

## 産業成長戦略（連携テーマ）実行3年の総括シート

### 目次

1	地産地消・地産外商戦略	
(1)	地産地消	1
	（食育）	5
(2)	「ものづくりの地産地消」の促進	7
(3)	食品加工の推進	13
(4)	地産外商	21
	（関西地区）	33
	（中部地区）	37
2	ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用	39
3	新エネルギーを産業振興に生かす	41
4	産学官連携の強化	45
5	中山間地域の産業づくり	53
6	建設業の新分野進出	55
7	人材育成・人材確保	57

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ） 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 ]
1 地産地消・地産外商戦略		
(1) 地産地消		
1 地産地消に対する意識を高める取組を推進		
<p>◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施（1/3）</p> <p>高知県内の新鮮な農業・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> <p>◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施（2/3）</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>◆県民の地産地消の意識を高める取組を実施（3/3）</p> <p>県産水産物について、量販店、鮮魚店、卸売市場、飲食店、漁協等の関係者と連携したイベント等の実施、消費者及び観光客を対象にテレビ等の広報媒体やホームページを活用した県産水産物のPR等を行う。あわせて、事業を効果的に実施するため、漁協、量販店、消費者、市場関係者等からなる「水産物消費拡大対策検討会」を運営する。</p>	<p>・高知県の食材及び地産地消の取組を消費者に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）</p> <p>・高知県産食材の活用として、野菜で元氣店の募集・選定。（H21）</p> <p>・地産地消のイベントにおける地産地消の取組PR（H22）</p> <p>・土佐の料理伝承人を活用した、高知の食のPR（H21～23）</p> <p>・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）</p> <p>○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供</p> <p>・土佐はちきん地鶏、土佐シロ（フロイラーとの差額補助）</p> <p>・エメラルドメロン（全額補助）</p> <p>○特産物の出前授業</p> <p>・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。</p> <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】</p> <p>・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）</p> <p>・たたく料理に作り方などを紹介したリーフレット等の配布（H22～）</p> <p>【ホームページによる情報発信】</p> <p>・高知の魚の種類、旬、食べ方等を紹介するホームページ「サカナテカラ コウチカラ」を開設・運営（H21～）</p> <p>【「土佐の魚PR活動推進パートナー店」制度の創設】</p> <p>・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～）</p> <p>【おさかなPR大使の任命】</p> <p>・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～）。</p> <p>【親子料理教室の開催】</p> <p>・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～）</p> <p>【土佐のおさかなまつりの開催】</p> <p>・県内の漁協等が参加し、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～）</p> <p>【龍馬博覧会場のPR】</p> <p>・親船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）</p> <p>【おさかなレシビコンクールの開催】</p> <p>・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）</p> <p>【土佐のたたくフェアの開催】</p> <p>・こだわりの「たたく料理」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～）</p> <p>【水産物消費拡大対策検討会の開催】</p> <p>・漁協、市場、量販店、産地、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>・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</p> <p>（交流支援 H21：10回、H22：4回、H23：4回）</p> <p>・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</p> <p>・県内の大型量販店イベントでの地産地消PR（H22）</p> <p>・土佐の料理伝承人の活用</p> <p>県内での高知の食文化紹介：35団体・個人参加（H23）</p> <p>県外ホテルでの高知の食文化紹介：4団体参加（H22）</p> <p>・「野菜で元氣店PLUS」登録店：38店舗</p> <p>○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供</p> <p>H21：土佐はちきん地鶏 49,346食（3,177kg）</p> <p>土佐シロ 2,200食（223.3kg）</p> <p>エメラルドメロン 50,104食（3,057玉）</p> <p>○特産物の出前授業実施</p> <p>H21：9市町・28回・1,135名</p> <p>H22：18市町村・58回・2,000名</p> <p>H23：19市町村・70回・2,972名</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】</p> <p>・アピレックハイウェイ：118店舗参加・511件応募</p> <p>・リフレット等配布：76店舗で情報発信</p> <p>【HP「サカナテカラ コウチカラ」の運営】</p> <p>・訪問件数23,582件（H23年度未現在）</p> <p>【土佐の魚PR活動推進パートナー店の募集公表】</p> <p>・143店舗登録（H23年度未現在）</p> <p>【高知県おさかなPR大使の活用】</p> <p>・86件（H23年度未現在）</p> <p>【親子料理教室の開催】</p> <p>・11回実施・延べ264名参加</p> <p>【土佐のおさかなまつりの開催（2回）】</p> <p>・延べ41団体出席・約8,500名来場</p> <p>【龍馬博覧会場で県産水産物のPR】</p> <p>・2回開催・延べ3,200名来場</p> <p>【おさかなレシビコンクールの開催募集】</p> <p>・52件の応募（大賞1件・優秀賞9件選定）</p> <p>・入賞作品をレシビ集にし量販店等で配布</p> <p>・飲食店等でのメニュー化：31店舗参加</p> <p>【「土佐のたたくフェア」開催（H23）】</p> <p>・63店舗参加、パンフレット15,000部配布</p> <p>【水産物消費拡大対策検討会の開催】</p> <p>・7回開催し意見等を県事業に反映</p>
2 地域産品の販路拡大を支援	<p>◆高齢化、過疎化に対応した集出荷システムの構築のため、地域での集出荷拠点整備を支援</p> <p>産業振興推進総合支援事業費補助金により10地域の集出荷拠点整備等を支援</p>	<p>10地域において集出荷の仕組みづくりや、集出荷拠点・直販所の整備等の取組が進んだ。</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年改定に反映するべき項目が新たに明らかになった場合は、行所に◆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	
◆県民の地産地消の意識が高まると共に、取引や売上が向上する		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「野菜で元氣店」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</li> <li>・高知の食文化を継承する新たな人材を発掘する</li> </ul>
◆県民の地産地消の意識が高まると共に、取引や売上が向上する		<ul style="list-style-type: none"> <li>○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。</li> <li>○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。</li> <li>○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、未実施の学校の起し直しを行う。</li> </ul>	A	○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。
◆県民の地産地消の意識が高まると共に、取引や売上が向上する		<ul style="list-style-type: none"> <li>ホームページ・料理教室・パートナー店・PR大使・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。</li> <li>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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・土佐のおさかなまつりの継続による消費者へのPR</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・土佐のたきフェアの開催やリーフレットの配布等による「たき文化」の情報発信</li> <li>・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キづくり体験の実演などによる食育活動の展開</li> </ul>
車の運転が出来ない人も直販所への出荷が気軽にできるようになる		<ul style="list-style-type: none"> <li>乗出荷等の取組の支援により、地域における所得の向上、雇用の創出等、地域産業の底上げに寄与した。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業振興推進地域本部を中心に効果的なフォローアップを行う。</li> <li>新たに集落活動センター等を核とした地域での生産、販売の仕組みや拠点づくりなど、中山間対策の抜本強化の中で、地域課題やニーズに応じて生産販売拠点づくりを推進する。</li> </ul>

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）	具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱		
取組方針		
施策		
<p>◆これからの対策</p> <p>◆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を支援</p> <p>◆販売チャンスを逃さない商品管理の仕組みづくりを支援（来店型販売形態の充実・強化）</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、情報発信力を強化するために情報管理システムの構築を行う。また来店型販売形態を充実・強化するために、モデル直販所での情報管理システムを活用した情報発信や、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>	<p>○農産物の安全・安心確保（ステップ1）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農林水産物直販所「安心係」養成講習会開催 H21：2会場105名出席、H22：3会場105名出席、H23：3会場139名出席</li> </ul> <p>○情報発信力の強化（ステップ2）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H21：「ブログ講習会」開催 6店舗、8名出席</li> <li>・H22：「地産地消の仕事を」によるアドバイス 3店舗、42名出席</li> <li>・H23：「情報発信等向上研修会」開催 19店舗、44名出席</li> </ul> <p>○見せる店づくり（ステップ3）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・H22：「地産地消の仕事を」によるアドバイス 3店舗、42名出席</li> <li>・H23：アドバイザーによる店舗でのアドバイス 8店舗</li> </ul> <p>○新たな分野への販路拡大（ステップ4）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報管理システムの構築（3店舗）</li> <li>○直販所運営管理研修及び「安心係」発展講習会開催 H22：56名参加、H23：23名参加</li> <li>○高知県との直販所交流事業等を実施 ・H22、23：直販所での特産物相互販売</li> <li>・H23：伝統野菜販売フェア</li> <li>○地産地消イベントでのPR（H22）</li> </ul>	<p>・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。</p> <p>・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。</p>
<p>◆高知市内でのアンテナショップの設置、産直市の開設を支援</p> <p>大消費地である高知市と生産地とのパイプを強化するアンテナショップの設置、産直市の開設を支援する。</p>	<p>「地域商店街活性化法」を活用し、産業振興計画で取り組んでいる「地産・地消」、「地産・外商」の推進と魅力ある商店街づくりを行うため、県内最大の消費地である高知市中心商店街の活性化を図ろうとする事業者の取り組みを支援</p> <p>○事業概要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地産地消・地産外商促進事業</li> <li>・中心商店街支援事業</li> <li>・コミュニティ事業</li> </ul>	<p>・平成22年2月19日県産品アンテナショップ「てんこす」がオープン</p> <p>1年目：H22.2.19～H23.2.18 売上目標額87,889千円に対する総売上額 89,191千円（目標達成率100.3%）</p> <p>2年目：H23.2.19～H24.2.18 売上目標額106,655千円に対する総売上額112,934千円（目標達成率105.9%）</p> <p>3年目：H24.2.19～H24.8.12現在 1日当りの目標額350千円（年額127,968千円）に対し、実績額346千円（目標達成率99.1%）</p> <p>○地産地消・地産外商促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域産品の掘り起こし：業者数 377業者、アイテム数 3,383品</li> <li>・テストマーケティング：業者数 18業者 →商品のフレッシュアップ10件</li> <li>○中心商店街支援事業</li> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街と一体となったイベント開催等</li> <li>・土曜夜市での「ホワイ」イト利用（H23.7）、えいもんこじゃんと市（H23.4～5）、こじゃんと収穫祭（H23.9）、こじゃんと感謝祭（H24.2）、ナイトバザール（H23.11）、こうちこじゃんと文化祭（H23.12）、鷹引き市（H24.3）</li> <li>○コミュニティ事業</li> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者や子育て世代向けなどの教室の開催（離乳食や病気予防などの講座 全44回）</li> <li>・おむつ替えや授乳のできる場の提供</li> </ul> </ul> </ul>
<p>◆「おいしい風土こうちサポーター」店のご協力による、意欲ある生産者の販路拡大を支援</p> <p>おいしい風土こうちサポーター（実需者）と生産者双方への情報提供や交流を通じてお互いのパイプを強化するとともに、限られた地域のみで流通している地域産品の掘り起こしと商品の磨き上げを行い、高知市内等への販路開拓・販売拡大・を支援する。</p>	<p>・おいしい風土こうちサポーターを中心に地産地消PRの作りを設 置。地産地消の取り組み拠点をPR。直販所 MAPを作成し、地産地消の取り組み拠点である直販所をPR。 ・地産地消ニュースを作成。サポーターの取り組みをホームページ から発信。 ・おいしい風土こうちホームページをリニューアルし、最新のサ ポーター情報を更新した</p>	<p>・登録サポーター件数・H21 568件 H22 580件 H23 604件</p> <p>・地産地消のほり(大)の設置・600枚 ・直販所MAP（毎年発行）…おいしい風土こうちサポーターであ る直販所とインショップを紹介。3万部を配布。</p>
<p>3 直販所と消費者・量販店などとの交流機会の拡大のための取組を支援</p>		
<p>◆消費者、実需者、生産者との交流の機会創出の取組を支援</p> <p>地域が取り組む地域物産や観光などの情報発信を支援し、交流人口の拡大や旅行者の利便性の向上、観光消費額の増加につなげる。</p>	<p>・「こだわりの田舎まるごとガイド」、「トサコレ」を作成し、観光施設、空港、道の駅等で配布</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客の地域の周遊をサポートする地域観光コンシェルジュを、とさでらす及び道の駅など県下10箇所に配備</li> <li>・龍馬のふるさと食まつりて、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」を開催</li> <li>・「こうち旅広場」のイベント広場てJAを中心に「土佐のうまいもん屋台」を開催</li> </ul>	<p>地域の観光情報が入りやすい環境ができた。</p>
<p>4 木材に関する地産地消</p>		
<p>(1) 住宅や施設等への県産材の利用</p>		
<p>◆木造住宅に関する情報発信の強化</p> <p>◆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</p> <p>◆県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援</p> <p>高知県木材普及推進協議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加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、県と連携した形で木造住宅フェアを開催し、木や木造住宅の普及促進に繋げる。</p> <p>また、県の定めた建設基準に適合し、県産材を構造材に50%（事業により70%）以上使用した住宅に対して助成を行う木造住宅の普及を促進する。</p>	<p>・高知市に井田で木造住宅フェア（もくもくらんど）を開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○県内木造住宅関連企業の出展（平成21・22年度・23年度）</li> <li>○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）</li> <li>・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））</li> <li>・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）</li> <li>・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</li> <li>・木と人出合い館/バスツアーの開催（平成21年度2回、平成22年度2回、平成23年度2回）</li> <li>・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も助成事業の対象に追加</li> <li>・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）</li> </ul>	<p>・高知市に井田で木造住宅フェア（もくもくらんど）を通して県民に直接木の良さをPR （参加者数、H21：約12,000人、H22：約15,000人、H23：約12,000人）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・木と人出合い館情報の視聴率（過去3年間の平均視聴率10.3%と常に10%をキープ）</li> <li>・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）</li> <li>・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%）</li> </ul>

H23年度末目標の達成状況		3年の総括	
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)	SAB C 評価
<p>◆直販所販売額 (H20:70億円→H23:76億円)</p> <p>◆販売の機会が十分に活かされ、売上及び来店客数が伸びてくる</p>	直販所販売額 81億円	<p>・情報資産有効活用システムの構築と導入により、業務筋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。</p> <p>・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。</p>	<p>2期計画への反映状況等</p> <p>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</p> <p>・業務筋のニーズに合わせた直販所づくりに向け、直販所のネットワークづくりを支援。</p> <p>・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。</p> <p>S</p>
		<p>○地産地消・地産外商促進事業</p> <p>・1年目、2年目共に売上目標を達成</p> <p>・1年目売上高約 89,191千円(達成率 100.3%) 利用者数 約69,500人</p> <p>・2年目売上高 約112,934千円(達成率105.9%) 利用者数 約80,400人</p> <p>(参考)3年目:H24.2.19~H24.8.12現在 売上金額 60,974千円(達成率 99.1%) 利用者数 約41,000人</p> <p>・生産者へのフィードバックや提案により商品のブラッシュアップにつながった。</p> <p>・地域で作られる新商品情報の収集等のアプローチを更に進める必要がある。</p> <p>・補助金終了後の安定した運営のために経営の効率化と売上の増加に向けた取り組みが必要</p> <p>○中心商店街支援事業</p> <p>・来街者の回遊性を高めるために、複数イベントを同時に実施することで一定の成果が得られたので、今後もそうした取組みを継続する必要がある。</p> <p>・事業への参加者の増加と来街者の回遊性を高めるために内容の再検証、ブラッシュアップを行い事業の充実を図る必要がある。</p> <p>○コミュニティ事業</p> <p>・各講座内容は受講者に好評であるが、受講者増加に向けて、より一層、講座(商店主を講師とする講座の開催)の充実を図っていく。</p> <p>・店舗内のオムツ替え・授乳施設の認知度向上に向け、引き続き周知を図る。</p>	<p>○地産地消・地産外商促進事業</p> <p>補助金終了後の安定した運営のために、経営の効率化と更なる売り上げ増加に向け、商品の掘り起こしや店頭販売等の現在の取組みに加え、以下の取組みを強化していく。</p> <p>・BtoBの販売の強化</p> <p>・平日の売上向上</p> <p>・カタログ・ギフト販売、インターネット販売の向上</p> <p>・イベント等との連携</p> <p>○中心商店街支援事業</p> <p>来街者の回遊性につなげるため複数イベントを同時開催し、一定の効果が得られたので、今後も各商店街との連携を強化し、同様の取組みを継続していく。</p> <p>○コミュニティ事業</p> <p>講座の充実や、コミュニティ施設としての魅力アップとPRの強化に向け、以下の取組みを進める。</p> <p>・講座(商店主等を講師とする講座の開催)の内容の検討、実施</p> <p>・施設利用者の満足度向上につなげるための設備等のリニューアルと効果的なPRの実施</p> <p>A</p>
◆販売の機会が十分に活かされ、売上及び来店客数が伸びてくる		<p>・直販所マップのほりを作成し、運営しているサポーター関連施設に設置することにより、サポーター登録数が増加し、地産地消を推進することができた</p>	<p>・おいしい風土こうちサポーター店を中心としたネットワークの強化を図る。</p> <p>A</p>
◆観光客をはじめとした、来客客数が伸び、販売額が増加する		<p>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。</p>	<p>今後も地域が自ら観光資源を磨き上げ情報発信し、持続可能な観光地づくりへと展開が図れるよう、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく</p> <p>A</p>
◆戸建て木造住宅の木造率が、全国平均を上回っている。県をはじめ、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている		<p>・購買の促進等により、住宅需要全体が落ち込んでいた中で、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。</p> <p>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。</p>	<p>・県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援</p> <p>・木造住宅に関する情報の発信</p> <p>S</p>

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）				
戦略の柱				
取組方針				
施策				
◆これからの対策				
具体的取組み	具体的取組み	具体的取組み		
〔 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>(2) 学校等への木製品の導入</p> <p>◆公共事業や公共施設での県産材の率先利用 ◆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優先して利用するとともに、市町村や団体が設置する小・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>			<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>木製品カタログ作成への支援</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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9施設）</li> <li>（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44団体65箇所）</li> <li>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））</li> </ul>
1 地産地消・地産外商戦略				
(1) 地産地消（食育）				
1 食材の安定供給体制の構築を支援				
<p>◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の仕組みづくりによる県産食料使用率の向上（1/2）</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>○特産物の学校給食（県内小学校等）への食料提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>土佐はちきん地鶏、土佐シロ（フライヤーとの差額補助）</li> <li>エメラルドメロン（金額補助）</li> </ul> <p>○特産物の出前授業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<p>○特産物の学校給食（県内小学校等）への食料提供</p> <p>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）</p> <p>○特産物の出前授業実施</p> <p>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</p>		
<p>◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の仕組みづくりによる県産食料使用率の向上（2/2）</p> <p>地産産物を学校給食に取り入れるための課題の共有と推進体制の構築。</p>	<p>◆地産産物活用状況調査の実施</p> <p>学校給食で利用した食品の生産地別使用量、使用回数を調査 調査期間：平成21年9月～平成22年7月 対象：自校方式の学校給食施設 65施設、共同調理場方式の学校給食施設 34施設</p> <p>◆地産産物活用ネットワーク会議の開催</p> <p>生産者・流通関係者・料理研究者・学校給食関係者等による課題の共有、課題解決への取組の推進をとおして、地産産物の安定供給体制を構築を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高知県地産産物活用ネットワーク会議 平成21年度 2回、平成22年度 2回 平成23年度 2回</li> <li>地産産物活用地域ネットワーク会議（学校単位） 平成21年度 13地域30回開催 平成22年度 20地域、130回開催 平成23年度 33地域、290回開催</li> </ul>	<p>◆地産産物活用状況調査の実施</p> <p>地産産物活用割合の向上 平成20年度 37.0%が、平成22年9月～平成23年7月までの調査では、44.9%まで向上した。</p> <p>◆地産産物活用ネットワーク会議の開催</p> <p>各JA本所に学校給食への食料提供に関する問い合わせ部署の設置や、(財)高知県学校給食会と高知県農芸連との協働による、生鮮食品の配送システムの拡充等の取組が進んだ。</p>		
2 地産産物の給食への利用促進を支援				
<p>◆前処理加工・冷凍保管など利用しやすい条件の整備</p> <p>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。</p>	<p>【事業化に関する取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>前処理加工事業等の適正規模モデルを作成した。（H21）</li> <li>新たな環境による前処理加工の事業化の働きかけを行った。</li> <li>施設整備等に係る補助金等の活用を支援を行った。</li> <li>原料魚の安定確保や販路の確保の支援を行った。</li> </ul> <p>【事業者間の連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>		
<p>◆冷凍食品、加工食品の開発に対する支援</p> <p>地域の加工施設整備・冷凍保管庫の整備の支援を行う</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>		
<p>◆地産産物を使ったメニューの開発</p> <p>食育の推進、安全・安心な学校給食の普及充実</p>	<p>◆地産産物を活用した学校給食用レシピ集の作成</p> <p>高知県の基幹11品目（みょうが、オクラ、なす、きゅうり、ししとう、こねぎ、ピーマン、しょうが、アールスメロン、米なす、にら）を中心にリュウキュウやイタドリなどの高知県の特産的な食材を使い100メニュー9献立を掲載したレシピ集を作成した。</p>	<p>平成23年3月に「地産産物を活用した学校給食用レシピ集」を2,000冊作成し、学校給食関係者に配付した。</p> <p>配布先：市町村教育委員会、学校給食を実施している学校、栄養教諭・学校栄養職員</p> <p>活用割合：約8割</p>		
<p>◆地産産物を学校給食に取り入れるための調査研究</p> <p>地産産物の活用促進、安定供給体制の構築</p>	<p>学校給食への地産産物の活用促進、安定供給体制の構築のため、調査研究をおこなった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地産産物活用状況調査の実施</li> <li>食育・食農教育等の体験学習の実施</li> <li>地産産物を活用した学校給食用レシピ集の作成等</li> </ul>	<p>地産産物活用状況調査の実施、食育・食農教育等の体験学習の実施やレシピ集の作成など一連の取組について、平成23年8月18日・19日に本県で開催された「第52回全国栄養教諭・学校栄養職員研究大会」の場で実践発表を行う機会を得た。</p> <p>食育・食農教育等の体験学習は、平成21年度は、延べ109回、5,292人に、平成22年度は、延べ140回、6,384人、平成23年度は地域と連携した各学校の自主的な取組として県下全体に定着した。</p>		
2 地産産物の給食への利用促進を支援				
3 将来の本県農畜水産物の応援団づくりを支援				
<p>◆地域特産物の給食への食料供給を支援</p> <p>◆地域特産物の食農教育を給食への食料供給の支援による地域特産物の理解促進</p>	<p>取組方針：1 食材の安定供給体制の構築を支援</p> <p>◆これからの対策：◆県産主要野菜や魚の学校給食への安定供給体制の仕組みづくりによる県産食料使用率の向上（1/2）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
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	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。
◆県を始め、市町村が実施する公共事業で県産材が積極的に使われている。		・県や市町村において、財政事情が厳しい中でも一定の木材利用が計画的に進んできている。	S	・公共事業や公共施設等での県産材の優先利用と不製品の需要の拡大
◆学校給食の食材として安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大につながる		○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、未実施の学校の認知向上を行う。	A	○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。
◆学校給食の食材として安定的に供給する体制が構築されることで、地場産物の利用拡大につながる		高知県の地場産物の活用割合が向上してきた。 平成22年9月～平成23年7月までの調査では、高知県の地場産物活用割合(食品数ベース)は44.9%であり、米はほぼ100%が県内産、飲用牛乳は69.0%、野菜類は51.8%、果実類は30.7%、肉類は31.8%、魚介類は36.2%という状況であった。 野菜については、JA等と連携した取組が進み始めたが、魚介類については、活用割合をさらに高めるための取組が必要である。 学校給食の地場産物活用割合を高めるためには、生産者等と各給食施設の関係者のきめ細かい情報共有が必須であることから、県下全域で、各給食施設単位で地場産物活用地域ネットワーク会議の開催が必要である。	B	引き続き、地場産物活用ネットワーク会議を開催すること、また、地場産物を活用するための各地域や学校での取組を情報交換することで、学校給食の地場産物の安定供給体制の構築を進める。さらに関係部局と連携して、魚介類について活用を高める取組を行う。
◆前処理加工・冷凍保管施設の事業化、操業開始		・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定かかりが整った。	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ことも、さらなる事業化の芽だしを図る。  ・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。
		・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利活用計画を基に、加工施設・冷凍保管庫の整備に努める。
		高知県の基幹11品目を中心に、リュウキュウやイタドリなどの高知県の特徴的な食材を取り入れ、普段子どもたちが食べている学校給食の献立のレシピ集を作成した。 レシピ集の作成により、各給食施設の魅力ある献立作りや、各家庭への地場産物に関する情報発信の取組を進めることができた。学校給食の献立が充実し、地場産物や郷土料理の導入が進み、基幹11品目の消費拡大や第6回全国学校給食甲子園の準優勝賞に繋げることができた。 今後も、学校給食で活用できる地場産物の認知向上など継続した取組が必要。	B	学校給食レシピ集の活用や、高知県学校給食会の地場産物活用促進に関する事業等とも連携し、学校給食への地場産物や郷土料理の導入をさらに進める。
		体験学習後の感想文に「自分たちが毎日当たり前で食べている米が約半年かかって実ること、その間の草取りや水の管理など、米づくりの大変さを地元の方々に教えてもらった。」「自分たちが6月に植えた稲が大きく成長し、黄金色に輝いているのを見て大喜びだった。」などの記載があり、一次産業の役割や感謝の心を学ぶなど、一次産業に関心を持つ児童生徒が増えた。 また、地域の生産者や料理研究家、ヘルスマイト等との関わりができたことで、今後の食育・食農教育等について相談しやすい関係づくりができた。 地場産物活用状況調査により基礎資料が得られ、地場産物活用促進に向けた各施策を講じることができた。体験学習の実施が進み、児童生徒に地元食材や郷土料理への興味関心が高まってきた。他部局との連携が活発となり生産者側の地域ぐるみの取組など活動に広がりが始まった。 地場産物の安定した供給体制については、地域性があり、状況に合わせて構築していく必要がある。	B	定期的に地場産物活用割合の把握をするとともに、引き続き、地場産物を取り入れた学校給食を活用した食育を推進していく。 今後は、JAや量販店、地域の生産者等と連携した食育・食農教育等の体験学習を推進していく。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		
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		
1 地産地消・地産外商戦略		
(2) 「ものづくりの地産地消」の促進（県内完結型の「ものづくり」の仕組みづくり）		
1 事業者間のマッチング機会の創出		
◆情報フローの確立（発注予定情報等の受注者側への提供） 県内で導入する機械設備等や商品の生産過程において、付加価値を高める工程の大部分が県外へ流出している。これらの「ものづくり」の部分について、できるだけ県内で完結させ、経済波及効果を高めるため、県内での受発注につながる情報を集約し、関連団体へ提供することで、機会損失を減らし成約につなげていく。	・庁内情報共有会議において、定期的（月1回）に情報収集を開始（H22.4） ・フィードバックの仕組みを含めた情報フローを確立。 ・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	・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。
◆製造業者と他の産業とのマッチング 県内に需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。	・マッチングを支援する取組みとして、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 ・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 ・ニーズに基づき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） ・ものづくりの地産地消の推進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、柑橘類搾汁装置）の紹介：おはようこうち：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席（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）	・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。 ・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を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） ・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（試作機を含む）が8事業 県外での販売が2事業
◆総合相談窓口の設置 「ものづくりの地産地消」に関する総合窓口「ものづくり地産地消センター」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。	・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）	・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名体制での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）
◆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 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。	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 ・食品産業研究会会員数（企業・支援機関）の推移 65(H21)⇒87(H22)⇒102(H23) (2) 事業化に向けた企業間連携の促進 ・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 〔研究会の開催実績〕 H21年度：7回（参加者：234社、315名） H22年度：6回（参加者：146社、177名） H23年度：7回（参加者：212社、249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 H21：12社（17回） H22：20社（50回） H23：19社（53回） ※上記の他に、研究会リーダーやチャーフアドバイザー、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 H21：35社（技術：10、販路開拓：20、両方：5） H22：37社（技術：11、販路開拓：11、両方：15） H23：41社（技術：2、販路開拓：29、両方：10） 合計（延べ）：113社 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) チャリティ企業支援事業（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、チャリティ企業支援事業（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）	1 事業化プラン認定件数 H21年度：1件 H22年度：7件 H23年度：7件 合計：15件 ※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 2 事業化プラン作成準備中（事業化プラン作成企業の掘り起こし） H24.3末現在：6件 3 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（1件のうち）：1件 H22年度認定（7件のうち）：7件 H23年度認定（7件のうち）：5件 合計：13件 ※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。 (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）：1.7億円 新規雇用数（H24.3末現在）：22名 4 研究会発事業化プランの売上・新規雇用数（見込み） 〇売上高（事業化プラン実施5年後） 15件合計（H21～H23認定）：24.1億円 〇新規雇用数（事業化プラン実施5年間） 15件合計（H21～H23認定）：37名



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	
				<p>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</p>
県内のニーズ情報が県内の受注者側に伝達され、県内企業の受注が拡大		<ul style="list-style-type: none"> <li>取集した発注予定情報等を関係団体を通じて受注者側に提供する情報フローの仕組みを構築したことにより、県内における受発注を生む機会を作ることができ、「ものづくりの地産地消」につながる事例も生まれるなど、県内企業の受注拡大の機会につながった。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>庁内への周知徹底を行い、継続的に取り組んでいく。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>ものづくり地産地消推進事業補助金を活用した試作品が順次完成し、外商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)</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>〇情報収集、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き。</li> <li>〇試作機の開発支援 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取集・提供のため、防災産業推進コーディネータを設置した。</li> <li>〇機運の醸成、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、県外見本市での県フェア設置数の増加(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。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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てきた。</li> <li>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きた製品などの外商についても、進めていく必要がある。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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)</li> <li>●「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</li> <li>●外商活動の支援 産業振興センターに新しい部署として設置された「外商支援部」と連携して、センターの活動を通じてきた製品などの外商活動を支援する。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>〇事業化プラン作成に向けた取組みの加速 ＜新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(戦略的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。</li> <li>〇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)。</li> </ul>

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		
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>◆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>企業とクリエイターが商談する場を設けるなど、クリエイターの地産地消を推進する。</p>	<p>〔21年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県コンテンツ産業推進会議を設置。</li> <li>・クリエイター実態調査を実施。</li> </ul> <p>〔22年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施。</li> <li>・第1回高知コンテンツコンテストを開催。</li> <li>・著作権セミナーを開催。</li> <li>・高知コンテンツビジネス創出育成協議会を設立。</li> <li>・県内のゲーム開発企業を対象に2回のセミナーを開催。</li> </ul> <p>〔23年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施。</li> <li>・第2回高知コンテンツコンテストを開催。</li> <li>・Creative Market Tokyo2011に、コンテンツコンテストの優秀賞2名が出展、そのビジネスマッチングを支援。</li> <li>・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。</li> <li>・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催。</li> <li>・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。</li> <li>・著作権セミナーを開催。</li> </ul>	<p>〔21年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・県内クリエイターの実態を調査した。290の団体、個人から回答一調査結果により施策を決定。</li> </ul> <p>〔22年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・著作権セミナーを開催。</li> <li>・11/12に文化庁との共催で実施し、123名が受講した。</li> </ul> <p>〔23年度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツビジネス起業化支援事業を実施。</li> <li>・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</li> <li>・第2回高知コンテンツコンテストを開催。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・高知県ソーシャルゲーム企画コンテストを開催。</li> <li>・1/23第1回入賞作品のゲーム完成、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。</li> <li>・著作権セミナーを開催。</li> <li>・6/9に実施し、67名が参加した。</li> </ul>
<p>2 県内産業の技術力・商品開発力の向上</p>		
<p>(1)高知県の“強み”である第一次産業を伸ばす食品加工産業の育成</p>		
<p>◆外部人材を活用した「商品開発」、「プロモーション」、「食品表示」等の一貫支援</p> <p>ふるさと雇用制度を活用したものづくり支援及び表示の助言体制の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと雇用制度を活用し、食品加工アシスタント等が外部アドバイザーの助言を得て、個別企業に対してハンズオン支援を実施するとともに、マーケットの需要に対応した新たな商品づくりの支援を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・31件の企業において、商品開発（改良）に取り組んだ。</li> <li>・18企業の商品評価、17企業の商品マーケティングを実施。</li> </ul>
<p>◆産学官の連携による特定品目の商品開発</p> <p>◆マッチング支援</p> <p>◆企業の商品開発力と販売力を活かした県内加工の推進</p> <p>産地維持のために特産農産物を利用したビジネスモデルを、産学官で研究する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高知工科大学と、特定農産物の需要拡大に関する共同研究を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ユス、主佐文旦、土佐茶、土佐和牛について、ビジネスモデルを特定し、主佐文旦については、ビジネスモデルに基づいた具体的な産地と加工企業のマッチングを行い、約15の主佐文旦の一次加工品を調理素材として首都圏に供することにつながった。</li> </ul>
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援(1/3)</p> <p>外商を行うにあたって、消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化対応への支援を行うため、専門家の派遣や研修等を行う。また、関係法令が複雑で食品加工事業者の課題となっている適正表示に対する支援を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自主衛生管理マニュアルモデルの提示</li> <li>・食品加工施設の個別調査及び改善策の提案</li> <li>・生産管理高度化に関する研修会の開催</li> <li>・表示のフットストップ助言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・20業種について自主衛生管理マニュアルモデルの提示（HP掲載）</li> <li>・個別企業に対する調査及び改善提案 H21：20件 H22：50件 H23：12件</li> <li>・衛生と表示の基礎研修 H21：150企業210名</li> <li>・生産管理高度化研修 H22：6メニュー、延べ422名受講 H23：9メニュー 延べ580名受講</li> <li>・食品表示に関する助言 H22：266件 H23：430件</li> </ul>
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援(2/3)</p> <p>衛生管理高度化研修等により、加工現場に衛生知識や技術を蓄積する</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・工場内の殺菌等安全性・品質管理指導、巡回指導等</li> <li>・商品ごとの保存試験と菌検査による殺菌指導</li> <li>・企業の品質管理部門への個別研修</li> <li>・指導対象企業の選定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術研修の開催 (H21) 11日間 189名参加 (H22) 9日間 216名参加 (H23) 1日間 20名参加</li> <li>・食品衛生監視員研修会への講師派遣</li> <li>・食品安全（衛生・品質管理）に関する企業支援 (H22) 44社 49件 (H23) 139社191件</li> <li>・巡回指導 (H22) 10社 (H23) 21社</li> </ul>
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援(3/3)</p> <p>地産地消・外商課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した指導・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手法の普及をおこなう。</p>	<p>①地産外商課等の他課と連携し、下記の事項を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言</li> <li>・HACCP手法関連講習会の開催</li> </ul> <p>②高知県衛生管理認証制度の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規対象業種の設定</li> <li>・新規認証施設の承認</li> <li>・認証取得希望施設への指導・助言</li> </ul>	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21：15施設 H22：70施設 H23：23施設</li> </ul> <p>②HACCP手法関連講習会開催回数</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21：6回 H22：13回 H23：5回</li> </ul> <p>③新規対象業種の設定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21：2業種 H22：2業種 H23：2業種</li> </ul> <p>④新規食品衛生管理認証取得施設</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21：2施設 H22：3施設 H23：4施設</li> </ul>
<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチング推進(1/2)</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援(1/2)</p> <p>地域特産物のブランド化技術支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品開発のための試作、試験の実施</li> <li>・既存商品改良のための試作、試験の実施</li> <li>・既存商品、試作品、素材の成分分析の実施</li> <li>・商品生産開始に向けた技術指導の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術支援・相談、商品開発支援 (H21) 商品化24件 (H22) 技術支援257件、試作111件、商品化22件 (H23) 技術支援1814件、試作456件、商品化45件</li> <li>・加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加</li> </ul>

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	
クリエイターの収入増加		<ul style="list-style-type: none"> <li>高知コンテンツコンテストについては、最終選考中、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。</li> <li>コンテンツビジネス起業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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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回入賞者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回入賞者の開発に際しては、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。</li> <li>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。</li> </ul>	A	<p>〇コンテンツビジネス起業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おいて取り組むこととしている。</p> <p>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に向けた対応と、県外ハイヤーに向けた積極的なPRを実施している。</p>
◆企業が食品加工に取り組む事例が増えている		<ul style="list-style-type: none"> <li>H23年度末までに31企業の商品の開発(改良)が具体的に進められている。</li> <li>都内の高質スーパーと連携して18企業の商品評価を実施した後、マーケットイン型商品づくりの取組みが各企業内で進行中。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏マーケットの実需を的確に把握した商品開発(改良)ができるような仕組みづくりを行うため、首都圏の高品質スーパー(パートナー店)と連携したマーケットイン型商品づくりの取組を実施している。</li> </ul>
◆産学官連携による加工食品の開発が進んでいる		<ul style="list-style-type: none"> <li>特定農産物4品目のビジネスモデルに基づいて、産地と加工企業等とのマッチングを進める必要がある。</li> </ul>	A	<p>マーケットの反響も伺いながら商品づくりを進めるため、「ものづくりの地産地消」の取組において、加工用原料と県内企業とのマッチングを進めていく。</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>自主衛生管理マニュアルを定めた生産管理が研修等を通じて企業に徐々に浸透するとともに、表示適正化に対する意識が高まっている。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者の経験・知識レベルに応じた研修メニューにより研修を実施中。</li> <li>土佐MBAの一環として、食品衛生に関するネットワーク構築を視野に入れた実践編(中核的人材育成コース)を開催中。</li> <li>食品表示のワンストップ助言体制は継続。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>県内食品加工関連企業の品質管理指導や巡回指導により、工場の衛生品質管理能力が向上しつつある。</li> <li>衛生品質管理能力が向上した企業は商品開発力もアップし、販路の拡大に取り組んでいる。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>〇衛生管理に関する研修会の開催や問い合わせへの対応、個別企業への指導等により、食品衛生品質管理体制の充実を図る。</li> <li>工業技術センター、地産地消費外商課、食品衛生課などの連携を強化して、衛生品質管理を指導する。</li> </ul>
①認証対象業種 14業種 ②認証施設数 12施設 ③高度衛生管理手法導入施設数 20施設	①認証対象業種 14業種 ②認証施設数 15施設 ③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、要件を整備したうえで、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"> <li>〇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、認証取得に関する問い合わせも数般的な増加のみならず、内容がより具体的なものとなってきており、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。</li> <li>〇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。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>〇産業振興部等の他部署との連携を強化し、共催での研修会等の開催を引き続き実施することにより、食品衛生管理認証制度及び食品高度衛生管理手法認定制度の浸透と認知度の向上を図っていく。</li> <li>〇食品衛生管理認証制度については、取組に向けた具体的な問い合わせが複数あるなど、順調に推移しており、今後とも第1期からの進捗手法を継続する。</li> <li>〇食品高度衛生管理手法認定制度については、実質的に第2期からのスタートとなるため、各種HACCP関連講習会、各保健所と連携しての説明会を開催し、県内事業者への浸透を積極的に行っていく。既に複数の施設からの問い合わせがある等、具体的な成果が出つつある。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の技術支援・指導を行い、3年間で91件が商品化され、外商につながる企業が増えた。</li> <li>食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストラーションや広報紙により、県内企業に広くPRでき、156回の機器の利用があった。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>〇県内の食品加工企業等からの商品開発や課題解決の相談に対応し、試作や分析等の技術支援・指導を行う。</li> <li>最新の加工技術に関する情報収集や研究員の人材育成に取り組み、多様化する相談に対応できる態勢づくりを進める。</li> </ul>

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
<b>施策</b> <b>◆これからの対策</b>			
<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチング推進(2/2)</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援</p> <p>農産物の高品質・安定・多収生産技術の開発</p>		<p>○柱である「組合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」、「新たな取組による農業、農村の発展」を積極的に支援するため、新品目の導入定着と新品種育成と生産から流通・販売までを見通した品目別総合戦略に対応した技術開発と普及支援を行う。</p> <p>○環境保全型農業のトップランナーを目指して取り組んでいる農業振興部の重点施策を技術面から支援するためピーマン・シシトフを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害虫管理）技術を確立する。</p>	<p>○得られた成果を栽培部会等で紹介し、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映された。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるなど、普及が図られている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県育成のナス品種「土佐鷹」、雨よけ米ナス「なつのすけ」、水稲極早生品種「南国そだち」の普及が進んだ。</li> <li>・とげなしナス優良系統の現地実証試験が開始、ユリの新潟産切り下球の有効利用技術について、産地での評価が高く、普及が期待されている。</li> </ul> <p>○新たに登録された農薬については、随時県の病害虫防除指針に採用している</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オオバを加害するマテイヤコナカイガラムシに対し、微生物農薬の体系処理により、農家段階の栽培圃場で発生を抑えられる見通しが得られた。</li> <li>・新高ナシ：秋期に幼虫の活動を抑え、被害を軽減できる可能性のある薬剤の選定ができた。</li> </ul>
<p>◆製造業と他産業とのマッチング</p> <p>◆製品開発力の強化</p> <p>◆販路の拡大</p> <p>県内に必要のある機械や設備を可能な限り県内のつ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：おはようこうち：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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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、各社の目線での製品を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）</li> <li>・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（試作機導入を含む）が8事業 県外での販売が2事業</li> </ul>
<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>		<p>・新增設可能性のある企業の熟度アップのため、継続的に企業への訪問活動等を行った。（随時） 延訪問数（企業種） H21：731件、H22：624件、H23：723件</p> <p>・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</p> <p>・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）</p> <p>・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。</p>	<p>H21年度実績 新增設8件（新設3件、増設5件） H22年度実績 新增設3件（新設0件、増設3件） H23年度実績 新增設19件（新設5件、増設14件） 3年間合計 新增設30件（新設8件、増設22件） 新規雇用1,079人、出荷額245億円</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
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>○得られた成果が栽培部会等で紹介され、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるとともに、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映されている。</p> <p>○とげなしナス優良系統の現地実証試験として取り組まれている。</p> <p>○県育成品種「土佐鷹」が27ha、商産そだち」は180haで栽培され、雨よけ米ナスとして「なつのすけ」が栽培面積3.3ha(82%)と普及が進んだ。</p> <p>○登録された農薬については、県の病害虫防除指針に随時採用されている。</p>	B	<p>○とげなしナス育成と品種登録。</p> <p>○「土佐鷹」の栽培面積91ha、雨、よけ米ナス育成品種「なつのすけ」の普及を支援する。</p> <p>○施設シトワ栽培、雨よけピーマン類等の総合的害虫管理技術を確立する。</p> <p>○葉面結露制御による施設栽培シトワの黒枯病除技術を確立する。</p>
<p>・機械系の地産地消の意識が高まることともに、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</p>		<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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、外荷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)</p>	A	<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○搬運の醸成、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、県外見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。</p>
<p>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(SCM化)の拡大</p>	<p>新增設件数 30件</p>	<p>・継続的な誘致活動を通じて、新規案件の掘り起こしを行うとともに、高知県産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の立地など、目標を超える企業立地を実現した。</p>	S	<p>○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。</p> <p>◆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。</p> <p>◆人材供給力の向上のために人材育成事業に取り組み。</p> <p>◆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。</p>

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		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 ]
1 地産地消・地産外商戦略			
(3) 食品加工の推進			
1 地域加工への取組			
◆地域アクションプランの実行を支援（1/5） 民間事業者等を中心とした地域資源活用共有会議を開催し、商品化を目指す地域資源の選定や情報共有、商品開発から販売までの検討を行う。ビジネスプランについては、地域本部を通じて地域アクションプランへの追加を支援する。		地域アクションプランの新たな芽出しを行うため、地域資源活用共有会議を開催。 H21：安芸、額北、物部川、高知市、仁淀川、高橋、幡多の7地域で開催 H22：安芸、額北、仁淀川、高橋、幡多の5地域で開催 H23：安芸、額北、仁淀川、高橋の4地域で開催	地域が一体となって、地域資源を活用した特産品の開発や観光資源の発掘・磨き上げ等が図られた。そうした取組みの中から、新たな地域アクションプランとして、平成22年度には高知市地域の「豊野地区の農産物（トマト等）の付加価値向上」、安芸地域の「酒粕等を活用した特産品開発」が、第2期計画には「エディブルフラワーを活用した新商品の開発と販路の拡大」、「白下郷の生産の拡大と新商品の開発」が位置づけられた。
◆地域アクションプランの実行を支援（2/5） 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。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。		・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	・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意思疎通の共有等につながった。
◆地域アクションプランの実行を支援（3/5） 地域のこだわりを生かした加工品の開発や規模拡大の推進を行うためのフォローアップ体制を整備する。		地域の特徴ある一次産品を、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、フレ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。  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	地域アクションプランの取組みに対するハズオン支援により、プラン実行につながっている。 支援企業 H21年度：6件 H22年度：12件 H23年度：19件  関係機関が連携した加工施設設計：3件
◆地域アクションプランの実行を支援（4/5） 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）  【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演会の実施（H21） ・経営支援に関する講習会の実施（H22） ・4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）	・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。  ・「漁業女性が行う水産物の加工・販売活動について」のテーマで講演会を実施し関係者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。
◆地域アクションプランの実行を支援（5/5） 地域アクションプランの執行を側面から支援し、各地域本部の機能を十分発揮できる体制を整え、地域アクションプランの円滑な進捗をサポートしていく。		地域産業振興監を本部長とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備（7ブロック合計で地域産業振興監7名、地域支援企画員（総括）12名を配置） ・全地域アクションプランに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施 ・庁内情報共有会議に地域産業振興監が参加するとともに、庁内情報共有会議メンバーリストに地域支援企画員まで加えることによって、地域加工や地産外商を含む情報共有体制を強化 ・地域産業振興監会議や地域支援企画員（総括）との打ち合わせ会などを定期的に開催し、情報共有	・産業振興推進総合支援事業費補助金の申請書類の作成アドバイス等、地域アクションプランの執行をサポートした。  産業振興推進総合支援事業費補助金 H21：43件（うち地域加工5件） H22：57件（うち地域加工7件） H23：38件（うち地域加工2件）  ・各地域において、地域本部会議を開催し、各分野の横断的な連携・調整を行った。 ・地域本部に寄せられた相談案件の中で地域加工に関する新たな取組について地域アクションプランへの追加の動きも出てきた。  安芸地域：地域の一次産品等を活用した商品づくりと販路拡大 仁淀川地域：生姜の加工など
◆「おいしい風土こうちサポーター」店舗の紹介・取次ぎを行い、協力店舗での試験販売などの実施  おいしい風土こうちサポーター（実務者）と生産者双方への情報提供や交流を通じてお互いのパイプを強化するとともに、限られた地域のみで流通している地域産品の掘り起こしと商品の磨き上げを行い、高知市内等への販路開拓・販売拡大・を支援する。		・おいしい風土こうちサポーターを中心に地産地消PRのほりりを設置。地産地消の取組み拠点としてPR。直販所MAPを作成し、地産地消の取組み拠点である直販所をPR。 ・地産地消ニュースを作成。サポーターの取組みをホームページから発信。 ・おいしい風土こうちホームページをリニューアルし、最新のサポーター情報を更新した	・登録サポーター件数・H21 568件 H22 580件 H23 604件  ・地産地消のほりり（大）の設置・600枚 ・直販所MAP（毎年発行）…おいしい風土こうちサポーターである直販所とインショップを紹介。3万部を配布。

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
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	
地域加工の進展により地域事業者の所得が向上している		目的とした新たな地域アクションプランの追加に関しては、十分な成果を挙げる事ができなかったが、この共有会議を通して、地域の連帯感が強まり、地域資源を活用した特産品の開発や観光資源の開発・磨き上げ、広域観光の仕組みづくりなど、新たな身を高めていくことができた。	B	民間事業者から事業プランを募集する「土佐の産業おこし参加プラン」を実施し、その中で地域資源活用共有会議の機能である新たな取り組みの掘り起こしや、取り組みの磨き上げを継承し、民間事業者の自発的な参画を促進する。
		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。	A	生産性の向上や販路拡大につなげていくため、引き続き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。
		ものづくりプロデューサー等を活用したハンズオン支援により、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。  関係機関が連携し、望ましい施設設計が行われた	A	引き続き地域アクションプランの実行を支援している。
		・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・熟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、研修等を通して、個々のグループが、儲けを興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視点から、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。
		・地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制の構築により、地域加工などの地域アクションプランの円滑な進捗が図られた。	S	引き続き、産業振興推進総合支援事業費補助金やアドバイザー制度などの活用により、段階に応じたきめ細かなサポートを行っていく。
		・直販所マップやのぼりを作成し、運営しているサポーター関連施設に設置することにより、サポーター登録数が増加し、地産地消を推進することができた	A	・おいしい国産ごちそうサポーター店を中心としたネットワークの強化を図る。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		
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 産業化への取組		
(1) 生産に関する施策		
<p>〈農産物〉</p> <p>◆生産（産地調整を含む）から販売までトータルに相談、指導できる体制を整備し、加工用原材料の安定的な供給を支援</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"> <li>・新需要開拓マーケティング協議会設置（H21.6）</li> <li>・新需要開拓マーケティング協議会開催（H22.5、H23.3、H23.5）</li> <li>・新たな取引の開拓のための企業等への商材提案、既存取引会社との取引拡大（H21～23）</li> <li>（商材提案案件数32件（H22年度）、16件（H23年度）</li> <li>・高知野菜の業務加工向け提案メニュー作成（H21）</li> <li>・ふるさと雇用再生業務需要販路開拓事業により、圏域連に対応する職員2名配置（H21）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな取引の開拓</li> <li>H21：13社（関東8社、関西4社、県内1社）</li> <li>H22：7社（関東6社、関西1社）</li> <li>H23：3社+イベントでの期間限定メニュー化1件（関東）</li> </ul>
<p>〈畜産物〉</p> <p>◆産学官の連携と試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援</p> <p>①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特産鶏の効率的な卵体制を確立するため、種鶏・孵卵管理に必要なヒナ生産マニュアルの作成等について技術支援を行う。</li> </ul> <p>②自給飼料による土佐和牛(雫)肥育実証試験</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・飼料高騰に対応するため、自給飼料を活用した低コストの肥育実証試験を行うとともに、スーパーバイザーなどと連携し、安全・安心で生産背景が見える牛肉として、有利販売の実証を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発</li> <li>・特産鶏孵卵試験（14回）</li> <li>・土佐ジローにかかる孵卵条件について、孵卵機（セッターとハッチャー）の孵卵条件を変更させてそれぞれ実証試験を行い、各孵化率を比較した。</li> <li>②固定原種鶏の系統維持</li> <li>・羽相などの表現形質の安定化を中心に選抜淘汰により系統維持を行った。</li> <li>②自給飼料による土佐和牛(雫)肥育実証試験</li> <li>③牛肥育実証試験（4回）</li> <li>・粗飼料組み合わせや給与期間をそれぞれ設定して肥育試験を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①高知県特産鶏の増羽体制を支援する低コスト生産技術の開発</li> <li>・季節ごとに応用機（セッターとハッチャー）の孵卵条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な孵卵条件の概要が明らかになった。</li> <li>・固定原種の系統については、15世代まで作出。</li> <li>②自給飼料による土佐和牛(雫)肥育実証試験</li> <li>・県内圏域で生産した粗飼料（サイレージ）と野草等が組み合わせにより後期肥育に利用可能であることが分かった</li> </ul>
<p>〈水産物〉</p> <p>◆前処理加工設備や冷凍保管設備等の整備を支援</p> <p>○前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> <p>○衛生管理の高度化を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	<p>【事業化に関する取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・前処理加工事業等の適正規模モデルを作成した。（H21）</li> <li>・新たな連携による前処理加工の事業化の働きかけを行った。</li> <li>・施設整備等に係る補助金等の活用を支援を行った。</li> <li>・原料魚の安定確保や販路の確保の支援を行った。</li> </ul> <p>【事業者間の連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> <p>・県漁協手結支所の加工施設の衛生管理改修の支援を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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）。</li> <li>・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。</li> <li>・すくも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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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定かかりができた。</li> </ul>
<p>○衛生管理の高度化を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県漁協手結支所の加工施設の衛生管理改修の支援を行った。</li> <li>・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）。</li> <li>・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。</li> <li>・すくも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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手結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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・すくも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。</li> </ul>
(2) 加工等に関する施策		
〈総合的な支援〉		
<p>◆食品加工を進めるため、産業間で連携した取組を新しい組織（産業振興推進部）で支援（1/2）</p> <p>ものづくりの地産地消を進めるための体制整備を行う。</p> <p>産地維持のために特産農産物を利用したビジネスモデルを、産学官で研究する。</p> <p>また、一次産業と加工業との間別のマッチングを行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パッケージデザイン支援事業の実施</li> <li>・ふるさと雇用制度を活用し、食品加工アシスタント等が外部アドバイザーの助言を得て、個別企業に対してハンズオン支援を実施するとともに、マーケットの需要に対応した新たな商品づくりの支援を実施。</li> <li>・高知工科大学と、特定農産物の需要拡大に関する共同研究を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・44件について、商品企画及びパッケージデザインの変更および販売を実施。</li> <li>・31件の企業において、商品開発（改良）に取り組んだ。</li> <li>・18企業の商品評価、17企業のテストマーケティングを実施。</li> <li>・ユズ、土佐文鳥、土佐茶、土佐和牛について、ビジネスモデルを策定し、土佐文鳥については、ビジネスモデルに基づいた具体的な産地と加工企業のマッチングを行い、約15社の土佐文鳥の一次加工品を調理素材として首都圏に供することにつながった。</li> </ul>
<p>◆食品加工を進めるため、産業間で連携した取組を新しい組織（産業振興推進部）で支援（2/2）</p>	<p>取組方針：1 地域加工への取組</p> <p>◆これからの対策：◆地域アクションプランの実行を支援（5/5）に掲載</p>	
<p>◆ものづくりの地産地消の仕組みづくり</p> <p>県内で導入する機械設備等や商品の生産過程において、付加価値を高める工程の大部分が県外へ流出している。これらの「ものづくり」の部分について、できるだけ県内で完結させ、経済波及効果を高めるため、県内での受発注につながる情報を集約し、関連団体へ提供することで、機会損失を減らし成約につなげていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・庁内情報共有会議において、定期的（月1回）に情報収集を開始（H22.4）</li> <li>・フィードバックの仕組みを含めた情報フローを確立。</li> <li>・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</li> </ul> <p>【内訳】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農業41件、林業12件、水産業31件、その他4件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>



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	
◆需給がマッチした加工用原材料の生産体制が確立し、安定供給が可能となっている		・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。 ・ハスイモや花ごらなど、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。	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
◆需給がマッチした加工用原材料の生産体制が確立し、安定供給が可能となっている ◆企業が食品加工に取り組み事例が増えている ◆産学官連携による加工食品の開発が進んでいる ◆十分なマーケティングと営業展開により商品の販売が拡大している		①高知県産産物の増産体制を支援する低コスト生産技術の開発 ・季節ごとに解凍機（セッターとハッチャー）の解凍条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な解凍条件を特定した。 ・固定原種の系統については、15世代まで作出したが、更に安定した産卵率が維持できることを目指す。 ②自給飼料による土佐和牛(雌)肥育実証試験 ・通常の肥育体系に比較して濃厚飼料を半減し粗飼料を多給、青草を肥育期間中を通して給与し、食味等の向上や飼料費低減を目指した。肉の食味は概ね好評で、レストラン食材として一定の評価を得た。今後、生産者、流通、シェフなどの相互理解のもとで土佐鶏毛牛を生産し流通させる一つのアイテムとして取り組める可能性が示唆されるなど、一定の成果を得た。	A	・生産者団体や高知大学との連携を強化して、自給飼料や食品残渣の有効利用および付加価値を付けた畜産物の開発や生産技術の向上による市場性の高い商品の開発に取り組む。
◆企業が食品加工に取り組み事例が増えている		・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ことにも、さらなる事業化の芽だしを図る。 ・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協会の加工施設では、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。
◆企業が食品加工に取り組み事例が増えている ◆産学官連携による加工食品の開発が進んでいる		・単なるパッケージデザインではなく、販売ターゲットを明確にした商品企画からデザイン、販路につなげるのが重要であることが、事業者とデザイナーとの間で共有できた。 ・H23年度末までに31企業の商品の開発（改良）が具体的に進められている。 ・部内の高質スーパーと連携して18企業の商品評価を実施した後、マーケットイン型商品づくりの取組みが各企業内で進行中。 ・産学官連携においては、特定農産物4品目のビジネスモデルに基づいて、産地と加工企業等とのマッチングを進める必要がある。	A	・首都圏マーケットの実需を的確に把握した商品開発（改良）ができるような仕組みづくりを行うため、首都圏の高品質系スーパー（パートナー店）と連携したマーケットイン型商品づくりの取組を実施している。
			-	
		・収集した発注予定情報等を関係団体を通じて受注者側に提供する情報フローの仕組みを構築したことにより、県内における受発注を生む機会を作ることができ、「ものづくりの地産地消」につながる事例も生まれるなど、県内企業の受注拡大の機会につながった。	A	・庁内への周知徹底を行い、継続的に取り組んでいく。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆地域資源を活用する食品加工企業の誘致</p> <p>地域固有の技術や資源などを活用した誘致や、不足する業種の誘致を進め、地域で一貫した生産体制（SCM化）の構築・拡大を図る。</p>		<p>・新規設可能性のある企業の熱度アップのため、継続的に企業訪問等を行った。（随時）</p> <p>延訪問数（全業種） H21：731件、H22：624件、H23：723件</p> <p>・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</p> <p>・企業の設備投資を促し、新たな企業誘致につなげるため、使い勝手が良くなるよう補助制度を改正した。（H23.4.1付改正）</p> <p>・改正した補助制度の紹介用チラシを作成し、企業訪問等で説明を行った。</p>	<p>・食品加工企業について、新規2件、増設2件の企業誘致が実現した。（新規雇用83人 出資額39億円）</p>
<p>◆生産から販売に至る各段階を対象に、ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金により支援（再掲）</p>		<p>ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を創設し、生産から販売に至る各段階の取組みを支援。一定の要件を満たす民間企業のハード事業も支援。</p> <p>〔 産業振興推進総合支援事業補助金による支援 〕 H21：43件 （うち産業化への取組みにかかる食品加工16件） H22：57件 （うち産業化への取組みにかかる食品加工21件） H23：38件 （うち産業化への取組みにかかる食品加工11件） （H21～H23累計）138件 うち産業化への取組みにかかる食品加工48件</p> <p>◆補助金のうち民間企業が実施主体となったもの ハード事業 16件 （うち産業化への取組みにかかる食品加工13件） ソフト事業 9件 （うち産業化への取組みにかかる食品加工4件）</p>	<p>・雇用の創出（H21～23年度の補助金の導入事業） 312人増加（地域アクションプランへの位置付け後）</p> <p>・売上高の増加効果 H21～H22年度に補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を測ることが適当と判断される事業（決算の時期により現時点でH23の売上高が把握できていない事業を除く）58事業の売上高の増減合計 H22年度 約6.1億円/年の増（35事業計） H23年度 約14.5億円/年の増（58事業計） （いずれも事業実施前との比較）</p>
<p>＜商品開発・磨き上げ・事業化等に関する個別支援＞</p>			
<p>◆試験研究機関の充実・強化による商品開発の支援</p> <p>食品関係企業・団体への商品開発の支援、食品加工特別技術支援員等の配置による商品開発の推進、食品加工研究棟の活用による支援の充実</p>		<p>・食品加工特別技術支援員による食品加工技術支援、新商品開発支援、人材育成の実施</p> <p>・食品加工研究棟を活用した各種商品開発の支援、企業の開発力向上支援</p>	<p>・食品加工特別技術支援員 （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>・その他の技術支援・相談等 （H21）商品化24件 （H22）技術支援257件、試作111件、商品化22件 （H23）技術支援1814件、試作456件、商品化45件</p> <p>・加工機勢デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加</p>
<p>◆テーマごとの研究会方式によるビジネスプランのブラッシュアップなどを支援</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 ・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 ・食品産業研究会会員数（企業・支援機関）の推移 65（H21）⇒87（H22）⇒102（H23）</p> <p>（2）事業化に向けた企業間連携の促進 ・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 〔研究会の開催実績〕 H21年度：7回（参加者：234社、315名） H22年度：6回（参加者：146社、177名） 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 ・個別支援アドバイザーの派遣数 H21：12社（17回） H22：20社（50回） 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、公設試等の研究会専門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 H21：35社（技術：10、販路開拓：20、両方：5） H22：37社（技術：11、販路開拓：11、両方：15） H23：41社（技術：2、販路開拓：29、両方：10） 合計（延べ）：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 ・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）チャレンジ企業支援事業（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、チャレンジ企業支援事業（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：1件 H22年度：7件 H23年度：7件 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振り起こし） 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 （1）事業化件数（商品が完成し、販売を開始） H21年度認定（1件のうち）：1件 H22年度認定（7件のうち）：7件 H23年度認定（7件のうち）：5件 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 売上高（H24.3末現在の累計額）：1.7億円 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） ○売上高（事業化プラン実施5年後） 15件合計（H21～H23認定）：24.1億円 ○新規雇用数（事業化プラン実施5年間） 15件合計（H21～H23認定）：37名</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の根拠)	SAB C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。
		・継続的な誘致活動を通じて、新規案件の掘り起こしを行うとともに、高知県産ゆず等の地域資源の活用につながる企業の立地など、目標を超える企業立地を実現した。	S	・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。
		総合補助金などの資金的支援により、付加価値を生み出す農水産加工の取り組みが県内各地で始動し、地産地消・地産外需につながる動きが本格化してきたが、総合補助金による民間企業のハード事業が16件（うち産業化への取り組みにかかる食品加工は13件）に留まるなど、措置した予算を最大限有効に活用することができなかった。	A	引き続き、産業振興推進総合支援事業費補助金やアドバイザー制度などの活用により、段階に応じたきめ細かなサポートを行っていく。
		・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の技術支援・指導を行い、3年間で91件が商品化され、外需につなげる企業が増えた。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストレーションや広報紙により、県内企業に広くPRでき、156回の機器の利用があった。	S	○県内の食品加工企業等の外需支援に向け、食品加工研究棟などの活用や食品加工特別技術支援員などによる食品加工技術や新商品開発、人材育成などを行う。 ・最新の加工技術に関する情報収集や研究員の人材育成に取り組み、多様化する相談に対応できる態勢づくりを進める。
		・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み必要がある。	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（販路開拓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。 ○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地産外需公社や産業振興センター-外需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フレッシュアップ）。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆首都圏など大消費地の消費者の視点での商品開発を支援（1/2）</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商活動の実施や、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> <ul style="list-style-type: none"> <li>個別企業への訪問 H22: 269回、H23: 339回</li> <li>高知フェアの開催 H22: 43回、H23: 46回</li> <li>店舗を活用した試食・商談会 H22: 31回、H23: 75回</li> <li>「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」への出席</li> <li>バイヤー・シェフ等の産地招へい H23: 21回</li> </ul> <p>○商品の磨き上げの支援</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> <ul style="list-style-type: none"> <li>来店者 H22: 約44.4万人、H23: 約72.2万人</li> <li>売上（物販・飲食合計） H22: 247,942千円、H23: 390,215千円</li> </ul> <p>○外商活動の成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>成約件数 H22: 444件、H23: 1,327件</li> <li>成約金額 H23: 341百万円（開業1年間の約2倍）</li> <li>公社が外商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：前年々期413億円→（直前437億円）</li> </ul> <p>○商品の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>テストマーケティング及び催事への参加 H23: 92社211商品</li> <li>商品の販売情報のフィードバック H23: 4回、約1,700商品/回</li> </ul> <p>○高知県情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>TV・新聞・雑誌等メディアへの露出の広告効果 H22: 17億円、H23: 23.3億円</li> </ul>
<p>◆首都圏など大消費地の消費者の視点での商品開発を支援（2/2）</p> <p>地産外商商品ブラッシュアップ支援事業により、地産外商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活用PRを実施（事業者個別訪問：県+地産外商公社）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「まるごと高知」テストマーケティング 22年度実施分 20事業者、38商品</li> <li>23年度実施分 24事業者、44商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブラッシュアップ補助金を活用した商品の磨き上げ 22年度 1事業者、2商品</li> <li>23年度 2事業者、3商品</li> <li>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。</li> </ul>
<p>〈適正な品質管理支援〉</p> <p>◆工場の衛生管理の高度化を支援（1/3）</p> <p>衛生管理高度化研修等により、加工現場に衛生知識や技術を蓄積する</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>工場内の設備等安全性・品質管理指導、巡回指導等</li> <li>商品ごとの保存試験と菌検査による殺菌指導</li> <li>企業の品質管理部門への個別研修</li> <li>指導対象企業の選定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術研修の開催 (H21) 11日間 189名参加 (H22) 9日間 216名参加 (H23) 4日間 60名参加</li> <li>食品衛生監視員研修会への講師派遣</li> <li>食品安全（衛生・品質管理）に関する企業支援 (H22) 44社49件 (H23) 139社191件</li> <li>巡回指導 (H22) 10社 (H23) 21社</li> </ul>
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援（2/3）</p> <p>地産地消・外商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した指導・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手法の普及をおこなう。</p>		<p>①地産外商課等の他課と連携し、下記の事項を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言</li> <li>HACCP手法関連講習会の開催</li> </ul> <p>②高知県衛生管理認証制度の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新規対象業種の設定</li> <li>新規認証施設の承認</li> <li>認証取得希望施設への指導・助言</li> </ul>	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21: 15施設 H22: 70施設 H23: 23施設</li> </ul> <p>②HACCP手法関連講習会開催数</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21: 6回 H22: 13回 H23: 5回</li> </ul> <p>③新規対象業種の設定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21: 2業種 H22: 2業種 H23: 2業種</li> </ul> <p>④新規食品衛生管理認証取得施設</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>H21: 2施設 H22: 3施設 H23: 4施設</li> </ul>
<p>◆工場の衛生管理の高度化を支援（3/3）</p> <p>外商を行うにあたって、消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化対応への支援を行うため、専門家の派遣や研修等を行う。また、関係法令が複雑で食品加工事業者の課題となっている適正表示に対する支援を行う。</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>自主衛生管理マニュアルモデルの提示</li> <li>食品加工施設の個別調査及び改善案の提案</li> <li>生産管理高度化に関する研修会の開催</li> <li>表示のワンストップ助言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20業種について自主衛生管理マニュアルモデルの提示（HP掲載）</li> <li>個別企業に対する調査及び改善提案 H21: 20件 H22: 50件 H23: 12件</li> <li>衛生と表示の基礎研修 H21: 150企業210名</li> <li>生産管理高度化研修 H22: 6メニュー、延べ422名受講 H23: 9メニュー、延べ580名受講</li> <li>食品表示に関する助言 H22: 266件 H23: 430件</li> </ul>
<p>(3) 人材に関する支援</p> <p>◆アドバイザーなどの外部人材の活用による支援</p> <p>◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（1/4）</p>		<p>取組方針：1 地域加工への取組</p> <p>◆これからの対策：◆地域アクションプランの実行を支援（2/5） に掲載</p>	
<p>◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（2/4）</p>		<p>取組方針：1 地域加工への取組</p> <p>◆これからの対策：◆地域アクションプランの実行を支援（4/5） に掲載</p>	
<p>◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（3/4）</p> <p>専門技術研修等の実施、食品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、土佐FBC人材創出事業への支援</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>食品加工特別技術支援員による食品加工技術支援、新商品開発支援、人材育成の実施</li> <li>技術指導アドバイザー等外部人材を活用した食品加工の技術支援、講習会等の実施</li> <li>土佐FBC人材創出事業への支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各種技術研修 (H21) 16日間 212名参加 (H22) 29日間 481名参加 (H23) 9日間 297名参加</li> <li>食品加工特別技術支援員 (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</li> <li>技術指導アドバイザー (H21) アドバイザー7名 技術指導9件 (H22) アドバイザー3名 技術指導3件</li> </ul>
<p>◆担い手や核となる人材や団体の育成・確保の推進（4/4）</p>		<p>取組方針：2 産業化への取組</p> <p>◆これからの対策：◆工場の衛生管理の高度化を支援（3/3） 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
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	
		・「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、外高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	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。 ・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高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みしていく。
		・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と、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、県や高知県産地産外高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に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。
		・県内食品加工関連企業の品質管理指導や巡回指導により、工場の衛生品質管理能力が向上しつつある。 ・衛生品質管理能力が向上した企業は商品開発力もアップし、販路の拡大に取り組んでいる。	S	○衛生管理に関する研修会の開催や問い合わせへの対応、個別企業への指導等により、食品衛生品質管理体制の充実を図る。 ・工業技術センター、地産地消費外高課、食品・衛生課などの連携を強化して、衛生品質管理を指導する。
①認証対象業種 14業種 ②認証施設数 12施設 ③高度衛生管理手法導入施設数 20施設	①認証対象業種 14業種 ②認証施設数 15施設 ③高度衛生管理手法導入施設数 1 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。	○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的な増加のみならず、内容がより具体的なものとなってきており、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。 ○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。	S	○産業振興部等の他部署との連携を強化し、共催での研修会等の開催を引き続き実施することにより、食品衛生管理認証制度及び食品高度衛生管理手法認定制度の浸透と認知度の向上を図っていく。 ○食品衛生管理認証制度については、取得に向けた具体的な問い合わせが複数あるなど、順調に推移しており、今後とも第1期からの進捗手法を継続する。 ○食品高度衛生管理手法認定制度については、実質的に第2期からのスタートとなるため、各種HACCP関連講習会、各保健所と連携しての説明会を開催し、県内事業者への浸透を積極的に押し進める。既に複数の施設からの問い合わせがある等、具体的な成果が出つつある。
		・自主衛生管理マニュアルを定めた生産管理が研修等を通じて企業に徐々に浸透するとともに、表示適正化に対する意識が高まっている。	A	・参加者の経験・知識レベルに応じた研修メニューにより研修を実施中。 ・土佐MBAの一環として、食品衛生に関するネットワーク構築を視野に入れた実践編（中核的人材育成コース）を開催中。 ・食品表示のワンストップ助言体制は継続。
			-	
			-	
		・企業ニーズに沿った技術的課題について、職員、技術支援員、技術指導アドバイザーなどの外部講師による講習会や技術指導、情報提供を行った。これらの効果により指導内容に応じた人材が育成されつつある。 ・土佐FBC人材創出の取り組みは、文部科学省の中間評価で最高のS評価を受けた。	S	○食品加工特別技術支援員や技術指導アドバイザーなどによる各種技術研修や技術支援、土佐FBC人材創出事業への支援などを行うことにより、産業人材の育成を推進する。 ・技術レベルに応じた研修カリキュラムの設定を行うとともに、研修者間のネットワークを構築することにより、事業者間連携の促進を図る。
			-	

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		
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	
1 地産地消・地産外商戦略		
(4) 地産外商		
1 総合的な支援		
◆県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援	<p>(H22、23年度の実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○県内事業者の営業活動支援 <ul style="list-style-type: none"> <li>・個別企業への訪問 <ul style="list-style-type: none"> <li>H22: 269回、H23: 339回</li> </ul> </li> <li>・高知フェアの開催 H22: 43回、H23: 46回</li> <li>・店舗を活用した試食・商談会 <ul style="list-style-type: none"> <li>H22: 31回、H23: 75回</li> </ul> </li> <li>・「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</li> <li>・パイヤー・シェフ等の産地招へい H23: 21回</li> </ul> </li> <li>○商品の磨き上げの支援 <ul style="list-style-type: none"> <li>・テストマーケティングへの参加促進など</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「まるごと高知」の来店者数等 <ul style="list-style-type: none"> <li>・来店者 H22: 約44.4万人、H23: 約72.2万人</li> <li>・売上（物販・飲食合計） <ul style="list-style-type: none"> <li>H22: 247,942千円、H23: 390,215千円</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○外販活動の成果 <ul style="list-style-type: none"> <li>・成約件数 H22: 444件、H23: 1,327件</li> <li>・成約金額 H23: 341百万円（開業1年間の約2倍）</li> <li>・公社が外販のサポートをした県内事業者の最近3事業年度の売上高が増：前日同期413億円→（前日437億円）</li> </ul> </li> <li>○商品の磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> <li>・テストマーケティング及び産事への参加 <ul style="list-style-type: none"> <li>H23: 92社211商品</li> </ul> </li> <li>・商品の販売情報のフィードバック <ul style="list-style-type: none"> <li>H23: 4回、約1,700商品/回</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○高知県情報の発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>・TV・新聞・雑誌等メディアへの露出の広告効果 <ul style="list-style-type: none"> <li>H22: 17億円、H23: 23.3億円</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
◆地域アクションプランの実行を支援する体制を地域ごとに整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域産業振興監を本部員とする「産業振興推進地域本部」を設置し、支援体制を整備（7ブロック合計で地域産業振興監7名、地域支援企画員（総括）12名を配置）</li> <li>・全地域アクションプランに実行支援チームを設置し、取組等の状況確認や調整を実施</li> <li>・庁内情報共有会議に地域産業振興監が参加するとともに、庁内情報共有会議メンバーリングリストに地域支援企画員まで加えることによって、地域加工や地産外商を含む情報共有体制を強化</li> <li>・地域産業振興監会議や地域支援企画員（総括）との打ち合わせ会などを定期的に開催し、情報共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興推進総合支援事業費補助金の申請書類の作成アドバイス等、地域アクションプランの実行をサポートした。</li> </ul> <p>（産業振興推進総合支援事業費補助金）</p> <p>H21: 43件 H22: 57件 H23: 38件 累計138件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各地域において、地域本部会議を開催し、各分野の横断的な連携・調整を行った。</li> <li>・地域の取り組みが雇用の確保や所得の向上に繋がる事例が現れ始めた。</li> </ul>
◆県産品の販売を促進するため、生産から販売に至る各段階を対象に、ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を適用し、支援	<p>【漁業女性グループの自主研修・交流活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・グループ交流会の実施（H21）</li> </ul> <p>【専門家の派遣、講習会の開催】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・経営支援に関する講演会の実施（H21）</li> <li>・経営支援に関する講習会の実施（H22）</li> <li>・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）</li> <li>・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）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・水産物地域加工支援事業費補助金を活用し、2団体が機織の導入等を行った。</li> <li>・産地販売活動活性化事業（水産庁事業）を活用し、4グループが機器等を導入するとともに販路を拡大した。</li> <li>・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。</li> <li>・「漁村女性が行う水産物の加工・販売活動について」のテーマで講演会を実施し関係者45名が参加した。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
2 商品の磨き上げを支援		
◆支援体制の強化と新たな販路拡大への取組（園芸農産物）	<p>(H21年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新需要開拓マーケティング協議会設置（H21.6）</li> <li>・卸売会社や量販店との合意による販促活動の展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・パートナー量販店（関東2社、関西2社）</li> <li>・パートナー量販店での高知フェアの展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・関東2社: 15回、159店舗（のべ）</li> <li>・関西2社: 17回、20店舗（のべ）</li> </ul> </li> <li>・パートナー量販店の産地招へいによる高知県の取り組みの環境保全型農業への理解（関東2社、関西1社）</li> </ul> </li> </ul> <p>(H22年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卸売会社や量販店との合意による販促活動の展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・パートナー量販店での高知フェアの展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・関東2社: 55回、302店舗（のべ）</li> <li>・関西3社: 25回、88店舗（のべ）</li> </ul> </li> <li>・高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗</li> <li>・パートナー量販店の産地招へいによる県の取組の環境保全型農業への理解（関東2社: 3回、関西2社: 2回）</li> <li>・特別栽培農産物の販売促進の展開（H22年11月～）</li> <li>・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</li> </ul> </li> </ul> <p>(H23年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卸売会社や量販店との合意による販促活動の展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・パートナー量販店での高知フェアの展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・関東2社: 26回、237店舗（のべ）</li> <li>・関西3社: 27回、126店舗（のべ）</li> </ul> </li> <li>・高知野菜コーナーの設置：東急ストア 4店舗</li> <li>・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の環境保全型農業への理解 <ul style="list-style-type: none"> <li>・パートナー量販店：関東1社（2回）、関西1社（1回）</li> <li>・販売支援員：関東1社（1回）</li> </ul> </li> <li>・新園芸ブランドマークでの販売促進の展開（11月～）</li> <li>・県産青果物トップセールス（関西1回）</li> <li>・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</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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り組み認知度が向上するとともに、取扱品目や数量も増加した。</li> <li>・関東 パートナー量販店1社（拠点店舗）</li> <li>・認知度の向上 <ul style="list-style-type: none"> <li>H22.6 8% → H24.2 21.5%</li> </ul> </li> <li>・取扱数量、販売額の拡大 <ul style="list-style-type: none"> <li>・他県産から高知県産への転換（生葱、小ねぎ、きゅうり、等）</li> </ul> </li> <li>・関西 パートナー量販店1社（拠点店舗）</li> <li>・取扱数量、販売額の拡大 <ul style="list-style-type: none"> <li>販売額 3.7倍（H21年度比）</li> </ul> </li> </ul>

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26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
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	
◆商品企画から流通・販売にいたるまでトータルに県産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		<ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul>	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。
		<ul style="list-style-type: none"> <li>地域産業振興監を中心とした産業振興推進地域本部の体制の構築により、補助金等による商品開発や施設整備等への支援を実施し、地域アクションプランの円滑な進捗が図られた。</li> </ul>	S	引き続き、産業振興推進総合支援事業費補助金やアドバイザー制度などの活用により、段階に応じたきめ細かなサポートを行っていく。
		<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	A	漁村での雇用の安定を図る視点から、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。
◆魅力ある商品づくりが進められている ・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		<ul style="list-style-type: none"> <li>高知コーナーの設置や定期的な高知フェアの開催、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。</li> <li>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。 <ul style="list-style-type: none"> <li>○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。</li> <li>○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。</li> <li>・他店舗での高知青果フェアの展開</li> <li>・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</li> </ul> </li> <li>○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。</li> <li>○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。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>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員直し、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。</li> <li>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</li> </ul>

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）			
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<中食・外食等業務加工需要> 系統共販の強みを生かし、卸売会社と連携して卸から先の実需者に向けた新たな需要創出等を狙い、実需者との合意形成、産地の安定供給を基本として新たな業務需要の開拓に取り組む。		・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（農業団体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の加工への取り組み意向調査を実施 ・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1.5t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 ○地域野菜等の品目別の販売戦略として、地域の他の一次産品や観光資源等をツールとして活用しながらストーリー性を持たせ、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） 四万十農業協同組合	【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】 ・京都と岡山の量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、鯖缶詰等 【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、干しいたけ、落まん、生妻ボン酢等
④特産果樹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> ・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） ・「てんだん」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	【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、店頭に売れる商品として認知された。 ・関西では、販あり商品として「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 H23：1,059t(259t)
<新高梨>		<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）	・園芸連の特産販売課の機能を活かした高級梨の販売を実施し、針木梨組合の園芸連販売に対する期待が高まり始め、新たな販売先の拡大に向け産地を巻き込んだ活動が始まる。（サンプル提供の実施） ・園芸連の県外販売量 H21：39t H22：11t H23：27t
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（21～22年度：延べ24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ヶ所） 22年度：椿山荘 8/1～8/31 アンテナショップ 3/3～3/30	・モニタリング調査の実施（21～22年度：延べ24市場、2347件）（単独調査産地：延べ9産地） ・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） ・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（実証施設設置） 【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】縦箱輸送の課題→市場評価は高いので、費用対効果の検証をしコストダウンを図る 【デルフィ】もっと豪華感を一層ささボリューム感を意識した生産を心がける 【テッポウユリ】品質の向上→定期的な現地検査会・自横らし会の実施 ・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
◆新しいアンテナショップの活用等による、テストマーケティングの機会の提供、県産品に関するモニター調査やアンケート調査の実施、生産者等への情報のフィードバックの充実・強化（1/3）		取組方針：1 総合的な支援 ◆これからの対策：◆県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援し掲載	



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。
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	
◆魅力ある商品づくりが進められている ・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		・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	◆実需者側（卸売市場、仲卸、業務需要会社）の情報共有により、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。  ・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)
		・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。 ・ショウガ：JAによるパ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	
◆魅力ある商品づくりが進められている ・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		○嶺北地域 ・香川県の生協で、「四国の水産・早明浦ダムの里より土佐いほく市場」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。 ○産戸地域 ・一定のリーダーが出て来ており、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、産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	・パートナー量販店との継続した取引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。
◆魅力ある商品づくりが進められている ・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		・土佐ふんたん祭りに取り組みることにより、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度の高まりに加え、生産側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。  ・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。 ・そうした中で、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を深まり、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り、高級果実としての認知度を高め産地の販売力強化を支援する。	A	・第2回、第3回の土佐ふんたん祭りは「土佐のおきゃく」とのコンセプトで開催し好評であった。業者やPR効果も考えた場合、今後もコラボした活動に位置づける。 ・県外出荷へ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、互いの満足度を高め、商品としての土佐文旦を作り込む。 ・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。  ・産地は園芸連との付き合いも深く、園芸連の機能を十分活かすためには産地へ業務需要等も含めた販売展開の提案も必要であり関係機関と連携し進める。
◆魅力ある商品づくりが進められている ・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		・モニタリング調査により、県産花きの各産地の品目別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足がかりとなった。 ・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。 ・上記の結果を踏まえ、今後、生産から販売に至る戦略を策定していく。	A	・消費地と産地の顔の見える関係づくり及び、花きモニタリング事業は県産花きのPRの面と生産者の意識改革を進めるため継続的に進める。また、アンテナショップ等での消費者へのPR活動を拡大する。
			-	

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
<b>◆これからの対策</b> ◆新しいアンテナショップの活用等による、テストマーケティングの機会の提供、県産品に関するモニター調査やアンケート調査の実施、生産者等への情報のフィードバックの充実・強化（2/3） ◆デザイナーやマーケティングの専門家等の外部の人材を活用し、商品の磨き上げや効果的なマーケティング活動等の推進を支援（1/2）  地産外商商品ブラッシュアップ支援事業により、地産外商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		・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活用PRを実施（事業者個別訪問：県土地産外商公社） ・「まるごと高知」テストマーケティング 22年度実施分 20事業者、38商品 23年度実施分 24事業者、44商品	・ブラッシュアップ補助金を活用した商品の磨き上げ 22年度 1事業者、2商品 23年度 2事業者、3商品 ・事業実施により、商販が成立するなどの成果もあがってきている。
◆新しいアンテナショップの活用等による、テストマーケティングの機会の提供、県産品に関するモニター調査やアンケート調査の実施、生産者等への情報のフィードバックの充実・強化（3/3）		・「土佐のいい物おいしい物発見コンクール」を開催し、商品の発掘を行う。 21年度応募数 99事業者 203点 23年度応募数 120事業者 269点 ※コンクールは隔年実施	・県内での展示会、バイヤーズ見本市・商談会、表彰式を通じて商品PRを実施。（21年度、23年度） ・ふるさと祭り東京2012への出展、アンテナショップまるごと高知でのPR等外高活動を実施（23年度）
<b>◆担い手や核となる人材・団体の育成・確保（1/2）</b>		取組方針：1 総合的な支援 ◆これからの対策：◆県産品の販売を促進するため、生産から販売に至る各段階を対象に、ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を適用し、支援に拠載	
<b>◆担い手や核となる人材・団体の育成・確保（2/2）</b> ◆デザイナーやマーケティングの専門家等の外部の人材を活用し、商品の磨き上げや効果的なマーケティング活動等の推進を支援（2/2）  民間事業者等を中心とした地域資源活用共有会議を開催し、商品化を目指す地域資源の選定や情報共有、商品開発から販売までの検討を行う、ビジネスプランについては、地域本部を通じて地域アクションプランへの追加を支援する。		・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要請 H21年度4名 H22年度6名 H23年度5名	・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。
<b>◆地域で商工業者や生産者等が連携して地域資源を発掘・商品化に取り組む場づくり（地域資源活用共有会議の設置）</b>  民間事業者等を中心とした地域資源活用共有会議を開催し、商品化を目指す地域資源の選定や情報共有、商品開発から販売までの検討を行う、ビジネスプランについては、地域本部を通じて地域アクションプランへの追加を支援する。		地域アクションプランの新たな発掘を行うため、地域資源活用共有会議を開催。 H21：安芸、讚北、物部川、高知市、仁淀川、高橋、幡多の7地域で開催 H22：安芸、讚北、仁淀川、高橋、幡多の5地域で開催 H23：安芸、讚北、仁淀川、高橋の4地域で開催	地域が一体となって、地域資源を活用した特産品の開発や観光資源の発掘・磨き上げ等が図られた。そうした取り組みの中から、新たな地域アクションプランとして、平成22年度には高知市地域の「香野地区の農産物（トマト等）の付加価値向上」、安芸地域の「酒粕等を活用した特産品開発」が、第2期計画には「エディブルフラワーを活用した新商品の開発と販路の拡大」、「白下糖の生産の拡大と新商品の開発」が位置づけられた。
<b>◆加工による農林水産物の商品化・高付加価値化と流通・販売ルートの開拓への支援の充実・強化（新組織・総合補助金を中心とした支援）</b>		ハード、ソフトの多様なメニューをパッケージ化した総合補助金を創設し、生産から販売に至る各段階の取組みを支援。一定の要件を満たす民間企業のハード事業も支援。  産業振興推進総合支援事業費補助金による支援 H21：43件（うち農林水産加工33件） H22：57件（うち農林水産加工45件） H23：38件（うち農林水産加工22件）  （H21～H23累計） 138件 うち農林水産加工100件  ◆補助金のうち民間企業が実施主体となったもの ハード事業 16件（うち農林水産加工16件） ソフト事業 9件（うち農林水産加工6件）	・雇用の創出（H21～23年度の補助金の導入事業） 312人増加（地域アクションプランへの位置付け後） ・売上高の増加効果 H21～H22年度に補助金を導入した76事業のうち、売上高により補助事業の効果を確認することができたと判断される事業（決算の時期により現時点でH23の売上高が把握できていない事業を除く）58事業の売上高の増加合計 H22年度 約6.1億円/年の増（35事業計） H23年度 約14.5億円/年の増（58事業計） （いずれも事業実施前との比較）
<b>◆商品カテゴリー別のブランド化の推進を支援</b>  深層水研究所は、共同研究等を通じて海洋深層水関係商品のブランド化を支援。		・各種研究や技術支援を実施した。 ・深層水企業クラブへの情報提供や協議を行った。 ・新商品開発への企画や補助制度の紹介を行った。 ・深層水中の放射性物質の検査を行い、HP等で情報提供を行った。 ・海洋深層水への理解を深めていただくためのPR活動を積極的に行った。 ・産学官共同研究を実施するとともに、補助制度の紹介や協議を行った。	・エンドユーザーやバイヤーに対して産深層水及び関連商品の認知が以前に増していった。 ・地元の高橋を使用した化粧品が新発売となった。 ・スジアオリ養殖事業は生産量が順調に伸びてAPでの販売目標数値を修正した（H23：1500万円⇒2200万円） ・深層水商品に対する放射能汚染の風評被害は抑えることができた。

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
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	
◆魅力ある商品づくりが進められている ・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		・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	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。  ・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、県や高知県地産外産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。
◆魅力ある商品づくりが進められている ・首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		・出展商品数は年々増加（H19は82事業者139点）してきており、PRの場がなく埋もれていた商品や、新開発商品を紹介する場としてコンクールが評価されている。	S	・コンクール受賞商品のPRを県内外のフェアや商談会と連携する等、より効果的な形で実施する。
			—	
		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、引き続き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蓄積できるような支援する。
地域加工の進展により地域事業者の所得が向上している		目的とした新たな地域アクションプランの追加に関しては、十分な成果を現すことができなかったが、この共有会議を通して、地域の連帯感が強まり、地域資源を活用した特産品の開発や観光資源の発掘・磨き上げ、広域観光の仕組みづくりなど、新たな芽を育てることができた。	B	民間事業者から事業プランを募集する「土佐の産業おこし参加プラン」を実施し、その中で地域資源活用共有会議の機能である新たな取り組みの盛りこみや、取り組みの磨き上げを継承し、民間事業者の自発的な夢園を促進する。
		総合補助金などの資金的支援により、付加価値を生み出す農水産加工の取り組みが県内各地で始動し、地産地消・地産外需につながる動きが本格化してきたが、総合補助金による民間企業のハード事業が16件に留まるなど、措置した予算を最大限有効に活用することができなかった。	A	引き続き、産業振興推進総合支援事業費補助金やアドバイザー制度などの活用により、段階に応じたきめ細かなサポートを行っていく。
		・深層水商品の情報発信ツールにより、空戸海洋深層水の魅力を県内外に一定伝えることができた。 ・各種の活動が人的交流や研究の活性化につながり、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。	A	・海洋深層水商品の情報発信と販売力強化の活動を引き続き支援し、更なる販路開拓を推進する。 ・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を行う。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆県産品の高付加価値化等によりブランド化を目指すモデル事例への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内山間地において基幹品目となっているユズの優良種苗生産安定のための弱毒ウイルス保毒優良系統を選抜する。選抜系統は原母樹確保のため整備される網室内で保存し、原母樹として県下JA等が設置する母樹園への種木の供給を行う。さらに、トゲなしユズ等、新たな優良系統の作出を行う</li> <li>・荒茶の市場価格低迷による茶農家経営の悪化に対応するため、県内で仕上げ茶を生産し付加価値の高い商品による販売戦略を支援する</li> </ul>	<p>◆県産品の高付加価値化等によりブランド化を目指すモデル事例への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良種苗供給支援事業（農業技術センター果樹試験場）】</li> <li>○選抜系統原母樹の保存</li> <li>○選抜系統のエイジング及びトゲなし系統の弱毒接種個体の増殖</li> <li>○JA母樹園設置用の選抜系統種木の供給</li> <li>【土佐茶のブランド化を推進する（仕上げ茶）生産技術支援（農業技術センター茶葉試験場）】</li> <li>○荒茶価格低迷による茶農家経営の悪化に対応するため、県内で仕上げ茶を生産し付加価値の高い商品による販売戦略を支援する。</li> <li>○高知女子大学・全農こつち・コスモス農協との共同研究や工業技術センターなど関係機関との連携協力により、嗜好調査や仕上げ技術の確立を行い、県内仕上げ茶の品質向上を図るとともに消費者の嗜好にあった土佐茶統一ブランド商品を開発する環境</li> </ul>	<p>【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良種苗供給支援事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○弱毒ウイルス接種系統の収穫調査では凸型こはん用症が多い個体も認められるが、昨年絞り込んだ3系統は、比較的少ない。</li> <li>○トゲなしユズにおけるエイジングにより、全くトゲのない個体も認められた。</li> <li>○重イオンビーム照射個体では数本のトゲ無しを確認していたが、その後トゲが発生。</li> <li>○土佐茶のブランド化を推進する（仕上げ茶）生産技術支援</li> <li>○好まれる入入れ度の傾向が分かった。</li> <li>○茶葉関係者が互いの茶の特徴を知ること、仕上げ茶品質向上への意識を高めた（参加者44名）。</li> <li>○渋味成分量と官能とは一致する傾向が見られた。</li> </ul>
	<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（1/4）</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援（1/3） （工業技術センター）</p> <p>商品や製品の開発・技術支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品開発のための試作、試験の実施</li> <li>・既存商品改良のための試作、試験の実施</li> <li>・既存商品、試作品、素材の成分分析の実施</li> <li>・商品生産開始に向けた技術指導の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術支援・相談、商品開発支援</li> <li>（H21）商品化24件</li> <li>（H22）技術支援257件、試作111件、商品化22件</li> <li>（H23）技術支援1814件、試作456件、商品化45件</li> <li>・加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加</li> </ul>
	<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（2/4）</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援（2/3） （紙産業技術センター）</p> <p>紙・不織布製品の開発研究、実用化の研究及び製紙産業に関連する調査研究を行い、県内製紙関連企業を技術的に支援し、活性化を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・14課題の試験研究を行うとともに、開放試験設備を利用する研修を10回開催するほか、企業支援のための研究会を25回実施し、研究機関と事業者等とのマッチングの推進に努めた。</li> <li>・外部資金獲得に向けての提案課題数8課題、官員研究員による指導回数も13回と外部の研究者等と企業者の連携を図るべく、取り組みを進めている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・依頼試験件数9,558件、試験設備使用件数2,744件、技術相談件数8,838件など、企業、教育機関等のニーズに応えるとともに、マッチングの成果も表れた。</li> <li>・開放試験設備研修利用研修参加者は延べ42名、企業支援のための研究会への参加者は延べ325名と直接的な実績を積んでいるとともに、外部資金獲得課題が6課題、官員研究員による指導人数も延べ約100名に及び、特許出願も3件を数えた。</li> </ul>
	<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（3/4）</p> <p>◆産学官連携による新商品の開発を支援（3/3） （海洋深層水研究所）</p> <p>深層水研究所は、共同研究等を通じて海洋深層水関係商品のブランド化を支援。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種研究や技術支援を実施した。</li> <li>・深層水企業クラブへの情報提供や協議を行った。</li> <li>・新商品開発への企画や補助制度の紹介を行った。</li> <li>・深層水中の放射性物質の検査を行い、HP等で情報提供を行った。</li> <li>・海洋深層水への理解を深めていただくためのPR活動を積極的にに行った。</li> <li>・産学官共同研究を実施するとともに、補助制度の紹介や協議を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エンドユーザーやバイヤーに対して産海洋深層水及び関連商品の認知が以前に増して図られた。</li> <li>・地元産の海産物を使用した化粧品が新発売となった。</li> <li>・スズアオリ養殖事業は生産量が順調に伸びてAPでの販売目標数値を修正した（H23：1500万円⇒2200万円）</li> <li>・深層水商品に対する放射性汚染の風評被害を抑えることができた。</li> </ul>
	<p>◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進（4/4）</p> <p>農産物の高品質・安定・多収生産技術の開発（施設園芸）</p> <p>ピーマン、シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害管理）技術を確立</p> <p>ピーマン、シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害管理）技術を確立</p> <p>農産物の高品質・安定生産技術の開発（果樹）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○柱である「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」、「新たな取組による農業、農村の発展」を積極的に支援するため、新品目の導入定着と新品種育成と生産から流通、販売までを見通した品目別総合戦略に対応した技術研修と普及支援を行う。</li> <li>○環境保全型農業のトップランナーを目指して取り組んでいる農業振興部の重点施策を技術面から支援するためピーマン、シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害管理）技術を確立する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○得られた成果を栽培部会等で紹介し、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映された。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるなど、普及が図られている。</li> <li>・県産品のブランド「土佐産、雨よみ米」の「なつのはな」、水稲産生品種「南園ぞのぞの」の普及が進んだ。</li> <li>・トゲなしユズ優良系統の現地実証試験が開始、ユズの新産地切り下種の有効利用技術について、産地での評価が高くなり期待されている。</li> <li>○新たに登録された農業については、随時県の病害虫防除指針に採用している</li> <li>・オオバを加害するマダライコナカイガラムシに対し、微生物農薬の体系処理により、農家段階の栽培現場で発生を抑えられる見通しが得られた。</li> <li>・新高ナシ：秋期に幼虫の活動を抑え、被害を軽減できる可能性のある薬剤の選定ができた。</li> </ul>
	<p>◆HACCPなどの導入を支援</p> <p>地産地消・外商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、能力向上懸念のある企業の取りこぼしとHACCP手法の習得をおこなう。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①地産外商等その他と連携し、下記事項を実施             <ul style="list-style-type: none"> <li>・高度食品衛生管理手法実施希望施設への指導・助言</li> <li>・HACCP手法関連講習会の開催</li> </ul> </li> <li>②高知県衛生管理認証制度の推進             <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規対象業種の設定</li> <li>・新規認証施設の承認</li> <li>・認証取得希望施設への指導・助言</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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"> <li>H21：15施設 H22：70施設 H23：23施設</li> </ul> </li> <li>②HACCP手法関連講習会開催数             <ul style="list-style-type: none"> <li>H21：6回 H22：13回 H23：5回</li> </ul> </li> <li>③新規対象業種の設定             <ul style="list-style-type: none"> <li>H21：2業種 H22：2業種 H23：2業種</li> </ul> </li> <li>④新規食品衛生管理認証取得施設             <ul style="list-style-type: none"> <li>H21：2施設 H22：3施設 H23：4施設</li> </ul> </li> </ul>
3 県産品の販路の拡大を支援			
	<p>◆高知県を総合的に売り出す営業拠点として東京部心に新しいアンテナショップを設置（物販だけでなく、生産者団体とも連携した外食や中食、卸・小売業者等への県産品の売り込み拠点）、事前フェアの開催</p>	<p>取組方針：1 総合的な支援</p> <p>◆これからの対策：◆県産品の販売を促進するため、産業間で連携した取組を新しい組織で支援に掲載</p>	
	<p>◆消費者や流通・販売業者と生産者の情報交換、交流機会の拡大による県産品のPRと消費者ニーズの把握への支援（情報交換会、交流会、研修会、産地体験ツアーの開催）</p>	<p>取組方針：2 商品の磨き上げを支援</p> <p>◆これからの対策：◆支援体制の強化と新たな販路拡大への取組（園芸農産物）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
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	
◆魅力ある商品づくりが進められている。首都圏をはじめとする県外市場に目を向け、消費者の視点に立った魅力ある商品づくりの推進		<p>【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良産苗供給支援事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○弱毒ウイルスの干渉効果および・自然弱毒優良系統では3系統ほどに絞り込めたが、産地への苗木の供給には至っていない。</li> <li>○優良系統のエイジングで、ほとんどトグのない発生していない1系統が得られた。</li> <li>○トグなし系統では4系統を増殖し、3月にJAへ配布予定であったが、現在増殖中である。</li> <li>【土佐茶のブランド化を推進する(仕上げ茶)生産技術支援】</li> <li>○嗜好調査の結果をもとに、土佐茶の味・香りなどのコンセプトを検討し、平成22年1月からの仕上げ茶生産(試作)に活用し、高知女子大学・全農こうちと協力して試作した土佐茶「CHARARA」の試験販売を実施したが、商品化には至っていない。</li> <li>・うま味、渋味指標(案)を作成した。</li> </ul>	B	<p>【日本一のユズ産地の維持・発展に向けた優良産苗供給支援事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○JA母樹園用の苗木供給体制の確立。</li> <li>【土佐茶のブランド化を推進する(仕上げ茶)生産技術支援】</li> <li>○土佐茶統一ブランド商品の開発</li> <li>○水だし茶の特性解明</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の技術支援・指導を行い、3年間で91件が商品化され、外販につながらる企業が増えた。</li> <li>・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストレーションや広報誌により、県内企業に広くPRでき、156回の機器の利用があった。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内の食品加工企業等の外販支援に向け、食品加工研究棟などの活用や食品加工特別技術支援員などによる食品加工技術や新商品開発、人材育成などを行う。</li> <li>・最新の加工技術に関する情報収集や研究員の人材育成に取り組む、多様化する相談に対応できる態勢づくりを進める。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・各事業者及び、外部の研究機関に在籍する研究者らとも良好な関係を保っている。また、各種の試験・研究の依頼も数多く積極的に実施している。</li> <li>・新商品の開発については、企業者に対し、全面的なバックアップ体制をとり、支援してきた。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>○開放試験設備の研修や研究会の開催などを通じて、研究機関と事業者及び事業者間のマッチングを推進する。</li> <li>・最新の技術情報などの収集に努めるとともに、企業の秘密保持について丁寧な対応を行うことで、企業連携などによる新製品開発を加速する。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・深層水商品の情報発信ツールにより、産地・産地深層水の魅力を県内外に一定伝えることができた。</li> <li>・各種の活動が人的交流や研究の活性化につながり、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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海洋深層水商品の情報発信と販売力強化の活動を引き続き支援し、更なる販路開拓を推進。</li> <li>・海洋深層水の機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を行う。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○得られた成果が栽培部会等で紹介され、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるとともに、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映されている。</li> <li>○トグなしナシ優良系統の現地実証試験として取り組まれている。</li> <li>○県産品種「土佐鷹」が27ha、南国もだち」は180haで栽培されているが、目標面積には達していない。雨よけ米ナスとして「なつのすけ」が栽培面積3.3ha(82%)と普及が進んだ。</li> <li>○登録された農業については、県の病害虫防除指針に随時採用されている。</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>○トグなしナシ育成と品種登録。</li> <li>○「土佐鷹」の栽培面積91ha、雨よけ米ナス育成品種「なつのすけ」の普及を支援する。</li> <li>○施設シトウ栽培、雨よけピーマン類等の総合的害虫管理技術を確立する。</li> <li>○葉面結露制御による施設栽培シトウの黒枯病除根技術を確立する。</li> </ul>
①認証対象業種 14業種 ②認証施設数 12施設 ③高度衛生管理手法導入施設数 20施設	①認証対象業種 14業種 ②認証施設数 15施設 ③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"> <li>○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々の増加のみならず、内容がより具体的なものとなってきており、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。</li> <li>○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。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>○産業振興部等の他部署との連携を強化し、共催での研修会等の開催を引き続き実施することにより、食品衛生管理認証制度及び食品高度衛生管理手法認定制度の浸透と認知度の向上を図っていく。</li> <li>○食品衛生管理認証制度については、取得に向けた具体的な問い合わせが複数あるなど、順調に推移しており、今後とも第1期からの進捗手法を継続する。</li> <li>○食品高度衛生管理手法認定制度については、実質的に第2期からのスタートとなるため、各種HACCP関連講習会、各保健所と連携しての説明会を開催し、県内事業者への浸透を積極的に押し進める。既に複数の施設からの問い合わせがある等、具体的な成果が出つつある。</li> </ul>
			-	
			-	

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針	施策		
<p>◆これからの対策</p> <p>◆生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催）（1/2）</p> <p>○県外向けの消費拡大対策 産地と消費地との交流会を実施し双方の結びつきを強めることにより県産水産物の地産外商を図る。</p> <p>○ブランド化対策 地産外商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商戦略の推進する。 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>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p> <p>〔 産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6回） ・築地（23年2月、9月） ・名古屋（22年6月） ・大阪（22年2月、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） ・大阪市遠開設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） 〔 地産外商の実績 〕 ・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、うつぼ等）を行った。</p> <p>・カツオ、キンメダイ、ゴマサバの地産外商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>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p> <p>・築地、名古屋、大阪の市場関係者（延べ58人）と産地市場関係者（延べ135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、水産物の地産外商につながりつつある。</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・大阪市遠を訪問しての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>
<p>◆生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催）（2/2）</p> <p>地産外商会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。</p>		<p>・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（H22.2.3） ・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名が参加） ・高知フェア（H21～H23で261件）</p>	<p>・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例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、商談会での協力やフェア開催、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。</p>
<p>◆県産品等の情報提供による県外在住の県出身者（県人会等）や本県に縁のある方の高知ファン（とさぼーたー）としての定着・県産品愛用者の増加</p> <p>県外における県人会等の会員をターゲットに、県産品広報紙の発行を継続し、高知ファン「とさぼーたー」づくりを推進することによって、その定着を図るとともに、県産品の販路拡大につなげることを目的とする。</p>		<p>・県外の県人会メンバー等への県産品広報紙の送付。 また、高知県地産外商会社や、県外事務所等と連携し、大都市圏における高知県に縁のある方をターゲットとした県産品試食会・高知フェアの開催について、事前に広報紙の中で案内する等して、更なる高知のサポーターづくりに努める。</p>	<p>県産品広報紙の発行 ＜発行部数＞ H21年度（4回） 9月：16,000部、11月：18,000部、 1月：20,000部、3月：20,000部 H22年度（3回） 9月：20,000部、11月：20,000部、 3月：20,000部 H23年度（4回） 7月：20,000部、9月：20,000部、 11月：20,000部、1月：20,000部 ※1回の発行における主な配布先の内訳 県外在住者：約5千部、県外施設：約6千部、 県内施設：約9千部</p>
<p>◆贈答品（歳暮・中元・ギフト）に関する県産品愛用運動の展開</p> <p>県職員に対して贈答用商品等の情報提供を行う。コンビニエンスストア事業者と商品の協働開発を行い、県産品の販売拡大を図る。</p>		<p>・包括業務提携を締結したコンビニエンスストア各社と商品を協働開発、職員による共同購入。 ・まるごと高知のギフトカタログの活用。</p>	<p>・高知県の食材等を使用した商品をコンビニエンスストア各社（3社）と協働して開発し、志願高知 龍馬ふるさと博覧会を記念する商品などとして、四国内の店舗を中心に販売された。3年間で、3社の合計で19回、74商品が販売されており、販売に併せて県職員による共同購入を実施し、県産品愛用の推進を行った。 ・中元・秋冬のギフトカタログに、のべ108社168商品を掲載した。約4万部を配布し、1,276セット、5,406千円分の商品を販売した。</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
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	
◆首都圏をはじめとする県外への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている。 ・多様な販路を確保		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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さらけがある。</li> <li>・まるごと高知でのフェアは、一定の啓蒙効果もあり、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。</li> </ul>	A	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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販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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カツオ、キンメダイ、ゴマサバに加え、唐毛産でのギビナゴのブランド化を担う推進組織が設立されるとともに、各推進組が効果的な地産外販戦略の実践に取り組み。</li> <li>・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。</li> <li>・「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販公社等と連携した取組を強化する。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・「食の大高談会」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。</li> <li>・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。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県地産外販公社と連携した外販活動の支援、高知フェア・高談会の開催、産地訪問支援等県産品のPR活動を継続する。</li> <li>・「食の大高談会」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。</li> <li>・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。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・さんSUN高知県外版（毎月発行「ちゃお高知」折込）の発送数増加により、購読者が増加、県産品の広報の拡大につながった。</li> <li>・H21年度以来、3年間で11回発行し、県産品広報誌として、主に県外在住の高知県関係者を対象に情報提供することで県産品の認知度向上などに寄与してきたが、所期の目的である県産品の販売拡大等を一定達成したため、23年度をもって終了した。</li> <li>・今後は「さんSUN高知県外版」等を活用した情報発信を継続していく。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・所期の目的である県産品の販売拡大等を一定達成したため、終了。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・大きな流通ネットワークを有し、また幅広い年代の人に利用されているコンビニエンスストアにおいて、県産品を使用した商品が志国高知 龍馬ふるさと博の開催記念など、高知県と関連付けた商品として取り扱われたことにより、県産品の販売拡大につながる一定の成果があった。</li> <li>・全てが県産品で構成されるまるごと高知のギフトカタログの成果を検証し、次の販路につなげていく必要がある。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県職員自身による県産品の愛用運動を継続して行う。</li> <li>・県産品に関する情報収集を継続するとともに、県外市場の顧客ニーズを的確に把握し、必要な情報の発信を継続して行う。</li> <li>・新たに、高知県産品のみで構成する結婚式、披露宴等の引出物のギフトカタログを作成し、販売することで、県産品の販売拡大を図り、県産品愛用の推進を行う。</li> </ul>

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）			
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			
<p>◆これからの対策</p> <p>◆海外事務所の活用、民間（ジェトロや商社等）との連携による貿易拡大への支援</p> <p>貿易促進コーディネータや海外事務所が、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、輸出商社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。</p>		<p>・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。</p> <p>・セミナー、商談会、展示会、フェアの開催や支援。</p> <p>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）</p> <p>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）</p> <p>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）、フランスコス賞味会（1回）見本市・フェア（4回）</p> <p>・四国4県連携による事業の実施</p> <p>平成21年度、平成22年度：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）</p> <p>平成23年度：伊勢丹シンガポール四国フェア 上海事業（ハイヤー招へい事業）</p>	<p>・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）。</p> <p>・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とともに、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。</p> <p>・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、必ず製品についてはリピーターも出てきている。</p> <p>（高知県売上分） 平成21年度：450万円 平成22年度：566万円 平成23年度：717万円</p> <p>・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</p> <p>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</p> <p>・海外挑戦企業数の増加</p> <p>平成21年度：8社 平成22年度：7社 平成23年度：9社</p> <p>・主な見本市・フェアにおける成約件数・売上</p> <p>平成21年度：香港商談会 のべ35品目成約 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：フランスコス賞味会 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）</p>
<p>◆インターネットを活用した県産品販売への支援（eコマース）（1/3）</p> <p>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。</p>		<p>・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</p>	<p>【セミナー開催】</p> <p>【平成21年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・5回開催</li> <li>・参加者300名、参加企業等190団体</li> </ul> <p>【平成22年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・4回開催</li> <li>・参加者155名、参加企業等109団体</li> </ul> <p>【個別相談等】</p> <p>【平成23年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>【個別相談会開催・専門家派遣】</li> <li>【平成23年度】</li> <li>・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。</li> <li>・相談会の内容を踏まえ、必要に応じて専門家等10社（20回）に派遣し、eコマース導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。</li> </ul>
<p>◆インターネットを活用した県産品販売への支援（eコマース）（2/3）</p> <p>◆県産品に関する情報発信機能の充実・強化（ホームページの充実、マスメディアを活用したPR（野菜や畜産物）（1/2）</p> <p>大手eコマースサイト等と連携し、県内事業者が運営するeコマースサイトとのリンクページを構築し、これらの事業者による県産品の販売拡大を支援する。</p>		<p>・楽天「まち楽 高知」内、メルマガ、ブログでの情報発信</p> <p>・観光・物産などの情報以外に、アンテナショップや高知フェアなど、首都圏をはじめとした都市部のユーザーにとって身近な情報を提供</p>	<p>・「まち楽」を活用した高知県ページ、ブログ、メルマガ等のPR活動を通じて、高知県産品の流通が発生している。</p>
<p>◆インターネットを活用した県産品販売への支援（eコマース）（3/3）</p> <p>◆県産品に関する情報発信機能の充実・強化（ホームページの充実、マスメディアを活用したPR（野菜や畜産物）（2/2）</p> <p>県産品（県内eコマースサイトも含む）や観光、地域、県内ブログなどの情報をわかりやすく紹介したポータルサイトを運営することにより、高知県や県産品の認知度の向上やeコマースサイトでの販売拡大、観光客や移住者の誘客の拡大を目指す。</p>		<p>平成21年10月15日にeコマースに取り組み県内事業者を紹介する高知まるごとネットを開設した。</p>	<p>○登録事業者</p> <p>平成21年度：162事業者 平成23年度：2634事業者</p> <p>○eコマースサイト誘導数</p> <p>平成22年度：48、813件 平成23年度：97、889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
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	
◆首都圏をはじめとする県外（海外）への情報発信を強化し、高知県を丸ごと売り出すことで、県産品の販売が拡大されている ・多様な販路を確保		・平成21年度から配置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	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。 ・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へのサポートについては民間（ジェトロや商社等）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。
		※セミナーについては平成23年度で事業終了 【セミナー開催】 ・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、顧客や売上の増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。 【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。	A	○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。 ○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。
		・メルマガ発行やブログ更新、高知県ページの更新によるアクセス数の向上や、メルマガ観光冊子プレゼント企画への応募者数が増加傾向にあることなどから、県産品やアンテナショップのPRに一定の効果があったことが分かる。 ・今後も積極的な更新を図り、より旬な情報を読者に提供することで、引き続き県産品の販売拡大を支援していく。	A	・下段取り組みと併せて県産品に関する情報発信機能の充実・強化に取り組んでいく。
		・開設から約2年半、登録事業者やeコマースサイトへの誘導数が増加傾向にあるほか、各種媒体からサイトの画像使用などの問い合わせも増え、県産品の認知度向上及び販路拡大につながっていると考えられる。また、WEBモニターによるテストマーケティングを通じ、商品の磨き上げにもつながっている。	A	・「高知まるごとネット」による県産品の認知度の向上のため、情報発信の充実・強化を図り、県内事業者のインターネットを活用した販路拡大につなげていく。 ・県が管理するサイトであり、直接販売行為が行えないため、高知県産地産公社への移行を併せて検討していく。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱			
取組方針			
<p>施策</p> <p>◆これからの対策</p>		<p>〔 対策に関する具体的な取組み内容を記載 〕</p>	<p>〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕</p>
<p>4 企業の販売力の強化を支援</p> <p>◆知的財産の保護と活用に向けた支援</p> <p>知的財産に関心を持つ人の裾野を広げ、最近な技術や知恵を貴重な経営資源として保護、活用を促進するため、知的財産（知財）を活用しようとする意欲のある市町村や団体に対して、所有する技術や地域資源の再評価や権利化などの主体的な取り組みが進むよう、アドバイザーの派遣を通じて支援する。</p> <p>◆全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催【再掲】</p> <p>◆新商品の開発や販路の開拓に関するセミナー等による企業の育成</p>			
<p>◆この対策：知的財産の保護と活用などに関するセミナーを開催し、知的財産に関する意識の向上を図った。</p> <p>◆セミナーに合わせて個別相談会を開催し、知的財産を具体的に活用しようとする事例などに対して弁護士による助言を行った。</p> <p>◆個別相談会で解決できなかった案件などにアドバイザー（弁護士）を派遣し、知的財産の具体的な活用を促進した。</p> <p>◆アドバイザー派遣件数 (H21年度) 2件 (H22年度) 5件 (H23年度) 6件</p>		<p>アドバイザーを派遣した団体や市町村が商標において新たに出願が行われたり、既存の商標権の使用許諾基準などの管理規定が整備されるなど、知的財産の具体的な活用が図られた。</p> <p>○アドバイザー派遣による事業実績 (H21年度) ・高知 県農業協同組合室戸支所 （商標登録、管理規定の整備） ・協同組合士佐物産流通センター （商標登録、管理規定の整備） (H22年度) 高知県農業協同組合（商標登録） ・高知はた 農業協同組合（実施契約書の整備） ・室戸市（商標登録） ・財団法人大月町ふるさと振興公社（商標出願） ・四 万十農業協同組合（商標出願に係る拒絶理由通知に対する意見書提出） (H23年度) 四万十市（地域団体商標出願準備） ・仁淀村地域観光協会（商標出願） ・財団法人奥物部開発公社（商標管理規定の整備） ・全国農業協同組合連合会高知県本部（地域団体商標出願の検討） ・中土佐町商工会（商標出願の検討） ・佐川町商工会（商標使用基準の検討）</p>	
<p>◆全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催【再掲】</p> <p>◆新商品の開発や販路の開拓に関するセミナー等による企業の育成</p>		<p>取組方針：3 県産品の販路の拡大を支援</p> <p>◆この対策：生産者、加工業者、流通・販売業者、観光業者等の相互のマッチングを推進することによる販路開拓への支援（全国的な展示会や見本市への出展支援、商談会等の開催（2/2））に再掲</p>	
1 地産地消・地産外商戦略			
(3) 地産外商（関西地区）			
1 関西地区における県産品販路拡大への支援			
<p>◆地産外商関西戦略会議を設置し、関西での高知県産品の地産外商の展開について検討を行う</p> <p>民間の有識者を中心に構成される地産外商関西戦略会議を開催し、関西市場での高知県産品の定着化について検討する</p>		<p>地産外商戦略会議委員による商品視察 2回 準備会議開催 1回 戦略会議開催 3回</p> <p>会議内容 1回目 商品開発品目の選定 2回目 土佐茶の現状、地産外商の取り組み状況 3回目 土佐茶商品の試飲会開催</p>	<p>土佐茶試飲会に3生産者から20商品のサンプル提供があり、委員から土佐茶全般や各生産者への改善点等の助言を頂いた。</p>
(1) 新たな関西ネットワークの構築			
<p>◆新たな関西ネットワークを構築する</p> <p>高知県にゆかりのある関西の方との繋がりを深めるとともに、新たな人脈を広げることに伴い、企業誘致や求職者の受け入れ、また関西での高知県産品の消費拡大、観光の誘致につなげる。</p>		<p>同窓会・ふるさと会への参加 36回 高知県応援団（関西）への参加呼びかけ、ふるさと寄付金の依頼、ふるさと交流会への参加呼びかけ、大阪事務所活動紹介など、高知を語る会の開催 3回 関西から高知を応援する会（関西からの進出企業）の開催 3回</p>	<p>高知県応援団（関西）599名登録</p>
(2) 関西高知県産品PR戦略（農産物、水産物、加工品）			
<p>◆有効な各種商談会や展示会への参加について、マスコミや産業振興センター、地産外商公社等を通じた情報提供を行うとともに、個別企業に対しても積極的に働きかけ商談の機会を確保する</p> <p>また、高知県の企業の展示会に関西のバイヤーを案内しマッチング機会を増やす</p>		<p>企業への商談会案内・出展 12回 天下の台所 8回 ・貸いませ売れ筋商品発掘市 3回 ・大豊町「薯芋茶」地域ブランド化マッチングフェア 1回 試食・商談会の開催 8回 ・土佐ブランド食材特別試食会土佐の宴 3回 ・マスメディア向け試食会 2回 ・高知ブランド畜産物試食説明会 1回 ・大阪豆腐士協会試食勉強会 1回 ・オーナーシェフ向け試食商談会 1回 展示商談会への出展 4回 ・2009食博覧会in大阪 ・外食・中食設備機器フェア ・高知の食材商談会（関西ホテル購買者協議会） ・フードテック2011 （株）大近による高知フェア開催の支援 2回</p>	<p>・土佐ブランド食材特別試食会土佐の宴(H22) 出席者 217名 高知県の業者 28業者（生鮮品・加工品） 実績：商談成立 14件 ・マスメディア向け試食会 招待者：メディア出席16社23名 実績：イベント記事掲載 （毎日新聞、スポーツ報知、報知新聞、日本食料新聞社）、プレゼント掲載等（関西オカ） ・オーナーシェフ向け試食商談会 招待者：出席者 28店 32名 実績：商談成立 3件 ・土佐ブランド食材特別試食会土佐の宴(H23) 出席者 230名 高知県の業者 28業者（生鮮品・加工品） 実績：商談成立 110件 ・フードテック2011(H23) 高知県の業者 12業者（生鮮品・加工品） 実績：商談成立 16件</p>
<p>◆関西の産地直販店との連携や支援により、定期的な物産販売とイベント参加を継続し、アンテナショップ的なPRの場を確保する</p> <p>産地直販店との連携や支援による県産品の販売拡大</p>		<p>大阪事務所内の「土佐の木曜市（H21.5.21～）」「よさこい火曜市（H21.10.20～H23.1.25）」を開催。</p>	<p>木曜日 来所者数平均156人/日 売上 平均144,949円/日（H23年度）</p>
<p>◆ホテル、レストラン等での高知フェア等の開催に向けた支援・提案を行う</p> <p>高知県産品の販路拡大に向けたPRとして関西地区地産外商戦略事業を展開し、ホテル、レストラン等での高知フェアの開催への支援等を行いPRを（観光との連携）。また雑誌等マスコミやインターネットを活用した高知県産品の情報発信、関西PR戦略総合イベントの開催などを行う</p>		<p>食品等の販路拡大のための企業訪問件数 延べ431件</p>	<p>高知フェア開催件数 65回</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
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)	SAB C評価	
◆県内企業の販売力が強化されている ・県外へ打って出ることのできる企業の育成		・相談会の個別相談件数などから、知的財産を活用しようとする意識が広まっている。 (H21年度) 2件 (1回実施) (H22年度) 6件 (3回実施) (H23年度) 11件 (3回実施) ・商標権の取得にとどまらず、使用許諾基準の整備など維持管理方法までの一連の支援を行うことが必要である。	A	○知的財産の活用に着目した団体や市町村に対してアドバイザー（弁理士）を派遣し、商標権の取得によるブランド化の推進（取得した商標権の使用許可基準の作成など、適切な管理・活用を含む）により、販売の拡大などを推進する。 ・商標権が活用された成功事例などを具体的に紹介し、知的財産の活用効果に対する理解を深めていただく。 ・市町村や商工会、地域支援企画員などの地域の相談窓口や、中小企業の知財相談窓口である高知県発明協会との連携をさらに深め、多様な相談に対する支援を行う。
			-	
		関西での土佐茶のブランド化確立には至っていないものの、関西の産自市で販売が継続されていることなどから今後の展開が期待できる。	B	地産外需関西戦略会議からの提案を土佐茶の外需戦略に生かして生産者の商品開発づくりの支援を行い、重点的な販売促進活動を実施し、県外でのブランド化を目指す。
◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている		高知県にゆかりのある関西の方との繋がりを深めるとともに、新たな人脈をひるげることにより、獲得できる人的情報が増加し、また高知に関する情報の提供先が広がった。このことにより、将来的に企業誘致や求職者の受け入れにつなげ、また関西での高知県産品の消費拡大、観光の誘致につなげることが期待できる。	S	これまで築いてきたネットワークを大切にしつつ、さらにつながりを広げていく。
◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている		大阪事務所主催の土佐ブランド食材特別試食会土佐の宴をはじめとする展示商談会の開催・出展によって、関西の多くの飲食関係者、流通関係者等のつながりを築き、高知県産品・販売者とのマッチングの機会を増加させたことによって、高知県産品の関西方面の販路拡大・定着への足がかりをつくることができた。	A	これまでの展示・試食商談会の開催・出展の継続しつつ、さらに関西での大規模な食の商談会（フードテック）への高知県ブースの出展や高松系量販店での開催する高知フェアへの出展にむけた商談会の開催を行うなど、より具体的な成果につながる取り組みを強化する。
		木曜市の継続は、とさ千里の支援につながることに、大阪ビジネス街において高知県産品のファンを多くつくることができ、事務所としても毎回150名程の来所者をむかえ、高知県PRの場として定着してきた。関西の販路業者との連携・支援により、商工会議所等の開催するイベントへの出展を通じて観光のPRを併せて行い高知県への観光誘致の場も確保してきた。	S	今後も木曜日開催を支援し、県内各地の生産者の自己PRの場としての活用も期待できる。今後も効果的なイベントの場を促し販路店と連携した取り組みを継続する。
		龍馬伝効果によるホテル等での高知フェアの増加や試食商談会等を主催することにより、関西の飲食業界、流通業界とのつながり深め、多くの人的な情報を確保することができた。	S	龍馬伝効果で平成22年度は多くのホテル等で高知フェアが開催された。震災の影響や龍馬伝の追い風も無くなる中、開催の支援を通じて築いた人脈をもとにさらにつながりを広め、高知県産品のPR活動を続ける。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		
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) 林業・木材産業販路拡大 ◆新規取引先の開拓と既存の取引企業との取引拡大、れいほくスケルトン住宅の販路拡大 県産材の販路開拓・販売拡大を支援するため、大阪プレカット・建材問屋との連携による取引量拡大への取組、消費者への説明会、構造見学会への支援によるれいほくスケルトンの普及支援、既存の取引企業向けバスツアー提案や完成見学会でのPR	住宅現地見学会・工務店・設計事務所への訪問 67件 事業説明会 4回	
(4) 地産外商に向けた企業誘致の推進 ◆1.5次の産業を推進するため、高知県内の1次産業との連携可能な企業の誘致活動を行う 県内の第1次産業と連携ができる企業の誘致活動の実施	食品加工会社への訪問 新規3件	
2 関西地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開		
◆志国高知龍馬ふるさと博をきっかけとした積極的なPR活動を実施 龍馬ブームを、引き続き関西からの誘客に活かすため、「ふるさと博」のPRを中心に、各種イベントへの参加、またホテルなどで開催される高知フェア会場での観光PRなど、本県の認知度をアップを図る。	旅行会社訪問 延べ309件 観光展・イベントでのPR 144件 高知造路SA（西日本地区）でのPR フリーペーパーへの広告掲載 10万部×9回 ポスター・パンフレット・のぼり掲出 延べ19カ月	「龍馬伝」放映を契機とした「土佐・龍馬であい博」の開催には、4社中合計で94万人の入場があり、目標の65万人を大きく上回った。 平成22年度の県外観光客のうち、近畿からは1,133千人と推測され、対前年915千人に対し、23.3%増となった。 平成23年度は1,009千人と減少したものの、平成21年と比較すると、11%の増となっている。
(1) マスメディアを使った情報発信 ◆関西の地域特性を考慮したうえで、各種マスメディアを活用して情報を発信していく 高知の売りである「食」情報も併せて露出するためのモニターツアーを実施する 関西からの高知への旅行動機を啓発するため、雑誌・新聞・フリーペーパーなどを活用し、読者層に合わせた高知情報の露出を図る。また、掲載担当者を対象にモニターツアーを実施することで、高知の食の魅力などを効果的に露出する。	マスメディア訪問 新聞社 40社 61件 雑誌社 7社 11件 テレビ局 1社 1件 記者との情報交換会 3件 モニターツアー実施 17件	情報掲載 201件 テレビ出演 1件 ラジオ出演 7件
(2) 観光展やイベントなどでの情報発信 ◆立地の良い大阪事務所イベントを実施するなど、事務所を高知情報を発信する「龍馬伝」をきっかけに、龍馬をテーマにした他県との合同・連携PRを実施し、話題性・注目度を高める 大阪事務所イベント実施するとともに、効果的に情報発信できるイベントなどに積極的に参加することで露出機会を増やす。また、龍馬をテーマにした他県との合同・連携PRを図り、話題性・注目度を高める。	観光展・イベントでのPR 144件（再掲） 事務所毎木曜日に「土佐の木曜市」開催 龍馬ゆかりの7県で合同PR隊【大龍馬恋】を結成し、延べ10回の観光展及び延べ16社のマスコミ訪問を実施（再掲）	
(3) 関西ネットワーク ◆関西ネットワークを構築【再掲】	取組方針：1 関西地区における県産品販路拡大への支援 ◆これからの対策：◆新たな関西ネットワークを構築する に掲載	
(4) 誘致活動の実施 ◆中小旅行社への情報提供活動を強化するとともに、関西の旅行客のニーズと、高知県の売りをマッチングさせながら旅行商品の造成につなげていく 観光コンベンション協会と連携し、各種団体への訪問活動を強化する 食を含めた地域特産物を体験するメニューの情報提供を強化し、旅行商品造成につなげていく。	旅行会社訪問 延べ309件（再掲）	平成23年度の県外観光客のうち、近畿からは1,009千人と推測され、計画以前の平成20年度848千人に対し、19%増となった。

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 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	
◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている		顕北ブロック地域アクションプラン「れいほくスケルトン」の性能向上及び販売促進と連携した関西での販路拡大であるが、具体的な成果につなげていない現状にある。	B	引き続き、工務店等へのPRを行い販路拡大につなげるよう継続する。
◆関西における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路が拡大されている		食品加工企業の新規進出の具体的な成果にはつなげていないが、これまでの進出企業のアフターフォローを十分に行い、関係強化に努めている。	B	今後ともこれまでのネットワークから情報を収集し、企業訪問等の誘致活動を行っていく。
◆関西において高知県の魅力ある観光情報・物産情報が広がっている ◆近畿圏からの観光客入込数84万人→120万人	H23年100万9千人	「土佐龍馬であい博」開催時は、観光客の増加につながった。龍馬ブームを引き継いで観光に活かすため「志国龍馬ふるさと博」の実施は、入込数は前年を割ったものの、龍馬以外の観光資源（食・体験・歴史上の人物など）も注目されるきっかけとなり、また、全体的には3年間で6.7%増となった。	S	龍馬以外にも、食・体験なども更に積極的にPRしていく。
◆関西において高知県の魅力ある観光情報・物産情報が広がっている ◆近畿圏からの観光客入込数84万人→120万人	H23年100万9千人	費用対効果の高い露出ができたと思えるが、食・体験などの魅力が十分に周知するには至っていない。	A	引き続きマスメディアとの繋がりを保つとともに、効果的な露出を図っていく
◆関西において高知県の魅力ある観光情報・物産情報が広がっている ◆近畿圏からの観光客入込数84万人→120万人	H23年100万9千人	あらゆる機会をとらえたPRを一定行えた。 また、他県との合同連携により、注目度を高めたPRが行えた。	A	食・体験などリピーターにつながる情報を更に積極的にPRしていく。
			-	
◆関西において高知県の魅力ある観光情報・物産情報が広がっている ◆近畿圏からの観光客入込数84万人→120万人	H23年100万9千人	龍馬ブームは、旅行社にとっても高知観光の好機であり、時期を逃さない誘致活動による情報提供が団体客の増加につながった。	S	中小旅行社への誘致活動を強化する。 龍馬以外にも、食・体験なども更に積極的にPRしていく。

◎1 地産地消・地産外商戦略

産業成長戦略（連携テーマ）		
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		
1 地産地消・地産外商戦略		
(3) 地産外商（中部地区）		
1 中部地区における県産品の販路開拓・販売拡大		
(1) 高知県産品のPRによる販路開拓・販売拡大の支援		
<p>◆高知フェアや試食会・商談会等を通じた県産品の販路開拓・販売拡大の支援</p> <p>高知県の最大の武器である食を活かし、中部地区における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路を拡大する</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・22年度から実質的な取組開始。22年度は、量販店、百貨店、ホテル等の基本的な販路開拓・訪問活動を実施。</li> <li>・23年度の取組 <ul style="list-style-type: none"> <li>物産観光展への参加 6回</li> <li>イベント会場での県産品の販売 3回</li> <li>量販店チェーンでの高知フェア開催 3回（48店舗）</li> <li>飲食チェーンへの食材等情報提供 1回</li> <li>食品展示会等への参加 1回</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・22年度は、物産展の回数を増加させるとともに、量販店でのフェアを定着させた。</li> <li>・23年度は、観光物産展等への参加、開催により、合計4,000万円を超える県産品の売上を計上。</li> <li>・高知フェア実施の積み重ねによって、高知県産品の販売に直結するよう人的ネットワークの構築ができてきたことが、食の大使協会への招へい企業数の増につながった。</li> </ul>
2 中部地区における企業誘致の推進		
(1) 企業誘致の促進		
<p>◆既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施及び成長が見込まれる中小企業の発掘及び誘致</p> <p>製造品出荷額が日本一である愛知県を筆頭に日本の「ものづくり」を牽引する中部地域において、成長が見込まれる中小企業を発掘し企業誘致を推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既立地企業への、経営状況等の把握及び信頼関係の維持を目的とした訪問</li> <li>・新規に本県での事業展開を検討中の企業に対する訪問</li> </ul> <p>【訪問回数】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・21年度 79回</li> <li>・22年度 45回</li> <li>・23年度 34回</li> </ul>	<p>【企業新規誘致件数】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・21年度 1件</li> <li>・22年度 1件</li> </ul>
<p>◆本県の食材等特産品を生かした企業の発掘と誘致</p> <p>製造品出荷額が日本一である愛知県を筆頭に日本の「ものづくり」を牽引する中部地域において、成長が見込まれる中小企業を発掘し企業誘致を推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規企業の発掘・訪問</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・22年度に新規立地 1件</li> </ul>
3 中部地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開		
(1) 道路や龍馬伝を活用した高知県への誘客		
<p>◆四国の他県との合同による道路PR</p> <p>龍馬伝放映後の高知県への誘客増加を図るため、龍馬ふるさと博の効果的なPRの実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・四国ツーリズム創造機構とのエージェント訪問を通じて、道路等の高知県観光地の情報や県内のイベント情報を提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・愛知県は信仰心が深く、年間を通じた道路ツアーには人気があり、エージェントによる集客性が高い。</li> </ul>
<p>◆龍馬伝、志高知龍馬ふるさと博等による高知のPR</p> <p>龍馬伝放映後の高知県への誘客増加を図るため、龍馬ふるさと博の効果的なPRの実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・龍馬ふるさと博推進協議会や観光JICA'23協会とのエージェント訪問や説明会を通じて、ふるさと博の情報を提供。</li> <li>・名古屋事務所が関与した物産展や高知フェアにおいて、龍馬ふるさと博のパンフレット等の配布。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エージェント訪問活動や説明会、モニターツアーなどで情報提供した結果、22年度のツアー企画は多かった。</li> <li>・相当数の配布ができ、高知の知名度アップが図られた。</li> </ul>
<p>◆エージェントへの商品化を要請</p> <p>龍馬伝放映後の高知県への誘客増加を図るため、龍馬ふるさと博の効果的なPRの実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・四国ツーリズム創造機構とのエージェント訪問を通じて、道路等の高知県観光地の情報や県内のイベント情報を提供。</li> <li>・龍馬ふるさと博推進協議会や観光JICA'23協会とのエージェント訪問や説明会を通じて、ふるさと博の情報を提供。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・21年度は龍馬博PR活動を行った。</li> <li>・22年度は、龍馬博への商品化多数。</li> <li>・23年度上期は、龍馬ふるさと博PR活動によって、パンフレットを収集した10社の上期の旅行パンフレットでの高知県関係のプラン数33件（うちお選路6件）</li> <li>・パンフレットを収集した10社の下期の旅行パンフレットでの、高知県関係のプラン数27件（うちお選路6件）</li> </ul>

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
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	
◆高知県の最大の武器である食を活かし、中部地区における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路を拡大する		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ユニークな協力を得て実現した量販店チェーンでの高知フェアによって、中部地区での高知県産品のPRや販路開拓・販売拡大は、一定程度進めることができた。</li> <li>・まだまだ県産品の認知度は高いとは言えず、今後BtoBも含めた計画的な外商活動を展開していく必要がある。</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第1期計画期間中での高知フェア開催を通じて構築ができつつあるユニークやイオンリテールとの協力関係を維持・発展させて、高知フェアの定着化や開催回数増加を図ることで、県産品の販路開拓・販売拡大に取り組む。</li> <li>・23年度に策定した地産外商戦略を着実に実行するとともに、外商戦略フォローアップ委員会において有識者の意見をいただきながら、中部地区での地産外商活動を強化していく。</li> </ul>
◆高知県の最大の武器である食を活かし、中部地区における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路を拡大する		<ul style="list-style-type: none"> <li>・アフターケアを目的とした企業訪問が大部分であり、新規案件発掘に対する取組みが十分でない。</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既進出企業に対して、細やかなアフターケアを実施することで、施設・設備の増設や新規誘致企業の発掘に取り組む。</li> </ul>
◆高知県の最大の武器である食を活かし、中部地区における高知県及び高知県産品の認知度を高め、高知県産品の販路を拡大する		<ul style="list-style-type: none"> <li>・アフターケアを目的とした企業訪問が大部分であり、新規案件発掘に対する取組みが十分でない。</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中部地区で活動している企業の事業内容を把握し、本県の第1次産業と連携ができる企業の誘致につなげていく。</li> </ul>
◆中部地区において高知県の魅力ある観光情報・物産情報が広がっている		<ul style="list-style-type: none"> <li>・エージェンツ訪問した際には、四国への道路ツアーは人気定番という話を聞くので、一定のPR効果は出ていると認識。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・四国ツーリズム創造機構との連携、中日ビル内での徳島県事務所との連携などを通じて、引き続きお巡路のPRに積極的に取り組む。</li> </ul>
◆中部地区において高知県の魅力ある観光情報・物産情報が広がっている		<ul style="list-style-type: none"> <li>・龍馬伝放映効果が強い風となった。</li> <li>・エージェンツ訪問を緊密に行い、県内情報が提供できたと同時に、物産展や高知フェア開催を通じて知名度アップにつながった。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エージェンツ訪問を緊密に行い、適宜県内情報の提供に努めるとともに、物産展や高知フェア開催等の機会を利用して高知のPRに努める。</li> </ul>
◆中部地区において高知県の魅力ある観光情報・物産情報が広がっている		<ul style="list-style-type: none"> <li>・エージェンツ訪問を緊密に行い、適宜県内情報の提供に努めることで、龍馬伝放映後の落ち込みを最小限にとどめるように取り組んだ。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エージェンツ訪問等の地道な活動を少しずつ積み上げていく。</li> </ul>

◎2 ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用

産業成長戦略（連携テーマ）			
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			
2	ニューツーリズムの推進と観光への地域産物の活用		
	1 産業間連携による可能性への挑戦		
	(1) ニューツーリズムの推進		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆受入態勢づくりの充実</li> <li>◆体験メニューの充実</li> <li>◆情報発信の展開</li> </ul> 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み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。	藤澤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。  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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・藤澤アドバイザー研修の参加者 H21～H22 13回 1411名 H23 7回 1233名</li> <li>・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。</li> <li>・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)</li> <li>・まち歩き、カヌー体験、地元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</li> <li>・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</li> </ul>
	(2) 観光への地域産物の活用		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域産物の商品化を促進</li> <li>◆地域産物の観光施設等での販売促進</li> <li>◆地域産物の情報発信を促進</li> </ul> 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み地域団体を支援し、地域産物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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・藤澤アドバイザーにより、地域産物の活用を検討などを実施。</li> <li>・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）</li> <li>・「こうち旗広場」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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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</li> <li>・「旬の高知 食べつくしフェア」参加46店(H23)</li> </ul>



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	
				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
◆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、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。
◆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		地元の良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、庁内関係部局や高知県観光コンベンション協会が一体となって支援を行っていく。

◎3 新エネルギーを産業振興に生かす

産業成長戦略（連携テーマ） 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 新エネルギーを産業振興に生かす		
1 太陽光発電導入促進		
(1) 大規模太陽光発電導入促進 ◆本県の自然条件を生かしたメガソーラーの誘致活動 ◆太陽光発電関連企業の集積 ◆国への提言	・民間企業5社からの通地照会対応（うち2社は現地調査を実施） ・市町村の新工不導入意向調査実施 ・自然エネルギーの普及・拡大を目的とする全国組織「自然エネルギー協議会」に参加し、国への提言実施	・住宅用太陽光発電設備の普及促進 ・県内企業や地域が参画できるメガソーラーの事業スキームや経済性評価を行ったことで、事業主体を立ち上げるための課題整理等ができた。
(2) 小規模太陽光発電の導入促進 ◆施設整備に対する支援 ◆レンタル方式等による導入の促進	・住宅用太陽光発電導入促進事業費補助金の交付（35件） ・民間事業者との導入の取組みについて意見交換 ・再エネ事業化検討協議会太陽光発電部会での検討	
県の地域資源（全国トップクラスの日照時間）を生かし、太陽光発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。		
2 小水力発電の導入促進		
◆具体的な事業実施に向けた取組 ◆小水力発電関連機器開発支援 ◆発電電力の環境価値を活かす取組の推進 ◆国への提言	【公営企業局】 ・市町村・NPO等との意見交換、情報共有 ・物部川流域有望地点の詳細調査及び概略設計 ・県内有望地点の現地調査及び発電計画作成 【林業振興・環境部】 ・再生可能エネルギー事業化検討協議会風力発電部会での検討(有望地点の絞り込み)	【公営企業局】 ・小水力発電の導入に向け、事業化の可能性がある地点を選定し、具体的な検討の参考とすることができた。 【林業振興・環境部】 ・県内の有望地点で、事業化に向けた具体的な検討に進んでいる。 ・地域住民や市町村職員、NPO等を対象とした勉強会により、小水力発電への理解・関心が深まった。
県の地域資源（豊富な年間降水量）を生かし、小水力発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。		
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 ◆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 (2) 利用促進対策 ◆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 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。	・森の工場における林地残材の利用の拡大（平成22年度約10,000m <sup>3</sup> ） ・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。 ・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） ・取り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））	・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） ・製紙業や製糖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。 ・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。） ・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。
(3) 事業化対策 ◆推進体制の強化 ◆燃料供給拠点から利用機器までを集団化 ◆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 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。	・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） 【平成23年度からの取組み】 ・県庁内に木質バイオマス利用ユニットモデル検討PTを設置 ・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 ・工業会との意見交換の実施	・燃焼灰について、処理・再生利用に関する指針（案）の作成。 ・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。



◎3 新エネルギーを産業振興に生かす

産業成長戦略（連携テーマ）		
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		
4 風力発電の導入促進		
◆具体的な事業実施に向けた取組	・ 栲原町風力発電検討会への参加及び取組みへの支援 ・ 再生可能エネルギー事業化検討協議会風力発電部会での検討	・ 栲原町の風力発電の基本構想（案）を策定した。
◆地域のメリットの創出		
◆発電電力の環境価値を活かすための取組		
◆国への提言		
◆風力発電の機器開発及び普及		
県の地域資源（峠周辺や山間部の恵まれた風況）を生かし、風力発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。		
5 農業分野での新エネルギーの有効活用		
(1) 木質バイオマスを有効利用した省エネルギー対策		
◆重油代替暖房機の普及に向けた情報提供と普及の加速化	・ 年間調査用A重油使用量調査（毎年5月） ・ 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 ・ A重油単価推移調査及び情報提供（随時） ・ 省エネ、代替エネルギー利用に関心のある農家への情勢周知（随時） ・ 省エネ点検チェックリスト活用の啓発（随時）	・ 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 ・ 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
(2) 新施設園芸システムの構築		
◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発	◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○ とうち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 ○ 高軒高ハウスに適した栽培技術に関する研究	○ 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、所内だけではなく、行政部門、専門技術員との情報の共有化を図った。 ○ とうち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。 ○ 所内で新施設園芸システムに関係する担当で合同のゼミを毎月1回行った。
6 推進体制の確保等		
◆推進体制の確立	・ 新エネルギー導入促進協議会の開催及び講演会等の実施	・ 新エネルギー導入促進協議会を設置し、取組みの進捗状況管理や新エネルギー導入促進のための普及啓発を行った。

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
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	
				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
		・栲原町の風力発電の基本構想(案)を策定した。 ・地域のメリットの創出については、栲原町の構想をもとに地元自治体が主体となった発電スキームを検討し、グリーン電力証書の活用については固定価格買取制度が導入されることとなったため、検討する必要がなくなった。	B	・希望事業者等からの導入の提案や相談への対応 ・地域のメリット創出に向けた支援 ・事業化に向けての支援
【目標】 年間温室用A重油使用量：目標70,000キロリットル	【実績】 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	・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20～23年度の県内の平均値は72,000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、箱垣扉の普及率が向上した。	A	・事業を活用した省エネ・新工機種などの導入を進め、更なるA重油使用量の削減 ・新規導入技術に対するコスト低減効果の検証 ・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
		○こうち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。 ○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。 ○こうち新施設園芸システムに関する研究開発を開始した。 ・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)。 ・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。	A	・本県園芸に適合する栽培システムの早期確立を図る。
		・新エネルギー導入促進協議会を設け、取組みの進捗状況管理や新エネルギー導入促進のための普及啓発を行った。	A	・新エネルギー関連産業づくり体制の構築

④ 産学官連携の強化

産業成長戦略（連携テーマ） 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 産学官連携の強化		
1 県内の産学官が一室に集まり、連携した取組を進める仕組みづくり ◆産学官連携による新産業の創出 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、学の実験研究機能を活かした新産業創出を図るため、県内企業による事業化の可能性の高い産学官共同研究を重点的に支援する。また、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。	・産学官連携会議の設置及び開催 ・産学官連携推進委員会の開催 ・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応募 ・高知グリーンイノベーション推進協議会の設置	・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。
2 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進		
(1) 事業化を促進する支援制度の一層の活用 ◆早期に事業化が見込まれる産学官の取組を一層促進するため、初期投資の負担軽減 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。	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 ・企業ごとに配属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・プレゼン等の提供等 【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） 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) フェリパ 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、フェリパ企業支援事業（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）	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リハビリ用バッテリー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（地域研究成果事業化支援事業）や高知県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掘り起こし） 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） ○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 ○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）
(2) 生産や販売活動を支援する技術開発、調査分析の推進		
◆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果的な輸出作業を展開する。	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。
◆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工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） ・国の公費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盤の整備が進んだ。 ・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）。

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	
				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
産学官連携会議の設置による情報の共有		<ul style="list-style-type: none"> <li>産学官の情報共有や交流促進のプラットフォームとして産学官連携会議を設置することで、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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>産学官連携会議3分野のテーマ部会により、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。</li> <li>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、大学等の協力を得て県内のコーディネート機能の強化を図る。</li> <li>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。</li> <li>新たな中期テーマ共同研究を発掘するとともに、早期の段階から事業化に向けた適切な進捗管理を行う。</li> </ul>
産学官共同の取組による事業化を支援		<ul style="list-style-type: none"> <li>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33件のうち、31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。</li> <li>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/33件）</li> <li>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案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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>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＞</li> <li>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</li> <li>など、特色のある事業化プラン策定の支援を加速する。</li> <li>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みづくり（FS支援）。</li> <li>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。</li> <li>研究会発案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＞</li> <li>既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。</li> <li>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。</li> <li>売上拡大に向け課題に応じたサポートを実施（①地産外資会社や産業振興センター外資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）。</li> </ul>
◆各産業分野の生産や販売活動を支援する技術開発や調査分析の推		<ul style="list-style-type: none"> <li>先進的な施策方法などを参考にする事業体も現れ、現場においても作業改善の意識向上が図られた。</li> <li>県下の森林組合数 H23年度末：23</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>林業技術者養成手法の改善強化</li> <li>木材生産の技術習得の推進</li> <li>先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>地形などに対応した作業システムの導入に取り組み、森の工場認定事業体において生産性の向上などが図られた。</li> <li>整備済み「森の工場」 H23年度末：44,407ha</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>林内路網の整備や高性能林業機械の整備への支援</li> <li>効率的な路網や架線集材などの普及</li> <li>事業体の作業システム改善に向けた支援</li> </ul>

◎4 産学官連携の強化

産業成長戦略（連携テーマ）		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		
	◆畜産物の商品開発への支援  畜産物の安定生産と商品開発の支援 ①高知県特産鶏の増卵体制を支援する低コスト生産技術の開発 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験	①高知県特産鶏の増卵体制を支援する低コスト生産技術の開発 ○特産鶏増卵試験（14回） ・土佐ジローにかかる増卵条件について、孵卵機（セッターとハッチャー）の増卵条件を変更させてそれぞれ実証試験を行い、各孵化率を比較した。 ○固定原種鶏の系統維持 ・羽相などの表現形質の安定化を中心に選抜淘汰により系統維持を行った。 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 ○牛肥育実証試験（4回） ・粗飼料組み合わせや給与期間をそれぞれ設定して肥育試験を実施。	①高知県特産鶏の増卵体制を支援する低コスト生産技術の開発 ・季節ごとに孵卵機（セッターとハッチャー）の5卵条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な卵条件の概要が明らかになった。 ・固定原種の系統については、15世代まで作出。 ②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 ・場内農場で生産した粗飼料（サイレージ）と野草等が組み合わせにより後期肥育に利用可能であることが分かった
	◆食品加工のさらなる促進  食品関係企業・団体への商品開発の支援、食品加工特別技術支援員等の配置による商品開発の推進、食品加工研究棟の活用による支援の充実	・食品加工特別技術支援員による食品加工技術支援、新商品開発支援、人材育成の実施 ・食品加工研究棟を活用した各種商品開発の支援、企業の開発力向上支援	・食品加工特別技術支援員 (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 ・その他の技術支援・相談等 (H21) 商品化24件 (H22) 技術支援257件、試作111件、商品化22件 (H23) 技術支援1814件、試作456件、商品化45件 ・加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加
	◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進 ◆産学官連携による新商品の開発を支援（工業技術センター）  商品や製品の開発・技術支援	・新商品開発のための試作、試験の実施 ・既存商品改良のための試作、試験の実施 ・既存商品、試作品、素材の成分分析の実施 ・商品生産開始に向けた技術指導の実施	・技術支援・相談、商品開発支援 (H21) 商品化24件 (H22) 技術支援257件、試作111件、商品化22件 (H23) 技術支援1814件、試作456件、商品化45件 ・加工機器デモンストレーション 2日間、4回開催、600名参加
	◆試験研究機関の充実・強化（新商品の開発や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチングの推進 ◆産学官連携による新商品の開発を支援（紙産業技術センター）  紙・不織布製品の開発研究、実用化の研究及び製紙産業に関連する調査研究を行い、県内製紙関連企業を技術的に支援し、活性化を図る。	・14課題の試験研究を行うとともに、開放試験設備を利用する研修を10回開催するほか、企業支援のための研究会を25回実施し、研究機関と事業者等とのマッチングの推進に努めた。 ・外部資金獲得に向けての提案課題数8課題、客員研究員による指導回数も13回と外部の研究者等と企業者の連携を図るべく、取り組みを進めている。	・依頼試験件数9,558件、試験設備使用件数2,744件、技術相談件数8,338件など、企業、教育機関等のニーズに応えるとともに、マッチングの成果も表れた。 ・開放試験設備研修利用研修参加者は延べ42名、企業支援のための研究会への参加者は延べ325名と直接的な実績を積んでいるとともに、外部資金獲得課題が6課題、客員研究員による指導人数も延べ約100名に及び、特許出願も3件を数えた。
	◆試験研究機関の充実・強化（新商品や技術支援等）、試験研究機関と生産者等とのマッチング推進 ◆産学官連携による新商品の開発を支援  農産物の高品質・安定・多収生産技術の開発	○柱である「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」、「新たな取組による農業、農村の発展」を積極的に支援するため、新品目の導入定着と新品種育成と生産から流通・販売までを見通した品目別総合戦略に対応した技術開発と普及支援を行う。 ○環境保全型農業のトプランナーを目指して取り組んでいる農業振興部の重点施策を技術面から支援するためピーマン・シシトウを中心に病害に強い品種の育成や天敵などを組み合わせたIPM（総合的病害虫管理）技術を確立する。	○得られた成果を栽培部会等で紹介し、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映された。また、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるなど、普及が図られている。 ・県産のナス品種「土佐鷹」、高よけ米ナス「なつのすけ」、水稲極早生品種「南国そだち」の普及が進んだ。 ・とげなしナス優良系統の現地実証試験が開始、ユリの新潟産切り下球の有効利用技術について、産地での評価が高く、普及が期待されている。 ○新たに登録された農業については、随時県の病害虫防除指針に採用している ・オオバを加害するマデイラコナカイガラムシに対し、微生物農薬の体系処理により、農家段階の栽培圃場で発生を抑えられる見通しが得られた。 ・新高ナシ：秋期に幼虫の活動を抑え、被害を軽減できる可能性のある薬剤の選定ができた。
	◆県内企業による水車発電機の開発への支援  県の地域資源（豊富な年間降水量）を生かし、小水力発電の導入を促進することで、県内企業の参画や雇用の創出などによる地域経済の活性化と県内産業の振興につなげる。	・市町村・NPO等に対し導入の可能性等について聞き取り調査 ・小水力発電先行プロジェクト委託公募 ・小水力発電市町村支援事業委託公募	
	◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発  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	◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○こうち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 ○高軒高ハウスに適した栽培技術に関する研究	○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。 ○こうち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。 ○所内で新施設園芸システムに関係する担当で合同のゼミを毎月1回行った。



H23年度末目標の達成状況		3年の総括		
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の観点)	SAB C 評 価	
			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	
		<p>①高知県特産鶏の増卵体制を支援する低コスト生産技術の開発 ・季節ごとに孵卵機（セッターとハッチャー）の孵卵条件を変更して実証試験を行った結果、年間を通じて最適な孵卵条件を特定した。 ・固定原種の系統については、15世代まで作出したが、更に安定した産卵率が維持できることを目指す。 ・特産鶏の卵卵体制を確立し、ヒナ生産マニュアル作成等の技術支援を実施</p> <p>②自給飼料による土佐和牛(褐)肥育実証試験 ・通常の肥育体系に比較して濃厚飼料を半減し粗飼料を多給、青草を肥育期間中を通して給与し、食味等の向上や飼料費低減を目指した。肉の食味は概ね好戦で、レストラン食材として一定の好評価を得た。今後、生産者、流通、シェフなどの相互理解のもとで土佐褐毛牛を生産し流通させる一つのアイテムとして取り組める可能性が示唆されるなど、一定の成果を得た。 ・自給飼料の肥育実証試験を行い、今年度、販売実証を実施</p>	A	<p>・生産者団体や高知大学との連携を強化して、自給飼料や食品残渣の有効利用および付加価値を付けた畜産物の開発や生産技術の向上による市場性の高い商品の開発に取り組む。</p>
		<p>・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の技術支援・指導を行い、3年間で91件が商品化され、外商につばがる企業が増えた。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストレーションや広報誌により、県内企業に広くPRでき、156回の機器の利用があった。</p>	S	<p>○県内の食品加工企業等の外商支援に向け、食品加工研究棟などの活用や食品加工特別技術支援員などによる食品加工技術や新商品開発、人材育成などを行う。 ・最新の加工技術に関する情報収集や研究員の人材育成に取り組む、多様化する相談に対応できる態勢づくりを進める。</p>
		<p>・県内の食品加工関連企業・団体からの商品開発や課題解決等の相談に対し、試作、試験、分析等の技術支援・指導を行い、3年間で91件が商品化され、外商につばがる企業が増えた。 ・食品加工研究棟に設置した加工機器の公開デモンストレーションや広報誌により、県内企業に広くPRでき、156回の機器の利用があった。</p>	S	<p>○県内の食品加工企業等の外商支援に向け、食品加工研究棟などの活用や食品加工特別技術支援員などによる食品加工技術や新商品開発、人材育成などを行う。 ・最新の加工技術に関する情報収集や研究員の人材育成に取り組む、多様化する相談に対応できる態勢づくりを進める。</p>
		<p>・各事業者及び、外部の研究機関に在籍する研究者らとも良好な関係を保っている。また、各種の試験・研究の依頼も数多く精力的に実施している。 ・新商品の開発については、企業者に対し、全面的なバックアップ体制をとり、支援してきた。</p>	S	<p>○開放試験設備の研修や研究会の開催などを通じて、研究機関と事業者及び事業者間のマッチングを推進する。 ・最新の技術情報などの収集に努めるとともに、企業の秘密保持について丁寧な対応を行うことで、企業連携などによる新製品開発を加速する。</p>
		<p>○得られた成果が栽培部会等で紹介され、普及指導員が実施する現地実証試験に組み込まれるとともに、IPM技術指導者のための指導マニュアルに反映されている。 ○とげなしナス優良系統の現地実証試験として取り組まれている。 ○県育成品種「土佐鷹」が27ha、南国そだち」は180haで栽培され、雨よけ米ナスとして「なつのすげ」が栽培面積3.3ha（82%）と普及が進んだ。 ○登録された農薬については、県の病害虫防除指針に随時採用されている。</p>	B	<p>○とげなしナス育成と品種登録。 ○「土佐鷹」の栽培面積91ha、雨よけ米ナス育成品種「なつのすげ」の普及を支援する。 ○施設シトウ栽培、雨よけピーマン類等の総合的害虫管理技術を確立する。 ○葉面結露制御による施設栽培シトウの黒枯病除根技術を確立する。</p>
		<p>・小水力発電関連機器の開発を行うには、実際に開発機器を設置しての実証実験が必須であり、導入地点が必要となる。そのため、こうち再エネ事業化検討協議会において導入候補地の選定を行っている。 ・設置には、水利権等法的手続き等に時間を要するため、同検討会での検討を含め時間を要するものとなる。</p>	C	<p>・小水力発電の事業化に向けた支援の取り組みを進める。 ・水利権等事務手続きの簡素化について検討する（市町村向け手引書の作成等）</p>
		<p>○こうち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。 ○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。 ○こうち新施設園芸システムに関する研究開発を開始した。 ・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）。 ・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>

◎4 産学官連携の強化

産業成長戦略（連携テーマ）		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り組み内容を記載 〕	〔 可能な限り具体的な数値を記載 〕
	施策		
	◆これからの対策		
	◆世界のトップランナーと日本のトップランナーの友好圏農業協定を活かした仕組みづくり 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ェストラント市との友好協定を締結する。	○ウェ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） ○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 H21：4.8名（うち農大生4名）、H22：4.6名（うち農大生14名）、H23：25名 ○オランダに関する講演会、勉強会実施 H21：1.4回、H22：5回、H23：1回	○友好圏農業協定締結（H21） ・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
	◆県産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用に関する研究 ショウガ・文旦や施設園芸野菜では、農作物独自に含まれる成分が機能性をもつ、あるいは気象や栽培条件などで変動する機能的成分が多く含まれる可能性があり、これらの事実が客観的に確認され、表示することができれば、県産品を選択する消費者の増加が期待される	・第1回研究会において現在までの自主的勉強会の内容を再検討し、今後の取組方向について検討 ・ナス科植物に多いとされる機能性成分の活用に関する検討を進めた。 ・機能性を活用した野菜類の販売戦略に関するセミナーを開催した。	・本県の主要産物であるナス科植物において新たな機能性が注目される可能性があることが明らかとなった。
	◆宝石サンゴ資源の持続的利用へ向けた取組 1 グループステータロガーによる操業海域の把握や操業日誌から漁業実態を把握 2 ROV（潜水艇）によるサンゴ観察調査から海域におけるサンゴの分布密度等を把握 3 土佐海洋丸による海洋調査や海底地形調査からサンゴの生息環境を把握	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。 ・土佐海洋丸による海洋観測（1回/月）及び海底地形調査 ・無人潜水艇による資源生態調査（H23）	・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。
	◆養殖生産技術向上のための技術開発 ・県内民間企業と連携した新たな取組を推進する ・既存グループの育成、強化	・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繁殖技術の開発試験を開始した。 ・県内特産物（ショウガや柑橘類）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）	・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、ノカルジ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。
	◆海洋深層水の新たな利用分野への展開 海洋深層水の新たな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。	・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の可能性を広報した。	・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
	(3) 中期テーマの共同研究を加速する支援制度の創設		
	◆学術的研究シーズなどを生かした中期テーマの共同研究を支援 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、学術的研究シーズを活かした新産業創出を図るため、県内企業による事業化の可能性の高い産学官共同研究を重点的に支援する。また、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。	・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足と活動開始 ・中期テーマの共同研究委託事業の実施	・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。
	3 産学官連携による本県産業を担う人材の育成		
	◆経済学の専門家も交えた学部構想案の検討 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・県と関係する大学で、永国寺キャンパス整備等検討チームを平成22年7月に立ち上げ、計20回開催し検討をすすめた。 この中で、複数の経済学の専門家の意見を聞き、学部構想案の検討に反映した。	・経済学の専門家の意見を踏まえて学部構想を検討するとともに、永国寺キャンパスに関する基本方針及び基本計画を策定した。
	◆社会貢献をする「知の拠点」に向けての永国寺キャンパスの活用（社会人向けの経済・経営講座の充実） 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・高知工科大学大学院の起業家コースは、平成22年10月より永国寺キャンパスを活用して授業を行うとともに、各種の公開講座も開催している。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）（H21） 41名（うち県内8名）（H22） 42名（うち県内10名）（H23） ・起業家コースの授業の無料公開（H23:10回実施） ・公開講座 地域活性化システム論 177名参加（H22）/274名参加（H23） ・キャリア教育シンポジウム 100名参加（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)	SAB C 評価	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○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。</li> <li>○学校間の交流に向けた関係づくり 実績：1組</li> <li>○技術交流研修参加者 実績：25名/年</li> </ul>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の主要農産物であるナス科植物において、新たな機能が注目される可能性があることが明らかとなったため、引き続き、関係機関及び県内大学等と連携して、活用方法の検討を進めることを確認した。</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産学官連携会議の食品部会と連携して、活用方法、体制づくりに関する検討を進める。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・宝石サンゴ資源の持続的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。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種の活動が人的交流や課題増加につながり、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。</li> <li>・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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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を行う。</li> </ul>
中期テーマの共同研究3件程度を推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中期テーマの共同研究をプロポーザル公募し、19件の応募があった</li> <li>・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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>○学術的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。</li> <li>・新たな中期テーマ共同研究を発掘するとともに、早期の段階から事業化に向けた適切な進捗管理を行う。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・永国寺キャンパスにおける機能や整備にあたっての基本的な考え方、収容定員、スケジュール等を示すことができた。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本計画に基づいた基本設計、実施設計を行い、永国寺キャンパスの整備を進める。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・高知工科大学は、永国寺にサテライト教室を設置することで、社会人教育の充実を図った。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、サテライト教室での授業や、授業の公開などを行うことで、人材育成を旨とする社会人教育の充実を図る。</li> </ul>

◎4 産学官連携の強化

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
◆産学官共同による産業人材育成プログラムの作成と実施 産（産業界）の技術、学（高等教育機関）の知恵、官（行政）の資金とネットワークをつなぎ合わせた「産業人材育成プログラム」を策定することで、地域産業の中核となる人材の育成を加速化し、本県の産業振興につなげる。		「産業人材育成プログラム」作成に向けた検討開始	・産学官連携会議及び産学官連携運営委員会を開催を通じ、育成すべき人材等を整理し、産業人材育成プログラムを作成した。
◆農林水産業従事者のリーダー研修（農業）  県内各地域の食や環境などの地域資源を活かした農村地域の活性化や本県の強みである農業の振興などに、意欲的、挑戦的なグループや団体の代表者を対象に、県内外の先進事例とワークショップを組み合わせた研修の実施と、企画書や行動計画書を作成することで、自ら主体的に企画立案し、自ら行動する人材を育成する		〔平成22年度実績（22年度新規）〕 ○研修生の確保：15グループ42名 ○講演会・パネルディスカッションの開催（7/13） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（馬路村：8/3～4） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（とおわ：9/8～9） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（シュシュ：9/21～22） ○活性化計画作成研修（10/18～19） ○成果発表会（11/18） ○フォローアップ研修（自販所編 津野山：2/17） ○フォローアップ研修（加工品開発編 高知市：3/4） 〔平成23年度実績〕 ○研修生の確保：11グループ32名 ○講演会・パネルディスカッションの開催（7/7） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（馬路村：7/27～28） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（とおわ：8/24～25） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（シュシュ：9/27～28） ○活性化計画作成研修（10/18～19） ○成果発表会（11/29） OH22研修生フォローアップ研修（7/8,29,8/26） OH23研修生フォローアップ研修（2/21,3/7～8）	〔平成22年度〕 ○講演会・パネルディスカッションへの参加人数＝約180名 ○先進地事例調査及びワークショップ研修への参加人数 馬路：研修生36名（全体50名） とおわ：研修生39名（全体55名） シュシュ：研修生40名（全体50名） ○活性化計画作成研修＝研修生40名（全体53名） ○成果発表会＝研修生40名（全体約80名）  ※すべてのグループが活性化計画を作成、また、その計画をプレゼン。  〔平成23年度〕 ○講演会・パネルディスカッションへの参加人数＝約130名 ○先進地事例調査及びワークショップ研修への参加人数 馬路：研修生30名（全体44名） とおわ：研修生30名（全体46名） シュシュ：研修生29名（全体41名） ○活性化計画作成研修＝研修生22名（全体37名） ○成果発表会＝研修生30名（全体約70名）  ※すべてのグループが活性化計画を作成、また、その計画をプレゼン。
◆商品づくりを通じた産業人材の育成  ★地域産業人材育成事業～目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾～ 産業振興計画地域アクションプランへの位置付けを目指す事業者や地域アクションプランに掲載されているものまだ熟度が低いプロジェクトに関わる事業者等を対象に、ステップ1（基礎編）としてビジネスの基礎を学ぶ集合研修を、ステップ2（応用・実践編）としてスキルアップのための集合研修及びそれぞれの課題に応じた実践力を身につける個別実践研修を、段階を踏って実施することにより、自ら考え行動できる地域産業の担い手を育成する。		目指せ！弥太郎 商人（あきんど）塾 <H22年度> ・基礎編を延べ1,072名受講 ・応用・実践編を18事業者が受講 <H23年度> ・応用・実践編を19事業者が受講	<H22年度> ・商談会等への参加：延べ18事業者、商談成立27件 ・受賞：2事業者 ・事業拡大：3事業者 ・商品の書き上げ：4事業者 <H23年度> ・商談会等への参加：延べ17事業者、商談成立35件 ・受賞：3事業者

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	
(目標) ・産学官連携による共通プログラムに基づく研修講座の開設 ・ビジネスの基礎を習得した人材の育成		・産学官連携のもと産業人材育成プログラムを作成、H24年度から「土佐まるごとビジネスアカデミー」を実施することを決定した。	A	・「土佐まるごとビジネスアカデミー」を実施し、地域産業の中核となる人材の育成を加速化する。
農業・農村の活性化に向けた企画提案=29本	農業・農村の活性化に向けた企画提案=26本 そのうち、 【平成22年度】 ○地域アクションへ位置付け=8グループ 【平成23年度】 ○地域アクションへ位置付け=7グループ	○研修により、各グループの今後の計画が明確になった。その結果、15グループでは地域APIに何らかの形で位置づけられた。	A	○研修グループの計画実現に向け、継続的なフォローアップ研修の実施が必要。
(目標) ・自ら考え行動できる (商品企画書が自分で作れる、商品を自分で売れる) 事業者の育成		・想定した人数の受講があり、また、応用・実践編の受講者の中には商談成立や販路拡大に結びついたケースもあり、一定の成果が認められる。	A	【課題】 受講者のその後の事業の広がりについて把握し検証する必要がある。  【方向性】 修了生が自立した地域の中核人材となるよう、フォローアップできる仕組みを作る。

◎5 中山間地域の産業づくり

産業成長戦略(連携テーマ)		
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		
5 中山間地域の産業づくり		
1 中山間地域の産業づくり		
(1) 小さなビジネスの育成 (小さなビジネスの発掘から育成へ)		
◆ビジネス意識の向上と経営の知識、ノウハウの習得に向けた取組の推進	・講座、セミナーの実施 (目指せ! 弥太郎商人塾、こうち地域産業振興人材育成塾、土佐経営塾、農業創造セミナーなど)	・地域における産業人材の育成に繋がった。 ・地域づくりから産業づくりへとビジネス意識の醸成が図られた。
◆人的支援体制の強化	・産業振興推進地域本部の設置 ・産業振興スーパーバイザーの設置 ・産業振興アドバイザーの派遣制度の創設 ・工業技術センター等による技術指導の展開	・地域の実践者に対するきめ細やかなアドバイスにより、ビジネスのノウハウが蓄積できた。
◆マーケットの場の確保	(H22、23年度の実績) ○県内事業者の営業活動支援 ・個別企業への訪問 H22: 269回、H23: 339回 ・高知フェアの開催 H22: 43回、H23: 46回 ・店舗を活用した試食・商談会 H22: 31回、H23: 75回 ・「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 ・バイヤー・シェフ等の産地招へい H23: 21回 ○商品の磨き上げの支援 テストマーケティングへの参加促進など	○「まるごと高知」の来店者数等 ・来店者 H22: 約44.4万人、H23: 約72.2万人 ・売上(物販・飲食合計) H22: 247,942千円、H23: 390,215千円 ○外販活動の成果 ・成約件数 H22: 444件、H23: 1,327件 ・成約金額 H23: 341百万円 (開業1年間の約2倍) ・社外が外販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: 前年々々413億円→(直前437億円) ○商品の磨き上げ ・テストマーケティング及び権者への参加 H23: 92社211商品 ・商品の販売情報のフィードバック H23: 4回、約1,700商品/回 ○高知県情報の発信 ・TV・新聞・雑誌等メディアへの露出の広告効果 H22: 17億円、H23: 23.3億円
	・情報資産有効活用システムの構築と導入により、業務効率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舗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。	・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店舗に配置。 ・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。
◆庁内の一体的な支援体制の確立	・地域産業振興監の配置等による地域の支援体制の強化及び本庁との情報共有等の推進 ・財務アドバイザー等の配置 ・産業・地域振興等の支援制度のガイドブックの作成	・地域のニーズや課題に応じて、円滑に対応できるように、的確な措置が素早くとれるようになった。
(2) 拠点ビジネスの推進 (小さなビジネスから拠点ビジネスへ)		
◆拠点組織の経営力アップと人材育成	・講座、セミナーの実施 (目指せ! 弥太郎商人塾、こうち地域産業振興人材育成塾、こうち経営塾、農業創造セミナーなど)	・組織の核となる人材を育成することで、拠点組織の体制の強化、経営力のアップ、新事業展開などにつながった。
◆拠点ビジネスの支援制度の充実、強化	・産業振興推進総合支援事業費補助金の創設 ・産業振興アドバイザーの派遣制度の創設	・拠点ビジネスの取組む市町村が増加した。 ・拠点ビジネスに取り組み11事業の地域アクションプランを資金面や、人的からサポートすることで、組織体制の強化、事業の拡充、売上アップ、雇用創出などにつながった。
(3) 中山間地域の資源を活用した新事業展開、新分野進出の推進 (小さなビジネスから新事業展開、新分野進出ビジネスへ)		
◆新事業展開や新分野進出を後押しするための支援制度の充実	・建設業新分野進出ガイドブック事例集の配布 ・建設業新分野進出支援事業費補助金の創設 ・成長分野育成支援研究会(4分野)の実施	・ガイドブック等の配布により、建設業者等の新分野進出の支援制度の情報の習得が一定図られた。 ・建設業新分野進出支援事業費補助金に対する採択(7件)
◆県の試験研究機関や専門機関等との連携	・工業技術センター等の県の試験研究機関による技術研修会等の開催 ・新分野進出説明会・セミナー等の開催による情報提供の充実	・新分野進出の知識の習得と意識の高まりにより、新分野進出説明会・セミナーへの参加者が増加した。
◆事業者の必要に応じたアドバイザーの派遣	・建設業新分野進出アドバイザーの配置及び派遣	・アドバイザーを通じた個別企業訪問を行い、事業者のニーズの把握や個別相談に対応した助言を行った。
◆現場の支援体制の確立	・地域本部の相談窓口の設置	・県内7か所の「産業振興推進地域本部」を地域の窓口として位置づけ、地域での相談体制を整備した

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
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	
				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
		商品づくりや経営のノウハウ等の習得に向けた各種の講座や研修会を通じて、地域における産業人材の育成が図られ、地域資源を活かした加工品づくりなどに取り組む事例も生まれてきた。	A	・集落活動センター等を通じて、小さなビジネスの取り組みが各地に芽生え、県全域に広がるよう、全庁的な支援体制のもと、さらにきめ細やかな支援を展開する。
ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果につながり、それぞれの事業者等に利益アップや所得向上をもたらしている		・地域における支援体制を構築したことにより、地域のニーズに応じたきめ細やかな支援ができるようになり、地域での取り組み事例が増加した。	A	
		・「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、外荷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。	S	・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荷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を県内の生産者や事業者へフィードバックする。
・直販所販売額 (H20:70億円→H23:76億円)	・直販所販売額 8.1億円	・情報資産有効活用システムの構築と導入により、業務筋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。		・業務筋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と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。
・国の支援事業の採択を受ける事業者が増加する ・国や県の事業を活用したビジネスの成功例が生まれる		・地域本部や地域支援企画員等を通じ、地域の支援体制を強化し、地域の事業者のニーズに応じた情報提供やアドバイスを行うことにより、国や県の支援事業の採択や優良事例の表彰を受ける事業者等が出現した。	S	【課題】 ・地産外荷を推進していくためには、地域の事業者、市町村、地域本部、本庁との異なる連携や情報共有を図ることが必要である。 【方針】 ・地域支援企画員等の適正配置を含め、支援体制の更なる充実、強化を図る
34市町村すべてで、拠点ビジネスの仕組みが構築され、本県の中山間地域のビジネスモデルとして確立し、全国的に認知される		・商品づくりや経営のノウハウ等の習得に向けた各種の講座や研修会の開催や、補助金等による資金面での支援を通じ、組織における人材育成や、様々なビジネスのノウハウの蓄積、事業の拡大などが図られるとともに、地域への波及により新たに拠点ビジネスに取り組む市町村等も出現した。	A	引き続き地域アクションプランに位置付け、産業振興推進総合支援事業費補助金やアドバイザー制度などの活用による支援や、産業振興推進地域本部を中心としたきめ細かなサポートを行っていく。
・中山間地域で農地や山林を活用しながら、新事業を展開したり、新分野に進出する事業者が増加し、ビジネスモデルとなる事業者が顕出する		・新分野進出事例集や実態調査結果を事業者に提供することで、事業者が新分野進出を検討するきっかけとなった。	A	○企業訪問、説明会等を通じた情報提供 ・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例集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。 ○支援事業の実施 ・個別企業訪問等による建設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。 ・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「こうち産業振興基金事業」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。 ・引き続き、地域の材料や特性を生かした食品加工製品を開発するなどの取組を支援する。 (地域の相談窓口となる市町村や地域支援企画員と連携し、適切な製品開発を助言するとともに技術的な支援を行う。)
・県の試験研究機関や専門機関の支援ノウハウやシステムが確立され、事業者のニーズにこたえられるようになる		・工業技術センター内に、食品加工研究棟（12種類の加工機械）が稼働し、事業者に対するきめ細やかな支援やアドバイスが可能となった。 ・各地域の建設業者等の事前の打ち合わせの実施により、ニーズに対応し、セミナーの参加者を増加させることができた。	A	
・新分野の技術やノウハウを習得することで、事業が軌道に乗り、利益と雇用を生む成功事例が生まれる		・新分野進出のアドバイザーを1名配置したことで、事業者の新分野進出のニーズの把握に繋がりと、個別相談に対するフォローアップが可能になった。	A	○取組企業へのフォローアップ ・個別訪問してきた企業や建設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。
県の現場における支援体制が確立され、事業者から満足される状態になる		・それぞれの地域に窓口を設置することにより、気軽かつ容易に相談でき、きめ細やかな支援を行う体制が確立された。	A	・引き続き、産業振興推進地域本部を中心に県の公設試験研究機関や産業振興センターとの連携のもと、効果的なサポートを行っていく。

◎6 建設業の新分野進出

産業成長戦略（連携テーマ） 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 〕
6 建設業の新分野進出		
1 地域での活力と雇用の確保・創出		
(1) 新分野進出の促進		
◆新分野進出等に関する調査、訪問相談の実施 ◆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策説明を行った。 ・平成22年度に「建設業新分野進出実態調査」を実施した。 ・建設業者の新分野進出を促進するための地域の関係者による協議会の設置等に対して支援する「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対応した助言を行った。（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 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 進出意志があり具体的に検討中：60社 進出意志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
〈農業分野〉		
◆研修の拡充 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、農業者からの農業参入を支援する	○他部署と連携した説明会の開催 ○農業参入に関する相談対応	OH21～23年度は5社が参入（農業従事者7名、経営面積5.7ha）
◆初期投資の軽減支援 県内の農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広報誌での事業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%）
〈林業分野〉		
◆新分野進出等に関する調査、訪問相談の実施 ◆建設業者向け森林技術研修会の充実 ◆建設業からの参入に向け、森林技術研修体制の充実 ◆森林整備事業実施のためのセミナー等の実施、指導 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ついての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。 建設業者に対しては、林業技術者養成研修や出前講座で技術者養成に対応するとともに、新分野進出を検討している建設業者に対しては、個別訪問相談を中心に、必要に応じてセミナー形式の研修会等を実施し、新分野進出を支援する。	・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） ・県：基幹林業労働者養成研修の開催（H21、22 11講座11回） ・国：緑の雇用フォレストワーカー研修（H23 26講座96回） ・伐木安全作業技術研修（H21,22 1講座3回、H23 1講座2回） ・建設業新分野説明会（H21 6回、H22 4回、H23 4回参加） ・就労環境改善事業により振動計健診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	・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 ・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 ・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。
◆林業事業体と建設業とのジョイントの支援強化 人的資源や装置を持つ建設事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。 ・効率的な除伐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13、単独10）
◆林業用機械初期投資への財政支援 建設業から林業分野へ参入する場合には参入時の負担軽減を図り、林業事業体としての育成及び雇用の確保を行う。	・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。	建設業から参入した事業体への機械支援状況。 21年度 11事業体：13台（新設7台、改良6台） 22年度 5事業体：5台（新設1台、改良4台） 23年度 7事業体：8台（新設3台、改良5台）
◆福祉・介護の仕事に関する広報事業の実施 ◆資格取得講習会の案内等 ◆情報提供の充実、福祉・介護分野への就業促進事業の実施 福祉・介護分野へ進出しようとする建設業者等を支援するため、就労のマッチングを図る。	・福祉・介護分野の職能団体、養成施設、国、県等で構成する福祉・介護人材確保推進協議会を開催した。 ・県内のハローワークにおいて福祉・介護職について説明を行った。	・平成21年4月から平成24年3月まで福祉・介護人材確保推進協議会を11回開催し、情報交換を行った。 ・平成21年4月から平成24年3月まで県内ハローワークで162回の説明会を開催した。



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
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	
				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
建設業の新分野進出 数 H20: 75社(累計) ↓ H23: 174社(累計)	187社	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>また、新分野進出事例集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。</li> <li>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。</li> <li>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た。</li> </ul> <p>一方で、新分野進出の具体化を更に進めるためのニーズに応じた実践的な進出検討の取組が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>建設業経営革新支援事業等を実施している企業のフォローアップが重要</li> </ul>	A	<ol style="list-style-type: none"> <li>企業訪問、説明会等を通じた情報提供 <ul style="list-style-type: none"> <li>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例集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。</li> </ul> </li> <li>支援事業の実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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「こうち産業振興基金事業」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。</li> </ul> </li> <li>取組企業へのフォローアップ <ul style="list-style-type: none"> <li>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、多部署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。</li> </ul> </li> </ol>
農業分野への進出が 拡大していること		<p>○新規就農の一形態として、興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でいる。</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ている。</p>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
県内ハウス面積 1,520ha	1,510ha(推計)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>18~20年度対比129%、7ha増加</li> <li>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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
◆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		<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>先進的事業体への技術者派遣による生産技術の向上を図る。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>建設業からの新規参入事業者は森林組合などのジョイントにより増加した。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者のマネジメント能力の向上を図る。</li> <li>建設事業者の新規参入と定着を支援する。</li> </ul>
		<p>所有する建設機械から林業機械への改良支援は、初期投資の面から有効。</p>	S	<ul style="list-style-type: none"> <li>建設業からの新規参入を推進するためには、引き続き支援を継続する。</li> </ul>
県全体で平成23年 度末で介護職員約6 00人の増員確保 職場体験事業による 就職者 47名		<ul style="list-style-type: none"> <li>福祉・介護人材確保推進協議会を開催することにより、関係団体に対して人材確保に関する情報提供・意見交換ができるようになった。</li> <li>ハローワークでの福祉・介護の仕事セミナー等の開催により、職場体験事業に112名が参加した。</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>福祉・介護推進協議会での関や関係団体との情報共有及びハローワークでの福祉・介護の仕事セミナー開催を継続する。</li> </ul>

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ） 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 ]
7 人材育成・人材確保		
1. 人材を県内で育てる		
(1) 年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり		
<p>◆<b>地場産業の教育の充実【学校教育】</b></p> <p>望ましい勤労観、職業観、人生観を育むために、中学校における職場体験学習が充実するような支援を行った。</p> <p>職場体験学習に先進的に取り組んでいる地域や学校の事例を教育課程連絡協議会等を通じて普及することにより、取組の質の向上を図る。</p>	<p>・各教育事務所の学校支援訪問により職場体験学習の事前・事後指導の充実について指導・助言を行った。</p> <p>・教育課程連絡協議会やキャリア教育連絡協議会等を通じて、先進地域や学校の取組事例紹介した。</p> <p>・発達段階に応じたキャリア教育について、各学校が計画的、組織的に進めていくために、キャリア教育全体計画の作成や実施を支援してきた。</p>	<p>・公立中学校における職場体験学習の実施率は増加傾向にある                      (H20) 本県91.5% 全国96.5%                      (H21) 本県94.8% 全国94.5%                      (H22) 本県96.6% 全国93.6%                      (H23) 本県95.6% 全国(未発表)</p> <p>・実施校の中で、5日間以上実施している割合は全国平均を上回っている                      (H20) 本県23.1% 全国20.7%                      (H21) 本県23.6% 全国19.2%                      (H22) 本県24.1% 全国17.9%                      (H23) 本県22.9% 全国(未発表)</p> <p>・キャリア教育全体計画作成率は毎年増加している                      (H21) 小学校56.3% 中学校60.7%                      (H22) 小学校62.6% 中学校67.2%                      (H23) 小学校70.8% 中学校71.9%</p>
<p>◆<b>地場産業の教育の充実【農業】</b></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>○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供                      ・土佐はちぎん地鶏、土佐ジロー（フロイラーとの差額補助）                      ・エメラルドメロン（全額補助）</p> <p>○特産物の出前授業                      ・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。</p>	<p>○特産物の学校給食（県内小学校等）への食材提供                      H21：土佐はちぎん地鶏 49,346食（3,177kg）                      土佐ジロー 2,200食（223.3kg）                      エメラルドメロン 50,104食（3,057玉）</p> <p>○特産物の出前授業実施                      H21：9市町・26回・1,135名                      H22：18市町村・58回・2,000名                      H23：19市町村・70回・2,972名</p>
<p>◆<b>社会人としてのスキルアップ研修の実施</b></p> <p>・社会人として必要な心構えや挨拶、言葉遣いといったビジネスマナーを習得させ、就職試験対策だけでなく、卒業後必要となるスキルアップを図り、社会で生きぬくための力を育成する。</p>	<p>○高校生スキルアップ講習会の実施                      社会人として必要な知識等を身につけるため、ビジネスマナー等の講演や実習等を実施。</p> <p>H21 17校 生徒778名                      H22 21校 生徒712名                      H23 39校 生徒1,430名</p> <p>[ ・就職試験対策講座 15校456名 ]                      [ ・マナーアップ講座 24校974名 ]</p>	<p>○高校生スキルアップ講習会の実施                      スキルアップ事業の実施を通して、生徒の就職対策に繋がった。</p> <p>また、スキルアップ事業を学校の年間行事の中に計画的に組み込むなど、県教委の支援事業が学校の取組の一部として位置づけられるようになった。</p>
<p>◆<b>インターンシップの取組の強化、拡大【生徒・学生】</b></p> <p>・キャリア教育の視点と、地元企業や他の教育機関との連携をキーワードに、勤労観・職業観の育成を図る就業体験の再構築を図る。</p> <p>・農業関連学科で学ぶ生徒を中心に、高校生に広くその魅力を認知してもらい取組みとする。</p>	<p>○インターンシップの推進                      生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した地元の産業現場等において就業体験を実施。</p> <p>H21 20校 生徒1,250名 企業322社                      H22 20校 生徒1,749名 企業350社                      H23 21校 生徒1,651名 企業315社</p> <p>○農林業体験インターンシップの推進                      農業コースや農業専門学科高校の生徒が先進農家等で実習等を行うとともに、普通科高校の生徒が農林業に触れる機会を設定。</p> <p>H21 14校 生徒331名                      H22 11校 生徒271名                      H23 11校 生徒446名</p>	<p>○インターンシップの推進                      生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験を行ったことで、勤労観・職業観の育成ができた。</p> <p>○農林業体験インターンシップの推進                      農業関係高校の実態に応じ、また、地域農業や栽培管理、経営者との対話等を通して、地域文化の理解や農業科目の補充ができ、学習意欲の向上が図れた。</p> <p>農業の学科やコースを設置する専門高校等の生徒においては、農家や企業の考え方や専門的な知識・技術が深まり、学習への意識付けや将来の進路選択に繋がった。</p> <p>また、普通科高校の生徒においては、高知県の1次産業への理解が深まり、将来の進路設計の参考となった。</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)	SABC評価													
中学校における職場体験学習の実施率	中学校における職場体験学習の実施率 H23年度末 95.6% (未実施114校中5校) ・未実施の5校は実施学年を変更して24年度に実施するため実質職場体験学習実施率は100%と捉えらる。	<ul style="list-style-type: none"> <li>各中学校の総合的な学習の時間や特別活動の全体計画に職場体験学習が位置付けられている。</li> <li>職場体験学習の意義や事前・事後指導の充実の必要性が周知され、実施率が増加している。</li> <li>＜全国学力・学習状況調査結果＞ 「将来の夢や目標を持っているか」に対して肯定的な回答をした中学生の割合</li> </ul> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>高知県</td> <td>全国</td> </tr> <tr> <td>H22</td> <td>71.4%</td> <td>71.7%</td> </tr> <tr> <td>H23</td> <td>74.8%</td> <td>(未発表)</td> </tr> <tr> <td>H24</td> <td>74.0%</td> <td>73.2%</td> </tr> </table> <p>※H23は震災の影響で全国データなし ※H24は平成24年4月実施</p>		高知県	全国	H22	71.4%	71.7%	H23	74.8%	(未発表)	H24	74.0%	73.2%	B	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>学校における職場体験学習の事前・事後指導の充実</li> <li>先進地域や学校の取組事例を普及するための方策を講じる</li> </ul> <p>【方向性】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>キャリア教育全体計画や職場体験学習の充実を図ることにより、児童・生徒に、望ましい勤労観、職業観、人生観を育んでいく。</li> </ul> <p>◆発達段階に応じた系統的なキャリア教育を推進するために、各学校におけるキャリア教育全体計画の作成と実施への支援を行うとともに、中学生向けのキャリア教育副読本を作成し、活用を促進する。</p> <p>◆地域ぐるみのキャリア教育を推進するために教育の日関連行事として、学校及び児童生徒の実践発表等を行う。</p>
	高知県	全国														
H22	71.4%	71.7%														
H23	74.8%	(未発表)														
H24	74.0%	73.2%														
食農教育実施市町村 H23：34市町村	食農教育実施市町村 19市町村	<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○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。</p>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>												
望ましい勤労観・職業観・人生観を持った生徒の育成		<p>ビジネスマナーや就職試験対策などを実施し、生徒の意識付けとなることにも、その取組の継続を担う教員の指導力の向上にもつながった。</p> <p>また、スキルアップ事業を含めた他の就職支援全体の取組により、H23年度の就職内定率がH21年度より7.1%増の93.8%と、過去10年間で最高となった。</p> <p>しかしながら、学校がこの事業を活用するのは、就職前の3年生を中心とした取組が多く、1年生からの系統的な取組となっておらず、3年間をとおして十分に力をつけることができていない。</p>	B	<p>今後は、「基本的な生活習慣の確立」「学力向上」「社会性の育成」を3本柱とする高知のキャリア教育の指針に基づき、高校3年間を見ずえたキャリア教育の全体の計画の中に各事業を位置づけ、学年に応じて系統的な取組としていく。</p>												
即戦力の担い手育成 先端技術等の指導の充実 産業関係学科の学科改編開始		<p>インターンシップでは、生徒が自らの学習内容や将来の進路等に関係した就業体験を行ったことで、勤労観・職業観の育成ができた。</p> <p>しかしながら、まだまだ、体験の幅が少なく、多様な職業観を持つことができず、就職のミスマッチや離職率が高い状況がある。</p> <p>・農林業インターンシップでは、農林業の学びの実態に応じたインターンシップとすることで地域農業の理解や学校での学習の補充ができ、また、学習意欲の向上が図れた。</p> <p>しかしながら、全高校を対象としたアグリウォッチングでは、各生徒にとっては断片的な体験となっており、種まきから収穫までの一連の体験ができておらず、農業への興味・関心が広がっていない。</p>	B	<p>今後は、「基本的な生活習慣の確立」「学力向上」「社会性の育成」を3本柱とする高知のキャリア教育の指針に基づき、キャリア教育全体計画の中で、学年に応じて系統的な取組に位置づける。</p> <p>さらに、農林業インターンシップのアグリウォッチングでは、これまでの1日の体験学習を、種まき、苗植え、収穫といった、つながりのあるの体験学習とし、農業の本来の喜びを感じることにつなげる内容とし、その結果より生きた体験ができる事業につなげ、興味・関心を持つ生徒数を増やす。</p>												

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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		
	<p>◆これからの対策</p> <p>◆インターンシップの取り組みの強化、拡大【大学】 県立大学等インターンシップの強化拡大、キャリア形成支援の強化を図っていく。</p>	<p>高知工科大学や高知県立大学では、ガイダンスやセミナー、学生と企業等とのマッチングを実施し、学生のインターンシップを支援している。</p>	<p>・インターンシップ参加学生数、受入企業数 県立大87名(43社) 工科大286名(175社) (H21) 県立大87名(38社) 工科大344名(182社) (H22) 県立大79名(40社) 工科大429名(201社) (H23) ・ガイダンスやセミナーの実施(H22) 県立大 学生参加者176名(H22)/174名(H23) 工科大 学生参加者413名(H22)/454名(H23)</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>○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>○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 ・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 ・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 ・平成20年度の実施校9校から参加校、参加生徒数は順調に増加している。 ○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>◆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>学校と家庭が連携したキャリア教育の視点による就職支援の強化を図る。</p>	<p>○保護者対象の啓発事業 保護者の就職等に対する意識啓発を図るため、保護者対象の進路講演会を実施。</p> <p>H21 8校 生徒368名 H22 9校 生徒269名 H23 12校 生徒352名</p>	<p>○保護者対象の啓発事業 高知県の企業の現状や考え方など、保護者への情報提供や意識啓発をすることにも、教員と企業との繋がりを広げることができた。</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>・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とともに、HP「まなともネット」で情報の提供を行った。</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>◆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>・ジョブカフェこうちを高知市（本部）と四万十市（備多サテライト）に設置し、就職セミナーやキャリアコンサルタントによる職業相談、しごと体験等を実施することにより若者の就職を支援している。 ・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の配置により、認知度の向上を図った。</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 ・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 ・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 ・学校出前講座 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 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	
・望ましい勤労観・職業観・人生観を持った生徒の育成		・各大学が学生に参加を促し、インターンシップに取り組み、キャリア形成の支援を行うことができた。	A	・引き続き、学生のインターンシップへの参加を促す取り組みを行っていく。
・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 H20: 48.0% ↓ H23: 60.0%	・高校生の県内就職割合 (H23年度末) 58.5%	・産業界、学校、行政の連携の仕組みがで、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」「専門的な知識や次世代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)の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	○産業界、行政、学校との連携強化とそ野の拡大 ・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
企業等に対する認識の向上と家庭・学校の連携強化		企業から講師を招聘し保護者や生徒に講演することにより、家庭のキャリア教育の重要性、厳しい社会情勢や就職状況の情報共有ができ、就職支援につながった しかしながら、特に普通科高校では、就職希望が少なく、進学者が多い中、将来の職業意識を醸成しづらく、進路講演会を開催しても、保護者の参加が少ない状況である。	B	・今後は、「基本的な生活習慣の確立」「学力向上」「社会性の育成」を3本柱とする高知のキャリア教育の指針に基づき、キャリア教育の全体計画の中で、学年に応じて系統的な取組の中に、この事業をしっかりと位置づけていく。 また、高校や上級学校卒業後の将来の就職につながるよう講演内容の充実を図り、普通科高校へ広げていく。そのために、県内企業と協力関係をより強化して、多様な人材を学校へ派遣できるようにする。 さらに、開催形態として、学年、学科、進路別など小さな単位での実施や実施時期・時間帯を工夫し、できるだけ多くの保護者が参加できるようにする。
一次産業、福祉・介護分野の職業理解が進む		・高校生の企業実習などで、一次産業、介護・福祉分野の受入企業の増加や体験セミナー (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認識が事業所側に広がりつつある	A	○介護・福祉、一次産業分野に対する職業理解の促進 ・市内各課と連携した、体験セミナーや職業体験機会の拡充
・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	・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部に5カ月、幡多サテライトに10ヶ月配置することで、ジョブカフェ事業の認知度の向上に繋がった。	S	○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規雇用率の向上 ・相談者増のためのPRの工夫 ・幡多サテライトの機能の充実(開所日、場所、体制等)

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆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いただけるよう、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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイド団体が実施する研修への助成。</li> <li>観光ガイドセミナーの実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光ガイド団体の増加 H20:15団体346人 ⇒ H23:28団体583人</li> <li>無料ガイドから有料ガイドへの移行 H21:50% ⇒ H23:85.7%</li> <li>観光ガイド連絡協議会の設立(H23.3)</li> <li>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。</li> </ul>								
	<p>◆県内産業人材（若手人材）による異業種交流研修会</p> <p>特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各地域において内部誘発していくため、各地域において新たな付加価値を生み出す技術(知識)と産地から市場まで結び付けることのできる経営力(マネジメント能力)を持った人材を育成し、地域での産業づくりに結び付ける。</p>	<p>異業種交流&amp;研修会をH22年度5回、H23年度1回開催。産業振興計画に関して、スーパーバイザーや有識者による講演やグループディスカッション等を実施。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>H22年度参加者のべ323名、H23年度参加者85名</li> <li>研修会等の中で出たアイデアの実現に向けて有志で活動中(H22年度：2件、H23年度：2件)</li> <li>H22年度参加者の8割以上から次年度開催希望があった</li> <li>産振計画に関する情報を定期的に発信することができるようになった</li> </ul>								
(2) 地域産業を創造、リードする人材育成											
	<p>【地域支援】</p> <p>◆地域産業の将来を担う若手事業者の養成</p> <p>特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各地域において内部誘発していくため、各地域において新たな付加価値を生み出す技術(知識)と産地から市場まで結び付けることのできる経営力(マネジメント能力)を持った人材を育成し、地域での産業づくりに結び付ける。</p>	<p>こころ地域産業振興人材育成塾 市町村、団体、金融機関、その他民間企業などを対象に先進事例の現場を学びながら、グループ毎に地域産業の振興策を練った。 H22年度：16名が参加して6回実施 H23年度：10名が参加して6回実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>受講生が地域の産業振興策を作成、実現に向け活動中</li> </ul>								
	<p>&lt;ビジネスの基礎知識、ノウハウの習得【水産業】&gt;</p> <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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>固定化債権を計画的に回収した。</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th>計画</th> <th>実績</th> </tr> </thead> <tbody> <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> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>理事会に定期的に報告する等、職員未収金管理の意識が一定向上した。</li> </ul>	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>◆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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>船上・市場での適正な氷の使用が鮮度保持につながり、産地面積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（御島瀬・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)</li> <li>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)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>氷の使用を増やすことで、過去3年の平均単価に比べ御島瀬で23円/kg、興津で33円/kg魚価が向上した</li> <li>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。</li> <li>左記学習会を延べ17カ所で行い、332名が参加し担当職員の意識の醸成が進みつつある。</li> </ul>								
	<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"> <li>直販店舗により、県民に県産水産物を供給している。(H20~)</li> <li>■販店等との直接取引を実施している。(H21~)</li> <li>県外市場送り及び県外業務所への販売を実施している。(市場送り H22~、業務所 H21~)</li> </ul> <p>【人材育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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~)</li> <li>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)</li> <li>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~)</li> </ul> <p>【組織・体制】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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~)。</li> <li>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)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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)</li> <li>直販店舗の統合により、直販部門の採算性の目的が立った。</li> </ul>								

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	
「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		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せるためには、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。
地域活性化につながる人材の排出 (100人/年)	H22: 323名 H23: 85名	各研修において想定した人数の受講があり、一定の成果が認められる。	A	受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう再編する。
将来、地域産業振興をコーディネートできる人材の輩出(15人/年)	H22: 16名 H23: 10名	各研修において想定した人数の受講があり、一定の成果が認められる。今後、それぞれの地域の活性化や産業づくりにおいて中核的な役割を担っていくことが期待される。	A	受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのか検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう再編する。
記憶を行うモデル経営体の選定と実践		・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。
・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		・市場内のタンクへの氷の増量・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	・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。
・取引先に応じた集出荷体制整備と販売ノウハウの獲得 ・営業担当職員(プロ)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。

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		具体的な取組み	具体的な成果
戦略の柱 取組方針 施策		〔 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 〕
◆これからの対策			
<p>◆商品づくりを通じた産業人材の育成</p> <p>★地域産業人材育成事業～目指せ！弥太郎商人（あきんど）塾～ 産業振興計画地域アクションプランへの位置付けを目指す事業者や地域アクションプランに掲載されているものまで熟度が低いプロジェクトに関わる事業者等を対象に、ステップ1（基礎編）としてビジネスの基礎を学ぶ集合研修を、ステップ2（応用・実践編）としてスキルアップのための集合研修及びそれぞれの課題に応じた実践力を身につける個別実践研修を、段階を追って実施することにより、自ら考え行動できる地域産業の担い手を育成する。</p>		<p>目指せ！弥太郎 商人（あきんど）塾 &lt;H22年度&gt; ・基礎編を延べ1,072名受講 ・応用・実践編を18事業者が受講 &lt;H23年度&gt; ・応用・実践編を19事業者が受講</p>	<p>&lt;H22年度&gt; ・商談会等への参加：延べ18事業者、商談成立27件 ・受賞：2事業者 ・事業拡大：3事業者 ・商品の磨き上げ：4事業者 &lt;H23年度&gt; ・商談会等への参加：延べ17事業者、商談成立35件 ・受賞：3事業者</p>
<p>&lt;商品づくりを通じた産業人材の育成【水産業】&gt; ◆零細な加工事業者の意識と行動の経営的視点への誘導 ◆零細な加工事業者の商品開発から販売までの取組を総合的に支援</p> <p>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。</p>		<p>【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）</p> <p>【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演会の実施（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）</p>	<p>・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。</p> <p>・「漁村女性が行う水産物の加工・販売活動について」のテーマで講演会を実施し関係者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。</p>
<p>◆農林水産業従事者のリーダー研修【農業】</p> <p>県内各地域の食や環境などの地域資源を活かした農村地域の活性化や本県の強みである農業の振興などに、意欲的、挑戦的なグループや団体の代表者を対象に、県内外の先進事例とワークショップを組み合わせた研修の実施と、企画書や行動計画書を作成することで、自ら主体的に企画立案し、自ら行動する人材を育成する</p>		<p>【平成22年度実績(22年度新規)】 ○研修生の確保：15グループ42名 ○講演会・パネルディスカッションの開催(7/13) ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（馬路村：8/3～4） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（とおわ：9/8～9） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（シュシュ：9/21～22） ○活性化計画作成研修(10/18～19) ○成果発表会（11/18） ○フォローアップ研修（直販所編 津野山：2/17） ○フォローアップ研修（加工品開発編 高知市：3/4）</p> <p>【平成23年度実績】 ○研修生の確保：11グループ32名 ○講演会・パネルディスカッションの開催(7/7) ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（馬路村：7/27～28） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（とおわ：8/24～25） ○先進地事例調査及びワークショップ研修の開催（シュシュ：9/27～28） ○活性化計画作成研修(10/18～19) ○成果発表会（11/29） ○H22研修生フォローアップ研修（7/8,29,8/26） ○H23研修生フォローアップ研修（2/21,3/7～8）</p>	<p>【平成22年度】 ○講演会・パネルディスカッションへの参加人数＝約180名 ○先進地事例調査及びワークショップ研修への参加人数 馬路：研修生36名（全体50名） とおわ：研修生39名（全体55名） シュシュ：研修生40名（全体50名） ○活性化計画作成研修＝研修生40名（全体53名） ○成果発表会＝研修生40名（全体約80名）</p> <p>※すべてのグループが活性化計画を作成、また、その計画をプレゼン。</p> <p>【平成23年度】 ○講演会・パネルディスカッションへの参加人数＝約130名 ○先進地事例調査及びワークショップ研修への参加人数 馬路：研修生30名（全体44名） とおわ：研修生30名（全体46名） シュシュ：研修生29名（全体41名） ○活性化計画作成研修＝研修生22名（全体37名） ○成果発表会＝研修生30名（全体約70名）</p> <p>※すべてのグループが活性化計画を作成、また、その計画をプレゼン。</p>
<p>&lt;農林水産業従事者のリーダー研修【林業】&gt; ◆森林所有者の「森の工場」への理解の促進</p> <p>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。</p>		<p>・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</p>	<p>・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、木材地産に向けての意識が高揚してきた。</p>
<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圏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ェストラント市との友好協定を締結する。</p>		<p>○ウェ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） ○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 H21：4.8名（うち農大生4名）、H22：4.6名（うち農大生14名）、H23：25名 ○オランダに関する講演会、勉強会実施 H21：1.4回、H22：5回、H23：1回</p>	<p>○友好圏芸農業協定締結（H21） ・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</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)	SABC評価	
・自ら考え行動できる（商品企画書が自分で作れる、商品を自分で売れる）事業者の育成		想定した人数の受講があり、また、応用・実践編の受講者の中には商談成立や販路拡大に結びついたケースもあり、一定の成果が認められる。	A	【課題】 受講者のその後の事業の広がりについて把握し検証する必要がある。  【方向性】 修了生が自立した地域の中核人材となるよう、フォローアップできる仕組みを作る。
・他の地区のモデルとなる企業グループを複数育成	・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・熟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視点から、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。
農業・農村の活性化に向けた企画提案＝29本	農業・農村の活性化に向けた企画提案＝26本 そのうち、 【平成22年度】 ○地域アクションへ位置付け＝8グループ  【平成23年度】 ○地域アクションへ位置付け＝7グループ	○研修により、各グループの今後の計画が明確になった。その結果、15グループでは地域APに何らかの形で位置づけられた。	A	○研修グループの計画実現に向け、継続的なフォローアップ研修の実施が必要。
◆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	・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、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。	S	・森林施業プランナーの育成（増員、実践力の向上）
・学校間の交流に向けた関係づくり 目標：1組  ・技術交流研修参加者 目標：10名/年	・学校間の交流に向けた関係づくり 実績：1組  ・技術交流研修参加者 実績：25名/年	○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。	S	・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。

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
◆課題とニーズに対応したアドバイザーの派遣 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。 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ことともに、県産品の販路拡大を目指す。	・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の仕組みを導入 ・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	・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。	
◆ビジネス専門研修講座等の開催（ICT活用研修等） 特徴ある地域資源を活用した産業づくりを各地域において内部誘発していくため、各地域において新たな付加価値を生み出す技術（知識）と産地から市場まで結び付けることのできる経営力（マネジメント能力）を持った人材を育成し、地域での産業づくりに結び付ける。	「土佐経営塾」（地域起業家養成事業） H22年度 受講生20名全員が修了 H23年度 受講生18名全員が修了	・修了生が、起業（1名）、事業拡大（1名）、企業組合化（1名）等を実現	
◆大学院起業家コースによる人材育成 高知工科大学大学院の起業家コースにおける経営者の育成	・平成22年10月より永国寺キャンパスを活用しており、平成23年4月から永国寺キャンパスに全面的に移転している。 ・起業家コースでは一部授業を無料で公開している。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）（H21） 41名（うち県内8名）（H22） 42名（うち県内10名）（H23） ・起業家コースの授業の一部を無料公開（H23:10回実施）	
◆公開講座・リカレント教育の実施 県民向けの公開講座の実施	・高知工科大学や高知県立大学で、広く県民向けや、専門家向けの公開講座等を実施した。	工科大 ・公開講座等（3コース、731人）（H21） ・公開講座等（5コース、1,010人）（H22） ・公開講座等（4コース、808人）（H23） 県立大 ・公開講座等（175人）（H21） ・公開講座等（465人）（H22） ・公開講座等（1,118人）（H23）	
◆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 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）	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、濁酒製造技術、溶接、熱処理、不良解析など ②③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。 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	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 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 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 ④技術指導アドバイザー技術指導 （H21） 47回 （H22） 39回 （H23） 22回	
◆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 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。	・技術指導アドバイザーを個別企業に5Sに関する指導で7回派遣するとともに、製紙業界団体向けに5Sに関する研修会を1回開催した。また、個別企業に技術課題解決のための指導で1回派遣した。 ・不織布分野の新たな試験装置や機能紙技術向上のための試験装置の仕様の確定等、導入のための作業を行うとともに、企業巡回でのニーズを拾い上げ、これらの装置を使用した製品分野別研究会のテーマの検討や開催準備作業を行った。	・個別企業に対する5S指導では、延べ46名が参加した。製紙業界団体向けの5S研修会には42名の参加があった。技術課題解決のために指導には、企業から5名の技術者が参加した。	
【企業支援】			
◆在職者訓練の充実 企業が在職者の自発的な職業能力の向上のための研修会を実施するなど、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。	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（集成型研修）。また、研修を実施しようとする企業に対しては、講師派遣を行う。 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。 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。	H21 H22 H23 ① 集成型研修 8回(132人) 8回(229人) 講師派遣 10回(213人) 13回(266人) ② (長期) 2J-7(7人) 1J-7(11人) 1J-7(8人) (短期) 3J-7(36人) 4J-7(46人) 5J-7(34人) 23年 { 実施試験対策土木施工管理J-7 1級土木施工管理J-7、建築塗装J-7 建築板金科技能検定事前講習 板金科1級技能士J-7 ③ 県内技能者のレベル向上（溶接、配管） 5J-7(50人) 8J-7(51人) 9J-7(83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 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	
ビジネスに関する専門的な知識や技術を習得することで、生産性の向上や販売促進などの効果があらわれる		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が、地域産業を創造、リードしていくためには、更なるビジネス意識を持ち、ノウハウや知識を身につけていくことが必要。	A	生産性の向上や販路拡大につなげていくため、引き続き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。
中山間地域での起業家の育成		各研修において想定した人数の受講があり、また、研修で得たスキルを活かして起業や事業拡大などに挑戦する者もあるなど、一定の成果が認められる。	A	受講者がその後実際に地域活性化や産業振興にどれだけ携わっているのが検証を行うとともに、その結果を踏まえ、より効果の高い研修となるよう再編する。
経営的視点を有する事業経営者の育成		・中心市街地で授業等を行うことで、社会人が教育を受講しやすい環境を作った。	A	・引き続き、サテライト教室での授業や、授業の無料公開を行う。
		・公開講座等に多くの県民が参加しており、社会人教育の充実等に努めている。	A	・公開講座等、リカレント教育を継続して行うとともに、新たな公開講座等も実施する。
・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	(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% (4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、職員や職員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。
		・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・躰)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。
② 技能検定受検者数 950人	② 技能検定受検者数 700人	① ・集合型研修は、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。1回あたりの受講者数に多少はあったが、総枠では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、自社で新たなけんしゅ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、従業員を長期参加させることが難しい状況等から、訓練の休止、又は中止める団体の出現や、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、受講者の減少が続き、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、受講者の着実な技能向上につながっている。	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 ・集合型研修・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内職員の訓練の強化 ・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 ・職業能力開発中学校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

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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		
	◆食品加工施設の生産管理高度化の支援 外商を行うにあたって、消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化対応への支援を行うため、専門家の派遣や研修等を行う。また、関係法令が複雑で食品加工事業者の課題となっている適正表示に対する支援を行う。	・自主衛生管理マニュアルモデルの提示 ・食品加工施設の個別調査及び改善策の提案 ・生産管理高度化に関する研修会の開催 ・表示のワンストップ助言	・20業種について自主衛生管理マニュアルモデルの提示（HP掲載） ・個別企業に対する調査及び改善提案 H21：20件 H22：50件 H23：12件 ・衛生と表示の基礎研修 H21：150企業210名 ・生産管理高度化研修 H22：6メニュー、延べ422名受講 H23：9メニュー 延べ580名受講 ・食品表示に関する助言 H22：266件 H23：430件
	◆商品づくりを通じた産業人材の育成 企業内での人材育成を行う。	・緊急雇用制度を活用した人材の育成	・3名/3社の人材育成（H22年度） （株）土佐清水元気プロジェクト （有）タネヒサ カフェ・デュ・グラス
	◆大学院起業家コースによる人材育成 高知工科大学大学院の起業家コースにおける経営者の育成	・平成22年10月より永国寺キャンパスを活用しており、平成23年4月から永国寺キャンパスに全面的に移転している。 ・起業家コースでは一部授業を無料で公開している。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）（H21） 41名（うち県内8名）（H22） 42名（うち県内10名）（H23） ・起業家コースの授業の一部を無料公開（H23:10回実施）
	【産学官連携】		
	◆経済学の専門家も交えた学部構想案の検討 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・県と関係する大学で、永国寺キャンパス整備等検討チーム会を平成22年7月に立ち上げ、計20回開催し検討をすすめた。 ・この中で、複数の経済の専門家の意見を聞き、学部構想案の検討に反映した。	・経済学の専門家の意見を踏まえて学部構想を検討するとともに、永国寺キャンパスに関する基本方針及び基本計画を策定した。
	◆社会貢献をする「知の拠点」に向けての永国寺キャンパスの活用（社会人向け経済・経営講座の充実） 永国寺キャンパス整備等検討チームで、社会科学系学部や社会人教育の在り方などを協議	・高知工科大学大学院の起業家コースは、平成22年10月より永国寺キャンパスを活用して授業を行うとともに、各種の公開講座もしている。	・起業家コース学生数 41名（うち県内8名）（H21） 41名（うち県内8名）（H22） 42名（うち県内10名）（H23） ・起業家コースの授業の無料公開（H23:10回実施） ・公開講座 地域活性化システム講 177名参加（H22）/274名参加（H23） ・キャリア教育シンポジウム 100名参加（H23）
	◆産学官共同による産業人材育成プログラムの作成と実施 産（産業界）の技術、学（高等教育機関）の知恵、官（行政）の資金とネットワークをつなぎ合わせた「産業人材育成プログラム」を策定することで、地域産業の中核となる人材の育成を加速化し、本県の産業振興につなげる。	「産業人材育成プログラム」作成に向けた検討開始	・産学官連携会議及び産学官連携運営委員会を開催を通じ、育成すべき人材等を整理し、産業人材育成プログラムを作成した。
2.	人材を外から持ってくる・人材を引き留める		
	(1) 産業の担い手の確保に向けた仕組みづくり		
	◆都市部での移住・新規就業希望者相談会等の実施 人口減少、少子・高齢化による地域や産業の担い手不足に対応するため、本県の豊かな自然や温暖な気候、新鮮な食材等を活かし、県外からの移住やU・Iターンを促進する。	・年間20回以上の相談会等に参加、出展 ・HP、メールマガジン、郵送による情報発信	・H23年度移住相談件数は599件（目標450件） ・H23年度移住者数47組104人 ※高知県の相談窓口を通じて移住された方
	◆都市部での移住・新規就業希望者相談会等の実施【農業】 都会を中心に、職業としての農業が見直されるなか、本県の新規就農者を育成・確保するために、Uターン及びIターン就農希望者を対象に、首都圏（郡内）と近畿圏（大阪市）で園芸農業に関する技術研修と県内でのスクーリングを実施する	【平成22年度実績（22年度新規）】 ○こうちアグリカール（東京会場）の開催 ・研修生の確保＝18名 研修＝10回開催 ○こうちアグリカール（大阪会場）の開催 研修生の確保＝16名 研修＝10回開催 ○スクーリング研修（農大研修課での体験）の実施 2回開催 合計8名参加（東京6名、大阪2名）  【平成23年度実績】 ○こうちアグリカール（東京会場）の開催 ・研修生の確保＝18名 研修＝10回開催 ○こうちアグリカール（大阪会場）の開催 研修生の確保＝14名 研修＝10回開催 ○スクーリング研修（農大研修課での体験）の実施 7名参加（東京3名、大阪4名）	【平成22年度実績】 ○東京会場 ★農大研修課の長期研修に参加＝3名 （1名は3ヶ月の研修を終了し農家研修を実践中） ★近い将来高知県に就農 ＝5名 ○大阪会場 ★安芸市に即就農（夫の実家） ＝1名 ★農大研修課の長期研修に参加＝2名 ★近い将来高知県に就農 ＝1名 ※東京・大阪会場 合計 12名が近い将来高知県に就農予定。 （受講生における就農予定割合＝35%） 【平成23年度実績】 ○東京会場 ★農大研修課の長期研修に参加予定＝4名 ★近い将来高知県に就農 ＝3名 ○大阪会場 ★農大研修課の長期研修に参加予定＝3名 ★近い将来高知県に就農 ＝3名 ※東京・大阪会場 合計 13名が近い将来高知県に就農予定。 （受講生における就農予定割合＝41%）

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	
		・自主衛生管理マニュアルを定めた生産管理が研修等を通じて企業に徐々に浸透するとともに、表示適正化に対する意識が高まっている。	A	・参加者の経験・知識レベルに応じた研修メニューにより研修を実施中。 ・土佐MBAの一環として、食品衛生に関するネットワーク構築を視野に入れた実践編（中核的人材育成コース）を開催中。 ・食品表示のワンストップ助言体制は継続。
◆新たな人材の育成 (3名/22年度)	H22：3名	・企業内人材の育成を図ることができた	A	
		・中心市街地で授業等を行うことで、社会人が教育を受講しやすい環境を作った。	A	・引き続き、サテライト教室での授業や、授業の無料公開を行う。
		・永国寺キャンパスにおける機能や整備にあたっての基本的な考え方、収容定員、スケジュール等を示すことができた。	A	・基本計画に基づいた基本設計、実施設計を行い、永国寺キャンパスの整備を進める。
		・高知工科大学は、永国寺にサテライト教室を設置することで、社会人教育の充実を図った。	A	・引き続き、サテライト教室での授業や、授業の公開などを行うことで、人材育成を含む社会人教育の充実を図る。
・産学官連携による共通プログラムに基づく研修講座の開設 ・ビジネスの基礎を習得した人材の育成		・産学官連携のもと産業人材育成プログラムを作成、H24年度から「土佐まるごとビジネスアカデミー」を実施することを決定した。	A	・「土佐まるごとビジネスアカデミー」を実施し、地域産業の中核となる人材の育成を加速化する。
移住者数 H23：20組 ※高知県窓口を通して移住された方	H23：47組	・都市部での移住相談会等に積極的に参加し、データベースも活用してきめ細やかなフォローアップを行った結果、移住相談件数、移住者数とも増加している。	S	民間団体、市町村とも連携し、これまで以上に都市部での移住相談会に参加を予定。また、相談者に提供できる情報についても、これまでの「移住コンシェルジュ」を「移住・交流コンシェルジュ」として機能強化し、観光セクションと連携により観光・交流情報についても提供できるようにしている。
新規就農者数 年間170名	新規就農者数 年間234名 (当事業の実績) ○2カ年の新規就農者 =3名(H24.6時点) (目標=10名/年間)	○農大研修課の長期研修を含め平成22年度受講生のうち12名、平成23年度受講生のうち13名が近い将来(2~3年後)高知県への就農を予定しており、目的をほぼ達成できている。	A	○各会場定員20名、合計40名に対して、実績は34名と定員割れとなっているので、事業の周知について工夫が必要。 ○研修生のニーズに応じた就業相談の実施(就業の実現に向けたフォローアップ)

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化 人口減少、少子・高齢化による地域や産業の担い手不足に対応するため、本県の豊かな自然や温暖な気候、新鮮な食材等を活かし、県外からの移住やU・I・Jターンを促進する。</p>		<p>・移住コンシェルジュ3名の配置（地域づくり支援課及びひろめ市場に設置の事務所等移住相談に対応）</p> <p>・移住希望者のフォローアップ用データベースの構築</p>	<p>・H23年度移住相談件数は599件（目標450件）</p> <p>・H23年度移住者数47組104人</p> <p>※高知県の相談窓口を通して移住された方</p>																					
<p>&lt;移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化【林業】&gt;</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>・新規就業者職業紹介アドバイザーを配置し、事業体訪問による雇用情報を収集（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できてきた。</p> <p>・労働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>&lt;移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化【水産業】&gt;</p> <p>◆漁業の担い手の確保</p> <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>・定置促進アドバイザー1名（H23、幅多地域、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。</p> <p>・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>																					
<p>◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供</p> <p>新規大卒者等に対して高知の就職関連情報等を発信することにより県内への就職促進を図る</p>		<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にて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>																					
<p>◆移住・U・I・Jターン、就業相談の機能、体制の強化</p> <p>県のU・Iターン無料職業紹介の機能の強化</p>		<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「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>60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	60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	60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	
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
移住促進に取り組む民間団体の立ち上げ		・民間の視点を持つ移住コンシェルジュが、移住相談に関する総合窓口として対応。データベースも活用してきめ細やかなフォローアップを行った結果、移住相談件数、移住者数とも増加している。	S
◆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 H23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。	S
・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	・漁船リース事業やアドバイザーの配置など支援策が充実し、それまで頭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
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
		・「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例基金を活用した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
			<p>2期計画への反映状況等</p> <p>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</p> <p>「移住コンシェルジュ」によるこれまでの移住希望者へのきめ細かい情報提供や相談対応に加えて、H24年度からは、観光セクションとの連携により、観光情報の収集や移住希望者への提供など、「移住・交流コンシェルジュ」として機能の拡充を図り、人員体制も3名から4名に増員して相談対応を行っている。</p> <p>・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</p> <p>・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、シイラ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。</p> <p>○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</p> <p>○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）</p> <p>○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への企業開拓 ・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</p>

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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>◆ICTを活用した移住・就業関連情報の一元化、情報共有</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 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） ○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>OH24.3月末現在：農地494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>◆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 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） ○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>OH24.3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>OH21～23年度は14社が参入（経営面積約12ha）</p>
	<p>＜新規就業者の就業段階の資金、人的な支援の充実【林業】＞ ◆地域の特産物の生産活動の支援とPR</p> <p>地域に適した特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。 特産物産業新規就業者の確保・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） （土佐備長炭の販売促進に向けた協議） （土佐備長炭やシイタケ生産の担い手研修への支援：平成22～23年度 8名）</p>	<p>・各地域の生産者に対する取り組みに対する意欲が高まりつつある。（津野山産原木シイタケの販売（伊勢丹冬ギフトと限定40セットが完売） （ウスキノガサタケの生産量2,797本（県内外の料理店に販売）） （土佐備長炭の生産拠点の拡大（大月町に新製機や炭窯を整備）） （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>
	<p>＜新規就業者の就業段階の資金、人的な支援の充実【水産業】＞ ◆漁業の担い手の確保</p> <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。 ・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。 ・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。 ・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。 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） 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） ・長期研修制度の見直しを行った（H21）。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） 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） ・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） 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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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 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
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	
新規就農者の年間確保目標 170人	23年度新規就農者 234人	・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。	S	・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。 ・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。
		・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。	S	・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。 ・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。
		・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。 ・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。	S	・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。
◆地域のあらゆる資源を多彩に組み合わせることで付加価値を高め、中山間地域での所得の向上に取り組んでいる。また、若い後継者が育ち始めている。		・各地で様々な動きは出てきており、一定の成果が上がってきた。 ・就業に向けて研修中。	A	・普及指導員による生産技術の普及 ・市町村と連携した総合的な支援
・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	・漁船リース事業やアドバイザーの配置など支援策が充実し、それまで頭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、土佐湾水や全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	・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、機船船曳網、シイラ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。

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
◆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	市町村による研修事業の導入や指導農士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 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	○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） ○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～）	○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  ○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）  ○研修受入農家 H23年度末 54人  OH24.3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
◆異業種からの農業参入支援	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	○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。	OH21～23年度は14社が参入 (経営面積約12ha)
◆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	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。	・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 ・市町村の有機農業支援体制整備への支援 H21：市町村及びUJA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 ・有機JAS認証取得支援 有機JAS認定手数料補助（補助金） ふるさと雇用再生有機JAS認証取得支援事業委託 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 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 ・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態調査（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	・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） ・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 ・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） ・県内消費者の有機農業に対する認知度 H20：51.0% H22：51.9% ・有機栽培事例作成品目数 H21～H23：38品目
<養成・研修事業の充実、強化【林業】> ◆技術者養成手法の改善、強化	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ついての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。	・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） ・県：基幹林業労働者養成研修の開催（H21、22 11講座11回） ・国：緑の雇用フォレストワーカー研修（H23 26講座96回） ・伐木安全作業技術研修（H21.22 1講座3回、H23 1講座2回） ・建設業新分野説明会（H21 6回、H22 4回、H23 4回参加） ・就労環境改善事業により振動病健診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	・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 ・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 ・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。
<養成・研修事業の充実、強化【林業】> ◆自伐林家等による生産を促進	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。 中山間において、林業等に取り組みようとする者が、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による技術研修や営林指導を行うNPO等の活動を支援する副業型林家育成支援事業を実施する。	<森林整備関係> ・市町村、森林組合等への説明会の実施 ・市町村広報誌への掲載による森林整備のPR（計41市町村） ・林業機関誌等への掲載による森林整備のPR（計3回、4400部） ・自伐林家等支援事業を創設・予算化  <研修関係> ・副業型林業者育成事業によるOJT研修の実施 ・林業技術者前講座の実施（嶺北地区及び仁淀地区でのシキミ・サカキの栽培生産技術講習）	<森林整備関係> ・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。 ※活用状況 ①小口素材搬入支援事業 14,377m3（自伐林家129名） ②森林整備支援事業 164ha（自伐林家100名） <研修関係> ・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。 ・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。

H23年度末目標の達成状況		3年の総括	
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> <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、研修会等を通じ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>	<p>2期計画への反映状況等</p> <p>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</p> <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>S</p> <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>
<p>・有機農業就農者目標：平均5名/年</p> <p>・支援体制設置市町村目標：17市町村(50%)</p> <p>・有機JAS認定農家戸数目標：100戸</p> <p>・県内消費者の認知度目標：75%</p>	<p>・有機農業就農者 H23年度実績：3名</p> <p>・支援体制設置市町村 実績：17市町村(50%)</p> <p>・有機JAS認定農家戸数 実績：88戸</p> <p>・県内消費者の認知度 実績：81.9%(H22)</p>	<p>・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。H22年度末現在で、卒業生の県内就農者数は34名(うち1ターナー者15名)となり、有機農業の振興と地域の活性化に貢献。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	A
◆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 担い手：1,560人	◆担い手 H23年度末：1,645人	<p>・県の研修に併せて線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。</p> <p>・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。</p>	A
自伐林家と森林組合による小規模な生産活動の連携が、地域等にできている。 副業型林家育成研修の終了者が30名。	30名	<p>〈森林整備関係〉</p> <p>・森林整備等の実施により所得の向上につながった。</p> <p>〈研修関係〉</p> <p>・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。</p>	A

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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			
◆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・効率的な間伐機搬出を展開する。	・重点事業体において生産性向上に向けた功稼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、タワーヤーダ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 ・タワーヤーダ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の整備が進んだ。 ・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）。	
<養成・研修事業の充実、強化【水産業】> ◆漁業の担い手の確保 ・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。 ・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。 ・また、担い手を確保するための勧誘活動を実施する。	・新規参入の促進に向け、支援制度の拡充・創設を実施した。 ・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。 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） 定着促進アドバイザー1名（H23、幅多地域、重点分野雇用創造事業を活用） ・長期研修制度の見直しを行った（H21）。 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） 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） ・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） 雇用型労働者から独立する漁業者を対象（H22）	・新規就業者数 H21：34名 H22：39名 H23：76名 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。 ・長期研修開始者数 H21：7名 H22：6名 H23：0名 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。 ・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。 ・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。 ・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。	
<地域や企業等との連携強化【農業】> ◆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 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。	○地域担い手協議会に対する取組みの周知・助言 ○説明会及びヒアリングの実施 ○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。 ○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 ○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	○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 ○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)	
◆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 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。	○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 ・研修（全県・ブロック別）の実施 136回・延べ969名参加 ・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 ○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	○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） ・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） 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）	
◆JA出資型法人の設立を強力にサポート 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	○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 ○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） ○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） ○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） ○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）	○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 ○法人設立準備室の設置 1JA H22年度：JA土佐れいほく ○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） ※H24.4月に備南国スタイルを設立（JA南国市）	

H23年度末目標の達成状況		3年の総括		SAB C評 価	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)			
◆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	・地形などに対応した作業システムの導入に取り組み、森の工場認定事業体において生産性の向上などが図られた。		A	・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 ・事業体の作業システム改善に向けた支援
・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	【実績】 年間30人超	・漁船リース事業やアドバイザーの配置など支援策が充実し、それまで頭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	・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、シラまき網等幅広い漁業種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。
【目標】 4,340経営体	【実績】 3,277経営体	・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。 ・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。 ・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。		B	・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。
		・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。 ・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) ・JA無料職業紹介所の活動を支援するため、担当者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。		A	・リストアップ農家への支援 ・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。 ・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。 ・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。
JA出資型法人数 【目標】 5法人を設立	JA出資型法人数 【実績】 2法人設立 (H24.4.1設立法人を含む)	<設立に向けた支援> ・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。 ・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含めて出資型法人の設立について検討が行われた。 <設立等> ・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、備れいほく未来が設立され、水稲の育苗や施設園芸(かべ-り等)の栽培を行うとともに、研修生の受け入れによる新規就業者の育成等も実施していく予定となっている。 ・JA南国市では、24年4月にJAが出資した法人である、備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。		A	・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。 ・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。

◎7 人材育成・人材確保

産業成長戦略（連携テーマ）		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																														
<p>◆これからの対策</p> <p>＜新規就業の技術向上等に向けた支援の充実＞ ◆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量・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>○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(株)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>																											
<p>◆本県出身の県外大学生等への県内企業の情報の提供</p> <p>新規大卒者等に対して高知の就職関連情報等を発信することにより県内への就職促進を図る</p>		<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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)</li> <li>・県外大学保護者会への参加 (6大学 参加保護者数 187名)</li> </ul> <p>H23年度実績</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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)</li> <li>・県外大学保護者会への参加 (6大学 参加保護者数 174名)</li> </ul>																											
<p>(2) 専門的なノウハウ、技術を持った中核人材の県外からの確保</p> <p>◆移住・U・Iターン、就業相談の機能、体制の強化【再掲】 県のU・Iターン無料職業紹介の機能の強化</p>		<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図った。</p>	<p>【人材情報システム】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規登録求人企業数と新規登録求職者数</li> </ul> <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>H22</td> <td>H23</td> </tr> <tr> <td>30社</td> <td>60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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・就職者数</li> </ul> <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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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)</li> </ul> <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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・U・Iターン就職相談会参加者</li> </ul> <table border="1"> <tr> <td>H21</td> <td>127人</td> <td>H22</td> <td>162人</td> <td>H23</td> <td>185人</td> </tr> </table>	H21	H22	H23	30社	60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	127人	H22	162人	H23	185人
H21	H22	H23																												
30社	60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	127人	H22	162人	H23	185人																									

H23年度末目標の達成状況		3年の総括	
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>・「学び教えあう場」の設置数： 170カ所程度 ・ナス（A地区）参加率：100% ・10a当たり収量 H20園芸年度： 15.6t→H23園芸年度： 18t</p>	<p>【実績】 系統率：64%（平成22年）</p> <p>・平成23年度 181カ所 ・ナス（A地区）参加率：62%（H22） ・10a当たり収量： 16.7t（H22）</p>	<p>&lt;設立に向けた支援&gt;</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含めて出資型法人の設立について検討が行われた。</p> <p>&lt;設立等&gt;</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、れいほく未来が設立され、水稻の育苗や施設園芸（かべーち等）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、南国スタイルが設立され、水稻の育苗や青ネギ・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>	<p>2期計画への反映状況等</p> <p>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</p> <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>
<p>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</p>		<p>・本県出身の県外大学生等に、ダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信するとともに、県外で開催される就職相談会に県のブース出展、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</p> <p>・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</p>	<p>○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</p> <p>・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</p> <p>○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）</p>
<p>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</p>		<p>・「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。</p> <p>・また、緊急雇用創出臨時特例基金を活用した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。</p>	<p>○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</p> <p>・U・Iターン求職者の希望する職種への企業開拓</p> <p>・無料職業紹介対象企業の拡大</p> <p>・U・Iターン就職相談会の拡充</p>

### [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	・数値目標を達成した(又は達成する見込みがある)もの	・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
	・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	
A	・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	・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	・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	・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	・対策による成果がほとんど見られなかったもの	・対策による成果がほとんど見られなかったもの