

これまでの主な取り組み

森の資源を余すことなく活用する仕組みが整い、原木生産量が大幅に増加。長らくの衰退傾向から脱し、山が大きく動き出す。

▽ 原木生産量の推移 (単位: 万m<sup>3</sup>)

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H31目標
44.6	42.0	40.4	50.7	46.5	49.5	61.0	59.2	78.0

◆原木生産の拡大

- 効率的・計画的に原木生産を行う「森の工場」を整備  
⇒ H22:37,161ha → H27:65,980ha



森の工場

[A材]

- 大型加工施設の整備
  - 平成25年8月に高知おおとよ製材が稼働 (雇人数67人、H28.3月末)
- 既存製材所の加工力増強を支援
  - 既存製材所における乾燥施設の新設等による加工力強化
- 県産材住宅・公共建築物等での木材利用の促進
  - 県産材を利用した木造住宅に対する支援の実施

[B材]

- CLT (直交集成板) の普及拡大
  - 全国に先駆けて平成25年7月にCLT建築推進協議会を設立
  - 平成27年8月にCLTで地方創生を実現する首長連合を設立 (構成員 40首長(H28.4月末時点)、共同代表: 高知県知事、岡山県真庭市長)
  - モデル建築の推進  
平成26年3月には日本初となるCLT建築物が大豊町で完成
  - その他、5施設のCLT建築物を整備 (H28年8月には全て完成)
  - CLT用ラミナ工場を整備 (平成28年度稼働)

[C材・D材]

- 木質バイオマスの利用拡大 (雇人数59人、H28.3月末) [C材・D材]
  - 農業用を中心とした木質バイオマス「イラス」の導入台数が増加
  - 平成27年に県内2カ所で木質バイオマス発電所が操業開始

① 「地産」の強化

② 「外商」の強化

③ 地産外商の成果を拡大再生産へ!

◆林業研修等の実施

- 森林研修センターにおける林業技術者養成研修
  - ⇒受講者数(H24~27): 延べ3,728名
- 緑の雇用事業集合研修
  - 平成27年4月に高知県立林業学校を設立
  - 「基礎課程」: 即戦力となる人材を育成
  - 「短期課程」: 林業関係者のスキルアップ



小規模林業

◆小規模林業の推進

- 小規模林業推進協議会を平成27年1月に設立
- 政策パッケージによる小規模林業の活動支援

◇構築した川上からオマスの利用拡大

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していきます。同時に、木質バイオマスや非住宅建築物の木造化の推進、CLTの普及により、飛躍的な木材需要の拡大を図ります。

第3期計画の目指す方向と主な強化策

原木生産のさらなる拡大

- 成熟した森林資源を最大限に生かせる仕組みづくりを推進する
- ▽森の工場からの原木生産量(間伐)の拡大  
②6: 10.2万m<sup>3</sup> → ③1: 15.1万m<sup>3</sup> (目標)

主な強化策

- 林業事業者の生産性向上
- 森林組合の経営基盤強化
- 苗木の生産体制の強化

加工体制の強化

- 消費者ニーズに対応した競争力の高い加工事業体を育成する
- CLTパネル工場をはじめとする林業・木材産業クラスターの形成を目指す
- ▽県産製材品の出荷量の増加 ②6: 23.3万m<sup>3</sup> → ③1: 27.4万m<sup>3</sup> (目標)

主な強化策

- 高次加工施設の整備
- ・大断面集成材工場の整備の支援

ここがポイント!

製材工場の加工力の強化を促進するとともに、大断面集成材やCLT/パネルなどの付加価値の高い製品を製造する高次加工施設の整備を進めることにより、「林と雇用の増加を目指します」。

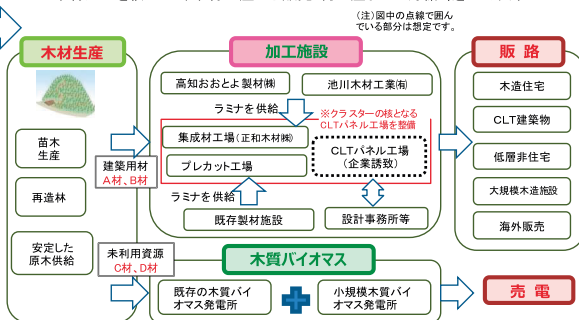
ここがポイント!

より多くの若者が山で働き活躍していくためには、原木生産量のさらなる拡大が必要です。そのため、川上から川下までの流れをさらに大きくする取り組みを進めていきます。



林業・木材産業クラスタープロジェクト(県下一円)

・木材加工を核として、木材生産から販売・再生産までの好循環を生み出す



流通・販売の支援強化

- 大消費地や海外をターゲットとした、組織的・継続的な外商活動を展開する
- ▽県産製材品の県外出荷量の増加  
②6: 16.1万m<sup>3</sup> → ③1: 20.1万m<sup>3</sup> (目標)  
★ 0.0万m<sup>3</sup> (■: 一般製材品) ★ 0.1万m<sup>3</sup> (目標) ★ 高次加工品



流通拠点



土佐材の建築

主な強化策

- 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・定期輸送の増加
- 海外への販売促進

木材需要の拡大

- 低層非住宅の木造化等により飛躍的な需要拡大を図る
- 木質バイオマスの利用拡大を促進する
- ▽木質バイオマス利用量の増加  
②6: 35.6万トン → ③1: 57.3万トン (目標)

主な強化策

- 低層非住宅の木造化の促進
- CLT建築物の需要拡大
- ・政策提言の実施 (東京オリンピック・パラリンピック関連施設へのCLTの活用) 等



担い手の育成・確保

- 優れた人材を育成・確保する
- ▽林業就業者(単位:人)

H21	H22	H 23	H24	H25	H26	H31目標
1,611	1,645	1,661	1,662	1,605	1,602	1,747

主な強化策

- 林業学校における人材育成
- 移住施策との連携による担い手の確保
- 特用林産業新規就業者の支援
- 林業事業者のマネジメント能力向上
- 小規模林業の推進
- 林地集約化による施業地の確保

ここがポイント!

平成30年4月には県立林業学校に専攻課程を新たに開講します。ここでは、施業地の集約化の提案や木材の活用などに積極的に取り組み、次世代の林業・木材産業界を牽引する高度で専門的な人材の育成を目指します。



林業学校

## これまでの主な取り組み

養殖漁業や水産加工業が大きく成長。少量多品種の魚を外販する新しい商流の仕組みが整う。

▽ 沿岸漁業生産額の推移（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25
326	348	403	396	410	423

▷ 3期計画の目標は、2期計画の「沿岸漁業生産額」から「漁業生産額（宝石サンゴを除く）※」に指標を変更 ※は近海・遠洋漁業の生産額を含む

H25	H26	H31目標
446	445	460

## ① 「地産」の強化

### 【生産】（沿岸漁業生産量 H21:69,935トン ⇒ H26:62,649トン）

#### ◆ 県内水揚げの確保・推進

- 12基であった黒潮牧場の15基体制の確立（H23～）や活餌供給の取り組みの推進
  - ⇒ 黒潮牧場でのカツオ水揚げ量 H20～22平均:624トン → H23～H26平均:796トン
- メジカの土曜出漁の開始等
  - ⇒ メジカ漁獲量 H24～26平均:3,756トン → H27:4,375トン
- 大型定置網の事業承継や操業再開の支援
  - ⇒ 上半期漁獲量 H26:4,672トン → H27:6,441トン

#### ◆ 養殖業の振興・拡大

- クロマグロの養殖漁場の拡大や、生産基盤の整備を支援
  - ⇒ クロマグロ養殖生産量 H24:651トン → H27:1,517トン
- クロマグロ人工種苗の生産技術開発（H26～）、中間育成の技術開発（H27～）に着手
- 養殖ビジネススクールの開講、設備投資や新技術の導入等を支援

### 【加工】

#### ◆ 水産加工業の強化・拡大

- 地域アクションプラン等による新たな水産加工業の事業化（H26:17件）
  - ⇒ 新たな加工品出荷額 H21:0.1億円 → H26:11.4億円
  - ⇒ 雇用人数 H21:26人 → H26:164人
- 宿毛地区で本格的な養殖プリの産地加工がスタート
  - ⇒ H26年は40,000尾、H27は74,000尾を加工・出荷

### 【流通】

#### ◆ 少量多品種の特性を活かした外商活動の展開

- 「高知家の魚応援店制度」を創設（H26）。県内事業者とのマッチングを支援
  - ⇒ 585店舗の県外飲食店が登録、81の県内事業者が参画（H27年度末）
  - ⇒ 県内事業者の取引額（H27：1.2億円）
- 東京築地にオープンした水産物直販施設「築地にっぽん漁港市場」に「さかな屋 高知家」がオープン（H26年10月）。県内事業者がテストマーケティング等を開始
- ◆ 消費地市場と連携した外商活動の展開
  - 消費地市場とのネットワークを活用し、関西の量販店でフェアの開催（H27年：22店舗実施）

## ② 「外商」の強化

## ③ 地産外商の成果を拡大再生産へ！

#### ◆ 担い手確保対策の強化

- 漁業就業セミナーの開催や短期・長期研修の実施
  - ⇒ 短期 H12～H23平均:3名 → H25:18名、H26:35名、H27:33名
  - ⇒ 長期 H12～H23平均:3名 → H25:7名、H26:11名、H27:12名
- 新規就業者は目標の32名/年を上回る47名/年（H27）を確保



## 第3期計画の目指す方向と主な強化策

◆ 漁業生産量をしっかりと確保し、加工、流通などの関連産業に波及する「生産から加工・流通に至る水産産業クラスター」を形成することにより、拡大再生産の好循環につなげていきます。

### 漁業生産の構造改革

□ 生産性の高い漁業へなどにより養殖生産ビ  
▽ 人工種苗の供給尾数

の構造改革を進めるとともに、人工種苗量産体制の確立  
ジネスの拡大を図る。また、新たな漁場の開拓に取り組む

カンパチ ㊸:0尾 ⇒ ㊹:50万尾(目標)  
クロマグロ ㊸:0尾 ⇒ ㊹:1万尾(目標)

**ここがポイント！**

漁業経営の効率化、法人等の生産現場への参入の促進など生産性の高い漁業への構造転換を進めるとともに、人工種苗の量産体制の確立などにより養殖生産ビジネスの拡大を図ります。あわせて、定置網の遊休漁場の活用や沖合養殖など新たな漁場の開拓に取り組みます。

**主な強化策**

- 新規漁業就業 者等の設備投資への支援
- クロマグロやカンパチの種苗生産技術の開発
- 定置網の遊休漁場の活用

- 法人等の生産現場への参入の促進
- 試験研究機能の充実・強化
- 沖合漁場を活用した養殖業の展開

### 市場対応力のあ る産地加工体制の確立

□ 国内外の市場に対応で  
▽ 衛生管理の高度化に  
対した加工場の割合 ㊸:24% ⇒ ㊹:100%(目標)  
加工場数 ㊸:0件 ⇒ ㊹:3件(目標)

きる産地加工体制を確立し、生産の拡大により雇  
用の場の創出を図る

**主な強化策**

- HACCPに対応し た加工施設の立地促進
- 既存加工施設の 衛生管理体制の高度化
- 県内の残さい処 理体制の再構築

### 活力ある漁村づくり

□ 漁村の資源を活用した活動を支援し、地域での暮らしを支える  
▽ 高齢者等に対応した漁港漁場づくり  
㊸:0か所 ⇒ ㊹:5か所(目標)

**主な強化策**

- 高齢者等に対応した漁場づくり
- 遊漁や体験漁業の振興

◆ これらの取り組みを組み合わせ、地域地域に水産クラスターを形成していきます。  
※ H28.3月現在 2つの水産クラスタープロジェクトを進行中

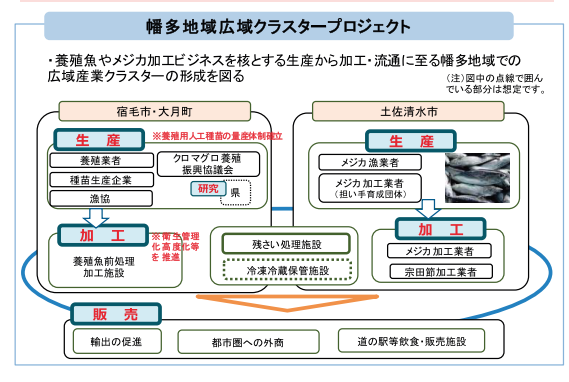
### 流通・販売の強化

□ 少量多品種の特性を活かした外商の拡大や消費地市場とのネットワークの強化を図るとともに、販売力の向上を図る  
▽ 「応援の店」県内参画水産物の輸出

高知家の魚 応援の店

**主な強化策**

- 「高知家の魚 応援取引の拡大
- 高鮮度出荷や「さかな屋 高知家」を活用した首都圏における県産水産物のPRと外商活動の推進の支援
- 産地市場における鮮度向上や衛生管理等の取り組みの支援
- 養殖魚の加工と 運動した水産物の海外販路の開拓



### 担い手の育成・確保

□ 就業希望者の積極的な掘り起こしを行い新規就業者の確保に努めるとともに、法人等と連携し世代を担う中核的な漁業者を計画的に育成する。

▽ 新規漁業就業者（単位：人）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H31目標
25	34	39	76	47	37	29	47	50

(参考) 漁業就業者の推移（単位：人）

H5	H10	H15	H20	H25
8,139	7,026	5,824	4,905	3,970

**主な強化策**

- 漁業就業セミナーの開催や移住促進策と連携した勧誘の促進
- 民間企業や漁協が行う漁業の担い手の育成の支援
- 新規漁業就業者等の設備投資への支援【再掲】

# 産業成長戦略の主な取り組み 商工業分野 ～ 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～

## これまでの主な取り組み

最終製品の製造に挑戦する企業が増加し、外商も飛躍的に拡大。防災関連産業が本県の新たな産業として大きく成長。その結果、製造品出荷額等も目標とした5,000億円を達成。

▽ 製造品出荷額等の推移 (単位: 億円)

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H31目標
5,498	4,909	4,681	4,981	4,945	5,218	5,260	6,000

▽ ものづくり地産地消・外商センターの取り組みによる主な成果

	H23	H24	H25	H26	H27	H31目標
見本市出展回数	—	13	41	40	31	—
企業訪問回数	—	1,212	2,029	3,224	3,328	—
外商支援の成果 (売上額)	—	2.5億円	16.2億円	27.1億円	40.8億円	73億円

第2期計画(H27年度末)の目標であった5,000億円をH25に前倒して達成

### ① 「地産」の強化

#### ◆ものづくりの地産地消の推進

⇒ 相談件数 H24:400、H25:451、H26:550、H27:603  
⇒ マッチング件数 H24:78、H25:105、H26:109、H27:176

#### ◆新たな事業化プランづくりの支援

・事業化アイデアから新たな事業化プランづくりまで一貫してサポート  
⇒ 事業化プラン策定件数: 65件(H26～H27)

#### ◆メイドイン高知の防災関連産業の振興

⇒ 会員数: 150社、製品開発助成件数: 19件(H24～H27)  
⇒ 認定製品数: H24: 47件 → 106件(H24～H27)

#### ◆産学官連携による共同研究の促進

⇒ 中期テーマ研究実施件数: 11件(H23～H27)  
うち事業化数: 4件



防災関連製品カタログ

### ② 「外商」の強化

#### ◆ものづくり地産地消・外商センターによる外商活動の支援 (上表参照)

・H23に開設した「ものづくり地産地消センター」と、H24に設置した「外商支援部」などを組織統合し、H26に「ものづくり地産地消・外商センター」を設置  
⇒ ものづくりに関する様々な相談に一元的に対応する仕組みを構築

#### ◆防災関連製品の外商支援

・防災関連見本市での高知県ブースの出展、台湾での商談会の開催  
⇒ 防災関連認定製品販売額: 0.6億円(H24) → 23.8億円(H27)

### ③ 地産外商の成果を拡大再生産へ!

#### ◆企業立地の推進 ⇒ 50件達成(H24～H27)

#### ◆設備投資への支援

⇒ 設備投資促進事業費補助金件数: 38件(H24～H27)  
⇒ 補助金による生産能力増加額: 約16.1億円、新規雇用: 102人(H24～H27)

#### ◆産業人材の育成・確保

##### ○事業承継・人材確保センターの設置 (H27.4月)

⇒ 相談件数 事業承継: 107件、人材確保: 137件(H28.3月末)  
⇒ マッチング件数 事業承継: 4件、人材確保: 11件(H28.3月末)

##### ○新規高卒者の県内企業への就職促進

⇒ 高校生の県内就職割合 H22: 58.1% → H26: 62.3%  
⇒ 県内就職希望者の県内就職率 H22: 87.5% → H26: 96.8%

##### ○県出身県外大学生に対する支援

・県外6大学との就職支援協定等により県内就職を促進

#### ◆商業の活性化

○商店街全体の賑わい創出やチャレンジショップ、空き店舗対策による新規開業支援

⇒ 空き店舗率の改善 H22: 13.4% → H26: 12.4%



## 第3期計画の目指す方向と主な強化策

◆ものづくりの総合力を高め、競争力を備えた「メイドイン高知」の製品の全国・海外展開を図ります。

### 絶え間ないものづくりへの挑戦

□ 絶え間ないものづくりへの挑戦を後押しし、世界に通じる製品・技術を生み出す  
▽ 事業化プラン件数 ⑧: 30件 → ⑩: 40件(目標)  
紙産業の製造品出荷額等 ⑧: 669億円 → ⑩: 690億円(目標)

#### 主な強化策

- 事業戦略策定等への支援  
・事業戦略支援会議による事業戦略の策定・磨き上げへの支援  
・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  
成長の促進
- 紙産業の飛躍的な成長の促進  
・紙産業技術センターにおいて、新たに導入した機械設備を活用  
・高付加価値製品の開発、新素材の利用研究の推進



多目的不織布製造装置

### 外商の加速化と海外展開の促進

□ 国内にとどまらず、海外展開を促進し、外商をさらに加速する  
▽ 防災関連認定製品の売上高 ⑧: 15.4億円 → ⑩: 50億円(目標)



防災関連見本市

#### 主な強化策

- ものづくり地産地消  
・東京営業本部の技術提案型商談の促進
- 県内企業の海外展開の促進  
・海外での市場調査の支援、海外バイヤーの招へい等海外展開支援のさらなる強化
- 外商センターによる外商促進 (防災関連製品含む) 設置等、外商サポートの強化 (県外コーディネーターの体制充実)  
会等の開催  
・防災関連製品の新たな販売先の開拓

### 産業集積や設備投資の拡大

□ 本県の強みを活かした産業クラスター化を  
□ 全国的なニアショアのきめ細かなサポートを  
▽ 企業立地による雇用創出  
第一産業分野等と連携した幅広い視点から目指す  
(地方拠点開設) 志向を活かしたオールインワン武器に、事務系職場の集積を目指す  
出数 (H28からの増加人数) ⑧: 800人 → ⑩: 1,100人(目標)  
(うち事務系職場 ⑧: 350人 → ⑩: 500人(目標))

#### 主な強化策

- 全庁が一丸となった総合支援体制による企業立地の推進
- 第一次産業分野等と連携した企業立地の推進  
・ALL KOCHIでのセミナー・フェア等の開催によるアプローチ・企業の盛り起こし
- 事務系職場の集積拡大  
・集積に向けたパッケージ型支援策の強化  
・立地企業を核とした新たな企業の誘致  
・企業のニーズに合わせた人材育成訓練の実施

### 産業人材の育成・確保

□ 新たな事業展開や企業が必要とする人材の円滑な確保を目指す  
▽ 県出身県外大学生の県内就職率 ⑧: 13.6% → ⑩: 30%(目標)

#### 主な強化策

- 就職支援の推進  
・U・Iターンと県内就職の促進
- 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、中核人材情報の収集とマッチングの実現
- 人材の育成の推進

ここがポイント!  
県内高校生から、県内大生、県外大学生、U・Iターン希望者、中核人材までのターゲット別に、段階ごとに県内就職の実現に向けたさまざまな施策を展開していきます。

### 起業や新事業展開の促進

□ 起業等の取り組みへの支援を強化  
□ 暮らしを支え、人々の活性化を図る  
▽ チャレンジショップ開設 ⑧: 4箇所 → ⑩: 14箇所(目標)



京町チャレンジショップ

#### 主な強化策

- 起業に取り組む事業者等への支援の強化  
・創業融資メニューの見直し
- 地域商業の活性化  
・商工会等の指導体制の強化  
・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の推進、空き店舗対策の推進など)

ここがポイント!  
地域商業の活性化に向けて、県内の各地域ごとに、中心商店街や中山間地域などの実態を踏まえた施策を展開していきます。

### ものづくり地産地消・外商センターによる一貫サポート

ものづくりに挑戦する企業からのご相談に対し、企業ごとの専任担当者を置き、事業化プランの策定段階から販路開拓・拡大まで一貫してサポートします

> 全国レベルの製品づくりや販売戦略のエキスパートがサポート!

ここがポイント!

上記に加えて、企業の経営ビジョンを実現するため、新たに事業戦略の策定・磨き上げからその実行までをサポートします。

> 東京営業本部の新設 (体制の増強 (2名→5名))

首都圏企業等へのPR活動、見本市の出展サポートや商談フォローに加え、新たな商談先の開拓など、サポート活動を抜本強化!

- 新たな商談先の開拓  
大都市圏に営業拠点や営業人材を持たない企業に代わって、外商コーディネーターが自ら商談先を開拓する営業活動を行います
- ミニ展示商談会の開催 (年4回)  
高知県のおすすめ製品を分野別に紹介するミニ展示商談会を都内で開催します

ものづくり地産地消・外商センターの取り組みはp.75～76をご覧ください

### 事業承継・人材確保センターによるサポート

- 後継者や事業拡大のための中核人材の確保に係る相談にワンストップで対応
- 円滑な事業承継や中核人材の確保を、実務に精通したスタッフが一貫サポート
- 事業承継の課題解決や中核人材の確保に必要な施策等の情報を県内各地に出向き提供
- 新たな事業展開を各支援機関と連携してサポート

事業承継・人材確保センターの取り組みはp.77～78をご覧ください



# 産業成長戦略の主な取り組み

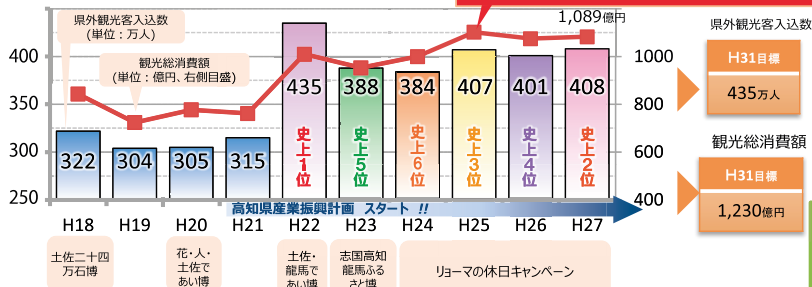
# 観光分野

# ～世界に通用する「本物と出会う高知観光」の実現～

## これまでの主な取り組み

「観光商品をつくる」「売る」「もてなす」に官民一体となって取り組み、目標とした400万人観光を3年連続で達成。地域地域で観光人材の育成や旅行商品の造成、観光資源の磨き上げが進む

### ▽ 県外観光客入込数・観光総消費額の推移



★県外観光客入込数は3年連続で400万人台に!  
★観光総消費額は4年連続(H24～H27)で1000億円台に!

観光商品をつくる

### ◆地域地域の観光資源の磨き上げ

- 核となる観光拠点の整備
  - ・海洋堂ホビー館 (H23.7)、室戸世界ジオパークセンター (H27.4) 等
- 商品の磨き上げ
  - ・地域博覧会の開催などを通じた地域地域の旅行商品づくりの支援
    - ⇒ 体験プログラム数 はた博65件、東部博65件、奥四万十博57件
    - ⇒ 周遊プラン数 はた博9件、東部博10件、奥四万十博6件
  - ・旅行業の専門知識を有する地域コーディネーターの配置
  - ・セミナー等の継続的な開催による人材育成
    - ⇒ H27:土佐の観光創生塾 60名参加
    - ⇒ 広域観光みらい会議(2回)164名参加

### ◆地域における広域観光の推進

- ・県内6ブロックで広域観光組織設置
- ・地域博覧会の開催 (3地域)



### ◆全国に向けた観光キャンペーンとセールス・プロモーションの展開

- 「リョーマの休日」の推進
  - ・「リョーマの休日～わざわざざんこう志国高知へ～」→エリアキャンペーンの展開
  - ・「リョーマの休日～高知家の食卓～」→「高知家の食卓」県民総選挙の実施
- 旅行社社向けセールスキャラバンの実施
  - ⇒ 旅行会社等出席者(延べ数) H24:209社、411人→H26:198社、652人
- 首都圏等のマスメディアでの情報発信 (メディア露出件数、広告換算)
  - ⇒ H24:33件、約13.7億円→H25:50件、約26.8億円→H26:167件、約30億円

### ◆スポーツツーリズムの推進

- ⇒ H27新規誘致/全国大学女子野球、なでしこリーグ、東京6大学野球
- ⇒ アマチュア合宿延べ宿泊者数 H24:6,530人泊→H26:11,148人泊

### ◆国別戦略に基づく国際観光の推進

- ⇒ 多言語WEBサイト(VISIT KOCHI JAPAN)の開設
- ⇒ 国内外の旅行博・商談会でのセールス H25:4回→H27:22回
- ⇒ 外国人延べ宿泊者数 H26:3.9万人泊→H27:7.0万人泊

### ◆受入環境の整備

- 龍馬バスポートを活用した周遊促進
  - ⇒ 利用者 146,902人(H28.3末現在)
- おもてなしトイレ (721箇所)、おもてなしタクシー (486人) の推進 ※H27年度末
- 外国人観光客の受け入れ態勢の強化 (多言語案内板・パンフレット、Wi-Fi環境など)
  - ⇒ 免税店の増加 H26.4店舗→H27.10店舗
  - ⇒ 外国クルーズ船の寄港 H26:1回→H27:3回

売る

もてなす

## ◇「観光商品をつくる」「売る」「もてなす」のサイクルを強化し、歴史的な観光地づくりと「国際観光の推進」を柱とした観光振興に取り組んでいきます。

## 第3期計画の目指す方向と主な強化策

**ここがポイント!** 大政 奉還150年(平成29年)、明治維新150年(平成30年)という節目を迎えることからの、「志国高知 幕末維新博～時代は土佐の山間より～」の開催を通じて地産した歴史的な観光地づくりを進めていきます。

2017年3月(予定) 高知城歴史博物館オープン

2018年4月(予定) 坂本龍馬記念館リニューアル

### 戦略的な観光地づくり

- 歴史、食、自然を一体的に運動させた戦略的な観光地づくりの推進
  - ▽全国から誘客できる観光拠点の整備 ⑥:2か所→⑩:10か所(目標)
  - ▽広域観光組織の体制強化(法人化) ⑦:3か所→⑩:5か所(目標)
- 歴史と食を一体的に運動させた戦略的な観光地づくり(リアル化)と観光クラスターの形成(下図参照)
  - ・歴史資源の磨き上げ
  - ・土佐の観光創生塾
  - ・土佐の観光創生塾 開催地増 → カリキュラムの拡充 → 基礎講座+専門講座、地域観光クラスター化への現地支援
  - 広域観光組織の体制及び機能の強化
  - ・地域コーディネーターの配置強化(2→3か所)、地域博覧会の開催支援
  - 自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進
  - ・サイクリングコース
  - ・アウトドア拠点の整備(4か所)(40コース)の設定 等

### 効果的なセールス&プロモーション

- 「志国高知 幕末維新博」の開催を通じたプロモーションとセールス活動の強化
  - ▽MICEの受入強化 ⑥:2万人※(3.2万人)→⑩:4.0万人(目標)
- 効果的な広報・セールス活動の展開
  - ・「志国高知 幕末維新博」の開催
  - ・国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化
  - ・観光サポートアップ
  - コンベンション等
  - ・中小規模をターゲットにした大会・学会・報奨旅行の誘致
  - ・大会開催等に係る主催団体の準備・運営のサポート
  - ・自然環境を活かしたスポーツツーリズムの推進(再掲)

### OMOTENASHI (おもてなし) の推進

- 外国人観光客にも対応した受入基盤の抜本的整備
  - ▽観光客満足度調査における「大変良い」、「良い」の回答の割合 ⑥:77%→⑩:78%(目標)
- 龍馬バスポートの拡充
- 外国人観光案内所の設置(県内広域7か所)
- クルーズ客船寄港時の受入環境の整備
- 津波避難誘導案内板等の設置
- 多言語通訳コールセンターの開設
- バイルWi-Fiルーターの貸出
- 「観光サポーター」を活用した地域の観光情報の提供

### 全体を支援

- 事業体の強化と観光人材の育成
  - ▽観光産業を支える人材の育成と事業体の強化
  - 土佐の観光創生塾を活用した人材育成
  - 広域観光組織の体制及び機能の強化(再掲)

### 国際観光の推進

- 外国人観光客のニーズに対応した商品づくりと高知県の認知度を飛躍的に向上するプロモーションの展開
- ▽観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数
  - ⇒38,590人泊(3万人泊)→⑩:14.8万人泊(目標)
- ※( )内は、観光庁公表数値のうち従業員数10人以上の宿泊施設での宿泊入泊数。H28年度からは、観光庁公表数値のうち全国一般的に使用されている従業員数10人以上の宿泊施設と従業員数10人未満の宿泊施設の宿泊入泊数を合わせた数値を使用

### ここがポイント!

- 外国人観光客の本県へのさらなる誘客のため、市場のニーズ(嗜好)に応じ、高知の魅力を感じて「鉄板」観光資源で構成された、各市場毎の「周遊ルート」の造成と「旅行商品の販売」を行います。
- 外国人旅行者向け「鉄板」観光商品づくり
  - ⇒国別周遊ルート(東部・中部・西部)を複数造成
  - ・H28:台湾・香港・シンガポール
  - ・H29:韓国・中国・タイに拡大
  - ⇒旅行会社とタイアップした商品販売

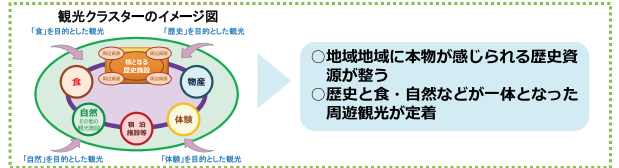
### 効果的な広報・セールス活動の展開

- クロスメディアによる情報発信の強化(左図参照)
- 国内外のマスメディアを活用した情報発信の強化(海外メディア・在日外国人メディア招聘・海外メディア取材支援、県内TV局と連携した情報発信 等)
- 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
- 海外旅行博でのプロモーション
- 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた「よさこい」の戦略的な活用
- ・よさこいの全国ネットワークの構築
- ・海外向けプロモーションの展開



### 外国人観光客の受入基盤整備への支援強化 (H28までの完了を目指す)

- 観光案内板、観光パンフレット多言語化
- 館内外サインの多言語化
- トイレの洋式改修
- Wi-Fi環境の整備 等





これまでの主な取り組み

地産外商公社の外商サポートにより、外商に挑戦する事業者が増加し、成約件数・金額も飛躍的に拡大。戦略的なプロモーションが成功し、高知ユズの市場が海外に広がる。

▽ 食料品製造業出荷額等（単位：億円）

H18	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H31目標
906	862	861	864	884	873	892	1,000

▽ 高知県と地産外商公社の支援による外商の主な成果

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
外商成約件数	178	444	1,327	2,603	3,333	4,393	6,555
うち定番採用	77	264	611	1,117	1,828	2,420	3,690
成約金額(億円)	—	—	3.41	7.68	12.35	16.06	20.79
広告換算(億円)	—	17	23.3	22.2	68.1	52.4	60.6
まるごと高知売上(億円)	—	2.5	3.9	3.9	4.2	4.4	4.7

① 「地産」の強化

◆食品加工の生産管理の高度化

- 消費地から求められる生産管理（衛生・品質管理、食品表示）の高度化を支援
  - ⇒ 県版HACCP認定施設：H22以降 25施設
  - ⇒ 高度衛生管理手法認定：H24開始以降 29施設

◆市場が求める商品づくり

- 商品力アップへの支援
- 県内量販店でのテストマーケティング：8社13回（H27）
- 「まるごと高知」を活用したテストマーケティング・催事：39社198商品
- 県内における商談機会の創出（H27）

◆県外市場への売り込みの強化

- 地産外商公社を中心とした外商活動の支援（上表参照）
  - ・地産外商の母体となる「高知県地産外商公社」の設立
  - ・首都圏ではアンテナショップ「まるごと高知」を拠点に外商活動を推進
  - ・H27以降、関西・中部、中国、四国、九州でも展開
- 県内外でのフェア・商談会等の開催（外商公社実施分を含む）
  - ⇒H20(年度)：13回→H21:72回→H22:111回→H23:129回
  - ⇒H24:143回→H25:188回→H26:248回→**H27:255回**
  - （「第50回スーパーマーケットレドショー」7年連続の出席となる高知県ブースには、58事業者が参加(公社分36事業者)
  - ⇒外商活動への参加事業者数 H23:103社→**H27:137社**
  - （地産外商公社の仲介・あっせん数）

◆海外の販路開拓に挑戦

- 海外での展示商談会、物産展等の開催
- 各事業者のステージに応じたサポートの実施（貿易促進コーディネーターによる相談、助言、海外事務所（シンガポール）及び貿易支援拠点（台湾）による支援）
  - ⇒海外での商談会・フェア等への参加事業者 H21:8社→**H26:49社**
  - ⇒食料品輸出額 H21:0.51億円→**H26:3.38億円**
  - ⇒高知のユズが海外で認知(ユズ果汁・ユズ玉等輸出 103t)

◆県内企業の設備投資の促進

③ 地産外商の成果

第3期計画の目指す方向と主な強化策

◇市場が求める商品づくりや生産管理の高度化を一層推進するとともに、外商支援をさらに強化することにより、外商の規模や広がりをさらに大きなものにしていきます。

定番化に向けた商品づくり

- 市場が求める商品づくりに向けて、市場関係者の協力を得ながら各企業を個別に支援。また、生産管理高度化の支援など、定番化に向けた商品づくりを強化
- ▽ 生産管理高度化(県内計170社の外商企業群)[県版HACCP(第2ステージ)認証取得企業]
  - ◎：—→◎：100社

主な強化策

- 市場が求める商品づくり
- ・商品力アップへの支援（バイヤー、シェフ等からの定番化に向けた商品アドバイス）
- ・産地視察型商談会等県内における商談機会の創出
- 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
- 各産業界の事業者が参加するプラットフォームの設置

ここがポイント！

・定番化に向け、バイヤーやシェフ等の商品アドバイスを、県内事業者にてフィードバックするとともに、関係者がそのアドバイスを共有して、事業者の取り組みを個別にサポートし、商品の一層の磨き上げにつなげます。  
また、外商を拡大するためには、生産管理の高度化を図ることが不可欠です。このため、HACCP研修の充実や、ワンストップ相談窓口の設置、生産管理コーディネーターの配置など、支援策を強化しています。

外商支援の全国展開でより大きな商流へ

- 地産外商公社の全事業者のビジネスチャンスを広げ、より大きな商流につなげていく
- ▽ 地産外商公社の活動
  - ◎：16.1億円→◎：36億円(目標)

主な強化策

- 地産外商公社を核とした外商機会をさらなる拡大
- ・地産外商公社の活動強化(大手卸売業者とのネットワークを生かした規模が大きな量販店グループなどへの外商機会の拡大)
- 農産物・水産物の外商強化
- ・加工用ニーズへの対応
- ・「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強化

輸出戦略に基づく輸出振興の本格化

- ユズ及び土佐酒の輸出拡大や、定番化に向けた新たな品目の掘り起こし等、国別・品目別の輸出戦略を本格的に展開
- ▽ 食料品の輸出額◎：3.38億円→◎：9億円(目標)
- 貿易に取り組む企業◎：49社→◎：100社(目標)

主な強化策

- 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、酒米の生産振興)
- 養殖魚の加工と連動した海外市場への販路開拓



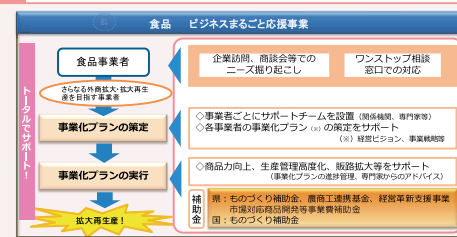
まるごと高知

拡大再生産に向けた企業の成長を後押し

- 拡大再生産に向け、外商活動に取り組む中で明らかになった課題等を通して、企業の総合力を高めていく
- ▽ 規模の大きな事業者への支援による拡大再生産(食品関連工場の新増設等)
  - ◎：—→◎：43億円
  - 外商活動参加事業者◎：—→◎：20億円

主な強化策

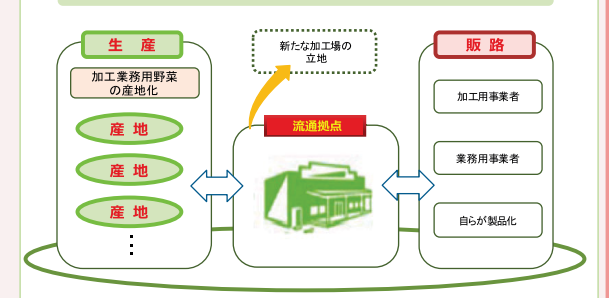
- 企業の課題に対応したサポートチームを設置し、各企業の事業化プランの策定・実行をサポート(食品ビジネスまるごと応援事業の強化)
- 高度加工へのステップアップの支援
- ・既存加工施設の生産管理体制の強化
- ・HACCPに対応した加工施設の立地促進



地域に根差した産業クラスターの形成

- 需要が増加傾向にある「加工・業務用野菜」の産地化をすすめ、マーケットイン型の商品開発や「生産・加工・流通・販売」までの新たな仕組みの構築に取り組む
- ▽ 食品産業クラスターの形成 ◎：—→◎：10億円(目標)

加工業務用野菜の産地化プロジェクト(県下一円)



# 産業成長戦略の主な取り組み 移住促進による 地域と経済の活性化 ～移住者と一緒に創る元気な地域～

## これまでの主な取り組み

移住・定住に向けた一連の官民協働による仕組みが整い、年間目標の移住者500組を達成。移住者が地域や経済の担い手として活躍

▽ 移住達成までの各ステップの実績

	「高知家」で暮らすアクセス数	相談者数	暮らし隊会員登録者数	移住者数	うち県の相談窓口を通じた移住者数
H23	—	—	371人	120組 241人	47組 104人
H24	260,012件	1,259人	503人	121組 225人	64組 111人
H25	430,080件	1,817人	690人	270組 468人	91組 168人
H26	429,236件	3,458人	1,398人	403組 652人	166組 294人
H27	525,243件	3,943人	1,112人	518組 864人	230組 411人

移住者数  
H31目標  
1,000組

### Step 1 高知を知って・好きになってもらう

#### ◆高知家プロモーションと連動したPR

- ・高知家プロモーションの推進により、高知ファンの増加や高知の認知度が向上 ⇒ H25:22%→H27:36%
- ・高知家プロモーションとの連携による移住のPRや、移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」への誘導により、アクセス数が増加 ⇒ H24:260,012件→H27:525,243件(24年度の2倍)



### Step 2 移住に関心を持ってもらう

#### ◆情報発信・提供

- ・Web広告、インターネットを通じた情報発信
- ・フェイスブックを通じたタイムリーな情報発信
- ・「幸せ移住パッケージシステム」による情報提供



移住ポータルサイト「高知家で暮らす。」

### Step 3 移住に向けた主体的な行動に移ってもらう

#### ◆関心から行動へと促すための情報や機会の提供

- 移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応
- ・H27～:10名体制、首都圏にもコンシェルジュを配置(H26～)
- ・移住体験ツアーや都市部等での移住相談会の実施 ⇒ H24:28回→H27:38回
- 県外で高知への移住に協力いただく「移住支援特使」の委嘱



移住・交流コンシェルジュ

### Step 4 移住について真剣に考えてもらう

#### ◆サポート体制の充実

- 官民協働による具体的な移住促進策の協議を行う「高知県移住推進協議会」の運営
- 移住希望者に寄り添うサポートの実施
- ・移住・交流コンシェルジュによるきめ細かな相談対応(再掲)
- ・市町村ごとの「移住専門相談員」が相談対応や空き家調査等を実施 ⇒ 移住専門相談員 H24:10市町村→H27:26市町村37人



移住推進協議会

#### ◆受入体制の充実

- 移住促進策と各産業分野の担い手確保策との連携
- ・各産業分野の担い手確保の窓口
- 事業承継・人材確保センター、高知県U・ターン企業就職等支援センター、福祉人材センター、農業担い手育成センター、林業学校等
- 移住者向け住宅の確保促進



お試し滞在施設



移住相談会・セミナー

### Step 5 高知に安心して住み続けてもらう

#### ◆地域になじんでもらい、住み続けていただくための情報や機会の提供とサポートの充実

- 「移住専門相談員」や「地域移住サポーター」によるフォローアップ ⇒ 地域移住サポーター(県から委嘱) H27:16市町村77人
- 移住者交流会の開催などによる移住者間のネットワークづくり



地域移住サポーター

## 第3期計画の目指す方向と主な強化策

◇移住者倍増に向け、移住希望者への情報発信や、地域の受け入れ態勢などをさらにレベルアップさせるため、次の3つの戦略によりもう一段の取り組みの強化を進めていきます。





# 10 産業振興計画のこれまでの取り組み

# (H21~H27)

## I ~ 地産外商の加速化 ~

### 外商機会が飛躍的に拡大

- 首都圏、関西・中部地区を中心とした外商機会の確保
  - ・高知フェアの開催、展示・商談会への出展が大幅に増加
    - H20(年度):13回→H21:72回→H22:111回→H23:129回
    - H24:143回→H25:188回→H26:248回→H27:255回
  - ※地産外商公社の活動を含む

### 地産外商公社の活動状況(平成27年度)

- 県内事業者の営業活動と商品の磨き上げ支援
  - ◇外商活動による成約
    - H21(年度):178件(定番77件)→H22:444件(定番264件)
    - H23:1,327件(定番611件)→H24:2,603件(定番1,117件)
    - H25:3,333件(定番1,828件)→H26:4,393件(定番2,420件)
    - H27:6,555件(定番3,690件)
  - <活動の状況>
    - ・店舗での試食・商談会 67回
    - ・高知フェア 145回
    - ・「スーパーマーケット・トレードショー」、「FOODEX JAPAN」への出展
    - ・個別の営業活動 1,388件の企業訪問
    - ・商談会に向けた事前セミナーの開催
  - ◇テストマーケティング・催事 199商品
- アンテナショップ「まるごと高知」の運営
  - ・売上約 4.7億円 ・来店者数約67.3万人
- 高知県の情報発信
  - これまでのノウハウを生かしてメディア露出を増やすなど、時期を捉えたプロモーション活動を展開
  - ・プロモーション活動による広告効果 60.6億円(高知家プロモーションを含む)
- 機械系ものづくり企業の外商機会の確保
  - ・見本市、商談会の開催(年度)
    - H24:14回 参加企業139社1団体 成約件数52件
    - H25:45回 参加企業187社1団体 成約件数66件
    - H26:50回 参加企業384社 成約件数413件
    - H27:45回 参加企業455社 成約件数529件

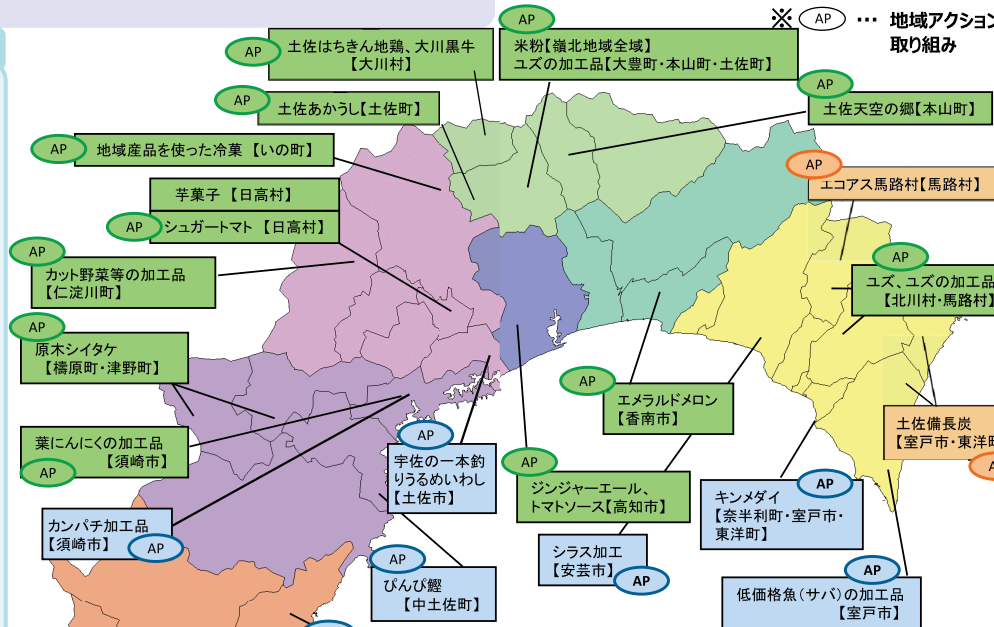
### ものづくり地産地消・外商センターの活動状況

- 販売拡大支援の状況(年度)
  - ・企業訪問数 H24:1,212回→H25:2,029回→H26:3,224回
  - H27:3,328回
  - ・同行訪問等による営業サポート
    - H24:331回→H25:838回→H26:1,518回→H27:2,269回
  - ・見本市出展回数
    - H24:13回→H25:41回→H26:40回→H27:31回
  - ・事業化プランの作成支援件数 H26:30件→H27:35件
  - ・外商支援による成果額 H24:2.5億円→H25:16.2億円
  - H26:27.1億円→H27:40.8億円

### 海外での販路開拓への挑戦

- 県、貿易協会、海外事務所が一体となった県内事業者の支援
  - ◇貿易促進コーディネーターによるサポート H21~27年度:延べ3,042件
    - 台湾、シンガポールなどを中心に新たに貿易に取組む企業が増加
  - ◇海外における販路開拓支援 ⇒ 食料品の輸出額 H22:1.0億円 H23:1.3億円 H24:2.0億円 H25:2.7億円 H26:3.4億円
    - ・シンガポールや台湾等でのフェアの開催 H22:6回 H23:4回 H24:8回 H25:9回 H26:13回 H27:13回
    - ・ユズ果汁等の輸出拡大に向けた取り組み
    - フランス、スペイン、デンマーク、ベルギー、アメリカ、シンガポール、オーストラリアでユズ賞味会開催

## ◆ 外商の強化に向けた主な取り組み



地域アクションプランの事例は p.61~68

## ◆ 農林水産物の都市部への挑戦

### 農産物の販売拡大

- パートナー量販店で販促活動を強化
- 中食・外食等の業務加工需要の顧客開拓数 60件 (H21.6月~H28.3月)※レストラン、惣菜チェーン店など

### 畜産物の販路開拓

- 県内外での畜産物の新規取扱店舗の開拓 (H21.3月~H28.3月)

土佐あかうし	160店
土佐はちきん地鶏	402店
土佐ジロー	75店

### 土佐材の商品力・競争力を強化

- 大消費地に流通拠点を設置し、輸送コストの低減と建築現場への細やかな配送を実施
  - ⇒ 流通拠点(関東、東海、関西、中国、四国、九州) 19カ所を設置

### 大都市圏での県産水産物の外商機能強化

- 「高知家の魚 応援店制度」の創設
  - ・大都市圏の飲食店と県内事業者とのマッチングを促進 (H27年度:585店舗を登録、県内81事業者が参画)
- 築地につぼん漁港市場内に「さかな屋 高知家」をオープン(H26.10月)
  - ・首都圏での県産水産物の販路拡大や情報発信の拠点として活用 (H27年度:パンフレット設置等による情報発信、テストマーケティングの実施24回)

## ◆ 防災関連産業の外商拡大

### 地産地消⇒地産外商

- 県内で開催される防災訓練やイベントを活用し、製品展示・パンフレット配布等のPRを実施することにより、「防災関連製品の地産地消」の意識を高め、外商活動に不可欠な「県内での実績づくり」の動きを促進
  - ⇒ 防災関連製品の県内での導入状況:43製品(海水淡水化装置、備蓄用不織布毛布等)
- ものづくり地産地消・外商センター等と連携した販路開拓支援による、新規取引先の獲得や受注の拡大
  - ⇒ 売上実績 H24(年度):0.6億円→H25:10.7億円
  - H26:15.4億円→H27:23.8億円

メイトイン高知を全国、全世界へ!

