

第2期産業振興計画(VER2) 改定のポイント(全体まとめ)(案)

飛躍への挑戦!
高知県産業振興計画

改定のポイント1	移住促進策の抜本強化 ～移住の促進により、地域や経済を活性化～	P1
改定のポイント2	力強い第一次産業の確立と 地産外商のNext Stageに向けた展開 ～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～	P4
改定のポイント3	力強いものづくり産業への体質強化 ～ものづくりの地産地消のさらなる徹底や震災に強い産業 基盤づくりなどにより、本県製造業の競争力を強化～	P5
改定のポイント4	地域が主体となった観光振興の展開と 戦略的な誘客活動の一層の推進 ～400万人観光、さらにその先の435万人観光 を目指して取り組みをステージアップ～	P6
改定のポイント5	さらなる実践者の広がり実践力の向上 に向けた産業人材の育成強化 ～全国一学びの機会が多い県を目指して～	P7

注)この資料は、予算見積段階のものをまとめたものです。今後の協議により、内容の追加、修正を行う場合があります。また、各事業の実施にあたっては、議会での予算承認が前提となります。

移住促進策の抜本強化

～移住の促進により、地域や経済を活性化～

改定の
ねらい

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

改定の
背景

- 本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めている。
- 今回行った試算からは、移住による経済波及効果等が一定見込まれており（※）、また、本県は移住希望者に対して訴求できる強みがあること、さらには、全国的な背景から移住に関する環境が変化してきたことなどを踏まえると、移住の促進は、地域の人材確保だけでなく、本県経済の活性化の面からも、大きな効果をもたらすものと考えられる。
※夫婦50組（100名）が大都市圏等から高知市に移住（夫婦同年齢で60歳時に健康状態）した場合、65億円の経済波及効果
- このため、全国的な少子高齢化の進展を脅威と捉えるのではなく、将来にわたっての持続的な発展を実現する機会と捉え、課題先進県として課題に真正面から向き合い、移住促進策を強化することによって、本県の「産業振興」「健康長寿県づくり」「中心部の賑わいづくり」「中山間対策」などを有機的に結び付け、経済活性化に繋げる仕組みづくりを、官民一体となって進めていくことが重要である。

<平成24年度の主な取り組み・成果>

受け入れ基盤の整備

- 市町村によるお試し滞在住宅、移住者支援住宅、滞在型市民農園（クラインガルテン）の整備
⇒お試し住宅：7棟整備
⇒移住者支援住宅：4箇所整備
⇒クラインガルテン：本山町で10棟新設、四万十町で7棟増設
- UIターン者が居住する住宅への改修費用の助成制度を創設
- 市町村・不動産団体と連携し、専用ホームページ「あったか高知暮らし住宅支援システム」で空き家情報を発信

効果的な情報発信 地域と移住希望者との交流促進

- 移住ポータルサイト「高知で暮らす。」やフェイスブックでの情報発信
- メルマガ会員や「高知で暮らし隊」会員への定期的な情報発信
- 連続テレビドラマ「遅咲きのヒマワリ」の放映に合わせて、ドラマのホームページの活用や首都圏におけるテレビ、JR車内でのCM放送など、複数のメディアを活用したプロモーション活動を展開
⇒県の移住ポータルサイトに、ドラマ放送開始後約2ヶ月間の間に、昨年度の年間5万件を超える16万件余りのアクセスを獲得
- 県外在住の龍馬パスポート取得者への情報発信
- 都市部での移住相談会や移住フェアへの参加
⇒19回開催 222名参加
- オール高知県移住相談会の開催
⇒1回開催 93名参加
- 少人数制の相談会「笑談会」の開催
⇒6回開催 79名参加
- 既移住者を招いた移住者交流会の開催
⇒1回開催 18名参加
- 移住体験ツアーや地域の暮らし体験の実施
⇒11回開催 49名参加

◆県の相談窓口を通じた移住者

H21:7組19人→H22:22組34人→H23:47組104人→H24年(12月末現在):37組67人

産業や地域の担い手確保

- UIターン就職相談会（東京、名古屋、大阪等）への参加
- 「高知県U・Iターン人材情報システム」での求人企業の情報提供、無料職業紹介
- 農業、林業、漁業のアドバイザーによる就職相談窓口の設置
- 新規就農、林業、漁業就業希望者のための各種研修及び支援事業の実施<国の事業を含む>
(農業)
 - ・新しいなかビジネススクール（インターネットでの高知県の農業と技術を学べる通信講座）の開催
⇒26名が受講（このうち9名が体験研修に参加）
 - ・こうちアグリスクール（東京、大阪）の開催
⇒研修生33名（東京21名、大阪12名）
（このうち7名が体験研修に参加）
 - ・窪川アグリ体験塾での長期研修の実施⇒研修生11名
 - ・研修手当、青年就農給付金の支給
 - ・農地等の情報提供
 - ・園芸用レンタルハウスの整備 など
- (林業)
 - ・就業支援講習の実施
 - ・研修助成金の支給 など
- (漁業)
 - ・漁業体験研修、長期研修の支援
 - ・研修手当の支給
 - ・漁船のリースへの支援 など
- ⇒新規就農者221名(H24)、新規漁業者76名(H23)、林業就業者増加数16名(H22→H23)
<いずれも移住者以外の者も含む>
- 高知ふるさと応援隊の募集
⇒市町村で26名を採用（移住者以外の者も含む）

移住相談へのフォローアップ体制の強化

- 総合案内窓口「移住・交流コンシェルジュ」による相談対応
・フンストップ窓口体制・機能を強化（3名→4名体制）
観光・交流から移住・定住の情報までを提供
- 市町村での専門相談員の配置
・24年度現在：10人

主な
展開

- ◆市町村とのさらなる連携強化のもと移住促進策を推進
 - 広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信
 - 移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信
 - 関心から行動へと促すための情報や機会の提供
 - 不安を解消してもらうサポートの充実と、移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示
 - 地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実
- ◆中心市街地での移住促進策の強化

さらなる強化策

別紙参照

次なる展開の検討

- 高知市及び経済団体とともに具体策を検討
⇒全国に10年先行して高齢化が進展する本県と、大都市圏との高齢者人口のピークの違いを捉え、大都市圏からリタイアメント層等を本県に呼び込むためのソフト、ハードの施策を、高知市中心市街地をモデルに検討

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 移住の促進 (別紙)

現状

県外からの移住者 120組(H23)

※上記は、県及び市町村の相談窓口等を通して移住した者の数

現状	課題	施策の方向性	対応策 (第2期計画ver.2(仮称)の取り組み)				4年後の目標 (H27年度末)
			H24	H25	H26	H27	
高知を知って・好きになってもらう	全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない。	<p>広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信。</p> <p>移住に関連付けたターゲットングアンケートの実施。</p>	<p>新 高知県をPRするコンセプトコピー・プロモーションビデオの制作</p> <p>拡 各種メディアを通じた情報発信の強化 ⇒アクティブな情報発信により、高知ファンや移住に関心のある方を広げる [不特定多数へのプロモーション] ・Web広告、インターネットを通じた動画配信 ・フェイスブックを通じたタイムリーな情報発信・電車のトレインチャンネルでCM</p> <p>○観光・交流の促進</p> <p>拡 移住促進と各分野(県産品、観光、中山間対策)のプロモーション活動との連携強化</p>	<p>市町村との連携強化(パートナー市町村の全市町村への拡大・補助金の大幅拡充など)</p>	<p>◆移住といえば「高知県」というイメージが浸透し、高知ファンや高知への移住の関心層が大幅に拡大</p> <p>●ポータルサイト「高知で暮らす。」へのアクセス数 (H23) 50,105件→○万件</p> <p>●移住相談件数 (H23) 599件→○件</p> <p>●暮らし隊の会員新規登録者数 (H23) 371人→○人</p>		
移住に関心を持ってもらおう	移住を意識している人が少ない。	<p>移住と言えは高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信。</p> <p>新 高知で暮らし隊会員を対象に「幸せ移住プランコンテスト」を実施。</p>	<p>拡 移住ポータルサイトの魅力UP (先輩移住者の紹介等)</p> <p>新 外部媒体から移住ポータルサイトへの訪問者増加対策 (リンクの拡大、SEO対策等)</p> <p>拡 各種メディアを通じた情報発信の強化 ⇒アクティブな情報発信により高知への移住に関心を持つ人の大幅な増加を図る [ターゲット別のプロモーション] ・専門誌(趣味、田舎暮らし、子育て)を通じた高知の魅力の発信</p> <p>新 届けたいターゲットに応じて「幸せ移住パッケージ」を作成・提供 ・「幸せ移住パッケージ」で提供するコンテンツ(仕事、住む場所、趣味)の充実 ⇒市町村と連携し、仕事と役割の掘り起こし・創出を図る。 ・コンテンツが組み合わせで検索できる「幸せ移住パッケージ」のシステム化</p>	<p>◆県・市町村・民間団体等の連携が強化され、高知県全体での移住者の受入体制が確立</p> <p>●専門相談員を全市町村が配置(H23: 10市町村)</p> <p>●全市町村でお試し滞在住宅等の移住者支援住宅が整備(H23: 11市町村)</p> <p>●地域移住サポーターの委嘱と普及 (H24) 0人→○人</p>			
主体的な行動に移ってもらう	移住に関心を持っても、具体的に行動に移す人は、極めて少ない。	<p>関心から行動へと促すための情報や機会の提供。</p> <p>一人一人にきめ細かく寄り添うことで移住を決めてもらう。</p>	<p>拡 移住・交流コンシェルジュの体制強化</p> <p>○高知で暮らし隊登録者への移住関連情報の提供(ふるさと定期便)</p> <p>○各地の県人会、校友会等の高知県出身者への情報発信ネットワークを構築、それを通じたタイムリーな高知情報の発信</p> <p>○都市圏で開催の移住フェアへの出展</p> <p>○少人数相談会やセミナーの実施 (先輩移住者を招いて、生の声を聞いてもらう)</p> <p>拡 県、市町村、民間団体合同で実施するALL高知移住相談会の充実</p> <p>新 龍馬パスポート取得者等を対象とした地域暮らし体験ツアーの実施</p> <p>○移住体験ツアーの実施</p>				
移住について真剣に考えて決めてもらう	移住後の生活に不安を持つ人が多い。(仕事や住居の確保等) 【そもそも移住するということはハードルが高い。】	<p>不安を解消してもらうサポートの充実。</p> <p>移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示。</p>	<p>新 官民協働による「(仮称)移住推進協議会」を設立 ⇒各種専門分野の相談への対応など、官民挙げて移住の促進に取り組む</p> <p>拡 移住相談対応や空き家調査等に当たる「専門相談員」の配置(全市町村に普及を図る)</p> <p>新 住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及</p> <p>○空き家バンク登録情報の充実</p> <p>○求人/就職情報の提供等によるU・Iターンの促進</p> <p>○新規就農、林業・漁業就業希望者のための各種研修及び支援事業の実施(国事業を含む) (農業) 新いなかビジネススクール、拡 こうちアグリスクールの拡充、窪川アグリ体験塾での長期研修の実施、研修手当・青年就農給付金の支給、農地等の情報提供、園芸用レンタルハウスの整備 など (林業) 林業就業支援講習・長期研修の実施、研修手当の支給 など (漁業) 漁業体験研修・長期研修の実施、研修手当の支給、漁船のリースへの支援 など</p> <p>拡 高知ふるさと応援隊の増員</p> <p>拡 ニーズに応じた地域独自のインターンシップの実施</p> <p>拡 お試し滞在住宅等の移住者支援住宅の整備促進</p> <p>○クラインガルテン(滞在型市民農園)の利用促進 ○二地域居住の促進</p> <p>○新しいチャレンジのサポート</p> <p>新 シェアオフィスの整備や創業者等の支援 拡 ・土佐まるごとビジネスアカデミー</p>				
高知に安心して住み続けてもらう	居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらおう。	<p>地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実。</p>	<p>拡 「専門相談員」の配置によるフォローアップ [再掲]</p> <p>新 住まいなど暮らしに関する身近なサポートを行う「地域移住サポーター」の委嘱と普及 [再掲]</p> <p>○移住者交流会の開催・移住者間ネットワークの強化</p> <p>○地域住民と移住者の交流による地域コミュニティ活性化への支援</p>				

本県の強みを活かした「アクティブな情報発信」について



移住希望者のニーズやウォンツを満たす本県の強み

- 『地域での存在感を体感・実感』
- 『都会で忘れかけた温もり』：大切な家族と過ごす（通勤時間が短い）おきゃく文化・おすそ分け文化
- 『おいしい食』：おいしい食べ物多い県 3年連続日本一

幸せ移住『（仮）お金に換えられない豊かな生活』
『（仮）あなた色の「生きがい」が、きっとここで見つかります。』

まさに、
GKH(高知県民総幸福度)
〈Gross Kochi Happiness〉

- 『身近な自然』：34全市町村に泳げる川、700kmの海岸線と青い海 県土の84%を占める豊かな森、見上げれば、視界一面、抜けるような青い空 全市町村に満天の星
- 『すぐそこにある趣味や遊びのフィールド』：市街地から徒歩5分でアカメやアユが「釣れる」 県内各地に「サーフィン」のメッカ 真夏の3日、完全燃焼「よさこい祭り」 「龍馬」の息吹を感じる街 日本最古の「路面電車」 ○外国の路面電車も走りゆう

アクティブな情報発信

届けたいターゲットに応じて「幸せ移住パッケージ」を作成・提供

- ①「幸せ移住パッケージ」で提供するコンテンツ（仕事、住む場所、趣味）の充実
ポイント!! 市町村と連携し、仕事と役割の掘り起こし、創出を図る
- ②ターゲット別のプロモーションの展開
・専門誌(趣味、田舎暮らし、子育て)への「幸せ移住にパッケージ」の掲載⇒ポータルサイトへの誘導
＜パッケージにはバリエーションがあることを強調＞
- ③コンテンツが組み合わせで検索できる「幸せ移住パッケージ」のシステム化(ポータルサイトでの展開)

(期待する効果！)
本県オリジナルの「幸せ移住パッケージ」を通して、本県への移住にリアリティを感じてもらい、大いに関心を持ってもらう!!



ポータルサイト「高知で暮らす。」にはパッケージがいっぱい!

「幸せ移住パッケージ」コンテンツの組み合わせ(仕事×住む場所×趣味)で、可能性



幸せ移住パッケージ①

ターゲット：趣味サーフィン
介護・福祉のサーフィン満喫、仕事はヘルプマン!

- (仕事)
- 職種：介護士(ヘルプマン)
 - 名称：黒潮○○○○株式会社
 - 勤務地：黒潮町
 - 月給：○○万円～
 - 業務内容：グループホーム内の介護業務 介護スタッフの管理業



- (住む場所)
- 建物(築34年) 木造2階建 4LDK
 - ・住所：黒潮町浮鞭
 - ・賃貸価格：○万円/月
 - 病院
 - ・総合病院：車で5分
 - 子育て
 - ・子育てサークル「○○○」が活動中
 - ・○○小学校 全校生徒60人



- (趣味)
- 全国的に知名度の高い入野海岸でサーフィン満喫!

例



サーフィン専門誌に掲載

幸せ移住パッケージ②

ターゲット：趣味釣り・40代・夫婦
大好きな釣りを仕事に!

- (仕事)
- 漁業就業のための支援制度あり
 - ・技術を習得するための長期研修(最長3年、研修期間中の生活支援(15万円/月)あり)
 - ・研修終了予定者に対する漁船リース制度



- (住む場所)
- 建物(築20年) 木造平屋建 2LDK
 - ・住所：土佐清水市下ノ加江
 - ・売買価格：○○○万円
 - 病院
 - ・総合病院：車で15分
 - その他
 - ・シルバー人材センター制度あり



- (趣味)
- 市民農園を活用して、家族で美味しい野菜づくり!

例



釣り専門誌に掲載

幸せ移住パッケージ③

ターゲット：30代・夫婦子・子育て悩み中
豊かな自然の中で子育て!

- (仕事)
- ユズの栽培の担い手(お子様は、そのまま農業体験学習)
 - これまでの仕事から得たスキルを活かすことができる仕事あり(etc)
 - ・ブランディングプランナー、システムエンジニア、重機オペレーター、セールスマネジャー など



- (住む場所)
- 建物(築30年) 木造2階建 4LDK
 - ・住所：いの町伊野
 - ・賃貸価格：○万円/月
 - 病院
 - ・総合病院：車で2分
 - 子育て
 - ・子育てサークル「○○○」が活動中
 - ・保育園待機児童なし(即入園可能)
 - ・○○小学校 全校生徒60人



- (趣味)
- 県内どこでもアウトドア! キャンプ、遊泳、カヌーなど「仁淀ブルー」も体感!

例



家族向専門誌に掲載

力強い第一次産業の確立と 地産外商のNext Stageに向けた展開 ～魅力ある農林水産物や加工品を全国・海外に～

改定の
ねらい

農林水産業や食品加工品分野において、高品質で高付加価値なものづくりや、品目を横断した戦略的なプロモーション活動をもう一段高いレベルで展開することで、さらなる販路の拡大と成約アップを図り、より大きな動き、骨太なものに押し上げる。

改定の
背景

- 本県の第一次産業は、農業や漁業の就業者の減少、販売価格の低迷といった厳しい環境に加え、大消費地から距離が遠いというハンディを抱えている。こうした中、第1期計画の取り組みによって明るい兆しも見え始めており、第2期計画では、生産高のアップを目標に掲げて挑戦している。
- 食品加工の分野では、地域アクションプランなどにより、地域資源を活用した新たな加工品づくりが進んでいるが、県外・海外との競争に打ち勝つためには、生産段階からの加工産業の一層の拡大と高付加価値化を進めていく必要がある。
- 外商面では、挑戦する事業者が着実に増え、販路も広がってきているが、まだ、一事業者あたりの成約額は少ない状況である。
- こうした課題を克服するため、さらなる挑戦を続けていく必要がある。

<平成24年度の主な取り組み・成果>

担い手の育成・確保(農業、林業、水産業)

相談から就業までの各段階に応じたきめ細かな支援を実施
⇒新規就農者(H21)161人(H22)197人(H23)234人(H24)221人
林業就業者(H21)1,611人(H22)1,645人(H23)1,661人
新規漁業参入者(H21)34人(H22)39人(H23)76人

農業

- 高収量で高品質な農作物の生産
 - ・学び教えあう場の設置(195ヶ所)により栽培技術が向上
 - ・有望な園芸品目の導入支援
⇒H23：瓜・パプリカ・パプリカ・甘長シトウ5,000万円
アスパラガス1億円を突破
 - ・IPM技術の全品目への普及の加速化
⇒ナス類、ピーマン類、キュウリで導入率が向上
- 流通・販売の強化
 - ・新園芸ブランドによる販売拡大
 - ・パートナー量販店での販売強化
 - ・市場流通以外の「顧客と産地をつなぐ新たな受発注システム」の構築
 - ・こだわりの野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチング 商談会に県内32者が参加 ⇒成約25件
- 集落営農の県内全域への拡大支援
⇒H24.10：170組織(うち こうち型17組織)
⇒新たに1組織が法人化

水産業

- 生産量・資源の確保
 - ・カツオ一本釣用活餌供給への支援
⇒4～12月のかつおの水揚げ442百万円(前年比145%)
 - ・養殖業の振興
関西圏のオナシエを対象に須崎市で視察ツアー・試食会の実施
⇒2店舗と取引開始、5店舗と商談中
高品質なカンパチ人工種苗の量産化技術の開発
- 流通・販売の強化
 - ・時間距離を短縮する新たな物流の構築
⇒チャーター便の試験運行
 - ・販売子会社の設立・運営を支援

貿易振興

- シンガポールや香港等でのフェア・商談会等の開催 8回
- SIAL2012に日本で初めてユズ玉を出展
⇒約500件の商談があり、
ユズ玉3トン、ユズ果汁100トンの成約見込み
- 貿易人材の育成 講座3回+海外実地研修6名

林業

- 原木生産の拡大
 - ・森の工場の拡大 ・皆伐及び再造林への支援
 - ・原木を安定供給できる仕組みづくり
- 加工体制の確立
 - ・大型製材工場の整備の支援
 - ・県内既存事業者の設備投資への支援制度の創設 7件支援
- 流通・販売体制の強化
 - ・流通拠点(11ヶ所)を活用した土佐材の流通拡大
 - ・土佐材展示会、TOSAZAI展の開催
 - ・県産材を利用した木造住宅への支援
⇒戸建て住宅の木造率が全国平均を上回る
- 木質バイオマスの利用拡大
 - ・地域での持続可能な仕組みづくり

食品加工

- マーケットイン型商品づくりの支援
首都圏の高質系スーパー3社で52社227商品を評価
- 直販所を販売拠点とした商品開発等への支援
アドバイザー派遣10件
- 地域アクションプランの取り組みの支援
総合補助金の活用5件、公設試験研究機関での技術支援
- 食品表示の適正化支援
 - ・ワンストップ相談窓口の設置 ⇒341件の相談
 - ・研修会の開催
- 衛生管理の高度化支援
 - ・入門編、基礎編、実践編、共通研修の全12プログラムに511名が参加
- 農業者、漁業者の6次産業化の取組支援(人材育成、商品開発、磨き上げ等)

地産地消・地産外商

- 県内量販店等と事業者による地域産品商談会の開催
60社が出展 ⇒68アイテムの商談が成立(3,838千円)
- 高知カタログギフト「結」の作成・販売
⇒販売：1,462部 5,555千円
- 戦略品目(ユズ、海洋深層水等)を中心とした効果的なプロモーション活動の展開
- 「まるごと高知」を拠点とした地産外商公社の外商活動の展開
 - ・高知フェア39回、個別営業訪問380回、店舗を活用した商談会76件
⇒4月～12月の成約件数1,368件
 - ・テストマーケティング・催事 54事業者166商品
- 県内外でのフェア・商談会等の開催(含む公社実施分) 113回

主な
展開

- 第一次産業の生産拡大に向けた担い手の確保・育成と足腰の強い生産地づくり
- 食品加工の実践者の広がり全国に通用する加工企業の育成
- 効果的なセールス&プロモーションと外商活動の強化による成約アップ
- ユズを中心とした海外展開

さらなる強化策

(1) 第一次産業を支える新たな担い手や規模拡大への支援

- 各農業集落での「人・農地プラン」の策定の加速化、農地の集約化のための管理経費や園芸用ハウスの整備の支援への拡充
⇒新規就農者に対する農地の準備から就農までをトータルでサポート
- レンタル用畜舎施設等の整備への支援
- 漁業就業希望者への研修事業の拡大と漁船の取得への支援

(2) 市場のニーズに応えられる生産から流通・販売までを見通した足腰の強い生産地づくり【生産拡大】

- こうち新施設園芸システム(高軒高ハウス、炭酸ガス施用装置等)の普及の加速
⇒高収量・省エネ技術による収益性の向上
- 高知県産花きの振興(新たな草花・枝物等の試験栽培の実施)
- [再]○レンタル用畜舎施設等の整備への支援
- 森林経営計画の作成や森林施業の集約化に必要な地域活動の支援
- 間伐と皆伐を組み合わせた原木の増産 ⇒大型製材工場等への原木の安定供給
- 漁具改良や未利用資源の有効利用の検討等による小型・沖合底びき網の振興

【流通・販売の促進】

- 高知県産花きの振興(関東での商談会の実施、花きアドバイザーの設置、輸出拡大等)
- 養殖魚の地産外商の推進(飲食店を対象とした産地商談会と県産養殖魚を使ったフェアの開催)

【地産地消・地産外商の推進】

- 地域材を活用した木造住宅の建築や木製品等の購入にポイントを付与し、地域の農林水産物との交換等を行う取り組みを支援
- 木質バイオマス発電施設の整備への支援 ⇒原木増産に伴い増加する低質材の利用拡大
- 県産水産物の統一ブランドの確立

(3) 食品加工の実践者へのステージに応じた支援と生産管理高度化の推進

- 県内大学への寄附講座の開設による生産管理の高度化に関する研修等の実施
⇒産学官連携による企業の自主的な信用の見える化を推進
- 高質系スーパーや業務メニュー開発企業の意見を基にした商品づくりの支援の強化
- 加工事業者と産地・組織とのマッチングの場の創出
- 加工ビジネスに取り組み集落営農組織へのソフト・ハード支援の強化
- 養殖魚を中心とした前処理加工の協業化の検討

(4) さらなる定番拡大に向けたエリア別の地産外商戦略の展開

- (首都圏)地産外商公社のプロモーションと外商部門の体制強化による戦略品目販売促進支援、ソーシャルネットワークによるタイムリーな情報発信
- (中部)中京メディアとのネットワークづくりとプロモーションの実施
- (関西)展示・商談会への出展拡充と高質系スーパーとの連携強化
- (中国・九州地区)卸業者を対象とした商談会の開催
- (高知)Facebook「eコマース」構築による地産地消・外商の支援

(5) 本県に優位性のあるユズを中心とした他県をリードする海外展開

■SIAL出展やシンガポールのユズ賞味会開催の成果を生かしたユズ輸出の本格化

- 欧州縦断でのユズプロモーションの展開 ⇒「SIAL2012」の成果を欧州全土に波及
- 豪州でのユズ試食商談会の開催

■海外の展示・商談会への出展拡大

- 米国(ニューヨーク)の食品見本市への出展、シンガポールの「oishii Japan展示商談会」への出展、香港の量販店でストアプロモーションの実施

力強いものづくり産業への体質強化

～ものづくりの地産地消のさらなる徹底や震災に強い産業基盤づくりなどにより、本県製造業の競争力を強化～

改定の
ねらい

産業の厚みを増す「企業立地」や震災に強い産業基盤づくり、動き出した「防災関連産業」、「ものづくりの地産地消」、外商などをさらに強力に推進し、力強いものづくり産業への体質強化を図る。

改定の
背景

- 本県は、産業集積が乏しいことに加え、毎年5,000人を超える生産年齢人口が減少しており、製造業における出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にある。
- こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消、新たな技術や製品の開発、防災関連産業や新エネルギー関連産業の創出などに挑戦している。
- こうした取り組みを通して、新たな機械製品が誕生し県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めているが、本県を取り巻く環境は依然として厳しい状況にあることから、中長期的な視点に立った力強いものづくり産業を目指して、さらなる挑戦を続けていく必要がある。

主な
展開

- 企業ニーズに応える震災に強い産業基盤づくりの促進
- 成長が期待される企業の挑戦をトータルサポートし、全国で戦える企業を育成
- 南海トラフ巨大地震対策と連動させた防災関連産業の振興
- ものづくりの地産地消から地産外商までの流れをさらに大きなものにする

＜平成24年度の主な取り組み・成果＞

ものづくりの基盤整備

企業立地の推進

- 誘致活動により6件の立地が決定（H24年度）
⇒フル稼働時の新規雇用：57名、出荷額：14億円増
- 企業誘致の受け皿の整備
・香南工業団地の開発 ・工業団地開発の市町村ヒアリング

産学官連携による新産業の創出

- 産学官連携会議に分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）を設置。研究テーマを検討
- 中期テーマの産学官の共同研究
23年度採択事業3件を継続支援、24年度に新たに2件を採択

設備投資誘発策の実施

- 新規雇用者数の要件を緩和した補助制度（中小企業設備投資促進事業費補助金）を創設
※製造業者が津波避難施設の整備に併せて生産設備の増設等を行う場合は、さらに補助要件を緩和又は拡充
⇒採択10件（設備投資額 756,988千円）

ものづくり

成長分野での新ビジネスの創出

- 食品、天然素材、環境、健康福祉分野
・研究会参加：284社
⇒事業化プランの認定（H21～）：51件
売上高（累計）：5.3億円 新規雇用者数：38人
- コンテンツ分野
・研究会参加：13社 ⇒事業化プランの認定（H22～）7件
・ソーシャルゲーム企画コンテスト入賞作のゲーム化
⇒第2弾 6/7配信 会員数13万人 月商1,000万円

防災関連産業の振興

- 企業と市町村とのネットワークづくり
・防災関連産業交流会の開催、県内製品プレゼンテーションの実施
・防災産業推進コーディネータの配置
- 製品開発・改良支援（地産段階）
・ものづくり地産地消推進事業費補助金（防災枠）採択：11件
- 県内でのPR・販路開拓支援（地消段階）
・ものづくり総合技術展の防災ゾーン等に県内33企業が出展
・地域防災フェスティバル、K O C H I 防災危機管理展等への出展、巡回展示会（防災ものづくりフェスタ）の開催
⇒県内18会場（13市町村）で延べ190社が出展
・「KOCHI防災関連製品GUIDE」の製作（34社52製品掲載）
・防災関連認定製品・モデル発注登録製品等の募集
- 県外への販路拡大の支援（外商段階）
・「地域防災防犯展」等3つの見本市に21社が出展
⇒成約32件（21,419千円）、見積依頼261件、商談中54件
・産業振興センター外商支援部と連携した展示会出展者へのフォロー

ものづくりの地産地消の推進

- ものづくり地産地消センターでのマッチング支援
相談件数：平成24年度（12月まで）313件
- 試作機の開発支援
・ものづくり地産地消推進事業費補助金 採択：25件
- ものづくり総合技術展の開催
・防災や食品、新エネルギーなどに関連する103の企業や団体が出展
・来場者：3日間で延べ15,200人 商談件数：57社220件

販売の拡大

機械系ものづくり企業の外商支援

- 産業振興センターに新たに外商支援部を設置
・外商支援希望企業64社をリストアップ
・外商活動への同行訪問 13社
- 金融機関や経済団体などで「機械系ものづくり企業外商支援会議」を設置

- 外商支援製品カタログの作成（58社108製品を紹介）
- 県外見本市への高知県ブースの設置
「NEW環境展・地球温暖化防止展」「関西機械要素技術展」等9つの見本市に計61社1団体が出展⇒成約78件（77,718千円）、商談件数473件、試作依頼138件、見積依頼481件
- 商談会の開催
「ものづくり商談会」等8回の商談会に 県内企業126社が参加

県内事業者の南海地震対策の推進

- 津波浸水予測について県内事業者と意見交換
- B C Pの手引きの作成・配布、セミナーの開催46回
- 中小企業への耐震診断等補助金及び南海地震対策融資の創設
- 民間事業者の津波避難施設整備に対する助成制度の創設

さらなる強化策

（1）新想定を踏まえた高台への団地開発の加速化（4年後の開発目標20haの前倒し）

- 香南工業団地の早期完成と高知市をはじめとする新たな工業団地開発の推進
- 高規格道路延伸を見据えた継続的な適地調査の実施
⇒安心・安全な団地の二スの高まりへの対応

（2）他県との競争力を確保するための企業立地推進策・設備投資誘発策の強化

- ものづくり企業の誘致の強化
・雇用奨励金の創設
・補助限度額のアップ
・大都市圏での企業立地セミナーの開催
- 事務系職場（コールセンター等）の誘致の強化
・大規模コールセンター用賃貸フロア（300坪超）の確保
・土地、建物及び償却資産取得の補助率アップ
・コールセンターの見本市への出展
- 県内企業への設備投資誘発策の強化（中小企業以外も補助対象に）

（3）産学官連携による新たな産業の育成を強化

- 産業振興につながる共同研究への支援の強化
・現在実施中の中期テーマ（マイクロバブルシステムの開発等）の実現に向けたサポートと、それに次ぐ新規テーマの採択・支援
・将来の可能性が期待される有望な芽出し段階の研究テーマへの支援
- 機能性食品や医療・介護関連機器などの事業化を目指した支援の強化（専門家の派遣）

（4）成長分野研究会発の有望なプランの成長を後押しする支援の強化

- 大きな成長を始めた有望なトップランナーを対象にパッケージにより手厚く支援
・パッケージ支援 ①設備投資への助成の拡充 ②販路拡大支援 ③人材支援
⇒成長産業を牽引していきける事業規模を実現し、全国で戦える企業を創出
- ソーシャルゲーム開発により、土台づくりが始まったコンテンツビジネスに取り組む事業者への支援強化（補助限度額のアップ等）

（5）防災関連産業を大きなビジネスに育てるための施策の拡充

- ものづくりの促進
・防災製品開発アドバイザー等の配置
⇒全国に通用するものづくりを推進するための技術支援の強化
- 地消の加速化 ⇒南海トラフ巨大地震対策との相乗効果を生み出しながら地消を加速化
・新たな公的調達制度を活用したメイドイン高知の防災関連製品の購入の促進とPR
・全市町村での公的調達制度の創設・運用支援
・県内での巡回展示会の開催
- 外商機会の拡大
・県外の展示会への出展機会の拡大
・高知県産業振興センター外商支援部と連携した外商支援活動の強化

（6）外貨の獲得に向けた地産外商のさらなる強化

- 外商活動の強化
・高知県産業振興センター外商支援部の機能の拡充
・県外の展示会への出展機会の拡大

地域が主体となった観光振興の展開と 戦略的な誘客活動の一層の推進

～ 400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して取り組みをステージアップ～

改定の
ねらい

400万人観光、さらにその先の435万人観光を目指して、地域コーディネーター組織を中心に、地域が主体となった自律的な観光を推進し、本県観光の底上げを図るとともに、よりターゲットを明確にした戦略的な誘客活動を展開する。

改定の
背景

- 官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験観光プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」を通して、さらに本県観光のポテンシャルが高まってきている。
- 第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけに、地域博覧会の主体的な企画の発案に結びつくなど、地域の観光振興に対する意識が高まってきている。
- 高知を舞台としたドラマの放送や映画化の決定など本県の露出を拡大させる絶好の機会を活かし、本県への誘客に結びつけていくことが必要である。

主な
展開

- 自律的な地域観光を進めるための観光人材の育成と地域コーディネーター組織の機能強化
- 平成24年度に策定した高知県観光プロモーション戦略に基づく効果的なプロモーションの実施
- 観光キャンペーン「リョーマの休日」終了後の平成26年度からの観光戦略の構築
- 大きな伸びが期待できるスポーツツーリズムと国際観光のさらなる推進

さらなる強化策

(1) 地域が主体となった観光振興の取り組みの促進

- 核となる観光拠点の形成、観光資源のさらなる発掘・磨きあげ
 - ・室戸ジオパークの拠点施設の整備 など
- 「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施
 - ・地域で観光に取り組むリーダーの方々を対象に専門的なセミナーを開催
 - ・地域博覧会の企画運営等を通じたリーダーの育成
 - ⇒地域観光の核となるリーダーを育成し、地域コーディネーター組織と一体となった活動を展開
- 広域観光協議会等の地域コーディネーター組織の機能強化
 - ・観光アドバイザーによる支援
 - ・「とさ旅セミナー」による地域観光の核となるリーダーの育成
 - ・コンベンション協会との連携によるプロモーションやセールス活動等の支援
- 地域が主体的に開催する広域的な大規模イベントへの支援
 - ・幡多博（仮称）の開催 ⇒地域博覧会の開催を通じて広域観光の取り組みをさらに促進
- 季節ごとの地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーンの実施
 - ・4月～9月 嶺北エリア、仁淀川エリア、高知市エリア
 - ・7月～12月 高幡エリア、四万十・足摺エリア
 - ・10月～3月 物部川エリア、室戸ジオパーク・高知東海岸エリア

(2) ターゲットに明確にした効果的な広報・セールス活動の展開

- 本県の旬の観光情報を誘客の拡大が見込める首都圏等のマスメディアに提供し、テレビや雑誌などに取り上げてもらうことにより、本県の認知度拡大に取り組む
- 個人旅行をより意識した旅行会社へのセールス活動の強化
- 近隣県に対するイベント等のきめ細かい情報発信により、週末型の観光客を呼び込む
- 映画「県庁おもてなし課」の公開にあわせた県外プロモーション活動の実施

(3) おもてなしの向上によるリピーターの促進

- おもてなし研修の拡充
- おもてなしタクシーのさらなる利用促進とタクシーの接客向上
- おもてなしトイレの認定促進

(4) 本県の優位性を活かしたスポーツツーリズムの推進

- ⇒プロや社会人、大学等のキャンプ、合宿、スポーツ大会の誘致を積極的に推進
- プロスポーツの誘致
 - ・春野総合運動公園の投球練習上の整備
- アマ合宿・大会の誘致
 - ・県内全域に波及効果が期待されるアマ合宿・大会の誘致促進

(5) 東アジアを中心とした国別戦略に基づくインバウンドの誘致拡大

- 四国ツーリズム創造機構による四国4県連携のPR誘致活動や、四国で一体となった外国人誘客策を推進
- 国際ジオパークツーリズムネットワークやよさこい祭りを通じた交流を活用した新たな旅行需要の開拓
- 大型クルーズ客船やLCCの誘致活動

<平成24年度の主な取り組み・成果>

地域観光の推進

- 核となる観光拠点の形成
 - ・海洋堂ホビー館四万十の施設拡充 など
- 観光人材育成塾「とさ旅セミナー」の開催
 - ・地域観光の担い手を育成するため、県内7ブロックで開催 計271名が参加
 - ⇒セミナーを通して作成した周遊プランをもとに、旅行会社にセールス活動を実施し、旅行商品化が実現
- 地域コーディネーター組織の機能強化
 - ・広域ブロック単位でのワンストップサービスや周遊プランの造成など、機能強化のための支援
- エリアキャンペーンの実施
 - ・季節ごとの地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーンを「仁淀川」、「高幡・四万十」、「室戸ジオパーク・高知東海岸」、「物部川」、「四万十・足摺」の5つのエリアで実施

効果的な広報・セールス活動の推進

- 観光キャンペーン「リョーマの休日」の実施
 - ・高知の幅広い魅力をテーマ別（ロマンの休日、やすらぎの休日、美味しい休日、学びの休日、アクティブな休日）に紹介
 - ⇒龍馬パスポート発行：22,701名(12月末時点)
- エリアキャンペーンの実施
 - ・季節ごとの地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーンを「仁淀川」、「高幡・四万十」、「室戸ジオパーク・高知東海岸」、「物部川」、「四万十・足摺」の5つのエリアで実施
- 官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバンの実施
 - ・24年度下半期向け：E-ジェットの参加135社294名
 - ・25年度上半期向け：E-ジェットの参加128社477名
 - ⇒室戸ジオパークや仁淀川など新たな観光素材の旅行商品が実現
- キャンペーンガイドブックなど各種媒体による観光PR
- 首都圏等のマスメディアでの情報発信
 - ・県外事務所や地産地消会社との連携によりマスメディア、へのパブリシティ活動を強化
 - ⇒メディア露出24件（TV10件、雑誌5件、新聞2件、ラジオ1件web6件）（12月末時点）

おもてなしの向上

- 観光ガイド育成研修の実施
 - ・地域別研修会3回、個別勉強会15回
- おもてなしトイレの認定
 - ・認定229件（12月末時点）
- きめ細やかな観光情報の提供
 - ・とさてらす、臨時観光案内所での観光案内等
- 県外観光客に対する満足度調査（アンケート調査）の実施
 - ・各観光施設等へのフィードバック
- タクシー、ハイヤーの接客向上を目指した取組
 - ・降車客等からの聞き取り、車内に搭載したハガキ・インターネットによる意見受付
 - ⇒タクシー業界にフィードバックし、接客マナー改善

スポーツツーリズムの推進

- アマチュア合宿、大会の誘致活動
 - ・6競技のワーキンググループを立ち上げ、競技種目ごとに情報収集・誘致活動
- プロスポーツの誘致活動
 - ・プロ野球球団やプロサッカーチームのキャンプ等の誘致活動
- スポーツイベントの開催
 - ・ミスノグロウイングアップリーグ、県知事杯サーフィン大会
 - ・i n平野、コグウェイ四国、ラグビートップリーグ公式戦、中土佐タッチエコトライアスロン、四万十・足摺無限チャレンジライド、高知龍馬マラソン、プレシーズンマッチ等
- 合宿の誘致
 - ⇒アマチュア合宿：計5,388泊

国際観光の推進

- 東アジアを主要なターゲットに各国の特性と本県の強みをマッチさせたきめ細かな戦略により誘致活動を推進
 - ⇒国別戦略による誘致活動
 - H24.1～9月：12,580人（H22比19.7%増）
 - ・台湾、韓国等の旅行会社へのセールス活動、教育旅行の誘致活動
 - ・台湾、韓国、中国等の旅行エージェント、メディア等の招へい
 - ・台湾ランタンフェスティバルでのよさこい鳴子踊りPRなど、よさこい祭りの海外への発信
 - ・台湾からのチャーター便の就航（7便）
 - ・韓国からのチャーター便の就航に向けた動き開始（H25以降にチャーター便5回）
 - ・国際ジオパークツーリズムネットワークの構築

さらなる実践者の広がり実践力の向上 に向けた産業人材の育成強化

～全国一学びの機会が多い県を目指して～

改定のポイント5

改定の
ねらい

産学官が連携し、様々なニーズに応えられる「学びの機会」として人材育成研修を充実させるとともに、第一次産業の担い手拡大や受講者同士のネットワークづくりを進めることで、実践者の輪を広げ、産業振興の取り組みを地域地域に広げていく。

改定の
背景

- 本県の産業を継続的に底上げするためには、地域や企業を支える人材の育成が課題。
- このため、第2期計画では、基本方向の一つに「産業人材を育てる」を新たに位置付けるとともに、「全国一学びの機会が多い県」を目指して、取り組みを充実させていくこととしている。
- 平成24年度は、これまで実施してきた「目指せ弥太郎!商人塾」をバージョンアップし、産学官が連携して「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」を開講。受講者からは高い評価をいただいているが、さらに参加者を広げ、ビジネスの実践力を身に付けていただくためには、受講者のニーズに併せて研修内容をバージョンアップしていく必要がある。
- 併せて、農林漁業従事者を育成・確保するためには、ニーズに即した学びの機会の充実と学びやすい環境を整えていく必要がある。

<平成24年度の主な取り組み・成果>

土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）

- ビジネスの基礎から応用・実践力まで、実践者のニーズやレベルに応じて体系的に身に付けられる研修プログラムを県内の産学官が連携して構築し、「土佐まるごとビジネスアカデミー」として開講
⇒延べ1,600名以上が参加

【主な研修の状況】

目指せ！弥太郎 商人塾

- ・「新商品の開発」「農商工連携プランの実践」の2つのクラスにより、専門家の講師による6回の連続講座を開催
計21事業者が参加
⇒平成22年度からの研修を通して、商談成立や販路拡大に結びつく事例が生まれてきている。
また、研修受講者の地域や業種を超えたネットワークが広がってきている。
(H23) 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

観光人材育成塾「とさ旅セミナー」

- ・地域観光の担い手を育成するため、県内7ブロックで開催 計271名が参加
⇒セミナーを通して作成した周遊プランをもとに、旅行会社にセールス活動を実施し、旅行商品化が実現

土佐経営塾

- ・事業経営や起業に必要なさまざまな能力を偏りなく身につけていただくための「ケースメソッド授業」を中心とした研修を実施 計20名が参加
⇒平成22年度からの研修を通して修了生の起業1名、事業拡大1名、企業組合化1名等を実現

専門知識・技術研修

- ・貿易実務研修 1コース（3講座）に143名が参加
- ・食品加工衛生管理高度化研修
入門編、基礎編、実践編、共通研修の全12プログラムに511名が参加
- ・工業技術センターの技術研修
（機械・金属等）13コースに273名が参加
（食品加工）9コースに93名が参加

農業創造セミナー

- ・農村地域の活性化等に取り組むグループのリーダーとして活動できる人材を育成するため、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を実施
計9グループ27名が参加
⇒平成22年度からの研修を通して働く場を創出
2事業者で常勤10名、パート14名

農林漁業従事者の育成・確保

- 新規就農、林業、漁業就業希望者のための各種研修及び支援事業の実施<国の事業を含む>

- （農業）
 - ・新しいなかビジネススクール（インターネットでの高知県
の農業と技術を学べる通信講座）の開催
⇒26名が受講（うち9名が体験研修に参加）
 - ・こうちアグリスクール（東京、大阪）の開催
⇒研修生33名（東京21名、大阪12名）
（うち7名が体験研修に参加）
 - ・窪川アグリ体験塾での長期研修の実施⇒研修生11名
 - ・研修手当、青年就農給付金の支給
 - ・農地等の情報提供
 - ・園芸用レンタルハウスの整備 など

- （林業）
 - ・就業支援講習の実施
 - ・研修助成金の支給 など
- （漁業）
 - ・漁業体験研修、長期研修の支援
 - ・研修手当金の支給
 - ・漁船のリースへの支援 など
 - ⇒新規就農者221名(H24)、新規漁業者76名(H23)、
林業就業者増加数16名(H22→H23)

主な
展開

- さらなる実践者の広がり実践力の向上のための「土佐まるごとビジネスアカデミー」のバージョンアップと研修受講者の実践活動へのフォロー
- ビジネスチャンスを広げるための研修受講者同士のネットワークづくり
- 農林漁業従事者のさらなる育成・確保のためのニーズに即した学びの機会の充実と学びやすい環境づくり

さらなる強化策

（1）土佐まるごとビジネスアカデミーによる人材育成のパワーアップ

■カリキュラムの多様化・高度化

- 新設の科目の創設
 - ・出前講座（地域が抱える課題に対して、集落活動センター等に講師が出張して講義）
 - ・トップレクチャー（県内外の企業の経営者が自社の経営理念等を紹介）
 - ・事例研修（産業別<第一次産業・6次産業、第二次産業、新産業>に現場訪問し、実践者の取り組みを見学した後、グループ討議を行う）
- 大学への寄附講座等の開設
 - ・土佐フードビジネスクリエーター人材育成事業（土佐FBC）
⇒食品産業における中核人材を育成
 - ・生産管理高度化研修
⇒産学官連携による企業の自主的な信用の見える化を推進

[再] ○「とさ旅セミナー」ステップアップ研修の実施

- ・地域で観光に取り組むリーダーの方々を対象に専門的なセミナーを開催
- ・地域博覧会の企画運営等を通じたリーダーの育成
⇒地域観光の核となるリーダーを育成し、地域コーディネイト組織と一体となった活動を展開
- 農業創造セミナーの拡充
 - ・入門コースに加えて、応用・実践コース（直販所、農産加工品・農家レストランなどの開発・開設）を新設
- 研修受講者のビジネスの実践活動へのフォロー
 - 研修講師によるアドバイス
 - メール配信による支援策等の情報提供

■研修受講者間のネットワークづくり（交流の場づくり）

- ⇒情報交換やビジネス連携など、ビジネス機会の拡大につなげていく。また、受講者間のネットワークが広がる「土佐まるごとビジネスアカデミー」をPRしていくことで、新たな参加者の発掘につなげていく。

（2）農林漁業従事者のさらなる育成・確保

■ニーズに即した学びの機会の一層の充実

- 都会で学ぶ「こうちアグリスクール」の拡充
 - ・定数：東京、大阪各会場 20名→40名
 - ・移住専門誌やバナー広告等でのPR強化
- 林業技術者養成研修の研修メニューの充実
- 漁業研修制度の充実（研修期間を2年から3年に延長等）による研修生の受け入れ促進

■学びやすい環境づくり

- 研修や就農時に利用できるハウスの整備の支援