

林業分野の展開イメージ ～山で若者が働く、全国有数の国産材産地～

分野を代表する目標

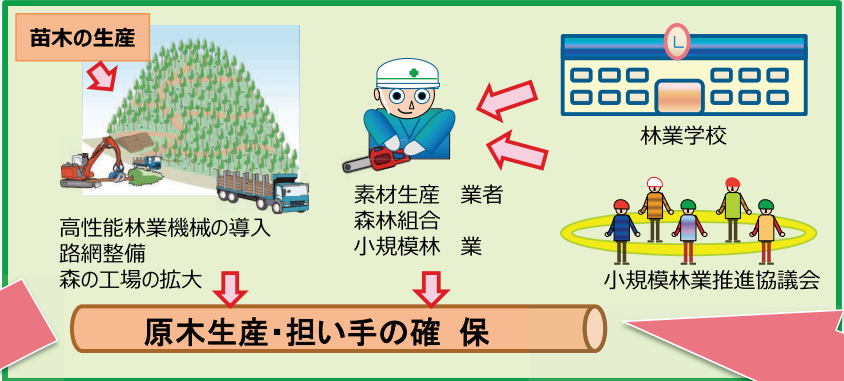
木材・木製品製造業出荷額等 現状（H26）204億円⇒4年後（H31）220億円⇒6年後（H33）232億円⇒10年後（H37）256億円
原木生産量 現状（H27）59.2万m³⇒4年後（H31）78万m³⇒6年後（H33）81万m³⇒10年後（H37）90万m³

柱1 原木生産のさらなる拡大

- 生産性の向上による原木の増産
 - ・森の工場の拡大
 - ・効率的な生産システムの導入促進
 - ・高性能林業機械等の導入、路網整備
 - ・皆伐の促進
 - ・原木の安定供給システムの構築
- 持続可能な森林づくり
 - 新 苗木の生産体制の強化
 - ・再造林への支援と低コスト育林の推進
 - ・間伐の推進



構築した川上から川下までの仕組みを生かして、 “森の資源”を余すことなく活用



柱5 担い手の育成・確保

- 林業学校の充実・強化
 - 新 H30.4月「専攻課程」開講予定
 - ・森林組合等への雇用促進
- きめ細かな担い手確保の強化
 - ・（県内）林業労働力確保支援センターとの連携
 - ・（県外）移住施策との連携
 - ・特用林産業の新規就業者の育成支援
- 林業事業者の経営基盤の強化
 - ・マネジメント能力向上、就労環境の改善
- 新 小規模林業の推進

柱4 木材需要の拡大

- 住宅・低層非住宅建築物等における木材利用の促進
 - 新 低層非住宅建築物の木造化の促進
 - ・木造住宅建築の促進
- CLTの普及
 - ・CLT建築物の需要拡大



拡大再生産へ！

C材（低質材）
D材（端材等）
バイオマス利用
木質バイオマス発電所2箇所（H27稼働）

- ### バイオマス利用
- 木質バイオマス発電所の安定稼働
 - 木質バイオマスの利用拡大
 - ・木質ペレット等の安定供給の促進
 - ・幅広い分野での木質バイオマスボイラー導入の拡大
 - ・木質バイオマス発電の促進

森の資源を余すことなく活用

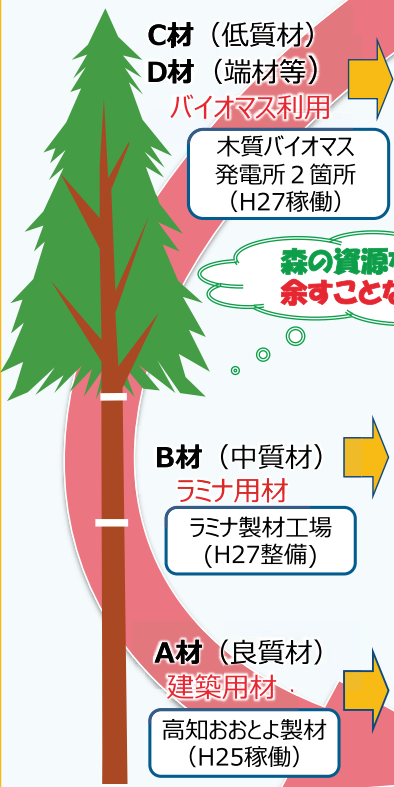
林業・木材産業クラスターの形成

柱2 加工体制の強化

- ラミナ製材工場の稼働開始
- 高次加工施設の整備
 - 新 集材工場 集材工場の整備
 - ・CLTパネル工場の整備
- 高次加工
- 製材工場の強化
 - ・製材所の加工力強化
 - ・県内企業による協業化・大型化の検討

柱3 流通・販売体制の確立

- 流通の統合・効率化
 - ・県外流通拠点を活用した取引の拡大
 - ・トレーラー等による低コスト・定期輸送
- 販売先の拡大
 - 新 県外での土佐材の利用促進
 - 新 海外への販売促進



B材（中質材）
ラミナ用材
ラミナ製材工場（H27整備）

A材（良質材）
建築用材
高知おおとよ製材（H25稼働）

水産業分野の展開イメージ ～ 若者が住んで稼げる元気な漁村 ～

分野を代表する目標

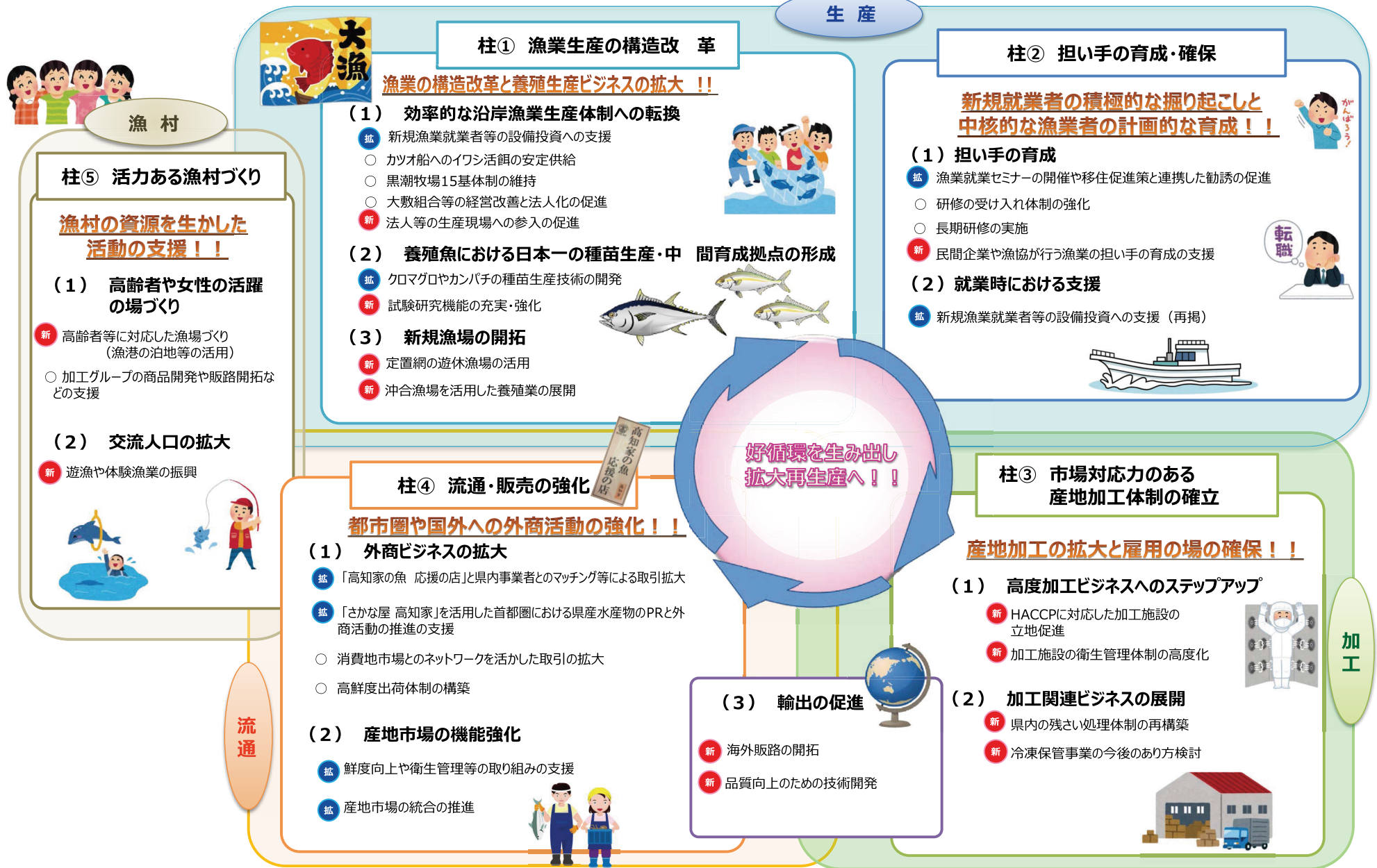
漁業生産額(宝石サンゴを除く)

現状 (H26) : 445億円 ⇒ 4年後 (H31) : 460億円 ⇒ 6年後 (H33) : 476億円 ⇒ 10年後 (H37) : 490億円

水産加工出荷額

現状 (H26) : 175億円 ⇒ 4年後 (H31) : 200億円 ⇒ 6年後 (H33) : 203億円 ⇒ 10年後 (H37) : 220億円

生産から加工・流通に至る水産業クラスターの形成



商工業分野の展開イメージ ～拡大再生産による雇用拡大と、地域の賑わいによる活気ある商工業～

分野を代表する目標

製造品出荷額等

現状（H26）5,260億円 ⇒ 4年後（H31）6,000億円以上 ⇒ 6年後（H33）6,400億円以上 ⇒ 10年後（H37）7,000億円以上

「地産」のさらなる強化

柱1 絶え間ないものづくりへの挑戦

1 事業戦略策定等への支援 ⇒詳細はp.75～76へ

- 新** 事業戦略の策定・磨き上げへの支援
- 拡** 事業化プランの策定から試作開発、販路開拓までの一貫支援

2 ものづくりの地産地消のさらなる推進

- ものづくり地産地消・外商センターを中心としたマッチング支援
- 試作開発や製品改良への支援

3 メイドイン高知の防災関連産業のさらなる振興

- 拡** 製品の開発・磨き上げの支援

4 紙産業の飛躍的な成長の促進

- 新** 新素材等を用いた製品や技術の開発（セルロースナノファイバー、リサイクル炭素繊維等）

5 産学官連携によるイノベーションの創出

- 新** 研究成果を多分野で産業利用するための支援



事業化研究への継続例：ファイバ7発生装置のIoT化



多目的不織布製造装置

「外商」のさらなる拡大

柱2 外商の加速化と海外展開の促進

1 ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進（防災関連製品含む）

- 新** 東京営業本部の設置等、外商サポートの強化
- 新** 企業の課題に応じたセミナー等の実施
- 見本市出展や商談会の開催
- 新** 技術提案型商談会等の開催
- 拡** 防災関連製品の新たな販売先の開拓



防災防災総合展 in 大阪

2 県内企業の海外展開を促進

- 拡** 海外での市場調査支援
- 拡** 国内貿易商社とのマッチング
- 拡** 海外展開支援のさらなる強化（海外バイヤーの招聘等）
- 海外での外商活動支援（セミナー、経済ミッション、個別支援、見本市出展）



防災先進県高知発の製品・技術商談会 in 台湾

高知発のものづくりを
全国・海外へ!

地産外商の成果を「拡大再生産」へ

柱5 起業や新事業展開の促進

1 起業に取り組む事業者等への支援の強化

- 新** 土佐MBAの仕組み等を通じた総合的な起業支援の展開
- 拡** 創業支援融資メニューの拡充

2 地域商業の活性化

- 新** 商工会等の指導体制の強化
- 拡** 商店街のにぎわい創出への支援
- 新規創業・店舗魅力向上への支援（チャレンジショップ、空き店舗対策等）

中小企業者を支援する関係機関との連携を強化



京町チャレンジショップ

- (再掲) 3 ものづくりの地産地消のさらなる推進
- (再掲) 4 ものづくり地産地消・外商センターによる外商促進
- (再掲) 5 産学官連携によるイノベーションの創出
- (再掲) 6 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現

柱4 産業人材の育成・確保

1 就職支援の推進

- 新** U・Iターンと県内就職の促進（U・Iターンの促進、若年者や女性への就業支援）

2 事業承継・人材確保センターによる事業承継の取り組みの推進

- 事業承継に関する周知とニーズの掘り起こし
- 事業承継計画の策定から承継後の新たな事業展開までの一貫支援

3 事業承継・人材確保センターによる中核人材情報の収集とマッチングの実現 ⇒詳細はp.77～78へ

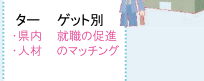
- 事業者の求人ニーズの掘り起こし
- 新** 事業者の求人ニーズにマッチする中核人材の掘り起こし

県内高校生、大学生等

県外大学生

U・Iターン希望者等

中核人材



4 人材の育成の推進

- 拡** 産業界のニーズに応じた人材の育成
- 伝統的工芸品産業等の人材育成

柱3 産業集積や設備投資の拡大

1 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の推進

- 新** 全庁一丸となった総合支援体制による企業立地の実現 (後掲) 6. 地域商業の活性化

2 県内企業と県外から進出している企業のさらなる増設の促進

- 徹底したアフターフォロー ○ 立地プランの提案等による投資を促すアプローチ

3 第一次産業分野等と連携した企業立地の推進

- 新** ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ企業の掘り起こし
- 第一次産業分野等への県内外企業の参入促進
- 加工・販売など関連産業の一体的な誘致



4 事務系職場の集積拡大

- 新** パッケージ型支援策の強化
- ・県内各地域への立地促進
- ・企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施
- 新** 多種多様な事務系職場の誘致

企業立地補助制度

人材確保・育成支援の強化
(雇用型人材育成への支援等)

企業立地の推進
事務系職場の集積拡大

5 企業の飛躍的な成長の促進

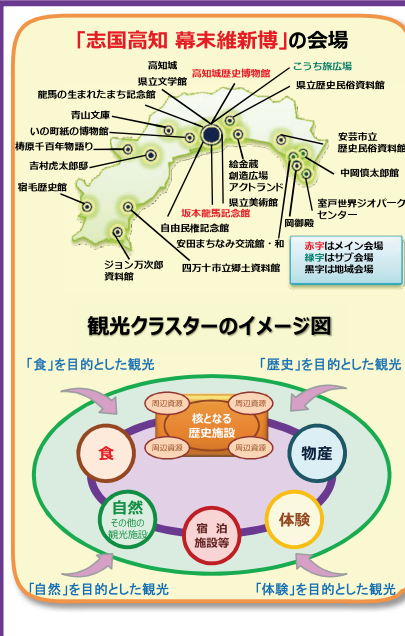
- 企業の成長に合わせた設備投資助成
- 国内外での外商をさらに強化

観光分野の展開イメージ ～世界に通用する「本物と出 会える高知観光」の実現～

分野を代表する目標

県外観光客入込数
観光総消費額

現状(H27)：408万人 ⇒ 4年後(H31)：435万人以上 ⇒ 6年後(H33)：450万人以上 ⇒ 10年後(H37)：470万人以上
現状(H27)：1089億円 ⇒ 4年後(H31)：1230億円以上 ⇒ 6年後(H33)：1300億円以上 ⇒ 10年後(H37)：1410億円以上



【観光商品をつくる】観光資源の発掘・磨き上げ

戦略の柱1 戦略的な観光地づくり

- 歴史と食を一体的に運動させた戦略的な観光地づくり
 - 新・「志国高知 幕末維新博」の開催を通じた歴史資源の磨き上げ(リアル化)と観光クラスターの形成
 - 新・土佐の観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光の促進支援と地域地域の売れる観光商品づくりを支援)
- 本県の豊かな自然を活かしたアウトドア拠点の整備(4か所)
- 官民の一層の連携による広域観光組織の体制及び機能の強化
 - 拡・広域観光組織の機能強化と地域博覧会の開催支援
 - 拡・地域コーディネーターの配置強化(3か所)
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - 新・サイクリングコース(40コース)の設定
 - 新・スポーツイベント開催促進(サーフィン・トライアスロンなど)

戦略の柱4 国際観光の推進

- 外国人向け旅行商品づくりの抜本強化
 - 新・外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり
 - ・クルーズ客船の魅力的なオプションツアーの造成

外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり

各市場毎の「周遊ルート」と「旅行商品」の造成・販売

- ◆ 国別周遊ルートを複数設定
- ◆ 旅行会社とタイアップした商品販売

○ 対象市場：台湾・香港・シンガポール (H28) 韓国・中国・タイにも拡大 (H29)

連携

国内外メディアを活用したプロモーション

- ◆ 首都圏メディア等とのタイアップ
- ◆ VISIT KOCHI JAPANサイトの充実
- ◆ 旅行情報サイトとの連携 等

“おもてなし”でリピーター化
外国人観光客にも対応する歴史・食・自然を連動させた観光地づくりをさらに推進!
磨き上げた観光資源・商品を国内外の市場へ

【もてなす】受け入れ・リピーターの獲得

戦略の柱3 OMOTENASHI(おもてなし)の推進

- 国内外からの観光客の満足度をさらに高めるための受入環境整備
- 新・外国人観光案内所の設置(県内広域7か所)
- 新・飲食店の多言語メニュー作成支援と普及促進
- 新・津波避難誘導案内板等の設置
- 新・多言語通訳コールセンターの開設
- 新・モバイルWi-Fiルーターの貸出

戦略の柱4 国際観光の推進

- 新・クルーズ客船寄港時の受入環境の整備

【売る】PR・プロモーション

戦略の柱2 効果的なセールス&プロモーション

- 効果的な広報・セールス活動の展開
- 新・「志国高知 幕末維新博」の開催
- 拡・国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
- 新・観光ホム・トアP®を活用した地域の観光資源の情報発信
- 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
 - ・アマ合宿・大会誘致、ラグビーW杯2019事前合宿誘致
- コンベンション等(MICE)の誘致活動の強化
 - 新・中小規模の大会・学会・報奨旅行の誘致

戦略の柱4 国際観光の推進

- 効果的な広報・セールス活動の展開
 - 拡・クロスメディアによる情報発信と国内外のマスメディアと連携した露出の強化
- 四国4県が連携した広域国際観光(広域観光周遊ルート)の推進
 - 新・海外旅行博でのプロモーション
- 東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的活用
 - 新・全国ネットワークの構築
 - 新・海外向けプロモーションの展開

全体を 下支え

戦略の柱5 事業体の強化と観光人材の育成

- 観光産業を支える事業体の強化や人材の育成と商品造成
- 新・土佐の観光創生塾を活用した地域の事業者連携(地域観光)
- 拡・土佐の観光創生塾のバージョンアップ(開催地の拡大と専門講座の開設)
- 力の向上
- 拡・広域観光組織の機能強化
- ・外国人観光客におもてなしできる人材及びガイド団体の育成支援

連携テーマ《地産地消・地産外商戦略（食品分野）》の展開イメージ～素材を生かした加工立県、県産品が全国ブランドに～

分野を代表する目標 **食料品製造業出荷額等** 現状(H26)892億円⇒4年後(H31)1,000億円+ α ⇒6年後(H33)1,035億円+ α ⇒10年後(H37)1,085億円+ α
※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

地産の強化

柱1 定番化に向けた商品づくり

市場が求める商品づくり

- 新** 商品力アップへの支援（バイヤー、シェフ等から定番化に向けた商品アドバイス）
- テストマーケティングを通じた商品の磨き上げ
 - ・アンテナショップ「まるごと高知」、県内量販店等
- 拡** 県内における商談機会の創出
 - ・産地視察型商談会

食品加工のさらなる生産管理高度化支援

- 拡** 大手小売業者や業務筋に対応できる生産管理高度化への支援の強化
 - ・HACCP研修の充実
 - ・ワンストップ窓口の設置
 - ・生産管理コーディネーターの配置

農産物加工の推進

- 農産物加工の裾野の拡大とステップアップ

- 拡** 直販所支援の強化

水産物加工の推進

- 新** 加工関連ビジネスの展開

各産業分野の事業者が参画するプラットフォームの設置

- 新** 関係機関と連携した異業種交流事業の開催

外商の強化

柱2 外商支援の全国展開でより大きな商流へ

地産外商公社を核とした外商機会の拡大

- 拡** 地産外商公社の活動強化
 - ・大手卸売業者や高質系量販店等のネットワークを生かした外商機会の拡大

高知家プロモーションの強化

- 県産品の認知度維持・向上と販売促進の展開（ブランディング、マーケティング）
 - ・プロモーション項目のセールス活動との連動

農産物の外商強化

- 新** 加工用ニーズへの対応

水産物の外商強化

- 拡** 「高知家の魚応援の店」や「さかな屋高知家」を拠点とした外商活動の一層の強化

柱3 輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

国・地域別の輸出拡大

- 有望（安定）市場での展開
 - ・商流を生かした効果的な「F・E」の展開
- 新興（チャレンジ）市場での展開
 - ・商流の確保、輸入規制、衛生管理基準等への対応サポート

品目別の輸出拡大

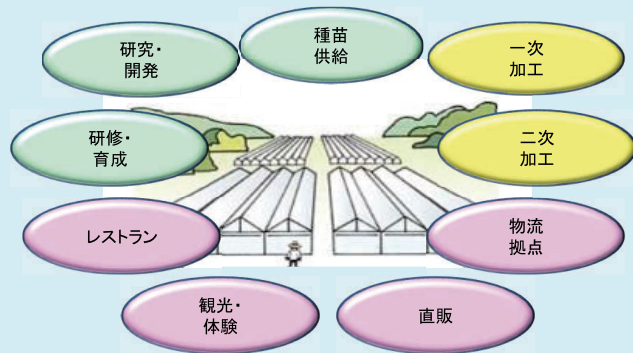
- ユズの輸出拡大（商社と目標・戦略を共有した取組強化等）
- 拡** 土佐酒の輸出拡大（情報発信の強化、マッチング機会の拡大）
- 新** 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓
- 定番化に向けた新たな品目の掘り起こし

好循環を生み出し 拡大再生産へ

拡大再生産

新 柱5 地域に根差した産業クラスターの形成

第一次産業を核として、地域地域に関連する産業群を生み出し、持続的な雇用と、より大きな経済波及効果を創出

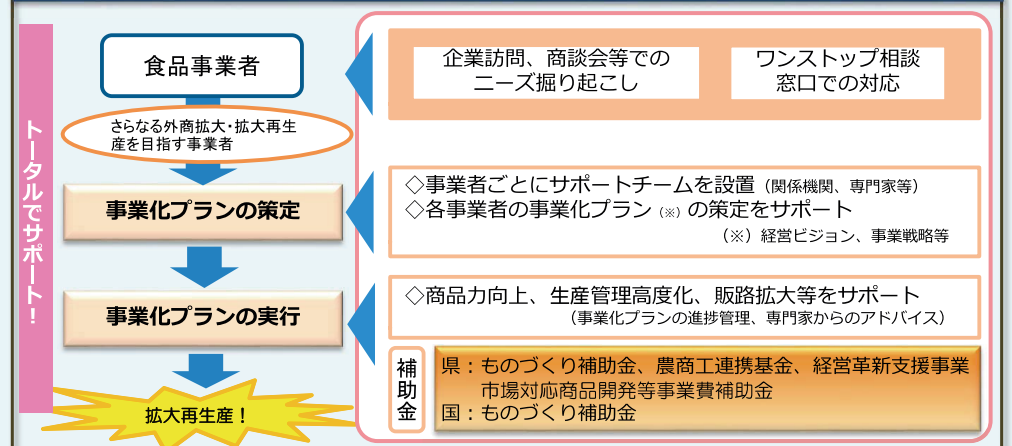


地域の産業クラスターの形成に向けた支援

拡 柱4 拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

食品事業者の課題に対応したサポートチームを設置し、各事業者の拡大再生産をトータルでサポート

食品ビジネスまるごと応援事業



補助金
 県：ものづくり補助金、農商工連携基金、経営革新支援事業
 市場対応商品開発等事業費補助金
 国：ものづくり補助金

連携テーマ《移住促進による地域と経済の活性化》の展開イメージ ～移住者と一緒に創る元気な地域～

分野を代表する目標 **県外からの移住者** 現状値 (H27) : 518組⇒ 4年後 (H31) : 1,000組

基本となる取り組み <平成25年度～>

- Point 移住に至るまでを5段階に分け、取り組みを展開!
- Point 5段階のプロセスをベースにPDCAにより毎年進化!

成果

移住者数
年間500組

第3期計画における強化策 <平成28年度～>

基本となる取り組みに加え
以下の“3つの戦略”により“移住者倍増”を目指す

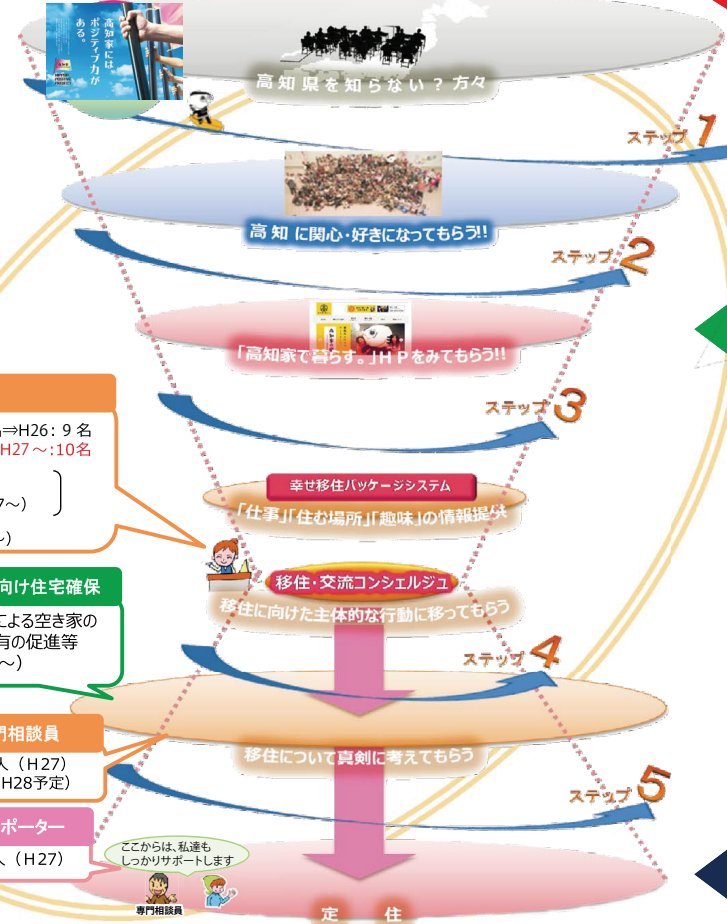
H31目標

移住者数
年間1000組

「移住・交流情報ガーデン」
「全国移住ナビ」の開設
(H27～)【国】

最大限活用

「高知家」プロモーション



KIPの設立 (H26)
民間の移住支援団体のネットワーク形成
(高知家移住促進プロジェクト (KIP) の設立)

県の相談窓口を拡大
移住・交流コンシェルジュ: H25: 6名⇒H26: 9名 ⇒H27～: 10名
・東京相談窓口の開設
〔まるごと高知 (H26～)
ふるさと帰帰支援センター (H27～)〕
・大阪出張相談の開始 (H26～)

人財誘致の取り組みを開始 (H26～)
県と協定を締結した民間人財ビジネス事業者と連携

移住者向け住宅確保
市町村による空き家の中間保有の促進等 (H26～)

市町村専門相談員
26市町村37人 (H27) ⇒34市町村 (H28予定)

地域移住サポーター
16市町村77人 (H27)

ALL高知家で連携

各産業分野

●各産業分野の中核人材や担い手確保対策、起業支援策と連携強化

農業 H27～ ・就農コンシェルジュ ・農業担い手育成センター ・農地中間管理機構	林業 H27～ ・林業学校 ・小規模林業推進協議会 ・林業労働力確保センター	水産業 ・漁業就業アドバイザー	商工業 H27～ ・事業継承・人材確保センター	福祉 ・福祉人材センター	中山間地域 ・地域おこし協力隊
--	---	---------------------------	--------------------------------------	------------------------	---------------------------

1 リーチ（届く範囲）を広げる！

○情報発信の大幅拡大（「高知ファン」とどまらず「移住関心層」へのアプローチ）

- 拡 メディアへの広告等による露出増 (H28: 17回 (予定))
- 新 メディアの県内招致を通じた移住PR (H28: 3回 (予定))
- 拡 高知家プロモーションと徹底的に連携した移住PR
- 新 関東・関西以外の新たなエリアの開拓 (移住相談会の開催)
- 拡 「高知家で暮らす」HPへのアクセス増加対策 (WEB広告等)

発信量の増加

- ・WEB広告等
約1.8倍 (H27比)
- ・メディアへの広告等
約2.4倍 (H27比)

2 アクティブに働きかける！

○事業継承・人材確保センターを中心とした人財誘致

- 新 人材確保コーディネーターと県外事務所が連携した都市部での中核人材の掘り起こし
・本県に縁のある企業やその他企業人事担当者との連携
- 新 民間人材ビジネス事業者との連携
- 新 マネージャー（求人担当）による、県内企業の求人ニーズの掘り起こし



○各分野の担い手確保策との連携

- 拡 「産地提案型」による農業の担い手確保対策の強化
- 新 都市部人材と地域とを繋ぐ仕掛けとなるツアー等の実施
- 拡 求人のある県内企業の参加を得た「高知暮らしフェア」の開催 (H27: 2回→H28: 4回)

ツアー開催数

H27: 6回
→H28: 16回 (予定)

○起業家の誘致

- 拡 都市部での起業希望者向けの研修の実施 (開催場所: H27: 東京→H28: 東京・大阪)
- 新 セミナー参加者と「いなかラボ (小さな起業支援) 事業」などの起業支援策との連携

3 ゲートウェイ（受け皿）を広げる！

○「移住について真剣に考えてもらう」仕掛けの強化

- 新 「高知版CCRC」の展開
- 拡 「住まい」の確保策を更に拡充し移住者向け住宅を確保 (中間保有の促進、住宅改修補助の限度額拡充)
- 拡 市町村の相談窓口による「仕事」の紹介・提案機能の向上
- 拡 移住希望者に対して、生活圏としての情報提供が行えるよう、近隣市町村が連携した移住促進の取り組み (複数市町村が連携した相談会や移住体験ツアー等) を支援

住宅改修件数

H27: 132件
→H28: 165件 (予定)

これまでの主な取り組み

担い手の減少が進む中でも、農業産出額を一定維持。高品質・高収量を実現する最先端の「次世代型こうち新施設園芸システム」を確立し、普及を開始。

▽ 農業産出額等の推移 (単位: 億円)

Table with columns H18, H21, H22, H23, H24, H25, H26, H31目標 and values 987, 963, 930, 958, 969, 938, 965, 1,060

① 「地産」の強化

◆ 農業生産の維持・拡大

- まとものある園芸産地づくりによる生産性の向上
「学び教えあう場」の設置により栽培技術が向上
環境保全型農業のトップ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
園芸産地の維持・強化



IPM技術

◆ 集落営農の推進による地域農業の維持

- 集落営農組織のカバー率 H23:9% → H27:13%
こうち型集落営農組織数 H23:17組織 → H27:32組織

◆ 「次世代型こうち新施設園芸システム」の確立と普及

- 園芸農業先進国であるオランダから学んだ環境制御等の先進技術を本県の気候・風土に合わせて改良・確立
次世代施設園芸団地 (4.3ha) を四万十町に整備
既存ハウスへの環境制御装置導入や次世代型ハウスの整備を支援

◆ 流通・販売の支援強化

- 園芸連の一元集出荷体制を生かした販路の開拓・拡大
パートナー量販店 (関西等8社) での販売強化
卸売会社との連携による業務需要の拡大
高知家の野菜・くだもの応援の店制度の創設



パートナー量販店



応援の店

② 「外商」の強化

◆ 担い手確保対策の推進

- 新規就農者の確保育成
PRから相談、技術習得など各段階に応じた支援により、新規就農数が増加
農業担い手育成センターを開設
農地等の集積・集約化
農地中間管理事業を開始



農地中間管理機構

③ 地産外商の成果を拡大再生産へ!

第3期計画の目指す方向と主な強化策

◆ 本県農産物が競合産地に打ち勝ち、優位に販売できるよう、生産から流通・販売までが一体となった取り組みを強化します。

生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

- 環境制御等の新たな技術の展開、生産性の高い施設の整備等により、生産力を高める
IPM技術等の更なる普及により、消費者に選ばれる産地を形成する
米や畜産など、高品質な産物の付加価値を高める

主な強化策

- 「次世代型こうち新施設園芸システム」の県内各地への普及促進
学び教えあう場の活用による環境制御技術の普及
環境制御技術のレベルアップと新技術・省力化技術の研究開発整備支援

中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

- 集落営農と中山間農業の複合経営拠点の取り組みを拡大し、中山間地域全体の競争力を高め、複合経営拠点の取り組みを構築する
中山間農業複合経営拠点の整備数 ②: 4 → ④: 20 (目標)
こうち型集落営農組織数 ②: 32 → ④: 80 (目標)

流通・販売の支援強化

- プロモーション活動等に制等を強化する(基幹流通)
加工専用素材(規格外品や新たな品目)の流通拡大に取り組み
本県の高品質な園芸品を新たに海外マーケットに売り込み、定番化を図る

生産を支える担い手の確保・育成

- 産地が求める担い手確保・育成を図る
家族経営体の底上げや、法人化の推進などにより、強い経営体を育成する

Table with columns H18, H21, H22, H23, H24, H25, H26, H27, H31目標 and values 115, 161, 197, 234, 221, 263, 261, 269, 320

(参考) 農業就業人口 H17:40,134人→H27:27,161人

地域に根差した農業クラスターの形成

- 次世代型ハウスによる施設園芸団地を核として、関連産業が集積した「農業クラスター」を形成し、より多くの雇用を生み出す

- 農業クラスターの形成数
<大規模(販売金額:3億円)> 箇所数 2、雇用創出 130人
<中規模(販売金額:1~3億円)> 箇所数 3、雇用創出 72人
<小規模(販売金額:1億円未満)> 箇所数 8、雇用創出 90人

- 農業クラスタープラン策定経費への助成
クラスター加算の創設
次世代型ハウス・農業クラスター促進事業費補助金
産業振興推進総合支援事業費補助金

主な強化策

ここがポイント!

担い手が減少する中、本県農業が強みであり続けるためには、農産物の高付加価値化と収量アップの取り組みが重要です。そのため、環境制御などの先進技術を活用して高品質・高収量を目指す「次世代型こうち新施設園芸システム」を県内各地へ本格的に普及します。その際、担い手の育成・確保策と農地の確保策との連携を図ります。



学び教えあう場



環境制御装置



先進技術を活用したトマト栽培

主な強化策

- 中山間農業複合経営拠点の県内への拡大
集落営農の裾野の拡大
こうち型集落営農と法人化へのステップアップ
中山間に適した農産物等の生産振興(土佐茶、薬用作物等)

主な強化策

- 高知家プロモーションの活用やパートナー量販店との連携による販促、PR
集出荷施設の再編統合等による集出荷体制の強化(基幹流通)
卸売市場と連携した業務需要の開拓、加工用コースへの対応(中規模流通)
卸売市場等との連携による農産物の輸出促進

主な強化策

- 産地提案型担い手確保対策の強化(産地でのお試し農家体験や移住施策と連携した体験ツアーの開催等)
新規就農の総合窓口となる就業コンシェルジュの配置(2人→3人)
家族経営体の強化及び法人経営体の育成
農地の確保(担い手への農地集積の加速化、園芸団地の整備促進、国営緊急農地再編整備事業の推進)

四万十次世代モデルプロジェクト(四万十町)

