

産業成長戦略の平成30年度の改定のポイント(案)

・ 農業分野	1
・ 林業分野	15
・ 水産業分野	22
・ 商工業分野	29
・ 観光分野	42
・ 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）	49
移住促進による地域と経済の活性化	53
起業や新事業展開の促進	57
担い手の育成・確保	61

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(H28) 1,152億円 ⇒ 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(H29) 9.3万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(H28) 2.47万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(H28) 2,255万本 ⇒ 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(H28) 1,964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

- 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 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
- 次世代型ハウス等の整備支援
- 新** Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化
- 地元と協働した企業の農業参入の推進
- オランダ交流を活かした先進技術の普及推進

大規模施設園芸団地

高軒高を中心とする大規模次世代型ハウス

低コスト耐候性等の中規模次世代型ハウス

既存型ハウスへの環境制御技術導入

環境制御技術普及員によるサポート
学び教えあう場

収量UP!

水田農業の振興

- 拡** 県産米のブランド化の推進
- 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

- 土佐和牛 ○ 養豚 ○ 土佐ジロー
- 土佐はちきん地鶏
- 酪農
- 食肉センターの整備
- 新** 次世代こうち新畜産システムの実証と確立

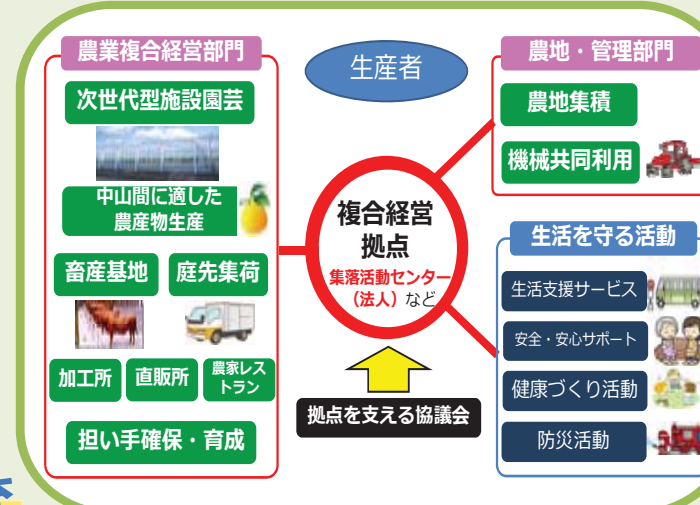
6次産業化の推進

- 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
- 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
- 拡** こうち型集落営農と法人化へのステップアップ

中山間に適した農産物等の生産

- 土佐茶産地の振興
- 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

事業戦略の策定・実行支援

- 新** 事業戦略による好循環のシステム構築

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
- 新** 畜産の担い手確保に向けた体制の強化
- 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- 拡** 農業大学校・農業担い手育成センターの充実・強化
- 実践研修・営農定着への支援

家族経営体の強化及び法人経営体の育成

- 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

農地の確保

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



労働力補完の仕組みづくり

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 **拡** 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 ○ 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

- 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

- 規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

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(H28):1,152億円 ⇒ 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(H29) ⇒ 現状(H28) ⇒ 現状(H28) ⇒ 現状(H28)	⇒ 4年後(H31) 11.6万t ⇒ 4年後(H31) 2.47万t ⇒ 4年後(H31) 2,655万本 ⇒ 4年後(H31) 2,660頭	⇒ 6年後(H33) 12.2万t ⇒ 6年後(H33) 2.47万t ⇒ 6年後(H33) 2,764万本 ⇒ 6年後(H33) 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: 267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「主なもの」 ◆ 具体的な取り組み	<ol style="list-style-type: none"> 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及 ◆ 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 ◆ 次世代型ハウス等の整備支援 ◆ 【新規】Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化 ◆ 地元と協働した企業の農業参入の推進 ◆ オランダ交流を活かした先進技術の普及推進 環境保全型農業の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 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) ◆ 花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ) 水田農業の振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】県産米のブランド化の推進 ◆ 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 	<ol style="list-style-type: none"> 集落営農の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 集落営農の裾野の拡大 ◆ 【拡充】こうち型集落営農と法人化へのステップアップ 中山間農業複合経営拠点の整備推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】中山間農業複合経営拠点の県内への拡大 中山間に適した農産物等の生産 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 土佐茶産地の振興 ◆ 薬用作物の振興 ◆ 園芸品目別総合支援(再掲) 日本型直接支払制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 【新規】事業戦略の策定・実行支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 事業戦略による好循環のシステム構築 	<ol style="list-style-type: none"> ブランド化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 高知家プロモーションの活用やパートナー量販店等との連携による販促、PR 規模に応じた販路開拓、販売体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> <青果物> <ul style="list-style-type: none"> ・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"> ◆ 【拡充】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"> ◆ 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 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 	<ol style="list-style-type: none"> 新規就農者の確保・育成 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】U・Iターン就農者の確保に向けた産地提案型担い手確保対策の強化 ◆ 【新規】畜産の担い手確保に向けた体制の強化 ◆ 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化 ◆ 【拡充】農業大学校・農業担い手育成センターの充実・強化 ◆ 実践研修・営農定着への支援 家族経営体の強化及び法人経営体の育成 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 農地の確保 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 担い手への農地集積の加速化 ◆ 【拡充】園芸団地の整備促進 ◆ 国営緊急農地再編整備事業の推進 	<ol style="list-style-type: none"> 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進(再掲) <ul style="list-style-type: none"> ◆ 次世代型ハウス等の整備支援(再掲) ◆ 地元と協働した企業の農業参入の推進(再掲) 関連産業の集積 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 【拡充】食品加工、物流、直販所等関連産業との連携の推進 農地の確保(再掲) <ul style="list-style-type: none"> ◆ 担い手への農地集積の加速化(再掲) ◆ 【拡充】園芸団地の整備促進(再掲)
----------------------------------	---	---	--	--	---

Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化

今までの取組



①オランダ・ウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、技術交流を継続！
(H21～)

②オランダの技術を高知の気候条件や栽培品目などに合わせて進化
(H23～)

③次世代型こうち新施設園芸システムとして普及
(H26～)

農業産出額増へ
●環境制御技術：267ha →16億円の効果
●次世代型ハウス：32.6ha →30.6億円の効果
(H29年見込み)

課題

- 各ハウスの環境データ等の情報の一元化
- 作物の生育状況の見える化
- 収量増に伴う労働力不足
- 新規就農者や後継者への篤農家の栽培技術の継承
- 作物の正確な出荷予測

ハウス内の温度、湿度、炭酸ガスなどの環境を制御することで

高収量・高品質を実現！

「Next次世代へ」

環境制御×IoTやAI技術を活用して栽培から出荷、流通までを見通したシステムへ！

超高収量・高品質



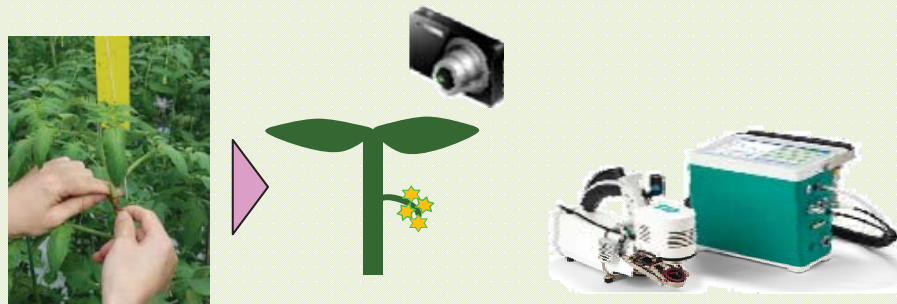
高付加価値化・超省力化

さらなるイノベーションを実現！

技術の確立

◆施設野菜の生産性向上技術の確立

- ・光合成能力を最大化させる環境制御技術の開発
- ・IT企業と連携したIoT機器の開発・実証（生育診断の自動化）
- より確実に、より簡単に、さらなる収量アップ



作物データの自動収集

光合成速度の測定

有利販売、さらなる改善

◆出荷予測システムの開発

- ・環境、作物、気象、収量・品質等の各データによる精度の高い出荷予測の開発
- 週間・月間の出荷予測情報で契約取引の増加

◆出荷データの活用

- ・収量・品質の分析データを栽培にフィードバック
- 栽培管理の見直し、改善、営農指導



「攻め」の商談

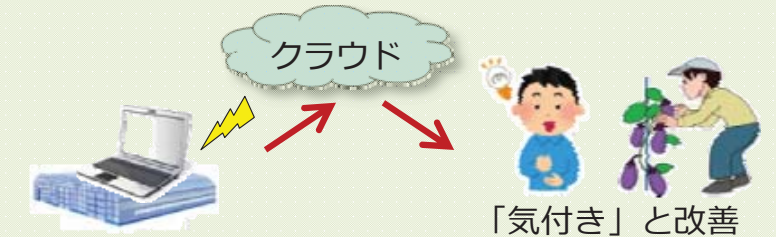
普及・展開

◆次世代型こうち新施設園芸システム推進協議会

- ・次世代施設園芸の各地域への展開を促進するため、成果の情報発信や研修を支援。

◆各種情報の一元化システムの開発

- ・環境、作物、収量・品質の各データを一元化
- 新規就農者等へ篤農家の匠の技を伝承



「気付き」と改善

本システム構築による目指すアウトカム

◆環境制御技術のさらなる普及

- ・主要7品目：21% (H28) →95% (H33)
- ・平均収量アップ/10a：10%→30%

◆次世代型園芸ハウスのさらなる普及

- ・20ha (H28) →116ha (H33)

◆農業産出額のアップ

- ・1,011億円 (H27) →1,150億円 (H37)

◆出荷予測情報発信による販売力の強化

- ・出荷予測情報に基づく契約販売
0% (H29園芸年度) → 20% (H34園芸年度)

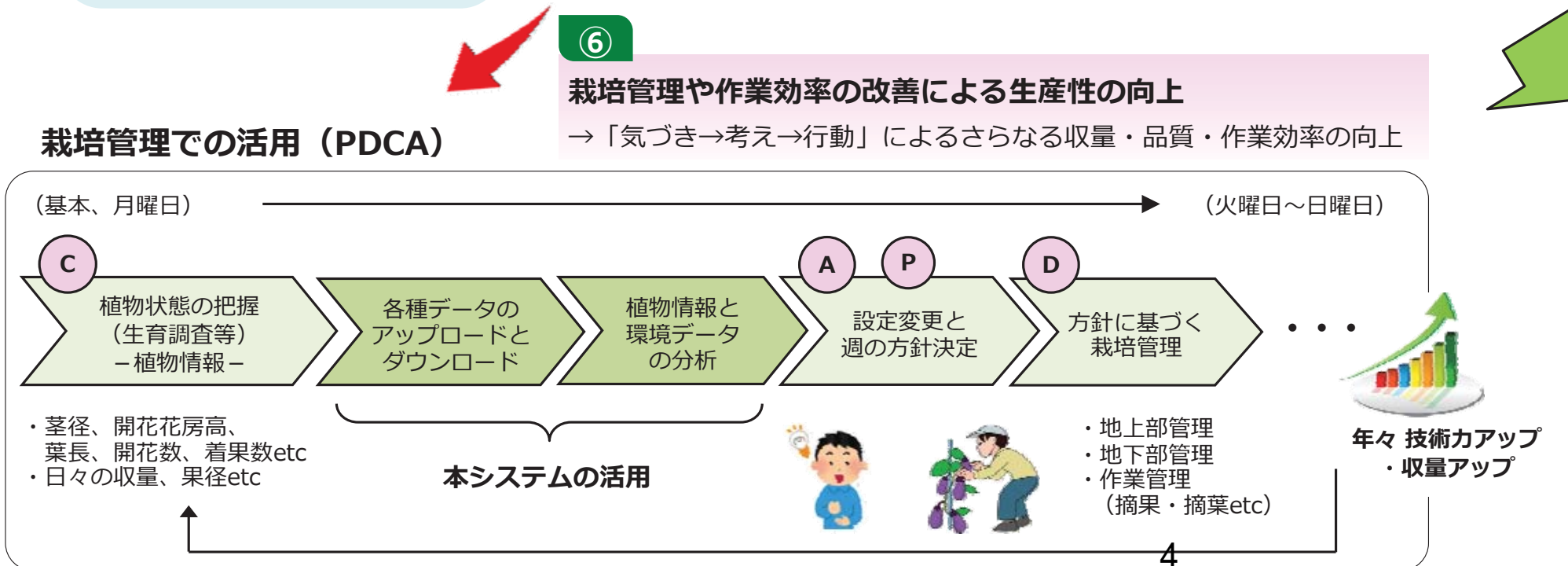
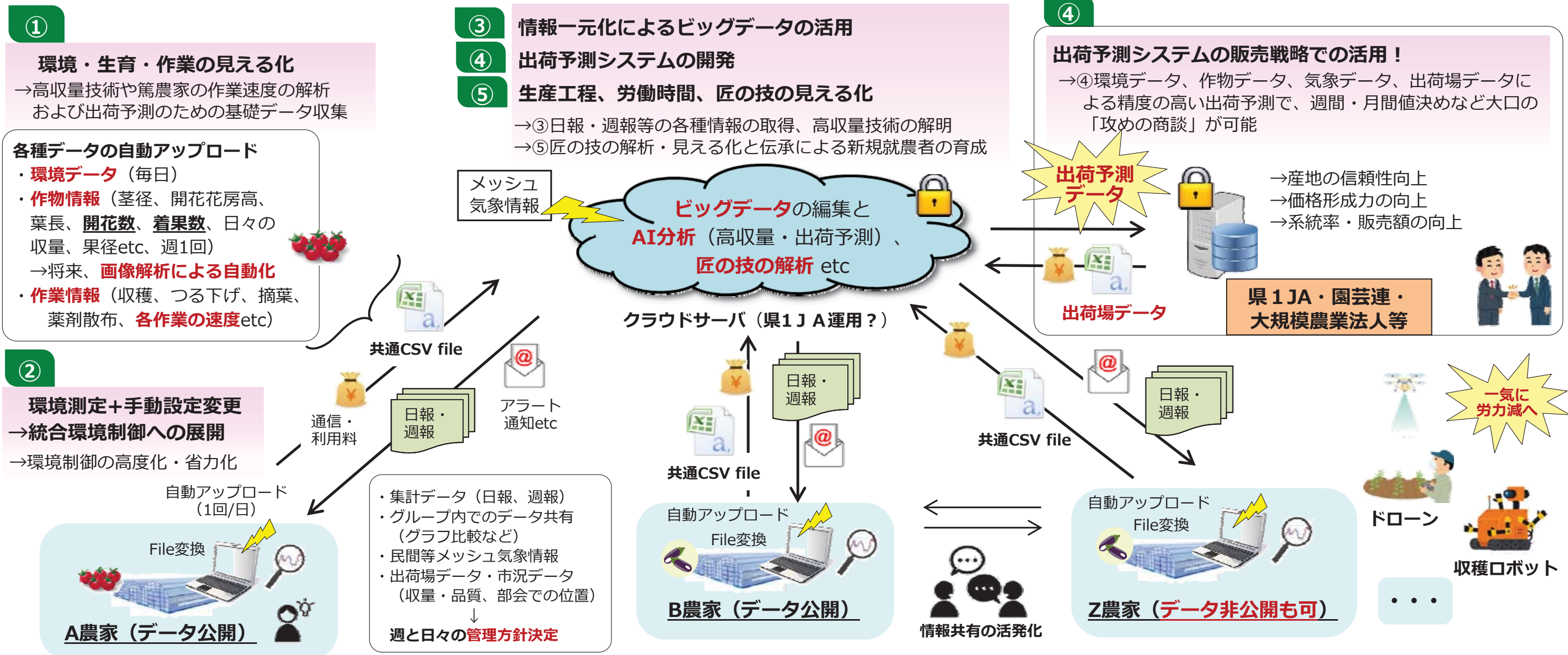
◆主要7品目の面積当たり必要労働力

- ・20%減



Next次世代こうち新施設園芸システムへの進化

これまでの取組（**環境の見える化+環境制御**）で平均10%（最大30%程度）増収を達成！ ➡ 「Next次世代」（**環境制御×IoT**）で、平均30%増収、労力20%減を実現！



本システム構築による目指すアウトカム

- ◆環境制御技術のさらなる普及
 - ・主要7品目：21%（H28）→95%（H33）
 - ・10a当たりの平均収量アップ：10%→30%
- ◆次世代型園芸ハウスのさらなる普及
 - ・20ha（H28）→116ha（H33）
- ◆農業産出額のアップ
 - ・1,011億円（H27）→1,150億円（H37）
- ◆出荷予測情報発信による販売力の強化
 - ・出荷予測情報に基づく契約販売
 - 0%（H29園芸年度）→20%（H34園芸年度）
- ◆主要7品目の面積当たり必要労働力
 - ・20%減

県産米のブランド化の推進

現状

平坦部【早期栽培】

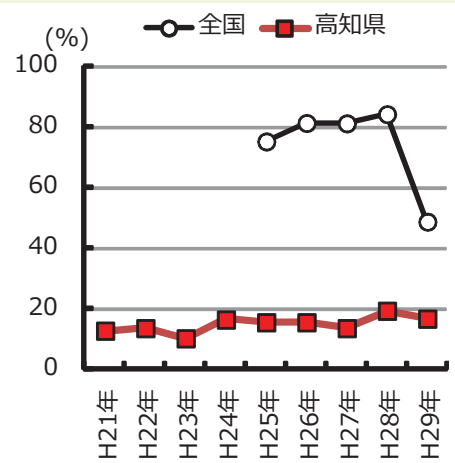


図 コシヒカリの1等米比率

- コシヒカリの1等米比率は20%以下に低迷
- 農家は1等米比率の高い県オリジナル品種を切望

早場米の品質向上を

「よさ恋美人」を育成

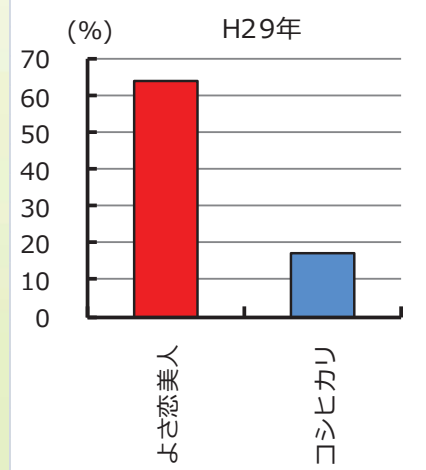


図 1等米比率の比較

- おいしい (コシヒカリと同等)
- 玄米がきれい
- 粒が大きい
- 早く収穫・収量が多い
- 高温に強い

県産米全体の評価向上を

中山間部【普通期栽培】



- 全国的な食味コンテストで入賞するブランド米が育成『土佐天空の郷にこまる』『宮内商店にこまる』
- 県西地域の「にこまる」が県初の『特A』評価を獲得

課題

「よさ恋美人」って何？



- ★ 「よさ恋美人」の知名度の向上と販路拡大
- ★ ブランド化に向けた高品質生産、早期収穫技術の開発
- ★ 円滑な品種転換によるロットの確保

★ 他県では…

新品種の積極的なPR活動、イメージ戦略を展開

- ※ 「おいでまい」(香川県：H25年)
 - ・リーフレット、ポスター等の作成
 - ・PR大使の任命、着ぐるみの制作
 - ・食味コンテストの開催 等

対策

◆ PR活動、販売促進活動の展開

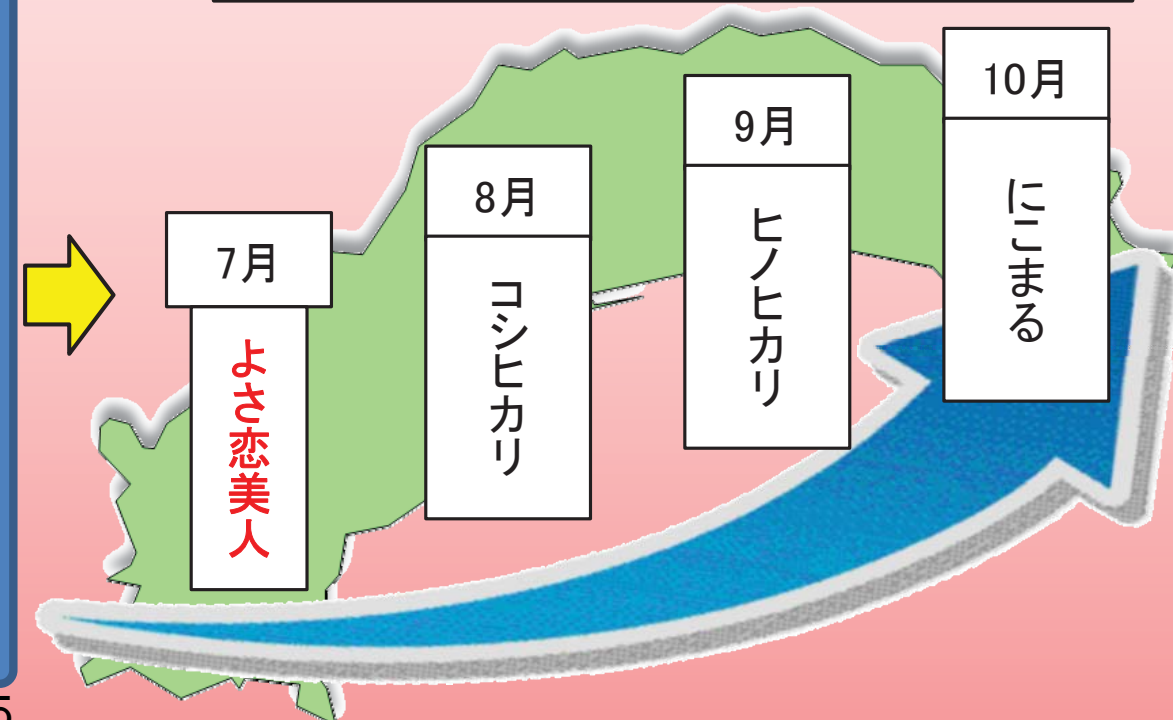
- ・新名称の商標登録
- ・統一ロゴ、パッケージの作成(14,000袋)
- ・販促資材(ポスター、ポップ等)の作成
- ・業界紙(3回)や新聞等への掲載
- ・県内スーパー・ホテル等への販路開拓等による県内需要の喚起(60店舗)
- ・都市圏でのキャンペーン
- ・大手量販店への販路開拓(80店舗) 等
- ・収穫祭の開催(7月末)



知名度の向上と販路拡大

早場米のブランド化

中山間の地域ブランド米とのリレー出荷
相乗効果による県産米全体の評価向上



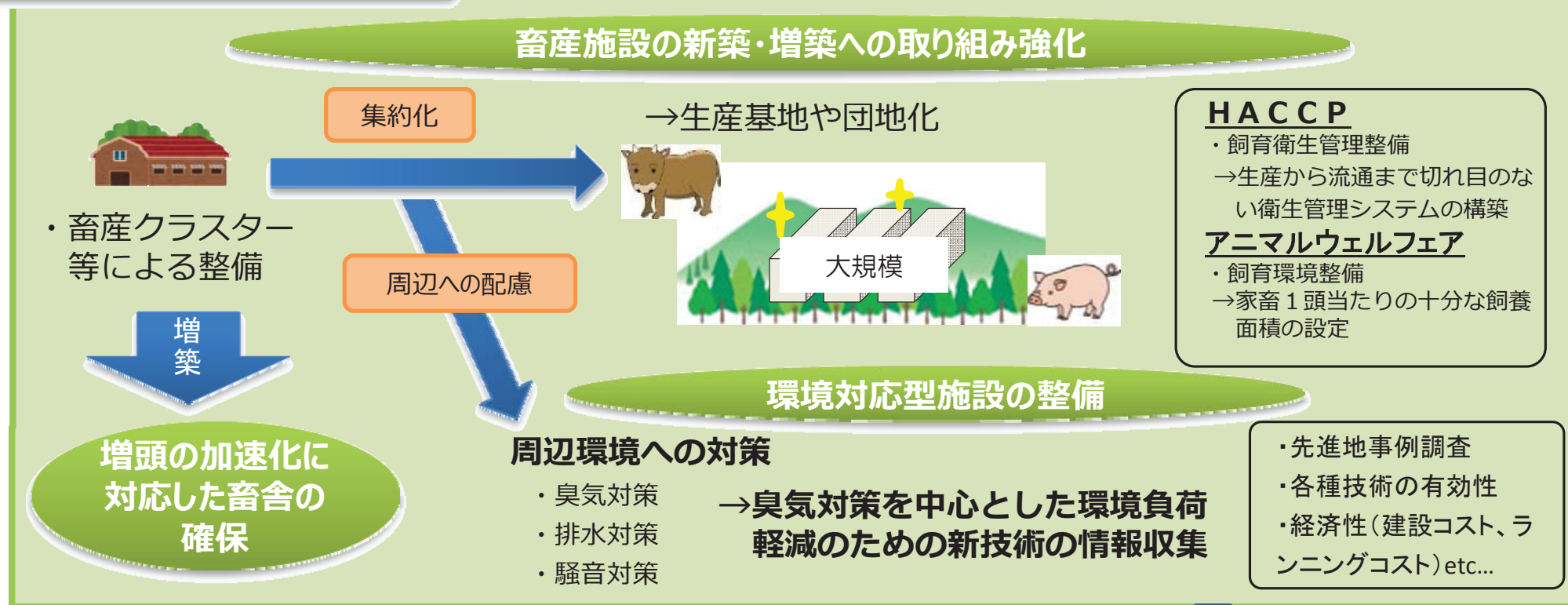
外商の強化、農家の所得向上！

水田農業の活性化へ！

次世代こうち新畜産システムの実証と確立

-増頭の加速化にあわせた新たな畜舎整備と、畜産経営の安定化のための繁殖技術の強化-

生産施設の充実



メリット

○ 飼養頭数の増加

生産者

- 安心して長期的な飼育が可能
- 十分な飼育頭数の確保
- 所得向上、担い手確保・育成



産地

- 環境問題の軽減
- 地域の活性化

流通・販売(食肉センター・JA等)

- と畜頭数の確保
- 取引量の増加、安定的な経営
- 価格形成力の向上
- 計画的な商談の実施、取引量の増加

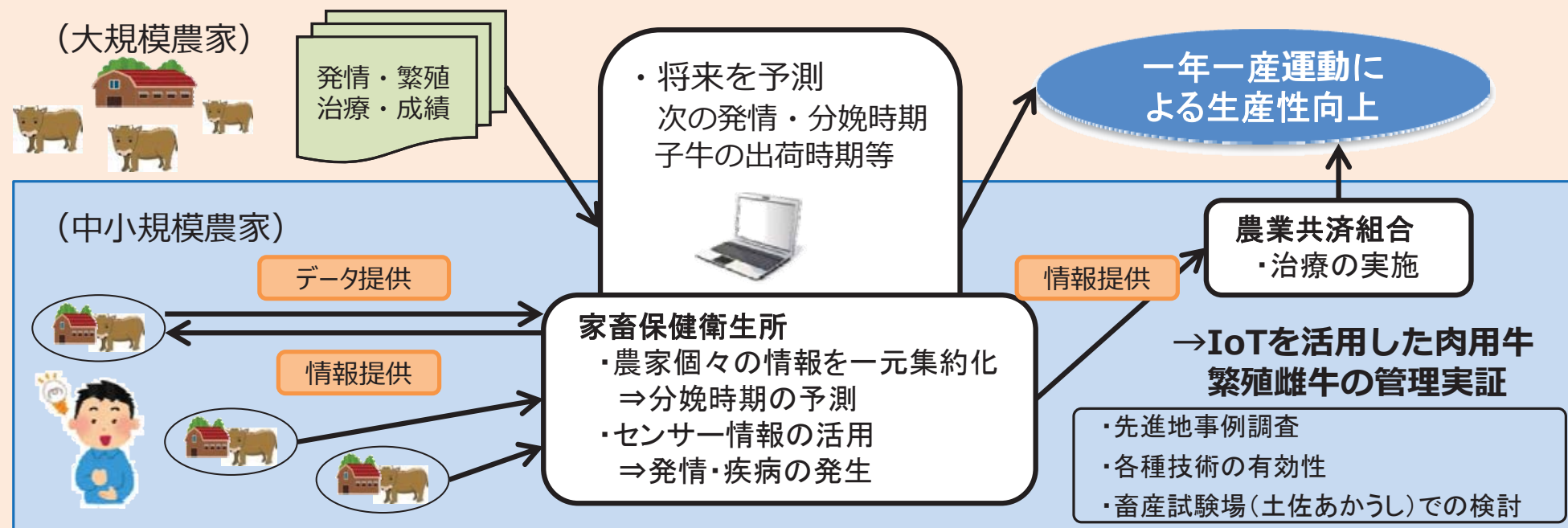


生産効率の改善

IoTを活用した生産効率の改善

☆肉用牛の個体管理への利用

- 繁殖データの活用による個体管理の見える化(スマートフォン等の活用による情報の共有)
- 牛にセンサーを取り付け、行動変化の随時計測



メリット

○ 生産性の向上による所得増

生産者

- 客観的データに基づく管理による繁殖成績の向上
- IoT管理による労働時間の短縮
- 早期問題牛の発見による損耗防止

家畜保健衛生所

- データを生かした迅速で的確な指導

共済・人工授精師

- 計画的な治療による効率化
- 適期授精による受胎率の向上

○ 他の畜種へ広がる可能性

中山間農業複合経営拠点の整備推進 ～ 拠点の経営発展に向けて ～

現状
稼ぐ取組と支える取組を複合経営し、中山間地域の農業の競争力を高め、支える仕組みを県内に拡大

実施地区 H27:4地区
⇒H29:16地区

課題

- ①拠点の経営発展に向けて、「新技術の導入」や「園芸品目の生産拡大」の推進が必要
- ②事業戦略の策定と、これをP D C Aサイクルで回すためのサポート体制の構築が必要
- ③さらに経営発展していくためには、拠点と民間企業等との連携を広げていく、ネットワーク化が必要

◆バージョンアップのポイント 《「事業戦略」による好循環のシステム構築》

- ①拠点の経営強化
 - ・「新技術の導入」と「園芸品目の生産拡大」の取り組みを加速化
- ②事業戦略の支援体制の強化
 - ・事業戦略の策定からP D C Aのフォローを経営コンサルタント等の専門家が一貫してサポートする「アグリ事業戦略サポートセンター」を創設し、支援体制を強化
- ③ネットワークの構築
 - ・拠点と民間企業との連携等、点と点の連携を広げ、さらに横展開するネットワークの構築を推進



ポイント① 拠点の経営強化

- 新技術の導入
- 園芸品目の生産拡大(水田の畑作化)

◆省力化機械
・二ラ洗浄そぐり機
・野菜移植機
・アシストスーツ 等

◆農地の有効活用
・米から園芸品目等への転換(土地利用型作目など)
・地域の特色ある品目生産 等

◆IoT
・園芸ハウス環境制御システム
・GPS活用圃場管理システム

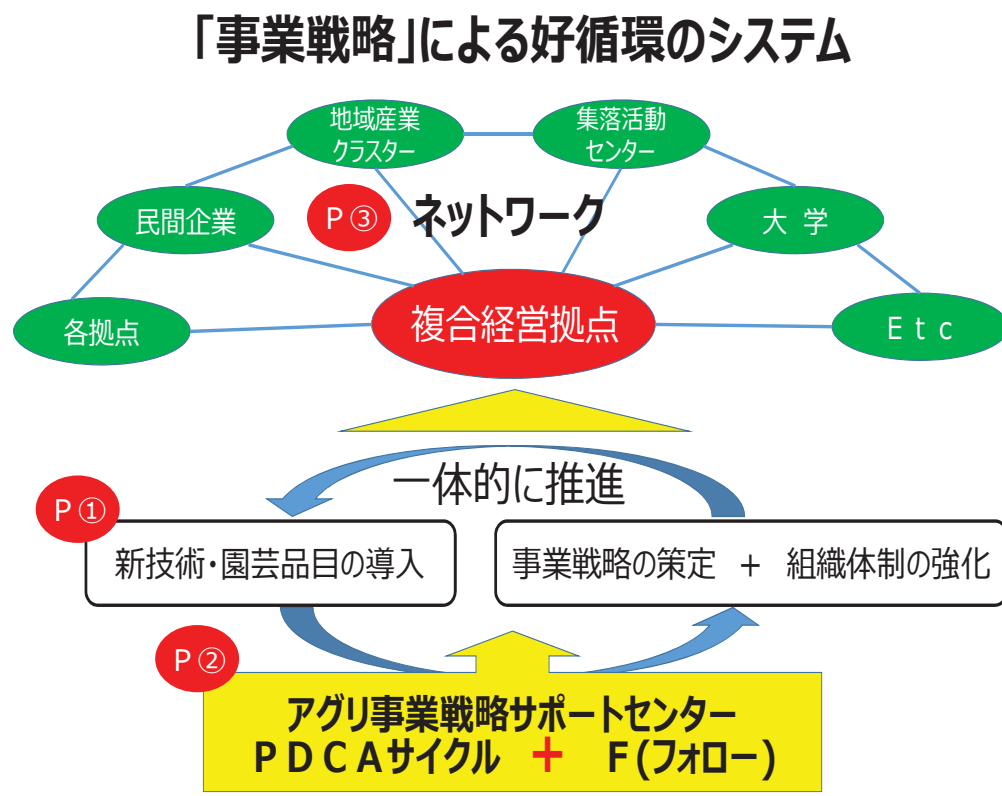



ポイント③ ネットワークの構築

◆産学官連携
・省力化装置、機械開発 等

◆拠点間連携
・複合経営拠点推進フォーラム、複合経営拠点通信(情報交換)

◆集落営農組織や集落活動センターと連携
・機械共同利用
・人役の相互活用 等



ポイント② 事業戦略の支援体制の強化

アグリ事業戦略サポートセンター
農業における事業戦略のワンストップ窓口

○電話による相談から専門家の派遣に至るまで、事業戦略の実行をきめ細かにサポート

〔 支援対象：中山間農業複合経営拠点、集落営農法人
専 門 家：経営コンサルタント、社会保険労務士、税理士など 〕

策定のサポート

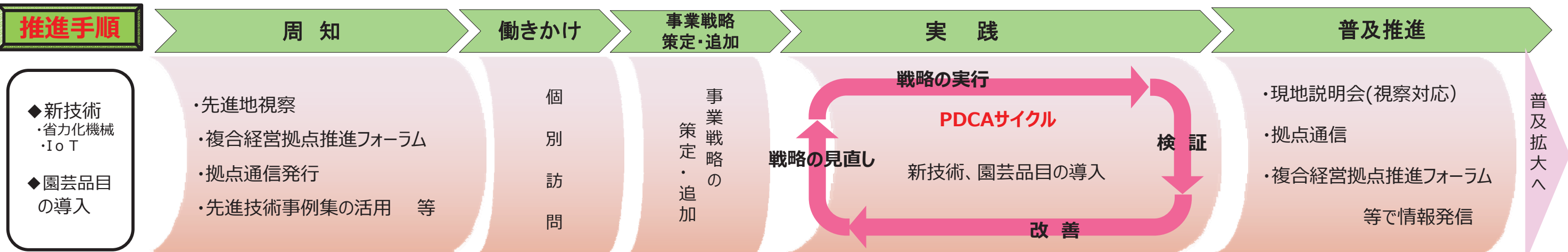
PDCAサイクルのフォロー

現状整理・課題の
決算書分析
ヒアリング+現地確認
課題解決ワーク
裏付けリサーチ

戦略策定
目標設定
具体策検討
行動計画
戦略マップ

Plan 計画
Do 実行
Check 検証
Action 改善

Follow フォロー



支援体制

○協議会(市町村、J A、県(農業振興センター、地域本部)) ・運営委員会(市町村、J A、県(農業振興センター、地域本部※実務担当者で構成))

○アグリ事業戦略サポートセンター(経営コンサルタント等の専門家)

ソフト・ハード支援策 ⇒ 複合経営拠点支援事業費補助金

ソフト事業	拠点構想作成支援	インターンシップ支援	庭先集荷支援	新 高収益作物導入支援	ハード事業	農業用機械等整備支援
	高度計画作成支援	経営発展支援	新 経営管理支援	雇用確保支援		特別承認支援

卸売市場との連携による業務需要の開拓

高知県、園芸連、中央会で組織する「新需要開拓マーケティング協議会」で、「業務開拓」「加工開拓」「輸出」の各タイプの業務委託プロポーザルを実施し販路開拓に取り組んでいる。

業務委託プロポーザルはH26年度より「業務開拓」から開始

・H26・・・「業務開拓」3社 ・H27・・・「業務開拓」5社 ・H28・・・「業務開拓」5社、「加工開拓」2社、「輸出」2社(青果、花き)

H29の取り組み

○業務開拓・・・5社

- ・量販店等のフェアを通じた取り扱いの拡大
- ・大手通販会社での取り扱い
- ・商談会開催による取引開拓
- ・量販店や直販所等への高知県コーナーの設置によるPR販売
- ・バイヤーの産地招聘等による産地との交流

○加工開拓・・・1社

- ・社員食堂等への提案による取引の拡大

○輸出・・・2社

- 青果**
- ・シンガポールの量販店のフェア等の開催を通じた野菜、果物の取り扱いの定番化
- 花き**
- ・オランダでの商談会出展によるオランダ・EUへの出荷の拡大

見えてきた成果と課題

- ・量販店でのフェアは取り扱い額が増えているが、定番化に繋がっているのか課題
- ・フェアは産地の販売戦略の反映が十分ではない
- ・大手通販会社の取引は、まだ試行段階のレベル
- ・惣菜等業務加工での取引も生まれている
- ・小規模の商談会が外食需要等の取引拡大に効果を上げている
- ・直販所や量販店のマルシェの高知県コーナーの設置は規格外品の販路の拡大にも繋がっている

園芸連青果物の近年の比較(3カ年平均)

	24-26園芸年度	27-29園芸年度
販売額	603億円	→ 626億円
数量(青果物)	997百トン	→ 926百トン

全体的な価格は高値で安定してきた中、取引の定番化による安定取引と産地提案による取引の拡大が今後のテーマとなる

- ・社員食堂への提案はハードルが高く大きな取引に繋がっていない

- ・輸出は現在は大きな取引額ではないが将来に向けた仕組み作りがされている
- ・青果では定番化に向けた取り組みの強化が必要
- ・花きは人気の高い品種の生産拡大が必要

今後の取り組み方向

★開拓部門の見直しと戦略品目の設定による取引強化

- ◆一般消費者向けと業者向けの2大需要への対応として部門を見直し
- ◆着実な販売額アップに繋げるため戦略品目とそれぞれの取り組み方針を設定

○量販店業務開拓

- 産地の販売戦略を反映した展開
- ・ミヨウガ→関西地区の消費拡大
- ・特産カンキツ→土佐文旦、ゆずの関東以北への拡大 等
- ・量販店取引の定番化へ
- 量販店と産地の取り組みのマッチングを行ない販売強化へ
- ・新たな販売先の掘り起こし→直販所等

○加工業務開拓

- 量販店を除く外食、中食、加工業務の取引拡大
- ・バラ品や特殊規格を含む業務出荷の強化
- ニラやシシトウ等産地と連携した飲食、惣菜等業務開拓(加工含む)と産地化

★取引の継続により輸出の定着と品目の拡大を図る

○輸出

- ・バイヤーの産地招聘等による交流によりフェア等への取引品目の拡大
- ・産地連携の強化による商品性の向上と出荷量の確保

新規就農者の確保・育成（産地提案書の増加・ブラッシュアップと相談会活動の強化）

産地提案型担い手確保対策の取り組み状況

《産地提案書による担い手確保の流れ》



【具体的な実績】

①「産地提案書」の策定

区分	H27.2	H28.3	H29.3	H29.12
市町村数	18	25	29	31
産地提案書数	18	31	42	57
- 専業区分	14	25	40	55
- 兼業区分	4	6	5	6
- 親元区分	-	1	21	31

◎ 31市町村で57提案書が策定

②県内外での相談活動（相談件数）

	27年度	28年度	29年度 (10月まで)
相談会	383	629	163
就農ｺﾝｼﾞﾙﾞ1	265	304	142
合計	484	759	204

※ 合計は相談会でのｺﾝｼﾞﾙﾞ1相談は除く

③産地提案による実績 ※29.10時点

	27年度	28年度	29年度
研修開始	22人	26人	32人
募集人数	61人	84人	108人
充足率	36%	31%	30%

産地提案型担い手確保対策の課題

■産地提案書の増加や募集人員の充足に向けた取り組みが必要

- 年間320人のうち、産地提案書で96人（Iターン中心）の確保が必要
- 研修生は着実に増加しているが、新規就農者数は目標に達していないことから、新たな提案書の策定等による提案書の増加が必要
- また、都市部での就農相談会（新・農業人フェア）が大幅に減少 ※H28:7回→H29:4回
- 相談会の減少により相談数の伸びが鈍化 ※H28:759人→H29.10:204人
- このため、都市部人材に相談会参加を誘導する情報を積極的に発信するとともに、都市部における就農希望者との出会いの場を確保し、相談者を増やすことが必要

■受入体制の強化や産地提案書の内容の充実が必要

- 各市町村において農業者や関係機関と連携した産地提案型の取り組みが進みつつあるが、4町村では技術指導等を担う指導農業士が不在
- 産地提案書を策定している31市町村のうち、10市町村では受入実績がないことから、受入体制の強化や産地提案書のブラッシュアップが必要
- 畜産では、各地域における産地規模が小さいことから、県域エリアでの産地提案型の取り組みが必要

【戦略の方向性】

●産地提案書数の増加・ブラッシュアップと相談活動の強化

課題解決に向けたバージョンアップ

①産地提案書の増加と受け入れ体制等の強化

- 産地検討会等により、新たな提案書の策定及び指導農業士の確保を誘導
 - ※ 96人分（Iターン）の倍の募集枠確保を目指す（192人分）
 - ※ 全ての提案書において指導農業士を確保
- 受入農家研修会などによる受入体制の見直しやレベルアップ
- 受入実績の乏しい産地については、要因分析により提案書をブラッシュアップ

②就農希望者との出会いの場の確保

- より多くの就農希望者との出会いの場を確保するため、県（農業）主催相談会の開催を拡充
 - ① 県外相談会【拡充】
 - ・「こうち暮らしフェア」と「就農相談会（各産地参加）」を同時開催し、相乗効果を発揮（6、12月に東京・大阪で開催）
 - ② 県内相談会
 - ・帰省時期を狙った大型ショッピングモール等で、高知県農業のPRを兼ねた就農相談会を開催
- ※ 年間、約1,000人の相談者を確保し、歩留まりを10%とすることで96人の新規就農者（Iターン）を確保

③相談者を呼び込むための就農関連情報の発信を強化

- SNSなどによる就農関連情報の発信を強化
 - ①集客効果の高いディスプレイ広告の活用【拡充】
 - ②発信力のあるライターによるSNS発信や、移住専門誌への就農関連情報の発信を強化【拡充】
 - ③農業担い手育成センターからのfacebook発信

④畜産版「県域産地提案書」策定と受け入れ体制強化

- （一社）高知県畜産会が実施する県域での「産地提案書」策定の支援
- 市町村が実施するインターンシップ（就農体験）の支援
- 家畜保健衛生所の調査による空き牛舎等の情報を活用したマッチングの強化

⑤畜産版「担い手育成センター」の整備

- 畜産試験場に担い手育成畜舎を整備し研修と実践の場としての機能向上
- 土佐あかうしの飼育管理研修の実施（最長2年間、年3名を受け入れ）
- 篤農家先での研修にはない座学の実施
 - ※人工授精講習会での畜産概論、解剖学等の講義
 - ※農業担い手センターとの連携による経営簿記等の講義
- 研修終了後の実践就農コースも設置（最長3年間）

【目標】

- 産地提案書：全市町村策定、192人分の募集枠策定
- 年間就農相談者：1,000人

【目標】

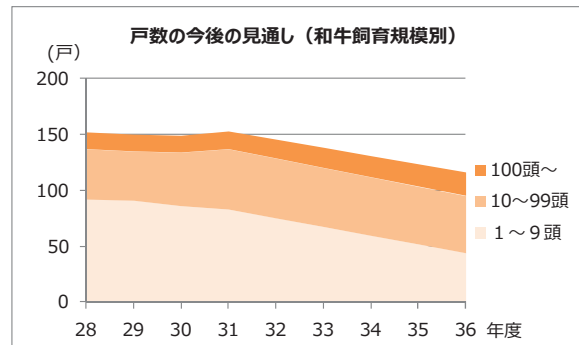
- 畜産版「県域産地提案書」：肉用牛の提案書策定
- 県域での受入体制：肉用牛での受入体制の構築

畜産の担い手確保に向けた体制の強化

現状（～H36予測）

経営意向調査(H28)でのH36状況予測

頭数：中規模以上農家の規模拡大により増頭
 戸数：小規模の農家を中心に戸数は40戸減少
 （うち中規模農家も10戸ほど廃業意向）
 →肉用牛生産基盤の維持・拡大には年間あたり
 3～6名程度の新たな担い手必要
 （親元・雇用含め）



畜産における課題

1. 相談窓口がない
 ⇒畜産に特化した窓口がない

畜産の始め方が解らない。

2. 市町村単位の「産地提案書」の支援は
 なじまない
 ⇒農家戸数が少なく、同一市町村内（産地内）
 での研修・就農が実現しないケースが多い。

近所には研修の出来るところがない。

3. 畜産担い手育成センターがない
 ⇒篤農家に研修受け入れ体制が整っていない。
 ⇒基礎知識や技術を研修できる施設がない。

畜産の基礎や経営も
 学びたい。

4. 独立就農する際に、適当な飼養場所や畜舎の確保が困難
 ⇒空き畜舎を活用する。
 ⇒家畜保健衛生所の調査による空き牛舎等の情報を活用した
 マッチングの強化

担い手確保
 から育成まで

情報発信
 情報収集
 +
 就農相談

産地体験

産地
 提案書
 での
 研修地
 調整

基礎研修
 実践研修

就農地
 マッチング

就農

対応

各ステージでの課題を解決し、就農に向けた支援を実施

1. 担い手確保に向け、窓口とアンテナを広げる

【畜産就農相談窓口の設置】

畜産コンサルタント業務を行う（一社）高知県畜産会を窓口団体に、個別のケース
 に対応した就農相談に応じる

【移住促進フェア等への参加】

市町村・畜産会が移住促進フェア等で就農相談の実施
 市町村が行うインターンシップ短期研修等へ誘導

【インターンシップ研修（産地体験）の実施】

生産地の市町村が農家での短期研修を支援
 受け入れ農家へのフォローも行い、円滑な研修を実施

2. 新たな支援体制を確立

【畜産版「県域産地提案書」での研修支援】

畜産会が県域での「産地提案書」を策定
 県内であれば研修・就農地にかかわらず「産地提案書」の研修
 支援が可能

県全域が産地！
 どこで研修してOK!

3. 畜産研修施設の新設

【畜産試験場に「畜産担い手育成センター」を設置】

「担い手育成畜舎」を新設
 篤農家先での研修にはない座学の実施
 ※人工授精講習会での畜産概論、解剖学等の講義
 ※農業担い手センターとの連携による経営簿記等の講義
 研修終了後の実践就農コースも設置（最長3年間）

専門スタッフによる
 座学もある。

4. 就農から経営安定までの支援体制の確立

【畜産継承機能強化】

家畜保健所による空き牛舎、活用可能な畜産施設の情報共有によるマッチングを強化

【就農から経営安定までの支援強化】

畜産会、市町村、家畜保健所と連携し、経営指導、技術支援継続

フォローも
 充実

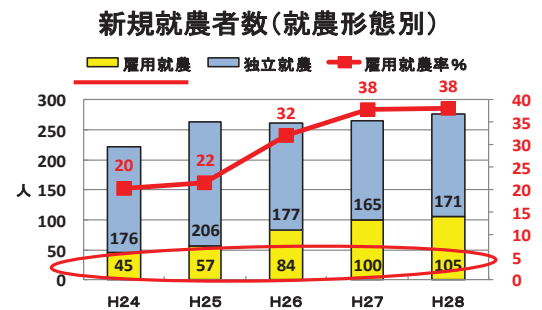
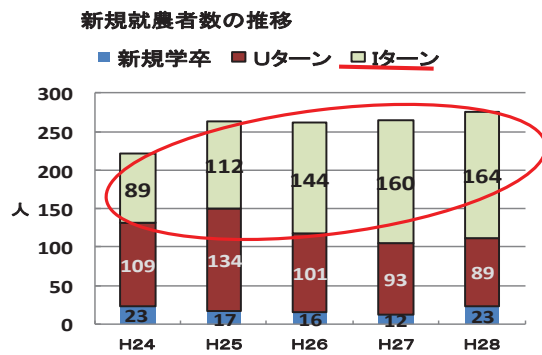
レンタル畜産施設整備事業・家畜導入事業等の活用により、経営開始の初期投資に対し支援
 →肉用牛経営新規参入のハードルを下げ、産地の活性化、増頭につなげていく

農業担い手育成センターの充実・強化

現状

【新規就農者を取り巻く状況】

- 1 新規就農者は緩やかに増加
 ・Iターン就農者・雇用就農者はH24⇒H28で約2倍に増加



2 産地提案書の増加

産地提案書数

年	H26	H27	H28	H29
数	18	31	41	57(内25親元含む)

【担い手センターの状況】

- 1 長期研修生は順調に増加
 ・県外出身者は横ばい (研修後の就農率は約80%と高い)

長期研修生(H26.4~H30.2)

	H26	H27	H28	H29	累計
研修生数(人)	16	21	26	33	96
県外出身者数(人)	8	9	11	10	38
平均年齢(才)	40	37	35	36	-
平均研修期間(月)	8.5	6.7	7.6	6	-
(参考)新規就農者数	261	265	276	-	-

*H30年2月入校予定3名含む

研修内容や就農支援には満足。住宅探しは担い手センターだけでは限界がある!

2 研修後の就農形態が多様化

- ・自営就農、雇用就農、親元就農

《法人から雇用前の研修要請が増加》

- 全農 2名 (安芸市ナス)
 イチネン農園 2名 (日高村トマト)
 コスモアグリネット 2名 (日高村トマト)

県外出身研修生の声

- ・親身に就農相談に乗ってもらえる。対応も迅速。
- ・素人にもわかりやすく基礎から学べ、仲間ができた。
- ・就農地近くで住宅を探したい。

親元就農研修生の声

- ・親元では学べない基本技術を学べた。
- ・機械操作を習得出来た。
- ・職員や研修生と知り合えた。

3 東京農業大学との連携・交流がスタート

- ・出前授業(6月・12月)、農業実習生受入(9月)、体験バスツアー・農業実習生受入(2~3月)

課題

新規就農者320人の確保には、研修生の更なる確保が必要

【課題1】PRの強化が必要

【課題2】県外からの研修生確保が必要
 ~就農地と住宅探しをセットで支援する必要がある~

【課題3】多様な就農形態に対応した研修が必要

【課題4】東京農業大学と継続性のある連携が必要

~移住コンシェルジュ等との連携で移住と就農をセットにした支援が必要~

目指す姿

新規就農者の安定確保

研修生のスムーズな移住就農

移住と就農をセットにした支援で入口から出口までの導線を確認

強化ポイント ★目的に応じた研修コースを設置★

対策

強化

1 PRの強化

- ①HP+SNS、Web広告の強化
 ②アグリスクール(東京・大阪)での長期研修修了者による体験発表
 ③東京・大阪等での就農・移住相談会で担い手センターをPR
 ・入口(研修)から出口(就農と移住両面)までのサポート体制をPR

強化

2 移住就農への支援を強化

- ①移住促進・人材確保センターとの連携
 ・移住コンシェルジュによるアグリスクール(東京・大阪)での講義 → 研修生の確保へ
 ・移住コンシェルジュ同席による移住就農相談(東京・大阪)の実施
 ②市町村との連携強化
 ・産地提案書で求める人材育成と就農地とのマッチング
 ・市町村の移住・就農担当者と長期研修生との意見交換会
 ③体験研修(2泊3日)の実施で移住就農へのイメージをより明確化

新

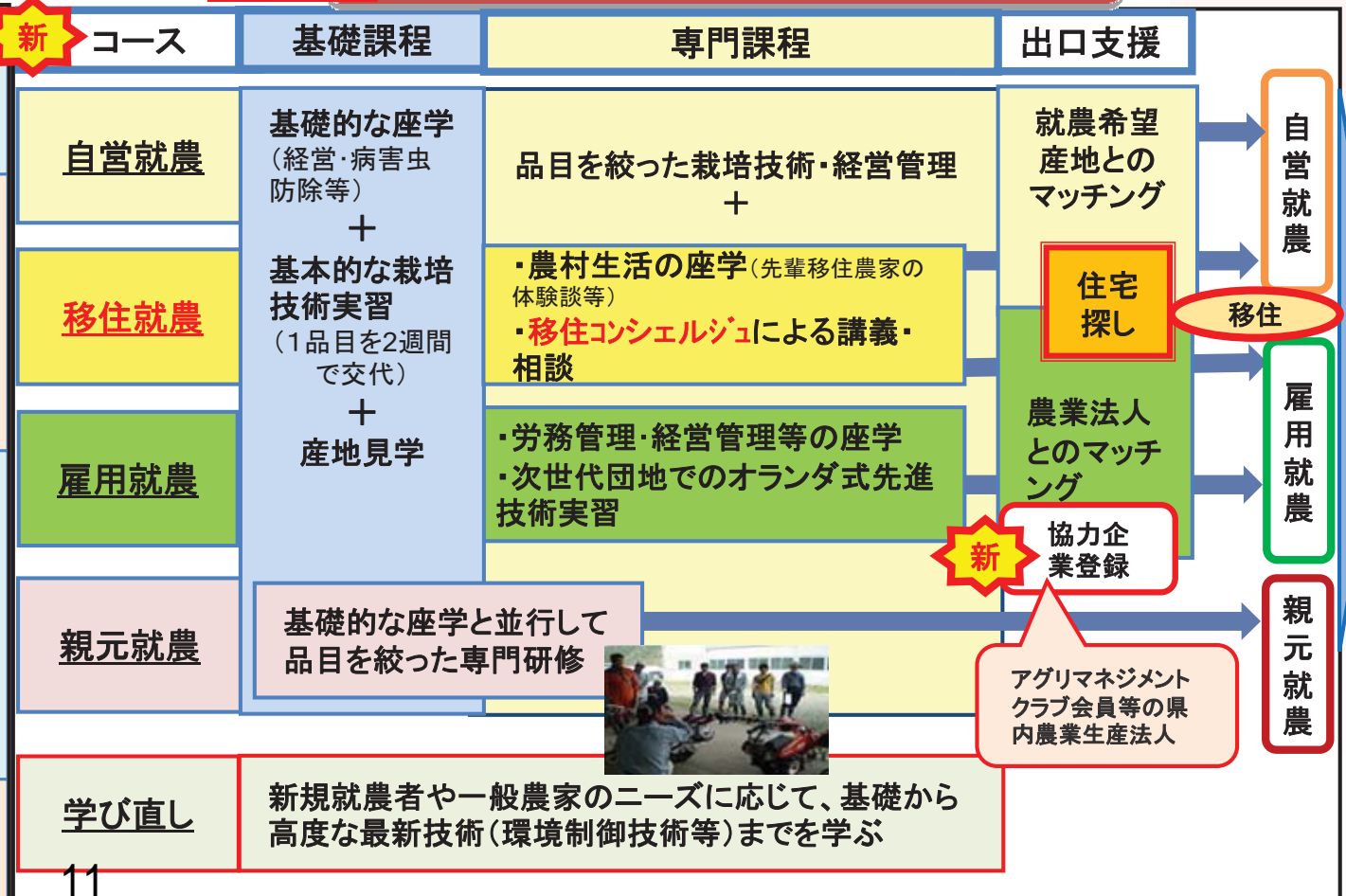
3 就農目的別研修コースの設置

- ①移住就農コース
 ・移住コンシェルジュによる講義や相談会を実施
 ②雇用就農コース
 ・労務管理・経営管理等の座学、法人でのインターンシップの実施
 ・協力企業登録により求人情報を随時提供
 ③親元就農コース
 ・親元では学べない基礎技術や機械操作を習得
 ④農家の「学び直し」の場としての機能強化

4 東京農業大学との連携

- ①出前授業⇒農業実習・農業体験バスツアー⇒研修・就農へ
 ・将来を見据えた連続性のある人材交流の実施

新



農業大学の充実・強化

現状

1 入校者数が減少している！

農大応募・入校者数

	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30*
応募者数(人)	53	31	47	39	36	32	37
入校者数(人)	32	27	39	33	23	24	33

H30年度は回復の兆し

* H30はH30年1月15日時点の入校予定者数

2 高校生・先生へのPR不足！

先生の声

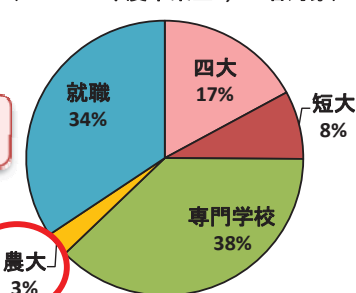
- 農大を希望する学生が少ない
- 農大へ行かせたいという父兄の声は少ない
- 四年制大学に進学させたい**
- 農大は農業関連企業への就職に有利

高校生の声

- 専門学校へ行きたい
- 農大をよく知らなかった
- 農家になる人が行く所と思っていた**
- 家は農業をしていない**
- 寮が2人部屋なのは心配
- 推薦入試の学力テストがある
- もっと加工や6次産業化の勉強がしたい**

農大=即就農と誤解している

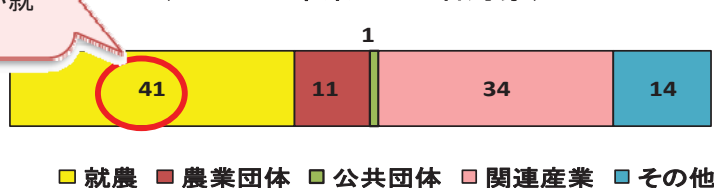
農業高校2校の進路状況
(H24~27年度卒業生1,140名対象)



農業高校の約8割が非農家出身

3 農大卒業後の雇用就農が増加傾向！

農大卒業生の進路割合(%)
(H20~28卒業生287名対象)



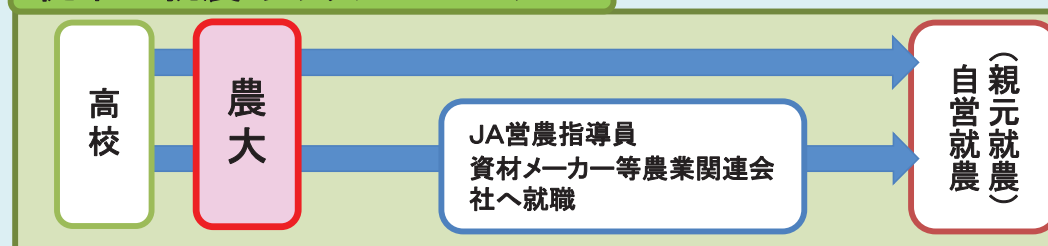
就農者数と雇用就農率

	親元就農	雇用就農	合計(人)	雇用就農率(%)
H25	4	3	7	43
H26	4	1	5	20
H27	10	8	18	44
H28	5	6	11	55

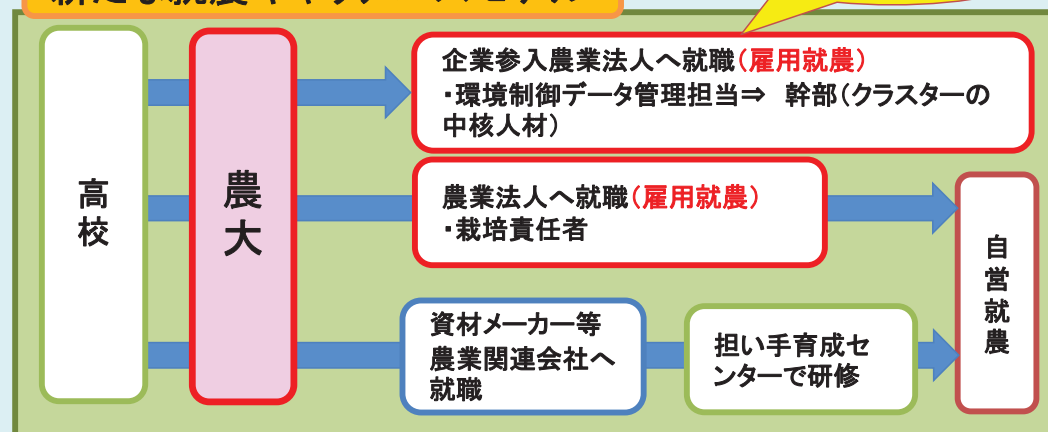
H28年度は就農11人の内6人が法人へ雇用就農

～農大の在り方が転換期に～

従来の就農キャリアパスモデル



新たな就農キャリアパスモデル



課題

【1】カリキュラムが多様なキャリアパスに対応していない！
※全員が同じカリキュラムを受講している

【2】環境制御技術やGAPの実習が出来ていない！

【3】農業高校、農業法人等とのパイプが弱い！
※高校生、保護者へのPRが不足

【4】学力の向上が必要！
※四年制大学への編入希望者もいる

強化 対策

【1】進路別選択制カリキュラムの実施

【2】次世代型ハウスで環境制御技術や高度なGAPを実践

【3】高校、農業法人と太いパイプ作り & PRの強化

【4】基礎学力向上・進学への挑戦

～時代のニーズにマッチした新たな農大の在り方～

農業後継者の育成に加え、雇用就農に対応した産地や法人が求める人材(担い手)を育成

H29年度～

- ①進路別カリキュラムの検討
- ②雇用就農に対応した講座の強化
・労務管理・環境制御技術・GAP等

- ①次世代型ハウスを建設
- ②グローバルGAP認証取得の準備
・研修・専門家による現場指導
・学生によるGAPチームが自己点検を実施

- ①オープンキャンパス、寮宿泊体験の実施
- ②HP、SNS等での情報発信強化
- ③高校訪問・農業系高校教員との意見交換会の実施
- ④法人での短期インターンシップの実施

- ①推薦入試要件の改正
- ②習熟度別個別指導の実施
・農業数学、英会話
- ③四年制大学編入事例調査

H30年度～

- ①進路別カリキュラムの実施
・【自営就農】、【雇用就農・就職】、【進学】の3コースで講座を**選択** 例)【雇用就農・就職】: 労務管理・経営管理・環境制御技術・GAP等の講義と実習

- ①次世代型ハウスでの農業実習
・環境制御技術・機器操作・高所作業等の実践
- ②グローバルGAP認証の取得(H30年度)
- ③ICTを活用したスマート農業の実践
・Wi-Fiの整備、タブレット等を活用した授業

- ①農業法人との連携強化
・法人による就職ガイダンスの実施
・クラスター参入企業・農業法人(畜産含む)での**長期インターンシップの実施**
並行して、雇用就農の受け皿となる法人の育成・経営強化が必要！

- ①四年制大学への編入支援
・進学コースの設置(再掲)
・編入に関する情報収集、個別指導の実施

目指す姿

就農者の増加
入校者の増加

高校・保護者・地域から信頼され、選ばれる農大に

生徒と保護者が納得できる確実な就農・就職の実現

産地や法人の求める人材を育成

カリキュラム・施設の充実と個別指導による学力アップ

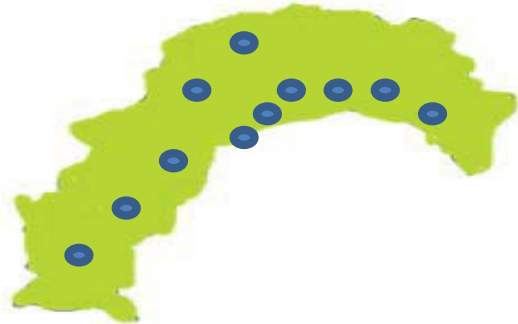
経営体を支える労働力の確保

現状

農業経営の拡大再生産の維持のため農業労働力確保の取り組みが必要

○地域単位に労働力確保対策PT会を設置

- ・11地域で普及・JA・市町村での課題共有と対策協議
- ・労務管理研修等を実施



○高知県農業労働力確保対策協議会を設置

- ・県域での対策を協議
- ・援農ツアーの開催
- マッチング3名(JA土佐あき)



○農業労働力確保支援ポータルサイトの開設

- ・地域を超えた職業紹介が可能に
- サイト登録: 求人28名・求職3名
- 募集チラシのアップ→マッチング25名



課題

○潜在的な労働力の掘り起こし

- ・ターゲット毎の対策の整理と実施
- ・農作業を理解してもらうための農作業体験の実施

○農繁期や緊急時にサポートできる体制の整備

- ・JA無料職業紹介所へのヘルパー登録の強化
- ・常設ヘルパーの設置

○県内外の援農者の受入体制の強化

- ・地域外からの援農者の移動手段の確保
- ・地域外からの援農者の宿泊施設の確保

○働く場として選ばれる経営体への体質強化

- ・農家側と求職者側の雇用条件のミスマッチ解消
- ・標準的な労賃を支払うことのできる経営体の育成

対策

拡

潜在的な労働力の掘り起こし(事業主体: 農業会議、JA、市町村 補助率: 定額、1/2)

子育て世代	親子農業体験イベント等を開催
シルバー世代	新聞広告やJA広報・HP等で農業体験イベントやヘルパー登録の呼びかけ
大学生	大学版アグリスクール開催、インターンシップ・ボランティアの呼びかけ
障害者	障害者や福祉施設指導員等を対象とした農業体験会の開催、農作業の切り出し

* JAや市町村による独自の農業体験・援農ツアーの開催等、各地域地域で実施する取り組みに支援を拡大

新

県内外の援農者の受入体制の強化(事業主体: JA・市町村 補助率1/2)

- ・援農者、農作業アルバイト専用の宿泊所の確保: 空き家の改修(トイレの水洗化、シャワーの設置等)
- ・地区外からの援農者の移動手段の確保: 高知市や最寄駅等から現地、宿泊施設から農作業現場への送迎等
- ・受け入れのための施設充実: 簡易トイレ、休憩所 等の設置

新

農繁期や緊急時に農作業をサポートできる体制の構築(事業主体: JA等 補助率1/2)

- ・一時的な短期雇用に対応するため、JA出資型法人等によるサポート隊(仮称)の設置

新

働く場として選ばれる産業、経営体への体質強化

- ・個人や地域で、周年の農作業ができる作物作型の導入を啓発
- ・労働生産性を高め一定水準の労賃が払えるよう、GAP、トヨタのカイゼン方式の導入による農作業の効率化や、省力化技術(ニラのそぐり機等)の導入推進
- ・専門家によるモデル農家へのカイゼンコンサルの実施

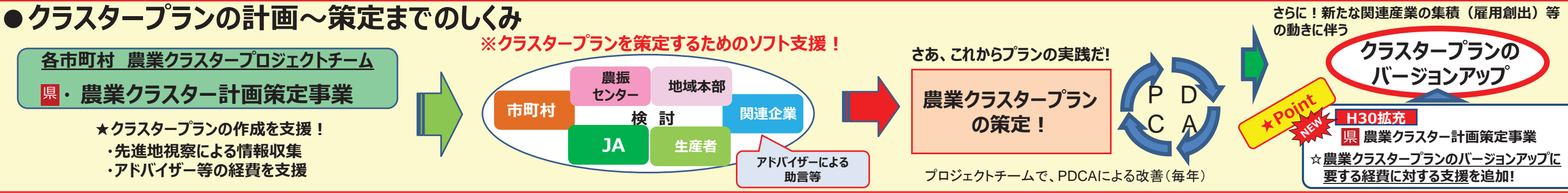
ポータルサイトの改修

- ・ポータルサイトの機能を強化し、掘り起こした人材情報の登録を促進。マッチングに活用
- ・JAと連携した農作業体験会等の開催情報や実績など、情報発信の強化

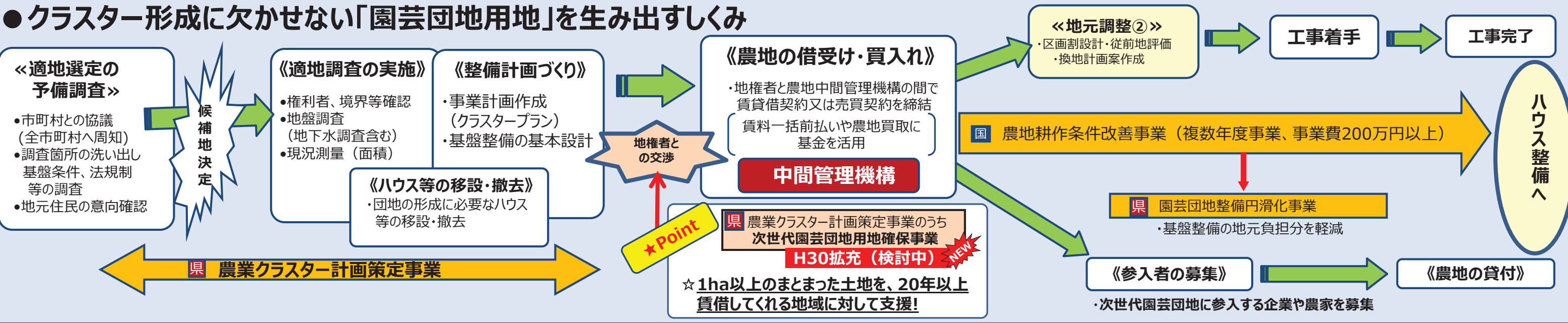
安定的な雇用確保と経営発展

農業クラスター形成のための支援メニュー

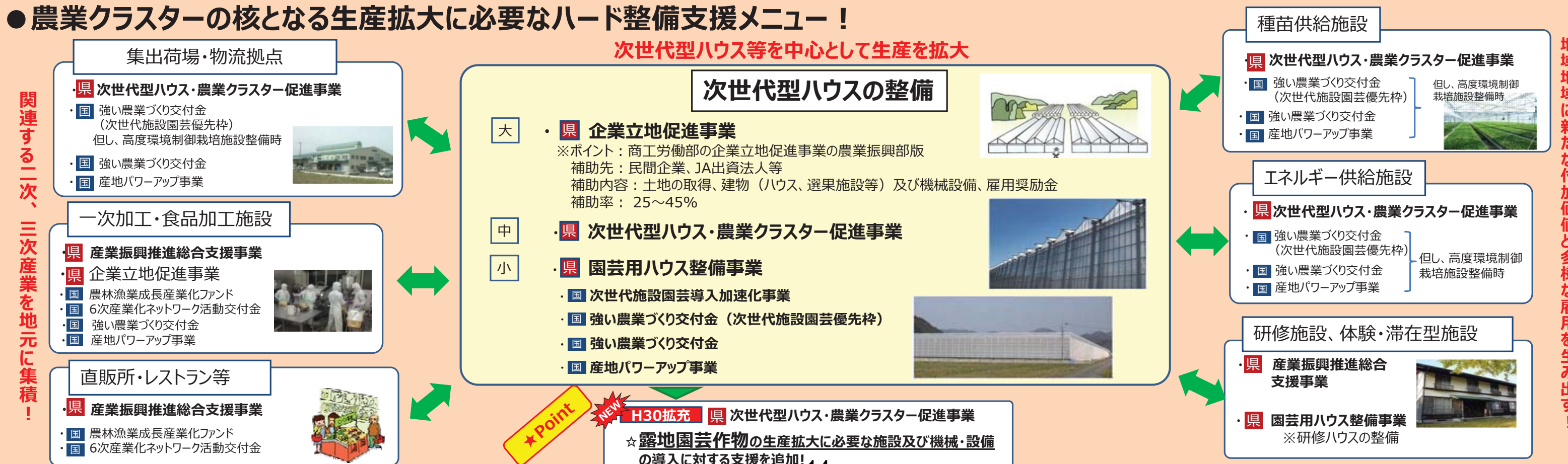
● クラスタープランの計画～策定までのしくみ



● クラスター形成に欠かせない「園芸団地用地」を生み出すしくみ



● 農業クラスターの核となる生産拡大に必要なハード整備支援メニュー！



分野を代表する目標

**木材・木製品製造業出荷額等
原木生産量**

出発点 (H26) 204億円⇒ 現状 (H27) 220億円 ⇒ 4年後 (H31) 220億円⇒ 6年後 (H33) 232億円⇒ 10年後 (H37) 256億円

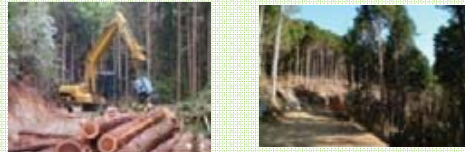
出発点 (H26) 61万m³⇒ 現状 (H28) 62.8万m³⇒ 4年後 (H31) 78万m³⇒ 6年後 (H33) 81万m³⇒ 10年後 (H37) 90万m³

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
森林情報の精度向上 (林地台帳の運用開始)
- ・効率的な生産システムの導入を促進
本県の地形に適した林業機械の開発
- 拡** 高性能林業機械等の導入・整備 (リース事業の創設)
林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催
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



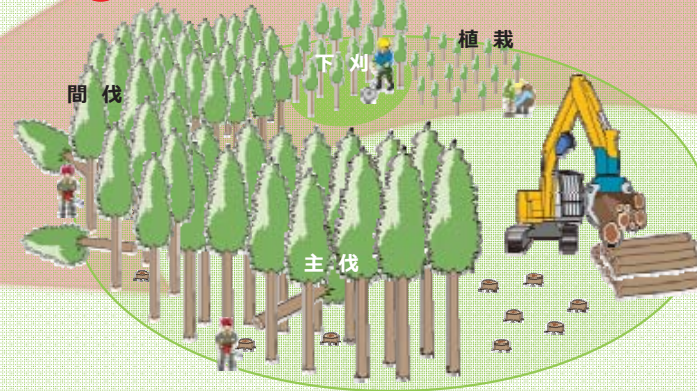
○持続可能な森林づくり

- ・苗木の生産体制の強化
- ・間伐の推進



○再造林コストの縮減

- 新** 一貫作業システムの促進



柱5 担い手の育成・確保

○林業大学の充実・強化

- ・林業大学における人材育成
- 新** 専攻課程において林業のエキスパート・木造設計士を育成
- ・森林組合等の県内事業者への雇用促進



○きめ細かな担い手確保の強化

- ・林業労働力確保支援センターとの連携
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



○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

D材 (端材等)

C材 (低質材)

バイオマス利用

木質バイオマス
発電所 2 箇所
(H27稼働)

○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



○A材の需要拡大

- 新** 木造化を促進するため設計へ支援
- 拡** デザイナー等と連携した商品開発



○CLT等の普及促進

- ・CLT建築物の普及促進と需要拡大
- 新** 木造化を促進するため設計へ支援〔再掲〕
経済同友会との連携

○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** 木造化を促進するため設計へ支援〔再掲〕
- 拡** デザイナー等と連携した商品開発〔再掲〕
- ・県産材を活用した木造住宅建築の促進



森の資源を
余すことなく活用

林業・木材産業 クラスターの形成

『拡大再生産』の
好循環へつなげ、
中山間地域を元気に！



柱2 加工体制の強化

○高次加工施設の整備

- ・集成材工場の整備
- ・CLTパネル工場の整備



○製材工場の強化

- ・製材事業者の加工力強化
- 拡** 事業戦略の策定及びフォローアップ
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



B材 (中質材)

ラミナ用材

CLT用ラミナ工場
(H28稼働)

集成材工場
(H28稼働)

A材 (良質材)

建築用材

大型製材工場
(H25稼働)

柱3 流通・販売体制の確立

○外商体制の強化・A材の販売促進

- 拡** 役物定期便の定着
- 拡** 非住宅建築物への土佐材の活用



○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** 役物定期便の定着〔再掲〕



○販売先の拡大

- ・県外での土佐材を使用した建築の促進
- 拡** 非住宅建築物への土佐材の活用〔再掲〕
- ・海外への販売促進
海外見本市等でのPR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⇒現状(H27):220億円⇒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(H28):62.8万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 ⑳:10.9万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「具体的な取り組み」	1. 生産性の向上による原木の増産 ◆森の工場の拡大・推進 ・集約化に必要な森林情報の精度向上(林地台帳の運用開始) ◆効率的な生産システムの導入を促進 ・本県の地形に適した林業機械の開発 ・[拡充]高性能林業機械等の導入・整備(リース事業の創設) ・林道整備の促進に向けた協議会・WGの開催 ・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 ・間伐推進 3. 再造林コストの縮減 ◆[新規]一貫作業システムの促進	1. 製材工場の強化 ◆製材工場の加工力強化 ・[拡充]事業戦略の策定支援及びフォローアップ ・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. 外商体制の強化・A材の販売促進 ・[拡充]役物定期便の定着 ・[拡充]非住宅建築物への土佐材の活用 2. 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]役物定期便の定着[再掲] 3. 販売先の拡大 ◆県外での土佐材を使用した建築の促進 ・[拡充]非住宅建築物への土佐材の活用[再掲] ◆海外への販売促進 ・海外見本市等でのPR活動	1. A材の需要拡大 ・[新規]木造化を促進するための設計支援 ・[拡充]デザイナー等と連携した商品開発 2. 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 ・[新規]木造化を促進するための設計支援[再掲] ・[拡充]デザイナー等と連携した商品開発[再掲] ◆県産材を活用した木造住宅建築の促進 3. CLTなどの普及 ◆CLT建築物の普及促進と需要拡大 ・[新規]木造化を促進するための設計支援[再掲] ・経済同友会との連携 4. 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	1. 林業大学の充実・強化 ◆林業大学校における人材育成 ・[新規]専攻課程において林業のエキスパート・木造設計士を育成 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進 2. きめ細かな担い手確保の強化 ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保 ・定期相談会の開催 ・フォレストスクールの充実 ◆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. 事業体の経営基盤の強化 ◆林業事業体のマネジメント能力向上 ◆林業事業体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

【これまでの取組】

◇森の工場の整備・拡大

- ・林地の集約化
- ・路網整備
- ・高性能林業機械の導入

◇皆伐の促進

- ・集材架線の架設、作業道整備
- ・高性能林業機械の導入

◇森林組合の経営力強化

- ・森林経営計画の策定
- ・施業プランナーの育成

◇森林組合支援WGによるサポート

- ・工程分析によるボトルネックの洗い出しと改善策の検討、実行
- ・効率的な作業システムの構築支援

◇路網整備の促進

- ・林道整備促進協議会の設置(林業事務所毎に市町村、森林組合等による路網整備の協議)

【新しい動き】

◇高知県森林組合連合会

- ・高性能林業機械貸付事業の創設

【成果】

生産量	H22	H25	H26	H27	H28
単位:万m ³	40.4	49.5	61.0	59.2	62.8

森の工場	H22	H25	H26	H27	H28
単位:千ha	37.2	59.1	63.3	66.0	67.5

生産性 (森の工場)	H22	H25	H26	H27	H28
単位m ³ /人日	2.99	3.08	3.29	3.52	3.29

【課題 1】

◇効率的な生産システム

林道や林業専用道、作業道などの路網と高性能林業機械による効率的な作業システムの定着が十分でない。

○路網整備

効率的な原木生産を行うため、林道、林業専用道を核とした路網整備。

○森の工場の大型化

林道、林業専用道の計画に連動した森の工場の規模拡大。

○高性能林業機械の導入

- ・国予算の動向から、必要な予算の確保が困難な状況。
- ・本県の地形に適した林業機械の開発

【課題 2】

◇森林組合の生産性向上

森林組合支援WGによる生産性向上の着実な前進。

【課題 3】

◇皆伐、再造林の促進

原木増産のためにも、人工林の齢級配置の平準化のためにも、皆伐と間伐を組み合わせる生産が必要。

○再造林のコスト縮減

皆伐促進に伴い、増加する見込みの再造林のコスト縮減は、喫緊の課題。

○一貫作業システムの実証

コスト縮減に効果があるとされる一貫作業システムの、本県との適合度。

○コンテナ苗の生産体制と普及

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】

現場条件に合った、路網と高性能林業機械の組み合わせにより、生産性向上を図る。

◆路網の整備促進

- 林道整備促進協議会による地域での十分な議論と計画的な路網整備
- 林道、林業専用道を核に、森林作業道を組み合わせた効率的な路網整備の促進
- 既設作業道の改良
- 災害復旧の対応

◆森の工場の事業規模の拡大

◆高性能林業機械の導入支援の制度見直し

- 導入支援の制度再編
 - ・**新**リース事業の創設
 - ・意欲と能力のある林業事業者による効果的な機械導入の推進
- 本県の地形に適した林業機械の開発

【森林組合の生産性向上支援】

工程分析等によるボトルネックの洗い出しと改善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
 - H28(6組合) H29(6組合) H30(5組合) 計17組合
- 生産システム等の改善に必要な経費を支援
 - ・試行のための高性能林業機械レンタル
 - ・路網整備等の講師派遣
 - ・先進事業者での研修支援 等

【皆伐と再造林の促進】

- 一貫作業による再造林の促進とコスト縮減
- 一貫作業の普及のための取り組み
 - ・国の事業を活用した一貫作業への支援
 - ・一貫作業の実証データの収集と指針(ガイドライン)の作成
- 苗木(コンテナ苗)の生産体制の強化
 - ・県苗組を中心とした需給体制の整備

◆県産材の外商促進 《A材の新たな活用》

●目指す姿：木材製品を「より高く」「より多く」売り、中山間地域へ「利益を還元」できる取組を促進

●現状

【森林資源の充実に伴う生産の増大】

産業振興計画に基づく原木の増産
H24：47万m³ ⇒ H28：63万m³ ⇒ H37：90万m³

【林業・木材産業の経営環境の悪化】

原木、製品価格の低迷による採算性の悪化
日欧EPAの発効に伴う外材の価格競争力の高まり
・輸入関税（集成材3.9%、SPF製材4.8%など）を段階的に削減

【木材を活用する市場の縮小】

人口減少に伴う住宅建築の減少
・H28：97万戸 ⇒ H42：55万戸（民間予測）（全国）
低位にとどまる非住宅建築物の木材利用
・木造化率：戸建住宅82%、非住宅建築物36%（全国）

【林業・木材産業及び建築に携わる担い手の不足】

中山間地域の高齢化等による林業従事者等の減少
木造建築等に精通した建築士等の不足

●これまでの森林資源を余すことなく活用するための対策

【A材（良質材）対策】

・大型製材工場の整備、既存製材所の設備強化 など

【B材（中質材）対策】

・集成材工場、CLT用ラミナ工場の整備、CLTの普及 など

【C・D材（低質材）対策】

・木質バイオマス発電所（2か所）の整備 など

●課題

B～D材については、加工・利用体制の整備に伴う需要拡大により、拡大再生産の好循環の達成に向けた対策（環境）が整いつつある

高単価での取引が見込まれるA材（良質材）をより高く、多く売る仕組みづくりが必要

●今後の取組方針

■A材の需要拡大と販売促進を強化（需要の大半を占める建築用材の外商を拡大）

戦略1 マーケットシェアの拡大【住宅】

・外材や他産地と競争し、県産材のシェアを拡大する仕組みづくり

戦略2 新たなマーケットの開拓【非住宅】

・非住宅建築物への木材利用の推進及び木造建築を推進する人材の育成

戦略3 新たな活用策の展開【内装材等】

・高付加価値な木材製品の開発及び販路の開拓

戦略1 マーケットシェアの拡大【住宅】

●既存マーケットでのシェア拡大

県外市場における外商促進に向け、県内生産体制の整備や流通の改善等の取り組みを展開

製材事業者の加工力の強化

■経営改善に向けた事業戦略の策定と実践
■品質向上と安定供給に向けた乾燥機等の導入
■強度表示の推進による新たな販路の開拓

県内展示会の充実

■県外からの集客による外商促進

流通の効率化・利便性の向上

■定期輸送の拡充
・大規模荷主を活用した共同定期輸送の拡大
・役物等の販路拡大に向けた定期便化

土佐材流通拠点の活用

■土佐材の常時ストックによる利便性向上
■土佐材展の開催地の拡大
■パートナー拠点による土佐材流通の開拓

土佐材パートナー企業との連携

■土佐材のPR活動による販売促進
■リフォーム需要の開拓

産地商談会・消費地商談会の開催

■現地視察（県内の山林や製材工場等）による県外事業者等への土佐材のPR
■県外消費地での商談会開催による外商促進

戦略2 新たなマーケットの開拓【非住宅】

●新たな需要の開拓

非住宅建築物の木造化を促進するため、新商品と一般製材品をセットで提案・売り込み

商品開発・利用促進

■県内企業と県外企業との協働による商品開発
■土佐材パートナー企業等への新商品のPR及び販売促進
【新商品】
・SWP、A型トラス、重ね透かし梁 等
■モデル建築物の整備及び見学会の開催

人材の育成

■実務者向け設計セミナーの開催
■モデル建築物を活用した技術研修の開催
■林業大学の木造設計コース開設
■林業大学の短期課程の活用（建築士、インテリアデザイナー等向けのセミナーの開催）

施主等への提案

■経済同友会と連携した民需の拡大
■CLT首長連合と連携した木材利用の促進
■木造非住宅建築物への設計支援
■モデル建築物の整備及び見学会の開催【再掲】

外商体制の強化

◆新たなA材対策である内装材等と一般製材品をセットで提案営業

◆非住宅建築物に一般製材品の活用を促進

戦略3 新たな活用策の展開【内装材等】

●付加価値の向上

木材製品の付加価値を高めるため、店舗内装、マンション内装等へ使用する県産材製品（内装、建具、家具等）の開発、製造・販売をサポートする取り組みを展開

○県内メーカーの営業提案力・デザイン力の強化（県外メーカー等とも連携） + ○林業大学校と連携によるデザイナー等人材育成

新商品の開発・販売等 ⇒ 技術やノウハウの習得と蓄積

○営業提案及び県内受注体制の確立（県内メーカーの組織化）

* 県内メーカーの連携による展開

取扱量の拡大

事業戦略づくりの取組について

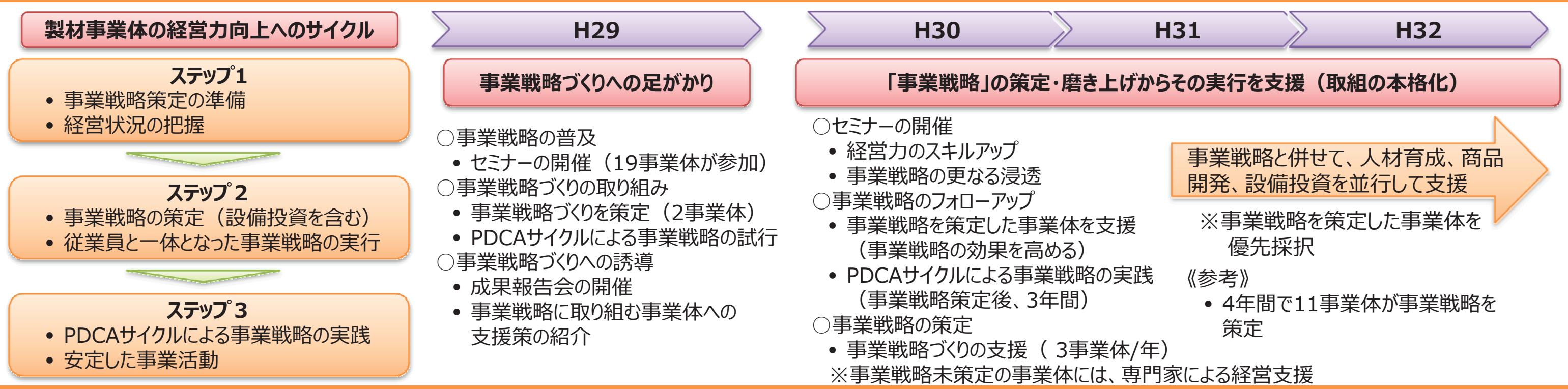
製材事業体の課題

- 昨年実施した製材調査では、経営状況について、55社中、横ばい：26社、悪化：20社との回答があり、製材事業体の多くで経営改善が必要
 - 経営状況の正確な把握
 - 経営改善に向けた経営者のスキルアップ
 - 時代の変化に対応したビジョン、目標の明確化
 - 借入金に依存した経営からの改善

製材事業体に対する取組

- 「事業戦略」の策定・磨き上げからその実践までの支援を行い、製材事業体の経営力を強化
 - 財務、収益状況を随時把握できる仕組みづくり
 - 利益を予測した製材品の生産と計画的な設備投資の実施
 - PDCAサイクルによる事業戦略の実践
 - 利益を着実に生み出す経営体質への改善

事業戦略への取組

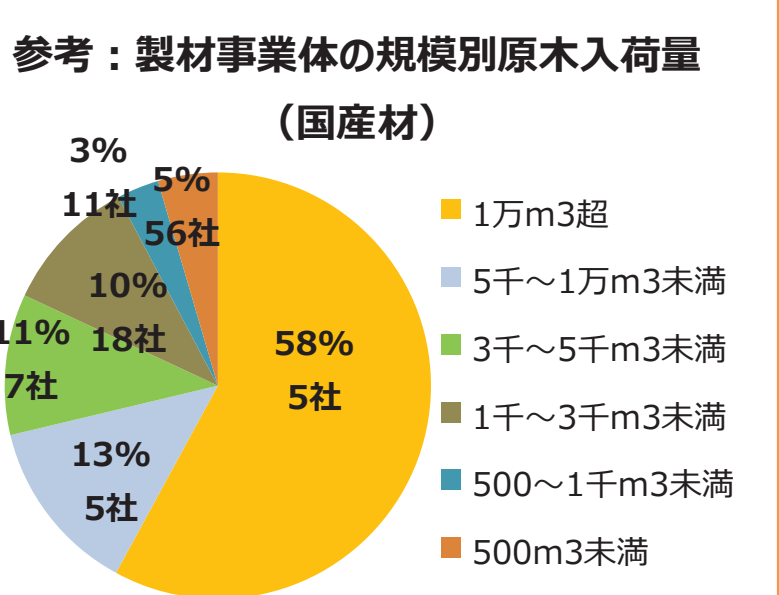


目指す成果 1 経営力のアップ

- ### 製材事業体の経営力向上及び人材の育成
- 持続的な成長を続ける製材事業体（安定した収益を生む製材事業体）
 - 経営に対して高いスキル・ノウハウを持った経営者（市場ニーズに柔軟に対応できる経営者）
 - 技術力とコスト意識を持った技術者（目的意識を持った技術者）
 - 安定した経営による事業承継（後継者が継ぎたがる製材事業体の育成）
 - 雇用の促進（加工量の増大）

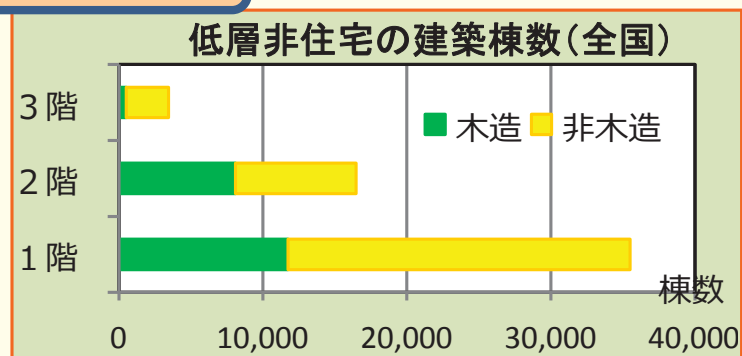
目指す成果 2 事業戦略に基づく生産及び販売の促進

- ### 国産製材を牽引する製材事業体の加工力の強化
- ターゲットとする県内国産原木入荷量の8割以上を取り扱う17事業体（3千m³以上/年、事業体）の加工力を強化
 - 競争力や付加価値の高い生産・販売を展開
- 〈ターゲットとする17事業体の内訳〉**
- 当該事業による事業戦略策定事業体11事業体（H29:2事業体、H30～32:9事業体（3事業体/年×3年））
 - 経営方針策定済事業体：6事業体（高知おおとよ製材（株）、池川木材工業（有）、4森林組合）
- ※17事業体原木入荷量/原木入荷量（H27） = 214千m³/261千m³ = 約81%



非住宅建築物木造化への取組

背景



・住宅の木造率 82.3% ・非住宅の木造率 36.4%
 木材の需要拡大を図るためには、**これまで、木造率が低い非住宅建築物の木造化が必要。**

課題

低層非住宅の木造化の課題

- ①非住宅建築物では大きな間口や空間が必要であり、長いスパンに対応できる木質資材が必要
- ②建築例が少ないため、情報が不足し、設計できる建築士が少ない
- ③施主・建築士は、木造にするとコストがかかるイメージを持っている

対策

低層非住宅(3階建以下)の木造化を促進するために

- ①リーズナブルな新製品の開発
 - ・一般に流通している木材と接合金物の組み合わせによる製品化
 - ・非住宅建築物向けの内装材等の製品アイテムが必要
- ②設計士の人材育成
 - ・技術ノウハウの蓄積・普及、建築士の掘り起こし
- ③施主へ木造化の提案の強化
 (防火措置、構造設計が必要な建築物に対しては、建築士が木造を敬遠する傾向がある)

取組

H28・H29

成果

見直しのポイント

H30～

商品開発・利用促進

- 構造用新製品の開発(H28)・製品のブラッシュアップ(H29)
- ・一般流通材など活用した製品
- モデル建築物を建設
- ・新製品を使った実証棟の建設
- 若手建築家・インテリアコーディネーターによる非住宅向け製品の開発(東京ウツコレクション(モコレ)に出展)

- 構造用新製品
 - ・重ね透かし梁、A型トラス
 - ・木質ラーメン、SWP

- 非住宅向け製品
 - ・内装材(フローリング、タイル)、
 - ・外構製品(ルーバー)、
 - ・非常時用品(間仕切り、簡易ベット)

- 開発(ブラッシュアップ)された製品の認知度向上
 - ↓
 - ・利用拡大に向け建築関係者の普及
- さらなるA材の活用
 - ↓
 - ・商品アイテムの拡大

- 構造用新製品の標準仕様書の作成、建築関係者への配布(利用掘り起こし)
- 県内及び県外企業との協働による商品開発
- 県外パートナー企業等へのPR及び販売促進(継続)
- ・H29開発の木製品の改良・ブラッシュアップ
- ・A型トラス、重ね透かし梁のモデル建築(H29に実施できなかった構造用新製品)
- ・見学会の開催によるPR

人材育成

- 非住宅建築セミナー開催(H28:52名)
- モデル建築物の見学会(29名)
- 林業大学校建築課短期課程(37名)

- 建築士の非住宅建築物に対する知識の習得

- さらなるスキルの向上
 - ↓
 - ・建築事例など活用したと技術及びノウハウの普及

- 実務者向け設計セミナーの開催
- ・構造用新製品、全国の優良事例の活用
- モデル建築物を活用した技術研修の開催
- 林業大学校の木造設計コース開設・短期課程の活用

施主への提案

- 木造公共建築物の事例集の作成・配布(H28:市町村・建築士県外パートナー企業 2,000部)
- モデル建築物の建設
- モデル建築物の見学会

- モデル建築物 2棟
(SWP、木質ラーメン)

- 構造計算など費用と時間が掛かることから、施主への木造化の提案を手控え
 - ↓
 - ・設計費への補助等による施主への提案強化

- 経済同友会と連携した木材需要の拡大
- 首長連合と地域の経済同友会が連携した木材需要の拡大
- 低層木造非住宅建築物への設計支援
- ・モデル建築物の建設及び見学会(継続)

期待される成果

- 新製品(構造用)の普及により、非住宅建築のロングスパン等への対応が容易
- 防火措置又は比較規模の大きい(3F,延床500m²以上)建築物の木造化が促進
- 新商品(アイテム拡大)の県内外への販売促進によるA材需要の拡大

- 非住宅建築物の木造化・木質化の促進
- 木製品によるさらなる木材需要の拡大

CLTの推進に向けた取組について

これまでの国等の動き

- ・JASの制定(H25)
- ・CLT首長連合の設立(H27)
- ・関連告示(H28)
- ・CLT議員連盟の設立(H28)
- ・関係省庁連絡会議の設置(H28)
- ・CLTの普及に向けた新たなロードマップ(H29)

課題

- 需要者へのCLTに関する認知度の向上
- 鉄筋コンクリート造・鉄骨造と競争できる建築コスト
 - ・CLTパネル価格の低減
 - ・CLTに関する設計技術の向上
 - ・施工の効率化
- CLT建築を推進する人材の育成

対応

- CLTのPR及び需要拡大
 - 公共建築に率先利用して民間建築(都市木造)へ波及
- 建築事例を通じた技術・ノウハウの蓄積及び普及
 - 低コスト建築事例の収集と広報
- 技術研修会等によるスキルアップ

取組

H25～29

これまでの主な成果

見直しのポイント

H30～

周知・PR

- CLT建築推進協議会(H25設立)を中心に
 - ・フォーラム及び見学会の開催(H25～)
 - ・CLT展示会、パンフレットの作成配布(H28)
 - ・建築士向けの見学ツアーの開催(H29)
- CLT首長連合による政策提言、参加自治体による自ら利用等の宣言(H27～)
- 経済同友会との協働プロジェクト(H29)

- 建築関係者等の認知度向上
- 全国的な需要拡大の取組を開始
- CLT首長連合の構成員拡大
 - 設立時 14名(H27)
 - ↓
 - 現在 107名(H29.11末)
- 経済同友会による提言の作成及び情報発信、会員企業による国産材利用活動の推進

- さらなる施主(民間)への認知度の向上
 - ↓
 - ・全国における需要拡大に向けた取組の強化
 - ・民間需要者へのアプローチの強化

- 経済同友会と連携したCLT等の木材需要の拡大
 - ・フォーラムの開催
 - ・会員企業へのCLT紹介
- 首長連合と地域の経済同友会が連携したCLTの普及
- 全国団体へのCLT普及へのPR(日本CLT協会等との連携)

建築物の普及

- モデル建築物整備への支援(H25～29基金事業、H29県単)
- 設計に必要なデータ収集及び技術的なアドバイスの提供(H25～)

- 全国トップクラスのCLT建築物の整備
 - 完成10件 ※バス停、トイレを除く(平成28年度末、全国82件)
- コストダウンした建築物の誕生
 - 宿毛商銀

- 施主への提案拡大
 - ↓
 - ・設計費への補助等による施主への提案強化
 - ・CLTが持っているポテンシャルの情報発信の強化

- 建築物の設計支援(整備は、国の公募事業を活用)
- コストパフォーマンスを図る設計に向けた技術セミナー
 - ・適材適所のCLTの活用
 - ・接合金具の選択、施工の工夫等

技術者の育成

- 建築事例を活用した勉強会、技術研修会(H25～)
- グラーツ工科大学との技術協定及び交流(H26～)

- CLTに携わる技術者
 - 約30名
- 日本CLT協会の設計支援WG委員に2名登録(全国14名)

- CLTに取り組む建築士が固定化
- さらなる設計技術の向上
 - ↓
 - 建築士の裾野拡大,スキルアップ

- CLTの入門的な研修会を実施
- 林業大学の専攻課程と連携した研修の実施
- コストパフォーマンスを図る設計に向けた技術セミナー(再掲)

期待される成果

- CLTを核とした全国的な木材需要の拡大
- CLTの需要拡大による県内へのCLTパネル工場を整備



- 県内CLT関係技術者とタイアップした県産材の販売拡大

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

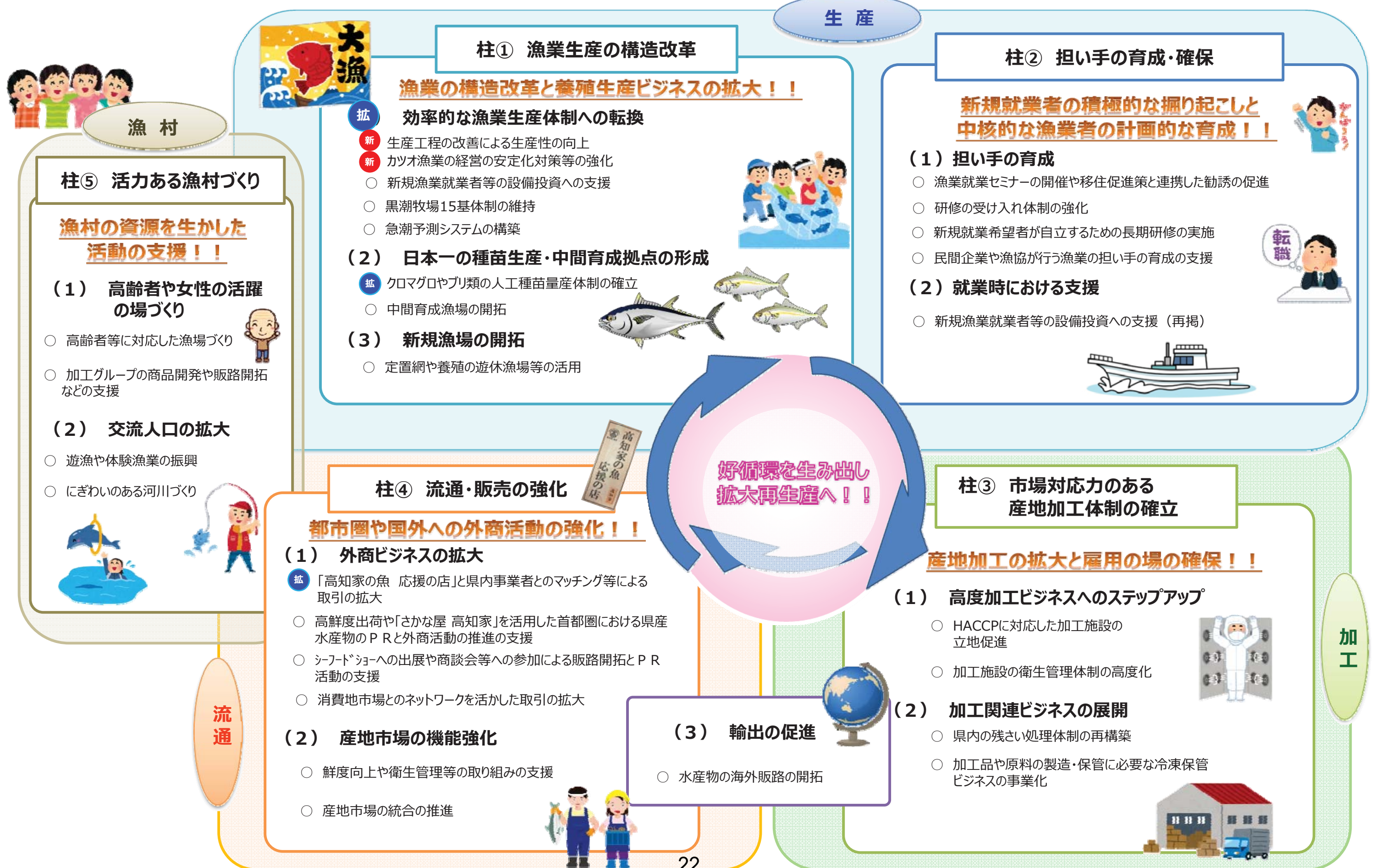
漁業生産額(宝石サンゴを除く)

出発点 (H25) : 446億円 ⇒ 現状 (H27) 483億円 ⇒ 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 (H27) 204億円 ⇒ 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 (宝石サンゴを除く) 水産加工出荷額	出発点(H25):446億円 ⇒ 現状(H27):483億円 ⇒ 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(H27):204億円 ⇒ 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	★ 鮮魚の県内市場取扱額 ・㉔ 85億円 ⇒ ㉓ 90億円以上 ⇒ ㉒ 92億円以上 ⇒ ㉑ 95億円以上 ★ 人工種苗の供給尾数 ・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 ★ 新規就業者数 ・(H24-26平均) 37名/年 ⇒ ㉓ 50名/年 ⇒ ㉒ 50名/年 ⇒ ㉑ 50名/年	★ 衛生管理の高度化に対応した加工場の割合 ㉔ 24% ⇒ ㉓ 100% ⇒ ㉒ 100% ⇒ ㉑ 100% ・海外HACCP対応型の加工場 ㉔ 0件 ⇒ ㉓ 3件 ⇒ ㉒ 4件 ⇒ ㉑ 5件 ★ 養殖魚の前処理加工 ・出荷額 ㉔ 5億円 ⇒ ㉓ 29億円 ⇒ ㉒ 32億円 ⇒ ㉑ 36億円 ・雇用者 ㉔ 58名 ⇒ ㉓ 120名 ⇒ ㉒ 125名 ⇒ ㉑ 130名	★ 「応援の店」 ・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 ★ 産地市場の集約化 ㉔ 33市場 ⇒ ㉓ 28市場 ⇒ ㉒ 23市場 ⇒ ㉑ 15市場 ★ 水産物の輸出 ㉔ 0.2億円 ⇒ ㉓ 3億円 ⇒ ㉒ 4億円 ⇒ ㉑ 6億円	★ 高齢者等に対応した漁港漁場づくり 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」	(1) 効率的な漁業生産体制への転換 ◆ [新規]生産工程の改善による生産性の向上 ◆ [新規]カツオ漁業の経営安定対策等の強化 ◆ 法人等の生産現場への参入の促進 (2) 日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成 ◆ [拡充]人工種苗量産体制の確立 ◆ 試験研究機能の充実・強化 ◆ 中間育成漁場の開拓 (3) 新規漁場の開拓 ◆ 定置網や養殖の遊休漁場等の活用	(1) 担い手の育成 ◆ 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 (2) 就業時における支援 ◆ 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	(1) 高度加工ビジネスへのステップアップ ◆ 既存加工施設の高度化 ◆ 既存加工施設の衛生管理体制の強化 ◆ HACCPに対応した加工施設の立地促進 (2) 加工関連ビジネスの展開 ◆ 残さい加工ビジネスの再構築 ◆ 冷凍保管ビジネスの事業化 (3) 輸出の促進 ◆ 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	(1) 外商ビジネスの拡大 ◆ [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 (2) 産地市場の機能強化 ◆ 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 (3) 輸出の促進【再掲】 ◆ 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓	(1) 高齢者や女性の活躍の場づくり ◆ 高齢者等に対応した漁場づくり ◆ 『地域加工』の支援 (2) 交流人口の拡大 ◆ 遊漁や体験漁業の振興 ◆ にぎわいのある河川づくり
-------------------	---	--	--	---	--

水産業分野における生産工程の改善等による生産性の向上

バージョンアップ
取組の方向性

- 漁業生産の各工程の問題点を体系立てて洗い出し、ニーズを顕在化
- 隘路（ボトルネック）の解消を図り、漁業経営の安定化を図る
- 漁業経営等を幅広く見渡して事業戦略（中・長期計画）を策定

課題：①人手不足を解消するための省力化 ②効率的な操業による漁獲量の維持・拡大 ③事業戦略（中長期計画）の策定

	操業前	出漁判断	漁労作業	市場・流通
定置漁業	<ul style="list-style-type: none"> ● 漁獲量を安定させるための定置網の最適配置 → 計量魚探による漁獲量増大のための定置網の形状や敷設位置の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ● 急潮予測システムの開発 → 急潮による被害軽減及び出漁判断 ● 設置型計量魚探による漁獲予測 → 出漁や漁船に積み込む氷の量を判断 	<ul style="list-style-type: none"> ● 省力化に向けた網形状、操業方法の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ● 選別作業の効率化 → <u>画像認識技術を用いた選別機の開発</u> ● 流通の改善 → 「高知家の魚 応援店制度」<u>参画事業者による流通改善（物流・受発注）の検討</u>
漁船漁業	<ul style="list-style-type: none"> ● 漁具の改良、操業準備の省力化 → <u>改良型漁具による操業準備の効率化</u> ● 黒潮牧場をはじめとする魚礁の最適配置の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ● 黒潮牧場（漁海況システム）の有効活用 ● 標本船調査結果の即日周知 → 出漁判断や効率的な操業 	<ul style="list-style-type: none"> ● 省力化に向けた操業方法や漁具の改善 → <u>改良型漁具による操業の効率化【再掲】</u> 	
	稚魚の導入	給餌管理	網替え・分養	生産管理
養殖業	<ul style="list-style-type: none"> ● 人工種苗による生産の安定化 → 人工種苗の量産化による種苗の安定供給（クロマグロ、カンパチ、ブリ） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 給餌の省力化、コスト削減 → <u>自動制御機能を備えた給餌器の開発</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 省力化に向けた作業工程の見直しや機器導入の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ● データによる生産管理 → <u>給餌量、環境データの自動取得による生産履歴の管理</u>

水産業生産性向上PTで幅広く検討

- ・ 漁業生産の各工程を広く見渡し、機械化・IoT化、作業工程の見直し等により隘路（ボトルネック）を解消
- ・ ニーズの抽出から解決策の検討を継続して実施

生産性向上の各取組を導入し、「事業戦略（中長期計画）」の策定

効率化や事業戦略の策定などにより、漁業経営を安定

伝統ある近海カツオ一本釣り漁業を次代へつなぐ対策の実施

現状

- 中西部太平洋でまき網によるカツオの漁獲量が大きく増加
- 海外まき網の漁獲量が増加した一方、**本県の近海カツオ一本釣りの漁獲量が大きく減少**

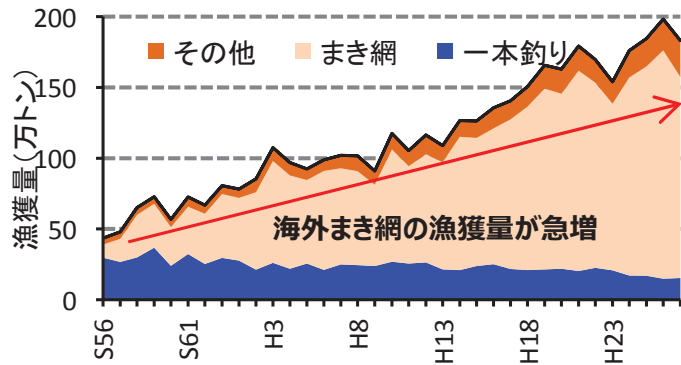


図1. 中西部太平洋におけるかつおの漁獲量の推移

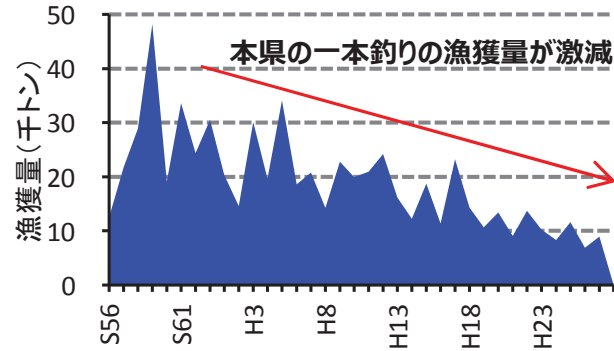


図2. 高知県の近海一本釣りによるかつおの漁獲量

- 特にカツオ漁業の主力である近海船では、漁獲量の減少に加えて、これまでの燃油や資材の高騰などにより、**漁船数が減少**。

- 残っている経営体も**経営状況がひっ迫し、資金繰りが悪化**

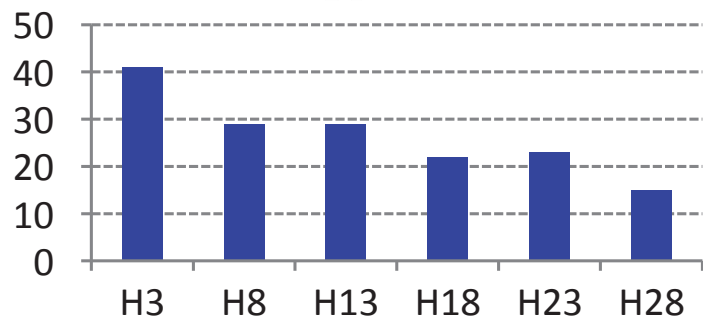


図3. 高知県の近海一本釣り漁船数の推移

表1. 高知県近海一本釣りの経営状況 (H28決算)

繰越剰余金(千円)		借入金残高(千円)	
11経営体	1経営体あたり	11経営体	1経営体あたり
▲346,512	▲31,501	1,943,430	176,675

- 近海カツオ船は**高船齢化が進行**し、漁船の更新時期に廃業せざるを得ない状況

表2. 高知県の近海かつお一本釣り漁船の船齢

～10年未満	2隻
～20年未満	4隻
20年以上	8隻

**50%以上の漁船が
20年以上の高船齢**

本県の伝統あるカツオ一本釣り漁業の存続が危機的な状況

- 漁獲量減少による売上減

- **経営体の減少**
- 多額の借入金に依存した経営、**繰越欠損金が増加**

- 社会的情勢の変化(燃油高騰)等により**自助努力だけでは経営改善が困難**

課題①

●カツオ資源の回復

海外まき網を含めた実効あるカツオなどの資源の保存管理措置の確立し、我が国海域へのカツオの来遊量を回復する。

- ・長期管理目標の水準引き上げ
- ・まき網漁船の漁獲規制や隻数制限

対策①

●「高知カツオ県民会議」

- ・県民・国民世論を盛り上げ、カツオ資源の実効ある管理措置の構築のための国の国際交渉を後押し
- ・カツオ資源に危機感を有する**海外NGOなどとの関係を深め**、島嶼国と問題意識を共有し、資源管理に向けた意識を醸成
- 「県」
- ・国(水産庁、外務省)、**関係県と連携し、島しょ国との友好関係を構築**
- ・客観的な科学データ取得のために、国(水産庁)の実施する熱帯域でのカツオ資源調査に参画

□ **ただし、カツオ資源の回復までには粘り強い長期的な取り組みが必要**

- カツオの生態や資源の解明
 - 資源管理の必要性を国際社会と共有
 - 利害関係国の理解に向けた粘り強い交渉
↑国の交渉等を力強く後押し
- 「高知カツオ県民会議」**

WCPFCでの決定
※参加26カ国・地域の合意が基本

- 資源管理措置の構築
- 資源管理の継続
- カツオ資源の回復

一方、近海カツオ一本漁業の経営は**待ったなしの状況**

課題②

●近海カツオ一本釣り漁業の経営改善

高船齢化している漁船の代船建造を促進し、戦闘力の高い漁船での効率的な操業により経営を改善する。

代船建造に向けて、社会的情勢の変化により悪化している資金繰りを改善し、代船建造につなげる。

- ・資金繰りの改善
- ・代船の建造による高戦闘力の漁船取得

対策②

○資金調達の支援の充実

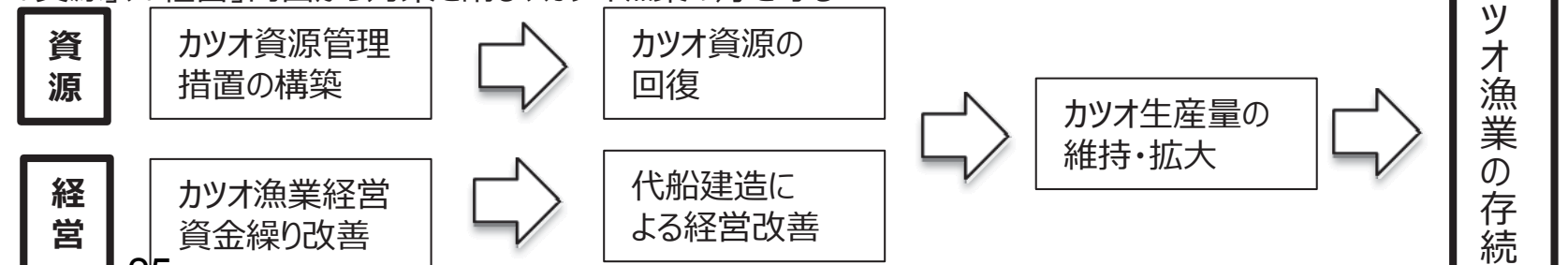
制度資金のメニュー拡充による資金繰りの改善
→**代船建造につなげ経営を改善**

- 戦闘力の向上支援
漁船リース事業等による代船建造、設備投資への支援

※漁船リース事業(H27国補正～代船取得に対する1/2の補助)の継続期間内の代船建造を目指す

カツオ漁業の存続に向けて

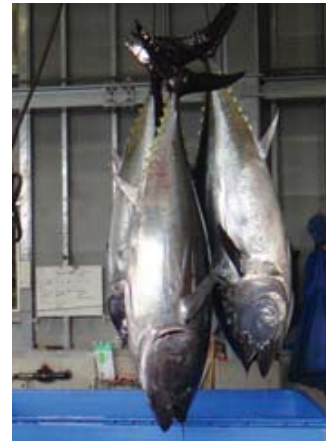
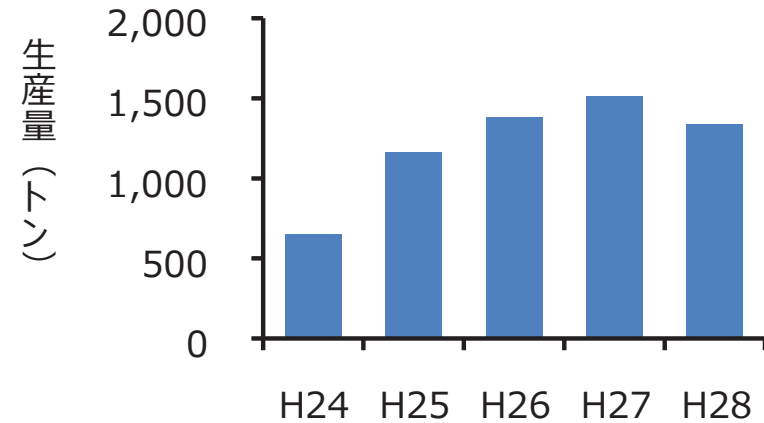
「資源」、「経営」両面から対策を講じ、カツオ漁業の灯を守る



1 本県マグロ養殖の現状と課題

クロマグロ養殖

■ 宿毛湾において、4業者が年間約1,500トン（45億円）を生産



- 既存漁場のキャパや活け込み規制により、今後、天然種苗による生産量は頭打ち
 - ・農林水産大臣指示を受け、天然種苗の活け込みを規制
 - ・WCPFCの議論に対応し、30キロ未満のクロマグロは県別に漁獲枠を設定
- 平成29年度から、県内企業がクロマグロ人工種苗の供給を開始
 - ・23,000尾を沖出しし、7,700尾の人工種苗（体長30cm）を生産
 - ・うち2,100尾を（県委託分）を養殖事業者配布
- 生産量を拡大するためには、人工種苗の活用が必要

その他の魚類養殖

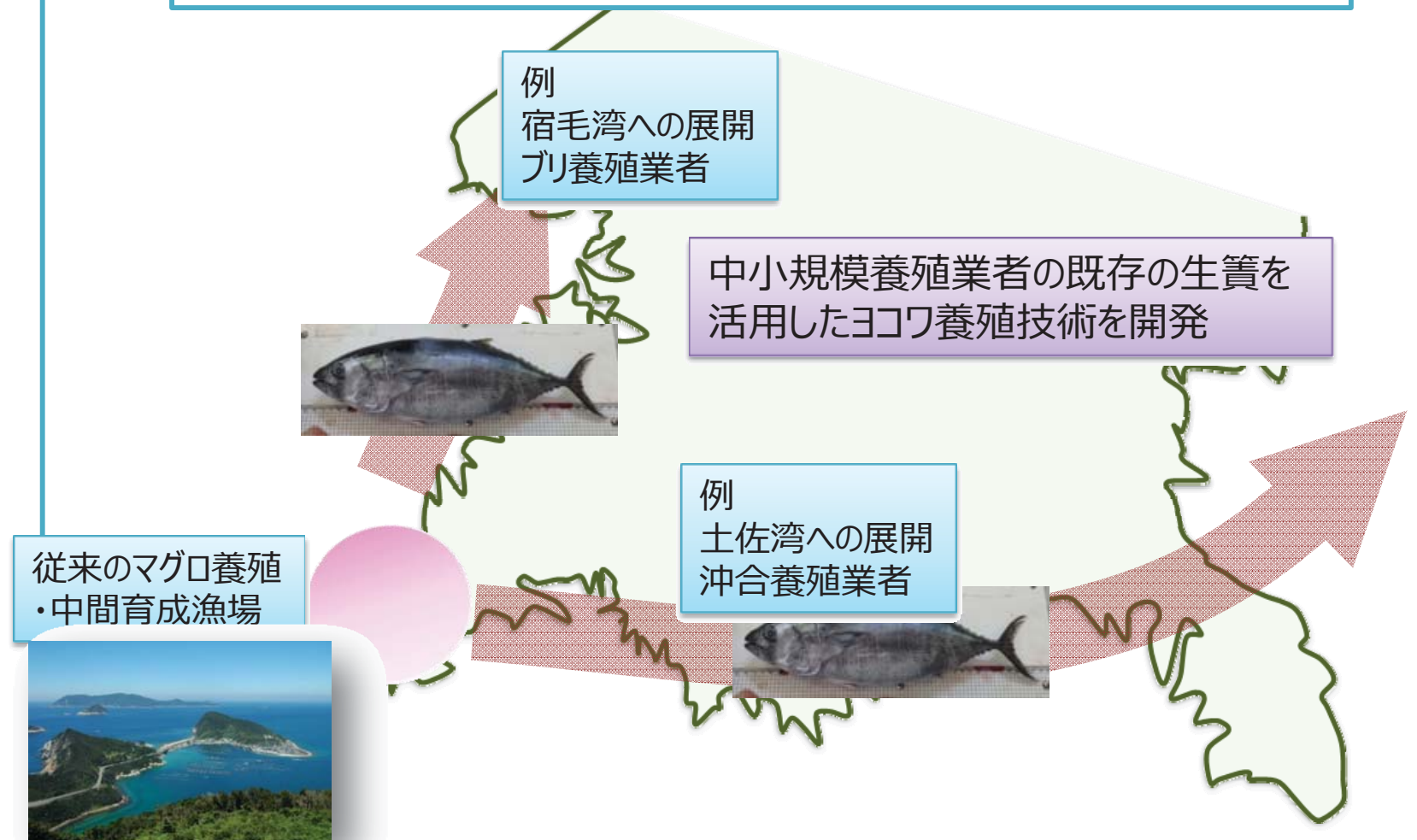
- 魚価の低迷等により、ここ5年間で60経営体が廃業
- 愛媛県や和歌山県は、スマ養殖に着手
 - ⇒ 高知の海域特性を活かし、小規模な養殖業者でも導入できる新魚種開発が課題

本県の養殖経営体数

	H20	H25
ぶり類	80	57
マダイ	116	86
その他	41	32
計	237	175

2 事業の目的

- 現行のクロマグロ養殖業者への人工種苗の普及
 - ★ クロマグロ人工種苗生産委託料（H29～H31）
県内の種苗生産企業に委託し、人工種苗2,500尾を生産配布
- ブリ類養殖業者へのヨコワ養殖普及に向けた養殖試験
 - ★ （新）ヨコワ養殖技術開発試験（H30～H31）
ブリ類養殖の施設でクロマグロ人工種苗500尾を10か月飼育し、品質や採算性等を検証



事業の効果

- 人工種苗の活用によるクロマグロ養殖生産量の増加
- 新たな養殖魚種の導入による中小規模の養殖業者の経営安定

ヨコワ養殖の横展開による拡大再生産の達成

ブリ人工種苗の量産化に向けた人工種苗生産技術の確立

目的

本県ブリ養殖の持続的な振興に向け、高品質なブリ人工種苗の生産技術を確立するとともに、県内養殖業者への人工種苗の普及を図る。

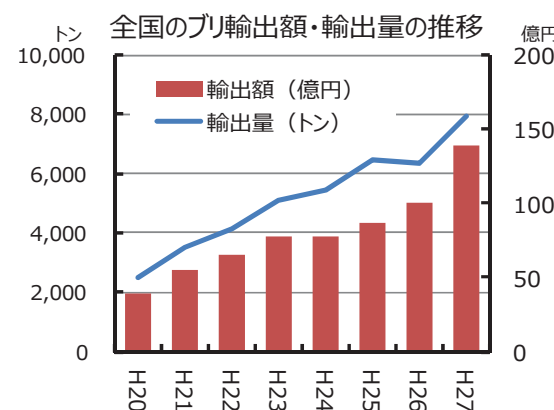
現状

【養殖生産及び経営体数】

- ・H27年の本県における養殖ブリ類の生産額は122億円で、養殖産出額の約57%を占める。
- ・近年のブリ類養殖経営体数は減少傾向（H20：80経営体→H25：57経営体）
- ・ブリ類の養殖生産量は横ばい傾向（H22:12,804トン→H27：12,453トン）

【需要等】

- ・国内需要が低迷する中、ブリ輸出量・輸出額は、米国向けを中心に順調に増加
- ・日EU・EPAの発効に伴い、ブリ（冷凍フィレ）にかかる関税の撤廃が大筋合意され、輸出拡大への期待が高まっている。
- ・環境保全意識の高い欧米への輸出には、資源管理やトレーサビリティの観点から、人工種苗を用いた養殖魚のニーズが高い。



課題

【天然種苗への依存】

- ・県内のブリ養殖では天然種苗（もじゃこ）を用いているが、種苗の供給量は、もじゃこの採捕状況に左右されるため、不安定。

もじゃこ導入状況

	養殖計画	導入実績	充足率
H26	2,163千尾	1,908千尾	88%
H27	2,563千尾	1,413千尾	55%
H28	2,500千尾	1,179千尾	47%

【人工種苗の生産】

- ・他機関におけるブリ人工種苗生産事例では、形態異常の発生が多いことや、単価が天然種苗に比べて高くなるという課題がある。
- ・県内では、ブリ人工種苗の生産実績がほとんど無く、事業化されておらず、海外マーケットでニーズの高い人工種苗を用いた養殖魚の供給体制が整っていない。

本県の強み

【生産環境】

- ・本県沿岸海域は比較的温暖で、ブリ養殖に適した環境が整っている。

【輸出対応】

- ・宿毛市において、輸出に対応した大規模加工施設の整備が進められており、H31の稼働を予定

【人工種苗生産】

- ・県内民間企業が、ブリの近縁種であるカンパチの人工種苗生産技術を有している。



対策・効果

【対策】

ブリ人工種苗を陸上施設で沖出しサイズまで飼育し、品質や歩留まり等を検証し、高品質な人工種苗の大量生産技術の確立を図る。

【効果】

ブリ人工種苗生産技術の確立、事業化に伴い、天然資源に影響を与えない、かつ、トレーサビリティが明確な養殖魚の生産が可能

- ・海外マーケットでの販売における優位性の確保
- ・輸出を視野に入れた水産加工業の振興



「高知家の魚応援店制度」の今後の展開

	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
年間取引額 (目標額)	2.2億円	3億円(見込)	3.5億円	4億円
登録店舗数	690店舗	777店舗 (H29.12末現在)	900店舗	1,000店舗

平成32年度
オリパラ開催

取組内容

- ・産地見学会の開催
- ・「応援の店」へのニーズ収集や産地へのフィードバック
- ・「応援の店」の産地招へいや試食提案会の開催
- ・産地での高鮮度処理体制の構築



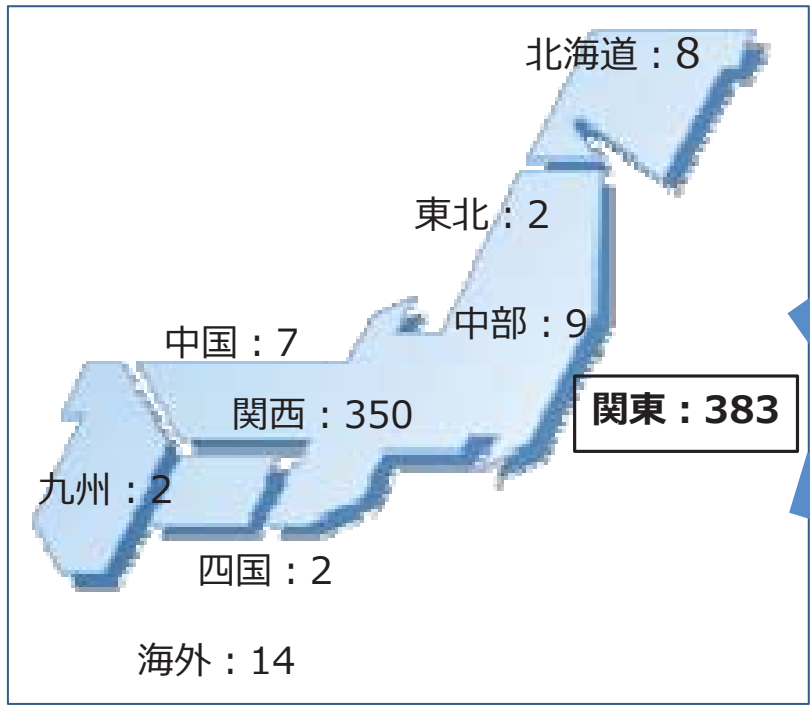
- ・SNSを活用した双方向での情報交換の仕組みづくり
【産地側】産地の水揚げ情報の発信
【応援店側】フェア等に備えたニーズの発信 など

これまでの成果

- ・少量多品種の特色をもつ県産水産物を県外飲食店のニーズとマッチングする仕組み作りによる販路拡大
- ・県外の飲食店とのネットワーク体制の構築

今後の取組方針

「応援の店」とのネットワークを幅広く活用



+

《クラスターへの対応》
「応援の店」を活用した養殖マグロフェアの開催

- ・メニューフェアによる一般消費者へのPR
- ・大手グルメサイトを活用した特設サイトでの産地や観光等の情報発信

《オリパラへの対応》
訪日観光客への情報発信

- ・大手グルメサイトを活用した特設サイトでの情報発信
関東の応援店の情報 + 本県の観光情報

《農産物ニーズへの対応》
水産物と農産物のタイアップ

- ・農業振興部と連携し、「応援の店」の農産物ニーズに対してきめ細かな対応が可能となる仕組み作り着手

平成37年度
応援の店との取引額
6億円

好循環を生み出し
拡大再生産へ

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（H27）5,673億円 ⇒ 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2 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 ものづくり企業の製品開発の促進

- 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
- 拡** 高付加価値な製品開発への支援
- 農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携プロジェクトへの支援



にらのそくり機の開発

2 生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

- 新** 各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出
- 高知版IoTの推進
- 新** 生産性を高める設備投資の推進（補助事業+融資制度）
- 新** 工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化

3 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 拡** 高付加価値な製品開発への支援[再掲]

4 紙産業の飛躍的な成長の促進

- 「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
- 拡** 高付加価値な製品開発への支援[再掲]



熱カレンダー装置

5 外商強化に向けた食品加工の高度化

- 市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化

6 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



ファイナハブル発生装置

7 地域商業の活性化

- 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

柱1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定

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
- 拡** 事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進

2 地域の事業者の経営力強化

- 拡** 商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援



「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



防災関連製品カタログ



中部ライフガードTEC2016 in名古屋

2 県内企業の海外等展開を促進

- 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
- 海外での外商活動支援
- JICA及びJETRO等と連携したODA（政府開発援助）案件化の促進



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 人材確保の推進

- 移住施策と一体となった中核人材の確保
- 拡** 新規学卒者の県内就職促進
- 新** 組織連携による労働参画機会の拡大
- 拡** IT・コンテンツ産業の人材の確保



四国U・I・Jターン就職・転職フェアin大阪

3 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
- 拡** IT・コンテンツ産業の人材の育成

4 生産性向上の取り組みを通じた働き方改革の推進

- 拡** 事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進[再掲]
- 従業員の定着対策
- 従業員の能力開発支援
- 新規学卒就職者の離職防止



柱4 企業立地や起業の促進

1 全庁一丸となった企業立地の推進

- 地域産業クラスターからの発展による企業立地
- ものづくり企業の強化につながる企業立地
- 本県をフィールドとした防災分野や第一次産業のIoT化等に取り組む高知ならではの新産業の企業立地
- 事務系職場の集積拡大
- IT・コンテンツ関連企業の集積拡大



高知県企業立地セミナーin大阪

2 起業に取り組む事業者等への支援の強化

- IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進
- 創業融資メニューの活用促進

企業立地補助制度

人材確保・育成支援の強化

IT・コンテンツ関連企業事務系職場の集積拡大

（IT・コンテンツ人材の育成、首都圏の人材・企業とのネットワークの構築等）

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(H27):5,673億円 ⇒ 4年後(H31):6,000億円以上 ⇒ 6年後(H33):6,400億円以上 ⇒ 10年後(H37):7,000億円以上

戦略の柱	「地産」のさらなる強化		「外商」のさらなる拡大	地産外商の成果を「拡大再生産」へ	
	1 持続的な拡大再生産の好循環に向けた事業者の戦略策定	2 絶え間ないものづくりへの挑戦	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	<ul style="list-style-type: none"> ●事業者の事業戦略、経営計画の策定を支援し、持続的な拡大再生産の好循環へつなげる 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●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"> ・事業戦略を持つ企業数 ③①:200社(H28~H31累計) ・経営計画の策定支援件数 ②⑧:209件→③①:600件 	<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 ・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) ②自立件数:③①:7件(H28~H31累計) ・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 →③③:195億円→③⑦:285億円 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→③①:64.6億円 →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) ・新規雇用者数(IT・コンテンツ分野)(H27からの累計) ②⑦:71人→③①:300人→③③:500人→③⑦:900人 ・IT・コンテンツ関連企業立地件数(H25からの累計) ②⑦:6件→③①:20件→③③:26件→③⑦:38件 	<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"> 1. 事業戦略策定等への支援 <ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆【拡充】事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上(省力化・高付加価値化)及び働き方改革の推進 2. 地域の事業者の経営力強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ものづくり企業の製品開発の促進 <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 ◆【拡充】高付加価値な製品開発への支援 ◆農業団体と商工団体との協定に基づく農商工連携プロジェクトへの支援 2. 生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出 ◆高知版IoTの推進 ◆【新規】生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度) ◆【新規】工業技術センターの生産性向上(省力化・高付加価値化)に向けた支援強化 3. 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】高付加価値な製品開発への支援[再掲] 4. 紙産業の飛躍的な成長の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆「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 ◆【拡充】高付加価値な製品開発への支援[再掲] 5. 外商強化に向けた食品加工の高度化 <ul style="list-style-type: none"> ◆市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化 6. 産学官連携によるイノベーションの創出 <ul style="list-style-type: none"> ◆研究成果を産業利用するための支援 7. 地域商業の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ◆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 	<ol style="list-style-type: none"> 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) <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 ◆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 2. 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 ◆海外展開支援のさらなる強化 ◆海外での外商活動支援 ◆JICA及びJETRO等と連携したODA(政府開発援助)案件化の促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全庁一丸となった企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆地域産業クラスターからの発展による企業立地 ◆ものづくり企業の強化につながる企業立地 ◆本県をフィールドとした防災分野や第一次産業のIoT化等に取り組む高知ならではの新産業の企業立地 ◆事務系職場の集積拡大 ◆IT・コンテンツ関連企業の集積拡大 2. 起業に取り組む事業者等への支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進 ◆創業融資メニューの活用促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人材確保の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆移住施策と一体となった中核人材の確保 ◆【拡充】I新規学卒者の県内就職促進 ◆【新規】組織連携による労働参画機会の拡大 ◆【拡充】IT・コンテンツ産業の人材の確保 2. 円滑な事業承継と中核人材の確保への支援 <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 ◆小規模M&Aの促進 3. 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 ◆【拡充】IT・コンテンツ産業の人材の育成 4. 生産性向上の取り組みを通じた働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上(省力化・高付加価値化)及び働き方改革の推進[再掲] ◆従業員の定着対策 ◆従業員の能力開発支援 ◆新規学卒就職者の離職防止

事業戦略等の策定・実行支援を通じた生産性向上（省力化・高付加価値化）及び働き方改革の推進

事業戦略支援の進め方

人口減少や雇用情勢の改善に伴う人手不足感が強まる中、県内企業のさらなる生産性や付加価値の向上を図っていくためには、「公益財団法人 高知県産業振興センター」が行っている事業戦略の策定・実行の伴走支援と、H30に国が設置する「(仮称)働き方改革推進支援センター」による支援を融合させ、「生産性の向上」に向けて、「事業戦略」、「働き方改革」両面での進捗管理やそれぞれの課題に対する必要な支援を行っていく。

方向付け

戦略策定

試作開発
・商品開発

製造・販路開拓

働き方改革

拡大再生産

事業戦略策定支援

事業戦略

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

<事業戦略イメージ例>
【5年後の売上目標 ●億円】

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

新 共通目標に人材育成・確保・定着の視点を加える

経営
ビジョン
5年後
10年後の
会社の
目指す姿

事業戦略支援会議（月1回開催）

個別企業の方向性、支援チームの編成や具体的なアドバイス内容を決定するとともに進捗管理を実施

- 産業振興センター（理事長・センター長・統括等）、民間シンクタンク
- アドバイザー（移住促進・人材確保センター・ココプラ・金融機関・大学・公設試験研究機関
新・(仮称)働き方改革推進支援センター・専門家等）

指示／助言

事業戦略支援チームによる個別サポート 充実した施策を活用し、重点的にサポート（専門家派遣等）



- 各企業毎の専任担当者が事業展開を一貫してサポート
- 経営・技術統括と外部専門家が全国に通じる製品・会社づくりをサポート
- 海外支援コーディネーター（2名）を中心に、製品・技術の海外展開をサポート

実行支援（省力化・高付加価値化による生産性の向上）＋働き方改革

伴走支援

設備投資や業務見直し

- 国ものづくり補助金（経済産業省）
- 金融機関融資
- 設備資金利子補給金
- 生産性向上計画作成事業

高付加価値製品の開発・改良

- 戦略的ものづくり支援事業費補助金（製品開発）
- 国ものづくり補助金（経済産業省）

販路開拓

- 事業戦略実現化販路開拓補助金
- 県外・海外支援コーディネーターによる外商支援

人材育成・キャリアアップ

- 基礎講座・専門講座開催
- 人材開発支援助成金
- 高等技術学校などでの職業訓練や在職者訓練

人材確保

- 高校生・大学生の就職セミナー開催
- 首都圏等の中核人材とのマッチング

事業承継(M&A)

- 専門家派遣（事業引継センター、金融機関）

経営者の意識改革

- 個別訪問やコンサルタント等による労務環境整備への支援

労働条件の整備

- 就業規則・給与表の整備
- 非正規雇用の処遇改善

新 人材確保・育成・定着に向けた労働条件、職場環境改善支援（働き方改革を新たにサポート）
事業戦略支援チームによる個別サポート

磨き上げ

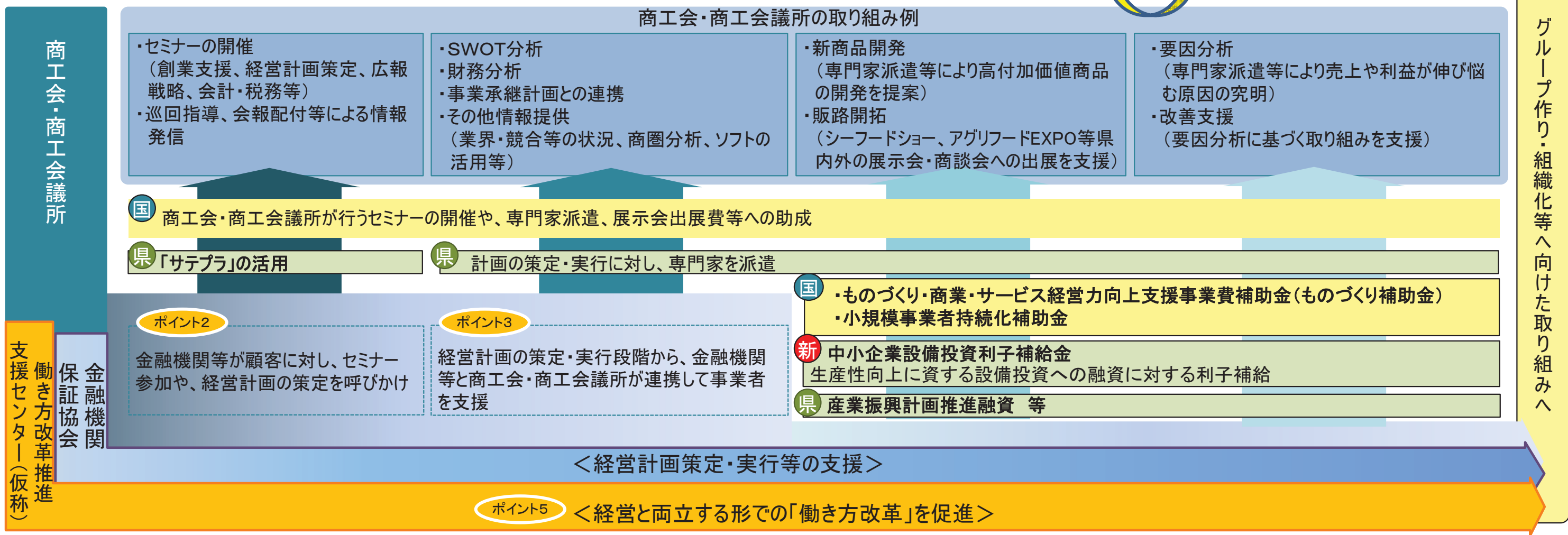
さらなる拡大再生産へ

- 個別訪問による企業の機運醸成
- コンサルタント等による労務環境整備への支援
- 非正規雇用の処遇改善支援

企業が目指す経営ビジョンの実現

商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と事業展開への支援

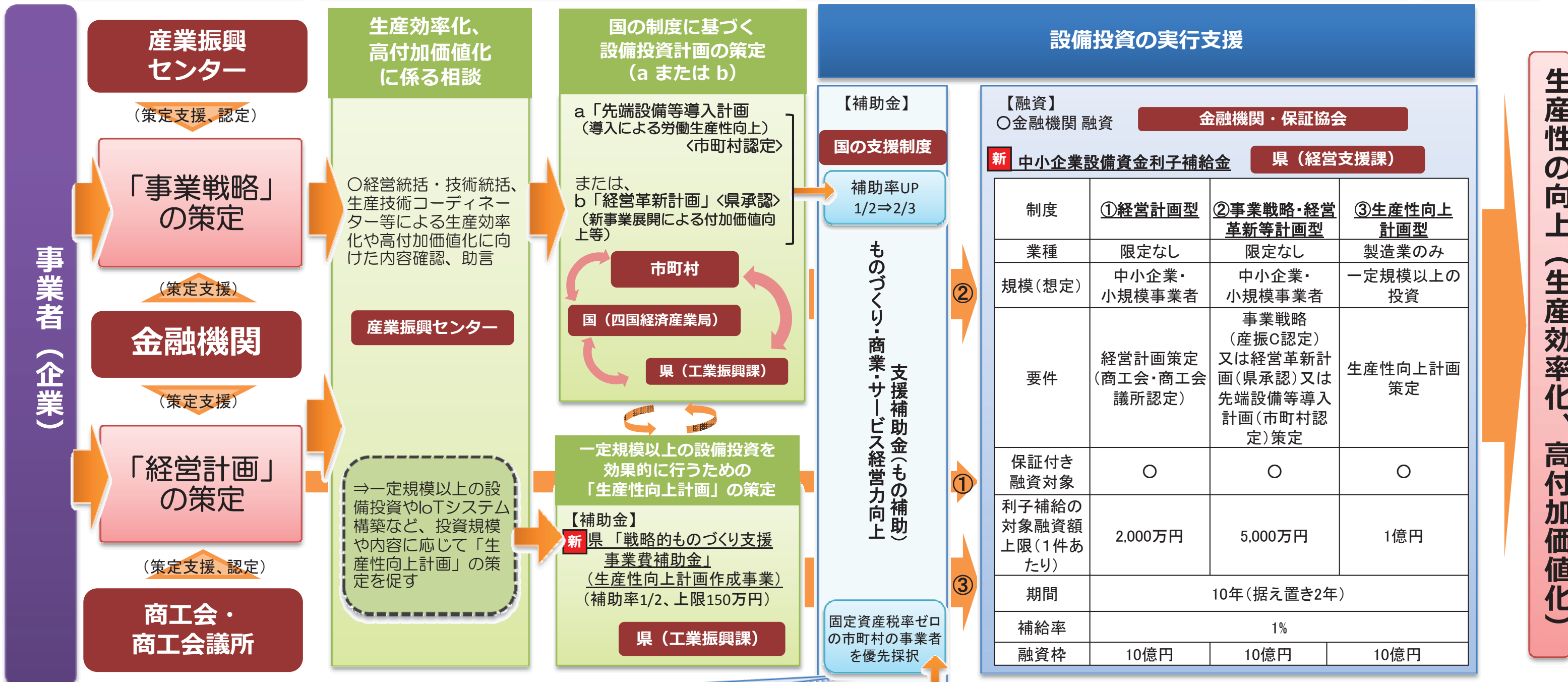
<p>現状</p> <ul style="list-style-type: none"> 商工会・商工会議所が経営戦略を策定（31商工会・商工会議所のうち、12が認定済、17が申請中） 経営戦略に基づき、事業者の経営計画の策定を支援（28～32年度目標累計：2,286件、28・29年度実績累計：1,028件） 	<p>課題</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域の事業者の個々の経営課題に対応するため、関係する機関の支援力を引き出すためのコーディネート力が必要 事業者が持続的発展に取り組むための経営計画を策定する必要性の浸透 経営指導員のさらなる支援力の向上 経営計画を実行していく人材の確保・育成・定着のための労働条件や労働環境等の整備が必要 	<p>取組のポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ポイント1 各地域本部エリアごとにコーディネーターを配置（関係機関と調整中） ポイント2 地域連絡会議に金融機関等が参加することで、事業者に対するセミナー参加の誘導等を強化（ステップ1） ポイント3 新たな県融資制度（利子補給等）等の活用により、金融機関等と商工会・商工会議所が連携して事業者を支援（ステップ2～4） ポイント4 スーパーバイザーを新たに配置して、指導現場に派遣し、OJT等を強化することにより、経営指導員のさらなる能力向上を支援（ステップ1～4） ポイント5 経営計画を通じて事業者の生産性・付加価値の向上を図るとともに、経営と両立する形での「働き方改革」を促進（ステップ1～4）
--	--	--



生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)

○県・産業振興センター・商工会・商工会議所に加え、金融機関・保証協会も参加し、事業戦略・経営計画策定から生産性向上に向けた設備投資まで、一貫した事業者支援を実施

○国及び市町村との施策連携により、企業の設備投資を強力に後押しするとともに、事業戦略・経営計画に基づく企業の成長へと好循環を生み出していく



生産性の向上(生産効率化、高付加価値化)

国もの補助概要	一般型	小規模型	企業間データ活用型
補助上限額	1,000万円	500万円	1,000万円/者
補助率	1/2 又は 2/3	1/2 又は 2/3	2/3
加算条件	■先端設備等導入計画の認定又は経営革新計画の承認 → 補助率2/3	■小規模事業者 → 補助率2/3	■連携体参加数×200万 → 補助上限額加算

【減税措置】

○固定資産税
(「導入促進計画」に基づき認定した企業の設備投資について、税率ゼロ~1/2に軽減:実施は市町村の裁量)

○法人税
(賃上げに対する税額控除等)

【その他の補助金】

○IT導入補助金(経産省)(補助率1/2、上限50万円) **国の支援制度**

○小規模事業者持続化補助金(経産省)(補助率2/3、上限50~500万円)

○業務改善助成金(厚労省)(補助率7/10~4/5、上限50~200万円)

○企業立地補助金(補助率1/10~1/4、上限50億円)(雇用10~20人以上の大規模投資向け) **県(企業立地課)**

(参考) 中小企業の働き方改革の推進

ターゲット

対象企業数
3,300社

取組企業数
2,000社 (H31)

認証レベル到達企業数
1,000社 (H31)

Step 1 ~ 働き方改革の必要性を知ってもらおう ~

Step 2 ~ 実践に向けて具体的に取り組んでもらおう ~

Step 3 ~ 実践し、認証につなげてもらう ~

働き方改革の普及啓発

推進の要

高知県働き方改革推進会議

官民協働で運営

県 「働き方改革」セミナーによる普及啓発

関係機関が実施するセミナー等

県 ジョブカフェによる新入社員定着支援

県 ワークライフバランス推進企業認証制度等のPR

⋮

事業戦略、経営計画の策定・実行支援

- 産業振興センターによる事業戦略の策定・実行支援
- 商工会・商工会議所による経営計画策定・実行のための伴走型支援

● 事業戦略、経営計画の策定・実行

働き方改革の取組への伴走型支援

総合窓口

国 働き方改革推進支援センター (仮称)

個別訪問等による企業の機運醸成

コンサルタント等による労務環境整備への支援

非正規雇用の処遇改善支援

県 社会保険労務士の個別訪問

県 ミニセミナー、一般事業主行動計画策定支援講座等の開催

参加者へのDM等

【Outcome】

- ・ 就業規則の整備
- ・ 給与表の整備
- ・ 一般事業主行動計画の策定 など

企業減税

- ◆ 法人税: 1.5%以上賃上げすれば増加分の15%減税
- ◆ 固定資産税: 新機械導入から3年間市町村の裁量でゼロ
- ◆ 事業承継税: 相続税10年間全株式税額猶予割合100%

● 従業員の能力開発

従業員の能力開発支援

ベストプラクティス企業

くるみん認定・プラチナくるみん認定

えるぼし認定

高知県ワークライフバランス推進企業認証

インセンティブを与える施策

県 県ホームページ等でのPR

県 事業戦略・経営計画策定企業の優遇 (生産性向上に資する)

- ・ 人材確保 (就職説明会優先登録)
- ・ 防災見本市 (募集枠の優先確保)
- ・ 各種セミナー (参加者の優先枠)

国 ハローワークによる助成

● 労働条件・労働環境の整備

さらなる成長へ

生産性が向上

ノウハウが培われた人材が定着

人材が定着し、多様な人材が育つ

企業によるOJT・Off-JT

労働環境、労働条件の整備による働きやすい職場づくり

賃金up

非正規の正規化

人材確保

など

高付加価値な製品開発への支援

現状・課題

- ・補助申請時に製品企画書の作成を必須とし、外商に向けた市場性の確度を高めているものの、開発後の販売を確かなものにするために、より客観的な市場性の確認が必要
- ・現補助制度は対象を機械装置製品に限定しているため、「防災関連産業」や「紙産業」など、機械装置製品以外の開発ニーズに対応できていない。

徹底したF/S調査に基づく企業の自社製品や高付加価値な製品開発等へのチャレンジを支援することで、企業の生産性や収益率の向上につなげる必要がある。

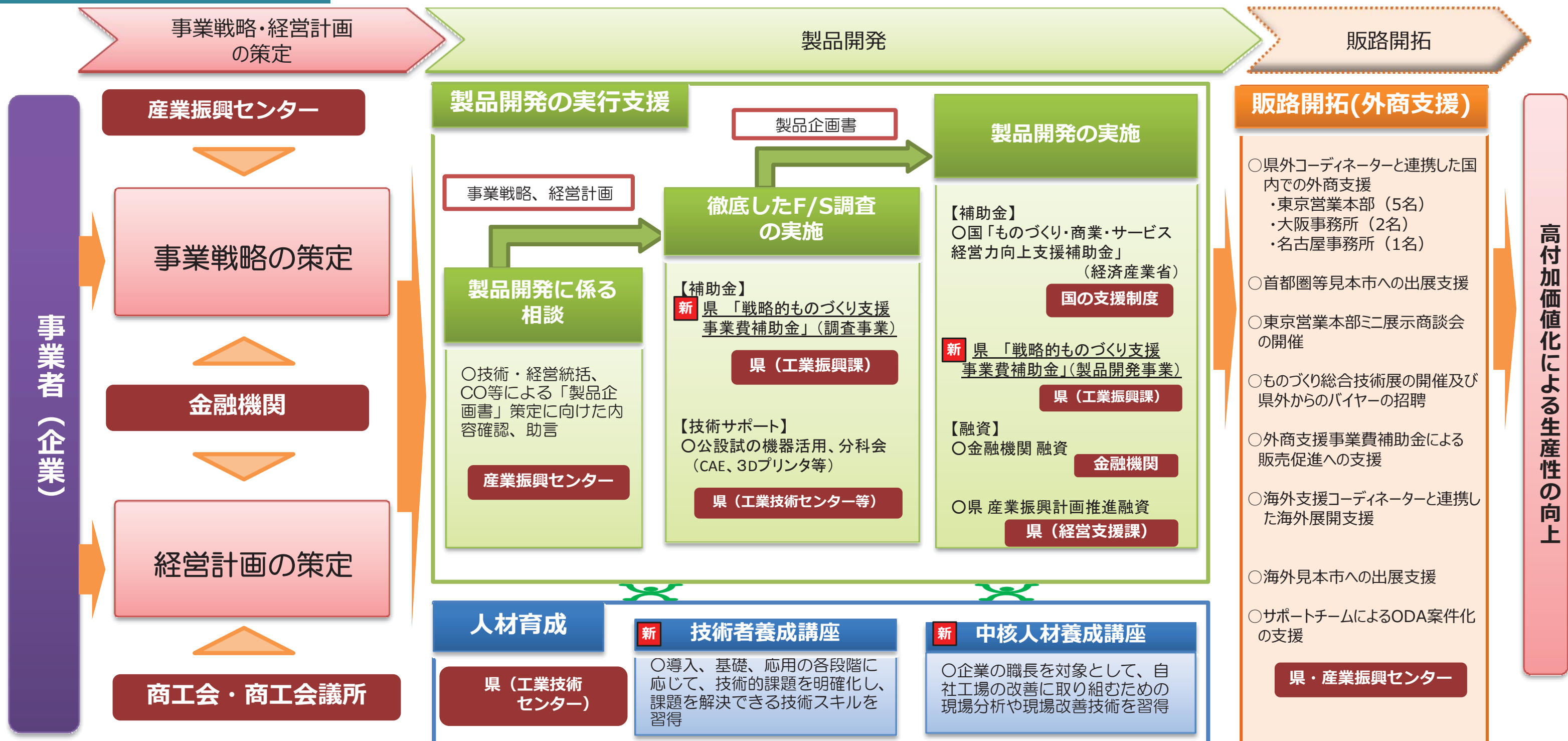
ポイント1

- 収益増に向けた徹底したF/S調査に基づく高付加価値な製品開発（防災関連産業、紙産業を含む）を支援
「戦略的ものづくり支援事業費補助金（調査事業、製品開発事業）」の創設
 - イ) 調査事業：外部委託による市場調査経費、自社による調査旅費等を補助
(補助率1/2、補助上限2,000千円)
 - ロ) 製品開発事業：食品を除く工業製品全般について、開発に係る費用を補助
(補助率1/2、補助上限10,000千円)

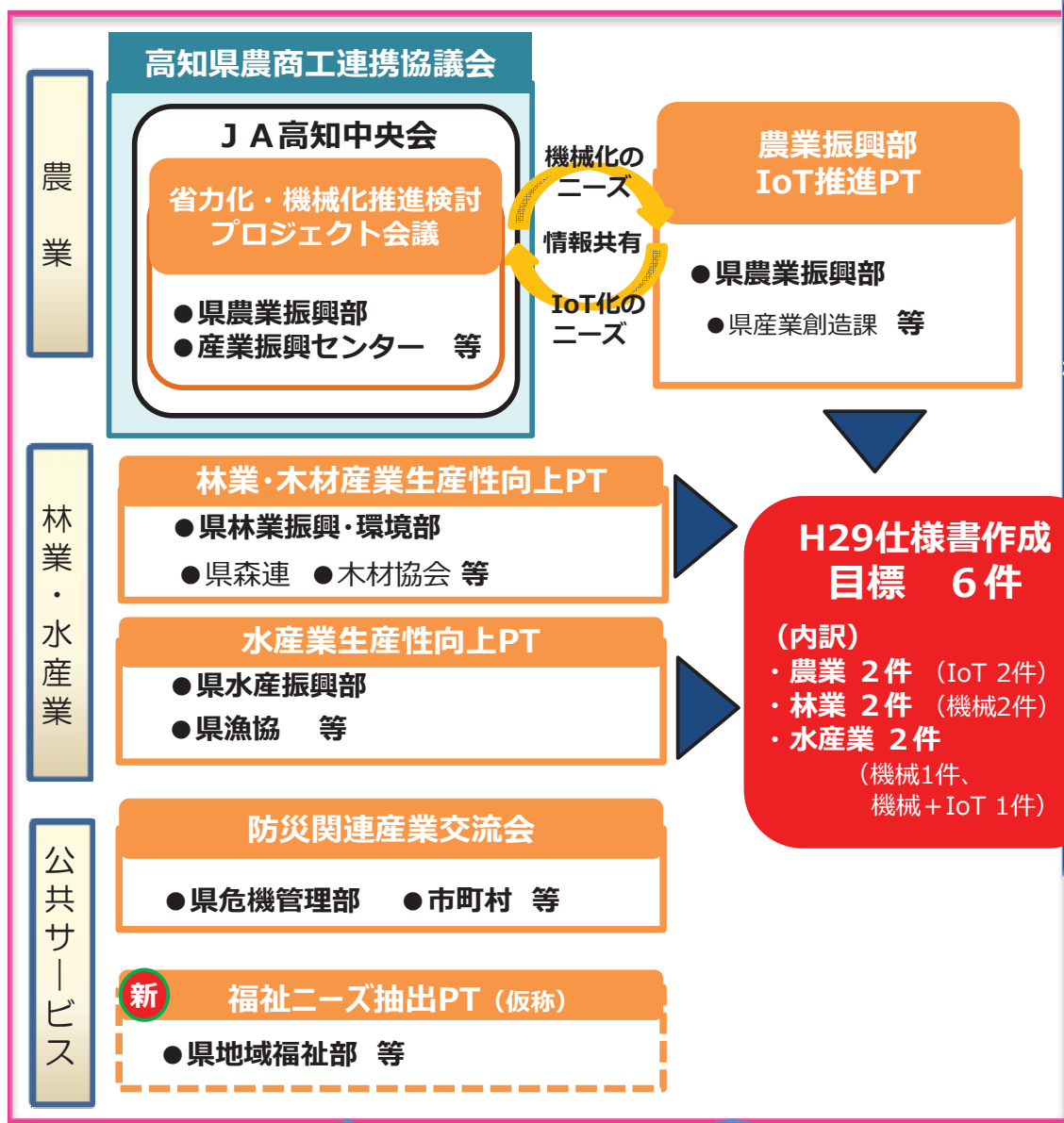
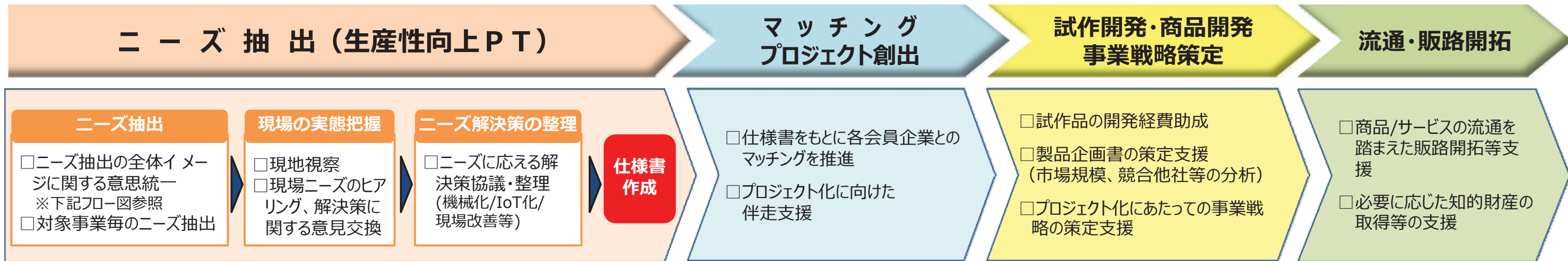
ポイント2

- 事業戦略、経営計画をベースとして、その経営目標実現を支援するための施策投入を実施
⇒ 県補助への申請に当たっては、事業戦略或いは経営計画の添付を要件とする。

各機関の連携による支援イメージ



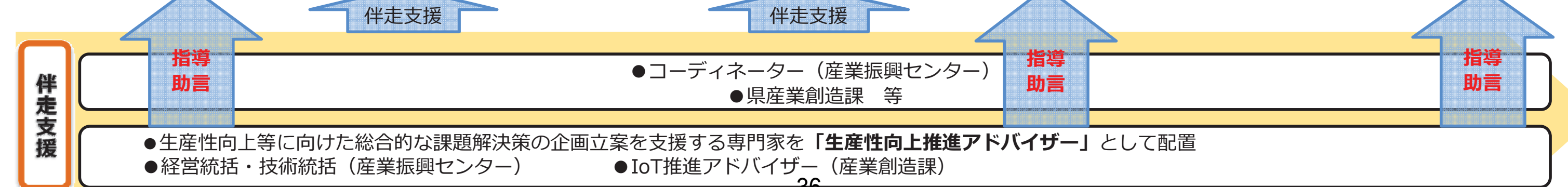
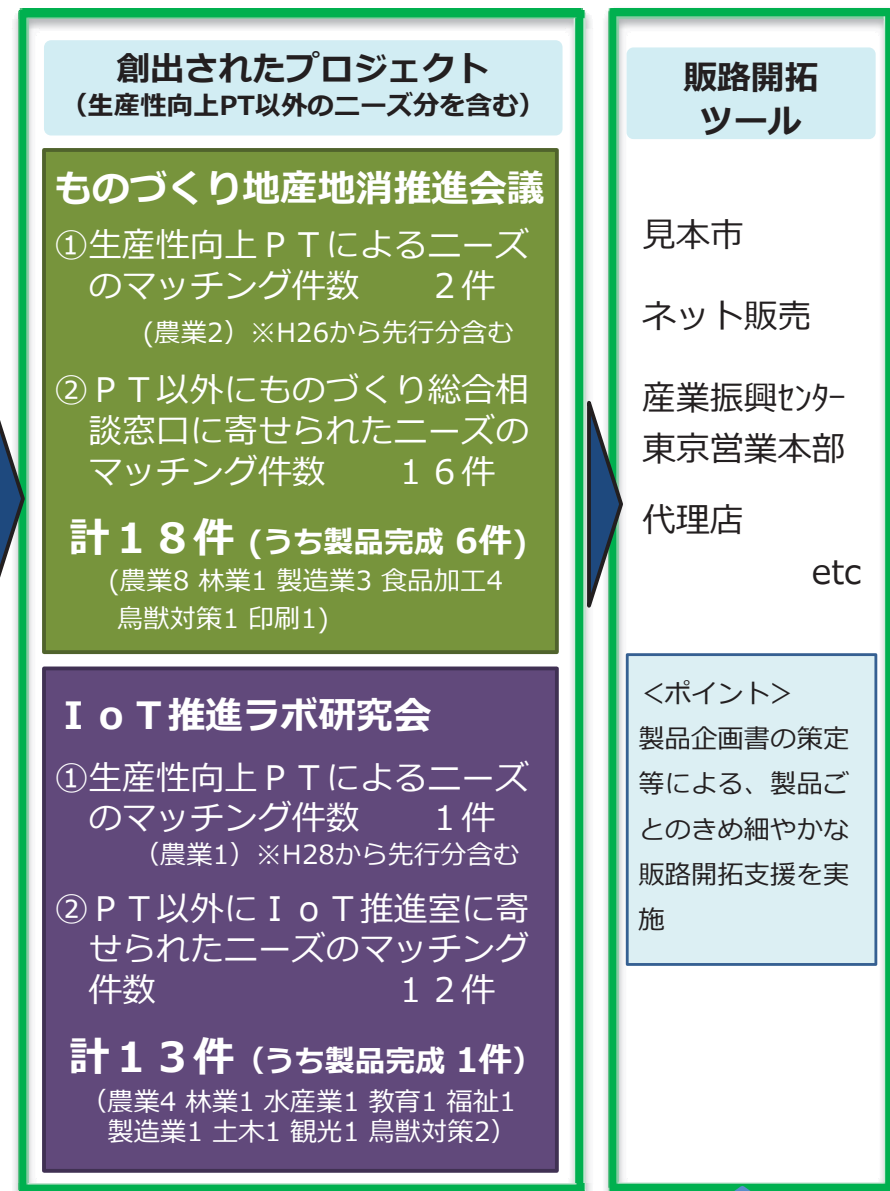
各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出（①運営体制）



H29仕様書作成 目標 6件

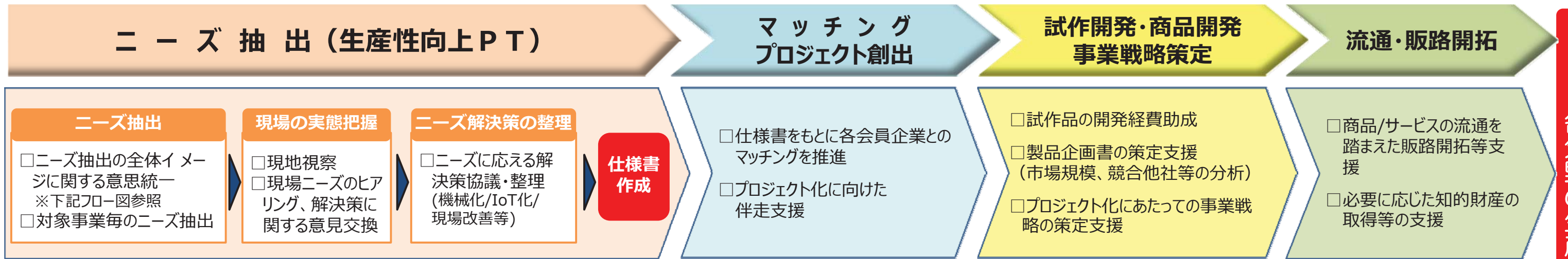
（内訳）

- ・ 農業 2件（IoT 2件）
- ・ 林業 2件（機械2件）
- ・ 水産業 2件（機械1件、機械+IoT 1件）

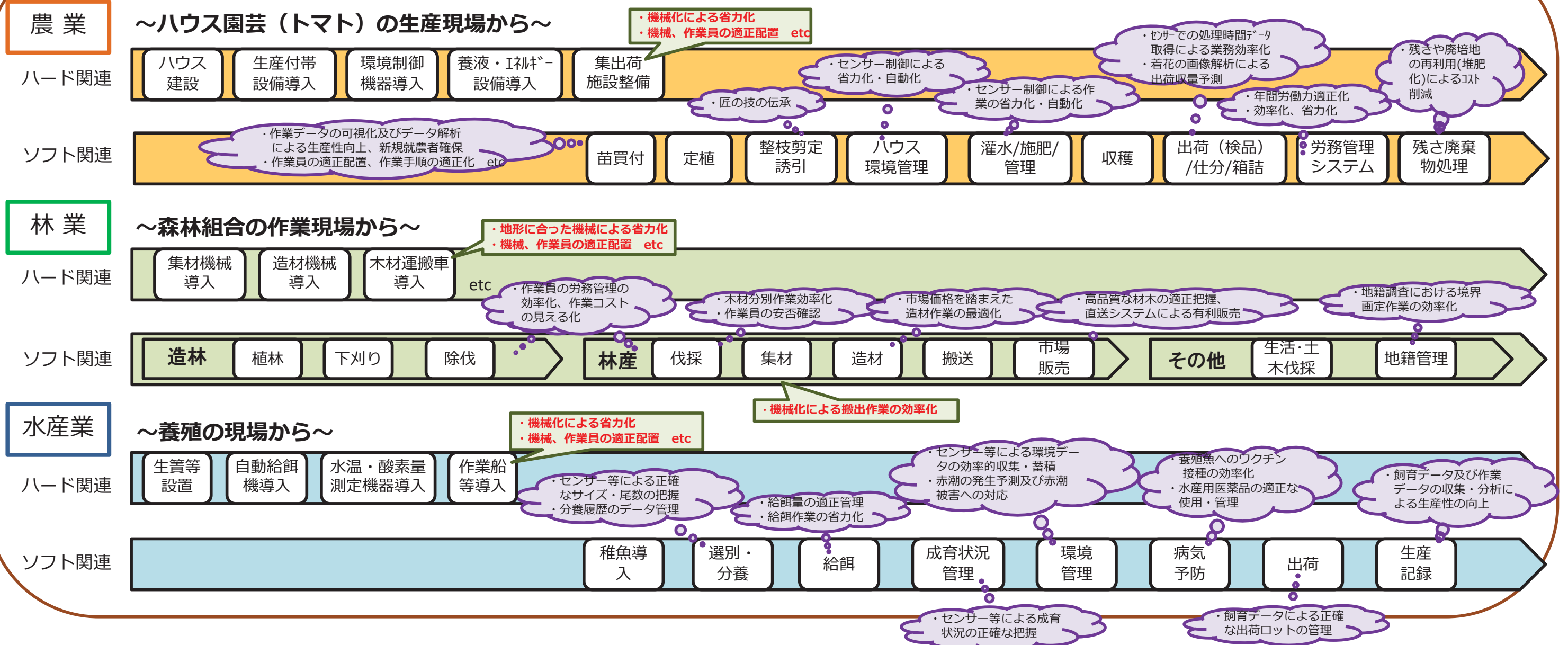


各分野の生産性向上及び地産地消・地産外商の推進による売上増

各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出 (②ニーズ抽出の視点)



生産性向上に向けたニーズ抽出の視点 (例)



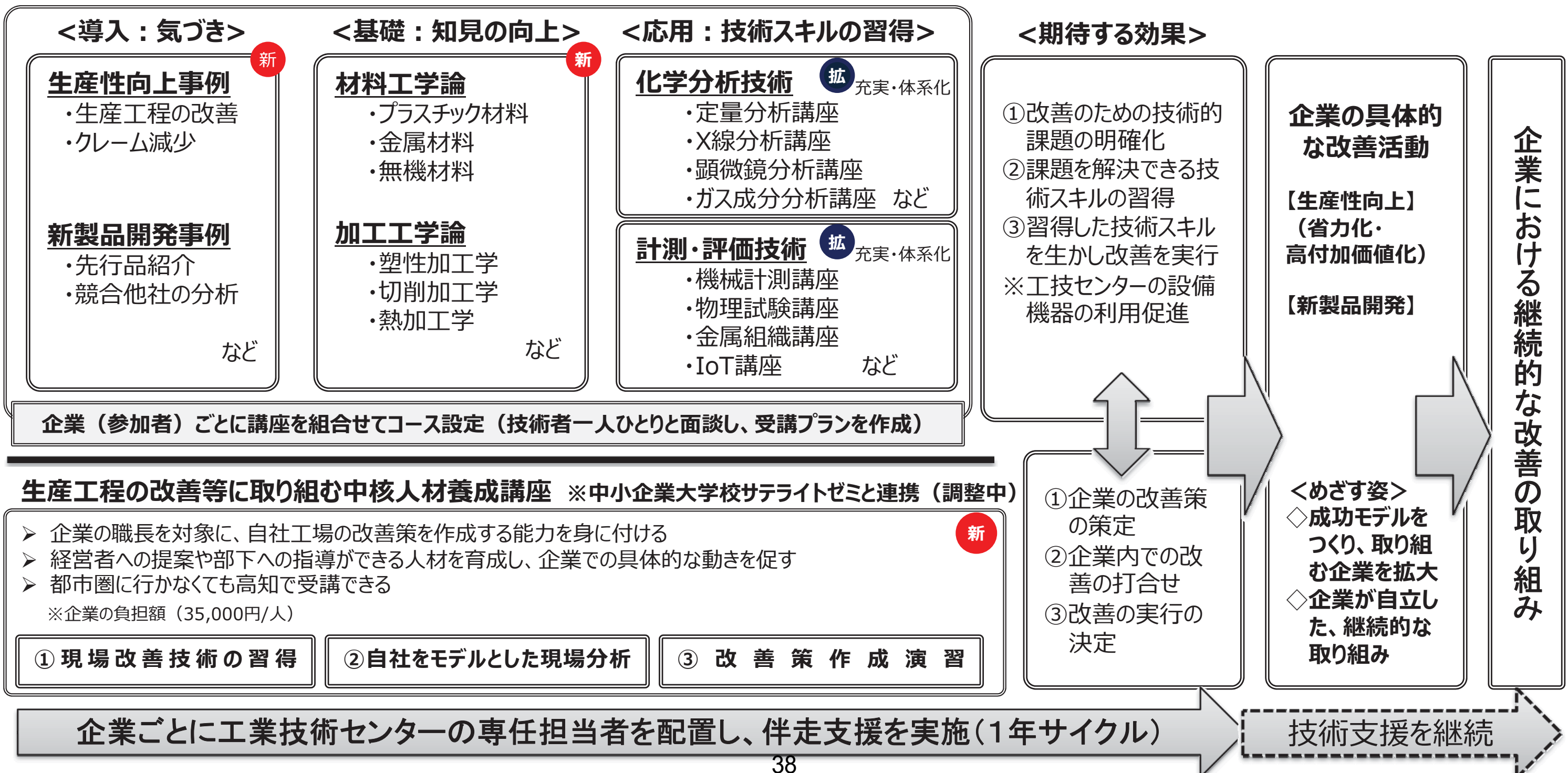
各分野の生産性向上及び地産地消・地産外商の推進による売上増

川上から川下までの工程の中でボトルネックを見つけ、機械化・IoT化 (潜在的なニーズを顕在化)

工業技術センターの生産性向上（省力化・高付加価値化）に向けた支援強化

現 状	<ul style="list-style-type: none"> 県内は中小企業が多く、生産性の向上などに取り組む課題意識やノウハウに乏しく、実行できる人材が少ない 企業の具体的な取り組みは経営者の意向が大きく左右するが、事業戦略づくりで経営者の意識が向上しつつある
課 題	<ul style="list-style-type: none"> 求められる技術スキルを持った中核・若手人材の育成が必要 習得したスキルを生かし、企業ごとに具体的な改善の動きにつなげることが必要
取組のポイント	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ①技術スキルの向上をめざした人材育成、②企業の具体的な改善活動の促進、③企業の自立的・継続的な取り組みをめざす ➢ 「講座の講師～企業(参加者)ごとの受講プラン決定～現場分析・改善案の作成～改善の実行」までを、企業ごとの専任担当でサポート ➢ 産業振興センターの事業戦略づくりを生かし、生産技術コーディネーターや工業会などと連携して「生産性の向上」「働き方改革」を推進

技術者養成講座 ※工業技術センター職員が講師（内容により外部講師を招へい）





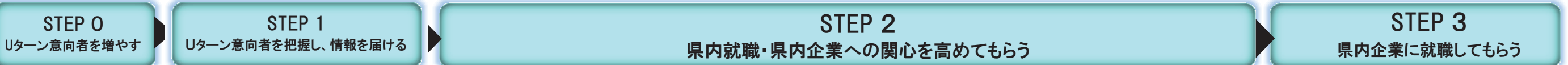
新規学卒者(大学生)の県内就職促進

目的

ターゲット

現状・課題

平成30年度の強化策



県民全体	Uターン意向学生 4,000人 県内大学生 8,300人	県外大学生約1,000人 県内大学生約1,500人 (主に3年生)	主に4年生と県内企業
------	---------------------------------	--------------------------------------	------------

「高知で就職！応援プロジェクト」実施
(平成29年12月～)
(内容)
人手不足の現状を県全体で共有し、学生の県内就職を促進するため、官民で連携した広報活動を行う。

- キックオフ全面広告掲載 (12月10日)
- 新聞広告による企業紹介(28社 12月現在)

課題

- より多くの県民に高知で働くことに関心を持ってもらうことが必要

Uターン就職サポートガイド登録
(目標:年間1,000件)
12/25現在 1,117件

- 教育委員会との連携による登録者数の増加
- 官民連携した広報活動等により登録に誘導
- 高知求人ネット内の学生向けホームページによる高知県就職情報の提供

就業支援協定大学の増加
11校(H29年度1校締結、現在2校と手続き中)

課題

- 協定大学やサポートガイドでカバーできていない学生への工夫が必要
- 関西に比べ関東の協定大学数が少ない
協定大学: 関東1、関西8、中四国2 計11

県内企業の魅力や情報を伝える機会の創出 (H29年度実施)

- 県外大学生向け就活準備セミナー
11月～2月下旬(東京、大阪、高知で計6回開催)
- 県内大学別就職支援セミナー
1～2月県内(県内各大学で開催)

課題

- 12月以降では、既に勤務地、業種などの志望が固まっている学生が多く、セミナーよりも合同企業説明会へのニーズが高い。
- 12月から翌6月にかけては、民間の就職ガイダンスや就活セミナー、合同企業説明会等が飽和状態(民間で3月までで8回)である。学生に開催情報は一定届いているものの、売り手市場でUターン就職を希望する学生が減少するなかで、県内就職に関心のある学生の争奪となっており、参加者増に繋がっていない。

強化ポイント3

- 取り組みの前倒し
- 官民協働による役割分担

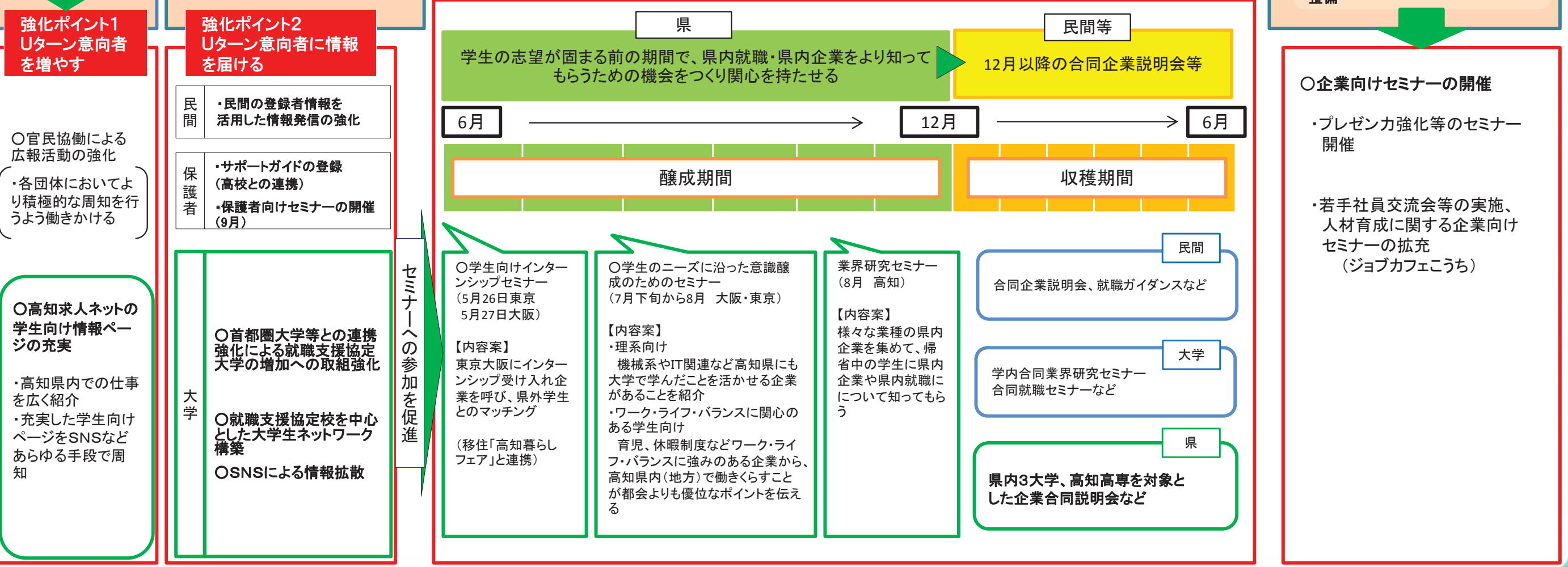
目標:
大学生県内就職率(H31)
県外30% 県内42%

現状: Uターン就職率 16.4%
28年度県内就職率 35.8%

- 高知暮らしフェア(移住) (6月 12月東京大阪) (高知への旅費半額支給)
- 大学4年生向け就職セミナー (大阪11月)
- 県内で就職する学生の奨学金返還を支援(私学大学支援課)
- 企業向け働き方改革推進セミナー等の開催

課題

- 県内企業のプレゼン力の向上
- 新社会人の離職防止・雇用環境整備



IT・コンテンツ産業の人材育成・確保について（案）

IT・コンテンツ産業従業者をH37年度末までに2,000人に倍増！新規雇用900名を創出！ ※H24経済センサスにおける情報通信業従業者数1,112名

第3期産業振興計画における目標

- ◆企業立地件数(累計)
 - ・H31年度末：18件
 - ・H37年度末(10年後)：36件
- ◆新規雇用者数(累計)
 - ・H31年度末：161名
 - ・H37年度末(10年後)：566名

これまでの成果⇒企業立地件数：12件(年度内に14件に増加の見込)、新規雇用者数：157名(H29.12月現在)

県内IT企業	(株)アイレップ	(株)AVOCADO	(株)シンフィールド
A社	(株)SHIFT PLUS	B社	(株)コムニコ
.....	(有)データプロ	(株)Nextremer	(株)dataremer
.....

新たな目標

- ◆企業立地件数
 - ・H31年度末：20件
 - ・H37年度末：38件
- ◆新規雇用者数
 - ・H31年度末：300名
 - ・H37年度末：900名

人材供給

土佐MBA 高知県IT・コンテンツアカデミー（仮称）

専門講座

- 拡** ●IoT技術人材育成講座
 - ①プログラミング上級者コース
 - ・定員：20名
 - ・集合学習11日間
 - ②プログラミング初心者コース
 - ・定員：10名
 - ・集合学習7日間
- 新** ●IT先端技術利活用講座
 - ・最先端のWebサービス等の利活用技術を習得する講座
 - ・定員：30名/回
 - ・回数：4回
 - ・県内民間勉強会との共催講座
- アプリ開発人材育成講座 <応用編>
 - ①最新技術コース
 - ・Raspberry Pi等の最新のデバイス等を活用した実践的アプリ開発講座
 - ②ゲーム開発コース
 - ・県内ゲーム企業のハンズオン支援によるゲーム開発の実践的講座
 - ・定員：合計30名
 - ・集合学習：約10日間
 - ・サテライト会場有
- 新** ●ゲームプログラマー育成講座
 - ・立地企業の社員用OJTプログラムを活用し、ビジネスの最前線のゲーム開発を学ぶ講座
 - ・大学等での出前講座も検討
 - ・定員：30名
 - ・期間：6か月程度
- 新** ●SNSマーケティング人材育成講座 <初級編>
 - ・立地企業が持つSNSマーケティングの人材育成プログラムを活用した講座
 - ・SNSマーケティングの基礎、炎上リスク対策等を習得
 - ・県内の大学や専門学校等での出前講座やココブラでの講座を開催(6回)
 - ・定員：30名/回
- 新** ●ゲームデザイナー育成講座
 - ・立地企業の社員用OJTプログラムを活用し、ビジネスの最前線のゲームデザインを学ぶ講座
 - ・定員：30名
 - ・期間：6か月程度

基礎講座

- 拡** ●アプリ開発人材育成講座 <アドバンスコース>
 - ・最先端の教育プログラムを導入し、大学生や専門学校生へのプログラミング教育(集合学習+Eラーニング)と中高校生へのプログラミング教育をトータルで展開する講座
 - ・①大学生等育成講座(30名)：集合学習3日+Eラーニング、②大学生等が教える中・高校生育成講座：1day講座(40名)、3daysキャンプ(80名)
- 新** ●アプリ開発人材育成講座 <ベーシックコース>
 - ・県内在住のプログラミングの専門家による県内中学校・高等学校へのプログラミング出前講座
 - ・公募により選定する中学校(4校)、高等学校(4校)で実施(30名~40名(各クラスの人数による)×8校)
- 新** ●IT・コンテンツビジネス入門(座学)(通年開催)
 - ・専門家によるIT・コンテンツ産業の業界動向、身につけるべき知識・技術等に関する入門講座(30名×4日)

人材供給・企業立地

首都圏IT・コンテンツネットワーク

- 目的
 - ・首都圏の人材獲得(U・Iターン)
 - ・首都圏の企業の誘致
 - ・首都圏企業と県内企業との事業連携の促進

●H30年度の充実・強化ポイント

- 拡** ①人材・企業の掘り起こしの強化
 - ・IT系コミュニティ形成のノウハウを持つ企業とIT・コンテンツ業界とのネットワークを持つ企業の連携による掘り起こしの強化

- 拡** ②交流・勉強の場の充実
 - ・大交流会(2回)に加えて、ミニ交流会の開催(6回、各学校ごとの同窓会的な交流会も開催)

- 拡** ③人材マッチング機能の強化
 - ・大交流会とミニ交流会に、高知県移住促進・人材確保センターや職業紹介事業を行う企業のブースを設置し、人材マッチングを行う仕組みを構築

※人材マッチング<ビジネス>への発展を目指す

広報・PR
参加

(参考)

円滑な事業承継への支援(国事業「事業承継ネットワーク事業」の活用)

現状・課題

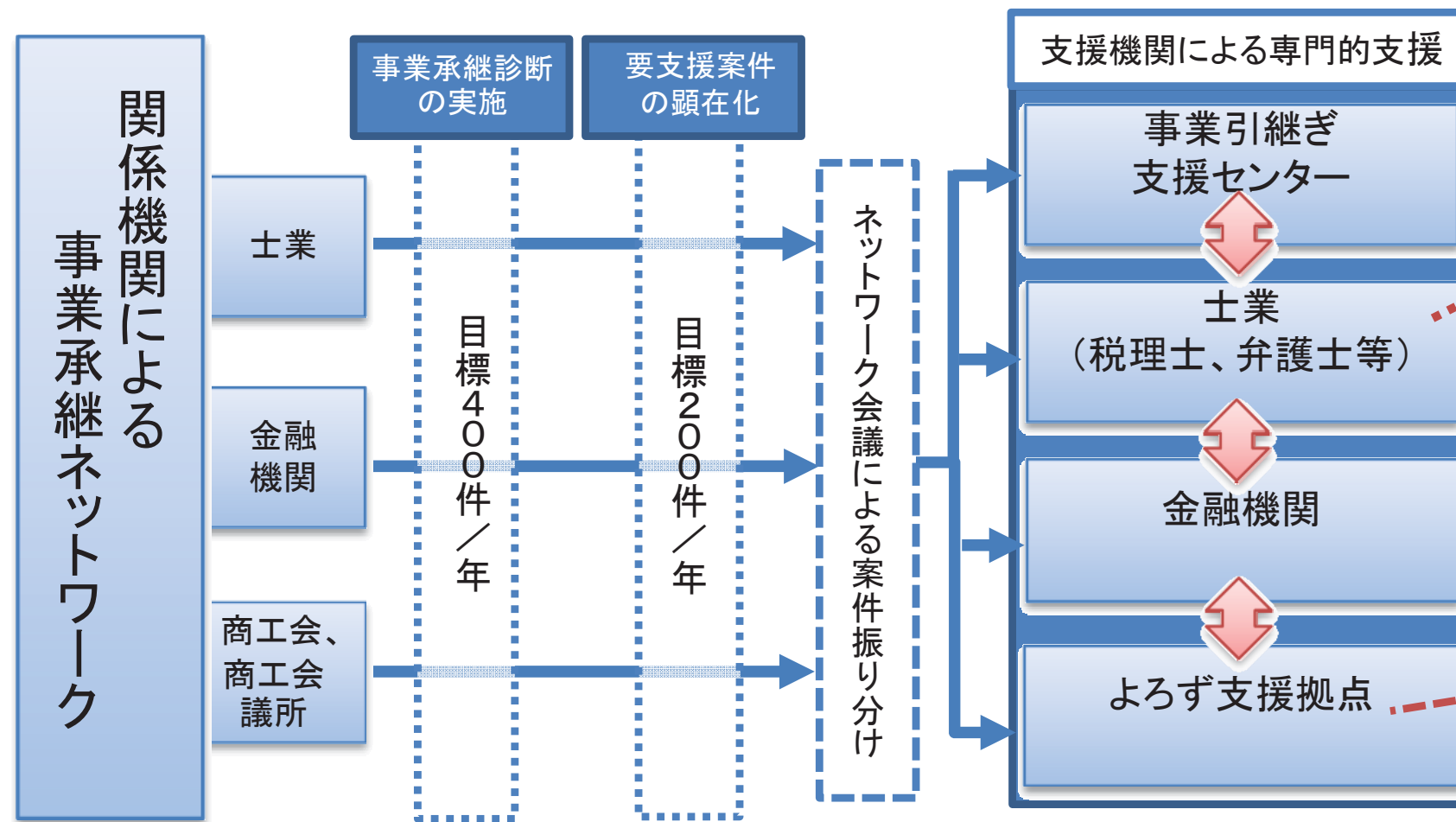
潜在案件の掘り起こしが必要

事業引継支援センター
への相談件数
約100件/年
⇒顕在化している案件

金融機関のヒアリング
に基づく概数
約500件/年
⇒多くが潜在案件

事業承継ネットワーク事業

- ・事業承継支援のためのネットワークを構築し、支援体制の整備や事業承継診断を実施
- ・事業承継ニーズの掘り起こしや課題解決支援により、早期・計画的な事業承継の実現を図る
- ・金融機関等と連携した士業育成セミナーの実施



金融機関等と連携した士業育成セミナーの実施

事業承継ネットワーク事業を活用した金融機関等による士業への実務研修を実施し、養成を図る。(目標5人/年)

事業承継の手法によらず、事業の多角化、協業等経営改善等のコンサルティングを行う

ネットワーク構成機関

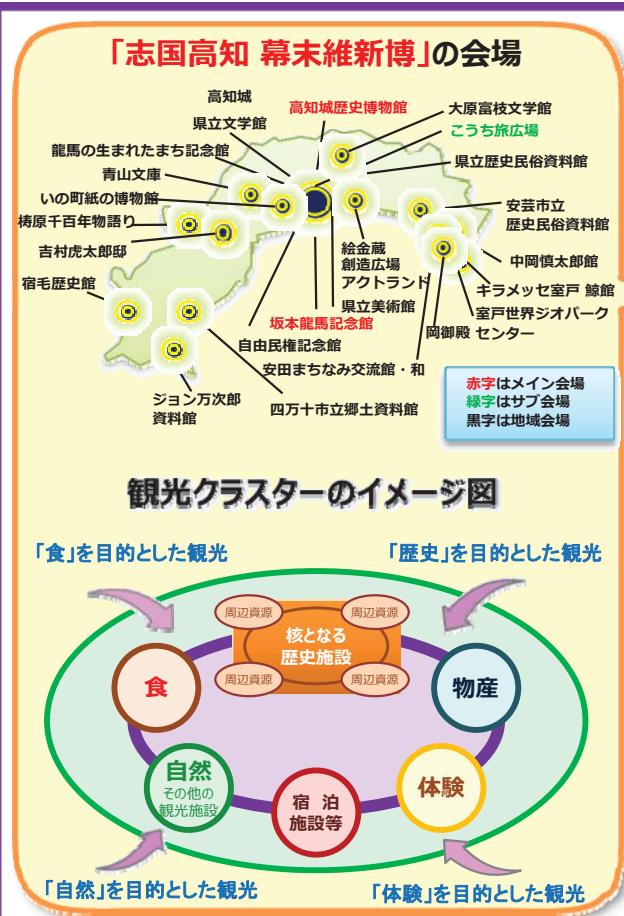
事業引継ぎ支援センター・金融機関・士業・商工会・商工会議所・産振センター・移住促進人材確保センター等

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

出発点(H27): 408万人 ⇒ 現状(H28): 424万人 ⇒ 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
 出発点(H26): 1075億円 ⇒ 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

- 本県観光の強みである「食」「歴史」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり
- 「志国高知 幕末維新博（第二幕）」の開催を通じた歴史資源の磨き上げ（リアル化）と官民協働による観光クラスターの形成
- 「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然体験型観光商品づくりと事業者連携（地域観光クラスター化）の推進
- アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化

戦略の柱4 国際観光の推進

- 外国人向け旅行商品の販売促進
- 対象市場のニーズに合った旅行商品の販売促進
- 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上
- 国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売

外国人旅行者向け 旅行商品の販売促進

旅行者に近い場所にセールス機能を置き、旅行動向や流行を把握しながら、団体旅行に加え、個人旅行者（FIT）のニーズに対応した「旅行商品」の販売を促進

○対象市場：台湾・香港・シンガポール（H28）
タイにも拡大（H29）

国内外メディアを活用したプロモーション

- 海外現地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

連携

VISIT KOCHI JAPAN
The blessings of nature

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！

「おもてなし」でリピーター化

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 ・クルーズ客船寄港時の受入態勢の充実
- 飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
- モバイルWi-Fiルーターの貸出 ・多言語通訳コールセンターの設置
- 外国人観光客とのコミュニケーション力の向上支援
- バリアフリー観光の推進

戦略の柱4 国際観光の推進

- 高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上
- 高松空港等からのアクセスの向上

積極的なセールス&プロモーションで観光客が高知へ

クルーズ客船受入、おもてなしトイレ、おもてなしタクシー、龍馬バスポート、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
- 「志国高知 幕末維新博（第二幕）」の開催
- ポスト幕末維新博に向けた準備対応（キャンペーン戦略の策定と一部先行実施）
- 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-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、ラグビーワールドカップ2019・オリンピック・パラリンピック事前チームキャンプ等誘致
- 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
- 高知県ゆかりの企業へのアプローチ

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
- 現地メディアの観光担当記者への訪日旅行シーズンなどに合わせた情報発信によるタイムリーな露出と定期的なセールス
- 海外旅行博等でのプロモーション
- 国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進
- 広域周遊観光のPR及び海外での旅行商談会開催等
- 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
- 2020東京オリパラへ向けたよさこいプロモーション
- よさこいの世界的なネットワークづくり

四国DMOに向けた取組

全体を下支え

戦略の柱5 事業体の強化と観光人材の育成

- 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成功力の向上
- 「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成と事業者連携（地域観光クラスター化）の推進
- 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】 出発点(H27) : 408万人 ⇒ 現状(H28) : 424万人 ⇒ 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】 出発点(H26) : 1075億円 ⇒ 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 事業体の強化と観光人材の育成
戦略の方向性	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するプロモーションの展開	観光産業を支える人材の育成と事業体の強化
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 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 広域観光組織の体制強化(法人化) ②:3か所→③:5か所→④:6か所→⑤:6か所 	<ul style="list-style-type: none"> 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→③:7万人→④:11万人→⑤:13万人→⑥:15万人 MICEの受入強化 ②:2万人※(3.2万人)→③:4.0万人→④:5.0万人→⑤:5.0万人 ※3.2万人からスポーツ関連を除いたもの 	<ul style="list-style-type: none"> 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」②:77%→③:78%→④:79%→⑤:80% 「食事処・料理店」②:79%→③:80%→④:80%→⑤:80% 「おもてなしトイレ」における満足度(「大変良い」、「良い」)の割合 ②:80%→③:80%→④:80% 「おもてなしタクシー」における満足度(「大変良い」、「良い」)の割合 ②:80%→③:80%→④:80% 	<ul style="list-style-type: none"> 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ②:38,590人泊(3万人泊)→③:14.8万人泊→④:22万人泊→⑤:30万人泊 <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>	<ul style="list-style-type: none"> 広域観光組織の体制強化(法人化) ②:3か所→③:5か所→④:6か所→⑤:6か所
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<ol style="list-style-type: none"> 本県観光の強みである「食」「歴史」「自然」の更なる磨き上げによる戦略的な観光地づくり <ul style="list-style-type: none"> ◆「志国高知 幕末維新博(第二幕)」の開催を通じた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形成 ◆[新規]ポスト幕末維新博に向けた準備対応(対象となる資源の磨き上げとクラスターの形成(外国人受入対応を含む)) ◆[拡充]「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進 ◆アウトドア拠点など核となる観光地づくりの推進と再活性化 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 <ul style="list-style-type: none"> ◆広域観光組織の機能強化 ◆地域コーディネーターの配置 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆サイクリングツーリズムの取組強化(県推奨サイクリングコースのPRとサイクリング環境整備の促進) ◆自然を活かしたスポーツイベントの開催促進 	<ol style="list-style-type: none"> 効果的な広報・セールス活動の展開 <ul style="list-style-type: none"> ◆「志国高知 幕末維新博(第二幕)」の開催 ◆[新規]ポスト幕末維新博に向けた準備対応(キャンペーン戦略の策定と一部先行実施) ◆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 ◆[新規]四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進【再掲】 <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・オリンピック・パラリンピック事前チームキャンプ等の誘致 コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化 <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 ◆高知県ゆかりの企業へのアプローチ 	<ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> ◆龍馬パスポートの継続と拡充 ◆外国人観光案内所の設置によるきめ細かな観光情報の提供 ◆観光基盤の整備(受入態勢の充実) <ul style="list-style-type: none"> ・クルーズ客船寄港時の乗船客等への受入態勢の充実 ・飲食店の多言語メニュー作成支援及び普及促進 ・モバイルWi-Fiルーターの貸出 ・多言語通訳コールセンターの設置 ◆[拡充]外国人観光客とのコミュニケーション力の向上支援 [新規]「バリアフリー観光」の推進 ◆おもてなしトイレ、おもてなしタクシーの拡大 ◆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 ◆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】 	<ol style="list-style-type: none"> 効果的な広報・セールス活動の展開【再掲】 <ul style="list-style-type: none"> ◆現地メディアの観光担当記者への訪日旅行シーズンなどに合わせた情報発信によるタイムリーな露出と定期的なセールス ◆海外旅行博等でのプロモーション ◆[新規]四国ツーリズム創造機構の四国DMOに向けた取組【再掲】 外国人向け旅行商品の販売促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆旅行者に近い場所にセールス機能を置き、旅行動向や流行を把握しながら、団体旅行に加え、個人旅行者(FIT)のニーズに対応した「旅行商品」の販売を促進 [新規]高知龍馬空港の整備と連携したアクセス環境の向上 <ul style="list-style-type: none"> ◆国際チャーター便の戦略的な誘致拡大と商品造成販売 ◆高松空港等からのアクセスの向上 国際線直行便を持つ他県及び首都圏と連携した広域観光の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆広域周遊観光のPR及び海外での旅行商談会開催等 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 <ul style="list-style-type: none"> ◆2020東京オリパラへ向けたよさこいプロモーション ◆よさこいの世界的なネットワークづくり 	<ol style="list-style-type: none"> 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上 <ul style="list-style-type: none"> ◆[拡充]「土佐の観光創生塾」の更なる充実による本県観光を担う観光人材の育成 ◆「土佐の観光創生塾」の更なる充実による自然・体験型観光商品づくりと事業者連携(地域観光クラスター化)の推進【再掲】 ◆広域観光組織の機能強化【再掲】 ◆地域コーディネーターの配置強化【再掲】 ◆外国人観光客へのおもてなしができる観光人材及び観光ボランティアガイド団体の育成支援



第二幕の主なプロモーション活動スケジュールイメージ

※調整中の事項含む

	第一幕 (大政奉還150年)		第二幕 (明治維新150年)							
年度	平成29年度 (2017)		平成30年度 (2018)							
四半期	1-3月		4-6月	7-9月	10-12月	1-3月				
トピック等	<ul style="list-style-type: none"> ●1/7大河ドラマ「西郷どん」放送開始 ●1/1 明治維新150年記念カウントダウンイベント ★12/30-2/25 高知城歴史博物館西郷隆盛書簡公開 ★1/20-2/12 高知城歴史博物館 新国家書簡公開 		<ul style="list-style-type: none"> ★4/21 第二幕開幕イベント、4/21-23 龍馬クルーズ ★4/21 坂本龍馬記念館グランドオープン ★4月中旬 林邸、片岡直輝・直温生家リニューアルオープン ★3月下旬 梶原千百年物語リニューアルオープン ★4/1 ジョン万次郎資料館、大原富枝文学館リニューアルオープン ★3/21-5/28 高知城歴史博物館特別展 明治元年の日本と土佐 ★4/21-7/9 坂本龍馬記念館 土佐に残された龍馬の「志」 		<ul style="list-style-type: none"> 夏頃 坂本龍馬など土佐の志士登場? ★アウトドア、アクティビティハイシーズン ◆夏休み ◆SW 		<ul style="list-style-type: none"> ●10/23 明治改元150年 ●11月 龍馬月間 ★10/25-12/24 坂本龍馬記念館 開館記念特別展示「龍馬」展 ◆冬休み 		<ul style="list-style-type: none"> ●1月～大河ドラマ「いだてん～東京オリムピック噺～」放送開始 ★12/29-2/24 坂本龍馬記念館「ジョン・マン」展 ◆春休み ◆春休み 	
プロモーション活動	<p>○坂本龍馬記念館グランドオープンを前面に出したプロモーション展開</p>									
坂本龍馬記念館リニューアル	<ul style="list-style-type: none"> ○第二幕に向けた記者発表 ○第二幕開幕に合わせたモニターツアー、商談会等 ○歴史史料を活用したプロモーション活動 ○歴史史料を活用したプロモーション活動 									
大河ドラマ「西郷どん」	<ul style="list-style-type: none"> ○ゆかりの資料・場所等の情報発信 / 「西郷どん」と「龍馬」といった土佐を関連づけたプロモーション ○関連情報のHP等での発信 ○首都圏でのタイアップ等PR企画 ○10/6 第30回龍馬ファンの集い(東京) 									
明治維新150年	<ul style="list-style-type: none"> ○全国を対象にしたTV、雑誌、ウェブ等のメディア露出 ○近県向けTV、雑誌、タウン誌のメディア露出 ○城博特別展に合わせたPR活動 ○全国を対象にしたTV、雑誌、ウェブ等のメディア露出 ○近県向けTV、雑誌、タウン誌のメディア露出 ○明治改元記念イベント(高知) ○近県向けTV、雑誌、タウン誌のメディア露出 ○首都圏、近畿圏での交通広告等PR 									
自由は土佐の山間より	<ul style="list-style-type: none"> ○自由民権運動を起こしていった人物たちの系譜を情報発信 →地域会場の企画展等とも関連づけ 									
殖産興業	<ul style="list-style-type: none"> ○高知県の偉人ゆかりの企業のタイアップした情報発信と企業研修等の誘致 ※産業革命を起こしてきた経済人達の系譜を露出 ○魚梁瀬森林鉄道遺産(日本遺産)や土佐和紙、路面電車などが組み込まれた旅行商品のセールスと情報発信 									
基本的なPR	<ul style="list-style-type: none"> 近隣県への情報発信(TVCM、情報番組、雑誌、新聞等) 近隣県への情報発信(TVCM、情報番組、雑誌、新聞等) よさこいを活用したPR よさこいを活用したPR 交通機関のラッピング広告等交通広告の展開 公式ホームページによる情報発信(よさこいネット、県公式SNSとの連携) 第一幕 ポスター、のぼり等の掲出 第二幕 ポスター、のぼり等の掲出 公式ガイドブックやイベントブックの発行 公式ガイドブック・イベントブックの発行 									

ポスト幕末維新博に向けたプロモーション展開

●博覧会パトロンタッチイベント

ポスト幕末維新博の展開イメージ

前提

- ・本県の強みである食・歴史・自然について、食はこれまでの取り組みにより高い評価を獲得してきており、歴史については幕末維新博を通じてレベルアップを図っているところ。
- ・平成30年度の越知町などを皮切りに県内各地で新たなキャンプ場がオープンし、カヌー・スイミングなどのアクティビティの拠点施設も順次整備される。
- ・2020年オリ・パラ東京大会が近づき、全国的にスポーツ振興や自然体験の機運の高まりが予想される。

方向性

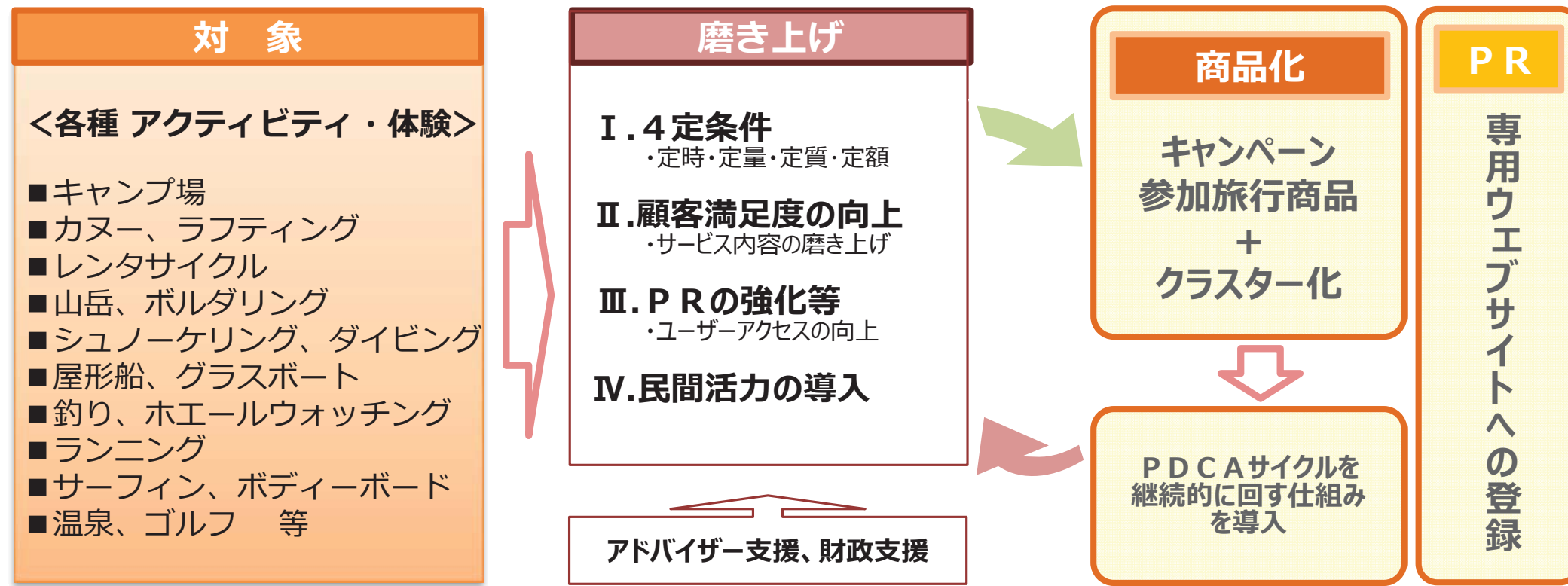
- 「ポスト幕末維新博」では、幕末維新博で培ってきた歴史観光の勢いを維持させつつ、「自然」や「体験」を前面に出したキャンペーンを展開し、自然体験型観光の磨き上げとともに周辺施設や事業者等とのクラスター形成をさらに進めていくことで、受入態勢のレベルアップをはかる。
- その後はレベルアップした「歴史」、「自然」、「食」をベースに、その時々々の流行をつかみながら本県の強みを最大限に活かした展開を行う。

自然体験型観光の推進

■プロモーション × キャンペーン等の展開

◆平成30年度からポスト維新博を意識した情報発信を徐々に織り込んで展開

■磨き上げ等による基盤整備



全体を下支え

■事業体の強化と観光人材の育成

観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成力の向上

- ・民間活力の積極的な導入
- ・個人旅行者向けの旅行商品の造成と販売力の強化支援
- ・広域観光組織の機能強化
- ・外国人等の観光客におもてなしできる人材等の育成支援
- ・顧客満足度の向上に向けた受け入れ人材の育成支援

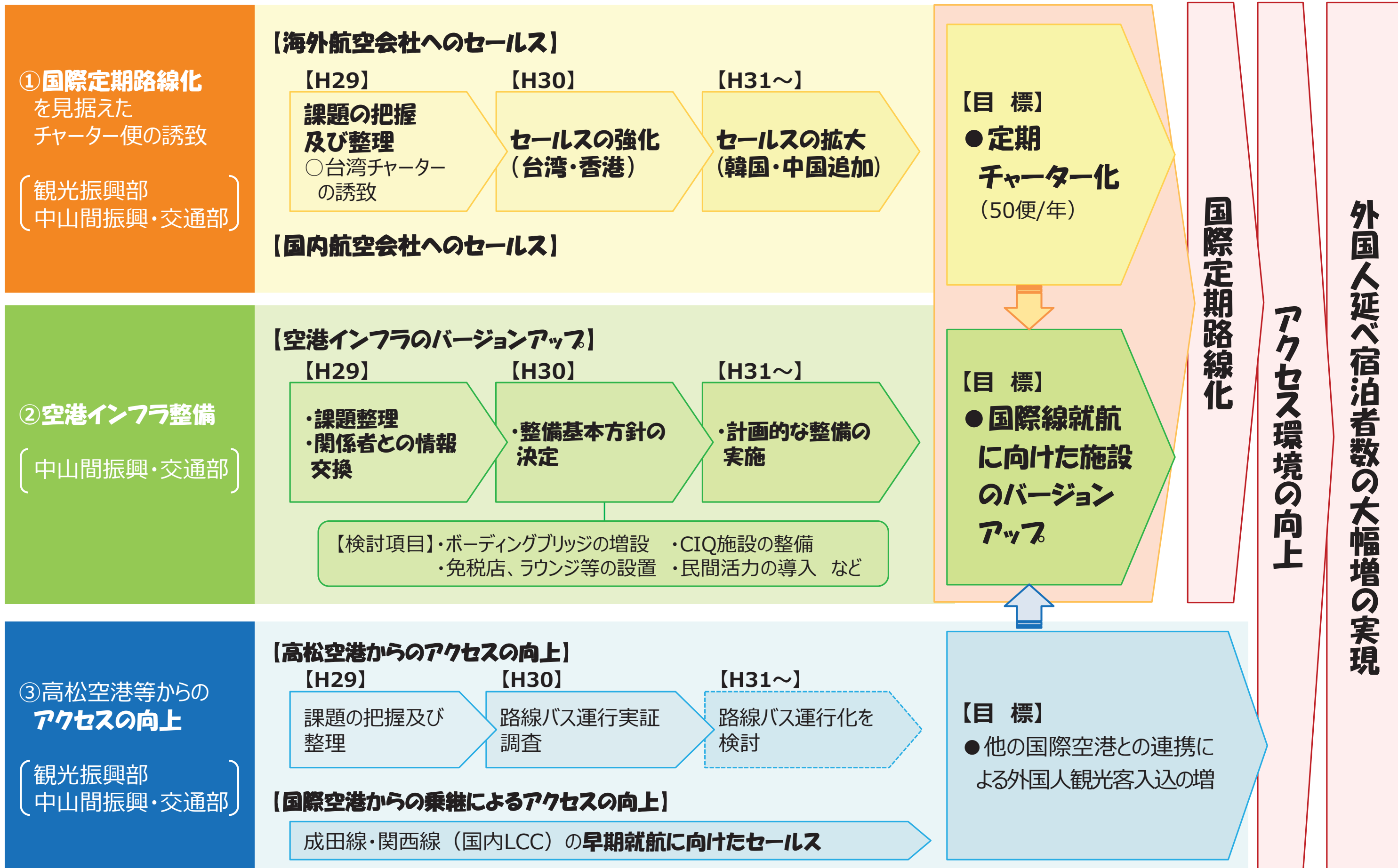
整ってきている
歴史観光基盤



整えてきた
食観光基盤

本県観光
さらなる受入
レベルアップ

外国人延べ宿泊者数の大幅増の実現に向けたアクセス環境の向上



バリアフリー観光の推進

【概要】 高齢者や障害者、外国人など多様なニーズを持つ観光客にきめ細やかな情報提供ができるようバリアフリー観光の相談態勢を整える。

取組内容	H29	H30	H31	目標	H32～	
①観光、宿泊、交通施設の詳しい情報収集・蓄積	【自己点検シート及び現地調査による情報収集】			情報の蓄積 観光:100施設 宿泊:100施設 交通: 30施設	バリアフリー観光相談窓口の開設・運営開始	
	宿泊施設	自己点検 ※対象：10室以上の宿泊施設（休業等除く）	現地調査（40施設）			現地調査（60施設）
	観光施設	自己点検 ※対象：観光施設、道の駅 等	現地調査（40施設）			現地調査（60施設）
交通機関	自己点検・現地調査（10施設） ※対象：鉄道、バス、航空、タクシー等の駅、停留所、車両情報 等		現地調査（20施設）			
②相談対応のための人材育成	【相談窓口運営のためのスキルの取得】			専門スキルの習得	バリアフリー観光に関する機運の醸成	
	現地調査等（OJT）による情報収集スキルの習得 ※対象：県、KVCA、観光案内所職員 等					相談対応スキルの習得
③バリアフリー観光に関する理解の推進	【県内各地での研修会の開催】			バリアフリー観光に関する機運の醸成		バリアフリー観光に関する機運の醸成
	1回 ※対象：観光関連事業者 等	5回	5回			
④情報提供や相談対応等に関する関係機関との検討	【関係機関との検討会の開催】 ※適宜			県内観光案内所等との連携体制や関係機関との役割分担が整う	誰もが安心して旅行を楽しむことのできる高知県観光の実現	
	（関係機関） 県観光振興部、県健康政策部、県地域福祉部、県文化生活スポーツ部、県教育委員会、市町村、KVCA、広域観光協議会、観光協会、観光事業者 等 （検討項目） 情報共有、スケジュール、運営主体、場所、経費負担 等 47					

平成30年度 土佐の観光創生塾のさらなる強化

【概要】ポスト維新博の取り組みをにらんで、一定の品質を確保した商品とするための磨き上げを行い、継続した販売に繋げるとともに、地域での消費拡大を目指した事業者同士の連携を促進

これまでの「土佐の観光創生塾」の取り組み・成果

【平成27年度】
旅行商品の造成・磨き上げ：43件
旅行会社等販売：22件

【平成28年度】
旅行商品の造成・磨き上げ：72件
旅行会社等販売：26件

【平成29年度】
(H29.12月時点)
旅行商品の造成・磨き上げ：84件
旅行会社等販売(予定含)：23件

大手旅行代理店から販売された主な商品

(東部)
・伊尾木洞探検
・野根山街道トレッキング

(中央)
・仁淀川SUP
・浦戸湾クルーズ

(西部)
・足摺岬クルーズ
・柏島クルーズ

今後の方向性

旅行トレンドに対応し、継続して売れる商品とするためには、4定条件+aが必要

4定条件

- ・ 定時
- ・ 定量
- ・ 定質
- ・ 定額

+

a

- ・ 顧客満足度の向上
- ・ PRの強化等

サービス内容の磨き上げ
ユーザーアクセスの向上

商品の見直しだけでなく、受入態勢等受講者が抱える個別の課題に対応する必要がある

「土佐の観光創生塾」の取り組みの見直し

- ◆**プログラムの拡充**
体験・アクティビティ事業者等を対象に、より売れる商品づくりに取り組む応用編と、広く観光事業者の人材育成を行う基礎編を設定
- ◆**支援の強化**
受講者の個別の課題に対応するためコーディネーターのハンズオン支援を強化

強化の方向性

- ◆**ポスト維新博の開催をにらみアウトドア・自然体験の磨き上げを強化**
- ◆**4定条件+aを満たす商品となることを目指す**

ポスト維新博に向けた見直し

平成30年度のカリキュラムと支援の仕組み

	観光商品の磨き上げ	地域コーディネーターの支援	目指す成果
対象者 （応用編） ポスト維新博の対象となる体験事業者 （基礎編） 地域の観光事業者等 + 地域産業クラスターの対象事業者	<p>座学や地域コーディネーターのハンズオン支援を中心に受講者の商品の磨き上げを行い、OTA等での販売を目指す。また、受講者が主体となり地域での消費に繋がる連携を推進する。 (参加者) 各エリア20人程度</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 22%;"> <p>第一回 (導入) ・「土佐の観光創生塾」について ・ポスト維新博の目的等について</p> <p>(座学) 講座： ビジネスとしての観光</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>第二回 (座学) OTAセミナー ・登録に必要な条件提示 ・個別相談会の開催</p> <p>(個別対応) ・受講者の現状確認 ・フォーマットを活用した商品の課題確認</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>第三回 (座学) 講座： アウトドア・自然体験の取り組みについて</p> <p>(個別対応) ・受講者の現状確認 ・商品の磨き上げ ・ 事業戦略の策定支援</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>第四回 (座学) 講座： 顧客管理、顧客満足度について</p> <p>(個別対応) ・受講者の現状確認 ・商品の磨き上げ ・ 事業戦略の策定支援</p> </div> </div> <p>事業者連携の推進 (クラスター分科会) 受講生が中心となり地域の宿泊施設や食資源との連携を促進するために随時開催 ・セットプランの検討(宿+体験でのOTA掲載)等 ・周遊に必要な連携策やツールの検討(案内板の整備、周遊割引プランの検討)等</p>	<p>◆セミナーでの支援 セミナー内での個別対応による受講者の商品の磨き上げ支援</p> <p>OTAセミナーを通じ、登録に必要な手続きを支援</p> <p>◆ハンズオン支援 受講者が中心となった地域での事業者連携の促進の支援</p> <p>受講者の個別の課題に対する支援</p> <p>商品のセールスに向けた支援</p> <p>事業戦略の策定に向けた支援</p>	<p>旅行トレンドである個人旅行者にも対応し、継続して売れる商品とするために必要と考えられる</p> <p>4定条件+aの達成</p> <p style="text-align: center;">4定条件 ・ 定時 ・ 定量 ・ 定質 ・ 定額</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">+</p> <p style="text-align: center;">a</p> <p>・ 顧客満足度の向上 サービス内容の磨き上げ</p> <p>・ PRの強化等 ユーザーアクセスの向上</p>
	<p>旅行トレンドやインバウンドの動向等、観光地づくりを推進するための知識を学び、観光人材の育成を図る。 (参加者) 50人程度</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 22%;"> <p>第一回 (講座) <旅行・観光のトレンド> ・旅行・観光トレンド ・インバウンドの動向</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>第二回 (講座) <観光商品を作る> ・観光商品に求められる要件 ・旅行会社の仕組み</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>第三回 (講座) <観光商品を売る> ・SNS、WEBを活用した情報発信 ・旅行会社へのセールス手法 ・広域観光組織、KVCA、観光協会との連携</p> </div> <div style="width: 22%;"> <p>第四回 (講座) <観光客の受け入れと磨き上げ> ・満足度向上のための手法 ・外国人旅行者受入れのロールプレイ</p> </div> </div>	<p>◆セミナーでの支援 セミナー内での受講者フォロー</p> <p>事業者連携の促進に関する支援</p>	<p>◆ポスト維新博でプロモーション・アドバイザーによる支援・財政面での支援</p>

分野を代表する
目標

食料品製造業出荷額等

出発点(H26)892億円⇒現状(H27)998億円⇒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

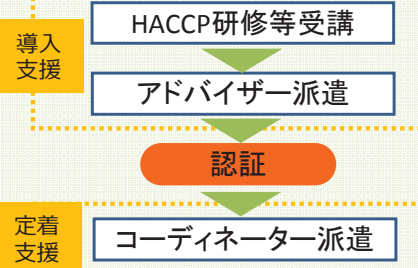
※目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

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

- 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



- ・HACCP手法の定着・改善に向けた専門家派遣
- ・一般衛生管理研修の充実強化

農水産物加工の推進

- 農産物
 - 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ
 - 直販所支援の強化
- 水産物
 - HACCPに対応した加工施設の立地促進
 - 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
- ・小売用・業務用商品相談会、企業力アップ相談会
- ・高知県産品商談会の拡充（年2回開催）
- 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
- 外商事業者のすそ野の拡大
- 地産外商会社による
- ・商品づくりの伴走型支援
- ・ブロック別商談・相談会の開催

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さらなる推進
- ・中部圏の外商活動の強化
- ・ターゲット(小売・業務筋)を絞った効果的な外商活動の展開
- ・ポランチャーチェーン等との関係強化

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でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化
- ・高知家コンセプトのさらなる浸透
- ・Web等を活用した高知家情報の発信



農水産物の外商強化

- 加工用ニーズへの対応
- ・「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

- ・輸出促進の足場を築く
- ・現地商社やキーパーソンとの関係を強化し、輸出促進を加速化
- ・企業の輸出戦略づくりと実行支援の強化
- ・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 (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
- ・生産現場と結びついた新たな品目の掘り起こし

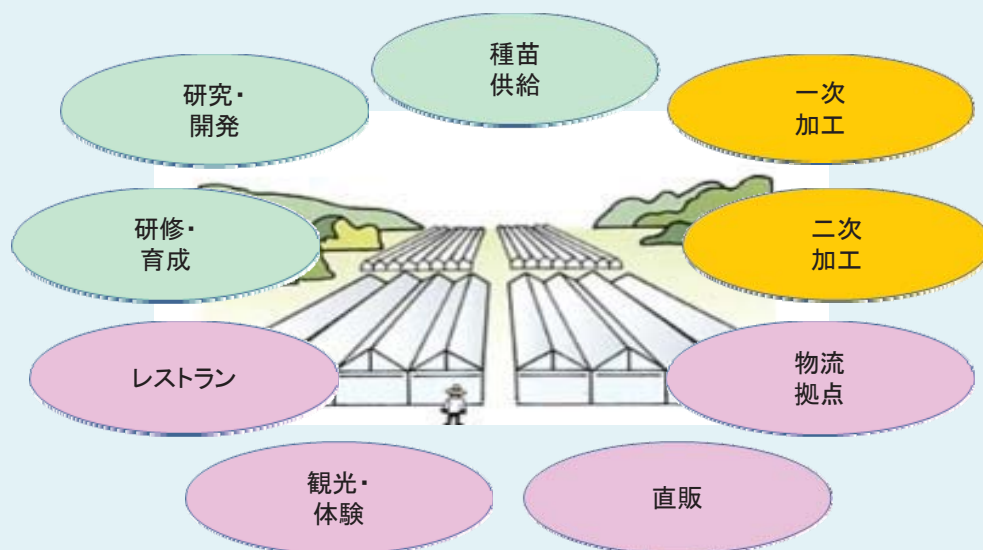


好循環を生み出し拡大再生産へ

拡大再生産策の強化

柱5 地域に根差した産業クラスターの形成

第一次産業等を核として、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

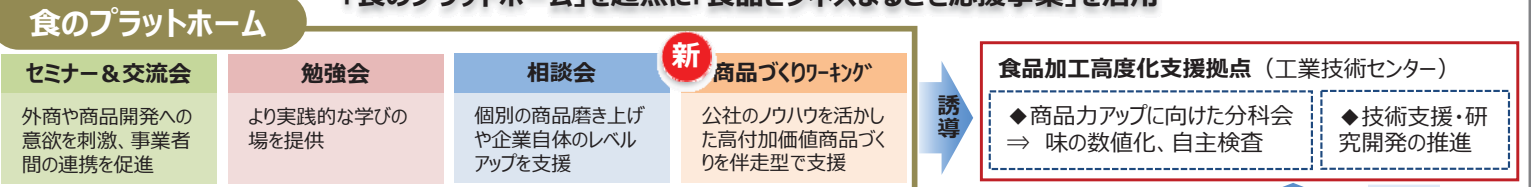


地域の産業クラスターの形成に向けた支援

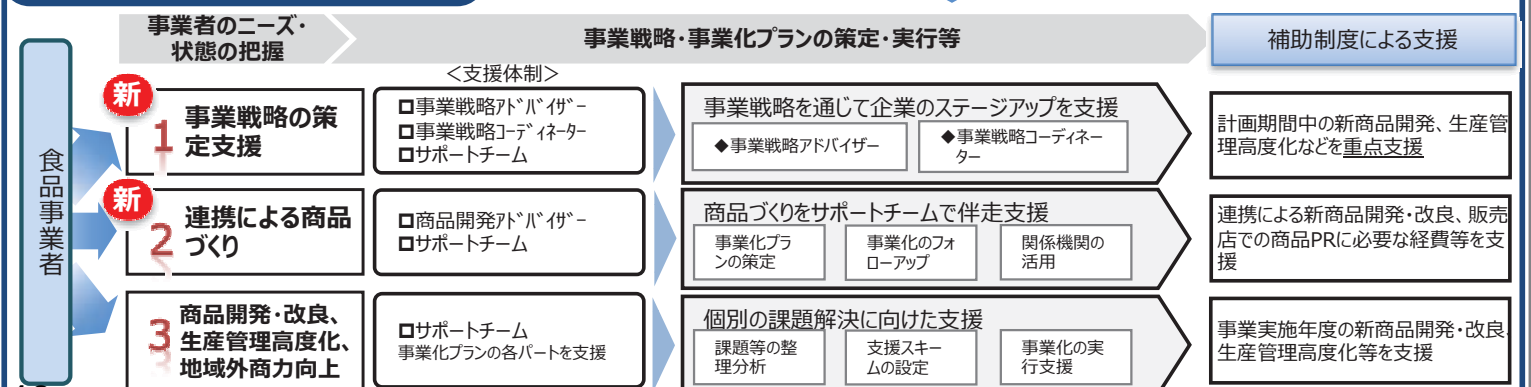
柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品加工の総合支援

「食のプラットフォーム」を起点に「食品ビジネスまるごと応援事業」を活用



食品ビジネスまるごと応援事業



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 出発点(H26):892億円⇒現状(H27):998億円⇒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する	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する	事業者が外商活動に取り組む中で明らかになった課題を解決し、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する
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](H28~H29累計) ⑲:1→⑳:100社→㉑:170社 水産加工の出荷額等 ⑲:173億円→⑳:200億円→㉑:203億円→㉒:220億円 	<ul style="list-style-type: none"> 地産外商公社の活動による成約 ⑲:16.1億円→⑳:36億円 海洋深層水関連の県内製造品売上高(食品関連) ⑲:95億円→⑳:108億円→㉑:114億円→㉒:122億円 	<ul style="list-style-type: none"> 食料品の輸出額 ⑲:3.38億円→⑳:9億円→㉑:12億円→㉒:17億円 貿易に取り組む企業 ⑲:49社→⑳:100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に伴う売上増(食品関連工場の新増設等) ⑲:→⑳:43億円→㉑:52億円→㉒:72億円 外商活動参画事業者への支援による拡大再生産に伴う売上増 ⑲:→⑳:20億円→㉑:29億円→㉒:44億円 水産加工の出荷額等(再掲) ⑲:173億円→⑳:200億円→㉑:203億円→㉒:220億円

取組方針・主な「具体的な取組み」	1.食品加工のさらなる生産管理高度化支援 ◆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 2.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(再掲) ◆直販所支援の強化(再掲) 3.水産物加工の推進 ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲) ◆冷凍保管ビジネスの事業化(再掲) 4.市場が求める商品づくり ◆商品力アップへの支援 ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成 ◆外商事業者のすそ野の拡大 5.食のプラットフォームを起点とした商品づくり ◆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 ◆ [新規] 本県の強みを活かした商品づくりを伴走型で支援 6.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	1.地産外商公社を核とした外商機会の拡大 ◆ [拡充] 地産外商公社の全国展開のさらなる推進 2.「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 3.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でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化 4.農産物の外商強化 ◆加工用コースへの対応(再掲) 5.水産物の外商強化 ◆ [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(再掲) 6.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(再掲) 7.関西地区における県産品販売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 8.中部地区における県産品販売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	1.国・地域別の輸出拡大 ◆有望(安定)市場での展開 ◆新興(チャレンジ)市場での展開 2.品目別の輸出拡大 ◆ユズの輸出拡大 ◆ユズの生産振興(再掲) ◆土佐酒の輸出拡大 ◆酒米の生産振興(再掲) ◆養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓(再掲) ◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし 3.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	1.食品加工高度化支援拠点の機能強化 ◆ [拡充] 市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(再掲) ◆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) ◆ [新規] 本県の強みを活かした商品づくりを伴走型で支援(再掲) ◆ [拡充] 食品ビジネスまるごと応援事業の強化 2.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(再掲) ◆HACCPに対応した加工施設の立地促進(再掲) 3.企業の設備投資支援の強化 ◆ [拡充] 生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度)(再掲)
------------------	---	--	---	---

戦略の柱	5 地域に根差した産業クラスターの形成
戦略の方向性	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する
戦略目標	食品産業クラスターの形成による出荷額等 ⑲:→⑳:10億円→㉑:15億円→㉒:15億円以上
取組方針・主な「具体的な取組み」	1.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) 2.企業立地の推進 ◆全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の実現(再掲)

食品加工の総合支援について

「食のプラットフォーム」を起点に「食品ビジネスまるごと応援事業」を活用

食のプラットフォーム

セミナー&交流会

外商や商品開発への意欲を刺激するとともに、事業者間の連携を促進

<セミナーテーマ(案)>

- 外商力アップ
- 高付加価値な商品づくり
- 地域連携による商品づくり

新 事業戦略

勉強会

テーマをさらに掘り下げ、より実践的な学びの場を提供

<勉強会テーマ(案)>

- 外商力アップ
- 高付加価値な商品づくり
- 品質管理・食品加工技術の向上

相談会

個別の商品磨き上げのほか、企業自体のレベルアップを支援

<相談会内容(案)>

- 小売・業務用商品相談会
- 新** 企業力アップ相談会
⇒マーケティング、商品企画力など

新 商品づくりワーキング

地域連携や地産外商公社のノウハウを活かした高付加価値商品づくりを伴走型で支援

<WG(案)>

- 地域連携グループ (生産者、加工者、販売者等)
- 地産外商公社グループ

食品加工高度化支援拠点 (工業技術センター)

商品力アップに向けた分科会の開催

- 味の数値化
- 自主検査

技術支援・研究開発の推進

- 技術相談・指導
- 研究開発の実施

誘導

機器利用・技術支援

活用誘導

商工会・地域本部・市町村等

誘導

食品ビジネスまるごと応援事業

事業者のニーズ・状態の把握

事業戦略・事業化プランの策定・実行等

補助制度による支援

<支援体制>

新 1 事業戦略の策定支援

中長期ビジョンにより企業のステージアップを目指す

- 設備投資・生産能力の拡大
- 販路拡大・競争力の強化
- 人材その他経営資源の大幅な変更 など

- 事業戦略アドバイザー
- 事業戦略コーディネーター
- サポートチーム
事業戦略の各パートを支援
◆ 経営面⇒商工会、金融機関
◆ 販路⇒地産外商公社
◆ 商品開発⇒工技セ等

事業戦略を通じて企業のステージアップを支援

◆ 事業戦略アドバイザー
専門家の視点で事業戦略の策定を指導

◆ 事業戦略コーディネーター
事業戦略策定の伴走支援、策定後の実行改善をフォローアップ

- 計画期間中の新商品開発、生産管理高度化などを重点支援
- 計画計上事業の補助金審査会を免除

新 2 連携による商品づくり

下記のテーマに沿った商品づくりを伴走型で支援

- 地域の食文化の維持・発展
- 国産又は高知県産素材を活用
- 安全安心、高付加価値

- 商品開発アドバイザー
- サポートチーム
各グループの事業化をサポートチームが支援
◆ 地域連携グループ⇒外商課
◆ 公社グループ⇒地産外商公社、外商課、工技セ等

商品づくりをサポートチームで伴走支援

◆ 事業化プラン
・課題の抽出
・スケジュール設定
・取組内容設定

◆ フォローアップ
・目標の具体化
・進捗管理
・全体マネジメント

◆ 関係機関の活用
・アドバイザー派遣
・企業力アップ相談会
・工技セ分科会

- 事業者間の連携による新商品開発・改良、販売店での商品PRに必要な経費等を支援
- テーマに沿った商品づくりを支援

3 商品開発・改良、生産管理高度化、地域外商力向上

個別課題の解決により企業の業績アップを目指す

- 新たな商品開発やパッケージ変更等の商品改良
- HACCP手法の導入に必要な機器の整備
- 地域商社の自主的な県内外の商談会開催等

- サポートチーム
事業化プランの各パートを支援
◆ 経営面⇒商工会、金融機関
◆ 販路拡大⇒地産外商公社
◆ 商品開発⇒工技セ等

個別の課題解決に向けた支援

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

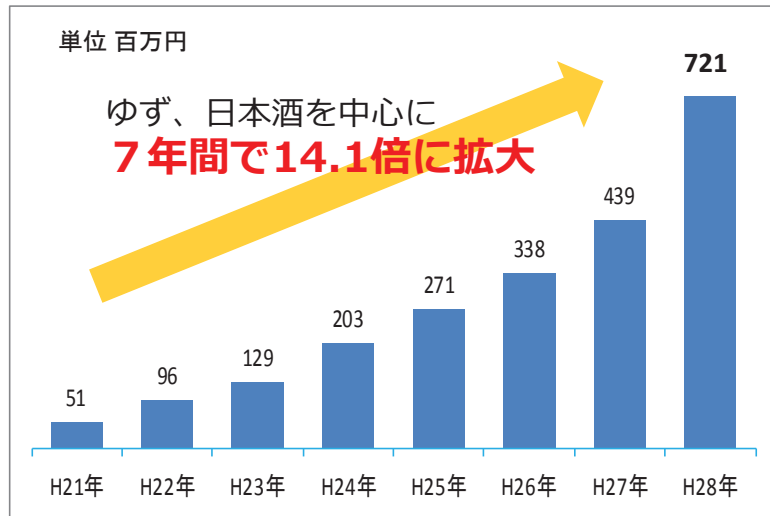
事業化プランの策定・実行を一貫して支援

- 事業実施年度の新商品開発・改良、生産管理高度化、地域の外商力向上を支援

食品事業者

輸出の本格化 2nd フェーズ

食料品の輸出額の推移



さらなる輸出拡大に向けた課題

- 1 有望市場でのさらなる販路の拡大
- 2 販路開拓が期待でき、かつ県内企業の要望が高い新たな市場の開拓
- 3 ユズ、日本酒、水産物に続く、輸出有望品目の掘り起こし

強化の方向性

- POINT 1 輸出促進の足場を築く！**
 - 現地の商社や量販店・飲食店・コンサルタントなど「キーパーソン」とのネットワークを強化し、有望市場での輸出促進をさらに加速化
- POINT 2 県内企業の輸出戦略の策定と実行を支援！**
 - 輸出に取り組む企業のステージに応じた戦略の策定と実行を支援し企業ニーズに応じた新たな市場を開拓
- POINT 3 生産現場と連携し新たな品目を発掘！**
- POINT 4 1~3の推進に向けALL高知の輸出促進体制を構築！**

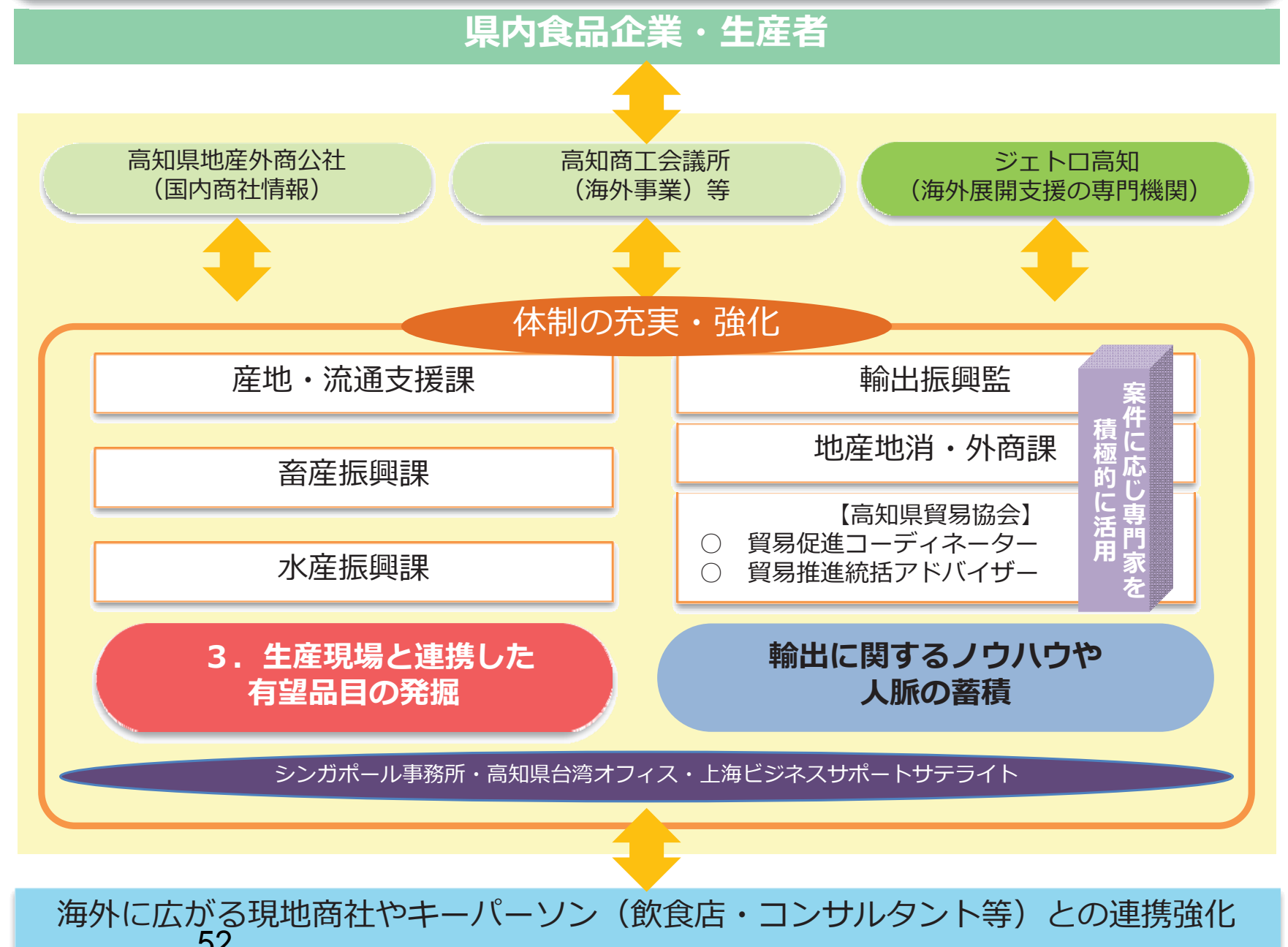
1. 輸出促進の足場固めと新たな事業の展開

台湾	キーパーソン ・現地商社、量販店	食品とキッチン関連商品をセットにしたプロモーション等
シンガポール	キーパーソン ・現地商社、量販店 ・飲食店、有名シェフ	商社と連携した、見本市出展、量販店でのプロモーションや飲食店等の業務筋への売り込みの強化
米国	キーパーソン ・現地商社、量販店 ・アドバイザー	・米国食品安全強化法 (FSMA) 対策支援の継続 ・商社と連携した展示会出展、プロモーションの実施等
欧州	キーパーソン ・現地商社、飲食店 ・アドバイザー	・土佐酒と観光をセットにしたプロモーションを実施 ・フランスの見本市で「KOCHI YUZU」を効果的にPR
香港	キーパーソン ・現地商社、飲食店	現地商社と連携した業務筋向けの販路開拓
タイ	キーパーソン ・現地商社、飲食店	商社と連携した見本市出展・業務筋向けの販路開拓

2. 企業の輸出戦略の策定・実行支援

- 県内企業の輸出戦略の策定とその実行をハンズオンでサポートし、有望市場での販路拡大や新たな市場の開拓に取り組む
＜新たな市場の開拓＞
ドバイ/中東最大規模の見本市に出展
ベトナム/ホーチミンの販路開拓等
マレーシア/バイヤー招聘商談会開催等

4. ALL高知の輸出促進体制を構築



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（H28）：683組⇒4年後（H31）：1,000組

基本となる取り組み <平成25年度～>

移住に至るまでを**5段階**に分け、
取り組みを展開！

第3期計画における強化策

5段階の基本となる取り組みに加え、「**移住者倍増**」を目指して、
次の「**3つの視点**」により戦略を強化

Ver.3では以下の**拡新**の取り組みをさらに強化

H31目標

移住者数
年間1000組

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

高知家は、
いろんな
家族で
大家族。

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。」やSNSを通じた情報発信
- ホームページへのアクセス増加対策（Web広告等）
- メディアへの広告等



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・交流コンシェルジュ

- 移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施

- 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相談窓口等＞

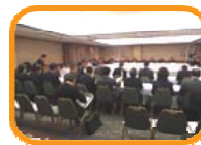
- 【農業】 就農コンシェルジュ、農業担い手育成センター、農業大学校
- 【林業】 林業大学校、林業労働力確保支援センター、小規模林業推進協議会
- 【水産業】 漁業就業支援アドバイザー
- 【商工業】 事業引継ぎ支援センター
- 【福祉】 福祉人材センター 等

H29.10月に発足した
「**移住促進・人材確保センター**」
と各分野の相談窓口が
「**オール高知**」
体制で連携

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

- 移住促進策の取り組みの方向性について議論を行う、
「移住促進アドバイザー会議（移住推進協議会を改組）」の運営



- 移住希望者に寄り添うサポートの実施
・移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応（再掲）
・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：28市町村45人（H29.12月末現在）

◆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（再掲）
- 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：18市町101人（H29.12月末現在）
- 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



地域移住サポーター

1 リーチ（届く範囲）を広げる！

(1) 情報発信の大幅拡大とアプローチの強化

- 拡** 発信素材の継続的な発掘と発信方法の磨き上げ
- 新** 協定企業等の協力を得た情報発信



(2) ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開

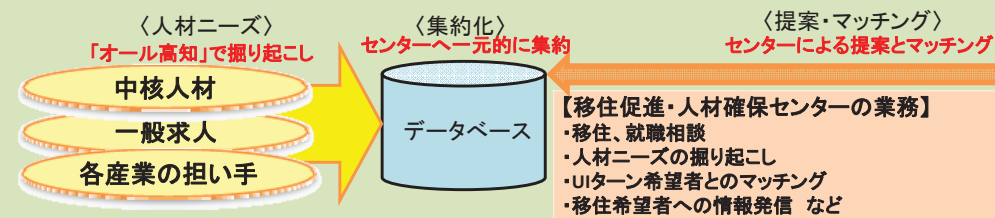
- ターゲット毎に訴求力のある媒体での広告等の展開
- 拡** Uターンを促進するための県内向け広報の強化



2 アクティブに働きかける！

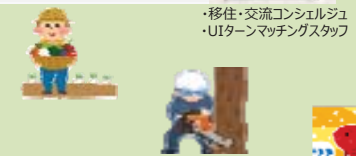
(1) 魅力的な人材ニーズの掘り起こしと提案、マッチングの強化

◆移住促進・人材確保センターによる人材ニーズの集約とマッチング



◆各分野の担い手確保策との連携

- 【農業】 **拡** 産地提案型担い手確保対策の強化
- 【林業】 ・都市部で高知の林業を学ぶ「フォレストスクール」の充実
拡 林業大学校の本格開校（H30：専攻課程開講）
- 【水産業】 ・漁村の地域の特色を生かしたライフスタイルのパッケージ化による提案
- 【商工業】 **拡** 首都圏のIT・コンテンツ人材・企業の掘り起こしから、人材マッチングまでの一貫した仕組みの構築



移住・交流コンシェルジュ・Uターンマッチングスタッフ

(2) 本県出身者に対するアプローチの強化

- 拡** 本県出身者に情報を届けるための発信方法の工夫や継続的なネットワークづくり
- 拡** 本県出身者が多い関西圏における相談体制の強化

3 ゲートウェイ（受け皿）を広げる！

(1) 市町村や企業等と連携した受入れ体制の充実

- 新** 短期間（派遣・出向等）の人材誘致の促進
■ 高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
- 拡** 市町村間の連携事業への支援
■ 「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の取り組みの推進

(2) 住宅確保策の強化

- 53 拡** 活用可能な空き家の掘り起こしや移住者のニーズに合った住まいの提案



都市部の人材

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(H28):683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うサポートの充実。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	相談窓口を通じた移住者数 ㉚:403組 → ㉛:1,000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 ◆[拡充] 潜在層の取り込みの強化 ・「高知家で暮らす。」情報編集部による情報発信メディアの展開や発信情報の磨き上げ ・包括協定企業の協力を得た情報発信	1 (高知ファンへの)アプローチの強化 ◆[拡充] 独自性の高い移住情報の発信 ・「高知家で暮らす。」情報編集部による情報発信メディアの展開や発信情報の磨き上げ[再掲] ・県外での関係者(出身者、移住希望者、高知ファン等)のネットワークづくり 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 ・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 ・求人サイト等と連携した情報発信 ◆ 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」会員増加及び「高知暮らしフェア」への更なる誘客対策 ・大阪相談窓口の強化 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 ・移住促進・人材確保センターと産振センター等との連携による人材ニーズの掘り起こしの強化 ・仕事×移住のモデル提案 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】(再掲) ◆ 林業労働力確保センターと連携した就業者の確保【林業】(再掲) ◆ 移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実【水産業】(再掲) ◆[拡充] 首都圏高知IT・コンテンツネットワークの構築【商工業】(再掲) 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 ・市町村間の連携への支援 ◆[拡充] 「仕事」と「住まい」の確保策の強化 ・短期間(派遣・出向等)の人材誘致の促進 ・活用可能な空き家の掘り起こしや移住者のニーズに合った住まいの提案 ◆全県的な移住支援ネットワークの構築	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

平成30年度 移住促進策のバージョンアップ（案）

現状

3期計画で強化

目標達成に向けた課題

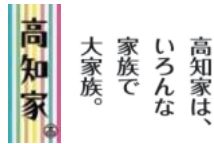
H30バージョンアップ

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

- 高知家プロモーションの推進により、高知ファンの増加や高知の認知度が向上



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
 - H27～10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「移住支援特使」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うサポートの実施
 - 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 H28：29市町村45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
- 【農業】 就農コンシェルジュ、農業担い手育成センター、農業大学校
- 【林業】 林業学校、林業労働力確保支援センター、小規模林業推進協議会
- 【水産業】 漁業就業支援アドバイザー 【商工業】 事業承継・人材確保センター
- 【福祉】 福祉人材センター 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） H28：16市町村99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とアプローチの強化

- 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」ポータルサイトの魅力向上とアクセス増加対策（WEB広告等）
- 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策の展開

- ターゲット毎に訴求力のある媒体での広報の展開（子育て、アウトドア など）
- Uターンを促進するための県内向け広報の強化

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

- 「高知家で暮らし隊」会員制度の魅力向上と登録ページへの誘導の強化
- 県内での就業体験機会の提供と支援
- ターゲットや検討熟度に応じた移住体験ツアー等の実施

○様々な人材ニーズの顕在化・集約化と都市部人材のマッチング強化

- （一社）高知県移住促進・人材確保センターによる「移住」「Uターン就職」「中核人材確保」の業務の一体的な展開
- 様々な人材ニーズを集約したデータベースの構築
- 各分野の担い手確保策との連携
- 【農業】 産地提案型担い手確保対策の推進
地域で労働力を補完し合う県域での仕組み
- 【林業】 都市部で高知の林業を学ぶ「フォレストスクール」の開催
林業学校の充実・強化（H30：専攻課程開講）
- 【水産業】 漁村の地域の特色を生かしたライフスタイルのパッケージ化による提案
- 【コンテンツ】 首都圏の人材・企業とのネットワークの構築

3 ゲートウェイを広げる！

○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

- 高知市を中心とした「二段階移住」の取り組みの展開
- 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
- 「高知家生涯活躍のまち」（高知版CCRC）の取り組みの推進

○移住後の定住に向けたフォロー体制の深化

- 「ALL高知家」による移住者へのきめ細かな情報提供やサポート体制の充実

課題1

◆KPI：アクセス数◆
377,206件（前年同期比92%）
※12月末時点

他県との競争に打ち勝つため、戦略的な情報発信等により本県への移住関心を更に高めることが必要

- 他県との競争の中で埋没せず、本県への移住や就業を広くPRするため、様々なターゲットに応じた戦略的な広報や、発信方法の更なる工夫が必要

課題2

◆KPI：相談者数/暮らし隊◆
新規相談3,493人（前年同期比120%）
新規暮らし隊721人（前年同期比116%）
※12月末時点

移住者の更なる増加を図るため、都市部のUターン希望者の「志」を満たすような、魅力的な仕事の掘り起こしと提案の強化が必要

- 県内の多様な人材ニーズを掘り起こし、魅力的な仕事として都市部人材への提案していくことが必要
- 本県出身者に情報を届けるため、発信の工夫や、本県出身者等との継続的なネットワークづくりが必要
- 本県出身者が多い関西圏において、相談体制を更に強化していくことが必要

<平成28年度移住者に占めるUターン者の割合>
島根：65% 鳥取：52% 高知：25%
※注：移住者把握方法は各県で異なる

課題3

◆KPI：移住者数◆
590組849人（前年同期比120%）
※12月末時点

移住希望者の様々なニーズに対応するため、移住促進・人材確保センターや市町村等による受入れ体制の更なる深化が必要

- 常時雇用だけでなく、多様（短期的）な「活躍の場」を提案していくことが必要
- 市町村間の連携体制の更なる強化が必要（二段階移住、近隣連携）
- 活用可能な空き家の更なる掘り起こしと移住者ニーズに対応した住まいの提案が必要

リーチを広げる！

1 情報発信の更なる強化

●情報発信の大幅拡大とアプローチ強化

◆「高知家で暮らす。」情報編集部による情報発信メディアの展開や発信情報の磨き上げ

- ◆協定企業の協力を得た情報発信

●ターゲット別の戦略的アプローチの展開

- ◆Uターン促進に向けた県内広報の増
- ◆求人サイト等と連携した情報発信

アクティブに働きかける！

2 魅力的な仕事の掘り起こしと提案、マッチングの強化

●県内人材ニーズの掘り起こしの強化

◆移住促進・人材確保センターと産振センター等との連携による人材ニーズの掘り起こしの強化

●都市部人材に対する提案の深化

◆仕事×移住のモデル（提案書）作成と広報

●本県出身者に対するアプローチの強化

- ◆Uターン促進に向けた県内広報の増（再掲）
- ◆「高知求人ネット」の学生向けページの強化
- ◆県外での関係者（出身者、移住希望者、高知ファン等）のネットワークづくり
- ◆県内での仕事体験（インターンシップ等）の支援

●相談窓口の体制強化

◆大阪における相談窓口の強化

ゲートウェイを広げる！

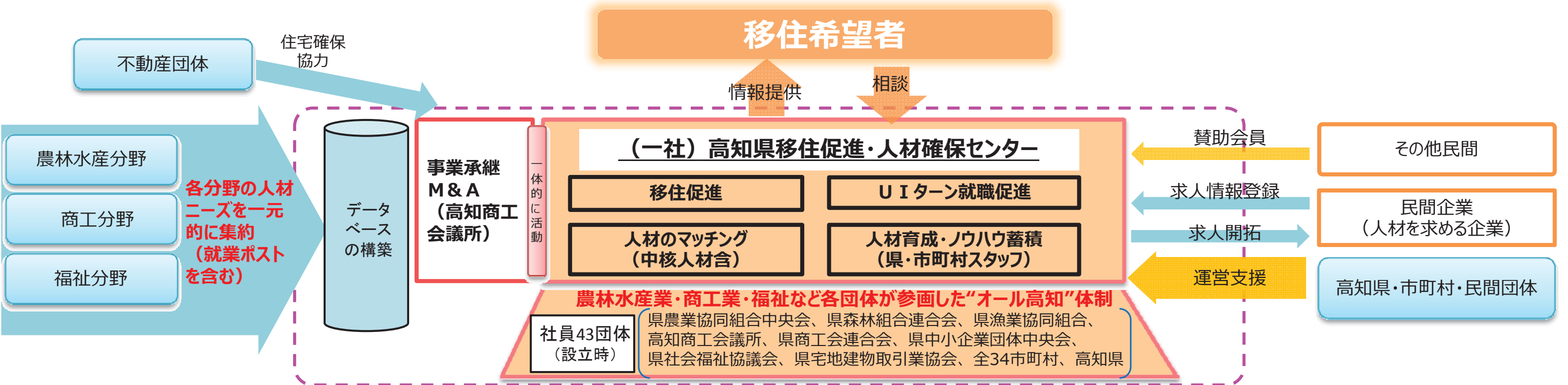
3 市町村や企業等と連携した受入れ体制の充実

- ◆短期間（派遣・出向等）の人材誘致の促進
- ◆高知市を中心とした二段階移住の取り組みの展開
- ◆市町村間の連携事業への支援を強化
- ◆移住者の受け皿となる空き家活用策の強化

「オール高知」の移住促進・人材確保センターによる事業展開

高知県移住促進・人材確保センターの取り組み

- ◆ 第3期産業振興計画に掲げた移住者数年間1,000組の達成と定常化を目指し、「一般社団法人高知県移住促進・人材確保センター」を開所（平成29年10月17日）
- ◆ 以下3つの強化のポイントにより、「オール高知」体制で移住促進と人材確保の一体的な強化策を実施中
 - ①官民挙げて人材ニーズを掘り起こす体制を構築し、潜在的な人材ニーズを顕在化
 - ②人材ニーズを一元的に集約し、都市部人材に発信するとともに、希望に応じた多様な働き方や移住プランを提案
 - ③移住相談・人材確保を担うスタッフを育成



センターの業務内容

移住・就職相談	<ul style="list-style-type: none"> ●移住相談の総合窓口業務（高知・東京） ●県内へのUIターン就職の支援
人材ニーズの掘り起こしとマッチング	<ul style="list-style-type: none"> ●各産業分野と連携した人材ニーズの集約とマッチング ●人材情報（求職）の収集 ●事業引継支援センター（商工会議所）と連携した後継者人材の確保
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ●移住や就職に関するHPの運営 ●集約した人材情報の提供
イベント運営	<ul style="list-style-type: none"> ●移住・就職イベントの実施 ●移住体験ツアーの実施
人材育成等	<ul style="list-style-type: none"> ●市町村の移住相談員の人材育成 ●民間の移住支援団体と連携した活動

センター開所後の主な取り組み

移住・就職相談	<ul style="list-style-type: none"> ◇移住コンシェルジュの地域担当者制(3ブロック制)を導入し、各市町村との相談協力・連携体制を強化 ◇センター本格稼働後2ヶ月間の新規移住・就職相談件数：355件（開所～H29.12.15時点）
人材ニーズの掘り起こしとマッチング	<ul style="list-style-type: none"> ◇移住促進、人材確保の協力連携協定締結（企業6社） 12/20：東京海上日動火災保険、明治安田生命保険、キンビール、三菱電機、三井住友海上火災保険、損害保険ジャパン日本興亜 ◇東京コーディネーター2名による首都圏企業へのアプローチ（日立製作所ほか延べ74社(10月～12月)） 当センターとの関係づくり及び高知県企業求人への情報提供 ◇人材確保マッチング件数 11月:7件、12月:7件 ◇各分野と連携した人材ニーズの集約
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ◇HP、フェイスブックなどでの移住・就職情報の発信（11月:26件、12月:22件） ◇「高知家で暮らす。」情報編集部による情報発信手法等の検討（12/5）
イベント運営	<ul style="list-style-type: none"> ◇相談会、フェアへの相談ブース出展：5件 10/28:高知暮らしフェア（横浜・30名）、11/12:四国暮らしフェア（東京・185名）、11/25:中四国暮らしフェア（大阪・166名）、12/16:高知暮らしフェア（東京・189名）、12/17:高知暮らしフェア（大阪・246名） ◇移住体験ツアーの実施：1件(12/1:志ツアー(就職)・4名参加)
人材育成等	<ul style="list-style-type: none"> ◇市町村移住担当職員等との情報交換会（11/27） ◇KIP（高知家移住促進プロジェクト）定例会への参加（11/28）

各分野が掘り起こした人材ニーズ（12月末有効求人数）
企業系315件、農林水産系117件、福祉系613件



※10月下旬に予定していた志ツアー（女子旅）は台風の影響により1/27・28に延期

連携テーマ(起業や新事業展開の促進)の体系図

分野の目指す姿	持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる
分野を代表する数値目標	県のサポートによる起業・新事業展開件数 ○起業・第二創業件数 現状(H28.12末時点):23件 ⇒ 4年後(H28~H31累計):100件 ⇒ 6年後(H28~H33累計):150件 ⇒ 10年後(H28~H37累計):250件 ○新商品開発件数 現状(H28.12末時点):47件 ⇒ 4年後(H28~H31累計):500件 ⇒ 6年後(H28~H33累計):750件 ⇒ 10年後(H28~H37累計):1250件

戦略の柱	1 起業に向けた準備段階から事業プラン磨き上げまでの一貫サポート	2 起業・新事業展開に向けた各分野における一貫サポート
------	----------------------------------	-----------------------------

戦略の方向性	起業や新事業展開を目指す方々の事業プランづくりからその実践までを、ココプラとこうち起業サロンが一体となって、それぞれのステージごとに切れ目なく後押しする	各分野において、アイデア段階から計画段階、商品開発、販路開拓までを一貫してサポートする
--------	--	---

取組方針・主な「具体的な取り組み」	(1) 起業(第二創業含む)に関する総合的なサポート ◆[拡充]「こうち起業サロン」を中心とした段階別サポート ◆[拡充]中山間地域での起業等をトータルでサポート ◆[拡充]アイデアを生み出し、磨く機能を強化(連続講座、知財マッチング、 <u>企業訪問キャラバン</u>) ◆サポートプログラムによる磨き上げ(ココプラビジネスチャレンジサポート等) ◆ビジネスプランコンテストの開催 ◆起業・就業マインドを持つ都市部の人材の誘致(再掲)	(1) IoTの推進 ◆ <u>高知版IoTの推進(再掲)</u> (2) ものづくり分野でのサポート ◆ <u>研究成果を産業利用するための支援(再掲)</u> ◆ <u>事業戦略の策定・磨き上げへの支援(再掲)</u> ◆ <u>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(再掲)</u> ◆ <u>[拡充]高付加価値な製品開発への支援(再掲)</u> (3) コンテンツ分野でのサポート ◆ <u>IT・コンテンツ関連企業の集積拡大(再掲)</u> ◆ <u>コンテンツビジネス起業研究会における事業化支援や企業間取引・事業連携の促進(再掲)</u> ◆ <u>創業融資メニューの活用促進(再掲)</u> (4) 企業立地分野でのサポート ◆ <u>地域産業クラスターからの発展による企業立地(再掲)</u> ◆ <u>ものづくり企業の強化につながる企業立地(再掲)</u> ◆ <u>本県をフィールドとした防災分野や第一次産業のIoT化等に取り組む高知ならではの新産業の企業立地(再掲)</u> ◆ <u>事務系職場の集積拡大(再掲)</u> (5) 商業分野でのサポート ◆ <u>[拡充]商工会等による経営計画の策定と事業展開への支援(再掲)</u> ◆ <u>商店街のにぎわい創出への支援(再掲)</u> ◆ <u>新規創業・店舗魅力向上への支援(再掲)</u> (6) 食品分野でのサポート ◆ <u>[拡充]市場ニーズに基づく製品開発や品質管理の支援強化(再掲)</u> ◆ <u>[拡充]食品ビジネスまるごと応援事業の強化(再掲)</u> ◆ <u>地域アクションプランの実行支援(再掲)</u> (7) その他の分野でのサポート ◆ <u>シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援</u> ◆ <u>創業融資メニューの活用促進(再掲)</u>
-------------------	---	---

起業・新事業展開のバージョンアップ

起業件数を増やすための取り組みをさらに充実強化する。

これまでの取組

【H28年度】
・起業に「**関心がある人**」を増やす(顕在化)
⇒「こうち起業サロン」の開設
(H28.9月～毎月開催)

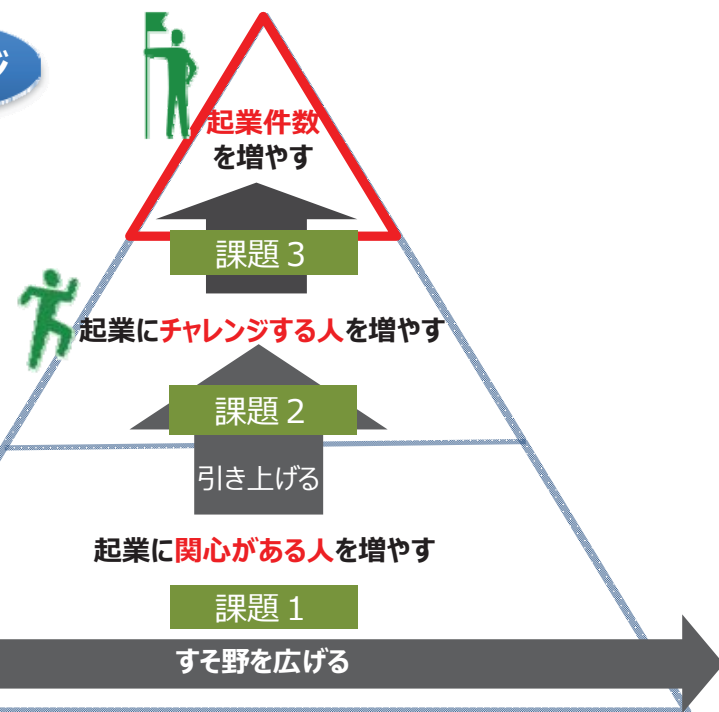
【H29年度】
・起業に「**チャレンジする人**」を増やす
・会員の準備状況に応じた様々なサポートプログラムの実施
⇒「KOCHI STARTUP PARK」
(以下「KSP事業」) (H29.6月スタート)

これまでの成果

(H29.12末時点)

- 起業サロン会員数
255会員(うち起業家会員:180会員)
- 起業コンシェルジュによる相談件数
・個別面談:123人
- 各種プログラムの参加者数(延べ)
・スタートサロン:7回 119人
・ステップアッププログラム:5回 59人
・デモデイ:1回 11プラン
- 起業・第二創業件数
45件(H29年度実績見込み)

イメージ



課題

1 起業に「関心がある人」をさらに増やす ～潜在的起業家層の顕在化～

- ・KSP事業のウェブサイト等を通じて「起業関心層」に情報は届いているものの、起業に関心がある人の顕在化にはつながっていない。
- ・県内の「起業関心層」は限定的であり、起業サロン会員数の増加スピードが鈍ってきている。

2 起業に「チャレンジする人」をさらに増やす ～起業希望者のアクティブ化～

- ・起業家会員数は、現在180会員となり、会員数は伸びているが、起業へのモチベーションを高く保っている時期(会員登録時等)に、次のステップ(起業準備)につなげてもらうための取り組みが必要。

3 「起業する件数」を増やす ～起業準備者の事業化支援～

- ①より多くの起業(事業化)の実現に向けてプログラムを充実する必要。
- ②新たなサービス等の創出に向けた各種調査等や、試作品の製作、事業立ち上げ時の初期投資費用に係る資金確保が課題。
- ③中山間地域での起業及びプロジェクト誘致を図るため、県外在住の起業希望者(主にアクティブ層)の高知県への呼び込み。
- ④県外の起業コンシェルジュを中心とした個別面談には、対応可能な件数に限界があるため、県内メンター※の育成が必要。

※メンターとは
指示やアドバイスといった形ではなく、対話をしながら相談者の状況に寄り添い、チャレンジの実現を後押しする者

4 起業や新事業展開の地域的な広がりや、スケールアップを図る

- ①KSP事業は「高知県内での起業プログラム」であるため、県内でできる「個人事業型」の事業を考える人が多い傾向がある。
- ②企業等が行う新たな事業や新製品開発を後押しするため、産学官民の連携による支援を強化する必要がある。

対策

1 広報や啓発機会の拡充

起業関心層の増加に向けた情報発信の拡充

- ・「起業関心層」や起業に関心がない人にも、起業に関して興味を持たれるようなWebコンテンツの充実。

2 起業準備に踏み出す人を増やす取組の拡充

KSP事業スタートサロンの拡充

- ・起業の動機やモチベーションを高め、共に起業に取り組む仲間をつくる仕組みづくり
- ・起業準備者と一緒にサービス開発を体感するプログラムの実施。

3 起業の実現に向けたサポート体制の拡充

①KSP事業ステップアッププログラム(SUP)の拡充(2段階に拡充)

- ・SUP-1:サービス開発のノウハウを学び、簡易な試作品を作成。
- ・SUP-2:試作品を実際のサービスに磨き上げるための継続的なメンタリングと実践。

②補助制度の創設

- ・各種調査等、試作品の製作費用
- ・事業立ち上げ時の初期投資費用

③ローカルベンチャー創出プログラム(都市圏在住者向けセミナー)の実施

- ・中山間地域の資源や課題を可視化しビジネス化していく「Nariwai Startup Salon」を継続実施するとともに、都市部で県内(特に中山間地域)でのイノベーション創出等をテーマとした起業セミナー等を開催。

④個別相談の充実

- ・起業件数を増やすために、県内メンターを育成し、個別相談を充実させる。

4 起業のスケールアップ、社内起業家(イントラプレナー)の育成の強化

①産学官民連携・起業推進課による取り組みの強化

- ・都市圏からのプロジェクト誘致

②産学官民連携センターによる取り組みの強化

- ・社内起業家育成支援講座、似業種交流会議・企業訪問キャラバン、新事業創出講座、知財マッチング

起業希望者の成長ステージに応じたサポート（平成30年度の取組）

起業に関心がある人を増やす

顕在化

起業にチャレンジする人を増やす

アクティブ化

起業件数を増やす

事業化支援

拡 広報・啓発機会の拡充
起業に関心を持つ人を増やす

起業家のインタビュー・生き方等の記事掲載

- 主なターゲットの属性
- MBA受講者
 - コプラ利用者
 - 創業塾受講者
 - 地域おこし協力隊
 - ビジコン参加者
 - 商工団体からの紹介者
 - 金融機関からの紹介者
 - 大学等からの紹介者
 - その他からの紹介者
 - 移住希望者
 - 県外在住の起業希望者

段階像

サポートの方向性

モヤモヤ段階

・具体的な起業準備はこれからで、何をどう進めればよいのかイメージができておらず、モチベーションの浮き沈みが激しい段階。

志を見定める

・自分の仕事や生活を通じて抱く違和感や志を言語化する機会をつくりながら、目指す方向性を明確にすることをサポート

先輩起業家によるサポート

・気持ちやモチベーションの浮き沈みに対し、先輩起業家が寄り添いながら共に考え、次に進むべき方向をアドバイス

起業準備の体感/仲間づくり

・先輩の起業家会員のサポートメンバー(負担感の少ない形)として、起業準備の実際を体感
・支え合う関係性の構築(仲間づくり)

アイデア段階

・目指す方向や志は具体化してきており、その実現に向けて、顧客がどういう課題を抱えているかを探り、それを解消するための方法(アイデア)を生み出す段階。

顧客の抱える課題を深掘りする

・志の実現に向けて何が課題となっているのか、顧客の抱える不(不便・不満・不足等)を探っていく

トライ&エラーを通じてアイデアを生み出す

・顧客の抱える不を深く分析しながら、その問題が発生している要因を定義し、トライ&エラーを繰り返しながら、それを解決するアイデアを生み出す

起業への最初の一步を踏み出す

・モチベーションを高く保ちながら、机上での検討から具体的な準備へと最初の一步を踏み出す

準備段階

・起業に向けて具体的な準備へと取り組んでいく段階
・顧客の抱える不(不便・不満・不足等)と、それを解消するためのアイデアを適合させていながら、商品(プロダクト)へと具体化していく段階。

アイデアの検証

・本当に顧客の不を解消できる方法か、その方法を実施する上でどこから収益を発生させるのか検証を行う。

試作モデルによるブラッシュアップ

・商品やサービスの試作モデル(プロトタイプ)を作りながら、顧客のフィードバックを得て、それを商品(プロダクト)へと具体化していく

短いサイクルでの仮説構築と再検証・商品の具体化

・短いサイクルで仮説の構築と検証を繰り返しながら、ユーザーのニーズを探り、商品へと磨き上げるとともに、それをビジネスモデルに落とし込む

平成30年度の事業展開

起業コンシェルジュ 起業経験者による個別相談(メンタリング)を通じて、日々の起業準備やモチベーション維持をサポート!

拡 スタートサロン 起業家による基調講演や起業準備を体験するワークショップにより参加者の交流を促進

起業の検討を始めたばかりの方が対象。起業の動機やモチベーションを高め、実現したいことを整理するとともに、共に起業に取り組む仲間づくりをサポート

自分の仕事や生活を通じて抱く違和感を直視し、言語化する手法(マイプロジェクト)を用いて、自分の志を深め、目指す方向を定める

ステップアッププログラム参加チームに、メンバーとして参画し、具体的な事業化の進め方を体感する

拡 ステップアッププログラム(SUP)

SUP I 各自プロトタイプ構築やユーザー調査を実施し、講師からフィードバックしながら磨き上げ

商品やサービスの簡易な試作モデル(プロトタイプ)を構築しながら、アイデアの実現性や有効性を検証

デモデイ プロトタイプを披露し、一般の顧客の声を聞いて、磨き上げ

SUP II 2週間に1回程度メンタリングを実施しながら、事業化への進捗確認及びフィードバックの実施

プロトタイプを限りなく実際の商品やサービスに近い状態へと磨き上げ、ビジネスモデルを構築

起業推進事業費補助金 プロトタイプのブラッシュアップ費用をサポート

新 ローカルベンチャー創出プログラムを通じて、都市圏の起業家(起業希望者)を呼び込み

①ビジネスのシーズとなる地域の資源や課題の掘り起こし ②都市圏在住者に向けたビジネスシーズの説明会兼セミナー ③都市圏在住者と高知県在住者による事業開発プログラム(都市圏で開催、県内はオンライン)

新 ふるさと起業家支援補助金で事業化や施設整備をサポート

事業立ち上げ

起業・新事業展開の全体像

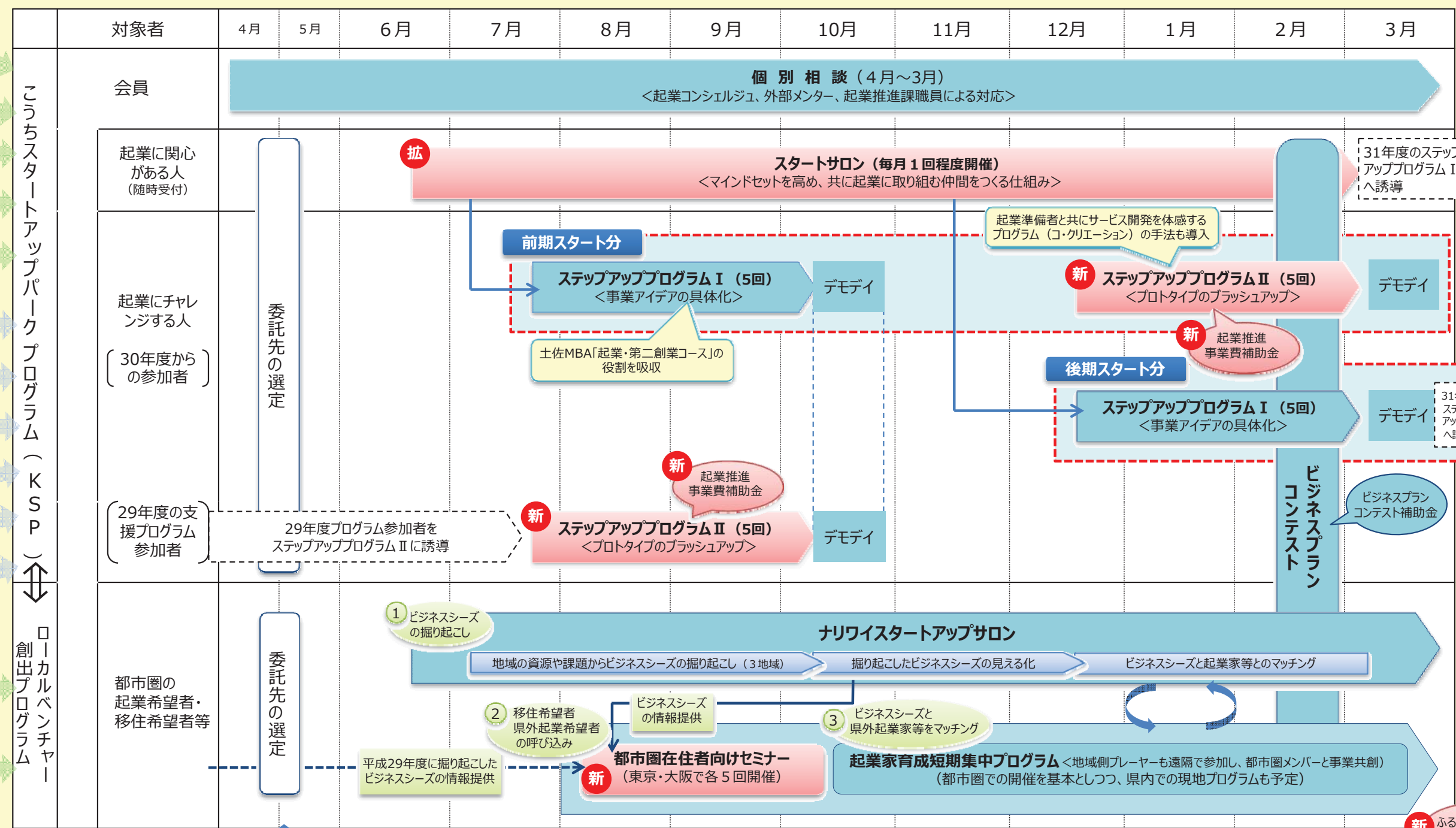
新規・拡充
継続

起業サロン（アントレプレナー）

個人対象

コプラ（イントラプレナー）

企業対象



コプラ 新事業展開に関する取組（土佐MBA、シーズ・研究内容紹介等）

新事業展開に関する取組



ビジネスチャレンジサポートによる支援＜サポートチーム、補助金、専門家派遣＞

各分野の個別サポート／金融機関等による資金面の支援

事業化

担い手の育成・確保（土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）の平成30年度の取組）



【これまでの成果】

受講者数 延べ 13,465人
(H24～H29末見込み)

- ・ビジネスの知識習得とスキルの向上
- ・新商品開発と販路開拓等による事業規模の拡大
- ・受講生同士のネットワークの構築 等

延べ受講者数内訳

H24	: 1,672人	} H24～28累計 9,965人
H25	: 1,648人	
H26	: 1,921人	
H27	: 1,718人	
H28	: 3,006人	
H29見込: 3,500人【H29.12月末: 3,233人】		
計		: 13,465人

★ 産業振興計画における目標★
受講者数：各年度3,000人

課題

1 十分かつ的確な情報発信

- ・企業訪問等の結果、社内の人材育成ニーズが相当程度存在
- ・講座の内容が、実際以上にハードルが高く感じられている傾向

2 受講者ニーズの反映

- ・受講の入口となる本科・入門講座の内容をより身近なものに感じていただく必要性
- ・学びを実際のビジネスへ活用する方法を知りたいとの意見
- ・事業戦略策定済企業の多くが、人材育成を課題として認識

3 学ぶ機会の拡充

- ・インターネットを活用して受講できる「サテライトプラットフォーム」「ネット受講」の仕組みを導入し、一定の成果があるものの、さらなるPRが必要
- ・ネットを介さず、講師や他の受講者と議論しながら学ぶ商品開発等の実科の講座を地域で開催してほしいという根強い要望

対策

1 情報発信の強化・学びを体験できる機会の提供

- ・企業等への個別訪問、関係機関と連携したPRの強化
- ・体験講座や気軽に相談できる場を設ける「おためしMBA」の開催
(高知市・安芸地域・幡多地域で開催)

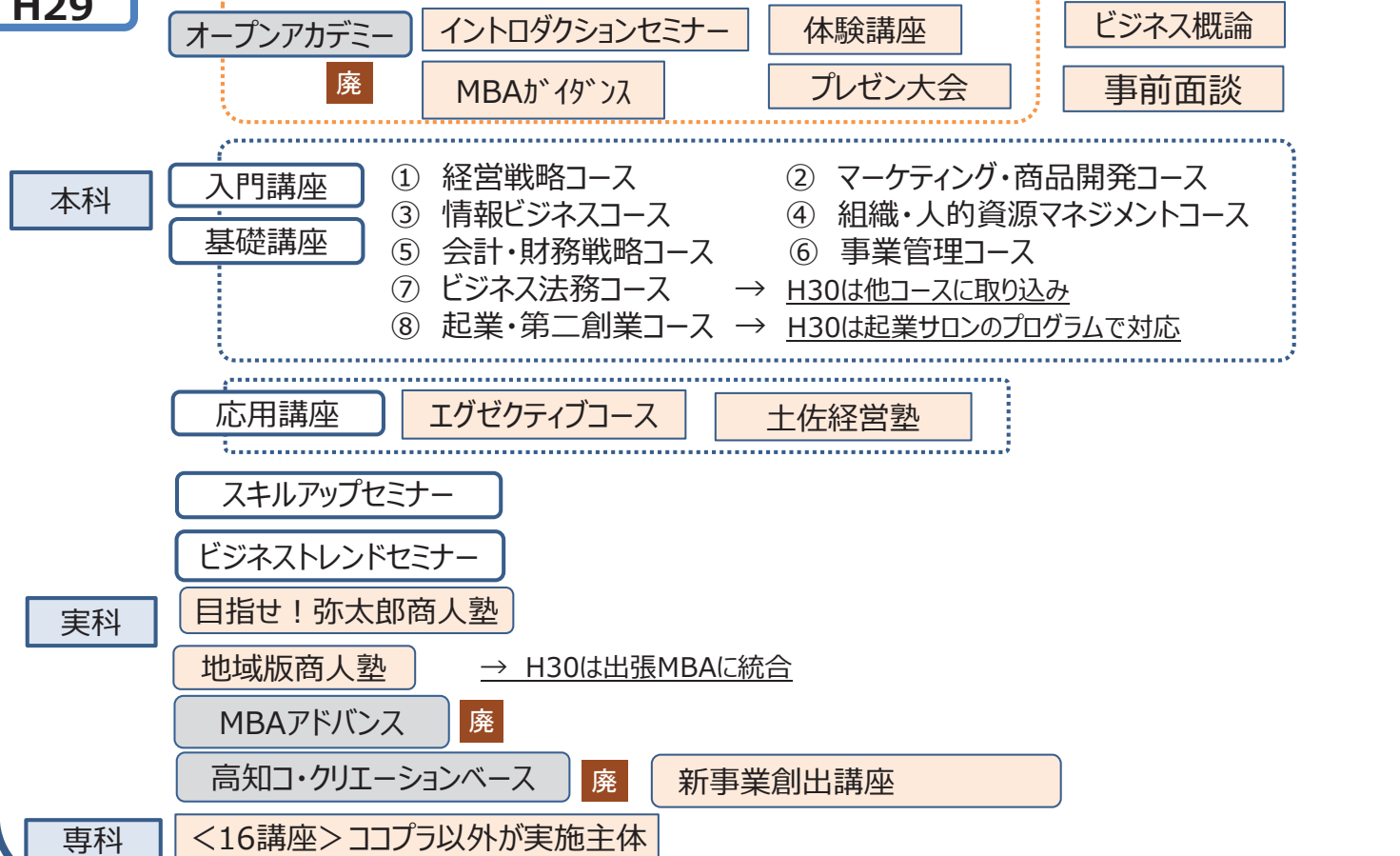
2 ニーズに対応したカリキュラムへの再編

- ・入門講座を初心者にも興味を持っていただきやすい内容に統一
- ・演習や自社ビジネスに落とし込んで考える部分を強化
- ・事業戦略策定済企業のニーズに応じた講座の受講を推奨

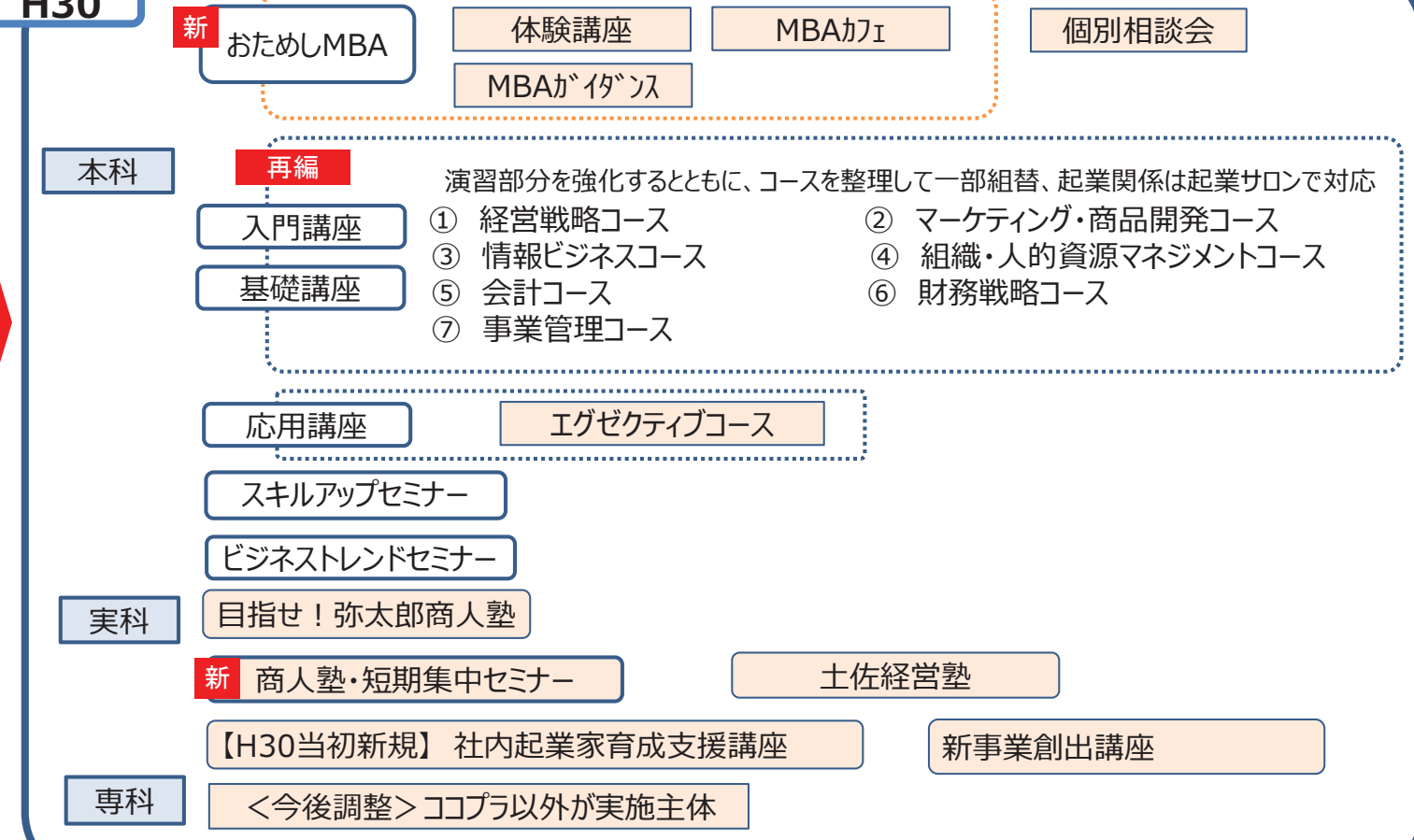
3 地域で学ぶ場づくり

- ・サテライトプラットフォーム、ネット受講の継続と企業へのPR
- ・「目指せ！弥太郎商人塾」の短期集中セミナーを幡多地域で試行的に開催

H29



H30



現下の人手不足に対抗するための総合的な対策の推進

《課題》 地産外商の拡大により、県内の人材ニーズがさらに高まってきている中、完全雇用状態に達しているともみられることもあり、県内の多くの経営者からは、人材を確保したくても確保できないという声があがっている

⇒ **今や、「人手不足問題」は、企業における経営上の重要な課題とともに、本県経済の持続的な成長を阻む壁となっている**

人手不足に対抗するための政策群を抜本強化し、官民を挙げて全力で推進

方向性

主な強化策

ポイント1

担い手に
アクティブに
働きかける

新規学卒者の
県内就職を促進する

移住施策を通じて
県外から人材を確保する

労働参画機会を拡大する
(女性・若者・高齢者等)

- ◎ Uターン意向者を増やす（「高知で就職！応援プロジェクト」の推進 等）
- ◎ Uターン意向者に情報を届ける（高知の仕事を紹介するポータルサイト（高知求人ネット）の充実、Uターン就職サポートガイドの登録促進、保護者向けセミナーの開催、県外大学との就職支援協定の締結促進 等）
- ◎ 県内就職・県内企業への関心を高める（県内大学生に県内企業を知ってもらう機会の拡充、インターンシップセミナーの開催、企業と高校生との交流会、若手社員による高校への出前講座 等）

- ◎ 移住促進・人材確保センターを中心とした移住促進・人材確保策の強化
 - ・人材ニーズの一元的な集約→効果的な発信→マッチングにつなげる取り組みを質・量ともに一層充実
 - ・空き家の活用策の強化
- ◎ 各分野部における担い手の育成・確保策の強化
 - ・IT・コンテンツアカデミー（仮称）、農業担い手育成センター、農業大学校、畜産担い手育成センター、林業大学校 等

- ◎ 高知家の女性しごと応援室・ジュブカフェこうちの機能拡充、高年齢者の就職支援の充実、農福連携の推進 等

+

ポイント2

各事業体の
主体的な
行動を促す

人材確保のため
の賃金や福利厚
生などの改善

人手不足を補う
ための生産性の
向上

十分な体力がない、先々まで業績
の好調が続く自信が持てない 等

根本的な要因を取り除き、「人」と「設
備」への投資を可能な状態にする

主体的に「人」や「設備」への投資に
取り組もうとする状況を作り出す

魅力的でやりがいを感じられる多様な仕事を地域地域に創出

■ 産業振興計画を通じて、各事業体の付加価値を高め、交易を拡大する取り組みをサポート

- ◎ 設備投資への支援の強化（生産性向上計画の作成支援、融資の利子補給制度の創設）
- ◎ 課題解決型産業創出（ものづくり地産地消・外商の推進）
- ◎ A材の販売促進・外商体制の強化
- ◎ 外商活動の全国展開のさらなる推進、海外への輸出の本格展開 等

◎ 事業戦略づくりを通じて、各事業体の生産性・付加価値向上の取り組みや、経営と両立する形での「働き方改革」を促す（労働条件や労働環境の改善等）

すべての産業において事業戦略の策定・実行をサポート

[三次産業、全般] 商店街等地域の事業者、地域の観光事業者等 + 地域アクションプラン
[二次産業] ものづくり企業、食品加工事業者
[一次産業] 中山間農業複合経営拠点・集落営農法人、製材事業体、漁業経営体

事業戦略の策定
(取り組む方向性等を明確化)

＜具体のアクション＞
● 新技術の導入、省力化投資
● 人材の育成・確保、労働環境の改善 等

◎ 生産性の向上
(省力化・高付加価値化)
◎ 人材の定着・確保

各事業体
の持続的な
成長

産業振興センター、働き方改革推進支援センター（仮称）等のサポート