

飛躍への挑戦!
高知県産業振興計画

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第3期高知県産業振興計画（案）

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《 総論編 》



平成28年3月

高 知 県



第3期高知県産業振興計画の策定にあたって

高知県は、人口の減少が県内市場の縮小を招くことにより若者がさらに県外に流出し、さらに人口減少が加速するといった「人口減少による負のスパイラル」をたどってきました。

こうした本県の根本的な課題に真正面から立ち向かい、生産年齢人口の減少に伴い下降を続けていた本県経済を上昇に転じさせ、県勢浮揚を成し遂げるため、平成21年度から「高知県産業振興計画」に官民一丸となって取り組んでいます。

これまでの第1期計画（H21年度～H23年度）、第2期計画（H24年度～H27年度）の取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも約5,500人の雇用が生まれていますし、それ以外にも観光振興や地産外商の拡大による雇用創出効果も見込まれます。また、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成23年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じるとともに、長らく0.5倍程度であった有効求人倍率も、平成28年1月には過去最高の1.05倍に達するなど、経済全体としても良い方向に向かっているものと見られます。

しかしながら、正社員の有効求人倍率は、過去最高とはいえ、いまだ0.6倍にとどまっております。地域間や職種間の求人の格差も大きいなどの課題があります。また、産出額などが上昇に転じたものの力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が拡大再生産に十分につながっていない分野も見受けられます。

さらに、本県の人口の社会減は、過去の景気回復局面に比して2分の1程度に縮小しているものの、いまだ人口減少の負のスパイラルは続いており、地域に残りたいと願う若者の希望を十分にはかなえる状況には至っていません。

このため、計画のフォローアップを頂いています約250人の委員の皆様のお知恵や、各産業団体や市町村の方々、県民の皆様のご意見などを踏まえまして、平成28年度から平成31年度までの4年間を計画期間とする「第3期高知県産業振興計画」を策定しました。

この第3期計画では、『**「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげる**』ことに挑戦してまいります。また、これにより、第1次産業から第3次産業までの多様な仕事を創出し、若者が地域地域で働き続けられる土壌を作っていくことを目指してまいります。

私自身、県庁職員と共に知恵を出し、汗をかいて、県民の皆様とさらなる飛躍への挑戦を続けてまいりたいと考えております。

皆様の積極的なご参画とご協力を心よりお願い申し上げます。

平成28年3月

高知県知事 尾崎 正直

目次

【総論】

I 産業振興計画の全体像

- 1 はじめに・・ 1
- 2 計画策定の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
 - 「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済
- 3 産業振興計画策定の意図（目的）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
 - 負の連鎖を断ち切るために
 - 「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進
 - 「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化
- 4 産業振興計画の構成等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - 総論
 - 産業成長戦略
 - 地域アクションプラン
- 5 産業振興計画の効果的な推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
 - 官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進める
 - 産業分野や段階を横断した川上から川下までのトータルプランとして策定
 - PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る
- 6 産業振興計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
 - 県庁内の推進体制
 - 庁外委員によるフォローアップ体制
- 7 これまでの取り組みの成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
 - 第1期計画における取り組みの成果と課題
 - 第2期計画における取り組みの成果と課題

II 第3期計画の推進

- 1 第3期計画の戦略の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
 - 「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れを力強い「拡大再生産」の好循環へとつなげることを目指す
- 2 第3期計画で掲げる目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- 3 本県産業の内的要因・外的要因（SWOT分析）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
 - (1) 本県の強み
 - (2) 本県の弱み
 - (3) 機会（チャンス）とすべき世界の潮流や全国の趨勢
 - (4) 脅威となる社会経済の動向
- 4 第3期計画の基本方向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30
 - 改革のための5つの基本方向
- 5 第3期計画の重点取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 33
- 6 第3期計画のさらなる進化に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 40
 - 他の政策との融合・発展
 - 産業振興計画のさらなる進化に向けて

<付属資料>

※作成中

【産業成長戦略】 《別冊》

I 専門分野の成長戦略

- 1 農業分野
- 2 林業分野
- 3 水産業分野
- 4 商工業分野
- 5 観光分野

II 産業間の連携戦略

- 1 地産地消・地産外商戦略の展開
- 2 移住促進による地域と経済の活性化
- 3 担い手の育成・確保
- 4 地域産業クラスターの形成
- 5 起業や新事業展開の促進
- 6 産学官連携による力強い産業の礎を築く

<付属資料>

- I 用語の解説

<参考資料>

- I 計画のフォローアップ
 - 1 フォローアップの経過
 - 2 産業振興計画フォローアップ委員会の構成等
 - (1) フォローアップ委員会
 - (2) 専門部会
 - (3) 連携テーマ部会
 - (4) 産業振興計画フォローアップ委員会設置要綱

【地域アクションプラン】 《別冊》

【 総 論 】

I 産業振興計画の全体像

1 はじめに

高知県では、県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、「高知県産業振興計画」を策定し、平成 21 年度から官民一丸となって県勢浮揚に挑戦してきました。

この計画は、社会経済情勢の変化やPDCA¹サイクルによる改善、新たな課題への対応などを行うため、毎年度、内容をバージョンアップしていますが、平成 24 年度からスタートした第 2 期高知県産業振興計画(以下「第 2 期計画」という。)の計画期間が、平成 27 年度末で終了することから、これまでの 7 年間の取り組みを土台に、飛躍への挑戦を新たなステージへ引き上げるため、平成 28 年度から平成 31 年度までの 4 年間の計画期間とする「第 3 期高知県産業振興計画」(以下「第 3 期計画」という。)を策定しました。

2 計画策定の背景

第 1 期高知県産業振興計画(以下「第 1 期計画」という。)を策定した当時は、以下のような背景がありました。

■「人口減少の負のスパイラル」に陥った本県経済

当時、日本全体としては、平成 14 年 2 月から始まった景気回復が戦後最長の 69 ヶ月間続き、有効求人倍率や業況判断 D. I. (日本銀行調査)等も上昇を続けていましたが、平成 19 年夏以降、アメリカのサブプライム住宅ローン問題を背景とした原油・原材料価格の高騰、輸出の減少等により景気後退局面に入ったところでした。

本県においては、公経済への依存度が高く、産業基盤が弱いことから、戦後最長と言われた景気回復の恩恵を十分に受けることができず、また、かつては全国の景気に一定連動していた有効求人倍率(図 1)も、この間 0.5 倍前後で低迷、業況判断 D. I. (図 2)もほぼ同じような形で全国の動きに関わりなく、低迷を続けていました。

こうしたところに、全国的な景気回復の波に乗ることができなかった本県経済の構造的な問題が見て取れます。

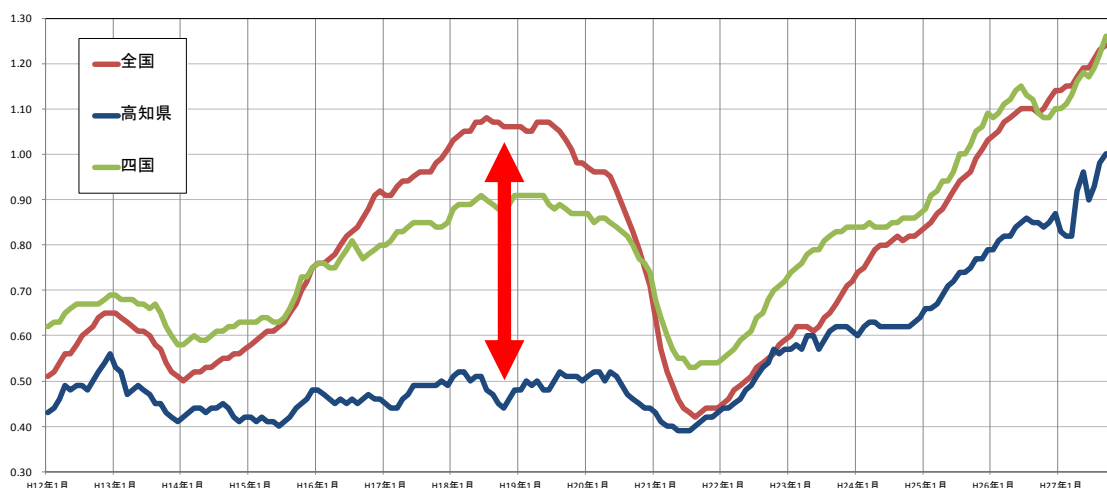
¹ Plan (計画)、Do (実行)、Check (検証)、Action (改善) による行動プロセス

同時に、全国の景気回復局面では、若者を中心に多くの人材が県外に流出し、本県から他都道府県への人口の転出超過が加速(H17:2,463人、H18:3,491人、H19:4,542人、H20:4,321人)しました(図3)。

また、本県は、全国より15年先行して平成2年から人口自然減の状態に陥り(図4)、また、高齢化も全国より10年先行して進行しています。これにより、働き手となる「生産年齢人口」の減少を加速させ、同時に、消費意欲が旺盛な若者を中心に、「モノを買う人」の数が減少した結果、本県の年間商品販売額は平成9年から平成19年の10年間で約2割減少するなど、県内市場も大きく縮小しました(図5)。

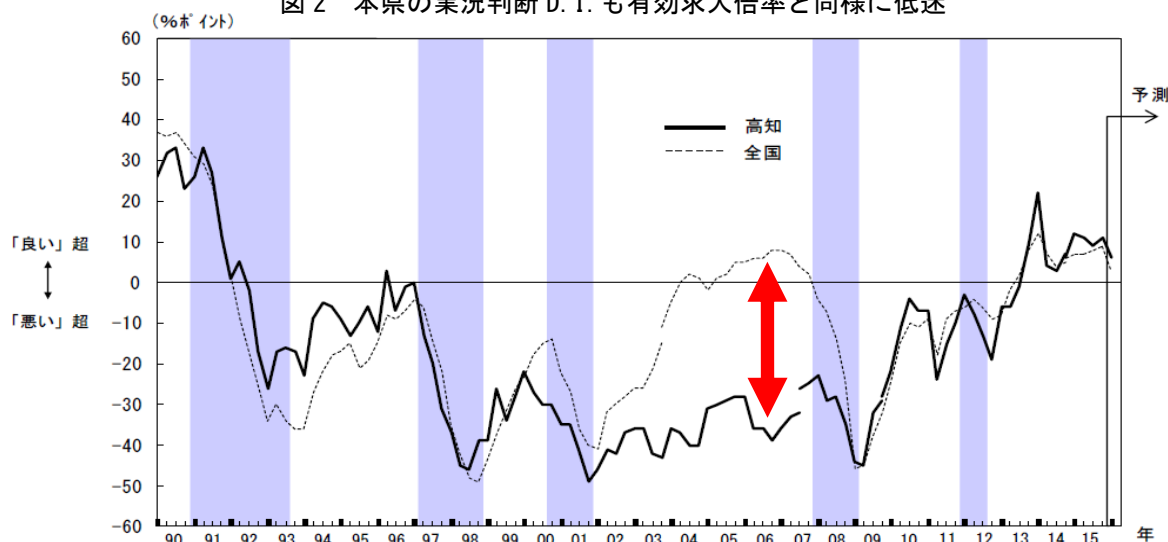
このように、本県では、戦後、人口の社会減による経済の縮小が、さらに人口の社会減を加速させ、それが過疎化と高齢化を同時に招き、特に、出生率の高い中山間地域ほどこうした傾向が顕著になった結果、全国に先行して人口が自然減の状態にも陥り、このことで、より一層経済が縮むという、「人口減少による負のスパイラル」をたどってきました。

図1 平成14年から20年頃にかけて全国平均に大きく引き離される本県の有効求人倍率



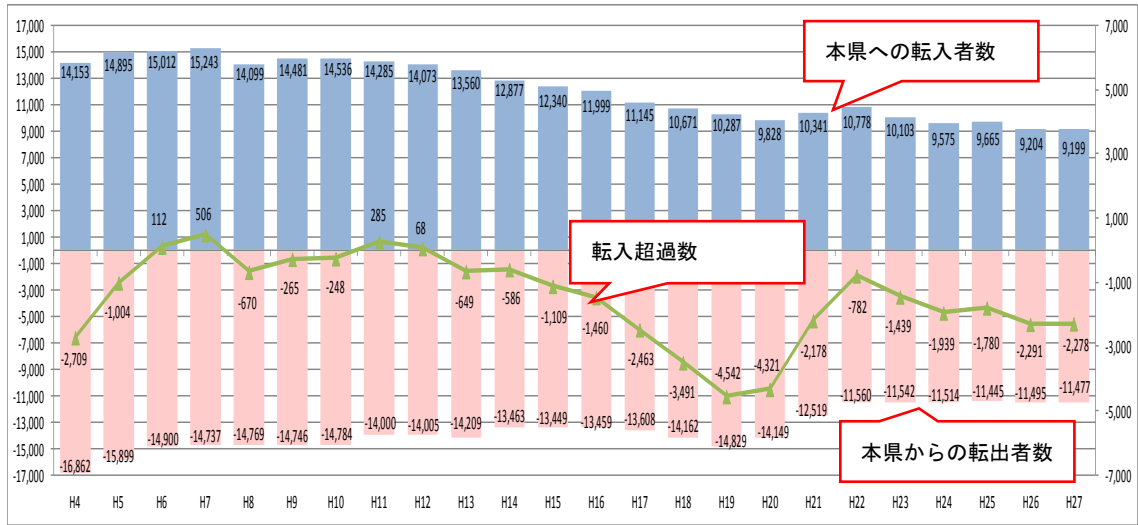
出典：職業安定業務統計

図2 本県の業況判断D.I.も有効求人倍率と同様に低迷



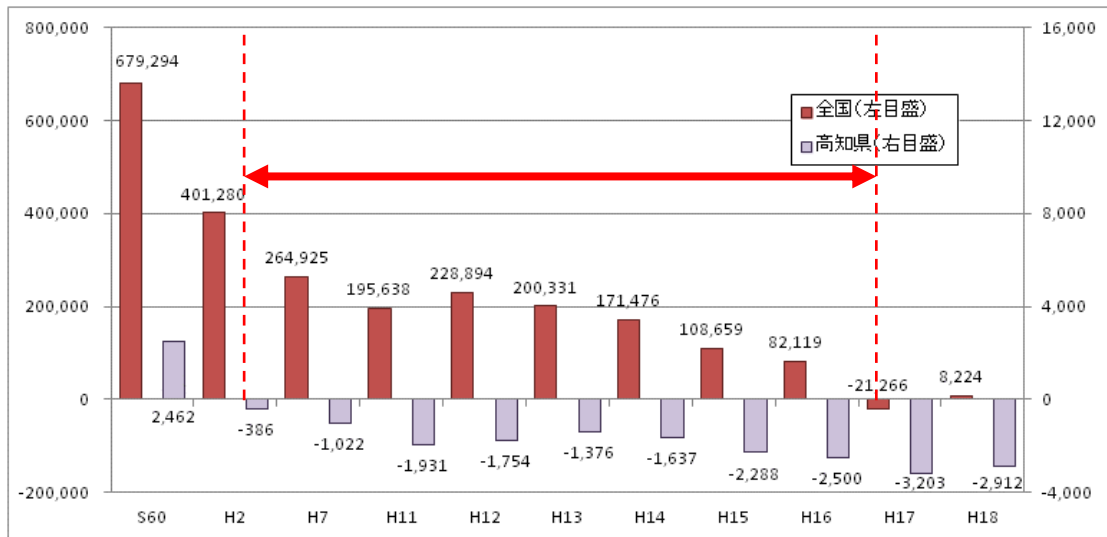
出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」

図3 本県人口の社会減が進行



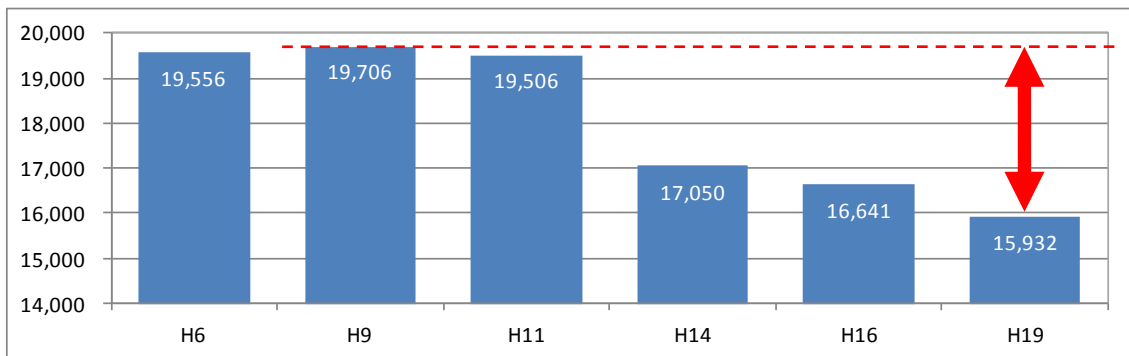
出典：住民基本台帳異動報告

図4 全国に15年先行して進む本県の人口自然減



出典：人口動態調査等

図5 本県の年間商品販売額は平成9年からの10年間で2割減少

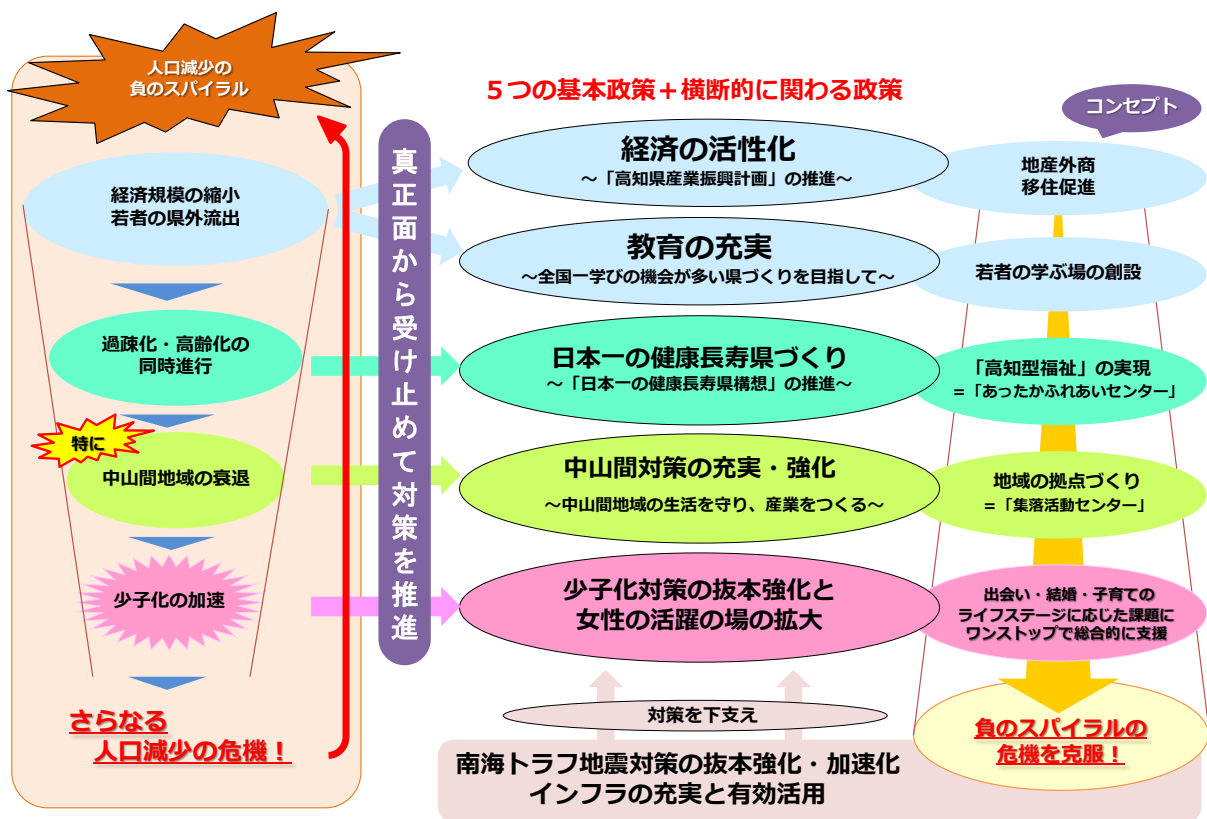


出典：商業統計調査

3 産業振興計画策定の意図(目的)

■負の連鎖を断ち切るために

この人口減少がもたらす負のスパイラル、1つ1つに立ち向かい、これを断ち切るため、「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用」の2つの政策を総合的に推進しています。



■「経済の活性化」＝「高知県産業振興計画」の推進

このうち、「経済の活性化」では、生産年齢人口の減少に伴い、下降を続けていた本県経済を上昇に転じさせ、県勢浮揚を成し遂げるため、本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図ることが必要でした。

このため、官民が同じ方向に力を合わせて進む旗印ともなる、本県経済の体質強化に向けたトータルプランとして「高知県産業振興計画」を平成 20 年に策定し、平成 21 年度からスタートしました。

今後も、本県の人口減少が続き、県内市場の規模も減少傾向が続くことが見込まれるため、この計画では、縮小を続ける県内市場頼りではなく、「活力ある県外・海外の市場に高知県産のモノを売ることで、県外・海外からお金を稼いでくる」＝「地産外商(ちさんがいしょう)」を基本戦略として進めています。

■「高知県産業振興計画」による中山間地域の活性化

本県では県土の約 9 割を中山間地域が占め、そこに県民の約 4 割が暮らしています。その中山間地域では、昭和 35 年から平成 22 年の間に、人口が約 4 割減少(図 6)するなど、一段と厳しい状況に置かれています(同時期における県全体の人口減少は約 1 割)。

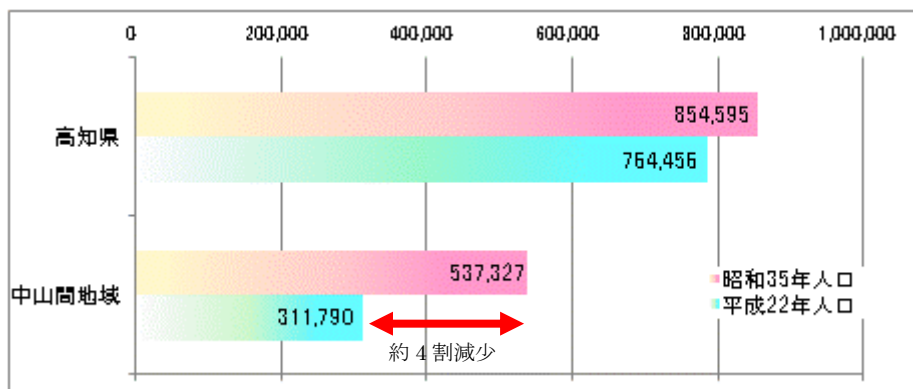
本県の基幹産業である農業や林業などの多くは中山間地域で行われており、観光誘客における高知県の売りである「豊かな自然」の多くは中山間地域に存在し、また、そこから多くの安心安全な食材などが供給されます。

また、産業面のみならず、水源涵養や防災など国土保全の面でも、また日本の原風景であり憩いや癒しの場としても、中山間地域の価値は本県にとって、なくてはならないものです。

中山間地域の振興無くしては本県全体の県勢浮揚はありません。

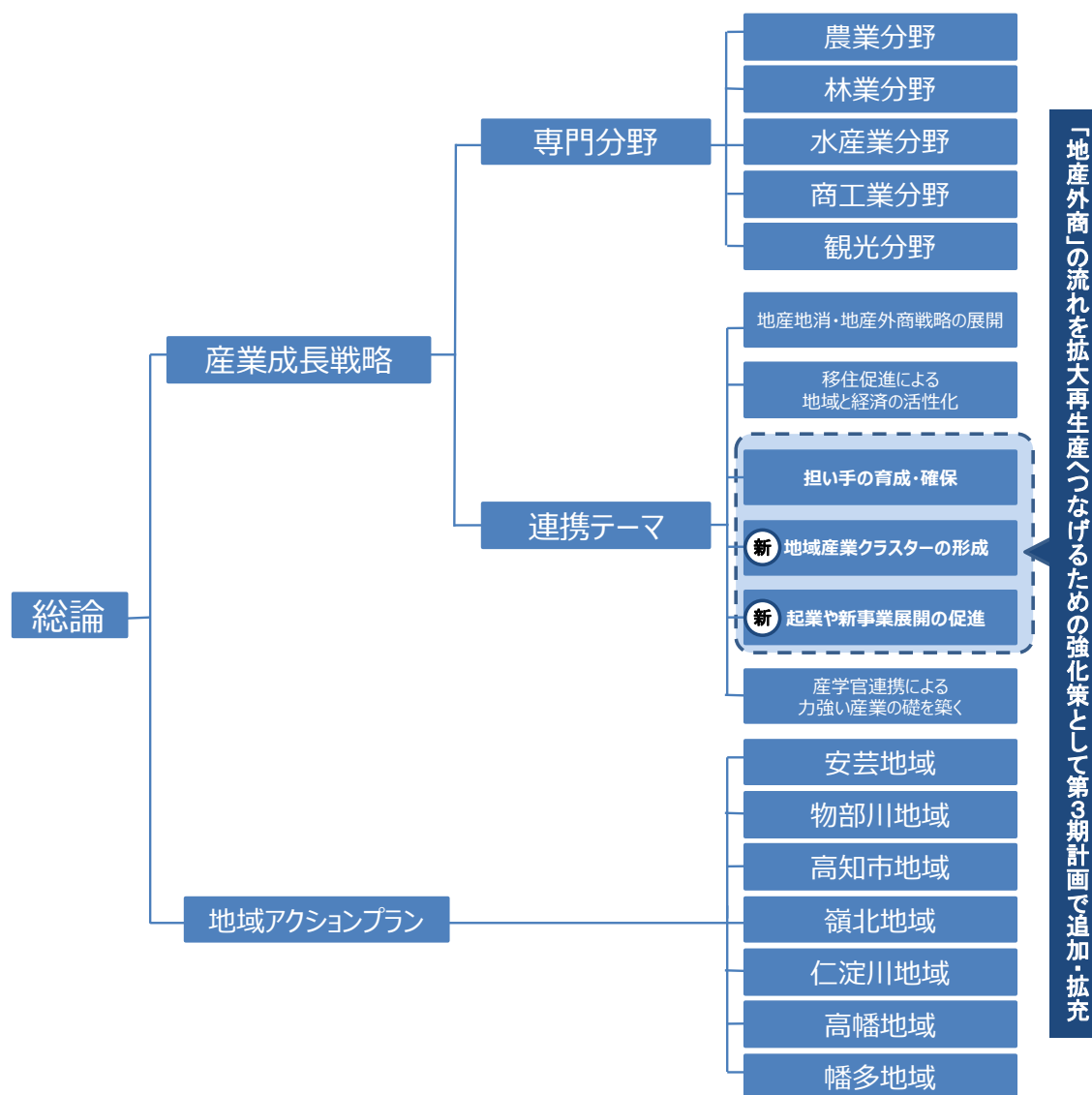
このため、産業振興計画の様々な施策を総動員して、中山間地域の活性化を図っていきます。

図 6 高知県と中山間地域の人口動態比較



4 産業振興計画の構成等

産業振興計画は、計画全体の基本的な考え方や方向性を示した「総論」と、各産業分野や連携して取り組むテーマの戦略を示した「産業成長戦略」、さらに、県内7つの地域それぞれにおける取り組みを行動計画として取りまとめた「地域アクションプラン」の3つで構成しています。



■ 総論

総論では、より多くの県民の皆様には産業振興の取り組みに参画いただき官民協働で進めていくため、県民の皆様と共有させていただく「目指す将来像」や、「計画全体を貫く目標」、「各分野の数値目標」などを掲げています。

また、目指す将来像を実現するために、SWOT 分析(本県の持つ強みや弱み、機会や脅威を整

理し、「強み」を活かし、「弱み」を逆手に取る視点から取るべき施策を導き出す分析)を行ったうえで、今後本県が目指すべき「改革のための基本方向」と、それに基づいて進める重点取り組みなどを整理しています。

■産業成長戦略

総論で示した「改革のための基本方向」を具体化する戦略として、「専門分野」と「連携テーマ」を設定しています。

専門分野は、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野で構成しており、これら専門分野間を結ぶ取り組みである連携テーマは、「地産地消・地産外商戦略の展開」「移住促進による地域と経済の活性化」「産学官連携による力強い産業の礎を築く」のほか、第3期計画で抜本強化した拡大再生産策の「担い手の育成・確保」「地域産業クラスターの形成」「起業や新事業展開の促進」の計6つのテーマで構成しています。

それぞれの専門分野等ごとに、その分野の「目指す姿」や数値目標を設定し、その実現に向けた戦略の柱や戦略目標、具体的な取り組みなどを記載しています。

そして、この具体的な取り組みの一つひとつについて、数値目標を設定したうえで、どういう取り組みを、いつ、誰が、どのような形で実施していくのか(5W1H)を記載しています。

■地域アクションプラン

地域の文化や特色といった地域性や、生活圏域、行政サービス面でのまとまりを考慮して、県内7つの地域を設定し、それぞれの地域で進める具体的な取り組みを明らかにしています。その取り組みは、「地域からの発案で提案されるもの」と「産業成長戦略を地域で具体化する取り組みとして提案されるもの」の2つに大別されます。

地域アクションプランは、地域の雇用の創出や所得の向上を目指す取り組みに対して、県が市町村との連携のもとに支援する県の計画ですが、プランの内容は、事業実施主体の行動計画としての性格を有しています。

産業成長戦略の取り組みと同様に、数値目標を設定したうえで、5W1Hを記載しています。

5 産業振興計画の効果的な推進

■官民協働、市町村との連携協調による取り組みを進める

産業振興計画は、計画の策定の段階から実行に至るまで、県民の方々や各産業に携わるの方々、民間の有識者の方々など、数多くの皆様にご参画いただいております。この「官民協働」により進めることを基本としています。

県勢浮揚を成し遂げるためには、さらに多くの皆様に産業振興の取り組みにご参画いただくことが重要です。このため、積極的な広報や、県民の皆様・産業団体の方々との対話を通して、産業振興計画の取り組みや、目指すところを丁寧に説明させていただくことにより、官民協働のさらなる推進を図っていきます。

また、この官民協働を進めていくためにも、県と市町村が現状や課題を共有し、ベクトルを合わせて取り組みを加速していくことが重要です。このため、県と市町村が両輪となって、産業振興にあたっていけるよう、さらなる連携協調を図っていきます。

なお、官民協働による取り組みを進めていくうえで、多くの皆様と成功イメージを共有させていただくことが重要となることから、第2期計画から、「目指す将来像」や「各産業分野の数値目標」などを掲げています。 ⇒19・20 ページ参照

■産業分野や段階を横断した川上から川下までのトータルプランとして策定

言うまでもなく、経済活動そのものを行うのは民間の事業者や団体、個人の皆様であり、本県の産業振興を図るうえで、多くの民間の皆様の挑戦が何よりも不可欠です。

一方、本県は、小規模で零細な中小企業が多く、また産業や技術の集積も少ないため、資金や人材、技術など、様々な経営資源が不足し、生産基盤が必ずしも十分とはいえない事業者も多くいらっしゃいます。

事業者の皆様の多様なニーズに応えていく必要があることや、本県は、全国に先駆けて人口減少や少子高齢化が進む、課題先進県であることを考えたときに、ある特定の分野だけに政策を集中させるのでは、県勢浮揚を成し遂げることはできません。

また、産業分野は多岐にわたり、またそれぞれの産業分野の中においても、生産から加工・流通・販売といくつもの段階にわたっています。しかも、経済の実態としては、こうした産業間や各段階が密接に結びついています。

このため、産業振興計画は、従来の行政の計画のような、分野ごとに分断、特化した縦割りの

計画ではなく、産業間の連携を重視し、かつ、川上から川下までの多様なニーズに対応できるよう、生産面だけでなく、ビジネスプランづくりや、商品開発、販路開拓、設備投資、担い手育成など、総合的な仕組みを用意したトータルプランとして策定しています。

県として推進体制を整えてしっかりと政策を実践し、そのうえで、多くの方々が県経済の発展に向けて力を合わせて取り組めるよう、民間や地域の方々の挑戦に対し、県としての公正性・公益性を担保しつつ、人的な側面と財政的な側面の両面で支援を行っていきます。

■PDCA サイクルにより絶えずバージョンアップを図る

どんなに計画を作っても、その計画に基づいて実際に取り組みが行われなければ、絵に描いた餅でしかありません。また、計画は様々な検討を行った上で策定していますが、実際に実行してみると、事前の見込みと違ったり、社会状況が大きく変化し、実態と合わなくなったりすることがしばしば起こります。

このため、産業振興計画では、Plan(計画)→Do(実行)→Check(検証)→Action(改善)というPDCA サイクルを絶えず繰り返すことで、計画の実効性を高めています。

具体的には、個々の取り組みについては、数値目標を設定したうえで、その取り組みの進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、四半期ごとに、点検しています。

これに加えて、政策群ごとに、各施策がうまく連携できているか、また連携の太さが十分かという視点から、ある施策で実施したことが、効果的に次の施策に繋がっているのか、一連の施策群の成果がプラスのスパイラルになり次のステージに繋がっているのか、新たな参加者が広がる形になっているのか、一連の取り組みが数値目標及び定性的な目標の達成に繋がっているのか、といった大きな視点での点検・検証も行っています。

さらに、各分野で設定した4年後の目標達成に向けては、毎年度の到達点を定め、各施策がどこまで進んでいるのか、その道筋は正しいのか、施策の投入量が足りているのか、新しい仕組みは必要ないのか、といった視点での点検・検証を行っています。

こうした様々な角度からの点検・検証を通じて、施策をより実効性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、計画自体にも改定を加えて、バージョンアップを図っています。

6 産業振興計画の推進体制

■県庁内の推進体制

産業振興計画は、農業、林業、水産業、商工業、観光、そして、地産地消・地産外商や移住促進など、振興を図る分野が多岐にわたりますので、関係する部局や関連する計画との連携を図り、全庁一丸となって推進していく必要があります。

そのための推進組織として、知事を本部長とする「産業振興推進本部」を設置し、計画全体の進捗管理や課題事項の検討・調整などを行っています。

あわせて、この推進本部の下に「関係部長会議」「高知家統一セールスキャンペーン推進本部」「幹事会」「庁内情報共有会議」を設置し、戦略についての重点的な協議や情報の共有などを行っています。

さらに、必要に応じて、「プロジェクトチーム」を設置し、関係するセクションが連携し個別のテーマについて施策の立案などの検討を行っています。

また、地域アクションプランの実行を支援するため、7つの地域に「産業振興推進地域本部」を設置しています。そこには、産業部門の出先機関や地域支援企画員等を統括する責任者（地域産業振興監）を置き、その地域における地域アクションプラン全体の推進を図っています。あわせて、個別の地域アクションプランごとに、関係機関の担当者などで構成する「地域アクションプラン実行支援チーム」を設け、地域アクションプランの実行をきめ細かくサポートしています。

■庁外委員によるフォローアップ体制

官民協働で実行する産業振興計画を、より効果的かつ実行性あるものとするため、産業団体の代表者や学識経験者、市町村長等で構成し、計画全体を受け持つ「産業振興計画フォローアップ委員会」を頂点に、専門分野を受け持つ5つの専門分野ごとの「専門部会」や、産学官連携等の連携テーマを受け持つ「連携テーマ部会」、地域アクションプランを受け持つ県内7つの地域ごとの「地域アクションプランフォローアップ会議」などを設置し、約250名の委員の方々にご参画いただき、計画の進捗状況や評価、検証、修正・追加などに関する検討を行っています。

なお、「産業振興計画フォローアップ委員会」では、平成27年度から、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」についても、産業振興計画と同様にフォローアップをしています。

第3期高知県産業振興計画フォローアップ体制

外部委員会【委員数合計 約250名】

産業振興計画フォローアップ委員会

【役割】 計画全体の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
 【メンバー】 各産業分野の団体代表者、学識経験者、市町村の代表者 など

産業成長戦略

専門部会（専門分野ごとに開催）

業農	林業	水産業	商工業	観光
【役割】 各専門分野における進捗状況の検証、評価、修正・追加について検討				
【メンバー】 フォローアップ委員会委員（関係分野）、各分野の活動実践者 など				

連携テーマ部会

取扱いテーマ

- ◆ 担い手の育成・確保
- ◆ 起業や新事業展開の促進
- ◆ 産学官連携による力強い産業の礎を築く

【役割】 産業間の連携戦略の進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる検討
 【メンバー】 各専門部会の代表 など

移住推進協議会

取扱いテーマ

- ◆ 移住促進による地域と経済の活性化

【役割】 移住促進は官民協働で取り組むべき共通テーマという認識のもと、各分野が連携・連動した効果的な戦略の検討、検証
 【メンバー】 移住に関連する業界、団体、有識者 など

地域アクションプラン

地域アクションプラン フォローアップ会議

【役割】 地域アクションプランの進捗状況の検証、評価、修正・追加にかかる協議
 【メンバー】 市町村長、関係団体の長、住民代表 など

地域本部（地域ごとに設置）

安芸	物部川	高知市	嶺北
仁淀川	高幡	幡多	

【役割】 地域アクションプランの進捗管理、総合補助金の総括、アドバイザー派遣等の企画・実施、新たな取組の発掘 など
 【メンバー】 地域産業振興監、関係先機関長、商工労働部主管課長・観光振興部地域観光課課長補佐、地域支援企画員（総括）など

地域アクションプラン実行支援チーム

【役割】 個別のプランごとのサポート など
 【メンバー】 地域本部構成機関の職員、地域支援企画員 など

産業振興推進本部

本部会議

【役割】 計画全体の進捗管理、課題事項の検討・調整 など
 【メンバー】 知事、副知事、関係部長、地域産業振興監 など

関係部長会議

【役割】 産業成長戦略に関する重点協議
 【メンバー】 知事、副知事、関係部長 など

幹事会

【役割】 推進本部の活動の補佐
 【メンバー】 産業振興推進部副部長、関係部主管課長など

高知家統一セールスキャンペーン推進本部

【役割】 外商活動戦略の効果的・効率的な展開
 【メンバー】 産業振興推進部長、関係部副部長 など

庁内情報共有会議

【役割】 計画にかかる情報共有
 【メンバー】 地域産業振興監、関係部主管課長 など

県庁内部

7 これまでの取り組みの成果と課題

■第1期計画における取り組みの成果と課題

平成21年4月にスタートした第1期計画では、「人口の減少により縮小を続ける県内市場」、「産業間連携の弱さ(資本・産業集積の乏しさ)」、「強みである第1次産業さえも弱体化」という本県の抱える根本的な3つの課題に正面から向き合い、次の3つの「改革のための基本方向」のもと、取り組みを進めました。

改革のための基本方向① 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

② 産業間連携の強化

③ 足腰を強め、新分野へ挑戦

資本の蓄積や産業の集積が乏しく、財政状況も厳しい本県において、当初は100年に1度の不況と言われたリーマンショックの影響など、かつてない極めて厳しい経済情勢の中での挑戦となりました。また、その後も、東日本大震災の発生や未曾有の円高などにより、計画で推進する外商活動や観光誘客、地域アクションプランなどの取り組みに、様々な影響を受けました。

その一方で、国への積極的な政策提言などが功を奏し生活対策・経済危機対策の臨時交付金の重点配分を受けることができたことや、国の雇用対策事業が活用できたこと、加えてNHK大河ドラマ「龍馬伝」放送による龍馬ブーム再燃などが、計画推進の大きな後押しとなりました。

こうした逆風や追い風のある中での挑戦となりましたが、第1期計画全体を見ると、本県産業の振興に向けて積年の課題に立ち向かうための仕組みが整い、県内各地で官民一体となった新たな事業が数多く動き出したところであり、県勢浮揚への挑戦の第一歩としては、一定の成果を残せたと見る事ができるものと考えています。

具体的には、「地産外商」の推進母体となる一般財団法人高知県地産外商公社を平成21年8月に設立し、首都圏の外商拠点となる「まるごと高知」を平成22年8月にオープン。県と地産外商公社の外商支援によって、外商の成約件数は平成21年度の178件(うち定番採用77件)から、平成22年度は444件(同264件)、平成23年度は1,327件(同611件)と、大きく伸びました。

観光分野では、「土佐・龍馬であい博」を産業振興計画のリーディングプロジェクトとし、官民一体で取り組んできた結果、平成22年の県外観光客入込数は435万人、観光総消費額は1,010億円と、現在の統計方法となった平成15年以降で最高となりました。

また、大きな反動減が心配された翌年も、「志国高知 龍馬ふるさと博」などの対策が功を奏し、県外観光客入込数388万人と、歴代2位という高い水準を維持できました。他にも、ものづくり地

産地消センターを平成 23 年度に設置したこと、四国内でも有数の規模となる大型製材工場の誘致が決定するなど、各分野で取り組みの進展が見られました。

また、地域アクションプランの取り組みや、平成 22 年度からスタートした本県独自の人材育成事業「目指せ！弥太郎 商人塾」などによって、産業振興計画への参加者が着実に拡大したことに加え、地域の元気な実践者の活躍の場が広がったことは、今後に向けて大きな力になるものと期待されます。

これら様々な成果もあり、県経済全体としても、これまで全国に引き離されていた有効求人倍率や業況禁断 D.I.が、この間においては全国と同様に上昇に転じるなど、良い兆しが見え始めました。

一方で、県民の皆様が県勢浮揚を実感していただけるまでの成果には至っておらず、より一層の取り組みの充実が必要でした。

⇒ 第1期計画のより詳細な総括は p.〇〇を参照

■第2期計画における取り組みの成果と課題

平成 24 年 4 月からスタートした第2期計画においては、より高いレベル、より広がりのある産業振興を目指して、さらなる挑戦を続けていくため、次の3つの視点をもって計画を進化させました。

第1の視点

「これまでの取り組みを定着、さらに成長・発展させて、より大きな産業を目指す」

産業振興の取り組みの経済効果をより大きなものにできるよう、地産外商の推進や観光の振興、県内産業の投資の誘発などによって、動き出した数々の事業を定着、さらに成長、発展させて、より大きな動き、大きな産業を目指します。

第2の視点

「将来に大きな可能性を秘めている分野に挑戦し、新たな産業集積の形成を目指す」

本県産業が長期にわたって成長、発展し続ける礎を築いていくことができるよう、企業誘致や県内産業の投資の誘発を進めるとともに、防災や新エネルギーなど、将来に大きな可能性を秘めている分野に思い切って挑戦し、新たな産業集積の形成を目指します。

第3の視点

「産業振興の取り組みをより地域地域に広げる」

地域アクションプランのさらなる推進や、中山間対策や移住促進策の抜本強化などによって、より多くの県民の皆様が産業振興の取り組みに参画いただき、地域の潜在力を引き出していくことで、その経済効果を地域地域に広げていきます。

あわせて、計画全体の見直しを行い、これまでの3つの「改革のための基本方向」に、新たに「新たな産業づくりに挑戦する」「産業人材を育成・確保する」の2つを加え、さらに、平成25年度の第2期計画 ver.2からは、「移住促進により、活力を高める」を加えて、6つの基本方向により、取り組みを進めました。

その結果、県と地産外商公社の外商支援による成約件数は平成26年度には4,393件と、平成21年度の約25倍に、また、ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による受注金額は平成27年度の見込みが36億円と、平成24年度の約14.4倍となるなど、飛躍的に拡大してきました。

さらに、観光振興では、県外観光客入込数が平成25年・26年・27年と3年連続で400万人を超え、400万人が定着してきたところです。

こうした取り組みを通じて、県が定量的に把握できるものだけでも約5,500人の雇用が生まれていますし、それ以外にも、観光振興や地産外商の拡大による効用創出効果も見込まれます。また、長年にわたって、生産年齢人口の減少に連動する形で減少傾向にあった各分野の産出額等は、平成23年前後をターニングポイントとして、上昇傾向に転じるとともに、長らく0.5倍程度であった有効求人倍率も、平成27年に1倍を超え、平成28年1月には過去最高の1.05倍に達するなど、経済全体としてもよい方向に向かっているものと見られます。

しかしながら、正社員の有効求人倍率は、過去最高とはいえ、いまだ0.6倍にとどまっており、地域間や職種間の求人の格差も大きいなどの課題があります。

また、産出額などが上昇に転じたものの力強さが欠ける分野や、地産外商の成果が拡大再生産に十分につなげていない分野も見受けられます。

さらに、本県の人口の社会減は、過去の景気回復局面に比して2分の1程度に縮小しているものの、いまだ人口減少の負のスパイラルは続いており、地域に残りたいと願う若者の希望を十分にはかなえる状況には至っていません。

このため、第3期計画では、これまでの2期、7年間の取り組みを土台として、飛躍への挑戦を新たなステージへ引き上げ、県勢浮揚を目指して、さらなる官民協働、市町村との連携協調により、取り組みを進めていきます。

Ⅱ 第3期計画の推進

1 第3期計画の戦略の方向性

■「地産外商」の取り組みをさらに強化し、その流れをより力強い「拡大再生産」の好循環につなげることを目指す

県勢浮揚を成し遂げるためには、これまでの産業振興計画の取り組みを通じて、拡大してきた「地産外商」を、さらにより確実に「拡大再生産」につなげられるかどうかポイントとなります。

このため、第3期計画では、「地産外商」の取り組みをさらなる「地産」の強化に向かわせ、それがさらに「外商」の拡大につながるという「拡大再生産」の力強い好循環を作り出すことを目指します。

特に、この力強い「拡大再生産」に向けて、次の3つのポイントで施策を抜本強化します。

<ポイント①> 担い手の育成・確保（時間軸的な拡大再生産を目指す取り組み）

各産業分野の担い手不足がさらに深刻化している状況を踏まえ、移住施策とも連動し、後継者や担い手の育成・確保対策に一層取り組む。

<ポイント②> 地域産業クラスターの形成（量的な拡大再生産を目指す取り組み）

地域において持続的な雇用とより大きな経済波及効果を創出するため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせ、地域地域に「第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター」（地域産業クラスター）を意図的に生み出す。

<ポイント③> 起業や新事業展開の促進（質的な拡大再生産を目指す取り組み）

地域の持続的な発展をもたらすためには、継続的に新たな挑戦が行われる環境を醸成していくことが重要であるため、起業や新事業展開の促進を図る。

この拡大再生産に向けた3つのポイントに全力で取り組むことにより、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事を創出し、若者が地域地域で働き続けられる土壌を作っていくことを目指していきます。

2 第3期計画で掲げる目標

①産業振興計画の推進によって目指す将来像(成功イメージ)

『地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」』

より多くの県民の皆様には産業振興の取り組みに参画いただき、官民協働で進めていくために、第2期計画より目指す将来像として掲げている「地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける「高知県」」の実現に向け、引き続き、官民協働、市町村との連携協調により、全力で取り組みます。

なお、この将来像には、「人口減少による県内経済の縮みという本県が抱える積年の課題への対応策として、第一次産業から第三次産業までの『地産』を強化し、県外や海外市場に向けた『外商』に取り組むことで、県内の産業を持続させたい、地域地域に魅力ある働く場を創出したい」、このことにより「次代を担う若者が、地域地域で誇りと志を持ち、産業の新たな担い手となって活力が保たれる高知県にしていきたい」という思いが込められています。

②計画全体を貫く目標

産業振興計画の取り組みの効果を測るため、「人口の社会増減」「雇用創出数」「県際間の収支」の3つの指標それぞれについて、4年後・6年後・10年後(注1)の目標を設定し、到達状況を検証していきます。

《目標1》4年後に人口の社会増減(転入数と転出数の差による増減)をゼロにする

＜H21～H27の社会増減(H22を除く平均) ▲1,966人＞

⇒6年後・10年後 社会増減のプラスを定着させる

《目標2》若者が誇りと志を持って打ち込める魅力ある仕事をつくる

4年間で4,000人の雇用(定量的に把握できるもの)を創出する

(+定量的に把握できないものの観光振興や地産外商の拡大による雇用創出が見込まれる)

＜第1期、第2期計画に期間における雇用創出 5,491人＞

⇒6年後 雇用創出 6,000人

⇒10年後 雇用創出 10,000人 ※いずれも平成28年度からの累計

《目標3》県際間の収支を改善する

産業振興計画の取り組みによる4年後の移輸出額の増加効果をプラス700億円にする

＜平成17年の県際収支 ▲6,628億円＞

⇒6年後 プラス1,000億円

⇒10年後 プラス1,600億円 ※いずれも産業連関表を用いた推計値

この3つの目標に加えて、県民経済計算による「県民所得」についても、結果の公表が2年遅れであることや、外部要因の影響を大きく受けることから、目標として掲げませんが、産業振興計画の推進によって着実な伸びを目指していきます。

その他、「現金給与総額」「日銀短観の業況判断D. I.」「日銀短観の設備投資計画」「有効求人倍率」「県内総生産」などの指標についても、全国との比較や経年の変化を見ていくことで、計画の効果を検証し、施策等の改善につなげていきます。

注1) 「4年後目標」は第3期計画の終期(平成31年度)における達成目標、「6年後目標」は第2期計画で設定した10年後目標(H33年度)の検証、「10年後目標(H37年度)」は第3期計画における中長期的な視点としての目標として、それぞれ設定

この「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」の実現に向けて、各分野においても、これに連なる「4年後・6年後・10年後の目標」「分野の目指す姿」を掲げて取り組みますが、その際、特に、次のことを意識して各施策を進めていきます。

◎.学びの段階から事業化までのサポートにより、実践者のチャレンジを 応援する

様々なチャレンジを応援するため、各分野において、多様な支援メニューを取り揃え、個々のニーズにあったメニューを選択できる環境をより充実させ、「全国一学びの機会が多い県」、また、「全国一サポート体制が整った県」となることを目指していきます。

③各分野における目標

「計画全体を貫く目標」と同様に、各分野の目標においても、「4年後」「6年後」「10年後」の目標を設定し、到達状況を検証していきます。

なお、掲げた数値目標は、官民が共有して、何としても成し遂げるという強い思いを持ち、取り組もうとするものですが、世界経済や社会情勢などの環境に大きな変化があり、目標の前提が大きく変わった場合は、柔軟に対応することが必要だと考えられます。

国全体の人口が減少し、国内市場がますます縮む中で、現状を維持すること自体、簡単なことではありません。まして、増加を目指すことは大変困難なことだと考えています。

しかし、第1期・第2期計画の取り組みを通じて、生産年齢人口が減少する中であっても、各分野の産出額等が増加傾向に転じ、成長軌道に乗ってくるという形で、一定、局面が変わってきました

た。多くの皆様と「やればできる」という思いを共有させていただき、第3期計画に掲げた目標の達成に向け、官民一丸となって挑戦を続けます。

産業振興計画の目指す将来像の具

目指す将来像

地産外商が進み、地域地域で若

目指す将来像の具

戦略

地産外商を強化し、さらに拡大

若者の県外流出を防止する、
県外からの流入を促進する

若者が志を持って打ち込
魅力ある仕事をつく

NEW !

目標年次の意味

- ◆4年後目標
||
第3期計画の終期に
おける達成目標
- ◆6年後目標
||
第2期計画で設定した
10年目標の検証
- ◆10年後目標
||
第3期計画における
中長期的な視点の目標
(かくありたい数字)

計画全体を貫く目標 ①

総合戦略に掲げた目標 (2040年に年間
1,000人の社会増) の達成に向けて、

■ 4年後に人口の社会増減(転入数と
転出数の差による増減)をゼロにする

※ H21~H27の社会増減 (H22を除く平均)
▲1,966人

6年後：社会増減のプラス
10年後： を定着させる

計画全体を貫く目標 ②

■ 4年間で4,000人の雇用 (定
できるもの) を創出する

(+ 定量的に把握できないものの観
地産外商の拡大による雇用創出)

※第1期・第2期計画期間における雇用創出5,

6年間：雇用創出 6,
10年間：雇用創出10,
※いずれもH28からの累計

◎ 全国一学びの機会が多い県を目指す

学びの段階から事業化までの
実践者のチャレン

	農業分野	林業分野	水産業分野
分野の 目指す姿	地域で暮らし稼げる農業	山で若者が働く、 全国有数の国産材産地	若者が住んで稼げる元気な漁 村
目標 項目	農業産出額等 NEW ! 農業生産量 ※野菜主要11品目	原木生産量 木材・木製品 製造業出荷額等	漁業生産額 ※サンゴ除く 水産加工 出荷額
10年後 (H37)	1,150億円 以上	13.3万t 以上	90万m ³ 以上
6年後 (H33)	1,090億円 以上	12.2万t 以上	81万m ³ 以上
4年後 (H31)	1,060億円 以上	11.6万t 以上	78万m ³ 以上
現状	965億円 (H26)	9.5万t (H26)	61万m ³ (H26)
2期計画 発射台	930億円 (H22)	—	40.4万m ³ (H22)
			256億円 以上
			232億円 以上
			220億円 以上
			490億円 以上
			220億円 以上
			476億円 以上
			203億円 以上
			460億円 以上
			200億円 以上
			446億円 (H25)
			184億円 (H25)
			428億円 (H21)
			160億円 (H21)

来像の実現に向けた取り組み

地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

す将来像の実現！

さらに拡大再生産の好循環へ！

を持って打ち込める
る仕事をつくる

貫く目標 ②

0人の雇用（定量的に把握
を創出する

できないものの観光振興や
大による雇用創出が見込まれる

間における雇用創出5,491人

：雇用創出 6,000人

：雇用創出10,000人

れどもH28からの累計

県際間の収支を改善する

計画全体を貫く目標 ③

第2期計画スタートから3年間で約508億円の増加（試算値）
第3期計画ではさらに上乗せを目指す

■産業振興計画の取り組みによる4年後
の移輸出額の増加効果をプラス700億円
にする

※H22年 移輸出額 6,690億円
県際収支（移輸出額－移輸入額） △6,628億円

6年後：プラス1,000億円

10年後：プラス1,600億円

※いずれも産業連関表を用いた推計値

県民所得の向上

県民所得については、結果の公表が2
年遅れであること、
外部要因の影響を大
きく受けることから、
目標として掲げませ
んが、計画の推進に
よって着実な伸びを
目指します。

事業化までの多様なサポートにより、
者のチャレンジを応援する

◎全国一サポート体制が整った県を目指す

分野	商工業分野	観光分野	地産地消・地産外商 戦略（食品分野）	移住促進
元気な漁	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	世界に通用する「本物と出会 える高知観光」の実現	・素材を生かした加工 立県 ・県産品が全国ブラン ドに	移住者と一緒に 創る元気な地域
水産加工 出荷額	製造品出荷額等	県外観光客 入込数	食料品製造業 出荷額等	県外からの 年間移住者
220億円 以上	7,000億円 以上	470万人 以上	1,085億円 以上	3期計画の取 組による成果 を踏まえて 設定
203億円 以上	6,400億円 以上	450万人 以上	1,035億円 以上	
200億円 以上	6,000億円 以上	435万人 以上	1,000億円 以上	
184億円 (H25)	5,260億円 (H26)	408万人 (H27)	892億円 (H26)	
160億円 (H21)	4,681億円 (H22)	388万人 (H23)	861億円 (H22)	
		観光総消費額		1,000組 以上
		470万人 以上		403組 (H26)
		450万人 以上		120組 (H23)
		435万人 以上		
		408万人 (H27)		
		388万人 (H23)		

※農業分野の「農業生産量」の目標は、野菜（主要11品目）のほか、果樹（主要2品目）、花き（主要3品目）、畜産（あかうし飼養頭数）を設定しています
※水産業分野の目標は、第2期計画では「沿岸漁業生産額」でしたが、第3期計画では「漁業生産額（サンゴ除く）」に変更しています
※地産地消・地産外商戦略（食品分野）の目標である「食料品製造業出荷額等」は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額の合算としています

3 本県産業の内的要因・外的要因(SWOT分析)

本県の厳しい経済の状況を抜本的に変えていくためには、まずは本県の強みとするところを今一度見つめ直し、弱みを洗い直したうえで、強みの持つ潜在力を活かして、弱みを補いながら、さらに伸ばせるところ、可能性のあるところに資源を集中していく必要があります。

計画の実行によって得られた成果や残された課題、本県を取り巻く社会経済情勢の変化などを踏まえて、改めて本県の強み(S)・弱み(W)・機会(O)・脅威(T)の4要因による分析(SWOT分析)を行い、第3期計画に反映しました。

(1) 本県の強み

- ・【食】全国トップレベルの食、多様な一次産品
- ・【自然と歴史】日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出
- ・【人・技術力】明るい県民性、独自の技術力を持つ地場企業、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり、志ある実践者の増加、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

■食：全国トップレベルの食、多様な一次産品

本県は、温暖な気候や全国トップクラスの年間日照時間と年間降水量³からもたらされる多様な農畜産物や水産物に恵まれており、「地元ならではのおいしい食べ物が多い都道府県ランキング」で全国トップクラスという評価を得ています。

- ・土地生産性(耕地面積 1ha あたりの農業産出額)
全国第 5 位⁴
- ・全国シェアトップクラスの農作物(表1)
- ・環境保全型農業の先進的取り組み
- ・大手旅行情報誌の宿泊旅行アンケート調査⁵
『地元ならではのおいしい食べ物が多かった
都道府県』
高知県 平成 20、21 年 全国第 2 位
平成 22、23、24、26、27 年 全国第 1 位

表 1 高知県の主要品目の全国における位置づけ

品目名	出荷量	全国シェア	全国順位
ナス	38,500t	15.5%	1位
キュウリ	24,200t	5.2%	6位
ピーマン (シトウを含む)	13,100t	10.3%	3位
シトウ	3,050t	45.2%	1位
ミョウガ	4,671t	83.3%	1位
ニラ	15,500t	27.9%	1位
オクラ	1,946t	17.3%	2位
ショウガ	16,100t	41.2%	1位
ユズ	10,138t	51.8%	1位
ブント	9,547t	93.5%	1位
日向夏(小夏)	1,677t	29.4%	2位
ユリ	1690 万本	11.7%	2位

野菜・花き：平成 26 年産（ミョウガ、オクラは平成 24 年産）
果樹：平成 25 年産

³ 社会生活統計指標－統計でみる都道府県のすがた 2015－（総務省）

⁴ 同上

⁵ じゃらん宿泊旅行調査 2008、同 2009、同 2010、同 2011、同 2012、同 2014、同 2015（株式会社リクルートライフスタイル）

■ **自然と歴史**：日本一の森林率、多様で豊富な自然、多くの偉人を輩出

本県は、全国的な知名度を有する自然に恵まれ、環境保全の取り組みも全国に先駆けて進めています。

- ・四万十川：『もともと自然が残っていると考える日本の川』13年連続第1位⁶
- ・仁淀川：『平均水質(BOD値)が最も良好な河川』に直近3年連続第1位⁷
- ・全国トップクラスの年間日照時間(平成25年 全国第3位(2,373時間))、年間降水量(平成25年 全国第5位(2,327mm))
- ・森林資源：森林面積が県土の面積の84パーセント(森林率全国第1位)
- ・環境のトップ・プランナー：
全国に先駆けた森林環境税の導入や環境先進企業との協働の森づくり事業などの取り組みを通じた森林の整備、カーボン・オフセットなどCO₂削減の仕組みづくり
- ・室戸ジオパーク：世界ジオパークネットワークへの加盟(平成27年9月再認定)

また、本県には全国の人々を魅了する歴史もあります。

- ・明治維新：『一緒に旅してみたい歴史上の人物』第1位⁸ 坂本龍馬
『上司にしたい幕末の有名人ランキング』第1位⁹ 坂本龍馬
- ・四国八十八箇所霊場と遍路道(平成27年4月日本遺産(文化庁)に認定)
- ・高知城、坂本龍馬記念館など、10を超える歴史観光スポット

■ **人・技術力**：明るい県民性、独自の技術力を持つ地場企業、これまで築き上げてきた県外や海外とのつながり、志ある実践者の増加、過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

高知県は、「おいしい食」や「豊かな自然」など、たくさんの魅力がありますが、一番の魅力は「高知県人の家族のような温かさ」です。

- ・「高知の人は、明るくて元気だと思いますか」というアンケートに、大いに、やや・ある程度そうだと答えた人：73.8%（平成25年土佐経済同友会アンケート）

こうした高知県の魅力を「高知家」プロモーションを通して、全国に向けて発信しています

- ・都市部住民5,000人に対して行った平成27年度のアンケート調査(平成27年9月)では、高知県への愛着度・好感度は56.7%、行きたい度は53.5%、住みたい度は16.7%、5年以内に高知県に来たことがある方になると、愛着度・好感度は84.4%、行きたい度は79.4%、住みたい度は35.2%へ上昇

また、高知県人は、よさこい祭りに代表される活力も合わせ持っています。

- ・よさこい鳴子踊り：国内では全国42都道府県、204の祭りで演舞される
海外では17カ国、19チームが活動中

また、多くの著名な漫画家を輩出していることでも知られ、高知にはまんが文化を育む土壌があると言えます。

⁶ 水にかかわる生活意識調査 1997～2009年（ミツカン水の文化センター）

⁷ 全国1級河川平均水質ランキング 平成24～26年度（国土交通省）

⁸ 情報検索サイト「goo」2011年7月調査

⁹ 情報検索サイト「goo」2010年6月調査

- ・「まんが甲子園」：毎年8月、全国の高校生を対象に本県で開催
- ・まんがやキャラクターをテーマとした施設¹⁰

製造業の分野では、伝統的な技術の応用や先進的な技術の開発などにより独自の分野を切り拓いた機械工業や紙産業にみられるように、先見性・創造力ある優れた人材や先進的な技術力を有しています。

- ・ニッチな分野¹¹で全国的、世界的シェアを誇るキラリと光る地場企業の技術¹²
(高知では18の日本一)

また、たびたび本県を襲ってきた台風や地震など、過去の自然災害の経験や教訓により培った防災に関する知識や技術があります。さらに、地産外商や観光をはじめとする産業振興の取り組みを通して、志のある実践者が増加するとともに、県外や海外とのつながりが築き上げられ、本県の強みが増しています。

このように、本県にはおいしい食、豊富な自然や歴史資源、優れた人材や技術力があります。しかしながら、本県産業をさらに力強いものにしていくためには、こうした「食」「自然と歴史」「人・技術力」の強みをより一層活かしていく必要があります。

(2) 本県の弱み

- ・【人口問題】 少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の流出、中山間地域の衰退
- ・【地理的ハンディ】 大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在
- ・【経済体質】 小規模・零細事業者が多い、製造業分野での産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加

■人口問題：少子化・高齢化の加速、県内経済規模の縮小、担い手の不足、若者の流出、中山間地域の衰退

本県では、人口が全国に15年先行して自然減(図7)となり、高齢化率(図8)の上昇でも10年先行しています。

また、中山間地域を中心に総人口そのものも減少が続いており、必然的に県内市場は縮小を続けています。

2040年までの県人口の将来推計(図9)では、若者や働き盛りの世代を中心に全体の約30%

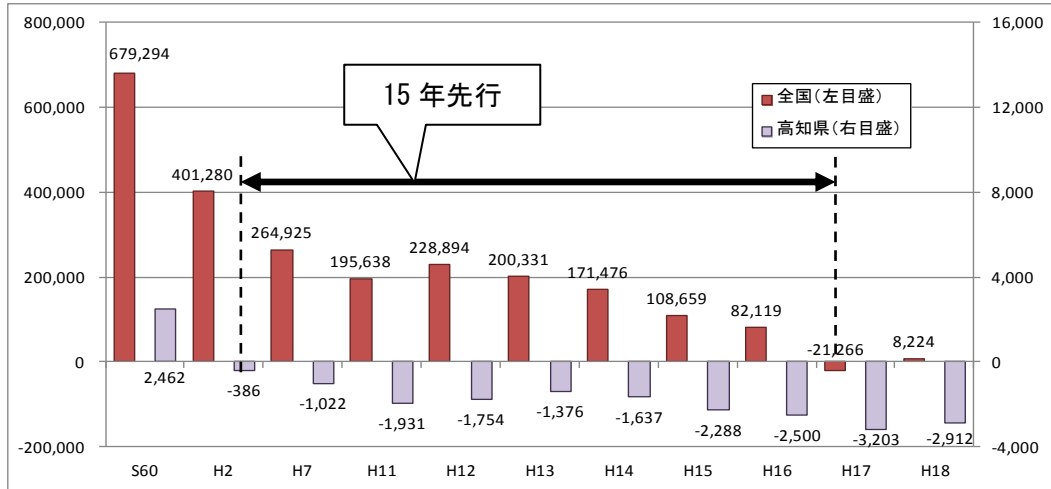
¹⁰ 高知市の「横山龍一記念まんが館」、香美市の「やなせたかし記念館・アンパンマンミュージアム」等

¹¹ ニッチとは「隙間」の意味で、大企業がターゲットとしないような小さな市場や、潜在的にはニーズがあるが、まだビジネスの対象として考えられていないような分野

¹² 四国経済産業局「四国が一番 四国が誇る日本一・世界一(平成16年度版)」生産シェア等が日本一・世界一である製品

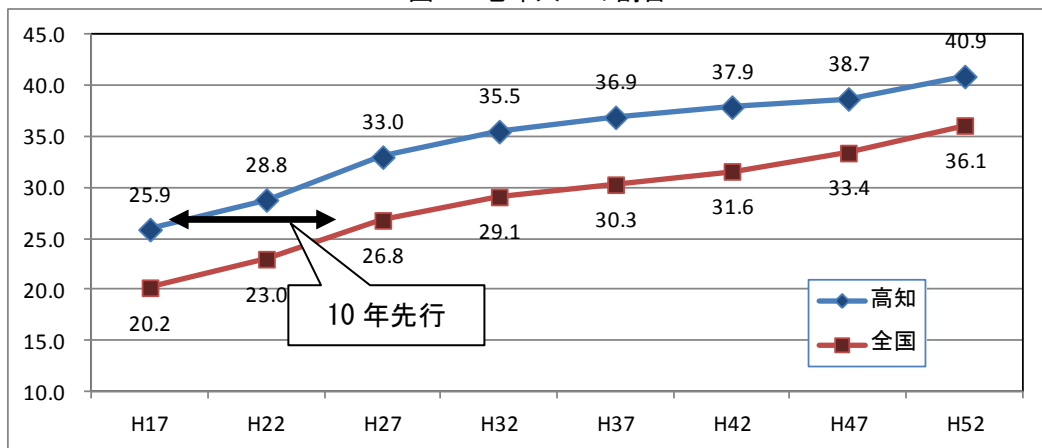
にあたる、およそ 23 万人の人口が減少すると見込まれる一方で、今後も相対的な高齢者の割合はますます高くなります。

図 7 人口自然増減数



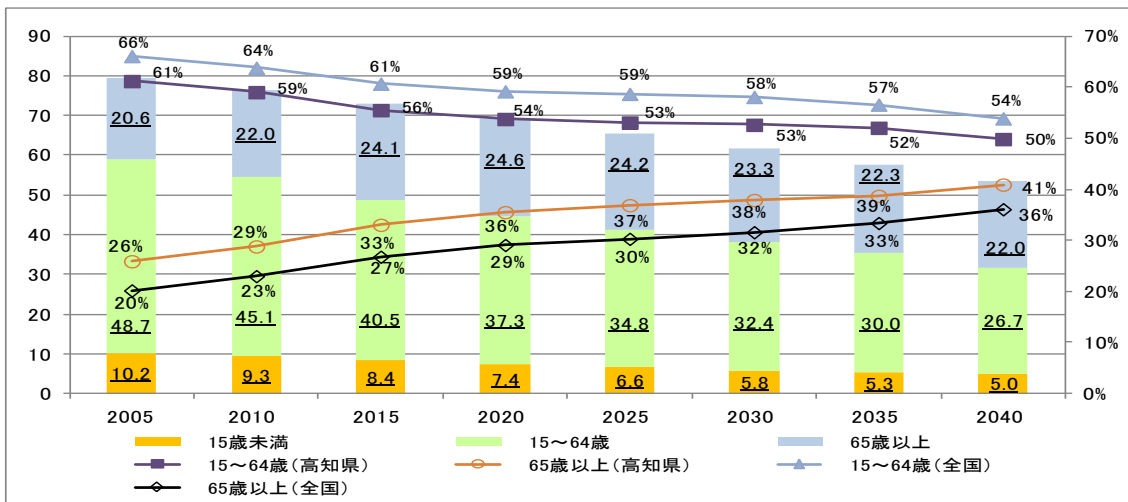
出典：人口動態調査（厚生労働省）、人口移動調査（高知県）

図 8 老年人口の割合



出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25, 3）（国立社会保障・人口問題研究所）

(万人) 図 9 高知県の将来人口推計



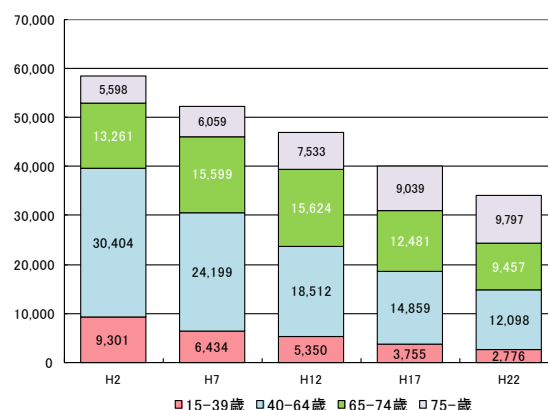
出典：国勢調査（総務省）（H17, 22）、日本の地域別将来推計人口（H25, 3）（国立社会保障・人口問題研究所）

こうした少子化・高齢化の進行による影響は様々なところに及んでおり、例えば実際に県内の年間商品販売額(p.3 図 5 参照)は、平成9年に2兆円程あったものが平成 19 年には1兆6千億円程に減り、この 10 年間で20%も減っています。将来の人口推計に照らせば、県内市場は、今後も縮小を続けていくことが予想されます。

本県の強みとなっている食や自然の豊かさは、本県の基幹産業である第一次産業によって支えられていますが、就業人口の減少や高齢化が進んでいることが問題となっています。

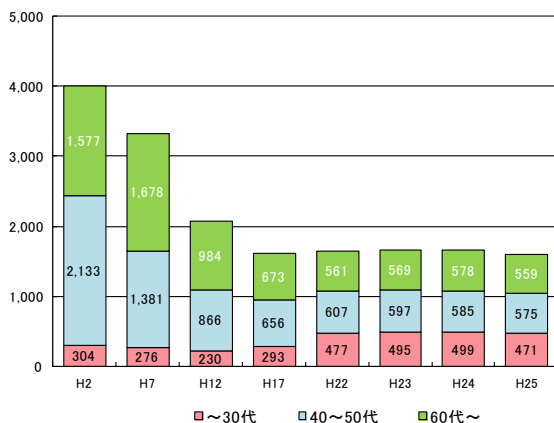
産業振興計画の取り組みにより、第一次産業の新たな担い手の確保につながるといった成果も一定表れていますが、依然として多くの若者の県外流出が続き、第一次産業だけでなく、第二次産業、第三次産業においても、担い手不足がより深刻になっています。各産業での担い手の育成・確保を進めるとともに、若者に県内にとどまていただくために、県内に多様な仕事を生み出す必要があります。

図 10 農業就業人口の推移



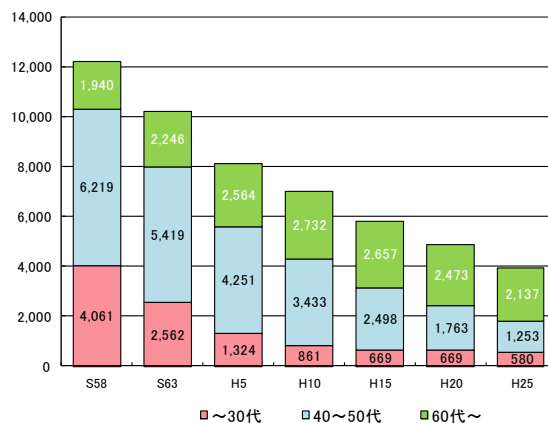
出典：農林業センサス

図 11 林業就業者数の推移



出典：県林業振興・環境部林業労働力調査

図 12 漁業就業者数の推移



出典：漁業センサス

■地理的ハンディ：大消費地から遠距離、県内各地に観光スポットが点在

本県は、東京や大阪など人口が集中する大消費地から遠いうえに、中山間地域が県土の約 9 割を占め、大規模に生産できる平野が少ないという地理的、地形的なハンディキャップがあります。このため、大消費地への物流コストがかさむことや生産規模が小さいためにロットが揃いにくいという弱点があります。

加えて、県内の道路や公共交通網の整備が十分でなく、県内各地に点在している景勝地や観光施設、体験スポットなどを効率よく巡ることが難しいといった点で課題があります。

■**経済体質**：小規模・零細事業者が多い、製造業分野での産業集積度が低い、食料品出荷額が少ない、休廃業・解散の増加

また、本県は、食品加工産業の集積に乏しく、その多くは小規模であることから、第一次産業の強みを生かした食品加工への展開、食品周辺の産業への波及が弱く、一部の工程をわざわざ県外で加工せざるを得ないなど、機会損失も生じています。また、機械系のものづくりの分野ではニッチな分野で活躍し

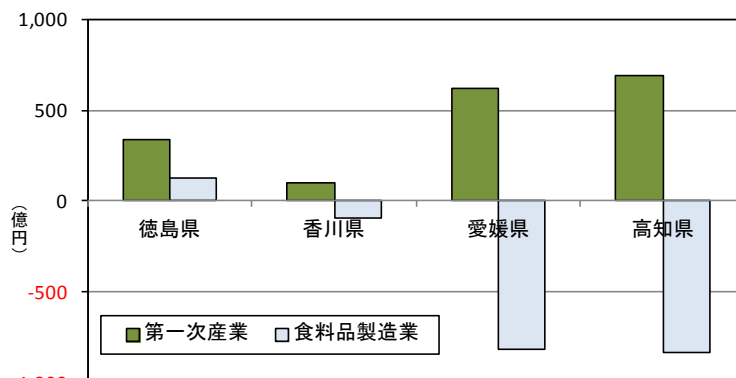
ている企業はあるものの、基幹的な産業の集積、技術の集積が弱く、特に製造業の層の厚みに乏しいのが現状です。

その結果、第一次産業に関連が深く、その強みを最も活かせると考えられる食料品製造の分野における県際収支(図13)が、大幅な移輸入超過(赤字)となっています。

さらには、県際収支全体(図14)を見てみますと、本県は約6,700億円の移輸入超過となっており、縮小した県内市場において、県外資本に大きく食い込まれている状況です。

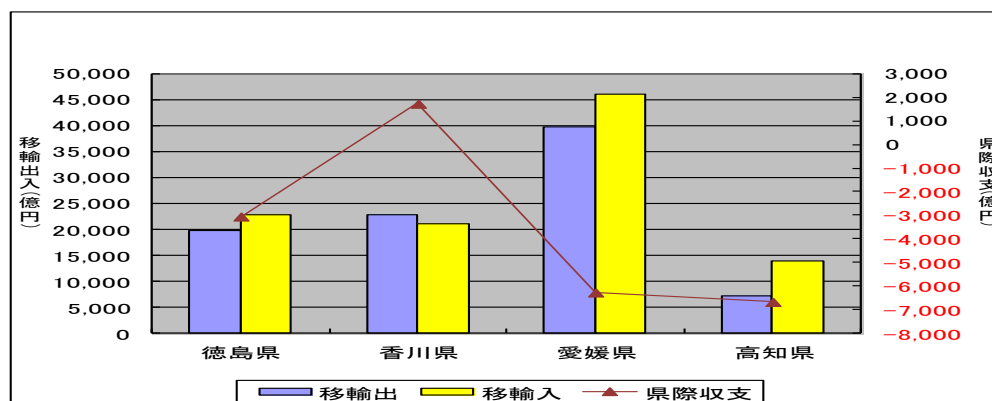
また、休廃業・解散の件数は増加傾向にあり、このままでは多くの働く場が失われてしまいます。

図13 四国4県の県際収支(第一次産業、食料品製造業)



出典：産業連関表(平成17年)

図14 国4県の移輸出・移輸入額



出典：産業連関表(平成17年)

(3) 機会(チャンス)とすべき世界の潮流や全国の趨勢

- ・【消費者マインド】消費者ニーズの多様化、防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり、心の豊かさへの意識の変化
- ・【全国的な社会・経済情勢】全国的な高齢化の進行、ICTの多面的な活用、大学の地域貢献、歴史イヤー（大政奉還150年、明治維新150年）、防災対策の強化
- ・【国際化】訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の来航増など）、日本食ブーム、TPP（輸出の促進）

■消費者マインド：消費者ニーズの多様化、防災意識の高まり、食の安全・安心志向、健康志向、移住への関心の高まり 心の豊かさへの意識の変化

平成23年3月に発生した東日本大震災をはじめ、土砂災害や噴火などの自然災害や異常気象により、全国的、世界的に防災の意識が高まっています。

こうした中、本県では、台風や南海地震といった自然災害の経験を防災に生かしてきた知識や経験により、これまでの取り組みのなかで防災関連産業が振興してきています。

また、国内外で頻発する食品偽装問題などの影響により、消費者の食の安全・安心へのニーズが高まっています。また、高齢者の増加や疾病予防に重点を置いた購買・消費動向への変化により、健康的な食生活への志向が強まっています。

その上近年の田舎暮らしやスローライフへの関心の高まりなどから移住への関心も高まっています。本県の強みや魅力を存分に活かし、全国に情報発信することで高知ファンや移住に関心のある方を増やし、本県への移住に結び付け、地域や経済の活性化につなげるチャンスだと言えます。

また、近年「モノの豊かさ」より「心の豊かさ」を求める人の割合が増えており、地域に貢献したいという志を持った方に本県の担い手として活躍していただけるチャンスだと言えます。

■社会情勢：全国的な高齢化の進行、ICTの多面的な活用、大学の地域貢献、歴史イヤー、防災対策の強化

今後、大都市圏においては、より多くのリタイアメント層が生じることが見込まれます。本県は、全国に10年先行して高齢化が進んでおり、今後、高齢者の減少も見込まれることから、大都市圏からリタイアメント層を受け入れる余地が大きいという意味では、これは大きなチャンスと見ることもできます。

リタイアメント層の受け入れによって、経済波及効果だけでなく、医療や福祉、介護などの関連サービスの振興と雇用の創出が期待されます。さらに、近年のCCRC（Continuing Care Retirement Community）へのトレンドから、都会のアクティブシニア層を地方に呼び込む流れが生まれれば、このチャンスはさらに拡大していくと考えられます。

大学においては、地域や民間との連携を促進する専門の機関を設け、それぞれの得意分野や

最先端の研究活動を実用化につなげるとともに、地域における専門人材の育成に取り組むなど、地域貢献につながる取り組みを積極的に進めており、こうした機会を各産業分野に活かしていく環境が整いつつあります。

また、様々な分野でICTの活用が進んでおり、ICTを活用して、売り上げを大きく伸ばす企業も増えていきますし、業務のアウトソーシングやアプリの開発など、様々な新しい仕事も増えてきています。こうした仕事は中山間地域でも作っていくことが可能です。また、本県の様々な分野での生産にICTを取り入れることにより、生産性の向上を図っていくことが期待されます。

■国際化：訪日外国人観光客の増加(クルーズ船の来航増など)、日本食ブーム、TPP(輸出の促進)

近年、日本を訪れる外国人観光客の数は毎年増加しており、それにともない、本県の外国人観光客の数も年々増加しています。

本県では、外国クルーズ客船の寄港が大幅に増加するなど、これまで以上に様々な国からの外国人観光客が訪れています。外国人の満足度をさらに高めるべく、多言語化やおもてなしなどの受入環境を整備し、さらに外国人のニーズに応じた旅行商品づくりを進めることで、本県の外国人観光客の飛躍的な増加を図ることができると考えられます。

また、本県産品の海外への外商については、TPPによる関税の撤廃や外国人の日本食ブームなどが追い風となり、さらに加速することが期待されます。

(4) 脅威となる社会経済の動向

- ・【全国的な社会・経済情勢】TPP(安い輸入品が流入する可能性)、全国的な人手不足
- ・【地域間競争】県外製品や小売の県内進出、地域間競争の激化

■全国的な社会・経済情勢：TPP(安い輸入品が流入する可能性)、全国的な人手不足

平成26年の日本の貿易総額(輸出額と輸入額の合計)約159兆円は、同年の日本の国家予算(約96兆円)を大きく上回り、中国、アメリカ、ドイツに次ぐ世界第4位の規模となっています。貿易総額は国内外の様々な経済動向の影響を受け増減を繰り返してきました。経済のグローバル化が進み、世界のどこかの国で顕在化した影響が、少なからず日本にも波及する状況となっており、世界経済が不安定な中、今後も日本経済への様々な影響が懸念されます。

また、平成27年10月のTPPの大筋合意を受けて、関税の撤廃などにより、これから県産品の海外へのさらなる販路開拓に有利になると考えられますが、一方で、農林水産物の生産の減少をもたらすと予想されます。なおかつ、安価な外国産品の流入による価格低下など、現段階では量的に見通せない影響も生じる可能性があります。また、特に本県の場合は、中山間地域が多いといった厳しい実情もあります。

こうした脅威に立ち向かっていくためにも、第一次産業などの取り組みをさらに力強く展開して

いく必要があると考えています。

■**地域間競争：県外製品・資本の流入、地域間競争の激化**

インターネットなどのICT(情報通信技術)の普及は、人・物・情報の交流の飛躍的な進展をもたらしましたが、その一方で、近隣地域だけでなく全国や海外との競合を余儀なくされ、様々な県外製品や資本が流入し、様々な分野で厳しい集客交流競争や産地間競争にいや応なく巻き込まれるという状況も生み出しています。

また、人口減少を抑制するために、移住促進に力を入れる自治体も増えてきました。

このため、他地域との競争を常に意識し、外からの視点や他地域の情報などを積極的に収集し、本県の魅力を打ち出していけるよう、これらを踏まえた取り組みが求められています。

4 第3期計画の基本方向

(1)改革のための5つの基本方向

- ① 高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させ、「地産」をさらに強化する
- ② 「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する
- ③ 「地産」「外商」の成果を「拡大再生産」につなげる
 - 担い手を育成・確保する
 - 地域産業クラスターを形成する
 - 起業や新事業展開を促進する
- ④ 産業人材を育成する
- ⑤ 移住促進により、活力を高める

本県産業をさらに力強いものにしていくためには、ここまで見てきたような「強み」「弱み」「機会(チャンス)」「脅威」とその組み合わせを整理し、さらなる体質強化を図る戦略を導き出すことが重要です。

そのうえで、それらの戦略に沿って、本県が目指すべき姿に向けてのこれまでの取り組みを徹底的に検証し、その対策として欠けていた点、手が届いていなかった点を明らかにして、所得の向上や雇用の創出につながる思い切った対策を講じなければなりません。

これまでの考察から、今後本県が目指すべき基本方向について、別表(SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」)のとおり整理できるものと考えられます。

なお、第3期計画の策定に際し、SWOT分析を再点検した結果、新たに地産、外商、拡大再生産それぞれの整理による3つの基本方向へ改編し、現行の「産業人材の育成」「移住促進により、活力を高める」を合わせ、5つの基本方向を導き出しました。

〈別表〉

SWOT分析と「改革のための5つの基本方向」

-SWOT分析-



O 機会

Opportunities

消費者マインド	全国的な社会・経済情勢	国際化
<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの多様化 防災意識の高まり 食の安全・安心志向 健康志向 移住への関心の高まり 心の豊かさへの意識の変化 	<ul style="list-style-type: none"> 全国的な高齢化の進行 ICTの多面的な活用 大学の地域貢献 歴史イヤー 防災対策の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人観光客の増加（クルーズ船の来港増など） 日本食ブーム T P P（輸出の促進）

S Strengths 強み

- 食**
 - 全国トップレベルの食
 - 多様な一次産品
- 自然と歴史**
 - 日本一の森林率
 - 多様で豊富な自然
 - 多くの偉人を輩出
- 人・技術力**
 - 明るい県民性
 - 独自の技術力を持つ地場企業
 - （これまで築き上げてきた）県外や海外とのつながり
 - 志ある実践者の増加
 - 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術

W Weaknesses 弱み

- 人口問題**
 - 少子化・高齢化の加速
 - 県内経済規模の縮小
 - 担い手の不足
 - 若者の流出
 - 中山間地域の衰退
- 地理的ハンディ**
 - 大消費地から遠距離
 - 県内各地に観光スポットが点在
- 経済体質**
 - 小規模・零細事業者が多い
 - 製造業分野の産業集積度が低い
 - 食料品出荷額が少ない
 - 休廃業・解散の増加

高知県の強みを活かし、

S 多様な一次産品/全国トップレベルの食	O 食の安全・安心志向/ICTの多面的な活用/大学の地域貢献	→	新技術の導入等により、高品質・高収量化を図り、第一次産業を強化する	基本方向 1
S 全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/多くの偉人を輩出	O 外国人観光客の増加/歴史イヤー/食の安全・安心志向	→	本県の強みをいかした観光商品をつくり、県外・海外から観光客を呼び込む	基本方向 1・2
S 過去の自然災害から得た防災に関する知識・技術	O 防災意識の高まり/防災対策の強化	→	南海トラフ地震対策の加速化とあわせて防災関連産業を振興する	基本方向 1・2
S 全国トップレベルの食/独自の技術力を持つ地場企業/県外や海外との繋がり	O 食の安全・安心志向/T P P（輸出の促進）/日本食ブーム	→	本県の強みを生かして全国・海外に外商を展開する	基本方向 2
S 全国トップレベルの食/多様で豊富な自然/明るい県民性	O 移住への関心の高まり/全国的な高齢化の進行	→	若者からリタイアメント層まで多くの方に高知の魅力を感じてもらい移住していただく	基本方向 5
W 中山間地域の衰退/担い手の不足	O 大学の地域貢献/食の安全・安心志向	→	地域アクションプランの取り組みを通じて、中山間地域の産業を育成する	基本方向 1
W 県内経済規模の縮小/小規模、零細事業者が多い/大消費地から遠距離	O 消費者ニーズの多様化/食の安全・安心志向	→	外商のハードルを下げる共通のプラットフォームをつくり県内事業者の挑戦を後押しする	基本方向 2
W 担い手の不足/少子化・高齢化の加速/中山間地域が多い	O 移住への関心の高まり/心の豊かさへの意識の変化	→	本県産業を支える担い手を育成・確保する	基本方向 3-1
W 県内各地域に観光スポットが点在	O 歴史イヤー/ICTの多面的な活用	→	歴史資源等を核とした観光クラスターを地域地域に形成する	基本方向 3-2

T

Threats

脅威

全国的な社会・経済情勢

- ・ T P P (安い輸入品が流入する可能性)
- ・ 全国的な人手不足

地域間競争

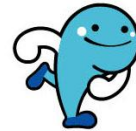
- ・ 県外製品や小売の県内進出
- ・ 地域間競争の激化

弱みをカバーする取り組みを推進!

S	全国トップレベルの食/多様な一次産品	付加価値の高い商品開発により、他地域との差別化を図る	基本方向 1
T	T P P (安い輸入品が流入する可能性) / 県外製品・資本の流入 / 地域間競争の激化		
S	県外や海外とのつながり / 独自の技術を持つ地場企業	築きあげた国内外とのネットワークを最大限活用し外商を拡大する	基本方向 2
T	T P P (安い輸入品が流入する可能性) / 県外製品・資本の流入 / 地域間競争の激化		
S	志ある実践者の増加	経営感覚を持ち、自ら考え行動できる人材を育成する	基本方向 4
T	県外製品・資本の流入 / 地域間競争の激化		
S	全国トップレベルの食/明るい県民性/多様で豊富な自然	移住希望者に寄り添い、きめ細かなサポートをすることにより移住を呼び込む	基本方向 5
T	地域間競争の激化		
W	小規模・零細事業者が多い/製造業分野の産業集積度が低い	事業戦略づくりから製品開発、販路開拓、設備投資までの一貫サポートにより、ものづくりを強化する	基本方向 1
T	県外製品・資本の流入 / 地域間競争の激化		
W	小規模・零細事業者が多い/休廃業・解散の増加/担い手の不足	事業の継続・発展の鍵となる、円滑な事業承継者や中核人材を確保する	基本方向 3-1
T	県外製品・資本の流入 / 全国的な人手不足		
W	製造業分野での産業集積度が低い / 食料品出荷額が少ない / 若者の流出	地域産業クラスターの形成により、第一次産業から第三次産業までの多様な仕事をつくる	基本方向 3-2
T	県外製品・資本の流入 / 地域間競争の激化		
W	小規模・零細事業者が多い / 中山間地域の衰退	商品やサービスを常に進化し続けることで競争力を維持・向上させる	基本方向 3-3
T	県外製品・資本の流入 / 地域間競争の激化		

飛躍への挑戦! 高知県産業振興計画

目指す目標



地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県

基本方向 1

高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させ、「地産」をさらに強化する

基本方向 2

「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する

基本方向 3

「地産外商」の成果を、「拡大再生産」につなげる

- 3-1 担い手を育成・確保する
- 3-2 地域産業クラスターを形成する
- 3-3 起業や新事業展開を促進する

基本方向 4

産業人材を育成する

基本方向 5

移住促進により、活力を高める

5 第3期計画の重点取り組み

「目指す将来像」や「計画全体を貫く目標」、各分野における「4年後・6年後・10年後の目標」(p.〇～p.〇に記載)を実現していくため、第3期計画では、SWOT分析によって導き出された5つの基本方向に沿って、取り組みをさらに充実・強化し、引き続きさらなる挑戦を続けます。

基本方向1 高知の強みを生かして付加価値を最大限向上させ、「地産」をさらに強化する

これまでの取り組みによって、減少傾向から増加傾向に転じてきた各分野の産出額等をさらなる成長軌道に乗せていくためには、本県の強みを活かして、付加価値を最大限向上させ、「地産」をさらに強化することが必要です。

このため、それぞれの分野での「地産」の強化の取り組みを進めていきます。

(1) 第一次産業

農業の分野では、環境制御等の新しい技術を導入した次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進により、高収量・高品質化を図るとともに、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、消費地から選ばれる産地を形成します。また、集落営農や中山間農業複合経営拠点の取り組みを拡大することにより、中山間地域の農業の競争力を高め、地域の農業を地域全体で支える仕組みを構築します。さらに、担い手への農地集積を加速するとともに、積極的に優良農地を作り出す園芸団地の整備にも本格的に取り組めます。

林業の分野では、森の工場や原木の安定供給システムの構築、皆伐の促進などによる生産性の向上により、原木の増産を図っていきます。また、既存の製材工場の加工力の増強を図るとともに、集成材やCLTパネルといった付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備により、加工体制を強化します。さらに低層非住宅の木造化促進や木質バイオマスエネルギーの推進といった新たな需要の開拓により、木材需要の飛躍的拡大を目指していきます。

水産業の分野では、漁業経営の効率化、法人等の生産現場への参入の促進などにより、生産性の高い漁業への構造転換を進めます。養殖業においては、人工種苗の量産体制を確立し、「日本一の種苗生産・中間育成拠点」の形成を目指すとともに、沖合養殖など新たな漁場の開拓に取り組めます。また、既存加工施設の高度化や衛生管理体制の強化、HACCPに対応した加工施設の立地の促進を図ることで、国内外の様々な市場に対応できる産地加工体制を確立します。

(2) 第二次産業

食品加工の分野では、一層の商品の磨き上げ支援を行います。さらには、定番化に向けて生産管理が不十分であることがボトルネックとなっていることから、生産管理高度化(HACCP手法の導入)を強力に支援します。さらに、食に関わる各産業分野の事業者が参画するプラットフォームを設置し、本県の第一次産業の強みを活かした食品加工の一層の展開を図ります。

機械系のものでつくりの分野では、ものづくり地産地消・外商センターの一貫サポート体制をさらに強化し、これまでの事業化プランのサポートに加え、新たに企業の経営ビジョンを実現するための事業戦略の策定からその実行までの支援を行います。

また、本県の製造品出荷額の約1割を占める紙産業においては、セルロースナノファイバーやリサイクル炭素繊維などの研究会を設置して、紙産業技術センターに導入した装置を活用して企業の製品や技術開発を加速します。

(3) 第三次産業

観光の分野では、大政奉還150年(平成29年)、明治維新150年(平成30年)を前に、県内の様々な歴史上の史跡や遺産、物語などを磨き上げ、地域地域に歴史観光の基盤を整えるとともに、地域の食・自然などと一体的に組み合わせた周遊コースとなる観光クラスターを形成します。

また、広域観光組織の法人化への支援や地域博覧会の開催など各地域の主体的な取り組みを支援し、広域観光組織の機能強化を図っていきます。さらに外国人のニーズに応えた定番商品づくりを進め、外国人観光客のさらなる増加につなげていきます。

重点取り組み

<第一次産業を強化する>

- [農業] ○「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及推進
○農地の確保(園芸団地の整備促進等)
○中山間農業複合経営拠点の整備、集落営農の推進
- [林業] ○生産性の向上と原木の増産
○加工体制の強化(CLTパネル工場、集成材工場等の整備)
○木材需要の拡大(CLTの普及、低層非住宅建築物の木造化の推進)
○小規模林業活動の推進
- [水産業] ○効率的な沿岸漁業生産体制への転換
○養殖魚の人工種苗の量産体制の確立
○新規漁場の開拓

<ものづくりを強化する>

■第一次産業の強みを生かした食品加工の一層の展開

- 新事業創出に向けた新たなプラットフォームの設置
- 商品づくりや生産管理高度化支援による市場ニーズへの対応

■機械系ものづくりや防災関連産業のものづくり力、商品力の強化

- ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポート、事業戦略の策定・ブラッシュアップ支援

- ものづくり地産地消のさらなる推進

■新素材等を用いた製品や技術の開発による紙産業の振興

■地域アクションプランの推進

<観光商品づくりを強化する>

■歴史と食を一体的に連動させた戦略的な観光地づくり

- 歴史博覧会の開催を通じた歴史資源の磨き上げと観光クラスター化
- 地域博覧会の開催を通じた広域観光推進体制の確立
- 外国人向け旅行商品づくりの抜本強化 ○アウトドア拠点の整備

基本方向2 「地産」で生み出された様々なモノを生かして「外商」をさらに拡大する

人口の自然減等により、県内市場は今後も縮小していく趨勢にあり、引き続き、「外商」を強力に推し進めていくことが重要です。

このため、食品の分野では、地産外商公社の体制をさらに強化し、規模が大きな量販店グループなど、これまで外商先としてハードルが高かった事業者に対しても積極的な外商活動を展開していきます。また、農産物の流通規模に応じた販路開拓や、水産物の高知家の魚応援の店等を活用した取引拡大などにも取り組みます。

機械系ものづくりの分野では、ものづくり地産地消・外商センターに新たに東京営業本部を設置して、外商支援や見本市出展後のフォローアップ営業などへの支援をより積極的に行っていきます。

また、外商活動の国外への展開を本格化させます。これまでのユズの輸出拡大に加えて、ユズの輸出で蓄積したノウハウやネットワークを生かしながら、次に続く輸出品目として土佐酒や加工養殖魚、土佐材などの輸出拡大を図るとともに、輸出を牽引する柱となる新たな品目の掘り起こしに取り組みます。

観光の分野においては、本県観光のさらなる飛躍を図るため、国内外のマスメディアを活用したプロモーションや、観光サポートアプリを活用した地域の観光情報の提供など、効果的なセールス&プロモーションを展開していきます。また、増加するクルーズ船の受入体制、Wi-Fi環境の整備や、多言語化の強化など、外国人観光客の受入環境を整備し、国際観光を推進していきます。さらによさこいの聖地・高知の認知度向上を通じて、外国人観光客のさらなる誘客に取り組みます。

高知家プロモーションについては、これまで積上げてきた高知家の認知度などの成果を活用し、マスメディアを通じて、必要な告知を適切な時期に発信するとともに、この発信効果を個別品目のセールスプロモーションと連動させるなど、外商や観光、移住などの成果に着実につなげていきます。

重点取り組み

<官民協働で「外商」を強化する>

■「地産外商」のさらなる推進

- 地産外商公社を中心とした食品分野の外商拡大
- ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進(東京営業本部の設置)
- [農業]規模に応じた販路開拓、加工専用素材ニーズへの対応
- [林業]県外流通拠点を活用した取引拡大
- [水産業]「高知家の魚応援の店」等を活用した取引拡大

■海外への販路開拓に挑戦

- 国・地域別の輸出拡大
- 品目別の輸出拡大(主力のユズ、土佐酒に加え、土佐材、養殖魚、農産物、防災関連製品等の輸出に挑戦)

<県外・海外からの観光客を増やす>

■効果的なセールス&プロモーションの展開

- 国内外のマスメディアを活用したプロモーション
- 観光サポートアプリを活用した地域の観光情報の提供
- スポーツツーリズムの推進 ○コンベンション等の誘致強化

■国際観光の推進

- 外国人観光客の受入環境の整備(クルーズ船の受入体制、Wi-Fi環境、多言語化の強化)
- 「よさこい」の海外向けプロモーションの展開

■高知家プロモーションとの連動による外商や観光、移住の加速化

基本方向3 「地産」「外商」の成果を「拡大再生産」につなげる

これまでの取り組みによって、「地産」「外商」が拡大してきましたが、県勢浮揚を成し遂げるためには、この流れを力強い「拡大再生産」の好循環につなげることが重要です。

この拡大再生産に向けて、次の3つのポイントによって、施策を抜本的に強化します。

①担い手の育成・確保

事業を継続・発展させていくためには、後継者や企業のニーズにあった中核人材の確保が課題となります。

このため、「事業承継・人材確保センター」や UI ターン、人財誘致の取り組み等によって、県内事業者の円滑な事業承継や中核人材の確保をサポートします。また、第一次産業の担い手確保の取り組み強化として、「産地提案型担い手確保」や林業学校の運営、民間企業等が行う漁業の担い手育成への支援などを実施していきます。

②地域産業クラスターの形成

地域に残りたいと願う若者の就職に関する希望を叶えるためには、地域地域に第一次、第二次、第三次の各産業にわたる厚みをもった産業群を数多く作り出していくことが必要です。

このため、企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせ、地域地域に第一次産業や観光等、地域に根差した産業を核としたクラスター（地域産業クラスター）を意図的に生み出していくことで、それぞれの地域に多様な仕事をつくっていきます。また、若者や求職者のニーズが高い、コンテンツ関連企業や事務系職場の立地を促進していきます。

③起業や新事業展開の促進

「地産」「外商」の成果をより力強く「拡大再生産」の好循環につなげていくためには、常に新しい挑戦が生まれ続けることが重要です。

このため、産学官民連携センターにおける、起業に向けた準備段階からの支援策を大幅に強化していきます。また、起業や新事業展開に関する県内外からの総合相談窓口を設置するとともに、起業時の資金確保の支援、起業後のアフターフォローを強化します。

重点取り組み

＜担い手を育成・確保する＞

■産業の担い手確保対策

- 「事業承継・人材確保センター」による中核人材の確保や円滑な事業承継のサポート
- 新卒大学生等の県内就職の促進
- 農業担い手育成センター、林業学校による人材育成・確保
- 産地提案型を核とした園芸産地の担い手確保対策
- 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成支援

<地域産業クラスターを形成する>

■地域産業クラスターの形成

企業立地を含めた関連施策を効果的に組み合わせて、

- 地域に根差した第一次産業を核とした産業クラスターの形成
- コンテンツ関連企業や事務系職場の集積拡大

<起業や新事業展開を促進する>

■産学官民連携センターにおける起業支援

- 土佐MBAへの「起業関連講座」の新設
- アイデアソン、知財マッチング、連続講座等の実施
- ビジネスプランコンテストの実施
- サポートチームによるビジネスプランの磨き上げ支援

■支援策の抜本強化

- 新たな総合相談窓口の設置
- 支援策の強化(事務系職場の立地等)

基本方向 ④産業人材を育成する

本県の産業を将来にわたって持続的に発展させ、県勢浮揚を成し遂げていくためには、各産業分野、各地域地域において、新たなことに果敢に挑戦しようとする志と、そのための知識や技術を持った人材が何よりも重要となります。

このため、土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)による体系的な人材育成や、地域における人材育成の取り組みへの支援など、「志ある産業人材の育成」に力を注いでいきます。また、より早い段階から高知の産業に興味を持ってもらい、将来の担い手を育てていくために、発達段階に応じたキャリア教育も実施します。

重点取り組み

<志ある産業人材の育成>

- 土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)の実施
- 観光創生塾による観光人材の育成

<年齢・段階に応じた産業の基礎人材づくり>

○発達段階に応じたキャリア教育の実施

基本方向 ⑤移住促進により、活力を高める

本県では各産業分野の担い手確保対策と移住促進策との連携を図りながら取り組みを進めた結果、移住者は大幅に増えてきていますが、近年、東京などに近い地域が移住対策に力を入れ始めるなど地域間競争がより激しくなっています。

このため、これまでの「高知ファン」へのアプローチに加え、必ずしも高知県に興味はもっていないが「移住に関心のある層」へのアプローチを大幅に拡大していきます。また、CCRC構想に加えて、民間のノウハウも活用して、各産業分野の研修事業と移住施策を連携させた移住につながるツアーの実施など、「移住に繋がるプロジェクト」の展開を図っていきます。さらに、市町村と県との相談対応の質のさらなる向上や、全県的な移住支援ネットワークの構築を目指します。

重点取り組み

■情報発信

- 高知家プロモーションと連動した移住PR
- 高知ファンに加え、移住関心層へのアプローチの拡大

■高知への移住に関心

- 移住ポータルサイトによる情報発信
- 高知県のQOL(生活の質)の見える化と発信

■具体的な行動

- 「移住・交流コンシェルジュ」によるきめ細かな相談対応
- 各機関と連携した人財誘致策の展開
- 起業家の誘致の促進
- 移住につながる多様なツアーの実施
- 高知版CCRCの展開

■移住を決めてもらう

- 全県的な移住支援ネットワークの構築
- 移住者向け住宅等の確保

■定住

- 市町村や地域による移住者交流会の開催

6 第3期計画のさらなる進化に向けて

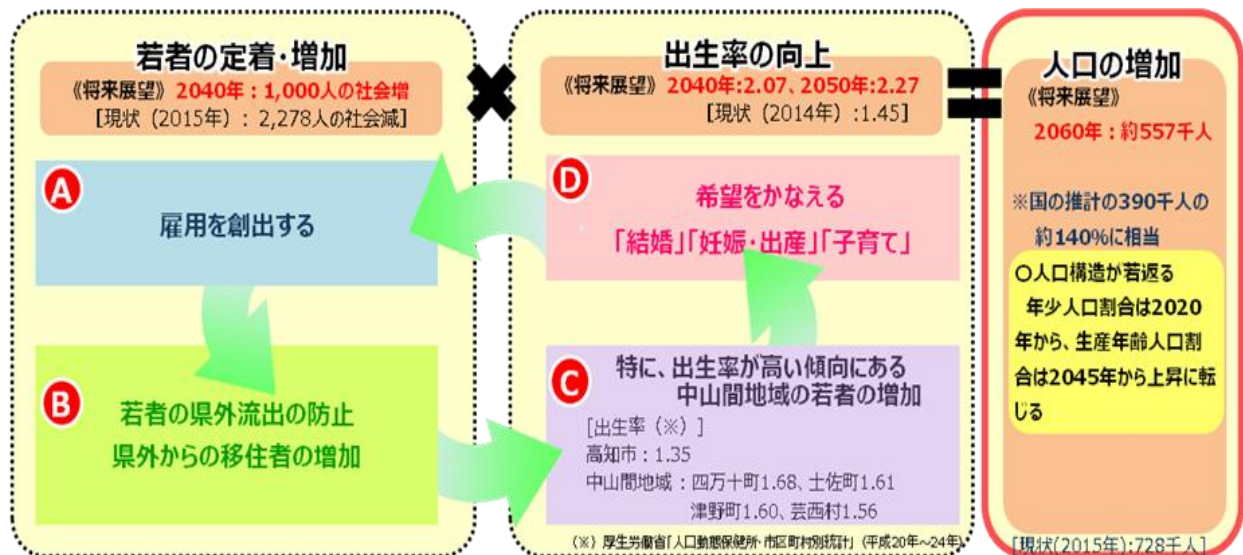
■他の政策との融合・発展

現在、高知県が進めています「経済の活性化」「教育の充実」「日本一の健康長寿県づくり」「中山間対策の充実・強化」「少子化対策の抜本強化と女性の活躍の場の拡大」の5つの基本政策と、それらを下支えする「南海トラフ地震対策の抜本強化・加速化」「インフラの充実と有効活用」は、すべて「人口減少の負のスパイラル」1つ1つに立ち向かい、断ち切るための取り組みです。

本県は、この人口減少による負のスパイラルという根本的な課題を抱えており、それを克服することが県政における最大の課題です。

この克服に向け、「高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、平成27年8月に、2060年の本県人口の将来展望として、国の推計によると約39万人まで減少するとされる本県の人口を、約55万7千人に踏みとどまらせ、将来的な人口の若返りと人口増への転換を目指すという目標を掲げたところです。

この目標の実現のためには、若者のさらなる県内定着や増加を図るとともに、出生率の向上を図っていく必要があります。



若者の定着や増加に向けては、まず、地産外商・拡大再生産の取り組みを通じて、地域地域で多様な働く場の創出を図っていきます。(図のA)

こうして県内に働く場を創出することにより、若者の県外流出を防止するとともに、県外からの移住者の増加にも取り組んでいきます。(図のB)

また、出生率のさらなる向上に向けて、都市部に比べて相対的に出生率が高い中山間地域に

若者がとどまることができるよう、この2つ(図のAとB)の取り組みを、特に、中山間地域において力を入れて進めていきます。(図のC)

その上で、県民の皆様の結婚、妊娠・出産、子育ての希望がかなえられる環境を整えていきます。(図のD)

この4つの対策を一連のものとして講じることで、若者の定着・増加と出生率の向上に向けた良き好循環を生み出せるよう、第3期計画では、引き続き、他の政策の取り組みとの融合、発展を図っていきます。

<他の政策との融合・発展の取り組み例>

- ・CCRCの推進に向けた、産業振興計画の移住促進策と、日本一の健康長寿県構想の健康・福祉サービスとの連携
- ・中山間地域の産業振興に向けた、産業振興計画の産業成長戦略及び地域アクションプランの取り組みと、中山間対策の集落活動センターの取り組み
- ・防災関連産業の振興に向けた、産業振興計画の防災関連製品の開発と、南海トラフ地震対策の防災対策との連携

■産業振興計画のさらなる進化に向けて

人口の社会増減の均衡に向けては、若者の県外流出を食い止めることが特に重要であり、そのためには、「若者が地域地域で誇りと志を持って働ける」多様な仕事を数多く作り出していくことが必要です。

あわせて、人口減少下においても、できるだけ本県の経済を縮ませない、むしろ拡大する方向に持っていくためには、生産年齢人口をできるだけ減少させない、すなわち「担い手を育成・確保する」取り組みを行うとともに、仮に担い手が減少したとしても、生産量を増やせる要素、すなわち「一人ひとりの生産性」を向上させる取り組みが必要です。

第3期計画では、こうした課題への対応をさらに強化して進めていくこととしていますが、県勢浮揚を成し遂げるために、引き続き、多くの皆様のお知恵を賜りながら、毎年度計画を見直し、さらなる進化を図っていきます。