
第4期高知県産業振興計画の産業成長戦略（案）

各産業分野の強化の方向性	1
農業分野	2
林業分野	16
水産業分野	26
商工業分野	34
観光分野	52
連携テーマ	
地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）	59
移住促進による地域と経済の活性化	65
起業や新事業展開の促進	67

各産業分野の強化の方向性

分野	これまでの取り組みと成果	第4期計画の強化の方向性（重点項目）
農業 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 高収量を実現する「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及が進む。また、中山間地域の農業を支える集落営農組織や中山間農業複合経営拠点の整備を推進 ○ 高齢化の進行等により農家戸数や耕地面積が減少する中でも、農業産出額等が大幅に増加 【農業産出額等 H20：1,026億円 ⇒ H27：1,018億円 ⇒ H30：1,177億円】 ⇒ さらなる生産性向上に向けて、「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の開発に着手	施設園芸農業の飛躍的発展と施設園芸関連産業群の創出・集積 <ul style="list-style-type: none"> ・Next次世代型こうち新施設園芸システムの開発と普及 流通・販売の支援強化 <ul style="list-style-type: none"> ・農畜産物のさらなる輸出拡大 多様な担い手の確保・育成 <ul style="list-style-type: none"> ・新規就農者の確保・育成対策の更なる強化 ・労働力の確保の仕組みづくり
林業 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 大型製材工場やCLT用ラミナ工場の整備などにより、森の資源を余すことなく活用する仕組みがさらに充実。TOSAZAIセンターの設立により、県産材の外商体制を大幅に強化するとともに、林業大学の開校により、担い手の育成・確保が進む ○ 長らくの低迷から脱し、原木生産量や木材・木製品製造業出荷額等の増加傾向が続く 【原木生産量 H20：41.8万m³ ⇒ H27：59.2万m³ ⇒ H30：64.6万m³】 ⇒ 全国的な木材需要の拡大に向け、経済同友会等との連携による非住宅建築物における木材利用の取り組みを推進	原木生産のさらなる拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・労働生産性の向上による事業地の拡大、皆伐と再生林の促進、集約化の取り組み強化 木材産業のイノベーション <ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値製品の開発、地産・外商体制の強化 建築士等及び施主に向けた戦略的アプローチ <ul style="list-style-type: none"> ・木造建築に精通した建築士等の育成、施主の木材使用に関する理解の醸成
水産業 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 養殖業や水産加工業が大きく成長。「高知家の魚応援の店」を活用した外商が拡大するとともに、水産物の輸出の本格化に向けた産地加工体制が整う ○ 漁業者の減少や高齢化が進む中でも、漁業生産額を維持。水産物輸出額も大きく増加 【漁業生産額（宝石サンゴ除く） H20：483億円 ⇒ H27：483億円 ⇒ H30：490億円（推計）】 ⇒ 効率的な漁業生産体制への転換に向けて、デジタル技術を活用した「高知マリンイノベーション」の取り組みを開始	効率的な漁業生産体制への転換 <ul style="list-style-type: none"> ・高知マリンイノベーションの推進 （AI等の高度な技術を活用した漁場予測や海況情報の発信、産地市場のIoT化の推進） ・企業誘致の促進や新たな漁法の導入による漁業生産量の増大 外商ビジネスの拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・水産物の輸出拡大（ニーズの高い養殖魚の生産支援、大規模市場での販路開拓・拡大）
商工業 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 事業戦略等の策定・実行支援により、戦略的に事業展開を行う事業者が増加。防災関連産業が大きく成長するとともに、IT・コンテンツ関連産業の集積に向けた新たな取り組みも加速 ○ 産業振興センターを中心とした一貫サポートなどにより、外商や生産拡大に挑戦する事業者が増加し、電子部品の製造が大きく落ち込む中でも製造品出荷額等が着実に増加 【製造品出荷額等 H20：5,870億円 ⇒ H27：5,673億円 ⇒ H29：5,810億円】 ⇒ 課題解決型の産業創出に向け、ニーズ抽出発とシーズ側企業の提案発のプロジェクト創出の仕組みを強化	生産性のさらなる向上 <ul style="list-style-type: none"> ・事業戦略策定企業等への実行支援の強化による高付加価値化・省力化の促進 ・デジタル技術活用による生産性向上の促進 高知版Society5.0の実現に向けた取り組みの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・オープン・イノベーション・プラットフォームを活用したプロジェクトの創出 ・IT・コンテンツ、Society5.0関連産業の集積の加速化 事業承継支援の強化
観光 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「志国高知 幕末維新博」を2年にわたり開催。歴史を中心とした観光基盤が十分に整う ○ H29、30の県外観光客入込数は440万人を突破 【県外観光客入込数 H20：305万人 ⇒ H27：408万人 ⇒ H30：441万人】 ⇒ これまで整備してきた「歴史」「食」の観光基盤に加えて、「自然＆体験キャンペーン」を通じて、「自然・体験型」の観光基盤を整備。外国人宿泊者数の増加に向け対策を強化	「リョーマの休日～自然＆体験キャンペーン～」2ndシーズンの展開 地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・広域を単位とした滞在型観光クラスターづくり インバウンド観光のステージアップ <ul style="list-style-type: none"> ・訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進 ・訪日に関心を持つ外国人向けプロモーションの抜本強化
食品加工 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 食のプラットフォームを起点とした商品づくりが進む。また、地産外商公社のサポートなどにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約額も飛躍的に拡大。食料品製造業出荷額等や食料品の輸出額も大幅に増加 【食料品製造業出荷額等 H20：910億円 ⇒ H27：998億円 ⇒ H29：1,089億円】 【食料品の輸出額 H27：4.4億円 ⇒ H30：14.5億円】 ⇒ 輸出の本格展開に向け、対象国・地域での高知県ネットワークを構築	食品加工の総合支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・食品産業に関わる様々な取り組みを一気通貫で支援する拠点の在り方を検討 食料品輸出のさらなる強化 <ul style="list-style-type: none"> ・輸出向け商品づくりの強化 ・輸出に対応した生産管理の高度化 ・海外支援拠点のさらなる体制強化 ・水産物の輸出拡大（再掲）
起業・新事業展開 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 起業支援プログラム「こうちスタートアップパーク」を開始。起業に向けた機運が着実に高まるとともに、県が関与した起業件数、新商品開発件数は目標を上回る 【起業件数（H28～30累計）：116件 新商品開発件数（H28～30累計）：781件】 ⇒ 都市圏起業家と連携し、成長性の高い事業を生み出すための人材育成プログラムを開始	起業や新事業展開に向けた総合的なサポートの強化 <ul style="list-style-type: none"> ・こうちスタートアップパークの充実・強化（起業ニーズと段階に応じたプログラムに組替） 産業振興を担う人材の育成 <ul style="list-style-type: none"> ・土佐まるとビジネスアカデミーの充実・強化（新たなビジネスにつながる学びの提供等）
移住促進 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 移住促進・人材確保センターを設立し、オール高知体制による取り組みを推進。移住者は大幅に増加。目標とする年間移住者1,000組を達成する見込み 【移住者数 H27：518組864人 ⇒ H30：934組1,325人】 ⇒ 移住促進・人材確保センターと地域の支援機関との連携による人材ニーズの掘り起こしの強化	交流人口・関係人口の創出・拡大、都市部の人材との接点の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・高知家プロモーションと連携したアプローチの強化 ・ポータルサイト機能の強化 マッチングの強化、受入体制・受入環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・移住促進・人材確保センターの体制の充実（相談者の支援、フォローアップの強化） ・市町村や民間団体と連携した仕事の掘り起こしや住宅確保策の強化

農業分野の施策の展開 ~地域で暮らし稼げる農業~

分野を代表する目標

農業産出額等 (飼料用米交付金含む)

現状 (H30) : 1,177億円 ⇒ 4年後 (R5) : 1,221億円 ⇒ 10年後 (R11) : 1,285億円

農業生産量

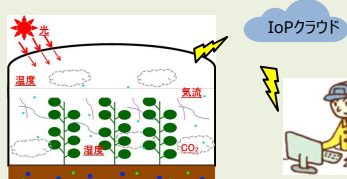
野菜 (主要11品目)	現状 (H30)	12.6万 t	⇒	4年後 (R5)	13.6万 t	⇒	10年後 (R11)	15.0万 t
果樹 (主要2品目)	現状 (H30)	2.38万 t	⇒	4年後 (R5)	2.45万 t	⇒	10年後 (R11)	2.60万 t
花き (主要3品目)	現状 (H30)	2,019万本	⇒	4年後 (R5)	2,020万本	⇒	10年後 (R11)	2,077万本
畜産 (土佐あかうし飼育頭数)	現状 (H30)	2,399頭	⇒	4年後 (R5)	3,725頭	⇒	10年後 (R11)	4,039頭

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

次世代型こうち新施設園芸システムやNext次世代型こうち新施設園芸システムの普及等により、生産力の向上と高付加価値化を図り、産地を強化する。

(1) Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

- Next次世代型こうち新施設園芸システムの開発と普及
- 次世代型施設園芸の普及推進
- 環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発
- 学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
- 地元と協働した企業の農業参入の推進



(2) 環境保全型農業の推進

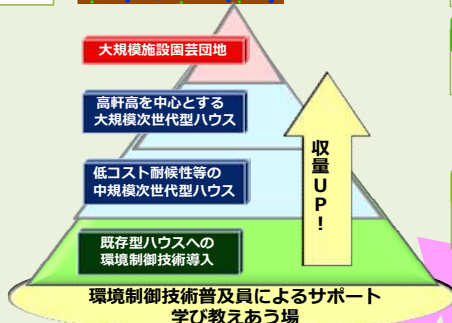
- IPM技術の普及拡大
- GAPの推進
- 有機農業の推進

(3) 園芸品目別総合支援

- 園芸品目別総合戦略支援
- 特産果樹生産振興 (ユズ、文旦)
- 花き生産振興 (ユリ、トルコギキョウ、グロリオサ)

(4) 水田農業の振興

- 酒米の生産振興
- 水田の有効活用に向けた有望品目への転換



(5) 畜産の振興

- 新 土佐あかうしのブランド化の推進
- 拡 肉用牛と養豚の生産基盤強化と生産性向上
- 土佐ジロー、土佐はちきん地鶏の生産、加工・販売体制の強化
- 食肉センターの整備
- 次世代こうち新畜産システムの確立と普及

(6) 6次産業化の推進

- 新規事業者の掘り起こしと売れる商品づくり

(4) スマート農業の普及推進

- 拡 スマート農業の実証と実装支援

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

中山間地域の農業を支える集落営農組織等の県内への拡大や組織間連携による中山間地域の農業を面的に支える仕組みの構築に加え、スマート農業の普及による労働生産性の向上等により、中山間地域の農業の維持・発展を図る。

(1) 集落営農組織等の整備推進

- 集落営農組織と中山間農業複合経営拠点の県内への拡大

(2) 集落営農組織等の法人化の推進と経営発展への支援

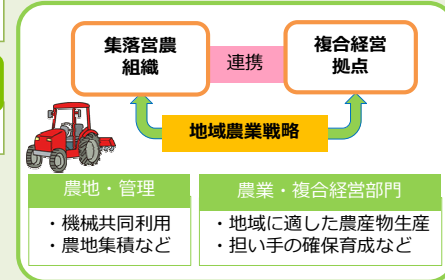
- 集落営農組織等の事業戦略の策定・実行支援

(3) 組織間連携の推進と地域の中核組織の育成

- 地域農業戦略の策定・実行支援

(5) 中山間に適した農産物等の生産

- 土佐茶の生産振興
- 園芸品目別総合戦略支援 (再掲)



柱4 多様な担い手の確保・育成

産地提案型担い手確保対策の推進や研修体制の強化等により、多様な担い手の確保・育成を図るとともに、広域での労働力循環の仕組みの構築や外国人材の活用等により、労働力を確保する。

(1) 新規就農者の確保・育成

- 産地での担い手確保に向けた取り組みの強化
- 畜産の担い手確保に向けた体制の強化
- 雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化
- 農業の担い手確保に向けた研修体制の強化

(2) 労働力の確保

- JA無料職業紹介所と連携した労働力の確保
- 農福連携の推進
- 外国人材の受け入れ支援

(3) 家族経営体の強化及び法人経営体の育成

- 家族経営体の経営発展に向けた支援
- 法人経営体への誘導と経営発展への支援

生産増⇒所得向上⇒担い手増の好循環を創出!

柱3 流通・販売の支援強化

市場や大型直販所とさのさとを活用した多様な流通の強化を図るとともに、戦略に基づく海外取引の拡大や輸出に取り組む産地の強化等により、さらなる外商の拡大を目指す。

(1) 「園芸王国高知」を支える市場流通のさらなる発展

- 地域別戦略による卸売市場と連携した販売拡大
- 産地を支える集出荷システム構築への支援

(2) 直接取引等多様な流通の強化

- 「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化
- 園芸品・米・茶・畜産物のブランド力の強化と総合的な販売PR

(3) 農畜産物のさらなる輸出拡大

- 県産農畜産物の海外需要拡大
- 輸出に取り組む産地の強化



柱5 農業全体を下支えする基盤整備の推進と農地の確保

地形条件や地域ニーズに応じたほ場整備を推進し、優良農地や新規就農者の農地の確保等を進めることにより、生産から担い手の確保までの好循環を支えるとともに、日本型直接支払制度の推進により、農業・農村が有する多面的機能の維持を図る。

(1) 基盤整備の推進

- 地域ニーズの把握とほ場整備の実施に向けた地域の合意形成の支援
- 地形条件や地域ニーズに応じたほ場整備の実施 (国庫補助事業等の活用)

(2) 農地の確保

- 担い手への農地集積の加速化
- 園芸団地の整備促進

(3) 日本型直接支払制度の推進

- 中山間地域等直接支払制度の推進
- 多面的機能支払制度の推進



農業分野の体系図

分野の目指す姿	地域で暮らし稼げる農業		
分野を代表する目標	農業産出額等（飼料用米交付金含む）	現状（H30）：1,177億円 ⇒ 4年後（R5）：1,221億円 ⇒ 10年後（R11）：1,285億円	
	農業生産量 野菜（主要11品目）	現状（H30） 12.6万t ⇒ 4年後（R5） 13.6万t ⇒ 10年後（R11） 15.0万t	
	果樹（主要2品目）	現状（H30） 2.38万t ⇒ 4年後（R5） 2.45万t ⇒ 10年後（R11） 2.60万t	
	花き（主要3品目）	現状（H30） 2,019万本 ⇒ 4年後（R5） 2,020万本 ⇒ 10年後（R11） 2,077万本	
	畜産（土佐あかうし飼養頭数）	現状（H30） 2,399頭 ⇒ 4年後（R5） 3,725頭 ⇒ 10年後（R11） 4,039頭	

戦略の柱	1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化	2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築	3 流通・販売の支援強化	4 多様な担い手の確保・育成	5 農業全体を下支えする基盤整備の推進と農地の確保
戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 環境制御等に最先端のデジタル技術を融合させた新たな技術の積極的な展開、生産性の高い施設の整備や更新により、生産力を高める 安全・安心して高品質な生産につながるIPM技術等の更なる普及により、消費地に選ばれる産地を形成する 地域の特性を活かした高品質な米や畜産などの生産を強化することで、農産物の付加価値を高める 	<ul style="list-style-type: none"> 集落営農組織等の具内への拡大や経営の安定を図るとともに、組織間の連携や地域の中核組織の育成により、地域の農業を面的に支える仕組みづくりを推進する 中山間地域の産地の維持・拡大に向けて、スマート農業の導入を推進する 	<ul style="list-style-type: none"> 市場流通と直接取引等多様な流通の販売拡大に取り組むとともに、県産農畜産物の総合的なPRの展開により外商を拡大する 輸出の拡大に向けて、ユズに次ぐ有望品目の海外需要の拡大を図るとともに、新たなマーケットの開拓と輸出に取り組む産地の強化を推進する 	<ul style="list-style-type: none"> 生産を強化し、拡大再生産を実現するために必要な、産地が求める担い手の確保・育成と労働力の確保を図る 家族経営体の持続的発展や法人化の推進などにより、強い経営体を育成する 	<ul style="list-style-type: none"> 地形条件や地域ニーズに応じたほ場整備を推進し、優良農地の確保を図る 農業経営の効率化や規模拡大を図る担い手や新規就農者などへ、農地中間管理機構などを通じて農地の集積・集約を図る
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ○Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 <ul style="list-style-type: none"> ・野菜主要7品目の出荷量（年間） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：10.0万t ⇒ ⑤：11.0万t ⇒ ①：12.4万t ・次世代型ハウスの整備面積（H27以降累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：46ha ⇒ ⑤：120ha ⇒ ①：210ha ・施設園芸関係機器・システムの販売額（H30以降累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：2.6億円 ⇒ ⑤：33.2億円 ⇒ ①：133.4億円 ○IPM技術（病害版）の普及拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・野菜主要6品目の防除面積率（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：31% ⇒ ⑤：47% ⇒ ①：77% 	<ul style="list-style-type: none"> ○集落営農組織等の新規設立数（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：— ⇒ ⑤：40組織 ⇒ ①：100組織 【参考】集落営農組織等の数（H30）：241 ○集落営農組織等の法人数（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：45 ⇒ ⑤：69 ⇒ ①：93 ○地域農業戦略の策定数（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：— ⇒ ⑤：17 ⇒ ①：35 ○スマート農業の実装面積 <ul style="list-style-type: none"> ・ドローン防除（ha/品目数）（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：66/1 ⇒ ⑤：915/7 ⇒ ①：2,010/10 	<ul style="list-style-type: none"> ○市場流通で開拓した取引先との販売額（年間） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：7.5億円 ⇒ ⑤：15億円 ⇒ ①：30億円 ○直接取引等多様な流通による外商額（年間） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：—億円 ⇒ ⑤：8億円 ⇒ ①：15億円 ○農畜産物の輸出額（年間） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：4.0億円 ⇒ ⑤：8.6億円 ⇒ ①：12.6億円 	<ul style="list-style-type: none"> ○新規就農者数（年間） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：271人 ⇒ ⑤：320人 ⇒ ①：320人 ○農業法人数（累計） （農地の権利を取得し農業経営を行う法人） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：206 ⇒ ⑤：445 ⇒ ①：649 	<ul style="list-style-type: none"> ○ほ場整備率（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：48.7% ⇒ ⑤：50.0% ⇒ ①：52.6% ※ほ場整備の実施面積（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：— ⇒ ⑤：239ha ⇒ ①：761ha ○新規ほ場整備農地の担い手への集積率（累計） <ul style="list-style-type: none"> ⑩：— ⇒ ⑤：35% ⇒ ①：75%
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>（1）Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】Next次世代型こうち新施設園芸システムの開発と普及 ◆次世代型施設園芸の普及推進 ◆環境制御技術のレベルアップと省力化技術の開発 ◆学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及 ◆地元と協働した企業の農業参入の推進 <p>（2）環境保全型農業の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆IPM技術の普及拡大 ◆GAPの推進 ◆有機農業の推進 <p>（3）園芸品目別総合支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆園芸品目別総合支援 ◆特産果樹生産振興（ユズ、文旦） ◆花き生産振興（1リ、トクギキョウ、ゲリサ） <p>（4）水田農業の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆酒米の生産振興 ◆水田の有効活用に向けた有望品目への転換 <p>（5）畜産の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】土佐あかうしのブランド化の推進 ◆【拡充】肉用牛、養豚の生産基盤強化と生産性向上 ◆土佐ジロー、土佐はちきん地鶏の生産と加工販売体制の強化 ◆食肉センターの整備 ◆次世代こうち新畜産システムの確立と普及 	<p>（1）集落営農組織等の整備推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆集落営農組織と中山間農業複合経営拠点の具内への拡大 <p>（2）集落営農組織等の法人化の推進と経営発展への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆集落営農組織等の事業戦略の策定・実行支援 <p>（3）組織間連携の推進と地域の中核組織の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】地域農業戦略の策定・実行支援 <p>（4）スマート農業の普及推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】スマート農業の実証と実装支援 <p>（5）中山間に適した農産物等の生産</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆土佐茶の生産振興 ◆園芸品目別総合支援（再掲） <p>（6）6次産業化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆新規事業者の掘り起こしと売れる商品づくり 	<p>（1）「園芸王国高知」を支える市場流通のさらなる発展</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】地域別戦略による卸売市場と連携した販売拡大 ◆産地を支える集出荷システム構築への支援 <p>（2）直接取引等多様な流通の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化 ◆【新規】園芸品・米・茶・畜産物のブランド力の強化と総合的な販売PR <p>（3）農畜産物のさらなる輸出拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】県産農畜産物の海外需要拡大 ◆【新規】輸出に取り組む産地の強化 	<p>（1）新規就農者の確保・育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】産地での担い手確保に向けた取り組みの強化 ◆畜産の担い手確保に向けた体制の強化 ◆雇用就農者の確保に向けた取り組みの強化 ◆【拡充】農業の担い手確保に向けた研修体制の強化 <p>（2）労働力の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】JA無料職業紹介所と連携した労働力の確保 ◆【拡充】農福連携の推進 ◆外国人材の受け入れ支援 <p>（3）家族経営体の強化及び法人経営体の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆家族経営体の経営発展に向けた支援 ◆法人経営体への誘導と経営発展への支援 	<p>（1）基盤整備の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】地域ニーズの把握とほ場整備の実施に向けた地域の合意形成の支援 ◆【新規】地形条件や地域ニーズに応じたほ場整備の実施（国庫補助事業等の活用） <p>（2）農地の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】担い手への農地集積の加速化 ◆園芸団地の整備促進 <p>（3）日本型直接支払制度の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆中山間地域等直接支払制度の推進 ◆多面的機能支払制度の推進

これまでの取り組みとその成果

高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及を推進。担い手の減少が進む中でも、農業産出額が増加傾向に転じる。

▽ 農業産出額等の推移（単位：億円） **H20→H30 +14.7%**

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R5目標
1,026	963	930	962	973	940	965	1,018	1,152	1,201	1,177	1,221

① 「地産」の強化

■ Next次世代型こうち新施設園芸システムの開発

- 環境制御技術に最先端のデジタル技術を融合させたNext次世代型の開発プロジェクトを開始（H30～）
 - ⇒ 研究：61の研究テーマに100名超の研究者が参画
 - 開発：研究成果の産業化に向けて45社が参画

■ 次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

- 園芸農業先進国であるオランダから学んだ環境制御等の先進技術を本県の気候・風土に合わせて改良・確立（H26～）
- 学び教えあう場の活用による環境制御技術等の普及
 - ⇒ 野菜主要7品目での導入面積率 H27:11%→H30:50%
- 地元との協働による企業の農業参入の促進
 - ⇒ 新たに農業参入した企業 H27:1社→R元:9社(見込み)

■ 畜産の振興

- 土佐あかうしの増頭対策の強化
 - ⇒ 飼養頭数 H24:1,720頭→H30:2,399頭
- 次世代こうち新畜産システム（IoTを活用した家畜管理、環境対応型施設の導入）の実証開始（H30～）

■ 集落営農の推進、中山間農業複合経営拠点の整備推進

- 中山間地域の農業を支える組織づくりを県内全域で展開
 - ⇒ 集落営農法人数 H20:0組織→R元10月:29組織
 - ⇒ 中山間農業複合経営拠点数 H27:4拠点→R元年10月:21拠点
 - ⇒ 事業戦略策定数 集落営農法人21、複合経営拠点16（H29～R元10月累計）

■ 規模に応じた販路開拓、販売体制の強化

- <軽幹流通>
 - パートナー量販店（関東・関西8社）との連携による販促
 - ⇒ 高知青果フェア開催 H23:53回→H30:86回
 - <中規模流通>
 - 卸売会社と連携した業務需要の拡大
 - ⇒ 売上額 H28:2.2億円→H30:7.6億円
 - <小規模流通>
 - 商談会等による生産者と飲食店の実需者とのごたわりをマッチング
 - ⇒ 成約件数 H28:25件→H30:28件
 - <中規模・小規模流通>
 - 「(株)とさのさと」を活用した地産外販の強化（R元～）
 - 農産物の輸出の促進
 - 生産から販売までの関係者が一体となった輸出の促進
 - ⇒ 卸売会社への業務委託により輸出に取り組む品目数 H29:14品目→H30:30品目



パートナー量販店でのフェア

② 「外販」の強化

■ 新規就農者の確保・育成

- 産地提案型担い手確保対策の強化
 - ⇒ 産地提案書の作成数：32市町村79提案書（H30）
- PRから相談、技術習得など段階に応じた支援による新規就農者の確保
 - ⇒ 新規就農者数 H20:114人→H30:271人
- 法人経営体の育成
 - ⇒ 農業法人数 H27:155法人→H30:206法人

■ 労働力確保対策の取り組み

- 広域での農業労働力の確保・循環に向けた取り組みの展開（H30～）
 - ⇒ JA無料職業紹介所数 H29:9箇所→R元:12箇所

■ 農地の確保

- 農地中間管理機構を活用した担い手への農地集積の加速化(H26～)
 - ⇒ 担い手への貸付：742件 535ha(H26～30の累計)
 - ⇒ 担い手への農地集積率 H20:22.9%→H30:32.4%

①・②を支える取り組み

第4期計画の主な取り組み

本県農産物が競合産地に打ち勝ち、輸出も拡大できるよう、Next次世代型の取り組みをはじめ、生産から流通・販売に至る一連の取り組みを強化します。併せて、それらの取り組みを支える担い手の育成・確保や基盤整備、農地の確保に取り組みます。

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

- 環境制御等に最先端のデジタル技術を融合させた新たな技術の積極的な展開や生産性の高い施設の整備等により、生産力を高める
- 地域の特性を活かした高品質な米や畜産などの生産の強化により、農産物の付加価値を高める
 - ▽ 野菜主要7品目の出荷量 ㊦：10.0t → ㊧：11.0t（目標）
 - ▽ 次世代型ハウスの整備面積 ㊦：46ha → ㊧：120ha（目標）

主な強化策

- Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
 - ・Next次世代型こうち新施設園芸システム（IoTクラウド等）の開発と普及
- 畜産の振興
 - ・土佐あかうしの特徴を評価する独自の格付制度創設によるブランド化の推進
 - ・基盤整備を伴った大規模畜産施設整備を手厚く支援

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

- 集落営農組織等の拡大や経営の安定を図るとともに、組織間の連携や地域の中核組織の育成により、地域の農業を面的に支える仕組みづくりを推進する
- 中山間地域の産地の維持・拡大に向けて、スマート農業の導入を推進する
 - ▽ 集落営農組織等の法人数 ㊦：45法人 → ㊧：69法人（目標）
 - ▽ スマート農業の実装面積（ドローン防除 ha/品目） ㊦：66/1 → ㊧：915/7（目標）

柱3 流通・販売の支援強化

- 市場流通と直接取引等多様な流通の販売拡大に取り組むとともに、県産農畜産物の総合的なPRの展開により外販を拡大する
- 輸出の拡大に向けて、ユズに次ぐ有望品目の海外需要の拡大を図るとともに、新たなマーケットの開拓と輸出に取り組む産地の強化を推進する
 - ▽ 市場流通で開拓した取引先との販売額 ㊦：7.5億円 → ㊧：15億円（目標）
 - ▽ 農畜産物の輸出額 ㊦：4.0億円 → ㊧：8.6億円（目標）

柱4 多様な担い手の確保・育成

- 産地が求める担い手の確保・育成と労働力の確保を図る
 - 家族経営体の持続的発展や法人化の推進などにより、強い経営体を育成する
 - ▽ 新規就農者数（年間） ㊦：271人 → ㊧：320人（目標）
 - ▽ 農業法人数 ㊦：206法人 → ㊧：445法人（目標）
- （参考）農業就業人口 H17:40,134人→H27:27,161人

柱5 農業全体を下支える基盤整備の推進と農地の確保

- 地形条件や地域ニーズに応じたほ場整備を推進し、優良農地の確保を図る
- 農業経営の効率化や規模拡大を図る担い手や新規就農者などへ、農地中間管理機構などを通じて農地の集積・集約を図る
 - ▽ ほ場整備率 ㊦：48.7% → ㊧：50.0%（目標）
 - ※ほ場整備の実施面積（累計） ㊦：— → ㊧：239ha（目標）
 - ▽ 新規ほ場整備農地の担い手への集積率 ㊦：— → ㊧：35%（目標）

主な強化策

- 基盤整備の推進
 - ・地域ニーズの把握とほ場整備の実施に向けた地域の合意形成の支援
 - ・地形条件や地域ニーズに応じたほ場整備の実施（国庫補助事業等の活用）
- 農地の確保
 - ・農地中間管理機構による新規就農者用農地の先行借り受けを支援

ポイント

担い手が減少する中、本県農業のさらなる振興には、農畜産物の高付加価値化と生産性向上の取り組みが重要です。そのため、環境制御技術等の普及に加えて、これまでの技術に最先端のデジタル技術を融合させ、さらなる高収量・高品質を目指す「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の技術開発と普及を進めます。さらに、Next次世代型の取り組みを通じて創出される全国初の技術を多様なシステムや製品の開発につなげ、施設園芸関連産業群の創出につなげていきます。



主な強化策

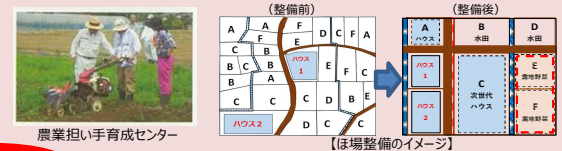
- 組織間連携の推進と地域の中核組織の育成
 - ・地域農業戦略の策定・実行支援
- スマート農業の普及推進
 - ・スマート農業の実証と実装支援

主な強化策

- 「園芸王国高知」を支える市場流通のさらなる発展
 - ・地域別戦略による卸売市場と連携した販売拡大
- 直接取引等多様な流通の強化
 - ・「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外販の強化
 - ・園芸品・米・茶・畜産物のブランド力の強化と総合的な販売PR
- 農畜産物のさらなる輸出拡大
 - ・新たなマーケットの開拓による県産農畜産物の海外需要の拡大
 - ・輸出拡大プロジェクトチームによる輸出に取り組む産地への支援の強化

主な強化策

- 新規就農者の確保・育成
 - ・産地提案書の充実等による担い手確保に向けた取り組みの強化
 - ・リカレント講座の開設等担い手確保に向けた研修体制の強化
- 労働力の確保
 - ・JA無料職業紹介所と連携した労働力の確保
 - ・専門知識を有する人材の確保・育成等による農福連携の推進



ポイント

本県農業のさらなる振興には、生産力の強化に加えて、農業全体を支える担い手や農地などの人的・基礎的資源の確保に向けた取り組みが必要です。そのため、リカレント講座の開設をはじめとした農業担い手育成センター等の研修・教育内容の充実・強化や、これまでの産地提案型担い手確保対策に加え、企業版産地提案書による企業の農業参入や農業経営の法人化の促進により、新規就農者の確保・育成を進めます。また、地域ニーズ等に応じたほ場整備の推進や就農可能な農地を一時保有する仕組みの構築などにより、優良農地の確保や担い手への農地集積に取り組んでいきます。

Next次世代型こうち新施設園芸システムの開発と普及

- ◆園芸農業生産性日本一を誇る高知県の施設園芸農業の地位を確固たるものとするため、**施設園芸農業の飛躍的発展**に取り組む。
⇒多様な園芸作物の生理・生育情報のAIによる可視化と利活用を実現する**IoP (Internet of Plants) 等の最先端の研究**
⇒オランダの最先端技術を取り入れ、全国に先駆けて普及推進した「次世代型施設園芸システム」を「Next次世代型」として飛躍的に進化
- ◆併せて、**施設園芸関連産業群の創出・集積**を推進する。

《現在の取組（次世代型）》

高収量・高品質化

- ✓ 温度、湿度、炭酸ガス濃度など
- ハウス内環境を見える化**（ほぼ手動で制御）

「次世代型こうち新施設園芸システム」の普及（H26～）
 > 次世代型ハウスの普及 46ha（H27～H30）
 > 環境制御技術が50%の農家に普及（主要7品目、H30末）

進化

《取組のさらなる進化（Next次世代型）》

超高収量・高品質化 超省力化・省エネルギー化 高付加価値化

- ✓ 「ハウス内環境」+「生育」の可視化
⇒ レベルに応じた営農指導 ⇒ **統合制御(自動化)**
- ✓ **農家間の情報の一元化**
⇒ **Super四定へ（定時、定量、定品質、定価格）**
- ✓ **収穫量・時期の予測**
- ✓ **作業の効率化**

推進体制

高知県Next次世代型施設園芸農業に関する産学官連携協議会



R元年度の成果

各分野のトップレベル人材の確保による産学官連携の推進体制の強化と事業の加速化。IoP推進機構の設立。研究開発の本格化（特許出願2件、商品化1件）。

R2年度の取組

IoPクラウドプロトタイプ構築と検証（各種データの収集・分析・見える化、研究成果との連携）

《IoP研究開発・IoP研究基盤整備》

生産システム・省力化の研究開発

- AI等を活用した植物生理・作物生育に関する光合成モデルの試作版の開発と検証
- 「労働（時間と技）の見える化」、「匠の技の継承」、「生産や収穫作業の省力化」の開発
- Next版のIPM技術、SDGs技術の開発
- IoP研究ハウスの整備（農技セ）

高付加価値化の研究開発

- 栄養・機能性成分の簡易測定法の確立と機能性を高める栽培方法の開発

流通システム・統合管理の研究開発

- 新** ネットワーク網とIoPクラウドプロトタイプ構築及びデータ研究
- 出荷予測システムの開発（主要6品目への展開）
- 生産履歴管理システムの開発（GAP対応）

《人材育成》

トップレベル人材による教育や人材育成の実施

- 世界トップレベル人材による教育
- 研究科改組の実施
- IoP塾（東部、西部地区）と土佐FBCの開講
- IoP連携プログラム（大学院課程）とIoP教育プログラム（学士課程）の開設

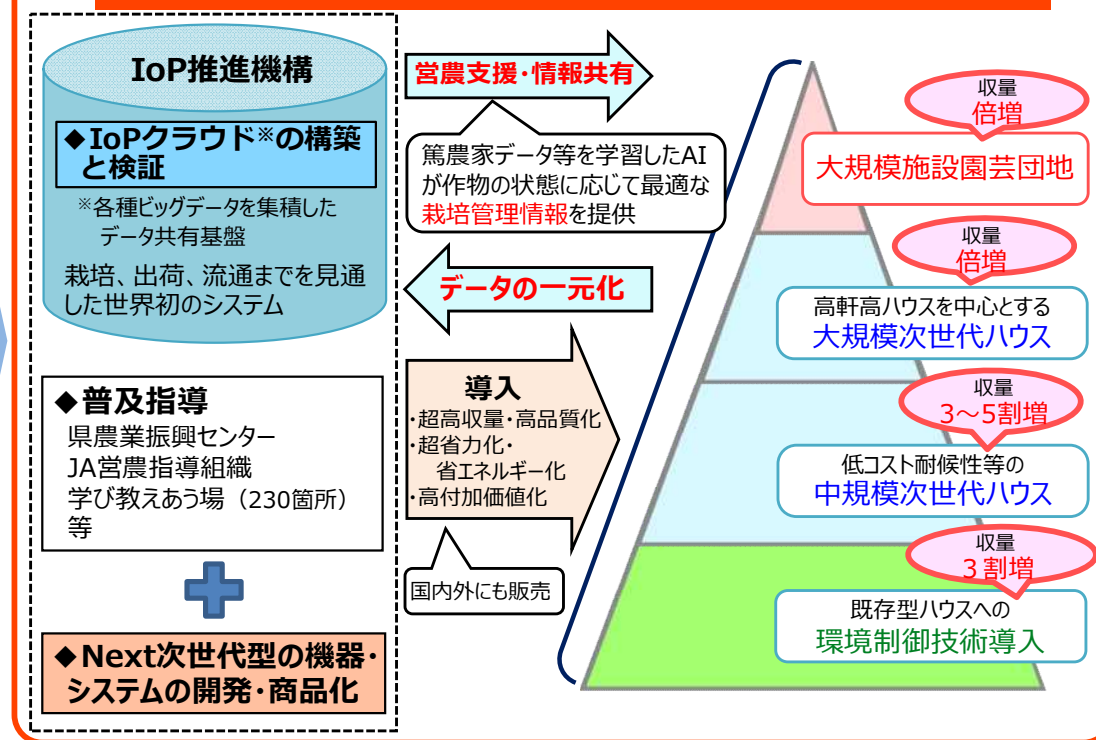
《マネージメント・IoP推進機構関連》

実施計画見直し、運営・進捗管理

- 連携協議会（年2回）・各専門部会の運営
- IoP推進機構の運営開始
- Next次世代施設園芸技術フェア開催（7月）
- 企業とのマッチング会の開催（4回/年）
- 新** 各種デバイス、アプリ等の委託開発

《目指す姿》

施設園芸農業の飛躍的発展と施設園芸関連産業群の創出・集積



土佐あかうしのブランド化の推進

-土佐あかうしらしい新たな格付制度の創設による肉用牛経営安定-

現状

- ☆外商を中心とした取組により需要が高まり供給が不足
- ☆増頭対策として畜舎整備や子牛の導入、資金供給、生産性向上等に対して支援
- ☆土佐和牛頭数は25年度以降増加
25年度3,787頭→30年度5,027頭
(5年間で1,240頭増)

流通支援

首都圏シェフを中心に需要増



出荷が増えるぞ！

牛を増やすぞ！

ハード支援

畜舎整備支援
導入・保留支援

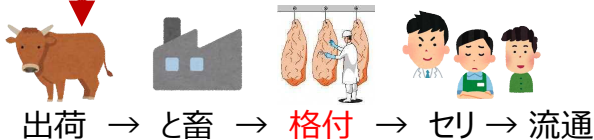


もっと増やすぞ！

ソフト支援

資金の確保（基金造成）
担い手の育成、生産性向上（IoTの活用）

牛枝肉格付制度とは



(公社) 日本食肉格付協会が行う食肉格付「A5」～「C1」の15段階で判定
あかうしでも黒牛でも、他の牛でも同じ物差し

等級表示 歩留等級：A（良い）～C（劣る）
どれだけ肉が取れるか判定



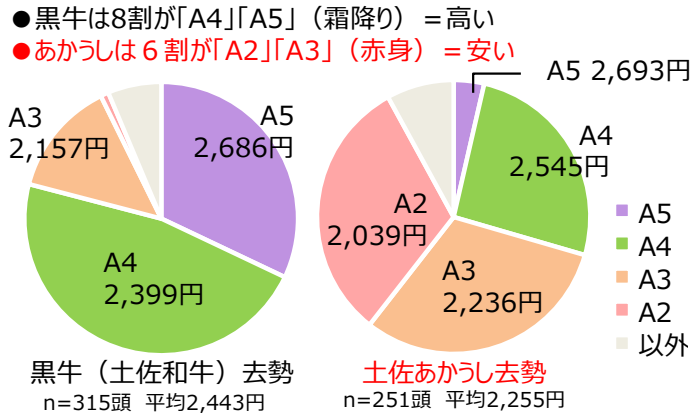
肉質等級：5（かなり良い）～1（劣る）
脂肪交雑（サシ）が中心。その他、肉の色沢・締まりきめ・脂肪の色沢と質で判定

霜降りにはA5A4、赤身はA2からA3
和牛は歩留まりが良いので主にA等級が多い

課題

☆需要増で単価は上昇したが、特にシェフ需要の高い赤身「A2」「A3」の価格と品質が一定しない。

枝肉格付の割合と格付別キロ単価（H30年度）



【考えられる原因】

・単価の高いA5を目指した嗜好性の良い濃厚飼料の多給
→脂肪が筋肉（サシ）に入らないかわりに、皮下に蓄積

土佐あかうしは赤身が美味しいから「A2」を指定するけど、最近「良くないA2」が混じる。



ローズが小さい、形が悪い。
脂肪が厚く、歩留まり悪い。

土佐あかうし「らしい」肉の基準って無いの？
シェフは良い赤身は高く買ってでも欲しいし、
生産者の目標にもなるんじゃない？

次期産振の取り組み

☆土佐あかうしの特徴を評価する独自の格付制度の創設で価格と品質の「高位安定」を目指す。

- ・日本で初となる「赤身肉格付」導入について、土佐和牛ブランド推進協議会※で決定（R元.9.17）
 - ・生産や流通も納得する格付評価方法を創設（R2） ※：県、JA高知県、食肉事業協同組合連合会、生産者等で構成
- （枝肉格付「A2」「A3」のうち、土佐あかうしの特徴であるローズの大きさ、皮下脂肪の薄さを測定値等で再評価）
土佐あかうし赤身肉として標準以上の枝肉を高値でセリ販売

枝肉格付は「A2」ですが、ローズの面積は平均以上。
皮下脂肪厚も薄いので、「かなり良いもの」です！
格付員（日本枝肉格付協会）

では、この枝肉は高値でセリ開始します！
セリ元（JA高知県）

皮下脂肪うすい！
ローズも大きい！
これは良い「A2」。
精肉卸



「A2」でも「良い赤身」なら最初から高い！これなら経営安定にプラスやね。
生産者

これぞ土佐あかうし！
「A5」以上の価値だよ。
こんな肉を次も頼むよ！
シェフ

生産「基盤整備」+ 流通「高値安定化」で「更なる増頭」

増頭意欲↑を
施策で支援



出荷頭数増

高く売れるから
もっと牛を増やすぞ！

土佐あかうし「らしい」格付制度
→価格底上げによる経営安定
→赤身生産目標での肉質安定

経営安定

赤身ニーズ先に「良い赤身」を供給
更なる需要喚起で流通を支援



高く売れるから
もっと牛を育てて！

流通支援

畜産の情勢

- H30.12 TPP11の発効
- H31.2 日欧EPAの発効
- R2.1 日米貿易協定の発効



TPP等に打ち勝つ「攻め」の展開

畜産クラスター事業の活用

- ①施設整備・機械導入など
- ②収益性向上に向けた新たな取り組みを実証

畜産クラスターの形成により、畜産農家が地域の関係者と連携して、収益性の向上を図り、安定的・持続的な経営を行うことで競争力を強化

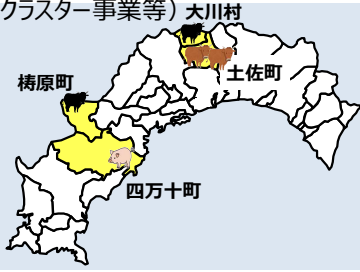
県内の情勢

小規模産地ながらも意欲ある生産者の規模拡大を推進

● 畜舎の整備（畜産クラスター事業等）大川村

強い農業づくり交付金＋
畜産クラスター事業で
規模拡大の見込み

- 県内肉用牛飼育頭数
約2割増！
- 県内肉豚出荷頭数
約1割増！
(H24と比較したR元の頭数)

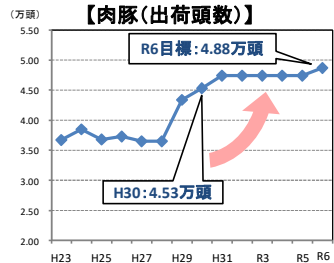
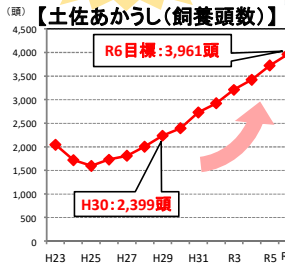


- 繁殖雌牛の増頭
- 子牛の増頭
- 担い手の確保
- 流通体制の強化

【第3期高知県産業振興計画による取組】

順調に増加

クラスター事業のお陰ですね！



さらに「後押し」で中山間地の規模拡大を推進する対策が必要！

畜産クラスター事業を活用した大規模な畜産施設整備を「手厚く」支援

地域で 増やすぞ！



畜産クラスター事業：畜産クラスター協議会（生産者、市町村、JA、畜産関連団体、業者等で構成）が地域の収益性向上の計画を策定し、国が取組を支援

地域の取組

さらなる規模拡大による収益性向上

県内各地域で新たな増頭計画が具体化

- R元～・四万十市（1戸）
- ・四万十町（2戸）

大規模な畜産施設の整備は、環境問題への配慮などから、中山間地で行わざるを得ない。



平野部では畜舎整備に高いハードル



中山間地では土地造成等、畜舎整備以外にも多額の経費がかかる！



持続的な畜産経営の実現へ！

New!

大規模畜産施設 整備事業費補助金

基盤整備を伴う施設整備に対し、手厚い支援を行うことにより、産地の競争力と県内の畜産生産基盤の強化を図る。

- ・補助先：市町村
- ・実施主体：地域協議会
- ・取組主体：生産者
- ・補助率：施設整備に要する経費の1/6以内

【事業の要件】

- ・国の畜産クラスター事業の活用
- ・中山間地での大規模畜産施設整備
- ・整備後の飼育頭数
 - ：豚3,000頭、牛450頭以上
- ※既存農家が整備の場合
 - ：現在の飼育規模の1.5倍かつ
 - 上記の飼育頭数要件を超えること
- ・市町村の支援（県と同等額以上）

支援イメージ



畜産クラスター事業を補助する事業！
お陰で中山間地でも安心して経営できるね！



産地の競争力強化を実現！

中山間地域の農業を支える仕組みの構築について

現状

- ◆ 中山間地域の農業については、「日本型直接支払制度」の活用により農地の維持管理等を支援することで生産基盤を下支え。
 - ◆ その上で、地域の核となる集落営農組織と中山間農業複合経営拠点が両輪となり、営農活動を行う取り組みを推進。
 - ◆ また、令和元年度からは、「地域農業戦略」の策定を検討し、機械の共同利用など組織間連携によりカバーする仕組みづくりを推進。
- | | |
|----------------|---------------------------|
| ○ 集落営農組織数 | H27 : 204 → R元.10.末 : 225 |
| ○ 集落営農法人数 | H27 : 16 → R元.10.末 : 29 |
| ○ 中山間農業複合経営拠点数 | H27 : 4 → R元.10.末 : 21 |
| ○ 地域農業戦略の検討数 | R元.10.末 : 5 地区で検討 |

課題

課題1 集落営農組織等の県内への更なる拡大

集落営農組織等の整備は、これまで土地利用型農業を中心とした地域で進んできたが、農業者の減少・高齢化が進む中、今後は取り組みが遅れていた施設園芸地帯などでの整備が必要。

課題2 集落営農組織等の経営力の強化

集落営農組織等が持続可能な営農活動を行っていくためには、経営力の強化などにより、新たな担い手の確保を図ることなどが必要。

課題3 組織間連携の取り組みの県内への拡大

地域農業を支える活動を継続していくためには、組織間連携の推進により、省力化・効率化につながる機械の導入や労働力の確保等を図るとともに、広域で活動できる地域の中核を担う組織の育成が必要。

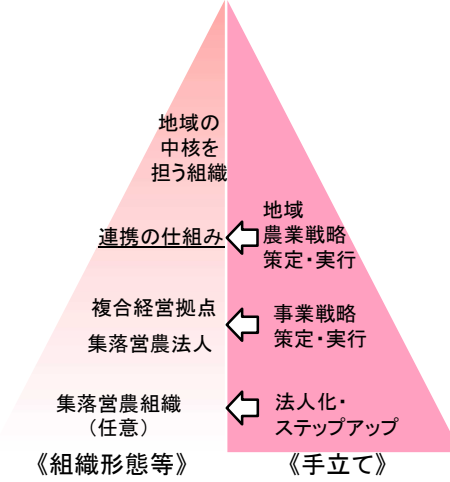
現状と今後の目指すべき姿

【目指すべき姿1】集落営農組織等の裾野の拡大！



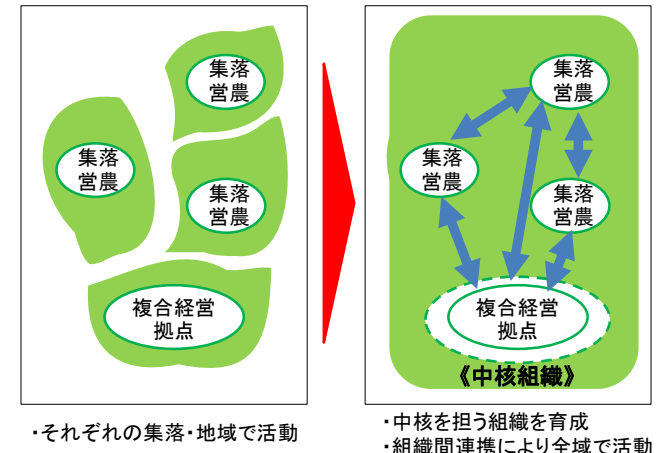
【戦略目標】集落営農組織等の新規設立数（累計）
H30 : -- → R5 : 40組織 → R11 : 100組織

【目指すべき姿2】経営力のレベルアップ！



【戦略目標】集落営農組織等の法人数
H30 : 45 → R5 : 69 → R11 : 93

【目指すべき姿3】組織間で支える仕組みづくり！ 《複合経営拠点を中核とした連携の例》



・それぞれの集落・地域で活動
・中核を担う組織を育成
・組織間連携により全域で活動

【戦略目標】地域農業戦略の策定数
H30 : - → R5 : 17 → R11 : 35

目指すべき姿に向けた施策の展開方向

集落営農組織等の整備推進

- 集落営農組織及び中山間農業複合経営拠点の組織化や活動開始に向けた農業用機械等の整備を図る際に、ソフト及びハードの両面から支援。
 - ・集落営農塾及び地域営農アドバイザーによる個別支援
 - ・先進事例研修などへの支援
 - ・補助事業による農業用機械・施設の整備 など

集落営農組織等の法人化の推進と経営発展への支援

- 集落営農組織の法人化及び集落営農法人や中山間農業複合経営拠点の経営改善を促すため、事業戦略の策定・実行を図る際に、ソフト及びハードの面から支援。
 - ・アグリ事業戦略サポートセンターによる個別支援
 - ・高収益作物の導入などへの支援
 - ・事業戦略に基づく農業用機械等の整備支援 など

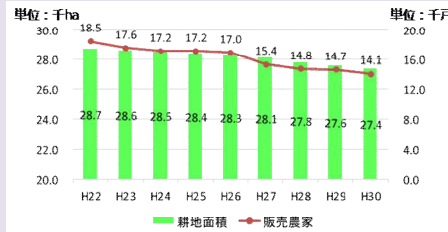
拡 組織間連携の推進と地域の中核組織の育成

- 地域農業戦略を策定し、地域の中核組織が省力化・効率化につながる機械等の導入や労働力の確保等を図る際に、ソフト及びハードの両面から支援。
 - ・地域農業戦略の策定・実行の支援
 - ・地域営農塾による省力化等の研修の実施
- 新 地域農業戦略に基づく農業用機械等の整備支援 など

スマート農業の実証と実装支援

背景・課題

- 担い手の高齢化・減少により労働力が不足、**特に中山間地域では深刻**
- 産地の維持・拡大には、さらなる収量・品質向上が不可欠
- 土地利用型作物では栽培管理等の情報共有、引継ぎが煩雑で困難



取り組みの方向性

- 産地課題の解決に向けた**スマート農業** (IoT・AI・ロボット等の先端技術の活用) の**社会実装を継続的に支援**
 - ①労働生産性の向上(省力化、効率化、作業負担の軽減)
 - ②単収の向上、高品質化(適切な肥培管理・防除や環境制御、適期収穫)
 - ③情報管理の一元化(ほ場管理情報の集積)

取組内容

水稲、露地栽培品目 (ユズ、ショウガなど)

①労働生産性の向上

- 自動化、半自動化機械の導入:四万十町 (自動走行トラクター、直進キープ田植機、自動草刈機)
- 作業負担軽減機器の導入:高知市、土佐市、本山町 (ドローン、ショウガ掘取機、水稲自動水管理(検討中))

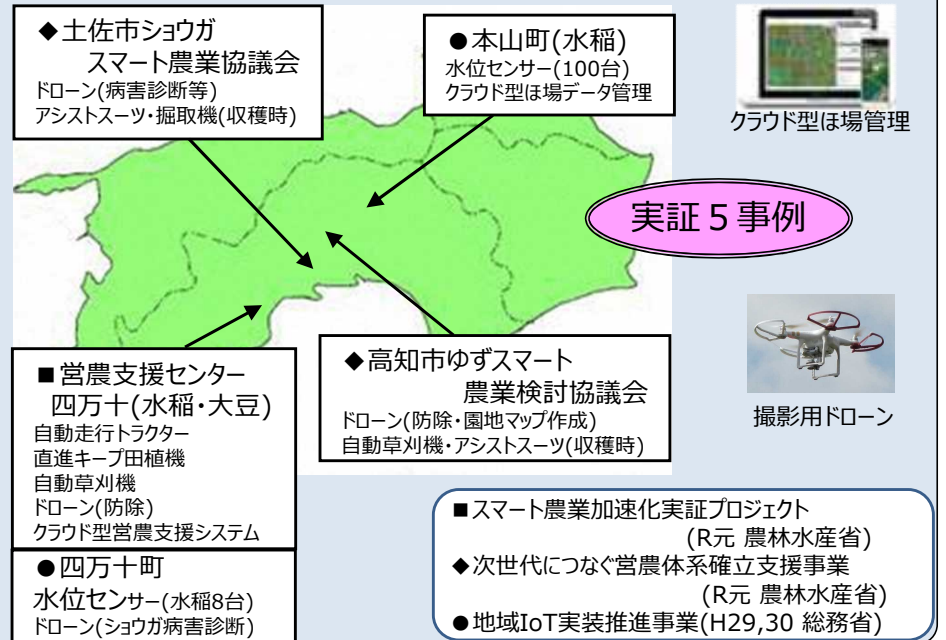


②単収の向上、高品質化

- 水位センサー:本山町(適正な水管理によるコメの品質向上)
- リモートセンシング技術:土佐市(ショウガの病害早期診断(開発中))

③情報管理の一元化

- ほ場地図の作成:高知市(ドローン活用による圃地マップ°作成)
- ほ場管理情報の集積:四万十町(生産管理システム)



産地・品目に合わせた技術を普及

<水稲>

- 各種スマート農業機械の導入 (直進キープ田植機、自動走行トラクター、食味計付収量コンバインなど)
- ドローン防除面積の拡大
H30:66ha→R5:700ha→R11:1,500ha
- 自動水管理による省力化
- ほ場履歴を踏まえた栽培管理



<露地野菜・果樹・茶 他>

- 各種スマート農業機械の導入 (自動草刈機、アシストスーツなど)
- ドローン防除面積の拡大
- ドローンの活用拡大 (リモートセンシングによる生育・病虫害診断、マッピング)
- ほ場管理システムの活用

<活用できる補助事業>

- 国事業
 - ・スマート農業加速化実証プロジェクト
 - ・次世代につなぐ営農体系確立支援事業
 - ・産地パワーアップ事業
- 県事業
 - ・集落営農支援事業
 - ・こうち農業確立総合支援事業

「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化

取組方針

● 県産農産物の多種多様な品目及びこだわりの逸品などの地産外商を強化するため、県内全域の農産物が集まる大規模直販所「とさのさと」を活用して、直接取引等の多様な流通での外商拡大を目指す!!

現状

大規模直販所「とさのさと」 H31.4月オープン!!

◇ 店舗の販売額は、既に10億円(R元.11月末)を突破!!

外商にも着手

- 販売拡大に向けた県外ファーマーズマーケットとの取引開始
・取引店舗数：10店舗 ・販売額：5,213千円(R元.11月末)
 - メロンやトマト、加工品等のカタログ販売（お中元、お歳暮用）
・販売額：8,908千円(2,413件) (R元.11月末)
- 外商額：約1,400万円
- R5年度末目標:6億円**

◇ 県内全域の農産物が集まる全国最大規模の直販所として、県内外から注目!!

・来客者数(レジ通過者数):約66万人(R元.11月末) ・視察者数:約5千人(R元.11月末)

集客力を活用

- 県内外の消費者に向けた販売PRとして、文旦やトマトのフェア、土佐茶まつりの開催
- 実需者とのマッチングに向けた「こうち逸品素材マルシェ商談会inとさのさと」開催(R2.3月)

課題

【「とさのさと」の外商強化】

◇ 「とさのさと」の外商を本格化するためには、川上から川下までの一連の商流・物流のシステムが必要

- 川上では、外商先のニーズ(品目、質、量、時期)に対応した商品の確保
- 川中では、川下のニーズと川上の商品をつなぐ仕組み
- 川下では、外商先のニーズの把握や新たな外商先の開拓

【「とさのさと」を活用した外商強化】

◇ 集客力のある「とさのさと」を活用した外商の仕組みが必要

- 外商拡大に向け、県内外から関心の高い施設として有効活用

【推進体制】

◇ 本格的な外商強化にあたり、関係者が一体となって取り組む体制が必要

今後の取組のポイント

【「とさのさと」の外商強化】

◇ 「とさのさと」の外商における商流・物流の構築

- 多様な生産者へのアプローチによる商品の確保
- 受発注システムの構築
- 利便性の高い集出荷の仕組みづくり
- 県外ファーマーズマーケット等のニーズ調査と新たな販路開拓

【「とさのさと」を活用した外商強化】

◇ 「とさのさと」を活用した外商の仕組みづくり

- 広告塔としての機能の強化
- こだわりの生産者等の外商機会の拡充

【推進体制】

◇ 「直販流通外商拡大協議会」の設立

- とさのさとを活用した外商の取組の実行支援

「とさのさと」の外商強化

川上（生産）

【生産者へのアプローチによる商品の確保】

- 既存の直販所出荷者への拡大要請と提案
- 新たな出荷者の掘り起こし
- こだわりの生産者への出荷要請と提案
- 市場流通ではないクラスター事業者や農業法人への出荷要請と提案

川中（流通）

- 新**【受発注システムの構築】
● インターネットを活用した販売先への商品提案と生産者への出荷要請
- 新**【利便性の高い集出荷の仕組みづくり】
● 集荷ルートからの枝便のテスト運行
● 集荷ポイントの改善
● 他分野の配送便の活用や貨客混載の検討
- 新**【「とさのさと」ブランドの構築】
● 統一パッケージの作成
● 加工品の自社ブランドの開発

川下（販売）

- 拡**【県外ファーマーズマーケットのニーズ調査と販路開拓】
● ニーズ調査及び商品リスト作成
● 県外ファーマーズマーケットへの販促強化
● 県外ファーマーズマーケットでのフェアの実施
- 新**【直販流通外商拡大協議会と連携した販路開拓】
● 高知県人会や経済同友会、百貨店、通販会社等への販促
- 拡**【カタログ販売の強化】
● 商品の充実
● ギフト商品や社内販売への提案等
- 【県外観光客をターゲットにしたプロモーションの実施】
● 定期的なイベントの企画(観光振興部と連携)

「とさのさと」を活用した外商強化

- 拡**【広告塔としての機能の強化】
● 農業関係者や様々な団体等の視察を通じて、県産農産物の魅力をPR
● 商品紹介パンフレットの充実
- 拡**【外商機会の拡充】
● こだわりの生産者と実需者を結ぶ商談会開催(2回)
● 地産外商公社主催の商談会とセットで開催

さらに

直販流通外商拡大協議会

【構成メンバー】 県(農産物マーケティング戦略課)、JAグループ高知、地産外商公社
【役割】 とさのさとを活用した外商強化の取組の実行支援

作業部会

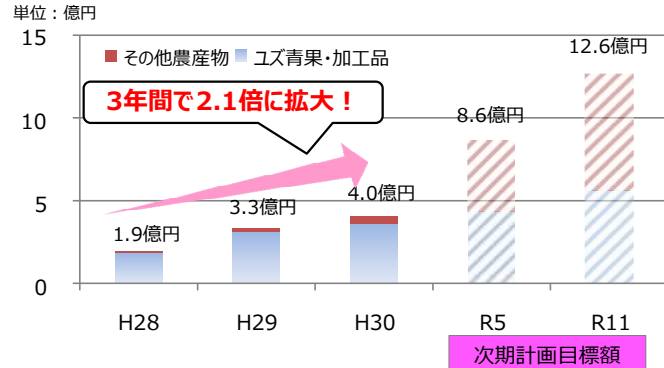
実務者レベルの作業部会を設置(毎月開催)

これまでの取組と成果

<輸出に取り組む背景>

中長期的にみて、人口の減少に伴う国内マーケットの縮小への備えが必要
⇒ 国内販売は維持しつつも、将来を見据えて海外販路を開拓する

◇農産物輸出額の推移・次期計画目標



◇高知県産ユズ（青果・果汁・加工品）の輸出

- 平成21年のユズ大豊作を機に、輸出の取組がスタート
- 「KOCHI YUZU」ブランドでのプロモーションにより、フランス・オランダへの輸出が拡大
⇒ユズ青果・加工品：(H28) 1.8億円 → (H30) 3.6億円

◇その他園芸品の輸出

○卸売会社への委託を通じた輸出ルート構築

【青果物】

- シンガポールを中心に販促活動等を実施し、18品目の輸出にトライ（H30年度）
⇒**定着品目：ミョウガ、ハウスミカン、露地ミカン、メロン**
輸出国：シンガポール、香港、台湾、タイ

【花き】

- 花き取扱量世界No.1のオランダ・アールスメア市場を拠点に販促活動等を実施し、12品目の輸出にトライ（H30年度）
⇒**定着品目：グロリオサ、ブルースター、ダリア、エピソードラム**
輸出国：オランダ、EU、中国、北米、インドネシア、フィリピン

○土佐会との連携による販路開拓

- 土佐会（卸売会社）に関する輸出商社への営業
⇒ イギリスへのユズ青果玉の取引開始

○プロジェクトチームによる輸出に意欲的な産地への支援

- 輸出拡大プロジェクトチーム、地域プロジェクトチームを設置（R元.5）
- 輸出セミナーの開催等で、産地の輸出への意識を醸成
- ユズやグロリオサ等の産地の支援に加え、R元年度からは、意欲のある農業法人（5組織）を地域プロジェクトチームとともに支援
⇒(H28) 2組織 → (H29) 4組織 → **(H30) 5組織 → (R元) 11組織**
⇒シンガポール展示商談会「Food Japan 2019」に出展、海外販路開拓支援
- 国別輸出戦略を策定（R元：2ヶ国）
⇒ シンガポール（青果物）、オランダ（花き）

見えてきた課題

◆輸出拡大には、ユズに次ぐ有望品目の掘り起こしと新たな販路開拓が必要

- 有望な定着品目の取引量の増加
- 輸出に意欲的な産地の取り組みの成功事例の創出
- 有望品目の探索とさらなる有望市場の開拓

対策（強化）のポイント

- ◇**ポイント1** シンガポール・オランダでの需要拡大
- ◇**ポイント2** 輸出に意欲的な産地への支援強化
- ◇**ポイント3** 新たな輸出国の開拓

R2年度の取り組み

◇ポイント1 シンガポール・オランダでの需要拡大

【青果物：シンガポール】

- これまで開拓してきた量販店での販売拡大
・JA高知県による高知フェアを実施
- 新たな販売先の開拓
・卸売会社への業務委託により、定着品目（ミョウガ、ミカン、メロン）の販路開拓を強化
⇒ 高級量販店に加え中級量販店・飲食店等新たな業態へ販路拡大
⇒ さらに、シンガポールから近隣諸国へ輸出拡大

【花き：オランダ】

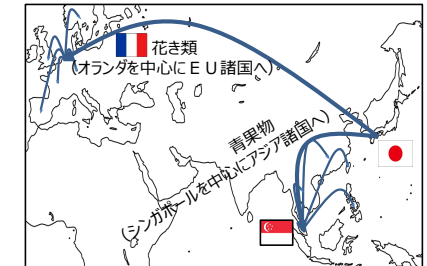
- 定着品目の取引量の拡大
・卸売会社への業務委託により、定着品目（グロリオサ、ブルースター等）のEU各国の実需者への販促PRを強化
⇒ 国内価格が低下する夏場の取引拡大に向けたホテル等への営業強化
⇒ さらに、オランダからEU各国への取引先開拓
- ・品質保持のための輸送試験や輸出に適した出荷規格の検討
- 新たな産地の掘り起こし
・オランダの需要動向等をフィードバックする輸出検討会を産地ごとに開催

【定着品目の販路開拓】

①高級量販店から中級量販店での販売



②販売店舗数の増加



拡 ◇ポイント2 輸出に意欲的な産地への支援強化

※輸出拡大プロジェクトチーム、地域プロジェクトチームによる輸出に意欲的な産地への支援を強化

- ジェット高知等と連携し産地の取り組みの実行性を高めるためPDCAサイクルを実施（11組織予定）
- シンガポール事務所等との連携強化によるマッチング支援
⇒ シンガポール展示商談会「Food Japan 2020」への出展及びマッチングとアフターフォロー
- さまざまな国に対応できる産地づくり
・GFPグローバル産地づくり事業を活用した輸出規制や海外マーケット需要動向等に対応した産地づくりを支援
⇒ R2 予定：大豊町（ユズ）、日高村（トマト）、馬路村（ユズ）、仁淀川町（茶）

拡 ◇ポイント3 新たな輸出国の開拓

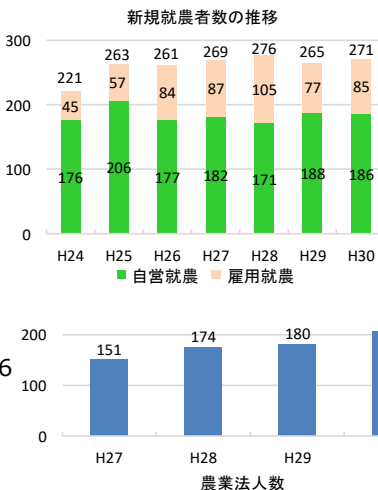
- 国別輸出戦略の策定（R2：2ヶ国）
・輸出拡大プロジェクトチームによるジェット高知等と連携した海外市場の需要動向や輸出規制等に対応した戦略を策定
⇒ R2 予定：タイ（青果物）、アメリカ（花き）
- 卸売会社への委託を通じた輸出国の開拓
⇒ R2 予定：タイ（青果物）、アメリカ（花き）
- 土佐会との連携による販路開拓



多様な担い手の確保・育成

現 状

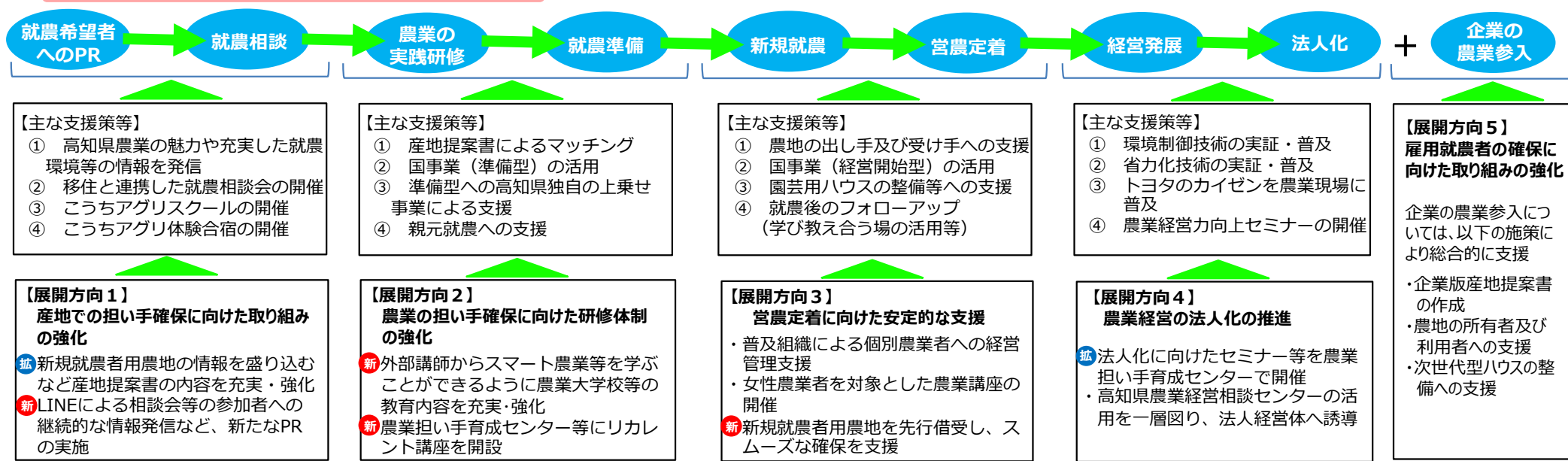
- ◆ 新規就農者については、「産地提案型担い手確保対策」の取り組みや農業大学校等の研修受入機関の充実・強化等により、年間320人（自営就農220人、雇用就農100人）の確保・育成に取り組んでいるところ。
- ◆ その結果、新規就農者数は、近年270人前後で推移し、平成30年度は、271人となったが、目標値には届いていない状況。
 - 新規就農者数 H30：271人（自営就農186人、雇用就農85人）
 - 産地提案書数 H27：25市町村31提案 → H30：32市町村79提案
 - 農業大学校の入学者 H27：33人 → R元：28人
 - 農業担い手育成センターの長期研修生 H27：21人 → H30：32人
- ◆ 農業経営の法人化については、農業経営力向上セミナーの開催等により一定進展しているが、他県と比較して法人経営体が少ない状況。
 - 農業法人（農地の権利を取得し農業経営を行う法人）H27：151 → H30：206
- ◆ 企業の農業参入については、農地の借入れから次世代ハウスの整備までを総合的に支援することでこれまでに7企業の農業参入が実現。



課 題

- 課題1 U・Iターン就農や親元就農の強化等による自営就農の促進**
移住部署と連携した県外からの人材確保や就農環境の整った親元就農等を図ることにより、自営就農の促進を図ることが必要。
- 課題2 農業大学校及び農業担い手育成センターの定員の充足**
実員が定員に達していないことから、その魅力を高め、入学者・研修生の増加を図ることが必要。
- 課題3 就農後5年間の営農定着**
就農後5年間は技術的、経営的に安定しないことから、この期間での営農定着に向けたサポートが必要。
- 課題4 農業経営の法人化**
働き方改革が求められている中、安定的な労働力の確保などのためには、農業経営の法人化により雇用条件の整備等を進めることが必要。
- 課題5 雇用就農の受け皿づくり**
農業経営体の法人化や企業の農業参入を促進することで雇用の場を確保し、雇用就農の促進を図ることが必要。

これまでの取り組みと新たな施策の展開方向



（目標の達成） ① 新規就農者数（年間）：R5年 320人、R11年 320人、② 農業法人数（累計）：R5年 445法人、R11年 649法人

農業労働力確保対策の強化

これまでの取り組み

①労働力不足実態の把握と確保体制の整備

- 主要品目毎に、労働力の不足時期や作業内容、人数等を調査 (R1)
- JA無料職業紹介所の開設を支援：9カ所 (H29) ⇒12カ所 (R1)

②労働力の掘り起こしとマッチング

- JA無料職業紹介所を介した地域内でのマッチング (H30：260件)
- JA出資法人等によるユズ収穫作業等の受託
- 宿泊施設の確保支援等による地域外アルバイトの確保 (H29～)
- 農作業体験会や研修会の開催による農福連携の推進 (H30～)
- 勉強会や制度説明会の開催による外国人材の活用促進 (H30～)

③カイゼン方式の導入による労働生産性の向上 (H30～)

見えてきた課題

①農業現場における雇用条件の改善が必要

- 農作業では季節的な短期間雇用が多い
⇒ 長期就労が可能となる地域内、広域での周年作業体系の構築

②求人者・求職者のミスマッチの解消が必要

- 多様なターゲットへのアプローチ
⇒ 地域外からの農作業アルバイト
⇒ 農福連携 (障害者、引きこもり者)
⇒ 特定技能外国人
- 農繁期や緊急時に農作業をサポートする体制の整備



※JA無料職業紹介所の業務はますます多様化

対策の強化ポイント

①JA無料職業紹介所の体制強化

②広域での農業労働力の確保・循環の仕組みづくり

③地域外からの農作業アルバイト確保の強化

④農福連携の推進

⑤外国人材の活用

さらなる挑戦

対策1：JA無料職業紹介所の体制強化



- 多様化する業務に対応する広域の専任担当者の配置に係る経費を支援
- 研修会の開催等によるJA無料職業紹介所担当者のスキルアップを支援

対策2：広域での農業労働力の確保・循環の仕組みづくり

- 実態調査結果に基づいて、複数の作型・品目を組み合わせた長期作業体系を構築(下表例)
- ・長期作業体系：品目の組み合わせ、週1日～3日の雇用を希望する複数農家の組み合わせ等
- ・長期間の就労が可能となる「複数の連続した作業」を明記して、JA無料職業紹介所が求人広告やハローワーク等で募集し、農家、JAとマッチングする (作業内容に応じた賃金設定が必要)

	品目等	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
例1	施設野菜(ナス等)	収穫・栽培管理(選果・選別)												
	露地野菜・ユズ						収穫(オクラ)					収穫(ショウガユズ)		
例2	出荷場	選果・選別・箱詰め									選果・選別・箱詰め			
	山椒						収穫							
例3	出荷場	選果・選別・箱詰め										選果・選別・箱詰め		
	育苗会社(種苗センター)						育苗							
例4	出荷場(平場)	選果・選別・箱詰め								(出荷場間の連携)		選果・選別・箱詰め		
	出荷場(中山間)						選果・選別・箱詰め							
例5	ニラ	調整(そぐり)									調整(そぐり)			
	ハウスミカン						収穫							



- JAやJA出資法人が農作業を請負う「農作業サポート隊」を各地に設置
- ・JA等が農作業の請負を目的に新たに雇用了職員員の賃金と請負収入の差額を支援(上限30万円/人)

対策3：地域外からの農作業アルバイト確保の強化

アルバイトの募集や、アルバイトの送迎、宿泊所の確保など、地域外からアルバイトを呼び込むための経費への支援を拡充



- SNSや全国求人サイト、折り込みチラシ等での募集
- 最寄り駅や宿泊施設からほ場までの送迎
- アルバイトの宿泊施設の確保に係る補助対象を「市町村・JAが長期間借り受ける施設」の改修費にも拡大

◎四万十町から他地域に取り組みを拡大!



対策4：農福連携の推進

- 農業・福祉双方の理解を促進する取り組みを強化
- ・農作業体験会(9ヶ所)：障害者、福祉事業所指導員向け
- ・研修会(5ヶ所)：専門家や受入農家等の講演(障害特性の周知等)
- ・地域の推進体制の強化(市町村、JA、福祉団体、県等で構成する協議会)



- 農業・福祉双方の専門知識を有する人材の確保・育成を支援
- ・双方の専門知識を有する人材によるフォローアップの強化(国事業の活用検討)
- ・研修会等でJA無料職業紹介所職員のスキルアップ

◎障害者の就労定着と県域への拡大!



対策5：外国人材の活用

- 関係団体(登録支援機関、監理団体)、関係機関と連携した受入拡大
- ・外国人材に関する情報収集と、農業者への制度の周知(各地区での勉強会の開催)
- ・JAによる作業請負(JA出荷場と複数農家の作業に従事)の仕組みづくり(県外事例の調査・検討)

推進体制の強化



- JA高知県、県とも専門担当者を配置

地域地域の実態にあった対策を提案・選択することにより、効果的に労働力を確保

基盤整備の推進

現状

- 土地条件の悪い農地は担い手への集積が進まず、結果として耕作放棄地の増加につながっている状況
※耕作放棄地面積 H27: 3,921ha (H17比+111ha)
- これまで、一定規模(20ha以上)かつ地域の合意形成が図られた農地を中心にほ場整備を実施し優良農地を確保
- 県内水田面積20,663haに対するほ場整備率は48.7%(H30年度末時点)と半分に満たない状況
- 特に近年は、耕作放棄地の増加や農家の高齢化、担い手不足など農業を取り巻く厳しい状況により、一定規模の農地を有する地域において合意形成に難航するなど、ほ場整備の実施面積は伸びてない状況
※ほ場整備実施面積 H12~H21: 850ha H22~R1(見込み): 189ha

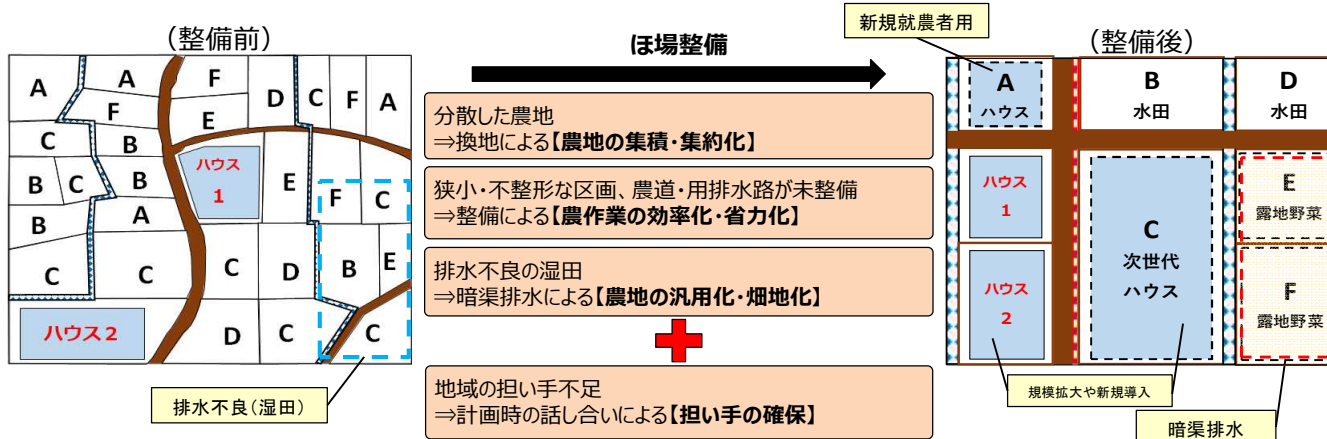
課題

- 新たな企業誘致や既存農家の規模拡大、高収益作物への転換などにあたっては、さらなるほ場整備により優良農地の確保を進めることが必要
- 農地の確保に不安を抱える就農希望者が多いことから、新規就農者用農地の確保が必要
- 集落営農の推進にあたっては、農作業の効率化・省力化が必要
- 高齢化等に伴う耕作面積の減少を抑制するため、担い手への農地集積の加速化が必要
- ほ場整備の計画的な推進にあたっては、事業効果のPRによる候補地区の確保と地域の合意形成を進めることが必要

対策

◆地形条件や地域ニーズに応じたほ場整備を推進し、優良農地を確保する

ほ場整備の実施により「農地の集積・集約化」「農作業の効率化・省力化」「農地の汎用化・畑地化」を一体的に図る



具体的な取り組み①

◆地域ニーズの把握とほ場整備の実施に向けた地域の合意形成を支援

- 市町村や農業委員会等に対するほ場整備事業の啓発活動を強化し、併せて地域ニーズを把握。
- 候補地区をリストアップし、優先的に取り組む重点地区を選定。
- 県、市町村、中間管理機構等の関係機関で構成するプロジェクトチームを立ち上げて推進体制を強化。
- 新規就農者や企業など農業者のニーズに応じた事業の計画づくりや地域の合意形成を支援。

具体的な取り組み②

◆地形条件や地域のニーズに応じたほ場整備の実施 (国庫補助事業等の活用)

- 【①大規模】→国営緊急農地再編整備事業 (高知南国地区)
- 【②中規模】→県営農地整備事業 (※5ha以上の団地)
- 【③小規模】→農地耕作条件改善事業 (5ha未満の団地)

※「地元負担なしで実施可能な国庫補助事業」を積極的に活用

→農地中間管理機構関連農地整備事業

【きめ細かな基盤整備】
新規就農者、規模拡大農家など農業者からニーズの多いきめ細かな基盤整備にも対応

基盤整備による産業振興計画の下支え

柱1 生産力の向上と高付加価値化

- Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
- 園芸品目別総合支援 ○水田農業の振興

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

- 地域営農組織の整備推進 ○中山間に適した農産物等の生産

柱4 担い手の確保・育成

- 新規就農者の確保・育成
- 家族経営体の強化及び法人経営体の育成

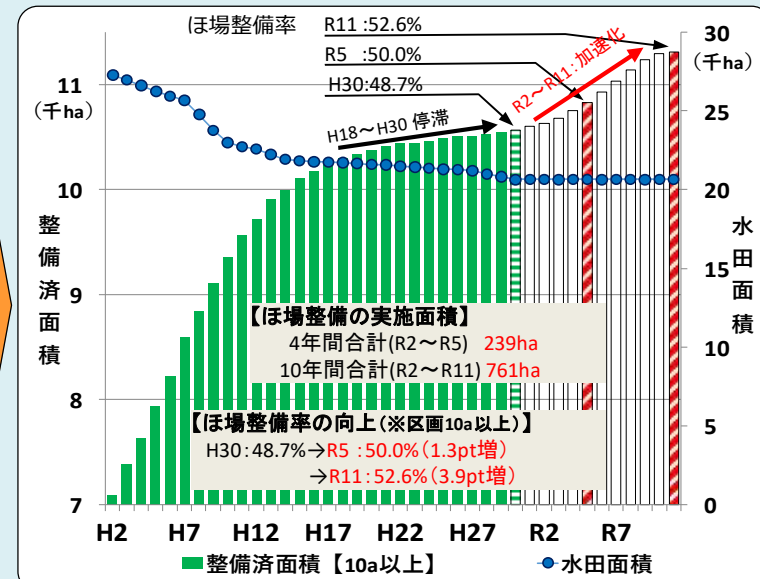
ほ場整備により進む取り組み

高収益作物への転換

- ・次世代型ハウスの導入
- ・施設園芸の規模拡大
- ・露地野菜や果樹の規模拡大

多様な担い手の確保・育成

- ・新規就農者
- ・集落営農組織
- ・企業参入

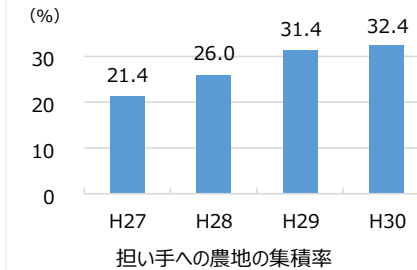


担い手への農地集積の加速化

現状

◆ 農地中間管理事業の創設以降、高知県においても担い手への農地の集積は一定進んだが、もう一段の集積が必要な状況。

- 農地中間管理機構の借入・転貸面積（平成26～30年度累積）
借入面積：566ha、転貸面積：560ha
- 担い手への農地の集積率
H27：21.4% → H30：32.4%



◆ 農業者の減少・高齢化が進んでいる中、新規就農者の確保・育成は極めて重要な課題であり、県としても様々な施策を講じているところであるが、農地の確保については、新規就農者が研修先の市町村において地縁を活用して確保している状況。

◆ 企業の農業参入にあたっては、企業が規模の大きい次世代ハウスでの参入を希望することから、一般の担い手よりも大規模な農地を必要としている状況。

課題

課題1 担い手への農地集積の加速化

農業者の減少・高齢化が進んでいる中、優良農地を確保・継承するためには、農地中間管理事業の活用を一層推進し、担い手への農地集積を加速させていくことが必要。

課題2 新規就農者用農地の確保

新規就農者は、地縁を活用して探す場合が多いが、タイミングよく農地が確保できず、不安に感じる方も存在することから、農地中間管理機構等による新規就農者用農地の確保が必要。

課題3 企業用農地の確保

企業が参入する場合は、1ha以上の大規模な園芸用農地を必要とするが、地権者の同意取得への支援や隣接地への加工施設等の用地の確保などが必要。

新たな施策の展開方向

【展開方向1】

人・農地プランの実質化と農地中間管理事業の一層の活用

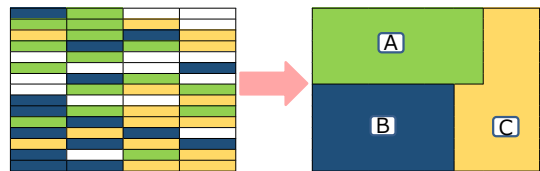
- 農地中間管理事業等に関する法律の一部見直しが行われ、プランの実質化が法律に明記されたところ。R2年度末までにプランの実質化を完了させる考え。

人・農地プラン：農業者が話し合いに基づき、地域の担い手と将来の農地の利用状況等を明確化したプランを作成するもの

プランの実質化：全国的に不完全なプランが多いことから、アンケート調査や農地の利用状況の地図化等を行い、担い手等を明確化したプランに見直すこと

- プランの実質化により、明らかとなった受け手と出し手のマッチングを農地中間管理事業等により支援。

地域内の分散・錯綜した農地利用 → 担い手ごとに集約化した農地利用



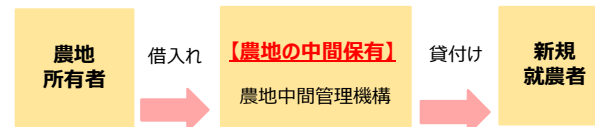
地域の話合いや農地中間管理事業による農地の集約（イメージ）

【展開方向2】

新たな新規就農者用農地の確保対策の実施

- 農地中間管理事業を活用して園芸品目を栽培する新規就農者等にまとまった農地を提供した者に対して協力金を交付。

新 農地中間管理機構、市町村や農業委員会等が協力して選定した新規就農者用農地を先行借受け（中間保有）し、スムーズな確保を支援。



農地中間管理機構による中間保有（イメージ）

- 必要に応じ、新規就農者等のニーズを踏まえた簡易なほ場整備を実施。
- 農地中間管理事業により農地を借り受けた新規就農者が負担する賃料を支援。

【展開方向3】

企業用農地の確保対策の一層の推進

- 企業版産地提案書の作成等、市町村による農地情報の収集を支援。
- 企業にまとまった農地を提供する所有者及び利用者（耕作者）に対して協力金を交付。
- 国の農地耕作条件改善事業等により、畦畔除去を伴う区画拡大や暗渠排水等を行い、まとまった園芸ハウス用農地の整備を支援。
- その際、県の園芸団地整備円滑化事業により、ほ場整備の地元負担を軽減。



まとまった企業用農地の確保（イメージ）

（目標の達成） 新規ほ場整備農地の担い手への集積率：（H30） 35% ⇒ （R5） 35% ⇒ （R11） 75%

分野を代表する目標

**木材・木製品製造業出荷額等
原木生産量**

現状 (H29) 215億円 ⇒ 4年後 (R5) 228億円 ⇒ 10年後 (R11) 236億円

現状 (H30) 64.6万m³ ⇒ 4年後 (R5) 79万m³ ⇒ 10年後 (R11) 85万m³

※6年後のR7年に85万m³を達成

構築した川上から川下までの仕組みを生かして、**木材生産・流通を最適化**

川上

柱1 原木生産の拡大

(1) 労働生産性の向上による事業地の拡大

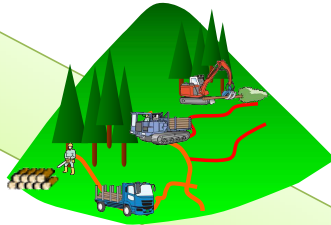
- 作業システムの改善による生産性の向上
高性能林業機械の導入、10tトラック道等の整備
- 作業システムの改善
ICT等の活用促進

(2) 皆伐と再生林の促進

- 皆伐の促進
林地台帳等を活用した事業地の確保
皆伐に必要な作業道等の整備
- 再生林の促進
地域ぐるみでの再生林推進の取り組みを強化
再生林への支援と低コスト育林の推進
花粉対策苗等の生産体制の強化

(3) 施業集約化の強化

- 森の工場の拡大・推進
森林資源情報の高度化
施業の集約化を促進
- 間伐の推進



川中

柱2 木材産業のイノベーション

(1) 高品質な製材品の供給体制の整備

- 需要に応じた製品供給力の強化・高品質化
- 製材加工の共同化・協業化等の促進
- 乾燥機等の施設整備への支援 (JAS対応)



(2) 製材事業体の生産・経営力の強化

- 事業戦略の策定・実践による経営改善の推進
- 経営人材の育成に向けたアドバイザー派遣
- 既存製材工場の労働力確保対策の実施

(3) 木材・木製品の高付加価値化の推進 (A材の活用)

- 非住宅分野向けの高付加価値製品の開発 (チーム・ティンバライズとの連携)
- 高付加価値製品の販路開拓



(4) プラットフォームづくり等による地産・外商体制の強化

- TOSAZAIセンターを中心とした情報交流の拠点の整備
- 県内製材工場等の連携による集出荷体制の整備
- 需要にマッチした生産供給体制 (SCM: サプライチェーンマネジメント) の確立

(5) 森の資源を余すことなく活用

- 小規模木質バイオマス発電所の整備 (熱電併給)
- 幅広い分野への木質バイオマスボイラー等の導入促進 (熱利用)



サプライチェーン マネジメントの構築

川下

柱3 木材利用の拡大 (建築士等への戦略的アプローチ)

(1) 木造建築に精通した建築士等の育成

- 林業大学校でのリカレント教育等による建築士の育成
- 全国の建築士関係団体等との連携による建築士の育成
- 木造建築の設計・技術支援
- 木造建築のノウハウ収集・普及



(2) 施主の木材利用に関する理解の醸成

- 施主の木材利用に関する理解の醸成 (経済同友会等との連携)
- CLT等の普及促進 (日本CLT協会等との連携)
- TOSAZAIセンター(提案・相談窓口)によるプッシュ型提案



(3) マーケティング戦略の強化

- 非住宅建築物の木造化・木質化の推進 (経済同友会等との連携)
- 県産材を活用した木造住宅建築の支援
- 流通拠点及び土佐材パートナー企業への販路の拡大
- 海外への販売促進



担い手

柱4 担い手の育成・確保

(1) 林業大学校の充実・強化

- リカレント教育の更なる充実強化
- 新たな木造建築士育成の仕組みづくり
- 研修生確保対策の強化

(2) きめ細かな担い手育成・確保の強化

- 女性就業者の確保
- 移住希望相談者に向けた各種相談会の開催
- 小規模林業の推進



(3) 林業事業体の経営基盤の強化

- 事業戦略の策定による経営改善の推進
- 森林施業プランナーの育成
- 事業体の労働環境の改善
- 事業体の経営基盤の強化

林業分野の体系図

分野の目指す姿	○ 山で若者が働く、全国有数の国産材産地		
分野を代表する目標	木材・木製品製造業出荷額等 原木生産量	現状(H29) 215億円 ⇒ 4年後(R5)228億円 現状(H30)64.6万m3 ⇒ 4年後(R5)79万m3	⇒ 10年後(R11)236億円 ⇒ 10年後(R11)85万m3

戦略の柱	1 原木生産の拡大	2 木材産業のイノベーション	3 木材利用の拡大 (建築士等への戦略的アプローチ)	4 担い手の育成・確保
戦略の方向性	・川下の需要に応じた弾力的な原木生産と持続可能な森林づくりを推進する	・加工・流通・販売の効率化を推進する ・プロダクトアウトからマーケットインへの転換を推進する	・木造建築にかかる技術・意匠力の向上を図る ・木の魅力の発信と理解醸成を図る ・県外企業の情報収集力を強化する ・県内企業とのマッチングを推進する	・優れた人材を育成・確保する
戦略目標	・民有林の原木生産量(年間) ㊹46.9万m3 → ㊺59万m3 → ㊻65万m3 ・民有林の再造林面積(年間) ㊼263ha → ㊽630ha → ㊾690ha	・県産製材品の出荷量(年間) ㊿142千m3 → ㋀169千m3 → ㋁181千m3	・県内における非住宅建築物の木造率(床面積ベース)(年間) ㋂17.1% → ㋃20.0% → ㋄25.0% ・建築士等の育成や施主への理解の醸成に関する活動を行った地域の数(累計) ㋅00 → ㋆44 → ㋇44	・林業就業者数(累計) ㋈1,602人 → ㋉1,670人 → ㋊1,720人 ※椎茸・薪炭等の312名を含む
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<ol style="list-style-type: none"> 労働生産性の向上による事業地の拡大 <ul style="list-style-type: none"> 作業システムの改善による生産性の向上 <ul style="list-style-type: none"> 高性能林業機械の導入 10tトラック道等の整備 [拡充]作業システムの改善 ICT等の活用促進 皆伐と再造林の促進 <ul style="list-style-type: none"> 皆伐の促進 <ul style="list-style-type: none"> 林地台帳等を活用した施業地の確保 皆伐に必要な作業道等の整備 [拡充]再造林の促進 <ul style="list-style-type: none"> 地域ぐるみでの再造林推進の取り組みを強化 再造林への支援と低コスト育林の推進 花粉対策苗等の生産体制の強化 施業集約化の強化 <ul style="list-style-type: none"> [拡充]森の工場の拡大・推進 <ul style="list-style-type: none"> 森林資源情報の高度化 施業の集約化を促進 間伐の推進 	<ol style="list-style-type: none"> 高品質な製材品の供給体制の整備 <ul style="list-style-type: none"> 需要に応じた製品供給力の強化・高品質化 [拡充]製材加工の共同化・協業化等の促進 乾燥機等の施設整備への支援(JAS対応) 製材事業者の生産・経営力の強化 <ul style="list-style-type: none"> 事業戦略の策定・実践による経営改善の推進 経営人材の育成に向けたアドバイザー派遣 既存製材工場の労働力確保対策の実施 木材・木製品の付加価値化の推進(A材の活用) <ul style="list-style-type: none"> [拡充]非住宅分野向けの高付加価値製品の開発(チーム・ティンバライズとの連携) [拡充]高付加価値製品の販路開拓 プラットフォームづくり等による地産・外商体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> [拡充]TOSAZAIセンターを中心とした情報交流の拠点の整備 県内製材工場等の連携による集出荷体制の整備 [拡充]需要にマッチした生産供給体制(SCM:サプライチェーンマネジメント)の確立 森の資源を余すことなく活用 <ul style="list-style-type: none"> 小規模木質バイオマス発電所の整備(熱電併給) 幅広い分野への木質バイオマスボイラー等の導入促進(熱利用) 	<ol style="list-style-type: none"> 木造建築に精通した建築士等の育成 <ul style="list-style-type: none"> [拡充]林業大学校でのリカレント教育等による建築士の育成 全国の建築士関係団体等との連携による建築士の育成 木造建築の設計・技術支援 木造建築のノウハウ収集・普及 施主の木材利用に関する理解の醸成 <ul style="list-style-type: none"> [拡充]施主の木材利用に関する理解の醸成(経済同友会等との連携) CLT等の普及促進(日本CLT協会等との連携) TOSAZAIセンター(提案・相談窓口)によるプッシュ型提案 マーケティング戦略の強化 <ul style="list-style-type: none"> 非住宅建築物の木造化・木質化の推進(経済同友会等との連携) 県産材を活用した木造住宅建築の支援 流通拠点及び土佐材パートナー企業への販路の拡大 海外への販売促進 	<ol style="list-style-type: none"> 林業大学校の充実・強化 <ul style="list-style-type: none"> [拡充]リカレント教育の更なる充実強化 [拡充]新たな木造建築士育成の仕組みづくり 研修生確保対策の強化 きめ細かな担い手育成・確保の強化 <ul style="list-style-type: none"> 女性就業者の確保 移住希望相談者に向けた各種相談会の開催 小規模林業の推進 林業事業者の経営基盤の強化 <ul style="list-style-type: none"> [新規]事業戦略の策定による経営改善の推進 森林施業プランナーの育成 事業者の労働環境の改善 事業者の経営基盤の強化

これまでの取り組みとその成果

森の資源を余すことなく活用する仕組みが整い、限られた担い手の中でも原木生産量が大幅に増加。

▽ 原木生産量の推移（単位：万m³）

H20 → H30 **+54.5%**

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
41.8	42.0	40.4	50.7	46.5	49.5	61.0	59.2	62.8	66.8	64.6

R5目標

79

◆原木生産のさらなる拡大

○生産性の向上による原木の増産

- ・効率的・計画的に原木生産を行う「**森の工場**」を整備
23,483ha(H20) → 65,980ha(H27) → 72,799ha(H30)
- ・高性能林業機械等の導入や10tトラック道等の整備による生産性の向上
- ・森林組合の生産性の改善のため、支援ワーキング等を開催（H28～R元）
（支援組合：21組合）

○持続可能な森づくり

- ・皆伐跡地の再造林を促進
175ha(H22) → 162ha(H27) → 263ha(H30)

◆加工体制の強化、木材需要の拡大

【A材】

○大型加工施設の整備

- ・平成25年8月に**高知おおとよ製材が稼働**（雇用人数60人、H31.3月末）

○既存製材工場の加工力増強を支援

- ・既存製材工場における乾燥施設等の整備による加工力を強化

○県産材住宅・公共建築物等での木材利用の促進

- ・県産材を利用した木造建築物に対する支援を実施

【B材】

○CLT（直交集成版）の普及拡大

- ・全国に先駆けて**CLT建築推進協議会**を設立（H25.7）
- ・**CLTで地方創生を実現する首長連合**を設立（H27.8）
⇒ 構成員 110名長：R1.12末 共同代表：高知県知事、岡山県真庭市長
- ・CLT建築物を整備（H20：0棟 ⇒ R1.12末：19棟）
- ・**CLT用ラミナ工場と大断面集成材工場が稼働**（H28末）

【C材・D材】

- 木質バイオマスの利用拡大（雇用人数55人、H31.3月末）
- 木質バイオマスボイラー導入の促進
⇒ H20：21台 ⇒ H31.3末：279台
・**県内2カ所で木質バイオマス発電所が稼働**（H27）

◆流通の統合・効率化

- ・流通拠点（26カ所）を活用した土佐材出荷量の拡大
⇒ トレーラー等による低コスト・定期輸送（H22:956m³⇒H30:7,500m³）

◆ブッシュ型提案等による外商体制の強化

- ・TOSAZAIセンターと全国レベルの木造建築の専門家集団との連携による積極的な提案・営業と施主の理解醸成
- ・TOSAZAIセンターに非住宅木造建築の提案相談窓口を設置（H30.4）

◆販売先の拡大

- ・土佐材パートナー企業によるTOSAZAI住宅の建築推進
⇒ 土佐材パートナー企業の登録数（H22:33社⇒H30:123社）
- ・木材輸出に関する情報収集と県内事業者への提供・営業活動等への支援
⇒ 土佐材製材品の輸出货量（H22:579m³⇒H30:1,976m³）

◆林業大学の充実・強化

- ・林業学校として短期課程と基礎課程を先行開校（H27）
- ・初代校長に隈研吾氏を迎え**林業大学校として本格開校**。新たに専攻課程を設置し、林業のエキスパートから木造建築士まで幅広い人材を育成（H30.4）
「短期課程」：H27～30 5,779人、「基礎課程」：H27～30 75人、「専攻課程」：H30 18人

◆きめ細かな担い手確保の強化

- ・こうちフォレストスクールの開催 ⇒ 参加者H29:47人 → H30:79人

第4期計画の主な取り組み

◇構築した川上から川下までの仕組みを生かして、A材等による木製品の高付加価値化や県産材のマーケティング戦略の強化、建築士等への戦略的アプローチなどに取り組み、木材生産・流通の最適化を図ることにより、飛躍的な木材需要の拡大を推進します。

柱1 原木生産の拡大

□成熟した森林資源を最大限に循環利用する仕組みづくりを推進する

- ▽ 民有林の原木生産量 H29:46.9万m³ ⇒ R5年目標59万m³
- ▽ 民有林の再造林面積 H30:263ha⇒R5年度目標630ha

主な強化策

- 労働生産性の向上による事業地の拡大
 - ・作業システムの改善による生産性の向上
⇒ **事業戦略と連携した作業システムの改善支援**
- 皆伐と再造林の促進
 - ・再造林の促進
⇒再造林の省力化のために行う皆伐時の林地残材等の搬出への支援
- 施業集約化の強化
 - ・森の工場の拡大・推進
⇒森林資源情報を活用した効率化の推進
⇒森の工場内での搬出間伐への支援強化（補助対象年齢の拡大等）

柱2 木材産業のイノベーション

□消費者ニーズに応じた付加価値の高い製品の安定供給や流通の効率化に向けた仕組みづくりを推進する

- ▽ 県産製材品の出荷量の増加（H29 142千m³ ⇒ R5年度目標 169千m³）

主な強化策

- 木材・木製品の高付加価値化の推進（A材の活用）
 - ・**非住宅分野向けの高付加価値製品の開発**
⇒全国レベルで活躍する建築士と連携し、異業種を含めたワーキンググループによる開発の加速化
- プラットフォーム等による地産・外商体制の強化
 - ・TOSAZAIセンターを中心とした情報交流の拠点の整備
 - ・**需要にマッチした生産供給体制（SCM）の構築**に向けた取り組みの促進
⇒製品等の流通情報の共有化と共同出荷の検討

柱3 木材利用の拡大（建築士等への戦略的アプローチ）

□非住宅建築物の木造化・木質化を推進し、全国的な木材需要の拡大を図る

- 3大消費地をターゲットとした組織的・継続的な外商活動を展開
- ▽ 県産製材品の出荷量の増加（H29 142千m³ ⇒ R5年度目標 169千m³）
- ▽ 県内非住宅建築物の木造率（床面積ベース）向上（H30 17.1% ⇒ R5年度目標 20.0%）

ポイント

非住宅分野における木材需要の拡大に向け、木造建築に携わる建築士等の育成と施主の木材利用への理解の醸成などに取り組みます。

柱4 担い手の育成・確保

□優れた人材を育成・確保する

- ▽ 林業就業者（単位：人）

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
1,541	1,611	1,645	1,661	1,662	1,605	1,602	1,589	1,592	1,602

R5目標

1,670

ポイント

平成30年4月に本格開校した県立林業大学校では、即戦力となる人材や高度で専門的な職業能力を持つ人材の育成を進めています。また、林業事業者の経営基盤の強化と労働環境の改善を図るため、**事業戦略の策定**やその実践を支援します。

ポイント

かつて年間40万m³程度にまで落ち込んでいた原木生産量は、A材からD材まで余すことなく活用する仕組みの構築により、64.6万m³まで増えてきました。
豊富な森林資源を余すことなく活用して、中山間地域に継続的に所得の向上や雇用の創出をもたらすために、生産性のさらなる向上や皆伐・再造林を一体として推進し、原木生産量の拡大と持続可能な森林資源の活用に取り組みます。



高性能林業機械による伐採作業



植え付け作業



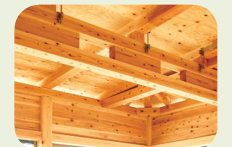
再造林を実施した皆伐跡地

ポイント

県内事業者の競争力を強化するため、非住宅建築物の内装材など高付加価値製品の開発や需要者ニーズにマッチした品質の確かな製品の生産供給体制の構築とともに加工・流通・販売の効率化などに取り組みます。



高品質な製材品（JAS材）



木製品の開発（重ね透かし梁）

主な強化策

- 木造建築に精通した建築士等の育成**
 - ・全国の建築士関係団体との連携による建築士の育成
⇒林業大学校による短期講座を首都圏で開催
- 施主の木材利用に関する理解の醸成**
 - ・経済同友会等との連携のもと、木材利用に関する理解の醸成を促進
⇒木材利用推進全国会議による木材利用に向けた施主（企業）へのアプローチ

①「地産」の強化

②「外商」の強化

①・②を支える取り組み

主な強化策

- 林業大学校の充実・強化
 - ・専門知識をより深く習得するための**リカレント教育**の更なる充実強化
 - ・新たな木造建築士育成の仕組みづくり
⇒木造設計集中コース（短形式）の開設
- 林業事業者の経営基盤の強化
 - ・**事業戦略の策定による経営改善の推進**
⇒事業者の課題解決と成長を可能にする計画の策定とその実践への支援

林業大学校



木造設計コースの研修の様子

原木生産の拡大に向けて

現状(H29)
66.8万m³

民有林
46.9万m³

皆伐：29.2万m³
間伐：17.7万m³

民有林
(森の工場除く)

35.2万m³
皆伐：27.7万m³
間伐：7.5万m³

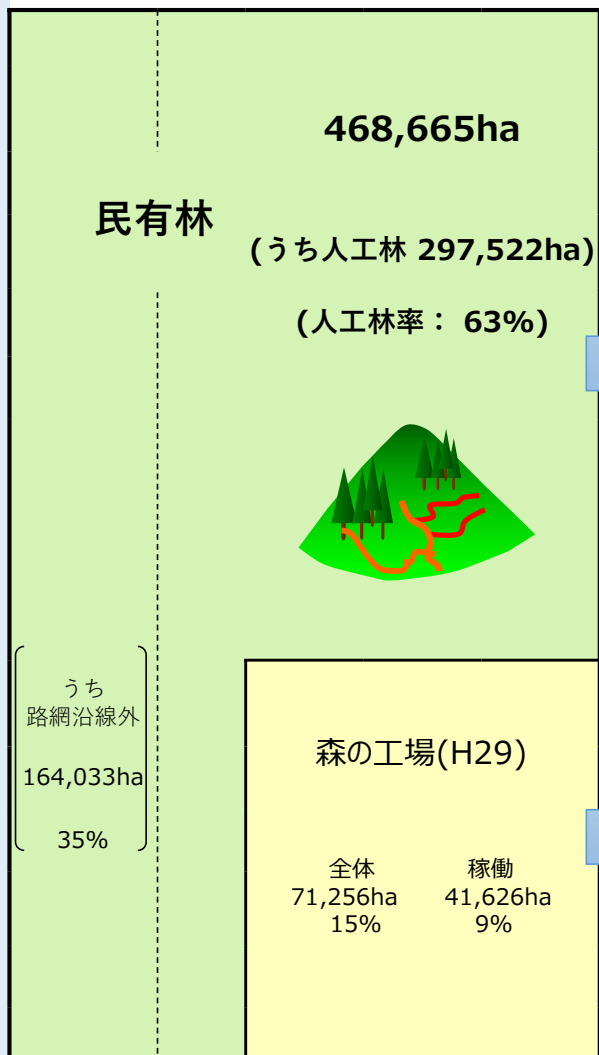
森の工場

11.7万m³
皆伐：1.5万m³
間伐：10.2万m³

国有林 19.9万m³
皆伐：9.7万m³
間伐：10.2万m³

課題

- ・事業地の安定確保
- ・労働生産性の向上
- ・間伐と皆伐を複合させた原木生産
- ・再造林率の向上
- ・林業就業者数の低迷



対策

※皆伐280ha増、間伐1,790ha増

① 労働生産性の向上による事業地の拡大 採算の合う事業地を拡大

- 作業システムの改善による生産性の向上
(生産性の低い工程(集材や積込・小運搬等)を中心に改善)
- ・高性能林業機械の稼働が低位な作業システムの改善への支援
(R元：実態調査・システム検証 ⇒ R2：改善ポイントの検討・実行)
- ・ICTを活用した労務管理のスマート化
- ・既存事業による作業道等の整備、林業機械の導入の促進
- 新** 林業事業者の事業戦略の策定を支援

目標：生産性2割超アップ、増産5.9万m³

※皆伐40ha増、間伐1,010ha増

② 皆伐の促進と再造林の促進 皆伐の促進と再造林率の向上

- ・林地台帳を活用した森林情報の収集や境界確認等への支援
- 新** 再造林のために行う枝条搬出への支援
(再造林時の地拵えを省力化し、再造林率を向上)
- ・再造林への支援(県費嵩上げ)
- ・森林経営計画の作成促進(森林経営計画への編入等)
- 拡** 林業機械レンタルの補助率アップ(3/10⇒1/2)
- ・既存事業による作業道等の整備の促進

目標：年間180haを集約化、増産7.6万m³

※皆伐180ha増

③ 施業集約化の強化 搬出間伐主体⇒皆伐・再造林を含めて事業地を集約化

- ・森の工場の新設
- ・事業期間が終了した約3万haの森の工場での事業掘り起こし
- 拡** 搬出間伐の支援強化(初回 ⇒ 初回+10年経過後の2回目)
- 拡** 補助対象年齢の拡大
(7~12年齢 ⇒ 6~標準伐期年齢の2倍(最高18年齢))
- ・林業専用道(規格相当)等の整備
- 新** 再造林のために行う枝条搬出への支援【再掲】
- 拡** 林業機械レンタルへの補助率アップ【再掲】

目標：年間2,300haを集約化、増産4.6万m³

※皆伐60ha増、間伐780ha増

目標(R7)
85万m³

民有林
65.0万m³

皆伐：41.0万m³
間伐：24.0万m³

民有林
(森の工場除く)

48.7万m³
皆伐：37.0万m³
間伐：11.7万m³

① 41.1万m³
皆伐：29.4万m³
間伐：11.7万m³

② 7.6万m³
皆伐：7.6万m³
間伐：-万m³

森の工場

③ 16.3万m³
皆伐：4.0万m³
間伐：12.3万m³

国有林 20.0万m³
皆伐：10.0万m³
間伐：10.0万m³

製材品の供給体制の整備（共同乾燥等）

背景

○木造建築でのプレカット工法の増加 → 品質が安定している**人工乾燥材の需要増加**

※木造軸組工法住宅のうちプレカットが占める割合：**93%**(H30)

○非住宅木造建築物においては構造計算が必要とされており、**強度や乾燥など品質が確かなJAS製品**（機械等級区分）が求められている。

現状

○県内の人工乾燥材の状況

●全製材品に占める人工乾燥材製品の割合

H28:高知(31%) → 全国(37%) **全国との差は拡大**
H30:高知(32%) → 全国(43%)

●製材事業体の県産材人工乾燥材の割合(H30)

大規模製材事業体 5社:78% **中小のシェアが低い**
中小製材事業体 77社:22%

(※大規模製材事業体:原木消費量1万m3超/年)

○県内のJAS機械等級区分の状況

●JAS機械等級区分認定事業体

H28:高知(6社) → 全国(64社)
H30:高知(6社) → 全国(78社) **全国の約8%**

●JAS機械等級区分出荷量(H30)

高知(11千m3) → 全国(663千m3) **全国の約2%**

製材品高品質化調査実施

製材事業体の実態調査及び事業計画の作成や事業運営方法等の検討を行い、共同等における事業プランを設定

- ・プラン1：共同事業型 ⇒ 既存製品市場等にJAS製品の生産に必要な設備を整備
- ・プラン2：工場新設1 ⇒ JAS製品が生産できる工場の新設（原木消費量：25,000m3）
- ・プラン3：工場新設2 ⇒ JAS製品が生産できる工場の新設（原木消費量：40,000m3）

施設整備に向けた検討

施設整備公募実施

○製材品高品質化施設整備について製材事業体及び木材製品市場に対して公募実施

- ・公募期間：R元年 7/25～8/30
- ・提案書提出：1件（高幡木材センター）
- ・提案内容：大径材に対応可能なJAS製品が生産できる工場の新設
※原木消費量：40,000m3

協議内容

- 運営方法
- 用地の確保と造成
- 町に対する支援の要請
- 用地の造成を含めた施設整備スケジュール

課題

- 施設整備費の圧縮
- 原木の安定確保
- 増産に伴う販路の確保

課題

○人工乾燥材、JAS製材の生産体制の強化

中小製材事業体の生産拡大が重要

経営状況等により、製材事業体単独での新たな設備投資(乾燥施設等)を行える事業体は少ない

共同乾燥施設等の整備

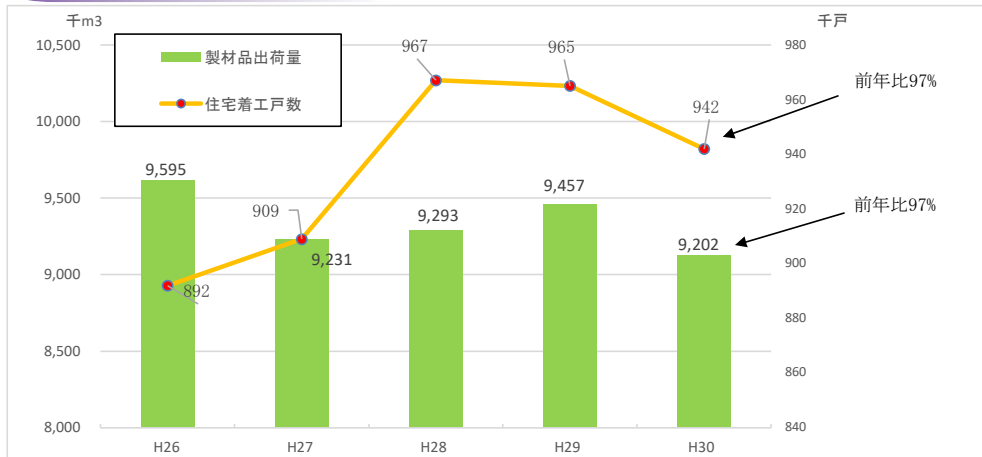
今後の進め方

H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度
製材品高品質化調査委託	製材品高品質化施設整備公募	施設整備についての関係者間の協議	共同JAS乾燥モデル施設の整備 (用地造成・建屋建設・機械設備設置)	モデル事業の実施内容検証 県内への施設整備の推進
		JAS乾燥等に関する技術支援(森技C、森林総研、木材協会との連携)		
		JAS製材品の理解と需要の拡大(木材協会との連携)		

出荷目標

- ◇人工乾燥材
126千m3
(H30実績：75千m3)
- ◇JAS製材(機械等級区分)
36千m3
(H30実績：11千m3)

全国の動向



- 全国住宅着工戸数は減少に転じ、今後もこうした傾向は続く予測
 - ・R元年の全国住宅着工戸数の予測は892千戸(前年比94%)
- 住宅着工数の減少に伴い、製材品出荷量も減少傾向
- 全国の大手木材加工場(プレカット等)は、非住宅物件の受注拡大に動き始めている

○2045年の人口将来予測からの今後の取り組み

- ・3大都市圏(関東・東海・関西)で働く世代(15~64歳)の人口は、全国の36%を占め、住宅や非住宅建築物は3大都市圏に集中
- ・それぞれの地域性を加味した木材需要の拡大を推進

関西方面

今後の取り組みの方向性

- ・他の方面より輸送距離が短く、一番近い大きな市場規模であることから、中小製材工場が出荷しやすく引き続き地元関係者との連携の維持・強化を図る
- ・2025年日本国際博覧会の開催や総合リゾート誘致の動きなど、中期的な取り組みと将来を見据えて非住宅分野での市場開拓を積極的に推進する

関東方面

今後の取り組みの方向性

- ・住宅においては大手ハウスメーカー等との競合の可能性が高いが、市場規模は将来に渡って大きいことから、量産工場の競争力を活かし現在の取引企業を大切にしながら販路開拓を進める
- ・民間企業の本社が多いことから非住宅分野での市場開拓を推進する

東海方面

今後の取り組みの方向性

- ・将来の人口推計及び住宅事情から考えて魅力ある市場であり、地元関係者との連携の強化を積極的に進める
- ・併せて非住宅分野での市場を開拓を推進する

今後の展開

高付加価値化の推進

- 内装材などの高付加価値商品を開発(TOSAZAIセンター プラットフォーム)
 - ・チーム・ティンバライズと連携しワーキンググループによる個別検討会を実施

- ・木のパネルWG
- ・建具WG
- ・外装・耐久性WG
- ・高強度材・木づかいWG
- ・加工技術WG
- ・PR・イベント戦略WG

〔事例〕

プロトタイプの標準的な構造モデルをベースに部材開発を検討



- ・木材関連事業者に加え異業種との連携の強化
- ・地域の木材加工事業者間の連携の強化

●高付加価値製品の積極的な販路開拓

- ・デベロッパー等との連携の強化
- ・ニーズのフィードバックによる商品のブラッシュアップ



マーケティング戦略の強化

●経済同友会との連携による非住宅建築物の木造化・木質化の推進

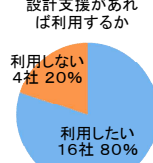
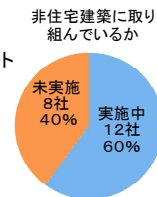
- ・木材利用推進全国会議による木材の活用に向けた施主(企業)への理解の醸成を推進
- ・経済界と行政が連携して具体的な取組事例を創るとともに、セミナー等様々な機会を発表し全体気運の高揚
- ・都市部企業へのプッシュ型提案・営業活動の推進(提案・相談窓口の設置)

●流通拠点と土佐材パートナー企業と連携し住宅に加えて非住宅分野への販路の拡大

- ・勉強会やイベントの開催
- ・施主への県内観光情報等の提供などアフターサービス充実
- ・非住宅分野(建材・オフィス家具)に関心を示したパートナー企業への提案活動を積極的に推進

土佐材パートナー企業へのアンケート結果

124社対象
回答20社
回答率16%



●海外への販売促進

- ・輸出に向けた情報交換会の開催
- ・海外の木材事情に詳しい団体やアドバイザーからの情報の収集(他分野の輸出チャンネルも活用)



非住宅木造建築物の建築拡大に向けた人材育成と施主の理解醸成

これまでの取組と成果

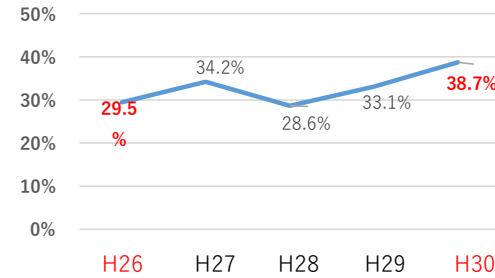
◆非住宅木造建築物とCLTの普及促進

- 普及活動(フォーラムの開催やパンフレットの作成等)による施主への理解の醸成
⇒ 県内CLT建築物: 完成19棟、設計・施工中13棟(R1.11現在)
- OA材を活用した木製品の開発
⇒ 構造用木製品の開発(3製品)、木製品の開発(7製品)
- 設計費、建築費への支援(補助)
⇒ 鉄骨造(S造)が木造に変更される事例
- CLTで地方創生を実現する首長連合
⇒ 令和元年度、全都道府県でCLT建築物が整備が実現

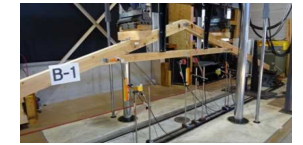
◆建築士の育成

- 林業大学校(短期課程、リカレントコース)の開催
⇒ 短期課程受講者数延べ111人
- 建築事例を通じて蓄積した技術やノウハウを普及する技術セミナー・研修会の開催
⇒ CLTに取り組む県内の建築士や施工業者が増加
(設計者: 6事業体 ⇒ 16事業体) (施工関係者: 2事業体 ⇒ 15事業体)

高知県における非住宅建築物の木造率(棟ベース)



CLT建築物(県立林業大学校)



木製品の開発(A型トラス)

全国の木材利用の動き

■経済同友会

- 地方創生に向けた“需要サイドからの”林業改革(H30.3)
- 木材利用推進全国会議の設立(R1.11)
・参加企業団体 324団体

■全国知事会(国産木材活用PT)

- 国産木材需要拡大宣言(R1.7)
- 建築基準法の改正(R元.6月施行)
○耐火構造とすべき木造建築の対象の見直し(緩和)など

木材利用に向けた、全国的な機運の高まり

課題

- ◆建築士等のさらなる人材育成
- ◆全国の施主や建築士にCLTや木造建築に関するさらなる理解醸成
- ◆需要拡大を後押しするさらなるサポート環境の充実



建築士等及び施主に向けた戦略的アプローチ

今後の展開

木造建築に精通した建築士等の育成

◆木造建築の普及促進

- フォーラム、技術セミナー、見学会の開催(県内・県外)
- 全国の建築士団体等との連携による建築士の育成
- ※非住宅木造建築物に取り組むための入口として開催
⇒ 林業大学校へ誘導

◆林業大学校

- リカレントコース(スキルアップに必要な内容を自由に選択)
- 首都圏における木造設計集中コース(中大規模木造建築の設計スキルを効果的に習得)

施主の木材利用に関する理解醸成

◆全国団体・自治体との連携

- 経済同友会等との連携による施主の理解の醸成
- 土佐経済同友会と連携した木造建築事例の拡大
- 日本CLT協会等との連携による普及促進

◆個別の営業活動(TOSAZAIセンターとの連携)

- 企業、自治体へのプッシュ型の営業活動、具体的な提案活動
- 希望企業での勉強会の開催(木の良さ、木造建築の特徴)

サポート環境の充実

◆設計支援

- 非住宅木造建築物への設計支援
- OTOSAZAIセンターとの連携による設計支援

◆新たな技術の推進

- 集合住宅の木造化、ハイブリット(RC・S造+木造)の建築物の推進
- 技術・ノウハウのさらなる収集及び普及
- OTOSAZAIセンターに設置するプラットフォームを活用した新商品の開発

高知県の取組を全国へ発信・展開(林業大学校のカリキュラムの提供等)

木材利用推進全国会議の活動を通して、各都道府県の経済同友会、行政が連携し、CLTをはじめとする木材を活用した建築物の整備を加速度的に推進

国産木材の需要拡大に向けた取組の全国展開

・全国各地で木が活かされ都市も地方も潤う社会を構築

木造の非住宅建築物の設計ができる建築士の育成

中大規模木造建築物の設計に必要な知識を習得できる多様な学びの場を提供することにより、我が国の木造に携わる建築士を増やす

	コース（概要）	対象者	研修期間	研修場所	特徴	レベル
一年型	専攻課程《木造設計コース》 林業技術や木材利用、木造設計の基礎から応用を学び実践力を養成	学生 実務経験者	1年間	林業大学校	木造設計から木材利用の意義まで 最高水準の学びを提供	高
	リカレントコース 専攻課程を一般に公開し、木造建築の専門知識をより深く提供	学生 実務者	1日～	林業大学校	スキルアップに必要な内容を自由に選択	中
短期型	木造設計集中コース 新 中大規模木造の設計技術をコパ [®] 外かつ効果的に提供し実務者をサポート	実務者	延べ5日間程度	東京都	中大規模木造建築の 設計スキルを効果的に習得	
	実務者スキルアップコース 森林や最新の木造建築技術を提供し、中大規模木造への機運を高める	実務者	2日程度	都市部	中大規模木造建築への 機運を醸成	
	サマー・オータムスクール 学生に木材利用の意義や建築物に触れさせ、木造を目指す人材を拡大	建築学生	3日間程度	高知県内	木造建築士の 裾野を拡大	低

各コースのスケジュール（イメージ）

コース名	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度
専攻課程木造設計コース	→				
リカレントコース	→				
木造設計集中コース		拡充	新	→	
実務者スキルアップコース		新	→		
サマー・オータムスクール		→			

何が効果的か
見極めながら見直しを図る

- ・中大規模木造建築物の**設計に必要なスキルの習得**を目指す
- ・他の都道府県にも同様の取組が広がり、**わが国の豊富な森林資源の活用**を促す

林業事業体の強化（事業戦略づくり）について

事業体の強化のポイント

原木生産のさらなる拡大のためには、林業事業体が生産性の向上により収益の増加と労働環境の改善により働きやすい職場となるなど、経営基盤を強化していくことが必要。このために、林業事業体に対して、経営力強化につながる事業戦略づくりを喚起し、経営指導と労働生産性の向上への取組の支援を行う。

◎ボトルネックの解消(事業活動の見直し) → 生産性の向上 → 利益の確保 → 労働環境の改善(賃金・福利厚生) → 新規就業者の確保・林業就業者の定着率の向上 → 生産性の向上 → 森林所有者への還元の増加 → 事業地の拡大 → 更なる経営基盤の強化 → ……

具体的な内容

事業モデルとなり得る林業事業体を選定し、事業戦略の策定とその実践を重点的に支援することにより、原木生産の核（モデル）となる林業事業体を育成する

R元

R2~

戦略1：労働環境改善に向けた取組

戦略2：労働生産性の向上・経営基盤の強化に向けた取組

労働環境の改善に向け、雇用管理改善推進アドバイザーを配置し、事業体ごとの課題を掘り下げ

【現状】

- ・ 離職者のうち若年層の割合が高い
- ・ 社会保険制度等への加入率は80%程度
- ・ 月給制への移行が進みつつあるが、割合は24%
- ・ 他産業に比べ高い労災発生率
- ・ 改善計画の未達 など

【事業体ごとの課題：例えば】

- ・ A社：事業量に変動があるため日給制
- ・ B社：機械器具が不足しているため、労災が発生
- ・ C社：経営者のスキルが不足

各事業体ごとの現状・課題を
カルテ化

新たな支援

★林業事業体の事業戦略の策定

事業体の課題解決と成長を可能とする計画の策定とその実践への支援

○事業体の労働環境の改善、労働生産性の向上への計画を策定

【計画内容】

- ・ 利益を生むための適正な人と機械の配置
- ・ 現場に合った作業システム・労働安全
- ・ 従業員に対する利益の分配（給与体系の改善）
- ・ 効果的な設備投資 など

○支援チーム

- 【県】+【林業労働力確保支援センター】
- ・雇用管理改善推進アドバイザー
- ・経営コンサルタント

○事業体が計画を実践（計画実践を指導）

計画の実践から管理手法の定着までトータル的に支援。

労働生産性の向上・労働環境の改善

PDCAサイクルの反復によるステップアップ

目指す成果

持続可能な成長と木材増産を行うことができる林業事業体の誕生

サプライチェーンマネジメントの構築

< 木材流通の現状 >

- ・既存の木材・木製品の販売は、長年の信頼関係によるものや協定による取り引きがあり、直ちに県内にSCM（サプライチェーンマネジメント）を導入するには課題がある。

< 取組方針 >

- ・まず、新商品開発のプラットフォームを活用し、製品の開発メンバーによる新製品販売の事例を積み重ね、複数のミニマムなSCMを構築する。
- ・川上においても、山の在庫を見える化し、ICT技術等を活用した原木の需要情報（規格、品質、量、納期）にマッチした供給システムを構築する。
- ・ミニマムなSCMのグループをベースに、グループ内での取扱製品・参加企業を拡大し、県内に水平展開する。

< 川中・川下ステージ >

- ・TOSAZAIセンターの外商活動や提案・相談窓口で集めた非住宅木造建築に関する需要情報と製材品や建具等の供給情報をマッチング
- ・量や納期など川下のニーズに対応できる共同出荷を推進

1. プラットフォームで開発した製品を対象としたSCMを構築

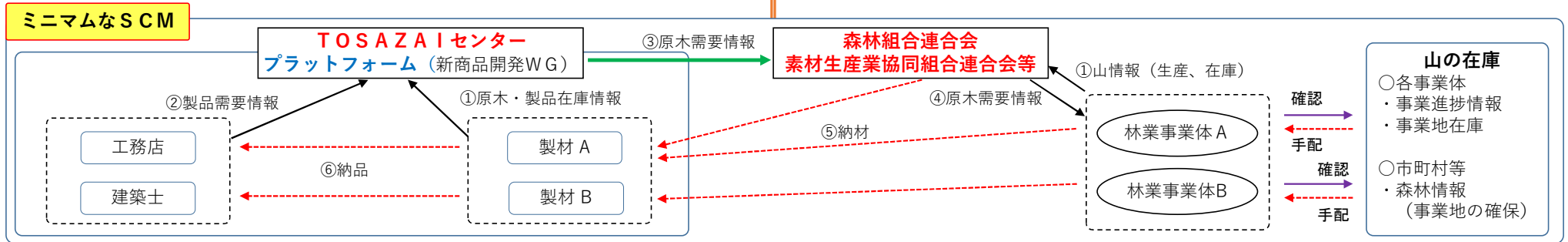
- ① TOSAZAIセンターにおいて、開発に参加した製材工場の製品と原木の在庫情報を集約
- ② TOSAZAIセンターが工務店等の製品需要を把握
- ③ TOSAZAIセンターから県森連等に原木の需要情報（規格、品質、量、納期）を提供
- ⑥ 製材事業者が製品を製造、市場に出荷・納品

< 川上ステージ >

- ・川中・川下の求める規格の原木をタイムリーに生産・出荷できるよう森林資源の情報と事業地の原木生産情報を共有
- ・流通コスト削減のため、山元での選木など直送体制の整備

1. プラットフォーム（川下）での原木需要に対応した原木のマッチング

- ① 県森連等が林業事業者から原木の生産情報、山の在庫情報を収集
- ④ 県森連等が製材工場等の原木需要情報を林業事業体に提供
- ⑤ 林業事業者が原木の需要情報に合わせた原木の生産、納材（市場経由、直送）



2. 県内で構築したミニマムなSCMを拡大

- TOSAZAIセンターのマッチングにより、新製品及び既存製品のアイテム数・参加企業を拡大、共同出荷によって量や納期に対応
- 木材製品市場が既存のSCにマネジメント機能を導入し、SCMを展開
- ICTを活用した木材需給マッチングの効率化
 - ✓ 製材品や建具等の在庫情報の見える化
 - 原木・製品在庫収集システムの確立
 - ✓ 適正在庫の検討



2. 山の在庫の見える化

- 航空レーザー計測による森林資源データの集積
 - ✓ 林業事業者は様々な原木の需要情報に対応できる複数の事業地を確保
- ICTを活用した立木需給情報の共有
 - ✓ 原木生産情報によるタイムリーな立木需給のマッチング
 - 山元での原木の選木システムの構築
 - 納期の短縮



図 作業実績管理のイメージ

取組を県内全域で水平展開、効率的なSCMを構築

在庫の削減や納期の縮減、需要変動への対応
商機を逃さない、需要に応じた生産・供給体制の確立

分野を代表する目標

漁業生産額(宝石サングを除く)

現状 (H29) 470億円 ⇒ 4年後 (R5) 500億円 ⇒ 10年後 (R11) 530億円

水産加工出荷額

現状 (H29) 199億円 ⇒ 4年後 (R5) 240億円 ⇒ 10年後 (R11) 260億円

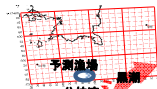
生産性の向上や付加価値の創出により水産業の成長産業化を推進

柱1 漁業生産の構造改革

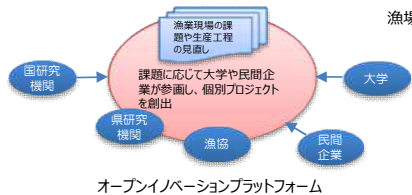
生産性の向上や生産量の増大に向けた取り組みを推進！！

(1) 効率的な漁業生産体制への転換

- 拡** 高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化
 - 黒潮牧場15基体制の維持と機能強化
 - 産地市場のIoT化を推進



漁場予測システム



(2) 養殖生産の拡大

- 新** プリの人工種苗生産の推進
 - 養殖業への新規参入の促進



(3) 漁場の有効活用の促進

- 地元と協働した企業参入の促進
- 新** 新たな漁法（小型底定置網）の導入による生産量の増大
 - 生産力向上のための漁場づくりを支援



(4) 漁村におけるサービス業の創出

- 遊漁や体験漁業の振興



「地産」の強化

柱2 市場対応力のある産地加工体制の構築

産地加工の拡大と雇用の場を創出！！

(1) 加工施設の立地促進や機能等の強化

- 拡** 輸出に対応した加工施設の立地促進
 - 加工施設の機能強化や衛生管理の高度化



(2) 加工関連産業の強化

- 加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化

漁業生産額や加工出荷額を安定的に確保！！



担い手を安定的に確保！！

成長を支える取組の強化

好循環を生み出し 拡大再生産へ！

「外商」の強化

柱4 担い手の育成・確保

新規就業者の育成と担い手の経営安定を支援！！

(1) 新規就業者の育成

- 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進
- 就業希望者を対象とした短期・長期研修の実施
- 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成を支援
- 新** 漁船のレンタルをサポートし、円滑な就業を支援

一般社団法人 高知県漁業就業支援センター



(2) 経営安定に向けた支援

- 営漁指導員による経営指導を支援
- 拡** 新規就業者等の設備投資への支援



漁業所得を向上！！

柱3 流通・販売の強化

大都市圏や海外への外商活動を強化！！

(1) 外商の拡大

- 拡** 「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の一層の強化
 - 商談会等への出展による販路拡大を支援
 - 消費地市場とのネットワークを生かした取引の拡大



(2) 輸出の拡大

- 拡** 有望市場への輸出支援を強化
- 新** 輸出に適した加工用原魚の確保



(3) 産地市場の機能強化

- 鮮度向上や衛生管理等の取り組みを支援
- 産地市場の統合を推進
- 産地市場のIoT化を推進（再掲）



水産業分野の体系図

分野の目指す姿	若者が住んで稼げる元気な漁村		
分野を代表する目標	<u>漁業生産額(宝石サンゴを除く)</u> <u>水産加工出荷額</u>	現状(H29):470億円 ⇒ 4年後(R5):500億円 ⇒ 10年後(R11):530億円 現状(H29):199億円 ⇒ 4年後(R5):240億円 ⇒ 10年後(R11):260億円	

戦略の柱	1 漁業の構造改革	2 市場対応力のある産地加工体制の構築	3 流通・販売の強化	4 担い手の育成・確保
戦略の方向性	高知マリンイノベーションの推進により効率的な漁業生産体制への転換を進めるとともに、養殖生産の拡大や漁場の有効活用を促進するなど、漁業生産量の増大を図る。	輸出に対応した加工施設の立地促進や既存加工施設の衛生管理の高度化を進めるとともに、加工と一体となった冷凍保管ビジネスの推進により、産地加工体制を一層強化する。	「高知家の魚応援の店」や消費地市場とのネットワークを活用した販路拡大や海外有望市場への輸出拡大に取り組むとともに、産地市場の衛生管理体制の強化やIoT化など、機能強化を支援する。	漁業就業支援センターによる就業相談から就業後のフォローアップに至る総合的な取り組みを支援するとともに、担い手の経営安定に向けた経営指導や設備投資を支援する。
戦略目標	・鮮魚の県内市場取扱額(年間) ◎89億円→⑤93億円→⑪97億円 ・養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)(年間) ◎19,772トン→⑤20,816トン→⑪22,783トン	・海外HACCP対応型加工施設の整備(累計) ◎2件→⑤4件→⑪7件 ・養殖魚の前処理加工(年間) ◎20億円→⑤50億円→⑪60億円	・「応援の店」への県内参画事業者の出荷額(年間) ◎3.5億円→⑤5億円→⑪6億円 ・水産物の輸出(年間) ◎3.1億円→⑤17億円→⑪20億円 ・産地市場の集約化(累計) ◎32市場→⑤27市場→⑪18市場	・新規就業者数(年間) ◎43名→⑤60名→⑪70名
取組方針・主な「具体的な取り組み」	1 効率的な漁業生産体制への転換 ◆【拡充】高知マリンイノベーションの推進による操場の効率化 ◆黒潮牧場15基体制の維持と機能強化 ◆産地市場のIoT化を推進 2 養殖生産の拡大 ◆【新規】ブリの人工種苗生産の推進 ◆養殖業への新規参入の促進 3 漁場の有効活用の促進 ◆地元と協働した企業参入の促進 ◆【新規】新たな漁法(小型底定置網)の導入による生産量の増大 ◆生産力向上のための漁場づくりを支援 4 漁村におけるサービス業の創出 ◆遊漁や体験漁業の振興	1 加工施設の立地促進や機能等の強化 ◆【拡充】輸出に対応した加工施設の立地促進 ◆加工施設の機能強化や衛生管理の高度化 2 加工関連産業の強化 ◆加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化	1 外販の拡大 ◆【拡充】「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外販活動の一層の強化 ◆商談会等への出展による販路拡大を支援 ◆消費地市場とのネットワークを生かした取引の拡大 2 輸出の拡大 ◆【拡充】有望市場への輸出支援を強化 ◆【新規】輸出に適した加工用原魚の確保 3 産地市場の機能強化 ◆鮮度向上や衛生管理等の取り組みを支援 ◆産地市場の統合を推進 ◆産地市場のIoT化を推進(再掲)	1 新規就業者の育成 ◆漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進 ◆就業希望者を対象とした短期・長期研修の実施 ◆民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成を支援 ◆【新規】漁船のレンタルをサポートし、円滑な就業を支援 2 経営安定に向けた支援 ◆営漁指導員による経営指導を支援 ◆【拡充】新規就業者等の設備投資への支援

これまでの取り組みとその成果

養殖業や水産加工業が大きく成長。少量多品種の魚を外商する新しい商流の仕組みや水産物の輸出の本格化に向けた産地加工体制が整う。

▽ 沿岸漁業生産額の推移 (単位: 億円) **H20→H29 +30.4%**

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29
345	348	403	396	410	423	421	465	404	450

▽ 漁業生産額 (宝石サンゴを除く) の推移 (単位: 億円)

3期計画では、2期計画の「沿岸漁業生産額」から「漁業生産額 (宝石サンゴを除く) ※」に指標を変更 ※は近海・遠洋漁業の生産額を含む

H28	H29	R5目標
420	470	500

【生産】

◆効率的な漁業生産体制への転換

- 黒潮牧場の15基体制の維持 (H23~)
 - ⇒ 黒潮牧場でのカツオ水揚げ量 H20-H22平均:624トン → H23-H30平均:878トン
- 養殖業、大型定置網漁業等への法人の参入促進 (H28~R元:4法人参入)
- 高知マリンイノベーションの推進 (漁場予測システムの開発等、各種取組に着手)

◆日本一の種苗生産・中間育成拠点の形成

- クロマグロの養殖漁場の拡大や、生産基盤の整備を支援
 - ⇒ クロマグロ養殖生産量 H24:651トン → H30:2,234トン
- 平成28年度にクロマグロ人工種苗の生産技術が確立
 - ⇒ (種苗生産) 沖出し尾数 H26:49尾 → H29:約23,000尾
 - ⇒ (中間育成) H29:30cmの種苗約7,700尾を生産
- 平成28年度にカンパチ人工種苗の生産技術が確立
 - ⇒ 養殖種苗出荷尾数 H26:0尾 → H29:50,000尾
- 令和元年度にブリ人工種苗の生産技術が確立
 - ⇒ 種苗生産尾数 R元:約100,000尾

【加工】

◆市場対応力のある産地加工体制の構築

- 地域アクションプラン等による水産加工業を支援
 - ⇒ 水産加工品出荷額 H26:6.8億円 → H30:15.9億円
- 加工施設等のHACCP認証取得を支援
 - ⇒ HACCP研修参加事業者数 H30:16事業者数
 - ⇒ 認証取得事業者数 14事業者 (H28~R元累計)
- 県西部に輸出に対応した大型水産加工施設が完成 (H30)

◆流通・販売の強化

- 「高知家の魚応援店制度」を創設 (H26)、県内事業者とのマッチングを支援
 - ⇒ 1,024店舗の県外飲食店が登録、99の県内事業者が参画 (R元.12月末)
 - ⇒ 県内事業者のH30取引額:3.5億円
- 養殖魚を中心とした県産水産物の海外市場への販路開拓、拡大
 - ⇒ 県産水産物輸出額 H26:0.1億円 → H30:3.1億円
 - ⇒ 「高知県水産物輸出促進協議会」会員による養殖魚の一次加工品を中国へ初出荷
- 市場統合に係る施設整備等を支援
 - ⇒ 産地市場数 H27:33市場 → R元:29市場

◆担い手の育成・確保

- 漁業就業セミナーの開催や短期・長期研修の実施
 - ⇒ 体験(短期)研修の実施 H27:33回 → R元:49回 (見込み)
- 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成を支援
 - ⇒ 担い手育成団体:6団体 (H28~H30累計)
- 住居や求人などの具体的情報を盛り込んだ漁村からの提案を積極的に発信
 - ⇒ 漁村提案:7地域 (R元)
- (一社) 高知県漁業就業支援センターを設置 (R元)
 - ⇒ 就業相談から就業後の経営安定までを一貫して支援

◆水産業クラスターの形成

- 養殖魚や宗田節の加工を核に、関連産業を集積した水産業クラスターを形成

第4期計画の主な取り組み

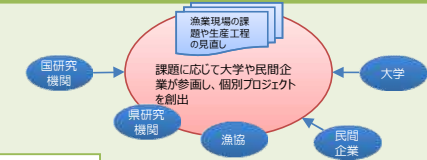
◇ 漁業生産額や水産加工出荷額を安定的に確保し、漁業所得の向上を図ることで、担い手を安定的に確保する好循環を生み出し、拡大再生産につなげていきます。

柱1 漁業生産の構造改革

□ 高知マリンイノベーションの推進により効率的な漁業生産体制への転換を進めるとともに、養殖生産の拡大や漁場の有効活用を促進するなど、漁業生産量の維持・増大を図る。

- ▽ 鮮魚の県内市場取扱額 ⑩:89億円 ⇒ ⑤:93億円以上
- ▽ 養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ) ⑩:19,772トン ⇒ ⑤:20,816トン

- 効率的な漁業生産体制への転換
 - ・オープンイノベーションプラットフォームによる新たなプロジェクトの創出
 - ・土佐黒潮牧場の高機能化
 - ・海況データ等を活用したメジカ漁場予測システムの開発
 - ・キンメダイ漁業における出漁判断情報の提供
 - ・急潮及び赤潮発生予測手法の開発
 - ・産地市場のIoT化の推進 (自動計量システムの導入等) 等
- 養殖生産の拡大
 - ・ブリの人工種苗生産の推進
- 漁場の有効活用の促進
 - ・新たな漁法 (小型底定置網) の導入による生産量の増大



柱2 市場対応力のある産地加工体制の構築

□ 輸出に対応した加工施設の立地促進や既存加工施設の衛生管理の高度化を進めるとともに、冷凍保管ビジネスの推進により、産地加工体制を一層強化する。

- ▽ 海外HACCP対応型加工施設の整備 ⑩:2件 ⇒ ⑤:4件 (目標)
- ▽ 養殖魚の前処理加工 ⑩:20億円 ⇒ ⑤:50億円 (目標)

- 加工施設の立地促進や機能等の強化
 - ・県中東部での海外HACCP対応型加工施設等の立地促進



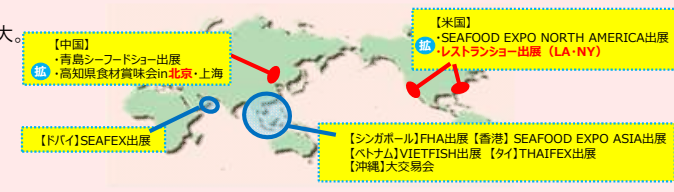
ポイント 漁業者の高齢化や減少が進む中、生産から流通においてIoT化に取り組む「高知マリンイノベーション」を推進しており、今後は、大学や民間企業と連携し、AIなどのより高度なデジタル技術を活用することで、さらなる生産性の向上やその成果を関連産業の創出に繋げてまいります。また、地元の合意に基づき定置網漁業等の未利用漁場への企業参入や新たな漁法の導入を促進することで、漁業生産量の増大を図ります。

柱3 流通・販売の強化

- 「高知家の魚応援の店」や消費地市場とのネットワークを活用した販路拡大。
- 海外有望市場への輸出拡大に取り組む。
- 産地市場の統合やIoT化、衛生管理の向上による機能強化を支援する。

- ▽ 「応援の店」 県内参画事業者の出荷額 ⑩:3.5億円 ⇒ ⑤:5億円 (目標)
- ▽ 水産物の輸出 ⑩:3.1億円 ⇒ ⑤:17億円 (目標)

- 外商の拡大
 - ・「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の一層の強化
 - ・「応援の店」から収集したニーズの産地へのフィードバックの強化



- 輸出の拡大
 - ・有望市場 (中国・米国) での賞味会等の実施による県産水産物のPR
 - ・輸出に適した加工用原魚の確保



柱4 担い手の育成・確保

- 高知県漁業就業支援センターによる就業相談から就業後のフォローアップに至る総合的な取り組みを支援する。
- 担い手の経営安定に向けた経営指導や設備投資を支援する。

- ▽ 新規漁業就業者 (単位: 人) ⑩:43名 ⇒ ⑤:60名 (目標)

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R6目標
28	34	39	76	47	37	29	47	55	44	43	60

(参考) 漁業就業者 (単位: 人) H10: 7,026 | H15: 5,824 | H20: 4,905 | H25: 3,970 | H30: 3,295

ポイント

研修終了時点で漁船を取得できていない研修終了生に対して、漁船をレンタルすることで、円滑な就業を支援します。

- 新規就業者の育成
 - ・漁船のレンタルをサポートし、円滑な就業を支援
- 経営安定に向けた支援
 - ・新規就業者等の設備投資を支援

① 「産地」の強化

② 「外商」の強化

①・②を支える取り組み



高知マリンイノベーションの推進によるさらなる生産性の向上

現状・課題

- ・漁業者の減少や高齢化が進む中、漁業生産額を維持していくためには、効率的な漁業生産体制への転換が必要
- ・本県水産業の生産から流通においてIoT化に取り組む「高知マリンイノベーション」を推進

⇒大学や民間企業等と連携し、AIなどのより高度なデジタル技術を活用することで、さらなる生産性の向上を図る

課題抽出

全体構想

課題解決のためのプロジェクト

目指す姿

オープンイノベーションプラットフォーム

本県水産業の課題解決のためのプロジェクトを募集



漁業現場の課題を
漁業指導所や
水産試験場が収集

- ・操業の効率化
- ・養殖業の餌削減など

現場課題をPT
(プロジェクトチーム)へ

新 高知マリンイノベーション運営協議会

- 東京大学
- 早稲田大学
- 高知大学
- 高知工科大学
- JAMSTEC
- JAFIC
- 開発調査センター
- 漁業協同組合

R2.2月
協議会を設置

AI、IoT等の技術
(シーズ)

漁業現場の課題
(ニーズ)

データのオープン化PT

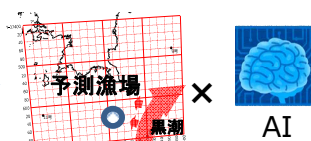


データベースの構築



情報発信システムの構築

漁船漁業のスマート化PT



メジカ漁場予測システムの開発
(AI等の活用による予測精度の向上)

新 画像解析手法による
漁場毎の漁獲量計測
システムの開発

養殖業のスマート化PT



本県養殖業のモデル的な
養殖方法を整理

魚体測定データ等を活用した
効率的な養殖方法の見える化

高付加価値化PT



自動計量システム (電子入札含む)

電子入札や入港管理システムの
構築等、産地市場のIoT化を推進

関連事業

衛星や漁場予測画像のHPでの
発信

・メジカの漁場予測手法の開発

・急潮予測手法の開発

・黒牧牧場の高機能化

遺伝子レベルでの赤潮の早期検知

自動計量システムの実装

漁船漁業 生産額	養殖業 生産額
245億円 (H29)	225億円 (H29)
↓	↓
254億円 (R5)	248億円 (R5)

データベースの構築
R3運用開始
情報発信システム
の構築
R3運用開始

県内市場取扱額
(メジカ)
6億円(H27~30平均)
↓
8億円(R5)

養殖生産量
(ブリ,マガイ,カパチ)
17,538ト(H30)
↓
19,200ト(R5)

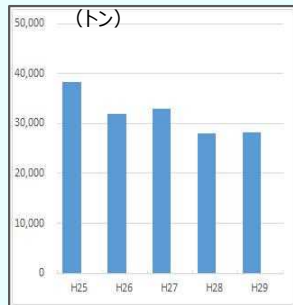
スマート市場
0市場(H30)
↓
5市場(R5)

企業誘致の促進や新たな漁法の導入による生産量の増大

現状・課題

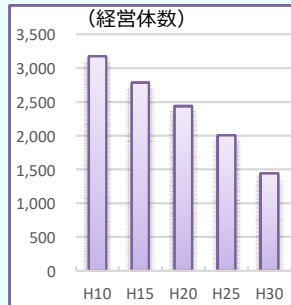
- 沿岸漁業の生産量・経営体数は減少(養殖業除く)
- 魚価の低迷や不安定な資源状況により沿岸漁業者の経営状態は厳しい

◆沿岸漁業生産量
(養殖除く)



※農林水産統計、県資料

◆沿岸漁業経営体数
(養殖除く)

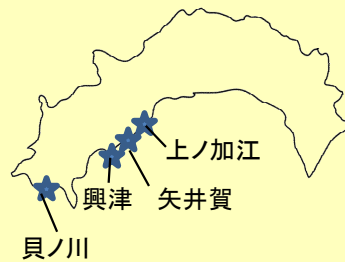


※漁業センサス、県資料

取組内容

定置網への企業誘致

・未利用定置網漁場の利用促進



【未利用定置網漁場】

【H30～R元年度】

- 定置漁業調査等委託事業(9月補正)
 - ・上ノ加江、矢井賀及び興津の漁場調査実施
- 候補地への企業誘致活動
 - ・調査結果の公表、DM送付、企業訪問の実施
 - ・参入に意欲のある企業と漁協・地元のマッチング
 - 地元企業が参入の意思を表明(興津)

【R2年度～】

- 企業誘致活動の継続
 - ・参入に興味を示した企業への働きかけの継続
- 興津の定置漁場再開スケジュール(予定)
 - ・R2.4漁場計画樹立、R2.10漁業権免許、R3.10操業開始
- 操業開始に向けた支援
 - ・漁具、漁船の確保に対する支援

新漁法の導入

・土佐湾の新たな漁法として有望な小型底定置網の普及

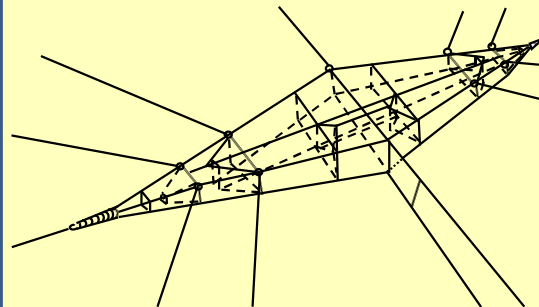
※小型底定置網の概要

- ・九州(大分、福岡、長崎等)で操業(土佐湾での操業実態なし)
- ・初期投資が少額
- ・1～2人で操業可能
- ・年間水揚げ(九州):500万円～1,500万円/年

【R2年度～】

- 新** ○新漁法操業モデル事業(委託事業)
 - * 委託先:高知県漁協(下ノ加江での操業を予定)
 - * 期間:令和2年5月1日～令和3年7月31日
 - * 内容:年間を通じた試験操業
- 未利用小型定置漁場への普及
 - ・試験操業結果(水揚げ・経費等)の漁業者への情報提供
 - ・漁業者・企業等による操業視察

※過去に小型定置網漁場として利用され、現在未利用の漁場は100(うち土佐湾に55)



【小型底定置網】

目指す方向性

- 漁業への新規参入促進(定置網への企業誘致)
- 新漁法の導入(小型底定置網の普及)

地元合意

未利用漁場の活用

漁業生産量の確保・漁業経営の安定化

「高知家の魚応援の店」のネットワークの新たな展開について

年度	H26年度	H30年度	R元年度	R2年度	R5年度	R11年度
年間取引額	0.6億円	3.5億円	4億円 (目標)	4.2億円 (目標)	5億円 (目標)	6億円 (目標)
登録店舗数	374店舗	926店舗	1,024店舗 (12月末現在)	 1,000店舗体制を維持		

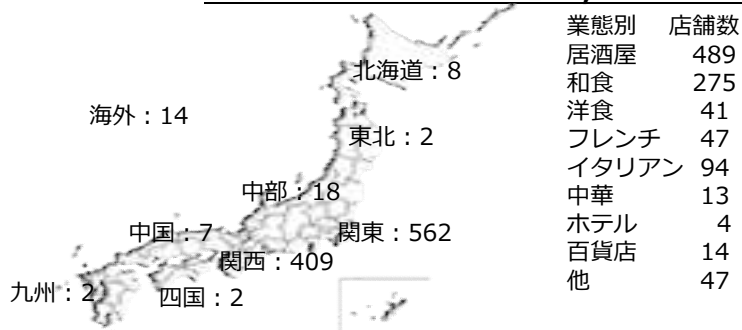


これまでの取組

- 産地見学会の開催
- 「応援の店」へのニーズ収集や産地へのフィードバック
- 「応援の店」を対象とした商談会や試食提案会の開催
- 高級飲食店や取引の可能性の高い飲食店の産地招へい
- 産地での高鮮度処理体制の構築

これまでの成果

R元.12月末時点 首都圏を中心に 「高知家の魚応援の店」1,024店舗に拡大



- 少量多品種の特色をもつ県産水産物と他店との差別化を図りたい都市圏の飲食店のニーズをマッチングする仕組み作りにより
取引額は大きく拡大

※アンケート調査による県内参画事業者との年間取引額と取引率

	H26年度	H30年度	
取引額	0.6億円	3.5億円	5.8倍
取引率（応援の店）	17%	37%	20ポイントup
取引率（県内事業者）	31%	58%	27ポイントUP

- 産地見学会など県内産地への招へいにより、**本県への強い思いをもつ応援団の形成**ができた

課題

- 水産物等県産食材の取引を拡大させていくためには、取引に繋がっている店舗を増加させる必要がある

【取り組み方針】

- 登録店舗1,000店の規模を維持しつつ取引率向上に向け、繋がりの弱い店舗の掘り起こしやマッチングを強化する
- 県産水産物の外商の場として培ってきた高知家の魚応援の店のネットワークにより農産物等県産食材全体の取引額の増大を目指すとともに**本県との緊密な関係性を土台とした本県の魅力を情報発信する場として幅広く活用していく**

今後の取り組み

1 《県産食材の販路拡大》

- 水産物により築いた販路を農産物など県産食材全体の外商の場に拡大
- ・農業振興部や地産外商公社と連携したALL高知での県産食材の売り込み
 - ・高知フェアの開催等の働きかけ
(令和2年度) **拡**全国200店舗での高知フェアの開催

2 《情報発信》

- 本県の食を含めた高知の魅力を店舗を通じて情報発信
- ・観光や産地の情報、県の取り組み等について店舗内にパンフレット等を設置

3 《県内事業者との関係性の強化》

- 応援の店からのニーズや実取引をベースにした商材への助言をもとに産地の磨き上げを行うとともに、応援の店と県内事業者との情報交換を一層後押し
- ・産地見学会や産地招へいの機会を通じた情報交流
 - ・サンプル提供によるアドバイス、他産地の取り組み情報の提供
(令和2年度) 産地見学会の開催 (20店舗×2回) 産地招へい (2店舗) サンプル出荷 (一般150、高鮮度10)
 - 拡** ニーズ収集を基にした産地へのフィードバックの強化

県産水産物の輸出拡大に向けた取り組み

背景

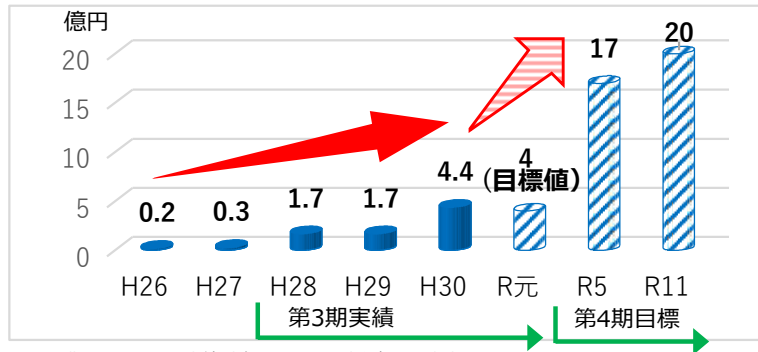
人口減少や少子高齢化に加え、国内では水産物の消費は減少傾向。海外では新興国の経済発展や欧米での健康志向等による水産物の需要が拡大しており輸出を推進。

概要

- ・県産水産物の販路開拓を目指す高知県水産物輸出促進協議会（平成28年3月設立、漁協・水産加工会社・物流業者で構成）等と連携。
- ・これまで取り組んできたシンガポールやベトナム等での販路開拓・拡大の取り組みを継続するとともに、R2年度は、新たに大規模市場での認知向上や販路開拓を強化する。
- ・併せて、輸出拡大に向け海外ニーズに即した養殖魚の生産拡大など産地力の向上に取り組む。

これまでの取り組みと成果

〇水産物輸出額の推移・目標



※出典：H26～H30実績 高知県の貿易、財務省貿易統計
(R元以降の目標は、高知県の貿易を参考)

- ・第1ステージ(H28～)では、輸入規制のハードルが低い東・東南アジアから取り組みを開始
- ・H30の水産物輸出額は4.4億円で、目標の2億円を大幅に上回った

➢ 輸出に対応した水産加工施設が完成

- ・輸出に対応した県内最大規模の水産加工施設が宿毛市に完成（H31.3）
⇒養殖クロマグロの輸出が拡大



➢ 米国向けHACCP取得に向けた取り組みが進展（2社）

➢ 流通・輸出拠点漁港（田ノ浦）において輸出拡大に向けた市場機能の強化に着手

【主な成果】

- ・国毎に商社等との商流が構築できつつある
- ・輸出に積極的な県内事業者の経験値もあがり、一定のノウハウが蓄積されつつある
- ・輸出に対応した水産加工施設の完成や米国向けHACCP取得が進展し、大規模市場へのアプローチを開始

課題

- ◆ 県産水産物の販路開拓が期待でき、かつ県内企業の要望が強い新たな市場開拓
- ◆ これまで取り組んできた市場でのさらなる販路の拡大
- ◆ 輸出拡大に向けた市場や水産加工施設の高度な衛生管理体制の構築

加えて、輸出の取り組みをさらに加速化するためには

海外でニーズの高い大型養殖ブリの生産を増やし輸出していくことが必要

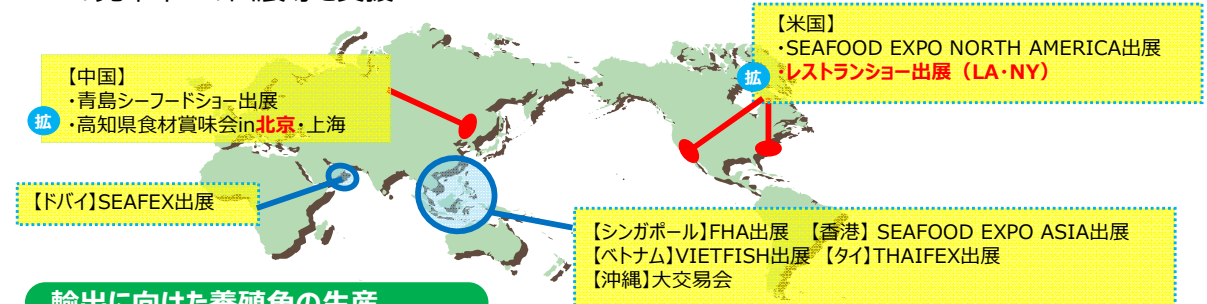
- ・海外で関心の高いトレーサビリティ・サステナビリティの面から人工種苗による養殖ブリを核とした輸出に取り組む必要がある

産地を強化し、販路開拓・拡大

R2年度の取り組み

大規模市場への取り組みを強化

- ・東南アジア等での販路開拓・拡大に向け、引き続き見本市への出展やアフターフォローの取り組みを支援
- 【拡】大規模市場（中国、米国）での県産食材の認知向上に向けた賞味会の開催や販路を開拓するための見本市への出展等を支援



輸出に向けた養殖魚の生産

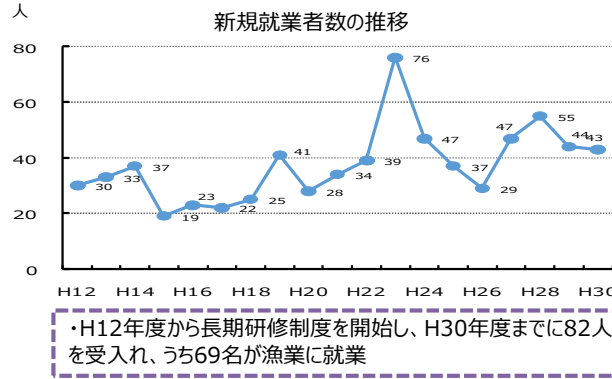
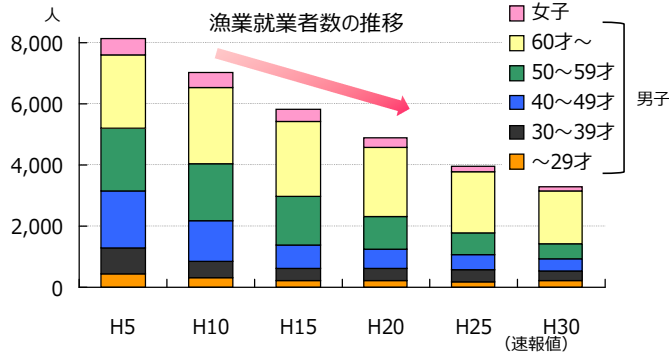
- 【新】海外で需要の高い大型の養殖ブリ（5kg以上）の生産量増加に向け、早期採卵人工種苗による養殖生産を支援

高度な衛生管理体制の構築

- ・流通・輸出拠点漁港（田ノ浦）において鮮度保持に必要な製氷・貯氷施設を整備（R2完成予定）
- ・水産加工施設の輸出に対応した衛生管理の高度化を支援

漁業の担い手の育成・確保対策

これまでの取組



(一社) 高知県漁業就業支援センターの設置 (H31.4)

【事務局】 (R元.11月末日)

役職	人数	属性
マネージャー	1名	県派遣
スタッフ	4名	県派遣 (1名) 漁協出向 (1名) プロパー (2名)

【会員】14沿海市町村、6漁業協同組合、県



・漁業就業者のさらなる確保に向けて、支援体制や対策を抜本的に強化

(一社) 高知県漁業就業支援センターにおける就業支援

PR・相談

体験・マッチング

技術習得

独立支援

定着促進

漁業就業総合支援事業

◆漁業就業セミナー (年3回開催)

- ◆専用HP、Facebookの開設 (R元~)
- ◆水産動物専門学校等と連携した就業希望者の掘り起こし
R元 : 4校
- ◆フェア相談会への出展 (出展回数) (相談人数)
H29 : 14回 59名
H30 : 11回 46名
R元 : 15回 60名見込
R2 : 14回
- ◆漁村提案 (地域における住居や求人などの具体的な情報の提供) の作成を支援
R元 : 7地域で作成
- ◆就業相談と短期研修への誘導

◆短期研修の実施 (実施状況)

H29 : 17回
H30 : 29回
R元 : 49回見込
↓
R2 : 60回



◆共通カリキュラムによる座学研修 (年3回開催)

- ◆自営漁業者の育成
・長期研修の実施 (1年間) と自立後の経営安定を支援 (1年間)
・地域の中核的漁業者の育成に向け、遊漁船業、水産加工等の研修も実施
H29 : 6名、H30 : 3名、R元 : 15名見込 → R2 : 17名 (研修開始者数)

◆雇用型漁業の新規就業者の雇用を支援 (1年間)

R元 : 5名見込 → R2 : 10名 (開始者数)

◆漁業後継者の育成を支援 (1年間)

R元 : 3名見込 → R2 : 7名 (開始者数)

◆担い手育成団体が実施する研修を支援 (原則2年間、R2:4名 (研修開始者数))

◆小型船舶操縦士免許、海上特殊無線技術士免許の取得を支援

◆漁船アドバイザーによる新規就業者の漁船探しと見極めを支援

R元 : 4名を委嘱

◆研修修了生等の漁船取得等を支援

- ・浜の担い手漁船リース事業 (国事業)
R元 : 4名 → R2 : 10名
- ・水産業成長産業化沿岸地域創出事業 (国事業)
R2 : 7名

◆研修修了後、本人の希望等により日単位の再研修を実施 (活用者数) R元 : 1名見込

◆研修修了生の円滑な自立に向けて漁船のレンタルをサポート

◆早期の経営安定化に向け、漁協に配置した営漁指導員と連携して経営改善等をアドバイス R元~ : 県内5ブロックに1名ずつ配置

→PR強化と就業相談者へのきめ細やかな対応により、R元年度は短期・長期研修生が大幅に増加

課題

- 研修修了時点で漁船を取得できていない新規就業者への支援が必要

今後の対応

- 漁船所有者もしくは漁船を取得した漁協が、研修修了生へ漁船のレンタルを開始

商工業分野の施策の展開 ~生産性の高いものづくりと、働きやすく活気ある商工業の実現~

分野を代表する目標 **製造品出荷額等** 現状 (H29) 5,810億円 ⇒ 4年後 (R5) 6,500億円以上 ⇒ 10年後 (R11) 7,300億円以上

地産の強化

柱3 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

- 新** 生産性向上推進アドバイザーによるプッシュ型支援の強化
- 拡** 産業振興センター、公設試験研究機関による支援強化
- 付加価値の高い製品・技術の開発促進
- 生産性を高める設備投資の推進（補助事業+融資制度）



2 メイド・イン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 価値提案型の防災関連製品の開発促進



3 紙産業の飛躍的な成長の促進

- 高性能紙や新素材の開発促進による紙産業の振興
- 土佐和紙総合戦略の実施

4 産学官連携によるイノベーションの創出

- 研究成果を産業利用するための支援

5 SDGsを意識した製品・技術開発

- 新** 公設試験研究機関による製品・技術開発の支援
- 価値提案型の防災関連製品の開発促進[再掲]

6 地域商業の活性化

- 拡** 商店街のにぎわい創出への支援（具体的な振興計画の策定・実行支援他）
- 事業者の育成と新規創業への支援
- 新** 第三次産業における業界（卸・小売業等）組織毎の戦略策定の支援

外商の強化

柱4 外商の加速化と海外展開の促進

1 ものづくり地産地消・外商センターと連携した販路拡大

- 東京営業本部の外商サポートによる販路拡大
- 拡** 見本市出展や商談会の開催による外商サポートの強化
- 拡** 技術の外商サポートによる受注拡大
- 拡** 防災関連製品の販路開拓の強化



2 海外展開の促進

- 海外戦略の策定支援
- 拡** 国内外の商社等とのマッチング強化
- 拡** 海外での外商活動支援（セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展）
- JICA、JETRO等と連携した海外展開・ODA（政府開発援助）案件化の促進

成長の土台となる取り組みの強化

柱1 事業者の戦略策定・実行と働き方改革の推進

1 事業戦略の実現に向けた実行支援の強化

- 拡** 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底と実行支援の強化

2 関係機関との連携による地域の事業者の経営力強化

- 拡** 商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と実行への支援

3 働き方改革の推進

- 拡** 経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援（ワークライフバランス認証企業の拡大他）

柱2 高知版Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化

1 産業集積の加速化

- 拡** IT・コンテンツ、Society5.0関連企業の誘致
- 拡** IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化
- 拡** IT・コンテンツネットワークによる人材確保の充実・強化

2 課題解決型産業創出の加速化

- 新** オープン・イノベーション・プラットフォームを活用したプロジェクトの創出
- 新** Society5.0関連の製品やサービスの開発

3 デジタル技術活用による生産性向上の促進

- 拡** 県内企業のデジタル技術導入に向けた支援

地産外商の成果を「拡大再生産」へ

柱6 産業人材の育成・確保

1 人材確保の推進

- 拡** 新規学卒者の県内就職促進
- 移住施策と一体となった中核人材の確保
- 新** 就職氷河期世代の就職支援
- 拡** 外国人材の受入環境の整備
- 従業員の定着対策
- 拡** IT・コンテンツネットワークによる人材確保の充実・強化[再掲]

3 円滑な事業承継の推進

- 拡** 事業者の事業承継ニーズの掘り起こしとマッチング機能の強化による事業承継の促進

2 人材育成の推進

- 産業界のニーズに応じた人材の育成（高等技術学校における多能工の育成他）
- 伝統的工芸品産業等の人材育成
- 拡** IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化[再掲]

4 働き方改革の推進

- 拡** 経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援 [再掲]
- 従業員の能力開発支援
- 新規高卒就職者の離職防止

柱5 企業立地の促進

1 全庁一丸となった企業立地の推進

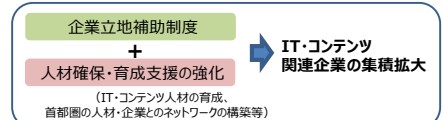
- 様々な機会を捉えた本県の強みを生かした企業立地の推進
- 拡** 企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施
- 拡** 安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保

(仮称) 南国日草工業団地



2 IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致

- 拡** IT・コンテンツ、Society5.0関連企業の誘致[再掲]



商工業分野の体系図

分野の目指す姿	生産性の高いものづくりと、働きやすく活気ある商工業の実現
分野を代表する目標	製造品出荷額等 現状(H29):5,810億円 ⇒ 4年後(R5):6,500億円以上 ⇒ 10年後(R11):7,300億円以上

戦略の柱	1 事業者の戦略策定・実行と働き方改革の推進	2 高知版Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化	3 絶え間ないものづくりへの挑戦	4 外商の加速化と海外展開の促進	5 企業立地の促進	6 産業人材の育成・確保
------	------------------------	--	------------------	------------------	-----------	--------------

戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●事業者の事業戦略、経営計画の策定を支援するとともに、その実行支援の強化により企業の持続的な発展につなげる ●経営基盤強化の取り組みと連携した働き方改革を推進する 	<ul style="list-style-type: none"> ●オープン・イノベーション・プラットフォームを活用して、課題解決を図るとともに新たな産業を創出する ●関連産業の集積拡大を目指し、企業誘致と人材の育成・確保の取り組みを進める ●県内企業のデジタル技術の活用を促進し、生産性や付加価値の向上を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●ものづくり企業の生産性向上(省力化・高付加価値化)を支援し、世界に通じる製品・技術を生み出す ●暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●県外・海外での販路を拡大し、さらなる成約額の増加を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ●本県経済の活性化と雇用機会の拡大を目指し、ものづくり企業の強化や第一次産業分野等における地域産業クラスターの構築につながる企業、地域に事務職の雇用を生み出す事務系企業の企業立地を促進する ●本県経済の持続的な発展を支える安全・安心な工業団地の計画的な確保を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ●新たな事業展開や、企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す ●事業承継ネットワーク構成機関の連携により、事業者の事業承継を促進し、事業者の休廃業を未然に防ぎ、地域の優良な雇用の確保を図る ●働き方改革の取組を進め、人材の定着・確保に繋げる
--------	--	--	--	---	--	--

戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ・策定後5年を経過した企業の売上高の目標達成割合100% ・経営計画の策定支援件数(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:1,773件→⑤:4,802件→①:7,262件 ・ワークライフバランス推進企業認証取得延べ企業数(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:233社→⑤:510社→①:780社 	<ul style="list-style-type: none"> ・課題解決型の産業創出に向けたプロジェクト創出件数(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:1件→⑤:40件→①:100件 ・Society5.0関連の製品・サービスの開発件数(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:7件→⑤:19件→①:37件 ・新規雇用者数(IT・コンテンツ分野)(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:247人→⑤:600人→①:1,050人 ・IT・コンテンツ関連企業立地件数(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:18件→⑤:43件→①:73件 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上関係 <ul style="list-style-type: none"> ①製造業の労働生産性(一人当たり付加価値額)(年間) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:775万円→⑤:883万円→①:1,006万円 ②利子補給制度を活用した設備投資実施件数(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:50件→⑤:530件→①:1,130件 ・防災関連認定製品(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:144品→⑤:192品→①:252品 	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成約額(年間) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:66.8億円→⑤:116億円→①:235億円 ・防災関連認定製品の売上高(年間) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:68.4億円→⑤:91億円→①:119億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業立地による製造品出荷額等(年間) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:538億円→⑤:736億円→①:985億円 ・企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数)(累計) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:865人→⑤:1,900人→①:2,961人(うち事務系企業) ⑩:411人→⑤:862人→①:1,122人 	<ul style="list-style-type: none"> ・県出身県外大学生の県内就職率(年間) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:18.4%→⑤:35%→①:35%以上 ・事業承継ネットワークによる第三者承継のマッチング件数(年間) <ul style="list-style-type: none"> ⑩:20件→⑤:100件→①:100件
------	--	---	---	--	--	--

取組方針・主な「具体的な取組み」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 事業戦略の実現に向けた実行支援の強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】事業戦略策定企業へのPDCAの徹底と実行支援の強化 2. 関係機関との連携による地域の事業者の経営力強化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】商工会及び商工会議所との連携による経営計画の策定と実行への支援 3. 働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援(ワークライフバランス推進認証企業の拡大他) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 産業集積の加速化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】IT・コンテンツ、Society5.0関連企業の誘致 ◆【拡充】IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化 ◆【拡充】IT・コンテンツネットワークによる人材確保の充実・強化 2. 課題解決型産業創出の加速化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】オープン・イノベーション・プラットフォームを活用したプロジェクトの創出 ◆【新規】Society5.0関連の製品やサービスの開発 3. デジタル技術活用による生産性向上の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】県内企業のデジタル技術導入に向けた支援 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】生産性向上推進アドバイザーによるプッシュ型支援の強化 ◆【拡充】産業振興センター、公設試験研究機関による生産性向上に向けた支援強化 ◆付加価値の高い製品・技術の開発促進 ◆生産性を高める設備投資の推進(補助事業+融資制度) 2. メイド・イン高知の防災関連産業のさらなる振興 <ul style="list-style-type: none"> ◆価値提案型の防災関連製品の開発促進 3. 紙産業の飛躍的な成長の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆高機能紙や新素材の開発促進による紙産業の振興 ◆土佐和紙総合戦略の実施 4. 産学官連携によるイノベーションの創出 <ul style="list-style-type: none"> ◆研究成果を産業利用するための支援 5. SDGsを意識した製品・技術開発 <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】公設試験研究機関による製品・技術開発の支援 ◆価値提案型の防災関連製品の開発促進(再掲) 6. 地域商業の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定・実行支援他) ◆事業者の育成と新規創業への支援 ◆【新規】第三次産業における業界組織毎の戦略策定の支援 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ものづくり地産地消・外商センターと連携した販路拡大 <ul style="list-style-type: none"> ◆東京営業本部の外商サポートによる販路拡大 ◆【拡充】見本市出展や商談会の開催 ◆【拡充】技術の外商サポートによる受注拡大 ◆【拡充】防災関連製品の新たな販路開拓の強化 2. 海外展開の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◆海外戦略の策定支援 ◆【拡充】国内外の商社等とのマッチング強化 ◆【拡充】海外での外商活動支援(セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展) ◆JICA、JETRO等と連携した海外展開・ODA(政府開発援助)案件化の促進 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全庁一丸となった企業立地の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆様々な機会を捉えた本県の強みを活かした企業立地の推進 ◆【拡充】企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施 ◆【拡充】安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保 2. IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】IT・コンテンツ、Society5.0関連企業の誘致[再掲] 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人材確保の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】新規学卒者の県内就職促進 ◆移住施策と一体となった中核人材の確保 ◆【新規】就職氷河期世代の就職支援 ◆【拡充】外国人材の受入環境の整備 ◆従業員への定着対策 ◆【拡充】IT・コンテンツネットワークによる人材確保の充実・強化[再掲] 2. 人材育成の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆産業界のニーズに応じた人材の育成(高等技術学校における多能性の育成他) ◆伝統的工芸品産業等の人材育成 ◆【拡充】IT・コンテンツアカデミーによる人材育成の充実・強化[再掲] 3. 円滑な事業承継の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】事業者の事業承継ニーズの掘り起こしとマッチング機能の強化による事業承継の促進 4. 働き方改革の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】経営基盤強化と連動した企業の働き方改革への支援[再掲] ◆従業員の能力開発支援 ◆新規高卒就職者の離職防止
------------------	--	---	---	---	--	---

これまでの取り組みとその成果

最終製品の製造に挑戦する企業が増加し、外商も飛躍的に拡大。防災関連産業が本県の新たな産業として大きく成長。IT・コンテンツ関連産業の集積も着実に進む。

▽ 製造品出荷額等の推移 (単位: 億円) **H20→H29 △1.0%** (※電子部品除く+9.9%)

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	R5目標
5,870 (5,057)	4,909 (4,514)	4,681 (4,245)	4,981 (4,571)	4,945 (4,650)	5,218 (4,918)	5,260 (5,009)	5,673 (5,394)	5,678 (5,442)	5,810 (5,560)	6,500

※ () は電子部品を除いた数値

▽ ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成果

	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R5目標
外商支援の成果 (売上額)	2.5億円	16.2億円	27.1億円	40.8億円	50.8億円	58.0億円	66.8億円	116億円

① 「地産」の強化

◆生産性向上の推進

- ・製品・技術の開発等による高付加価値化や設備投資の促進による省力化の推進
 - ⇒ 補助事業による製品開発件数(累計) H22:15件→R元.12月末:139件
 - ⇒ 利子補給制度を活用した設備投資件数(累計) R元.12月末:123件

◆メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- ⇒ 防災関連産業交流会会員数:208社(R元.12月末時点)
- ⇒ 製品開発助成件数:35件(H24~R元.12月末)
- ⇒ 認定製品数(累計):151件(R元.12月末)



◆地域商業の活性化

- ・具体的な「商店街等振興計画」の策定と計画策定後の実行を支援
 - ⇒ 商店街等振興計画策定件数:5件(H30)

② 「外商」の強化

◆ものづくり地産地消・外商センターによる外商活動の支援 (上表参照)

- ・産業振興センター内に「ものづくり地産地消・外商センター」を設置し、ものづくりに関する様々な相談への一元的な対応や外商支援を実施。H28には新たに東京営業本部を設置して、外商支援体制を強化 (R元:体制の増強 外商コーディネーター7名→9名)

◆防災関連製品の外商支援

- ・防災関連見本市での県ブースの出展、台湾や東南アジアでの防災セミナー等の開催
 - ⇒ 防災関連認定製品売上額:H24→68.4億円(H30) ※工場の受注額を含む

①・②を支える取り組み

◆事業戦略策定等への支援

- ・事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げ支援 (H28~)
 - ⇒ 事業戦略:着手204社うち完成188社(R元.12月末)
- ・地域の事業者の経営計画の策定・実行をサポート (H28~)
 - ⇒ 経営計画策定支援件数:2,433件(R元.11月末)
- ・県内企業の働き方改革の取り組みを支援
 - ⇒ 働き方改革推進支援センターの設置(H30)、幅多出張所開所(H31.4)
 - ⇒ 相談件数(延べ):852件(H30~R元.12月末)
 - ⇒ ワークライフバランス推進企業認証制度の普及促進 認証企業数279社(R2.1.1)

◆IT・コンテンツ産業の集積拡大、課題解決型産業の創出

- ・首都圏等からの企業誘致や人材の育成・確保の取り組みを一体的に推進
 - ⇒ 企業立地:22件(H27~R元.12月末)
 - ⇒ IT・コンテンツアカデミー延べ受講者:6,930人(H30~R元.12月末)
- ・デジタル技術を活用し、県内の課題解決を図るとともに、製品の地産外商を促進
 - ⇒ IoTプロジェクト創出件数:47件(H28~R元.12月末)

◆企業立地の推進 ⇒75件達成(H24~R元.12月末)

◆産業人材の育成・確保

- ・(一社)高知県移住促進・人材確保センターの開設 (H29.10月)
 - ⇒ 中核人材確保 マッチング件数(累計)(H28~R元.12月末):267件
 - ⇒ 事業承継※ マッチング件数(累計)(H28~R元.12月末):43件 (※高知県事業引継ぎ支援センター(国)と一体的に活動)
- ・インターンシップの拡大等による新規学卒者の県内就職促進
 - ・県外29大学との就職支援協定を締結
 - ・インターンシップ実施企業:78社(H30.8月末)→129社(R元.11月末)

第4期計画の主な取り組み

◇ものづくりの生産性を高め、競争力を備えた「メイドイン高知」の製品の全国・海外展開を図ります。あわせて、本県の新たな産業として、防災関連産業やIT・コンテンツ関連産業の集積、課題解決型の産業創出に取り組みます。

柱1 事業者の戦略策定・実行と働き方改革の推進

- 産業振興センターを中心に、ものづくり企業が作成した事業戦略の実現に向け、その実行を一貫してサポート
- 商工会、商工会議所等と連携し、地域の事業者の経営計画の策定・実行をサポート
 - ▽ 経営計画の策定支援件数(累計) ㊦:1,773件→㊧:4,802件(目標)
- 経営基盤強化の取り組みと連携した働き方改革を推進する
 - ▽ ワークライフバランス推進企業認証取得延べ企業数 ㊦:233社→㊧:510社(目標)

主な強化策

- 事業戦略の実現に向けた実行支援の強化
- 経営計画の策定・実行支援の強化
- 県内企業等の働き方改革のさらなる推進
 - ・専門のコンサルタントの派遣などによる働き方改革の実践支援

柱2 高知版Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化

- IT・コンテンツ関連産業の集積の拡大とデジタル技術を活用した課題解決・新産業創出の加速化
 - ▽ IT・コンテンツ関連企業立地件数 ㊦:18件→㊧:43件(目標)
 - ▽ 上記による雇用創出数(H27からの累計) ㊦:247人→㊧:600人(目標)
 - ▽ 課題解決型産業創出に向けたプロジェクト創出件数 ㊦:1件→㊧:40件(目標)

ポイント

「高知版Society5.0」の実現に向けて、県内外の企業やベンチャー、大学等が相互交流し、新たなビジネスの交流や実証実験の場としてのプラットフォームの構築に取り組みます。

主な強化策

- IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化
 - ・IT・コンテンツ関連企業、Society5.0関連企業の県内各地への誘致を促進
 - ・多様な学びの場のさらなる充実(土佐MBA専科 IT・コンテンツアカデミー)
 - ・県内外の人材・企業とのネットワークのさらなる充実(IT・コンテンツネットワーク)

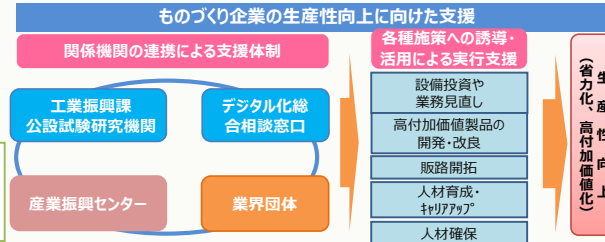
- 課題解決型産業創出の加速化
 - ・オープン・イノベーション・プラットフォームを活用したプロジェクトの創出
 - ・Society5.0関連の製品やサービスの開発(IoT推進事業費補助金の拡充)
 - 県内企業のデジタル技術導入の推進

柱3 絶え間ないものづくりへの挑戦

- ものづくり企業の生産性向上(省力化・高付加価値化)を支援し、世界に通じる製品・技術を生み出す
 - ▽ 製造業の労働生産性(一人当たり付加価値額) ㊦:775万円→㊧:883万円(目標)
 - ▽ 防災関連認定製品(累計) ㊦:144品→㊧:192品(目標)
 - ▽ 紙産業の製造品出荷額等 ㊦:738億円→㊧:790億円(目標)
- 暮らしを支え、人々が交流する商店街の活性化を図る
 - ▽ 空き店舗への出店支援件数(累計) ㊦:32件(H28~H30累計)→㊧:102件(目標)
 - ▽ チャレンジショップ開設(閉所分除く) ㊦:10カ所→㊧:14カ所(目標)

主な強化策

- 生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進
 - ・生産性向上推進アドバイザーの設置等による生産性向上への支援
 - 価値提案型の防災関連製品の開発や営業活動の支援強化
 - 商店街等振興計画とチャレンジショップの運動による事業者の育成・新規開業への支援強化



柱4 外商の加速化と海外展開の促進

- 県外・海外での販路を拡大し、さらなる成約額の増加を目指す
 - ▽ ものづくり地産地消・外商センターの外商支援による成約額 ㊦:66.8億円→㊧:116億円(目標)

主な強化策

- 新たな商談会の開催や見本市への出展などによるさらなる販路の拡大
- 海外展開への支援強化
 - ・JETROや国内外の商社等と連携し、企業ごとの海外戦略の策定から商談成約までの一貫支援を強化(海外)

柱5 企業立地の促進

- 本県経済の持続的な発展を支える安全・安心な工業団地の計画的な確保を図る
- ものづくり企業の強化や第一次産業分野等における地域産業クラスターの構築につながる企業、地域に事務職の雇用を生み出す事務系企業の立地を促進する
- IT・コンテンツ関連産業、Society5.0関連産業の集積拡大を目指し、企業誘致と人材育成・確保の取り組みを進める

- ▽ 企業立地による雇用創出数(H28からの増加人数) ㊦:865人→㊧:1,900人(目標) (うち事務系職場 ㊦:411人→㊧:862人(目標))
- ▽ IT・コンテンツ関連企業の立地による雇用創出数(H27からの累計)【再掲】 ㊦:247人→㊧:600人(目標)

柱6 産業人材の育成・確保

- 新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す
 - ▽ 県出身県外大学生の県内就職率 ㊦:18.4%→㊧:35%(目標)
 - ▽ 事業承継ネットワークによる第三者承継のマッチング件数 ㊦:20件→㊧:100件(目標)

主な強化策

- 新規学卒者の県内就職促進
 - ・学生への情報発信の強化とインターンシップの充実・強化
- 円滑な事業承継の推進
 - ・事業承継ニーズの掘り起こしからマッチングまで一貫した事業承継支援
- 就職氷河期世代の就職支援
- 外国人材の受入環境の整備
 - ・県内に優秀な特定技能の労働者を安定的に確保するための仕組みづくり

ポイント

人手不足感が全国的に高まる中、必要な人材を確保するため、新規大卒者の県内就職の促進や就職氷河期世代の就職支援、外国人材の受入環境の整備などに取り組みます。また、経営者の高齢化が進む中で、喫緊の課題となっている県内企業の事業承継に対する支援を強化します。

事業戦略の実現に向けた実行支援の強化

現状

- 事業戦略の策定支援により事業戦略を持つ企業数は着実に増加しており、R元年度中に目標の200社を達成見込み
⇒事業戦略の策定状況（R元.12月末）
着手：204社 うち完成188社
- 四半期ごとに売上高や営業利益の目標達成状況を進捗管理し、目標達成に向けたフォローを実施している
⇒策定後1～2年を経過した企業の売上高の目標達成率（H30年度末）
1年経過：32%、2年経過：42%

課題

- 企業が目標達成に向けて自社で継続的にPDCAを実施できる組織運営の早期構築が必要
- ・効果的な実行支援による売上目標、営業利益目標の達成
- ・実行支援を通じて、企業による自律的なPDCAの実施体制を確立

公益財団法人 高知県産業振興センター

マンパワーを戦略の策定支援から実行支援へと大きくシフトし、伴走支援による目標達成を目指す

<企業ごとの専任担当者・戦略支援統括等による伴走支援>

- ①企業への定期的な個別訪問による戦略の実行状況の把握
- ②目標達成に向けて効果的な支援ツール（補助金等）の紹介・活用支援
- ③新たな経営課題等の把握と戦略への反映（戦略の磨き上げ）
- ④専門性の高い課題については、専門家派遣によるアドバイスを実施

- ⑤生産技術・機械設計コーディネーターが生産効率化についてアドバイス
- ⑥四半期ごとに目標の達成状況（財務状況や活動状況）をチェック・分析
⇒目標達成：次期四半期に向けた取組の方向性を確認
⇒目標未達成：要因を分析して対応策を検討
- ⑦進捗の芳しくない企業に対しては訪問・対策を強化
- ⑧各企業が自社でPDCAを回して目標達成を目指せるようアドバイス

<地産外商向けトータルサポート>

- 戦略支援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を中心に製品・技術の海外展開をサポート
- 外商コーディネーター（東京・大阪・名古屋）が大都市圏等での外商をサポート
- 地産や外商を補助制度によりサポート

報告

助言

支援内容に応じてチームを編成

事業戦略支援会議（月1回開催）

- ①専任担当者より個別企業の事業戦略の進捗状況や経営課題を報告
- ②構成メンバー及びアドバイザーによる様々な視点からの課題の共有
- ③支援策の強化（具体的なアドバイス内容等）について検討
- ④個別課題及び支援策に応じた「事業戦略支援チーム」の編成
- ⑤専任担当者による伴走支援と並行して組織横断的なフォローアップを実施

<メンバー>

- 委員
・県、産業振興センター（働き方改革推進支援センター含む）、民間シンクタンク
- アドバイザー
・金融機関、大学、公設試験研究機関、移住促進・人材確保センター、産学官民連携センター、事業承継ネットワーク事務局、信用保証協会 等

関係機関との連携による個別サポート

・関係機関と支援企業の状況を適宜共有・連携し、効果的な支援を実施

戦略支援統括

専任担当者

関係機関

公設試験研究機関、金融機関、移住促進・人材確保センター、事業引継ぎ支援センター、働き方改革推進支援センター（産業振興センター内）等

設備投資や業務見直し

人材確保

高付加価値製品の開発・改良

事業承継（M&A）

販路開拓

BCP対策

人材育成・キャリアアップ

働き方改革
（経営者の意識改革）

徹底したPDCAの実施

編成・助言

支援状況の
フィードバック

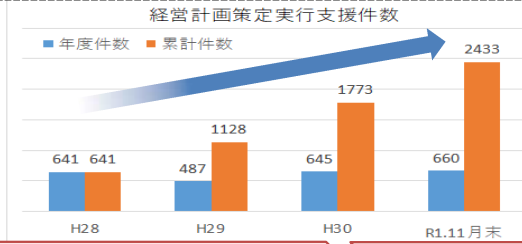
生産性の向上（高付加価値化・省力化）

戦略の実現

商工会等による経営計画の策定・実行支援

現状・課題

- 事業者の経営計画の策定・実行支援に関する業務が質・量ともに増加
- ・事業承継、人材確保、働き方改革、ITツールを活用した生産性向上への対応
(中小企業者数 H21:29,548者
→ H26:26,373者 5年間で3,175者減少)



対策のポイント

- ポイント1** 県小規模事業者等支援実行計画等に基づく商工会・商工会議所の巡回指導の充実。巡回時にヒアリングシート等を活用し、事業者の持続的発展に向け、各支援機関との連携を強化
- ポイント2** スーパーバイザーによる集合型OFF-JTに「①事例研修」や「②事業承継診断研修」を追加し、経営指導員の支援力を強化（①4回②2回）

地域の事業者

ステップ1 意欲の醸成

ステップ2 計画の策定 (P)

ステップ3 計画の実行 (D)

ステップ4 見直し・実行 (C・A)

<支援力の強化>

【拡】各支援機関との連携強化

- ・管内小規模事業者に対する巡回指導を徹底し、ヒアリングシート等を活用することでニーズを把握
- ・各支援機関の専門家の積極的な活用
- ・事業承継に向けた取組を強化

【拡】集合型OFF-JTの充実

(スーパーバイザーによる経営指導員の支援力の強化)

- ・事例研修（ケーススタディ）の実施
- ・事業承継診断研修の実施

効果

(H28+H29) 経営計画策定前の業況を上回った件数998件/1128件 (88%)

○商工会・商工会議所の取り組み例

- ・セミナーの開催
(創業支援、経営計画策定、広報戦略、会計・税務等)
- ・巡回指導、会報配付等による情報発信

- ・SWOT分析
- ・財務分析
- ・生産性向上
(新設備導入、工程改善を支援)
- ・新商品開発
(専門家派遣等により高付加価値商品の開発を提案)

- ・販路開拓
(シーフードショー、アグリフードEXPO等県内外の展示会・商談会への出展を支援)
- ・事業承継、働き方改革を支援
- ・その他情報提供
(業界・競合等の状況、商圈分析ソフトの活用等)

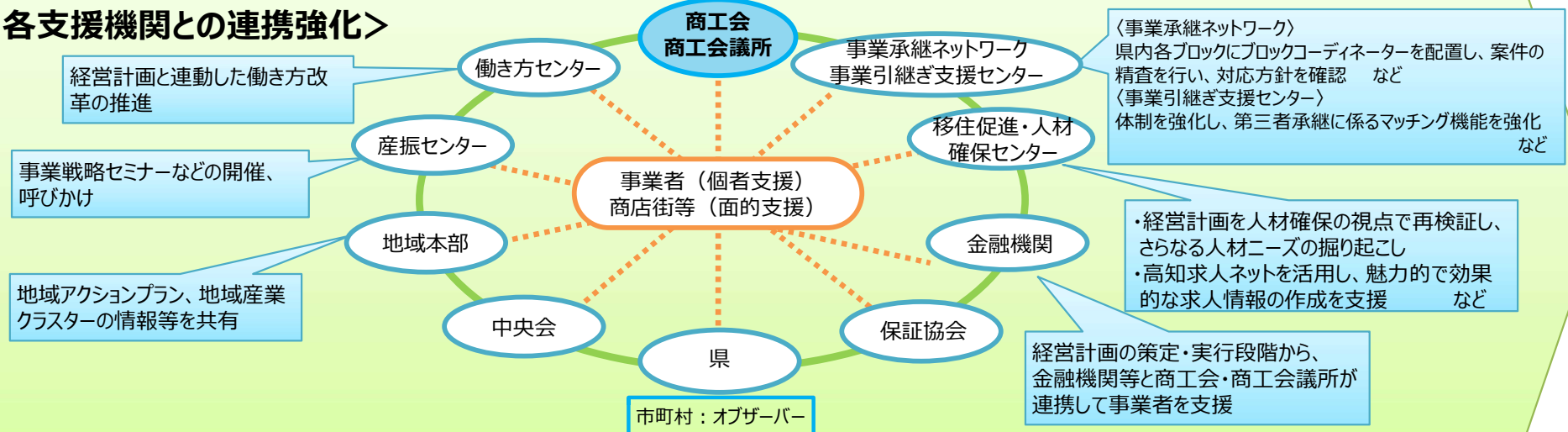
- ・要因分析
(専門家派遣等により売上や利益が伸び悩む原因の究明)
- ・改善支援
(要因分析に基づく取り組みを支援)

商工会・商工会議所

地域ごと・県全体での課題への取り組み

連絡会議・地域連絡会議
(各年三回)

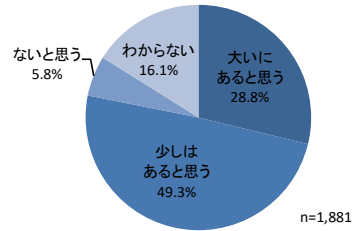
<各支援機関との連携強化>



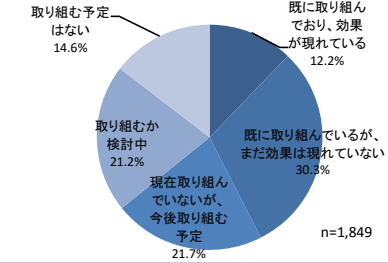
県内企業等の働き方改革の推進

働き方改革についての県内の現状 — 令和元年高知県労働環境等実態調査報告書 令和元年10月 雇用労働政策課 — 従業員5人以上の5,000社を対象 1,968社から回収 回収率39.4%

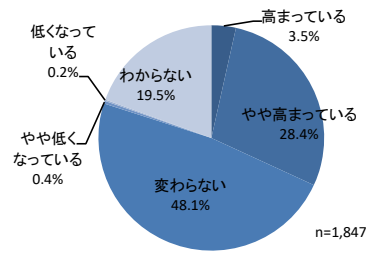
① 経営者の意識
 ・働き方改革の意義について「あると思う」の割合は78.1%となっている



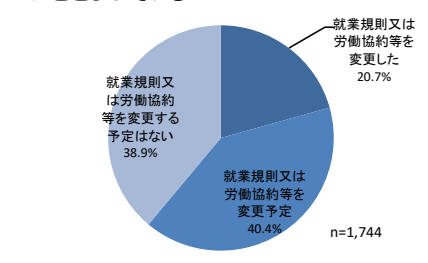
② 取組に関する経営者の意向
 ・働き方改革に「既に取り組んでおり、効果が現れている」割合は12.2%にとどまっている



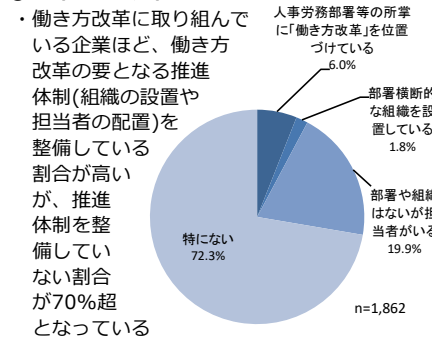
③ 働き方改革に関する労働者の意識
 ・働き方改革に関する労働者の意識が「変わらない」割合は48.1%と高い状況である



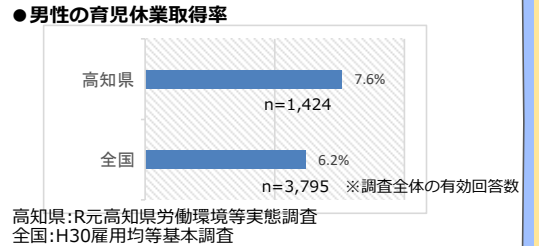
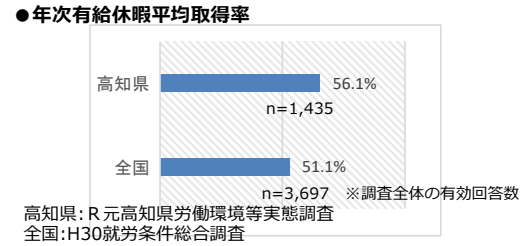
④ 働き方改革関連法の改正に対する対応
 ・働き方改革関連法の改正に対応して「就業規則又は労働協約を変更した」割合は20.7%にとどまっている



⑤ 企業内の推進体制
 ・働き方改革に取り組んでいる企業ほど、働き方改革の要となる推進体制(組織の設置や担当者の配置)を整備している割合が高いが、推進体制を整備していない割合が70%超となっている



働き方改革に関連する指標 (全国と県の現状)



⑥ 「働き方改革の取り組み状況」と「働き方改革の取り組みによる生産性向上」との関係性

・働き方改革に取り組んでいる企業ほど、生産性の向上につながっている割合が高くなる傾向が見られるが、一方、生産性向上につながっていない割合もまだまだ大きい

	調査数	高まっている	やや高まっている	変わらない	やや低くなっている	低くなっている	わからない
全体	1825	28	277	1036	55	46	383
	100.0	1.5	15.2	56.8	3.0	2.5	21.0
A企業:働き方改革実施企業(効果あり)	221	19	95	82	6	3	16
	100.0	8.6	43.0	37.1	2.7	1.4	7.2
B企業:働き方改革実施企業(効果まだ)	552	5	109	320	30	20	68
	100.0	0.9	19.7	58.0	5.4	3.6	12.3
C企業:働き方改革未実施企業	757	4	62	469	16	16	190
	100.0	0.5	8.2	62.0	2.1	2.1	25.1
D企業:働き方改革未認知企業	245	-	9	131	3	6	96
	100.0	-	3.7	53.5	1.2	2.4	39.2

見えてきた課題

- 働き方改革を進めるための意識醸成**
 - 経営者や従業員の意識改革促進支援(現状①～③)
- プッシュ型支援を柱とした企業の体制づくり**
 - 労働関係法令の普及・啓発支援(現状④)
 - 企業の課題解決を進める人材の育成への支援(現状⑤)
 - 企業内の働き方改革を推進する組織づくりへの支援(現状⑥)
- 企業の生産性向上に向けた支援**
 - 生産性向上に向けた働き方改革の支援(現状②⑤⑥)
- ロールモデルの横展開**
 - 優良事例のノウハウを共有(現状①～⑥)

課題解決のための取り組みのポイントとR2年度施策

- 働き方改革を進めるための意識醸成**
 - <官民による高知県全体としての取り組み>
 - ◆高知県働き方改革推進会議と連携した働き方改革推進キャンペーンの実施(8月:ノー残業デー、11月:男性の育児休(育児のための休暇)取得促進)
 - <経営戦略としての働き方改革への理解>
 - ◆働き方改革トップセミナーの開催(自ら企業の経営者として、働き方改革の取り組み実績がある経済界の著名人等の講演)
- 企業の生産性向上に向けた支援**
 - ◆WLB実践支援事業によるコンサルティング[再掲]
 - ◆経営基盤強化の取り組みと連携した働き方改革の推進(産業振興センター、商工会議所、商工会)
 - ◆高知版Society5.0の実現に向けた産業集積と課題解決型産業創出の加速化
 - ◆生産性向上推進アドバイザーによるプッシュ型支援の強化
 - ◆工場の生産性向上、高付加価値製品・技術の開発に向けた支援強化(工業技術センター)
 - ◆設備投資の実行に向けた支援(国の補助金・助成金、民間融資の活用)

- プッシュ型支援を柱とした企業の体制づくり**
 - ◆働き方改革推進支援センターによる企業の労働条件や労働環境の整備等の支援
 - ◆WLB推進企業認証制度の普及拡大(高知家健康宣言企業、育休宣言企業、一般事業主行動計画策定企業及び建設業競争入札参加資格者へアプローチ)
 - ◆WLB推進アドバイザーによる支援強化(努力義務である規模の企業の次世代育成支援対策推進法、女性活躍推進法による一般事業主行動計画の策定を支援)
 - ◆WLB実践支援事業による、企業内で働き方の好循環を生む組織づくりに向けた働き方改革の専門家によるコンサルティング(4社×8ヶ月程度の継続支援)
 - ◆企業の働き方改革の取り組みの中核となる働き方改革推進職場リーダーを養成(集合型・連続3回講座)
 - ◆働き方改革取組ガイドを作成し、活用した支援強化(WLB認証企業を中心とした働き方改革の実践事例とその取り組みの具体的な方法を掲載)
- ロールモデルの横展開**
 - ◆働き方改革取組ガイドの作成、配布[再掲]
 - ◆モデル優良事例の紹介(県の広報番組やホームページ、業界団体等の広報媒体を活用)

R5年度KPI

- ワークライフバランス推進 延べ認証企業数 510社・団体 (R元.12.1: 319社・団体)**
- 年次有給休暇の取得率 67.2% (R元:56.1%)**
- 男性の育児休業取得率 25.6% (R元:7.6%)**

高知版Society 5.0の実現に向けたIT・コンテンツ関連産業の集積・課題解決型産業創出の加速化

高知版Society 5.0とは

IoTやAI、ビッグデータ等の最先端のデジタル技術を活用し、あらゆる分野の課題解決を図るとともに、開発されたシステムの地産外商や企業集積による雇用創出等の産業振興を目指す

県内の現状と課題

【IT・コンテンツ関連企業の集積】

・関連企業の集積は、順調に進捗しているが、Society5.0に関する技術やサービスを有する企業の立地はまだ少ない

【課題解決型の産業創出】

・課題側と企業とのマッチングまでは進むものの、課題の市場性や開発ノウハウの不足から製品化に繋がる案件が少ない
 ・一次産業から土木、福祉など、抽出する課題が多様化するなか、県内企業が有する技術等だけでは、課題解決が難しい案件が増えている
 ・デジタル技術の高度・複雑化に伴い、製品開発の手法も変容しており、1社単独ではなく、他社との協業による製品開発が普及しており、対応が必要

対策のポイント

【IT・コンテンツ関連企業の集積】

・Society5.0関連企業の集積の促進及びIT・コンテンツ人材の育成・確保の取り組みの充実・強化

【課題解決型の産業創出】

・新事業開発など専門的な知見を有する民間企業のノウハウを活用し、①市場性のある課題抽出と精査の強化、②製品開発段階におけるハンズオン支援を実施するなど、製品化を重視した取り組みを実施
 ・県内外の企業等が参画し、それぞれの技術やアイデアを持ち寄り、協働で製品開発等に取り組みむことができるオープン・イノベーション・プラットフォームの仕組みを構築

IT・コンテンツ関連産業の集積の加速化

これまでの成果

- 企業立地件数：22件、新規雇用者数：293名
- IT・コンテンツアカデミー受講者数
H31年度：延べ3,456名
R元年度：延べ3,474名（R元.12末現在）
- IT・コンテンツネットワーク会員数：372名（R元.12末現在）

今後の主な取り組み

● IT・コンテンツ関連企業、Society5.0関連企業の誘致

・IT・コンテンツ企業立地助成制度に加え、Society5.0推進型の助成制度、人材の育成・確保の取組を積極的に訴求し、誘致活動を展開
新 **拡** オープンイノベーションプラットフォームの活用や市町村と連携した人材育成の取組などにより、県内各地への企業誘致を促進

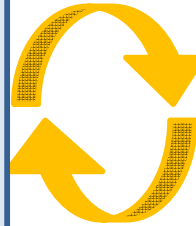
● 土佐MBA IT・コンテンツアカデミー

・県内外にIT・コンテンツ関連の多様な学びの場を創出し、業界が求める知識や技術を持った人材を育成することを目的に、平成30年度に開設
拡 Society5.0関連の講座や市町村と連携した講座の新設、実践的な即戦力人材育成の講座の拡充などさらなる充実・強化を図る

● IT・コンテンツネットワークの充実・強化

・首都圏及び関西での交流会の開催などを通じ、即戦力となり得る人材を掘り起こし、個別面談などきめ細かなサポートを実施することで、県内IT企業が求めるエンジニア・クリエイター、マネジメント層の人材を確保
拡 都市部でのイベントへの参加回数の増やアカデミー受講生へのアプローチなどによる人材や就職先となる県内企業の掘り起こしを強化

企業集積の
効果波及
(立地企業による
課題解決等)



課題解決の実証
フィールドとしての地位確立
(企業立地を
促進)

課題解決型産業創出の加速化

これまでの成果（H29～）

- 高知県IoT推進ラボ研究会設立（H28年7月）
・会員数：設立時63者→216者（R元年12月末現在）
- 課題解決型の産業創出件数
・課題抽出件数：96件→マッチング件数：47件→**製品開発件数：8件**

今後の主な取り組み

- **オープン・イノベーション・プラットフォームの設置**（次ページに詳細記載）
- 新** ● 県内外の企業や大学、起業家などが有する技術やアイデアを組み合わせ、新たな製品やサービスの開発等につなげる仕組みを構築
- **Society5.0関連の製品開発及び販路開拓支援の強化**
- 拡** ● 補助制度の拡充
①システム開発前段階での「ニーズ・市場調査」を支援する補助金を新設
②「試作技術検証」を支援する補助金を新設 ①②とも補助率1/2 上限額50万円
- 拡** ● 首都圏等で開催されるデジタル関連の展示会への出展を拡充
出展：IoT JAPAN（東京）、デジタルイノベーション（東京、大阪）、農業Week（東京）

デジタル技術活用による生産性向上の促進

これまでの取り組みと成果

- ・産業創造課内に「デジタル化総合相談窓口」を設置（H31.4～）
- ・商工会議所、金融機関等と連携し、ニーズの掘り起こしを実施（企業訪問、チラシ配布等）
- ・相談件数：30件（令和元年4月～12月末）
→生産性向上推進アドバイザーと個別訪問、改善に向けた助言を実施（18件）

今後の主な取り組み

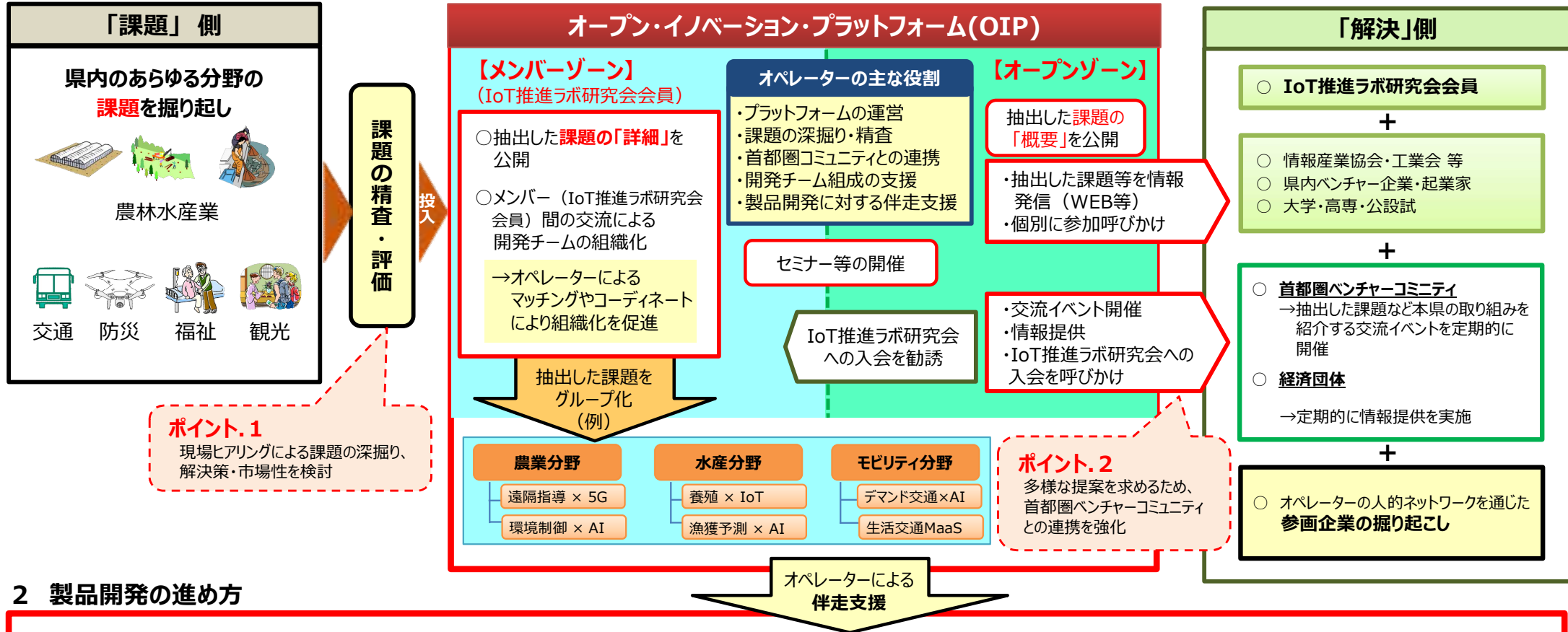
- ・県内中小・零細企業のデジタル技術導入に向けた支援（商工会経営指導員等を対象としたセミナー開催、庁内各部署と連携し、関連する団体の会合等でセミナー、成功事例紹介、相談会を開催）
- ・高知県情報産業協会と連携した相談会等を開催

オープン・イノベーション・プラットフォームを活用した課題解決型産業創出の加速化

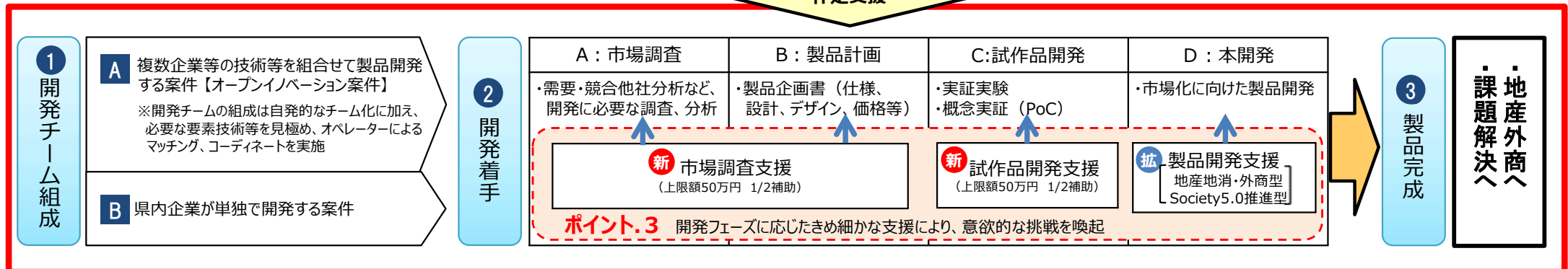
- ▼ これまでのIoT推進ラボの取組に、複数の県内外の企業等が参画するオープンイノベーション※の手法を組み合わせ
- ▼ プラットフォームの運営は、ノウハウや人脈を有する企業（＝オペレーター）に委託

※「オープン・イノベーション」とは、複数の企業等がお互いが持つ技術・アイデア等を組合せ、新しいビジネスモデルやサービスの開発等につなげる手法

1 オープン・イノベーション・プラットフォームの概要



2 製品開発の進め方



生産性向上（省力化＋高付加価値化）の推進

現状

1. 統計データ

出典：H30工業統計（H29実績）

【表1】規模別の労働生産性・事業所数	従業者1人あたり付加価値額（百万円）		事業所数	
	全国	高知	全国	高知
小規模企業（従業者4～19人）	7.08	6.11（37位）	117,543（62.4%）	801（69.9%）
中小企業（従業者20人～299人）	11.43	8.19（41位）	67,210（35.7%）	342（29.8%）
大企業（従業者300人以上）	19.31	11.31（45位）	3,496（1.9%）	3（0.3%）
全体	13.45	7.75（45位）	188,249	1,146

【表2】規模別の従業者・出荷額の割合		全国	高知
小規模企業（4～19人）	従業者の割合	14.2%	27.5%
	製造品出荷額等の割合	5.7%	17.3%
中小企業（20人～299人）	従業者の割合	52.2%	68.7%
	製造品出荷額等の割合	41.3%	75.0%
大企業（300人以上）	従業者の割合	33.5%	3.8%
	製造品出荷額等の割合	53.0%	7.7%

＜本県の特徴＞
 ・大企業が少なく、小規模企業や中小企業が大半を占めるなど、構造的な問題はあるものの全体的に生産性が低い
 ・製造品出荷額等に占める中小企業の割合が75%と非常に高い

【表3】製造品出荷額等における各業種の割合	産業中分類	1人当たり付加価値額（全国、百万円）	
		全国	高知
生産性の高い業種	石油・石炭	4.2%	0.5%
	化学	9.0%	1.4%
	飲料・たばこ・飼料	3.0%	2.3%
	輸送用機械器具	21.4%	7.2%

2. 本県ものづくり企業の状況

（1）構造上の特徴により、生産性の向上が図りづらい

- ①製造品出荷額等における中小企業の割合が75%と大部分を占める。【表2】
⇒大きなウェイトを占める中小企業層の生産性向上が課題
- ②生産性が高い業種のウェイトが低い。【表3】
- ③少量多品種での受注が多く、機械化等による省力化・効率化が図りづらい。
- ④地理的な条件から原材料の調達コストが高く、又、大量発注が取りづらい。
- ⑤2次請け、3次請けの業務が多く、利益率が低い。

（2）その他の特徴として、以下の状況が見られる

- ①自社の財務状況を把握し、収益構造の見直しが行えていない企業がある。
- ②設備の老朽化が進んでおり、工場も手狭でラインの改善がしづらい。
- ③現場改善、新製品の企画・開発を行える人材が少ない。
- ④工場の新設・増設のための工場用地が少ない。

（3）本県製造業で大きな成果を出しているのは、大企業が参入していない分野で独自技術を活かして高い市場シェアを誇る製品を有する企業を中心

（4）生産性向上のため注力したい取り組みとしては、設備投資や人材の育成・確保を挙げる企業が多い

＜県内受注企業への実態調査アンケート＞ R元.8 工業振興課実施 100社回答
 ○生産性を向上させるために今後注力したい取り組み
 人材育成：58社、生産設備・機器等の購入：43社、
 中核的な技術人材の確保：29社、工場の増設・規模拡大：25社

（5）人手不足が深刻化している（H30有効求人倍率：1.27）

構造的な問題を抱えるもの、さらなる生産性の向上が必要、今後労働力人口の減少が見込まれる中、

課題

- 事業戦略の実行支援等による経営の見える化の徹底と経営資源の有効活用
- 大企業が参入していないニッチな分野における高付加価値な製品・技術開発
- 工場新設・規模拡大を含む設備投資の促進
- さらなる販路の拡大と好条件な受注の拡大
- 現場改善等に主体的に取り組める人材の育成・確保

対策1 事業戦略の実行支援等の強化

- 拡 PDCAの徹底による経営課題・収益構造等の見える化と課題解決等への支援の強化（経営資源の効率的な活用等）
- 新 生産性向上推進アドバイザーによるプッシュ型支援

対策2 高付加価値な製品・技術の開発支援

- 市場調査への支援
- 公設試との共同研究
- 拡 公設試による技術支援
- 製品企画の作成支援
- 拡 公設試の最新設備の活用
- 拡 製品開発への補助

対策3 設備投資の促進

- 設備資金融資への利子補給
- 工業団地の整備
- 生産性向上に資する設備投資の際の設計やコンサル費への補助
- 拡 デジタル技術活用に向けたセミナー等の開催

対策4 販路の拡大

- 産業振興センター・外商コーディネーター等による個別支援
- 拡 見本市出展・商談会開催によるマッチングの強化
- 県外バイヤーの招へいによる県内企業とのマッチング
- 拡 技術の外商サポートによる受注拡大
- 拡 海外展開への支援の強化（海外戦略策定、商社等のマッチング・商談会等）



対策5 人材の育成・確保

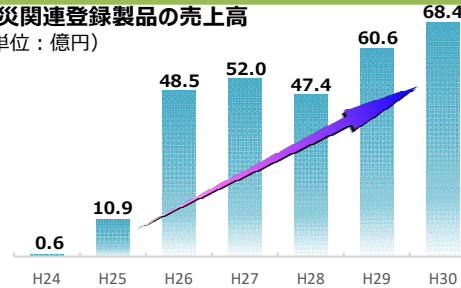
- 公設試での技術者養成講座、分科会活動、技術支援等による人材育成
- 移住促進・人材確保センターと連携した中核人材の確保
- 拡 人材育成・確保への補助

令和2年度 防災関連産業のさらなる振興に向けた取り組みの強化

これまでの取組と成果

- 南海トラフ地震対策への備えと連動し、様々な自然災害の経験から生み出された製品・技術を本県の新たな産業として育成するため、H24年度から"防災関連産業の振興"に着手
- 製品開発では、補助金や専門家派遣による支援を行うとともに、H30年度から防災関連製品開発WG（防災食品、避難所関連、土木・建築の3テーマ）を立ち上げ、「価値提案型」の製品開発を促進
- 公的調達制度（新事業分野開拓者認定制度）を設けるなど県内市町村の県内防災関連製品導入を促進するとともに、県内ブロック単位で地域版マッチングを実施し、地元防災関係者へのPRを実施
- 産業振興センター東京営業本部と連携し、県外防災見本市への出展支援、ミニ展示商談会の開催、企業・自治体訪問等を通じ、県内防災企業の外商活動を支援

防災関連登録製品の売上高
(単位：億円)



課題

- 防災関連産業への参画企業のさらなる掘り起こし
- 防災関連製品認定制度への申請数が減少傾向
⇒ 製品開発のさらなる促進
- 新たな商流チャネルの開拓など販路拡大による外商の強化

対策のポイント

- POINT 1** 防災関連産業へ参画する企業の掘り起こしを強化
- POINT 2** 価値提案型の製品開発のさらなる促進

- POINT 3** マンション管理者・大学・病院等に向けた提案型営業の強化
- POINT 4** 防災商社現場担当者の県内防災関連製品への理解の浸透による営業の強化

「地産」の取り組み

POINT 2

■ 価値提案型の製品開発の促進

製品化アイデアの抽出

勉強会

年間3回×3テーマ

個別相談会

年間3回×2講師

防災関連製品のニーズ、製品開発のポイント等の視点で、各講師を招いて、勉強会を開催

市場ニーズの確認や、製品改良へのヒントとするため、大手防災商社等の講師を招いた個別相談会を実施

テーマ

防災食品 避難所運営 土木・建築

製品開発段階 ～アイデアの具現化～

製品化アイデア

専門家派遣

製品開発に伴う課題に応じた専門家を派遣

公設試による技術支援

・共同研究
・最新設備等の活用

事業化プラン作成支援

産業振興センターの専任コーディネーターによる策定支援

製品開発補助金

防災関連製品の開発に係る費用の一部を補助（補助率：1/2、限度額：1千万円）

高知県防災関連登録製品へ

防災関連産業に参画する企業の掘り起こし強化

POINT 1

■ 関係企業への情報発信の強化

- 新** 定期的なメルマガ発信による情報提供（防災市場・開発ニーズ情報、防災関連製品トレンド情報 etc.）
- 拡** 参加意欲を促すため、製品開発から販路拡大までの一貫支援を体系的に示すなど事業PRを強化

「地消」の取り組み

■ 県域版マッチング

・ものづくり総合技術展を活用したマッチング

■ 地域版マッチング

・県内ブロック単位でのマッチング機会の提供（3ブロック予定）

■ 市町村等への製品PR

・県内防災訓練や防災イベント等での防災関連製品の展示
・自主防災組織人材育成研修での防災関連登録製品の紹介
・全市町村訪問実施
現場課題のヒアリング及び課題に応じた提案型の製品紹介

「外商」の取り組み

POINT 3・4

■ 防災関連製品に関する提案型営業の強化

- 拡** マンション管理者、私立大学、防災拠点病院等に対してアンケートを実施
- ・アンケート結果を糸口にしてユーザーのニーズに沿った営業活動を実施

■ 防災商社現場担当者への製品特性の普及促進

- 新** 防災商社の現場担当者向けの製品説明会を実施し、製品への理解を促進

■ 外商ツールの強化

- 新** 防災製品の営業時の訴求力強化のため、競合製品との比較優位性を明示した調達検討用資料の作成支援

■ 包括協定締結企業との連携強化



- ・市場ニーズ情報の提供
- ・企業巡回を通じた開発、改良に対する助言

地消・外商活動から得られたニーズを製品開発へ！

防災関連産業振興アドバイザー（大手防災商社出身者）

【防災関連登録製品売上目標】
64.8億円（H30）

➡ 78億円（R2）

【SDGsを意識した製品・技術開発】プラスチック使用量の削減に向けた技術支援

現状	課題
<ul style="list-style-type: none">◆ 海洋プラスチックゴミによる環境汚染は全世界的な喫緊の課題であり、経済活動を制約することのない、イノベーションによるプラスチック使用量の削減が求められている。◆ こうした状況を好機と捉え、海洋に流出しても影響の少ない素材（生分解性プラスチックやセルロース素材等）の開発・普及を、官民一体で促進する必要がある。	<ul style="list-style-type: none">◆ 生分解性プラスチックといった新素材の特性や加工技術に対する十分な知識を有する人材が県内には少ない。◆ 素材開発は製造コストが高額となるため、企業単位で取り組む場合は試作費などの負担が大きく、新成長産業への挑戦の阻害要因となる。

SDGsとは？

「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）」の略称。貧困、気候変動、海洋資源など、2030年までに達成すべき17の国際目標（ゴール）を掲げている。

生分解性プラスチックとは？

通常のプラスチックと同様の耐久性を持ち、使用後は自然界に存在する微生物の働きで最終的にCO₂と水にまで完全に分解されるプラスチック

- 【活用製品】
- 容器・包装（包装資材、食品容器等）
 - 衛生用品（マスク、生理用品等）

工業技術センター及び紙産業技術センターが有する専門知識や技術、高性能機器を活用し、生分解性プラスチックやセルロース系繊維材料（高機能紙）といった素材の開発・普及を推進！！

課題への対応策と効果

ステップ1：素材の開発・普及に向けた知識・技術力の向上！

（1）分科会の開催を通じた技術人材の育成

- 県内企業を対象とした分科会を設立し、外部講師による講座の開催やセンター職員による技術研修会を開催
⇒新素材の特性理解を深めるとともに、応用製品の開発に向けた専門人材を養成
⇒開発研究に取り組む企業の掘り起こし

（2）高性能最新機器を活用した素材分析技術の習得

- セルロース系繊維材料等の強度や耐久性を測定する先端設備を新たに導入
⇒県内企業の活用を促すことで、素材開発に向けた分析スキルの習得を促進

ステップ2：試作開発の促進！

- 業界の動きや先進的な取組事例などの情報を基に、取組を希望する企業の状況に応じて推奨する素材の検討や性能分析を実施
- センター職員の知識・分析技術・評価装置を活用した技術支援を行い、企業における試作品開発を後押し
- 完成した試作品の評価及び機能を高めるための指導・助言

ステップ3：代替素材や応用製品の開発・製品化！

- 企業の個別ニーズに合わせた技術指導、製品の耐久性を検証する依頼試験等を通じて、製品開発・改良を支援
- 単独企業での開発のみならず、企業間におけるコラボレーション製品等の発掘に向けて、分科会会員の研究開発をコーディネート



地域商業の活性化に向けた取り組みへの支援

地域商業を取り巻く環境

- ◆かつて商店街として栄えた地域でも、人口減少、高齢化等による消費の縮小により衰退傾向となっている。
- ◆事業者の高齢化や後継者不足、経営不振による廃業・撤退等により、地域住民が日々の生活に支障をきたしている地域がある。

これまでの取り組み

「意欲の醸成」、「グループづくり」、「活動の組織化の推進」、「まちの強みや資源を活かした具体的な活性化計画づくり」、「計画の確実な実行・推進」といった地域のそれぞれの段階に応じて、補助制度等を活用しながら取り組みを支援。

【商店街等振興計画策定状況】

- ◆H30年度:5地域 [四万十市、土佐清水市、いの町、越知町、嶺北地域]
- ◆R元年度:6地域(予定) [室戸市、香美市、中土佐町、四万十町、佐川町、南国市]

課題

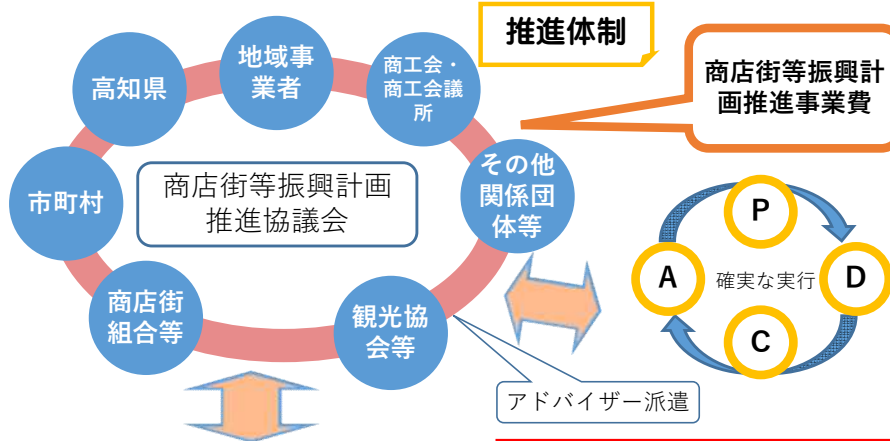
各地域が活性化に向けてステップUPする段階で、さらに効果的な支援策が必要

- UP **具体的な計画策定と計画策定後の確実な実行支援**
 - ・「まちの強み」や持っている「資源」を活かした、具体的な商店街等振興計画の策定
 - ・取り組みの確実な実行に向けた関係者間での進捗管理の徹底
- UP **地域の関係者が一体となった事業者の育成と新規出店支援**
 - ・地域の関係者が一体となった事業者の育成と、空き店舗での新規出店に繋げる取り組みの強化
 - ・チャレンジショップの新規開設
- UP **始めた活動を持続し発展させるための支援**
 - ・地域に根差したイベント等を実施・継続する若手事業者の活動への支援
- UP **意欲ある事業者のさらなる掘り起こしとグループ化**
 - ・県や市町村、商工団体等による意欲ある事業者のさらなる掘り起こし
 - ・移住促進による新たな人材の確保

今後の対策

◆商店街等振興計画の策定と確実な実行への支援

- ・商店街振興計画推進協議会を核に、未策定地域での計画策定と確実な実行を支援
- ・補助金により計画に位置づけられた取り組みの実行を支援
- ・事業経営アドバイザーの専門的な知識等を活かし計画の磨き上げを支援



【R2年度計画策定予定地域】

香南市
宿毛市
須崎市
梶原町
大月町 他

◆地域の関係者が一体となった事業者の育成と新規出店支援

- ・チャレンジショップの運営や未設置地域での新規開設、卒業後の新規出店支援を、商店街等振興計画の取り組みに位置づけ、地域の関係者が一体となってサポート

◆チャレンジショップ設置数(開所分除く):
H30:10カ所→R5:14カ所→R11:18カ所

◆空き店舗への出店支援件数(累計):
H30:32件(H28～) → R5:102件 → R11:192件

新 第三次産業における業界組織毎の戦略策定の支援

- ・商工会等の部会や同業者の組合など、業界組織との勉強会・意見交換会を実施し、業界分野ごとに抱える課題を把握し、その解決に資する戦略策定を支援

◆始めた活動の持続・発展への支援(商店街等活性化事業)

- ・事業実施主体の初年度(事業開始時)の自己負担と市町村の負担を軽減することで、最初の一步を踏み出しやすくする

◆事業者グループの活動支援(中山間地域商業振興事業)

- ・地域でイベント等を実施する補助対象者に、商工団体等を追加し、商工会等から実施の声掛けや、イベント内容・運営等への助言を得やすくする

新 商店街施設地震対策推進事業

- ・商店街施設耐震化の促進(アーケード・街路灯他)

※補助率:1/3以内
※市町村負担額:1/3以上

◆各団体との連携による意欲ある事業者の掘り起こし

- ・地域連絡会議や経営支援コーディネーターとの連携による意欲ある事業者の掘り起こし
- ・移住促進・人材確保センターとの連携や市町村の移住促進の取り組みによる新たな人材の確保

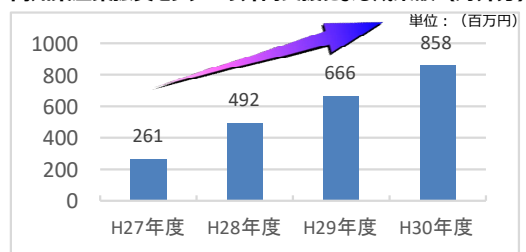


ものづくり企業に対する海外展開支援

これまでの取り組みと成果

- ものづくり企業の海外展開は、防災関連産業を中心に、経済発展が見込まれ、風水害など本県の気候風土と共通点がある台湾や東南アジアをターゲットに取組を推進
- これらの国々に対し、セミナーやMOU（産業連携に関する覚書）を通じた相手方政府との関係構築を図るとともに、展示会出展を通じた現地企業等とのマッチングを支援
- その他地域についても、企業の要望に応じ高知県産業振興センターの海外支援コーディネーター等が適宜支援
- 併せて、途上国向けには、政府開発援助（以下、ODA）の活用も視野に入れ、JICAやJETROなどの支援機関と連携しながら、ODA案件化に向けたサポートを実施

高知県産業振興センターの外商支援による成果額（海外分）



課題

- 新たに海外展開に踏み出す企業の掘り起こし
⇒現状：産業振興センター外商サポート企業228社中53社
- 中国製品など廉価な海外製品との価格競争
⇒イニシャルコストだけでなくメンテナンスも含めたトータルコストでの提案が必要
- 現地でのアフターフォロー体制の構築が必要
- 人材確保、現地での人的ネットワークの構築が必要

令和2年度 ものづくり企業海外展開支援全体取組イメージ

国内外商社と県内企業とのマッチング

JETRO等支援機関と連携し、企業の掘り起こしから海外戦略作成、商談成約までをサポート

企業の掘り起こし

- 産業振興センター海外支援コーディネーターによる海外展開のメリット紹介
- JETRO等の支援機関が開催するセミナーを通じた意識啓発

海外戦略策定

- JETRO等と連携した企業ごとの海外戦略づくりの支援
- JETRO高知事務所の県庁への移転（R元.12）による連携強化！

商社とのマッチング

- 各企業の製品・ターゲット国にマッチした商社等を開拓
- マッチング可能な有望商社を展示会等に招へい
・海外見本市への招へい
・国内見本市への招へい
・ものづくり総合技術展への招へい

海外展開

国内外の商社等と連携した海外での営業及びアフターフォロー体制の構築

効果

- 現地営業体制が強化され、製品の特徴やトータルコストでの優位性をユーザー等に訴求
- 販売後のメンテナンスやトラブル対応等、現地アフターフォロー体制の構築
- 営業人材の不足をカバーし、国内商社等であれば外国語対応や国内取引など貿易事務の簡素化に繋がる

海外展開・ODA案件化サポートチーム

商談機会の拡大

タイ

- 新 ものづくり商談会開催（県主催）
- SUBCON THAILAND出展
- METALEX出展※

台湾

- secutech出展
- 雑貨系見本市出展（仮）
- 建設コンサル等のマッチング

その他地域

- 新 インドネシア：Manufacturing出展※
- ベトナム：FBCハノイ商談会参加※
- 中国：国際応急管理大会出展（防災製品）

※ = 四国4県連携事業（四国企業販路開拓マッチングプロジェクト）

外商ツールの強化

- 新 ODA用防災カタログの作成
現地の課題に沿った提案に向けたカタログによる営業活動を展開
- 拡 防災カタログ・ポータルサイトの多言語対応
中国語（簡体字）への対応

ODA案件化スキームを活用した海外展開支援

県内企業

自社の製品・技術で途上国の課題解決に貢献したい

JICA

中小企業支援事業

- 基礎調査（850万）
- 案件化調査（3,000万円）
- 普及・実証事業（1億円）

途上国

自国が抱える開発課題を解決したい

海外展開・ODA案件化サポートチームによる申請に向けたサポート

＜これまでの支援実績＞ H29：1件（案件化（フィリピン））、H30：1件（普及実証（フィリピン））、R1：3件（基礎調査1（インドネシア）、案件化2（ベトナム・インドネシア））



目的

海外展開に踏み出す企業の掘り起こし、企業の状況に応じた海外販路開拓支援の実施

メンバー

JICA、JETRO、中小企業基盤整備機構、産業振興センター、工業会、金融機関、高知県工業振興課（事務局）

全庁一丸となった企業立地の推進

◆現状

本県の強みを活かした企業立地戦略に基づく、全庁一丸となった取り組みにより、企業立地が着実に前進し、受け皿となる工業団地の開発は着実に進捗している

◆課題

- ①企業ニーズの高い県中央部における工業団地の確保
 - ・長期の事業期間を要する工業団地の開発にかかる事業の計画的かつ効率的な実施
- ②第一次産業分野をはじめとする本県の強みを活かしたさらなる企業誘致活動の展開
 - ・整備中の工業団地等への誘致につながる案件の開拓
 - ・県内の地域地域への事務系企業の集積の促進
- ③庁内部局等と連携した立地企業への人材確保の支援などのきめ細かなアフターフォローによる本格操業への支援
 - ・立地企業の本格操業による経済効果の発揮
 - ・立地企業が安心して継続的に投資できる操業環境及び本県との信頼関係の構築
 - ・雇用情勢の改善に伴う人手不足感への対応

◆対応

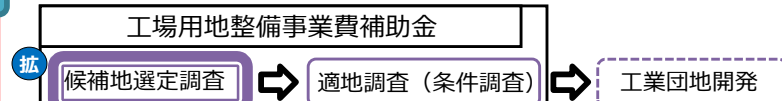
- ①安全・安心な工業団地の計画的な開発による受け皿の確保
- ②様々な機会を捉えた本県の強みを活かした企業立地の推進
- ③企業ニーズに応えるきめ細かなアフターフォローの実施

企業立地の受け皿の開発

対応①

工業団地の開発のボトルネックとなっている候補地選定調査に対する補助メニューを新設し、費用・技術の両面から市町村の取り組みをサポート

開発候補地の確保



- ◆候補地選定調査 … 航空写真等により複数の候補地を抽出し、比較検討 (県中央部で2ヵ所実施予定)
- ◆適地調査 … 団地開発に向けた地質・用地等の調査及び概略設計 (県中央部で1ヵ所実施予定)

工業団地の開発

- 安全・安心な工業団地の計画的な開発
 - ・(仮称) 南国日章工業団地
【概要】開発面積：約16.1ha 分譲面積：約11.5ha R2年度工事完成予定
事業内容：本体造成工事、確定測量等
 - ・(仮称) 高知布師田団地
【概要】開発面積：約17.9ha 分譲面積：約7.2ha R4年度工事完成予定
事業内容：本体造成工事、関連施設工事等

工業団地の分譲

- ・(仮称) 南国日章工業団地：R3年度分譲開始予定



企業立地の推進

対応②

立地見込み案件の確保

- 様々な機会を捉えたアプローチによる立地見込み案件の確保
- ・企業立地推進会議における庁内部局の立地見込み案件の掘り起こしとフォローアップ
- ・信用調査会社のノウハウ等を活用した本県の立地優遇制度の情報発信
- ・経営者向けの大手見本市等に出展し、本県の操業環境や進出のメリット等をPR
- ・最新の業界動向等の情報を元に企業訪問等をより機動的に実施

誘致活動

- 本県の強みを活かした誘致活動の展開
- ・企業立地戦略に基づき、全国トップクラスの優遇制度、立地後の手厚いアフターフォロー、県を挙げた人材育成・確保の取り組み等をアピール

本県への立地

- 全国トップクラスの優遇制度により工場等の新增設を行う企業を支援
- ・企業立地促進事業費補助金 (製造業向け)
- ・コールセンター等立地促進事業費補助金 (事務系企業向け)

対応③

きめ細かなアフターフォロー

- 立地企業の人材確保を確保し、増設等の新たな投資の呼び水とするため、アフターフォローにおいて重要な人材育成・確保にかかる事業を強化するとともに、企業誘致における本県の新たな強みとする
- ◆立地企業魅力発信事業
 - ①合同企業説明会・企業見学会の開催
 - ②立地企業紹介コンテンツの制作・SNS等での情報発信等により、立地企業の円滑な人材確保を支援
- ◆キャリア形成フォローアップ事業
事務系立地企業の従業員の正社員化や中核人材に必要な知識等の習得を目的とした人材育成研修を実施

新規大卒者の県内就職支援

事業目的

新規大卒者等の人材を確保するため、県内出身の大学生等に対して、高知の就職関連情報や企業情報を発信するとともに、県内企業への理解を深めるインターンシップを充実することにより、県内への就職の促進を図る。

- 学生の志向 (出典：マイナビ大学生就職意識調査、マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査)
 - ・大手企業志向の割合 H27卒：42.9%⇒H31卒：52.7% ・学生のUターン就職希望率は、H23卒：49.1%⇒H31卒：33.4%

県内出身の県外大学生の県内就職率 13.6% (H24) → 16.4% (H27) → 18.4% (H30) → 目標 35% (R5)

■インターンシップ調査 (出典：リクルート「就職白書2019」)

- ・インターンシップ参加者 H27卒：26.9%⇒H31卒：55.9% ・インターンシップ参加企業に入社予定 H29卒：22.4%⇒H31卒：37.3%

現状・課題

- ①高知の企業や高知で働く魅力をさらに多くの学生に知ってもらう必要がある
⇒ 県内企業や就職関連情報を掲載した「高知求人ネット学生ページ」の閲覧数の増加
・高知求人ネット学生ページのPV数 H30：333PV/月 → R元.12：636PV/月
- ②高知の企業が実施するインターンシップに参加する学生を増やしていく必要がある
・県内企業のインターンシップ参加者 H30：528名 (商工政策課調査)
- ③インターンシップの実施企業は増加したものの、全国平均と比較すると少ない
・H30.8：78社/226社 (35%) → R元.11：129社/211社 (61%)
※全国平均69% (リクルート「就職白書2018」)

対策

- 高知の企業や高知で働く魅力を学生に伝える取組を強化するとともに、県内企業のインターンシップに多くの学生を誘導する
- ①学生への情報発信の強化とWEBアクセスの拡大
 - ・SNS等を活用した情報発信を強化し、「高知求人ネット学生ページ」へ誘導する
- ②インターンシップ参加学生の増加に向けたイベント等の充実
 - ・県内大学と連携して、学生と県内企業のマッチングを実施し、県内企業のインターンシップにつなげる
 - ・複数企業による合同インターンシップを実施し、学生が多くの企業を知る機会を創出する
- ③インターンシップ実施企業の拡大とプログラムの磨き上げ
 - ・インターンシップコーディネーターによる企業訪問やプログラムの磨き上げセミナー等によりインターンシップ実施企業の拡大と内容の充実を図る

Step1 情報を届ける・知ってもらう

①学生への情報発信の強化

- 学生に直接情報を届ける
 - ・高校を通じて、高校生やその保護者に連絡先を登録してもらうとともに、県内大学や県外の協定大学等を通じて、大学生等に連絡先を登録してもらいSNS等により就職関連情報等を発信する
- 協定大学や各種広報媒体を通じて、学生等に就職関連情報を届ける

<学生への情報発信ツール>



主に保護者の方への情報誌(7,12月発行)各高校を通じて配布 (登録者：約1,500名)

～SNS等を活用した情報発信～

(学生の使用割合が高いSNSを活用)

- ・高知の情報やUターン就職情報等を発信
- コンテンツ内容：高知の情報、Uターン就職情報等 (Twitter, LINE)
回数：Twitter 20回/月、LINE 2回/月程度

誘導

高知求人ネット学生ページ
企業PR動画の配信
インターンシップ情報
就職関連イベント情報

Step2 県内企業を意識してもらう

②インターンシップに参加する学生の拡大

- インターンシップ実施企業と学生のマッチング
 - ・インターンシップマッチングフェアを開催し、学生と県内企業のマッチングを実施 (大学1,2年生や四国の大学の学生も視野に開催)
- 複数の企業による合同インターンシップの実施
 - ・複数の企業をパッケージ化したインターンシップにより、学生が多くの企業を知る機会を創出
- U・Iターン・移住施策との連携
 - ・就職・転職フェア (東京・大阪) 等に参加した学生を県内企業インターンシップに誘導

県外大学生等への県内就職への意識の醸成

- 県外大学等との連携強化
 - 本県出身学生の多い中四国の大学との連携強化
 - ・県内の企業情報等の学生への周知や学内合同企業説明会への参加機会の拡大など
 - 県外大学のゼミやフィールドワークの県内実施の促進
 - ・県内の実施フィールドのコンテンツを制作し、大学に提案・協議
 - 大学職員と県内企業の意見交換会 (高知開催) の実施
 - ・大学職員に高知へ来てもらい、県内企業との意見交換や「ものづくり総合技術展」の視察を通じて、県内企業を知ってもらう機会を創出
 - 学生と企業の交流イベントの実施 (関東、関西)
 - ・協定大学等で県外学生が県内企業と交流できる機会を創出

就職支援協定29大学 (うち中四国6大学)

県内インターンシップの拡大

県内就職への意識の醸成

県内就職者の拡大

【企業・学生の相談窓口】インターンシップコーディネーター (企業・学生へのフォローアップ)

①WEBによる企業の魅力発信

- ・企業のPR動画の作成支援 (シナリオ作成セミナーや専門家派遣) ※高知求人ネットに掲載

■PR動画作成企業数
R元.11:18社→R2目標:30社

③インターンシップ実施企業の拡大とプログラムの磨き上げ

- ・セミナー等によるインターンシップ実施企業の拡大やプログラムの磨き上げを支援

■インターンシップ実施企業数
R元.11:129社⇒R2目標:146社/211社(69%)

企業

就職氷河期世代の就職支援

<就職氷河期世代の活躍に向けた支援の方針>

本県の就職氷河期世代の方の内、不安定な就労状態やひきこもりの傾向にある方がそれぞれの適性に応じた職業訓練等を経て、その意欲や能力を生かした仕事に就き将来に希望を持って働き続けられるよう、また、社会参加できるよう、国が構築するプラットフォームにおいて、労働政策と福祉政策とを連携させた支援を行う。

<支援対象者(35~44歳) (①+②+③) 高知県：5,200人以上(推計値) 全国：約100万人>

①不安定な就労状態にある人(高知県：約3,500人 全国：約50万人)
「主に正規の職員・従業員の仕事がないから」現在非正規雇用で働いている人

②長期にわたり無業の状態にある人(高知県：約1,700人 全国：約40万人)

無業者のうち求職活動をしていない人で、卒業者かつ通学していず、配偶者なしで家事を行っていない人

③社会参加に向けた支援を必要とする人(②のほか完全失業者にも含まれる。②と重複しない人：計測困難)

ひきこもりの人、生活困窮に陥っている人など、就労支援だけでなく福祉的な支援が必要な人

(参考) 高知県内の35~44歳のひきこもりの人：約1,400人(内閣府調査から推計)

<ジョブカフェこうちにおける就職支援>

主な支援対象者：①不安定な就労状態にある人 高知県推計数 3,500人

<参考> 35~44歳の非正規雇用労働者(推計値) 約15,800人(H29就業構造基本調査)

<就職氷河期世代への就職支援メニュー>

●かかりつけ相談

相談から就職まで同じキャリアコンサルタントが伴走支援
(R2.4~毎週1回、20:00までの夜間相談枠を新設)

●オンライン相談

自宅などからスマホ・PCを使ってできるテレビ電話方式の相談

●職業適性診断

求職者に適した職種や仕事の分野が分かる職業選択に役立つ検査

●少人数セミナー

就職氷河期世代の求職者の課題や強み・弱みに向き合うセミナー

●出張相談会

就職氷河期世代の方の家族等を対象にした出張相談会

●職場体験講習(受講手当あり)

就職を希望する企業で5日間の仕事体験を通じ正社員就職を目指す講習

<目標>

◆就職支援計画書を作成した求職者の6ヶ月以内の就職率：70%

◆35~49歳の職場体験講習受講者(※1)の就職率：70% 定着率：80%(※2)

(※1 県内企業への正社員就職を希望する方) (※2 就職後3ヶ月時点)

都道府県プラットフォーム

【取りまとめ】

◎労働局
○県(商工労働部・地域福祉部)

●計画に基づく事業実施
●進捗管理

県事業計画

●経済団体へ受け入れ先開拓、
雇用にあたっての配慮依頼
●経済団体、他市町村とのつながり
作り支援の要請
●市町村プラットフォームの好事例の
横展開

●提案
●意見

【就職支援機関等による支援】

●就労支援
●職業訓練
●マッチング

【企業アプローチ】

○経営者協会
○商工会・商工会議所
○業界団体
○県商工労働部
など

市町村プラットフォーム

○市町村
○ハローワーク
○サポステ
○自立相談支援機関
○経済団体
○ひきこもり家族会

社会参加への
支援

【地域アプローチ】

●支援機関による訪問支援
●社会的孤立からの脱却
●社会参加に向けた支援

訪問支援
(アウトリーチ)

相談支援

居場所参加

中間的就労

就業支援

ひきこもり地域支援センター+市町村+自立相談支援機関

多機関による連携

<県> 高知県ひきこもりの人等に対する支援のあり方に関する検討委員会 (R1.10~)

国・県・市町村・医療・福祉・自立相談支援機関・サポステ・ひきこもり家族会

就職氷河期世代対象の求人

県内企業

●就職氷河期世代の正社員採用
●企業内の正規雇用化

マッチング支援

●周知
●啓発
●提案

支援

<国> リカレント教育

・資格取得「短期資格等習得コース」
・専修学校のリカレント教育機能強化
・放送大学のコンテンツ充実
・リカレント農業教育
・漁業学校の夜間・休日授業 など

就職・正社員化の実現

多様な社会参加の実現

外国人材の確保に向けた取り組みの強化

これまでの取り組み

1 外国人が安全に安心して生活できる環境づくり

- 高知県外国人生活相談センターの設置(R1.5.31開所)
 - ・高知県外国人生活相談センター運営協議会設置
- 【相談実績】相談件数(5/31~12/31): 210件(外国人122件、事業所等88件)

2 企業等における受入体制づくりを支援

- 外国人材受入に関する制度説明会の開催→4回、延べ570名参加
- 技能実習制度に関する連絡協議会の拡充、開催
- 技能実習生に対する日本語学習支援

3 外国人材を確保するためのネットワーク構築

- 技能実習生等の外国人材を活用した海外展開支援
→ベトナム、インドでの現地調査や送り出し機関等の交流
- 高知大学との連携による留学生向け県内企業見学ツアー (R1.12月実施)

課題

1 外国人の生活面の支援（高知県外国人生活相談センター）

- ・外国人からの相談の約7割が高知市内在住者のため、高知市以外での相談対応が必要
- ・英語以外で相談の多い言語（中国語、インドネシア語、ベトナム語）での対応が必要
- ・センターの活動へのボランティアによるサポート体制の構築
- ・市町村や地域で活動する団体との連携の充実
- ・外国人が日本人と円滑にコミュニケーションがとれるように受入企業等とも協力しながら、来高後の日本語能力の向上を図る取り組みを支援する必要がある。

2 県内企業等の人材確保の支援

- ・様々な分野で人手不足が深刻化しており、企業の外国人材に対するニーズの把握が必要
- ・県内企業は外国人材を採用していない企業が多く、外国人材の活用ノウハウが不足している
- ・優良な外国人材の送り出し機関との連携、外国人材と企業ニーズとのマッチングなど、企業等における外国人材の受入支援が必要
- ・優秀な外国人材を安定的に確保していくためには、外国人材を送り出している外国の自治体との信頼関係構築と養成機関等の情報収集等の取り組みを並行的に進めていく必要がある。

強化 POINT

- ①外国人生活相談センターの相談体制の強化（出張相談会の実施、多言語対応、サポーター制度導入等）
- ②技能実習生等への日本語学習支援の充実（日本語教室の実施、企業担当者向け日本語指導講習の実施）
- ③外国人材の送り出し国とのネットワーク構築（県内企業の外国人雇用実態調査の実施や海外展開支援の拡充）

今後（令和2年度）の取り組み

対策1 外国人が安全に安心して生活できる環境づくり

- ・高知県外国人生活相談センターの運営⇒**拡** ①県内各地域での出張相談会の実施、②中国語、インドネシア語、ベトナム語の相談員を雇用（非常勤）③サポーター制度導入

対策2 企業等における受入体制づくりを支援

- ・「外国人材受入に関する制度説明会」及び「技能実習制度・特定技能に関する連絡協議会」の開催
- ・技能実習生に対する日本語学習支援⇒**拡** 技能実習生の増加に伴い、①新たに企業担当者向け日本語指導講習の実施、②日本語教室の継続実施

対策3 外国人材を確保するためのネットワーク構築

- 新**・外国人雇用実態調査…県内企業の受入状況や課題等を把握し、外国人材確保に向けた今後のさらなる展開を検討
- ・技能実習生等の外国人材を活用した海外展開支援⇒**拡** R1年度に調査を行ったベトナムに加え、フィリピンやミャンマーでの現地調査や人的交流を実施
⇒外国人材の送り出し国となる海外の自治体との信頼関係の構築を図り、県内に優秀な特定技能の労働者を安定的に確保するための仕組みをつくる。

目指す姿

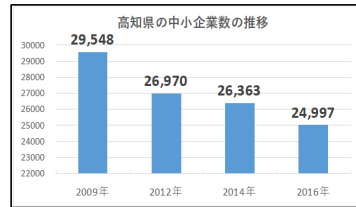
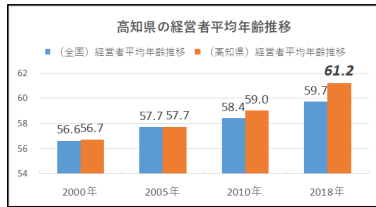
外国人労働者にとって働きやすく住みやすい環境づくりを進め、高知県が働き続けたい場所として選ばれることを目指す。＜人材不足の解消＞

掘り起こしからマッチングまで一貫した事業承継支援

現状

- 県内の中小企業数は、2009年から2016年の**7年間で4,551社**減少
2009年:29,548社→2016年:24,997社(△4,551社(年平均△650社))
(資料:H28経済センサスー活動調査)
- 本県の経営者の平均年齢は、**61.2歳**と全国平均の59.7歳と比較して1歳以上高い。
高知県**61.2歳** 全国59.7歳 (資料:2019帝国データバンク)
- 県内事業者の**33%が後継者未決定** (資料:H29高知県事業引継ぎ支援センター調査)

この状況を放置すれば地域経済の脆弱化につながるとともに、雇用の安定が損なわれる恐れがある。
⇒ **県内事業者の事業承継を促進し、事業者の減少に歯止めを掛ける必要がある。**



これまでの取組・見えてきた課題

- **支援体制の整備とニーズの掘り起こし**
 - H30.7月に金融機関、商工団体、土業団体等の29(現在32)の支援機関による「高知県事業承継ネットワーク」を組成
 - 金融機関、商工団体を中心に事業承継ニーズの掘り起こし等を実施
 - ・事業承継診断件数 H30:1,428件 R1:1,100件(見込)
- 【課題】
 - ① 潜在化しているニーズのさらなる掘り起こし
 - ② 掘り起こしたニーズの具体的な相談への誘導(デリケートな問題である事業承継は、事業者の説得や譲渡相談に導くことが難しい)
- **後継者不在事業者の第三者承継支援**
 - 「高知県事業引継ぎ支援センター」によるマッチング支援
 - ・譲渡相談 H27:21件→R元:100件(見込)
 - ・成約 H27:4件→R元:17件(見込)
 - 事業承継ネットワーク登録の土業専門家 H30:11名→R元:30名
- 【課題】
 - ③ 事業の後継者となりうる人材等の確保及び第三者承継の実務を担う土業専門家の拡大

対策の強化ポイント

- ポイント1
 - 商工会・商工会議所等によるニーズの掘り起こし強化
- ポイント2
 - 診断内容の精査と専門機関への相談につなげる取り組みの強化
- ポイント3
 - 事業引継ぎ支援センター等のマッチング機能の強化及び土業専門家による第三者承継の実務への支援

診断(ニーズの掘り起こし)を起点とした「伴走型支援」

ニーズの掘り起こし

診断内容の精査と相談につなげる

事業承継の実行

年間目標 **2,250者**

譲渡相談目標 **R2:150者**

第三者承継マッチングの成約目標 **R2:50者**

譲渡相談件数×成約率33%

実施主体: 商工会・商工会議所、金融機関
(身近な支援機関)

実施主体: 商工会・商工会議所、金融機関
(サポート: ブロックコーディネーター)

実施主体: 事業引継ぎ支援センター、金融機関、土業専門家(税理士等)等

強化ポイント1 商工会・商工会議所等による掘り起こしの強化

- 経営者が60歳以上の小規模事業者 約**11,500者**(推計)の診断を優先的に実施
- H30、R1で2,500者の診断を完了する予定であるため、残り**9,000者**へのアプローチ強化

【目標】年**2,250者**×4年(R2~R5)

商工会・商工会議所による掘り起こしの強化

- ・小規模事業者の主たる支援機関である商工会・商工会議所の巡回指導等による掘り起こし(経営指導員67名がそれぞれ年間延べ240者以上を訪問⇒延べ約16,000者)
- <新たな「小規模事業者等支援実行計画」等に沿った実施>

その他の掘り起こし

- ・中小企業団体中央会(会員組約290)を通じた業界団体への広報(組合総会等での説明によるセンターへの相談誘致)

- 新 市町村の「仕事専門相談員」等による後継者不在事業者(主に継業案件)の掘り起こし

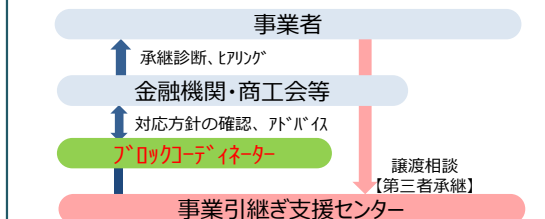
強化ポイント2 診断内容の精査と専門機関への相談につなげる取り組みの強化

- 支援機関による診断精査の過程で**ブロックコーディネーター**は適宜アドバイスを行い、対応方針を確認する。
- 特に経営者が高齢などで早期に事業承継、企業売却・M&Aを検討している事業者を確実に専門機関への譲渡相談に誘導する。

【譲渡相談目標】**R2:150者**

(※) H29アンケート調査(回答1,087事業者)から、早期(3年以内)に事業承継が必要な事業者は、診断した事業者のうち6.7%程度と推計
→ 2,250者×6.7%=150者

- 新 **ブロックコーディネーター体制強化(国)**
⇒ **商工会などへのアドバイス等によるサポート強化**



- 新 経営指導員向け事業承継診断研修によるスキルアップ

従業員承継
親族内

第三者承継(M&A・継業)

- **事業承継計画の策定支援** ~計画的な事業承継を促す~
 - ・土業専門家等が承継方法、承継スケジュール、株式・財産の分配時期等についてのアドバイスや、事業承継計画の策定支援を行う。

強化ポイント3 事業引継ぎ支援センター等のマッチング機能の強化及び土業専門家による第三者承継の実務への支援

- **事業引継ぎ支援センター等による売り手と買い手候補者とのマッチング**
 - ・売り手の事業規模等に応じて、専門機関が買い手候補を探してマッチングを支援する。

【マッチング成約目標】**R2:50者**

マッチング機能の強化

- 新 **事業引継ぎ支援センターの体制強化(国)**
 - ・他の機関で対応できない案件を主体的にマッチング
- **買い手候補の拡大**
 - 新 後継者人材バンク(約70名)の登録拡大
 - 新 継業×移住 個別相談会(東京・大阪)の実施
 - 新 地域ブロック内での買い手の確保(ブロック内の商工団体、金融機関支店等で買い手を発掘)
 - 新 M&A経費(買い手側)の融資に係る保証料補給制度の創設

土業専門家の拡大

- 新 第三者承継支援を行う土業専門家にアドバイス等を行う専門家の配置

その他

- 新 日本M&Aセンター(協定先)によるマッチングの実施

観光分野の施策の展開 ～世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現～

分野を代表する目標 **観光総消費額** 現状(H30)： 1,104億円 ⇒ 4年後(R5)： 1,288億円以上 ⇒ 10年後(R11)： 1,410億円以上
県外観光客入込数 現状(H30)： 441万人 ⇒ 4年後(R5)： 460万人以上 ⇒ 10年後(R11)： 470万人以上

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

戦略の柱1 戦略的な観光地域づくり

(1) 中山間地域を中心に、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの一層の推進

- 新** 県全域に広域を単位とする幅と厚みのある滞在型観光クラスターを形成
- 「歴史」「食」「自然」の観光基盤を生かした多様な観光クラスターの形成
- 外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化
- 民間企業のノウハウを積極的に導入した観光地域づくり

(2) 高知県観光コンベンション協会や広域観光組織の体制及び機能強化、並びに市町村・観光協会・地域DMOとの連携強化

- 拡** 広域観光組織の体制及び機能強化
- 拡** 地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築
- 法人化や日本版DMO登録法人化への支援強化

戦略の柱4 国際観光の推進

(1) 訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進

- 拡** 外国人目線を生かした旅行商品の拡充
- 外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化(再掲)

(2) 四国4県が連携した四国周遊旅行商品づくりの推進

(3) 国際線直行便を持つ首都圏・関西圏と連携した広域観光の推進

磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱2 効果的なセールス&プロモーション

(1) 「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの展開

- 拡** 新しい観光資源を生かしたプロモーションやセールス活動の展開
- 全国的な話題化を創出するプロモーションの展開
- 多様な観光クラスターの効果的な情報発信



(2) 自然を生かしたスポーツツーリズムの推進

- プロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致
- 自然を生かしたスポーツイベントの開催促進
- 高知龍馬マラソンの開催

“おもてなし”でリピーター化
観光客の声を商品づくりに反映
【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

5つの戦略の柱の下、特に「自然&体験キャンペーン」を通じて、自然体験型の観光基盤を整え、中山間振興とインバウンド振興に直結させる

戦略の柱3 おもてなしの推進

(1) バリアフリー観光の推進

- 新** 相談窓口の設置

(2) 観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化

- 周遊・滞在を促す観光クラスター情報の提供
- 観光案内所間や事業者との連携強化

(3) 観光客の満足度をさらに高める受入環境整備

- Wi-Fi、多言語対応等の受入環境整備を支援(コーディネーターの配置)
- 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化

(4) 周遊促進やリピーター化のさらなる推進

- 龍馬パスポートの実施
- 周遊・滞在を促す観光クラスター情報の提供(再掲)

戦略の柱4 国際観光の推進



効果的なセールス&プロモーションで観光客が高知へ

戦略の柱4 国際観光の推進

(4) 訪日に関心を持つ外国人向けプロモーションの抜本強化

- 新** 訪日旅行に関心のある方々に向けて、デジタル技術を活用した本県の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションの推進
- オンライン旅行会社(OTA)を活用したプロモーション
- 訪日外国人観光客への情報発信

(5) 「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開

- 拡** 発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上
- 国内外ネットワークのさらなる拡大

(6) 四国4県が連携したプロモーションの推進

- チャーター便の誘致拡大
- 四国ツーリズム創造機構を中心に四国4県が連携した誘客促進

全体を下支え

戦略の柱5

事業体の強化と観光人材の育成

(1) 観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保

- 拡** 土佐の観光創生塾の継続・拡充
- 拡** 広域観光組織の体制及び機能強化(再掲)(地域おこし協力隊制度を活用)
- 拡** 地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築(再掲)
- 国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化(再掲)

観光分野の体系図

分野の目指す姿	世界に通用する「本物と出会える高知観光」の実現		
分野を代表する目標	【観光総消費額】	現状(H30)：1,104億円 ⇒ 4年後(R5)：1,288億円以上 ⇒ 10年後(R11)：1,410億円以上	
	【県外観光客入込数】	現状(H30)：441万人 ⇒ 4年後(R5)：460万人以上 ⇒ 10年後(R11)：470万人以上	

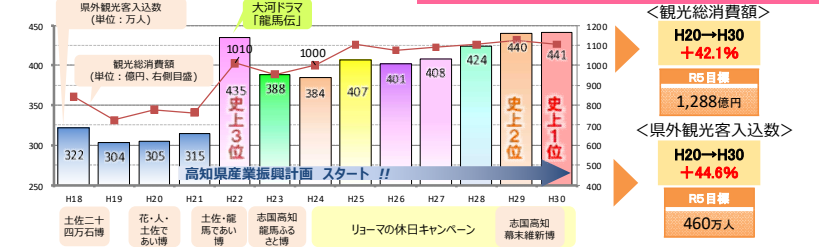
戦略の柱	1 戦略的な観光地域づくり	2 効果的なセールス&プロモーション	3 おもてなしの推進	4 国際観光の推進	5 事業体の強化と観光人材の育成
方 戦 略 性	歴史・食・自然を連動させた滞在型の観光地域づくりの推進	観光キャンペーンを通じたプロモーションとセールス活動の展開	国内外からの観光客に対応した受入環境の充実	外国人に訴求力の高い旅行商品づくりとプロモーションの推進	観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保
戦 略 目 標	<ul style="list-style-type: none"> ・全国から誘客できる観光拠点の整備(累計) ⑩8→⑤16→①20以上 ・広域観光組織の体制強化(日本版DMO登録)(累計) ⑩1→⑤3→①5 ・市町村をまたがる観光クラスターの形成(累計) ⑩0→⑤16 	<ul style="list-style-type: none"> ・県外観光客入込数(年間) ⑩441万人→⑤460万人以上→①470万人の定常化(再掲) ・スポーツツーリズムの強化(県外からのスポーツによる入込客数)(年間) ⑩9.0万人→⑤14.5万人→①17.5万人 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加(年間) 観光施設、宿泊先 ⑩79%→⑤80%→①82% 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数(年間) ⑩7.9万人泊→⑤30万人泊→①37.5万人泊 	<ul style="list-style-type: none"> ・広域観光組織の体制強化(日本版DMO登録)(累計) ⑩1→⑤3→①5 (再掲)
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>(1)中山間地域を中心に、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの一層の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】県全域に広域を単位とする幅と厚みのある滞在型観光クラスターを形成 ◆「歴史」「食」「自然」の観光基盤を生かした多様な観光クラスターの形成 ◆外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化 ◆民間企業のノウハウを積極的に導入した観光地域づくり <p>(2)高知県観光コンベンション協会や広域観光組織の体制及び機能強化、並びに市町村・観光協会・地域DMOとの連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】広域観光組織の体制及び機能強化 ◆【拡充】地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築 ◆法人化や日本版DMO登録法人化への支援強化 	<p>(1)「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】新しい観光資源を生かしたプロモーションやセールス活動の展開 ◆全国的な話題化を創出するプロモーションの展開 ◆多様な観光クラスターの効果的な情報発信 <p>(2)自然を生かしたスポーツツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆プロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致 ◆自然を生かしたスポーツイベントの開催促進(サイクリング・サーフィン等) ◆高知龍馬マラソンの開催 	<p>(1)バリアフリー観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】相談窓口の設置 <p>(2)観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆周遊・滞在を促す観光クラスター情報の提供 ◆観光案内所間や事業者との連携強化 <p>(3)観光客の満足度をさらに高める受入環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆Wi-Fi、多言語対応等の受入環境整備を支援(コーディネーターの配置) ◆国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化 <p>(4)周遊促進やリピーター化のさらなる推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆龍馬パスポートの実施 ◆周遊・滞在を促す観光クラスター情報の提供(再掲) 	<p>(1)訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】外国人目線を生かした旅行商品の拡充 ◆外貨を稼ぐための観光拠点整備と観光商品づくりの強化(再掲) <p>(2)四国4県が連携した四国周遊旅行商品づくりの推進</p> <p>(3)国際線直行便を持つ首都圏・関西圏と連携した広域観光の推進</p> <p>(4)訪日に関心を持つ外国人向けプロモーションの抜本強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【新規】訪日旅行に関心のある方々に向けて、デジタル技術を活用した本県の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションの推進 ◆オンライン旅行会社(OTA)を活用したプロモーション ◆訪日外国人観光客への情報発信 <p>(5)「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上 ◆国内外ネットワークのさらなる拡大 <p>(6)四国4県が連携したプロモーションの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆チャーター便の誘致拡大 ◆四国ツーリズム創造機構を中心に四国4県が連携した誘客促進 	<p>(1)観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】土佐の観光創生塾の継続・拡充 ◆【拡充】広域観光組織の体制及び機能強化(再掲) (県・地域おこし協力隊制度を活用) ◆【拡充】地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築(再掲) ◆国内外からの観光客におもてなしができる観光人材の育成及び観光ガイド団体の育成強化(再掲)

観光分野の主な取り組み

これまでの取り組みとその成果

435万人観光の定常化を目指して、「歴史」「食」「自然」という強みを生かすことに重点を置いて、「観光商品をつくる」「売る」「もてなす」の取り組みを官民が一体となって進めた。「リョーマの休日」キャンペーンを通じて県全域で観光人材の育成や観光資源の磨き上げと周遊ルート化を図りながら、観光商品の造成とセールスを強化した結果、6年連続で400万人観光を実現した。

▽ 県外観光客入込数・観光総消費額の推移



◆ 全国から誘客できる観光拠点の整備

- 地域地域の強みを生かした核となる観光拠点の整備
 - ・「志国高知 幕末維新博」を通じて高知城歴史博物館(H29.3)や坂本龍馬記念館(H30.4)の新館の整備など県内の歴史文化施設の磨き上げを行い、歴史観光基盤を整え、歴史施設を核とした観光クラスターを形成した。⇒ 地域会場を中心とした観光クラスターの形成数：15か所(H30)
 - ・「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」を通じてスノーピークおちん淀川キャンプフィールド (H30.4)、むろと廃校水族館 (H30.4)、牧野植物園 (H31.2)、スノーピーク土佐清水キャンプフィールド (H31.4)、モペル アウトドアヴィレッジ山 (R元.6) など自然体験型観光拠点や体験プログラムの創出を民間活力も導入しながら県内全域で進めた。
- 地域の観光を担う観光人材を育成し、4定条件が整った観光商品の造成
 - ・土佐の観光創生塾を開催し、地域コーディネーターの個別支援などを通じて、観光商品の造成や磨き上げ販売促進を支援した。⇒ 創生塾参加者数：延べ486人、旅行商品造成数：累計129件(H28～H30)

◆ 広域観光組織の体制強化

- ・広域観光の地力を高めるため、地域博覧会の開催や県職員、地域観光コーディネーターの派遣などを通じて、観光地域づくりを担う広域観光組織の立ち上げ体制を強化した。⇒ 広域観光組織の法人化4か所(うち、幡多広域観光協議会DMO化、2法人DMO候補法人化)

◆ 効果的なセールス&プロモーションの展開

- 時代のトレンドを捉え、全国的な話題化を意図的に創出するプロモーションを実施
 - ・「志国高知 幕末維新博」では、全国的な話題化を意図的に創出するなど新たなプロモーションにチャレンジした ⇒ 幕末維新博全会場の来場客数 334万人超
 - ・「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」では、これまで磨き上げてきた「歴史」や「食」の観光を推進するとともに、中山間地域やインバウンド観光の振興を目指して、キャンペーンのプラットフォームとなる特設ウェブサイトを開設し、PRと予約販売の取り組みを進めた。⇒ キャンペーン特設ウェブサイトPV数 1,402,288PV(1/31時点)
 - ⇒ メディア露出件数、広告換算 H24:333件、17.3億円→H30:568件、61.0億円

◆ 国際観光の推進

- 外国人向け旅行商品の造成・販売促進
 - ・重点8市場(台、香、中、韓、米、豪、シンガポール、タイ)に海外セールス拠点等を設け、旅行会社やメディア等との関係を強化するとともに、個人旅行者 (FIT) 向け旅行商品の造成・販売を促進した。
- 「よさこい」の戦略的活用(「よさこいアンバサダー」の認定19カ国23チーム65名(H28～R元))
 - ・2020年東京オリ・パラ競技大会等を通じて「よさこい」を世界にアピールするための国内外のネットワークの拡大と海外メディアによる情報発信に取り組み、よさこい「発祥の地高知」の認知度向上を図ってきた。⇒ 外国人延べ宿泊者数 H23年16,480人泊→H30年79,160人泊

◆ スポーツツーリズムの推進

- スポーツ合宿の誘致
 - ⇒ アマチュアスポーツ合宿による県外からの宿泊者数：延べ120,613人泊(H28～H30)
 - ⇒ 龍馬マラソン県外出走者数：13,446人(H28～H30)

◆ 国内外からの観光客への受入環境の整備

- 外国人観光客の満足度の向上や外国客船寄港地としての定着を図るため、インバウンドにも対応する受入環境の整備を進めた
 - ・無料Wi-Fi環境の整備や消費税免税店の拡大などの基盤を整備するとともに、コミュニケーション力向上のための外国人観光客受入研修を実施した。⇒ 県内主要観光地への無料Wi-Fi環境の整備 H27:19か所→H30:89か所
 - ⇒ 消費税免税店の店舗数 H27:104店舗→H30:132店舗
 - ⇒ 外国人観光客受入研修受講事業者 H30:25事業者/3エリア
- ・外国人観光客へのきめ細かな観光情報の提供に向けて、観光案内所の体制と機能の強化を図った。⇒ 外国人観光案内所の設置か所数 H26:3か所→R元:18か所
- ⇒ 自然&体験キャンペーンに合わせ、プッシュ型観光案内所を強化した。研修会の開催 R元:17回
- ・バリアフリー観光推進のため、バリアフリー観光相談窓口の設置に向けた情報収集と蓄積、相談対応のスキルアップを図った。⇒ 情報収集・蓄積 観光:100施設、宿泊:100施設、交通:30施設

第4期計画の主な取り組み

◇ 将来の目指す姿に掲げた世界に通用する「本物と出会える高知観光」の実現に向けて、「観光商品をつくる」「売る」「もてなす」の戦略のもと、自然体験型観光の地力を高め、中山間振興とインバウンド振興に直結させることで、第4期計画の目標である観光総消費額1,288億円と460万人観光の実現を目指します。

ポイント

国内外の観光客に評価される観光地域づくりを目指し、「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズン(R2年2月～)を通じて、課題である観光総消費額と宿泊を伴う外国人観光客数の増加を目指します。そのために、県全域で広域観光組織の体制強化を通じて広域の滞在型観光クラスターの形成に取り組み、観光消費の拡大とインバウンド観光のステージアップを図ります。国際観光の推進においては、重点8市場を中心に訪日旅行に関心を持つ層に向けたプロモーションを抜本強化し、観光地高知の認知度を上げることで、宿泊を伴う外国人観光客数を増やします。

柱1 戦略的な観光地域づくり

□ 歴史、食、自然を運動させた滞在型の観光地域づくりの推進

- ▽ 全国から誘客できる観光拠点の整備 ⑩:8か所→⑤:16か所
- ▽ 広域観光組織の体制強化(日本版DMO登録) ⑩:1か所→⑤:3か所
- ▽ 市町村をまたがる観光クラスターの形成 ⑩:0→⑤:16



主な強化策

- 中山間地域を中心に、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりの一層の推進
 - ・県全域に「歴史」「食」「自然」の観光基盤をより広い範囲で運動させる広域を単位とする滞在型観光クラスターを形成
 - ⇒ 広域の観光地域づくりの舵取り役である広域観光組織に人材を配置し、土佐の観光創生塾での「市町村をまたがる観光クラスターの形成」を通じて、広域で観光地域づくりをマネジメントできる専門人材としての育成と定着を図る
- 高知県観光コンベンション協会や広域観光組織の体制及び機能強化、並びに市町村・観光協会・地域DMOとの連携強化
 - ・広域観光組織の体制及び機能強化
 - ⇒ 配置した人材を広域で観光地域づくりをマネジメントできる専門人材として育成させ定着も図る
 - ⇒ 同組織の強化による周遊促進と滞在時間の延長につながる観光地域づくりを進める

柱2 効果的なセールス&プロモーション

□ 観光キャンペーンを通じたプロモーションとセールス活動の展開

- ▽ 県外観光客入込数 ⑩:441万人→⑤:460万人

あなたの、
新休日。

主な強化策

- 「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの展開
 - ・新しい観光資源を生かしたプロモーションやセールス活動の展開
 - ⇒ 高知ならではの山・川・海の旅の楽しみ方を動画配信やWeb広告などにより訴求を図る
 - ⇒ 足指海洋館「SATOUMI」やパラレルジップラインの整備等を活用した集客イベントの開催や旅行商品の造成を図る
 - ・全国的な話題化を創出するプロモーションの展開



柱3 おもてなしの推進

□ 観光キャンペーンを通じた国内外からの観光客に対応した受入環境の充実

- ▽ 観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合の増加
 - 「観光施設」 ⑩: 79% → ⑤: 80%
 - 「宿泊先」 ⑩: 79% → ⑤: 80%

主な強化策

- バリアフリー観光の推進
 - ・相談窓口の設置
 - ⇒ 県内を周遊する際の観光、宿泊、交通施設のバリア情報とバリアフリー情報の提供により満足度の向上を図る
 - ⇒ 相談への対応や周遊プランの提案により満足度の向上を図る
 - ⇒ バリア情報・バリアフリー情報の発信をする特設ウェブサイトを開設し、バリアフリー観光の周知や理解の促進を図る

全体を下支え

柱5 事業体の強化と観光人材の育成

□ 観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保

- ▽ 広域観光組織の体制強化(日本版DMO登録) ⑩:1か所→⑤:3か所(再掲)

主な強化策

- 観光産業を支える事業体の強化と観光人材の育成・確保
 - ・土佐の観光創生塾の継続・拡充
 - ・広域観光組織の体制及び機能強化(再掲)(地域おこし協力隊制度を活用)
 - ・地域観光事業者の4定条件の確保や事業継続をサポートする仕組みの構築
 - ⇒ 土佐の観光創生塾に新設する「観光地域づくりコース」で「市町村をまたがる観光クラスターの形成」を通じて、広域で観光地域づくりをマネジメントできる専門人材の育成
 - ⇒ 「商品造成コース」による観光事業者のり集客力のある商品造成を支援

観光商品をつくる

売る

もてなす

柱4 国際観光の推進

□ 外国人に訴求力の高い旅行商品づくりとプロモーションの推進

- ▽ 観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数 ⑩:7.9万人泊→⑤:30万人泊

※観光庁公表数値のうち全国で一般的に使用されている従業員数10人未満の宿泊施設を含む宿泊入泊数を使用



主な強化策

- 訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進
 - ・外国人目線を生かした旅行商品の拡充
 - ⇒ 海外セールス拠点等による旅行商品の造成と販売を促進する
 - ⇒ 海外向けのオンライン旅行会社や日本在住の外国人専門家による個人旅行者 (FIT) 向け商品の造成と販売を促進する
- 四国4県が連携した四国周遊旅行商品づくりの推進
 - ⇒ 高知龍馬空港をはじめ、四国内の空港を活用したチャーター便の誘致を促進する
 - ⇒ 新たな四国周遊商品の造成を図る
- 国際線直行便を持つ首都圏・関西圏と連携した広域観光の推進

主な強化策

- 訪日に関心を持つ外国人向けプロモーションの抜本強化
 - ・訪日旅行に関心のある方々に向けて、デジタル技術を活用した本県観光の魅力やダイバウンド観光の振興を推進する
 - ⇒ 動画やWeb広告を活用し、情報閲覧者の分析も行いながら、訪日に関心を持つ外国人向けプロモーションを展開することで、観光地高知としての認知度向上を図る
- 「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開
 - ・発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上
 - ⇒ プレミアムよさこいin東京2020、ワールドよさこい(仮称)の開催により海外メディアを通じた情報発信の強化を図る

現状

○広域観光組織が中心となり、広域観光振興計画に基づく観光商品の造成・磨き上げ、セールスやプロモーション等の誘客促進に取り組んでいる。

<県全体>

- 県外観光客入込数 H27:408万人 ⇒ H30:441万人
- 観光総消費額 H27:1,089億円 ⇒ H30:1,104億円
- 一人当たり消費額 H27:26,662円 ⇒ H30:25,233円

※H29、30と連年で440万人観光を達成
 ※目標額の1,230億円に届いていない
 ※消費額単価が増えていない

課題

- 観光総消費額が産業振興計画の目標に達していない。
- さらなる誘客と消費額の拡大を図るためには、広域で多様な観光プランを提案し、滞在時間を延長させる取組が必要
- そのためには、広域での観光地域づくりの舵取り役である広域観光組織のマーケティングやマネジメントの強化が必要

取組の方向性

県全域での滞在日数の増加につながる「より大きな面で受ける観光」の実現のために、
 広域観光組織の体制及び機能を強化する。

県全域に広域を単位とする幅と厚みのある滞在型観光クラスターの形成

【目的】

県全域に広域を単位とする幅と厚みのある滞在型観光クラスターを形成することで、「より大きな面で受ける観光」を実現し、県全域で滞在日数の増加を図る。

【取組内容】

<体制の強化>

・広域での観光地域づくりの舵取り役となる広域観光組織に人材を配置

<機能の強化>

- ・土佐の観光創生塾に新設するコースで「市町村をまたがる観光クラスターの形成」を通じて、広域で観光地域づくりをマネジメントできる専門人材として育成し、定着を図る。
- ・こうした取り組みを通じて、広域観光組織の機能を強化する。

⇒ 広域を単位とする幅と厚みのある滞在型観光クラスターの形成を進める。

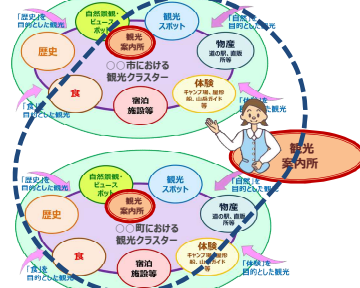
【配置先】

「日本版DMO」及び「日本版DMO候補法人」に登録されている広域観光組織
 (高知県東部観光協議会、仁淀ブルー観光協議会、幡多広域観光協議会)

土佐の観光創生塾に新設する「観光地域づくりコース」

市町村をまたがる観光クラスターの形成

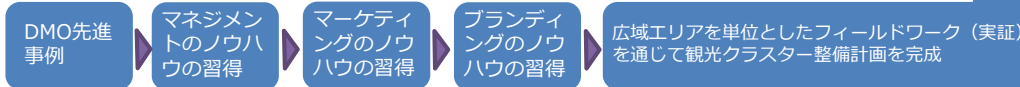
R2: 4件(計画策定)
 ⇒R3: 4件⇒R4: 10件⇒R5: 16件



<土佐の観光創生塾に新設する「観光地域づくりコース」>

講座・ワークショップ

地域コーディネーターによる支援



<専門人材の業務内容>

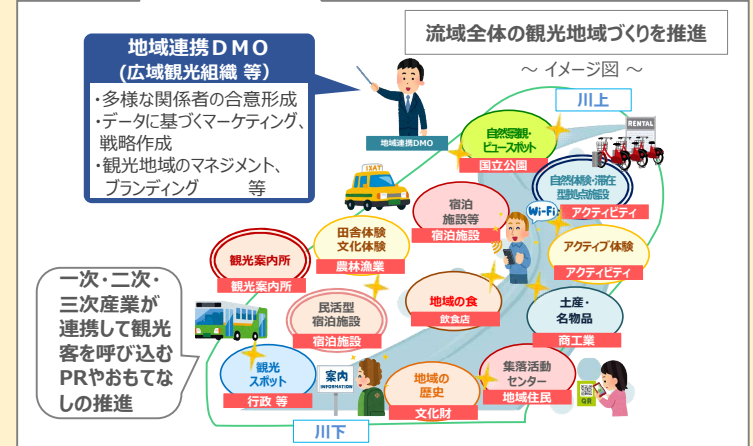
- ・エリア内の観光動向の調査及び分析、地域へのフィードバック
- ・調査に基づく戦略(プロモーション、商品造成)の磨き上げ
- ・磨き上げた戦略の事業計画への反映
- ・マーケティングに基づく観光事業者の磨き上げなどを支援 など

目指す姿



より大きな面で受ける観光の実現
 プラス1泊以上

県全域で滞在日数の増加を図るため、広域単位で滞在型観光クラスターを形成！
 さらに、広域エリアを超えた大きな面単位の滞在型観光にもつなげる！



観光クラスターの形成を通じて観光地域づくりをマネジメントする人材が育成されることにより、周遊促進、滞在時間の延長につながるより大きな面で受ける観光地域づくりが進み、観光客入込数と観光消費額が増加

<県全体>

- 県外観光客入込数 (万人)
 R2: 441 ⇒ R3: 448 ⇒ R4: 454 ⇒ R5: 460
- 観光総消費額 (億円)
 R2: 1,162 ⇒ R3: 1,205 ⇒ R4: 1,246 ⇒ R5: 1,288
- 一人当たり消費額 (円)
 R2: 26,340 ⇒ R3: 26,893 ⇒ R4: 27,447 ⇒ R5: 28,000

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの展開

主な強化策

新しい観光資源を生かしたプロモーションやセールス活動の展開

- 高知ならではの山、川、海の旅の楽しみ方を動画配信やWeb広告などにより訴求を図る。
- 足摺海洋館「SATOUMI」やパラレルジップラインの整備等を活用した集客イベントの開催や旅行商品の造成を図る。

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」のねらい

自然・体験型観光基盤の構築

中山間地域の振興

インバウンド観光の振興

* オンライン旅行会社

誘致・広報事業

キャンペーンの盛り上げ・P R
旅行会社へのセールス活動

全国メディア等を生かした話題化や、特設サイトと連動したSNSなどにより集客拡大につながる情報発信の強化

新たな観光事業のPRやそれを生かした旅行商品化、国内外の旅行会社へのセールス活動や特設サイト及び「VISIT KOCHI JAPAN」から販売先OTA*への誘導を強化

受入事業

観光資源の磨き上げ、
イベントの実施、周遊促進

自然・体験型の観光拠点の整備や、キャンペーンの盛り上げに寄与するイベントの開催

観光客による評価のフィードバックを行い、PDCAサイクルによる磨き上げや事業者に対するフォローアップを実施

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」2ndシーズンの取り組み

新しい観光資源を生かしたプロモーションやセールス活動の展開

あなたの、新休日。

高知の山曜日

高知の川曜日

高知の海曜日

- 統一感のあるグラフィックデザインを生かした訴求
 - 特設サイトのリニューアル（各曜日の過ごし方やお勧めスポット等を掲載）
 - ポスター、のぼり旗、ガイドブック、テレビCMなどのP Rツールの製作・配布
- 話題化や誘客につなげる施策展開
 - 山・川・海の達人をクローズアップした動画配信やイベント開催
 - 2ndシーズンスタートイベントの実施（県内3エリア）
 - 県内観光施設を周遊するプレゼントキャンペーンやお勧めの新休日募集企画



2～6月

- 「あなたの、新休日。」を訴求するプロモーション、公式LINEアカウントの開設
- 春に完成するコンテンツ(モネの庭、JR観光列車)やGWイベントを各種媒体で露出

7～9月

- 足摺海洋館「SATOUMI」を中心に水辺のアクティビティなど、夏向けのコンテンツを露出
- 東京オリパラを見据えたデジタルプロモーションなどの誘客対策やよさこい祭りなどの情報発信

10～12月

- 秋冬ならではの自然・体験型観光資源を活用して、豊稷祭などの「食」や「高知光のフェスタ」などで盛り上げ集客
- 四国DC*全国販売促進会議開催（11月）に伴う商品造成とセールス活動

1～3月

- 2ndシーズン終盤を盛り上げるイベントの開催
- 四国DC（プレDC：4月、四国DC：10～12月）へのスムーズな接続を意識した露出展開やセールス活動

* デスティネーションキャンペーン

	令和元（2019）年度					令和2（2020）年度					令和3（2021）年度					
	11月	12月	1月	2月	3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6	7-9	10-12				
誘客イベント 観光コンテンツ	土佐れいほく博		★観光びらき ★MUROTO Base 55			★モネ光の庭 ★四万十アドベンチャー ★四万十広場	★足摺海洋館「SATOUMI」 パーク 東京オリ・パラ	光のフェスタ	★観光拠点等の完成 (R2補助金分)							
キャンペーン	自然&体験キャンペーン					2ndシーズン					キャンペーン延長	次期観光キャンペーン (未定)				
DCとR3検討						R3年度以降のキャンペーン等の検討 (庁内、観光関係者、有識者などから意見聴取)					発表	●四国DC全国宣伝販売促進会議		準備	プレDC	四国DC
セールス プロモーション	R2上期説明会&セールス 秋冬向けプロモ		R2下期説明会&セールス 春休み・GW向けプロモ			R2下期説明会&セールス 夏休み向けプロモ		R3上期説明会&セールス 秋冬向けプロモ		R3上期説明会&セールス 春・GWプロモ						

目的：高齢者や障害者など誰もが安心して高知県観光を楽しめる受入環境を整備し、満足度の向上とさらなる誘客につなげる。

目指す姿

1 バリアフリー観光に関する相談態勢が整備される
高齢者、障害者など幅広いニーズを持つ観光客に、きめ細かな情報提供ができる。

2 県全体でバリアフリー観光の理解が進む
県全体で理解が深まり、ハード、ソフト両面からバリアフリー化が進展する。

3 バリアフリー観光に関する認知度が向上する
県外観光客に高知県でのバリアフリー観光に関する取組が認知される。

R元年度までの取組（相談窓口の開設準備）

情報の収集・蓄積

・観光、宿泊、交通施設の現地調査の実施

人材育成

・相談対応スキルの習得に向けた研修会の開催

関係機関との検討

・観光関連事業者との相談窓口の設置に関する検討会の開催

バリアフリー観光に関する理解の推進

・観光関連事業者向け研修会の開催

バリアフリー観光ウェブサイト構築

・収集、蓄積した施設等の情報を提供する特設ウェブサイトを構築



令和2年度以降の取組（相談窓口の開設と運営）

1-① 相談窓口の安定的な運営

・相談窓口（相談対応、団体・個人向け周遊プランの提案、情報更新（調査、HP）業務等）の安定した運営

1-② 連携の強化・スキルアップ

・観光案内所等関係機関との連携強化・情報共有
・相談対応のスキルアップ研修・相談対応業務の検証（モニターツアー等）

2 バリアフリー観光に関する理解の推進

・観光関連事業者向け研修会の開催

3 広報・周知

・首都圏メディアや旅行会社、自然&体験キャンペーン特設サイト、バリアフリー観光特設ウェブサイト等を活用したバリアフリー観光に関する広報・周知

令和2年度の取組

バリアフリー観光相談窓口の運営

相談窓口の運営（1-①）

結果のフィードバック&改善

バリアフリー観光相談窓口を開設し、相談対応、団体・個人向け周遊プランの提案など観光客の受入対応を行う。

- 対面、電話、メール等により通年で対応できる相談窓口を設置する。
 - ・休日（土日祝日等）：とさてらす内
 - ・土日祝日等以外：受託者事務所等

観光関連施設の継続した情報収集と更新（1-①、3）

R元年度までに収集した施設の情報更新や新しい施設の情報収集を行う。

- 現地調査の実施（20施設程度）
- 特設サイトの情報更新（適宜）と管理運営

研修会の開催（1-②）

観光案内所等関係者とのバリアフリー観光相談に関するスキルアップや情報共有、連携強化のための研修会を開催する。

- 対象：観光案内所、観光協会等
- 回数：1回/年



相談窓口の強化・スキルアップ

相談窓口の検証とそのフィードバック（1-②）

車いす利用者等のモニター及びバリアフリー観光に知見を有するアドバイザーを招聘し、相談窓口の取組の検証を行い相談対応の改善点等をフィードバックすることでスキルアップを図り、満足度の向上に繋げる。

バリアフリー観光情報の発信

本県のバリアフリー観光に関する認知度の向上と誘客促進（3）

インフルエンサーを招聘し、本県のバリアフリー観光の情報をPRすることで認知度向上と満足度の向上を図り、誘客を促進する。

バリアフリー観光に関する理解の推進

バリアフリー観光推進セミナーの開催（2）

バリアフリー観光に関する理解推進のための研修会を開催する。

- 対象：県内観光関連事業者
- 回数：1回/年



訪日に関心を持つ外国人向けプロモーションの抜本強化

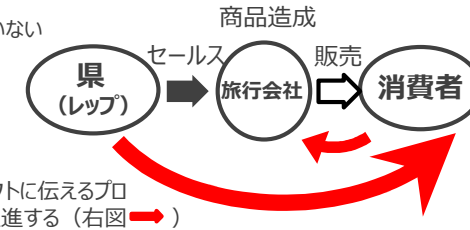
現状（第3期の取り組み）及び成果

- H28～ 4市場ごとのモデル周遊ルートづくりと旅行商品化に向けたセールスの実施
- H29～ 重点4市場で現地企画会社と連携した旅行会社への定期的なセールスと海外メディアとの関係構築を実施
- H30～ 重点4市場に海外セールス拠点（レップ）を設置（台、香、シンガポール、タイ）し、団体と個人の旅行商品造成と販売を促進
- R元～ 重点8市場へ海外セールス拠点を拡充（中国、韓国、米・豪）

	H28	H29	H30	R元
【成果例】台湾の団体商品造成数	6	94	165	116 (1月～12月)
外国人専門家による個人向け商品の造成	—	—	2	23 (")
宿泊統計調査（全市場、人泊）	75,400	75,410	79,160	86,760(1月～11月)

課題及び今後の方向性

【課題】
商品の造成数を増やすことができたが、商品の売上げが伸びていない
その主要因として、
観光地として認知度が低い
本県観光の魅力が訪日関心層に訴求しきれていない



【今後の方向性】
訪日旅行に関心のある方々に向けて、本県観光の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションを推進し、観光地高知の認知度を上げ、商品購入を促進する（右図→）

観光地としてのイメージを訴求

具体的なコンテンツを訴求

訪日外国人の意識の移り変わり

【2010年観光庁 訪日プロモーションの効果測定】
実際に日本に行く価値があると判断した人の購入率 ○近隣アジア1%程度
(出典：日経グローバル)

〔 計画・購入 / 認知 〕

掘り起こすべき
潜在層
(重点市場
旅行好き)

認知

興味
関心

比較
検討

選好
情報収集

計画・購入

本県の実力を伝える対策の強化 (A～F)

新 A ◎動画でのプロモーション

動画広告 → 「認知層」を拡大
・動画再生回数1,000万回再生
・動画広告を重点市場の20～40代の旅行好き層に配信 (VKJリンク含む)

新 C ◎視聴者を中心としたプロモーション

アドネットワーク広告
→ 「興味・関心層」を拡大
・動画視聴者層にVKJバナー広告を表示し、VKJへ誘導

拡 E ◎各市場の有力媒体 (WEB & SNS) でのプロモーション

旅行情報Web媒体での情報発信の増
→ 「比較・検討層」「選好・情報収集層」を拡大
・海外の著名な旅行情報Web媒体やSNS等での情報発信

新 B ◎デジタルマーケティングによる効果の検証

・動画の視聴状況を市場別や年代別に把握
→ 潜在層における人気の動画等を分析
→ アドネットワーク広告のターゲティングに活用

拡 D ◎分析

・VKJの閲覧傾向を市場別・年代別に把握
→ 動画以外の人気観光資源等を把握
→ サイト充実に向け閲覧情報を蓄積

新 F ◎動態調査の実施

・動態調査でインバウンドの傾向を把握 (動線、消費額、情報収集源等)
→ 来高したインバウンド客へのアンケート調査
→ 各観光資源をプロモーションすべき媒体や時期等を選定

継 ◎訴求力の高い外国人向け旅行商品づくりの推進

・外国人目線を生かした旅行商品の拡充
⇒ 海外セールス拠点等による旅行商品の造成と販売を促進
⇒ 海外向けのオンライン旅行会社や外国人専門家による商品の造成と販売の促進

継 ◎四国4県が連携した四国周遊旅行商品づくりの推進

⇒ 高知龍馬空港をはじめ、四国内の空港を活用したチャーター便の誘致促進
⇒ 新たな四国周遊商品の造成

継 ◎国際線直行便を持つ首都圏・関西圏と連携した広域観光の推進

国際デジタルプロモーションの実施

外国人向け観光情報サイト (VKJ)

旅行ガイドブック

よさこい

◎VKJによる情報発信
相互リンク

デジタルによるプロモーションから旅行商品販売サイトへの誘導までを展開
◎オンライン旅行会社 (OTA) とタイアップしたプロモーション → 「認知」から「計画・購入」までの総合的なプロモーションを展開

・訪日旅行前の情報収集源として、「旅行ガイドブック」を選択している割合が高い
アジアで43%、欧米豪では40%が旅行ガイドブックを活用 (日本政策投資銀行・日本交通公社調べ)

◎旅行ガイドブック等での情報発信
→ 「比較・検討層」「選好・情報収集層」を拡大

◎「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開

・発祥の地高知と観光地高知の認知度の飛躍的な向上

令和5年

30万人泊を目指す！

令和4年

高知龍馬空港の国際化

分野を代表する目標

食料品製造業出荷額等

現状(H29)1,089億円⇒4年後(R5)1,200億円⇒10年後(R11)1,300億円

※目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

「地産」の強化

柱1 外商の拡大につながる商品づくりの推進

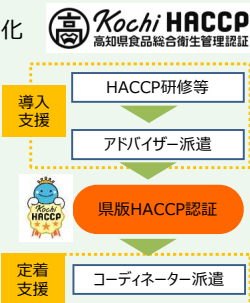
1.市場ニーズに対応した商品づくりの推進

- 商品づくりに向けた伴走型支援の展開
 - ・小売用・業務用向けの商品づくりワーキングの実施
 - 新** 輸出対応型商品づくりワーキングの実施
- 食品加工高度化支援拠点（工業技術センター）による支援
 - ・商品開発等の技術支援
 - ・食品加工棟の利用促進
- 商品開発・改良に向けた意欲の醸成
 - ・高知家のうまいもの大賞の開催



2.食品加工の生産管理の高度化への支援

- 大手小売業者や業務筋の要求に対応できる生産管理高度化への支援
 - ・HACCP研修等の実施
 - ・専門家（アドバイザー・コーディネーター）の派遣
- 輸出に対応した衛生管理の高度化支援
 - 拡** 輸出に対応した県版HACCPのバージョンアップ
 - ・アメリカ向け輸出に向けたFSMAへの対応支援
 - 新** 食品安全マネジメントに対応した研修実施や専門家派遣
 - 新** 輸出拡大に向けたHACCP対応型の施設整備や機械導入への支援
- 外商の拡大に向けた食品表示適正化への支援
 - ・食品表示アドバイス事業の実施



農産物

- 新規事業者の掘り起こしと売れる商品づくり

水産物

- 輸出に対応した加工施設の立地促進
- 加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化

「外商」の強化

柱2 外商活動の全国展開の拡大・強化

1.地産外商公社を核とした外商の拡大

- 地産外商公社の全国展開のさらなる推進
 - 拡** ネットワークをフル活用した外商拡大
 - ・多様な業態への外商促進
 - 拡** 地域商社の取り組み支援
- 外商参画事業者のさらなる拡大
 - ・県・公社主催商談会等の実施
 - ・地産外商地域支援会議の開催
 - ・ブロック別商談・相談会の開催



2.農水産物等の外商強化

- 農産物** **新** ○ 園芸品・米・茶・畜産物のブランド力強化と総合的な販売PR
- 拡** ○ 「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化
- 水産物** **拡** ○ 「高知家の魚応援の店」のネットワークを活用した外商活動の一層の強化
- 深層水** ○ 海洋深層水関連商品のさらなる販路開拓の支援

3.県産品の販売促進に向けたプロモーションの展開

- 高知家プロモーションの地域でのより一層の活用・定着に向けた高知家ブランディングの強化
- ・高知県情報のまとめサイト「高知家の○○」を活用した情報発信の強化

新 万博等に向けて高まっている
関西圏の経済活力を呼び込む戦略を策定
 （「インバウンド」、「外商」、「万博等との連携」など）

柱3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

1.国・地域別の輸出拡大

- 有望（安定）市場での展開
- 新** 食品海外ビジネスサポーターを中国（上海）に新たに設置
- 拡** 食品海外ビジネスサポーターや海外事務所の現地ネットワークを活用した県産品プロモーションの強化
- 新興（チャレンジ）市場での展開
 - ・県産品の認知度向上、商流の確保

ジェットロの持つ情報・ネットワークを活用
 （R元.12月 ジェットロ高知が県庁内へ移転）

2.品目別の輸出拡大

- ユズの輸出拡大
 - ・輸出向け供給量の確保、付加価値向上等
- 土佐酒の輸出拡大
- 拡** 食品海外ビジネスサポーターの現地ネットワークを活用した土佐酒プロモーションを展開
- 水産物の輸出拡大
- 拡** 有望市場（米国・中国）への輸出支援を強化



3.地産外商公社のノウハウを生かした輸出振興

- 新たに輸出に取り組む事業者の掘り起こし
- ・公社と連携した県内事業者訪問
- ・公社の持つネットワークを活用した国内輸出商社への営業強化
- 拡** 公社と連携した海外展示会等出展



「地産」と「外商」の好循環を生み出す！

成長を支える取り組みを強化

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

1.商品開発の企画力の向上

- 食品事業者を核とした「食のプラットフォーム」事業の推進
 - ・セミナー＆交流会、勉強会の開催

2.商品開発の技術力の向上

- 工業技術センターの技術研修の実施

食のプラットフォーム（地産・外商の起点）

セミナー＆交流会

商品開発や外商への意欲の醸成、事業者間の連携を促進

勉強会

食品産業の人材育成のため、商品づくりや販路開拓に関する学びの場を提供



柱5 事業者の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定

1.事業戦略策定の推進

- 拡** ○ 事業戦略の策定・実行支援
 - ・策定に向けた個別指導
 - ・商品開発や販路拡大に向けたマーケティング講座の開催
 - ・実行支援

2.輸出戦略策定の推進

- 輸出戦略の策定・実行支援
 - ・ジェットロと連携した策定支援
 - ・実行支援



新

【食品産業総合支援拠点の検討】 輸出の飛躍的な拡大も視野に入れ、人材育成や交流、商品づくり、事業戦略づくりなど、食品産業に関わる様々な取り組みを一気通貫で支援する拠点の在り方を検討。

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）》の体系図

分野の目指す姿	「素材を生かした加工立県」・「県産品を全国・海外へ」
分野を代表する目標	食料品製造業出荷額等 現状(H29)1,089億円⇒4年後(R5)1,200億円⇒10年後(R11)1,300億円 ※上記目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算

戦略の柱	「地産」の強化	「外商」の強化		成長を支える取り組みを強化
	1 外商の拡大につながる商品づくりの推進	2 外商活動の全国展開の拡大・強化	3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化	4 食品産業を支える産業人材の育成
戦略の方向性	市場関係者のアドバイスを踏まえた商品づくりや、大手小売・卸業者が求める生産管理の高度化の取り組みなど、事業者の課題に応じて個別に支援する	地産外商公社のネットワークをフル活用した外商活動の全国展開を推し進めるとともに、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスの拡大を支援する	海外拠点の持つネットワークを活用し、ユズ、土佐酒及び水産物のさらなる輸出拡大を図るとともに、新たな有望品目の掘り起こしや県内事業者の輸出対応力強化を支援する	学びの機会の提供や実践的な技術研修を通じて、事業者の課題解決や事業の成長につなげるとともに、本県食品産業が継続的に発展していくための源泉となる食品産業人材を育成する
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 県の支援による商品開発・改良件数(累計) ③0:128商品→⑤:600商品 県版HACCP(第3ステップ)認証取得事業者数(累計) ③0:42社→⑤:200社 	<ul style="list-style-type: none"> 地産外商公社の活動による成約金額(年間) ③0:42億円→⑤:60億円 海洋深層水関連の県内製造品売上高(食品関連)(年間)(再掲) ③0:98億円→⑤:118億円→⑪:128億円 	<ul style="list-style-type: none"> 食料品の輸出額(年間) ③0:14.5億円→⑤:35億円→⑪:50億円 輸出に取り組む事業者数(累計) ③0:100社→⑤:150社→⑪:200社 	<ul style="list-style-type: none"> 食のプラットフォーム参画事業者数(年間) ③0:202社→⑤:200社→⑪:200社
取組方針・主な「具体的な取組み」	<ol style="list-style-type: none"> 市場ニーズに対応した商品づくりの推進 ◆【拡充】商品づくりに向けた伴走型支援の展開 ◆食品加工高度化支援拠点(工業技術センター)による支援 ◆商品開発・改良に向けた意欲の醸成 食品加工の生産管理の高度化への支援 ◆大手小売業者や業務筋の要求に対応できる生産管理高度化への支援 ◆【拡充】輸出に対応した衛生管理の高度化支援 ◆外商の拡大に向けた食品表示適正化への支援 農水産物加工の推進 ◆新規事業者の掘り起こしと売れる商品づくり(再掲) ◆輸出に対応した加工施設の立地促進(再掲) ◆加工施設の機能強化及び衛生管理の高度化(再掲) ◆加工用原料や製品の保管に必要な冷凍保管ビジネスの強化(再掲) 	<ol style="list-style-type: none"> 地産外商公社を核とした外商の拡大 ◆【拡充】地産外商公社の全国展開のさらなる推進 ◆外商参画事業者のさらなる拡大 農水産物等の外商強化 ◆【新規】園芸品・米・茶・畜産物のブランド力の強化と総合的な販売PR(再掲) ◆【拡充】「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化(再掲) ◆【拡充】「高知家の魚応援の店」とのネットワークを活用した外商活動の一層の強化(再掲) ◆商談会等への出展による販路拡大を支援(再掲) ◆消費地市場とのネットワークを生かした取引の拡大(再掲) ◆海洋深層水関連商品のさらなる商品開発や販路開拓の支援とブランド力の強化(再掲) 県産品の販売促進に向けたプロモーションの展開 ◆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 	<ol style="list-style-type: none"> 国・地域別の輸出拡大 ◆【拡充】有望(安定)市場での展開 ◆新興(チャレンジ)市場での展開 品目別の輸出拡大 ◆ユズの輸出拡大 ◆特産果樹生産振興(ユズ、文旦)(再掲) ◆【拡充】土佐酒の輸出拡大 ◆酒米の生産振興(再掲) ◆園芸品目別総合支援(再掲) ◆花き生産振興(ユリ、トルコギキョウ、グロリアサ)(再掲) ◆【拡充】県産農畜産物の海外需要拡大(再掲) ◆【新規】輸出に取り組む産地の強化(再掲) ◆【拡充】有望市場への輸出支援を強化(再掲) ◆【新規】輸出に適した加工用現魚の確保(再掲) 地産外商公社のノウハウを生かした輸出振興 ◆【拡充】新たに輸出に取り組む事業者の掘り起こし 	<ol style="list-style-type: none"> 商品開発の企画力の向上 ◆食品事業者を核とした「食のプラットフォーム」事業の推進 商品開発の技術力の向上 ◆工業技術センターの技術研修の実施
				成長を支える取り組みを強化
			戦略の柱	経営環境が大きく変化する中、持続的・発展的に事業を行っていくための指針となる事業戦略や事業化プランの策定・実行を支援する
			戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 事業戦略を策定した事業者数(累計) ③0:11社→⑤:100社→⑪:200社 輸出戦略を策定した事業者数(累計) ③0:1社→⑤:25社
			戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> 事業戦略の策定の推進 ◆【拡充】事業戦略の策定・実行支援 輸出戦略の策定の推進 ◆輸出戦略の策定・実行支援
			◆「具体的な取組み」	

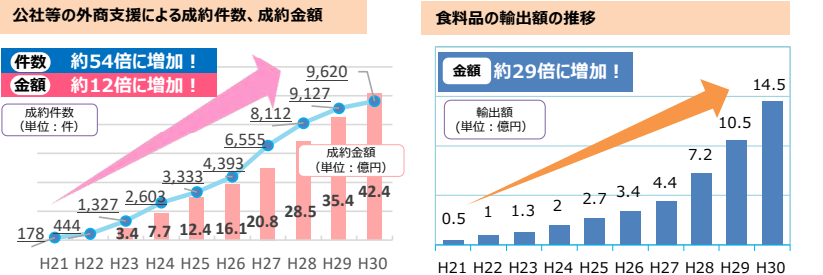
地産地消・地産外商戦略（食品分野）の主な取り組み

これまでの取り組みとその成果

地産外商会社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額も飛躍的に拡大。戦略的なプロモーションが成功し、ユズや土佐酒をはじめ食料品の輸出額が大きく増加。

▽ 食料品製造業出荷額等（単位：億円） **H20→H29 約1.2倍**

H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	R5目標
910	862	861	864	884	873	892	998	1,080	1,089	1,200



①「地産」の強化

- ◆**市場ニーズに対応した商品づくりの推進**
 - 商品づくりワーキング・商品力アップ相談会の開催や、食品産業総合支援補助金による支援など、県内事業者の商品開発の取組を支援
 - ⇒商品開発件数 H28:29件→H30:83件
- ◆**食品加工の生産管理の高度化への支援**
 - 大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援
 - ⇒ HACCP手法導入に関する研修:21回、326社参加(H28~H30累計)
 - ⇒ 県版HACCP認証(第2ステージ以上)取得企業:139社(H28~H30累計)

②「外商」の強化

- ◆**地産外商会社を核とした外商機会の拡大**
 - 地産外商会社の全国展開の推進(上表参照)
 - ・地産外商の母体となる「高知県地産外商公社」の設立
 - ・首都圏ではアンテナショップ「まるごと高知」を拠点に外商活動を推進
 - ・H27以降、関西・中部、中国、四国、九州でも展開
 - 外商参画事業者への商談機会の創出
 - ・展示商談会への出展及び県・公社主催商談会の開催
 - ⇒ 展示商談会等への参加事業者数 H27:39回 646社→H30:55回 737社
- ◆**海外ネットワークを活用した輸出の加速化**
 - 海外での商談機会の提供(フェア・賞味会・展示会等)
 - 各事業者のステージに応じたサポートの実施
 - ⇒ 食料品輸出額 H27:4.4億円→H30:14.5億円
 - (ユズの輸出額 H27:1.6億円→H30:3.4億円)
 - (土佐酒・リキュールの輸出額 H27:1.4億円→H30:2.5億円)
 - ⇒ 「KOCHI YUZU」の認知度向上、商標登録
 - ⇒ 海外での商談会等への参加事業者 H27:68社→H30:100社

③「食」を支える取り組み

- ◆**食品産業を支える産業人材の育成**
 - 食に携わる加工事業者、生産者、大学及び行政などが参画する「食のプラットホーム」を作り、商品開発や販路開拓などの課題解決の仕組みを構築
 - ⇒ 参画事業者数 H29:187社→H30:202社 ※2年間の累計 305社
- ◆**事業者の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定**
 - 地産外商のさらなる拡大につなげる事業戦略の策定・実行支援(H30~)
 - ⇒ 事業戦略の策定件数 H30:11件
 - 事業者の輸出拡大に向けた輸出戦略の策定・実行支援(R1~)

第4期計画の主な取り組み

◇市場が求める商品づくりや生産管理の高度化をさらに進めるとともに、外商活動の全国展開の拡大・強化、輸出の加速化を図ることにより、食品産業の飛躍的な拡大を目指します。

柱1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進

□市場関係者のアドバイスを踏まえた商品づくりや、大手小売・卸業者が求める生産管理の高度化の取り組みなど、事業者の課題に応じて個別に支援する

- ▽ 県の支援による商品開発・改良件数 ⑩:128商品→⑤:600商品(目標)
- ▽ 生産管理高度化[県版HACCP認証(第3ステージ)認証取得事業者数] ⑩:42社→⑤:200社(累計)(目標)

- 主な強化策**
- 市場ニーズに対応した商品づくりの強化
 - ・ゼロと連携した輸出対応型商品づくりワーキングの実施
 - 食品加工の生産管理の高度化支援の強化
 - ・輸出に対応した県版HACCP認証制度のバージョンアップ
 - ・国際的な食品安全基準に求められる食品安全マネジメントに関する研修等の実施
 - ・輸出拡大に向けたHACCP対応型の施設整備や機械導入への支援



高知家のうまいもの大賞 大賞賞品

ポイント

加工食品の輸出をさらに拡大していくためには、添加物や残留農薬等に関する規制等に対応した商品づくりや、輸出していくために輸出先が求める衛生管理基準に対応した生産管理の高度化が重要です。そのため、輸出振興を念頭に、輸出対応型の商品づくりを進めるとともに、輸出に対応した県版HACCPの認証取得を促進させるなど、地産の強化を図ります。

柱2 外商活動の全国展開の拡大・強化

□地産外商会社のネットワークをフル活用した外商活動の全国展開を推し進めるとともに、外商に挑戦する事業者のビジネスチャンスの拡大を支援する

- ▽ 地産外商会社の活動による成約 ⑩:42億円→⑤:60億円(目標)

- 主な強化策**
- 地産外商会社を核とした外商の拡大
 - ・ネットワーク(大手卸、ボランタリーチェーン等)をフル活用した外商活動の推進
 - ・地域商社の取り組み支援
 - 農産物・水産物の外商強化
 - ・「とさのさと」や「高知家の魚応援の店」等を活用した外商活動の強化

ポイント

外商のさらなる拡大に向けて、地産外商会社がこれまで築いてきたネットワークをフル活用し、伸びが期待できる関東以北や関西圏、中部圏での販路開拓、多様な業態(中食、外食、産業給食等)への外商強化など、外商活動の全国展開をさらに推進するとともに、地域商社への支援を強化し、民主導の外商活動の活発化を図ります。

万博等に向けて高まっている
関西圏の経済活力を呼び込む戦略を策定
(「インバウンド」、「外商」、「万博等との連携」など)

柱3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

□海外拠点の持つネットワークを活用し、ユズ、土佐酒及び水産物のさらなる輸出拡大を図るとともに、新たな有望品目の掘り起こしや県内事業者の輸出対応力強化を支援する

- ▽ 食料品の輸出額 ⑩:14.5億円→⑤:35億円(目標) ▽ 輸出に取り組む事業者 ⑩:100社→⑤:150社(目標)

- 主な強化策**
- 海外支援拠点のさらなる体制強化
 - ・米国・欧州に加え、食品海外ビジネスサポーターを中国(上海)に新たに設置
 - ・食品海外ビジネスサポーターや海外事務所の現地ネットワークを活用した県産品プロモーションの強化
 - 農水産物の輸出のさらなる強化
 - [ユズ] 高知県産ユズのブランド化を推進
 - [土佐酒]食品海外ビジネスサポーターの現地ネットワークを活用したプロモーションを展開
 - [水産物]米国・中国など大規模市場への輸出支援を強化
 - 県内事業者の支援体制強化
 - ・残留農薬や食品添加物規制など輸出対応型の商品づくりへの支援

ゼロの持つ情報・ネットワークを活用

ポイント

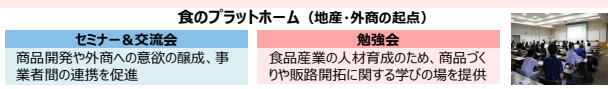
海外への外商にも取り組んできた結果、輸出額は順調に拡大しています。今後、さらに輸出を加速化するため、食品海外ビジネスサポーターの設置地域の拡大など、海外支援拠点の体制を強化します。また、地産外商会社と連携することで、公社が培ってきた外商拡大のノウハウや国内商社とのネットワークを生かした輸出振興に取り組みます。



柱4 食品産業を支える産業人材の育成

□本県食品産業が継続的に発展していくための源泉となる食品産業人材を育成するため、学びの機会の提供や実践的な技術研修を通じて、事業者の課題解決や事業成長につなげる

- ▽ 食のプラットホーム参画事業者数 ⑩:202社→⑤:200社(目標)



柱5 事業者の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定

□経営環境が大きく変化する中、持続的・発展的に事業を行っていくため、今後数年間にわたり一貫性のある経営をしていくための指針となる事業戦略や輸出戦略の策定を個別に支援する

- ▽ 事業戦略を策定した事業者数 ⑩:11社→⑤:100社(目標)
- ▽ 輸出戦略を策定した事業者数 ⑩:-社→⑤:25社(目標)

- 強化策**
- 事業戦略の策定支援
 - ・外商に取り組む事業者を対象に事業戦略の策定を加速化(目標:年10件→20件)

食品分野における地産の強化（食品加工の総合支援）

これまでの取り組みの成果

《これまでの取り組み》

- ① 食品加工の生産管理高度化支援
 - ・県版HACCP認証の取得を支援
- ② 市場が求める商品づくり
 - ・食品事業者を核としたプラットフォームの構築
 - ・商品発掘コンクールを開催
 - ・県内事業者の商品開発・改良への取組支援
- ③ 事業者の課題に応じたサポートチームによる支援
 - ・事業化プランや事業戦略の策定・実行支援



《成果》

	H28	H29	H30
県版HACCP第2ステージ以上の認証取得事業者数（単位：社（累計））	28	100	139
県の支援による商品開発・改良数（単位：商品）	125	61	128

課題（戦略の方向性）

1. 市場ニーズに対応した商品づくりの推進
 - ・輸出向け商品づくりの強化
2. 食品加工の生産管理の高度化支援
 - ・輸出に対応した新県版HACCPの認証取得推進
3. 事業戦略策定支援・実行支援
 - ・策定支援の加速化
4. 食品産業を支える基盤づくり
 - ・食品産業総合支援拠点の検討

強化のポイント

食のプラットフォーム（地産・外商の起点）

食品事業者を中心に、ものづくり系企業、生産者、大学などが参画して商品開発や販路開拓などにつながる学びの場を作り、実践的な活動に誘導

セミナー&交流会

商品開発や外商への意欲の醸成、事業者間の連携を促進

- 専門家によるセミナー（外商、商品開発等）
- 事業者による活動報告、新商品等の試食会
- 食に関連する事業者が参加する交流会

勉強会

食品産業分野の人材育成のため、商品づくりや販路拡大に関する実践的な学びの場を提供

- 高付加価値な商品づくり（添加物、機能性表示食品など）
- 食品加工技術・品質管理の向上（最先端技術、自主検査など）



誘導

誘導

誘導

ポイント1

市場ニーズに対応した商品づくりの推進 ～輸出向け商品づくりの強化～

- 商品づくりに向けた伴走型支援（商品づくりワーキング）の展開
 - ・専門家による小売用向けの商品づくり（2コース）
 - ・専門家による業務用向けの商品づくり（2コース）
- 新** ○ ジェトロとの連携による輸出対応型商品づくり（1コース）
 - ・地産外商公社のネットワークを活かした商品づくり（1コース）
- 食品加工高度化支援拠点（工業技術センター）による支援
 - ・味認識装置等を活用した商品開発支援

ポイント2

食品加工の生産管理の高度化支援 ～輸出に対応した新県版HACCPの認証取得推進～

- 大手小売業者や業務筋の要求に対応できる生産管理高度化への支援
- 輸出に対応した衛生管理の高度化支援
 - 拡** ・輸出に対応した県版HACCPのバージョンアップ
 - ・アメリカ向け輸出に向けたFSMAへの対応支援
- 新** ・食品安全マネジメント研修の実施や専門家派遣
- 新** ・輸出拡大に向けたHACCP対応型の施設整備や機械導入への支援



ポイント3

事業戦略策定・実行支援 ～策定支援の加速化～

- 拡** ○ 企業の成長を促す事業戦略・輸出戦略の策定の強化
 - ・個別指導
 - ・マーケティング講座の開催
- 事業戦略・輸出戦略の実行支援
 - ・専門家等によるフォローアップ



ポイント4

食品産業を支える基盤づくり～食品産業総合支援拠点の検討～

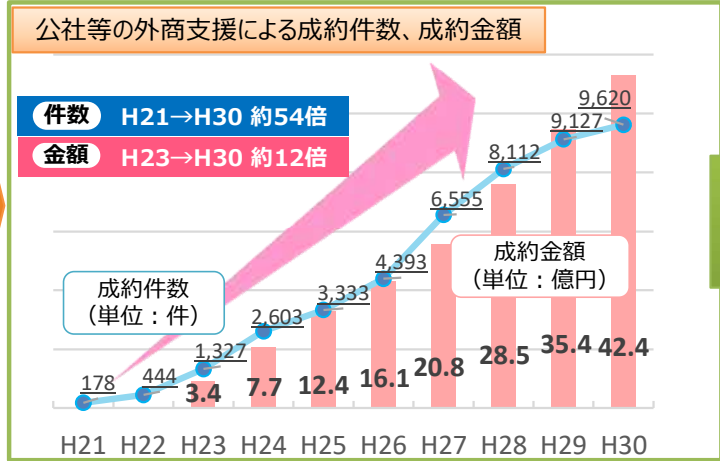
新 ・輸出の飛躍的な拡大も視野に入れ、人材育成や交流、商品づくり、事業戦略づくりなど、食品産業に関わる様々な取り組みを一気通貫で支援する拠点の在り方を検討。



食品分野における外商の強化（国内）

これまでの取り組みの成果

- H21～ 地産外商公社を設立し、外商活動を開始
- H22～ まるごと高知を拠点とした外商活動を開始、大規模な商談機会を創出(SMTS)
- H24～ 大規模な商談機会の拡充(FOODEX、公社主催商談会)
- H25～ 業務系の商談機会の創出(居酒屋産業展) 大手卸との関係構築
- H27～ 公社の体制強化により外商の全国展開を開始(首都圏、関西・中部、中四国・九州)
- H29～ ボランタリーチェーンとの関係構築
- H30～ 中部地区の外商強化(職員配置、公社主催商談会、県公認アンテナショップ)



課題（戦略の方向性）

- 1. 地産外商公社を核としたさらなる外商拡大**
 - ・ネットワークをフル活用した外商活動の推進
- 2. 地域商社の活動のさらなる活性化**
 - ・民主導による外商活動の活発化に向けた支援
- 3. 外商参画事業者の掘り起こしと寄り添い支援**
 - ・地域の関係機関との協働による事業者支援
- 4. 公社の国内外商のノウハウ活用による輸出支援**
 - ・公社の輸出対応を順次強化

強化のポイント

ポイント1 地産外商公社を核としたさらなる外商拡大
～ネットワークをフル活用した外商活動の推進～

○公社がこれまでに築いてきたネットワークを最大限に活かし、より効果的、効率的な外商活動を展開

関西
(外商体制) H27:2名 → H28:3名

- ◆パートナー企業や大手卸売業者等とのつながりを活用した外商活動(ボランタリーチェーン等との関係構築等)
- ◆業務筋(小売・中食・外食等)への外商強化(大手飲料メーカーとの連携等)

中部
(外商体制) H30:1名 → R2:2名

1名増

- ◆1名増員による外商活動の拡大・強化
- ◆県公認アンテナショップを拠点とした外商活動と認知度向上
- ◆卸売業者・小売業者等とのさらなる関係構築による外商活動

首都圏
(外商体制) H22:4名 → H25:7名 → H27:8名 → H28:9名 → R元:10名 → R2:9名

- ◆ボランタリーチェーンやネットワークを活用した販路開拓・販売拡大(特に関東以北の外商範囲を拡大)
- ◆大手卸売業者等とのつながりを活用したさらなる販売拡大
- ◆多様な業態(小売、中食、外食、通販等)への外商強化

中国・四国・九州
(外商体制) H27:5名

- ◆ネットワークを持つ小売店等とのつながりを活用した販路開拓・販売拡大
- ◆都市部にターゲットを絞った効果的な外商活動の展開
- ◆県内事業者への寄り添い支援

ポイント2 地域商社の活動のさらなる活性化
～民主導による外商活動の活発化に向けた支援～

○地域商社への支援拡充と連携体制の強化

- ◆外商支援事業費補助金による支援(補助メニュー充実等)
- ◆地産外商情報共有会議(県、公社、地域商社)の実施による外商情報の共有

ポイント3 外商参画事業者の掘り起こしと寄り添い支援
～地域の関係機関との協働による事業者支援～

○地域におけるサポート体制構築、新規外商参画事業者の拡大

- ◆地産外商地域支援会議(公社、地域本部、市町村、商工会等)による情報共有、外商参画事業者の掘り起こし
- ◆地域の機関(市町村、商工会等)による継続的な事業者のサポート

ポイント4 公社の国内外商のノウハウ活用による輸出支援
～公社の輸出対応を順次強化～

○輸出のノウハウの蓄積を図りながら、公社による輸出支援を順次強化

- ◆県輸出振興室と連携し、国内輸出商社への訪問や輸出に取り組む事業者の掘り起こし

◆国内開催の輸出関連展示会への出展及び海外の展示会・賞味会に参加する事業者をサポート

食品分野における外商の強化（輸出）

これまでの取り組みの成果

【輸出に取り組む背景】

中長期的に、人口減少に伴う国内マーケットの縮小への備えが必要

【輸出の本格化に向けた基本戦略】

(1) 強みを活かす！

・高知県の強みである **ユズ**、**土佐酒**、**水産物**の輸出プロジェクトに挑戦

(2) 商流をつくる！

・国や品目ごとに輸出戦略を策定し、**パートナーとなる商社を選び商流を掴む**

(3) シャワー効果による認知度向上！

・世界の「情報発信地」を舞台に、情報発信力のあるシェフやメディア向けのプロモーションを行い、**シャワー効果により認知度を高める**

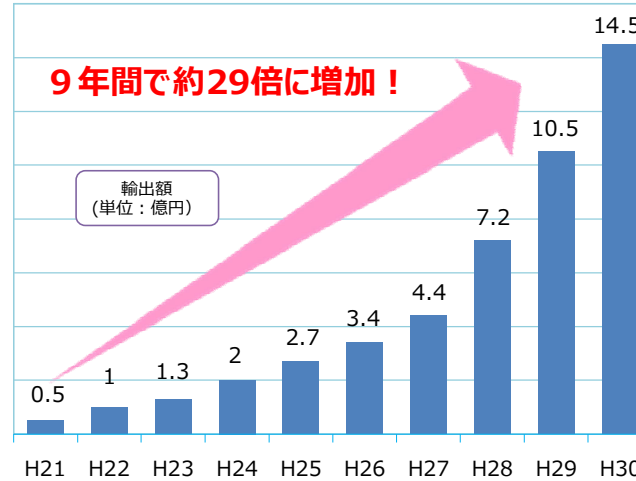
■ 専門人材

・海外ビジネスの経験を持つ **貿易促進コーディネーター**

■ 海外拠点

・シンガポール事務所(H8～)
・台湾オフィス(H27～)
・食品海外ビジネスサポーター(R元～)

食料品輸出額の推移



課題（戦略の方向性）

1. 国・地域別の輸出拡大

○ **有望市場での展開**【米国、欧州、中国、シンガポール、香港、台湾】
▶ 大規模市場（米国・欧州・中国）でのさらなる販路開拓

○ **新興市場での展開**【豪州、タイ、インドネシア、ベトナム、UAE、マレーシア】
▶ 県産品の認知度向上、商流の確保

2. 品目別の輸出拡大

○ **有望品目（ユズ、土佐酒、水産物）のさらなる販路拡大**

▶ 海外産ユズ出現による価格低下への対応

○ **新たな有望品目の掘り起こし・生産拡大**

▶ ニーズを踏まえた農水産物の輸出

3. 事業者へのサポート強化

○ **海外市場向けの商品づくりの強化**

○ **県内事業者の輸出対応力の強化**

▶ 輸出業務に精通する人材育成

▶ 輸入規制に対応するための衛生管理の向上

▶ 事業者による輸出拡大に向けた戦略策定

4. 地産外商公社のノウハウを生かした輸出振興



KOCHI
YUZU
BRAND

強化のポイント

ポイント1 国・地域別の輸出拡大 ～海外支援拠点のさらなる体制強化～

○ 有望市場での展開

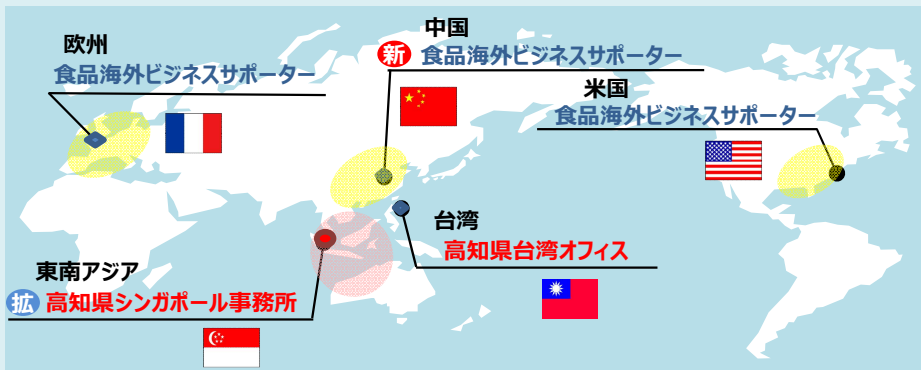
新・米国・欧州に加え、食品海外ビジネスサポーターを中国（上海）に新たに設置

拡・食品海外ビジネスサポーターや海外事務所の現地ネットワークを活用し、大規模市場（米国・欧州・中国）における県産品プロモーションを強化

○ 新興市場での展開

・新興市場におけるマーケットの特性やニーズを把握し、県産品の認知度向上や商流を開拓

ジェットロの持つ情報・ネットワークを活用（R元.12月 ジェトロ高知が県庁内へ移転）



ポイント2 品目別の輸出拡大 ～農水産物の輸出のさらなる強化～

○ 有望品目（ユズ、土佐酒、水産物）のさらなる販路拡大

・安価な海外産ユズとの価格競争による輸出後退を避けるため、高知県産ユズのブランド化を推進

拡・有望市場において食品海外ビジネスサポーターの現地ネットワークを活用した「土佐酒プロモーション」を新たに展開

拡・米国・中国など大規模市場への水産物の輸出支援を強化

○ 新たな有望品目の掘り起こし・生産拡大

・海外バイヤーの産地招へい等により、新たな輸出有望品目を掘り起こし



ポイント3 事業者へのサポート強化 ～県内事業者の支援体制強化～

○ 海外市場向けの商品づくりの強化

新・残留農薬や食品添加物規制など輸出対応型の商品づくりへの支援

○ 県内事業者の輸出対応力の強化

・米国食品安全強化法（FSMA）など輸入規制に対応するための衛生管理向上を支援

新・輸出拡大に向けたHACCP対応型の施設整備や機械導入への支援

・事業者の本格的な輸出戦略の策定と磨き上げを支援（ジェトロ委託）



ポイント4 地産外商公社のノウハウを生かした輸出振興

○ 新たに輸出に取り組む企業の掘り起こし

・公社と連携した県内事業者訪問

・公社の持つネットワークを活用した国内輸出商社への営業強化

拡・公社と連携した海外展示会等出展

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

分野を代表する目標

県外からの移住者

現状 (H30) 934組 ⇒ 4年後 (R5) 1,300組

▽移住者数の推移

H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
120組 241人	121組 225人	270組 468人	403組 652人	518組 864人	683組 1,037人	816組 1,198人	934組 1,325人

《基本的な取り組み》

戦略の柱1 裾野を広げる

【KPI (R5)】

- ・「移住・就業ポータルサイト」セッション数：90万件
- ・新規相談者：5,400人

交流人口・関係人口

・高知家の認知度(H30)：29%

- ◆高知家プロモーションと連携したPRの実施



移住・就業ポータルサイト

・「高知家で暮らす」セッション数(H30)：440,053件
・「高知求人ネット」セッション数(H30)：252,140件

- ◆さまざまな手法を活用した効果的な情報発信
- ・「移住・就業ポータルサイト」を通じた「仕事」「暮らし」「住まい」情報の発信



相談会・フェア、ツアー

・新規相談者数(H30)：4,391人

- ◆移住に向けた主体的な行動への誘導
- ・移住・交流コンシェルジュによるきめ細やかな相談対応
- ・お試し滞在や移住体験ツアー、都市部等での移住相談会の実施

戦略の柱2 マッチングの強化を図る

【KPI (R5)】

- ・高知家で暮らし隊新規登録者：1,080人

顧客化

・「高知家で暮らし隊」新規登録者(H30)：919人

- ◆移住促進・人材確保センターと地域の支援機関が連携した地域の人材ニーズの掘り起こし・マッチング・情報発信
- ・国の「わくわく地方生活実現政策パッケージ」を活用した移住支援金の給付 等
- ◆移住・交流コンシェルジュ、市町村の「移住専門相談員」、各産業団体のスタッフが連携したきめ細かな相談対応
- ◆各産業分野の担い手確保策との連携による人材誘致の促進



戦略の柱3 受入体制、受入環境を整備する

【KPI (R5)】

- ・移住者数：1,300組
- ・3年目定着率：90%以上

移住・定住

・移住者数(H30)：934組 ・3年目の定着率(H30)：84%

- ◆市町村や民間団体等の連携した受入体制の充実
- ・仕事の掘り起こし、マッチングの強化
- ・市町村や民間団体と連携した住宅確保の取り組みの実施
- ・高知市を中心とした「二段階移住」の取り組みの展開 等
- ◆各産業分野の担い手確保策との連携による人材誘致の促進 [再掲]
- ◆移住後の定住や地域での活躍をフォロー
- ・全体的な移住支援ネットワークの構築
- ・各産業分野の支援制度の活用や学びの場への誘導による定着と活躍の支援

新たな目標 (移住者1,300組) の実現に向け、3つの戦略の柱のもと、次の5つのポイントを中心に取り組みを大幅にバージョンアップ

ポイント1 交流人口・関係人口へのアプローチの強化

新

- 高知家プロモーションと連携したアプローチの強化
- ・新たなWEB会員組織「高知家ゆる県民倶楽部 (仮称)」を立ち上げ、高知家プロモーションと連携して「交流人口・関係人口」を創出・拡大
- ・「交流人口・関係人口」へのアプローチを強化し、新たな「移住潜在層」を掘り起こし

ポイント2 都市部の人材との接点の拡大

拡

- 「移住・就業ポータルサイト」の情報発信力の強化
- ・ポータルサイト機能の強化 (「仕事、暮らし、住まい」の情報の一元化) による内容充実と利便性の向上
- ・SNSやインフルエンサーを活用した仕事や暮らしの情報の発信強化
- ・市町村や各産業分野との連携強化による情報の網羅性の向上

拡

- 移住相談会の「機会」と「バリエーション」の充実
- ・移住希望者の関心や熟度に合わせた様々なテーマ、規模、スタイルの相談会やセミナーを都市部等で開催
- ・移住相談会来場者のお試し滞在や移住体験ツアー等への誘導を強化

拡

ポイント5 Uターンの着実な推進

- ・県内高校等の卒業生に着実にUターン情報が届く仕組みの構築
- ・県人会や同窓会、県出身者等のコミュニティと連携したUターン気運の醸成やUターン情報の提供
- ・市町村が行うUターン促進事業への支援の強化

ポイント3 相談・マッチング体制の強化による戦略的アプローチ

拡

- 多様な仕事の提案・マッチングの強化
- ・移住促進・人材確保センターに市町村の取り組みを支援するチーム (求人支援コーディネーター、中山間仕事アドバイザー、情報発信スタッフ) を配置し、伴走支援

拡

- 相談から移住につなげるための取り組みの強化
- ・移住促進・人材確保センターの体制を充実し、相談者への伴走支援とフォローアップを強化
- ・「高知家で暮らし隊」への登録を促進し、移住・交流コンシェルジュと市町村、各産業団体との相談者情報の共有を徹底
- ・市町村や各産業団体と連携し、相談者の「熟度」や「ニーズ」に応じた戦略的なアプローチを実施
- ・相談会来場者のお試し滞在や移住体験ツアー等への誘導を強化 [再掲]

ポイント4 「仕事」と「住まい」のさらなる掘り起こしの強化による都市部人材とのマッチングの促進

拡

- 市町村の「地域の仕事の掘り起こし、マッチング、情報発信」を支援
- ・移住促進・人材確保センターに市町村の取り組みを支援するチームを配置し、伴走支援 [再掲]
- ・市町村の「無料職業紹介所」の設置と「仕事専門相談員」の配置を支援

拡

- 市町村や民間団体と連携した住宅確保策の強化
- ・市町村の「空き家専門相談員」の配置を支援
- ・市町村が「空き家再生・活用促進専門家グループ」や地域の方々と連携して行う、空き家の掘り起こしや空き家提供の広報等を支援

新

- 「地域おこし協力隊」制度の活用による各産業分野が必要とする専門人材の確保



連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の体系図

分野の目指す姿	移住者と一緒に創る元気な地域
分野を代表する目標	県外からの移住者 現状(H30)934組 ⇒ 4年後(R5)1,300組

全てのプロセスを「オール高知」体制で推進

戦略の柱	1 裾野を広げる	2 マッチングの強化を図る	3 受入体制、受入環境を整備する
戦略の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 交流人口・関係人口からの移住への誘導率を上げる 都市部の人材との接点を拡大するため、ポータルサイトの情報発信力を強化するとともに相談機会の増加と相談者の現地訪問の促進を図り、移住への関心の度合いを高めてもらう 	<ul style="list-style-type: none"> 顕在化された移住関心層の熟度やニーズに応じた戦略的なアプローチを行い、マッチング率を高める 	<ul style="list-style-type: none"> 都市部の人材が求める「仕事」や「住まい」などを掘り起こし、受入体制を整えるとともに、各産業分野の担い手確保策と連携し、「移住×人材確保」の取り組みを進める 移住者に地域に定着し、活躍してもらうためのサポートの充実を図る
戦略目標	<ul style="list-style-type: none"> ポータルサイトセッション数(年間) ⑩: 692,193件→⑤900,000件 (※H30はHP「高知家で暮らす」と「高知求人ネット」の総計) 新規相談者数(年間) ⑩: 4,391人→⑤5,400人 	<ul style="list-style-type: none"> 「高知家で暮らし隊」会員新規登録者数(年間) ⑩: 919人(累計5,504人)→⑤1,080人 	<ul style="list-style-type: none"> 移住者数(年間) ⑩: 934組→⑤1,300組 県・市町村の移住相談窓口利用者の3年目の県内定着率 ⑩84%→⑤90%以上
取組方針・主な「具体的な取り組み」	<p>1 交流人口・関係人口へのアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】高知家プロモーションと連携したPRの実施 <ul style="list-style-type: none"> 新たなWEB会員組織「高知家ゆる県民倶楽部(仮称)」を立ち上げ、高知家プロモーションと連携して「交流人口・関係人口」を創出・拡大 「交流人口・関係人口」へのアプローチを強化し新たな移住潜在層を掘り起こし <p>2 都市部の人材との接点づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】さまざまな手法を活用した効果的な情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ポータルサイトの機能強化(「仕事」、「暮らし」、「住まい」の情報の一元化)による内容充実と利便性の向上 SNSやインフルエンサーを活用した仕事や暮らしの情報の発信強化 市町村や各産業分野との連携強化による情報の網羅性の向上 ◆【拡充】移住に向けた主体的な行動への誘導 <ul style="list-style-type: none"> 移住希望者の関心や熟度に合わせた様々なテーマ、規模、スタイルの相談会やセミナーを都市部等で開催 移住相談会来場者の現地ツアー等への誘導を強化 <p>3 Uターンの着実な推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】Uターンの促進に向けた取り組みの実施 <ul style="list-style-type: none"> 県内高校等の卒業生に着実にUターン情報が届く仕組みの構築 県人会や同窓会、県出身者等のコミュニティと連携したUターン気運の醸成やUターン情報の提供 市町村が行うUターン促進事業への支援の強化 	<p>1 相談・マッチング体制の強化による戦略的アプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】移住促進・人材確保センターと地域の支援機関が連携した地域の人材ニーズの掘り起こし・マッチング・情報発信 <ul style="list-style-type: none"> 移住促進・人材確保センターに、市町村の取り組みを支援するチーム(求人支援コーディネーター、中山間仕事アドバイザー、情報発信スタッフ)を配置し、伴走支援 国の「わくわく地方生活実現政策パッケージ」を活用した移住支援金の給付 ◆【拡充】移住・交流コンシェルジュ、市町村の「移住専門相談員」、各産業団体のスタッフが連携したきめ細かな相談対応 <ul style="list-style-type: none"> 「高知家で暮らし隊」への入会を促進し、移住・交流コンシェルジュと市町村、関係団体との相談者情報の共有を徹底 市町村や関係団体と連携し、相談者の「熟度」や「ニーズ」に応じた戦略的なアプローチを実施 <p>2 Uターンの着実な推進[再掲]</p>	<p>1 「仕事」と「住まい」の掘り起こしによるマッチングの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆【拡充】市町村や民間団体と連携した受入体制の充実 <ul style="list-style-type: none"> 移住促進・人材確保センターに市町村の取り組みを支援するチームを配置し、伴走支援[再掲] 市町村の「無料職業紹介所」の設置と「仕事専門相談員」の配置を支援 市町村の「空き家専門相談員」の配置を支援 市町村が「空き家再生・活用促進専門家グループ」や地域の方と連携して行う空き家の掘り起こしや空き家提供の広報等を支援 高知市を中心とした「二段階移住」の取り組みの展開 「地域おこし協力隊」制度の活用による専門人材の確保 <p>2 移住後の定住に向けたフォロー体制の深化</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 移住後の定住や地域での活躍をフォロー <ul style="list-style-type: none"> 市町村が行う地域移住サポートと連携した定住促進に向けた取り組みを支援 全県的な移住支援ネットワークの構築 各産業分野の支援制度の活用や学びの場への誘導による定着と活躍を支援

連携テーマ《起業や新事業展開の促進》～持続的に新たな挑戦が行われる環境をつくる～

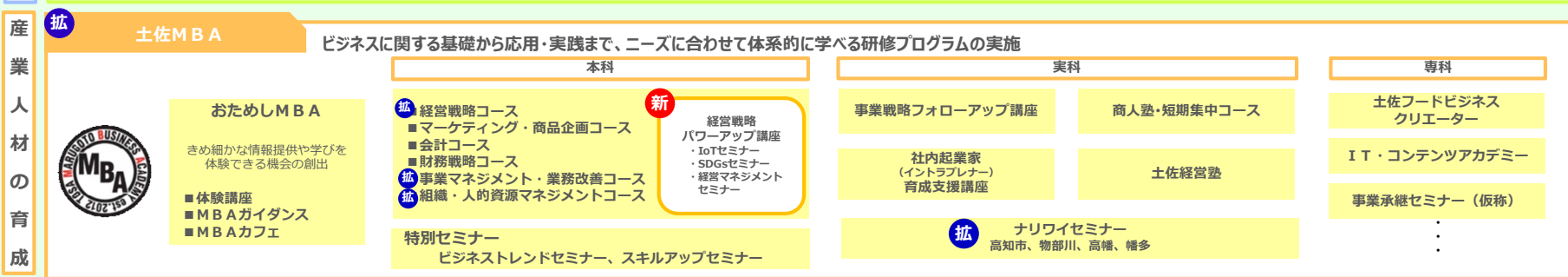
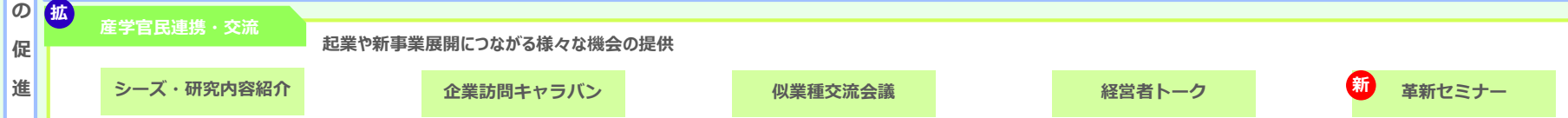
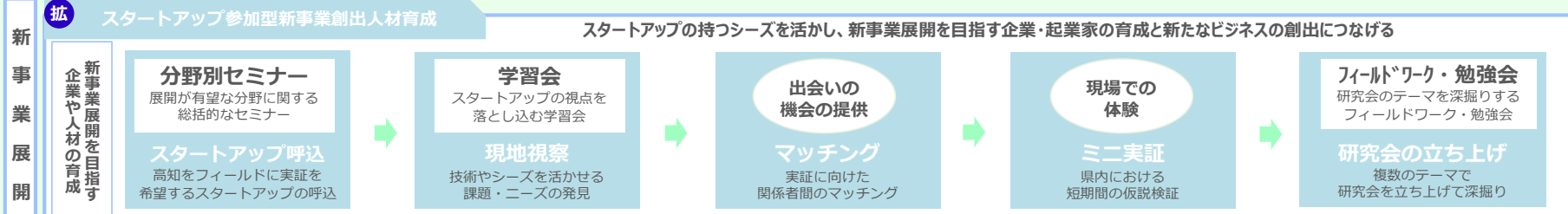
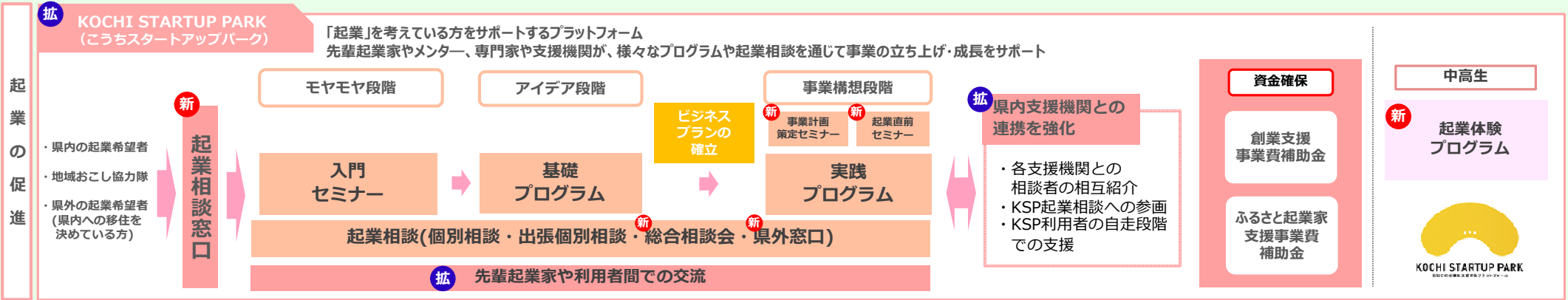
分野を代表する目標

県のサポートによる

起業・新事業展開件数

現状(H28～R元累計(12月末時点))：134件 ⇒ 4年後(R2～R5累計) 200件

戦略の柱1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート



各分野の個別サポートへのつなぎ

IT・コンテンツ

IoT

企業立地

商業

地域AP

その他

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
分野を代表する目標	県のサポートによる起業・新事業展開件数 ○起業・新事業展開件数 現状(H28～R元累計(12月末時点):134件⇒4年後(R2～R5累計):200件

戦略の柱

1 起業・新事業展開に向けた総合的なサポート

方 戦 略 性 の
 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それぞれのステージごとに切れ目なく後押しするとともに、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・新事業展開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
 - ◆[拡充]「こうちスタートアップパーク」の充実・強化
 - ◆[新規]中長期的な起業家人材の育成
 - ◆[拡充]スタートアップ参加型の新事業創出人材の育成
 - ◆[拡充]アイデアを生み出し、磨く機能を強化
 - ◆[拡充]サポートプログラムによる磨き上げ(コプラビジネスチャレンジサポート等)
 - ◆[拡充]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
 - ◆[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(再掲)
 - 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
 - (1)IT・コンテンツ分野でのサポート
 - ◆[拡充]IT・コンテンツ関連企業・Society5.0関連企業の誘致活動の充実・強化(再掲)
 - ◆[拡充]製品・サービス開発に資する課題の抽出・精査(再掲)
 - ◆[拡充]製品・サービス開発に資する課題の深掘り等によるプロジェクト創出支援(再掲)
 - ◆[拡充]試作開発支援等によるデジタル技術を活用した製品開発支援(再掲)
 - ◆IT・コンテンツビジネス起業研究会における事業化や企業間取引・事業連携を促進する場の提供(再掲)
 - ◆[新規]県内外からの事業者、研究機関への参画の呼びかけ(再掲)
 - (2)企業立地分野でのサポート
 - ◆様々な機会を捉えた本県の強みを活かした企業立地の推進(再掲)
 - ◆企業ニーズに答えるきめ細かなアフターフォローの実施(再掲)
 - (3)商業分野でのサポート
 - ◆[拡充]商店街のにぎわい創出への支援(具体的な振興計画の策定・実行支援他)(再掲)
 - ◆事業者の育成と新規創業への支援(再掲)
 - (4)その他の分野でのサポート
 - ◆シェアオフィスへの入居促進と入居事業者への支援(再掲)
 - ◆創業融資メニューの活用促進(再掲)
 - ◆地域アクションプランの推進

起業や新事業展開の促進の主な取り組み

これまでの取り組みとその成果

「こうちスタートアップパーク(KSP)」の会員数は12月末で412人(目標400人)と、本県における起業に向けた機運は着実に高まっており、県が関与した起業・新事業展開件数も12月末で累計134件とすでに目標(累計100件)を達成している。

▽ 県のサポートによる起業・新事業展開件数の推移 (単位: 件)

H28	H29	H30	R元(12末)	合計	R2~R5目標
28	47	41	18	134	200

◆KSPを中心とした起業の一貫サポート

- 起業を目指す方の準備状況に応じた支援の実施**
⇒ KSP会員数: 412人(R元12末)
KSPを通じた起業件数: 28件(H29:10件、H30:14件、R元12末:4件)
(参考: KSP・ココプラ関連の起業件数 35件(H29:19件、H30:14件、R元12末:5件))
- 中長期的な起業家人材の育成、確保(起業家教育プログラム)**
⇒ 実施高等学校数: 3校

◆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(R元年度より)

- 地域の社会課題解決につながる起業の支援**
⇒ 補助金交付決定件数: 5件(ゲストハウス、地域の食材を利用した飲食店、障害福祉サービス等)

◆都市圏起業家との協働を通じた人材育成(高知ビジネスデザイン塾)

- 成長性の高い事業を生み出すためにスタートアップの知見やノウハウを習得**
⇒ 県内起業家の育成: 13人

◆産学官民連携のプラットフォームの充実

- プラットフォームの入口機能の強化**
・大学や関係機関との橋渡しを行う「相談窓口」の開設
・「シーズ・研究内容紹介」「経営者トーク」の実施
- 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**
・「企業訪問キャラバン」「似業種交流会議」による交流の促進
⇒ 企業訪問キャラバン: 9社(H29~30)
- 産学官民連携による新分野進出・新規事業展開の推進**
・「連続講座」による経営に必要となる知識や新商品開発等の手法の習得
・新たなアイデアの事業化をサポートする「ビジネスチャレンジサポート」
⇒ 産学官民連携による事業化案件数: 15件(H28~R元12末)



◆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

- カリキュラムの体系化と受講しやすい仕組みの構築**
・カリキュラムを体系化し3科(本科・実科・専科)体制へ
・ネット受講等の仕組みの構築
- 産業界のニーズに合わせた学びの場の構築**
⇒ 土佐MBA全体実績: 延べ受講者数24,481人(H24~R元11末)
※本科・実科・専科
・産業人材全般の育成(本科)
・経営を担う中核人材の育成(実科)
・小規模事業者の育成(実科)
- 地域での学びの場の創出**
・学ぶ機会の少ない地域で意欲の醸成とステップアップを図る講座を実施



第4期計画の主な取り組み

◇**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それぞれのステージごとに切れ目なく後押しするとともに、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します。また、本県産業を継続的に底上げしていくため、土佐MBAで企業や地域で活躍する人材を育成します。**

起業の促進

- 起業や新事業展開を検討している方に対して総合的な支援を実施
- 中長期的な起業家人材の育成をめざし、中高生を対象に体験的なプログラムを実施
▽ KSPを通じた起業件数 ⑩14件→⑤140件(R2~5累計)

こうちスタートアップパークの充実・強化



ポイント

「こうちスタートアップパーク」の各種プログラムや相談体制を充実するとともに支援機関との連携を強化することで、事業化に向けたサポートを行います。

主な強化策

- 「こうちスタートアップパーク」の充実・強化
- ・県内支援機関との連携によるサポート体制の充実(起業相談窓口から各種サポートへのつなぎ等)
- ・プログラム等支援メニューの見直しや移住希望者を対象とした都市圏での窓口設置による事業化に向けた支援の強化
- ・高知市以外の相談機会の拡充による起業希望者の掘り起こしや各種広告媒体を活用した県内向けの広報・PRの強化
- ・会員間・起業家・支援機関等の交流機会の拡充
- 中長期的な起業家人材の育成
- ・中高生向けの起業体験イベントによる起業マインドの醸成

新事業展開の促進

- スタートアップの持つシーズを活かし、新事業展開を目指す企業・起業家の育成と新たなビジネスの創出につなげる
- プラットフォームの入口機能の認知度の向上
- 産学官民のマッチング機能の強化

スタートアップ参加型新事業創出人材育成



ポイント

スタートアップの持つシーズを活かすことができる地域や産業の課題・ニーズを見つけ出し、新事業展開を目指す企業・起業家の育成とビジネスの創出につなげる仕組みを構築します。

主な強化策

- スタートアップ参加型の新事業創出人材の育成
- ・スタートアップとコラボした、起業・新事業展開を担う人材の育成と新たな付加価値を生み出す事業の創出
- 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
- ・大学等と企業の連携事例のPR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組の充実

産業人材の育成

- ビジネスの基礎力から応用・実践力まで身につけられる「学びの場」として「土佐MBA」を実施
- 受講者のニーズやレベルに応じたカリキュラムを設定することにより、本県における産業振興を担う人材を育成
▽ 実受講者数(本科・実科・KSP) ⑩892人→⑤1,000人



ポイント

事業者の課題解決と成長につながる学びの場を創出し、受講者の事業に活かすことのできる効果的な講座を実施します。

主な強化策

- 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
- ・ビジネス環境の変化に対応し県内企業等が持続的に成長していくための経営戦略パワーアップ講座等の強化(IoT、SDGs等)
- ・県内企業の課題解決に向けた学びの強化(業務改善・組織マネジメント等)
- ・小規模事業者向けに実施する「ナリワイセミナー」の充実

① 起業の促進

② 新事業展開の促進

③ 産業人材の育成

こうちスタートアップパーク（KSP）の充実・強化

ビジネスプラン確立前の層からやりたいことが明確な層まで、起業や新事業展開を検討している方に対して総合的な支援を実施する

これまでの取組と成果

- **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**
 - ・起業を考えている方をサポートするプラットフォームである「こうちスタートアップパーク（KSP）」によってモヤモヤ段階のアイデアをビジネスへと具体化していくために、段階別サポートを展開
- **KSP会員：412名** (R元12月末時点、R元年度末目標400人)
- **起業件数：28件**
 - ・H29年度：10件
 - ・H30年度：14件
 - ・R元年度：4件(R元12月末時点)

課題

- **今後、デジタル×起業や付加価値の高い事業を生み出すためには起業ニーズと段階に応じたプログラムへの組み替えが必要**
 - ・会員の状況が把握しにくいため、適切なプログラムや支援への誘導が難しい
 - ・デザイン思考のプログラムは県内では他に実施しておらず、自分のやりたいことをベースに起業する方には効果があるが、現にビジネスプランを持った方の活用が期待できない
 - ・県内の状況を知っているメンター(相談対応者)が少なく、事業化に向けたサポートが不十分
- **起業件数を増やすには認知度を上げることが必要**
 - ・市町村や商工会等への働きかけや起業希望者向けの情報発信が不十分
- **起業の裾野を拡げるために交流の機会を増やすことが必要**
 - ・同一時期にプログラムを受講している人以外との交流が少ない

対策のポイント

1 県内支援機関との連携によるサポート体制の充実

- ・起業相談窓口の開設及びカルテの作成によって会員の状況を把握し、相談者を適切なプログラムや支援機関へつなぐ
- ・市町村及び商工会等との定期的な情報交換や役割分担による起業支援体制を強化する

2 プログラム等支援メニューの見直し

- ・起業希望者のニーズと段階に合わせた内容への組み替えと支援機関との連携による県内人材中心の相談体制を構築する
- ・移住希望者に向けて都市圏に起業相談窓口を設置する

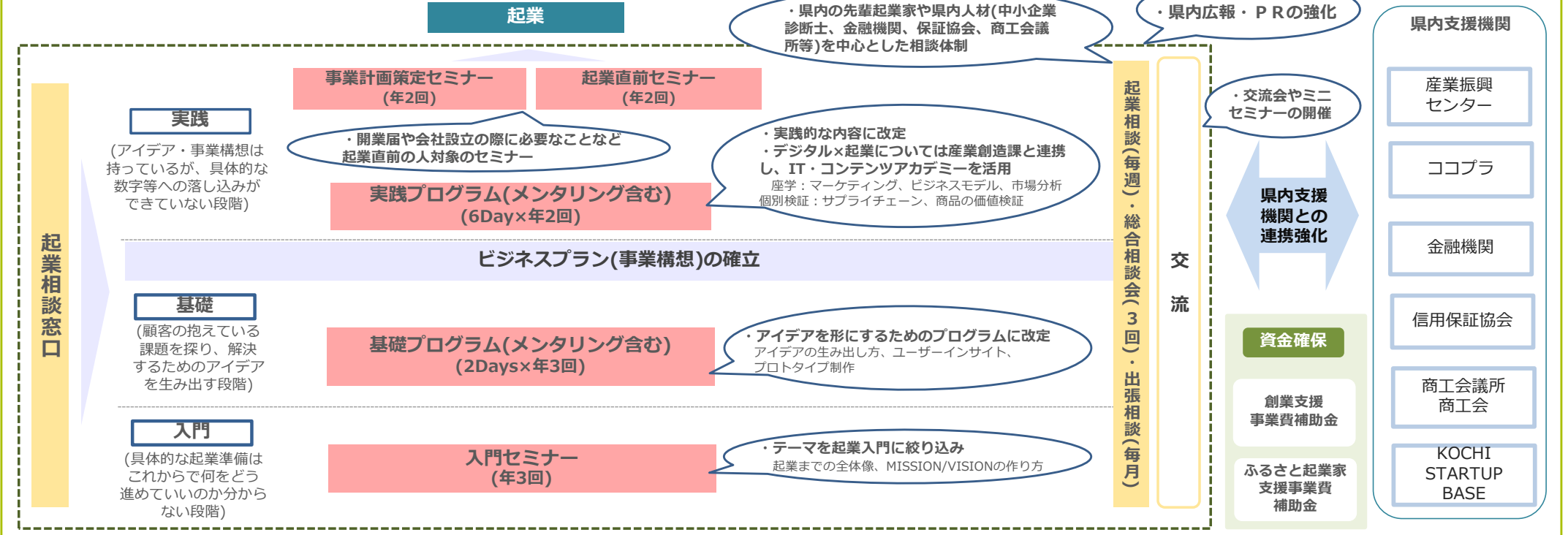
3 県内広報・PRの強化

- ・高知市以外の相談機会の拡充や市町村及び商工会等との連携により起業希望者を振り起こす
- ・デジタルサイネージコンテンツの作成、Facebook広告、ポスター等により県内向けの情報発信を強化する

4 交流機会の拡充

- ・交流会やミニセミナーなどのイベントを設定し、会員間・起業家・支援機関等との情報交換の機会を拡充する

「こうちスタートアップパーク」の充実・強化



産業振興を担う人材の育成 ～土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)～

目的

- ◆本県産業を継続的に底上げしていくため、企業や地域で活躍する人材を育成する。
- ◆ビジネスの基礎力から応用・実践力まで身につけられる「学びの場」として実施し、受講者のニーズやレベルに応じたカリキュラムを提供することにより、本県の産業振興を担う人材を育成する。

目標

◆実受講者数1,000人/年
(本科・実科・KSP)

◆これまでの成果

実受講者数 毎年800～900人程度が受講

- ・ビジネスの知識習得とスキルの向上
- ・課題解決や販路開拓等による事業規模の拡大、成長、新事業展開
- ・受講生同士のネットワークの構築 等

【第3期産業振興計画における実受講者数】

H28	: 786人	
H29	: 823人	
H30	: 892人	
R1(11末)	: 822人	計 3,233人

※参考 延べ受講者数 H24～R元11末 計 24,481人

課題

1 事業者の成長につながる学びの強化

- ・事業を取り巻く環境が大きく変化中、企業はビジネスチャンスを見出し、事業を成長させていく必要がある
- ・県内企業は新たな事業展開への意欲はあるが、必要な情報に触れる場や、ビジネスにどう活かすかを学ぶ場が少ない

2 事業者の課題解決につながる学びの強化

- ・人手不足のため事業の維持・成長に支障が出ている企業等が多い
- ・少ない人員で成果を上げるため、業務の効率化が必要

3 小規模事業者向けの学び機会の拡充

- ・地域の経済を牽引する小規模事業者に、自社事業を見直す機会が必要
- ・高知市から遠い地域で学びの場が不足

対策

1 新たなビジネスにつながる学びの提供

- ・「プラットフォーム型ビジネス」や「M&A」等、成長している企業を事例として、新たなビジネスモデルを学ぶ部分を強化 <経営戦略コース>
- ・今後の事業発展に必要な「IoT」「SDGs」を企業経営にどう取り入れるかを学ぶセミナーを新設 <経営戦略パワーアップ講座>

2 事業者の課題解決につながる学びの提供

- ・採用や定着率向上のために必要となる取組に関する内容を強化 <組織・人的資源マネジメントコース>
- ・業務改善に関する講座の充実 <事業マネジメント・業務改善コース>

3 小規模事業者向けの学び場の充実

- ・短い日数で実務に役立つ内容を学ぶ「ナリワイセミナー」の開催場所を拡充(2ヶ所→4ヶ所)

R1

R2

本科

- ① 経営戦略コース
- ② マーケティング・商品企画コース
- ③ 会計コース
- ④ 財務戦略コース
- ⑤ 事業マネジメント・業務改善コース
- ⑥ 事業創出コース → 廃止。一部をIoTセミナーに組み替え。
- ⑦ 組織・人的資源マネジメントコース

対策1 プラットフォーム型ビジネス、M&A等の内容を強化

対策2 業務改善の内容を強化

対策2 採用強化・定着率向上等の内容を強化

対策1 事業成長の内容を強化

対策2 受講のハードルを下げるため短日数のセミナーとして実施

対策3 受講しやすいよう短期集中で実施

対策3 開催場所の増

- ① 経営戦略コース
- ② マーケティング・商品企画コース
- ③ 会計コース
- ④ 財務戦略コース
- ⑤ 事業マネジメント・業務改善コース
- ⑥ 組織・人的資源マネジメントコース

<特別セミナー>
○スキルアップセミナー ○ビジネストレンドセミナー

新 <経営戦略パワーアップ講座>

- IoTセミナー
- SDGsセミナー
- 経営マネジメントセミナー

実科

⑥ エグゼクティブコース → 廃止。経営層向けに新たに経営マネジメントセミナーを新設

土佐経営塾

目指せ！弥太郎商人塾

ナリワイセミナー(東部、幡多)

社内起業家育成支援講座

事業戦略フォローアップ講座

専科

<12講座>ココブラ以外が実施主体

土佐経営塾

商人塾・短期集中コース

ナリワイセミナー(高知市、物部川、高幡、幡多)

社内起業家育成支援講座

事業戦略フォローアップ講座

<今後調整>ココブラ以外が実施主体

個別サポート
(ココラビジネス
チャレンジサポート)

専門家派遣

ビジネスチャレンジ
支援補助金

各分野の
個別サポート
へのつなぎ

IT・
コンテンツ

IoT

企業
立地

商業

地域
AP

その他