

第5期高知県産業振興計画の産業成長戦略(素案)

～目次～

【専門分野】

農業分野	1～7
林業分野	8～11
水産業分野	12～15
商工業分野	16～21
観光分野	22～25

【その他分野】

保健医療・福祉分野	26
建設分野	27

【連携テーマ】

関西圏との経済連携の強化	28～30
地産外商戦略の推進	31～32
起業や新事業展開の促進	33～34
移住の促進	35～37

【次世代産業創造プロジェクト】

ヘルスケアイノベーションプロジェクト	38
アニメプロジェクト	39
グリーンLPガスプロジェクト	40

注) この資料は令和6年2月14日時点の案であり、今後、様々なご意見を踏まえて詳細な検討をする中で、記載内容や目標数値等を変更する場合があります。

目指す姿

○生産性の向上と持続可能な生産方式の両立により所得が確保され、いきいきと農業ができる環境が確立されている
○多様な農業人材が農業生産や生産基盤の維持・保全活動に参画し、中山間地域の農業・農村が守られている

分野を代表する目標

農業産出額等 (飼料用米交付金含む)

出発点 (R4) 1,081億円 ⇒ 4年後 (R9) 1,224億円 ⇒ 10年後 (R15)1,248億円

農業生産量 (野菜主要11品目)

出発点 (R4) 12.9万 t ⇒ 4年後 (R9) 14.1万 t ⇒ 10年後 (R15) 14.6万 t

柱1 生産力の向上と持続可能な農業による産地の強化

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

(1) Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進

- ①IoTプロジェクトの推進
②データ駆動型農業による営農支援の強化
③園芸産地の生産基盤強化
④地元と協働した企業の農業参入の推進

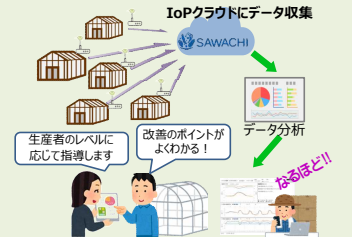
point

デジタル化でもっと楽しくもっと楽に！もっと儲かる！農業へ



(2) 農業のグリーン化の推進

- ①有機農業の推進
②堆肥の利用促進
③IPM技術の普及拡大
④施設園芸における省エネルギー対策
⑤みどりの食料システム戦略の推進にかかる技術開発
⑥稲WCSの生産拡大



データ駆動型による営農指導 (普及指導員・JA営農指導員)

(3) 園芸品目別総合支援

- ①野菜の生産振興
②特産果樹の生産振興
③花きの生産振興
④大規模露地園芸の推進

point グリーン化による農業の構造転換で持続可能な農業を実現



柱4 多様な担い手の確保・育成

(1) 産地を支える新規就農者の確保・育成

- ①産地提案型による自営就農者への就農支援の強化
②雇用就農者への就農支援の強化
③畜産の担い手確保の推進

(2) 若者・女性への就農支援の強化

- ①農業の魅力の発信強化
②若者・女性向け農業体験・研修の強化
③仕事と家事、子育て等を両立できる意識改革の推進
④仕事と家事、子育て等を両立できる労働体制の整備
⑤女性が働きやすい環境整備への支援
⑥産地提案型による自営就農者への就農支援の強化 (再掲)
⑦雇用就農者への就農支援の強化 (再掲)

(3) 労働力の確保

- ①JA無料職業紹介所と連携した労働力の確保
②農福連携の推進
③外国人材の受け入れ支援
④仕事と家事、子育て等を両立できる労働体制の整備 (再掲)

柱5 農業全体をけん引する基盤整備の推進と優良農地の確保

point

企業参入や規模拡大に必要な大規模な農地を創出



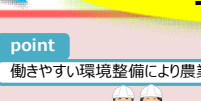
point

地域計画に基づき担い手へ農地集積



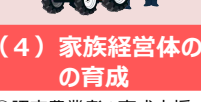
point

働きやすい環境整備より農業が女性・若者から選ばれる仕事へ



point

品目別輸出戦略に基づき販路を拡大



point

大都市圏での量販店フェア強化等により販売額をUP

(1) 地域計画の着実な推進

- ①まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進
②迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進
③担い手への農地集積の加速化
④園芸団地の整備促進

(2) 基盤整備の推進

- ①まとまった優良農地の確保に向けた基盤整備の推進(再掲)
②迅速かつきめ細かな優良農地の確保に向けた基盤整備の推進(再掲)

(3) 農地の確保

- ①担い手への農地集積の加速化(再掲)
②園芸団地の整備促進(再掲)

(4) 日本型直接支払制度の推進

- ①中山間地域等直接支払制度の推進
②多面的機能支払制度の推進

(4) 水田農業の振興

- ①主食用米の生産振興
②酒米の生産振興
③水田の有効活用に向けた有望品目への転換

(5) スマート農業の普及推進

- ①スマート農業の実証と実装支援

(6) 畜産の振興

- ①土佐あかしに加えて土佐黒牛のブランド化の推進
②肉用牛、養豚の生産基盤強化と生産性向上
③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
④酪農における生乳生産能力の向上
⑤飼料価格高騰の影響を受けにくい畜産への構造転換
⑥稲WCSの生産拡大 (再掲)
⑦食肉センターの整備

(7) 6次産業化の推進

- ①新規事業者の掘り起こしと売れる商品づくり

(1) 集落営農組織の拡大と農地の受け皿となる法人の育成

- ①集落営農の推進
②農地の受け皿となる法人の育成

(2) 組織間連携の推進と地域の中核組織の育成

- ①農村型地域運営組織 (農村RMO) の推進

point 多様な農業人材・組織等により中山間地域の農業を守る



柱3 流通・販売の支援強化

(1) 「園芸王国高知」を支える市場流通のさらなる発展

- ①卸売市場と連携した販売拡大
②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

- ①「とさのさと」を活用した県産農産物の地産外商の強化
②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

- ①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

point 大都市圏での量販店フェア強化等により販売額をUP



生産増 ▶ 所得向上 ▶ 担い手増の好循環を創出！

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

農業産出額等

出発点(R4):1,081億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,224億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,248億円

(第4期計画目標(R5):1,221億円)

農業生産量

野菜主要11品目 出発点(R4):12.9万t ⇒ 4年後(R9)の目標:14.1万t ⇒ 10年後(R15)の目標:14.6万t

(第4期計画目標(R5):13.6万t)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 生産力の向上と 持続可能な農業によ る産地の強化	1 構造転換型 2 地域産業スケ ールアップ型 4 課題解決型	野菜主要7品目の生産量(年間)	継続	10.3万t (R4)	11.0万t	11.4万t	○
		果樹主要2品目の生産量(年間)	継続	2.06万t (R4)	2.45万t	2.41万t	
		花き主要3品目の生産量(年間)	継続	1,634万本 (R4)	2,020万本	1,518万本	
		次世代型ハウスの整備面積(累計)	継続	84.2ha (H27~R4)	120ha	135ha	
		肉用牛飼養頭数(年間)	継続	6,020頭 (R4)	7,333頭	6,341頭	
		稲WCSの作付面積(年間)	新規	284ha (R4)	-	354ha	
		有機農業の取組面積(年間)	新規	146ha (R4)	-	271ha	○
		家畜ふん堆肥(馬ふん含む)の利用量(年間)	新規	32,251t <small>(家畜ふんR2、馬ふんR5)</small>	-	36,114t	
		1経営体あたりの生産農業所得(付加価値額)(年間)	新規	320万円 (R4)	-	390万円	
2 中山間地域の農 業を支える仕組みの 再構築	1 構造転換型 4 課題解決型	農地の受け皿となる法人数(累計)	新規	53法人 (R4)	-	65法人	
		スマート農業の実装面積(ショウガでのドローン防除面積)(年間)	新規	1.8ha (R4)	-	150ha	
3 流通・販売の支援 強化	2 地域産業スケ ールアップ型 3 グローバル展開 型	市場流通を中心としたJA販売額(年間)	新規	602億円 (R5) ※R4.9~R5.8	-	650億円	○
		直接取引等多様な流通による外商額(年間)	継続	3.9億円 (R4)	6.0億円	6.5億円	
		農畜産物の輸出額(年間)	継続	9.0億円 (R4)	8.6億円	10億円	

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後（R9） 目標値	重点施策 該当
4 多様な担い手の 確保・育成	5 人材起点型	新規就農者数（年間）	継続	214人 （R4）	320人	320人	○
		うち女性新規就農者数（年間）	新規	52人 （R4）	—	100人	○
		うち若年（15～34歳）女性新規就農者数（年間）	新規	16人 （R4）	—	50人	○
		うち雇用就農者数（年間）	新規	82人 （R4）	—	120人	○
		認定農業者（新規認定者数）（年間）	新規	121経営体 （R4）	—	150経営体	
		新規農業法人数（年間）	新規	7法人 （R4）	—	16法人	
5 農業全体をけん 引する基盤整備の推 進と優良農地の確保	5 人材起点型	ほ場整備の実施面積（累計）	継続	69.5ha （H2～R4）	239.8ha	303.4ha	
		きめ細かな基盤整備の実施地区（累計）	新規	—	—	40地区	
		担い手への農地集積面積（年間）	新規	9,183ha （R4）	—	10,700ha	○

IoPプロジェクトの推進とデータ駆動型農業による営農支援強化

現状・課題

(1) IoPプロジェクトの推進

①データ連携基盤「IoPクラウドSAWACHI」の本格運用を開始(R4.9月～)

- ・IoPクラウド利用(環境・画像データ)農家:558戸(R5.12)
- ・IoPクラウド利用(出荷・気象データ)農家:1,112戸(R5.12)
- ・IoPクラウドデータ収集農家数2,529戸(R5.12)

⇒IoPクラウド利用農家数のさらなる拡大

⇒IoPクラウドのさらなる利便性の向上

(2) データ駆動型農業による営農支援強化(R3～)

①IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業の普及に取り組み、実践農家は一定増加

- ・データ駆動型農業による営農支援者数:1,631人(R5.12)
- ・仲間て情報共有するデータ共有グループ数:24グループ(R5.12)

⇒データ分析ができる技術指導員の育成と技術力向上

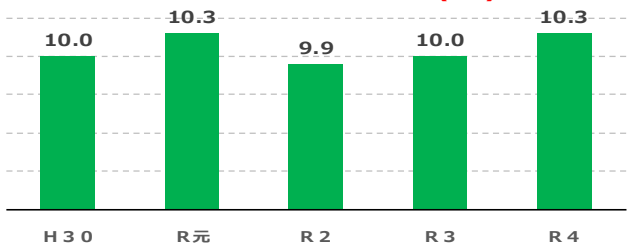
⇒データ駆動型農業の実践者のさらなる拡大

⇒環境測定装置の更なる導入推進

①野菜主要7品目の生産量(万t)

	H30(出発点)	R 4
目標	-	10.8万t
実績	10.0万t	10.3万t(95%)

②H30～R4野菜主要7品目の生産量(万t)の推移



K P I 検証

5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値 野菜主要7品目の生産量(年間) 出発点(R4)10.3万t ⇒ 4年後(R9)11.4万t

- ①IoPクラウドを核としたデータ駆動型農業を推進することで、農業のデジタル化が加速
- ②データに基づく最適管理を行うデータ駆動型農業の普及により、各品目の10a当たり収量が増加。加えて、経営の効率化や省力化が図られ、経営安定と所得の最大化を実現!

令和6年度の取り組み

(1) IoPクラウド利用農家数の拡大と既登録者へのサポートの強化

- 拡** ①JA品目部会での説明やJA購買窓口での個別説明などで周知の機会を増加
- 拡** ②補助事業の拡充によるIoPクラウド利用農家数と環境測定装置導入農家数の拡大
- ③IoPクラウドユーザマニュアルの充実

(2) IoPクラウドの利便性の向上

- 拡** ①病害予測情報画面の構築及びSAWACHIの既存画面の改修など

(3) データ駆動型農業を普及する指導体制の強化

- ①指導力向上のための研修強化により指導技術の高い指導員を育成

(4) データ駆動型農業の導入で成果の上った事例の横展開

- ①農家に寄り添った営農支援により各地での成功事例づくりを強化
- ②品目別担当者会等を通じた成功事例の共有や課題解決に向けた連携強化

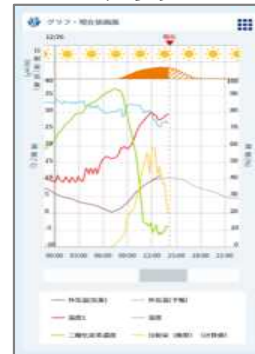
IoPで
もっと楽しく!
もっと楽に!
もっと儲かる!
農業



SAWACHIのトップ画面



グラフ



現在値

項目	現在値	目標値	偏差	
温度(℃)	29.1	18.5	30.3	9.1
湿度(%)	72.7	82.0	89.0	68.2
二酸化炭素濃度(ppm)	498	877	1158	448
日照量(時間)	97.4	102.3	336.0	0.0
湿度・露点(℃)	7.9	3.2	8.7	1.1

ハウス内Liveカメラ

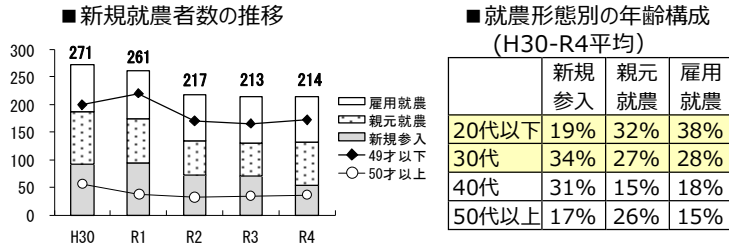


産地を支える新規就農者の確保・育成

現状・課題

(1) 産地提案型による新規就農者の確保・育成

①産地提案書により新規就農者を募集し、相談者の就農を支援



- ・コロナ禍の令和2年度に自営就農者が前年度比41人減
- ・新規参入は20代が少なく、親元就農・雇用就農は20~30代が多い
⇒若い世代をターゲットに農業の魅力を知らせる施策の強化が必要
20代の呼び込みには親元就農や雇用就農の支援の強化が必要

(2) ターゲットを見据えた担い手確保対策の強化

- ①自営就農 (新規参入、親元就農)
- ・就農準備資金及び経営開始資金により就農を支援してきたが、資材価格の高騰等から経営が安定しない新規就農者が増加。施設園芸は初期投資も大きく、新規就農者の経済負担が増大
就農5年目の農業所得250万円以上 H30 : 32%→R4:15%
⇒就農時の負担軽減と技術・経営力の早期習得が必要
 - ・親元就農は経営リスクが高まり、就農を躊躇する者も多い
⇒後継者が就農を決断するインセンティブとなる支援が必要
- ②雇用就農
- ・就農相談会やポータルサイト等から求人情報を提供
求人倍率 : 0.57倍 (R4年6月~R5年5月) と低い
⇒雇用の受け皿となる経営体の体質強化と企業等の呼び込みが必要
- ③女性の就農
- ・女性の就農のきっかけは農業後継者との結婚や雇用就農が多い
 - ・女性が単身で新規参入や親元就農する場合「農業 = 男性の仕事」の固定観念に阻まれる事例がある
⇒女性の就農者を増やすためには、親元就農や雇用就農への対策強化と固定観念の払拭が重要

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値

新規就農者数	出発点 (R4)	214人	⇒	4年後 (R9)	320人
うち女性新規就農者数		52人	⇒		100人
うち若年 (15~34歳) 女性新規就農者数		16人	⇒		50人
うち雇用就農者数		82人	⇒		120人

- ①本県農業の魅力伝える情報発信や、農業のイメージアップとなる農業体験などにより、女性や若者の就農意欲を喚起させることで、若い世代の新規就農者が増加
- ②就農前の研修から就農直後の経営確立までの経済負担を軽減する支援策を強化することで、女性や若者を中心に自営就農者 (親元就農、新規参入) が増加
- ③雇用の受け皿となる経営体を経営改善支援により育成することで、女性や若者の雇用就農者が増加

令和6年度の取り組み

(1) 若者や女性の就農喚起策の強化

- 新** ①女性就農者等のロールモデルとなる事例の発信 (パンフレット・WEBページ・事例集)
- 新** ②本県農業の魅力を拡散するSNSキャンペーンの実施 (農業者へ#投稿の呼びかけ)
- 拡** ③農業体験ツアー等のイベントのPR広告を戦略的に配信
- 新** ④仕事としての農業の魅力を知ってもらう取り組みを強化 (農業体験やセミナー、中高生への出前授業等)

(2) 女性就農者の受入体制の整備

- 新** ①女性の働きやすい環境づくりへの支援
- 拡** ・女性農業者の意向や困りごとアンケート調査
・労働環境整備に必要な施設や補助器具の導入を支援
- 新** ②支援機関、研修受入農業者等を対象とした固定観念を払拭するための取り組みの実施
・支援機関、研修受入農業者等を対象に、啓発研修会の開催及び研修効果の検証 (意識調査等)

(3) 自営就農への支援の強化

- 拡** ①新規参入を目指す若者・女性の就農前研修期間中の費用負担を軽減 34歳以下に加算
- 新** ②就農前に技術力・経営力の早期習得を図る模擬経営研修を実施するためのトレーニングハウス整備を支援
- 新** ③親元就農する後継者の就農後の早期経営確立を支援するための資金を助成 夫婦での就農は1.5倍

(4) 雇用就農への支援の強化

- 拡** ①雇用就農から独立自営就農を目指す者の就農前研修期間中の費用負担を軽減 34歳以下に加算
- 拡** ②ビジネス感覚に優れた担い手の育成に協力的な農業法人のもとで、法人経営を目指して研修する者を支援 (県版地域おこし協力隊制度の活用)
- ③農業法人等の経営発展、労働環境の整備等を支援

(5) 優良農地の確保と企業等担い手の呼び込み強化

- 拡** ①地域のニーズに応じたきめ細かな基盤整備による優良農地の確保支援
- 拡** ②地域外から企業等の担い手を呼び込むための農地確保及び受入体制整備

K
P
I
検
証

①新規就農者数

	H30(出発点)	R4
目標	320	320
実績	271	214

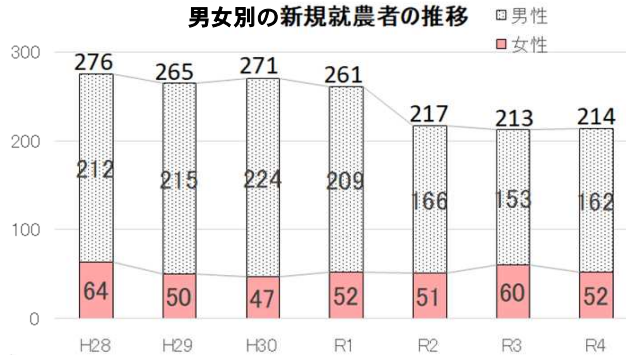
若者、特に女性から選ばれる魅力ある仕事の創出・確保対策（農業分野）

- ・新規就農者数はピークのH28に比べR4は22.5%減少
- ・年齢別で見ると、20代～30代の若年層が多いが、ピークのH28に比べR4は、若年層だけで67人減少しており、新規就農者数減少の主要因になっている
- ・新規就農者が減少している中、女性の新規就農者は例年50人前後で推移

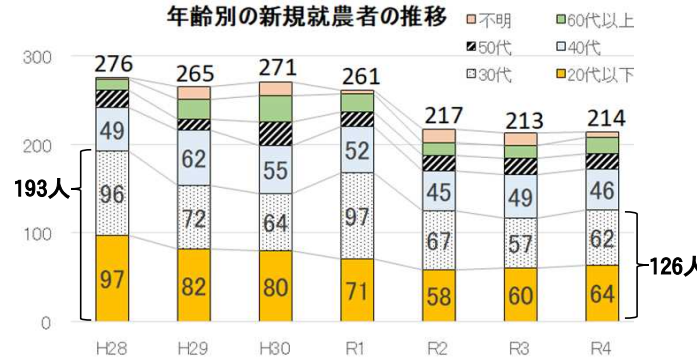
【就農形態別】

- ＜新規参入＞ 徐々に減少し、ピークのH29に比べR4はほぼ半数に減少
- ＜親元就農＞ R4には前年比19人増加したが、ピークのH28より26%減少
- ＜雇用就農＞ ピークのH28は、四万十町に施設園芸団地が整備されたことなどが要因で、H29には82人に減少し、その後は80人台で横ばい

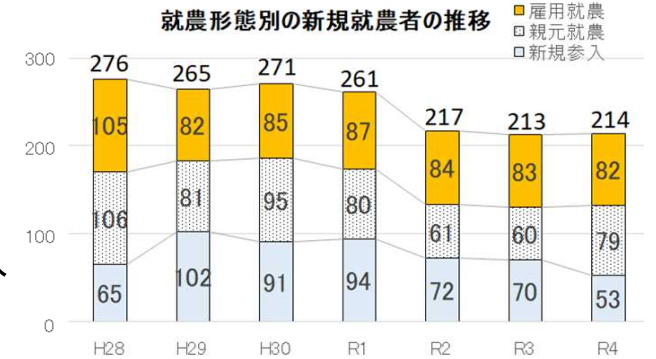
男女別の新規就農者の推移



年齢別の新規就農者の推移



就農形態別の新規就農者の推移



現状

農業が職業の選択肢として意識されていない

- ◆ **農業経営・就農支援センターによる就農相談者** ※不明者除く
就農相談者 H28:273人 ⇒ R4:240人
うち女性 (14.7%) (24.2%)
- ◆ **若年層の就業者の割合**
農業 3.8% (2,170人/57,552人)
うち女性 2.5% (679人/27,447人)
- ◆ **中学生へのアンケート** (対象：高知国際中学校3年43人)
Q 将来農業をしてみたいと思いますか
A はい: 0%、いいえ:46.5%、わからない:53.5%
- ◆ **農大・高知農業高校の入学者数の推移 (うち女性)**

	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
農大	23 (5)	24 (9)	36 (9)	28 (5)	28 (4)	30 (3)	33 (5)
高知農業高校	69 (20)	76 (29)	77 (29)	73 (27)	71 (24)	61 (25)	60 (23)

＜地域の声＞

- ・女性に自営農業はできない、機械操作や力仕事は無理などの根強い偏見がある。

農業の仕事内容が知られていない

- ◆ **農業体験参加者の推移 (うち女性)**

年度	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
未実施	未実施	未実施	未実施	未実施	未実施	0 (0)	8 (3)

- ◆ **こうちアグリ体験合宿参加者の推移 (うち女性)**

年度	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
未実施	45 (10)	35 (12)	37 (12)	20 (3)	未実施	7 (2)	11 (2)

- ◆ **農業担い手育成センターの入校者数の推移 (うち女性)**

年度	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
未実施	26 (3)	34 (1)	32 (2)	23 (1)	30 (4)	37 (3)	37 (3)

＜地域の声＞

- ・女性に農業への興味を持ってもらえるような研修等を充実させてほしい。

特に女性にとって労働環境等が十分でない

- ◆ **ハウス価格高騰による初期投資費用** (対H28年度比/10あたり)
軒高・高強度ハウス H28:12,532千円⇒R4:14,824千円 (118%)
- ◆ **雇用就農に占める非正規雇用の割合** (総務省:就業構造基本調査)
非正規雇用の割合:62.6%
男女別の非正規雇用の割合 女性:77.8%、男性:46.8%
- ◆ **主要品目の家族1人当たりの年間労働時間**
シシトウ:2,287時間 キュウリ:2,239時間 ピーマン:1,917時間

＜地域の声＞

- 【地域団体との意見交換会】
・親の経営基盤が弱いことや、農業情勢の悪化等により親元就農でさえもリスクが高まっている。
・中山間地域にあった基盤整備が必要。
・未整備の農地では、作業条件が悪い。
・基盤整備をしていないと農地が守れない。

【女性農業者との意見交換会】

- ・出産、育児の時など農業の労働力支援がない。
- ・ほ場へのトイレ、更衣室など労働環境の整備支援が必要。

要因

優良農地を生み出し雇用を創出

地域の声

- ◆「産振地域団体との意見交換会」、「地域計画策定に向けた意見交換会」、「中山間地域再興ビジョン市町村ヒアリング」等から出された意見
- ◆未整備の農地では、作業条件が悪い
- ◆基盤整備をしていないと農地が守れない
- ◆中山間地域にあった基盤整備が必要 など

現状・課題

- ◆耕地面積は年々減少傾向であり、生産効率の悪い農地から減少
- ◆基盤整備をしていないと担い手が借受けてくれない
- ◆基盤整備の要望は耕作者からが多く、地権者は自己負担してまで事業を行わない

地域のニーズに応じた迅速かつきめ細かな基盤整備の推進

戦略目標

出発点(R4)：－⇒4年後(R9)：40地区(10地区/年)⇒10年後(R15)：100地区

◆県営農地耕作条件改善事業(地元負担なし)

補助率：国50%(55%)、県35%(30%)、市町村15%(15%) ※()は中山間地域の場合の補助率

【拡】面積要件の大幅な緩和

〔 露地園芸：2ha ⇒ 0.5ha
 施設園芸：1ha ⇒ 0.3ha 〕

⇒生産性の高い優良農地を迅速に整備

R9までに20ha以上の優良農地を生み出す

〔 工事着手まで1年程度 〕

※既存の県営基盤整備事業では5年程度

※1_地域計画に位置づけられた担い手(新規就農者等)を支援 ※2_産地の維持・発展(高収益作物への転換)を支援 ※3_ブランド化への取組みの支援



各種支援事業の組み合わせでさらなる生産性UP!

- ◆園芸用ハウス整備事業
- ◆競争力強化生産総合対策事業
- ◆スマート農業推進事業：防除用ドローンやリモコン式草刈り機等の導入を支援
- ◆果樹経営支援対策事業(国直採)：優良品目・品種への改植・新植等を支援
- ◆露地園芸有望品目導入支援事業：生産拡大に係る施設・機械等の整備を支援 など

優良農地の確保による効果

ポイント① 新規参入者の確保

・条件の悪い農地や耕作放棄地を優良農地に変えることで、新規参入の受皿に
 ⇒**新規参入の障壁となっている農地確保の課題を解消し、積極的な新規参入の受け入れが可能に**

ポイント② 既存農家の規模拡大

・生産性の高い農地ができることで、既存農家の規模拡大が可能
 ⇒**規模拡大により既存農家の経営力が向上し、新たな雇用の創出や事業継承(親元就農)が可能に**

さらなる法人化の推進

最大効果

新規就農者数(新規参入+雇用) 200人(50人/年)以上

※県作成の経営モデル等に基づき推計

一定のまとまった土地を確保することで民間企業の参入も可能に

野菜主要7品目など収益性の高い品目への転換を推進

【参考：本県の1haあたりの農業産出額】

水稻(米)：92万円 ⇒ **野菜主要7品目：5,059万円**

※農林水産省「令和3年生産農業所得統計」、「令和3年耕地及び作付面積統計」等に基づき推計

最大

生み出した優良農地での農業産出額

40地区：年間10億円以上、100地区：年間25億円以上

林業分野の施策の展開 ～山で若者が働く、イノベーション創発型の国産材産地～

目指す姿

- ① **川上** 林業適地を中心としてICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換が進み、伐採後の再生林をはじめ森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われている。
- ② **川中** 原木を安定的に調達する体制が整備され、非住宅分野をはじめ新たな需要への高品質な製材品の供給力が向上している。
- ③ **川下** 住宅への木材利用に加え、非住宅建築物の木造化・木質化に向けた取組を強化することにより県産材利用が拡大している。
- ④ **担い手** デジタル化された森林情報の活用をはじめスマート林業を推進し、女性や若者等の多様な人材がいきいきと活躍している。

分野を代表する目標

原木生産量

出発点 (R4) 73.6万m³ ⇒ 4年後 (R9) 85万m³ ⇒ 10年後 (R15) 85万m³

木材・木製品製造業出荷額等

出発点 (R3) 249億円 ⇒ 4年後 (R9) 255億円 ⇒ 10年後 (R15) 281億円

川上 柱1 森林資源の再生産の促進

(1) 林業適地への集中投資

- 新** ① 林業適地の拡大
- ② 林道等の開設（改良）の促進
- 新** ③ 新たな森の工場の拡大



(2) 林業収支のプラス転換

- 拡** ① 新たな森の工場等における生産性向上につながるイノベーションの推進
- ② 低コスト造林の推進
- 新** ③ 林地残材の利用拡大
- 新** ④ 成長の優れた苗木等の生産強化
- 新** ⑤ 野生鳥獣による食害対策の強化
- 新** ⑥ 再生林の推進に向けた連携体制の強化



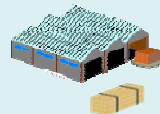
(3) 多様で健全な森林への誘導

- 新** ① 多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進

川中 柱2 木材産業のイノベーション

(1) 大径材の利用促進

- 新** ① 将来的な施設整備や製品開発の方向性を示す戦略の策定
 - ・大径材の需要拡大に向けた資源量調査
 - ・大径材利用に向けた研究会の設置
- 新** ② 大径材を利用した製品の開発等
 - ・森林技術センターとの連携による製品の開発
- ③ 大径材加工施設の整備への支援



(2) 需要に応じた製材品の供給体制の整備

- 拡** ① 川上・川中・川下間の連携の強化
 - ・コーディネーターを通じた情報連携の円滑化や、事業者間の原木供給のマッチング
- ② 製材加工の共同化・協業化等の促進による加工体制の強化
- ③ JAS認証の取得や施設整備への支援による製材品の高品質化
- 拡** ④ 製材工場の環境整備（労働安全対策、人材育成等）



(3) 森の資源を余すことなく活用

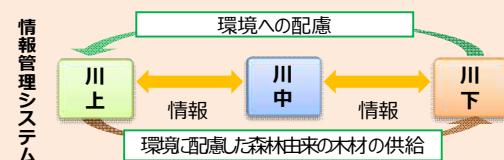
- ① 木質バイオマスボイラー等の導入促進



川下 柱3 木材利用の拡大

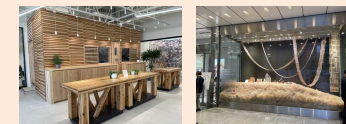
(1) 環境に配慮した新たな木材流通の促進

- 新** ① 環境に配慮した森林由来の木材を認証する仕組みの検討



(2) 非住宅建築物等への木材利用の拡大

- 拡** ① 木材利用の拡大と環境負荷の低減につながる高知県環境不動産の建築を促進
- 拡** ② CLT等を使用した非住宅木造建築物の建築拡大に向けた施主の木材利用に関する理解の醸成
- 拡** ③ TOSAZAIセンターによる非住宅木造建築に取り組む土佐材パートナー企業の開拓
- 新** ④ 室内空間への県産材利用の提案とプロユーズーとの製品開発
- ⑤ 海外への販売促進（有望なエリアにおける販路開拓）



先端技術をフル活用し、イノベーション創発型の林業・木材産業を展開！

担い手 柱4 多様な担い手の育成・確保

(1) ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取組の強化

- 拡** ① 女性等をターゲットにした「こうちフォレストスクール」の開催や就業相談への対応などの林業労働力確保支援センターと連携した就業促進に向けた取組の展開
- 新** ② 森林資源を活用した事業の実施を支援し、半林半Xといった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手を確保

(2) 高度な技術を有する人材の育成

- 新** ① 林業事業者における森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援
- 拡** ② 林業大学校において、原木生産に加え再生林の推進に必要な知識と現場経験を得るための研修の実施

(3) 魅力ある職場づくりの推進

- 拡** ① ドローン等の女性が扱いやすい機器の操作研修の開催に加え、林業現場でのスマート林業の実践に向けた林業事業者への個別支援
- ② 更衣室の設置や就業規則の見直しなど、女性等が働きやすい環境整備への支援
- 拡** ③ 事業戦略の実践や女性が働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催

ターゲットマーケティングによる就業促進



高度人材の育成



魅力ある職場づくり



呼び込み

新規就業

定着

女性や若者等、多様な人材が活躍できる林業に向けた取組

各産業分野で掲げる目標一覧（案）

◆分野全体の目標

原木生産量
 出発点(R4):73.6万³m ⇒ 4年後(R9)の目標:85万³m ⇒ 10年後(R15)の目標:85万³m
 (第4期計画目標(R5):79.6万³m)

木材・木製品製造業出荷額等
 出発点(R3):249億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:255億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:281億円
 (第4期計画目標(R5):228億円)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 森林資源の再生産の促進	1 構造転換型戦略	森の工場の原木生産量(年間)	新規	12.6万 ³ m (R4)	—	26.5万 ³ m	○
		民有林の再造林面積(年間)	継続	342ha (R4)	630ha	690ha	○
		森林クラウド利用者数(年度末現在)	新規	— (R5)	—	75事業体	—
2 木材産業のイノベーション	2 地域産業スケールアップ型	乾燥材の出荷量(年間)	新規	88千m ³ (R3)	—	126千m ³	○
		JAS機械等級区分構造材の出荷量(年間)	新規	14千m ³ (R3)	—	25千m ³	○
		県産製材品の出荷量(年間)	継続	147千m ³ (R3)	169千m ³	197千m ³	—
3 木材利用の拡大	2 地域産業スケールアップ型	県内における非住宅木造建築物の棟数(年間)	新規	106棟 (R4)	—	121棟	○
		県外製品市場等への県産製材品の出荷量(年間)	新規	99千m ³ (R4推計)	—	121千m ³	○
4 多様な担い手の育成・確保	5 人材起点型戦略	林業就業者数(年度末現在)	継続	1,593人 (R3)	1,670人	1,690人	○
		[現場] 新規就業者数(年間)	新規	142人 (R3)	—	200人	○
		うち15～34歳女性新規就業者数	新規	2人 (R3)	—	5人	—
		[事務] 新規就業者数(年間)	新規	7人 (R4)	—	11人	—
		うち15～34歳女性新規就業者数	新規	3人 (R4)	—	5人	—
		10人以上を雇用する法人数(累計)	新規	22法人 (R3)	—	30法人	—
事業戦略実践企業のうち前年度比+3%の限界利益額を達成した企業の割合(年間)	新規	58% (R4)	—	100%	—		

森林資源の再生産の促進（再造林推進プランに基づく取り組みの推進）

現状・課題

- (1) 作業システムの改善等を進めてきたが、生産性の向上の伸びは低位
 （間伐の生産性 H30：3.59m³/人日 → R4：3.82m³/人日）
- (2) 間伐を中心とした森の工場は拡大しており、森の工場のインフラ等を活用し、原木のさらなる安定供給と確実な再造林を進めていくことが必要
 （森の工場 H30：72,799ha → R4：85,841ha）
- (3) 造林コストの軽減に向けた低密度植栽等の拡大の流れを加速化していくことが必要
 （低密度植栽 H30：18% → R4：54%）
- (4) 再造林に係る初期費用の軽減に資する基金の取組が始まっており、多様な関係者の協力の拡大が必要
 （R4：仁淀川町森林保全基金設立）
- (5) 木材生産機能の強化に加え、間伐等の繰り返による長伐期化や針広混交林化など、多様な森づくりが必要
 （標準伐期齢を超える間伐面積 H30：1,732ha → R4：1,450ha）
 （スギ・ヒノキ以外の植栽面積 H30：18ha → R4：13ha）

KPI 検証

原木生産量（民有林）

	H30(出発点)	R3
目標	-	54.4万m ³
実績	46.6万m ³	42.7万m ³

再造林面積（民有林）

	H30(出発点)	R4
目標	-	534ha
実績	263ha	342ha

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

森の工場の原木生産量（年間）

出発点(R4)：12.6万m³ ⇒ 4年後(R9)：26.5万m³

民有林の再造林面積（年間）

出発点(R4)：342ha ⇒ 4年後(R9)：690ha

- 林業適地を中心としてICTやデジタル技術、先端林業機械を活用するスマート林業への転換が進み、伐採後の再造林をはじめ森林資源の再生産につながる事業活動が活発に行われている。

令和6年度の取り組み

(1) 林業適地への集中投資

森林クラウドなどのデジタル情報の活用等により、効率的に林業が行える林業適地において、施業の集約化を促進。

- 新** ①林業適地の拡大（スマート林業の推進、より効率化できる森林の抽出）
- ②林道等の開設（改良）の促進（10トン積トラック道等の整備）
- 新** ③新たな森の工場の拡大
 - ・間伐、皆伐、再造林の一体的促進（再造林を前提とした皆伐等への支援等）
 - ・森林経営管理制度の活用等市町村と連携した集約化

(2) 林業収支のプラス転換

再造林を推進するための連携体制を強化しつつ、新たな技術等の活用、森林の新たな管理手法に係る情報の収集や野生鳥獣による食害対策を進める。

- 拡** ①新たな森の工場等における生産性向上につながるイノベーションの推進
 - ・再造林を前提とした高性能林業機械の導入支援
 - ・デジタル化等スマート林業の推進（省力化・軽労化につながる先端林業機械の実証、森林クラウドなどのデジタル情報を活用した事業地の絞り込みや森林調査等を促進）
- ②低コスト造林の推進（低密度植栽・隔年下刈への支援）
- 新** ③林地残材の利用拡大（低コスト造林の推進に向けたCD材搬出の支援強化）
- 新** ④成長の優れた苗木等の生産強化（挿し木苗に適した品種の特定）
- 新** ⑤野生鳥獣による食害対策の強化（鳥獣害防止ネットの点検等への支援）
- 新** ⑥再造林の推進に向けた連携体制の強化（再造林基金団体の広域化などの仕組みづくり等）

(3) 多様で健全な森林への誘導

育成してきた人工林資源を最大限に活用するとともに、生物多様性等にも配慮した森づくりを進め、公益的機能を持続的に発揮させる。

- 新** ①多間伐による長伐期化や針広混交林化の促進（間伐等支援の重点化）

多様な担い手の育成・確保（安全で魅力ある職場づくりと高度な技術者の育成）

現状・課題

- (1) 林業就業者が平成30年度の1,589人に対して、令和3年度が1,593人
- (2) 就業相談への対応や、林業大学校での人材育成、林業事業体の経営基盤の強化に向けた取組への支援などにより、新規就業者を一定確保でき、林業就業者数は横ばいを維持
- (3) 今後は、戦略的に就業に向けた情報発信や相談対応を進めるとともに、林業事業体による魅力ある職場づくりを推進することで、新規就業を促進
- (4) また、事業者や地域の特徴的な取組を通じ、担い手の育成や確保が進んでいる事例があるため、これらの成功要素の抽出により、取組を強化することを検討

事例1：林業事業体による特徴ある取組

自立意識の高い社風から、技術面に加え経営面においても若い社員を教育し、林業で起業する等の意欲ある社員（若い人材）を輩出

事例2：地域おこし協力隊による特徴ある取組

協力隊OBが林業を担うグループを設立し、小規模な間伐や造林などの森林整備を機動的に実施

- (5) スマート林業など新たな技術に対応できる人材の育成が急務

K
P
I
検
証

①林業就業者数

	H30 (出発点)	R3	R5
目標	1,650	1,650	1,670
実績	1,589	1,593	-

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

林業就業者数 出発点（R3）1,593人 ⇒ 4年後（R9）1,690人
新規就業者数 出発点（R3）142人 ⇒ 4年後（R9）200人

- デジタル化された森林情報の活用をはじめスマート林業を推進し、女性や若者等の多様な人材がいきいきと活躍している。

令和6年度の取り組み

(1) ターゲットマーケティングによる就業促進に向けた取組の強化

就業希望者（女性や地域おこし協力隊等）のターゲットに応じた取組を推進。

- 拡** ①女性等をターゲットにした「こうちフォレストスクール」の開催や就業相談への対応などの林業労働力確保支援センターと連携した林業での就業促進に向けた取組の展開
- 新** ②森林資源を活用した事業の実施を支援し、半林半Xといった新しい働き方の提案により地域おこし協力隊等の新たな担い手を確保

(2) 高度な技術を有する人材の育成

林業大学校での即戦力となる技術者の育成に加え、スマート林業の推進に必要な高度人材の育成・確保につながる林業事業体による取組を促進。

- 新** ①林業事業体における、森林クラウドでのデジタル情報の活用やスマート林業の推進に必要な人材の育成を支援
- 拡** ②林業大学校において、原木生産に加え、再生林の推進に必要な知識と現場経験を得るための研修の実施

(3) 魅力ある職場づくりの推進

女性等の就業促進の後押しが期待できるスマート林業の実践といった取組の拡大や若者の価値観を取り込んだ労働環境改善の取組を支援することで、魅力ある職場づくりを進める。

- 拡** ①ドローン等の女性が扱いやすい機器の操作研修の開催に加え、林業現場でのスマート林業の実践に向けた林業事業体への個別支援
- ②更衣室の設置や就業規則の見直しなど、女性等が働きやすい環境整備への支援
- 拡** ③事業戦略の実践や女性が働きやすい職場づくり等について学ぶ経営セミナーの開催

水産業分野の施策の展開 ～ 若者が地域で稼げる魅力的な水産業 ～

目指す姿

- ① デジタル技術等の活用により、環境や社会の変化に強く安定した所得が得られる "持続可能な" 水産業
 - ② 県内のみならず、県外、海外への県産水産物の販路が確立され、誰もが地産外商にチャレンジできる "稼げる" 水産業
 - ③ 労働環境の改善により、多様な人材が活躍できる "働きやすい" 水産業
- ⇒ 「若者が地域で稼げる魅力的な水産業」の実現

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 (R3) 451億円 ⇒ 4年後 (R9) 520億円 ⇒ 10年後 (R15) 545億円
出発点 (R3) 224億円 ⇒ 4年後 (R9) 284億円 ⇒ 10年後 (R15) 302億円

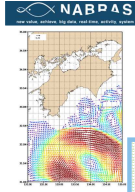
「地産」の強化

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) 高知マリンイノベーションの推進

- 拡** ① 情報発信システム「NABRAS」の運用と機能強化
- ② リスク対策につながる予測手法の開発 (二枚潮、急潮、赤潮)
- 拡** ③ 利益シミュレーションツールの機能強化
- ④ メジカ漁場予測システムの開発
- ⑤ 黒潮牧場の高機能化
- 新** ⑥ スマート市場のモデルケースの構築
- ⑦ 省力化につながるデジタル機器の導入支援



(3) かつお・まぐろ漁業の振興

- ① 事業戦略の実行支援による経営力の向上
- ② 黒潮牧場の高機能化 (再掲)



(4) 定置網漁業の振興

- ① 事業戦略の実行支援による経営力の向上
- ② 事業戦略に基づく設備投資等への支援



柱2 市場対応力のある産地加工体制の強化

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

- ① 輸出に対応した加工施設の立地支援
- ② 輸出に適した加工用原魚の確保
- ③ 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

- ① 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！

「外商」の強化

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** ① 「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強化
- ② 卸売市場関係者のネットワークを活かした取引の拡大
- ③ 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** ① 水産物輸出促進コーディネーターや卸売市場関係者のネットワークを活用した販路開拓・拡大
- 新** ② 国内外の商社と連携した海外での賞味会の開催による販路開拓・拡大
- 新** ③ 国内商社等の産地招へいによる県内事業者とのマッチング機会の拡大



(3) 関西圏のパートナーと連携した販売拡大

- ① 卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大
- 拡** ② 「高知家の魚応援の店」との関係強化による販売拡大
- 拡** ③ 卸売市場関係者等との連携による輸出の拡大



(4) 地域資源を活用した付加価値の創出

- ① あゆを活用した地域活性化の取り組みの推進



多様な人材が参入！
経営体が維持・安定！

好循環を生み出し
拡大再生産へ！

漁業所得が向上！

成長を支える取組の強化

柱4 担い手の確保・育成

新規就業者の確保や育成を支援！

(1) 新規就業者の確保・育成

- 拡** ① 関西圏の専門学校等や県内高校での就業セミナーの開催
- 拡** ② 県独自の就業フェアの開催
- ③ 移住促進策と連携した勧誘の促進
- ④ 就業希望者を対象とした短期・長期研修等の実施



(2) 多様な人材の確保

- 新** ① 女性が就業しやすい漁業への転換に向けた取り組みの推進
- 新** ② 障がい者等の生きがいや雇用の場の確保に向けた水福連携の推進
- ③ 外国人材の受け入れの推進
- ④ 漁業の操業を支える事業者の事業継続に向けた働きかけ



経営の安定と労働環境の整備を支援！

(3) 魅力ある職場づくりの支援

- ① 法人化に向けた支援
- 新** ② 労働環境等の改善に向けた専門家の派遣等の支援
- 新** ③ 若者、女性等の多様な人材が参入・定着しやすい環境整備
- ④ 高知マリンイノベーションの推進による操業の効率化 (再掲)



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

・漁業生産額(宝石サンゴを除く)
 出発点(R3):451億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:520億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:545億円
 (第4期計画目標(R5):520億円)

・水産加工出荷額
 出発点(R3):224億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:284億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:302億円
 (第4期計画目標(R5):270億円)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 漁業生産の構造 改革	1 構造転換型戦略	鮮魚の県内市場取扱額(年間)	継続	73億円 (R4)	93億円以上	88億円	○
	2 地域産業スケールアップ型戦略	養殖生産量(ブリ、カンパチ、マダイ、クロマグロ)(年間)	継続	13,800トン (R4速報)	21,400トン	23,000トン	○
2 市場対応力のある 産地加工体制の強化	2 地域産業スケールアップ型戦略	海外HACCP対応型加工施設の整備(累計)	継続	4件 (R4)	4件	6件	
		養殖魚の前処理加工(年間)	継続	49.6億円 (R4)	50億円	97億円	
3 流通・販売の強化	2 地域産業スケールアップ型戦略	「応援の店」への県内参画事業者の出荷額(年間)	継続	2.8億円 (R4)	5億円	5.7億円	
	3 グローバル展開型戦略	水産物の輸出(年間)	継続	2.7億円 (R4)	7.2億円	17.7億円	○
4 担い手の確保・育成	5 人材起点型戦略	新規就業者数(年間)	継続	53名 (R4)	60名	60名	○
		うち若年(15~34歳)女性新規就業者数(年間)	新規	2名 (R4)	—	4名	○
		法人経営体数(定置網漁業)(累計)	新規	9法人 (R5.9)	—	12法人	
		事業戦略策定経営体における各年の営業利益の目標達成率(年間)	新規	63% (R4)	—	100%	

養殖業の振興

現状・課題

(1) 漁場の確保

- ①既存漁場には現状活用可能な空きがない
⇒養殖生産の増産には新たな漁場の確保が必要

(2) ブリ人工種苗の普及

- ①ブリ養殖は種苗の多くを天然に依存していることから生産が不安定
- ②海外では、トレーサビリティ、SDGsの観点から人工種苗による養殖魚のニーズが高い
- ③人工種苗の導入を支援し、2業者及び1グループが計3万尾を導入(R4、R5)
⇒ブリ養殖の経営の安定化には人工種苗の更なる普及が必要

(3) 生産コストの削減

- ①近年、餌の価格等が高騰しており、コストが増加
- ②効率的な給餌方法の検討(H24-26)及び餌止め効果の検証(R2-4)を実施
⇒投餌量削減技術の更なる開発・検証・普及が必要
- ③養殖現場へのデジタル機器導入を支援し(R3-5)、18業者が機器を導入
⇒デジタル機器の更なる普及が必要

(4) リスク対策（赤潮）（再掲）

(5) 担い手対策

①養殖生産量（ブリ、カパチ、マガイ、カマガロ）

	H30(出発点)	R4
目標		21,080トン
実績	19,800トン	13,800トン (速報)

K
P
I
検
証

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

養殖生産量(ブリ、カパチ、マガイ、カマガロ) 出発点(R4)13,800トン ⇒ 4年後(R9)23,000トン

- ①養殖業が抱える課題（漁場・人工種苗・コスト・担い手）に対してパッケージで支援を行うことで、養殖生産量を増加

令和6年度の取り組み

(1) 新たな養殖漁場の整備、規模拡大・新規参入業者の誘致

- 新** ①養殖漁場候補地調査(R5)の結果を踏まえた、地元の合意に基づく規模拡大・新規参入業者の誘致活動
- 拡** ②規模拡大・新規参入業者への支援の拡充（漁船リース・新リース事業等）
- ③マーケットイン型養殖業の推進に向けた体制づくりへの支援



(2) ブリ人工種苗の普及

- ①R4、R5に県内養殖業者が導入した人工種苗の飼育データを解析・提供することでブリ人工種苗を普及

(3) 生産コストの削減

- 新** ①投餌量削減技術の開発・検証
補償成長を活用した、より効果的かつ安全な投餌量削減技術の開発・検証に取り組み、養殖現場への普及を図ることで、生産コストを削減
- ②養殖現場でのデジタル化の推進
省力化につながるデジタル機器の導入支援

(4) リスク対策

- ①赤潮発生予測技術の確立・高度化（マリンイノベーションの取組）（再掲）

(5) 担い手対策（再掲）

- 拡** ①新規就業者の育成・確保
- 新** ②多様な人材が参入しやすい環境整備

担い手の確保・育成

現状・課題

(1) 新規就業者の育成・確保

- ① 県独自の就業フェアの開催
 - ② 専門学校等での就業セミナーの開催
 - ③ UIターンサポートセンターと連携した勧誘の促進
 - ④ 短期・長期研修等の実施
- ⇒ 情報発信及び就業希望者の掘り起こしを強化し、更なる新規就業者の確保が必要

(2) 多様な人材が参入しやすい環境整備

- ① 若者・女性漁業者を対象とした、仕事の満足度等に関するヒヤリング調査の実施
 - ② デジタル化、省力化等による作業の効率化
 - ③ 水福連携の推進に向けた勉強会等の実施
- ⇒ 労働環境及び雇用条件の改善が必要

(3) 経営安定に向けた支援

- ① 複数漁業種類の技術習得を支援
 - ② リース事業等の活用により設備投資を支援
- ⇒ 経営を意識した操業実践に向けた支援の強化が必要

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

新規就業者数 出発点（R4）53名 ⇒ 4年後（R9）60名
（うち若年（15～34歳）女性新規就業者数 出発点（R4）2名 ⇒ 4年後（R9）4名）

- ① 県内及び関西圏での情報発信の強化等により、若者や女性の新規就業者が増加
- ② 労働環境及び雇用条件の改善が進むことで、新規就業者が増加、定着

令和6年度の取り組み

若者・女性等の多様な人材が参入しやすい環境整備に向けた支援を強化

【若者】

- 拡** ① 就業希望者の掘り起こし強化に向け、県内高校及び関西圏の専門学校等での就業セミナーの開催を拡充（県内高校 4校→6校、関西圏の専門学校等 4校→6校）

【女性】

- 新** ① 女性が働きやすい漁業への転換に向けた取り組みの検討にあたり、女性による漁業体験を通じた課題抽出の調査や、「高知の水産女子会」による意見交換、勉強会等を行い、効果的な取り組みを提案

【障がい者】

- 新** ① 水産事業者及び福祉事業者向け講習会等の開催により水福連携を推進

【環境づくり等】

- 新** ① トイレや更衣室等の多様な人材が参入しやすい環境整備を支援するとともに、雇用条件等の改善に向けた専門家（社会保険労務士等）の派遣等を支援し、魅力ある職場づくりを支援

・漁業就業者確保委託事業費

県独自の就業フェアの開催、
 専門学校等でのセミナー開催、
 フェア出展事業者向け研修会、
 オンラインセミナーの開催、
 小学生向け漁業紹介動画の作成

・高知県漁業就業支援センター直営研修事業費

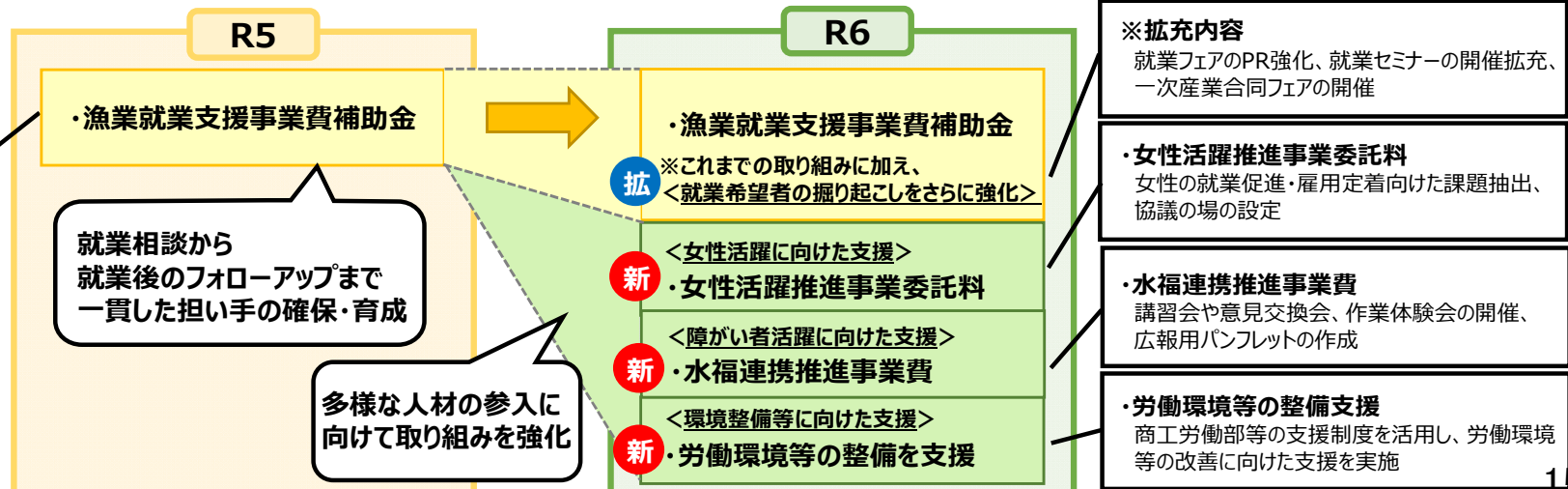
短期研修、県内高校でのセミナー開催、
 共通座学研修への支援

・長期研修等事業費

自営・雇用・漁家子弟研修、
 漁業経営安定化研修への支援

・高知県漁業就業支援センター運営経費

センターの人件費、事務費



商工業分野の施策の展開 ～人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現～

目指す姿

「人口減少下でも持続的に成長していく商工業の実現」を目指して、5つの柱により取り組みを進めていく。特に、人口減少下において重要となる、高付加価値化や省力化による「生産性の向上」の取り組みと、柔軟な勤務体制や福利厚生充実といった「働き方改革の推進」の取り組みを一層強化し、これらを両輪で進めていくことで、女性・若者・外国人など多様な人材が活躍できる環境づくりを進め、誰もがやりがいを持っていきいきと働ける企業へと成長を促す。

分野を代表する目標

製造業の1人当たり付加価値額 出発点 (R3) 834万円 ⇒ 4年後 (R9) 939万円以上 ⇒ 10年後 (R15) 1,058万円以上
製造品出荷額等 出発点 (R3) 6,015億円 ⇒ 4年後 (R9) 6,780億円以上 ⇒ 10年後 (R15) 7,640億円以上

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

- ① 事業戦略策定企業へのPDCAの徹底と実行支援

(2) SDGsを意識した製品や特徴ある製品の開発促進

- 新**① 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発支援
- ② 現場ニーズに応じた防災関連製品の開発促進
- ③ 紙産業の振興に向けた高機能紙や新素材の開発促進



(3) 高知県の特長を生かした企業誘致の推進

- ① 様々な機会を捉えた企業誘致の推進
- ② 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
- ③ 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
(南国日章産業団地及び高知中央産業団地(布師田地区)の早期完売)



高知中央産業団地
(布師田地区)

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**① 外商サポート強化による販路拡大
- 拡**② 技術の外商サポートによる受注拡大
- ③ 防災関連製品の販路開拓



(2) 海外展開の促進

- ① 海外展開に取り組む企業の掘り起こし
(海外ビジネス交流会の開催、海外戦略支援会議の開催、ものづくり海外戦略アドバイザーの企業訪問による掘り起こし)
- ② 現地サポートデスク(タイ、ベトナム)を活かした個別商談の強化
- 新**③ 現地アドバイザー(台湾、インド)の設置によるビジネス機会の創出
- 拡**④ 防災セミナーの開催による新たな市場の開拓
- ⑤ 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

- 新**① 関西地区の発注企業に幅広いネットワークを持つ団体を通じた商談機会の創出



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事業者の経営力強化

- 拡**① 商工会及び商工会議所の経営支援機能の抜本的な強化による経営計画の策定・実行支援の拡充

(2) 地域商業の活性化

- 拡**① 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、デジタル技術の活用による商店街活性化の取組の支援)
- 拡**② 空き店舗の活用による新規創業への支援



成長を支える取り組みの強化

柱4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の変革の促進

(1) 県内事業者のデジタル技術導入に向けた支援

- 拡**① 商工団体やよろず支援拠点(国)によるデジタル技術活用を促進するための啓発の強化
- 新**② 工業技術センターによるロボット・AIなどを活用した製造ラインのスマート化の支援
- 拡**③ 産業振興センターによる中長期的にデジタル化に取り組むための「デジタル化計画」の策定及び実行支援
- 新**④ 個社ごとのDX支援チームによるデジタル化の視点での事業戦略の磨き上げと「DX認定」の取得支援



(2) デジタル化に対応するための人材育成

- 拡**① 高知デジタルカレッジにおける企業内のデジタル化を推進する中核人材の育成
- 新**② 工業技術センターによるスマートものづくり研究会の開催



(3) ものづくり企業における生産性向上(省力化・高付加価値化)の推進

- ① 産業振興センター、公設試験研究機関等による高付加価値な製品・技術の開発支援(再掲)
- 拡**② 生産性向上推進アドバイザー等による支援の強化

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**① 事業承継・引継ぎ支援センターや移住施策と連携した円滑な事業承継の推進

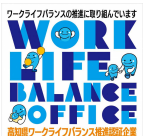
(2) 人材の育成・確保の推進

- 拡**① 新規卒卒者等の県内就職促進と定着支援
- ② 移住施策と一体となった中核人材の確保
- 拡**③ 外国人材の受入・活躍推進
- ④ 就職氷河期世代等の就職支援
- ⑤ 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
- ⑥ 伝統的工芸品産業等の人材育成(土佐和紙総合戦略の実施等)



(3) 働き方改革の推進

- 拡**① 経営基盤強化と運動した企業の働き方改革への支援
(多様な人材が活躍できる環境整備やWLB推進認証企業の拡大等)
- ② 新規高卒就職者の離職防止



各産業分野で掲げる目標一覧（案）

様式3

◆分野全体の目標

①製造業の1人当たり付加価値額 …… 出発点(R3): 834万円 ⇒ 4年後(R9)の目標: 939万円 ⇒ 10年後(R15)の目標: 1,058万円
 ②製造品出荷額等 …… 出発点(R3): 6,015億円 ⇒ 4年後(R9)の目標: 6,780億円 ⇒ 10年後(R15)の目標: 7,640億円 (第4期計画目標(R5): 6,500億円)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の類型	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当	
1 絶え間ないものづくりへの挑戦	①構造転換型 ④課題解決型	高付加価値な製品・技術の開発件数(累計)	新規	17件 (R2~R4)	-	40件 (R6~R9)	○	
		事業戦略実行支援企業のうち前年比+3%の付加価値額を達成した企業の割合(年間)	新規	54.4% (R4)	-	100%		
		紙産業の製造品出荷額等(年間)	継続	796億円 (R3)	790億円	820億円		
		企業誘致の推進による雇用者数(年間) (企業誘致の推進による雇用者数(年間)のうちIT・コンテンツ企業含む事務系企業)	新規	7,693人 (R4) (1,595人 (R4))	うち 中山間 5,000人 女性 3,098人 外国人 134人 うち 中山間 318人 女性 1,088人 外国人 0人	9,507人 (2,477人)	うち 中山間 5,927人 女性 4,156人 外国人 188人 うち 中山間 507人 女性 1,704人 外国人 0人	
		工業団地の新規開発件数(累計)	新規	2件 (R2~R5)	-	2件 (R6~R9)		
		防災関連認定製品(累計)	継続	200製品 (H24~R5)	191製品	240製品 (H24~R9)		
		2 外商の加速化と海外展開の促進	②地域産業スケールアップ型 ③グローバル展開型 ④課題解決型	防災関連認定製品の売上高(年間)	継続	126.3億円 (R4)	91億円	200億円
産業振興センターが支援する企業の県外売上高(年間)	新規			1,027億円 (R4)	-	1,190億円	○	
産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高(年間)	新規			237億円 (R4)	※コロナ関連を除くと734件	274億円		
3 商業サービスの活性化	②地域産業スケールアップ型	経営計画策定支援件数(年間)	継続	917件 (R4)	570件	886件		
		商業集積地における営業店舗数(年間)	新規	4,632店舗 (R4)	-	4,600店舗		
4 デジタル技術の活用等による生産性の向上と事業構造の革新の促進	①構造転換型 ⑤人材起点型	商工会・商工会議所におけるデジタル化に関する指導・相談件数(年間)	新規	479件 (R4)	-	960件	○	
		産業振興センターが支援するデジタル化計画の策定数(累計)	継続	25件 (R3~R4)	75件	210件 (R3~R9)	○	
		DX認定企業数(累計)	新規	2社 (R4)	-	24社 (R4~R9)	○	
		アドバイザー及び公設試の支援による生産性向上の成果件数(在庫削減、生産量増加、作業時間短縮など定量的な効果があるもの)(累計)	新規	4件 (R4)	-	44件 (R6~R9)		
5 事業承継・人材確保の推進	③グローバル展開型 ④課題解決型 ⑤人材起点型	県内出身・県外大学生のUターン就職率(年間)	継続	21.3% (R4)	35%	24%	(R4) 21.3% → (R9) 24% 393人 406人	
		県外出身・県外大学生のIターン就職者数(年間)	新規	181人 (R4)	-	220人		
		高知県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)	継続	51件 (R4)	100件	100件		
		県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数(年間)	継続	3,059人 (R5)	3,150人	4,000人	○	
		ワークライフバランス推進延べ認証企業数(累計)	継続	632社 (H19~R4)	700社	980社 (H19~R9)	○	
		働き方改革に取り組む企業(従業員5人以上)の割合(年間)	新規	52.8% (R5)	-	65%	○	

うち 従業員10人未満 100社
中山間 236社

うち 従業員10人未満 200社
中山間 300社

付加価値の高い製品等の開発促進（1/2）

現状・課題

（1）一般的な製品（グリーン化を除く）

1-1 製品企画書策定支援（R2～R4）

製品企画書策定：122件

うち製品化：72件（59%）

販売実績あり：40件（33%）

「市場・顧客分析の甘さ」、「想定外の技術課題発生」等の理由により、販売に至ったものは3割に留まる
⇒高付加価値で売れる製品の開発支援が必要
(質的向上)

1-2 事業戦略等推進事業費補助金における

「新製品・新技術・新役務開発事業」の採択:92件

(R2:39件、R3:33件、R4:20件)

新製品開発(小規模な改良を除く)：12/92件

年々減少傾向、かつ、ほとんどが小規模な改良で、新たな価値を生み出す新製品開発への挑戦が少ない
⇒新製品開発に取り組む企業を増やすことが必要(量的拡大)

（2）グリーン化製品

製品等グリーン化推進事業費補助金で計11件採択

(R4:5件、R5:6件)

グリーン化製品の開発は、比較的規模の大きな企業が先行し、徐々に中小に広がっている

⇒グリーン化に資する製品技術の開発に取り組む企業のさらなる発掘と開発促進が必要

R5

①事業戦略等推進事業費補助金の「新製品・新技術・新役務開発事業」

「製品企画書」に基づく新製品等の開発
補助率1/2、補助上限額200万円、1,000万円（開発仕様を含む製品企画書に基づくもの）、1年以内、人件費対象外

②製品等グリーン化推進事業費補助金

脱炭素化に資する製品等の開発
補助率1/2、補助上限額2,000万円、2年以内、人件費（全体補助額の1/3まで）

統合
強化

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値 高付加価値な製品・技術の開発件数（累計）

出発点（R2～R4）17件 ⇒ 4年後（R6～R9）40件

- ①新製品開発にチャレンジする企業が増え、より付加価値の高い製品が数多く生まれる
- ②開発した製品が利益を生み出し、さらなる新製品の開発にチャレンジする好循環が実現

令和6年度の取り組み

本県産業からオリジナリティの高い製品を生み出すことを目指し、グリーン化を含む「製品開発」についての支援を強化

新事業戦略等推進事業費補助金の「新製品・新技術・新役務開発事業」と、製品等グリーン化推進事業費補助金を統合・強化し、「**戦略的製品開発推進事業費補助金**」を新設

- （1）「開発チャレンジ事業」と「製品開発事業」の2段階に分けて支援
⇒構想の具現化や課題検証などのスモールチャレンジを「開発チャレンジ事業」により支援（量的拡大）
⇒事業化に向けた製品企画書の精度向上を図り、「製品開発事業」により高付加価値で売れる製品開発を後押し（質的向上）
- （2）製品構想書と製品企画書の作成段階では、産業振興センターによる伴走支援に加え、新たに設ける「**製品開発支援チーム**」で公設試等との情報共有を行い、課題に応じた専門的なサポートを実施
- （3）製品開発事業では、研究開発費のうち実質的に多くを占める**人件費も補助対象**とすることによって、開発をより促進する

R6

新戦略的製品開発推進事業費補助金

・開発チャレンジ事業

「製品構想書」の検証

補助率1/2、補助上限額100万円、1年以内、市場調査・部分試作等（**人件費対象外**）

・製品開発事業

「製品企画書」に基づく製品の開発

一般枠：補助率1/2、補助上限額1,000万円、2年以内、**人件費1/3まで**
イノベーション推進枠：補助率1/2、**補助上限額2,000万円**、2年以内、**人件費1/2まで**

製品開発支援チーム（産業振興センター・公設試等）が「製品構想書」、「製品企画書」の作成を支援

付加価値の高い製品等の開発促進 (2/2)

支援スキーム

新 戦略的製品開発推進事業費補助金

情報収集・基礎研究

製品の構想、企画の立案

試作開発

製品化

販路開拓



中小企業

- 社会的課題
- 市場動向
- ユーザーニーズ
- +
- 自社技術、強み
- 基礎研究の成果
- 異業種交流

製品開発ニーズ・アイデア創出

製品構想書

製品構想

- ・コンセプト
- ・想定市場、顧客

事業計画

- ・仮説と実証方法
- ・課題と検証方法
- ・スケジュール

補助メニュー① 「開発チャレンジ事業」

(新製品開発・製品改良)

- ・市場調査
- ・部分試作
- ・知財取得
- ・専門家活用(軽微な改良)
- ・市場調査
- ・試作(パッケージ変更、機能追加等)

補助上限額: 100万円
補助率: 1/2 期間: 1年以内

製品企画書

製品企画

- ・仕様詳細(機能、強度)
- ・具体的市場、価格
- ・コスト、原価

事業計画

- ・仕様実現の方法
- ・生産量、生産方法
- ・販売計画
- ・スケジュール

補助メニュー② 「製品開発事業」

- ・製品開発
- ・評価試験
- ・工程設計
- ・量産試作

補助上限額: 1,000万円
(イノベーション推進枠: 2,000万円)

補助率: 1/2
事業期間: 2年以内
人件費: 全体補助額の1/3まで
(イノベーション推進枠: 1/2まで)

- ### 外商活動
- ・営業活動
 - ・展示会出展
 - ・見本市出展
 - ・ホームページ制作
 - ・WEB商談会
 - ・PR動画製作
- など

開発チャレンジ事業審査会

製品開発事業審査会

- 意識醸成機会創出
- 作成支援
- 芽出しの促進
 - ・最新情報の提供
 - ・アイデアの掘り起こし
 - ・ニーズとシーズのマッチング
 - ・専門家派遣、相談
- 見える化の後押し
 - ・情報の整理
 - ・環境分析のフォロー
 - ・技術相談
 - ・課題抽出

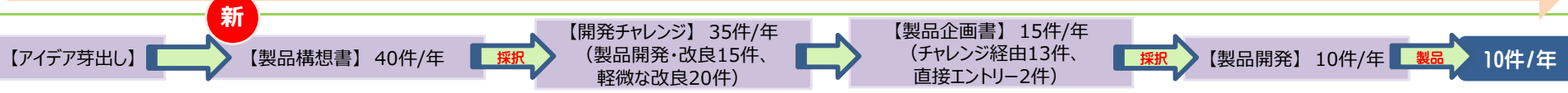
- 不採択の場合
ブラッシュアップして
再チャレンジ可能
- 採択**
- ✓ 製品構想と事業計画の**具体性**
- ・オリジナリティがあるか
 - ・市場を見据えた取組か
 - ・仮説と課題が明確か
 - ・実施方法やスケジュールが妥当か
- 書面審査会 県 + 外部審査員
- 事業計画への助言 審査結果のフィードバック

- 不採択の場合
ブラッシュアップして
再チャレンジ可能
- 採択**
- ✓ 製品企画と事業計画の**実現性**
- ・市場: 規模、顧客、価格
 - ・製品: 新規性、独自性
 - ・技術: 仕様、実現性、環境性
 - ・経営: 採算性、財務状況、実施体制
- 高精度の企画書へ
- ・開発チャレンジ成果の整理
 - ・ブラッシュアップのためのアドバイス
- プレゼン審査会 金融機関 会計士 大学 県
- 事業計画への助言 審査結果のフィードバック

- 市場性に重点を置いて審査を実施
→売れる製品
- 実行フォロー
- 製品化の後押し
- ・公設試の試験機器の活用
 - ・新たな課題へのアドバイス

- 産振センターによる外商支援
- ・外商Coによる営業活動
 - ・見本市への県ブース出展
 - ・ミニ展示商談会
 - ・ものメッセ
 - ・技術の外商
 - ・県外バイヤーの招へい
 - ・販路開拓等の補助金

製品開発支援チーム (産業振興センター + 公設試・外部専門家)



外国人材の活躍推進

現状・課題

(1) 海外から優秀な人材を確保

- ①送出国側との信頼関係の構築（ベトナム、インドへのミッション団の派遣など）
現地への訪問回数 R2: 0回 → R4: 4回

(2) 県内における就労・相談体制の充実

- ①事業者向け説明会の開催
R3~R4: 8回（参加者228名）

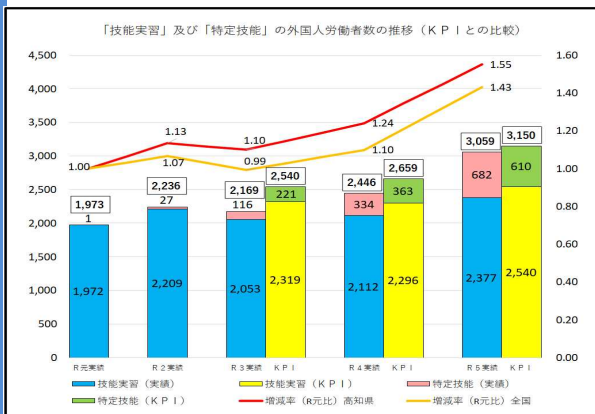
(3) 地域の一員としての受入態勢の充実

- ①外国人生活相談センターの運営
相談件数 R2: 493件 → R4: 638件

⇒外国人材にとって、本県の認知度は低く、賃金も比較的安価であるため、就労先として選ばれにくいことから、高知で働く外国人材の満足度を高め、外国人材から「選ばれる高知県」を目指していく必要がある

○県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数

	R2(出発点)	R5
目標		3,150人
実績	2,236人	3,059人



5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

県内で就労する「技能実習」及び「特定技能」の外国人労働者数（年間）
（技能実習制度は国において見直しをしているところ）

出発点（R5）3,059人 ⇒ 4年後（R9）4,000人

- ①外国人材の受入環境を充実させることで選ばれる高知県に
- ②外国人材が定着することで、持続可能な県経済が実現

高知県元気な未来創造戦略と連動

令和6年度の取り組み

<受入促進>

- 新** ①MOU締結先の日本語教育センター等で学び一定期間県内に就労した外国人材に対して、定着奨励金を支給
- 新** ②日本語教育センター等が行う高知県に関する授業科目の実施に必要な費用（モニターなどのハード整備費用等）を助成
- ③ベトナム・ラムドン省内に新設する日本語教育センターの日本語講師費用を助成

<定着促進>

(1) 外国人が暮らしやすい環境づくり

- 新** ①外国人材受入れのための福利厚生施設等(寮の新設・改修等)の整備に対する融資制度の創設
- ②多文化共生等に係る民間団体等の取組に対する助成
- 拡** ③オーテピアや市町村立図書館における多文化サービスの提供

(2) 外国人が働きやすい環境づくり

- 新** ①外国人材の受入れに係る市町村向け制度説明会の実施
- 新** ②就労環境整備（翻訳機器購入費、社内マニュアル・標識類の多言語化等）に取り組む事業者に対する助成
- ③職業訓練の専門的な日本語習得・作業理解のための教材の提供（農作業動画マニュアルなど）

(3) 外国人が学びやすい環境づくり

- 拡** ①外国人材のスキルアップに取り組む事業者への助成（業務に関する日本語教育）
- ②高知・中村高等技術学校における在職者訓練の実施
- 新** ③市町村が行う日本語教育の取組への助成
- 新** ④e-ラーニングを活用したオンデマンドによる学習機会の提供

女性や若者、高齢者など多様な人材が定着・活躍しやすい労働環境の整備

現状・課題

(1) ワークライフバランスの推進

①ワークライフバランス推進企業認証制度の取得を推進し、認証企業数が大幅に増加 (H30 233社→R4 632社 (延べ))

※業種別：建設業 56.4%、医療・福祉12.1%、製造業8.9%の順

従業員規模別：10人以上の企業 78.4%
⇒幅広い業種、小規模事業者の取得を推進していくことが必要

②年次有給休暇や男性育休の取得推進により取得率が大幅に上昇

(年休H30 56.1%→R4 67.4%、男性育休H30 7.6%→R4 28.7%)

※R4は速報値

⇒業務を代替する従業員の負担感の解消など企業内の仕組みづくりが課題

(2) 働き方改革の推進

①テレワークやフレックスタイム制、兼業・副業など多様な働き方を導入する企業が増加 (働き方改革に取り組む企業の割合

R1 42.5%→R5 52.8% (従業員5人以上)

※R5は速報値

⇒取組手法が分からない企業、人材不足により取組ができていない企業も多数

①ワークライフバランス推進認証企業数

	H30(出発点)	R 4
目標	-	525
実績	233	632

5期計画（令和9年度）の目指す姿

すべての世代が活躍し多様な働き方ができる高知県へ

目標値

◆ **ワークライフバランス推進延べ認証企業数（累計）**

出発点 (H19~R4) 632社 ⇒ 4年後 (H19~R9) 980社

◆ **働き方改革に取り組む企業（従業員5人以上）の割合（年間）**

出発点 (R5) 52.8% ⇒ 4年後 (R9) 65%

- ①業種、地域、従業員規模ごとの支援を強化し、認証制度のさらなる普及を図ることで、働きやすい職場を拡大
- ②女性や若者、高齢者など働く意欲のある多様な人材が活躍できるよう、県内企業の支援を強化することで、人材の確保、定着に寄与

令和6年度の取り組み

(1) ワークライフバランスの推進

拡

①ワークライフバランス推進アドバイザーの活動強化（増員、活動日数増）

小規模企業、中山間地域への訪問強化、両立支援等助成金の周知等による伴走支援

(2) 働き方改革の推進

新

①働きやすい職場環境づくりを支援する補助制度の創設

【ハード整備に係る支援】女性用トイレ、キッズルームの整備、パワーアシストスーツ導入、外国人材のための翻訳機器購入費用などを支援

【ソフト対策に係る支援】短時間勤務や副業・兼業制度など多様な働き方に係る制度導入時に要する費用（コンサルティング、就業規則改定等）、外国人材のための社内マニュアル・標識類の多言語化等に要する費用などを支援

拡

②働き方改革コンサルタントによる支援体制強化（コンサルタント数R5 31名→R6 50 (+19) 名)

拡

③KOCHI Work Style Awardによる企業表彰や取組事例集による好事例の横展開

新

④小規模企業の取組や多様な働き方を紹介するセミナー開催、伴走支援によるモデル事例の創出

新

⑤人事評価制度や職務給・ジョブ型人事制度の導入支援

新

上記の取組を推進するため、【産業人材確保促進融資制度】を新たに創設

対象：人材確保（外国人材含む）のため、必要な福利厚生施設等の整備に要する費用（例）社員寮の新設・改修、社員駐車場の整備 など
貸付限度額：5,000万円、償還期間：20年以内（据置期間3年以内）

観光分野の施策の展開 ～「地域のための観光」へ～

目指す姿 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」を展開し、国内外の観光客に、高知ならではの魅力をじっくりと、深く、味わっていただくことで、長期滞在や高知のファンの拡大を目指すとともに、観光消費額の増につなげる。

分野を代表する目標
県外観光客人泊数 出発点(R4) 426.6万人泊 ⇒ 4年後(R9) 563.9万人泊 ⇒ 10年後(R15) 606.8万人泊
観光総消費額 出発点(R4) 966億円 ⇒ 4年後(R9) 1,389億円 ⇒ 10年後(R15) 1,599億円

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

柱1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進

新 (1) 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり

- ①住民とのふれあい、暮らしに触れる、地元産業の活性化に資する観光商品の造成
- ②神祭への参加など伝統文化の継承につながる体験プログラムの造成

拡 (3) 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上

- ①集落活動センターを拠点とした宿泊、食の提供、イベント開催など地域との持続的交流につながる観光商品の造成
- ②地域の理解促進につながる教育旅行の受入の拡大(民泊の推進、みどりの学習旅行)

(2) 地域内での周遊・滞在の促進

- 拡 ①地域住民、観光事業者、市町村等の連携による周遊の仕組みづくり
- ②宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援
- ③広域観光組織での観光客動向データの活用による滞在型周遊プランの実践

拡 (4) 中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実

- ①コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用
- ②県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進

磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

“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

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」の展開

【売る】PR・プロモーション

柱2 戦略的セールス&プロモーション

(1) マスメディアを活用した情報発信

- 新 ①「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信
- ②春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開

新 (3) 龍馬パスポート等を活用したリピーターの獲得

- ①龍馬パスポートを活用した「どっぶり」コンテンツへの誘引策の実施
- ②アプリを活用した龍馬パスポートユーザーへの観光情報発信の強化

(2) 旅行会社向けのセールス活動

- ①旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
- ②広域観光協議会と連携したセールス活動
- ③教育旅行誘致セールスの実施

拡 (4) 閑散期における誘客の促進

- ①地域の伝統芸能などを組み込んだナイトイベントの実施
- ②MICE及びフィルムコミッションによるロケの誘致
- ③スポーツツーリズムの推進

新 (5) NHKの連続テレビ小説「あんぱん」を生かした情報発信

- ①ドラマの動きと連動したセールス・プロモーション



【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

拡 (1) ユニバーサルツーリズムの推進

- ①バリアフリー観光相談窓口の設置や特設ウェブサイトでの情報発信
- ②観光関連事業者の人材育成等による受入態勢の強化

(4) 観光客の満足度の向上

- ①高知家おもてなしキャンペーンの展開等による県民運動の強化
- ②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 (2) 地域の特色を生かした受入体制づくり

- ①観光ガイドの裾野拡大やスキル向上
- ②観光施設等でのコンシェルジュ機能の強化
- ③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の活用)

拡 ③観光ガイドの裾野拡大やスキル向上【再掲】

(3) 長期滞在を目指した受皿づくり

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援【再掲】
- 新 ②中山間地域において、複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援
- 新 ③長期滞在に必要な飲食の提供機能の強化

戦略的セールス&プロモーションで観光客が高知へ

柱4 国際観光の推進

拡 (1) 定期便化に向けた国際チャーター便の誘致

- ①台湾チャーター便の定着に向けた取り組みの強化
- ②短期チャーター便の誘致(香港・韓国)
- ③国際線受入に向けた高知龍馬空港新ターミナルビルの整備

拡 (4) 旅行商品の高付加価値化や滞在期間の延長

- ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション)【再掲】

(2) 関西圏からの誘客の促進

- ①観光サイト「日本の観光ショーカー」等を通じた情報発信
- ②関西-高知間のルート上の観光地と連携したPR

(5) 消費額拡大に向けた受入環境整備

- 拡 ①地域通訳案内士等のガイドスキルの向上
- ②観光事業者と連携した消費額拡大の促進

拡 (3) 個人旅行者の誘客の拡大

- ①アドベンチャーツーリズムの推進(インバウンド向け「どっぶり高知旅」のセールスやプロモーション)

全体を下支え

柱5 観光人材の確保・担い手不足の対応

(1) 宿泊施設の生産性向上につながる高付加価値化、長期滞在の推進

- ①宿泊施設を中心に観光事業者が連携した滞在時間延長の取組の支援【再掲】
- 新 ②中山間地域において、複数の宿を中心に長期滞在できる態勢づくりの支援【再掲】

拡 (2) 年間を通じた観光需要の平準化

- ①地域の伝統芸能などを組み込んだナイトイベントの実施【再掲】
- ②MICE及びフィルムコミッションによるロケの誘致【再掲】

拡 (3) 積極的な人材の確保

- ①学校などの教育機関との連携による新たな観光人材の裾野の拡大
- ②外国人材の積極的活用に向けた関係機関との連携強化

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

県外観光客人泊数
 出発点(R4):426.6万人泊 ⇒ 4年後(R9)の目標:563.9万人泊 ⇒ 10年後(R15)の目標:606.8万人泊

 観光総消費額
 出発点(R4):966億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,389億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,599億円

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 長期滞在につながる観光地域づくりの推進	2 地域産業スケールアップ型	中核となる観光施設(14施設)の入込数(年間)	新規	209.1万人(14施設) (R4)		273.9万人 (14施設)	○
		1旅行当たりの県内平均立寄数(年間)	新規	2.5件 (R4)		3.2件	○
2 戦略的セールス&プロモーション	2 地域産業スケールアップ型	県外観光客入込数(年間)	継続	370万人 (R4)	460万人	470万人	○
		スポーツによる県外からの入込客数(年間)	継続	53,161人 (R4)	14.5万人	12万人	
3 おもてなしの推進	2 地域産業スケールアップ型	観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間) 【観光施設】	継続	86% (R4)	85%	88%	○
		観光満足度調査における「大変良い」「良い」の割合の増加(年間) 【宿泊施設】	継続	80% (R4)	85%	85%	○
4 国際観光の推進	3 グローバル展開型	観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者(年間)	継続	10,420人泊 (R4)	8万人泊	17万人泊	○
		外国人県内消費額(年間)	新規	3億円 (R4)		57億円	○
5 観光人材の確保・担い手不足の対応	5 人材起点型	県内全産業平均と比較した宿泊業の所定内給与額の水準(年間)	新規	84.8% (R4)		90%	

概要

- **ゴール**
滞在日数の増、合わせてリピート率の向上を図り、観光消費額の増につなげる
- **ターゲット**
オールターゲットを基本としつつ、戦略ターゲットとして**女性・若年層、高年齢層、インバウンド**を設定
- **売り出す素材**
牧野博の取組と盛り上がりをしっかり継続させつつ、**中山間地域**の素材も意識して、これまで磨き上げてきた**食、自然、歴史・文化**を集大成として打ち出し
- **展開方法**
令和6～9年度の**4年間を対象期間**とするキャンペーン方式で展開することとし、**官民一体となった組織によりオール高知で推進**

コンセプト等

- **コンセプト＝「極上の田舎、高知。」**
このコンセプトにおける「田舎」は、稲やかたで自然あふれる場所、地域の独自性といったポジティブな意味。**未来に向けて重要な資源と新しい価値を持ち、あらためて見直され、海外からも注目**されている田舎。その「スーパーローカル」ともいえる高知ならではの独自の魅力で一生物の体験を提供。
※コンセプトは、各種施策の柱として設定する概念であり、県外向けにそのまま表現されることはない想定
- **キャンペーン名称＝「どっぶり高知旅キャンペーン」**
日常を忘れ、**高知ならではの魅力をじっくりと、深く、たっぷり味わっていただき、心からの息抜きや、新しい発見・気づきにつなげて強力な高知のファン**になっていただくことを目指す観光（旅）のキャンペーンであることを表現。
- **キャッチコピー**
コンセプトを踏まえつつ、興味喚起に効果的につなげるため、適宜刷新を行うなど柔軟に設定・変更を行う。

4年間の展開イメージ

【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

基本方向：地域への理解が深まる滞在型観光の推進

1. 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光商品づくり
(例) ・果樹オーナー制度など、地域との持続的交流につながる商品づくり
・神祭への参加など、伝統文化の継承につながる体験プログラム
2. 地域内での周遊・滞在の促進
(例) ・旅行者の動向分析を踏まえたタクシープランやスタンプラリーの実施
3. 地域との交流から生まれる感動など付加価値の向上
(例) ・集落活動センターを拠点とした交流プログラムづくり
・教育旅行における民泊の推進
4. 中山間地域の移動を確保するための2次交通の充実
(例) ・コミュニティバスなど既存インフラの観光への活用
・県内バス事業者との連携による旅行商品化の促進

【4年後（R9）に目指す姿＜目標値＞】

- 地域ならではの観光商品が豊富にあり、高知ならではの魅力をじっくりと味わうことができる
＜新たな観光商品数＝R5:0商品⇒200商品＞
- 地域での立ち寄り先が増え、滞在時間の延長につながり、宿泊客も増えている
＜1旅行あたりの県内立寄件数＝R4:2.5件⇒3.2件＞
- 観光客の来訪が地域の活性化につながっている
＜民泊受入人数＝R4:35名⇒2,500名＞

磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

“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

基本方向：観光客と地元の人との接点を増やす仕組みづくり

1. 地域の特色を生かした受入体制づくり
(例) ・地域ならではの旅を案内してくれるコンシェルジュ機能の強化
2. 長期滞在の促進
(例) ・アドバイザー派遣による宿泊施設の魅力向上
・中山間地域における空き家等を活用した分散型滞在機能の充実
3. 観光客の満足度の向上
(例) ・観光ガイドの裾野の拡大やガイドスキルの向上
・県民が観光客に直接魅力を伝えられるキャンペーン展開
・ユニバーサルツーリズムの一層の推進

【4年後（R9）に目指す姿＜目標値＞】

- 観光客が地域の中核となるホテル等を拠点に周辺の観光商品を利用する旅行スタイルが定着している＜分散型宿泊施設のエリア数＝R5:0⇒6＞
- 観光コンテンツの提供が収入に結びつく仕組みができるとともに、ガイド等の担い手確保につながっている＜ガイド登録者数＝R4:882名⇒1,000名＞
- 観光客との接点のある地元の人が高知らしいおもてなしができる
＜観光施設の満足度＝R4:86%⇒88%＞ ＜宿泊施設の満足度＝R4:80%⇒85%＞

戦略のコンセプト 「極上の田舎、高知。」

～「地域のための観光」へ～

【4年後（R9）の全体目標】

- ① 県外観光客人泊数
R4:426.6万人泊⇒563.9万人泊
- ② 観光総消費額
R4:966億円⇒1,389億円

効果的なセールス&プロモーションで観光客を高知に

【売る】PR・プロモーション

基本方向：どっぶり高知旅キャンペーンによる誘客促進

1. マスメディアを活用した情報発信
(例) ・「どっぶり高知旅」をテーマにしたコンテストによる県内外への情報発信
・春は「花・みどり」、夏は「アクティビティ」など、シーズンごとにテーマやターゲットを設定したプロモーション展開
2. 旅行会社向けのセールス活動
(例) ・旅行会社向けの観光商品説明会やモニターツアーの実施
・広域エリアごとのキャンペーンと連動したセールス活動の展開
3. 龍馬パスポート等を活用したリピーターの獲得
(例) ・龍馬パスポートを活用した「どっぶり」コンテンツへの誘引策の実施
4. 冬場や夜間の観光素材の充実
(例) 神楽などの伝統文化を組み込んだナイトイベントの実施

【4年後（R9）に目指す姿＜目標値＞】

- 「心からの息抜き」や「新しい発見」ができる場所として高知県が認識されている
- 夜間や閑散期のコンテンツが充実し、消費拡大につながっている
＜県外観光客入込数＝R4:370万人⇒470万人＞
- へビリピーターの囲い込みができている
＜龍馬パスポートのシルバーへのランクアップ者数＝R4:1,550人⇒3,000人＞

「どっぶり高知旅キャンペーン -シーズン1-」の展開（案）

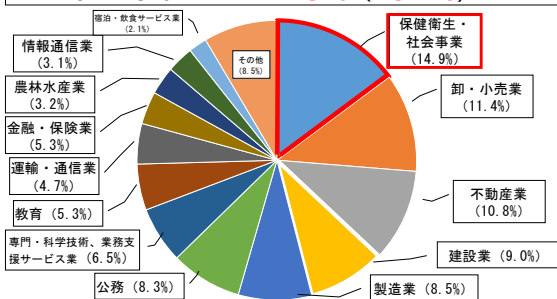
年度	令和5年度		令和6年度（2024）											
	四半期	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2-3月	
誘客コンテンツ	季節テーマ	どっぶり！ 「花・みどり」（自然をたっぷり満喫）			どっぶり！ 「アクティビティ」（がっつり体験）			どっぶり！ 「食」（こじやんと味わう）		どっぶり！ 「歴史・文化」（とことん体感）				
	トピックス	博覧会フィナーレ ● ＊西川花祭り(香南市) ＊ひょうたん桜、しだれ桜(仁淀川町) ＊ひょうたん桜、しだれ桜(仁淀川町) ＊こちま春花まつり			＊4/1キャンペーンスタート ＊牧野富太郎博士生誕祭(佐川町) ＊こちま春花まつり			＊大阪アンテナショップ開業 ＊海開き ＊梶ヶ森山開き		＊よさこい祭り ＊新子まつり		土佐の豊稷祭 ＊土佐さがのもどりガソウ祭り		ナイトイベント (神楽等伝統文化とのジョイント) ＊池川神楽、安居神楽 ＊星神社のお弓祭り(北川村) ＊秋葉祭り
誘致・広報事業	「あんぱん」関連	地域博覧会（仮）開催に向けた関係市町村との協議、具体的な取組の調整												
	話題化・ヤマづくり	メディア露出を意識したプロモーションを展開し、全国レベルでの話題化を創出												
誘致・広報事業	各媒体による発信・情報拡散	全国メディアや近隣県等のメディアと連携した情報発信 首都圏等をはじめとしたメディアへのパブリシティ活動等によるTV・新聞・雑誌等での露出の創出 ＊(再掲)メディアツアー												
	公式HPやSNSによる発信	公式HPによる一元的な情報発信（様々な露出を集約先としての公式HPへの誘導につなげる） ＊具体的な過ごし方を動画等のコンテンツで紹介、各地域のHP等に誘導 ターゲットに合わせた「どっぶり高知旅」を紹介する記事を作成・発信 ＊コンテストに合わせたコンテンツ掲載												
	その他	SNS等による情報拡散（コアなファン獲得・話題拡散） ＊県民向けどっぶりコンテスト企画を活用した情報拡散 ＊旅行者向けどっぶりコンテスト企画を活用した情報拡散												
	基本的なPR	航空会社社内誌でのPR実施 県内外の交通広告や高速SA等でのPR実施 航空会社等と連携したPR実施												
	旅行会社向けセールス等	海外旅行会社へのセールス ＊旅行博（台北） ＊トップセールス（台北） ＊旅行会社等ファミツアー（台北） ＊旅行博（台北） 商談会（台北） ＊												
	商品作成・二次交通対策	キャンペーンの核となる「地域との交流」や「暮らしに触れる」商品づくり・既存商品の磨き上げ 県内バス事業者との連携によるどっぶり観光素材を巡るツアー造成・販売支援												
	困り込み策(リピーター化)	ブッシュ型の観光情報発信の会員づくりと情報発信（龍馬パスポートと連動） 県内関係者と連携したおもてなしキャンペーン<宿泊・飲食・商店街・土産物・交通事業など>（ピンバッジ等のノベルティを活用した土佐弁等のおもてなし活動の推進）												
	周遊促進・滞在延長	御朱飲めぐり 土佐弁クーポンブックの発行 NEXCO西日本と連携した周遊キャンペーンの実施 土佐弁クーポン券の発行 ファミリー層や温泉等テーマにした周遊施策												
	地域との交流の場の創出	広域、市町村内での周遊促進・滞在延長に向けた取組の実施（タクシープランづくり、デジタルスタンプラリー、食の提供機能の強化 等） 集落活動センターを核とした商品づくり（①センタースタッフや地域支援企画員による企画づくり ②モニターツアーなど実施に向けた準備 等） 教育旅行における民泊の拡大に向けた取組（①民泊受入ガイドラインの策定 ②新規参画者を対象とした研修会の開催 等） 新規参画者の民泊の受入												
	宿泊施設を中心とした長期滞在	中山間地域の宿泊エリアの充実（複数の宿泊施設を中心に長期滞在することができるモデル地域づくり）（①モデルエリアの公募 ②モデルエリアの事業計画策定 等） 宿泊施設を中心に地域と連携した魅力向上の取組の実施（①長期滞在をテーマとしたセミナーの開催 ②宿泊施設へのアドバイザー派遣・実践支援）												
ガイド機能・体制の強化	ガイド人材の裾野の拡大（①学生等向けガイド体験会の実施 ②ガイド人材とガイド団体との仲介 等） 観光ガイドのスキルアップ（①学芸員によるスキルアップ講習会 ②専門家やアドバイザー派遣によるガイドへの専門的な助言） 宿泊施設、観光施設等のコンシェルジュ機能の強化													

保健医療・福祉分野の取り組みの概要

■ 本県の県内総生産において、最も多くの割合を占める「保健衛生・社会事業（14.9%）」は、いきいきと生活ができる高知の実現のために重要な事業であり、「日本一の健康長寿県構想」とあわせ、産業振興計画においても、生産性の向上や人材の確保、関連産業の創出に向けた取り組みを進める

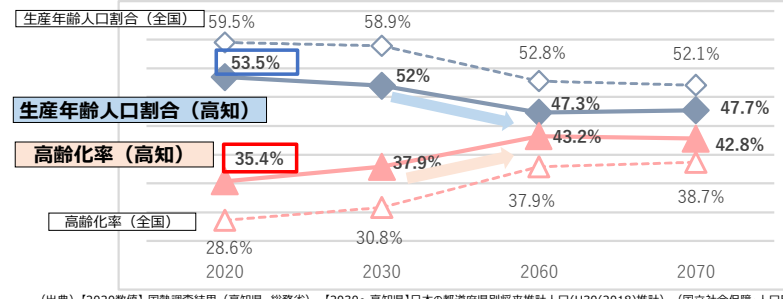
1 県内総生産の構成比（R2） 出典：県民経済計算

保健衛生・社会事業の県内総生産に占める割合
H20:11.5% ⇒ **R2:14.9% (+3.4%)**



2 生産年齢人口と高齢化の状況

全国に先行して生産年齢人口が減少し、高齢化が進行



3 医療・介護・福祉人材の現状

超高齢化社会を支える人材は、若年医師不足、看護職員の県外流出、介護職員の不足が課題となっている

○若年医師（40歳以下）の状況（R2）

高知	78%
全国	108%

※H14年を100とした場合

○県内看護師養成校卒業者の県内就職率

	H30	R4
高知	85.7%	78.7%

○介護職員の有効求人倍率（R4）

2.44 (全国3.64)

取り組みの展開イメージ

目指す姿

いきいきと生活ができる高知

県民の誰もが住み慣れた地域で、健やかで心豊かに安心して暮らし続けることのできる高知県

日本一の健康長寿県構想 柱Ⅱ

地域で支え合う医療・介護・福祉サービス提供体制の確立とネットワークの強化

生産性の向上

人材の確保

関連産業の創出

ヘルスケアイノベーションプロジェクト

デジタル技術を活用した医療や健康に関する製品やサービスの事業化を目指す

主な取り組み

生産性の向上 デジタル技術を活用した医療・介護・福祉サービス提供体制の確立

1 医療DXの推進

- ① デジタルヘルスコーディネーターによる**医療DX（オンライン診療やEHR）導入**の支援
- ② オンライン診療専用機器やソフトウェア等の整備費用を支援

2 介護事業所におけるデジタル化導入支援

- ① 介護事業所のICT導入や生産性向上に関する**ワンストップ窓口を新たに設置し、事業所を総合的に支援**
- ② 介護事業所におけるICT機器・介護ロボット等の導入に要する経費を支援

人材の確保 「働きやすさ」と「やりがい」を実感できる魅力ある職場づくりによる医療・介護・福祉人材の確保

1 医師、看護職員の確保・育成

医師や看護師を志望する学生等に対する奨学貸付金制度、人材育成のための講演会の開催等により、県内で就業する医療人材の確保及び育成を推進

2 医療機関の職場環境等（処遇改善含む）の改善

医療機関向けの相談窓口の設置、アドバイザー派遣や研修会の開催等により、医療スタッフ全体の離職防止や医療安全の確保を促進

3 福祉人材の確保に向けた新たな推進体制の構築

若い世代に選ばれる魅力ある職場づくりに向けて、**官民協働のプラットフォームを構築**し、次の取り組みを一体的に推進
 ・介護現場における生産性向上や処遇改善（ワンストップ窓口の設置等）
 ・福祉関係者と学校が連携した福祉教育の強化
 ・福祉・介護事業所の人材育成体制やキャリアパス等の構築に向けた福祉研修体系の強化 等

産業の創出 ヘルスケア企業集積による産業創出と地域課題の解決

1 事業化を促進する伴走支援体制の構築

2 実証実験に取り組みやすい環境整備

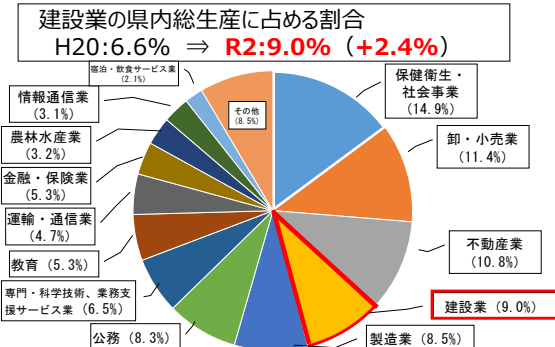
具体的な
取組例

VR技術を活用した精神疾患治療、ウェアラブル端末を活用した健康状態の遠隔観察、AIを活用した生活習慣病予測 など

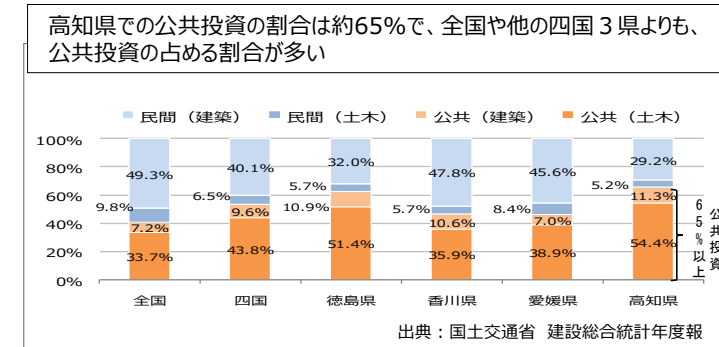
建設分野の取り組みの概要

- 建設業は、県民の安全・安心の確保と、地域の活力増進を図り、県民が将来に希望をもって暮らせる県土づくりを推進するうえで、不可欠な産業。
- 建設業が各地域で持続的に発展していくことは、地域の防災力の維持・向上につながるるとともに、地域の雇用を確保し、県経済活性化の下支えにも寄与することから、産業振興計画と連携し、「高知県建設業活性化プラン」において、人材確保や生産性向上に向けた取り組みを進める。

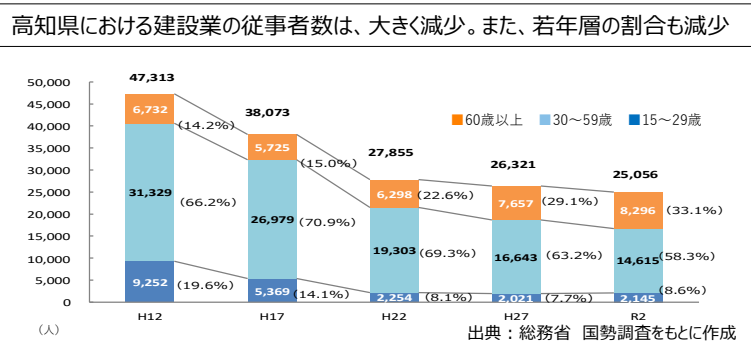
1 県内総生産の構成比 (R2) 出典：県民経済計算



2 民間投資および公共投資の構成比 (令和4年度計)



3 建設業の従事者数 (年齢階層別)



取り組みの展開イメージ

県経済の活性化

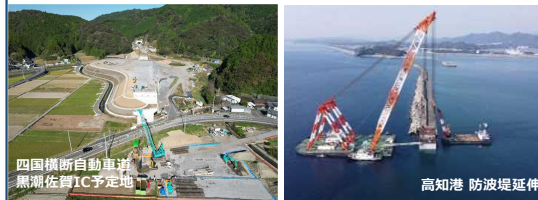
必要な公共事業の実施

人材確保

生産性向上

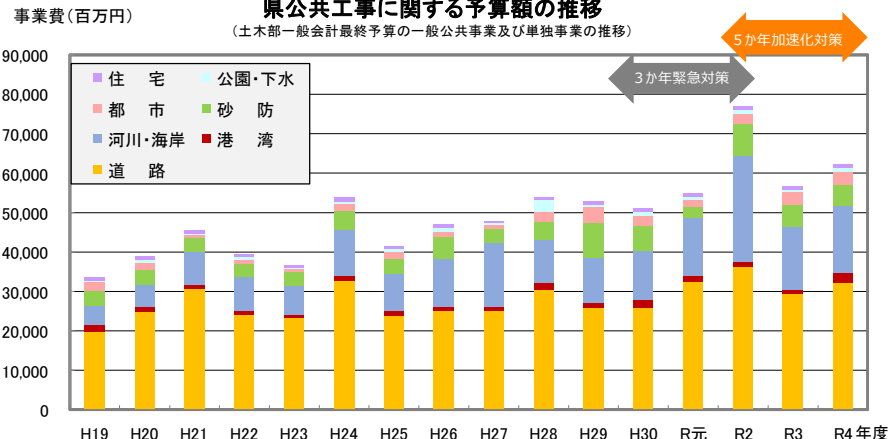
必要な公共事業の実施

国の「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」などの予算を最大限活用し、道路や河川、港湾などのインフラ整備を推進

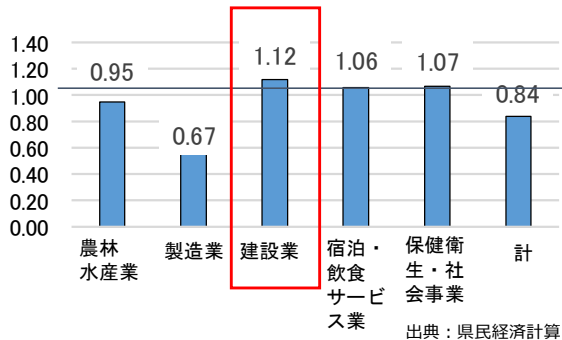


南海トラフ地震など大規模災害に備えるとともに、地域の産業・観光振興などに寄与

県公共工事に関する予算額の推移



<労働生産性の全国比 (R2：高知県÷全国)>



建設業活性化プラン

I 人材確保策の強化

- (1) 児童生徒と保護者へのアプローチ強化
- (2) 魅力発信の強化
- (3) 女性や外国人材などの人材確保の支援
- (4) 働きやすい労働環境の整備

II 生産性向上の推進

インフラ分野のDX推進

R6年度の主な取り組み

1 児童生徒と保護者へのアプローチ強化

出前授業の実施箇所数の拡大 (10市町→12市町村) により、児童生徒に建設業の重要性や魅力を伝える取り組みを強化

2 働きやすい労働環境の整備

入札参加資格審査において新たな加点項目 (男性育休) を新設し、男女問わず、若者が働きやすい労働環境の整備を強化

3 インフラ分野のDX推進

- ① ICT活用工事の指定型発注の拡大を検討、ICT活用工事における入札時の総合評価への加点
- ② 最新のデジタル技術 (配筋出来形計測など) に関する研修の実施



戦略の策定・実行

- ◆大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて、経済活力が高まる関西圏との経済連携を強化することにより、本県経済の活性化を図ることを目的として、これまでの3年間の取り組みを土台に「第2期関西・高知経済連携強化戦略」を策定
- ◆推進する中で見えてきた課題などに対応するため、「観光推進」「外商拡大」「万博・I R連携」の3つのプロジェクトに基づく取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを強化し、「オール高知」の態勢により展開

戦略の概要

◆計画期間

- (1) R7年(2025年)の大阪・関西万博の開催や大阪市中心部における大規模な再開発等を見据えた戦略を策定
- (2) 戦略に基づく個々の取り組みの期間は4年間 (R6~9年度)

◆進捗管理

- (1) 高知県産業振興計画に位置付け、四半期ごとにPDCAサイクルによる状況の点検・検証を実施
- (2) 関西圏の経済界や行政関係者等からなる「関西・高知経済連携強化アドバルーン会議」を毎年開催し、進捗状況の報告及び改定内容等の検討を実施

1 観光推進プロジェクト

「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぶり高知旅キャンペーン」を通じて、関西圏との連携した取り組みを進めることで、国内外からの観光客の増につなげる。

戦略1 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした観光地域づくり&セールス・プロモーション

- 拡** 高知ならではの魅力の磨き上げと情報発信
- 新** アンテナショップを拠点とした情報発信

戦略2 関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進

- 観光サイト「日本の観光ショーカーズ」等を通じた情報発信
- 関西ー高知間のルート上の観光地と連携したPR
- 新** 大阪・関西万博への催事参加

戦略3 スポーツツーリズムの推進

- 地域と連携したスポーツツーリズムの推進
- スポーツを通じた交流人口の拡大

2 外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのネットワークを土台としながら、各分野において関西圏の**パートナーとの連携を一層強化**することにより、さらなる外商拡大の取り組みを進める。

戦略 関西圏のパートナー（卸売事業者、量販店、飲食店等）との連携強化による外商拡大

農業	拡 卸売市場と連携した青果物の販売拡大 拡 マーケットインの視点による業務需要拡大	
水産	○ 卸売事業者との連携による外商拡大 拡 「高知家の魚応援の店」との関係強化による水産物の販売拡大	拡 卸売市場関係者との連携によるさらなる輸出の拡大
加工食品	拡 卸売事業者との連携強化による外商拡大 拡 飲食店等への外商活動の強化	拡 商談会・展示会の拡充強化 新 アンテナショップを核とした外商活動の強化
林業	拡 流通拠点との連携による外商活動の強化 拡 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大	拡 非住宅建築向けの構造物材や内装材等の需要拡大の推進
商工	新 企業の営業力強化	○ 防災商社との連携による販路開拓 新 工法の外商の促進

3 万博・I R連携プロジェクト

大阪・関西万博やI Rなどの「大規模プロジェクト」を契機に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、**万博中の需要拡大や万博後を見据えた県産品等の外商拡大**の取り組みを進める。

戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

- 拡** 国内外に向けたセールス&プロモーションの推進
- 拡** 万博を活用した効果的な情報発信

戦略2 万博を契機とした需要拡大を見据えた外商活動等の強化

- 関連施設等での県産食材の活用に向けた営業活動の実施
- 拡** 関西圏のパートナーと連携した県産食材の外商拡大
- 拡** 万博を機に結んだ協定を生かした非住宅木造建築等への県産木材の利用促進
- 新** 工法の外商の促進 (再掲)

1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、「**オール高知**」の態勢による**取り組みを展開**する。また、関西圏の企業や人材等を本県に呼び込むための取り組みを進める。

戦略1 情報発信の強化とネットワークの拡充

- 拡** メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開
- 拡** アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充

戦略2 関西圏の企業や人材等を本県に呼び込む

- 新** デジタルマーケティングを活用した新たな移住関心層の獲得
- 総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進
- 企業誘致の推進



アンテナショップ



「スーパー・ローカル・ショップ(極上の田舎)」を前面に推し出ししながら、本県の「食」や「観光」などの魅力の発信や外商拡大に係る取組を展開

- ◆開店時期：令和6年7月(予定)
- ◆出店場所：「KITTE大阪」(2階フロア内、約46坪 区画に本県のテナントを出店)

©Expo 2025



アンテナショップと大阪・関西万博を最大限に活用した「オール高知」態勢による展開

観光客の誘致や外商の促進により経済活力を向上

大阪・関西万博等の大規模プロジェクトに向けて高まる関西圏の経済活力を本県経済の活性化につなげるため、**3つのプロジェクト**に基づく取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを「**オール高知**」の態勢により展開

1 観光推進プロジェクト

◆ 「**極上の田舎、高知。**」をコンセプトとした「**どっぶり高知旅キャンペーン**」の展開

- アンテナショップでのイベント開催等により、地元の暮らしや住民との触れ合い、伝統文化の体験など、高知ならではの旅の過ごし方を情報発信
- 大阪・関西万博を契機とした関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進



2 外商拡大プロジェクト

◆ **関西圏のパートナーとのさらなる連携強化による外商拡大**

農業分野

- 継続した取扱いにつながる**棚取り**を目指した**量販店フェア**の実施
- **中食、外食、冷凍食品**をターゲットにした戦略の策定及び実行

水産業分野

- **卸売市場関係者との連携**による外商の拡大（**関西圏の量販店等への販売促進、新たな輸出ルートの開拓**）
- 「**高知家の魚応援の店**」との**関係強化**による水産物の販売拡大

食品分野

- **中小卸売業者、業務用卸売業者への営業活動**の強化
- **アンテナショップ**を活用した**県産品のPR強化**や**商談機会**の創出、商品の磨き上げ



林業分野

- **非住宅建築**に取り組む**土佐材パートナー企業**の開拓
- **非住宅建築物の室内空間への県産材利用の提案**と**建築士やデザイナー等との製品開発**

商工業分野

- **企業の営業力強化**のための取り組み（**県外での営業拠点の設置、営業代行の活用等**）を新たに支援
- **土木や工法に精通する専門家の配置**による外商支援の強化

3 万博・I R連携プロジェクト

◆ **万博を契機とした取り組みの強化**

- 大阪・関西万博の開催に向けた**飲食店等への外商活動の強化**
- 大阪・関西万博において、**よさこいの演舞や街路市**を通じた高知の魅力を発信（R7）



©Expo 2025

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

◆ **情報発信の強化とネットワークの拡充**

- **アンテナショップ**を中心に**関西在住の高知ゆかりの方々**等を巻き込む**ファンコミュニティ**の形成（**会員制度の創設やプロモーションイベント等によるファンの拡大**）
- **テレビ等のメディア**を活用した**県産品や観光情報等の発信**
- **デジタルマーケティング**を活用した**新たな移住関心層の獲得**

アンテナショップと大阪・関西万博を最大限に活用した情報発信や外商拡大

第2期関西・高知経済連携強化戦略の目標一覧

プロジェクト	分野	目標	新規・継続の別	出発点	第1期戦略 R5目標値	4年後（R9） 目標値
観光推進 プロジェクト	観光	関西圏からの観光客入込数(年間)	継続	103万人 (R4)	121万人	131万人
		関西空港経由の外国人延べ宿泊者数(年間)	継続	0.3万人泊 (R4)	3.0万人泊	4.7万人泊
外商拡大 プロジェクト	農業	関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額(年間)	継続	93.8億円 (R4)	120.0億円	120.0億円
	水産業	関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額(年間)	継続	8.3億円 (R4)	7.0億円	9.5億円
		関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)	継続	1.1億円 (R4)	2.0億円	2.3億円
		関西圏の卸売市場関係者等を經由した水産物の輸出額(年間)	継続	0.3億円 (R4)	1.0億円	2.5億円
		食品	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額(年間)	新規	115億円 (R4)	—
	林業	関西圏(三重県を含む)への土佐材出荷量(年間)	継続	2.4万m ³ (R4推計値)	3.1万m ³	3.1万m ³
	商工業	産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上額(年間)	新規	237億円 (R4)	—	274億円
万博・IR連携 プロジェクト	—	—	—	—	—	
横断的に支える 取り組み	移住	関西圏からの移住者数(年間)	継続	489人 (R4)	390組 ※第1期は組数	900人
		関西圏からの移住者のうちUターン者数(年間)	新規	169人 (R4)	—	270人

《連携テーマ》 地産外商戦略の推進 ～県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大～

目指す姿

食品産業のイノベーションを推進し、県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大を目指す

分野を代表する目標

食料品製造業出荷額等 出発点(R3) 1,034億円 ⇒ 4年後(R9)1,300億円 ⇒ 10年後(R15)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

付加価値向上を実現する「地産」の強化

柱1 外商につながる地産の強化

(1) 市場が求める商品づくりへの支援

- ① 売れる商品づくりへの支援
- 拡** 国内外のバイヤー等と連携し、商品開発・改良の伴走支援を強化
- 新** 商品開発・改良に対する補助メニューの創設
- ② 輸出に対応した商品づくりへの支援を強化
- 新** 賞味期限の延長、冷凍食品の開発、添加物規制への対応等
- ③ 工業技術センターによる商品開発等への支援

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- ① 生産性向上に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の推進）
- 新** 生産性向上推進アドバイザーを新たに設置し、現地指導等を強化
- 拡** デジタル化・グリーン化に資する取組に対する支援を強化
- 新** ② 輸出も見据えた生産態勢の整備への支援
- ③ 漬物製造業等の事業継続を支援
- 新** 施設改修・機器導入等に対する補助メニューの創設

(3) 輸出拡大に向けた産地力強化への支援

- 新** ① 輸出拡大を目指す「戦略品目」を選定し、産地等と連携して生産拡大を支援
- ※戦略品目：プリ類、リキュール等、有機ユズ、ミカン、和牛

グローバル化を見据えた「外商」の強化

柱2 国内外商の拡大

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

- 拡** ① 卸売事業者との連携強化による外商拡大
大手卸売業者が主催する展示商談会への出展を拡充
中小卸売業者、業務用卸売業者への営業活動の強化
- 拡** ② 商談会・展示会の拡充強化
成約に直結する産地視察型の商談機会の拡大
大規模展示会への出展機会の拡大
- 拡** ③ 飲食店等への外商活動の強化
飲食店・ホテルへのアプローチの強化
大手酒類メーカーと連携した飲食店への販路拡大

(2) 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

- 新** ① 関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化
店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出
テストマーケティングによる県産品の磨き上げ
関西の消費者と県内の生産者等をつなげる仕組みの構築
- 拡** ② 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化
- ③ 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上

柱3 輸出の拡大

(1) 輸出品目の拡大

- ① 基幹品目（ユズ、土佐酒、水産物）の販売拡大
- 新** ② さらなる輸出拡大に向けて、戦略品目のプロモーションの実施

(2) ターゲット市場の拡大

- ① 米国、欧州、中国等の有望市場での販売拡大
- 拡** ② 成長市場である東南アジアでの販売拡大や、中東、インド等新たな市場の開拓を推進

(3) 外商活動の拡充

- 拡** ① 食品海外ビジネスサポーターによる展示会や賞味会を契機とした営業活動の強化
- ② 国内外の商社と連携したマッチング商談会や賞味会の開催による販路拡大
- 拡** ③ 国が推進する農林水産物・食品輸出促進団体への加入等によるPRや販売の強化

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) 商品企画力・開発力・外商力の向上

- ① 食品事業者の課題解決に向けた総合支援プラットフォームとして、「食のイノベーションベース」を構築
- 拡** 事業者の課題やレベルに応じた支援メニューの拡充
- 新** 輸出コースの新設による事業者の輸出対応力の強化

(2) 商品開発の技術力の向上

- ① 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 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

(1) 総合支援体制の構築

- 新** ① 事業者の課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口として『サポートデスク』を新設
専門人材を配置し、事業者の生産から販売までの幅広い課題に対しプッシュ型で支援
- 新** ② 外商の核となりうる事業者を、専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」で重点的に支援

(2) 事業戦略の策定・実行の推進

- ① 事業戦略の策定支援
セミナー・個別相談の実施
- ② 戦略策定後の実行支援の強化
プッシュ型の専門家派遣による伴走支援の実施

中長期的な高知県食品産業のあり方検討

食品産業の持続的な成長に向けた戦略・体制の検討

各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

食料品製造業出荷額等
 出発点(R3):1,034億円 ⇒ 4年後(R9)の目標:1,300億円 ⇒ 10年後(R15)の目標:1,400億円

(第4期計画目標(R5):1,300億円)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 外商につながる地産の強化	①構造転換型 ②地域産業スケールアップ型	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間)	新規	630億円 (R4)	-	730億円	○
2 国内外商の拡大	②地域産業スケールアップ型						
3 輸出の拡大	③グローバル展開型	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額(年間)	新規	115億円 (R4)	-	159億円	○
4 食品産業を支える産業人材の育成	⑤人材起点型	食料品の輸出額(年間)	継続	23億円 (R4)	30億円	47億円	○
5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し	①構造転換型 ④課題解決型						

《連携テーマ》起業や新事業展開の促進 ～産学官民連携による新たな挑戦が行われる環境づくり～

目指す姿

起業や新事業展開の促進による新たな産業の創出や若者の雇用拡大

分野を代表する目標

産学官民連携による起業・新事業展開件数 出発点(R2～R4累計)：105件 ⇒ 4年後(R6～R9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

- 1 本県の持続的な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**
- 2 国においても2022年11月に「スタートアップ5か年計画」を策定し、**スタートアップへの支援を強力に推進**
- 3 リソースに限りのある県内企業が新事業創出やイノベーションに取り組むためには、**産学官民及び企業間の連携が重要**

⇒ **産学官民が連携して
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

「土佐MBA」によるリカレント・リスキリングの後押し

- 拡** (1) 経営を体系的に学べ、異業種交流やネットワーク構築につながる対面の連続講座を拡充（「土佐MBAゼミナール」の講座数を増設）
(2) 県の政策と連動した学びの場の提供
- 新** ① アイデアの磨き上げ方法や事業計画の策定等について学べる起業希望者向けの「スタートアップコース」を開設
- 新** ② アイデアを創出し、具体的なビジネスプランに落とし込む手法等を学ぶ講座を拡充し、「イノベーションコース」として開設
- 拡** ③ 中山間地域の方や女性の方が受講しやすい講座を拡充（「土佐MBAゼミナール」のオンライン化）

土佐まるごとビジネスアカデミー（土佐MBA）

ビジネスの基礎知識から応用・実践力まで身につけられる「学びの場」

主なターゲット	講座
経営やビジネスに必要な知識を身につけたい方	土佐経営塾 土佐MBAゼミナール（ベーシック） 拡 土佐MBAゼミナール（アドバンス）
起業・新事業 起業や新しいことにチャレンジしたい方	新 スタートアップコース 新 イノベーションコース
中山間 中山間で生業を作りたい若者	新 スタートアップコース（スモールビジネス） 拡 土佐MBAゼミナール（オンライン）
女性 生業を作りたい女性 ネットワークを構築したい女性	女性のためのビジネス講座 トップレクチャー（女性経営者編）

2 起業の促進

起業にチャレンジする気運を醸成し、県内全域での起業の支援や起業家のスケールアップを促進

- 拡 新** (1) 中長期的に起業家人材を育成するため、学生向けのプログラムや親世代に起業への理解を深めてもらうための広報の実施
- 新** (2) 中山間地域の若者や女性の起業を後押しするため、相談体制やプログラム、補助制度等を新設
- 拡** (3) 民間支援団体等と連携し、スケールアップを目指す起業家への伴走支援を実施することで、その成長を強力に後押し

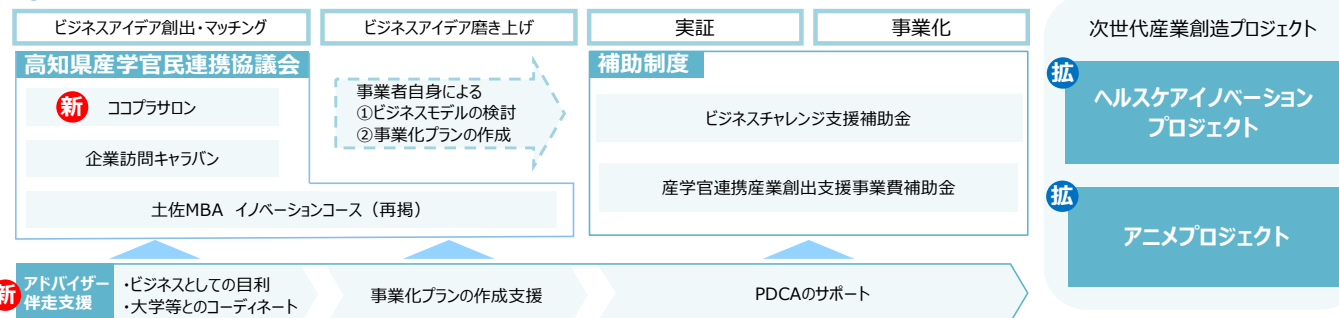
こうちスタートアップパーク（KSP）

中長期的な起業家人材の育成	起業支援	起業	成長支援
学生向けプログラム 小中 高校 大学 拡 起業体験 ワークショップ 県出身等 起業家派遣 起業家教育 伴走型プログラム	0→1 起業相談 + プログラム + 資金確保（補助金） +	新 中山間地域・女性向け支援 地域団体と連携した起業相談 生業づくりをサポートする連続講座 資金確保（中山間向け補助金） 起業をミッションとした地域おこし協力隊	スモールビジネス 1→1～ 交流会 金融機関、支援機関等によるサポート スケールアップ 1→10→100～ biz cafe KOCHI 拡 伴走支援 ビジネスコンテスト VC・金融機関 等によるサポート

3 新事業展開の促進

産学官民及び企業間の連携によるイノベーションの促進や県内企業の新事業展開のサポート

- 新** (1) 「コプラ交流スペースのサロン化」及び「産学官民連携推進アドバイザーの設置」により、アイデアの創出からマッチング、事業化まで一貫して伴走支援
- 拡** (2) 次世代産業創造プロジェクト（ヘルスケイイノベーションプロジェクト、アニメプロジェクト）のさらなる推進



各産業分野で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

産学官民連携による起業・新事業展開件数
 出発点(R2~R4):105件 ⇒ 4年後(R6~R9累計)の目標:200件
 (第4期計画目標(R2~R5):200件)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 起業・新事業展開 に向けた総合的なサ ポート	5 人材起点型	土佐MBA(連続講座)の受講を通じた起業・新事業展開件数	新規	-	-	12件 (R6~R9)	
	5 人材起点型	こうちスタートアップパーク(KSP)を通じた起業件数	継続	91件 (R2~R4)	140件 (R2~R5)	180件 (R6~R9)	○
	1 構造転換型	県産学官民連携センター(ココプラ)のプラットフォーム機能及び支援を通じた起業・新事業展開件数	継続	14件 (R2~R4)	18件 (R2~R5)	36件 (R6~R9)	

《連携テーマ》移住の促進 ～若者の定着・増加に向けた移住促進～

目指す姿 県外からのUターン者やIターン者、特に若者や女性の増加による地域と経済の活性化

分野を代表する目標 県外からの移住者数 出発点(R4)1,730人 ⇒ **4年後(R9)3,000人以上**
⇒ **10年後(R15)5,000人以上**

移住者数の推移	H23	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4
	120組 241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	1,185組 1,730人

《戦略の柱と移住・定住に向けた取組イメージ》

戦略の柱1 裾野を広げる

1. 交流人口・関係人口の拡大

デジタルマーケティングを活用し新たな関心層を獲得

①観光等の各種プロモーションと連携したアプローチ

2. 移住ポータルサイト・SNSへの取り込み

興味・関心を喚起する情報を発信

①ターゲットのニーズに合わせた情報発信

3. フェア・相談会・交流会への参加促進

移住に向けた行動に誘導

①U・Iターン促進につながる魅力的なイベントの実施

戦略の柱2 マッチングの強化を図る

4. 顧客化

マッチングの精度向上により移住を後押し

- ①地域の人材ニーズの掘り起こしとマッチング力の向上
- ②県、UIターンサポートセンター、市町村、各産業団体が連携したきめ細かな相談対応

戦略の柱3 受入体制、受入環境を整備する

5. 移住・定住

豊富な仕事と住まいを提供し移住・定住を支援

- ①市町村や民間団体等と連携した受入体制の充実
- ②定住や地域での活躍をフォロー

《強化のポイント・主な事業》

ポイント1 新たな関心層へのアプローチの拡大

1 デジタルマーケティングを活用した新たな関心層の獲得

(1) マーケティングの強化によるターゲティングの精度向上

新 ①マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化

新 ②県の関連サイト(観光等)とのデータ連携により、新たな移住関心層を掘り起こし

2 交流人口から関係人口に誘導するためのアプローチの強化

(1) 地域を訪れる行動を喚起

新 ①観光等の「体験型イベント」の情報を移住ポータルサイトにおいて発信

(2) 地域との関わりを深める体験の機会を創出

新 ①ゆる県民倶楽部の会員を対象とした地域体験型イベントの実施

拡 ②ふるさとワーキングホリデー実施市町村の拡大、広域での交流会の実施

3 ターゲット層を意識した情報発信の拡大

拡 ①SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大

拡 ②移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化

新 ③若者・女性に訴求するテーマ別イベントや農林水産業フェア等の実施



ポイント2 きめ細かな相談体制の強化

1 相談から移住へのマッチングの精度向上

(1) UIターンサポートセンターの相談体制の強化

拡 ①新規相談者の大幅な増加を見据えた大阪窓口等の体制強化

(2) 市町村の相談対応機能の充実

新 ①ふるさと回帰支援センターでの市町村個別相談会の開催



ポイント3 仕事と住まいの確保策や定住支援の強化

1 仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化

①地域おこし協力隊や特定地域づくり事業協同組合のさらなる活用

新 ②中山間地域における起業や事業承継を支援

新 ③電力データを活用した全県的な空き家調査により市町村の空き家掘り起こしを強化

2 各市町村の定住施策を後押しする支援の強化

拡 ①地域移住サポーターや移住支援ネットワークのさらなる活用 (県域での移住者交流会等)



戦略の柱1～3の横断的な取組

Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ

1 若者や女性をターゲットとした情報発信

拡 (1) SNSを活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】

①本県に移住した若者や女性の活躍を動画等で情報発信

拡 (2) 移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化【再掲】

①若者や女性に特化したコンテンツを新設

新 (3) 若者や女性に訴求するテーマ別イベントの実施【再掲】

①先輩移住者との交流会、婚活イベント等

2 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施

拡 (1) 帰省時期の位置情報等を活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】

(2) 帰省時期のプロモーションによる気運醸成(最高知!キャンペーンの継続)

①移住支援特使によるPR

新 ②空港での広報(東京)

③県内での空港やJR、SA、よさこい等の場を活用した広報

拡 (3) 転出者の多い関西圏での相談会の開催

(4) 県内在住の家族等への広報

3 各市町村の実情に応じた取組の強化

新 ①「人口減少対策総合交付金」により、Uターンや若者・女性の移住促進に積極的に取り組む市町村を強力に支援



各産業分野で掲げる目標一覧（案）

◆分野全体の目標

県外からの移住者数
 出発点(R4):1,730人 ⇒ 4年後(R9)の目標:3,000人以上 ⇒ 10年後(R15)の目標:5,000人以上

(第4期計画目標(R5):1,300組)

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	新規・継続の別	出発点	第4期計画 R5目標値	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 裾野を拡げる	4 課題解決型	新規相談者数(年間)	継続	3,962人 (R4)	5,400人	5,560人	○
		うち高知県出身者の割合(年間)	新規	19% (R4推計値)	-	25%	
2 マッチングの強化	4 課題解決型	窓口での相談から移住への移行率(年間)	新規	43.7% (R4)	-	46.7%	
3 受入体制、受入 環境の整備	4 課題解決型	県外からの移住者数(年間)	継続	1,730人 (R4)	1,300組	3,000人以上	
		うちUターン者の割合(年間)※県把握分	新規	34% (R4)	-	41%	
		移住後3年目の県内定着率(年間)	継続	87% (R4)	90%以上	90%以上	

Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ強化と訴求力の向上

現状・課題

1 デジタルマーケティングの手法を活用した情報発信

- (1) 帰省時期等の位置情報を基に本県出身者を推定し、Uターンの気運を醸成する動画広告を配信
 - ①動画再生回数(2本) 32,555回(8/8~9/8)
- (2) Iターン女性向け(20~40代)の動画広告を配信
 - ①動画再生回数(1本) 5,439回(9/25~10/31)
- (3) 暮らしフェア等に新たな関心層を誘導するためのターゲットニーズに合わせたSNS広告等を配信(10回)
 - ①移住ポータルサイトのセッション数 24,349回(R5.6-10月)

⇒Uターン候補者へのリーチ拡大や新たな関心層の取り込みに一定の効果が見られたことから、広告配信の量的拡大に加え、新たな関心層のさらなる集客に向けた、マーケティングの強化が重要

2 Uターン者の増加と気運醸成に向けた取組の強化

- (1) 帰省時期等の位置情報を基に本県出身者を推定し、Uターンの気運を醸成する動画広告を配信【再掲】
- (2) 転出者の多い地方都市での相談会を開催(2回)
 - ①9月:岡山県33組 ②11月:愛知県17組
- (3) 帰省時期(8月)の広報キャンペーンの実施
 - ①空港やJR、SA、よさこい祭り等で帰省客に対しノベルティでのPR
 - ②帯屋町デジタルサインエージや高知蔦屋書店等でのPR動画の放映
 - ③15市町と連携し、地域のお祭り等でのうちわ配布によるPR



⇒移住の6割を占める市町村の取組を強化するため、県のデジタルマーケティングを活用した情報発信と連動した市町村情報の発信の促進や、市町村独自の取組を強力に支援していくことが重要

KPI検証

	①新規相談者数(人)		②県外からの移住者数(組)		
	H30 (出発点)	R4	H30 (出発点)	R4	
目標	4,500	5,200	目標	900	1,225
実績	4,391	3,962	実績	934	1,185

5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値

新規相談者数 出発点(R4) 3,962人 ⇒ 4年後(R9) 5,560人

- ①移住につなげるため、リーチしたターゲット層に対して訴求力のある情報の発信やイベントを実施することで、新規相談者を増加
- ②Uターン者など移住者の増加により、地域における若者の人口減少が緩やかになっている

令和6年度の取り組み

1 新たな関心層へのアプローチの拡大

- (1) デジタルマーケティングの強化によるターゲティング精度の向上や情報発信の拡大
- 新** ①マーケティングコンサルタントの活用によるプロモーション戦略の強化
- 新** ②県の関連サイト(観光等)とのデータ連携により、新たな移住関心層を掘り起こし
- 拡** ③SNSや位置情報などを活用したターゲティング広告の配信を拡大
- 拡** ④移住ポータルサイトのコンテンツの魅力化
- 新** ⑤若者・女性に訴求するテーマ別イベントや農林水産業フェア等の実施



2 きめ細かな相談体制の強化

- ①UIターンサポートセンターの相談体制の強化等

3 仕事と住まいの確保策や定住支援の強化

- ①仕事と住まいの確保に向けた取組のさらなる強化等

【横断的な取組】Uターン候補者や若者、女性へのアプローチ等

- (1) 若者や女性をターゲットとした情報発信
- 拡** ①SNSを活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】
- (2) 切れ目のないUターン促進プロモーションの実施
- 拡** ①帰省時期の位置情報等を活用したターゲティング広告の配信を拡大【再掲】
- (3) 各市町村の実情に応じた取組の強化
- 新** ①ふるさと回帰支援センターでの市町村個別相談会の開催
- 新** ②「人口減少対策総合交付金」により、Uターンや若者・女性の移住促進に積極的に取り組む市町村を強力に支援



ヘルスケアイノベーションプロジェクト

目的

産学官金が連携して、デジタル技術等を活用したヘルステック分野の新製品やサービスの事業化を支援することで、当分野への県内企業の進出や県外企業の誘致を促し、**関連産業の育成とイノベーションの創出**を図る。

※ヘルステック：医療や健康維持・増進分野と最新テクノロジーを組み合わせたシステムやサービス

現状・課題

KPI検証

①相談件数 (R6.1月末時点)		
	R4(出発点)	R5
目標	10	15
実績	12	15

1. 伴走支援

【現状】 R4に相談のあった企業等からのプロジェクト支援申請があり、プロジェクト支援案件数が増加。支援内容も専門性の高いものになっている。
◆プロジェクト支援案件：0件（R4）→6件（R5）

課題1

プロジェクト支援案件をスピード感を持って、着実にビジネスにつなげるためには**専門家による伴走支援体制の構築が急務**である。

2. 実証実験の支援

【現状】 県内自治体と企業による実証実験の増加
◆補助金応募件数：3件（R5）

課題2

県外企業の本県への拠点設置を加速化するためには、県内自治体と企業とがともに**実証実験に取り組みやすい環境をしっかりと整備**し、県外企業を本県に誘導する必要がある。

5期計画（令和9年度）の目指す姿

目標値

支援対象県外企業の県内への拠点の設置件数
出発点（R4）0件 ⇒ 4年後（R9）10件

1 中山間地域の産業の創出

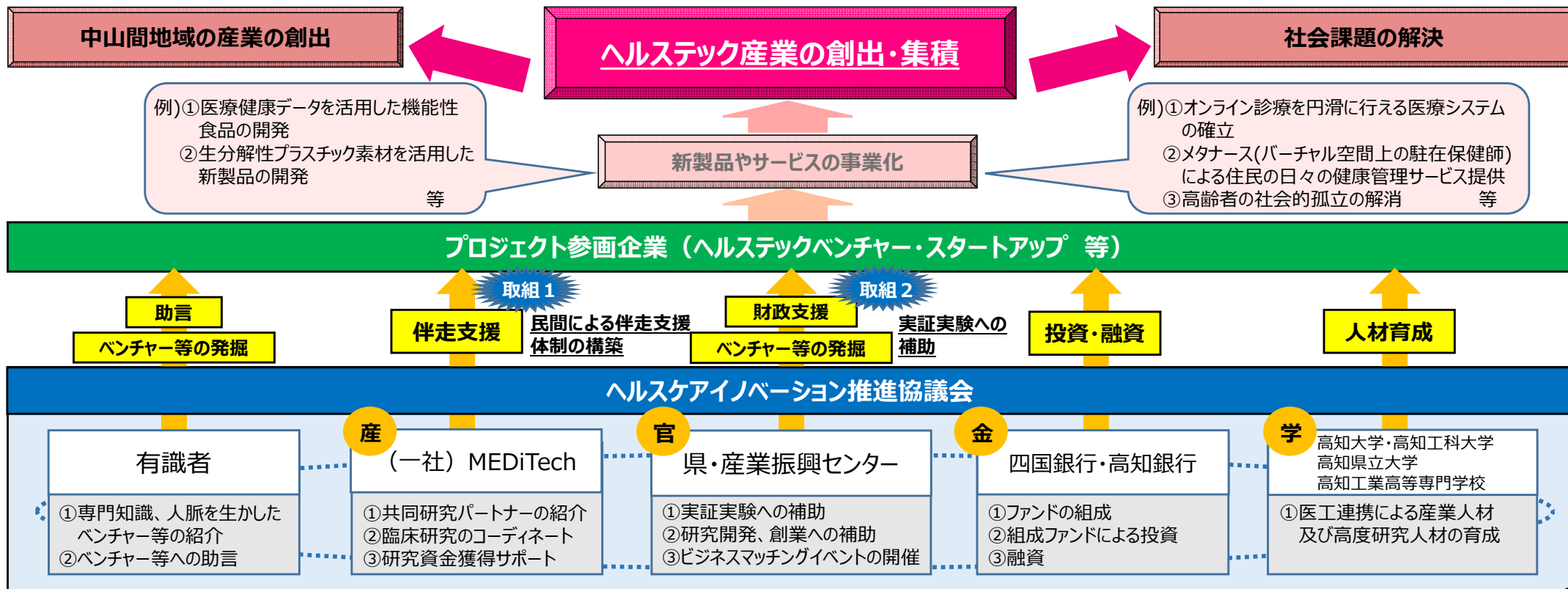
- (1) 大学発ベンチャーの創業や学生による起業
- (2) 県内企業のヘルステック産業への参入
- (3) 県外企業の県内への拠点設置 等
⇒若者の県内定着、UIターンの促進

2 社会課題の解決

- (1) 地域が抱える健康医療課題の解決

令和6年度の取り組み

ヘルステック分野の新たな製品やサービスの事業化に向けた支援を強化

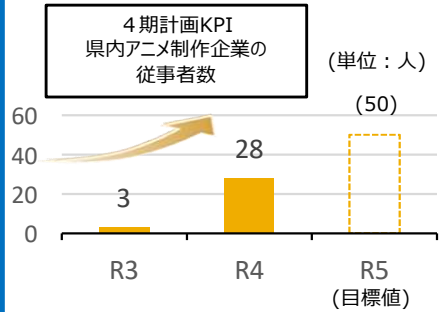


アニメプロジェクト

目的

アニメクリエイターやアニメ関連企業を呼び込むことで、県内に**アニメ産業を集積**し、**雇用創出や地域産業活性化**につなげる
 ⇒ 将来的には、県内に集積したアニメ関連企業によるアニメ作品等の制作により、**高知県産アニメーションを世界へ発信**

現状・課題



- ・R3年度からR4年度にかけて約9.3倍に増加
- ・20代の若者や女性の従事者が大半
- ・離職者が少ない

1 推進体制

産学官金で構成する推進会議を設置し、プロジェクトの方針等を協議(R4～)

2 人材育成

アニメ制作の仕事に対する興味喚起や、基礎スキルを学べる講座を実施
 (アニメクリエイター講演会、アニメ制作体験講座、デジタルクリエイター育成講座)

⇒ 企業の立地先選定において、現地での優秀な人材の確保は重要なポイントだが、現状県内にはアニメクリエイターに必要な専門スキルを身に付けられる専門学校がないため、**専門スキルを習得できる環境の整備が必要** **課題①**

3 企業誘致

アニメ関連企業の立地実績：6社 (R5年12月末時点)

⇒ アニメ産業の集積にむけて、**アニメ制作企業の誘致に向けた立地支援の強化が必要** **課題②**

4 アニメツーリズムの促進

フィルムコミッションによるロケ支援等

5期計画(令和9年度)の目指す姿

目標値

県内におけるアニメ制作企業従事者数

出発点 (R4) 28人 ⇒ 4年後 (R9) 120人

- 1 アニメ関連企業の誘致を進めることで、**若者や女性、UIターン者の受け皿となる雇用を創出**
- 2 県内でアニメクリエイターの専門スキルを習得できる環境を整備し、**優秀な人材を輩出していくことで、さらなる企業誘致の促進につなげる**



令和6年度の取り組み

高知アニメクリエイター聖地プロジェクト

アニメ業界の注目を本県に集める取組

【アニメクリエイターの交流促進・アニメ関連企業の拠点整備】

イベント等の開催や、アニメクリエイターの育成・発掘・交流の支援、アニメ関連企業の拠点の創出等

【6つの開発目標】

- ①高知アニメクリエイター祭
- ②高知アニメクリエイターアワード
- ③アニメ会議
- ④高知デジタルクリエイティブラボ
- ⑤高知デジタルクリエイティブスペース
- ⑥アニメクリエイター"プレミアム"計画

相互に連携

県の取組

人材育成や企業誘致等、本県にアニメ産業を根付かせる取組

1 推進体制

高知県
アニメプロジェクト
推進会議

〔 産業界
高等教育機関
金融機関
報道機関
行政機関 〕

2 気運醸成

- (1)プロジェクトの情報発信
- (2)県内での気運醸成に向け、県の広報等においてアニメ活用を促進

県内の若者の関心の高まり

アニメ関連企業の関心の高まり

アニメファン関心の高まり

3 人材育成

【中長期的な人材供給】

- (1)県内の若者に、アニメクリエイターの仕事内容や魅力を伝え、将来の仕事として興味喚起を行う**講演会**や**アニメ制作体験講座**を開催

【即戦力の養成】

- 新** (2)アニメクリエイターに必要な専門スキルの習得を目的として、県内の専門学校が実施する**教育プログラムへの支援制度を新設** **強化①**

4 企業誘致

【高知の強みを活かした誘致活動】

- (1)HPやパンフレット等を活用したアニメ制作企業に対する本県の魅力や支援制度の情報発信、フォローアップ
- 新** (2)既存のIT・コンテンツ企業に対する補助制度を刷新し、**アニメ制作企業の誘致に特化した補助制度を新設** **強化②**

5 アニメツーリズムの促進

フィルムコミッションによるロケ支援 等

現状・課題

(1) 新たな触媒開発・実証実験に向けて

- ① 原材料の確保
⇒ガス生産に有用なバイオマスの種類及び資源量が現時点では未確定
⇒触媒開発の進展に応じ、速やかに事業化の検討が行えるよう、原材料となりうる資源の賦存量の把握が必要
- ② 事業化に向けた体制構築
⇒触媒開発の状況を踏まえ、体制構築を行っていくことが必要
- ③ 事業化のアドバンテージの創出
⇒グリーンLPガス製造過程において本県の優位性を確保できる項目の検討が必要

(2) 参画事業者の掘り起こし

- ① 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の設立(令和4年5月)
⇒触媒開発がこれからのため、事業化を見据えた参画希望者が少ない
(会員数35者[令和5年11月末時点])
- ② 生産に向けた県内事業者の育成・誘致
⇒ガス製造の前工程処理方法等が確定していないため、まだ育成・誘致段階に至っていない

5期計画（令和9年度）の目指す姿

高知県の様々なバイオマス資源（木質系、マリン系、農業残渣、ペーパースラッジ等）を活用した、グリーンLPガスの地産地消モデルの確立に向け、資源量の把握や実施事業者の掘り起こし等に取り組み、令和10年度から予定されている実証実験の支援体制を構築する。

令和6年度の取り組み

(1) 基礎調査の実施

- ・県内のバイオマス資源に関する調査の実施

(2) 事業化に向けた環境整備

- ・実施事業者の掘り起こし

(3) 生産体制の深化と仲間づくり

- ・県内企業における分業・生産体制の検討・構築
- ・高知県グリーンLPガスプロジェクト推進会議の会員拡大

【構想スケジュール】

