

## 特徴1 新たな挑戦により産業振興計画をさらに加速！

これまでの5年間、産業振興計画の取り組みを官民協働で積み重ねてきた結果、各分野を大きく動かすような取り組みに挑戦できるようになってきました。第2期産業振興計画ver.3(平成26年度版)では、さらに高いレベルの施策へとバージョンアップします。

**改定のポイント1**  
⇒詳細はp.4  
**「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化！**

### （主な取り組み）

○「高知家の家族」が主人公！ **県民総参加型の「高知家」プロモーション・セカンドシーズンの展開**により、県産品の販売拡大といった具体的な成果へ直結させる！



**改定のポイント2**  
⇒詳細はp.5  
**「リョーマの休日～高知家の食卓～」を中心とした一層の観光振興！**

○だれもが主役(プレイヤー)になることができる「食」を前面に出したキャンペーンを実施することで、全県を挙げた観光振興の実現へ！

○外国人観光客を対象にした、**本物の日本が感じられる精神的満足度の高い観光商品の提供**をスタート！

**改定のポイント3**  
⇒詳細はp.6  
**移住促進策のさらなる強化等により「人財」を高知県へ！**

○アクティブな情報発信や民間企業等との連携により、**都市部から「人財」を高知県へ誘致**することで、地域アクションプランの取り組みや中山間地域の集落などに新たな活力を呼び込む！

**改定のポイント4**  
⇒詳細はp.9  
**新たな挑戦による第1次産業の競争力強化！**

○【農業】「次世代施設園芸団地」と「農業担い手育成センター」が連携し、先進技術の普及推進と新規就農者の確保を一気に加速させることにより、農業の中長期的な成長・発展を図る！

○【林業】**新たな木材需要を創出するCLTのトップランナー**となることで高知の山を動かす！

○【水産業】「高知家の魚パートナー店」(仮称)のH27年度末500店舗を目指した取り組みや築地場外への出店者との連携により、大都市圏での外商を大強化！

**改定のポイント5**  
⇒詳細はp.10  
**ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫して支援！**

○ものづくり支援の総合相談窓口の設置や事業者ごとの専任担当者の配置、「ものづくり」の支援策のパッケージ化により、高知のものづくり産業をパワーアップ！

○香南工業団地の完成・分譲開始と、後へ続く**新たな工業団地の整備**推進！

## 全力で挑戦を続けるにあたって、次の方針に基づき実施 ⇒詳細はp.11

**特徴2**  
**①政策どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出す！**  
**「高知家」プロモーションの切れ目ない実施と、「高知家」のコンセプトのもと地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することにより、より高いレベルの相乗効果をもたらす！**

**②様々な対外的な連携を強化！**  
**県内企業とともに、県外企業とも官民協働を推進し、さらに四国4県や国機関とも連携！**

注) この資料は、予算見積段階のものをまとめたものです。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、議会の予算承認が前提になります。

「高知家」プロモーションの切れ目ない実施と、「高知家」のコンセプトのもと  
 地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することにより、より高いレベルの相乗効果をもたらす

高知家 プロモーション2nd Season

「高知家」統一セールスキャンペーン

地産地消・地産外商  
 「高知家」フェアの展開  
 「高知家」ロゴの活用

観光振興  
 「リョーマの休日～高知家の食卓～」  
 キャンペーン

移住促進

政策の相乗効果により「高知家」の認知度を加速度的に向上させる  
 高知県に対する好感度、行きたい度、住みたい度を飛躍的に向上させる

高知に来たことがあり、かつ「高知家」を知ると高知県への好感度が大幅にアップ  
 54.7% → 92.0%

さらなる相乗効果を発揮



- PLAYER**
- 生産者
  - 移住者
  - 量販店等
  - 飲食店等
  - 宿泊施設等
  - 観光事業者
  - 交通関係事業者
  - 民間企業・団体

**「高知家の家族」の参画**

県内の「おもてなし」機運を醸成

自ら語り部となって「高知家」の魅力を発信

地域地域で「高知家」ブランドを創出

**暮らしの中に「高知家」**

- 「高知家」グラフィック、ムービー、HP・SNS等への出演
- ピンバッジの活用
- ポスター、チラシ、のぼり、表札の掲示
- 「高知家」ロゴの活用
- PVの店舗での活用 など

**官民協働によるセールスの展開**

**地産地消 地産外商**

- プロモーションと連動した販売展開
- 「高知家」ブランドイメージの活用
- 商品への「高知家」ロゴの活用 など

**観光振興**

- 旅行商品造成への参画
- 「暮らす」をイメージした体験型観光の推進
- 「食」を絡めた宿泊プランの企画・展開
- 地域の伝統的な食や新たなご当地グルメの開発による観光商品化の推進 など

**移住促進**

- 「移住支援ネットワーク」(仮)による情報発信の強化
- 移住者向け住宅の提供
- 地域での移住希望者へのサポート など

# 平成26年度の「高知家」プロモーションとセールスの政策群（案）

## 「高知家」統一プロモーション

### 高知家

#### 地産地消・地産外商

#### 観光振興

#### 移住促進

プロモーションの取り組み

セールスの取り組み

産業振興推進本部・中山間対策本部・移住PT・外商推進本部で総合調整・連携強化

産業振興推進部 農業振興部 林業振興・環境部 水産振興部 商工労働部 文化生活部 観光振興部 連動 産業振興推進部 農業振興部 林業振興・環境部 水産振興部 商工労働部 文化生活部 観光振興部	<ul style="list-style-type: none"> <li>「まるごと高知」の運営</li> <li>ユズ、カツオに次ぐ品目のプロモーション（旬の時期に展開）</li> <li>海外でのユズ・日本酒・旨みのプロモーション                     <ul style="list-style-type: none"> <li>NYユズ賞味会、ベルリン青果専門見本市、ロンドン・ジャパンセンターでの日本酒フェアへの出展 など</li> </ul> </li> <li>SNSを活用した情報発信（高知うまいもの情報室・カツオ人間）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「まるごと高知」の運営【再掲】</li> <li>グランフロント大阪、あべのハルカスなどでの関西圏消費拡大プロモーションの実施</li> <li>SNSを活用した情報発信（高知うまいもの情報室）【再掲】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「まるごと高知」の運営【再掲】</li> <li>求める人材を獲得するためのアクティブな情報発信</li> <li>移住ポータルサイトの機能強化、各種メディアを通じた情報発信</li> <li>「幸せ移住パッケージシステム」での情報提供</li> <li>県内大学などと連携した卒業生への情報発信</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>流通販売関係者への品目別セールスプロモーションの実施</li> <li>新ブランド「土佐炙茶」のPR、新茶まつり、土佐茶まつりの開催</li> <li>土佐材流通促進協議会による商談会、セミナー、展示会等の開催</li> <li>県内地域ブランド米のPR</li> <li>「高知家の魚パートナー店」（仮）制度の創設</li> <li>「全国漁港マーケット」（築地）を活用した首都圏でのPR活動</li> <li>「土佐のおさかなまつり」の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本茶アドバイザーによる土佐茶の情報発信等</li> <li>地域の伝統的な食文化の発信（土佐の料理伝承人）</li> <li>漁村での滞在型・体験型観光の推進</li> <li>冬季アマゴ釣り（キャッチアンドリリース）の情報発信強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第一次産業の担い手確保事業のPR（こうちアグリスクールを開催、「農業担い手育成センター」の設置、農業創造セミナーの開催、林業技術者養成研修の実施、養殖ビジネススクールの開講、漁業就業セミナーの開催、短期・長期漁業研修の実施など）</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>製造業ポータルサイトの運営</li> <li>外商支援製品カタログの充実、メディアでのPR強化</li> <li>海洋深層水関連商品の認知度向上                     <ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド力の強化、展示会・商談会への出展</li> </ul> </li> <li>県産品アンテナショップ「てんこす」の情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海洋深層水関連商品の情報発信（取水地のPR）</li> <li>まんがを切り口としたイベントの情報発信</li> <li>県立文化施設企画事業の情報発信（四国へんろ展など）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「企業立地セミナー」の開催</li> <li>シェアオフィス事業の広報活動の展開</li> <li>首都圏の起業支援団体と連携した起業セミナーや本県視察ツアーの実施</li> <li>伝統的工芸品産業等の後継者育成対策事業のPR</li> <li>商店街の活性化支援                     <ul style="list-style-type: none"> <li>空き店舗情報の全国発信、出店開業までを一貫して支援</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>「リョーマの休日～高知家の食卓～」プロモーションの推進【再掲】</li> <li>首都圏等のマスメディアを活用したパブリシティ活動の強化【再掲】</li> <li>「龍馬パスポートII」の県外への情報発信【再掲】</li> <li>近隣県に向けた「食」のイベント等の情報発信【再掲】</li> <li>官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバンの実施【再掲】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「リョーマの休日～高知家の食卓～」プロモーションの推進</li> <li>首都圏等のマスメディアを活用したパブリシティ活動の強化</li> <li>「龍馬パスポートII」の県外への情報発信</li> <li>近隣県に向けた「食」のイベント等の情報発信</li> <li>官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバンの実施</li> <li>海外向けの高知県の強みを生かした体験型観光商品の発掘・磨き上げ・造成及びターゲット市場のニーズに合わせたプロモーション活動の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「リョーマの休日～高知家の食卓～」プロモーションの推進【再掲】</li> <li>首都圏等のマスメディアを活用したパブリシティ活動の強化【再掲】</li> <li>「龍馬パスポートII」の県外への情報発信【再掲】</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>「こうちビジネスチャレンジ基金」の活用</li> <li>ユズ、カツオに次ぐ品目の外商強化（旬の時期に展開）</li> <li>「おみやげもの開発プロジェクト」の推進</li> <li>マーケットイン型商品づくりの拡充</li> <li>展示商談会への出展、卸事業者との連携、地域産品商談会の拡充</li> <li>ユズ・日本酒・旨みの輸出拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「こうちビジネスチャレンジ基金」の活用【再掲】</li> <li>首都圏等での高知フェアの開催</li> <li>「おみやげもの開発プロジェクト」の推進【再掲】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「こうちビジネスチャレンジ基金」の活用【再掲】</li> <li>「土佐MBA」の拡充（相談員の配置、女性のためのコース新設）</li> <li>移住相談会・フェア・交流会の開催、移住者間ネットワーク強化</li> <li>移住希望者向け住宅等の確保促進</li> <li>移住者受け入れ体制づくりの加速化                     <ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏への移住・交流コンシェルジュの配置</li> <li>専門相談員や地域移住サポーターによるフォローアップの強化</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客と産地をつなぐ生鮮の新たな出荷・流通・販売体制の構築</li> <li>パートナー量販店でのフェアの充実強化、こだわり青果市の開催</li> <li>土佐茶の販売拡大（大規模展示商談会への出展）</li> <li>県産材の県外販売窓口の一元化推進</li> <li>「高知家の魚パートナー店」（仮）制度の創設</li> <li>「全国漁港マーケット」（築地）を活用した首都圏での販売活動</li> <li>県内水産関係事業者の県外展示商談会への出展支援の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「土佐茶カフェ」における土佐茶の魅力情報発信事業</li> <li>「協働の森」の締結促進</li> <li>漁村での滞在型・体験型観光の推進                     <ul style="list-style-type: none"> <li>地域コーディネーター組織と連携した都市部への情報発信、商品の売込</li> </ul> </li> <li>冬季のアマゴ釣り（キャッチアンドリリース）の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第一次産業の担い手確保（「学び教えあう場」の強化、こうちアグリスクールを開催、「農業担い手育成センター」の設置、農業創造セミナーの開催、林業技術者養成研修の実施、養殖ビジネススクールの開講、漁業就業セミナーの開催、短期・長期漁業研修の実施など）</li> <li>集落営農の推進</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>県外見本市への高知県ブースの設置</li> <li>成長分野育成支援事業の拡充                     <ul style="list-style-type: none"> <li>事業化プラン作成支援、対象企業のパッケージ支援</li> <li>「ものづくり企業」の支援強化</li> <li>ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までを一貫して支援</li> </ul> </li> <li>コンテンツビジネスの起業化支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海洋深層水企業クラブの取り組み支援                     <ul style="list-style-type: none"> <li>「高知城花回廊」「ふるさと室戸まつり」への参加 など</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業誘致の推進（誘致活動、新たな団地の整備など）</li> <li>オフィスビルの確保</li> <li>シェアオフィスの入居事業者への支援</li> <li>コールセンター・IT等の人材育成セミナーの開催</li> <li>ハローワークと連携した人材供給力の向上</li> <li>商店街の活性化支援 ○ 産業人材の育成・確保</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>地域観光人材の育成【再掲】</li> <li>「龍馬パスポートII」による周遊・リピーター対策の強化【再掲】</li> <li>食の総選挙の結果を掲載したパンフレットの配布【再掲】</li> <li>県民の「食」を通じたおもてなし機運の醸成に向けた「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催【再掲】</li> <li>高知の「食」を満喫できるイベントの開催【再掲】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マーケット動向や最新の旅行トレンドを踏まえた魅力的な観光商品づくり</li> <li>地域観光人材の育成</li> <li>「龍馬パスポートII」による周遊・リピーター対策の強化</li> <li>食の総選挙の結果を掲載したパンフレットの配布</li> <li>県民の「食」を通じたおもてなし機運の醸成に向けた「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催</li> <li>高知の「食」を満喫できるイベントの開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域観光人材の育成</li> <li>「龍馬パスポートII」による周遊・リピーター対策強化【再掲】</li> </ul>	

具体的な成果へ直結／食料品製造業等出荷額800億円以上、県外観光客入込数400万人以上、移住者年間500組以上

改定の  
ポイント

1

# 「高知家」プロモーションとの連動による「外商」のさらなる加速化！

背景

○全国に15年先行した人口自然減や10年先行した高齢化の進展等により、県内市場は大きく減少（年間商品販売額は、平成9年からの10年間で約2割減少）。当面の間は、同様の傾向が続くものと想定される。  
 ○こうした本県経済の根本的な課題に正面から向き合い、抜本的な体質強化を図るため、平成21年度から「高知県産業振興計画」により、活力ある県外市場にモノを売って外貨を稼ぐ「地産外商」を進めることを全体戦略として、県を挙げた取り組みを推進してきた。  
 ○これまでの取り組みの結果、外商の成約件数や定番化の件数が大きく伸び、また観光総消費額が1000億円を超えるなど、具体的な成果が見えてきたが、この手応えをさらに確かなものとし、県勢浮揚を成し遂げるためには、施策と連動させ、高知県の認知度をさらに向上させる取り組みを進めることで、具体的な成果に結びつけていくことが必要。

＜平成25年度の主な取り組み・成果＞

## 「高知家」プロモーションの実施

- 「高知家」特設サイトの設置  
⇒113,964PV(6/4サイトオープン日のみ)
- 各種メディアへの露出  
⇒広告換算費 約3億1200万円（6月末での1ヶ月）
- 「高知家」ピンバッチの活用  
⇒約50,000個配布※当初予定の25倍
- 民間企業との「高知家」タイアップ企画の実施
- 「高知家の唄」の配信

### 地産外商

- 「高知家」プロモーションと連携した外商活動の展開
- 「まるごと高知」を拠点とした外商活動の展開
  - ・高知フェア47回、個別営業訪問357回、店舗を活用した商談会61件、テストマーケティング・催事 121商品  
⇒成約件数1,317件(うち定番186件)（11月末現在）
  - ・「高知家お取り寄せ・贈り物カタログ2014」の発行
  - ・「居酒屋産業展」「スーパーマーケットトレードショー2014」「FOODEX JAPAN2014」への出展
- 大阪事務所・名古屋事務所による外商活動の展開
  - ・高知フェア54回、商談会6回（11月末現在）
  - ・「ファベックス関西」「NAGOYAフードビジネスショー」「土佐の宴～高知家の食卓～」への出展・開催
- 四国4県による「四国産品外商ネットワーク会議」の設置
- 事業者団体中心の新たな物流の仕組みづくりを支援

### 地産地消

- 県内量販店等と事業者による地域産品商談会の開催  
⇒79社が参加、53アイテムの商談が成立
- 商品発掘コンクールの開催  
⇒応募商品114品、入賞商品10品
- 県産品電子商取引システム（eコマースサイト）の構築（H25.10.1運営開始）  
⇒掲載商品 12社21商品（12月末現在）

### 移住促進

- 「高知家」プロモーションと連動し、移住のポータルサイト「高知で暮らす。」のリニューアル  
⇒サイトへのアクセス数 約196,000件
- 「幸せ移住パッケージシステム」による「仕事」「住む場所」「趣味」のパッケージ的な情報発信  
⇒システムへのアクセス数 約11,000件

### 貿易の振興

- 欧州ユズプロモーション
  - ・スペイン、デンマーク、ベルギーでユズ消費会を実施（各約50名招へい）
- 県外事業者の海外市場におけるテストマーケティングの提供
  - ・シンガポールや台湾等で物産展を開催し、47事業者が参加（12月末現在）
- 貿易人材の育成
  - ・研修講座3回（全4回）を実施し、50名が参加

### 食品加工

- 高知県立大学と連携した生産管理高度化支援体制の構築（寄附金による生産管理高度化講座の開設）  
⇒のべ13回、587人の参加（県主催含む）（11月末現在）
- 食品表示の適正化支援
  - ・ワンストップ相談窓口の設置⇒412件の相談（11月末現在）
- マーケットイン型商品づくりの支援
  - ・首都圏のパートナー店等により82社の商品进行评估
  - ・産業フードプロデューサーによる53社との個別面談
  - ・マーケットイン型商品づくりのための商品開発・改良を支援する補助制度を創設

### 観光振興

- 首都圏等のマスメディアでの情報発信
  - ・県外事務所や地産外商公社との連携によりマスメディアを通じた全国への情報発信を展開
- テレビCMを活用した近隣県への情報発信の強化
- 「高知家の食卓」県民総選挙2014の実施(投票H25 12/25～H26 1/20,発表3/9)

## 【改定のねらい】

- 平成25年6月からスタートした「高知家」プロモーションをさらに強力に推進する。
- 「高知家」プロモーションを、本県の認知度のさらなる向上と県産品の販売拡大といった具体的成果に結び付ける。

主な展開

- 切れ目ない話題の提供やコンテンツの充実など「高知家」プロモーションを強化するとともに、地産外商などの具体策を連動させることで「県産品の販売拡大」といった具体的な成果に直結させる
- マーケットイン型商品づくりを、これまでの首都圏に加え、関西地区、中部地区にも拡大
- ユズ果汁等「100t」輸出戦略の展開

## さらなる強化策

- （1）「高知家」プロモーションの継続・強化**
  - PV動画制作、「高知家」特設サイトの充実等による切れ目ない話題の提供
    - ・県民参加型「高知家MOVIE」の製作・発信
  - トレインチャンネルや車内貼広告、東京での記者発表などによる「高知家」の露出強化  
⇒定期的なイメージ調査で、施策効果を確認しながら投下施策を見直し
- （2）「高知家」プロモーションとの連携による「県産品」「観光」「移住」のPR促進**
  - 各部・各団体のセールス施策と計画的に連動させたプロモーションの企画・展開
    - ・メディアに取り上げられる話題づくり
    - ・地産外商公社と連携したメディアへのアプローチ強化
  - 平成26年度以降の誘客戦略に基づき、「食」を前面に出したプロモーション活動「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進
    - ・「高知家の食卓」県民総選挙2014の成果を活かした旅行商品づくり、プロモーションの実施
  - 「高知家」プロモーションと連動した「高知家の移住」PR強化
    - ・「高知家」特設サイトとの連携強化による移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」への誘導
- （3）メイドイン高知のさらなる広がりを目指す地産外商戦略の展開**
  - 首都圏での外商活動のさらなる強化
  - 定番化拡大を見据えた外商活動の展開（卸業者との連携による外商活動等）
  - 量販店等での「高知フェア」等の開催や卸事業者主催の商談会への出展強化
- （4）食料品輸出額3億円をめざした県産品のグローバル戦略の推進**
  - 他県との競争に打ち勝つユズを中心とした輸出促進の強化
    - ・NYユズ賞味会開催、ベルリン青果専門見本市「Fruit Logistica」（ユズ）ブース出展、シドニーユズ賞味会の開催 など
  - ユズに次ぐ輸出品目の販路開拓
    - ・ロンドン・ジャパン・センターでの高知県日本酒フェア開催、米国（ロサンゼルス）の日系量販店に常設棚（3ヶ月）の設置
- （5）消費者のニーズに応じたマーケットイン型商品づくりの推進**
  - マーケットイン型商品づくりの取組強化
    - ・高質系スーパーをパートナーとした商品づくりの拡充（対象エリアを首都圏に加えて、関西地区・中部地区にも拡大）
  - お土産物開発プロジェクトの展開
    - ・高知県を代表するヒット商品の開発支援



改定の  
ポイント

# 「リョーマの休日～高知家の食卓～」を 中心とした一層の観光振興！

背景

○官民挙げたこれまでの取り組みにより、各地で新たな観光資源や体験プログラムが誕生し、観光キャンペーン「リョーマの休日」や「龍馬パスポート」を通して、本県観光のポテンシャルが高まってきている。  
○第2期計画で新たに取り組んでいる地域観光の担い手育成など一連の地域観光の取り組みや、高速道路の延伸をきっかけとした幡多地域の地域博覧会「楽しまんと！はた博」の実施を通して、地域の観光振興に対する意識が高まってきている。  
○地理的ハンディキャップを克服するスポーツツーリズムや国別戦略に基づく国際観光の推進により、これまで獲得できていなかった新たな観光客層を呼び込むことができたことから、引き続き取り組みを強化していくことが重要である。  
○400万人観光の定常化、さらにワンステージアップのためにも、こうした観光振興策のさらなる強化が必要である。

＜平成25年度の主な取り組み・成果＞

### 地域観光の推進

- 核となる観光拠点の整備
  - ・室戸ジオパーク拠点施設の整備など
- エリアキャンペーン等に向けた観光商品づくり
  - ・季節ごとの地域の魅力を盛り込んだエリアキャンペーンを「高知市」「仁淀川」「嶺北」「高幡」「四万十・足摺」「物部川」「室戸ジオ・高知東海岸」エリアで実施
- 地域観光の核となるリーダーの育成ため、観光人材育成「とさ旅セミナー ステップアップ研修」の開催
  - ・東部・中部・西部の3エリアで実施
  - ⇒広域観光組織や観光協会の職員39名が参加
- 地域コーディネート組織（広域観光協議会等）の機能強化
  - ・観光アドバイザーの活用による機能強化
  - ・地域博覧会の開催を通じた機能強化
  - ⇒「楽しまんと！はた博」の開催

### 効果的な広報・セールス活動の推進

- 観光キャンペーン「リョーマの休日」の実施
  - ・平成24年度に引き続きキャンペーンを実施
  - ⇒龍馬パスポート発行：63,340人（12月末現在）
- 官民一体となった旅行会社向けセールスキャラバンの実施
  - ⇒25年度下半期向け 旅行会社出席者117社265名
  - ⇒26年度上半期向け 旅行会社出席者126社330名
- 首都圏等のマスメディアでの情報発信
  - ・県外事務所や地産外商公社との連携によりマスメディアを通じた全国への情報発信を展開
  - ⇒メディア露出42件（TV15件、雑誌6件、新聞8件、web13件）（12月末現在）
- テレビCMを活用した近隣県への情報発信の強化
  - ・四国3県と岡山県で、毎週木曜日に週末の県内でのイベント情報等を発信
- 新たな誘客戦略の検討・展開
  - ・『「高知家の食卓」県民総選挙2014』の実施

### おもてなしの向上

- おもてなしの気運の醸成
  - ・おもてなしトイレの認定及び既認定トイレの再チェック
  - ⇒認定：574箇所（12月末現在）
- きめ細やかな観光情報の提供
  - ・映画「県庁おもてなし課」ロケセットでの観光案内
  - ⇒ロケセット入場者：35,010人
  - ・とさてらす、臨時観光案内所での観光案内等
- 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
  - ・「おもてなしタクシー」の認定及び利用促進
- 観光基盤の整備
  - ・市町村が設置する観光案内板等の整備を支援
  - ⇒16市町村：21事業（12月末現在）

### スポーツツーリズムの推進

- プロスポーツ、アマチュアスポーツの誘致活動
  - ・14競技のワーキンググループを立ち上げ、競技種目ごとに情報収集・誘致活動
  - ・スポーツイベント等の開催

ラグビートップリーグ合宿、ミスノグローイングアップリーグ、全日本サーフィン選手権大会、高等学校女子硬式野球高知大会、女子旅トワイライトランin高知城、プロ野球チームキャンプ、カシオワールドオープンゴルフトーナメント 等

⇒スポーツツーリズムの推進による成果 10,900泊（12月末現在）

### 国際観光の推進

- 国別戦略による誘致活動
  - ・チャーター便等による誘客
  - ⇒H25(4～9月)観光庁宿泊旅行統計調査 外国人延べ宿泊者数
  - 台湾：H24 2,200人/泊 → H25 3,140人/泊、
  - 韓国：H24 500人/泊 → H25 1,140人/泊
  - ・外国クルーズ客船の誘致
  - ⇒サン・プリンセス 2回 2,678名
  - ⇒コスタ・ビクトリア 2回 3,033名

【改定のねらい】

○高知ならではの「食」を前面に出したプロモーション「リョーマの休日～高知家の食卓～」を実施し、本県の食のブランドイメージの定着を図り、観光資源としての魅力の向上につなげる。

主な展開

- 観光客に訴求効果の高い「食」を活かした地域の観光商品の磨き上げ・全国への情報発信・おもてなしの向上
- 高知県の強みを活かした新たな国際観光戦略の推進
- マーケット動向や最新の旅行トレンドを踏まえた魅力的な観光商品づくり

さらなる強化策

- （1）地域観光を牽引する広域観光組織の旅行商品づくりの支援**
  - 地域人材の育成による魅力的な観光商品づくり
    - ・旅行会社の商品造成責任者等を招聘し、マーケット動向や最新の旅行トレンドを学ぶ講演及び意見交換の開催（年3回程度）
    - ・各広域ごとに旅行会社の専門家等を招聘し、地域リーダーを交えて特色ある商品造成を行う取組や教育旅行の受入態勢整備を支援（年6～9回程度）
    - ・県及びコンベンション協会が広域観光支援チームを構成し、広域観光組織の商品造成等をサポート
  - 地域コーディネート組織（広域観光組織）の機能強化
    - ・各組織の状況に応じた機能強化や体制整備への支援
    - ・地域人材の育成による組織の機能強化
    - ・地域博覧会の開催を通じた組織、機能の強化
    - ・コンベンション協会との連携によるプロモーションやセールス活動等の実施
- （2）ターゲットを明確にした効果的なPR活動の展開**
  - 「食」を前面に出したプロモーション活動「リョーマの休日～高知家の食卓～」の推進
    - ・「高知家の食卓」県民総選挙2014の成果を活かした旅行商品づくり、プロモーションの実施
  - 「龍馬パスポートⅡ」による周遊・リピーター対策のさらなる深化
    - ・新たな上位ステージを設けるなど、より県内での周遊を楽しんでいただくため、現行パスポートを4月からリニューアル
  - 首都圏等のマスメディアを活用したパブリシティ活動の展開
    - ・旬の「食」をテーマにしたメディア情報交換会等の実施（年4回以上）
    - ・三大都市圏からのメディアの取材誘致
    - ・ブロガー等を活用したSNSによる高知の「食」の情報発信
- （3）おもてなしの向上によるリピーター確保策の促進**
  - 「食」をテーマにした「おもてなしセミナー」の開催など、県民による「食」を通じたおもてなし気運の盛り上げ
  - 高知の「食」を満喫できるイベントの開催
  - おもてなしトイレ・おもてなしタクシーのさらなる認定促進とPRの強化
  - 外国人旅行者へのWi-Fi環境の整備
- （4）スポーツツーリズムの推進**
  - プロスポーツの誘致活動の強化
  - アマ合宿・大会の誘致活動の強化
- （5）高知の強みを活かした新たな国際観光戦略の推進**
  - 国別プロモーション戦略に基づくインバウンド対策の加速化
  - 高知県の強みである「おもてなし」や「体験」を最大限に活かした精神的満足度の高い体験型観光商品の発掘・磨き上げ・造成及びターゲット市場のニーズに合わせたプロモーション活動の強化
  - 四国4県が一体となった外国人観光客誘致の取組を推進

改定の  
ポイント

# 移住促進策のさらなる強化等により 「人財」を高知県へ！

背景

○本県は、全国に10年先行して高齢化が進展しており、今後、さらに人口の自然減、少子高齢化が見込まれる中、第2期産業振興計画では、人口の社会増を目標に掲げ、取り組みを進めている。  
○県土の多くを占める中山間地域は、特に少子高齢化が深刻であり、新たなプロジェクトやコミュニティの維持のための活動を実施する場合にプレイヤーとなる人が不足しており、人材の確保が課題となっている。  
○移住促進は、平成25年度に移住促進策の抜本強化を産業振興計画に位置付け、「高知家プロモーション」との連携による情報発信や、移住・交流コンシェルジュの体制を強化して相談対応に取り組むなどした結果、県外からの移住は昨年度実績を大幅に上回ったが、平成27年度の目標である「500組以上」の達成に向けては、もう一段、施策を強化していく必要がある。

<平成25年度の主な取り組み・成果>

### 効果的な情報発信

- 「高知家」プロモーションと連動し、移住のポータルサイト「高知家で暮らす。」で情報発信  
⇒サイトへのアクセス数 約213,000件 (12月末現在)
- 「仕事」「住む場所」「趣味」のさまざまな情報をパッケージとして提供する「幸せ移住パッケージシステム」の構築  
・「幸せ移住プランコンテスト」の実施  
⇒システムへのアクセス数 13,600件 (12月末現在)  
登録情報数 仕事:480件、住居:589件、趣味:1620件 (H26.1.13現在)
- カツオ人間や交流・移住コンシェルジュのfacebookでの情報発信  
⇒移住・交流コンシェルジュfacebook (いいね770件) (12月末現在)

### 受入基盤の整備

- 官民協働による「高知県移住推進協議会」の設立  
⇒2回開催 (12月末現在)
- 「高知県移住推進協議会民間サポート部会」の設置  
⇒3回開催 (12月末現在)
- 官民協働による高知で暮らし隊会員の新たな特典開始  
・レンタカー割引、引越割引、宿泊料割引等
- 市町村によるお試し滞在住宅、移住者支援住宅、シェアオフィス等の整備  
⇒17市町村がお試し滞在施設等の移住者支援住宅を保有
- 市町村・移住受入団体との情報交換会の実施  
⇒3回実施 (12月末現在)

### 中山間地域等のシェアオフィスの推進

- 3町 (土佐町、本山町、四万十町) でシェアオフィスを開設  
⇒東京のIT企業など5事業者が入居予定

### フォローアップ体制の強化

- 「高知で暮らし隊」会員への登録  
⇒新規会員登録 422人 (12月末現在)
- 「移住・交流コンシェルジュ」による相談対応  
・ワンストップ窓口体制・機能を強化 (4名→6名体制)
- 高知家のホームパーティー、都市部での移住相談会や移住フェアへの参加  
⇒18回開催 391組参加 (12月末現在)
- 市町村「専門相談員」の配置  
⇒18市町村で配置 (12月末現在)
- 「地域移住サポーター」の委嘱  
⇒7市町村27人に委嘱 (12月末現在)
- 「移住支援特使」の委嘱  
⇒8社28人に委嘱 (12月末現在)
- 移住者交流会の実施  
⇒3回実施 (12月末現在)

**[県と市町村の窓口を通じた移住者]**  
143組227人 (H25上半期) ※H24年度121組225人

### 産業や地域の担い手確保

- UIターン就職相談会 (東京、名古屋、大阪等) への参加
- 「高知県U・Iターン人材情報システム」での求人企業の情報提供、無料職業紹介
- 高知ふるさと応援隊の募集  
⇒市町村で33名を採用 (移住者以外も含む)

### ビジネスの立ち上がり支援

- (株)トリムからの寄付金を活用した「こうちビジネスチャレンジ基金事業」を実施  
・新たなビジネスプランを募集し、全国から93件 (県内47、県外46) の応募があり、うち5つのビジネスプランを認定  
⇒高知県内での起業に向けて支援を継続

【改定のねらい】

○平成27年度の目標である県外からの移住者「500組以上」の達成に向け、求める人材の獲得を目指したアクティブな情報発信や移住者向け住宅の確保促進、民間支援団体等との連携などのさらなる移住促進策の強化を行う。

主な展開

- 「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信
- アクティブな情報発信による都市部からの人財誘致  
・都市部人材の持つスキルを地域ビジネスの振興、地域の活性化につなげる仕組みづくり
- 地域での受入基盤となる「空き家」の積極的な活用
- ネットワーク形成による民間支援団体等の活動を活発化

さらなる強化策

- (1) 「高知家」プロモーションと連動させた移住の情報発信の強化**
  - 高知家プロモーションと連動した「高知家の移住」のPR強化  
・高知家特設サイトとの連携強化による移住ポータルサイトへの誘導
  - マーケティング手法を活用した魅力的なコンテンツの発信 (移住ポータルサイトの機能強化)
  - 各種メディアを通じた重層的な情報発信の展開  
・県外の地縁者をターゲットに、広報誌やラジオ、新聞等による県内向け広報の実施  
・専門誌 (農林漁業、田舎暮らし、子育て) を通じた高知の魅力の発信  
・移住支援団体や移住者のfacebook等による口コミ情報の発信
- (2) 求める人材を獲得するアクティブな情報発信**
  - 地域のニーズを発掘、顕在化する取り組みを強化
  - 求める人材に着実に届けるアクティブな情報発信  
・都市部人材の確保のため都市部の民間事業者等と連携して多様なルートを用意  
・関係機関と連携した県出身者への情報発信 (県内大学との連携)  
・移住支援特使や県外関係機関、高知で暮らし隊会員に向けた魅力ある情報発信 (情報誌作成)
  - 国等の制度を活用した都市部人材に起業や地域ビジネス事業者への就業を促す仕組みづくり
  - 「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実 (東京に移住・交流コンシェルジュを配置)
- (3) 移住希望者向けの住宅等の確保策の強化**
  - 移住者に提供できる「空き家」活用の仕組みづくり  
※市町村、NPO等の中間保有に伴う財政負担に対して支援  
・市町村等が整備する住宅の修繕等に関して市町村負担の軽減 (国の制度を活用)  
・市町村、NPO等が実施する空き家内の荷物整理・処分に対して支援
  - NPO等によるお試し滞在住宅等の整備促進
- (4) 移住者受入れ体制づくりの加速化**
  - 「移住・交流コンシェルジュ」の体制充実 (東京に移住・交流コンシェルジュを配置) [再掲]
  - 移住相談対応や空き家調査等にあたる「専門相談員」の配置の促進
  - 地域における身近な相談役「地域移住サポーター」の普及拡大
  - 民間支援団体等との連携強化  
・移住支援ネットワーク (仮) の形成を支援し、民間の活躍や情報発信がさらに活発化することを促す
- (5) 中山間地域等のシェアオフィス事業の着実な推進**
  - シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進  
・ターゲットへの的確なアプローチによる入居促進  
・市町村と連携した人材育成  
・入居企業と地域の若者 (大学生や専門学校生等) との交流の促進

# 『高知家』への移住実現に向けた平成26年度の政策群

カテゴリー	窓口 <span style="border: 1px dashed red; padding: 2px;">パートナー</span>	政 策 群	平成26年度 第2期産業振興計画 ver.3
認知度向上 高知ファン	全 庁	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「高知家」プロモーションの展開 </li> <li>○県産品・観光等各分野との移住のプロモーション活動との連携</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「高知家」プロモーション2nd seasonによる統一PR</li> <li>○「高知家の食卓」キャンペーンの実施</li> <li>○各分野のプロモーション活動と更なる連携 ・龍馬パスポートIIとの連携</li> </ul>
暮らし全般	産業振興推進部 地域づくり支援課  <span style="border: 1px dashed red; padding: 2px;">市町村・民間団体等</span>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○抜本強化した移住促進策による取り組み               <ul style="list-style-type: none"> <li>・「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供</li> <li>・移住・交流コンシェルジュの体制強化(4名→6名)</li> <li>・市町村における専門相談員の配置の促進</li> <li>・地域移住サポーターの普及</li> <li>・官民協働による「高知県移住推進協議会」の設立</li> </ul> </li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○アクティブな情報発信による人財誘致               <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域が求める人材を都市部から獲得して地域の活性化につなげる</li> </ul> </li> <li>○移住者向け住宅の確保促進</li> <li>○民間支援団体等との連携強化               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ネットワークの形成</li> <li>・インターンシップの促進</li> <li>・地域づくり交流会の開催</li> <li>・地域移住サポーターの普及拡大</li> </ul> </li> <li>○移住・交流コンシェルジュの体制充実（東京への配置）</li> </ul>
起 業  新しい事業 に挑戦	産業振興推進部 計画推進課	<ul style="list-style-type: none"> <li>【スキルアップ】</li> <li>○ビジネスの基礎から応用・実践力まで、体系的に身に付けられる研修プログラムの実施（土佐まるごとビジネスアカデミー）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○女性のための起業支援講座の創設（土佐まるごとビズ初アカデミー）</li> <li>○都市部人材の獲得に向けて、起業支援研修等を実施（都市部での座学・高知での短期研修）</li> </ul>
	（公財）高知県産業振興センター  産業振興推進部 計画推進課 産業振興推進本部 <span style="border: 1px dashed red; padding: 2px;">市町村等</span>  商工労働部 新産業推進課  <span style="border: 1px dashed red; padding: 2px;">こうち企業支援センター</span>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【ビジネスの立ち上げ期を支援】</li> <li>○県内で起業・創業にチャレンジする事業者への資金的支援、専門家によるハンズオン支援（こうちビジネスチャレンジ基金）  ○ものづくりまるごと支援センター（仮称）の開設</li> <li>○「地域アクションプラン」を目指す初期段階の取り組み（試作品づくりなど）を支援（産業振興推進総合事業費補助金 ステップアップ事業）</li> <li>○産業振興計画に位置付けられた事業を対象に生産～販売まで、総合的に支援（産業振興推進総合事業費補助金 一般・特別承認事業）</li> <li>【創業経費等を支援】</li> <li>○シェアオフィス入居希望者への創業支援等を実施 （ビジネスプラザ実現に向けた専門家アドバイス、創業経費等への支援） : オフィス賃貸料、通信回線使用料、創業経費、機器リース料、 県内新規雇用奨励金</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○首都圏の起業支援団体と連携した起業セミナー、視察ツアーの実施</li> </ul>
商店街の 活性化	商工労働部 経営支援課 <span style="border: 1px dashed red; padding: 2px;">商工会 商工会議所</span>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【店舗の出店を支援】</li> <li>○商店街の空き店舗を活用した出店に対する改装経費を支援（こうち商業振興支援事業）</li> <li>○新規開業希望者の育成を目的に、商店街振興組合等が行うチャレンジショップの運営を支援（チャレンジショップ事業）</li> </ul>	

27年度

県外からの移住者 年間500組以上 移住者と一緒に創る元気な地域

総力を挙げて移住の実現を目指す

アクティブな情報発信による人財誘致

# 『高知家』への移住実現に向けた平成26年度の政策群

カテゴリー	窓口 パートナー	政 策 群
就 業	商工労働部 雇用労働政策課 企業就職支援センター ハローワーク  産業振興推進部 計画推進課 地域づくり支援課	〔相談〕就職相談会、U・Iターン人材情報システムによる情報提供、U・Iターン無料職業紹介  〔研修・スキルアップ〕 ○〈再掲〉ビジネスの基礎から応用・実践力まで、体系的に身に付けられる 研修プログラムの実施（土佐まるごとビジネスアカデミー） ○都市部人材の獲得に向けて、就業支援研修等を実施 （都市部での座学・高知での短期研修、OJT・OFF-JT研修を支援）
中山間地域の 地域づくり活動 の担い手	産業振興推進部 中山間地域対策課  市町村等	〔地域活動の拠点（集落活動センター）を核とした取り組みを支援〕 ○センター活動従事者の人件費・活動経費を支援（集落活動センター推進事業費補助金） 〔地域活動の推進役の募集・活動を支援〕 ○「高知ふるさと応援隊」の県外での募集説明会の開催、プロモーションによる情報発信 ○研修会・意見交換会の開催
農 業	農業振興部 農地・担い手対策課 環境農業推進課 産地・流通支援課  各JA新規就農相談センター	〔PR・相談〕こうちアグリスクール、農業人フェア 〔技術習得〕こうちアグリスクール(都会で学ぶ農業技術研修、アグリ体験塾)、新しいなかビジネススクール(インターネット)、就農希望者等の研修、産地とのマッチング、 就農予定市町村の農家や新規就農トータルサポートハウス等での実践研修、青年就農給付金・新規就農研修支援事業による研修の支援、 先進技術の実証、先進技術・経営セミナーの開催 〔営農準備〕レンタルハウス整備事業、園芸用ハウス活用促進事業、 農地中間管理機構による担い手への農地集約 ○担い手育成センター(仮称)の設置 (技術習得～営農開始までサポート)
林 業	林業振興・環境部 森づくり推進課  林業労働力確保支援センター 森林組合・素材生産業者	〔相談〕就業相談会の開催、林業に関する座学、林業体験（2日間） 〔技術習得〕林業支援構習（20日間、宿泊費補助） 〔就業準備〕トライアル雇用（最大3ヶ月）
水産業	水産振興部 漁業振興課  高知県漁協 各漁協	〔相談〕漁業体験研修、漁業就業セミナー 〔技術習得〕技術習得研修（2年以内） 〔就業準備〕新規就業者漁船リース事業 ○養殖ビジネススクールの開講（OJTによる技術習得、座学研修） ○養殖に関する施設整備等の支援（小割リース、共済掛金の負担軽減）
伝統産業	商工労働部 工業振興課  市町村等	〔技術習得〕短期体験研修（5日程度）、技術取得研修（2年以内）
医 療	健康政策部 医療政策・医師確保課  高知県 医療再生機構	○県外から県内に赴任する医師を対象とした研修修学金（赴任医師研修就学金） ○県内医療機関の紹介とマッチング、県内医療機関見学の支援（医師招聘・派遣斡旋事業、医師確保対策事業）
福 祉	地域福祉部 地域福祉政策課 高齢者福祉課  高知県 社会福祉協議会	○介護福祉士・社会福祉士養成施設在学中の修学資金の貸付（介護福祉士等修学資金貸付事業） ○福祉・介護人材のマッチング機能の強化・参入の促進

一次産業等の担い手

アクティブな情報発信による人材誘致

総力を挙げて移住の実現を目指す

27年度

県外からの移住者 年間500組以上  
 移住者と一緒に創る元気な地域



# 改定のポイント **4** 新たな挑戦による第1次産業の競争力強化！

## 背景

○本県の第一次産業は、農業など全国的に見て比較的に優位である分野でも、ここ10年で就業者数が約2割減少するなど、本県の強みが強みでなくなりつつある。  
 ○農業分野では、平成25年度に行った調査により、県内JAの主要な園芸品目の生産部会員が10年後には16%減少すると予想されていることから、その減少を補うためには年間280人の新規就農者の確保が必要である。  
 ○林業分野では、大型製材工場の稼働により、本県の森林資源をダイナミックに活用する仕組みがつついに動き始めたが、川上から川中、川下にかけての木材の流れを一層しっかりとしたものにする必要がある。また、国内で普及すれば飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT工法について、本県がトッパーランナーとしての地位を確立するためには、早期の取り組みが非常に重要となる。  
 ○水産分野では、カツオ一本釣りの活餌供給や、地産地消・地産外銷活動などにより、浜値の向上や水揚げの増加といった成果が現れてきており、その成果を漁港・漁村の賑わいにつなげていく必要がある。

## <平成25年度の主な取り組み・成果>

### 農業

- まとまりのある園芸産地総合支援
  - ・「学び教えあう場」の設置(205ヶ所)により栽培技術が向上
  - ・オランダとの友好園芸農業協定を活用した、「こうち新 施設園芸システム」の構築
- 環境保全型農業のトッパーランナーの地位を確立
  - ・IPM技術の全品目への普及の加速化
- 流通・販売の強化
  - ・パートナー量販店での販売強化
    - ⇒関東3社、関西1社、東北1社で販売
  - ・新たな仕組みによる量販店への取引提案
    - ⇒九州屋渋谷ヒカリエ、(株)ライフで青果物の販売
  - ・花きの販売PR強化(高知フラワーアドバイザーの活用)
- 畜産の生産基盤の強化
  - ・レンタル畜舎整備への支援
- 土佐茶のブランド化
  - ・「土佐炙茶」ブランド立ち上げ、販売促進
- 集落営農の県内全域への拡大支援
  - ⇒190組織(うち こうち型17組織)

### 林業

- 原木生産の拡大
  - ・森の工場の拡大
    - ⇒58,476haを認定(12末現在)
  - ・皆伐及び再造林への支援
  - ・原木の安定供給システムの構築
- 加工体制の強化
  - ・大型製材工場の施設整備の促進
    - ⇒8月に高知おおとよ製材が稼働開始
  - ・高次加工体制の整備
    - ⇒CLT建築推進協議会の設立
- 流通・販売体制の強化
  - ・流通拠点(12カ所)を活用した土佐材の流通拡大
  - ・土佐材展示会、土佐材商談会の開催
  - ・土佐材パートナー企業の拡大
- 木質バイオマスの利用拡大
  - ・地域での持続可能な仕組みづくり
    - ⇒木質バイオマスボイラー206台の事業計画を承認(12末現在)
  - ・木質バイオマス発電事業への支援
    - ⇒高知市、宿毛市の2カ所で発電所整備の開始

### 水産業

- 漁業生産量の確保
  - ・カツオ一本釣り用活餌供給事業の佐賀漁港での定着を支援
  - ・漁業者の就労の場を確保
    - ⇒高知県漁協の自営による定置網漁業の操業が開始
- 水産物の販売力強化と魚価の向上
  - ・魅力ある産地づくり
    - ⇒清水市場が優良衛生品管理市場の認定を取得
  - ・県漁協の買取販売事業の強化
- 養殖業の振興
  - ・すくも湾漁協が取り組む養殖魚のブランド化を支援
    - ⇒ゆずカンパチ15,000尾を大手回転寿司チェーンへ販売
- 水産加工業の新たな事業化の推進
  - ・生産者、水産加工業者、販売業者で構成する前処理加工協業化推進協議会を開催

### 担い手の育成・確保(農業、林業、水産業)

- 相談から就業までの各段階に応じたきめ細やかな支援を実施(農業)
- こうちアグリスクール(東京、大阪)の開催
  - ⇒研修生74名(東京43名、大阪21名)
- 窪川アグリ体験塾での長期研修の実施
  - ⇒研修生14名
- 研修手当、青年就農給付金の支援
- 農地等の情報提供
- 園芸用レンタルハウスの整備 など
- (林業)
  - ・就業支援講習の実施
  - ・研修助成金の支援 など
- (水産業)
  - ・漁業体験研修、長期研修の支援
  - ・研修中の生活費の支援 など

⇒新規就農者221名(H24)、新規漁業者47名(H24)、林業就業者増加数16名(H22→H23)

## 【改定のねらい】

○新たな担い手の増加など明るい兆しを確かなものにするため、中長期的な発展・成長を可能ならしめる、大規模かつ戦略的な施策を展開する。

### 主な展開

- (農業)
  - 新規就農者の確保・育成を行う拠点施設「農業担い手育成センター」の設置
  - 高収量の農業生産を目指した「次世代施設園芸団地」の整備
- (林業)
  - 「日本のトッパーランナー」としての役割を果たすCLTの推進
  - 土佐材の販売力強化に応じた商流・物流の再構築
- (水産業)
  - 「全国漁港マーケット」(築地)や大都市圏の飲食店とタイアップした「高知家の魚パートナー店」による土佐の魚の販売拡大

## さらなる強化策

### 【農業】

(1) 新規就農者の確保対策の強化と、地域の核となる農業者等の規模拡大の推進

- 本県で就農を希望する方が、技術や経営の基礎から実践までを学ぶ「農業担い手育成センター」の創設
  - ・就農相談から就農までの支援や、先進技術の普及推進を強化
- 農地を集積して意欲的な農家や法人への貸し出しを促進する「農地中間管理機構」の創設

(2) 先進的技術を活かし、収益性の高い園芸農業の実現に向けた本県農産物等の生産基盤強化

- 高軒高ハウスや統合環境制御技術の導入などによる高品質、多収量、周年生産が可能な「次世代施設園芸団地」の整備
- 乳牛への受精卵移植と繁殖雌牛の受胎率向上による土佐あかうしの生産基盤の強化

(3) 県産園芸品のマーケティングの強化

- 量販店や中食・外食等の実需者への営業商談の強化による販路開拓

### 【林業】

(1) 飛躍的な木材の需要拡大が期待されているCLT(直交集成材)の推進

- 先導的なモデル建築物の整備促進
- CLT関係法令等の整備促進に向けた加速化
- CLT建築物の設計及び施工に関する技術の習得・蓄積
- モデル建築物を活用した人材育成の推進
- CLTパネル工場の整備検討・誘致

(2) 土佐材販売力の抜本強化

- 土佐材販売力抜本強化プロジェクトチームの大規模取引実現に向けた取り組みへの支援
  - ・内航船を利用した大規模輸送の実現に向けた取り組みをスタート
  - ・乾燥等の共同事業を通じた加工体制の構築

### 【水産業】

(1) 大都市圏の飲食店等と連携した「高知家の魚」の販売拡大

- 本県にゆかりのある大都市圏の飲食店「高知家の魚パートナー店」と連携した販路拡大(27年度末までにパートナー店500店舗を目指す)
- 「全国漁港マーケット」(築地)を活用した首都圏でのPR活動の強化

(2) 漁業生産量の維持・拡大のための仕組みづくりとさらなる支援の強化

- 県内での活餌の安定確保に向けた活餌確保手段の多様化への支援
- カツオ水揚げ促進対策協議会の設置によるカツオの県内水揚げの促進

(3) 協業化による規模拡大の促進と高品質化の推進による養殖業の振興

- 中小経営体の協業化と規模拡大に向けた支援
- 養殖業に携わる人材の技術習得支援と新規参入者への支援
- マグロの人工種苗の安定確保に向けた挑戦

改定のポイント

# 5 ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進まで「ものづくり」を一貫して支援！

背景

○本県の製造業は、資本や産業の集積が弱く、層の厚みも乏しい状況にあり、出荷額は、平成7年をピークに減少傾向にあり、平成24年の4,944億円という出荷額は、全国最下位と非常に厳しい状況である。  
 ○こうした状況に歯止めをかけ、再び元気を取り戻すために、産学官が連携し、ものづくりの地産地消の推進、新たな技術や製品の開発支援、企業立地の推進に取り組み、また、防災関連産業や新エネルギー関連産業の新たな産業創出などにも挑戦している。  
 ○こうした取り組みにより、新たな機械製品が誕生し、県外企業との商談が成立するなど、明るい兆しが見え始めているが、まだまだ効果は限定的であり、ものづくりの地産地消から地産外商までの一連の流れをしっかりと築き、外商の効果を本県経済に大きく呼び込んでくるため、さらなる施策の抜本強化が必要である。

＜平成25年度の主な取り組み・成果＞

ものづくりの基盤整備

企業立地の推進	産学官連携による新産業の創出
<ul style="list-style-type: none"> <li>●誘致活動により9件の工場の新増設を ⇒フル稼働時の新規雇用：218名</li> <li>●企業誘致の受け皿の整備 ・香南工業団地の分譲開始 ・（仮称）高知一宮団地の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●産学官連携会議及び分野別テーマ部会（新エネルギー、防災、食品）の開催</li> <li>●中期テーマの産学官の共同研究の推進 5件の採択事業を継続支援、25年度に新たに2件を採択</li> </ul>
設備投資誘発策の実施	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●補助対象を大企業にまで広げた補助制度（設備投資促進事業費補助金）に改正 ⇒採択4件（設備投資額 598百万円）</li> </ul>	

ものづくり

成長分野での新ビジネスの創出	防災関連産業の振興
<ul style="list-style-type: none"> <li>●食品、天然素材、環境、健康福祉分野 ・研究会参加：345社 ⇒事業化プランの認定（H21～）：58件 売上高（累計）：8.1億円 新規雇用者数：47人</li> <li>●コンテンツ分野 ・ソーシャルゲーム企画コンテスト入賞作のゲーム化 ⇒これまでに5件の入賞作ゲームを配信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●企業と市町村とのネットワークづくり ・防災関連産業交流会の開催 ⇒参加企業：93社</li> <li>●防災分野のものづくりの推進（「地産」の推進） ・ものづくり地産地消推進事業費補助金(防災枠)採択:2件 ・防災関連製品開発アドバイザーの派遣</li> <li>●県内での販路開拓支援（「地消」の推進） ・ものづくり総合技術展の防災ゾーン等に県内22企業が出展 ・地域防災フェスティバル、KOCHI防災危機管理展、巡回展示会(防災ものづくりフェスタ)でのPR ・県、市町村での公的調達の仕組みづくり：4市で制度創設 ・防災関連製品の認定：認定17件</li> <li>●県外への販路拡大の支援（「外商」の推進） ・「中部ライフガードTEC2013」等5つの見本市に36社が出展 ・産業振興センター外商支援部と連携した展示会出展者へのフォロー</li> </ul>
ものづくりの地産地消の推進	中山間地域等のシェアオフィスの推進
<ul style="list-style-type: none"> <li>●ものづくり地産地消センターでのマッチング支援 相談件数：平成25年度（12月まで）932件</li> <li>●試作機の開発支援 ・ものづくり地産地消推進事業費補助金 採択:13件</li> <li>●第2回ものづくり総合技術展の開催 ・防災や食品、新エネルギーなどに関連する106の企業や団体が出展 ・来場者：3日間で延べ14,400人 商談件数：339件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●3町（土佐町、本山町、四万十町）でシェアオフィスを開設 ⇒東京のIT企業など5事業者が入居予定</li> </ul>

販売の拡大

機械系ものづくり企業の外商支援
<ul style="list-style-type: none"> <li>●産業振興センターに新たに外商支援部の体制強化 ・外商支援対象企業133社の外商をサポート ⇒営業サポートとして企業訪問への同行1,173回</li> <li>●機械系ものづくり企業外商支援会議の開催</li> <li>●県外見本市への高知県ブースの設置 「NEW環境展・地球温暖化防止展」「関西機械要素技術展」等8つの見本市に計56社1団体が出展 ⇒成約19件(約2400万円)、商談件数616件、見積依頼104件</li> <li>●外商支援製品カタログの作成（80社157製品を紹介）</li> </ul>

【改定のねらい】

○県内企業のビジネスプランづくりから経営から開発、販売に至る過程の一貫支援を行うことにより、ものづくり産業の総合力を高め、力強いものづくり産業へ発展させる。

主な展開

- ものづくり系企業のビジネスプランづくりから商品開発・販売促進に至るまで県等の支援策をパッケージ化し、支援体制を強化
- 震災に強い新たな団地開発の加速化
- ものづくり系企業の設備投資の充実強化
- 産業振興計画に沿った事業を支援する融資制度の創設

さらなる強化策

- （1）産業振興センターを中心としたビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一貫した支援の強化**
  - ビジネスプランづくりから商品開発・販売促進までの一連の施策をパッケージで支援
    - ・ものづくりに関する総合相談窓口を産業振興センターに設置し、相談のあった企業に対し専任の担当者を配置
    - ・技術系や経営・販売系コーディネーターを設置し、しっかりとしたビジネスプランの策定を支援
    - ・県外のニーズに対応した試作機開発も支援するため、ものづくり地産地消・外商推進事業費補助金を拡充
    - ・ビジネスプラン等の検証を行ったうえで、経営や開発課題に対応したアドバイザー派遣を実施
    - ・県外見本市等への出展機会を拡充するとともに、県外コーディネーターを増員し、外商支援体制を加速
- （2）力強い産業基盤づくりのための企業立地推進策・設備投資誘発策等の強化**
  - 震災に強い新たな団地開発の加速化
    - ・（仮称）高知一宮団地に次ぐ新たな工業団地の開発
  - 都市圏の企業をターゲットにした企業立地セミナーを開催地を増やして継続開催
  - 新たな設備投資支援策の充実
    - ・こうち産業基金を活用した設備投資支援策を創設
    - ・設備投資促進事業費補助金の見直し（自己資金要件の緩和）
  - 産業振興計画推進融資の創設
    - ・産業振興計画の事業や目標に沿った事業を行う者に対する金融機関と連携した支援
- （3）新たな産業の創出、発展に向けた支援策の強化**
  - 防災関連産業の振興
    - ・バイヤー等を招聘したセミナーや商談会の充実
    - ・県外ニーズにも対応した開発支援
  - シェアオフィスへの入居及び地域雇用の促進再掲]
    - ・ターゲットへの的確なアプローチによる入居促進
    - ・市町村と連携した人材育成
    - ・入居企業と地域の若者（大学生や専門学校生等）との交流の促進
- （4）成長分野研究会発のプラン実現に向けた支援の強化と産学官連携による継続的な産業育成支援**
  - 大きな成長が見込まれるプランの実現に向けた支援内容を拡充（新たな販売方法や手法を導入するプランは再度補助金利用が可）
  - 産業振興センター等との連携強化等による事業化に向けた支援
- （5）地域の賑わいと生活を支える商業支援の強化**
  - 南海トラフ地震に備えた安全・安心な商店街の環境づくりへの支援を創設
  - 移住促進と連携した商店街活性化の取組を実施
    - ・一体的な情報発信や支援体制の構築

第2期産業振興計画の計画期間も残すところ後2年間となり、目標達成がより確かなものとなるよう取り組みをさらに加速していく必要があることから、平成26年度は、次の2つの方針に基づき全力で飛躍への挑戦を続ける。

## ①政策どうしの連携によりプラスのスパイラルを生み出す！

- 第2期産業振興計画では、4年後、10年後を視野に入れて、各産業分野ごとに、目指すべき姿としての定性的な目標と、これを達成するためにキーとなる数値目標を設定。
- この各産業分野の目指す姿や数値目標から見たときに、現在の取り組みが十分かどうか、やり方を変えたり、新しい施策を追加する必要はないかといったことと併せて、各産業成長戦略、地域アクションプランの個別の施策について、計画したことが実行されているか、アウトカムが最終の目標に照らして十分かといったことを、四半期ごとの産業振興推進本部会議の場などを通じて点検・検証を行っている。
- 平成25年度からは上記に加えて、各施策のつながり、最大の効果を発揮するために、各施策がうまく連携できているか、その連携の太さは十分なのかといった視点からも確認している。  
こうした確認を通して、施策間の連携強化のための実施方法の見直しや施策のバージョンアップの検討に加え、さらに産業分野を超えた政策群どうしの連携についても、その重要性や方法などについて、議論を重ねてきた。
- 平成26年度は、4年後、10年後の目標の達成に向けて、**様々な観点からの点検・検証をさらに徹底するとともに、「高知家」のコンセプトのもと地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策を統一的に展開することによって、より高いレベルの相乗効果をもたらし、プラスのスパイラルを生み出していく。**

## ②様々な対外的な連携を強化！

- 一部に見え始めてきた成果をさらに広げ、県勢浮揚を成し遂げるためには、さらに多くの皆様に産業振興の取組に参画いただくことが重要であることから、積極的な広報や、県民の皆様・産業団体の方々との対話を通じて、産業振興の取組や、目指すところを丁寧に説明させていただくことにより、**官民協働のさらなる推進**を図ってきた。
- 平成25年度からは、官民協働を進めていくためにも、今まで以上に、県と市町村が現状や課題を共有し、ベクトルを合わせて取組を加速していくことが重要であることから、「土佐まるごと立志塾」など**市町村とのさらなる連携協調**を推進した。
- 平成26年度は、上記に加え、都市部からの人財誘致などの取り組みにおける県外の民間企業との官民協働の推進や、「四国地方産業競争力協議会」における四国の他の3県や国の機関、経済団体等との密接な連携によるプロジェクトの推進、雇用の質の改善に向けた高知労働局との連携強化など、**様々な対外的な連携を強化**することで、産業振興計画の加速を図る。