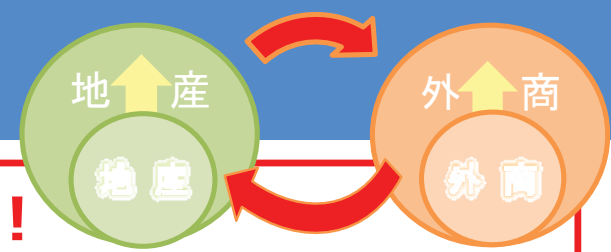


産業成長戦略〈連携テーマ〉の平成30年度の改定のポイント(案)

1	第3期産業振興計画ver. 3のポイント(案)	1
2	担い手の育成・確保	2
3	起業や新事業展開の促進	17

第3期産業振興計画ver.3のポイント（案）



完全雇用状況下における持続的な拡大再生産の好循環の創出に向け、政策群をさらにパワーアップ！

1 成長に向けた「メインエンジン」をさらに強化！

ポイント1 継続的に新たな付加価値を生み出す仕組みを意図的に構築

- [三次産業、全般]
 - ・「志国高知 幕末維新博」第二幕の展開
 - ・自然体験型観光の推進（ポスト幕末維新博）
 - ・漁村でのサービス産業の振興
 - ・IT・コンテンツ産業の集積
 - ・課題解決型産業創出（ものづくり地産地消・外商の推進）
例）第一次産業等の生産性向上プロジェクト
 - [二次産業]
 - ・ものづくり力、商品力アップに向けた支援の強化（高知県産業振興センター、工業技術センター、食のプラットホーム 等）
 - ・設備投資への支援の強化
 - [一次産業]
 - ・次世代型こうち新施設園芸システムのさらなる普及
 - ・IoTやAI技術を活用した次世代型農業の展開
 - ・CLTの推進、A材の高付加価値化
 - ・養殖生産ビジネスの拡大
- 等

ポイント2 取引の範囲のさらなる拡大

- [三次産業、全般]
 - ・インバウンド観光の抜本強化
 - ・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
 - [二次産業]
 - ・高知県地産外商公社
 - ・高知県産業振興センター（再掲）
 - [一次産品]
 - ・A材の販売促進・外商体制の強化
 - ・高知家の魚 応援の店を拠点とした外商活動の強化
- 等

2 成長の「壁」を乗り越える！

ポイント3 担い手の確保策の抜本強化

- 1) 雇用環境の改善
 - ・働き方改革の促進
 - 2) アクティブに働きかける
(新規学卒者、移住者、非労働者（女性・高齢者・若者等）)
 - マッチング機能の強化
 - ・高知県移住促進・人材確保センター
 - ・高知家の女性しごと応援室
 - ・ジョブカフェこうち
 - ・事業引継ぎ支援センター（国）
 - 担い手の受け皿となる機能の強化
 - ・Uターン就職サポートガイドの登録、県外大学との就職支援協定、高知の仕事を紹介するポータルサイト
 - ・IT・コンテンツアカデミー
 - ・農業担い手育成センター
 - ・畜産担い手育成センター
 - ・農業大学校
 - ・林業大学校
- 等

ポイント4 省力化・効率化の徹底に向けたサポートの強化

- [全般]
 - ・課題解決型産業創出（ものづくり地産地消・外商の推進）
例）第一次産業等の生産性向上プロジェクト（再掲）
 - [二次産業、三次産業]
 - ・設備投資への支援の強化（再掲）
 - [一次産業]
 - ・IoTやAI技術を活用した次世代型農業の展開（再掲）
 - ・森林組合の生産工程の改善、高性能林業機械の導入支援、路網の整備促進
 - ・スマート漁業の推進
- 等

1・2を支える取り組み

ポイント5 起業や新事業展開の促進

新規事業のたゆまぬ創出

- ・こうちスタートアップパーク
 - ・IT・コンテンツ産業の集積（再掲）、IT・コンテンツ産業と他産業との融合等による新事業創出
- 等

ポイント6 地域産業クラスターの形成

多様な仕事を地域地域に創出

- ・19のクラスタープロジェクト（H30.1時点）の着実な推進
- 等

ポイント7 人材育成・確保の取り組みの充実

- | | | |
|--|---|--|
| [三次産業、全般] | [二次産業] | [一次産業] |
| <ul style="list-style-type: none"> ・高知県移住促進・人材確保センター（再掲） ・IT・コンテンツアカデミー（再掲） ・土佐の観光創生塾 ・土佐MBA | <ul style="list-style-type: none"> ・工業技術センター（再掲） ・食のプラットホーム（再掲） | <ul style="list-style-type: none"> ・農業担い手育成センター（再掲） ・畜産担い手育成センター（再掲） ・農業大学校（再掲） ・林業大学校（再掲） |
- 等

ポイント8 金融機関等との連携による事業戦略の策定と実行支援の強化

- [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
 - [二次産業]
 - ・機械系ものづくり企業、食品加工事業者 + 地域アクションプラン
 - [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
- 等

担い手の育成・確保

連携テーマ(担い手の育成・確保)の体系図(案)

分野の目指す姿 後継者や担い手を育成・確保し、取り組みを継承・発展させる

<p>戦略の柱</p>	<p>1 本県産業を担う人材の育成</p>	<p>2 移住施策とも連携した県内外での担い手確保対策</p>
<p>戦略の方向性</p>	<p>担い手となる人を県内で育てる</p>	<p>成長の「壁」を乗り越えるため、完全雇用状態を背景とした人手不足の深刻化という現下の課題に対応できる有効な対策を総合的に講じる</p>
<p>取組方針「主な」 ◆ 具体的な取り組み</p>	<p>(1) 発達段階に応じたキャリア教育等の実施 ◆小中学校キャリア教育充実プランの推進 ◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進 ◆社会人基礎力育成の取組の推進 ◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催 ◆社会人教育の一層の充実(高知県立大学・高知工科大学) ◆専門学校生の県内定着に向けた支援 ◆県内大学生等の県内定着に向けた支援</p> <p>(2) 学びの機会の提供 ◆[拡充]産学官民連携による産業人材育成プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の実施 ◆産学官民連携のプラットフォーム機能を活かした産業振興の推進(再掲) ◆地域の産業振興や地域振興の取り組みを牽引する意欲ある担い手の育成を支援</p> <p>(3) 各産業分野の担い手育成・確保(2(1)(2)以外) 《農業》 ◆農産物加工の裾野の拡大とステップアップ(再掲) ◆[拡充]U・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(再掲) ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化(再掲) ◆実践研修・営農定着への支援(再掲) ◆家族経営体の経営発展に向けた支援(再掲) ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援(再掲) ◆[拡充]経営体を支える労働力の確保と省力化の推進(再掲) 《林業》 ◆森林組合等の県内事業体への雇用促進(再掲) ◆林業労働力確保支援センターと連携した就業者の確保(再掲) ◆移住施策との連携による担い手の確保(再掲) ◆特用林産業新規就業者の支援(再掲) ◆林業事業体のマネジメント能力向上(再掲) ◆林業事業体における就労環境の改善(再掲) ◆小規模林業の活動を支援(再掲)</p>	<p>(1) 雇用環境の改善 《経営と両立させる形での働き方改革の促進》 ◆[新規]事業戦略、経営計画の策定・実行支援を通じた労働環境等整備の働き掛け(再掲) ◆従業員の定着対策(再掲) ◆従業員の能力開発支援(再掲) ◆新規学卒就職者の離職防止(再掲)</p> <p>(2) アクティブに働きかける 《マッチング機能の強化》 ◆[拡充]移住促進・人材確保センターを中心とした移住促進、人材確保策の展開 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保(再掲) ◆[新規]労働参画機会の拡大(再掲) ◆事業者の事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし(再掲) ◆事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援(再掲) ◆小規模M&Aの促進(再掲)</p> <p>《担い手の受け皿となる機能の強化》 ◆[拡充]新規学卒者の県内就職促進(再掲) ◆[拡充]IT・コンテンツ産業の人材の確保(再掲) ◆[拡充]農業担い手育成センターの充実・強化(再掲) ◆[新規]畜産の担い手確保に向けた体制の強化(再掲) ◆[拡充]林業大学校における人材育成(再掲)</p> <p>《水産業》 ◆移住促進策と連携した就業希望者の掘り起こしや研修制度の充実(再掲) ◆法人等の参入による担い手育成の新たな受け皿づくり(再掲) ◆就業時の設備投資、資金調達への支援(再掲) ◆新規就業者が参入しやすい環境づくり(再掲) 《商工業》 ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(再掲) ◆伝統的工芸品産業等の人材育成(再掲) ◆[拡充]IT・コンテンツ産業の人材の育成(再掲) 《観光》 ◆[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(再掲) ◆「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(再掲) 《福祉・介護》 ◆あったかふれあいセンター事業の実施 ◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施</p>

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

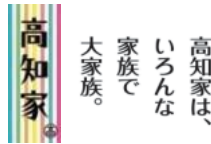
H30バージョンアップ（検討案）

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「移住支援大使」の委嘱（11社31人）



Step 4 移住について真剣に考えてもらう

◆サポート体制の充実

- 官民協働による具体的な移住促進策の協議を行う「高知県移住推進協議会」の運営
- 移住希望者に寄り添うサポートの実施
 - 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開設

ゲートウェイを広げる！

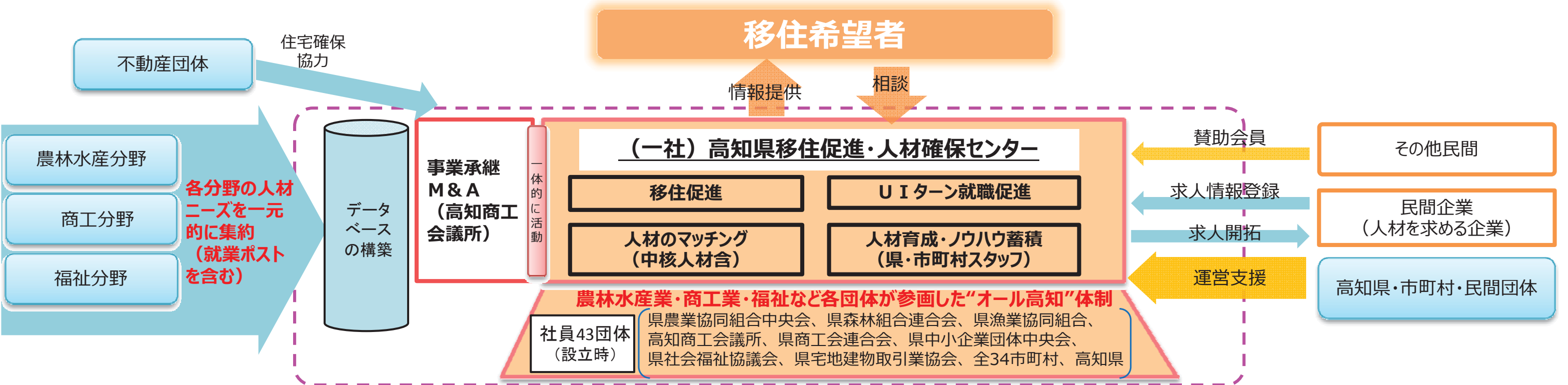
3 市町村や企業等と連携した受入れ体制の充実

- ◆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、キリンビール、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 <p>※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</p>
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) ※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
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） ◇ K I P（高知家移住促進プロジェクト）定例会への参加（11/28）



新規学卒者(大学生)の県内就職促進

目的

STEP 0
Uターン意向者を増やす

STEP 1
Uターン意向者を把握し、情報を届ける

STEP 2
県内就職・県内企業への関心を高めてもらう

STEP 3
県内企業に就職してもらう

ターゲット

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 (主に3年生)
県内大学生約1,500人

主に4年生と県内企業

現状・課題

「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。

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

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)

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%

・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)

・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

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。

・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
・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

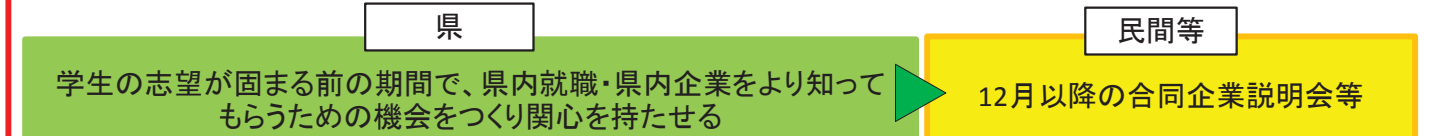
就職支援協定大学の増加
11校(H29年度1校締結、現在2校と手続き中)

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

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

強化ポイント1
Uターン意向者を増やす

強化ポイント2
Uターン意向者に情報を届ける



○企業向けセミナーの開催

○官民協働による広報活動の強化
・各団体においてより積極的な周知を行うよう働きかける

民間
・民間の登録者情報を活用した情報発信の強化

6月 → 12月 → 6月

・プレゼン力強化等のセミナー開催

○高知求人ネットの学生向け情報ページの充実
・高知県内での仕事を広く紹介
・充実した学生向けページをSNSなどあらゆる手段で周知

保護者
・サポートガイドの登録(高校との連携)
・保護者向けセミナーの開催(9月)



・若手社員交流会等の実施、人材育成に関する企業向けセミナーの拡充(ジョブカフェうち)

大学
○首都圏大学等との連携強化による就職支援協定大学の増加への取組強化
○就職支援協定校を中心とした大学生ネットワーク構築【参加目標30人】
○SNSによる情報拡散

セミナーへの参加を促進

- 学生向けインターンシップセミナー(5月26日東京 5月27日大阪)
【内容案】東京大阪にインターンシップ受け入れ企業を呼び、県外学生とのマッチング
(移住「高知暮らしフェア」と連携)
- 学生のニーズに沿った意識醸成のためのセミナー(7月下旬から8月 大阪・東京)
【内容案】理系向け 機械系やIT関連など高知県にも大学で学んだことを活かせる企業があることを紹介
・ワーク・ライフ・バランスに関心のある学生向け 育児、休暇制度などワーク・ライフ・バランスに強みのある企業から、高知県内(地方)で働きやすことが都会よりも優位なポイントを伝える
- 業界研究セミナー(8月 高知)
【内容案】様々な業種の県内企業を集めて、帰省中の学生に県内企業や県内就職について知ってもらう

民間: 合同企業説明会、就職ガイダンスなど
大学: 学内合同業界研究セミナー 合同就職セミナーなど
県: 県内3大学、高知高専を対象とした企業合同説明会など

平成30年度の強化策

「高知家の女性しごと応援室」の機能拡充 ～潜在的な女性労働力の掘り起こしに向けて～

【現状と背景】

- 県内企業の人手不足感が強まっている
- 出産、育児等を機に離職する女性が一定数いる
 - ・M字の窪み：3.4%【H27「国勢調査」】
 - ・出産、育児のため離職した女性のうち、就職を希望しているが求職はしていない者：3,300名【H24「就業構造基本調査」による推計】
- 応援室は就労支援窓口として一定定着し、ノウハウの蓄積や就労を希望する女性のニーズ分析が進んだ
 - ・相談者数：1,427人 相談件数：4,107件 就職率：62.1%【いずれも開室～H29.12月末時点の累計】

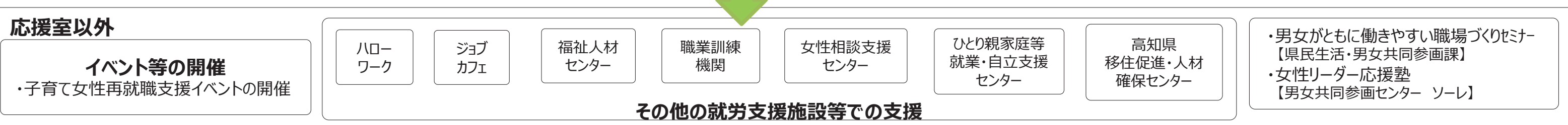
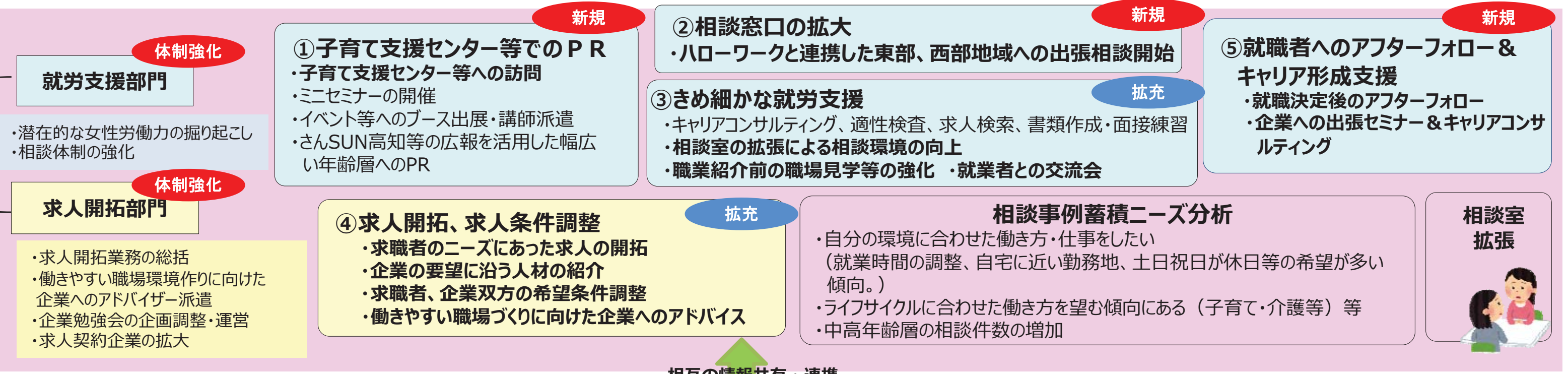
【課題】

- 労働供給の増加策として、さらなる女性の活躍が求められている
- 幅広い年齢層への対応が求められる
- 潜在的な女性労働力の掘り起こしとともに、長く働き続けられる職場環境づくりが必要
- 応援室の持つノウハウや、女性の就労に対するニーズを企業に伝える仕組みが必要

【対応策】

- 「高知家の女性しごと応援室」の機能拡充によるワンストップ支援の開始
- ①再就職支援イベント等との連携や子育て支援センター等への訪問による求職者の掘り起こし、さんSUN高知等の広報を活用した幅広い年齢層へのPR
- ②出張相談による東部、西部地域への就労支援拡大
- ③ミスマッチを防ぐためのきめ細かな就労支援の強化
- ④求人開拓部門の拡充による求職者のニーズにあった求人の開拓
- ⑤長く働き続けてもらうためのアフターフォロー・キャリア形成支援
- ⑥相談室の拡張 ⑦体制の強化

全体のスキーム



蓄積された相談事例を活かし、働くことを希望する女性に対するきめ細かいワンストップ就労支援から、働きやすい職場づくりに向けた企業支援を実施

事業の効果と目標

- 求職者数の増加
 - ⇒累計の新規相談者数 3,000人以上 (平成31年度末時点)
- 就職率の向上
 - ⇒3か月以内の就職率 65.0% (平成31年度末時点)

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プラでの講座を開催(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・コンテンツ業界への営業力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

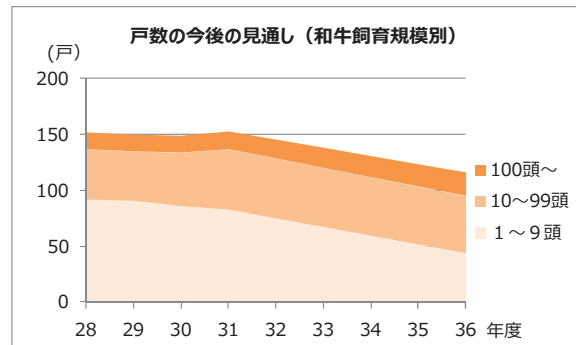
加

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

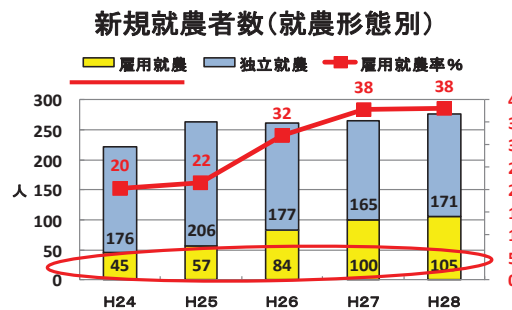
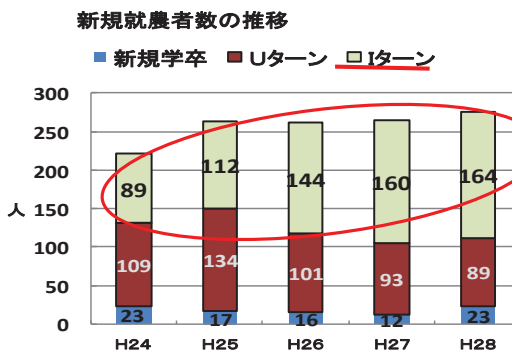
レンタル畜産施設整備事業・家畜導入事業等の活用により、経営開始の初期投資に対し支援
 →肉用牛経営新規参入のハードルを下げ、産地の活性化、増頭につなげていく

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

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)

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)

県外向けに担い手センターのタイムリーな情報・魅力の発信、PRが必要!

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。

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

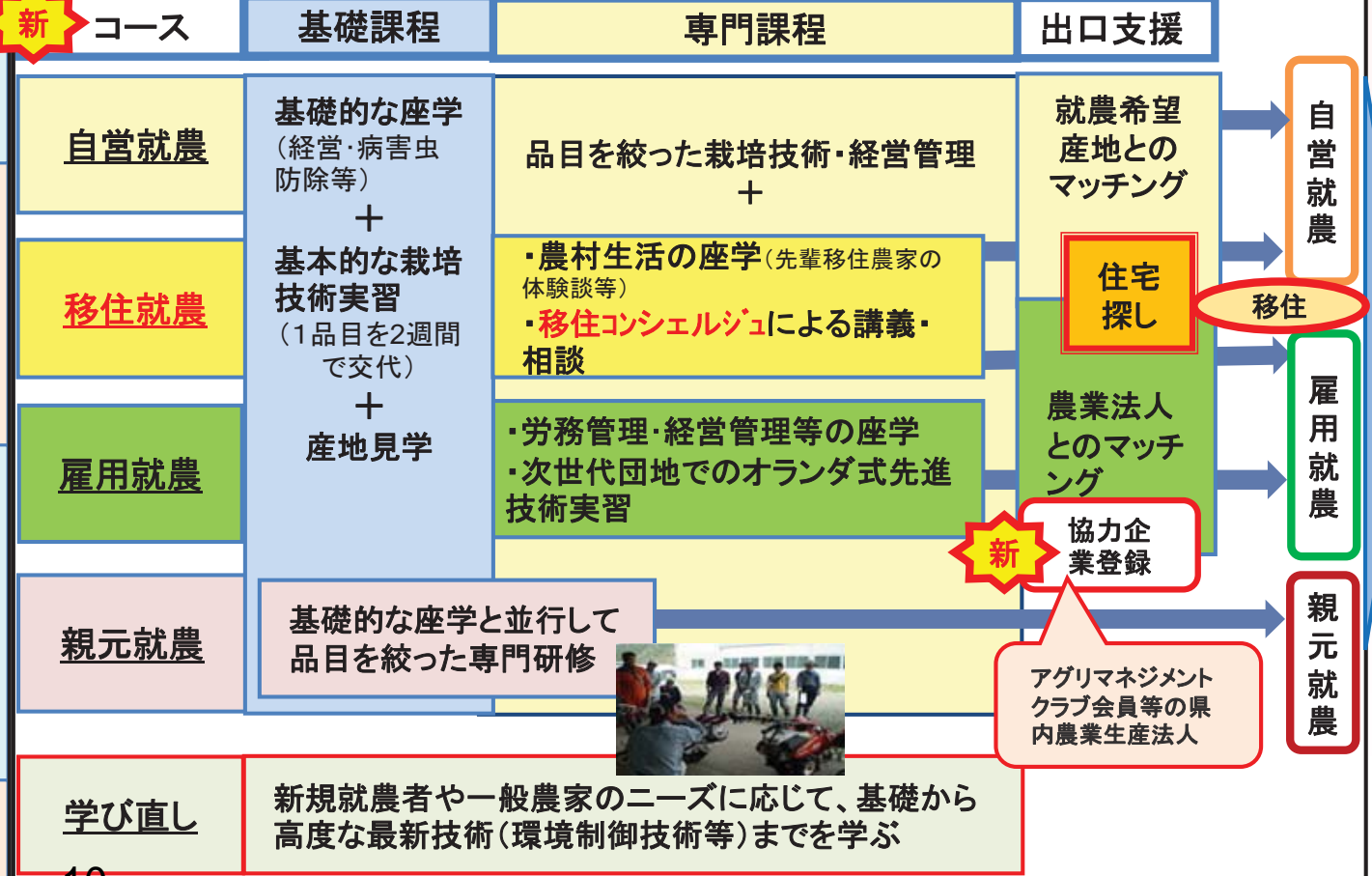
3 就農目的別研修コースの設置

- 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



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①	265	304	142
合計	484	759	204

※ 合計は相談会でのｺﾝｼﾞﾙ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

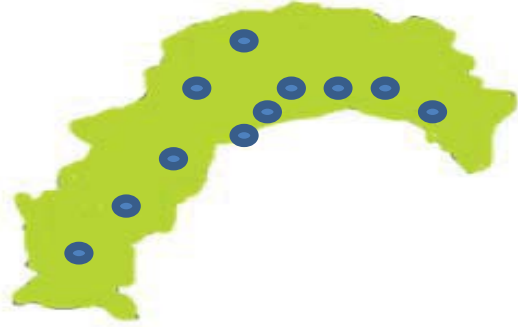
経営体を支える労働力の確保

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

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)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「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>(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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 登録に必要な条件提示 ・ 個別相談会の開催 <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)</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 OTAセミナーを通じ、登録に必要な手続きを支援 <p>◆ハンズオン支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 受講者の個別の課題に対する支援 商品のセールスに向けた支援 事業戦略の策定に向けた支援 	<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> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>4定条件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 定時 ・ 定量 ・ 定質 ・ 定額 <p style="font-size: 2em;">+</p> <p>a</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客満足度の向上 ・ サービス内容の磨き上げ ・ PRの強化等 ・ ユーザーアクセスの向上 </div>
	<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></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行・観光トレンド ・ インバウンドの動向 </div> <div style="width: 22%;"> <p>第二回 (講座) <観光商品を作る></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光商品に求められる要件 ・ 旅行会社の仕組み </div> <div style="width: 22%;"> <p>第三回 (講座) <観光商品を売る></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 </div> <div style="width: 22%;"> <p>第四回 (講座) <観光客の受け入れと磨き上げ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 満足度向上のための手法 ・ 外国人旅行者受け入れのロールプレイ </div> </div> <p>◆セミナーでの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> セミナー内での受講者フォロー 事業者連携の促進に関する支援 	<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>	

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

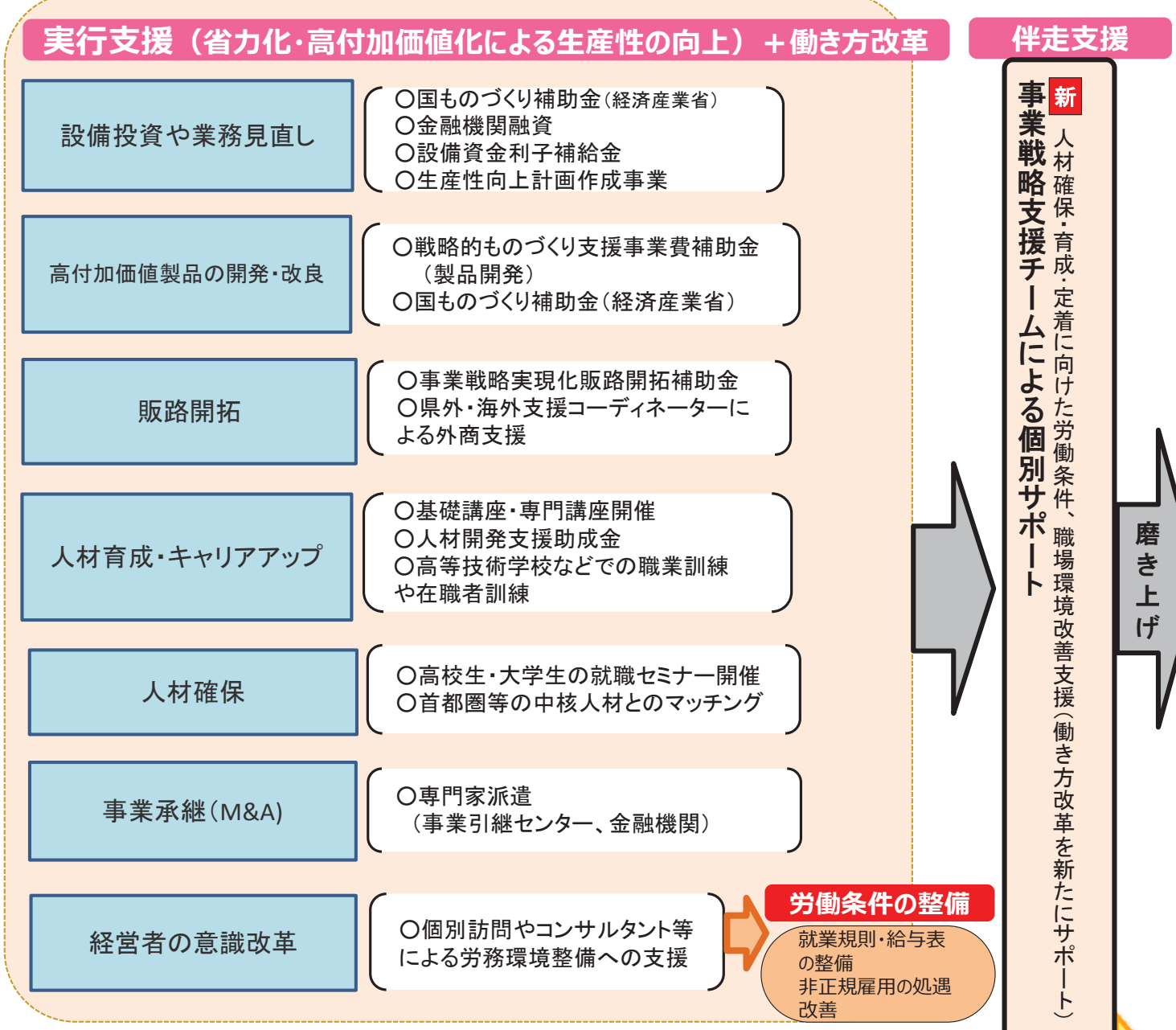
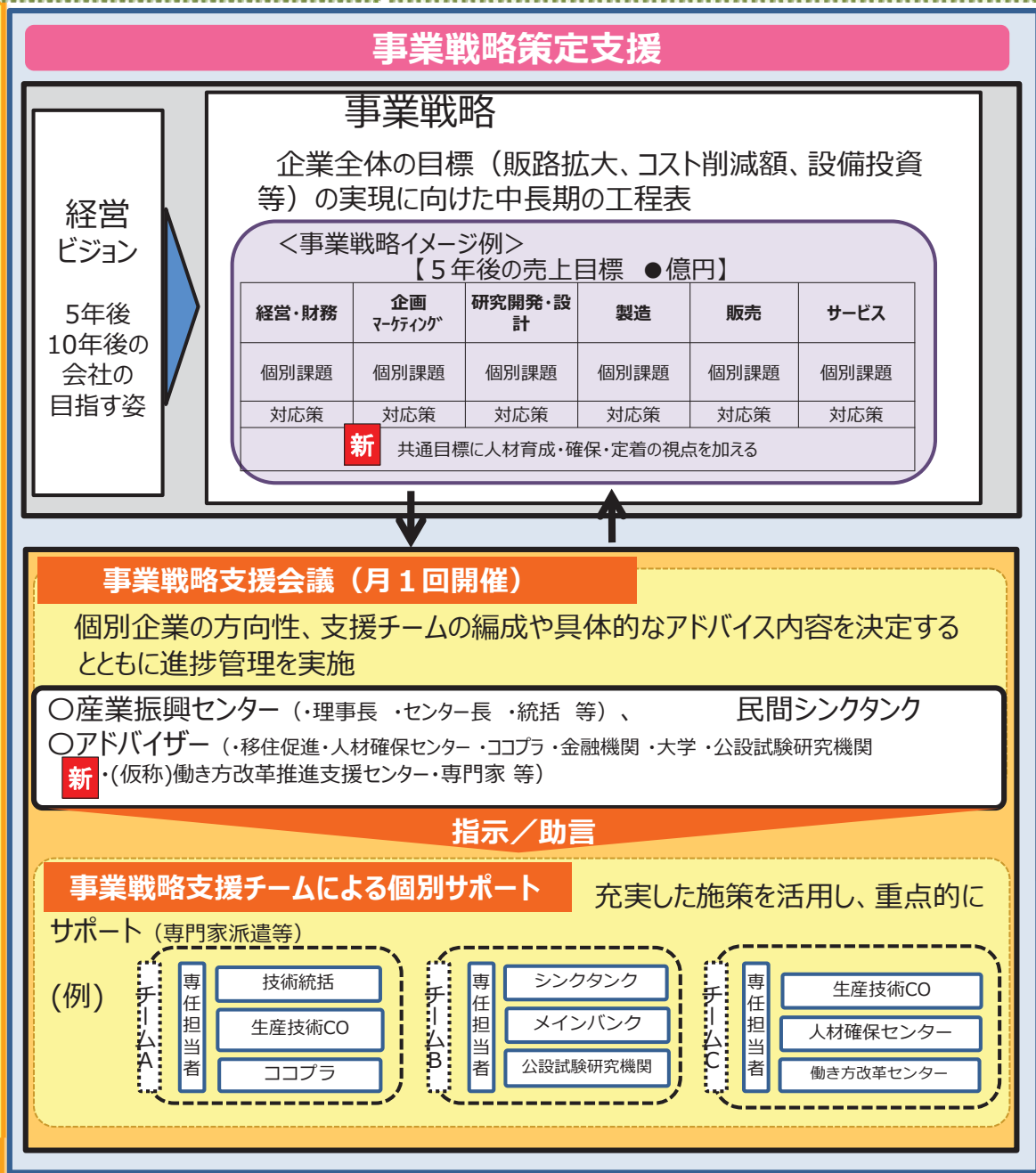
人口減少や雇用情勢の改善に伴う人手不足感が強まる中、県内企業のさらなる生産性や付加価値の向上を図っていくためには、「公益財団法人 高知県産業振興センター」が行っている事業戦略の策定・実行の伴走支援と、H30に国が設置する「(仮称)働き方改革推進支援センター」による支援を融合させ、「生産性の向上」に向けて、「事業戦略」、「働き方改革」両面での進捗管理やそれぞれの課題に対する必要な支援を行っていく。

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

（仮称）働き方改革推進支援センター

公益財団法人高知県産業振興センター

さらなる拡大再生産へ

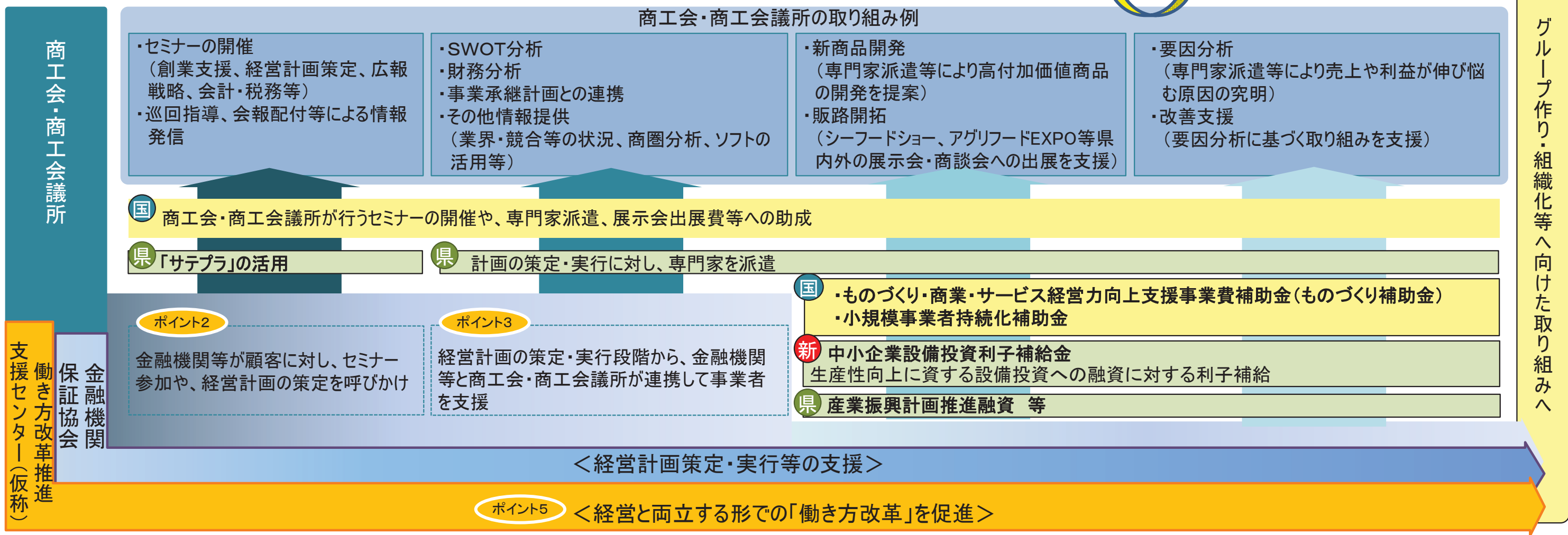


- 各企業毎の専任担当者が事業展開を一貫してサポート
- 経営・技術統括と外部専門家が全国に通じる製品・会社づくりをサポート
- 海外支援コーディネーター（2名）を中心に、製品・技術の海外展開をサポート
- 生産技術コーディネーターが、生産効率化についてアドバイス
- 県外コーディネーターが外商をサポート（東京・名古屋・大阪 計8名）
- 個別訪問による企業の機運醸成
- コンサルタント等による労務環境整備への支援
- 非正規雇用の処遇改善支援

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"> ①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 ②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 ③経営指導員のさらなる支援力の向上 ④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)
--	--	---



<p>高知県商工会連合会、高知商工会議所</p> <p>拡 ①スーパーバイザー → 事業者の経営計画策定、実行段階で経営指導員に助言し、実践的な支援力向上を図る</p> <p>②専門経営指導員 → 各エリアを担当する専門経営指導員が、専門的な知見から地域の事業者を支援</p> <p>③専門家 → 事業者の抱える課題に応じて税理士、中小企業診断士、社会保険労務士、外部アドバイザー等を派遣</p> <p>地域本部 → 地域アクションプラン、地域産業クラスター、観光クラスター等県施策の情報共有</p> <p>産業振興センター → 事業戦略セミナー等の情報共有</p> <p>事業引継ぎ支援センター → 事業承継計画の策定等で連携</p> <p>金融機関等 → 融資する立場からのアドバイス</p>	<p>ポイント1</p> <p>新 (仮称) 経営支援コーディネーター (関係機関と調整中)</p> <p>経営計画の確実な成果につなげるため、事業者のステージや課題に応じて各支援機関をコーディネートする</p> <p>経営指導員</p> <p>支援</p> <p>事業者</p>
--	--

(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



起業や新事業展開の促進

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

- 起業サロン会員数 (H29.12末時点) 255会員(うち起業家会員:180会員)
- 起業コンサルジュによる相談件数(オフィスアワー) 123人
- 各種プログラムの参加者数(延べ)
 - ・スタートサロ: 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 111人
- 起業・第二創業件数 45件 (H29年度実績見込み)

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」にはリーチできているものの、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、KSP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～**
 - ・KSP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より起業(事業化)の実現に向けたステップアッププログラムの充実。
 - 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県外の起業コンサルジュを中心としたオフィスアワーの個別面談には、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。

対策

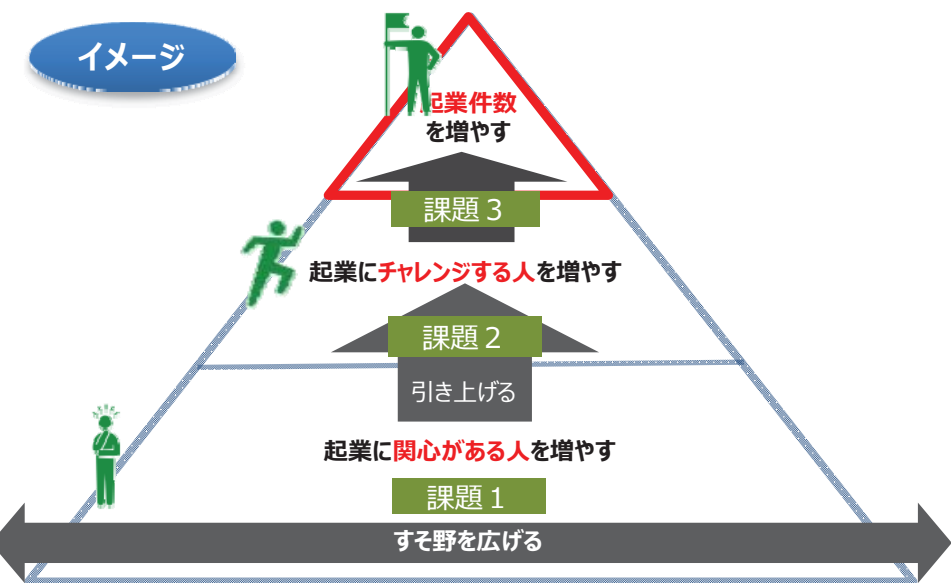
- 1 広報や啓発機会の拡充**

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

 - ・マインドセットを高め、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**
 - ①**KSP事業ステップアッププログラムの拡充(2段階に拡充)**
 - ・SUP-1: サービス開発のノウハウを学び、簡易なプロトタイプを作成。
 - ・SUP-2: プロトタイプ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



- 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。

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

産学官民連携センター(コプラ)

- ・学びの場(土佐MBA(本科・実科))
- ・産学官民連携の場
- ・事業創出の場【新事業展開の促進】

拡 対策1
広報や啓発機会の拡充
 「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

新 対策1
広報や啓発機会の拡充
 プレスリリースの配信サービスを活用した都市圏メディアへの情報発信

県外向け

新規・拡充

継続

起業サロン「KOCHI STARTUP PARK」

対策3
個別相談「オフィスアワー」(起業コンサルジュによるメンタリング) [通年] ⇒ サロンへの呼び込みと各種プログラムへの誘導

拡 対策2
スタートサロン[拡充](アクティブ化へと推し進めるプログラムの実施)
 ・マインドセットを高め、共に起業に取り組む仲間を作る仕組みづくり
 ・サービス開発を体感するプログラムの実施

拡 対策3
ステップアッププログラム[拡充](2段階で実施)

SUP-1
 ・簡易なプロトタイプを作成

SUP-2
 ・プロトタイプのブラッシュアップ

デモデイ・カンファレンス
 [2回] (1期:10月、2期:3月)

対策3
新 資金支援(各種調査、試作品の制作費等)

対策3
新 資金支援(事業立ち上げ時の初期投資費用)

ローカルベンチャー創出プログラム

ナリワイスタートアップサロン

・起業相談 ・サテライトサロン ・NARIWAIスタートアップサロン(地域の資源や課題を可視化) ・地域課題アイデアソン、ハッカソン

新 都市圏在住者向けセミナー開催

県外向け

起業家育成短期集中プログラム

起業のシーズと県外起業希望者をマッチング

ビジネスプランコンテスト

ものづくり(ものづくり地産地消・外商センター)

食品(工業技術センター)

コンテンツ(IT・コンテンツアカデミー、コンテンツビジネス研究会)

IoT(IoT推進ラボ研究会)

商業(商工会議所等)

地域アクションプラン

起業・新事業展開の全体像

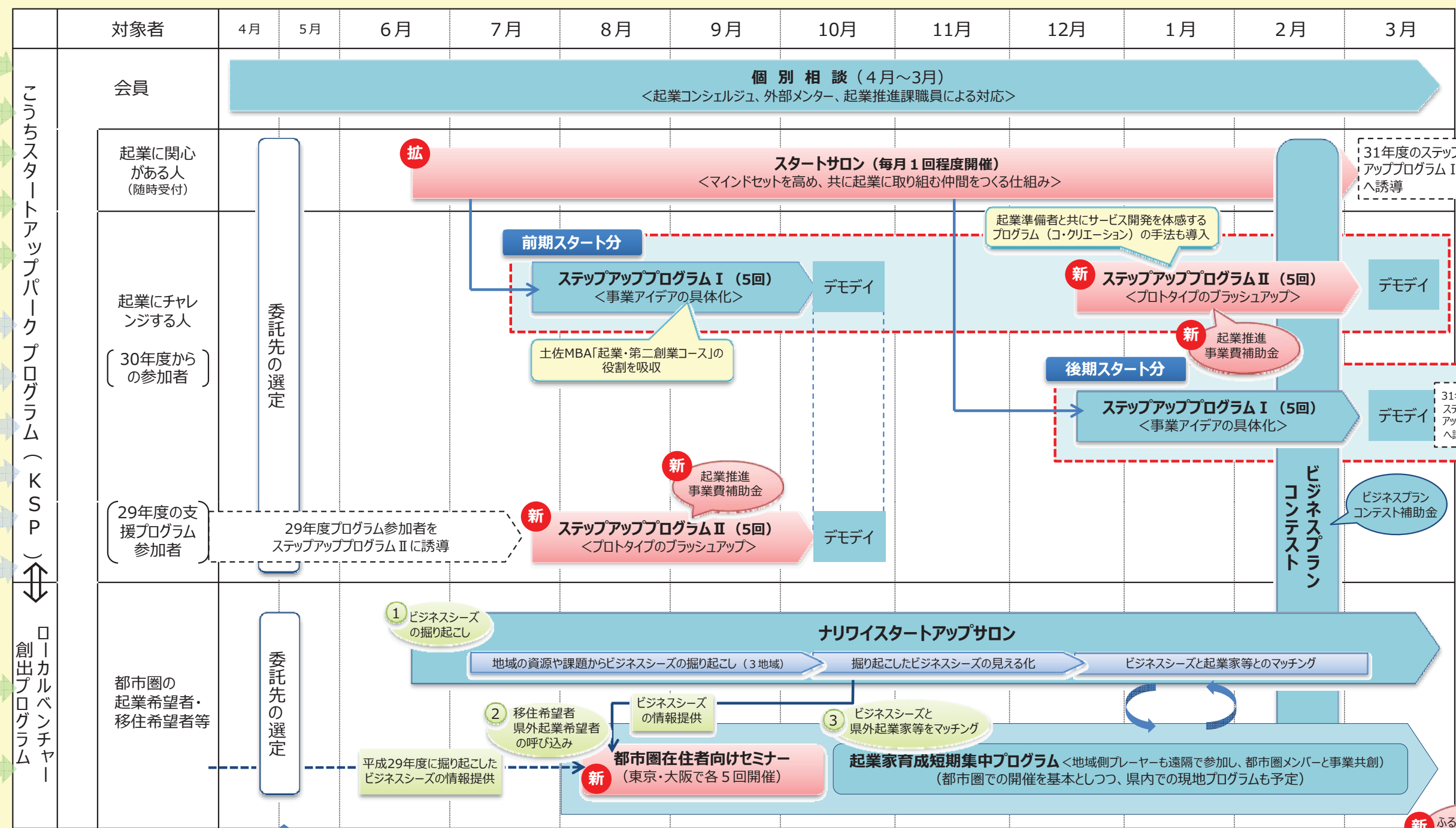
新規・拡充
継続

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「出張MBA」(仮称)の開催
(高知市・安芸地域・幡多地域で開催)

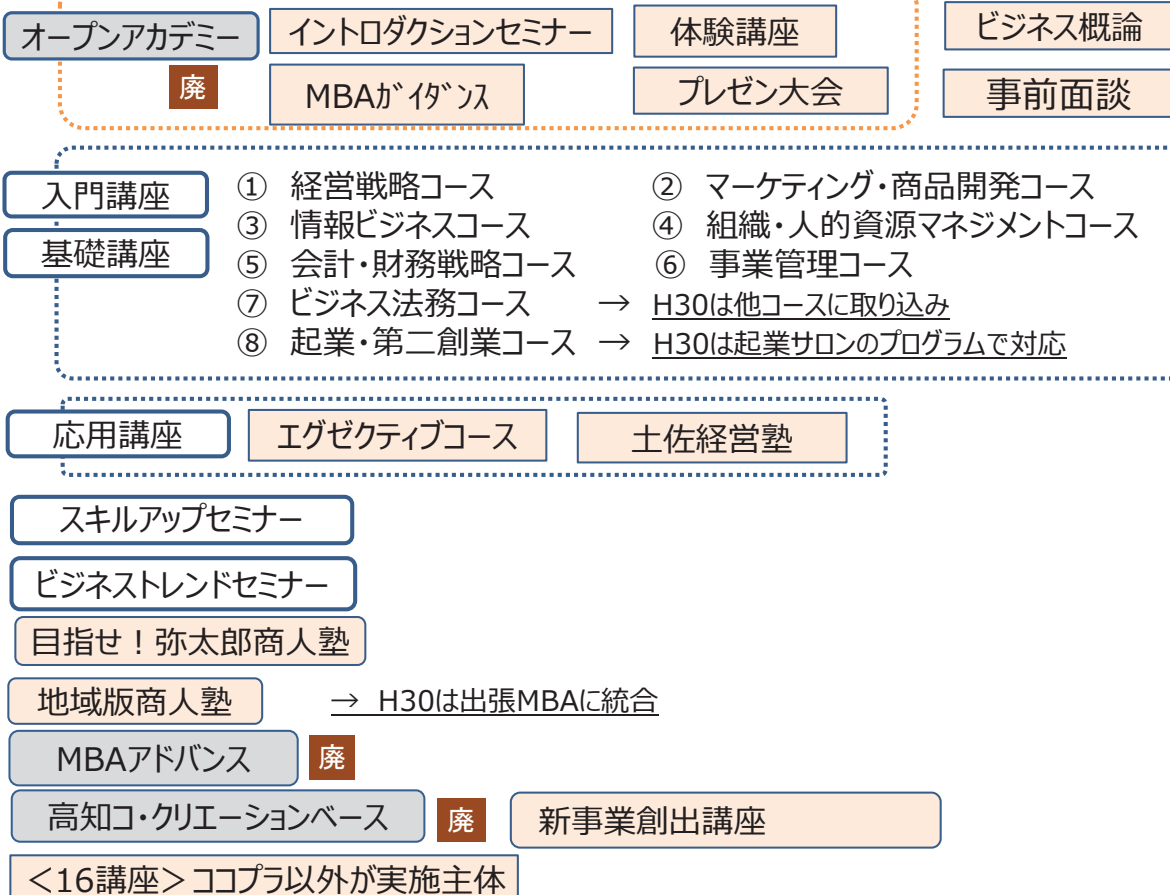
2 ニーズに対応したカリキュラムへの再編

- ・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

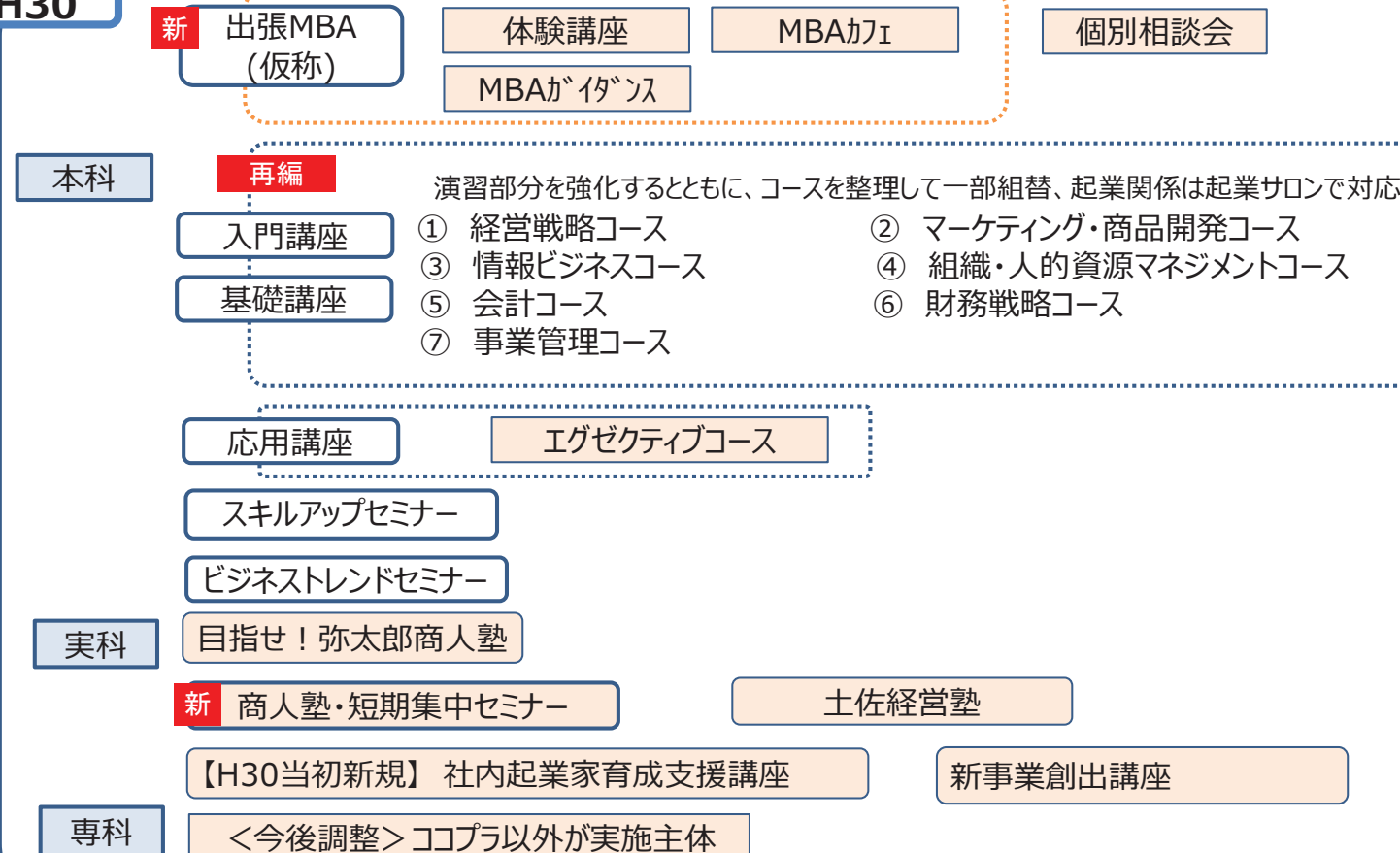
3 地域で学ぶ場づくり

- ・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

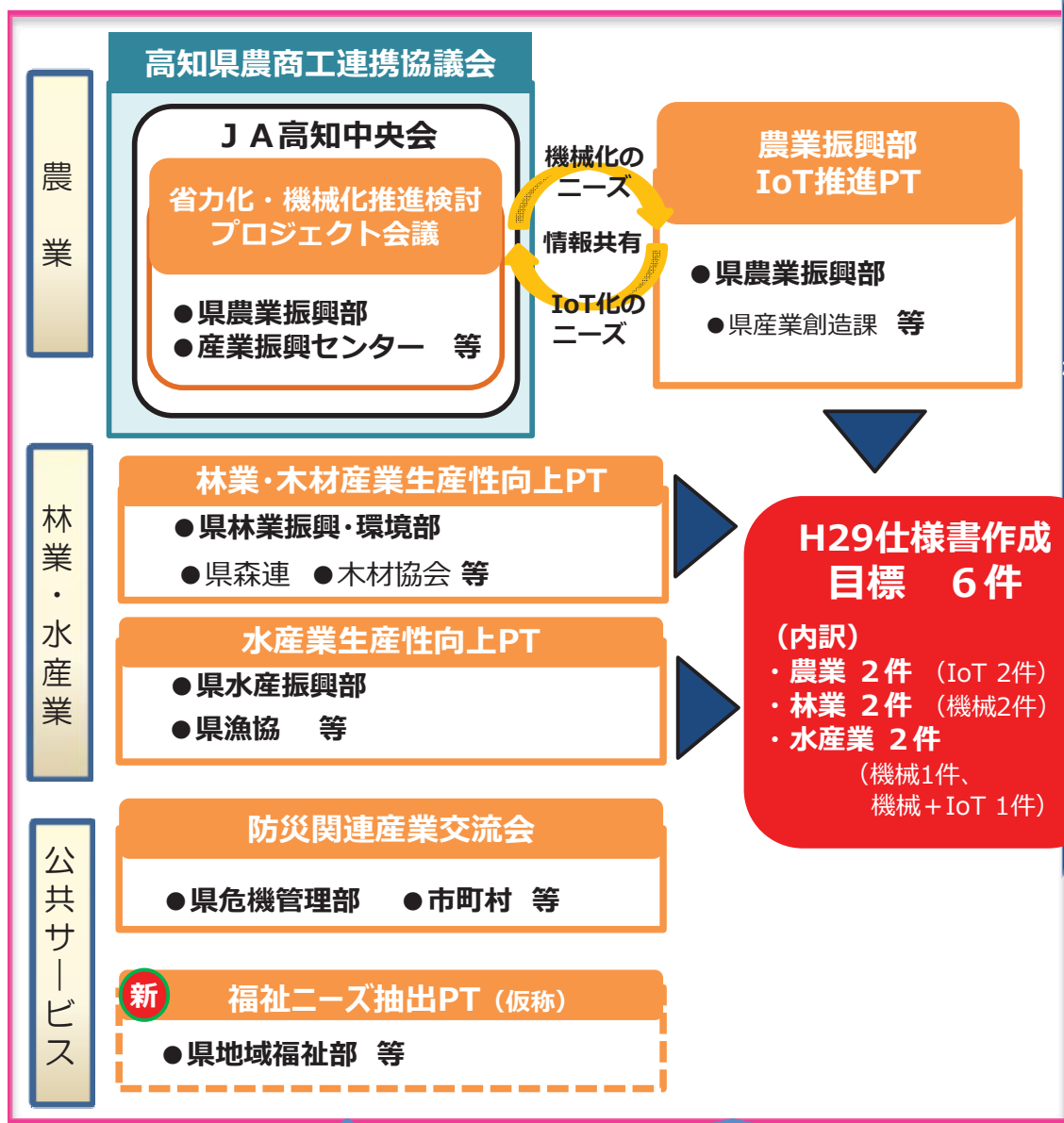
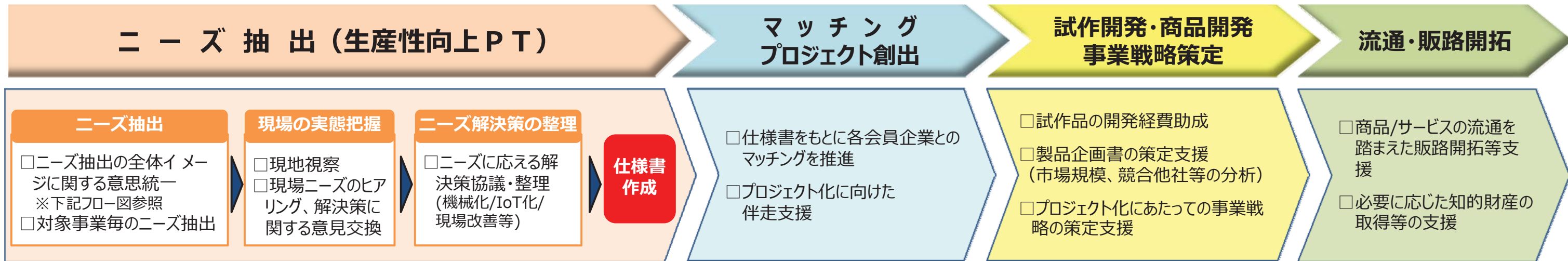
H29



H30



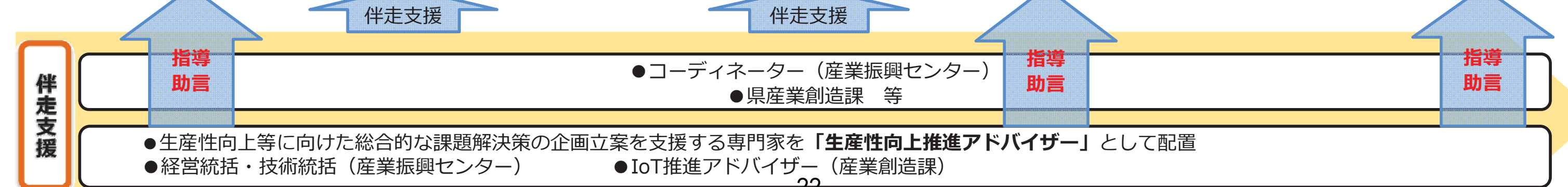
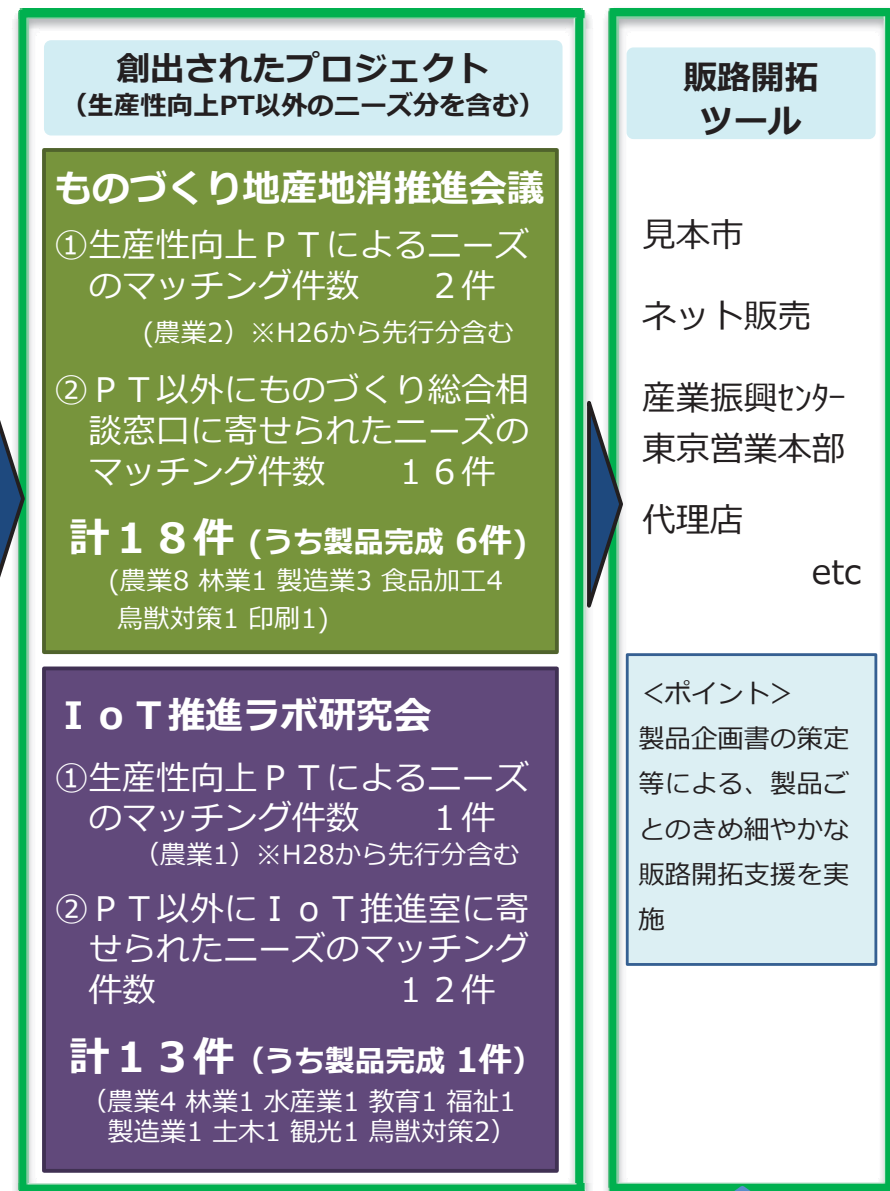
各分野の生産性向上プロジェクトチームによる現場ニーズの抽出（①運営体制）



H29仕様書作成 目標 6件

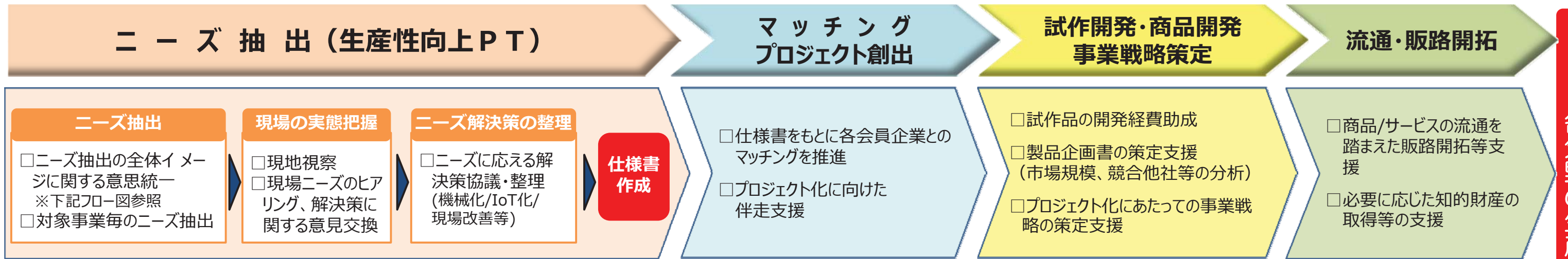
(内訳)

- ・ 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)

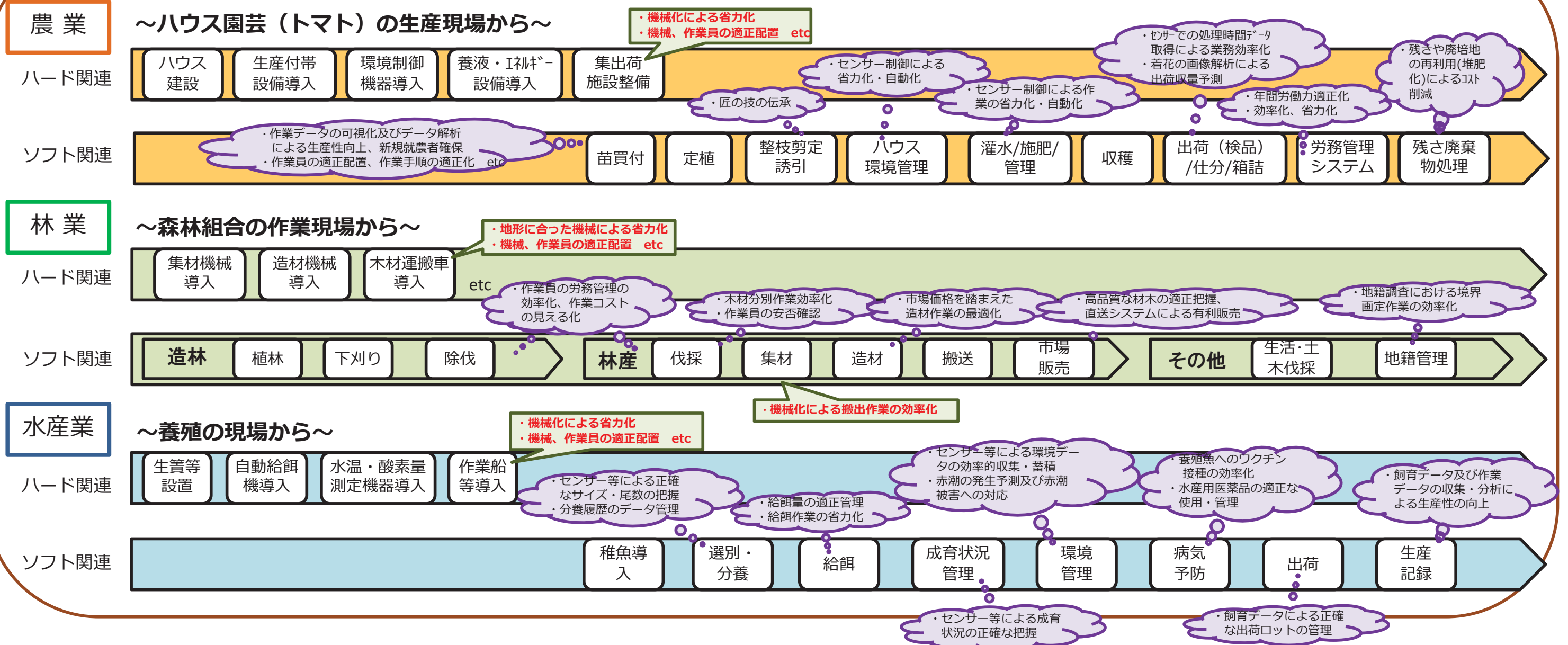


各分野の生産性向上及び地産地消・地産外商の推進による売上増

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)



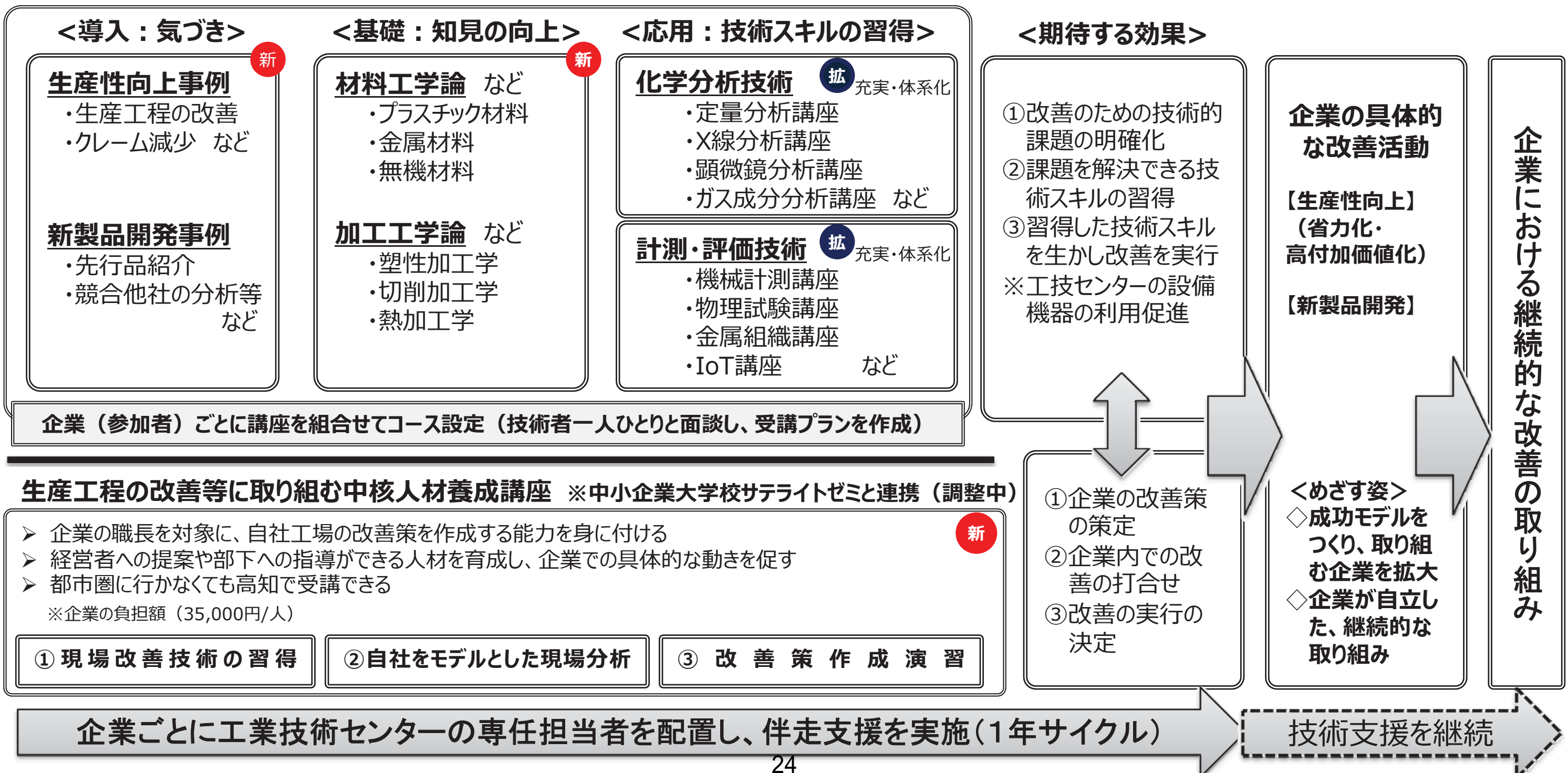
各分野の生産性向上及び地産地消・地産外商の推進による売上増

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
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）



企業（参加者）ごとに講座を組合せてコース設定（技術者一人ひとりと面談し、受講プランを作成）

生産工程の改善等に取り組む中核人材養成講座 ※中小企業大学校サテライトゼミと連携（調整中） 新

- 企業の職長を対象に、自社工場の改善策を作成する能力を身に付ける
- 経営者への提案や部下への指導ができる人材を育成し、企業での具体的な動きを促す
- 都市圏に行かなくても高知で受講できる

※企業の負担額（35,000円/人）

① 現場改善技術の習得

② 自社をモデルとした現場分析

③ 改善策作成演習

①企業の改善策の策定
②企業内での改善の打合せ
③改善の実行の決定

<めざす姿>

- ◇成功モデルをつくり、取り組む企業を拡大
- ◇企業が自立した、継続的な取り組み

企業における継続的な改善の取り組み

企業ごとに工業技術センターの専任担当者を配置し、伴走支援を実施（1年サイクル）

技術支援を継続

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

- 事業戦略コーディネーター
- 事業戦略アドバイザー
- 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

- ◆事業戦略コーディネーター
- 事業戦略の策定に伴走、策定後の実行・改善をフォローアップ

- ◆事業戦略アドバイザー
- サポートチームによる個別パートの支援を補強

- 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