

# 第2期産業振興計画 産業成長戦略(専門分野)の実行3年半の取り組みの総括(参考資料)

---

## ～目次～

### 【専門分野】

農業分野	1
林業分野	14
水産業分野	19
商工業分野	34
観光分野	49

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

柱1. 本県農産物の高付加価値化  
1 まとまりのある園芸産地総合支援

### ○「学び教えあう場」の強化

#### 【目標】

- ◆学び教えあう場  
H23年度:181ヶ所  
→ H27年度:190ヶ所

#### 【目標】

- ◆生産出荷計画の実現(数量の平成23園芸年度比5%の増加)
- [野菜] H23園芸年度: 960百t  
→H27園芸年度: 1,000百t
- [果実] H23園芸年度: 70百t  
→H27園芸年度: 73百t
- [花き] H23園芸年度: 4,100万本  
→H27園芸年度: 4,300万本

### ○次世代型こうち新設園芸システムの普及推進

- ◆炭酸ガス発生機導入面積  
H25年12月30ha→H27年12月169ha

### ■まとまりによる農業生産技術のレベルアップ

- ・篤農家ほ場を学び教えあう場として設定し、技術移転や生産・販売面で産地のまとまり形成を図った。

⇒

	H24年度	H25年度	H26年度	H23→H26
学び教えあう場の設置数	195カ所	205カ所	207カ所	+12カ所
参加農家数	4,950人	5,011人	5,065人	+115人
上記のうち収量目標を掲げた農家の目標達成率(%)	38.9%	48.9%	49.2%	+10.3%

⇒生産者交流会を開催H23年度:15品目、H24年度:15品目、H25年度:12品目、H26年度:9品目

### ■生産出荷指標・生産出荷計画の取り組み

- ・生産出荷指標、生産出荷計画を農業団体と県が共同策定し、県全体目標と地域目標のそれぞれを共有することで、その実現に向けた取り組みを実施。
- ・品目別戦略シート、行動計画シートを産地で作成し、目標を共有、課題解決へ向け進捗管理を実施(地域版:野菜18品目・48カ所、果樹7品目・14カ所、花き4品目・5カ所 県版:野菜10品目、果樹5品目、花き3品目)

	出荷数量	H23園芸年度(実績)	H24園芸年度(実績)	H25園芸年度(実績)	H26園芸年度(実績)	H23→H26
野菜	数量(百t)	960	894	944	937	▲23百t
果実	数量(百t)	70	74	73	69	▲1百t
花き	数量(万本)	4,100	3,880	3,790	3,620	▲480万本

【要因】天候不順による出荷数量の大幅な変動や、栽培面積の減少

### ■次世代型こうち新設園芸システムの普及

- ・野菜主要7品目について炭酸ガス施用技術実証を主産地で実施。  
⇒ 施用開始(11月)から4.5月までの期間において5~37%の収量アップを確認。
- ・次世代型ハウスの整備や、既存ハウスへの環境制御装置導入の支援(H26年9月補正)及び環境制御技術普及推進員の設置(H26年11月)により、環境制御技術の県域への普及を促進。  
⇒ 炭酸ガス発生機導入面積  
H24年12月17.9ha→H26年度末59.1ha



### 【総括】

- 学び教えあう場の取り組みにより、産地活動や産地間交流が活発になり、栽培技術の向上につながった。
- 【次のステージに向けた方向性】  
⇒環境制御技術に特化したグループ活動への支援

### 【総括】

- 農業団体単独で作成していた生産出荷指標・計画を県と共同策定し、目標を共有して、実現に向けた取り組みを実施。
- 【乗り越えるべき課題】  
・天候の影響を緩和し増収につなげる環境制御技術の普及
- 【次のステージに向けた方向性】  
⇒施設園芸全品目への環境制御技術の普及による増収

### 【総括】

- 野菜7品目で増収効果を確認し、技術の普及を推進。
- 【乗り越えるべき課題】  
・さらなる増収を目指した技術確立  
・技術の周知徹底
- 【次のステージに向けた方向性】  
⇒施設タイプや品目別に、より増収効果を目指した技術の確立、普及

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 1 まとまりのある園芸産地総合支援

#### ○園芸用ハウス面積の確保

- ◆事業支援による園芸用ハウスの新設及び再利用等の目標面積 60ha

#### ○園芸品目の総合戦略支援

##### 【目標】

- ◆ミョウガ:「水やけ症への対応」年間出荷量を維持し、需要期の出荷量を確保。
- ◆ユズの生産量  
H22～H23: 10,979t  
→H26～H27: 12,000t
- ◆ナス  
土佐鷹普及作付面積の増加  
H23: 30.6ha →H27: 83ha
- ◆ユリ類の市場販売額維持 (園芸年度)  
H23: 26億円 →H27: 26億円以上

#### ■園芸用ハウスの整備や改良の支援

- ・園芸用ハウスの規模拡大や既存ハウスの高度化による経営発展を目指す農業者の育成、新規就農者の確保のため、園芸用ハウスの整備や改良を支援し、園芸産地の維持、強化に努めた。
- ⇒ **受益者である農業者や、事業主体となるJA等のニーズの把握に努め、毎年度、制度の見直しを行うことで、63haの園芸用ハウスを整備**

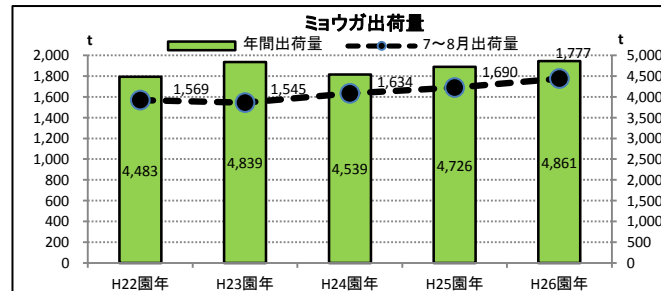
	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	24～27累計
ハウス整備面積(ha)	13.5	16.0	14.0	19.5	63.0

#### ■園芸品目の総合戦略支援

##### <ミョウガ>

- ・JA土佐くろしおで腐敗対策に関するPT会を組織し、花蕾の腐敗対策全般について実施。
- ・企業と県内産地が協同で、循環式排液処理装置の検討を行い、実用規模での排液処理実証機の現地実証により、機械の処理能力が一定確認された。

⇒



##### <ユズ>

- ・各産地の産地構造改革計画の策定・実践に対し、普及組織を中心に支援。
- ⇒ **生産量は9,948t～11,384tで推移。新植、改植が進み未成園も増えたことから、今後も生産量の増加が見込まれる。(H23作付面積: 777ha→H26作付面積: 806ha)**
- ・実需者ニーズに対応した搾汁施設の機能強化を支援し、果汁の安定供給体制が整備できた。
- ⇒ **HACCP(ゆず搾汁業)の取得 ～H23:3、H24:1、H25:2、H26:1施設、H27:1施設 計8施設**
- ⇒ **青果の海外販路開拓が実現(H26オランダ、924kg)**

##### <ナス>

- ・土佐鷹普及推進協議会を中心に課題の整理や対策の推進、新規及び経験の浅い生産者への重点指導等、面積拡大と反収の向上に取り組んできたが栽培面積は伸びなかった。

園芸年度	H23	H24	H25	H26	H27
土佐鷹の作付面積(ha)	24.3	29.2	26.7	26.9	23.8

[要因] 重油コストの負担増や経営環境が悪化する中、土佐鷹よりも、作りなれた品種が安心。

##### <ユリ>

- ・コスト削減の一環でヒートポンプの導入を支援 累計台数 H23:124台→H26:546台
- ・高知県リズファミリーを設立し、生産者による県域の交流、消費拡大への取組を開始
- ・H26園芸年度の販売額: 26億円

##### 【総括】

- 園芸用ハウス整備事業(H26年度まではレンタルハウス整備事業)や、次世代施設園芸モデル事業、国事業の活用により、ハウス整備が進んでいる。
- 【次のステージに向けた方向性】  
⇒ 施設園芸の生産基盤を強化するため、園芸用ハウスの整備への支援を継続。

##### 【総括】

- 各品目の課題解決を関係機関と連携し取り組んできた結果、出荷量や生産量の確保などに繋がっている。
- (ナス)重油高騰や経営環境の悪化などから、土佐鷹への移行が進まなかった。
- 【乗り越えるべき課題】  
・増収技術の確立  
・(ナス)産地の主力品種としての普及
- 【次のステージに向けた方向性】  
⇒ 担い手確保育成、技術確立・普及、消費宣伝の強化  
⇒ (ナス)産地のあるべき姿の構築

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 2 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

#### ○ IPM技術の全品目への普及を加速化

##### 【目標】

- ◆ IPM技術の普及(天敵の普及率)
- 施設ナス  
H23年度:62%→H27年度:90%
- 施設キュウリ  
H23年度:15%→H27年度:60%
- 施設ニラ  
H23年度:0%→H27年度:5%
- 施設カンキツ  
H23年度:2%→H27年度:40%



タバコカスミ

#### ■ IPM技術について全品目への加速化のための、技術確立と普及

・各地域での実証展示ほの設置やIPM技術検討会等の開催、品目毎のIPM技術の確立や、指導マニュアルの作成、土着天敵の活用などを進めることで、IPM技術の取組品目の拡大と県内全域への普及を加速化。

⇒ **野菜類、果樹類で天敵導入面積が着実に増加。施設ナス、施設ピーマン類・シシトウは、ほぼ全面積で天敵を導入。土着天敵の利用が増加。土着天敵利用により、農薬費および防除に係る労働時間を大幅に削減。**

天敵(市販+土着)導入面積率(%) (H23~26)

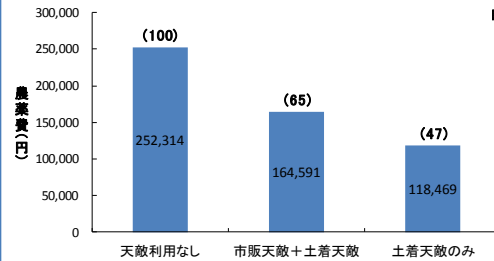
	H23	H24	H25	H26	目標値	達成率
施設ナス類	62	77	94	97	90	108
施設キュウリ	15	17	17	24	60	41
施設ニラ	0	0	2	8	4	193
施設カンキツ	2	3	3	6	40	15
施設ピーマン類・シシトウ	86	91	92	95	-	-

土着天敵温存ハウス(増殖)利用の状況(H23~26)

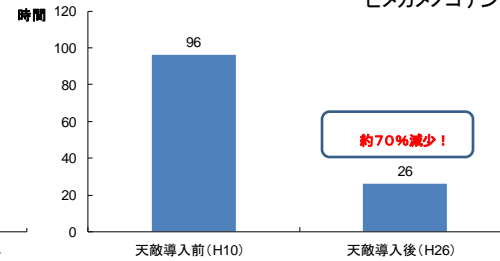
	H23	H24	H25	H26	対比(%) (H26/H23)
温存ハウス(増殖)面積(a)	87	89	103	144	166
土着天敵利用農家戸数	239	260	303	344	144
土着天敵利用ハウス面積(a)	6,489	7,224	7,693	8,425	130



ヒメカメノコテントウ



10aあたりの農業費(ナス)  
( )内の値は対「天敵利用なし」比を示す。



10aあたりの防除時間(ナス)

約70%減少!

#### 【総括】

- 世界的にもまれな技術である土着天敵を活用したIPM技術体系の構築や、実証ほでのIPM技術の検討等により、IPM技術に取り組む品目が拡大した。
- 安全・安心な農産物の安定生産と、環境への負荷を軽減した持続可能な農業生産の実現につながっている。

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・天敵だけでなく品目に応じた各種対策を取り入れた(本来の)IPM技術の普及拡大【次のステージに向けた方向性】
- ⇒ 露地作物におけるIPM技術および病害を対象としたIPM技術の開発と普及

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 2 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

#### OGAPの活用

##### 【目標】

- ◆高知県版GAP生産者版実践農家 69% (H23.3月末) →100%(H27)

#### ○オランダウェストラント市-高知友好園芸農業協定を活かした環境保全型農業の推進

##### 【目標】

- ◆交流事業  
年間事業開催数 訪問団 1回  
技術交流セミナー 2回



#### ○新施設園芸システムの構築

##### 【目標】

- ◆普及に移せる新技術の確立  
施設内環境制御を利用した栽培技術の普及(ピーマン)
- ◆現地高軒高ハウスでの新技術を利用した栽培の開始 他



#### ■GAPを活用した各種取組の充実・信頼性の向上

- ・GAPの効果を高めるため、地域や品目毎に実状・課題に直結した地域版・品目版点検シート
- の改善と普及・拡大に努めた。
- ・また、ウォッチャー制度の活用や、県内での研修会開催・国段階研修等への派遣等を通じた指導者のスキル向上を通じ、PDCAサイクルの定着を図った。

⇒ 高知県版GAP生産者版実践農家 H23:69% →H26:75%  
集出荷場版実践JA H23:9JA →H26:9JA



#### ■友好園芸農業協定(H21.11)に基づく活動を通じた、オランダからの情報や技術の導入により、本県の環境保全型農業の推進を加速化

##### 友好交流訪問団派遣 (名)

年度	21	22	23	24	25	26	27
短期訪問	44	32	25	28	21	26	27

##### 技術交流セミナー (名)

年度	24	25	26	27
参加者	147	146	155	150

##### オランダ技術者による研修会 (名)

年度	25	26	27
参加者	217	301	450

#### ■新施設園芸技術の確立に向けた研究開発

- ・大学、民間企業等で構成する「こち新施設園芸システム研究会」(H27～新施設園芸技術研究会に名称変更)による開発、普及支援を実施
- ⇒ 施設内環境制御を利用した栽培技術の普及(ピーマン) 1, 372a(H26)
- ⇒ 高軒高ハウスでのパプリカにおいて、ハイワイヤー栽培、オランダ型温度管理、炭酸ガス施用、循環型養液栽培の組み合わせにより収量倍増を確認。
- ⇒ ナス(57%増)、キュウリ(倍増)、ミョウガ(15%増)での炭酸ガス施用効果を確認。
- ⇒ ヒートポンプを利用した夜冷栽培によって、高温期定植のオリエンタル系ユリの品質向上を確認。
- ⇒ ミョウガ:LED電球による電照栽培技術を確立。
- ⇒ トルコギキョウ:出荷時期別LED電球利用技術を確立。
- ⇒ ニラ:炭酸ガス施用と電照による増収を確認
- ⇒ 既存品種よりも収量性に優れる系統がナス3、ピーマン5系統得られた。

#### 【総括】

- 研修会・講習会の開催、GAP取組事例報告書による指導者間での共有により、関係者へのGAP実践の必要性及びPDCAサイクルの手法についての理解度は向上している。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・県内生産者・JA等出荷場関係者への更なる理解促進(GAP未実施の生産者・JAへの拡大)
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒GAP導入による産地レベル向上(GAP未実施の生産者・JAの意識改善に向けたはたらきかけ)

#### 【総括】

- オランダとの交流を契機に平成23年度から「こち新施設園芸システム」の研究開発が始まり、さらに次世代施設園芸団地の導入にもつながるなど、交流の成果が次のステップに進みつつある。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・新技術が速やかに県内全域へ普及するなど、効果的な交流活動の実施。
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒オランダとの交流で得た知識や人脈などを更に効果的に活用できる仕組みが必要。

#### 【総括】

- 本県主要野菜において、炭酸ガス濃度、湿度、温度等の環境を管理することで既存型ハウスでも大きな増収効果が得られることが明らかになった。
- 高軒高ハウスにおいても、パプリカでは環境制御技術を組み合わせることで、高収量を得られることが明らかとなった。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・経済性の評価も加味した上での、得られた基礎技術の成果の速やかな普及
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒これまで取り組んできた炭酸ガス施用や温湿度制御に加え、光利用効率の向上や補光技術等の技術開発により、一層の増収を目指す。

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 3 流通・販売の支援強化

#### ○流通・販売の強化に向けた支援

##### 【目標】

◆パートナー量販店との信頼関係が深まり、産地から量販店までのサプライチェーンが構築されている



青果フェア

◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている。  
※新規取引件数  
5件/年



産地取材



産地取材(試食会)

#### ■量販店とのパートナーシップの強化

- ・産地訪問やセールスプロモーション活動実施により、販売担当者への本県の取組みに対する理解が深まった。高知のエコ野菜に対する理解とパートナー量販店からの信頼を受けることができたため、新しいエリアでの新規パートナー店の出現や基幹店舗、高知青果フェア開催回数の増加につながった。
- ・パートナー量販店  
 関東: 東急ストア(H21年度～)、セイミヤ(H21年度～)、富士シティオ(H24年度～)  
 関西: 阪急阪神百貨店(H22～)  
 中京: ユニー、ヤマナカ(H26年度～)、東北: いたがき(H25年度～)、みやぎ生協(H26年度～)
- ・パートナー量販店での高知青果フェアの開催状況等

	H23	H24	H25	H26
パートナー量販店数	5	4	5	8
〃 基幹店舗数	16	18	21	24
高知青果フェア開催数	53	35	53	79
常設コーナー数	4	6	5	5
産地招へい回数	2	3	5	4
セールスプロモーション数	—	3	3	8

#### ■中食・外食等との業務需要の開拓

- ・中食、外食等の業務需要を開拓するため、流通関係者と連携した営業活動や商談会等への出席を通じて、本県の園芸品目の紹介や実需者ニーズに沿った商品開発等に取り組んだ。

##### ⇒ 食材提案

	H23	H24	H25
食材提案件数	15	20	22
成約件数(メニュー化含む)	4	13	8

※H26年度から卸売会社との委託契約による業務需要開拓を実施

##### (主な事例)

- ・H23 イタリアン料理の店やホテルなどでのメニュー化(トマト、ハスイモ、ナスなど)
- ・H24 「アグリフード」、「うどん・そば産業展」でゆず果汁をPR → 成約2件
- ・H25 レストランなど15か所で開催限定メニュー化(ハスイモ、ナス、フルーツトマトなど)

##### ⇒ 卸売会社との委託業務

	H26
卸売会社との委託業務契約数	3
委託契約金額(実績) (単位:円)	8,568,415
新規開拓先件数(量販店)	6
〃 (中食、外食)	2
売上額 (単位:円)	46,416,700

※売上額には、WEB販売やイベント開催等による売り上げも含む

#### 【総括】

- 産地招へい、セールスプロモーション等の取り組みにより、量販店との信頼関係が深まり、消費者への産地情報発信力が強化された。
- また、中京、東北エリアで新パートナー量販店が追加され、本県の園芸品目の販売体制の強化につながっている。

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・パートナー量販店のニーズに応じた商材提案

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒パートナー店との関係をより強固なものにするため、県外事務所や園芸連と連携し、パートナー量販店が求める商品づくりやフェア開催店舗数の増加により、本県の園芸品目のPRに力をいれていく。

#### 【総括】

- 展示商談会等での食材提案や卸売会社への業務委託を通じて、高知野菜のメニュー化等が実現しており、効果的な営業活動につながっている。

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・プロポーザルによる単年度の委託契約のため、事業内容の継続性の確保
- ・卸売会社との関係強化

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒引き続き卸売会社との関係を強固なものとし、卸売会社との連携による業務需要の開拓を推進する。

項目

対策等

具体的な成果等

総括、次のステージに向けた方向性等

3 流通・販売の支援強化

○流通・販売の強化に向けた支援

【目標】

- ◆顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通販売体制が構築されている。
- ◆新たな流通体制による県産青果物の地産外商が増加。



こだわり青果市展示会

- ◆県産花きの認知度向上による県産花きの販売額の維持  
花き農業産出額：H23 68億円



高知の花 展示商談会



花育体験授業

■顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築

・県立農業大学校やJA馬路村、県内の直販所との連携により、新たな出荷・流通販売への取り組みを始めており、平成27年度から宅配業者と園芸連との間で、ダイレクト販売の施行にむけて、互いにメリットのある形でのシステム検討を重ねている。

- ・H24 東京青果を通じて都内店舗との取引実施  
府内量販店における直販所の品目の取引開始を調整
- ・H25～ ゆず加工品と青果物の詰め合わせ商品のテスト販売開始  
県立農業大学校と九州屋渋谷ヒカリエ店との取引開始  
県内直販所とライフコーポレーション(関西)との取引開始

・県内のこだわり青果物の生産者等と都市圏の飲食店等との商談会を開催し、栽培方法や品種などにこだわった県産青果物の販路開拓・拡大に取り組んでいる。

⇒ こだわり青果市展示会

	H24	H25	H26
展示会開催回数	2	2	3
ブラッシュアップ開催回数	3	3	3
出展者数	33	45	64
来場社数	129	261	1033
成約件数	45	53	55

※H24 東京2回、H25は東京1、大阪1、H26は東京1、大阪1、高知1

・「高知家の野菜・くだもの応援の店」制度の創設(H27.1月)

⇒ 看板配布20店(H26年度)

■花きの販売PR強化

・高知フラワーアドバイザーから、生産者に対し、実需者ニーズや他産地の取り組み情報や販売促進活動のアドバイスを行っていただき、県外での商談会活動に役立てた。

(商談会開催：開催場所 H25,H26 東京)

H25年度：

平成26年1月27日開催 出展者13団体21事業者、来場者200名 ⇒ 商談成立27件

H26年度：

平成27年1月26日開催、出展者12団体22事業者、来場者186名、 ⇒ 商談成立34件

・国産花きイノベーション推進事業の事業実施主体として新需要マーケティング協議会花き専門部会が発足し(26年4月)、消費者に対し、「高知の花」のPRを行った。

・花育体験授業 12校、464人

・大消費地での展示会(H26年11月22～23日 東京都二子玉川)、認知度アンケートの実施：164人

・「高知やさい・くだもの・花フェスタ」でのユリ人気度コンテスト：票者数552人

【総括】

○産地と顧客をつなぐ新たな取引の構築のため、消費者へのダイレクト販売を目的としたネット販売サイト「龍馬マルシェ」を平成27年4月運用開始した。今後、消費者向けの商品開発及び掲載商品のラインナップの充実を図る。

○こだわり青果市の開催等により、成約件数もあがっており、こだわり青果物の生産者の売り込み意欲も高まってきている。

【乗り越えるべき課題】

- ・飲食店へのダイレクト販売システムの構築、飲食店が求める商品づくり
- ・あらたな来場者の発掘

【次のステージに向けた方向性】

- ⇒産地と顧客をつなぐため、直接受発注システムや支払、販売システムを構築する。
- ⇒飲食店のニーズを把握した商品開発や商品のラインナップの充実を図る。
- ⇒生産者にとって新たな販路開拓につながるマッチングの場を設定していく。

【総括】

○商談会参加までの準備や販売PR方法など商談会の具体的な活用方法をフラワーアドバイザーからアドバイスいただき、県外での積極的なアピールにつながっている。

【乗り越えるべき課題】

- ・高知県産花きの認知度の向上
- ・実需者ニーズの把握
- ・生活の中に花を取り入れていただくための啓発活動

【次のステージに向けた方向性】

- ⇒商談会など県内外イベントにおいて、引き続き県産花き紹介及び実需者からのニーズ把握を行う。
- ⇒国産花きイノベーション事業を活用し、花育事業や展示会を実施し、花の需要拡大及び花文化の振興を図っていく。

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 4 品目別 総合戦略 (米)

#### ○高品質安定生産

##### 【目標】

- ◆水稲うるち玄米1等米比率  
H22年: 14.4%  
→ H27年: 30%以上

#### ○地域ブランド米の育成

##### 【目標】

- ◆ブランド化支援組織数  
H22年: 2組織  
→ H27年: 7組織

#### ○水田農業の担い手となる稲作経営体の育成

##### 【目標】

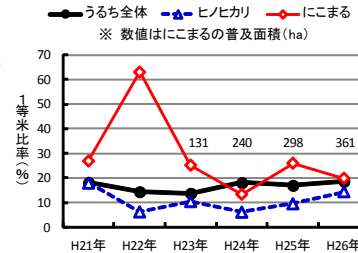
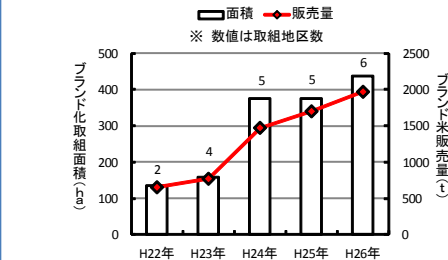
- ◆水稲作付面積10ha以上の経営体数  
H22年: 21経営体  
→ H27年: 50経営体
- ◆非主食用米作付面積  
H25年: 399ha  
→ H27年: 1,000ha

#### ■高品質安定生産の取り組み

- ・高温耐性品種「にこまる」を県奨励品種として採用し、H26年の同品種の作付面積は361haに拡大した。
- ・1等米比率低下の要因となっている白未熟粒の発生を軽減させる長期溶出型緩効性肥料を選定し、普及を推進した。  
⇒ **うるち玄米の1等米比率はわずかではあるが向上した**  
**H22年: 14.4% → H26年: 18.7%**
- ・本県で育成した早期栽培用高温耐性系統「関高IL1号」、「高育76号」の高温耐性が優れることを確認し、現地での試験栽培を実施中。  
白未熟粒割合「コシヒカリ」13.4% → 「関高IL1号」8.8%  
「コシヒカリ」18.2% → 「高育76号」12.2%

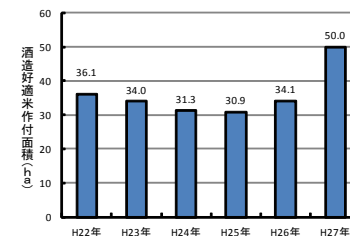
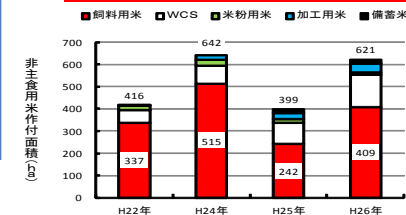
#### ■地域ブランド米の育成

- ・県育成品種「南国そだち」、新たな奨励品種「にこまる」を用いたブランド化が進展し、新たな販売先が確保された。
- ・こうち売れる米づくり産地育成事業により6組織(本山町ブランド化推進協議会、JA四万十、南国市こめ地産地消の会など)を支援し、ブランド化取組面積、販売量ともに増加した  
⇒ **H22年(2組織): 136ha、654t → H26年(6組織): 439ha、1,971t**



#### ■水田農業の担い手となる稲作経営体の育成

- ・現地実証ほを設置し、WCS用稲、飼料用米の有望品種(「夢あおば」等)を選定した。
- ・水稲生産部会、大規模稲作農家、JA等関係機関へ経営所得安定対策等制度を周知し、非主食用米への作付切替を支援した。  
⇒ **水稲作付面積10ha以上の経営体数 H22年: 21経営体 → H26: 29経営体**  
⇒ **非主食用米の作付面積 H25: 399ha → H26: 621ha → H27(見込) 1,300ha**
- ・酒米研究会の活動を通して、酒造好適米の作付拡大を推進。  
⇒ **作付面積 H22年: 36.1ha → H27(見込) 50.0ha**



#### 【総括】

- うるち玄米の1等米比率の向上が図られたものの、その程度は小さかった。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・新品種の育成、高品質生産技術の普及による1等米比率の向上
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒ にこまるの安定生産技術の確立  
早期栽培用高温耐性品種の採用  
長期溶出型緩効性肥料の普及

#### 【総括】

- 地域ブランド化の取組が活発となり、取組面積、販売量が大きく拡大した。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・地域ブランド化取組地区、取組面積の拡大と地産外消の推進
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒ 県産米ブランド化推進事業による地域ブランド化への継続支援(ブランド米の知名度向上、PR・販売促進活動)

#### 【総括】

- 低コスト省力生産技術の実証と情報提供など大規模経営への誘導を図ったが米価下落により規模拡大は進まなかった。
- H25年に比べて、非主食用米の作付面積は拡大しており、更なる面積増に向けて取り組みを推進する。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・収益性の高い酒米の高品質生産と系統外流通農家に対する非主食用米の推進
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒ 関係機関の連携を強化した非主食用米の作付推進  
⇒ 飼料用米専用品種の生産体制の整備  
⇒ 酒米研究会での生産指導による高品質米の生産と作付拡大



## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 4 品目別 総合戦略 (土佐茶)

#### ○土佐茶の消費・販路拡大活動の強化

##### 【目標】

◆仕上茶販売額のアップ  
H20 → H27 3倍へ



#### ○生産を維持する活動の強化

#### ■土佐茶の消費・販路拡大活動の強化

##### <県内>

- ・新茶まつり、土佐茶まつり、その他各種イベントでの土佐茶の試飲PR
- ・小学生を対象とした出前授業の開催
- ・土佐茶カフェ・産地と連携した土佐茶セミナー、茶摘みツアーの開催
- ・土佐茶サポーター養成講座の開催(高知・東京)

##### <県外>

- ・高知家プロモーションと連携した土佐茶のPR
- ・アグリフードEXPO、通販食品展示商談会等への出展
- ・まるごと高知を活用した商談会、土佐茶を語るinまるごと高知等の開催

- ・土佐茶を飲んでいただき、購入していただく場として設置された土佐茶カフェと連携した土佐茶の情報発信と販売促進

土佐茶カフェ来客数(来客数延べ27万人を突破)

H23	H24	H25	H26
7.2万人	6.3万人	5.8万人	6.2万人

- ・価格の安い荒茶へ付加価値をつけるための土佐茶への取り組み(H25~)

土佐炙り茶認定業者数

H25年:8事業者→H26年:11事業者

⇒ 仕上げ茶販売額のアップ

:H20:75百万円→H26:194百万円

#### ■生産を維持する活動の強化

- ・老朽化した県内の茶工場の再編・高度化の推進
- ・高樹齢による品質低下を改善するための台切り・改植の推進
- ・新たな業務需要が見込まれ、契約取引により高単価が見込まれるかぶせ茶の生産推進

⇒ 荒茶工場の整備

H24: JAコスモス茶工場改修実施

H25: JA高知はた茶工場改修実施

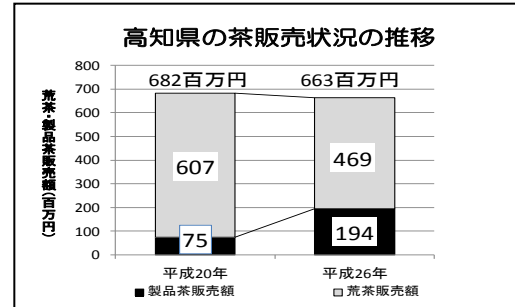
H27: JA津野山茶工場の高度化(予定)

・改植事業による台切りの実施

H23:0.6ha→H24:2.3ha→H25:1.3ha→H26:0.2ha

・かぶせ茶の生産

かぶせ茶栽培面積(H26から取組): H26:30a→H27:50a



#### 【総括】

○仕上茶販売額は増加した。

H20:75百万円→H26:194百万円

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・販売ターゲットが不明確
- ・新たな需要の開拓
- ・担い手不足の対応
- ・茶園の再生(台切りの推進)
- ・加工技術の継承

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒販売強化による「産地の維持・拡大」から「担い手の確保」の好循環を実現

#### ○販売体制の強化

- ・インショップ等での試飲販売による地消の強化
- ・高質量量販店を中心とした外商の強化

#### ○担い手の確保

- ・作業受託等の組織化の推進

#### ○産地の維持・拡大

- ・台切り等の普及による茶園の再生

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 4 品目別 総合戦略 (畜産の振興)

(肉用牛)  
○生産性向上や生産基盤強化への支援

#### 【目標】

◆土佐和牛飼養頭数(2月現在)  
平成23年 4,545頭  
↓  
平成28年 5,000頭

(土佐ジロー)

○生産・流通拡大への支援

#### 【目標】

◆土佐ジロー飼養羽数  
H22年度: 3万羽  
↓  
H27年度: 5万羽

(土佐はちきん地鶏)

○生産・流通拡大への支援

#### 【目標】

◆土佐はちきん地鶏生産羽数  
H22年度: 9万羽  
↓  
H27年度: 14万羽

#### ■受精卵移植による土佐あかうしの緊急増頭

・土佐あかうしの子牛を緊急的に増頭するため、乳牛への土佐あかうし授精卵の移植を促進  
⇒H26年度: 受胎36頭、うち11頭は出産済み



#### ■土佐和牛の繁殖雌牛の導入促進による生産基盤拡大

・土佐和牛(特に土佐あかうし)の繁殖雌牛(母牛)の導入に対する支援を実施  
⇒土佐和牛繁殖雌牛頭数の減少に歯止め

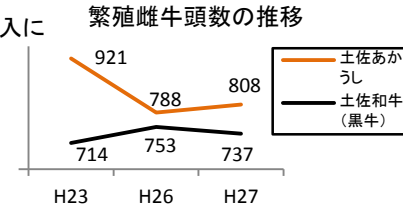
#### ■土佐あかうし畜産基地整備(土佐町、H27.3完成)

⇒土佐あかうしにおける400頭規模の増頭計画

#### ■土佐和牛飼養頭数(2月現在)

⇒平成23年 4,545頭 → 平成27年 4,057頭

【要因】土佐あかうしにおける高齢化や価格低迷による廃業や飼養頭数の減少、需要の高まり(H24年度以降)による繁殖用雌牛の食肉利用



#### ■生産基盤の拡大や品質向上の推進(種卵の安定供給体制の確立)

・土佐ジロー協会に対する生産技術指導(ふ化、卵質など)する技術指導  
・飼育農家を対象とした研修会の開催(20回)  
⇒土佐ジロー協会のふ卵施設におけるふ化率の向上 H23年度: 49.4% → H26年度: 61.6%

#### ■ブランド力の向上や販路の拡大

・土佐ジロー協会による県内外の商談会(11回)、量販店やまるごと高知での試食販売会(5回) 県内外のイベントに参加LPR(12回)、ジュニア博士出前授業に参加(13校、小学生482名)  
⇒新規取扱店舗の開拓(27店舗)

#### ■土佐ジロー飼養羽数(2月現在)

⇒平成22年: 3万羽 → 平成27年度: 24,146羽

【要因】大規模農家の生産拡大計画の中止(3戸、H23年度)やふ化率の低下による農家戸数の減少(H24年度以降)

#### ■大川村プロジェクト産業振興部会による生産、流通拡大への支援(H26年度～)

・出荷率の向上等、生産性向上への取組支援  
・レンタル畜産施設等整備事業による鶏舎整備への支援(H27年度)  
⇒鶏舎環境の改善、飼養管理技術の向上

出荷体重の増加 H25年度: 2.74kg → H26年度: 2.92kg

出荷率の向上 H25年度: 91.1% → H26年度: 94.6%

⇒鶏舎3棟の整備(H27年度)により、H29年度において年間12.5万羽出荷できる生産体制を確立

#### ■室戸市、土佐清水市での生産体制の確立(H26年度)

・技術指導や第2種鶏場の設置による雛供給体制の確立  
⇒室戸市、土佐清水市での合計1.4万羽出荷体制の確立

#### ■土佐はちきん地鶏振興協議会による県内外での販路拡大の取組による取扱店舗の開拓

・商談会(15回)、試食販売会(20回)、イベント参加(20回)、バイヤー等による産地視察(5回)  
⇒新規取扱店87店舗を開拓

#### ■土佐はちきん地鶏生産羽数

⇒平成22年度: 90,000羽 → 平成26年度: 60,550羽

【要因】配合飼料価格の高騰による生産中止や鶏舎環境の悪化等による生産性の低下により、生産羽数は大幅に減少

#### 【総括】

○土佐和牛繁殖雌牛頭数の減少に歯止めがかかり、特に供給不足となっている土佐あかうしの子牛の生産頭数の増加を図ることができた。

#### 【乗り越えるべき課題】

・現時点では土佐和牛の増頭には至っていない。

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒借腹牛(乳牛)を増頭し、受精卵移植による緊急増頭を強化するとともに、土佐あかうしの繁殖雌牛の保留を促進する。

#### 【総括】

○安定的な雛の供給体制が整備できたが、大規模農家の生産拡大計画の中止や、配合飼料価格の高騰、高齢化などによる飼育農家の減少により、目標の達成は厳しい。

#### 【乗り越えるべき課題】

・小規模農家の規模拡大  
・鶏卵の安定供給

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒自家施工する簡易鶏舎等への支援  
⇒春・秋卵の液卵処理による夏・冬の加工向け需要期における安定供給化  
⇒委託販売方式による鶏卵の安定出荷

#### 【総括】

○生産羽数は大幅に減少したが、大川村、室戸市、土佐清水市における生産計画では、H29年度に県内で14万羽の生産体制が確立予定。

#### 【乗り越えるべき課題】

・生産羽数の増加に対応した販路拡大  
・需要の低い食肉部位の有効利用や食鳥処理・加工施設がない。

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒他の地鶏との差別化に向けた肉質の優位性や生産へのこだわりの明確化  
⇒地産外商公社や(株)むらびと本舗等と連携した高質量量販店への販路拡大強化

⇒需要の低い食肉部位の加工品開発による高付加価値化



## 項目

## 対策等

### 2 6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり

#### ○6次産業化をリードする人材育成

##### 【目標】

- ◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成  
(6次産業化に取り組む組織数増加)

#### ○地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等)

##### 【目標】

- ◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加

#### ○生産者組織が消費者に農作業体験や食の体験の機会を提供する交流体験事業の実施

#### ○特産農畜産物等の食農教育

##### 【目標】

- ◆ジュニア博士の育成: 18,000人

## 具体的な成果等

#### ■6次産業化をリードする人材育成と6次産業化に取り組む事業者の育成

- ・六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を支援。  
H25年度からは、農業者の相談窓口である6次産業化サポートセンターを設置し、相談から総合化事業計画の策定支援及びフォローアップまで、事業者のニーズに応じた支援を実施。
- ・農業創造人材育成事業(農業創造セミナーの開催)による6次産業化の人材育成 (H23～)  
「入門コース」では、事業計画の立案に力点を置いた講座を開催。  
「応用コース」では具体的な商品開発や農家レストランの運営など、経営のノウハウや販売力を身につける講座を開催。

⇒ 総合化事業計画の認定事業者数 25事業者を認定

H23: 12事業者、H24: 5事業者、H25: 4事業者、H26: 4事業者

・農業創造セミナー受講生

H23: 11グループ・32名→H24: 9グループ・27名→H25: 15グループ・49名→H26: 18グループ・44名

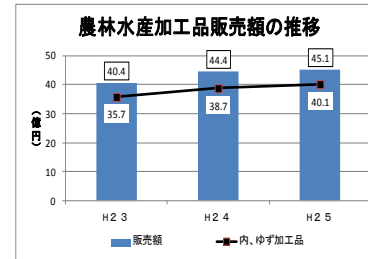
#### ■地域資源を生かした商品開発、販路拡大を支援

- ・直販所を販売拠点とした加工品開発を支援するためのアドバイザーを派遣。(H24～)
- ・国の6次産業化ネットワーク活動交付金を活用し、新商品開発や販路開拓等を支援。(H26～)
- ・生産者と食品加工事業者等とのマッチング支援のため、展示・相談会を実施。(H25～)

⇒ 加工品の販売額

H23: 41億円→H24: 40億円→H25: 44億円→H26: 45億円

・こだわり農産物展示・相談会におけるマッチング件数 H26: 15件



#### ■高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食育活動の推進

- ・特産農畜産物の出前授業を実施  
実施校数・市町村数 H23: 70校(17市町村) H24: 96校(17市町村)  
H25: 71校(17市町村) H26: 33校(17市町村)

⇒ ジュニア博士の育成 H23: 5,969人 → H26: 14,561人

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 【総括】

- 6次産業化の取組みに意欲ある生産者や団体に対して、アドバイザーによる助言、セミナー開催、補助事業によるソフト・ハードの支援等を実施した結果、地域資源の活用や加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られた。

### 【乗り越えるべき課題】

- ・個々の事業者が販売を拡大するためには、県域流通に対応できる生産管理と生産体制の整備が必要。

### 【次のステージに向けた方向性】

- ⇒ 6次産業に取り組むすそ野を広げる取組を実施するとともに、県域流通へステップアップさせ産業に育てる取組を実施する。

### 【総括】

- 農作業体験、出前授業等を通じ、農業への理解や県産農畜産物の魅力を伝えることができた。

### 【乗り越えるべき課題】

- ・農作業体験や食育活動の継続

### 【次のステージに向けた方向性】

- ⇒ 手法を見直しながら、体験学習や食育活動を継続する。

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

3 中山間に  
適した農産  
物等の生産  
(薬用作物の  
振興)

### ○薬用作物の生産拡大

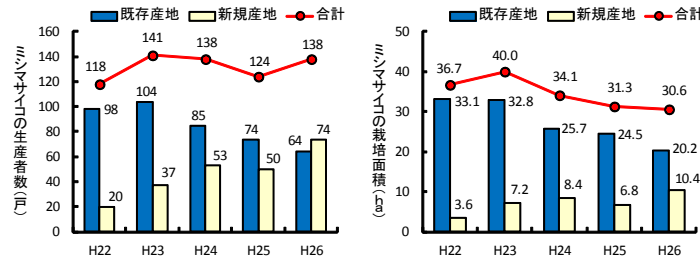
#### 【目標】

- ◆ミシマサイコの栽培面積  
37ha (H22年度)  
→ 60ha (H27年度)

### ■ミシマサイコの生産拡大

- ・安定生産技術の確立に向けた製薬会社との共同研究、普及での実証試験を実施し、発芽率の向上技術等を明らかにするとともに、農薬の新規登録に向けたデータ収集を行った。
  - ・試験成績等をもとに、栽培マニュアルを作成した。
  - ・製薬会社、生産者組織との連携体制を構築し、農業振興センター等によるミシマサイコの栽培指導を行った結果、発芽不良面積が減少した(H26:20%→H27:10%)。
  - ・生産者数は増加した(H22年:118戸→H26年:138戸)。
- ⇒ **栽培面積:H23年には増加したものの、その後減少した**  
**H22年:37ha → H26年:31ha**

【要因】既存産地:高齢化等により生産者数、栽培面積が減少  
新規産地:生産者の掘り起こしにより生産者数、栽培面積が増加



#### 播種前処理と発芽率

播種前処理	発芽率 (50日後、%)
24hr吸水+ 5°C5週間冷蔵	41.1
無処理	11.4

#### 播種時の被覆資材と発芽率

被覆資材	発芽率 (60日後、%)
バーク堆肥	41.7
バオバオ	32.3
無処理	13.0

#### 農薬の新規登録状況

薬剤名	種類	状況
フォース粒剤	殺虫	登録申請中
コテツフロアブル	殺虫	登録申請前
アミスターフロアブル	殺菌	データ収集中
ナブ乳剤	除草	試験計画中



本山町での新規栽培

### ■有望な薬用作物の検討

- ・定期的な関係機関連絡会(環境共生課、農業技術センター、農業担い手育成センター、牧野記念財団、環境農業推進課)を開催した。
  - ・アミガサユリ、イノコズチ等の実証栽培、適応性の評価を行ったが、収益性が低く普及には至らなかった。
  - ・有望品目として、県下4地区においてシャクヤクの試験栽培を開始した。
  - ・生産者と実需者とのマッチング支援
- ⇒ **日本漢方生薬製剤協会のマッチング事業により、高知県薬草連盟(栽培品目:マオウ等)が実需者の折衝先として選定された。**



シャクヤク



マオウ

### 【総括】

- 製薬会社との共同研究等により、安定生産につながる技術を明らかにし、栽培マニュアルを作成できた。
- 生産面積を拡大させることはできなかった。

### 【乗り越えるべき課題】

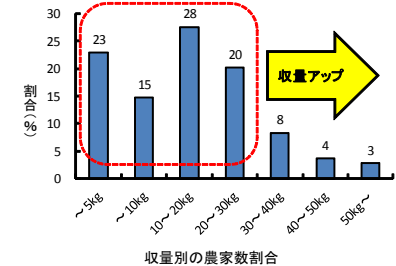
- ・安定生産技術の確立による収益性向上
- 【次のステージに向けた方向性】

#### ①収量アップ:

- 共同研究等の継続と栽培マニュアル(改訂)等による生産指導で収量増
- ⇒目標収量30kg/10a以上  
収量30kg以上達成農家50%以上

#### ②生産面積の拡大

- ・既存生産者の規模拡大
- ・新たな生産者の掘り起こし
- ・補完品目として導入(ショウガ生産者、夏秋野菜生産者、集落営農組織等)
- ⇒作業労力の軽減対策等の支援



### 【総括】

- 新たな薬用作物による生産者と実需者のマッチングが進んだ。

### 【乗り越えるべき課題】

- ・有望な薬用作物の選定
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒有望な薬用作物の実証栽培と評価の継続
- ⇒新規生産者(高知県薬草連盟等)への技術支援
- ⇒薬用作物栽培希望者への情報提供

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

柱3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化  
1 新規就農者の確保・育成

○U・Iターン就農者の確保

○実践研修への支援

○営農定着への支援

○農地の確保への支援

### 【目標】

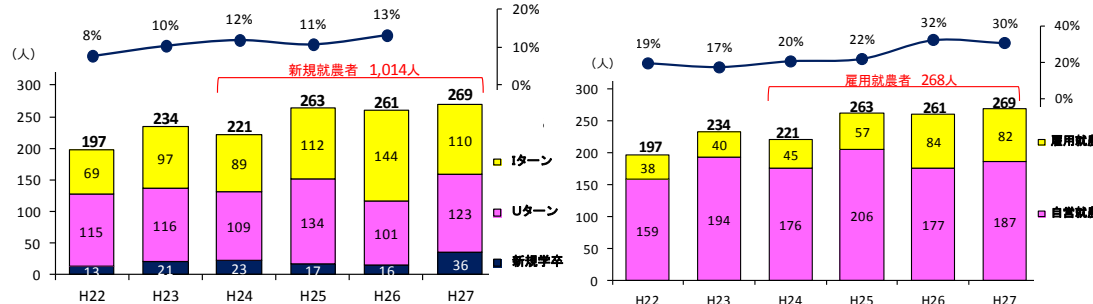
- ◆新規就農者数  
年間280人
- ◆指導農業士  
H23:49人 → H27:90人

### ■新規就農者の確保・育成に向けた取り組み

- ・PRから相談・技術習得・営農準備・経営の発展段階まで、それぞれの段階に応じた、きめ細かな支援を実施。（農業振興センター、市町村、JAなど）
- ・こうちアグリスクールや就農相談会により県内外の就農希望者を確保。
- ・農業担い手育成センターを整備(H26.4)し、就農希望者向け研修を充実。
- ・産地提案書策定による募集活動の実施(H26年度～)

- ⇒ H27:20の産地や地域が提案書を策定
- ⇒ 平成27年調査の新規就農者数は269人(速報値)となった。(H22:197人)
- ⇒ 各地域で新規就農者を受け入れ育成する指導農業士の数 H22:42人 → H26:108人

調査年	H22	H23	H24	H25	H26	H27
新規就農者数(人)	197	234	221	263	261	269
指導農業士	42	49	62	75	108	未確定



注) 新規学卒：農家出身で、学校卒業直後に就農した者  
Uターン：農家出身で、他産業を離職後実家で就農した者  
Iターン：非農家出身で就農した者、又は農家出身で実家とは別に農地の利用権取得し就農した者

### 【総括】

○新規就農者確保・育成対策の充実により、新規就農者は増加傾向。しかしながら、確保目標の280人に至っていないことから、更なる取り組みの強化が必要。

### 【乗り越えるべき課題】

- ・本県農業の維持発展に必要な担い手の確保
- ・担い手への農地の集積

### 【次のステージに向けた方向性】

- ⇒各品目ごとに必要な人数を明らかにしたうえで新規就農者確保目標を再設定
- ⇒企業の農業参入に対応した雇用就農者の確保・育成
- ⇒農地集積の加速化による地域の実情に即した新規就農者の確保育成と、地域農業の核となる企業の経営体の育成

### ■農地の確保への支援

- ・農地中間管理事業を開始(H26.4)し、担い手への農地集積を促進
- ⇒農地中間管理事業での担い手への貸付 13件(23.8ha) (うち新規就農者 1件(0.25ha))

### ■法人を志向する農家を法人化に誘導するための研修会や、既存法人の経営発展を目的とした研修会などを開催した。

⇒

	H23	H24	H25	H26
農地の権利を取得し農業経営を行う法人数	63	83	106	116

2 地域農業を担う経営体の育成

○法人経営体の育成

○法人経営体の組織化と経営発展への支援

### 【目標】

- ◆農地の権利を取得し農業経営を行う法人数  
H23: 63法人  
→ H27:140法人

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

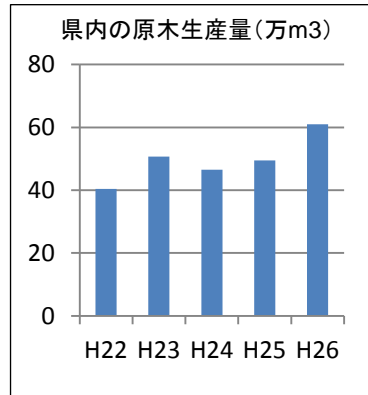
戦略の柱  
【1:原木生産の拡大】

間伐と皆伐を  
組み合わせ  
て増産

○生産性の向上と原木の増産

【目標】

◆森の工場の整備済み面積  
(H22:37,161ha  
→H27:69,800ha)



【目標】

◆森林経営計画の樹立面積  
(H23:0ha  
→ H27:155千ha)

【目標】

◆原木生産量  
(H22:40万4千m³  
→H27:72万m³)

■「森の工場」による森林の集約化と効率的な施業の推進

・森の工場の計画策定に向けた支援を実施するとともに、制度の説明・PRを実施

[森の工場の整備済み面積の推移(ha)]

H22	H23	H24	H25	H26	H27(6月末)
37,161	44,407	54,900	59,056	63,335	63,766

⇒整備済みの「森の工場」面積:63,766ha(H27.6末時点)

・基幹的な作業道の整備を支援し、森の工場の林内路網密度が県内全体と比較して高くなった  
(H25) 森の工場 41.6m/ha  
県内全体 29.7m/ha

■生産性の向上に向けた提案や新たな生産システムの普及等の実施

⇒①提案した手法を自主的に吟味し、より効果的な手法で取り組む事業者が出てきた  
②新たな生産システムを本格的に導入する事業者が生まれてきた

■「森林経営計画」の策定による集約化の促進

・提案型集約化施業を実践できる森林施業プランナー育成研修の実施

[研修終了者数]

H24	H25	H26	H27(見込)	累計
41名	17名	21名	10名	89名

⇒研修を受講したプランナーが森林経営計画の樹立等の集約化の取り組みを実施

・森林経営計画樹立に向けた制度の概要や支援事業についての説明会やヒアリングの実施

[森林経営計画の樹立面積]

H24	H25	H26	H27(見込)	合計
22,259ha	22,306ha	19,207ha	8,228ha	72,000ha

[県内の原木生産量]

H22	H23	H24	H25	H26
40万4千m³	50万7千m³	46万5千m³	49万5千m³	61万m³

⇒原木生産量が飛躍的に増加 H22:40万4千m³→H26:61万m³

【総括】

○集約化による事業地の確保は一定進んでいる。

【乗り越えるべき課題】

・建設業からの新規参入事業者などにおいて、森林情報の不足により集約化に苦心しているケースがある。

【次のステージに向けた方向性】

⇒森林GISなど県の保有する森林情報の積極的な活用や、国有林と連携した制度の検討等に取り組む。

【総括】

○県内全ての森林組合をはじめ42事業者等、計73団体で森林経営計画の策定に取り組んだが、目標面積には達成できない見込み。

【乗り越えるべき課題】

・比較的森林所有者の同意が取れやすい箇所から進めてきており、今後は森林所有者が小規模分散の傾向となり、集約化に多大な時間を要することが予想される。

【次のステージに向けた方向性】

⇒計画を樹立しているエリアの周辺への働きかけや、森林整備地域活動支援交付金のさらなる活用等取り組むが、目標樹立面積については見直しが必要。

## 項目

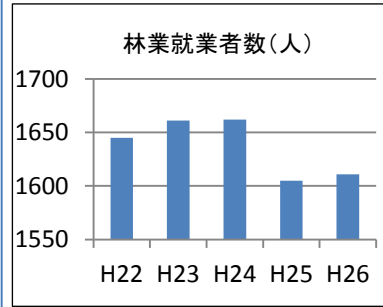
## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

間伐と皆伐を  
組み合わせ  
て増産

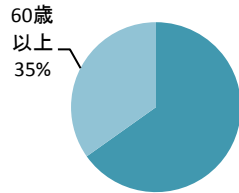
### ○事業者や担い手の育成



### 【目標】

◆林業の担い手数  
(H22:1,645人  
→ H27:1,732人)

### 林業就業者数のうち 60歳以上の割合(H25)



### ■林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保

- ・新規就業者職業紹介アドバイザーを設置し、雇用情報の収集や情報提供を実施
- ・就業相談会や林業体験教室など、就業希望者と林業事業者とのマッチングを図る取組を実施  
UIターン就職相談会への参加 H24:9回、H25:9回、H26:9回  
高校生を対象とした学校訪問及び研修の実施 延べ46校訪問、研修参加109人(H24~H26)  
林業事業者訪問:H24:延べ172社、H25:延べ181社、H26:延べ161社

#### [林業就業者数]

年度	H22	H23	H24	H25	H26(見込)
就業者数	1,645人	1,661人	1,662人	1,605人	1,611人

⇒林業の担い手数は、1,611人に減少

### ■林業学校等における人材の育成・確保

- ・平成27年4月に林業学校を開校し、即戦力となる人材を育成する基礎課程で15名が就学中
- ・平成30年4月には、高度な専門知識を有し、将来の高知県の核となる人材の育成まで幅広い人材を育成する「専攻課程」を開講予定
- ・原木生産に必要な知識と技術を習得する林業技術者養成研修を実施  
受講者数 H24:523名、H25:1,057名、H26:1,944名

#### [林業技術者養成研修の受講者数]

年度	H24	H25	H26	累計
受講者数	523人	1,057人	1,944人	3,524人

### ■自伐林家等による生産を促進

- ・副業型林家を育成するためのOJT研修を支援

#### [OJT研修の受講者数]

年度	H24	H25	H26	累計
受講者数	20人	11人	19人	50人

- ・小規模林業推進協議会を平成27年1月18日に設立し、小規模林業の実践者を組織化  
⇒**会員数:211名(H27.6未現在)**

### 【総括】

○林業就業者数は、他産業への流出の影響などから減少している。  
【乗り越えるべき課題】  
・林業就業者の高齢化や就労環境の整備が十分ではない。  
【次のステージに向けた方向性】  
⇒職業紹介アドバイザーによる雇用のマッチングを強化する。また、優良な林業事業者を選定し、労働改善の安定に向けた取組を行うことや、認定事業者数を増やすなど、全体のレベルアップを図っていく。

### 【総括】

○即戦力となる林業就業者を育成するため、平成27年4月に林業学校を開校した。  
【乗り越えるべき課題】  
・原木増産に応じた素材生産を行える人材の育成が急務。  
【次のステージに向けた方向性】  
⇒林業学校において、即戦力となる林業の担い手から、将来の高知県の核となる人材の育成まで、幅広い人材を育成していく。

### 【総括】

○担い手の裾野を広げるため、小規模林業の実践者を組織化した。  
【乗り越えるべき課題】  
・推進協議会の会員の技術レベルにバラツキがあり、段階に応じた支援策が必要。  
【次のステージに向けた方向性】  
⇒段階的な支援策の充実を図るとともに、施業地の集約化については、市町村との連携を強化していく。



## 項目

## 対策等

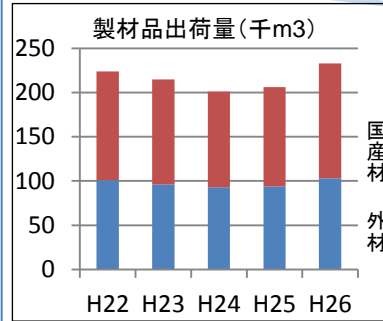
戦略の柱  
【2. 加工体制の強化】

品質の向上  
と加工量の  
増大

- 企業誘致等による大型加工施設の整備
- 県内加工事業体の生産力等の強化

### 【目標】

- ◆製材品の出荷量  
(H22: 22万4千m<sup>3</sup>  
→H27: 30万m<sup>3</sup>)



### ○高次加工施設の整備

## 具体的な成果等

### ■製材工場の施設整備の促進

- ・銘建工業(株)が主体となって整備した高知おおとよ製材が平成25年8月に稼働
- ・既存事業体による大型製材施設(CLT用ラミナ工場)を平成27年度に整備
- ・既存事業体の施設整備を支援し、製材品の増産及び品質の向上が図られた  
施設整備の実施: 延べ22社(H24~26)

### 【製材品出荷量】

H22	H23	H24	H25	H26
22万4千m <sup>3</sup>	21万5千m <sup>3</sup>	20万1千m <sup>3</sup>	20万6千m <sup>3</sup>	23万3千m <sup>3</sup>

⇒平成25年から製材品出荷量が増加に転じた H22:22万4千m<sup>3</sup> → H26:23万3千m<sup>3</sup>

### ■CLT(直交集成板)の推進

- ・CLTの普及に向けた「CLT建築推進協議会」の設立(H25.7.12)  
CLTの普及啓発(フォーラム、講演会、HP)  
担い手の育成(モデル建築物を活用した研修、技術講習会など)  
CLT建築への支援(課題解決への取り組み)
- ・CLTによる産業振興に向けた協力協定の締結(H27.1.19): 銘建工業×高知県
- ・CLT技術交流に関する覚書(H27.2.26): オーストリアグラーツ工科大学×県森林技術センター
- ・H26年3月に日本初のCLT建築物である高知おおとよ製材社員寮が完成
- ・H27年度は、CLTモデル建築物5棟のプロジェクトが進行中、うち4棟が年度内に完成予定
  - ①自治会館新庁舎(高知市)
  - ②県森連事務所(南国市)
  - ③窪津漁協事務所(土佐清水市)
  - ④県農業担い手育成センター長期研修用宿泊施設(四万十町)
  - ⑤高齢者福祉施設(土佐町)
- ・政策提言を実施する中、国は「CLTの普及に向けたロードマップ」をH26.11に公表し、H28年度早々にCLT建築に関する基準の整備を予定

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 【総括】

- 大型製材2工場を設置。製材品出荷量は平成25年から増加。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・販売力の強化。
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒大型製材工場ではフル稼働に向けた原木供給体制の整備や、計画的な増産・販売体制の強化に取り組む。
- 既存製材施設では、生産能力及び品質を高め競争力を強化する。

### 【総括】

- 国の「ロードマップ」が公開され、CLT建築に関する基準づくりや今後の方向性が明示された。本県では、CLT建築推進協議会の支援により、全国のフロントランナーとして、全国最多となるCLT建築物の建築が開始されるなど、CLTの普及が進みつつある。
- 【乗り越えるべき課題】
- ・CLTパネル工場の整備や更なるCLTの需要拡大。
- 【次のステージに向けた方向性】
- ⇒CLTパネル工場の整備に向け、継続した協議の実施や情報収集を強化していく。また、需要拡大に向け、中高層建築物への利用に向けた研究開発及び関連法令の整備等を促進。

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

戦略の柱  
【3. 流通・販売体制の確立】

地産地消・地産外商の推進

○流通の統合・効率化  
○販売力の強化【地産外商】

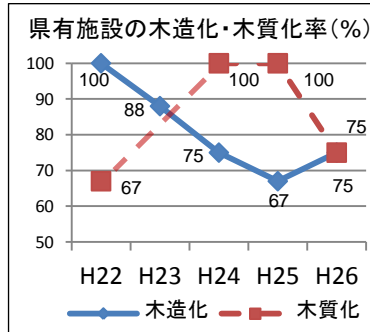
【目標】

◆県外の土佐材等の建築棟数  
(H22:45棟 →H27:150棟)

【目標】

◆JAS認定工場の製品出荷量に占めるJAS製品の割合が30%以上となっている  
(H22:21% →H27:30%以上)

○販売力の強化【地産地商】



【目標】

◆戸建て住宅の木造率が全国平均を上回っている

■土佐材流通促進協議会の外商活動(消費地・産地商談会、土佐材展示即売会)を支援

区分	H24	H25	H26	累計
消費地商談会	8回	8回	7回	23回
産地商談会	20回	19回	28回	67回
土佐材展示即売会	5回(942m3)	5回(790m3)	6回(2,087m3)	16回(3,819m3)

⇒消費地商談会や産地商談会で面談した工務店や設計士を土佐材パートナー企業に登録し、県外パートナー企業による土佐材等の建築棟数が増加 H22:45棟 → H26:119棟

区分	H24	H25	H26
建築棟数	87棟	112棟	119棟

■大消費地に流通拠点18か所(H27.8月末)を設置し、土佐材の出荷を推進

区分	H24	H25	H26
ロット	2,540m3	2,544m3	3,994m3
邸別	21棟	24棟	18棟

■新たな製材品販売窓口である(協)高知木材センターの外商活動を支援し、低コスト流通の検証や販路開拓のためのサンプル出荷を推進

⇒(協)高知木材センターの取扱量が増加

区分	H24	H25	H26
取扱量	3,733m3	5,554m3	9,427m3

H26: 内航船を使用した出荷1,043m3・製材品のサンプル出荷28社

■JAS認定の取得とJAS製材品の出荷を促進

⇒JAS認定工場のJAS製品の割合(量)が増加 H22:21%(14,203m3) → H26: 30%(22,257m3)

■県産材の利用促進

- ・県産材利用推進に向けた行動計画を改定し、内装木質化の考え方を整理(H27.4)
- ・県産材利用推進本部及び地域推進会議の開催により、県産木材利用の促進とPR

⇒県内全市町村において「木材利用推進方針」を策定(H24年度中)し、施設の木造・木質化に向けて取り組み中

- ・地盤改良丸太杭の実証試験を実施

⇒市庁舎の建て替え工事で地盤改良丸太杭を採用

■県産材を利用した木造住宅の建築促進

- ・こうち木の住まいづくり助成事業による支援の実施
- ・木と人出会い館を通じた木造住宅の相談・見学会を実施
- ・テレビ番組や木造住宅フェアを通じた木造住宅のPR

[戸建て住宅の木造率(%)]

	H22	H23	H24	H25	H26
高知県	86.0	86.2	88.2	89.1	90.4
全国	86.4	86.7	87.1	88.0	88.6

⇒県内の戸建木造率は、平成24年度から全国平均を上回る H26 高知:90.4% 全国88.6%

【総括】

○商談会や展示会を新たな顧客獲得に繋げ、一定の成果が上がっている。また、県外の流通拠点の設置が進み、土佐材の出荷量が増加。新たな製材品販売窓口の取扱量も増加している。

【乗り越えるべき課題】

・商談会の出席者が減少。また、面談後の後追い営業やきめ細かなフォローができない事業者が多い。

・事業者の連携等により、小規模事業者の集荷をとりまとめる仕組み作りが必要。

【次のステージに向けた方向性】

⇒商談会の新たな集客方法を検討、県内事業者の後追い営業等に対する支援の拡充を図る。事業者の共同による低コスト輸送体制を確立。また、輸出促進のため、海外の木材市況等の情報を収集する。

【総括】

○県産材利用推進に向けた行動計画を改定し、内装木質化の考え方を整理。県内の戸建木造率は、平成24年度より全国平均を上回った。

【乗り越えるべき課題】

・木材需要の拡大。

【次のステージに向けた方向性】

⇒低層非住宅建築物の木造化に向けて、新たな商品開発や木造建築に関する情報の提供などを行い、木造率の向上を図っていく。

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 戦略の柱

#### 【4. 木質バイオマス利用の拡大】

#### マテリアル+エネルギー利用の推進

#### ○木質バイオマスの利用拡大

##### 【目標】

◆木質バイオマス利用量  
(H21:22万7千トン  
→H27:40万3千トン)

#### ■施設園芸を中心とした木質バイオマスボイラーの導入

H24	H25	H26	計
28台	35台	46台	109台

・平成26年度末の県内導入累計台数:254台

#### ■木質ペレット供給体制の整備:県内6工場

◆県内2カ所において、木質バイオマス発電施設が稼働 ※いずれもフル稼働時の値  
(株)グリーン・エネルギー研究所 (送電規模5,800kw・木質バイオマス利用量93,000t)  
土佐グリーンパワー(株) (送電規模5,650kw・木質バイオマス利用量87,000t)

H21	H23	H24	H25	H26
22万7千トン	29万トン	29万3千トン	30万5千トン	35万6千トン

⇒木質バイオマス利用量が増加 H21:22万7千トン → H26:35万6千トン

#### ■白炭生産への支援

・地域アクションプランを中心に、市町村と連携した生産拡大に向けた支援を実施  
土佐備長炭の製炭窯の導入  
・全国備長炭会議(H26.3.19-20 室戸市)の開催による土佐備長炭の普及啓発  
・特用林産における新規就業者への研修の実施  
研修生17名(H24~27)

⇒白炭の生産量が増加 H22:674トン → H26:1,225トン

#### ■普及指導員による生産技術の普及

⇒原木マイタケの試験栽培を開始

#### ■再造林への支援

・低コスト育林指針を策定  
・種苗生産者が行うコンテナ苗の生産への支援や採種圃の整備を実施  
・市町村と連携して、再造林や獣害防止に対する支援を実施

#### ■保育間伐について、市町村広報誌の掲載などでPR

広報誌掲載 H24:19市町村 H25:20市町村 H26:25市町村  
⇒補助事業等を利用して3年間で1万haを超える保育間伐を実施(H24~26)

#### ■協働の森による企業支援による森林整備を中心とした取り組みを実施

⇒協定森林の間伐面積3,395ha(H18~26累計)

#### ■CO2排出量・吸収量のクレジット化

⇒J-VER削減クレジット発行 H22: 5,920t-CO2 → H27.6: 20,257t-CO2  
⇒J-VER吸収クレジット発行 H22: 1,192t-CO2 → H27.6: 11,511t-CO2

#### ■クレジット販売実績

⇒J-VER削減クレジット販売量 8,851t-CO2(H20~H27.6累計)  
⇒J-VER吸収クレジット販売量 1,799t-CO2(H20~H27.6累計)

#### 【総括】

○木質バイオマスボイラーの導入や、県内2箇所木質バイオマス発電所が稼働したことから、木質バイオマス利用量は大きく増加した。

#### 【乗り越えるべき課題】

・ペレットや原木といった木質バイオマス燃料の安定供給。

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒燃料となる原木の収集・安定供給体制の仕組みづくりに取り組む。

#### 【総括】

○土佐備長炭は、製炭窯の導入及び就業者の育成により生産量が拡大。

#### 【乗り越えるべき課題】

・シキミ・サカキやきのご類は、生産者の高齢化に伴い生産量が減少。備長炭は、出荷・販売体制の強化、原料の安定供給が必要。

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒品質のさらなる向上や、共同出荷・販売などにより産地のブランド化を進める。また、薪炭用原木の安定供給のため、循環利用可能な森林の整備を推進する。

#### 【総括】

○再造林等については市町村による支援体制が整備されてきている。

#### 【乗り越えるべき課題】

・再造林の所有者負担の軽減、シカ被害対策。また、協働の森及びJ-VERクレジットでは、企業CSRの変化により協定更新に至らないケースやクレジット販売量が伸びないなどの課題がある。

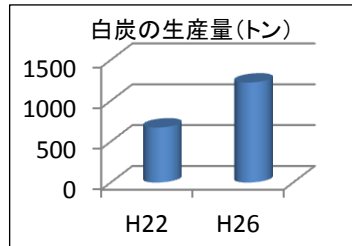
#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒新たな知見などを踏まえ、造林の低コスト化を図っていく。また、協働の森は、企業の新規開拓と協定更新に努め、J-VERクレジットはクレジット活用の方策を検討する。

### 戦略の柱【5. 森のものの活用】

#### 森の恵みを余すことなく活用

#### ○特用林産物等の生産の振興



### 戦略の柱

#### 【6. 健全な森づくり】

#### 循環型の林業を持続

#### ○循環型の林業を持続

##### 【目標】

◆協定森林の間伐面積  
(H18~27累計:3,300ha)

##### 【目標】

◆J-VER削減クレジット  
(H22:5,920t-CO2  
→H27:18,000t-CO2)

◆J-VER吸収クレジット  
(H22:1,192t-CO2  
→H27:60,000t-CO2)

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上）【その1】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 1. 漁業生産量の確保

- 漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備
- ハード面の低コスト化

#### 【目標】

- ◆更新を迎える黒潮牧場の再設置について、漁業者間の調整に基づく判断が適正にされていること
- ◆低コスト化に向けたデータの蓄積ができてきていること

#### ■黒潮牧場の最適化配置

- ・黒潮牧場6基が再設置されており、平成25年度以降、再設置された黒潮牧場については、漁業者間の調整により漁獲量の増加が見込まれる位置へ最適化配置された。

黒潮牧場の最適化配置						
配置年度	H24		H25	H26	H27	
黒潮牧場	10号	15号	13号	9号	6号	8号
備考	同じ場所へ配置	同じ場所へ配置	同じ場所へ配置	移設 約28km 沿岸方向 へ配置	同じ場所へ配置	移設 約30km 沖方向 へ配置

黒潮牧場の漁獲金額(百万円)			
年度	H21年～H23年 平均	H24年	H25年
漁獲金額	693	798	876

#### ■低コスト化

- ・ダイバーによる海中作業を要しない黒潮牧場の設置技術によりコストを削減した。
- ・設計と施工を一括して同一請負者に発注することでコストを削減した。



#### 【総括】

- 6基の黒潮牧場が再設置され、うち4基の黒潮牧場が漁業者間の調整を経て漁獲量の増加が見込まれる位置へ配置されたことから、漁獲量の向上と漁業所得の向上が見込まれる。
- 黒潮牧場のコスト削減等について検討する審査会での審査、「設計・施工一括発注方式」によるコスト削減が図られている。

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・黒潮牧場の最適化配置に向けた漁業関係者の合意形成

#### 【次のステージに向けた方向性】

- ⇒黒潮牧場では年間約8億円の漁獲が上がっていることから、引き続き、最適化配置を図る。

# 産業成長戦略 水産分野(戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上)【その2】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 1. 漁業生産量の確保

○カツオ船へイワシ活餌を供給するため、黒潮町佐賀で漁協を軸とした新たな体制の構築

○イワシ資源が豊富な宿毛湾をカツオ船への活餌供給基地とする取組の強化

#### 【目標】

◆近海カツオ一本釣漁船1航海分の活餌(15~20万尾)を確保

#### 【目標】

◆沿岸カツオ一本釣漁船2航海分の活餌(10万尾)を確保

#### ■黒潮町佐賀におけるカツオ水揚げ促進に向けた取り組み

- ・H22年1月から黒潮町佐賀地区において県外採捕地からの買い回しによる活餌供給を開始
- ・活餌供給事業の円滑な実施と佐賀への水揚げ促進のため、ハード・ソフトの支援策実施
- ・活餌死亡リスクを緩和する基金を黒潮町が創設
- ・カツオ等水揚げ促進協議会による取組の検討と推進

[佐賀漁港における活餌供給杯数]

H22	H23	H24	H25	H26	H27
3,638	7,406	7,052	5,463	2,201	4,667

※H27は6月末現在

#### ■小型まき網を用いて稚魚を捕獲、輸送し活餌サイズまで育てる養成技術の開発、卵から活餌サイズまで育てる養殖技術の開発

(H25)

- ・カツオ一本釣漁船に養成活餌約8,000尾を積み込み、評価試験を実施したところ、養成活餌は天然活餌と遜色ないという評価

⇒採捕から養成までの手法に一定の目処が立った

(H26)

- ・累計11万尾の養成活餌を生産
- ・カツオ一本釣漁船に養成活餌約77,300尾、養殖活餌約3,000尾を提供し、評価試験を実施したところ、養成活餌、養殖活餌ともに天然活餌と遜色ないとの評価
- ・捕食魚混獲防止網や安価な飼料の費用対効果を確認

⇒捕食魚混獲防止網や安価な餌料の利用によるコスト削減により、周年採捕の目処が立った

(H27)

- ・カツオ一本釣漁船に養成活餌約88,800尾を提供し、評価試験を実施したところ、天然活餌と遜色ないという評価を得た

	H25	H26	H27
養成活餌出荷尾数	8,000	77,300	88,800

#### ■宿毛湾のまき網で漁獲される多様な魚種の活餌利用の検討

(H26)

- ・先進地である大分県の事例を参考に計画を策定
- ・中型まき網による採捕試験を2回行い、養成したカタクチイワシ137千尾、マイワシ69千尾、ウルメイワシ3千尾をカツオ一本釣漁船に提供したところ、おおむね天然活餌と遜色ないという評価を得た

⇒中型まき網を用いた試験では、小型まき網を用いた方法に比べて採捕量や蓄養中の生残率が良かった

#### 【総括】

○(佐賀)カツオ船からのニーズ把握、競合産地の動向、これを踏まえたコスト意識が徹底していれば、概ね事業遂行に問題のないレベルに到達している。

○(宿毛)カタクチイワシを活餌として供給するための採捕・養成・供給の一連の流れについてはノウハウを蓄積できた。

養殖、養成活餌ともに、カツオ一本釣漁船での実証試験を複数回行い、いずれも高評価を得た。

#### 【乗り越えるべき課題】

・(佐賀)餌の目利きや各種情報収集については、事業アドバイザーの力によるところがほとんどで、当初期待していた漁協職員による技術承継が、漁協本来業務の煩雑さなどから、十分に進んでいない実態がある。

・(宿毛)カツオ一本釣漁船が必要とする尾数を達成するための規模拡大

・養成活餌における捕食魚や他のいわし類の混獲の防止、生残率向上とコスト削減

・季節的な活餌の需要の変化に即した生産計画の策定

・より効率的な活餌輸送方法の開発

・宿毛湾におけるカタクチイワシの漁獲量が不安定

【次のステージに向けた方向性】  
⇒佐賀と宿毛における活餌供給の取組の連携を密にし、宿毛湾が活餌供給の拠点となるように展開する

# 産業成長戦略 水産分野(戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上)【その3】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 1. 漁業生産量の確保

- 急潮の予測に向けた、潮流の解析
- 定置網の網成り調査や先進地での技術研修の支援
- 大敷組合の経営改善と法人化の促進

#### 【目標】

- ◆県内大型定置網の漁獲量14,900トン以上(H18~23の平均値)

#### ■急潮の予測に向けた、潮流の解析

(H27)

- ・芸東地区の2大敷に潮流計を設置し、現場潮流の実測を開始した

#### ■定置網の網成り調査や先進地での技術研修の支援

(H26)

- ・5漁場で、網成りの状況や詳細な敷設位置等を把握
- ・水中カメラ調査により、1漁場で網成りの不良を確認

(H27)

- ・新たに4漁場で敷設状況調査を実施予定
- ・網成り調査の結果を踏まえた、小規模な漁具改良を行う漁網等改良調査事業をH27に1漁場で実施予定

- ・H27に清水地区の従業者1名が先進地での研修を実施

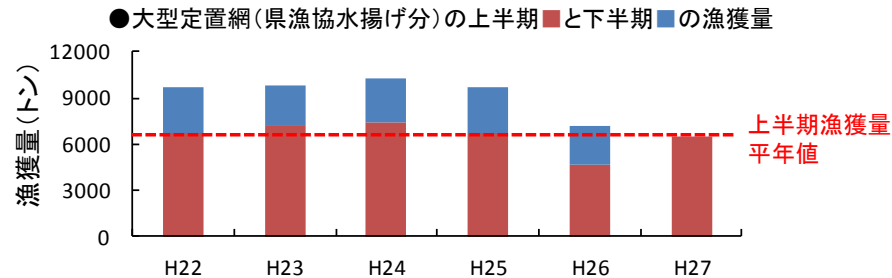
⇒事業の実施により、漁獲量の向上や台風・急潮による漁具被害の防止に資する基礎資料が得られた

#### ■大敷組合の経営改善と法人化の促進

- ・伊佐大敷について、民間企業撤退に伴う県漁協自営での事業承継を支援
- ・急潮被害を受けた高岡大敷組合の操業再開と法人化を支援

⇒高岡大敷が法人化し、H26.10月に再開

⇒H27.1~6月の漁獲量が平年同期の98%まで回復



#### 【総括】

○敷設状況調査を支援することで、定置網の漁獲や耐久性の向上に関する知見が得られるとともに、漁業者の網の維持管理に関する意識も向上した。

H25に発生した急潮被害により、H26は稼働統数が減少し、漁獲量が少なかったが、金融支援等により、H26末に高岡大敷が復旧した。

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・先長候補者となる若手技術者の確保育成
- ・急潮予報システムの確立と急潮に強い定置網漁業への転換

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒敷設状況調査や、水産試験場による潮流の解析から得られたデータを活用し、各大敷が漁具の改良や維持管理に注意を向け、急潮に強い定置網漁業へ転換することを促す

水産試験場による現場潮流の解析を進め、急潮に関するメカニズムを明らかにするとともに、急潮予報システムを確立する

多くの漁場で敷設状況調査を実施するとともに、急潮対策とリンクさせていくことで、包括的な定置網漁業の振興につなげる

# 産業成長戦略 水産分野(戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上)【その4】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 1. 漁業生産量の確保

- 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘活動、短期研修の実施、研修指導者のグループ化による受け入れ体制の強化
- 新規就業者が自立するための長期研修の実施
- 漁船リース事業への支援

#### 【目標】

◆高知市の小型底びき網など研修実施地区、漁業種類を拡大

#### 【目標】

◆研修修了生を地域の中核的漁業者として育成

#### 【目標】

◆年間32名の新規就業者を確保

### ■漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘活動、短期研修の実施、研修指導者のグループ化による受け入れ体制の強化

- ・漁業就業セミナーの開始や漁業就業フェアへの参加による就業希望者の掘り起こし  
(漁業就業フェアへの参加 H24:13回、H25:12回、H26:12回)  
(漁業就業セミナー参加者数 H25:46名、H26:28名)
- ・短期研修をより迅速かつ柔軟に実施するため、県漁協へ委託(H25～)
- ・研修指導者をグループ化(加領郷・土佐清水:H26～)

#### 短期研修受講者の推移

	H21	H22	H23	H24	H25	H26
短期研修受講者	2	2	1	2	18	35

### ■新規就業者が自立するための長期研修の実施

- ・長期研修受入地区の増加及び幅広い漁業種類(底びき網、パッチ網、養殖等)を対象に研修受入れを促進(H25～)

#### 新たな長期研修受入地区における研修開始者数

	東洋町	安芸市	香南市	高知市	土佐市	黒潮町	既存
H25	1	4			1	1	
H26		5	1	1			4



#### 長期研修受講者の推移

	H21	H22	H23	H24	H25	H26
長期研修開始者	7	6	0	2	7	11
長期研修終了者	1	5	7	6	0	2

### ■アドバイザーによる研修修了生へのフォローアップを充実

- ・アドバイザーによる修了生の水揚状況等の確認を定期的実施(H25～)

### ■漁船リース事業への支援

- ・長期研修を修了し、独立自営を目指す研修生への漁船リースを目的とした漁協の取組を支援

#### 漁船リース事業の実績の推移

	H21	H22	H23	H24	H25	H26
長期研修受講者	2	4	2	3	0	1

⇒ 支援制度の拡充やアドバイザーの配置、セミナーの開催等の取組により、頭打ち若しくは減少傾向であった研修開始者数及び新規就業者数が増加に転じた

⇒ 新規漁業就業者 H24～H26累計113名(37名/年)

#### 【総括】

○新規漁業就業者をH24～H26累計113名確保した。

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・勧誘活動体制の強化
- ・複数指導体制の構築
- ・支援制度の充実

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒勧誘活動体制の強化  
・就業希望者の掘り起こしのため、漁業就業フェア、移住促進フェア等への参加人数を増加

#### 新たな漁業種類における研修開始者数

	パッチ網	底びき網	既存
H25	4		3
H26	6	1	4

#### ⇒ 複数指導体制の構築

- ・加領郷、清水以外でも複数指導体制を構築

#### 研修修了生の水揚状況(千円)

	0～2,500	～5,000	～10,000	10,000以上
H25	9	4	7	10
H26	12	4	7	7

#### ⇒ 支援制度の充実

- ・民間企業(加工・養殖事業者)による漁業生産現場への参入と担い手育成支援体制の整備

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上）【その5】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上

○「高知家の魚応援の店」と県内事業者とのネットワークの構築、県内事業者とのマッチング機会の拡充による取引の拡大

### 【目標】

- ◆「高知家の魚応援の店」の登録  
平成27年度末：500店舗以上
- ◆県内事業者の「高知家の魚応援の店」との取引金額  
平成27年度末：1億円以上

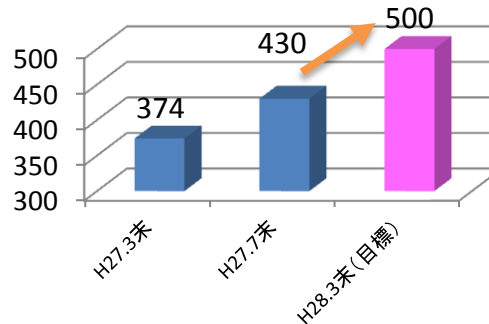
### 【目標】

- ◆「高知家の魚応援の店」へのニーズ収集  
平成27年度末：200件以上
- ◆「高知家の魚応援の店」へのサンプル出荷  
平成27年度末：200件以上
- ◆築地につぼん漁港市場での商談会の開催  
平成27年度末：5回開催
- ◆高級飲食店への高級魚等の高鮮度出荷  
平成27年度末：10店舗×5魚種=50件

○県漁協の販売子会社の機能を活かした「高知家の魚応援の店」や「築地につぼん漁港市場」の活用による外商の強化

### ■「高知家の魚応援の店」と県内事業者とのネットワークの構築とマッチング

- ・「高知家の魚応援の店」の登録  
⇒ **平成26年度末：374店舗 → 平成27年7月末：430店舗**
- ・県内事業者と「高知家の魚応援の店」との取引額  
平成26年度（H26.12末調査時点）：6,000万円 → 平成27年度目標：1億円
- ・「築地につぼん漁港市場」での商談会の開催  
H27.5.26、7.24 延べ県内10事業者出展、飲食店25店舗が来場  
⇒ **発注9件、サンプル依頼11件**  
11月以降に3回開催予定
- ・高級飲食店の産地招へい  
H27.5.24、25 東京銀座のフランス料理店オーナーシェフ  
7.12、13 東京四谷のミシュラン1つ星の和食料理店オーナーシェフ  
アカムツ、清水サバ、カツオ、宗田節、アユ、ウナギの高鮮度出荷等を実施  
10月以降に高級飲食店3店舗を産地へ招へい
- ・高知家のこだわり青果と魚商談会の開催in大阪（26.10.21）  
⇒ **成約件数23件**  
平成27年度は、10月（大阪）、11月（東京）で各1回開催予定
- ・産地見学会の開催  
H27.1.25、26 「応援の店」19店舗（関東9店舗、関西10店舗）が参加  
意見交換（商談）会、産地市場（宿毛、清水）や養殖漁場の見学  
平成27年度は、10.18、19に須崎地区で開催予定



### ■県漁協の販売子会社の外商活動

- ・H27.4 県内事業者への直接訪問（電話等含む）による情報の収集と蓄積
- ・H27.7末 「高知家の魚応援の店」への直接訪問によるニーズ収集：58店舗（200件/年）
- ・H27.7末 「高知家の魚応援の店」へのサンプル出荷：33店舗（200件/年）  
⇒ **サンプル出荷後の成約：12件**
- ・「築地につぼん漁港市場」での商談会の開催 【再掲】
- ・高級飲食店への高級魚等の高鮮度出荷：6件（50件/年）

### 【総括】

○「高知家の魚応援店制度」で、「応援の店」は順調に登録店舗が増加しており、サンプル出荷や商談会等マッチング機会を通じ取引につながっていきいている。

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒「応援の店」と県内事業者とのネットワーク構築後の取引拡大に向け、さらにマッチング機会を拡充するなど外商を進めていく。

### 【総括】

○県漁協の販売子会社の外商部門を強化し、平成27年4月から「応援の店」を中心とした外商の取り組みを進めている。地道な取り組みを継続して行うことで、徐々に取引につながっていきいている。

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒「応援の店」と県内事業者との取引拡大に向け、県内事業者の詳細情報を収集するとともに、信頼関係を築き、「応援の店」の要望に対して即座に対応できる産地体制の構築を進めていく。



# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上）【その6】

項目

対策等

具体的な成果等

総括、次のステージに向けた方向性等

2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上

○首都圏での本県水産物のPRと外商活動の展開

■「築地につぼん漁港市場」出店事業者と連携した本県水産物のPR活動と外商活動の展開  
 本県水産物の外商への意欲、知識・ノウハウを有する県内水産関係事業者と県が連携して、H26年10月に築地場外市場に新設された築地につぼん漁港市場に「さかな屋 高知家」を出店し、店舗を拠点に首都圏における本県水産物のPRを行うとともに、高知県地産外商公社やJFこうち・海の漁心市(株)等とも連携しながら首都圏での外商活動を推進

- ・テストマーケティングの実施(H26:12回)
- ・他の県内事業者による店頭での催事支援
- ・店頭での本県水産物の情報発信(映像放映、パンフレット配布等)
- ・築地につぼん漁港市場を活用した商談会の開催(H27~)

⇒店頭販売や外商におけるリピーターの増加による本県水産物の認知度の向上と外商の拡大  
 ⇒来店者に向けたパンフレット活用による観光や移住情報の発信、看板名称「高知家」の使用による本県認知度の向上



【総括】

○築地は一般客や観光客のほか、特に近年は多くの外国人観光客が訪れて一層の賑わいを見せていることから、築地につぼん漁港市場を拠点に県と出店事業者が連携して取り組む情報発信活動により本県水産物の認知度向上に寄与することができたと評価。またオープン以後、飲食店などの業務筋の新たな取引先が30件以上となるなど、首都圏での外商先の開拓が徐々に広がりを見せている。

【乗り越えるべき課題】

- ・築地につぼん漁港市場「さかな屋 高知家」の施設を活用した外商機会の創出(商談会や催事の開催)
- ・店頭販売や外商におけるリピーターの増加

【次のステージに向けた方向性】

⇒H27年度から開始した首都圏の飲食店を対象に開催する応援店制度の商談会を次年度以降も継続実施するほか、「さかな屋 高知家」の店頭で行う催事の周知と開催実績を重ねるなどして、首都圏における外商機会の場としての認知度を高めながら販路の拡大を図っていく。  
 ⇒県や地産外商公社との連携により集客力を高めた「さかな屋 高知家」店舗づくりを行い、リピーターを増加させていく。

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上）【その7】

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
2. 水産物の販売力の強化と魚価の向上	○県外消費地市場との交流促進	<p>本県水産物の都市圏への安定供給を果たす県外消費地市場(卸業者等)は本県産地買受人の大きな取引先であることから、取引の維持・拡大を目的に本県産地市場の買受人と取引のある県外消費地市場関係者との人的交流の構築を図る場として交流事業を展開</p> <p><b>■大阪市場関係者と産地買受人との交流拡充</b>                      [大阪市場関係者との交流会 参加者数]                      (H24)                      ・大阪市場関係者8名(卸2社、仲卸4社) ・産地市場関係者10名                      (H25)                      ・大阪市場関係者6名(卸2社、仲卸4社) ・産地市場関係者18名                      ・大阪市場関係者と取引のある関西のシェフ4名を招へいしての県内産地ツアーの実施                      (H26)                      ・大阪市場関係者6名(卸2社、仲卸4社) ・産地市場関係者11名                      ・大阪市場関係者と取引のある関西の量販店バイヤー1名を招へいしての県内産地ツアーの実施                      (H27)                      ・関西量販店での水産物フェアの開催(1店舗)</p> <p><b>■県外の主要な消費地市場の卸売業者との定期的な意見交換</b>                      [市場合同会議 参加者数]                      (H24)                      ・消費地市場関係者19名(18社) ・産地市場関係者22名                      (H25)                      ・消費地市場関係者29名(20社) ・産地市場関係者17名                      (H26)                      ・消費地市場関係者30名(19社) ・産地市場関係者20名</p>	<p><b>【総括】</b>                      &lt;大阪市場関係者との交流会&gt;                      ○県内水産物のシェアが高く、地理的ハンディの少ない大阪市場を最重要の消費地市場と位置付け、H21年度から関係者による交流会を開催して取引の維持・拡大に向けた人的交流を促進。これまでの継続した交流会の開催により人的ネットワークが形成されてきたことから、こうした人的つながりを活かし、H27年度からは市場流通を通じた具体的な外商活動に取り組んでいくこととし、関西地区量販店での本県水産物フェア等を開催することとなった。</p> <p>&lt;市場合同会議の開催&gt;                      ○市場流通を通じた本県水産物の供給は大阪市場以外の関西・中四国・福岡地区の各消費地市場にも展開されていることから、市場関係者と産地買受人等による市場合同会議の開催を通じて人的交流を深め、各市場との取引維持を図りながら、新たな取引の開始や休止していた取引の再開など、民間相互のビジネスマッチングの場の提供として貢献することができたと評価。</p> <p><b>【乗り越えるべき課題】</b>                      &lt;大阪市場関係者との交流会&gt;                      ・大阪市場関係者との継続した人的交流の実施とフェア等開催の定番化                      &lt;市場合同会議の開催&gt;                      ・県内事業者と取引のある新たな県外市場関係者の参画検討とより進化したビジネスマッチングの場としての会議内容の充実</p> <p><b>【次のステージに向けた方向性】</b>                      ⇒本県水産物の外商を推進するうえで市場流通は重要な取引の場であることから、本事業を継続して人的つながりを一層深めながら、県外消費地でのフェア等の開催など具体的な外商活動を展開する。</p>

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上）【その8】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 3. 養殖業の振興

○養殖ビジネススクールの開講  
○協業化に向けた設備投資や、新技術導入等の支援

#### ■養殖ビジネススクールの開講

(H26)

・養殖ビジネススクールを開講(須崎26回、宿毛27回)、公開講座に70名、通常講座に延べ538名が参加  
[講座内容と回数]

	飼料	生理生態	漁場環境	養殖経営	栄養	疾病	法令	販売・営業	貿易
須崎	3	2	3	7	2	4	1	2	2
宿毛	3	2	4	7	2	4	1	2	2

(H27)

・養殖ビジネススクールを開講(須崎10回、宿毛8回予定)  
[講座内容と回数(予定)]

	飼料	生理生態	漁場環境	養殖経営	視察研修	意見交換会	報告会
須崎	1	1	-	4	1	2	1
宿毛	1	-	1	4	1	-	1

⇒養殖業に関する知識の習得が図られた

#### ■協業化に向けた設備投資や、新技術導入等の支援

(H26)

・養殖生産者4グループの共同改善計画を承認

(H27)

・養殖生産者3グループの共同改善計画を承認予定  
・養殖生産者3グループにおいて小割の12台整備予定  
・大谷漁協タイ部会とネイリ部会で、水産試験場が開発した養殖技術(一定の無給餌期間を設定しても成長が補償される技術)を活用して実施予定

#### 【総括】

○養殖ビジネススクールにより知識の習得が図られた

協業体の形成により既存の養殖業者の経営力強化につながった

大谷漁協タイ部会で、定期的な体測により増肉係数を求める取組が定着する等、共同改善計画により7グループがそれぞれの課題解決に向けた取組を実施した

#### 【乗り越えるべき課題】

・餌代の高騰と魚価低迷により、協業体のメンバーが減少

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒既存養殖経営体の経営強化は図られつつあるが、新規参入者の確保には至っていない

民間企業を活用した担い手の育成確保に関する取組が必要

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上）【その9】

項目

対策等

具体的な成果等

総括、次のステージに向けた方向性等

## 3. 養殖業の振興

○クロマグロの親魚養成・種苗生産・中間育成の技術開発

【目標】  
◆人工種苗の生産技術が向上  
(1,000尾を生産)

### ■クロマグロの親魚養成・種苗生産・中間育成の技術開発

(H26)

- ・県内マグロ養殖業者、種苗生産企業と県で連携した親魚養成、人工種苗生産技術開発の取組体制を構築し、採卵技術開発、種苗生産・中間育成試験を実施した
- ・3歳魚から約800万粒の受精卵の採取に成功(24回採卵)し、種苗生産試験を13回実施
- ⇒孵化後10日目までの歩留まりについては、先行する他機関と同等の成績を達成(約42%)し、49尾を冲出し

(H27)

- ・6/30に採卵した受精卵から種苗生産試験を開始
- ・8/4までに、すでに昨年を上回る1200万粒の受精卵を確保
- ⇒H26年度に得られた知見を基に成熟調査、産卵行動の観察を行ったところ、H26年度より約2か月早く産卵を確認

### 【総括】

○H26年度に種苗生産試験をスタートし、浮上死・沈降死などの課題に対して各種試験を行った結果、いくつかの課題で対応策を見出すことができた。

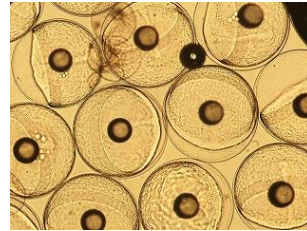
H26年度の冲出し尾数は49尾に止まったものの、H27年度に生産目標1,000尾を達成できる可能性は十分残されている。

### 【乗り越えるべき課題】

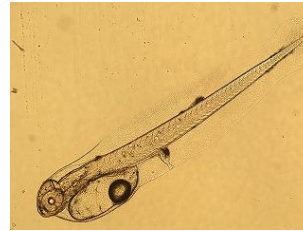
- ・採卵時における他魚種卵やクラゲの混入、卵黄白濁症(プランクトンの受精卵内への侵入)対策、受精卵輸送方法の改善
- ・種苗生産時における餌料系列の見直し、攻撃行動対策、衝突死対策
- ・クロマグロ仔魚への生物餌料(ふ化仔魚)の大量給餌
- ・小割生簀での中間育成技術の開発

### 【次のステージに向けた方向性】

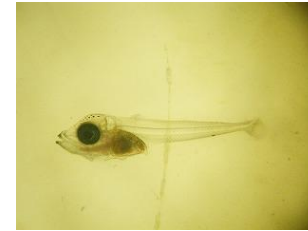
⇒種苗生産・中間育成については経験値0からのスタートであるため、できるだけ多くの種苗生産試験を繰り返すことで経験値を積み上げていくとともに、その都度生じる様々な課題を解決しながら技術の向上を図り、平成29年に種苗の試験配布、平成33年には量産体制の確立を目指す。



受精卵



1日目



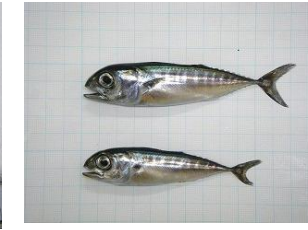
9日目



22日目



41日目



54日目

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱1. 漁業の生産高を伸ばし、漁業収入を向上）【その10】

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
3. 養殖業の振興	<p>○カンパチ人工種苗の養殖現場への導入と、更なる品質向上に向けた生産技術開発</p> <p>【目標】 ◆県内での需要相当尾数である110万尾を生産し、地産地消が実現</p>	<p>■カンパチ人工種苗の養殖現場への導入 (H24) ・民間企業が受精卵20万粒から約1万尾の稚魚を生産(生残率5%) (H25) ・通常よりも約4ヶ月早い早期採卵に成功、約390万粒の受精卵を確保 ⇒早期採卵に成功 (H26) ・4～5月に880万粒、9月に12万粒及び2月に100万粒の受精卵を確保 ・4～5月採卵分から養殖業者に供給可能なサイズで13万尾の人工種苗を生産 ・4～5月採卵分の陸上飼育における生残率は5% ⇒<u>給餌方法と環境条件の改善により、形態異常の発生をほぼ抑制</u> ⇒<u>これら一連の結果を受け、H27には養殖現場へ試験的に導入予定</u> (H27) ・5月に480万粒の受精卵を確保 ・量産規模の沖出しを2回達成</p> <p>■更なる品質向上に向けた生産技術開発 (H24) ・水産試験場により、由来の異なる人工種苗2系統について、成長や形態異常、抗病性等の種苗特性を把握 (H25) ・H24年産人工種苗は、成長や形態異常の出現率、抗病性の点で他県産人工種苗より優良な飼育成績 ・民間企業産の人工種苗は、配合飼料単独給餌が可能 ⇒<u>漁場環境への負荷が問題であるカンパチ養殖の生餌給餌から配合飼料への切替が可能</u> ・民間企業産の人工種苗は、7月～翌年3月までの36週間の飼育で中国産天然種苗と同等の飼育成績 ⇒<u>種苗の国産化による安心安全な生産体制の確立やコスト低減の実現が具体化</u> (H26) ・当才魚から2才魚において、人工種苗は、配合飼料を与えても成長への影響はみられないことを確認 ⇒<u>配合飼料による給餌技術が確立</u></p>	<p>【総括】 ○種苗生産における生残率の向上や形態異常の抑制などの課題はほぼ解決できており、量産技術については事業ベースで確立している。H27年度末の生産目標尾数である110万尾は現段階で未達成だが、1生産期(生産は3回/年)当たり10万尾規模の生産は達成している。 ○本県産人工種苗は、成長特性、形態異常及び抗病性において、中国産天然種苗や他県産人工種苗と比較して同等又は同等以上の品質であることを確認した。 優良形質群の選抜と選抜親魚の養成を進めており、H28年度にはF1世代が作出できる見込み。 配合飼料単独給餌による人工種苗給餌技術を確立した。</p> <p>【乗り越えるべき課題】 ・人工種苗に対する養殖業者の評価の確認が必要 ・カンパチが親魚として使えるのは3才以上であるため、継代育種で優良形質を固定するには長い年月を必要とする。</p> <p>【次のステージに向けた方向性】 ⇒量産化については事業化まで到達したため、今後は品質を高める研究にシフトしていく。 選抜育種によって、更に優良な形質を有する人工種苗を供給することで、人工種苗の普及と本県養殖カンパチのブランド化を図る。 環境負荷の大きい生餌から配合飼料への転換を促進する。</p>

# 産業成長戦略 水産分野(戦略の柱2. 漁業費用を削減)【その11】

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
1. 漁業者による漁業費用の削減	<p>○省エネエンジン等の導入支援による漁業経営の改善推進</p> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆エンジン換装前と比較し燃料消費量が削減</li> <li>◆経費の削減によって経営意識が向上した漁業者が増加</li> </ul>	<p>■燃料消費量が削減</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H23年度エンジン換装実施者(12人)に対して、事後調査(燃費向上効果)を実施した結果、漁業経費が削減された者(8人)が2%以上の燃費向上を実感</li> <li>・H21年度～H23年度のエンジン換装船(35隻)では、燃油消費量の削減効果が得られた。</li> </ul> <p>⇒<u>H22年度～H24年度事業実施者への事後調査の結果、燃油消費量の改善が図られたとの回答が31経営体中14経営体</u></p> <p>■経費の削減による漁業経営意識の改善</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H23年度のエンジン換装実施者(12人)に対して、事後調査(燃費向上効果)を実施した結果、以下のとおり漁業経営の改善効果が得られた。</li> <li>(1)事業実施者のうち9人が漁業経費が削減されたと回答</li> <li>(2)事業を実施した漁業者のうち、10人が収支記帳の励行や経済速度での運航といった経営面での意識の改革があったと回答</li> </ul> <p>⇒<u>H24年度事業で5経営体中4経営体の経営が改善された。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H21年度～H23年度のエンジン換装船(35隻)では、以下の結果が得られた。</li> <li>(1)35隻中24隻がH24年度所得実績が計画を上回った。</li> <li>(2)全ての船で、修理費の削減、省エネ航行の実施など経営意識の向上にプラスの効果が得られた。</li> </ul> <p>⇒<u>H22年度～H24年度事業実施者への事後調査の結果、策定した事業計画に対し、所得が向上した経営体が31経営体中21経営体となった。</u></p>	<p>【総括】</p> <p>○エンジン換装により多くの経営体が燃費の削減による経営の改善を実感し、成果を上げている。今後は、エンジン以外の設備(GPS受信機など)についても、導入支援を図ることで、漁業経営の改善を推進していく。</p> <p>【次のステージに向けた方向性】</p> <p>⇒エンジン換装は燃油消費量の削減が見込まれるので、引き続き継続するとともに、エンジン以外の設備投資の利用促進により地域の課題解決を図る。</p>

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱2. 漁業費用を削減）【その12】

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
<p>2. 漁協による漁業費用の削減</p>	<p>○中長期的な視点で役員・管理職員及び中堅・若手職員を育成するため研修を実施</p>	<p>■漁協役職員研修会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2ブロック(東部・中央、西部)で講演や実務研修会を開催するとともに、26年度からは、漁協の要望に応じて講師を派遣する出前研修を実施</li> <li>・研修参加延べ人数 (H24) 164人 (H25) 195人 (H26) 297人</li> </ul>	<p>【総括】</p> <p>○参加者が年々増加する等、研修事業が漁協役職員の資質向上の手法の一つとして定着しつつある。</p> <p>【乗り越えるべき課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者が一部の漁協に偏っており、特に内水面漁協の参加者が少ない(H26の参加者297人の内、内水面漁協は38人)</li> <li>・各漁協の課題やニーズが異なり、それらに応じたカリキュラム等の設定</li> </ul> <p>【次のステージに向けた方向性】</p> <p>⇒県内漁協役職員の全体的なスキルアップに取り組むため、研修事業を継続するとともに、漁協の課題やニーズに柔軟に対応できる出前研修の充実を図る。</p>

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱3. 水産加工を振興）【その13】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 1. 水産加工の新たな事業化の推進

○地域AP等による新たな加工施設等のハード整備、事業者間の連携強化や販路拡大等のソフトの取組を支援

#### 【目標】

- ◆既存の前処理加工等が軌道に乗り、円滑な運営が実現
- ◆水産加工の新たな事業化による加工出荷額(H27):6.5億円以上

#### 【目標】

- ◆養殖魚の前処理加工事業が開始
- ◆ブリ加工原魚取扱量(H27):80,000尾

#### ■新たな加工施設等の整備

- ・H22以降、地域APや六次産業化により10件の水産加工事業者が新たに事業着手
- ⇒新たな事業に係る水産加工出荷額が大幅増(H21:0.1億円→H26:11.4億円)
- ⇒新たな雇用の場を創出(H26:164名)

[地域AP等による新たな水産加工の事業化]

	H21	H25	H26
件数	3	17	17
売上	0.1億円	7.5億円	11.4億円
雇用人数	26人	131人	164人

#### ■水産加工事業者の外商推進

- ・シーフードショー(東京・大阪)に高知県ブースを設置、県内事業者延べ30社が出展
- ⇒シーフードショー出展事業者が平均で1,000千円の商談を成約(H27.3月末時点)

#### ■養殖魚の前処理加工の推進

- ・宿毛地区で養殖ブリの本格的な産地加工がスタート(H26)
- ⇒H26原魚取扱量:約40,000尾(5月~10月)
- ・H27は、年間80,000尾の出荷を見込んでフィレマシンを導入するなど加工体制を強化
- ⇒H27.6月末現在の原魚取扱量:13,355尾(前年同月比171%)
- ・須崎地区で2つの加工施設を整備・改修、産地加工の体制を強化(H26)
- ⇒須崎地区の加工事業者が、宿毛産養殖ブリの加工を受託(加工事業者間の連携)
- ・宿毛湾で養殖クロマグロの産地加工に向けた試験がスタート

[魚種ごとの実績とH33年度の目標]

魚種	H25年度		H33年度	
	販売実績	原魚数量	販売目標	原魚数量
ブリ	—	—	12億円	1,000t
マダイ	1.7億円	191t	4.5億円	450t
カンパチ	—	—	2.5億円	150t
クロマグロ	—	—	5.0億円	100t
計	1.7億円	191t	24億円	1,700t

#### 【総括】

○第1期計画で整備した6加工場の業績は概ね順調に推移、また第2期計画中に新たに6件の水産加工事業者が事業着手するなど、県内水産加工業が伸展

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・原魚の確保及び販路の拡大
- ・衛生管理や機械化等による加工体制の高度化

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒原魚確保や加工品出荷の安定化を図るための冷凍保管ビジネスの導入や広域的な視点に立った残さい加工施設の整備の検討

#### 【総括】

○宿毛地区及び須崎地区で養殖魚の加工流通への取組がスタートするとともに、宿毛湾養殖魚外商推進協議会を主体とする養殖魚の輸出の可能性を探る取組に着手

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・原魚の確保及び販路の拡大
- ・衛生管理や機械化等による加工体制の高度化

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒高度加工ビジネスへのステップアップ(既存加工施設の高度化やHACCP対応加工施設の誘致)及び加工関連ビジネスの展開



# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱3. 水産加工を振興）【その14】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 2. 伝統的な水産加工業の振興

#### ○宗田節加工業の振興

##### 【目標】

◆宗田節の魅力が認知され、一般消費者向けの需要が拡大

##### 【目標】

◆宗田節新商品を県内外で販売  
◆宗田節新商品販売額(H27)：9,000万円

#### ■宗田節の認知度向上、ブランド化の推進

- ・宗田節加工業に関わる漁業者、加工事業者、商工会、観光協会等が参画し「宗田節をもっと知ってもらいたい委員会」を結成
- ・PRキャラクター「宗田ぶっしー君」の着ぐるみや宗田節辞典などのPR資材を作成
- ・TVCMの制作や新聞広告への掲載を実施
- ・県内外の催事や商談会等への出展、宿泊施設や量販店等での試飲試食の提供などPR活動を実施
- ・地元小学校等での食育活動を実施(H24:3校、H25:4校、H26:4校)

⇒県内外における宗田節の認知度が向上



#### ■新商品の開発、販路開拓

- ・一般消費者向け宗田節新商品の販売を開始
- ・県内外の催事や商談会等への出展、宿泊施設や量販店等での試飲試食の提供などPR活動を実施

⇒宗田節新商品の販売額が増加(H24:3,293万円→H26:8,047万円)

[宗田節新商品の販売額]

	H24	H25	H26
金額(万円)	3,293	7,664	8,047

#### 【総括】

○宗田節をもっと知ってもらいたい委員会によるPR活動、新商品の開発や販路開拓等の取組により宗田節の認知度が向上し、一般消費者向け新商品の売上が増加

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・さらなる認知度向上に向けた今後のPR方法の検討
- ・加工原魚の安定確保
- ・節納屋の生産性の向上(省人化、一部協業化等)
- ・残さい処理施設の老朽化

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒新商品の生産・販売拡大及び従来の節製品の安定生産  
⇒原魚の安定確保体制の構築  
⇒残さい加工ビジネスの再構築

# 産業成長戦略 水産分野（戦略の柱4. 地域資源を活用し、交流を拡大）【その15】

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 1. 滞在型・体験型観光の推進

○漁村・地域での受入体制の強化(ソフト・ハード)  
 主要な観光地から漁村へ誘客できる魅力ある商品づくり

○関係機関と連携した情報発信・商品売込  
 認知度を高めるための情報発信の強化

#### 【目標】

◆県内10地区で商品が整備

#### ■漁村・地域での受入体制の強化

- ・アンケート、意見交換会及びモニターツアー等の実施により、魅力ある観光商品づくりに向けた体験者ニーズを把握
- ・9地区(上ノ加江、佐賀、窪津、松尾、栄喜、柏島、室戸岬、夜須、鶴来島)で体験者ニーズを観光商品の磨き上げや体験メニューづくりに反映することを実施
- ・上ノ加江地区で、他地区と連携した体験メニューを追加
- ・修学旅行の誘致に向けて、「平和学習」「民泊」「体験」のうち「平和学習」に代わる「防災学習」のプログラム化が完了

⇒**県内9地区で商品が整備**

#### ■関係機関と連携した情報発信・商品売込

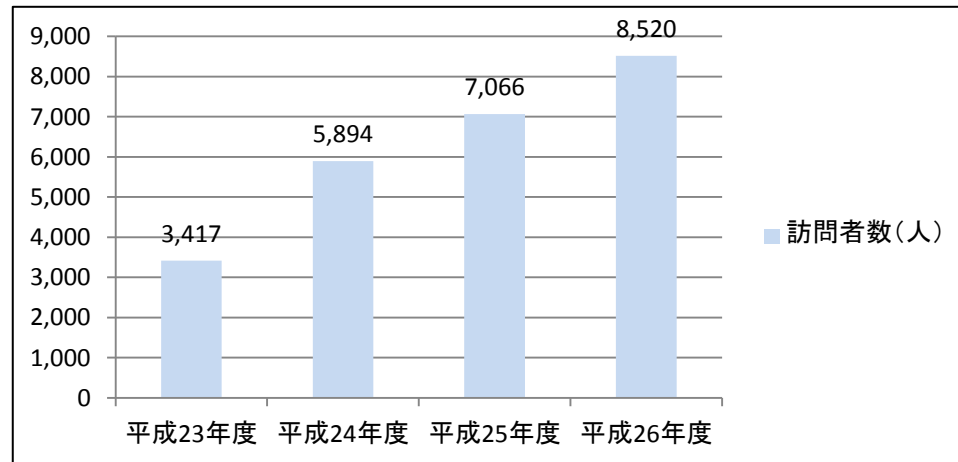
- ・主要な観光地や交通拠点にパンフレットを配布
- ・ホームページの情報追加・更新
- ・県内外のイベント等で情報発信・商品売込
- ・関係機関と連携し、県内の小中学校、大学、老人クラブ連合会及び企業等へ情報発信・商品売込
- ・地域コーディネート組織及び関係機関と連携し、関東及び関西方面の旅行会社や学校等へ情報発信・商品売込

⇒**認知度の向上**

#### [パンフレット配布部数]

	H24	H25	H26	H27 ※5月末
配布部数(部)	7,650	3,015	4,225	3,505

#### [ホームページ訪問者数]



#### 【総括】

○アンケート、意見交換会及びモニターツアー等の実施により、県内9地区において、既に魅力ある商品が整備済みであり、漁村・地域での受入体制の強化は図られている。

#### 【乗り越えるべき課題】

・多様な体験者ニーズへのこまやかな対応の検討

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒商品が整備された各地区において、滞在型・体験型観光を継続して実施する  
 ⇒アンケート及びモニターツアーの分析結果等から導き出された体験者ニーズを観光商品の磨き上げや体験メニューづくりに反映する。

#### 【総括】

○県内外の主要な観光地や交通拠点において、平成24年度から延べ18,400部のパンフレットを配布しており、認知度を高めるための情報発信の強化が図られている。

○県内外のイベントや関係機関との旅行会社及び学校等への情報発信・商品売込の実施により、各地区の認知度は高まっており、漁村への誘客ができています。

#### 【乗り越えるべき課題】

・観光客、旅行会社及び学校等への漁村での滞在型・体験型観光の周知徹底方法の検討

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒今後も継続して積極的な情報発信や商品売込を実施する。  
 ⇒パンフレットの追加配布やホームページの追加・更新を行う。  
 ⇒関係機関と連携した情報発信・商品売込を行う。

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 【ものづくりの基盤整備】

#### 1. 競争力強化と企業集積の拡大

○県内企業が生産性等を高め、県内での生産活動の継続と雇用の維持に繋げていくため、県内中小企業の設備投資を促進

○設備投資促進事業(標準型)  
・県内事業者(製造業)が行う設備投資に対し、対象経費の6.8%の補助を実施。

#### 【目標】

◆設備投資による生産能力向上額 +10億円(H24→H27の増加額)

・売上10億円以下の企業に関して、新規雇用がなくても、県経済への貢献(県内取引増や賃上げ等処遇改善)が年300万円以上となる場合、利用を可能とするようH27より改正を実施

○設備投資促進事業(特別型)の創設

◆H27より、経済波及効果の高い設備投資に対し、対象経費の25%の補助を実施する【特別型】を創設。

### ■設備投資促進事業(標準型)の実施状況

	H24	H25	H26	累計
補助金交付決定件数	12件	6件	5件	23件
補助金交付決定額	50,559千円	68,285千円	46,672千円	165,516千円
設備等投資額	829,873千円	1,015,445千円	706,519千円	2,551,837千円

⇒(1)新規雇用者数:77名(見込)  
(2)県内製造業者の生産能力の向上:16.1億円(見込)



設備投資の補助金により新築した社屋



設備投資の補助金により導入した設備

### ■設備投資促進事業(特別型)の実施状況(H27～)

H27.6.10～7.10 公募  
H27.7.31 審査会実施

### 【総括】

○県の補助制度により設備投資が拡大  
○H27より、経済波及効果の高い設備投資に対し、対象経費の25%を助成する新しいメニューを創設

### 【乗り越えるべき課題】

・さらに多くの拡大再生産に向けた設備投資の推進  
・今後想定される人手不足や県外加工の県内加工化などへの対応  
・県内企業に好評であった「国のもの補助」が終了した後のさらなる設備投資の促進。

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒新たに生産効率化の指導員を配置するなど一貫支援体制をさらに強化

⇒金融機関等の支援機関と連携した企業の事業化プランづくりのサポート強化(「国のもの補助」の支援機関制度の県補助金への導入)

⇒設備投資助成制度の充実

⇒産業振興センター等との連携強化により、国内外での外商をさらに強化

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
<p><b>【ものづくりの基盤整備】</b> 1. 競争力強化と企業集積の拡大</p>	<p>○企業立地基盤の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・香南工業団地の開発</li> <li>・(仮称)高知一宮団地の開発</li> <li>・南国日章工業団地の開発</li> <li>・工業団地の適地を調査</li> </ul> <p><b>【目標】</b> ◆新規工業団地面積 A=20ha(H27年度末)</p>	<p>■香南工業団地の完成(H25) ・平成26年1月から分譲開始</p> <p>■(仮称)高知一宮団地の事業推進 ・約8割の用地取得済み</p> <p>■南国日章工業団地の事業推進 ・調査、測量、実施設計がほぼ完了</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>⇒完成した工業団地面積 A= 7.9 ha(香南工業団地) (参考)造成中の工業団地面積 A= 約16 ha(高知一宮団地、南国日章工業団地)</p> </div>	<p><b>【総括】</b> ○工業団地の造成は、高知市、南国市、香南市で行い、着実に整備が進捗</p> <p><b>【乗り越えるべき課題】</b> ・企業ニーズの高い県中央部において、一定面積が確保できる新たな開発適地がない</p> <p><b>【次のステージに向けた方向性】</b> ⇒工場用地に適した民有地の活用 の検討</p>

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 【ものづくりの基盤整備】 2. 研究開発の促進

- 産学官連携による新産業の創出
- ・産学官連携会議を開催し、情報を共有するとともに共同研究を推進
- ・産学官連携会議分野別テーマ部会の活動による新たな共同研究の推進
- ・中期テーマ研究開発事業による共同研究
- ・機能性食品や医療・介護関連機器の研究開発や事業化を目指す企業への専門家の派遣

#### 【目標】

◆産学官連携の取組が広がり、新エネルギーや防災関連などの共同研究成果が複数生まれ、事業化が始まっている

#### 【目標】

◆産学官連携産業創出研究推進事業を活用した新規事業化件数3件以上

- 産学官連携会議の開催による産学官の連携強化
  - ・産学官連携強化に向けた産学官連携会議を開催

[産学官連携会議及び分野別テーマ部会(食品・防災・新エネルギー)の開催回数]

	H24	H25	H26	H27
産学官連携会議	3回	3回	2回	3回(予定)
分野別テーマ部会	9回	6回	3回	—

⇒産学官連携会議で日常的に交流する場ができたことで、産学官の距離感が縮まり、相互理解が進んだ

- 中期テーマ研究の新規採択及び継続研究の実施

- ・産学官連携産業創出研究推進事業(中期テーマ)を実施

[中期テーマ研究の新規採択及び継続研究件数]

	H24	H25	H26	H27
新規	2件	2件	2件	2件(予定)
継続	3件	5件	4件	4件

⇒産学官連携産業創出研究推進事業(中期テーマ研究)実施件数:8件(H24~27)

⇒H27年7月末現在、委託研究の終了した5件のうち3件が事業化(H27年度末:4件の見込み)共同研究による特許出願数:9件

⇒大学と県内企業の具体的なタイアップ事例が増え、共同研究が動き出すとともに、産学連携の意識が向上した

- 中期テーマ研究を支援するため医療分野の専門家派遣やセミナーを開催

- ・H25:4回(派遣2回、セミナー2回)

⇒専門家派遣による支援がベンチャー企業の設立につながった

#### 【総括】

○県内の産学官の連携による共同研究を促進し、イノベーションの創出に挑戦  
○ファインバブル(微細気泡)や動脈可視化装置(穿刺ナビゲーション)など、事業化件数は、4件(見込含む)であり、成果を上げている。

#### 【乗り越えるべき課題】

- ・一次産業をはじめ様々な分野で活用できる新たなファインバブル技術など、研究成果をさらに発展させる応用研究や事業化の推進
- ・産学官民連携センターや産業振興センター等との連携強化

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒県内での研究成果を活かし、産学官民連携による事業化の推進や産業利用を拡大することで、新たな産業クラスターの形成を目指す。

⇒さらに、産学官民連携センター(コブプラ)を活かして、より継続的かつ、より活発にイノベーションの創出を図る。

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等																								
<b>【ものづくりの基盤整備】</b> <b>3. 人材の育成と確保</b>	<p>○技術人材の育成 工業技術センター等が行う技術研修 ・人材育成事業(工業技術センター)</p> <p>【目標】 ◆技術研修参加者 1,600人 (H24～H27)</p> <p>・人材育成事業(紙産業技術センター)</p> <p>【目標】 ◆技術研修参加者 1,000人 (H24～H27)</p>	<p>■食品加工産業や機械金属など、ものづくり産業の担い手となる技術者を養成することにより、企業等の製品開発力を高める。</p> <p>&lt;工業技術センター&gt; 企業技術者への製造技術や品質管理等の技術研修及び技術指導を行い、産業の担い手となる技術者を養成する。 ・人材育成研修等参加者</p> <table border="1" data-bbox="658 368 1487 434"> <thead> <tr> <th></th> <th>H 2 4</th> <th>H 2 5</th> <th>H 2 6</th> <th>H 2 7</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>工業技術センター</td> <td>584人</td> <td>767人</td> <td>1,001人</td> <td>94人</td> <td>2,446人</td> </tr> </tbody> </table> <p>&lt;紙産業技術センター&gt; かみわざひとづくり事業の実施(開放試験設備利用研修、技術力向上を目指した研修、製品化への技術支援、講演会等による情報提供) ・かみわざひとづくり事業研修等参加者</p> <table border="1" data-bbox="658 651 1487 715"> <thead> <tr> <th></th> <th>H 2 4</th> <th>H 2 5</th> <th>H 2 6</th> <th>H 2 7</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>紙産業技術センター</td> <td>244人</td> <td>256人</td> <td>217人</td> <td>79人</td> <td>796人</td> </tr> </tbody> </table>		H 2 4	H 2 5	H 2 6	H 2 7	合計	工業技術センター	584人	767人	1,001人	94人	2,446人		H 2 4	H 2 5	H 2 6	H 2 7	合計	紙産業技術センター	244人	256人	217人	79人	796人	<p>【総括】 ○要望に沿った研修等を実施することで、当初計画以上の参加者が得られた。</p> <p>【次のステージに向けた方向性】 ⇒これまでの企業、団体の要望に沿った研修を実施するとともに、分析機器や測定機器を使用した実践的な研修にシフトする。</p> <p>【総括】 ○要望に沿った研修等を実施することで、概ね当初計画の参加者が得られた。</p> <p>【乗り越えるべき課題】 ・新規導入の機械設備の活用</p> <p>【次のステージに向けた方向性】 ⇒新規導入設備を最大限に活用した研修等を実施し、新しい技術に対応できる中核人材の育成を目指す。</p>
	H 2 4	H 2 5	H 2 6	H 2 7	合計																						
工業技術センター	584人	767人	1,001人	94人	2,446人																						
	H 2 4	H 2 5	H 2 6	H 2 7	合計																						
紙産業技術センター	244人	256人	217人	79人	796人																						

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

【ものづくりの  
基盤整備】  
3. 人材の育  
成と確保

○技術人材の育成

### 【目標】

- ◆定員に対する充足率  
(H22:62.9%→H27:100%)
- ◆自己都合による中途退校率  
(H22:18.9%→H27:10.0%)
- ◆就職率  
(H22:82.6%→H27:90.0%)

### ■高等技術学校における公共職業訓練の実施

- ・就職コーディネーターや生活相談員を配置することにより、入校生の自己都合による中途退校率は改善され、また関連職種への就職率も向上してきている状況。
- ・一方、充足率については、年度により若干の変動はあるものの、各訓練科とも依然として低迷している状況が続いている。

### 【実績】

	H24	H25	H26	H27
充足率	66.7%	73.3%	53.3%	59.0%
自己都合による 中途退校率	14.5%	20.3%	4.3%	—
就職率 (うち関連)	88.2% (93.3%)	91.2% (87.1%)	93.1% (92.6%)	—
就職者数 (うち関連)	45人 (42人)	31人 (27人)	27人 (25人)	—

⇒H24～H26の3年間で103人が就職しており(関連業種への就職94人)、産業人材の輩出に効果を挙げている。

### 【総括】

- 関連職種への就職率も向上してきており、産業人材の輩出に一定の効果을挙げている。

### 【乗り越えるべき課題】

- ・定員充足率の低迷

### 【次のステージに向けた方向性】

- ⇒職業能力開発審議会での高等技術学校の訓練のあり方の検討をふまえた取組

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

【ものづくりの  
基盤整備】  
3. 人材の育  
成と確保

○新規高卒者の県内企業への就職  
促進に向けた産業界、学校、行政  
への連携強化

### 【目標】

◆高校生の県内就職割合  
(H22:58.1%→H27:72%)

### ■県内産業や県内企業に対する生徒・教員の理解促進

・産業系の県立高校を対象に、生徒の企業実習や担当教員の企業研修等を実施した。

	H24	H25	H26	H27
実施校	17校	18校	17校	18校(予定)
参加生徒数	899人	1,068人	925人	1,023人(予定)
参加教員数	3人	0人	3人	4人(予定)
協力企業数	150社	222社	230社	131社(予定)

⇒高校生の県内就職割合 H22 58.1% → H26 62.3%

年度		H22	H23	H24	H25	H26
就職 希望者	[a]県内(人)	712	722	792	732	778
	[b]県外(人)	459	468	418	415	457
就職者	[c]県内(人)	623	651	742	689	753
	[d]県外(人)	449	458	408	410	455
県内就職率(%) [c]／[c]+[d]		58.1	58.7	64.5	62.7	62.3

県内就職希望者の県内 就職率(%) [c]／[a]	87.5	90.2	93.7	94.1	96.8
県外就職希望者の割合 (%) [b]／([a]+[b])	39.2	39.3	34.5	36.2	37.0

出典：高等学校卒業者の就職状況に関する調査(文部科学省)

### 【総括】

○全国的な景気動向の影響も受け、県  
内就職率は増加しているが、一方で  
県外への就職希望者も多い、

### 【乗り越えるべき課題】

・高校生や教員、保護者等関係者への  
県内企業の魅力や就職関連情報等  
の確実な提供

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒関係機関と連携した関係者への情  
報提供の取り組みの強化



## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

【ものづくりの  
基盤整備】  
3. 人材の育  
成と確保

○新規大卒者の県内企業への就職  
促進

### ■県出身県外大学生への民間登録リストを活用した就職情報の提供

- ・県出身県外大学生に対し、就職相談会等への参加やダイレクトメールを発送することにより、高知県の企業や県内就職情報の提供を行った。
- ・県外大学の保護者会に参加し、Uターン就職情報等の提供を行った。

### 【実績】

	H24	H25	H26	H27
就職相談会への県相談ブースの出展	5回	4回	4回	4回 (予定)
県外大学の学生へダイレクトメールで就職相談会等の情報を発信	3,296人	2,500人	2,176人	2,500人 (予定)
県外大学保護者会への参加	9大学 保護者212人	8大学 保護者203人	14大学 保護者352人	6大学 保護者220人 (7月末現在)

### ■県外大学との就職支援協定の締結

- ・県外6大学と就職支援協定を締結し、県出身大学生に直接Uターン就職情報等の提供を行った。

	H24	H25	H26	H27
支援協定先	立命館大学	龍谷大学、神戸学院大学 関西大学、美作大学	—	同志社大学

### 【総括】

- 県出身県外大学生に対し、県内就職情報等を提供するとともに、県外6大学との就職支援協定を締結した。

### 【乗り越えるべき課題】

- ・県内出身者を含む県内外の大学生の県内就職の促進

### 【次のステージに向けた方向性】

- ⇒県内外の大学生、保護者等に対する本県と県内企業等の魅力及び就職関連情報を提供する仕組みの強化

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
<p>【ものづくりの基盤整備】</p> <p>3. 人材の育成と確保</p>	<p>○円滑な事業承継と中核人材の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内事業者等への事業承継に対する理解促進及び後継者人材の確保</li> <li>・円滑な事業承継をすすめるための研修会等の実施</li> <li>・後継者・中核人材等の育成支援</li> </ul>	<p>■高知県事業承継・人材確保センターの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営者の高齢化や後継者不在による休廃業を増加の流れに歯止めをかけるため、円滑な事業承継や新たな事業展開を担う中核人材の確保を行うため平成27年4月に「事業承継・人材確保センター」を設置し、実務に精通した専門スタッフが一貫してサポートする体制を整備。</li> </ul> <p>■事業所の現状把握</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内事業者2,770社に対し、アンケートを実施</li> </ul> <p>■事業承継・人材確保センターのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・金融機関、商工会、商工会議所、各支援機関、市町村等へ実施</li> <li>・同窓会、県人会を通じた人材の掘り起こし 相談件数(H27.8月末):88件(事業承継:50件、人材確保:38件)</li> </ul> <p>■商工会・商工会議所と連携したセミナーの開催</p> <p>59名の参加(10市町)</p> <p>■高知県事業承継等推進事業費補助金の創設</p>	<p>【総括】</p> <p>○H27「事業承継・人材確保センター」を設置し、実務に精通した専門スタッフが一貫してサポートする体制を整備。</p> <p>【乗り越えるべき課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業ニーズに応えられる人材の確保やマッチング機能の強化</li> </ul> <p>【次のステージに向けた方向性】</p> <p>⇒新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保のため、県内外からの中核人材情報を蓄積し、県内企業との多くのマッチングにつなげる仕組みを強化</p>

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 【ものづくり】 1. 防災関連産業の振興

○南海トラフ地震への備えと連動させた防災関連産業との地産地消・外商の推進

#### 【目標】

◆ものづくり補助金を活用した防災関連製品開発数20件

<総合的な支援>

- ・「防災関連産業交流会」の設置
- ・防災産業推進コーディネーター設置
- ・産学官連携による防災関連の研究開発の推進

<「地産」を推進するためのものづくり支援>

- ・試作機の開発支援
- ・試験研究機関での技術支援
- ・全国に通用するものづくり支援
- ・海外展開のための製品改良支援

<「地消」を推進するための広報・販路開拓支援>

- ・県内でのPR
- ・公的調達の促進

<「外商」を推進するための販路開拓の支援>

- ・防災関連の主要展示会への出展
- ・トップセールスの実施
- ・コーディネータ等による製品開発や販路拡大のサポート
- ・県内での導入実績づくりによる信用力の付与

#### ■交流 ⇒防災関連産業交流会員数 H26:138社

	H24	H25	H26	H27
防災関連産業交流会(個別相談会含む)の開催	2回	4回	7回	4回(確定分)
防災関連産業交流会会員数の推移	77社	100社	138社	158社(見込)

#### ■地産

	H24	H25	H26	H27
ものづくり補助金の募集(H26~随時募集)審査会開催数	4回	3回	6回	—
防災関連製品認定制度審査会の開催	1回	2回	2回	2回
ものづくり補助金(国・県)を活用した試作開発(開発数)	11件	9件	7件	3件(8月末見込)
防災関連製品認定制度による「高知県防災関連登録製品」の認定	47件	19件	19件	17件(見込)

合計 30件

累計 102件

#### ■地消

	H24	H25	H26	合計
県内での製品PR活動	16市町村23会場 223社出展	6市町村15会場 217社出展	12市町村26会場 184社出展	34市町村64会場 624社出展

#### ■外商

	H24	H25	H26	H27	合計
県外見本市	4回	5回	13回	10回	32回
出展回数、出展社数	28社	36社	62社	58社(見込)	184社

・ものづくり地産地消・外商センター(H26.4.1開所)による県外市町村訪問回数267市町村

⇒成約件数 H24~H26 合計293件

⇒防災関連製品の売上実績 H26:15.4億円 ※H26は関連工事を含むと75億円

	H24	H25	H26	H27
成約件数	167件	63件	63件	—
防災関連製品の売上実績	0.6億円	10.7億円	15.4億円	24億円(見込)

合計  
293件

#### 【総括】

<地消>

○防災関連産業交流会において、企業と市町村等との情報交換、製品PR、個別相談会を実施し、交流会員数は順調に増加。

○ものづくり補助金を活用した防災関連製品の試作開発や製品改良を支援  
○H24より防災関連製品の品質や安全面の観点から審査を行う認定制度を創設し、以降、認定製品数は順調に増加。

<外商>

○県外見本市等を活用した情報発信を行い、防災関連認定製品の販売額は飛躍的に拡大。

○H27より海外への販路開拓に向けた取り組みを開始(台湾での商談会を開催)

#### 【乗り越えるべき課題】

<地産>

・さらなる製品の開発

<外商>

・さらなる売上の大幅増に向けた国内販売戦略と海外展開の強化

#### 【次のステージに向けた方向性】

<地産>

⇒数多くの認定製品を創出

<外商>

[国内]  
⇒物流を検証した上での新たなネットワークの構築と、自治体を中心としたセールス活動の強化

[海外]

⇒台湾の取り組みを東南アジアや北米など、他エリアに拡大

項目

対策等

具体的な成果等

総括、次のステージに向けた方向性等

2. 成長分野での事業化促進

(1) 成長が期待される食品、天然素材等5分野を対象とした研究会の設置

○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

○研究会メンバーにバイヤー等を加え、アドバイス機能を強化

○研究開発から事業化まで、一貫した支援を実施

【目標】

◆事業化プラン認定件数  
60件(H24~H27)

【目標】

◆販売金額  
100億円(H24~H27)

【目標】

◆新規雇用  
110人(H24~H27)

■成長分野での事業化促進

- ・研究会の開催(セミナー、個別相談会等)
- ・専門家派遣による事業化支援

(H27. 7月末時点)

	H24	H25	H26	H27	計
研究会会員数	212	254	312	372	85
研究会開催	31	25	24	5	
研究会参加者数	554	547	410	111	1622
専門家派遣	63	38	43	3	147
訪問企業数	85	116	241	50	492

⇒ 事業化プラン認定件数 34件(H24~H27. 7月末)

⇒ 販売金額 31.4億円(H24~H27(見込))

⇒ 新規雇用 101名(H24~H26)

(H27. 7月末時点)

	H24	H25	H26	H27	計
事業化プラン認定数	13	10	9	2	34
販売金額(単位:億円)	4.9	7.7	8.2	10.6	31.4
新規雇用(人)	17	40	44		101

【総括】

○成長分野育成研究会での専門家による商品企画へのアドバイス等を通じ、事業化アイデアから新たな事業化プランづくりまで一貫してサポートを行った結果、認定事業化プラン数は34件増加し(H24~H27.7月末)、新規雇用も100人を超えるなどの成果が出ている。

【乗り越えるべき課題】

・事業化プラン認定件数は増えているものの、近年売上が伸び悩む

【次のステージに向けた方向性】

⇒バイヤーとの個別相談会を増やすなどマーケットインの視点からの取り組みを強化(事業化プランの精度の向上と早期成約)  
⇒一貫支援の強化(ものづくり地産地消・外商センター等と支援スキームを再構築)

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

【ものづくり】  
2. 成長分野  
での事業化  
促進

○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

### ■コンテンツビジネス起業化支援

・コンテンツビジネス起業研究会を設置し、専門家のアドバイスにより事業化プラン案のブラッシュアップや認定事業化プランに対する補助や販路拡大支援を実施

	H24	H25	H26	H27
入会事業者数	14	13	31	24
情報交換会開催回数	1	—	5	6(予定)
個別相談会開催回数	—	—	6	6(予定)

⇒事業化プラン認定件数6件(うち事業化件数5件)

⇒首都圏ゲーム開発会社からソーシャルゲームからの一部開発・運用受託件数1件

⇒県内初のゲーム専門会社の設立1件、同社によるソーシャルゲームの配信1タイトル

⇒新規雇用者数12人(ソーシャルゲーム開発・運用9人、人材育成3人)

### ■クリエイターの発掘及び育成

・セミナーを開催することによりクリエイター及び事業者の意識啓発を図るとともに、見本市、ゲームデザインコンテストを開催することによりビジネスマッチングを推進

	H24	H25	H26	H27
見本市出展者数	23	17	—	—
著作権セミナー参加者数	111	124	137	(10月開催)
ゲームデザインコンテスト応募者数	—	130	193	(募集中)
ブランディングセミナー参加者数	—	—	103	114※

※土佐MBAトップレクチャーへの参加者数(10月に基礎編の開催予定あり)

⇒デザインコンテスト入賞者及び首都圏ゲーム開発会社とのマッチング件数47件

### ■企業誘致

・商工労働部と連携し、県外コンテンツ関連企業へアプローチ

⇒企業立地件数2件、新規雇用者数67人

### 【総括】

○コンテンツビジネス起業研究会への入会事業者数が増加し、活動が活発化、プラン認定件数も6件あり、一定の収益を上げた。

### 【乗り越えるべき課題】

・ゲーム市場動向の変化  
・事業化の可能性が高い企画案の少なさ及び事業化プラン案のブラッシュアップ期間の長期化

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒アイデアソン及びビジネスコンテストの開催によりゲーム分野以外の掘り起こしを図る。

### 【総括】

○各セミナーには毎回定員を超える参加があり、クリエイター及び事業者のビジネスマッチング事例も出て来始めた。

○ゲームデザインコンテストについては、県内外から多数の応募があり、入賞者及びゲーム開発会社とのビジネスマッチングも一定数あった。

○ゲーム関連のコンテンツ創造を応援する県としての業界へのPRが一定でき、企業誘致に繋がった。

### 【乗り越えるべき課題】

・ゲーム開発会社からの継続的発注には繋がりにくい。

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒各セミナーは継続開催、ゲームデザインコンテストはH27年度までの成果及びゲーム市場動向を鑑み、開催内容の見直しを検討する。

### 【総括】

○誘致件数及びそれに伴う新規雇用者数において一定の成果が出ており、コンテンツ産業の集積の土台が形成された。

### 【乗り越えるべき課題】

・コンテンツ関連企業全般に適用される企業立地補助金が未整備  
・技術者(プログラマー等)の育成・確保

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒企業立地補助金の創設、更に首都圏で会社説明会を開催し、U・Iターン者の確保に繋がるとともに、県内高等教育機関と連携し、人材育成を進める。

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 【ものづくり】 3. ものづくり の地産地消

○ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチング機会の創出

#### 【目標】

◆ものづくり補助金を活用した製品開発件数  
40件(H24～H27)

○ものづくり産業強化事業費補助金によるものづくり企業に対する支援（試作開発準備、試作開発、製品改良）

・県内事業者（製造業）が行う、試作開発準備事業に対し、補助を実施。

#### 【個別事業者】

補助率2分の1  
補助限度額100万円

・県内事業者（製造業）が行う、試作開発、製品改良事業に対し、補助を実施。

#### 【事業体】

補助率3分の2  
補助限度額1,350万円

#### 【個別事業者】

補助率2分の1  
補助限度額1,000万円

■ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチング機会の増加

- ・ものづくり地産地消・外商センターへの総合相談窓口の設置やものづくり企業への一貫したサポートを通じて、機械装置開発のマッチング等を実施。
  - ・ものづくり地産地消推進会議(H26.4月設立)の活動を通じたニーズ発掘や相談会開催に向けたJA等訪問。(H26:81件)
  - ・ものづくり総合技術展での商談機会の拡大。(H24:266件→H25:386件→H26:558件)
  - ・高知県工業会、産業振興センター、県による3者協定の締結。(H27.3月)
- ⇒ものづくり補助金を活用した製品開発件数:57件(H24～H26累計)  
⇒総合相談窓口を通じたマッチング件数

	H24	H25	H26
総合相談窓口への相談件数	400	451	550
マッチング件数	78	105	109

⇒ものづくり地産地消推進会議の活動を通じた機械装置開発マッチング件数:7件(H26)

■試作機の開発支援の実施状況

応募件数 累計71件  
(H24:43件 H25:15件 H26:13件)  
採択件数 累計58件  
(H24:33件 H25:13件 H26:12件)

⇒交付件数 H24:23件 H25:24件 H26:10件

#### 【事例】

- ・四方竹分別装置の試作開発
- ・茶葉切断機の試作開発
- ・ホタテひも取り機の試作開発
- ・ペレット用冷却機械の試作開発
- ・人道橋丸太橋の試作開発
- ・無電源・津波対策陸間自動閉鎖装置の改良
- ・流出防止装置付農業用防災重油タンクの試作開発
- ・災害対応型自走式海水淡水化浄水装置の試作開発

(H26～)

- ・審査会におけるアドバイス機能の強化
- ・県内のみならず県外・海外ニーズも視野に入れた支援



四方竹分別装置



災害対応型  
自走式海水淡水化浄水装置

【総括】

○「ものづくり地産地消センター」を設置し(H23)(H26年度からものづくり地産地消・外商センターに改編)、ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築。年々相談件数・マッチング件数が増加し、地産の取り組みは広まりつつある。

○「ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金」を創設(H22)(H27から「ものづくり産業強化事業費補助金」に統合)し、試作開発や製品改良の支援を開始。防災関連や農業分野などで全国に通じる製品が生まれつつある。

【乗り越えるべき課題】

- ・本県のものづくりをさらに強化するためには、  
○さらなる事業化プランの発掘と精度向上  
○スピーディな開発・製品化  
○上記の担う人材の育成が必要

【次のステージに向けた方向性】

⇒事業化プラン策定支援から試作開発、販路開拓まで一貫支援を継続強化

⇒企画・営業・生産管理等の研修の実施

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
<p>【ものづくり】</p> <p>4. 企業集積の拡大</p>	<p>○全国トップクラスの助成制度を活用した企業立地の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくりの地産地消」を加速する業種の誘致</li> <li>・雇用の拡大に「即効性」を持つ業種の誘致</li> <li>・地域産業を支える人材育成、労働力の確保</li> </ul> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆製造品出荷額等 +350億円(H27年度末)</li> <li>◆企業立地による新規雇用効果 +1,300人(フル創業時)</li> </ul>	<p>■新規案件の発掘と誘致活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・様々な機会を捉えた誘致企業の掘り起こしを行うとともに、平成25年度より、大都市(大阪及び名古屋)での企業立地セミナーの開催や、コールセンター見本市(東京)への出展等により、新規営業先の発掘を行った。</li> <li>・製造業及び事務系職場をターゲットとした企業立地アンケートを毎年実施し、新規営業先の掘り起こしを行った。</li> </ul> <p>■立地企業のアフターケア対策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・立地企業への設備投資補助メニューの紹介や関係機関への仲介や、雇用確保に関するフォローなど、きめ細やかなアフターケアを行い、工場や事務所の増設を促進した。</li> </ul> <p>■雇用の確保及び人材供給力の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・立地企業の会社説明会及び面接会を実施することにより、必要な雇用の確保を行うとともに、ビジネススキルを向上を目的とした講習会を実施し、企業ニーズにかなう人材育成を行った。</li> </ul> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>①⇒新設 <u>+9件(うち事務系8件)、これに伴う新規雇用+558人</u></p> <p>②⇒増設 <u>+31件(食品、事務系含む)、これに伴う新規雇用+513人</u></p> <p>①+② <u>+40件、+1071人(フル操業時)</u></p> </div>	<p>【総括】</p> <p>○県内外の企業への投資活動の誘引により40件の企業立地を実現。企業の新設及び増設は着実に進む。</p> <p>【乗り越えるべき課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新設、増設候補企業のニーズを踏まえた各部局との連携</li> <li>・本県の強みを活かした第一次産業分野等や、地理的条件の影響が少なく、徐々に集積が進みつつある事務系職場への対応の加速化</li> </ul> <p>【次のステージに向けた方向性】</p> <p>⇒本県の強みを活かした第一次産業分野等と連携した幅広い視点からの産業クラスター化を目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全庁が一丸となった企業立地の総合支援体制の構築</li> <li>・県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進</li> <li>・第一次産業分野への県内外企業の参入促進。併せて加工・販売など関連産業を一体的に誘致</li> </ul> <p>⇒全国的なニアショア(地方拠点開設)志向を活かしたオールインワンのきめ細やかなサポートを武器に、事務系職場の集積を目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全庁が一丸となった企業立地の総合支援体制の構築</li> <li>・事務系職場の集積(人口減対策若者の雇用対策)に向けた誘致のためのパッケージ型の優遇策等の検討</li> </ul>

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等																				
<p><b>【販売の拡大（地産・外商）】</b></p> <p>1. 販路拡大への支援</p>	<p>○ものづくり企業を対象にした県外での受注拡大の取組への支援を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・見本市への県ブースの出展、県内外での商談会の開催</li> <li>・産業振興センター等との連携による出展企業等への支援</li> <li>・産業振興センターを中心とした外商機能の強化等</li> </ul> <p>【目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆見本市・商談会開催件数 50件（H24～H27）</li> <li>◆受注金額（外商支援の成果） 20億円（H24～H27）</li> </ul>	<p>■ものづくり地産地消・外商センターによる外商支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各企業ごとに専任担当者を配置し、技術支援や販売協議、同行訪問等の企業サポートを実施。</li> <li>・県内ものづくり企業の県外見本市への出展支援や外商コーディネーター等による県外でのセールス活動を展開。</li> <li>・全国に通用するエキスパートを配置し、売れる商品づくりに向けた質の高い支援活動を展開。</li> <li>・産業振興センターと金融機関等（高知県工業会、四銀、高銀、幡多信金、三井住友海上火災、商工中金）との業務連携協定の締結（H26）による支援態勢の充実。</li> </ul> <p>⇒外商支援の成果（企業訪問回数、成約額等）</p> <table border="1" data-bbox="642 399 1585 549"> <thead> <tr> <th></th> <th>H24</th> <th>H25</th> <th>H26</th> <th>H27（目標）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>企業訪問回数</td> <td>1,212回</td> <td>2,029回</td> <td>3,224回</td> <td>—</td> </tr> <tr> <td>成約額</td> <td>2.5億円</td> <td>16.2億円</td> <td>27.1億円</td> <td>36億円</td> </tr> <tr> <td>見本市出展回数・小間数</td> <td>13見本市・73小間</td> <td>41見本市・117小間</td> <td>40見本市・176小間</td> <td>29見本市・159小間</td> </tr> </tbody> </table> <p>■事業化プラン（製品企画書）の作成支援等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくり地産地消・外商センターによる、新たな外商製品づくりに向けた事業化プラン（製品企画書）の作成候補案件の発掘と作成支援を実施。</li> <li>・製品の事業化プラン（製品企画書）から設備投資までを後押しするようものづくり産業強化事業費補助金を拡充するとともに、1本の補助要綱にパッケージ化。（H27）</li> </ul> <p>⇒事業化プランの作成件数：30件（H26）</p>		H24	H25	H26	H27（目標）	企業訪問回数	1,212回	2,029回	3,224回	—	成約額	2.5億円	16.2億円	27.1億円	36億円	見本市出展回数・小間数	13見本市・73小間	41見本市・117小間	40見本市・176小間	29見本市・159小間	<p>【総括】</p> <p>○ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H23 産業振興センターに「ものづくり地産地消センター」を開設</li> <li>・H24 産業振興センターに「外商支援部」を設置</li> <li>・H26 組織統合し、「ものづくり地産地消・外商センター」を設置</li> </ul> <p>【乗り越えるべき課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業化プランや新たな製品は一定増えつつあるが、生産能力や品質面で全国・海外に通用する水準の製品はまだ少ない。</li> <li>・事業化プランを意識する企業がまだ少ない。</li> <li>・中核人材の確保・育成</li> </ul> <p>【次のステージに向けた方向性】</p> <p>⇒事業化プランや販路拡大支援に加え、新たに生産効率化の指導員を配置するなど一貫支援体制をさらに強化</p> <p>⇒事業承継・人材確保センターと連携した中核人材の確保</p>
	H24	H25	H26	H27（目標）																			
企業訪問回数	1,212回	2,029回	3,224回	—																			
成約額	2.5億円	16.2億円	27.1億円	36億円																			
見本市出展回数・小間数	13見本市・73小間	41見本市・117小間	40見本市・176小間	29見本市・159小間																			



## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

【販売の拡大  
(地産・外  
商)】

2. 商業の活  
性化

- 商業の振興  
・人を呼び込む賑わいのしくみづくり  
・商店街の機能向上支援

【目標】

◆商店街の歩行者通行量  
H22: 58,632人  
→H27: 66,000人

◆中心商店街の空き店舗率  
H22: 13.4%  
→H27: 13.4%

→減少傾向に歯止めをかける

■商店街全体のにぎわい創出や新規開業支援等による商店街の活性化

商店街でのイベント実施など、商店街全体の賑わい創出支援と、チャレンジショップや空き店舗への出店支援といった新規開業支援を実施してきた。

○こうち商業振興支援事業実績

年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
実績額	4,085,582	11,164,887	7,005,251	4,965,000	3,440,000
実績件数	7件	7件	8件	5件	4件
実施市町村内訳	高知市 3件 四万十市 1件 安芸市 1件 南国市 1件 香南市 1件	高知市 3件 四万十市 1件 香美市 1件 香南市 1件 土佐清水市 1件	高知市 4件 四万十市 2件 土佐清水市 1件 いの町 1件	高知市 1件 四万十市 2件 中土佐町 1件 三原村 1件	高知市 1件 四万十市 2件 中土佐町 1件

■商店街の機能向上支援

○空き店舗対策事業実績

年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
実績額	9,797,990	3,856,997	11,639,081	6,305,000	9,180,000
実績件数	10件	5件	17件	9件	13件
実施市町村内訳	高知市 5件 四万十市 2件 四万十町 3件	高知市 4件 安芸市 1件	高知市 5件 四万十市 6件 安芸市 4件 四万十町 1件 本山町 1件	高知市 4件 四万十市 3件 安芸市 1件 奈半利町 1件	高知市 11件 四万十市 2件

○チャレンジショップ事業実績

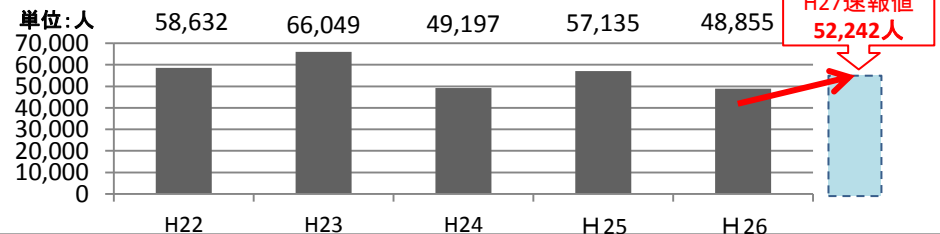
平成23年～26年度：県下3ヶ所(高知市、四万十市、四万十町)で実施。

28名卒業中、15店が新規開業。

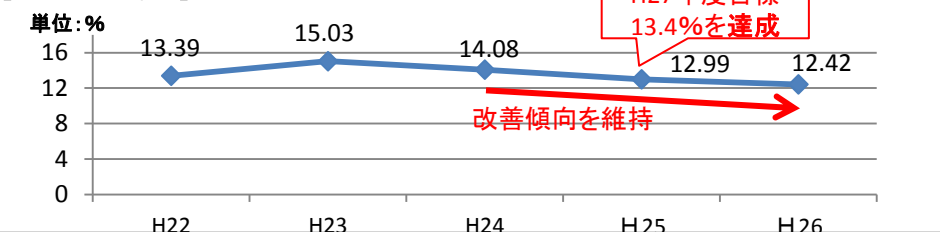
※平成27年度中に香美市、安芸市で新規開設予定。

⇒歩行者通行量及び空き店舗率の推移

【歩行者通行量推移】



【空き店舗率推移】



【総括】

- 商店街全体の賑わい創出やチャレンジショップ、空き店舗対策による新規開業支援により空き店舗率が改善  
○既存店への支援制度創設 (H27)

【乗り越えるべき課題】

- ・誘客は一定の効果を上げているものの、新規顧客の獲得やリピーターの確保が課題
- ・高知市など中心商店街ではチャレンジショップや空き店舗対策の取組みが進んでいるものの周辺部での取組みが弱い。また、国際化対応も課題

【次のステージに向けた方向性】

- ⇒暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化のため、
- ・観光や地域文化の拠点となる中心商店街のさらなる魅力アップ
  - ・地域の暮らしや交流を支える商業機能の維持、発展

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等																
<p>1. 地域観光の推進</p>	<p>○観光人材育成塾を通じた地域観光の担い手の育成</p>	<p>■観光人材育成塾の実施 県内のエリアごとにワークショップ等を開催し、旅行商品プランの作成やセールス活動を行うことにより、地域観光の担い手育成を実施。</p> <table border="1" data-bbox="652 235 1574 456"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>名称</th> <th>回数</th> <th>参加者数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H24</td> <td>とさ旅セミナー</td> <td>ワークショップ 3回×7エリア フォローセミナー 1回×2か所</td> <td>270名</td> </tr> <tr> <td>H25</td> <td>ステップアップ研修</td> <td>ステップアップ研修 7回×3エリア</td> <td>39名</td> </tr> <tr> <td>H27</td> <td>土佐の観光創生塾</td> <td>6回×2エリア</td> <td>69名</td> </tr> </tbody> </table> <p>⇒<a href="#">H24 とさ旅セミナー作成プラン数:6地域37プラン うち、旅行商品化:2地域</a>  <a href="#">H25 プロモーション活動を通じた旅行商品化:3件</a></p>	年度	名称	回数	参加者数	H24	とさ旅セミナー	ワークショップ 3回×7エリア フォローセミナー 1回×2か所	270名	H25	ステップアップ研修	ステップアップ研修 7回×3エリア	39名	H27	土佐の観光創生塾	6回×2エリア	69名	<p>【総括】 ○県内各地域に誘客の目玉となる観光拠点が整備され、そこを目指して全国から多くの観光客が訪れるようになってきており、今後、こうした拠点を中心とした地域周遊が進み、県内各地で観光消費がより拡大していくことが期待できる。 ○観光人材の育成に向けたセミナー等の継続実施により、地域観光の担い手育成につながり、地域の資源を活かした旅行商品を造成する力が徐々に付いてきている。 ○地域博覧会を通じた組織体制づくりや地域活動の活性化につながっている。</p>
年度	名称	回数	参加者数																
H24	とさ旅セミナー	ワークショップ 3回×7エリア フォローセミナー 1回×2か所	270名																
H25	ステップアップ研修	ステップアップ研修 7回×3エリア	39名																
H27	土佐の観光創生塾	6回×2エリア	69名																
<p>核となる観光拠点の形成</p>	<p>○観光拠点を計画的に整備するためのハード・ソフト両面での支援</p>	<p>■広域観光みらい会議の開催 大手旅行会社や大手旅行雑誌の講師による講演会の実施により魅力ある旅行商品づくりを促進。 ・H26 開催回数3回、参加者319名 ・H27 1回(全3回) 参加者102名 ⇒<a href="#">H27 上期の日本旅行「赤い風船」の高知県単独版商品化(食彩高知)</a></p>	<p>【乗り越えるべき課題】 ・より一層誘客を図ることのできる観光拠点の整備に向け、関係者との調整等を行いながら取組を進めていく必要がある。</p>																
<p>観光資源の発掘・磨き上げの推進</p>	<p>【目標】 ◆核となる観光拠点の整備(県内7カ所)</p>	<p>■高知県観光拠点等整備事業費補助金による支援 全国から誘客できる観光地づくりのための拠点整備、観光資源の発掘、磨き上げ等への取組を支援。 ・補助金交付件数</p> <table border="1" data-bbox="673 813 1170 913"> <thead> <tr> <th></th> <th>H24</th> <th>H25</th> <th>H26</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>32</td> <td>35</td> <td>23</td> </tr> </tbody> </table>		H24	H25	H26		32	35	23	<p>・より魅力ある旅行商品化に向け、地域で観光を担う事業者等の旅行商品造成力の強化を引き続き図る必要がある。 ・博覧会での実績やノウハウを活かし、地域が継続して観光振興を進めていく必要がある。</p>								
	H24	H25	H26																
	32	35	23																
<p>広域観光の推進</p>	<p>○地域コーディネート機能の強化</p>	<p>⇒<a href="#">核となる拠点施設の整備(事業着手含む) 現在7カ所(H27現在)</a></p>	<p>【次のステージに向けた方向性】 ⇒これまでの成果を踏まえ、事業を拡充していく。</p>																
<p>人材育成</p>	<p>【目標】 ◆2泊以上の宿泊客数(H20:85.5万人 →H27:100万人)</p>	<p>■地域博覧会の開催 広域観光組織が自立的活動をすることができるよう地域が主体的に取り組む地域博覧会の開催支援。 ・H25「楽しまんと！はた博」 ⇒<a href="#">周遊プラン数:9件</a> ⇒<a href="#">観光施設等入込実績:146.5万人(対前年比20万人増、116%)</a> ・H27「高知家・まるごと東部博」 ⇒<a href="#">周遊プラン数:10件</a></p>	<p>【総括】 ○観光ガイドの育成やガイド間の連携への支援や観光事業者への研修の実施により観光客に質の高いサービスを提供することができた。 【乗り越えるべき課題】 ・質の高い観光ガイド及び観光事業者の育成</p>																
	<p>○観光ガイドの育成、技術の向上 ○観光事業者等へのおもてなしの研修の実施</p>	<p>■県内の各地域の観光ガイド団体の連携や質の高いガイドの技術の習得を目的とする研修会の開催等 ⇒<a href="#">ガイドの意識や質の高さが評判となり、県外から視察が訪れた。(室戸市観光ガイドの会)</a> ⇒<a href="#">県内のガイドの連携及びレベルアップ等の意識が高まり、観光ガイド連絡協議会独自の研究会等が開催された。</a> ⇒<a href="#">観光事業者へのおもてなし研修の実施により、観光事業者等が研修を受講することで事業者の観光客に対する質の高いサービスの提供につながっている。</a></p>	<p>【次のステージに向けた方向性】 ⇒観光事業者等のレベルアップ支援、外国人観光客への対応支援、新規ガイド団体の設立支援</p>																

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 2. 効果的な広報・セールス活動の推進

#### ○統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施

##### 【目標】

◆首都圏からの観光客数  
H20:30.5万人 → H27:45万人

##### 【目標】

◆リピーターの数  
H22:75万人 → H27:88万人

#### ○ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開

#### ■観光キャンペーン「リョーマの休日」の推進

・H24年度から、観光キャンペーン「リョーマの休日」による地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーン(H24~25)、高知の「食」を前面に打ち出したキャンペーン(H26~27)を展開。

⇒**県外観光客の入込客数は、目標の400万人を2年連続で達成。**

・全国初となる「高知家の食卓」県民総選挙を実施し、選挙結果を活用した「高知家イチオシグルメガイド」を作成・配布した。

[県民総選挙の概要]

	投票世帯数	グルメガイド	主な配布場所
H25(総選挙2014)	14,314世帯	13.5万部	空港、高速SA、道の駅、
H26(総選挙2015)	22,645世帯	12.0万部	観光施設、宿泊施設等

※部数は予定

⇒「**県民が勤めるお店に行きたい**という観光客のニーズに応えることができた。

⇒**総選挙の結果を活用した旅行商品「晩酌きっぷ」、「Lunch&Sweets」が造成された。**

晩酌きっぷ実績(H26):10,872人泊 Lunch&Sweets実績(H26):8,646人泊

・龍馬パスポートの発行及び内容の拡充を行い、周遊促進を図るとともに、ユーザーへの情報発信によりリピーター化の促進を図った。

[龍馬パスポートの利用者数]

H27.3.31時点 93,470人(県外利用者約78%) →H27.6.17 10万人突破

⇒**観光キャンペーン「リョーマの休日」及び「龍馬パスポート」の展開により、地域への周遊が促進された結果、県外観光客の一人当たりの消費額が伸びてきている。**

#### ■首都圏等のマスメディアでの情報発信

・首都圏等のマスメディアに情報発信を行い、テレビ、新聞、雑誌において番組や記事掲載を働きかけるパブリシティ活動を展開し、高知県の露出の拡大に取り組んだ。

[露出件数及び広告換算効果]

	H24	H25	H26
露出件数	33件	50件	167件
広告換算効果	13億6,400万円	26億8,000万円	29億6,400万円

⇒**継続したパブリシティ活動に取り組んだ結果、テレビ、新聞、雑誌等への高知県の露出が拡大した。**

[首都圏からの入込客数]

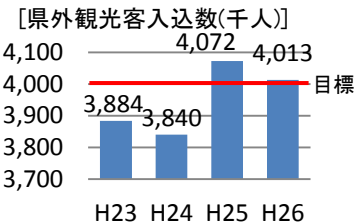
H20(取組前)	H24	H25	H26
30.5万人	49万人	55万人	54万人

⇒**首都圏からの入込客数の目標を達成。(目標:45万人)**

#### ■高知ゆかりの個人・団体等を活用した情報発信の推進

##### 高知県観光特使の新規委嘱者数

H24年度~H27年度(予定):新規委嘱者数209人 合計観光特使:500人



#### 【総括】

○観光キャンペーン「リョーマの休日」の取組を進めてきた結果、目標である県外観光客の入込客数400万人を2年連続で達成できた。

○435万人の目標の達成に向け、さらなる県外観光客の拡大を図るための効果的な誘客戦略づくりと実践が必要。

#### 【乗り越えるべき課題】

・まだまだ高知県の認知度が低い。  
・高知県の強みである「食」「自然」「歴史」「体験」を活かした効果的な誘客戦略づくり。

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒本県の強みである「食」「自然」「歴史」「体験」を軸としつつ、トピックを活かしたプロモーションを展開する。

⇒発地エリアに応じたプロモーションを展開し、高知県の認知度向上、県外観光客の拡大を図る。

⇒龍馬パスポートの制度を継続し、引き続き高知ファンとして囲い込みを図る。

#### 【総括】

○首都圏のマスメディアへの継続したパブリシティ活動により高知県の認知度向上に取り組んだ結果、首都圏からの入込は確実に増加している。

○高知県のメディア露出は増えてきている。

#### 【乗り越えるべき課題】

・まだまだ高知県の認知度が低い。

#### 【次のステージに向けた方向性】

⇒マスメディアへのパブリシティ活動を継続する。

⇒首都圏、関西圏、近隣県などの発地エリアに応じたプロモーション展開を図る。

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等												
<p>3. おもてなしの向上</p>	<p>○おもてなし気運の醸成</p> <p>○きめ細やかな観光情報の提供</p> <p>○県内の観光地を結ぶ移動手段の確保</p>	<p><b>■気運づくりのための研修、講演会等の実施</b>          おもてなし宣言者へのスターピンバッジの配布 約8,400人          おもてなし活動を広めるための県民会議の開催やおもてなし一斉清掃等の県民おもてなし活動への参加機会を提供し、また、観光地のトイレの美化を推進県民一人ひとりによるおもてなし活動の気運を醸成</p> <p>・おもてなし一斉清掃参加者人数</p> <table border="1" data-bbox="696 329 1127 401"> <thead> <tr> <th>H24</th> <th>H25</th> <th>H26</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3,778人</td> <td>2,317人</td> <td>2,445人</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>■観光案内機能の充実</b>          ・GWやお盆時期の渋滞対策、臨時観光案内の実施          渋滞対策: H25～H27 高知市中心部                    H26 五台山          臨時観光案内: H25～H27 高知城やサービスエリア等</p> <p>⇒<u>きめ細やかな情報の提供により観光客の満足度を高め、移動時間短縮等による経済波及効果をもたらした。</u></p> <p><b>■観光ガイドタクシー認定講座及び更新講座・試験の開催: 毎年県内3ブロック各1回</b></p> <p>⇒<u>観光ガイドタクシーの認定件数の増加や観光客満足度調査(聞き取り調査)の接客マナー上昇</u>          観光客満足度調査タクシーの接客マナー 3%増</p> <p>・おもてなしタクシー新規認定者及び更新者数( )</p> <table border="1" data-bbox="696 1019 1127 1126"> <thead> <tr> <th>H24</th> <th>H25</th> <th>H26</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>25人 (32人)</td> <td>73人 (112人)</td> <td>17人 (0人)</td> </tr> </tbody> </table>	H24	H25	H26	3,778人	2,317人	2,445人	H24	H25	H26	25人 (32人)	73人 (112人)	17人 (0人)	<p>【総括】          ○おもてなし一斉清掃への県民・団体・企業の参加などおもてなし気運の醸成          ○観光事業者への研修を実施することによるおもてなし気運の醸成</p> <p>【乗り越えるべき課題】          ・おもてなし気運の醸成と拡散</p> <p>【次のステージに向けた方向性】          ⇒本県の認知度とイメージの向上を図る取組の継続</p> <p>【総括】          ○きめ細やかな観光情報の提供により、満足度向上及び移動時間の短縮等が図られ、経済波及効果をもたらしている。</p> <p>【乗り越えるべき課題】          ・外国人観光客への対応</p> <p>【次のステージに向けた方向性】          ⇒これまでの取組を継続しつつ、関係機関とより連携した情報発信</p> <p>【総括】          ○周遊バスやおもてなしタクシーの周遊プランが観光客に利用され、二次交通制度の利便性向上が図られている。また、認定講座の開催やおもてなしタクシー認知者の増加を通じ、タクシーの接客マナーが徐々に向上しており、観光客の満足度向上につながっている。</p> <p>【乗り越えるべき課題】          ・外国人観光客への対応</p> <p>【次のステージに向けた方向性】          ⇒これまでの成果を踏まえ、継続した取組と外国人観光客への対応強化に向けた取組</p>
H24	H25	H26													
3,778人	2,317人	2,445人													
H24	H25	H26													
25人 (32人)	73人 (112人)	17人 (0人)													

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等						
<p>3. おもてなしの向上</p>	<p>○観光基盤の整備</p>	<p>■観光案内板等の整備や景観保全への支援                  ⇒市町村が実施する観光地や観光ルートへの誘導標識や観光案内板等の多言語化事業、景観整備等の取組が進んだ。                  H25年度17市町村25件(観光案内版16、多言語パンフ3、景観整備6)                  H26年度17市町村31件(観光案内版15、多言語パンフ7、景観整備9)</p> <p>■観光地のトイレ美化の推進                  ・おもてなしトイレ認定箇所数</p> <table border="1" data-bbox="679 392 1114 464"> <thead> <tr> <th>H24</th> <th>H25</th> <th>H26</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>529ヶ所</td> <td>91ヶ所</td> <td>74ヶ所</td> </tr> </tbody> </table> <p>⇒おもてなしトイレの認定件数も増加する等、機運づくりとともに美化が推進された。</p>	H24	H25	H26	529ヶ所	91ヶ所	74ヶ所	<p>【総括】                  ○核となる拠点エリアを中心に観光案内板の整備や景観整備、公共トイレの改修整備が進み、観光客の満足度向上に繋がっている。</p> <p>【乗り越えるべき課題】                  ・観光客のニーズの多様化や、より質の高いものを求める嗜好等に合わせた、取組の実施</p> <p>【次のステージに向けた方向性】                  ⇒これまでの成果を踏まえ、継続した取組と外国人観光客への対応強化に向けた取組</p>
H24	H25	H26							
529ヶ所	91ヶ所	74ヶ所							

## 項目

## 対策等

## 具体的な成果等

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 4. スポーツツーリズムの推進

○推進体制の強化及び受入態勢の充実

#### 【目標】

◆スポーツツーリズムによる新規入込者数（20,000人）

○年間を通じたスポーツイベント等の開催

○アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

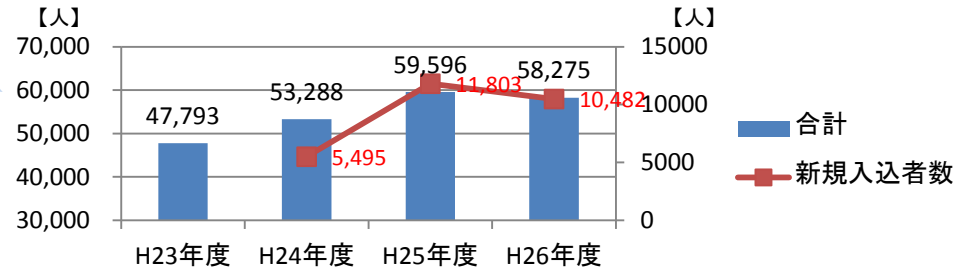
### ■スポーツツーリズムの推進体制の強化及び受入態勢の充実

・スポーツツーリズム推進に係るPT検討会等を開催し、スポーツツーリズムによる観光客誘致の取組を推進し、新規入込客数の増につなげた。

[スポーツツーリズム推進に係るPT検討会の開催]

6回（H23：4回、H24：3回、H25：2回、H26：0回、H27：1回（予定））

[スポーツツーリズムによる入込者数の推移]



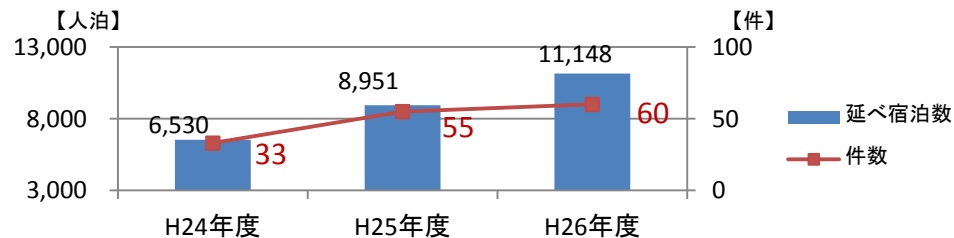
### ■年間を通じたスポーツイベント等の開催

・高校生のサッカー大会の誘致や自然を活かした新しいスポーツイベントを立ち上げた。

	H24年度	H25年度	H26年度
新たに誘致した主な大会等	・ミズノグローイングアップリーグin黒潮	・ミズノグローイングアップリーグin黒潮・宿毛	・ミズノグローイングアップリーグin黒潮・宿毛 ・ASCユースカップBATTLE OF 黒潮
新規イベント	・高知龍馬マラソン ・四万十・足摺無限大チャレンジライド ・高知県知事杯サーフィン大会 ・中土佐タッチエコトライアスロン	・高知龍馬マラソン ・四万十・足摺無限大チャレンジライド ・高知県知事杯サーフィン大会 ・中土佐タッチエコトライアスロン ・四万十ドラゴンライド ・高等学校女子硬式野球大会 ・女子旅トワイライトラン	・高知龍馬マラソン ・四万十・足摺無限大チャレンジライド ・高知県知事杯サーフィン大会 ・中土佐タッチエコトライアスロン ・四万十ドラゴンライド ・高等学校女子硬式野球大会 ・女子旅トワイライトラン ・四万十・南予横断2リバービューライド

### ■アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

[高知県アマチュアスポーツ合宿支援事業助成金実績]



### 【総括】

○スポーツツーリズム推進に係るPT検討会や競技団体とのWGの開催等を通じて、スポーツツーリズムによる観光客誘致の取組を前進させることができ、目標の新規入込客数2万人についても達成できる見通し。

### 【乗り越えるべき課題】

・スポーツ合宿等の誘致・受入についての市町村間での温度差。

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒2020年東京オリンピックに向けて、スポーツツーリズムについてスポーツ振興と合わせて県民運動にしていける必要がある。

### 【総括】

○自然を活かしたサイクリングイベント等の開催に向けて支援を行ってきた結果、一定ラインナップはそろってきた。

### 【乗り越えるべき課題】

・資金面から継続開催が課題。

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒新規開催支援に加えて、遞減式の補助金の導入など継続できる大会の仕組みづくりやシルバー世代のスポーツ大会誘致にも取り組む。

### 【総括】

○アマチュア合宿についても成果が上っており、夏休み等の期間は、屋外競技については、施設がほぼ飽和状態。

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒これまでの取組に加えて、屋内競技の合宿誘致も強化する。

## 項目

## 対策等

### 5. 国際観光の推進

- 国別戦略に基づく誘致活動
- ・相手国でのPRや旅行会社等へのプロモーション活動の強化
  - ・観光資源と顧客層のマッチング
  - ・官民連携による国際観光の推進

#### 【目標】

外国人延べ宿泊者数  
(H27)3.2万人泊  
(観光庁 宿泊旅行統計調査)

○高知県の強みを活かした新たな誘客活動

## 具体的な成果等

### ■国別戦略に基づく誘致活動

- ・H26年度から国内外での旅行博・商談会への参加や、セールス活動を強化。
- ・国際観光の抜本強化として、H27から国際観光推進コーディネーター(2名)を観光コンベンション協会内に配置。

○国内外の旅行博・商談会への参加

	H24	H25	H26	H27
合計	3回	4回	14回	15回以上
内訳	(台湾1・中国1、国内1)	(台湾2、香港1、国内1)	(台湾4、香港1、韓国1、タイ2、シンガポール1、国内5)	(台湾4、香港1、中国1、韓国1、国内1 計8回実施済)

○海外旅行会社への延べセールス面談数(旅行博等及び個別セールス活動)

	H25	H26	H27
合計	41社	89社	65社(7月末現在)
	(台湾14社、韓国4社、香港3社、シンガポール10社、タイ8社、マレーシア1社ほか)	(台湾14社、韓国6社、香港5社、タイ22社、シンガポール17社、マレーシア10社ほか)	(台湾19社、韓国17社、中国11社、タイ5社、シンガポール4社ほか)

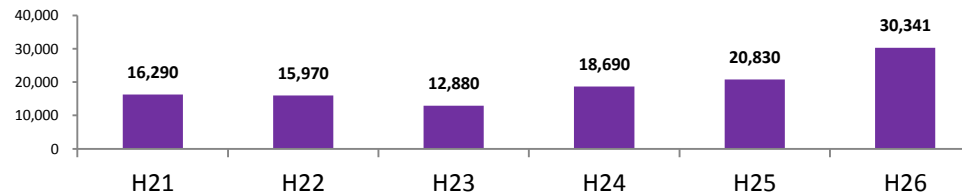
⇒旅行会社等の新規開拓数

H25:41社(台湾14社、韓国4社、香港3社、シンガポール10社、タイ8社、マレーシア1社他)

H26:48社(韓国2社、香港2社、シンガポール7社、タイ14社、マレーシア9社ほか)

H27:44社(7月末現在)(台湾7社、韓国15社、中国11社、香港6社、タイ1社、シンガポール3社他)

\* 本県の外国人延べ宿泊者数の推移(単位:人泊)



○外国客船の寄港に向けた個別セールス活動

- ・継続的なセールス活動と中国発着のクルーズ需要の増加を受けて、高知新港に大型客船の寄港が相次いでいることから、クルーズ船社等へのセールス活動をさらに強化。

	H24	H25	H26	H27
合計	0隻	4隻	1隻	4
	—	5,711人 (うち外国人2,389人)	1,940人 (うち外国人895人)	—

### ■高知県の強みを活かした新たな誘客活動

- 魅力あふれる体験型観光商品の作りこみにより作成した英語版素材集を、国内外の旅行博・商談会や個別セールスでPR
- H26:55施設、H27:7施設(7月末現在:8月~60施設調査予定)

## 総括、次のステージに向けた方向性等

### 【総括】

○H26年度から国内外の旅行博や商談会への参加・セールス活動を強化したこと等により、外国人延べ宿泊者数はH26年は目標を超える実績となっている。H27年も第1四半期(1~3月)の速報値ですでに1.1万人泊を超えていることから、H27年の目標である3.2万人泊を達成する見込み。

### 【乗り越えるべき課題】

- ・「四国」「高知県」の海外認知度の低さ

### 【次のステージに向けた方向性】

⇒「旅行商品をつくる」においては、ターゲット層を一般観光客のみならず、特定目的(企業研修、教育旅行、スポーツ等)まで拡大するとともに、海外エージェントとタイアップしたFIT向け対策を強化。

⇒「セールス」においては、認知度を飛躍的にあげる必要があることから、ターゲット市場のエージェントとタイアップした広告宣伝の強化や、FIT向けに多言語WEBサイトを活用した露出強化を図る。また四国4県が連携したプロモーションの強化と合わせて、訪日外国人が集中している東京や関西圏との連携を強化することで高知への誘客を促進する。

項目	対策等	具体的な成果等	総括、次のステージに向けた方向性等
<p>5. 国際観光の推進</p>	<p>○受入態勢の充実 ○外国人観光客の受入態勢の向上</p> <p>○四国4県連携によるプロモーション活動の推進</p>	<p>■訪日外国人旅行者の受入環境の整備(観光案内板、誘導標識、パンフレット等の多言語化の推進)</p> <p>○「観光パンフレット作成支援システム」運用開始(H24～) ⇒<u>核となる拠点エリアを中心に新たな広域観光ルートの紹介に繋がった。</u></p> <p>⇒<u>核となる拠点エリアを中心に新たな広域観光ルートを紹介する多言語案内板を設置</u> H25年度7件(広域案内1、誘導5)、H26年度93件(広域案内1、歓迎1、誘導1)</p> <p>⇒<u>歩き遍路標識を設置(H26年度90箇所)したことで、歩き遍路の方が道に迷うことなく周遊できるようサポートできた。</u></p> <p>⇒<u>市町村が実施する観光地や観光ルートへの誘導標識や観光案内板等の多言語化事業、景観整備等の取組が進んだ。</u> H25年度17市町村25件(観光案内版16、多言語パンフ3、景観整備6) H26年度17市町村31件(観光案内版15、多言語パンフ7、景観整備9)</p> <p>○地域観光拠点におけるWi-Fi整備率の向上 H26年度28% ⇒ H27年度(予定)63%</p> <p>○県内の消費税免税店 H26年4月4店舗 ⇒ H27年4月28店舗</p> <p>⇒<u>地域における外国人観光客の受入態勢が向上した。</u></p> <p>⇒<u>外国客船寄港時の交流イベントや観光案内等により、外国人観光客の満足度の向上や本県の認知度の向上、好評価による再寄港の可能性に繋がった。</u></p> <p>⇒<u>官民で地域における課題を認識・共有する機会を増やすことで、受入態勢整備に向けて前進した。</u></p> <p>■四国4県連携によるプロモーション活動の推進 ※四国4県 外国人延べ宿泊者数</p>	<p>【総括】 ○補助金の投入や説明会の開催、官民で地域の課題を共有する機会の場合等を設けて、取組んでいるが、全市町村、県民挙げての取組となるには道半ばである。</p> <p>【乗り越えるべき課題】 ○受入基盤整備が緊急課題であるとの認識の浸透がまだ不十分であり、整備のスピード感を高めるための市町村や事業者、県民への周知の機会を増やすことが必要。 ○県内の観光地を結ぶ二次交通機関における多言語化も、今後さらに外国人観光客を受け入れていくには非常に重要となるため、関係事業者の取組へのアプローチや支援が必要。</p> <p>【次のステージに向けた方向性】 ⇒これまでの成果を踏まえ、財源の課題を解決したうえで、事業を継続及び拡充する。</p>

