



産業成長戦略のバージョンアップのポイント

| | |
|------------------------|----|
| ・ 農業分野 | 1 |
| ・ 林業分野 | 6 |
| ・ 水産業分野 | 7 |
| ・ 商工業分野 | 9 |
| ・ 観光分野 | 12 |
| ・ 産業振興推進部関係 | |
| (連携テーマ) 地産地消・地産外商戦略の展開 | 15 |
| (連携テーマ) 産業人材の育成・確保 | 18 |

○ まとまりのある園芸産地の総合支援

【背景（課題）】

- ・ 環境保全型農業のトップランナーを目指して、天敵導入等に取り組み、安全安心な園芸品の生産に努めている。
- ・ 一方、高齢化等によって園芸作物の生産量は停滞傾向である。
- ・ 25年11月から取り組んできたCO₂施用の現場実証では、全てのほ場で増収効果が確認された。
- ・ 生産量の維持拡大には、CO₂施用を含めた環境制御技術の早期普及を図る必要がある。
 環境制御装置を標準装備した栽培環境に優れた高軒高ハウスの導入を推進
 環境制御装置の導入を推進
 環境制御技術を早期に普及するための体制を強化

バージョンアップ
のポイント



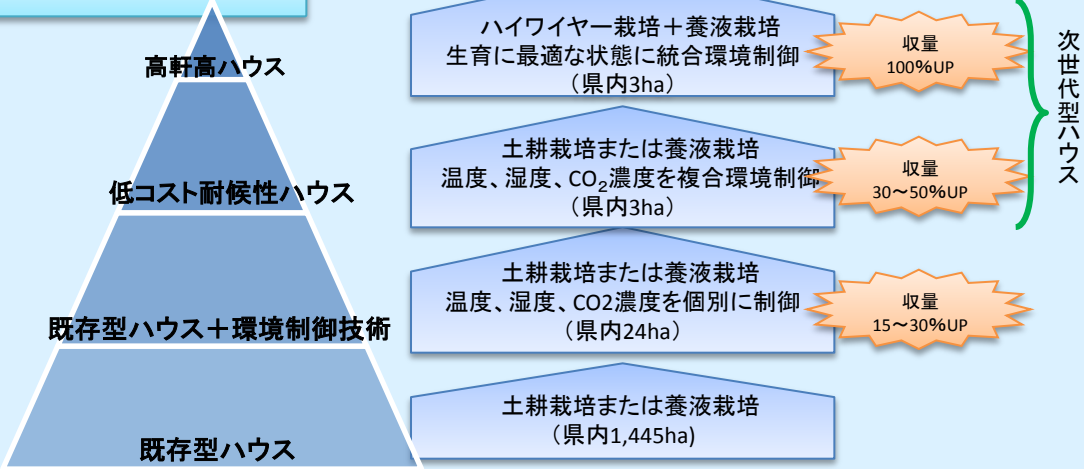
◆ 高知県の実情に即した「次世代型こうち新施設園芸システム」の推進

（改善の方向性）

- ・ モデルとなる次世代型ハウスの整備を推進する支援制度を創設
- ・ 既存の園芸用ハウスに環境制御装置の早期導入を促す支援制度を創設
- ・ 環境制御技術の早期普及を図るため、環境制御技術普及推進員制度（仮称）を創設
- ・ 以上により、意欲のある経営体が、環境制御装置を標準装備したハウスで、産業として魅力ある施設園芸を県内各地で実践できる「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及を推進

次世代型こうち新施設園芸システムの導入支援

1 施設園芸の振興策



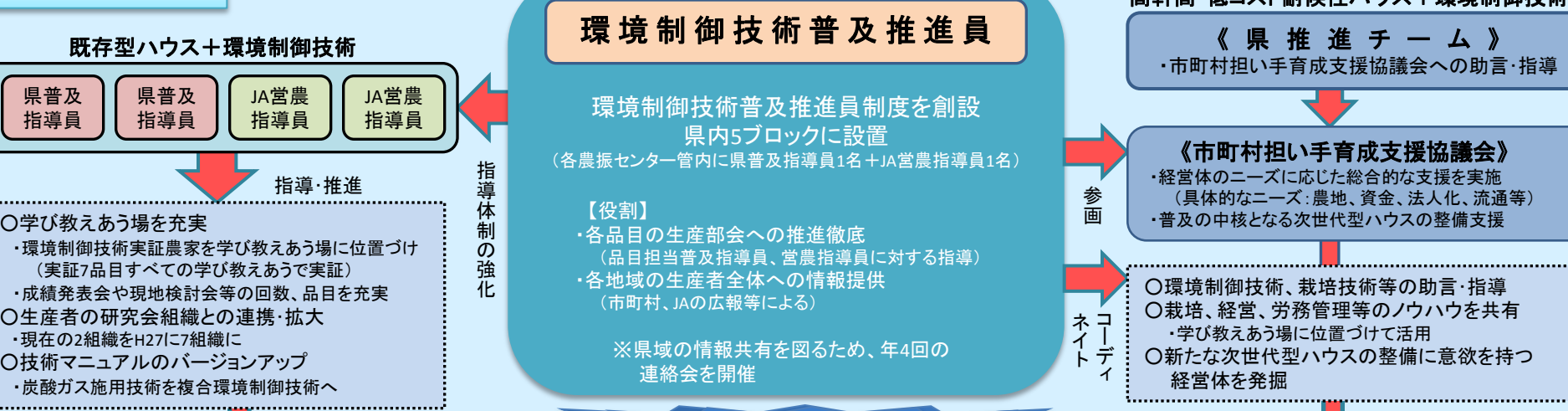
・施設園芸を競争力のある産業として発展させるため、オランダの優れた技術を参考に環境制御技術や次世代型ハウス(高軒高、低コスト耐候性)の普及を促進

- ①次世代施設園芸モデル事業(仮称)**
 県内複数個所での次世代型ハウスのモデル整備を補助する。
 ○補助先:市町村
 ○補助率:1/2以内
 ○事業実施主体:JA、農業生産法人等
 ○補助要件:申請面積おおむね50a以上、環境制御機器を標準装備(炭酸ガス、温度、湿度等)、耐風速35m以上、軒高2.5m以上等
- ②環境制御技術導入加速化事業(仮称)**
 炭酸ガス発生装置等の環境制御装置の導入を補助する。
 ○補助先:3戸以上のグループ、営農組織等
 ○補助率:1/3以内(※1経営体当たり補助対象事業費上限を100万円とし、補助は1回のみ)
 ○事業実施主体:補助先と同じ
 ○補助要件:環境制御技術に積極的に取り組むグループ等であり得られた結果は、県と共有する

9月補正で導入支援し、普及を加速化

事業により得られたノウハウ、効果を県、農業団体、農家等で共有し普及へ活用

2 県域への普及策



ハード・ソフトでの支援を行い県域へ普及拡大

○新規就農者の確保・育成

【背景（課題）】

- ①過去5カ年間の東京・大阪での就農相談会来場者等を見ても、具体的就農イメージを持たない方が約35%を占めており（ここ2年はその傾向が顕著（約45%））、このような方々を就農に向けた次の行動に移行させていくためには、きめ細かなフォロー体制の強化が必要である。
- ②昨年実施の営農意向調査の結果を受けて、各産地では新規就農者の確保・育成に向けた受け皿づくりが徐々に進みつつある。一方、既存の就農相談会では、行政機関等による「どんな農業をしたいですか？」といった受け身の相談活動となっている。今後は、各産地が求める担い手を、自らが積極的に確保する取り組みにシフトしていくことが必要である。
- ③過去5カ年間の新規就農者数を見ても、施設園芸が盛んな市町村で多く、中山間地域を抱えている市町村で少ない傾向にあることから、特に中山間地域の担い手確保対策の強化が必要である。

バージョンアップ
のポイント



- ①より確実な新規就農者の確保のため県独自の就農相談会を実施(県内外)
- ②各産地自らが必要とする担い手の確保・育成対策を強化（提案型の確保対策）
- ③担い手が不足している地域においては、多様な担い手の確保対策を強化

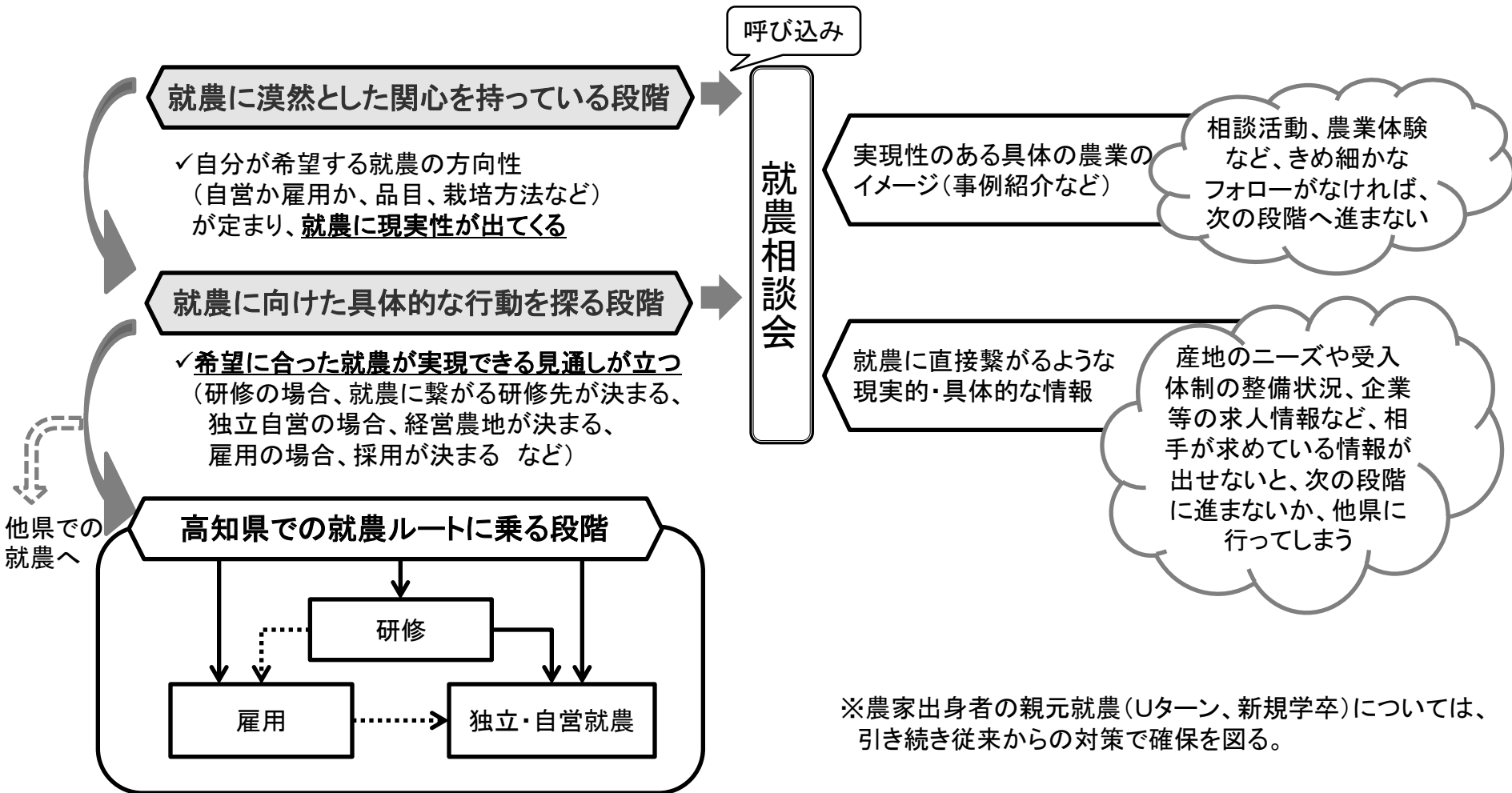
（改善の方向性）

入り口対策（相談活動の強化）と出口対策（各産地等の受入体制整備・担い手不足地域での多様な担い手確保）を強化することにより、新規就農者の確保目標280人を達成する。

県外・非農家出身者が高知県での就農を決めるまでの段階ごとの対策

〔就農希望者の段階と、次の段階へ移るための条件〕

〔次の段階へ移るために必要な働きかけ〕



※農家出身者の親元就農(Uターン、新規学卒)については、引き続き従来からの対策で確保を図る。

↑
就農相談会に来た人を、ここへ誘導してることが重要！

高知県における新規就農者の確保・育成対策の強化

農地・担い手対策課(H26.8)

外からの人材確保対策

《こうちアグリスクール(都会で学ぶ農業技術研修)》

- 東京・大阪を会場に10回の農業講座(定数各40人)
- 研修終了後は農業担い手センターでのスクーリング参加可
- 平成25年度実績:東京会場43人、大阪会場31人

H26
拡充

- 受講生確保に向けた取り組み強化**
- ・研修終了生のネットワーク化と情報発信の強化
- ・農学系大学との連携協力体制づくり

《県外での就農相談・就職相談等》

- 農業人フェア(H25実績)
東京4回、大阪2回 73件の相談に対応
- U・Iターン就職相談会(H25実績)
東京1回、大阪2回、神戸1回、高知1回 22件の相談に対応

H26
拡充

- 新規就農者や研修生確保に向け積極的な提案ができる市町村、産地等も参加**

H26
新

《高知県の農業を見るバスツアー》

- 大阪等の就農希望者に対して高知県農業を現地にて紹介(農業担い手育成センター)

H26
新

《高知県独自の就農相談会の実施》

- 農業人フェア等での相談者へのフォローや新規開拓のための相談会を開催し、こうちアグリスクールや農業担い手育成センターの研修生を確保(最終は地域農業の担い手確保)。また「市町村や産地等が求める担い手」を確保。
- 東京・大阪事務所において相談会を実施
(H26試行は東京・大阪・高知各1回、H27本格実施)
・3か月に一回のペースで個別相談会

農業担い手育成センター

※就農希望者のニーズ等により①②③に区分分けしマッチング

多様な担い手の着実な就農・営農定着に向けた対策

①自営就農タイプ【拡充】

《就農者への支援(就農前)》

- 新規就農研修支援事業(県)
 - ・15～65歳の研修生 15万円/月
 - ・受入農家 5万円/月 最長2年間
- 青年就農給付金(準備型)(国)
 - ・就農時45歳未満の研修生 150万円/年
 - ・最長2年間

H26
拡充

《産地に対する支援(就農前)》

- 経営力強化支援事業**
 - ・産地の農家台帳等の整備
 - ・産地ビジョン(新規就農者確保含む)策定
 - ・新規就農者の受入体制整備

《就農者への支援(就農後)》

- 農業担い手育成センターでの先進技術研修
- 青年就農給付金(経営開始型)(国)
 - ・45歳未満の就農者 150万円/年 最長5年間
- レンタルハウス整備事業(県)
 - ・新規就農区分 限度額800万円/10a
- 園芸用ハウス活用促進事業(県)
 - ・中古ハウスの活用 限度額450万円/10a
- 経営体育成支援事業(国)
 - ・認定農業者等への施設設備等支援 3/10

②雇用就農タイプ【既存】

《就農者への支援(就農前)》

- 新規就農研修支援事業(県)
- 青年就農給付金(準備型)(国)

《法人等への支援(雇用就農後)》

- 農の雇用事業(国)
 - ・新規雇用した法人に10万円/月 最長2年間
- レンタルハウス整備事業(雇用就農後に限らず)
- 園芸用ハウス活用促進事業(")

H27
策

③プチ就農タイプ【新規】

《地域に対する支援(就農前)》

- ★**中山間地域等の受け入れ体制整備と地域からの提案による担い手確保**
 - ・受け入れ体制整備(農地・住居・技術等)
 - ・県内外での募集PR活動
 - ・市町村が提案する営農モデル所得を目標
- 移住促進事業(県)と連携
 - ・空家改修、体験研修経費等

《プチ就農者への支援(就農後)》

- ★**農業担い手育成センターでの技術研修**

《プチ就農者への支援(就農前)》

- ★**地域での研修制度の検討(6カ月～1年)**

○ 事業体や担い手の育成

【背景（課題）】

- ・ 林業就業者は、平成18年度の1,508人を底に増加に転じ、平成24年度の1,662人まで増加してきたが、林業事業体からの聞き取り調査では、平成25年度は1,601人と大幅に減少する見込み
- ・ 平成24年度の林業就業者のうち60歳以上が占める割合は、35パーセントと大きく、今後、高齢化が進むと労働力確保は深刻な問題になる
- ・ 小規模な林業活動を行っている副業型自伐林家や森林ボランティア参加者は、人数も多く担い手として期待されるが、互いの情報共有や技術のスキルアップといった環境が整っていない状況

バージョンアップ
のポイント



- ◆ 新規就業者の確保に向けて、**林業学校（仮称）の創設に向けた検討**
- ◆ 小規模林業を推進するため、**小規模林業推進協議会（仮称）の設立**

（改善の方向性）

- ・ 知識や技術などを総合的に取得できる林業学校を創設することで、効率的な林業生産活動を行うことができる新規林業就業者を育成する
- ・ 小規模な林業活動に対して、情報共有や技術のスキルアップ等を支援することで、新たな担い手の育成を図る

○ 養殖用種苗の生産拡大（養殖業の振興）

【○背景◆課題】

- 高知県ではマダイ・ブリ・カンパチ・マグロの養殖が盛ん
（県別生産量はマダイ3位、カンパチ3位、マグロ3位、ブリ5位）
- 全国有数の養殖用種苗の供給県
（ブリ・マグロは、県内採捕業者が天然種苗を供給）
（マダイ・シマアジは、県内民間企業が全国養殖産地に人工種苗を供給）
- ◆カンパチ種苗は、人工種苗の量産技術が確立されておらず、多くを中国産の天然種苗に依存
⇒生産現場からは、安全性の高い国内産人工種苗の生産技術開発を求める声
- ◆マグロの天然種苗は、国の規制により活け込み尾数が制限
⇒養殖生産量の安定・拡大には、人工種苗の生産技術開発が不可欠

バージョンアップ
のポイント



◆種苗生産・中間育成ビジネスの育成

（今後の方向性）

- ・カンパチ：人工種苗の無償提供、養殖漁場の優位性を活かした中間育成の実施
- ・マグロ：人工種苗生産技術開発

○ 大都市圏における本県水産物の販売力の強化

【○背景◆課題】

- 大都市圏の飲食店を対象とした「高知家の魚 応援の店」登録が順調な伸び（H26.9月末時点で320店舗見込み）
- 10月下旬オープンの築地場外「築地につぼん漁港市場」への県内4事業者の連携による出店が決定
- ◆「高知家の魚 応援の店」登録店舗数の増（H27年度末 500店舗）と実取引の拡大
- ◆「築地につぼん漁港市場」を拠点とした首都圏での外商取引の拡大

バージョンアップ
のポイント



◆「高知家の魚 応援の店」及び「築地につぼん漁港市場」を活用した大都市圏での外商ビジネスの拡大・強化

（今後の方向性）

- ①「高知家の魚 応援の店」登録店舗数の増大と登録店ニーズのフォロー
- ②販売子会社の機能強化と応援の店への直接訪問による商品の紹介・斡旋、産地情報の提供、県内事業者とのマッチング機会の提供等による実取引の拡大
- ③「築地につぼん漁港市場」を拠点とした応援の店への営業活動や県内事業者のテストマーケティング等による県産水産物の販路拡大

○ 設備投資の促進

【背景（課題）】

- ・ 設備投資促進事業費補助金と国や産業振興センターの設備投資支援策により県内の設備投資が進み、生産額が増加する見込みであるが、四国他県に比べ設備投資額は低い状況。
- ・ 引き続き幅広く設備投資を促していく必要があるうえに、さらなる本県経済の活性化を実現していくためには、より積極的な事業拡大のための投資を引き出していく必要がある。

バージョンアップ
のポイント



◆ 本県生産基盤の底上げ（継続）と外商に資する積極投資への重点支援（拡充）

（改善の方向性）より外貨の獲得に資する事業について補助率のかさ上げを検討する

- ものづくり地産地消・外商センターが支援するビジネスプランに基づく設備投資等
 - ⇒ ビジネスプランの策定から販路開拓までの一貫支援を行うため、制度上でも施策間連携を図る
 - ⇒ ものづくり地産地消・外商センターが行う一貫支援の呼び水にする
- 売り上げが例えば3年間で150%向上する計画に基づく設備投資
 - ⇒ 大口の引き合いがあっても生産能力が低いいため受注に結び付かない下請け企業等

※その他

国においても雇用要件のない設備投資補助金が措置されたことを背景に、雇用要件の在り方（雇用維持を要件とする等）についても検討を行う

○ 紙産業の振興

【背景（課題）】

・長い伝統のある本県の重要産業であるが、ここ数年の製造品等出荷額は、ほぼ横ばい
（企業数：87社 従業員数：2,685人 紙・不織布及び加工品製造出荷額 601億円（高知県出荷額の12%）

■新聞・書籍の電子化や国内人口の減少などにより、紙の需要は縮少傾向

- ◇新素材などの開発に取り組むための研究体制を備えた企業が少ない。
- ◇加工工程は主に県外に流出している。
- ◇中小企業が多く、新たな技術を確立して設備投資につなげる動きが弱い。
- ◇受注・販売先が固定されており、積極的に営業を展開する部門をもつ企業が少ない。
- ◇市場ニーズに基づく製品を開発し、成長が見込める新分野へ販路を拡大する機会が少ない。

バージョンアップ
のポイント

◆本県の強みである紙産業のさらなる振興

（改善の方向性）

- ① 高付加価値製品の開発と加工技術の確立への支援
 - ◆新たな素材や製品を開発するために県内企業の技術力を向上させる。
 - ◆県内での製品製造を完結するため、加工技術を県内企業に普及させる。
- ② 新技術の企業への普及
 - ◆確立した技術を県内で普及させるため、紙産業技術センターに整備した機器の利用を通じて企業における設備投資を促す。
- ③ 外商支援の徹底と紙産業の営業力の強化、新分野への進出を支援
 - ◆流通販売について支援機関などとの連携を強化する。
 - ◆医療・福祉・介護といった成長が見込まれる分野への進出を支援する。

※上記の具体的な方策は、『高知県紙産業の在り方検討会』で検討予定（第1回目 9月11日開催）

○ 産業人材の育成と確保

【背景（課題）】

- ・ 少子高齢化に伴い労働力人口が減少しているため、女性や高齢者などの幅広い人材の活用が求められている。
- ・ 県内企業への新規高卒、大卒の就職者数は、企業の求人ニーズを大きく下回っている。

| | | | | | |
|---------|--------|----------|------|------|--------|
| 高校生県内求人 | 1,035人 | に対する就職者数 | 604人 | （充足率 | 58.4%） |
| 大学生県内求人 | 868人 | に対する就職者数 | 242人 | （充足率 | 27.9%） |

 - ※ H26.3月末 高知労働局
- ・ U・Iターン人材情報システムの登録者は増加傾向にあるが、就職者数が増えていない。

バージョンアップの
ポイント



◆次代の産業を担う幅広い労働力の確保と県内就職の促進

(改善の方向性)

- 1 幅広い人材の育成や活用を推進するための環境づくり
- 2 高校生や大学生の県内就職を促進するためのインセンティブの導入
- 3 U・Iターン人材情報システム登録者の求職活動を促進するための環境づくり

○ 新たな観光客の獲得

【背景（課題）】

- ・ 本県の大きな強みである「食」を前面に打ち出した観光キャンペーン「リョーマの休日～高知家の食卓～」を展開
- ・ じゃらん「宿泊旅行調査2014」において「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」全国第1位
- ・ 訪れた観光客からの「食」の評価は高いものの、一般的には本県「食」のブランド力はまだ低い。
〔 例 「地域ブランド戦略サーベイ2013」(日経リサーチ) 名産品ブランド力(PQ)評価 〕
ご当地料理部門 鰹のタタキ 15位
- ・ 他県の観光政策においても地元の「食」を売りにしているところも多いため、さらなる差別化が必要

バージョンアップ
のポイント



◆ 高知の「食」の徹底したプロモーション

（改善の方向性）

- ① 高知の食の素晴らしさを伝えるプロモーション戦略の展開
〔 例 食へのこだわり(生産者・事業者・飲食店のこだわり)、伝統的食文化、食に携わる「高知家」の家族の顔が見える展開、ストーリー性を持たせるなど新たな視点による情報発信 〕
- ② 高知家プロモーションとの一体化による露出強化（キーコンセプトとビジュアルの共有）
- ③ 旅行会社とタイアップした「食」と「食に絡む体験」を組み合わせた旅行商品づくりの強化

○ 国際観光の推進

【背景（課題）】

- ・ 2019年ラグビーW杯、2020年東京オリンピック、パラリンピック開催を見据えた外国人観光客のニーズが高い観光拠点、観光施設の整備
- ・ 海外から本県へのアクセスルートが少ない
- ・ 民間と連携した外国人観光客の受入態勢の充実が必要



バージョンアップ
のポイント

◆東京オリンピック、パラリンピック開催を追い風とした国際観光の加速化

（改善の方向性）

- ①官民が協力した「高知家流おもてなし」プロジェクトの強化
- ②世界に通用する観光素材のプロモーションの強化（よさこい、室戸世界ジオパーク、サイクリングなど）
- ③国内ハブ空港からのアクセシビリティの向上や外国大型クルーズ客船による誘客の拡大
- ④外国人観光客の受入態勢整備の加速化（外国人向け消費税免税店の拡大、Wi-Fi環境整備、外国大型クルーズ船寄港時の対応）

○ 広域観光組織の機能強化

【背景（課題）】

- ・広域観光組織の必要性は認識されているが、その役割・機能や他の組織（市町村・市町村観光協会・商工会など）との役割分担が明確になっていない。

（広域観光組織に求められる機能

①企画統括機能（マーケティング・事業計画づくり・市町村との調整） ②情報発信機能

③旅行商品取扱機能 ④人材育成機能など

- ・一部の機能しか発揮されていない。（旅行会社のセールスはできているが、情報発信が不十分＝ステップアップのための中期的な事業計画が必要）

- ・求められる機能を発揮するための人材・財源が十分ではない。

バージョンアップ
のポイント



◆各地域に根ざした広域観光組織の構築

（改善の方向性）

- ①各地域の広域観光組織のあるべき姿と関係団体等との役割分担の整理
・各市町村、市町村観光協会との徹底した意思の疎通と目標の共有化
- ②各広域観光組織の（中長期的な）事業計画策定、実践への支援

○ 外商戦略のNEXT STAGEへの進化

【背景】

- ・ 地産外商戦略の展開により、商品のレベルや各企業の商談スキルは大きく向上してきた
- ・ 県内企業30社へのヒアリングでは、今後1~2年の受注見込みを「増加」と予測する企業が6割超

（課題）

- ・ 商品力があっても、事業規模が小さいため、継続的な「営業活動」が不十分な企業が多い
- ・ 商品が採用されても、生産体制が十分でないため「生産量」に限界がある



今後、より大きな成長に繋げていくためには、生産体制や品質（衛生）管理、人材育成など、企業の総合力を高めていく必要がある



バージョンアップ
のポイント

◆ 「企業」の成長をトータルサポートするための支援の内容と体制の強化

（改善の方向性）

- これまでの地産外商戦略をベースに、引き続きしっかりと地産外商活動を支援
- 高知県の食品産業のけん引役（例 3つの企業群）の成長を総合的にサポート
- 各企業が、次のステージ（設備投資、人材育成、物流の見直し、衛生管理のレベルアップ等）に踏み出すためにはトータルの支援が必要であり、企業の成長戦略も含めてサポートしていくための支援内容と体制を強化
 - ・ 各企業の事業計画等に応じた、設備投資を伴う生産・販売拡大をトータルにサポート
 - ・ 地産地消・外商課、地産外商公社、商工労働部、産業振興センター、金融機関等の相互連携

○ 外商戦略のNEXT STAGEへの進化（参考資料）

本県食品産業全体の
ステージアップへ！

高知県をけん引する
トップ企業群
【約20社】

EX：売上10億円～ 従業員50名～

・県内のコアとなる企業間や卸事業者との連携を図り、それぞれの強みやネットワークを活用し、さらなる外商活動の推進につなげる

定番の拡大を目指す
外商企業群
【約120社】

EX：売上5千万円～10億円
従業員10名～50名

・マーケットイン型商品開発支援や地域産品商談会を拡充し、マッチングを支援
・大手卸事業者との連携強化

地域内流通から外商への
発展企業群
【約200社】

EX：売上～5千万円 従業員～10名

・「外商のフィールドでの事業展開（商談会等）」から「販売を伸ばし、外商の定着」を支援

これまでの戦略をベースに、外商に積極的に取り組む事業者を広く、しっかりと支援

バージョンアップ
のポイント

成長を総合的にサポート
高知県の食品産業のけん引役（例 3つの企業群）の

企業群①
高知県を牽引するトップ企業群

- 設備投資を伴う生産及び販売拡大への支援
- 経営革新の取組への支援
- 企業戦略（業態別・エリア別）に沿った販路開拓への支援

企業群②

企業間連携・ネットワーク強化に取り組む企業群

- 事業協同組合など、中小企業者の連携を支援
- 企業間で連携して取り組む「経営の近代化・合理化」「経済的地位の向上」等への支援

企業群③

6次産業化及び地産外商の推進に関する協定

- パートナー企業と商品開発・加工機能の強化に取り組む県内事業者をサポート
- パートナー企業と6次産業の一体的な展開を進める県内事業者をサポート

すそ野の広がりへ！

○ 貿易のさらなる振興

【背景】

- ・ 食料品輸出額3億円（当初の2億円を上方修正）を目指した取り組みは、順調に推移
- ・ 基幹品目であるユズを中心に、さらなる輸出の拡大が期待される

（課題）

- ・ 成果の見え始めた貿易振興の取り組みを、県経済へより大きなインパクトをもたらすものにするためには、食料品以外の分野も含めて海外展開の戦略を共有し、官民の支援機関が一体的に支援する仕組みの構築が必要

- これまでの取り組みをベースに、官民の支援機関が連携した海外展開を支援するための「高知県海外ビジネス支援機関連絡会」を設立（平成26年6月）



**バージョンアップ
のポイント**

◆ 県内事業者のさらなる海外展開のための支援体制の強化

（改善の方向性）

- 今後の輸出戦略（品目別、国別等）を策定するとともに、その実施に必要な支援メニュー・支援体制を強化

県において県内事業者400社（食品・機械・製紙等）に対して「海外に向けた販路拡大等に関するアンケート」を実施し、その結果を基に、「高知県のさらなる海外展開のための戦略」を官民の支援機関とともに策定

○ 土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）のさらなる充実

【背景（課題）その1】

- ・受講生のさらなる増加
毎年延べ1,600名程度の参加があるが、受講いただきたい方はまだまだ多い。
(H26定員2,060名、県内の企業数8,464社、常用雇用者数114,722人；H24経済センサス)
さらに多くの方に学びの必要性、ビジネスに関する知識を持つことの優位性を認識いただき、それらの知識が土佐MBAでどのように修得できるか、講義レベルに応じたターゲット受講者を明確にし、周知する必要がある。
- ・基礎編の専門コースで学んだ知識や理論をより実践的に自社のビジネスに定着させ具体的な業績向上につなげるためのステップが欠けている。
- ・応用・実践編の講義により各事業者の新商品開発や経営改善が進んでいるが、地域経済を牽引して全国的・グローバルな展開を図ろうとする人材を育成する必要がある。

バージョンアップ
のポイント1



◆ 学びの動機付けと、実践力をより強化するためのカリキュラム体系の再構築

（改善の方向性）

- ①「ガイダンス・イントロダクション」
ガイダンス講義を「ガイダンス・イントロダクション」として独立、拡大し、動機づけの機能を強化
→ビジネスに関する知識を持つことの優位性を知り、学びの意欲を引き出す機会とし、それらの知識が土佐MBAのカリキュラムでどのように修得できるか周知する。
- ②基礎編と連動した専門コースを応用編に創設
基礎編の核となる「商品企画」、「経営・マーケティング」、「財務会計」の各コースについて、自社の事業を落とし込んだ計画作成や財務分析を行い、具体的な経営改善、経営革新につなげるための少人数によるゼミ形式の講義を新たに設置。
- ③MBAアドバンス人材養成事業（仮）の創設
高知を拠点に全国的あるいはグローバルな活動を行う人材を育成するための「MBAアドバンス人材養成事業（仮）」を創設。

○ 土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）のさらなる充実（つづき）

【背景（課題）その2】

- ・各実施機関が連携協力して相乗効果を発揮し、高知県全体として産業人材の育成を効率的、効果的に行っていくための情報の集約と発信が必要

バージョンアップ
のポイント2



◆全国一学びの機会が多い「県」を目指し、 各機関が実施するビジネス研修と一体的な広報の実施

（改善の方向性）

市町村や経済団体等、各機関が実施するビジネス研修メニューの情報を一元化し、学びの機会について一体的に発信することにより、事業者の計画的、効率的な学びを促進。

【背景（課題）その3】

- ・事業活動のイノベーションを促進するために、受講生同士及び産学官民の交流促進による人的ネットワークのさらなる拡大が必要

バージョンアップ
のポイント3



◆交流機能の強化による人的ネットワークのさらなる拡大

（改善の方向性）

事業活動のイノベーションを促進するために、「土佐MBAワークショップ・異業種交流会」を定例メニュー化し、受講生同士や産学官民の交流を促進し、人的ネットワークをさらに拡大。

土佐MBA カリキュラム体系の再構築(案)

