

産業成長戦略（連携テーマ） 実行3年半の総括シート

～目次～

地産地消・地産外商戦略の展開	1
移住促進による地域と経済の活性化	17
担い手の育成・確保	23
地域産業クラスターの形成	31
起業や新事業展開の促進	33
産学官連携による力強い産業の礎を築く	37

「数値目標等に対する客観的評価」の方法

・達成状況を客観的に評価できる目標について、以下により4段階評価を実施

区分	評価基準	
A+		<ul style="list-style-type: none"> 数値目標を達成したもの → 数値目標の達成率（または達成見込率）が100%以上 定性的な目標について目標を達成した（または達成する見込みがある）もの
A	第3期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できたもの、または状況を改善できたもの	<ul style="list-style-type: none"> 数値目標をほぼ達成したもの → 数値目標の達成率（または達成見込率）が60%以上100%未満
A-		<ul style="list-style-type: none"> 数値目標の達成に向けて十分な進展が見られなかったもの → 数値目標の達成率（または達成見込率）が60%未満
B	第3期計画の取り組み開始時と比べて、数値を改善もしくは維持できなかったもの、または状況を改善できなかったもの	

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
1	定番化に向けた商品づくり		
1	食品加工のさらなる生産管理高度化支援		
	◆衛生管理の高度化における基本の徹底	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の基礎的衛生・品質管理の徹底を支援するため、HACCP研修や一般衛生管理研修を開催する HACCP研修 21回（H28～H30） 一般衛生管理研修 14回（H28～H30） 	<ul style="list-style-type: none"> HACCP研修参加企業数 326社（H28～H30累計） 一般衛生管理研修参加企業数 135社 ⇒県版HACCP第2ステージ以上の認証企業数（申請中を含む） 170社（H28～H30累計）
	◆HACCP導入型基準への移行に向けた衛生管理の高度化支援	<ul style="list-style-type: none"> 事業者のHACCP手法の導入を支援するため、衛生管理に関するワンストップ相談窓口を設置するとともにHACCPアドバイザーを派遣する 	<ul style="list-style-type: none"> HACCPアドバイザー派遣企業数 222社（H28～H30累計） ⇒県版HACCP第2ステージ以上の認証企業数（申請中を含む） 170社（H28～H30累計）
	◆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	<ul style="list-style-type: none"> 県版HACCP取得済みの事業者のさらなる食品安全への取り組みを支援するため、専門コーディネーターを派遣して、HACCP手法の定着や製造現場のさまざまな改善を図り、事業者が大手小売業者や業務筋の工場監査に対応できるよう支援する 	<ul style="list-style-type: none"> 生産管理コーディネーター派遣企業数 49社（H28～H30累計） ⇒県版HACCP第3ステージの認証企業数（申請中を含む） 48社（H28～H30累計）
	◆外商の拡大に向けた表示適正化への支援	<ul style="list-style-type: none"> 研修やアドバイス事業を通して、食品表示法への事業者の円滑な対応を支援するため、食品表示の適正化のための研修を行うとともに、食品表示関連法の管轄部署と連携して、ワンストップアドバイスをを行う 食品表示適正化ワンストップ窓口の設置 食品表示研修の実施 26回（H28～H30） 	<ul style="list-style-type: none"> 食品表示に関する相談企業数 148社（H28）→149社（H29）→161社（H30） 食品表示相談件数 751件（H28）→683件（H29）→717件（H30） 食品表示研修参加企業数 延べ506社
4	市場が求める商品づくり		
	◆商品力アップへの支援	<ul style="list-style-type: none"> 県内事業者の持つ個別の課題に対し、専門家がアドバイスをを行うことで、商品力アップや商品の改良、開発を促進する 商品力アップ相談会開催（小売用、業務用） H28：6回（3回、3回） H29：6回（3回、3回） H30：7回（5回、2回） 	<ul style="list-style-type: none"> 商品力アップ相談会への参加（小売用、業務用） H28：65社（27社、38社） H29：53社（25社、28社） H30：52社（29社、23社） ⇒市場ニーズに基づく、開発途中の商品へのアドバイスや評価によって、事業者の商品化の取り組みが進むとともに、商品づくりワーキングに参加する事業者の掘り起こしにつながった
	◆外商活動のすそ野の拡大とステージアップ	<ul style="list-style-type: none"> 県内事業者の商品の磨き上げを支援するため、「まるごと高知」でのテストマーケティング機会の提供や、首都圏の消費者や外商活動を通じて収集したバイヤー等の情報や、店舗で得た情報を県内の生産者・事業者へフィードバックする 外商活動の裾野の拡大に向けたまるごと高知商談会・相談会開催 H28～30：19回 外商活動の裾野の拡大に向けたテストマーケティング・催事を随時開催 	<ul style="list-style-type: none"> まるごと高知商談会・相談会への参加 H28～30：174社 テストマーケティング及び催事への参加 H28～30：176社604商品 ⇒まるごと高知での新規採用商品数 H28：262社、H29：247社、H30：233件

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括	
目標値 〔出発点〕 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕
			〔次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容〕
研修に参加する企業数 21社 (H27) ↓ 250社 (H28～R元累計)	<R元年度末見込み> 400社程度 <直近の実績> 326社 (H28～H30累計)	A+	○研修参加企業数は、4年間の目標を3年目のH30に達成しており、HACCPの必要性が県内事業者に理解されてきているなど、取り組みの効果が現れている。 ○4年間の取り組みにより多くの県内事業者が参加してきているため、開催件数は低減することから、事業を継続する。 ・HACCP研修等の開催
HACCP手法導入に向けたアドバイザー派遣企業数(累計) — (H27) ↓ 250社 (H28～R元累計)	<R元年度末見込み> 270社程度 <直近の実績> 222社 (H28～H30累計)	A+	○HACCPアドバイザー派遣企業数は、昨年度と同様に多くの事業者が活用し、4年間の目標を達成する予定であり、県版HACCP認証の取得につながっているなど、取り組みの効果が現れている。 ○4年間の取り組みにより多くの県内事業者が県版HACCP第2ステージ以上の認証が進んでいるため、第3ステージの認証取得に向けた支援を強化するなど、事業を継続する。 ・HACCPアドバイザーの派遣
HACCP手法の定着・改善に向けたコーディネーター派遣企業数 — (H28) ↓ 170社 (H28～R元累計)	<R元年度末見込み> 110社程度 <直近の実績> 49社 (H28～H30累計)	A	○生産管理コーディネーター派遣企業数は、県版HACCP第2ステージ以上の認証の目標が遅れたために、目標の達成は困難な状況であるが、第3ステージ認証の取得は着実に進んでおり、県内事業者の衛生管理のレベル向上につながっている。 ・H29に第2ステージ以上の認証170社を目標としてしていたが、当初想定以上に丁寧な支援が必要だったため、一年遅れての達成。 <課題> ・県版HACCP第3ステージ認証の取得に向けた動機付けを与えることなど、県内事業者の着実な実行を促すフォローアップの徹底。
食品表示に関する相談企業数 151社 (H27) ↓ 210社	<R元年度末見込み> 190社程度 <直近の実績> 161社 (H30)	A	○食品表示に関する相談企業数は、来年4月から新法対応が必要なことから昨年度を上回る相談があるが、目標の達成は困難な状況である。しかしながら、着実に新法表示への切替えが進んでいるなど、取り組みの効果が現れている。 ・4～5月の相談件数は前年同月比約20%増
商品力アップや商品の改良、開発を促進するために県が支援する事業者数 65社 (H28) ↓ 200社 (H28～R元累計)	<R元年度末見込み> 200社 (H28～R元) <直近の実績> 170社 (H28～H30)	A+	○相談会に多くの県内事業者が参加し、専門家のアドバイスを受けたことにより、事業者の商品化に向けた取り組みが進んだ。 ・200社の目標に対して、H28～30までに170社の実績があり、R元年度の相談会では、県内事業者のニーズが高まっている内容も設定しているため、目標を達成できる見込み。
まるごと高知での新規採用商品数 183商品/年 (H26) ↓ 200商品/年	<R元年度末見込み> 200商品/年 <直近の実績> 233商品/年 (H30)	A+	○まるごと高知商談会、相談会を通じて、新商品の発掘、既存商品の磨き上げが行われ、まるごと高知での新規採用商品数もH28年度から、目標の200商品/年を上回っており、外商活動の裾野の拡大につながっている。 ・H30年度と同程度の「まるごと商談会・相談会」を開催し、テストマーケティングや催事も実施するため、目標は達成できる見込み。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
◆外商関係の協定等による県内事業者の販路開拓・販売拡大の支援		<ul style="list-style-type: none"> ・県産品の販路開拓・販売拡大を支援するため、パートナー企業との連携や、外商関係の協定を締結した機関との連携により、県産品の取扱拡大を図り、県内外での県産品の認知度向上を進める パートナー企業との協議会 H28～H30：4回/年 外商関係協定締結機関との協議 随時開催	①パートナー企業との情報共有・連携 ・県・公社事業の情報提供、パートナー企業からの商談会情報や県内メーカーの課題の共有など H28～H30：4回/年 ⇒量販店での高知フェアの開催、パートナー企業主催の商談会への県内メーカーの出席 ②外商関係協定締結機関との情報共有・連携 ・県産品を使った商品PRの連携実施 H28：4回、H29：3回、H30：1回 ⇒県産素材を使った商品発売 H28：2社2商品 H29：3社8商品 H30：1社1商品
◆県内における商談機会の創出		<ul style="list-style-type: none"> ・事業者が参加しやすい県内での商談会の開催により、商談機会を確保するとともに、商談の機会等を通じた商品力のアップを目指す 県産品商談会の開催 H28：全体会1回、カテゴリー別4回 H29：1回 H30：2回	<ul style="list-style-type: none"> ・県産品商談会参加者数等 H28：事業者113社、バイヤー61社（全体会） H29：事業者108社、バイヤー103社 H30：事業者197社（84社+113社） バイヤー190社（77社+113社） ⇒H28事業者アンケート 展示商談会の感想「良かった」…73.5% H29事業者アンケート 個別商談で成果があった…52% 展示商談会で成果があった…42.2% 次年度の参加を希望する…90.2% H30事業者アンケート（5月、11月） 成約となったアイテムがある…12.7%、12.8% 成約可能性があるアイテムがある…79.8%、69.6% 展示商談会の感想「良かった」…85.7%、85.6%
◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成		<ul style="list-style-type: none"> ・県内事業者の商品開発や改良の意欲の醸成等を図るため、商品発掘コンクールを開催し、PRや外商活動を通じ販路開拓・拡大につなげる うまいもの大賞の開催 H28～30：1回/年 審査員企業との商談会の開催 H29、H30開催	<ul style="list-style-type: none"> ・うまいもの大賞の開催 H28：126商品（86事業者） H29：119商品（71事業者） H30：122商品（73事業者） ⇒受賞商品は県外量販店等からの引き合いが増加 <ul style="list-style-type: none"> ・審査員企業との商談会の開催 H29：31社 H30：27社 ⇒審査員企業の通販サイトに採用
◆県内量販店等での商品の磨き上げ、販路拡大		<ul style="list-style-type: none"> ・新たに外商にチャレンジする事業者や商品の第一ステップとして、商品の磨き上げと県内での認知度向上を支援するため、県内量販等の協力によるテストマーケティングを行う テストマーケティング参加事業者の募集	<ul style="list-style-type: none"> ・テストマーケティングへの参加事業者数 H28：2社2回2商品 ⇒申込者数減により事業廃止
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		<ul style="list-style-type: none"> ・食品団体を核としてものづくり系企業や生産者、大学などが広く参加するネットワークづくりを進め、商品開発をはじめとする様々な課題解決の仕組みを構築する セミナー開催 6回（H29～H30） 勉強会開催 12回（H29～H30）	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー・勉強会への参加企業数 187社（H29） → 202社（H30）

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 〔出発点〕 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	〔次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容〕
パートナー企業との情報共有・連携 4回/年 (H27) ↓ 4回/年 (R元)	<R元年度末見込み> パートナー企業 4回/年 <直近の実績> (H30) パートナー企業 4回/年	A+	○パートナー企業と定期的に情報共有を行うことで、パートナー企業主催の展示商談会への県内事業者の出席や量販店での高知フェアの開催等につながり、県産品の販路開拓・販売拡大が進んだ。また、協定締結企業との協議を随時行い、県産素材を使った商品のPRを連携して行うことにより、県産品の取扱が拡大し、県内外での認知度が向上した。 ・R元年も引き続き定期的に協議会を開催し、情報共有等を行う。	○パートナー企業との協議に基づく取り組みを継続して開催し、情報共有等を行う。また、協定締結企業との情報共有・連携についても、引き続き実施する。 ・パートナー企業との協議会 ・外商関係協定締結機関との協議
外商関係協定締結機関との情報共有・連携 1回/年 ↓ 2回/年 (随時)	<R元年度末見込み> 協定機関 2回/年 (随時) <直近の実績> 協定機関 1回/年 (随時)	A+		
県が開催する商談会への参加事業者数 113社 (H27) ↓ 140社/年	<R元年度末見込み> 248社 <直近の実績> 197社 (H30)	A+	○多くのバイヤーと効率的に商談できる「県産品商談会」の開催により、商談機会の確保と商品力のアップにつながっている。また県内での開催のため、県内事業者にとって参加しやすく、新たに外商に参画する事業者の掘り起こしにもつながっている。 ・成約率が高く、県内事業者から高い評価を得ている。 ・R元年の1回目の県産品商談会の参加者は、県内事業者124社、バイヤー116社であり、目標は達成できる見込み。	○県内事業者から評価の高い効果的な取り組みであるため継続して実施する。 ・県産品商談会の開催 (2回/年)
商品発掘コンクールへの応募事業者数 86社 (H28) ↓ 80社	<R元年度末見込み> 80社 <直近の実績> 73社 (H30)	A+	○受賞商品は、メディアに取り上げられるとともに、県産品商談会での「うまいもの大賞コーナー」への出展や県・公社主催商談会の出展料免除などの特典があり、商品PRや外商活動の機会が増えている。また県外量販店等からの引き合いも多く、販路開拓・販売拡大につながっている。 ・最終選考に残った商品は、審査員からのアドバイス等により商品の磨き上げにもつながっている。 ・R元年度は、より多くの事業者が参加できるよう、部門の幅を広げ募集するため、目標を達成できる見込みである。	○受賞商品の販路開拓・販売拡大だけでなく、他の商品の磨き上げにもつながっていると同時に、受賞商品の成功事例により、県内事業者の商品開発や改良の意欲の醸成等も図られているため、継続して実施する。 ・商品発掘コンクールの開催
テストマーケティングへの参加事業者数 延べ13社 (H27) ↓ 年間延べ20社 28年度に終了	<直近の実績> 延べ15社 (H28)	A-	○完成品のテストマーケティングは申し込み減となっているが、商談機会の提供などにより、県を介さずすでに民間で実施されているとの認識で廃止。	
セミナー・勉強会への参加企業数 - (H28) ↓ 年間200社以上	<R元年度末見込み> 200社程度 <直近の実績> 202社 (H30)	A+	○セミナー・勉強会への参加企業数は、H30の時点で達成しており、また、R元は業務用をテーマとしたセミナー・勉強会を実施するため、新たな参画事業者も見込まれることから、目標達成は可能である。食品加工の総合支援の起点として、多くの県内事業者に認知され、その他の県の支援策にも誘導できているなど、求められている機能を発揮している。 ・2年間の取り組みで純計305社が参画。	○県内事業者の商品開発の取り組みを促していくためにも、食のプラットフォームの取り組みは必要であることから、事業を継続する。 ・セミナー・勉強会の開催 ・さらなる参画者の拡大 ・自走の仕組みづくり

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
	◆事業者間連携等による商品づくりを伴走型で支援	<ul style="list-style-type: none"> 食のプラットフォームに商品開発・改良を具体的に実践する場（商品づくりWG）を設け、事業者間連携等による商品づくりを関係機関の役割分担のもと、伴走型で支援する 専門家による商品づくりの伴走支援（2コース） 地産外商公社による商品づくりの伴走支援 	<ul style="list-style-type: none"> 商品づくりワーキング参加企業数 18社 ⇒商品アイテム数（開発中を含む） 38アイテム（H30）
6 地場産物の利用促進			
	◆地域アクションプランの実行支援	<ul style="list-style-type: none"> 地域の雇用の創出や所得の向上を図るため、県内7地域に地域本部体制を整え、地域アクションプランの実行支援と地域産業クラスターの形成に取り組む 地域アクションプランの取り組みをさらに広げていくため、新たな実践者の発掘と育成を図る 産振総合補助金による支援 <ul style="list-style-type: none"> H28～R元.6月末実績 37件 交付決定額790,233千円 産業振興アドバイザーによる支援 <ul style="list-style-type: none"> H28～H30累計 129件 派遣回数383回 拠点施設整備補助金による支援 <ul style="list-style-type: none"> H30～R元.6月末実績 2件 交付決定額1,882千円 産業振興計画シンポジウムの開催 <ul style="list-style-type: none"> H28～30 延べ11会場 地域アクションプランの取り組み事例について、県広報番組、産業振興計画PRパンフレット、新聞記事掲載にて紹介 地域アクションプランに位置づけられるクラスタープロジェクト <ul style="list-style-type: none"> 18件、関連する地域アクションプラン延べ54件（R元時点） 	<ul style="list-style-type: none"> 産業振興計画シンポジウム（H28～30）に延べ2,032人が参加 各種広報ツールを活用した地域アクションプランの取り組み事例紹介により産業振興計画への参画を促進 <ul style="list-style-type: none"> ⇒第3期計画期間中に追加した地域アクションプラン46件 産振総合補助金の活用により、県内各地で地域資源を活用した食品加工施設や畜産施設を整備 産業振興アドバイザーからの指導・助言により、商品力を強化したほか、販売等に関する戦略を策定 <ul style="list-style-type: none"> ⇒雇用の創出（H28～30）496人 ※H21からの累計 1,641人 ⇒H21～28に産振総合補助金（777万777円を除く）を活用した事業（地域APの取り組みのうち売上高により補助事業の効果を図ることが適当と判断される事業分）の売上増加額（H28～29累計）131.1億円 ※H22～29累計 291.5億円
	◆小さなビジネスの発掘、育成	<ul style="list-style-type: none"> 中山間地域における潜在力を引き出し、地域の元気づくりを進めるため、市町村と連携し、地域の資源を活用した小さなビジネス事業（48件：R元5月末現在）のサポート及び新たな案件の掘り起こしを行う 	<ul style="list-style-type: none"> 小さなビジネスの新規件数5件（H28～R元） <ul style="list-style-type: none"> ⇒(1)集落活動センター立ち上げにつながったもの2件（平山、美良布） (2)地域において継続が不可欠なもの1件 (3)地域アクションプランにつながったもの4件（平山は（1）と重複） 上記の他、集落の活気づくり支援事業費補助金を活用し、地域の資源を生かした加工品づくり等センターの取り組み等につながる活動メニューの開発を行った案件7件、活動の体制づくり等を行った案件17件（H29～R元）
	◆地場産物を使った学校給食や食育の推進	<ul style="list-style-type: none"> 「高知の食べものいっぱい入っちゃう日」「カレーの日」「だして味わう和食の日」の取組について、また、学校教育活動全体で継続的な食育を学校で定着させるための「食育月間」「食育の日」の具体的な取組事例（献立の工夫、地域の伝統料理作り等）等の日常的な取組について、学校給食関係者等を対象とした研修会や会議等を通して周知することにより、学校給食への地場産物活用の意識の向上を図る 学校給食で地場産物の活用を促進するために地域の関係者等と協議を行う 研修会や会議の開催（3回） <ul style="list-style-type: none"> 栄養教諭・学校栄養職員資質向上研修会 学校給食衛生管理・食育研修会 学校給食普及・充実チーム会 地域の関係者等との協議（2回） 	<ul style="list-style-type: none"> 地場産物を意識的に活用した学校給食の事例報告（H30） <ul style="list-style-type: none"> カレーの日 36例 だして味わう和食の日 37例 ⇒地場産物活用率の上昇 <ul style="list-style-type: none"> H28 33.9% H29 37.0%

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
			次へのステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容	
商品アイテム数 - (H30) ↓ 年間10アイテム以上	<R元年度末見込み> 40アイテム程度 <直近の実績> 38アイテム (H30) ※開発中も含む	A+	○商品づくりワーキングの取り組みによる商品アイテム数は、H30に18社が参加し、38商品の開発につながった。開発された商品は、アドバイスをいただい専門家との取引につながるなど、市場ニーズを捉え商品づくりが図られている。 ・R元においては、コース数を増加させさらなる商品数の増加に取り組む。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・小売用商品づくりの拡大 ・業務用商品づくりの拡大
雇用創出人数 522人 (H24~H27累計) ↓ 600人 (H28~R元累計)	<直近の実績> 496人 (H28~H30累計)	A+	○地域アクションプランは、産業成長戦略とともに産業振興計画の両輪として、産業振興計画がスタートした平成21年度から本県の産業振興政策において重要な役割を果たしてきた。現行の第3期計画においても、目標としている雇用創出及び産振総合補助金を活用した事業の売上増加額ともに成果が上がっており、地域アクションプランという地域資源を生かした取り組みの事業化を応援するプラットフォームとしての仕組みが、地域経済の発展に貢献してきた。 新たな加工施設を整備した事業、ユズや日本酒などの海外輸出に挑戦した事業、大きく売上を伸ばした事業など、多くの事業が前進しており、地域アクションプラン全体としては成果が上がっているものの、地域アクションプランごとに設定している目標については、様々な要因により達成が難しい事業も一定数出てくる見込みである。 <課題> ・地域経済が活性化するためには、継続的に新たな取り組みが生まれてくる必要があるが、第1期計画期間中に追加した地域アクションプラン数は68件、第2期計画期間中は48件であったのに比べ、第3期計画期間中の追加数は18件と、減少傾向にある。 ・200を超える事業に対し、産業振興推進地域本部をカウンターパートとしてサポートを行っているが、個々の事業の中には、長期にわたり停滞しているものや実施主体においてさらなる挑戦を志されていないものなども一定数存在するものと思われる。	○地域資源を生かした取り組みを応援する仕組みとしての地域アクションプランは、今後もその必要性は高まるものと考えており、地域アクションプランという仕組みは継続して取り組んでいく。 ・地域アクションプランの個々の事業については、新陳代謝が図られるよう、「新たな事業の積極的な掘り起こし」及び「既存事業の整理」をとともに適切に行っていく。 ・特に新たな事業の掘り起こしについては、未活用の地域資源の枯渇、地域資源及び担い手のマッチングができていないなど、様々な要因が想定されるため、地域アクションプランの総括や時期計画に向けての検討を行う中で、要因を分析し、対策を検討していく。
産振総合補助金を活用 した事業の売上の増加 額(単年度) 36.4億円 (H26) ↓ 59.7億円	<直近の実績> 67.6億円 (H29)	A+	○目標値は未達成であるが、小さなビジネスの新規案件が集落活動センターの立ち上げや地域アクションプランにつながった。また、集落の活かづくり支援事業費補助金を活用した案件は24件であり、センターの取り組み等へのステップアップとともに、住民主体の地域の元気・活かづくりが進んだ。 ・第3期計画の策定時は「小さなビジネス」を集落活動センター開所へのステップと位置づけていたが、集落活動センターの増加(R元5月末現在52ヶ所)に伴いモデルケースが増えてきたこともあり、「小さなビジネス」を経ることなく開所をすするセンターが増加したこと等により、件数は5件にとどまった。 ・H29年度から「地域づくり補助金(小さなビジネス)」を見直した「集落の活かづくり支援事業費補助金」を活用することで、センターの立ち上げや地域のアクションプランの取り組みにつなげるとともに、当初の目的である「地域の元気づくり」を進めてきた。 <課題> 小さなビジネスに位置づけることなく、センター等につながる取り組みが増加しており、小さなビジネスへの位置づけの必要性を再検討する必要がある。	○現時点で小さなビジネスとして位置づけている事業(48件)について、地域本部や市町村と連携し、「集落の活かづくり支援事業補助金」等の活用を通して、集落活動センターの取り組み等へのステップアップにつなげていく。また、「地域の元気づくり」の進め方について見直しを行う。
小さなビジネスの新規 件数 - (H28.4) ↓ 22件 (H28~H31累計)	<R元年度末見込み> 5件 (H28~R元累計見込み) <直近の実績> 5件 (H28~H30累計)	A-	○研修会において地場産物の活用について周知を図ったり、地場産物を意識的に活用した学校給食の日を設定する等の取組を行うことにより、学校給食における地場産物活用率は上昇しており成果が現れている。 ・H26年度に開始した「高知の食べものいっぱい入っちゃう日」の取組は、現在では定期的に学校給食で実施される等、県内で定着してきている。 ・H30年度から新たに取組むこととなった「カレーの日」「だして味わう和食の日」も継続することを予定している。 <課題> ・地場産物活用率が低い地域については、今後も個別の支援が必要。	○これまでの成果や課題を踏まえながら、取組を継続する。 ・「高知の食べものいっぱい入っちゃう日」「カレーの日」「だして味わう和食の日」等、地場産物を意識的に使用した学校給食の日の実施 ・地場産物活用率の低い市町村への個別支援 ・(公財)高知県学校給食会と連携した地場産物を活用した学校給食用食材の開発 ・文部科学省の学校給食栄養報告(週報)に合わせた地場産物活用状況調査の実施 ・地場産物を活用した学校給食を教材とした「食育月間」「食育の日」の取組の継続
学校給食への 地場産物活用割合 (食品数ベース) 35.7% (H26) ↓ 50.0%	<R元年度末見込み> 40.0% (H30) <直近の実績> 37.0% (H29)	A		

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
2	外商支援の全国展開でより大きな商流へ		
1	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	<ul style="list-style-type: none"> ・県産品の販路の開拓、販売の拡大を図るため、県産品データベースを活用しながら、大手卸業者のネットワークを活用し、商品ターゲットに合わせた外商機会の拡大を図るとともに、パートナー企業との同行営業の拡大や高質系小売店等のネットワークを生かした外商の展開、新たな外商先へのアプローチを行う 展示商談会への出展及び開催 H28：44回 H29：48回 H30：55回 まるごと高知REPORTの作成、公表 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットワークを活かした外商活動 H28：1,984回（うち新規344社） H29：2,187回（うち新規286社） H30：3,218回（うち新規525社） ・展示会参加事業者数 H28：676社 H29：692社 H30：737社 ⇒新たな外商先としてリストに基づいてアプローチする企業数 H28：84社、H29：88社、H30：176社 ・まるごと高知REPORTの発行：2回/年 ⇒まるごと高知REPORTの発行により、公社の活動概要について広く周知を図ることができた
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	<ul style="list-style-type: none"> ・来店者数の増加を図るため、店舗プロモーションを展開する 	<ul style="list-style-type: none"> ・来店者 H28：76.3万人 H29：69.6万人 H30：68.6万人 ・店舗売上 H28：4.66億円 H29：4.44億円 H30：4.57億円 ⇒会社の活動に伴う経済波及効果 H28：61.2億円→H29：72.2億円→H30：84.0億円 ⇒TVなどメディアへの露出の広告換算効果 H28：61.2億円→H29：63.1億円→H30：64.5億円
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	<ul style="list-style-type: none"> ・県産品の認知度維持・向上と販売促進につなげるため、これまでの取り組みにより高まってきた高知家の認知度とポテンシャル（高知県に対する各意向度の向上）を活かし、県産品等の見込み客の育成へ効果的につなげる情報発信や情報導線の強化を行うため高知家ブランディングを強化する 関係部局と連携を図りながらセールスとプロモーション活動の内容・タイミングのさらなる連動を行う キャッチコピー H28「高知家には、ポジティブカがある。」 H29「高知家は、いろんな家族で大家族。」 H30「気がつけば、家族。」 R元「高知は、やっぱり大家族。」 	<ul style="list-style-type: none"> ・高知家サイトのアクセス数 H28：56.4万件 H29：87.5万件 H30：97.2万件 R元：230.0万件（見込み） ・ピンバッジ募金の実施 H28：3.5万個 H29：2.9万個 H30：2.7万個 R元：3.0万個（見込み） ・関東・関西圏における高知家認知度 H28：30.7% H29：26.0% H30：25.9% R元：30.0%（見込み） ⇒広告換算効果 H28：61.2億円 H29：63.1億円 H30：64.5億円 R元：60.0億円（見込み）
	◆県産品に関する情報発信機能の充実・強化（ホームページの充実）	<ul style="list-style-type: none"> ・「高知まるごとネット」と「県産品データベース」を統合し、県産品情報を効率的に提供することで、高知県や県産品の認知度の向上と販路拡大を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> 県産品総合ポータルサイト「高知まるごとネット」のアクセス状況 ・総ページビュー数 H28：512,695 H29：413,092 H30：609,461

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括	
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価
			次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容
新たな外商先としてリストに基づいてアプローチする企業数 - 社 (H27) ↓ 120社 (H28~R元)	<R元年度末見込み> 529社 (H28~R元) <直近の実績> 348社 (H28~30)	A+	○大手・専門卸業者やボランティアチェーンなどとのネットワークや信頼関係を構築してきており、そのネットワークを最大限に活用し、新たな外商先や販売の拡大に取り組むとともに、全国的な大規模展示商談会や大手卸売業者主催の商談会への出展、県産品商談会や土佐の宴の開催など、商談機会を確保することで、県産品の販路や販売の拡大につながった。 ・R元年は会社の外商職員を1名増員し、活動エリアを関東以北に本格的に広げるため、目標を達成できる見込み。
まるごと高知来店客数 64.7万人 (H26) ↓ 70.4万人	<R元年度末見込み> 70.4万人 <直近の実績> 68.6万人 (H30)	A+	○9年目に入り、バイヤーに「まるごと高知」の存在が浸透し、直接店舗に来店して商品を吟味していくケースも増加しており、首都圏の拠点としての役割を果たしている。 <課題> ・「まるごと高知」の来店客数の伸び悩み。
首都圏、関西圏における高知家の認知度 28% (H26) ↓ 35%	<R元年度末見込み> 30.0% <直近の実績> 25.9% (H31.3月)	A	○首都圏、関西圏における高知家の認知度は目標値に達していないが、プロモーションの有効性（好感度、行きたい度、住みたい度）は検証されている。 ・高知家サイトのアクセス数は毎年順調に上昇している。 ・認知した方を県産品の購買・観光・移住という具体的な行動に誘導するまで至っていない。 <課題> ・認知している層からのより根強いファン層の獲得。
まるごとネット総ページビュー 32,329件/月 (H27) ↓ 70,000件/月	<R元年度末見込み> 50,000件/月 <直近の実績> 50,788件/月 (H30)	A-	○県産品総合ポータルサイト「高知まるごとネット」のアクセス数は、H29年度に落ち込んでいたが、一定のアクセスはあった。 ・H28年度に高知家サイトとの統合など、観光、移住サイトも含めた連動の強化について検討した。 ・H29年度からは地産外商公社が運営。 ・H28年度末からは、高知家サイト「高知家の〇〇」で高知のヒトモノコトの魅力を発信している。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
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		<ul style="list-style-type: none"> ・食の業界とのネットワークの拡大を図るため、大手卸売事業者や「とさの店」との連携に加え、業界団体や大規模な商業施設などの料理人等を招いた産地視察・試食会等を開催するほか、「高知家応援企業ミーティング@KANSAI」参加企業や包括協定締結企業との連携を通じて関係を強化した。そのネットワークを活用し、地産外商公社と連携して外商の一層の強化につなげた ・高知フェア及び四国フェアの開催や、大型商談会への出展支援、個別営業活動への支援を行い、県内事業者の外商機会拡大のため、地産外商公社と協力し取組を実施 <p>高知フェア等開催数：延べ115回 商談会出展回数：延べ45回</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・食業界ネットワーク人数：3,000人（累計）
◆関西地区におけるマスメディアを活用した観光情報発信		<ul style="list-style-type: none"> ・高知県の観光情報を充実させるため、高知家プロモーションと連動して、新聞・雑誌・フリーペーパーなどマスメディアを活用した情報発信を実施 <p>メディアでの高知情報の発信 90件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞、雑誌、TV等への露出 90件 ⇒近畿圏から高知への入込客数 1,055千人
◆関西地区における観光展・イベントでの情報発信		<ul style="list-style-type: none"> ・観光展やイベントでの継続的な情報発信のため、テーマ性を持って他県との連携PRを強化し、話題性・注目度の高いイベントを実施する。あわせて、フェイスブックや「関西応援団」、「とさの店」登録店なども活用し、広く情報発信を実施 <p>各種イベント等の実施・参加 65件 フェイスブック等での情報発信 120件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光展やイベントへの出展 65件 ⇒近畿圏から高知への入込客数 1,055千人 ・フェイスブック等での情報発信 120件 ⇒近畿圏から高知への入込客数 1,055千人
◆関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供の強化		<ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行やスポーツ旅行、MICEを含めた旅行商品造成に繋げるため、観光コンベンション協会や関係団体と連携して、旅行会社、スポーツ団体、大学等に対して、施設情報とともに高知の強みである食や自然体験などを個別にきめ細かく情報提供して誘客活動を実施 <p>旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供 140件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社、スポーツ団体、大学等への訪問 140件 ⇒近畿圏からの教育旅行・スポーツ旅行等件数 130件
◆関西地区における外国人旅行客の誘致のための情報収集・情報発信		<ul style="list-style-type: none"> ・海外向けの旅行会社等に対して、インバウンド誘致に繋がる情報の収集・発信、関係先との情報共有、LCCの定期就航、チャーター便、クルーズ客船の誘致支援へのアプローチを実施 <p>インバウンド関連機関への訪問等 35件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド関連機関への訪問 35件 ⇒外国から高知への入込数 76千人泊
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		<ul style="list-style-type: none"> ・県産品の販売額を増やすため、地産外商公社と連携しながら、中部地区への進出を目指す県内事業者の掘り起こしやビジネスマッチングの実施 ・量販店や飲食店等に高知フェアの開催を提案して、県産品と触れ合う機会を確保し、外商機会の拡充に取り組み ・商品の磨き上げの一助を担えるよう、県内企業に対する消費者ニーズ等の情報提供を行う <p>高知フェア、物産展の開催：31回 (配布した観光パンフ1.2万セット以上) (H28～H30高知フェア等の累計：87回) 県公認アンテナショップでの高知フェア：2回 企業への営業訪問等：140件</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・高知フェア等での県産品の取扱商品数：延べ1,452品 ・新たな高知フェアの開催事業者の開拓：10社 ・営業活動により仲介斡旋した定番取引：13社 ⇒H30売上：40,964千円

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 〔出发点〕 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	〔次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容〕
関西地区における高知県産品の売込相手先となる食業界のネットワーク人数 1,000 (H26) ↓ 3,000名 (H26~R元累計)	<R元年度末見込み> 3,000名 (H26~R元累計) <直近の実績> 2,800名 (H26~H30累計)	A+	○包括協定提携企業など的高知県にゆかりのある企業や関係者との繋がりを深めるとともに、それらのネットワークを活用して高知県産品の情報発信や訪問を行うことにより、新たなネットワークの構築と県産品の販路開拓に繋げることができた。 ・高知フェア等の継続的な開催により、高知県産品の認知度向上に繋がった。 ・関西での商談会に参加する県内生産者や事業者数が増加するとともに、飲食関係者流通関係者等の繋がりが広がり、外商機会が拡大した。 〈課題〉 ・県のネットワークの一層の活用により新たな営業先を獲得し地産外商会社と連携して外商に取り組むことが必要。 ・県産品の動向に注視しながら、関西市場の特性にマッチしたBtoCのプロモーションが必要。	○引き続き、県のネットワークの活用により、新たな営業先を獲得し地産外商会社と連携して外商に取り組んでいく。 ○県産品の動向に注視しながら、関西市場の特性にマッチしたBtoCのプロモーションを推進する。
関西地区におけるメディアでの高知情報の発信 68件 (H26) ↓ 90件	<R元年度末見込み> 90件 <直近の実績> 65件 (H30)	A+	○メディア関係者と良好な関係を築くことで、露出の増につながっている。 〈課題〉 ・少ない予算の中から、費用対効果の高い露出を図ること。	○引き続き定期的なアプローチや、早めの情報提供と情報収集に取り組むとともに、メディア関係者とのネットワークの拡大を図っていく。
関西地区における各種イベント等の実施・参加 43件 (H26) ↓ 65件	<R元年度末見込み> 65件 <直近の実績> 60件 (H30)	A+	○在阪府県事務所等と連携した観光展や、旅行会社など関係機関と協力イベントを行うなど、積極的なPRが実施できた。 〈課題〉 ・求場者のニーズの把握と、効果的なPRの仕方。	○高知家プロモーションや移住と連携し、ターゲットごとの効果的な観光のPRを行う。
関西地区における旅行会社、スポーツ団体、大学等への情報提供 86件 (H26) ↓ 140件	<R元年度末見込み> 140件 <直近の実績> 125件 (H30) (①旅行会社・スポーツ団体等 119件 ②大学等 6件)	A+	○県内関係機関と連携した情報提供を行った。 〈課題〉 ・教育機関や旅行会社、スポーツ団体等のニーズの把握とフィードバック及び地元施設との密な連携。	○引き続き、関係先との連携を深めて活動訪問等に取り組む。
関西地区におけるインバウンド関連機関への訪問等 6件 (H26) ↓ 35件	<R元年度末見込み> 35件 <直近の実績> 32件 (H30)	A+	○関係先との良好な関係を保ちながら、関係部局と連携して情報の収集、提供等の訪問活動を行った。 〈課題〉 ・インバウンドの旅行会社等の的確なニーズの把握。	○引き続き関係先への訪問を行い、ニーズを把握し、関係部局と連携して高知県への誘致につなげる。
中部地区での高知フェア等における高知県産品の販売額 34,000千円 (H26) ↓ 41,000千円	<R元年度末見込み> 41,000千円 <直近の実績> 40,964千円 (H30)	A+	○量販店等での高知フェア開催により中部地区での認知度向上が図れたとともに、量販店との取引拡大、商品の定番化を推し進めた。 ・高知フェアに県内メーカーも参加しハイヤーや消費者から直接評価を聞く機会が得られた。 ・高知の食と観光をセットでPRすることで高知産品への関心が高まっている。 ・県公認アンテナショップで商品紹介と合わせて商談するなど活用が行えた。 〈課題〉 ・量販店での定番取引商品の増加。 ・フェア実施に当たり量販店からは目新しい物(売れる新商品)を求められている。	○定番商品化に繋げるため引き続き量販店や県公認アンテナショップでの高知フェアを開催し、より多くの県産品を紹介する。また消費者には高知観光と合わせたPRを行い県産品の認知度向上を図っていく。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
	◆中部地区における試食・商談会等を活用した新たな販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・定期的取引拡大のため、地産外商公社と連携して、中部地区で外商活動を通して、構築できつつある人的ネットワークの更なる拡大・強化に向けた取り組みを行う ・高知県産品の認知度向上を図るため、中京メディアとのネットワークづくりとメディアプロモーションを実施する <p>中部地域最大の商談会出席(名古屋フドビヅ 祝ヨ)</p> <p>中部地域で初の商談会開催(土佐の宴)</p> <p>県内での商談会支援：2回(県産品商談会)</p> <p>料理長等への県食材を使った料理提案会：1回</p> <p>商店街エリアの飲食店での高知フェア：1回</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋フドビヅ 祝ヨ：15社出展 ・土佐の宴：36社出展 ・県産品商談会：中部地域より5社招請、産地視察 ・料理提案会への参加者：28社33名 ・商店街エリアの高知フェアでの新規開拓：13社 うち定番取引：8社 雑誌等でのメディア露出：4件 <p>⇒H30売上：44,508千円</p>
	◆中部地区における企業誘致の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・企業誘致の推進のため、既立地企業に対する細やかなアフターケアの実施や、高知県への進出検討企業には、企業立地課と連携を図り、速やかに訪問を行うなど地道な発掘を行う <p>既進出企業への企業訪問</p> <p>名古屋産業人クラブや県人会役員会等での情報収集</p> <p>関係者へのチラシ配布</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・企業誘致活動24件 アフターケア：7件 継続訪問等：11件 新規誘致活動：6件 <p>⇒新規のIT系企業が県補助金の申請中</p>
	◆中部地区における効果的な観光PR、プロモーション活動の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・本県への誘客につなげるため、来所者に対して地元情報のきめ細かい提供、四国ツーリズム創造機構や観光コンベンション協会と連携したPRの実施、マスメディア等を通じて、高知家プロモーションと連動した高知県のPR等を実施する ・複便化された航空路線の維持及び更なる増便に向け、航空路線の利用促進に取り組むとともに、高知への旅行商品造成に向けて取り組む ・高知の魅力を知ってもらい、露出を高めてもらえるよう、メディアをはじめとする関係機関に対して定期的に観光情報を提供する ・各種イベントを通じて高知県のPRを実施するとともに、よさこい鳴子踊りを通じた文化交流に取り組む <p>各種イベントや高知フェア等での観光PRとプロモーション活動の展開 (土佐おもてなし海援隊、ミス高知、よさこい演舞、ゆるキャラの活用)</p> <p>事務所で窓口対応、機関誌の送付</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光イベント等でのPR：23回 ・高知フェア等での観光PR：31回 (配布した観光パンフ1.2万セット以上) ・観光関係者への訪問等：114件 ・事務所での窓口案内：4,268名 ・中部地域よさこい祭でのPR(高知県知事賞の授与、高知チームの派遣、ミス高知によるPR) <p>⇒好調な搭乗率(約70%)によるFDAの3往復便化</p>
3	輸出戦略に基づく輸出振興の本格化		
	1 国・地域別の輸出拡大		
	◆有望(安定)市場での展開	<ul style="list-style-type: none"> ・さらなる輸出拡大のため、輸出額10,000千円以上(H26年実績)を有望市場として位置付け、有望市場での輸出額増と販路拡大に向けた支援を行う 《有望市場：シンガポール、EU(フランス、イギリス)、アメリカ、香港、中国、台湾、タイ》 ・海外での商談会会の提供(県が開催又は参画するフェア・賞味会・展示会等) H28：11回 H29：18回 H30：13回 ・海外支援拠点の構築 ○高知県シンガポール事務所による支援(H8～) ○上海ビジネスサポートサテライトの設置(H26～) ○高知県台湾支援拠点の設置(H27～) ○高知県貿易推進統括アドバイザーを設置(H29～) ○米国、EUに食品海外ビジネスサポーターを設置(R元～) ・県内企業への支援体制の強化 ○米国食品安全強化法(FSMA)への対応を行う事業者支援のため外部専門家を派遣(H29～) 	<p>⇒有望市場への食品品の輸出額</p> <p>H26：253百万円(7カ国)</p> <p>H27：318百万円(7カ国)</p> <p>H28：525百万円(7カ国)</p> <p>H29：699百万円(7カ国)</p>

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括		
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容
中部地区での高知県産 品の定番的取引額 5,400千円(H26) ↓ 46,000千円	<R元年度末見込み> 46,000千円 <直近の実績> 38,168千円(H30)	A+	○商談会等への中部地域バイヤー等の招待などを契機とした人的ネットワークを構築、活用し取引先の開拓を進めた。 ・料理提案会や商店街エリアでのフェアの開催等によりこれまで課題であった飲食店の新規顧客の開拓が進んだ。 ・県産品のPRにより知名度の向上が進んでおり新たな商談や取引に繋がる土壌が醸成されつつある。 <課題> ・新たな取引先の拡大。	○中部地域での県産品の認知度向上と新規顧客との商談機会の確保に向け商談会への参加者の掘り起こしと飲食店やシェフ、卸業者など取引先の新規開拓など継続的な外商活動を展開する。
中部地区からの新たな 誘致企業数 - (H26) ↓ 2社	<R元年度末見込み> 1社 <直近の実績> - (H30)	A-	○企業誘致に向け情報発信と情報収集に取り組めた。 ・企業立地課と連携しながら企業訪問や情報提供を行った中で新規のIT系企業が県補助金の申請に至った。 ・既進出企業との関係継続のため企業の近況や要望等を本課にフィードバックするなど情報共有を行った。 <課題> ・工場誘致時における地理的ハンディ。	○企業立地課と連携を密にし工場増設等に関して適正な時期に情報提供ができるよう努めるとともに、県人会等から新たな誘致企業の情報収集を実施していく。 ○地理的要件の少ないIT企業など事務系企業への誘致活動を進めていく。
中部地区での観光関係 者へ訪問回数 76回(H26) ↓ 97回	<R元年度末見込み> 110回 <直近の実績> 114回(H30)	A+	○好調なFDA搭乗率やイベント等での接客対応などから高知の観光や県産品に関して認知度の向上が感じられた。 ・旅行エージェントへの迅速な情報提供を行うとともにイベント等では高知家プロモーションと連動したPR等を実施した。 ・「美味しい物を食べに行く」という観点から高知の食と観光をセットでPRすることで高知への誘客に結びつけられている。 ・FDAとは包括協定、3往復便化と良好な流れができており、搭乗率向上に向けた新たな就航地イベントを協議している。 <課題> ・新たな観光地所などの認知度向上。	○今後も新規キャンペーンを中心に旅行エージェントやメディア、ユーザーへ幅広く情報発信を行い効果的なPRを展開する。 ○四国ツーリズム創造機構や観光コンベンション協会と連携し旅行商品の造成に向けた提案や営業活動を継続する。
有望市場への食料品輸 出額 7カ国253百万円 (H26) ↓ 10カ国以上 680百万円	<R元年度末見込み> 8カ国881百万円 (H30) <直近の実績> 7カ国699百万円 (H29)	A+	○ユズ、土佐酒、水産物に加え、加工品の輸出も順調に拡大している。 ・欧米各国へはユズ、土佐酒の輸出が拡大。 ・香港、中国、台湾へは土佐酒やお菓子などの加工品の輸出が拡大。 ・シンガポール等の東南アジア諸国はお茶が牽引し、ユズ、アイスやお菓子、水産加工品の輸出が拡大。 <課題> ・米国をはじめとする輸出先国の食品の衛生管理基準が高くなっており、対応への支援が必要。 ・残留農薬や食品添加物規制への対応が必要。 ・日本産食品の輸出が伸びている中国市場（上海・北京等）へのプロモーション強化。	○継続してFSMA対応支援など衛生管理体制整備の支援を実施。 ○輸出仕様の商品開発支援を実施。 ○上海・北京等中国市場でのプロモーション活動の強化。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
◆新興（チャレンジ）市場での展開		<ul style="list-style-type: none"> ・さらなる輸出拡大のため、富裕層の増加や日本の食品市場の成長性などから販路開拓・販路拡大が期待できる国を新興市場として位置付け、新興市場での輸出額増と販路拡大に向けた支援を行う 《新興市場：インドネシア、オーストラリア、ベトナム、UAE、マレーシア》 ・海外での商談機会の提供（県が開催又は参画するフェア・賞味会・展示会等） H28：5回 H29：4回 H30：4回 	⇒新興市場への食料品の輸出額 H26：－ H27：9百万円（2カ国） H28：13百万円（2カ国） H29：92百万円（4カ国）
2 品目別の輸出拡大			
◆ユズの輸出拡大		<ul style="list-style-type: none"> ・本県の輸出基幹品目であるユズの輸出促進、認知度向上のための取り組みを行う 展示会出展・プロモーションの実施 H28：6回 H29：8回 H30：14回 ・「KOCHI YUZU」の海外での商標登録（EU、香港、シンガポール、中国） 	⇒ユズの輸出額 H26：1億30百万円 H27：1億56百万円 H28：1億79百万円 H29：2億94百万円
◆土佐酒の輸出拡大		<ul style="list-style-type: none"> ・本県の輸出基幹品目である土佐酒の輸出促進、認知度向上のための取り組みを行う 土佐酒フェア・プロモーションの実施 H28：4回 H29：5回 H30：5回 	<ul style="list-style-type: none"> ・土佐酒フェア・プロモーション参加企業数 H28：6社 H29：7社 H30：5社 ⇒土佐酒の輸出額 H26：1億円 H27：1億41百万円 H28：1億70百万円 H29：2億円
◆定番化に向けた新たな品目の掘り起こし		<ul style="list-style-type: none"> ・ユズ、土佐酒に次ぐ輸出基幹品目の輸出促進のための取り組みを行う 【水産物】 ○県産水産物の販路開拓を目指し、高知県養殖魚輸出促進協議会を設立（H28） →対象魚種を養殖魚のみから養殖魚を中心とする水産物に拡充し、高知県水産物輸出促進協議会へと改組（R元） ○海外見本市等への出展や海外ニーズに合致した商品開発を支援するとともに、世界に通用する水産加工施設のHACCP認証取得を推進 【ユズに次ぐ柑橘】 ○ジャニス・ウォンシェフによる産地視察、連携プロモーション（ユズ、文旦、小夏、直七を使った料理の賞味会）を実施（H29） ○シンガポールABCクッキングで柑橘プロモーションを実施（H30） 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒水産物の輸出額 H26：0.2億円 H27：0.3億円 H28：1.7億円 H29：1.7億円 ・柑橘プロモーション参加者数 H29：40名 H30：103名 ⇒新たに力を入れて取り組む品目数 H26：1品目 → H30：3品目（ユズ、土佐酒、水産物）

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括		
目標値 出発点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
			次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容	
新興市場への食料品輸 出額 - (H26) ↓ 2カ国以上20百万円	<R元年度末見込み> 5カ国191百万円 (H30) <直近の実績> 4カ国92百万円 (H29)	A+	○展示会出展や賞味会、バイヤー招へい商談会の実施により、商流 が築け、輸出額の増加につながっている。 <課題> ・新興市場は有望市場と比較し、所得水準が低く購買力に劣る地域 が多いため、値段が高くなる県産品を流通させるためには一定の時 間が必要。	○海外展示会への出展や輸出商社訪問による情 報収集を強化し、マーケットの特性・ニーズを 把握した上で、輸出戦略を策定。
ユズの輸出額 1億3千万円 (H26) ↓ 2億円	<R元年度末見込み> 3億円 <直近の実績> 2億94百万円 (H29)	A+	○フランス・パリでのプロモーションにより「KOCHI YUZU」ブ ランドを確立。東南アジアや米国へのシャワー効果により輸出が拡 大。 <課題> ・スペイン産、韓国産などの安価な競合品が発生。 ・果汁、皮の引き合いは強いものの、それに見合うだけの生産量が 確保できない年がある。	○他産地との競合に打ち勝つため、「KOCHI YUZU」のブランディングを行い、EUでの継続 的かつ優位性を持った販路を確立。 ○農業振興部等と連携し、ユズ農家の生産性向 上や後継者確保による生産体制を確保。
土佐酒の輸出額 1億円 (H26) ↓ 2億円	<R元年度末見込み> 2億30百万円 <直近の実績> 2億円 (H29)	A+	○国際的に情報発信力が強いロンドンでのプロモーションで得た高 い評価やノウハウを活用し、米国やアジアでの販路拡大が進んでい る。 <課題> ・他県産との競合。	○他県産との競合に打ち勝ち、土佐酒のブラン ド定着を図るため、海外でのプロモーション活 動を継続。
新たに力を入れて取り 組む品目数 1品目 (H26) ↓ 3品目	<R元年度末見込み> 3品目 <直近の実績> 3品目 (H30)	A+	○H28からの取組により、海外への商流や海外飲食店との販路が構 築でき、水産物の輸出額は増加している。 ○ユズに次ぐ柑橘として、文旦、小夏、直七のプロモーションを実 施したことで、認知度は上がってきているが、定番化には至ってい ない。 <課題> 【水産物】 ・新たな市場の開拓と有望市場でのさらなる販路の拡大。 ・海外HACCP認定取得の推進・事前の水産施設登録制度の周知、 各国ニーズに合う商品開発。 【ユズに次ぐ柑橘】 ・ユズの輸出で蓄積したノウハウを活用して、定番化に向けた取組 を実施する必要。 【農産物】 ・柑橘以外の農産物の掘り起こしが必要。	【水産物】 ○大型水産加工施設の本格稼働にあわせ、ユ ズ、土佐酒と水産物のセットでの販売を強化。 ○輸出に対応できるHACCP導入に向けた加工業 者への呼びかけや情報提供を実施。 【ユズに次ぐ柑橘】 ○情報発信力のあるシェフ等と連携したプロ モーションの実施（確実に成約につなげるた めに現地商社と連携した賞味会を開催して、高い 評価を力に各国へ拡販）。 【農産物】 ○農業振興部と連携し、海外マーケット情報 を活用しての品目の掘り起こし。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
3	<p>企業のサポート強化</p> <p>◆貿易に取り組む企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> 貿易に取り組む企業のすそ野を広げるため、貿易促進コーディネーターによる個別企業相談等の実施など、企業の掘り起こしと各ステージに応じた支援を実施 <ul style="list-style-type: none"> ①セミナー、講演等による勉強会 ②商流等の斡旋、ハイヤー招へい商談会の開催 ③海外商談会・展示会 ④成約、事後フォロー 米国食品安全強化法（FSMA）対応支援（H29～） ジェット口高知と連携した輸出戦略策定支援（R元～） <ul style="list-style-type: none"> 第1回セミナー（R元.6月） 第2回セミナー（R元.7月） 	<ul style="list-style-type: none"> 貿易促進コーディネーターによる企業訪問件数（食料品関係） <ul style="list-style-type: none"> H28：461件（3名） H29：418件（1名） H30：305件（1名） 海外での商談機会の提供数 <ul style="list-style-type: none"> H28：16回 H29：22回 H30：17回 FSMA対応修了事業者数 <ul style="list-style-type: none"> H29：4社 H30：6社 R元：5社（予定） 輸出戦略策定支援セミナー参加事業者数 <ul style="list-style-type: none"> R元：9社 <p>⇒県・貿易協会の事業を通じて輸出（食料品）に取り組む企業数 H28：82社 → H29：91社 → H30：100社</p>
4	<p>拡大再生産に向けた企業の成長を後押し</p> <p>1 食品加工の総合支援</p> <p>◆食品ビジネスまるごと応援事業の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 県内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、地産外商のさらなる拡大が図られるよう、関係機関や専門家との密接な連携のもと、新たな商品開発・改良をはじめ、生産管理の高度化、地域の外商力の向上に向けてトータルでサポートする <p>食品産業総合支援事業費補助金支援件数 23件（H28）、22件（H29）、29件（H30）</p> <p>事業戦略策定支援講座の開催 4回（H30）</p>	<ul style="list-style-type: none"> 事業化プラン策定支援件数 37件（H28）、28件（H29）、27件（H30） 事業戦略策定支援件数 11件（H30）
5	<p>地域に根ざした産業クラスターの形成</p> <p>1 地域の産業クラスターの形成に向けた支援</p> <p>◆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</p>	<ul style="list-style-type: none"> 本県産業の一層の発展を目指すため、県内の食品産業関連事業者が相互の強みを活かし、原料となる一次製品の生産をはじめ、加工・流通・販売に至る取り組みを一体的に展開することで、大きな経済効果を生み出し、第一次産業から第三次産業までの所得向上と雇用の創出を図る。 <p>加工・業務用野菜の産地化プロジェクト運営部会 5回 加工・業務用野菜の産地化プロジェクト作業部会 24回 加工・業務用野菜の産地化セミナー 4回 先進地視察 6カ所 加工・業務用野菜の栽培実証試験 6農業法人 県内スーパー等の加工用野菜の仕入量調査 1回（9事業者） (H28～H30)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 加工・業務用野菜の産地化セミナーの開催 生産者、加工事業者、JA、行政機関等のべ約200名参加し、加工・業務用野菜の市場動向等について理解を深めた。 先進地視察の実施 県外の先進地における加工・業務用野菜への取組状況や課題等の情報を収集。 加工・業務用野菜の栽培実証試験 ジャガイモ：（農）四万十川営農組合（H28：6a） 片地ファミリーファーム（株） （H28：1.3a） （農）ふぁー夢宗呂川（H29：7.5a） ダイコン：片地ファミリーファーム（株） （H28：18a） ニンジン：片地ファミリーファーム（株） （H28：11a） キャベツ：（農）入田村 （H29：10a、H30：20a） （農）田野川甲営農組合 （H29・H30：10a） ネギ：（農）ファーム西永野（H29：1.3ha）

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 〔出発点〕 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	〔次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容〕
海外での商談機会の提供数（県が開催又は参加するフェア等） 13回（H26） ↓ 55回 （H28～R元累計）	<R元年度末見込み> H28：16回 H29：22回 H30：17回 R元：20回 H28～R元累計：75回 <直近の実績> 17回（H30） H28～30累計：55回	A+	○継続的な支援と貿易促進コーディネーターによるきめ細かな相談対応等により、貿易に取り組む事業者の増加につながっている。 ・食料品輸出に取り組む事業者数は、H21：8社 → H30：100社へと大幅に増加。 <課題> ・新たに輸出に取り組む企業の掘り起こし。 ・各事業者が着実に輸出額を伸ばしていくためには、ステージに応じたきめ細かな支援が必要。 ・輸出仕様の商品開発（輸入規制に係る食品添加物不使用の商品開発や賞味期限の長期化）に対する支援が必要。 ・輸出に取り組む企業の人材育成。	○地産外商社と連携した企業訪問等により、企業の掘り起こしを実施。 ○継続して事業者のステージや商品に応じたサポートを展開し、輸出に取り組む事業者や商品を拡大。 ○食品加工チームと連携し、輸出仕様の商品開発を目指すセミナー・勉強会を開催。 ○ジェトロ高知と連携し、輸出に取り組む事業者向けの人材育成講座を開催。
①事業者等の事業化プランや事業戦略の策定支援件数 －（H27） ↓ 150件 （H28～R元累計）	<R元年度末見込み> 150件程度 <直近の実績> 103件 （H28～H30累計）	A+	○事業者の事業化プランや事業戦略の策定支援件数は、R元年度末150件を上回る予定である。事業化プランを策定し、食品産業総合支援事業費補助金を活用した事業の販売額も着実に増加している。 ・H28支援事業者の販売額の増加分（H30-H28）：373百万円 <課題> ・食品産業の持続的な振興を図るためには、引き続き事業化プランや事業戦略に策定に取り組む事業者の掘り起こしを行っていく必要がある。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・事業化プラン及び事業戦略の策定支援 ・補助金等による事業化プラン及び事業戦略の実行支援
②①のうち、商談会等を自主的に企画する地域商社への支援件数 －（H29.4） ↓ 6件 （H28～R元累計）	<R元年度末見込み> 10件程度 <直近の実績> 3件（H30）	A+		
③事業戦略の策定支援件数 －（H29） ↓ 20件 （H30～R元累計）	<R元年度末見込み> 21件 <直近の実績> 11社（H30）	A+		
食品産業クラスターの形成による雇用の創出数 －（H27） ↓ 100名	<R元年度末見込み> － <直近の実績> － （H30年度末）	B	○全国的に需要が増加傾向にある加工・業務用野菜の産地形成に向けた生産者の掘り起こしと本県に適した野菜の選定及び生産技術の向上を図っている段階であり、クラスター形成による雇用の創出は、次のステージ目標としている。 <課題> ・本県の実情（農地・生産者・作型）に適した栽培品目の選定及び生産技術の向上 ・水田利用等による生産地の拡大及び生産者（栽培実証試験含む）の掘り起こし。	○これまでの成果及び課題を踏まえ、農業振興部、JA等と連携し、以下の取組みを継続する。 ・栽培実証試験による栽培品目の選定と生産技術の向上 ・生産者の掘り起こし及び生産地の拡大 ・県内の食品加工事業者での県産野菜使用率の向上

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
1-1 高知を知って、好きになってもらう			
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」による情報拡散の促進		<ul style="list-style-type: none"> ・「高知家プロモーション」と連動した「高知家の移住」PR ・高知県情報のまとめサイト「高知家の〇〇」での移住関連記事の配信 	<ul style="list-style-type: none"> ・「高知家」の認知度の向上 (H25: 22%→H30: 25.9%)
1-2 潜在層の移住についての関心を高める			
2 (潜在層への) 情報発信の大幅拡大			
◆潜在層の取り込みの強化		<ul style="list-style-type: none"> ・移住・交流情報ガーデン（東京）での高知県関連イベントの開催や移住関連のガイドブック等の配布 ・都市部において潜在層向け交流会を開催し、高知県への関心のある参加者に対して、移住・交流コンシェルジュが個別フォローを実施 ・四国、中四国ブロック等、他県と連携し、都市部で移住相談会を開催するとともに、全国規模の移住フェアに出展 ・首都圏の高知県出身者や高知ファン等をネットワーク化し、その方々に対してSNSによる情報発信を行うとともに、首都圏で実施する様々な産業分野のセミナーや交流会へと誘導し、Uターン気運を醸成 	<ul style="list-style-type: none"> ・潜在層向け交流会の開催（移住・交流情報ガーデンでの開催分、他県との連携分含む） ・LINEアカウント（関東高知県応援団）により、首都圏ネットワーク参加者に対し、首都圏でのイベント情報等を配信5回（R元5月～） ⇒LINEアカウント登録者827人（R元8/20月現在）
2-1 高知ファンに移住に関心を持ってもらう			
1 (高知ファンへの) アプローチの強化			
◆独自性の高い移住情報の発信		<ul style="list-style-type: none"> ・「幸せ移住パッケージシステム」（H30より「高知家の仕事・住まい検索システム」に改称）により、移住希望地域での「仕事」と「住まい」をパッケージ化して提案 ・「高知家で暮らす。」情報編集部による魅力ある情報発信の検討と実施 ・移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」での積極的な情報発信及びサイトのアクセス増加に向けたWeb広告の実施（リスティング広告、レスポンス広告、Facebook・Instagram広告等） ・首都圏の高知県出身者や高知ファン等をネットワーク化し、その方々に対してSNSによる情報発信を行うとともに、首都圏で実施する様々な産業分野のセミナーや交流会へと誘導し、Uターン気運を醸成（再掲） 	<ul style="list-style-type: none"> ・「高知家で暮らす」情報編集部の開催 ⇒こうち移住落語の創作、情報編集部が企画した移住体験ツアーの実施 等 ・「高知家で暮らす。」アクセス対策のWeb広告の実施 ⇒「高知家で暮らす。」アクセス数440,053件 (H30) ・LINEアカウント（関東高知県応援団）により、首都圏ネットワーク参加者に対し、首都圏でのイベント情報等を配信 ⇒LINEアカウント登録者827人（R元8/20月現在）
2-2 顕在層に高知の移住について意識してもらう			
2 ターゲット別の戦略的アプローチ策の展開			
◆効果的な情報発信と発信情報の総量と質を上げる		<ul style="list-style-type: none"> ・移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」での積極的な情報発信とふるさと回帰支援センターへの移住相談窓口の設置による移住関心層への情報提供 ・子育て世代、アウトドア関心層、Uターン希望者等のターゲット別広報の実施 ・移住専門誌（田舎暮らしの本）への広告掲載やWebメディア記者の招聘による移住関心層への情報発信 ・Uターン促進に向けた、就職・転職フェア等の県内向け広報の強化（TVCM、新聞折り込み全戸配布等） ・都市部の方の「志」を満たす仕事の情報を「高知求人ネット」で発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・各分野の専門誌への広告掲載 ・「高知家で暮らす。」での情報発信 ⇒「高知家で暮らす。」アクセス数440,053件 (H30)

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
			次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容	
高知県特設サイトから 移住ポータルサイト 「高知家で暮らす。」 への誘導数（HPセッ ション数） 21,131件（H26） ↓ 42,000件	<R元年度末見込> 1,000件 <直近の実績> 1,055件（H30年 度）	B	・マス・ターゲットへの情報発信について、「高知家プロモーション」の初期では、移住を全面に出したプロモーションにより新たにリーチした方の「高知家で暮らす」サイトへの誘導が図られ、アクセスの増加に繋がるなど移住潜在層の取り込みに一定の成果が見られていたが、「高知家プロモーション」のテーマが移住以外の分野で実施された際にリーチしたユーザーに対し、「高知家」特設サイトから「高知家で暮らす」サイトへの誘導策が十分展開できなかったことが、近年のアクセス誘導数の減少につながっているものと思われる。様々な分野から段階的に移住へ関心を移す取組の強化が課題。	・「高知家プロモーション」の展開により増加した高知県ファンに、段階的に「移住」を意識してもらえよう、移住ポータルサイト「高知家で暮らす」の内容の見直しを行う。
移住・交流情報カー テン等を活用した高知 県関連イベントの開催 回数 2回（H27） ↓ 5回	<R元年度末見込> 2回 <直近の実績> 2回（H30年度）	A-	・潜在層向けのイベントについては、より参加しやすい内容や開催場所を検討した結果、その時々テーマに合った会場を設定することとし、「移住・交流情報カーテン」によらず実施してきた。当該イベントの来場者を、「高知暮らしフェア」や「移住体験ツアー」等に誘導することで、次のステップへ繋げることができ、潜在層の取り込みとしては一定の効果を発揮したと考えられる。 ・令和元年度より実施している、首都圏ネットワークについては、ネットワーク参加者へのSNSによる定期的な情報発信や、ネットワーク参加者の交流会、セミナーへの誘導等により、段階的な移住の機運の醸成が期待できる。	・潜在層の裾野を広げ、取り込む取り組みは、新たな移住者の獲得に向けて非常に重要であるため、首都圏ネットワークのさらなる活用や関係人口創出に向けた新たな取り組みの展開等、様々なアプローチを検討する。
「幸せ移住バック システム」へのアクセ ス数 17,350件（H26） ↓ 26,000件	<R元年度末見込> 47,000件 <直近の実績> 48,694件（H30年 度）	A+	・高知県ファンや高知県に関心のある層に「移住」を意識してもらうために、情報発信力があり、自らも高知県への移住者である方等で構成する「高知家で暮らす」情報編集部において、独自性の高い情報発信の方法について検討を重ね、独自性の高い取組を実施。また、WEB広告等で「高知暮らしフェア」への誘導を行うほか、移住ポータルサイト「高知家で暮らす」内の「高知家の仕事・住まい検索システム」等で独自の情報発信を行ってきた結果、一定の効果は得られたものと思われる。	・移住者獲得に向けた他県との競争が激化する中、独自性の高い情報の発信は非常に重要であることから、「高知家で暮らす」情報編集部との連携をさらに強化し、引き続き高知県ファンが「移住」を意識できるような情報発信を検討していく。 ・移住にあたって不可欠となる「仕事」と「住まい」のさらなる掘り起こしと効果的な情報発信を進めることで、移住への意識を高める必要がある。
雑誌媒体等への広告掲 載回数 11回（H26） ↓ 20回	<R元年度末見込> 20回 <直近の実績> 28回（H30年度）	A+	・子育て世代やアウトドア関心層等、高知県への関心が高いターゲットに対して情報発信するため、各テーマの専門誌といった雑誌媒体等を積極的に活用した広報を実施した。 ・また、平成30年度からは、東京、大阪で「高知暮らしフェア」と同時開催していた「就職・転職フェア」を切り離して単独開催するとともに、「就職・転職フェア」の県内広報を強化したことで、学生の来場増加や、来場者の質の向上等一定の成果が見られた。	・高知県に関心がある方に移住を意識してもらうため、よさこいや子育て、アウトドア等高知県と親和性の高いターゲット別に効果的なアプローチ（ターゲット別交流会、相談会の開催等）を図る必要がある

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
	◆新たなエリアでの人材ルートの開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・新たなエリア（名古屋、横浜）での相談会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・名古屋、横浜での相談会への参加者 63組 ⇒新規相談者数 4,391人（H30） ⇒「高知家で暮らし隊」加入者数 5,605人（H30までの累計）
3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう			
1 新規相談者の獲得対策の強化			
	◆相談機会の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・東京・大阪に、移住促進・人材確保センターの職員を配置し、常時相談対応が可能な体制づくりを実施 ・各産業分野、県内事業者等と連携した都市部での相談会やセミナーの開催 ・小規模フェアの開催回数の増加やUターン個別相談会の開催による相談機会の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・都市部での移住相談会、セミナーの開催 ⇒新規相談者数 4,391人（H30） ⇒「高知家で暮らし隊」加入者数 5,605人（H30までの累計）
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			
	◆人財誘致の促進に向けたアプローチの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・移住促進・人材確保センターの人材確保コーディネーターによる就職相談会の開催 ・移住促進・人材確保センターの求人支援コーディネーターによる商工会議所、商工会等地域の支援機関等と連携した人材ニーズのさらなる掘り起こしと情報発信の強化 ・大手求人サイトと連携した魅力的な求人情報の発信等による「高知求人ネット」の充実・強化 ・「志」ツアー等、移住体験ツアーの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・移住体験ツアーの開催5回（H30） ・人材確保コーディネーターによる就職相談会の開催 ・Uターン個別相談会の開催 ⇒新規相談者数 4,391人（H30） ⇒「高知家で暮らし隊」加入者数 5,605人（H30までの累計）
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	<ul style="list-style-type: none"> <起業> ・都市部での座学研修の実施 ・高知県での短期研修の実施 ・こうちスタートアップパーク（KSP）と連携した起業までのサポートの実施 ・ローカルベンチャー創出プログラムの実施 <就業> ・都市部での座学研修の開催、企業との就職相談会の開催 ・高知県での就業体験支援の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・「就職・転職フェア」への参加企業数 約50社 ⇒「就職・転職フェア」への参加者 428組（H30） ・起業支援研修、就業支援研修参加者 71人（H30） ⇒新規相談者数 4,391人（H30） ⇒「高知家で暮らし隊」加入者数 5,605人（H30までの累計）
4 移住について真剣に考えてもらう			
1 移住のハードルを下げる仕組みづくりと住宅の確保策の強化			
	◆相談から移住に繋げるための取り組みの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・移住・交流コンシェルジュのノウハウの蓄積と市町村の移住相談員も含めた相談対応者の継続的なレベルアップ ・移住・交流コンシェルジュと市町村の移住相談員が連携した相談対応の強化 ・ターゲットや移住検討熟度に応じた移住体験ツアーの実施 ・高知市を中心とした二段階移住の取組の推進 ・「高知家生涯活躍のまち」の展開に向けた支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・移住に関する情報交換会（市町村の相談員向け研修会含む）の開催 ・相談者の熟度に応じたアプローチを実施 ⇒相談から移住へのマッチング率 21.3%（H30）

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容
東京・大阪以外のエリアでの移住セミナーの開催回数 0回 (H26) ↓ 3回	<R元年度末見込> 5回 <直近の実績> 2回 (H30年度)	A+	<ul style="list-style-type: none"> 東京・大阪以外での新たなエリアを開拓すべく、名古屋や横浜等で移住セミナーを積極的に開催した。 東京・大阪以外のエリアでは、まだ移住セミナーの開催回数が少なく、その地域での移住ニーズや来場者の傾向等の分析が十分でないため、今後は市場動向の把握と並行した継続的なフェアの開催が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> 名古屋や横浜においては、市場動向の把握やフェアの継続開催を通じ、ターゲットとすべき地域かどうかの見極めが必要である。 東京、大阪以外のエリアでターゲットにすべき地域が他にないか、専門家のアドバイスや市場調査等を踏まえて検討していく必要がある。
高知暮らしフェアの参加者 399組 (H26) ↓ 800組	<R元年度末見込> 1,300組 <直近の実績> 1,082組 (H30年度)	A+	<ul style="list-style-type: none"> 東京・大阪に、移住促進・人材確保センターの職員を配置し、常時相談対応が可能な体制づくりを実施したことや、各産業分野、県内事業者等と連携した相談会やセミナーを都市部で積極的に開催したことに加え、小規模フェアの開催回数の増加やUターン個別相談会の開催等による相談機会の拡大を図ったこと等により、新規相談者の増加につながった。 	<ul style="list-style-type: none"> 移住に対する意識レベルやニーズ等に合わせた多種多様な相談機会を積極的に作り出すことで、さらなる新規相談者の確保を目指す。
求人ニーズのある事業者を巡るツアー等の参加者 19組 (H26) ↓ 50組	<R元年度末見込> 50組 <直近の実績> 45組 (H30年度)	A+	<ul style="list-style-type: none"> 都市部の方の「志」を満たす魅力的な人材ニーズを、移住促進・人材確保センターが地域の支援機関と連携して掘り起こすとともに磨き上げ、「高知求人ネット」等を通じて情報発信することで、移住者や各産業分野の担い手の確保に取り組んだ。 都市部の方に、高知県の仕事や暮らしの魅力を体感していただくために開催した「志」ツアーや移住体験ツアーに参加された方は、約3割が移住につながっているなど、マッチングを高めるための効果的な取組である。H30より市町村が主体となった広域単位でのツアーも実施している。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き都市部の方の「志」を満たすような人材ニーズを積極的に掘り起こし、磨き上げを行い情報発信することで、移住のマッチング確率を高めていく。 移住体験ツアーについては、市町村の広域連携促進の観点から、市町村主催の広域連携ツアー開催を促しており引き続き補助金による支援を行う。
座学研修参加者数 61人 (H26) ↓ 100人	<R元年度末見込> 100人 <直近の実績> 71人 (H30年度)	A+	<ul style="list-style-type: none"> <就業> 平成30年度に開催した「就職・転職フェア」への参加者428組のうち企業就職したのは43人となっており、1割のマッチングが成立している。参加企業及び参加者からも高い評価を得ており、今後も効果が期待できる。 <起業> 産学官民連携・起業推進課との連携のもと、移住して起業される方向けのプログラムやサポート体制の強化を図ってきた結果、研修への参加者は増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> <就業> フェア来場者と参加企業のマッチングを高めるために、引き続き来場者増加に向けた県内外での広報の強化や、魅力的な求人情報の提供に取り組んでいく必要がある。 <起業> 移住と起業を同時に実現するのは非常にハードルが高いため、まずは都市部で起業し、その後都市部と高知県を行ったり来たりする中で、高知県への移住を検討する「二拠点起業」といった取り組みを進めていく。
相談から移住までの誘導率 11.7% (H26) ↓ 20%	<R元年度末見込> 20% <直近の実績> 21.3% (H30年度)	A+	<ul style="list-style-type: none"> 移住促進・人材確保センターによる、移住促進と人材確保の一体的な取り組みの推進や、センターと市町村の緊密な連携、市町村の相談体制の充実等により、マッチング率は年々上昇傾向にあり、相談に来られた方を着実に移住につなげられる体制が整ってきたものと考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 相談者の熟度（移住に対する意識レベル）やニーズに応じた確かなアプローチを行うことや、移住・交流コンシェルジュの知識やノウハウを市町村の移住専門相談員等にも共有することで、マッチング率のさらなる向上を図る。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
	◆全県的な移住支援ネットワークの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・高知家移住促進プロジェクト（KIP）の活動支援及び定例会への参加による情報共有 ・「高知県移住推進協議会」、「高知県移住推進協議会民間サポート部会」での移住者支援策の検討（～H29、H30「移住促進アドバイザー会議」に改組） ・近隣市町村が連携した移住促進の取り組みを支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・KIP定例会の開催 ・KIPによる移住相談に関するトラブル事例集の作成と県内市町村への配信 ・高知県移住推進協議会、高知県移住推進協議会民間サポート部会（～H29）移住促進アドバイザー会議の開催（H30）
	◆「仕事」と「住まい」の確保策の強化	<p><仕事></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村の職業紹介所の開設支援 ・商工会議所、商工会等地域の支援機関等と連携した人材ニーズのさらなる掘り起こしと情報発信の強化（再掲） <p><住まい></p> <ul style="list-style-type: none"> ・活用可能な住宅の掘り起こしや移住者のニーズに合った住まいの提案を実施するため、空き家再生・活用促進専門家グループを設置し、市町村との連携強化を促進 ・市町村が行う宿泊施設を活用した短期お試し滞在を支援 	<p><仕事></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村の職業紹介所の開設及び研修に関する費用への補助金支援 ⇒市町村の職業紹介所の開設数 8市町 <p><住まい></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県補助金を活用した移住者向け住宅の改修戸数：376戸（H28～H30） ・空き家再生・活用促進専門家グループの設置（住宅課H30）19グループ ⇒専門家グループにより改修予定の空き家 4戸
5 高知に安心して住み続けてもらう			
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	<ul style="list-style-type: none"> ・地域移住サポーターの委嘱の促進や活動PR ・移住・交流コンシェルジュ、市町村、地域移住サポーターが連携した移住者のフォローアップの実施 ・移住者同士の交流会や移住者と地域住民の交流会等の開催を支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域移住サポーターの委嘱：142人（H30） ・移住者交流会の開催 ⇒移住者の定着率 84%（H28移住者についてのアンケートをH30に実施）

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
			次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容	
高知家移住促進プロジェクト（KIP）の参加団体 5団体（H26） ↓ 8団体	<R元年度末見込> 7団体 <直近の実績> 6団体（H30年度末）	A	<ul style="list-style-type: none"> • KIPの活動は全県的な移住支援ネットワークを構築する取り組みとして定着するとともに、活動も活発化しており、ネットワークに参画する団体の数も少しずつではあるが増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> • 県内各地の移住支援団体が連携することで、全県的な移住相談スキルの向上、トラブルへの対応力の向上、相談者のニーズに合った地域へのスムーズな誘導等が期待できることから、引き続きKIPの主体的な活動を支援していく。
①市町村の職業紹介所の開設数 4市町（H27.12） ↓ 34市町村	①<R元年度末見込> 8市町 <直近の実績> 8市町（H30年度）	A-	<ul style="list-style-type: none"> • 市町村窓口における「仕事」と「住まい」のワンストップでの情報提供は、相談から移住へスムーズに繋げるために重要であるため、引き続き職業紹介の開設を働きかけて行く必要がある。 • 「住まい」の確保策について、空き家再生・活用促進グループによる空き家の掘り起こしを進めてきたが、制度の周知不足もあり、活用が伸び悩んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> <仕事> • 引き続き市町村の職業紹介所開設を支援し、「仕事」と「住まい」の情報提供の強化を図る。 • ハローワークや移住促進・人材確保センターの求人情報について、市町村との情報共有をさらに進めていく。 <住まい> • 市町村が行った好事例の横展開を図るとともに、空き家再生活用促進グループの活用を働きかけ、「住まい」の確保を図っていく。
②移住者向け住宅及びお試し滞在施設等の整備箇所数 59カ所（H26） ↓ 700カ所（H28～R元年度累計）	②<R元年度末見込> 500カ所（累計） <直近の実績> 89カ所（376カ所） （H30年度）	A		
地域移住サポーターの委嘱と普及 44人（H26） ↓ 150人	<R元年度末見込> 150人 <直近の実績> 142人（H30年度末）	A+	<ul style="list-style-type: none"> • 地域移住サポーターは着実に増加しており、移住者へのサポート体制が整いつつあるが、市町村毎にサポート内容に温度差がある。 • 移住・交流コンシェルジュや移住専門相談員、地域移住サポーターが連携して移住された方へのサポートを行ってきた結果、県、市町村の移住相談窓口利用者の3年目県内定着率は80%以上と高い水準を維持できている。 	<ul style="list-style-type: none"> • 移住された方が地域に定着し、満足度の高い暮らしを実現することで、新たに移住者呼び込むという好循環を生み出すため、引き続き、市町村との連携のもと、サポート体制の強化を図っていく。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
1	本県産業を担う人材の育成・確保の取り組みの充実		
	1 産業人材の育成		
	◆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	産業振興の担い手となる人材を育成するために、ビジネスに必要な基礎知識から応用・実践力まで、受講生のレベルに応じて体系的に習得できる研修プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> • MBA全体：受講者数20,233人 H24：1,672人 H25：1,648人 H26：1,921人 H27：1,718人 H28：3,006人 H29：4,313人 H30：5,955人 • おためしMBA（H30、31）参加者数：426人
	◆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	<ul style="list-style-type: none"> • 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を育成するため、地域が主体となって実施する研修の開催等を支援 地域の頑張る人づくり事業費補助金（H28～H30累計） 交付件数 27件 交付額 17,154千円 研修参加者数 532人（うち修了者数 107人）	<ul style="list-style-type: none"> • 新商品開発や起業など研修参加者の新たな取り組みが開始 創業者：6人 （コンサルティング業、トリミングサロン、美容室、雑貨店等） 新商品開発：15品目 （宗田節うどん、しょうがせんべい、あおのりせんべい、イモ餅、かつおボン酢、かつお塩ボン酢、ジンジャール、生姜焼バーガー等） 外商活動による新規取引：48社
	◆県と市町村の職員がともに学び合う研修「土佐まるごと立志塾」の実施	<ul style="list-style-type: none"> • 産業振興の課題解決に向けて、県と市町村がベクトルを合わせた取り組みを促進するために、地域の産業振興に向けた取り組みへの支援に欠かせない知識やスキル、マインドを身に付ける研修「土佐まるごと立志塾」を実施し、県と市町村の職員の課題解決力と連携を強化 研修開催回数（H28～H29累計） 土佐まるごと立志塾 12回 特別研修 2回	研修参加者数（H28～H29累計） 59人（市町村職員38人、県職員21人） 研修修了者数（H28～H29累計） 53人（市町村職員33人、県職員20人） ⇒研修を通じて作成した政策提案について、取り組んでいる4人、今後行う予定14人（H29）

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括		
目標値 （出発点） ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	（ これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価 ）	（ 次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容 ）
土佐MBAの受講者数 延べ1,718人 (H27) ↓ 延べ3,000人/年	<R元年度末見込> 延べ4,000人 <直近の実績> 延べ5,955人 (H30)	A+	<p>○積極的な広報活動に加え、学びを体験できる機会の創出などにも取り組んだ結果、目標値を超える多くの方に受講していただいた。</p> <p>○受講者ニーズや社会情勢の変化に応じ、毎年カリキュラムのバージョンアップを行い、県内企業等の課題解決と事業成長につながる学びの場を提供し、受講者の満足度は高い。</p> <p>○高知市以外での学びの場の創出に取り組み、好評をいただいた。</p> <p><課題></p> <p>○カリキュラムの体系化と受講しやすい仕組みの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> 受講者の詳細なターゲット設定や事業者の成長につながる学びの場の提供 <p>○産業界のニーズに合わせた学びの場の構築</p> <p>『産業人材全般の育成(本科)』</p> <ul style="list-style-type: none"> 県内の企業・事業者のニーズ把握と効果検証 支援機関等と連携した、事業者のニーズに応じた講座への誘導 県内事業者の課題解決や成長により資するカリキュラムへのバージョンアップ <p>『経営を担う中核人材の育成(実科)』</p> <ul style="list-style-type: none"> 各講座の目的やターゲット設定の明確化 『小規模事業者の育成(実科)』 個人・小規模事業者の規模やニーズ、レベルにあった知識、知見を学ぶ適切な場の提供 <p>○地域での学びの場の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域の支援機関との連携 県内各地域での学びのニーズ把握が必要 	<p>○カリキュラムのさらなる充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 県内企業等の課題とニーズに対応したカリキュラムの見直し 体系的な学びを重視しつつ、民間等で行っている研修の活用・紹介 <p>○地域での学びの場の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域での学びのニーズに応じ、地域の支援機関等と連携した学びの場の創出
地域の頑張る人づくり 事業による研修修了者 数 18人(H27) ↓ 400人 (H28~H31累計)	<R元年度末見込> 143人 <直近の実績> 107人 (H28~H30累計)	A-	<p>○補助制度を活用した研修への参加者が新商品開発や販路開拓に取り組んでいるほか、起業にもつながるなど、地域の発展に寄与する担い手の育成が進んでいる。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 担い手の育成について一定成果は上がっているものの、大きな広がりを見せていない。 地域で自発的に担い手を育成するためには、(研修等)事業実施主体に担い手育成に関するノウハウが必要であるが、これらが不十分である。 	<p>○補助制度をより活用しやすいものに変えるなど仕組みを改善し、制度の活用を促進するとともに、制度の活用による効果的な事業実施主体へのノウハウ蓄積を図る。</p> <p>○事業実施主体によるフォローアップ体制が整ってきているが、研修修了者等の新たな挑戦に向けた取り組みをより一層前進させるため、引き続き事業実施主体及び産業振興推進地域本部等による各種支援策の活用提案を行う。</p> <p>○必要に応じて研修修了者等をKOCHI STARTUP PARK(KSP)や食のプラットフォームなど実践的なプラットフォーム等へ誘導し、当補助制度のフォローアップとの相乗効果で目標達成に向けた継続的なサポートを行い、ひいては各プラットフォームの活性化にもつなげる。</p>
「土佐まるごと立志塾」での研修を通して作成した課題解決プランの実施予定率(実施中を含む) 修了生の57% (H27) ↓ 修了生の60% (H29) H29に終了	<直近の実績> 修了生の69.2% (H29)	A+	<p>○研修を通じて作成した政策提案の7割近くが実施または実施予定となり、各地域における取り組みへとつながった。</p> <p>○「土佐まるごと立志塾」修了生を中心に「こうち立志塾政策デザイン研究会」が設立され、自治体職員が主体的に地域の課題解決のための政策やまちづくりを考えられる拠点となっている。</p>	

戦略の柱 取組方針 ◆具体的な取り組み	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)
2 各産業分野の担い手育成・確保		
◆あったかふれあいセンター事業の実施	<p>【拠点整備・機能強化】 あったかふれあいセンター事業の実施及び機能強化</p> <p>【地域福祉の人材育成】 あったかふれあいセンター職員を地域福祉人材として育成する体系的な研修等の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> あったかふれあいセンター職員研修の実施（H28～30） コーディネーター研修 3回 スタッフ研修 6回 テーマ別研修 6回 データ研修 6回 地域支援研修 3回 フォローアップ研修 6回 	<p>31市町村50カ所239サテライトに整備 ⇒地域福祉の拠点の必要性が認知され、県内に広がっている</p> <ul style="list-style-type: none"> あったかふれあいセンター職員研修参加者数（H28～30） コーディネーター研修 109名 スタッフ研修 127名 テーマ別研修 269名 データ研修 140名 地域支援研修 182名 フォローアップ研修 99名 <p>⇒高知版地域包括ケアシステムにおける医療・介護・福祉の連携強化や、支援の必要な高齢者等を必要なサービスにつなぐゲートキーパー機能の強化、地域支援を担う人材の育成につながっている</p>
◆福祉・介護分野への就業促進事業の実施	<p>増大する福祉・介護ニーズに対応するため、多様な人材の参入促進策の抜本強化を行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ふくし就職フェアの開催（7回（H28-30）） 福祉人材センターの求職者登録（2831人（H28-30）） 未経験者向け研修（福祉の仕事ははじめの一歩講座）開催（31回（H28-30）） 高校生就職支援事業（訪問研修9校（H28-30）） 中山間地域等ホームヘルパー養成事業（延23市町村（H28-30）） 中高年齢者等就業拡大事業（説明会8回（H29-30）） 県外求職者開拓事業（17回（H28-30）） 介護事業所認証評価制度の本格実施（H30） 	<ul style="list-style-type: none"> 福祉人材センターの就職フェア等によるマッチングや、資格取得支援や研修実施などにより、多様な人材の参入を促進。 介護業界のネガティブイメージを払拭し、魅力ある職場づくりを目指す「介護事業所認証評価制度」の本格実施 ふくし就職フェアの参加人数 1,444人 福祉人材センターによる就職者数 1,075人 未経験者向け研修（福祉の仕事ははじめの一歩講座）受講者数 467人 高校生就職支援事業 訪問研修終了者 94名 中山間地域等ホームヘルパー養成事業 修了者127名 中高年齢者等就業拡大事業 説明会参加者数 25人 県外求職者開拓 相談者数 87人 介護事業所認証評価制度 認証取得14法人、参加宣言中88法人
◆外国人材の受入環境の整備	<p>外国人が安心して地域で生活できるよう医療や福祉、労働、教育などの生活に関わる様々な事柄について、外国人労働者からの相談を受け、適切なアドバイスや的確な対応機関への誘導を行うため、「高知県外国人生活相談センター」を設置、運営する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 特定技能制度の適正な運用 <ul style="list-style-type: none"> 制度説明会の開催 外国人材の受け入れ環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> 外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策の推進への庁内会議開催 生活相談センターの設置、運営 センターと関係機関との運営協議会開催 市町村等関係機関への事業周知 担い手としての外国人労働者の確保に向けた取組 <ul style="list-style-type: none"> 外国人雇用に関する支援 日本語学習に対する支援 地域での受入れ環境の充実に向けた取組 	<ol style="list-style-type: none"> 制度説明会3回 延べ約475名参加（H31.2/20高知市、4/25高知市 4/26四万十市） 高知県外国人材の受入れ・共生のための総合的対応会議 H31.1/10 R元.5/7 <ul style="list-style-type: none"> ワーキングチーム会 3回（H31.1/31、3/26、R元.7/18） 生活相談センターの設置（5月31日から運営開始） <ul style="list-style-type: none"> 運営協議会 24機関で構成 準備会を含め3回開催（5/7・5/29・7/23） 周知のためのチラシ 11,000枚配布 技能実習の監理団体へ登録支援機関への中央会を通じて登録の意向調査実施 <ul style="list-style-type: none"> 国際交流協会等による日本語教室の定期開催

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括		
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容
①あったかふれあいセンター等の小規模多機能支援拠点の整備 29市町村42カ所 (H27) ↓ 旧市町村に1カ所以上：34市町村で53カ所以上	①〈直近の実績〉 31市町村 50カ所 (R元年6月末)	A	○県内にあったかふれあいセンターの整備が進むとともに、介護予防や認知症カフェ、子ども食堂の取り組みを含めた機能強化が図られてきている。 〈課題〉 ・あったかふれあいセンターの基盤を生かして、フレイル対策や高齢者等の社会参加の促進など多様な地域のニーズに対応できるよう、さらなる研修の充実が必要。 ・研修に参加できない職員がいるとともに、不定期の職員の入れ替わりが多く、研修修了者率が伸びない。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続 ・地域のニーズに応じたあったかふれあいセンターの整備と機能強化を支援 ・グートキーパー機能の強化やフレイル対策、高齢者等の社会参加の促進など多様な地域ニーズに対応するための人材育成研修の充実 ・研修に参加できない職員に対する対応方法の検討 ・職員が継続して働くことができる環境を整えていただくよう、市町村に対し雇用形態や処遇改善などについて検討いただくよう働きかけ
②あったかふれあいセンター職員の研修終了者 コーディネーター研修 70.0% スタッフ研修58.4% (H27) ↓ 職員の研修終了者率 100%	②〈直近の実績〉 コーディネーター研修 71.4% スタッフ研修70.5% (H30年度末)	A		
①県が支援する介護職員初任者研修の終了者数 107人(H27) ↓ 242人(年間)	①〈直近の実績〉 65人 (H30年度末)	B	初任者研修の終了者①は目標を下回ったものの、福祉人材センターによる就職者数④、潜在介護福祉士等の就業者数③はともに目標を大きく上回る成果となっている。 また、R元年度の介護福祉士養成校の入学者数②は、既存校では55名となっているが、新規開校の入学者が27人あったため、全体では目標を上回っている。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続。 ・介護事業所認証評価制度の認証のさらなる増 ・ふくし総合フェアの開催による認知度向上、イメージアップ ・多様な人材の参入促進とマッチング支援
②介護福祉士養成校の入学者数 79人(H27) ↓ 73人(年間)	②〈R元年度末見込〉 82人 〈直近の実績〉 82人 (R元.4末)	A+	〈課題〉 介護事業所認証評価制度の認証取得法人のさらなる増により、介護業界のネガティブイメージを払拭し、安心して長く続けられる魅力ある職場づくりの一層の推進と、中高年齢者や主婦など新たな人材の掘り起こしなどによる多様な人材の参入増が必要。 また、福祉機器、ICTの導入による職員の負担軽減とサービスの生産性の向上も引き続き必要。	・福祉機器、ICTの導入の促進
③潜在介護福祉士等の就業者数 - (H27) ↓ 10人(年間)	③〈直近の実績〉 28人 (H30年度末)	A+		
④福祉人材センターによる就職者数 340人(H27) ↓ 200人(年間)	④〈直近の実績〉 361人 (H30年度末)	A+		
センター相談件数 - (H30) ↓ 200件 (R元)	〈R元年度末見込〉 相談件数 200件 〈直近の実績〉 相談件数 33件 (R元.6月末時点)	A+	・特定技能制度に対する制度周知のための説明会を県主催で開催することにより、その理解が一定促進された。 ・市内に外国人材の受入れ・強制的のための対応会議を設置し、施策の推進、情報共有の体制整備を行った。そのことにより、外国人材に対する各部署の主体的な取組が促進された。 ・生活相談センターを設置することにより、特定技能の外国人の受入が本格化する前に、生活相談等受入環境を整えることができた。	・新たな担い手となる優良な外国人材の確保・定着に向けた企業等への支援の検討 ・留学生との県内就職に向けた取組の検討

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
2 担い手確保策の抜本強化			
2 新規卒業生等の県内就職の促進			
◆小中学校キャリア教育実践プランの推進	<p>「キャリアシート とさっ子!夢・志シート」(小学校版・中学校版)を作成、全小・中学校へ配付(H28)</p> <p>「キャリアシート とさっ子!夢・志シート」の「指導の手引き」配信(H29、H30)</p> <p>中学生のためのキャリア教育副読本「みらいスイッチ」改訂版の作成・配付(30,000部)(H30)</p> <p>キャリア教育地区別指導者養成研修の開催(H28、H29)</p> <p>キャリア教育担当者スキルアップ研修の開催(R1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> キャリアシートの活用率 小学校 100% 中学校 100% キャリア教育地区別指導者養成研修 各ブロック(東・中・西部)で1回開催 H28 のべ241名参加 H29 のべ246名参加 <p>⇒将来の夢や目標を持っていますか(H30全国調査) 小学校 86.5%(全国比+1.4%) 中学校 86.7%(全国比+2.9%)</p>	
◆高校生の県内企業・学校見学やインターンシップの推進	<p>各県立高等学校において、生徒の進路実現のために必要な職業観、勤労観を身に付けさせるため、県内企業、大学、短大、専門学校等の見学やインターンシップを推進する</p>	<ul style="list-style-type: none"> 27校3266名の生徒が、延べ249の企業学校を見学した(H30) 各種のインターンシップ事業において、26校延べ1591名の生徒が、インターンシップに参加(H30) <p>⇒県内就職者数が増加。 ⇒H30年度卒業生の県内就職率67.1%(全定通)</p>	
◆社会的自立のための進路支援プログラムの実践	<p>各県立高等学校において、高校生の進路決定における課題解決を図るため、高知のキャリア教育の柱のひとつである社会性の育成に焦点をあて、「コミュニケーション能力」、「キャリアデザイン力」の向上等を意識した教育を全校で推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 教員と生徒が双方向でやりとりを行い作り上げる学習記録ノートを24校(H30)で活用。(R元年度:28校予定) <p>⇒学習記録ノートの活用により、教員の生徒理解につながり、きめ細かな指導ができることともに、生徒自身の生活習慣の見直しや改善につながった。</p>	
◆生徒・保護者・教職員対象の進路講演会開催	<p>各県立高等学校において、生徒のキャリア形成の支援を図るため、県内外の産業界及び教育機関や就職支援機関などの、第一線で活躍されている優れた人材を招へいし、進路講演会などを開催する</p>	<ul style="list-style-type: none"> 31校延べ112回の進路講演会を開催(H30) <p>⇒外部の優れた人材から具体的な話を聞くことで、企業理解促進や、生徒の自己理解につながった。</p>	

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括		次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
キャリアシート活用率 (小・中学校における キャリア教育に関する 実態調査) ↓ 活用率90%以上	<R元年度末見込> 100% <直近の実績> 100% (H30年度末)	A+	○キャリアシートの活用率は、配付翌年度調査で100%を達成し 成果をあげている。 ・キャリア教育年間指導計画への位置づけを指導しているため、引 き続き100%の活用率となる見込み。 <課題> ・活用はされているが、活用方法は学校間格差があるため、効果的 な活用への改善指導が必要。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・効果的なキャリアシートの活用や組織的な キャリア教育の推進のために、各校でのキャリ ア教育校内研修の実施を推進する。
県立高等学校在学中 に、企業・大学等にお けるインターンシップ 等に参加した生徒の割 合 77.5% (H26) ↓ 100%	<R元年度末見込> 98% <直近の実績> 97.2% (H30年度末)	A	○県内企業見学やインターンシップを積極的に実施することで、生徒 の進路実現に必要な県内企業に関する情報を得ることができ、職業 観、勤労観を身に付けることができた。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。
県立高等学校卒業者の うち、進路未定で卒業 する生徒の割合 8% (H26) ↓ 3%以下	<R元年度末見込> 5.0% <直近の実績> 5.5% (H30年度末)	A-	○進路未定で卒業する生徒の割合は、3%の目標値に届いていないも の、全日制の生徒については前年度と比較して減少している。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 県立高等学校卒業者のうち、進路未定で卒業す る生徒の割合 8% (H26) ⇒3%以下
31校/36校 (H26) ↓ すべての 県立高等学校 (35校)	<R元年度末見込> 30校/35校 <直近の実績> 31校/36校 (H30年度末) ※須崎高校と須崎工業 の統合のため出发点に 対して見込みが-1校 となっている。	A-	○全校での実施には至っていないが、進路講演等を高校1年次から 実施することで、生徒の早期のキャリア形成につながっており、継 続していく必要がある。	○これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
	◆社会人教育の一層の充実（高知県立大学・高知工科大学）	<p>・地域や産業を支える人づくりに向け、県民や社会のニーズに応じた社会人教育の充実を図る</p> <p>・大学院社会人教育コースにおいて、組織や社会における高度で複雑な課題を解決し、新たな価値を創造するリーダーを育成する</p> <p>高知県立大学 ■専門職者等の学び直しを目的としたリカレント講座の実施。また、公開講座や県民開放授業、履修証明プログラムを開講し、社会人教育の充実を図った。</p> <p>高知工科大学 ■起業家コースの機能強化 教育プログラムの充実を図り、大学院起業家コースを平成29年度に起業マネジメントコースに改編した。実務家教員と研究者教員を適切に配置し、少人数制による講義と研究指導を通して、マネジメントの理論と実践力を修得できる体制を構築した。また、講義や指導は土曜日曜を中心とし、働きながら学べる環境を維持した。</p>	<p>・講座の受講状況 リカレント講座：1,489名 公開講座：3,262名 県民開放授業：112名 履修証明プログラム：1名</p> <p>・起業家コースの機能強化 平成30年度に起業マネジメントコース修士課程1期生として、10名に学位を授与した。なお、そのうち3名が博士後期課程に進学した。</p>
	◆専門学校生の県内定着に向けた支援	<p>県内専門学校生の県内定着に向け、各学校や県庁内の関係課等と連携しながら、専門学校生の県内定着に向けた取り組みの検討を行うとともに、県内定着に向けたKPIについてPDCAサイクルを通じて進捗管理を行う</p> <p>・専門学校を対象とした就職地、進学地に対するアンケート調査の実施（年1回）</p> <p>・年度末の進路実績の把握（年1回）</p> <p>・専門学校と協議や意見交換を実施（2校）</p>	<p>・アンケート調査に協力いただいた学校へ調査結果を提供</p> <p>・各関係課へアンケート調査結果及び進路実績を情報提供</p> <p>・各関係課の県内就職を促進するための取組強化</p> <p>県内専門学校生の県内就職率</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体 H27.3 77.8%、H28.3 73.6%、H29.3 71.8%、H30.3 73.9%、H31.3 71.7% ITコンテンツ系 H27.3 76.1%、H28.3 56.9%、H29.3 66.7%、H30.3 59.9%、H31.3 65.5% 運作業系 H27.3 71.0%、H28.3 62.8%、H29.3 55.0%、H30.3 56.4%、H31.3 49.0% 看護系 H27.3 79.9%、H28.3 71.7%、H29.3 78.1%、H30.3 81.4%、H31.3 78.1% 介護系 H27.3 95.7%、H28.3 95.6%、H29.3 96.2%、H30.3 97.9%、H31.3 100.0% その他 H27.3 77.4%、H28.3 84.8%、H29.3 77.3%、H30.3 81.7%、H31.3 80.4%
	◆県内大学生等の県内定着に向けた支援	<p>・高知大学、高知県立大学、高知工科大学、高知工業高等専門学校及び高知学園短期大学卒業生の県内定着に向け、これらの教育機関と、経済団体、県とが連携し、県内就職率を高める取り組みを実施。</p> <p>・文部科学省の地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（以下「COC+」という。）を活用し、取り組む。</p> <p>大学連携まち・ひと・しごと創生推進本部会議（H28：4回、H29：6回 H30：3回） 地方創生推進士の認証制度の創設 社長インターンシップ等の開講</p>	<p>・地方創生推進士（卒業生）32名（県内出身者15名、県外出身者17名）（H28～H31.4）</p> <p>⇒県内就職者14名 （県内出身者12名・県外出身者2名） 県内就職率45.1%（14名/31名） ※就職希望者を分母とするため大学院進学者1人は除く</p> <p>・インターンシップ参加者（高知大学・高知県立大学・高知工科大学・高知工業高等専門学校） H28：386人 → H30：617人 ・うち社長インターンシップ参加者 H28：2事業者4名、H29：8事業所9名、H30：11事業者15名</p>
	◆奨学金の返還支援制度を活用した産業人材の確保と定着促進	<p>・本県経済を牽引する中核的な担い手を確保するとともに、その定着を促進するため、大学等を卒業後、県内において4年間及び8年間就業する者に対し、日本学生支援機構への奨学金の返還を支援する</p> <p>広報活動の実施 リーフレットの送付（県内外の大学、県内企業及び経済団体等） 県内外の大学への職員訪問、県内で開催された県外大学の保護者会での説明 テレビ、ラジオ番組での周知</p>	<p>・県内で就業する中核的な担い手候補者87名を選考（平成29年度～令和元年度） ※各候補者が県内で4年間及び8年間の就業を確認した後に、奨学金の返還を支援</p>
	◆高知家の女性しごと応援室による就労支援	<p>・潜在的な女性労働力を掘り起こすとともに、働くことを希望する女性に対して、多様なニーズに応じたきめ細かな就労支援を実施する。</p> <p>（H30年度実績）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域子育て支援センター訪問：120回 ・東部、西部への出張相談：24回 ・就職支援セミナー：4回（6/16,9/1,11/12,1/17） ・子育て女性再就職支援イベント：3回（7/21・22,10/30,2/23） 	<p>・子育て支援センターにおける新規相談者数：46人</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東部、西部への出張相談における相談件数：32件、新規相談者数：25人 ・就職支援セミナー参加者数：84人 ・子育て女性再就職支援イベントの参加者数：延べ216人、新規相談者数：58人 <p>⇒3ヶ月以内に就職を希望する相談者の就職率：65.4%（R元,5月現在）</p>

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括		
目標値 〔出発点〕 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	〔次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容〕
公開講座、県民開放授業の受講延べ人数 (年) 1,782人 (H27) ↓ 4,300人	〈R元年度末見込〉 4,800人 〈直近の実績〉 4,864人 (H30)	A+	〇知の拠点として、専門職者をはじめとし、広く一般の県民の方にも学びの場を提供し、目標値を上回る受講者となった。	〇今後も県民ニーズにあった講座を開講するとともに、県民に広く周知するため、高知県教育委員会とも連携し効果的な広報に努める。
高知工科大学において 既存の起業家コースを 機能強化(修士・博士 課程の在籍数) 上記指標の検討 (H27年度) ↓ 40人	〈R元年度末見込〉 修士課程7名、博士後 期課程16名 計23名 ※起業家コース含む 〈直近の実績〉 修士課程17名、博士 後期課程12名 計29 名 ※起業家コース含 む(H31.3月)	A-	〇目標とする在籍者数には未到達ではあるが、少人数教育を徹底し、きめ細かな研究活動・論文制作の指導を行うことで、修士課程1期生10名に学位を授与することができ、平成29年度に開設した新しいコースの運営を軌道に乗せることができた。	〇社会人が働きながら学べる環境を維持するため、週末に短期集中的に学べる講義日程をはじめ現行の運営体制を継続するとともに、高知県の産業界と連携した人材育成の体制構築を目指す。
県内専門学校生の県内 就職率 出発点77.8% (H27.3) ↓ 目標80% (R2.3)	〈直近の実績〉 71.7% (H31.3)	B	近年の労働市場は、学生の売り手市場であり、県外企業による県内学生向けの求人活動が活発になっている。その中で、県内専門学校生の県内就職率は、出発点(H27.3)の77.8%から直近の実績(H31.3)の71.7%と減少しており、目標値(R2.3)80%の達成が難しい見込みとなっている。 県内就職率が減少している要因の一つとしては、県内学生が、県内企業を知る機会を持たないまま(知らないまま)、県外に就職・進学することが挙げられ、県内企業の情報や魅力を学生に伝える取り組みが必要である。 また、今後も県内外の企業が県内学生の求人活動を行う中では、郷土愛の醸成など、より多くの学生が県内企業に就職を希望する環境づくりを進めていくことが必要になる。	〇地産外商により安定した雇用を創出する取り組みにより生み出された仕事と新卒者等をより確実につなげるための取り組みの強化 ・県内企業の情報発信(リーフレット、WEB)やインターンシップの職場体験などを通じて、県内企業を知ってもらう機会を増やし、各学校と連携しながら、県内専門学校生の県内定着につなげていく。 ・高校在学中から学生の県内企業の理解を促進する。 ・小中学校在学中から、学校と家庭・地域が一体となって学生の郷土愛を醸成する取り組みを道徳教育やキャリア教育等を通して推進する。 ・県内専門学校等とも連携しながら、学生の進路実績状況等を継続して把握し、取り組みの強化につなげる。
県内大学生等の 県内就職率 36.5% (H26) ↓ 42%	〈直近の実績〉 37.2% (H30年度末)	A-	〇目標値である42%には到達していないが、33.3%であったH29年度と比べてH30年度は37.2%と上昇している。 〈課題〉 ・全国的な人手不足の状況の中、県内企業や高知で働く魅力を伝える取り組みの一層の強化が必要	〇R2年度以降に向けて、大学連携まち・ひと・しごと創生推進本部会議において、県内大学生等の県内定着に向けた支援についての取り組みを協議している。 〇地方創生推進士やインターンシップ等の継続及び次の取り組みについて検討中。 ①プロジェクト型インターンシップ ②高大接続 ③首都圏人材のUターン ④留学生の県内就労
奨学金の返還支援の対象となる県内就職者数 (中核的な担い手候補者) 0人 (H27年度) ↓ 毎年30人	〈R元年度末見込〉 30人(累計87人) ※R2.6月末頃に30人(累計117人)選考する見込 〈直近の実績〉 30人 (R元年度)	A+	〇さまざまな業界及び職種から応募があり、ほぼ予定数の候補者を選考することができた。今後の奨学金の返還支援等を通じて県内就職者の一定の確保につながるものと考えられる。	〇引き続き事業を実施する。 ・引き続き適時適切な広報活動を行い、制度の周知に努める。
高知家の女性しごと応援室における就職率 45.8%(H26) ↓ 65%	〈R元年度末見込〉 65% 〈直近の実績〉 65.4%(R元.5末)	A+	〇就職率がR元年度末の目標である65%を上回っており、成果が上がっている。 〈課題〉 ・応援室の認知度はまだ決して高くなく、認知度向上のために広報の強化が必要 ・さらなる女性労働力の掘り起こしに向けて、幅広い年齢層を対象とした掘りこしが必要 ・働きやすい職場づくりや定着支援に向けて、企業への支援メニューの周知や就職者へのアフターフォローが必要	〇これまでの成果を踏まえ、事業を継続する。 ・CM放送等を活用した幅広い年齢層へのPRの実施など

産業成長戦略（地域産業クラスターの形成） 一覧表

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
1	地域産業クラスターの形成を促進する		
1	地域産業クラスターの形成を促進する		
	◆地域産業クラスタープロジェクトの具体化支援	<p>・クラスタープロジェクトごとに、県、市町村、関係団体、事業者などで構成する「クラスタープロジェクトチーム」や「2次・3次WG」を設置し、進捗状況や課題などについて情報共有しながら取り組みを実施。</p> <p>また、県庁内において、各プロジェクトの進捗状況の共有や課題解決に向けた方策の検討などを行う「クラスタープラン検討会議」を開催。</p> <p>なお、必要に応じて、外部アドバイザーを派遣するなどの支援を実施。</p> <p>クラスタープラン検討会議（H29～R元.8月） 9回 外部アドバイザーの雇用（H28.5～8） 1名 外部アドバイザーの派遣（H28～R元.8月） アドバイザー（総合支援） 2名、延べ112回 アドバイザー（専門分野） 22名、延べ76回</p>	<p>・新規クラスタープロジェクト5件の立ち上げ（H28～H30）16→21プロジェクト</p> <p>・外部アドバイザーの派遣などにより、プロジェクトへの参画事業者において、新たな加工食品や地元特産品を活用した飲食メニューの開発などの取り組みが具体化した。また、加工食品の製造工程の改善により品質の向上やコストの削減が図られた。</p>

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括	
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価
			次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容
クラスタープランの策 定件数（林業・木材産 業クラスター以外） ↓ 19/19	<R元年度末見込み> 19/19 <直近の実績> 15/19 (R元8月末)	A+	○クラスタープロジェクトの核である一次産業については、順調に 進捗しており、その効果が二次・三次産業にも波及するなど、着実に 成果がでている。 ・今年度中に、5プロジェクトで、クラスタープランの策定見込 み。 ・複数の参画事業者において、加工食品などの商品化や販売拡大が 具体化していることから、引き続き支援していく。 <課題> ・一次、二次、三次産業のさらなる産業集積や連携を図るため、参 画事業者などにおける取り組みの強化や新規事業者の掘り起こし が必要。
			○これまでの成果を踏まえ、支援を継続する。 ・既存プロジェクトへの外部アドバイザーの 派遣などによる支援 ・既存プロジェクトに参画する新規事業者の 掘り起こし ・新規プロジェクトとなる案件の掘り起こし

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
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		
1	起業（第二創業含む）に関する総合的なサポート		
	◆「こうち起業サロン」を中心とした段階別サポート	<p>・「こうち起業サロン」を発展させた「こうちスタートアップパーク」の取り組みを通じて、起業希望者を支えるコミュニティを形成し、新たなチャレンジを次々と生み出す環境の構築を目指す。</p> <p>・モヤモヤ段階のアイデアをプロダクトへと具体化していくために、次の段階別サポートを展開。</p> <p>①「起業コンシェルジュ」を配置し、起業希望者へのメンタリング（起業相談）を実施すると共に、定期的に高知市以外でメンタリング及びミニサロンを実施</p> <p>②自身の志から事業アイデアを掘むとともに、起業への第一歩を後押しする「スタートサロン」の実施</p> <p>③事業アイデアをサービスやプロダクトへと具体化していく「ステップアッププログラム」の実施</p> <p>④一般の方にお披露目し、フィードバックを得る「デモデイ」の実施</p> <p>・資金面では、「起業支援事業費補助金」によりプロトタイプ（試作品）の構築等を支援するとともに、クラウドファンディング型ふるさと納税の仕組みを活用した「ふるさと起業家支援事業費補助金」及びわくわく地方生活実現政策パッケージを活用した「起業支援事業費補助金」により事業化を後押しする。</p> <p>オフィスアワー：週1回 出張オフィスアワー：全6回（県内西部、東部地域） オンラインメンタリング：月1回以上 スタートサロン：全10回 アイデア検討会（プロトタイプ制作）：2回（前期・後期） ステップアッププログラム：2回（前期・後期）</p>	<p>・H29年度 スタートサロン参加者：延べ183人 オフィスアワー参加者：延べ150人 ステップアッププログラム参加者：29人（前期15人、後期14人） ⇒起業件数：10件</p> <p>・H30年度 スタートサロン参加者：延べ131人 オフィスアワー参加者：延べ175人 アイデア検討会参加者：20人（前期12人、後期8人） ステップアッププログラム参加者：28人（前期15人、後期13人） 起業支援事業費補助金利用件数：9件（H30） ⇒起業件数：14件</p>
	◆中山間地域の地域資源や事業シーズを活用した都市圏の起業希望者の呼び込み	<p>「ローカルベンチャー創出プログラム」を通じて、サポート体制を整えた県内市町村と連携し、都市圏等から起業家等を地域に呼び込む。地域の遊休資源や課題を事業シーズとしてデータベース化し地域外にも見える化する」とともに、東京等で開催するセミナー等で、それらを活用する事業アイデアを持つ起業家等とのマッチングを行う。また、都市圏の起業希望者等と高知県側のプレイヤーが共に事業開発を行うプログラムを実施し、高知県での新たな起業等の創出に繋げる。</p> <p>地域資源の見える化：市町村数3カ所以上 Issue Design Lab（事業化経験者向け）：3回程度 トサベン（首都圏コミュニティ）：1回（アイデアソン2回、トサベン連続講座6回以上、合宿1回）</p>	<p>・H29年度 ナリワイスタートアップサロン（県内4箇所）：29人 ⇒ナリワイ資源データベース登録：17件 アイデア創出イベント（3回）：延べ30人 事業開発手法の習得（実践型セミナー9講座）：延べ71人 仮説検証&ビジネスプランの磨き上げ（3日間×2回）：延べ17人 地域・事業開発インターン：11人 その他メンタリング ⇒起業件数3件</p> <p>・H30年度 ナリワイスタートアップサロン（県内4箇所）：35人 ⇒資源や課題の見える化：約40件 インシューデザインラボ（東京・大阪全5回）：延べ28人 トサベン（事業アイデア発想プログラム2回、事業創出手法習得セミナー3回、合宿3日間×2回）：延べ52人 ⇒起業件数2件</p>
	◆土佐MBAによる起業人材育成機能を強化（起業家養成講座）	<p>起業家マインドを持った人材を育成するために、「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」（基礎編）に「起業家養成講座」を開設する。</p>	<p>・H28年度 起業家養成講座：16人</p> <p>・H29年度 本科/起業・第二創業コース 入門講座：133人、基礎講座：69人</p>

目標値、 R元年度末見込、直近の実績		総 括		
目標値 出发点 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
			次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容	
<p>こうち起業サロンの会 員数</p> <p>—(H27)</p> <p>↓</p> <p>400会員 (H28～R元累計)</p>	<p><R元年度末見込> 会員数400人 (H28～R元累計)</p> <p><直近の実績> 392人 (H28～R元.8累計)</p>	<p>A+</p>	<p>○起業サロン会員数はR元8月末で392人となっており、目標は達成できる見込みである。</p> <p>○KSPのプログラムを通じた起業はH29年度には10件、H30年度には14件となっており、起業件数は増加している。</p> <p>○R元年度からのわくわく地方生活実現政策パッケージを活用した資金的支援の後押しもあり、今後KSPを活用した起業の件数は増加していくものと思われる。</p> <p>○一方で、県内の産業人材を育成し継続的に起業を増やしていくためには、さらなる掘り起こしが必要である。</p> <p><課題></p> <p>○今後さらに起業者数を増やしていくためには裾野を広げることが必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・起業支援の取り組みの認知度向上 ・起業に対する心理的ハードルの引き下げ ・支援が必要な起業希望者(モヤモヤ層)の掘り起こしと相談機会の拡充 ・高知市近郊以外の起業希望者の掘り起こし <p>○やりたいことが決まっている層に対するサポートの強化が必要</p> <p>○事業化や事業を継続していくためのサポートの強化が必要</p>	<p>○裾野の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・KSP活用事例の紹介等による起業を身近に感じる環境づくり ・高校生等、将来的な起業家人材の育成 <p>○事業化や事業を継続していくためのサポートの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各分野の専門人材による対応や情報の提供 ・ステップアッププログラムを修了した方を対象とした起業への後押しとなるメニューの充実 ・市町村や商工会等へのつなぎ、包括協定に基づいた金融機関へのフォローアップ要請等
<p>本支援事業を介した起 業件数</p> <p>—(H27)</p> <p>↓</p> <p>6件 (H28～R元累計)</p>	<p><R元年度末見込> 6件 (H28～R元累計)</p> <p><直近の実績> 5件 (H28～H30累計)</p>	<p>A+</p>	<p>○起業件数は累計5件となっており、目標は達成できる見込みである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業化に至っていない事業プランについては、今年度引き続き支援していくことを予定している。 <p><課題></p> <p>○サポート対象の明確化が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県への移住を決めている方のうち、起業を希望している方に対するサポートの強化が必要 ・現地視察等による県外起業家等と地域の課題や人の結びつけの工夫が必要 	<p>○移住×起業の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏ネットワーク等へのPRの強化 ・移住を決めた方を確実に起業につなげる取り組み ・地域の課題解決に興味のある県外起業家等とのマッチングの強化 <p>○事業化や事業を継続していくためのサポートの強化【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各分野の専門人材による対応や情報の提供 ・市町村や商工会等へのつなぎ、包括協定にもとづいた金融機関へのフォローアップ要請等
<p>起業家養成講座の受講 者数</p> <p>—(H27)</p> <p>↓</p> <p>120人 (R元)</p>	<p><直近の実績> 474人(H30) ※こうちスタートアッ パークで対応</p>	<p>A+</p>	<p>○受講者の満足度も高く、概ね好評であった。</p> <p>○より実践的な起業支援にするため、H30年度以降はこうちスタートアップパークで対応。</p>	<p>○より実践的な起業支援にするため、H30以降は、こうちスタートアップパークで対応 (参考)</p> <ul style="list-style-type: none"> こうちスタートアップパーク参加者(延べ) ・H29年度：362人 ・H30年度：474人

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
◆アイデアを生み出し、磨く機能を強化（連続講座、開放特許活用新事業創出事業、企業訪問キャラバン）		<p>起業や新事業展開につながるビジネスのアイデアを生み出し、磨き上げるために、以下の取り組みを実施する。</p> <p>①連続講座 ②アイデアソン 企業が持つ技術や能力に着目して開放特許活用をきっかけとした新製品開発等のアイデア出しを行う</p> <p>③企業訪問キャラバン 関係機関が連携して企業訪問し、共同研究テーマ等の提案を行う</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・連続講座 13講座、207人(H28～30) ・知財マッチング H28年度 ：説明会、勉強会(3回)：69人、マッチング：6社 H29年度 セミナー(1回)：34人、アイデアソン3回：69人 H30年度 アイデアソン(2回)：18人 <p>⇒成約件数0件 ※知財マッチングはR1からリニューアルして開放特許活用新事業創出事業として実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業訪問キャラバン：9社(H29～30)
◆サポートプログラムによる磨き上げ（ココラビジネスチャレンジサポート等）		<p>ビジネスのアイデアやシーズ、ニーズを事業につなげるため、専任サポートチームを結成し、専門家の派遣や補助事業の活用等によるビジネスプランの磨き上げをサポートする。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスチャレンジサポート サポート案件 H28～30：37件 <p>⇒事業化案件14件</p>
◆ビジネスプランコンテストの開催		<p>県内に新しいビジネスが起これ続ける環境を整え、起業や新たな事業展開の取り組みを促進するために、ビジネスプランコンテストを開催する。</p> <p>また、入賞プラン等に対して磨き上げのプログラムの提供、補助事業の活用等によるプランの事業化をサポートする。</p> <p>(H30で終了、R元以降は入賞したビジネスプラン等の事業化に向けたフォローを実施)</p> <p>H28～H30：高知家ビジネスプランコンテスト開催</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・H28年度 応募件数71件：最優秀2件、優秀4件 ⇒起業件数：4件 ・H29年度 応募件数36件：最優秀1件、優秀3件 ⇒起業4件 ・H30年度 応募件数26件：最優秀1件、優秀4件 ⇒事業化に向けて準備中3件
◆都市圏起業家との「協働」型の人材育成研修		<p>高知県の起業家が、事業経験や技術等を有する都市圏の起業家と協働することを通して、より成長性の高い事業を生み出すためのノウハウの習得や、投資家等とのネットワーク等を獲得する「人材育成プログラム」を実施する。</p> <p>高知ビジネスデザイン塾キックオフセミナー トークセッション(スタートアップの目線に学ぼう！！～高知県視察で感じた地域資源のポテンシャル～) チーム組成ワークショップ(1日) リサーチ&アイデア開発ワークショップ(3日×2回) プロトタイピング(4ヶ月) 成果発表会(東京・高知 各1回)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・キックオフセミナー参加者：98人 ・トークセッション参加者：15人 <p>⇒県内若手起業家の人材育成：13人</p>
◆中長期的な起業家人材の育成		<p>中長期的な起業家人材の育成、確保に向けて、学生に起業家マインドを持ってもらうため、実際に「起業」までのステップを体験する事業開発プログラムを実施する。</p> <p>プログラム受入高等学校数：3校</p>	<p>R元より開始</p>

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括	
目標値 〔出発点〕 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価
			〔次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容〕
①連続講座の開催講座数、参加者数 4講座、143人 (H27) ↓ 16講座、400人 (H28～R元累計)	<R元年度末見込> 20講座、340人 (H28～R元累計) <直近の実績> 13講座、207人 (H28～H30累計)	A	○年度毎に講座の内容・目的に沿って定員を定めたため①、②については目標に未到達であるが、受講者の満足度は高い。 ・講座修了後、受講者がビジネスチャレンジサポートを活用して事業化に挑戦する動きが見られる。 ・知財マッチングの取組から成約あるいは上市に至った案件は無いが、上市に向けたフォローを継続している。 ・企業訪問キャラバンをきっかけに、大学等と企業との新たなつながりが生み出されている。
②開放特許活用新事業創出事業等の開催回数 - (H27) ↓ 4回 (H28～R元累計)	<R元年度末見込> 10回(説明会3回、アイデアソン7回) (H28～R元累計) <直近の実績> 8回(説明会3回、アイデアソン5回) (H28～H30累計)	A+	<課題> ○入口機能の強化 ・大学等との窓口機能の活用促進 ○産学官民連携の推進によるネットワークの構築、マッチングの促進 ・開催後のマッチングを見越した事業内容の検討 ・大学等と企業の接点を増やす機会の創出 ・アイデアソン・ハッカソンへの学生等の若い世代の参加 ・新商品開発等におけるサポートの強化 ○産学官民連携による新商品開発や新分野・新規事業促進の推進 ・アイデアの事業化に向けて挑戦する機運の醸成 ・起業推進やIT・コンテンツアカデミーの取り組みとの連携
③開放特許活用新事業創出事業等の成約件数 - (H27) ↓ 4件 (H28～R元累計)	<R元年度末見込> 2件 (H28～R元累計) <直近の実績> 0件 (H28～H30累計)	A-	
④企業訪問キャラバンの訪問件数 2社(H29) ↓ 20社 (H29～R元累計)	<R元年度末見込> 20社 (H29～R元累計) <直近の実績> 9社 (H29～H30累計)	A+	
コプラビジネスチャレンジサポート等による支援件数 4件(H27) ↓ 50件 (H28～R元累計)	<R元年度末見込> 50件 (H28～R元累計) <直近の実績> 37件 (H28～H30累計)	A+	○制度を活用してチャレンジする人材、企業が発現している。 ・学びの場の提供だけではなく、実践時における事業化に向けたサポート体制が構築されている。 <課題> ○産学官民連携による新商品開発や新分野・新規事業促進の推進【再掲】 ・アイデアの事業化に向けて挑戦する機運の醸成 ・起業推進やIT・コンテンツアカデミーの取り組みとの連携
ビジネスプランコンテストへの応募件数 15件(H27) ↓ 60件 (R元)	<R元年度末見込> 26件 (H30終了) <直近の実績> 26件 (H30)	A-	○応募件数は減少したものの、応募プランをもとに起業したものは8件あり、ビジネスプランコンテストが一定起業に繋がっている。 ・H28年度は応募対象者について県内での事業設置有無を問わなかったが、H29年度以降は高知県内で起業または新事業展開を予定している個人・団体に限定したため応募者数が減少。また、H30年度はコンテストに応募したプランで実際に事業化を検討していることを条件に加えたことから応募者が減少した。 ・県内市町村でのビジコン開催増加や他の資金的支援が充実してきたこともあり、県が開催するビジコンは一定の役割を終えた。
県内若手起業家等の人材育成 - (H30) ↓ 15人 (R元)	<R元年度末見込> 13人 (R元) <直近の実績> 13人(他1人オブザーバーとして参加) (R元)	A	○都市圏のスタートアップ企業を招いたキックオフセミナーやトークセッションの開催により、スタートアップ型起業を県内に示すきっかけとなった。 <課題> ○質の高い(成長性の高い)事業を生み出すための土壌づくりが必要 ・デジタル技術を活用した起業の視点と手法の県内への導入 ・成長性の高い起業を目指す県内人材の掘り起こし
起業家教育プログラム導入校数 - (H30) ↓ 3校 (R元)	<R元年度末見込> 3校 (R元) <直近の実績> 3校 (R元)	A+	○R元年度は県立芸桜ヶ丘高等学校、県立窪川高等学校及び高知市立高知商業高等学校で実施。高校生に起業家マインドを醸成する取り組みの第一歩になった。 <課題> ○地理的環境やその他の要因による、起業に対する意識のばらつきを少なくし、起業を身近に感じてもらう取り組みが必要
			○入口機能の認知度の向上 ・大学等と企業の連携事例のPR ○産学官民連携のマッチングの強化 ・将来の産学官民連携のタネとなるアイデアを生み出す企業訪問キャラバン等の充実 ○新事業展開に向けた連携の強化 ・起業推進やIT・コンテンツアカデミー等の取り組みと連携した新規事業の創出への支援
			○新事業展開に向けた連携の強化 ・起業推進やIT・コンテンツアカデミー等の取り組みと連携した新規事業の創出への支援
			H30年度で終了
			○デジタル技術×起業の推進 ・起業支援プログラムの新設や各種サポートの活用 ・デジタル技術を活用して起業や新事業の展開をしたい方へのアプローチの強化 ○事業化や事業を継続していくためのサポートの強化【再掲】 ・専門人材による対応や情報の提供
			○将来的な起業家人材の育成 ・起業に対する心理的ハードルを下げ、高校生からの起業マインドの醸成につなげる取り組み

戦略の柱		取り組みの概要	具体的な成果 〔可能な限り具体的な数値を記載〕
取組方針			
◆具体的な取り組み			
1	産学官連携強化による産業の振興		
1	産学官連携のプラットフォームの設置		
	◆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	県内外の知恵や人材を導入し産学官民が連携して行う産業振興や地域の課題解決に向けた取組を促進するために、産学官民連携に向けたワンストップ窓口の設置、アイデアを生み出す仕組みづくり、新事業展開の促進、土佐MBAによる産業人材育成の推進を行う。	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスチャレンジサポート サポート案件：37件（H28～H30） ⇒事業化案件：14件
3	産学官連携による具体的な取り組みの推進		
	◆県農産品の付加価値向上を目指した機能性成分等の活用研究	<ul style="list-style-type: none"> ○本県産農産物の機能性成分を明らかにするため、分析及び性能性を高める栽培方法を評価する ・本県主要品目について、4ヵ年分析を実施 ○農産物の機能性成分等を活かした有利販売を行うため、販売方法の検討、実践と評価を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・機能性成分含量、抗酸化性に関する分析データを取得 対象品目：ナス、米ナス、普通ピーマン、赤ピーマン、シシトウ、キュウリ、トマト（普通、高精度）、新ショウガ、露地ショウガ、オクラ、ミョウガ、ニラ、小ネギ、青ネギ、大葉、特産果樹（ユズ、水晶文旦、土佐文旦等） ⇒・県内の関係機関で共有できる、高知県の主要品目の機能性成分含量、抗酸化性に関するデータベースを構築 ・信州大学等との共同研究により、ナスにおいて、血圧降下作用が確認されているコリンエステル含有量が高い品種、栽培条件が判明
	◆園芸技術の試験研究機関と関係機関との連携強化（新技術、新商品の開発や技術支援等）	<ul style="list-style-type: none"> ○こうち新施設園芸技術の研究開発を推進するため、産学官の連携を図り、生産現場に対する技術支援を行う ・農業技術センター果樹試験場・茶業試験場、農業振興センターとJA、生産者団体及び高知大学等が連携して新技術、新商品の開発や技術支援 ・研修会、現地検討会、成績検討会、PT会の開催（30回以上/年） 	<ul style="list-style-type: none"> ・研修会、現地検討会、成績検討会、PT会等への参加者：約800名/年 ⇒関係機関、農業者等と連携することで、研究の方向性の確認、情報の共有が図られた。

目標値、R元年度末見込、直近の実績		総括		
目標値 〔出発点〕 ↓ 目標	R元年度末見込 及び 直近の実績	数値目標等 に対する 客観的評価	〔これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価〕	
			〔次のステージに向けた方向性 総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築 が必要な場合等の具体的な内容〕	
県産学官民連携センターにおける産学官民が連携した事業化案件数 4件 (H27) ↓ 15件 (H28～R元累計)	<R元年度末見込> 17件 (H28～R元累計) <直近の実績> 14件 (H28～H30累計)	A+	○ビジネスチャレンジサポートの活用等を通じて、事業化に至った案件が、当初の目標を上回って出てきている。 <課題>【再掲】 ○プラットフォームの入口機能の強化 ・大学等との相談窓口としての機能の活用促進 ○産学官民連携の推進によるネットワークの構築、マッチングの促進 ・開催後のマッチングを見越した事業内容の検討 ・大学等と企業の接点を増やす機会の創出 ・アイデアソン・ハッカソンへの学生等の若い世代の参加 ・新商品開発等におけるサポートの強化 ○産学官民連携による新商品開発や新分野・新規事業促進の推進 ・アイデアの事業化に向けて挑戦する機運の醸成 ・起業推進やIT・コンテンツアカデミーの取り組みとの連携	○プラットフォームの入口機能の認知度の向上 ・大学等と企業の連携事例のPR ○産学官民のマッチングの強化 ・将来の産学官民連携のタネとなるアイデアを生み出す企業訪問キャラバン等の取り組みの充実 ○新事業展開に向けた連携の強化 ・プロジェクトごとの民間参加型コンソーシアムなど、事業化を支援する仕組みの検討 ・起業推進やIT・コンテンツアカデミー等の取り組みと連携した新規事業の創出への支援
機能性成分等をPRした農産物の品目数 - (H27) ↓ 3品目	<R元年度末見込> 4品目 <直近の実績> 1品目 (H30)	A+	○3品目（ニラ、赤ピーマン、高糖度トマト、ナス）について、販売PR用データを取りまとめた。また、その他の品目についても本県主要品種の分析データが得られ、今後、県産農産物のPR用のデータとして活用できる。	○loPプロジェクトにおいて、loP技術を導入した環境下で栽培した作物に対する機能性成分等の評価 ○得られた機能性等のデータを活用した販売戦略の強化
①中山間地域での有望果樹品目の選定 - (H27) ↓ 2品目	①<R元年度末見込> 目標達成見込み 3品目 <直近の実績> 3品目(「グレープフルーツ」 「ホーランド」)への絞り込み (H30)	A+	○関係機関、農業者等と連携し、研究の方向性の確認、情報の共有を図りながら研究を進めることで、高度かつ現場のニーズに即した普及性の高い研究開発に繋がった。 <課題> ・成果のPR及び開発技術の普及に向けた技術支援	○loPプロジェクトにおいて、産学官の連携強化による研究開発の効率化及び高度化
②茶の新商品開発 - (H27) ↓ 1商品	②<R元年度末見込> 目標達成見込み 1商品 <直近の実績> 1試作品(半発酵茶) (H30)	A+		