

平成27年度産業振興推進部予算見積総括表

一般会計

平成27年度予算見積額	1,796,979 千円
平成26年度当初予算額	1,797,849 千円
差引増減額	-870 千円
対前年度比率	100 %

中小企業近代化資金助成事業特別会計

平成27年度予算見積額	1,546 千円
平成26年度当初予算額	1,546 千円
差引増減額	0 千円
対前年度比率	100 %

(注)上記には、人件費を含まない。

平成27年度予算の基本的な考え方

平成27年度は、これまでの取り組みで高知県の認知度を高めてきた「高知家」プロモーション活動をさらに強化し、食、観光、移住、外商などの各セールス施策を効果的に連動させ、より具体的な成果につなげていきます。

また、本県への移住をさらに加速させるため、市町村や民間団体等との連携を強化し、受入基盤や相談・フォローアップ体制の拡充や人財誘致の取り組みの更なる発展を図るとともに、積極的な情報発信に取り組んでまいります。

平成24年度にスタートした第2期産業振興計画も最終年次となることから、目標達成に向け、こうした取り組みを全力で進めてまいります。

1. 産業振興計画の着実な推進

～PDCAサイクルによる進行管理と取り組み支援～

※[]は平成26年度当初予算

平成27年度は第2期計画の最終年次となることから、産業振興計画フォローアップ委員会や産業振興推進本部等において、PDCAサイクルに基づく進行管理や施策間の有機的な連携等を綿密に確認していくとともに、地域アクションプラン等への支援を行うことで、第2期計画で掲げた目標の達成を目指します。また、第2期計画、4年間の成果等を踏まえて、次なるステージにおける産業振興政策の検討を行います。

- ・産業振興計画の進行管理
- ・産業振興計画（地域アクションプラン等）の取り組み支援
- ・次なるステージの産業振興政策の検討



<産業振興計画の進行管理>

- 産業振興計画推進費 **80,129千円** [84,524千円]

第2期産業振興計画の進捗状況の検証や評価等を行う会議を運営するとともに、次なるステージの産業振興政策を検討するため、地域の住民・団体や市町村等との意見交換を行います。

また、産業振興推進地域本部による地域アクションプランの取り組みの支援や、市町村等に常駐する地域支援企画員による地域の自立に向けた取り組みの支援を行います。

<産業振興計画（地域アクションプラン等）の取り組み支援>

- 産業振興推進総合支援事業費補助金 **502,000千円** [330,000千円]

産業振興計画（地域アクションプラン等）に位置づけられた取り組み等を対象に、補助金を活用して、商品の企画・開発、加工、販売拡大等、生産から販売段階まで総合的に支援し、地域アクションプランのさらなる充実を図ります。

- 産業振興推進アドバイザー事業費(産業振興アドバイザー) **17,515千円** [17,601千円]

産業振興計画（地域アクションプラン等）に位置づけられた事業等を対象に、各事業が抱える課題に対応した専門家や有識者を産業振興アドバイザーとして派遣することにより、具体的な事業計画の検討、課題解決に向けて総合的に支援します。

<県・市町村職員との連携強化のための研修>

○県・市町村協働人材育成事業費

1,592千円 [2,085千円]

各地域が抱える産業振興の課題解決に向け、県・市町村間の職員の連携強化を図るとともに、事業者支援に必要な知識、スキル、マインド等を実践的かつ体系的に身につける研修を実施します。

2. 高知家プロモーションの推進と各施策との連動

～首都圏等でのセールスプロモーションの強化～

高知家プロモーションにおいて地産外商、観光振興、移住促進の各分野への行動を誘発するプロモーションを展開するとともに、各分野のセールス施策を効果的に連動させ、より具体的な成果につなげていきます。

また、首都圏等の大消費地での県産品の販売促進等につながるセールスプロモーションや、本県の魅力を理解し好意的に自ら情報発信できる人材を養成し高知家ブランドの強化を図ります。

- ・「高知家」プロモーションの推進
- ・高知家統一セールスキャンペーンの推進
- ・高知家アンバサダーの養成



<「高知家」プロモーションの推進>

○高知家プロモーション推進事業費

138,479千円 [97,249千円]

高知家の認知度の維持・向上を図るとともに、高知家の家族を介した具体的なヒト・モノ・コトの情報発信を行って、県産品の購入や、本県への観光、移住といった具体的な行動を誘発するプロモーションを展開します。

<高知家統一セールスキャンペーンの推進>

新 ○高知家統一セールスキャンペーン推進事業費

16,506千円 [— 千円]

高知家プロモーションと連携し、重点プロモーション品目の販売を促進するため、首都圏等において品目の特徴に説得力をもたせた情報の発信を行うなど、販売拡大につながるプロモーションを展開します。

<高知家アンバサダーの養成>

新 ○高知家アンバサダー養成事業費

3,450千円 [— 千円]

本県の食や文化、伝統、歴史について理解を深める「地域学講座」を開催し、好意的かつ継続的に情報発信する高知家アンバサダーを養成し、高知家ブランドの強化を図ります。

3. 地産外商の推進 ～全国をターゲットにした地産外商の展開～

地産外商公社に蓄積されたノウハウを生かして、公社の外商活動の支援エリアを、首都圏だけでなく関西・中部・中国・四国・九州に広げて、新たな外商先の発掘や大手卸売業者などの外商先とのパイプを強化するとともに、県産品の魅力を幅広く発信することで県内事業者の外商活動の支援を強化します。

また、県外バイヤーを県内の各産地に招聘する産地視察商談会や、県内量販店等での事業者のテストマーケティングなど商談の機会を拡大し、県内全域で事業者の活動を支援していきます。

- ・ 地産外商公社の機能強化
- ・ 大手卸売業者やパートナー企業との連携強化
- ・ 商談会等のラインナップを充実させて商談機会を拡大

<地産外商公社の機能強化>

○地産外商公社運営事業費

172,355千円 [154,815千円]

拡【首都圏】

アンテナショップ「まるごと高知」を拠点として、仲介・あっせん、市場ニーズのフィードバック、物販、飲食、観光・ふるさと情報発信などの事業を展開するとともに、外商課の体制を強化し、新たな外商先の発掘など、さらなる取引拡大を目指します。

新【関西・中部地区】

首都圏で培ったノウハウやネットワークに基づくさらに踏み込んだ支援を行うため、大阪に地産外商公社の職員を新たに配置し、関西・中部地区の販路開拓・販売拡大を目指します。

拡【中国・四国・九州地区】

首都圏で培ったノウハウやネットワークに基づくさらに踏み込んだ支援を行うため、高知事務所の体制を強化し、中国、四国、九州地区の販路開拓・販売拡大を目指します。

【大手卸売業者やパートナー企業との連携強化】

大手卸売業者主催の商談会への出展等を通じてパイプを強化するとともに、「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」に基づくパートナー企業と県内事業者とのビジネスマッチングを支援し、全国に通用する商品開発、販売強化につなげることで、地産外商のさらなる拡大を目指します。

新【高知県産品データベースのバージョンアップ】

県産品の詳細情報をWebサイトで公開し、一般消費者にアピールするとともに、全国のバイヤー等に商品情報を自由に閲覧・検索していただくことで、県産品の販路開拓・販売拡大につなげます。

<商談会等のラインナップを充実させて商談機会を拡大>

○県産品PR等推進事業費

43,436千円 [45,801千円]

【大阪事務所・名古屋事務所等の取組強化】

地産外商公社と連携して、関西・中部、中国、九州等での商談会やフェアを充実させます。

新【産地視察商談会】

県外バイヤーを招聘した産地視察商談会を、県内5ブロックで開催し、県内事業者や生産者との商談を通じて県産品の販路開拓・販売拡大を図ります。

新【企業間連携・ネットワーク強化】

企業間で連携して商品開発や販路開拓に取り組むきっかけづくりとして、セミナー&交流会を開催し、企業同士の協業化やネットワークづくりを進めます。

○地域産品販売促進事業費

502千円

[1,812千円]

新【県内量販店等でのテストマーケティング】

外商への第一歩として、県内量販店等でのテストマーケティングを実施し、商品の磨き上げにつなげるとともに、地産地消の拡大や商品の認知度の向上を図り、県外市場での販路開拓につなげます。

4. 海外へのさらなる挑戦 ～海外をターゲットにした地産外商の展開～

県内企業の海外展開への動機付けや企業力の向上に取り組み、輸出を促進します。

○海外経済活動事業費 **70,926千円** [75,523千円]

海外事務所を中心に、東南アジア諸国や中国、香港、台湾などにおいて、県内企業の貿易活動を支援し、ビジネスチャンスの拡大と取引の成立をめざします。

○輸出促進支援事業費 **86,887千円** [79,002千円]

輸出量の伸びが期待されるユズや日本酒のさらなる販路開拓を推進するため、ロンドンでの賞味会の開催や米国での展示会への出展により、県産品のさらなる認知度の向上と海外への販路開拓を進めます。

また、貿易促進コーディネーターを配置して、県内企業の海外展開をきめ細かく支援します。

5. 食品加工の推進 ～企業の総合力を高める支援体制の強化～

県内事業者が外商活動に取り組む中で明らかになってきた課題（成長の芽）を解決し、次のステージに踏み出せるよう、県内外の専門家の助言を得ながら、産業振興センターや金融機関等の関係機関との連携を密にし、総合的な支援に取り組みます。

- ・ 企業の総合力を高める支援体制の強化
- ・ 食品加工の生産管理高度化支援

<企業の総合力を高める支援体制の強化>

拡 ○食品企業総合支援事業費 **23,941千円** [26,764千円]

【県内食品企業を総合的に支援】

県内事業者が外商活動に取り組む中で明らかになってきた衛生管理、商品づくり、販路開拓、事業拡大等の課題に対し、各分野の専門家の助言を得る機会をつくとともに、関係機関が連携して、課題解決の取り組みを総合的な視点から支援します。

【業務用商品及び土産物等の開発支援】

マーケットのニーズに基づいた売れる商品づくりを進めていくため、飲食店等の業務用のメニュー開発等を行う企業と連携し、商品の評価、アドバイス、業務筋への提案等を行い、業務用商品の開発・改良につなげます。

また、高知県の土産物・特産品の商品開発・改良、販路拡大等を目的として、コンクールやテスト販売等を実施します。

<食品加工の生産管理高度化支援>

○食品生産管理高度化支援事業費 **21,529千円** [24,589千円]

外商を行うに当たって、消費地から求められる食品の生産管理高度化に対応するため、高知県立大学を核とした研修の実施と企業や関係機関のネットワークづくりに取り組むとともに、食品表示適正化のための支援を行います。

6.産業人材の育成

全国一学びの機会が多い県を目指して、人材育成のメニューを体系化するとともに、受講者のニーズやレベルに応じて柔軟に受講できる環境を整備することで、本県の産業や地域を支える人材の育成を進めます。

拡 ○ 産業人材育成事業費 **51,897千円** [53,190千円]

産学官連携により実現した「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」に経営・マーケティングと財務会計に関する専門性を強化する「応用編」や地域を巻き込んだ新しい取り組みを行う人材を育成する「土佐MBAアドバンス」のコースを追加するなどバージョンアップして、産業振興の担い手となる人材の育成を強化します。

7. 移住促進のさらなる加速化

本県の魅力ある様々な資源を活用し、県外の方々に本県を移住の地として選んでもらうための取り組みを進め、地域の担い手の確保や、経済の活性化につなげます。

平成27年度は、市町村や移住促進に取り組む民間団体等との連携をより一層強化するとともに、民間事業者と連携した人財誘致の取り組みの更なる発展、ターゲット別の移住促進戦略の展開を進めます。

拡 ○ 受入基盤整備事業費 **114,000千円** [105,455千円]

市町村等が行う移住促進のためのハード・ソフト事業を支援することで、移住希望者の受入基盤の充実を図ります。

拡 ○ フォローアップ体制構築事業費 **70,180千円** [38,810千円]

県の総合相談窓口「移住・交流コンシェルジュ」の体制を充実し、市町村や民間団体と連携して、本県への移住を希望される方への情報発信や、きめ細やかなフォローアップを実施することで、高知県への移住に結びつけます。

拡 ○ 移住・交流総合案内業務委託料 **59,410千円** [34,348千円]
「移住・交流コンシェルジュ」の相談体制や都市部での情報発信の充実・強化を行います。

拡 ○ 情報発信推進事業費 **37,367千円** [27,291千円]

高知家プロモーションと連動した広報や、分野別・年代別などターゲットに応じた情報発信を展開することで、多くの方に高知県への移住に関心を持ってもらい、「移住・交流コンシェルジュ」への相談に結びつけます。

新 ○ 広報素材等作成委託料 **3,250千円** [千円]
高知家プロモーションとトーン&マナーを合わせた広報ツールや、ターゲットに対応した情報発信ツール(ガイドブック等)を作成し、多くの方に高知県への移住に関心を持ってもらい、「移住・交流コンシェルジュ」への相談に結びつけます。

○ 人財誘致促進事業費 **23,922千円** [27,509千円]

民間事業者などと連携し、都市部の「人財」と地域の求人ニーズをマッチングすることで地域の活性化につなげます。

拡 ○ 起業・就業支援研修委託料 **13,142千円** [9,188千円]
高知県での起業や就業を考えている都市部の人財を対象に、その実現に向けた研修や県内企業とのマッチング交流会、高知でのフィールドワーク研修の機会を提供することにより、県内での起業や就業の実現へ向けた支援を行います。

8. 地域づくり支援

地域アクションプランの個々の取り組みや、集落活動センターの立ち上げ・運営、地域での支え合いの仕組みづくり、商店街の活性化などの賑わいづくりなど、地域の自立に向けた取り組みを支援します。

- **地域づくり人材育成事業費** **3,086千円** **[2,830千円]**
各地域が抱える課題に対応した専門家や有識者を地域づくりアドバイザーとして派遣することによって、地域の課題解決や地域の自立に向けて支援します。
- **地域づくり支援事業費補助金** **88,000千円** **[85,000千円]**
市町村等がそれぞれの地域の課題等を解決するため、地域の住民が主体となって実践する取り組みを支援することにより、地域の活性化や自立に向けた地域づくりを推進します。

「高知家」プロモーションの3年目の展開及び連動による地産外商の強化

1 これまでの取組みによる成果と課題

H26の取組みと成果

- 東京での記者会見, PV公開 (4/22)
- 都内おすそわけイベント (10/19)
- 特設サイト情報の充実
- 統一キャンペーン推進本部による重点プロモーション品目との連携 等

- ピンバッジ 150,787個
- 広告換算効果 5億3,600万円(11月まで)
- 移住者 208組345人
- 移住相談者 1,127人

業務遂行目標の達成状況

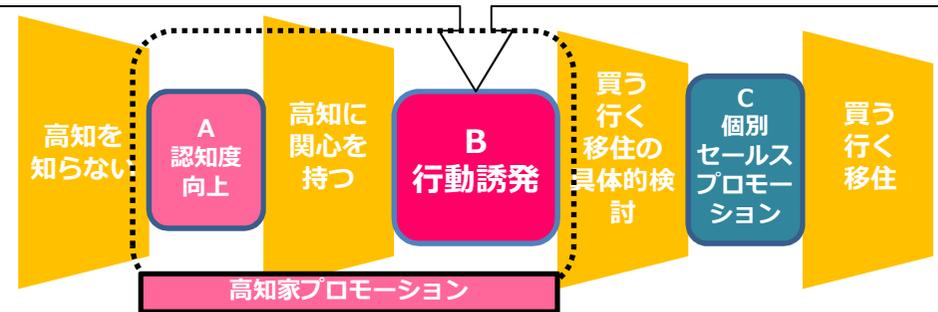
	H25実績	H26目標	H27目標	H26実績
高知家の認知度	22%	25%	30%	33%

- **高知家の認知度は目標を超えて大幅に向上!**
- 高知家の認知により好感度、観光意向度、移住意向度に加え、高知県・高知県民イメージも大きく向上!

※首都圏・関西圏エリア対象「高知県イメージ調査 (2014/10 Webアンケート n=5,000)」

展開の中で見えてきた課題

成果（外商、観光、移住）を一層上積みしていくためには、**高知家の既認知者を具体的な行動に促すプロモーション(B)をさらに強化し、個別のセールスプロモーション(C)につないでいく必要!**



2 平成27年度の事業展開 / 158,435千円 (H26.12月補正の債務負担行為124,743の現年化を含む)

高まった高知家の認知度を維持・向上させつつ、**具体的な行動を誘発するプロモーションを大幅に強化!**

Point 1. 行動誘発に向けた新たな業務遂行目標の設定

- 高知家の認知度 33%→35% (成果を維持し、さらに上昇)



- **具体的な行動につながっているかを測定する指標 (外商・観光・移住)**
例) 移住分野: 「高知家で暮らし隊」オンライン登録者数1,000名→1,500名 など

Point 2. 高知家の「人」に着目したプロモーションの展開

- 高知家の一番の魅力である「人」の魅力を発信。**高知家の「人」を通して、外商、観光、移住などの具体的な情報を発信・拡散**

Point 3. 行動誘発に効果的なメディア媒体によるプロモーションの強化

- 若手社会人などターゲットを絞り、具体的な行動誘発に有効な**メディア (雑誌等) とタイアップしたプロモーションを強化**

さらなる後押し

高知家
統一セー
ルスキャン
ペーン

- 高知家プロモーションの話題性や行動誘発の効果を最大限活かし、外商・観光・移住のセールスプロモーションを強化

- ・ 重点プロモーション品目の販売促進等に向け、首都圏等の大消費地で各部と連携したセールスプロモーションを展開
- ・ 本県の食や文化等を理解した人材を養成し首都圏からの情報発信を強化

地産外商・観光・移住での具体的な成果のさらなる上積みを目指す!

H27予算見積概要 ~外商戦略のNEXT STAGEへの進化~



1 地産外商公社の機能強化

首都圏	拡 外商部門+1名 アンテナショップ「まるごと高知」を拠点として、仲介・あっせん、物販、観光・ふるさと情報発信などの事業を展開するとともに、外商部門を強化し、新たな外商先の発掘など、さらなる取引拡大を目指す
関西・中部	新 +1名（ほかにH27.4~県派遣を検討） 首都圏で培ったノウハウやネットワークに基づくさらに踏み込んだ支援を行うため、大阪に地産外商公社の職員を新たに配置し、販路開拓・販売拡大を目指す
中国・四国・九州	拡 高知事務所+1名 首都圏で培ったノウハウやネットワークに基づくさらに踏み込んだ支援を行うため、高知事務所の体制を強化し、販路開拓・販売拡大を目指す
大手卸等との連携	大手卸売業者主催の商談会への出席を通じてパイプを強化するとともに、「6次産業化及び地産外商の推進に関する協定」に基づくパートナー企業と県内事業者の連携を支援し、地産外商のさらなる拡大を目指す
Web 県産品サイト	新 県産品の詳細情報をWebサイトで公開し、一般消費者に県産品の魅力をアピールするとともに、全国のバイヤー等に商品情報を自由に閲覧・検索してもらうことで、県産品の販路開拓・販売拡大につなげる

2 商談会等のラインナップを充実

商談会	新 県外バイヤーを招聘した産地視察商談会を県内5ブロックで開催し、県産品の販路開拓・販売拡大を図る
ネットワーク強化	新 企業間で連携して商品開発や販路開拓に取り組むきっかけづくりとして、セミナー&交流会を開催し、企業同士の協業化やネットワークづくりを推進
県内量販店でのTM	新 外商への第一歩として、県内量販店等でのテストマーケティングを実施し、商品の磨き上げにつなげるとともに、地産地消の拡大や商品の認知度向上を図り、県外市場での販路開拓につなげる

3 企業の総合力を高める支援体制の強化

企業総合力	拡 県内事業者が外商活動に取り組む中で明らかになってきた衛生管理、商品づくり、販路開拓、事業拡大等の課題に対して、専門家の助言を得ながら、関係機関が連携して総合的に支援する
商品開発	マーケットニーズに基づいた売れる商品づくりを進めるため、業務用メニュー開発等を行う企業と連携し、商品評価や業務筋への提案を行い、商品の開発・改良につなげる。また、土産物・特産品の開発・改良を目的としたコンクールやテスト販売を実施する
生産管理	消費地から求められる食品の生産管理高度化に対応するため、高知県立大学を核とした研修や関係機関のネットワークづくりに取り組むとともに、食品表示の適正化に向けた支援を実施する

食料品輸出額ポスト3億円・工業系事業者の海外販路拡大に向けた戦略の実行

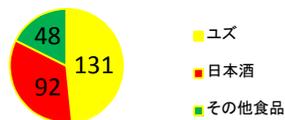
取組の

- ① 競争力のある品目の販売量拡大／ユズ・日本酒の販売量拡大のための施策強化
- ② 貿易を担う人材の育成／貿易に取り組む事業者の掘り起こし
- ③ 工業系事業者の海外販路開拓支援強化

H27
産振
目標

- ① ユズ(果汁等) 輸出 100t
- ② 食品の輸出額 3億円
- ③ 貿易に取り組む企業 50社

〔H25食料品輸出実績（割合）〕
（単位：百万円）



1 食品(1)輸出有望品目「ユズ・日本酒」重点地域でのさらなる販売量拡大

欧州

新

- 日本酒：世界的なコンテスト等が行われ、アルコール飲料の情報発信拠点となっている英国ロンドンで賞味会を開催
- ユズ：世界的なレストランガイド会社社長招へい
- ◆ さらなる販売拡大に向け、現地営業活動用の販促ツール新規製作（ユズレシピ本、写真素材）

米国

新

- ユズ・日本酒
- ◆ H26のNY賞味会に続き、さらなるBtoB販路開拓を目指し、NYレストラン系展示会に出展
- ◆ H26のLAテスト販売に続き、西海岸の販売拠点としてシアトルの日本食品専門店での物産展を開催

2 食品(2)その他地域での販路開拓・販売拡大の継続

豪州
シンガポール

- 現地有力バイヤーの招へい（現地製造ジュース、ゼリーに続くユズ関連商品の開発支援および販売量拡大）
- 売上増が続く伊勢丹シンガポール四国フェア開催支援
- H25年度から賞味会を行った豪州で、現地商社と組んでレストラン向けを中心に販売拡大支援。

香港

商品定番化にむけて、長期的に商品PRを行うストアプロモーション事業の継続

3 工業系の支援体制の強化と貿易機会の拡大

支援体制の強化

- 海外展開アンケート結果（H26実施）等をもとに、工業系企業の海外展開・取組の現状を確認し、貿易に関心のある企業の支援方針を決定(H26年度中)
- 同支援方針をもとに、産業振興センター及び貿易協会が中心となって、各企業の貿易に関する活動を支援

貿易機会の拡大

- 四国銀行と連携した工業系商談会への出展
 - ・ <継> 「日中ものづくり商談会@上海」に出展（出展5回目）
 - ・ <新> 「ものづくり商談会inタイ」への出展
- <新>〔四国4県連携〕展示会「メタリックス・タイ」への出展

4 台湾貿易の拡大、中国本土へのゲートウェイ

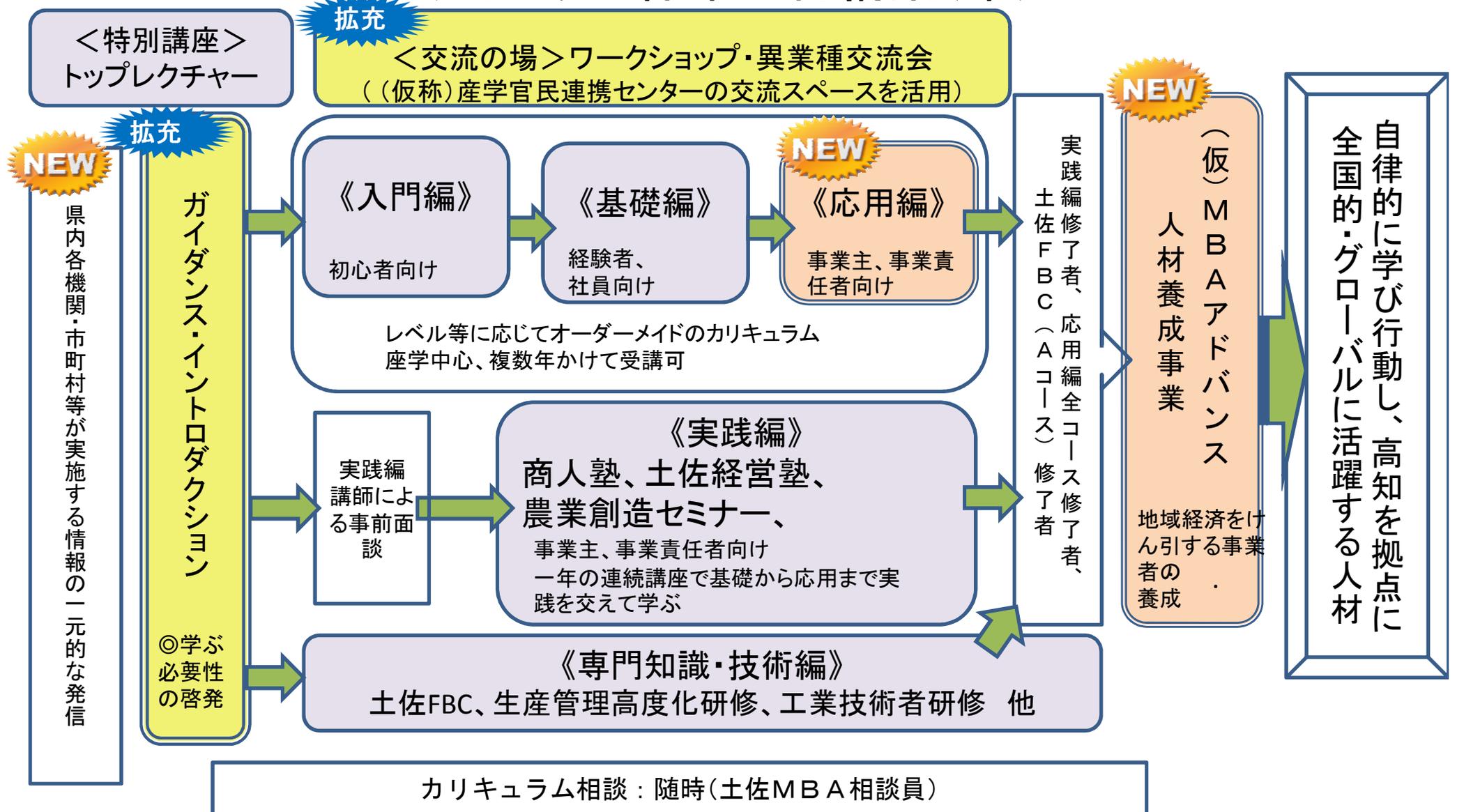
- 現地サポート体制の構築（現地事業者へ委託）

- ・ 観光誘客
- ・ 台湾企業との貿易取引の成約支援

- 高知商工会議所と連携（委託事業）した台湾販路開拓事業
 - ・ 食品見本市「Food Taipei」出展、台北「微風広場」の物産展開催等

- H26年度に経済ミッション団派遣で交流を深めている台湾三三会の四国招へい

平成27年度 土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA) カリキュラム体系の再構築(案)



平成27年度 移住促進策のバージョンアップ

当初予算見積額
230,347千円
※移住促進設計上分

【バージョンアップのねらい】

- 平成27年度の目標に掲げる県外からの移住者数「500組」の達成に向け、国の「地方創生」の動きと連動するとともに、各産業分野や県・市町村・民間団体との連携を更に深め、「ALL 高知家」による移住促進策の展開を図る。



目標達成に向けた課題

課題解決に向けた平成27年度当初予算の概要

課題1

- 国の「地方創生」の動きの中で、激化する他県との競争に打ち勝つ必要

課題2

- 増加する移住相談に的確に対応し、移住希望者をスムーズに移住・定住に繋げるためには県・市町村の受け入れ体制の更なる整備促進が必要

課題3

- 県・市町村・民間団体の移住関連イベントが個別に展開されており相乗効果が十分に発揮されていないため、より相互に連携していくことが必要
- 各産業分野の担い手確保の施策も個別に実施されており、ターゲットに合わせた総合戦略を踏まえ、移住促進策を展開していくことが必要

課題4

- 移住後のミスマッチをできるだけ防ぐため、移住前・移住後の支援策の質、量の更なる拡大が必要

「高知家」プロモーションと連携した取り組みの展開

- 【地産地消・外商課】高知家プロモーション推進事業費 124,743千円 (H26.12補正で対応)
- ・移住への入り口である高知ファンづくり (ステップ1) から、暮らし隊会員オンライン登録 (ステップ3) までを「高知家」プロモーションと一体となって展開。
- 【NEW】広報素材等作成委託料 3,250千円
- ・相談ブースの装飾等を高知家のトーン&カラーに揃え、ALL高知家の一体感を演出

県内の地域地域で「ひと(移住希望者)」を呼び込む受け入れ体制の整備促進

- 【再掲】移住・交流総合案内業務委託料 59,410千円
- ・移住・交流コンシェルジュによるサポート体制の充実 (6→9名)
- 【再掲】移住促進事業費補助金 114,000千円
- ・市町村専門相談員の配置拡大 (H26:19市町村→H27:30市町村(予定))

県・市町村・民間団体と連携協調した移住促進戦略の展開

- 【再掲】移住・交流総合案内業務委託料 59,410千円
- ・都市部における全国規模の相談会への出展強化
- 【再掲】移住促進事業費補助金 114,000千円
- ・相談会等に市町村が出展する経費や、市町村独自の移住体験ツアーを支援 ※県が全体の移住関連イベントをコーディネート

ターゲット別(分野×年代等)移住促進戦略の展開

- 【再掲】高知家プロモーション推進事業費 124,743千円
- ・県のHP「高知家で暮らす」のコンテンツに仕事別に加え、「子育て」「アクティブシニア」など暮らし方や世代に着目したコンテンツを追加

人財誘致のPDCAを踏まえた取り組みの展開

- 【再掲】人財誘致促進事業費 23,922千円
- ・多様な人財を誘致するため再就職支援のスキームに加え、起業・就業支援研修事業と一体的に実施

移住後のミスマッチの防止

- 【再掲】移住・交流総合案内業務委託料 59,410千円
- 【再掲】移住促進事業費補助金 114,000千円
- ・移住・交流コンシェルジュの体制充実や市町村専門相談員の配置拡大により、相談段階で地域の情報などを十分に提供 ※地域移住サポーターの普及も実施
- ・お試し滞在施設の整備と併せて体験ツアー等のソフト事業の実施を促進

【共通】

KIP (高知家移住促進プロジェクト) の取り組みの更なる支援

【再掲】移住促進事業費補助金 114,000千円

民間のネットワークを活かし、クリエイター層をターゲットにした都市部でのイベントの開催などを支援



高知家プロモーション・サードステージとの連動による地産外商の展開と海外へのさらなる挑戦

＜見直し(廃止)事業＞

- ◆ **県産品電子商取引システム運営等委託料 (地産地消・外商課)**
△2,787千円(うち(一)△2,787千円)
 - ・事業概要
中山間地域の事業者等の商品が販売できるシステムの運営等
 - ・これまでの成果(課題)
取扱商品/24事業者 52商品 アクセス/58,588PV
 - ・見直し(廃止)理由
中山間地域等の「ここでしか買えない商品」として販売サイトの仕組みを構築したが、中山間地域等の商品販売の単独サイトでは売上に繋がりにくいため、他の県産品販売サイトに統合
- ◆ **マーケットイン型商品づくり支援事業費(地産地消・外商課)**
※うち、食品加工业支援事業委託料(高質スーパー)
△10,903千円(うち(一)△10,903千円)
 - ・事業概要
マーケットのニーズに基づいた売れる商品づくりを進めていくために、首都圏等の高質スーパーと連携し、テスト販売や商品評価の収集分析、県内事業者へのフィードバック等を行い、商品の開発・改良につなげる。
 - ・これまでの成果(課題)
＜H25年度実績＞
 - ・85社参加。テスト販売:52社、145商品、販売金額3,639千円
 - ・エントリー商品関連販売金額 20,749千円(地産外商公社アンケートより。集計基礎は61社)
 - ・見直し(廃止)理由
本事業及び地産外商公社を中心とした外商活動を推進する中で、高知県(地産地消・外商課、県外事務所、地産外商公社)と多くの高質スーパーや卸事業者等との関係が構築されたため、今後は、各機関が実施する外商推進事業の中で、「マーケットイン型商品づくり」が行われるよう取り組んでいく。
- ◆ **輸出加速化事業費補助金 (地産地消・外商課)**
△24,462千円(うち(一)△24,462千円)
 - ・事業概要
 - ・ユズのさらなる販路開拓を推進するため、ベルリンで毎年開催される青果専門見本市に高知県ブースを出展し、ニューヨークでは著名シェフを起用しユズ賞味会を開催
 - ・輸出量の伸びが期待される日本酒を中心に、ロンドンバイヤーを招へいしての商談会を開催
 - ・台湾で商談会を開催し、香港の複数店舗でプロモーション実施
 - ・これまでの成果(課題)
ユズ果汁等 約78t(平成25年)
食品輸出額(全体)2億7,145万円(平成25年)
 - ・見直し(廃止)理由
各地域での取り組み内容を見直すとともに、国庫補助金の活用を見越して、一部の事業を補助金から委託料に見直す

見直し

＜課題解決先進事業等＞

- ◆ **高知家プロモーション推進事業費(地産地消・外商課) 138,479千円 (うち(一)138,479千円)**
 - ・事業概要:高知家の認知度の維持・向上を図るとともに、高知家の家族を介したヒト・モノ・コトの情報発信を行って、具体的な行動を誘発するプロモーションを展開
 - ・解決すべき課題:地産外商、観光、移住の具体的な成果につなげるための高いレベルでのプロモーション活動
 - ・目指す成果:高知家の認知度35%を目指すとともに、県産品の購入意向の向上など各分野の具体的な行動につなげるための業務遂行目標の達成
- ◆ **高知家統一セールスキャンペーン推進事業費(地産地消・外商課) 16,506千円 (うち(一)16,506千円)**
 - ・事業概要:重点プロモーション品目の販売促進等につなげるため、品目担当部局のセールス施策と連携しながら、品目の特徴に説得力を持たすことができる方を生かした情報発信などのプロモーションを展開
 - ・解決すべき課題:各品目のプロモーションとセールス施策を連携させた、より一層の販売促進の実現
 - ・目指す成果:各品目の掲げる目標(販売額等)の達成
- ◆ **高知家アンバサダー養成事業費(地産地消・外商課) 3,450千円 (うち(一)3,450千円)**
 - ・事業概要:本県の食や文化、伝統、歴史について理解を深める「地域学講座」を開催し、好意的かつ継続的に情報発信する高知家アンバサダーを養成し、高知家ブランドの強化を図る
 - ・解決すべき課題:首都圏からの本県の情報発信の強化
 - ・目指す成果:首都圏において本県の食や文化等の魅力を理解し、自ら情報発信ができる人材を確保
- ◆ **地域産品販売促進事業費(地産地消・外商課) 502千円(うち(一)502千円)**
 - ・事業概要:県内事業者が、県内量販店等で県産品の店頭販売を実施し、購入者へのアンケート結果や量販店等からの意見を参考にすることによって県内外の販路開拓・販売拡大につなげる
 - ・解決すべき課題:事業者の外商活動強化の前提となる県内での販路開拓
 - ・目指す成果:県内量販店等での定番化を実現する事業者30社
- ◆ **県産品データベース構築・運営等委託料(地産地消・外商課) 4,980千円(うち(一)4,980千円)**
 - ・事業概要:県産品の詳細情報をWebサイトで公開し、全国のバイヤー等に商品や企業の魅力をアピールするとともに、商品情報を自由に閲覧・検索してもらい、県産品の販路開拓・販売拡大につなげる
 - ・解決すべき課題:県産品情報をバイヤー等に効果的に発信する仕組みが必要
 - ・目指す成果:バイヤー等によるWebサイトの効果的な活用と、それに伴う県産品の販路開拓・販売拡大
- ◆ **食品企業総合支援事業費(地産地消・外商課) 23,941千円(うち(一)23,941千円)**
 - ・事業概要:県内事業者が外商活動に取り組む中で明らかになってきた課題(成長の芽)に対し、専門家の助言を得る機会を作るとともに、関係機関が連携して課題解決の取り組みを総合的に支援
 - ・解決すべき課題:外商活動の実践から見てきた企業の成長につながる課題
 - ・目指す成果:本事業による総合支援により課題解決に取り組む事業者30社
- ◆ **輸出促進企業支援事業委託料(地産地消・外商課) 28,624千円(うち(一)28,624千円)**
 - ・事業概要:以下は **新**
 - ユズや日本酒のさらなる販路開拓を推進する賞味会の開催(ロンドン)、世界的なレストランガイド会社社長の本県招へいによる県産食材PR(オランダ)、ニューヨークでのレストラン向け展示会出展(BtoB)、シアトル日系スーパーでの物産展開催(BtoC)、台湾での食品見本市「Food Taipei」出展、台北「微風広場」でのストアプロモーション
 - ・解決すべき課題:生産規模や市況を見据えたユズ輸出戦略の立案
海外販路開拓に取り組む県内事業者のさらなる掘り起こし
 - ・目指す成果:ユズ(果汁等)輸出量100t(平成27年度)、食品輸出額3億円(平成27年度)

高知家で暮らす。

ALL高知家の取り組みにより 県外からの移住者 年間500組を実現

<見直し(廃止)事業>

- ◆人財誘致促進事業費補助金(移住促進課)
△7,000千円(うち、(一)△3,000千円)
 - ・事業概要:
県の「起業・就業支援研修事業」、又は県と協定を締結した人材ビジネス事業者を通じて、高知県へ転職・出向を希望する者の受入支援
 - ・見直し理由:
国の支援制度拡充に伴う対象メニューの見直し
- ◆移住体験ツアー実施委託料(移住促進課)
△2,867千円(うち、(一)△2,867千円)
 - ・事業概要
高知県内の地域イベント体験や街並み見学、既移住者との交流により、地域の暮らしを知ってもらい、移住・二地域居住につなげる
 - ・見直し理由:
移住体験ツアーのうち、幸せ移住プランコンテストを廃止し、高知家プロモーションと併せた広報を実施
- ◆マッチング事業者モニターツアー実施委託料(移住促進課)
△1,587千円(うち、(一)△1,587千円)
 - ・事業概要:
都市部の人材ビジネス事業者等を対象に、高知の仕事情報に加えて、自然、風土などにも触れ、理解を深めてもらうモニターツアーを実施
 - ・これまでの成果:
11/27~28実施 人材ビジネス事業者等10名参加 県内民間企業3社 農業関係 等訪問
 - ・見直し理由:
今年度実績見合いで計上

見直し

<課題解決先進枠等>

- 拡◆移住促進事業費補助金(移住促進課)
114,000千円(うち、(一)114,000千円)
 - ・事業概要:県内の地域地域で「ひと(移住者)」を受け入れる体制をくまなく整備するとともに、民間の移住支援団体のネットワークの活動を支援することで、官民協働による一層の移住促進を図る。
 - ・解決すべき課題:移住者の受入れ体制、及び民間の移住支援団体の更なる活動の充実
 - ・見込まれる成果:相談者をスムーズに移住・定住に繋げることによる移住者数の目標達成
- 拡◆移住・交流総合案内業務委託料(移住促進課)
59,410千円(うち、(一)59,410千円)
 - ・事業概要:移住・交流コンシェルジュの相談体制や都市部での情報発信の充実、強化を行う
 - ・解決すべき課題:増加する移住相談への対応、担い手や地域で活躍する人財の確保促進
 - ・見込まれる成果:移住者数の目標達成、地域が必要とする担い手や人財の確保
- 新◆広報素材等作成委託料(移住促進課)
3,250千円(うち、(一)3,250千円)
 - ・事業概要:高知家プロモーションとトーン&マナーを合わせた広報ツールや、ターゲットに対応した情報発信ツールを作成し、移住相談に結びつける。
 - ・解決すべき課題:他県との差別化及び移住希望者の多様なニーズに対応するための発信の工夫
 - ・見込まれる成果:ターゲットに応じた情報発信による新規移住相談者数の目標達成