

平成26年度産業振興推進部予算見積総括表

一般会計

平成26年度予算見積額	1,884,694 千円
平成25年度当初予算額	2,222,485 千円
差引増減額	-337,791 千円
対前年度比率	84.8 %

中小企業近代化資金助成事業特別会計

平成26年度予算見積額	1,546 千円
平成25年度当初予算額	1,546 千円
差引増減額	0 千円
対前年度比率	100 %

(注)上記には、人件費を含まない。

プロモーションの継続・強化と外商活動の新展開

＜見直し(廃止)事業＞

- ◆高知県産外商公社運営費補助金
(プロモーション関係) (地産地消・外商課)
△43,882千円(うち(一)△43,882千円)
 - ・事業概要: 本県への移住促進に向け、本県の認知度向上につながるプロモーションを展開
 - ・これまでの成果(課題): 「高知家」プロモーションを展開し、本県の認知度が一定向上した。
 - ・見直し(廃止)理由: 県産品の購入や本県への観光、移住といった具体的なアクションにつながるよう、各産業振興施策と連携した戦略的なプロモーションを展開するため。
- ◆欧州輸出加速化事業費補助金
(地産地消・外商課)
△24,680千円(うち(一)△24,680千円)
 - ・事業概要: 平成24年度にフランスの食品専門見本市 SIAL2012に出展して得られた成果を欧州圏内に拡大させるため、ユズの旬の時期にあわせてシェフ及びジャーナリスト等を招待して食材提案会を欧州3カ国で開催するほか、欧州の料理雑誌へ本県産ユズの記事掲載。
 - ・これまでの成果(課題):
 - ・平成24年度に日本初となるユズ青果玉3tの輸出
 - ・SIAL出展(H24.10月)後のユズ果汁輸出約19t
 - ・ユズ玉及びユズ果汁等輸出総額約32,000千円 (SIAL～H25.10月末)
 - ・見直し(廃止)理由: 3年に渡り継続した欧州でのユズの販路開拓事業については一定道筋がついたことから、より伸びが期待できる市場(米同等)に注力する。

見直し

＜課題解決先進事業等＞

- ◆「高知家」プロモーション推進事業(地産地消・外商課)
97,491千円(うち(一)97,491千円)
 - ・事業概要: 「高知家」プロモーションについて、切れ目のない話題の提供、露出の強化、セールスマデルの展開などを戦略的に進め、高知県のさらなる認知度の向上に取り組み。
 - ・解決すべき課題: 「高知家」のさらなる認知度の向上と各産業振興施策との連携
 - ・目指す成果: 「高知家」の認知度30%(平成27年度)を目指すとともに、各産業振興施策と連携して県産品の購入、本県への観光・移住という具体的なアクションにつなげていく。
[H25.12月補正債務負担行為89,100千円、イメージ調査(2回)6,480千円ほか]
- ◆輸出加速化事業(地産地消・外商課)
24,846千円(うち(一)24,846千円)
 - ・事業概要: 本県に強みのあるユズのあるさらなる販路開拓を推進するため、次の施策を展開する。
 - ・ベルリン/青果専門見本市に高知県ブースを出展
 - ・ニューヨーク/著名シェフを起用してユズ賞味会を開催
 - ・ブラジル/経済シソン派遣による市場調査
 - ・ロンドン/日本食品店で高知県フェアを開催
 - ・解決すべき課題: 欧州での成果の他地域への波及
 - ・目指す成果: ユズ(果汁等)輸出量100トン(平成27年度)、食品輸出額3億円(平成27年度)
- ◆食品加工業支援事業委託料(地産地消・外商課)
15,601千円(うち(一)15,601千円)
 - ・事業概要: 平成25年度まで首都圏高質系スーパーで実施しているマーケットイン型商品づくり支援事業を関西・中部地区にも拡充し、エリアの特徴に応じた売れる商品づくりをさらに進める。
 - ・解決すべき課題: エリアの特徴に応じた商品の開発・磨き上げ
 - ・目指す成果: 関西・中部地区を対象とした商品開発や改良を実施

1. 「高知家」プロモーション 2年目に向けて/① 1年目の取り組みと成果

1 「高知家」プロモーション1年目の取り組み



目標 「高知家」ウェブサイト70万PV達成 (11/20現在76.2万PV)
 ~ 高知をまず知ってもらう、好きになってもらう ~

- 特設サイト構築
- コンセプトコピー・ビデオ制作、記者発表 (高知)
- 電車内貼広告
- 東京・大阪モデル (1カ月)
- JR大阪快速 (1カ月)、名鉄ドア横 (2週間)
- ポスター制作 ○ グッズ制作 (ピンバッジ、表札)



- <「高知家」県民運動を醸成>
- 記者発表 (高知)
- 県民430名以上が参加した「高知家の唄」制作
- PRイベント (高知)
- 「高知家の唄」楽譜を県内全小中高등학교へ配布
- DVDの貸出

2 「高知家」プロモーション1年目の成果

- <特設サイト>
 県のサイトPV記録の約2倍 (過去最大)
- <高知で暮らすアクセス数>
 昨年同期の約3倍
- <県内での波及効果>
 予定の25倍を配布
- <移住関心度>
 サイトオープン月が過去最高
- 高知家特設サイト
 113,964PV (6/4) (サイトオープン日のみ)
- 高知で暮らすサイト
 178,770PV <6/4~11/20>
 (昨年同期67,713PV)
- 高知家ピンバッジ
 当初制作2,000個
 約50,000個配布 (11月末)
- 「高知で暮らし隊」登録者
 2013年6月 87人
 移住相談件数 同133件



「高知家」タイアップ企画

投資の約10倍の広告換算効果



- 各種メディアへの露出 (6月末までの約1カ月間)
- 「高知家」予算約3,300万円
- 広告費に換算すると
約3億1,200万円
 の露出価値を獲得

1. 「高知家」プロモーション 2年目に向けて/② 今後の戦略展開

3 「高知家」プロモーションの検証（「高知家イメージ調査※」より）

愛着度・好感度 63.6%
 (長野67.3%、広島56.5%、香川59.3%、熊本61.2%)

観光意向度 58.6% (全国第13位)
 (長野57.8%、広島48.4%、香川51.0%、熊本56.5%)

移住意向度 18.2%
 (長野23.9%、広島12.7%、香川14.5%、熊本15.1%)

愛着度・好感度 84.9%

観光意向度 (=観光リピート率) 75.4%

移住意向度 32.5%

さらに5年以内に高知に来たことがある方は

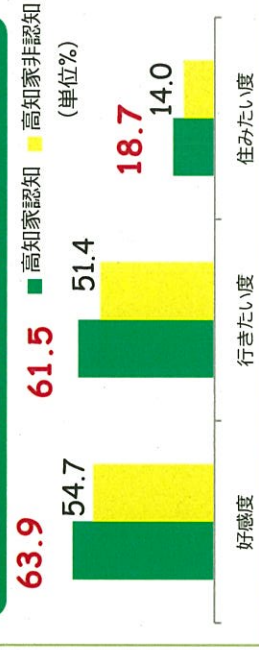
高知家認知度

21.9%

- 5人に一人が高知家を認知
- 直近一年間で高知県への興味が上昇した方は20%
 (熊本21%、香川16%、長野16%、広島15%)

「高知家」を認知した方は全てにポイントが高く、観光経験者で「高知家」を認知した人はさらに高い

高知県観光経験なし



5年以内高知観光経験者



4 「高知家」プロモーションの今後の方向性

- ① 高い潜在能力を持つ高知県。高知県にあればさらにその良さを実感。
- ② 「高知家」の認知度は非常に高く好印象。「高知家」を知ることが高知県に対するイメージがさらに向上。
- ③ 「高知に来たことがある」かつ「『高知家』を知る」と高知県に対するイメージが大幅に向上 (54.7% → 92.0%)

ポイント

「高知家」を知れば、高知県を好きになる、行きたくなる、住みたくなる。

- (1) 「高知家」プロモーションは一層の投資効果が期待できる
- (2) 「高知家」プロモーションは具体的な成果に結び付く

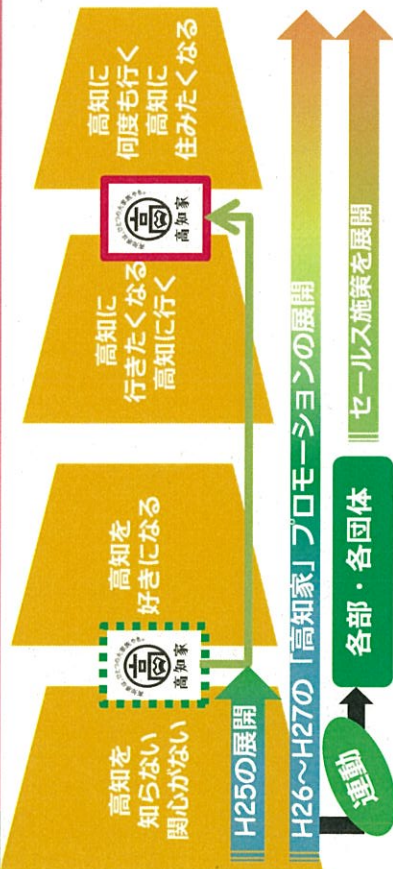
<「高知家」プロモーションを継続・強化>

- ① 「高知家」の認知度をさらに上げ、行きたくなる、住みたくなる人を増やす
- ② 「高知家」統一キャンペーンと関係各部署のセールス施策を組み合わせ、観光客増・移住者増・県産品の販売拡大という具体的な成果に直結させる。

※首都圏・関西圏エリア居住者「高知県イメージ調査」結果 (2013/10) (n=5000) 【ベンチマーク県/長野県、広島県、香川県、熊本県】 (20代~60代の男女を対象にインターネットで調査)

1. 「高知家」プロモーション2年目に向けて/③ 今後の具体的な取り組み

5 取り組みの目標



プロモーションのH26・H27の業務遂行目標

	H25	H26	H27
高知家の認知度	22%	25%	30%
愛着度・好感度	63%		認知度の向上に合わせて
行きたい度	58%		それぞれUP
住みたい度	18%		それぞれUP

定期的（年2回）にイメージ調査を実施し、それぞれの指標の到達度を確認しながら投下施策を見直し、業務遂行目標を達成

6 平成26年度の事業展開 / 新 97,491千円 (H25.12月補正の債務負担行為89,100千円の現年化を含む)

高知県が好きになる、県産品を買いたい、高知県に行きたい、住みたい人を増やし、「買う」「来る」「住む」行動につなげる

セールス

＜官民協働によるセールスをさらに強化＞

- 観光振興施策
- 移住促進施策
- 農産物・水産物・加工品などの販売拡大施策

セールスを強力に後押し

プロモーション

① 切れ目ない話題の提供

- PV動画制作 (5種)
- 高知家特設サイトの充実 (メイン1種、サブ4種)
- ウェブ広告のバナー制作 など

② 「高知家」の露出強化

- 車内貼り広告 (東京モノレール、JR大阪)
- トレーニングチャンネル (首都圏・関西)
- 東京での記者発表、ウェブ広告、雑誌等とのタイアップ など

イメージ調査に基づく強化点

- ④ 60代への発信
- ⑥ 若手社会人への発信
- ③ 食を中心にした発信
- ⑩ リピーター獲得
- ⑤ 住むを意識した発信

高知家統一キャンペーンの展開

高知家

高知家は、はじつは高知の企業です。

外商推進本部を中心に「高知家」プロモーションと各セー
ルスの施策をより
強力で統一・連
動させて展開

**具体的な
成果に直結**

H27の成果 達成を加速化

- 観光客 400万人以上
- 移住 500組以上
- 食料品製造業出荷額等 800億円以上

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

2. 商品の質・外商の質を高め「メイド・イン・コウチ」のさらなる広がりをめざす

【金額の単位：千円】

H27の目標

メディア等への露出による広告換算25億円、外商成約20億円

食料品製造業出荷額等800億円以上

「高知家プロモーション」と連動させて外商活動をグレードアップ

県内食品加工企業
約340社

外商の拡大をめざす

外商に向けて取り組む

標的 県外大手量販店
卸・商社(海外)等

高知県を牽引する
トップ企業群

約20社
EX: 売上10億円~
従業員50名~

標的 県外高質系スーパー
県外飲食子チェーン等

定番の拡大をめざす
外商企業群

約120社
EX: 売上
5千万円~10億円
従業員10名~50名

標的 直販所
県内量販店等

地域内流通から
外商への発展企業群

約200社
EX: 売上
~5千万円
従業員~10名

拡 高知県内のコア企業間のコラボ、県内卸と県内企業の
コラボによる商品開発促進
業務メーカーとのマッチングを進め企業間連携によ
る商品開発を促進(マーケットイン型事業)

10年後の目標(食料品製造業出荷額等
900億円以上)の実現をめざして

新 お土産物開発プロジェクトの展開
・ カリスマバイヤーと連携したヒット商品づく
り

拡 <マーケットイン型商品開発支援の拡充>
食品加工業支援事業委託料 15,601

- ① パートナー店の拡大
大阪2カ所、名古屋1カ所
- ② 業務メーカーとのマッチング強化
- ③ 商品の段階に応じたフォロワー強化

・ 売れる商品を集中支援
・ 磨上げが必要な商品へのきめ細かな支援

<市場対応商品開発事業費補助金の拡充>
10,000

拡 お土産物開発、ヒット商品開発を集中支援
(販促経費も補助対象に)

拡 地域産品商談会の拡充 地域産品販売促進事業 2,614

- ・ 協力関係にある県外量販店や卸を招へいしマッチングを拡充(県内1カ所で開催、参加規模拡大)
- ・ こだわり青果の出展、農産物の生産者と県内加工事業者とのマッチング継続

大手卸の展示商談会への出展

新 高知県産品eコマースサイト「高知家のえいもん屋」等
による販売支援

- ・ まるごと高知でのテストマーケティング
- ・ 地域AP等の商品開発及び商品製造への総合的支援【総合補助金・工技センター(他)】
- ・ 直販所を拠点とした商品開発や磨き上げ支援【アドバイザー派遣等】
- ・ 6次産業化や水産加工グループの活動の支援【農業振興部・水産振興部】
- ・ 人材育成【土佐MBA・農業創造セミナーなど】

拡 首都圏等での外商活動(地産外商公社など)

地産外商公社運営事業 154,681 県産品プロモーション事業 87,708
県産品PR等推進事業(関西・中部・北海道を含む) 48,664

1. ターゲットの業態に応じた提案強化
 - ・ 飲食店、宅配、惣菜、お菓子卸 etc.
2. ターゲットが絞られた展示会への出展
 - ・ こだわりの加工品・一次産品をこだわりのターゲットへつ
なく(農産物、スイーツ etc.)

3. 大手卸との連携強化
 - ・ 産地招へいの強化
 - ・ 卸の社内三商談会の継続的な開催(出展)
4. 高知ブランドの売込強化
 - ・ 商品群での提案を強化
(旬・こだわり・食卓のくくり etc.)
5. 国内トップクラスの大規模展示商談会への出展継続
 - ・ スーパーマーケット・トレードショー
 - ・ FOOD EX JAPAN ● ファアベックス関西

県産品電子商取引及び流通等委託料 2,787
県産品総合ポータル運営等委託料 4,254

魅力ある商品の
開発と磨き上げ
による外商への
チャレンジ促進

3. 食料品輸出額3億円をめざした県産品グローバル戦略の推進

【金額の単位：千円】

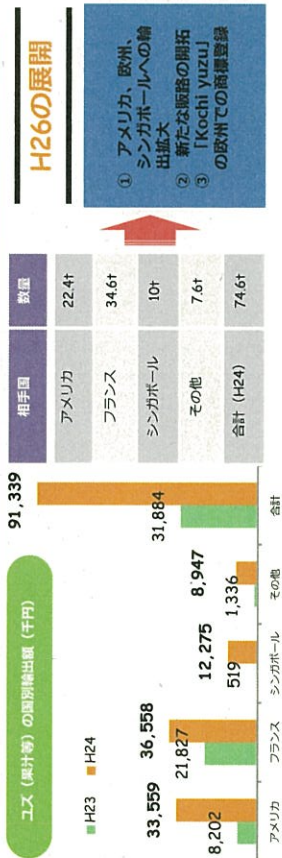
取組の柱

- ① 他県との競争に打ち勝つ施策の強化/ユズを中心としたプロモーションの強化
- ② 県産品のさらなる認知度向上と販路拡大/ユズに続く品目の販売拡大&新たな販路の開拓
- ③ 貿易を担う人材の育成/貿易に取り組む事業者の掘り起こし

H27 目標

- ① ユズ(果汁等) 輸出 100t
- ② 食品の輸出額 3億円
- ③ 貿易に取り組む企業 50社

1 ユズ果汁等「100t」輸出戦略の展開



ユズ(玉・果汁)の輸出拡大を生産量の拡大へつなげる

H26の具体的な施策展開

新 H25のNYの展示会への出展に続き、本格的にアメリカ市場へのユズ認知を狙い、NYで「ユズ賞味会」を開催

輸出加速化支援事業費補助金等のうち8,745

新 過去3年間のプロモーションの成果のさらなる拡大に向けベルリンの専門見本市「Fruit Logistica」に出展、ゆず青果玉の輸出拡大

輸出加速化支援事業費補助金等のうち3,893

新 H25のメルボルン賞味会のシャワー効果を活用し、オーストラリア全土に影響力があるシドニーで「ユズ賞味会」を開催

輸出加速化支援事業費補助金等のうち1,983

新 現地有カシエフを高知県に招へいし、さらなるユズの認知度の向上及び販路拡大を図る

401

3,504

2 ユズに次ぐ品目の輸出促進(「日本酒」「旨み」など)

新 英国

日本酒及びそれに合う食材のマーケティングと販路開拓を兼ねたプロモーションをロンドンで実施(JAPAN Center)

輸出加速化支援事業費補助金等のうち3,750

新 米国

ロスの日系量販店に常設棚(3カ月)を設置してプロモーションを展開し定番化をめざす

米国県産品販路開拓事業 3,012

3 東アジアへの輸出拡大

四国連携

- 上海でのセミナー・商談会の開催、上海バイヤーの招へい
- 四国4県連携海外販路拡大支援事業 2,476
- 伊勢丹シンガポール四国フェアの開催

上海

- 県内機械系企業の販路拡大支援のため「日中ものづくり商談会」へ出展(四国銀行との共催)

台湾

- 台北の「微風広場」で物産展を継続開催するとともに、定番化に向け常設棚を設置しプロモーションを展開(4日間を3回程度)
- 県産品の販路拡大に向けた商談会の開催

輸出加速化支援事業費補助金等のうち1,983

香港

- 高級量販店等に常設棚を設置してストアプロモーションを展開し定番化をめざす(1週間で4回程度)
- 高級レストランや高級食材店など業務筋への販売促進

輸出加速化支援事業費補助金等のうち1,365

4. 「メイド・イン・コウチ」の品質をサポート

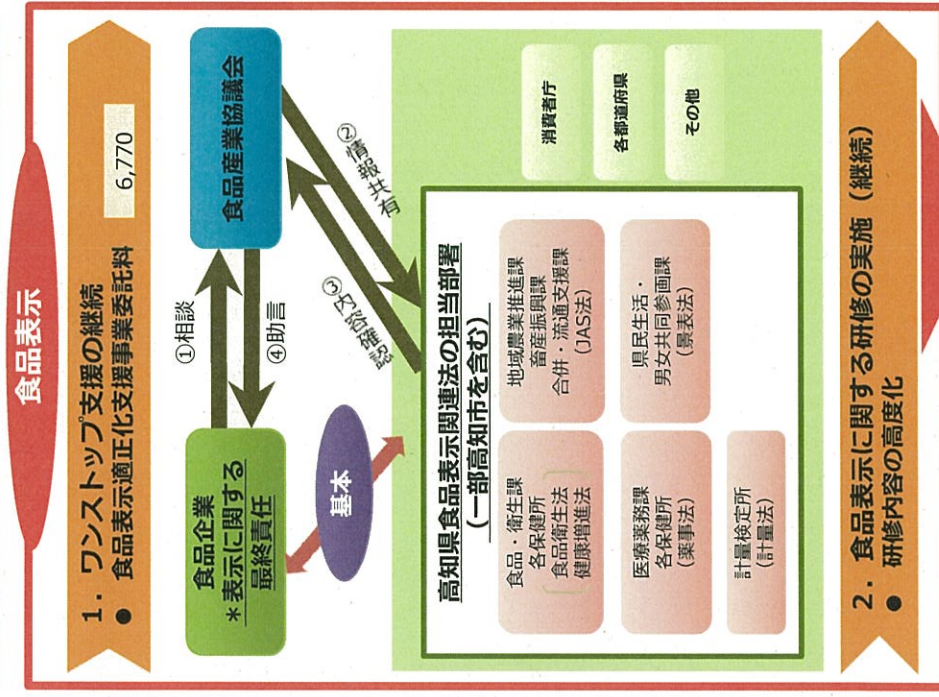
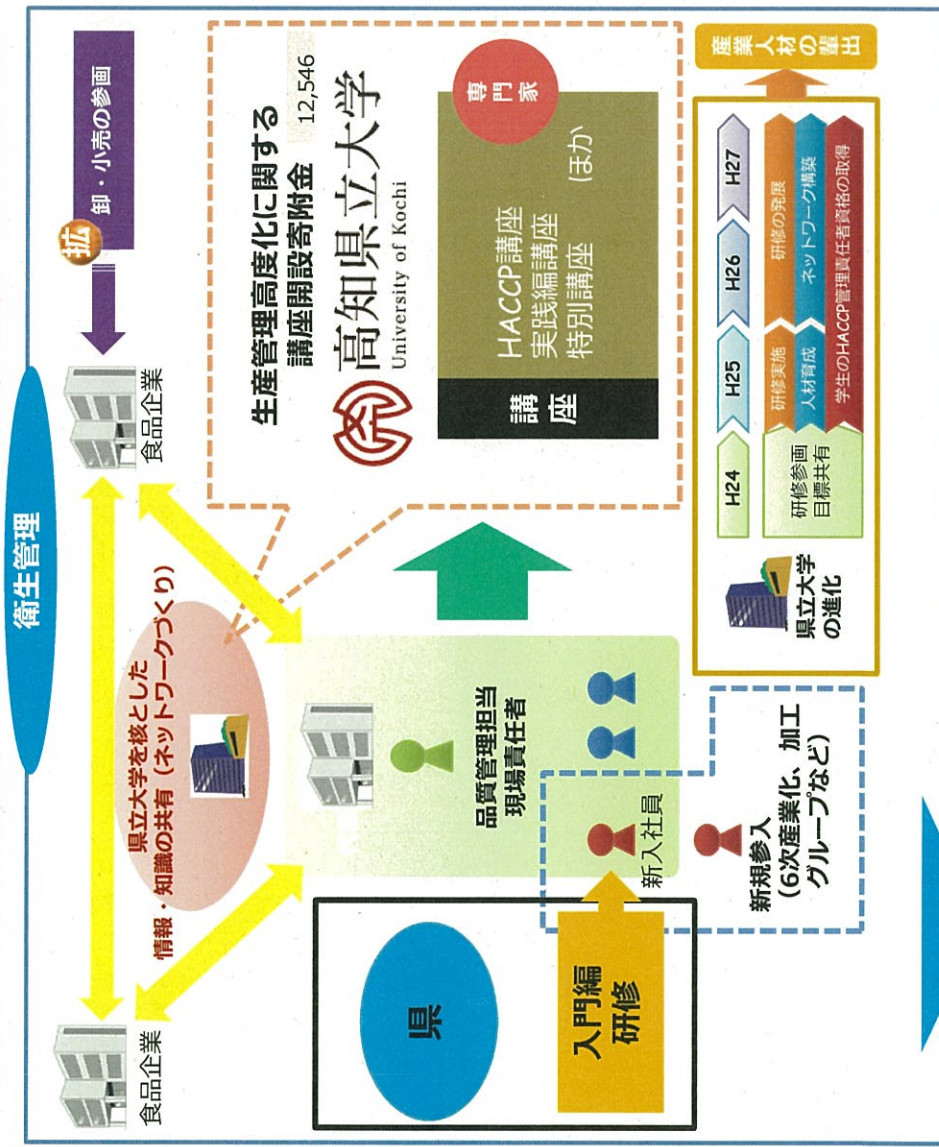
【金額の単位：千円】

- 目標**
- 消費地から求められる食品加工施設の生産管理の高度化に向けた企業の自主的・自立的な取組を促進

- 課題**
- ネットワーク化が進まない
 - 県内企業をリードする中核人材の参加に至っていない（各企業の中核人材止まり）
 - 生産管理の個別支援が必要（地域AP事業などに対し設計段階から支援）
 - H27の「食品表示法」施行に向けた準備

次なる展開

- 県立大学を核とした人材育成の継続
- 流通や小売との交流を含めた企業間のネットワークづくりと中核人材の育成
- 個別支援の体制構築、地域本部との連携強化
- 「食品表示法」施行に向けた情報の収集と庁内体制の構築



企業自らが“信用の見える化”を実現

地域を元気に、高知県。 ～移住促進と地域ビジネスの振興による活性化～

<見直し(廃止)事業>

- ◆産業振興推進総合支援事業費補助金(計画推進課)
△150,000千円(うち(一)△150,000千円)
・事業概要:産業振興計画を効果的に実行するため、計画(地域アクションプラン等)に位置づけられた事業等を対象に、商品の企画・開発、加工、販路拡大等、生産段階から販売段階までの取り組み等を総合的に支援する。
- ・これまでの成果(課題):地域のニーズを踏まえて、加工品の開発や加工施設の整備などを支援

見直し

年度	当初予算	決算	件数
H21:	1,000,000	669,012	43件
H22:	1,250,000	990,548	57件
H23:	1,250,000	414,083	38件
H24:	700,000	259,834	29件
H25:	480,000	357,019(見込)	21件(見込)

- ・見直し(廃止)理由:
産業振興関連事業のさらなる充実を図るため
H24:観光拠点等補助金の創設(200,000)
H25:移住促進事業費補助金の充実
産業人材育成の充実等
H26:移住施策の充実等

<課題解決先進事業等>

- ◆**拡** 移住促進事業費補助金(地域づくり支援課)
151,875千円(うち(一)151,875千円)
・事業概要:移住者等の住居を確保するため、市町村やNPO等が実施する空き家に関する調査、改修及び荷物の整理・処分を支援し取り組みを促進する。
・解決すべき課題:移住者等のニーズ(「住む場所」)を満たす
・目指す成果:移住者等に提供できる住居やお試し滞在住宅を確保し、移住者等へ提供
- ◆**拡** 移住・交流総合案内業務委託料(地域づくり支援課)
31,447千円(うち(一)31,447千円)
・事業概要:首都圏に移住・交流コンシェルジュを配置し、タイムリーな相談対応や志ある人材の発掘等、アクティブな取り組みを展開する。
・解決すべき課題:移住相談を増加し移住実績につなげる。地域で活躍する中核人材の確保
・目指す成果:新規移住相談者数の目標達成、志ある人材の発掘
- ◆**新** インターネットホームページ運用保守等委託料(地域づくり支援課)
6,858千円(うち(一)6,858千円)
・事業概要:移住のHP「高知家暮らし」にアクセスいただいた方を移住相談等具体的な行動につなげるため、アクセス状況の分析やコンテンツの充実などPDCAサイクルによる見直しを繰り返す。
・解決すべき課題:「高知家暮らし」にアクセスいただいた方を具体的な行動につなげる
・目指す成果:新規移住相談者数、「高知で暮らし隊」会員登録数の目標達成
- ◆**新** 起業化支援研修事業費(計画推進課)
10,122千円(うち(一)2,024千円)
・事業概要:地方での起業や就業を考えている方を対象に、都市部での座学と県内での実践研修を行うことで、県内での起業や就業を促進する。
・解決すべき課題:市町村や民間団体等との連携体制の構築
・目指す成果:地域ビジネスの担い手増加
- ◆**新** 都市部人材等活用事業費(計画推進課)
20,000千円(うち(一)4,000千円)
・事業概要:地域ビジネスを営む県内事業者と都市部人材とのマッチングを推進し、地域の活性化を支援する。
・解決すべき課題:県内事業者が求めるスキルを持った人材の確保
・目指す成果:地域ビジネスの事業拡大等による地域活性化

士佐MBA相談員による受講生フォローアップ

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画



【役割】

- ・講師/受講生とフェイスツーフェイスの関係を築き、双方の橋渡しや受講生同士の交流の促進を図る。
- ・過去の受講生へのアプローチも含め、年度を越えた長期的な視野で受講生が学びを深めるためのアドバイスを行う。
- ・学びと事業活動支援のための各受講生の情報を整理する。

【具体的業務】

- ① 企業/団体への土佐MBA広報活動
- ② 受講生カルテの作成
- ③ 受講生に関する相談対応
- ④ 受講生にアプローチして、他の科目の受講や基礎編、応用・実践編などへのステップアップ促進
- ⑤ 支援施策や支援機関の紹介など、事業活動の次なるステップへの支援
- ⑥ 受講生同士、OB・OG、土佐まるごと社中等とのネットワークづくりの支援

H26土佐まるごとビジネスアカデミー 女性のための起業支援講座について

現状と課題

- 産業や地域を支える更なる人材の掘り起こしが必要
- 少子高齢化で労働力が減少する中、女性の活躍は不可欠(日本再興戦略、県民世論調査)
- ※これまでターゲットとしていなかった層に、埋もれている人材が一定数いると推測される
- ※土佐MBAに、女性をメインターゲットに絞ったメニューはない
- ※ソールレが実施している研修事業に、起業について学ぶための継続的・体系的な研修はない

女性のための 起業支援講座の新設

目的

- 人材の掘り起こし
⇒女性を対象としたこれまでにない切り口の講座の開設
- 女性の活躍促進
⇒女性の感性を活かしたビジネスの創出

開催時期

○4～5月

開催場所

○こうち男女共同参画センター(ソールレ)

カリキュラム

講座名	内容	対象	定員
スタートアップセミナー 「女性のための ビジネス入門」 ＜ソールレ主催＞	＜起業とは＞ ①モチベーションアップ ②ビジネス(起業)についてお おまかに知る	起業について 興味のある 方(個人、グ ループ)	100 名
「女性創業塾」 ＜県主催＞ 第1回	＜起業したい自分を棚卸し＞ 自分(達)の強みを知り、ビジ ネス(起業)に活かす	起業するネタ がある方、現 在ネタがなく てもビジネス を始めたいと 思っている方	20名
第2回	＜起業経験者に聴く＞ 各地の事例に学び、起業につ いて具体的にイメージする		
第3回	＜起業準備＞ 事業プランの立て方について シミュレーションにより学ぶ		

入門編

基礎編

段階に
応じて

ガイダンス・入門編

その他基礎編

段階に
応じて

その他基礎編

応用・実践編

「土佐経営塾」
「目指せ！ 弥次郎 商人塾」

平成26年度予算の基本的な考え方

平成26年度は、平成25年6月にスタートした「高知家」プロモーション活動を切れ目なく実施し、高知県の認知度をさらに向上させるとともに、食、観光、移住、外商などの施策をプロモーションと連動させて推進していきます。

また、本県への移住をさらに加速させるため、市町村や民間団体等との連携を強化し、受入基盤や相談・フォローアップ体制の充実に努めるとともに、積極的な情報発信に取り組んでまいります。

さらに、産学官連携により実現した土佐まるごとビジネスアカデミーを受講者のニーズ等に応じてバージョンアップし、産業振興の担い手となる「産業人材の育成」の強化を図る等により、第2期計画に掲げた4年後の目標達成に向け、引き続き全力で取り組んでまいります。

1. 産業振興計画の着実な推進

※[]は平成25年度当初予算

第2期計画で掲げた目標の達成に向け、産業振興計画フォローアップ委員会や、産業振興推進本部によるPDCAサイクルに基づく進行管理を徹底するとともに、計画（地域アクションプラン等）に位置づけられた取り組みの支援を行い、第2期産業振興計画の推進による挑戦を続けてまいります。

- ・ 産業振興計画の進行管理 ・ 産業振興計画（地域アクションプラン等）の取り組み支援



<産業振興計画の進行管理>

- 産業振興計画推進費 **57,942千円** [58,317千円]

第2期産業振興計画の進捗状況の検証や評価、計画の修正・追加等を行う会議の運営を行うとともに、産業振興推進地域本部による地域の取り組み支援や、民間活力の導入促進のための地域アクションプランの取組事例紹介やシンポジウムの開催などを行います。

<産業振興計画（地域アクションプラン等）の取り組み支援>

- 産業振興推進総合支援事業費補助金 **330,000千円** [480,000千円]

産業振興計画（地域アクションプラン等）に位置づけられた取り組み等を対象に、補助金を活用して、商品の企画・開発、加工、販売拡大等、生産から販売段階まで総合的に支援し、地域アクションプランのさらなる充実を図ります。

- 産業振興推進ふるさと雇用事業費補助金 **342,000千円** [585,000千円]

ふるさと雇用再生特別基金事業終了による激変緩和措置として、産業振興関連（産業振興、観光、農林漁業）分野について、地域アクションプランなどの芽が出始めた事業の継続を支援します。

- 産業振興推進アドバイザー事業費(産業振興外アドバイザー) **17,687千円** [16,475千円]

産業振興計画（地域アクションプラン等）に位置づけられた事業等を対象に、各事業が抱える課題に対応した専門家や有識者を産業振興アドバイザーとして派遣することにより、具体的な事業計画の検討、課題解決に向けて総合的に支援します。

<県・市町村職員との連携強化のための研修>

○**県・市町村協働人材育成事業費** **3,610千円** [2,251千円]

各地域が抱える産業振興の課題解決に向け、県・市町村間の職員の連携強化を図るとともに、事業者支援に必要な知識、スキル、マインド等を実践的かつ体系的に身につける研修を実施します。

<地域ビジネスの振興による雇用創出等に向けた支援>

新 ○**都市部人材等活用事業費** **20,000千円** [- 千円]

地域アクションプラン等の地域ビジネスを営む県内事業者において、都市部で勤務するキャリア豊富な人材が活用されるよう、都市部人材と地域ビジネスのマッチングを推進し地域の活性化を支援します。

2. 地産外商の推進 (1) 首都圏等をターゲットにした地産外商の展開

食、観光、移住の促進に向けて高知県の認知度をさらに向上させるため、「高知家」を中心としたプロモーション活動を切れ目なく実施していくとともに、首都圏をはじめとする大消費地での県産品の販路開拓・販売拡大を推進していきます。

また、フェイスブックによる県産品や観光等のタイムリーな情報発信を行うとともに、eコマースサイトを活用して、小規模事業者の販売拡大を支援します。

- ・「高知家」プロモーションの推進
- ・販路開拓・販売拡大に向けた取り組みの推進
- ・「まるごと高知」を拠点とした外商活動の展開
- ・県産品情報の発信



<「高知家」プロモーションの推進>

新 ○**「高知家」プロモーション推進事業費** **97,491千円** [- 千円]

平成25年6月にスタートした「高知家」プロモーションについて、切れ目のない話題の提供、露出の強化、セールスマデルの展開などを戦略的に進め、高知県のさらなる認知度向上に取り組みます。

<販路開拓・販売拡大に向けた取り組みの推進>

○**県産品PR等推進事業費** **48,664千円** [57,774千円]

中国九州地区では、卸業者との商談の機会を創出するとともに、関西地区では定番化に向けた高級量販店との連携事業の継続や商談機会の拡充を、中部地区では県産品の認知度の一層の向上に向けたプロモーションや外食産業向けのアプローチを強化します。

<「まるごと高知」を拠点とした外商活動の展開>

○**地産外商公社運営事業費** **154,681千円** [183,467千円]

アンテナショップ「まるごと高知」を拠点として、仲介・あっせん、市場ニーズのフィードバック、物販、飲食、観光・ふるさと情報発信などの事業を展開します。

仲介、あっせんについては、定番化の拡大を目指してターゲットを絞った展示会に新たに出展するなど、これまで培ってきたノウハウを生かした外商活動を進めます。

<県産品情報の発信>

○**高知まるごと情報発信事業費** **7,068千円** [8,043千円]

フェイスブックを活用した県産品や観光等のタイムリーな情報発信や県産品総合ポータルサイトの運営を行うことで、県産品のさらなる認知度向上と販売拡大を図るとともに、eコマースサイト「高知家のえいもん屋」によって、中山間等の小規模事業者の販売拡大を支援します。

2. 地産外商の推進 (2) 海外をターゲットにした地産外商の展開

県内企業の海外展開への動機付けや企業力の向上に取り組み、輸出を促進します。

○海外経済活動事業費 92,344千円 [85,504千円]

海外事務所を中心に、東南アジア諸国や中国などにおいて県内企業の貿易活動を支援し、ビジネスチャンスの拡大と、取引の成立をめざします。

○輸出促進支援事業費 66,079千円 [61,632千円]

本県に優位性のあるユズを中心とした欧米でのプロモーションの強化や、オーストラリアなどでの商談会等の開催を通じて、県産品のさらなる認知度の向上と海外への販路開拓を進めます。

また、貿易促進コーディネーターを配置して、県内企業の海外展開をきめ細かく支援します。

3. 地産地消の徹底

地域で生産されたものを地域で消費する「地産地消」の取り組みを進め、県内産業の力を強めます。

○地域産品販売促進事業費 2,614千円 [4,776千円]

県内量販店と県内事業者による商談会を開催し、事業者の販路開拓・販売拡大の機会を提供し、県内外の消費者への販売強化を図ります。

4. 食品加工等ものづくりの地産地消の推進

機械製造や商品開発、原材料ニーズなど、県内での「ものづくり」に関する様々な相談に一元的に対応し、マッチングを図っていくことで、食品加工や工業用機械等のものづくりの地産地消を推進していきます。

また、食品加工の基礎となる生産管理の高度化や食品表示の適正化を進めるとともに、首都圏等のパートナー店と連携したマーケットイン型の商品づくりを支援し、販路開拓・販売拡大を目指します。

- ・ ものづくりの地産地消の推進
- ・ 食品加工の生産管理高度化支援
- ・ マーケットイン型商品づくりの支援

<ものづくりの地産地消の推進>

○ものづくり地産地消センター事業費 49,467千円 [42,178千円]

機械製造や商品開発のニーズなど、県内での「ものづくり」に関する様々な相談に対する一元的な対応や、総合的な技術展示会等の開催により、県内の多様な「技術力の見える化」と商談機会の一層の拡大を図ります。

<食品加工の生産管理高度化支援>

○食品生産管理高度化支援事業費 24,639千円 [26,073千円]

外商を行うにあたって、消費地から求められる食品の生産管理高度化に対応するため、高知県立大学を核とした人材育成や企業間のネットワークづくりを進めるとともに、表示適正化への支援を行います。

<マーケットイン型商品づくりの支援>

拡 ○マーケットイン型商品づくり支援事業費 29,009千円 [25,026千円]

首都圏、関西、中部地区の高質系スーパーや業務メニュー開発企業等と連携してマーケットが求める商品づくりを進め、販売拡大につなげます。

5. 産業人材の育成

Tosa Marugoto
Business
Academy

全国一学びの機会が多い県を目指して、人材育成のメニューを体系化するとともに、受講者のニーズやレベルに応じて柔軟に受講できる環境を整備することで、本県の産業や地域を支える人材の育成を進めます。

拡 ○ 産業人材育成事業費 51,710千円 [46,975千円]

産学官連携により実現した「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」に女性のための起業支援講座を新設するなどバージョンアップして、産業振興の担い手となる人材の育成を強化するとともに、土佐MBA相談員を配置して受講生のフォローアップをきめ細かに行います。

○ 食品生産管理高度化支援事業費【再掲】

(うち 食品生産管理高度化講座開設寄附金) 12,546千円 [12,912千円]

食品企業の生産管理高度化を支援するために、中核となる人材を育成するための講座を高知県立大学に開設し、企業間の情報共有等のネットワークづくりを進めます。

6. 移住促進のさらなる加速化

高知家で暮らす。

本県の魅力ある様々な資源を活用し、県外の方々に本県を移住の地として選んでもらうための取り組みを進め、地域の担い手の確保や、経済の活性化につなげます。

平成26年度は、市町村や移住促進に取り組む民間団体等との連携をさらに強化するとともに、地域が求める人材情報の積極的な発信やマッチング、加えて、移住者向け住宅の確保を積極的に進めます。

拡 ○ 受入基盤整備事業費 151,875千円 [113,449千円]

本県への移住を促進するため、市町村等が行う移住促進のための事業に対して支援を行い、移住希望者の受入基盤の充実を図ります。

拡 ○ 移住促進事業費補助金 151,875千円 [113,329千円]

市町村による空き家の中間保有や空き家内の荷物整理、NPO等の民間団体が行うお試し滞在住宅等の整備を支援することにより、移住者向け住宅の確保を促進します。

拡 ○ フォローアップ体制構築事業費 36,690千円 [38,621千円]

移住・交流の総合案内窓口である「移住・交流コンシェルジュ」の体制を充実し、市町村や民間団体等と連携して、本県への移住を希望される方へのきめ細やかなフォローアップを実施することで、高知県への移住を促進します。

拡 ○ 移住・交流総合案内業務委託料 31,447千円 [30,573千円]

「移住・交流コンシェルジュ」を首都圏に新たに配置して、相談体制や機能の充実・強化を行います。

拡 ○ 情報発信推進事業費 28,718千円 [11,443千円]

専門誌等を活用したターゲット別の情報発信や、閲覧者が使いやすく魅力的なホームページを運営することで、多くの方に高知県への移住に関心を持ってもらい、「移住・交流コンシェルジュ」への相談に結びつけます。

新 ○ インターネットホームページ運用保守等委託料 6,858千円 [- 千円]

閲覧者が 使いやすく魅力的なホームページを運営し、多くの方に高知県への移住に関心を持ってもらい、「移住・交流コンシェルジュ」への相談に結びつけます。

新 ○ 起業化支援研修事業費 10,122千円 [- 千円]

地方での起業や就業を考えている方を対象に、都市部での座学(地域の実情の理解や地域とのコミュニケーション方法の習得等)と県内の企業等での実践研修(地域に根ざしたビジネス現場をテーマ別にフィールドワーク)を組み合わせることで、県内での起業や就業の実現に向けた支援を行います。

7. 地域づくり支援

地域アクションプランの個々の取り組みや、集落活動センターの立ち上げ・運営、地域での支え合いの仕組みづくり、商店街の活性化などの賑わいづくりなど、地域の自立に向けた取り組みを支援します。

○地域づくり支援活動費 **28,331千円** **[31,928千円]**

県内の市町村等に県の担当者を常駐させ、市町村と連携しながら、実際に地域に入って地域住民と同じ目線で考え、ともに活動することを基本に、地域の自立につながるよう、それぞれの地域の実情やニーズに応じた支援活動を行います。

○地域人材育成事業費 **1,171千円** **[1,081千円]**

アドバイザーによる地域活動のブラッシュアップや、地域づくり交流会の開催等、地域のグループや市町村等の人材育成、地域団体の連携ネットワーク化を推進します。

○地域づくり支援事業費補助金 **85,000千円** **[85,000千円]**

市町村等がそれぞれの地域の課題等を解決するため、地域の住民が主体となって実践する取り組みを支援することにより、地域の活性化や自立に向けた地域づくりを推進します。