

四国産業競争力強化戦略

平成26年3月

四国地方産業競争力協議会

【目次】

| | |
|------------------------------------|-----------|
| 1. はじめに | 1 P |
| 2. 戦略の位置付け及び特徴、戦略の基本的な考え方 | 2 P |
| (1) 戦略の位置付け及び特徴 | 2 P |
| (2) 四国の現状と課題 | 2 P |
| (3) 戦略の基本的な考え方 | 3 P |
| ①地域資源や技術を活かして競争力を強化する | |
| ②国内外の新たな市場を切り拓く | |
| ③産業の成長を支える人材を育成・確保する | |
| 《参考：四国経済の現況等〈2(2)の記述に関連するデータ〉》 | 4 P |
| 3. 四国の産業競争力を維持・強化するための分野別戦略等 | 5 P |
| (1) 四国の産業競争力を維持・強化するための分野別戦略等 | 5 P |
| (2) 四国の構造的な課題「人口減少」に立ち向かう社会の構築に向けて | 13 P |
| 4. 重点戦略プロジェクト | 14 P |
| (1) 四国の未来を切り拓く「連携プロジェクト」 | 14 P |
| (2) 四国の発展につながる「各県プロジェクト」 | 15 P |
| 《各県の産業政策の概要等》 | 16 P |
| 【各プロジェクトの内容】 | |
| ・目次 | 18 P |
| ・四国の未来を切り拓く「連携プロジェクト」 | 19 P～30 P |
| ・四国の発展につながる「各県プロジェクト」 | 31 P～42 P |
| 5. 戦略の推進に向けて期待される各自の役割 | 43 P |
| 6. 戦略の進捗管理・バージョンアップ | 49 P |

1. はじめに

我が国の経済は、いわゆるアベノミクスの経済政策の効果により、景気回復に向けた明るい兆しが見えてきつつありますが、こうした効果は都市部や大企業など一部にとどまっており、中小企業や小規模企業の多い地方にまで十分に及んでいるとは言えない状況にあります。

特に、四国地域では、全国に先行して進んでいる人口減少や高齢化に起因する域内市場規模の縮小、事業所数や労働力の減少などが、今後の経済成長の抑制要因となることが懸念されます。また、幅広い産業の裾野を有するリーディング産業の集積が少ないこと、物流コストが大きいこと、グローバル需要の取り込みが十分でないことなど、多くの課題を抱えています。

一方で、四国地域には、高い技術力を持つニッチトップ企業が多数存在すること、豊かな自然やこれを活かした食や観光資源に恵まれていることなどの強みがあります。平成26年度からの本四高速料金の全国共通料金制度への移行は、こうした強みをさらに活かし、企業の競争力の強化や交流人口の拡大などにつなげる大きなチャンスです。

また、生産年齢人口の減少、高齢化の進展の先にある日本の将来の姿や、世界的な食料不足、資源・環境問題、防災意識の高まりといった時代の潮流を見据えたとき、四国として、こうした課題の解決に積極的に貢献していくことで、大きな成長・発展へつなげていくことも期待されます。

徳島県、香川県、愛媛県、高知県の4県では、それぞれの県の現状や課題を踏まえ、また、それぞれの特性や強みを活かした産業政策を力強く展開するとともに、4県連携した取り組みがより効果を上げると見られる観光や貿易などの分野では、既に連携した取り組みを進めています。

また、経済界では、平成25年4月に四国経済連合会が策定した「四経連ビジョン」を活動指針として、その実現に向け取り組んでいるところです。

さらに、国の地方支分部局では、4県や産業団体等と連携を図りながら、県域を越えた産業施策を推進しています。

一方、国では、昨年6月に「日本再興戦略」を閣議決定し、その中で、全国各地の地域に根ざした生の声を反映していくため、地域ブロックごとに、地方産業競争力協議会を設置することとされ、四国ブロックにおいては、同年11月に「四国地方産業競争力協議会」を設置したところです。

本協議会は、四国地域の産業競争力強化に関する取り組みを国と地方が一体となって推進するとともに、国の成長戦略等の政策に地域の実情を反映することで、取り組みの加速化を図り、もって四国地域の持続的な発展を図ることを目的に設置したものであり、そのための戦略として、この度、「四国産業競争力強化戦略（以下「戦略」という。）」を策定しました。

四国地域は、人口減少、高齢化の波に真っ先にさらされ、これに伴い経済の縮小や過疎化の進展といった様々な課題に直面する課題先進地域であることから、本戦略のもと、産（産業界）・学（大学等）・官（行政）・金（金融機関）の力を結集して、産業競争力の強化に取り組み、活力ある四国の創造を目指します。

2. 戦略の位置付け及び特徴、戦略の基本的な考え方

(1) 戦略の位置付け及び特徴

[戦略の位置付け]

本戦略は、四国の産業競争力の強化に向け、徳島県、香川県、愛媛県、高知県の4県の産業政策、四国経済連合会の「四経連ビジョン」、国の地方支分部局の県域を越えた産業施策などの取り組みをさらに加速させるために策定するものです。

四国の持続的な発展を目指して、10年先を見据えつつ、当面する諸課題への対応として、四国の力を結集して挑戦する戦略の方向性や重点的な取り組みを記載しています。

[戦略の特徴]

本戦略では、四国が連携することで、各県単独では乗り越えられない壁を乗り越えることができる、或いは、より大きな効果が期待できるプロジェクトを本戦略独自のプロジェクトとして盛り込みました。

また、本戦略に基づく取り組みの後押しとなるよう、国の成長戦略等の政策決定プロセスに地方の実情を反映させていくことを目指した政策提言などを盛り込みました。

[戦略の実行にあたって]

本戦略は、進捗管理や毎年度のバージョンアップを行いながら、さらに実効性ある戦略として、発展させていきます。

(2) 四国の現状と課題

全国に占める四国の割合は、面積で5.0%、総人口で3.2%、域内総生産額は2.7%、年間商品販売額は約1.97%（約10.7兆円）となっており、域内市場規模が非常に小さい状況にあります。

加えて、人口減少は全国に20年、高齢化率の上昇も全国に10年先行しており、さらに、生産年齢人口は、今後30年間で、高知県の人口より多い89万人が減少するという厳しい状況が予測されています。

これにより、今後も、四国の域内市場規模はさらに縮小していくという厳しい状況にあることを、まず、四国の共通する課題として認識しておく必要があります。

生産や雇用は、リーマンショックによる大きな落ち込みからは回復基調にあります。長いスパンで見ると、域内総生産額は平成13年以降減少傾向にあり、また、この20年間で製造業に従事する従業員4人以上の事業所数は半減、就業者数は3分の2に減少するなど、低迷しています。四国には、独自の技術を活かし特定分野で日本一・世界一のシェアを持つニッチトップ企業が数多く存在しており、また、紙産業や造船業、医薬品産業、第一次産業など、域外の市場を獲得している産業もありますが、まだまだ四国内での取引に留まっているものも多くあります。

今後も四国の市場が縮小する中であって、四国の産業競争力を強化し、持続的な発展を図っていくためには、それぞれの持つポテンシャルを最大限引き出し、外に打って出ることが不可欠です。

そのためには、経済の主役である民間の意欲ある挑戦が広がっていくことが重要です。し

かしながら、四国は、他地域に比べて物流コストが高いというハンディがあり、また、経営基盤や技術開発力、販売力が脆弱とされる中小企業の従業者数のウエイトが高いことから、多くの企業は自力で市場を切り拓いていくことが難しい状況にあります。

(3) 戦略の基本的な考え方

上述の困難な課題を乗り越えるため、官民一体となって、「地域資源や技術を活かして競争力を強化する」ことを進め、「国内外の新たな市場を切り拓く」ことに挑戦していきます。

また、こうした挑戦をするためには、下支えする人材が大切であることから、「産業の成長を支える人材を育成・確保する」ことを重点的に進めるとともに、併せて、持続的な発展の大きな要素であり、地域の活力の源泉でもある人口の減少を食い止めることにも留意する必要があります。こうした基本的な考え方を関係者間で共有し、日本の将来の姿や時代の潮流も見据えながら、四国の力を結集して、戦略的な取り組みを進めていきます。

①地域資源や技術を活かして競争力を強化する

人口減少等により四国の域内市場が縮小していく中では、より大きな、より活力ある市場に打って出ることが不可欠です。そのためには、付加価値や労働生産性の向上、生産の効率化などにより、競争力を強化し、さらに、どこにも負けないオンリーワン・ナンバーワンを追求していく必要があります。

地域の特色ある資源を発掘・磨き上げ、培ってきた独自の技術をさらに高め、ICTの新たな技術も取り入れながら、最大限に活用していくことで、競争力を強化していきます。

また、個々の企業が持つ高い技術を組み合わせ、四国から新たな技術や製品、新たな産業の創出を目指します。

加えて、生産年齢人口の減少、高齢化の進展の先にある日本の将来の姿や、世界的な食料不足、資源・環境問題、防災意識の高まりといった時代の潮流を見据え、四国として何ができるかという視点から、新たな価値の創造に挑戦していくことも重要です。

②国内外の新たな市場を切り拓く

四国の持続的な発展を図っていくためには、人口減少等により縮小すると予想される四国内での取引に留まらず、域外の市場の開拓に積極的に挑戦していくことが重要です。また、多くの観光客を四国に呼び込むことで、外需を取り込み、内需を拡大することが必要です。

特に、急速な経済成長を続けているアジアをはじめとする新興国のグローバル需要を積極的に取り込む視点が重要です。

四国の優れた商品やサービス、観光資源などが市場や消費者に認知され、必要とされる存在となるよう、①で強化する競争力を活かして、官民を挙げた戦略的な情報発信や売り込みを行うことにより、国内外の新たな市場を切り拓いていきます。

③産業の成長を支える人材を育成・確保する

産業の持続的な発展を図るうえで、人材は欠かすことができません。

企業の挑戦の大きな推進力となる、また、自ら起業・創業に挑戦する、チャレンジ精神を

持ち、自らの持てる能力を最大限発揮できる人材を育成します。また、女性や高齢者など多様な人材の活躍促進を図るとともに、企業や地域を支え、新たな活力を生み出す人材を四国に呼び込みます。

《参考：四国経済の現況等 〈2(2)の記述に関連するデータ〉》

○四国の域内市場規模は非常に小さい

- ・全国に占める四国の割合は、面積で5.0%、総人口で3.2%
- ・年間商品販売額で1.97%（約10.7兆円）

○生産や雇用は、回復基調にあるが、長いスパンで見ると低迷

[総生産額]

- ・GDP（四国の域内総生産額）は平成13年度以降減少傾向
H22年度(名目)：13兆4,375億円[全国比2.7%]

[製造品出荷額等]

- ・リーマンショック後、大きく減少した製造品出荷額等は、9兆円台に回復
H20年：9兆5,160億円 →H21年：8兆1,364億円 →H24年：9兆1,512億円
- ・この20年間で従業員4人以上の事業所数は半減、就業者数は3分の2に減少
事業所数 H4年：13,914事業所 →H24年：7,133事業所
就業者数 H4年：332,433人 →H24年：216,958人

[有効求人倍率（平成26年2月）]

- ・有効求人倍率は1倍を上回るが、正社員有効求人倍率は0.68倍
有効求人倍率：四国平均1.09(徳島県1.07、香川県1.39、愛媛県1.06、高知県0.81)[全国平均1.05]
正社員有効求人倍率：四国平均0.68(徳島県0.72、香川県0.86、愛媛県0.67、高知県0.45)[全国平均0.67]

○人口減少や高齢化の進行により、四国の域内市場規模は今後さらに縮小

- ・人口減少は全国に20年先行。昭和60年の422.8万人をピークに減少しており、平成52年には295.5万人になると推計（平成22年からの30年間で102万人減）
- ・高齢化率の上昇も全国に10年先行。平成22年の27.0%から平成52年には39.2%になると推計
- ・生産年齢人口は、平成22年の239.8万人から平成52年には150.8万人になると推計（30年間で89万人減） ※出典：国立社会保障・人口問題研究所の「日本の都道府県別将来推計人口（H25.3）」

○他地域に比べ、物流面でハンディがある

- ・4県の県庁所在地から東京都心間の時間距離が長く、8～10時間程度（高速道路利用）時間がかかる
- ・四国8の字ネットワークの整備率は68%、道路改良率（県道以上）は60.3%（全国平均75.9%）と大きく立ち遅れている
- ・四国発着の貨物流動における海運の分担率（H23年度）は約44%であり、全国平均約10%を大きく上回っているが、四国と本州・九州との物流を支えるフェリーの航路数は平成8年から平成25年までに約6割減少している

○経営基盤や技術開発力、販売力が脆弱とされる中小企業の従業者数のウエイトが高い

- ・中小企業数の割合は、全国と大きな違いはないが、全従業者数に占める中小企業の従業者数の割合は84.4%と全国66.0%に比べて高い
中小企業数の割合 四国平均99.9% [全国平均99.7%]

○全国に占める四国の割合

- ・面積5.0%、総人口3.2%
- ・就業者人口3.1%、域内総生産額2.7%、年間商品販売額1.97%
- ・産業分野ごとに見ると農業（農業産出額）4.8%、林業（木材産出額）6.5%、水産業（漁業生産額(海面漁業・養殖業生産額)）12.9%、製造業（製造品出荷額等）3.2%、商業（小売販売額）2.9%
- ・GDPに占める第二次産業、第三次産業の割合は全国と大きな違いはないが、第一次産業のウエイトが高い 第一次産業の割合（H22年度） 四国平均2.3% [全国平均1.1%]

3. 四国の産業競争力を維持・強化するための分野別戦略等

四国の産業競争力を維持・強化するためには、人口減少・高齢化の進展を背景とした市場の縮小による企業活動の停滞、そのことによって、雇用が減少し、さらに市場が縮小するというマイナスのスパイラルを断ち切り、外部の市場を切り拓いていくことなどによって、力強い成長を促し、雇用を増加させるというプラスのスパイラル（経済の好循環）に転換させていく必要があります。

その実現に向け、前述の「2（3）戦略の基本的な考え方」のもと、産業界や大学、行政、金融機関等が連携して、戦略的かつ、実践的な取り組みを推進します。

併せて、経済成長をはじめ、福祉や医療など社会全体に大きな影響を及ぼす「人口減少」という四国の構造的な課題の解決にも、挑戦していきます。

注）以下の戦略等は、「各県、国の地方支分部局等における産業政策」と「本戦略において位置付ける四国全体の「重点戦略プロジェクト」」に分かれます。

この「重点戦略プロジェクト」は、四国内の関係機関が連携して進める本戦略独自の「連携プロジェクト」と、各県が四国全体への波及効果を目指して重点的に進める「各県プロジェクト」の2つに分類されます。（後述）

（1）四国の産業競争力を維持・強化するための分野別戦略等

戦略の基本的な考え方① 地域資源や技術を活かして競争力を強化する

◆グローバルな競争にも勝ち抜ける力強いものづくり産業を再興する

製造拠点の海外移転や集約化により、製造業の空洞化やそれに伴う雇用の喪失が懸念されます。グローバルな競争にも勝ち抜き、国内外の新たな需要を取り込むために、四国の成長を支えるものづくり産業の強化に取り組みます。

また、四国の特性や強みを活かす観点から、全国に占める割合が高い、紙や炭素繊維などの素材産業、造船業などにおいて、産業集積を活かした産業の強化に取り組みます。

○ものづくり企業の確かな成長を支える技術や製品の研究開発等を推進するとともに、エネルギーコストの低減に向けた省エネルギー投資をはじめ、生産設備の新陳代謝等を促進します。

- ・技術開発・製品開発の技術的、資金的支援
- ・大学や公設試験研究機関等との共同研究の促進
- ・設備投資誘発策による企業の設備投資の促進 等

○知的財産の戦略的活用を促し、新たな事業展開・成長に結びつけます。

- ・知財総合支援窓口をはじめとする知的財産支援施策活用の促進 等

○工業団地の造成や工場跡地・遊休地の有効活用、企業立地環境の強化等により、積極的な企業誘致活動を展開します。

- ・南海トラフ地震に対応できる安心・安全な工業団地の開発や用地の確保

- ・新規の企業立地に対する支援措置の実施・充実や既存立地企業のニーズへの適切な対応 等

○紙産業など四国に集積する産業の一段の高度化を図ります。特に、「四国の強み」であるニッチトップ企業や不織布・機能紙関連産業などの更なる競争力強化を図るため、炭素繊維等高機能素材を活用した高付加価値な素材・部材・製品を開発・供給する拠点（次世代マテリアル・クラスター四国）の形成を目指します。

- ・先端素材メーカーとの連携
- ・4県が連携した高機能素材に関する知識を有する人材育成
- ・公設試験研究機関等への試験機器等の導入及び産学官連携による技術支援
- ・成長市場のニーズ等の収集等と市場開拓支援 等

◆四国の持続的な成長の糧となる新たな産業の創出や起業・創業等を促進する

四国の産業を持続的に成長させていくためには、四国の経済を牽引してきた産業の再興に加えて、新しい活力を生み出していくことが必要です。社会経済情勢の変化や消費者ニーズの高まりに対応した新たな産業の創出や、地域の需要や雇用を支える事業を興す起業・創業等を促進します。

○医療・介護関連産業、健康関連産業、環境・エネルギー関連産業、防災関連産業、クリエイティブ関連産業などの新たな産業の創出に取り組みます。

- ・新たな産業づくりを進めるための仕組みの構築・強化、ニーズの掘り起し・マッチング
- ・ものづくり企業等の参入支援
- ・製品、サービス等の開発支援、販路開拓支援
- ・地域主導型の再生可能エネルギーの導入促進 等

○官民が連携した創業支援体制のもと、企業のスタートアップ段階をサポートし、創業やベンチャー企業の創出を促進します。

- ・シェアオフィス等の整備促進、入居者へのサポート
- ・創業支援ネットワークの構築
- ・創業支援窓口、創業セミナー、専門家による経営指導、補助金等資金提供等、多様な支援施策の提供 等

○地域の社会的課題の解決に取り組む地域ビジネスの創出を促進します。

- ・地域ビジネスの創出・発展を継続的に支援
- ・社会起業家の輩出・活用の促進 等

◆産学官連携等によりイノベーションを促進する

グローバルな競争に勝ち抜いていくためには、技術の高度化や新たなビジネスモデルの創出などにより、その競争力をオンリーワンのレベルまで高めていくことが重要です。幅広い分野において、産学官連携、企業間連携、大学間連携などの多様なネットワークの下、イノベーションを促進し、四国の産業の競争力を高めていきます。

- 産学官連携、企業間連携、大学間連携等、多様なネットワークを構築・強化するとともに、産業支援機関の支援機能の充実などを図ります。
- 大学や公設試験研究機関等に蓄積された知識や研究成果等を活かして企業の新たな事業化を促進します。
 - ・大学や公設試験研究機関等の研究成果の企業への移転
 - ・産学官連携による共同研究の推進、技術支援
 - ・「四国産学官連携イノベーション共同推進機構」の更なる機能強化 等
- 新技術・新製品の開発に際して、組織の枠組みを越え、広く知識・技術の共有を図るオープン・イノベーションを推進することにより、四国地域のものづくり企業と大企業・異業種企業とのマッチングの場の整備と連携を促進します。
 - ・大企業・異業種企業の技術ニーズ紹介・技術マッチング
 - ・大企業・異業種企業・大学等の開放特許の紹介・技術マッチング 等
- 産学官のネットワークにより、第一次産業の技術革新、医療・介護等成長分野におけるものづくり革新及び、それを担う人材の育成を進めます。
 - ・第一次産業の生産現場における新しい生産技術の確立
 - ・医工連携支援ネットワークの構築
 - ・イノベーションを担う人材の育成 等
- 知的財産の戦略的な活用を促進し、イノベーションを継続的に創出します。
 - ・中小・ベンチャー企業の知財マネジメント強化の支援
 - ・中小・ベンチャー企業による、自ら保有する知的財産の適切な管理・活用や外部の知的財産の活用の支援 等

◆競争力を高め、職業として魅力を感じる農林水産業を確立する

多くの人々を惹きつける魅力ある四国の産物は、豊富な農林水産物に支えられています。四国の農林水産業の強みを次の世代に引き継いでいくため、競争力を高め、職業として魅力を感じる農林水産業の確立を目指して取り組みを加速します。

《第一次産業の担い手》

- 相談から就業まで、各段階に応じたきめ細かな対応により、第一次産業を支える担い手の育成・確保を図ります。
 - ・就業希望者への相談対応、支援制度等の情報提供（U・Iターン者等にも積極的にアプローチ）
 - ・段階に応じた技術習得研修の実施、研修手当等の支給
 - ・研修終了後のサポート（初期投資の負担軽減、給付金の支給等） 等

《農業》

- 自立する農業経営を実現するため、農地の効率的な活用や、農産物の高収量・高品質化、経営体の強化などの取り組みを加速します。また、生産条件が不利な中山間地域においても、安心して農業が続けられるよう、取り組みを進めます。
 - ・担い手への農地の集積・集約化（農地中間管理機構の整備・活用）、耕作放棄地の解消の加速化

- ・ICTを活用した経営・生産管理
- ・新たな生産技術の開発・普及促進、環境保全型農業の推進
- ・生産から流通・販売まで一体となった付加価値向上・ブランド化の取り組み、流通方法等の改善によるコストの低減
- ・6次産業化や農商工連携等に取り組む農業者・事業者への支援
- ・集落営農の促進
- ・日本型直接支払（多面的機能支払）による地域活動や営農活動への支援
- ・法人化や大規模経営化の促進による経営体の強化
- ・学校給食、産直市の活用などによる地産地消の推進 等

《林業》

- 四国の豊富な森林資源を余すことなく活用するため、生産の効率化や新たな需要の創出、原木の生産から加工・流通・販売までの体制の確立などの取り組みを加速します。
 - ・森林の集約化、効率的な生産システムの導入
 - ・加工体制の強化
 - ・住宅や公共建築物等での木材の利用促進などによる地産地消の推進
 - ・流通の効率化、販売力の強化
 - ・森林資源の新たな需要創出（木質バイオマスのエネルギー利用の推進等） 等

《水産業》

- 恵まれた水産資源を有効かつ持続的に活用するため、漁業生産量の確保や魚価の向上、養殖漁業の振興、水産物の認知度向上、消費拡大などの取り組みを加速します。
 - ・漁場の整備、生産現場への先端技術の導入
 - ・水産物の販売強化、ブランド化
 - ・6次産業化に取り組む漁業者の支援
 - ・学校給食、産直市の活用などによる地産地消の推進 等

◆四国産品や観光資源を多くの人々を惹きつけるものに磨き上げる

四国には、各県それぞれに魅力のある農林水産物やそれを活かした加工品、観光資源などが豊富にあります。これをさらに磨き上げ、新たなものを生み出し、国内のみならず海外の人々も惹きつける魅力あるものへと価値を高めます。

《四国産品》

- 地域の資源の発掘・磨き上げを行い、その価値を高く評価され、市場から求められる商品づくりを追求します。
 - ・テストマーケティング手法を活用した商品の磨き上げ
 - ・デザインや感性を重視した商品づくり
 - ・消費者への安全・安心な商品の提供
 - ・6次産業化や農商工連携などの取り組みの加速化 等

《観 光》

- 観光地間の連携・市町村間の連携・四国4県の連携等、各主体が多様に連携しつつ、地域の観光資源の発掘・磨き上げを行い、多くの観光客に旅行先として選んでもらい、リピーター来訪につなげる魅力ある観光地、旅行商品づくりを進めます。
 - ・四国歴史文化道等、テーマ性やストーリー性を持ちながら様々な魅力を来訪者に提供することができる周遊ルートづくりなどの広域観光の促進
 - ・観光客のニーズを満たす新たな観光資源の発掘・磨き上げと地域が主体となった満足度の高い着地型旅行商品づくり
 - ・豊かな自然や歴史、伝統文化、インフラ施設などを活かしたグリーンツーリズムやブルーツーリズム、エコツーリズム、サイクルツーリズム、インフラツーリズムなどの体験型観光の推進
 - ・地域の観光資源の発掘と着地型旅行商品づくりを行う地域観光の担い手の育成
 - ・潜在的な地域資源を掘り起こし、それらを融合・ネットワーク化した交流人口の増大等に資する新たなビジネスの推進 等
- 「四国八十八箇所霊場と遍路道」の世界遺産登録に向け、官民挙げて取り組みを推進します。

戦略の基本的な考え方② 国内外の新たな市場を切り拓く

◆ものづくりの高い技術力等を国内・海外に売り込む

海外進出する企業の増加や国内工場の集約化が進んだ結果、最終製品を持たない部品や素材メーカーであっても、系列に依存しない独自の販路開拓が必要になってきています。

ものづくりの高い技術力等を官民挙げて売り込むことで、受注機会の拡大を図ります。

- 見本市・商談会等への出展や情報発信、営業活動などを通じて、官民を挙げて四国の技術力等を売り込むことにより、国内・海外での販路の拡大を図ります。また、大企業の技術ニーズとのマッチングなどを通じて、四国企業の技術力等を売り込むことにより、大企業との取引を開拓します。
 - ・展示商談会などの場の創出・マッチング支援
 - ・四国外の産業支援機関と連携した大企業のニーズとのマッチング
 - ・技術力等のPR
 - ・企業の営業活動へのサポート
 - ・海外展開の支援 等

◆多くの人々を惹きつける四国産品や観光資源を国内・海外に売り込む

様々なモノやサービスなどが溢れている現在、市場や消費者に選んでもらうためには、他との差別化を図り、ターゲットとする顧客や市場に対して、その特徴や価値などを積極的にPRしていく必要があります。

特に、急速な経済成長を続けているアジアをはじめとする新興国などへの輸出に挑戦し、新たな市場を切り拓いていくことが重要です。

国内のみならず海外の人々も惹きつける魅力あるものへと価値を高めた農林水産物やそれを活かした加工品、観光資源などを、官民挙げて国内・海外に売り込むことで、四国ブランドとしての浸透を図ります。

《四国産品》

○見本市・商談会等への出展や情報発信、営業活動などを通じて、官民を挙げて四国の産品を売り込むことにより、国内・海外での販路の拡大を図ります。

- ・展示商談会・見本市への出展やバイヤーとの商談の機会の創出
- ・物産展やフェアなどの開催やマスメディアを活用した消費者の認知度アップ
- ・海外での商談会や見本市の開催・売り込み、農林水産物の戦略的な輸出促進
- ・生活圏や県域を越えた産品・サービスの交流の拡大 等

《観 光》

○国内・海外から多くの観光客に四国に繰り返し訪れていただけるよう、旅行商品の売り込みや、観光情報の発信、受入態勢の充実、魅力あるイベントの開催などを行います。

- ・旅行商品化の促進などを図るための官民一体となった旅行会社等へのセールス
- ・旅行雑誌やテレビ、映画などのマスメディア、インターネットやソーシャルメディアなどを活用した情報発信、多様な情報ツールによる旬の観光情報等の発信
- ・食や自然、歴史、文化、スポーツなど、地域の魅力を活かしたイベントやキャンペーンの充実
- ・観光客の満足度向上につなげるハード・ソフト両面の受入環境の整備
- ・外国人観光客の増加を図るための四国が一体となった外国向けの旅行業者・マスコミの誘致活動、四国内観光ルートの設定、受入態勢の充実
- ・四国の観光地等を紹介する海外向け放送等コンテンツによるPRの推進
- ・コンベンションやスポーツ大会、各種合宿などの誘致 等

《中長期を見据えた戦略》

○2020年に開催される「東京オリンピック・パラリンピック」や2021年に関西で開催される「ワールド・マスターズ・ゲームズ」の大きな経済効果を四国に波及させるために、官民挙げて外国人観光客の誘客や四国産品の売り込みを行います。

◆成長著しい海外の活力を積極的に取り込む

アジアをはじめとする新興国が急速な経済成長を続けています。こうした海外需要の取り込みや、各国の多様なポテンシャルを活かした海外展開などを支援します。

○海外展開を行う潜在力を持つ中小企業・小規模企業の掘り起しや、支援施策の有効な投入などにより、企業の海外展開を促進します。

- ・企業間交流の推進・ネットワーク化による情報共有や新たな事業展開の推進
- ・海外展開に必要な現地情報の提供、専門家のハンズオン支援
- ・国際見本市への出展支援 等

○企業の海外展開を担う国際感覚を持った人材を育成します。

戦略の基本的な考え方③ 産業の成長を支える人材を育成・確保する

◆学びの場を創り出し、四国の産業の成長を支える多様な人材を育てる

人は、企業の成長や地域の活力の原動力になる四国の財産です。人口が減少していく四国だからこそ、企業や地域を担う人材の質を向上させる取り組みをこれまで以上に重点的に進めていくことが重要です。このため、様々な世代、ニーズに応じた学びや交流の場を創り出し、四国の産業の成長を支える多様な人材を育成します。

- 次代を担う子どもたちの発達の段階に応じた体系的なキャリア教育を推進します。
 - ・学校における望ましい職業観・勤労観を育む取り組みの推進（職場見学・体験、企業見学・実習・インターンシップ等） 等
- ビジネスのスキルやノウハウ、ものづくり技術などに優れた人材やグローバル人材、起業・創業に挑戦する人材、第一次産業や観光産業の担い手などを育成します。
 - ・地元企業のニーズに即した職業訓練の充実
 - ・基礎から実践までビジネスに必要なスキルや知識を習得する研修の実施
 - ・ものづくりの技術や技能を習得する研修の実施、ものづくりの技術や技能の継承
 - ・農林水産業の従事者に対する生産技術等の研修の実施
 - ・地域の観光を担う人材育成研修の実施 等
- 地域の課題の解決（地域ビジネスの創出、コミュニティの活性化）を通して地域社会で活躍できる人材を育成します。
 - ・地域ビジネスの成功事例の知見・ノウハウの共有
 - ・学びと交流の場の創設 等
- 社員・顧客・地域を大切にする経営の実践により、地域から大切にされ、永続的に成長する企業の経営者等を育成します。
 - ・社員・顧客・地域を大切にする経営を実践する企業の表彰
 - ・先進企業との勉強会、研修会、交流会の開催 等

◆四国の活力となる人材を呼び込む

四国の生産年齢人口が今後も大幅に減少する中、多様な人材を厚みをもって確保するためには、四国の中で人材を育成することに加え、外部に人材を求めていくことも重要です。企業や地域を支え、新たな活力を生み出す人材を外から呼び込むための取り組みを進めます。

- 移住やUJ1ターンなどの促進により、企業や地域が求める人材の確保を図ります。
 - ・移住の相談会開催・情報発信、移住希望者へのサポート
 - ・UJ1ターンの就職相談会開催・情報提供
 - ・サテライトオフィス、シェアオフィス等、起業環境の整備
 - ・全国に向けた四国の魅力の情報発信 等

◆多様な人材の活躍を促進する

一人ひとりが能力を発揮することで生き生きと働く「全員参加の社会」の実現に向けて、また、企業の競争力を強化するため、女性、高齢者、外国人等の多様な人材の活躍を促進し

ます。

- 女性、高齢者等が活躍できる環境整備を図ることにより、就業率の向上と多様な人材の活躍を促進します。
 - ・女性の活躍機会の拡大に向けた取り組み
 - ・豊富な知識・経験を持つ高齢者の活躍機会の拡大に向けた取り組み 等
- 若者の地域企業への就職・定着と外国人の活躍を促進します。
 - ・若者の地元企業への就職支援及び若手従業員の定着促進
 - ・意欲ある中堅・中小企業の海外展開を促進するため、グローバルビジネスへの橋渡し役となる外国人の活躍を促進（我が国に來ている外国留學生の就職あっせん支援等） 等

四国の産業基盤の強化に資する戦略（3つの戦略の基本的な考え方の底支え）

◆産業競争力を高める産業インフラ等の整備・利活用を促進する

人やモノの行き来がさらに活発になるよう、道路、鉄道、空港、港湾、情報通信基盤等の産業インフラ等の整備・利活用を促進します。また、四国に立地する企業が安心して事業活動を進め、競争力を強化していくうえでも欠かせない南海トラフ地震・津波に強いインフラの整備を推進します。

- 全国との企業間競争や観光客の誘客競争に打ち勝つため、コストの削減や時間の短縮、情報格差の是正、南海トラフ地震への対応力の強化等に取り組みます。

- ・四国8の字ネットワークの早期整備、幹線道路網の整備促進
- ・観光地へのアクセス性の向上
- ・四国への新幹線導入を含めた鉄道高速化に向けた取り組み
- ・国際物流ターミナルや耐震強化岸壁の整備促進
- ・河川、海岸堤防等の地震・津波対策の推進
- ・鉄道、フェリーなどの交通機関の維持・存続
- ・超高速ブロードバンド基盤整備の促進
- ・災害対応力強化のためのエネルギー供給網の強靱化 等

- 産業インフラを企業の活動や観光客の誘客などに活かします。

- ・企業立地の受け皿となる工業団地の造成や用地の確保
- ・すべての産業で超高速ブロードバンド基盤を活用し、生産性の効率化・高度化、電子商取引、情報発信、テレワーク等を進めるとともに、クラウド、センサー、オープンデータ・ビッグデータなどの高度なICTの活用を図り、競争力の強化を促進
- ・外国人観光客等の誘客を図るための国際定期便の利用促進や国際チャーター便の就航促進、大型クルーズ客船・LCCの誘致活動、無線LAN環境の整備 等

◆四国の中小企業・小規模企業、地場産業の経営の安定化や新たな挑戦を促すサポート環境を整える

中小企業・小規模企業、地場産業は、市場の縮小や後継者不足などにより、事業者数が年々、減少しています。四国の成長を下支えする活力を取り戻せるよう、経営の安定化や新たな挑戦を促進します。また、事業の円滑な承継を促し、雇用や技術の維持、事業基盤の強化等を図ります。

○県、産業支援機関、金融機関等が連携し、中小企業・小規模企業の経営の安定化を支援します。

- ・事業再生に向けた経営サポート、資金調達が困難な事業者への資金供給
- ・経営多角化・新事業展開等に向けた経営サポート体制の強化
- ・成長を支える人材の育成・活用
- ・生産性を向上し、競争力を高める設備投資の促進
- ・地域の実情に即した商店街の機能強化、地域経済の牽引力を有する中心市街地への重点的な支援
- ・既存企業・創業希望者への事業引継のマッチングや親族内承継等のサポート 等

○地場産業を活性化・発展させるため、伝統と技術を受け継ぎ、新しい挑戦を支援します。

- ・技術の高度化、付加価値の高い商品づくり、ブランド化
- ・展示商談会などの場の創出、製品等のPR
- ・後継者の育成、事業承継の促進 等

(2) 四国の構造的な課題「人口減少」に立ち向かう社会の構築に向けて

少子・高齢化が急速に進行する中であって、四国の持続的な発展を実現するためには、産業振興策の強化とともに、人口減少をできるだけ食い止める手立てを講じていくことが最大の経済成長戦略となります。

この人口減少の最も大きな要因である少子化の進行は、近い将来、国家的な危機を招きかねない状況にあり、出生率の向上などにより、これに歯止めをかけることが我が国の喫緊の課題となっています。

このため、「人口減少に立ち向かう社会の構築」を目指して、本戦略の産業面の取り組みも含め、様々な分野において、少子化対策の取り組みを官民一体となって進めます。

(主な取り組み)

- ・結婚、出産、子育て層の経済的不安の払拭
- ・出産や保育、子どもの医療、教育に関する経済的負担の軽減
- ・仕事と育児の両立に必要な保育施設・保育サービスの充実・多様化
- ・女性が働きながら出産・育児ができる勤務制度の整備・充実
- ・子育てしやすい環境を生み出すワーク・ライフ・バランスの推進

◎上記の取り組みなどを四国が一体となって検討・推進するため、四国の行政・企業等で構成する「四国少子化対策会議（仮称）」を設置

4. 重点戦略プロジェクト

四国の産業競争力をさらに高いレベルに引き上げるための戦略や、新たな産業を創出するための戦略を四国全体の「重点戦略プロジェクト」として推進します。

この「重点戦略プロジェクト」は、以下の「連携プロジェクト」と「各県プロジェクト」の2つに分類されます。

(1) 四国の未来を切り拓く「連携プロジェクト」

各県単独では乗り越えられない壁を四国が連携することによって乗り越えていけるような取り組みや、四国の連携であるからこそ相乗効果を発揮し、各県等の施策の後押しにつながる取り組みを「四国の未来を切り拓く「連携プロジェクト」」として位置づけ、関係機関に広く参画を呼びかけながら、プロジェクトリーダーのもと、四国内の関係機関が協力して取り組みを進めます。

「高機能素材関連産業」や「食と健康関連産業」「観光産業」「環境・エネルギー関連産業」など、四国の新たな活力と付加価値を生み出す成長産業として期待される分野において、この連携プロジェクトなどを通して、競争力の更なる強化を図っていきます。

＜連携プロジェクトの項目＞ ※各プロジェクトの内容は19～30ページ参照

戦略の基本的な考え方①地域資源や技術を活かして競争力を強化する

- 高機能素材関連産業創出プロジェクト
- 四国地域製造業の技術競争力強化によるイノベーションの促進プロジェクト
- 健幸支援産業の創出プロジェクト
- 健康食品等の機能性表示と四国産品の6次産業化推進プロジェクト
- 四国ならではの観光資源づくりプロジェクト

戦略の基本的な考え方②国内外の新たな市場を切り拓く

- 四国企業販路開拓マッチングプロジェクト
- 四国産品の大都市圏への売り込みプロジェクト
- 四国まるごと・東アジア売り込みプロジェクト

戦略の基本的な考え方③産業の成長を支える人材を育成・確保する

- 四国の次代を担う人材育成プロジェクト
- 四国の活力となる人材を呼び込むプロジェクト

四国の産業基盤の強化に資する戦略（3つの戦略の基本的な考え方の底支え）

- 事業譲受希望者とのマッチングによる事業承継支援プロジェクト

(2) 四国の発展につながる「各県プロジェクト」

各県が進める産業政策において、重点的な取り組みを進めているものや、その波及効果が単県に留まらず、四国全体、国全体に広がる可能性のあるものを「四国の発展につながる「各県プロジェクト」」として位置付け、取り組みを加速します。

＜各県プロジェクトの項目＞ ※各プロジェクトの内容は 31～42 ページ参照

【徳島県】

- 徳島健康・医療クラスター構想推進プロジェクト
- LEDバレイ徳島推進プロジェクト
- 攻めの徳島農林水産業プロジェクト

【香川県】

- 「かがわ希少糖ホワイトバレー」プロジェクト
- オリーブ産業強化プロジェクト
- 世界に発信「アートの香川」プロジェクト

【愛媛県】

- 愛のくに えひめ営業本部を核とした「実需の創出」プロジェクト
- 愛媛の優れたものづくり技術情報の発信プロジェクト
- 瀬戸内しまのわ 2014 及び国際サイクリング大会の開催プロジェクト

【高知県】

- 防災関連産業の育成・強化プロジェクト
- 次世代施設園芸団地の整備促進プロジェクト
- CLTの推進による林業・木材産業活性化プロジェクト

なお、上記の各県プロジェクトも含め、徳島県、香川県、愛媛県、高知県の4県では、産業競争力の強化に向け、それぞれの特性や強みを活かした産業政策(16、17 ページ参照)により各種のプロジェクト等を力強く展開していきます。

《各県の産業政策の概要等》

| | 計画の特徴・概要等 |
|---|--|
| <p>いけるよ！ 徳島・行動計画</p> <p>計画期間：平成 23年度～平成26 年度</p> <p>《徳島県》</p> | <p>○当計画は、平成26年度までの4年間の県政運営指針であり、7つの基本目標を定め、「進化する行動計画」として毎年度、必要な改善見直しを実施。</p> <p>○特に、産業政策の分野は、基本目標の「経済・新成長とくしま」や「にぎわい・感動とくしま」などにおいて「徳島の強み」を活かした時代を先取る各種プロジェクトを積極的に位置付け、強気に推進。</p> <p>○本県の競争力強化に向けた特徴的な取組み（各県プロジェクト以外）として、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「とくしまクリエイティブプロジェクト」では、アニメや4K8Kなどのクリエイティブ産業の振興と集積 ・「とくしまサテライトオフィスプロジェクト」では、過疎地域を中心に高速ブロードバンド環境を活用した企業のサテライトオフィスの進出促進 ・「自然エネルギー立県とくしま推進戦略」では、本県の豊かな自然や技術を生かした自然エネルギーや省エネルギー産業の創出・育成 ・「観光立県とくしま戦略」では、「おどる宝島！とくしま」キャンペーンや体験型観光・スポーツ合宿、「にし阿波～剣山・吉野川観光圏」による観光誘客の推進 ・「とくしまグローバル戦略」では、東アジア・東南アジアに向けた企業の海外販路開拓・海外展開の支援や外国人観光誘客の促進 ・「次世代林業プロジェクト」では、県産材の生産量・消費量「倍増」による林業・木材産業の成長産業化の実現 などを戦略的に展開。 |
| <p>香川県産業成長 戦略</p> <p>計画期間：平成 25年度～平成34 年度</p> <p>《香川県》</p> | <p>○社会経済環境の急激な変化に対応し、「力強く着実に成長していく経済社会」を目標とする中長期的な視点に立った戦略的な産業振興の指針。</p> <p>○目標達成の戦略方針として、①人口減少・少子高齢社会がもたらす社会構造の変化などのマイナスの影響を最小化し、プラスに変えていく、②本県の産業や地域の強みを最大限生かすとともに、産学官や異業種などの多様な連携の促進を図る、③アジアを中心とした海外の活力を積極的に取り込む、の3つを掲げている。</p> <p>○この戦略方針を踏まえ、地域の強みを生かした、新たな活力と付加価値を生み出す成長産業の育成・集積を図るため、「食品・バイオ」、「健康」、「ものづくり」、「エネルギー・環境」、「農産物づくり」、「観光」の6分野を今後の成長のエンジンとなる分野に位置づけている。</p> <p>○成長のエンジンとなる分野において、本県ならではの地域資源・技術等を生かして、新たな活力や付加価値を生み出す成長産業を育成するため、「希少糖」、「オリーブ」、「K-MIX（かがわ遠隔医療ネットワーク）」、「ものづくり」、「アート」の5つを重点プロジェクトとして取り組む。</p> <p>○各産業分野に共通する施策について、①独自の強みを持つ企業の競争力強化の支援、②海外市場に挑む企業の海外展開の支援、③産業の成長を支える人材の育成・確保、④企業立地や企業活動を支えるための産業基盤の強化、の4つを横断的戦略として取り組む。</p> |

| | 計画の特徴・概要等 |
|---|---|
| <p>愛媛県産業振興指針 愛媛県経済成長戦略 2010</p> <p>《愛媛県》</p> | <p>○第二次産業が集積する東予地域、第三次産業が盛んな中予地域、第一次産業が中心の南予地域と、地域ごとにバランスの取れた産業構造が、本県の魅力の1つであり底力となっている。</p> <p>○こうした地域特性等を踏まえ、本県経済の持続的な発展を目指して、食品ビジネス、環境・エネルギービジネス、健康ビジネス、観光ビジネスの4つを重点戦略分野として定めた「愛媛県経済成長戦略 2010～経済版えひめマッスルプラン～」を先行して策定し、68の戦術にアクションプログラムを設け、施策展開。</p> <p>○この戦略を核に、「愛媛の底力の発揮」により県経済全体の底上げにつなげていくため、地域別の現状と課題を踏まえた業種別振興方針と成長企業への脱皮を図る企業力振興方針を加えた「愛媛県産業振興指針」を策定・推進。</p> <p>○指針の核となる経済成長戦略 2010 における特徴的な取組み例は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品ビジネス：「愛育フィッシュ」の普及促進、農商工連携の常態化、東アジア市場をターゲットとした海外販路の開拓 など ・環境・エネルギービジネス：炭素繊維の加工・製品開発に関する研究、電気自動車等の技術開発、再生可能エネルギー導入促進のための環境整備 など ・健康ビジネス：無細胞タンパク質合成技術の活用支援 など ・観光ビジネス：東アジアをターゲットとしたインバウンドの推進、サイクリングにより健康と生きがいと友情が得られる「自転車新文化」の創造 など |
| <p>第2期高知県産業振興計画 ver. 2</p> <p>計画期間：平成24年度～平成27年度 (第1期：平成21年度～平成23年度)</p> <p>《高知県》</p> | <p>○産業間の連携を重視し、かつ生産面だけでなく、加工、流通、販売も合わせて支援するトータルプラン。第2期計画では、新たに、目指す将来像（10年後の成功イメージ）や、各産業分野の4年後・10年後の目標などを設定。</p> <p>○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、農業・林業・水産業・商工業・観光の5つの産業分野及びこれらを結ぶ連携テーマで構成する「産業成長戦略」348 施策と、7つの地域ごとに、それぞれの地域で進める「地域アクションプラン」230 事業を実施。PDCA サイクルを通じて毎年度バージョンアップ。</p> <p>○外商の推進母体となる「高知県地産外商公社」を設立し、首都圏アンテナショップ「まるごと高知」を拠点に、官民挙げて「外商活動」を推進するほか、「ものづくりの地産地消」や防災関連産業の振興、5つの分野による研究会方式による企業支援、産業人材育成研修「土佐まるごとビジネスアカデミー」の開講、「高知家」プロモーションと連動した移住促進など、本県独自の施策を展開中。</p> <p>○平成26年度は、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」の一貫したサポート体制の確立や、「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策等を盛り込むなど、計画全体をさらにバージョンアップし、産業振興計画の取り組みをさらに加速。「高知家」のコンセプトの下、地産地消・地産外商、観光振興、移住促進の政策群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していく。</p> |

重点戦略プロジェクト（目次）

□四国の未来を切り拓く「連携プロジェクト」

- 高機能素材関連産業創出プロジェクト 19 P
- 四国地域製造業の技術競争力強化によるイノベーションの促進プロジェクト . . . 20 P
- 健幸支援産業の創出プロジェクト 21 P
- 健康食品等の機能性表示と四国産品の6次産業化推進プロジェクト 22 P
- 四国ならではの観光資源づくりプロジェクト 23 P
 - ・サイクリング
 - ・四国遍路
- 四国企業販路開拓マッチングプロジェクト 25 P
- 四国産品の大都市圏への売り込みプロジェクト 26 P
- 四国まるごと・東アジア売り込みプロジェクト 27 P
- 四国の次代を担う人材育成プロジェクト 28 P
- 四国の活力となる人材を呼び込むプロジェクト 29 P
- 事業譲受希望者とのマッチングによる事業承継支援プロジェクト 30 P

□四国の発展につながる「各県プロジェクト」

【徳島県】

- 徳島健康・医療クラスター構想推進プロジェクト 31 P
- LEDバレイ徳島推進プロジェクト 32 P
- 攻めの徳島農林水産業プロジェクト 33 P

【香川県】

- 「かがわ希少糖ホワイトバレー」プロジェクト 34 P
- オリーブ産業強化プロジェクト 35 P
- 世界に発信「アートの香川」プロジェクト 36 P

【愛媛県】

- 愛のくに えひめ営業本部を核とした「実需の創出」プロジェクト 37 P
- 愛媛の優れたものづくり技術情報の発信プロジェクト 38 P
- 瀬戸内しまのわ2014及び国際サイクリング大会の開催プロジェクト 39 P

【高知県】

- 防災関連産業の育成・強化プロジェクト 40 P
- 次世代施設園芸団地の整備促進プロジェクト 41 P
- CLTの推進による林業・木材産業活性化プロジェクト 42 P

四国の未来を切り拓く「連携プロジェクト」

【連携プロジェクト】高機能素材関連産業創出プロジェクト

| | | | |
|--|---|-------|--|
| プロジェクトの概要 | | | |
| <p>〔プロジェクトの概要〕 紙産業集積の高度化を図るとともに、炭素繊維、アラミド繊維などの製造拠点集積を活かし、素材の高度な機能を活用した高付加価値製品の開発・供給拠点「次世代マテリアル・クラスター四国」の形成を目指す。</p> <p>〔プロジェクト化にあたっての現状・背景等〕 ・高機能素材は、航空機産業から自動車産業、環境・エネルギー産業などにおいて需要が急速に拡大し、成長産業として大きな期待が寄せられている。 ・四国には、炭素繊維やアラミド繊維などの高機能素材を供給する大手素材メーカーや、素材を活用するニッチトップ企業が多数立地している。 ・素材産業が集積する四国の強みをさらに強化・高度化することで拠点機能を高め、「先端分野」、「環境・エネルギー分野」等に展開するとともに、四国が全国に先行して抱える「インフラ・防災分野」、「生活・文化産業分野」等の課題解決を通じて全国・海外へのビジネス展開を図っている。</p> | | | |
| 取組の内容 | | | |
| <p>◇四国経済産業局のネットワークを活用した市場展開支援 ・国内外のネットワークを構築し、成長市場の課題やニーズをいち早く収集し、成長市場に多用途展開を目指す企業の活動を支援</p> <p>◇四国4県等による高機能素材関連の人材養成 ・四国4県の産業支援機関及び公設試験研究機関等が連携・役割分担した人材の養成</p> <p>◇公設試験研究機関等による技術支援 ・四国4県公設試験研究機関への試験研究・検査機器等の整備 ・地域企業の高機能素材を活用した試作開発、性能評価等の技術支援</p> <p>◇紙関連研究機関のナショナルセンター化の検討 ・紙産業の高度化を図るため、日本随一の最先端「紙」研究開発拠点化（ナショナルセンター化）の検討</p> | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ |
| | <p>（ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のもので、進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります）</p> | | |
| ◇四国経済産業局のネットワークを活用した市場展開支援 【取組主体】 四国経済産業局、四国4県、四国地域イノベーション創出協議会及び会員支援機関 | <p>国際フォーラム、企業訪問、戦略会議、海外市場調査、シーズ・ニーズ発信会、連携交流会、プロジェクト別研究会、事業化・製品化、展示会等</p> | | <p>次のようにステップ毎に実施 ＜第1ステップ＞ 人材養成事業による基礎知識・技術習得 ＜第2ステップ＞ 企業訪問等によるネットワーク形成 ＜第3ステップ＞ 戦略会議開催によるチーム編成、テーマ決定、研究会発足 ＜第4ステップ＞ 研究会開催を通じた研究開発支援・技術支援、ビジネスモデル検討等 ＜第5ステップ＞ 事業化・製品化</p> |
| ◇四国4県等による高機能素材関連の人材養成 【取組主体】 同上 | <p>ネットワーク形成のための交流会、最新技術習得講習会・実習、市場動向等知識習得フォーラム等</p> | | |
| ◇公設試験研究機関等による技術支援 【取組主体】 四国経済産業局、四国4県公設試験研究機関等 | <p>技術支援（試験研究・検査設備の設置、専門家による講習会・技術指導等）、試作品の開発試験・性能評価（公設試験研究機関の設備活用）等</p> | | |
| ◇紙関連研究機関のナショナルセンター化の検討 【取組主体】 四国経済連合会、四国経済産業局、四国4県等 | <p>紙関連研究機関（公設試・大学）の集積を活かしナショナルセンター化に向けた検討（研究開発支援、マッチングサイト「四国は紙国」機能強化など）</p> | | <p>＜第1ステップ＞ 関係機関が結集し『具体案』を検討（四経連/産業委員会等の場活用） ＜第2ステップ＞ 『具体案』の具現化に向け検討</p> |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | 四国経済産業局 徳島県 | | |

【連携プロジェクト】四国地域製造業の技術競争力強化によるイノベーションの促進プロジェクト

| | | | | |
|--|---|-------|------|---|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>[プロジェクトの概要] 四国の企業と四国内外の大企業・大学等との技術マッチングを促進し、マッチングの成果を事業化に結びつけることによって、四国地域製造業の技術競争力強化とイノベーション（技術革新）を促進する。</p> <p>[プロジェクト化にあたっての現状・背景等] ・最近のグローバル競争の進展、製品のライフサイクル短縮化、技術の複雑化等により、ものづくり企業が自社単独でイノベーション（技術革新）を促進し、国際競争力のある新製品の開発、新たな事業の創出を実現することは難しいため、社外の技術を活用して製品開発を進める「オープン・イノベーション」の取り組みが進んでいる。 ・このため、大企業には幅広く技術提案を受けたいとの意向があるが、自社の開発動向をライバル会社に知られることを避けるため、技術ニーズを公表しないところが多く、取引関係のない企業が独自で大企業の技術ニーズを調べることは難しい。</p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇技術マッチングの実施 ・ニーズ説明会等を開催する大企業等の選定等に関して、情報共有・調整を行う連絡会議を開催 ・自社の技術ニーズを公表したくないという大企業等の意向を踏まえ、大企業等のニーズ説明会に産業支援機関等のコーディネーターが出席し、相応しい四国の企業に大企業等の社名を伏せたまま取り次ぎ、技術提案シートを作成して提出することにより、技術マッチングを実施</p> <p>◇新製品開発等の支援 上記の技術マッチングにより、 ・提携内容を実現するために技術開発等が必要になった場合には、四国の企業（及び提携先の大企業等）が行う技術開発等に対して、四国の産業支援機関等が連携して支援 ・新製品開発等で資金支援が必要な場合には、国・県の支援施策を中心に情報等を提供</p> <p>◇知的財産の戦略的な活用促進 ・知的財産を戦略的に活用する知識・ノウハウを習得するための勉強会（知財塾）及び実務上必要な知識を習得するための知的財産権制度説明会（初心者向け、実務者向け）を開催 ・中小企業の知的財産に関する課題をワンストップで解決する知財総合支援窓口を四国4県に設置</p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| | （ここに記載する取組内容や各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものです。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります） | | | |
| ◇技術マッチングの実施 | | | | ニーズ発表 50件/年 提案件数 25件/年 |
| ◇新製品開発等の支援 | | | | |
| 【取組主体】 四国経済産業局、四国4県、四国地域イノベーション創出協議会、産総研四国センター、大学、各県発明協会、金融機関等 | | | | |
| ◇知的財産の戦略的な活用促進 | | | | 知財塾1回(5日間)/年 知的財産権制度説明会(初心者向け)4回/年、(実務者向け)2~4回/年 |
| 【取組主体】 四国経済産業局、四国4県 | | | | |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| プロジェクトリーダー | 四国経済産業局 | | | |
| プロジェクトサブリーダー | 香川県 | | | |

【連携プロジェクト】 健幸支援産業の創出プロジェクト

| | | | | |
|---|---|----------------|------|-----------------------|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>[プロジェクトの概要] 新たな保険外サービス等の医療介護周辺産業や医療介護等の現場ニーズに対応したものづくりへの参入を促進し、「健幸支援産業」の創出を目指す。</p> <p>[プロジェクト化にあたっての現状・背景等] ・医療介護サービスの需要増大や多様化するニーズに対応するため、新たな保険外サービス等の医療介護周辺産業の創出が必要である。また、高い技術力を誇る四国のものづくり企業が成長分野である医療介護分野に参入するチャンスである。 ・しかしながら、医療介護分野には医師法・薬事法等への対応や医療介護に携わる関係者との接点が作れないなど、新たな参入を検討する事業者等（サービス・ものづくり）にとって解決しなければならない課題が多いため、四国内で芽生えつつある先進事例や取組企業は限定的である。 ・このため、医療介護関係者・サービス参入検討事業者・ものづくり企業等の様々な関係者のネットワークを強化しつつ、ノウハウを蓄積し、関係者が様々なアイデアで課題を解決していく取り組みが必要。</p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇連携支援ネットワークの強化・ノウハウの蓄積 ・四国経済産業局、四国4県、四国地域イノベーション創出協議会、四国の医療介護周辺産業を考える会等で構成する「連携支援ネットワーク会議（仮称）」を設置し、情報共有（各県のプロジェクトを含む）、取組方針の検討等を実施 ・ノウハウを蓄積するための研修会・交流会・フォーラム・セミナー等の開催 ・外部専門家等を活用したコーディネート支援強化</p> <p>◇事業化に向けた支援 ・ニーズ調査、プロジェクト化支援、マッチング支援、技術開発支援、知財戦略支援、販路開拓支援等 ・新たな事業連携・参入促進のに向けた先進的な取組事例の紹介</p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| | （ここに記載する取組内容や各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものです。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります） | | | |
| ◇連携支援ネットワークの強化・ノウハウの蓄積 【取組主体】 四国経済産業局、四国4県、四国地域イノベーション創出協議会、四国の医療介護周辺産業を考える会、産総研四国センター | 「連携支援ネットワーク会議（仮称）」の設置 関係機関の取組や支援情報等の共有、取組方針の検討等 | | | 研修会等の開催 5回/年 |
| | ノウハウを蓄積するための研修会・交流会・フォーラム・セミナー等の開催 | | | |
| ◇事業化に向けた支援 【取組主体】 同上 | 事業化に向けたニーズ調査、プロジェクト化支援、マッチング支援、技術開発支援、知財戦略支援、販路開拓支援等 | | | 事業化プロジェクトへの支援 5件/年 |
| | 新たな事業連携・参入促進のに向けた先進的な取組事例の紹介 | | | |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | | 四国経済産業局 香川県 | | |

【連携プロジェクト】健康食品等の機能性表示と四国産品の6次産業化推進プロジェクト

| | | | | |
|--|---|---|--------------------------------|----|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>〔プロジェクトの概要〕 四国が連携した新たな機能性表示制度の活用や6次産業化の推進により、魅力ある四国の食の付加価値をさらに高め、販路拡大・食のブランド化につなげる。</p> <p>〔プロジェクト化にあたっての現状・背景等〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国には魅力ある農林水産物やそれを生かした加工品が豊富にあり、付加価値を高めることができれば、四国の食品等の販売拡大につなげられると期待できる。 ・付加価値を高めることが期待される機能性表示に関しては、現在、国で新たな制度が検討されているが、消費者保護の観点から一定の規制が導入される見込みであり、中小企業者が利用しやすい制度になるか注目されている。 ・また、加工によって付加価値を高めるための新たな展開を模索することも重要。地域の素材や商品に関心を持つ全国レベルの食品メーカーや流通事業者が存在しており、四国の一次産業と、こうした企業との連携により、企業のノウハウやネットワークを活用し、共同で加工食品を開発・販売していくことが有効である。 | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇機能性表示制度にかかる国の規制改革の検討状況の把握、課題の共有と支援策の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国の関係者で情報を共有するとともに、中小企業者が機能性表示制度を利用する場合のメリットと課題の整理 ・必要とされる支援内容や仕組みづくりの検討 <p>◇企業と連携した四国産品の6次産業化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・協力していただける全国レベルの企業と産地との連携による四国産品の共同開発・販売 ・商品化の支援及び、商品化された四国産品の販路拡大支援 | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| <p>(ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものです。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります)</p> | | | | |
| <p>◇機能性表示にかかる国の規制改革の検討状況の把握、課題の共有と支援策の検討</p> <p>【取組主体】 四国4県、健康支援食品制度検討委員会、(一財)四国産業・技術振興センター、四国の大学</p> | <p>国の規制改革の検討状況の情報収集・共有</p> <p>必要に応じた国への要望活動</p> <p>課題等の把握・整理</p> <p>・表示が期待できる機能性成分の探索 ・支援体制や支援制度の検討 (可能な支援から随時実施)</p> | <p>H26・H27の成果等を踏まえて、更なる事業の発展を検討</p> | <p>当プロジェクトの支援によって、新たな商品が販売</p> | |
| <p>◇企業と連携した四国産品の6次産業化の推進</p> <p>【取組主体】 四国4県</p> | <p>4県連携体制の構築、各県の役割分担やルールづくり</p> | <p>四国産品の開発・販売に協力してくれる全国レベルの企業の開拓、産地と企業との共同開発の検討 等</p> | <p>商品化の支援、商品化後の販路開拓支援</p> | |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| 健康食品（加工食品、農林水産物）の機能性表示制度について、中小企業も利用しやすい制度の構築 | | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | 高知県 一般財団法人 四国産業・技術振興センター（※機能性表示のみ） | | | |

【連携プロジェクト】 四国ならではの観光資源づくりプロジェクト(サイクリング)

| | | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|--------------------------------|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>[プロジェクトの概要] 自然や観光地等が豊かで、サイクリングに適している四国を「サイクリング・アイランド四国」として強く世界に売り込み、海外からの観光客誘致を拡大する。</p> <p>[プロジェクト化にあたっての現状・背景等] ・四国は、各地に優れたサイクリング資源を有し、独自の「おもてなし」文化が根付くとともに、サイクリングを補完する2次交通機関である鉄道が海岸線の相当部分をカバーするなど、サイクリング先進地の台湾に匹敵する高いポテンシャルを有している。 ・こうしたポテンシャルを活かし、「四国は一つ」を具現化する観光戦略として、サイクリングを切り口とした取り組みを進めていくことにより、海外からの誘客が期待できる。</p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇海外旅行エージェント等の招へい ・平成25年度中に設定予定の四国一周サイクリングコースをメインの観光素材として、サイクリング熱の高い台湾、韓国、香港等を対象に、旅行エージェント等を招請。その中で、問題点や改善すべき点等が浮かび上がったときは、関係機関と連携のもと、解決や改善に向けて取り組む。</p> <p>◇商品化に向けた環境整備等 ・温泉や名勝地を巡るツアー、四国八十八箇所霊場を巡るツアーなど、商品化に向けた環境整備等を検討する。</p> <p>◇自転車ロードレース大会の開催に向けた検討 ・四国一周サイクリングコースに加え、四国の山岳部、あるいは、日本全体を含めたプロ大会仕様のコース開発等を進め、四国を舞台とした自転車ロードレース大会の開催を検討する。</p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| (ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のもので、進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります) | | | | |
| ◇海外旅行エージェント等の招へい 【取組主体】 四国運輸局、四国4県 | サイクリング熱の高い台湾、韓国、香港等を対象として、PR活動やメディア招へい等を実施(各県単位での取組も想定) | サイクリング熱の高い台湾、韓国、香港等を対象に、旅行エージェント等を招へい 必要に応じて、連携してプロモーション活動を実施 問題解決や改善に向けた取組み | 四国でのサイクリングツアー造成 H26年度：4ツアー | |
| ◇商品化に向けた環境整備等 【取組主体】 四国地方整備局、四国運輸局、四国4県等 | 四国でのサイクリングツアー商品化に向けた環境整備等の検討 例)温泉・名勝地を巡るツアー 四国八十八箇所霊場を巡るツアー | | | |
| ◇自転車ロードレース大会の開催に向けた検討 【取組主体】 各自治体、民間企業等 | 広報計画や交通規制など、大会実現に向けた検討事項の整理 レースで使用するコースの検討 | 関係機関との協議 官民連携による招致活動、参加者募集 国内外のサイクリストを招へいたモニタリング | 第1回ロードレース大会の開催(平成29年度以降) | 大会参加者300人を旨すとともに、国内外からの誘客増を図る。 |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| ・エージェント、メディア等招請に当たってのビジット・ジャパン(VJ)地方連携事業の活用 ・サイクリングツアー商品化に向けた環境整備に当たっての受入環境整備事業への支援 ・サイクリングを切り口とした海外からの誘客促進に向けた国家的取り組みの推進 | | | | |
| プロジェクトリーダー | 愛媛県 | | | |
| プロジェクトサブリーダー | 高知県 | | | |

【連携プロジェクト】 四国ならではの観光資源づくりプロジェクト（四国遍路）

| | | | | |
|---|---|-------|------|----------------------------|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>[プロジェクトの概要] 「四国霊場開創1200年」を契機に、四国が連携して「四国遍路」を観光振興に生かし、世界遺産登録を目指す。</p> <p>[プロジェクト化にあたっての現状・背景等] ・「四国遍路」は、江戸時代前期に確立して現代まで受け継がれてきた、四国が誇る文化遺産であり、これを将来に向けて、保存・継承していくために四国が一つになって取り組むことは、四国を世界に向けて発信することにつながる。 ・世界遺産に登録されるためには、まず、国内暫定一覧表に記載されることが条件となるため、4県及び関係機関86団体で構成する世界遺産登録推進協議会において、国から示された「資産の保護措置の充実」・「普遍的価値の証明」という2つの課題に対し、課題解決に向けた取り組みを行うほか、「四国遍路」の普及啓発活動や環境整備等についての取り組みを行っている。</p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇世界遺産登録を目指した取組の推進 ・文化財保護法によって保護された文化財の充実 ・「四国遍路」の持つ普遍的価値の証明</p> <p>◇「四国遍路」の観光振興への活用促進 ・観光客の受入態勢の整備 ・「四国遍路」の普及拡大・PR</p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| <p>（ここに記載する取組内容や各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のもので、進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります）</p> | | | | |
| <p>◇世界遺産登録を目指した取組の推進</p> <p>・文化財保護法によって保護された文化財の充実 【取組主体】 四国4県、関係市町村</p> <p>・「四国遍路」の持つ普遍的価値の証明 【取組主体】 四国4県、四国内の大学等</p> | <p>礼所寺院及び遍路道の詳細文化財調査を行い、文化財指定の要件を満たす箇所 の保護措置を進める</p> <p>史跡・名勝・重要文化的景観について、保護措置が見込める範囲を確定</p> <p>文化財保護法による保護措置が見込める箇所を構成資産とし、暫定一覧表への記載に必要な資料を作成</p> <p>国内外の類似資産との比較研究</p> <p>四国遍路の歴史を明らかにする歴史研究</p> <p>四国遍路の持つ普遍的価値を証明し、暫定一覧表への記載に必要な資料を作成</p> | | | <p>平成28年度中の国内暫定一覧表への記載</p> |
| <p>◇「四国遍路」の観光振興への活用促進 ・観光客の受入態勢の整備 【取組主体】 四国4県、関係市町村、四国地方整備局、NPO法人等</p> <p>・四国遍路の普及拡大・PR 【取組主体】 四国4県、四国経済連合会、経済同友会、四国運輸局、四国ツーリズム創造機構等</p> | <p>遍路道の環境整備や外国語表記を含めた案内板等の統一</p> <p>「四国霊場開創1200年」を契機としたお遍路の一層の普及拡大及び誘客のためのPR</p> <p>パンフレットの制作やHPでの国内外への情報発信等</p> | | | |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| 「場」として総体で独自の価値を有する一連の文化財を保護する手法の実現及び一層の指導・助言等 | | | | |
| プロジェクトリーダー | 香川県 | | | |
| プロジェクトサブリーダー | 高知県 | | | |

【連携プロジェクト】 四国企業販路開拓マッチングプロジェクト

| | | | | |
|---|--|---|----------------------------------|--|
| プロジェクトの概要等 | | | | |
| <p>〔プロジェクトの概要〕 四国の優れた製品・高い技術力を持つ企業と域外の大手企業等とのマッチングを推進することにより、四国内企業の全国展開や海外展開（販路開拓、受注拡大）を図る。</p> <p>〔プロジェクト化にあたっての現状・背景等〕 ・四国には、優れた製品や高い技術力を持つ企業が多数存在する一方で、人口減少等により四国内での取引が縮小すると予想されることから、域外の市場を積極的に開拓していくことが重要。 ・各県では、中小企業単独では商談機会を持つことが困難な大手企業や海外進出日系企業等に対して行政がマッチングの場を持つ取組みを実施しているが、四国4県が連携して、優れた製品・高い技術力を持つ企業を集めることで、より多くマッチングが可能となり、相手方企業に対して訴求力も高まることが期待される。</p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇大手企業との四国4県展示商談会の開催 ・協力いただける大手企業との展示商談会方式により、四国4県の企業が出展してマッチングを実施</p> <p>◇四国4県連携による海外進出日系企業等との商談機会の提供 ・四国4県が共通して取り組める対象国や対象産業分野について、効果的な商談機会を提供</p> <p>◇商談会後のフォローアップ・マッチングのサポート ・各県、産業支援団体等において、商談会後も引き続きフォローアップやマッチングのサポートを実施</p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| | <p>（ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものです。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります）</p> | | | |
| <p>◇大手企業との四国4県展示商談会の開催</p> <p>【取組主体】 四国4県、四国4県の産業支援財団等</p> | <p>4県連携体制の構築、各県の役割分担やルールづくり</p> | <p>新規の大手企業の開拓、開催実績のある大手企業との再開催や継続開催・各県が単独で開催予定の展示商談会への相互乗り入れなどの検討</p> | <p>展示商談会の開催</p> | <p>四国4県連携による展示商談会の開催 H27、H28で計2件</p> |
| <p>◇四国4県連携による海外進出日系企業等との商談機会の提供</p> <p>【取組主体】 同上</p> | <p>4県連携体制の構築、各県の役割分担やルールづくり</p> | <p>四国4県が共通して取り組める対象国や対象産業分野に係る商談機会の検討</p> | <p>商談機会の提供</p> | <p>四国4県連携による商談機会の提供 H27、H28で計2件</p> |
| <p>◇商談会後のフォローアップ・マッチングのサポート</p> <p>【取組主体】 同上</p> | | | <p>展示商談会後のフォローアップ、マッチングのサポート</p> | |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | | 香川県 高知県 | | |

【連携プロジェクト】 四国産品の大都市圏への売り込みプロジェクト

| | | | | |
|---|---|----------|---|---|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>[プロジェクトの概要] 大都市圏等において、四国が連携して、四国産品（農林水産物やその加工品、伝統工芸品等）の認知度をこれまで以上に向上させ、一層の販路開拓・販売拡大を図る。</p> <p>[プロジェクト化にあたっての現状・背景等] ・四国には、魅力ある農林水産物やそれらを活かした加工品が豊富にあり、各県で、それぞれの県産品の認知度向上や販売拡大に精力的に取り組んでいるが、まだまだ4県の認知度も十分高いとは言えない状況。 ・四国が一体となることで認知度を高め、魅力ある四国産品群として広くターゲットにアプローチし、販売拡大につなげていくことが必要。</p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇四国産品の認知度向上及び販売拡大に向けた四国フェアの開催拡大 ・首都圏や関西圏等の百貨店や量販店、飲食店等での四国フェア開催等に4県が連携して取り組む</p> <p>◇四国の花きの商談会の開催等の実施 ・4県の花き類の共通した売り先である関西での4県合同花き商談会の開催 ・全国規模の花き商談会への4県合同ブース出展 ・各県が単独で行っている販促フェア等への相乗り</p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| <p>（ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものです。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります）</p> | | | | |
| <p>◇四国産品の認知度向上及び販売拡大に向けた四国フェアの開催拡大</p> <p>【取組主体】 四国産品外商ネットワーク会議（徳島県、香川県、愛媛県、高知県）</p> | <p>・東京・大阪等において4県が連携して外商活動を実践 ・四国4県の情報交換、情報共有（東京・大阪等での連絡会の定期開催） ・アンテナショップ（東京）の連携</p> | | <p>H27年度までの成果等を踏まえ次年度以降の取組内容を検討</p> | <p>H27年度末の成果目標について、H26年6月開催予定の四国産品外商ネットワーク会議で決定予定</p> |
| <p>◇四国の花きの商談会の開催等の実施</p> <p>【取組主体】 四国4県</p> | <p>各県それぞれの取組状況の情報共有</p> <p>可能性のある商品のリストアップ</p> <p>可能性のある商品の開拓</p> <p>取扱商品の拡大</p> <p>フラワーエキスポ等への4県連携ブース出展</p> <p>関西にて4県連携花き商談会の開催</p> <p>各県のアンテナショップや販売協力量販店、商談会・フェア等の情報共有とコラボレーションの検討</p> | | <p>・各県の花き類の販売金額の増加</p> <p>・全国商談会への共同出展 H25年度：0 →H26年度：1</p> <p>・関西での4県連携商談会の開催 H25年度：0 →H27年度：1</p> | |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | | 高知県 - | | |

【連携プロジェクト】 四国まるごと・東アジア売り込みプロジェクト

| | | | | |
|---|--|--|--------------------------------|--------------|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>〔プロジェクトの概要〕 成長著しい東アジア市場をターゲットに、四国のブランドイメージの向上を図りつつ、四国が一体となった海外販路開拓事業を展開することにより、四国内企業等の販路開拓を支援する。</p> <p>〔プロジェクト化にあたっての現状・背景等〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少等により国内市場が縮小する中、海外に視野を広げた事業展開が求められているが、各県単独での取組では投入可能予算や人役が限られることなどから情報発信力は弱く、購買力のある現地富裕層へ十分に訴求させることは困難。 ・このため、四国の特産品を集めて、四国が一体となって売り込むことで、相乗効果を発揮し、市場を切り拓いていくことが必要。 | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇四国4県中国販路開拓事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・巨大市場である中国の中心地・上海及びその周辺地域への販路開拓につなげるため、四国側企業と中国バイヤーとの継続的なBtoBの商談を実施 <p>◇四国4県ASEAN販路開拓事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シンガポールにおける伊勢丹四国フェアの開催のほか、タイや台湾における販路開拓活動などを実施 <p>※事業の実施にあたっては、四国のブランドイメージ向上に向け、効果的な情報発信や円滑な輸出体制の構築に向けた検討を行いながら、可能なものから順次実施</p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| | (ここに記載する取組内容や各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものです。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります) | | | |
| ◇四国4県中国販路開拓事業 【取組主体】 四国4県・東アジア輸出振興協議会(四国4県及び各県ジェトロ) | ○中国ビジネス交流会 中国との貿易実務等の講義や中国ビジネスの現状等について意見交換を実施 ○バイヤー招へい 中国バイヤーを招へいし、商談会や企業視察を実施 ○現地訪問営業 有望企業を中心に現地での訪問営業を実施 ○営業拠点を活用した販路開拓 現地に商品をストックし、継続的な営業活動を実施 | H26・H27の成果等を踏まえ、内陸部等上海以外の地域への展開等も含め取組内容を検討 | 四国産品の販売実績の増加 | |
| ◇四国4県ASEAN販路開拓事業 【取組主体】 同上 | ○伊勢丹シンガポール四国フェアの開催 ・四国産品のシンガポール市場での販路開拓・拡大を支援 ・四国ツーリズム創造機構との連携により、四国の観光等をPR ○タイ、台湾販路開拓事業 ・バイヤー招へい商談会 ・タイにおける試食商談会 ・台湾における四国フェアの開催 | H26の成果等を踏まえ、マレーシア等他地域への展開等も含め取組内容を検討 | H27の成果等を踏まえ、他地域への展開等も含め取組内容を検討 | 四国産品の販売実績の増加 |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| ○貿易円滑化のための各国との交渉等 ・放射線検査証明書の添付など原発事故を踏まえた諸外国における各種規制の早期撤廃要請等 ・相手国側の検疫基準に関する最新の情報提供 ・輸出国の輸入検疫では、「国際基準」あるいは「日本の基準」を順守していれば通関できるよう、相手国との交渉要請 ○当該事業を加速させるための国の助成措置の創設 | | | | |
| プロジェクトリーダー | | 愛媛県 | | |
| プロジェクトサブリーダー | | 高知県 | | |

【連携プロジェクト】 四国の次代を担う人材育成プロジェクト

| | | | | |
|--|--|-------------------------|------------------|---|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>[プロジェクトの概要] 産業人材の育成研修や交流ネットワークづくりを四国が連携して行うことにより、四国の次代を担う人材を育成し、四国の産業の発展につなげる。</p> <p>[プロジェクト化にあたっての現状・背景等] <ul style="list-style-type: none"> ・四国の次代を担う人材として、地域資源を活かした商品やサービスを生み出す人材や、地域経済の牽引役となるリーダー的人材が求められる。 ・そのために欠かせない経営・マーケティング戦略、商品企画や財務会計など経営系の知識については、関係機関それぞれにおいて産業人材の育成研修やセミナー等を行っているが、相互に連携することにより、より効率的、効果的な実施が可能。 ・また、各県が実施する産業人材の交流ネットワークを四国レベルに広げることにより、より広範囲の事業者間の連携を促進し、不足する技術等を相互に補う機会につながる。 </p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇各県が実施している研修、セミナー等への受講生の相互乗り入れの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・研修、セミナー等情報の共有、講師の相互活用 ・受講生の相互乗り入れの実施 </p> <p>◇各県の産業人材の四国レベルでの交流機会の創出 <ul style="list-style-type: none"> ・四国レベルでの産業人材交流機会の検討、確保 </p> | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| <p>(ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものです。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります)</p> | | | | |
| <p>◇各県が実施している研修、セミナー等への受講生の相互乗り入れの実施</p> <p>【取組主体】 四国4県</p> | <p>研修、セミナー等の情報共有、講師の相互活用</p> | <p>相互乗り入れの実施スキームの検討</p> | <p>相互乗り入れの実施</p> | <p>H26・H27の成果等を踏まえて、取組内容を検討</p> |
| <p>◇各県の産業人材の四国レベルでの交流機会の創出</p> <p>【取組主体】 四国4県</p> | <p>交流機会の検討 例：人材育成フォーラム(成果報告会等)</p> | <p>交流機会の確保</p> | <p>交流機会の確保</p> | <p>四国レベルでの交流機会の確保 H26:1件、H27:1件</p> |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | 高知県 徳島県 | | | |

【連携プロジェクト】 四国の活力となる人材を呼び込むプロジェクト

| | | | | |
|---|---|--|------|---|
| プロジェクトの概要 | | | | |
| <p>[プロジェクトの概要] 四国が連携して、四国の自然や暮らし、仕事などの魅力や情報を発信し、移住やUJターン就職を促進することにより、四国の活力となる人材を呼び込む。</p> <p>[プロジェクト化にあたっての現状・背景等] ・四国は、全国に先行して人口減少や少子高齢化が進んでおり、人口減少の流れを抑え、企業を始めとする地域社会において必要な人材を確保し、地域社会を活性化していくことは喫緊の課題。 ・各県は、市町村と連携して移住・交流施策を推進するとともに、大学進学時に多くの若者が県外に流出している状況を踏まえ、県外大学との就職支援協定などによるUターン就職の促進に取り組み、地域社会の活力維持や地域企業の人材確保を支援してきたが、今後も取り組みを強化する必要がある。</p> | | | | |
| 取組の内容 | | | | |
| <p>◇四国の魅力を伝える四国暮らしフェアの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国4県が連携して、首都圏の住民等に四国の魅力を発信し、四国への移住・交流について理解と関心を持ってもらうことによる四国への移住の促進 <p>◇四国地域おこし協力隊交流勉強会の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国内で活動する地域おこし協力隊の取組を促進し、連携を強化するための交流勉強会の開催 <p>◇UJターン就職の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏、関西圏等での合同企業面接（説明）の開催 ・合同企業面接（説明）会場への県の就職相談ブースの設置 ・四国各県が就職支援協定を締結している県外大学と連携した県出身学生の参加促進 | | | | |
| 取組内容及び取組主体 | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| | <p>（ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のものであります。進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります）</p> | | | |
| <p>◇四国暮らしの魅力を伝える四国暮らしフェアの実施</p> <p>【取組主体】 四国移住・交流推進協議会（四国4県）</p> | <p>・東京での4県連携による移住フェアの開催(移住相談・セミナー等)</p> <p>・四国4県の情報交換、情報共有(連絡会の定期開催)</p> | <p>H26年度の成果等を踏まえた取組内容の検討</p> | | <p>四国暮らしフェア 来場者数 H26年 計180組</p> |
| <p>◇四国の地域おこし協力隊交流勉強会の実施</p> <p>【取組主体】 四国4県、関係市町村</p> | <p>地域おこし協力隊交流勉強会の開催(活動報告、事業紹介等)</p> | <p>H26年度の成果等を踏まえた取組内容の検討</p> | | <p>参加者 H26年 計90人</p> |
| <p>◇UJターン就職の促進</p> <p>【取組主体】 四国4県</p> | <p>・連絡会議を開催し、合同企業面接(説明)会の開催に向けた調整</p> | <p>首都圏、関西圏等での合同企業面接(説明)会の開催</p> <p>開催成果等を踏まえた取組内容の検討</p> | | <p>生産年齢人口減少率の低下 人口の社会減の防止</p> |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | | 香川県 高知県 | | |

【連携プロジェクト】 事業譲受希望者とのマッチングによる事業承継支援プロジェクト

| | | | | |
|---|---|---|------|--|
| プロジェクトの概要 | <p>【プロジェクトの概要】 後継者不在などで事業の存続に悩みを抱える中小企業と事業譲受希望者とのマッチングによる事業承継支援を行うことにより、四国管内の雇用確保と事業者の新陳代謝を促進する。</p> <p>【プロジェクト化にあたっての現状・背景等】 ・中小・小規模事業者における経営者の平均年齢は年々高齢化し、後継者不在による廃業が年間約7万社に上るとも推計され、後継者難や事業承継時期の遅れが顕在化してきている。 ・特に、四国では全国に先行して人口減少や高齢化が進んでいることから、後継者対策が大きな課題となっている。</p> | | | |
| 取組の内容 | <p>◇後継者不在事業者及び事業譲受希望者の情報収集とその活用 ・後継者不在の中小・小規模事業者（商店街店舗等の個人事業主を含む）の事業内容・魅力の情報収集 ・譲受希望事業者及び創業・UJIターン希望者のうち事業引継ぎも選択肢にある者の情報収集等</p> <p>◇マッチング及び事業継続に対する支援 ・後継者不在事業者と事業譲受希望者（既存の事業者等）とのマッチング支援 ・創業希望者等を後継者候補として受け入れる場合の支援 等</p> | | | |
| | H26年度 | H27年度 | H28～ | 目標 |
| <p>（ここに記載する取組内容及各年度の進め方は、プロジェクト化にあたって取組主体となる機関との調整により作成した計画段階のもので、進捗や予算措置の状況等によって、変更となる場合があります）</p> | | | | |
| <p>◇後継者不在事業者及び事業譲受希望者の情報収集とその活用</p> <p>【取組主体】 四国経済産業局（事業引継ぎ支援センター（松山商工会議所））、四国4県、四国4県財団、事業引継ぎ相談窓口（徳島商工会議所、高松商工会議所、高知商工会議所）、商工会連合会、中小企業基盤整備機構等（予定）</p> | <p>○課題抽出 ・事業引継ぎ支援センターにおいて、先進的に後継者不在事業者と創業・UJIターン希望者等とのマッチングに取り組み</p> <p>・4県、支援機関における情報収集、情報提供を行う上での課題整理を行い、試行的に情報収集を実施</p> | <p>○情報収集 ・後継者不在の中小・小規模事業者の事業内容や魅力等に関する情報 ・譲受希望事業者及び創業・UJIターン希望者のうち事業引継ぎも選択肢にある者に関する情報</p> <p>○情報提供 ・4県及び四国単位で収集した情報の集約・共有 ・各支援者、創業セミナー等参加者へ情報提供</p> | | <p>情報提供数 H26、27年度 合計100件</p> |
| <p>◇マッチング及び事業継続に対する支援</p> <p>【取組主体】 同上</p> | <p>○マッチング及び事業継続に対する支援 ・事業引継ぎ支援センターの増設及び同センターにおけるマッチング支援 ・よろず支援拠点、地域プラットフォーム等による専門家派遣 等</p> <p>○課題抽出 ・四国全体の支援体制の整備に向けた課題整理</p> | <p>○支援体制の整備に向けた取組み ・事業引継ぎ支援センター間の連携・協力 ・事業引継ぎ支援センターと支援機関との連携・協力 ・支援機関向けの勉強会、研修等によるスキルアップ</p> <p>○マッチング支援事例の共有</p> | | <p>広域的な事業承継支援体制の構築による円滑・適正な事業承継の推進</p> |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | | | | |
| プロジェクトリーダー プロジェクトサブリーダー | 四国経済産業局 徳島県 | | | |

四国の発展につながる「各県プロジェクト」

【各県プロジェクト(徳島県)】 徳島健康・医療クラスター構想推進プロジェクト

| | |
|--------------------------|---|
| プロジェクトの目的 | <p>糖尿病患者は世界的に増加傾向にあり、全世界で3億7,000万人、東アジア及びASEAN(東南アジア諸国連合)地域では1億3,190万人であり、また、我が国においては予備群を含め2,210万人と予測されており、糖尿病克服は世界的課題となっている。</p> <p>徳島県では、糖尿病死亡率が平成5年から平成24年までの間、平成19年を除き連続ワースト1という状況の中で、「ピンチ」を「チャンス」に切り替える取組みが必要である。</p> <p>このため、徳島県においては、「糖尿病の克服」をテーマに産学官連携を通じて「世界レベルの糖尿病研究開発臨床拠点」の形成を目指しており、検査・診断機器の開発研究、新規治療法の開発研究、糖尿病予防支援サービスの開発研究等を通じて、県民の「健康寿命」の延伸と新産業の創出を強力に推進している。</p> <p>こうした本県の取り組みは、四国全体としての産業競争力強化に資するとともに、四国はもとより全国の取り組みモデルとして波及効果が期待できるものである。</p> |
| 取組の内容 | <p>◇世界レベルの研究開発成果を活用した、産学官連携による「製品」、「サービス」の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発症抑制効果を示す抗体の開発 ・血管内皮機能検査装置の開発 ・スタチ果皮を使った機能性食品の開発 ・先進的な糖尿病検診プログラムの開発と医療観光への展開 ・ICTを活用した健康データの「見える化」サービスの開発 <p>◇糖尿病の原因を探るコホート研究の実施 徳島大学病院糖尿病対策センターにおいて、平成20年度から健常者(県民約1,400人)を対象とした徳島独自のコホート研究を実施</p> <p>◇糖尿病検診をテーマとした医療観光の推進 徳島大学病院の糖尿病検診を活用し、平成21年度から東アジアをターゲットとした医療観光を先進的に実施</p> <p>◇とくしま特産健康食材等の活用・販路開拓支援 研究開発から生まれた徳島県特産のスタチ果皮等地域食品素材を利用した商品の販路開拓を推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・とくしま特産健康食材等活用・販路開拓支援協議会の設置 |
| プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割 | <p>【財政・税制支援】</p> <p>○産業競争力に向けた産学官連携予算(人件費や研究費)の充実確保</p> <p>【規制緩和等】</p> <p>○研究成果の実用化・製品化までの承認等期間の短縮及び関係省庁の連携による支援強化</p> |

【各県プロジェクト(徳島県)】 LEDバレイ徳島推進プロジェクト

プロジェクトの目的

LEDは、省電力、長寿命などの特性を有し、環境の世紀と言われる21世紀の光源として、社会ニーズに基づく巨大市場が期待できる産業素材である。

徳島県においては、世界有数のLEDメーカーの立地という優位性を活かし、川上の周辺に川中・川下の産業集積を図るため、平成17年12月に「LEDバレイ構想」を策定し、LED関連企業の創出、育成、誘致を推進している。

こうした本県の取組みは、新たな産業素材のLEDを活用した製品開発など、四国のものづくり企業の可能性を広げるとともに産業競争力の強化に資するものである。

取組の内容

「LEDバレイ構想ネクストステージ行動計画（計画期間：平成23～26年度）」に基づき、LED関連企業100社の集積効果と相乗効果の発揮や「開発・生産戦略」、「ブランド戦略」、「販売戦略」の3戦略分野の展開により力強い循環とさらなる成長を推進

◇開発・生産戦略

- ・ 県立工業技術センターに全国屈指のLED製品性能評価体制（光学性能、安全性能、環境性能）を構築
- ・ 国際規格ISO17025に基づく「LED測光試験所」の認定取得
- ・ LEDサポートセンターを開設し、相談・試験・研究等への一体的な対応による企業支援などにより、LED関連企業の「技術力向上」を支援し売れる製品づくりを加速化

◇ブランド戦略

- ・ 「LEDバレイ徳島」、「LED王国」の商標登録
- ・ 独自の「とくしまオンリーワンLED製品認証制度」の創設
- などにより、「LEDバレイ徳島」の製品ブランド、地域ブランド構築を推進

◇販売戦略

- ・ LED東京常設展示場（東京・新宿）の運営
- ・ LEDお試し発注制度による製品の率先購入
- ・ 国内、海外の大規模見本市等への企業出展支援
- などにより、製品の特性に応じた最適な販路開拓を推進

◇3戦略の推進エンジン

- ・ 「とくしま経済飛躍ファンド（LEDバレイ推進枠）」による企業支援
- ・ 県内高等教育機関と連携したLED関連技術者の養成
- ・ 成長分野企業（LED等）の誘致推進 等

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

【規制改革等】

- LED素子の寿命に関する試験評価基準について日本で販売するLED照明への適用
- 寿命について一定の基準を満たすLED素子の奨励

【各県プロジェクト(徳島県)】 攻めの徳島農林水産業プロジェクト

プロジェクトの目的

農林水産業を取り巻く環境は、国民の生活様式の変化等による国内市場の縮小や少子・高齢化に伴う将来的な需要の減少、将来を担う後継者の不足及び耕作放棄地の増大による生産性の低下等の大きな課題に直面している。また、TPP協定交渉をはじめ、経済のグローバル化の流れが加速するものと考えられ、国際競争力のある農林水産業の育成が急務となっている。

このため、徳島県においては、攻めの農林水産業として、農林水産物の付加価値を高める6次産業化や世界市場を見据えた農林水産物等の海外輸出などに戦略的に取り組んでいる。

こうした本県の取組みは、四国の重要な産業である農林水産業の産業競争力強化に資するものであり、四国全体への波及効果が期待できるものである。

取組の内容

◇6次産業化の推進

- ・「6次産業化サポートセンター」(平成25年12月設置)を核として、県農林水産総合技術支援センターの機能と融合させた取組みを推進
- ・輸出・6次産業化を担う人材の育成
 - 徳島大学工学部と連携した「農工連携スタディーズ」の創設
 - 農林水産総合技術支援センターに「アグリビジネススクール」を設置
- ・首都圏展示会や商談会による販路開拓の推進
- ・産学官連携による地域資源を活かした機能性食品の開発

◇農林水産物等の海外輸出戦略の推進

- ・「農林水産物等海外輸出戦略」を策定(平成25年1月)
 - 輸出国・地域及び輸出品目の重点化や輸出品目・輸出量の拡大を定める
- ・戦略の推進母体となる「輸出促進ネットワーク」の設置(平成25年3月)
- ・「輸出サポートセンター」を開設し、海外でのビジネスパートナーの確保や売り込み計画の作成、試験輸出など実践的な取組みを支援
 - ①海外の飲食店や量販店を「とくしま海外協力店」として登録し、情報発信や販売促進を依頼
 - ②「四国4県」や「関西広域連合」、「瀬戸内連携」といった「産地間連携」によりプロモーションを実施
 - ③「輸出相手国への検疫に対応」できる栽培管理方法や農薬使用基準を策定

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

【財政・税制支援等】

- 6次産業化の人材育成システムの構築
 - ・新たな農業ビジネス人材の育成に対する支援制度の充実
 - ・大学、国立高等専門学校における「農工商連携学部」などの創設
- 6次産業化ネットワーク活動交付金制度の拡充
 - ・「地域の実情」に応じた販路開拓や商品開発支援に対する制度の拡充
- 6次産業化のための研究開発支援制度の創設
 - ・生産者が大学・公的な研究機関等と連携して進める研究開発支援制度の創設
- 農林水産物の円滑な輸出处体制の整備
 - ・生産体制の整備や人材育成に積極的に取り組む自治体への支援の拡充
 - ・科学的根拠に基づく交渉を積極的に進める組織体制の整備を図り、国の責務として輸入条件を緩和
 - ・日本の木材を使用した建築仕様が認められていない国に対する働きかけ

【各県プロジェクト(香川県)】 「かがわ希少糖ホワイトバレー」プロジェクト

プロジェクトの目的

自然界に微量にしか存在しない希少糖には、食後血糖値上昇抑制作用のほか、抗肥満作用、抗がん作用、抗うつ作用、抗老化作用、病虫害防除作用などの様々な機能性があり、機能性食品や医薬品、農薬など、幅広い分野での応用が期待されているが、その性質や機能はまだまだ十分解明されていない。

この希少糖は、世界の中でも香川県が最も先行している研究シーズであり、その多様な機能性のメカニズムを解明し応用化を進めていくことで、社会に広く利用できる可能性があり、我が国の科学技術の進展や健康関連産業をはじめとする産業の発展につなげることができる。

また、四国は、糖尿病の受療率が高いなど、生活習慣病予防が共通の課題となっていることから、希少糖のもつ優れた機能性を活用して、四国全体の取組みとして、希少糖による生活習慣病予防などに取り組むことで、健康で豊かな社会の形成を目指す。

取組の内容

- ◇希少糖の「知の拠点」の形成
 - ・香川大学、県、企業が連携した希少糖研究拠点としての体制強化を図る。
- ◇産学官連携による希少糖産業の創出
 - ・希少糖関連企業や研究所等の誘致、育成を進め、希少糖産業の基盤形成を促進する。
 - ・食品をはじめとする希少糖関連商品の開発や事業化への取組みを促進する。
 - ・希少糖の戦略的な事業展開のための産学官の連携体制を強化する。
- ◇「香川の希少糖ブランド」の確立
 - ・「希少糖＝香川県」のイメージを国内外に情報発信し、希少糖の普及拡大、希少糖ブランドの確立を促進する。

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

- 希少糖の研究や事業化に対する財政上の支援

希少糖は、既に事業化されているD-ブシコース以外にも50種類以上存在し、それらの機能性や効率的な生産方法などについてはまだまだ明らかになっておらず、研究すべき課題が山積している。食品分野のみならず、医療や農業など、幅広い分野での応用が期待されていることから、今後の希少糖研究の必要性や研究が進んだ場合の社会への影響等について評価していただき、競争的資金等の財政上の支援をお願いしたい。
- 特定保健用食品の手続きの迅速化、簡素化

特定保健用食品への許可申請に当たっては、ヒト試験などによる安全性や機能性の試験等に多額の費用がかかることに加え、審査会の開催ペースが遅く、審査期間が数年に及ぶことが常態化しており、新商品等の事業化を進めるうえで大きなネックとなっている。手続きの簡素化、迅速化をお願いしたい。

【各県プロジェクト(香川県)】 オリーブ産業強化プロジェクト

プロジェクトの目的

オリーブは、香川県の重要な特産品であり、小豆島が国内最大の産地である。オリーブは従来、果実からオリーブオイルの採油や塩蔵品としての加工が中心であったが、高い健康訴求性を有する素材であり、最近では葉や採油副産物なども含めて、食品や化粧品素材、水畜産飼料などとして広く利活用しており、オリーブ牛やオリーブハマチのブランド化も推進している。

近年、オリーブ栽培が国内他地域で急速に進められていることから、香川県では、地域間競争に打ち勝ち、全国トップにある本県オリーブ産業の地位を確たるものとするため、オリーブの生産振興、多角的な新商品開発や商品の品質向上、ブランド力の強化などを総合的に推進している。

取組の内容

(1) 「オリーブ産業強化プロジェクト推進戦略会議」の設置
 ・学識経験者等で構成する「オリーブ産業強化プロジェクト推進戦略会議」を設置し、オリーブ関連事業に関する施策検討、進行管理、情報交換等を行い、オリーブ産業強化プロジェクトを戦略的かつ効果的に推進

(2) 生産振興

①オリーブ

◇全国トップの産地であり続けるための生産拡大

・オリーブの生産拡大と既存園地の安定生産を図るため、植栽に必要な苗木代、既存園地も含めた灌水・防風施設の整備に加え、土壌改良資材などの初期費用、客土・整地等に対し助成

◇全国の先を行く高品質で安定的な生産技術の開発・普及

・安定生産技術の開発、省力収穫技術に対応した栽培管理、土壌管理・防除技術の省力化など低コスト省力化に向けた新技術の開発をはじめ、用途に応じた優良品種の選抜と県オリジナル品種の育成を行うとともに、生産者を対象とした定期的な講習会等を通じ、新技術等の普及により栽培技術の向上を促進

②オリーブ牛

・オリーブ牛のブランド化確立のため、県内外での普及宣伝と消費拡大活動を実施するとともに、更なる増頭と品質向上を目指して、県内で生まれ育った「香川県産まれのおリーブ牛」の生産基盤を強化

③オリーブハマチ

・オリーブ葉の安定供給とオリーブハマチの品質向上や生産尾数の拡大などにより、養殖ハマチのトップブランド化を推進

(3) 新商品開発、品質向上

◇商品化につながる新たなシーズづくりと商品化支援

・消費者に求められる特徴あるオリーブ商品を開発するため、機能性を生かしたオリーブ素材の新たな活用方法を開発・提案し、売れるオリーブ商品開発を支援

◇6次産業化の促進

・農商工連携や農業者自らの加工・販売だけでなく、食品産業などの民間資金や優れた食品加工技術などのノウハウを活用した、新しい6次産業化を促進

◇オリーブオイルの高品質化

・「香川県高品質オリーブオイル推奨制度」を制定し、県産オリーブオイルの高品質化、ブランド化を推進

・世界最高水準の評価を受けたオリーブオイルの成分分析を行い、県産オリーブオイルの成分をこれに合わせるよう、採油技術等の高度化を図り、県産オリーブオイルの世界最高水準化を支援

(4) ブランド化(情報発信)・販売促進

◇オリーブブランドの確立

・サイト「KAGAWA OLIVE」等による産地や製品の新しい情報の発信や県内外のアンテナショップを活用した情報発信、テストマーケティングの実施

◇戦略的な販売活動の推進

・品質に見合った価格での継続的な取引を実現するため、中間物流企業や百貨店等と連携した販売促進活動を展開

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

【各県プロジェクト(香川県)】 世界に発信「アートの香川」プロジェクト

プロジェクトの目的

人口減少により国内及び地域の経済の縮小が見込まれる一方で、観光面では、今後とも世界中の人々の国境を越えた交流がますます活発になるものと考えられる。

観光交流人口の増加による地域経済の活性化を図るためには、国内のみならず海外からの観光客をいかに誘致するかが重要であるが、本県を含む四国地域は知名度の低さから、訪問目的地として選ばれにくい状況にあり、まずは、知名度向上が課題となっている。

そこで、香川県では、県内に集積しているアート・文化資源を活用し、国内外からのアートファンの誘致を推進したいと考えている。

取組の内容

◇アート・文化資源の集積・充実

①瀬戸内国際芸術祭の開催によるアート資源の充実

- ・瀬戸内海の島々での現代アートの祭典「瀬戸内国際芸術祭」を定期的で開催
- ・恒久設置作品の蓄積によるアート資源の充実

②田園美術館を形成する建築群、パブリックアートの充実

- ・屋島周辺、沙弥島周辺を重点地域として、アート資源が集積するアートサイトとしてクローズアップ
- ・世界的に著名な作家の作品とともに、各種コンクールの入賞作品等をパブリックアートとして展開

③アート作品の制作拠点の整備

- ・芸術系大学等と連携し、空き施設等を活用して創作活動を支援するなど、若手作家等の制作拠点を整備

④映像文化の発信活動の活発化

- ・さぬき映画祭やフィルムコミッションなどを積極的に展開

⑤音楽文化の振興

- ・高松国際ピアノコンクールなどを推進
- ・県内のオーケストラ等の振興を図るとともに、県外交響楽団等との交流を促進

⑥既存の伝統的なアート・文化資源の掘り起し

- ・寺社や個人が所蔵する資源の特別展等の推進
- ・歌舞伎まつりの開催など伝統芸能の発表機会の創出

◇「アートの香川」としての地域イメージの定着化

①映像、メディアによる認知度の向上

- ・映像による「アートの香川」のイメージ戦略を展開
- ・交通広告の活用やテレビ、ラジオ、新聞、雑誌などでのPR、インターネット等を活用した情報発信

②芸術関係者間でのアート県としての地位の確立

- ・専門雑誌によるアート関係者や一度は訪れるべき場所としての芸術系大学等への情報発信

◇ターゲットを絞った誘客活動

①個人や小グループに向けたインターネットによる情報発信の強化

- ・インターネットによるアートツアーのモデルルートを紹介
- ・芸術系大学等での誘客活動の展開
- ・女性向け雑誌等での魅力の紹介

②海外の旅行エージェントの招聘による個人向け商品の造成の働きかけ

- ・瀬戸内国際芸術祭の情報発信力を活用した「アートの香川」のPR
- ・富裕層をターゲットにした旅行エージェントへの働きかけ
- ・外国船社へのクルーズ企画の積極的な提案

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

○VJ (ビジット・ジャパン) 地方連携事業の充実

マスコミや旅行エージェント等の招聘、海外の旅行博等への出展、海外での観光PR、海外向けPR素材作成等の事業等への支援の拡大

○MICE (Meeting, Incentive tour, Convention, Exhibition) 誘致の支援

国際会議の海外キーパーソン招聘、海外での商談会参加、誘致訪問事業等への支援の拡大

【各県プロジェクト(愛媛県)】 愛のくに えひめ営業本部を核とした「実需の創出」プロジェクト

プロジェクトの目的

我が国は、少子高齢化により人口減少が進んでおり、今後、国内マーケットが縮小することは避けられない状況であり、縮小するマーケットに対して、その縮小を補っていく新しい分野を開拓していかなければ未来は拓けない。

アベノミクスの第1の矢、第2の矢は、長年続いてきたデフレ経済の空気を変えるカンフル剤となり、カンフル剤の効果が効いているうちに、実体経済の底上げができるかどうかで今後の経済の方向性が決まると考えられ、この空気があるときに「実需を創出」できるかどうか肝要である。

このため、愛媛県では25年度に拡充強化した「愛のくに えひめ営業本部」を核に、「実需の創出」の実現に向け、農林水産物や加工食品、ものづくり技術など、あらゆる愛媛の優れた産物の売り込みを行っている。この取組みにより、本県だけでなく、四国全体の地域活性化を目指す。

取組の内容

◇全国でも珍しい「愛のくに えひめ営業本部」を県庁内に設置し、「メインエンジン」である県内企業や生産者の「補助エンジン」として商談会や個別マッチング等の機会を提供するなど、営業活動を通じて、本県が誇る農林水産物や加工食品、ものづくり技術などの販路の拡大や新規の販路開拓に努めている。また、シンガポールに駐在員を設置し、東南アジア諸国における販路開拓活動のフォローアップ体制を構築。

◇多品種・高品質のかんきつをはじめ、愛媛ブランド材の「媛すぎ・媛ひのき」や、マダイ、ブリといった愛媛で愛情込めて育てた魚「愛育フィッシュ」などの農林水産品の販路開拓。

◇農商工連携や六次産業化などにより、地域の農林水産物等を用いて創出された農林水産加工品の販路開拓を図るため、大型見本市（フードクスジャパン）等への出展を支援。

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

- 東アジア各国の農林水産物輸出規制の改善に向けた働きかけの強化
- ・検疫基準・規制等、農林水産物輸出規制の緩和に向けた各国への働きかけの強化
- ・養殖マダイ等の活魚輸入検疫を迅速化するよう、韓国側と協議

【各県プロジェクト(愛媛県)】 愛媛の優れたものづくり技術情報の発信プロジェクト

プロジェクトの目的

愛媛県東予地域に集積する製紙・紙加工や化学、機械、非鉄金属、造船、タオルなどをはじめ、多彩な県内ものづくり企業の高い技術力や優れた製品に関する情報データベースを整備するとともに、そのデータベースを活用し、大手企業へのトップセールスの実施や金融機関等との連携によるマッチング商談会の開催、大型展示会への県ブース出展などを行うことにより、県内企業や産業集積の対外的な知名度の向上、さらには、大手企業と県内企業との商談展開や技術マッチング等の促進を図り、県内ものづくり企業の成長支援、ひいては本県経済の活性化につなげる。

取組の内容

◇特色ある多様な県内ものづくり企業が有する高い技術力や優れた製品を、「愛媛のものづくりブランド」として取りまとめ、愛媛ものづくり企業『スゴ技』データベースとして整備（25年度現在：154社・193技術を登録）。

◇このデータベースを活用し、「愛媛の底力」とも言える県内企業や産業集積の魅力を、県が以下の取組みにより国内外へ広くPR・売り込むことにより、県内ものづくり企業の受注拡大や販路開拓、新分野展開等につなげる。

- ・大型展示会への県ブースの出展（26年度は、関西機械要素技術展、ネプコンジャパン2015など国内5展示会へ出展予定）
- ・国内大手メーカー等へのトップセールスの実施及びビジネス商談会の開催。
- ・県内経済団体が主催する海外経済交流ミッションの開催に併せた、現地企業とのビジネス商談会の開催及びトップセールスの実施。

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

【各県プロジェクト(愛媛県)】 瀬戸内しまのわ2014及び国際サイクリング大会の開催プロジェクト

プロジェクトの目的

平成26年3月から10月までの間、瀬戸内島しょ部を舞台に、地域資源を最大限に活用した「瀬戸内しまのわ2014」を広島県や地元市町（県内：松山市、今治市、上島町）と連携して開催し、観光ブランド力の向上や県内外からの誘客を図る。

また、「瀬戸内しまのわ2014」のフィナーレを飾るイベントとして、しまなみ海道の高速道路本線を活用した世界的規模のサイクリング大会を開催し、しまなみ海道の魅力を国内外に広く情報発信するとともに、地域の活性化を図る。

取組の内容

◇観光プロモーションイベント「瀬戸内しまのわ2014」の開催

開催期間：平成26年3月21日（金・祝）～10月26日（日）

開催場所：広島県・愛媛県の島しょ部及び臨海部

開催内容：期間中、200以上のイベントを広島県・地元市町・民間団体等と連携して開催

実施主体：瀬戸内しま博覧会「瀬戸内しまのわ2014」実行委員会

◇瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会「サイクリングしまなみ」の開催

開催日程：平成26年10月26日（日）

開催場所：瀬戸内しまなみ海道沿線地域（愛媛県今治市～広島県尾道市）

開催内容：高速道路本線を走行できる国内最大規模（参加者8千人規模）のサイクリング大会

実施主体：瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会実行委員会

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

【各県プロジェクト(高知県)】 防災関連産業の育成・強化プロジェクト

プロジェクトの目的

高知県では、古来より地震以外にも台風や集中豪雨など幾度となく大きな自然災害に見舞われており、その度に新しい知恵や技術を生み出すことで、それらを克服してきた歴史がある。
 現在、県内ではこうした知見と「南海トラフ巨大地震の厳しい被害想定が明らかになった今だからこそ」という危機感と同時に強い使命感から、防災・減災に向け、真剣に応えようとする企業によって、災害現場で役立つ製品や技術が生まれている。
 また、県内全域の防災意識も高まってきたことで、自社の強みを生かした防災分野の商品づくりの取り組みも広がりを見せており、南海トラフ地震対策と連動することで相乗効果を生みだしながら、防災関連産業の振興を図り、地域の防災力の向上にもつなげていく。

取組の内容

- ◇ネットワークづくり
 - ・防災関連産業交流会を中心とした企業と市町村等とのネットワークづくり
 - ・自治体と県内企業との交流の場を設け、防災ニーズと県内企業とのマッチングを行う情報交換会の実施
 - ・新たな製品開発や販売協力に向けた企業同士の交流の場づくり
- ◇ものづくりへの支援（地産段階）
 - ・ビジネスプラン策定から商品開発・改良、販売促進までを後押しする施策をパッケージで支援
 - ・地域ニーズに対応する製品の試作開発、全国レベルで競い合うことのできる製品への磨き上げ
 - ・ものづくり地産地消・外商センターによるマッチング支援（ビジネスパートナー探し）
- ◇県内での販路開拓支援（地消段階）
 - ・防災関連製品の認定と県民へのPR
 - ・公的調達制度を活用した防災関連認定製品の購入（公的機関への販売実績づくり）
- ◇県外への販売拡大支援（外商第1段階）
 - ・防災関連見本市への出展支援、商談会の開催等などによる販路開拓支援
 - ・ものづくり地産地消・外商センターによる営業活動支援
- ◇海外展開支援（外商第2段階）◇
 - ・国内の防災関連見本市に高知県ブースを設け、海外のバイヤー等を招いた商談会を実施
 - ・海外見本市や商談機会の情報収集、海外での商談会開催や海外見本市への出展

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

【各県プロジェクト(高知県)】 次世代施設園芸団地の整備促進プロジェクト

プロジェクトの目的

我が国の野菜生産量は農業就業人口の減少や高齢化により、年々減少している。また、経営規模が小さく、施設野菜の単位面積当たりの収量も園芸先進国のオランダに比較して著しく低い状態にある。一方で、燃油価格や園芸資材の価格高騰などによって十分な農家所得を得られないことが、担い手の減少を助長している。

高知県では平成21年度に締結したオランダのウェストラント市との友好園芸農業協定の締結を活かし、オランダのハウス内統合環境制御技術を本県の気象条件などに適合した生産性の高い技術として構築するため「こうち新施設園芸システム」の研究開発を進めており、炭酸ガスの施用技術など増収効果が確認された技術や品目では普及段階に入っている。

こうしたなか、国が打ち出した次世代施設園芸導入加速化支援事業は、高知県が目指す「こうち新施設園芸システム」の普及を加速化させる絶好の機会である。

そのため高知県では、この事業の本県での導入に向け取組を進めており、高度な環境制御装置による大規模経営モデルを確立することにより、次世代施設園芸が県内に広く波及することが期待される。

この事業の取り組みにより、高知県だけでなく、四国、さらには日本全体の園芸農業の振興を目指す。

取組の内容

- ◇次世代施設園芸拠点として、下記の施設を一体的に整備し、収益性の高い大規模経営を実現
 - ・高軒高ハウスの整備（養液栽培装置の導入、炭酸ガス・温度・湿度等のハウス内環境の統合制御）
 - ・農業用大型木質バイオマスボイラーの導入
 - ・種苗供給施設の整備
 - ・出荷調整施設の整備

- ◇隣接して整備する県農業担い手育成センター（仮称）との連携による技術交流、大規模経営担い手の資質向上

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

- モデル事業に終わらず、一般対策として事業継続
- 事業が継続された場合に、
 - ①施設整備において補助率を手厚くするなどの支援の実施
 - ②オランダなどからの技術支援体制のなどのソフト支援の実施
 - ③面積要件や種苗供給施設整備地の範囲の要件緩和
 ※上記①②について、平成25年6月27日に国に政策提言

【各県プロジェクト(高知県)】 CLTの推進による林業・木材産業活性化プロジェクト

プロジェクトの目的

我が国には、成熟化が高まる膨大な森林資源が存在する一方で、木材需要は減少傾向にあり、林業・木材産業の活性化を図るためには、木材需要を拡大する取組みが不可欠である。

欧州などにおいて利用が拡大している「CLT(直交集成板)」は、大規模な建築物などで大量の木材が使用されるため、大きな木材需要が喚起されると期待されている。

このため、高知県では、木材需要を創出するCLTのトップランナーとなることを目指して、産学官をあげて、「CLT」の普及促進の実現に向け、取り組んでいる。

この実現により、高知県だけでなく、四国、さらには日本全体の林業・木材産業の振興を目指す。

取組の内容

◇CLT工法の早期普及を実現することを目的に平成25年7月に産学官により設立した「CLT建築推進協議会」が推進母体となり、CLTに関する法令等の整備促進や設計・施工の技術・ノウハウの取得や蓄積、技術者の育成等に向け、

- ・建築物を実証フィールドとして活用し、課題の洗い出しや解決策などの検討、技術支援
 - ・CLTに関する担い手を育成するための技術研修会の開催
 - ・CLTを普及するためのシンポジウムや講演会の開催
- などの取組みを実施

◇先導的なモデル建築物の整備

プロジェクトを推進するにあたって国に期待する役割

- CLTに関する法令等整備の加速化
 - ・CLT材料及び接合部の強度や工法に関する基準づくり
 - ・関係機関などによるCLT推進へのロードマップの作成
- CLTによるモデル木造施設整備への支援
 - ・設計や建築経費への支援
- CLTに関する技術研究の推進
 - ・国及び関係機関との役割分担のもとCLTに関する技術研究の実施
 - ・研究機関やCLT建築推進協議会などが実施する実験等への支援

5. 戦略の推進に向けて期待される各自の役割

■産・学・官・金に期待される役割

本戦略のもとに、前述した様々な困難な課題を乗り越え、四国の持続的な発展を図るためには、産・学・官・金が、相互に連携し、次の役割を果たしていくことが重要です。

◇産（産業界）に期待される主な役割

- ・新分野・新事業への積極的な挑戦
- ・国内、海外での販路の拡大
- ・企業経営を支える人材の積極的な育成
- ・技術開発や生産性向上に向けた積極的投資
- ・雇用の維持・創出、利益の還元
- ・社員・顧客・地域を大切にす経営の実践 等

◇学（大学等）に期待される主な役割

- ・民間では担うことができない高度な研究開発・技術開発、成果の産業界への移転
- ・産業界のニーズに即した産業人材の育成
- ・行政の産業振興施策との連携
- ・大学の競争力強化・国際化の推進 等

◇官（県・市町村・国の地方支分部局）に期待される主な役割

- ・産業界、大学等、金融機関と連携した産業振興施策の企画立案・実施 等

◇金（金融機関）に期待される主な役割

- ・企業等の挑戦を資金や情報面からバックアップ
- ・行政の産業振興施策との連携 等

■国に期待する役割

「4. 重点戦略プロジェクト」に掲げる各プロジェクトを加速するとともに、「3. 四国の産業競争力を維持・強化するための分野別戦略等」に掲げる戦略等を推進するためには、国の後押しが重要です。

このため、国の成長戦略などの政策に反映していただきたい事項を「国に期待する役割」としてまとめました。

国には、自由度の高い交付金の創設、四国の産業競争力の強化に資する補助制度の拡充・新設等の財政支援の拡充や、四国の企業等の成長を後押しする規制緩和などを実現していただくことを期待します。特に、重点戦略プロジェクトについては、その加速に向けた重点的な支援を求めています。

なお、以下の項目は、4県等の意向や国の動向などを踏まえ、個別の要望項目としてまとめたものです。ここに記載する項目以外についても、状況や必要性などの変化に応じて、4県等で合意ができたものは、国に政策提言などを行っていきます。

戦略の基本的な考え方① 地域資源や技術を活かして競争力を強化する

◆グローバルな競争にも勝ち抜ける力強いものづくり産業を再興する

- 産業集積が脆弱で雇用情勢の厳しい地域において、企業の製品開発力を高め、技術の向上や継承をさせることができる「中小企業・小規模事業者 ものづくり・商業・サービス革新事業」を恒常的な制度とすること
- 危機管理や地域活性化の観点から、基幹部品工場や研究開発拠点の立地分散を促進する支援制度の創設及び、立地を円滑にするための規制緩和の推進を図ること

◆四国の持続的な成長の糧となる新たな産業の創出や起業・創業等を促進する

- 産業競争力強化に向けた産学官連携予算（人件費や研究費）の充実確保、研究成果の実用化・製品化までの承認等期間の短縮及び関係省庁の連携による支援強化を図ること
《徳島健康・医療クラスター構想推進プロジェクト（徳島県）関連項目》
- LED素子の寿命に関する試験評価基準について日本で販売するLED照明への適用及び、寿命について一定の基準を満たすLED素子の奨励を図ること
《LEDバレイ徳島推進プロジェクト（徳島県）関連項目》
- クリエイティブ企業の社員の労働環境改善に向けた自然豊かな地方への進出など先進的なモデル事業を支援する制度を創設すること
- 次世代放送システムの早期放送開始に向けたスーパーハイビジョンの実証実験及び映像コンテンツの制作支援を行うこと
- サテライトオフィスの誘致促進について
 - ・過疎地域で情報通信産業などのサテライトオフィスを設置する事業及び関連産業となる飲食業、サービス業を地方税の課税免除に伴う減収補てん措置の対象に追加すること
 - ・サテライトオフィスを設置する事業について、減収補てん措置の対象となる設備の取得価額要件を撤廃すること
- 成長産業としての期待が高まる自然エネルギー産業・省エネ産業を強力に育成・支援する仕組みの構築や自然エネルギーを活用した地域産業の活性化を図る取り組みを支援する制度を創設すること
- 防災・減災まちづくりを推進するための自然エネルギー導入支援制度を創設すること
- 荒廃農地（耕作放棄地）における再生可能エネルギー発電施設に係る農地転用手続きを簡素化すること

◆産学官連携等によりイノベーションを促進する

- 知的財産の戦略的活用を促し、新たな事業展開・成長に結びつけるための知的財産活用促進税制（日本版パテントボックス）を早期に創設すること

◆競争力を高め、職業として魅力を感じる農林水産業を確立する

- 健康食品（加工食品、農水産物）の機能性表示について、中小企業も利用しやすい制度を構築すること 《健康食品等の機能性表示と四国産品の6次産業化推進プロジェクト関連項目》

○6次産業化の推進について

- ・6次産業化の人材育成システムを構築（新たな農業ビジネス人材の育成に対する支援制度の充実、大学、国立高等専門学校における「農工商連携学部」などの創設）すること
- ・6次産業化ネットワーク活動交付金について、地域の実情に応じた販路開拓や商品開発支援に対する制度を拡充すること
- ・生産者が大学・公的な研究機関等と連携して進める研究開発への支援制度を創設すること

○農林水産物の円滑な輸出体制の整備について

- ・生産体制の整備や人材育成に積極的に取り組む自治体への支援の拡充を図ること
- ・科学的根拠に基づく交渉を積極的に進める組織体制の整備を図り、国の責務として輸入条件の緩和を働きかけること
- ・日本の木材を使用した建築仕様が認められていない国に対して働きかけを行うこと

上記2項目《攻めの徳島農林水産業プロジェクト（徳島県）関連項目》

○「次世代施設園芸導入加速化支援事業」について、一般対策として事業継続するとともに、施設整備における補助率の引上げや面積要件の緩和等を行うこと

《次世代施設園芸団地の整備促進プロジェクト（高知県）関連項目》

○CLTを活用した新たな木材需要の創出に向け、関係法令等の早期整備及び、モデル木造施設・公共建築物の整備への支援、技術研究の推進・強化を図ること

《CLTの推進による林業・木材産業活性化プロジェクト（高知県）関連項目》

○国を挙げて「ジャパブランド」の確立と戦略的なプロモーションやマーケティング、品質管理等を進める体制の確立を図ること

○産地間連携を強化するため、「地方の輸出促進組織」への国の支援を強化すること

○地球温暖化防止に貢献する森林吸収源対策を担う林業・木材産業の振興を進める安定的な財源の確保を図ること

◆四国産品や観光資源を多くの人々を惹きつけるものに磨き上げる

○サイクリングによる海外からの誘客促進を国家的な取り組みとして推進するとともに、「ビジット・ジャパン（VJ）地方連携事業」による旅行エージェント、マスメディア等の招へいの支援や、「受入環境整備事業」によるサイクリングツアーの商品化に向けた環境整備などの支援を行うこと

《四国ならではの観光資源づくりプロジェクト関連項目》

○四国八十八箇所霊場と遍路道の世界遺産登録に向けた、四国遍路の場として総体で独自の価値を有する一連の文化財を保護する手法の実現及び一層の指導、助言等の支援を行うこと

《四国ならではの観光資源づくりプロジェクト関連項目》

○希少糖の研究や事業化に対する財政上の支援（今後の希少糖研究の必要性や研究が進んだ場合の社会への影響等の評価、競争的資金等の財政上の支援）及び、特定保健用食品の手続きの迅速化・簡素化を図ること

《「かがわ希少糖ホホワイトバレー」プロジェクト（香川県）関連項目》

- 外国人観光客等の利便性向上を図るため、無料公衆無線LANの整備に対して支援を行うこと
- 観光圏整備実施計画の認定を受けた地域に対して、地域独自のブランド戦略の実現に向けた事業予算の充実を図ること
- 宿泊事業の用に供する建物等の新築・増設に対する所得税及び法人税での特別償却の適用を行うこと
- 一般民家の簡易宿泊営業許可に関して、農林漁家民宿と同様に関係法令における取扱いの明確化を図ること

戦略の基本的な考え方② 国内外の新たな市場を切り拓く

◆多くの人々を惹きつける四国産品や観光資源を国内・海外に売り込む

- 貿易の円滑化に向けた交渉等について
 - ・放射線検査証明書の添付など原発事故を踏まえた諸外国における各種規制の早期撤廃要請等を行うこと
 - ・相手国側の検疫基準に関する最新の情報提供を行うこと
 - ・輸出国の輸入検疫では、「国際基準」あるいは「日本の基準」を順守していれば通関できるよう、相手国と交渉すること

《四国まるごと・東アジア売り込みプロジェクト関連項目》

- 検疫基準・規制等、農林水産物の輸出規制の緩和に向け、東アジア各国に働きかけを強化すること。

《愛のくに えひめ営業本部を核とした「実需の創出」プロジェクト（愛媛県）関連項目》

- ビジット・ジャパン（VJ）地方連携事業の充実（旅行エージェントやマスメディア等の招へい、海外の旅行博等への出展、海外での観光PR、海外向けPR素材作成等の事業等への支援の拡大）及び、MICE（Meeting, Incentive tour, Convention, Exhibition）誘致の支援（国際会議の海外キーパーソン招へい、海外での商談会参加、誘致訪問事業等への支援の拡大）を行うこと

《世界に発信「アートの香川」プロジェクト（香川県）関連項目》

- 外国人観光客の地方への誘客促進に向け、「クール・ジャパン」における地方の魅力あるコンテンツの積極的活用及び、地方発の海外プロモーション活動等への支援を行うこと
- 東京オリンピック・パラリンピックの経済効果を全国に波及させるために、地方の声を事業に反映させること
- 地方の中小・小規模企業の攻めの海外販路開拓に対するきめ細やかな支援制度を創設すること

戦略の基本的な考え方③ 産業の成長を支える人材を育成・確保する

◆学びの場を創り出し、四国の産業の成長を支える多様な人材を育てる

- 地域を支えていく人材を幅広く育成するための「地域産業人づくり基金」を創設すること

◆四国の活力となる人材を呼び込む

- 地方就職の新規学卒者に対し、奨学金の返還を免除する地方就職支援制度を創設すること

四国の産業基盤の強化に資する戦略（3つの戦略の基本的な考え方の底支え）

◆産業競争力を高める産業インフラ等の整備・利活用を促進する

- 高速交通ネットワークの整備促進について
 - ・四国の骨格を形成する高速交通ネットワーク「四国8の字ネットワーク」の早期整備を図ること
 - ・四国地方への予算の重点配分及び整備に係る財源確保を図ること
 - ・災害時の緊急輸送路確保や高度医療施設への救急搬送など、道路の防災・減災面の役割を優先した評価手法を確立すること
- 国土の均衡ある発展またリダンダンシーの確保の観点から、四国新幹線・四国横断新幹線の整備計画格上げに向けての調査・研究や、フリーゲージトレインの導入など、抜本的な高速化が実現できるよう取り組むこと
- 地域公共交通の維持・活性化について
 - ・内航フェリーの航路維持のための支援制度を創設すること
 - ・地方バス路線及び離島航路の確保・維持のための補助要件の緩和や新たな補助区分の創設を行うこと
 - ・JR四国の経営安定化及び第三セクター鉄道の安定化のための支援を実施すること
 - ・DMVの早期実用化や普及に向けた環境整備をすること
- 超高速ブロードバンドネットワークの整備や運用に要する経費に対する民間通信事業者への支援を行うこと

◆四国の中小企業・小規模企業、地場産業の経営の安定化や新たな挑戦を促すサポート環境を整える

- 地方の競争力強化策として、設備投資支援策やエネルギーコスト対策、消費税転嫁対策、経営改善や金融支援など、中小企業・小規模企業に重点を置いたきめ細かな支援及び、「小規模企業振興基本法」の早期制定を行うこと
- 国を挙げて「ジャパブランド」の確立と戦略的なプロモーションやマーケティング、品質管理等を進める体制の確立を図ること[再掲]
- 産地間連携を強化するため、「地方の輸出促進組織」への国の支援を強化すること[再掲]

◆その他、四国の産業競争力強化のために国に期待する役割

- 津波に対応するための企業の生産設備移転投資など、防災・減災を目的とした企業の設備投資に対する税制優遇措置を導入すること
- 外国人技能実習制度について、実習期間の延長及び、再入国の解禁、対象職種の拡充（製材業、林業など、女性や高齢者の就労が見込み難い分野）を行なうこと
- 電力需給対策の着実な実行及び、電気料金の値上げの影響緩和のための企業支援対策を実施するとともに、低廉で安定的な電力・エネルギー供給を図ること
- 企業の競争力強化のための法人税率のあり方を検討すること。その際には、地方の歳入に影響を与えないよう措置を講じること
- 地域に関連する施策の国と地方の役割分担について
 - ・国が直接交付する地域経済に関する補助金等については、国と地方の適切な役割分担のもと、国として本来果たすべきものに限定すること
 - ・国が行う地域に関連する施策の実施に当たっては、事前の情報提供、実施段階での協議など地方との連携強化を図ること

四国の構造的な課題「人口減少」に立ち向かう社会の構築に向けて

- 政府は、出生率の向上は全ての世代の利益に繋がるとの明確なメッセージを強く発信するとともに、高い出生率目標を掲げて、国を挙げ、総合的な対策を推進すること

6 戦略の進捗管理・バージョンアップ

本戦略をさらに実効性のあるものとしていくために、その進捗状況を適切に管理し、社会経済情勢の変化なども加味しながら、毎年度、見直しを行っていきます。

本戦略の進捗管理については、基本的には、各県等において点検をし、協議会に報告、その報告内容を協議会で検討していくことになります。

特に、「重点戦略プロジェクト」のうち、本戦略独自の「連携プロジェクト」については、本戦略の要となることから、本協議会において、その進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが適切かつ効果的であったかをきめ細かく点検していきます。

こうしたことを通じて、「連携プロジェクト」の改善や新たな課題に対応する新規のプロジェクトの追加も含め、本戦略をより実効性の高いものへと適宜、バージョンアップしていきます。