

産業成長戦略の平成29年度の改定のポイント(案)

- ・ 農業分野 1
- ・ 林業分野 17
- ・ 水産業分野 26
- ・ 商工業分野 35
- ・ 観光分野 48
- ・ 産業間の連携戦略（連携テーマ）
 - 地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野） 54
 - 移住促進による地域と経済の活性化 58
 - 担い手の育成・確保 64
 - 起業や新事業展開の促進 65

農業分野の展開イメージ ～地域で暮らし稼げる農業～

分野を代表する目標

農業産出額等 (飼料用米交付金含む) 出発点(H26) 965億円 ⇒ 現状(H27) 1,018億円 ⇒ 4年後(H31) 1,060億円 ⇒ 6年後(H33) 1,090億円 ⇒ 10年後(H37) 1,150億円

農業生産量

野菜 (主要11品目)	出発点(H26) 9.5万t	⇒ 現状(H27) 9.0万t	⇒ 4年後(H31) 11.6万t	⇒ 6年後(H33) 12.2万t	⇒ 10年後(H37) 13.3万t
果樹 (主要2品目)	出発点(H26) 2.12万t	⇒ 現状(H27) 2.24万t	⇒ 4年後(H31) 2.45万t	⇒ 6年後(H33) 2.47万t	⇒ 10年後(H37) 2.52万t
花き (主要3品目)	出発点(H26) 2,251万本	⇒ 現状(H27) 2,383万本	⇒ 4年後(H31) 2,655万本	⇒ 6年後(H33) 2,764万本	⇒ 10年後(H37) 3,054万本
畜産 (土佐あかうし飼養頭数)	出発点(H26) 1,728頭	⇒ 現状(H27) 1,810頭	⇒ 4年後(H31) 2,660頭	⇒ 6年後(H33) 3,100頭	⇒ 10年後(H37) 4,020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

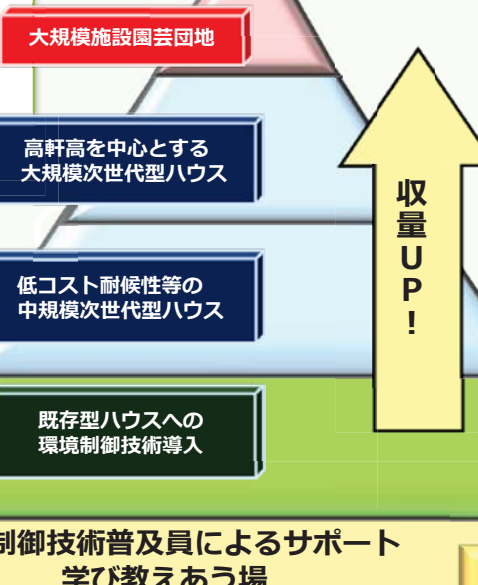
- 拡 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 拡 環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発
- 拡 次世代型ハウス等の整備支援
- 拡 地元と協働した企業の農業参入の推進
- オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

環境保全型農業の推進

- 拡 IPM技術の普及拡大 ○ G A Pの推進
- 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

- 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)
- 拡 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
- 拡 酒米の生産振興
- 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 ○ 土佐ジロー
 - 土佐はちきん地鶏
 - 酪農
 - 新 食肉センターの整備
- 土佐あかうしの増頭対策

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

- 集落営農の裾野の拡大
- 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

- 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

- 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!

施設園芸団地を核に 関連産業を集積させ、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
- 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- 拡 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

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

家族経営体の強化及び 法人経営体の育成

- 拡 家族経営体の経営発展に向けた支援
- 法人経営体への誘導と経営発展への支援
- 拡 経営体を支える労働力の確保と省力化の推進



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 | ○ 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 | ○ 卸売市場と連携した業務需要の開拓
○ 加工用ニーズへの対応 |
| 小規模 | 拡 こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 |
| 花き | ○ 展示商談会や、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

- 卸売市場等との連携による販路開拓

農業分野の体系図

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)	出発点(H26):965億円 ⇒ 現状(H27):1,018億円 ⇒ 4年後(H31):1,060億円 ⇒ 6年後(H33):1,090億円 ⇒ 10年後(H37):1,150億円				
	農業生産量	野菜(主要11品目) 果樹(主要2品目) 花き(主要3品目) 畜産(土佐あかうし飼養頭数)	出発点(H26) 9.5万t 2.12万t 2,251万本 1,728頭	⇒ 現状(H27) 9.0万t 2.24万t 2,383万本 1,810頭	⇒ 4年後(H31) 11.6万t 2.45万t 2,655万本 2,660頭	⇒ 6年後(H33) 12.2万t 2.47万t 2,764万本 3,100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、中山間地域の農業の競争力を高め、地域全体で支え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 <ul style="list-style-type: none"> ・導入7品目の出荷量 ②⑥: 79,355t → ③①: 9.9万t → ③③: 10.3万t → ③⑦: 11.3万t ・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) ②⑦: 13% → ③①: 21% → 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"> ○委託先卸売会社を通じた業務需要青果物の取引金額 ②⑥: 0.46億円 → ③①: 5.6億円 → ③③: 6.4億円 → ③⑦: 8億円 ○加工専用素材の供給品目数 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定着する輸出品目数 — → ③①: 10品目 → ③③: 14品目 → ③⑦: 18品目 	<ul style="list-style-type: none"> ○新規就農者数 ②⑦ 269人 → 320人/年間 ○農地の権利を取得し農業経営を行う法人数 ②⑥: 107 → ③①: 235 → ③③: 299 → ③⑦: 427 ○H26新規認定農業者の経営改善計画の目標達成率 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 箇所数 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 箇所数 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 箇所数 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」	<ul style="list-style-type: none"> 1 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 ◆ [拡充] 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 2 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 ◆ GAPの推進 ◆ 有機農業の推進 ◆ 省エネルギー対策の推進 3 園芸品目別総合支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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) ◆ [拡充] 花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ) 4 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 ◆ [拡充] 酒米の生産振興 ◆ 水田の有効活用に向けた有望品目への転換 	<ul style="list-style-type: none"> 1 集落営農の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 集落営農の裾野の拡大 ◆ こうち型集落営農と法人化へのステップアップ 2 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 3 中山間に適した農産物等の生産 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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) 4 日本型直接支払制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 5 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、土佐はちきん地鶏の生産、加工・販売体制の強化 ◆ [新規] 食肉センターの整備 6 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 	<ul style="list-style-type: none"> 1 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 2 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"> ・基幹流通 ◆ 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"> ◆ 卸売市場と連携した業務需要の開拓 ◆ 加工用ニーズへの対応 ・小規模 <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 <花き> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 展示商談会や、スポーツイベント等を活用した販促・PRの強化 3 農産物の輸出の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 卸売市場等との連携による販路開拓 	<ul style="list-style-type: none"> 1 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 ◆ 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化 ◆ [拡充] 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 2 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 ◆ 法人経営体への誘導と経営発展への支援 ◆ [拡充] 経営体を支える労働力の確保と省力化の推進 3 農地の確保 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 担い手への農地集積の加速化 ◆ 園芸団地の整備促進 ◆ 国営緊急農地再編整備事業の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 1 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"> ◆ [拡充] 次世代型ハウス等の整備支援(再掲) ◆ [拡充] 地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲) 2 関連産業の集積 <ul style="list-style-type: none"> ◆ [拡充] 食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進 3 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)
-------------------	---	--	--	---	---

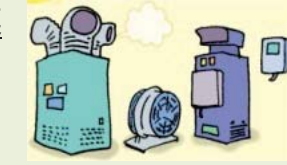
環境制御技術の普及促進（案）

現状と課題

次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進に向け、農家の所得向上に直結する技術として、環境制御技術の早期普及に向けH26から本格的に取り組み開始。

「H26・H27年度」 環境制御技術導入加速化事業

- ・申請は1戸1回限り
- ・上限100万円/1戸
- ・技術革新へのとまどい
- ・身近に取り組んでいる事例がなく、成果が実感できない



⇒スタートダッシュ
ができなかった。

「H28年度」 環境制御技術普及促進事業

農家、農協、市町村からの多くの要望により

- ・利用回数等の制限を撤廃
- ・補助対象メニューを拡充

【導入状況】

面積及び導入率	H26までの累積 (うち事業実績)	H27までの累積 (うち事業実績)
全品目	41.2ha (17.9ha)	94.6ha (26.5ha)
野菜主要7品目	27.7ha (15.0ha)	72.6ha (24.2ha)
	6.5%	11%
事業実績	H26:93戸	H27:233戸

H28までの累積見込み (うち事業申請)
166.6ha (44.7ha)
139.8ha (39.6ha)
21%
409戸

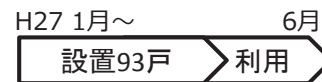
県内全域で導入に対する機運が高まり、各産地で導入が加速化！

⇒ 目標（25%）達成まで、あと一歩！

【H28事業申請が増加した背景】

①身近な成功事例が増え、農家同士の口コミで事業申請が増加。

<機器設置から増収効果発現までには時間を要す>



H26事業
機器の設置が遅く、事業効果がでなかった

H27事業
事業効果が明らかとなり始めたのはH28春以降
※前年度収量と比較可能な112戸で5%以上増収！

②メニュー拡充、1戸1回の撤廃

→継続利用者（先駆者）の関心が高く保て、普及の中心的な役割を担い、産地での広がりにつながった。

③安芸地域で事業申請が増大 → その他地域でも関心が高まり、全域での申請増加につながった。

<事業申請理由・・・H28.6月アンケート調査>

新規事業利用者（回答者164名、複数回答可）

1. すでに導入している農家のすすめ（49%）
2. 近隣農家の成功事例をみて（41%）

継続事業利用者（回答者135名、複数回答可）

1. 前回の事業で炭酸ガス発生機を導入。効果が確認できたため、さらなる増収をねらい、細霧装置や日射比例灌水技術にステップアップ（50%）
2. 前回の事業で炭酸ガス発生機を導入。効果が確認できたため、他のハウスへも導入を計画（33%）

H29年度

下記支援事業により、「導入への後押し」を継続！

事業による導入支援がなくなると、普及スピードは失速する。環境制御技術の早期普及には、導入に対する農家の機運の高まりを維持し、さらに加速化させる必要がある。

- ・H28事業における申請金額は約2億円 → H29目標達成のためには、さらに予算が必要
- ・一方で、H28補正の（国）産地パワーアップ事業がH28.10月に決定
⇒ 補助対象メニューはそのままで、H28補正産地パワーアップ事業の活用を検討

New!

【国】産地パワーアップ事業（生産支援事業）

・リース方式による環境制御機器の導入が可能

- 面積要件：施設野菜5ha、施設花き3ha、果樹10ha（中山間地域等は別途定める）
- 本体価格（施工費除く）50万円以上のものの1/2以内を補助

【県】環境制御技術普及促進事業

・国費事業に準じた仕組み、補助率へ変更

- 産地パワーアップ事業要件に該当しないものの本体価格の1/2以内を補助
- 補助対象メニューはH28と同様

H29年度の野菜主要7品目で50%を達成するためには、さらなる取り組みが必要である。

継続した取り組みの強化！

環境制御技術普及促進事業の活用

- ・事業の見直し（産地パワーアップ事業の活用）
- ・事業PR
説明会：18→30か所
PR用チラシの配布

環境制御技術普及推進員の活動

- ・未導入農家に対するアプローチの徹底
- ・拡充メニュー増収効果の検証、普及
- ・マニュアル作成及び活用
19マニュアル

学び教えあう場での検討会

- ・「学び教えあう場」の増加
- ・女性農家を対象にした取り組みスタート！

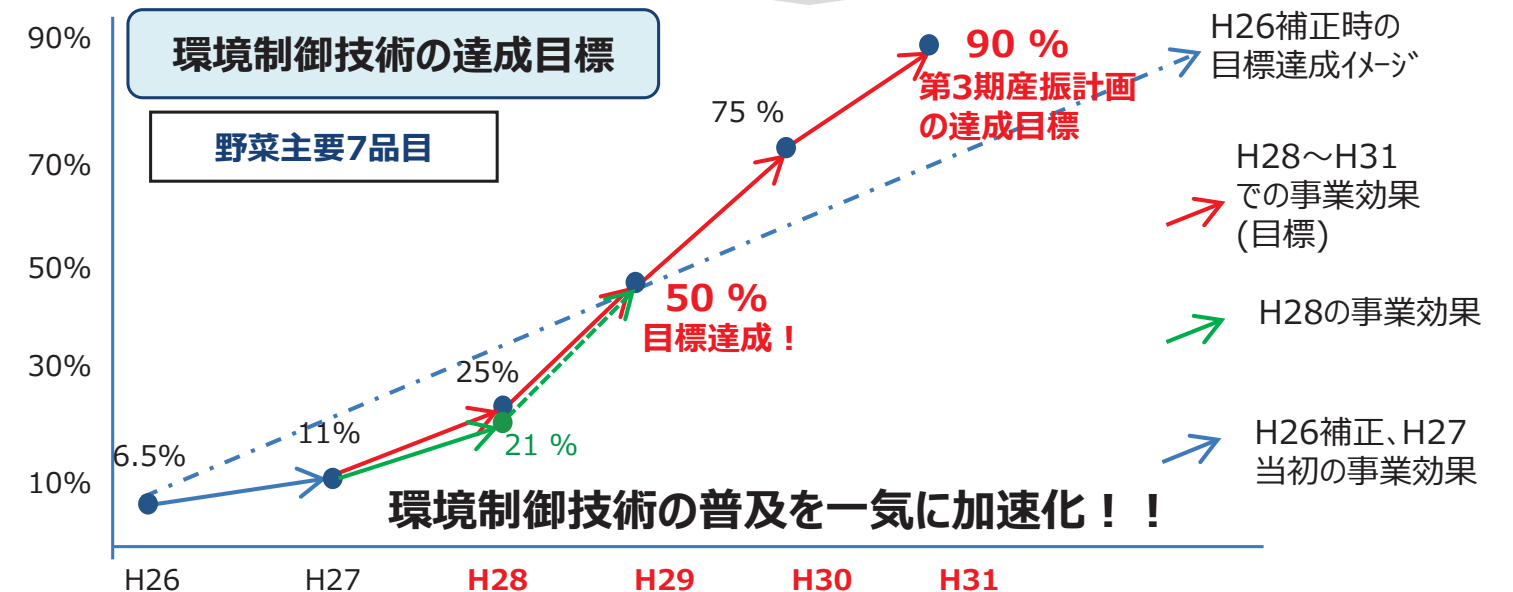


新たな取り組み！

外部パワーによる普及促進

農家とつながりの深い集出荷場、ハウス・農機具・資材メーカー、商系市場等から農家へダイレクトに情報提供

その結果



生産増⇒所得向上⇒担い手の増加の好循環へ！！

次世代型ハウスの普及促進（案）

次世代型こうち新施設園芸システムの普及

国費事業及び県単事業を総動員して、次世代型こうち新施設園芸システムの中核をなす「次世代型ハウス」の普及を促進

1 大規模施設園芸団地

【国】強い農業づくり交付金(次世代施設園芸優先枠)

収量倍増

2 高軒高を中心とする大規模次世代ハウス

【国】強い農業づくり交付金
【国】産地パワーアップ事業
【県】企業立地促進事業（H29New）
【県】次世代型ハウス・農業クラスター促進事業
【県】園芸用ハウス整備事業

収量3~5割増

3 低コスト耐候性等の中規模次世代ハウス

4 既存型ハウスへの環境制御技術導入

収量1~3割増

【国】産地パワーアップ事業(生産支援事業)
【県】環境制御技術普及促進事業

これまでの実績

H26補正 次世代施設園芸導入加速化支援事業

H27 強い農業づくり交付金



① 四万十町次世代団地
3棟, 4.3ha (H28.3完成)
販売目標 6億円、新たな雇用90名



② 種苗供給施設 四万十あおぞらファーム
1棟, 50a (H28.2完成)
販売目標 1億円、新たな雇用10名

H26.9~H28 次世代施設園芸モデル事業

H26.9補正

③ 安芸市 ピーマン

1棟, 42a (H28.3完成)
販売目標37百万円、新たな雇用2名

④ 芸西村 ピーマン

1棟, 54a (H28.3完成)
販売目標30百万円、新たな雇用4名

⑤ 香南市 ニラ

1棟, 40a (H28.2完成)
販売目標20百万円、新たな雇用1名

H27年度

⑥ 南国市 メロン

1棟, 41a (H27.11完成)
販売目標33百万円、新たな雇用1名

⑦ 安田町 赤ピーマン

1棟, 55a (H28.5完成)
販売目標33百万円、新たな雇用1名

H27.9補正

⑧ 南国市 パプリカ・ピーマン

1棟, 73a (H29.1完成予定)
販売目標61百万円、新たな雇用3名

H28 産地パワーアップ事業

⑨ 香南市 ニラ
1棟, 56a
H29.3完成予定

⑩ 香南市 小ネギ
1棟, 36a
H29.3完成予定

⑪ 香南市 メロン
3棟, 60a
H29.10完成予定

H28 自主施工

⑫ 安芸市 ナス
1棟, 1ha
H29.5完成予定

H28次世代型ハウス・農業クラスター促進事業

⑬ 日高村ミニトマト
1棟, 50a
H29.6完成予定

これらの実績に加えて

次世代型ハウスの普及拡大

H29年度
整備完了予定
11~19 + ★
73棟、16.4ha

さらなる整備



次世代型ハウス整備状況・計画

年度	面積(累計) ha
H27	12.6(12.6)
H28	8.2(20.8)見込
H29	16.4(37.2)見込

▲園芸用ハウス整備事業等の実績含む
H27年度 6.0ha
H28年度 6.0ha見込
H29年度 7.7ha見込

生産増 ⇒ 所得向上 ⇒ 担い手の増加の好循環へ！！



平成29年度当初予算 競争力強化生産総合対策事業

国の「強い農業づくり交付金」を活用して、次世代型ハウスの普及をさらに推進。

<国費事業>【競争力強化生産総合対策事業】

⑭ 須崎市 ミョウガ
6棟, 1ha
H29.12完成予定

⑮ 芸西村 花き
6棟, 1ha
H29.12完成予定

⑯ 芸西村 ピーマン
2棟, 60a
H30.3完成予定

⑰ 芸西村 ナス
7棟, 1.4ha
H29.12完成予定

⑱ 高知市 トマト
1棟, 1ha
H30.3完成予定

平成29年度当初予算 企業立地促進事業

農産物の生産拠点の新增設経費に対する助成により企業の立地を推進し、地域経済の活性化と雇用機会の拡大を図る。

新

<県費事業>【企業立地促進事業】

⑲ 日高村 ミニトマト
2棟, 1.6ha
H30.6完成予定

平成29年度当初予算 園芸用ハウス整備事業

小規模ではあるが、高軒高、高強度の次世代型ハウスを整備。

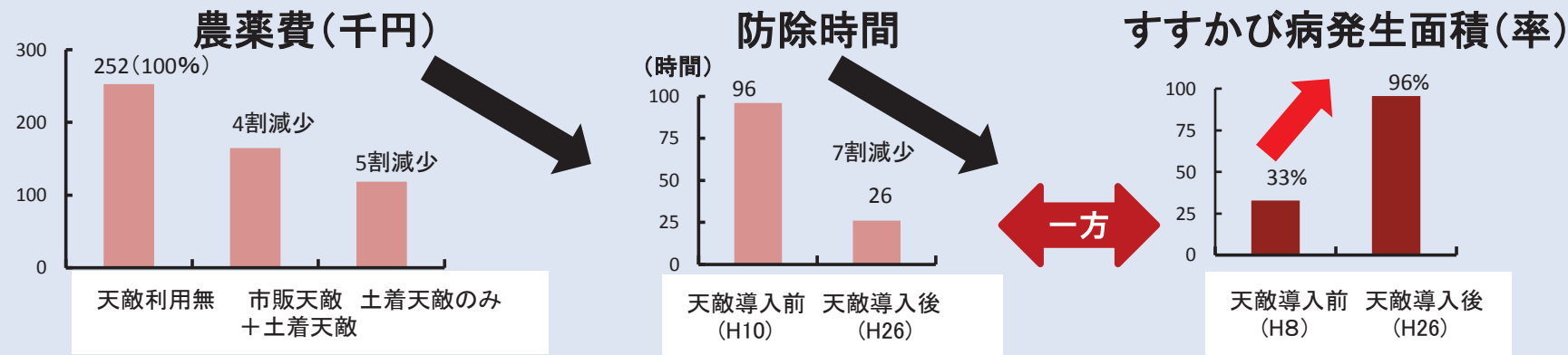
<県費事業>【園芸用ハウス整備事業】

★ 19市町村
44棟、7.7ha

防除技術省力化の推進

安全・安心・高品質で選ばれる農産物の効率的な生産につながる、環境に優しい省力防除技術の開発・普及

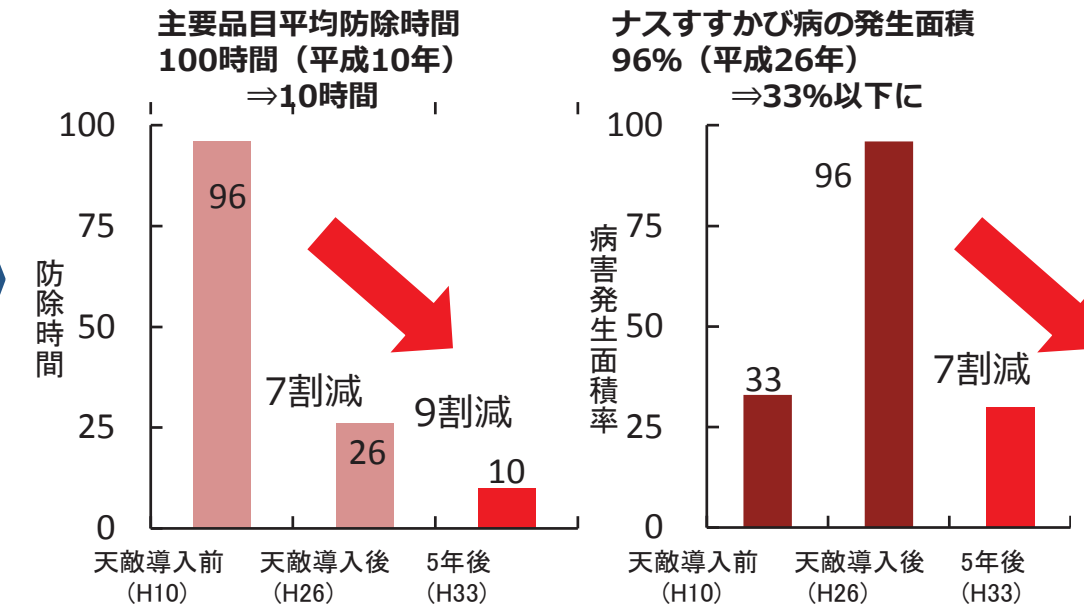
これまでのIPM技術開発



虫害防除は天敵利用により低コスト化、省力化を実現
薬剤費5割減、防除時間7割減、一方、病害の発生は増加傾向

目標

防除時間 ⇒ 9割削減
病害発生面積率 ⇒ 7割削減 (H33)



(例) 手動での薬剤散布60分/10a ⇒ くん煙剤10分 ⇒ 揮発油剤1分
常温煙霧10分

課題

- 省力的な病害防除技術&農薬登録が不足
- 農薬の登録には多くの試験、多額の経費が必要で年数がかかる

1剤、1千
万円必要

- 夜間に無人で防除できる「常温煙霧機」で使用できる農薬や揮発油剤等の登録が必要
- ※常温煙霧機で使用でき、効果の期待できる農薬登録は3剤のみ
- ※メーカーは登録拡大に慎重
- 【登録には経費必要、散布には専用機が必要 (常温煙霧)】

対策

環境に優しく、省力的に防除できる農薬登録を増やす

- 県から日本植物防疫協会等へ登録試験を委託

経費負担でメーカーも登録へ前向きに！
通常4年 ⇒ 1年と期間短縮！

日本初

環境制御等による省力的な防除技術の開発 (農業技術センター)

- 緑色光、近紫外線照射
- 施設内環境制御による湿度管理 (ヒートポンプ + ミスト) ⇒ ナス、ピーマン、ミョウガ等の病害防除



開発された防除技術を普及推進

- 開発された省力的な防除技術 ⇒ 各農業振興センターに実証展示圃を設置し、普及推進

※環境保全型農業推進事業補助金により緑色灯、常温煙霧機等の導入支援

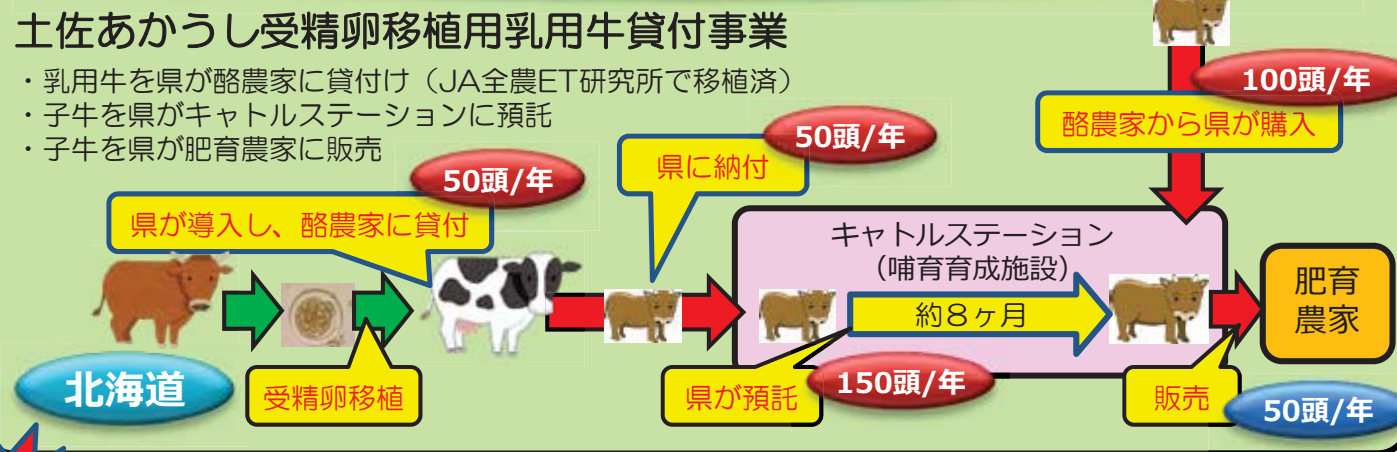
土佐あかうし増頭対策の加速化

子牛を増やす

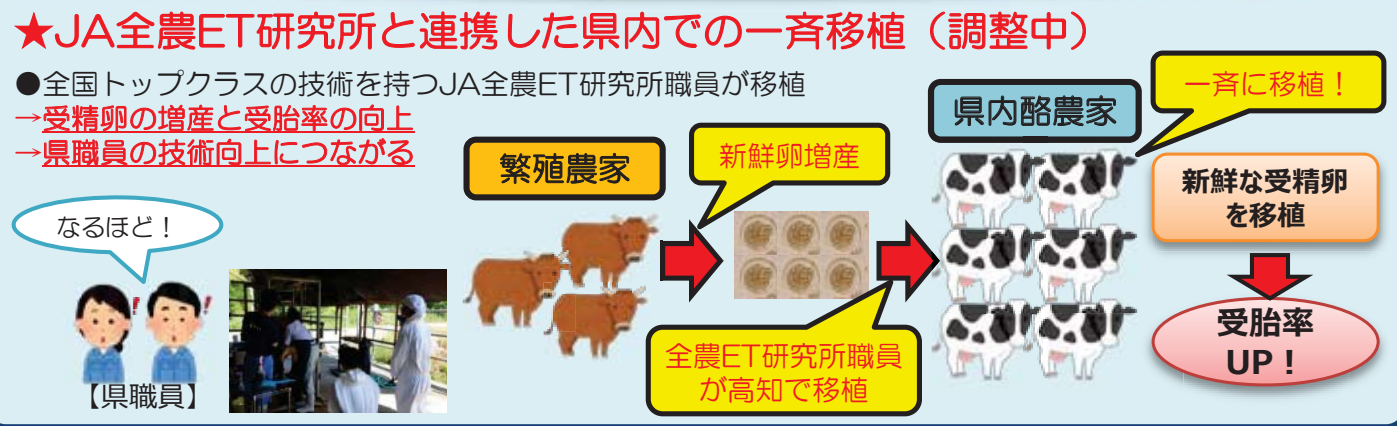
1. 受精卵移植による子牛生産体制の構築



2. 受精卵移植用乳用牛の確保



3. 受精卵移植体制の強化

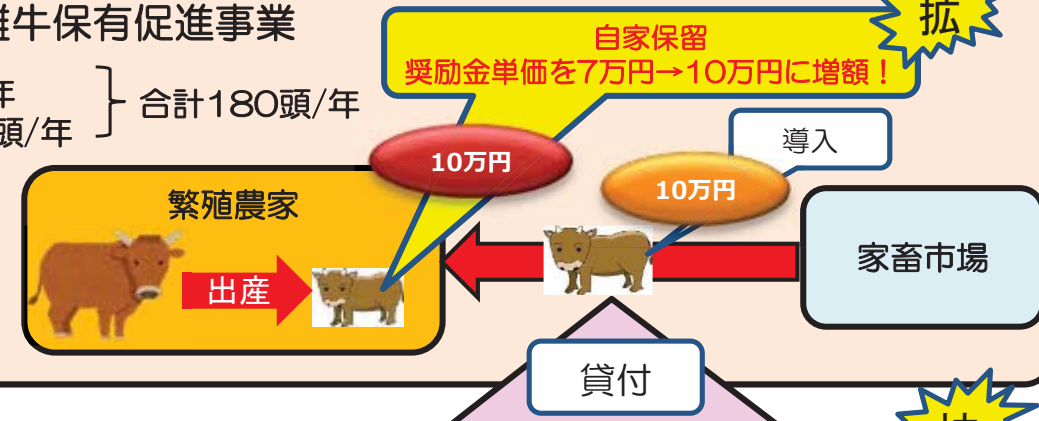


母牛を増やす

1. 土佐あかうしから生まれた雌子牛の繁殖仕向け強化

(1) 土佐和牛繁殖用雌牛保有促進事業

- ・繁殖雌牛の導入：60頭/年
 - ・雌子牛の自家保留：120頭/年
- 合計180頭/年



(2) 肉用牛導入資金供給事業

- ・市町村が基金を造成し、繁殖雌牛を導入。農家に貸し付け

- H29 基金造成
安田町 20頭
室戸市 15頭
- H30 基金造成
室戸市 15頭

基金造成額を40万円/頭→60万円/頭に増額!

●H29~30 合計50頭
→合計216頭 (H31~36)
の子牛を産む!

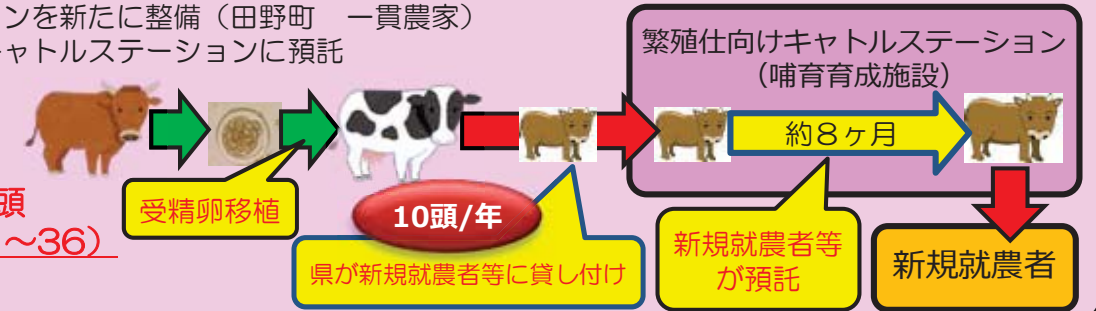
新

2. 受精卵移植で生まれた雌子牛を新たに繁殖仕向け

★東部地域における繁殖雌牛の生産拡大

- ・県が受精卵移植で生まれた雌子牛を購入。新規就農者等に貸し付け
- 専用キャトルステーションを新たに整備（田野町 一貫農家）
- 新規就農者は子牛を同キャトルステーションに預託

- H29~31 合計30頭
→合計120頭 (H31~36)
の子牛を産む!



将来の担い手を増やす

★土佐和牛担い手確保対策事業

- ・土佐和牛農家における新規就農希望者（県外一般人）の就農体験（インターンシップ）を民間企業に委託
- ・空き牛舎や廃業予定農家のリストアップ＝新規就農者とのマッチング
- ・「産地提案型」による各産地、地域からの新規就農者募集
- 農業人フェア等の県外でのイベントに参加し、募集

牛舎と牛を継承

【新規就農者】

新たな食肉センターの整備の推進

県内食肉センターの現状と課題

◆ 経営収支の安定化

○ 高知県広域食肉センター

・と畜頭数の減少により、収入が減少

・処理頭数(頭)

大動物(牛・馬) : 3,564(H17) → 2,292(H27)

小動物(豚・牛) : 6,781(H17) → 4,319(H27)

・収支千円 (事業外収入は除く) :

▲15,949(H17)→▲34,967(H27)

○ 四万十市営食肉センター

・と畜頭数は現状維持 (愛媛県産 約7割)

・処理頭数(頭)

大動物(牛) : 1,377(H17) → 1,047(H27)

小動物(豚) : 85,497(H17) → 97,650(H27)※

※ 県内産 : 32,145 愛媛県産 : 65,505

・運営収支 H27 : 33,369千円の黒字

◆ 施設の老朽化

○ 高知県広域食肉センター

・昭和55年に建築、現在36年が経過、H30年に耐用年数を迎える。

○ 四万十市営食肉センター

・昭和42年に建築、耐用年数は経過、H8施設改修

○ HACCP対応可能な施設への更新が必要

⇒国はHACCPの制度化・義務化を推進

県内食肉センターの必要性

◆ 県内の食肉センターが廃止、県外出荷の場合

○生産者の輸送費等の負担増

○輸送に伴う、品質低下による枝肉価格の低下の恐れ等

◆ 第3期高知県産業振興計画による増頭対策

(土佐あかうし) 飼育頭数

H27 : 1,728頭 → H34 : 3,421頭

(土佐和牛・黒牛) 飼育頭数

H27 : 2,266頭 → H34 : 2,646頭

(養豚) 出荷頭数

H27 : 36,463頭 → H34 : 50,000頭

中山間地域を守るために

産地に近い場所(県内)に、食肉センターが必要!

将来に向けた対応

◆ 県の基本的な考え方

○食肉センターは、いわゆる川上、川中、川下の取組を好循環させ、拡大再生産につなげていく重要な役割を担っており、畜産振興のために必要不可欠な施設で、県内に存続すべきもの

◆ 県の取組

○県が中心となり、市町村、JAグループ等と連携して、新施設の整備に向けた検討会を進め、早期の実現を目指す。

- ・新食肉センター整備検討会で、新施設の規模、機能、設置場所等について検討
- ・平成29年8月頃を目途に、整備計画案を取りまとめ

地域産業に貢献できる施設を整備して欲しい!

新食肉センター整備検討会

安心・安全な食肉を供給する、高知県ならではの食肉センターを!

○ 食肉センターの整備

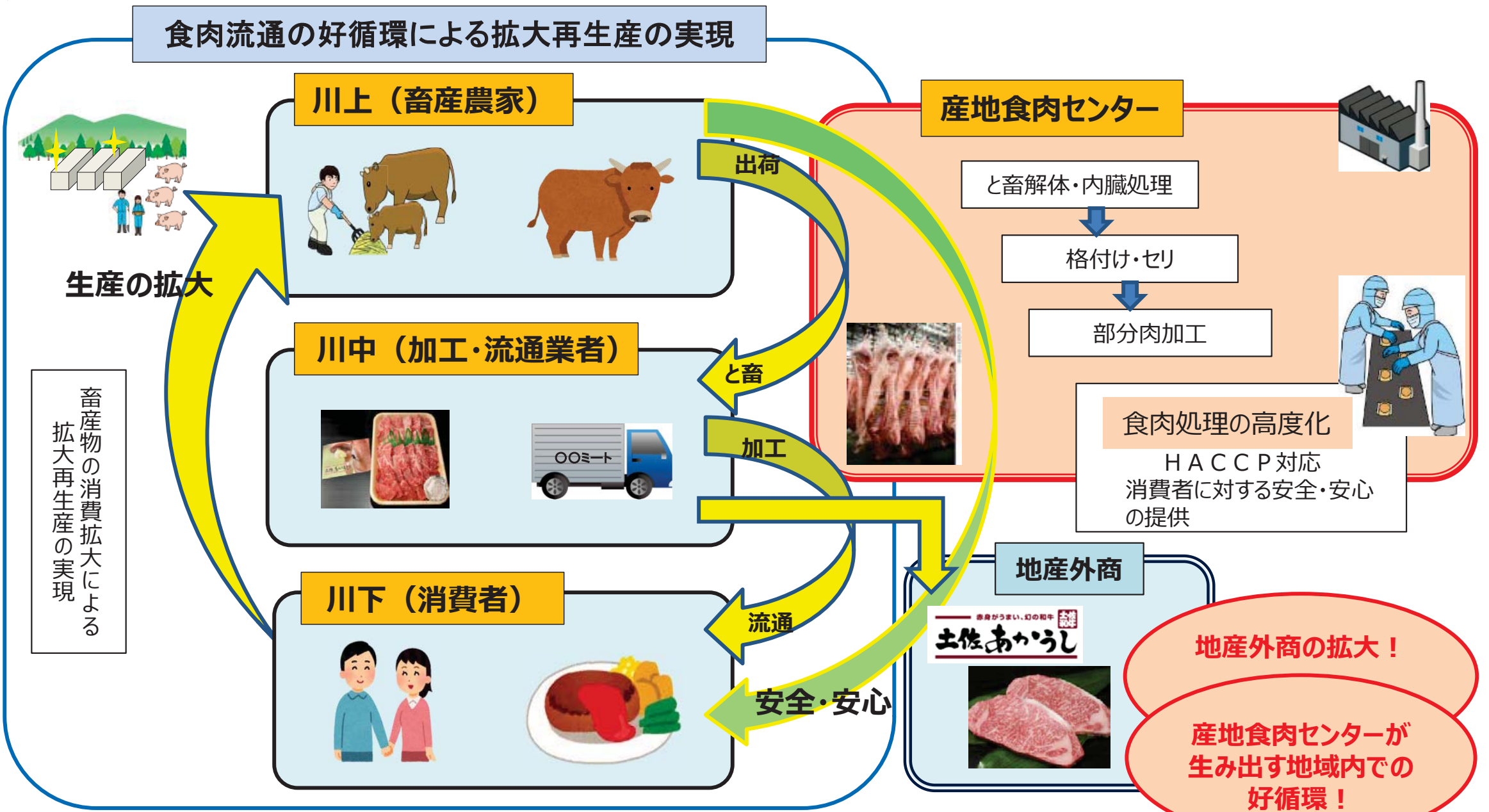
・増頭対策、施設整備への支援

土佐あかうし生産基地

○ 新施設稼働

・施設運営の助言

目指す姿



畜産物の消費拡大による
拡大再生産の実現

直販所を核とした地域活性化の取り組み

ねらい

- ①【農産物の供給強化】 地域の農家や組織が生産する農産物の供給を強化
- ②【農産物の活用強化】 地域の特色のある農産物を活用した付加価値の強化
- ③【人や情報の交流の強化】 地域内外の人々との交流や観光等の情報発信を強化

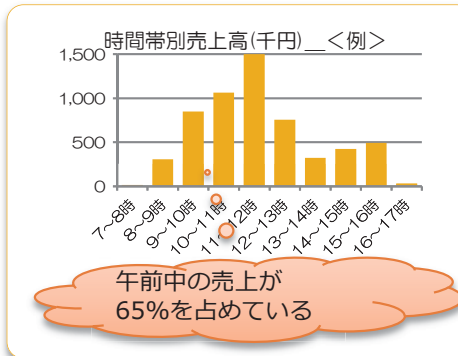
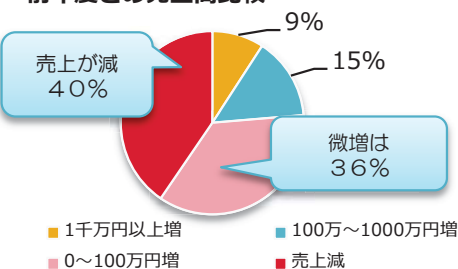
《目標：H31年度》
20店が活性化プランの実行により売上を10%増
売上額 93億円 → 100億円
(県内直販所売上合計)

現状及び課題

◆現状 (H27年度調査)
・店舗数:142店 ・売上高:93億円

◆課題
・売上が伸びない・夏場の野菜が品薄
・午後の品物がない・生産者が高齢化
・施設の老朽化・・・など

前年度との売上高比較

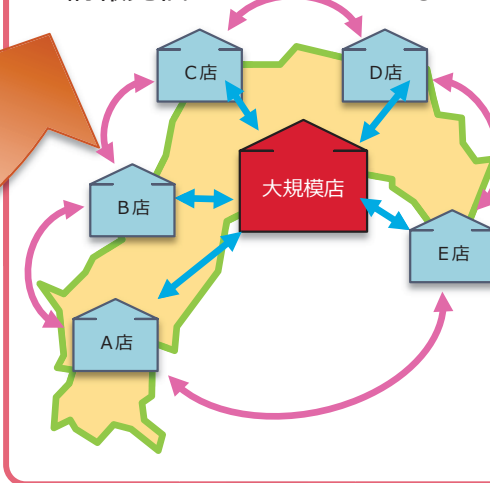


直販所を核とした地域活性化のイメージ



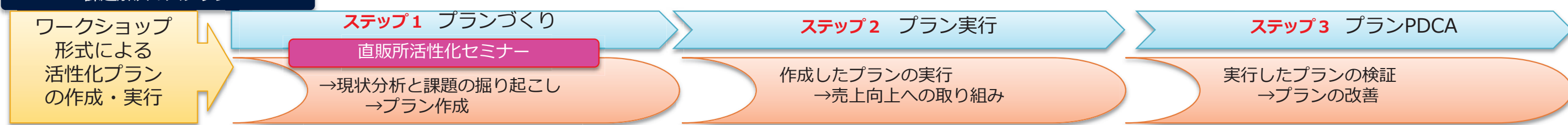
大規模直販所を旗艦とした
県内直販所のネットワーク化

- ▶ 直販所間の商品供給・配送システムの構築
- ▶ 魅力ある農産物等の販売・情報発信 など

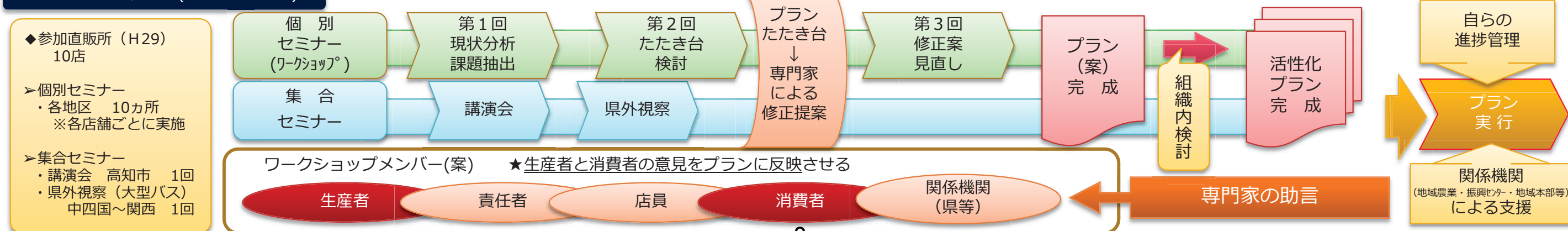


外商拡大
交流拡大

課題解決のステップ



セミナーの開催手順(H29・30年度)



「中山間地域の農業を支える仕組みの再構築」について

【H29年度の取組方針】

- ◆ **「生産基盤を支える」** 日本型直接支払制度の活用を拡大し、集落営農の組織化・農業ロールモデルにつなげる
- ◆ **「農業の競争力を高め・支える」** 「集落営農」と「複合経営拠点」を両輪で推進
- ◆ **「生活を守る」** ための「集落活動センター」と、「複合経営拠点」「集落営農」との一体・連携を拡大



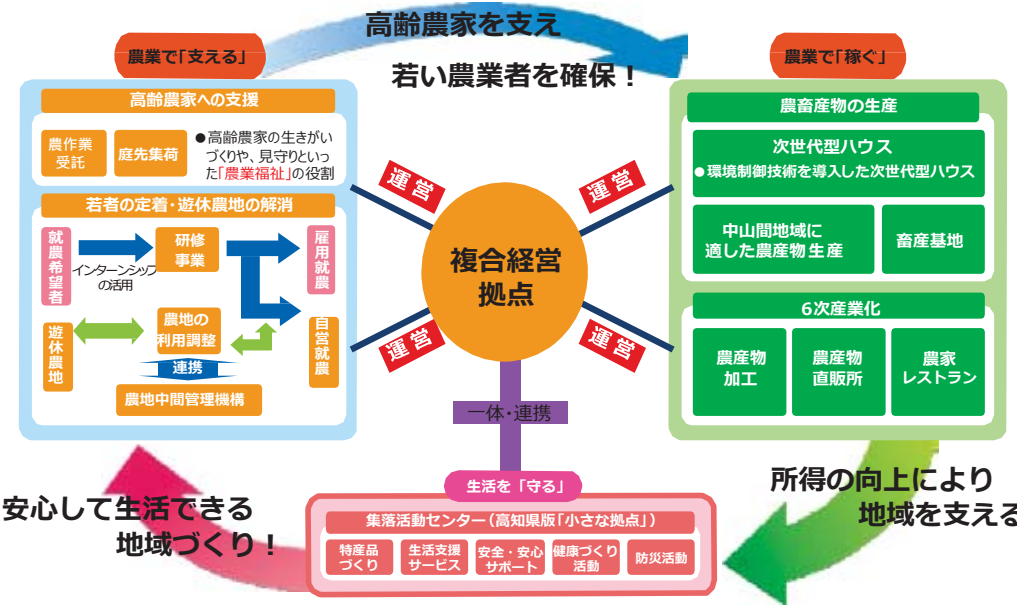
中山間農業複合経営拠点の整備推進 (複合経営拠点支援事業の拡充)

〈目標値〉

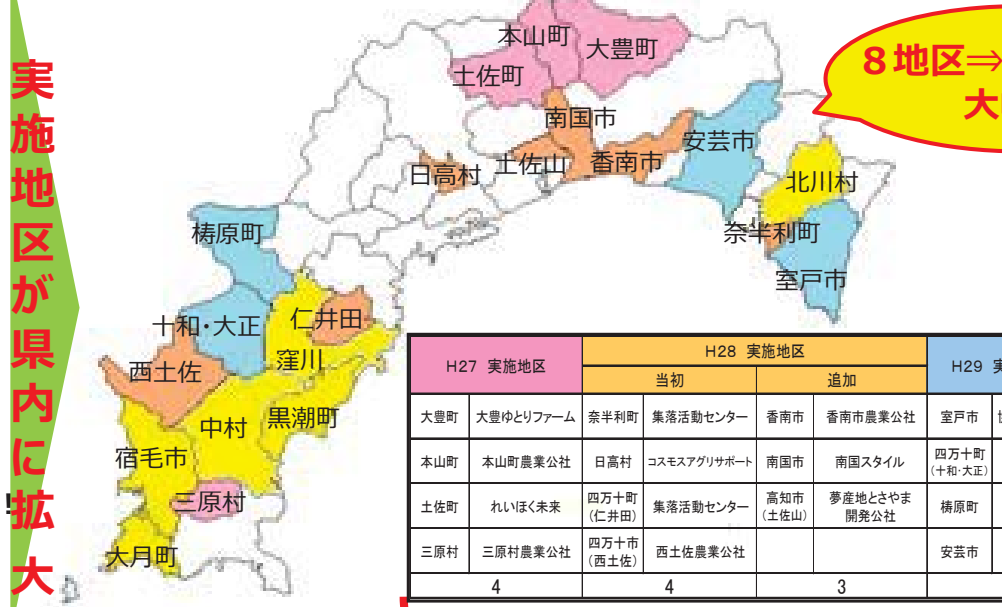
● 複合経営拠点整備地区数

H27 → 4年後 → 6年後 → 10年後

4 20 30 35

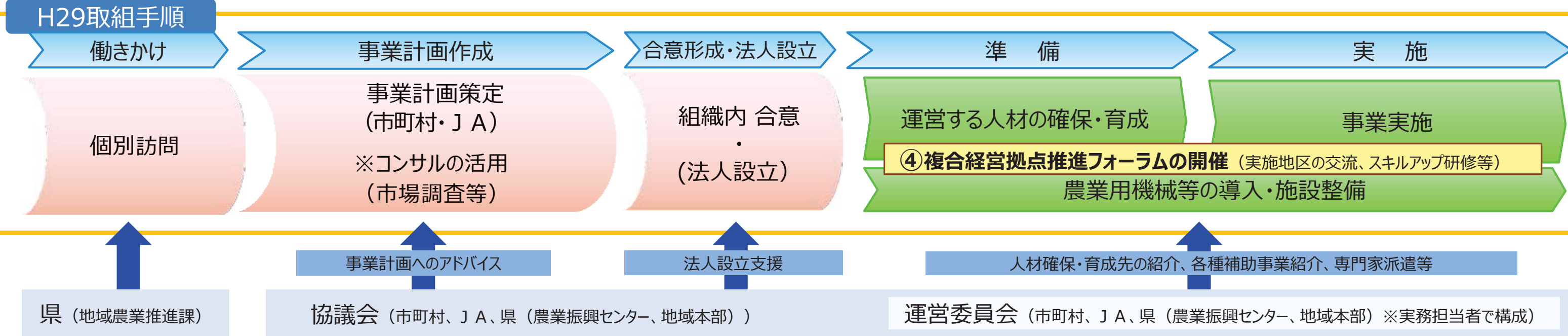


中山間農業複合経営拠点の実施・候補地区



H27 実施地区	H28 実施地区		H29 実施予定地区	可能性あり					
	当初	追加							
大豊町	大豊ゆとりファーム	奈半利町	集落活動センター	香南市	香南市農業公社	室戸市	協同キラメッセ室戸	黒潮町	大月町
本山町	本山町農業公社	日高村	コスモアグリサポート	南国市	南国スタイル	四万十町(十和・大正)	しまんと農業里	宿毛市	四万十町(窪川)
土佐町	れいほく未来	四万十町(仁井田)	集落活動センター	高知市(土佐山)	夢産地とさやま開発公社	梶原町	津野山畜産公社	四万十市	北川村
三原村	三原村農業公社	四万十市(西土佐)	西土佐農業公社			安芸市	農業公社新設予定		
4		4		3		4			6

- ### 拡充のポイント
- ① 実施地区増への対応
 - ・複合経営拠点支援事業費の増
 - ② 経営強化に向けた支援策の充実
 - ・経営コンサルタントの活用による経営強化に向けて経営発展支援メニューの見直し
 - ③ 高齢農家への支援策の充実
 - ・庭先集荷支援メニューの新設
 - ④ 運営する人材の育成強化
 - ・複合経営拠点推進フォーラムの開催



- 働きかけの対象
 - ・30の拠点構想のうち、19の候補地区
- 取組内容
 - ・実施地区の視察や個別訪問等の働きかけにより、拠点の実現に向けて取り組む

複合経営拠点支援事業【拡充】

- ◆ 事業計画作成事業 (ソフト)
 - 事業計画作成支援
 - 高度計画作成支援
- ◆ 経営発展支援事業 (ソフト)
 - ② 経営強化支援【拡充】
 - ・経営強化に向けて経営コンサルタントの派遣等のきめ細かな支援を実施
 - ③ 庭先集荷支援【新設】: 補助率1/2 (上限100万円)
 - ・高齢農家の直販所等への出荷を手助けする庭先集荷を支援
- インターンシップ支援 ○ 雇用確保支援 ⇒ 「農の雇用」に加算

(国) 農山漁村振興交付金・「農の雇用」事業

薬用作物の振興について

薬用作物生産の現状

◆薬用作物の産地と流通

H27年度 主要3品目の栽培状況

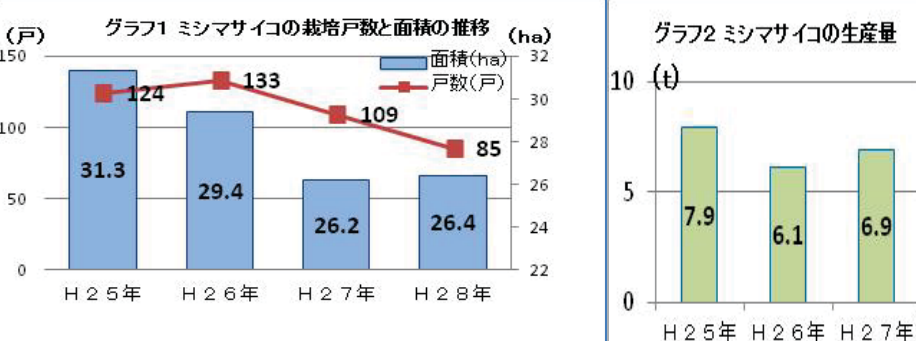
	品目	戸数(戸)	面積(ha)	生産量(t)	ヒューマンライフ土佐取扱率(%)	主産地
①	サンショウ	206	59.6	27.1	100	越知町、大豊町
②	ミシマサイコ	109	26.2	6.9	97	越知町、大月町等
③	ダイダイ	93	26.2	7.2	100	越知町、佐川町

○栽培農家と漢方薬メーカーとの契約栽培

- ・県内生産量の**99.5%**が「ヒューマンライフ土佐」へ出荷
- 「ヒューマンライフ土佐」=県内唯一の薬用作物の集出荷場

◆ミシマサイコ生産状況

- 栽培戸数は減少、面積及び生産量はわずかに増加(グラフ1、2)
- 10a当りの収量が低い。30kg/10a以上の農家割合28%(グラフ3)



◆ヒューマンライフ土佐の施設整備状況

- ダイダイ等の乾燥調整施設を整備 (H28年度こうち農業確立総合支援事業 H28年10月27日落成)

◆有望な薬用作物の探索

- 牧野植物園との連携による探索
- ・「薬用植物栽培関係機関連絡会」による情報共有
- ・シャクヤク等の栽培適応実証試験の実施、試験栽培支援
- ・ムラサキ生産推進協議会(土佐清水市)への支援

生産者と漢方薬メーカーとの契約栽培

戦略のポイント

◆ミシマサイコ産地の維持・拡大

- 安定生産技術の普及
 - ・収量30kg/10a以上の生産者の割合アップ
 - 15% (H26) ⇒目標50% (H31)
- 栽培面積の維持・拡大
 - ・栽培面積 26.4ha (H28) ⇒目標 30ha (H31)

◆ヒューマンライフ土佐を核とした安定生産出荷

- サンショウ、ダイダイ等の生産量の維持・拡大
- 生産工程管理による品質向上

◆有望な薬用作物の探索

- 栽培適応現地実証試験の実施

◎収量アップ

ミシマサイコ目標収量
30kg/10a以上
⇒農家の収益アップ

普及推進

◎栽培面積の維持・拡大

～産地の維持・拡大～

◎生産者組織の強化

- ・漢方薬メーカーとの連携強化
- ・需要に応じた生産計画策定・実行

技術指導

隘路

実需者のニーズ

◆漢方薬メーカーのニーズ

- ミシマサイコ生産拡大
- ミシマサイコの栽培期間の変更 (1年生品種⇒2年生品種) ※H30から全面切替
- サンショウの生産維持
- ダイダイの生産拡大

指導上の課題

営農指導員の様な生産者のまとめ役がない!

○ヒューマンライフ土佐役員による指導の限界

- ・役員によるボランティア的な個別指導には限界



は種:2月~3月

○普及指導員による指導の限界

- ・契約栽培のため情報収集に制約がある
- ・薬用作物の栽培指導経験が不足
- ・は種から生育初期(2~4月)のきめ細かな個別指導が困難
- ・現地検討会や栽培講習会などの集団指導の実施が困難

○ミシマサイコ2年生品種の技術確立が急務

対策

★薬用作物専門指導員の配置(1名)★

○配置(委託)先:ヒューマンライフ土佐

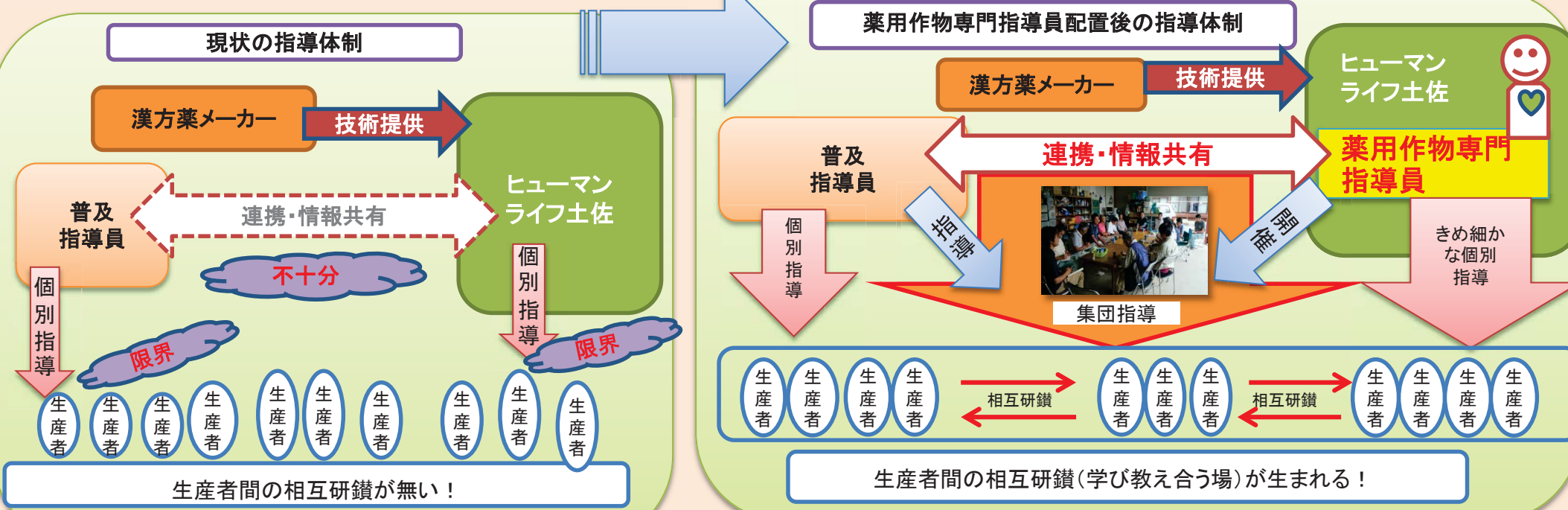
○役割(委託内容)

- 普及指導員と連携した**県域での指導活動の実施**
 - ・現地検討会: 県内5ヶ所(本山町、いの町、越知町、四万十町、大月町)年間4回
 - ・栽培講習会: 県内5ヶ所、年間2回
 - ・個別巡回指導: 対象農家戸数85戸、毎月1回以上個別訪問
- 実証ほの設置・調査への協力
 - ・実証ほ: 2年生品種の栽培実証 3ヶ所(越知町、本山町、宿毛市)
- 普及指導員、市町村、生産者、ヒューマンライフ土佐、メーカーとの連携
 - ・市町村連絡協議会等への参加: 越知町 年間12回
 - ・普及指導員薬用作物担当者会への参加: 年間3回
 - ・漢方薬メーカーとの現地巡回: 越知町など年間9回

JA営農指導員のイメージ



総指導活動時間
1,536時間/年



期待される効果

- ①集団指導(現地検討会や栽培講習会等)の実施で指導効果・効率が向上
- ②は種から生育初期(2~4月)にきめ細かな個別巡回指導が実現
- ③指導機会の増加により普及指導員の指導力が加速度的に向上

～栽培指導力の強化による薬用作物の安定生産技術の普及促進～

・ミシマサイコ収量30kg/10a以上の生産者数の割合が50%以上(H31) ・2年生品種の栽培技術の確立



高知県と東京農業大学との連携推進について



趣旨

高知県と東京農大が結びつきを深め、お互いのもつ経営資源を有効に活用し、ともに発展する

東京農大概要

- ・農業系専門大学(125年の歴史)
- ・実学主義で体験学習や経験を重視
- ・本県出身者(約800名、現存約600名、県職員29名)

連携の目的

- ・地域を支える人材の育成確保
- ・地域課題の解決
- ・技術や情報、人材の活用
- ・就職及び就農支援



取組みの内容

- ・高知県の理解とサポーター増大(大学での講義や高知県での農業体験)
- ・課題提起や研究フィールドとしての活用(中山間等地域でのフィールドワーク支援)
- ・試験研究機関との共同研究や連携(鮮度保持や醸造技術など)
- ・インターンシップの実施、農業研修の支援



連携担当教授陣



・農家研修、体験ツアー
高畑 健(農学科助教)
(高糖度果実生産技術)



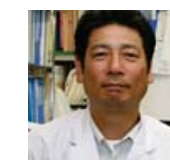
・地域課題対策
宮林 茂幸(森林総合学科教授)
(農山村と都市の交流)



・鮮度保持
馬場 正(農学科教授)
(超長鮮度保持技術)



・微生物
篠原 弘亮(農学科教授)
(植物病原菌分類同定)



・醸造関係
穂坂 賢(醸造科学科教授)
(有用酵母の分離と利用)

高知県のメリット(東京農大のメリット)

- ・学生受け入れによる高知家PR、将来の担い手確保(現地研修先や実践学習等)
- ・鮮度保持による本県農産物の付加価値向上(研究テーマや素材の確保、研究成果)
- ・中山間等地域課題の解決(研究テーマや素材の確保、研究成果)
- ・本県酒造技術や製品力向上(研究テーマや素材の確保、研究成果)
- ・優れた人材の高知県への呼び込み(就農、就職先の確保)



鮮度保持

連携項目やテーマ

連携項目	テーマ	内容	予定
試験研究との連携	鮮度保持技術	農大教授による技術的なアドバイス	鮮度保持技術検討会(1回) 農学科(馬場教授、篠原教授)
	酒米振興		土佐酒振興プラットフォーム(2回) 醸造科学科(穂坂教授)
	鮮度保持技術 酒米振興など	セミナー、講演会への招致	鮮度保持技術に関する講演会(馬場教授)(1回) 土佐酒振興に関するセミナー(穂坂教授)(1回) 微生物活用に関する講演会(農学科 篠原教授)(1回)
人材の交流	学生の農作業体験	担い手センター、農家での受入	体験実習(10名):担い手育成センター、農家(30日間) 体験ツアー(15名):農業担い手育成センター(2日)
	学生の研究支援	研究可能な県機関、農家情報の提供など	研究課題や体験実習先受入農家情報の提示(随時)
	研究員の大学での研修	東京農大での研究員の研修	鮮度保持技術の習得研修(5日間)
	学生の就農・就職支援	就農・就職相談会	学園祭などでのブース設置(11月)
	学生の職場体験	県機関でのインターンシップ	農業関係県出先機関(試験研究、普及所)や県庁で職場体験受入(8月)
高知県のPR	農大での講義、講座	寄付講座(高知県の農業施策、担い手対策など)	大学のカリキュラムへ設定(6月、12月) 内容:高知県の農業について、担い手対策など
	農大イベントへの参加	学園祭での本県PR	学園祭へのブース出展(11月):パネルや農産物展示、就職就農等相談など
その他	連絡・協議	幹事会の開催	計画の策定・実施協議(5月)、次年度計画の検討(1月)

期待される効果

- ・農業の担い手の確保による産地拡大
- ・鮮度保持技術による商品力の向上
- ・酒米生産の加速化



産地の維持拡大



吟醸酵母



鮮度保持(高知県開発パーシャル包装)

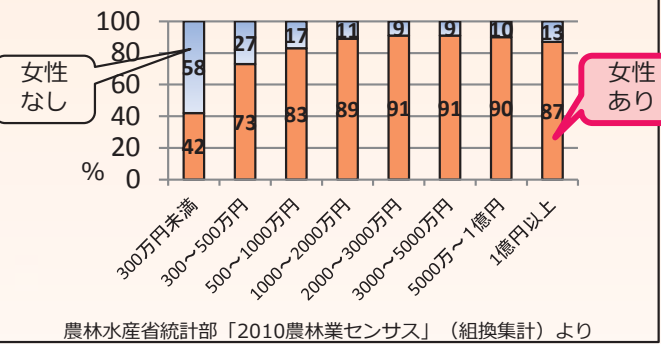
女性の活躍促進について

背景

農業の発展のためには、農業就業人口の約43%を占める女性農業者の能力を最大限に活かせる環境整備と次代を担うリーダーの育成が不可欠

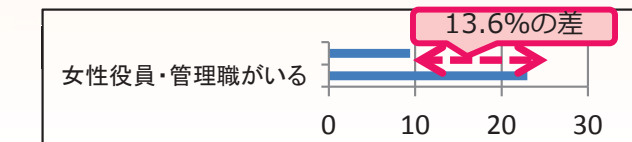
●女性が参画している経営体ほど販売額が大きい傾向にある(図1)

図1 女性の基幹的農業者の有無別経営状況



●女性役員、管理職がいる経営は、売上や収益の増加率が高い傾向にある(図2)

図2 女性役員等の有無と融資後3年間の売上増加率(%)



日本政策金融公庫「農業経営の現場での女性活躍状況調査(H25.1)より

女性農業者の意見

- 技術と経営**
 - 経営パートナーとして経営に参画したい。
 - 天敵や環境制御など技術を習得したい。
 - 女性限定の機械講習会を希望。
 - アシストスーツに興味がある。
- 労働力**
 - 忙しい。人手が足りない。
 - 介護・子育て時の農作業ヘルパーを希望。
 - JA無料職業紹介所を整備して欲しい。
 - 人を雇うと、色々とお金を使う。
 - 雇用さん用に仮設トイレを整備したい。
- 交流**
 - 女性の組織活動が低迷している。
 - 若い人が組織に入らない。
 - 地域での交流が減ってきている。
 - 組織や世代を超えて交流をしたい。

課題

- 経営主とのパートナーシップの構築**
 - 経営管理能力の向上
 - 栽培技術力の向上
- 雇用管理能力の向上**
 - 雇用管理に関する知識の習得
 - 雇用管理に係る負担軽減
- 参加しやすい学習、交流の場づくり**
 - 世代、組織間を超えた場づくり

はちきん農業大学

対象	目的	特徴
県内在住の女性農業者	<ul style="list-style-type: none"> ●技術・経営力アップへの支援 ●学びと交流の場の創出 ●次代を担うリーダーの育成 	<ul style="list-style-type: none"> ●参加しやすい地域会場 ●県域講座で交流を促進 ●受講する講座を自由に選択 ●単位制、聴講制度あり

実施体制

①本校(県域会場: 1カ所)

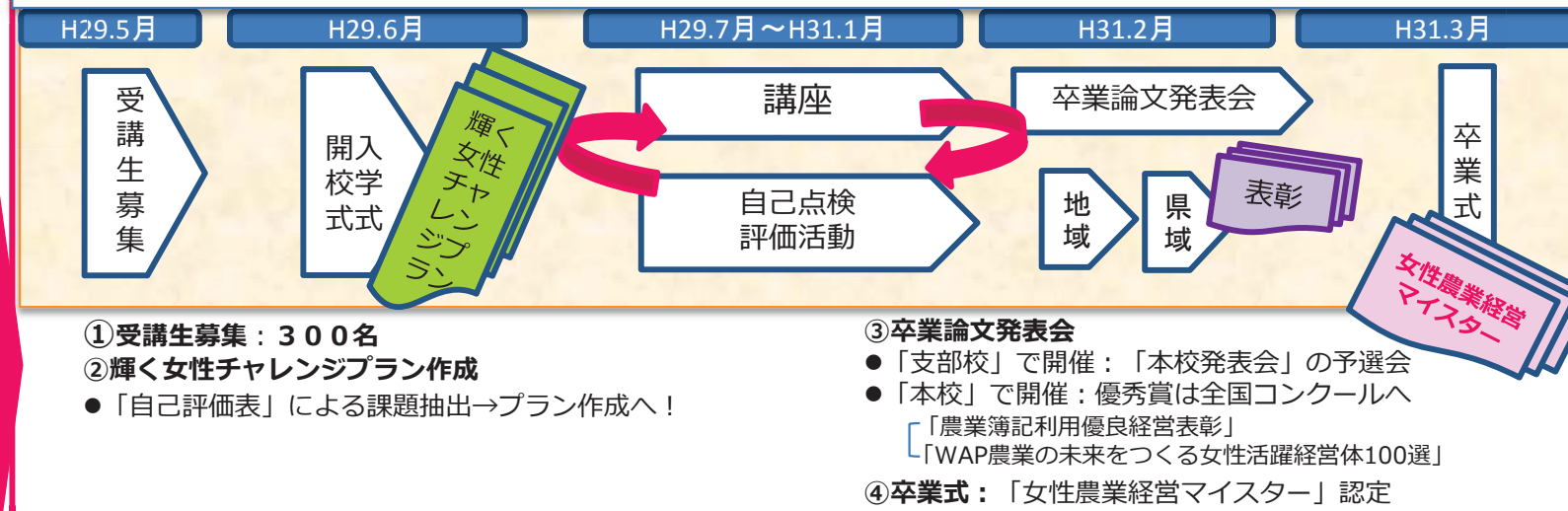
- 学長 JA中央会会長
- 副学長 農業振興部長
- 事務局 環境農業推進課

②支部校(地域会場: 9普及課・所)

- 支部長 普及課・所長
- 事務局 普及課・所

入学から卒業までのスケジュール(2年間)

※1期生のスケジュールとする



- ①受講生募集: 300名
- ②輝く女性チャレンジプラン作成
 - 「自己評価表」による課題抽出→プラン作成へ!

- ③卒業論文発表会
 - 「支部校」で開催: 「本校発表会」の予選会
 - 「本校」で開催: 優秀賞は全国コンクールへ
 - 【「農業簿記利用優良経営表彰」
 - 【「WAP農業の未来をつくる女性活躍経営体100選」
- ④卒業式: 「女性農業経営マイスター」認定

講座内容

●本校(県域)で開催 ○支部校(地域)で開催

必修講座	選択講座
●○ 雇用管理対策講座	● 女性のための農業機械講座
○ 知っておきたい高知県の農業施策講座	○ 農業基礎講座
● 女性が活躍する経営の取り組み	○ 新技術講座
	○ 経営管理講座
	○ 自主企画講座

実習	課外ゼミ
○ 実証調査 環境制御機器の試用	●○ 先進事例調査
○ 実証調査 アシストスーツの試用	【テーマ】
	● 新規就農への支援
	● 雇用管理対策

目指す姿

積極的に経営参画

- 環境制御技術の更なる普及拡大へ!
- 新規就農者確保育成へ!



- 組織、世代間の交流

経営体の発展へ!

- 収量が向上!
- 売上が向上!
- 所得が向上!

【目標】
農業産出額等
1,060億円
(H31)

女性の学びと交流の場を創出

女性が輝く農業の実現

連携

労働力を確保する仕組みの構築について(案)

【現状・課題】

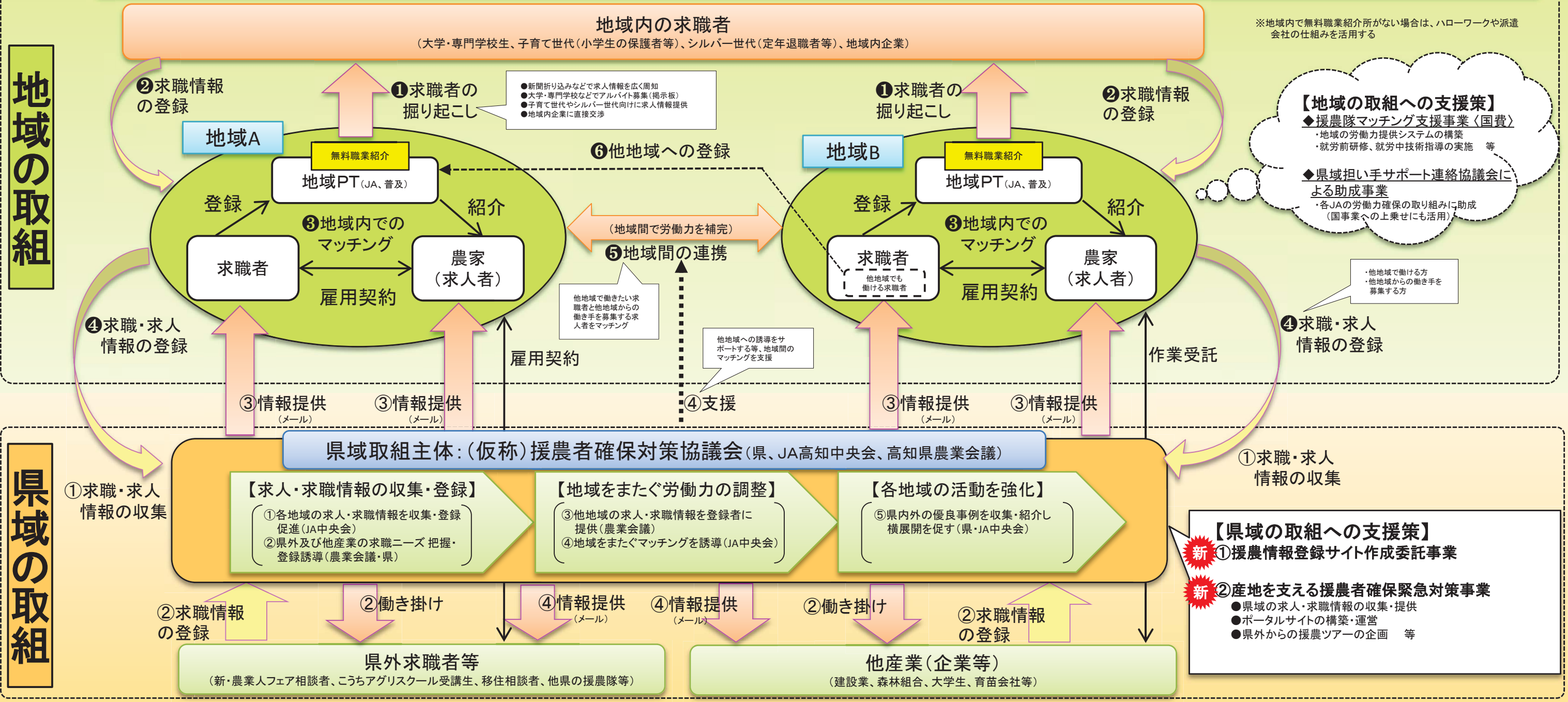
- ・園芸農家の約4割(※)で労働力不足が発生し、拡大再生産のボトルネックとなっている。
(主に収穫、出荷調整作業等で不足。地域や品目で不足状況が異なる。(※)主要品目340戸を対象)
- ・これまでの地縁に頼った確保策では限界。既存制度の活用を含め求人方法を改善し、地域外・農業外から人を呼び込む必要がある。

【対策】

- ◆各地域で求職者(援農者)のリスト化、求人・求職者のマッチングを推進
- ◆地域間で労働力を補完するために県域での仕組みを構築

必要な労働力を確保

- ①地域内の求職者の掘り起こし ②求職情報の登録を促す ③JA無料職業紹介所等を核とした地域内でのマッチング支援 ④県域のポータルサイトへの求職・求人情報の登録
⑤ポータルサイトからの情報を基に地域間での連携を推進 ⑥地域内の求職者が他地域で就労することを支援



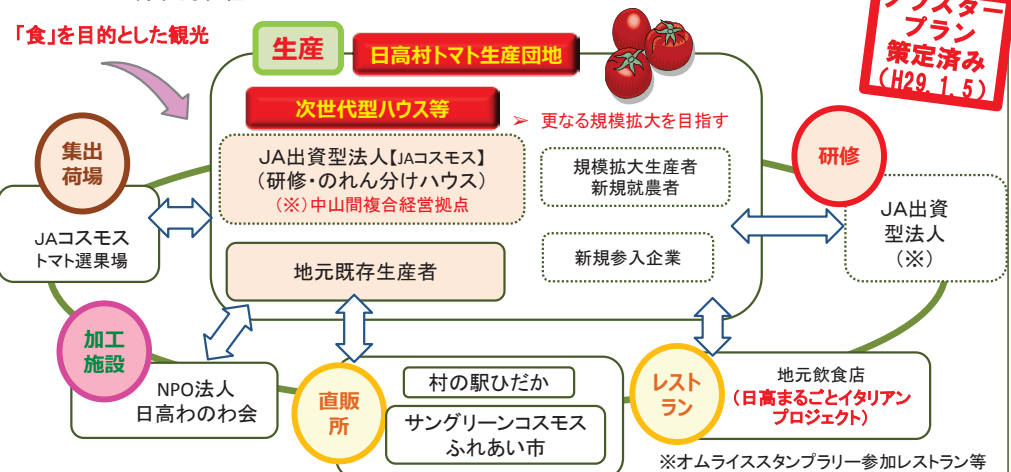
農家の意向(規模拡大、収量アップ、現状維持)に沿った労働力が確保され、産地の生産力が維持・向上される。

農業クラスター形成についての取組状況

農② 日高トマト産地拡大プロジェクト(日高村)

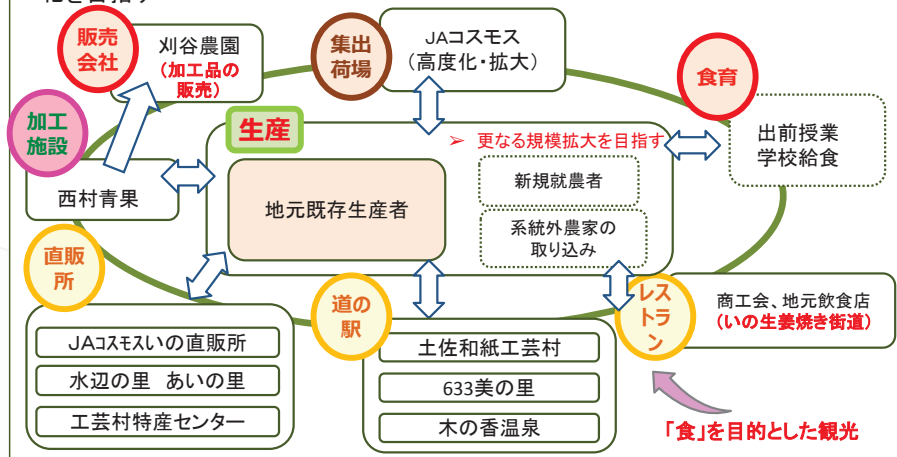
・日高トマト生産団地の拡大の取り組みを核として、中山間複合経営拠点(※)の整備とも併せ、関連するJA出荷場、農産品加工施設、直販所、地元レストラン等が連携し、クラスター化を目指す

(※) 出資型法人等が、高収益の施設園芸や中山間地域に適した農産物の生産、作業受託による地域営農の維持活動等、複合経営を行い、中山間地域の農業の競争力を高め、支える仕組み



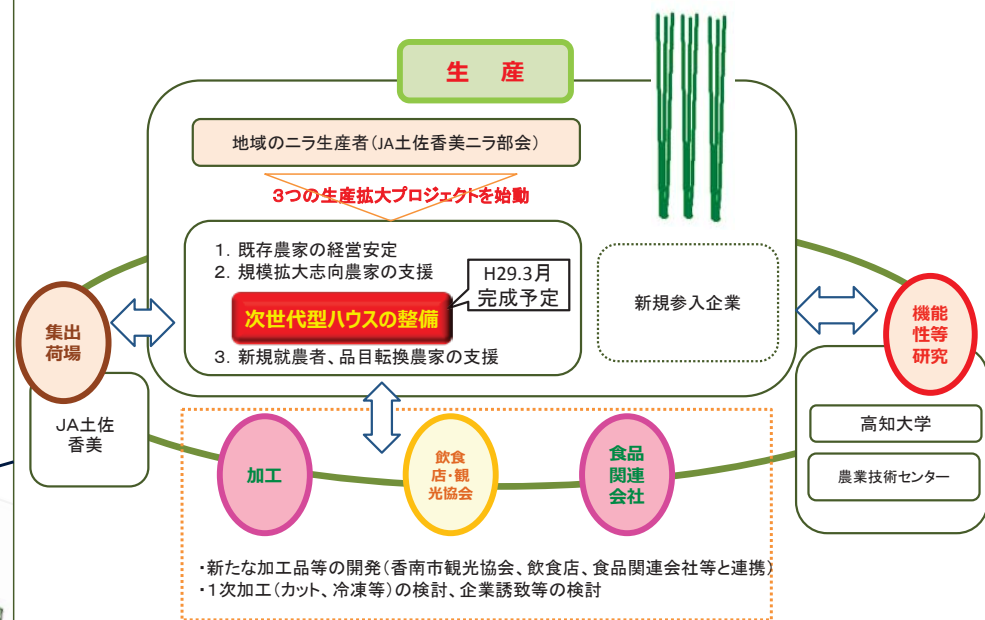
農⑥ いの町生姜生産・販売拡大プロジェクト(いの町) NEW

・いの町の生姜生産農家を中心として、産地パワーアップ事業での生姜の集出荷場整備と併せ、地元加工業者や直販所、道の駅、学校及び商工会等が連携し、クラスター化を目指す



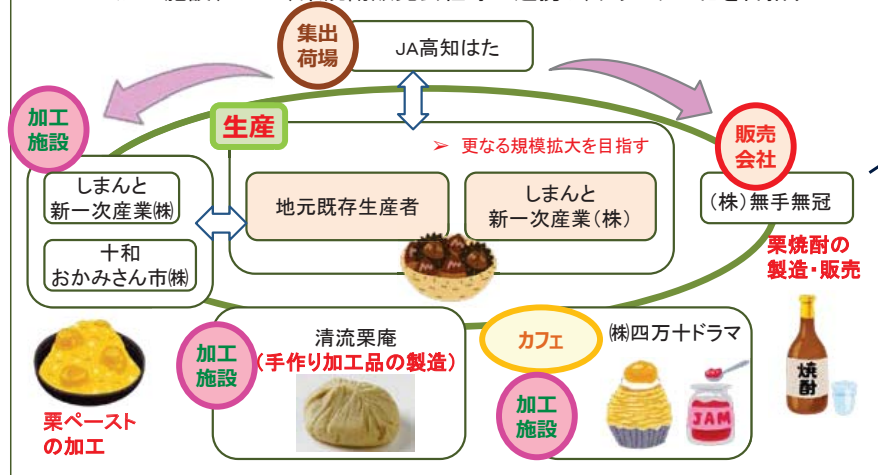
農④ 日本一のニラ産地拡大プロジェクト(香南市・香美市)

・日本一の生産量を誇るJA土佐香美の生産拡大を目指し、3つの生産拡大プロジェクトに取り組みとともに、食品関連会社等の誘致を視野に入れた新たな加工品の開発、地元飲食店でのメニュー開発等により、クラスター化を目指す



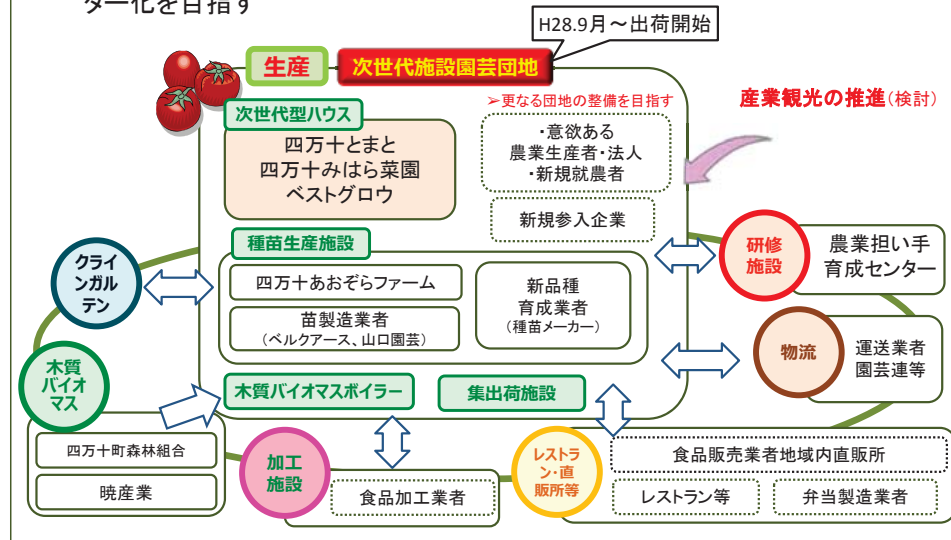
農⑦ 四万十町クリクラスター構想(四万十町) NEW

・四万十の栗再生プロジェクト協議会を中心として栗の生産拡大を図るとともに、ペースト加工施設、カフェ、栗焼酎販売会社等が連携し、クラスター化を目指す



農① 四万十次世代モデルプロジェクト(四万十町)

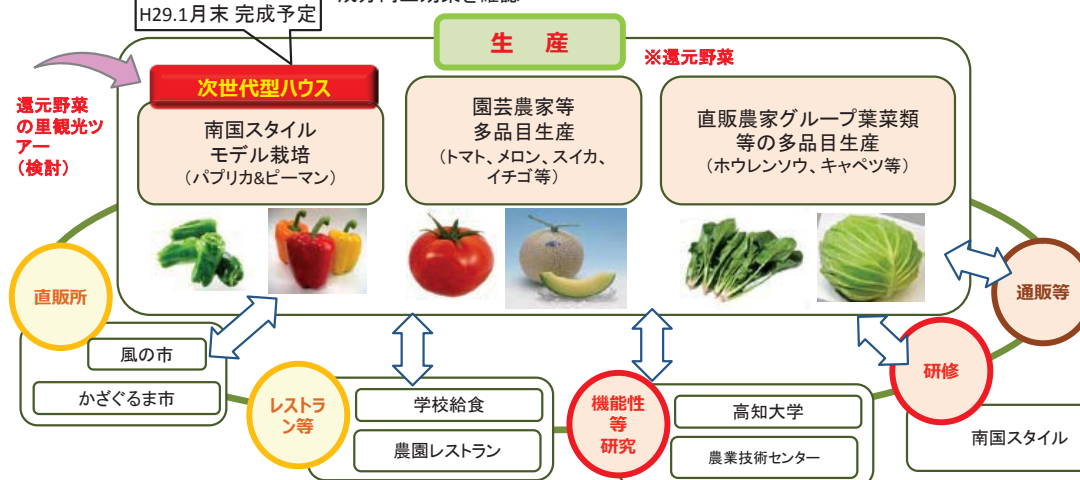
・次世代施設園芸団地でのトマト生産を核として、バイオマス供給施設、種苗供給施設、農産品加工・販売業者、地元レストラン等が連携し、クラスター化を目指す



農③ 南国市還元野菜プロジェクト(南国市)

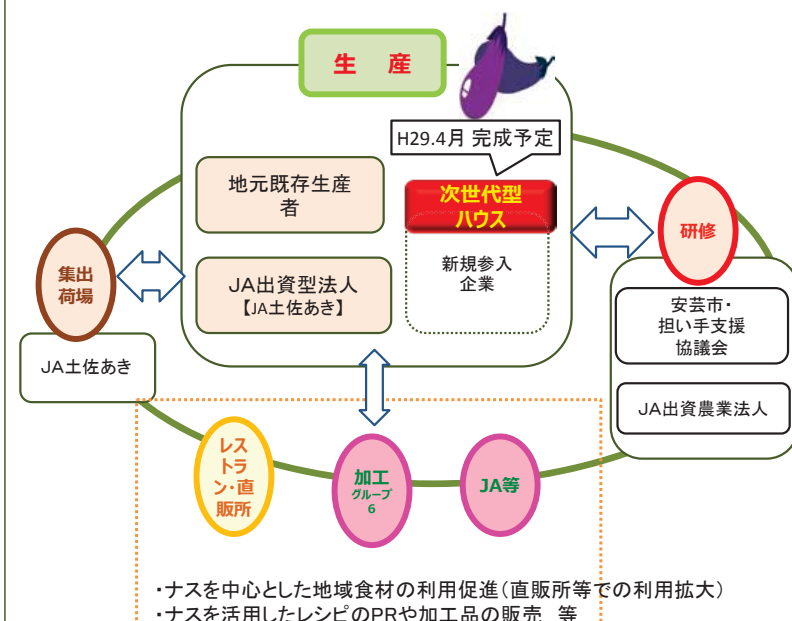
・JA出資型法人「南国スタイル」を中心として、「還元野菜(※)」の生産拡大を図るとともに、関連する直販所や農園レストラン等と連携した還元野菜販売や、メニュー提案等を実施することにより、還元野菜の里づくりを目指す

(※) 電界水素水を使って栽培した野菜のこと。電界水素水は、葉菜類で生育促進効果(収量5~20%UP)あり、さらに葉菜類、果菜類等で抗酸化機能等の機能性成分向上効果を確認



農⑤ 日本一のナス産地拡大プロジェクト(安芸市)

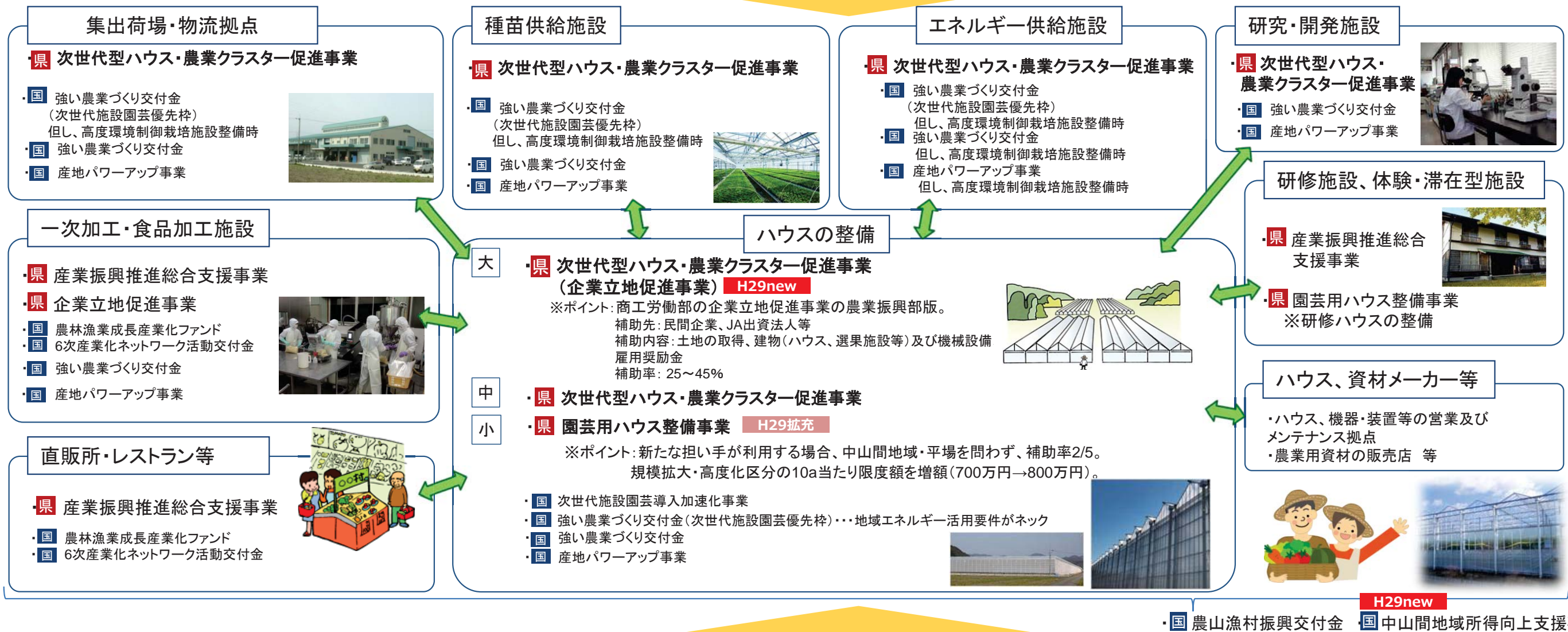
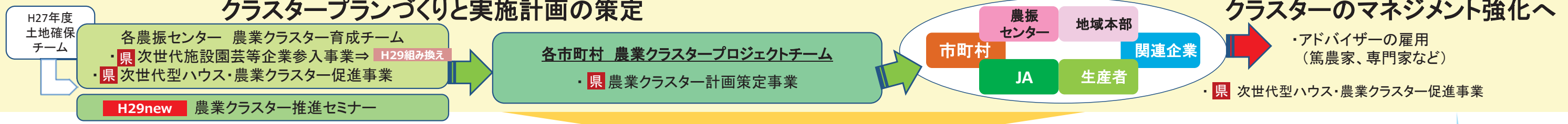
・県東部の基幹品目であるナスの生産拡大を図るとともに、地域の直販所や飲食店等での利用促進、ナス料理や加工・特産品の消費拡大に取り組むことにより、クラスター化を目指す



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（案）

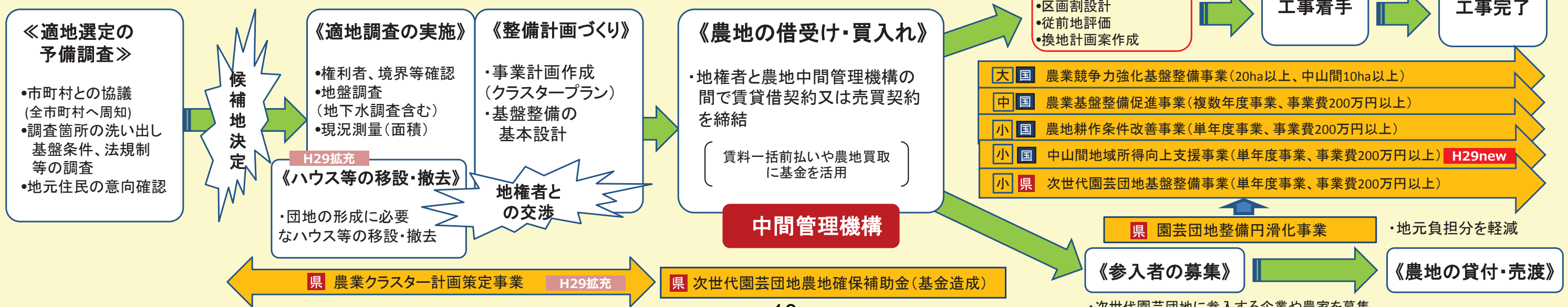
クラスタープランづくりと実施計画の策定

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



分野を代表する目標

木材・木製品製造品出荷額等
原木生産量

出発点 (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

出発点 (H26) 61万m3⇒現状 (H27) 59.2万m3⇒4年後 (H31) 78万m3⇒6年後(H33)81万m3⇒10年後 (H37) 90万m3

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

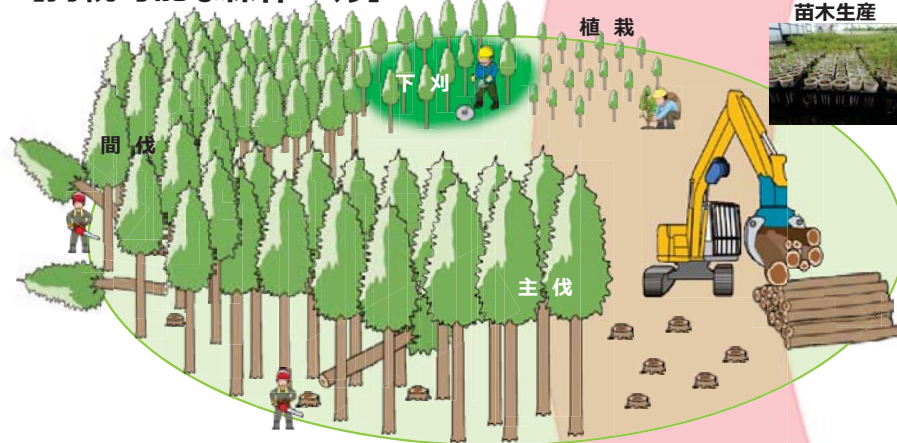
- ◆ 森の工場の拡大・推進
- 拡 **森林情報の精度向上 (森林GISの機能拡充)**
- ◆ 効率的な生産システムの導入を促進
- 拡 **高性能林業機械等の導入・整備**
- 拡 **林道整備の促進に向けた協議会・WGの設置**
- 拡 **森林組合の生産工程改善による生産性向上**
- ◆ 皆伐の促進
- ◆ 原木の安定供給システムの構築



○持続可能な森林づくり

- ◆ 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

【持続可能な森林づくり】



柱2 加工体制の強化

○製材工場の強化

- ◆ 製材所の加工力強化
- 拡 **人材育成と設備整備の両面から支援**
- 拡 **付加価値の高い製品づくり**
- ◆ 県内企業による協業化・大型化の検討



○高次加工施設の整備

- ◆ 集成材工場の整備
- ・ 構造用集成材の生産
- ◆ C L T パネル工場の整備

D材 (端材等) **バイオマス利用**

C材 (低質材)

B材 (中質材) **ラミナ用材**

A材 (良質材) **建築用材**

林業・木材産業 クラスターの形成

木質バイオマス
発電所 2 箇所
(H27稼働)

ラミナ工場
(H28稼働)

集成材工場
(H28整備)

大型製材工場
(H25稼働)

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及び施設整備
- 拡 **H30専攻課程の開設に向けた研修内容の充実**
- ◆ 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の連携
- 拡 **定期相談会の開催**
- 新 **フォレストスクールの実施**
- ◆ 移住施策との連携による担い手の確保
- ◆ 特用林産業新規就業者の支援

○事業者の経営基盤の強化

- ◆ 林業事業者のマネジメント能力向上
- ◆ 林業事業者における就労環境の改善

○小規模林業の推進

- ◆ 小規模林業の活動を支援



柱4 木材需要の拡大

○住宅・低層非住宅建築物における木材利用の促進

- ◆ 低層非住宅建築物の木造化の促進
- 新 **新たな木質建材を活用したモデル建築物の整備**
- ◆ 県産材を活用した木造住宅建築の促進



○C L T の普及

- ◆ C L T 建築物の普及促進と需要拡大
- 拡 **C L T 首長連合と連携したC L T 利用の促進**

○木質バイオマス発電所の安定稼働

○木質バイオマスの利用拡大

- ◆ 木質ペレット等の安定供給の促進
- ◆ 幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大
- ◆ 木質バイオマス発電の促進



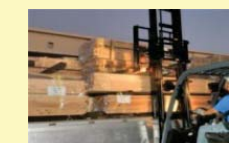
『拡大再生産』の 好循環へつなげ、 中山間地域を元気に！



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
- 拡 **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
- ◆ 海外への販売促進
- 新 **C L T 等輸出の可能性を調査**
- 拡 **海外見本市等でのP R 活動**



林業分野の体系図

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 出発点(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 出発点(H26):61万m3⇒現状(H27):59.2万m3⇒4年後(H31):78万m3⇒6年後(H33):81万m3⇒10年後(H37):90万m3

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 ⑳:10.2万m3 → ㉑:15.1万m3 → ㉓:15.3万m3 → ㉔:17.0万m3	・県産製材品の出荷量の増加 ㉒:23.3万m3 → ㉕:27.4万m3 → ㉖:28.4万m3 → ㉗:28.4万m3	・県産製材品の県外出荷量の増加 ㉘:□16.1万m3 → ㉙:□20.1万m3 → ★0.0万m3 → ★0.1万m3 ㉚:□19.7万m3 → ㉛:□15.8万m3 → ★1.5万m3 → ★5.4万m3 (□:一般製材品 ★:高次加工品)	・木質バイオマス利用量の増加 ㉜:35.6万トン → ㉝:57.3万トン → ㉞:58.0万トン → ㉟:60.6万トン	・林業就業者数の増加 ㉟:1,602人 → ㊱:1,747人 → ㊲:1,777人 → ㊳:1,870人 ・新規雇用者数の増加(川下・累計) ㊴:32人 → ㊵:58人 → ㊶:96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 ◆【拡充】森の工場の拡大・推進 ・集約化に必要な森林情報の精度向上(森林GISの機能拡充) ◆【拡充】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・整備 ・林道整備の促進に向けた協議会・WGの設置 ・森林組合の生産工程の改善による生産性の向上 ◆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 ◆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 ◆【拡充】製材所の加工力強化 ・人材育成と設備整備の両面から支援 ・付加価値の高い製品づくり ◆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 ◆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 ◆【拡充】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 ・CLT等輸出の可能性を調査 ・海外見本市等でのPR活動	1. 住宅・低層非住宅建築物等における木材利用の促進 ◆【拡充】低層非住宅の木造化の促進 ・事例集の作成、施主へのPR ・全国への販売展開 ・新たな木質建材を活用したモデル建築物の整備 ◆県産材を活用した木造住宅建築の促進 2. CLTの普及 ◆【拡充】CLT建築物の需要拡大 ・CLT首長連合と連携したCLT利用の促進 3. 木質バイオマスの利用拡大 ◆木質ペレット等の安定供給の促進 ◆幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入拡大 ◆木質バイオマス発電の促進	1. 林業学校の充実・強化 ◆【拡充】林業学校における人材育成 ・H30専攻課程の開設に向けた研修内容の充実 ◆森林組合等の県内事業者への雇用促進 2. きめ細かな担い手確保の強化 ◆【拡充】林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ・定期相談会の開催 ・フォレストスクールの実施 ◆移住施策との連携による担い手の確保 ◆特用林産業新規就業者の支援 3. 事業者の経営基盤の強化 ◆林業事業者のマネジメント能力向上 ◆林業事業者における就労環境の改善 4. 小規模林業の推進 ◆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

現状

- 県内の森林資源は毎年約300万m³増加
- 順調に伸びてきた原木生産量が60万m³で足踏み
- 製材用原木に加え低質材の需要が増加
- 事業地が奥地化し、小運搬距離が長くなり、搬出コストが嵩むことから低質材の搬出が進まない
- 高知県の地形に適した、欧州型の架線系作業システムの導入が始まった

これまでの取り組み

原木の増産・生産性の向上を目指して

◇ 森の工場の拡大

- ・ 搬出間伐の推進

事業地の確保(集約化)

- ・ 路網の整備(開設・改良等)

林道+林業専用道+森林作業道 = 路網配置計画

- ・ 高性能林業機械等の導入

高性能林業機械の導入と組み合わせ

◇ 皆伐の促進

- ・ 集材架線の架設
- ・ 路網の整備(開設・改良等)



見えてきた課題

- ① 新型で高効率の林業機械は高額で導入が困難
- ② 作業班数に対して林業機械の数が不足
- ③ 低質材の仕分けに必要な中間土場が確保できない
- ④ 適切な路網の配置が出来ていない
- ⑤ 現場に合った作業システムが導入できていない
- ⑥ 生産性の把握ができていない
- ⑦ 利用期を迎えた豊富な森林資源に対して、労働力が不足

労働力不足を補うためにも
生産性の向上が必要!

平成28年度からの取り組み

森林組合支援WGによるサポート

- ・ 功程分析によるボトルネックの洗い出し等
- ・ 効率的な作業システムの構築支援(マニュアル作成)

生産性の向上と原木の増産

効率的な生産システムの導入促進

現場の条件に合った、路網整備と高性能林業機械のよりよい組み合わせにより、ボトルネックとなる工程を改善し、生産性を向上

◆ 路網の整備促進

- 林業事務所ごとに「林道整備促進協議会(仮称)」を設置し、WGにより林道開設を促進
- 大型トラックが走行可能な、既設林道を核とした林業専用道や森林作業道を組み合わせ合わせた計画的な路網整備の促進
 - ・ 大規模な「森の工場」の補助対象期間を延長
5年→10年

- 既設作業道の改良や災害復旧の対応
- 中間土場の整備

◆ 高性能林業機械等の整備促進

- 原木生産の効率化、労働強度の軽減
 - ・ 高性能林業機械等の導入
 - ・ 林業機械の改良等
 - ・ 林業機械のレンタル

「改良とレンタルは対象エリアを拡大
森の工場→県下全域(皆伐事業でも可能)」

- 林業機械の開発プロジェクトのスタート

森林組合の生産性向上支援

功程分析等によるボトルネックの洗い出しと改善支援による生産性の向上

- 森林組合支援WGによるサポートの拡大
- 生産システム等の改善に必要な経費を支援
 - ・ 試用用の高性能林業機械のレンタル
 - ・ 架線集材等の講師派遣
 - ・ 先進事業体での研修 等

皆伐と再造林の促進

原木生産のさらなる拡大と安定供給

- 皆伐施業の効率化
 - ・ 集材架線の架設や作業道の開設
 - ・ 林業機械の改良、レンタル 等
 - ・ 架線集材等の講師派遣 等
- 再造林の促進
 - ・ 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



(タワーヤード)

成果

生産量	H24	H25	H26	H27
単位: 万m ³	46.5	49.5	61.0	59.2



平成29年度 森林計画事業 森林GISの機能拡充

森林法改正（林地台帳の整備）の目的

現状・課題

- ・原木増産に向けて、施業の効率化・低コスト化のために林地の集約化が重要
- ・しかし、森林所有者や境界が不明確な林地が増加し、集約化が進まない

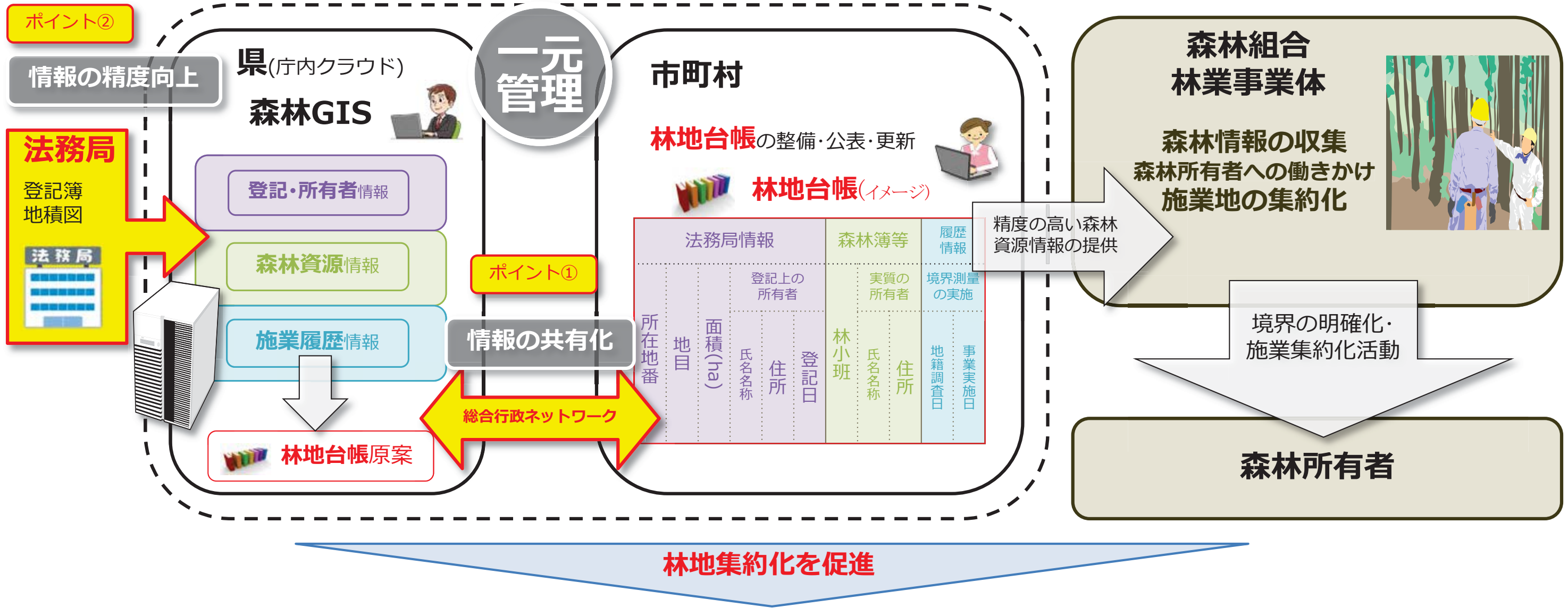
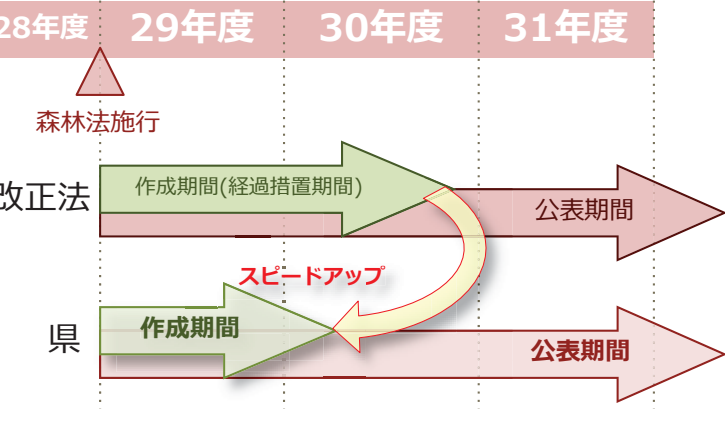
森林法改正(H28.5)

- ・集約化を進めるため、市町村が所有者情報を一元的に取りまとめ、担い手に提供する林地台帳制度を創設
- ・平成29年4月1日施行
- ・但し、経過措置期間は平成31年3月31日まで

森林GISの機能拡充

- ポイント①**
市町村が林地台帳整備に必要な森林情報を総合行政ネットワークを活用して、県と市町村で共有化
- ポイント②**
法務局の登記簿情報や地図情報等を活用し、森林情報の精度を向上

林地台帳作成・公表スケジュール



効率的な生産システムの導入促進・低コスト化・原木増産

製材事業体に対する取組の強化について（中小企業への取組）

木材加工力の強化（製材設備の整備による加工力強化）

製材事業体の現状把握や新たな取組のために実態調査を実施

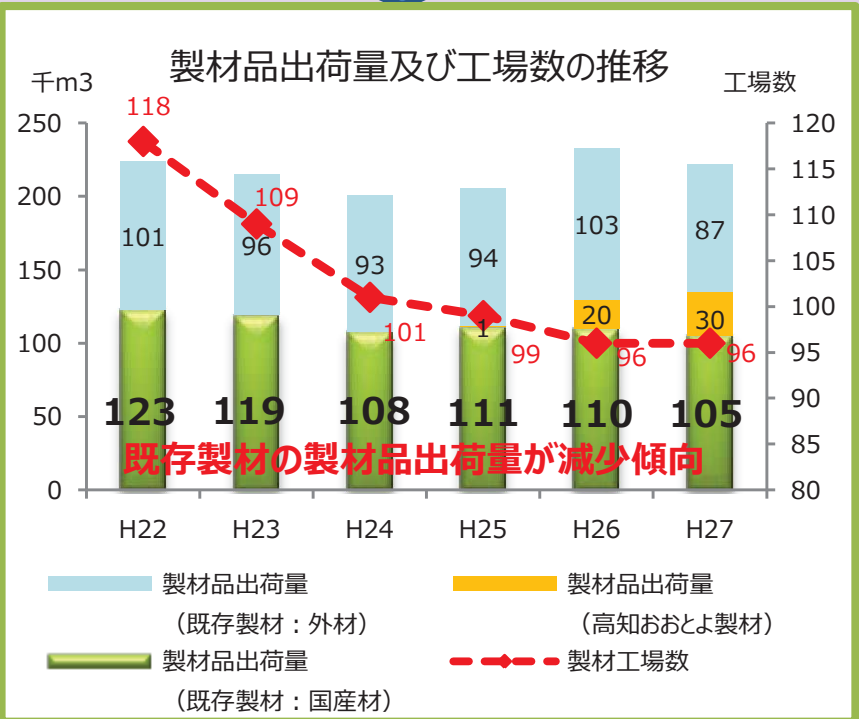
【これまでの取組】

◆平成24年度から木材加工力強化（ハード）の支援を拡充

- 国の支援に加え、新たに県単独事業「県産材加工力強化事業」による製材設備の整備を支援
 - ・ 21(延べ31)事業体が設備投資(H24～H28)

※県産材加工力強化事業の導入事業体（延べ）
H24:7社、H25:8社、H26:7社、H27:4社
H28:3社、計29社（延べ）

※国補助事業の導入事業体
H25:高知おおとよ製材(株)
H27:池川木材工業(有)



- ・ 木材加工力強化のために設備投資を行った事業体では、加工能力や製材品の品質が向上
- 一方で
- ・ 既存製材の製材品出荷量及び工場数が年々減少

【見えてきた新たな課題】(実態調査より)

※調査先:55社(原木消費量3百m3/年以上)

《人材育成》

- ・ 人材の確保が困難。
- ・ 将来の「目立て」技術者の不足を危惧。(技術者の育成が急務)



※「目立て」とは、帯鋸などの鋸の研磨作業

《事業継承》

- ・ 後継者(息子)がいるが事業継承を望まない事業体あり。
- ・ 後継者がいない60歳以上の経営者の事業体が多い。

《設備投資》

- ・ 販売が伸び悩む中、設備投資を躊躇する事業体が多い。
- ・ 経営が好転した事業体は、設備投資を行った事業体。

《特色ある製品》

- ・ 製品に特色があり、販売方法を工夫している事業体は経営が安定。
- ・ 防腐・防蟻処理等は県外で施工。



- ・ 柱など一般建築用材の製材の継続を望む事業体が多い。



《販売》

- ・ 営業活動が不足し、新たな取引の拡大が困難。

【課題解決に向けた方向】

- ★人材育成の強化
- ★付加価値の高い製材品づくりを推進
- ★競争力の高い製材品づくりを推進

H29実施事業

★県産材加工力強化事業（人材育成（ソフト事業）を追加） ～人材育成とハードの両面から支援～

- ① 事業体の事業戦略づくり等に向けた講習会の開催や個別支援など **拡充**
- ② 県産材加工力推進事業 **拡充**
 - ・ 木材協会等が行う経営者を対象とした事業戦略づくり等に対する支援
 - ・ 「製材若手の会」など経営者の連携による活動を支援
 - ・ 製材及び木材の高次加工に必要な製造技術の習得に対する支援
 - 先進的な取組を行っている製材工場等における研修
 - 木材乾燥技術、高次加工等に関する講習会の参加に対する支援
 - ・ 技術アドバイザーの派遣に対する支援
 - ・ 協同組合等が行う目立て技術者の養成を支援
 - 県外の機械メーカー等における研修
- ③ 県産材加工力整備事業
 - ・ 従来の製材設備の整備に加え、新たに木材専用フォークリフトの導入を支援

★木材加工流通施設整備事業

- ・ 高性能乾燥機の導入支援

★非住宅建築物木造化促進事業

- ・ 新たな内装材等の開発
 - 事業体による木製品の商品化（インテリアデザイナー等と連携）に対する支援

+

人材育成に関する支援策（他部局等）

- ・ 土佐まるごとビジネスアカデミーの活用
- ・ ものづくり地産地消・外商センターの活用事業戦略
 - 「事業戦略」の策定等をサポート
- ・ 小規模事業者等支援委託事業の活用
 - 専門家が中小企業者の経営等を指導
- ・ 事業承継や後継者等の中核人材の確保
 - 事業承継等推進事業や事業承継・人材確保センターの活用
- ・ 採用定着奨励金の活用 → 雇用者に対する給付金

販売の強化

◆県内事業者の地産外商を支援

- 県内外での商談会及び土佐材展の開催
- 県外流通拠点及び土佐材パートナー企業との連携による外商促進

事業体の販売面を更に支援

H29拡充

《販売》

- 県産材の外商推進体制を強化
- 県産材の輸出を強化

木材輸出の促進について

【目的】

- 製材品** : 木材の輸出拡大が期待できるアジア地域において、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
- CLT** : 国内需要の拡大とともに、普及拡大が見込まれる近隣諸国への輸出に積極的に取り組む

【背景】

- 豊富な森林資源の活用
- 韓国における人口増加(2030年ピーク、5,200万人)
- 台湾は木造建築への関心が高まっているので輸出の可能性が大きい など

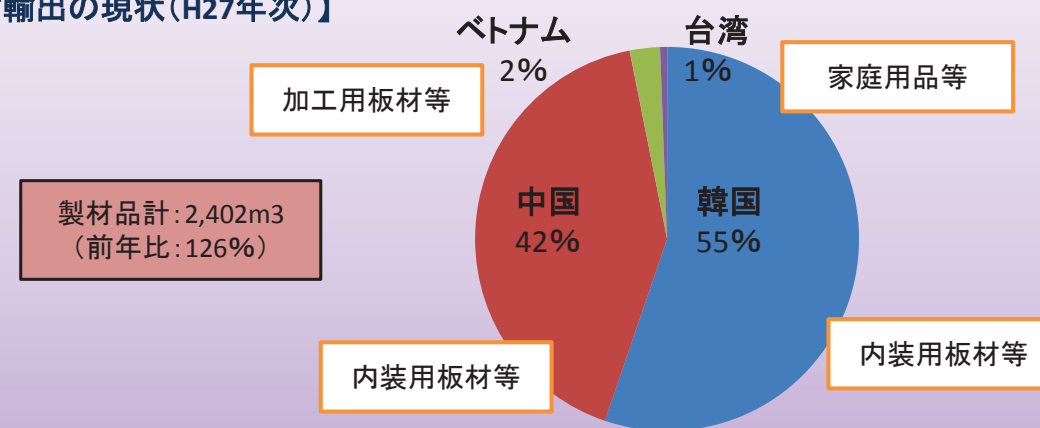
【これまでの取組】

- 韓国最大の木材見本市へ個別事業体が参加
- 韓国ビジネスセミナーの開催(JETRO高知・高知県木材協会 主催)
- 韓国の市場調査(H27補正、JETRO高知委託)

【今年度の実績】(平成28年12月末まで)

- 営業・商談 5回(韓国、フィリピン)、パイヤーの招へい 2回(韓国・台湾)
- 県内 12事業体、海外 57事業体(韓国、台湾、フィリピン)が商談を実施
- CLTについては、日本CLT協会による調査・シンポジウムの開催(台湾)へ県職員同行

【県産材輸出の現状(H27年次)】



【輸出の課題】

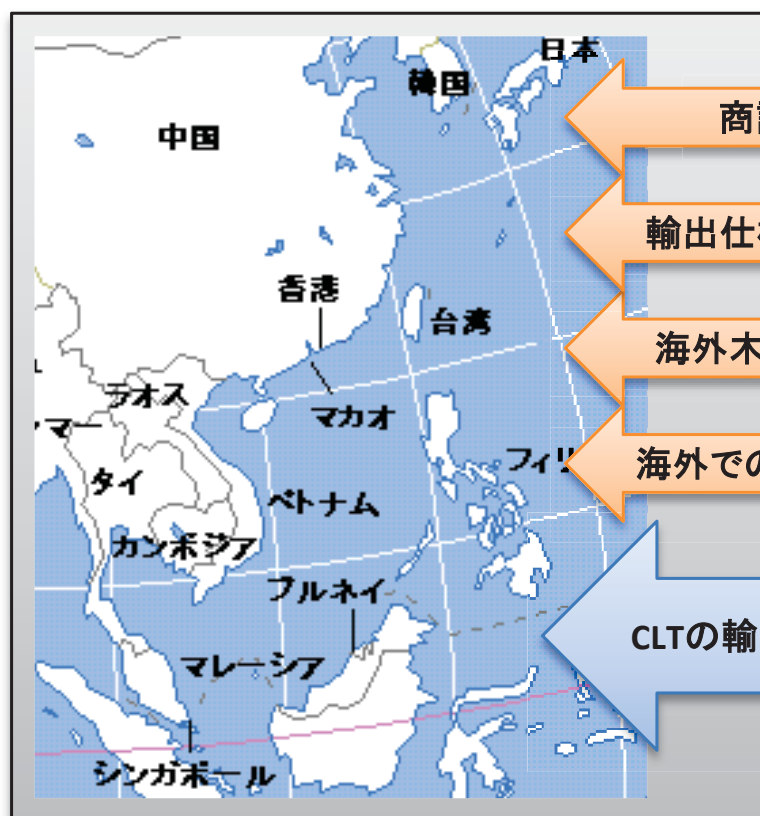
- ◆**製材品**
 - ・製材品の新たな需要先の開拓
 - ・現地のニーズにマッチした製品の生産(製品規格の違いによる採材方法のクリアなど)
 - ・付加価値の高い製材品の輸出の促進、輸出に取り組む県内企業の育成 等
- ◆**CLT**
 - ・CLTの新たな需要先の開拓
 - ・台湾の詳細な法令等の把握
 - ・CLTの輸送コスト 等

【台湾をCLTのターゲットにする理由】

- ・日本から近く、日本産製品への信頼がある
- ・公共建築を中心に環境配慮型建築への取組が進んでいる
- ・CLTの建築実績がある(4棟、オーストリア製)
- ・日本CLT協会が実施したCLT輸出可能性検討会に高知県も参加
- ・日本CLT協会が台湾でシンポジウムを開催するなど、輸出の土壌が整いつつある
- ・耐震基準がヨーロッパより厳しい日本製CLTが受け入れられる可能性がある



輸出に向けた取組



商談(マッチング)

輸出仕様製品の試作・出荷

海外木材見本市への出展

海外での施工物件によるPR

CLTの輸出可能性調査(台湾)

土佐材流通促進協議会



参加事業体数
40事業体
うち「輸出部会」
14事業体
(H28.12末現在)

“輸出部会”の設置(H28.4)
(体制強化)

製材品 (県産材輸出促進事業による支援)

- ・営業・商談の継続
- ・輸出仕様製品の試作(開発・加工)
- ・テスト(サンプル)出荷
- ・海外木材見本市(コリアビルド)への共同出展
- ・土佐材施工物件(店舗等)によるPR など

※韓国最大の木材関係見本市
(2016年度実績 出品者800社・団体
来場者19万人)



CLT (日本CLT協会に委託)

- ・市場の調査及び予測
- ・流通等の課題や輸送コストの分析
- ・現地の建築展に出展し、CLTの普及促進
- ・現地のモデル施設での活用の検討



メリット

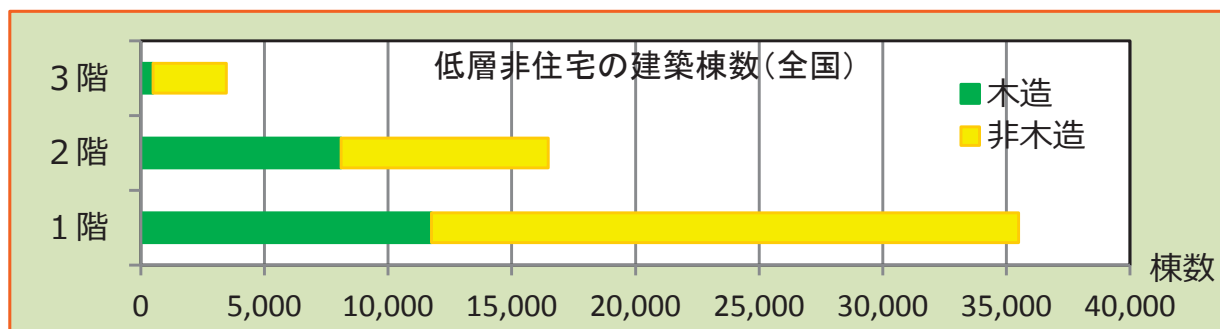
- ・日本初のCLT輸出に取り組むことによる県産材使用のコネクションの構築
- ・CLT輸出に付随する一般製材品の販売量の拡大
- ・高知新港からの輸出コストの明確化
- ・ターゲット企業との協力関係の強化

県産製材品の販路拡大・CLTの需要拡大・新たな輸出企業の増加

非住宅建築物木造化の推進

●現 状

・低層非住宅の木造率は低位



(参考) ・住宅の木造率 82.3% ・ 非住宅の木造率 36.4%

●取組方針

・木造率が低い低層非住宅建築物の木造化を推進
→ 一般流通材を活用した新製品による対応

開発
支援

●これまでの取組状況

○シングルウッドパネル(SWP)の開発を支援(H25・H27)

(内容) 杉幅はぎパネルを活用した耐力壁(大臣認定取得)

【事業主体】(一社)こうち健康・省エネ住宅推進協議会

○一般流通材を活用した新たな木質建材の開発を支援(H28)

(内容) 新製品のアイデア(10案)から、検討により3案に絞り込み

・重ね透かし梁:長スパンに対応

・A型トラス:屋根に対応

・木質ラーメン:壁が少ない箇所に対応

※今後、実験による確認を行い製品化

【事業主体】高知県林業活性化推進協議会

→アドバイザー 東京大学 稲山教授 ほか

○事例集作成を支援 →普及活動に活用



●見えてきた課題

- ・施工実績のない新製品の販売を促進するためには、モデル施設の整備による実績づくりが必要
- ・木造化の有利性を示すためには、新製品のコストダウンを進める一方で、施工を含めたトータルコストを把握することが必要
- ・SWP(シングルウッドパネル)など、新たに開発された製品については、普及に向けた支援が必要
- ・木質建材の更なる開発が必要



非住宅建築物木造化の推進

①モデル施設整備

- ・新製品を活用したモデル施設整備
→新製品の活用促進(実績づくり)
→見学会の開催による普及

③新たな内装材等の開発

- ・インテリアデザイナーと木材加工業者等
が連携しデザイン案の作成、試作品の製作

②新製品の改良・普及

- ・モデル建築物を活用した施工調査の実施
→コスト(材料・人件費)の把握
- ・調査結果を活かした製品の改良
- ・普及啓発冊子の作成

④新製品の販売促進

- ・施主・建築士・工務店などへの提案
- ・土佐材パートナー企業などへの提案
- ・土佐材商談会などを通じた販売の拡大

期待される効果

- ・モデル施設を通じた新製品の認知度向上
- ・新製品の改良によるコストダウン、施工性の向上
- ・普及冊子を活用した新製品の浸透
- ・木質建材のバリエーションが拡大
- ・新製品の販路拡大

一般の建築物へ普及・拡大

木材利用の促進

CLT建築の需要拡大に向けた取組について

H25

H28 (CLT普及元年)

H31

試行期(ステップ1)

普及・拡大期(ステップ2)

飛躍期(ステップ3)

国等の取組状況

- ・JASの制定(H25.12)
- ・CLT普及に向けたロードマップの公表(H26.11)
- ・一般社団法人日本CLT協会の設立(H26.4)
→会員数 323社(H28.12現在)
- ・CLTで地方創生を実現する首長連合の設立(H27.8)
→会員数 84名(H28.12現在)

- ・CLT建築に関する関連告示(H28.3-4)
→基準強度、燃えしろ設計、一般的な設計法
- ・CLT活用促進に関する関係省庁連絡会議設置(H28.6)
→公共施設等への総務省通知、一元窓口を設置
- ・1時間耐火基準の整備(見込み)
→4階建ての建築物へのCLT活用が必要

- <目標>
H36年度までに年50万m³の生産体制を構築
- ・オリンピック・パラリンピック競技施設への活用
 - ・2時間耐火基準への対応
→14階建ての建築物へ

高知県の取組状況・今後の目標

- ・CLT建築推進協議会の設立(H25.7)
→CLT普及、技術者の育成、建築支援・ノウハウの蓄積
- ・CLTによる産業振興に向けた協力協定
→銘建工業株×高知県(H27.1)
- ・CLTラミナ製材工場の整備(H28.3完成)

- ・全国のCLT需要拡大への取組
- ・CLTパネル工場整備のターゲット企業との関係強化
- ・CLTラミナの供給体制の確立
- ・CLT輸出に向けた調査・検討
- ・県有施設へのCLTの率先利用(県産材利用推進本部)

- <目標>
CLTパネル工場の整備

CLT需要拡大に向けた戦略

<需要拡大の概念図>

県における取組を全国に発信しCLT需要を拡大

建築物にCLTをいかに活用するかに挑戦

様々なタイプのCLT建築物が整備

一般的なCLT建築物の普及 (CLT関連告示の活用)

- ・マーケットが大きい低層建築を中心に推進
- ・併せて、これまで木材が活用されてこなかった中層・大規模建築の建築を進め、技術・ノウハウを蓄積

2階建て(部分利用)

6階建て
<民間施設>
・サービス付き高齢者住宅
1施設が設計中

<民間施設>
・銀行、温泉施設など
3施設が設計・施工中

低層

CLTを活用し易い低層建築の需要が先行して拡大

都市部におけるCLT利用の拡大

- ・中層・大規模建築の普及・拡大
- ・海外へのCLT輸出

都市木造のイメージ

輸出・他分野(土木等)における利用拡大、非住宅における耐震補強

中層・大規模

CLT需要量

続いて、耐火や強度面の技術を要する中層・大規模建築物の需要が拡大

取組(国や日本CLT協会等と連携)

認知度の向上

(課題)CLTの魅力が伝えきれていない

技術者の育成

(課題)建築事例が少なく、価格が不明確
(課題)設計できる人が一部となっている

コストの削減

(課題)建築費が割高

フォーラムや見学会の開催、HP、パンフレットによるCLTのPR

技術講習会の開催(蓄積した技術・ノウハウの普及)

先駆的な建築物の整備推進

施主や建築士等への個別提案(CO2や木の良さを含めた魅力)(CLT首長連合と連携した利用拡大)

林業学校(専攻課程・短期課程)における技術者育成

比較設計や標準歩掛による価格の明確化

構造計算ソフトの配布、オープン化

設計コンペによる技術向上と建築士の裾野拡大

公共施設における率先利用による民需への波及 (CLT首長連合と連携した利用拡大)

設計コンペによるコスト削減

建築デベロッパー(都市開発等)と連携した取組

蓄積した技術・ノウハウを活かし、講習会等で普及

民需の拡大

意見反映による技術発展

林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保(H29改定)

現状と見えてきた課題

- ①UIターン就職相談会等における面談人数は増加しているが、就業に至るケースは5%程度(H27)
- ②相談者を就業に繋げるためには、一人ひとりのニーズに合わせたきめ細かな対応が必要
- ③特に、若者やUIターン者を確保するためには、高知県の林業の魅力を強力にアピールする機会を作ることが必要

年度	H23	H24	H25	H26	H27
就職相談会回数	6	10	10	11	11
延べ面談人数	22	46	30	102	111
林業に就業した者					7
うち、UIターン者					6

バージョンアップのポイント

- ◆林業労働力確保支援センターの窓口機能強化
- ◆林業労働力確保支援センターと連携した受け入れ体制の充実

取り組みの方向性

- 都市部の林業就業希望者の掘り起こしを進める
→(定期的な相談会)
- UIターン希望者や県内の新卒予定者を対象に、高知県の林業について、詳しく知ることができる新たな取り組みをスタートさせる
→(フォレストスクール、県内版フォレストスクール)
- 就業希望者が高知県でいつでも林業体験や視察ができるような受け入れ体制を構築する
→(林業事業体等と連携した受け入れ体制の構築)

到達目標

産業振興計画
林業の担い手確保
新規就業者数
H31: 68人
H29: 62人

情報発信

勧誘

PR

体験

就業準備

マッチング

就業後

《間口を広げる》

《確保する》

《定着率を上げる》

ITの活用

拡充

・ホームページのリニューアル(就業支援充実)

・他団体HPにリンク
・新聞広告
・市町村広報掲載

広報ツールの充実

NEW!

・PRビデオ作製(高知の森林・林業を紹介)(勧誘・PR時に活用)

相談会(移住連携)

・UIターン就職相談会、移住座談会(東京、名古屋、大阪、高知:計9回)

相談会(林業専門)

拡充!

・定期的な個別相談会の開催(東京、大阪、高知)(毎月第2日曜等)

・「森林の仕事ガイド」(全森連主催)(東京2回、大阪1回)

フォレストスクール

NEW!

・首都圏で、高知の林業について学ぶセミナーの開催(東京、大阪)(3日で1コース)

県内版フォレストスクール

NEW!

・県内の新卒予定者等を対象に地元高知の林業について学ぶセミナー開催(1日×3箇所)

見る・触れる・交流する

拡充

希望者のニーズや都合に合わせた視察
・林業事業体
・林業学校
・副業型林家

・林業体験教室(2日間×1回)

・林業体験ツアー(2泊3日程×2回)

・県内の高校生等対象の「林業職場体験」(1日×1回)

就業準備

・林業就業支援講習(20日間×1回)(実地講習+資格取得)

・県内の高校生等対象の「技術研修」(資格取得2種類)(5回)

就職先を見つける

・林業就業相談会(年3回)(求人事業体と求職者のお見合い)

学ぶ

拡充

・林業学校入校への入校案内(オープンキャンパス、エブリデイオープンキャンパス)

副業型林業の紹介

拡充

・小規模林業に取り組む団体等への紹介

新規就業者聞き取り

NEW!

・就業後の状況について聞き取り

相談対応

NEW!

・新規就業後の相談に対応

事業体訪問

・雇用改善計画認定事業体を訪問

水産業分野の展開イメージ ～ 若者が住んで稼げる元気な漁村 ～

分野を代表する目標

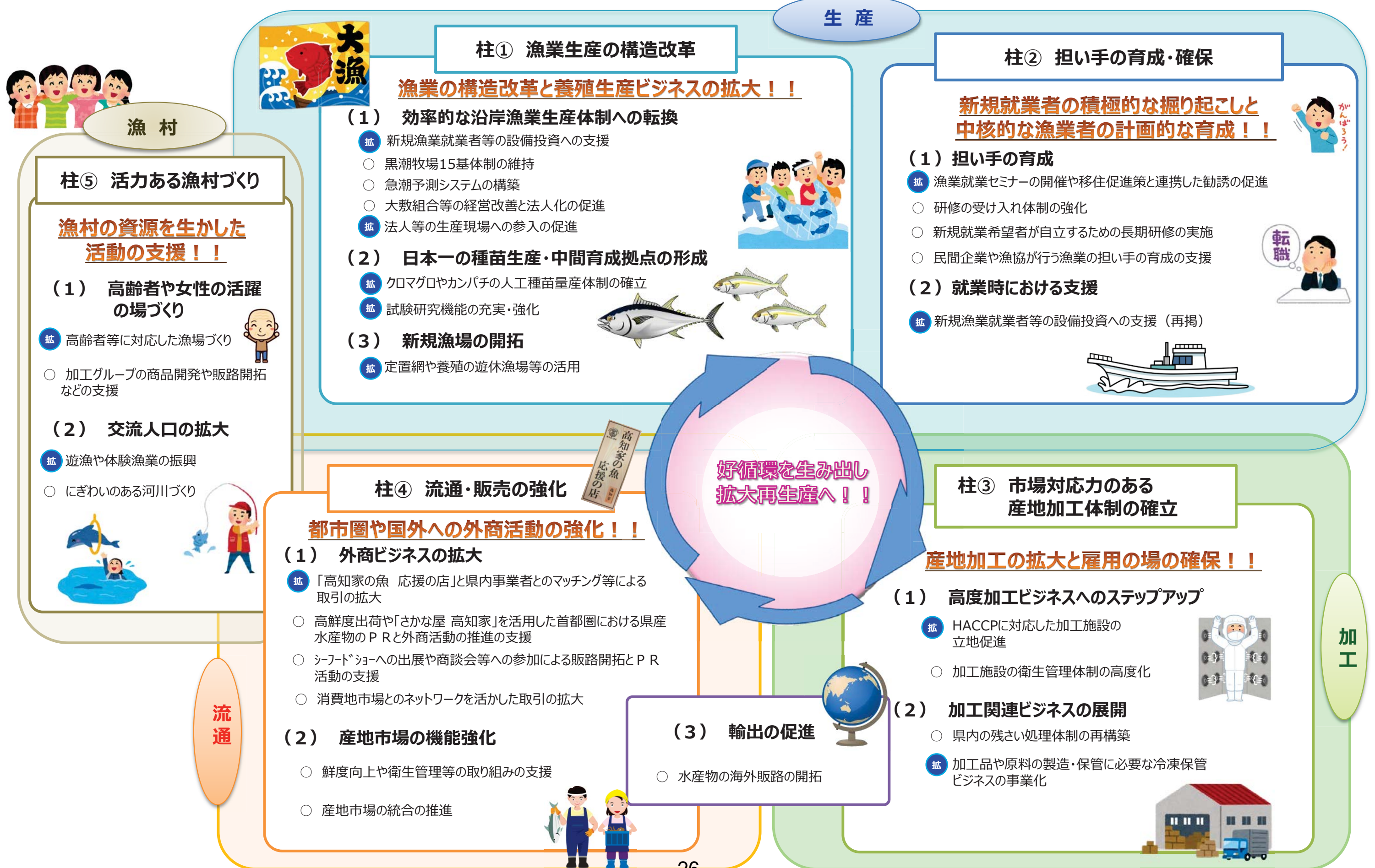
漁業生産額(宝石サンゴを除く)

出発点 (H25) : 446億円 ⇒ 現状 (H26) 445億円 ⇒ 4年後 (H31) : 460億円 ⇒ 6年後 (H33) 476億円 ⇒ 10年後 (H37) : 490億円

水産加工出荷額

出発点 (H25) : 173億円 ⇒ 現状 (H26) 175億円 ⇒ 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

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 <small>(宝石サンゴを除く)</small> 水産加工出荷額	出発点(H25):446億円 ⇒ 現状(H26):445億円 ⇒ 4年後(H31):460億円 ⇒ 6年後(H33):476億円 ⇒ 10年後(H37):490億円 出発点(H25):173億円 ⇒ 現状(H26):175億円 ⇒ 4年後(H31):200億円 ⇒ 6年後(H33):203億円 ⇒ 10年後(H37):220億円		



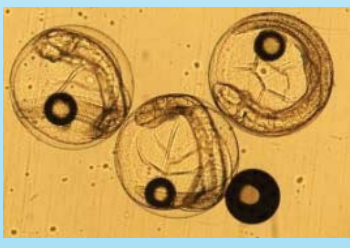


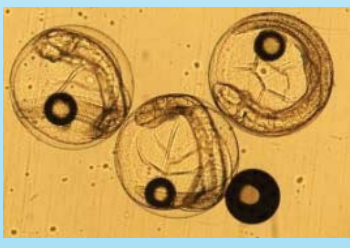

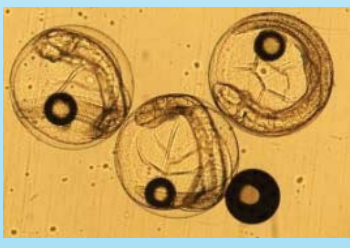

戦略の柱	1 漁業生産の構造改革	2 担い手の育成・確保	3 市場対応力のある産地加工体制の確立	4 流通・販売の強化	5 活力ある漁村づくり
------	-------------	-------------	---------------------	------------	-------------

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	<p>★ 鮮魚の県内市場取扱額</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ㉔ 85億円 ⇒ ㉓ 90億円以上 ⇒ ㉒ 92億円以上 ⇒ ㉑ 95億円以上 <p>★ 人工種苗の供給尾数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ カンパチ ㉔ 0尾 ⇒ ㉓ 50万尾 ⇒ ㉒ 120万尾 ⇒ ㉑ 300万尾 ・ クロマグロ ㉔ 0尾 ⇒ ㉓ 1万尾 ⇒ ㉒ 3万尾 ⇒ ㉑ 10万尾 <p>★ 新規就業者数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ (H24-26平均) 37名/年 ⇒ ㉓ 50名/年 ⇒ ㉒ 50名/年 ⇒ ㉑ 50名/年 	<p>★ 衛生管理の高度化に対応した加工場の割合</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 24% ⇒ ㉓ 100% ⇒ ㉒ 100% ⇒ ㉑ 100% <p>・ 海外HACCP対応型の加工場</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0件 ⇒ ㉓ 3件 ⇒ ㉒ 4件 ⇒ ㉑ 5件 <p>★ 養殖魚の前処理加工</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 出荷額 ㉔ 5億円 ⇒ ㉓ 29億円 ⇒ ㉒ 32億円 ⇒ ㉑ 36億円 ・ 雇員数 ㉔ 58名 ⇒ ㉓ 120名 ⇒ ㉒ 125名 ⇒ ㉑ 130名 	<p>★ 「応援の店」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内参画事業者の出荷額 ㉔ 1億円 ⇒ ㉓ 4億円 ⇒ ㉒ 5億円 ⇒ ㉑ 6億円 <p>★ 産地市場の集約化</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 33市場 ⇒ ㉓ 28市場 ⇒ ㉒ 23市場 ⇒ ㉑ 15市場 <p>★ 水産物の輸出</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0.2億円 ⇒ ㉓ 3億円 ⇒ ㉒ 4億円 ⇒ ㉑ 6億円 	<p>★ 高齢者等に対応した漁港漁場づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉔ 0か所 ⇒ ㉓ 5か所 ⇒ ㉒ 7か所 ⇒ ㉑ 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 ◆ 大敷組合など漁業経営体の法人化 ◆ [拡充] 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 ◆ [拡充] 試験研究機能の充実・強化 ◆ [拡充] 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"> ◆ [拡充] 定置網や養殖の遊休漁場等の活用 	<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 ◆ 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"> ◆ 既存加工施設の高度化 ◆ 既存加工施設の衛生管理体制の強化 ◆ [拡充] 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"> ◆ 残さい加工ビジネスの再構築 ◆ [拡充] 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"> ◆ 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 ◆ 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 <p>(2) 産地市場の機能強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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"> ◆ 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"> ◆ [拡充] 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"> ◆ [拡充] 遊漁や体験漁業の振興 ◆ にぎわいのある河川づくり
-------------------	--	---	--	--	---

人工種苗の事業化によるクロマグロ養殖の振興

	第三ステージ(事業化に向けた支援)	将来像					
第一ステージ(基本的な技術開発)及び 第二ステージ(実用化へ向けて技術を高度化)	H26～H28	H29～H31					
<p>親魚養成</p> <p>【親魚養成・採卵技術開発】 概要: 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 採卵実績: (H26) 3歳魚から約800万粒 (H27) 4歳魚から約6,600万粒 (H28) 4歳魚から約340万粒 課題と展望: 大型の生簀と、通常の出荷魚よりも高齡の成魚が必要</p>	<p>【親魚養成・採卵技術開発(継続)】 概要: 大型の生簀と高齡魚が必要な親魚養成は、引き続き県から養殖業者への委託により実施 効果: 産卵実績の高い4歳魚を主体に親魚を養成し、受精卵を安定的に確保して有償配布することで人工種苗生産の事業化を促進 備考: 支援期間終了後は、新法人が自ら養成する親魚が産卵予定</p>	<p>【目指す事業化達成後の姿】</p> <p>〈新法人〉 H31をめどに人工種苗3千尾の供給を目指す</p> <p>↓</p> <p>種苗生産・中間育成ビジネスの創出</p> <p>↓</p> <p>陸上種苗生産施設を整備し、H36をめどに人工種苗1万尾の供給を目指す</p> <p>〈養殖業者〉 品質評価を経た県産人工種苗の導入により、不安定な天然種苗に頼らない安定したマグロ養殖を実現</p> <p>〈幡多地域〉 上記マグロ養殖関連産業の集積による地域振興と雇用の増加</p> <p>↓</p> <p>拡大再生産を達成し、若者が住んで稼げる元気な漁村の実現へ</p> 					
<p>種苗生産</p> <p>【人工種苗生産技術開発】 (県と民間企業の協力・連携) 概要: 受精卵から沖出し(4cm)サイズの稚魚までを量産する技術を開発 実績: (H26) 稚魚49尾を沖出し (H27) 稚魚1,045尾を沖出し (H28) 稚魚約17,000尾を沖出し 課題と展望: 基礎的な技術は確立したが、ふ化仔魚の安定供給等による生産原価の圧縮が課題</p>	<p>【クロマグロ人工種苗生産委託】 概要: クロマグロの人工種苗生産を民間企業等へ委託し、得られた種苗を安定的かつ安価にマグロ養殖業者に供給 効果: 技術開発された人工種苗は、今後県内の養殖業者へ速やかに普及していく必要があるが、成長や生残などの品質評価は十分には行われていない。そこで、県が生産を委託し、得られた種苗を県内の養殖業者に安定的かつ安価に供給することで、品質評価と人工種苗の導入を促進する。</p>						
<p>中間育成</p> <p>【中間育成技術開発】 (県と民間企業の協力・連携及び委託) 概要: 養成した稚魚(4cm)を用い海上生簀で30cmサイズまで中間育成する技術を開発 実績: (H26) 30cmまで育成できず (H27) 30cmの種苗約100尾生産 (H28) 30cmの種苗約3,000尾を生産 課題と展望: H28の試験結果から、中間育成専用の生簀枠と、目合いの細かい網が必要</p>	<p>【古満目分場の活用】 概要: 水産試験場古満目分場における試験研究や、オープンラボの有償貸与等による餌料用ふ化仔魚の安定供給 効果: 古満目分場の大型水槽を活用し、種苗生産の課題であるふ化仔魚の安定かつ大量供給技術に関する試験研究を行い、量産化につなげる</p>						
<p>試験配布</p> <p>【成長試験(試験配布)】 概要: 30cmサイズに育った人工種苗を養殖漁場で引き続き養成し、成長や品質を評価 実績: (H27) 約100尾を試験配布 (H28) 約3,000尾を試験配布 課題と展望: 人工種苗の普及に向けた品質評価の実施</p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th style="width: 33%;">養殖生産</th> <th style="width: 33%;">受精卵</th> <th style="width: 33%;">稚魚 40ミリ</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		養殖生産	受精卵	稚魚 40ミリ		
養殖生産	受精卵	稚魚 40ミリ					
							

継続

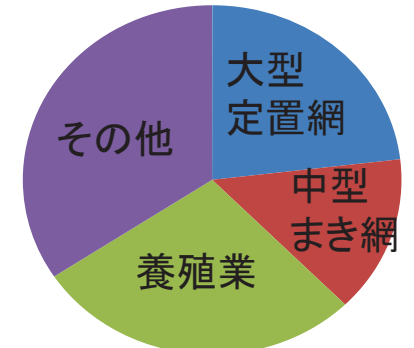
万単位の沖出しと千単位の出荷
事業化に意欲を示す企業が新法人を設立

新法人による養成親魚からの採卵と人工種苗の普及

沿岸の雇用型漁業への新規参入及び規模拡大に対する支援

1 本県沿岸漁業の現状と課題

現状
 ・本県沿岸で営まれる大型定置網漁業や中型まき網漁業、養殖業は、重要な漁業生産の場であると同時に、水揚げされた漁獲物の流通、加工等も含め、漁村に雇用の場を提供



沿岸・沖合漁業種別生産量
 (H25、農林統計、県資料)
 上記3つの漁業で沿岸・沖合漁業生産
 (67,468トン)の66%を占める

しかし・・・
 1) 定置網や中型まき網では魚価の低迷や不安定な漁況
 2) 養殖業では零細な経営体が多いうえ、近年は飼料が高騰等により経営体の廃業が生じ、遊休漁場が発生して生産量と雇用の場が縮小
 ・一方、これらの漁業では漁船や漁網等に要する多額の費用が民間事業者の新規参入や既存漁業者の規模拡大の障壁

課題
 ・民間事業者の新規参入・事業承継や規模拡大による生産量の維持・増大
 ・民間事業者の新規参入等による漁業経営の効率化と安定経営
 ・沿岸漁業における拡大再生産の達成と雇用の場の確保

2 事業の目的

沿岸の基幹漁業であり、地域雇用の場となりうる、大型定置網漁業、中型まき網漁業、養殖業について、一定規模以上の民間事業者の新規参入・事業承継や規模拡大を支援する

沿岸漁業における拡大再生産の達成へ

※平成28年度、定置網漁業承継等支援事業費補助金を創設
 黒潮町の大型定置網漁場の再開を支援

3 事業の内容

・大型定置網漁業、中型まき網漁業、養殖業において、民間事業者の新規参入・事業承継や規模拡大による拡大再生産を促進するため、漁網や養殖用小割、資材、漁船、定置網や養殖用小割等の設置費用等について支援する

補助条件：①民間事業者の新規参入・事業承継
 ②民間事業者の規模拡大

補助先：市町村、民間事業者等

事業主体：民間事業者等

補助率：養殖業、中型まき網漁業：1/3以内
 大型定置網漁業：4/10以内

上限：3,000万円



4 事業の効果

(漁村地域)
 ・養殖生産量の維持・拡大⇒地域ブランドの維持
 野見湾マダイ養殖：30万尾、470トン (3.3億円)
 宿毛湾マグロ養殖：464トン (13億円)
 ・雇用の場の確保⇒漁村の衰退防止：
 マダイ養殖7人、マグロ養殖15人の雇用を予定

(民間事業者)
 ・生産から販売まで一貫した事業展開
 ・経営の大規模化⇒スケールメリットによる採算性向上

拡大再生産の達成へ

漁業の担い手の育成・確保

漁業就業者の高齢化が進み、今後、急激な減少が予想されることから、漁業就業者を確保し、沿岸漁業の活性化を図るため、漁業就業を希望する方の就業相談から技術習得、独立までを総合的に支援する。

さらに、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、法人等と連携した中核的な漁業者の計画的な育成に取り組む。あわせて、漁村での仕事の受け皿を発掘・情報発信し、就業希望者の家族等も漁村へ移住しやすい環境づくりに取り組む。

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
 - ・漁村のライフスタイルの紹介
 (市町村のホームページ等での情報発信)
- (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等で高知県の漁業や就業支援制度に加えて漁村のライフスタイルを提案

- 新** (4) 漁村での幅広いライフスタイルを提案し、漁村への移住・就業を促進
- ・漁村地域の特色を生かしたライフスタイルをパッケージ化して提案 (提案型パンフレットの作成)

○相談窓口の設置

- ・高知県漁協に配置した漁業就業支援アドバイザーを1名増員し、2名体制にし、きめ細やかな対応を実施
- ・面談、電話、メールによる個別相談
- ・漁業体験研修(短期研修)の受付・研修実施に向けた調整
- ・国の研修支援事業の実施主体



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
- (支援内容)
- ・研修中の宿泊費(上限5千円/日)
 - ・傷害保険料 等
 - ・漁業体験研修受講者とその家族等の漁村での生活体験の実施

○座学研修

各指導所単位で座学研修・交流会を開催することで、研修生同士の交流の促進や地域への定着を図る。

○担い手育成研修(雇用型OJT研修)

漁業就業、漁協や水産加工業など漁村を支える産業分野での担い手確保のため、企業等と連携して、就業後に実際に必要となる技能習得を支援する。

- (研修期間) 3カ月間
- (支援内容)
- 研修生給与、指導者金
- ※ 研修後は、受入れ企業等への就業を想定
- ※ 国の地域創生人材育成事業を活用

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。

- (補助事業者) 市町村
- (事業実施主体) 漁業協同組合
- (支援内容)
- 研修及び生活支援費(15万円/月以内)
 - 指導者への謝礼(5万円+α)

○担い手育成団体支援事業

研修期間中、担い手育成団体が研修生を雇用し、特定の漁業種類において計画的に漁業の担い手を育成することを支援する。

- (事業実施主体)
- 担い手育成団体※(H27:3団体認定、H28:3団体認定、計6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、マグロはえ縄、まき網、クロマグロ養殖
- (支援内容)
- 研修生の給与、指導者への報償 等
- 担い手確保のために、担い手育成団体の漁業就業フェア等への参加を促進

○新規漁業就業者確保事業(国)

- ・実践研修
 - 操業等による漁業現場での研修を支援
- (研修期間) 雇用型: 1年間

独立支援

○漁船リース事業

- 新** (1) 水産業競争力強化漁船導入緊急支援事業(国)
- 「浜の活力再生広域プラン」等に基づき、中核的漁業者へのリース方式による漁船の導入を支援する。

- (支援内容)
- 補助率: 1/2以内(上限2億5千万円)

- 新** (2) 漁船導入支援事業
- 上記(1)の漁船導入への上乗せ補助

- (補助事業者) 市町村
- (事業実施主体) (一社)高知県漁船リース事業協会、漁協
- (支援内容)
- 対象船舶: 総トン数10トン未満の漁船
- 補助率: 新規就業者1/10以内
- その他漁業者1/20以内
- 補助額: 上限250万円



○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。
- ・沿岸漁業改善資金
 - ・高知県漁業近代化資金 など

遊漁振興の目的

水産業を核とした地域産業クラスターの形成を目指し、その一翼を担う漁村における有望なサービス産業として、豊かな海洋資源を生かした遊漁や体験漁業の取組を推進する。このことにより、地域に多様な仕事を創り出し、産業振興計画（水産業分野）が目指す「若者が住んで稼げる元気な漁村」の実現へとつなげる。

課題

- ① 事業者間の連携による受入体制の整備
- ② サービス業としての意識改革とノウハウの習得
・安全で快適なサービスの提供による女性客等の掘り起こし
- ③ 効果的な情報発信

H29年度の取組の方向性

- (1) 協業化と事業者の連携による地域ぐるみでの取り組みの促進
- (2) 女性、ファミリー層などのターゲットを掘り起こすためのソフト、ハード整備の支援
○アドバイザーによる個別指導やノウハウを習得するための研修会によるサービス業としてのレベルアップ
○情報発信、イベントの開催などのソフト面の支援 ○基盤整備の支援
- (3) **情報発信の強化**
- (4) **潮干狩り、磯遊びの振興（天皇洲のアサリ潮干狩りの復活）**

● 交流人口拡大による漁村の活性化

H29年度の取組

1 遊漁等振興事業費

① 遊漁船業等アドバイザー事業委託料

（委託内容）意欲ある事業者を対象に経営実態を踏まえた助言・指導

②（新）遊漁船業等PRツール作成事業委託業務

（委託内容）高知県全体の遊漁船業等をPRする動画等を作成する。

③ 遊漁船業等振興事業費補助金

三者（遊漁船業者二者以上を含む）以上の連携により、漁村振興に資する取組を行う遊漁船業者等に対するソフト・ハードの支援

④ 研修会の開催

サービス業としての意識改革、ノウハウの習得のための研修会の開催

2（新）アサリ資源回復対策事業費

① アサリ資源回復対策支援交付金

天皇洲のアサリ資源回復に資する活動に対する交付金

継続支援事業

● 釣筏を活用した遊漁振興（浦ノ内）

7名の釣り筏業者が（1人1筏所有し、1筏につき10～20名程度が受入可能）を用いて、宿泊業者との連携により県外企業の社員旅行の受入を行った。旅行客から大変好評であったことから、宿泊業者は今後も受け入れを希望している。

→H29年度支援内容 ・HP等による情報発信 ・イベントの開催 ・宿泊業者との連携による観光客の受け入れ ・先進地視察

● あしずり港を活用した釣掘りの開設（土佐清水）

アウトドアアクティビティ事業を幡多エリアで展開する民間企業が開業（7月）し、民間企業、観光協会、養殖業者が連携して、あしずり港での釣り堀の開設について、維新博の開始日（H29.3）のオープンに向けた検討を開始している。また、10/29に開催されたジョン万祭において試験的に海上釣り堀を開設した。

→H29年度支援内容 ・イベントの開催 ・クルージングと釣り堀りを合わせた体験型観光事業の実施

H29年度事業化予定

遊漁船業等PRツール作成事業委託業務

目的：高知県全体の遊漁船業等（海洋レジャー産業）情報発信の強化

⇒ 県内外からの交流人口の拡大による漁村の活性化

～ 漁村におけるサービス産業の充実 ～

背景：高知県全体の観光PR資料には遊漁船業等の紹介が少ない

内容：遊漁船業等のPRツール（パンフレット、PR動画等）の作成

県内5ブロックごとの遊漁船等の紹介

（例：東洋町～安芸市 サーフィン、釣り船等）

活用：観光コンベンション協会主催の商談会（10数回/年）での商談

県HPへの掲載、釣り具店、観光協会、道の駅、空港、高知家の魚応援の店などでの配布や上映

遊漁船業等振興事業費補助金

● 釣り船を活用した遊漁振興（室戸）

- ・遊漁船業者と観光協会、宿泊業者、飲食店等が連携
- ・イベントの開催やHP等による情報発信の強化
- ・受付窓口を一本化することで、釣り船利用客の利便性を向上

● 体験型観光事業を活用した遊漁等の振興（土佐市）

- ・ホエールウォッチング業者と青空市等の物販者組合、飲食店等が連携
- ・ミニクルージングを柱とした観光メニューの作成
- ・HP等での情報発信の強化やPRグッズの作成



● 渡船業者の遊漁振興（大月町）

- ・渡船業者の協業化
- ・イベントの開催や情報発信の強化

アサリ資源回復対策支援交付金

● 潮干狩り、磯遊びの振興（土佐市）

- ・天皇洲におけるアサリ資源の回復を図り、交流人口の拡大による漁村活性化を目的とする。
- ・交付先：高知県環境生態系保全対策地域協議会



HACCPに対応した加工施設の立地促進（水産クラスターの形成促進）

現状と課題

☆高知県は漁業の一大産地

- ・漁船漁業生産額 9位(27,746百万円)
- ・魚類養殖生産額 5位(10,507百万円)
- ・養殖生産量:クロマグロ4位(1,381t)、ブリ5位(7,870t)、マダイ3位(4,621t)
(H26年農林統計)



■国内市場は将来的に縮小、ニーズも多様化が進展

- ・食用魚介類の1年当たり年間消費量(純食糧)の推移
H13年度40.2kg/人⇒H24年度28.4 kg/人(農林水産省「食料需給表」)
- ・供給過多を防ぐため国の養殖生産ガイドラインにより生産目標数量を設定
(ブリ及びカンパチ14万トン以下、マダイ7.2万トン以下、H28漁期)
- ・食の多様化が進み消費者のニーズも多様化



■産地加工体制が弱い

- ・輸出や多様なニーズに対応できる生産性の高い加工施設が少ない
- ・養殖魚の県内産地加工のシェアは1割未満(産地加工による付加価値が県外に流出)
- ・「加工」を支える「生産」、「保管」等の関連インフラの整備や物流、販売などのネットワークが未熟

輸出等を含め新たな
ビジネス展開が必要



■設備投資が進まない

加工施設とその関連
施設等の整備が必要

- ・初期投資や衛生管理体制の構築、維持に多額の費用負担を要する
- ・事業が軌道に乗るまでには相当の期間が必要
- ・水産では国による民間事業者に対する支援が手薄

対応策

■輸出等に対応できる水産加工施設の整備

- ・輸出にも対応したHACCP認証の取得
- ・国内外の大口発注や多様なニーズに対応できる生産体制

■加工に伴う関連施設の整備

- ・加工原魚や製品を保管する冷凍保管能力の向上
- ・加工原魚の供給能力の向上(養殖種苗や生産力の増強)
- ・関連施設や事業者等とのネットワーク強化

産地加工参入機運の高まり

- 複数の民間企業が宿毛湾地域での産地加工参入に意欲(事業計画)
- ・施設整備:加工施設(輸出対応HACCP取得) 2施設
冷凍保管施設(3,000t級) 1施設 ※営業倉庫
- ・加工対象:養殖魚(マグロ、ブリ、マダイ等)
天然魚(アジ、サバ、イワシ等)
- ・加工内容:養殖魚:ブロック、ロイン、フィレ等
天然魚:冷凍餌加工(養殖用餌料)

(期待される効果)

- 養殖業(自社含む)
 - ・餌料(生餌)の安定確保(コスト軽減効果も期待)
 - ・取引先の拡大(魚価への反映、生産量拡大にも対応)
- まき網漁業
 - ・餌料需要の拡大(魚価の底支え、漁獲制限解除等による生産増)
- 水産加工業者
 - ・加工原魚や製品保管先を近隣で確保(経費削減、手軽さ等)
 - ・輸出の促進
- その他
 - ・地域での新たな雇用の場確保
 - ・資材販売や流通、飲食、観光など地域関連産業への波及



水産加工施設の整備のための
支援制度の創設



目指す姿

- 養殖魚加工の拡大を核とした新たな産業の創出
- 生産、流通、保管、飲食など地域産業クラスターの形成促進による
拡大再生産(地域経済の浮揚)

幡多広域水産クラスターの概要

土佐清水メジカ産業クラスター

背景

- ◆土佐清水市はソウダガツオ類の漁獲量全国一 4,367t(H26) 農林統計
- ◆江戸時代から鰹節類の製造が続いており地域の伝統産業として根付く
- ◆現在主力となっている宗田節は高品質で業界内での評価が高い
- ◆メジカ関連産業は市の中核産業で多くの人々が関与

メジカ加工施設を核とした水産クラスターの形成

- 冷凍保管施設の整備と一元的原魚調達窓口の構築
- 共同煮熟施設整備と協業化等による人手不足への対応
- 新たな残さい処理施設の整備と効果的運用
- 新たな市場開拓のための消費者向け商品開発とプロモーションの継続

節納屋の経営安定
↓
メジカ関連産業
の維持・拡大

宿毛湾養殖クラスター

背景

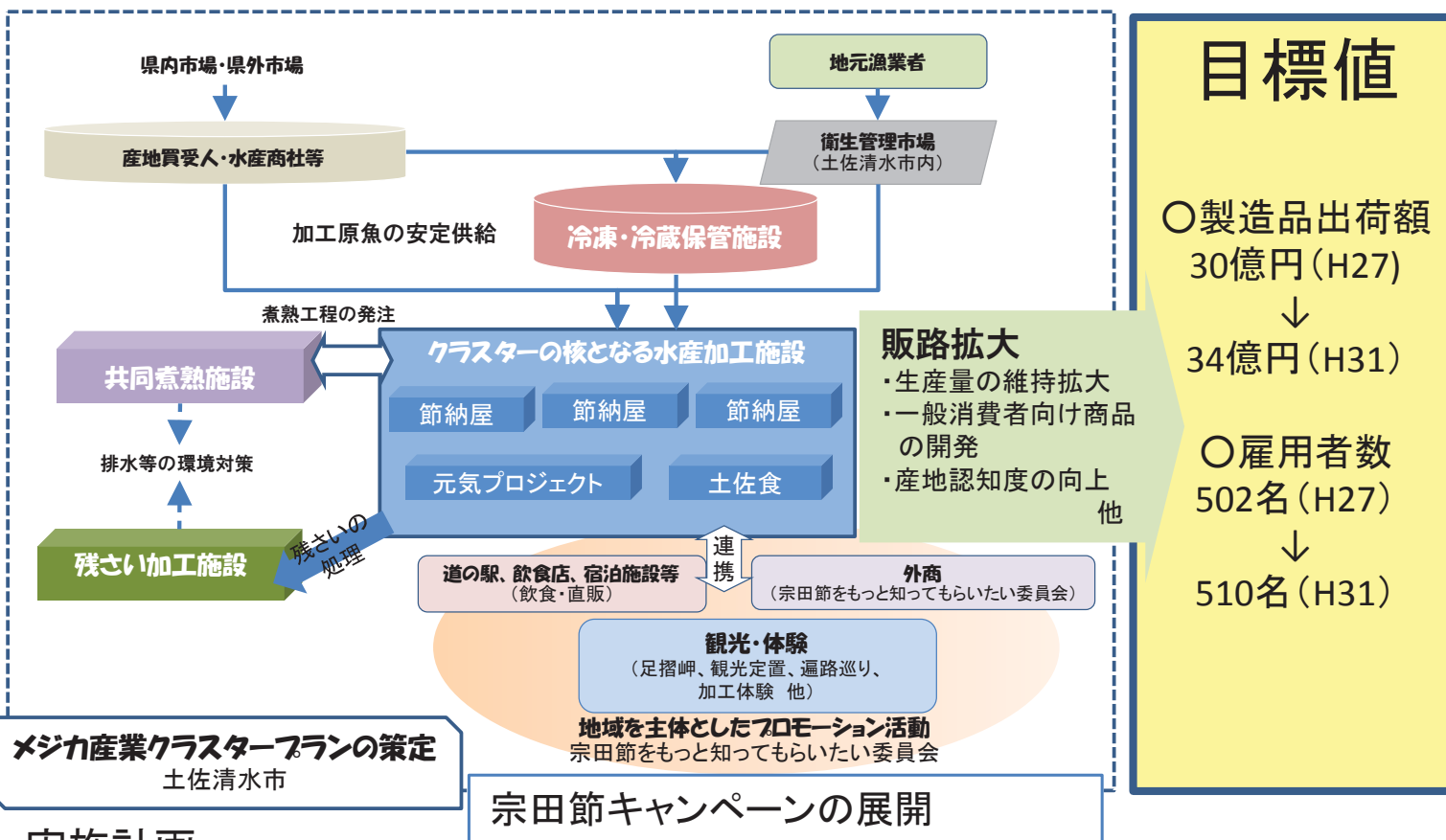
- ◆高知県は全国有数の養殖産地で宿毛湾はその中心
養殖生産量(H26年農林統計):クロマグロ4位(1,381t)、ブリ5位(7,870t)、マダイ3位(4,621t)
- ◆産振補助金等の支援で宿毛湾で複数の加工施設が整備され養殖魚の前処理加工が本格化
夏目ブリの出荷(H26:約4万尾⇒H27:約7万尾)
- ◆国内市場の縮小を見据えた海外市場の開拓(H28.3高知県養殖魚輸出促進協議会が発足)
- ◆クロマグロ等の人工種苗生産技術が確立され事業レベルでの供給開始(H29 予定)

養殖魚の加工施設を核とした水産クラスターの形成

- 輸出を含めた幅広いニーズに対応した加工施設の整備(HACCP対応)
- クラスター内の事業者が広く活用できる冷凍保管施設の整備と活用
- 人工種苗生産施設の整備による人工種苗の安定供給
- 産地としての認知度を高めるためのプロモーション(養殖マグロ等)

養殖加工による
拡大再生産

クラスターイメージ



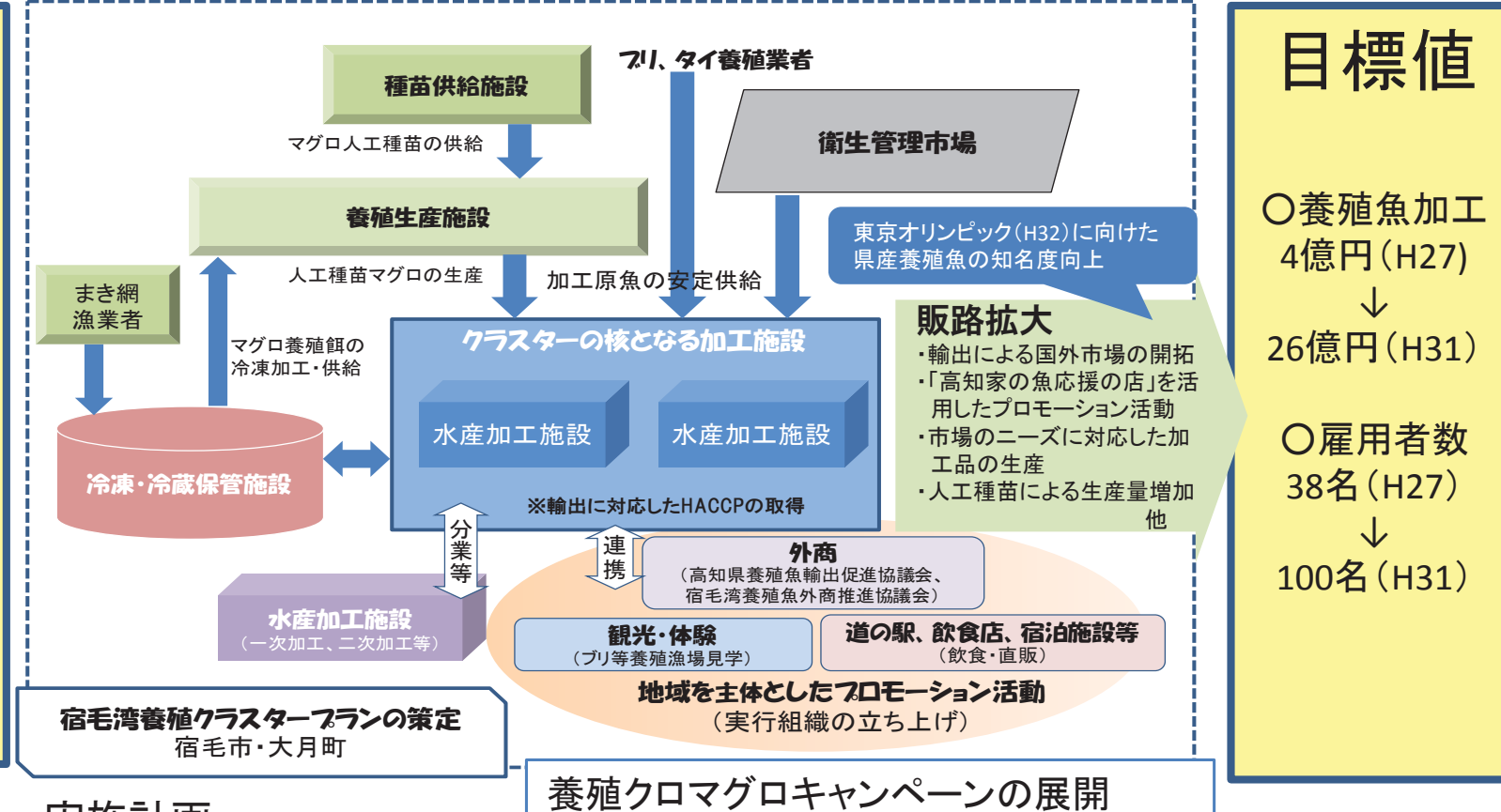
目標値

○製造品出荷額
30億円(H27)
↓
34億円(H31)
○雇用者数
502名(H27)
↓
510名(H31)

実施計画

	H29	H30	H31	H32	H33
冷凍保管施設	クラスタープランの策定	整備	稼働		
共同煮熟施設		整備	稼働		
残さい処理施設		整備	稼働		
観光や飲食店等と連動した宗田節キャンペーンの展開		地域を主体とした宗田節キャンペーン(宗田節ロードほか)			

クラスターイメージ



目標値

○養殖魚加工
4億円(H27)
↓
26億円(H31)
○雇用者数
38名(H27)
↓
100名(H31)

実施計画

	H29	H30	H31	H32	H33
加工施設【HACCP対応】及びその関連施設	クラスタープランの策定	整備	稼働		
クロマグロ人工種苗の供給		供給			
観光や飲食店等と連動した養殖マグロキャンペーンの展開		養殖マグロキャンペーン	人工種苗養殖マグロキャンペーン		

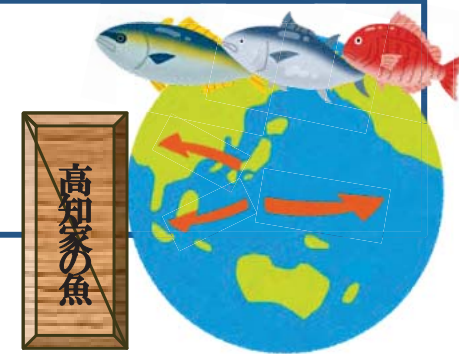
県産水産物の輸出の展開

ブリ・マグロなど養殖魚を中心に高知県養殖魚輸出促進協議会と連携して県産水産物の海外販路開拓活動に取り組み、輸出を軌道に乗せる

【第1ステージ】 まずはHACCPを含め輸入規制のハードルが低い**アジア**から取組をスタート（香港、ベトナム、シンガポールなど）

【第2ステージ】 HACCPの導入が不可欠なものの、大きなマーケットを有する**米国**の販路開拓にステージアップ

【第3ステージ】 よりハードルの高いEU・HACCPの取得を目指しながら**EU**への進出にチャレンジ



商社や海外飲食店、現地加工業者等との関係性を構築して、人的つながりを最大限に活かした海外販路開拓を推進！

		H28年度の取組	H28年度の成果・今後の取組方向	H29年度	H30年度～	
アジア	香港	見本市調査：香港フードエキスポ、シーフード・エキスポ 販路開拓活動：現地・国内商社、量販店、海外応援の店	主な成果・今後の取引展開が期待できる商社等輸出パートナーの発掘 （産地招へいを通じた商材の磨き上げ・人的関係の構築↓各国での商談活動）	出展：香港フードエキスポ（直接出展） シーフード・エキスポ（パートナー商社を通じた代行出品） フェア・商談活動：海外応援の店でのフェア開催（一般向けメニューフェア、試会を通じた業務向け商談会など）		
	ベトナム	見本市調査：ベトフィッシュ 養殖ブリ・マグロ等のサンプル出荷 販路開拓活動：現地加工業者 寿司店グループ取引実績 約1,100万円（県内3社・H28.12現在）		★パートナー：国内商社（大手卸売業者）・現地加工業者 （方向性）現地加工業者が持つコールドチェーンと取引ネットワークを活用した販路開拓（大手卸売業者と連携して展開） （戦略魚種）養殖ブリ、天然魚	出展：ベトフィッシュ 商談活動：現地加工業者など（現地加工業者及びその取引先である高級飲食店、量販店など）	
	シンガポール	フェア：JF神田わだつみ・高知フェア フェア・商談活動：寿司店グループ・期間メニュー、高知フェア 販路開拓活動：現地商社、現地飲食店 養殖ブリのサンプル出荷		★パートナー：海外寿司店グループ、現地商社（1社） （方向性）寿司店グループとの取引の継続・拡大、現地商社を通じた飲食店への販路開拓（シンガポール事務所と連携して展開） （戦略魚種）ピンチョウマグロ、天然魚、養殖クロマグロ	フェア・商談活動：寿司店グループでのフェア開催（フェアの定期開催・取引の定番化・拡大） 商談活動：現地商社・飲食店	
	台湾	商談会出展：高知県食品商談会等（外商課・貿易協会主催） 販路開拓活動：国内商社と連携した高級飲食店への訪問営業		★パートナー：国内商社（1社） （方向性）台湾に拠点を持つ国内商社の取引ネットワークを活かした現地高級飲食店への販路開拓（国内商社と連携して展開） （戦略魚種）養殖クロマグロ、天然魚		（継続出展） 商談活動：高級飲食店（日本食）
	その他	販路開拓活動（マレーシア、インド）：現地加工業者、現地商社 商談会出展（国内）：沖縄大交易会 10社以上へのトライアル出荷		★パートナー（マレーシア・インド）：国内商社（大手卸売業者）・現地加工業者等（2社） （方向性） ・現地加工業者等との関係性の構築（大手卸売業者と連携して展開）（マレーシア、インド） ・成約率が高い沖縄商談会への出展拡大 ・他の新興国への販路開拓活動（タイ）	商談活動（マレーシア、インド）：現地加工業者、現地商社（産地招へいを通じた関係性の構築 など） （継続出展）	
米国			見本市調査（タイ）：タイフェックス 見本市調査（米国）：シーフード・エキスポ	（出展） （出展）		
EU				見本市調査（ベルギー）：シーフード・エキスポ		

海外応援店制度の仕掛けも活用！
*登録応援店：3社12店舗（香港1、シンガポール10、インドネシア1）

その他商談会出展：ジェトロ等が国内で開催する各国向け商談会への出展

輸出に伴い必要となる取組への支援をステージに応じて展開

	H28年度	H29年度	H30年度
HACCP など	（一社）大日本水産会「水産食品加工施設HACCP」（米国HACCP相当）の認定取得の支援など ●一般的衛生管理講習会・輸出セミナー、HACCP研修会（3日間）の開催 ●HACCP導入に向けた専門家派遣 ●ベトナム向け輸出最終加工施設等の登録促進、ハラールセミナーの開催	●米国HACCP認定の取得	●EU HACCP認定への取組着手
貿易対応	輸出アドバイザーや貿易協会、ジェトロ（輸出有望案件支援サービス）と連携した事業者の輸出実務のサポート（貿易対応力の段階的向上） ●輸出アドバイザーや貿易協会（貿易コーディネーター）による相談・アドバイス ●輸出有望案件支援サービス：掘り起し・申請 *ジェトロ登録の専門家が輸出戦略の策定から商談や契約締結まで事業者にも密着し一貫してサポート（2年間）	●輸出先国に応じたアドバイザーの設置（サポートの開始）	

商工業分野の展開イメージ ～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～

分野を代表する目標

製造品出荷額等 現状（H26）5,260億円 ⇒ 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 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支援
- 試作開発や製品改良への支援

2 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 拡** 製品の開発・磨き上げの支援

3 紙産業の飛躍的な成長の促進

- 拡** 「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

4 外商強化に向けた食品加工の高度化

- 拡** 食品加工高度化支援拠点の整備

柱2 事業者の持続的発展の支援

1 事業戦略策定等への支援

- 事業戦略の策定・磨き上げへの支援
- 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

New

2 地域の事業者の経営力強化

- 新** 商工会等による経営計画の策定への支援

New

3 高知版IoTの推進

- 新** 普及啓発セミナー等の開催
- 新** 研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出
- 新** 専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援

4 企業の飛躍的な成長の促進

- 生産性を高める設備投資への助成

5 産学官連携によるイノベーションの創出

- 研究成果を産業利用するための支援

6 地域商業の活性化

- 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

(後掲) 7. 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
(後掲) 8. 事業者の維持・発展に向けた労働力の定着・確保対策の推進

「外商」のさらなる拡大

柱3 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)

- 東京営業本部による外商サポート
- 企業の課題に応じたセミナー等の実施
- 見本市出展や商談会の開催
- 技術提案型商談会等の開催
- 拡** 防災関連製品の新たな販売先の開拓



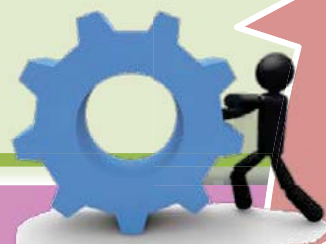
防災防災総合展 in 大阪

2 県内企業の海外展開を促進

- 海外での市場調査支援
- 国内貿易商社とのマッチング
- 海外展開支援のさらなる強化（海外バイヤーの招聘等）
- 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）
- 新** JICA及びJETRO等と連携したODA（政府開発援助）案件化の推進



高知発のものづくりを



全国・海外へ!

地産外商の成果を「拡大再生産」へ

柱5 産業人材の育成・確保

1 就職支援の推進

- 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
- 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
- 新** 移住施策との一体的な業務展開による情報発信・収集力の強化

4 人材の育成の推進

- 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

New

5 事業者の維持・発展に向けた労働力の定着・確保対策の推進

- 新** 新規高卒者の離職防止
- 新** 従業員の定着対策

柱4 企業立地や起業の促進

1 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の推進

- 拡** 全庁一丸となった総合支援体制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

- 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
- 第一次産業分野等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

- 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
- 多種多様な事務系職場の誘致

5 起業に取り組む事業者等への支援の強化

- 創業融資メニューの活用促進

商工業分野の体系図

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):5,260億円 ⇒ 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 「外商」のさらなる拡大 地産外商の成果を「拡大再生産」へ

戦略の柱	1 絶え間ないものづくりへの挑戦	2 事業者の持続的発展の支援	3 外商の加速化と海外展開の促進	4 企業立地や起業の促進	5 産業人材の育成・確保
------	------------------	----------------	------------------	--------------	--------------

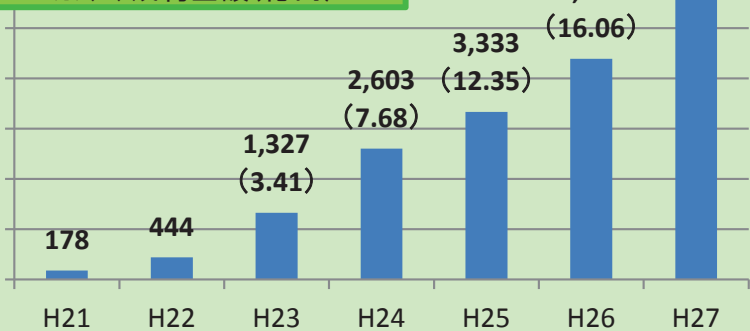
戦略の方向性	●絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に通じる製品・技術を生み出す	●高知版IoTの推進により、一人当たりの生産性向上や地域の課題解決を図る ●商工会等の伴走型支援により地域の事業者の経営計画の策定や事業展開をサポートし、経営力の強化を図る ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る	●国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する	●本県の強みを活かした第一次産業分野等と連携した幅広い視点からの産業クラスター化を目指す ●全国的なニアショア(地方拠点開設)志向を活かしたオールインワンのきめ細やかなサポートを武器に、事務系職場の集積を目指す ●起業等の取り組みへの支援を強化する	●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
--------	---------------------------------------	--	-------------------------------	--	-------------------------------

戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 防災関連認定製品(累計) ②⑥: 85品→③①: 162品 →③③: 190品→③⑦: 246品 紙産業の製造品出荷額等 ②⑥: 669億円→③①: 690億円 →③③: 730億円→③⑦: 800億円 	<ul style="list-style-type: none"> 事業戦略を持つ企業数 ③①: 200件(H28~H31累計) 経営計画の策定支援件数 28: 209件→31: 600件 IoTプロジェクト関係 <ul style="list-style-type: none"> ①創出件数: ③①: 20件(H28~H31累計) →③③: 195億円→③⑦: 285億円 ②自立件数: ③①: 7件(H28~H31累計) →③③: 11.2億円→③⑦: 150億円 空き店舗への出店 ②⑥: 59件(H21~H26累計) →③①: 100件(H28~H31累計) チャレンジショップ開設 ②⑦: 4箇所→③①: 14箇所 設備投資助成関係 <ul style="list-style-type: none"> ①県内企業の生産能力増加額 ②⑥: 11.2億円→③①: 150億円 ②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"> 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 ②⑥: 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 ②⑥: 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 ②⑥: 252億円→③①: 612億円 →③③: 806億円→③⑦: 900億円 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) 	<ul style="list-style-type: none"> 県出身県外大学生の県内就職率 ②⑥: 13.6%→③①: 30%
------	--	---	--	---	--

取組方針・主な「具体的な取り組み」	<ol style="list-style-type: none"> 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 紙産業の飛躍的な成長の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】「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 外商強化に向けた食品加工の高度化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】食品加工高度化支援拠点の整備 	<ol style="list-style-type: none"> 事業戦略策定等への支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援 ◆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 地域の事業者の経営力強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】商工会等による経営計画の策定への支援 高知版IoTの推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】普及啓発セミナー等の開催 ◆【新規】研究会でのマッチング等によるプロジェクト創出 ◆【新規】専門家派遣、システム開発助成等による自立化支援 企業の飛躍的な成長の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆生産性を高める設備投資への助成 産学官連携によるイノベーションの創出 <ul style="list-style-type: none"> ◆県内での研究成果を生かし、産業利用を推進するための支援 地域商業の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【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 <p>(後掲)7. 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</p> <p>(後掲)8. 事業者の維持・発展に向けた労働力の定着・確保対策の推進</p>	<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"> ◆東京営業本部による外商サポート ◆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 ◆技術提案型商談会等の開催 ◆【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"> ◆海外での市場調査支援 ◆国内貿易商社とのマッチング ◆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) ◆【新規】JICA及びJETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の推進 	<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"> ◆【拡充】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"> ◆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 ◆第一次産業分野等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"> ◆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 ◆多種多様な事務系職場の誘致 ◆立地企業を核とした新たな企業の誘致 起業に取り組む事業者等への支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆創業融資メニューの活用促進 	<ol style="list-style-type: none"> 就職支援の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆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 ◆【新規】移住施策との一体的な業務展開による情報発信・収集力の強化 人材の育成の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆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 事業者の維持・発展に向けた労働力の定着・確保対策の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】新規高卒者の離職防止 ◆【新規】従業員の定着対策
-------------------	--	--	---	--	---

第1～2期産業振興計画 外商の強化

地産外商公社等のサポート
による外商の成約件数(件)
※()成約金額(億円)



外商の強化で見えてきた課題

- ◇市場ニーズに対応した新商品開発力
 - ・年々変化する消費者の嗜好や生活スタイルなどに適合した新商品開発が必要
- ◇品質管理体制
 - ・大手企業等との取引を拡大するためには、品質及び衛生管理の強化が必要
- ◇加工の高度化の支援体制
 - ・県内の食品加工事業者は中小零細が多く、支援体制の強化が必要

第3期産業振興計画 3つのポイント

- 1 地産外商公社をエンジンとした外商の支援や輸出の本格化及び生産管理の一層の高度化
- 2 地域産業クラスターの形成における県内企業の規模拡大や県外からの立地促進による食品加工群の集積
- 3 高度な加工技術を用いた研究から試作品開発、最終商品化までの一貫支援による食品産業全体のレベルアップ

拡 食品加工高度化支援拠点の整備 (検討中)

オープンラボ機能

◆食品加工の高度化

- ◇新商品開発の強化
 - 最新機器の整備
 - ・消費者の味覚認識や官能評価
 - ・機能性食品開発
 - 産学官連携による技術開発
- ◇品質管理体制の強化
 - 自主検査体制の確立
 - 企業のHACCP環境等の整備
- ◇県内ものづくり企業との連携強化
 - 食品製造機器の活用促進

新商品開発の強化

- ・新たな機器設備を整備し、市場・消費者ニーズ等に対応した新商品開発を強化
- ・新たな加工技術等による商品開発

企業の品質管理体制の強化

- ・企業の自主検査体制の確立に向けた支援の強化

食品関連企業とものづくり企業との連携強化

- ・本県オリジナル食品製造機器を利用した高付加価値商品の開発
- ・試運転や試作を通じ、本県食品製造機器の設備導入を促進

事業化支援機能

◆拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

- ◇産学官連携の促進
- ◇事業化プランの策定

事業化プランの策定などの一貫支援

- ・産学官連携により、食品に関する商品開発の土壌づくり、人材育成及び情報交換などを促進
- ・食品ビジネスまるごと応援事業等により事業化プランの策定から実行までを一貫支援

目指すべき機能強化

<食品オープンラボ>

新商品開発の強化

新技術を活用した商品開発

消費者ニーズによる
商品の磨き上げ

自主検査体制の強化
(小規模の事業者・企業)

品質管理体制の強化
(中規模以上の企業)

県内製造機器の利用拡大

<事業化支援>

意欲ある事業者の掘り起こし

事業化プランの策定

食品加工と製造機器のマッチング

人材育成

食品関連企業をはじめとする多くの事業者が連携し、新商品開発・販路拡大につなげる

目標
1000
億円
+ α
(H31)

さらなる成長へ

商工会等による経営計画の策定への支援（地域の事業者の経営力強化）

ポイント1

- 商工会や商工会議所（以下、「商工会等」）が、伴走型支援により地域の事業者の経営計画の策定や事業展開をサポートし、経営力の強化を目指す
- 経営支援課を事務局とし、産業振興センター、商工会連合会、商工会議所連合会をメンバーとし、金融機関をオブザーバーとする連絡会議を設置し、商工会等の活動の進捗状況の把握や解決策のフィードバックを行うとともに、事業者に共通する課題を吸い上げ、施策を検討する

ポイント2

- 商工会等が経営発達支援計画の認定を受け、サポートをさらに強化

ポイント1

新 連絡会議を設置し、商工会等が行う計画策定の支援を積極的に推進

経営ビジョン

5年後
10年後の
事業者の
目指す姿

経営計画（例）
事業者の目標（販路拡大、経営の効率化等）の実現に向けた経営計画

<経営計画イメージ例> 【5年後の売上目標 ○千万円】

経営・財務 個別課題 対応策	マーケティング 個別課題 対応策	加工 個別課題 対応策	販売 個別課題 対応策	サービス 個別課題 対応策
----------------------	------------------------	-------------------	-------------------	---------------------

経営計画の実現を支える人材の育成・確保

新 連絡会議
経営計画の策定支援の進捗状況の把握や解決策のフィードバックを行うとともに、商工会等や事業者への施策を検討する

○産業振興センター ○商工会連合会 ○商工会議所連合会 ○経営支援課（事務局）
○金融機関（オブザーバー）

状況把握/フィードバック

商工会等による個別サポート 各種施策を活用し、重点的にサポート

A 商工会 経営指導員、経営支援員、産業振興センター、専門家

B 会議所 経営指導員、専門経営指導員、経営支援員、専門家

現場レベルでの課題の抽出・共有
人材育成などバックアップ支援

	相談・方向付け	経営計画策定	事業展開	経営力の強化
相談窓口 25商工会、6商工会議所 （経営指導員81人体制）	県・産振センター よろず支援拠点（国） 地域の頑張る人づくり事業（県） こうち起業サロン（県） 土佐MBA（ココプラ） ものづくり総合相談窓口（センター）	こうち起業サロンによる 起業計画の磨き上げ（県） 事業戦略支援会議による 事業戦略の策定支援（センター）	相談窓口 よろず支援拠点（国） 事業承継・人材確保センター（県） 専門家派遣 産業振興アドバイザー制度（県） 小規模事業者等支援事業（県） 補助金 チャレンジショップ事業（県） 空き店舗対策事業（県） 店舗魅力向上事業（県） 経営革新支援事業費助成金（センター） 販路開拓支援事業費助成金（センター） ものづくり産業強化事業費補助金（県） ものづくり競争力強化支援事業費助成金（センター） 融資 産業振興計画推進融資（県）	【目指す姿】 経営指導員の伴走型支援により、売上増、営業利益増など、地域の事業者の経営力が強化 ↓ 地域の需要にきめ細かく対応できる事業者が増えることで、地域の雇用の下支えや、地域経済の活性化につなげる
	商工会等 経営改善普及事業（窓口相談、巡回指導、セミナー開催等） 消費税軽減税率対策（窓口相談・国）	経営改善普及事業 ・経営計画の策定支援 ・経営革新計画の策定支援（国） ・経営力向上計画の策定支援（国） ・小規模事業者持続化補助金交付申請の作成支援（国）	相談窓口 経営改善普及事業 消費税軽減税率対策（国） 専門家派遣 消費税軽減税率対策（国） 補助金 小規模事業者持続化補助金（国） ものづくり補助金（国） 融資 マル経融資（国） 日本政策金融公庫 商工中金	

- 事業者毎に経営指導員が一貫してサポート
- 経営計画の策定・事業展開を伴走型支援によりサポート
- ものづくり補助金に加点される経営力向上計画、事業計画が含まれる持続化補助金にも取り組む

- 新** 連絡会議で全体の進捗状況を把握するとともに、解決策をフィードバック
- 経営発達支援計画の認定を受け、外部アドバイザーなどを積極的に活用

ポイント1

ポイント2

関連団体との連携をより一層密にし、より効果を発揮する
 （市町村、金融機関、中小企業団体中央会、中小企業家同友会 等）

商工会・商工会議所との連携による地域の事業者の経営力強化ならびに産業振興計画の推進

ポイント ○ 商工会・商工会議所による地域の事業者の経営力の強化に資する経営計画の策定および事業展開の支援を後押し
 → 県域および地域レベルで商工会・商工会議所との連携体制を構築して、産業振興計画の施策を効果的に活用しながら、経営計画の策定ならびに事業展開を強力にサポート

連絡会議の役割

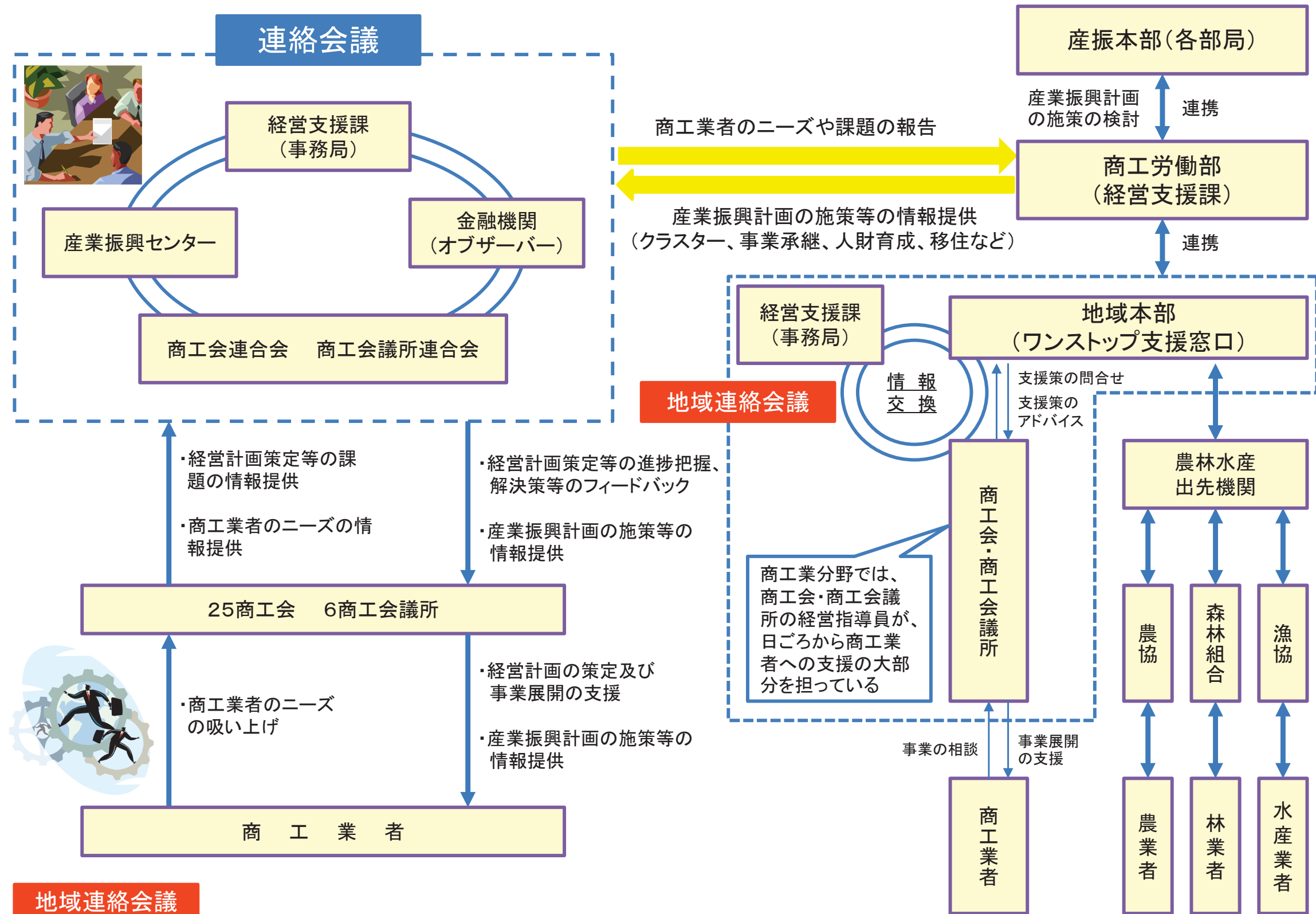
- 商工会・商工会議所による経営計画の策定や事業展開の支援の進捗状況、課題を把握し、解決策等をフィードバック
- 商工業者のニーズや課題を把握
- 産業振興計画の施策等の情報を商工会・商工会議所並びに商工業者に提供

連絡会議の運営

- 経営支援課が事務局となり、産業振興センター、商工会連合会、商工会議所連合会をメンバー、金融機関をオブザーバーとする
- 年3回程度開催
- 必要に応じて関係部署が参加

期待される効果

- 商工会・商工会議所による経営計画の策定等の支援をサポートすることにより、商工業者の計画策定等が広範に進み、経営力が強化される
- 施策の検討に当たり、商工業者のニーズが反映される
- 産業振興計画の施策を効果的に活用することで、商工業者の取組が進む



役割	運営	効果
<ul style="list-style-type: none"> ・商工業者の現状や課題についての情報を共有し、支援策等をアドバイス ・地域の産振事業の情報共有 ・商工業者のニーズや課題を把握 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営支援課が事務局となり、商工会・商工会議所、地域本部がメンバー ・地域本部会議等に合わせ、開催 ・必要に応じて関係部署が参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・適切な支援策のアドバイスにより、産業振興計画の施策を効果的に活用した、商工業者の取り組みが進む ・商工業者への支援策を共有することにより、支援スキルが向上する

高知版 I o T の推進

県内の現状と課題

- 本県産業の拡大再生産に向けて、人口減少による担い手不足がボトルネックとなっている。
- 以下の事由により、IoT分野に関心がもてなかったり、IoT導入を躊躇している。
 - ①県内事業者の多くは、I T 活用が限定的。
 - ②県内情報産業は、課題を持つ現場の情報（実情）を把握できていない。
 - ③成功事例がオープンにされておらず、情報が無い。

IoT活用のねらい

各産業分野の「人手不足」「生産性向上」という課題や防災対策等に対し、IoT活用による課題解決・対策強化を図る。

※IoTとは Internet of Things = IoT（モノのインターネット）

- インターネットにパソコン類以外の様々な"モノ"を接続すること。
- "モノ"をインターネットにつなぐことにより、離れた"モノ"の状態を知ることや離れた"モノ"を操作することが可能となる。
- これまでインターネットに接続されていなかった自動車や家電、電力メーター、産業機器やインフラ等がインターネットにつながることで新たな製品やサービスの創出が期待される。

高知県 I o T 推進ラボ研究会（ワンストップ対応）

普及啓発
個別相談

◎モデル実証事業
◎課題抽出

プロジェクト創出

プロジェクト自立化

自走

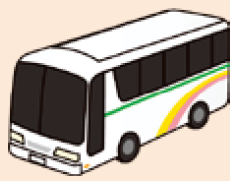
◎ I o T モデル実証事業

- I o T 推進プロジェクトマネージャーを中心としたコンソーシアムによる I o T 実証モデル構築
- 工業技術センターによる I o T 技術実証研究
 - ・工場内生産システム開発
 - ・鳥獣被害対策への I o T の活用



◎ 課題抽出

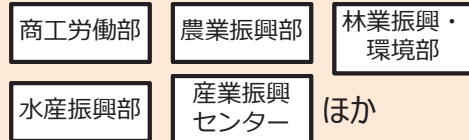
- ・研究会メンバーに参加を募り、農・林・水・防災等の現場訪問



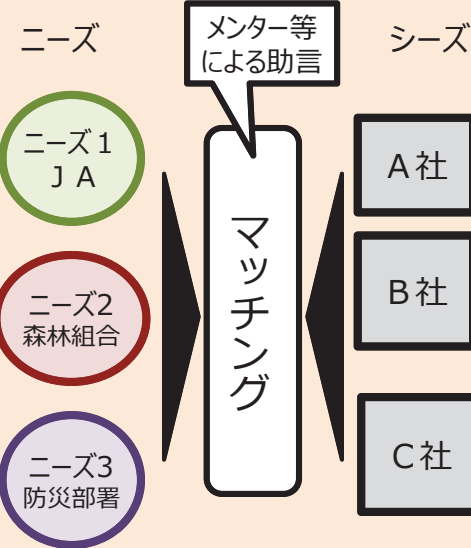
- ・課題抽出アドバイザーによる現場の課題抽出



- ・関係部局等による I o T 案件発掘



◎ 研究会員同士によるニーズとシーズのマッチング



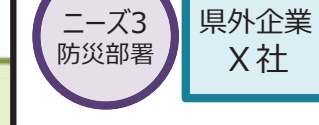
プロジェクト I



プロジェクト II



プロジェクト III



県内企業で対応できない場合、経産省マッチングイベント等により県外企業とマッチング

- 国のメンター派遣制度
 - ・地方版 I o T 推進ラボ選定地域に対する経済産業省からの派遣

- 新** I o T 推進アドバイザーによる支援
 - ・プロジェクト推進上の具体的課題（知的財産・技術等）にアドバイス

- 公設試による支援
 - ・共同研究、実証実験
- 関係部局等による支援

【補助制度】

- 国
 - ・経済産業省、農林水産省 等
- 県
 - ・ものづくり産業強化事業費補助金（製品の試作開発、設備投資）
 - 新** IoT技術開発促進事業費補助金（システム・サービスの試作開発）

○プロジェクトがビジネスとして自立化

○高知発の I o T システムを県内へ地消、県外・海外へ外商

新 人材育成

- ・土佐 M B A において、収集したデータを分析しビジネスモデルを提案するための I o T 技術教育の講座を開講

◎ ものづくり企業による I o T 導入



- ・IoT搭載製品の開発
- ・自社のスマート工場化



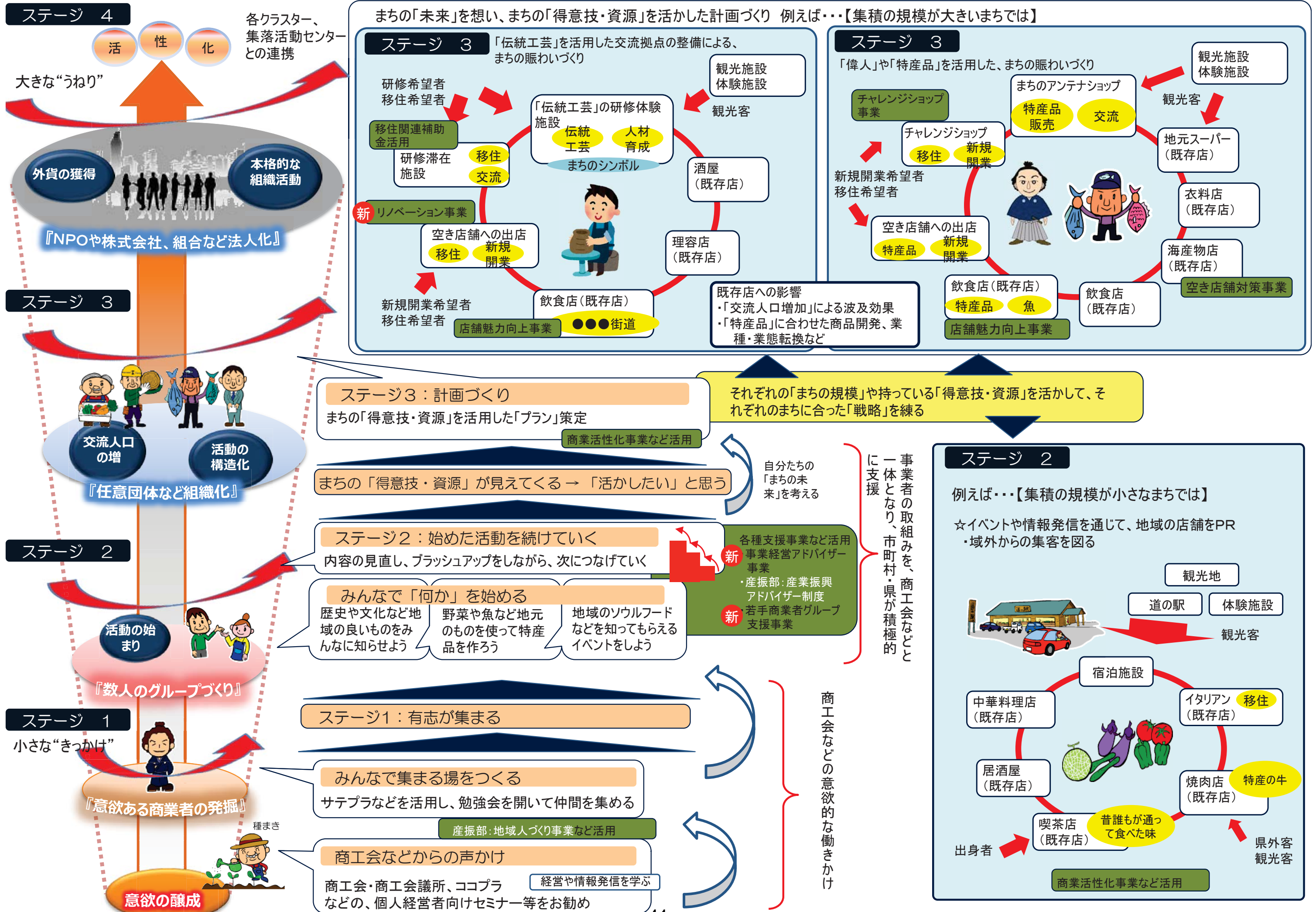
○メンター・アドバイザー等による要望に応じた支援



関連団体との連携による情報発信、サポートを実施

(情報産業協会、工業会、製紙工業会、農業協同組合中央会、森林組合連合会、漁業協同組合、大学・高専、産学官民連携センター)

中山間地域の商業活性化に向けた取組みのイメージ



防災関連技術・製品の東南アジア展開（インフラ技術等のODA案件化）

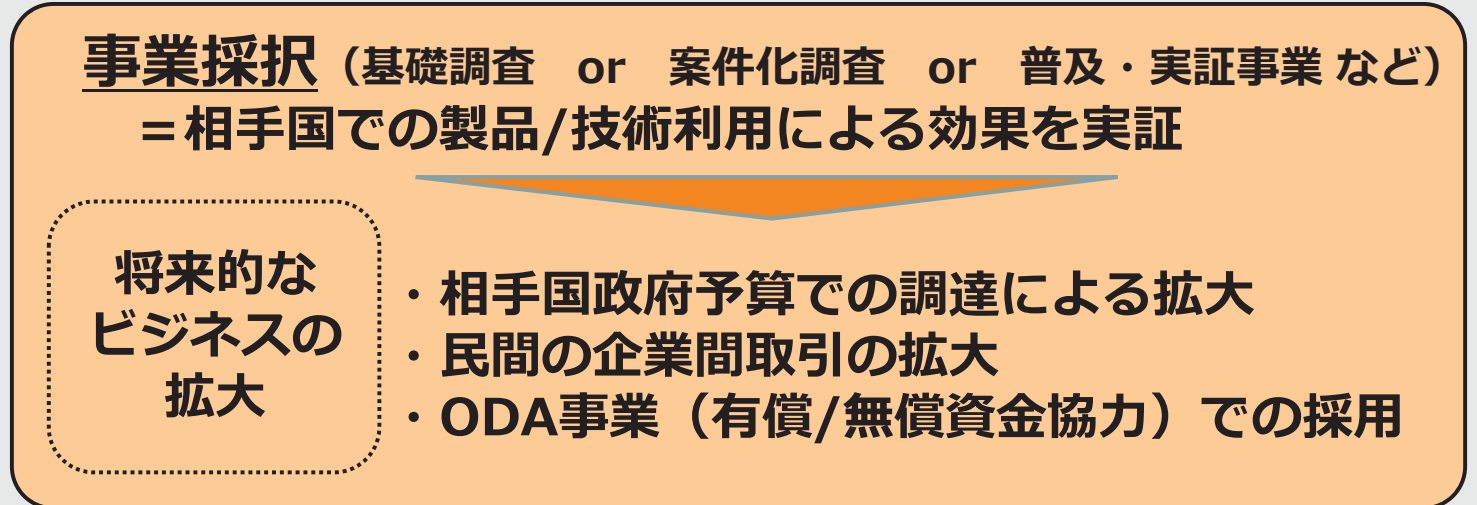
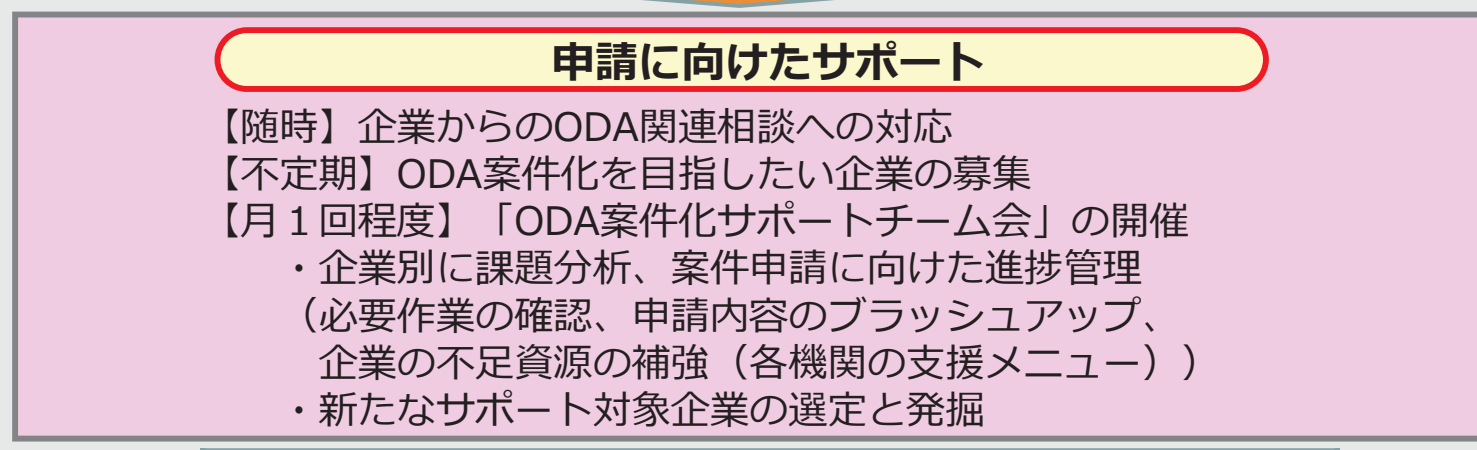
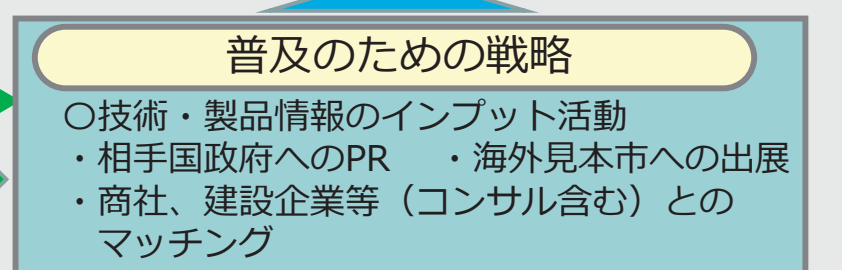
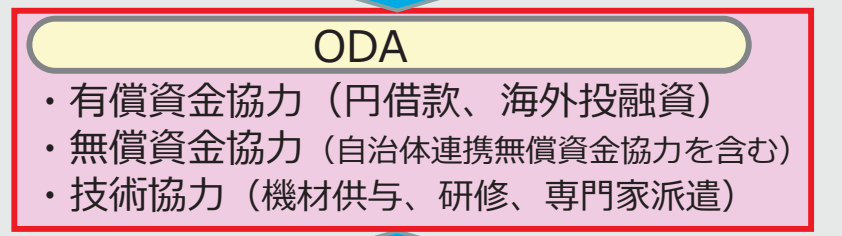
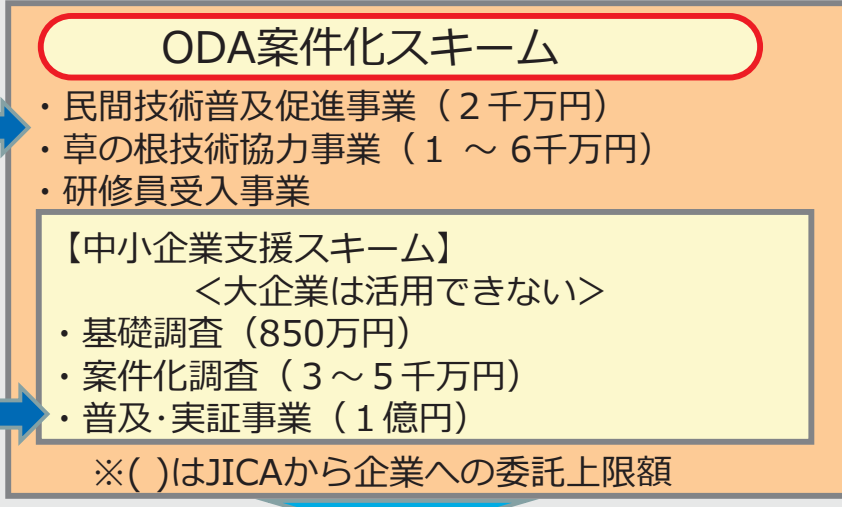
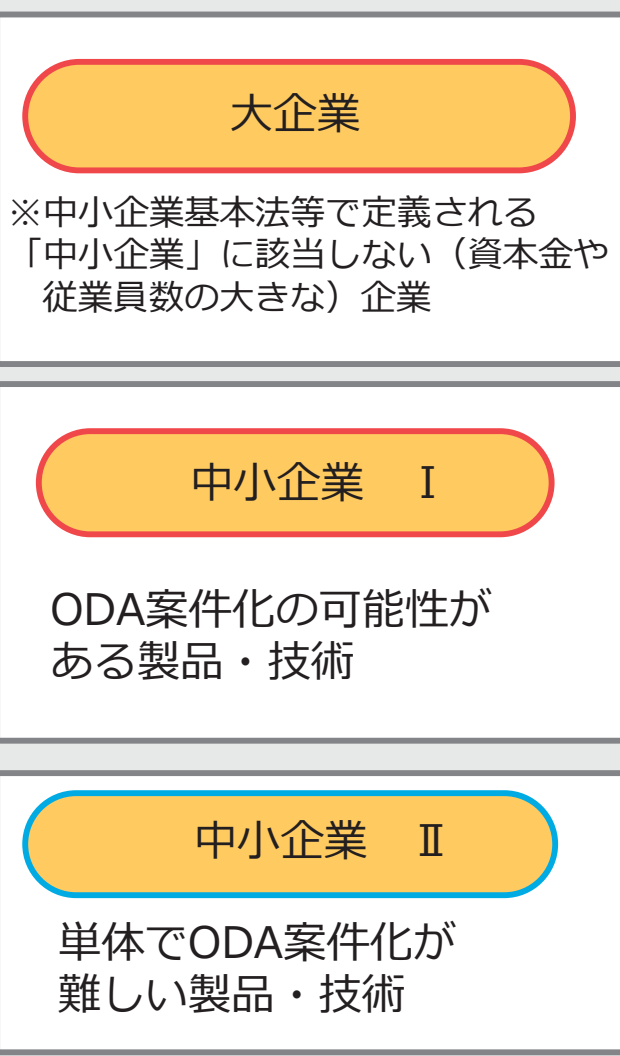
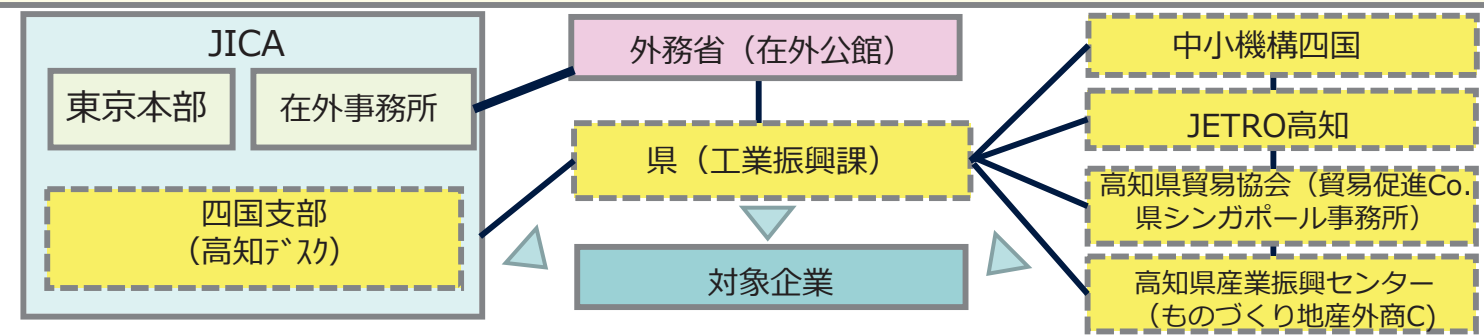
背景

- ・本県ものづくり産業のうち防災関連分野は、日本と同じく台風や地震に悩まされる台湾や東南アジア地域にニーズが見込まれる。
- ・東南アジアは日本に比べ所得水準が低い国が多く、インフラ技術はもちろん、機械設備や備蓄品においても官公需が第一のターゲット。
- ・INAPフィリピンミッションでの知事トップセールスでは、訪問官庁から、本県企業のインフラ技術等に高い関心があったが、財政面の制約からODA（政府開発援助）活用の要望があった。

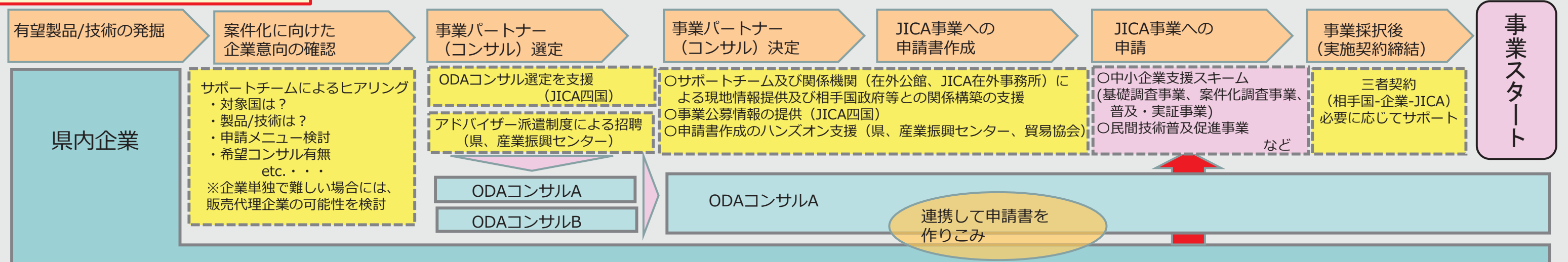
→ODA対象国については、ODA案件化も視野に入れた海外展開戦略が必要

※ODA対象国（アジアの一例）：フィリピン、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、スリランカ、etc.

高知県ODA案件化サポートチーム（点線枠の機関により構成）



申請に向けたサポートのステップ



背景【国の動き】

◆H.28.9.27 働き方改革実現会議がスタート
 「同一労働同一賃金など非正規雇用の処遇改善」、
 「労働生産性の向上」、「長時間労働の是正」、
 「女性・若者が活躍しやすい環境整備」、
 「子育て・介護と仕事の両立」
 など9項目が検討テーマに

背景【高知県の現状】

○求人数の増加
 H28.11末 有効求人数 14,905人
 (H26.11 12,403人)
 ○求職者数の減少
 H28.11末有効求職者数 12,454人
 (H26.11 14,252人)

○新規高卒者の卒業後3年以内の離職率が全国より高い ※H25.3卒業者の離職状況

	全国	高知県
1年目	20.1%	22.4%
2年目	11.8%	13.9%
3年目	9.1%	8.0%
合計	40.9%	44.3%

出展：厚生労働省 新規学卒者の就職離職調査

○「結婚」「出産・育児」「介護・看護」を理由とする離職者がいる

平成19年10月以降5年間に前職を辞めた転職就業者及び離職非就業者数

結婚：2,300人
 出産・育児：6,400人
 介護・看護：2,900人

(「平成24年就業構造基本調査」より推計)

《県として重点とする取組》

- ① 新規高卒者の離職防止
- ② 従業員の定着対策

目指す姿

人手不足

○労働環境・労働条件の見直しをしないままだと……
 ・従業員のモチベーションが低下
 ・従業員が定着しない

○労働環境・労働条件を改善したら……
 ・従業員のモチベーションアップ
 ・従業員が定着する

○求人を出しても応募がない
 ↓
 ○生産性が上がらない(売り上げも減少)
 ↓
 ○労働条件の悪化
 ↓
 ○従業員が離職する
 ↓
 ○ますます人手不足

○求人を出したら応募がある
 ↓
 ○生産性が向上する(売上増加)
 ↓
 ○人材育成をするとさらに生産性が向上
 ↓
 ○事業拡大する(人手がいる)
 ・正社員求人の増加
 ↓
 ○売り上げの増加(賃金アップなど)
 ↓
 ○求人の増加

悪循環

好循環

① 新規高卒者の離職防止

離職の理由と考えられる要因

《離職理由・県教委調査》
 第1位 仕事に向いていない
 第2位 勤労意欲の欠如
 《離職理由・厚労省調査》
 第1位 労働条件・休日・休暇の条件がよくなかった
 第2位 職場の人間関係

《考えられる要因》

・働くことがイメージできていなかったり、内定からの就職までの気の緩みが勤労意欲の低下につながっているのではないかと。
 ・希望する(していた)労働条件と実際のギャップ
 ・企業に、「先輩の仕事を見て学ぶ」、「入社当初は叱られて当たり前」といった昔ながらの意識があるのではないかと

対策

《新規高卒者》
 ・内定者のモチベーションの維持 **ポイント1**
 ・入社前後の不安の解消と社会人としての自覚と責任感の養成 **ポイント2**
 《企業》
 ・人材確保のための職場環境の改善への意識の醸成 **ポイント3**

具体的な取組

拡

・県内企業の就職内定者(高校生)を対象としたブラッシュアップセミナー(2月、3ヶ所、4回)
 (H28実績：242人 ◎目標：300人)

内容：社会人を交えたグループワーク等による就労意識の醸成と就労後の仲間づくり、ビジネスマナーなど

高校新卒内定者を誘導

採用企業を誘導

新 新入社員向けセミナー(◎目標：200人)
 内容：仕事の基本と入社後の不安解消(コミュニケーション力)(先輩からの助言) **ポイント2**

新 新卒者採用企業等を対象としたセミナー(◎目標：300社)
 内容：人材確保・活用のためのノウハウなど **ポイント3**

② 従業員の定着対策

高知家
 新 官民協働のセミナーの実施

人材の育成は、企業の成長につながる

経営計画策定

人材育成計画や採用計画の策定
 労働環境・労働条件の見直し

ハローワーク、女性しごと応援室、社会保険労務士の支援

労働環境・労働条件の見直し

○従業員の研修
 ○人材確保
 ○福利厚生、休暇制度の充実
 ○賃金アップ
 ○非正規職員の正規化

“お墨付き”
 拡 次世代育成支援
 認証制度(介護を追加)

働き続けることのできる企業

経営計画(人材育成計画)の必要性

- ・経営計画を策定したことがある企業の34%が売上が増加し、策定したことがない企業のうち売上が増加したと回答した企業は20.2% ⇒ 策定した方が売上高増加の傾向
- ・人材育成を行っている企業は37.5%
 人材育成の取組を行っている企業の34.9%が売上が増加し、人材育成をしていない企業のうち売上が増加したと回答した企業は23.1%
 ⇒ 人材育成に取り組んでいる方が売上高増加の傾向
 ■【出典：中小企業庁「2016年版 小規模企業白書」】
- ・若年労働者の職業生活の満足度DI(雇用形態別)
 正社員の満足度の高い項目
 「雇用の安定性(63.6ポイント)」「しごとの内容・やりがい(56.3ポイント)」「福利厚生(44.7ポイント)」となっている。
 ■【出典：厚生労働省「平成25年度若年者雇用実態調査」】

労働条件・労働環境の整備や経営計画の策定、人材育成を行うことは企業にとってメリット(従業員が定着し、企業の生産性が向上)のある取組

商工業分野（コンテンツ産業）の展開イメージ

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（H27以降の累計値） 出発点（H27）：71人 ⇒ 現状（H28）：88人 ⇒ 4年後（H31）：161人 ⇒ 6年後（H33）：260人 ⇒ 10年後（H37）：566人

戦略の柱1 企業間の連携支援

企業間の連携強化

- コンテンツビジネス起業研究会における先進的取組事例紹介から実技研修等による会員への情報提供
- 会員企業間の協業の促進

ビジネスマッチングの推進

- 起業研究会会員企業の商品等の相互取引を促進 ⇒ 事業者の発注案件を掘り起こし、マッチング支援

戦略の柱2 外商の推進

コンテンツビジネス事業化支援

- 事業計画策定や開発、販路開拓、融資等に関する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。認定事業化プランに対し経費を助成

販路拡大支援

- 拡** 首都圏見本市等への出展支援（県がブース借上げ） ⇒ ブース数を拡充

事業拡大



担い手確保

目指す姿

コンテンツ産業クラスターの形成

売上増



戦略の柱4 人材確保・人材育成支援

<人材確保支援>

首都圏高知ITネットワークの構築

- 新** 首都圏在住の高知に縁のあるIT人材・企業とのネットワークの構築（U・Iターン、企業間連携、企業立地の促進等）

会社説明会の開催支援

- 雇用機会に応じた会社説明会の開催を支援

<人材育成支援>

『アプリ開発人材育成講座』（土佐MBA）の充実・強化

- 拡** 基礎技術編：Eラーニング、集合講座により人材の裾野拡大
応用編：企業の即戦力になり得る人材を育成

社外研修費への助成

- 社外研修費（旅費、滞在費等）への助成

産学情報交換会の開催

- 教育カリキュラムへの企業ニーズ等の反映を目的として開催

雇用創出

人材確保がボトルネック

土佐MBA講座の充実及び首都圏人材ネットワーク構築により、県内での育成とU・Iターンの両面からの人材確保策を充実・強化

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

- コンテンツ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、事業所等の開設・運営経費を3年間補助

海外への情報発信

- コンテンツ関連企業の誘致を視野に入れ、本県の魅力を国内外に向けて発信

ビジネスプランコンテストの開催

- 拡** ビジネスプランコンテストを開催し、入賞プラン等の事業化をサポートする（産学官民連携センター）

全体を下支え

商工業分野(コンテンツ産業)の体系図

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(H27以降の累計値) 出発点(H27):71人 ⇒ 現状(H28):88人 ⇒ 4年後(H31):161人 ⇒ 6年後(H33):260人 ⇒ 10年後(H37):566人

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(H27からの累計) ⑳:4件→㉑:40件→㉓:60件→㉕:100件	事業化プラン認定件数(H23からの累計) ㉗:10件→㉙:22件→㉛:28件→㉝:40件 見本市出展事業者数(H28からの累計) ㉗:0社→㉙:12社→㉛:18社→㉝:30社	企業立地件数(H25からの累計) 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」	<p>1. 企業間取引・協業の促進</p> <p>◆ 企業間の連携強化・ビジネスマッチングの促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<p>1. 事業計画策定等に関する相談会の開催や事業化に係る経費助成を含む「まるごと支援」</p> <p>◆ コンテンツビジネス事業化支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専門家や金融機関に対する個別相談会の開催による事業化の推進及び事業化に係る経費を助成する。 <p>◆ [拡充] 販路拡大支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<p>1. コンテンツ関連企業の立地</p> <p>◆ コンテンツ関連企業の立地促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、立地にあたっての材確保・育成支援等を一連の支援パッケージとしてPRする。 <p>◆ 海外への情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツ関連企業の誘致を視野に入れ、文化、まんが等の本県の魅力を国内及び世界に向けて発信 <p>◆ [拡充] ビジネスプランコンテストの開催(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・起業や新たな事業展開の取組を促進するためにビジネスプランコンテストを開催するとともに、入賞プラン等の事業化をサポートする。(産学官民連携センター) 	<p>1. 人材確保・人材育成支援</p> <p><人材確保支援></p> <p>◆ [新規] 首都圏高知ITネットワークの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏在住の高知に縁のあるIT人材・企業とのネットワークを構築する。 <p>◆ 会社説明会の開催支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハローワークと連携した会社説明会の開催を支援する。 <p><人材育成支援></p> <p>◆ [拡充] 『アプリ開発人材育成講座』(土佐MBA)の充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基礎技術編(エラーニング、集合講座)及び応用編を開催する。 <p>◆ 社外研修費への助成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社外研修費(旅費、滞在費等)へ助成する。 <p>◆ 産学情報交換会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育カリキュラムへの企業ニーズ等の反映を目的とした産学情報交換会の開催

【土佐MBA】アプリ開発人材育成講座<基礎編&応用編>の現状とH29年度の拡充(案)

ねらい

人材が不足するアプリケーション開発者の育成を目的とし、『アプリ開発人材育成講座』の<基礎編>と<応用編>を開催。座学形式の<基礎編>で育成対象者の裾野の拡大を図るとともに、<応用編>では、県内企業から派遣されたプロジェクトマネージャーがリードするグループ単位で動くアプリを開発する実践講座を開催することで、即戦力に近いアプリ開発者の人材の輩出と、受講者と県内企業とのマッチングによる若者の県内定着を図る。

平成28年度講座概要

平成28年6月

7月

8月-9月

10月

11月

12月 ~ H29.2月

3月

参加者

受講申込者:46名(定員40名)
【受講者の内訳】
■学生:18名(高校生2名,大学生3名,専門学校生13名)
■起業予定者:2名
■一般:26名(会社員:16名,自営業3名,教員7名)

講座概要

- 講座形式:座学・講義
- 講座メニュー
 - ①アプリ開発方法論
 - ②アプリ開発におけるビジネス展開の手法(マネタイズ)
 - ③企業に学ぶアプリ開発
※アプリ開発人材育成講座(応用編)の開催案内

実施結果・課題

- アプリ開発に興味・関心のある人材が県内に一定数存在することが確認できた
- 著名な講師を招聘でき、受講者アンケートの結果も高評価。コンテンツ人材の裾野の拡大に繋がった
- 座学講義形式のため、受講生の実践的スキルの向上には直接繋がりにくく、応用編への誘導効果が不十分
- 高知市から遠い地域の人は受講しにくい

応用編開講準備

- PM選定
- 応用講座概要公表
 - ・アプリの種別&テーマ、開発言語&開発環境、
 - ・参加技術要件&学習方法
- 受講者募集
※技術要件のクリアに不安の声が聞かれる

応用編事前勉強会開催

- 事前勉強会の開催(全7回,150分/回)
 - ・勉強場所、Wifi環境の提供
 - ・メンター及びPMによる指導や助言
 - ※口コミで参加者が徐々に増加
 - ※最終延べ44名(実数12名)が参加
 - ※うち応用講座への参加者9名

アプリ開発人材育成講座(応用編)

参加者

受講申込者:17名(定員20名)
【受講者の内訳】①大学生:2名、専門学校生:3名、起業・転職等予定者:6名⇒11名、②会社員:5名、自営業1名⇒6名
※アプリ基礎編に続けて応用編にも申し込んだ受講者:5名

クラウド作業

- 【講座概要】
- 実際に動くアプリを開発する実践講座
- 県内企業4社から派遣されたプロジェクトマネージャーと受講者によるグループ開発
- クラウド上での開発と週1回のグループミーティング(振り返り/デモ等)

グループMT

①11/ 5(土) 10:00-17:00	⑤12/ 7(水) 18:30-20:30	⑨11/11(水) 18:30-20:30	⑬2/22(水) 18:30-20:30
②11/ 6(日) 10:00-17:00	⑥12/14(水) 18:30-20:30	⑩1/18(水) 18:30-20:30	⑭3/ 1(水) 18:30-20:30
③11/ 9(水) 18:30-20:30	⑦12/21(水) 18:30-20:30	⑪1/25(水) 18:30-20:30	
④11/16(水) 18:30-20:30			

検証・課題等

基礎編⇒応用編への誘導が不十分(特に大学生・専門学校生)

上記の要因※仮説

- ①基本的なプログラミング知識・技術を有すること等、技術要件が参加のハードルになった
※知識・技術レベルの差が大きいとグループ作業に支障、PMの負担大⇒初心者向け勉強会開催
- ②応用編に参加することのメリットを十分に伝えきれなかった(就職に繋がる可能性等)
※H28年度講座でPM企業と受講者のマッチングを実施し、早期に成果を得られるよう努める

成果発表会

- 【H29.3.4】
- 成果発表
 - ・全体振り返り
 - ・アプリデモ
 - 審査・講評
 - 交流会
※県内企業とのマッチング

平成29年度改善点

対策

アプリ開発人材等の裾野の更なる拡大・応用編の受講者拡大

- プログラミング等の基礎的な知識・技術を持った人材の育成メニューを質・量ともに充実・強化
- <目指す方向>
 - ・基礎技術編から基礎的・実践的な知識・技術を持つ人材を幅広く育成
 - ・時間・場所の制約を受けず、受講期間などの自由度が高い学習機会の提供
 - ・将来に向けたアプリ開発人材等の裾野の更なる拡大(教委と連携し、中・高校生参加を促進)

目標

(1) 基礎技術編と応用編で目指す方向

- 【基礎技術編】アプリ開発等を行うための基礎知識・技術習得のための実技講座
場所/時間の制約のないオンライン講座による参加者の裾野拡大
- 【応用編】グループでのアプリ開発による企業の即戦力に近い人材の育成
- (2) 人材育成の規模
- 【基礎技術編】200名程度の受講者をめざす(応用編参加の潜在層の拡大)
- 【応用編】30名程度の受講者をめざす
⇒プログラマーの県内有効求人数約20名+立地企業(新規含む)による雇用の目標9名を想定した人材の育成を目指す!

平成29年度講座概要

H29.6月

7月

8月

9月

10月

拡充

H29.11月 - H30.3月

【アプリ開発等人材育成講座<基礎技術編>】プログラミング等の基礎的・実践的な知識・技術を持つ人材拡大と技術力の底上げ

- (1) Web上で展開する「**オンライン学習サービス(E-ラーニング)**」を活用したプログラミング等の基礎技術講座の開催
※「場所・時間の制約なし」「学習方法の手解き」「途中参加OK」で参加者のハードルを下げ、口コミで参加者を増やす。
- (2) 上記E-ラーニングの学習成果確認等のための集合講座の開催
・講師の指導のもとで演習や黙々と自学を行う
※東部・中部・西部の3ブロックで開催(受講申込状況による)
- (3) 具体的な講座内容(案)とスケジュール

①Androidアプリ(開発言語:Java)開発講座	③Webアプリ(開発言語:HTML,CSS,JavaScript)開発講座
②Unityを使ったゲームアプリ開発講座	④Illustrator, Photoshop講座

誘導

集合講座

E-ラーニング受講(～12月)

集合講座

集合講座

1. 高知県のコンテンツ産業振興の取組の現状と課題

ねらい
数値目標

コンテンツ関連企業に対する包括支援で好循環を生み出すことで、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。
県内雇用者数：現状(H28.9) 73人 ⇒ 4年後(H31) 161人 ⇒ 6年後(H33) 260人 ⇒ 10年後(H37) 566人



これまでの成果

- 高知県への「ソーシャルゲーム産業の集積」を目指し、県内企業のゲーム開発を支援 ⇒ 6タイトルリリース、県内企業と県外ゲーム開発会社との協業
- 平成25年度から本年度にかけて、ゲームイラスト制作会社、ゲームの品質保証とカスタマーサポートを行う企業、企業向けアプリ開発会社、人工知能対話エンジンに搭載する対話シナリオの作成会社など、コンテンツ産業の企業立地が実現（合計7社）
- 上記による雇用効果が70名を超え、今後更なる雇用が見込まれるなど、産業集積の土台が形成されつつある。

現状の課題

- 本県への立地を検討しながら、県内でのエンジニアの確保の見通しがたたないことを理由に立地に踏み切れない企業があり、人材不足が企業誘致の障害となっている。
- 土佐MBA講座の実施により、企業の即戦力となる人材の育成を進めているが、県内の学生数の減少や知識・技術レベルの異なる人材を育成するには時間を要すること等、量的・時間的な課題があり、土佐MBA講座のみでは人材不足を解消できる状況には至っていない。
- 一方、首都圏の企業で働き、スキルを身に付けたエンジニアの中には、様々な事情から本県へのU・Iターンを考えている方が存在すると考えられるが、当該人材の掘り起こしと定期的な交流・情報交換を通じたアプローチができる仕組みがない。 ⇒ エンジニアを確保するためには「県内での土佐MBAによる育成」と「県外からの人材誘致」の両輪での推進が不可欠で、後者を推進するためのネットワークが必要。

2. 課題解消に向けたH29年度の取組(案)

- 開催目的**
- 首都圏で『高知ITネットワーク(仮称)』を創設し、高知県ゆかりの首都圏在住の人材とのネットワーク化を図る。
 - 定期的な交流によるネットワーク拡大、県内企業とのマッチングや県内技術者との交流を行う。
 - 口コミで拡大を図ったうえで、高知県への移住/転職(U/Iターン)、高知県での立地や起業、高知県企業との事業連携等に繋げる。

3. 事業概要

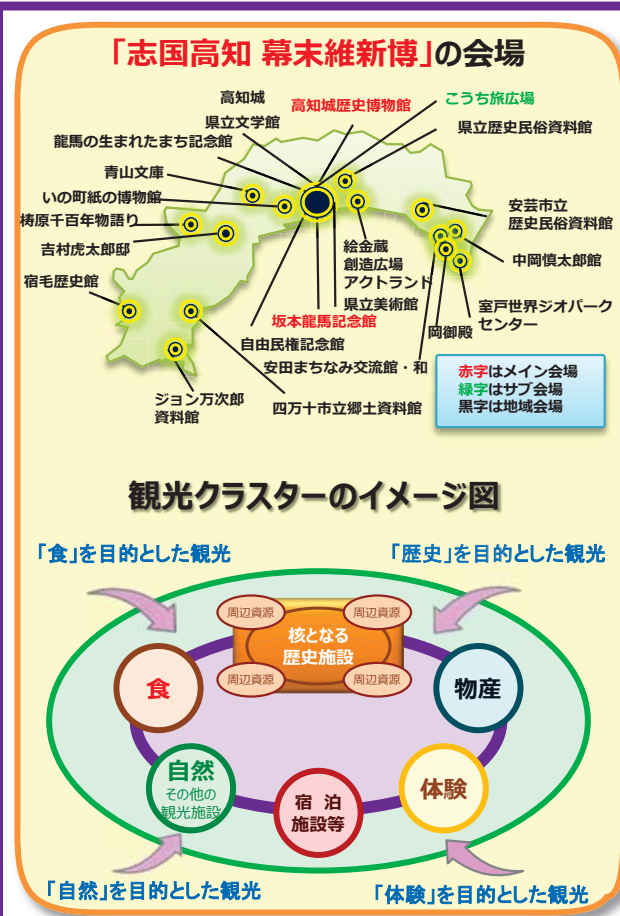
対象者及び確保方法	活動企画(案)	活動目的
<p>1. ネットワーク化の対象者</p> <ul style="list-style-type: none"> ■首都圏に在住する高知県出身者や高知県に興味・関心を持っていた方、著名なIT企業経営者等 ・故郷・高知のために力になりたいと思っている高知県出身者 ・高知県に移住して働きたいと思っている方 ※主なターゲット；20-40歳代を主としたIT技術者・クリエイター ・観光特使、協定締結企業、高知県への立地企業関係者、高知県への立地に関心のある企業関係者 等 <p>2. ネットワーク対象者(以下「会員」という)の確保方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ■首都圏の各種業界団体、中小企業基盤整備機構等会員企業への案内 ■SPAJAM(スマホアプリ開発コンテスト)参加者等、IT技術者/クリエイターへの案内 ■県内高等教育機関の卒業生 ■高知県の関係先(観光特使、県人会、協定締結企業、立地企業を含む関係先企業等)への案内 ■Web, SNS, @Press等を活用した情報発信 	<p>①ネットワーク交流会(年2回)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■講演・プレゼンによる理解促進(著名なIT企業経営者等の講演/県内企業・技術者・クリエイターのプレゼン/移住者体験談報告等) ■対話による関係構築(対話形式のワークショップ、地元課題解決型アイデアソン、大懇親会(高知の食のPR)) ■名簿の作成(会員のプロフィール付き名簿を作成) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットワーク形成 ・会員との交流、情報交換
	<p>②アイデアソン・ハッカソン等交流イベント</p> <ul style="list-style-type: none"> ■会員と県内企業/県内技術者/県内クリエイターとの共創による課題解決型アイデアソン・ハッカソン ■地元のお題提供者や首都圏IT企業(メール提供等)との協働、メンター配置、優れた作品・チームへの表彰制度など ■県が行う首都圏IT人材と県内企業とのマッチング、企業誘致、移住相談のブースを併設 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットワーク強化 ・高知県への興味・関心度合の向上 ・転職/立地等への誘導
	<p>③県内フィールドワーク</p> <ul style="list-style-type: none"> ■会員を高知県に招き、県内企業関係者や技術者との交流やフィールドワークを2泊3日程度の日程で実施 ■県内企業や高等教育機関の視察や面談、県内の様々な学生や社会人との交流、地元施設や生活を体感できるツアー開催 ■アイデアソンの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・県内企業や技術者、学生等との関係強化 ・転職/立地等に向けた体験ツアー
	<p>④情報発信、オンライン交流</p> <ul style="list-style-type: none"> ■Webサイトでの活動内容や地元の魅力等の発信、Facebook, TwitterなどのSNSでの情報発信、会員同士のオンライン交流 ■年間の活動をまとめた冊子を作成、会員や関係者に配布、更なる会員の拡大の訴求媒体として活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・転職/立地等情報収集 ・ネットワーク拡大
運用	<p>■首都圏における会員の集客や上記活動の企画・準備・運営等については、プロポーザルにより事業者を選定し、委託</p>	

観光分野の展開イメージ ～世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現～

分野を代表する目標

県外観光客入込数
観光総消費額

現状(H27)：408万人 ⇒ 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(H27)：1089億円 ⇒ 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
 - 拡 「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史資源の磨き上げ(リアル化)と観光クラスターの形成
 - ・土佐の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
- 地方創生の核となる観光拠点の(再)活性化と地域地域の食・自然が一体となった観光クラスターの形成による観光地域づくり
- 本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備(4か所)
- 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か所)
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - 拡 サイクリングコース(40コース)の設定 ・スポーツイベント開催促進

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
 - 拡 外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

各市場毎の「周遊ルート」と「旅行商品」の造成・販売

- ◆ 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)
韓国・中国・タイにも拡大 (H29)

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
- ◆ 旅行情報サイトとの連携 等

VISIT KOCHI JAPAN
The blessings of nature

“おもてなし”でリピーター化

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
 - ・外国人観光案内所の設置(県内広域7ヶ所)
 - ・飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
 - ・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
- 本県統一認証や認証連携によるWi-Fi接続の仕組みづくりの検討

・おもてなしトイレ ・おもてなしタクシー ・龍馬パスポート

戦略の柱4 国際観光の推進

- クルーズ客船寄港時の受入環境の整備

・観光サポートアプリ

【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
 - 拡 「志国高知 幕末維新博」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
 - ・観光ハブ・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
 - ・アマ合宿・大会誘致、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
 - ・中小規模の大会・学会・報奨旅行の誘致

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
 - 拡 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
 - ・海外旅行博でのプロモーション
- 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
 - ・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

積極的なセールス&プロモーションで観光客が高知へ

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り力の向上
 - ・土佐の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
 - ・土佐の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)
- 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

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(H27) : 408万人 ⇒ 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(H27) : 1089億円 ⇒ 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	※入込数には、MICE、スポーツを含める。	

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 「志国高知 幕末維新博」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	「志国高知 幕末維新博」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させ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
--------------------------------	--------------------------------------	------------------------	--	----------------------

<p>・全国から誘客できる観光拠点の整備 ②:2か所→③:10か所→④:14か所→⑤:17か所 ※県立施設含む</p> <p>・広域観光組織の体制強化(法人化) ⑦:3か所→⑧:5か所→⑨:6か所→⑩:6か所</p>	<p>・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 ②:6万人→③:11万人→④:13万人→⑤:15万人</p> <p>・MICEの受入強化 ⑥:2万人※(3.2万人)→⑦:4.0万人→⑧:5.0万人 ※3.2万人からスポーツ関連を除いたもの</p>	<p>・観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加 「宿泊先」「観光施設」⑥:77%→⑦:78%→⑧:79%→⑨:80% 「食事処・料理店」⑥:79%→⑦:80%→⑧:80%→⑨:80%</p> <p>・「おもてなしトイレ」における満足度(「大変良い」、「良い」)の割合 ⑩:80%→⑪:80%→⑫:80%</p> <p>・「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 ⑬:80%→⑭:80%→⑮:80%</p>	<p>・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ⑯:38,590人泊(3万人泊)→⑰:14.8万人泊→⑱:22万人泊→⑲:30万人泊</p> <p>※()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。</p>	<p>・広域観光組織の体制強化(法人化) ⑲:3か所→⑳:5か所→㉑:6か所→㉒:6か所</p>
--	--	---	--	--

<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】歴史観光資源の磨き上げ(リアル化)と官民協働による観光クラスターの整備 ◆ 土佐の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) ◆ 【拡充】地方創生の核となる観光拠点の(再)活性化と地域地域の食・自然が一体となった観光クラスターの形成による観光地づくり <p>2 本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】アウトドア拠点の整備 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 <p>4 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】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) ◆ 自然を活かしたスポーツイベントの開催促進 	<p>1 効果的な広報・セールス活動の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】「志国高知 幕末維新博」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 <p>2 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 <p>3 コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<p>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)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 龍馬パスポートの継続と拡充 ◆ きめ細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) <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店の多言語メニュー作成支援及び普及促進 ・クルーズ客船寄港時の乗船客等への受入態勢の充実 ・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資源の情報発信【再掲】 ◆ 【拡充】本県統一認証や認証連携によるWi-Fi接続の仕組みづくりの検討 	<p>1 効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【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 ◆ 海外旅行博でのプロモーション <p>2 外国人向け旅行商品づくりの抜本強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】外国人のニーズに対応した商品づくり <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 広域周遊観光の推進 ◆ 海外旅行博でのプロモーション【再掲】 <p>4 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」の戦略的な活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】「よさこい」の全国ネットワークの構築 ◆ 【拡充】海外(世界)に向けたプロモーションの展開 	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 土佐の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】 ◆ 土佐の観光創生塾を通じた人材育成 ◆ 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(おもてなし研修)
--	---	--	--	---

地方創生の核となる観光拠点の整備と観光クラスター形成について

◆戦略の柱:1 戦略的な観光地づくり 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

◆現状と見えてきた課題

- ・「海洋堂ホビー館」や「室戸世界ジオパークセンター」といった核となる観光拠点が整備され、豊かな自然を活かしたアウトドア拠点整備も順調に進捗
- ・さらなる集客を図るため、新たな観光拠点の整備に加え、核となりうる観光拠点を再活性化させるとともに、歴史、食、自然を含めた周遊コース、観光クラスターの形成が必要

○核となる観光拠点 《継続した磨き上げ》

海洋堂ホビー館四万十



室戸世界ジオパークセンター



観光拠点の再活性化

観光クラスターの形成

○核となりうる観光拠点の再活性化

龍河洞



桂浜公園



竜串エリア

(新足摺海洋館を核としたクラスター形成)

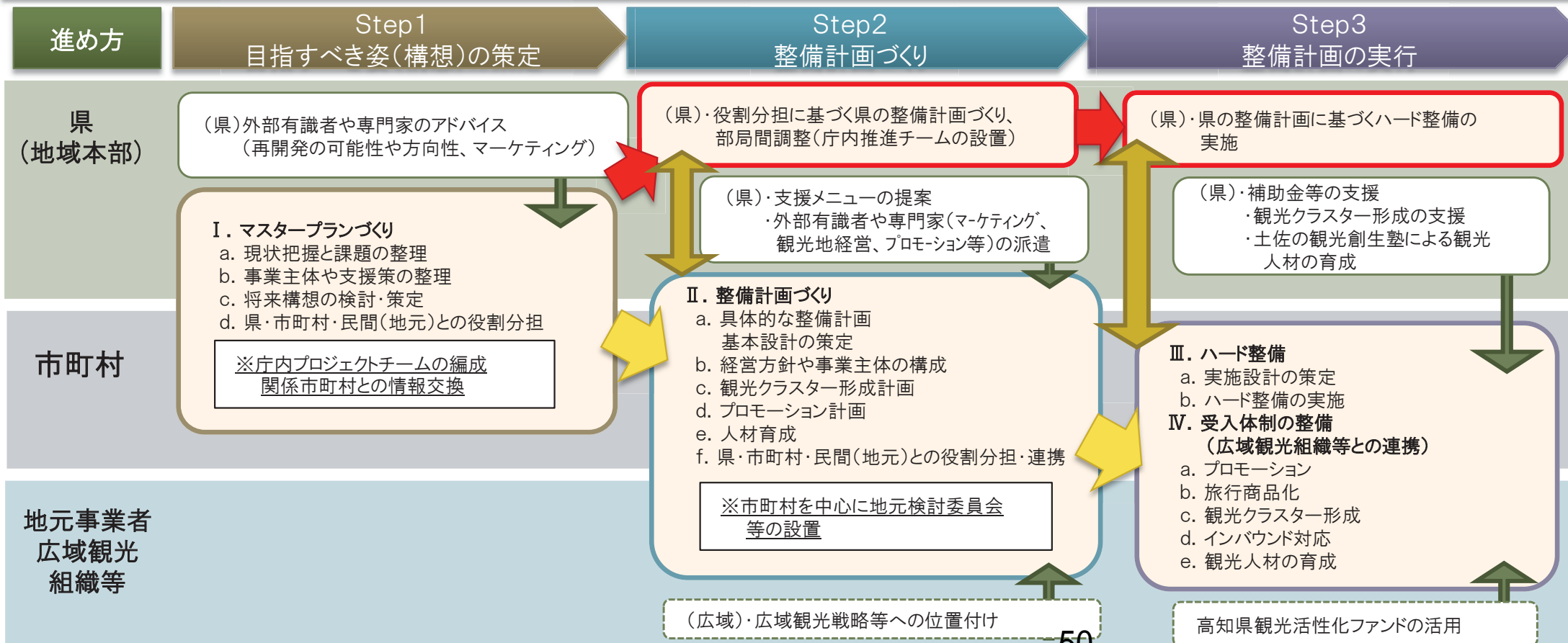


○新たな核となる観光拠点の整備

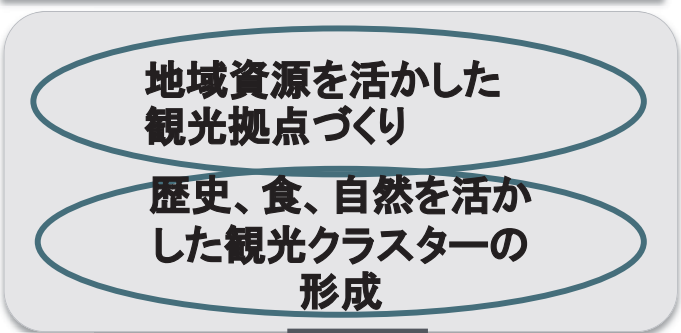
- 本山アウトドアの里
- 越知町キャンプ場
- 土佐清水市爪白キャンプ場
- 土佐西南大規模公園
- 須崎海洋スポーツパーク
- 三宝山 など



◆観光拠点の再活性化と観光クラスターの形成計画案(例:龍河洞)



◆新たな観光拠点整備



外国人観光客向け県内 Free Wi-Fiの環境整備

事業目的 外国人観光客向けに民主導で全国展開されている複数のWi-Fi認証の仕組みを活用し、外国人観光客が本県にあるWi-Fiアクセスポイントをストレスなく利用できる仕組みづくりを官民挙げて行うことで、広域周遊する外国人観光客の利便性の向上を図る。

1 現状

①外国人観光客のニーズ <H27観光庁調査>

- 旅行中外国人が困ったこと
- 滞在中にあると便利な情報
- 1位：無料Wi-Fiがない
- 1位：無料Wi-Fi



②外国人観光客のFree Wi-Fi利用状況

成田空港・関西空港などから入国した外国人観光客は、主に以下のアプリを利用し、各地を移動

- ✓ Japan Free Wi-Fi (NTT系) (全国：約15万AP、県内：約1,000AP)
- ✓ TRAVEL JAPAN Wi-Fi (KDDI系) (全国：約20万AP、県内：約600AP)

③高知県の現状

■無料Wi-Fi整備状況

- ✓公的施設等：約140箇所
- 県立文化施設等 10箇所
- 市町村観光施設 64箇所
- 道の駅 18箇所

H27-28の2か年で外国人観光客の受入環境整備として、観光施設や道の駅等に無料Wi-Fiを整備：92箇所（県立10箇所含む）

- その他公共施設等（空港、駅含む）50箇所以上
- ✓その他、民間事業者による設置：約1,000箇所（飲食店、宿泊施設、コンビニ、ショッピングセンター等）

観光施設や道の駅等のWi-Fiのうち「Free spot」提供：15箇所（県立7箇所含む）

■主なネットワーク利用状況

- ✓②大手通信事業者
- ✓「Free spot」（112箇所）
- ✓その他ケーブルテレビ等

2 課題

①各Wi-Fi設置者によって接続ポイントの名称（SSID）や認証方法がまちまちであり利用者はそれぞれの場所でそれぞれの認証作業を行う必要があり、特に、**短期間のうちに県内を周遊する外国人観光客にとっては面倒（利便性が悪い）**

②**無料Wi-Fiの提供にあたっては、犯罪防止の観点で総務省から認証方式などについてガイドラインが示されている他、Wi-Fiスポット対策など、利用者の安全確保も必要** [無線LANビジネスガイドライン第2版] <総務省>
・利用者の安心・安全な利用のための留意事項（適切な情報セキュリティ対策、利用者への周知等）

③**Wi-Fi認証を技術的に統一する方法は、費用負担が大きい**
独自システムやアプリの構築は、開発経費及び毎年の運用負担が発生する

④**民主導で全国展開されている複数のWi-Fi認証の仕組みと、公的施設などが採用している仕組み（セキュリティ面での条件設定が可能な「Free spot」）が連携していない例が多い**

3 国・他県等の動向

●全国的に自治体Wi-Fiのブランド化が進んでおり、四国では3県が運用

- ✓愛媛県 [Ehime Free Wi-Fi] (H26～)
- ✓香川県 [KAGAWA-Wi-Fi] (H26～)
- ✓徳島県 [Tokushima Free Wi-Fi] (H27～)
- ✓徳島市 [TOKUSHIMA CITY Wi-Fi] (H28～)

課題：単一事業者の提供するサービスに依存

●訪日外国人向けサービスに関し総務省の指導により、

- ✓(一社)公衆無線LAN認証管理機構(Wi-Cert (わいさーと))設立 (H28.9月)
- ✓Wi-Certにおいて各自治体(エリアオーナー)への技術支援・連携仲介を開始 (H29.1月予定)

課題：自治体が設置する施設のみ対象、民間との統一化は難しい

●関西広域連合アプリ [KANSAI Free Wi-Fi(official)] の開発・運用 (H28.10月)

- ✓Wi 2方式とNTTBP社方式との認証連携アプリを構築 (NTTBP社著作権アプリ)
- ✓対象エリア：広域連合に入る徳島県と鳥取県含む8府県のアクセスポイント1万箇所
- ✓対応言語：日本語、英語、韓国語、中国語
- ✓経費：初期費用400万円、ランニングコスト年400～500万円 (各府県負担金)
※上記の経費の他、独自システム運用していた県については、別途システム改修費用300万円発生

課題：各県負担が大きい、NTT系とKDDI系以外の通信事業者は未参加

4 取組方針

「県民挙げて外国人観光客をおもてなしする」観点から、外国人観光客向けに民主導で全国展開されている複数のWi-Fi認証の仕組みを活用し、観光施設を所管する市町村への参画依頼及び「Free spot」に分類されているWi-Fi提供施設等の賛同と、県内民間事業者にも協調いただき、高知家のおもてなしとして、安心して便利なWi-Fi環境を提供していく。

5 今後の具体的な取組

- ①市町村などと公的なFree Wi-Fiを束ねる協議会を設立し、全体の合意を得て、一定の条件のもと、
- ②民間事業者に対して、広く「Free spot」のFree Wi-Fiをそれぞれの統一認証の仕組みに取り込むことについての提案依頼を実施し、
- ③一定の審査のうえ、提案に応じていただいた事業者のサービスに「Free spot」を組み込むことで、県内統一認証化を図ることとする（複数に取り込まれることを可とする）。

6 スケジュール

●H29年春頃：協議会設立 ⇒ 協議・調整 ⇒ ●H29年夏頃：統一化

各国・地域におけるプロモーション活動

<重点地域①> 台湾

<市場選定理由>

2015年観光庁宿泊旅行統計調査の外国人の宿泊者数で来高割合1位(約4割:16,100人泊 対前年比23%増)であり、訪日リピーター率7割であるため

(実施プロモーション施策)

- 台湾最大の訪日旅行専門誌での毎月記事掲載

<選定理由>

・台湾現地の訪日旅行専門誌での集中的な記事掲載を行うことで、訪日旅行を前提とした層への継続的な情報発信が可能

<期待される効果>

- ・月刊発行部数10万部→10万人が購読×12カ月=のべ最大120万人に本県の観光情報が到達
- ・推奨観光商品造成販売事業で造成された本県への旅行商品をあわせて掲載するとともに、雑誌読者が来高した際にはノベルティグッズ等を贈呈することで、本県への旅行者増(1000人泊)

<重点地域②> 香港

(シンガポール)

<市場選定理由>

野球合宿等の特殊要因を持つ韓国を外すと、2015年観光庁宿泊旅行統計調査で実質2位(3,780人泊)。また、昨年の伸びは顕著(対前年比224%増)。右ハンドル・左車線走行であることからレンタカー利用のハードルが低く、2次交通の脆弱な本県内の周遊にレンタカー利用の利便性が高いことからターゲット市場としての優先度は高いため

(実施プロモーション施策)

- 世界的な旅行情報サイトへの高知県バナー広告掲出(通年)
上記サイトでの「高知県」特設サイト掲載(通年)

<選定理由>

・スマートフォンの利用率も世界屈指の74%(日本は54%)にのぼり、インターネットでの情報収集率が1位の市場であることから、WEBを用いた情報発信が効果的。

<期待される効果>

- ・世界的な旅行情報サイトの本県特設サイトを經由したVISIT KOCHI JAPANへのアクセス増(1万PV/月)

※英語圏である香港とシンガポールの双方をプロモーションの主たる対象としていく。

<重点地域③> タイ

<市場選定理由>

現状では本県への宿泊人泊は多くはない(2015年観光庁宿泊旅行統計調査で230人泊)が、訪日旅行が増える傾向が続いている(2013年にはビザ免除となったこともあり、訪日客数は2012年から2015年には約3倍(796,731人泊)へ)。親日的かつ陽気、礼儀正しい国民性で県内宿泊施設からも受入拡大要望の声は大きい。

(実施プロモーション施策)

- 食を切り口としたプロモーション<イベント開催>

- ・現地レストラン店舗での高知県フェア開催(メディア露出)
- ・現地旅行会社とのフェア開催に合わせた商談会

<選定理由>

- ・スマートフォン普及率は40%とまだまだ低く、どちらかといえばリアルな体験(お祭り等)を好む国民性であり、また食への関心も高く日本食レストランの普及もめざましいことから、「食」を切り口とした現地イベント(商談会含む)が効果的。

<期待される効果>

- ・高知旅行商品による誘客(600人泊)
- ・現地レストランでの本県食材の取扱いの拡大(産振部の外商との連携)
- ・現地メディアでの本県の露出(観光資源及び食材)

ビジット・ジャパン事業

四国縦断ルート(自然・体験) ※ファミツアー(旅行会社・メディア)

サイクリング・アイランド四国 ※ファミツアー(旅行会社)、イベント、四国一周マップ作成

新 台湾中・南部の新規旅行会社招請 ※ファミツアー(旅行会社)

新 「TRIP to SHIKOKU」FIT向け認知度向上・誘客促進
※現地説明会・イベント

新 四国地域ドライブ旅行 ※セミナー、ファミツアー(旅行会社、メディア)、インターネット広告

「四国〜心に響くデスティネーション〜」(女性・富裕層向け情報提供)
※現地旅行博出展、現地商談会及びセミナー

[タイ]ネクスト・デスティネーション「四国」 ※現地商談会

新 スペイン・イタリア向け「Shikoku」(旅行商品造成等)
※ファミツアー(旅行会社)

[フランス・アメリカ] 庭園・盆栽 ※ファミツアー(メディア)

国際線直行便を持つ他県及び首都圏との連携

新 (ToB) <香川県との連携> [対象市場:台湾・香港]・現地での合同商談会の開催

新 (ToC) <香川県との連携>・台湾最大訪日旅行情報サイト(月間420万PV)への記事掲載・香港で人気の旅行レジャー雑誌(月間9万部)への記事掲載

(ToC) 対象市場:フランス
東京都中国四国連携事業

・在日・在外ライター招請 ※ファミツアー、WEB広告

各国・地域におけるセールス活動

[海外旅行博・商談会及び個別セールス]

※H28実績:台湾8、香港3、シンガポール2、欧米豪2、韓国3、中国3 タイ4 (海外旅行博等のセールス活動時に、観光素材集やパンフレットを活用する)

広域観光周遊ルート事業(予定)

- (1) 事業計画策定・マーケティング
- (2) 受入環境整備・交通アクセスの円滑化:2次交通の情報提供・レンタカーでの周遊促進
- (3) 滞在コンテンツの充実:田舎体験コンテンツほか調整中
- (4) 海外への情報発信・プロモーション事業:海外旅行博への出展(フランス・スペイン他)、訪日旅行情報サイト掲載ほか

首都圏マスメディア情報発信事業

- 海外向けプレスリリース配信 ※県は、在日海外メディア(WEB、フリーペーパー、新聞社等約50社)との間でネットワークを有する民間事業者業務を委託し、選定した配信内容を受託者を介して、又は直接、メディアへ情報発信する(H28年度開始)。(配信言語:英語・中国語(繁))・リリース回数 H28は4回 ※H28年11月末実績:リリース3回/掲載数23回
- 情報交換会(東京) ●プレスツアー ※テレビによる情報発信を含む

VISIT KOCHI JAPAN

●VISIT KOCHI JAPAN

- WEBサイト・コンテンツの充実(観光資源追加/Diningページ品目追加・バナー広告)
・香港サーバー設置による中国本土向け簡体字ページの閲覧加速化・保守管理サーバー費用・定例ミーティング
- Facebook(英語・中国語(繁)) ○発地型パンフレット

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」の戦略的な展開

目指すべき姿

2020年東京オリンピック・パラリンピックを通じて、本県の主要観光資源である「よさこい」を「日本の祭り」として世界にアピールすることにより、海外での「よさこい」と「本家高知」の認知度の飛躍的な向上と本県へのインバウンド誘客につなげていく

世界に向けたプロモーションの展開

STEP1

(2016 : RIOオリンピック・パラリンピック)

- ◆2016年リオ大会の「ジャパンハウス」で「よさこい」を紹介
→よさこい写真パネルの展示等
- ◆県による「よさこいアンバサダー」の認定
- ◆東京オリンピック・パラリンピックへ向けた全国のよさこいとの連携
→キックオフイベントの実施(2017年3月予定)
- ◆よさこい情報発信サイトの立ち上げ
→よさこいの歴史や、全国のよさこいについて紹介する

STEP2

(2017~2020夏)

- ◆海外でのさらなるプロモーション
(「よさこい」=「日本の祭り」としての認知度向上)
- ◆東京オリンピック・パラリンピックへ向けた全国のよさこいとの連携
- ◆「東京2020参画プログラム」(東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会)等の認証
※ 従来「文化プログラム」として計画

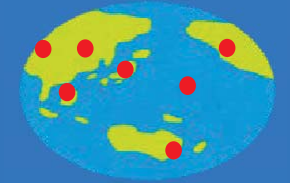
STEP3

(2020夏 : 東京オリンピック・パラリンピック)

- ◆2020年東京大会の開閉会式で全国が一体となって「よさこい演舞」
- ◆開会式後(2020.8.9)、よさこいにより国内外のアスリート等をおもてなし

STEP4

(レガシー)



◆2020秋「よさこい世界大会」の開催

→ 全国、世界の踊り子が競演する大会を全国的に開催

→ 「レガシー」として継続開催



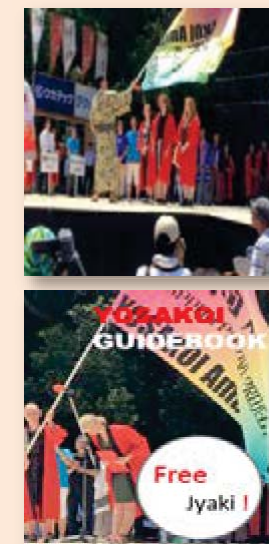
2016年度

- 「よさこいアンバサダー」の認定
・ヨーロッパやカナダの6か国19名
- よさこいチーム海外派遣
・台湾や韓国のイベントに県内のよさこいチームを派遣(3チーム約70名)
- よさこい海外普及支援員(仮称)の派遣
- よさこい情報発信サイトの立ち上げ

拡充

2017年度

- 「よさこいアンバサダー」の認定
・海外のよさこいチーム代表者を「よさこいアンバサダー」として高知県が認定(アジア、東南アジア等7か国21名を招へい)
- 県内よさこいチームの海外派遣
・よさこいを活用した海外でのプロモーション活動のため、県内チームを海外のイベント等に派遣(3地域約70名を派遣)
- 「よさこいガイド」(パンフレット)の作成 NEW
・よさこいの歴史などを外国語(英語)でまとめたパンフレットを作成し、海外のプロモーション活動等に活用
- 「よさこい海外普及支援員(仮称)」の派遣
・高知から海外へ普及支援員(仮称)を派遣し、よさこいを普及・啓発
- 「よさこい情報発信サイト」の運営・活用
・よさこいの歴史や全国のよさこいについて日本語/英語で情報発信



- 東京オリンピック・パラリンピックへ向けた全国のよさこいとの連携
・キックオフイベントの実施

拡充

- 東京オリンピック・パラリンピックへ向けた全国のよさこいとの連携した活動
・実行委員会による事業展開等の協議、国内の主要な祭り(イベント)への県内よさこいチームの派遣

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》の展開イメージ ～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

※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

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
 - ・ワンストップ相談窓口の設置
 - ・HACCP研修の実施
 - ・HACCPアドバイザー、生産管理コーディネーターの派遣

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

- 拡 HACCPに対応した加工施設の立地促進
- 拡 冷凍保管ビジネスの事業化

食のプラットフォームづくり

- 新 食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官が集うプラットフォームを構築

市場が求める商品づくり

- 商品力アップへの支援
 - ・小売用・業務用商品相談会
 - ・高知県産品商談会
- 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」
- 商品開発・改良に向けた意欲の醸成
 - ・高知家のうまいもの大賞の開催

外商強化に向けた食品加工の高度化

- 拡 食品加工高度化支援拠点の整備

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

地産外商公社を核とした外商機会の拡大

- 地産外商公社の全国展開の推進
 - ・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さらなる外商機会の拡大と業務筋への外商活動の強化

県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開

- 高知家プロモーションの地域地域でのさらなる活用を実現する高知家ブランディングの強化

農産物の外商強化

- 加工用ニーズへの対応

水産物の外商強化

- 拡 「高知家の魚応援の店」や「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

- 拡 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
- 拡 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

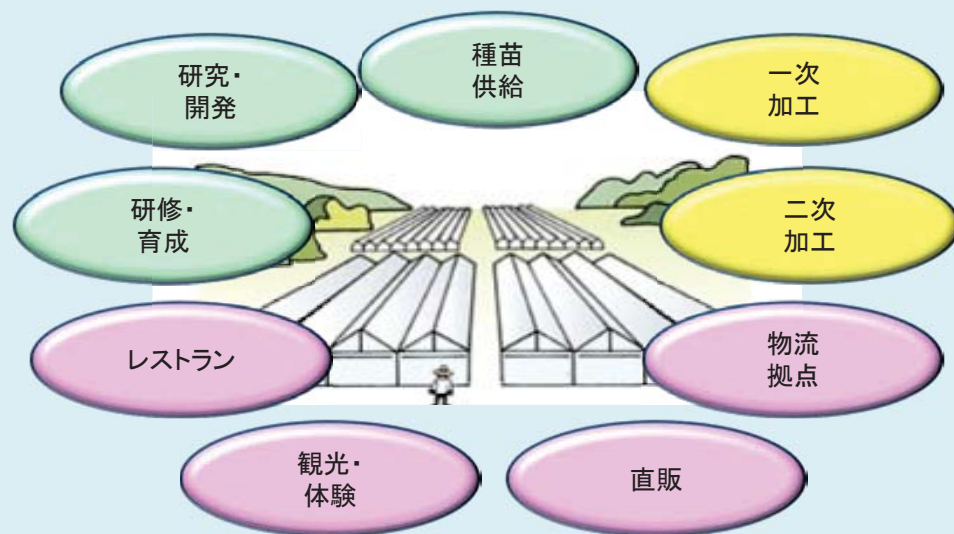
- ユズの輸出拡大(商社と目標・戦略を共有した取組強化等)
- 土佐酒の輸出拡大(情報発信の強化、マッチング機会の拡大)
- 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓
- 定番化に向けた新たな品目の掘り起こし

好循環を生み出し拡大再生産へ

拡大再生産

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

柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品加工の総合支援

食品ビジネスまるごと応援事業の積極活用に向けた食品事業者へのアクティブな働きかけ

- I マーケットイン情報
 - 地産外商公社の活動、展示商談会出展審査会、小売・業務用商品相談会等で得たバイヤー、専門家アドバイス

アドバイスを基に働きかけ

相談会の活用
展示会への出展

- 拡 II 工業技術センター(食品加工高度化支援拠点)
 - 技術支援機能の強化
 - 既支援事業者への支援継続と新たに技術支援を行う事業者の掘り起こし

技術支援事業者への働きかけ

食品加工機器の利用

技術的支援

- 新 III 食のプラットフォーム
 - 事業者ニーズの継続的な把握
 - セミナー、学習会の開催
 - ネットワークづくり(交流会)

ニーズを基に働きかけ

プラットフォーム参加ネットワークの活用

- IV 関係機関・団体
 - 産業振興推進地域本部、産業振興センター、市町村、商工会等

各機関等の取組を促した働きかけ

相談

食品ビジネスまるごと応援事業

1 新商品開発・改良への支援

拡 2 生産管理高度化支援

新 3 地域外商力の向上支援

サポートチームによる支援

事業者の現状や課題を整理・分析

支援スキーム及びサポートチームメンバー決定

サポートチームを編成、事業化プランの策定・実行を一貫支援

新 食品ビジネス総合支援事業費補助金

1 試作品開発費、アドバイザー経費、展示会出展経費等

2 HACCPの導入、定着等に資する関連機器整備費等

3 地域商社の自主的な県内外での商談会開催経費等

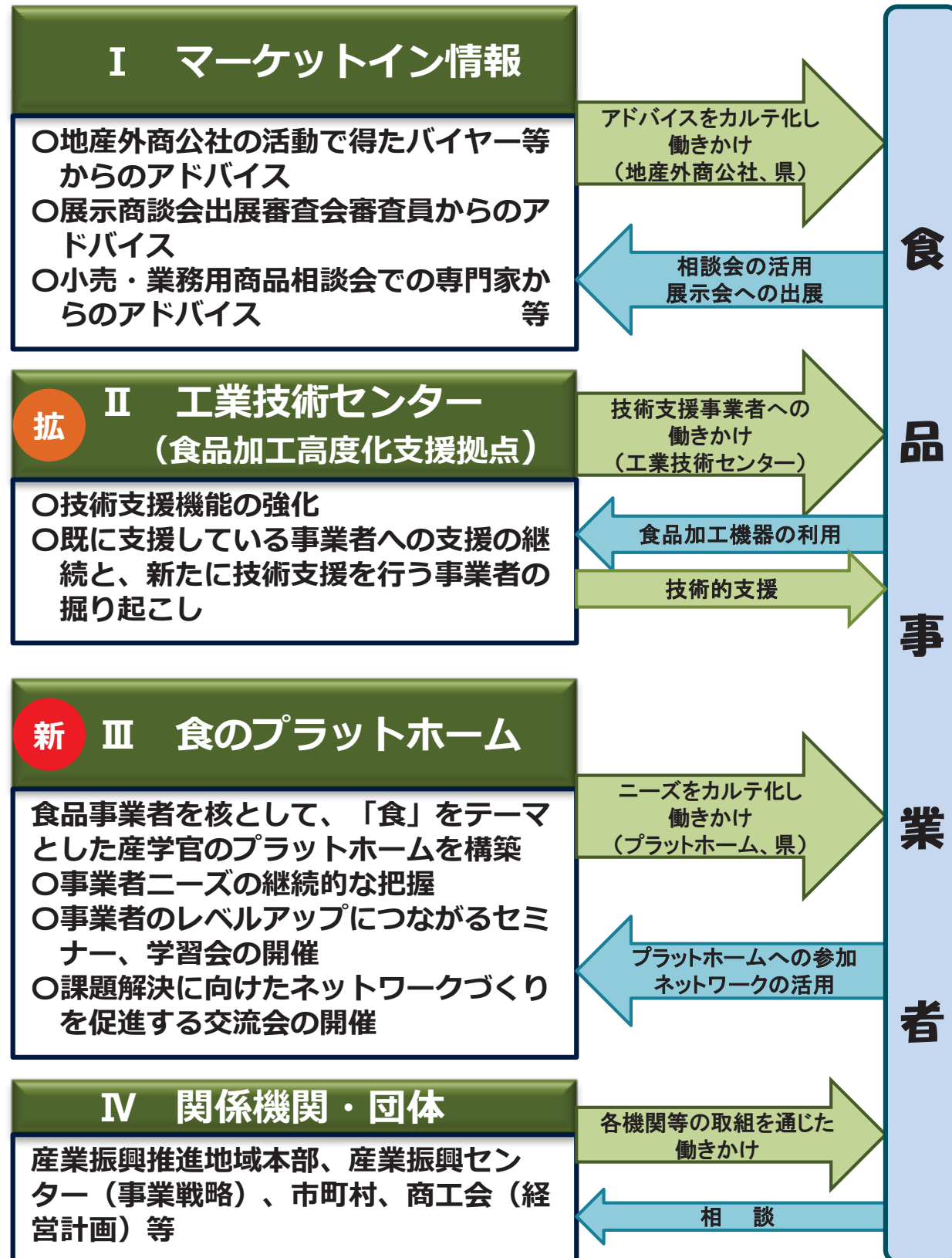
連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開(食品分野)》の体系図

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(県内計170社の外商企業群)[県版HACCP(第2ステージ)認証取得企業] ⑲:→⑳:100社→㉑:170社 水産加工の出荷額等 ⑳:173億円→㉑:200億円→㉒:203億円→㉓:220億円 	<ul style="list-style-type: none"> 地産外商公社の活動による成約 ㉔:16.1億円→㉕:36億円 海洋深層水関連の県内製造品売上高(食品関連) ㉔:95億円→㉕:108億円→㉖:114億円→㉗:122億円 	<ul style="list-style-type: none"> 食料品の輸出額 ㉔:3.38億円→㉕:9億円→㉖:12億円→㉗:17億円 貿易に取り組む企業 ㉔:49社→㉕:100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) ㉔:→㉕:43億円→㉖:52億円→㉗:72億円 外商活動参画事業者への支援による拡大再生産 ㉔:→㉕:20億円→㉖:29億円→㉗:44億円 水産加工の出荷額等(再掲) ㉔:173億円→㉕:200億円→㉖:203億円→㉗:220億円 	
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<ol style="list-style-type: none"> 食品加工のさらなる生産管理高度化支援 ◆ [拡充] 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 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 ◆ [拡充] 直販所支援の強化 水産物加工の推進 ◆ [拡充] HACCPに対応した加工施設の立地促進 ◆ [拡充] 冷凍保管ビジネスの事業化 市場が求める商品づくり ◆ 商品力アップへの支援 ◆ テストマーケティングを通じた商品の磨き上げ ◆ 商品開発・改良に向けた意欲の醸成 外商強化に向けた食品加工の高度化 ◆ [拡充] 食品加工高度化支援拠点の整備 食のプラットフォームづくり ◆ [新規] 食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築 地場産物の利用推進 ◆ 地域アクションプランの実行支援 ◆ 小さなビジネスの発掘・育成 	<ol style="list-style-type: none"> 地産外商公社を核とした外商機会の拡大 ◆ 地産外商公社の全国展開の推進 「まるごと高知」の情報発信力の強化 ◆ 店舗プロモーションの展開 県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげる展開 ◆ 高知家プロモーションの地域地域でのさらなる活用を実現する高知家ブランディングの強化 農産物の外商強化 ◆ 加工用ニースへの対応 水産物の外商強化 ◆ [拡充] 「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化 海洋深層水関連商品の外商強化 ◆ 海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化 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 ◆ 関西地区における高知フェア等の外商活動機会の確保 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 ◆ 中部地区における高知フェア等の外商活動機会の確保 	<ol style="list-style-type: none"> 国・地域別の輸出拡大 ◆ [拡充] 有望(安定)市場での展開 ◆ [拡充] 新興(チャレンジ)市場での展開 品目別の輸出拡大 ◆ ユズの輸出拡大 ◆ ユズの生産振興 ◆ 土佐酒の輸出拡大 ◆ 酒米の生産振興 ◆ 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 企業のサポート強化 ◆ 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 	<ol style="list-style-type: none"> 新商品開発や生産管理の高度化、外商力の向上に向けた重点的な支援 ◆ [拡充] 食品ビジネスまるごと応援事業の強化 【再掲】食のプラットフォームづくり ◆ [新規] 食品事業者を核として、「食」をテーマとした産学官のプラットフォームを構築 【再掲】外商強化に向けた食品加工の高度化 ◆ [拡充] 食品加工高度化支援拠点の整備 高度加工ビジネスへのステップアップ ◆ 既存加工施設の衛生管理体制の強化 ◆ [拡充] HACCPに対応した加工施設の立地促進【再掲】 企業の設備投資支援の強化 ◆ 立地プランの提案等による投資を促すアプローチ ◆ 企業の成長に合わせた設備投資助成 	
		5 地域に根差した産業クラスターの形成 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		食品産業クラスターの形成 ㉔:→㉕:10億円→㉖:15億円→㉗:15億円以上	<ol style="list-style-type: none"> 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効率的に集約してクラスター化を誘導 ◆ 地域アクションプランの実行支援(再掲) 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 ◆ 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

目的

食品ビジネスまるごと応援事業を強化し、合わせてマーケットイン情報や工業技術センターの食品加工高度化支援機能、食のプラットフォーム等を活用して、事業者に対し事業の積極的な活用を働きかけ、新商品開発や生産管理の高度化等を一層促進し、食品産業のさらなる飛躍につなげる。

食品ビジネスまるごと応援事業の積極活用に向けた食品事業者へのアクティブな働きかけ



拡 食品ビジネスまるごと応援事業

1 商品開発・改良への支援

試作品開発や商品パッケージ開発など新商品の開発や商品改良を支援するとともに、展示会出展など販売促進活動を支援

拡 2 生産管理高度化支援

HACCP手法の導入(県版HACCP認証の取得)や、導入後のHACCPによる生産管理の定着、さらなるレベルアップを支援

新 3 地域外商力の向上支援

地域において商社的機能を果たす事業者の自立的な外商活動を支援

サポートチームによる支援

step1

マーケットイン情報や事業者ニーズ等を踏まえるほか、事業者への直接ヒアリングを実施し、現状や課題を整理・分析

step2

事業者の課題に応じた支援スキーム及びサポートチームの編成メンバーを決定

step3

サポートチームを編成し、事業化プランの策定・実行を一貫支援

＜サポートチームメンバー(案件に応じ適切なメンバーを選択して編成)＞
 県関係課〔地産地消・外商課、工業振興課、産地・流通支援課、合併・流通支援課等〕、地産外商公社(外商全般)、工業技術センター(技術開発支援)、産業振興センター(事業・企業間のマッチング)、商工会・商工会議所(経営改善)、専門アドバイザー(商品づくり、デザイン、販路) etc

NEW

食品ビジネス総合支援事業費補助金

商品開発・改良	試作品製作費、商品パッケージ製作費、販促物製作費、展示会出展料、展示会用資材の運搬費・借上料、商品開発のためのアドバイス料、菌検査料等
生産管理高度化	施設改修の衛生コンサル料、機器整備費、国際衛生基準認証取得等
地域外商力向上	地域の商社的機能を果たす事業者が企画する県内外での商談会等開催費

平成29年度 食品輸出の取り組みと新たな輸出振興の推進体制について

輸出戦略 第3期産業振興計画 (H28.4.1～H32.3.31)	1 国・地域別の特性等に応じた販路開拓・拡大を実施 2 輸出基幹品目「ユズ」「土佐酒」「水産物」の強化 3 貿易に取り組む企業の掘り起しとステージに応じたサポート	4年後(H31)の目標
強化のポイント	Point 1 台湾活動支援拠点の強化(台湾オフィスの設置) Point 2 高知県貿易推進統括アドバイザー(仮)の活用 Point 3 HACCPに加えて「米国食品安全強化法」対応の取り組みを支援	

戦略1: 国・地域別の特性に応じた販路開拓・拡大		戦略2: 輸出基幹品目の強化		
ユズ	日本酒	水産物	加工食品	農産物
KOCHI YUZUのブランド化へ 欧州等で「KOCHI YUZU」の商標権を活かしたプロモーション ↓ ◆ANUGA 2017(ドイツ)出展(H29.10) ◆著名なシェフとのコラボ(シンガポール)	土佐酒の認知度向上へ ロンドンでの評価をさらに深めるとともにアジアにもその評価を展開 ↓ ◆ロンドンでのプロモーション継続 ◆アジアでの試飲会	本格的な販路開拓へ 水産振興部と連携し、商流の確保や販路先の拡大 ↓ ◆シンガポールの飲食店でのフェア ◆これまでの活動で築いた商社等とのネットワークを活用した取り組み ◆FOODEXPO(香港)出展(H29.8)	新たな市場の開拓へ 関係機関と連携した取り組み強化 ↓ ◆THAIFEX(タイ)出展(H29.5) ◆四国4県ベトナム販路開拓等	ユズに続く品目の掘り起しへ 農業振興部と連携し、認知度向上やニーズ把握 ↓ ◆シンガポールの飲食店でのフェア(再掲) ◆ユズで築いた商社やシェフとのネットワークを活用した取り組み

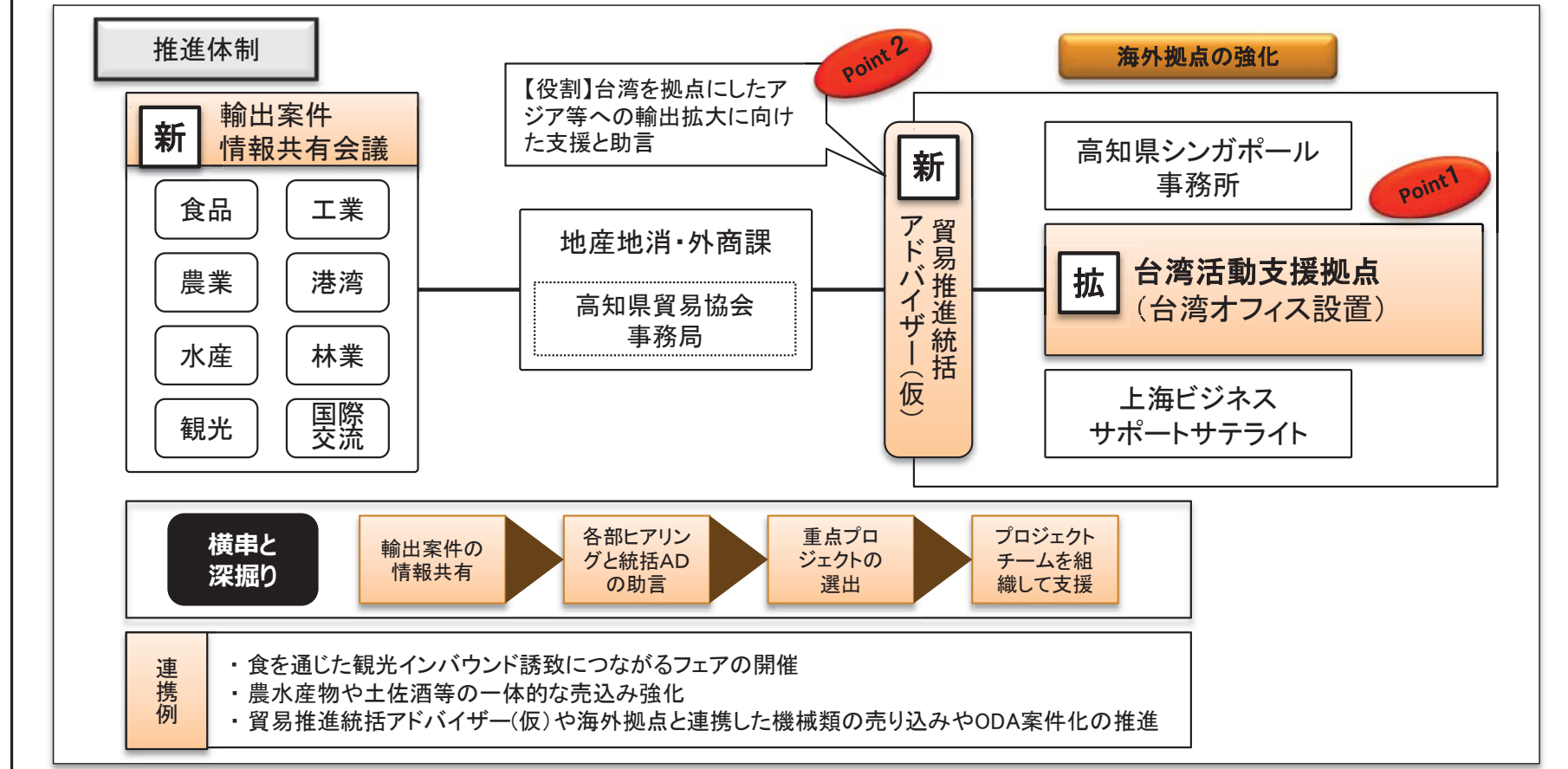
戦略3: 企業の掘り起しとステージに応じたサポート

<STEP3: 専門家の活用による企業支援>

Point 2 **新** 高知県貿易推進統括アドバイザー(仮)を雇用し、海外販路開拓をサポート

Point 3 **新** 米国食品安全強化法(FSMA)の対応を行う事業者にアドバイザーを派遣等
 (平成28年9月から同法が施行され食品安全計画の策定等が義務化。従業員500人未満の企業は1年間の猶予がある。)

◆ 貿易促進コーディネーターによる継続した企業支援



<STEP2: 各機関と連携した商談会の開催等>

- ◆ 高知県地産外商公社との連携による東京、大阪での商談会の開催
- ◆ 商社や海外バイヤーを招聘した商談会の開催
- ◆ 新輸出大国コンソーシアムの枠組みを活用した各企業の案件に応じた支援(コンソーシアムメンバー: ジェトロ、県、農政局、貿易協会、JICA、金融機関、商工会議所等)

<STEP1: セミナーの開催、掘り起し>

- ◆ ジェトロ、ココプラとの連携による貿易講座(入門編、基礎編)の開催
- ◆ ジェトロオンライン貿易講座の受講料の半額補助(1/2補助、上限20万円)
- ◆ 企業訪問による貿易に取り組む企業の掘り起し

企業のステージに応じたサポート

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の展開イメージ ～移住者と一緒に創る元気な地域～

分野を代表する目標

県外からの移住者

出発点 (H26) : 403組⇒現状 (H27) : 518組⇒4年後 (H31) : 1,000組

基本となる取り組み <平成25年度～>

成果

移住者数
年間500組

第3期計画における強化策 <平成28年度～>

基本となる取り組みに加え、“移住者倍増”を目指して、以下の“3つの視点”により戦略を強化

H31目標

移住者数
年間1000組

Point

移住に至るまでを5段階に分け、取り組みを展開!

Point

5段階のプロセスをベースにPDCAにより毎年進化!

「移住・交流情報ガーデン」
「全国移住ナビ」の開設
(H27～)【国】

最大限活用

KIPの設立(H26)

民間の移住支援団体のネットワーク形成
(高知家移住促進プロジェクト(KIP)の設立)

県の相談窓口を拡大

移住・交流コンシェルジュ: H25: 6名⇒H26: 9名⇒H27～: 10名
・東京相談窓口の開設
「まるごと高知(H26～)」
「ふるさと回帰支援センター(H27～)」
・大阪出張相談の開始(H26～)

人財誘致の取り組みを開始(H26～)

県と協定を締結した民間人財ビジネス事業者と連携

移住者向け住宅確保

市町村による空き家の中間保有の促進等(H26～)

市町村専門相談員

26市町村37人(H27)
⇒29市町村45人(H28.12)

地域移住サポーター

17市町村94人(H28.12)

ALL高知家で連携

各産業分野

●各産業分野の中核人材や担い手確保対策、起業支援策と連携強化

<p>農業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・就農コンシェルジュ H27～ ・農業担い手育成センター ・農地中間管理機構 	<p>林業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・林業学校 H27～ ・小規模林業推進協議会 ・林業労働力確保センター
---	--

<p>水産業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漁業就業アドバイザー

<p>福祉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福祉人材センター
--

<p>商工業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業承継 ・人材確保センター H27～

<p>中山間地域</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域おこし協力隊

「高知家」プロモーション



1 リーチ（届く範囲）を広げる！

- 情報発信の大幅拡大とアプローチの強化
 - 高知家プロモーションと徹底的に連携した移住PR
 - 「高知家で暮らす。」ポータルサイトの魅力向上
- ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開
- 発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ
- 子育て世代やアウトドア関心層等、ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開
- Uターンを促進するための県内向け広報の強化及び人材ビジネス会社登録者への情報発信

2 アクティブに働きかける！

- 新規相談者の獲得対策の強化
- 各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進
- 都市部の人材・起業家の誘致
- 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保策の強化
- 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化
- 空き家調査から、耐震を含む改修までを一連で支援し、「安全な住まい」の確保を強化
- 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化
- 「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成

3 ゲートウェイ（受け皿）を広げる！

- 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保策の強化
- 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化
- 「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の体系図

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 出発点(H26):403組→現状(H27):518組→4年後(H31):1,000組

戦略強化に向けた3つの視点

リーチ（届く範囲）を広げる！

アクティブに働きかける！

ゲートウェイ（受け皿）を広げる！

戦略の柱	1-1 高知を知って、好きになってもらう 1-2 潜在層の移住についての関心を高める	2-1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう 2-2 顕在層に高知の移住について意識してもらう	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	(1-1) 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 (1-2) 潜在的な移住関心層等に、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	(2-1) 高知ファンに、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 (2-2) 顕在化された移住関心層等に、移住と言えば高知県と意識を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	不安を解消してもらいサポートの充実。移住に至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) → ㉑:35% 総務省の移住・交流情報ガーデンの地方への年間移住あっせん件数 ㉒:約7,600件 → ㉓:11,000件 ※国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」におけるKPI	移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」のセッション数 ㉔:429,236件 → ㉕:670,000件	移住相談者数 ㉖:3,458人 → ㉗:6,700人 「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数 ㉘:1,398人 → ㉙:2,700人	県の相談窓口を通じた移住者数 ㉚:166組 → ㉛:420組	県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率 ㉜:87% → ㉝:90%以上
取組方針・主な「具体的な取り組み」	1 (マス・ターゲットへの)情報発信の大幅拡大 ◆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 2 (潜在層への)情報発信の大幅拡大 ◆潜在層の取り込みの強化	1 (高知ファンへの)アプローチの強化 ◆独自性の高い移住情報の発信 2 ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開 ◆【拡充】効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる ・発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ ・子育て世代やアウトドア関心層等、ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開 ・Uターンを促進するための県内向け広報の強化及び人材ビジネス会社登録者への情報発信 ◆新たなエリアでの人材ルートの開拓	1 新規相談者の獲得対策の強化 ◆【拡充】相談機会の拡大 ・「高知家で暮らし隊」会員制度の魅力向上と登録ページの誘導 ・県内での就業体験機会の提供と支援 ・ターゲットや移住検討熟度に応じた移住体験ツアー等の実施 2 各分野の担い手確保策との連携による人財誘致の促進 ◆【拡充】人財誘致の促進に向けたアプローチの強化 ・様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化 各産業分野の取り組み ◆【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(農業) ◆【拡充】林業労働力確保センターと連携した就業者の確保(林業) ◆【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(水産業) 3 都市部の人材・起業家の誘致 ◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致	1 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保策の強化 ◆【拡充】相談から移住に繋げるための取り組みの強化 ・高知市を中心とした二段階移住の取組の展開 ◆全県的な移住支援ネットワークの構築 ◆【拡充】「仕事」と「住まい」の確保策の強化 ・空き家調査から、耐震を含む改修までを一連で支援し、「安全な住まい」の確保を強化	1 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化 ◆「ALL高知家」による地域の移住者の受入気運の醸成

現状

3期計画で強化

目標達成に向けた課題

H29バージョンアップ

基本となる取り組み

Step 1 高知を知って・好きになってもらう

◆高知家プロモーションと連動したPR



Step 2 移住に関心を持ってもらう

◆情報発信・提供

- ・「高知家で暮らす。」を通じた情報発信
- ・フェイスブックを通じたタイムリーな情報発信
- ・「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供



Step 3 主体的な行動に移ってもらう

◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供

- 移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応
- ・H28：10名体制（高知・東京・大阪（出張相談））
- ・移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施



- 県外で高知への移住に協力いただく「移住支援大使」の委嘱（11社31人）

Step 4 移住について真剣に考えてもらう

◆サポート体制の充実

- 官民協働による具体的な移住促進策の協議を行う「高知県移住推進協議会」の運営
 - 移住希望者に寄り添ったサポートの実施
 - ・移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応（再）
 - ・市町村の「移住専門相談員」が相談対応や空き家調査等を実施
- ⇒移住専門相談員 H28.11末:29市町村44人

◆受入体制の充実

- 移住促進策と各産業分野の担い手確保策との連携
- ・各産業分野の担い手確保の窓口
事業承継・人材確保センター、高知県U・Iターン企業就職等支援センター、福祉人材センター、農業担い手育成センター、林業学校等
- 移住者向け住宅の確保促進

Step 5 高知に安心して住み続けてもらう

◆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

- 「移住専門相談員」や「地域移住サポーター」によるフォローアップ
- ⇒ 地域移住サポーター（県から委嘱）H28：17市町村94人
- 移住者交流会の開催などによる移住者間のネットワークづくり

×

戦略強化に向けた3つの視点

1 リーチを広げる！

○情報発信の大幅拡大

- ・メディアへの広告等による露出増
- ・メディアの県内招致を通じた移住PR
- ・高知家プロモーションと徹底的に連携した移住PR
- ・関東・関西以外の新たなエリアの開拓
- ・「高知家で暮らす」HPへのアクセス増加対策（WEB広告等）

発信量の増（H27比）

WEB広告等 約1.8倍
メディアへの広告等 約2.4倍

2 アクティブに働きかける！

○事業承継・人材確保センターを中心とした人材誘致策の強化

- ・人材確保コーディネーターと県外事務所が連携した都市部での中核人材の掘り起こし
- ・マネージャー（求人担当）による、県内企業の求人ニーズの掘り起こし

○各分野の担い手確保策との連携

- ・「産地提案型」による農業の担い手確保策の強化
- ・求人のある県内企業の参加を得た「高知暮らしフェア」の開催

移住に繋がるプロジェクト

- ・求人ニーズのある事業体を巡るツアー等の実施

○起業家の誘致

- ・都市部での起業希望者向けの研修の実施拡大（開催場所）H28:東京、大阪
- ・セミナー参加者など「いなかラボ（小さな起業支援事業）」などの起業支援策との連携

3 ゲートウェイを広げる！

○「移住について真剣に考えてもらう」仕掛けの強化

- ・「高知家生涯活躍のまち」の展開
- ・市町村の相談窓口による「仕事」の紹介・提案機能の向上
- ・移住希望者に対して、生活圏としての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を支援

- ・「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、市町村が行う空き家実態調査への支援）

課題1

◆KPI:アクセス数◆
408,063件（前年同期比121%）

戦略的な情報発信により本県への移住関心を更に高めることが必要

- 後発県も、リスティングやWEB広告に取り組む中、ターゲットに応じた広報を戦略的、かつ継続して雑誌やWEB等により展開していくことが必要

課題2

◆KPI:相談者数/暮らし隊◆
新規相談2,869人（前年同期比98%）
新規暮らし隊622人（前年同期比74%）

相談者獲得のための取り組み強化が必要（前年同期比で伸び悩み）

- 移住に関心を持ってから移住相談に至るまでのステップをつなぐ取り組みの充実が必要

- パス回しによる機会ロスを低減するため、ワンストップ機能の強化が必要

課題3

（参考）暮らし隊から就職登録への誘導 220件/年
移住検討が進まない方の理由…仕事（約2割）

移住相談者をスムーズに移住に繋ぐための県の体制の充実が必要

- 「移住」と「就職」の支援機関の連携を更に高めることが必要

- 中長期的な視点でスタッフの人材育成を図ることが必要

課題4

◆KPI:移住者数◆
501組735人（前年同期比136%）

地域の受入体制のレベルアップを図るため、県と市町村、民間とのもう一段の連携強化が必要

- 市町村の相談員のスキルアップや市町村、民間団体等との更なる連携が必要

課題5

移住のハードルを下げる仕掛けと1,000組に対応する住宅の確保が必要

リーチを広げる！ Point

1 新規相談者の獲得（暮らし隊会員含む）に向けた取り組みの強化

●新たな層へのリーチを強化

- ◆発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ
- ◆ターゲット別の戦略的アプローチの展開

●新規相談者の獲得対策

- ◆ポータルサイトの機能向上
- ◆様々な体験・相談機会の提供
- ◆利用者目線に立った体制や仕組みの強化

アクティブに働きかける！ Point

2 様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化

潜在的な人材ニーズの顕在化・集約化を行うとともに、「移住」「U・Iターン就職」「中核人材確保」の業務を一体的に展開

- 人材ニーズの顕在化・集約化させるための取り組みの強化
- 集約した人材ニーズを一元的に情報提供するための仕組みの構築
- 登録制度の一元化による囲い込みの強化
- 「移住」「U・Iターン就職」「中核人材」の相談窓口の一本化によるマッチング機能の強化

ゲートウェイを広げる！ Point

3 移住のハードルを下げる仕掛けづくりと住宅の確保対策の強化

- 高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
- 「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の取り組みの推進
- 空き家調査から改修（耐震含む）までの支援による「安全な住まい」の確保を強化

1 新規移住相談者の獲得（暮らし隊会員含む）に向けた取り組みの強化



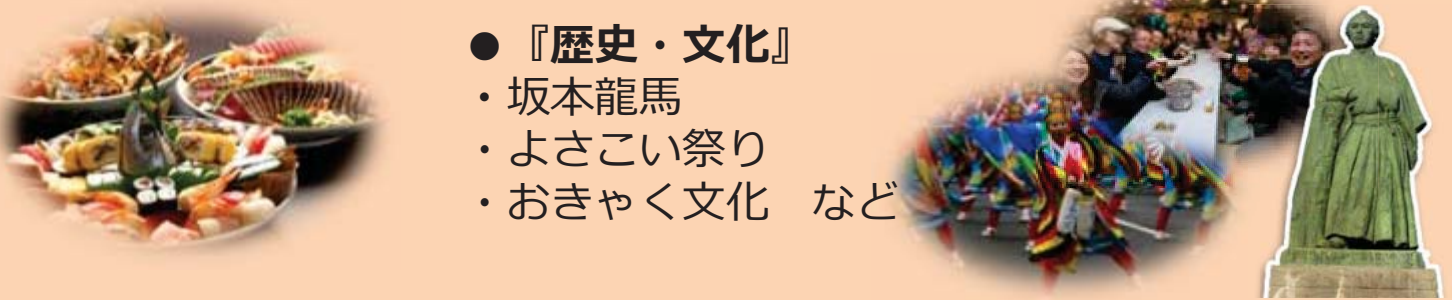
「発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ」の展開イメージ（参考資料）

1 移住関心層に訴求力のある本県の強み（高知家らしさ）

- 『身近な自然』
- 『すぐそこにある趣味や遊びのフィールド』
- 『QOL（生活の豊かさ）』



- 『食の豊かさ』
 - ・新鮮な食
 - ・生産者の顔が見える
- 『高知家の人々』
 - ・おおらかで、人懐っこくてあたたかい
 - ・高知県は一つの大家族！



- 『歴史・文化』
 - ・坂本龍馬
 - ・よさこい祭り
 - ・おきゃく文化 など

高知家プロモーション

物産 観光 移住

強みを生かした「高知家プロモーション」によるPR



発信方法

- 高知家ポータルサイト
- 高知家スターによる発信
- 県民や県外の高知ファンによる発信
- 「カツオ人間」や「うまいもの情報室」（地産地消・外商課）等多数のファンを抱えているSNSとの連携

アドバイス
発信協力

新

「高知家で暮らす」
情報編集部（仮称）

※県＋外部アドバイザー など

本県の強み × 人材ニーズ = 「幸せ&志」移住

① 発信素材の発掘

② 素材の磨き上げ

- ・ターゲットに応じた発信素材の選定
- ・素材の組み合わせ検討
- ・写真やPRすべきポイント（メッセージ）の内容検討

③ 発信方法の検討

- ・発信する媒体の選定（HP、SNS、雑誌、メールマガジン等）
- ・発信のタイミング（発信時期・頻度等）

④ 情報発信・効果検証

フィードバック

2 「志」を実現できるフィールド（人材のニーズ）

<例示>

企業系

○県内企業の中核人材、後継者

一次産業系

○新規就農者（農業）、新規就業者（林業、漁業）

医療福祉系

○介護士、看護師、保育士 等

地域系

○地域APの人材、地域おこし協力隊、集落活動センター

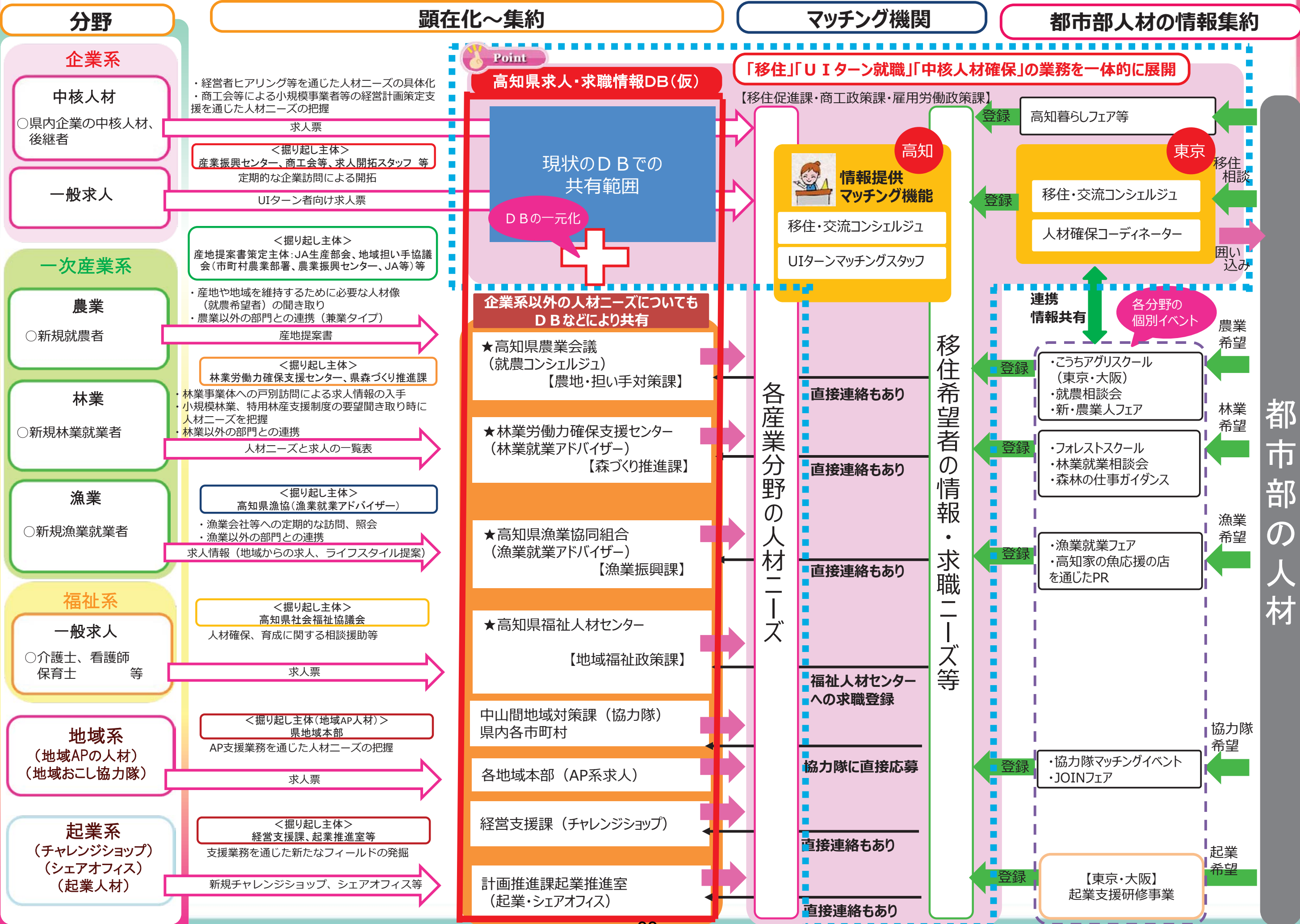
起業系

○チャレンジショップ、シェアオフィス、起業人材

都市部の方々

強みと人材ニーズの相乗効果で
高知県の魅力を強力に発信！

2 様々な人材ニーズの顕在化・集約化による都市部人材とのマッチング強化



土佐まるごとビジネスアカデミーについて

【目的】：本県の産業を継続的に底上げしていくためには、地域や企業で活躍する人材の育成が大きな課題。そのため、さまざまな産業で事業を進めるにあたって必要なビジネスの基礎から応用、実践までの「学びの場」を提供する。メニューを体系化し、受講者のニーズやレベルに応じて受講できるような環境を整備することで、より多くの産業人材、地域課題の解決にあたる人材の育成を進める。

【これまでの成果】

- ・受講者数 延べ6,959人(H24~27)
=ビジネスの知識・スキルの向上
- ・事業規模の拡大、新商品開発と販路開拓、受講生同士のネットワークの構築
- ・地域アクションプランへの発展、拡大

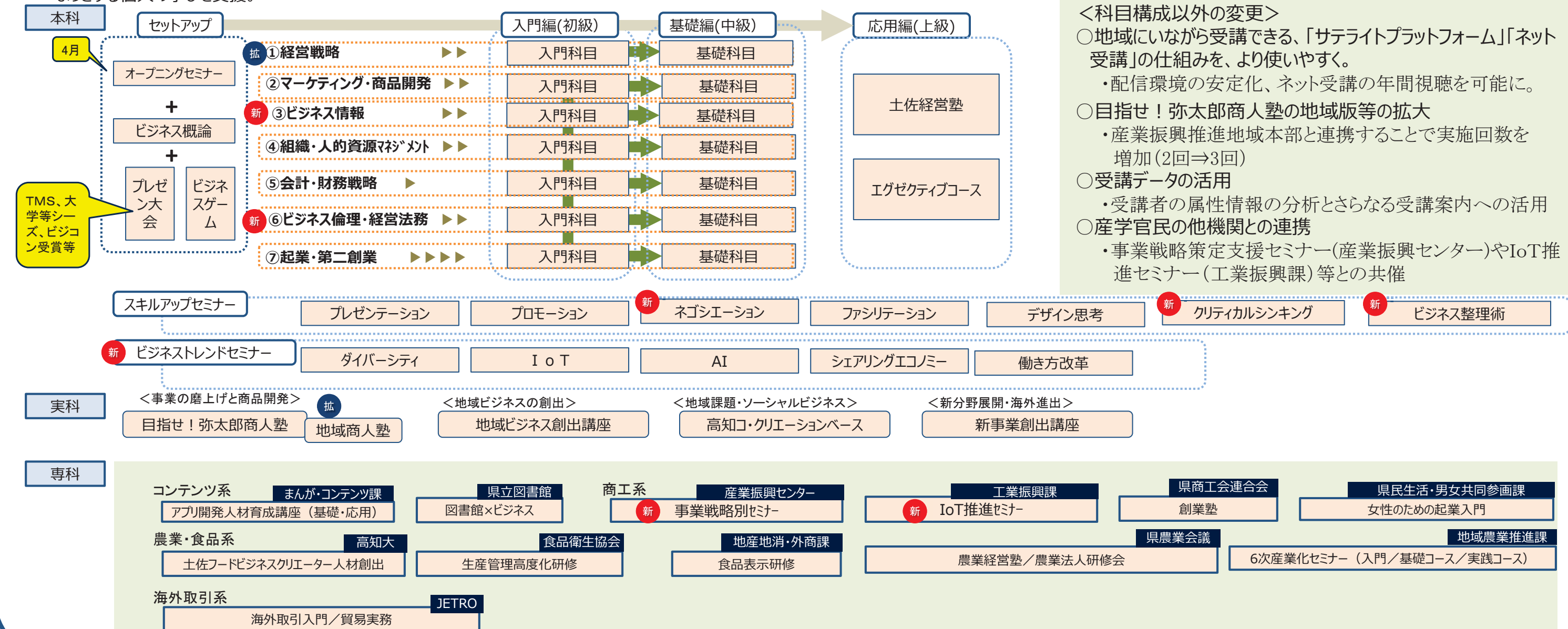
【課題】

- ◆開設から5年目を迎え、この間の社会情勢を含めた事業環境の変化に対応し、また、より多くの受講層のニーズに合わせたカリキュラムへの再編が必要（・講座内容の重複感や分野の不足 ・全体像がわかりにくい構成）
- ◆ネットワークの構築やさらなる受講の掘り起こしのための受講者情報の活用
- ◆県内各地域での学びの場の拡大

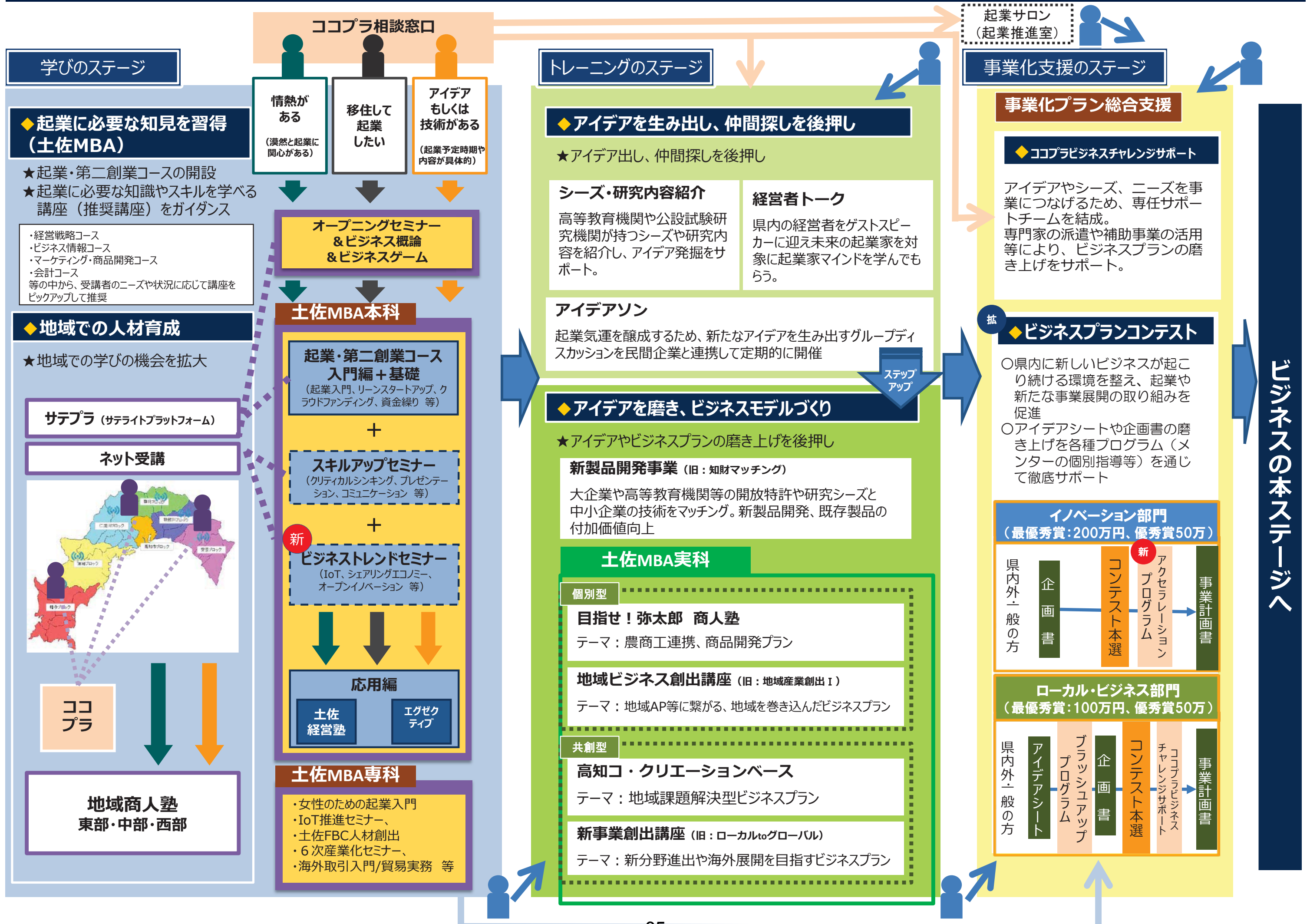
土佐MBAをより総合的な産業人材の育成研修として進化！

土佐MBAの6年目のビックマイナーチェンジ

- ①個人が必要な内容をフレキシブルに受講できる自由度を保ちながら、ビジネス研修(アカデミー)として学ぶべき分野・科目体系を整理
- ②学んだことが実社会でどう役立つのか、次に学ぶべきは何かなど自ら判断できるような流れに。
- ③分野ごとに監修講師を配置することで、より一体感のある講義内容に。
- ④ココプラ連続講座を実科に位置づけ、アイデアを磨き具体的なビジネスプランにつなげる取組によりスムーズにつなげる。
- ⑤引き続き、起業や新事業展開しようとする個人の学びを支援。



土佐MBAをベースとした起業化プロセス



起業や新事業展開の促進の取組のバージョンアップ

<目標> 県のサポートによる起業件数
(第2創業含む) ※H28からの累計
4年後(H31) → 6年後(H33) → 10年後(H37)
100件 150件 250件 (H28.12末時点:23件)

H29年度 25件

起業段階像	現在の取り組み	既存メニュー	課題等
起業潜在層	1.導入・勧誘 各種チャンネルを通じ、タイムリーな情報発信	ホームページ 県広報等 SNS等	情報発信の強化 ○起業に関する情報を分かりやすく集約し、タイムリーに発信する仕組みが必要 ○潜在的な起業予備軍を顕在化させる契機となる仕組みが必要
起業着想段階 起業に向けて何かしたいけど・・・?	2.ビジネスアイデアの明確化 アイデアの具体化に向けたヒントをサロンでの会員間交流の中から各自で見出す 【交流メンバー】 ・先輩起業家 ・同じ立場の起業家会員 ・サポーター会員	月1回のサロン開催 起業家講演 ピッチ 交流会	相談者へのタイムリーな対応 ○起業に関心がある方にとって、相談に行きやすく、親身になって話を聞くことのできる人材との出会いが必要 ○現サロンは、起業への思いや準備状況、年代、職歴などが異なる様々な会員で構成されており、個別ニーズに対応する仕組みが必要 【各段階でクリアすべき内容を明確にし、それに合わせたプログラムを充実】 ネットワークの拡大 ○イノベーション創出のため、都市圏や海外とのネットワーク形成も重要 ○起業予備軍（学生含む）のすそ野を広げていくことが重要
機密情報等が発生し、個別対応が必要となってくる段階			
起業構想段階 やりたいことは一定固まったが、まだ疑問も・・・?	3.ビジネススキームの具体化 事業の核となるビジネススキームへの落とし込みと、課題要因等の特定	個別相談の開催 課題の洗い出し	事業ブラッシュアップへの支援 ○事業アイデアを具現化させていくためには起業経験者等による課題の洗い出しが必要 ○商品の試作やサービス試行を重ねながらユーザーの反応やニーズ即したかたちに事業プラン等を変更していくことが必要 ○事業プランの具体化に向けては、確実に迅速にPDCAサイクルを回しながら事業をブラッシュアップすることが有効 ○起業経験者等(メンター)によるPDCA管理を中心とした「アクセラレーション型」の起業支援プログラムの導入が重要
起業計画段階 より具体的な方向性が見えてきた。	4.ビジネスプランの具体化 ビジネススキームを核にしたビジネスプランへの落とし込み 専門家相談により個別の課題解消	個別相談の開催 専門家相談 【サロンとは別の日に事前予約制で実施】	タイムリーな相談対応 ○ビジネスプランの具体化に向けては、より多くの専門家の中から、自分に合った信頼できる相手方を見つけ出すことが重要 ○また、タイムリーな相談対応を可能とする仕組みも必要
事業立ち上げ段階			
起業準備層	5.具体的な後押し ビジネスとして立ち上がる段階の事業者に対し、個別支援チーム等による一貫サポート	各部署で一貫サポート 個別支援	各担当部署へのスムーズな橋渡し ○事業担当部署や金融機関等が参画した個別支援チームを編成し、事業者への一貫サポートを実施することが必要

施策のバージョンアップ

- 「起業ポータル」による情報発信**

<目標> 会員数(うち起業家) (H28.12) (H29年度末) 104人 → 300人 (61人 → 200人)

 - 高知県内の起業家や各機関の支援施策等の紹介
 - 支援機関や専門家、先輩起業家との交流を可視化して起業サロンに誘導

裾野の拡大
- 起業サロンの常設化**

<目標> 延受付件数:480件 継続サポート件数:180件

 - 起業コンシェルジュの設置**
 - 起業経験等のある人材を「起業コンシェルジュ」として配置 → 起業相談の対応や事業構想の具体化に向けたサポートを実施 継続案件はサポート方針を決定しフォローアップ
 - 都市圏や海外のベンチャー企業、投資機関とのネットワーク形成
 - 起業へのステップアッププログラムの充実**
 - 起業段階別のプログラムを実施する「分科会サロン」の実施
【プログラム例】
着想段階: 起業動機の深堀り
構想段階: 仮説検証・アイデア差別化・ニーズ把握
計画段階: メンタリングによるPDCA管理
 - オンラインサロンの開設**
 - オンラインサロンで、日々の会員間の交流を促進
 - 個別相談の実施**

<目標> 相談対応件数:150件 (うちオンライン:50件)

 - 土業等による、起業等の手続きや財務等に関する窓口相談の実施
 - 起業経験者の起業コンシェルジュによる起業相談の実施(再掲)
 - 具体的な課題解決に向け、オーダーメイドの個別相談の実施
 - オンライン個別相談の設置**
 - 相談できる県内専門家や相談方法の見える化
 - 県外の専門家集団とのネットワーク形成

サロンの補完
- 起業サロンを補完する取組**

<目標> 参加者:30人

 - アクセラレーションプログラムの実施**
 - 「若者世代」や「中山間地域」などテーマをしぼり、加速度的に起業に向けて取り組む **短期集中型プログラムの実施**。
 - サテライトサロンの設置**

<目標> 参加者:120人

 - 移住支援団体等と連携し、中山間地域での起業等をサポート
 - 地域のニーズや困りごとと起業希望者のマッチング及びビジネス化のサポート
 - ビジネスプランコンテストの開催**
 - 「高知家ビジネスプランコンテスト」の開催及び入賞者へのサポート(補助金・専門家派遣等)

起業までのサポートの流れ

起業コンシェルジュ等による相談対応(カルテ作成)

サポート方針案の作成

サポート会議での方針決定

サポートチーム編成

段階別プログラムの実施

個別相談

段階別プログラムで見えてきた課題を個別相談で解消

段階別プログラムの実施

ビジネスプランの完成

事業立ち上げ