

平成25年度 県予算を踏まえた重点項目 (産業成長戦略)

移住促進策の抜本強化	1
地産外商体制の強化	16
企業立地の抜本強化と団地開発の加速化	19



第2期産業振興計画VER.2

移住促進策の抜本**強**化

地域づくり支援課

積年の課題

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

顕在化する諸課題

都市部

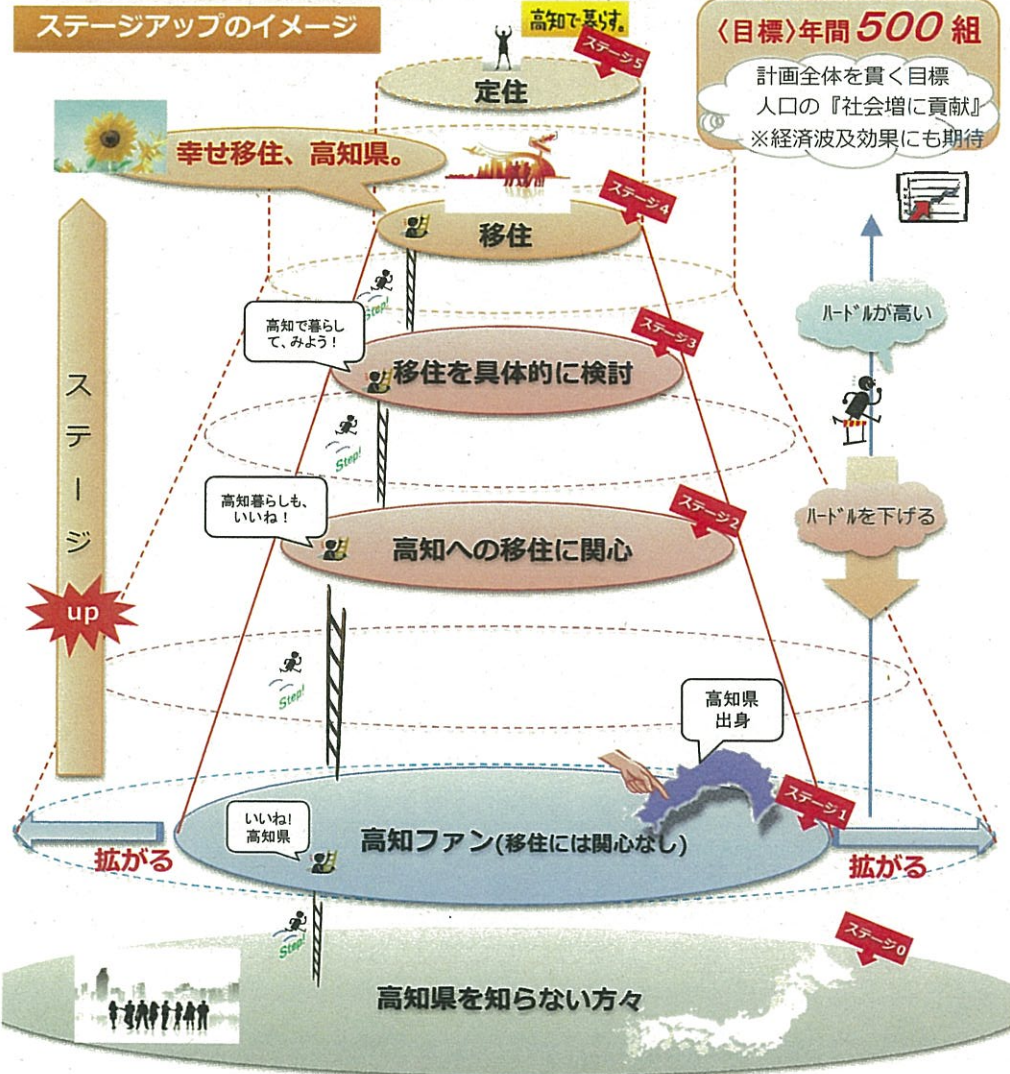
- ・居住人口の減少
- ・魅力低下に伴う来街者の減少
- ・賑わい（回遊）の低下
- ・空洞化（空き店舗の増加等）

中山間地域

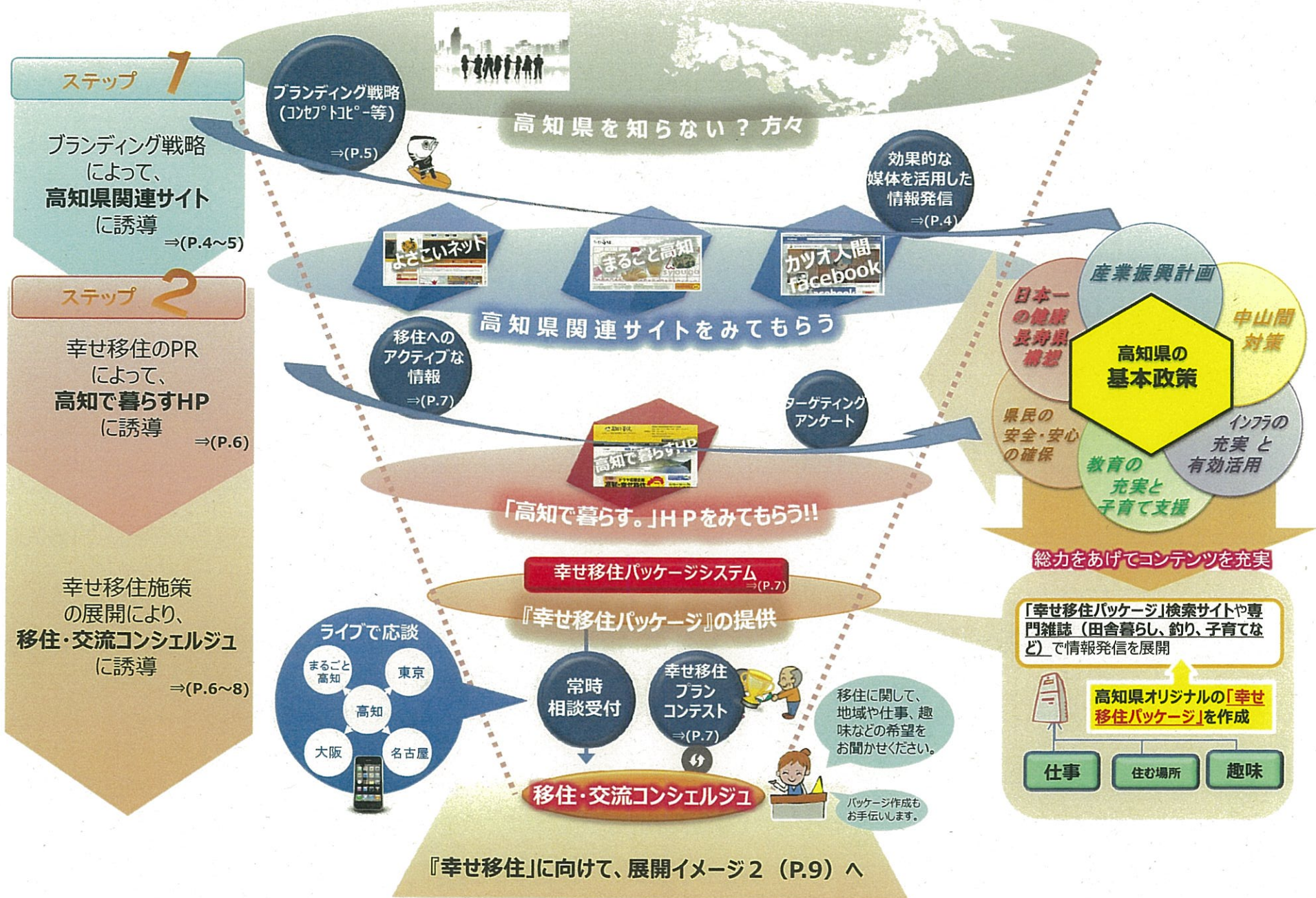
- ・コミュニティー機能の維持
- ・生活支援や福祉サービス等の提供
- ・地域・産業の担い手不足

改定のねらい

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



ステップ	各ステージの課題	施策の方向性
5 高知に安心して住み続けよう	居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらおう。	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。 具体的には ⇒(P.15)
4 移住について真剣に考えて決めてもらう	移住後の生活に不安を持つ人が多い。 (仕事や住居の確保等) -移住自体ハードルが高い-	不安を解消してもらうサポートの充実。 移住に至るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示。 ⇒(P.13~14)
3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	移住に関心を持って、具体的に行動に移す人は、極めて少ない。	関心から行動へと促すための情報や機会の提供。 ⇒(P.11~12)
2 移住に関心を持ってもらう	移住を意識している人が少ない。	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。 ⇒(P.6~8)
7 高知を知って・好きになってもらう	全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない。	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.4~5)



ターゲット：高知県を知らない人

ゴール：高知を知って・好きになってもらう！

課題 全国的にはまだまだ、高知を知っている人が少ない。

方向性 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**。

成果 様々な広報活動で、高知の認知度が高まり、魅力が伝わる。
 ・高知に興味湧き、県産品の購入、観光旅行につながる。
 ・移住を意識する一歩手前の高知ファンが増え、プロモーションにより「高知で暮らすHP」への訪問数の増加が期待できる。

【実施施策】

【施策の概要・実施方法】

【施策の狙い】

◆ターゲット◆
高知県を知らない人

興味が湧いてきた。いいね、高知県！



ステップ達成！

次のステップ2へ

ブランディング戦略 (P.5)

高知県をイメージさせる**コンセプトコピー**や、「**カツオ人間**」を**アイコン化**するブランディング戦略を立てて、高知県の魅力を国内外に発信することにより、県産品、観光、移住等のプロモーションを行う。

わしに任せちよき！

コンテンツを組み合わせ様々なツールでPR

Chance!



- カツオ人間による情報発信 (facebook, twitter)
- 動画配信 (youtube等)
- Web広告
- 地産外商公社のプロモーション活動
- 関連Web (よさこいネット、まるごと高知等)
- 他分野 (県産品、観光) との連携

高知のメッセンジャー「カツオ人間」が、facebook, twitterでタイムリーな情報発信を行う。

EGDEの効いたカツオ人間を活用することで、話題性や興味をかき立てる。

タイムリーな情報がいっぱいいいね。

高知の魅力を詰め込んだプロモーションビデオの配信により、高知を具体的に伝える。

多くの人に興味を持ってもらい、潜在的な高知ファンになってもらう。

四万十川って、高知県なんだ。

高知のイメージと親和性の高いHPに広告を打つことにより、効果的に高知県を発信する。

広告からのリンクで高知県のHPに誘導する。

高知って、あったかいんだ。

地産外商公社の活動でマスメディアの力を借りることにより、多くの方に高知を知ってもらう。

商品だけでなく、コンセプトコピーやカツオ人間で高知県全体を印象付ける。

まるごと高知に行ってみるか。

県産品購入、観光旅行などの関連WEBとも連携することにより、高知県を一体的に売っていく。

各サイトの閲覧者が関連サイトを巡回する流れを作る。

「県庁おもてなし課」ロケ地へ行ってみたい！

県産品の販促活動、観光パブリシティやイベントなどとも連携して、移住も含め高知県全体をPRする。

高知県全体について情報発信。メインの商品以外にも興味を持ってもらう。

また、高知へ旅行に行こうか。

高知県のブランディング戦略

移住希望者などの
ウォンツを満たす本県の強み

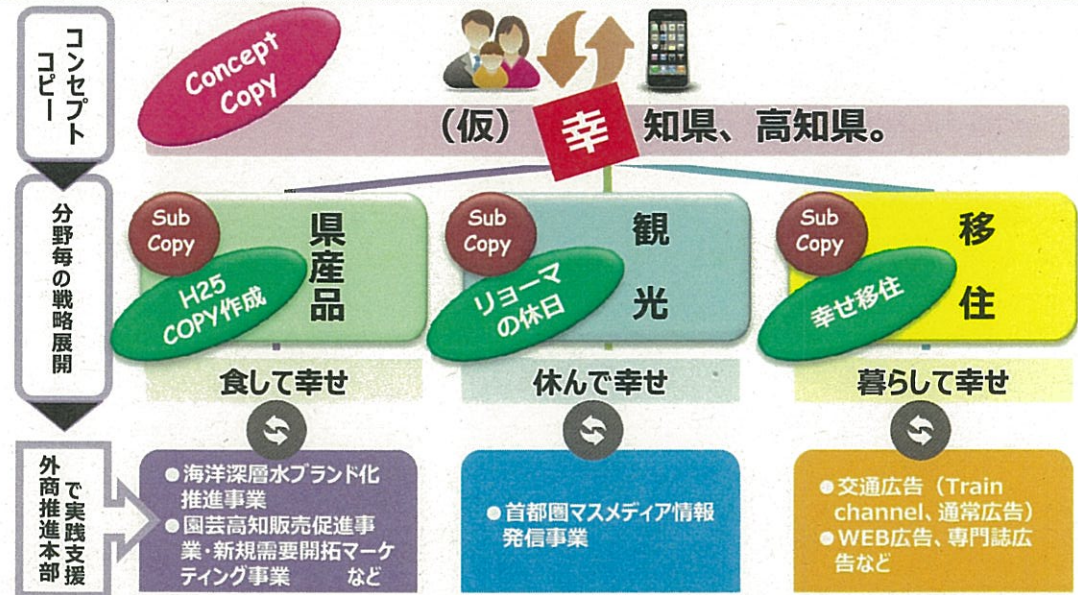
- 『地域での存在感を体感・実感』
- 『都会で忘れかけた温もり』
 - ・大切な家族とゆっくり過ごす（通勤時間が短い）
 - ・おきゃく文化・おすそ分け文化
- 『おいしい食』
 - ・おいしい食べ物多い県 3年連続日本一
- 『身近な自然』
 - ・34全市町村に泳げる川
 - ・700kmの海岸線と青い海
 - ・県土の84%を占める豊かな森
 - ・見上げれば、視界一面、抜けるような青い空
 - ・全市町村に満天の星空
- 『すぐそこにある趣味や遊びのフィールド』
 - ・市街地から徒歩5分でアカメやアユが「釣れる」
 - ・県内各地に「サーフィン」のメッカ
 - ・真夏の3日、完全燃焼「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」

強み活かし、高知県の魅力を国内外に発信！

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

●ブランディングイメージの作成

高知県をイメージさせるコンセプトコピーを作成し、そのコンセプトコピーを核として「県産品」「観光」「移住」の各分野で連携した情報発信をすることで、ストーリー仕立てで高知県の魅力を打ち出し、高知県の知名度、認知度を上げていく。



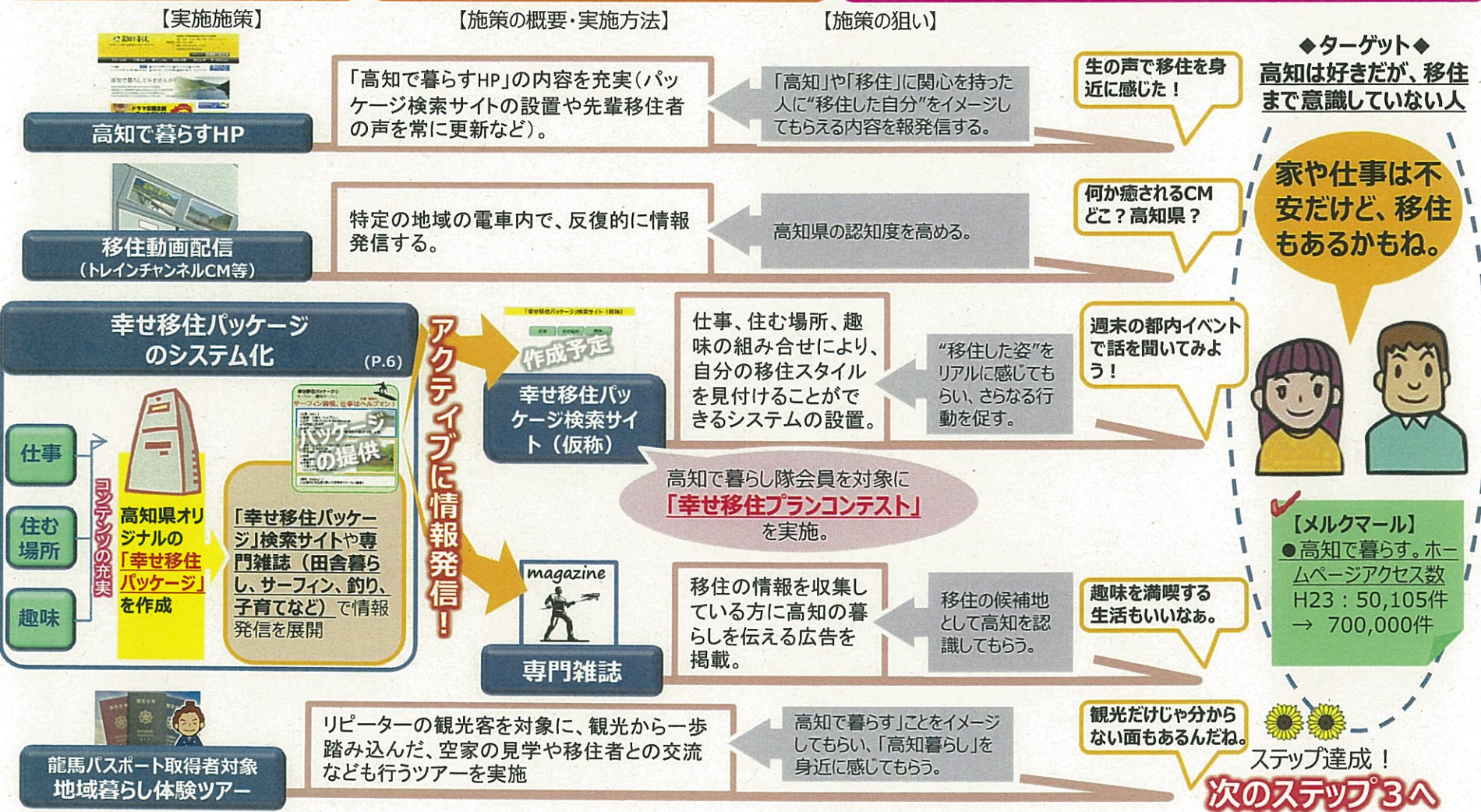
◆コンセプトコピーの拡散的情報発信

カツオ人間に高知県のメッセンジャーとして、様々な広報媒体を通じてコンセプトコピー等を拡散的に発信し、Webやイベントへの誘導につなげていく。



ターゲット：高知は好きだが、移住まで意識していない人 → ゴール：移住に関心を持ってもらう！

課題 移住を意識している人が少ない。	方向性 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 。	成果 ・「移住」という選択肢に気付く。 ・高知（田舎）で暮らすイメージが湧いてくる。 ・高知で仕事や趣味を楽しみながら暮らす魅力的な人々を知る。
------------------------------	--	--



「幸せ移住パッケージ」のシステム化とアクティブな情報発信

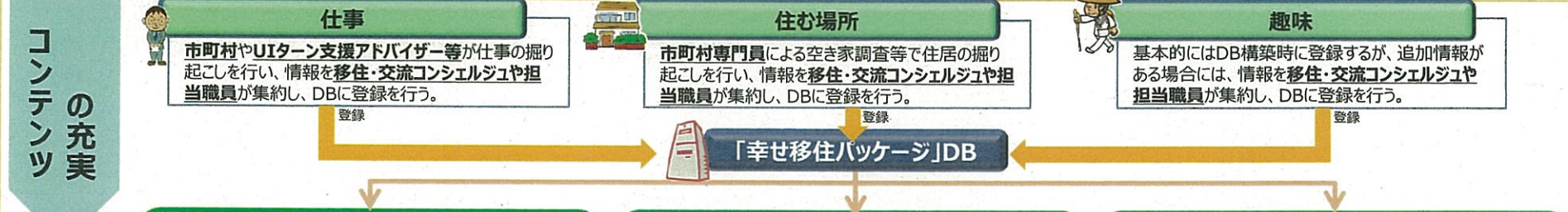
届けたいターゲットに応じて「幸せ移住パッケージ」を作成・提供

- 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
- 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て検索できる「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、関心を持ってもらう！！



「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」の作成

幸せ移住パッケージ（例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：黒潮町浮糠
- ・賃貸価格：○万円/月
- 病院
- ・総合病院：車で20分
- サーフポイント近し

（趣味）

- 全国的に知名度の高い入野海岸でサーフィン満喫！

幸せ移住パッケージ（例②）
ターゲット：趣味釣り・現役時代トップセールスマン・60代釣リメインに、スキルを活かし後継者育成！

（やりがい）

- 経験を踏まえた大学等での講師（ボランティア）(etc)
- ・コミュニケーション能力の磨き方
- ・「もしも、私がドラッカーを読んだら」～実践マネジメント講座～

（住む場所）

- 建物（築20年） 木造平屋建 2LDK
- ・住所：須崎市大谷
- ・売買価格：○○○万円
- 病院
- ・総合病院：車で25分
- 釣りポイント近し

（趣味）

- 川～海釣りまでオールラウンドプレー可！

幸せ移住パッケージ（例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)
- ・プランニングプランナー、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！

アクティブな情報発信の展開

「幸せ移住パッケージ」を専門雑誌に掲載

移住希望者に対して訴求力の高い「幸せ移住パッケージ」を専門雑誌に掲載し、「高知で暮らす。HP」への誘導。

例えば、例①を
Magazine surfin サーフィン専門誌に掲載

例えば、例②を
Magazine fishing 釣り専門誌に掲載

「幸せ移住パッケージ検索サイト（仮称）」を構築

「仕事」「住む場所」「趣味」のカテゴリ毎に検索できる「幸せ移住パッケージ検索サイト（仮称）」をHP内に構築し、移住希望者自らがパッケージ（組み合わせ）をカスタマイズできるサービスを提供。

HPに掲載

「幸せ移住プランコンテスト」を実施

高知で暮らし隊会員が、検索サイトを活用して、自らの**幸せ移住プラン**（コンテンツの組み合わせ）を作成し、プランとしてエントリーする。コンテストにより、**受賞者には提案プランを体験ツアーとしてプレゼント**する。

移住希望者オリジナルの**幸せ移住プラン**に沿った**体験ツアーをプレゼント！**

コンシェルジュもプラン作成をお手伝いします。

志 移住～あなたの「志」を高知で実現～

◆「志」の例

志 その1

第一次産業を支える！



第一次産業への就業支援制度で手厚く支援！

(背景となる政策)
高知県産業振興計画

- 新規就農者に対して、**農地の確保**や**研修受入体制の強化**による研修から就農までを一体的に支援(新規就農トータルサポート事業)
- 先進農家等で技術習得を図る**研修生に手当を支給**及び経営開始直後は**給付金を支給**(青年就農給付金・新規就農研修支援事業費補助金)
- 特用林産の新規就業者に対する**研修助成金**を支援(特養林産業新規就業者支援事業)
- U・イターン者にベテラン漁業者の指導による技術の習得と、研修中の**生活費**を支援(沿岸漁業担い手活動促進事業) など

志 その2

スキルを生かして起業する！



事業育成基金などで事業の立ち上がりを支援！

(背景となる政策)
高知県産業振興計画、中山間対策

- 事業の立ち上がり期における事業育成支援金**の提供(こうちビジネスチャレンジ基金事業(産業振興センター)、専門家によるハンズオン支援(経営革新コーディネート活動支援事業))
- 市町村が整備する**シェアオフィス**入居事業者の創業・事業運営支援(中山間地域等シェアオフィス推進事業)
- 商店街等の**空き店舗へ出店**する新規創業希望者等に改装経費を支援(こうち商業振興支援事業) など

志 その3

中山間地域を元気にする！



「高知ふるさと応援隊」で活躍の場を提供！

(背景となる政策)
中山間対策

- 集落の継続、再生に向けた地域活動の拠点となる「**集落活動センター**」取り組みなどの**地域活動の推進役となる人材**「高知ふるさと応援隊」を市町村が設置する際の経費を支援(集落活動センター推進事業) など

志 その4

地域医療を支える！



医師、看護師等の求人情報を提供！

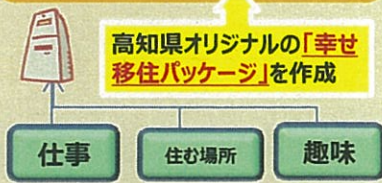
(背景となる政策)
日本一の健康長寿県構想

- こうち医師ウエルカムネットによる**求人情報の発信**、無料職業紹介・**マッチング**、直接雇用による医師派遣、高知医療見学ツアーの実施(一般社団法人高知医療再生機構)
- 将来、県内で医師として勤務する意志のある医学生・看護学生を対象とした**奨学金**(医師養成奨学金等) など



総力をあげてコンテンツを充実

「幸せ移住パッケージ」検索サイトや専門雑誌(田舎暮らし、釣り、子育てなど)で情報発信を展開



ハローワーク求人情報等

ハローワークや県内企業と連携して取り組む！

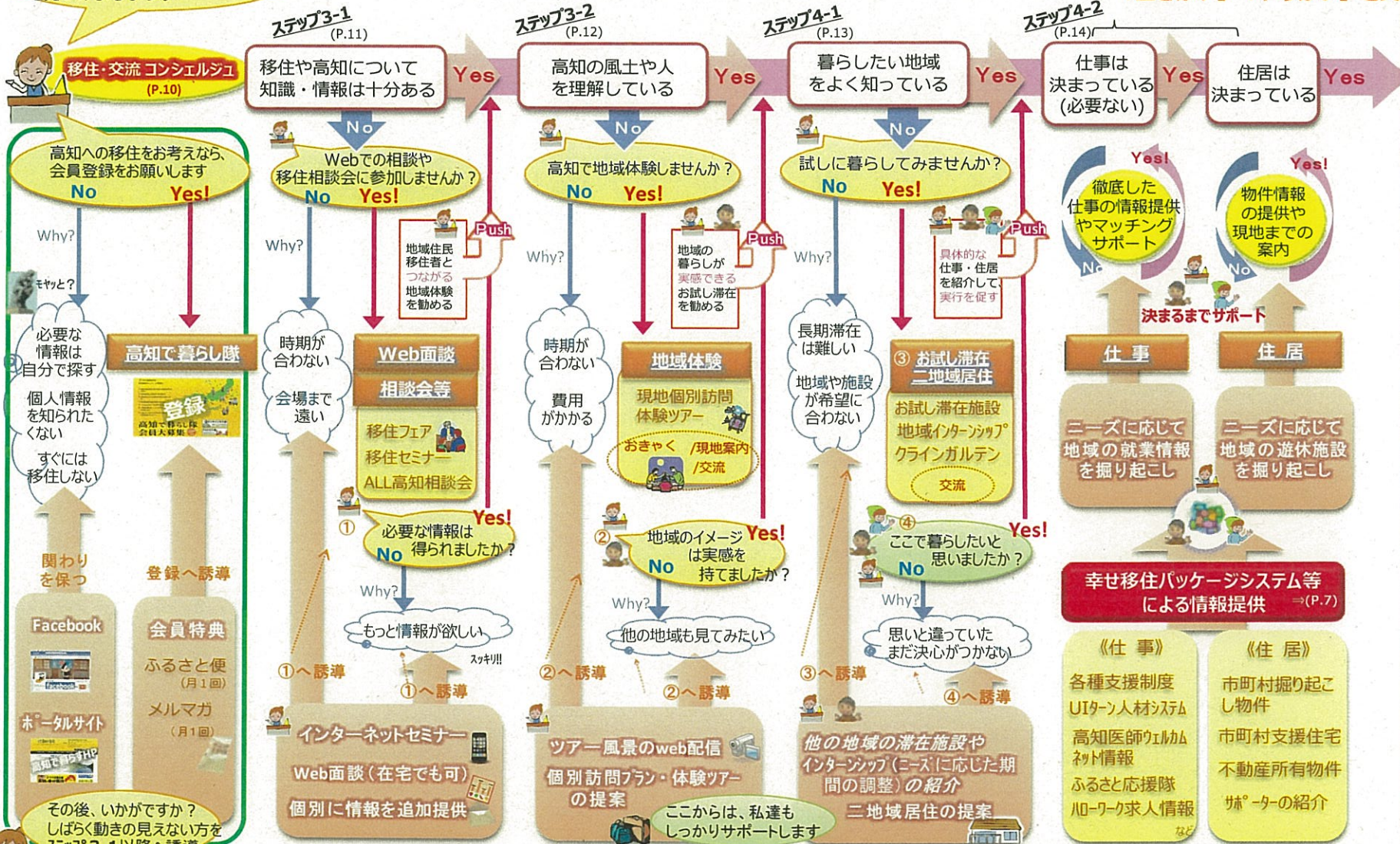
- 就職支援相談センター事業
- U・イターン企業就職支援事業(U・イターン人材情報システム、U・イターン就職相談会、専任アドバイザー等の配置) など

一緒に「生きがい」「やりがい」を見つけましょう♪

※移住希望者によって、ステップの入り口は様々です。

「生きがい」「やりがい」を実感！！

《 幸せ移住達成 》 定住 《



担当コンシェルジュが誠意と熱意を持って継続的にアプローチ

専門相談員 地域移住サポーター 専門相談員・地域移住サポーターが、しっかりサポート (P.10)

官民協働で、ツアーや現地訪問の同行、地域案内や住民との交流支援、仕事のマッチング、家探しから契約までを、しっかりサポート！

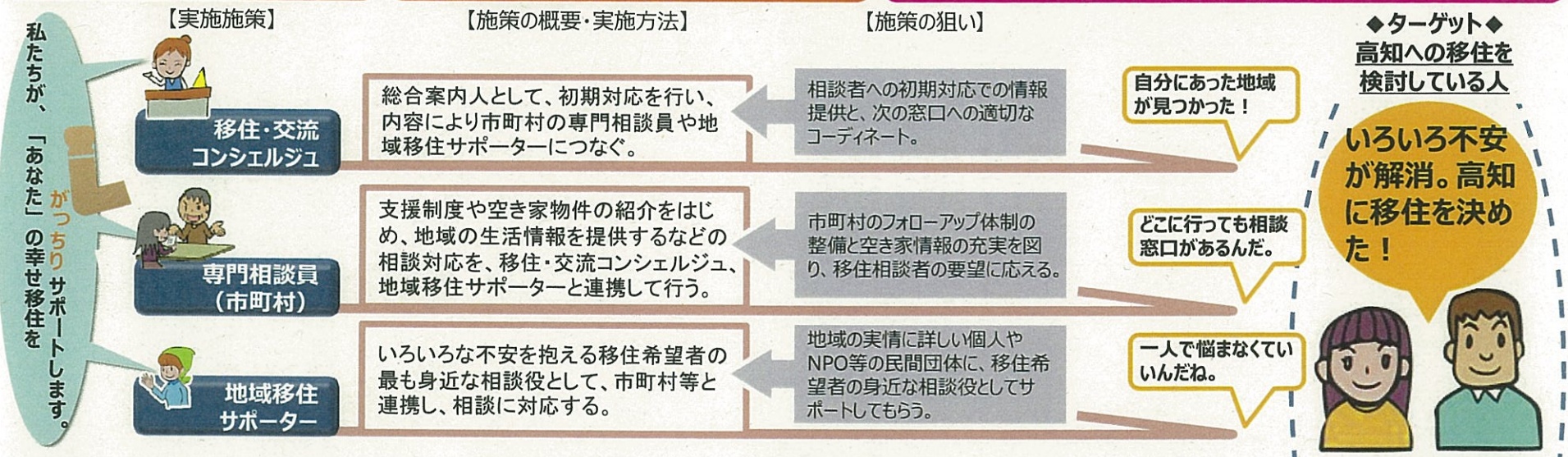
「移住推進協議会(仮称)」: 官民協働による「移住推進協議会」を設立。それぞれの立場で各種の専門的な相談など様々な場面でサポート！

(P.10)

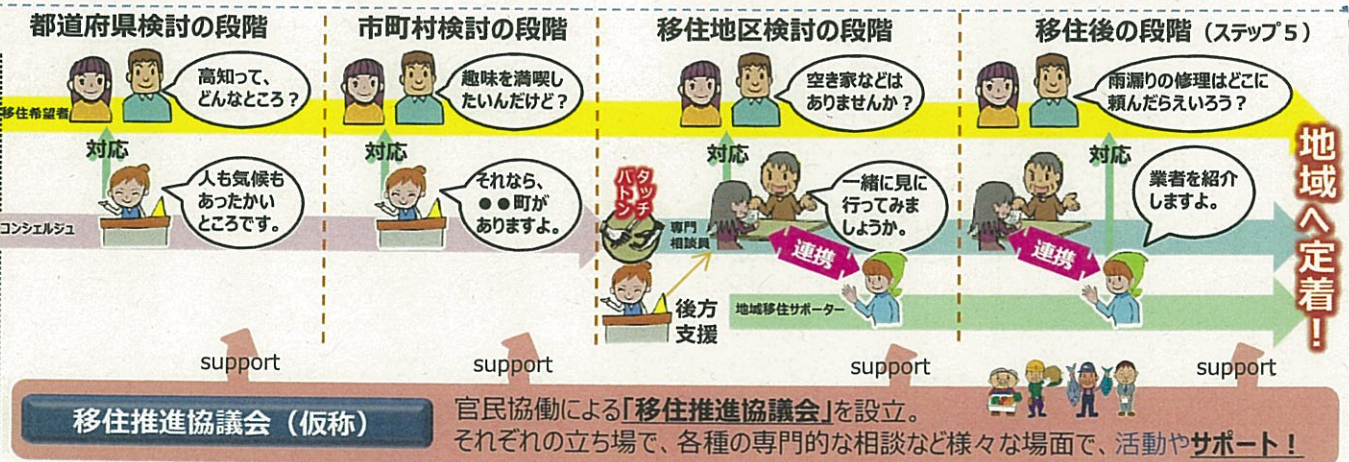
ステップ3：移住に向けた主体的な行動に移ってもらう
 ステップ4：移住について真剣に考えて決めてもらう（1/5）

ターゲット：高知への移住を検討している人 → ゴール：移住について真剣に考えて決めてもらう！

課題 移住に関心を持って、具体的に行動する人は、極めて少ない。移住後の生活に不安を持つ人が多い。	方向性 関心から行動へと促すための 情報や機会の提供 。 不安を解消する サポートの充実 。 移住に至るまでの 仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示 。	成果 ・サポート体制の充実で、移住への不安を和らげる。 ・移住希望先の生活情報や環境を知ってもらい、移住後の生活を具体的にイメージしてもらう。 ・実際に自分が住みたい地域や人を知ってもらう。
--	---	---



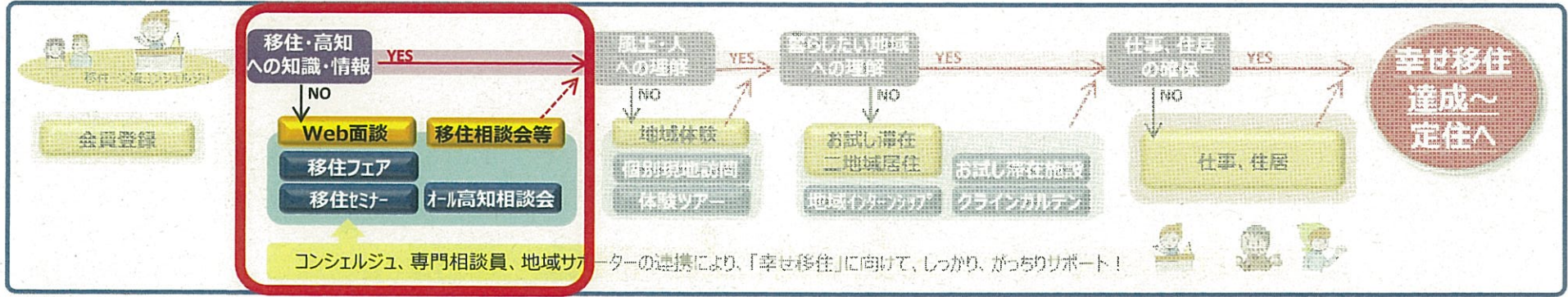
(連携の方法)
 移住・交流コンシェルジュ、専門相談員、地域移住サポーターの綿密な連携により、移住希望者に寄り添いながらサポート！
 生涯設計（年金、住宅など）の専門的な相談には、民間事業者の協力により対応！



【目標】
 ● 移住達成者数
 H23：120組
 ※県+市町村
 → 500組

ステップ達成！
次のステップ5へ

ステップ3-1



移住や高知について知識・情報は十分ある

Yes

ステップ3-2へ

No

高知の魅力や先輩移住者の体験談など生の声が聞ける相談会に参加してみませんか？

Yes

WEB面談

移住相談会等

移住フェア

- 対応者：コンシェルジュ、東京・大阪・名古屋事務所等職員
- 場所：東京、大阪 ●日時：主に土日開催
- 方法：全国的な移住支援団体や他県と連携して開催
- 狙い：漠然と考えている人に高知を移住先として検討してもらう

移住セミナー

- 対応者：コンシェルジュ、東京・大阪・名古屋事務所等職員
- 場所：東京、大阪等 ●日時：土日開催
- 方法：先輩移住者を囲んでの座談会
- 狙い：経験者の生の声を聞いてもらい不安を解消、知人をつくってもらう

オール高知相談会

- 対応者：コンシェルジュ、東京・大阪・名古屋事務所等職員、市町村職員
- 場所：東京 ●日時：主に土日開催
- 方法：県、パートナー市町村（10市町村を想定）、関係団体が共同で出展して開催
- 狙い：高知の情報を総合的に提供し、高知への移住を考えてもらう

Push 地域の人や移住者とのつながりができる地域体験を勧める！

Yes

必要な情報は得られましたか？

No

Why? もっと情報が欲しい。

対応

Why? 時期が合わない 会場まで遠い

対応

誘導

セミナー動画配信

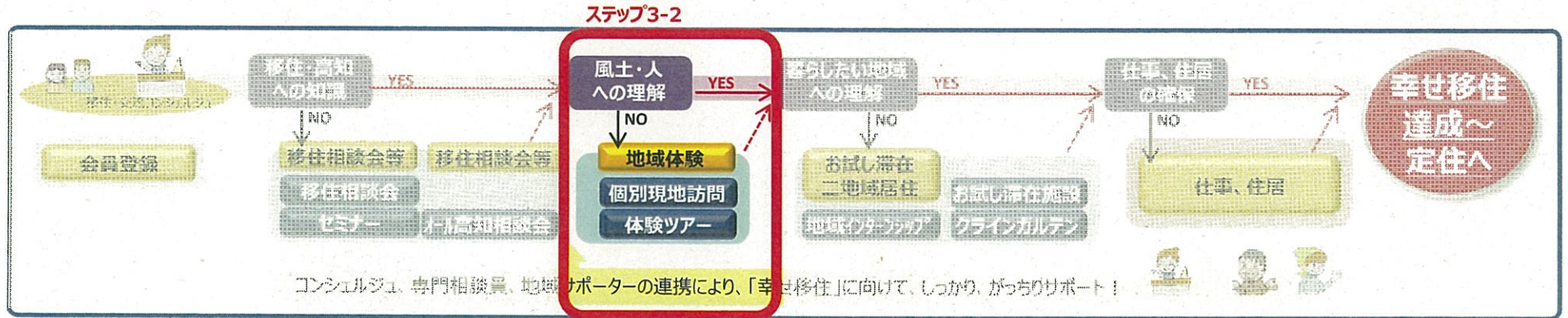
- 対応者：コンシェルジュ
- 場所：高知で暮らすHP
- 方法：コンシェルジュが撮影した動画をネット上に公開
- 狙い：実施内容が確認でき、コンシェルジュへの相談や次回の相談会等への参加を促す

Web面談

- 対応者：コンシェルジュ
- 日時：随時
- 方法：タブレット端末等を利用して、WEB電話により相談に対応
- 狙い：いつでもどこでも面談ができ身近な存在に感じてもらう

追加情報提供

- 対応者：コンシェルジュ
- 日時：随時
- 方法：相談会の中で提供できなかった情報を後日提供
- 狙い：不足していた情報提供でコンタクトを取り、相談者とのつながりを保っておく



高知に来て、地域を体験してみませんか？ 地域の方との交流もお手伝いします！

Why?

実際に行くのはまたいつか
一人は不安
時期が合わない
費用がかかる

対応 誘導

地域体験

個別現地訪問

- 対応者：コンサルジュ、専門相談員（市町村）、地域移住サポーター
- 場所：県内市町村
- 日時：移住希望者と日程調整
- 方法：希望により先輩移住者等を紹介したり、同行案内も実施
- 狙い：イメージと現実のギャップを解消してもらい、高知を気に入ってもらう

地域との交流

体験ツアー

- 対応者：コンサルジュ、専門相談員（市町村）、地域移住サポーター
- 場所：県内市町村
- 日時：日程調整のうえ2泊3日程度で実施
- 方法：借り上げバスにより県内複数の市町村を訪問
- 狙い：いろいろな地域と高知の人（先輩移住者や地域の人）を知ってもらい、高知とのつながりを広げる

現地付添

Push

地域の暮らしが実感できる滞在施設やインターシップをおすすめ！

Yes

地域イメージが実感できましたか？

Why?

他の地域も見たい
イメージに合う地域を探したい

対応 誘導

ツアー風景のWeb配信

- 対応者：コンサルジュ ● 場所：高知で暮らすHP
- 方法：コンサルジュが撮影したツアー風景の配信
- 狙い：自宅にいながら高知を身近に感じてもらう「参加したい」「行って見たい」という気持ちから行動へと移してもらう

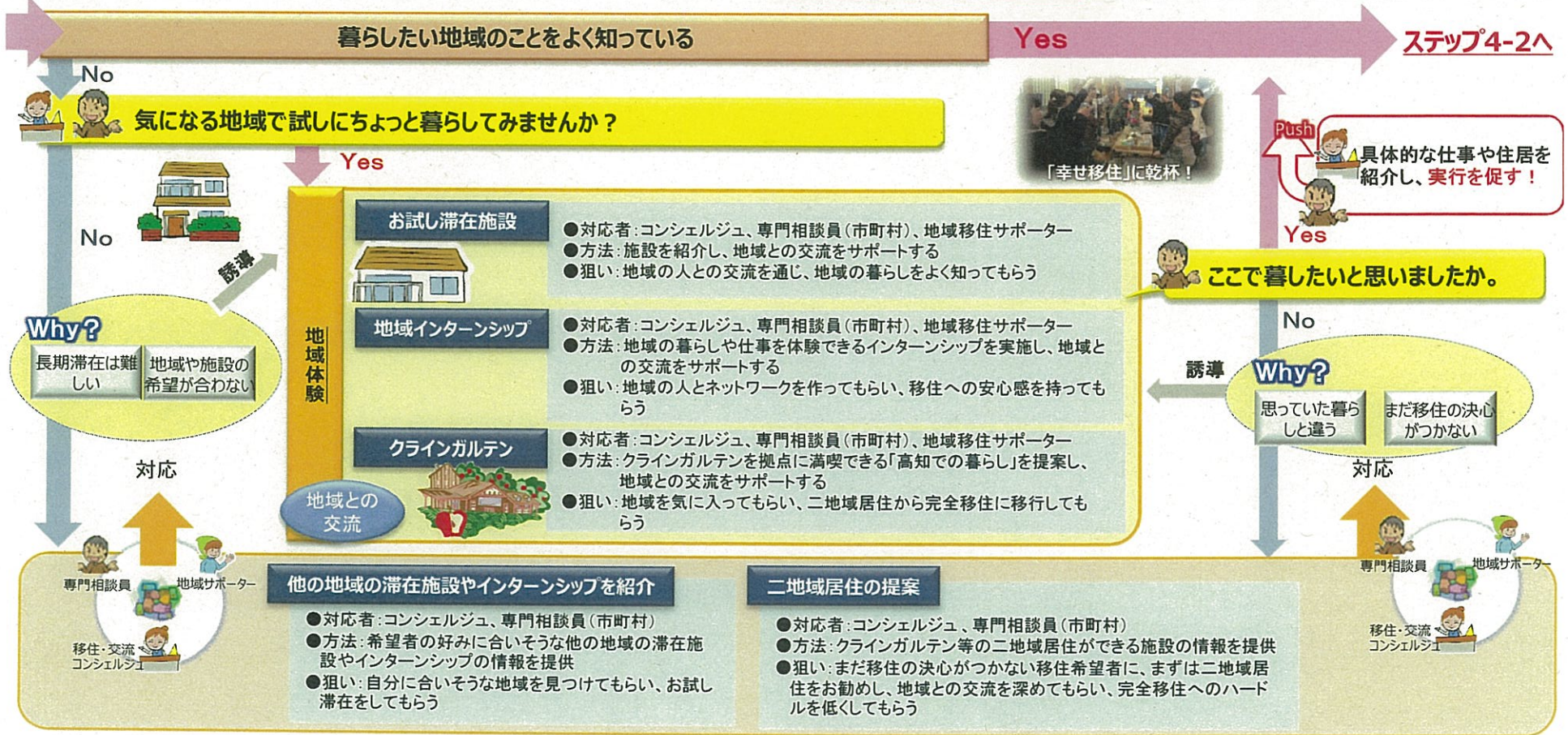
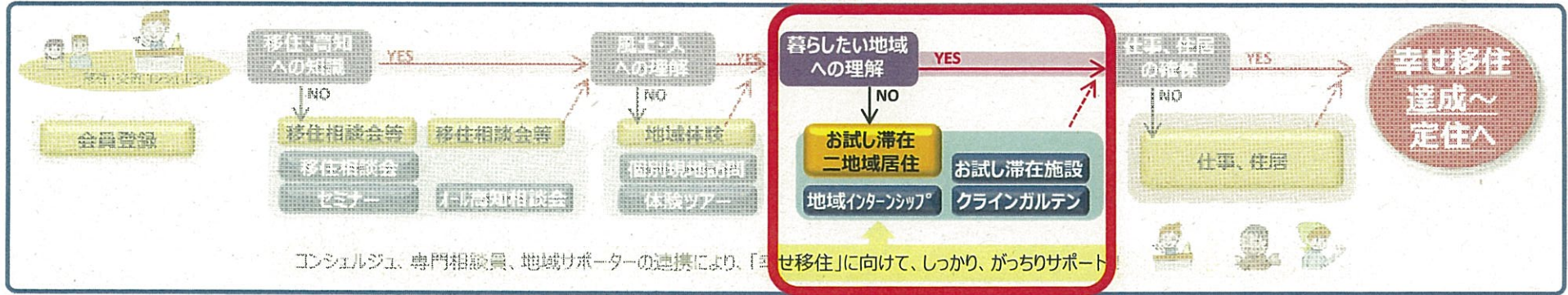
個別訪問プラン、体験ツアーの提案

- 対応者：コンサルジュ ● 日時：随時
- 方法：希望者のニーズに沿った個別ツアープランを提案
- 狙い：近況伺いを兼ね、あなた色のツアープラン提案により高知への移住に関心を持ってもらう

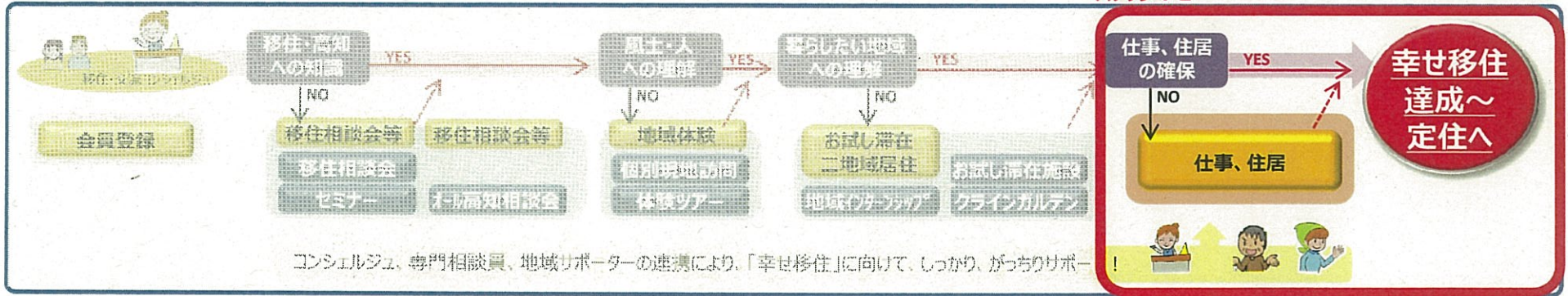
追加情報提供

- 対応者：コンサルジュ、専門相談員
- 日時：随時（主に地域体験終了後）
- 方法：希望者のニーズに沿った情報を提供
- 狙い：情報提供を兼ね希望者とのつながりを保つ

ステップ4-1



ステップ4-2



コンシェルジュ、専門相談員、地域リポーターの連携により、「幸せ移住」に向けて、しっかり、がっちりサポート！



「やりがい」実感！
「いきがい」実感！

幸せ移住達成から定住へ

仕事

- 農林水産業への就業支援
- Uターン人材情報システム
- 高知医師ウェルカムネット
- 高知ふるさと応援隊
- ハローワーク求人情報

など

幸せ移住パッケージシステム等による情報提供

<p>幸せ移住パッケージ (例1) ターゲット：趣味サーフィン・音楽・映画のサーフィン・音楽、仕事はヘルプマン！</p> <p>(住居) ○職種：介護士 (丸亀市) ○名称：東海○○○株式会社 ○勤務地：徳島県 ○待遇：○10万円～ ○募集時期：グループホーム内の介護業務 介護スタッフの経験者</p> <p>(住居場所) ○建物：築34年、木造2階建 4LDK ○住所：徳島県 ○賃貸価格：○1万円/月 ○駅近 ○徒歩5分 ○バス20分 ○リバーポイント近し</p> <p>(備考) ○全国的に知名度の高い人材獲得でサポート可能！</p>	<p>幸せ移住パッケージ (例2) ターゲット：趣味釣りの現役時代付アビ・60代 釣りタイム、スキルを活かし後継者育成！</p> <p>(住居) ○職種：経験豊富な大学等での講師 (高松市) (etc) ○コミュニケーション能力の高さ ○スキル：私がドラッグを語るに実践マインド講座～</p> <p>(住居場所) ○建物：築20年、木造平屋建 2LDK ○住所：高松市 ○賃貸価格：○10万円 ○駅近 ○徒歩5分 ○バス25分 ○釣りポイント近し</p> <p>(備考) ○川～海釣のまてオールシーズン可！</p>	<p>幸せ移住パッケージ (例3) ターゲット：30代・夫婦子・子育てが中心 豊かな自然の中で子育て！</p> <p>(住居) ○職種の最前線！ (子育て、そのほか農業体験等) ○この仕事は経験者限定で未経験者でも研修で仕事可能 (etc) ○フレックスタイム制 ○通勤：バス ○徒歩5分 ○バス25分 ○子育てが中心！ (子育て支援) ○子育て支援センター、児童館、図書館、公民館、子育て支援センター、子育て支援センター、子育て支援センター、子育て支援センター</p> <p>(住居場所) ○建物：築30年、木造2階建 4LDK ○住所：高松市 ○賃貸価格：○1万円/月 ○駅近 ○徒歩5分 ○バス25分 ○子育てが中心！ (子育て支援) ○子育て支援センター、児童館、図書館、公民館、子育て支援センター、子育て支援センター</p> <p>(備考) ○子育てが中心！ (子育て支援) ○子育て支援センター、児童館、図書館、公民館、子育て支援センター、子育て支援センター</p>
---	--	--

住居

- 市町村掘り出し物件
- 市町村移住者支援住宅
- 不動産会社所有物件
- サポーター等の紹介による物件

など

ターゲット：高知県へ移住している人

ゴール：高知に安心して住み続けてもらう！

課題
居場所を見つけ、生きがいややりがいを感じてもらう。

方向性
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**。

成果
・地域や移住者間の繋がりを作ることで、安心して住み続けてもらい、地域や産業の担い手として活躍してもらう。
・さまざまな交流により、新しいビジネスの展開や地域の活性化に活躍してもらう。

【実施施策】

【施策の概要・実施方法】

【施策の狙い】



地域移住サポーター

市町村の推薦により、県がサポーターとして委嘱。市町村担当者と一緒に、空家の調査や移住希望者の相談対応を行う。

移住後に、身近にすぐ相談できる人がいることで、地域になじんでいただき、安心して住んでもらう。

いつでも相談できる人がいて、安心。



専門相談員（市町村）

空家調査や移住相談を行う専門相談員を市町村に設置。移住後のフォローアップも行う。

移住後、市町村内の移住者同士が交流する場を設けることにより、移住者が安心して住むことができる。また、新たな活動などの展開が期待できる。

いつでも相談できる人がいて、安心。



移住者交流会

高知県に移住された方が集う機会を設け、移住者同士の悩みや相談ができる場とする。

先輩移住者や身近に移住された方と交流することで、地域での心配ごとや疑問点を解消してもらう。また、移住者間のつながりにより、新しいビジネスや活動のきっかけとしてもらう。

悩みを相談できる友達が見つかった。



地域住民と移住者の交流支援

市町村やNPO等により地域と移住者が交流するイベントを開催する

移住者と地元住民が、気軽に交流する機会を設けることにより、溝がでがちな両者間の交流を促す。

ここが大好き。地域に貢献したい。

◆到達点◆
居場所を見つけ、生きがいややりがいを実感。

私達の「幸せ」
見い〜つけた
高知が私達の
ふるさとやき。



ステップ1から5までの取り組みにより、**県外からの移住者 年間500組以上**を目指し、「**移住者と一緒に創る元気な地域**」の実現を図る。

1. 地産外商公社のこれまでの取り組みの成果

		基本計画 上の目標	H21	H22	H23	H24 (計画)	H24 (3.19現在)	H25目標	
外商	個別の営業訪問	200件		269件	339回	350件	536件	750件	
	「まるごと高知」での試 食商談会	36回		31回	75回	70回	104回	100回	
	高知フェア		29回	43回	46回	45回	49回	50回	
	外商の成約件数		178件	444件	1,327件	1,200件	1,745件	2,000件	
	うち定番採用		77件	264件	611件		494件		
磨き 上げ	テストマーケティング (試験販売)	120商品		38商品	52商品	催事と併せ 180商品	催事と併せ 188商品	催事と併せ 180商品	
情報 発信	広告換算			17億円	23.3億円	17億円	(年度末見込) 21億円	25億円	
	観光コーナー 相談件数			1,200件	1,317件	1,300件	1,248件	1,400件	
収益 部門	来店者数(人)	100万人		443,708	722,077	720,000	(年度末見込) 75.7万人	77万人	
	売上	合計(千円)	4億円		247,942	390,215	388,825	(年度末見込) 3.85億円	4億円
		物販(千円)	3億円		149,490	227,432	229,300	(年度末見込) 2.23億円	2.4億円
		飲食(千円)	1億円		98,452	162,783	159,525	(年度末見込) 1.62億円	1.6億円

2. 地産外商公社・プロモーション部門の強化について

目 標

H27/メディア等への露出の広告費換算25億円、外商成約20億円、移住促進

食料品製造業出荷額等800億円以上

高知県地産外商公社

NEW

プロモーション戦略局

- ① 高知県全体の認知度向上のためのイメージ戦略の策定と実践（移住・観光・県産品）
- ② 「外商推進本部」で選定した戦略品目の販促計画の策定支援・実践支援
- ③ 戦略品目の販促計画のチェック機能
- ④ 「まるごと高知」の店舗・レストランでのイベント・販促の企画・実践

総務企画部門から独立/局長（全体指揮・管理、企画、市場調査）担当2（**販促担当1** 広報担当1）

+1

<これまでの取り組み>

- メディアへの情報発信
- 戦略品目9品目の販促支援
 - ・ 海洋深層水関連商品
 - ・ ユズのフランスでのPR など
- 幸せ移住PR
- 集落活動センター人材募集

<H25以降の取り組み強化策>

- メディアへの情報発信
 - ⇒ SNSを使った情報発信の強化、企業との協働施策の展開
- 戦略品目7品目のPR計画策定支援、実践支援、計画の見直し支援
(7品目=海洋深層水関連商品、観光エリアキャンペーン、ユズ、土佐文旦、土佐のたたき文化、宗田節、土佐材住宅)
- 高知県全体の認知度向上を目指した戦略の策定と実践
- 移住の更なる促進

※ SNS=ソーシャル・ネットワーキング・システム (フェイスブック、ツイッターなど)

戦略品目の推進方策



3. 地産外商公社・外商部門の強化について

活動目標

- 1.取引金額 目標 1件2百万円
2.定番件数 目標 1,000件



県内事業者が外商の成果を実感！

	見えてきた課題	H25以降の対応
商品	<ul style="list-style-type: none"> ニーズに対応できる商品が少ない（業務用、こだわり商材、ロットの問題など） 公社として販促したい商品の整理が不十分 商品情報の絶対量が不足、商品情報の組織的な管理と活用が不足 	<ul style="list-style-type: none"> 商品データベース（418事業者）の活用により「食材」「食卓場面」別の商品群を構成（データベースの拡充） 有機、材料、生産方法などにこだわった商品のブランド化を推進 県内事業者への業務用食材の製造を提案 県内商品情報の収集と季節ごとの外商主力商品の選定
外商先	<ul style="list-style-type: none"> 新たな販路の開拓（情報が不足） 食品卸業者を十分活用できていない 成約に至った外商先への継続した提案やフォローが不十分 	<ul style="list-style-type: none"> 外商の専門家と連携した新たな販路の調査と営業強化 業態別顧客リストの作成（業務向け卸や飲食・お弁当チェーンなどへの提案） 商談後・定番後のフォローの強化 大口取引先への集中した営業活動
機会創出	<ul style="list-style-type: none"> 一次産品（一次加工品）の商談機会が少ない 単独開催の商談会は来場者に限界あり 	<ul style="list-style-type: none"> 一次産品の商談機会拡大（居酒屋産業展への出展） 産地招へいの強化（シェフツアーの実施） 他の自治体等と共同したフェアの開催 食品卸との商談会の開催
商品提案	<ul style="list-style-type: none"> フェアでは括りが大きく単発 単品の商品提案では定番に繋がりにくい 定番となっても金額が伸びない 	<ul style="list-style-type: none"> 食材群、ブランド群、食卓群での商品提案 高質系スーパーへの棚単位での提案 年間の外商カレンダーの作成による計画的な商品提案

昨年度の公社と県内事業者の協働した外商活動による成約先1件当たりの金額は約50万円、成約金額が年間1千万円を超えた企業は6社程度に止まる

頻繁にcomingできる体制づくり
取引を長く長くする体制づくり
大口取引先ごとに担当を決められる体制づくり



※ 県は県からの派遣職員、プは公社のプロパー職員

本県の現状と課題

- 工業集積が乏しい ○最終製品を製作するメーカーが少ない ○大消費地から遠い ○全国的にはまだ低位にある有効求人倍率
- 地震、津波の災害リスクの極めて高い県というイメージ ○誘致できる工場用地や広い面積を有するオフィスビルがない

企業誘致の目指すべき方向

- 全国トップクラスの補助制度などを活用し、県内産業の競争力の強化や雇用拡大に向けた企業誘致の推進
- 計画的な団地開発と継続的な適地調査の実施

今後の企業誘致の基本的な方針

- 地域資源を高付加価値化する業種の誘致 ○県内に不足する工程や技術の導入 ○雇用に即効性のある事務系職場の誘致

企業誘致推進策の抜本強化

ものづくり企業の誘致の強化

県内産業の競争力の強化につながるものづくり企業の誘致の推進

【課題】

- ・他県の企業立地補助金制度の充実により、相対的に本県の競争力が低下

具体的な対応策

企業立地促進事業費補助金の拡充

新たに雇用奨励金を創設するとともに、補助限度額を引き上げる
〔拡充内容〕

- ・雇用奨励金の新設 県内新規雇用1人当たり100万円
- ・補助限度額の拡充 1工場当たり30億円 → 50億円



○これまで以上に雇用の促進を図り、工場の早期フル生産による足腰の強い拠点工場づくりを進める

事務系職場（コールセンター等）の誘致の強化

大きな雇用を生み出し、『雇用創出の切り札』となる事務系職場（コールセンター等）の誘致の推進

【課題】

- ・他県の企業立地補助金制度の充実により、相対的に本県の競争力が低下
- ・受け皿となる広い面積を有するオフィスビルがない

コールセンター等立地促進事業費補助金の拡充

県、高知市合わせた内容で、インパクトのある全国トップクラスの補助制度となるよう、補助率等の大幅な拡充を実施する

〔主な拡充内容〕

- オフィスの賃借料 県50% → 県50%、高知市50%
- 土地、建物、償却資産の取得 県10% → 規模により県20%、25%
- 常用雇用1人当たり 県市50万円 → 正社員 県市合計120万円
正社員以外 県市合計 80万円
- 1事業所当たりの補助限度額 県市合計10億円 → 15億円 等

○補助金制度を抜本的に拡充強化し、他県に対する明確な優位性を確保する

○大きな雇用を生み出すコールセンター等の立地を促進する

大規模コールセンター誘致推進事業費補助金の創設

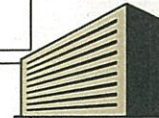
（債務負担行為）76,500千円

広いフロア面積など一定の要件を満たす賃貸用オフィスを整備し、コールセンターに賃貸する事業者に対する支援制度を創設する

〔補助先〕 民間企業

〔対象〕 コールセンターの賃貸に供するためのオフィス整備事業

〔内容〕 フロア面積当たりの建築費 × 補助率15%（+高知市5%）



○大規模なコールセンターの誘致に対応できる受け皿を確保する

震災に強い新たな工業団地開発の加速化

商工労働部 企業立地課

団地開発の現状と課題

誘致できる工場用地がない

- ・中央部における工業団地の分譲率96%
(県営団地の未分譲面積3.1ha←5区画全て1ha未満)
- ・直近10年間の県内年平均工場立地面積7.3ha
(うち、中央部4.0ha/年)
- ・高知岡豊団地は分譲即完売 (H22)

津波浸水予測の公表

安全・安心で
利便性の高い
工業団地のニーズが
強まっている

産業振興計画の推進

企業誘致の受け皿となる工業団地の整備
H27年度末の目標 20ha

対策

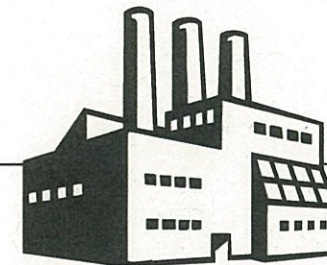
団地開発

香南工業団地

工業団地造成事業費 429,355千円 【特別会計】
工業団地開発関連事業費補助金(香南市) 82,956千円 【一般会計】
開発面積：13.4ha (標高：60m以上)
分譲面積：7.9ha
区画数：2区画 (公募状況により分割の可能性あり)
総事業費：約 21億円
工事完成：H25年 秋頃 (予定)
分譲方針：本年夏頃までには分譲要領を定め公募を行う予定
(業種は製造業を予定：新設または増設を原則とする)

高知一宮団地

工業団地造成事業費 54,396千円 (測量・設計の委託等) 【特別会計】
開発面積：約 8 ha (標高：60m以上)
分譲面積：約 5 ha
総事業費：12億円 (概算)
工事完成：H26年度 (予定)
分譲方針：基本的に公募を予定 (業種は製造業を予定)



更なる適地調査の実施等

工場用地整備事業費補助金

- 56,645千円 【一般会計】
- ・高規格道路IC周辺で適地調査を実施する市町村に対して補助を行う
香南市・四万十町 (予定) 6,645千円
 - ・市町村が行う工場用地整備事業に対して補助を行う
室戸市 (開発面積：4.5ha) 50,000千円

