

第3期高知県産業振興計画の産業成長戦略（案）

目 次

1	農業分野	1
2	林業分野	16
3	水産業分野	23
4	商工業分野	31
5	観光分野	43
6	産業間の連携戦略	
	地産地消・地産外商戦略の展開	50
	移住促進による地域と経済の活性化	53
	産学官連携による力強い産業の礎を築く	62
	産業人材の育成・確保	63

(農業分野)の展開イメージ(案) ~地域で暮らし稼げる農業~

○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野を代表する目標	農業産出額等 (飼料用米交付金含む) 現状(H26) 965億円⇒4年後(H31) 1,000億円以上⇒6年後(H33) 1,050億円以上⇒10年後(H37) 1,100億円以上
	農業生産量 野菜(主要11品目)(H26) 110千t⇒(H31) 111千t以上⇒(H33) 117千t以上⇒(H37) 129千t以上 果樹(主要2品目)(H26) 212百t⇒(H31) 225百t以上⇒(H33) 234百t以上⇒(H37) 235百t以上 花き(主要3品目)(H26) 23千本⇒(H31) 24千本以上⇒(H33) 26千本以上⇒(H37) 28千本以上 畜産(あかし飼養頭数)(H27) 1,728頭⇒(H31) 2,420頭⇒(H33) 2,930頭⇒(H37) 3,560頭

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

- 拡 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 拡 環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発
- 拡 次世代型ハウス等の整備支援
- 地元と協働した企業の農業参入の推進
- オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

大規模施設園芸団地

高軒高を中心とする大規模次世代型ハウス

低コスト耐候性等の中規模次世代型ハウス

既存型ハウスへの環境制御技術導入

環境制御技術普及員によるサポート
学び教えあう場

収量UP!

環境保全型農業の推進

- 拡 IPM技術の普及拡大
- 拡 GAPの推進
- 拡 有機農業の推進
- 省エネルギー対策の推進

園芸品目別総合支援

- 拡 野菜園芸品目の総合戦略支援(ナス、ニラ、露地野菜等)
- 特産果樹生産振興(ユズ、文旦)
- 花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ)

水田農業の振興

- 県産米のブランド化の推進
- 新 酒米の生産振興
- 新 水田の有効活用に向けた有望品目への転換

畜産の振興

- 拡 土佐和牛
- 拡 養豚
- 拡 土佐シロ
- 拡 土佐はちきん地鶏
- 酪農

6次産業化の推進

- 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
- 拡 直販所支援の強化

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

中山間農業複合経営拠点の整備推進

- 拡 中山間農業複合経営拠点の県内への拡大



集落営農の推進

- 拡 集落営農の裾野の拡大
- 拡 こうち型集落営農と法人化へのステップアップ

中山間に適した農産物等の生産

- 拡 土佐茶産地の振興
- 拡 薬用作物の振興

日本型直接支払制度の推進

- 拡 中山間地域等直接支払制度の推進
- 多面的機能支払制度の推進

柱5 地域に根差した農業クラスターの形成



生産増⇒所得向上⇒担い手増
の好循環を拡大再生産へ!

担い手の確保
& 経営体の強化!

さらに、施設園芸団地を核に
関連企業を集積させ、
より多くの雇用を生み出す!

地域地域で若者が暮らせる
持続可能な農業を実現!

柱4 生産を支える担い手の確保・育成

新規就農者の確保・育成

- 拡 U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化
- 拡 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- 農業担い手育成センターの充実・強化
- 実践研修、営農定着への支援

農地の確保

- 拡 担い手への農地集積の加速化
- 新 園芸団地の整備促進
- 新 国営農地再編整備事業の推進



所得の
向上!

柱3 流通・販売の支援強化

規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

- 青果物
 - 基幹流通: 拡 集出荷施設の再編統合による集出荷体制の強化
 - 中規模: 拡 卸売市場と連携した業務需要の開拓
 - 小規模: 新 加工専用素材ニーズへの対応
 - こだわりニッチ野菜・果実の販売開拓
- 花き: 拡 商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化

ブランド化の推進

- 拡 高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促・PR

農産物の輸出の推進に向けた支援

- 新 卸売市場等との連携による取引開拓

農業分野の体系図 (案)

○分野を代表する数値目標及び戦略目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野の目指す姿	地域で暮らし稼げる農業								
分野を代表する数値目標	農業産出額等(飼料用米交付金含む)	現状(H26): 965億円	⇒	4年後(H31): 1,000億円以上	⇒	6年後(H33): 1,050億円以上	⇒	10年後(H37): 1,100億円以上	
	農業生産量	野菜(主要11品目)	(H26) 110,257t	⇒	111千t以上	⇒	117千t以上	⇒	129千t以上
		果樹(主要2品目)	(H26) 21,214t	⇒	225百t以上	⇒	234百t以上	⇒	235百t以上
		花き(主要3品目)	(H26) 22,582本	⇒	24千本以上	⇒	26千本以上	⇒	28千本以上
	畜産(あかうし飼養頭数)	(H27) 1,728頭	⇒	2,420頭	⇒	2,929頭	⇒	3,560頭	

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築	3 流通・販売の支援強化	4 生産を支える担い手の確保・育成	5 地域に根差した農業クラスターの形成
------	-------------------------	-----------------------	--------------	-------------------	---------------------

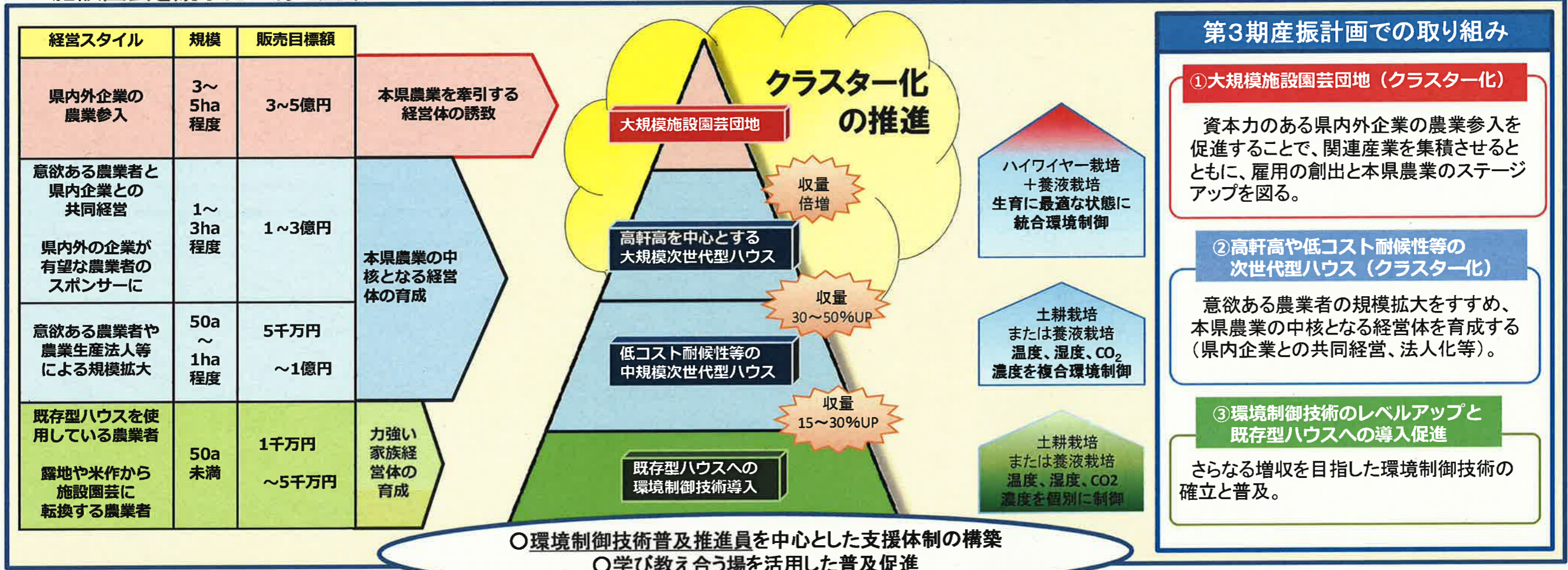
戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ■環境制御等の新たな技術の積極的な展開、生産性の高い施設の整備や更新により、生産力を高める。 ■安全・安心で高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成する。 ■地域の特性を活かした米や畜産など、高品質の生産を強化するとともに、6次産業化の取り組みを拡げて農産物の付加価値を高める。 	<ul style="list-style-type: none"> ■集落営農と中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大し、中山間地域の農業を地域全体で支え、競争力を高める仕組みを構築する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■本県農産物のプロモーション活動等によるブランド化の推進や、流通規模に応じた販路開拓・販売体制を強化する。 ■加工専用素材(規格外品や新たな品目)の流通拡大に取り組む。 ■本県の高品質な園芸品を新たに海外マーケットに売り込み、定番化を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ■生産を強化し、拡大再生産を実現するために必要な、産地が求める担い手の確保・育成を図る。 ■家族経営体の底上げや、法人化の推進などにより、強い経営体を育成する。 	<ul style="list-style-type: none"> ■次世代型ハウスによる施設園芸団地を核として、食品加工、物流拠点、直販所、レストラン等の関連産業が集積した「地域に根差した農業クラスター」を形成し、より多くの雇用を生み出す。
--------	---	--	--	---	---

戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ○次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進・導入7品目の出荷量 ②6: 79,355t → ③1: 95千t以上 → ③3: 101千t以上 → ③7: 113千t以上 ・次世代型ハウスの整備促進(累計) → ③1: 72ha → ③3: 116ha → ③7: 201ha ○安全・安心・高品質で選ばれる園芸品の生産 <ul style="list-style-type: none"> ・天敵利用による害虫防除技術(IPM虫害版)の導入面積率 施設キュウリ ②6 24% → ③1: 60% → ③3: 80% → ③7: 90% 施設カンキツ ②6 6% → ③1: 20% → ③3: 40% → ③7: 60% ・省力的病害防除技術(IPM病害版)の導入面積率 施設ナス ②6 0% → ③1: 40% → ③3: 80% → ③7: 100% 施設キュウリ ②6 0% → ③1: 40% → ③3: 80% → ③7: 100% 	<ul style="list-style-type: none"> ○集落営農組織による農地(田・畑)のカバー率(耕地面積ベース) ②5: 13% → ③1: 23% → ③3: 26% → ③7: 30% ○こうち型集落営農組織数 ②7: 32 → ③1: 80 → ③3: 100 → ③7: 140 ○集落営農法人組織数(うち収入20,000千円以上の組織数) ②7: 16(2) → ③1: 40(10) → ③3: 50(13) → ③7: 70(18) ○中山間農業複合経営拠点の整備数 ②7: 4 → ③1: 20 → ③3: 30 → ③7: 35 	<ul style="list-style-type: none"> ○卸売会社への業務委託による新たな取引・取引金額 ②6: 0.46億円 → ③1: 5.6億円 → ③3: 6.4億円 → ③7: 8億円 ○新たな加工専用素材の取引 <ul style="list-style-type: none"> ・供給品目数 ②6: 3品目 → ③1: 11品目 → ③3: 15品目 → ③7: 23品目 ○卸売会社への業務委託により輸出に取り組む品目数 → ③1: 10品目 → ③3: 14品目 → ③7: 18品目 	<ul style="list-style-type: none"> ○新規就農者数(仮)300人超/年間 ○農地の権利を取得し農業経営を行う法人数 ②7: 107 → ③1: 235 → ③3: 299 → ③7: 427 ○認定農業者の改善目標達成率(H26新規認定分)100% 	<ul style="list-style-type: none"> ○農業クラスターの形成数 <大規模(販売金額:3億円以上)> 4年後 6年後 10年後 カ所数 2 ⇒ 3 ⇒ 5 販売金額(億円) 10 ⇒ 15 ⇒ 25 雇用創出(人) ※ 130 ⇒ 195 ⇒ 325 参入事業者数 4 ⇒ 6 ⇒ 10 <中規模(販売金額:1~3億円)> 4年後 6年後 10年後 カ所数 3 ⇒ 5 ⇒ 10 販売金額(億円) 6 ⇒ 10 ⇒ 20 雇用創出(人) ※ 72 ⇒ 120 ⇒ 240 参入事業者数 3 ⇒ 5 ⇒ 10 <小規模(販売金額:1億円未満)> 4年後 6年後 10年後 カ所数 8 ⇒ 12 ⇒ 20 販売金額(億円) 6 ⇒ 9 ⇒ 15 雇用創出(人) ※ 90 ⇒ 135 ⇒ 225 参入事業者数 4 ⇒ 6 ⇒ 10 (※)パート含む。
------	---	---	--	--	---

取組方針・主な具体的な取り組み	<ol style="list-style-type: none"> 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及 ◆[拡充]環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発 ◆[拡充]次世代型ハウス等の整備支援 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進 ◆オランダ交流を活かした先進技術の普及推進 環境保全型農業の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]IPM技術の普及拡大 ◆[拡充]GAPの推進 ◆[拡充]有機農業の推進 ◆省エネルギー対策の推進 園芸品目別総合支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]野菜園芸品目の総合戦略支援(ナス、ニラ、露地野菜等) ◆特産果樹生産販売(ユズ、文旦) ◆花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ) 水田農業の振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆県産米のブランド化の推進 ◆[新規]酒米の生産振興 ◆[新規]水田の有効活用に向けた有望品目への転換 	<ol style="list-style-type: none"> 集落営農の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]集落営農の裾野の拡大 ◆[拡充]こうち型集落営農と法人化へのステップアップ 中山間農業複合経営拠点の整備推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]中山間農業複合経営拠点の県内への拡大 中山間に適した農産物等の生産 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]土佐茶産地の振興 ◆[拡充]薬用作物の振興 ◆園芸品目別総合支援(再掲) 日本型直接支払制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]中山間地域等直接支払制度の推進 ◆多面的機能支払制度の推進 畜産の振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]肉用牛の生産基盤の強化 ◆[拡充]養豚、土佐ジロー、はちきん地鶏の生産、加工・販売体制の強化 6次産業化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ ◆[拡充]直販所支援の強化 	<ol style="list-style-type: none"> ブランド化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促、PR 規模に応じた販路開拓、販売体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> <青果物> <ul style="list-style-type: none"> ・大規模 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化 ・中規模 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]卸売市場と連携した業務需要の開拓 ・小規模 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]加工専用素材ニーズへの対応 ◆こだわりニッチ野菜・果実の販売促進 <花き> <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PR 農産物の輸出の推進に向けた取組 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]卸売市場等との連携による取引開拓 	<ol style="list-style-type: none"> 新規就農者の確保・育成 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化 ◆[拡充]雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化 ◆農業担い手育成センターの充実・強化 ◆実践研修、営農定着への支援 家族経営体の強化及び法人経営体の育成 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]家族経営体の経営発展に向けた支援 ◆[拡充]法人経営体への誘導と経営発展への支援 ◆[新規]経営体を支える労働力の確保と省力化の推進 農地の確保 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]担い手への農地集積の加速化 ◆[新規]園芸団地の整備促進 ◆[新規]国営農地再編整備事業の推進 	<ol style="list-style-type: none"> 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進(再掲) <ul style="list-style-type: none"> ◆次世代型ハウス等の整備支援(再掲) ◆地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲) 関連産業の集積 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進 農地の確保(再掲) <ul style="list-style-type: none"> ◆担い手への農地集積の加速化(再掲) ◆園芸団地の整備促進(再掲)
-----------------	---	---	--	---	---

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

施設園芸を競争力のある産業として発展させるため、次世代型こうち新施設園芸システムを県内全域へ普及推進



28年度の取り組み

- ①大規模施設園芸団地（クラスター化）
- 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
次世代型ハウスや関連施設整備に対する支援、農業クラスター形成の促進
 - 企業誘致活動推進事業
参入企業の施設整備に係る経費等を補助
 - 次世代施設園芸等企业参入事業
農業参入企業の立地への支援

- ②高軒高や低コスト耐候性等の次世代型ハウス（クラスター化）
- 次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
次世代型ハウスや関連施設整備に対する支援、農業クラスター形成の促進
 - 園芸用ハウス整備事業
ハウスの整備や中古ハウスの改良を補助

- ③環境制御技術のレベルアップと既存型ハウスへの導入促進
- 環境制御技術普及加速化事業
炭酸ガス発生装置等の環境制御装置の導入を補助
 - 新施設園芸技術実証普及事業
学び教えあう場を活用した技術の実証と普及
 - 農業技術センターを中心とした実証研究
光利用効率の向上や補光技術の確立により、一層の増収へつなげる
 - オランダ型技術導入推進事業
オランダ・ウェストラント市との技術交流により、技術の開発と環境制御技術の県内普及を加速化
 - 園芸用ハウス整備事業
ハウスの整備や中古ハウスの改良を補助

農業産出額（園芸）目標達成へ



IPM技術の現状と課題

現状

1. 天敵の普及

- (1) 施設ナス、施設ピーマン類・シシトウでは、ほぼ全面積で天敵を導入。
- (2) 施設キュウリ、施設カンキツは伸び悩み。

【要因】: キュウリ→ウイルス病の多発 カンキツ→化学農薬の効果大
天敵(市販+土着)導入面積率(%) (H23~27)

	H23	H24	H25	H26	H27	目標値	達成率(%)
施設ナス類	62	77	94	97	97	90	108
施設キュウリ	15	17	17	24	31	60	52
施設ニラ	0	0	2	8	8	4	200
施設カンキツ	2	3	3	6	7	40	18
施設ピーマン・シシトウ	86	91	92	95	93	-	-

(3) 土着天敵の利用が拡大。

- ・施設ナス、ピーマン農家の大半が土着天敵を導入。
- ・施設キュウリも増加傾向。

天敵温存ハウス利用の状況 (H23~27)

	H23	H24	H25	H26	H27	対比(%) (H27/H23)
温存ハウス面積(a)	87	89	103	144	159	183
土着天敵利用農家戸数	239	260	303	344	359	150
土着天敵利用ハウス面積(a)	6,489	7,224	7,693	8,425	8,774	135

2. 天敵導入による効果

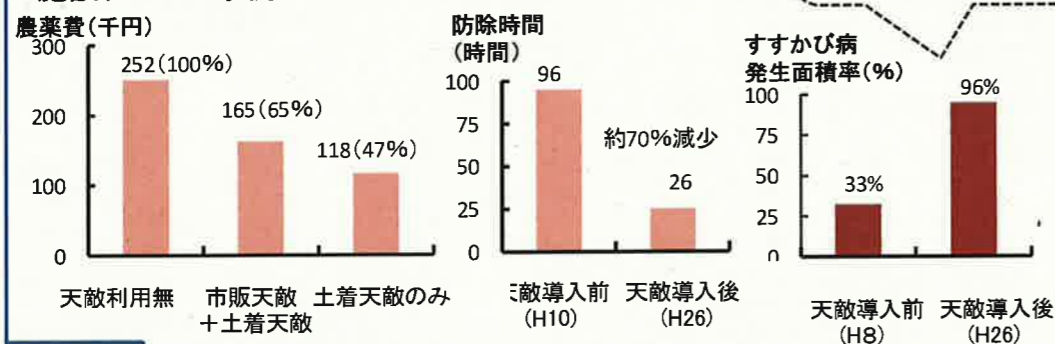
(1) 低コスト化

- ・化学農薬中心の防除に比べ、農薬費が大幅に削減。
- ・地域全体の農薬費も減少傾向。

(2) 省力化

- ・天敵導入以前に比べ、防除時間が大幅に削減。

施設ナスでの事例



天敵が普及し、殺菌剤の散布回数も減少
⇒一方で、新たな病害が問題化
すずかび病 33%→96%

戦略のポイント(対策)

虫害版 IPM技術

病害版 IPM技術

害虫及び病害に対応したIPM技術の開発と普及が必要

- ◆施設キュウリ及び施設カンキツにおけるIPM技術の組立と普及
- ◆侵入害虫等の新たな害虫に対するIPM技術の開発と普及
 - ・研究開発、実証ほの設置、実証成果に基づくマニュアルの作成
- ◆病害を対象としたIPM技術の開発と普及
 - ・研究開発、実証ほの設置、実証成果に基づくマニュアルの作成

対策が必要な害虫



新害虫



顕在化した病害



対策が必要な病害



マニュアル作成
実証ほの設置

マニュアル作成
実証ほの設置

IPM技術の普及 (H26→H31)

- ・施設キュウリ 24%→60%
- ・施設カンキツ 6%→20%

IPM技術の普及 (H26→H31)

- ・施設ナス 0%→40%
- ・施設キュウリ 0%→40%

技術の開発

- ・普及が遅れている品目
- ・新たな侵入害虫 等

技術の開発

- ・新たに顕在化した病害 (湿度制御、天然由来資材等)

虫害版IPM

病害版IPM

虫害・病害に対応した総合対策を普及拡大

高品質、低コスト化、省力化

現場での新害虫等の発生状況の把握
⇒ 研究課題化

現場での新害虫等の発生状況の把握
⇒ 研究課題化

課題

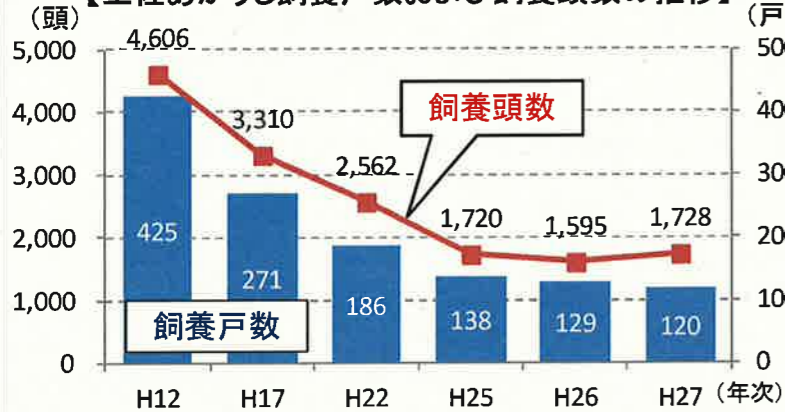
- 1 虫害に対するIPM技術の普及推進と新たな害虫への対策
 - ・天敵の普及が遅れている施設キュウリ、施設カンキツ等で導入推進
 - ・新たな侵入害虫等(チャノキイロ新系統等)の対策技術
- 2 病害に対するIPM技術の開発
 - ・天敵が普及し、害虫と同時防除を行っていた病害の防除回数が減少
⇒ これまで問題にならなかった病害の発生が増加
 - ・湿度制御技術や天然由来資材等を用いたIPM技術の開発と普及

土佐あかうしの現状

◆飼養戸数、飼養頭数の減少

- ・飼養戸数は減少傾向
- ・飼養頭数は下げ止まり回復傾向

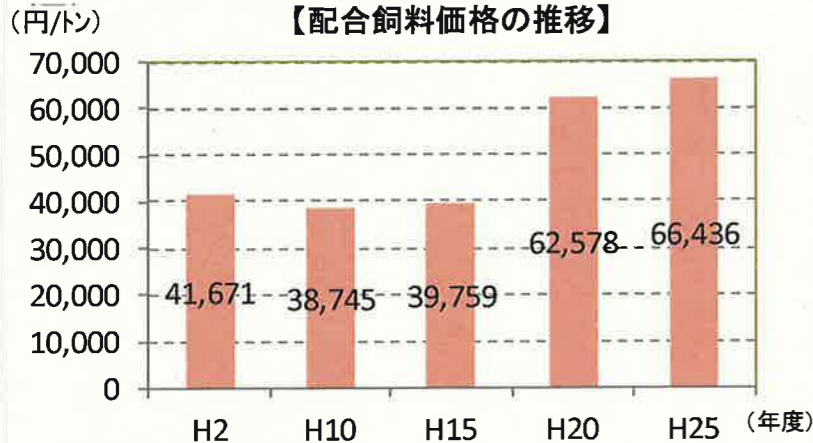
【土佐あかうし飼養戸数および飼養頭数の推移】



◆配合飼料価格の高騰

- ・トウモロコシ等の原材料価格が高水準で推移したこと等が要因。飼料コストが増大

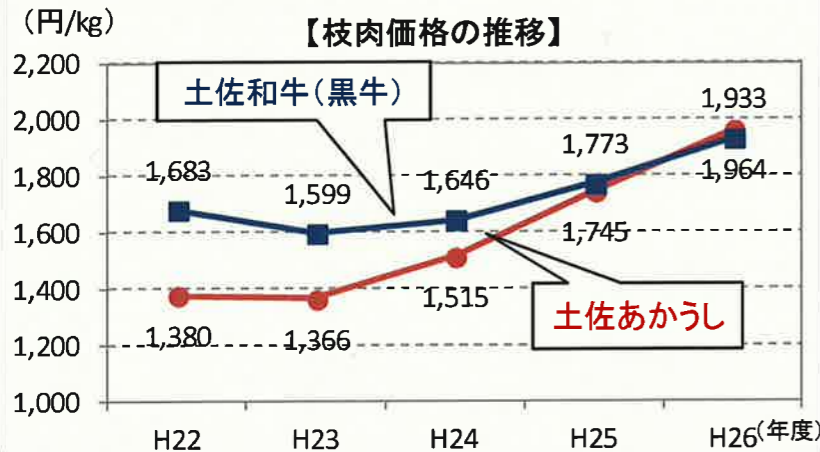
【配合飼料価格の推移】



◆需要の高まり

- ・大都市圏を中心とした需要の高まりにより枝肉価格や子牛価格が上昇

【枝肉価格の推移】



◆戦略のポイント

土佐あかうし増頭対策のさらなる強化による好循環の実現

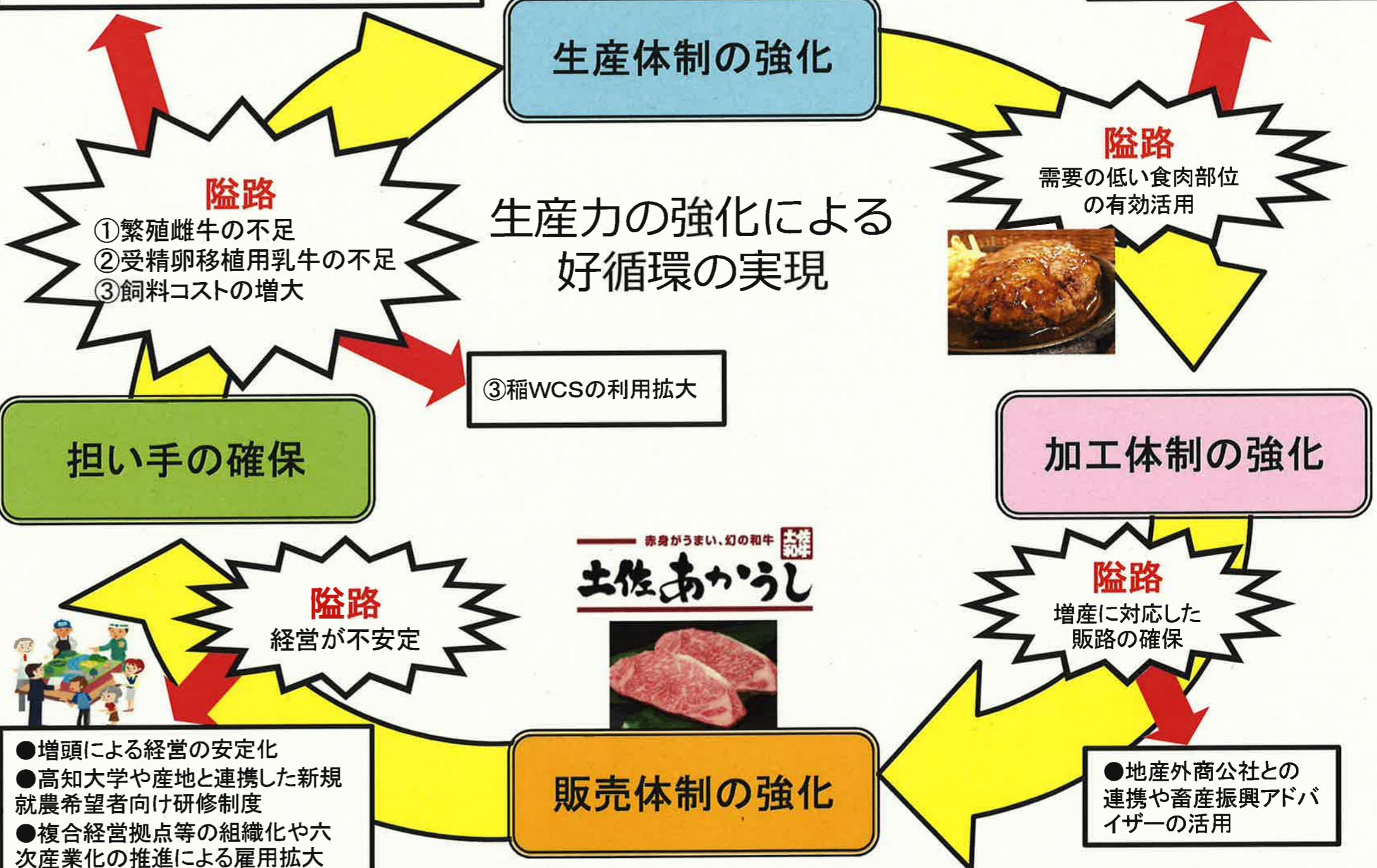
- 繁殖雌牛の保留推進
- 受精卵移植の強化
 - ・受精卵移植用乳牛を県が確保し、酪農家に貸付
- 生産基盤の強化
 - ・畜舎等生産施設の整備への支援
 - ・経営体の強化による担い手の確保
 - ・新たな拠点づくりによる産地の活性化



- ①受精卵移植によって肥育牛出荷頭数を増加しつつ、繁殖雌牛の保留率を向上
- ②受精卵移植用乳牛を県が確保し、酪農家に貸付



- 食肉加工品の開発



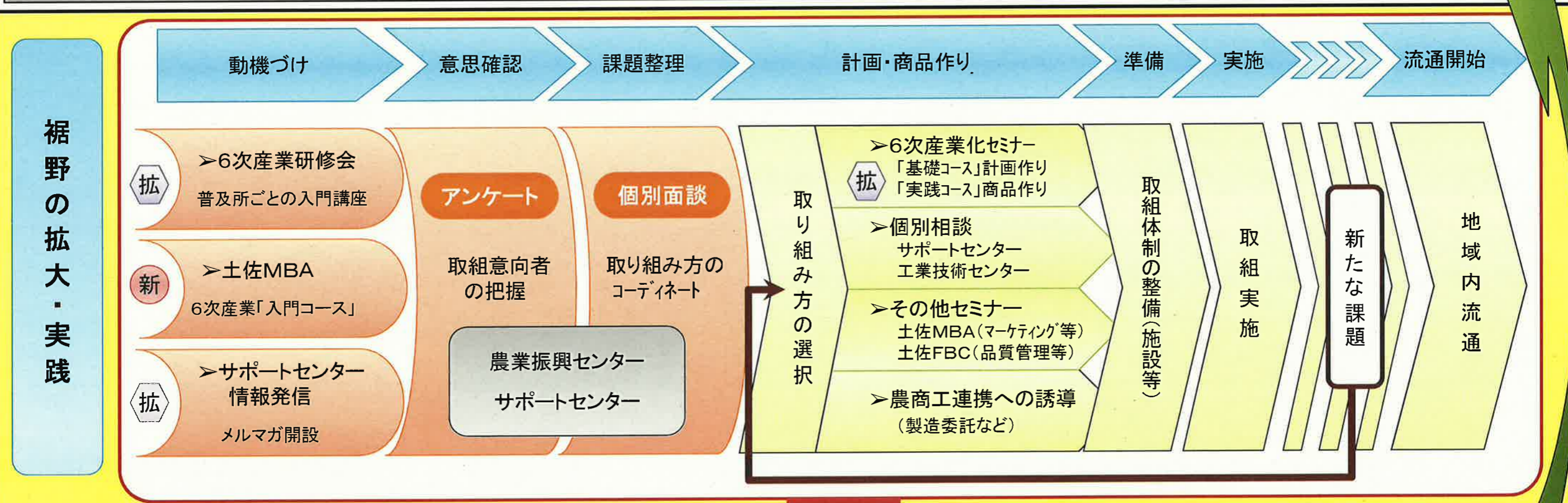
6次産業化の推進

これまでの取り組み

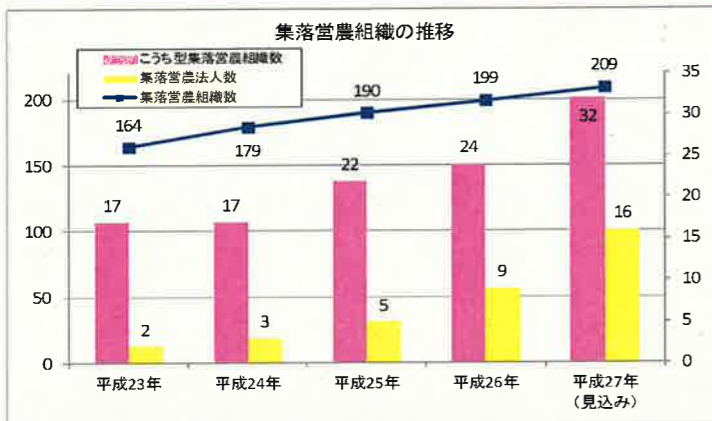
- ◆6次産業化サポートセンターによる個別相談対応（H26:284件）
- ◆農業創造セミナーにおける商品開発等の支援（H22～H27:56グループ）
- ◆6次産業化支援チームによる販路拡大等の支援（H27～:25チーム）
- ◆関係機関における情報共有及び生産者と加工企業とのマッチング支援による産業間連携の推進（マッチング推進定例会、こだわり農産物展示・相談会等）
（サポートセンター、産業振興センター、地産地消・外商課、産地・流通支援課、地域農業推進課）

課題

- ◆ **裾野の拡大**
・6次産業化に取り組むきっかけ作りと取組意向の把握が必要
- ◆ **計画作り・体制作り・商品作り**
・具体的な計画づくりや体制整備と商品作りが必要
- ◆ **ステップアップ**
・販路を拡大するステップアップが必要



中山間地域の農業の現状



- ・集落営農組織数
H23：164組織→H27：209組織
- ・こうち型集落営農組織数
H23：17組織→H27：32組織
- ・集落営農法人数
H23：2組織→H27：16組織

集落営農の取り組みは一定推進

- 不利な生産条件
- 高齢化・担い手・リーダーの不足
- 経営規模が小さい
- 鳥獣被害の深刻化
- 耕作放棄地の増加
- 集落機能の低下

課題

- ◆集落営農の更なる裾野の拡大
集落営農を推進する人材の育成が急務 ⇒ 対策①
- ◆「こうち型集落営農」へのステップアップ
収益向上のために米から園芸品目等への転換が必要 ⇒ 対策②
- ◆集落営農組織の法人化への積極的誘導
法人化のメリットが十分認識されていない ⇒ 対策③
法人の経営安定が必要 ⇒ 対策④

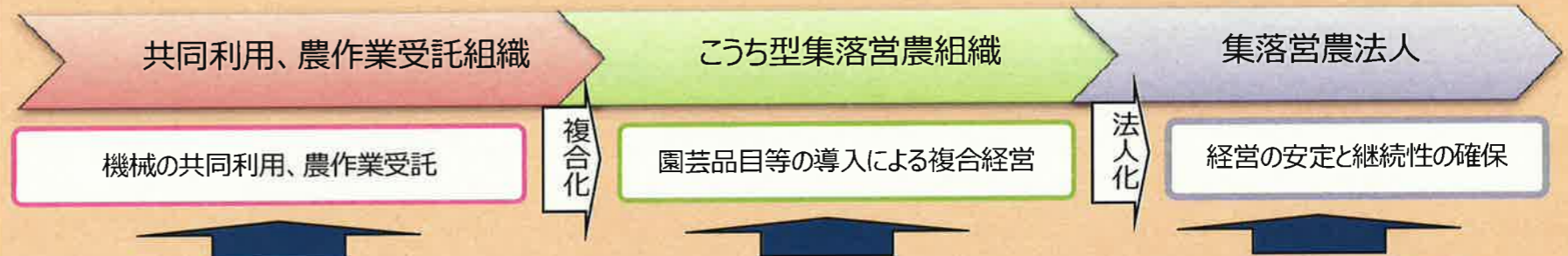
法人化を一層加速化



<集落営農の目標>

	H27	4年後	6年後	10年後
●集落営農組織によるカバー率	13%	23%	26%	30%
●こうち型集落営農組織数	32	80	100	140
●法人数 (売上げ2千万円以上の法人)	16 (2)	40 (10)	50 (13)	70 (18)

ステップアップ



集落営農の裾野の拡大 こうち型集落営農・法人化の加速化

ソフト事業

対策①：集落営農塾の充実

- ◆組織育成コース
⇒参加者の拡大
- ・開催地を拡大、開催回数の増
- ・参加者のレベルに応じたカリキュラムの編成
- ※対象者：中山間地域等直接支払制度の集落協定代表者 など

ソフト事業

対策②③：集落営農塾の充実

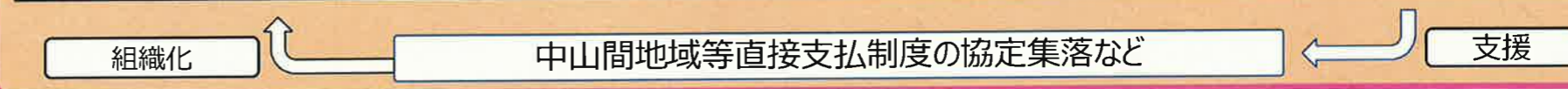
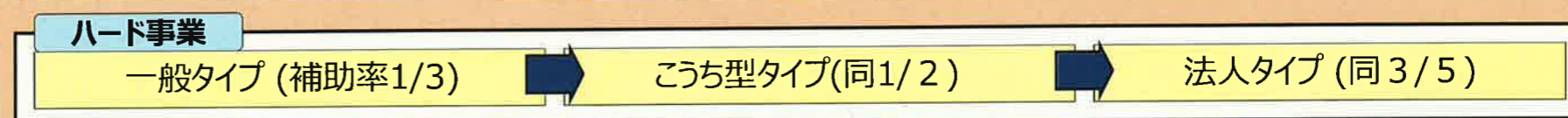
- ◆法人化コースの充実
⇒参加者のレベルに応じたカリキュラムの編成
※対象者：法人化、こうち型を目指す集落営農の代表者

対策②：園芸品目等の導入

- ◆実証ほの設置
・園芸品目等の試験栽培、導入

対策④：集落営農法人の経営安定

- ◆経営アドバイザーの派遣
- ◆「集落営農ネットワーク協議会」の設立
・組織間の交流により、経営等のレベルアップ



中山間地域の農業を支える仕組みの再構築 (中山間農業複合経営拠点の整備推進)

<目標値>

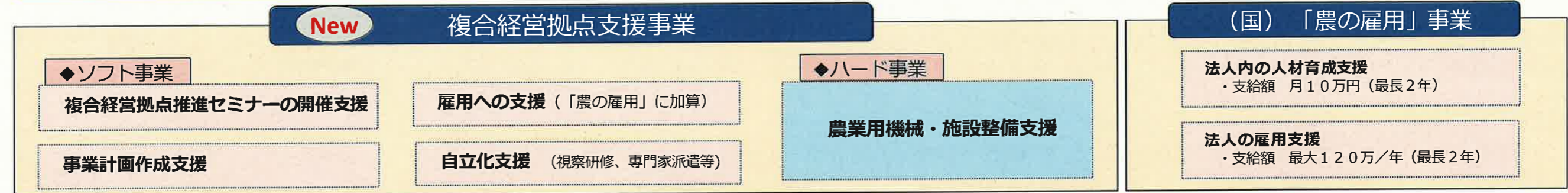
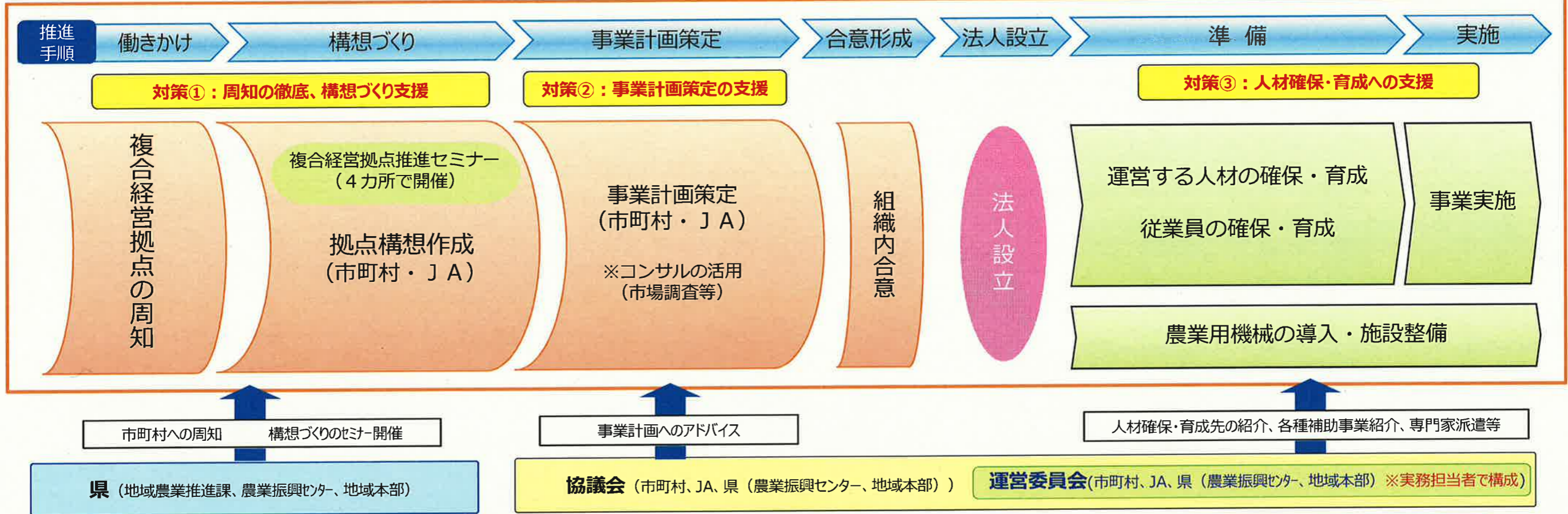
●複合経営拠点整備地区数

H27 → 4年後 → 6年後 → 10年後

4 20 30 35



- ### 課題
- ◆複合経営拠点の周知
 - ・更なる周知活動が必要
 - ◆構想づくり
 - ・地域に即した複合経営拠点の構想づくりが必要
 - ◆事業計画の策定
 - ・法人設立合意のための事業計画が必要
 - ◆人材確保・育成
 - ・拠点を運営するスキルを持った人材や新たな雇用の確保・育成が必要
- 対策① (周知), 対策② (策定), 対策③ (人材確保)

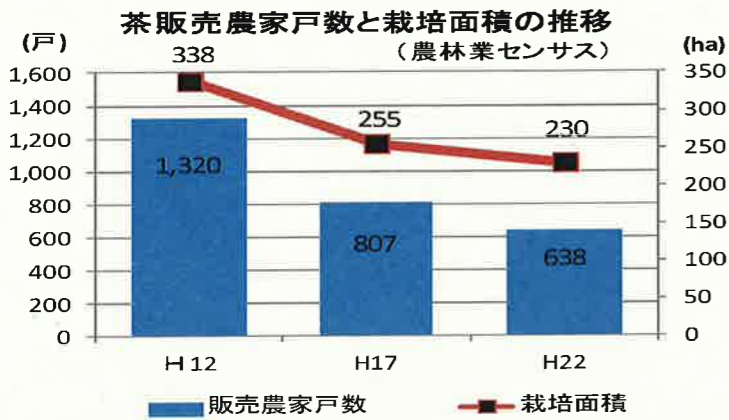




土佐茶を取り巻く現状

◆高知：販売農家戸数、栽培面積の減少

・販売農家戸数、栽培面積は減少傾向

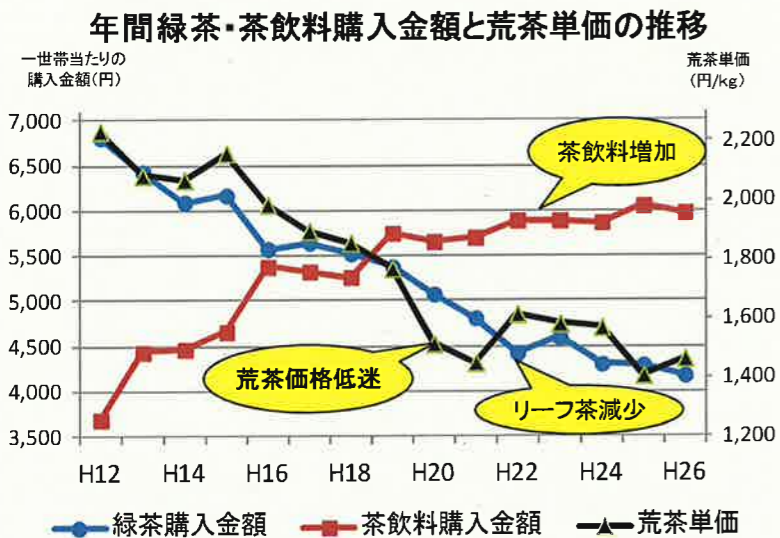


●全国：荒茶生産量は横ばい・荒茶単価は下落



●全国：荒茶単価の低迷の要因

・ペットボトルの普及によるリーフ需要の減少
 ・主産地の鹿児島県の大規模・低コスト化、大量生産による荒茶単価の低迷



◆高知：仕上げ茶販売額の増加(3倍アップ)

・H20: 75百万円 → H26: 210百万円 → H27(見込み): 228百万円

◆戦略のポイント

販売強化による「産地の維持・拡大」⇒「担い手の確保」の好循環を実現

○地消の強化

- ・量販店での試飲販売強化
- ・クールティー(水出し茶)提案による新たな消費者を確保(ペットボトル→マイボトルへ)

○外商の強化

- ・新たな荒茶の販路確保
- ・高質系量販店を中心とした販売促進活動の展開
- ・継続的な販促活動ができる四国等での販路開拓

製品茶

【県内販売の強化】

- ・量販店でのクールティー(水出し茶)の試飲販売強化
- ・土佐茶カフェを活用した情報発信

【県外販売の強化】

- ・高質系量販店への徹底したPR販売強化
- ・継続的販促ができる四国等での販売強化
- ・高知家プロモーションとの連携、商談会への積極参加

荒茶

- ・既存の取引先以外への販路開拓

販売体制の強化

- 組織化の推進
 - ・集落営農等
- 産地提案による移住促進
 - ・複合経営(茶+α)
- オーナー制度の導入

隘路
担い手不足

販売強化による
好循環の実現

担い手の確保

加工体制の強化

隘路
加工技術の向上

産地の維持・拡大

- ①台切り等の普及
新植は平地に普及
生葉の品質向上

- ②急傾斜地用機械の開発
ものづくりセンターとの連携

隘路
①茶園の再生(高樹齢化)
②急峻、狭隘によるコスト高

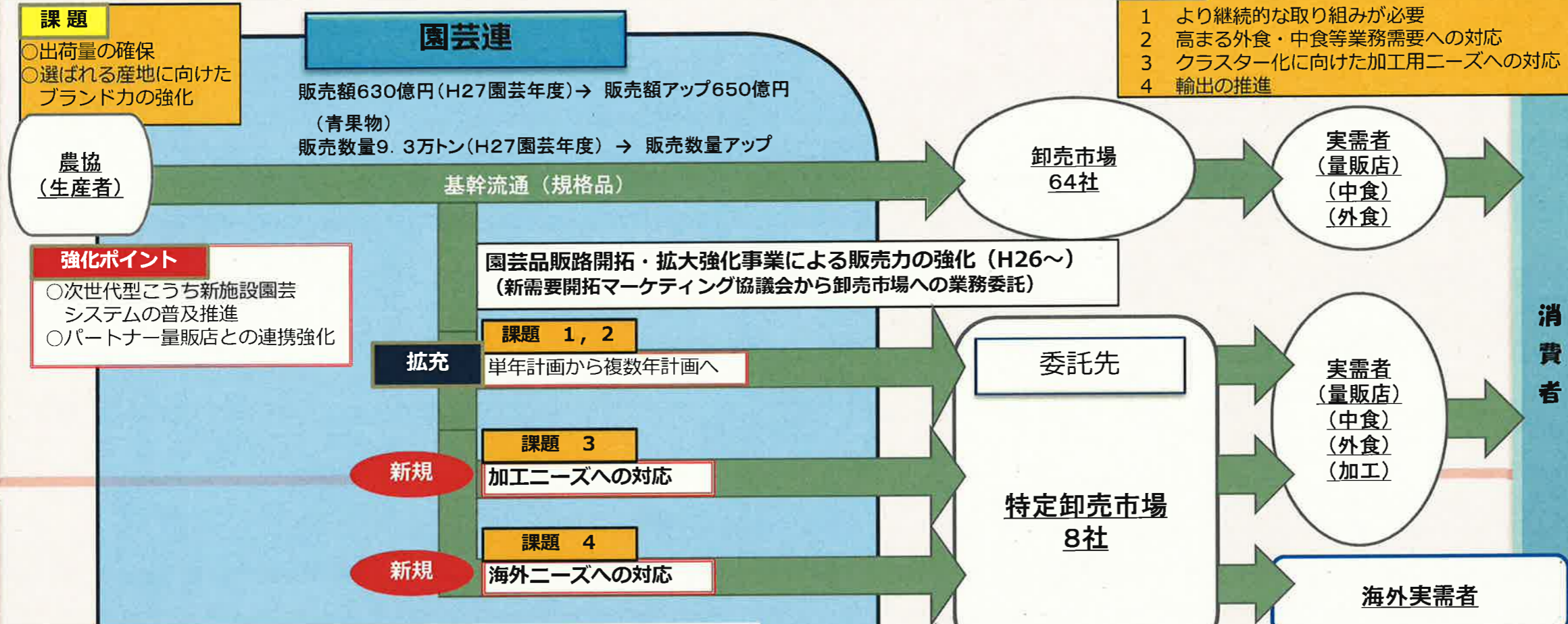


これまでの取組

大中小の流通規模に応じた支援により、パートナー量販店の増や新たな業務需要の開拓が進んできた

- ①販売活動を通じた販促・PRの強化
(高知青果フェアの実施、品目別セールスプロモーションの実施、企業等とのコラボPR)
- ②業務需要開拓の強化 (卸売会社等と連携した新たな需要の開拓及び実需者ニーズ等情報収集と新たな産地づくり)

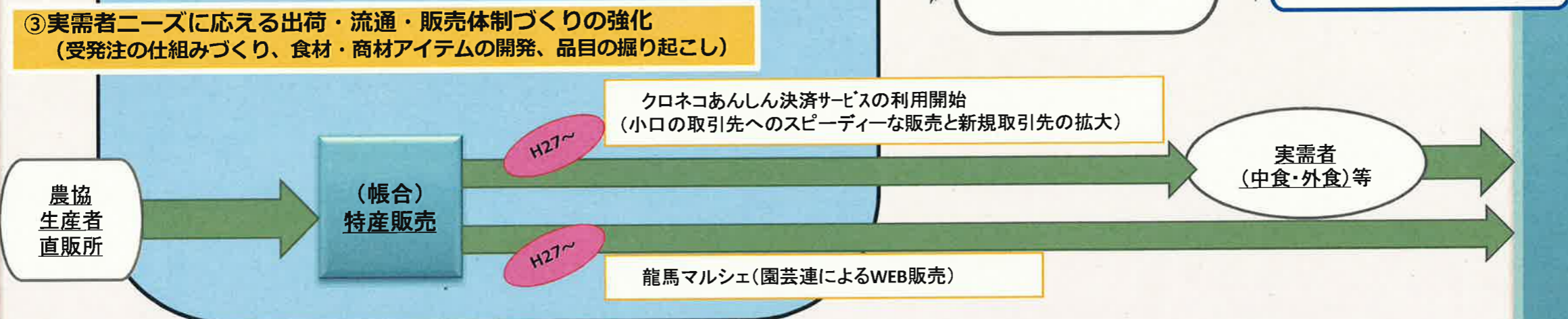
大規模流通 (基幹流通)



取り組みの方向性

- 販売を意識した産地力のアップ
- 他県産に打ち勝つ競争力のアップ
- クラスター化の推進
- 輸出の促進
- こだわり野菜・果実の販路開拓・拡大

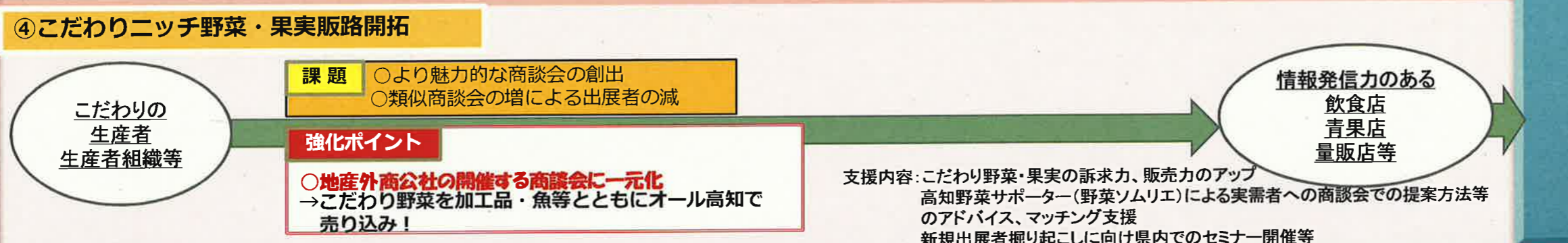
中規模流通



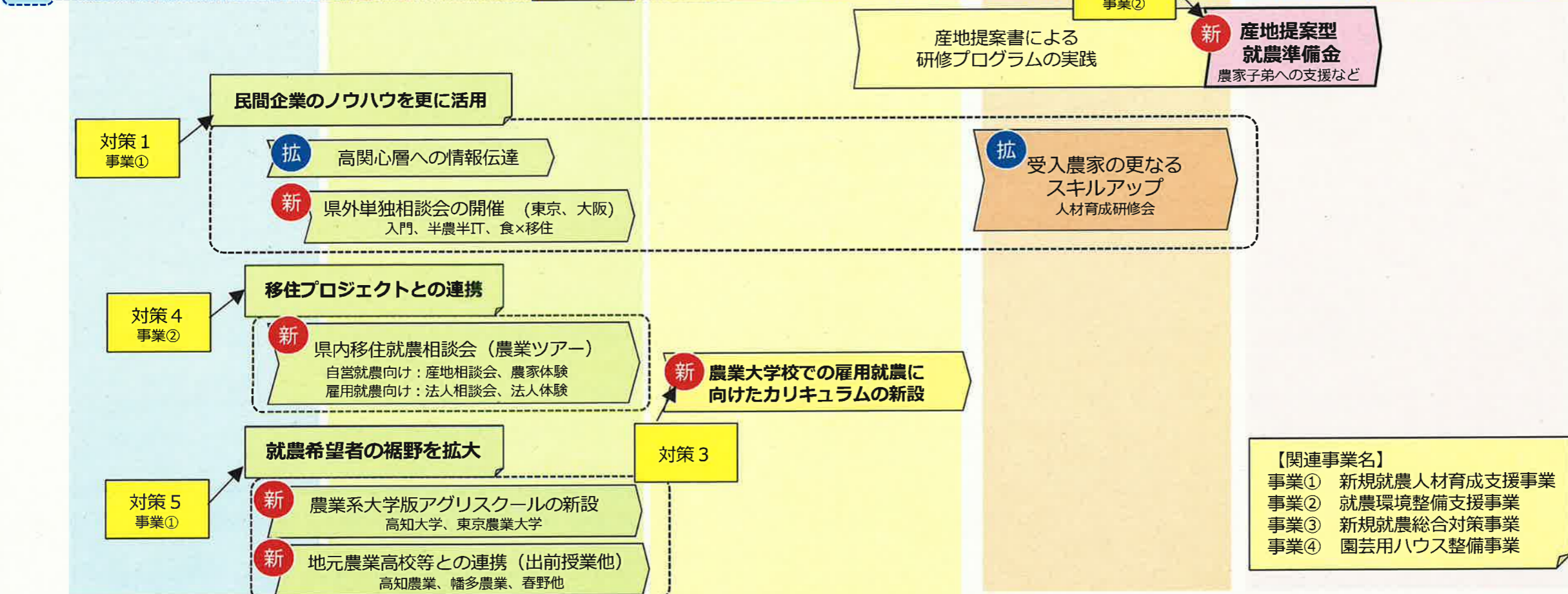
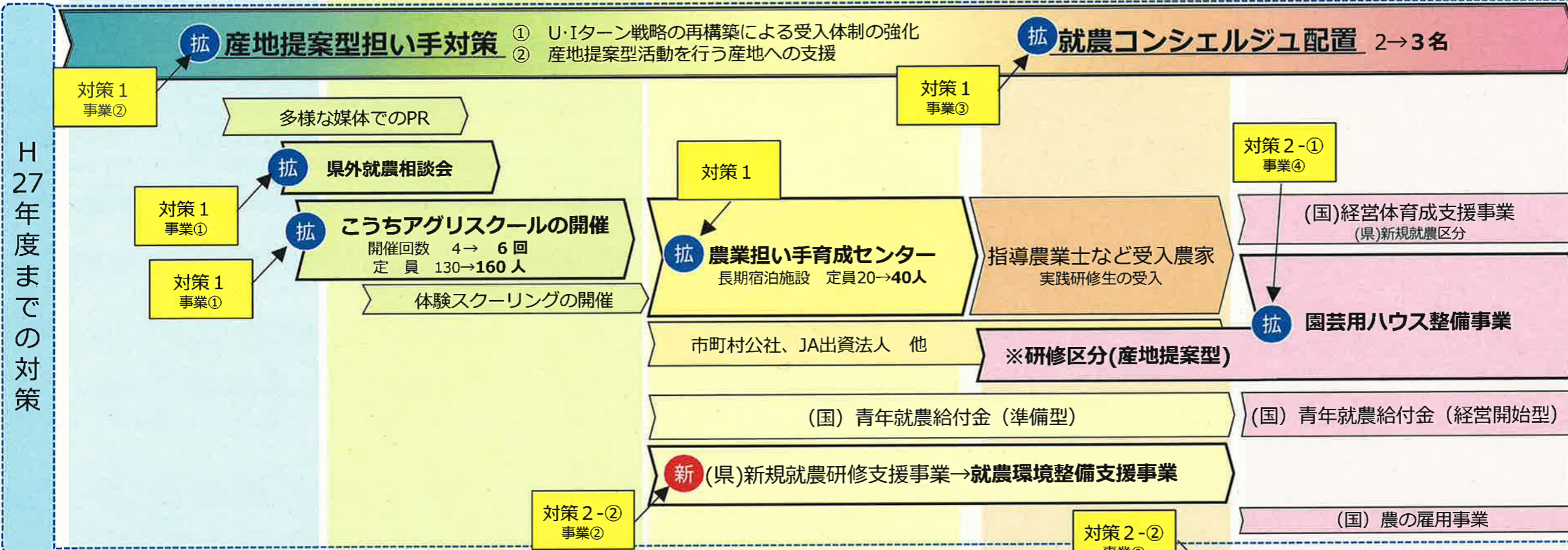
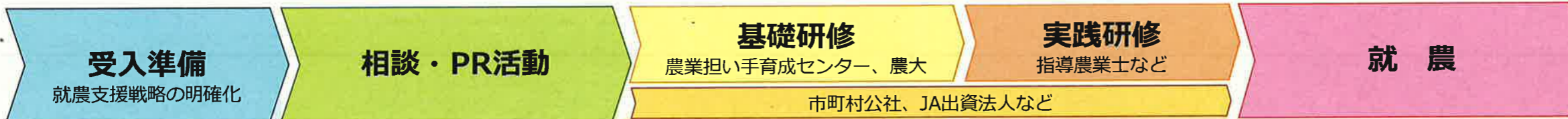
目指す姿

- ◎販路拡大・販売拡大
- ◎農家所得の向上

小規模流通



高知で農業
始めてみんかよ!



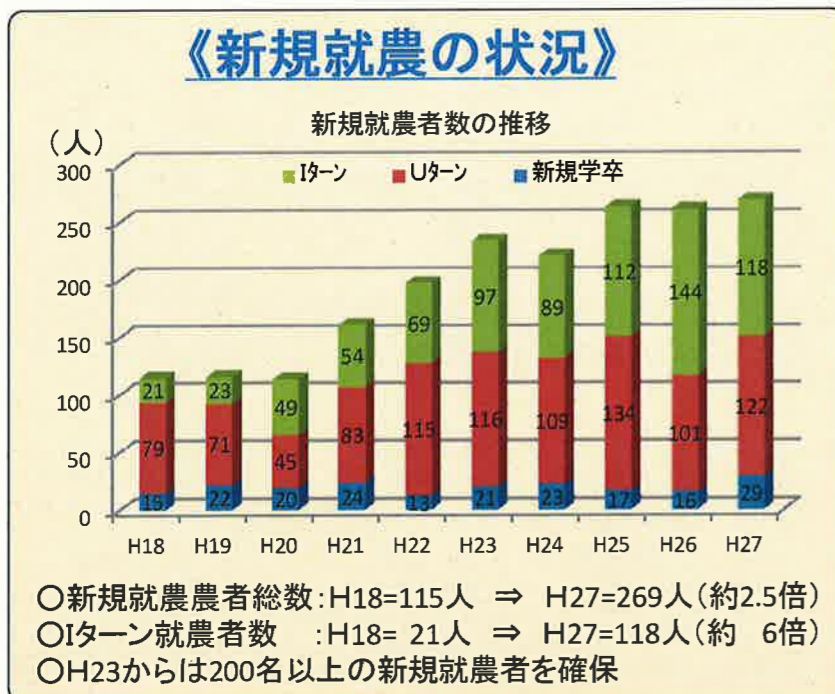
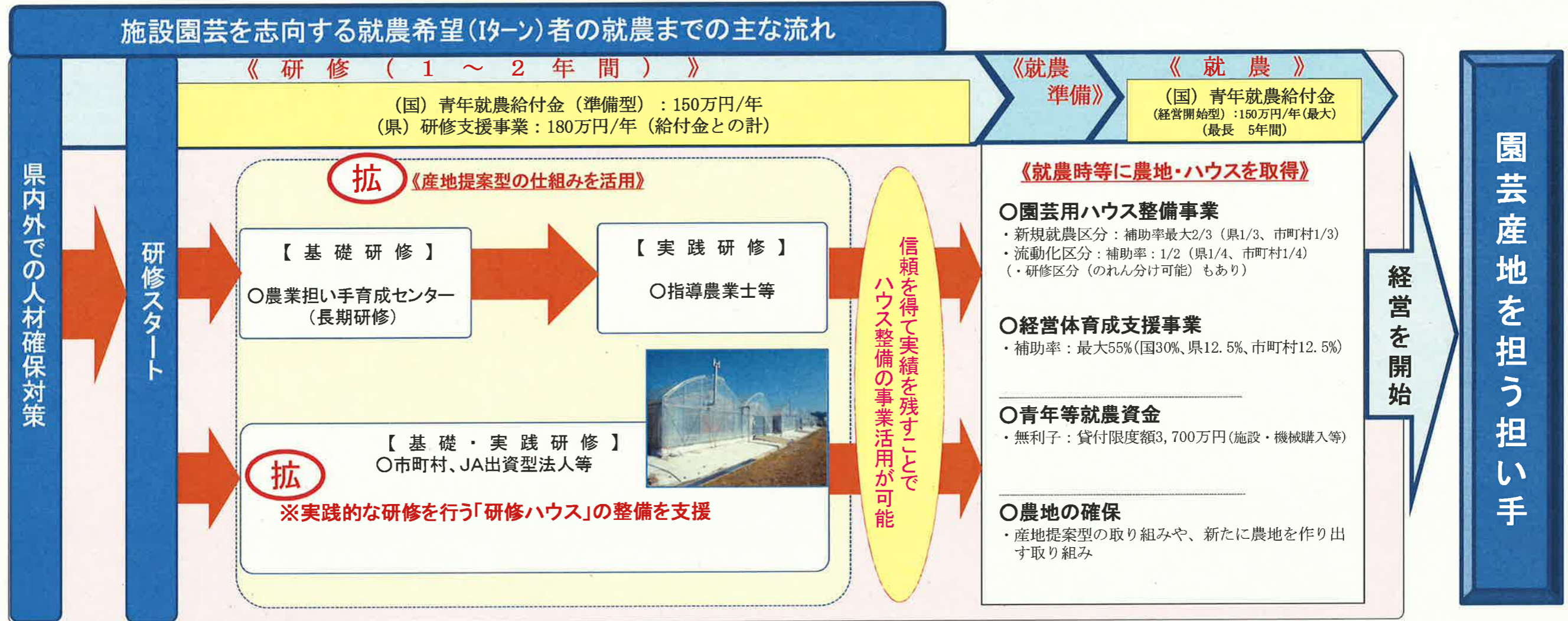
- ### 課題
- 課題1 ■ 激化する他県との競合に打ち勝つことが必要
 - 課題2 ■ 産地提案書の策定や、それに基づく就農希望者の受入の増加
 - 課題3 ■ 増加する雇用就農への対応
 - 課題4 ■ 移住対策との連携
 - 課題5 ■ 将来の就農希望者の拡大

- ### 対策
- 対策1 ■ 就農コンシェルジュ、こうちアグリスクールの拡充と、民間企業のノウハウ活用
 - 対策2 ①産地活動への支援対策の強化
②農家子弟の就農への支援対策の強化
 - 対策3 ■ 法人等への雇用就農対策の拡充
 - 対策4 ■ 移住プロジェクトと連携した体験ツアーの開催
 - 対策5 ■ 高校生や大学生へのPR

【関連事業名】
 事業① 新規就農人材育成支援事業
 事業② 就農環境整備支援事業
 事業③ 新規就農総合対策事業
 事業④ 園芸用ハウス整備事業

H28年度からの対策

H27年度までの対策



《 課 題 》

- ◆産振計画の実現に必要な新規就農者の確保
 - ・あるべき生産構造の実現に向けた新規就農者確保対策の強化が必要
- ◆Iターン就農希望者の農地確保
 - ・地域に信賴されないと農地確保が難しい
- ◆Iターン就農希望者のハウス確保
 - ・技術力に不安がある方はハウス導入の事業活用が難しい
 - ・技術力の実績を残すことができる研修用ハウスが不足

《 対策の強化 》

《 拡 》 産地自らが就農希望者を確保し育成する取り組みを強化(農地確保含む)

- 産地提案型に取り組む受入組織の活動支援
 - ・就農相談会参加、体験ツアー開催、農地確保など
- 産地提案型での研修と一般研修の差別化

《 拡 》 実践的な研修ができる「研修用ハウス」の導入を加速化

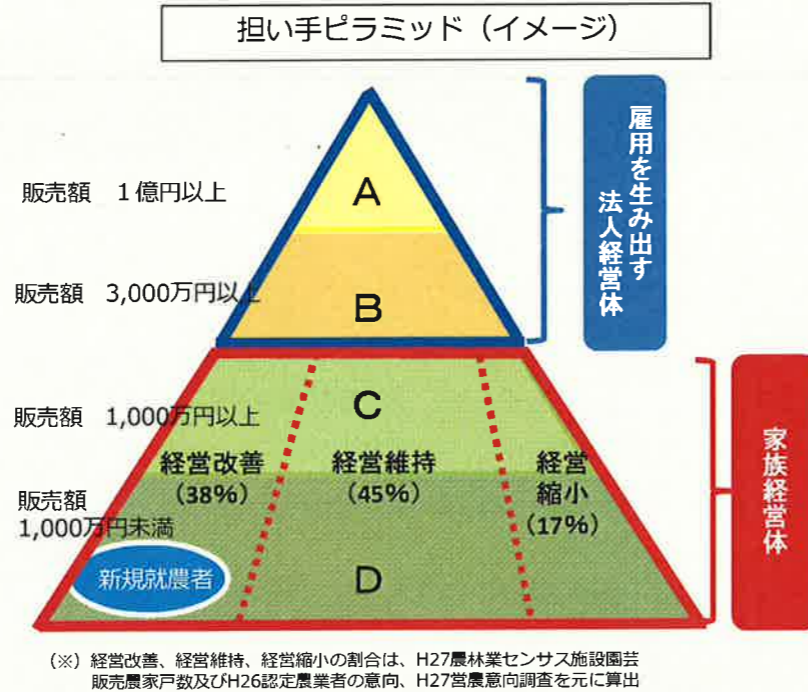
- 園芸用ハウス整備事業の拡充
 - ・研修用区分の補助率の見直し
 - ・研修用区分の上限額の見直し
 - ※いずれも産地提案型に基づく場合

家族経営体の強化及び法人経営体の育成

現状

- 農業経営体に占める家族経営体の割合…98.4%
 - 施設園芸の販売農家の販売額
 - 1億円以上…0.1%
 - 3,000万～1億円未満…2.4%
 - 1,000～3,000万円未満…30.3%
 - 1,000万円未満…67.3%
 - 法人数は増加している(※)
 - H23: 63 → H27: 116
- (※) 農地の権利を取得し農業経営を行う法人

本県農業の底上げには
 ◆家族経営体の強化
 ◆法人経営体の育成 が必要



経営体の抱える課題

	1 経営管理	2 生産性向上	3 農地	4 労働力
法人経営体	1-1 組織マネジメント能力の強化	2-1 栽培技術の向上	3-1 規模拡大のための農地の確保	4-1 優秀な人材の確保・育成
家族経営体	1-2 法人化への誘導	2-2 施設・機械の整備	3-2 離農者の農地の有効活用 (農地中間管理事業)	4-2 労働力不足を解消するための、地域の雇用の仕組みの構築
新規就農者	1-3 経営改善計画の実現 経営者意識の向上 経営維持農家を経営発展に誘導			

第3期計画の取組の方向性

- 生産性の向上、担い手の確保により、本県農業を支える家族経営体を強化
- 地域の中核となり、雇用就農や農地の受皿となる法人経営体の育成強化

具体的な取組内容

雇用を生み出す法人経営体の育成

- 1 組織マネジメント能力を強化する取り組みを支援
 - 1-1 拡 経営発展のための法人向け研修・個別指導を実施【農業会議】
- 2 生産量・品質を上げる取り組みへの支援
 - 2-1 〇生産性や品質を上げるための技術向上を支援【県・JA】
 - 2-1 拡 生産性向上のための環境整備 (環境制御技術導入など) を支援【県・市町村】
- 3 規模拡大への支援
 - 3-1 〇規模拡大 (ハウス整備等) を支援【県・市町村】
 - 3-1 拡 まとまった農地の確保を支援【農地中間管理機構】
- 4 安定経営のための優秀な人材確保を支援
 - 4-1 拡 農業大学校に労務管理・法人関係のカリキュラムを新設【県】
 - 4-2 新 労働力不足の産地等を対象に労働力補完の仕組みづくりを支援【県・JA・市町村】

家族経営体から法人経営体への誘導

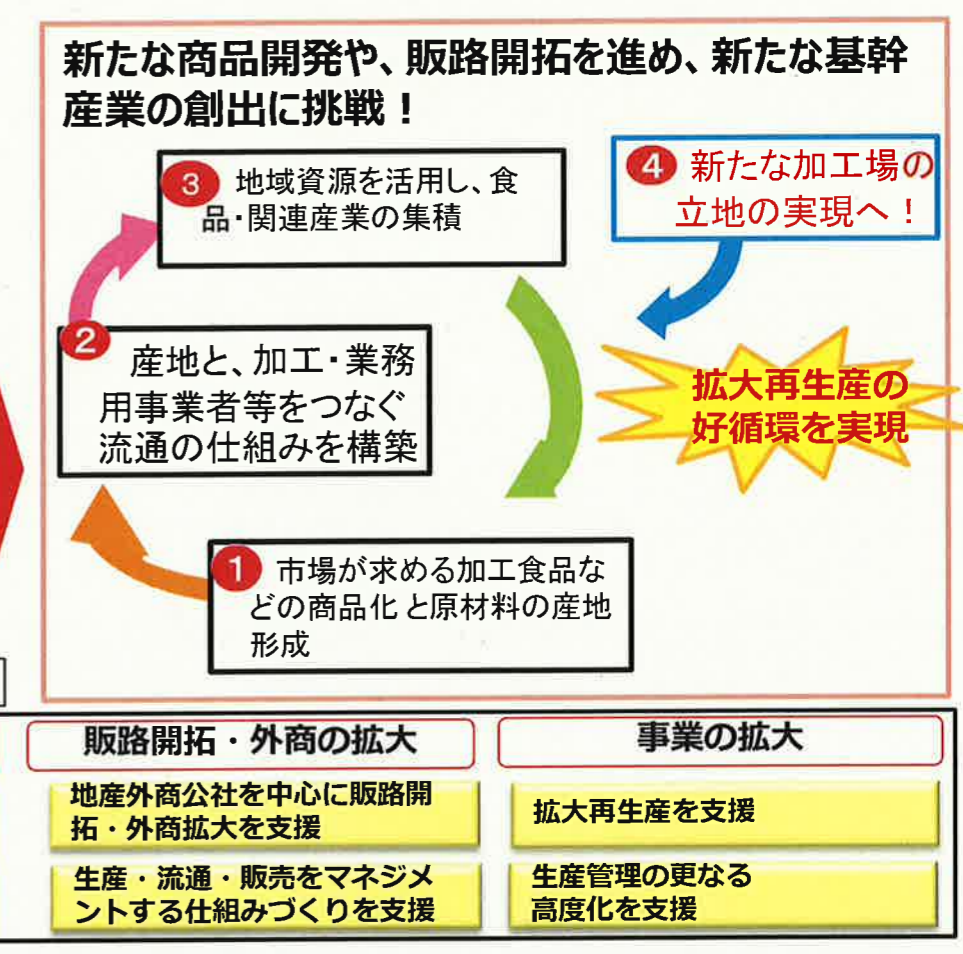
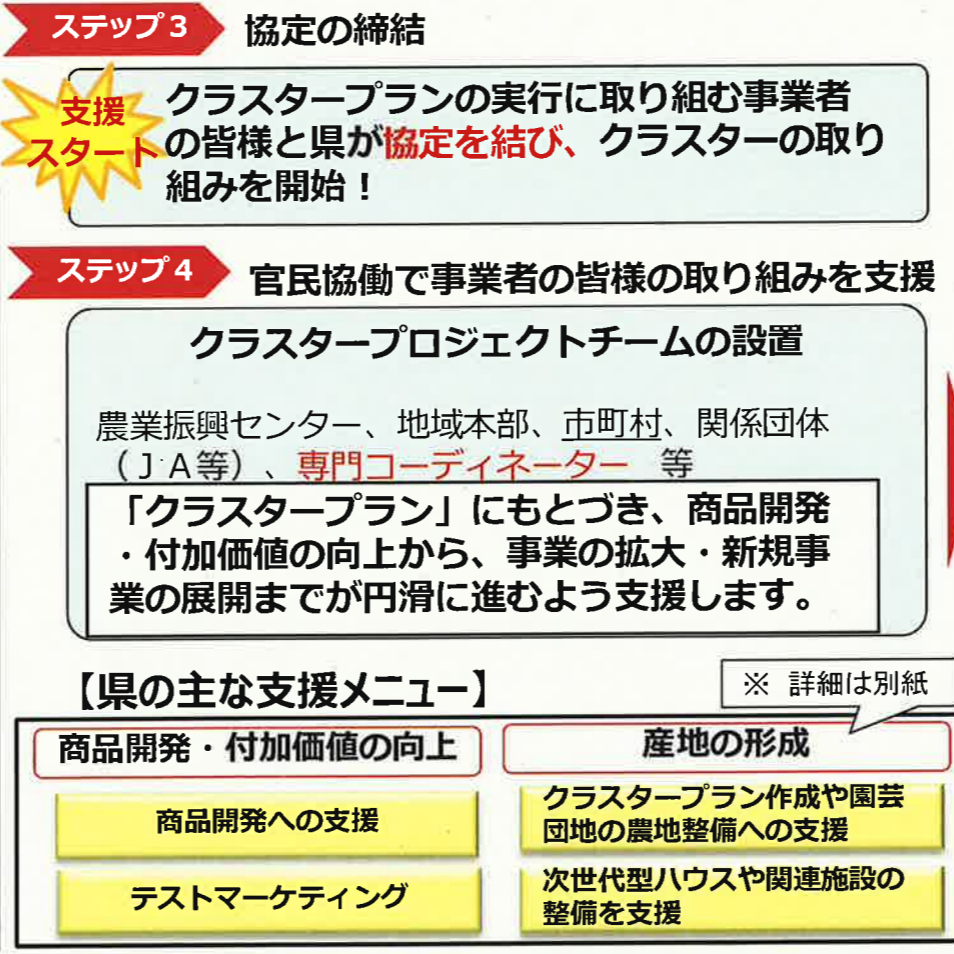
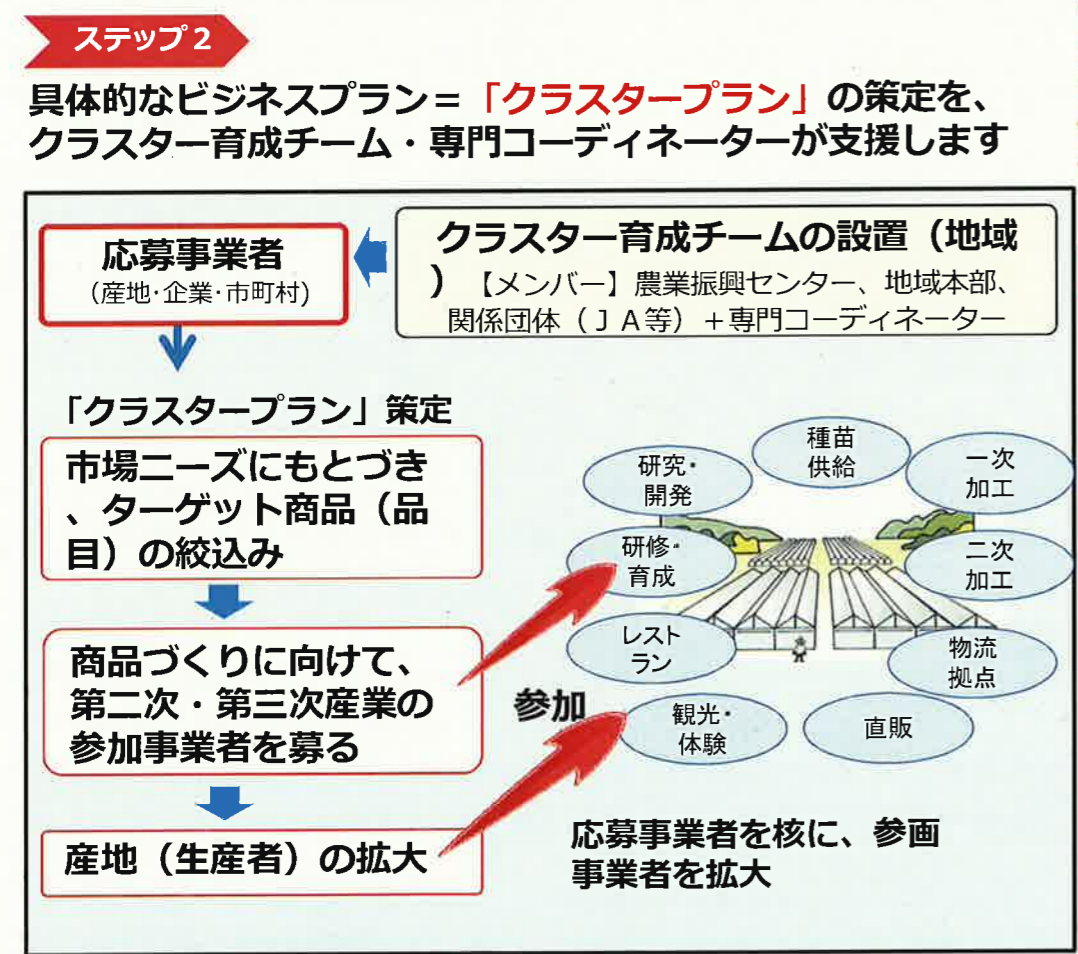
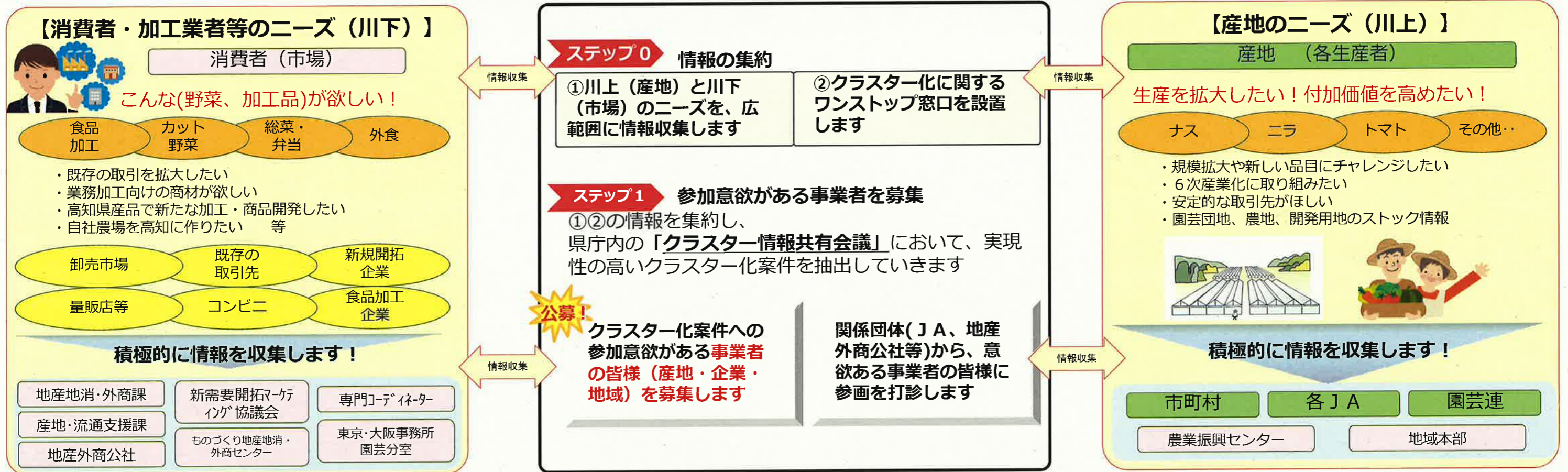
- 1 法人経営体への誘導支援
 - 1-2 拡 法人化セミナーへの参加誘導 (農業会議)
 - 1-2 〇 経営発展のための法人化セミナー・個別指導を実施 (農業会議)

家族経営体の底上げ

- <経営改善志向農家への支援>
- 1 経営の視点を持った農家の育成支援
 - 1-3 拡 農家の「農業経営改善計画等」の実現を支援【市町村・県・JA】
 - 2 生産量・品質を上げる取り組みへの支援
 - 2-1 〇生産性や品質を上げるための技術向上を支援【県・JA】
 - 2-1 拡 生産性向上のための環境整備 (環境制御技術導入など) を支援【県・市町村】
 - 4-2 新 労働力不足の産地等を対象に労働力補完の仕組みづくりを支援 (再掲)
 - 3 規模拡大への支援
 - 3-1 〇規模拡大 (ハウス整備など) を支援 (再掲)
 - 3-1 拡 まとまった農地の確保 (再掲)
- <経営維持農家への支援>
- 1 経営維持から経営改善への移行への動きかけ
 - 1-3 〇学び教えあう場等を利用し経営改善の必要性を周知【県・JA】
- <経営縮小農家への支援>
- 1 経営を次の世代につなぐ取り組みを支援 (経営継承)
 - 3-1 〇「産地提案型担い手確保対策」の農地・ハウスの提供者となるよう誘導【県・市町村・JA】
 - 3-1 〇離農者に対して、農地の提供者となるよう誘導【農地中間管理機構】

地域に根差した農業クラスターの形成

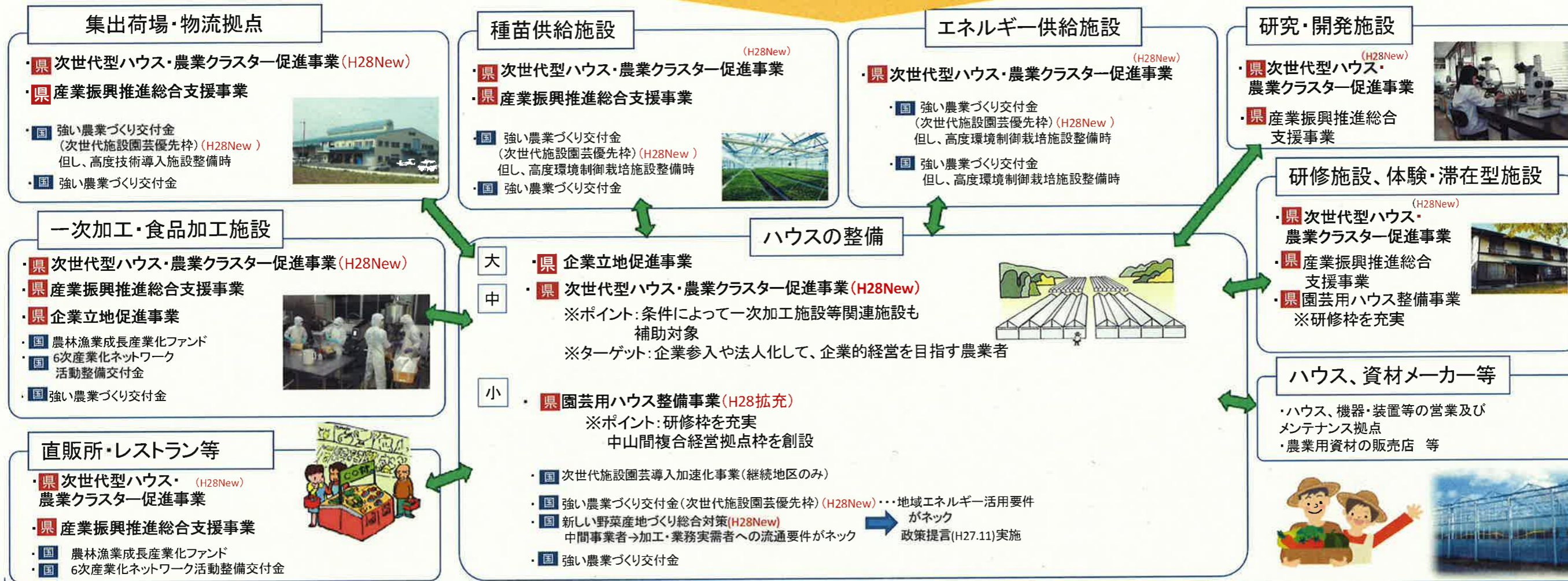
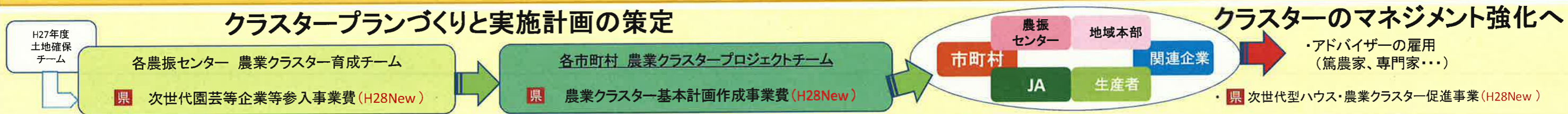
意欲ある県内事業者の皆様とともに、**本県の強みである第一次産業を核に**、第一次産業から第三次産業までの**産業集積を図る**ことで多様な仕事を創り出し、若者が地域に残ることができる土壌を作り上げていくことを目指します。



園芸農業を核とした農業クラスター形成のための支援メニュー

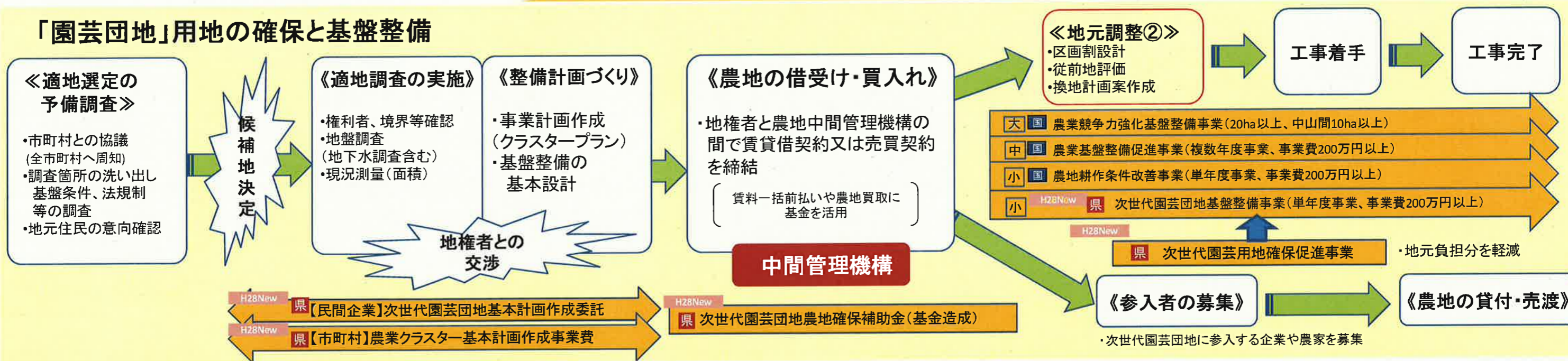
クラスタープランづくりと実施計画の策定

クラスターのマネジメント強化へ



地域地域に新たな付加価値と雇用の増を生み出す！

「園芸団地」用地の確保と基盤整備



○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

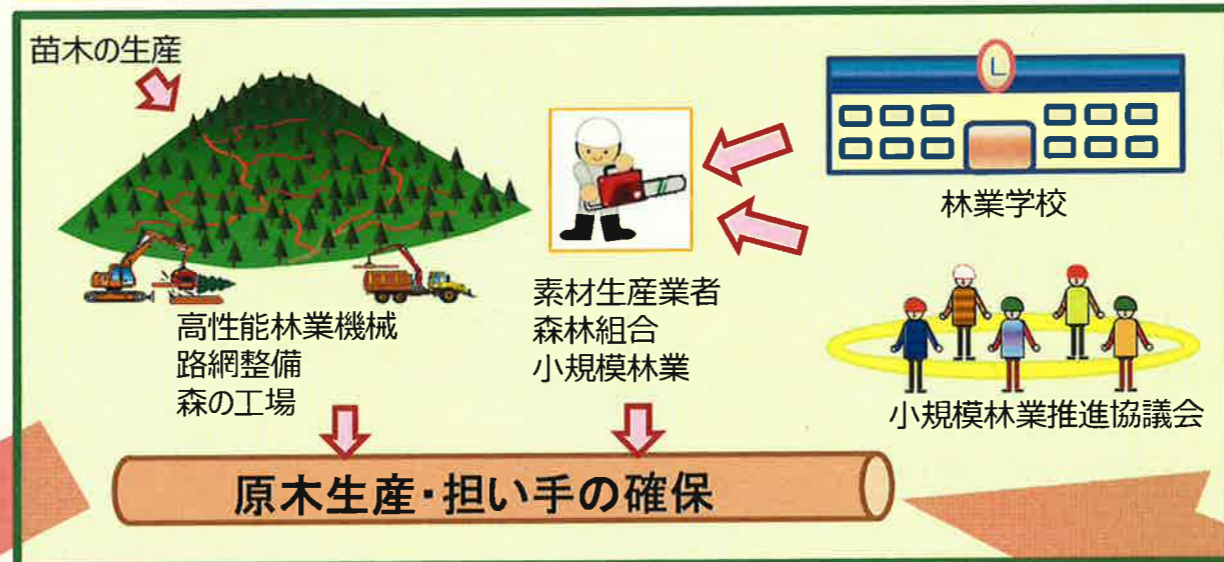
分野を代表する目標	木材・木製品製造品出荷額等	現状（H26）204億円⇒4年後（H31）220億円⇒6年後（H33）232億円⇒10年後（H37）256億円
	原木生産量	現状（H26）61万m ³ ⇒4年後（H31）78万m ³ ⇒6年後（H33）81万m ³ ⇒10年後（H37）90万m ³

柱1 原木生産のさらなる拡大

- 生産性の向上による原木の増産
 - ◆森の工場の拡大、推進
 - ◆効率的な生産システムの導入を促進
 - ・高性能林業機械等の導入
 - ・路網の整備
 - ◆皆伐の促進
 - ◆原木の安定供給システムの構築
- 持続可能な森林づくり
 - ◆[新規]苗木の生産体制の強化
 - ◆再造林への支援と低コスト育林の推進
 - ◆間伐の推進



構築した川上から川下までの仕組みを生かして、
“森の資源”を余すことなく活用



柱5 担い手の育成・確保

- 林業学校の充実、強化
 - ◆林業学校における人材育成
 - ◆森林組合等の県内事業者への雇用促進
- きめ細かな担い手確保の強化
 - ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保
 - ◆特用林産業新規就業体の支援
 - ◆移住施策との連携
- 事業者の経営基盤の強化
 - ◆事業者のマネジメント能力向上
 - ◆事業者における就労環境の改善
- 小規模林業の推進
 - ◆[拡充]小規模林業の活動を支援

柱4 木材需要の拡大

- 住宅・低層非住宅建築物等での木材利用の促進
 - ◆[新規]低層非住宅建築物の木造化促進
 - ◆県産材を活用した木造住宅建築の促進
- CLTの普及
 - ◆CLT建築物の需要拡大



拡大再生産へ！

柱2 加工体制の強化

- ラミナ製材工場の稼働開始
- 高次加工施設の整備
 - ◆[新規]集成材工場の整備
 - ◆CLTパネル工場の整備
- 製材工場の強化
 - ◆製材所の加工力強化
 - ◆県内企業による協業化・大型化の検討



柱3 流通・販売体制の確立

- 流通の統合・効率化
 - ◆県外流通拠点を活用した取引の拡大
 - ◆トレーラー等による低コスト・定期輸送の増加
 - ◆外商活動体制の抜本強化
- 販売先の拡大
 - ◆県外での土佐材を使用した建築の推進
 - ◆[拡充]海外への販売促進



森の資源を余すことなく活用

林業・木材産業 クラスターの形成

林業分野の体系図(案)

○分野を代表する数値目標及び戦略目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野の目指す姿	○ 山で若者が働く、全国有数の国産材産地
分野を代表する数値目標	木材・木製品製造品出荷額等 現状(H26):204億円⇒4年後(H31):220億円⇒6年後(H33):232億円⇒10年後(H37):256億円 原木生産量 現状(H26):61万m ³ ⇒4年後(H31):78万m ³ ⇒6年後(H33):81万m ³ ⇒10年後(H37):90万m ³

戦略の柱	1 原木生産のさらなる拡大	2 加工体制の強化	3 流通・販売体制の確立	4 木材需要の拡大	5 担い手の育成・確保
戦略の方向性	・成熟した森林資源を最大限に生かせる仕組みづくりを推進する	・消費者ニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成する ・CLTパネル工場をはじめとする林業・木材産業クラスターの形成を目指す	・大消費地や海外をターゲットとした、組織的・継続的な外商活動を展開する	・低層非住宅の木造化等により飛躍的な需要拡大を図る ・木質バイオマスの利用拡大を促進する	・優れた人材を育成・確保する
戦略目標	・森の工場からの原木生産量(間伐)の拡大 ②⑥:10.2万m ³ → ③①:15.1万m ³ → ③③:15.3万m ³ → ③⑦:17.0万m ³	・県産製材品の出荷量の増加 ②⑥:23.3万m ³ → ③①:27.4万m ³ → ③③:28.4万m ³ → ③⑦:28.4万m ³	・県産製材品の県外出荷量の増加 ②⑥:□16.1万m ³ → ③①:□20.1万m ³ → ★0.0万m ³ ★0.1万m ³ ③③:□19.7万m ³ → ③⑦:□15.8万m ³ ★1.5万m ³ ★5.4万m ³ (□:一般製材品 ★:高次加工品)	・木質バイオマス利用量の増加 ②⑥:35.6万トン → ③①:57.3万トン → ③③:58.0万トン → ③⑦:60.6万トン	・林業就業者数の増加 ②⑥:1,602人 → ③①:1,747人 → ③③:1,777人 → ③⑦:1,870人 ・新規雇用者数の増加(川下・累計) ③①:32人 → ③③:58人 → ③⑦:96人
取組方針・主な「具体的な取組み」	1. 生産性の向上による原木の増産 ◆森の工場の拡大、推進 ◆効率的な生産システムの導入を促進 ◆皆伐の促進 ◆原木の安定供給システムの構築 2. 持続可能な森林づくり ◆[新規]苗木の生産体制の強化 ・苗木生産での企業立地 ・集落活動センター等での生産を推進 ◆再造林への支援と低コスト育林の推進 ◆間伐の推進	1. 製材工場の強化 ◆製材所の加工力強化 ◆県内企業による協業化・大型化の検討 2. 高次加工施設の整備 ◆[新規]集成材工場の整備 ・構造用集成材の製造 ◆CLTパネル工場の整備 3. 林業・木材産業クラスターの形成 ◆加工施設を中心としたクラスター形成の促進	1. 流通の統合・効率化 ◆県外流通拠点を活用した取引の拡大 ◆トレーラー等による低コスト・定期輸送の増加 ◆外商活動体制の抜本強化 2. 販売先の拡大 ◆県外での土佐材を使用した建築の推進 ◆[拡充]海外への販売促進 ・商談、サンプル出荷	1. 住宅・低層非住宅建築物等での木材利用の促進 ◆[新規]低層非住宅の木造化促進 ・事例集の作成、施主へのPR ・全国への販売展開 ◆県産材を活用した木造住宅建築の促進 2. CLTの普及 ◆CLT建築物の需要拡大 3. 木質バイオマスの利用拡大 ◆木質バイオマス発電の促進 ◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大 ◆木質ペレット等の安定供給の促進	1. 林業学校の充実、強化 ◆林業学校における人材育成 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進 2. きめ細かな担い手確保の強化 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ◆特用林産業新規就業者の支援 ◆移住施策との連携 3. 事業体の経営基盤の強化 ◆事業体のマネジメント能力向上 ◆事業体における就労環境の改善 4. 小規模林業の推進 ◆[拡充]小規模林業の活動を支援 ・林地集約化による施業地の確保

原木生産のさらなる拡大(苗木の生産体制の強化)

再造林に必要となる苗木の確保

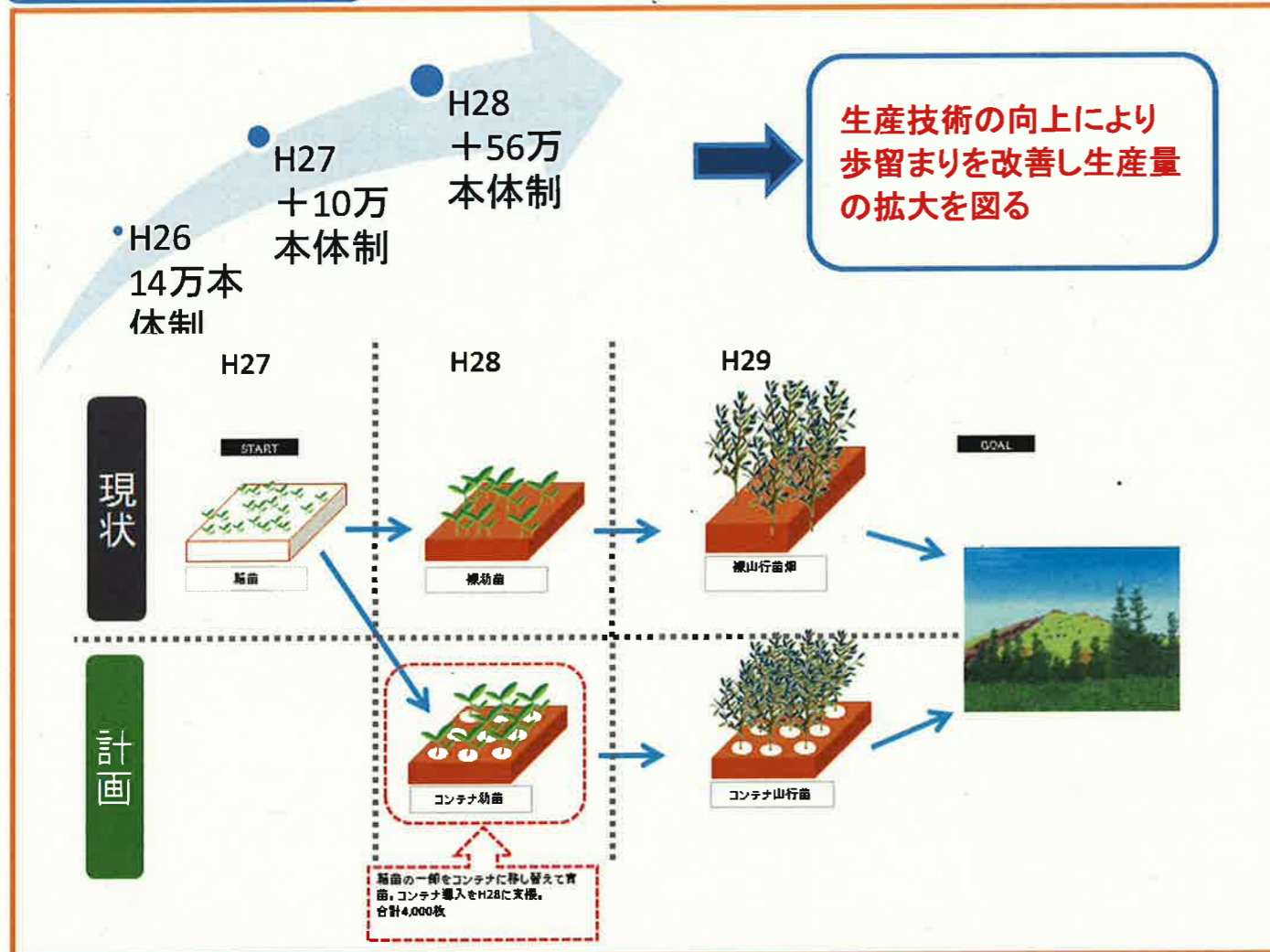
【課題】

- ・高齢化が進む苗木生産者の作業効率化、労働負荷の軽減が期待できるコンテナ苗への転換を図ることによる生産量の維持
- ・新規参入などによる生産量の拡大

【対策】

- ・国の新たな交付金を活用し、引き続き苗木生産者に対する生産施設の整備を支援するとともに、新たに参入する企業への支援を行うことでコンテナ苗生産の拡大を図る。

生産体制の整備



優良種苗確保事業(新:次世代林業基盤づくり補助金)

増加傾向にある皆伐後の再造林に必要な苗木の確保を進めるため、コンテナ苗の生産施設整備を支援する。

【支援内容】

コンテナ容器、育苗施設、灌水装置等



- 既存生産者の体制強化
- 苗木生産での企業立地
- さらには、○集落活動センターでの生産を推進

加工力の強化(集成材加工施設)

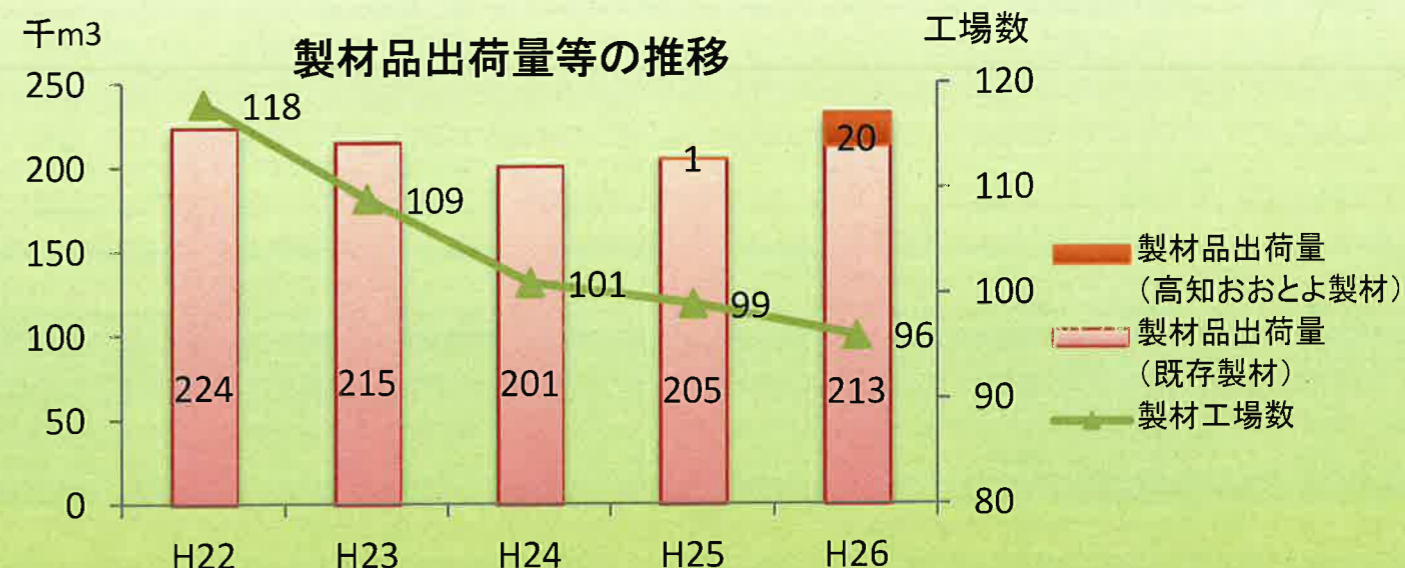
◆木材加工力向上への主な取組み

木材加工流通施設整備事業と県産材加工力強化事業による木材加工施設に対する支援

これまでの主な取組み

- ・高知おおとよ製材(株)の操業(H25.8)
- ・既存製材施設の設備投資を支援(H24～)
- ・池川木材工業(有)のCLT用ラミナ工場の整備(H27)

年々製材工場数が減少する中、平成25年より製材品出荷量が向上



◆高次加工施設(大断面集成材工場)の整備

【構造用集成材とは】

所要の耐力を目的として等級区分したひき板(ラミナ)を集成接着したもので、所要の耐力に応じた断面の大きさと安定した強度性能を持ち、大スパンの建築物の建設も可能。寸法、断面積によって大断面、中断面、小断面に分類され、木質構造の耐力部材として柱、梁、桁などに使用される。

【構造用集成材の用途】

中断面、小断面集成材:主に木造住宅の柱、梁、桁など、構造物の耐力部材として広く使用される。

大断面集成材: 体育館、学校、集会施設、事務所、寺院、教会等の大型木造施設など、優れた強度性能、耐火性能、耐久性等を求められる建物に使用される。

【構造用集成材工場整備の効果】



大断面集成材製工場を新たに設置 (CLT同様、大断面集成材を非住宅分野に活用)

集成材工場を整備



導入設備(予定)

- ・モルダーライン(含水率計、モルダー、グレーディング)
- ・FJプレスライン(フィンガー、メガプレス、湾曲プレス)
- ・大型4面鉋ライン
- ・ランニングプレーナ
- ・FJ接着剤混合塗布機
- ・レゾ用混合塗布機
- ・水ビ用混合塗布機

- ・原木消費量: 800m³→4,000m³
- ・必要人員(フル生産時): 13人
うち新規雇用: 5人

※大断面集成材を製造し、更に加工(プレカット)することにより高付加価値材を供給

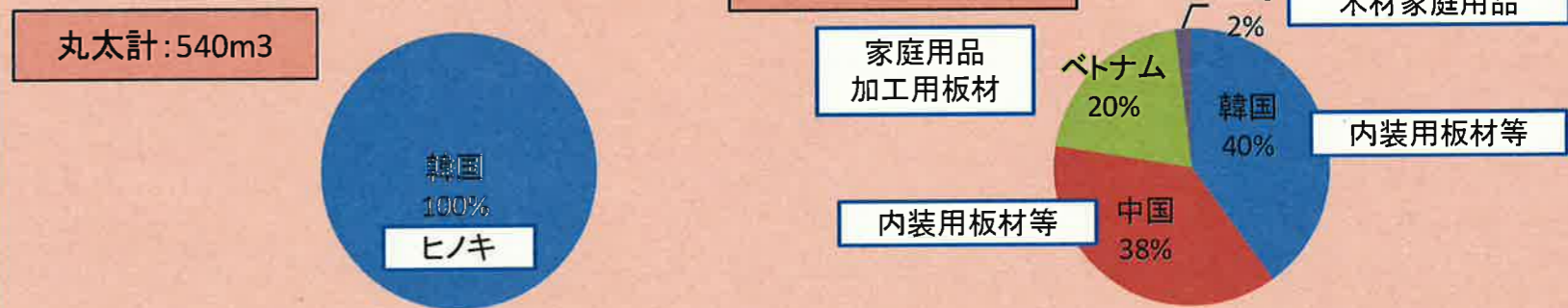


【流通・販売体制の確立】 県産材輸出促進事業(県産材輸出チャレンジ支援事業費補助金)

【目的】
 今後、木材の輸出拡大が期待できる韓国において、県内で加工した付加価値の高い県産製材品の輸出を促進する。

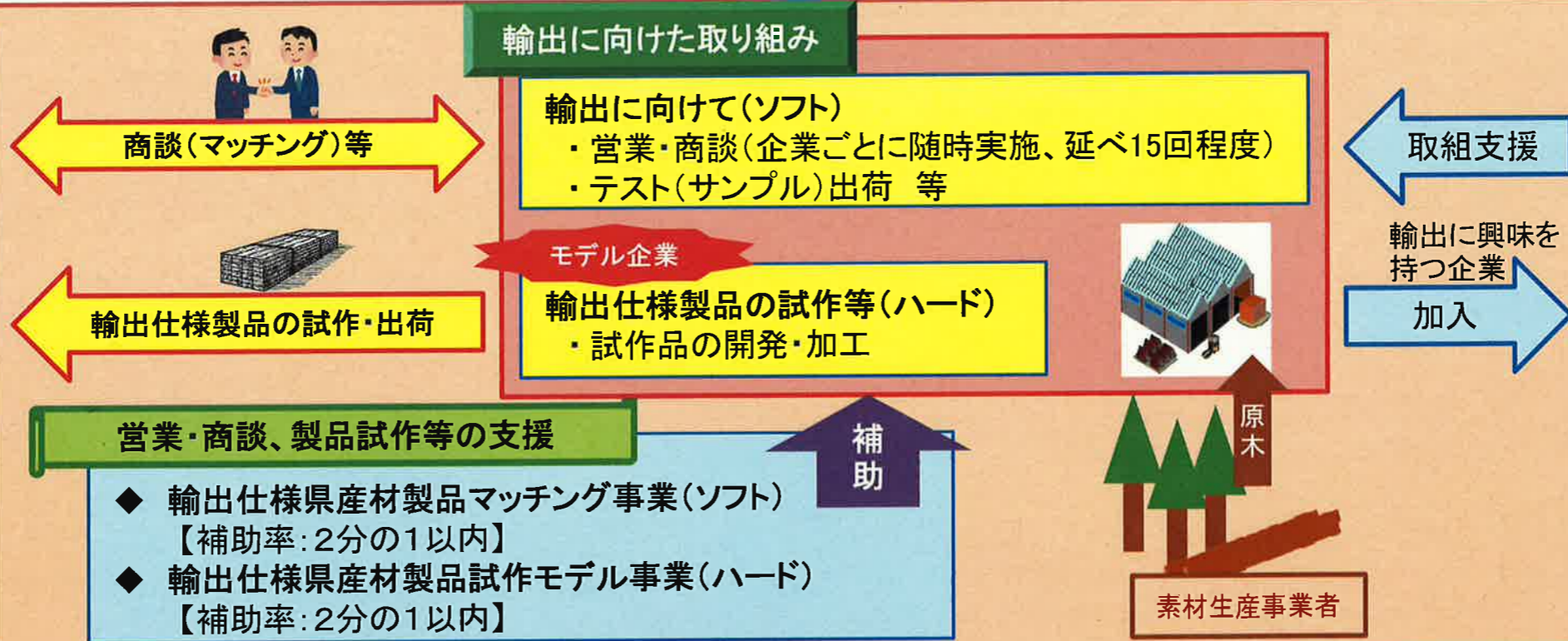
- 【背景】**
- ◆ 国内
 - ・人口減少により木材需要の減少
 - ◆ 韓国
 - ・韓国では人口増加(2030年ピーク)
 - ・韓国政府が木造住宅を「新韓屋プラン」と名付けて後押し
 - ・韓国ではヒノキが人気で高級材として評価が高く、香りの良さも好まれる

【県産材輸出の現状(H26年次)】



- 【課題】**
- ◆ 製材品の新たな需要先の開拓
 - ◆ 現地のニーズにマッチした製品の生産(製品規格の違いによる採材方法のクリア)
 - ◆ 付加価値の高い製材品の輸出の促進
 - ◆ 輸出に取り組む県内企業の育成
 - ◆ 与信管理(代金回収)の簡便な輸出方法の普及

- 【これまでの取組み】**
- ◆ キョンヒャンハウジングフェアの視察・企業訪問
 - ◆ 韓国ビジネスセミナーの開催(JETRO高知主催)
 - ◆ **H27年度韓国市場調査を実施(JETRO高知委託)**
 ・県産材の需要先等の調査を実施中



土佐材流通促進協議会

“輸出部会”の設置検討(体制強化)

新たな販路拡大・既存取引の拡大・新たな輸出企業の増加

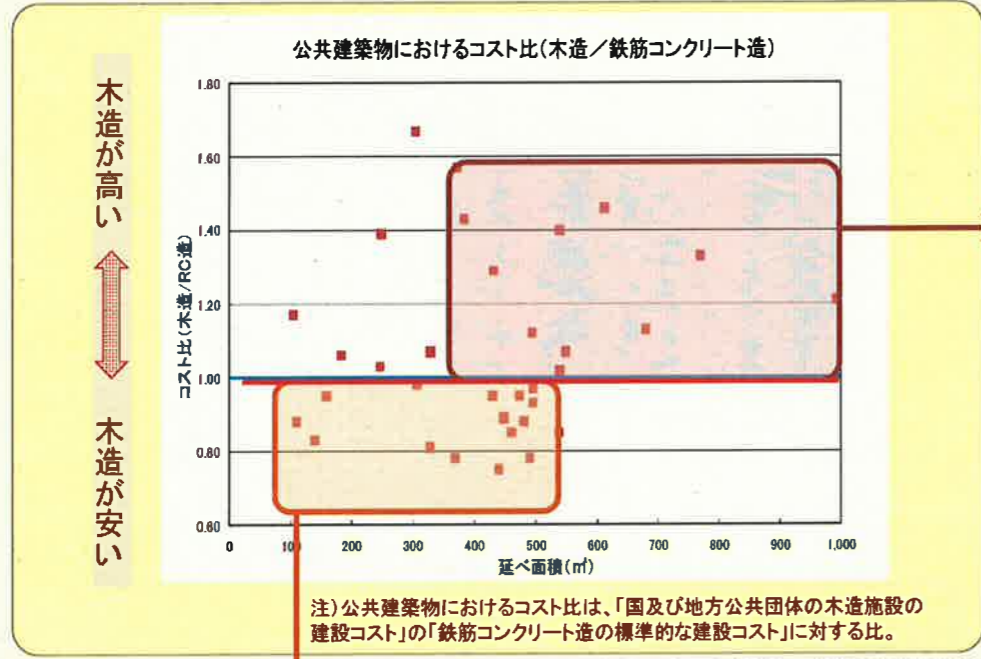
低層非住宅の木造化の推進

背景

- ◆ 少子高齢化による住宅着工数の減少(住宅分野における木材需要が減少)
- ◆ 県内市場は小さく、外商活動による需要確保が必要(後発は市場確保が困難)
- ◆ 豊富な森林資源を活かしていくためには、全国的な木材の需要拡大が必要

現状

木造施設を鉄筋コンクリート造で建設したと想定した場合とのコスト比較



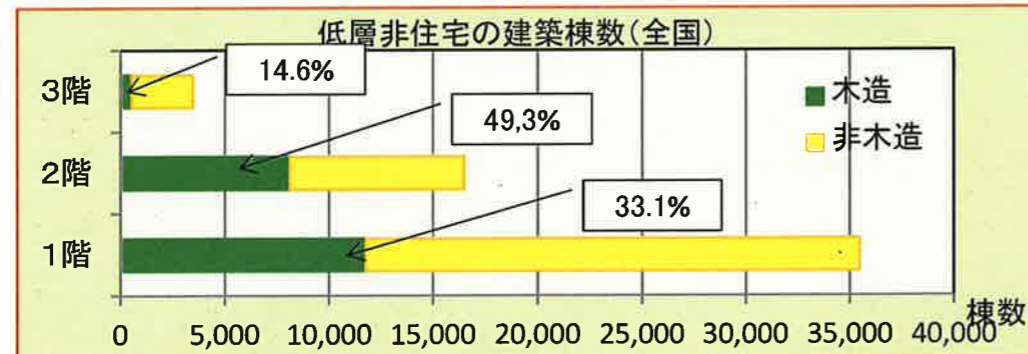
RCに比べコストは比較的安い

建築面積が広い施設には大きな空間が求められる

施主に木造化を提案できる設計士が不足

施主は木造にするとコストが高くなるイメージを持っている

木造化は進んでいない



木造化の利点

- ・小規模建築物は構造計算が不要
地下を除く2階以下、延べ床面積500m²以下 等
- ・減価償却期間が短く、資金運用しやすい
- ・固定資産税等が有利
- ・建設時のCO₂排出量が少なく、環境に貢献

中・高層大規模施設については、国と連携して取り組む

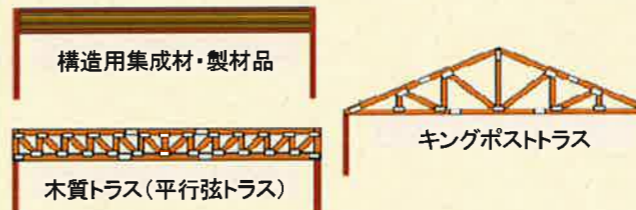
林野庁も製品の開発等でメーカーを支援

リーズナブルな新商品開発の推進

長スパン等に対応可能で、RC工法等に対抗できる低コスト化

設計士や木材加工事業者と連携した取り組みの推進

- ① 一般に流通している木材と接合金具の組み合わせによる製品化



- ② CLTやツーバイフォーなど面材の活用
- ③ 上記①②等を組み合わせた構造の標準化

設計士の人材育成

- ① 技術研修会の開催
- ② モデル建築物等を活用した技術・ノウハウの取得と蓄積
- ③ 設計士の掘り起こし

施主へのPR

- ① 事例集等の活用
- ② 現地見学会の開催

普及ツールの作成

- ① 事例集の作成
 - ・県内外の事例を収集
 - ・参考価格の表示
- ② 標準仕様書の作成
 - ・規模やスパン別に整理
 - ・建築コスト

既に木造化に取り組んでいる設計士と連携した取り組みの推進

全国への販売展開

ターゲット

福祉・医療関係等の施主

提案・営業

○ 県内事業者
・木材関係者 など

✚ タイアップ

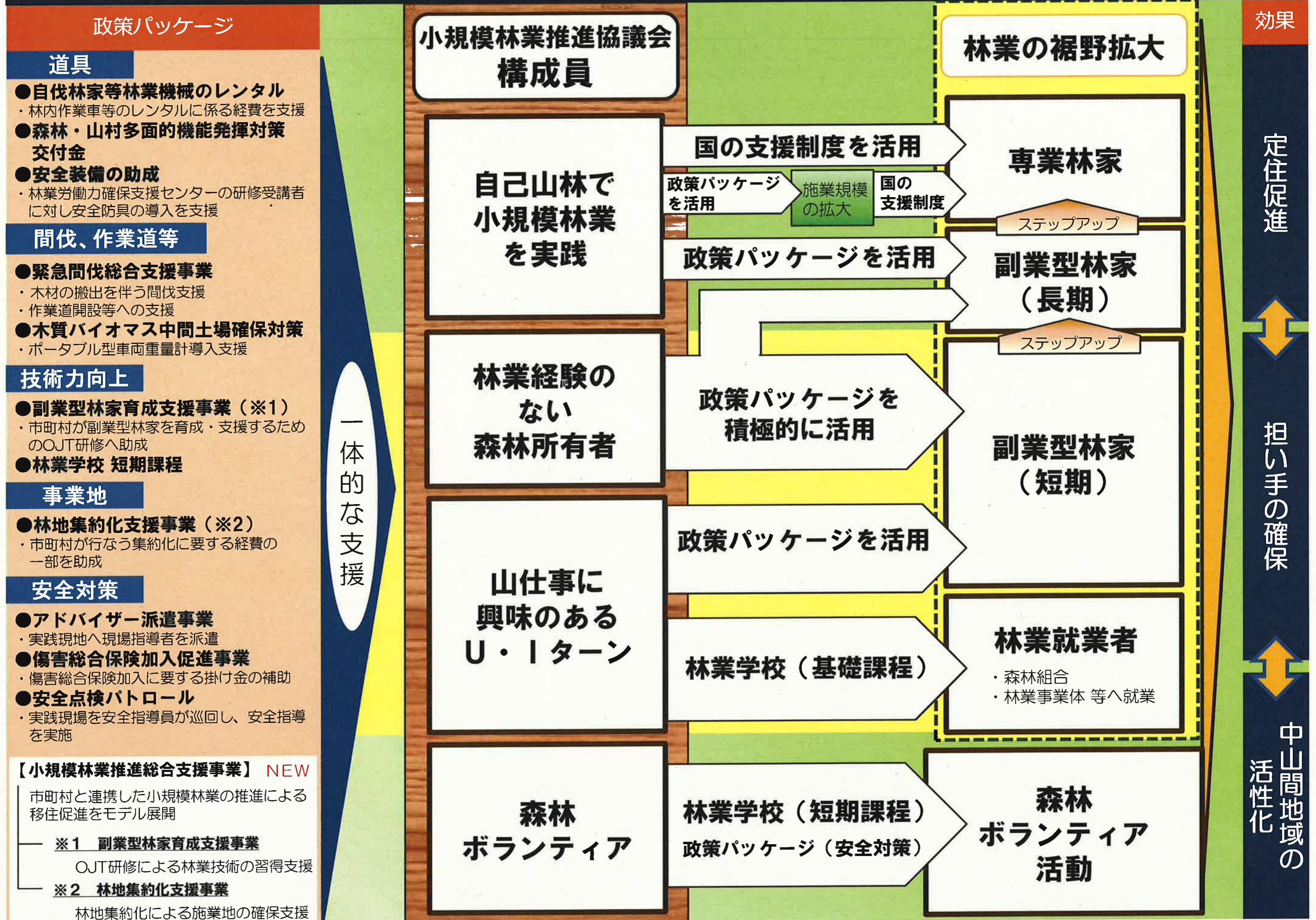
○ 全国の関連事業者
・中大規模木造プレカット技術協会
・全国建築士事務所協会
・日本CLT協会
・土佐材パートナー企業などのメンバー

普及PR

CLT首長連合などを活用した普及活動

非住宅建築における木造化の推進

政策パッケージを活用した小規模林業の推進



水産業分野の展開イメージ（案） ～ 若者が住んで稼げる元気な漁村 ～

分野を代表する目標

漁業生産額(宝石サンゴを除く)
水産加工出荷額

現状 (H25) : 446億円 ⇒ 4年後 (H31) : 460億円 ⇒ 6年後 (H33) : 476億円 ⇒ 10年後 (H37) : 490億円
現状 (H25) : 184億円 ⇒ 4年後 (H31) : 200億円 ⇒ 6年後 (H33) : 203億円 ⇒ 10年後 (H37) : 220億円

生産から加工・流通に至る水産業クラスターの形成



水産業分野の体系図(案)

分野の目指す姿	若者が住んで稼げる元気な漁村				
分野を代表する数値目標	漁業生産額(宝石サンゴを除く) 水産加工出荷額	現状(H25):446億円 現状(H25):184億円	⇒ 4年後(H31):460億円 ⇒ 4年後(H31):200億円	⇒ 6年後(H33):476億円 ⇒ 6年後(H33):203億円	⇒ 10年後(H37):490億円 ⇒ 10年後(H37):220億円

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革	2 担い手の育成・確保	3 市場対応力のある産地加工体制の確立	4 流通・販売の強化	5 活力ある漁村づくり
戦略の方向性	生産性の高い漁業への構造改革を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図る。また、新たな漁場の開拓に取り組む。	就業希望者の積極的な掘り起こしを行い新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し次世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。	国内外の市場に対応できる産地加工体制を確立し、生産の拡大により雇用の場の創出を図る。	少量多品種の特性を活かした外商の拡大や消費地市場とのネットワークの強化を図るとともに、国外への販路を開拓することで、本県水産物の販売力の向上を図る。	漁村の資源を活用した活動を支援し、地域での暮らしを支える。
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ★ 鮮魚の県内市場取扱額 <ul style="list-style-type: none"> ・ ㉔ 85億円 ⇒ ㉑ 90億円以上 ⇒ ㉓ 92億円以上 ⇒ ㉗ 95億円以上 ★ 人工種苗の供給尾数 <ul style="list-style-type: none"> ・ カンパチ ㉔ 0尾 ⇒ ㉑ 50万尾 ⇒ ㉓ 120万尾 ⇒ ㉗ 300万尾 ・ クロマグロ ㉔ 0尾 ⇒ ㉑ 1万尾 ⇒ ㉓ 3万尾 ⇒ ㉗ 10万尾 ★ 新規就業者数 <ul style="list-style-type: none"> ・ (H24-26平均) 37名/年 ⇒ ㉑ 50人/年 ⇒ ㉓ 50人/年 ⇒ ㉗ 50人/年 	<ul style="list-style-type: none"> ★ 衛生管理の高度化に対応した加工場の割合 <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 24% ⇒ ㉑ 100% ⇒ ㉓ 100% ⇒ ㉗ 100% ・ 海外HACCP対応型の加工場 <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0件 ⇒ ㉑ 3件 ⇒ ㉓ 4件 ⇒ ㉗ 5件 ★ 養殖魚の前処理加工 <ul style="list-style-type: none"> ・ 出荷額 ㉔ 5億円 ⇒ ㉑ 29億円 ⇒ ㉓ 32億円 ⇒ ㉗ 36億円 ・ 雇用者 ㉔ 58名 ⇒ ㉑ 120名 ⇒ ㉓ 125名 ⇒ ㉗ 130名 	<ul style="list-style-type: none"> ★ 「応援の店」 <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内参画事業者の出荷額 <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 1億円 ⇒ ㉑ 4億円 ⇒ ㉓ 5億円 ⇒ ㉗ 6億円 ★ 産地市場の集約化 <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 33市場 ⇒ ㉑ 28市場 ⇒ ㉓ 23市場 ⇒ ㉗ 15市場 ★ 水産物の輸出 <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0.2億円 ⇒ ㉑ 3億円 ⇒ ㉓ 4億円 ⇒ ㉗ 6億円 	<ul style="list-style-type: none"> ★ 高齢者等に対応した漁港漁場づくり <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0か所 ⇒ ㉑ 5か所 ⇒ ㉓ 7か所 ⇒ ㉗ 10か所 	
取組方針「主な」 ◆ 具体的な取り組み	<p>(1) 効率的な沿岸漁業生産体制への転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 漁業経営の効率化 ◆ [拡充] 大数組合など漁業経営体の法人化 ◆ [新規] 法人等の生産現場への参入の促進 <p>(2) 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 人工種苗量産体制の確立 ◆ [新規] 試験研究機能の充実・強化 ◆ [新規] 中間育成漁場の開拓 <p>(3) 新規漁場の開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規] 定置網の遊休漁場の活用 ◆ [新規] 沖合漁場の開拓 	<p>(1) 担い手の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実 ◆ [新規] 法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり <p>(2) 就業時における支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 就業時の設備投資、資金調達への支援 ◆ 新規就業者が参入しやすい環境づくり 	<p>(1) 高度加工ビジネスへのステップアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 既存加工施設の高度化 ◆ [拡充] 既存加工施設の衛生管理体制の強化 ◆ [新規] HACCPに対応した加工施設の立地促進 <p>(2) 加工関連ビジネスの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規] 残さい加工ビジネスの再構築 ◆ [新規] 冷凍保管ビジネスの事業化 <p>(3) 輸出の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規] 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓 	<p>(1) 外商ビジネスの拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 「応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化 ◆ [拡充] 県内産地の対応力の強化 ◆ 消費地市場と連携した外商活動の展開 ◆ [拡充] 販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築 <p>(2) 産地市場の機能強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 市場統合による拠点市場への水揚げの集約化 ◆ 荷捌き機能や衛生管理体制等の強化 <p>(3) 輸出の促進【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規] 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓 	<p>(1) 高齢者や女性の活躍の場づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規] 高齢者等に対応した漁場づくり ◆ 『地域加工』の支援 <p>(2) 交流人口の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ [新規] 遊漁や体験漁業の振興 ◆ にぎわいのある河川づくり

水産業分野の地域産業クラスターの実現に向けた全体像

好循環を生み出し
拡大再生産へ！！



【外商ビジネスの拡大】

- 「応援の店」や「さかな屋高知家」を活用した外商活動の一層の強化
- 県内産地の対応力の強化
- 消費地市場と連携した外商活動の展開
- 販売の拡大を背景とした新たな物流システムの構築



【輸出の促進】

- 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓



【流通の拠点を活用した多様な加工事業の展開】

- 集荷及び保管調整機能の発揮
- ・県内外（輸入含む）からの安定した加工原魚の調達
- ・冷凍保管施設等の強化による需給調整機能
- 弘化台周辺加工業者等の連携強化（加工販売組合等）



【拠点市場の形成】

- 水揚げの集約による物流拠点の構築
- 冷凍保管ビジネスなど 関連産業への波及



★：法人等と連携した計画的な担い手の育成拠点

中央地域 広域クラスター

ブランド魚の養殖

【ブランド養殖魚の産地としての地位を確立】

- 養殖生産量の確保
- ・民間企業による生産への参入と担い手の確保、育成
- ・経営体質の強化 → 協業化、法人化等の促進
- ブランド養殖魚の販路拡大
- 既存加工施設の衛生体制、生産性の高度化



沖合養殖の振興

沖合漁場の開拓

【定置網漁業の承継】

- 遊休漁場の活用
- 民間事業者の参入



【漁港の多面的な活用】

- 漁港内での増殖場の整備

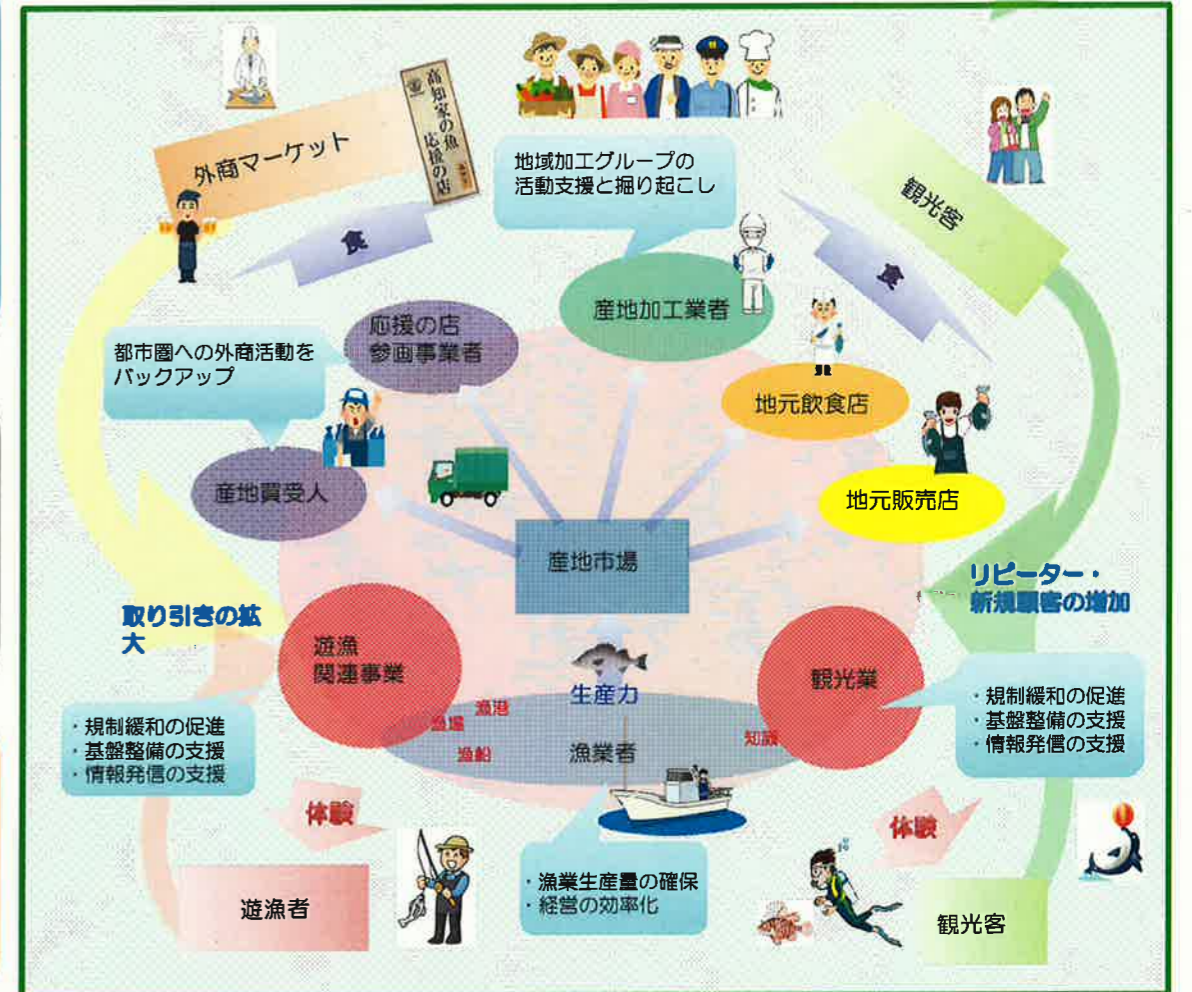


【メジカ加工ビジネスの振興】

- 加工原魚の安定確保
- ・操業船の増加、冷凍保管能力の強化
- 加工残さい処理体制の再構築
- 宗田節加工経営体の経営体質の強化
- ・加工工程の一部集約化や協業化等
- 新製品の開発、販売促進



地域クラスターの展開イメージ



【日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成】

- カンパチ・クロマグロ人工種苗の量産体制の確立
- 試験研究機関の充実・強化
- 中間育成漁場の開拓



まき網漁業

幡多地域 広域クラスター

メジカ漁業

定置網漁業

試験研究機関の立地候補地

沖合漁場の開拓

- 冷凍保管ビジネスの事業化
- 残さい加工ビジネスの再構築



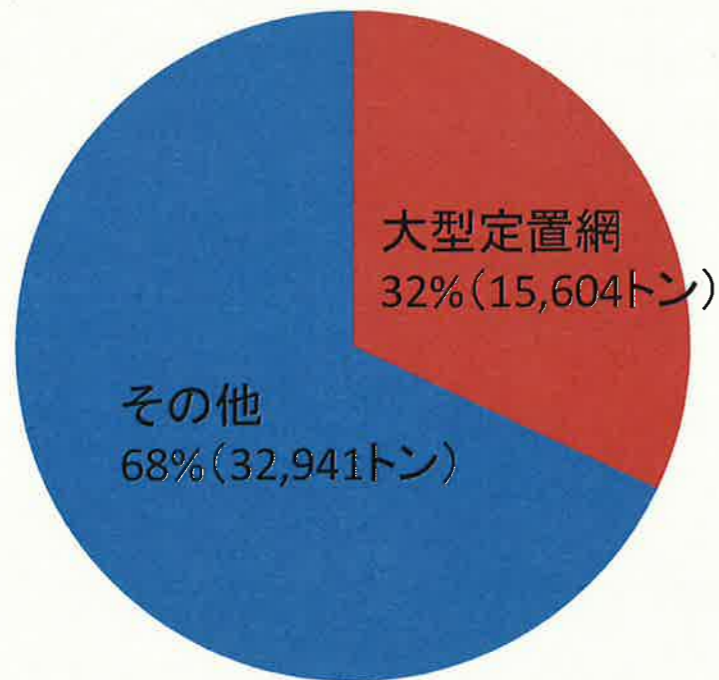
定置網漁業の承継等の支援

1 本県沿岸漁業における大型定置網漁業の位置

- ・ 大型定置網とは：大きな網を沿岸に設置し、魚を待ち受ける漁業→人手が必要（雇用）、資源にやさしい（持続性）
- ・ 県内に23経営体、32漁場が存在
- ・ 養殖業を除く本県沿岸漁業において、従事者数では約1割（約370名）、生産量では約3割（15,604トン）を占める（H25）
- ・ 流通、加工等も含め、漁村の雇用の場を提供

しかし・・・

- ・ 近年、経営体の廃業により、遊休漁場も増加
- ・ 時間が経過するほど、漁場特性等の技術承継が困難
- ・ 網の設置には多大な費用がかかる
→漁場の再開がますます困難に→漁村の衰退



沿岸の漁船漁業に占める大型定置網漁業生産量の割合 (H25)

2 事業の目的

- ・ 本県沿岸の基幹漁業である定置網について、遊休漁場への民間事業者参入等による事業承継を支援→漁業生産量の増大
- ・ 地域雇用の場となる定置網漁業を承継することで、漁村の衰退を防止

3 事業の内容

- ・ 民間事業者参入等による定置網漁業の承継・再開を促進するため、漁網や資材、漁船、定置網の設置費用について支援
- ・ 補助条件：①定置網漁業の承継
②遊休漁場の再開
③新規漁場の開拓



定置網によるブリの大漁

人工種苗の量産化によるクロマグロ養殖の振興

	第一ステージ(基本的な技術開発)		第二ステージ(実用化へ向けて技術を高度化)		第三ステージ(実用化)	
	H26	H27	H28	H29	H30	H31
親魚養成	【クロマグロ親魚養成・採卵技術開発事業(民間企業への委託)】 概要: 本県マグロ養殖に必要な人工種苗の生産に用いる受精卵を得るため、親魚養成と採卵技術開発を民間養殖会社に委託 実績: (H26)3歳魚約150尾から約800万粒の受精卵を採取 (H27)4歳魚約140尾から約6,600万粒の受精卵を採取 課題と展望: 現在養成中の親魚は2度の産卵実績のある優良親魚		【クロマグロ親魚養成・採卵技術開発(継続)】 予想される改善点: ・産卵実績のある現有親魚の高齢化と、新規に導入する若齢魚の加入により、受精卵の量と質の向上が期待される		第三ステージで技術の実用化 ↓ 長期目標 H33には 沖出し100,000尾以上、 出荷30,000尾以上 ↓ 種苗生産・中間育成ビジネスの創出 ↓ 人工種苗の導入により、不安定な天然種苗に頼らないマグロ養殖の実現 ↓ マグロ養殖関連産業の集積による地域振興と雇用増 ↓ 若者が住んで稼げる元気な漁村へ	
種苗生産	【人工種苗生産技術開発(県と民間企業の協力・連携)】 概要: 陸上水槽で受精卵から沖出し(4cm)サイズの稚魚までを安定的に量産する技術を開発 実績: (H26)受精卵約787万粒から稚魚49尾を沖出し (H27)受精卵約805万粒から稚魚1,045尾を沖出し 課題と展望: クロマグロの餌とするふ化仔魚の大量かつ安定的な供給が課題		【クロマグロ人工種苗生産技術高度化試験(協力・連携)】 概要: 民間企業と連携して開発した技術について、健全な種苗を安定的に量産する実用レベルの技術への高度化を図る 重点課題: 餌料用ふ化仔魚の大量かつ安定的な供給 目標: H28に10,000尾、H29に30,000尾以上の沖出し			
中間育成	【中間育成技術開発(県と民間企業の協力・連携)】 概要: 養成した人工種苗(4cm)を用い、既存の安価な8m角型生簀で30cmサイズまで中間育成する技術を開発 実績: (H26)30cmサイズまで育成できず (H27)30cmサイズの種苗約100尾を試験配布 課題と展望: 衝突によると思われる骨折による死亡と、下顎の変形が頻発⇒生簀の形状やサイズが課題		【クロマグロ人工種苗生産技術高度化試験(協力・連携)】 ・従来の8m角型と、改良型(8m角型八角形)、改良型(20m八角形)生簀による試験を実施 【マグロ養殖振興協議会への委託(県事業)】 ・養殖業者が保有する20m円形生簀を活用し、中間育成試験を実施 ★適切な中間育成の技術と施設を決定⇒実用化の加速へ 目標: H28に3,000尾、H29に10,000尾以上の出荷			
試験配布	【成長試験(マグロ養殖振興協議会へ試験配布)】 概要: 中間育成した人工種苗を養殖漁場で養成し、その後の成長や品質を評価 実績: (H27)30cmサイズの種苗約100尾を試験配布 ⇒H28以降は配布尾数の増加					

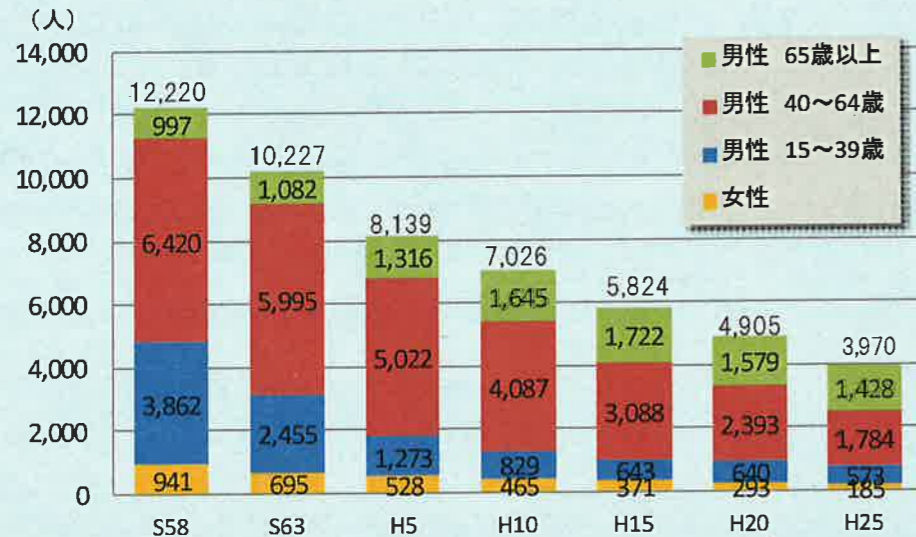
目指す種苗生産から養殖への流れ



担い手の育成・確保

就業希望者の積極的な掘り起こしを行い、新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し次世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。

漁業就業者数の推移



- 漁業者の減少・高齢化が深刻
 - ・ 30年間で漁業就業者数は約3分の1に減少
 - ・ 60歳以上が占める割合はH25は約50%
 - ・ 今後も相当数がリタイアする見込み(年齢構成から推計)
- これまでの担い手対策事業の実績
 - ・ 短期研修及び長期研修希望者は増加傾向
 - ・ 平成24~26年の3年間で平均37人/年の新規就業者を確保
- 課題
 - ・ 移住促進策と連携した希望者の掘り起こし
 - ・ 研修生等のフォローアップの充実
 - ・ 指導者の確保と計画的な担い手の育成
 - ・ 就業時の設備投資、資金調達への支援



	H12~23 平均	H24	H25	H26
短期研修 受講者(人)	3	2	18	35
長期研修 開始者(人)	3	2	7	11

PR・相談

- 就業希望者の掘り起こし
 - (1) 県ホームページ
 - ・ 高知県の漁業の紹介
 - ・ 就業支援制度の紹介
 - (2) 漁業就業セミナーの開催
 - ・ 漁業に興味がある人等を対象として、漁業者の講演や漁業体験を実施
 - (3) 漁業就業フェア、U・Iターン相談会等への出展
 - ・ 東京、大阪等で開催されるフェア・相談会で高知県の漁業や就業支援制度を説明
 - (4) 海洋高校との連携による担い手育成
 - ・ 体験学習を通じて漁業への興味を高める。
- 就業支援体制(アドバイザー等)の強化
 - ・ 面談、電話等による個別相談
 - ・ 漁業体験研修(短期研修)の受付・研修実施に向けた調整
 - ・ 研修生等のフォローアップ
 - ・ 担い手育成団体のニーズ把握や研修カリキュラムの作成を支援



体験・マッチング

- 漁業体験研修(短期研修)

3~7日間程度、実際の漁業や漁村生活を体験することで、就業後の漁業活動や漁村での生活をイメージしてもらう。

 - ◆ 内容
 - ・ 海上研修(漁法、操船等)
 - ・ 陸上研修(漁具作製、水揚げ作業等)
 - ◆ 対象
 - ・ 高知県内で漁業就業を検討している者
 - ・ 漁村への移住を検討している者 等



技術習得

- 新規漁業就業者支援事業

自営等の漁業就業者の確保育成の促進のため、長期研修期間中の技術研修生の生活支援費等を補助する。

 - ◆ 事業実施主体
 - ・ 漁業協同組合
 - ◆ 支援内容
 - ・ 技術研修生の生活支援
 - ・ 指導者への報償
- 担い手育成団体支援事業

担い手育成団体が研修生を研修期間中雇用することにより、特定の漁業種類において、責任を持って計画的に漁業の担い手を育成する。

 - ◆ 事業実施主体
 - 担い手育成団体*
 - * 漁業就業希望者に対する実践研修を行う研修受入機関として知事が認定した法人又は団体
 - ◆ 対象とする漁業種類
 - マダイ養殖、定置網、メジカひき縄 等
 - ◆ 支援内容
 - 研修生の給与
 - 指導者への報償
 - 研修に必要な施設整備



独立支援

- 沿岸漁業設備投資支援事業

中古漁船、漁労設備、養殖生産設備のリース事業を行う漁協の設備取得を支援する。全ての沿岸漁業者等が対象であるが、新規漁業就業者を優遇する。

 - (事業実施主体)
 - 漁業協同組合
 - (支援内容)
 - リースする中古船(10トン未満)、漁労設備及び養殖生産設備の取得に対する支援
- 資金調達への支援

漁船、漁労設備、養殖生産設備等の取得を行う際の資金調達を支援する。

 - (1) 沿岸漁業改善資金
 - ・ 経営等改善資金(エンジンやレーダー、安全設備などを支援)
 - ・ 青年漁業者等養成確保資金(漁船の購入など沿岸漁業の経営の開始を支援)
 - (2) 高知県漁業近代化資金
 - ・ 漁船建造、機関換装、漁具、養殖設備等の整備を支援
 - (3) 高知県沿岸漁業等経営育成資金
 - ・ 経営安定資金(漁船や機器の修繕等を支援)
 - ・ 経営維持資金(中古船・中古機器の購入、点検費用等を支援)

目標

新規漁業就業者数

50人/年



加工養殖魚の輸出促進

【概要】 産地で加工した県産養殖魚の海外販路を開拓し、輸出を促進するための総合的な支援を行う。
 ・輸出に対応するため、加工施設の衛生管理の高度化を促進する。
 ・海外需要等に関する情報収集、国際見本市などへの出展等を支援し、輸出の促進につなげる。

【現状】

<県内> 養殖魚の産地加工が大きく伸展
 ・漁協、生産者、加工事業者が連携し、H26から宿毛湾産養殖魚の前処理加工を開始
 ⇒温暖な宿毛湾の優位性を活かした「夏旨ブリ」のブランドが一定構築
 宿毛湾産ブリ加工尾数:H26 40,000尾 → H27 80,000尾以上 さらなる増産を目指す

<国内> 国内マーケットは縮小傾向
 ・人口減や高齢化、TPPの影響等により、水産物の国内消費量は減少傾向
 ・ブリなど主要養殖魚の国内向け生産に国が需給調整のための目標数量を設定
 ・一方、国は養殖魚の海外輸出を積極的に推進

<海外> 世界での水産物需要の急速な高まり
 ・新興国の経済発展や欧米での健康志向等により、世界の水産物消費量が急激に上昇
 FAO統計:1人当たり水産物の年消費量 9.9kg(1960年代) ⇒ 19.0kg(2012年)
 世界銀行の水産物需要予測:1億1170万トン(2006年) ⇒ 1億5180万トン(2030年)
 ・世界的な和食ブーム等により、国産水産物の海外輸出が急増

【これからの取組】

○輸出に対応したHACCPの認定取得を推進
 ・輸出を目指す事業者の加工施設等のHACCPの認定取得を支援
 ①HACCP講習会の開催
 ②HACCP導入のための専門家によるコンサルティング
 ③HACCP認定取得のための審査手続きの負担軽減
 ④HACCP基準を満たすための施設の改修整備

○輸出に取り組む事業者等の組織化
 ・漁協、生産者、加工事業者、県内流通業者等による輸出促進協議会(仮称)を設立
 ・協議会が行う輸出促進の取組を支援(H28年度:商談会等の実施 のべ5回以上)

○輸出支援アドバイザーの設置
 ・水産物の国際取引の専門家をアドバイザーに招へいし、海外輸出のノウハウを習得

○国際見本市への出展等を通じ販路を開拓
 ・衛生管理基準のハードルが低く市場拡大が見込める東南アジアへの輸出から着手
 ①冷凍養殖魚の品質保持技術の開発
 冷凍養殖魚の商品価値が低下する原因となる魚肉の色変化を抑制する技術を開発
 ②アドバイザーと連携し販路開拓活動を実施
 国際見本市への出展、国内外商社や相手国ユーザーとの商談等を実施
 サンプル出荷を通じた相手側の品質評価の取得とリードタイムの検証等

拡大再生産に向けた産地加工のさらなる推進のため
加工養殖魚の輸出に挑戦！

【問題点・課題】

○県内水産加工事業者の輸出実績がほとんどない
 ・加工施設の高度衛生管理体制が未整備
 ・小規模な事業者が多く、自力での衛生管理の高度化や海外輸出の展開は負担が大きい
 ・養殖魚を取り扱う県内の加工・流通事業者に国際取引のノウハウが乏しい


【必要な対策】

○輸出の早期実現のための積極的・集中的な支援
 ・多様な国への輸出が可能な施設整備(既存施設の衛生管理の高度化、誘致等)
 ・関係者が連携して輸出に取り組む体制の構築
 ・海外バイヤーとのマッチングや商談支援、販路開拓活動を行うアドバイザーの設置


三カ年で輸出を軌道に

【目指す成果】
 ★養殖魚前処理加工施設3～4社が
 東南アジアや米国への輸出に着手

【波及効果】
 ◆輸出量の増大により産地加工が
 本格化し、新たな雇用を創出！



高知家の魚応援の店



「高知家の魚応援の店」を活用した外商活動の展開

H26年度	H27年度	H31年度
年間取引額 6,000万円	年間取引額 1億円(見込)	目標年間取引額 4億円
○「応援の店」374店舗 ○県内67事業者が参画	○「応援の店」570店舗(H27年度末見込) ○県内78事業者が参画(H27年度末見込)	○「応援店制度」の拡充やネットワークの強化によるさらなる取引の拡大

見えてきた課題(H26、27年度)

【応援の店】

〈現状〉

- ・継続的な取引も徐々に拡大
- ・一方、取引につながりにくい店舗も存在
市場などの既存の取引先との関係があり新たな取引は困難
取引が目的ではなく、高知県を応援する主旨で登録

〈評価〉

- ・鮮度管理された魚は評価が高い
- ・市場流通には出回らない珍しい魚や量が少ない魚を仕入れることができる(近隣店とのメニューの差別化)
- ・看板を掲げることで話題性もあり来店客が増えた

〈課題〉県内事業者への意見や要望

- ・時化等で魚が出荷できない時など連絡が来ない、それに代わる提案もない
- ・鮮度管理が不十分なので、改善して欲しい
- ・市場価格と比べて割高(主に輸送コスト)

「応援の店」登録店舗数
(H27.12末時点)

業態	店舗数
居酒屋	405
寿司・割烹	76
洋食・中華	68
その他	20
計	569

【県内事業者】<78事業者(うち鮮魚取扱い事業者33、加工事業者37、その他8事業者)>

〈現状〉(H27.11末時点)

○取引状況に差がある<取引状況レベル(S~C)>

- ・大幅に取引先が増えているS級事業者は5業者(鮮魚BOXが主体)
- ・取引先が拡大しているA級事業者は10業者
- ・取引先が少しずつ増えてきており、やる気もあるB級事業者は26業者

〈評価〉

- ・当制度により取引先や取引額が増えている(新規雇用した事業者あり)
- ・コスト面で関東などは営業に行きにくい、電話やファックスでの営業が可能

〈課題〉取引に至っていない主理由

- ・体制等(人手不足)、商品形態(小売用の加工品が中心)、与信の問題等から営業できていないC級事業者が37事業者(加工品が主体)

※ウツボ、ドロメなど高知ならではの商材は取引に繋がる可能性が高い一方、加工度の高い商材(≒小売商品・高価格)は、「応援の店」との取引に繋がりにくい



これからの展開

- ◆重点店舗の絞込みによる効果的な「応援の店」へのフォロー
 - ・H26~27年度のニーズ収集結果をもとに取引に繋がる可能性が高い「応援の店」を絞込み、重点的にニーズ収集やサンプル出荷を行う等、**確実に取引に結び付ける**
 - 〈参考〉サンプル出荷(138件)の約3割が取引開始(H27.11末)

◆「応援の店」紹介パンフレットの作成

- ・定番メニューとして県産水産物を取引している店舗を紹介し、店舗への集客増へ繋げる(「応援の店」メリット)

◆応援店制度の拡充

- ・百貨店、ホテル等の高価格、高品質の販売先を「応援の店」の登録範囲に拡充

◆産地対応の強化

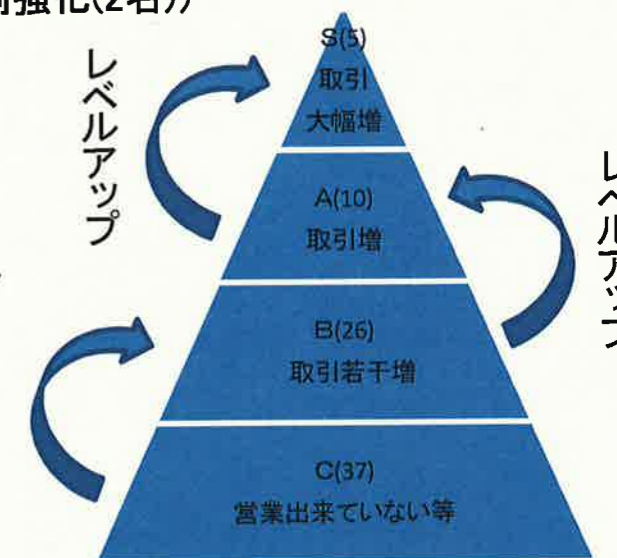
- (JFこうち・海の漁心市の体制強化(2名))

◇県内事業者のレベルアップ

- ・「応援の店」の詳細なニーズの収集と県内事業者への確実なフィードバック
- ・産地指導(鮮度管理、荷姿等、品質面、規格面での差別化等)による商品力の向上
- ・その他、野菜等の水産物以外の商材とのタイアップ
- ・代行営業や代行販売による県内事業者の支援
- ・主体的な営業活動の展開

◇産地(漁業者等)のレベルアップ

- ・活き締め、神経締め等の高鮮度処理や施氷方法の改善等、県産水産物の品質の底上げを図る



商工業分野の展開イメージ（案） ～拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業～

○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野を代表する目標 製造品出荷額等 現状（H26速報値）5,249億円 ⇒ 4年後（H31）6,000億円以上 ⇒ 6年後（H33）6,400億円以上 ⇒ 10年後（H37）7,000億円以上

「地産」のさらなる強化

柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 事業戦略策定等への支援

- 新 事業戦略支援会議による事業戦略の策定・ブラッシュアップへの支援
- 拡 事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援

2 ものづくりの地産地消のさらなる推進

- 「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による支援
- 試作開発や製品改良への支援

3 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 拡 さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援

4 紙産業の振興の飛躍的な推進

- 新 「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化

5 産学官連携によるイノベーションの創出

- 新 県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化



事業化研究への継続例：ファイバブル発生装置のユニット化



多目的不織布製造装置

高知発のものづくりを
全国・海外へ！

「外商」のさらなる拡大

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

1 ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進（防災関連製品含む）

- 新 東京営業本部の設置等、外商サポートの強化（県外コーディネーターの体制充実）
- 新 企業の課題に応じたセミナー等の実施（OJT含む）
- 見本市出展や商談会の開催
- 新 技術提案型商談会の開催
- 拡 防災関連製品の新たな販売先の開拓



防災防災総合展 in 大阪

2 県内企業の海外展開を促進

- 拡 海外での市場調査支援
- 拡 国内貿易商社とのマッチング
- 拡 海外バイヤーの招聘等海外展開支援のさらなる強化
- 海外での外商活動支援（セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展）



防災先進県高知発の製品・技術商談会 in 台湾

地産外商の成果を「拡大再生産」へ

柱5 起業や新事業展開の促進

1 起業に取り組む事業者等への支援の強化

- 新 土佐MBAの仕組み等を通じた総合的な起業支援の展開
- 拡 創業融資メニューの見直し

2 地域商業の活性化

- 新 商工会の指導体制の強化
- 拡 商店街のにぎわい創出への支援
 - 新規創業・店舗魅力向上への支援
 - ・チャレンジショップの推進
 - ・空き店舗対策の推進

3 中山間地域の活性化

- 拡 シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援

（再掲）4 ものづくりの地産地消のさらなる推進

（再掲）5 ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進

（再掲）6 産学官連携によるイノベーションの創出

（再掲）7 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現



チャレンジショップあき（安芸市本町商店街 H27.11オープン）

柱4 産業人材の育成・確保

1 就職支援の推進

- 新 U・Iターンと県内就職の促進
- ・U・Iターンの促進
- ・若年者や女性への就業支援

2 事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進

- 事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし
- 事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援

3 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現

- 事業者の求人ニーズの掘り起こし
- 新 県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし

4 人材の育成の推進

- 拡 産業界のニーズに応じた人材の育成
- 伝統的工芸品産業等の人材育成

柱3 産業集積や設備投資の拡大

1 全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進

- 新 企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現

2 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

- 徹底したアフターフォロー
- 立地プランの提案等による投資を促すアプローチ

3 第一次産業分野等と連携した企業立地の推進

- 新 ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし
- 第一次産業分野への県内外企業の参入促進
- 加工・販売など関連産業の一体的な誘致

4 事務系職場の集積拡大

- 新 集積に向けたパッケージ型支援策の強化
- ・県内各地域への立地促進
- ・企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施
- 新 多種多様な事務系職場の誘致
- 新 立地企業を核とした新たな企業の誘致

5 企業の飛躍的な成長の促進

- 企業の成長に合わせた設備投資助成
- 国内外での外商をさらに強化

（後掲）6 地域商業の活性化

商工業分野の体系図(案)

○分野を代表する数値目標及び戦略目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野の目指す姿		拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業				
分野を代表する数値目標		製造品出荷額等 現状(H26):5,249億円 ⇒ 4年後(H31):6,000億円以上 ⇒ 6年後(H33):6,400億円以上 ⇒ 10年後(H37):7,000億円以上				
戦略の柱	「地産」のさらなる強化		「外商」のさらなる拡大		地産外商の成果を「拡大再生産」へ	
	1 絶え間ないものづくりへの挑戦	2 外商の加速化と海外展開の促進	3 産業集積や設備投資の拡大	4 産業人材の育成・確保	5 起業や新事業展開の促進	
戦略の方向性	●絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に通じる製品・技術を生み出す	●国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する	●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 ●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 ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る	●新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す	●起業等の取り組みへの支援を強化する ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る	
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 事業化プラン件数 ②⑤:30件→③①:40件→③③:40件→③⑦:40件 防災関連認定製品(累計) ②⑤:85品→③①:162品→③③:190品→③⑦:246品 紙産業の製造品出荷額等 ②⑤:609億円→③①:690億円→③③:730億円→③⑦:800億円 	<ul style="list-style-type: none"> ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成約額 ②⑤:27.1億円→③①:73億円→③③:100億円→③⑦:183億円 防災関連認定製品の売上高 ②⑤:15.4億円→③①:50億円→③③:70億円→③⑦:120億円 	<ul style="list-style-type: none"> 企業立地による製造品出荷額等 ②⑤:252億円→③①:612億円→③③:806億円→③⑦:900億円 設備投資助成による県内企業の生産能力増加額 ②⑤:11.2億円→③①:150億円→③③:195億円→③⑦:285億円 企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数) ③①:800人→③③:1,100人→③⑦:1,900人(うち事務系職場 ③①:350人→③③:500人→③⑦:900人) 設備投資助成による雇用創出数(H28からの増加人数) ③①:120人→③③:184人→③⑦:312人 	<ul style="list-style-type: none"> 県出身県外大学生の県内就職率 ②⑤:13.6%→③①:30% 	<ul style="list-style-type: none"> 空き店舗への出店 4年間で100件 チャレンジショップ開設 4箇所→14箇所 	
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<ol style="list-style-type: none"> 事業戦略策定等への支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]事業戦略支援会議による事業戦略の策定・ブラッシュアップへの支援 ◆[拡充]事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援 ものづくりの地産地消のさらなる推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆「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による支援 ◆試作開発や製品改良への支援 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]さらなる防災関連認定製品の開発を進め、数多くの製品を生み出す支援 紙産業の振興の飛躍的な推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]「紙産業の在り方検討会」の取りまとめに基づき、紙産業の振興をさらに強化 産学官連携によるイノベーションの創出 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化 	<ol style="list-style-type: none"> ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進(防災関連製品含む) <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]東京営業本部の設置等、外商サポートの強化(県外コーディネーターの体制充実) ◆[新規]企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む) ◆見本市出展や商談会の開催 ◆[新規]技術提案型商談会の開催 ◆[拡充]防災関連製品の新たな販売先の開拓 県内企業の海外展開を促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]海外での市場調査支援 ◆[拡充]国内貿易商社とのマッチング ◆[拡充]海外バイヤーの招聘等海外展開支援のさらなる強化 ◆海外での外商活動支援(セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展) 	<ol style="list-style-type: none"> 全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現 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 <ul style="list-style-type: none"> ◆徹底したアフターフォロー ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ 第一次産業分野等と連携した企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし ◆第一次産業分野への県内外企業の参入促進 ◆加工・販売など関連産業の一体的な誘致 事務系職場の集積拡大 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]集積に向けたパッケージ型支援策の強化 ◆県内各地域への立地促進 ◆企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施 ◆[新規]多種多様な事務系職場の誘致 ◆[新規]立地企業を核とした新たな企業の誘致 企業の飛躍的な成長促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆企業の成長に合わせた設備投資助成 ◆国内外での外商をさらに強化 <p>(後掲)6. 地域商業の活性化</p>	<ol style="list-style-type: none"> 就職支援の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]U・Iターンと県内就職の促進 ◆U・Iターンの促進 ◆若年者や女性の就業支援 事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし ◆事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現 <ul style="list-style-type: none"> ◆事業者の求人ニーズの掘り起こし ◆[新規]県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし 人材の育成の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]産業界のニーズに応じた人材の育成 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成 	<ol style="list-style-type: none"> 起業に取り組む事業者等への支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]土佐MBAの仕組み等を通じた総合的な起業支援の展開 ◆[拡充]創業融資メニューの見直し 地域商業の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]商工会の指導体制の強化 ◆[拡充]商店街のにぎわい創出への支援 ◆新規創業・店舗魅力向上への支援 ◆チャレンジショップの推進 ◆空き店舗対策の推進 中山間地域の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援 <p>(再掲)4. ものづくりの地産地消のさらなる推進</p> <p>(再掲)5. ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進</p> <p>(再掲)6. 産学官連携によるイノベーションの創出</p> <p>(再掲)7. 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現</p>	

【現状等】 ・経営者の高齢化が進む中、高知県の後継者内定率は、50%に満たない状況。
 ・近年、高知県の中小企業の倒産件数は減少傾向にあるが、休・廃業件数は増加傾向。
 （平成25、26年度の休廃業等の件数は200件を超えている状況）【出典：H25・26 帝国データバンク調査】
 ・中小企業は、必要な人材を確保する体制が弱く、新たな事業展開に苦慮。
【課題】 ・優良な雇用の場の喪失と本県産業基盤の脆弱化を防ぐための、事業承継対策。
 ・人口が減少（人材不足）する中、企業が拡大再生産をするための、人材確保のしくみづくり。

取組のポイント

- ポイント1 後継者や事業拡大のための中核人材の確保に係る相談にワンストップで対応
- ポイント2 円滑な事業承継や中核人材の確保を実務に精通したスタッフが一貫サポート
- ポイント3 事業承継の課題解決や中核人材の確保に必要な施策等の情報を県内各地に出向き提供
- ポイント4 新たな事業展開を各支援機関と連携してサポート

H27.4月に「事業承継・人材確保センター」を開設

◆事業承継への意識向上 → ◆現状の把握 → ◆方針の検討・決定 → ◆事業承継計画の策定支援等 → ◆事業承継計画の策定後の支援

高知県事業承継・人材確保センター

総合相談窓口（ワンストップ対応）

事業承継

中核人材の確保

ポイント1

◆意識啓発セミナー、相談会の実施
 ◆支援施策の紹介等

◆相談企業の課題整理
 ①企業概要
 ②株主、親族関係
 ③個人財産等

◆支援チームによる検討会議

<メンバー>
 ・産業振興センター
 ・金融機関
 ・商工会議所、商工会
 ・専門家
 （税理士、会計士、弁護士など※）
 ※センター外の人材を含む

事業承継支援開始

事業承継計画策定

- 親族内承継
- 親族外承継（従業員・役員）
- 親族外承継（外部からの受入れ）
- 親族外承継（M&A）
- 廃業

各支援機関と連携

ポイント4

様々な支援メニューで企業をサポート

- 事業化プランづくり
- 専門家の派遣
- 商品の開発
- 人材育成メニュー
- 生産設備の整備
- 商品の磨き上げ
テストマーケティング
- 販路開拓、外商機会の提供

◆人材情報の収集・発信、企業との人材マッチング支援

- 首都圏での中核人材の掘り起こし（求職コーディネーター）
- 県内企業の求人ニーズの掘り起こし（求人専任マネージャー）
- 移住・交流コンシェルジュの活用や民間人材ビジネス事業者との連携による求職者情報の収集等

ポイント3

- ・事業承継に係る意識啓発セミナー、個別相談会等の実施
- ・経営改善や新たな事業展開に必要な中核人材の確保・育成に関するセミナー等を実施
- ・事業承継計画の策定やM&A仲介料等の費用に対する助成など支援施策の紹介等

ポイント2 事業承継や中核人材の確保について、実務に精通した専門スタッフが一貫したサポート

拡大再生産に向けた新たな事業展開の実現へ

H28 充実のポイント

ポイント1

○企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」の策定・ブラッシュアップをサポート

ポイント2

○事業戦略支援会議を設置し、個別企業の方向性や具体的なアドバイス内容を決定するとともに進捗管理を実施
○事業戦略支援チームが各企業への個別サポートを実施

ポイント3

○東京営業本部(仮称)を設置し、外商サポートをさらに強化
○生産管理コーディネーターを新たに配置

新「事業化プラン(製品企画書)」の取り組みをさらに進め、企業の経営ビジョンを実現する「事業戦略」をブラッシュアップ

ポイント1

事業戦略
企業全体の目標(販路拡大、コスト削減額、設備投資等)の実現に向けた中長期の工程表

5年後
10年後の
会社の
目指す姿

経営
ビジョン

<事業戦略イメージ例>
【5年後の売上目標 ●億円】

経営・財務	企画・マーケティング	研究開発・設計	製造	販売	サービス
個別課題 対応策	個別課題 対応策	個別課題 対応策	個別課題 対応策	個別課題 対応策	個別課題 対応策

ポイント2 **新 事業戦略支援会議**
個別企業の方向性、支援チームの編成や具体的なアドバイス内容を決定するとともに進捗管理を実施

○産業振興センター(・理事長・センター長・統括等)、**新** 民間シンクタンク
○アドバイザー(・事業承継・人材確保センター・コプラ・専門家等)

指示/助言

新 事業戦略支援チームによる個別サポート 充実した施策を活用し、重点的にサポート

チームA

専任担当者

- 技術統括
- 生産管理CO
- コプラ

チームB

専任担当者

- シンクタンク
- メインバンク
- 公設試験研究機関

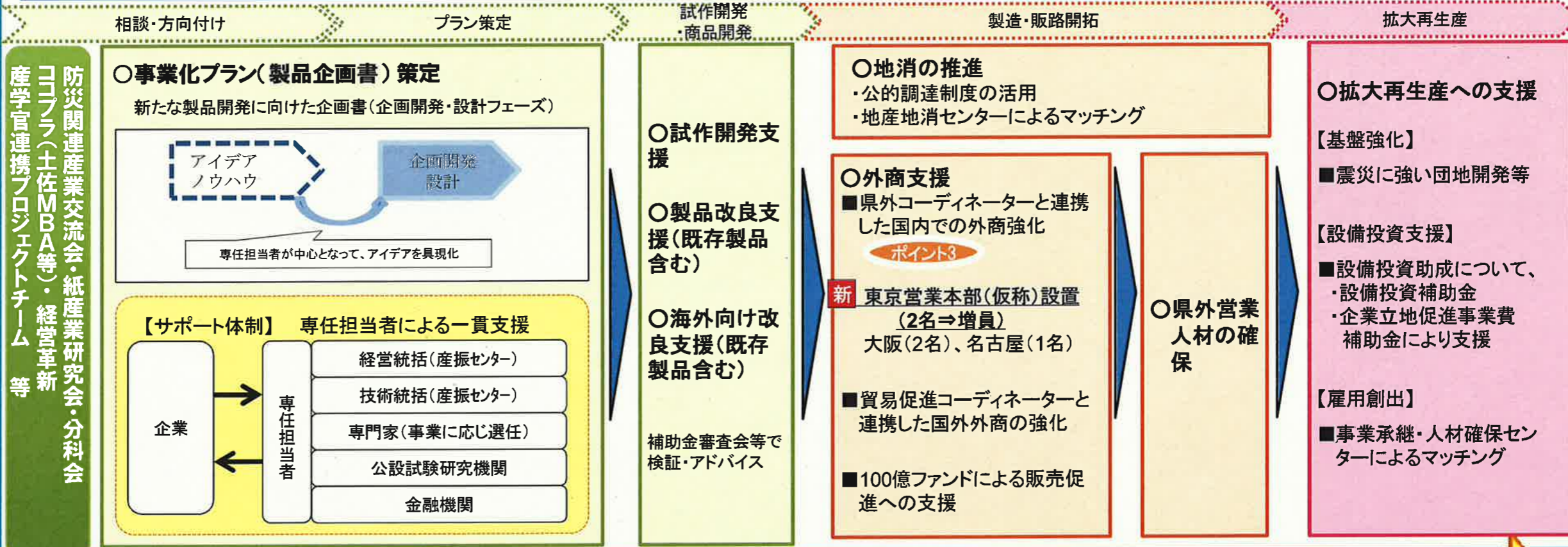
チームC

専任担当者

- 専門家派遣
- 生産管理CO
- 外商CO

総合相談窓口(ワンストップ対応)

ものづくり地産地消・外商センター(38+●人体制)へ調整中



○各企業毎の専任担当者が事業展開を一貫してサポート(20人)
○技術・経営統括と外部専門家が全国に通じる製品・会社づくりをサポート
新 事業戦略の策定・ブラッシュアップを個別支援チームがサポート **ポイント1&2**

新 生産管理コーディネーターが、生産効率化についてアドバイス **ポイント3**
○県外コーディネーターが外商をサポート(東京・名古屋・大阪 計5+α名)
○貿易促進コーディネーター(2名)を中心に、製品・技術の海外展開をサポート

関連団体との連携をより一層密にした情報発信、サポートを強化

(市町村、金融機関、工業会、製紙工業会、中小企業団体中央会、商工会議所連合会、商工会連合会、経営者協会、大学・高専、産学官民連携センター、事業承継・人材確保センター等)

これまでの取組みの成果

■防災関連産業交流会

	H24	H25	H26	H27
開催回数	2回	4回	7回	7回 (見込)
会員数	77社	100社	138社	158社 (見込)



■地産

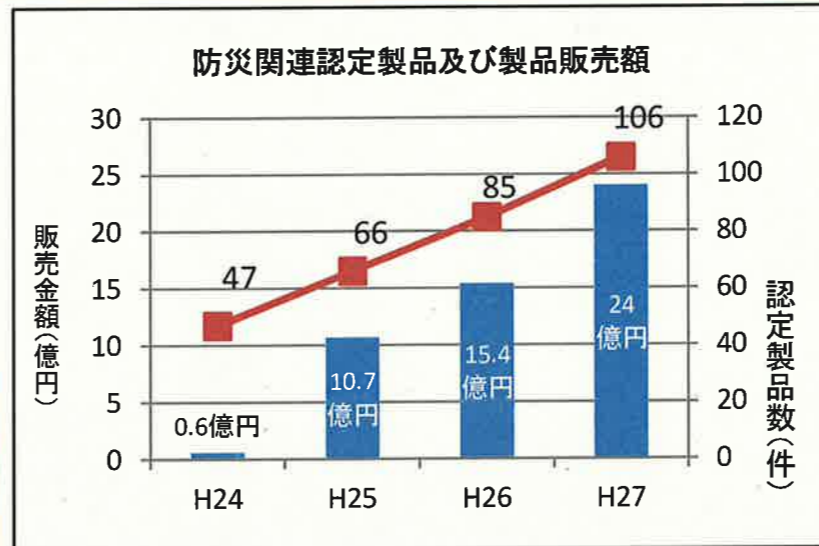
	H24	H25	H26	H27
補助金を活用した試作開発数	11件	9件	7件	3件 (見込)
「高知県防災関連登録製品」認定数	47件	19件	19件	21件

■地消

	H24	H25	H26	H27
県内での製品PR	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	13市町村 23会場 172社出展 (12月時点)

■外商

	H24	H25	H26	H27
県外見本市 出展回数、出展者数	4回 28社	5回 36社	13回 62社	10回 58社



見えてきた課題

- ・さらなる製品開発の促進が不可欠
- ・工事請負系の販売サポートを充実していくことが必要
- ・まだまだ伸びる可能性があることから、さらなる販売展開戦略を構築することが必要

今後の強化するポイント

拡

- 大手バイヤーとの個別相談会の充実
- ⇒新たなバイヤーの開拓を行い、年10回・のべ20社を招聘 (H26実績：6回・のべ9社)
- ⇒さらなるブラッシュアップと製品の発掘を実施

拡

- 県外COの体制を強化し、外商支援を強化
- ⇒東京営業本部(仮称)を設置

さらなる振興により防災関連産業を産業群へ！

今年度の取組みの成果

<台湾>

- 「防災先進県高知発の製品・技術商談会 in 台湾」を開催
セミナー参加者 101名、商談件数 のべ46件
- MOU締結による台湾関係機関との連携強化
- 政府系機関等への訪問
 - 台湾世曦工程顧問股份有限公司
 - 國家災害防救科技中心 (防災行政担当)
 - 台湾政府經濟部水利署 (海岸堤防・治水担当)

【成果】

- ・MOU締結による、関係機関とのネットワークづくり
- ・高知県の先進的な防災施策をPR
⇒防災産業への関心に繋げる



<その他エリア>

- 四国4県連携事業 タイMETALEX 出展
- 四銀ものづくり商談会 タイ・上海

今後の方向性

台湾での展開を拡充しながら、他エリアへも市場拡大を図る

<台湾>

- 防災関連企業を中心とした商談会を実施 (参加企業10社、年1回実施)
- 継続案件への事後フォロー(同行訪問支援) (参加企業5社、年1回実施)
- 高雄・台南エリアの政府系機関への訪問を行うなど、台湾でのネットワークを広げる。また、「ものづくり総合技術展」への招致も併せて実施。
- 防災先進県高知のPRセミナーを開催 (参加200名規模、年1回) ※今年度参加者101名
- 防災関連見本市への出展 (5月予定)

<その他エリア>

- ジャイカ・ジェットロと連携した貿易セミナーなど、関係機関と協働した海外展開支援を実施
- タイ(バンコク)での見本市出展
- 米西海岸など他エリアでの展開を検討

国内

海外

現状

・紙関連製造品出荷額等は、ここ数年ほぼ横ばい
 ・本県の製造品出荷額等の約12%を占める重要産業

	H22	H24	H25
製造品出荷額等：	608億円	600億円	609億円
事業所数：	67	68	66
従業者数：	2,629人	2,642人	2,620人

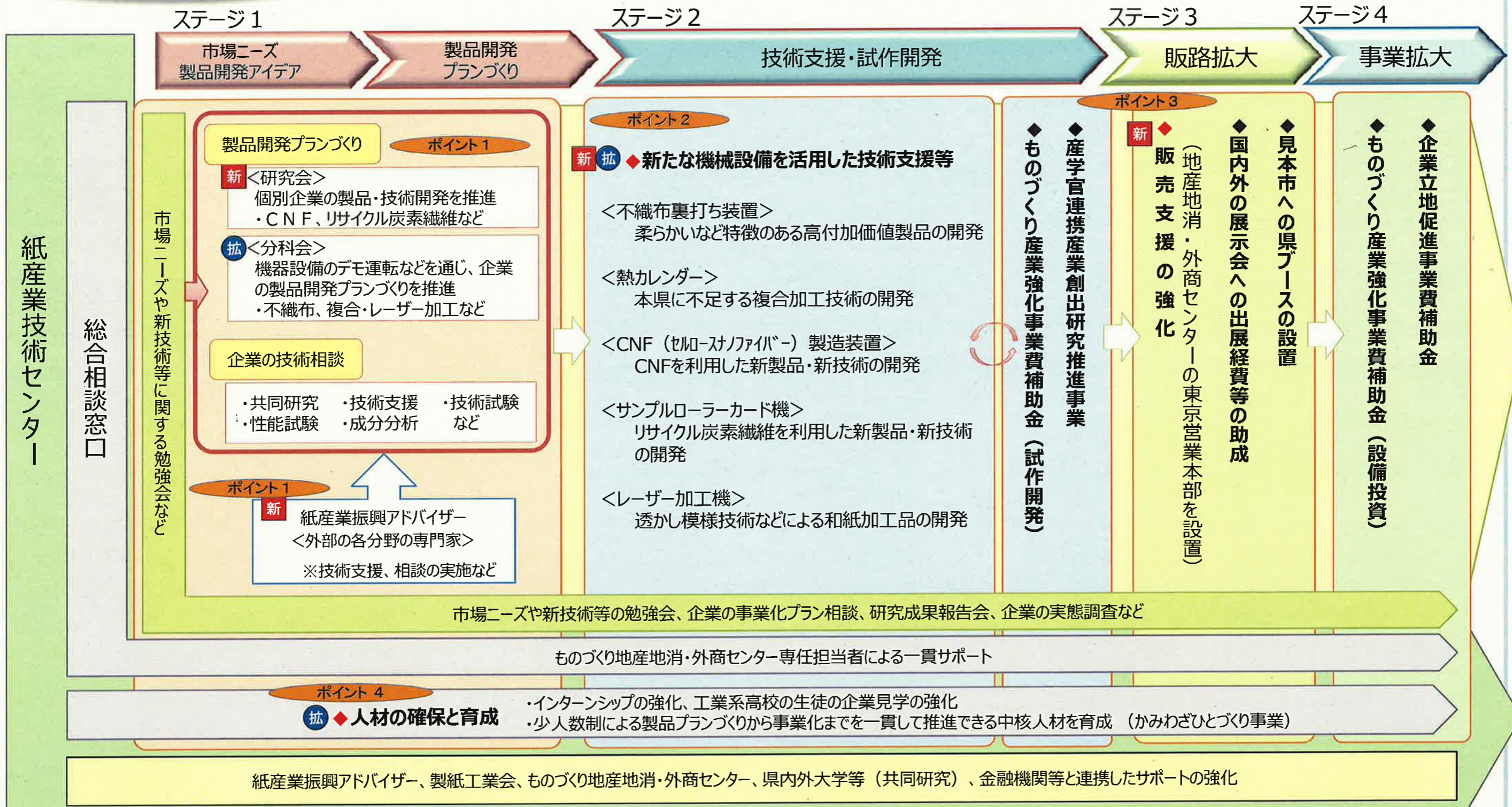
課題

- ◇ 企業が新たな製品を開発する体制づくり
- ◇ 技術支援による新製品・新技術の開発
- ◇ さらなる販路の拡大
- ◇ 企業の求める人材の確保と育成

強化のポイント

- ポイント1 市場ニーズや新技術などの情報提供やアドバイザーなどによる製品開発プランづくりの支援強化
- ポイント2 高付加価値製品の開発と加工技術の確立
- ポイント3 外商支援の徹底など企業の一貫したサポートの強化
- ポイント4 中核人材の確保と育成の強化

紙産業の振興の展開



紙関連の製造品出荷額等の増加

690億円
(H31)

【現状】

商店街のにぎわい創出を図るイベントや、商店街における新規開業や個店の強化を支援
 <新規開業や個店の強化への支援>

- ・チャレンジショップ事業(H27:高知市、四万十市、香美市、安芸市の4ヶ所で実施)
- ・空き店舗対策事業(H21～27:実績70件 うち、高知市39件、四万十市16件、その他15件)
- ・店舗魅力向上事業(H27新規事業:実績10件 うち、高知市4件、四万十市1件、その他5件)

<にぎわい創出への支援>

- ・こうち商業振興支援事業(H20～27:実績52件 うち、高知市25件、四万十市9件、その他18件)

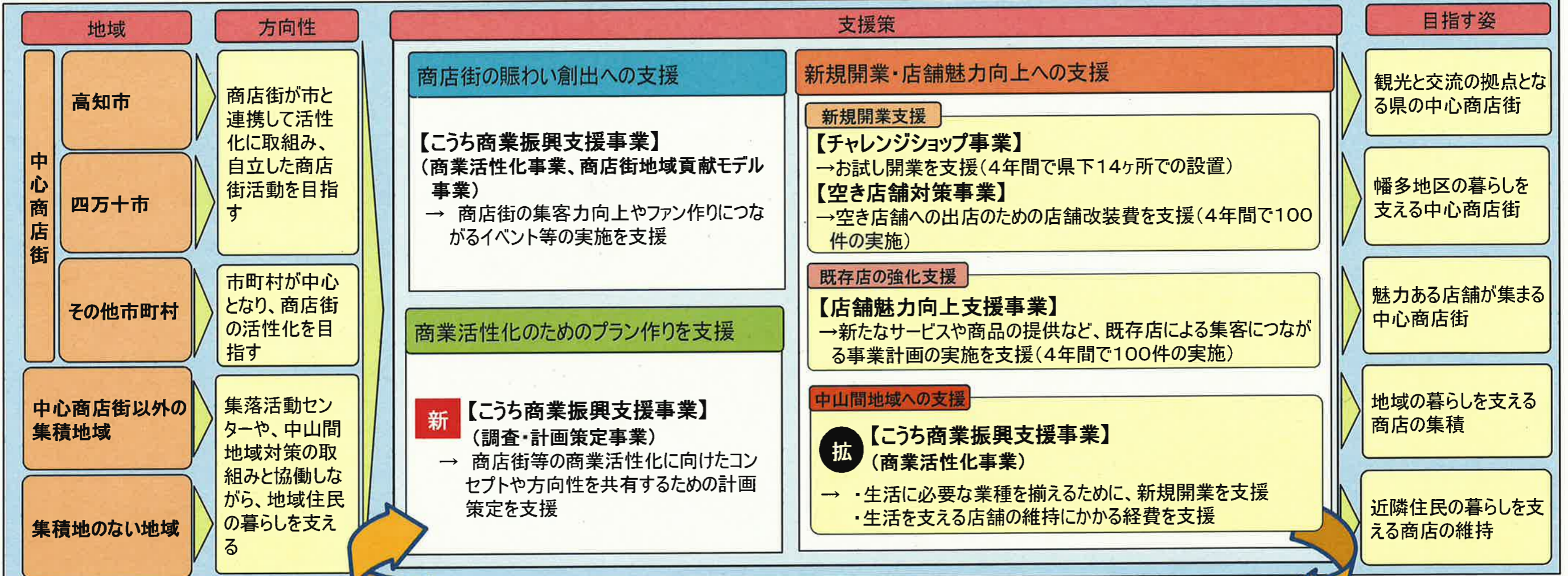
【課題】

- ・高知市や四万十市など、商店街活動が活発な地域では、さまざまな施策を活用した取組みが進んでおり、空き店舗の解消が進むなど一定の効果が現れているが、観光の拠点や中心商店街として、さらなる魅力を高めることが必要
- ・高知市や四万十市以外の中心商店街では、厳しい商業環境の中で、体系的な取組みが進んでおらず、商店街として維持・発展していくためには、商店街としてのコンセプトや方向性を明確にすることが必要
- ・商店街のない中山間地域では、地域を支える商業集積の強化や、店舗の維持が必要

地域ごとに、中心商店街や中山間地域などの実態を踏まえた施策を展開
 ★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

取組みのポイント

- 1 高知市や四万十市の中心商店街においては、引き続き、さまざまな施策を組み合わせながら、自立した商店街活動につながるよう、継続して支援
- 2 **新** 高知市や四万十市以外の中心商店街においては、コンセプトや方向性を商店街や市町村が共有し、商店街の活性化を目指す取組みが進むよう支援
- 3 **拡** 商店街のない中山間地域においては、中山間施策とも連携しながら、暮らしを支える商業機能の維持を目指した取組みが進むよう支援
- 4 **新** 県、市町村、商工会・商工会議所、中央会(商振連)によるサポートを強化



地域の中小企業者等を支援する団体や市町村との連携を強化



高知県の強みを生かした企業立地の総合支援体制の構築

【背景(課題)】

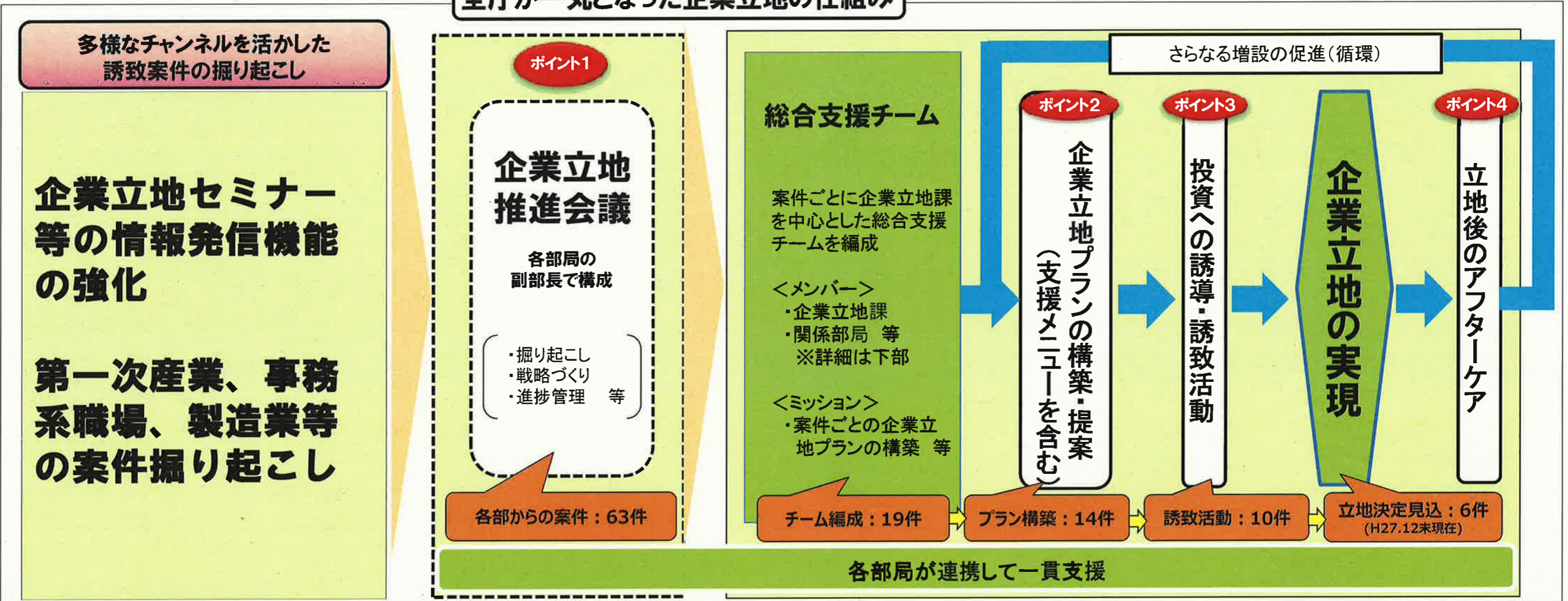
- ・平成24年度以降の新たな企業誘致による新設は、事務系職場を中心に13件、既立地企業の増設は36件、合わせて49件と企業立地は進んでいる
- ・しかしながら、本県産業の一層の飛躍のためには、各部署が連携し、集積が進みつつある事務系職場や、本県の強みを生かした第一次産業分野などへの新規誘致により、企業立地を更に加速化する必要がある

- **本県の強みを生かした誘致戦略を再構築**
- **全庁が一丸となった企業立地の仕組みを確立**

企業立地に向けた流れ

- ポイント1** 企業立地推進会議による案件の掘り起こし
- ポイント2** 案件ごとに総合支援チームが企業立地プランを構築・提案 (支援メニューを含む)
- ポイント3** 専任担当者を中心に本格的な企業誘致活動
- ポイント4** 立地後のきめ細かなサポートによりさらなる拡大再生産を目指す

全庁が一丸となった企業立地の仕組み



支援メニュー

	(主な連携先)		(主な連携先)
原材料調達・地元調整等	市町村、ものづくり地産地消・外商センター 等	人材確保・育成の支援	産学官民連携センター、事業承継・人材確保センター 等
新商品開発・製品改良支援	ものづくり地産地消・外商センター、産学官民連携センター 等	資金調達の支援	金融機関等
販路開拓の支援	地産外商公社、ものづくり地産地消・外商センター 等	受け皿確保の支援	市町村等

【高校生からUIターン希望者までの県内就職支援の展開概要】

Step 1 情報発信の仕組みづくり

-1 学生への情報提供を充実する

- 新** 県内企業情報提供の仕組みの確立
 - ・高校卒業後における情報提供先の確保
- 新** 県内企業と大学職員との情報交換会の開催
 - 大学との連携強化

-2 協力企業の開拓と高知の魅力を広く発信

- 人材確保のための協力企業等の積極的な開拓
- 高知の魅力や企業について、広く情報発信

Step 2 高知の企業等を知ってもらう

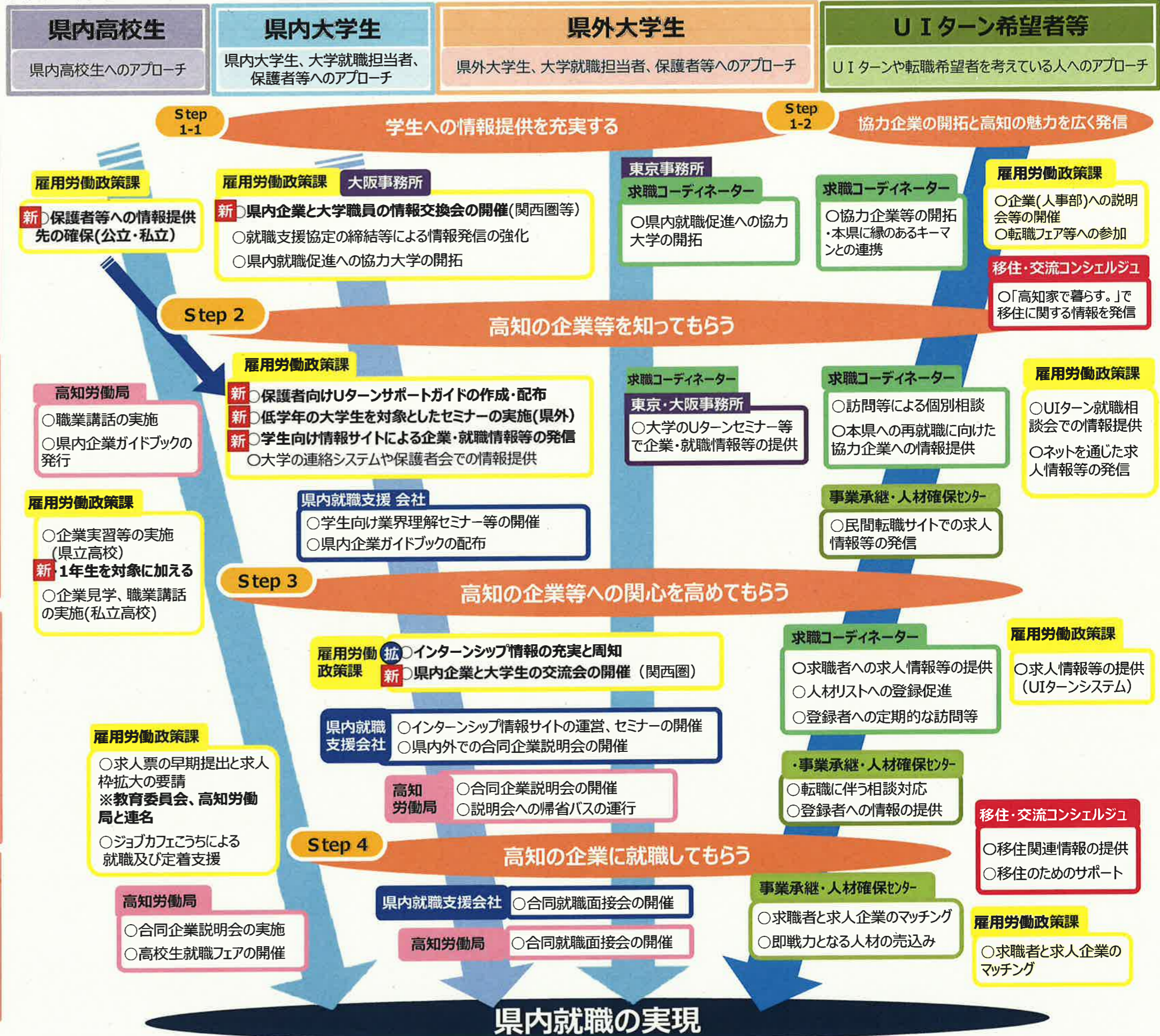
- 新** 高校1年生から企業見学等を実施
- 新** 保護者向けUターンサポートガイドの作成・配布
- 新** 低学年の大学生を対象としたセミナーの実施
- 新** インターネットを活用した企業・就職情報の発信
 - 大学や保護者会等を通じた情報提供
 - 個人・企業等を訪問し、相談対応や情報を提供

Step 3 高知の企業等への関心を高めてもらう

- 拡** インターンシップ情報の充実と周知
- 新** 県内企業と大学生の交流の場づくり
 - 合同企業説明会の開催、説明会参加者への支援
 - UIターン人材情報システムによる求人・求職情報の提供
 - 求職者のスキル等に合わせた求人情報等の提供
 - 人材リスト登録者への定期的な訪問と情報提供

Step 4 高知の企業に就職してもらう

- 合同就職面接会の開催
- 求職者と求人企業のマッチング
- 即戦力となる人材の売込み
- 移住のためのサポート



商工業分野（コンテンツ）の展開イメージ（案）

○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

ねらい

コンテンツ関連企業に対するトータルな支援で好循環を生み出すことにより、コンテンツ産業クラスターを形成し、若者の雇用創出及び定着を図る。

分野を代表する数値目標

新規雇用者数（累計） 現状（H27）：64人 ⇒ 4年後（H31）：154人 ⇒ 6年後（H33）：253人 ⇒ 10年後（H37）：559人

戦略の柱1 企業間の連携支援

ビジネスマッチングの推進

- 会員企業の商品及びサービスの相互取引を促進
⇒ 県内事業者等の発注案件を吸い上げ、商談の場に繋げるマッチング支援
- 県内で開催される商談会（ものづくり総合技術展等）の案内や出展支援（高知県産業振興センター）

起業研究会会員企業の連携強化

- 起業研究会の会員同士の情報交換会や勉強会の開催
- 協業の促進



戦略の柱2 外商の推進

コンテンツビジネス事業化支援

- 事業計画策定から開発、販路開拓、広報支援までのコンテンツ専門家や金融機関からの助言及び経費助成を含む「まるごと支援」
- 新 ビジネスプランコンテストの入賞者に対する官民協働での事業化・起業支援

販路拡大支援

- 拡 首都圏の見本市等への出展支援
⇒ 県がブースを借上げ、出展料、装飾費を助成



事業拡大

目指す姿 コンテンツ産業クラスターの形成

担い手確保

売上増

雇用創出

全体を下支え

戦略の柱4 人材確保・人材育成支援

人材確保支援

- 首都圏等の中核人材の紹介
- U・Iターン、移住希望者の紹介
- 新 雇用機会に応じた会社説明会の随時開催支援
- 採用活動の広報支援



人材育成支援

- 新 土佐MBA『アプリ開発者育成講座』等の開講
- 社外研修費（旅費/滞在費含）への助成
- 専門学校生、大学生等のインターンシップのマッチング支援
- 拡 人材育成や交流を目的としたアイデアソンの開催（産学官民連携センター）
- 教育カリキュラムへの企業のニーズ等の反映を目的とした産学情報交換会の開催

戦略の柱3 コンテンツ関連企業の立地

コンテンツ関連企業の立地促進

- 新 コンテンツ関連企業立地助成制度を活用した誘致活動強化
⇒ 操業開始1年以内の新規県内雇用3名を条件に、雇用奨励金、賃借料、改修費、設備リース料、通信費、研修費、人材募集費を対象に補助金を支給

起業の支援

- 新 アイデアソン、ビジネスプランコンテストの実施（産学官民連携センター）

立地環境の整備支援

- 企業の要望に応じ、物件又はシェアオフィスの紹介
- 県外に在住する社員等に対する高知県への移住支援（移住促進課）



高知県コンテンツビジネス起業研究会（高知県・コンテンツ専門家・県内金融機関で運営）

商工業分野(コンテンツ)の体系図(案)

分野の目指す姿	コンテンツ関連企業に対するトータルな支援で好循環を生み出すことにより、コンテンツ産業クラスターを形成し、若者の雇用創出及び定着を図る。		
分野を代表する数値目標	・新規雇用者数(累計) 現状(H27):64人 ⇒ 4年後(H31):154人 ⇒ 6年後(H33):253人 ⇒ 10年後(H37):559人		

○分野を代表する数値目標及び戦略目標については、暫定値です。
 ○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえ、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

戦略の柱	1 企業間の連携支援	2 外商の推進	3 コンテンツ関連企業の立地	4 人材確保・人材育成支援
戦略の方向性	企業間の連携による事業拡大及び取引促進	付加価値の高いビジネスを構築し、外商の推進による売上増	県外コンテンツ関連企業の誘致及び県内企業のコンテンツ分野への参入並びに起業を促進	コンテンツビジネスの優秀な担い手の確保・育成支援
戦略目標	ビジネスマッチング件数(累計) ㉗:3件 → ㉙:40件 → ㉛:60件 → ㉝:100件	事業化プラン認定件数(累計) ㉗:10件 → ㉙:22件 → ㉛:28件 → ㉝:40件 見本市出展事業者数(累計) ㉗:0社 → ㉙:12社 → ㉛:18社 → ㉝:30社	企業立地件数(累計) ㉗:6件 → ㉙:18件 → ㉛:24件 → ㉝:36件	土佐MBA受講者数 ㉗:247人 → ㉙:280人 → ㉛:320人 → ㉝:378人
取組方針・主な「具体的な取り組み」	企業間取引・協業の促進 ◆ 企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進 (コンテンツビジネス起業研究会における取組事例紹介から実技研修等により、会員への情報共有を行うとともに、企業等の発注ニーズを掘り起こし、会員とのマッチングに繋げる。)	事業計画策定から開発、販路開拓、広報支援までの経費助成を含む「まるごと支援」 ◆ コンテンツビジネス事業化支援 (専門家や金融機関への個別相談会を開催し、事業化を推進するとともに、事業化に係る経費を助成する。) ◆ [拡充] 販路拡大支援 (首都圏の見本市において高知県としてブースを借上げ、出展するコンテンツビジネス起業研究会会員を公募する。)	コンテンツ関連企業の立地 ◆ [新規] コンテンツ関連企業の立地促進 (企業情報・ニーズを把握し、コンテンツ企業立地助成制度や、立地にあたっての人材確保・育成支援等を一連の支援パッケージとしてPRし、立地を促進する。)	人材確保・人材育成支援 ◆ [新規] アプリケーション開発者育成講座(土佐MBA)の開催 (実際にアプリケーションを企画・開発する実践的技術者育成講座を土佐MBAで開催する。) ◆ [拡充] クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催 (県内のクリエイター及び事業者を対象としたセミナーを土佐MBAで開催する。)

コンテンツ関連企業の拡大再生産に最も重要な人材の育成・確保を、県を挙げて支援

期待される効果

- ①県内企業の売上増 ②県内相互協業化 ③付加価値の高い企画・開発への事業拡大 ④県外企業の立地促進 ⑤若者の雇用創出・定着

人材育成・掘り起こし

アプリ開発分野

新 基礎講座（アプリ開発）
言語・開発方法論・ツール・マネタイズについて学ぶ講座

Tosa Marugoto Business Academy

新 応用講座（アプリ開発）
4か月間のチーム開発で実践ノウハウを身に付ける講座
事業者からはチームのプロジェクトマネージャとして参加可能

Tosa Marugoto Business Academy

デザイン分野

新 基礎講座（イラスト）
イラストのマネタイズ方法や専用ツールを学ぶ講座

Tosa Marugoto Business Academy

その他

産学情報交換会
教育カリキュラムへの企業のニーズ等の反映

新 アイデアソン×ビジネスプランコンテスト
人材の発掘、人脈形成（雇用後でも参加OK）

新

人材確保

人材紹介支援
首都圏等の中核人材の紹介
U・Iターン、移住希望者の紹介
学生のインターンシップのマッチング支援

新 会社説明会の開催支援
雇用機会に応じた県内外の会社説明会の随時開催支援
採用活動の広報支援

立地補助金（※）交付事業者であれば

新 人材募集費 補助金
広告費・説明会会場借上費等の2分の1を補助

新 研修費 補助金
雇用者対象の研修費（講師謝金等）の2分の1を補助

雇用後のスキルアップ

補助金
人材育成研修の支援
社外研修費（旅費/滞在費含）の2分の1、最大50万円まで補助

※高知県コンテンツ企業立地促進事業費補助金
期間3年、最大2.5億円を支援する補助金。
高知県内に拠点を設け、コンテンツビジネスを実施し、操業開始後1年以内に3名以上の県内新規雇用を創出することが要件。

観光分野における展開イメージ（案） ～世界に通用する「本物と出える高知観光」の実現～

○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
 ○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野を代表する目標

県外観光客入込数
観光総消費額

現状(H26)：401万人 ⇒ 4年後(H31)：435万人以上 ⇒ 6年後(H33)：450万人以上 ⇒ 10年後(H37)：470万人以上
 現状(H26)：1075億円 ⇒ 4年後(H31)：1230億円以上 ⇒ 6年後(H33)：1300億円以上 ⇒ 10年後(H37)：1410億円以上



【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

戦略の柱1 戦略的な観光地づくり

- 歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり
 - ・核となる観光拠点の整備
 - 歴史資源のリアル化と観光クラスターの整備
 - 観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援と地域地域の売れる観光商品づくりを支援
- 本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備
 - ・アウトドア拠点の整備(4カ所)
- 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化
 - 広域観光組織の機能強化と地域博覧会の開催支援
 - 地域コーディネーターの配置強化(3カ所)
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - サイクリングコース(40コース)設置とサイクルオアシスの整備
 - 自然を活かしたスポーツイベント開催促進(サーフィン・トライアスロンなど)

戦略の柱4 国際観光の推進

- 外国人向け旅行商品づくりの抜本強化
 - 外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり
 - クルーズ客船の魅力的なオプションツアーの造成

外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

外国人観光客の本県へのさらなる誘客のため、市場のニーズ(嗜好)に応じ、高知の魅力を体感できる「鉄板」観光資源で構成された、各市場毎の「周遊ルート」と「旅行商品」の造成・販売を行う

- ◆国別周遊ルートを複数設定
- ◆旅行会社とタイアップした商品販売

○対象市場：台湾・香港・シンガポール(H28)
 ○周遊ルート設定：3市場×3周遊ルート設定(東・中・西部各1ルート)
 ○旅行商品販売：3市場各3旅行商品
 ※H29は韓国・中国・タイにも拡大

連携

国内外メディアを活用したプロモーション

- ◆首都圏メディア等とのタイアップ
- ◆VISIT KOCHI JAPANサイトの充実による情報発信の強化
- ◆旅行情報サイトとの連携
- ◆既存の着地型観光パンフレットの多言語化等

VISIT KOCHI JAPAN
 The blessings of nature

国内外の観光客が満足する「おもてなし」でリピーター化

博覧会の開催を通じて外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりをさらに推進!!

磨き上げ整備した観光資源・商品を国内外の市場へ

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

戦略の柱3 OMOTENASHI(おもてなし)の推進

- 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備(クルーズ船の受入対応を含む)
- 龍馬パスポートの継続と拡充
- 外国人観光案内所の設置(県内広域7カ所)
- 飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
- クルーズ客船寄港時の受入体制充実
- 津波避難誘導案内板等の設置
- 多言語通訳コールセンターの開設
- モバイルWi-Fiルーターの貸出
- おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大
- 観光サポートアプリを活用した地域の観光情報の提供

おもてなしタクシー

戦略の柱4 国際観光の推進

積極的なセールス&プロモーションで観光客が高知へ

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱2 効果的なセールス&プロモーション

- 効果的な広報・セールス活動の展開
- 大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催
- 国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
- 観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・施設整備に合わせたアマ合宿・大会誘致強化
 - ・ラグビーW杯2019事前合宿誘致
- コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化
 - 中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致
 - 大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート

戦略の柱4 国際観光の推進

- 効果的な広報・セールス活動の展開
- クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化
- 四国4県が連携した広域国際観光(広域観光周遊ルート)の推進
- 広域周遊観光の推進
- 海外旅行博でのプロモーション
- 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的活用
- よさこいの全国ネットワークの構築
- 海外向けプロモーションの展開

全体を下支え

戦略の柱5 事業体の強化と観光人材の育成

- 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上
- 観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援
- 観光創生塾のバージョンアップ(開催地の拡大)と専門講座の開設
- 地域コーディネーターの配置強化(3カ所)
- 広域観光組織の機能強化
- 外国人観光客におもてなしできる人材及びガイド団体の育成支援

観光分野の体系図(案)

○分野を代表する数値目標及び戦略目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野の目指す姿	世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現
分野を代表する数値目標	【県外観光客入込数】 現状(H26) : 401万人 ⇒ 4年後(H31) : 435万人以上 ⇒ 6年後(H33) : 450万人以上 ⇒ 10年後(H37) : 470万人以上 【観光総消費額】 現状(H26) : 1075億円 ⇒ 4年後(H31) : 1230億円以上 ⇒ 6年後(H33) : 1300億円以上 ⇒ 10年後(H37) : 1410億円以上 <small>※入込数には、MICE、スポーツを含める。</small>

戦略の柱	1 戦略的な観光地づくり	2 効果的なセールス&プロモーション	3 OMOTENASHI (おもてなし) の推進	4 国際観光の推進	5 事業者の強化と観光人材の育成
------	--------------	--------------------	--------------------------	-----------	------------------

戦略の方向性: 歴史を中心とした博覧会の開催を通じた地域の歴史資源の磨き上げと観光クラスターの整備

歴史、食、自然を一体的に連動させた戦略的な観光地づくりの推進	歴史を中心とした博覧会の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化	外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備	外国人観光客のニーズに対応した商品づくりと高知県の認知度を飛躍的に向上するプロモーションの展開	観光産業を支える人材の育成と事業者の強化
--------------------------------	-------------------------------------	------------------------	---	----------------------

・全国から誘客できる観光拠点の整備 ㉔:2カ所→㉕:10カ所→㉖:14カ所→㉗:17カ所 ※県立施設含む ・広域観光組織の体制強化による自律化と官民連携による魅力的な旅行商品づくりの推進 ㉔:2カ所→㉕:5カ所→㉖:6カ所→㉗:6カ所	・温暖な気候や自然環境といった高知県の強みを活かし、年間通じたスポーツツーリズムの強化 ㉔:6万人→㉕:11万人→㉖:13万人→㉗:15万人 ・MICEの受入強化 ㉔:2万人※(3.2万人)→㉕:4.0万人→㉖:5.0万人→㉗:5.0万人 ※3.2万人からスポーツ関連を除いたもの	・観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の割合の増加 「宿泊先」「観光施設」 ㉔: 77%→㉕: 78%→㉖: 79%→㉗: 80% 「食事・料理店」 ㉔: 79%→㉕: 80%→㉖: 80%→㉗: 80% ・「おもてなしトイレ」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合 ㉔:80%→㉕:80%→㉖:80% ・「おもてなしタクシー」における満足度（「大変良い」、「良い」）の割合 ㉔:80%→㉕:80%→㉖:80%	・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ㉔:38,590人泊(3万人泊)→㉕:14.8万人泊→㉖:22万人泊→㉗:30万人泊 ※()内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の宿泊施設での宿泊者数。 H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国で一般的に使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数10人未満の宿泊施設の宿泊者数を合わせた数値を使用。	・地域の事業者の連携促進 ・広域観光組織の体制強化(法人化) ㉔:2カ所→㉕:5カ所→㉖:6カ所→㉗:6カ所
---	--	--	---	--

取組方針・主な「具体的な取組み」	1 歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり ◆ [新規] 歴史観光資源のリアル化と官民協働による観光クラスターの整備 ◆ [新規] 観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援と売れる観光商品づくり(産業観光を含む) ◆ 核となる観光地づくりの推進 2 本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備 ◆ アウトドア拠点の整備 3 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化 ◆ [拡充] 広域観光組織の機能強化 ◆ [拡充] 地域コーディネーターの配置強化 4 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進 ◆ [新規] サイクリングツーリズムの推進(県内サイクリングコースと休憩所の整備) ◆ [新規] 自然を活かしたスポーツイベントの開催促進	1 効果的な広報・セールス活動の展開 ◆ [新規] 大政奉還150年・明治維新150年に向けた博覧会の開催 ◆ [拡充] 国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化 ◆ [新規] 観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信 2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】 ◆ 施設整備に合わせたアマチュアスポーツ合宿・大会の誘致の強化 ◆ ラグビーワールドカップ2019等の事前合宿の誘致 3 コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化 ◆ [新規] 中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致 ◆ [新規] 大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート	1 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備(クルーズ船の受入対応を含む) ◆ [拡充] 龍馬パスポートの継続と拡充 ◆ [新規] きめ細やかな観光情報の提供(県内広域7カ所(ブロック)全てに外国人観光案内所の設置) ◆ 観光基盤の整備(受入態勢の充実) ・飲食店の多言語メニュー作成支援及び普及促進 ・[新規] クルーズ客船寄港時の乗船客等への受入態勢の充実 ・[新規] 津波避難誘導案内板等の設置 ・[新規] 多言語通訳コールセンターの開設 ・[新規] モバイルWi-Fiルーターの貸出 ◆ おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大 ◆ [新規] 観光サポートアプリを活用した地域の観光資源の情報発信【再掲】	1 効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】 ◆ [拡充] クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化 ◆ [新規] 海外旅行博でのプロモーション 2 外国人向け旅行商品づくりの抜本強化 ◆ [新規] 外国人のニーズに対応した商品づくり 3 四国4県が連携した広域国際観光(広域観光周遊ルート)の推進 ◆ [新規] 広域周遊観光の推進 ◆ [新規] 海外旅行博でのプロモーション【再掲】 4 2020年東京オリ・パラに向けた「よさこい」の戦略的な活用 ◆ [新規] 「よさこい」の全国ネットワークの構築 ◆ [新規] 海外(世界)に向けたプロモーションの展開	1 観光産業を支える事業者の強化や人材の育成と商品造り力の向上 ◆ [新規] 観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援【再掲】 ◆ [拡充] 観光創生塾を通じた人材育成 ◆ [拡充] 広域観光組織の機能強化【再掲】 ◆ [拡充] 地域コーディネーターの配置強化【再掲】 ◆ 外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援(おもてなし研修)
------------------	--	---	--	---	---

効果的なセールス&プロモーション

平成28年度以降の取り組み

●幕末維新博覧会（仮称）の開催（平成29年3月～）

明治維新150年に当たる平成30年を大きなチャンスと捉え、歴史を中心としたキャンペーンや博覧会を開催するとともに、博覧会の開催を通じて、地域地域における受入態勢や受入基盤、情報発信等の強化を行い、本県観光のさらなる振興を図る。

●コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化

多くの集客が期待される学会や各種大会等のさらなる誘致を図るため、企業、大学等へのセールス活動の強化や国際ミーティングエキスポへの出展などに取り組む。

●高知県の自然を活かしたスポーツツーリズムの推進

自然環境を活かしたスポーツツーリズムを推進するため、スポーツ大会の新規開催支援と併せてサイクリングコースの整備などサイクリング観光の推進に取り組む。

アマチュアスポーツの合宿・大会誘致の強化と、ラグビーワールドカップ2019の事前合宿誘致に向けて取り組みを本格化させる。

キャンペーンの継続及び博覧会の開催

「リョーマの休日」キャンペーンの継続

○より歴史色を打ち出したキャンペーンに一部リニューアルし、博覧会へのスムーズな接続を図るプロモーションを展開する。

博覧会の開催

○幕末維新博覧会（仮称）を開催する。



博覧会開催に向けたスケジュール（予定）

年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
トピック	龍馬生誕180年	薩長同盟150年	大政奉還150年	明治維新150年	
取り組み	リョーマの休日キャンペーン	実施計画等策定	博覧会第一幕 H29.3～H29.12予定	博覧会第二幕 H30.1～12予定	ポスト博覧会
		歴史資源の磨き上げ、 歴史観光クラスターの整備		地域会場	

コンベンション等（MICE）の誘致活動の強化

★県の協定締結企業や観光特使など誘致先となり得る相手方とのネットワークを最大限に活用し、企業研修や企業ミーティング、団体総会、学会等の誘致を進める。

1) セールスの強化

- ・協定締結企業、病院、大会・学会の運営本部や県内事務局となる大学等へのセールス
- ・国際ミーティングエキスポ等への出展

2) 高知流MICEの検討・提案

- ・高知の強みを活かした魅力的なツアーの提案
- ・ユニークメニュー（高知ならではの会議スポット）の調整・提案
- ・大会開催等にかかる主催団体の準備・運営のサポート

3) 体制の強化

4) インセンティブの充実

- ・助成金の限度額の見直しや新たなメニューの追加



MICE（マイス）とは

Meeting（ミーティング）、Incentive（インセンティブ）、Convention（コンベンション）、Event（イベント）/Exhibition（エキシビジョン）の頭文字を並べたものであり、企業ミーティング、報奨旅行、国内・国際会議、イベント、展示会を指す

スポーツツーリズムの推進

自然を活かしたスポーツツーリズムの推進

- 自然環境を活かしたトライアスロン、マラソンなどのスポーツイベントの開催促進
 - ・スポーツイベントの開催をサポートし、大会開催を促進（助成制度の創設）
- 関係機関と連携したサイクリング観光の取組の強化
 - ・サイクリングコースのPR（HPの制作、コースマップの作成・配布など）
 - ・休憩所や距離標等の整備とブルーラインなどの整備計画の策定



強みを活かしたプロキャンプ及びアマスポーツ合宿・大会誘致等の推進

- プロ野球やJリーグのキャンプ誘致、プロゴルフ大会への支援
- アマチュアスポーツ合宿助成金の拡充
- 合宿誘致の新たなターゲットの開拓
 - ・シルバー世代の大会や障害者スポーツの合宿

ラグビーワールドカップ2019日本大会等に向けた取組

- ラグビーワールドカップ2019の事前合宿等の誘致
- なでしこリーグやラグビーなどトップリーグの公式戦の誘致



地域地域の戦略的な観光地づくりの総合的な支援

【28年度の主な取組】

- 観光拠点等整備事業費補助金
 - 全国からの誘客につながる観光拠点の整備、観光資源の発掘・磨き上げに加えて、**観光クラスター化**への取組を支援
- 地域観光商品造成等事業

地域の事業者と広域観光組織等が一体となって地域の観光資源を磨き上げ、旅行商品の販売につなげる仕組みをより強化し、地域地域の地域観光クラスター化を推進

 - 地域コーディネーター配置の増（西部、中央部に加えて**東部にも配置**）
 - 観光創生塾の開催地の増（西部、中央部に加えて**東部も開催**）
 - 観光創生塾のカリキュラムの拡充（基礎講座に加えて**専門講座、現地GWを追加**）
 - 新たな専門講座、現地GWにより塾生間の連携を促し**地域観光クラスター化を加速化**
- 広域観光推進事業費補助金
 - 広域観光組織の定める中長期計画等を踏まえ、ステージに応じた事業展開を支援

【広域観光組織が担うべき機能】

- 企画統括機能
 - マーケティング調査、観光まちづくりの戦略立案
 - 県や市町村等との連携、観光クラスターづくりの推進
- 情報発信機能／パンフ作成、HP・メルマガ、セールス活動等
- 旅行取扱機能／総合窓口、着地型商品造成・販売等
- 観光人材育成／観光事業者、ガイド・インストラクター養成等
- 観光産業化
 - 商品開発、地域内商品の販売（インバウンド含む）



■一般社団法人 仁淀ブルー観光協議会 (H27.12月法人化)

・構成 1市4町1村

NEW

【H27年度主な取組】

- ・情報発信力の強化
- ・営業担当の拡充と旅行商品の造成

【H28年度予定】

- ・**エリア全体の観光まちづくりプランの策定**
- ・**インバウンド対策**
- ・**観光クラスターづくりの推進**

■奥四万十博推進協議会 (H28.3月体制強化予定)

・構成 1市4町

拡充

【H27年度主な取組】

- ・博覧会実施に向けた準備
- ・体験プログラムの造成

【H28年度予定】

- ・奥四万十博の開催 (4/10~12/25)
- ・**法人設立に向けた検討**
- ・**観光クラスターづくりの推進**

2016年4月10日開幕!

幡多地域

■一般社団法人 幡多広域観光協議会

・構成 3市2町1村

【H27年度主な取組】

- ・地域コーディネーターの配置等による組織の機能強化
- ・地方創生交付金を活用したマーケティングと戦略策定

【H28年度予定】

- ・地域コーディネーターの配置等による組織の機能強化
- ・**一般旅行、スポーツツーリズム、教育旅行、インバウンド対策等個別戦略に基づく誘客の推進**
- ・**観光クラスターづくりの推進**

■高知中央広域観光協議会

・構成 4市

嶺北地域

仁淀川地域

高知市
物部川
地域

安芸地域

■嶺北地域観光・交流推進協議会

・構成 3町1村



国際観光のさらなる強化

つくる 外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

[事業の目的及び概要]

外国人観光客の本県へのさらなる誘客のため、市場のニーズ（嗜好等）に応じ、高知の魅力を感じることができる「鉄板」観光資源で構成された、各市場毎の「周遊ルート」と「旅行商品」の造成・販売を行う

「鉄板」観光資源の構成要素

- ① 高知県ならではの地域に根差した「観光資源」であること
- ② 通年での利用が可能であること
(季節性のある資源であっても、年間を通じた利用を志向)
- ③ アクセス（1次交通・2次交通）が確保されていること
- ④ 外国人旅行者の受入れが可能なこと
(案内板・パンフレット・クレジットカード対応、Wi-Fi環境など)
- ⑤ リピーターが楽しめる工夫がみられること
(初回ならでは、2回目ならではの楽しみ方があること)

- 対象市場：台湾・香港・シンガポール（H28）
- 周遊ルート設定：3市場×3周遊ルート設定（東・中・西部各1ルート）
- 旅行商品販売：3市場各3旅行商品

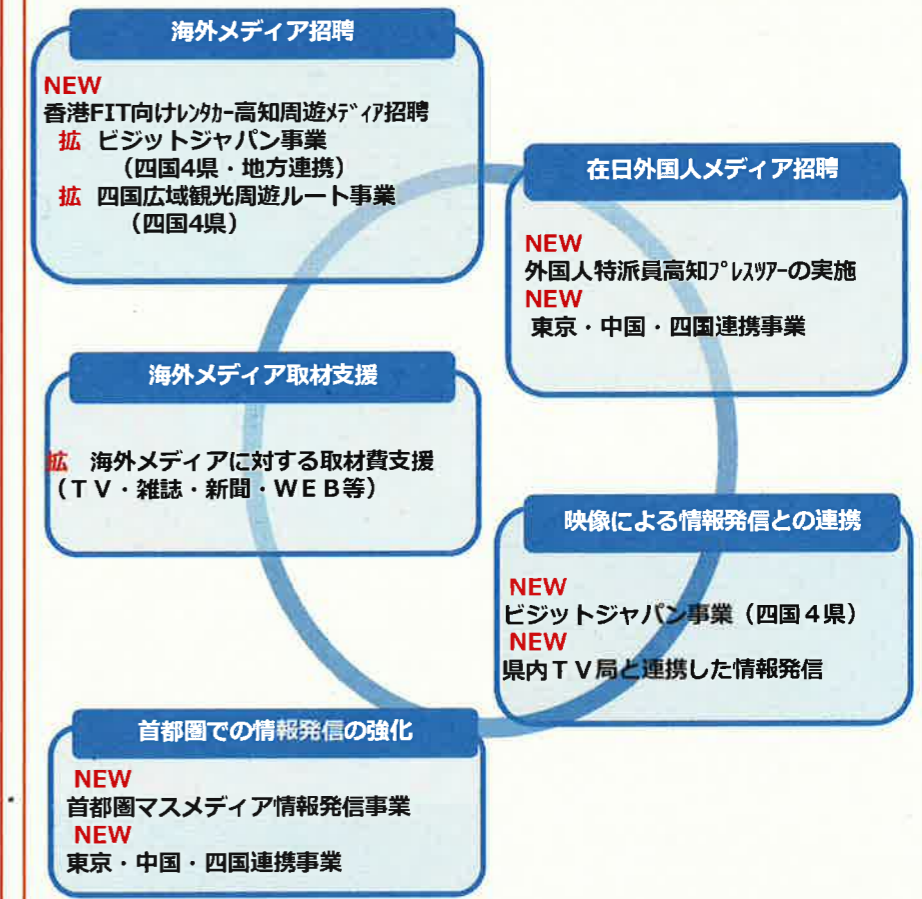


売る 国内外マスメディア等を活用した情報発信の強化

1 クロスメディアによるさらなる情報発信の強化



2 国内外のマスメディアのさらなる活用



OMOTENASHI（おもてなし）の推進

もてなす 外国人観光客の受入基盤整備を2年間（H27～H28）で強力に推進

1 市町村や民間事業者の取組を強力に支援

- 国際観光受入環境整備事業費補助金による支援強化 **拡充**
市町村や民間団体等が実施する観光地、観光施設等における外国人観光客の受入基盤の整備が平成28年度までに完了するよう支援を充実・強化する。

★整備すべき事項

- ・ 観光案内板、観光パンフレットの多言語化
- ・ 館内外サインの多言語化
- ・ トイレの洋式改修
- ・ Wi-Fi環境の整備 など



★拡充のポイント

- ・ 補助限度額の見直し
- ・ 外国人観光案内所の開設等への支援 など



2 県の取組のさらなる強化

- 津波避難誘導案内板等の設置 **NEW**
主要な観光地において多言語で津波避難場所等を表示した誘導案内板等を設置する。
- 多言語通訳コールセンターの開設 **NEW**
「i」案内所や龍馬パスポート参画施設、市町村観光協会等が外国人観光客の接客時に利用することができる24時間対応の多言語通訳コールセンターを設置する。
- モバイルWi-Fiルーターの貸し出し **NEW**
外国人観光案内所において、モバイルWi-Fiルーターの無料貸出を行う。
- 多言語メニューの普及促進 **NEW**
県内各地の飲食店へ多言語メニューの普及促進を図る。

土佐の観光創生塾のバージョンアップの方向性（案）

◆平成27年度の創生塾

地域の事業者と広域観光組織等が一体となって地域の観光資源を磨き上げ、旅行商品として販売していくための仕組みを構築

中央・東部

- ★講座+ワーク(2コマ×6回)
- ①観光旅行動向のトレンド理解
 - ②旅行会社の仕組み
 - ③上期旅行商品の開発
 - ④旅行商品の販売に向けて
 - ⑤ネットなどを活用した販売・情報発信
 - ⑥下期旅行商品の開発
- ★地域コーディネーターによる個別フォローアップ

西部

- ★講座+ワーク(2コマ×6回)
- ①マーケティング・地域資源活用
 - ②イバウンド推進の意義
 - ③県外先進事例
 - ④旅行商品の開発と販売の仕組みづくり
 - ⑤旅行会社と連携した商品開発とセール・商品造成
 - ⑥商品造成
- ★地域コーディネーターによる個別フォローアップ

平成27年度

課題を踏まえてバージョンアップ

創生塾拡充のポイント：地域地域における自律的・持続的な観光地づくりにつなげる

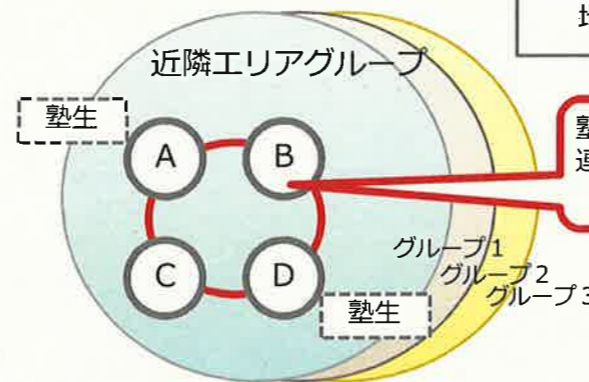
- ①地域の観光事業者の裾野を広げる
- ②常に新しい商品を作り（進化し）続ける
- ③旅行商品を結び周遊の仕組みを作る
- ④地域地域の地域観光クラスター化を進める（異業者の連携強化・同業者の規模拡大）

東部・中部・西部の3地域で開催 2部構成×6回=12プログラム（各20名程度参加）



平成28年・平成29年度

地域観光クラスター化に向けたGWイメージ



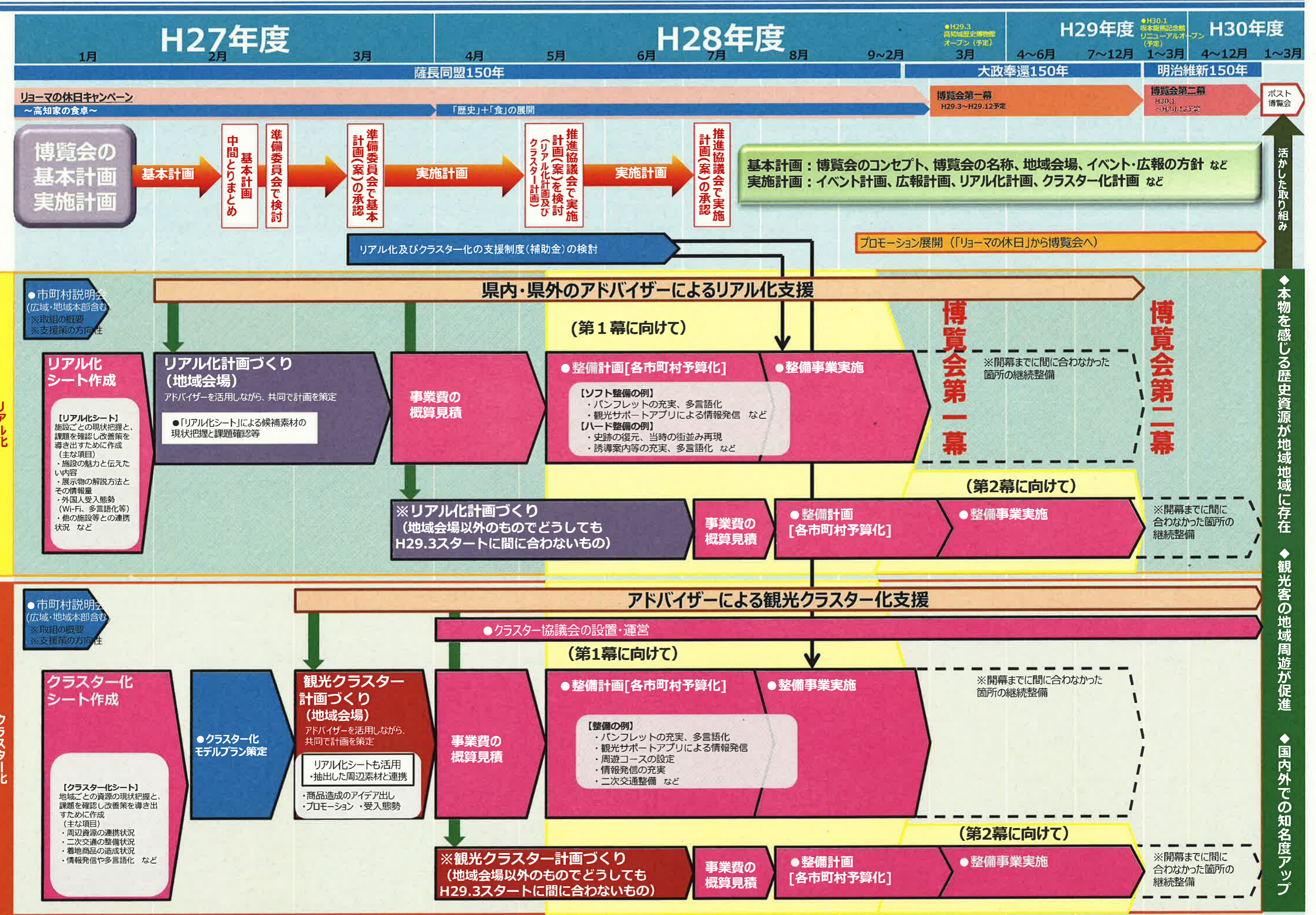
(創生塾講座内)
参加事業者が地域におけるクラスター化についてGWを通じて企画
(ハンズオン)
地域観光クラスター形成に向けてコーディネーターによる現地支援

30・31年度

◆学官協働による地域が主体となった人材育成とクラスターの定着

- ①高知大学が開設する社会人向けの観光講座との連携
 - ・H28：WGの実施によるプログラム構築
 - ・H29：プログラムの試行
 - ・H30：本格実施
- ②広域観光組織が中心となった人材育成とクラスターの磨き上げ

歴史資源のリアル化・観光クラスター整備の工程表（案）



○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野を代表する目標 **食料品製造業出荷額等** 現状(H26)892億円⇒4年後(H31)1,000億円+α⇒6年後(H33)1,035億円+α⇒10年後(H37)1,085億円+α ※左記目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

地産の強化

柱1 定番化に向けた商品づくり

市場が求める商品づくり

- 新** 商品力アップへの支援（バイヤー、シェフ等から定番化に向けた商品アドバイス）
 - ・県内事業者へフィードバック
 - ・外商を支援する関係者がアドバイスを共有し、企業の取組を個別に支援

- テストマーケティングを通じた商品の磨き上げ
 - ・アンテナショップ「まるごと高知」、県内量販店等

- 拡** 県内における商談機会の創出
 - ・産地視察型商談会

食品加工のさらなる生産管理高度化支援

- 拡** 大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援の強化
 - ・HACCP研修の充実
 - ・ワンストップ窓口の設置
 - ・専門コーディネーターの配置

農産物加工の推進

- 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
- 拡** 直販所支援の強化

水産物加工の推進

- 新** 加工関連ビジネスの展開

第一次産業、第二次産業、第三次産業の事業者の相互理解の促進と新事業の創出など、具体的な取組の起点となるプラットフォームの設置

- 新** (仮称)「高知家”食の未来創造ネットワーク」の設置

外商の強化

柱2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商公社を中心とした外商機会の拡大

- 拡** 大手卸売業者や高質系量販店等のネットワークを生かした外商機会の拡大
- 新** 「高知家食のグランプリ」方式による県産品の認知度向上

高知家プロモーションの強化

- 県産品の認知度維持・向上と販売促進の展開（ブランディング、マーケティング）
- 重点品目セールスプロモーションの展開

農産物の外商強化

- 新** 加工専用素材ニーズへの対応

水産物の外商強化

- 拡** 「高知家の魚応援の店」、「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化

柱3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

国・地域別の輸出拡大

- 有望（安定）市場での展開
 - ・商流を生かした効果的なプロモーションの展開
- 新興（チャレンジ）市場での展開
 - ・商流の確保、輸入規制、衛生管理基準等への対応サポート

品目別の輸出拡大

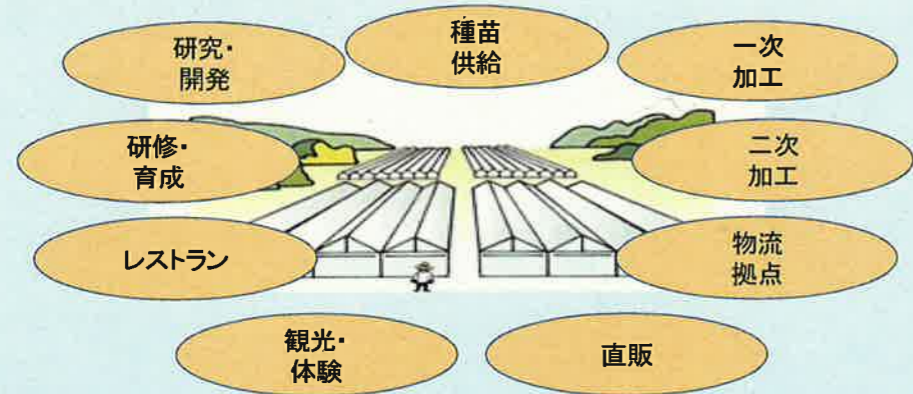
- ユズの輸出拡大（商社と目標・戦略を共有した取組強化等）
- 拡** 土佐酒の輸出拡大（情報発信の強化、マッチング機会の拡大）
- 新** 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓
- 定番化に向けた新たな品目の掘り起こし（農業振興部・水産振興部等との連携、市場調査等）

好循環を生み出し拡大再生産へ

拡大再生産

新 柱5 地域に根差した産業クラスターの形成

第一次産業を核として、地域地域に関連する産業群を生み出し、持続的な雇用と、より大きな経済波及効果を創出



地域の産業クラスターの形成に向けた支援

- ・川上から川下までの情報を集約してクラスター化を誘導
- ・クラスター育成チームを設置してクラスタープランを策定
- ・官民協働のクラスタープロジェクトチームを設置してクラスター形成の取組を開始
- ・クラスターを支援する専門コーディネーターの配置
- ・支援メニューをパッケージ化してクラスターの形成を総合的に支援

拡 柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

企業の課題に対応したサポートチームを設置し、各企業の拡大再生産をトータルでサポート

食品ビジネスまるごと応援事業

県内事業者からの相談 相談窓口:地産地消・外商課

県や関係機関による支援を希望する事業者を募集

「サポートプラン案」の策定

・事業者及び地産地消・外商課、地産外商公社、アドバイザーにより策定（経営ビジョン、戦略、方向性等）

サポートプランの実行

サポートプランの進捗確認と専門家からのアドバイス 月1回程度

補助金

県：ものづくり補助金、農商工連携基金、持続化補助金
国：ものづくり補助金

(仮)企業力向上事業費補助金
地産地消・外商課

拡大再生産！

拡大再生産へ

地産地消・地産外商戦略(食品分野)の体系図(案)

○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野の目指す姿	「素材を生かした加工立県」・「県産品が全国ブランドに」		
分野を代表する数値目標	食料品製造業出荷額等	現状(H26): 892億円⇒4年後(H31): 1,000億円+α⇒6年後(H33): 1,035億円+α⇒10年後(H37): 1,085億円+α	※上記目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

戦略の柱	地産の強化	外商の強化	拡大再生産	
	1 定番化に向けた商品づくり	2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ	3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化	4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し
戦略の方向性	市場が求める商品づくりに向けて、市場関係者の協力を得ながら各企業を個別に支援するとともに、生産管理高度化の支援など、定番化に向けた商品づくりを強化	地産外商公社の全国展開を進めるとともに、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていく	ユズ及び土佐酒の輸出拡大や、定番化に向けて新たに力を入れる品目の掘り起こし等により、国別・品目別の輸出戦略を本格的に展開	事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題(成長の芽)を解決し、企業の総合力を高める支援体制を強化するとともに、拡大再生産に向けた設備投資等を支援
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 生産管理高度化 [HACCP手法の導入] 外商企業群⑳: 100社→㉑: 170社 水産加工の出荷額等 ㉒: 184億円→㉓: 200億円→㉔: 203億円→㉕: 220億円 	<ul style="list-style-type: none"> 地産外商公社の活動による成約 ㉖: 16.1億円→㉗: 36億円 海洋深層水関連企業の売上 ㉘: 95億円→㉙: 108億円→㉚: 114億円→㉛: 122億円 	<ul style="list-style-type: none"> 食料品の輸出額 ㉜: 3.38億円→㉝: 9億円→㉞: 12億円→㉟: 17億円 貿易に取り組む企業 ㊱: 49社→㊲: 100社 	<ul style="list-style-type: none"> 規模の大きな事業者への支援による拡大再生産(食品関連工場の新增設等) ㊳: 43億円→㊴: 52億円→㊵: 72億円 外商活動参画事業者への支援による拡大再生産 ㊶: 20億円→㊷: 29億円→㊸: 44億円 水産加工の出荷額等(再掲) ㉒: 184億円→㉓: 200億円→㉔: 203億円→㉕: 220億円
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>1.市場が求める商品づくり【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]商品力アップへの支援 バイヤー、シェフ等から定番化に向けた商品アドバイス ◆「まるごと高知」での商品の磨き上げ ◆県内量販店等での商品の磨き上げ・販路拡大 ◆[拡充]県内における商談機会の創出(産地視察型商談会) <p>2.[拡充]食品加工のさらなる生産管理高度化支援の強化【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援 <p>3.[新規]第一次産業、第二次産業、第三次産業の事業者の相互理解の促進と新事業の創出など、具体的な取組の起点となるプラットフォームの設置【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆(仮称)「高知家」食の未来創造ネットワークの設置 <p>4.農産物加工の推進【農業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ ◆[拡充]直販所支援の強化 <p>5.水産物加工の推進【水産】</p> <p><加工関連ビジネスの展開></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]残さい加工ビジネスの再構築 ◆[新規]冷凍保管ビジネスの事業化 <p>6.地場産物の利用推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆小さなビジネスの推進【産振】 	<p>1.[拡充]地産外商公社の全国展開による事業者の外商機会の拡大【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆地産外商公社の活動強化 首都圏、関西・中部、中国・四国・九州での、大手卸売業者や高質量量販店のネットワークを生かした外商機会の拡大等 <p>2.「まるごと高知」の情報発信力の強化【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆高知家プロモーションと連携した店舗プロモーションの強化 <p>3.高知家プロモーションの強化【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開 [新規]高知家食のグランプリの開催(「高知家」の一押し商品を選んで全国発信)等 ◆重点品目セールスプロモーションの展開 <p>4.農産物の外商強化【農業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆[新規]加工専用素材コースへの対応 <p>5.水産物の外商強化【水産】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]「高知家の魚応援の店」、「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化 <p>6.関西地区における県産品販路拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開【産振】</p> <p>7.中部地区における県産品販路拡大の支援及び効果的な観光PR、プロモーションの展開【産振】</p>	<p>1.国・地域別の輸出拡大【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆有望(安定)市場での展開 商流を生かした効果的なプロモーションの展開 ◆新興(チャレンジ)市場での展開 商流の確保、輸入規制、衛生管理基準への対応サポート <p>2.品目別の輸出拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ユズの輸出拡大【産振】 商社と目標・戦略を共有した取組強化等 ◆ユズの生産振興強化【農業】 ◆[拡充]土佐酒の輸出拡大【産振】 情報発信力強化、マッチング機会の拡大 ◆[新規]酒米の生産振興強化【農業】 ◆[新規]養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓【水産】 ◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし【産振】 <p>3.企業のサポート強化【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援 	<p>1.[拡充]事業者の個別課題に対応したサポートチームによる支援の強化【産振】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化 新商品の開発や設備投資など企業の成長を後押し <p>2.高度加工ビジネスへのステップアップ【水産】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]既存加工施設の高度化及び衛生管理体制の強化 ◆[新規]HACCPに対応した加工施設の立地促進 <p>3.企業の設備投資支援の強化【商工】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆立地プランの提案等による投資を促すアプローチ ◆[拡充]企業の成長に合わせた設備投資助成制度
				<p>5 地域に根差した産業クラスターの形成</p> <p>本県産業をもう一段力強く成長させていくため、地域に根差した産業を核としたクラスターを地域地域で生み出し、持続的な雇用と大きな経済波及効果を創出</p> <p>食品産業クラスターの形成(情報・コースのストック、参画希望者の公募) ㉖: 10億円→㉗: 15億円</p> <p>1.[新規]地域の産業クラスターの形成に向けた支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆川上から川下までの情報を効率的に集約してクラスター化を誘導 ・(仮称)「クラスター情報共有会議」の設置 地域ごとに「クラスター育成チーム」を設置して「クラスタープラン」を策定 官民協働の「クラスタープロジェクトチーム」を設置してクラスター形成の取組を開始 ・クラスターを支援する専門コーディネーターの配置 ・支援メニューのパッケージ化 <p>2.全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進【商工】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆企業立地推進会議及び総合支援チームによる企業立地の実現

輸出バージョンアップのポイント

平成27年度は、これまで「食料品」の輸出で培ってきたネットワークやノウハウを活かして、「機械」の海外販路の開拓支援や「国際観光」の誘客振興に取り組むスタートの年でした。その結果、ユズに続く海外支援品目として「日本酒」の英国での賞味会開催や台湾での防災関連製品を中心とした商談会開催の取り組み、台湾の海外支援拠点等を活用したインバウンドの推進などにより、成果と手ごたえを感じることができました。平成28年度から始まる次期産業振興計画では、表れ始めた成果を足掛かりに、さらに輸出全体を大きく伸ばしていくために、次の3点を強化していきます。

1. 輸出をけん引する柱となる品目の拡大

【食料品】

- 「ユズ」に加えて、「日本酒」、「水産物」の輸出振興に本格的に取り組めます。

【機械】

- 防災関連製品を中心としたセミナー商談会の継続・拡充による成約拡大を図ります。

2. 民間企業等との連携

【農業】

- 卸売市場との連携強化により、輸出品目の拡大に取り組めます。

【日本酒】

- 高知県酒造組合や酒米の生産者・団体と連携して、酒米の生産や酒造りから販売拡大までの戦略づくりを進めることにより、土佐酒の輸出拡大に本格的に取り組めます。

【水産】

- 県内外の民間企業等と連携し、水産物の海外輸出に取り組めます。

【食料品共通】

- 地産外商公社等のネットワークを活かし、国内大手卸業との連携による輸出拡大を目指します。

【機械】

- 台湾でのセミナー商談会やタイの見本市出展を通じて発掘した現地有力企業（15社程度）を「ものづくり総合技術展」に合わせて招致し、商談会を行うことで輸出拡大を目指します。

3. 政策連携の徹底

- 海外向け旅行商品づくりや海外での旅行商談会、海外メディア招聘等による情報発信などの国際観光の取り組み（インバウンド）と食料品をはじめとする県産品の売り込みをしっかりと連動させて相乗効果を高め、輸出拡大に繋がります。

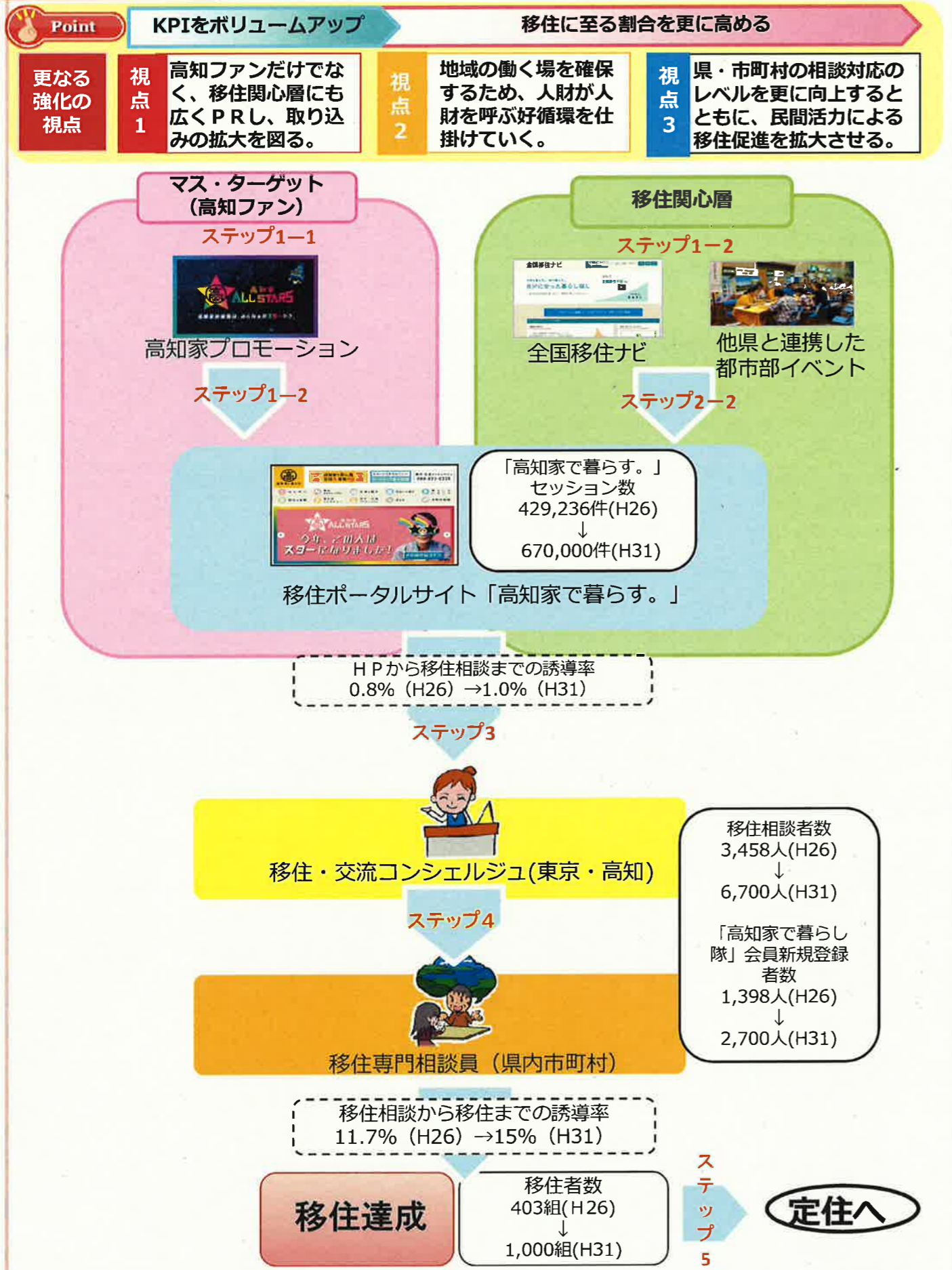
移住促進分野の展開イメージ（案） ～移住者と一緒に創る元気な地域～

○分野を代表する数値目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野を代表する目標

県外からの移住者 現状値（H26）：403組⇒4年後（H31）：1,000組

移住までの流れ



移住促進分野の体系図(案)

○分野を代表する数値目標及び戦略目標については、暫定値です。
○今後、関係者の皆様やフォローアップ委員会等のご意見を踏まえて、最終案をとりまとめ、3月のフォローアップ委員会で議論のうえ、正式に決定します。

分野の目指す姿	移住者と一緒に創る元気な地域
分野を代表する数値目標	県外からの移住者 現状値(H26):403組→4年後(H31):1,000組

	ターゲット:マス・ターゲット(高知ファン)	ターゲット:移住関心層	ターゲット:共通(高知ファン、移住関心層)				
戦略の柱	1-1 高知を知って好きになってもらう	2-1 移住に関心を持ってもらう	1-2 移住についての関心を更に高める	2-2 顕在化された移住関心層に高知を意識してもらう	3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう	4 移住について真剣に考えてもらう	5 高知に安心して住み続けてもらう
戦略の方向性	広く高知の良さを知ってもらい、魅力を感じてもらい、好印象を持ってもらうための多様な情報発信。	移住と言えば高知県というイメージを持ってもらえるような独自性の高い情報の発信。	潜在的な移住関心層に、移住や地方で活躍することについて魅力を感じてもらい、移住についての関心を更に高めるような情報発信。	顕在化された移住関心層に、移住と言えば高知県と意識してもらえるような情報発信。	関心から行動に促すための情報や機会の提供。	不安や解消してもらうサポートの充実。移住に到るまでの仕事や住居等の多様な情報や道筋の提示。	地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実。
戦略目標	高知家の認知度 ⑳:28%(3月実績)→ ㉑:●●%	移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」のセッション数 ㉒:429,236件→ ㉓:670,000件	移住・交流情報ガーデンの年間移住あっせん件数 ㉔:約4,000件(11月末実績)→ ㉕:11,000件 *国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略2015」(改訂版)より	移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」のセッション数(再掲) ㉖:429,236件→ ㉗:670,000件	移住相談者数 ㉘:3,458人→㉙:6,700人 「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数 ㉚:1,398人→㉛:2,700人	移住者数 ㉜:403組→㉝:1,000組(仮)	県・市町村の移住相談窓口利用者の定着率 ㉞:-%→㉟:●●%(P)
取組方針・主な「具体的な取り組み」	1 マス・ターゲットを対象にした情報の発信 ◆高知家プロモーションと徹底的に連動した移住PRと「ALL高知家」による情報拡散の促進	1 高知ファンを対象にした情報の発信と強化 ◆効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる ◆新たな人材ルートの開拓	1 潜在的な移住関心層を対象にした情報の発信 ◆移住関心層の取り込みの強化	1 顕在的な移住関心層を対象にした情報の発信と強化 ◆効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる	1 関心から相談、暮らし隊会員への誘導の強化 ◆移住相談体制の強化 2 人財が人財を呼ぶ好循環を仕掛けていく取り組みの展開 ◆各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開 ◆都市部の起業・就業マインドを持つ人材の囲い込み	1 相談から移住までの誘導を強化 ◆相談から移住につなげるための取組の強化 2 各地域における移住希望者の受入体制を更にレベルアップ ◆全県的な移住支援ネットワークの構築 ◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化	1 移住後のフォロー体制を更に深化 ◆「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成



移住に繋がるプロジェクトの展開について

地域が求める人材ニーズ

企業系

志を持ちながら、何をするのかをまだ絞り込めていない方を対象

福祉系

一次産業系

地域系

「P」①：都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けづくり

◆現地を見て、知ってもらうことで、志を喚起し、移住に結び付ける

NEW

「遊×志」ツアー

高知の「遊」の要素から「志」に導くツアー
【特徴：高知の暮らしや仕事に触れる】

セミナーからツアーまで一体的に実施

NEW

「志×遊」ツアー

高知への志移住を促すツアー
【特徴：高知の様々な仕事を体験】

都市部でのセミナー

高知ファンや移住関心層の志に訴求するセミナー

志を持ち、何をするのかを一定絞り込んだ方を対象

NEW

各産業分野のインターンシップ・研修

- 農業：こうちアグリスクール 各地域の農業インターンシップ
- 林業：林業の担い手研修
- 水産：漁業の短期研修、長期研修
- 福祉：福祉職場体験
- 商工：県内企業のインターンシップ

各産業分野のツアー

- 農業：産地提案型の現場を巡るツアー
- 林業：林業の現場を巡るツアー

NEW

・「高知家まるごとインターンシップ」として広報
→各分野のツアー、インターンシップ・研修情報をとりまとめて県外に発信

高知暮らし体感ツアー

高知への移住を決断してもらうツアー

「P」②：都市部人材を地域に呼び込む受け皿づくり

◆新たに活躍の場を創り、高知の魅力を向上させることで、移住に結び付ける

多様な仕事を生み出す (第3期産業振興計画)

- 産業クラスターの形成
- 起業支援
- 県外企業の誘致
- 地域AP など

NEW

高知版CCRC

人材誘致を促進する取り組み

様々な求人ニーズを持つ複数の機関相互のパス回しを強化、求職コーディネーターによる情報提供、民間と連携した出向人材の確保、求人企業を招いた移住フェアの開催、都市部人材を対象にした起業支援研修の開催 など

都市部

潜在的な高知ファン
潜在的な移住関心層

顕在化された高知ファン
顕在化された移住関心層

高知への移住を真剣に
考えている方

中核人材
企業人材

アクティブシニア

<現在>

移住に至るまでを5つのステップに分け取り組みを展開

【目標】移住者数年間500組

ステップ1 高知ファンの獲得

- 高知家プロモーションと連携し多様な情報を発信 など



ステップ2 高知への移住に関心

- 高知県の移住HPで高知県の移住をイメージできる情報の発信（移住ポータルサイト「高知家で暮らす。（幸せ移住パッケージシステム）」など



ステップ3 具体的な行動

- 「移住・交流コンシェルジュ」による相談対応
- 県外での移住相談会や移住体験ツアーの実施 など



ステップ4 移住を決めてもらう

- 「移住推進協議会」の運営
- 「人財誘致」の取組
- 市町村における移住専門相談員の配置
- お試し滞在施設の設置 など



ステップ5 定住

- 移住者の身近な相談役となる「地域移住サポーター」の配置
- 移住者同士、又は移住者と地域との交流機会を提供 など



更なる強化の視点

視点1

高知ファンだけでなく、移住関心層にも広くPRし、取り込みの拡大を図る。

視点2

地域の働く場を確保するため、人が人財を呼ぶ好循環を仕掛けていく。

視点3

県・市町村の相談対応のレベルを更に向上するとともに、民間活力による移住促進を拡大させる。

倍増を目指す 次期計画でのバージョンアップ

目標

「高知ファン」に加え「移住関心層」へのアプローチを大幅に拡大

視点1

- 1
 - 新 高知家プロモーションによるペイドパブリシティ
 - 拡 「高知家で暮らす」HPへのアクセス増加対策（WEB広告等）
 - 拡 メディアへの広告等による露出増（H28：16回（予定））
 - 新 雑誌記者の県内招致を通じた移住PR（H28：3回（予定））
 - 新 関東・関西以外の新たなエリアの開拓（移住相談会の開催）

発信量の増

WEB広告等 約1.8倍（H27比）
メディアへの広告等 約2.7倍（H27比）

視点1

視点2

視点3

各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」を展開

- 2
 - 新 民間のノウハウを活かし、都市部人材と地域を繋ぐ仕掛けとなるツアー等を新たに展開（「遊×志」「志×遊」ツアー）
 - 新 各産業分野のインターンシップ・研修に繋げるツアーの実施
 - 拡 多様な仕事を生み出す事業の展開（産業クラスターの形成 など）
 - 新 「高知版CCRC」の展開

年間ツアー開催数

H27：3回→H28：13回（予定）

視点2

各産業分野の「拡大再生産」を実現するための人財誘致策を展開

- 3
 - 拡 都市部での起業・就業希望者向けのセミナー（起業・就業支援研修事業）を拡充
 - 新 セミナー参加者と起業支援スキームや「いなかラボ（小さな起業支援）事業」などの仕組みとを繋げ、起業家の誘致を促進
 - 拡 様々な求人ニーズを持つ複数の機関相互のパス回しを強化（共通のデータベースシステムの改修、情報共有の仕組みの確立）

起業支援研修事業の開催

H27：東京→H28：東京・大阪

視点3

移住相談体制を更に強化

- 4
 - 拡 移住相談業務の中心的役割を担うコンシェルジュのノウハウの蓄積と、市町村相談員を含めた継続的なレベルアップを図るための体制強化

視点3

各地域における移住希望者の受入体制を更にレベルアップ

- 5
 - 拡 市町村の相談窓口による「仕事」の紹介・提案機能の向上
 - 拡 「住まい」の確保策を更に拡充し移住者向け住宅を確保（中間保有の促進、住宅改修補助の限度額拡充）
 - 拡 高知家移住促進プロジェクト（KIP）の参加団体の拡大と体制の強化
 - 拡 移住希望者に対して、生活圏を意識した情報提供が行えるよう、近隣市町村が連携した移住促進の取り組み（複数市町村が連携した相談会や移住体験ツアー等）を支援

無料職業紹介の実施

全市町村（目標）

住宅改修件数

H27：約150→H28 約200（予定）

KIP参加団体

H27：5団体→●●団体（目標）

H31の県外からの移住者数

年間1000組（仮）



“意外と知らなかった!?” 数字で見る高知家の暮らし

平成28年1月
高知県産業振興推進部移住促進課





女性



- **活躍する女性の多さは全国トップレベル**
 * 管理職に占める女性の割合は21.8% **全国1位!**
 * 起業者に占める女性の割合は18.2% **全国1位!**

単身世帯



- **大都市圏と比較すると自由に使える時間が多い**
 * 平日の自由に使える時間/日 東京都：5時間32分 高知県：6時間
- **高知は会社の規模は小さい分、1人1人の果たす役割は大きい**
 * 1事業所当たりの従業員数 東京都：13.8人 高知県：7.66人

夫婦2人世帯



- **共働きが多く、世帯収入は大阪や全国平均を上回っている**
 * 世帯の実収入/月 大阪市：490,339円 高知市：559,069円
- **支出が少なく、家計収入から支出を差し引いた黒字額は東京を上回っている**
 * 黒字額/月 東京都区部：114,173円 高知市：119,300円

子育て世帯



- **大都市圏と比較すると自由に使える時間が多い**
 * 平日の自由に使える時間/日 東京都：5時間32分 高知県：6時間
- **大都市圏と比較すると出産・子育てによる離職が少ない**
 * 育児をしている女性の有業率 東京都：50% 大阪府46.7% 高知県：66.7%



高知家の統計データ (家計編)

①東京・大阪・高知の1ヶ月間の家計収支 (2人以上の世帯のうち勤労者世帯の平均)

単位：円

	東京都区部		大阪市		高知市		備考
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	
実収入	590,686	-	490,339	-	559,069	-	世帯全員の現金収入
● うち世帯主収入	493,816	83.6%	406,310	82.9%	379,749	67.9%	
● うち配偶者収入	59,978	10.2%	50,266	10.3%	93,570	16.7%	
実支出	476,513	-	355,059	-	439,769	-	消費支出と非消費支出の合計
● 消費支出	355,665	74.6%	289,904	81.6%	335,862	76.4%	日常に必要な生活費
食料	85,096	23.9%	70,393	24.3%	69,300	20.6%	「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」部門の都道府県ランキングで高知は第1位！（「じゃらん宿泊旅行調査2015」）
住居	32,240	9.1%	20,289	7.0%	17,984	5.4%	
光熱・水道	22,364	6.3%	21,469	7.4%	22,714	6.8%	
家具・家事用品	12,532	3.5%	8,198	2.8%	9,575	2.9%	
被服及び履物	18,888	5.3%	13,456	4.6%	12,033	3.6%	
保健医療	13,803	3.9%	9,805	3.4%	9,992	3.0%	
交通・通信	45,919	12.9%	42,207	14.6%	54,891	16.3%	
教育	22,037	6.2%	23,949	8.3%	16,840	5.0%	
教養娯楽	42,030	11.8%	26,480	9.1%	32,369	9.6%	
その他の消費支出	60,756	17.1%	53,657	18.5%	90,163	26.8%	
● 非消費支出	120,849	25.4%	65,155	18.4%	103,908	23.6%	税金、社会保険料
可処分所得	469,837	-	425,183	-	455,162	-	手取り収入（実収入－非消費支出）
黒字額	114,173	-	135,279	-	119,300	-	実収入－実支出

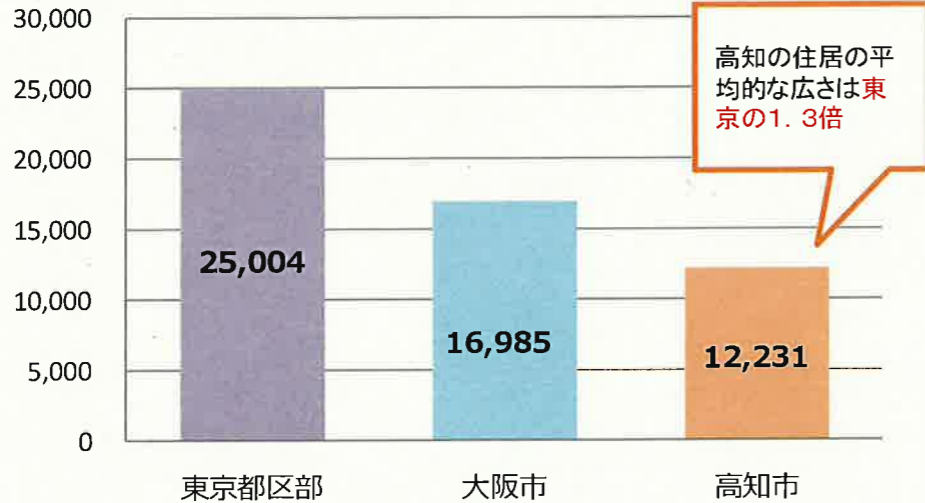
高知は配偶者の有業率が高い（共働きで世帯を支える傾向が強い）
 東京：39.3%
 大阪：40.1%
 高知：50.1%

「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」部門の都道府県ランキングで高知は第1位！（「じゃらん宿泊旅行調査2015」）

仕送りは多い
 東京：3,244円
 大阪：4,416円
 高知：19,581円

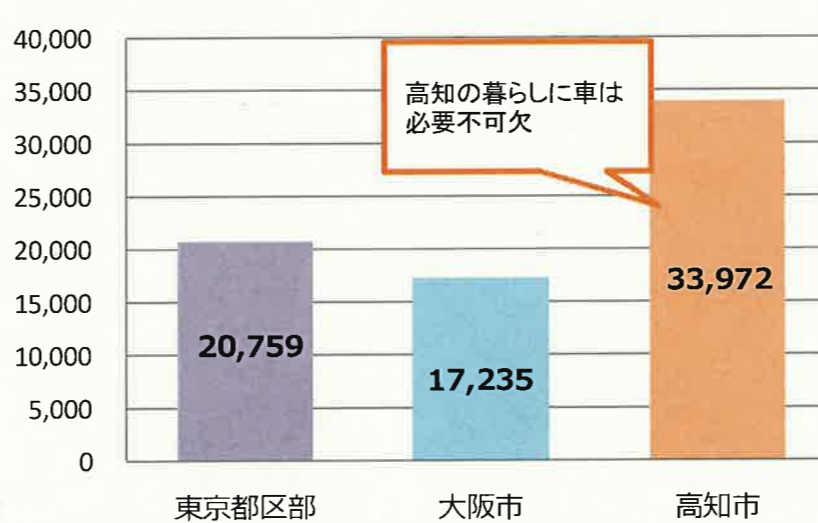
②家賃地代(勤労者世帯の平均)

単位：円



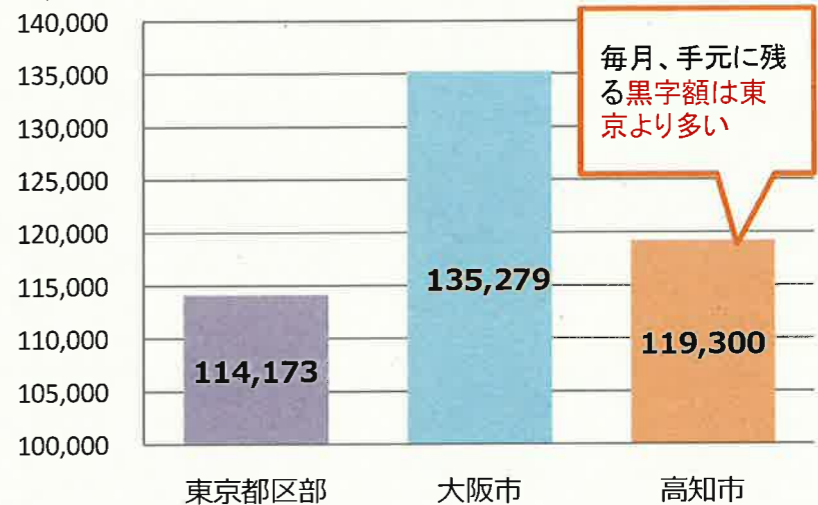
③自動車等関係費(勤労者世帯の平均)

単位：円



④黒字額(勤労者世帯の平均)

単位：円



【参考】 民営借家に入居している勤労者世帯の家賃地代
 関東：73,797円 近畿：65,542円 四国：52,115円

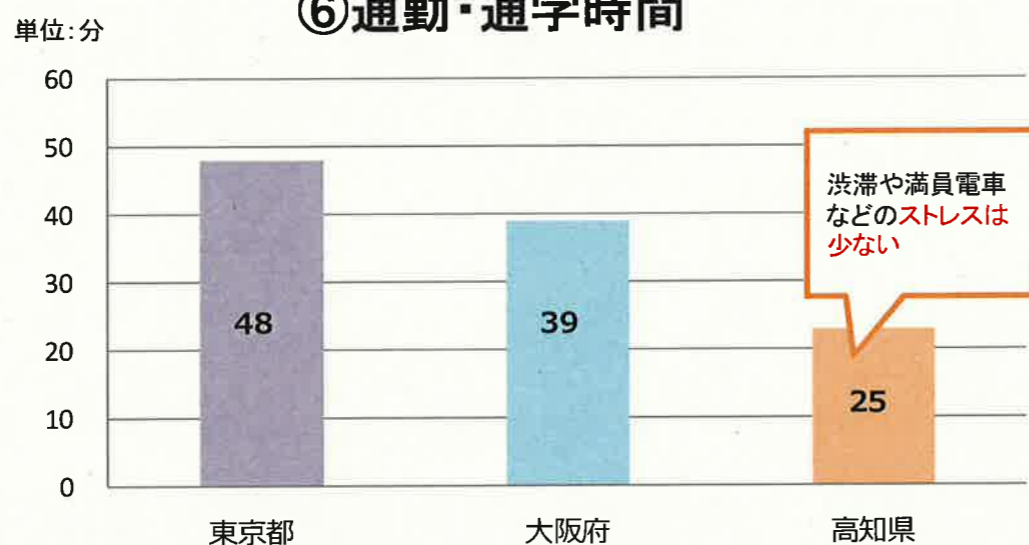
出典：総務省統計局「家計調査年報(家計収支編)平成26年(2014年)」



⑤ 平日の生活時間／日

	東京都	大阪府	高知県	備考
1次活動時間	10時間27分	10時間24分	10時間53分	睡眠、食事など
2次活動時間	8時間1分	7時間40分	7時間7分	仕事・通勤、家事など
3次活動時間	5時間32分	5時間56分	6時間	自由に使える時間

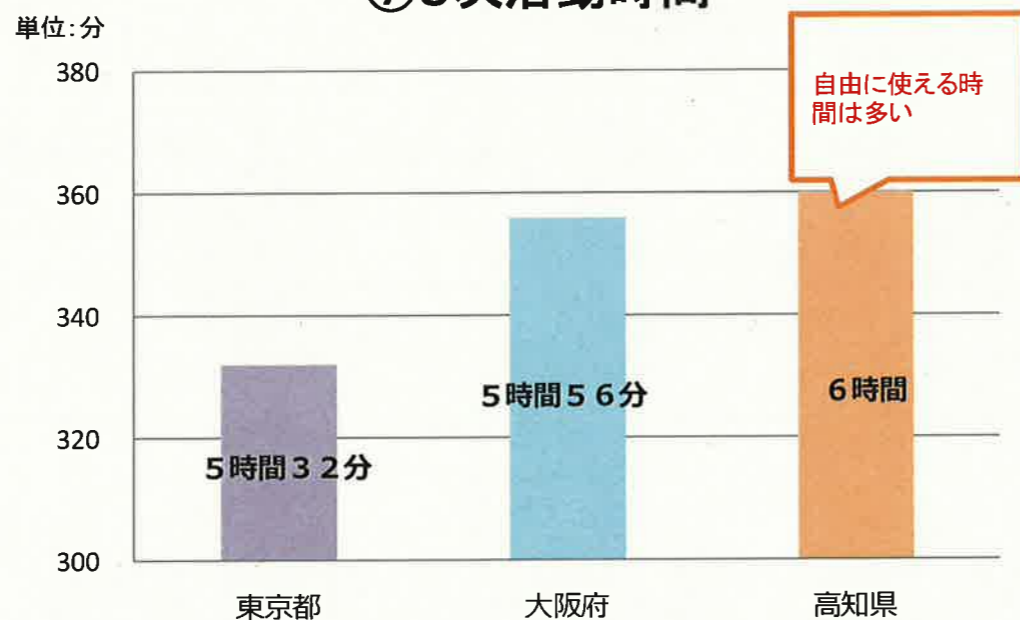
⑥ 通勤・通学時間



通勤・通学時間／都道府県ランキング(時間の少ない順)

順位	都道府県名	時間
1位	宮崎県	24分
2位	高知県	25分
2位	鳥取県	25分
2位	愛媛県	25分
2位	大分県	25分
6位	青森県	26分
7位	島根県	26分
8位	岩手県	27分
9位	秋田県	27分
10位	熊本県	27分
	全国平均	38分

⑦ 3次活動時間



3次活動時間(自由時間)／都道府県ランキング(時間の多い順)

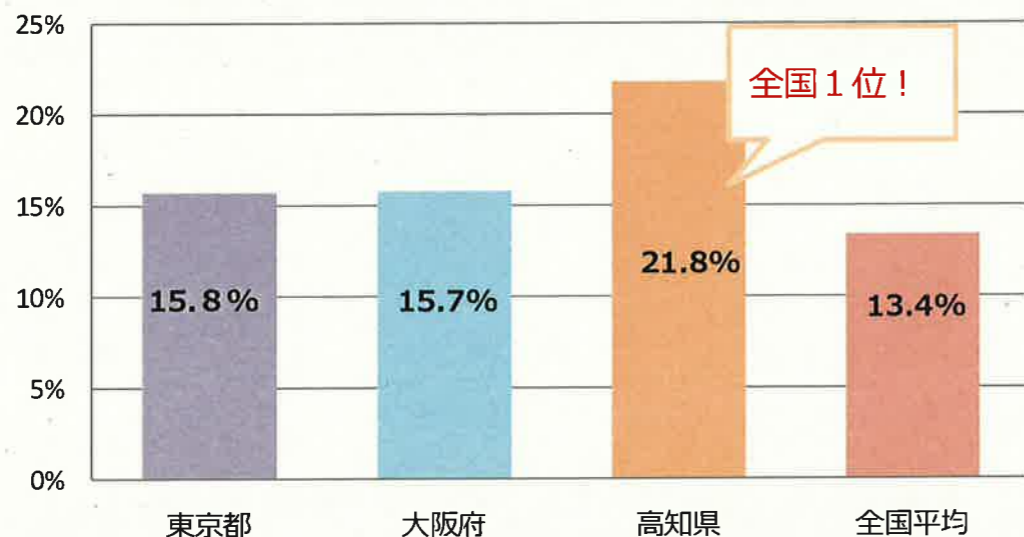
順位	都道府県名	時間
1位	北海道	6時間18分
2位	大分県	6時間9分
3位	愛媛県	6時間6分
4位	青森県	6時間2分
5位	三重県	6時間1分
5位	長崎県	6時間1分
7位	高知県	6時間
7位	兵庫県	6時間
9位	福岡県	5時間58分
10位	和歌山県	5時間57分
	全国平均	5時間48分

出典:総務省統計局「平成23年社会生活基本調査」(総平均時間)

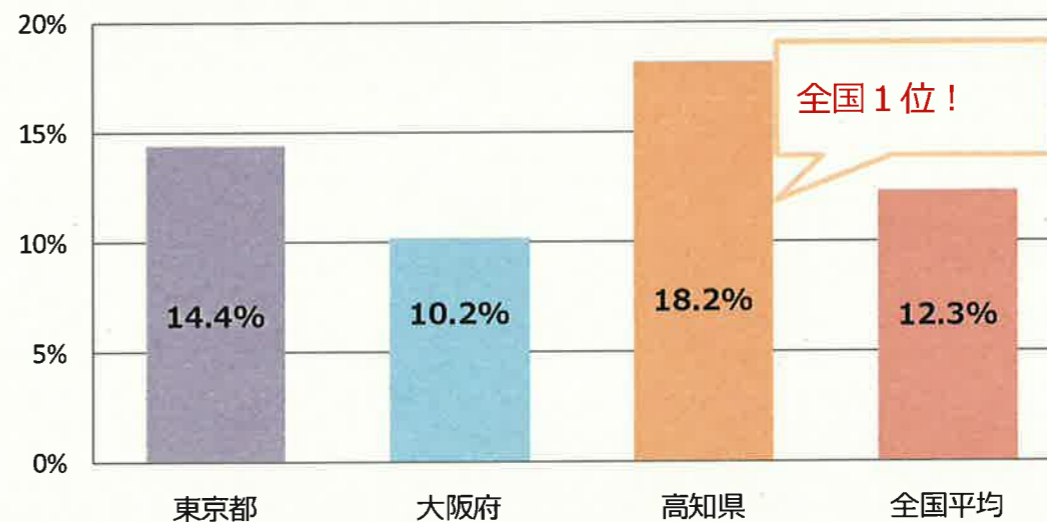


高知家の統計データ（仕事編）

⑧ 管理的職業従事者に占める女性の割合

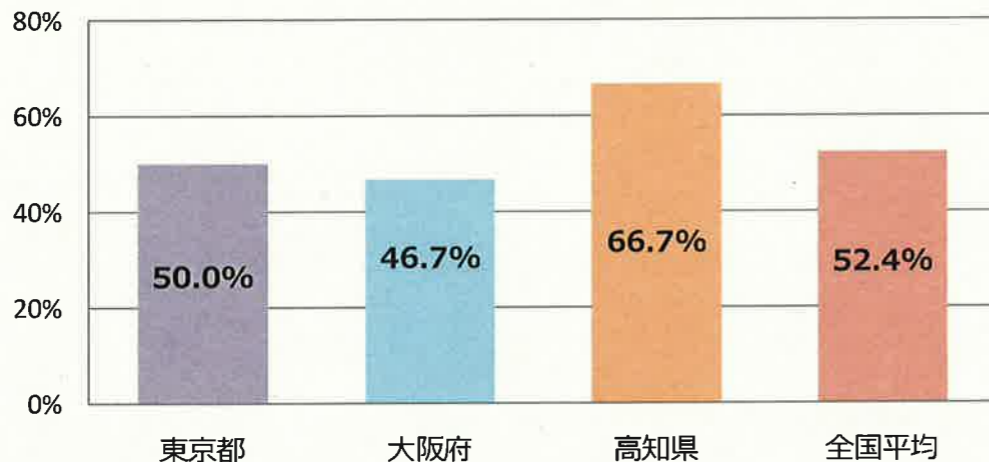


⑨ 都道府県別起業者に占める女性の割合

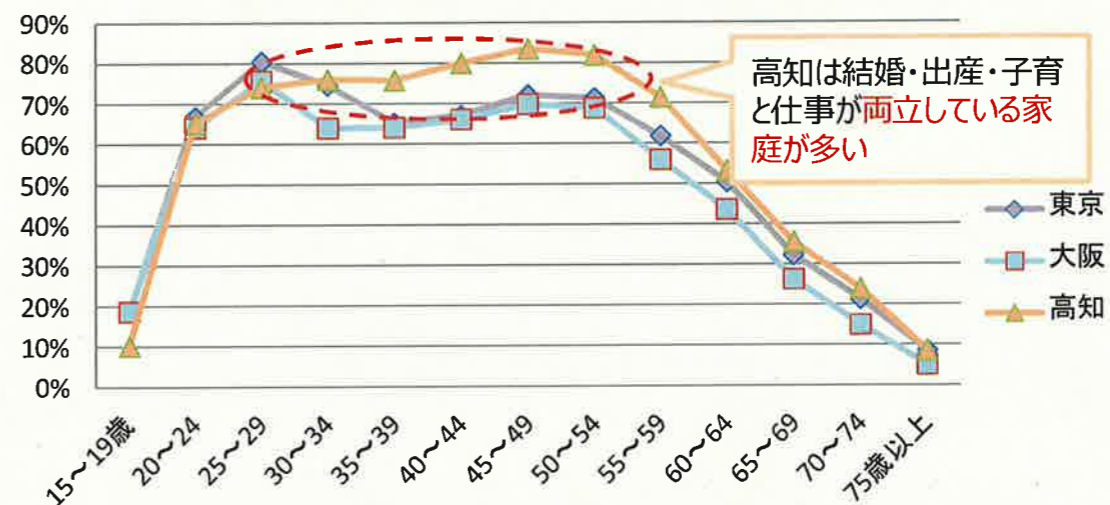


⑩ 育児をしている女性(22~44歳)の有業率

※小学校入学前の幼児を対象とした育児

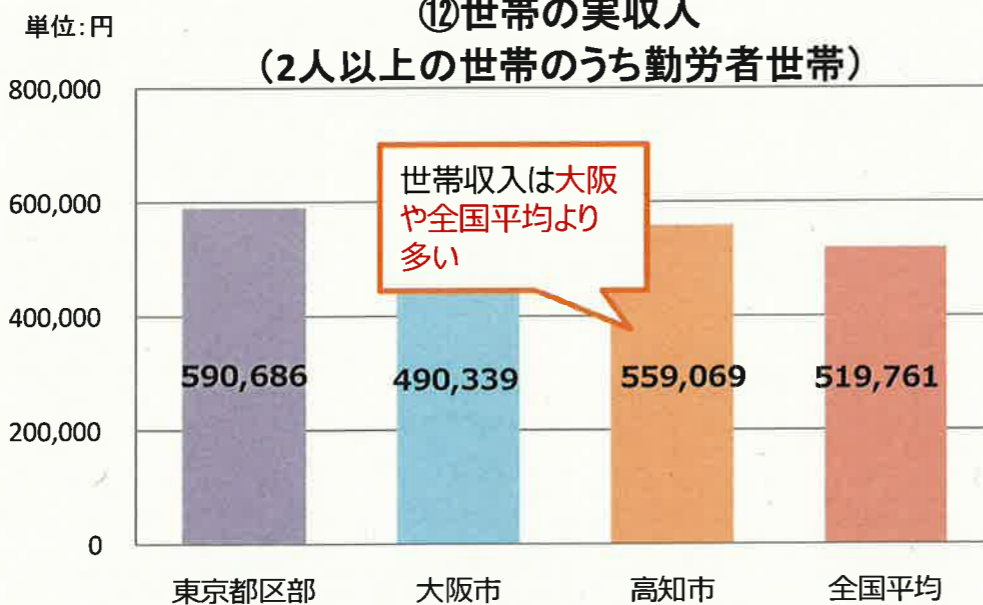


⑪ 都道府県別女性の年齢階級別有業率



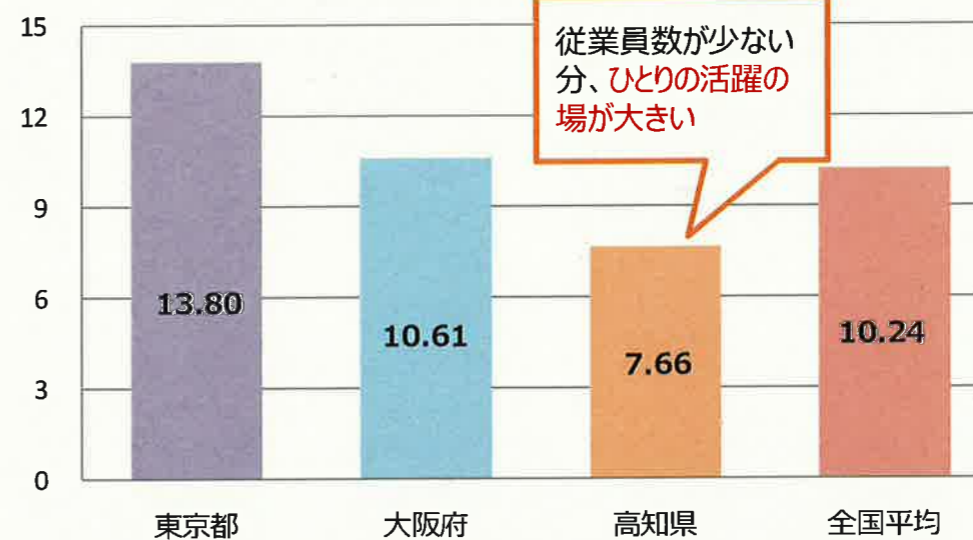
出典:総務省統計局「平成24年度就業構造基本調査」

⑫ 世帯の実収入 (2人以上の世帯のうち勤労者世帯)



出典:総務省統計局「家計調査年報(家計収支編)平成26年(2014年)」

⑬ 民営事業所従業員者数(1事業所当たり)



出典:総務省・経済産業省「平成24年経済センサス-活動調査結果」

連携テーマ(産学官連携による力強い産業の礎を築く)の体系図(案)

分野の目指す姿	産学官の連携・交流より様々なアイデアが生み出され、新たな事業展開や起業に繋がることで、本県産業の底上げを図る	
戦略の柱	1 産業振興に資する産学官連携の場づくり	2 産業振興に資する産学官共同の取組の一層の推進
戦略の方向性	産学官連携を促進する仕組み作り	産業振興に資する産学官連携の取り組みを推進
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>(1)産学官連携のプラットフォームの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆産学官民連携による産業振興の推進 	<p>(1)産学官連携によるイノベーションの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆県内での研究成果を生かし、多分野での産業利用を推進するための支援を強化【再掲】 <p>(2)産学官連携による具体的な取り組みの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆県産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用の研究 ◆試験研究機関と関係機関との連携強化(新技術、新商品の開発や技術支援等) ◆試験研究機能の充実・強化【再掲】

連携テーマ(産業人材の育成・確保)の体系図(案)

分野の目指す姿	これまでの産業振興計画の成果を拡大再生産へ繋げるため、地域地域で中核となる産業人材を育成・確保する	
戦略の柱	1 産業人材を育成する	2 産業人材を確保する
戦略の方向性	基礎的な人材から各産業の中核となる人材を育成する	県内の産業人材と県外の中核人材を県内事業者とマッチングさせる
取組方針・主な「具体的な取組み」	<p>(1)義務教育等における産業人材の基礎づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆小中学校キャリア教育充実プラン ◆地域産業を支える人材育成 ◆社会性の育成 ◆進路講演会の推進 <p>(2)地域産業を創造・リードする産業人材の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆家族経営体の経営発展に向けた支援【再掲】 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援【再掲】 ◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり【再掲】 ◆事務系職場のニーズに合わせた人材育成訓練の実施【再掲】 ◆伝統的工芸品産業等の人材育成【再掲】 ◆工業技術センター等が行う技術研修(工業技術センター、紙産業技術センター)【再掲】 ◆アプリケーション開発者育成講座の開催【再掲】 ◆クリエイター等向けセミナー(土佐MBA)の開催【再掲】 ◆社会人教育の一層の充実 ◆産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施 ◆観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光クラスター化)の促進支援と売れる観光商品づくり(産業観光を含む)【再掲】 ◆広域観光組織の機能強化【再掲】 ◆地域コーディネーターの配置強化【再掲】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援【再掲】 ◆「高知家」食の未来創造ネットワークの設置【再掲】 ◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援【再掲】 ◆あったかふれあいセンター事業の実施 ◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援 ◆事業者の課題に対応したアドバイザーの派遣 	<p>(1)県内外から産業人材を確保する</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆地元と協働した企業の農業参入の推進【再掲】 ◆中山間農業複合経営拠点の整備促進【再掲】 ◆U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の拡大【再掲】 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化【再掲】 ◆農業担い手育成センターの充実・強化【再掲】 ◆実践研修・営農定着への支援【再掲】 ◆経営体を支える労働力の確保と省力化の推進【再掲】 ◆林業学校における人材育成【再掲】 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保【再掲】 ◆特用林産業新規就業者の支援【再掲】 ◆事業体における就労環境の改善【再掲】 ◆小規模林業の活動を支援【再掲】 ◆漁業経営の効率化(新規就業者等の設備投資への支援)【再掲】 ◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実【再掲】 ◆就業時の設備投資、資金調達への支援【再掲】 ◆新規就業者が参入しやすい環境づくり【再掲】 ◆企業の課題に応じたセミナー等の実施(OJT含む)【再掲】 ◆U・Iターンと県内就職の促進【再掲】 ◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし【再掲】 ◆事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援【再掲】 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成【再掲】 ◆企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進【再掲】 ◆新たな人材ルートの開拓【再掲】 ◆各分野の担い手確保策と連携した「移住に繋がるプロジェクト」の展開【再掲】 ◆都市部の起業・就業マインドなどを持つ人材の囲い込み【再掲】 ◆相談から移住につなげるための取組の強化【再掲】 ◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化【再掲】 ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施 <p>(2)中核人材情報の収集とマッチングの実現</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆事業者の求人ニーズの掘り起こし【再掲】 ◆県内外からの事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし【再掲】