

## 産業成長戦略の取り組み状況等について

農業分野 . . . . . P 1

林業分野 . . . . . P 3

水産業分野 . . . . . P 5

商工業分野 . . . . . P 7

観光分野 . . . . . P 9

連携テーマ（地産地消・地産外商戦略） . . . P 11

# 産業成長戦略（農業分野）の取り組み状況等について （農業部会）

## 1. 上半期の進捗状況に対する評価

次の6項目について、事務局から進捗状況を説明し、ほぼ計画どおりに進んでいると評価。

### 1) 【生産から流通・販売までの一元的支援体制の構築】

○施策：生産から流通・販売にいたるまでトータルに支援

県と園芸連で構成する新需要開拓マーケティング協議会が設立され、関東で1社、関西で1社のパートナー量販店が決定されたこと等、ほぼ計画どおりに取組が進んでいると評価できる。今後は、パートナーとの関係強化のために各戦略の実践と産地調整を進める必要がある。

### 2) 【まとまりのある園芸産地の再構築】

○施策：まとまりのある園芸産地の育成

「学び教えあう場」が169箇所設置され、また、収量増の成果も見え始めていることは、ほぼ計画どおりに取組が進んでいると評価できる。今後は、参加率向上に向け、呼びかけの継続と来年度に向けた課題整理が必要である。

### 3) 【環境保全型農業のトップランナーの地位を確立】

○施策：IPM技術の開発と県内全域への普及

IPM技術の指導体制の強化やマニュアルの追加、実証展示ほの設置、消費者へのPR活動等、ほぼ計画どおり取組が進んでいると評価できる。

### 4) 【生活できる所得を確保するこうち型集落営農の実現】

○施策：こうち型集落営農の実現

今年度、新たなモデル集落を6集落選定し合計16集落となり、一部の集落で作業受委託や露地野菜の協業の取組が始まるなど、ほぼ計画どおり取組が進んでいると評価できる。今後は、組織活動がステップアップできるよう、幅広い支援が必要である。

### 5) 【担い手の育成と生産資源の保全】

○施策：新規就農者の確保・育成

JA出資型法人については、2法人の設立に向け取り組んでいるものの、JA内での合意形成など多くの課題がある。

新規就農者の確保・育成については、就農相談機能の強化や研修手当の増額などの支援を行い、目標の150人を達成する見込であり、ほぼ計画どおり取組が進んでいると評価できる。今後は、雇用就農も視野に入れて、体験研修への支援や求人情報を一元的に情報提供できる仕組みづくりが必要である。

## 6)【「高知の食」を活用した取組の拡大】

### ○施策：地産地消の持続的発展

「農産物直販所ステップアップ事業」により来店型販売形態の充実や業務筋への対応ができる直販所を目指し、段階的に支援を行っている。情報管理システムの構築を支援するモデル直販所の決定が遅れているが、全店舗の設置を目指す安心系の設置は計画どおり進んでいる。非常に意欲的で前向きな事業者が多く、今後も十分情報交換をしながら取組を進めていくことが必要である。

## 2. 追加・拡充項目

### 次の2項目について、計画に反映することです承。

#### 1) 生産から流通・販売にいたるまでトータルに支援（拡充項目）

- ・新需要開拓マーケティング事業をより具体的に進めるために、5つの取組（①量販店とのパートナーシップの構築、②中食・外食等への販路拡大、③特産野菜等コラボレーション、④特産果樹の販売促進、⑤高知の花き総合PR）に分割し、それぞれにH23年度までの目標を設定。

#### 2) 耕作放棄地の解消・担い手とのマッチング（追加項目）

- ・国の交付金事業等を活用した耕作放棄地の再生利用の推進と併せて、新たな担い手とのマッチングを支援することにより、担い手の育成と生産資源の保全を図る。
  - ①地域耕作放棄地対策協議会による支援制度の広報、耕作放棄地の詳細調査、土地所有者等の意向把握等
  - ②県農業公社や地域耕作放棄地対策協議会による耕作放棄地や空きハウス等の情報収集・ストック・提供

## 3. 次期改訂に向けた部会員からの主な提案

- ・「新需要開拓マーケティング事業」と「高知県地産外商公社」の重なる取組については、お互いが連携し合って、相乗効果が出るようにしてもらいたい。併せて部会にも情報提供してもらいたい。
- ・高知県の野菜・果実をブランドにしていくためには、JA・園芸連・生産者が消費者に直接売る仕組みがないと、消費者からの情報が途絶えてしまう。そのためには、園芸連にコールセンターを作ってはどうか。
- ・都会から来た観光客に高知野菜のファンになってもらうためには、ナス・ピーマン等の生産現場を周遊・観光コースに組み込むなど、「呼び込んで！見せて！売る！」仕組みづくりが必要ではないか。
- ・東京に作るアンテナショップだけが地産外商の拠点ではない。高知市内にも県内の産品を一堂に集めた施設を作って、高知に来た人に県産品のファンになってもらう仕組みも必要ではないか。

# 産業成長戦略（林業分野）の取り組み状況等について (林業部会)

## 1, 上半期の進捗状況に対する評価（重点項目別）

### ◆ 林業・木材産業の再生

#### 【原木の生産の集約化・効率化】

##### ○施策：森の工場の整備（◆「森の工場」の拡大、推進）

ほぼ計画どおりに進捗しており評価できる。しかし、木材需要期である下半期も、木材価格が回復しない場合には、木材の安定的供給を目指す「森の工場」の位置づけからすると、支援策の拡充を検討する必要がある。

##### ○施策：担い手の育成

#### （◆就業希望者向けの林業体験の実施 ◆就業希望者へのPR方法の改善）

これまでの学校訪問に加え、新規就業者職業紹介アドバイザーの設置などによる、きめ細やかな対応は評価できる。しかし、求人票が出ないなど、計画的な雇用については課題があるので、雇用改善計画に基づく指導の強化や、新規採用者の研修費用等に対する支援の拡充を検討する必要がある。

#### 【大型工場の整備や中小加工事業体の共同・協業化】

##### ○施策：製品の品質の向上（◆JAS制度の普及と認定工場の拡大）

製材工場への説明や意見交換会などを通して、JAS 製品を新たな販売ツールとして活用することが有効と考える事業者が増え、県も支援策を検討するなど評価できる。今後、県産の JAS 製品等の流通促進を具体的にどう図っていくか検討する必要がある。

#### 【流通の統合・効率化】

##### ○施策：製品の流通体制の整備

#### （◆小規模製材の輸送コスト削減のための共同輸送方式の研究 ◆量産化工場の安定取引先との提携促進 ◆製品市場等の統合による販売力の強化（共同受注＋共同仕上げ＋共同輸配送）の出来る体制への支援 ◆大消費地に流通拠点の設置を検討）

高知木材センターを拠点とする共同輸配送の試行開始、共同乾燥の試行準備を開始することを確認するなど、可能な分野から実施に向けた取り組みが進み始めたことは評価できる。今後、更なるスピードアップ、規模拡大のためには安定取引先の獲得が必要である。

#### 【販売力の強化】

##### ○施策：販売力の強化（◆県産材を利用した木造住宅建設促進のための支援）

れいほくスケルトンに続き、四万十市でも地元材によるモデル住宅の建設や、県産材使用住宅への支援の拡充、関東の工務店グループとの協議など、木材需要が減少している中での需要拡大策は評価できる。今後は、確実な需要の拡大を目指して、市町村との連携の強化や支援にあたって利用者の利便性の向上、大消費地への販売ルートの開拓などが必要である。

### ◆ 木質バイオマス利用の拡大

#### 【未利用森林資源の有効活用】

##### ○施策：利用の普及

#### （◆木屑焚き、ペレット焚きの設備・機器の開発と普及への支援 ◆公共施設における木質バイオマス利用施設の整備 ◆地球温暖化対策の一環としてのグリーンエネルギー利用の促進）

国の緊急経済対策の事業を活用（予定）し、木質バイオマス利用の拡大を積極的に進めていることは評価できる。今後は、環境価値を生産物へ付加するなど、農業振興部と連携した、さらなる利用拡大に向けた取り組みが必要である。

## ◆ 健全な森づくり

### 【荒廃森林の解消】

#### ○施策：荒廃森林の解消に向けた森林整備の推進（◆荒廃森林解消のための間伐推進）

木材価格の低迷などから間伐が進みにくくなっている中、国の緊急経済対策の事業を活用（予定）し、間伐推進員の配置による事業地の掘り起こしや定額助成の創設を行うなど、厳しい現状に対応した取り組みは評価できる。今後とも、間伐などの森林整備の推進役となる、森林組合連合会や森林組合との連携強化が必要である。

## 2, 追加項目

## ◆ 健全な森づくり

### 【荒廃森林の解消】

#### ◆オフセット・クレジット（J-VÉR）制度を活用した森林整備の推進

##### ◎CO2 排出削減プロジェクトの推進

\*発電施設での木質燃料の活用拡大

\*木質ペレットボイラーの普及

##### ★CO2 吸収プロジェクトの推進

\*県営林及び市町村有林の活用

\*協働の森や森の工場を中心に私有林と連携

##### ★プログラム認証機関の取得

\*オフセット・クレジット推進チーム(仮称)によるプログラム認証機関の取得に向けた検討

### 評価

今後、住友大阪セメントとの CO2 排出削減プロジェクト契約の更新や、新規事業予定者の開拓、プログラム認証制度サービスに向けた組織体制の整備など多くの課題はあるものの、森林整備の推進に向けた新たな取り組みとして着実に進めていく必要があることから、今回追加する。

## 3, 次期改訂に向けたポイント（主なもの）

### ◆ 林業・木材産業の再生

- 幹線路網的な役割を担う作業道等を継続的な利用に耐え得るよう、機能を強化するための支援。
- 高知県が先進的な技術を有している、架線集材への支援と技術の伝承。
- 林業労働力の確保の促進に関する法律に基づく「改善計画」の進捗管理とそれによる指導の仕組みの検討及び、計画的に雇用を実施する事業者への支援策の強化について検討が必要。
- 自伐林家に対する支援のあり方の検討。
- JAS 製品やれいほくスケルトンなど、県産材のブランド化の推進。
- 県外（大消費地）での販売拠点の整備。

### ◆ 木質バイオマス利用の拡大

- 林地残材の活用を広げるための取り組みや支援の検討。
- 地域と連携した木質バイオマス利用の具体的な取り組みの検討。

### ◆ 森のものの活用

- J A, アンテナショップ、インターネット等を通じた、情報発信、販売強化の検討。
- 県と大学が連携し、学生を対象に森から住まいに関するセミナーを開催するなど、将来に向けての人づくりなどの検討。

### ◆ 健全な森づくり

- 間伐などの森林整備の推進役となる、森林組合連合会や森林組合について、民間事業者との連携も含めた、中山間地域での中心的な役割の強化。

# 産業成長戦略（水産業分野）の取り組み状況等について （水産業部会）

## 1, 上半期の進捗状況に対する評価（重点項目別）

### 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略

#### 【生産量、品揃えの確保 漁獲物の安定確保】

##### ○施策：広く漁業の担い手を確保（◆漁業の担い手の確保）

・大変重要な対策である担い手確保は、研修や生活資金から中古漁船リース事業まで幅広い施策を用意し実際に対応ができています。ただ、新規就業者の住宅確保が難しいので、確保できるまでの間、県の住宅施設を利用するなどの検討が必要である。

##### ○施策：既存の漁港・漁場等の設備資源の活用

#### （◆漁獲の増加に貢献する黒潮牧場の整備）

・黒潮牧場は平成 23 年度末までに 3 基の設置を目標としていたが、1 年前倒しすることとした点が評価できる。

#### 【高品質な生産物の確保（鮮魚の商品化）】

##### ○施策：市場の拠点化（◆高度衛生管理に対応した市場の施設整備を促進）

・拠点市場である清水市場の整備は大きな課題であり、整備計画の策定に着手するとともに、前倒しで事務所建設を具体化させるなど実現に向け動き出した点が評価できる。

#### 【県漁協による「土佐の魚」への付加価値向上】

##### ○施策：様々なチャネルを通じての販売の実施

#### （◆県漁協の流通販売事業に関する取組強化）

・少しでも浜値を上げて欲しいという漁民の強い声に応えるため、実際に量販店との直接取引を開始でき、また、取り扱い店舗の増加など取引を拡大できたことは評価できる。ただ、魚を高く売ることが大事であるが魚離れへの対応も必要であり、また、せっかく漁協・漁業者が直接販売を手掛ける以上「今日獲れたての魚が今日の食卓に届く」といった取組を徹底することが重要である。

### 水産加工の産業化（1.5 次産業化）に向けた戦略

#### 施策：前処理加工・冷凍保管による供給

#### （◆前処理加工・冷凍保管事業の事業化推進、◆地域の加工施設・冷凍保管庫の整備）

・この計画をきっかけに地域や企業を巻き込んだ水産加工の取組が各地で行われるようになり、また、並行して地域の加工施設・冷凍保管庫の整備が進んでおり評価できる。ただ、ハード整備は当然、必要な原魚の取扱量等ソフト面での見通しを踏まえて取り組む必要がある。

## 2, 追加・拡充項目

### 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略(3) 養殖生産物の流通・販売の強化

#### 【養殖生産物の流通・販売の強化】

◆養殖生産の安定に向けた漁場環境調査や魚病対策の継続、◆既存養殖生産者グループの育成、◆養殖生産物の流通・販売対策の強化

養殖業は本県水産業にとって大きなウェイトを占める重要な分野であるが、養殖業の経営は県内外の民間企業の影響力が強く、これまで県産養殖魚の流通・販売は民間企業に大きく依存してきた。

このため、養殖生産者をグループ化しながら、その販路開拓への支援を強化・拡充するとともに、新たに県内の民間企業とタイアップして県産養殖魚の販売強化に取り組むこととしており、今後、県産養殖魚の有利販売に向けて必要かつ重要な取組となっている。

取組に当たっては、県外資本の量販店は養殖魚を県外から仕入れているので高知産を扱って貰えるよう売り込むといったことが必要である。

### 生産物（鮮魚）の売上高を伸ばすための戦略 (4) 土佐の魚の消費拡大

#### 【県産水産物の消費拡大対策】

◆県内向けの消費拡大対策、◆県外向けの消費拡大対策

県内外に向けた「土佐の魚<sup>いお</sup>」の消費拡大対策は、産業振興計画に示した各種の取組に効果を及ぼすもので継続して実施すべき重要な対策となっている。

県内向けには、量販店とタイアップしたキャンペーンやテレビCMの放映、また、観光客に対する県産魚にこだわった飲食店情報の発信等に取り組むとともに、県外向けには、見本市・商談会への県内関係者の参加及びアンテナショップの活用促進、また、県外の消費地市場の関係者と県内の産地買受人との交流の促進等を進めることとしている。

実践段階では商談会等の情報を関係者へ徹底して提供することが必要である。

# 産業成長戦略（商工業分野）の取り組み状況等について （商工業部会）

## 1, 上半期の進捗状況に対する評価

### 外貨を稼ぐ商工業

#### (1) 地域経済を牽引する工業の活性化

##### ①成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援 **重点項目**

4つのテーマ（食品・天然素材・環境・健康福祉）ごとに研究会を立ち上げ、多数の企業・団体が事業化に向けて取り組んでいることが評価できるが、一部遅れ気味なので、今後は研究会の活動を加速させ、参加者の事業化支援を促進させる必要がある。

##### ②総合的な支援体制の構築（産業支援機関の連携による具体的支援策の検討） **重点項目**

地域経済をリードする中核企業への育成を目的とした「中核企業等育成支援会議」を立ち上げ、支援対象先への企業訪問や、県外企業とのビジネスマッチングに向けて取り組んでいることが評価できるが、今後は企業訪問を通じて、支援をさらに強化していく必要がある。

##### ③販路の拡大（インターネット利用、県主催の工業系商談会の開催等） **重点項目**

「受注拡大検討委員会」を立ち上げ、高知市と連携しながら、インターネットを活用した販路拡大や、全国規模の見本市への出展、商談会の開催に向けて取り組んでおり、実施計画に沿って進んでいるが、ポータルサイトの発注が遅れ気味なので、試験運用の早期開始が必要である。

##### ④機械、金属、食品加工企業等に対する技術人材の育成

技術研修会の開催や、技術指導アドバイザーの派遣など、ほぼ実施計画どおり進んでいる。

##### ⑤企業立地の推進

新規誘致の実現はもとより、不足する事務系職場の誘致や、既存立地企業へのアフターケアなどに取り組んでいることが評価できる。

##### ⑥コンテンツ産業（まんが、デザイン等）の事業化に向けた取組の推進 **重点項目**

漫画をはじめとする本県の特徴ある地域コンテンツをビジネスにつなげるため、「高知県コンテンツビジネス産業推進会議」を立ち上げ、クリエイターの実態調査や、ビジネスモデル創出に向けた国の事業に取り組んでいる。実施計画に沿って進んでいるが、今後はビジネスモデルをどのように創出していくかが課題である。

#### (2) 地域経済に貢献する商業の活性化

e コマースセミナーの開催や、商店街の空き店舗を活用した新規出店の相談、中心市街地の活性化に向けた関係市町村との情報交換などに取り組んでいることが評価できる。

今後は、e コマースセミナーのアンケート結果を次回以降のセミナーに反映させていくことや、商店街の活性化につながる取組をより実効性のあるものにしていくことが必要である。

### 産業人材の育成

#### 県内産業界が求める人材の育成と確保

##### ①新規高卒者の県内就職促進

生徒の企業実習や企業研修を通じて、学校と企業の連携に取り組んでいることが評価できるが、今後は学校との情報交換をきめ細かにしていく必要がある。

##### ②若年離職者の就業促進

ジョブカフェの幡多サテライトの設置や、市町村が行う国の地域雇用創造推進事業の支援に取り組んでおり、ほぼ実施計画どおり進んでいる。

##### ③在職者訓練の充実

企業在職者の技術・技能の向上を目的とした事業主への助成制度の充実や、県立高等学校での在職者訓練の充実に取り組んでおり、ほぼ実施計画どおり進んでいる。

##### ④専門的なスキルを持った中核人材の確保

大学のインターンシップの促進や、県外在住の既卒者を対象に「U・I ターン人材情報システム」を活用した無料職業紹介に取り組んでおり、順調に実施できている。



## ⑤求人求職情報の利便性の向上

求人求職の情報専門ポータルサイト「高知しごとネット」を開設して、県内就職の促進に取り組んでいることが評価できるが、今後は相互リンクの設定など、関係機関との連携を深めていく必要がある。

## 就労の場づくり

### 建設業の新分野進出の実現 重点項目

建設業者や市町村関係者を対象とした説明会や、個別相談会などに取り組んでいることが評価できるが、今後も地域支援企画員等と連携しながら、「建設業支援協議会」を円滑に立ち上げていく必要がある。

## 今後の取組のポイント

### (1) 成長が期待され潜在力のある分野や企業への重点的支援

企業がどのくらい“本気”で研究会に参加するかが大事であり、社内で決定権を持つ人が必ず参加することが望ましい。また、“補助金を使ったら終わり”という意識を持たず、補助金を使って完成した商品や製品に対して、責任を持って売り込んでいくことが重要である。

### (2) ポータルサイトの一元化

産業成長戦略や地域アクションプランに各種ポータルサイトの立ち上げを掲げているが、バラバラで作成するのでなく、県が民間も巻き込んで号令をかけ、地元の情報産業団体を活用しながら、高知の全ての情報を包含する1つのものを立ち上げることを検討すべきである。

### (3) 進捗状況のレベルアップ

全体的に実施計画に沿って進んでいるが、次回の部会では、特に進捗状況が「△（実施計画どおり進捗しなかった（達成できなかった））」になっている事業の課題を検証して、「○（実施計画どおり進捗した（達成できた））」にレベルアップしていくための議論をする。

## 2, 追加項目

### 海洋深層水の利用拡大

#### (1) これからの対策

##### ①新たな需要の創出と販路の開拓

高知海洋深層水企業クラブとの連携（テーマ別研究会への参加呼びかけ等）、県内外の商談会等での広報

##### ②海洋深層水のブランド力の強化

全国連携の推進組織の設置、各県共同の深層水アンテナショップの開設

##### ③観光・物産事業者との連携強化による販売促進

ディープシー・ワールド(ウトコ・シレストむろと)を活用した交流人口の拡大、道の駅や土産物店との連携

##### ④基礎的研究の再チャレンジ

産学官連携による研究体制の整備、健康・美容・医療分野関連の企業訪問、農水産物の生産者ニーズや研究シーズの把握

##### ⑤新たな利用分野への展開、未知なる活用法の探索

健康・美容・医療分野や環境・エネルギー産業の新たな研究分野の芽出し、有機質解明の取組

#### (2) 部会の評価

追加項目として了承する。

なお、飲料水の分野は過当競争となっている。そのため、マスコミに全国的に取り上げてもらうには、沖縄県の売り込みなどを参考にして、室戸の周辺地域を観光も含めた貴重な資源としてトータル的に売り込むなど、相乗効果が期待できるような取組を進めていく必要がある。

また、室戸の周辺地域をトータル的に売り込んでいく際には、“どこか1つでもダメなところがあれば、地域全体のイメージが悪くなってしまう”という視点を持って取り組む必要がある。

# 産業成長戦略（観光分野）の取り組み状況等について （観光部会）

## 1. 上半期の進捗状況に対する評価

### （1）重点項目

概ね順調に計画どおり事業が進捗している。それぞれ具体的な進捗状況は次のとおり。

#### （ア）土佐・龍馬であい博関係

##### （パピリオン関係）

J R高知駅前のメイン会場、情報発信館「とさてらす」、県下3か所のサテライト会場それぞれ開幕に向けた準備が進んでいる。

##### （誘致広報関係）

ラッピング高速バスも完成し、9/1～3には、長崎市、福岡市でPRキャラバンを実施した。今後、岡山市、広島市、東京都など順次開幕に向けて回る予定。旅行エージェントを対象としたモニターツアーを3月から7月にかけて5回実施し、10月からの旅行商品にメイン会場等が組み込まれている。

##### （地域イベント関係）

であい博総合アドバイザー藤澤氏の指導により、県内の体験プログラムインストラクターや宿泊施設従事者向けの研修を行い、受入態勢の整備を進めている。

プレイベントとして、土佐・志士めぐりを8/1から、県民向け講座「幕末ゆめ道場」を8/29から順次実施。

#### （イ）2次交通関係

観光ガイドタクシーも県内3エリアの全31コースで運行中。J R四国の「駅から観タクン」が10月から、新ルートでの「MY遊バス」が11月からそれぞれ運行開始予定。

土佐・龍馬であい博の開催に向けて、一部調整に手間取っているものもあるが、定期観光バス等多様なメニューを現在準備中。

#### （ウ）観光圏整備事業関係

四万十・足摺エリア（幡多地域）観光圏は、同エリア事業実施計画の認定を本年4月に国土交通大臣から受け、8月に同観光圏協議会の総会を開催し、本格的に取り組を開始している。

### （2）その他の項目

概ね順調に計画どおり事業が進捗している。

## 2. 追加・拡充項目

事務局から早急に追加・拡充する必要のある項目として、次の2項目の提案があり、部会として了承した。

特にフィルムコミッションの追加の議論では、高知県のイメージアップ、誘客への動機づけとして、映像だけではなく、首都圏の地下鉄の広告看板などへの高知県の観光素材の活用などの売り込みも積極的に行うべきとの意見や観光スポットの写真データをフリーで使ってもらえる仕組みも必要との意見も出された。

### (ア) フィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

- ・マンパワーの充実による新たな取組  
大手映画会社やプロダクション、TV局等へのセールス活動の展開  
高知に関心を持った映画会社等を対象にしたモニターツアーの実施
- ・インセンティブ制度の創設  
高知県でのロケ撮影への助成等（H22年度新規事業として検討）

### (イ) 観光圏整備事業の導入実施

- ・先駆的な取組として幡多地域の6市町村と高知県が共同して策定した「四万十・足摺エリア（幡多地域）観光圏整備計画」に基づく事業実施計画が、本年4月に国土交通大臣の事業認定を受けたことから、より具体的な展開に向けて位置づけを明確化するもの。

## 3. 次期改訂に向けた部会員からの主な提案

今後400万人観光を実現していくための取組について意見交換し、次のような提案がなされ、今後、事務局において検討を進めることとした。

### ・歴史的資源を活かした魅力づくりへの支援

長宗我部元親が「歴女」のアイドルとなるなど、ゲームを発端とした歴史ブームも今広がっている。高知県には、戦国時代から幕末、自由民権までを中心に歴史的資源がたくさんあるので、こうしたブームを活かして、知的好奇心を満足させる仕掛けをし、誘客につなげていくことが必要。

### ・近畿圏への誘客施策の強化

400万人観光を実現するためには、関東圏への取組も大事だが、まず、多くのお客さんの来ている近畿圏について、引き続ききめ細やかな誘客の施策を実施して、足固めを行うことが重要である。マイカーで訪れるお客さんに向けた取組の強化（車で来る方への特典制度を拡充させ、「週末は高知へ」を徹底的にPRするなど）

### ・観光情報のデータベースのリアルタイムの更新

旅行商品を開発する時の基礎資料となる観光情報は紙ベースのデータであると情報が古くなって、その都度調べる必要があり、使い物にならない。常に新しい情報を提供できるようにしておく必要がある。

### ・観光情報ネットワークの構築、観光情報の一体的な発信

県内の観光関係者で情報ネットワークを作り、すぐに必要な観光情報にたどりつけるようにする必要がある。よさこいネットなどインターネット環境を充実し、高知情報発信館「とさてらす」、高知県総合観光パンフレット「ゆるり」と連動させて、一体的に情報発信する必要がある。イメージ戦略も考慮して。

## 産業成長戦略 連携テーマ(地産地消・地産外商戦略)の取り組み状況等について

### 1 平成21年度上半期の取り組み状況と評価

#### ◆ 地産外商の推進

##### 【高知県地産外商公社～トレード・サポート KOCHI～の設立、活動の開始】

産業振興計画の取り組みの重要な柱である地産外商戦略の推進の核となる「高知県地産外商公社」を、地産外商推進協議会の提言に沿って8月3日に設立した。また、発足後 150 日間の実施計画に沿って、展示・商談会への出展、ホテルや百貨店等での高知フェアの開催といった、県産品の県外への販路開拓・販売拡大のための活動を強化した。

- 展示・商談会 ⇒ 実績 4件 予定(決定済み) 4件
  - 4/30～5/10 '09食博覧会・大阪(インテックス大阪)(参加企業 8社)
  - 9/2 買いまっせ！売れ筋商品発掘市(大阪国際会議場)(参加企業 24社)
  - 9/9～10 フードランド2009(高知市)(出展企業 7社)
  - 9/9～11 外食・中食設備機器フェア2009(インテックス大阪)(参加企業 4社)
  - 10/14～16 グルメ&ダイニングスタイルショー2009(東京ビッグサイト)(出展企業 15社)
  - 11/12 土佐のいい物おいしい物発見コンクール「バイヤーズ見本市&商談会」(高知市)
  - 2/8～10 2010スーパーマーケット・トレードショー(東京ビッグサイト)(出展企業 10社)
  - 3/2～5 FOOD EX JAPAN 2010(幕張メッセ)

- ホテルや百貨店等での高知フェア ⇒ 実績 14件 予定(決定済み) 13件

##### 【首都圏の新しいアンテナショップ】

首都圏に高知県を売り出す要の施設となる新しいアンテナショップは、立地場所の決定には至っておらず、引き続き物件の選定作業や運営の基本計画の検討作業を進めている。

##### 【地産外商推進協議会の意見・評価】

- 地産外商推進協議会及び地産外商を担う新組織・首都圏アンテナショップWG合同会議(6/16)
  - ・公社の設立目的や組織の概要(役割と業務内容、事業計画、組織形態、財産、役員、職員構成)等について了解をいただいた。
  - ・首都圏アンテナショップの出店候補エリアについて「銀座・有楽町」を最有力のエリアとすること、また、物件の選定は県に一任することについて合意をいただいた。
- 地産外商推進協議会・地産外商を担う新組織及び首都圏アンテナショップWG(9/2)
  - ・地産外商公社の発足後 150 日間の実施計画や地産外商の各種の具体的な取り組みの内容について報告し、外商する商品の募集方法や選定・審査方法等に関する意見をいただいた。
  - ・アンテナショップの機能や運営方式の考え方について報告し、飲食の機能や運営方式等に関する質問や意見をいただいた。今後、物件が決まり、基本計画が出来次第、WGへの報告を行うこととなった。

##### 【地産外商のその他の取り組みについて】

以下の地産外商の取り組みの着実な推進を図った。

- 県外向けの県産品・観光情報PR紙「ちゃお！高知」の発行(9/1 創刊、隔月発行)
- 県産品・観光情報等を満載した県の新しいポータルサイトの開設(10/15 予定)
- ローソン(平成19年締結)に加え、ファミリーマート(7/27)、サークルKサンクス(8/25)と新たに包括協定を締結し、大手コンビニとの連携による県産の食材や商品の販売拡大の取り組みを進めた。

## ◆ 地産地消の徹底

○「おいしい風土こうちサポーター」登録の高知市内量販店と県内の事業者との商談会を開催し、大消費地である高知市等への販路開拓・販売拡大の取り組みを推進した。

高知県地域産品商談会 高知市(9/16 参加企業23社)、四万十市(9/25 参加企業19社(予定))

## ◆ 海外への地産外商に挑戦

○貿易促進コーディネーターを配置し、海外向け商品の発掘や企業の育成などの支援を実施した。

○高知県フェアや商談会等の開催

5/21 香港への県産品輸出セミナー(高知市)(参加者 79名)

7/30 2009高知の食品輸出商談会(高知市)(参加企業 16社)

8/21~23 上海「シティショップ」高知県フェア(12月まで毎月開催)

9/18 香港食品販路開拓オリエンテーション(高知市)(参加者 81名)

11/3~7 香港食品販路開拓経済ミッション(現地商談会:募集9/25まで)

<四国関係>

6/5~7 上海「シティショップ」四国フェア(12月まで毎月開催)

8/7 上海「四国アンテナショップ」オープン(平成22年3月まで)

8/28~9/6 シンガポール伊勢丹四国フェア

## ◆ 食品加工

○産地や食品加工企業との意見交換・協議の実施、産地と企業とのマッチングの推進

○既存加工食品のパッケージデザイン支援のための補助事業の創設(採択50件)やデザイナーと食品製造(販売)事業者との交流会の開催(8/27、参加86名)

○食品加工業の衛生管理向上への具体的な検討を進め、自主衛生管理マニュアルモデルの作成に着手

○地産外商推進協議会に食品加工WGを設置し、食品加工の大きな方向性(推進方針)や具体的な施策、次年度の県予算への反映を検討すべき項目等について、意見をいただきながら検討を進めた。(WG開催 7/31、8/21、9/25)

## 2 次期改訂に向けたポイント

関西・中部地区は、県の県外事務所を中心に、これまで県産品の販売や観光の誘客に関して一定の実績や人脈があることから、これを活かしたワンランクアップ戦略を追加する。

### ◆ 関西・中部地区のワンランクアップ戦略(主な内容)

○関西地区

ア 新たな人的ネットワークの構築、ホテルや百貨店での高知フェアの拡大等による県産品販売拡大の支援

イ メディアを使ったPRや効果的なフェアの展開、加工業務需要への販路開拓等による園芸品の販売拡大

ウ メディアの活用や観光展・イベント等での情報発信、旅行会社等への営業活動の強化等による効果的な観光PR、プロモーション活動の展開

○中部地区

ア 物産観光展での販売等による県産品の販路開拓・販売拡大

イ 企業立地の推進

ウ 4県合同の遍路のPRや龍馬伝等を活用したPR、エージェントへのイベント情報提供による「龍馬伝」ツアーの商品化の促進等、効果的な観光PR、プロモーション活動の展開