後の目標である林業の担い手1,560名の確保に繋げる。</p>	<p>・新規就業希望者紹介アドバイザーを設置し、事業体訪問による雇用情報の収集（H21 延べ170社、H22 176社、H23 173社）</p> <p>・就業希望者を対象とした林業職場体験の開催（H21 21名、H22 26名、H23 30名）</p> <p>・高校生を対象とした林業体験教室や林業技術研修の実施（体験教室 H21 2名、H22 5名、H23 13名、技術研修 H21 3コース29名、H22 3コース 33名、H23 3コース25名）</p> <p>・高校訪問を実施し、求職情報の収集や雇用情報の提供、冊子による林業職場のPRを実施（H21 18校、H22 16校、H23 15校）</p> <p>・林業就業相談会の開催（H21 104名、H22 56名、H23 65名）</p> <p>・Uターン就業相談会等県内外での説明会への参加（H21 3回、H22 8回、H23 6回）</p> <p>・事業体への新卒高校生の積極的採用や求人票の早期提出の要請</p>	<p>・平成23年3月末林業担い手数1,645人（前年度より34人増）</p> <p>・就業希望者と林業事業体それぞれの要望に応じた、就業相談や情報提供が定着している。</p> <p>・労務センターへの就業相談件数が増えてきており、相談窓口としての利用率が上がってきている。（相談件数H20：57件、H21：64件、H22：95件、H23：121件）</p>
<p>◆技術者養成手法の改善、強化</p> <p>◆所得の確保など事業体における就労条件の改善</p> <p>林業及び木材産業に関する技術者、後継者等の基礎研修教育を行うとともに、高度な機械化技術等に関する実践的技術と能力を有する効率的な林業生産活動のできる優れた技術者を養成する。</p>	<p>・県：林業技術者養成研修等の開催（H21 9講座16回、H22 9講座18回、H23 11講座22回）</p> <p>・県：基幹林業労働者養成研修の開催（H21、22 11講座11回）</p> <p>・国：緑の雇用フォレストワーカー研修（H23 26講座96回）</p> <p>・伐木安全作業技術研修（H21、22 1講座3回、H23 1講座2回）</p> <p>・建設業新分野説明会（H21 6回、H22 4回、H23 4回参加）</p> <p>・就労環境改善事業により労働保護具や安全防具等の購入を支援し、雇用環境や労働安全衛生の向上を促進</p>	<p>・平成21、22年度において林業作業士11名、車両系研修・架線作業主任者研修修了者1名、車両系研修修了者90名、架線作業主任者研修修了者12名の基幹林業技術者を養成</p> <p>・平成23年度の緑の雇用フォレストワーカー研修において、95人（1年目）、88人（2年目）、57人（3年目）が修了</p> <p>・国の緑の雇用制度による研修と併せて、県で林業に必要とされる個別メニューの研修（林業技術者養成研修）を実施することで、林業技術者の育成が進んでいる。</p>
<p>◆自伐林家等による生産を促進</p> <p>自伐林家の所得の向上を図るため、意欲をもって森林整備や生産活動に取り組み、山村地域に住み続けることができる条件を整える。</p> <p>中山間において、林業等に取り組もうとする者が、意欲を持って生産活動を続けることを支援し、定住化や担い手確保につながるため、OJTによる技術研修や岩林指導を行うNPO等の活動を支援する副業型林業育成支援事業を実施する。</p>	<p>〈森林整備関係〉</p> <p>・市町村、森林組合等への説明会の実施</p> <p>・市町村広域誌への掲載による森林整備のPR（計41市町村）</p> <p>・林業機関誌等への掲載による森林整備のPR（計3回、4400部）</p> <p>・自伐林家等支援事業を創設・予算化</p> <p>〈研修関係〉</p> <p>・副業型林業育成事業によるOJT研修の実施</p> <p>・林業技術者前講座の実施（嶺北地区及び淀川地区でのシキミ・サカキの新規生産技術講習）</p>	<p>〈森林整備関係〉</p> <p>・自伐林家等支援事業は、H21実績67人、H22実績76人、H23実績86人の自伐林家等が活用し、森林整備を行うとともに、所得向上につながった。</p> <p>※活用状況</p> <p>①小口素材搬入支援事業 14,377m³（自伐林家129名）</p> <p>②森林整備支援事業 164ha（自伐林家100名）</p> <p>〈研修関係〉</p> <p>・平成21～23年度研修生のうち15名が林業により収入を得ている。</p> <p>・このうち1名は専業として自立し、5名は嶺北地域でボランティアの林業グループを結成し活動を始めている。</p>
2 大型工場の整備や中小加工事業体の共同・協業化		
(1) 製材工場等の体制の整備		
<p>◆大型製材工場の誘致</p> <p>◆単板工場（合板材料）などの設置の検討</p> <p>成熟期を迎えてきた本県の人工林資源を有効に活用していくためには、県内の加工業者のみでは不十分と考えられるため、強力な販売チャンネルを持つ県外製材企業（銘建工業㈱：岡山県真庭市）を誘致し、県産材の安定的な販売を目指す。また、倍質材の需要先確保のため本県への進出希望企業等の情報収集や誘致の可能性を探る。</p>	<p>〈大型製材工場誘致に向けた課題解決策を検討〉</p> <p>・原木安定供給策（H21～H23）</p> <p>・製造アイテム、工場コンセプト（H22、H23）</p> <p>・施設整備支援（H22、H23）</p> <p>・事業主体の検討（H22、H23）等</p> <p>〈単板工場関係者に進出打診〉</p> <p>・高知県進出要請（H22、H23）</p> <p>・四国工場への原木供給協議（H22）</p>	<p>〈大型製材工場〉</p> <p>・進出を決定。実施主体の設立</p> <p>〈単板工場〉</p> <p>・高知県進出を要請</p> <p>・原木供給の開始</p> <p>徳島県内の合板工場への原木の安定供給開始</p> <p>H23年度 16,253 m³</p>
<p>◆地元製材業の協同化への支援</p> <p>◆加工分野での共同、協業化の促進</p> <p>生産規模が縮小で経営基盤の脆弱な県内製材工場を組織化大型製材を設立し、県外の大手製材事業者と価格競争できる体制を整備するほか、加工分野の共同、協業化の促進を図る。</p>	<p>・加工分野での共同・協業化を狙った共同輸配送、共同乾燥アンケート調査（H21）</p> <p>・共同意識を喚起し、意識変化のある事業者個別訪問調査（H21、H22）</p> <p>・高嶺地区の事業者ごとの大型製材起業勉強会の開始（H22：3回）</p>	<p>・地元製材業者の共同、協業化のための大型製材工場起業への取り組み開始</p>
(2) 製品の品質の向上		
<p>◆JAS制度の普及と認定工場の拡大</p> <p>◆乾燥機やグレーディング機器の導入の促進</p> <p>性能や品質の意識が高い製材工場のJAS認定取得の促進、県内JAS認定工場を増やす。</p> <p>県内JAS認定工場や団体等が行う性能表示木材の供給の支援や消費地で開催される土佐材展示会などで性能表示木材をPRし、JAS製品等の流通を促進する。</p> <p>県産材製品の品質、商品力を向上させるため、乾燥機やグレーディングの実施に向けた手法及び施設整備について検討し、導入を支援する。</p>	<p>・JAS協定の取得への支援事業を実施（H21、H23）</p> <p>・JAS等性能表示木材の流通への支援事業を実施（H21～23）</p> <p>・グレーディング機器へ施設整備支援（H21）</p>	<p>・JAS認定工場 15工場（H23年度末）</p> <p>・JAS等性能表示木材の流通</p> <p>H21：6,636m³</p> <p>H22：12,350m³</p> <p>H23：13,135m³</p> <p>・グレーディング機器 8台導入</p> <p>・県内企業の乾燥機施設 87室</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
◆担い手 目標：1,560人 ◆効率的な林業生産活動を行うことが出来る担い手が育成されている ◆年間を通じた安定的な仕事量の確保に取り組んでいる	◆担い手 H22年度末：1,645人	・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組を進めたことにより、林業就業者数も増加傾向にあるなど、効果が現れている。 ・県の研修に併せて緑の雇用制度による研修を活用することにより、基幹となる林業技術者の育成が進んだ。 ・就労環境改善事業により雇用環境の改善や労働安全衛生の向上が図られた。 〈森林整備関係〉 ・森林整備等の実施により所得の向上につながった。 〈研修関係〉 ・研修修了生の中から15名が林業収入を得ており、研修による効果が現れてきている。	— S A	・就業者向けの林業体験の実施 ・就業希望者へのPR方法の改善 ・先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上
◆製材品の生産量 目標：31万5千m ³	◆製材品の生産量 H22年度末：22万4千m ³ (概計上H22年度末データまで)	〈大型製材工場〉 ・進出を決定、実施主体の設立。 〈単板工場〉 中四国に2業者あった合板工場が(H22年度末)統合、中四国の合板用原木は独占状態。また、合板は需要に対し、生産能力が過剰な状況。 ↓ ・合板用原木の供給ロットの拡大 ・合板用原木の取引量の安定化 ・大型製材工場起業への取り組みを開始。 ・需要動向の変化から低コスト化、製造ロットの拡大は不可欠との認識も高まり、取り組みの検討を始める事業者の出現(H23年7月説明会では8社がエントリー)。 ・5回のワークショップ開催により、大型製材起業の候補者を抽出し、具体化は今後の課題となった。	A A	・自伐林家等による生産を促進 ・自伐林家の生産活動の支援 ・副業型林家の育成
◆大型加工施設が設置されると共に、既存事業者の共同、協業化が促進されている			A	・県内事業者による大型製材工場整備 ・既存事業者の加工力の増強を推進
◆JAS認定工場が20以上となり、県下で、強度など、性能表示に取り組んでいる ◆乾燥材(国産材)の年間生産量6万9千m ³	◆JAS認定工場 H23年度末：工場15 ◆乾燥材(国産材)の年間生産量5万1千m ³	・県内企業にとって、乾燥材とJAS等性能表示木材に対する認識が高まってきた。	A	・各JAS工場の製品出荷量の増加 ・JAS認定工場の拡大

◎林業分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
これからの対策			
3 流通の統合・効率化			
(1) 原木の流通体制の整備		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 県産材の現場と製材工場との直送体制や協定取引の推進 ◆ 山元土場（ストックヤード）の増設への支援 ◆ 原木市場におけるはえ立の見直しなど、コスト改善の促進 ◆ 原木市場の在庫情報や入荷予想等を、IT等を活用して随時公表することで、購入者の利便性の向上を図る取組を支援 <p>県産材生産現場から加工施設への原木直送により流通コストを削減するため、直送協定の締結を支援する。また、需要者ニーズに応じて、原木流通の利便性、効率化を図り、原木流通の拡大を図る。そのため原木市場の機能強化を図ることとし、搬入の改善や在庫情報や入荷情報のIT化を進める。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 原木の取扱量の増大や森林所有者の手取り価格の向上を目指し、H23年度から県産材が、事前に購入者に対して3ヶ月間の予定数量を提示して、「高知森連型システム販売（3ヶ月間固定入札）」をはじめとしている。 ・ このことで、生産者の生産計画の作成が促進され、原木安定供給体制の構築への足がかりとなった。 ・ また、トレーサビリティガイドラインを作成し、認証木材の流通手法を作成した。
(2) 製品の流通体制の整備		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 小規模製材の輸送コスト削減のための共同輸送方式の研究 ◆ 量産化工場の安定取引先との提携促進 ◆ 製品市場等の統合による販売力の強化（共同受注＋共同仕上げ＋共同輸配送）のできる体制への支援 ◆ 大消費地に流通拠点の設置を検討 <p>製品流通の合理化を図り、県産材製品の商品力の向上を図るため、輸配送の共同化、大消費地における流通拠点整備を支援する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 協同組合高知木材センター事務所開業（H21） ・ 共同輸配送の試行及び実証 H21 5件、38m3 H22 34件、202m3 H23 84件、407m3 ・ 定期便1回 8m3(3/8) ・ 消費地における流通拠点の利用協定を締結 H22 8社（関東3社、東海1社、関西4社） H23 10社（関東3社、東海1社、関西4社、九州1社） 〈利用実績〉 ①個別利用 H22 22棟 H23 22棟 ②ロット利用 H22 418m3 H23 962m3
4 販売力の強化			
(1) 販売力の強化		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 企業と連携し県の信用力を活かした販売促進活動の推進 ◆ 消費地工務店とのネットワークづくりの促進支援 ◆ ITの積極的な活用による情報発信と消費者ニーズの把握 ◆ 梁桁ネットワークのシステム整備と利用拡大への支援 <p>県産材の販売促進を図るためのツールづくりや、県外事務所との連携により体制強化を図るとともに、県外工務店等のネットワークづくり等による販売促進活動を県内業界と連携し実施する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県内の木材業界で組織する「土佐材流通促進協議会」の設立（H22） ・ 積極的な外販活動を展開できた ①セミナー参加者 H22 8回（80企業180名） H23 11回（110企業161名） ②展示会 H22 関東・高知市 200名 980m3 H23 関東・高知市・九州 260名 853m3 ③産地セミナー H22 13回 124名 ・ 土佐材パートナー登録企業数（H23） 33社（関東、東海、関西、中国、四国）
◆ 「れいほくスケルトン」のようなブランド戦略を構築し、顔の見える取引を支援		<ul style="list-style-type: none"> ・ 県外の工務店等を対象とした産地見学会を青森、嶺北などで開催、顔の見える取引を推進した。（H21～H22） ・ 木材販売促進会議を開催し、地域材ブランド化を検討した。（H21・5回） ・ JAS・性能表示木材の普及及び体制づくりを支援（H21～） ・ 県産品情報誌にてFSC、SGEC認証取得地域を紹介した。（H21） ・ トレーサビリティの仕組みづくりについて、ワーキングを開催（H22） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県外で土佐材を利用した住宅等の建築が進み、関東や東海でも顔の見える取引がはじまっている。 〔補助事業実績〕 H21 27棟、H22 45棟、H23 82棟 ・ 地域材のブランド化の取組みが進んできた ①高知市の木を使った「高知里山の家」モデルハウスの建築（H21） ②四十万十のきブランド化の推進に向け、4市町村で協定締結、モデルハウスを建築（H22） ・ JAS・性能表示木材の流通が増加 〔実績〕 H21 6,636m3、H22 11,622m3 JAS認定工場 H21:3工場、H23:4工場予定 ・ FSC、SGEC認証材が販売ツールとして機能している。（H21～） ・ トレーサビリティのガイドラインを作成（H22）
◆ 木造住宅に関する情報発信の強化		<ul style="list-style-type: none"> ・ 高知市仁井田で木造住宅フェア（もくもくランド）を開催 ①県内木造住宅関連企業の出展（平成21・22年度・23年度） ②木造住宅について学ぶことができる各種セミナーや様々なイベントを開催（H22:61社76小間 H23:58社76小間） ・ 木造住宅助成事業のPR（平成21年度：リーフレット1,000部、ポスター900部、平成22年度：リーフレット5,000部、ポスター500部を作成し、工務店や設計士等に配布するなど事業の周知を徹底。） （各種機関誌等への事業の掲載（さんSUN高知、建築士会会報）） ・ テレビ番組による木や木造住宅のPR（平成21年度49回、平成22年度48回、平成23年度24回） ・ 国のモデル事業を導入し工務店のネットワーク活動基盤を醸成 ・ 木と人出会い館パスタアールの開催（平成21年度2回、平成22年度2回、平成23年度2回） ・ 県民のニーズを踏まえ、平成23年度からリフォームや内装等について助成事業の対象に追加 ・ 地域材モデル住宅によるPR拠点の整備（平成21年度高知市3棟、平成22年度四万十市1棟、土佐町1棟） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高知市仁井田で木造住宅フェア（もくもくランド）を通して県民に直接木の良さをPR（来場者数、H21:約12,000人、H22:約15,000人、H23:約12,000人） ・ 県産木造住宅への助成（平成21年度314戸、平成22年度464戸、平成23年度340戸） ・ 戸建て住宅の木造率の向上（平成19年度79.8%、平成20年度82.8%、平成21年度83.8%、平成22年度86.0%、平成23年度86.3%）
◆ 地域工務店との情報交換や、共同PR、共同納入などを行うための体制を検討			
◆ 県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援			
高知県木材普及推進協会が行っている木造住宅の情報発信事業について、多くの住宅関連企業が参画する仕組みや事業の実施を通じて、その強化を図るとともに、県と連携した形での木造住宅フェアを開催し、木や木造住宅の普及推進に繋げる。			
また、県の定めた建設基準に適合し、県産材を構成材に50%（事業により70%）以上使用した住宅に対して助成を行い木造住宅の普及を促進する。			

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映するべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
◆山元工場などが整備され原木の協定取引が進んでいる ◆原木市場等のコスト改善が促進されている		・県森運が、共販所のはえ立ての見直しや3ヶ月間固定入札の試行をはじめており、原木流通の効率化への兆しがあらわれてきた。 ・大型製材工場への原木安定供給体制の構築へ向けての、計画的な原木生産、協定取引について、部分的な実践を開始しており、今後は本格的な協定取引の実施が必要となっている。	B	・大型製材工場への原木の安定供給システムの構築 ・県内製材工場等への原木の安定供給システムの構築 ・山元選別の促進による流通経費の削減
◆製品市場の共同事業が進み、連携した取組が始まっている		・高知木材センターの製品取扱量の増加に伴い、共同輸送を実施し、輸送システムの確立が見え始めている。 また、H24.3月から関西への月2回の定期便を始めた。 ・都市部に流通拠点が設置されたことにより、大消費地での販売促進の成果が出てきた。	A	・大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大 ・県外販売の窓口を一元化し、製品の安定供給を促進 ・県外販売窓口の一元化に向けた販売管理ネットワークシステム構築を支援 ・共同乾燥等の共同事業による商品力と販売力の向上を支援
◆県職員(県外事務所含む)が企業と連携して、消費地での営業を展開している地域のブランドづくりが始まりPRが強化され、地産外商に積極的に取り組んでいる		・土佐材流通促進協議会の設立により、販売活動が強化できた。 ・土佐材流通促進協議会の行う土佐材商談会(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、土佐材パートナー企業のPR活動によって、県外への販路開拓が拡大している。	A A	・大消費地に設置した流通拠点を活用した土佐材流通量の拡大 ・パートナー企業の増加と土佐材利用住宅の拡大
◆公共施設や教育施設の内装や家具に積極的に木材が使われている。 ◆戸建て木造住宅の木造率が全国平均を上回っている。	(目標：H23年度全国86.7%→H23年度高知県86.3%(計画策定時の全国との差は5.4%)	・景気の後退等により、住宅需要全体が落ち込んできている中で、高知県の戸建て住宅の県産材を利用した木造住宅の割合は確実に上昇し、目標である全国平均に迫ってきており、本年度もこれまでの取り組みをPRしながら積極的に推進する。 また、県の住宅助成事業の取り組みは、これらの動きの大きな支えとなっている。	S	・県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援 ・木造住宅に関する情報の発信

◎林業分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
これからの対策			
	<p>◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用</p> <p>◆県産材を利用した木製品の需要拡大のための支援</p> <p>県産材利用推進方針に基づき、公共施設の木造化や公共土木工事に県産材を率先して利用するとともに、市町村や団体が整備する小・中学校等への木製品の導入や県産材を利用した施設整備等に対して支援し、県産材利用を広く県民にアピールする。</p>	<p>・公共施設の木造・木質化や、学校関連施設への木製品の導入等への支援</p> <p>・木製品カタログ作成への支援</p> <p>・平成22年度の国の「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」の施行にともない、県も「高知県産材利用推進方針」を改定し、より一層の木材利用の取組みを強化</p>	<p>・県内で、公共施設等への県産材利用の取組みが進んでいる。（公共及び公共的施設の木造・木質化：平成21年度47施設、平成22年度56施設、平成23年度41施設）</p> <p>（学校関連施設への木製品の導入：平成21年度26団体42箇所、平成22年度40団体61箇所、平成23年度53団体67箇所）</p> <p>・平成23年度木造施設普及コンクールにおいて、林野庁長官賞を2施設が受賞（久礼中学校（中土佐町）、雲の上のギャラリー（橋原町））</p>
2 木質バイオマス利用の拡大			
1 未利用森林資源の有効活用			
(1) 原料収集システム整備			
<p>◆生産～収集～配送のシステム化の検討</p> <p>◆県工業会や一次産業（林業等）との連携による機器開発（効率的な生産・積み込み・搬送を可能にする機械器具の開発）</p> <p>◆コスト差を埋める支援の仕組みの検討</p> <p>◆地球温暖化対策と一体となったPR活動</p>		<p>・森の工場における林地残材の利用の拡大。</p> <p>・県工業会との意見交換会の開催。（8月に1回開催）</p> <p>・グリーン認証書発行に関する検討。</p>	<p>・森の工場における林地残材の利用量。（平成22年度約10,000m³）</p> <p>・グリーン認証書発行に必要な機器の設置と設備認定を受ける。</p>
(2) 利用の普及			
<p>◆木屑焚き、ペレット焚き等の設備・機器の開発と普及への支援</p> <p>◆公共施設における木質バイオマス利用施設の整備</p> <p>◆地球温暖化対策の一環としての、グリーンエネルギー利用の促進</p> <p>◆残灰回収のシステム化と再利用の検討</p> <p>◆普及推進体制の整備</p>		<p>・市町村や農業者等の事業実施者との現地調査や意見交換を重ね、補助事業を有効に活用して機器の導入を積極的に推進。</p> <p>・燃焼灰処理・再生利用指針策定委員会の開催。（平成21年度4回、平成22年度5回）</p> <p>・取組みを推進していくための、木質バイオマス利用促進協議会の設立。（平成22年度8回、メーリングリストによる情報ネットワークの開設）</p>	<p>・木質バイオマスボイラーの普及については、平成21年度からの2年間で大幅な拡大を図ることができた。（平成22年度末の県内の機器導入状況：木質バイオマスボイラー118台、木質ペレット工場6施設、県有施設への木質ペレットストーブ2台）</p> <p>・製紙業や養蚕業といった新たな業種で木質バイオマスボイラーが導入された。</p> <p>・木質バイオマスボイラーの普及にともない、木質ペレット工場の整備も促進された。（計画期間内の2工場増設し、県内には木質ペレット工場は6施設となる。）</p> <p>・木質バイオマス利用促進協議会の設立により、お互いの情報交換の場ができたことで、事業者間での交流も見られ始める。</p>
1 木質バイオマスエネルギーの利用促進			
(1) 燃料供給対策			
<p>◆集団化による効率的な林地残材の収集</p> <p>◆木質バイオマス燃料の安定供給</p>		<p>・森の工場における林地残材の利用の拡大（平成22年度約10,000m³）</p> <p>・製材業者などで木質ペレット製造の意思がある事業者を積極的に支援。</p> <p>・市町村や農業者等の事業実施者との現地調査や意見交換を重ね、補助事業を有効に活用して機器の導入を積極的に推進。（平成22年度末の県内の機器導入状況：木質バイオマスボイラー118台、木質ペレット工場6施設、県有施設への木質ペレットストーブ8台）</p> <p>・取組みを推進していくための、木質バイオマス利用促進協議会の設立（平成23年度3回、メーリングリストによる情報ネットワークの開設（会員数110名））</p>	<p>・木質バイオマスボイラーの普及については、平成21年度からの3年間で大幅な拡大を図ることができた。（平成23年度末県内の機器導入状況：木質ボイラー144台、県有施設への木質ペレットストーブ8台）</p> <p>・製紙業や養蚕業といった新たな業種で木質バイオマスボイラーが導入された。</p> <p>・木質バイオマスボイラーの普及にともない、木質ペレット工場の整備も促進された。（計画期間内の2工場増設し、県内には木質ペレット工場は5施設となる。）</p> <p>・木質バイオマス利用促進協議会の設立により、お互いの情報交換の場ができたことで、事業者間での交流も見られ始める。</p>
(2) 利用促進対策			
<p>◆集団化を前提とした木質バイオマスボイラーの導入</p> <p>◆木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化</p> <p>◆幅広い分野での木質バイオマス利用の促進</p> <p>木質バイオマスの安定供給利用を図るため、集団化による効率的な林地残材の収集、木質バイオマス燃料の安定供給支援、集団化を前提とした木質バイオマスボイラーの導入、木質バイオマスボイラーの改良及び低コスト化、幅広い分野での木質バイオマス利用の促進の対策を進める。</p>			
(3) 事業化対策			
<p>◆推進体制の強化</p> <p>◆燃料供給拠点から利用機器までを集団化</p> <p>◆燃焼灰の適正処理</p> <p>◆コスト差を埋める支援の仕組みの検討</p> <p>木質バイオマスエネルギーの事業化を図るため、推進体制の強化、利用の集団化、燃焼灰の適正処理、コスト差を埋める支援の仕組みの検討を行う。</p>		<p>・燃焼灰処理・再生利用指針策定委員会の開催（平成21年度4回、平成22年度5回、平成23年度5回）</p> <p>〔平成23年度からの取組〕</p> <p>・県内に木質バイオマス利用ユニットモデル検討PTを設置</p> <p>・木質ペレット製造工場や木質系燃料利用者の実態調査を実施</p> <p>・工業会との意見交換の実施</p>	<p>・燃焼灰について、処理・再生利用に関する指針（案）の作成。</p> <p>・安芸地域において、地域循環システムの具体化に向けた検討を開始。</p>
3 森のものの活用			
1 森の恵みを余すことなく活用する			
(1) 生産体制の整備			
<p>◆普及指導員による生産技術の普及</p> <p>◆地域の特産林産物の生産活動の支援とPR</p> <p>◆多品目少量生産に対応する、共同集荷システムの仕組みづくりを支援</p> <p>◆販売体制への支援</p> <p>地域に適した特産林産物の生産を促進するため、生産体制の整備、組織化の推進、生産物のPR、情報発信の強化等の支援を行う。</p> <p>特産林産物新規就業者の確保・定着のために、各市町村における新規就業希望者に対する実践的研修を行う。</p>		<p>・特産林産物の生産活動への支援（シキミやサカキの生産技術の勉強会の開催）</p> <p>（土佐備長炭の販売促進に向けた協議）</p> <p>（土佐備長炭やシタケ生産の担い手研修への支援：平成22～23年度、8名）</p>	<p>・各地域の生産者に取り組みに対する意欲が高まりつつある。（津野山産原木シタケの販売（伊勢丹冬ギフトと限定40セットが完売）</p> <p>（ウススキヤガサタケの生産量2,797本（県内外の料理店に販売））</p> <p>（土佐備長炭の生産拠点の拡大（大月町に新製機や炭庫を整備））</p> <p>（シキミ・サカキの共同出荷に向けたテスト出荷を開始（嶺北））</p>

◎林業分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
これからの対策			
<p>(2) 都市との交流の促進</p> <p>◆森林環境教育や森林保全ボランティアリーダーの育成</p> <p>森林環境教育を推進するため、学校現場での年間を通じた山の学習の取組や出前方式での森林環境学習等を支援する。また、森林保全ボランティア団体の設立・育成や間伐等の森林整備活動を支援する。</p> <p>◆交流促進の支援</p> <p>◆地域資源の組み合わせなど魅力あるメニューづくり支援</p> <p>都市住民等を対象として、「森の達人」や林業体験メニュー等を情報発信し、都市住民等との交流人口拡大に向けた「森の窓口」を運営する。また、情報誌の作成・配布により幅広い年齢層の方々に森林環境の周知とPRを図る。</p> <p>◆地域の自主的な取組の支援</p> <p>県民が自ら企画・実施する「県民参加の森づくり」を推進する。また、地域住民等による間伐や里山林等の森林保全活動を支援することにより、森林への理解と関心を深めてもらう。</p>		<p>・学校や保育園等の要望に応じて、出前授業を行う、山の学習の先生となる団体及び個人に対する支援。</p> <p>・年間を通じた森林環境学習を計画する小中学校への支援。</p> <p>・森林保全ボランティアの登録制度（平成21年度当初29団体908人）</p> <p>・ボランティア作業安全研修の実施（9回、参加者30人）</p> <p>・「森のささやき」HPを開発、森の達人や林業体験メニュー等の情報を発信。また、新規登録のための盛り起こしやブラッシュアップを行い、随時HPを更新した。</p> <p>・HPの周知を図るためにHPの紹介カードを5万枚作成し、約400箇所に配布した。</p> <p>・森林環境税やこうち山の日に関する取組みなどを県民に分かりやすく伝えるとともに森林の大切さなどの理解と関心を深めるために情報誌「mamori」39万部を発行（計6回）し、県内の全小中学校の児童生徒や道の駅・観光施設等約1万5千箇所に配布した。</p> <p>・地域の団体が自ら事業を企画して、県民に広く参加を呼びかけて実施する森林体験等の事業に対する支援。</p> <p>・地域住民による間伐などの森林整備を実施（延9団体）</p>	<p>・延16団体3個人が派遣授業(14,119人)を実施し、延45市町村119校(11,541人)が年間を通じた森林環境学習を受けている。</p> <p>・ボランティアによる間伐(54.4ha)実施し、林業労働力の補充に貢献した。</p> <p>・ボランティアによる学校林の整備(8.7ha)を行い、森林環境教育のフィールドを整えることができた。</p> <p>・作業安全研修によって、ボランティア初心者の間伐に関する基礎的な技術が習得できた。</p> <p>・団体登録数が新たに4団体（122名）加わり、団体数は33（1,030名）に増加し、ボランティアによる自発的な森林保全の取組が活発化した。</p> <p>・森の達人等を40名登録し、3か年の目標25名以上を上回った。</p> <p>・「森の達人」や林業体験メニューに加えて、周辺の観光情報も掲載する等、HPのコンテンツが充実した。</p> <p>・90件の事業が実施され12,795人の県民が参加した。</p> <p>・地域住民による地元の森林を守る活動が、県内全域に広がり、55.5haの森林整備ができた。</p>
<p>4 健全な森づくり</p> <p>1 荒廃森林の解消・鳥獣被害防止の推進（森林整備の推進）</p> <p>(1) 荒廃森林の解消に向けた森林整備の推進</p> <p>◆荒廃森林解消のための間伐推進</p> <p>間伐等促進法及び緊急間伐推進条例に基づく間伐の推進を図り、森林の公益的機能の発揮や森林のCO2吸収源対策の推進を行うとともに、森林環境税を活用した間伐の推進や不任地主等への森林整備の働きかけを行い適正な森林の管理を行っていく。</p> <p>◆森林の管理代行などの仕組みづくりの検討</p> <p>森林所有者の不任化や管理意欲の低下などにより、適正な管理が行われていない森林の問題が顕在化している。このため森林所有者にかわって、森林組合が長期間の森林管理や施業受託などを行う森林管理法を検討することによって、森林所有者自らでは管理できない森林の解消につなげる。</p> <p>◆森林所有者に対する普及啓発活動の強化</p> <p>◆森林境界の明確化に関する事業の促進</p> <p>森林所有者が不明な場合、あるいは境界が不明であることに起因して施業実施の前提条件が整わない森林について、境界の明確化等を図り、間伐等森林施業の推進を図る。</p> <p>◆県民参加や企業支援による森林管理の促進</p> <p>環境先進企業の協賛金を得て、森林の再生とCSR活動による地域交流を進める。</p> <p>◆森林保全ボランティアの支援</p> <p>森林保全ボランティア団体の設立・育成や間伐等の森林整備活動を支援する。</p>		<p>・市町村、森林組合等への説明会の実施</p> <p>・市町村広報誌への掲載による森林整備のPR（計60市町村）</p> <p>・林業情報誌等への掲載による森林整備のPR（計3回、4400部）</p> <p>・森林管理法検討委員会の開催（7回）</p> <p>・森林管理法検討委員会委員による現地調査等の実施</p> <p>・森林所有者へのアンケートの実施</p> <p>・森林管理代行導入モデル事業の実施（H21 204ha、H22 174.7ha）</p> <p>・森林境界明確化促進事業</p> <p>・室戸市外7市町において、8事業体が実施</p> <p>・森林整備地域活動支援交付金</p> <p>・奈半町外6市町において、7事業体が実施</p> <p>〈協働の森づくり事業〉</p> <p>・新規企業、更新企業への訪問営業を随時実施</p> <p>・企業と地域との交流事業の支援</p> <p>・先進的な取組の発表の場として、パートナー企業間の連携について自由な議論を行う場として、「協働の森フォーラム」を開催（H21.H22.H22各1回開催）</p> <p>・森林保全ボランティアの登録制度（平成21年度当初29団体908人）</p> <p>・ボランティア作業安全研修の実施（9回、参加者30人）</p>	<p>・間伐実績 32,451ha</p> <p>・アンケート分析の結果、調査した北川村及び室戸市の所有者とともに、森林組合に森林管理を頼みたいと回答した者の割合が多く、所有者が森林管理の担い手として、森林組合に期待していることが把握できた。また、モデル事業を実施した森林組合では、長期間の施業受託を含めた森林管理を目指し、詳細な森林情報を収集し、境界管理や現況報告についての契約締結に向けた取り組みを進めている。</p> <p>・境界の明確化目標3,000haに対して、</p> <p>①森林境界明確化促進事業 1,436ha</p> <p>②森林整備地域活動支援交付金 258ha</p> <p>計 1,694ha</p> <p>の境界明確化が図られた。</p> <p>〈協働の森づくり事業〉</p> <p>・18件の新規協定を締結</p> <p>・24件の更新協定を締結</p> <p>・協賛金を活用して、H21年、H22年、H23年の3年間で1,144haの間伐が行われ、森林の再生が図られた。</p> <p>・「協働の森フォーラム」へ、H21年は110名の参加、H22年は120名、H23年は130名の参加があった。</p> <p>・企業と地域との交流事業をH21年は35回実施し2,188名の参加、H22年は36回実施し2,235名の参加、H23年は45回実施し2,558名の参加があり、企業と地域との絆が深まった。（協定締結状況（H24.3.31現在）：57協定、23市町村）</p> <p>・ボランティアによる間伐を実施(54.4ha)し、林業労働力の補充に貢献した。</p> <p>・ボランティアによる学校林の整備(8.7ha)を行い、森林環境教育のフィールドを整えることができた。</p> <p>・作業安全研修によって、ボランティア初心者の間伐に関する基礎的な技術が習得できた。</p> <p>・団体登録数が新たに4団体（122名）加わり、団体数は33（1,030名）に増加し、ボランティアによる自発的な森林保全の取組が活発化した。</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映するべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
◆中山間地域の森林資源や文化などを融合させ、体験型の観光などを推進し都市との交流人口を拡大している		・山の学習の先生になる団体も地域に根付いてきており、学校や保育園等からの要望が増加した。 ・年々事業を活用する市町村、学校が増加してきており、事業の周知が行われるとともに、森林環境学習への関心が高まってきた。 ・県民による自発的な森林保全活動などの広がりから、森林や森林環境学習に対する意識が高いことが裏付けられた。	S	・地域の主体的な取組を地域アクションプラン等で支援することとし終了とした
		・「森の達人」や林業体験メニューに加えて、周辺の観光情報も掲載する等HPが充実するとともに、一般からの問い合わせに加えて、企業からの問い合わせ(社内報への掲載等)も出て来ており、今後中山間地域と都市住民との交流人口の拡大につながる兆しが現れ始めた。 ・従来の配布先に加え、平成23年度より県内の全小中学校の児童生徒に配布することで、より多くの県民に森林環境税の周知・PRを行うことができた。	A	
		・従来からの継続事業に加え、年々多様な団体が多様な事業を実施してきており、県民参加の森づくりが定着してきた。 ・地域住民が自主的に取り組みむことへ支援を行うことにより、地域住民の地元の森林を管理する意識が高まった。	A	
◆間伐面積(H21～H23) 45,000ha	◆間伐面積(H21～H23) :H23年度末:32,451ha (目標面積の72%)	・市町村・森林組合などへの森林整備のPR活動や説明会の実施を継続してきたことにより、補助事業等を利用し3年間で3万2千haを超える間伐を実施した。	A	・採育間伐の推進 ・補助事業による間伐の推進
◆間伐の必要性が周知されるとともに、適正な森林管理が行われている		・H21に設置した検討委員会により、モデル事業の実施結果等をもとに管理の手法や経費について検討を行い、取りまとめを行った。 ・モデル事業を実施した森林組合では、所有者に費用等を明示した協定書を提示し、ほぼ全員から合意を得るなど長期管理受託への取り組みが進んだ。	A	・長期管理受託を活用し森林経営計画を策定
		森林の境界が明確化されたことにより、集約化し計画的な森林施業を進めることができる地域が増えている。	A	・森林境界明確化促進事業や森林整備地域活動支援交付金を活用しながら森林境界を明確化
		〈協働の森づくり事業〉 ・新規協定、更新協定とも順調に推移し、間伐による森林整備が推進している。 ・企業と地域との交流事業には、毎年2,000名以上の参加があり、地場産品の消費拡大など、地域の活性化につながっている。 ・協働の森のCSR活動や地域交流の広報により、幅広い分野の企業へと普及・拡大している。	S	・県民参加や企業支援による森林管理の促進
		・県民による自発的な森林保全活動などの広がりから、森林や森林環境学習に対する意識が高いことが裏付けられた。	A	・地域の主体的な取組を地域アクションプラン等で支援することとし終了とした

◎林業分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
これからの対策			
<p>◆オフセット・クレジット（J-VER）制度を活用した森林整備の推進</p> <p>オフセット・クレジット（J-VER）制度を活用した森林整備の推進 木質バイオマスの活用によるCO2排出削減量と、間伐による森林でのCO2吸収量をそれぞれクレジット化するとともに、このクレジットを環境先進企業等へ販売することにより、森林整備に資金が還元するモデルを構築し、本県における森林のより一層の整備を推進する。</p>	<p>・排出量取引（CO2排出削減）プロジェクト 県木質資源エネルギー活用事業B 住友大阪セメント株式会社高知工場の2号発電設備において、未利用林地残材を石炭・オイルコークスなどの化石燃料と代替することによるCO2削減プロジェクト委託する。排出削減されたCO2は、第三者機関の検証を受けJ-VERクレジットとして発行、売却される。</p> <p>・排出量取引（CO2吸収）プロジェクト 県森林吸収量取引プロジェクトA （登録時想定吸収量5,099t-CO2） 県森林吸収量取引プロジェクトB （登録時想定吸収量4,733t-CO2） 県有林の間伐により増大した森林吸収量をJ-VERとして認証するプロジェクト。7箇所の県有林を対象に、県森林吸収量取引プロジェクトとして2つのプロジェクトを実施している。増大したCO2森林吸収量は、第三者機関の検証を受けJ-VERクレジットとして発行、売却される。</p> <p>・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、登録、バリデーション審査、認証、クレジット登録、管理及び県オフセット・クレジット認証運営委員会の開催等を円滑に実施するための事務のほか、オフセット・クレジット制度に関するサービス提供に関する事務を委託する。</p> <p>・販売促進 マッチングイベント等への積極的な企画、参加によりJ-VERの販売及び県J-VERの販売サポートを実施する。</p>	<p>・排出量取引（CO2排出削減）プロジェクト 木質資源エネルギー活用事業委託 （住友大阪セメント高知工場） J-VERクレジット発行 （H21：1,932t-CO2、H22：3,089t-CO2、H23：2,534t-CO2）</p> <p>・排出量取引（CO2吸収）プロジェクト 県森林吸収量取引プロジェクトA J-VERクレジット発行（H22：285t-CO2）</p> <p>・県オフセット・クレジット認証センター運営 ①オフセットクレジット認証運営委員会の開催 （H21:1回、H22:4回、H23:4回） ②プロジェクト受理 （H22:6件、H23:6件） ③クレジット認証 （H22:2件1,465t-CO2、H23:3件1,349t-CO2）</p> <p>・販売促進 カーボン・オフセットEXPOの参加（5回） ・販売実績 （H21:10件、1,742t-CO2、H22:20件、1,743t-CO2、H23:19件、1,658t-CO2）</p>	
<p>(2) 鳥獣被害防止の推進</p> <p>◆計画的に二ホンジカの個体数調整を行う</p> <p>森林に対する食害等への防除対策を促進し、計画的に二ホンジカの個体調整を行う。</p>	<p>〈鳥獣対策課〉 ・シカ被害特別対策事業による「有害」、「狩猟」、「広域」捕獲対策による二ホンジカの個体数調整</p>	<p>〈鳥獣対策課〉 ・有害捕獲頭数（15、640頭） ・狩猟捕獲頭数（20、301頭） ・広域捕獲対策による捕獲頭数（252頭）</p>	
<p>◆森林に対する食害等への防除対策の促進</p> <p>野生鳥獣から森林資源を保護することにより森林環境への悪影響を軽減する。</p>	<p>〈林業改革課〉 ・林業振興（間伐）担当者会により情報共有 シカ食害防止ネット17,950mの設置 ・森林被害箇所のモニタリング調査の実施</p>	<p>〈林業改革課〉 ・53,87haの再造林地をシカ食害から防除できた。 ・6林業（振興）事務所に9プロットのモニタリング箇所を設定し、シカの食害状況を把握。</p>	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの扱扱)	SABC 評価	
◆J-VER削減クレジット 目標(H23) :4,500t-CO2 ◆J-VER吸収クレジット 目標(H20~27) :60,000t-CO2	◆J-VER削減クレジット H23年度末実績 4,560t-CO2 ※想定排出削減量 ◆J-VER吸収クレジット H23年度末現在 :21,398t-CO2 (県有林、県J-VER) ※想定吸収量	<ul style="list-style-type: none"> ・環境省のJ-VER制度におけるCO2削減プロジェクトで、第1号登録及び、CO2森林吸収プロジェクトでも都道府県第1号登録により、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。 ・高知県J-VER制度の創設により、県内のプロジェクトの取組が普及拡大している。 ・営業販売活動における東京事務所との連携により、県のクレジット活用が拡大している。 ・制度が複雑であることから、プロジェクト事業者及び審査等に関わる職員に対する負担が大きい。 ・京都議定書約束期間以降における制度の存続が不透明である。 ・排出量取引(CO2排出削減)プロジェクトについては、未利用林地残材の供給体制の確立、環境価値のダブルカウント等課題が多い中で順調に委託事業を実施することができた。また、J-VERクレジット発行、販売も順調に推移した。 ・排出量取引(CO2吸収)プロジェクトについては、高知県J-VER制度を創設し、順調にプロジェクト数を伸ばしている。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ・オフセット・クレジット制度を活用した森林整備及び木質バイオマス利用の推進
		<p>〈鳥獣対策課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適正頭数での管理を目標に、平成20年度からシカ被害特別対策事業や個体数調整事業に取り組み、捕獲頭数は事業開始前に比べて大きく伸びてきたが、平成22年度の調査では平成19年度に比べて生息密度が約2.4倍に増加しており、捕獲数がシカの増加に追いついていない。 ・森林に限らず広範な被害対策を実施するため、個体数調整に加えて環境整備や防除を強化し総合的な鳥獣被害対策の取組へと移行する必要がある。 <p>〈林業改革課〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・再造林地をシカの被害から防除できた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・個体数調整に加えて環境整備や防除を強化し総合的な鳥獣被害対策に移行することで廃止
			A	<ul style="list-style-type: none"> ・獣害対策の支援 ・植林の食害防除のため県単独事業による支援

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み [対策に関する具体的な取組み内容を記載]	具体的な成果 [可能な限り具体的な数値を記載]
《水産業》		
1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 (1) 生産物の量の確保、質の向上及び市場競争性の導入を通じた産地入札価格の向上		
1 生産量、品揃えの確保 漁獲物の安定確保		
(1) 既存の漁港・漁場等の設備資源の活用		
◆漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備 12基体制のもとで最大漁獲に向けた配置の最適化を図るとともに、整備の低コスト化を図る。	・最大漁獲の効果をより早く得るため、更新時期を待たずに、前倒して3基の黒潮牧場を増設し、15基体制となった（平成22年度） ・増設した黒潮牧場のうち、2基は整備費が低コストの長円形タイプのもをを設置した。	・漁獲効果が高いと見込まれる場所に増設し、一部では既に漁獲が報告されている。 ・低コストタイプの導入等により黒潮牧場の整備コストの縮減（設計上13%程度）が図られた。
◆実施に向けた技術の習得と施設の整備 ◆活餌供給基地の増加 カツオ一本釣り漁業の生産性の向上、県内市場への水揚げ促進のため、活餌の供給基地の機能強化と増加を図る。	・黒潮町佐賀地区でカツオ一本釣り漁船への活餌（餌イワシ）の供給を開始した（H22年1月から） ・活餌供給事業の円滑な実施のための施設整備を支援した。 活餌蓄養用小割3基、高圧洗浄機（H21） 小割用安全設備、洗浄機保管庫、カツオ船用給水施設（H22） 冷蔵保管庫、魚困倉庫（H23） 蓄養場所確保のため港内の浚渫工事を実施した（H21～H23） ・蓄養中の活餌死亡リスクの軽減策としての補助事業を創設した（H23）。	・活餌事業の開始以降、大型カツオ一本釣り漁船の愛媛県深浦漁協から佐賀漁港にシフトした。（大型カツオ一本釣り漁船の佐賀への水揚げ H21：45トン、15,828千円 → H23：208トン、75,840千円） ・カツオ漁船への物資供給などによる地元への波及効果が得られた。
(2) 燃油高騰、就業者の高齢化を考慮した漁場の整備、漁港の活用		
◆沈設型魚礁の再整備に向けた取組 調査により魚礁の現状調査を実施するとともに、漁業者に対する情報提供を行い、既存魚礁の利活用促進を図る。また、魚礁効果把握の手法を模索し、沈設型魚礁の整備方針案を作成する。	・県調査船により沈設型魚礁の現状（位置、配置）を調査した（H24年3月末現在の進捗率35%）。得られた調査結果を市町村、漁協を通じて漁業者に提供した。 ・黒潮町において電算システム等を利用した沈設型魚礁での漁獲状況把握のための仕組みづくりに取り組んだ。	・調査の終わった魚礁の情報を漁業者に提供し、魚礁の利用を促進した。 ・沈設型魚礁の漁獲状況把握の仕組みが動き始め、漁業関係者に自らが魚礁の効果把握しようとする気運が形成されつつある。
◆磯焼け対策の実施 ◆藻場の有効利用方法の検討 藻場の回復や干潟等の機能強化によって磯根資源の維持増加を進め沿岸漁業の生産性の向上を図る。	・H21年度から国の支援を受け、ウニ除去活動を実施した。（実施ヶ所数） H21：3市1町、5ヶ所、7ha H22：3市3町、10ヶ所、11ha H23：3市3町、11ヶ所、21ha ・水産試験場がウニ除去効果の追跡調査に継続して取り組んだ。	・追跡調査（H22年）の結果、ウニ除去区のほぼ全てでテングサやホンダワラの繁茂、カジメの芽生えなどの成果を確認した。
◆県による干潟機能回復事業の実施 大規模な耕うん工事により干潟機能の回復とアサリ資源の回復を図る。	・天皇洲西側において3haの耕うんを実施した。（H22）	・耕うん事業を実施した区域について、海区漁業調整委員会指示により採捕禁止を行う目途が立ち、アサリの保護、及び調査体制が整った。
(3) 燃油高騰への対策		
◆燃油高騰に強い漁業経営の確立 漁業経営の構造改善を図るため、漁協が行う省エネ性能の高いエンジンへの換装を促進するリース事業を支援する。	・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エンジンリース事業を支援した。 H21：9件 H22：14件 H23：12件	・アンケートによると、エンジンのリースを受けた漁業者のほとんどが、「燃費が向上し、経営面の意識が変わった。」と回答しており、燃油高騰に強い漁業経営の確立に一定貢献できたと思われる。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
黒潮牧場ブイの最適配置に向けた漁業者の調整、コスト削減のための情報収集に基づくブイ設置の着手		<ul style="list-style-type: none"> 更新時期を待たずに3基の黒潮牧場を増設し、15基体制となり、漁獲の向上に貢献した。 増設した黒潮牧場のうち、2基は整備費が低コストの長円型タイプを整備した。 設置海域によっては整備コストを削減できるようになった。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き漁業関係者と協力し、「黒潮牧場の最適化配置の検討」に努める。 工法等の検討により「整備の低コスト化」に努める。 黒潮牧場の保全経費については、その負担のあり方について幅広い観点で検討する。
・現行の佐賀、土佐清水の供給基地としての充実(取扱量の増)		<ul style="list-style-type: none"> 活餌の供給により、漁業者は操業の効率化と利便性の向上、また仲買業者には取扱量の増加などの直接効果が生まれ、地元にも物資供給などの波及効果が得られた。 佐賀地区での取組により、活餌の安定供給のためのノウハウが得られた。 一方、活餌供給事業を継続していくための後継者の確保、水揚げ増に対応する施設整備や水揚げ手法の改善が必要となった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 佐賀地区での活餌の供給を定着・発展させるため、省力化機器の整備、荷捌きスペースの拡充による水揚げの効率化等ハード面の支援、水揚げ時間の短縮や鮮度保持に有効な水揚げ方式(タンクどり方式)の導入や活餌供給事業のマニュアル化等ソフト面の支援を実施する。 佐賀地区での取組を参考に、活餌需要の高い他地区への展開につなげる。
・水産試験場調査船による現況調査を実施(タイプごとのサンプル調査) ・調査結果を踏まえた沈設型魚礁の整備方針(案)の作成		<ul style="list-style-type: none"> 県調査船による沈設型魚礁の現況調査は全体の85%(H24年3月末)が終了した。 沈設型魚礁の効果を水揚情報から把握する仕組みが、佐賀地区でモデル的に機能し始めたため、これらを参考に今後の沈設型魚礁の整備方針案の骨子は作成したが、整備方針案の策定にまでは至らなかった。 今後、水揚情報による効果の把握に加えて、個別魚礁の利用率や漁獲全体に占める魚礁での漁獲割合を客観的に把握する必要がある。 	B	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、魚礁現況調査の調査結果の広報による魚礁利用を促進するとともに、魚礁効果把握の仕組みづくりを進める。 それらの成果をもって沈設型魚礁整備方針を策定し、漁獲効果の高い魚礁の周辺の補強を図るような沈設型魚礁の再整備を検討する。
ウニ除去活動箇所 H21年度：5ヶ所、 H22年度以降数ヶ所追加	H23年度：11ヶ所	<ul style="list-style-type: none"> ウニが原因と考えられる磯焼け面積は当初の93haから293haであることが判明したが、活動組織や面積は確実に拡大し、現在39haで活動が行われており、今後、さらに活動地域及び面積の拡大が必要である。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 漁業者グループの活動を引き続き支援する。 効果の検証と検証結果の広報により事業実施地区・範囲や参加者を拡大する。 回復した磯場の漁場としての有効活用を検討する。 環境へのウニ再侵入量予測モデルの開発に引き続き取り組み、ウニ除去効果の持続性を明らかにする。
・保全活動の質的、量的な拡大 ・耕耘による干潟機能の回復(アサリ稚貝の生残率向上)		<ul style="list-style-type: none"> 地元活動組織がネット被覆など独自の方法で取り組みを行うなど、あさり資源復活の目標に向けた、官民連携した取り組みが推進されている。 耕耘工事の実施から期間が短いこともあり、まだアサリ資源が回復しているかどうかは確認できなかった。 今後、継続的な調査を行うことで、機能回復の効果を把握していく。 	B	<ul style="list-style-type: none"> 水産試験場で、工事がアサリ資源状況に及ぼす効果を把握し、今後の事業展開を検討する。
・ソフト施策による省エネ操業の定着 ・ハード対策(省エネ機器の普及等)による燃油高騰に強い漁業経営への構造改革		<ul style="list-style-type: none"> 3カ年間のエンジンリース事業に対する支援により、一定漁業者の設備投資意欲が盛り起こされた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果の評価を行い、燃油高騰対策に資するH24年度以降の施策について、多くの漁業種類でこの制度が利用可能となる採択基準について検討する。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）		戦略の柱	取組方針	具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱					
取組方針					
施策		これからの対策		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
(4) 就業者の減少・高齢化を踏まえた漁業秩序の確立による資源の確保と効率的漁獲					
◆3年間の集中取締		<p>県外違反船の取締を強化し、漁獲量の維持及び所得の向上を図る。</p>		<p>・芸東地区の潜水器密漁及び宿毛湾の県外船の違反操業の取締を陸上及び海上から実施した。</p> <p>・宿毛湾地区出動回数（延べ136回/指導7回）</p> <p>・芸東地区出動回数（延べ64回/指導11回）</p>	<p>・芸東地区では、潜水器密漁常習者1名検挙、3名逮捕した。（3名共執行猶予付きの懲役刑）</p> <p>・宿毛湾では、愛媛県の中型まき網漁船2船及び小型機船底びき網漁船2隻検挙した。以後、違反操業の情報はない。</p> <p>・足摺沖合海域で愛媛県及び大分県のもじゃこ漁船3隻検挙した。以後、愛媛県船及び大分県船の高知県海域への越境操業の情報はない。</p>
◆地域防犯組織の設立・活動支援		<p>地域の自主防犯組織との連携による取締の効率化により、資源の確保を目指す。</p>		<p>・芸東及び宿毛湾では、地域防犯組織を立ち上げるとともに定例会を開催し、情報収集に関する意見交換を実施した。</p> <p>・宿毛湾密漁防止連絡会議（開催数延べ3回/参加者延べ28名）</p> <p>・芸東地区密漁防止連絡会議（開催数延べ3回/参加者延べ38名）</p>	<p>・地域防犯組織からの情報で芸東地区において漁業権侵害罪で4名検挙し、潜水器密漁で2名逮捕及び2名検挙した。以後、漁業権侵害の情報はない。</p> <p>・地域防犯組織からの情報で、芸東地区においてさんご漁業の違反者1名を検挙した。</p>
◆紛争の解消と規制緩和の推進		<p>利害関係者間の対立や紛争の解消、また、資源の持続的な利用に向けて当事者間で協議する場を設定し、合意形成を図る。</p> <p>合意形成された案件のうち、可能なものについて規制緩和への道筋を整える。</p>		<p>・パッチ網漁業の操業の周年化について、内水面漁業関係者等とのアユの保護に関する協議を重ねるとともに、関係者による協議会（H21.12）において意見交換を行い、合意形成に取り組んだ。また、日の出前操業については、関係者との意見交換を行い、影響の考えられる近隣漁業者との合意形成を条件に許可することとなった。</p> <p>・しいらまき網漁業の円滑な漁場利用や操業期間の延長等について、沖合自主調整促進協議会において関係者の意見交換の場を設定し（3回）、沖合底びき網漁業との合意形成に取り組んだ。</p> <p>・H25年のワシントン条約締約国会議（COP16）に向け、宝石サンゴ資源を持続的に利用するため、宝石サンゴの資源管理措置について、さんご漁業関係者との意見交換等（H23年度 16回）を行い、それに基づき漁業許可の内容を見直した。</p> <p>宝石サンゴ資源の持続的利用のため、下記漁業資源調査を実施した。</p> <p>・土佐海洋丸による海洋観測（1回/月）及び海底地形調査</p> <p>・無人潜水艇による資源生態調査（H23）</p>	<p>・パッチ網については、高知中央地区では周年操業（H22.1）を許可した結果、収入の安定化に寄与した。また、須崎地区では日の出前1時間からの操業（H22.2）を許可した結果、摂船前のシラスが漁獲できるとともに涼しいうちに水揚げでき、品質が向上し、漁業関係者が高く評価した。（シラスは温度上昇や酸に弱く、品質低下が速い）</p> <p>・しいらまき網については、通常の4～11月の許可に加え、3.12月を新たに許可するとともに、未利用であった幡多海域へ操業区域を拡大した（H22.11～23.1）。その結果、H22.12に31ト、H23.3～5に幡多海域を中心に66トの漁獲があり、シラスの漁獲増に貢献した。</p> <p>・さんご漁業については、H24.3から禁漁期や漁獲量の上限設定など、資源管理措置を盛り込んだ新たな内容の漁業許可を開始した。その結果、ワシントン条約締約国会議（COP16）に向け、本県のさんご漁業における資源管理を説明できる状況となった。</p> <p>・操業区域内のサンゴ資源の状況はほぼ把握できたが、禁漁区域の状況は海況条件等により十分な調査が行えなかった。</p>
(5) コスト計算に基づく効果的な栽培漁業の推進					
◆大型種苗の集中放流と効果の検証		<p>放流効果を向上させるため、大型種苗の放流の定着を図る。</p>		<p>・種苗放流</p> <p>ヒラメ：H21～H23の3カ年とも、市町村の要望尾数を満たす生産、放流を実施。</p> <p>エビ類：H21～H22は市町村の要望尾数を満たす生産、放流を実施。H23は委託先の経営破綻により生産を中止。</p> <p>放流効果の検証</p> <p>須崎市でクマエビ7000尾の標識放流を実施した（H22）。</p> <p>市町、水産試験場、漁業指導所の連携と漁業者の参画による放流効果を検証する体制を整備した。</p>	<p>・ヒラメ大型種苗の放流尾数、また全体尾数に占める大型種苗の割合ともに年々増加し、大型種苗の放流が定着しつつある。（H21：75千尾（4.1%）、H22：181千尾（8.3%）、H23：234千尾（9.0%））</p> <p>・H23年度から、黒潮町の底曳網漁業者がヒラメ放流魚の混獲率調査を開始し、調査精度が高まり混獲率が上昇した。（混獲率 H20：33.7%、H21：28.4%、H22：28.6%、H23：61.7%）</p>
(6) 広く「漁業の担い手」を確保					
◆漁業の担い手の確保		<p>・漁業就業者の減少、高齢化に対応するため幅広い世代から漁業の担い手を確保する。</p> <p>・漁業就業希望者に対して技術習得に関する支援、中古船購入に関する支援を実施する。</p> <p>・また、担い手を確保するための勧誘活動を実施する。</p>		<p>・新規参入の促進に向け、支援制度の拡充・創設を実施した。</p> <p>・事業の広報や相談窓口として、高知県漁協にアドバイザーを設置し、情報収集や研修受け入れに関する地元調整、各種就職相談会での勧誘活動を行った。</p> <p>就業支援アドバイザー1名（H21～、ふるさと雇用再生特別基金事業を活用）</p> <p>定着促進アドバイザー1名（H23、幡多地域、重点分野雇用創出事業を活用）</p> <p>・長期研修制度の見直しを行った（H21）。</p> <p>生活費支給額の引き上げ（住居関連費用の有無により月額10万円又は14万円であったものを一律15万円に）</p> <p>・研修対象者の年齢制限の引き上げ（50歳未満であったものを65歳未満に）</p> <p>・初期投資の負担を軽減するため、漁船リース事業を創設した。長期研修修了者を対象（H21）</p> <p>雇用型労働者から独立する漁業者を対象（H22）</p>	<p>・新規就業者数 H21：34名 H22：39名 H23：76名</p> <p>第一期の3カ年はいずれも30名以上となり、H15～H18の平均22名を上回った。</p> <p>・長期研修開始者数 H21：7名 H22：6名 H23：0名</p> <p>第一期の3カ年の平均は4.3名と、H12～19年度の平均2名から増加した。</p> <p>・H21～22年度は、10代～40代の幅広い世代から長期研修生を確保した。</p> <p>・第一期の3カ年で計13名が研修を修了し、全員が独立型漁業に就業した。</p> <p>・漁船リース事業は、H21年度2名、H22年度4名、H23年度5名と、第一期の3カ年で合計11名の利用者があった。</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC評価	
違反摘発の強化 県外漁船の検挙		<ul style="list-style-type: none"> ・違反の摘発を強化し、芸東密漁常習者を逮捕したことにより、一定期間抑止効果が期待できる。 ・宮毛湾では、県外船の違反(愛媛県の中型まき網船団及び小型機船底びき網漁船)を検挙したことから、今後他県船による越境操業に対して、一定の抑止効果が期待できる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・県外船の違反に関する情報を分析し、的確な取締を実施する。 ・悪質巧妙化する違反には、情報収集の強化や取締方法の工夫などで対応するとともに、県警及び海上保安部との連携を強化する。 ・引き続き全国トップレベルの捜査能力を維持するため、研修を実施するなど担当職員の資質の向上に努める。
啓発活動による違反防止		<ul style="list-style-type: none"> ・違反を防止するための啓発活動を行う地域防犯組織を設立したことにより、違反情報の収集及び県警との連携が可能となったことから、引き続き、効率的な取締活動を行うことができる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・違反を防止するため啓発活動を強化する。 ・地域防犯組織や県警及び海上保安部との連携を一層強化する。
漁業者の相互理解による紛争解消		<ul style="list-style-type: none"> ・パッチ網、しいらまき網については、関係漁業者の相互理解による合意形成等に基づき規制を緩和したことによって漁獲量、品質、所得の向上が期待できる。 ・さんご漁業については、禁漁期間や漁獲量の上限設定など資源管理措置の導入により、宝石サンゴ資源の持続的な利用が期待できる。 ・無人潜水艇による目視調査により、操業区域内のサンゴ資源分布状況が明らかになった。また、高知大学を中心とする研究グループとの連携により、宝石サンゴの成長や産卵タイミングといった新たな知見も得られつつある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・紛争の解消や持続的に資源を利用するため、引き続き関係者の合意形成を図るとともに、合意形成に基づく規制緩和を継続する。 ・規制の緩和後も円滑に漁場や資源が利用されるよう注視する。 ・さんご漁業については、宝石サンゴの適正な資源管理の確立に向け資源調査に基づき許可内容を見直すとともに、ワシントン条約締約国会議(COP16)に向け、水産庁等の関係機関と連携して情報収集、対応の検討に取り組む。 ・H24以降も土佐海洋丸による海洋観測などH23と同様の取組を継続する。 ・宝石サンゴ資源の持続的な利用を図るとともに、科学的データに基づきCITESでの規制対象となることを阻止する。
<ul style="list-style-type: none"> ・県による大型種苗の生産、放流と効果調査への着手 ・市町村等が実施する中間育成技術のレベルアップ 		<ul style="list-style-type: none"> ・ヒラメでは放流種苗の9割近くが大型サイズになり、数量的にも市町村からの要望に十分応えることができた。 ・H23年度には混獲率が上昇しており、大型種苗の放流効果の発現を確認できる状況となった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・放流効果をより発現させるための大型種苗の安定生産による集中放流を継続実施する。 ・放流効果の検証のため、関係者(水試、指導所、市町村、漁協)と連携した追跡調査を実施する。
<ul style="list-style-type: none"> ・幅広い世代から就業者を確保 ・年間22名程度の新規就業者を確保 	年間30人超	<ul style="list-style-type: none"> ・漁船リース事業やアドバイザーの配備など支援策が充実し、それまで打ちもしくは減少傾向にあった研修開始者数及び新規就業者数が増加傾向に転じた。 ・一方、土佐清水や室戸などの釣り漁業での受け入れがほとんどで、釣り漁業に比べ初期投資が大きい県中央部の網漁業などで研修受け入れがない。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・制度の周知により未実施地区での受け入れ体制を構築し、研修の実施を図るとともに、アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを継続して実施する。 ・これまでは、釣り漁業を中心に研修生の受け入れが行われてきたが、今後は小型底曳網、機船曳網、しいらまき網等幅広い漁業種類を対象に研修生を受け入れるよう取り組むとともに、制度の有効活用が図られるよう見直しを行う。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
2 高品質な生産物の確保（鮮魚の商品化）			
(1) 〈ソフト面〉			
<p>◆鮮度保持・衛生管理・規格選別に対する意識・行動の改革</p> <p>鮮度保持や衛生管理等において漁業者間や産地市場間に格差があることから、漁業者や漁協職員の意識と行動の改革をうながす。</p>	<p>・船上・市場での適正な氷の使用が鮮度保持につながり、産地価格や買受人の評価に好影響があることを実証する試験を2市場（御臺瀬・興津）で実施し、実証結果を県内の漁協・生産者に周知した。（H21～H22）</p> <p>・漁業者、漁協役員、産地買受人等を対象に衛生管理・鮮度保持をテーマにした学習会を実施した。（H21～H23）</p>	<p>・氷の使用を増やすことで、過去3年の平均単価に比べ御臺瀬で23円/kg、興津で33円/kg魚価が向上した</p> <p>・学習会等を通じて市場内のタンクへの氷の増量・攪拌等、取組が改善され鮮度の向上が図られた。</p> <p>・左記学習会を延べ17カ所で開催し、332名が参加し担当職員の意識の醸成が進みつつある。</p>	
<p>◆拠点市場における優良衛生品質管理市場の認証取得</p> <p>鮮度保持や衛生管理等において漁業者間や産地市場間に格差があることから、漁業者や漁協職員の意識と行動の改革をうながす。</p>	<p>・認証取得を念頭に雇った衛生管理講習会を5ヶ所設計7回開催した。（清水2回、佐賀2回、室戸岬、加須嶺）</p> <p>・すくも湾中央市場の認証取得に向けた体制整備の支援を行った。</p>	<p>・清水市場（新設）、佐賀市場（改修）において優良衛生品質管理市場の認証取得に向けた関係者による具体的な検討が始まった。</p> <p>・すくも湾中央市場が優良衛生品質管理市場の認証取得（H24. 3）。</p>	
(2) 〈ハード面〉			
<p>◆高度衛生管理に対応した市場の施設整備を促進</p> <p>◆拠点市場への重点投資及び必要性の高い市場への鮮度保持・衛生管理施設の更新などによる高品質な生産物の確保</p> <p>老朽化の著しい清水市場の計画的な整備を進める。</p>	<p>・清水市場整備検討委員会を組織し、整備計画の策定や、衛生管理への対応を含む市場の運営方法について協議した。</p> <p>・清水市場の整備のネックとなる市場事務所を先行して整備した。</p> <p>・佐賀市場の衛生管理面でのレベルアップに不可欠なハード整備の支援を行った。</p>	<p>・清水市場について、整備計画を策定し、市場整備に着手した（H24年度中に供用開始予定）。</p> <p>・清水市場事務所が完成した。（H21年3月）</p> <p>・清水市場整備検討委員会において、優良衛生品質管理市場認定（大日本水産会）の取得に向けて取り組むことを確認した。</p>	
3 産地市場での競争性の向上			
(1) 分散化した市場の集約（拠点化）			
<p>◆市場統合に向けた関係者との協議の場づくり</p> <p>◆市場統合を見据えたハード整備</p> <p>市場統合を進めるため、先進事例や県内市場の現状等に係る情報収集を行う。</p>	<p>・県漁協では、市場統合に取り組むことを決定し、ブロック委員会等でその方向性について協議した。</p> <p>・県漁協総代会において、市場の統合も視野に、組織の再編整備に取り組むことを決定した。</p> <p>・高知県漁協及びすくも湾漁協で市場統合に向けた取組を推進した。</p>	<p>・県漁協はH23年度、市場統合を含む組織の再編整備計画を策定するとともに、経営改善計画の見直しを承認した。</p> <p>・高知県漁協（浦戸市場を御臺瀬市場に統合）及びすくも湾漁協（古満目市場をすくも湾中央市場に統合）で市場統合が一定進捗した。</p>	
(2) 産地市場のオープン化（新規参入）			
<p>◆既存の仲買人との信頼関係の構築</p> <p>産地市場での競争性の向上のために実施する市場ルールの統一やオープン化について、仲買人との意見交換等を通じ、その影響等を把握し、市場運営の改善につなげる。</p>	<p>・市場開設者である漁協と仲買人との定期的な意見交換を開催した。</p>	<p>・意見交換会の開催により、仲買人の意見を基に買入限度額などの見直しが行われた。</p>	
<p>◆オープン化に伴う運営リスクの管理</p> <p>県下全体の市場取引について集中的な未収金等の管理を行うことが出来る電算システムを整備するとともに、未収金等の管理を強化する。</p>	<p>・買受人の名寄せが可能となる電算システムを整備した。</p> <p>・販売未収金の限度額超過者を理事会で管理している。</p>	<p>・県漁協全市場の受託販売にかかる取引状況、未収金管理が可能となった。</p> <p>・H23年度末の販売未収金は389百万円で、H20年度末に比べ101百万円減少した。</p>	
<p>◆市場ルールの統一と販売力を有する新たな仲買人の誘致</p> <p>オープン化等に伴い代金決済等の市場ルールを統一するとともに、販売力を有する新たな仲買人の誘致を促進する。</p>	<p>・県漁協の全支所において販売代金精算にかかる決済サイトを統一した。</p> <p>・量販店等に対して仲買人参入の働きかけを行った。</p>	<p>・決済サイト統一により、漁協の資金繰りが一定改善された。</p> <p>・新規参入仲買人14者（受入保証金10.2百万円）</p>	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<ul style="list-style-type: none"> 漁業者、漁協、産地買受人による、より質の高い鮮度保持の実施 特別な鮮度保持ニーズ(沖じめなど)へ対応できる技術習得 市場における鮮度保持、衛生管理の統一実施 規格選別の普及 上記取組による適正な価格の確保 		<ul style="list-style-type: none"> 市場内のタンクへの水の増量・攪拌、スラリーアイス製造機の導入、優良衛生品質管理市場の認定取得など、具体的な改善に向けた取組が始まり、鮮度管理及び衛生管理の対応が一定向上した。今後はさらなる鮮度管理や価格形成力の向上に向けて、市場の運営方法の改善等を含めた検討が必要である。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 鮮度の向上や価格形成力の強化を目的とした、新たな入札方法の導入や荷捌き方法の改善などに取り組む。
<ul style="list-style-type: none"> すくも湾中央市場が優良衛生品質管理市場の認証を取得 		<ul style="list-style-type: none"> 拠点市場における衛生管理強化の統一の実施に向けた本格的な取り組みが始まった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 拠点市場における衛生管理の強化と計画的な認証の取得に取り組む。
<ul style="list-style-type: none"> 高度衛生管理に対応可能な市場の整備計画策定(1地区) 鮮度保持、衛生管理施設の更新需要への対応 		<ul style="list-style-type: none"> 清水市場の整備を機に、市場運営の効率化を推進することで、管理費の削減が期待される。 佐賀市場及び清水市場での衛生管理に向けた体制が整いつつある。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 拠点市場における優良衛生品質管理市場の認証取得するために必要な施設を計画的に整備する。 高度衛生管理に対応した市場の施設整備を促進する。
<ul style="list-style-type: none"> 市場統合に向けた漁協内部での協議を喚起 		<ul style="list-style-type: none"> 県漁協では、これまで具体的な動きが少なかった市場の統合に取り組むことを総代会で承認し、実行段階を迎える。今後、地域ごとの具体的な協議の段階では関係組合員の反発も予想される。 徳毛湾地域の市場統合は、合併によるすくも湾漁協の誕生、徳毛湾中央市場の開業により一定進捗しており、片島市場が統合されれば完了する。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 県漁協の組織再編整備計画に基づき産地市場の統合を推進する。 片島市場を廃止し市場事務所をすくも湾中央市場(田ノ浦)に移転することで、徳毛湾地域の産地市場の統合を早期に実現する。
<ul style="list-style-type: none"> 市場のオープン化の仕組みづくり(市場ルールの一斉) 新規参入の促進 		<ul style="list-style-type: none"> 市場開設者として市場運営の改善に取り組む漁協の意識が一定向上したが、意見交換会に参加しない仲買人も多く、漁業者、仲買人双方の意見が十分反映された市場運営とはなっていない。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 漁協と仲買人が定期的な意見交換を行うとともに、仲買人の意見を反映した市場運営の改善に取り組む。
		<ul style="list-style-type: none"> リアルタイムでの未収金管理が可能となり、買入限度額超過者等への迅速な対応が図られるようになった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 未収金の管理・回収を強化し、新たな不良債権の発生を防止する。
		<ul style="list-style-type: none"> 市場ルールが統一され資金繰りは一定改善されたが、仲買人の誘致には、市場統合による品揃えの確保や入札方法の見直しによる市場参入しやすい環境の整備等を行い、仲買人に対する新たなメリットを提供することが必要である。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 産地市場の機能強化に取り組む中で、あらゆる機会を捉え、販売力を有する仲買人の誘致活動を展開する。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
<p>(3) 漁協自らも入札に参加</p> <p>◆入札担当職員の育成</p> <p>様々な取引先に応じた集出荷体制（入札・荷作り・物流等）を構築するとともに、販売ノウハウの習得と蓄積による人材育成を推進する。</p>		<p>【買取販売事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・直販店舗により、県民に県産水産物を供給している。（H20～） ・量販店等との直接取引を実施している。（H21～） ・県外市場送り及び県外業務筋への販売を実施している。（市場送り H22～、業務筋 H21～） <p>【人材育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・芸東、清水に入札担当職員を配置し、OJTや短期派遣研修等を実施している。（H20～） ・買取販売を強化するため、組織を改編し新たに販売部を設置した。（H23年5月） ・職員の人材育成等を担うアドバイザーを配置した（H24年3月～）。 <p>【組織・体制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・検討委員会を組織し、買取販売事業の中期的な方向性を検討した（H23年8月～）。 ・直販店舗の採算性向上のため、2店舗を1店舗に統合した（H24年2月）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県漁協による新たな流通販売（買取販売事業）の売上は、H20：244百万円、H21：290百万円、H22：394百万円、H23：422百万円と年々増加している。 ・取引形態や取扱額の拡大に応じた入札、集出荷体制を構築するとともに、その段階に応じた職員のレベルアップが図られた。 ・仕入・販売体制の一元化による収益性の向上、県外売上高の毎年10～15%の増加、販売子会社の設立運営を盛り込んだ買取販売事業中期計画を策定した。（H23年11月） ・直販店舗の統合により、直販部門の採算性の目途が立った。
<p>1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略</p> <p>(2) 県漁協による「土佐の魚」への付加価値向上</p>			
<p>《今後3年間の取組》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○様々なチャネルを通じての販売の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・有利販売先、販売方法の模索、検討 ・有利販売に向けた人材育成、ノウハウの習得外 <p>《総括・評価を踏まえた取組》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○販売子会社の設立も含めた、以後の販売戦略の構築 ○販売戦略に基づく取扱量の拡大による、漁協収益の向上と漁業者への収益還元 <p>◆県漁協の流通販売事業に関する取組強化</p> <p>様々な取引先に応じた集出荷体制（入札・荷作り・物流等）を構築するとともに、販売ノウハウの習得と蓄積による人材育成を推進する。</p>		<p>【買取販売事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・直販店舗により、県民に県産水産物を供給している。（H20～） ・量販店等との直接取引を実施している。（H21～） ・県外市場送り及び県外業務筋への販売を実施している。（市場送り H22～、業務筋 H21～） <p>【人材育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・芸東、清水に入札担当職員を配置し、OJTや短期派遣研修等を実施している。（H20～） ・買取販売を強化するため、組織を改編し新たに販売部を設置した。（H23年5月） ・職員の人材育成等を担うアドバイザーを配置した（H24年3月～）。 <p>【組織・体制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・検討委員会を組織し、買取販売事業の中期的な方向性を検討した（H23年8月～）。 ・直販店舗の採算性向上のため、2店舗を1店舗に統合した（H24年2月）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県漁協による新たな流通販売（買取販売事業）の売上は、H20：244百万円、H21：290百万円、H22：394百万円、H23：422百万円と年々増加している。 ・取引形態や取扱額の拡大に応じた入札、集出荷体制を構築するとともに、その段階に応じた職員のレベルアップが図られた。 ・仕入・販売体制の一元化による収益性の向上、県外売上高の毎年10～15%の増加、販売子会社の設立運営を盛り込んだ買取販売事業中期計画を策定した。（H23年11月） ・直販店舗の統合により、直販部門の採算性の目途が立った。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映するべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC評価	
主要な市場での入札・仕立・配送システムを構築		・買取販売事業に着手したことにより浜値の向上が一定図られている。一方漁業者がメリットを実感できるレベルへの取引量の拡大や、効率的な組織・運営体制の構築による収益性の確保が課題である。	A	・買取販売事業中期計画に基づき、販路拡大による取引高の増大、仕入・販売体制の一元化によるコストの縮減、販売子会社の設立と業務の段階的な移管などに取り組む。
・取引先に応じた兼出荷体制整備と販売ノウハウの獲得 ・営業担当職員(フ口)の養成 ・有利販売先の見極め(3年間の総括・評価)と以後の販売戦略の構築		・買取販売事業に着手したことにより浜値の向上が一定図られている。一方漁業者がメリットを実感できるレベルへの取引量の拡大や、効率的な組織・運営体制の構築による収益性の確保が課題である。	A	・買取販売事業中期計画に基づき、販路拡大による取引高の増大、仕入・販売体制の一元化によるコストの縮減、販売子会社の設立と業務の段階的な移管などに取り組む。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 (3) 養殖生産物の流通・販売の強化			
1 養殖生産物の流通・販売の強化			
<p>◆養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続</p> <p>◆既存養殖生産者グループの育成</p> <p>◆養殖生産物の流通・販売対策の強化</p> <p>養殖業者のまとまりを形成し、県内民間企業と連携した新たな取組を推進する。</p>		<p><漁場環境調査や魚病対策の継続></p> <ul style="list-style-type: none"> 水産試験場及び漁業指導所が環境・赤潮調査、魚病診断・治療方法指導を実施した。 定期環境調査：月1回、4ヶ所（浦ノ内湾、野見湾、宿毛湾、浦戸湾） 赤潮連続調査：赤潮発生時等に随時実施（H21：58回、H22：68回、H23：77回） 漁業被害の軽減に向け、調査結果の速報発信に取組んだ。 <p><養殖生産者グループの育成></p> <ul style="list-style-type: none"> 既存3グループの取組の拡大、新たに1グループ（大谷ネイリ部会）の発足、1グループ（すくも湾漁協養殖部会）の活動再開を支援した。 各グループを対象に、養殖の技術と知識を高めるための学習会を開催した。 定期学習会： <ul style="list-style-type: none"> （回数）概ね月1回 （講師）水産試験場、漁業指導所 （内容）赤潮対策、PCを用いた飼育管理等 外部講師による学習会： <ul style="list-style-type: none"> （回数）年数回 （講師）大学教授、流通業者等 （内容）コスト削減対策、魚病、消費地市場からのニーズ等 大月町に大規模マダコ養殖漁場を新設した。 <p><養殖生産物の流通・販売対策の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> 須崎マダイ養殖の3グループでは、県外量販店での試食販売・PR等を実施した。 大谷ネイリ部会では、市場評価等の情報収集、鮮魚販売業者と連携した販路拡大に取り組んだ。 すくも湾漁協養殖部会では、県内外の卸・小売業者訪問による新規取引先の開拓、神経抜き出荷等を行った。 	<p><漁場環境調査や魚病対策の継続></p> <ul style="list-style-type: none"> 環境調査結果の速報が漁業者に利用され、漁業被害の軽減が図られた。 漁業者自らが環境をモニタリングする意識が向上し、環境悪化時等には小割移動や給餌自主規制など被害軽減の取り組みが行われた。 <p><グループの育成、流通・販売対策の強化></p> <ul style="list-style-type: none"> 各グループの熟度に応じた活動が進み、具体的な取引につながるなどの成果がみられた（5グループに県内養殖生産者数194名のうち95名が参加） 土佐精工：県外量販店等との新規取引開始、仕向先の拡大、ANA国際線の機内食への採用 乙女会：卸売業者、ホテル等との新規取引開始、一次加工品に関するニーズの把握 大谷タイ部会：加工品の開発、県内量販店での定期販売、関西方面の飲食店等でのフェア出店 大谷ネイリ部会：先進地、ブランド化に関する情報収集 すくも湾漁協養殖部会：神経抜き処理魚の試験出荷を通じた新規取引開始、県産産物のランチメニューへの採用 大月町で養殖マダコの生産地形成に向けた動きが始まり、新規雇用の創出が期待される（数十名程度の予定）。
◆生産技術向上のための技術開発 グループづくりのための活動支援		<ul style="list-style-type: none"> H23年度から、養殖業者の生産技術の向上を目的として、水産試験場が新たな養殖技術の開発試験を開始した。 県内特産物（ショウガや柑橋頭）を利用した品質向上と「セールスポイント」獲得のための技術開発試験（春期、秋期） 成長の鈍化する時期に餌料コストを削減するための適正給餌方法の確立試験（夏期、冬期） 	<ul style="list-style-type: none"> 適正給餌方法の確立試験では、高水温期の給餌を控えることで飼料効率が向上した。 ショウガを餌に添加したカンパチで、ノカルシア症の死亡率が低下した。 直七果汁を餌に添加したマダイが成長・飼料効率とも若干良好で、食味試験では直七果汁を添加したマダイが有意に高い評価を得た。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<ul style="list-style-type: none"> グループ化による生産者のまとまりの形成 グループ化による経営体間の養殖技術の格差縮小 養殖生産物の有利販売に向けた生産・販売体制の構築 漁協による養殖生産者への指導・支援体制の強化(すくも湾漁協) 		<ul style="list-style-type: none"> 漁場環境の悪化時や赤潮発生時に、迅速かつ精度の高い調査を行い、その結果を速やかに情報発信することにより、養殖業者が給餌を控えるなどの判断に活かされ、養殖被害の軽減に大きく貢献した。 県からすくも湾漁協への魚病診断体制の移行が円滑に行われ、漁協指導事業の充実が図られた。 活動経験の長い海援隊をはじめ、協賛に入ったばかりのすくも湾漁協養殖部会など、グループによって取組の差は大きいですが、個々のグループの熱度に応じた活動が進み、高付加価値化や販売体制の確立など、それぞれグループに応じた活動ができた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き漁場環境調査や魚病診断体制を維持するとともに、速やかな情報伝達に努めることで、漁業者自らが漁場を管理する意識の向上と安定生産を目指す。 個々のグループの活動に応じた支援を引き続き行い、品質向上や経費節減、販売の拡大等につなげる。 本県の主要な養殖魚種であるカンパチは、その種苗のほとんどを中国からの輸入に依存しており、人工種苗の量産技術の確立が望まれるが、県内企業が意欲を示していることから、水産試験場と共同で量産技術の開発に取り組む。 大月町でのマグロ養殖の生産規模が拡大することが見込まれることから、安定的にマグロを生産するために必要な施設整備や振興策の検討を行う。
		<ul style="list-style-type: none"> 3ヶ年の試験計画のうち、1年目のH23年度は、高水温期の給餌量を控えることで飼料効率が向上することが明らかとなった。 ショウガや直七を餌に添加した魚では、成長率や飼料効率等の向上を確認できた。また、食味試験では直七果汁を添加したマダイで高い評価が得られ、高知県産養殖マダイの付加価値化に寄与する可能性が示された。 	A	<ul style="list-style-type: none"> H25年度まで試験を継続して実施し、得られた知見を基に、生産性の高い養殖技術と県内特産物を利用した高品質な魚の養殖の普及を図る。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱	取組方針	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
	施策		
	これからの対策		
1 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 (4) 土佐の魚の消費拡大			
1 県産水産物の消費拡大対策			
◆県内向けの消費拡大対策	<p>漁協、市場関係者、量販店、飲食店等と連携し、県産水産物のPRを行い、県産水産物の消費拡大を図った。</p> <p>〔量販店等と連携したPR〕 ・県産水産物の購入者に抽選で景品があたるプレゼントキャンペーンを実施（H21） ・たたき料理に作り方などを紹介したリーフレット等の配布（H22～） 〔ホームページによる情報発信〕 ・高知の魚の種類、旬、食べ方等を紹介するホームページ「サカナチカラ コウチカラ」を開設・運営（H21～） 〔「土佐の魚PR活動推進パートナー店」制度の創設〕 ・高知の魚にこだわりを持つ飲食店や小売店を登録し、ホームページ等で公表（H21～） 〔おさかなPR大使の任命〕 ・高知市の小学生 川村あやのさんを県おさかなPR大使に任命し、消費拡大事業展開（H21～）。 〔親子料理教室の開催〕 ・高知市中央卸売市場において、県産魚を食材に使用した親子料理教室を開催（H21～） 〔土佐のおさかなまつりの開催〕 ・県内の漁協等が参画し、県産水産物の試食・販売・体験イベント等を行う「土佐のおさかなまつり」を開催（H22～） 〔龍馬博覧会でのPR〕 ・駅前イベント広場において水産加工グループ等による県産水産物の試食・販売等を実施（H22） 〔おさかなレシビコンクールの開催〕 ・県産水産物を使用したレシビを募集・表彰し、レシビ集を作成。併せて応募作品をメニュー化する飲食店を募集・公表（H22） 〔土佐のたたきフェアの開催〕 ・こだわりの「たたき料理」を提供する県内の飲食店を紹介するパンフレットを作成し、県内のホテル、道の駅等で配布（H23～） 〔水産物消費拡大対策検討会の開催〕 ・漁協、市場、量販店、宿泊業、生協等をメンバーとする検討会を開催し、消費拡大事業について意見交換（H21～）</p>	<p>消費者が求める魚に関する情報や漁業等に接する機会を提供し、一定県産魚への関心を喚起する取組を行った。</p> <p>〔量販店等と連携したPR〕 ・アピタ（トキハ）→：118店舗参加・511件応募 ・リーフレット等配布：76店舗で情報発信 〔HP「サカナチカラ コウチカラ」の運営〕 ・訪問件数23,582件（H23年度未現在） 〔土佐の魚PR活動推進パートナー店の募集公表〕 ・143店舗登録（H23年度未現在） 〔高知県おさかなPR大使の活用〕 ・86件（H23年度未現在） 〔親子料理教室の開催〕 ・11回実施・延べ264名参加 〔土佐のおさかなまつりの開催（2回）〕 ・延べ41団体出展・約3,500名来場 〔龍馬博覧会場で県産水産物のPR〕 ・2回開催・延べ3,200名来場 〔おさかなレシビコンクールの開催募集〕 ・52件の応募（賞状1件・優秀賞9件選定） ・入賞作品をレシビ集にし量販店等で配布 ・飲食店等でのメニュー化：31店舗参加 〔「土佐のたたきフェア」開催（H23）〕 ・63店舗参加、パンフレット15,000部配布 〔水産物消費拡大対策検討会の開催〕 ・7回開催し意見等を県事業に反映</p>	
◆県外向けの消費拡大対策	<p>〔県外消費地市場との交流〕 ・消費地市場との交流会を開催した（計8回） 築地（22年11月、23年2月、9月） 名古屋（22年6月） 大阪（22年2月（2回）、22年10月、23年6月） ・関西及び中四国の消費地市場関係者と産地買受人による合同会議を開催した。（24年1月） ・大阪市場開設80周年イベントに参加し本県の水産物をPRした。（23年11月） 〔地産外販の実践〕 ・まるごと高知への物販用商品、レストラン食材の紹介及び高知県漁協によるレストランへの食材供給（清水サバ、うづぼ等）を行った。</p>	<p>・築地、名古屋、大阪の市場関係者（延べ72人）と産地市場関係者（延べ139名）が参加し交流を行った。 ・関西・中四国の卸売業者（9市場23人）、産地市場関係者等（19人）が参加し意見交換を行った。 ・一部で新たな取引も始まるなど、水産物の地産外販につながりつつある。</p>	
◆ブランド化対策	<p>・地産外販加速化品目について、品目ごとの推進組織を中心とする外販戦略の推進する。 ・漁協等によるマリン・エコラベルの認証取得と普及促進を図る。</p> <p>〔カツオ、キンメダイ、ゴマサバの地産外販加速化品目に選定した。〕（H22） ・H23年度に3品目の推進組織を設立し、事業計画を策定した。 ・カツオ：土佐のかつお流通対策協議会 ・キンメダイ：芸東水産業改良普及協議会 ・ゴマサバ：土佐の清水さば流通対策協議会 〔推進組織の取組を支援する「水産物ブランド化推進事業費補助金」を創設した。〕 ・高知県漁協等がカツオ、キンメダイ、ゴマサバについてマリン・エコラベルの認証申請を行った（H23.8.8）。 ・まるごと高知でのカツオ、キンメダイ、清水サバフェアを開催した（H22・H23）。</p>	<p>・高知県漁協等がカツオ、キンメダイ、清水サバの3魚種を対象とする5つの漁業でマリン・エコラベルの認証を取得した（H23.10.6）。 ・各推進組織が、次の活動を展開した。 →築地・大阪市場を訪問してのPR、首都圏の飲食店でのフェア開催や量販店でのPRなど →マリン・エコラベルの認証取得をPRするテレビCMの放送（県内180本） ・まるごと高知のレストランでのフェア開催により、カツオ1,150食、キンメダイ700食、清水サバ1,300食分のフェアメニューを提供した（H22+H23）。</p>	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<ul style="list-style-type: none"> ・県産魚の料理方法や旬情報が県民に伝わる仕組みの確立 ・本県漁業や県産魚に関する情報が子どもに伝わる仕組みが確立 ・量販店における県産水産物の取扱シェアの増加 ・学校給食における県産魚の使用割合の増加 ・観光客への県産水産物のPRと情報提供の仕組みの構築 		<p>ホームページ・料理教室・パートナー店・PR大使・たたき文化の発信・おさかなまつりなどが県民に一定認知され、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や漁業等に接する機会を提供する仕組みが整備された。</p> <p>しかし、消費者の食文化の変化等による魚離れを食い止めるには至っておらず、継続した取組が必要である。</p>	A	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐のおさかなまつりの継続による消費者へのPR ・おさかなPR大使、土佐の魚PR活動推進/パートナー店を活用したPR ・ホームページによる魚の旬や食べ方等の消費者が求める情報の発信 ・水産物消費拡大対策検討会の継続による生産・流通等の関係者との連携強化 ・土佐のたたきフェアの開催やリーフレットの配布等による「たたき文化」の情報発信 ・高知市中央卸売市場での親子料理教室の開催や学校でのタタキづくり体験の実演などによる食育活動の展開
<p>主要な県外消費地市場における県産水産物のシェア拡大</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・県外の消費地市場と産地との結びつきが強まり人的ネットワークの構築や新たにシラス加工品などの取引が始まるなど県産水産物の認知度の向上が進みつつある。 ・消費地市場からの提案に対し、産地買受人の多くは誠実に対応する意識に欠けるきらいがある。 ・まるごと高知でのフェアは、一定の誘客効果もあり、県産水産物の認知度の向上につながっていると考えられる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・ひきつづき、まるごと高知での県産水産物のPRを行っている。
<p>対象魚種について、県外マーケットにおける販売実績を複数確保</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・カツオ・キンメダイ・ゴマサバのブランド化を担う地域の推進組織が立ち上がり、マリン・エコラベルの認証を取得した。このことが全国版の業界紙に大きく取り上げられ、全国に向けた情報発信をするとともに、県内でのCM放送などによるPR活動を開始するなど、普及促進を図ることができた。 ・今後、マリン・エコラベルも活用し、これらの推進組織や漁協による地産外荷活動が成果に結びつくよう継続的に支援する必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ・カツオ、キンメダイ、ゴマサバに加え、宿毛湾でのキヒナゴのブランド化を担う推進組織の設立に取り組みとともに、各推進組織が効果的な地産外荷戦略の実践に取り組む。 ・マリン・エコラベルの認証取得と消費者への認知度の向上を図る。 ・「土佐のたたき」を、重点的にプロモーション活動を行う戦略品目に位置付け地産外荷公社等と連携した取組を強化する。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）			具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱				
取組方針				
施策				
これからの対策				
2 県1漁協による漁業費用を削減するための戦略				
1 供給価格引下げの仕組改善				
(1) 県漁連の事業承継による中間マージンの圧縮				
◆県漁連の事業承継 県漁連から高知県漁協への円滑な事業承継を推進する。			・県漁連の経済事業をH23年3月末までに段階的に県漁協に譲渡した。	・H23年3月末で県漁連は経済事業を廃止し、県漁協は直販店（H20年12月）、軽油購買（H21年3月末）、資材・重油購買（H23年3月末）の各事業を開始した。 ・県漁連から職員10人を受入れた（H20～H23）。
◆中間マージンの還元 高知県漁協が事業承継する軽油購買において系統2段階制への移行により中間マージンを組合員に還元する。			・県漁連の事業承継により、系統3段階制（全漁連→県漁連→漁協）から2段階制に移行した。（H23年4月）	・H21年度から軽油のマージンを1.5円/ℓ以上削減した。
◆事業承継（漁連の組織改編）に伴う影響の緩和 高知県漁協の事業承継に伴う資金調達を支援し、不参加漁協への軽油の供給の条件・仕組みづくりを行うことにより事業承継に伴う影響緩和を図る。			・県漁連の経済事業廃止に伴い、燃油、資材の仕入れ先変更を余儀なくされる合併不参加漁協に対して、引き続き系統購買が利用できる体制構築の支援を行った。 ・事業承継に伴い新たな運転資金等が必要となる県漁協に対して資金調達の支援を行った。	・安芸、窪津、すくも湾、霧津漁協を対象に免税軽油の取引に不可欠な電算システムを整備し、軽油取引を開始した。 ・その他の漁協等も含め、購買事業の取引に係る契約を締結した。 ・利子補給により、県漁協の新たな運転資金1億円の調達コストを削減した。
(2) 事業コスト（手数料等）の削減				
◆県漁協の経営基盤の強化と経営の合理化 県漁協の経営基盤の強化と経営の合理化を図るため、支所別収支管理の徹底等を指導するとともに、短期から長期への借換資金に対する利子補給により財務改善を支援する。			・支所別収支管理の徹底や資金の一元管理を指導した。 ・計画的に借入金圧縮するため、制度資金での利子補給を行い、財務改善の支援を行った。 ・収支構造を抜本的に改善する、組織の再編整備計画（経営改善計画の見直し）の策定に取り組んだ。	・H20年の漁協発足以降、H23年度末時点で借入金を8億円圧縮した。 ・組織の再編整備計画を含む経営改善計画の見直しを行った。 ・H30年度末までに欠損金4.7億円を解消する見込が立った。
(3) 需要（漁協利用）の拡大				
◆ニーズ調査に基づくサービス改善と人材育成 漁協利用拡大のためニーズ調査を行い、この結果をサービスの改善、職員の資質向上につなげる。			・購買事業見直しのため、組合員に対するアンケート調査を実施した。 ・資材在庫の支所間融通、在庫削減、取扱品目の見直し等について、ブロック単位での取組みに着手した。	・サービス改善、価格低減等の組合員のニーズを把握した。 ・備前ブロックをモデル地区として、支所間融通、品目コードの統一、回転率向上のための在庫一掃セール等を実施した。 ・在庫管理の改善が一足進められた。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
・県漁連からの事業承継による2段階制への移行		・事業承継を完了し、購買事業の系統2段階制が確立された。	A	・事業承継を無事完了し、「◆中間マージンの還元」の施策へ移行し実施していく。
		・系統2段階制への移行が完了し、中間マージンを漁業者に還元できる体制が整った。 ・今後は中間マージンの還元を誠実に実行するとともに、供給価格の決定について組合員への説明責任を果たす必要がある。	A	・スケールメリットを活かし、購買品を安価で漁業者に提供するため、供給価格の透明性の確保と取扱高の拡大を図る。
		・漁連の組織改編に伴う影響緩和が図られるとともに不参加漁協との事業連携が一定進捗している。	A	・合併不参加漁協に安価な購買品を安定的に供給できるよう、関係団体による協議の場を設置し、供給価格の透明性の確保を図る。
・最高7.5%（一部を除く）の販売手数料を6%以下に引下げ ・燃油供給価格の支所間の平準化（最大差21円/L、H19実績）	・販売手数料：最高7.5%（一部除く） ・支所間の燃油供給価格の最大差:16円/L	・合併後2年間は黒字決算で繰越欠損金を1.4億円圧縮していたが、不良債権処理等によりH22年度に1.4億円、H23年度に0.6億円の赤字を計上し欠損金は4.7億円と再び増加した。 ・手数料等を引き下げるためには、抜本的に収支構造を改善する組織再編整備計画を着実に実行することで、できるだけ早期に欠損金を解消しなければならない。	B	・組織再編整備計画を着実に実行するとともに、支所単位の収支管理を徹底し欠損金の早期解消を図る。
燃油購買事業の組合員利用率78%→83%	48%（組合員の燃油購買利用率）	・購買事業における合併メリットを早期に発現させる漁協側の意識、取り組みが不十分であった。 ・購買品目の絞り込みや在庫管理の見直し等により収益力の強化もあわせて取組む必要がある。	B	・仕入・在庫管理の適正化や取扱品目の絞り込み等による購買事業の効率化に取り組む。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）											
戦略の柱	取組方針	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕								
	施策										
	これからの対策										
2 個別経営体への指導											
(1) 生産性の向上に向けた漁業費用の削減											
<p>◆漁業の構造改善に資する取組を支援</p> <p>漁業経営の構造改善を図るため、省エネ性能の高いエンジンへの換装を促進するため漁協が行うリース事業を支援する。</p>		<p>・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エンジンリース事業を支援</p> <p>H21：9件 H22：14件 H23：12件</p>	<p>・エンジンのリースを受けた漁業者へのアンケートでは、燃料削減率は2～5%で目標の10%を達成できていないが、経営に対する意識の変化が見られたことから、漁業経営の構造改善に一定貢献できた。</p>								
<p>◆漁業金融制度を見直し零細な漁業者の資金調達を支援</p> <p>・漁業者ニーズに沿った金融制度に改正するとともに、魚価安等により資金繰りが困難となっている漁業者に対して、円滑な資金融通を可能とする制度を創設する。</p>		<p>・エンジンリース事業を円滑に進めるため、近代化資金の対象事業に「リース料」を追加。</p> <p>・改善資金（無利子）の対象機器の追加及び貸付限度額の引き上げ。</p> <p>・担保力が脆弱な漁業者に対し、国の緊急保証対策を活用した無担保・無保証人融資制度を創設。</p>	<p>・エンジンリースを受けた漁業者のうち、近代化資金の融資を受けた者は約80%。</p> <p>H21年度 8件、4,726万円 H22年度 11件、8,982万円 H23年度 11件、7,207万円</p> <p>・リース事業が円滑に進み、沿岸漁業者の機関換装（燃費の向上）が実現。</p> <p>・緊急保証対策による円滑な融資及び、未払金等固定負債の整理による漁業経営の改善を実現。</p> <p>※緊急保証対策事業による融資 H21年度 123件、19億5,800万円 H22年度 88件、12億1,300万円</p>								
<p>◆養殖生産者グループの育成</p> <p>養殖業者のまとまりを形成し、県内民間企業と連携した新たな取組を推進する。</p>		<p><養殖生産者グループの育成></p> <p>・既存3グループの取組の拡大、新たに1グループ（大谷ネイリ部会）の発足、1グループ（すくも湾漁協養殖部会）の活動再開を支援した。</p> <p>・各グループを対象に、養殖の技術と知識を高めるための学習会を開催した。</p> <p>定期学習会： （回数）概ね月1回 （講師）水産試験場、漁業指導所 （内容）赤潮対策、PCを用いた飼育管理等</p> <p>外部講師による学習会： （回数）年数回 （講師）大学教授、流通業者等 （内容）コスト削減対策、魚病、消費地市場からのニーズ等</p> <p>・大月町に大規模マグロ養殖漁場を新設した。</p> <p><養殖生産物の流通・販売対策の強化></p> <p>・須崎マタイ養殖の3グループでは、県外量販店での試食販売・PR等を実施した。</p> <p>・大谷ネイリ部会では、市場評価等の情報収集、鮮魚販売業者と連携した販路拡大に取り組んだ。</p> <p>・すくも湾漁協養殖部会では、県内外の卸・小売業者訪問による新規取引先の開拓、神経抜き出荷等を行った。</p>	<p><グループの育成、流通・販売対策の強化></p> <p>・各グループの熟度に応じた活動が進み、具体的な取引につながるなどの成果がみられた（5グループに県内養殖生産者数194名のうち95名が参画）。</p> <p><土佐鯖工産></p> <p>・県外量販店等との新規取引開始、仕向先の拡大、ANA国際線の機内食への採用</p> <p><乙女会></p> <p>・卸売業者、ホテル等との新規取引開始、一次加工品に関するニーズの把握</p> <p><大谷タイ部会></p> <p>・加工品の開発、県内量販店での定期販売、関西方面の飲食店等でのフェア出店</p> <p><大谷ネイリ部会></p> <p>・先進地、ブランド化に関する情報収集</p> <p><すくも湾漁協養殖部会></p> <p>・神経抜き処理魚の試験出荷を通じた新規取引開始、県産物のランチメニューへの採用</p> <p>・大月町で養殖マグロの新産地形成に向けた動きが始まり、新規雇用の創出が期待される（数十名程度の予定）。</p>								
(2) 経営の近代化											
<p>◆組合員に対する経営指導体制を整備</p> <p>漁業者への経営指導を担う漁業経営アドバイザーや相談員の活動を支援する。</p>		<p>・漁業経営アドバイザーを配置し、組合員への経営指導と固定化債権回収等を推進した。</p> <p>・各支所の支所長クラス27名を相談員に任命し、組合員の経営指導と未収金管理を徹底した。</p>	<p>・固定化債権を計画的に回収した。</p> <table border="1"> <tr> <th>計画</th> <th>実績</th> </tr> <tr> <td>H21 83百万円</td> <td>52百万円</td> </tr> <tr> <td>H22 63百万円</td> <td>67百万円</td> </tr> <tr> <td>H23 44百万円</td> <td>46百万円</td> </tr> </table> <p>・理事会に定期的に報告する等、職員のみ未収金管理の意識が一定向上した。</p>	計画	実績	H21 83百万円	52百万円	H22 63百万円	67百万円	H23 44百万円	46百万円
計画	実績										
H21 83百万円	52百万円										
H22 63百万円	67百万円										
H23 44百万円	46百万円										
<p>◆資源管理・漁業所得補償対策の推進（H23年度開始）</p> <p>漁業者への制度の周知を図り加入を推進する。また、加入予定グループに対して資源管理計画の作成を支援する。</p>		<p>・制度説明と計画策定協議を行った（25地区：32回）。</p> <p>・高知県資源管理協議会を設立し、協議会定例会で資源管理計画の履行確認を行った（毎月）。</p>	<p>・県管理漁業では、21の資源管理計画が策定され、100経営体が制度に参加</p> <p>・国管理漁業では、3の資源管理計画が策定され、43経営体が制度に参加</p>								

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
燃料料消費量をピーク時より概ね10%削減	2~5%削減(アンケート)	・3カ年間のエンジンリース事業に対する支援により、一定漁業者の設備投資意欲が盛り起こされた。	A	・事業効果の評価を行い、H24年度以降の漁業の構造改善に資する燃油高騰対策などの施策について、幅広い観点から検討する。
		・エンジンリース事業を金融面で下支えし、自己資金が乏しく、設備投資に踏み込めない漁業者の機関換装が促進された。 ・経営難に陥った漁業者の資金調達が円滑化されたことにより、漁業経営の維持、改善に寄与することができた。	A	・漁業環境の変化に対応した金融制度の創設・運用に努める。
・グループ化による経営体間の繁殖技術の格差縮小		・活動経験の長い海産物をはじめ、協働に入ったばかりのすくも湾漁協繁殖部会など、グループによって取組の差は大きいですが、個々のグループの熟度に応じた活動が進み、高付加価値化や販売体制の確立など、それぞれグループに応じた活動ができた。	A	・個々のグループの活動に応じた支援を引き続き行い、品質向上や経費削減、販売の拡大等につなげる。
延滞債務の計画的な圧縮		・金融機関OBを漁業経営アドバイザーに配置したことで、本格的な固定化債権回収の体制が整うとともに、相談員への未収金管理の指導でも大きな役割を果たしている。	A	・相談員と漁業経営アドバイザーの連携を強化するとともに、相談員等のレベルアップを図ることで、固定化債権の管理・回収はもとより、新たな発生を防止する。
資源管理・漁業所得補償対策もとの資源管理に取り組み漁業者割合の引上げ		・資源管理・漁業所得補償対策の推進により、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得られた。	A	・H24以降も取組を継続し、共済既加入者の制度参加と未加入者の共済加入・制度参加を呼びかけ加入率を向上させる。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
3 水産加工の産業化（1.5次産業化）に向けた戦略			
1 零細規模での加工による高付加価値化			
(1) 経営的視点に立った新たな加工経営体の育成 (2) 既存グループなどの経営的視点を持った取組とその発展			
◆零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 活動の頻度、熟度が比較的高い地域加工グループに対して集中的な指導・助言を行い、経営的視点を持ったモデル的なグループを育成する。	【漁業女性グループの自主研修・交流活動】 ・水産物地域加工支援事業費補助金を創設するとともに、水産庁事業を活用し、地域加工グループの活動を支援（H21） ・グループ交流会の実施（H21）	・水産物地域加工支援事業費補助金を活用し、2団体が機器の導入等を行った。 ・産地販売活動活性化事業（水産庁事業）を活用し、4グループが機器を導入するとともに販路を拡大した。 ・グループ交流会を実施（県内3ヶ所）し、計15団体が参加した。	
◆零細な加工事業者への商品開発から販売までの取組を総合的に支援 活動の頻度、熟度が比較的高い地域加工グループに対して集中的な指導・助言を行い、経営的視点を持ったモデル的なグループを育成する。	【専門家の派遣、講習会の開催】 ・水産物地域加工支援アドバイザーを派遣（3グループに8回実施）し、商品開発・改良や加工技術等を助言（H21） ・経営支援に関する講習会の実施（H21） ・経営支援に関する講習会の実施（H22） ・1グループが干物加工技術について専門家の助言を得た（H23） ・3グループに対し、専門家を派遣し、経営視点の導入、商品開発や販促活動を助言（H23）	・「漁村女性が行う水産物の加工・販売活動について」のテーマで講習会を実施し関係者45名が参加した。 ・経営支援講習会を実施（県内2ヶ所）し、計13団体22名が参加した。 ・加工販売や経営状況の見直しにより、課題に対する改善意欲が高まり、経営向上に向けた取組が進んだ。	
2 前処理加工・冷凍保管による供給			
◆前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進 漁協や民間企業等の連携による前処理加工等の事業化を推進する。	【事業化に関する取組み】 ・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成した。（H21） ・新たな連携による前処理加工の事業化の動きかけを行った。 ・施設整備等に係る補助金等の活用を行った。 ・原料魚の安定確保や販路の確保の支援を行った。 【事業者間の連携】 ・水産加工業交流促進協議会を設置（23年6月）、協議会を2回開催（6月、10月）し、事業者間の連携の強化を図った。	・県内7カ所で新たな前処理加工事業等がスタートし、加工による県内水産物の付加価値向上に向けた取組がスタートした。 ・交流促進協議会の設置及び定期的な開催により、事業者間の連携に向けた足がかりができた。	
◆衛生管理の高度化を支援 水産加工における衛生管理の高度化に向け、ソフト・ハード両面での体制整備や、公的認証の取得の支援を行う。	・県漁協手続支所の加工施設の衛生管理改修の支援を行った。 ・水産加工の衛生管理をテーマとした講習会を開催した（2回、参加者67名）（H22）。 ・前処理加工に係る県版ハセップの認証基準策定の支援を行った。 ・すくも湾漁協加工施設の県版ハセップの認証取得の支援を行った。	・手続支所の衛生管理改修が完成し、ハード面での体制が整った。 ・講習会の開催により関係者の衛生管理に対する意識が高まった。 ・前処理加工に係る県版ハセップの認証基準が策定された。 ・すくも湾漁協加工施設については県版ハセップ認証に向けた関係者の合意形成が整った。	
◆地域の加工施設・冷凍保管庫の整備 地域の加工施設整備・冷凍保管庫の整備の支援を行う。	・要望のあった、香南市内のシイラ加工施設及び土佐清水市内のメジカ冷凍施設の整備を支援した。	・国庫補助事業を導入し、香南市内のシイラ加工施設及び土佐清水市内のメジカ冷凍施設が整備された。 ・整備した施設のH22年度実績は、シイラ加工施設が加工量29トン、金額2,571千円、メジカ冷凍施設への保管は、6,982トンであった。	
3 宗田節加工業の振興			
◆宗田節加工業振興計画の策定 ・一般消費者をターゲットとしたPR活動を展開する。 ・消費者ニーズに合致し、宗田節の魅力をアピールできる新商品を開発・販売する。	・振興計画の策定に向けた関係者協議の実施を支援した。【産業部会による協議（3回）】 ・土佐清水市水産振興協議会における意思決定を支援した。【土佐清水市水産振興協議会における協議（2回）】	・関係者の合意形成に基づく「宗田節加工業振興基本計画」が策定された。（H22年9月）	
◆ブランド化を担う推進母体の構築 ・一般消費者をターゲットとしたPR活動を展開する。 ・消費者ニーズに合致し、宗田節の魅力をアピールできる新商品を開発・販売する。	・推進母体の構築に向けた協議の動きかけを行った。【推進母体の構築に向けた関係者協議（3回）】	・土佐清水市の関係7団体で構成される「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」が設立された。（H23年2月）	
◆宗田節の認知度向上、ブランド化の推進対策 一般消費者をターゲットとしたPR活動を展開する。	・アドバイザーの招聘など（4回）によりH23年度及びH24年度事業計画の策定を支援した。 ・産業振興補助金の活用を支援した。	・委員会等での協議（委員会：2回、関係者協議：4回）によりH23年度事業計画が策定され、計画に沿った活動がスタートした。 ・産業振興補助金に採択された。 ・県内におけるテレビ、新聞での広報等により宗田節の認知度が高まった。	
◆新製品の開発、販路の開拓 消費者ニーズに合致し、宗田節の魅力をアピールできる新商品を開発・販売する。	・土佐清水元気プロジェクトによるH23年度事業計画の策定を支援した。 ・産業振興補助金の活用を支援した	・H23年度事業計画が策定され、計画に沿って一般消費者のニーズにマッチした新商品の開発に着手した。 ・産業振興補助金に採択された。 ・新製品（4品目）が完成し、販売が開始された。	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
・他の地区のモデルとなる企業グループを複数育成 ・儲けを実感し、経営的視点を持った(少なくとも2団体が転換)取組に着手	・4グループが経営的視点を持った取組に着手	・研修への参加、商品の開発・改良、補助金の活用等を通じて、活動の頻度・熱度の比較的高いグループにおいては、他の地区のグループのモデルとなるような活動の強化・拡大への意欲が高まった。 ・また、研修等を通じて、個々のグループが、儲けを実感し経営的視点を持った取組への意欲・自覚が高まり、販売活動を拡大している。	A	・漁村での雇用の安定を図る観点から、地域加工グループが経営感覚に根ざした持続可能な活動を展開するとともに、衛生管理の強化に取り組む。
・事業化の可能性及び適正規模に関する調査の実施 ・地域の特性や事業者の実情に応じた前処理加工・冷凍保管事業の事業化 ・小規模なものから多数事業化し、段階的に規模を拡大		・前処理加工の適正規模モデルにより、本県における加工に適した魚種や、地域特性に応じた適正規模が明らかになった。 ・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。 ・交流促進協議会により今後の本格的な連携に向けた足がかりが整った。	A	・原魚の確保や販路の開拓などに取り組むことで、新たな加工事業を軌道に乗せるとともに、さらなる事業化の身だしを図る。 ・交流促進協議会の開催などにより、事業者間のマッチングによるビジネス機会の創出を図る。
		・高知県漁協手結支所やすくも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。 ・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。	A	・県版ハセップの認証取得に向けて、高度化を促進する。
		・整備した加工施設及び冷凍保管庫は、H22年度から稼働しており、魚価の安定や加工原料の安定供給に寄与した。	S	・引き続き、地域特性を踏まえた活用計画を基に、加工施設・冷凍保管庫の整備に努める。
		・H23年度からの取組を行う組織・計画がつくられ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。 ・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消へと輪足を移して行く必要がある。	A	・販路拡大に向けた高知空港やまるごと高知等で試験イベントを開催するなど効果的な取組を推進する。 ・H24からの県外を含めたPR活動及び新製品の販路確保を支援していく。
・新たな消費拡大事業の実践によるとさ宗田節の認知度向上				
・末端消費者向け新製品の開発(生産及び販売体制の確立)				

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の注			
取組方針			
施策			
これからの対策			
4 滞在型・体験型観光の誘客に向けた戦略			
1 滞在型・体験型観光機能づくり			
(1) 漁村・地域での受入体制の強化（ソフト施策）			
◆漁村・地域での受入体制の整備 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支援していく。		<ul style="list-style-type: none"> ・体験型観光で先行する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支援した。 ・既存の体験メニューの磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> ・5地区で篠澤アドバイザーによるインストラクター研修を実施した。 ・上ノ加江地区で、大人数（100人超）を受入れるための備品（フライヤット等）を整備した。 ・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した。 ・新たなメニューづくり <ul style="list-style-type: none"> ・窪津地区で磯場での料理体験や水域を活用した釣り体験を追加した。 ・また、漁業体験と組み合わせたイセエビ料理の提供を開始した。 ・松尾地区でサンゴ群生を活かしたメニューづくりのために現地調査を実施した。 ・栄喜地区で乗降用浮桟橋を整備し、和船の手こぎ体験を追加した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・インストラクター研修が活かされ、接客技術が高まりつつある。 ・上ノ加江・佐賀・窪津・松尾・栄喜地区で、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、体験者が自分の好みで体験メニューを選択できるようなプログラムを整備できた。 ・H21～H23（第1期産業振興計画）の体験者数は、H18～H20と比較し約3,000人増加した。 <ul style="list-style-type: none"> ・H18～H20> 15,759人 ・H21～H23> 18,814人
(2) 漁村・地域での受入基盤の整備（ハード整備）			
◆漁村・地域での受入基盤の整備 集落環境の改善を図るための集落道や、来訪者受入れのための体験施設などを整備する。		<ul style="list-style-type: none"> ・宇佐・上ノ加江・佐賀・柏島地区で集落道などを整備した。 ・宇佐地区 <ul style="list-style-type: none"> 集落道の整備 1,130m/1,130m (H24.3目標) ・上ノ加江地区 <ul style="list-style-type: none"> 集落道の整備 150m/150m ・佐賀地区 <ul style="list-style-type: none"> 集落道の整備 100m/100m 街路灯の整備 2基/2基 ・柏島地区 <ul style="list-style-type: none"> 上水道の整備 2,090m/2,090m ・竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設の施設計画や導入事業等について大月町と調整し、産振補助金を活用し、H23.8に着手した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・宇佐・上ノ加江・佐賀・柏島地区で計画どおり集落道や上水道の整備が完了した。（現計画に対するH24.3時点の進捗率100%） ・竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設がH24.3に完成した。
(3) 情報発信・商品売込			
◆全県下的な情報の一元化 共同販売体制の構築 漁村の体験型観光を一元化し、狙いの顧客に効果的に情報発信・商品売込をしていく。		<ul style="list-style-type: none"> ・県内漁村における129の体験メニューのうち、観光商品として提供可能な62の体験メニューを県観光振興部に情報提供し、うち39の体験メニューを高知県観光商品素材集や龍馬ふるさと博のパンフレットで旅行会社に向けて情報発信できた。 ・上ノ加江地区のリーフレットが完成し、高知市内62の小中学校に情報発信した。 ・佐賀地区を含む黒潮町全体の体験型観光パンフレットが完成し、県内外の旅行会社や小中高等学校へ売り込んだ。 ・上ノ加江・佐賀・窪津・栄喜地区での活動を取りまとめたリーフレットを作成し、高知市内校長会でPRした。 ・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・自家用車利用者には、旅行会社から情報が届きにくいので、効果的に情報発信できるようHPを作成した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社へのセールス等で、素材集やパンフレットを約8,000部配布したことにより、体験者への周知効果が出始めてきた。 ・H24.3までに高知市内の3校254人が上ノ加江地区の体験に訪れた ・漁村における滞在型・体験型観光を広く情報発信していく手段が出来た。 アクセス数：13,654件（H24.3現在）

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果・目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
県内6地区で滞在型・体験型プログラムを整備(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、柏島、栄喜地区)	県内6地区のうち、柏島を除く5地区で滞在型・体験型プログラムを整備	<ul style="list-style-type: none"> 県内6地区のうち柏島を除く5地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜)で、体験者が自分の好みで体験メニューを選択できるようプログラムを整備し、観光商品として売り出せる状態となった。 残る柏島地区では、竜ヶ浜自然体験・環境教育型施設のH24.4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。 多様な体験者ニーズへのこまやかな対応が今後の課題として確認できた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> モニターツアーの開催や体験者にアンケートを実施することで体験者ニーズを把握し、商品の磨き上げやメニューづくりに反映(食と体験を組み合わせたメニューなど)していく。 引き続き、体験型観光で先行する、6地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、柏島、栄喜)で体験者が自分の好みで体験メニューを選択できるようプログラムの磨き上げを支援していく。 また、先行する上記6地区に続く、新たな地区(室戸・安芸・夜須・布など)でも、補助金等を活用しながら、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に支援していく。
県内4地区で生活環境を改善(宇佐、上ノ加江、佐賀、柏島地区) 上記ソフト施策と連動した施設整備の実施	県内4地区で生活環境を改善	<ul style="list-style-type: none"> 宇佐・上ノ加江・佐賀地区では、計画した集落道等が完成し、集落道の幅員が広がるなど体験型観光の受入れに向けた基盤整備が進んだ。 柏島地区では、H22に上水道の整備が完了し、地区の慢性的な水不足が解消するなど体験型観光受け入れに向けた基盤整備が進んだ。(計画処理対象人口900人) <p>・柏島地区での体験型観光の拠点となるステージができた。</p>	A	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、整備計画に基づき県下3地区(宇佐・上ノ加江・佐賀)で、集落道や街路灯などの整備を推進し、体験型観光を受入れのための基盤整備に取り組んでいく。
狙いの顧客に対し、商品情報が的確に届く仕組みづくり プログラムが整備された6地区をパンフレット、HP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	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	<ul style="list-style-type: none"> 旅行会社への情報発信を行っていくとともに、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・自家用車利用者に効果的に情報発信できるHPを作成したことで今後一層の成果が期待できる。 漁村での滞在型・体験型観光が主要な観光地と比較するとまだまだ周知不足であることや、いかに旅行者を主要な観光地から漁村へ誘客するかが今後の課題として確認できた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、観光振興部や広域観光協議会と連携し、体験型観光で先行する6地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、柏島、栄喜)のほか、これに続く新たな地区での取り組みも旅行会社や学校等に情報発信していく。 主要な観光地から旅行者を呼び込むため、交通拠点やホテル等にパンフレットを配布する。 HPは、新たな地区での取り組みを加え随時、追加・更新していく。 体験者へのアンケートを実施し、より有効な情報発信方法を検証していく。

◎水産業分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針	施策		
5 中山間地域に賑わいを取り戻すための資源豊かな河川づくりに向けた戦略			
1 河川資源の増強			
(1) 河川資源の種苗放流と増殖 (2) 資源の自然再生産が可能な河川づくり (3) 環境保全と適正利用のための関係者の連携 (4) 全国から人を呼ぶことのできる情報発信			
◆種苗放流や産卵場造成などの人工的対策による資源増殖 ◆自然再生産による資源増殖につながる取組 ◆関係機関（部署）との連携による県外への情報発信 ◆誘客受入れ体制の整備 県民、漁協、市町村、県等がそれぞれの役割を担い実行しながら連携してアユ等の河川資源の増殖、情報発信による誘客効果の発現を目指す。		(人工的対策) ・ウナギ種苗放流（4.1t） ・カワウ生息実態調査 ・カワウ駆除の実施（1,767羽） ・外来魚の駆除の実施（5.5万尾） ・アユ種苗生産施設の大規模修繕（H21:156,542千円） ・ダム湖等を利用した中山間地域の振興計画の原案を策定 (自然再生産に係る取り組み) ・アユ資源調査の実施（遊上状況、定替状況、産卵状況） ・天然アユ資源管理（産卵場造成7河川、8.6ha） ・漁業者による森林保全活動（のべ85名） ・内水面漁場管理保全計画の原案を策定	(人工的対策) ・産卵場の造成や親魚の保護により、H23のアユ遊上は概ね良好で、近年では多い年であると推察された。 ・物部川漁協の独自調査では、遊上数は82万尾と推定され、昨年の1.4倍、一昨年の2倍と2008年以降遊上数は増加傾向にあると評価された。 ・平成22年度カワウ生息実態調査の結果、アユ遊上期に762個体（平成16年度比7.1倍）、アユ下降期に1,230個体（平成16年度比1.15倍）確認されたことから冬鳥ではなく留鳥として留まる傾向が強まったことが判明した。 ・H21年度にアユ種苗生産施設が補修されたことで防疫対策の徹底と職員の労働安全が図られ、種苗生産が安定した。 ・早明湖ダム上流の調査により陸封アユが確認され、生息尾数は約31900尾と推定された。 (自然再生産に係る取り組み) ・アユ産卵動向の把握について新しい手法が考案され現場への普及が期待される。 ・森林保全活動を通じ流域連携に対する意識が醸成された。
2 冬季における河川の利活用			
◆アマゴ釣り場を冬季に河川中流域に設け、誘客資源として活用する 規制解除のための調査を行い、規則改正につなげるとともに、この取組を他の河川に拡大する。		・規制解除のための現地調査 奈半利川、吉野川（支流の穴内川と地藏寺川）・安田川 ・調査結果の整理と現地漁協への報告 ・地域の合意と調査結果に基づき、内水面漁業調整規則の改正に向けた国等との協議	・奈半利川、穴内川の調査区間では、再生産が行われていないことが確認され、このデータを根拠として規制解除へ向けた国との協議に着手することができた。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映するべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC C評 価	
種苗放流や産卵場造成など人工的な対策により資源の維持が図られている状態		<ul style="list-style-type: none"> 関係者の懸命な取組が続けられており、人工的な対策により資源の維持が図られている。 H23のアユ遊上は概ね良好であり、関係者の取組が成果として現れていると考えられるため、引き続き取組を進めることが重要である。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 自然再生産による資源の維持・増殖を最終的な目標とするが、その実現には遊性性の復元や森林の保護等、幅広い分野が連携した地道な取組が不可欠であることから、H24以降も、産卵場の造成や放流など、目標達成までに主体となる人工的対策とともに、自然再生産による資源増殖に繋がる河川環境の改善等の取組を継続し、河川資源の増殖を図る。 県内河川の状況や釣情報などについてHPを活用した情報発信を検討する。
3河川にて冬季のアマゴ釣場を整備	冬季アマゴ釣場の設置河川は0	<ul style="list-style-type: none"> 奈半利川については、第1期の取組結果を基にH23~24に水産庁と協議を行い、H24冬季(H24.10~)から規制を解除してアマゴ釣りを開始する予定。 吉野川(支川の穴内川と地藏寺川)では、H22に調査対象水域の見直しを行ったため、H24まで調査の継続が必要である。 安田川については、幾多の障害があることから、周年利用に向けた規制解除には消極的である。したがって、冬季のアマゴ釣り場を設定することは目指さず、漁協がアマゴ生息状況などの情報を遊漁者へ情報提供していくこととする。 	B	<ul style="list-style-type: none"> 吉野川(地藏寺川)については調査を継続する これまでの成果を踏まえて、新たな調査対象河川について検討し、対象河川の増加を図る

◎商工業

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
《商工業》		
1 外貨を稼ぐ商工業		
1 地域経済を牽引する工業の活性化		
(1) ものづくり企業の強化 ・地場企業の競争力強化と産業集積の向上 ・地域の特性を生かした企業誘致の推進 ・研究開発成果の県内での事業化		
① 地場企業の振興		
<p>◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援</p> <p>成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的な支援を実施するため、食品や環境などテーマごとに企業や専門家等で構成する研究会を設置し、研究会参加者が持つ様々なアイデアや事業化に向けた試みについて、参加者相互の交流を通して新たなビジネスの創出に結びつけ、事業化の実現をより効果的に進めていく。</p>	<p>1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速 (1) 意欲のある企業の参加促進 ・四国銀行（包括協定）や産業振興センターとの連携強化による参加促進 ・研究会会員数（企業・支援機関）の推移 160(H21)⇒203(H22)⇒247(H23) (2) 事業化に向けた企業間連携の促進 ・企業ごとに配慮した支援担当責任者を中心とした個別マッチングや研究会での自己PR・プレゼンの場の提供等 〔研究会の開催実績〕 H21年度：22回（参加者：461社、617名） H22年度：26回（参加者：362社、441名） H23年度：31回（参加者：514社、615名） (3) 個別支援アドバイザーの拡大 ・個別支援アドバイザーの派遣数 H21年度：21社（33回） H22年度：30社（69回） H23年度：32社（81回） ※上記の他に、研究会リーダーやチーフアドバイザー、公設試等の研究会専門家チームによる個別支援を実施 〔個別事業化支援実績〕 ※上記、個別支援アドバイザーの派遣を含む H21：72社（技術：25、販路開拓：35、両方：12） H22：76社（技術：20、販路開拓：29、両方：27） H23：90社（技術：3、販路開拓：75、両方：12）</p> <p>2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 (1) 支援体制の強化 ・体制を強化した産業振興センターとの連携による企業訪問・支援体制の強化 (2) カルダ企業支援事業（こうち産業振興基金）の利便性向上 ・研究会で事業化プランの認定を受けると、カルダ企業支援事業（補助金：複数年利用可）に直接申請できる仕組みに改正（H23年度）</p>	<p>1 事業化プラン認定件数 H21年度(4件)、H22年度(17件)、H23年度(17件)（合計：38件） 食品：15件、天然素材：8件 環境：5件、健康福祉：10件 ※高齢者が飲み込みやすい柔らかい食品やゆかりパッパルを蓄電池にした独立電源街路灯の開発 2 他の支援事業を活用した事業化支援 H22年度：4件（天然素材、環境：各2件） H23年度：2件（天然素材、環境：各1件） ※こうち産業振興基金（地域研究開発成果事業化支援事業）や高知県のものづくり地産地消推進事業の活用 3 事業化プラン作成準備中（事業化プラン作成企業の振り返り） H24.3末現在：16件 食品：6件、天然素材：3件 環境：3件、健康福祉：4件 4 研究会発事業化プランの事業化状況 (1) 事業化件数（商品が完成し、販売を開始） H21年度認定（4件のうち）：4件 H22年度認定（17件のうち）：17件 H23年度認定（17件のうち）：10件 ※他の7件の状況 ・商品が一部完成、販売開始：1件 ・試作品が完成：6件 (2) 研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況 売上高(H24.3末現在の累計額)：3.3億円 新規雇用数（H24.3末現在）：29名 5 研究会発事業化プランの売上・新規雇用数（見込み） O売上高（事業化プラン実施5年後） H21認定（4件）：301百万円 H22認定（17件）：1,395百万円 H23認定（17件）：2,166百万円 O新規雇用数（事業化プラン実施5年間） H21認定（4件）：17名 H22認定（17件）：51名 H23認定（17件）：36名（合計：104名）</p>
<p>◆総合的な支援体制の構築（産業支援機関の連携による具体的な支援策の検討）</p> <p>地域経済をリードする中核企業の育成や小規模事業者の連携を推進するため、県に定期的な企業訪問を行う専任チームを配置するとともに、県内の全ての産業支援機関が連携した企業支援を検討する会議を設置し、協働して支援を行い、地場企業の振興に資する。</p>	<p>1. ビジスマッチング事業の実施 企業の強みを生かし、ビジネスを増やすための県外の販売先及び技術提携先を紹介する事業を実施 H21年度 支援対象企業30社中の12社に対し、延べ33社の県外発注企業を紹介 H22年度 支援対象企業30社中の12社に対し、34社（延べ42件）と商談の場を設定 H23年度 支援対象企業30社中8社に対し、16社（延べ20件）と商談の場を設定 2. 生産性向上対策補助事業の実施 生産性向上に資する取組みに対し、専門家の指導を受ける経費を補助する事業を実施 H21年度 募集：1回（申請：3件） H22年度 募集：5回（申請：6件） H23年度 募集：3回（申請：7件） 3. 支援体制の充実 県外企業への訪問活動を強化するため、産業振興センターに企業訪問専門員を2名配置</p>	<p>1. ビジスマッチング事業 成約1件（1社 237万円）、商談10件（10社） 2. 生産性向上対策補助事業 これまでQC活動に関する研修に12社、生産管理システムの改善に2社、生産ラインの改善に1社、リードタイムの短縮に1社、合計で延べ16社（実数9社）が行う生産性向上活動に対して支援を行った。 H21年度 QC活動に関する研修：2社 生産管理システムの改善：1社 H22年度 QC活動に関する研修：5社 生産ラインの改善：1社 H23年度 QC活動に関する研修：5社 生産ラインの改善：1社 リードタイムの短縮：1社 3. 支援体制 産業振興センターの企業訪問専門員やアドバイザー等と連携して、各企業の課題やニーズにあわせて支援を行った。</p>
<p>◆販路の拡大（インターネット利用、県主催の商談会の開催等）</p> <p>・インターネットを利用した企業情報の発信と販路の拡大を目的として県が作成した情報発信及び受注のための新たなサイトの利活用を促進させる。 ・ものづくり企業を対象にした県外での受注開拓のため、ネット上の情報発信等の仕組みとリンクさせた受注商談会を開催する。</p>	<p>1. 見本市への参加、商談会の開催、製造業ポータルサイトの構築 ・県外見本市への高知県ブースの設置 H21年度（3回出席） 延べ16社、2回体参加 H22年度（3回出席） 延べ32社、2回体参加 H23年度（3回出席） 延べ27社参加 ・商談会の開催 H21年度（3回開催） 延べ66社参加 H22年度（6回開催） 延べ127社、3回体参加 H23年度（9回開催） 延べ96社参加 ・ポータルサイト会員数 92社 2. 支援体制の充実 県外企業への訪問活動を強化するため、産業振興センターに業務相談調査員を大阪と高知に1名ずつ配置 H23年度 企業訪問 県外 延べ143社 県内 延べ418社</p>	<p>1. 見本市への参加、商談会の開催、製造業ポータルサイトの構築 見本市や商談会後、すぐに成果はでてこないが、その後の各企業の営業や発注企業との信頼関係構築により、徐々に成約件数が増え、県内企業の受注拡大につながっている。 ・見本市 H21年度 成約 16件（34,971千円） H22年度 成約 368件（142,812千円） H23年度 成約 28件（29,850千円） ・商談会 H21年度 成約 225件（256,130千円） H22年度 成約 884件（116,008千円） H23年度 成約 15件（6,348千円） ・製造業ポータルサイト 成約 5件1,880千円、照会等75件 2. 支援体制 業務相談専門員を大阪と高知に配置し、商談会に参加した県外企業の訪問や県外発注企業の開拓を行った。 H23年度 取引開拓 37社</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
<ul style="list-style-type: none"> 複数の中核的な企業と、それを支えるグループ企業群の形成 研究会発の事業化件数 30件 (H21~H23累計) 	31件 (H24.3末現在) ※事業化プラン認定実績：38件	<ul style="list-style-type: none"> 直接的な目標である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38件のうち、31件が既に事業化され、その他の7件についても試作品開発やデモマーケティングなど事業化に向けて準備中である。研究会参加企業数、個別支援事業数、プラン認定数は徐々に拡大し、事業創出のプラットフォームの役割を果たしてきた。 しかし、事業化後の売上高の増加や新規雇用の創出については、売上高(累計額)は3.3億円、新規雇用数も29名であり、当初計画に対し売上高等が未達成のものが多い。(計画通り6件/38件) 今後は、プラン内容の見直しや重点的に支援するプランの見極めが必要である。また、事業化プラン作成に向けた取組みの加速や研究会発事業化プランに対する支援を一層強化することで、事業化達成による成果の早期拡大に取り組み必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ○事業化プラン作成に向けた取組みの加速 ＜新規プラン策定を促進する取組＞ ・テーマを絞った研究会を開催(戦略品目等と連動した取組み)するなど、特色のある事業化プラン策定の支援を加速する。 ・具体的な商品開発テーマを設定した研究グループ活動の仕組づくり(FS支援)。 ・有望商品等の情報提供、先進事例や課題現場での現地研修などによる研究会活動の活性化。 ○研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 ＜プラン内容の見直しや重点的に支援するプランの見極めから支援へ＞ ・既策定事業化プランについて、事業化に向けた取組みの現状や課題を再整理。 ・プラン内容等の見直しを行うとともに、有望なプランを重点的に支援。 ・売上拡大に向け課題に応じたサポートを実施(①地産外商公社や産業振興センター-外商支援部と連携した取組支援②金融機関と連携した設備投資支援③公設試等と連携した商品のブラッシュアップ)。
経営革新等認定企業数 H20:160社(累計) ↓ H23:220社(累計)	H23:238社	<ol style="list-style-type: none"> 1. ビジネスマッチング事業 ベンチャーポにより、切削に関する先進的な技術開発を行って大手企業に売り込みをかけた案件や不織布に関する独自技術を化学メーカーや商社に売り込んだ案件など、支援対象企業21社に対してのべ105件のマッチングを実施した。しかし、特色のある技術を持たない下請中心の企業等はマッチング活動が低調であった。 ベンチャーポによるマッチング支援のほか、技術提携や共同開発、製品の販路開拓や下請開拓など個々の企業の事業内容やニーズに応じた支援を行う必要がある。 2. 生産性向上対策補助事業 支援対象企業30社中9社(延べ16社)がこの事業を活用し、県外に外注していた工程の内製化や工程の改善、不良率の減少など各企業における生産性向上につながった。 3. 支援体制 支援対象企業(30社)に対し、中核企業等育成アドバイザー2名(四級・高額のOB)を配置し、県や産業振興センターと連携して、のべ438回の企業訪問を実施したところ、企業の経営状況や強み弱み(特色ある技術を有する社、下請中心から完成品を目指す企業、生産性や営業力に課題のある企業等)を整理することができ、支援対象企業の中には、新たに設計部門を設けて意図的にものづくりに取り組もうとしている企業もあらわれた。産業振興センターや関係機関と連携して、県内企業への支援方針の確認や支援策の実施をすることができ、県内企業の育成につながった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ○ビジネスマッチング事業 産業振興センターに外商支援部が設置されたことによる外商機能の強化を踏まえ、産業振興センターの専門員と連携して、この事業のフォローアップをしていく。 また、ベンチャーポによるマッチング支援については、継続案件に絞り込んで引き続き実施する。 ○生産性向上対策補助事業 平成20年度から3年間限りのモデル事業であり、工程の改善や不良率の減少など各企業における生産性向上につながったため、平成23年度で事業を終了した。産業振興センターや工業技術センター等の専門家派遣によりソフト面の支援を行い、平成24年度に創設した設備投資促進事業費補助事業でハード面からの支援を行う。 ○支援体制 平成20年度当時よりも産業振興センターの支援体制が大幅に強化されており、産業振興センター-外商支援部の専門員に支援対象企業に対する企業訪問活動を引き続き行った。
電子商取引普及率(BtoB) H18:10.8% ↓ H23:13.2%		<ol style="list-style-type: none"> 1. 見本市への参加、商談会の開催、製造業ポータルサイトの構築 県外見本市への県ブース設置や商談会の開催、県や産業センター、高知県工業会からの支援により、新しい取引先の獲得や受注拡大につながった。 県外見本市への高知県ブース設置数 9カ所 参加企業・団体数 79社・団体 成約件数 412件、成約金額 207,633千円 商談会の開催・開催回数 18回、 発注企業数 839企業、受注企業・団体数 292社・団体 成約件数1,124件、成約金額 378,486千円 製造業ポータルサイト(H22年4月開設)は、会員数92社にとどまっており、目標としていた会員数(150社)に達していない。 2. 支援体制 業務支援専門員が県内企業との連携関係を構築し、加工技術や受注体制を把握したうえで、商談会開催のための発注企業訪問や個別取りひき輪旋、商談会終了後のフォローアップを行い、県内企業の受注拡大を支援した。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ○外商支援部体制の強化 ・機械系もつくり企業の外商活動を支援するため、産業振興センターに外商支援部を設置した。 ○県外見本市への高知県ブースの設置 ・出展する見本市数を3カ所から9カ所に増やし、機械系以外に、防災製品や紙製品を対象とする見本市にも高知県ブースを設置した。 ○商談会の開催 ・有力企業が集う大規模商談会への参加や社社を対象とした小規模商談会の開催を通じて、引き続き県内企業の受注確保に向けた支援を行う。 ○製造業ポータルサイト ・製造業ポータルサイトの活用により県内企業の情報発信支援を行うとともに、産業振興センターに情報化支援員を配置し、工業会と連携をとりながら、インターネットによる情報発信の必要性の認知やインターネット活用支援を通じて機械系以外の企業への会員動員活動を行う。

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
<p>これからの対策</p> <p>◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（工業技術センター）</p> <p>機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（専門技術研修等の実施、食品加工特別技術支援員及び機械金属加工特別技術支援員の配備、技術指導アドバイザーの派遣）</p>		<p>①各種技術研修の開催 (H21) 26コース 136日間 (H22) 38コース 134日間 (H23) 25コース 85日間 FBC現場実践学、醸造製造技術、溶接、熱処理、不良解析など</p> <p>②特別技術支援員 企業・団体等を訪問して、技術支援ニーズの把握及び技術支援を実施。</p> <p>④技術指導アドバイザー (H21) 19名登録 (H22) 9名登録 (H23) 8名登録</p>	<p>①各種技術研修の開催 (H21) 734名参加 (H22) 961名参加 (H23) 658名参加</p> <p>②食品加工特別技術支援員による技術支援等 (H21) 技術支援73件、商品化5件 (H22) 技術支援151件、試作120件、商品化2件 (H23) 技術支援141件、試作211件、商品化18件</p> <p>③機械金属加工特別技術支援員による技術支援等 (H22) 42件 (H23) 49件</p> <p>④技術指導アドバイザー技術指導 (H21) 47回 (H22) 39回 (H23) 22回</p>
<p>◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（紙産業技術センター）</p> <p>技術者のスキルアップのための人材育成や技術指導アドバイザーによる企業巡回を行うとともに、マッチングなどをコーディネートすることにより商品化を支援し、それらを通じて製紙に関わる産業人口の育成を図る。</p>		<p>1. 技術指導アドバイザー ①技術指導アドバイザーの5S個別企業指導 7回 ②製紙業界団体向け5S研修会 1回 ③技術課題解決の個別企業指導 1回</p> <p>2. 紙産業活性化支援事業 不織布分野の新たなパイロットプラントの導入を行った。また、アンケート調査や企業巡回でのニーズを洗い上げ、これらの装置等を使用したかみわざひとつづくり事業を開始した。 ①企業訪問 H21年度 延べ262社 H22年度 延べ428社 H23年度 延べ337社 ②アンケート調査数：76社、59機関 ③新規導入プラント H23)エレクトロスピンニング装置 コーティングダイヘッド MULTIFLO-不織布製造装置 ④かみわざひとつづくり事業 H23) 総会、説明会及び分科会：のべ8回開催</p> <p>3. 機能紙開発体制促進事業 機能紙技術向上のための試験装置の導入を行った。 H23)繊維分析計 極薄発光検出分光システム ①分析機器アプリケーションセミナー：2回開催</p>	<p>1. 技術指導アドバイザー ①5S個別企業指導 延べ46名参加 ②製紙業界団体向け5S研修会 42名参加 ③技術課題解決の企業個別指導 5名参加</p> <p>2. 紙産業活性化支援事業 アンケート回答数：33社、15機関 H23) 延べ146名参加</p> <p>3. 機能紙開発体制促進事業 H23) 延べ20名参加</p>
<p>◆工業団体と他の産業団体等との連携を推進し、ニーズに基づく研究開発を促進</p> <p>県内に必要のある機械や設備を可能な限り県内ものづくり企業が製造できる仕組みを構築するため、工業団体と他の産業団体とのマッチングを進めるとともに、ニーズに即した試作品の開発を支援し、ものづくりの地産地消を促進する。</p>		<p>・マッチングを支援する取り組みとして、県内の生産現場等の機械化ニーズに関する情報を88件収集し、業界団体等に情報提供 [内訳] 農業41件、林業12件、水産業31件、その他4件</p> <p>・県内ものづくり企業による生産現場の現地視察と、生産者等との意見交換を11回実施 延べ232人(H22～H23)参加</p> <p>・ニーズに基づく機械装置の開発を支援するため、ものづくり地産地消推進事業費補助金を創設し、試作機の開発に向けた取り組みを支援（助成件数：32件） [内訳] ステップアップ事業（企画から設計までが対象） 6件（農業3件、防災1件、その他2件） 試作開発事業（試作機の製造が対象） 26件（農業11件、林業2件、水産業2件、防災3件、食品加工2件、その他6件）</p> <p>・ものづくりの地産地消の機運を醸成するための積極的なPRを実施 取組事例（マルチ照明装置、柑類搾汁装置等）の紹介：おはようこまち：3回、産業振興計画TV特番2回、さんSUN高知特集記事（H23年9月号） 高知県ものづくり技術展示会への出展（H23.6.3～4 入場者4,300人） よさこい祭りにて、補助金を活用した「マルチ照明装置」の稼働 [H23/8/10・11]</p>	<p>・機械化ニーズの情報提供（88件）のうち43件について延べ82社（企業数39社）が試作開発に向けた検討を行った。</p> <p>・現地視察や意見交換による、ものづくり企業グループと生産者等との交流によって、各社の目録での製品名開発するための技術力を磨き上げる契機となった。（現地視察や意見交換会には延べ232人が参加）</p> <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の導入状況県内生産現場への導入（試験導入を含む）が8事業 県外での販売が2事業</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC評価	
・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) ・技術・技能の向上や 資格取得率アップ	(H21) 26コース 734人参加 (H22) 38コース 961人参加 (H23) 25コース 658人参加	①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。また、目標とした溶接の合格率の向上についても、成果が出ている。 溶接技能者認証試験：H22合格率90% (20名受験18名合格) H23合格率81% (31名受験25名合格) 溶接管理技術者試験2級：H22合格率100% (8名受験) H23合格率100% (4名受験) ②③企業からの相談に応えるとともに、職員の資質向上へのアドバイスも行った。さらに、研修の講師としても活動した。 ④職員や特別技術支援員だけでは対応できない技術的課題(5S、溶接、鋳造、溶接、流体、食品加工、精油など)について、技術指導アドバイザーを派遣し、企業の課題解決に取り組んだ。 ・これらの取り組みで、研究開発や品質管理などの人材を育成した結果、工技センターの機器使用、依頼試験の利用件数が3年間で28%増加した。	S	○工技センター職員や機械金属・食品加工特別技術支援員、技術指導アドバイザーが各種技術研修や技術支援を行うことで、機械金属加工や食品加工などの技術人材育成を図る。 ・これに加えて、資源利用加工特別技術支援員を新たに配置し、食品加工等の高度化をめざす。 ・技術レベルに応じた研修カリキュラムの設定や、資格試験合格者の向上を図る。また、研修終了後のアンケートや受講者へのフォローアップにより、研修内容の改善や新たな研修の設定、研究計画や機器導入の計画などきめ細かく対応する。
・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) ・技術・技能の向上や 資格取得率アップ		・個別企業に対する5S指導では、社内の5S(整理・整頓・清掃・清潔・類の取り組みが進むとともに、製紙業界全体への5Sの啓蒙普及が図られた。また、技術課題解決のための適切なアドバイスを行うことができた。	A	○技術指導アドバイザーによる個別企業訪問や研修会開催などの支援を行うことで、5Sや製品化に向けた技術課題に対応できる技術人材の育成を図る。 ・不織布分野の新たな試験装置を活用した、企業間連携による製品開発などに取り組む。 ・企業訪問指導を利用する企業の拡大や企業間連携を促進するため、事業内容をさらに周知するとともに、関連する企業機密は保持することなどの説明を行う。
・機械系の地産地消の意識が高まるとともに、地域ニーズに対応した製品を県内で生産する体制の拡大 ・地産地消の段階から外務へと進化させ外貨を獲得		・産業振興計画の改定の柱として位置づけられた「ものづくりの地産地消」の担いや具体的な取り組みについて、各種の広報媒体等を通じて情報発信してきたことで、地域ニーズに対応した製品の県内生産に向けた関心度も高まってきた。 ・H23年6月にものづくり地産地消センターが設置され、マッチングを進めるための支援体制が整備された。当センターや工業会等と連携して機械化ニーズの把握やマッチング支援を行うことで、県内のものづくり地産地消の推進が図られた。 ・ものづくり地産地消推進事業費補助金を活用した試作品が順次完成し、外務活動段階に入った製品も出始めている。 販売実績 H23年度 県外2事業、県内3事業 (計8,085万円)	A	○情報収集、マッチング支援 工業会やものづくり地産地消センター、防災産業推進コーディネータと連携し、農林漁業や防災関連分野での機械化や製品開発ニーズの把握していく。 ○試作機の開発支援 県内企業の防災関連の機器や工法等の各種情報収集及び市町村や建設業者等のニーズ情報の収集・提供のため、防災産業推進コーディネーターを設置した。 ○機運の醸成、販路の開拓 ものづくり総合技術展等を通じて、県内企業の製品をPRし、県外本市での県ブース設置数の増加(3カ所→9カ所)により、県内製品のPRやマッチングの場を増やし販路拡大支援を図っている。

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱		具体的な取組み	具体的な成果
取組方針		〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
施策			
<p>これからの対策</p> <p>◆「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置</p> <p>「ものづくりの地産地消」に関する総合窓口「ものづくりの地産地消センター」を設置し、各種の相談やマッチングへの支援、県内企業に関する情報の集約強化、商談を活性化するための確保等を実施する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> 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） ものづくり地産地消センターを開設（H23.6） 高知県ものづくり技術展示会の開催（H23.6） 各種ものづくりイベントでの相談ブース設置（食の大商談会） 2011、高知県農業振興フェア、高知のやさい・くだもの・花フェスタ） 	<ul style="list-style-type: none"> ものづくり地産地消センター相談件数 218件（平成23年6月3日～平成24年3月31日）（うち、メイドイン高知の製品につながったもの7件） 専門コーディネーターを含む3名体制でものづくりに関する相談等に対応 ものづくり技術展示会 来場者 4,300人 出展事業者数 29事業者 成約件数：12件 成約金額：約2700万円（アンケート調査）
<p>② 企業立地の推進</p> <p>◆本県の強みを生かした誘致（地域固有の技術・資源・企業等の活用）</p> <p>◆県内製造業の高度化に繋がる誘致</p> <p>◆不足する事務系職場の誘致</p> <p>◆既存立地企業へのアフターケア対策の充実（増設の促進）</p> <p>◆企業支援策の充実強化（拠点工場としていくための取組等）</p> <p>不足する業種、地域固有の技術や資源を活用する企業の誘致を行い、地域で一貫した生産体制（SCM化）の拡大を図るとともに、本県に立地する企業の継続的な設備投資を促進する。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・新規投資可能性のある企業の熱度アップのため、継続的に企業への訪問活動等を行った。（随時） ・延訪問数（全業種） H21：731件、H22：624件、H23：723件 ・新規案件発掘のためのアンケートを実施した。 H21：1,958社送付、133社回答、17社訪問 H22：2,338社送付、232社回答、24社訪問 H23：2,403社送付、202社回答、11社訪問 ・企業の設備投資を促進し、新たな企業立地につなげるため、使い勝手が良くなるよう補助制度を改正した。（H23.4.1改正） ・改正した補助制度の紹介チラシを作成し、企業訪問等で説明を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> H21年度実績 新増設8件（新設3件、増設5件） H22年度実績 新増設3件（新設0件、増設3件） H23年度実績 新増設19件（新設5件、増設14件） 3年間合計 新増設30件（新設8件、増設22件） 新規雇用1,079人、出向額245億円
<p>◆企業立地基盤（工業団地等）の整備の推進</p> <p>現在開発中の香南市との共同開発による工業団地について着実な推進と、この団地に続く新たな開発候補地の選定。また、工業団地等に関する情報発信などその他の基盤整備について当該市町村とともに整備に努める。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・高知商工工業団地の開発、分譲 ・（仮称）香南工業団地の用地取得、工事発注 ・新たな開発候補地の開拓 	<ul style="list-style-type: none"> 〔四万十町数神工業用地（H21.12）〕 ・開発：2ha（分譲：1.8ha） 〔高知商工工業団地（H22.12）〕 ・開発：5.5ha（分譲：4.4ha） 〔（仮称）香南工業団地〕 ・用地取得完了 ・造成準備工事着手（H23.12） ・造成本体工事着手（H24.3） 〔新たな開発候補地の選定〕 ・4市（高知市、安芸市、高岡市、土佐市）で現地調査 ・候補地選定に向けてのヒアリング開始 〔香南工業用水道事業〕 ・一部稼働に向けた対応
<p>③ 新たな産業の創出</p> <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組の推進</p>		<p>〔21年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県コンテンツ産業推進会議を設置。 ・クリエイター実態調査を実施。 <p>〔22年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施。 ・第1回高知コンテンツコンテストを開催。 ・著作権セミナーを開催。 ・高知コンテンツビジネス創出育成協議会を設立。 ・県内のゲーム開発企業を対象に2回のセミナーを開催。 <p>〔23年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施。 ・第2回高知コンテンツコンテストを開催。 ・Creative Market Tokyo2011に、コンテンツコンテストの優秀賞2名が出席、そのビジネスマッチングを支援。 ・県内クリエイター見本市を開催し、クリエイターと発注者との出会いやマッチングを支援。 ・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催。 ・ゲーム企画コンテスト第1回入賞作品のゲーム化を支援、サービス開始に際して広報を実施。 ・著作権セミナーを開催。 	<p>〔21年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知コンテンツコンテストの開催等、コンテンツ産業振興の取組みを官民協働で検討した。 ・県内クリエイターの実態を調査した。 ・290の団体、個人から回答→調査結果により施策を決定。 <p>〔22年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施 ・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があり、1団体をプラン認定した。認定事業はスマートフォン向けアプリの開発であり、H22.11に製品化した。 ・第1回高知コンテンツコンテスト 応募件数75件から選定された優秀賞3作品を東京コンテンツマーケットに出展し、商談を実施した。 ・著作権セミナーを開催。 11/12に文化庁との共催で実施し、123名が受講した。 <p>〔23年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施。 ・起業研究会に、ソーシャルゲーム分野6企業、その他コンテンツ分野12団体が参加 ・第2回高知コンテンツコンテストを開催。 応募件数53件から選定された優秀賞2名が、Creative Market Tokyo2011に出展、それぞれ約50名と名刺・情報交換を行った。 ・県内クリエイター見本市に、14事業者が出展、来場者（発注者）63名が参加し情報交換を行った。 ・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催。 1/23第1回入賞作のゲーム完成、サービス開始。知事記者発表の実施やその他の広報により多くのメディアで取り上げられ、社会的にも事業が広く知られた。 ・著作権セミナーを開催。 6/9に実施し、67名が参加した。
<p>◆コンテンツ産業（まんが、デザイン等）、健康福祉産業の事業化に向けた取組の推進（あったかられあいセンター）</p> <p>子どもから高齢者まで年齢や障害に関わらず、誰もが楽しい、活動し、子育てや生活支援、介護などのサービスを一体的に提供することを目的に、市町村が設置する「あったかられあいセンター」の取組を支援し、本県の実情に即した小規模で多機能な福祉サービスの提供を進めていく。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・厚生労働省及び内閣府への政策提言 ・あったかられあいセンター事業分析にあたってのデモ版を5ヶ所実施（徳毛、西土佐、北川、馬路、中土佐） ・あったかられあいセンター事業分析利用者調査実施、報告書提出 ・あったかられあいセンター推進協議会開催 ・あったかられあいセンター等全国セミナー開催 ・福祉保健所地域支援室ごとの協議 	<p>「あったかられあいセンター」の実施状況</p> <p>H21 → H22 → H23</p> <p>市町村： 22市町村 → 30市町村 → 31市町村</p> <p>事業箇所： 28ヶ所 → 39ヶ所 → 40ヶ所</p> <p>新規雇用： 76人 → 113人 → 122人</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映するべき項目が新たに閉じたもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC評価	
		<ul style="list-style-type: none"> ものづくり地産地消センターの開設や、プロジェクトチームの設置、ものづくり技術展示会の開催など、「ものづくりの地産地消」を推進する仕組みを構築することができた。中でも、ものづくり技術展示会は、2日間で4,300人の来場をいただき、高知県でのものづくり技術を広く知る機会となった。また出展事業者からも良好な評価をいただき、意欲ある取り組みとなった。 ものづくり地産地消センターのマッチングを通じて、7件製品が完成し、一部ではあるが県内での納品が行われるなど、具体的な成果も出始めた。 今後は、「ものづくりの地産地消」の更なる広がりとともに、センターの活動を通じてできた製品などの外売についても、進めていく必要がある。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ものづくり地産地消センターの機能強化 増加する相談件数への対応、きめ細やかなフォローアップのため、ものづくり地産地消センターの体制を強化(3名体制→5名体制) 〇「ものづくり総合技術展」の開催 昨年の「ものづくり技術展示会」は「食」をテーマに開催したものであったが、「食」に加え、「防災」や「新エネルギー」などのテーマを加えた総合的な技術展示会である「ものづくり総合技術展(11/29-12/1)」を開催 〇外売活動の支援 産業振興センターに新しい部署として設置された「外売支援部」と連携して、センターの活動を通じてできた製品などの外売活動を支援する。
<ul style="list-style-type: none"> 固有技術や資源などを活用した誘致や、不足する業種の誘致が進み、地域で一貫した生産体制(SCMIT)の拡大 企業立地件数 (新增設件数) H21~H23:8件 	新增設件数 30件	<ul style="list-style-type: none"> 継続的な誘致活動を通じて、新規案件の取りこぼしを行うとともに、高知県産材等の地域資源の活用や地域での一貫した生産体制の構築につながる企業立地など、目標を超える企業立地を実現した。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 〇企業立地の取組み H23年度に改正した全国トップクラスの補助制度を活用し、引き続き企業立地を推進する。 ◆企業誘致の受け皿としてのオフィスビルの確保を推進する。 ◆人材供給力の向上のために人材育成事業に取り組む。 ◆ものづくり企業及びコールセンター等の誘致推進策を強化する。
<ul style="list-style-type: none"> 新たに分譲を開始する工業用地面積(中央部) H20:2ha(在庫) H23:5ha(累計) 	分譲開始:6.2ha	<ul style="list-style-type: none"> 南国市の陶芸工業団地の開発及び分譲を完了、また、香南市に整備している(仮称)香南工業団地は、用地取得を完了し造成工事に着手 新たな工業団地を整備していくための適地調査を高知市、安芸市、南国市、土佐市の4市で実施 	S	<ul style="list-style-type: none"> 〇企業誘致の受け皿の整備 H23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。 ◆H23年度の適地調査結果を踏まえた候補地選定を進めるとともに、更なる団地開発に向けた適地調査を継続的に実施し、高台への団地開発を加速化する。
<ul style="list-style-type: none"> 新たな高知発コンテンツ産業の創出やクラスター(産業集積)の基礎(実績)づくり 外貨の獲得できる研究会発事業化プランの事業化 首都圏における商談成立などクリエイターの収入増 		<ul style="list-style-type: none"> 高知コンテンツコンテストについては、随時継続中で、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。 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、県外施設へのアプリの商品化にもつながっている。 高知コンテンツコンテストについては、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。 また、受賞者が在京大手出版社からイラスト制作を県内地域団体からキャラクターデザイン制作を受注するなど実績もあがってきている。 高知県ソーシャルゲーム企画コンテストについては、平成23年度第1回入賞作のゲーム開発に際し、シナリオライター4名、イラストレーター10名に業務を発注。第2回入賞作の開発に際しては、2社がそれぞれ1名ずつ新規雇用しており、3作品のゲーム開発が実現し、ソーシャルゲーム産業創出の土台づくりへの第1歩となった。 また、官民協働によるゲーム開発への支援が県内外に広く知られたことで、ゲーム産業創出事業への理解が進み、よりスムーズな事業推進につながっている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 〇コンテンツビジネス起業化支援事業については、当面、産業創出の可能性のあるゲーム産業に重点を置いて取り組むこととしている。 〇コンテンツコンテストについては、一般クリエイターからの応募増加に向けた対応と、県外バイヤーに向けた積極的なPRを実施している。
		<ul style="list-style-type: none"> 日頃出かけたり、話す機会が少なかった高齢者の方が「あったからあいセンター」に集うことで喜びや生きがいを感じていただけており、子どもと高齢者の世代を超えたふれあいも生まれている。また、「あったからあいセンター」を通じて高齢者の送迎や買い物サービス、介護者や保護者の急病の際の一時的な預かりなど、新たなニーズの掘り起こしと生活課題へのサービス展開も図られてきている。 さらに、実態把握や事業分析を通じて「あったからあいセンター」として求められる機能が明確化されてきており、地域の実情に応じたサービス提供、機能強化を図っていくことが求められる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 〇新たな補助スキームのもと、市町村と目指す姿を共有し、集いや訪問・相談・つながり生活支援を基本機能とした上で、地域ニーズに応じた機能(サービス)の前方展開への支援を行う。

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
取組方針			
施策			
<p>これからの対策</p> <p>◆産学官連携による新産業の創出</p> <p>県内の産学官の連携を強化し、相互の情報共有や交流を促進するとともに、学の実験設備を活用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、県内の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>		<ul style="list-style-type: none"> 産学官連携会議の設置及び開催 産学官連携会議運営委員会の開催 産学官連携推進チームの発定と活動開始 中期テーマの共同研究委託事業の実施 工業技術センター食品加工研究棟の整備 地域イノベーション戦略地域への取組 高知グリーンイノベーション推進協議会の設置 	<ul style="list-style-type: none"> 産学官連携会議を開催し、本県の産業振興に資するための取組を開始した。 中期テーマの共同研究委託事業の実施により、産学官連携の共同研究が開始された。 さらに産学官共同研究を推進するため、H24年度に「食品」「防災」「新エネルギー」のテーマ別部会を設置することとした。 工業技術センター食品加工研究棟の完成により、食品加工関連の共同研究がさらに推進されている。 地域イノベーション戦略地域の指定を受け、高知グリーンイノベーション推進協議会を設置した。
<p>◆工業団体と他の産業団体等との連携を促進し、ニーズに基づく研究開発を促進【再掲】</p>		取組方針「1.地域経済を牽引する工業の活性化」、施策「(1)ものづくり企業の強化 ①地場企業の振興」に掲載	
<p>◆「ものづくりの地産地消」に関する総合相談窓口の設置【再掲】</p>		取組方針「1.地域経済を牽引する工業の活性化」、施策「(1)ものづくり企業の強化 ①地場企業の振興」に掲載	
<p>◆情報関連の研究開発や組込みソフトなど新たな分野の取組に向けた人材育成・確保を支援</p> <p>製造業や流通業・販売業などあらゆる産業の基盤となっている情報関連産業を支援するため、関係団体や大学との意見交換会を実施し、高知県で必要とされる高度IT人材育成のための勉強会の開催や、県内情報関連企業の新たな事業化に向けた取組に対する支援策について検討する。</p>		<p>【H21】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県内情報関連産業界の取組方針を共有するために（社）高知県情報産業協会との意見交換会を実施。 国、県、（社）高知県情報産業協会が連携して、「クラウド時代に向けた情報サービス研究会in高知」を3回開催。（主催：四経局、共催：高知県） <p>【H22】</p> <ul style="list-style-type: none"> （社）高知県情報産業協会が、クラウドを活用した新たなビジネスについて検討する「クラウド研究会」を設立。 （社）高知県情報産業協会の主催で、クラウドやスマートフォンアプリ開発をテーマに「地域情報化セミナー」を開催。（後援：高知県） 高知県の主催でクラウドやスマートフォンを活用した、ビジネスの現状と今後の展望をテーマに「高知県スマートフォンセミナー」を開催。（協賛：情報協） <p>【H23】</p> <ul style="list-style-type: none"> 四国四県の情報関連団体が連携して「四国中小企業活用（クラウド活用）基盤整備事業」（四経局）を受託し、「高知県クラウド研究会」を3回開催 	<ul style="list-style-type: none"> 「クラウド時代に向けた情報サービス研究会in高知」の開催により、新たな情報サービスの展開に向けた取組の方向性が明らかになったことが、県内企業による「クラウド研究会」の設立につながった。 「地域情報化セミナー」には56名、「高知県スマートフォンセミナー」には120名が参加した。 四国四県の情報関連団体が連携して、クラウドを活用したビジネスモデルや人材育成の仕組みについての検討を開始した。また、「高知県クラウド研究会」を3回開催し、延べ91名が参加した。
<p>◆研究開発から事業化まで、一貫した支援体制の構築による新産業の推進</p> <p>成長が期待され潜在力のある分野（食品、天然素材、環境、健康福祉、コンテンツ）での新たな事業化への取組みや、これまで地域で行われてきた産学官の研究開発の成果を生かした事業化への取組みに対して、開発から生産、販売まで一貫した支援を行う体制を整備し、各取組の支援を行う。</p>		<p>○テーマ別研究会開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 会員企業の訪問（101社、201回） テーマに関連する企業、団体等の訪問（134社、242回） テーマ別研究会への参加（21回） セミナー、イベントへの参加（20回） <p>○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業訪問、プロジェクト会議への参加（31社） セミナー、イベントへの参加（4回） 	<p>○テーマ別研究会開催</p> <ol style="list-style-type: none"> 事業化プラン決定件数 27件（H21～H23） 他の支援事業を活用した事業化支援 5件（H22～H23年度） 事業化プラン作成準備中（事業化プラン作成企業の振り返り） 22件（H23.3末現在） 研究会発事業化プランの事業化状況 (1) 事業化件数（商品が完成し、販売を開始） H21年度認定（4件のうち）：3件 H22年度認定（17件のうち）：15件 H23年度認定（6件のうち）：5件 ※他の4件の状況 ・商品が完成し、販売開始準備中：1件 ・試作品が完成：3件 (2) 研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況 売上高（H23.5末現在の累計額）：1.2億円 新規雇用数（H23.5末現在）：18名 新規雇用数（H23.5末現在）：18名 5 研究会発事業化プランの売上・新規雇用数（見込み） ○売上高（事業化プラン実施5年後） H21認定（4件）：301百万円 H22認定（17件）：1,395百万円 H23年度（6件）：505百万円 ○新規雇用数（事業化プラン実施5年間） H21認定（4件）：17名 H22認定（17件）：51名 H23認定（6件）：15名（合計：83名） <p>○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興 概ね計画通りに研究開発が進捗</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域研究成果事業化支援事業の採択件数 14件（H19～H23） 地域研究成果事業化支援事業終了後、引き続き研究開発を実施中（試作品開発済み） 5件（H19～H22採択分） 地域研究成果事業化支援事業で研究開発を実施中 7件（H22～H23採択分）

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映するべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC評価	
<ul style="list-style-type: none"> 食料品製造業における県際収支の改善 中期テーマの共同研究3件程度を推進 	<ul style="list-style-type: none"> 外部の専門家等による審査委員会の審査を経て、3件の共同研究が開始された 	<ul style="list-style-type: none"> 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推進することで、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が確立された。 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取組が産学官の連携によって開始された。 本県の産業振興に寄与すると期待される中期テーマ共同研究委託事業が開始された。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 産学官連携会議3分野のテーマ別会により、産学官共同研究の検討や絞り込みを行って具体的な共同研究の推進につなげる。 国等の支援事業や中期テーマ共同研究委託事業などを活用するとともに、大学等の協力を待って県内のコーディネート機能の強化を図る。 大学の研究シーズや企業ニーズなどを生かした中期テーマの共同研究を推進し、研究成果を生かした事業化を図る。 新たな中期テーマ共同研究を推進するとともに、早期の段階から事業化に向けた適切な進捗管理を行う。
			-	
			-	
		<ul style="list-style-type: none"> クラウドやスマートフォンを取り巻く現状や課題など、今後具体的な取り組みを進めていくうえで必要な情報を共有することができた。 クラウド研究会の設立や国の事業の受託により、県内企業によるクラウドを活用したビジネスモデルの検討や人材育成に向けた取り組みが開始された。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 情報産業に関する最新技術の情報などを学習し、IT人材の育成を図るとともに、新たなビジネスモデルを推進する。 「クラウド研究会」によるビジネスモデル案づくりを支援し、国の事業を活用するなどによってその事業化を図る。
研究会発の事業化件数 H23:30件 (累計)	35件 (H24.3末現在)	<ul style="list-style-type: none"> ○テーマ別研究会関連 <ul style="list-style-type: none"> ・H23目標30件に対し、35件が事業化、3件が試作品完成。 ・事業化後の売上高の増加や新規雇用の創出については、まだ十分な成果が出ているとは言えない。 ・商品が完成し、これから本格的に販売促進する取組みも多く、今後に期待できる。 ○こうち産業振興基金事業を活用した産業振興 <ul style="list-style-type: none"> ・補助事業を終了した7件のうち5件については、最終製品に向けて研究開発を継続している段階であり、今後の成果が期待できる。 ・補助事業実施中の7件については、概ね計画どおり研究開発が進んでいる。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ○事業化プランの作成から事業化までを一貫して支援することで、新事業・新産業の創出を推進する。 ・事業化プランの熟察作成など早期の段階からの支援や地産外産連携品目との連携などにより、事業化プランの限定を加速する。 ・既に決定された事業化プランの課題に即したきめ細やかな支援や、必要に応じたプランの見直しなどのフォローアップを強化する。

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
取組方針			
施策			
これからの対策			
(2) 1次産業との連携（1.5次産業の推進）・1.5次産品の販売促進			
<p>〈生産・加工分野〉</p> <p>◆1次産業との連携に向けた新たな仕組みづくり</p> <p>地産外産商品ブラッシュアップ支援事業により、地産外産公社が実施するテストマーケティングの結果を踏まえて事業者が行う商品の改良等の取組を支援</p>		<p>・テストマーケティング後の評価を事業者へフィードバックおよびブラッシュアップ補助金制度活用PRを実施（事業者個別訪問：県+地産外産公社）</p> <p>・「まるごと高知」テストマーケティング</p> <p>22年度実施分 20事業者、38商品</p> <p>23年度実施分 24事業者、44商品</p>	<p>・ブラッシュアップ補助金を活用した商品の盛り上げ</p> <p>22年度 1事業者、2商品</p> <p>23年度 2事業者、3商品</p> <p>事業実施により、商談が成立するなどの成果もあがってきている。</p>
<p>◆公設試験研究機関が行う技術支援の充実</p> <p>機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成（専門技術研修等の実施、食品加工特別技術支援員及び機械金属加工特別技術支援員の配置、技術指導アドバイザーの派遣）</p>		<p>①各種技術研修の開催</p> <p>(H21) 26コース 136日間</p> <p>(H22) 38コース 134日間</p> <p>(H23) 25コース 85日間</p> <p>FBC現場実習、濁酒製造技術、溶接、熱処理、不良解析など</p> <p>②特別技術支援員企業・団体等を訪問して、技術支援ニーズの把握及び技術支援を実施。</p> <p>③技術指導アドバイザー</p> <p>(H21) 19名登録</p> <p>(H22) 9名登録</p> <p>(H23) 8名登録</p>	<p>①各種技術研修の開催</p> <p>(H21) 734名参加</p> <p>(H22) 961名参加</p> <p>(H23) 658名参加</p> <p>②食品加工特別技術支援員による技術支援等</p> <p>(H21) 技術支援73件、商品化5件</p> <p>(H22) 技術支援151件、試作120件、商品化2件</p> <p>(H23) 技術支援141件、試作211件、商品化18件</p> <p>③機械金属加工特別技術支援員による技術支援等</p> <p>(H21) 42件</p> <p>(H22) 49件</p> <p>(H23) 49件</p> <p>④技術指導アドバイザー-技術指導</p> <p>(H21) 47回</p> <p>(H22) 39回</p> <p>(H23) 22回</p>
<p>◆成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援</p> <p>成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援を実施するため、食品関連の企業や専門家等で構成する研究会を設置し、研究会参加者が持つ様々なアイデアや事業化に向けた試みについて、参加者相互の交流を通して新たなビジネスの創出に結びつけ、事業化の実現をより効果的に進めていく。</p>		<p>1 事業化プラン作成に向けた取組みの加速</p> <p>(1) 意欲のある企業の参加促進</p> <p>・四国銀行（包括協定）や産業振興センターとの連携強化による参加促進</p> <p>・食品産業研究会会員数（企業・支援機関）の推移</p> <p>65(H21)⇒87(H22)⇒102(H23)</p> <p>(2) 事業化に向けた企業間連携の促進</p> <p>・企業ごとに配置した支援担当責任者を中心とした個別マッチングや研究会での自己PR・プレゼンの場の提供等</p> <p>〔研究会の開催実績〕</p> <p>H21年度：7回（参加者：234社、315名）</p> <p>H22年度：6回（参加者：146社、177名）</p> <p>H23年度：7回（参加者：212社、249名）</p> <p>(3) 個別支援アドバイザーの拡大</p> <p>・個別支援アドバイザーの派遣数</p> <p>H21：12社（17回）</p> <p>H22：20社（50回）</p> <p>H23：19社（53回）</p> <p>※上記の他に、研究会リーダーやチーフアドバイザー、公設試験等の研究会専門家チームによる個別支援を実施</p> <p>〔個別事業化支援実績〕</p> <p>※上記、個別支援アドバイザーの派遣を含む</p> <p>H21：35社（技術：10、販路開拓：20、両方：5）</p> <p>H22：37社（技術：11、販路開拓：11、両方：15）</p> <p>H23：41社（技術：2、販路開拓：29、両方：10）</p> <p>合計（産へ）：113社</p> <p>2 研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実</p> <p>(1) 支援体制の強化</p> <p>・体制を強化した産業振興センターとの連携による企業訪問・支援体制の強化</p> <p>(2) 独自の企業支援事業（こうち産業振興基金）の利便性向上</p> <p>・研究会で事業化プランの認定を受けると、独自の企業支援事業（補助金：複数年利用可）に直接申請できる仕組みに改正（H23年度）</p>	<p>1 事業化プラン認定件数</p> <p>H21年度：1件</p> <p>H22年度：7件</p> <p>H23年度：7件</p> <p>合計：15件</p> <p>※高齢者が飲み込みやすい柔らかい食品や県内産のグアバを使ったお茶の開発など</p> <p>2 事業化プラン作成準備中（事業化プラン作成企業の起り起こし）</p> <p>H24.3末現在：6件</p> <p>3 研究会発事業化プランの事業化状況</p> <p>(1) 事業化件数（商品が完成し、販売を開始）</p> <p>H21年度認定（1件のうち）：1件</p> <p>H22年度認定（7件のうち）：7件</p> <p>H23年度認定（7件のうち）：5件</p> <p>合計：13件</p> <p>※他の2件については、試作品が完成。一部、商品が完成し販売開始。</p> <p>(2) 研究会発事業化プランの売上・新規雇用状況</p> <p>売上高(H24.3末現在の累計額)：1.7億円</p> <p>新規雇用数（H24.3末現在）：22名</p> <p>4 研究会発事業化プランの売上・新規雇用数（見込み）</p> <p>○売上高（事業化プラン実施5年後）</p> <p>15件合計（H21～H23認定）：24.1億円</p> <p>○新規雇用数（事業化プラン実施5年間）</p> <p>15件合計（H21～H23認定）：37名</p>
<p>◆マーケットインのものづくり</p> <p>首都圏アンテナショップ「まるごと高知」を拠点とした首都圏実需者に対する外産活動の実施や、県内事業者との連携により店頭で行うテストマーケティング活動の実施</p>		<p>(H22、23年度の実績)</p> <p>○県内事業者の営業活動支援</p> <p>・個別企業への訪問</p> <p>H22：269回、H23：339回</p> <p>・高知フェアの開催 H22：43回、H23：46回</p> <p>・店舗を活用した試食・商談会</p> <p>H22：31回、H23：75回</p> <p>・「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</p> <p>・バイヤー・シェフ等の産地招へい H23：21回</p> <p>○商品の盛り上げの支援</p> <p>テストマーケティングへの参加促進など</p>	<p>○「まるごと高知」の来店者数等</p> <p>・来店者</p> <p>H22：約44.4万人、H23：約72.2万人</p> <p>・売上（物販・飲食合計）</p> <p>H22：247,942千円、H23：390,215千円</p> <p>○外産活動の成果</p> <p>・成約件数 H22：444件、H23：1,327件</p> <p>・成約金額 H23：341百万円（開業1年間の約2倍）</p> <p>・公社が外産のサポートをした県内事業者の直近3事業年度の売上高が増</p> <p>前前々期413億円→（直前437億円）</p> <p>○商品の盛り上げ</p> <p>・テストマーケティング及び催事への参加</p> <p>H23：92社211商品</p> <p>・商品の販売情報のフィードバック</p> <p>H23：4回、約1,700商品/回</p> <p>○高知県情報の発信</p> <p>・TV・新聞・雑誌等メディアへの露出の広告効果</p> <p>H22：17億円、H23：23.3億円</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SAB C 評 価	
・「おいしさ」「高品質」「安全・安心」などをキーワードにした高知県ブランドの確立 ・農商工連携ファンドの認定件数 H23:12件(累計)	15件	・テストマーケティングの結果により、参加事業者は商品に対する消費者の声や専門家の評価を受け、今後のパッケージ作成や商品戦略づくりのための課題等を認識することができた。 ・商品の磨き上げによって新たな商談成立がなされるなどの成果もあがり、また新しいチャレンジも可能になるなど、県産品の販路開拓・販売拡大が期待され、魅力ある商品づくりが進められている。	A	・まるごと高知におけるテストマーケティングへの参加事業者のみを対象としていた補助金を、県や高知県産外商公社が県外で実施する商談会、フェア等へ参加した事業者も補助対象に加えることでより活用しやすい事業とするなど、引き続き商品の磨き上げを支援していく。
		①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。また、目標とした溶接の合格率の向上についても、成果が出ている。 溶接技能者認定試験：H22合格率90% (20名受験18名合格) H23合格率81% (31名受験25名合格) 溶接管理技術者試験2級：H22合格率100% (8名受験) H23合格率100% (4名受験) ②③企業からの相談に応えるとともに、職員の資質向上へのアドバイスも行った。さらに、研修の講師としても活動した。 ④職員や特別技術支援員だけでは対応できない技術的課題(5S、溶接、銲造、溶接、流体、食品加工、精油など)について、技術指導アドバイザーを派遣し、企業の課題解決に取り組んだ。 ・これらの取り組みで、研究開発や品質管理などの人材を育成した結果、工技センターの機器使用、依頼試験の利用件数が3年間で28%増加した。	S	○工技センター職員や特別技術支援員、技術指導アドバイザーが各種技術研修や技術支援を行うことで、機械金属加工や食品加工などの技術人材育成を図る。 ・技術レベルに応じた研修カリキュラムの設定や、資格試験合格者の向上を図る。また、研修終了後のアンケートや受講者へのフォローアップにより、研修内容の改善や新たな研修の設定、研究計画や機器導入の計画などをきめ細かく対応する。
		・研究会会員の事業化の実現に向けて、マーケティングをテーマとしたセミナーの開催やマッチング支援を実施。また、これまでに、延べ102社に対して、個別支援アドバイザーの派遣(延べ:51社、120回)をはじめとした研究会専門家チーム(研究会リーダーやアドバイザー、公設試等)による個別支援(技術支援・販路開拓支援等)を実施。 ・これまでに研究会で認定された事業化プラン15件のうち、13件が既に事業化され、その他の2件についても試作品開発やテストマーケティングなど事業化に向けて準備中である。研究会参加企業数、個別支援事業数、プラン認定数は徐々に拡大し、事業創出のプラットフォームの役割を果たしてきた。 ・しかし、事業化後の売上高の増加や新規雇用の創出については、売上高(累計額)は1.7億円、新規雇用数も22名であり、当初計画に対し売上高等が未達成のものが多い。 ・今後は、プラン内容の見直しや重点的に支援するプランの見極めが必要である。また、事業化プラン作成に向けた取組みの加速や研究会発事業化プランに対する支援を一層強化することで、事業化達成による成果の早期拡大に取り組む必要がある。	A	○事業化プラン作成に向けた取組みの加速 ＜新規プラン策定を促進する取組＞ ・テーマを絞った研究会を開催(戦略品目等と連動した取組)するなど、特色のある事業化プラン策定の支援を加速する。 ○研究会発事業化プランに対するフォローアップの充実 ＜プラン内容の見直しや重点的に支援するプランの見極めから支援へ＞ ・既策定事業化プランについて、事業化に向けた取組みの現状や課題を再整理。 ・プラン内容等を見直しを行うとともに、有望なプランを重点的に支援。 ・売上拡大に向け課題に応じたサポートを実施(①地産外商公社や産業振興センター-外商支援部と連携した取組支援②金融機関と連携した設備投資支援③公設試等と連携した商品のブラッシュアップ)。
新アンテナショップの来店者数 H23:100万人(年間)	来店者数H23: 72.2万人(年間)	・「まるごと高知」を設置し、県内事業者へのテストマーケティング機会の提供や、外商活動を通じて収集した首都圏の消費者やバイヤー等の情報のフィードバックを実施したことにより、首都圏をはじめとする県外市場にチャレンジする事業者が増加し、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりが進められた。	A	・引き続き、県内での商品発掘を行うと同時に、「まるごと高知」の物販・飲食機能の運営や外商活動を通じて収集した首都圏の消費者やバイヤー等の情報の県内の生産者や事業者へのフィードバックに取り組んでいく。

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策 〈流通・販売分野〉			
◆流通販売機能の強化 地産外商社による専門小売店等との商談会・高知フェア及び全国的な展示商談会（スーパーマーケットトレードショー等）へ高知県としてブースを出展し、県産品の販路拡大の機会を提供するための支援	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニエンスストアとの包括業務提携（2件） ・イオン（株）との連携と協力に関する包括協定 ・O9食博覧会・大阪への出展（8社） ・民間金融機関と連携した「食の大商談会」開催（H22.23） ・スーパーマーケット・トレードショー出展（H21～23） ・商談会出展セミナー（販路開拓・拡大、表示関連）の開催（3回/年、約100名/年が参加） ・高知フェア（H21～H23で261件） 	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニエンスストアとの包括業務提携では、県産食材を使用した商品や、県産食材を使用した商品開発等のための定期的な協議の場ができるなど、継続的な県産品の販売につながった。 ・イオン（株）との連携では、商談会での協力フェア開催、協議の場ができるなど継続的な県産品販売につながった。 ・H22・H23に行った食の大商談会は、のべ200事業者が出展、参加バイヤーは233社、成約件数は210件。 ・H21～23に出展したスーパーマーケット・トレードショーは、のべ38事業者が出展し、成約件数は289件。 	
◆流通販売機能の強化 県内商工業者に対し、eコマースサイト運営者等と協力してセミナーを開催することなどによって、最新のeコマースに関する知識の普及を促し、県内商工業者が県外市場への販路開拓のツールとしてeコマースを活用できるようにする。	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネットを活用した県産品販売を促進するため、セミナーや個別相談等を開催 	<ul style="list-style-type: none"> 〔セミナー開催〕 〔平成21年度〕 ・5回開催 ・参加者300名、参加企業等190団体 〔平成22年度〕 ・4回開催 ・参加者155名、参加企業等109団体 〔個別相談会開催・専門家派遣〕 〔平成23年度〕 ・eコマースに関する相談会を16回開催し、21社（延べ31社）が参加した。 ・相談会の内容等を踏まえ、必要に応じて専門家を10社（20回）に派遣し、eコマース参入のノウハウや販売額増加に向けた取組の工夫、HP改善などについて個別指導を行った。 	
◆流通販売機能の強化 貿易促進コーディネーターや海外事務所が、貿易相手先とのマッチングを考慮し、県内企業のニーズなどを把握しながら、きめ細やかな海外展開が図れるように取り組む。また、県内企業との間で、食品、農林水産物などの勉強会を開催して、海外展開への動機付けや企業力の向上を図るとともに、輸出増進による国内商談会や海外事務所管内での海外商談会を開催し、海外展開の活動を強化する取り組みを進める。	<ul style="list-style-type: none"> ・貿易促進コーディネーターを配置して、県内企業の海外展開のサポートを実施。 ・セミナー、商談会、展示会、フェアの開催や支援。 平成21年度：セミナー（7回）、国内商談会（1回）、海外商談会（2回） 平成22年度：セミナー（7回）、国内商談会（2回）、海外商談会（1回）、見本市・フェア（4回） 平成23年度：セミナー（7回）、国内商談会（1回）、海外商談会（1回）、フランスユズ賞味会（1回）、見本市・フェア（4回） ・四国4県連携による事業の実施 平成21年度、平成22年度 <ul style="list-style-type: none"> ：伊勢丹シンガポール四国フェア 上海事業（シティショップ常設売場、四国アンテナショップ） 平成23年度：伊勢丹シンガポール四国フェア 上海事業（バイヤー招へい事業） 	<ul style="list-style-type: none"> ・貿易促進コーディネーターは、積極的に県内企業を訪問して海外展開に向けたサポートを実施。（H21年度は延べ316件、H22年度は延べ396件、H23年度は延べ270件）。 ・セミナー、商談会、展示会、フェアへの参加を通じて、サンプル提供や見積もり受注の機会が増大。貿易促進コーディネーターの尽力により商社等を通じて海外向けルートが確保されることにも、県内企業の海外向け販促活動におけるノウハウが積みあがってきている。 ・四国4県連携による事業の実施により、海外における四国の知名度の向上に寄与。伊勢丹シンガポール四国フェアは平成23年度で3回目の開催となり、ゆず製品についてはリピーターも出てきている。 （高知県売上げ）平成21年度：450万円 平成22年度：566万円 平成23年度：717万円 ・海外事務所（シンガポール・上海）のサポートによる取扱および成約件数の増加 平成21年度：サポート 98件/成約29件 平成22年度：サポート107件/成約37件 平成23年度：サポート107件/成約37件 ・海外初挑戦企業の増加 平成21年度：8社 平成22年度：7社 平成23年度：9社 ・主な見本市・フェアにおける成約件数・売上 平成21年度：香港商談会 のべ35品目成約 平成22年度：FHA（シンガポール食品見本市） 512万円（成約金額） 香港そごう高知フェア 498万円（売上金額） 平成23年度：フランスユズ賞味会 ユズ果汁11.5t 台湾「微風広場」高知県物産展 230万円（買取金額） 香港そごう高知フェア 407万円（売上金額） 	
◆マーケットインのものづくり〔再掲〕	<p>専門分野【商工業分野】</p> <p>戦略の柱「1.外貨を稼ぐ商工業」</p> <p>取組方針「1.地域経済を牽引する工業の活性化」</p> <p>施策「②1次産業との連携（1.5次産業の推進）＜流通・販売分野＞」</p> <p>「◆流通販売機能の強化」に掲載</p>		

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
・「おいしさ」「高品質」「安全・安心」などをキーワードにした高知県ブランドの確立		<ul style="list-style-type: none"> 高知フェア等の開催を含めた各種PR活動を通じて、次年度以降のフェアの開催などネットワークづくりに繋がった。 「食の大商談会」を官民協働で地元開催したことにより、県産品のPR及び販路開拓・販売拡大に繋がった。 業界最大の展示商談会「スーパーマーケット・トレードショー」に出展することにより、販路開拓・販売拡大に繋がるとともに、商品に対する評価等を来場者（バイヤーなど）から受けることができた。 	S	<ul style="list-style-type: none"> 高知県産外資会社と連携した外資活動の支援、高知フェア・商談会の開催、産地訪問支援等県産品のPR活動を継続する。 「食の大商談会」での事業者間の交流、参加バイヤー増加に向けた取組を実施する。 スーパーマーケット・トレードショーに加えてFOODEX JAPANへの出展を行いさらなる販路開拓・拡大を目指す。
		<p>【セミナー開催】※セミナーについては平成23年度で事業終了 ・eコマースの有用性について啓発を行う機会となった。 ・参加者の意見として、セミナーや勉強会等の開催についての要望はあるが、それと同程度にITの相談窓口の設置、顧客や売上のための運営ノウハウの個別指導を望む声も上がっている。 ・講座の内容についても、初心者向けのセミナーを望む声以上に経験談や運営に関わるセミナーに関する要望が多く、より実務的なセミナー等の実施についての検討が必要。</p> <p>【個別相談会開催・専門家派遣】 ・相談会を月2回定期開催することで、eコマース販売に意欲のある企業への支援を行うことができた。 ・引き続き、意欲のある新たな企業等に対応するとともに、支援を行った企業へのフォローアップに取り組む必要がある。</p>	A	<p>○セミナーについては平成23年度で事業終了 セミナー受講者等の要望を受け、同様のセミナーを引き続き開催する産業振興センターや商工会議所等の他の機関との情報交換、連携を行っていく。 また、ITの相談窓口や運営ノウハウを持っている専門家等の支援を行う関係機関等と連携して、事業に取り組む事業者への支援体制の構築に努める。</p> <p>○新たにeコマース販売に取り組もうとする事業者の掘り起こしを行うとともに、事業者ごとのニーズに応じた適切な助言を行う。 ・スマートフォンに代表されるモバイル端末など新たな通信手段への対応や、既に相談のあった事業者へのフォローアップを行う。</p>
		<ul style="list-style-type: none"> 平成21年度から配備された貿易促進コーディネーターによる国内・海外でのサポートと海外事務所（シンガポール・上海）のサポートにより、新たに貿易に取り組む企業が増加しつつある。また、貿易促進コーディネーターの活動により商社等を通じた輸出ルートの開拓ができた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> 輸出可能商品の発掘や企画・開発支援、新たな輸出ルートの開拓とパートナーの確保に今後も継続し取り組む。海外に販路開拓を目指す県内企業のサポートについては民間（シエトロや商社等）と連携して取り組み、海外からの輸入ビジネスについても海外事務所との連携によりサポートを行っていく。 フランスでのゆず賞味会のような取組を東南アジアでも展開。 認知され、意欲・体力のある企業について、BtoBも視野に入れた販路開拓を全面的に支援し全体の底上げにつなげる。
			-	

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
<p>(3) 海洋深層水の利用拡大</p> <p>① 既存産業界との連携による販路拡大の支援</p> <p>◆新たな需要の創出と販路の開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知海洋深層水企業クラブと連携し、スーパーよさこい/じまん市や余りのフェスティバルなど首都圏でのPRを実施（平成21年度5回、平成22年度3回、平成23年度2回） ・県外の量販店や卸売事業者約2,000先へ商品カタログ紹介実施（平成21年度1回、平成22年度2回、平成23年度1回） ・イオン（株）との包括業務提携に向けた事業提案 ・深層水関連商品の販売及びフェアについての提案 ・活用事例調査等委託事業の発注に向け、実施内容の検討 ・まるごと高知を活用しての販路拡大の取組み（連携の取組みとリンク） <p>・首都圏をはじめとする大消費地での情報発信と販売力の強化</p> <p>・海洋深層水の特性を整理し、今後の利用拡大に向けた方策の取りまとめ</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・各取水地との全国海洋深層水取水地連携事業にかかる調整 ・富山県のアンテナショップを会場に、合同で「海洋深層水フェア」を実施（飲料水16種類の商品及びまるごと高知のパンフレット展示） ・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（まるごと高知含む）で「海洋深層水フェア」を開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・エンドユーザー及びバイヤーに対して海洋深層水関連商品の認知が図られた。 ・平成22年度 出展社数：延べ59社、出品品目：延べ152品目 ・平成23年度 出展社数：延べ23社、出品品目：延べ46品目 ・平成22年度 サンプリング送付5件 ・県内2店舗での深層水関連の商品数拡大（20品目から58品目に増加） （新たに販売された商品：種類、天ぷら、ゼリーなど）
<p>◆海洋深層水のブランド力の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内の他の取水地との連携を図り、首都圏で深層水のPRを行うことで海洋深層水のブランド力を強化する。 		<ul style="list-style-type: none"> ・海洋深層水の特性や関連商品、海洋療法（タラソテラピー）をはじめとする客層地域をまるごとPRする「深層水DVD」を作成。 ・県内の道の駅や量販店など40箇所深層水コーナーを設け、DVDを活用してPR 	<ul style="list-style-type: none"> ・期間中約1,500人の来場者があり、まるごと高知への誘導が図られた。 ・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%
<p>◆観光・物産事業者との連携強化による販売促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅や土産物店でのPR戦略の検討 		<ul style="list-style-type: none"> ・「えいもんこじゅんと市」（てんこす）でのPR活動支援（深層水商品の展示・PR、ティーショールド及び客層ゾナパーク関連のパンフレット配布によるPR、DVD放映、深層水（硬水・軟水）の試飲） 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般消費者に対して海洋深層水関連商品の認知及びイメージアップが図られた。 ・てんこすでは、DVDを活用した客層や深層水関連商品のPRを継続中。（深層水商品の取扱い 12社28品目） ・「えいもんこじゅんと市」出展社数：13社、出品品目：34品目 ・アンケート調査実施（約300人）
<p>② 新分野への利用拡大に向けた研究開発</p> <p>◆基礎的研究の再チャレンジ</p> <p>◆新たな利用分野への展開</p> <p>◆未知なる活用法の探索</p> <p>海洋深層水の新分野への利用拡大に向け、基礎的研究の再チャレンジ、新たな利用分野への新展開、未知なる活用法の探索のための研究を行う。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・県内外の様々な大学や研究機関、支援財団等との連携活動を行った。 ・様々な分野の研究者との情報交換や協議を行った。 ・新たな分野への共同研究を大学や企業と連携しながら実施した。 ・新たな活用法を探索するための海洋深層水の研究用分水や予備研究を実施した。 ・講演や研修、寄稿等で海洋深層水の新たな活用法の可能性を広報した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・共同研究等の契約・実施件数 H21：6件、H22：7件、H23：5件 ・研究用等分水の実績 H21：17回、H22：46回、H23：36回 ・研究等課題数 H21：6課題、H22：7課題、H23：9課題
<p>2 地域経済に貢献する商業の活性化</p> <p>商業振興</p> <p>◆消費者ニーズに応じた商業の展開・促進</p> <p>重点指導の取組みの強化、充実を図るとともに、経営指導員の意識改革を一層進め、中小企業者の経営革新や創業等の取組みへの支援の充実を図る。</p> <p>このため、経営指導員の実施している重点指導への指導支援の継続実施、平成21年度より、高知県商工会連合会、高知商工会議所による経営指導員に対する既存研修の内容充実を図るとともに、重点指導事業に係る研修を新たに実施する。</p>		<p>商業者の経営課題の解決を支援する商工会・商工会議所の経営指導員に対し、重点指導先事業所を選定し、年間を通してヒアリングや専門家派遣等を行い経営支援能力の向上を図る。最終的には、経営計画の策定や経営革新計画等の認定を目指す。</p>	<p>H21年度（1経営指導員3件程度） 77経営指導員に対し181件実施 重点指導事業にかかる研修 3回開催 計53名参加 H22年度（1経営指導員1件を原則） 70経営指導員に対し78件実施 ・経営革新認定：香南市1、南国市1、土佐市1、高知市1、須崎市1 ・新商品開発・販路開拓：白高村1、中土佐町1、黒潮町1、大月町1、高知市1 ・創業、新事業展開：大豊町1、本山町2、いの町1、四万十町1 ・事業承継：香南市1 ・経営改善：室戸市2、香南市1、香南市2 重点指導事業にかかる研修 3回開催 計75名参加 H23年度（1経営指導員1件を原則） 84経営指導員に対し92件実施 ・経営革新認定：高知市2、須崎市1、香南市3、南国市1、四万十市西土佐1、計8件 ・創業：高知市2、須崎市1、中村市1、宿毛市1、土佐清水市1、室戸市1、香南市1、大豊町1、本山町1、土佐市3、四万十市2、計15件 ・事業承継：高知市1、東洋町1、南国市1、いの町2、仁淀川町1、津野町2、黒潮町2、三原村1、11件</p>
<p>◆ネット市場への出店支援</p>		<p>商工業分野 戦略の柱「1外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(2)1次産業との連携（1.5次産業の推進）」 ◆流通販売機能の強化」 に掲載</p>	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年度改定に反映するべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC評価	
・商品開発から流通・販売にいたるまで、トータルに海洋深層水関連商品の販売を支援する県の体制が構築され、事業が実施されている		・まるごと高知を活用して深層水商品を広く周知を図るよう取り組んでいるが、まだまだ認知が十分されていない。 海洋深層水に関する様々な研究成果等の活用事例の調査を行い、活用の可能性を検討した。	A	・首都圏においてジオパーク等を活用した新たなキーコンセプトに基づいた戦略的なプロモーションの実施 ・地産外福公社等と連携した高級スーパーや百貨店等への直接訪問による販路開拓の推進 ・引き続き、コンビニ等との包括業務提携による事業提案を継続 ・県内企業の新商品開発の誘発、試験研究機関の研究の促進 ・海洋深層水の効能や有用性に関する情報を取りまとめた活用事例調査結果の情報提供や、それを活かした県内企業等の新たな商品開発や実用化研究の促進
第2次深層水ブームの呼び起こし 深層水関連商品売上額 155億円	136億円	・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、全取水地での取り組みが思うようできていなかったが、平成23年度はアンテナショップ5店舗での連携した取り組みを行った。	A	各取水地が参加した連携の仕組みの構築と、ブランド力向上に向けた共同PR事業の実施
		・てんこすを中心、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理解していただけた。 (てんこすでは、店内でDVDを見た県外客が聖野リゾートトコの情報問い合わせなどの効果あり)	A	・引き続き、てんこす等でDVDを活用して、産戸や深層水関連商品のPRを実施
・さらなるエビデンスの積み重ねにより、海洋深層水の魅力が向上し、新たな商品群の形成が始まっている ・新たな活用方法の方向性を明らかにし、海洋深層水の将来的な布石が敷かれている		・各種の活動が人的交流や課題数増加につながり、停滞気味であった海洋深層水の利用が幅広い分野で期待できるようになった。 ・新たな分野への研究フィールドとして注目されるようになってきた。	A	・海洋深層水の効能や有用性に関する情報を取りまとめた活用事例調査結果の活用検討や、それを活かした県内企業等の新たな商品開発や実用化研究についての情報提供。
・地域資源を活かした商品の販売ルートの拡大 ・消費者ニーズに対応して魅力向上に取り組み商店の増加		・個々の経営指導員のスキルレベルに応じた課題を設定し、PDCAサイクルを回していくことで、経営指導員の客観的な企業支援レベルの設定、年度内の到達目標の明確化と到達度評価について成果が認められた。 ・事業所の数が少なく、経営計画の策定や経営革新の認定を目指す事業者を重点的に支援する指導先としての選定に苦慮している郡部の商工会や経営指導員設置数が1人の商工会等において、既存事業に加え、県連合会や外部専門家との連携した支援(国の事業)を実施することにより、事業者への一定の支援成果が認められた。	A	○人材育成 ・計画的OJT等の現場でのスキル向上に加え、集中研修や事例発表による経営指導員のスキル共有化をブロック単位で進める。 ・中小企業診断士資格の取得に取り組みすることで、体系的な幅広い知識の習得を図る。 ・効果的な経営支援が行える支援機関の組織体制強化(人事一元化)の取り組みを加速化する。 ・人材育成体系の整備により経営指導員の専門性を強化する。 ・商工会の広域連携により、経営指導員の専門性を生かした起業支援体制の整備する。
			-	

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
<p>これからの対策</p> <p>◆潜在的な地域資源などの活用による商材開発</p> <p>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>さらに、全国的な人的ネットワークを有する各界の著名人等を産業振興スーパーバイザーとして委嘱し、高知県の魅力を首都圏に向けて情報発信するとともに、県産品の販路拡大を目指す。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・アドバイザーの派遣：のべ680回 ・アドバイザー派遣後の進捗状況報告を導入 ・スーパーバイザーの委嘱 H21年度4名 H22年度6名 H23年度5名 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。
<p>◆アンテナショップや産直ショップの来店支援</p> <p>商店街の空き店舗を活用した新規出店や産直・アンテナショップ等の設置を支援することにより、商店街の活性化を図る。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・商店街等の空き店舗への出店を支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・こうち産業振興支援事業として商店街等の空き店舗への出店者に対して助成を実施 【平成21年度】 ○高知市内での空き店舗への出店者に対する助成5件 ○空き店舗への出店補助制度の新設（中土佐町） 【平成22年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成10件（高知市内5件、四万十市2件、四万十町3件） ○空き店舗への出店補助制度の新設（土佐市・四万十市） 【平成23年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成5件（高知市4件、安芸市1件） ○空き店舗への出店支援制度の新設（安芸市）
<p>＜商店街の振興＞</p> <p>◆消費者ニーズに応じた商業の展開・促進【再掲】</p>		<p>商工業分野 戦略の柱「1 外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1 地域経済に貢献する商業の活性化」 施策「1 商業振興」に掲載</p>	
<p>◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり</p> <p>商工団体らが取り組む商業の活性化事業を支援することにより、商店の利用者である住民に受け入れられ、安定・継続して利用される商店街を目指す。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・商工団体等が行う商業の活性化事業及び地域生活者の利便性の確保を図る取組みを支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・こうち産業振興支援事業として商店街等が取り組む振興事業（イベント等）への助成を実施 【平成21年度】 ・イベント等の事業実施団体への助成12件（安芸市1件、高知市7件、四万十市1件、中芸地区1件、香南市1件、土佐市1件） 【平成22年度】 ・イベント等の事業実施団体への助成7件（安芸市1件、四万十市1件、高知市3件、香南市1件、南国市1件） 【平成23年度】 ・イベント等の事業実施団体への助成7件（香南市1件、香美市1件、土佐市1件、高知市3件、四万十市1件） 【各事業実施による商店街等の活性化】 ・イベントによる来街者の増加 ・マスコミ線道による地域PR ・地域資源の見直しと活用
<p>◆商店街の機能向上支援</p> <p>商店街の空き店舗を活用した新規出店や産直・アンテナショップ等の設置を支援することにより、商店街の活性化を図る。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・商店街等の空き店舗への出店を支援 ・チャレンジショップ事業実施の意向のあった商店街振興組合等への説明会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・空店舗対策事業 こうち産業振興支援事業として商店街等の空き店舗への出店者に対して助成を実施 ○高知市内での空き店舗への出店者に対する助成5件 ○空き店舗への出店補助制度の新設（中土佐町1件） 【平成22年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成10件（高知市内5件、四万十市2件、四万十町3件） 【平成23年度】 ○商店街等での空き店舗への出店者に対する助成4件（高知市内3件、安芸市1件） チャレンジショップ事業 ふるさと雇用再生チャレンジショップ事業として、商店街の空き店舗を活用して、新規創業者や業態転換を行うチャレンジャーが出店できるチャレンジショップを開設する商店街振興組合等への委託事業を実施 【平成23年度】 ○3団体を委託先として決定（高知市1件、四万十市1件、四万十町1件）
<p>◆商店街の環境対応への支援</p> <p>商工団体らが取り組む商業の活性化事業を支援することにより、商店の利用者である住民に受け入れられ、安定・継続して利用される商店街を目指す。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・商工団体等が行う商業の活性化事業及び地域生活者の利便性の確保を図る取組みを支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・こうち産業振興支援事業 【平成21年度】 交付決定12件（安芸市1件、高知市7件、四万十市1件、中芸地区1件、香南市1件、土佐市1件） 【平成22年度】 ○交付決定7件（安芸市1件、四万十市1件、高知市3件、香南市1件、南国市1件） ・交付決定2件（香南市1件、香美市1件） 【各事業実施による商店街等の活性化】 ・イベントによる来街者の増加 ・マスコミ線道による地域PR ・地域資源の見直しと活用

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
		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。 事業者ニーズに応じたアドバイザーの派遣を行い、指導内容に応じた人材が育成されつつあり、新たな商品の開発や販路開拓、事業者メンバー内の意識共有等につながっている。	A	生産性の向上や販路拡大につなげていくため、引き継ぎ課題やニーズに応じたアドバイザー派遣を行うとともに、課題の発掘やフォローアップを実施し、事業者が課題やニーズに対応したノウハウを習得できるよう支援する。
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	H23: 15.0%	・平成22・23年度において、空き店舗率の改善が図られた。 景気が回復基調にあっ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・四万十市以外の商店街では、依然として増加基調が続いている。 ・平成22年度には高知市以外の四万十町、四万十市で、平成23年度には安芸市での助成も実施できた。 ・県の空き店舗対策事業の実施に伴い、空き店舗への出店補助制度を策定する市町村が増加した。 (H21中土佐町、H22土佐市、四万十市、H23安芸市)	A	「◆商店街の機能向上支援」に移行
			-	
・活性化に前向きに取り組む商店街では、個々の商店の魅力が向上し、売上げが増加 ・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	H23: 15.0%	・平成23年6月において、歩行者通行量の一定の改善が図られた。 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、龍馬伝効果や高運1,000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。 ・しかし、高運1,000円の終了や、観光客の入込が落ち込む12月期には例年並みに落ち込んだことから、更なる集客策の展開と、中心商店街周辺の観光資源などを活用したPRが必要と考える。 ・イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、店の売上には大きな変化が見られない状況である。	A	○こうち商業振興支援事業 【制度の周知への取り組み】 利用実績のない市町村等での事業実施に向けた取り組み ・HPによる情報発信及び、商店街組合・市町村・商工会・商工会議所などの関係機関に要綱等を送付し、制度の周知を図る。 ・県商店街振興組合総会での制度説明、商工会連合会の経営指導員研修での制度周知
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 ・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	H23: 15.0% H23.6: 休日66,049人 H23.12: 休日54,446人	空き店舗対策事業 ・平成22年度において、空き店舗率の改善が図られた。 景気が回復基調にあっ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・四万十市以外の商店街では、依然として増加基調が続いている。 ・平成22年度には四万十町、四万十市で、平成23年度には安芸市での助成も実施できた。 ・県の空き店舗対策事業の実施に伴い、空き店舗への出店補助制度を策定する市町村が増加した。 (H21中土佐町、H22土佐市、四万十市、H23安芸市) チャレンジショップ事業 ・県内の商店街振興組合、商工会体や市町村に対し、意向調査を実施、事業実施の意向のある8団体に対し説明を行い、そのうち3団体より事業提案書の提出があり、3団体を委託先として決定、平成24年3月1日に、高知市・四万十市・四万十町でチャレンジショップがオープン(チャレンジャー8名)することができた。	A	○こうち商業振興支援事業 【制度の周知への取り組み】 利用実績のない市町村等での事業実施に向けた取り組み ・HPによる情報発信及び、商店街組合・市町村・商工会・商工会議所などの関係機関に要綱等を送付し、制度の周知を図る。 ・県商店街振興組合総会での制度説明、商工会連合会の経営指導員研修での制度周知 ○チャレンジショップ事業 【チャレンジャーの育成及び運営に関する支援】 チャレンジャーによる空き店舗への出店を支援するとともに、効果的なショップの運営に向けた指導・助言を行う。 ・運営会議への参加 現チャレンジャーの状況及び次期チャレンジャーの募集、ショップのPR等の検討・実施 ・出店に向けた支援 ショップの運営主体と連携し、チャレンジャーへの空き店舗物件の紹介等 ※新規出店の際は、こうち商業振興支援事業の空き店舗改装補助を活用し、支援していく。
		・平成23年6月において、歩行者通行量の一定の改善が図られた。 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、龍馬伝効果や高運1,000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。 ・イベントの実施時には、一定の集客はあるものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保など、店の売上には繋がっていない状況である。	A	○こうち商業振興支援事業 【制度の周知への取り組み】 利用実績のない市町村等での事業実施に向けた取り組み ・HPによる情報発信及び、商店街組合・市町村・商工会・商工会議所などの関係機関に要綱等を送付し、制度の周知を図る。 ・県商店街振興組合総会での制度説明、商工会連合会の経営指導員研修での制度周知

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱	取組方針		
施策			
	<p>これからの対策</p> <p>◆中心商店街の活性化 中心市街地活性化基本計画を策定し、これから商店街の活性化に取り組んでいこうとする市町村と連携し、協議会にオブザーバーとして参加していく。</p> <p>◆観光との連携による地域商業の活性化 「商店街は観光資源」といった発想にたち、商工団体等が商店街に人を呼び込むための事業を支援し、商店街の活性化を図る。</p>	<p>・高知市中心市街地活性化基本計画検討委員会、高知市中心市街地活性化協議会への参加</p> <p>・商工団体等が行う商業の活性化事業及び地域生活者の利便性の確保を図る取組みを支援</p>	<p>【平成21年度】 ・高知市中心市街地活性化基本計画検討委員会への参加（1回） 【平成22年度】 ・高知市中心市街地活性化基本計画検討委員会への参加（1回） ・高知市中心市街地活性化協議会への参加（1回） 【平成23年度】 ・高知市中心市街地活性化協議会・活性化基本計画検討委員会への参加（3回）</p> <p>【平成21年度】 ○交付決定2件（OBIBURA MAPなど高知市で2件） 【平成22年度】 ・東西軸エリアを念頭に置いたマップの作成の検討。 【平成23年度】 ○交付決定2件（OBIBURA kids TOWNなど高知市で2件）</p>
2 産業人材の育成			
1 県内産業界が求める人材の育成と確保			
	<p>・産業人材の育成と確保</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>企業実習や企業研修等を通じた学校と産業界、企業との連携強化</p> <p>◆職業理解のための体験等の取り組みと学校の連携による情報発信</p> <p>企業実習や企業研修等を通じた学校と産業界、企業との連携強化</p> <p>◆若年者への県内企業への就職促進</p> <p>ジョブカフェの機能強化と自立支援機関や国との連携による就職促進</p>	<p>○地域産業担い手人材育成事業 ・専門科目を有する公立高校23校を対象とし、 ①生徒の企業実習 ②企業の技術者による技術指導 ③教員等の企業での研修 ④生徒と企業との共同研究の事業を実施した。 ・担い手人材育成コーディネーターを配置し、実施校の拡大に努めた。</p> <p>○ふるさと再生キャリア教育推進事業 ・地域産業担い手人材育成事業と大学生のインターンシップを促進するため、これらの事業の取組を紹介するHP「まなともネット」の管理運営、実習受け入れ協力企業の開拓、取組事例集の作成を行った。 ・事例集の発行 高校生向け、大学生向け 各1000部</p> <p>・一次産業、介護・福祉分野の職業の理解を深めるため、実習先やインターンシップの受け入れ先の情報収集を行い、教員や高校生に対して直接情報提供をすることにも、HP「まなともネット」で情報の提供を行った。</p>	<p>○地域産業担い手人材育成事業 ・平成21年度実績 事業実施校 15校 ①企業実習 10校、生徒133名 ②技術指導 8校、生徒335名 ③教員研修 3校、教員 3名 ④共同研究 6校、生徒 78名</p> <p>・平成22年度実績 事業実施校 17校 ①企業実習 12校、生徒149名 ②技術指導 10校、生徒429名 ③教員研修 3校、教員 3名 ④共同研究 6校、生徒 53名</p> <p>・平成23年度実績 事業実施校 21校 ①企業実習 15校、生徒234名 ②技術指導 11校、生徒441名 ③教員研修 3校、教員 5名 ④共同研究 6校、生徒 62名</p> <p>・平成20年度の実実施校9校から参加校、参加生徒数は順調に増加している。</p> <p>○ふるさと再生キャリア教育推進事業 ・受け入れ協力企業の開拓 141事業所（H22.3月末）→448事業所（H24.3月末）</p> <p>H22年度、新たに43の受け入れ可能な事業所を開拓した 介護福祉分野事業所 16 農業分野事業所 4 林業分野事業所 20 水産業分野事業所 3</p> <p>・平成21年度実績 就職者数 785人 ・来所者数 16,318人 ・相談者数 8,283人 ・学校出張相談 59校 参加2,118人 ・就職セミナー 参加822人 ・しごと体験講習 受講358人 採用222人</p> <p>・平成22年度実績 就職者数 894人 ・来所者数 17,461人 ・相談者数 8,283人 ・学校出張相談 60校 参加2,920人 ・就職セミナー 参加1,497人 ・しごと体験講習 受講411人 採用248人</p> <p>・平成23年度実績 就職者数 959人 ・来所者数 19,425人 ・相談者数 9,342人 ・学校出張講座 79校 参加2,849人 ・就職セミナー 参加1,356人 ・しごと体験講習 受講394人 採用247人</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SAB C 評 価	
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 中心市街地活性化計画検討委員会や協議会への参加を通じて、商店街の活性化に向けた事業のあり方や、平成24年度の画への申請に向け議論が深められている。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり」に移行引き続き、中心市街地活性化基本計画を策定し、これから商店街の活性化に取り組んでいこうとする市町村と連携し、協議会等にオブザーバーとして参加していく。 また、計画に位置付けられている事業の円滑な実施に向け、当該市町村と連携して取り組んでいく。
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 平成23年6月期において、歩行者通行量の一定の改善が図られた。 ・ 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、観音効果や高連1,000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。 ・ しかし、高連1,000円の終了や、観光客の入込が落ち込む12月期には例年加みに落ち込んだことから、更なる集客策の展開と、中心商店街周辺の観光資源などを活用したPRが必要と考えられる。 ・ マップを作成・配布することにより、高知市中心商店街の情報発信ができた。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ◆人を呼び込む賑わいの仕組みづくり」に移行 ・ こうち商業振興支援事業を活用し、賑わい創出に向けたイベントへの支援を行うとともに、事業の更なる拡大に向け、企業や団体との連携を進めていく。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展 ・ 高校生の県内就職割合 48% ↓ 60% 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高校生の県内就職割合 (H23年度末) 58.5% 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産業界、教育界、行政の連携の仕組みができ、取組が広がり、実施学校、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。 【参考：事業実施後のアンケート結果】 以下のとおり、参加生徒のみならず、参加機関からも事業内容について高い評価をいただいている。 ・ 参加生徒は、99%以上が「良かった」と回答している。 自由意見には、「高知の企業の良さを知った」「仕事の大変さや辛さがわかった」「自分と年齢の近い人が社会人として働いているところが見られて刺激になった」という意見があった。 ・ 教員は、97%が「生徒は企業や地域のニーズが理解できた」と回答している。 自由意見には、「地域が抱える課題が理解できた」「専門的な知識や次の大切さが理解できた」という意見があった。 ・ 企業は、90%が「事業を続けた方がよい」と回答している。 自由意見には、「人を教えることで自分たちの仕事を再確認でき、(社員)自己啓発に繋がった」、「短い期間ではあるが、企業の良い面、悪い面を知ってもらい、ミスマッチを防ぐ効果がある」という意見があった。 	A	<ul style="list-style-type: none"> ○産業界、行政、学校との連携強化とすそ野の拡大 ・ 企業実習等の実施校の拡大と参加生徒の増 ・ 県内企業への理解促進の取組を行う私立学校等の増
一次産業、福祉・介護分野の職業理解が進む		<ul style="list-style-type: none"> ・ 高校生の実習を受け入れることや体験セミナー(H23~)の実施により、高校生の職業理解が深まり、担い手確保につながるという効果が事業所側にも広がっている 	A	<ul style="list-style-type: none"> ○介護・福祉、一次産業分野に対する職業理解の促進 ・ 庁内各課と連携した、体験セミナーや職業体験機会の拡充
<ul style="list-style-type: none"> ・ ジョブカフェこうち利用者の就職者数 H19: 385人(年間) ↓ H23: 800人(年間) 	就職者数959人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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、しごと体験講習、キャリアコンサルタントによる職業相談、及び一次産業や介護福祉分野の体験型セミナーの実施等のジョブカフェの事業の実施や、併設ハローワークとの連携が効果を上げている。 ・ 緊急雇用創出臨時特別基金を活用したジョブカフェ広報員を本別に5ヵ月、幅多サテライトに10ヵ月配置することで、ジョブカフェ事業の認知度の向上に繋がった。 	S	<ul style="list-style-type: none"> ○若年者の就職促進のためのジョブカフェの機能強化 ・ しごと体験講習者の正採用率の向上 ・ 相談者増のためのPRの工夫 ・ 幅多サテライトの機能の充実(開所日、場所、体制等)

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		戦略の柱	戦略の柱																						
取組方針			取組方針	施策																					
施策																									
		取組方針	施策	取組方針	施策																				
			<p>これからの対策</p> <p>◆市町村が行う地域密着型の人材育成の取組を支援 ○新パッケージ事業</p> <p>国の事業である地域雇用創造推進事業への市町村の取組を促進することで、市町村が行う地域密着型の人材育成事業を支援する。</p> <p>【地域雇用創造推進事業：新パッケージ事業】雇用機会が少ない地域で、人材育成や就職を促進する事業等雇用機会を増やす事業。</p> <p>【地域雇用創造実現事業：パッケージ関連事業】新パッケージ事業で育成した人材を活用し、さらに地域の雇用機会を増やす効果が見込める事業。</p>	<p>〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕</p> <p>・国が市町村協議会に委託して実施する事業である。県としては高知県全体の取組みを視野に入れ、市町村の事業構想の策定を支援し、要請があった場合、高知労働局の地域雇用戦略チームに参加する。</p>	<p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p> <p>H21 新パッケージ事業：5市町 実現事業：4市町</p> <p>H22 新パッケージ事業：2市町 実現事業：1町</p> <p>H23 新パッケージ事業：1市 実現事業：1町</p>																				
		◆在職者訓練の充実	<p>企業が在職者の自発的な職業能力の向上のための研修を実施するなど、企業の行う人材育成を支援する。また、技術、技能の向上を図るため、事業主団体等が実施する訓練への支援や、県立高等技術学校での訓練を実施する。</p>	<p>①企業が行う研修支援 企業が在職者に自らの職業能力を知らせ、その能力を高めるため、自己理解や自己啓発をはかる研修を、研修を受講する機会のない従業員や入社後1～3年目の従業員等を対象として、高知市と四万十市において合計8回実施する(業合型研修)。</p> <p>②事業主団体による在職者訓練(認定職業訓練) 事業主団体が行う訓練に対し、助成金を出すことにより訓練の支援を行う。</p> <p>③高等技術学校における在職者訓練 高知高等技術学校において、在職者に対する訓練を実施することにより、技能の向上を図る。</p>	<p>H21 H22 H23</p> <p>① 業合型研修 - 8回(132人) 8回(229人) 講師派遣 - 10回(213人) 13回(266人)</p> <p>② (長期) 23-7(7人) 13-7(11人) 13-7(8人) (23年:土木システム工学科) (短期) 33-7(36人) 43-7(46人) 53-7(34人) 23年 実施試験対策土木施工管理士 1級土木施工管理士、建築塗装士 建築板金技能検定事前講習 板金科1級技能士コース</p> <p>③ 県内技能者のレベル向上(溶接、配管) 53-7(50人) 83-7(51人) 93-7(43人)</p>																				
		◆工業技術センター等との連携による技術研修(工業技術センター)	<p>商工業分野 戦略の柱「1外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(1)ものづくり企業の強化①地産産業の振興」 「◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成」に掲載</p>																						
		◆工業技術センター等との連携による技術研修(紙産業技術センター)	<p>商工業分野 戦略の柱「1外貨を稼ぐ商工業」 取組方針「1地域経済を牽引する工業の活性化」 施策「(1)ものづくり企業の強化①地産産業の振興」 「◆機械・金属、紙産業、食品加工企業等に対する技術人材の育成」に掲載</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>・県内出身の県外大学生へ高知で働く魅力の情報発信と就職情報をダイレクトメールで送付(約2,600人)</p> <p>・東京・大阪で開催される大学生の就職相談会でUターン就職をPR(4回参加)</p> <p>・県内で開催される県外大学保護者会へ出席し、Uターン就職をPR(6大学参加)</p> <p>・県内全高校3年生及び県内出身大学生に対して、Uターン情報を載せたカードを配布し、県のポータルサイト「高知で暮らす」への登録を呼び掛け(13,000枚配布)</p> <p>・企業ガイドブックへUターン就職PRの広告掲載(2誌 36,000部)</p> <p>・東京・大阪・名古屋で開催されるU・Iターン就職相談会に大学生ブースを設置し相談に対応(H23～)</p>	<p>H22年度実績</p> <p>・県外で開催される就職相談会への参加(4回 高知県出身参加学生数 286名 *うち約3割がダイレクトメールによる参加)</p> <p>・県外大学保護者会への参加(6大学 参加保護者数 187名)</p> <p>H23年度実績</p> <p>・県外で開催される就職相談会への参加(4回 高知県出身参加学生数 212名)</p> <p>・県外大学保護者会への参加(6大学 参加保護者数 174名)</p>																					
		◆移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化	<p>・企業における専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の確保のために「高知県U・Iターン人材システム」を活用した県内就職支援を実施。</p> <p>・地域づくり支援課の「移住・就業支援システム」とデータベースの共有化を図り、システムを利用する求職者の利便性を向上させた。</p> <p>・緊急雇用創出臨時特別基金を活用してU・Iターン求人企業開拓員を配置して、求人企業を開拓した。</p> <p>・高知県U・Iターン就職相談会で「高知県U・Iターン人材情報システム」への登録の呼び掛けを行った。</p>	<p>〔 人材情報システム 〕</p> <p>・新規登録求人企業数と新規登録求職者数</p> <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>H22</td> <td>H23</td> </tr> <tr> <td>30社</td> <td>80社</td> <td>59社</td> </tr> <tr> <td>64人</td> <td>186人</td> <td>266人</td> </tr> </table> <p>うち移住就業支援システムからの登録が H22 76人 H23 72人あり、 求職者数の増加に繋がっている。</p> <p>・就職者数</p> <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>H22</td> <td>H23</td> </tr> <tr> <td>15人</td> <td>17人</td> <td>19人</td> </tr> </table> <p>・企業開拓員訪問企業数 (うち年度内に登録があった企業数)</p> <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>1,002社 (21社)</td> </tr> <tr> <td>H22</td> <td>1,106社 (50社)</td> </tr> <tr> <td>H23</td> <td>1,700社 (59社)</td> </tr> </table> <p>・U・Iターン就職相談会参加者 H21 127人 H22 162人 H23 185人</p>	H21	H22	H23	30社	80社	59社	64人	186人	266人	H21	H22	H23	15人	17人	19人	H21	1,002社 (21社)	H22	1,106社 (50社)	H23	1,700社 (59社)
H21	H22	H23																							
30社	80社	59社																							
64人	186人	266人																							
H21	H22	H23																							
15人	17人	19人																							
H21	1,002社 (21社)																								
H22	1,106社 (50社)																								
H23	1,700社 (59社)																								

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
新パッケージ事業実施 市町村数 H20: 8 (累計) ↓ H23: 16 (累計) 計画当初は15を 目標としていた が、実施市町の 拡がりを見込み、 H23年度途中に 16に変更	H23: 16 (累計)	・これまでの3年間に新パッケージ事業の構想策定を県が支援してきたこともあり、累計16市町において、市町村主体の地域密着型の雇用促進の取組みが進んでいる。	S	○地域に密着した雇用対策の取組みは、これまでの新パッケージ事業の実施により、市町村が主体的に取組む体制が整ってきており、県による進捗管理（第2期計画への反映）からは除くこととする。なお、県として、市町村が地域の特性を活かし、創職工夫を凝らして雇用を生み出していく取組みを引き続き側面支援することで、県全体の底上げを図っていく。
① 受講者数 500人 ② 技能検定受検者数 H20: 885人(年間) ↓ H23: 950人(年間)	① 受講者数 495人 ② 技能検定受検者数 700人	① 集成型研修は、四万十市は定員を下回ったものの、高知市は3回とも定員を超過した。また、講師派遣についても10社の計画枠を超える27社の応募があった。一回あたりの受講者数に多少はあったが、総枠でも想定数を上回るなど、研修に対する企業ニーズはある。また、修了後のアンケートは満足度の高い結果となっており、自社で新たな研修企画を行う企業もあり、企業における人材育成のきっかけ作りにつながった。 ② 企業の厳しい経営環境等により、長期訓練については、従業員を長期間参加させることが難しい状況等から、訓練を休止、又は休止する団体が相次ぎ、短期訓練についても受講生が集まらないことから中止となるコースが出る等、受講者の減少が続いている。また、技能検定受検者の数も減少している。 ③ 企業ニーズに沿った内容で訓練を実施し技能検定に合格させるなど、受講者の質的な技能向上に繋がっている。	A	○中小企業単独では実施困難であるOJT以外の研修の支援 ・集成型研修・講師派遣型研修の拡充 ○県内企業の技術力向上に向けた企業在籍者の訓練の強化 ・企業の新入社員を対象とした基礎的技術を身に付ける長期間訓練の実施 ・溶接関連の訓練の拡充 ・企業ニーズに応じた「オーダーメイド型訓練」の実施 ○質の高い訓練を実施のための職業訓練指導員の資質・指導力の向上 ・職業能力開発大学の研修への参加や他県の職業能力開発校における研修の実施
			-	
			-	
産業界、行政、教育界の連携の強化により企業が求める人材供給が進展		・本県出身の県外大学生等に、ダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出展、県外大学保護者会への参加など、本県の魅力や県内企業情報を周知した。 ・県外大学生等に高知の魅力を発信したり、就職情報の提供ができた。	A	○本県出身の県外大学生や保護者への情報提供のチャンネルの増加と確実性の向上 ・県内出身者が多い大学との就職支援協定の締結（立命館大学）、及び実施状況の検証を通じた他大学への波及の検討 ○本県出身の県外大学生等のU・Iターンの詳細データの収集の検討（県と労働局の一体的実施）
		・「高知県U・Iターン人材システム」と地域づくり支援課の「移住・就業支援システム」とのデータベースの共有化を図ったことにより、求職者の登録の利便性が向上し、求職者の登録数が増加している。 ・また、緊急雇用創出臨時特別基金を活用したU・Iターン求人企業開拓員の企業訪問により、求人企業の登録数も伸びている。	A	○U・Iターン就職マッチングを促進するための求人・求職数増を図る取組み ・U・Iターン求職者の希望する職種の企業開拓 ・無料職業紹介対象企業の拡大 ・U・Iターン就職相談会の拡充

◎商工業

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策 ◆就職支援情報 ○「高知しごとネット」 専用ポータルサイトを設置して関係機関とのリンク強化等、情報の円滑な提供により求人求職情報の利便性の向上を図る		・ポータルサイト「高知しごとネット」を開設し、求職者等に対して職業紹介所や就職相談機関、職業訓練機関、また就職相談会等の情報提供を実施	・アクセス件数 H21 31,442件 H22 30,601件 H23 27,784件 ・掲載機関 H23 延べ111件掲載 ・新着情報（就職相談会等の情報掲載） H21 54件 H22 68件 H23 52件
3 就労の場づくり			
1 建設業の新分野進出の実現			
・建設業の新分野進出 ◆地域毎の新分野進出支援体制の構築 ◆個別経営指導の充実 ◆進出支援措置の充実 ◆情報提供の充実 建設業の持つ能力を生かして、農林業や介護・福祉など、これから本県の成長を支える新たな分野へ進出し、地域で働く場を確保するため、支援体制を総合的に整備する。		・平成22年5月に財団法人高知県産業振興センターに「建設業新分野進出アドバイザー」を1名配置し、企業の個別訪問によるニーズ把握や、新分野進出を希望する企業に対する助言を行った。 ・県内7ヶ所の「地域産業振興監」オフィスを地域の窓口として位置付け、地域での相談体制を整備した。 ・「建設業の新分野進出事例集」を平成21年度末に作成し、県内企業で新分野進出を果たした身近な事例を示すことで、取組の促進を行った。（1,500部） ・県内7地域で新分野進出説明会・セミナーを実施し、新分野進出を行った県内企業経営者の講演や県などの施設説明を行った。 ・平成22年度に「建設業新分野進出実態調査」を実施した。 ・地域の建設事業者と農林業者等とのマッチングを促進する「高知県建設業支援協議会運営事業費補助金」を実施した。 ・新分野進出のリスクを軽減し、成功事例を生み出すために「高知県建設業新分野進出支援事業費補助金」を創設した。 ・平成23年4月に国土交通省と「建設業のための経営戦略アドバイザー」事業に関するパートナー契約を締結し、専門的なアドバイスをいただく体制整備を行った。	・建設業新分野進出アドバイザーが個別企業訪問を行い、企業のニーズ把握や個別相談に取組した助言を行った。（H22実績：60社・63回、H23実績：113社・202回） ・新分野進出説明会・セミナーの参加者（H22実績） 4会場（高知・安芸・高幡・幡多）で開催 合計：88社・207名の参加（対21年度比60%増） （H23実績） 4会場（高知・安芸・高幡・幡多）で開催 合計：81社・152名の参加（対21年度比47%増） ・説明会・セミナーにおける個別相談企業数（H22実績：12社、H23実績：11社） ・実態調査（H23.3） アンケート発送：1542社 回収：1227社 新分野進出済み企業数：160社 進出意欲があり具体的に検討中：60社 進出意欲はあるがどうすればいいかわからない：189社 ・「高知県建設業新分野進出支援事業費補助金」の採択：7件

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 第2期計画に反映した内容を記載(◆は今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになったもの)
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
		<p>「高知しごとネット」の開設から若干の減少はあるが、一定のアクセス件数は維持しており、求職者等に対する就職支援情報の提供ができています。</p>	A	<p>・求職者等に対する各種就職支援情報の一括した提供を通じ、利便性の向上という効果は挙げていることから事業は継続するが、「高知しごとネット」へのアクセス件数等自体はアウトカム(県内就職者数等)につなげるための手段の一つであることから、第2期計画からは除外した。</p>
<p>・支援体制の構築と進出を促進する環境づくりによる新分野進出事例の拡大</p> <p>・建設業の新分野進出数 H20: 75社(累計) ↓ H23: 174社(累計)</p>	187社	<p>・建設業新分野進出アドバイザーを1名配置したことで、県内の様々な建設事業者の新分野進出に関するニーズの把握につながり、個別の相談に対するフォローアップが可能となった。</p> <p>・新分野進出説明会・セミナーの参加については、各地域の建設業協会との打ち合わせを行い、先方のニーズに対応することで、参加者を増加させることができた。</p> <p>・また、新分野進出事業や実態調査結果を各企業に配布することで、新分野進出を検討する参考となり、きっかけづくりとなっている。</p> <p>・建設業新分野進出実態調査を行うことで、建設業の新分野進出に関する意識や課題、現在の支援策に対する評価を得ることができた。</p> <p>・特に、調査で3年以内に新分野進出を希望する企業については、企業訪問を実施し、具体的な支援を行うことができています。</p>	A	<p>○企業訪問、説明会等を通じた情報提供</p> <p>・新分野進出アドバイザー等による個別訪問、地域の相談窓口、セミナーを通じた進出事業などの情報提供に加え、新たに実践的な検討を進めていくための取組として、先進事例の見学会や少人数の勉強会を実施することとした。</p> <p>○支援事業の実施</p> <p>・個別企業訪問等による建設業経営革新支援事業への応募案件の掘り起こしを行い、事業を活用した取組の実現を図る。</p> <p>・新分野進出のリスクを軽減し、新分野進出の加速化を図るため、建設事業者が計画する新分野事業の実現可能性調査の実施に係る経費への支援について、平成24年度からは、高知県産業振興センターの「こうろ産業振興基金事業」の中に組み込み、新たに補助率を1/2から2/3に拡充して実施することとした。</p> <p>○取組企業へのフォローアップ</p> <p>・個別訪問してきた企業や建設業経営革新事業等で支援をしてきた企業について、各企業の状況に応じて、多部門との連携を更に深めながら、フォローアップの充実を図ることとした。</p>

◎観光分野

産業成長戦略（専門分野） 戦略の柱 取組方針 施策 これからの対策	具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
《観光》		
1 滞在型・体験型観光の推進		
<p>1 効果的な観光PR、プロモーション活動の展開</p> <p>◆「龍馬伝」を活かしたPR、プロモーション活動の展開 ◆PR戦略づくり等にあたっての専門家（アドバイザー）の活用【再掲】</p> <p>「土佐・龍馬であい博」や「志国高知 龍馬ふるさと博」のプロモーション活動を積極的に展開することにより、高知県全体の観光振興につなげる。</p> <p>◆ポスト「龍馬博」を見据えた観光PR・イメージ戦略の確立 ◆観光PR・イメージ戦略に基づくPR、プロモーション活動の展開</p> <p>観光プロモーション戦略（仮称）を策定し、コンセプト、ターゲットを明確にした情報発信を展開することで、効果的な県外観光客の誘致につなげる。</p> <p>◆フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致</p> <p>県内における映画、テレビ番組及びCMのロケーション撮影の誘致を促進することにより、本県経済の活性化を図るとともに、当該映画等の映像を通じて本県の観光資源の紹介及びイメージアップを図り、本県の知名度の向上及び本県への観光誘致につなげる</p>	<p>●「土佐・龍馬であい博」の開催 国民一体となった土佐・龍馬であい博推進協議会を設置し、様々なPRを展開。 ・イメージキャラクター、ロゴを活用したPR ・旅行会社、メディアへのセールス活動 ・ラッピングバス、ラッピング列車等企业とタイアップした広報活動 ・公式ガイドブック(5版 65万部)、トサコレ(123プラン 69万部)などの発行</p> <p>●「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催 土佐・龍馬であい博終了後の観光振興策を検討するため、ポスト龍馬博推進委員会、ポスト龍馬博PT等で検討を重ね、「志国高知 龍馬ふるさと博」の開催が決定。 龍馬博のノウハウを活用しながら、ガイドブックの充実、旅行会社へのセールス活動、街頭宣伝のキャラバン隊派遣、インターネットなどの広報、広告活動を強化。</p> <p>●西川りゅうじん氏を「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」の総合アドバイザーとして迎え、博覧会をプロデュース。</p> <p>・旅行会社へのプロモーションツール観光商品素材集を作成(H22.10.H23.4) ・BS放送を活用した高知県情報の発信(にじゅんと土佐派 H21.12～計8回) ・よさこい祭りを通じた高知県のPR(原宿スーパーよさこい、名古屋にっぽんど真ん中祭り、福岡くこいアジア祭り) ・本県のイメージアップを図る高知県総合観光パンフレット「ゆるり」発行(年4回)</p> <p>・フィルムコミッションに専任職員を配置(ふるさと雇用2名 H21年度～1名、H22年度～1名) ・県内ロケに対する補助制度の導入</p>	<p>●土佐・龍馬であい博(H22.1.16～H23.1.10) ・文芸春秋社、主婦の友社などへ特集記事が掲載 ・龍馬博が掲載された旅行商品が多数造成 ・龍馬博4社中合計で92万人以上の入館者を達成 ・H22県外観光客入込数が435万人以上を達成</p> <p>●龍馬ふるさと博(H23.3.5～H24.3.31) ・機内誌への特集記事掲載 ・接合機 ANA 320万人、JAL 300万人 ・龍馬プールの盛り上げりを継続する入込みを記録 H23県外観光客入込数388万人(現在の集計方法になってから、H22の435万人に次ぐ過去2番目の数字を達成)</p> <p>●西川りゅうじん氏の助言を取り入れたもの 会場、イベント名称の決定 書家柴舟氏の紹介 記事やニュースを重視した広報活動 など</p> <p>・龍馬博、ふるさと博やその他の観光地が掲載された旅行商品が多数造成。 ・BS放送後にホテル等の施設への問い合わせが多数あり。</p> <p>フィルムコミッションの支援事例 映画：「君が踊る、夏」、「バーマナント野ばら」、「毎日があささん」、「桐島、部活やめるってよ」 TV：「満天☆青空レストラン」など多数 BS：吉田類の酒場放浪記 JAL国際線で「君が踊る、夏」が機内放送</p>
2 県内の観光地を結ぶ交通手段の確保		
<p>◆周遊バスの運行体系の強化 ◆公共交通機関の利用促進</p> <p>高知市中心部の観光地を周遊するバスや、ガイド付観光バスを運行することで、観光客の周遊性を高める。</p> <p>◆観光ガイドタクシーを活用した周遊観光の推進</p> <p>タクシーを活用した周遊プランを実施することで、観光客の周遊性を高める。</p> <p>(その他)</p>	<p>●MY遊バス 土日祝のみの運行日を、H21.11から毎日運行・増便し、利便性を向上。H23.4からは、コースや料金体系を見直し、牧野植物園の往復券などを導入。</p> <p>●ガイド付き周遊観光バスの運行 ・土佐・龍馬であい博号(高知市中心部) ・龍馬ふるさと博号(高知市中心部) ・東海岸観光周遊バス(東部) ・しまんと・あしずり号(西部)</p> <p>・より専門性の高いワンランク上の観光知識を有する「こうち観光ガイドタクシー」の認定制度の導入。 ・認定を受けた運転手の顔写真入りパンフレットを作成 ・タクシープランの設定 駅・空港等基点 52コース 高知市内宿泊所起点 4コース</p>	<p>●MY遊バスの乗客者数 H22年度 52,136人(対前年度比で1.8倍以上) H23年度 50,567人</p> <p>●ガイド付き周遊観光バスの乗車数 ・土佐・龍馬であい博号 H22年度:2,028人 ・龍馬ふるさと博号 H23年度:1,354人 ・東海岸観光周遊バス H22年度:1,336人 ・しまんと・あしずり号 H23年度:262人 H22年度:446人 H23年度:1,481人</p> <p>こうち観光ガイドタクシー認定者 273人 タクシードライバーのサービス・マナーが向上 観光客の満足度(良い・非常に良い) H23 46% H22 46% H21 43% H20 44% H19 42%</p>
	<p>・GW及びお盆休み期間中の渋滞対策 ・桂浜周辺で特設及び臨時駐車場を確保し、無料シャトルバスで送迎 ・高速SA等で道路情報等の提供など臨時観光案内所開設 ・高知市中心部での民間駐車場への案内・臨時駐車場の開設 ・高知市中心部の駐車場マップを作成、配布</p>	<p>桂浜周辺や高知市中心部の渋滞緩和 桂浜駐車場+臨時駐車場受入台数(4/29～5/6) H22(土佐・龍馬であい博) 31,279台 H23(志国高知 龍馬ふるさと博) 24,504台</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの扱扱)	SABC 評価	
				基本的には、第2期計画に反映した内容を記載してください。なお、今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになった場合は、行頭に◆をつけて記載してください
◆官民で本県観光の広報をはじめとする振興策の検討が行われる。 ◆官民による広報協力体制が確立される。		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、広告活動を行うことができた。また、こうした取り組みを通じて、地域の体験プログラムといった定番の観光地以外の観光資源を情報発信することができ、旅行商品化につなげることができた。	S	ふるさと博終了後は、限られた予算、人員で効果的にプロモーションを行っていくことが課題であることから、キャッチフレーズの活用、統一キャンペーンを実施するとともに、コンセプトとターゲットを明確にした広報セールス活動を展開する。
◆官民一体となった戦略に基づくターゲット別の効果的なPR、プロモーション活動が展開される。 ◆映画やテレビ等のロケを通じた高知県のイメージづくりと観光客の誘致		よさこい祭りを題材にした「君が噂する、夏」は、ほぼ全編が高知でロケが行われたこと、またJALが自主的に国際線の機内で放送されたことなど、よさこい祭りを通じて本県を国内外に幅広くPRできた。その他、本県出身作家の原作映画ロケや数多くのTV番組、CMに取り上げてもらったことにより情報発信することができた。	A	事業の活動実績等を踏まえ、より効果的なロケ誘致活動を進めていくため、フィルムコミッションの運営体制を見直すとともに、引き続き積極的な誘致活動を展開する。
◆観光ガイドタクシー制度が定着しつつあり、利用者が徐々に増大する ◆イベント開催時には、官民一体でMY遊バスなど臨時バスが運行される態勢が整う ◆一定のエリアについては、公共交通機関を利用した周遊観光が行えるように、住民生活と観光客に配慮した運行体系が整う		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。 タクシープランのコースを追加するなど、利便性の向上に努めたが、定着するに至っていない。 交通渋滞の発生を抑えることにより、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。	A B A	二次交通が弱い本県にとって、周遊バスの存在は重要な存在であるが、採算面等において課題がある。また、既存の路線バスの有効活用も検討していく必要がある。こうした課題を踏まえ、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を検討していく。 観光ガイドタクシーの利用促進に向けて、認知度の向上及びドライバーの質の向上を図る。 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。

◎観光分野

産業成長戦略（専門分野）			
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策		具体的な取組み	具体的な成果
		〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
3	<p>四国4県での受入態勢の整備、PR活動の展開</p> <p>◆四国観光の推進組織の体制強化 ◆旅行会社等とのタイアップによるレンタカープランの充実及びPR〔再掲〕</p> <p>四国4県と民間企業が参画する「四国ツーリズム創造機構（H21年発足）」が策定した「四国観光交流戦略」に基づき、四国の認知度向上や国内外の観光客の誘客活動などを行う。</p>	<p>●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 ・ANA誘遊四国キャンペーン（周遊バスプラン） ・JAL 麗らかキャンペーン（空港発着のレンタカー乗り捨てプラン）</p> <p>●優待特典制度の充実 四国4県の観光施設、宿泊施設、飲食店などの割引クーポンを冊子化した「四国で得するパスポート」を発行</p> <p>●首都圏、関西圏等で四国観光商談会を開催</p> <p>●全国主要都市の旅行会社へのセールス活動</p> <p>●国の事業を活用した海外旅行会社の招致（四国インバウンドフェアの開催など）</p> <p>●四国西南地域の重点的なPR活動 ・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</p>	<p>●航空会社とタイアップした四国周遊キャンペーン H22実績 ANA 15,745人 JAL 15,050人 H23実績 ANA 38,192人 JAL 14,557人</p> <p>●「四国で得するパスポート」発行実績 H21年 459施設掲載 27万部配布 H22年 521施設掲載 20万部配布 H23年 488施設掲載 20万部配布</p> <p>●セールス活動実績 平成22年度は延べ150社にセールスを展開 平成23年度は延べ179社にセールスを展開</p> <p>●「重点管地エリア構想」の成果 同構想が策定した「四国観光交流戦略」において、重点管地エリアとして四国西南地域を設定し、各種事業を展開したことにより、周遊観光バス「しまんと・あしずり号」を基軸として、轄多地域の魅力を全国に発信した。「しまんと・あしずり号」はJTB、日本旅行、J.R東海ツアーズ等のパンフレットに掲載された。平成23年度商品数は全65商品、パンフレット発行部数は総計で約460万部。</p>
4	<p>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</p> <p>◆「龍馬伝」を契機とした新たな観光戦略の展開 「龍馬伝」の放送を最大限に活かし、全県的な観光振興につなげる土佐・龍馬であい博を開催。</p> <p>また、「龍馬伝」終了後も龍馬ブームの盛り上げを継続するため「志国高知 龍馬ふるさと博」を開催。</p> <p>◆旅行の動機づけとなるイベント等の企画 高知県の強みをテーマにしたイベントを展開し、併せて季節ごとの特別イベントを打ち込むなど話題づくりを行うことで、観光客誘致を図る。</p>	<p>●土佐・龍馬であい博 ・大河ドラマ館を県下4箇所に設置 ・JR高知駅前に高知観光情報発信館「とさてらす」を設置し、メイン会場とあわせて高知県観光のエントランス機能と各地域への誘客を促進するコンシェルジュ機能を強化。</p> <p>●龍馬ふるさと博 ・JR高知駅前に観光拠点となる「こうち旅広場」を整備（「龍馬伝」幕末志士社中と三志士像の設置、とさてらすリニューアルなど） ・東西観光案内所の設置と、県内10箇所に地域観光コンシェルジュを配置し、県内の周遊をサポート。</p> <p>●土佐・龍馬であい博 高知まるごと体験メニュー（公認33事業）を展開 ・4社中スタンラリー、高知まるごとピンコdelラリーなどの周遊対策 ・龍馬ゆめ道場（20回）、文化企画展（21回） ・龍馬月間特別イベント、冬のキャンドルイベントの実施</p> <p>●龍馬ふるさと博 本県の魅力である4つテーマで「志の偉人伝」「花絵巻」「食まつり」「まるごと体験」の特別イベントを県下各地で開催。 ・こうち旅広場に3志士像を設置 ・高知城で季節ごとにお城祭りを開催 ・周遊スタンラリー「土佐の偉人と花巡り」実施 ・9/下旬～11/上旬 県内各地で「土佐の豊穣祭」開催</p>	<p>●土佐龍馬であい博 4社中合計で924,903人(会期360日) メイン会場 635,879人 安芸会場 113,017人 椿原会場 99,099人 清水会場 76,908人</p> <p>●主要観光施設の入込み状況 H22 4,190,046人(対前年比 165.6%) H23 2,823,749人(対前年比 67.3%、対前々年比 111.8%)</p> <p>●龍馬ふるさと博 「龍馬伝」幕末志士社中 (H23.7.9～H24.3.31) 137,575人</p> <p>●土佐龍馬であい博 ・4社中スタンラリー応募者 8,214人 ・ピンコdelラリー応募者 429人(814口)</p> <p>●龍馬ふるさと博 龍馬ブームの盛り上げを継続する入込みを記録 (H23.3.5～H24.3.31 393日間) 偉人伝ミュージアム10会場 438,424人(対前々年比 99%) 花絵巻4会場 302,761人(対前々年比 128%) 土佐の豊穣祭 高知市会場のうち、こうち旅広場、中央公園のみで、10/1(土)、2(日)の2日間だけで、約10万人を来客</p>
	<p>◆「花・人・土佐であい博」事業の継承と発展を支援 ◆400万人観光推進チームを設置し、地域資源を磨き上げ ◆（仮称）地域観光戦略会議を設置し、地域資源を磨き上げ ◆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 ◆滞在型・体験型観光推進の気運づくり ◆観光圏整備事業の導入実施</p> <p>地域が主体となって行うまち歩き観光や広域観光周遊ルートづくり、受入態勢づくり等を支援し、持続可能な魅力ある観光地づくりを実現する。</p>	<p>(1)地域の取り組み ・体験プログラムや修学旅行の誘致に実績のあるアドバイザー（体験教育企画代表 藤澤氏）を招致し、県下各地で講演やインストラクター研修を実施。</p> <p>(2)観光資源の磨き上げに関する補助事業 a)観光資源強化事業費補助金 b)着地型旅行商品開発促進事業費補助金 c)観光産業振興事業費補助金 d)観光施設等魅力向上事業費補助金</p> <p>(3)国の観光圏整備事業への対応(H21～) 轄多6市町村で官民協働で観光協議会が設立され、四万十・足摺エリア（轄多地域）観光圏整備事業を実施。国の補助金への県費の繰ぎ足しや、組織づくり担当チームによる支援を行う。</p>	<p>(1)地域の取り組み ・経済アドバイザー研修の参加者 H21～H22 13回 1411名 H23 7回 1233名 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た。 ・魚梁瀬森林鉄道遺跡ガイドツアーが商品化 1,000人以上が参加(H22実績) ・まち歩き、カヌー体験、地元の食材などを生かした体験プログラムが充実し、パンフレット等でPR 土佐・龍馬であい博 公認33事業 龍馬のふるさとまるごと体験 41事業 観光商品素材集にニューツーリズムに関する特集を掲載</p> <p>(2)補助事業の実績 a)市町村等が行う地域の観光資源の磨き上げ H21:21件、H22:9件 b)県外観光客向け着地型旅行商品パンフレット作成 H21:3件 c)地域の個性を活かした魅力ある観光地づくり H21:5件 d)観光施設等の修繕 H21:10市町村16事業</p> <p>(3)観光圏整備事業の実施 周遊バス「しまんと・あしずり号」のPRや首都圏での物産販売など、轄多地域の認知度向上を図る。 ※H23からは国の制度の見直しにより観光地域づくりプラットフォーム事業へ移行。</p>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 基本的には、第2期計画に反映した内容を記載してください。なお、今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになった場合は、行頭に◆をつけて記載してください
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SAB C 評 価	
◆四国観光立県推進協議会(現：四国ツーリズム創造機構)が組織再編され、官民一体となった組織で運営される ◆国際観光推進の機運が高まり、受入のための課題を克服する取組が進む ◆レンタカーの利用を促進するため、旅行会社等とのタイアップによるレンタカープランを充実させ、PRするとともに、観光カーナビ情報が充実され、誘客に寄与する		行政中心で組織されていた「四国立県推進協議会」では四国4県の平均的なPR等ならざるを得ない面があったが、官民一体となって設置された「四国ツーリズム創造機構」では事務局体制も強化され、観光幹路に「重点着地エリア」として四国西南地域を設定するなど、エリア均等意識にとらわれない施策を展開している。 また、航空会社とのタイアップにより、レンタカーを組み込んだ周遊型の旅行プランができてきた。	A	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活動を行っていく。
◆滞在型・体験型観光を実現するため、官民及び各地域が連携して推進する感度が整う ◆2010年の「龍馬伝」の放送を契機に、本県の入込客数が増える (H19:305万人→400万人)	H22 435万人 H23 388万人	「龍馬伝」4社中の入館客数が目標値65万人を大きく上回る92万人超となり、メイン会場に設置した「とさでらす」も入館客数が130万人を超え、県内各地の周遊に向けた提案を行うなど、設置の目的を果たした。 「ふるさと博」では「歴史」「花」「食」「体験」の4つのテーマを軸に、県外からの誘客と県内での周遊を進めてきた結果、現在の集計方法になってから、平成22年に次いで2番目となる388万人の入込客数を確保し、大河ドラマ終了による反動減を最小限に抑えることができた。 龍馬博、ふるさと博での特別イベントなど、話題性のある企画を展開するとともに、観光情報発信館「とさでらす」や広域観光案内所、地域観光コンシェルジュの設置など、観光客に県下各地を周遊してもらう仕組みが確立できた。	S	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充実するとともに、新たな誘客の目玉となるコンテンツや地域への周遊・滞在を促す取り組みを検討していく。
		「花・人・土佐であい博」で芽生え始めた地域の観光資源が、「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」の2つの博覧会を通じて、「土佐っ歩」など人気の体験メニューとして磨き上げられるとともに、新たに「仁淀川」や「室戸ジオパーク」のような地域の核となる観光地が誕生した。	A	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、庁内関係部署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。

◎観光分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
<p>◆広域観光周遊ルートづくりへの支援</p> <p>県内の優れた記念写真のスポットを選定し、周遊観光コースを造成するなど、新たな観光資源として県内外に情報発信することで、誘客や滞在時間の延長につなげる。</p>		<p>●草木茂採などの景観整備、観光案内板・誘導標識の整備、公共トイレの整備への補助金制度の導入。</p> <p>●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</p>	<p>●補助事業の実績</p> <ul style="list-style-type: none"> 草木茂採などの景観整備 <ul style="list-style-type: none"> H21:22市町村41箇所 H22:12市町村29箇所 H23:12市町村32箇所 観光案内板・誘導標識の整備 <ul style="list-style-type: none"> H21:25市町村215基 H22:14市町村44基 H23:15市町村54基 公共トイレの整備 <ul style="list-style-type: none"> H21:13市町村20箇所 <p>●フォトスポットの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 公募により100景を選定 HPでフォトライブラリーを公開 HPをリニューアル、マップを多言語で作成
<p>5 観光振興に寄与する人材の育成と活用</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【再掲】</p> <p>地域が自ら観光資源を磨き上げ、新たに事業を展開できるよう、地域をけん引する組織や、積極的に活動する人材が一同に集まる場をつくるなど側面的な支援を行う。</p> <p>◆観光ガイドの育成、充実</p> <p>高知県を訪れる観光客の皆様に、高知の持つ観光素材を気持ちよく楽しんでもらえるよう、観光ガイドの技術の研鑽と向上を図ることができる環境づくりに取り組む。</p>		<p>●講演アドバイザー研修の開催(H21~)</p> <p>●地域リーダーネットワーク会議の開催(H21:2回)</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(H23:1回)</p> <p>●観光分野に関する異業種交流会の開催(H22, 2回)</p> <p>●ガイド団体が実施する研修への助成。</p> <p>●観光ガイドセミナーの実施。</p>	<p>【参加者】</p> <ul style="list-style-type: none"> 講演アドバイザー研修 <ul style="list-style-type: none"> H21~H22 13回 1411名 H23 7回 1233名 観光地域リーダーネットワーク会議 40名 地域コーディネーター組織ネットワーク会議 40名 異業種交流会 H22.8 23名、H22.11 30名 <p>幅広い業種の方と観光に関する課題を共有できた。</p> <p>●観光ガイド団体の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> H20:15団体346人 ⇒ H23:28団体583人 無料ガイドから有料ガイドへの移行 <ul style="list-style-type: none"> H21:50% ⇒ H23:85.7% <p>●観光ガイド連絡協議会の設立(H23.3)</p> <p>土佐観光ボランティア協会を中心にガイド団体のネットワーク化が進む。</p>
<p>6 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立ち上げ支援及び組織強化</p> <p>広域ブロックごとに一泊以上滞在できる観光地づくりを実現するため、各地で新たな動きを見せはじめた広域観光の推進体制を支援し、地域が主体となって体験プログラムや目的地型旅行商品の開発、旅行会社へのプロモーション活動が行える仕組みを確立する。</p>		<p>●西部地域（轄多広域観光協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> 組織運営を支援する組織づくり担当チーフの配置 ふるさと雇用再生特別基金事業（7,000千円）により、事務局スタッフ2名雇い入れ 轄多広域観光協議会の法人化にかかる経費への助成（H21地域コーディネーター組織確立支援事業費補助金） 事務局長を専任で雇用 法人化にあたって轄多広域市町村国事務組合から「ふるさと基金」1億円を拠出(H22) <p>●東部地域</p> <ul style="list-style-type: none"> 東部交通がふるさと雇用を活用して設置したランドオペレーター(H22.6)を、東部観光担当チーフが育成を支援 <p>●共通</p> <ul style="list-style-type: none"> 講演アドバイザーや観光政策課駐在チーフによる地域の取り組みへの支援 体験型広域観光推進事業費補助金の創設(H23) 	<p>●轄多広域観光協議会が一般社団法人化(H22.6)。第2種旅行業免許を取得(H23.1)。</p> <p>●東部交通のランドオペレーターが正式に雇用(H23.6)</p> <p>●嶺北地域(H22.10)、仁淀川地域(H22.11)、物部川地域(H23.1)に広域観光を担う組織が設立</p> <p>●体験型広域観光推進事業費補助金の交付決定</p> <p>安芸広域市町村国事務組合(H23.7)</p> <p>民泊受入家庭拡大への取り組み等を進める</p>
<p>7 国際観光の推進</p> <p>◆国際観光推進会議の設置及び外国人観光客誘致の促進</p> <p>今後増加が見込まれる訪日外国人観光客を、認知度の低い本県に積極的に誘致できるよう、東アジア（中国、韓国、台湾、香港）をターゲットとした国際観光推進戦略を策定し、具体的な事業として実行する。</p>		<p>●高知県国際観光個別プロモーション戦略を策定</p> <p>●知事のトップセールスをはじめとする東アジアへのプロモーション活動</p> <ul style="list-style-type: none"> 台湾、韓国の航空会社、マスコミ等へのプロモーション活動 「龍馬伝」海外放送にあわせて高知県CM放送 個別の戦略に基づく活動を実施 台湾ランタン祭りへのよさこいチームの参加 <p>●受入態勢の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 県立施設での環境整備やホームページでの多言語化 受け入れ側の気運の醸成を図るフォーラムや個別研修会の実施 <p>●国事業の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> VJ事業や観光庁官営事業の受入 	<p>●ターゲットとする東アジアマーケットの調査・分析を行い、市場の絞り込みを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 旅行者、政府関係者等との接触により得た情報を個別国際観光戦略に反映 <p>●韓国イースター航空との包括協定の締結</p> <ul style="list-style-type: none"> 韓国チャーター便の就航（6便 638人） 台湾復興航空チャーター便の就航（6便 732人）と24年4月のチャーター便（3便）の決定 海外旅行会社・海外展示会用多言語パンフレット完成 <p>●よさこいネットの自動翻訳機能追加</p> <ul style="list-style-type: none"> 県立施設の誘導標識など多言語案内整備（7施設） 国際観光受入フォーラム・分科会 132名参加 国際観光個別研修会 90名参加 受入環境整備サポーター派遣事業に基づく県東部・西部へのモニターツアーを実施 <p>●国事業を活用してJR高知駅とさてらす前に時刻表等を多言語で表示するデジタルサイネージを整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人の受入地地点として高知県が四国で唯一選定 VJ事業等の招聘事業により、台湾、韓国、香港の旅行会社、メディア多数来高

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等
目標 (数値目標、数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
◆滞在型・体験型観光を実現するため、官民及び各地域が連携して推進する態勢が整う ◆2010年の「龍馬伝」の放送を契機に、本県の入込み客数が増える (H19:305万人→400万人)	H22 435万人 H23 388万人	観光資源の磨き上げなど地域アクションプランの位置付けのもと計画的に整備することともに、それらをつなぐ景観整備や案内板設置等を進めてきたことで、周遊ルートづくりにつなげることができた。	A	基本的には、第2期計画に反映した内容を記載してください。なお、今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映するべき項目が新たに明らかになった場合は、行頭に◆をつけて記載してください 新たな広域観光ルートや旅の動機付けとなるようなフォトスポットのPRを行っていく。
◆「龍馬伝」を通じて、県民の観光客をお迎えしようとする機運が高まる ◆ボランティアガイドをはじめとする「おもてなし」の組織が育成され、官民がそれぞれの役割を果たす		課連アドバイザーの研修により、参加者同士のつながりや気運の盛り上がりにつながった。 また、地域のプレイヤーである参加者には、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がった。	A	各地の地域コーディネート組織のネットワークの場などに、地域で活動する団体・人材を集めることで、人材のネットワークや地域の気運づくりを側面的に支援していく。
◆高知県観光ガイド連絡協議会が設立し、効率的な研修の実施やガイド団体の横のつながりが密になることにより、ガイド技術の向上、底上げを図るとともに、利用者の利便性向上を図る		まち歩きガイドなどの体験プログラムが増加しており、「龍馬のふるさとまるごと体験」の体験メニューも充実してきた。 ガイド団体及びガイドが増加し、また高知県観光ガイド連絡協議会も設立され、ガイド団体の横のつながりもできつつある。今後は、ガイド館の連携を密にしながら、ガイド技術の向上や底上げを図る必要がある。	A	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らすためには、観光ガイドの育成やレベルアップ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、観光ガイド連絡協議会の確立に向けた支援を行っていく。
◆県内先進事例として、幡多広域観光協議会が法人格や旅行業法などの資格を取得し、地域エージェンツとして誘客事業を実施 ◆県内3ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくり		観光に対する意識の高まりから、広域観光を推進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。今後、地域観光の推進役を果たしていくうえで、体制や財政面での充実が必要である。	A	広域ブロックごとに1泊以上滞在できる観光地づくりのためには、地域コーディネート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。
◆国際観光を推進するため官民の協力が確立される ◆本県として統一的な国際観光推進の取組が、官民それぞれの立場で展開される		本県は海外からの新客がなく、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。	A	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。

◎観光分野

産業成長戦略（専門分野）		具体的な取組み 〔 対策に関する具体的な取り組み内容を記載 〕	具体的な成果 〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
戦略の柱			
取組方針			
施策			
これからの対策			
8 産業間連携による新たな可能性への挑戦			
(1) ニューツーリズムの推進			
<ul style="list-style-type: none"> ◆受入態勢づくりの充実 ◆体験メニューの充実 ◆情報発信の展開 <p>ニューツーリズムを推進するため、農林漁家民宿等の拡大や体験メニューの充実などに取り組む地域団体を支援するとともに、本県のニューツーリズムに関する一元的な情報発信を行う。</p>	<p>講演アドバイザーにより、まち歩きガイド研修、体験プログラムインストラクター研修、パンフレット作成支援、民泊研修などを実施。</p> <p>また、旅行会社へのプロモーションには、モデルコースの提案が重要であるなどの助言をいただき、観光商品素材集に掲載するモデルコースの充実を図った。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・講演アドバイザー研修の参加者 H21～H22 13回 1411名 H23 7回 1233名 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た。 ・魚梁瀬森林鉄道遺産ガイドツアーが商品化 1,000人以上が参加(H22実績) ・まち歩き、カヌー体験、地元の食材などを生かした体験プログラムが充実し、パンフレット等でPR 土佐・龍馬であい博 公認33事業 龍馬のふるさとまるごと体験 40事業 ・観光商品素材集にニューツーリズムに関する特集を掲載 	
(2) 観光への地域産物の活用			
<ul style="list-style-type: none"> ◆地域産物の商品化を促進 ◆地域産物の観光施設等での販売促進 ◆地域産物の情報発信を促進 <p>観光への地域産物の活用を図るため、特産品を活用した商品開発などに取り組む地域団体を支援し、地場産品の提供を広げるとともに、地域産物に関する情報発信を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニとの包括協定による地場産品を使った商品開発 ・講演アドバイザーにより、地域産物の活用を検討などを実施。 ・龍馬のふるさと食まつりの企画（旬の食材を使ったスペシャルグルメを提供する「旬の高知 食べつくしフェア」の開催、食イベント、ご当地スイーツの紹介など） ・「こうち旅広場」のイベント広場でJAを中心に「土佐のうまいもん屋台」を開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐・龍馬であい博、龍馬ふるさと博のキャラクター、ロゴが使用されたコンビニ弁当の開発販売。 ・郷土料理づくり体験など 龍馬博公認事業「高知まるごと体験メニュー」、ふるさと博「まるごと体験」として情報発信 ・「旬の高知 食べつくしフェア」参加46店(H23) 	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		2期計画への反映状況等 基本的には、第2期計画に反映した内容を記載してください。なお、今回3年間の総括を行った結果、平成25年改定に反映すべき項目が新たに明らかになった場合は、行頭に◆をつけて記載してください
目標 (数値目標・数値以外全て)	実績 (数値目標のみ)	具体的な成果、目標に対する実績値、数値目標以外の目標に対する実績を踏まえた総合評価。 (SABCの根拠)	SABC 評価	
◆地域資源を活かした体験メニューや農林漁家民宿等が拡大している ◆体験メニューや交通アクセスなど、ニューツーリズムに関する情報を一元的に、かつ、タイムリーに提供している		「花・人・土佐であい博」で身生え始めた地域の観光資源が、「土佐・龍馬であい博」「龍馬ふるさと博」の2つの博覧会を通じて、「土佐っ歩」など人気の体験メニューとして磨き上げられるとともに、新たに「仁淀川」や「室戸ジオパーク」のような地域の核となる観光地が誕生した。	A	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、庁内関係部署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。
◆宿泊施設や道の駅などでの地場産品の使用が拡大し、観光客へ魅力ある“地場産品”や“食”の提供が広がっている ◆観光と物産の一元的な情報発信がなされている		地元食材を使った商品や体験プログラムのPR等を行うことで、地域における交流人口の拡大に資する取り組みを行った。	A	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、庁内関係部署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。

[4段階評価の考え方]

	数値目標の設定のあるもの	数値目標の設定のないもの
S	<ul style="list-style-type: none"> ・数値目標を達成した(又は達成する見込みがある)もの ・数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題を解決し得る著しい成果があったもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・目指すべき姿として掲げた短期的な視点を実現するに足りる著しい成果があったもの ・課題を解決し得る著しい成果があったもの
A	<ul style="list-style-type: none"> ・数値目標を達成できない(又は達成する見込みがない)が、課題の解決につながる一定の成果があったもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながる一定の成果があったもの ・課題の解決につながる一定の成果があったもの
B	<ul style="list-style-type: none"> ・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・成果の兆しがあり、今後、目指すべき姿として掲げた短期的な視点の実現につながるに足りる成果が期待できるもの ・成果の兆しがあり、今後、課題の解決につながる成果が期待できるもの
C	<ul style="list-style-type: none"> ・対策による成果がほとんど見られなかったもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・対策による成果がほとんど見られなかったもの