

令和5年度の取り組みの強化のポイント（分野別） （案）

《目次》

○ 農業分野	1
○ 林業分野	5
○ 水産業分野	9
○ 商工業分野	13
○ 観光分野	17
○ 連携テーマ（移住促進）	21
○ 連携テーマ（外商（食品加工））	24
○ 連携テーマ（起業・新事業展開）	26

注)本資料の内容は現見積段階のもので、
今後の協議により、内容の追加・修正を行う場合があります。
また、各事業の実施にあたっては、議会の予算承認が必要となります。

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)

農業生産量

野菜 (主要11品目)
果樹 (主要2品目)
花き (主要3品目)
畜産 (土佐あかし飼養頭数)

出発点 (H30) 1,177億円 ⇒ 現状 (R3) 1,078億円 ⇒ 4年後 (R5) 1,221億円 ⇒ 10年後 (R11) 1,285億円

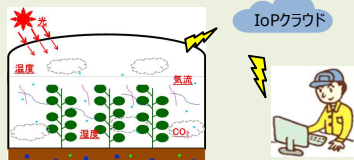
出発点 (H30) 12.6万t ⇒ 現状 (R3) 12.6万t ⇒ 4年後 (R5) 13.6万t ⇒ 10年後 (R11) 15.0万t
 出発点 (H30) 2.38万t ⇒ 現状 (R3) 2.02万t ⇒ 4年後 (R5) 2.45万t ⇒ 10年後 (R11) 2.60万t
 出発点 (H30) 2,019万本 ⇒ 現状 (R3) 1,709万本 ⇒ 4年後 (R5) 2,020万本 ⇒ 10年後 (R11) 2,077万本
 出発点 (H30) 2,399頭 ⇒ 現状 (R3) 2,483頭 ⇒ 4年後 (R5) 3,725頭 ⇒ 10年後 (R11) 4,039頭

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

- 拡 IoTプロジェクトの推進
- 拡 データ駆動型農業による営農支援の強化
- 拡 園芸産地の生産基盤強化
- 地元と協働した企業の農業参入の推進



(2) 農業のグリーン化の推進

- 拡 みどりの食料システム戦略の推進にかかる技術開発
- IPM技術の普及拡大
- GAPの推進
- 拡 有機農業の推進
- 施設園芸における省エネルギー対策
- 拡 スマート農業の実証と実装支援

(3) 園芸品目別総合支援

- 野菜の生産振興
- 特産果樹の生産振興
- 花きの生産振興
- 新 大規模露地園芸の推進

(4) 水田農業の振興

- 主食用米の生産振興
- 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

- 土佐あかしのブランド化の推進
- 肉用牛、養豚の生産基盤強化と生産性向上
- 土佐シロー、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
- 拡 稲発酵粗飼料 (WCS) の生産拡大

(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

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

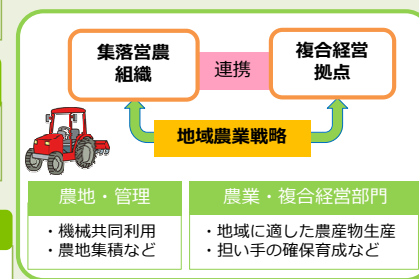
- 地域農業戦略の策定・実行支援
- 農村型地域運営組織 (農村RMO) の推進

(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 (再掲)

(5) 中山間に適した農産物等の生産

- 土佐茶の生産振興と販売・消費拡大
- 野菜の生産振興 (再掲)
- 特産果樹の生産振興 (再掲)
- 花きの生産振興 (再掲)
- 新 大規模露地園芸の推進 (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。

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

市場や大規模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) 新規就農者の確保・育成

- 拡 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

(1) 「園芸王国高知」を支える市場流通のさらなる発展

- 拡 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
- 拡 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) 関西圏における県産農畜産物の販売拡大

- 拡 卸売市場関係者との連携強化による県産青果物の販売拡大
- 実需者への直接販売による県産農畜産物の販売拡大

(4) 農畜産物のさらなる輸出拡大

- 拡 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
- 拡 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)
- 担い手の誘致に必要な施設園芸用農地の整備の推進

(2) 農地の確保

- 拡 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



令和5年度の取り組みの強化のポイント【農業分野】1 / 2

◆分野を代表する目標：農業産出額等

	H30 (出発点)	R元	R 2	R 3	R 4	R 5
目標	1,030	1,060	1,195	1,200	1,210	1,221
実績	1,177	1,123	1,120	1,078	-	-
達成度	A	A	B	B	-	R5年12月公表予定

単位：億円

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

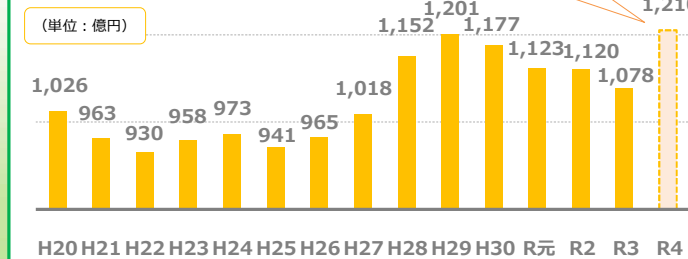
<R3の実績と要因分析>

- 分野を代表する目標「農業産出額等」(図1)のR3の実績は1,078億円と、目標の1,200億円を▲122億円となった。このうち、「野菜」が、目標よりも▲93億円となっており、最も金額が大きい。
- このため、野菜の産出額の約7割を占める「主要野菜7品目」を分析。
 - ・産出額は「単価」に「生産量」を乗じて算出されるが、「単価」はコロナ禍の影響などにより低下(目標設定時の想定単価503円/kg→実績472円/kg)、また、「生産量」も10.0万トンと目標の10.6万トンを下回っている(図2-①)
 - ・「生産量」が目標を下回った要因としては、「栽培面積」がR3の達成度99%(図2-②)かつ、「反収」の達成度が96%にとどまった(図2-③)ことによるもの
 - ・また、生産量を確保するために重要となる「新規就農者」も、R3は、コロナ禍の影響などにより、目標の320人を大きく下回る213人とどまっている(図3)

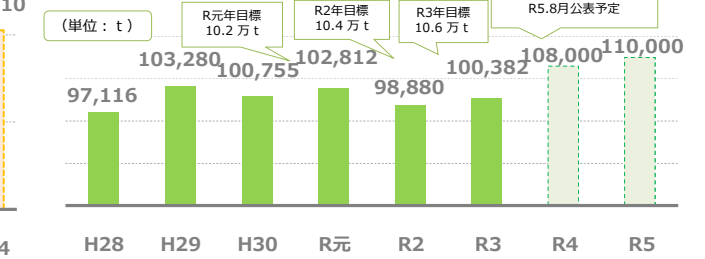
<強化の方向性>

- 農業産出額等の目標達成に向け
 - ・生産量の更なる増加に向けた取り組みの加速[方向性1]
 - 燃油や資材等の価格高騰下において、経営を継続・発展させるためにも、コストの削減とともに、反収アップ(=生産性の向上)が重要
 - ・減少傾向にある新規就農者の確保・育成対策の強化[方向性2]
 - ・新規就農や既存農家の規模拡大に重要な農地の確保対策の強化[方向性3]
 - ・他産地よりも高い単価での取引を可能とする販売拡大の取り組みの強化[方向性4]
 - 生産力の向上と持続性の両立を目指す「みどりの食料システム戦略」の実現に向けた本県農業のグリーン化の推進[方向性5]
- 以下、上記を基に、課題を克服するための取り組みを強化

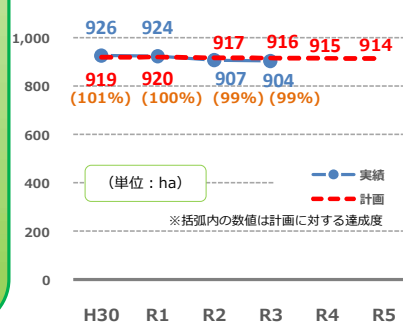
■農業産出額等(図1)



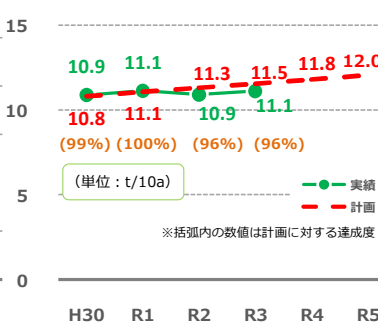
■野菜主要7品目の生産量(図2-①)



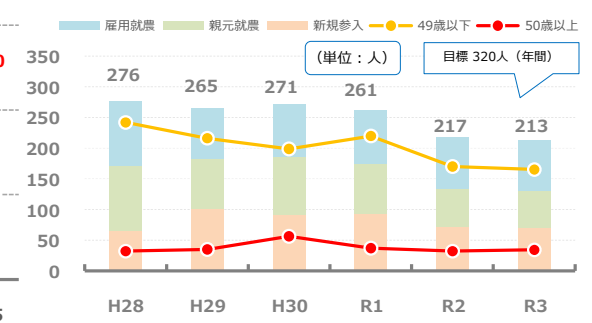
■野菜主要7品目の栽培面積(図2-②)



■野菜主要7品目の反収(図2-③)



■新規就農者数(図3)

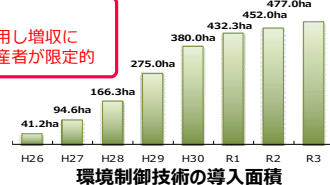


◆課題

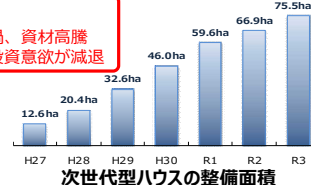
■生産量の更なる増加に向けた課題

- ・生産量の増加に向けた取り組みが鈍化傾向

<要因>
データを活用し増収につなげる生産者が限定的



<要因>
コロナ禍、資材高騰などで投資意欲が減退



生産量を増加し、農業産出額を向上するためには、新たな次世代型ハウス整備に加え、既存ハウスの面積維持を図るとともに、個々の生産者の反収アップに向けたデータ駆動型農業の実践の拡がりが必要

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント1 データ駆動型農業による営農支援の強化!

- ①データ駆動型の営農指導体制の強化
 - ・指導者能力の向上
- ②データ駆動型農業の実践支援
 - ・環境制御技術の導入促進
 - ・データ活用成功事例づくりと成果の横展開
- ③既存ハウスの長寿命化・高度化による生産基盤の強化
 - ・園芸用ハウス等リノベーション事業によるハウスの補強対策、環境制御装置の導入促進

◆課題

■新規就農者の確保・育成に向けた課題

①新規就農者の確保目標320人/年を達成するには、減少している新規参入と親元就農への対策の強化が必要

- ・新規参入は県内で増加している一方、県外U・Iターンは減少
- ・親元就農は県内・県外からのUターンが大幅に減少
- ・新規参入・親元就農ともに、新規就農の約8割を占める49歳以下の若い世代が減少

②市町村の自主的な取り組みの強化が必要

③資材の高騰等による生産コストの増大に対する支援が必要

- ・中古ハウスの確保など初期投資を抑える支援
- ・経営者マインド・スキルを習得する仕組みが必要

所在地別	H28	R3
県内計	95	94
新規参入	35	52
	親元就農	60
県外計	42	27
新規参入	22	14
	親元就農	20

■農地の確保に向けた課題

①担い手への農地確保が必要

- ・担い手への農地の集積面積は、ほぼ横ばい
(R元年：8,671ha→R3年：8,880ha【集積率33.9%】)

②ほ場整備済み農地における遊休農地への対策が必要

- ・再生利用可能な遊休農地面積は、増加傾向
(R元年：563ha→R3年：736ha)

※再生利用可能な遊休農地：1年以上農作物の作付けが行われておらず、栽培が行われる見込みのない農地
・ほ場整備済み農地に遊休農地が発生

■販売拡大に向けた課題

①コスト高などの産地の状況を理解していただく交流機会の拡大が必要

②コロナの影響で変化した食業界に対応し、新たな業務対応等が必要

③米の地産地消及び販売拡大支援の強化が必要

④輸出の取引状況や産地の生産状況の変化を見越した新たな販路・品目・提携先の検討が必要

■農業のグリーン化に向けた課題

①持続可能な農業の実現に向け、有機農業の推進体制の構築や販路開拓、担い手の育成が必要

②カーボンニュートラルや資材価格の高騰に対応するため、青果物包装用フィルムの使用量の削減が必要

③化学肥料使用量低減のため、家畜ふん堆肥の有効活用が必要

④生産者の高齢化等による労働力不足対策として、スマート農機の普及によるさらなる生産性の向上が必要

⑤飼料価格高騰による経営への影響を緩和するため、国産粗飼料（稲WCS）のさらなる生産拡大が必要

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント2 ターゲットを見据えた担い手確保対策の強化

①新規参入と親元就農の確保対策強化

- ・県外からのU・Iターンへの新規参入対策を強化
- ・県内在住及び県外からのUターンへの親元就農対策を強化
- ◆ターゲットごとの確保までのプロセス

- ①就農の呼びかけ、②就農相談、③農業体験・就農研修
- ・新規参入：就農コンシェルジュの体制充実およびUIターンコンシェルジュとの連携強化
- ・親元就農：後継者候補のリストアップおよびリストアップした対象者へのアプローチの強化

②産地戦略に沿った産地提案書の更新および産地の受入体制の強化

- ・産地PR資材等の作成、ターゲットごとの産地ツアーの開催等

③新規就農者の経営確立支援の強化

- 産地における新規就農者向け中古ハウスの確保
- 雇用就農から企業の経営を目指し独立就農する人材育成の仕組みを構築

	県内	県外	
		Uターン	Iターン
新規参入	□	◎	◎
親元就農	◎	◎	—
雇用就農	□	□	□

◎は対策強化 □は現状維持

ポイント3 担い手への農地の確保と農地集積の加速化

①担い手への農地集積の加速化の取組を強化

- ・新規就農者や規模拡大を志向する農業者に提供できる農地の確保

②ほ場整備済み農地における遊休農地の解消の取組を強化

● ほ場整備済み農地に放置された遊休ハウスなどの障害物の撤去支援

● 畦畔撤去による大区画化や暗渠排水など、担い手のニーズに応じた基盤整備の実施

ポイント4 多様な流通に対応した販売拡大の強化

①卸売市場等と連携し、バイヤー等に対する理解促進の強化

②卸売市場や野菜サポーターとの連携による中食や冷凍食品業者への提案強化

③米の消費拡大PRと、県内卸業者が連携した組織に対する県内販売の支援強化

④輸出拡大の可能性のある品目、輸出先、提携先の拡大

青果物・ユズ果汁：シンガポールを中心とした東南アジアでの需要開拓

花き：新たな提携先による米国、中国等への販売拡大

ポイント5 みどりの食料システム戦略に対応した持続可能な生産の強化

①有機農業の推進強化

- ・県域及び、地域段階の推進体制を構築
- ・アドバイザーを活用した販路開拓およびグループ化支援と販路マッチング
- ・農業担い手育成センターにおける基礎研修の実施および実践研修の受入リストの作成

②包装用プラスチックフィルムの薄膜化によるCO2排出量の削減と低コスト化

③家畜ふん堆肥の有効活用による肥料コストの削減

④スマート技術の実証・普及拡大による農作業の省力化

⑤耕種農家、畜産農家、JA等で設立した協議会による地域の関係者が一体となった

稲WCSの生産拡大や広域流通等の取組を支援

ポイント

- ① データ駆動型農業の実践による**反収アップ**
- ② **既存ハウスの**長寿命化・高度化による**生産基盤の強化**

生産量増加

KPI (野菜主要7品目)

生産量: (R3実績) 10.0万t → (R5) 11.0万t
 反収: (R3実績) 11.1t/10a → (R5) 12.0t/10a

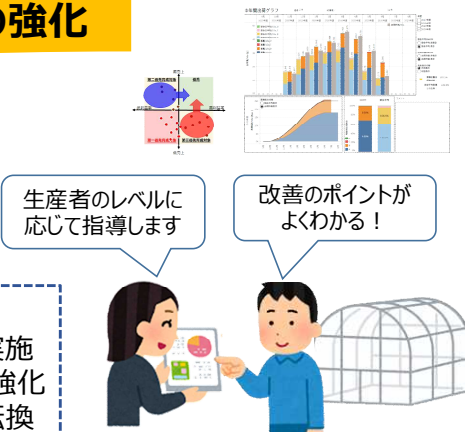
データ駆動型の営農指導体制の強化

指導者能力の向上

- ▶ データ分析担当者(53名)の指導力向上
- ▶ フィードバック担当による営農支援
支援農家数
(現状) 1000戸 → (R5) 2000戸

R5年度の取り組み

- ① データ分析担当者へのスキルアップ研修の実施
- ② フィードバック担当者へのOJT等による育成強化
- ③ 各地域でデータ駆動型による営農指導へ転換



データ駆動型の営農指導による伴走支援

データ駆動型農業の実践支援

環境制御技術の導入促進

【県】園芸用ハウス等リノベーション事業による支援
 【JA】部会単位での無償貸与

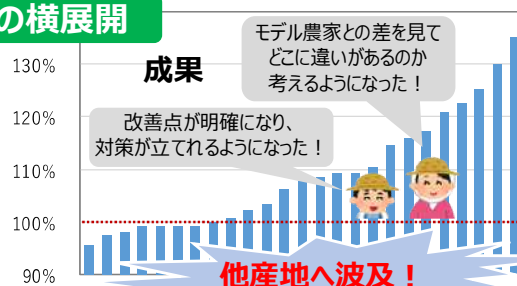


データ活用成功事例づくりと成果の横展開

JA高知県春野胡瓜部会の取り組み

データをわかりやすく可視化し、1週間ごとにフィードバック

25戸中18戸(7割強)で増収!
 (前年対比平均110%、最大135%)



他産地へ波及!

生産基盤の強化

園芸用ハウス等リノベーション事業

新 これまでの内部設備への支援に
 ハウス本体への支援を追加!

ハウス本体の長寿命化

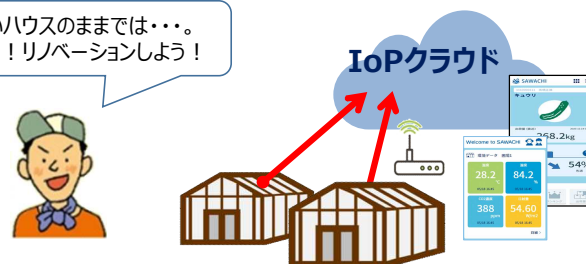
- ▶ ハウスの補強対策
(骨材の強化、谷樋の新設など)
- ▶ 高機能被覆資材の導入

補強による
10年延長

内部設備の高度化

- ▶ 環境制御装置の導入
(環境測定装置、炭酸ガス発生装置、
日射比例かん水装置、自動開閉装置など)
- ▶ 省力化機器・資材等の導入

古いハウスのままでは・・・
 よっ! リノベーションしよう!



園芸農家の技術レベルイメージ

生産量を増加し、
 農業産出額を向上!

反収アップ農家を増加!

既存ハウスの面積維持と高度化!

分野を代表する目標

木材・木製品製造業出荷額等
原木生産量

出発点 (H30) 214億円 ⇒ 現状 (R2) 192億円 ⇒ 4年後 (R5) 228億円 ⇒ 10年後 (R11) 236億円

※H30は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない。(国統計の調査方法の変更による)

出発点 (H30) 64.6万m³ ⇒ 現状 (R3) 65.6万m³ ⇒ 4年後 (R5) 79.6万m³ ⇒ 10年後 (R11) 85万m³ ※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
 - ・新たな作業システムの導入促進
 - ・ICT等を活用したスマート林業の普及促進

(2) 森林資源の循環利用の促進

- 皆伐の促進
 - ・皆伐に必要な作業道等の整備
 - ・地域SCMの仕組みづくり
- 再造林の促進
 - 地域ぐるみでの再造林に向けた研修会等の開催
 - 地域の再造林基金団体への支援等による再造林及び低コスト育林の推進
 - 成長の早い苗木等の生産体制の強化
 - 造林専門事業者への支援など持続可能な林業の推進に向けた体制の整備

(3) 施業集約化の強化

- 森の工場の拡大・推進
- クラウド化された森林資源情報の利用促進
- ・森林経営管理制度の活用等市町村と連携した集約化の推進
- 間伐の推進に向けた支援の強化
 - ・支援事業の周知による各種計画作成の促進



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) 製材事業者の生産・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) 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)



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
- 木造建築物の低コスト化 (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
- 環境不動産の建築促進
- 内装空間への木材利用の拡大
- 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

(4) 関西圏での木材利用に関する提案の強化

- TOSAZAIセンター関西駐在員との連携による外商活動の実施
- 万博・IR関連施設への土佐材の活用促進
- 県産材の情報発信・商談拠点を活用した製品販売の促進

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
- 実習環境の充実

(2) きめ細かな担い手育成・確保の強化

- 女性就業者の確保
- 移住希望者に向けた各種相談会の開催
- 小規模林業の推進
- 小規模林業者のグループ化の推進等

(3) 林業事業者の経営基盤の強化

- 事業戦略の策定・実践による経営改善の推進
- 森林施業プランナーの育成
- 事業者における経営基盤の強化と労働環境の改善
- 林業職場の魅力向上



令和5年度の取り組みの強化のポイント【林業分野】1 / 2

◆分野を代表する目標：原木生産量、木材・木製品製造業出荷額等

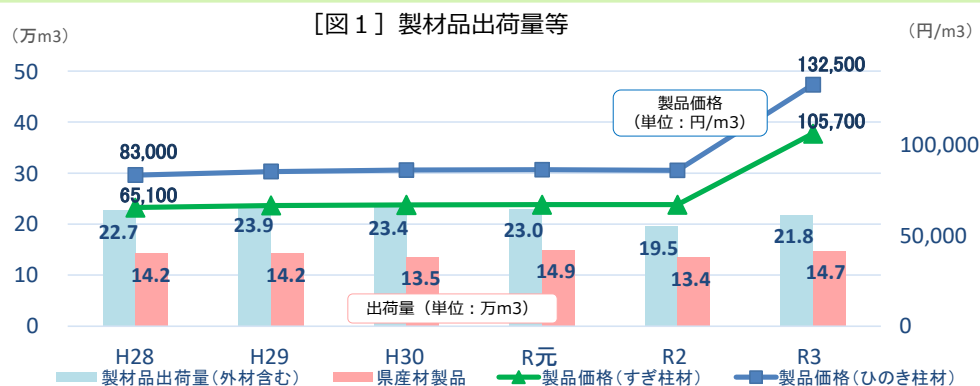
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	76.5	78.0	71.8	74.4	77.0	79.6
実績	64.6	67.1	63.7	65.6	-	-
達成度	C	B	B	B	-	-

(注) 第4期産業振興計画 (R2~5) で目標を見直し

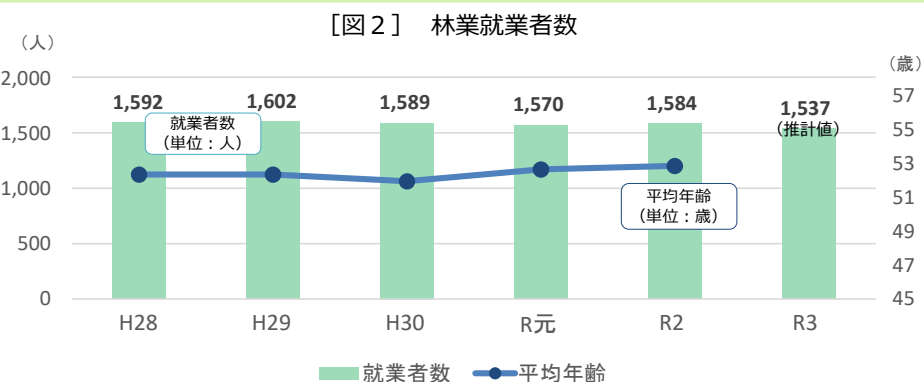
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	220	220	217	218	224	228
実績	214	217 (205)	192	-	-	-
達成度	B	B	B	-	-	-

実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない(国統計の調査方法の変更による)
[参考] R元の()は個人経営を含まない数値

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの



R3年は、ウッドショックの影響により製品価格が高騰。ウッドショックへの対応のため、製材事業者の増産を支援してきたものの、R3年上半期の原木不足の影響等により、県産製材品出荷量は、14.7万m³にとどまり、R3年目標の15.2万m³には届かなかった。



R3年度は、林業大学校等の各種研修やフォレストスクールの開催などにより担い手の育成・確保に取り組んできたが、高齢化による退職が多いことなどもあり、林業就業者数は1,537人(推計値)となり、R3年度目標の1,650人には届かない見込み。

◆課題

【原木生産の拡大】

- ①原木の生産量は拡大したものの、近年は横ばいが続き、目標に未達
- ②再造林面積は増加傾向にあるものの、再造林率は4割前後にとどまり目標に未達



伐採跡地

【木材産業のイノベーション】

- ①外国産材に代替できる品質の確かな製材品の安定供給とあわせ、万博関連の期間限定の大量発注への対応が必要
- ②小規模工場単独での事業拡大には資金的な負担が大きい

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント1

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

【原木生産の拡大】

- ①作業システムの改善による生産性の向上

- 拡 (1)運用開始する森林クラウド(所有者・資源情報など)を活用し事業地確保を強化
- 拡 (2)実証により効果が確認された先端林業機械の導入促進
- 新 (3)林地残材の効率的な収集方法の構築に向けた実証

- ②森林資源の循環利用の促進

[→※次頁、「再造林促進対策の強化ポイントの概略」]

【木材産業のイノベーション】

- ①製材ラインや木材乾燥機の導入、事業者の連携により品質が確保された製品の安定供給を促進
- ②共同化・協業化による生産基盤の確保・強化



(搭乗・自走式下刈り機)

(油圧式集材機と架線式グラブ)

◆課題

【木材利用の拡大】

- ①SDGsの高まりなどにより木材利用への関心は広がるものの、非住宅建築物の木造化が進んでいない
- ②ウッドショックにより国産材への転換が一定進みつつあるものの、製材品出荷量の増加につがっていない



【担い手の育成・確保】

- ①高齢化等による退職者の増加もあり林業就業者数は横ばいで推移しており、新規就業者の確保と定着率の向上が必要【図2】
- ②小規模林業実践者との連携

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

【木材利用の拡大】

- 新** ①木造建築物を環境不動産として評価し、都市計画や財政面での優遇措置により非住宅建築物への木材利用を促進
- ②販路の拡大
 - (1)高知モデル非住宅木造建築の実践・普及
- 新** (2)内装空間の設計等に携わる「プロユザー」とのネットワークの構築
- 新** (3)万博関連施設の整備への県産材の供給
- (4)流通拠点及びパートナー企業の拡大及び連携強化
- (5)JAS認定や森林認証による製品の高付加価値化



非住宅木造建築物
(高知モデルイメージ図)

ポイント2 優れた人材を育成・確保する

【担い手の育成・確保】

- ①林業職場が選ばれる環境づくり
- 新** (1)シミュレーター導入等による林業大学校のカリキュラムのデジタル化を推進
- 新** (2)新規就業者や林業事業体の意見を踏まえ、コンサルタント等を活用して林業職場の魅力化を支援
- 拡** ②小規模林業実践者のグループ化により林業施業の拡大につながる取り組みを支援



ハーベスタシミュレーター

再造林促進対策の強化ポイントの概略

<現状と課題>

- 地ごしらえから植栽、下刈りまでの費用の負担感などにより再造林率は4割前後にとどまる
- 2050年カーボンニュートラルの実現に向けた森林吸収源対策を進めるとともに、持続的な林業振興により中山間地域の生活を支えるためには、再造林が必要

■これまでの施策とその取り組み状況

- ①再造林経費への支援
- ②低コスト造林(省力・低コスト施業)の推進
- ③「増産・再造林推進協議会」による地域ぐるみでの再造林推進
 - ・県内6地域に設置
- ④再造林推進活動への支援
 - ・森林所有者に対し再造林の提案を行う再造林推進員の活動を支援等
- ⑤その他
 - ・林地残材の搬出支援
 - ・再造林促進に向けた先進地域との意見交換会の開催
 - ・持続可能な林業の推進に向けた体制の整備(再造林基金団体の設立(仁淀川町))

再造林促進に向けた抜本的な対策の実施！

対策のポイント

- 再造林や下刈などの費用負担や森林所有者の高齢・不在村化などのネックを解消
 - ⇒地域の木材関係者等が自主的に組織し、再造林への支援を行う再造林基金団体への支援【図3】、各地域での横展開
- 省力・低コスト施業のさらなる推進
 - ⇒低密度植栽(原則2,000本/ha以下)、植栽後の下刈は隔年で実施などの取り組みを強化
- 労働強度の軽減や低コストで効率的な再造林に対応する林業機械の導入
 - ⇒下刈機械、移動式チップパー、造林機械等の実証
 - ⇒実証事業により効果が確認された造林機械等の導入促進
- 新たに造林事業を開始する者等(造林の担い手)の育成
 - ⇒造林事業の開始に当たり必要な資機材の整備等の支援

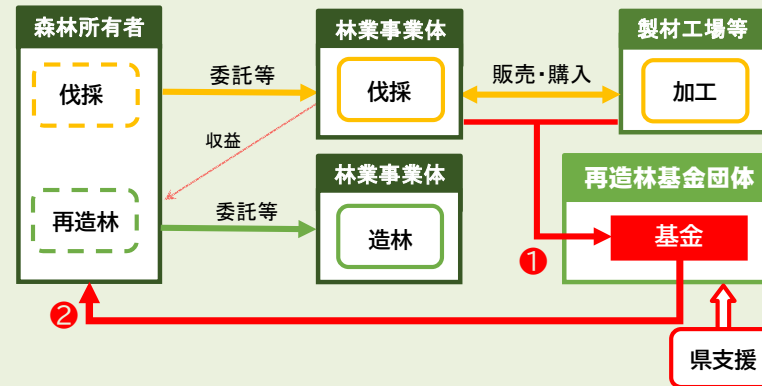
これらの取り組みを含む

■「再造林推進プラン(仮称)」の策定(R5~R9)

- 年度内に骨子を作成し、次年度前半にプランを策定
- 対策の方向性
 - ・林業適地への集中投資
 - ・林業収支のプラス転換
 - ・造林の担い手確保 等

再造林が進む
抜本的な
仕組みづくり

【図3】 基金造成による新たな再造林支援の仕組み(イメージ)



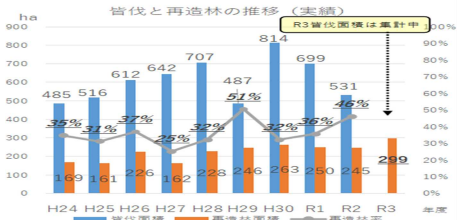
- ①林業事業体や製材工場が丸太の取引量に応じて拠出した資金を基金化
- ②当該基金により再造林等を支援(所有者負担の一部に充当)

令和5年度再造林促進対策の強化ポイントについて（案）

現状

○地ごしらえから植栽、下刈までの費用の負担感などにより再造林率は4割前後にとどまる

○2050年カーボンニュートラルの実現に向けた森林吸収源対策を進めるとともに、持続的な林業振興により中山間地域の生活を支えるためには、再造林が必要



課題と対策

・地ごしらえから下刈までの再造林初期費用の負担が大きい

・省力・低コスト施業のさらなる推進
・再造林や下刈などの費用負担を軽減する新たな仕組みづくり

・再造林や下刈は採算性が低く事業体の意欲的な仕事となっていないことから担い手が不足している

・造林を稼げる仕事に転換
・新たに造林事業を開始する者（造林の担い手）を育成

新 再造林推進プラン（仮称）の策定

➤ 年度内に骨子を作成し、令和5年度前半にプランを策定

＜基本方針と具体的な取組（案）＞

① 林業適地への集中投資

・森林クラウドでのデジタル情報の活用などにより、効率的に林業が行える林業適地を選定、公表
・林業適地での確実な再造林の推進など、林業施策の集中と選択を図り、持続可能な林業を推進

② 林業収支のプラス転換

・再造林基金など地域材を扱う関係者が自主的に行う再造林支援体制づくりの推進
・再造林等での低コスト施業や省力につながる林業機械の導入など
・バイオマス利用など余すことなく森林資源を活用する仕組みづくり
・早生樹などによる多様な森づくりを推進

③ 造林の担い手確保

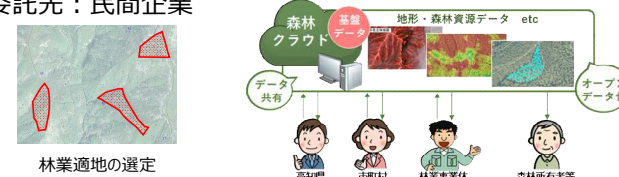
・造林専門事業体の起業などを支援
・伐採事業者等との連携による造林専門事業体の事業地確保の支援

再造林促進に向けた抜本的な対策の実施

基本方針① 森林情報活用促進事業

・航測レーザ計測等によって森林資源や地形情報等の情報の精緻化・高度化を図ることで、森林施業の集約化、効率化の推進を行います。

・委託先：民間企業

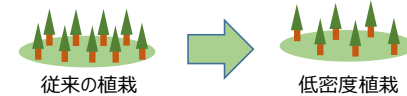


基本方針② 新 再造林等促進支援事業

・省力・低コスト施業（低密度植栽）に取り組む再造林に要する諸経費の一部を支援することにより、再造林を促進します。

・補助先：県が補助する造林事業等の実施主体

・補助率：定額（1/2相当）



新 再造林基金円滑化支援事業

・再造林の推進に向けて、地域で自主的に組織された再造林基金団体が実施する再造林等を支援します。

・補助先：地域で自主的に組織された再造林基金団体

・補助率：1/2以内

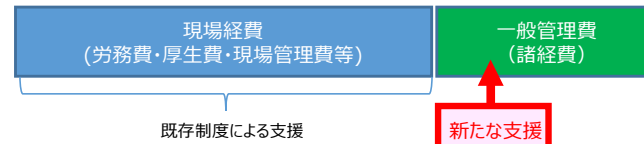


地域の木材関係者等が出資し再造林を支援する基金を造成



軌道に乗るまでの間、再造林基金団体の取組を支援

◎ 再造林等促進支援及び再造林基金円滑化支援のスキーム



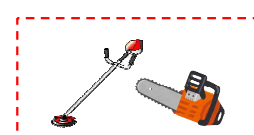
※一般管理費（諸経費）の一部を支援し、森林所有者の負担軽減を図るとともに再造林の採算性を高め、再造林面積の拡大につなげる
※将来的には地域の木材関係者等が出資した再造林基金による支援に誘導

基本方針③ 新 資機材整備支援事業

・新たに造林事業を開始する事業体等の資機材整備を支援します。

・補助先：新たに造林事業を開始する事業体等

・補助率：1/2以内



新たに造林事業を開始する事業体等

林業事業体との連携による事業地拡大

水産業分野の施策の展開 ～ 若者が住んで稼げる元気な漁村 ～

分野を代表する目標

漁業生産額(宝石サンゴを除く)
水産加工出荷額

出発点 (H29) 470億円 ⇒ 現状 (R2) 412億円 ⇒ 4年後 (R5) 520億円 ⇒ 10年後 (R11) 545億円
 出発点 (H29) 199億円 ⇒ 現状 (R2) 200億円 ⇒ 4年後 (R5) 270億円 ⇒ 10年後 (R11) 290億円

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
- 新** 操業の利益を可視化するツールの対象漁業種類を拡大
 - 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) かつお・まぐろ漁業の振興

- 事業戦略の策定・実行支援による経営力の向上

(3) 定置網漁業の振興

- 拡** 事業戦略の策定・実行支援による経営力の向上
 - 事業戦略に基づく設備投資等への支援
 - 地元と協働した企業参入の促進

(4) 養殖生産の拡大

- 拡** プリ人工種苗の導入による養殖経営の安定化
- 拡** 養殖業への新規参入の促進

(5) 漁場の有効活用の促進

- 新たな漁法（小型底定置網）の導入
- 生産力向上のための漁場づくりを支援

(6) 漁村におけるサービス業の創出

- 拡** あゆを活用した地域活性化の取り組みを推進
 - 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

- 輸出に対応した加工施設の立地促進
- 拡** 輸出に適した加工用原魚の確保
- 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

- 拡** 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！



成長を支える取組の強化 担い手を安定的に確保！

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

- 拡** 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
- 拡** 関西圏での漁業就業フェアの開催
- 新** 県内での漁業就業フェアの開催
- 拡** オンラインを活用した新規就業者の確保
 - 就業希望者を対象とした短期・長期研修等の実施
 - 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

- 拡** 利益シミュレーションツールを活用した営漁指導
 - 新規就業者等の設備投資への支援
 - 新規就業者等における複数漁業種類の漁労技術習得を支援
- 拡** 事業戦略の策定・実行支援による経営力の向上（かつお・まぐろ漁業、定置網漁業）（再掲）

一般社団法人
高知県漁業就業支援センター

漁業所得を
向上！

柱3 流通・販売の強化

「外商」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** 消費地市場とのネットワークを生かした取引の拡大
- 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

(2) 輸出の拡大

- 拡** 有望市場への輸出支援を強化
- 新** 専門人材を配置し、県内事業者の取り組みへの支援を強化
- 拡** 輸出に適した加工用原魚の確保（再掲）

(3) 関西圏のパートナーと連携した販売拡大

- 拡** 卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大
- 拡** 産地外商公社と連携した「高知家の魚応援の店」への販売拡大
- 拡** 卸売市場関係者等との連携による輸出の拡大

(4) 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）



令和5年度の取り組みの強化のポイント【水産業分野】1 / 2

◆分野を代表する目標

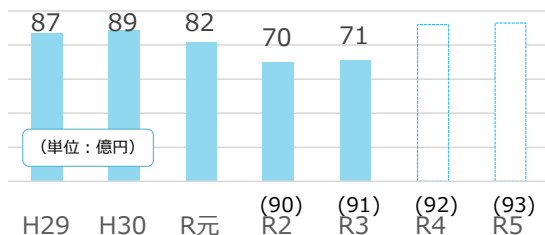
漁業生産額（宝石サンゴを除く）

単位：億円

	H29 (出発点)	H30	R元	R2	R3	R4	R5
目標	-	-	460	506	486	515	520
実績	470	497	471	412	-	-	-
達成度	-	-	A	C	-	-	-

R5年3月頃
公表予定

【図1】鮮魚の県内市場取扱額



()内は、第4期産振計画の目標値
資料：漁業協同組合水揚げ資料

キンメダイやメジカなどの不漁が続いており、R4年における1～11月までの取扱額（66.8億円）は、前年同期比103%に留まっている。そのため、R4年度の目標92億円は未達の見込み

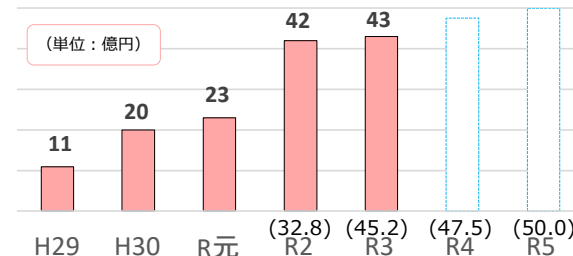
水産加工出荷額

単位：億円

	H29 (出発点)	H30	R元	R2	R3	R4	R5
目標	177	200	230	255	265	268	270
実績	199	233	246	200	-	-	-
達成度	S	S	A	C	-	-	-

R5年12月頃
公表予定

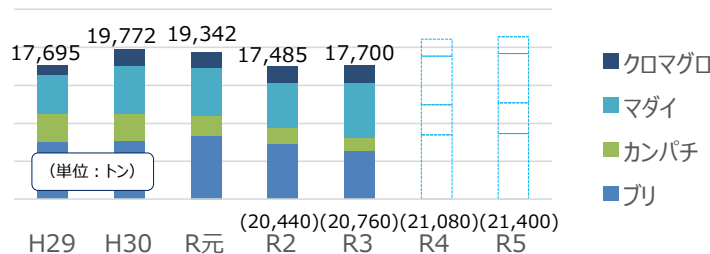
【図3】養殖魚の前処理加工出荷額



()内は、第4期産振計画の目標値
資料：加工事業者への聞き取り

R3年度のブリ稚魚の不漁による池入れ不足により、R4のブリ生産量が減少するため、R4の前処理加工出荷額は、前年（43億円）を下回る見込み。そのため、R4年度の目標47.5億円は未達の見込み。

【図2】養殖生産量（ブリ・カンパチ・マダイ・クロマグロ）



()内は、第4期産振計画の目標値
資料：農林水産統計

漁業者への聞き取りによると、R3年春先からのブリ稚魚の不漁による池入れ不足により、R4のブリ生産量が減少したため、R4の養殖生産量は、前年（17,700トン）を下回る見込み。そのため、R4年度の目標21,080トンは未達の見込み

◆課題

【効率的な漁業生産体制への転換】

①漁業者の減少や高齢化が進む中においても漁業生産を維持するためには、操業の効率化が必要

【定置網漁業の振興】

①定置網漁業の持続的な経営に向けて、事業戦略の策定・実行や法人化による経営の効率化・経営基盤の強化が必要

②魚価の安定化に向けて、付加価値の創出や豊漁時の価格下落を防止するための産地加工体制の強化が必要

【養殖生産の拡大】

①養殖生産量の拡大に向けて、既存漁場の有効活用や新たな漁場の確保が必要

②ブリ養殖の経営安定・生産量拡大に向けて、人工種苗の普及が必要

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント1 デジタル化や事業戦略の策定・実行等による漁業経営の改善

【効率的な漁業生産体制への転換】

①マリンイノベーションの推進による操業の効率化

新・操業の利益を可視化するツールの対象漁業種類を拡大

拡・水温・潮流予測の高精度化とキンメダイ釣り以外の漁業種類での活用

【定置網漁業の振興】

①事業戦略に基づく経営効率化等の取組への支援

・設備投資等への支援

・法人化への支援

②産地加工体制の強化

・新規加工施設の立地支援

拡・豊漁時の魚価安定等を図る冷凍保管ビジネスの仕組みづくり

【養殖生産の拡大】

①漁場の有効活用・新たな漁場の確保

・既存漁場の有効活用に向けた漁場利用状況の調査

新・新漁場候補地の選定に向けたデータ分析（水温、波高、海底地形）

新・上記調査等を踏まえた既存養殖業者の規模拡大、新規参入者の誘致

②ブリ人工種苗の普及

・人工種苗の生産拡大に必要な中間育成漁場の開拓

・養殖業者が人工種苗導入を判断するための飼育データの蓄積・解析及び提供

新・人工種苗による養殖ブリの取扱いを促進する助成制度の創設

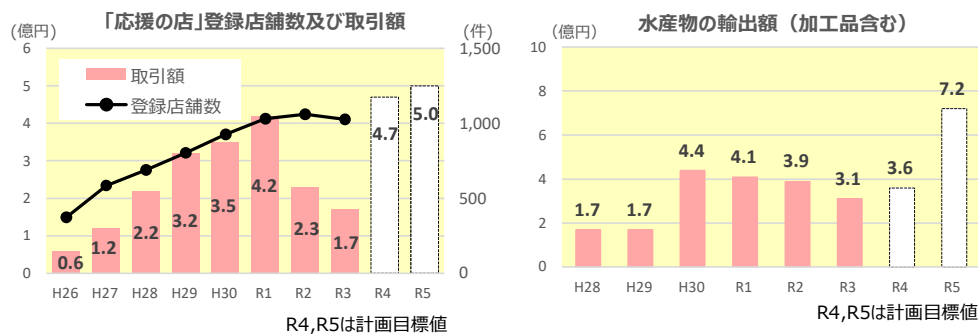
◆ 課題

【外商の拡大】

- ①新型コロナウイルス感染症の影響により減少した「応援の店」との取引の早期回復
- ②関東・関西卸売市場関係者と連携した販売促進によるさらなる県産水産物の認知度向上

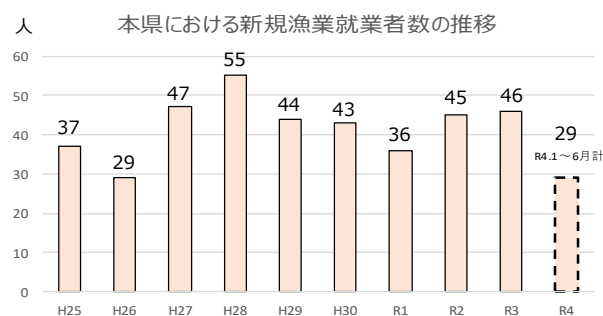
【輸出の拡大】

- ①新型コロナウイルス感染症の影響により減少した輸出の早期回復、新規販路開拓
- ②輸出先が求める衛生基準に対応するための加工施設の衛生管理体制の高度化が必要
- ③SDGsを意識した各種認証制度の取得による他産地との差別化、商品力・競争力の向上



【担い手の育成・確保】

- ①就業に繋がる可能性が高い県独自の漁業就業支援フェアの継続した開催が必要
- ②漁業就業セミナーを実施する県内外対象校の拡大が必要
- ③県外からの就業希望者を確保するためには、移住施策との連携の強化が必要
- ④県内在住者の掘り起こしを強化するためには、PRや相談機会の増加が必要
- ⑤将来の担い手確保に向けて、子どもたちに漁業の魅力を伝えることが必要



◆ 令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント2 コロナの影響緩和を見据えた水産物の外商強化

【外商の拡大】

- ①「応援の店」との取引拡大
 - 拡・取引の早期回復につながる施策（産地見学会、高知フェア）を拡充
 - 拡・取引拡大が見込める店舗への重点的な営業活動を実施
 - ・アドバイザーの派遣等によるニーズに応じた商品づくりの支援
- ②卸売市場関係者との連携による販売促進
 - 拡・販売が堅調な量販店や飲食店チェーンにおいて、農産物等を加えた高知フェアを実施

【輸出の拡大】

- ①商流の早期回復、新規販路の開拓
 - 新・専門人材を配置し、県内事業者の輸出拡大の取組への支援を強化
 - 新・卸売市場関係者や商社等と連携した新規販路の開拓や商流確保、販売促進
 - ・有望市場(中国・米国)でのプロモーションの強化 (地産地消・外商課と連携)
 - ・食品海外ビジネスサポーターによる市場調査を基にした商品開発の支援
- ②国際的な認証制度の取得促進
 - ・生産・加工流通販売における認証（ASCなど）の取得支援
 - ・加工施設の衛生管理における認証（ISOなど）の取得支援

ポイント3 漁業就業希望者の掘り起こしをさらに強化

【担い手の育成・確保】

- ①県独自の漁業就業支援フェアの強化
 - 拡・より効果的なPRと出展事業者へのサポートにより大阪での県独自のフェアを強化
 - ②県外専門学校や県内高校での漁業就業セミナーの拡充
 - 拡・関西における動植物や釣りの専門学校や、県内高校での漁業就業セミナーを拡充
- ③県外における就業希望者の確保
 - 新・移住促進・人材確保センターと連携し、オンラインを活用した参加しやすい漁業就業セミナーやきめ細やかな相談会の開催
- ④県内での就業希望者の確保
 - 新・漁業就業支援フェアを県内で開催することで、潜在的な就業希望者を掘り起こし
- ⑤小学生向けの本県漁業の魅力の発信
 - 新・わかりやすい本県漁業の紹介動画を作成し、PRを実施

養殖業における生産及び輸出の拡大

目標に対する現状・課題

【目標】

- 第4期産業振興計画（R5目標数値）
 - ・ 養殖生産量：21,400トン
〔ブリ8,650トン、カンパチ4,050トン、マダイ6,500トン〕
 - ・ 大型養殖ブリ※生産尾数：5万尾（輸出尾数R4:1.6万尾）
 - ・ 水産物の輸出額：7.2億円



※人工種苗育成魚5kgup

【現状】

- ・ 既存漁場は空きスペースが少ない
- ・ 天然種苗に依存するブリ養殖は、採捕状況により生産量が不安定
- ・ 計画生産できるブリ人工種苗は県内では導入が進んでいない
- ・ サステナブルの観点から人工種苗の海外ニーズが高まっている
- ・ コロナウイルス感染症の影響により輸出額は減少傾向で停滞

【課題】

- ・ 増産のための漁場拡大、海外マーケットのニーズに対応した人工種苗の普及が必要
- ・ 既存取引先との取引回復や新規取引先の開拓等による輸出拡大

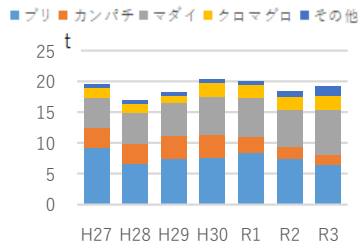


図1 養殖生産量の推移

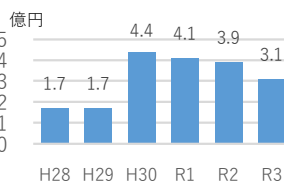


図2 水産物輸出の推移

取り組みの方向性

天然資源の減少や気候変動に伴う海況変化による不安定な漁獲状況において、漁業生産量を確保していくために、計画生産が可能である「養殖業」の生産拡大に向けた取り組みを推進

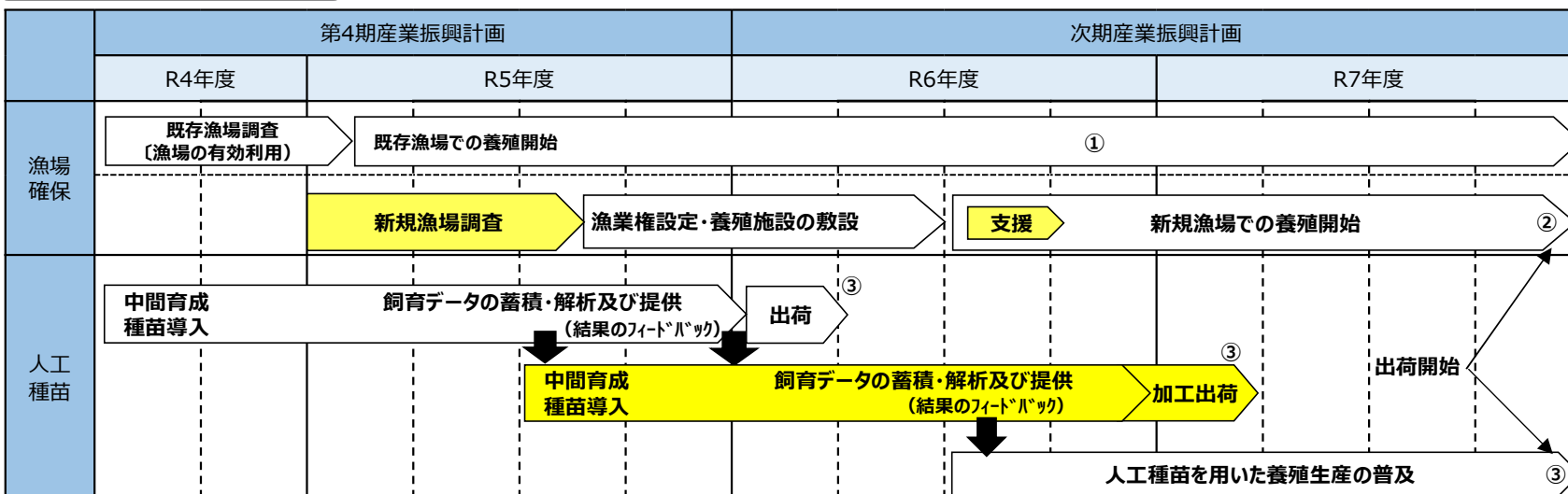
- ◎ 増産のための**新たな漁場の確保**
- ◎ 計画生産が可能で海外マーケットのニーズに対応できる**人工種苗の普及を促進**
- ◎ 米国や中国等の有望市場への新たな販路開拓に**取り組み輸出を拡大**

R5年度の取組

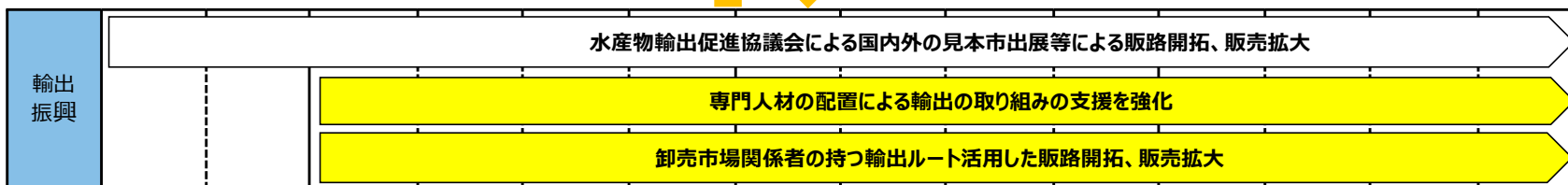
- ◎ 新規漁場の確保
 - 新** 新たな養殖候補地の選定に向けた水温、波高、海底地形等のデータ分析
- ◎ ブリ人工種苗の導入促進
 - 新** 生産者に加え加工販売事業者が一体となった取り組み事例の創出
- ◎ 輸出の拡大
 - 新** 専門人材の配置により支援体制を強化し卸売市場関係者と連携した取り組みを推進



今後のスケジュール



マーケットインの視点による養殖生産の拡大 ↑ ↓ 養殖生産の増による輸出の拡大



取り組み効果

【養殖生産の拡大】

- ★ ①～③の取り組みを推進することによって増加
 - ① 既存漁場有効利用による生産
 - ② 新規漁場での生産
 - ③ 人工種苗を用いた生産

【人工種苗の普及】

- ★ 生産ノウハウの蓄積、事例を活用し人工種苗の導入が促進

【輸出の拡大】

- ★ 下記の取り組みにより養殖魚の輸出が増加
 - ・ 営業力の強化
 - ・ 生産量の増加
 - ・ 人工種苗による競争力の強化

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 出発点 (H30) 5,945億円 ⇒ 現状 (R2) 5,472億円 ⇒ R4 6,350億円以上 ⇒ 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1 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 事業戦略の実現に向けた実行支援の強化

- 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底と実行支援

2 生産性向上（省力化・高付加価値化）の推進

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

3 SDGsを意識した製品や特徴ある製品の開発促進

- 拡** 環境負荷の低減に資する製品・技術開発の支援
- 産業振興センター、公設試験研究機関による製品・技術開発の支援
- 現場ニーズに応じた防災関連製品の開発促進
- 紙産業の振興に向けた高機能紙や新素材の開発促進（土佐和紙総合戦略の実施等）

4 高知県の特長を生かした企業誘致の推進

- 様々な機会を捉えた企業誘致の推進
- 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
- 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と早期分譲（南国日章産業団地の早期売却）



南国日章産業団地

外商の強化

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

1 産業振興センターと連携した販路拡大

- 拡** 外商サポート強化による販路拡大
 - 技術の外商サポートによる受注拡大
 - 防災関連製品の販路開拓



2 海外展開の促進

- 新** 海外展開に取り組む企業の掘り起こしと伴走支援体制の強化（海外ビジネス交流会の開催、ものづくり海外戦略アドバイザーの配置、海外戦略支援会議の開催）
- 新** 現地サポートデスク（タイ、ベトナム）設置による現地支援体制の強化
- 拡** 見本市等のエリア拡大による商談機会の確保
 - 外国人材を活用した海外展開の促進

3 関西・高知経済連携強化戦略に基づく外商の強化

- 拡** 大規模見本市への出展や商談会の開催等による商談機会の確保



商業の強化

柱3 商業サービスの活性化

1 関係機関との連携による地域の商業者の経営力強化

- 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

2 地域商業の活性化

- 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・実行支援等）
- 新** デジタル技術の活用による商店街の活性化の検討
- 事業者の育成と新規創業への支援



成長を支える取り組みの強化

柱4 デジタル技術の活用による生産性の向上と事業構造の変革の促進

1 産業集積の加速化

- 拡** IT・コンテンツ関連企業の誘致
- 拡** 高知デジタルカレッジによる人材育成の充実・強化
 - デジタル人材の確保及び活用促進

2 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創出の促進
- デジタル技術を活用した課題解決に向けた製品やサービス開発の支援

3 県内企業のデジタル化の促進

- 拡** 県内企業のデジタル技術を活用した取り組みの支援



海面養殖業におけるIoTを活用した給餌システム



顧客データを蓄積・分析



受注システム

柱5 事業承継・人材確保の推進

1 円滑な事業承継の推進

- 拡** 事業承継・引継ぎ支援センターと連携した円滑な事業承継の促進

2 人材の育成・確保の推進

- 拡** 新規卒業者等の県内就職促進と定着支援
- 拡** 移住施策と一体となった中核人材の確保
- 拡** 外国人材の確保・活躍
- 拡** 就職氷河期世代の就職支援
 - 産業界と連携した人材育成と仕事の魅力を訴求する情報発信
 - 伝統的工芸品産業等の人材育成



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推進認証企業の拡大等）
 - 新規高卒就職者の離職防止



ワークライフバランスの確保に取り組んでいます
WORK LIFE BALANCE OFFICE
高知県ワークライフバランス推進協議会

◆分野を代表する目標：製造品出荷額等

単位：億円

	H30 (出発点)	R元	R 2	R 3	R 4	R 5
目標	5,900	6,000	6,100	6,200	6,350	6,500
実績	5,945	5,855 (5,811)	5,472	-	-	-
達成度	A	B	B	-	-	-

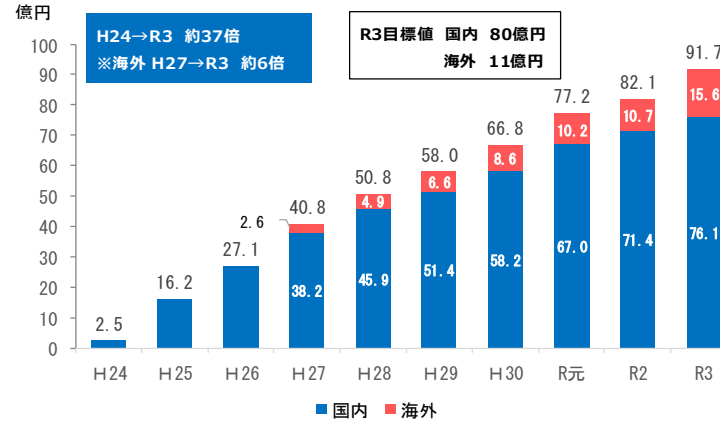
実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない（国統計の調査方法の変更による） [参考] R元の()は個人経営を含まない数値

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

【図1】製造品出荷額等の推移



【図2】産業振興センターの外商支援による成約額



R3年度目標を達成。ただし、国内分は展示会商談会の中止等により目標未達。一方、海外分は大型案件の成約があり目標達成

【図3】製造業の労働生産性（従業者1人当たり付加価値額）



労働生産性は近年上昇傾向にあったが、R2は新型コロナの影響により前年を下回った。また、全国値の6割程度と依然大きな開き
→ 担い手不足が深刻化する中、生産規模を維持・拡大していくためには、**デジタル技術の導入**や**設備投資の促進**等により効率化・省力化を進め、労働生産性を高めていくことが必要

◆目標達成に向けて、デジタル化・グリーン化・グローバル化を加速化させるとともに、担い手の確保や事業承継の取組を強化◆

◆課題

1. デジタル化

①デジタル化に取り組む企業の裾野を拡げる取組（量的な拡大）

・アンケートの結果によると、従業員数20人以下の企業では、52.3%が「デジタル化は必要ない」と回答。また、21人以上の企業では、デジタル化に課題意識を持っている（「ツールの導入コストが高い（58.2%）」、「デジタル化を推進する人材の不足（41.8%）」）

②ステップアップのための支援策の強化（質的な向上）

・県内企業のデジタル化のうち、DXと呼べる事例はほとんど生まれていない

→県内中小企業のデジタル化促進のためには、**デジタル化に取り組む企業の「量的な拡大」と、デジタル技術活用の取組を高める「質的な向上」の両方が必要**

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

1. デジタル化

①デジタル化に取り組む企業の裾野を拡げる取組（量的な拡大）

- ・**新産業振興センター、商工会、商工会議所等の支援機関によるプッシュ型の意欲喚起**
→「デジタル化診断ツール」（中小企業庁）の活用を呼びかけていく
→小規模事業者のデジタル化支援体制の強化を図る（週3日→常勤化）
- ・**拡 企業向けのセミナーをデジタル化につながる実践的な内容に拡充（高知デジタルカレッジ）**
- ・**新 デジタル化促進のための補助制度の創設（12月補正）**
→「**一般枠**」で**デジタル化に取り組む企業の拡大を目指す**

②ステップアップのための支援策の強化（質的な向上）

- ・**拡 産業振興センターによる伴走支援を通じて、DX事例創出に向けた企業の掘り起こし**
- ・**拡 デジタル技術活用を進める企業向けの講座内容を拡充（高知デジタルカレッジ）**
- ・**新 デジタル化促進のための補助制度の創設（12月補正）【再掲】**
→「**デジタル化加速枠**」で**デジタル化の取組の質の向上を目指す**

◆ 課題

③ 中山間地域へのITコンテンツ関連企業誘致の促進

- ・既進出企業のほとんどは人材確保の容易な高知市に立地。中山間地域への進出は、進出先自治体とのつながりに基づく事業展開や、経営者層等に地元出身者がいることなどを背景にした立地にとどまっている
- 高知市に立地した既進出企業及び県内企業の中山間地域へのサテライトオフィスの進出の促進が必要
- 中山間地域への進出を促進するためには、県と市町村との連携強化が必要
- 県による情報発信や補助制度の充実による、市町村の取組の後押しが必要

2. グリーン化

- ・脱炭素化に向けて取り組んでいる県内企業は、県内では比較的規模の大きい企業であり、中小企業の脱炭素化に向けた動きはまだ鈍い
- 脱炭素化に取り組む中小企業の裾野の拡大と関連製品・技術の充実により中小企業の参画を促進する仕掛けが必要

3. グローバル化

① 企業の海外展開支援

- ・海外展開に取り組むものづくり企業数は伸びてきてはいるが、実績を上げているのは一部の企業にとどまっている
- ・コロナ禍で停滞していた海外展開の動きが再開してきている
- 海外展開に取り組む企業の掘り起こしと取組みを継続し成果を上げていくためには、県内・海外での支援体制の強化が必要

② 外国人材確保・活躍戦略の推進

- ・ベトナム、インドにミッション団を派遣するなど、外国人材確保に向けて着実に取組を推進しているが、相手国との関係強化や「選ばれる高知県」となるためには、次のステージに向けた展開が重要
- 相手国との関係強化や本県の魅力向上に取り組むことが必要

4. 担い手の確保

① 働き方改革の推進

- ・企業において働き方改革関連法の対応は進みつつあるが、働きやすさや働きがい向上をさせる働き方改革に取り組んでいる企業は一部にとどまっている
- 継続して従業員の働きやすさや働きがい向上をさせる取組を行う企業の裾野を拡大していくことが必要

② 新規学卒者等の県内就職支援

- ・県内就職の可能性のあるより多くの学生等に県内の企業や就職の情報を届けること及び定着しつつあるオンライン就活への県内企業の対応力向上が重要
- デジタル技術を活用した効率的・効果的な情報発信と採用コミュニケーション力の磨き上げが必要

5. 事業承継

- ・多くの事業者が事業承継の相談をしないままに廃業を選択するなど、事業承継の認知不足と、事業承継案件を事業承継・引継ぎ支援センターへの相談につなげる取組が不十分
- ・相談のうち成約に至る件数が少ない
- 事業継続の手段としての事業承継の認知度を高めることや、事業者の減少が特に多い中山間地域に対してより踏み込んだ支援を行うことが重要
- また、増加しつつある女性の事業承継の視点も盛り込んだ施策の検討

◆ 令和5年度の取り組みの強化のポイント

③ 中山間地域へのITコンテンツ関連企業誘致の促進

- ・**拡** 情報発信の強化（**市町村情報や中山間地域への誘致を意識したコンテンツの充実**）
- ・**拡** 補助制度の充実（**補助要件の緩和等**）

2. グリーン化

- ・製品・技術開発の裾野拡大（**拡 補助下限額の引下げ**）
- ・**拡** プラスチック代替素材以外へのプロジェクトの拡大
（例：農業残渣、端材などの未利用バイオマス資源有効活用への展開）

3. グローバル化

① 企業の海外展開支援

- ・海外展開に取り組む企業の掘り起こしと伴走支援体制の強化（**新 海外ビジネス交流会の開催**、**新 ものづくり海外戦略アドバイザーの配置**、**新 海外戦略支援会議の開催**）
- ・産業振興センターの相談窓口機能の拡充（**拡 海外展開サポートデスクの設置**）
- ・**新 現地サポートデスク（タイ、ベトナム）設置による現地支援体制の強化**

② 外国人材確保・活躍戦略の推進

- ・ベトナム・インド等の人材送り出し国及び各総領事館との関係の強化
- ・**拡** ベトナム・ラムドン省とのMOUを活用した人材受け入れの強化
（例：現地キーパーソンを招へいし、本県の魅力をPR）
- ・**新** 外国人雇用実態調査の実施

4. 担い手の確保

① 働き方改革の推進

- ・**新** 社会保険労務士等の土業と連携した働き方改革の推進（女性活躍や男性育休取得などの社内体制整備に向けた土業によるコンサルティング）

② 新規学卒者等の県内就職支援

- ・**新** 学生等への情報発信の強化（デジタルマーケティング等の活用）
- ・オンライン就活に対応した県内企業の採用力向上の支援

5. 事業承継

- ・**拡** 事業承継の認知度向上のための広報の強化（広報番組等）
- ・事業承継取扱窓口・チャネルの拡充（**新** 土業専門家へ補助金の周知を徹底、**新** 事業引継ぎをミッションとした地域おこし協力隊員の募集を市町村に働きかけ）
- ・マッチング対策・中山間対策の強化（**新** 中山間地域に買い手事業者を誘致するための補助制度の創設、**新** 承継後の新たな事業展開・経営の安定化に資する取組への補助）
- ・**新** 女性の事業承継の促進（セミナー等を通じた成功事例の紹介）

ものづくり企業の海外展開支援のさらなる強化

現状	<ul style="list-style-type: none"> 産業振興センターの海外外商支援成果額は、H27の2.6億円からR3は15.6億円に達するなど順調に伸びているが、支援対象企業53社のうち、実績の上がっている企業はここ数年20社程度で推移 コロナ禍で海外展開が停滞していたが、令和4年度はウイズコロナの海外展開を再開する企業が増えつつある。
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 人口減少などを背景に国内市場のさらなる縮小が見込まれる中、海外市場へ挑戦する企業の裾野を広げ、各企業が安定して成長していくことで、高知県全体の産業振興の促進につなげる。 →ニッチな産業が多い高知県のものづくり企業の段階に応じた様々なニーズにタイムリーかつ継続的に支援できる体制の構築 →各企業の海外戦略に基づき、海外展開の取り組みが成果をあげるとともに、その事業の安定・拡大に寄与する。


R5 戦略の柱

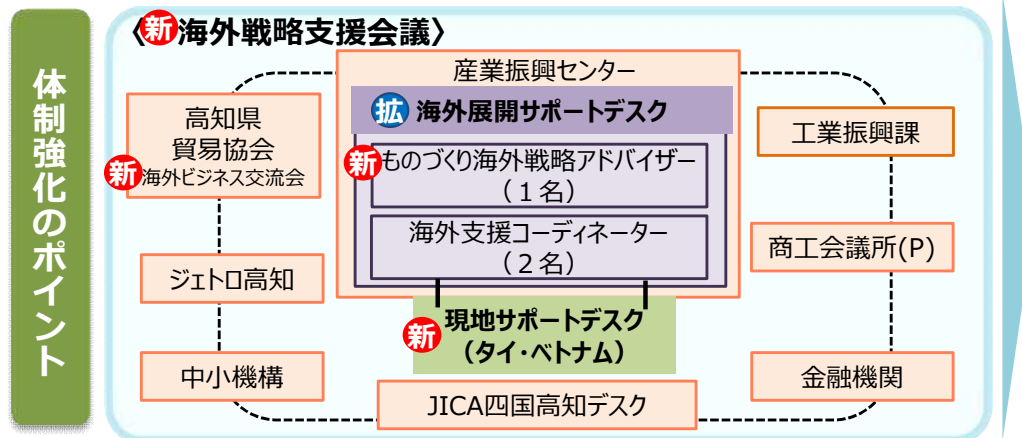
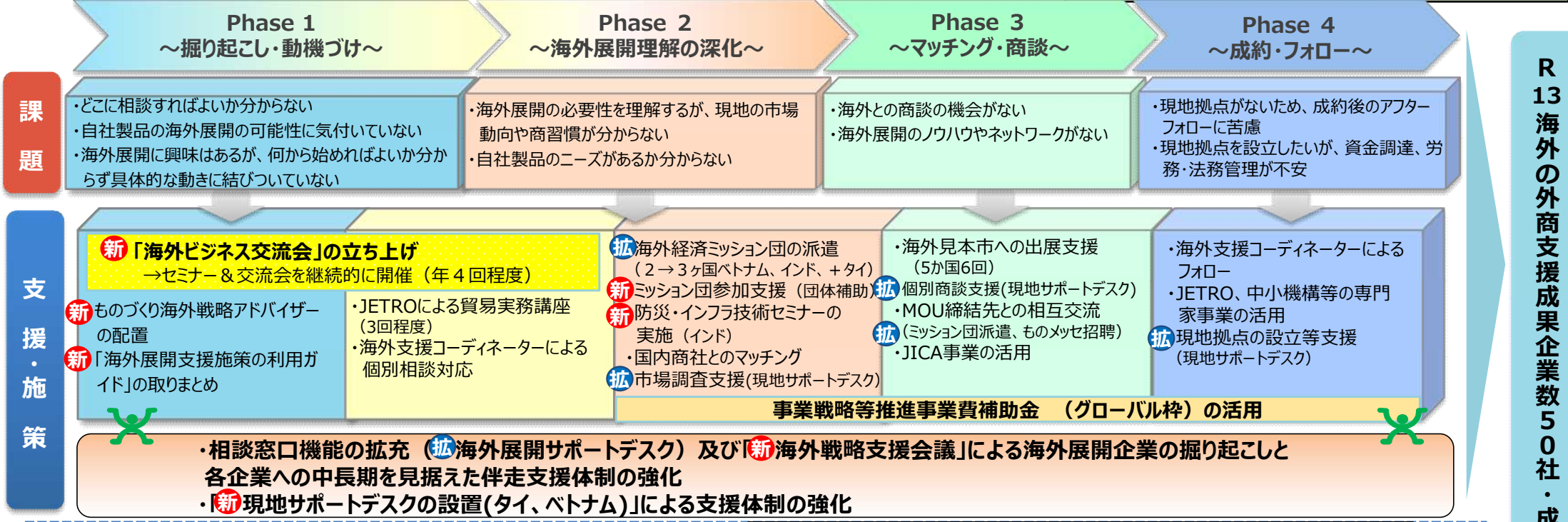
①海外展開企業の掘り起こしと各企業への中長期を見据えた伴走支援体制の強化

- 海外ビジネス交流会の立ち上げ
- ものづくり海外戦略アドバイザーの配置
- 海外戦略支援会議の開催

②現地支援体制の強化

- 現地サポートデスクの設置





①掘り起こし、伴走支援体制の強化（海外戦略支援会議の開催等）

- 新たに「海外ビジネス交流会」を立ち上げ、海外ビジネスに取り組んでいる企業や関心のある企業のネットワーク化を図るとともに、支援施策や海外ミッション団派遣の情報提供を行い、海外ビジネスのノウハウの共有や意欲を喚起する。
- 高知県産業振興センターの相談窓口機能を拡充し、「海外展開サポートデスク」の設置）、新たに「ものづくり海外戦略アドバイザー」を配置することに加え、「海外戦略支援会議」を月1回程度開催することにより、各支援機関が連携して海外展開に取り組む企業の掘り起こしと各企業の海外戦略の実行支援の強化を図る。

②現地支援体制の強化（現地サポートデスクの設置）

- アジア諸国・地域の中で、①県の取組の継続性②海外展開に係るアンケート結果③防災関連産業の振興（防災需要が高い国）④市場の将来性などの観点から、6か国・地域（タイ、ベトナム、台湾（オフィスあり）、インドネシア、フィリピン、インド）を重点国とし、中でも海外展開の支援ニーズの特に高いタイ、ベトナムに「現地サポートデスク」を設置し、県内企業の様々なニーズに対応する。

R13 海外の外商支援成果企業数50社・成果額50億円を目指す！ 16

観光分野の施策の展開 ～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 出発点(H30) 1,104億円 ⇒ 現状(R3) 699億円 ⇒ R4 1,130億円以上 ⇒ 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 出発点(H30) 441万人 ⇒ 現状(R3) 267万人 ⇒ R4 450万人以上 ⇒ 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

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

- ・県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進
- 拡** 草花スポットを中心に地域ならではの食、自然体験、観光資源を周遊できる仕組みづくり
- ・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
- 拡** デジタルデータ等の活用による滞在型観光プランの拡充・見直し
- ・SDGsの達成に寄与する観光商品の造成

(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

- ・広域観光組織の体制及び機能強化（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
- ・法人化や観光庁登録DMO化への支援強化

(3) 関西圏からの誘客を図る観光地の磨き上げと「外貨を稼ぐ」仕組みづくり

- ・自然・体験型観光基盤を生かしたツーリズムの推進
（サステナブルツーリズム、Greenツーリズム、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進）
- ・県全域で広域を単位とする幅と厚みのある「外貨を稼ぐ」滞在型の観光地域づくりを推進（再掲）

柱4 国際観光の推進

(1) 海外セールス拠点等を活用した旅行商品の拡充

- 拡** 万博と高知を結びつけた旅行商品づくり
- ・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) 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出

- ・大阪観光局等と連携した旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓

(3) 関西圏や四国他県と連携した周遊商品づくりの推進

- 拡** 大阪を起点とした四国周遊ルートの拡充
- ・四国他県と連携した広域周遊商品づくりの推進

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

柱2 効果的なセールス&プロモーション

(1) 連続テレビ小説を生かしたプロモーションの強化

- 拡** 観光博覧会「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じたプロモーションやセールス活動の展開
- 拡** 牧野博士ゆかりの地と連携したPR
- 拡** 女性誌やSNSを活用した全国への情報発信

(2) サステナブルツーリズムの推進

- ・サステナブルを切り口にした観光プロモーションの実施

(3) 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの推進

- ・関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致
- ・自然環境を生かしたスポーツ大会の開催促進及び県内各地のスポーツツーリズムの魅力伝えるプロモーションの実施
- ・高知龍馬マラソンの開催

(4) 関西圏からのより一層の誘客を目指した高知観光の訴求

- ・関西の拠点での観光情報の発信
- ・関西圏を中心としたプロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致（再掲）
- 拡** 牧野博士ゆかりの地と連携したPR（再掲）

観光博覧会
「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」を通じた
観光振興

“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

柱3 おもてなしの推進

(1) バリアフリー観光の推進

- ・相談窓口の設置とモニターツアー等の活用による情報発信

(2) こうち旅広場・各観光案内所におけるコンシェルジュ機能の強化

- 拡** デジタルサイネージを活用した旬の情報の発信
- ・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

- ・観光関連施設の「Wi-Fi、トイレ、キャッシュレス、多言語対応」の受入環境整備を推進
- 拡** 専門家による宿泊施設の魅力向上に向けたアドバイスと実践支援
- ・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

- ・龍馬バスポートの実施
- ・しまんと・あしずり号等による二次交通網の活用
- 拡** デジタルサイネージを活用した旬の情報の発信（再掲）

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

柱4 国際観光の推進

(4) インバウンド回復に向けた施策の展開

- 拡** 重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力伝えるプロモーションの推進
- 拡** 欧米豪をメインターゲットとした高付加価値旅行者の誘客

(5) 四国ツーリズム創造機構（広域連携DMO）を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションの展開

- ・広域周遊観光促進事業等による四国が一体となったセールスとプロモーションの実施

(6) 大阪・関西万博を見据えた施策の展開

- 拡** 大阪観光局や関西エアポート等と連携した誘客プロモーションの実施
- 新** 大阪観光局や関西エアポートとの共同によるマーケティングの実施

全体を下支え

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
- ・広域観光組織の体制及び機能強化（地域おこし協力隊制度を活用）（再掲）

- ・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）
- 拡** デジタルデータの活用による滞在型観光プランの拡充・見直し（再掲）
- ・SDGsの達成に寄与する観光商品の造成（再掲）

◆分野を代表する目標：観光総消費額

単位：億円

	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	1,199	1,230	1,053	1,096	1,130	1,288
実績	1,104	1,096	648	699	-	-
達成度	B	B	D	D	-	-

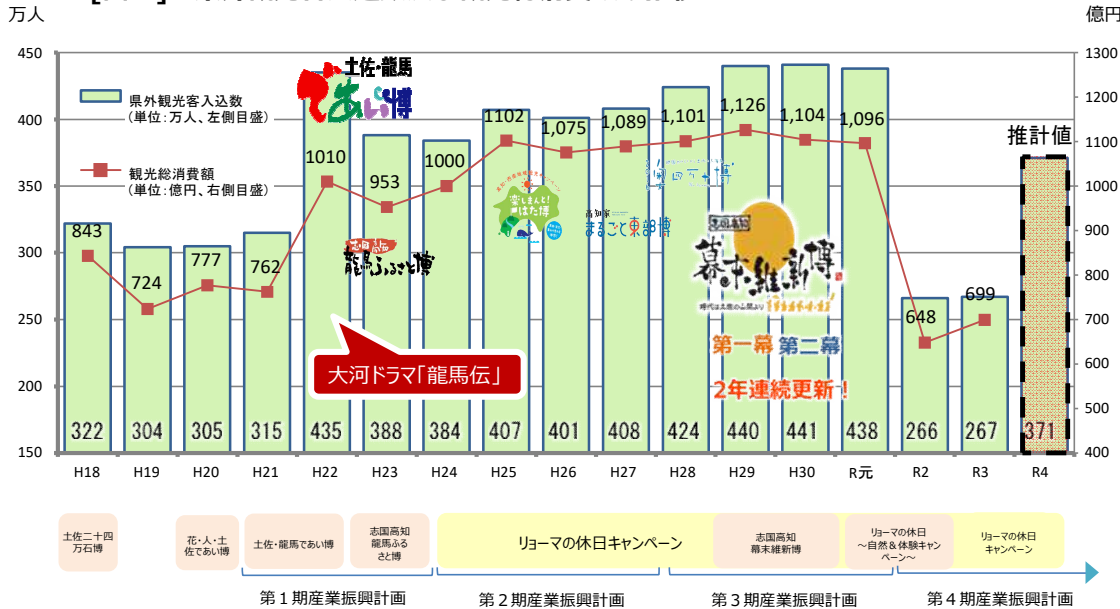
◆分野を代表する目標：県外観光客入込数

単位：万人

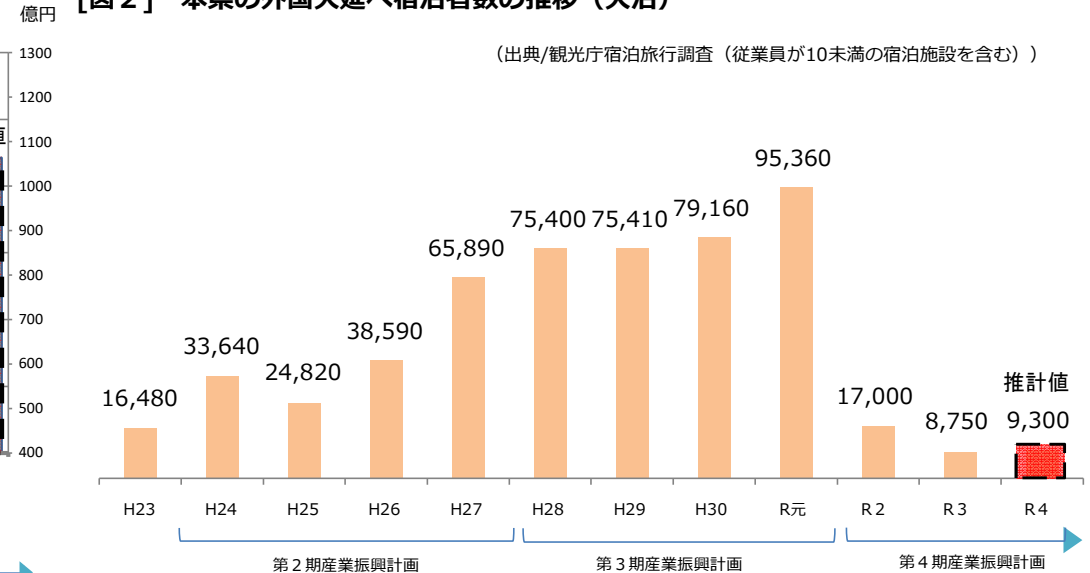
	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	440	435	400	435	450	460
実績	441	438	266	267	-	-
達成度	A	A	D	D	-	-

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

【図1】 県外観光客入込数及び観光総消費額の推移



【図2】 本県の外国人延べ宿泊者数の推移（人泊）



◆分野を代表するR4年度到達目標の達成状況

- ・県内の主要観光施設の利用者数は、新型コロナウイルスの影響を受けたものの全体として回復基調にあり、特に10月以降は、全国旅行支援をはじめとする需要喚起策の効果もあり、コロナ前の水準まで戻ってきている。
- ・県外観光客入込数の目標達成は厳しい状況となっているが、令和元年の8割を超えるものと見込んでいる。

◆課題

- 1 令和5年4月から放送される連続テレビ小説『らんまん』を県観光の振興に最大限に生かすために、
 - 観光資源の磨き上げやガイド養成をはじめ、渋滞対策など観光客の受入態勢を充実させる必要がある
 - 留意点（草花をテーマにした観光地づくりを進めて県観光の新たな基盤とするとともに、ドラマ終了後も地域の財産として残していくこと）
 - 県観光の起爆剤とするため、セールス&プロモーションを展開して全国からの誘客を図る必要がある
 - 留意点（本県への主たる観光客層に加えて「女性」「若者」などの新しいターゲット層を取り込み、「高知ファン」の厚みを増していくこと）
 - 連続テレビ小説『らんまん』テレビ放映終了後の盛り上げの継続が必要
 - 留意点（閑散期の冬前から次期誘客戦略を意識した高知県の強みである自然などを素材としたサステナブル等を切り口とした取り組みの実施）
- 2 インバウンドの本格的な再開と大阪・関西万博等を見据えて、
 - 本県の強みである自然を生かした高知県観光を打ち出していく必要がある
 - ・高知が目的地となるための強いコンテンツが必要
 - ・高知の強みである自然に訴求したセールスやプロモーションが必要
 - 関西戦略と連動して関西圏からの誘客を図る必要がある
 - ・大阪観光局や関西エアポート等関係機関と連携した高知県への送客の取り組みが必要
 - ・大阪・関西万博を見据えた旅行会社へのセールスの展開が必要
- 3 滞在型観光を一層推進するために、
 - デジタルデータ活用のさらなる強化が必要
 - ・デジタルデータ活用のさらなる強化のために、実証事業数を増やす必要がある
 - 広域観光組織の滞在型観光プランづくりとの連動性を高める必要がある
 - ・広域観光組織等のデジタルデータ活用スキルをさらに向上させるためのワークショップや実証事業の実践（経験の積み上げ）が必要
 - サステナブルツーリズムを県全体で推進していく必要がある
 - ・サステナブルツーリズムについて関係者が共通認識を持つための指針が必要

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント1

連続テレビ小説を生かした更なる観光振興

【受入態勢の整備】

- 1 草花スポットを中心に地域ならではの食、自然体験、観光資源を周遊できる仕組みづくり
 - ・草花をメインとする地域でのガイドプランの整備
 - ・デジタルラリーなどを活用した県域での周遊促進
- 2 デジタルサイネージを活用した旬の草花情報の発信
- 3 メインエリアにおけるシャトルバスの運行などの渋滞対策の実施

【セールス&プロモーション】

- 1 牧野博士ゆかりの地（練馬区・神戸市など）と連携したPR
- 2 女性誌やSNSを活用した全国への情報発信
- 3 首都圏や関西圏の大型店舗とのタイアップによるプロモーション

ポイント2

大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の強化

【インバウンド向けの魅力ある観光地づくり】

- 1 外国人有識者を交えた強いコンテンツの検討
- 2 万博と高知を結びつけた旅行商品づくり

【セールス&プロモーション】

- 1 大阪観光局との共同マーケティング調査や関西エアポートが保有するビッグデータによる訪日外国人観光客の分析及び誘客策への活用
- 2 早期回復に向けた東アジア等へのセールス強化
 - ・コロナ前に本県へ多く訪れていた重点国・地域を中心に海外旅行会社等へのセールスを強化
- 3 欧米豪をメインターゲットとした高付加価値旅行者の誘客
 - ・高知が目的地となる強いコンテンツを打ち出し、個人向け旅行商品を扱う海外旅行会社等へのセールスや有力メディアを活用した情報発信を強化

ポイント3

滞在型観光の一層の推進

【デジタルデータを活用した観光地域づくりの強化】

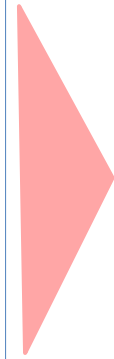
- 1 デジタルデータの活用による滞在型観光プランの拡充・見直し
 - ・広域観光組織でデジタルデータに基づく周遊促進、滞在時間延長等に向けた実証事業を、繰り返し行うことにより、観光施策の実効性を高める
 - ・企画立案ワークショップの実施等による観光商品のマーケティング支援

【宿泊施設の魅力向上】

- 1 連泊を推進するための魅力向上

【サステナブルツーリズムの推進】

- 1 高知版サステナブルツーリズムを推進するための指針の策定



「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」 当面のプロモーション等の展開 (案)

年度	令和4年度			令和5年度 (2023)										
四半期	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1-3月		
トピック・企画等	ドラマの動き	●2月頃～番組宣伝		重点PR期間 (スタートダッシュ)			重点PR期間 (下期向け)							
	博覧会全体	★2/4～プレイベント開始	★3/4 (予定) 桂浜公園グランドオープン (3/11～4/23 花装飾)	★3/25 博覧会開幕!	●4/3～「らんまん」放送開始	●4/24 牧野博士生誕日 (首都圏でのミニイベント開催)	★サボテンと多肉植物展	★オオオバス	★夜の植物園	●9/下旬「らんまん」放送終了	ナイトイベント			
	牧野植物園トピックス	ラン展 (2/4～2/26)	こんこん山 花イベント (仮) (3/25～6/4)		★えびね展	★さつきまつり	★ガイドウォーク	★ガイドウォーク「のろう!」	★ガイドウォーク	★観月会	★ガイドウォーク	★ガイドウォーク	★ガイドウォーク	ラン展・ワークショップ
	メインエリア	★2/4～10/15 特別企画展「植物学者 牧野富太郎の歩み」(第一弾) (青山文庫)			★2/4～10/15 特別企画展「植物学者 牧野富太郎の歩み」(第二弾) (青山文庫)			★8/19ほか コロギラン観察会 (越知町)			★10/17～特別企画展 (第二弾) (青山文庫)			
	見頃の花とPR	パイカオウレン・ラン・椿		梅・桜・ハナモモ	あじさい		スイレン		ひまわり		コスモス		紅葉	梅・福寿草
	ゆかりの地めぐりマップの発行													
	デジタルサイネージを活用した旬の草花・グルメ・イベント情報の発信 (公式HPでも同内容を発信、サイネージ設置10箇所: 牧野植物園、こうち旅広場、桂浜公園、高知龍馬空港、南国SA下、こうち観光ナビ・ツーリストセンター、さかわ観光協会、越知町観光協会、安芸観光情報センター、四万十市観光協会)													
	マスメディアを活用した広報	全国に情報発信ができるメディア等との連携による露出の拡大 TV番組タイアップ (全国向け15本以上、関西向け10本以上、中四国向け25本以上) ・近隣県へのCM放送 (中四国向け) ・その他 (情報番組、雑誌、新聞等) 旬の花や食の情報発信												
	各種連携企画	30～40代向け、女性向け雑誌タイアップ (婦人画報、Brutus、Hanako、ことりつ、OzTRIP 等)			夏休み・SWに向けた広報			30～40代向け、女性向け雑誌タイアップ			ナイトイベント等の冬場に向けた広報			
	航空会社・交通広告等	ANA・JAL・FDA等 機内誌やWeb広告など			ANA・JAL・FDA等 機内誌やWeb広告など			ANA・JAL・FDA等 機内誌やWeb広告など			ANA・JAL・FDA等 機内誌やWeb広告など			
ゆかりの地等と連携したPR	★2/27～1ヶ月程度 練馬区立牧野記念庭園でのパンフレット配架等			★3/26 練馬区プレイベントでのPR			★5/14 照姫まつりでのPR			★5/28 アニメプロジェクトin大泉でのPR				
基本的なPR	公式HPでの情報発信 特集ページ掲載													
誘致	旅行会社向けセールス等													
受入	各種特別イベント等													
二次交通対策	★2/4～5/28の土日祝等 「さかわ・おち花＊花ループバス」運行													

令和5年度移住促進策の方向性 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 出発点(H30)934組 ⇒現状(R3)1,167組
⇒**4年後(R5)1,300組**

移住者数
の推移

H23	H25	H27	H28	H29	H30	R元	R2	R3
120組 241人	270組 468人	518組 864人	683組 1,037人	816組 1,198人	934組 1,325人	1,030組 1,475人	963組 1,394人	1,167組 1,638人

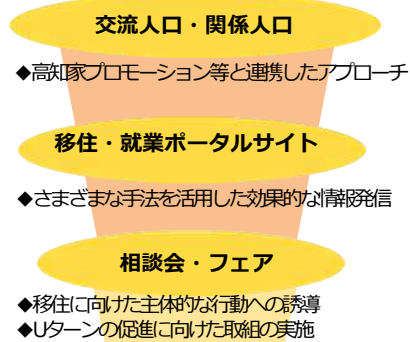
強化の方向性

- 1 デジタル技術の活用による接触機会の拡大
- 2 Uターン者を増やすための取組の強化
- 3 中山間地域に移住者を受け入れるための環境の充実

- 第4期産業振興計画の最終目標である「年間1,300組」の達成
- 中山間地域における担い手の育成・確保

《戦略の柱と移住・定住に向けた取組》

戦略の柱1 裾野を広げる



《強化のポイント》

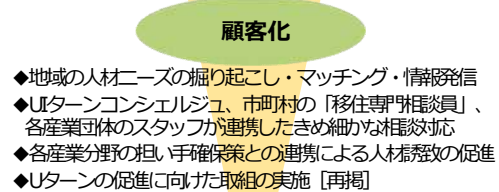
ポイント1 ターゲットへの効果的なアプローチ

- ① 関係人口へのアプローチ
 - ・「高知家ゆる県民倶楽部」の会員拡大に加え、移住意識の醸成につながる取組を実施
- ② 新たな本県関心層の掘り起こし
 - ・デジタル技術を活用した情報発信の強化
- ③ 多様なニーズに合わせた情報発信
 - ・移住希望者の知りたいことにスポットを当てた情報に加え、本県の課題を意識した情報の発信を強化
 - 〔中山間地域の担い手不足、若年層の社会減、女性の転出超過 など〕

《主な事業（案）》

- ① 関係人口へのアプローチ（高知家ゆる県民倶楽部）
 - 会員特典協賛の掘り起こしによる魅力化
 - 民間事業者等と連携したPRの強化
 - 移住意欲の醸成につながる交流会等の開催
- ② 新たな本県関心層の掘り起こし
 - デジタルマーケティングを活用した情報発信
- ③ 多様なニーズに合わせた情報発信
 - 地域の魅力、働き方や暮らしなどの情報を様々な視点で発信（地域貢献の場・女性活躍の場などを強くPR）
 - 【商工政策課、子育て支援課等と連携】

戦略の柱2 マッチングの強化を図る

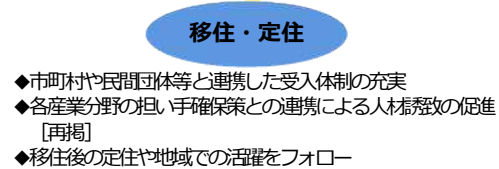


ポイント2 きめ細かなフォローアップによる誘導

- ① 移住意欲を高める取組の強化
 - ・イベント参加者を本格的な相談に誘導する対策の強化
 - 〔オンラインセミナー等のイベントには参加するが、個別相談には至っていない方への対応〕
 - ・中山間地域とのマッチングの更なる強化

- ① 移住意欲を高める取組の強化
 - 気軽に参加できる交流会、「高知暮らしフェア」や「就職・転職フェア」を補完するミニ相談会等の開催
 - 移住促進・人材確保センターの体制見直しによるマッチング機能の強化（地域担当のコンシェルジュによる移住・就職支援）
 - 【商工政策課と連携】

戦略の柱3 受入体制、受入環境を整備する



ポイント3 魅力的な「仕事」と「住まい」の充実

- ① 魅力的で多様な働き方の掘り起こし
 - ・地域おこし協力隊のさらなる活用（R8目標：500人(R4.4:217人)）
- ② 空き家と移住希望者とのマッチング強化
 - ・市町村が行う空き家マッチングの取組への支援
 - ・民間事業者との連携の強化



- ① 魅力的で多様な働き方の掘り起こし
 - 地域における求人、継業案件等の掘り起こし
 - 事業承継や就農等を前提とした地域おこし協力隊、県版地域おこし協力隊の活用促進
 - 特定地域づくり事業協同組合の設立の推進
 - テレワーク施設の運営支援と市町村が行うテレワーク施設の整備支援
 - 【中山間地域対策課、各産業部局と連携】
- ② 空き家と移住希望者とのマッチング強化
 - 市町村による空き家マッチングツアーの開催を促進
 - 民間サービス等を活用した掘り起こしと流通の促進
 - 【住宅課と連携】



戦略の柱1～3の横断的な取組

Uターンの促進

- ① 県内外への広報による気運の醸成（Uターン促進キャンペーン）
 - ア 県外向け事業
 - デジタルマーケティングを活用したUターン候補者の掘り起こし
 - ライフステージの変化等に応じた情報発信（女性が働きやすい企業、子育て支援策などのPR）
 - 転出者の多い関西圏や東京、地方都市での相談会の開催
 - イ 県内外向け事業
 - 移住促進・人材確保センターのUターン支援窓口の認知度向上
 - ウ 県内向け事業
 - 帰省シーズンを捉えた広報
 - 県内に残る家族、学生向けの広報
- ② Uターン者の受入基盤の整備
 - 県内企業、地域おこし協力隊、特定地域づくり事業協同組合とUターン候補者とのマッチング
 - 市町村が行うUターン促進策への支援

◆分野を代表する目標：県外からの移住者

単位：組

	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	900	1,000	1,075	1,150	1,225	1,300
実績	934	1,030	963	1,167	-	-
達成度	A	A	B	A	-	-

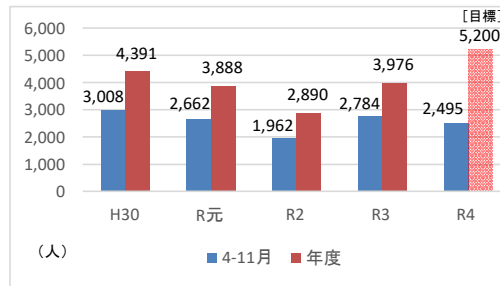
指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

【図1】 イベント開催状況 (移住促進・人材確保センター主催)

	R3年4月-11月			R4年4月-11月		
	開催回数	組	人	開催回数	組	人
フェア	14	582	584	12	921	1,077
うちオンライン	11	563	564	4	337	337
個別相談	24	76	78	24	72	77
うちオンライン	11	41	42	-	-	-
合計	38	658	662	36	993	1,154

イベント参加組数
R3→R4 約1.5倍

【図2】 新規相談者数

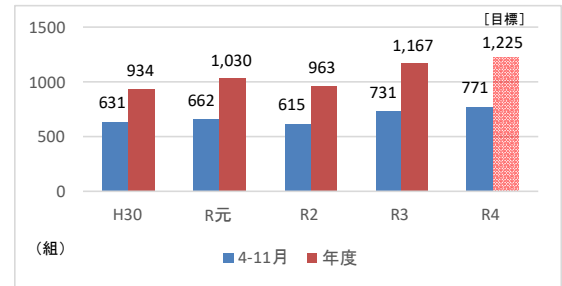


【図3】 「高知家で暮らし隊」会員へのフォロー回数

	R3 (4-11月)	R4 (4-11月)
入会人数	581	475
フォロー人数	552	417
フォロー回数	2,674	1,951
平均フォロー回数	4.84	4.68

平均フォロー回数
R3→R4 取り組みを強化した
R3年度の水準を維持

【図4】 年間移住者数



<新規相談者数 概況>

イベントへの参加は大きく伸ばせているものの、新規相談へ結び付いていないことが課題である。UIターンコンシェルジュによるイベント参加者への個別アプローチ強化等により、相談者数の増加を図る。

<年間移住者数 概況>

年間の移住者数は、昨対比では105%と過去最高ペースだが、目標比では94%で目標の達成には予断を許さない状況である。現在、移住者が最も多くなる3月に向けて相談者へのフォローアップを行っている。

◆課題

第4期産振計画の最終目標である年間1,300組の達成と、その先を見据えた移住者の確保に向けた課題

【新規相談者数】

- 将来の移住者となる「新規相談者」が減少傾向であることから、相談者の獲得策の強化が必要
 - これまで接触できていない本県関心層へのアプローチ等によるイベントへの集客の維持拡大と、相談に誘導するための取り組みの強化が必要
- Uターンを考えている県出身者に関する2つの現状を変えることが必要
 - Uターンを呼び掛ける自治体が、転出した県出身者の連絡先を把握できていないこと
 - 「Uターンは移住ではない」という認識があり、転職相談等のサポート窓口を活用できていない方が存在すること

【移住者数】

- 地域間の競争に対応するため、本県の特徴であるマッチング施策の「きめ細かさ」をさらに向上させ、相談者を移住につなげることが必要
 - 仕事に関する移住希望者の不安の軽減
 - 家探しについての移住希望者の負担の軽減
- 特に、中山間地域の担い手を確保するため、受入環境のさらなる整備が必要（主に仕事の確保）
 - 既存の担い手育成スキームに加え、更なる人材確保・育成のための仕組みが必要
 - 中山間地域とのミスマッチの可能性が低いUターン者を受け入れる環境の整備が必要

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント1 デジタル技術の活用による移住希望者との接触機会の拡充

- ① デジタルマーケティングの手法を活用して新たな本県への関心層やUターン候補者を見つけ出し、相談窓口やイベントの情報を発信

ポイント2 Uターン者を増やすための取り組みの強化

- ① Uターン促進キャンペーンの実施（気運の醸成と行動の喚起）
- 県出身者へのアプローチ
 - デジタルマーケティングを活用した情報発信
 - 転出者の多い関西圏や東京、さらにその他の地方都市でのイベント開催
 - 県内に残る家族等へのアプローチ
 - 移住促進・人材確保センターや市町村の相談窓口を周知、イベントの広報
- ② 市町村のUターン促進策への支援の強化（①に連動した取り組みを支援）

ポイント3 中山間地域に移住者を受け入れるための環境の充実

- ① 地域おこし協力隊の確保・育成の強化（事業承継や就農等を前提とした協力隊の募集等）
- 仕事の掘り起こしとマッチングの強化（移住促進・人材確保センターの体制を強化）
 - 移住希望者と空き家とのマッチングの強化（土木部の空き家対策と連携し、空き家を紹介する取り組みを強化）

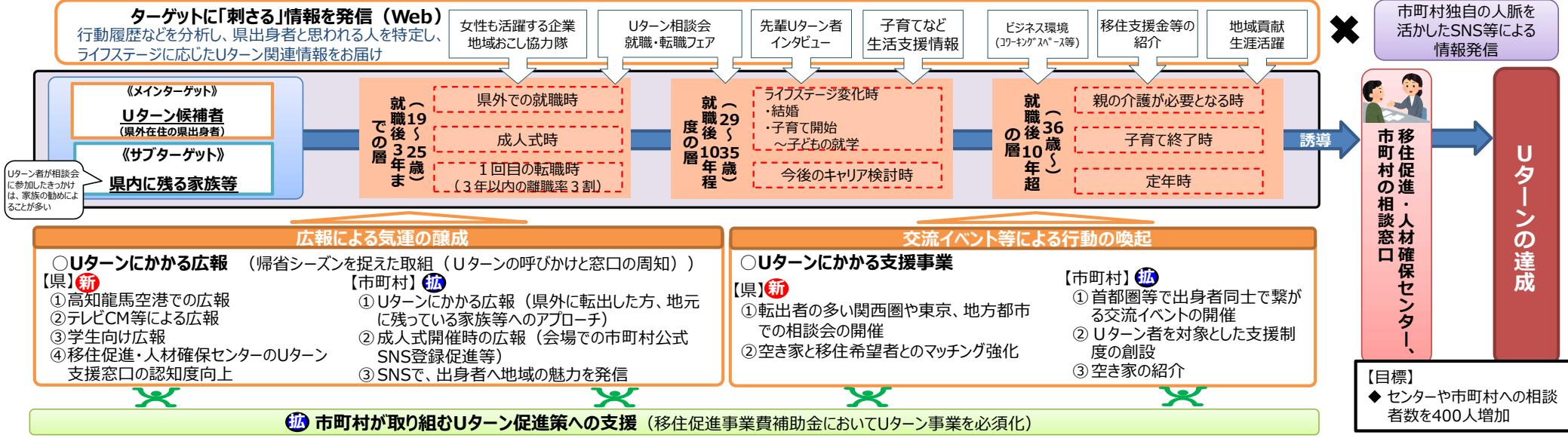
【移住施策の下支えとなる取り組み】←移住相談会などでアピールポイントとして紹介

- 観光プロモーションなどによる本県の魅力の発信
- 子育てや教育環境、女性も働きやすい職場など、地域や企業の特徴の磨き上げ など

令和5年度の強化学業～年間1,300組の達成とその先を見据えた移住者の確保に向けて～

Uターン者を増やすための取り組みの強化

新 デジタルマーケティングによるUターン候補者の発掘とターゲット化



広報による気運の醸成

- Uターンにかかる広報 (帰省シーズンを捉えた取組 (Uターンの呼びかけと窓口の周知))
- 【県】**新**
 - ①高知龍馬空港での広報
 - ②テレビCM等による広報
 - ③学生向け広報
 - ④移住促進・人材確保センターのUターン支援窓口の認知度向上
- 【市町村】**拡**
 - ①Uターンにかかる広報 (県外に転出した方、地元に残っている家族等へのアプローチ)
 - ②成人式開催時の広報 (会場での市町村公式SNS登録促進等)
 - ③SNSで、出身者へ地域の魅力を発信

交流イベント等による行動の喚起

- Uターンにかかる支援事業
- 【県】**新**
 - ①転出者の多い関西圏や東京、地方都市での相談会の開催
 - ②空き家と移住希望者とのマッチング強化
- 【市町村】**拡**
 - ①首都圏等で出身者同士で繋がる交流イベントの開催
 - ②Uターン者を対象とした支援制度の創設
 - ③空き家の紹介

地域おこし協力隊の確保・育成の強化



地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野） ～新たな加工食品の創出と県産品の販売拡大～

分野を代表する目標

食料品製造業出荷額等 出発点(H30)1,187億円 ⇒ 現状(R2)1,040億円 ⇒ 4年後(R5)1,300億円 ⇒ 10年後(R11)1,400億円

※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

環境の変化を捉え、「地産」と「外商」の両面を強化

「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. 新たな消費者ニーズに対応した商品づくりへの支援

- (1) 食のプラットフォームにより事業者の商品づくりを支援
- 拡** 商品づくりに向けた伴走型支援の強化
- (2) 工業技術センターによる商品開発等の支援
賞味期限の延長や味の数値化に向けた支援
- (3) 新たな商品の発掘・磨き上げの支援

2. 食品加工の生産管理の高度化支援

- (1) 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** 県版HACCPの認証取得に向けたオンライン研修と専門家による現地指導を通じた定着支援
- (2) 輸出に対応した衛生管理の高度化支援・安定供給体制の強化
輸出拡大を目標とした施設整備や機器導入への支援
- (3) 国際衛生基準等の認証取得に対する支援
- 拡** 輸出に向けた国際衛生基準やハラール認証等の取得への支援
- (4) 外商の拡大に向けた食品表示適正化への支援



「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** ① リアルな商談機会の拡大
 - 拡** ② 大規模展示会への出展機会の拡大
 - 新** ③ 県産品を取り扱う事業者のECサイトの商品情報を集約したポータルサイトの構築
 - ④ 地域商社等と連携した商談機会の創出と販売の拡大



2. 県産品の販売促進に向けたプロモーションの展開

- (1) 市場ニーズに対応した県産品の販売促進
 - ① コンクールを通じて発掘・創出された魅力ある県産品やギフト商品の認知度向上と販売拡大
- (2) 高知家を活用した関西圏におけるプロモーションの展開
 - 拡** ① プレス発表会や交流会を通じたメディアネットワークの強化
 - 新** ② 著名人を活用した広告宣伝等による露出の拡大



3. 関西圏における外商活動の強化

- (1) 関西圏のパートナーとの連携強化による外商拡大
 - 新** ① 関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催
 - 新** ② 関西版県産品商談会の開催や産地視察の実施
- (2) 関西圏における食や観光等の情報発信、県産品の販売拡大
 - 新** ① アンテナショップの設置に向けた設計・工事等の開設準備
 - 新** ② キッチンカーやポータルサイト等を活用した県産品の認知度向上とファンづくり
- (3) 高知家を活用した関西圏におけるプロモーションの展開 [再掲]

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

- (1) 有望市場での展開
 - 拡** 県産品のプロモーションを拡充するとともに、「食品海外ビジネスサポーター」の活動を強化
- (2) 新興(チャレンジ)市場での展開
 - 拡** インドネシア、ベトナム等における販路開拓を推進

2. 品目別の輸出拡大

ユズ、土佐酒、水産物の輸出の拡大

- ① 産学官民が連携した土佐酒の販路開拓・拡大等の支援
- ② 食品輸出商社との連携によるユズの販路開拓・拡大等の支援
- ③ 輸出先国のニーズに合わせた水産物の供給体制の強化
- 新** ④ 「食品輸出アドバイザー」を設置し、新たな輸出品目や県内事業者の掘り起こしと輸出戦略の策定支援等を強化



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と各ステージに応じた支援

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」の活性化
- 拡** 「食品流通アドバイザー」を設置し、消費者ニーズを踏まえた商品づくりの支援を強化

2. 商品開発の技術力の向上

- 工業技術センターによる技術研修の開催
- ・ 保存性を高める技術や機器の紹介



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

- 事業戦略の策定・実行支援
- ① 輸出に取り組む事業者に対応した策定・実行の支援
 - ② コロナ等を踏まえた事業戦略の改定支援

2. 輸出戦略策定の推進

- 輸出戦略の策定・実行支援
- ・ 専門家派遣による策定・実行支援



令和5年度の取り組みの強化のポイント【連携テーマ：地産地消・地産外商戦略の展開（食品分野）】

◆分野を代表する目標：食料品製造業出荷額等

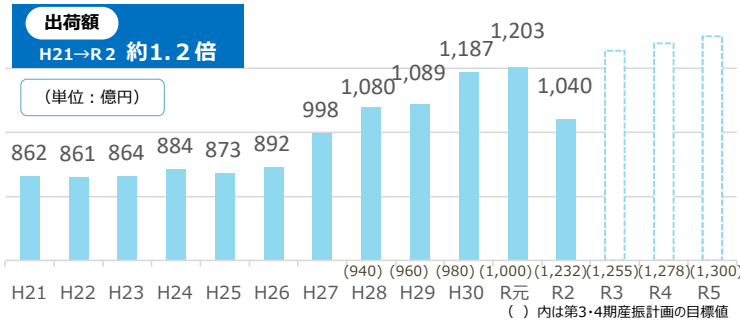
単位：億円

	H30 (出発点)	R元	R2	R3	R4	R5
目標	980	1,000	1,232	1,255	1,278	1,300
実績	1,187	1,203 (1,185)	1,040	-	-	-
達成度	S	S	C	-	-	-

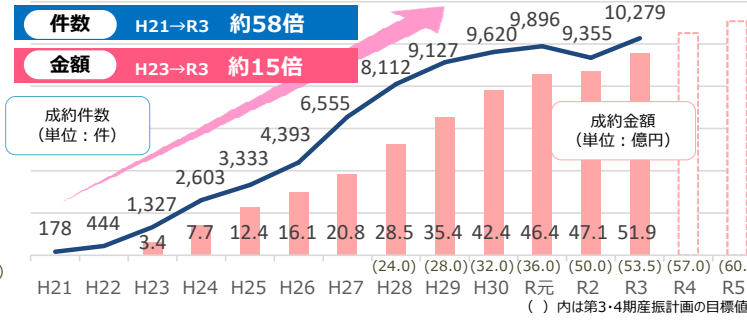
実績の数値は、R元以前は個人経営を含み、R2は個人経営を含まない（国統計の調査方法の変更による）
 [参考] R元の()は個人経営を含まない数値

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

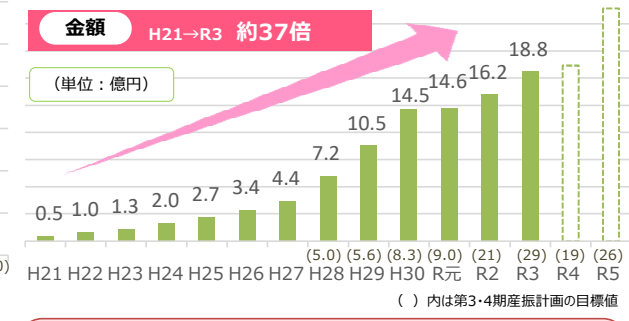
【図1】食料品製造業出荷額等



【図2】地産外商会社の活動による成約金額



【図3】食料品の輸出額



<概況>

R2年は、コロナ禍の影響により内食需要が拡大し、量販店向けの出荷額は好調である一方、外食市場規模が大幅に縮小し、外食向けの水産食料品や野菜、お土産向けの菓子類の出荷額が大きく減少。R3年以降もコロナ禍の影響が継続しており、目標達成は不透明。

<概況>

県内食品事業者53社へのアンケート調査（回答46社）によると、R4年度上半期は前年と比べ、59%が売上増、28%が横ばいと回答。下半期の見通しについても59%が売上増見込みと回答があり、前年度の51.9億円を上回る見込み。

<概況>

輸出額上位20社へのヒアリングによると、R4年は前年を上回る輸出額で推移する企業が多いものの、目標である19億円の達成は不透明。

◆課題

1 地産の強化

- 健康志向や個食といった新たな消費者ニーズに対応する商品開発が必要
- 新たに輸出に取り組む事業者の掘り起こしと商品の発掘・磨き上げが必要

2 外商（国内）の強化

- 地産外商会社を核とした外商の拡大及び消費行動の変化によりニーズが高まる「eコマース」を活用した県産品の販売拡大
- 関西圏でのさらなる外商拡大に向けて、県産品購入のきっかけづくりが必要
- 大阪・関西万博等を見据え、本県の食や観光等をPRする情報発信拠点が必要

3 輸出の拡大

- 輸出に取り組む事業者や品目が限定されているため、さらなる掘り起こしが必要
- コロナの影響緩和を見据え、特に有望な市場（米国、欧州、中国）での営業活動の強化

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント

社会経済構造の変化に対応した「地産」と「外商」の取り組みの強化

1 地産の強化

- ① **食品流通アドバイザーを新設**し、時流に沿ったテーマでのセミナーの開催や事業者ニーズに応じた伴走支援の拡充により商品開発への支援を強化

2 外商（国内）の強化

- ① 地産外商の全国展開のさらなる推進とeコマースを活用した県産品の販売拡大
 - 大規模展示会への出展機会の拡大
 - 県産品情報を集約した**新たなポータルサイトを構築**し、ECサイトによる事業者の販売拡大を支援
ECサイトに取り組めていない事業者や販売強化に取り組む事業者のスキルアップ等を支援
- ② 関西圏におけるプロモーションの展開及び外商拡大
 - メディアネットワークの強化や著名人を活用した広告宣伝等による露出の拡大
 - 関西大手グループ企業と連携したフェアや関西版県産品商談会の実施

③ 関西圏における情報発信拠点の整備等

- ① **関西圏におけるアンテナショップの設置**に向けた設計・工事等の開設準備
- ② **キッチンカーやポータルサイト等**を活用した県産品の認知度向上とファンづくり

3 輸出の拡大

- ① **新たに食品輸出アドバイザーを設置**し、新たな事業者や商品の掘り起こし、輸出戦略の策定等への支援を強化
- ② 米国、欧州、中国で、現地商社と連携した**見本市や現地賞味会等のプロモーションを拡充**するとともに、**食品海外ビジネスサポーターの活動を強化**

連携テーマ《担い手の育成・確保》 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 出発点(H28～R元累計)：147件 ⇒ 現状(R2～R3累計)：83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

背景

- ・本県の経済成長を図るためには、地産外商の取組に加え、**新事業やイノベーションの創出が不可欠**であり、これらを担う**産業人材の育成も重要**
- ・コロナ禍を契機とした、多様な働き方の浸透や価値観の変化により、都市から地方への新しいひとの流れが生まれ、**地方でも新たなビジネスチャンスが拡大**
- ・国においても「経済財政運営と改革の基本方針2022」の中で、**スタートアップの支援強化**を明示

⇒ **起業や新事業展開をさらに促進**

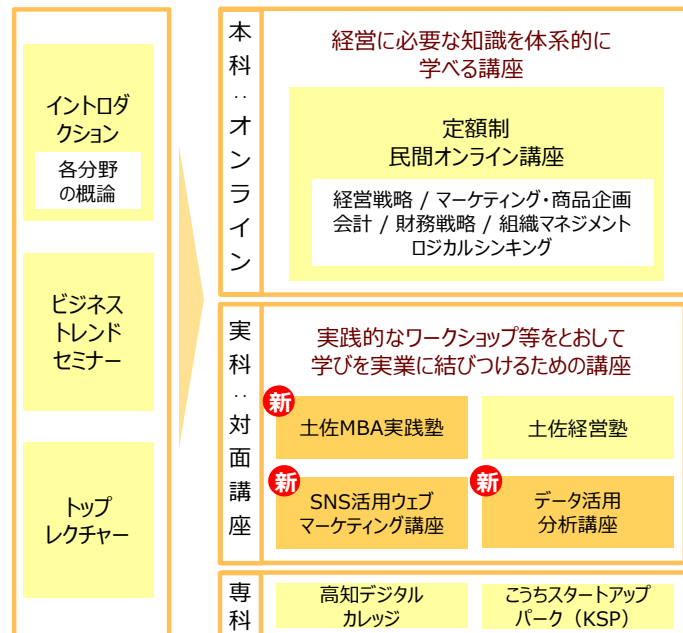
取組概要

① 産業人材の育成

ビジネスに関する基礎知識から応用・実践力まで、ニーズに合わせて体系的に学べる研修プログラム「土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）」の実施

- 新** 土佐MBAのコンセプト「もっと仕事楽しくなる場所」を具現化する連続講座「土佐MBA実践塾」の実施
- 新** 最新のデジタルマーケティングを専門的に学ぶ「SNS活用ウェブマーケティング講座」の実施
- 新** 事業へのデータ活用方法等を学ぶ「データ活用分析講座」の実施

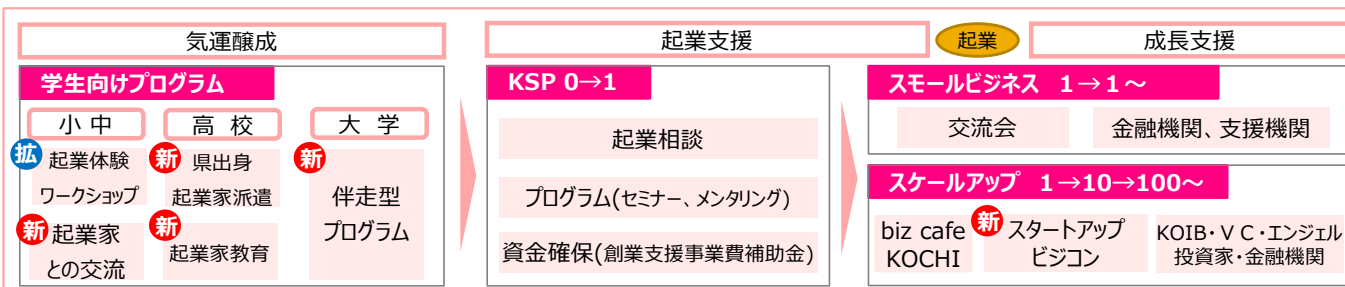
カリキュラム体系



② 起業の促進

起業を身近に感じ、チャレンジする気運を醸成するとともに、スケールアップを目指す起業家の掘り起こしと成長をサポート

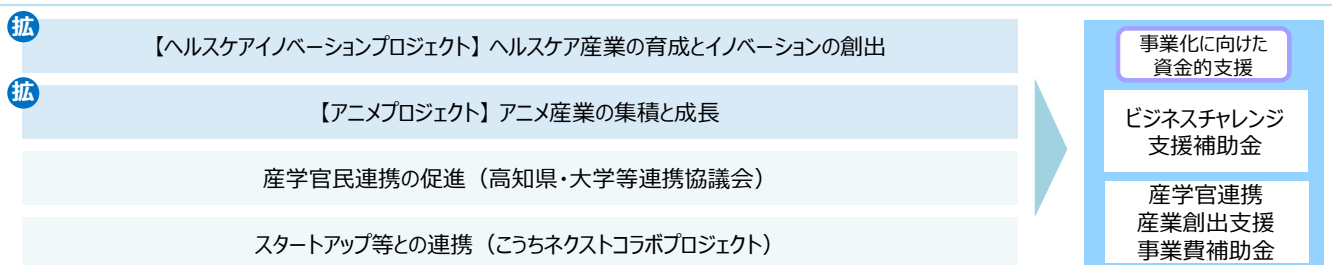
- 拡新** 起業気運を醸成するため学生向けプログラムを充実・強化
 - こうちスタートアップパーク (KSP) のプログラムや起業相談を通して事業の立ち上げ・成長をサポート
- 新** 起業家を発掘する機会や起業家同士が切磋琢磨する場として「スタートアップビジネスコンテスト (仮称)」を実施



③ イノベーションの促進

産学官民及び企業間の連携を促進し県内企業のイノベーションと新事業展開をサポート

- 拡** 産学官民連携プロジェクトのさらなる推進 (ヘルスケアイノベーションプロジェクト、アニメプロジェクト)
 - 産学官連携により新事業展開につながる様々な機会を提供 (高知県・大学等連携協議会)
 - スタートアップ企業等が持つ技術・シーズを生かし、新事業展開を目指す県内企業を支援 (こうちネクストコロボプロジェクト)



◆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

() 内はKSP(こうちスタートアップパーク)を通じた起業件数 単位：件

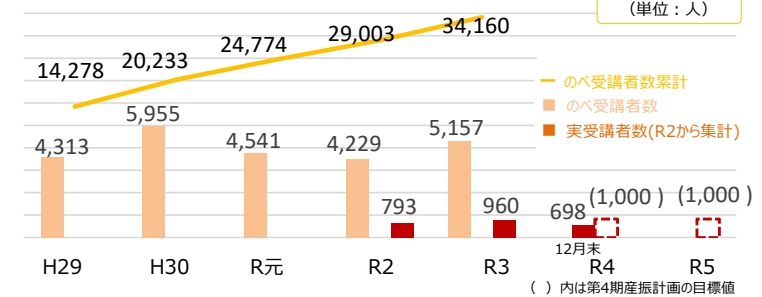
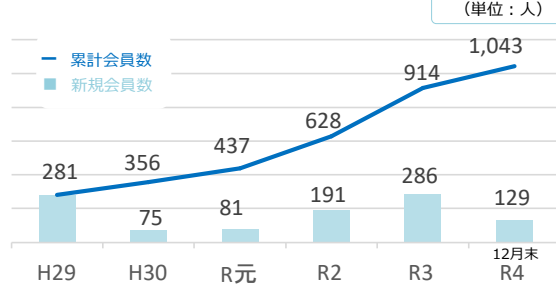
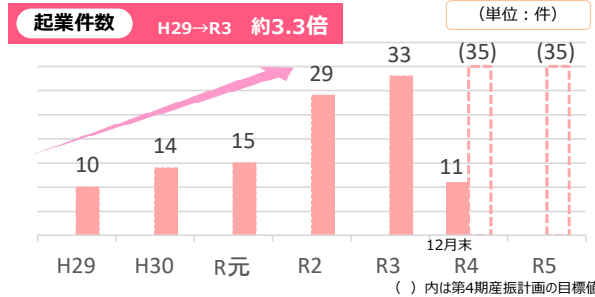
	H28	H29	H30	R元	H28~R元累計 (出発点)	R 2	R 3	R 4	R 5	R2~R5累計
目標	25	25	25	25	100	50(35)	50(35)	50(35)	50(35)	200(140)
実績	28	47	41	31	147	42(29)	41(33)	-	-	-
達成度	S	S	S	S	S	C(C)	C(B)	-	-	-

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
-	達成度の判断が困難なもの

【図1】 KSPを通じた起業件数

【図2】 KSP会員数

【図3】 土佐MBA受講者数



<概況>

起業件数、KSP会員数ともに増加傾向だが、目標達成には至っておらず、スモールビジネス、開業系がほとんどである。
KSPを通じた起業件数は、目標の35件に対しR4年12月末で11件と低調だが、前年同時期の12件とほぼ同数。今後、会員のアフターフォロー等により前年度並みを見込む。

<概況>

土佐MBAの受講者数は、目標の1,000人(12月末目標750人)に対しR4年12月末で698人と、93%の達成率である。オンライン講座の「GLOBIS 学び放題」の受講は202人と前年同期の125人から増加している一方、対面講座の応用講座は86人と前年同期の103人から減少しており、コロナ禍による環境やニーズの変化が影響したとも考えられる。

◆課題

【起業の促進】

- 身近に起業家がないため、将来の選択肢として「起業」を検討する学生が圧倒的に少なく、起業家精神を育む、起業気運を醸成する教育がほとんど実施されていない。
⇒ 起業を身近に感じ、チャレンジする気運を醸成することが必要
- 起業件数、KSP会員数ともに増加傾向だが、スモールビジネスや開業系がほとんどで、新たなビジネスやイノベーションの原動力となる「スケールアップを目指す起業家」が少なく、成長の機会も乏しい。
⇒ スケールアップを目指す起業家の掘り起こしと成長をサポートすることが必要

【産業人材の育成】

- 土佐MBAにより地域産業や企業の担い手の育成は進んでいるものの、学びを必要とする方に十分情報が届いておらず、土佐MBAの有用性も浸透していない。
⇒ 学びが必要な方に着実に情報を届け、受講を促進するためには、土佐MBAの認知度の向上が必要
- コロナ禍の影響でオンライン受講が浸透し、座学形式の講座は利便性の高いオンラインで、ワークやディスカッションを伴う実践型講座は対面で、という方向に受講者ニーズが変化している。
⇒ コロナ禍による受講環境の変化や受講者ニーズを踏まえ、カリキュラムの再編やコンテンツの充実が必要

◆令和5年度の取り組みの強化のポイント

ポイント1

起業気運の醸成とスケールアップの促進

- 起業気運の醸成**
 - 小中学生：起業を体験する機会の創出
 - 高校生：起業家を身近に感じ、将来の選択肢とするような機会の創出
 - 大学生：起業にチャレンジしたい学生の掘り起こしと伴走支援
- スケールアップを目指す起業家の成長支援**
 - (1) 民間団体（一般社団法人高知イノベーションベース（KOIB））との連携強化
 - (2) 起業家を発掘する機会や起業家同士が切磋琢磨する場の創出



ポイント2

土佐MBAの認知度向上と受講者ニーズ等を踏まえた講座内容の見直し

- 土佐MBAの認知度向上**
 - (1) 過去のコンセプトと比較し、より受講意欲が高まる現在のコンセプト「もっと仕事が増える場所」を活用した統一感のあるPRの展開
 - (2) コンセプトを具現化する連続講座の新設（土佐MBA実践塾）
- カリキュラムの再編とコンテンツの充実**
 - (1) 知識の習得を中心とした座学は民間オンライン講座に集約し、ワークやディスカッションを中心とする学びを対面講座として再編
 - (2) 受講者ニーズの高い集合型の連続講座や最新のトレンドを押さえた講座の新設（SNS活用ウェブマーケティング講座等）

