

果敢に挑戦!

高知県産業振興計画

資料 1

第1回高知県産業振興計画
フォローアップ委員会資料
平成22年9月22日

果敢に挑戦! 産業成長戦略の現在



各分野で果敢に挑戦！1年半の取り組み

1. 地産外商



2. 食品加工



3. 第1次産業



4. 商工業



5. 観 光





と ● 市
● さ ●



と ● 蔵
● さ ●



おきやく
TOSA DINING



1. 地産外商

「まるごと高知」発進！！

地産外商を推進する核となる組織（地産外商公社）の設立

首都圏新アンテナショップ「まるごと高知」オープン（H22. 8. 21）

- 物販（売上目標：年間3億円）、飲食（売上目標：年間1億円）、観光情報の提供
- 首都圏における地産外商活動の拠点
 - ・仲介・あっせん（首都圏の百貨店や量販店、ホテル、飲食店などへより具体的、かつスピーディーに）
 - ・売れるものづくりを進める
 - ⇒ テストマーケティング（商品の評価を事業者へフィードバック）
 - ・商談会・試食会の開催



地産外商公社の体制整備

- 外商課4名（「まるごと高知」を拠点、外商活動に専従）
- 商品開発課4名（高知）
 - ⇒ 仲介・あっせんを通じた販路開拓、販売拡大と商品の磨き上げを目指す

外商機会のさらなる拡大、県産品の定番化へ

県内での取り組み

- 「食の大商談会2010」を開催(H22.11.25~26)
 - ・ 県、地産外商公社、(株)四国銀行、(株)高知銀行の共催
 - ・ **県内96事業者参加予定**
 - ・ 県内・県外のバイヤーを招へいし、商談機会を提供
- 県産品アンテナショップ「てんこす」を高知市内に開設
 - ・ テストマーケティングを含む県産品の販売、県産品を用いた飲食の提供

そして県外へ

- 県外での売り込み機会の拡大
首都圏に加え、関西・中部地区における地産外商活動の拡大
 - ・ 高知フェア、展示・商談会等の件数
H20 : **13件** ⇒ H21 : **72件** (5.5倍) ⇒ H22.9 : **67件** (9月以降開催決定分含む)
商談成立 : 178件 (H21実績)
- ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクスとの包括協定の締結
(例) 大方生華園のグアバジュース : **サークルKにて3,000本限定販売**
(H21年度に工業技術センターの技術支援により商品開発)
- 「土佐産直サテライトセンター(とさ千里)」のリニューアルオープン
 - ・ **県は総合補助金による支援を実施**
 - ・ 土佐町などの協力による**関西圏における高知のアンテナショップとしての機能を期待**

海外貿易への取り組み

県、貿易協会(貿易促進コーディネーター含む)、海外事務所(シンガポール、上海)が一体となった県内事業者の支援体制

①国内における貿易促進活動 ②海外における販路開拓支援

①国内における貿易促進活動

- ・貿易促進コーディネーター(3名)による相談・助言
- ・輸出促進セミナーの開催(5回 延べ260名参加)
- ・2010高知の食品商談会(日本国内の輸出業者6社を高知に招聘)

②海外における販路開拓支援(主なもの)

(i)シンガポール

- ・FHA2010(シンガポール食品見本市)
⇒ ゆず関連の4社が出展、シンガポール事務所等のフォローアップ活動などにより、徐々にトライアル的な成約に至る事例が出ている
- ・伊勢丹シンガポール四国フェア
⇒ 高知県から参加7社、フェア全体で約2,600万円の売上(昨年度売上約1,800千円)

(ii)香港

- ・県内企業を対象とした現地商談会
⇒ 昨年は6社参加し、成約35品目の成果、本年は11社参加予定
- ・香港そごう高知フェアの開催実現(H23.2)

(iii)上海・中国本土

- ・上海シティショップ常設売場(4社参加) ・上海四国アンテナショップ(1社参加)
- ・安徽省経済ミッション(5社参加予定)

農水産物の外商を加速化

農水産物外商加速化品目別戦略

○外商加速化戦略の策定

本県に優位性のある農産物及び水産物について、生鮮、加工、輸出の3つの視点から、既存の生産流通戦略を基本とする戦略を策定

○実践・検証

対象品目の選定、モデルとなる産地等で実践・検証を行う



県内全域での取り組みにつなげ、第1次産業の拡大再生産を可能に

○対象品目

農産物（9品目）：茶、ユズ、文旦、ミョウガ、ナス、ニラ、ショウガ、トマト、メロン

畜産物（3品目）：土佐あかうし、土佐ジロー、土佐はちきん地鶏

水産物（3品目）：カツオ、キンメダイ、ゴマサバ

○具体的な取り組み

- ・株式会社電通との協定

（例）量販店マルエツにおける「高知フェア」、電通コンソーシアムメンバーを活用したユズ果汁のトライアル出荷

○今後の展開

- ・園芸戦略推進会議生産販売力向上PT（加工推進部会、輸出促進部会）と連携した取り組み
- ・ユズ等の販路開拓支援（海外の市場調査、試作品開発の支援等）
- ・関係部局・機関と連携した展示・商談会への出展支援（アグリフードエキスポ等）



2. 食品加工

生産管理高度化への支援

生産管理の高度化(衛生管理の向上を含む)

外商活動を進めるにあたり、消費者やバイヤー等から求められる食品の品質を確保するための生産管理の向上を目指す

○製造管理や食品表示についての各種研修を実施

(例) H22年度生産管理高度化研修

(食品安全総論、微生物(基礎編・応用編)、表示など6つのメニューからなる)

○食品製造事業者に対する個別支援

(例) 専門家による基礎調査・改善点などの個別支援

(H21年度：20事業者実施、H22年度：50事業者(実施中))

○業種ごとの自主衛生管理マニュアル(モデル)・記録様式例を作成(20タイプ:ホームページにて公開中)

⇒ マニュアル作成等説明会を開催 (79企業133名参加)

食品加工(ものづくり)の支援

「売れる商品」に向けた支援体制の充実

- パッケージデザインの改良支援(H21年度:44企業に実施)
 - 食品加工企業に対する生産から販売までの一貫したハンズオンの支援体制整備
 - ・商品開発・販売等の専門家である「ものづくりプロデューサー」の配置
 - ・食品表示の適正化のためのワンストップ助言体制の整備
 - 新商品開発の技術支援
 - ・工業技術センターに食品加工特別技術支援員をH21年度から配置
- 約150件の新商品開発などの支援 ⇒ 8件が商品化または商品化予定
- (例) 龍馬うめジュース【JA土佐れいほく】、ほっと美じん(生姜飲料)【西村青果(株)】

新産業の創出に向けた研究会開催

- 成長分野育成支援研究会を、食品分野において10回開催
- (例) 高齢者が飲み込みやすい柔らかい食品の開発【(有)アオイコーポレーション】
高知県産グァバ茶の商品開発【(株)八千代】

県内の食品加工生産能力の増強

- ・ユズ加工施設等の整備状況:【資料3】(P2 地域アクションプランの取り組み事例①)にて例示)
- ・水産加工施設等の状況:【資料3】(P3 地域アクションプランの取り組み事例②)にて例示)

◆地産外商および食品加工の取り組みの主な課題

首都圏新アンテナショップ「まるごと高知」の不断の改善

- ・設置効果を最大限に発揮するように常に見直しを行い続ける

海外貿易の促進

- ・シンガポール・香港・上海を中心としながら、現状の施策を総点検し、市場における広がりを持つ販路拡大手法により取り組む

農水産物外商加速化品目別戦略

- ・産業振興推進部、農業振興部、水産振興部が緊密に連携しながら、実行の加速化を図る



3. 第1次産業

担い手の確保・高度化

窓口の整備

- 都市圏でのUJIターンなどの移住相談会に参加
 - ⇒ H22年度:19回(8月末決定分)、H21年度:20回
 - ・相談者数が増加傾向(H22年度:148件(8月末現在)、H21年度:336件)
- 移住コンシェルジュを3名配置
 - ⇒ 移住・定住を希望する方へのワンストップ窓口の設置
 - ・地域づくり支援課に常駐(H22.4.1~)、ひろめ市場入口にも事務所を設置し相談に対応(H22.4.16~)
- クラインガルテン(滞在型市民農園)四万十町でスタート(H22.4~)
 - ⇒ 高知県内に移住のための試用期間としての活用も期待(1組が既に移住、3組が移住希望)
- データベースの構築
 - ⇒ 関係各部署と情報共有を行い、きめ細やかなフォローアップを実施



農業

- 新規就農者:197人(H22)
(H21:161人、H20:114人)
- 研修支援事業(8月末)
:19市町村・研修生34人
(前年度は14市町村・21人)
- 指導農業士:44人(予定)
(H22まで)
(H21まで:38人、H20まで:29人)

林業

- 提案型の集約化施策
を实践可能な森林施策
プランナー:
25林業事業体・50人

水産業

- 新規漁業就業研修(2年間)
H20年度:5人研修開始
H21年度:7人研修開始
H22年度:8人研修開始予定

生産地の足腰を強める

農業（１）



農業者の技術向上

○「学び教えあう場」を設置（170ヵ所（H21）→177ヵ所（H22））

⇒ H21園芸年度：安芸集出荷場のナスが前年比17%増、J A土佐くろしおのキュウリが前年比12%増

⇒ H22園芸年度：J A土佐くろしおのキュウリが前年比4%増、J A南国市のシトウが前年比11%増
※園芸年度：前年9/1～8/31

○生産出荷指標・計画の共有化へ

⇒ 本年度から農業団体と県が共同で生産出荷指標及び計画を策定。農業団体と目標を共有し、実現に向けた取り組みを実施

環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

○先進地であるオランダ・ウェストラント市との協定を生かした学生間の技術交流等の実施

○土着天敵温存ハウスを活用する市町村が増加（3→10）し、天敵導入面積率が増加（ナス類41%→47%、ピーマン類59%→69%）



再生稲、飼料用稲の栽培促進

二期作を含む飼料用稲の作付面積が拡大

H20:17ha → H21:33ha → H22:55ha〔稲発酵粗飼料〕

⇒ 県内の飼料自給率向上につながり、輸入飼料の価格変動リスクを低減



農業（２）

付加価値を加え、県内外へ打って出る



県産農産物の販売拡大の取り組み

○東急ストア、セイミヤ、関西スーパー、おおさかパルコープとパートナーシップを構築

⇒ 県産野菜等フェアを実施（32回：延べ179店）し、定番化へ

（例）H22.1月以降、東急ストア各店舗にて月1回高知フェアを開催。東急ストア大森店では、4月から高知野菜コーナーを常設

○産地の顔を前面に出した「こだわり栽培野菜」の実験的販売

⇒ 天敵等の活用により農薬や化学肥料の使用を5割以下に抑えた特別栽培の青果物について、栽培のこだわりを「産地の顔」として伝えるとともに、品質を保証するなど、「生産から流通に至るまでの見える化」を図る。

高知オリジナルのブランドとして取り扱う量販店等を開拓し、有利販売する取り組みを開始（取り組み実施のモデル品目：特別栽培ピーマン）

○中食・外食等の業務需要への販路拡大

H21：高知イベントと連携した期間メニュー展開（例）東京駅丸ビル高知フェア
新たな取引の開拓（関東8社、関西4社、県内1社）

既存取引先との連携強化（惣菜販売会社：「高知県産野菜入り緑の30品目サラダ」を有名デパ地下等で販売）

H22：高知野菜を使ったメニュー化（新規5社）（例）ANTONIO'S DELI
5社のうちホテルなど3社で高知フェア開催

農業（3）

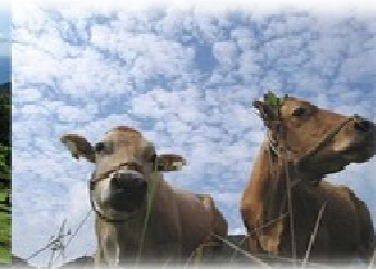
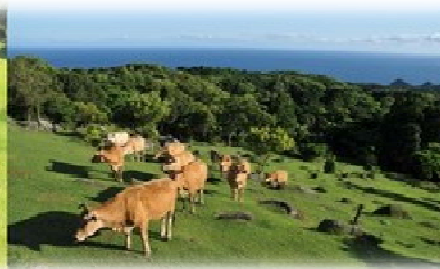


付加価値を加え、県内外へ打って出る

土佐の肉や卵を広める

郷土が誇る食のブランド「土佐あかうし」「土佐ジロー」「土佐はちきん地鶏」につき、販売・飲食店への販路開拓を推進

- ⇒ 「土佐あかうし」の新規取扱店 13店（H21.3月から約12%増）
- ⇒ 「土佐ジロー」の新規取扱店 15店（H21.3月から約7%増）
- ⇒ 「土佐はちきん地鶏」の新規取扱店 126店（H21.3月から約60%増）



農業（４）

付加価値を加え、県内外へ打って出る

特産果樹（土佐文旦・ゆず）の振興

土佐文旦

- ・消費拡大を県域で協議・実践する組織を新たに創設。
龍馬博と連携した「第1回土佐・ぶんたん祭」を開催
- ・商品力向上のため、主産地へ光センサー選果機を導入



ゆず

- ・需要拡大に向け、県域協議会の組織強化を図り、県内外のイベントでPR活動を実施（5回）
- ・海外への販路拡大を視野に商談会（シンガポール、香港、上海）に参加
- ・ゆず果汁のまとまった規模の輸出実績【フランス向け：8.7t】
- ・果汁のブランド化に向け、各搾汁施設において高知県版HACCP取得を推進

◆農業分野の取り組みの主な課題

顔が見える流通・販売の強化

消費者ニーズに即した生産者のこだわりを「産地の顔」として差別化を図る販売方法の展開

- ・店頭における「産地の顔」の見せ方
- ・「産地の顔」をしっかりと伝え、有利販売をしてくれる量販店等の確保と拡大
- ・生産者・産地間における調整

◆施策拡充のポイント

農業団体が主体となった県内加工の推進

- ・業務加工用青果物の販路拡大に加え、モデル品目の体制づくりと加工・販売
⇒園芸戦略推進会議において、生産販売力向上プロジェクトチーム「加工推進部会」を設置し、消費者ニーズの分析と加工品目、加工方法の絞り込みを行うとともに原料の供給等についての産地間調整を実施

海外への販路開拓

- ・県域で輸出に取り組むために、品目別・地域別における輸出の方向性の確認、貿易促進コーディネーターとの連携による産地支援
⇒園芸戦略推進会議において、生産販売力向上プロジェクトチーム「輸出促進部会」を設置し、品目別・地域別における輸出の方向性を確認し、それに基づいた輸出を実施

林業（１）

生産地の足腰を強める

木材生産の効率化

効率化した木材生産を行うための「森の工場」の整備

⇒H21年度は、6,462ha認定（目標に対して96%の達成率）

（平成21年度末累計は、74工場 52事業体 約30,000ha）

⇒H22年度は、上半期までに約5,000haの要望を掘り起こし、今年度中に認定予定（年間目標 6,700ha）



事業体の育成・競争力の強化

・高い収益力を目指す経営ビジョンの策定、実施

⇒H21年度：5森林組合 H22年度：6森林組合が策定中

・提案型の集約化施業を実践できる森林施業プランナーの育成【再掲】

⇒25林業事業体 50人

・建設業から林業への参入

⇒20事業体

環境ビジネスへの端緒

・オフセット・クレジット(CO₂排出削減プロジェクト)の販売累計実績

(21件 3,064t-CO₂ :9/8時点)

・オフセット・クレジット(CO₂吸収プロジェクト)の認証(285t-CO₂)

販売開始(1件 25t-CO₂)

・高知県J-VERに対するプロジェクトが2件申請され、初登録(174.6ha)



林業（２）

付加価値を加え、県内外へ打って出る

県産木材の県外への販路拡大

- ・外商対策の主体となる土佐材流通促進協議会を設立
 - ⇒ 流通拠点となる企業と利用協定を締結し、物流コストの削減や利便性の向上を図る。
10月までに拠点を活用し、邸別販売 **5棟分** を出荷見込み
 - ⇒ 大都市の工務店や設計事務所などを対象とした県産木造住宅PRのセミナーを開催し、販売量の拡大を目指す（9月に「まるごと高知」や「とさ千里」などで開催）

県産木材の地産地消の推進

- ・公共的建築物の**木造化**
（H21年度：32施設、H22年度：31施設〈見込み〉）
- ・小中学校などでの**木製の机・椅子等の導入**
（H21年度は26団体42施設、H22年度は43団体62施設〈見込み〉）
- ・H21年度は県産木材利用住宅の**建築（314戸）**を支援
H22年度は前年度以上に建築促進対策を強化
（戸建て住宅の木造率の向上 H20:82.8% →H21:83.8% →H22:84.5%（1～6月期））



林業（3）

付加価値を加え、県内外へ打って出る

森林資源の有効活用と販路の拡大

- ・木質バイオマス(未利用林地残材)のエネルギーとしての**利用量が前年度の約3倍**に(H21:15, 300t)
- ・木質ペレットボイラーの導入が拡大
⇒ H21年度まで：73台、H22年度：57台（見込み：H22.8月末時点）
- ・木質バイオマス利用促進協議会を設置(H22年6月)
⇒ 利用側、供給側の関係者と地域産木質エネルギー利用拡大へ向けて協議を開始
- ・土佐備長炭生産の新規就業希望者を対象とした**OJT研修**がスタート
⇒ 研修用や共同利用の炭窯整備に対して県が支援を実施中



◆林業分野の取り組みの主な課題

県内加工体制の整備

- ・大型製材工場の誘致に向けた環境整備などについて具体化
- ・県内製材事業の拡大を図るため、ビジネスモデルの作成などによる具体化
- ・加工基盤の強化に向けた原木安定供給体制の整備

木質バイオマス利用の推進

- ・木質バイオマスボイラーで発生する「燃焼灰」処理のシステム化と普及

◆施策拡充のポイント

木質バイオマス利用の拡大

- ・新エネルギービジョンに基づく地域利用の具体化の検討

水産業（１）

生産地の足腰を強める

漁獲効率の向上

漁獲効率を高める「黒潮牧場」を新たに3基設置

⇒ 1.41億円／年の漁獲高の増大（見込み）



高知の漁村が潤うように

県内の漁港へのカツオの水揚げを促すため、カツオ船への活餌供給を開始

開始後の佐賀地区へのカツオの水揚げ実績（本年1・2月及び5・6月）

高知県所属大型カツオ船の水揚げ隻数 8隻（対前年同期比2倍）

〃 水揚げ量 69トン（対前年同期比2.4倍）

⇒ 県外漁港に水揚げしていた大型カツオ船が佐賀漁港にシフト

付加価値を加え、県内外へ打って出る

高知県漁協が「土佐の魚」を県内外に売り込み

県漁協が「土佐の魚」を県内量販店2社に直接供給

⇒ 県内量販店との一層の取引拡大と併せ、県外の業務筋、大消費地との取引拡大を目指す

水産業（２）

付加価値を加え、県内外へ打って出る

県産水産物の消費拡大

◇県内向け：・市場関係者等と連携した水産イベント等の開催

- ・高知のお魚まるごとネット「サカナチカラ コウチカラ」による情報発信
- ・土佐の魚PR活動パートナー店の登録
県産魚にこだわりを持った飲食店・小売店の情報発信
→ 82店舗登録（H22.8/31現在）
- ・高知県おさかなPR大使（川村あやのさん）による県産水産物のPR

◇県外向け：・高知県産水産物の認知度・評価アップと取引拡大を図るため、消費地市場関係者との交流会を開催



サ
カ
ナ
チ
カ
ラ
コ
ウ
チ
カ
ラ

いっぱい食べよう！
高知のおさかな！！

- 大阪（2月）・名古屋（6月）の市場関係者を招聘し、県内の漁協、市場関係者、加工事業者などとの交流会や産地視察を実施
- 県内の漁協、産地買受人、加工事業者などが大阪を訪問し、消費地市場や量販店の視察、交流会を実施（H22年10月予定）
- 築地の市場関係者を招聘し、県内の漁協、市場関係者、加工事業者などとの交流会や産地視察を実施（H23年2月予定）
- ・「まるごと高知」での『まるごとカツオフフェア』の開催（H22.9/4～10）

水産業（3）

付加価値を加え、県内外へ打って出る



水産加工業の振興

- ・前処理加工業等の事業化を支援し、地域アクションプランにおいて**新たな加工事業が県内7ヶ所でスタート**（資料3 P3 地域アクションプランの取り組み事例②参照【再掲】）
- ・宗田節加工業の振興に向けた基本計画の策定
⇒ 全国シェア8割を誇る宗田節の認知度向上、ブランド化、新製品の開発等

養殖生産者グループの活動促進

- ・グループ化、販売促進を支援する事業を創設（H22年度～）
⇒ 県内の養殖生産者グループが**5グループ・97名に**（県内養殖生産者の44%が参画）
野見湾ではカンパチ養殖グループ、宿毛湾では養殖部会がそれぞれ経費削減や流通、販売の促進に向けた活動に着手
マダイ養殖生産者の3グループは、それぞれの特徴に応じた流通販売に着手

◆水産業分野の取り組みの主な課題

土佐の魚の消費拡大に向けたブランド化対策
宗田節加工業の振興
「資源管理・漁業所得補償対策」の推進

◆施策拡充のポイント

土佐の魚の消費拡大に向けたブランド化対策

- ・外商加速化品目別戦略(カツオ、キンメダイ、ゴマサバ)の策定、推進組織の設置、支援措置の創設等

宗田節加工業の振興

- ・効果的なPRによる認知度の向上、エンドユーザー向け新商品の開発と販売促進

「資源管理・漁業所得補償対策」の推進

- ・平成23年度から、計画的に資源管理に取り組む漁業者に対し、漁業共済、積立ふらず、セーフティネット構築事業を活用した国の資源管理・漁業所得補償対策がスタート
- ・資源管理指針の作成、漁業者による資源管理計画の作成への支援、加入の促進等



4. 商工業

産業を支える人材育成

企業人材のレベルアップ

- 技術研修(工業技術センター)の受講者が大幅に増加
⇒ H20:75名 → H21:734名 → H22:461名 (8/13現在)
- 技術指導アドバイザーの派遣や食品加工、機械金属の特別技術支援員の企業訪問などにより、きめ細やかな技術指導を実施

将来の地域産業を支える担い手の育成・確保

- 高校生が県内企業を知る機会となる企業実習などを実施
⇒ 実施校は1.7倍に (H20:9校 → H22:15校)
協力企業は3倍に (H20:受入企業数46社 → H22:協力企業登録数141社)
 - ・高校生の県内企業への就職意欲の向上に資する
- 県出身の県外在住新規大卒者などの県内企業への就職を促進
⇒
 - ・高知の就職情報の発信 (例)県外在住の大学生へダイレクトメール発送
 - ・東京・大阪で開催される大学生向け民間就職説明会に県が出展
 - ・保護者に対する高知の就職情報などを提供
(例) 県外大学保護者会での情報提供

技術力向上、販路拡大支援(1)

ものづくりの地産地消の推進

○県内で需要のある機械や設備を県内で製造し、技術力や製品開発力の向上を図る

⇒県内企業の試作・開発を支援する「ものづくり地産地消推進事業費補助金」創設: **6件採択**

(例) **農業分野** …… ニラ洗浄・そぐり機

(不要葉や土汚れの除去・そぐり作業を行う機械)

林業分野 …… 携行型素材情報入力機

(伐採現場で採寸や仕分けを行う機械)

水産業分野 …… 魚のウロコ取り機

(大量の魚を連続して高水圧で処理する機械)

販路拡大への支援(県外へ)

○見本市への高知県ブースの設置(H22:1回、H21:3回)や商談会の開催(H22:2回、H21:3回)

⇒ **成約32件、総額62,268千円**の県内企業への受注につながる(H21,H22計)

(例) <見本市>H22.5.25~28 2010NEW環境展 (**成約6件、15社出展**、東京ビックサイト)

<商談会>H22.7.7 土佐商談会(中国地方~九州地方の発注企業13社、**県内受注企業44社参加** 高知市で開催)

H22.9.15 高知県取引情報交流会in岡山(中国地方~近畿地方の発注企業13社、**県内受注企業25社参加** 岡山市で開催)

販路拡大支援(2)、異分野進出支援

地場産品の販路拡大を支援

- 高知市内での県産品アンテナショップ開設(土佐せれくとしよつぷ「てんこす」)【再掲】
2月19日新京橋プラザにオープン
テストマーケティングも含めた県内各地域の産品の販売や、カフェでの県産品を使ったメニューの提供
 - ・県産品の販売(31市町村・195事業者、1,800品目のうち900点を超える商品を陳列(9/10現在))
 - ・テストマーケティングの実施(7業者)
 - ・県産品を使った飲食の提供
 - ・観光客に対する高知県情報の提供
 - ・売上額 **46,490千円**(2/19~9/9)【目標に対する割合94.0%】
(参考)商店街の回遊につながるイベント(中心商店街支援事業)、高齢者や子育て世代向けの教室の開催(コミュニティ事業)なども実施

建設業の新分野進出

- 新分野進出支援の体制整備
 - ・新分野進出アドバイザー(1名)の配置
⇒建設業者を順次訪問し、情報提供・収集等を実施
 - ・地域産業振興監オフィスを地域の相談窓口位置付け
- 建設業支援協議会の立ち上げを支援 **8件**
⇒協議会では進出事例の視察やセミナーなどの活動を行う
- 新分野進出セミナー(進出企業の経営者の講演、県からの支援策の説明、個別相談会等を実施)
H21年度：**55社、196人の参加**(県内6会場)
H22年度：**34社、84人の参加**(県内2会場) (9/16現在)

企業立地の促進

企業立地の推進

○H21年度は**8件の企業立地**が実現

⇒ **新規雇用145人**（フル操業時400人）、**出荷額80億円**（フル操業時）の増加見込み

（例）中部農材(株)（津野町）・・・農業用包装資材製造など

○H22年度は**3件の企業立地**が実現

⇒ **新規雇用29人**（フル操業時40人）、**出荷額5億円**（フル操業時）の増加見込み

・現在、10件程度の熟度の高い新增設について、取り組みを展開



新しいビジネスの創出（１）

コンテンツ産業の振興

まんがをはじめとする本県の特徴ある地域コンテンツをビジネスにつなげる取り組みを進め、外貨の獲得と新たな雇用の創出を目指す

○コンテンツ産業推進会議の設置

- ⇒コンテンツ産業振興の取り組みを官民協働で検討
 - ・クリエイター実態調査を踏まえた事業の検討等

○県文化生活部に「まんが・コンテンツ課」を新設（H22. 4. 1）

○コンテンツビジネス起業化支援事業（コンテンツビジネス起業研究会）

- ⇒事業化プランの作成から事業化に向けた取り組みを一貫して支援し、県内で新たな事業を創出

研究会参加： 9団体 → 事業化プラン申請： 2団体 → 認定審査中

新しいビジネスの創出(2)

コンテンツ産業の振興(続)

○高知コンテンツコンテストの開催

⇒県内企業やコンテンツクリエイターを対象に、首都圏でのビジネスチャンスを提供

応募総数 **75作品** 優秀賞3作品 TSUTAYA賞1作品 奨励賞6作品

※優秀賞3作品は、東京コンテンツマーケット出展(10/13~15)

⇒本人からの要請に応じ、県が出展をサポート(出展準備、高知県ブースへの呼び込み、アドバイザーとの調整等)

※TSUTAYA賞は、県内TSUTAYAのブックカバーデザインに採用



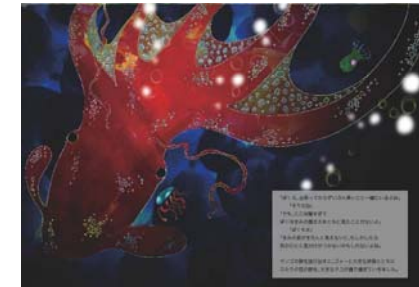
優秀賞
作品名 柳ヘッドカード



優秀賞
作品名 萌えっ娘武闘伝
J(ジェイ)ガールズ



優秀賞
作品名 アニメーション
「もっち」



TSUTAYA賞
作品名 ひかるもの

新しいビジネスの創出(3)

潜在力のある分野への重点的支援(「企業研究会」)

○成長が期待される分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)ごとに研究会を設置

⇒企業等の事業化への取り組みを重点的に支援し、新たなビジネスの創出につなげる

事業化プラン認定**13件**(H21:4件、H22:9件(8月末現在))(H22目標件数は40件)

(例) ①食品： 新生姜を活用した商品開発【(有)見元園芸】

②天然素材： ドリップシート(食品トレイで陳列する魚などの生鮮食品の下に敷く紙)の開発【三和製紙(株)】

③環境： リチウムイオン電池を使った独立電源街路灯の開発【(有)土佐通信】

④健康福祉： 消毒用ウェットティッシュの開発、製造、販売【三昭紙業(株)】

農商工連携への支援(こうち農商工連携基金)

「こうち農商工連携基金」(基金総額:25億円)を(財)高知県産業振興センターに造成

⇒農林漁業者と中小企業者等の連携による製品づくりを支援

○事業実績(H21~22年度) **延べ16件**

(例) ① 四万十茶葉を使った「ロイヤルミルクティー」の開発・販売

【(株)四万十ドラマ・広井茶生産組合】

② はちきん地鶏のムネ肉を使った燻製、ソーセージ、レトルト商品(混ぜご飯の素)の開発・販売【(株)むらびと本舗・高知県特産品販売(株)】

新しいビジネスの創出(4)

中小企業等への支援(こうち産業振興基金)

「こうち産業振興基金」(基金総額:100億円)を(財)高知県産業振興センターに造成
⇒ 地域資源を活用した中小企業等の経営革新や産学官連携の研究成果の事業化への取り組みを支援

○事業実績(H21~22年度) **延べ109件**

- (例) ① 魚介類の鮮度保持に有効なシャーベット状のスラリーアイス製造装置のシステム化及び販路拡大【(株)泉井鐵工所】
- ② 100%高知県産トマトを使ったトマトケチャップ等の販路開拓を図るための商品リニューアル及び自社ブランドの確立【(株)ケンシヨー】



◆商工業分野の取り組みの主な課題

ものづくり企業の強化

○地場企業の振興

機械系ものづくりの地産地消、成長分野育成支援、中核企業等育成支援、販路の拡大等

○企業立地の推進

企業の設備投資の推進(撤退・県外転出予防策)、工業団地の開発

◆施策拡充のポイント

地場企業の振興

○企業情報・ニーズのきめ細やかな把握に向けた企業訪問活動の体制強化

(ものづくりの地産地消、成長分野育成支援、製造業ポータルサイト等)



- ・機械系ものづくりの地産地消の促進(一次産業の生産性向上、省力化に資する機械、設備以外へも支援対象を拡充)
- ・成長分野(食品、天然素材、環境、健康福祉)の事業化への取り組みの加速化
(研究会への参加企業の増、アドバイザー支援による事業化の促進)
- ・中核企業ごとのニーズに合致した支援(企業独自に行う展示会や商談会への支援、技術人材の育成強化)
- ・インターネットを利用した受発注(製造業ポータルサイトの利便性の向上、会員企業の拡大)
- ・見本市や商談会の充実(出展効果の高い見本市の選定、商談会の県内開催)

企業の設備投資の推進(撤退・県外転出予防策)

○企業の撤退・県外転出を防ぐパッケージ支援策の構築

(アフターケア対策、設備投資支援の拡充、低利融資制度の検討、工業団地の整備)



5. 觀 光

「土佐・龍馬であい博」好評開催中

龍馬伝の放送や龍馬博の開催で、
高知県への観光入込客は大幅に増加

多くの来場者で賑わう「土佐・龍馬であい博」の各会場

- 「4社中」目標人数の合計65万人を開幕から238日目で突破（9/10）
- 高知観光情報発信館「とさてらす」の入場者が100万人を突破（9/13）

高知・龍馬ろまん社中	467,396人(目標40万人を突破)
安芸・岩崎弥太郎ころざし社中	85,006人(目標10万人)
ゆすはら・維新の道社中	71,651人(目標10万人)
土佐清水・ジョン万次郎くろしお社中	55,863人(目標5万人を突破)
高知観光情報発信館「とさてらす」	1,030,209人(延べ)

(平成22年1月16日～9月20日入館者数)

⇒ 引き続き、来年1月10日まで開催し、県全域の観光振興につなげる

延べ宿泊者数や観光施設入込客数が増加

- ・主要旅館・ホテルの宿泊客数(前年同期比)【日本銀行高知支店調べ】
平成22年1月～3月 **+16.7%**、4月～6月 **+23.9%**、7月 **+24.2%**
- ・主要観光施設入込客数は **+69.9%**
(主要56施設+龍馬博4会場：平成22年1月～8月、前年同期比)
- ・「龍馬伝」の高知県経済への波及効果は**409億円**(試算)
6月までの経済波及効果(試算)は257億円であり、龍馬博開催前に予想された
年間234億円を既に上回る



【出展：日本銀行高知支店 高知県金融経済概況】 38

県域全体への観光客訪問を目指して

ユニークな周遊促進対策を企画・実施

- ・メイン会場「高知・龍馬ろまん社中」、併設する高知観光情報発信館「とさてらす」から県内全域に誘導
- ・サテライト会場「安芸・岩崎弥太郎ころざし社中」「ゆすはら・維新の道社中」「土佐清水・ジョン万次郎くろしお社中」から県内の隅々の観光地に招き入れる
⇒ 幕末の偉人たちの高い志と、それを育んだ地域の風土を知っていただきながら、高知の強みである豊かな自然、地元グルメと人情といった魅力に出会ってもらう
- ・「4社中スタンプラリー」「高知まるごと ビンゴdeラリー！」で県内各地へ周遊を促す
- ・記事やニュースでの特集化がなされるよう、大手の新聞や人気雑誌に働きかけ



観光地「高知」の魅力向上（1）

観光地「高知」の魅力を高め、
「土佐・龍馬であい博」を
確実に成功に導く

プロ（旅行会社など）向けの宣伝

- ・プロモーション活動の展開（28回）
（例：エーгент向けの龍馬博説明会及びエーゲント訪問によるセールス）
- ・エーゲントを招いたモニターツアーの実施（5回）
⇒ **100を超える旅行商品が実現**
H22年度下半期のツアー商品にも反映



観光地「高知」の魅力向上（2）

一般観光客向けの宣伝（例）

- ・ポスター・パンフレット、車内広告によるPR、PRキャラバンが全国各地を周回
- ・テレビ・雑誌などによる全国へのPR（例：福留功男氏出演のBS日テレ「こじゃんと土佐流」、JAL・ANA機内誌の特集記事）
- ・東京での「原宿表参道元氣祭スーパーよさこい」、名古屋での「にっぽんど真ん中まつり」などのイベント会場でのPR
- ・テーマ別周遊チラシ「トサコレ！」（全99種類）を配布
（とさてらす、各サテライト会場等）
※土佐・龍馬であい博公式ホームページよりダウンロード可能
- ・首都圏新アンテナショップ「まるごと高知」におけるPR



県内の観光地を結ぶ交通手段（二次交通）の整備（例）

- ・「MY遊バス」毎日運行
コース：高知駅～上町～五台山～牧野植物園～桂浜
（H22.1～7月休日平均228人（対前年比85.1%増））
- ・周遊観光バス「しまんと・あしずり号」運行開始（H22.7.2～）



観光地「高知」の魅力向上（3）

観光資源の磨き上げ（例）

- ・中岡慎太郎館を核とした観光振興・地域産品販売の拡大への取り組み（北川村）
- ・森林鉄道遺産を活用した取り組み（奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村）
⇒ 旅行商品化
- ・室戸ジオパークが世界ジオパークネットワーク国内候補地に決定（9/14）
- ・観光遊覧船を3隻に増船し、大型バスツアー客（30名程度）の受入れが可能に（高知市）
- ・アドバイザーによる体験プログラムインストラクター養成講座の実施
⇒ 8回 延べ1,010名参加
- ・観光案内板・誘導標識の整備
（25市町村・215基）
- ・草木伐採などの景観整備
（22市町村・41箇所）
- ・公共トイレの整備
（13市町村・20箇所）



◆観光分野の重点的な取り組み(主な課題への対応)

ポスト龍馬博の推進

- 現状分析(チェック)と、それを生かした取り組み(アクション)の強化
- 龍馬人気を生かし、さらに広がりを持たせた観光、PRプロモーションの展開
- オフシーズンにおける観光入込客の底上げ
- 広域ブロック(東部・中央部・西部)ごとに一泊以上滞在できる観光地づくり
- 外国人観光客の積極的な誘致活動



官民あげた組織体制で「龍馬博」を成功させ、「ポスト龍馬博」への展開



『ポスト龍馬博』の取り組みの具体化

しこく 志国高知「龍馬ふるさと博」(仮称)

～龍馬を育んだ土佐の風土をまるごと体感！～

1. 龍馬をはじめ土佐の偉人にスポットを当てた集客のための拠点施設の整備

新たな拠点施設を「とさてらす」に併設し、集客の核としての役割と県内に点在する本物へと誘う役割。「とさてらす」との相乗効果で県内各地に誘客

⇒ 大河ドラマの生家セットを再現・展示

2. 歴史、食、花、体験など地域の魅力ある観光資源をカテゴリ一別に通年・季節イベントとして展開

- ・「龍馬のふるさと志の偉人伝」(仮称)
幕末の偉人に関する特別企画展
高知の歴史や偉人に関する講座など
- ・「龍馬のふるさと食まつり」(仮称)
- ・「龍馬のふるさと花絵巻」(仮称)
- ・「龍馬のふるさとまるごと体験」(仮称)

新たな拠点施設を中軸に
翼を拡げる

3. 各地域への誘客を促進するため、観光ガイドのスキルアップと地域の観光案内等をネットワーク化

次のステージに向けた施策拡充のポイント

◆産学官連携の具体化

- ・大学の研究成果等を産業振興に生かす産学官連携アクションプランの策定



◆産業振興に資する新エネルギーの有効利用

- ・本県の地域特性を生かす新エネルギービジョン（策定中）との連携



