



令和3年度 第1回

れんけいこうち広域都市圏推進会議資料

高知市総務部政策企画課



▲地場産品販路拡大推進事業
(R3.6月開催のTSUNAGU～高知家の底チカラ～マーケットの様子@イオンモール高知)



▲体験型地域資源開発・活用事業
(体験型イベントの実施 左：つねづね(津野町) 右上：とさんぽ(土佐町) 右下：わんさかわっしょい(佐川町))

Startup K Business
こうち創業 Village

新着情報
空き店舗情報
創業支援制度
チャレンジショップ情報
セミナー・イベント情報
れんけいこうちについて



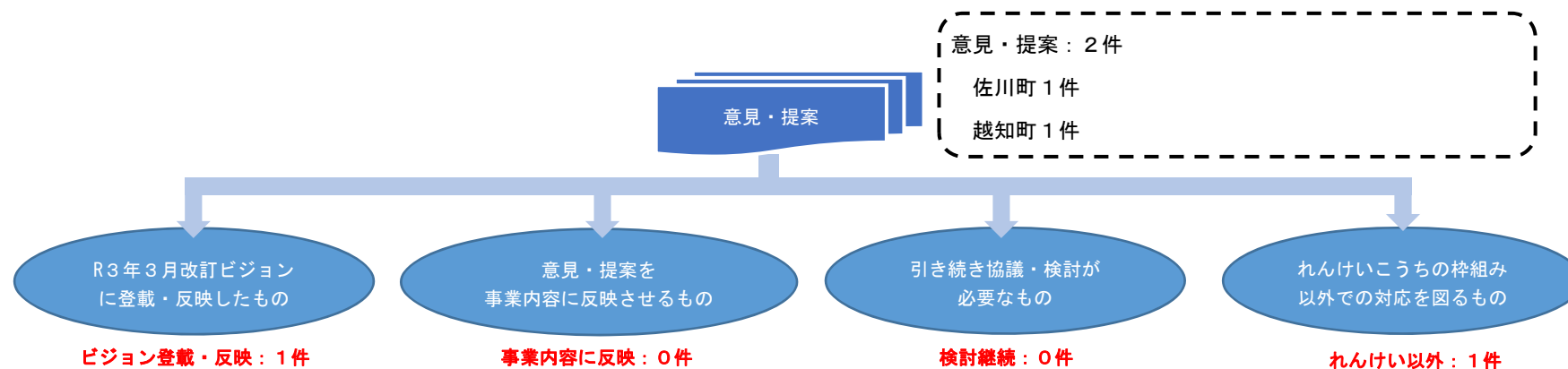
<p>空き店舗情報 Empty store information</p> <p>高知市(中心部)と高知市内の周辺・買手側情報を開示しています。</p>	<p>創業支援制度 Foundation support system</p> <p>創業する際に活用できる補助金や融資制度などを紹介しています。</p>
<p>チャレンジショップ情報 Challenge shop</p> <p>本格的に創業する前にお試しができる「チャレンジショップ」。高知市内のチャレンジショップ情報も集めました。</p>	<p>セミナー・イベント情報 Seminar&Events</p> <p>お試しで出店できるイベント情報や、創業に役立つセミナー情報をお知らせします。</p>

▲空き店舗等情報発信事業
(こうち創業Villageに創業者インタビューページ「VOICE」を新設)

前回会議でのご意見に対する対応・検討状況

1 検討にあたっての考え方

「れんけいこうち広域都市圏推進会議」において市町村長からいただいた連携事業や圏域のあり方等に関する意見・提案等について、高知県との役割分担，市町村間の連携，圏域への波及効果，新規性等の観点から関係者（高知市政策企画課・事業担当課，高知県市町村振興課・事業担当課，れんけいこうち広域都市圏事業調整チーム会議）での協議・意見交換を行い，対応方針について以下のとおり分類した。



① 令和3年3月改訂ビジョンに登載・反映したもの（1件）

令和3年3月改訂ビジョンに新規事業として登載，または事業内容の変更を行う。

② 意見・提案を事業内容に反映させるもの（0件）

新規事業としての登載やビジョンの文言修正を伴わない範囲で，意見・提案を事業内容に反映させる。

③ 引き続き協議・検討が必要なもの（0件）

圏域での取組に反映するかどうかについて，引き続き情報収集や関係者との協議を行った上で結論を得る。

④ れんけいこうちの枠組み以外での対応を図るもの（1件）

れんけいこうち広域都市圏の枠組み以外（高知県事業・市町村単独事業等）としての解決を図る。

2 検討状況

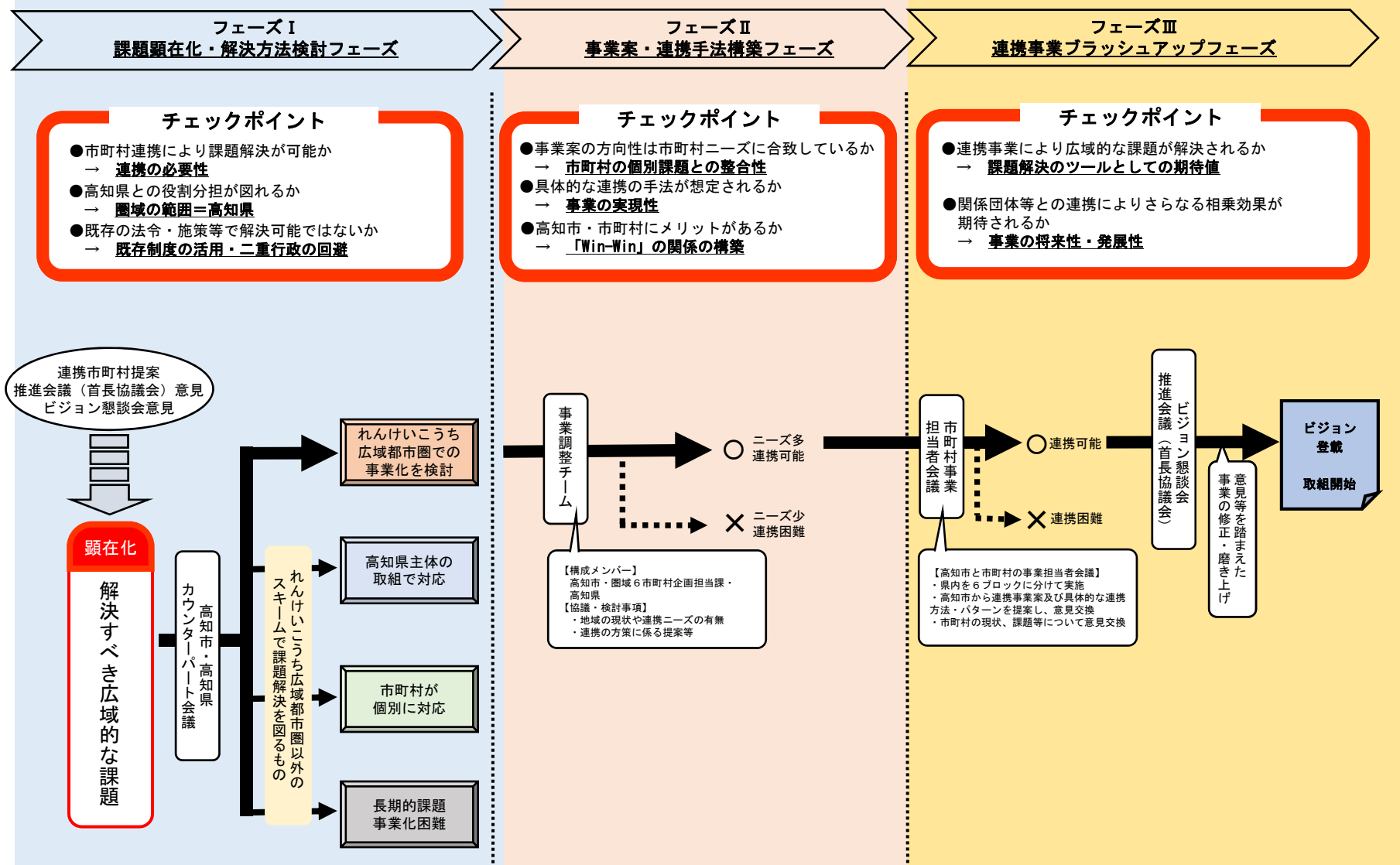
別表のとおり

3 検討体制及び事業化の流れ

高知市を中心とした34市町村による連携事業を真に実効性のあるものとするために、市町村の課題やニーズを正確に把握し、様々な観点（チェックポイント）から連携事業化を検討する。

検討にあたっては「新規事業、または既存事業に改善点等が加えられた事業であるか（事業の新規性）」、「事業効果が圏域全体に波及することが見込まれるか（事業の波及効果）」、「高知市を中心とした具体的な連携の実態があるか（高知市（中心市）と市町村の役割分担）」の3点が重要である。

検討段階においては、様々な観点（チェックポイント）について高知市・市町村及び高知県で協議を行い事業化するとともに、事業の実施段階においては、間断なくPDCAサイクルを回しながら事業の磨き上げを行い、さらに効果的に課題解決につなげることを目指していく。



いただいたご意見への対応・検討状況

資料 1 ・ 別表

1 令和3年3月改訂ビジョンに登載・反映したもの

No	項目	ご意見の内容	団体名 委員名	フェーズ	検討状況
1	着地型体験観光の推進について	・「温泉泊覧会（おんぱく）」の手法を活用した着地型体験観光の広域開催 ※令和元年度会議でのご意見、令和2年度会議にて「引き続き協議・検討が必要なもの」としてご報告	佐川町	反映済	・高知市と各市町村の役割設定等、事業化に向けた整理を行い、令和2年8月に開催した「れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会」において委員の皆様へご報告し、「体験型地域資源開発・活用事業」として新規事業化いたしました。 ・令和3年3月改訂のビジョンに登載し、令和2年度は3町（佐川町、土佐町、津野町）が事業を実施しており、事業効果等を圏域市町村内で共有することで、広く圏域全体に波及効果を生み出していくよう取り組んでまいります。

2 れんけいこうちの枠組み以外での対応を図るもの

No	項目	ご意見の内容	団体名 委員名	フェーズ	検討状況
1	人材育成・関係人口拡大	・「熱中小学校事業」の広域実施 ※令和2年度会議でのご意見	越知町	I (市町村 個別対応)	・「熱中小学校事業」において取り組まれている内容は、地域で主体性を持って新しい事業や展開を生み出していく仕組みの構築につながり、人材育成はもとより、地方への人の流れを加速させるなど、関係人口の拡大にも発展するなど、今後の地域振興面において有効であると認識しております。 ・一方、連携事業化にあたっては、この事業の特徴や、圏域全体で取り組むにあたってのメリットについて共通の認識を持ち検討を進める必要があり、高知市と越知町の間で協議を進めてまいりました。 ・協議の結果、圏域市町村への波及効果や役割分担設定の過程で、連携事業として実施することは現時点で困難であり、市町村個別対応といたします。

(1) 令和2年度連携事業の実施結果

令和2年度は新型コロナウイルス感染症が全国的に拡大し、多くのイベント等が中止・延期を余儀なくされた。これにより特に医療分野・経済分野は危機的状況に陥っており、緊急かつ有効な支援が求められた。地場産品販路拡大推進事業では、新型コロナウイルス感染症拡大初期から即座に「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」と称して経済対策掲示板を立ち上げ、感染状況を見ながらマーケットを利用した販売を開催する等、継続的な事業者支援を図ってきた。れんけい事業においても多くの事業が中止・延期となったが、ウィズコロナ・アフターコロナの視点により各事業の手法等をブラッシュアップすることで、徐々にではあるが各事業の活動を再開、あるいは新たな取組を模索し、人口減少の大きな波に打ち克つことのできる圏域を目指して取組を継続した。

① 圏域全体の経済成長のけん引

地場産品の販路拡大（地場産品販路拡大推進事業）

●グルメ&ダイニングスタイルショー秋2020への出展（3回目）

日時：令和2年10月7日（水）～9日（金）の3日間 会場：東京ビッグサイト
出展：22事業者 内訳：高知市内13事業者・連携市町村9事業者
(土佐清水市・越知町・大豊町・いの町・北川村・宿毛市・仁淀川町・日高村・南国市)

○新製品コンテスト

機能素材株式会社の「パンおいしいまま」がキッチン
&ダイニンググッズ部門において大賞を受賞

○ビジネスマッチング in Gift show

18事業者43件のマッチングが成立し、商談を実施

○出展事業者の声

来場者は少なかったが、その分ゆっくり話ができた。
冷やかしの来場者が少なく、本気で商品を探しに来ているバイヤーが多かった。

○事業の必要性

募集数（25事業者）に対し、32事業者が応募。昨年度出展事業者の65%がリピート
応募。展示会後のアンケートでは、20事業者が次回の出展を希望。
⇒ こうちプレミアムのブランドイメージを維持しつつ、食品加工品以外の事業者の出展等、多
彩な特色を持ったブースへの進化を目指す。

○開催後6か月の成約金額（事業効果） 15,187千円

●「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」



○TSUNAGU掲示板（4月～）

コロナの影響により売り上げの低迷や過剰在庫等の課題に直面している圏域の農水産物
生産者、加工品製造事業者等の情報を、高知市ホームページにて掲示し、事業者と消費
者等をつなぐ取組を実施。（掲載事業者数：121事業者）

○TSUNAGUマーケット（6/13～6/14、6/21、6/28、7/3～7/4、7/26、11/22）

- ・ 掲示板の派生事業として、スーパーマーケットやホームセンター、日曜市等で「TSUNAGU
マーケット」を開催。テイクアウトを中心として、事業者の販路拡大・売上確保を支援。
- ・ 事業者数累計：36事業者、売上累計：1,435千円

○地産地消マーケット テイクアウトフェスタ（10/3～10/4、3/27～3/28 @高知市中央公園）

- ・ 県内の農産物生産者・加工品製造事業者等の出店による加工品やテイクアウト商品を中心としたマーケットを開催。（県内の88事業者が出店）
- ・ 高知民放テレビ三局共同企業体による運営。
- ・ 4日間の動員は2.25万人、売上は約13,300千円。

●首都圏でのアンテナショップ出店（東京都・まるごとにつぼん）

- ・ 浅草の商業施設「まるごとにつぼん」3階の観光物産PRコーナー「おすすめめさと」に、れん
けいこうち広域都市圏ブースを設置し、11市町村56品目の商品を販売。また、観光・移住
パンフレットを設置してPRを実施。（まるごとにつぼんの11/23閉館に伴い取組終了）
- ・ 売上累計：4,767千円



事業者の販売支援（圏域事業者販売等支援事業）

●アグリコレットでの販売支援

高知市北御座「とさのさと アグリコレット」のセレクトショップ内に「れんけいブース」を設置することにより、地場産
品の展示・販売の場を確保し、運営事業者と協力しながら圏域事業者の販売支援・商品力向上支援を実施。

・れんけいブースでの販売支援

月	売上金額	売上点数
4月	1,879千円	3,502
5月	2,098千円	4,041
6月	2,732千円	5,227
7月	4,134千円	8,358
8月	4,425千円	8,194
9月	3,854千円	7,771
10月	4,538千円	8,534
11月	4,705千円	8,692
12月	5,389千円	10,115
1月	3,393千円	6,197
2月	4,694千円	8,750
3月	4,935千円	9,862
R2年度計	46,776千円	89,243

・マーケティング支援

サポート内容	支援件数
表示・パッケージ	8
衛生	1
店頭販売	24
試食販売	1
販売方法	7
量目・価格変更	4
納品方法（流通）	2
商品絞り込み	1
コロナ対策	20
製品企画書	0
限定販売	4
新商品	14
R2年度計	86

・イベント開催（参考）

【ゆずはらフェア】

主催：梶原町
期日：R2.10/17～10/18

【黒潮町PRブース】

主催：黒潮町
期日：R2.7/1～12/31

【大月・三原のごちそうマルシェ】

主催：大月町・三原村
期日：R2.11/21～11/22

伝統的産品の販売支援（伝統産業推進事業）

●小学館とのタイアップ通販冊子の作成



株式会社小学館が毎月発行しているライフスタイル情報誌「サライ」と高知市の
タイアップ企画として、高知県内の魅力ある伝統的産品が購入できる通販冊子
「メイド・イン高知の逸品35」を発行

発売日：令和2年12月9日（水）※全国の書店等で106,100部発行

掲載産品：土佐和紙、土佐打刃物、フラフ、宝石珊瑚、
土佐硯 等 計9品目35種類掲載

購入申込締切：令和3年2月26日（金）

販売実績：受注数225点、受注額7,233千円
フラフ、珊瑚、刃物、和紙、硯、竹細工、
焼き物、塗り物 など



① 圏域全体の経済成長のけん引（続き）

二段階移住の推進（二段階移住PR事業）

● 県外での相談会

大阪での幡多地域 6 市町村による二段階移住相談会「ハタカラ」は、コロナの影響により中止

● PR動画の配信等

PR動画「#田舎暮らしは甘くない」が、優れた地方のCMやPR動画に贈られる「ぐろ〜かるCM大賞」を受賞

● WEB広告配信

ヤフー・フェイスブックにて、二段階移住に関する情報をバナー表示する等のWEB広告配信を実施 配信期間：R3.3月



インバウンド観光・国内観光の推進（インバウンド観光推進事業）

● 映像等によるデジタルコンテンツを活用した効果的な観光PR



圏域の取組を広く周知・PRするにあたっては映像等によるデジタルコンテンツの活用が重視されることなどから、映像コンテンツによるPRを積極的に活用していく。

仁淀川エリア（土佐市・いの町・仁淀川町・佐川町・越知町・日高村）にて、エリアの魅力をPRするデジタルコンテンツ（動画）を作成し、県内のみならず、全国に向けたプロモーション展開の準備を開始。また、海外プロモーション用の外国語版も作成する。

② 高次の都市機能の集積・強化

高次の理科学習・体験機会の提供 （高知みらい科学館機能の強化）

● 科学館理科学習の実施

圏域内の市町村教育委員会が所管する学校等の小4・中1を対象に、高知みらい科学館においてプラネタリウム、デジタル地球儀等を活用した理科学習を実施
参加実績：72校3,903人

● 出前教室の実施

新たに移動式プラネタリウムを導入し、出前で理科学習を実施
参加実績：14校498人



● 科学体験展示の実施

展示物を市町村立図書館等に展示し、住民に科学体験機会を提供
展示物：6種類@18施設

③ 圏域全体の生活関連機能サービスの向上

おんぱく手法を活用した体験型イベントの実施 （体験型地域資源開発・活用事業）



● 体験型地域資源開発・活用事業の実施

地域の資源（自然・文化・食や、事業者・住民の技術等）をコンテンツ化する方法を地域住民が習得・実践する機会（セミナー・ワークショップ等）を提供し、体験型のイベント等の実施により、地域振興及び交流人口拡大を目指す事業を令和2年度から開始

佐川町：「わんさかわっしょい体験博2020」

1/16～2/28 16プログラム

土佐町：「とさんぼ」3/1～3/31 24プログラム

津野町：「つのつねね」3/6～3/31 10プログラム

● 高知市広報紙「あかるいまち」に掲載

1月号 佐川町

2月号 土佐町

3月号 津野町

※ イベント開催にあたっては、実施主体となる市町村でのPRのみならず、圏域内他市町村のホームページや広報紙でのPR協力を依頼



『災害に強い人』の育成による地域の防災力の強化 （防災リーダー育成事業）

● 「防災人づくり塾」の開催

日時：令和3年1月24日（日）13～17時

会場：本会場 高知市：総合あんしんセンター
サテライト会場 宿毛市：宿毛文教センター
越知町：越知町民会館
四万十町：四万十町役場

修了者数：92人（本会場36人、サテライト会場56人）

講座内容：

- ・巨大地震の教訓と備え（高知大学 原忠氏）
- ・南海地震に備える～地震の仕組みと想定される被害～（高知大学 松岡裕美氏）
- ・災害から命を守る（高知市防災政策課）

情報発信及び市町村間コミュニケーションの強化 （ウェブサイトの活用による情報共有・普及啓発）

● 情報発信の強化

高知市ホームページ内「れんけいこうち広域都市圏の取組」ページにおいて、連携市町村の希望により市町村イベント等を掲載していたが、掲載希望がない場合でも、圏域の活性化に寄与と思われるイベント等を高知市の判断で掲載することとし、情報発信を強化

令和2年度掲載件数 32件
（3月31日までに掲載を開始したもの）

● 市町村間コミュニケーションの強化

高知県の「こうちぎょうせいネット」を活用し、全てのれんけい事業の市町村担当者名簿を共有。
市町村担当者同士のコミュニケーションの円滑化及び市町村からの情報発信・情報共有の環境を整備

れんけいこうち広域都市圏ビジョンの進捗状況について

(2) 令和2年度連携事業の実施結果（新型コロナウイルスの影響）

事業名称	各事業の内容	第1回懇談会時点（R2.8）での実施状況
れんけいこうち広域都市圏ビジョン懇談会及びれんけいこうち広域都市圏推進会議の開催・運営	れんけいこうち広域都市圏推進会議（首長会議）	書面
	れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会（ビジョン懇談会）	実施
	市町村担当者会議	中止
統計データ活用事業	基礎研修会ⅠⅡ	延期
	R E S A S 研修	
	K O C H I 統計データラボの運営（応用学習会）	
日曜日出店事業	日曜日輪番出店	実施
	日曜日れんけい小間スタンプラリー	延期
地場産品販路拡大推進事業	バイヤー招聘型商談会の共同開催	未定
	グルメ&ダイニングスタイルショー	実施
	ビジネスフェア中四国	未定
	首都圏でのアンテナショップ出店（東京都まるとにっぽん）	実施
圏域事業者販売等支援事業	れんけいブースでの地域産品等の展示・販売	実施
	市町村によるP R イベント	未定
伝統産業推進事業	伝統産品カタログへの情報掲載及び販売	実施
6次産業化推進事業	農商工連携（6次産業化）マッチングセミナー	中止
大型船舶寄港誘致・誘客促進事業	高知市から連携市町村への無料バス等の運行	中止
広域観光推進事業	旅行商品の造成	実施
	共同観光プロモーション	未定
インバウンド観光推進事業	観光案内所の運営	実施
	市町村と連携した観光P R	未定
人工知能（AI）を活用した外国人観光客への対応	A I を活用した観光案内システムの運用	実施
空き店舗等情報発信事業	ウェブサイト「こうち創業v i l l a g e」の運営	実施
二段階移住P R事業	二段階移住プロモーション活動	実施
	県外での相談会・交流会	未定
二段階移住推進事業	二段階移住補助、お試し滞在施設の運営	実施



実施結果	備考
書面	
実施・オンライン	第1回通常開催、第2回オンライン開催
中止・実施	4月中止、10月通常開催
オンライン	基礎研修会Ⅱのみオンライン開催
オンライン	
中止	
実施	
中止	
中止	
実施	
中止	
実施	R2.11月まるとにっぽん閉館
実施	
実施	
実施	
中止	
実施	
実施	
実施	
実施	
実施	
中止	
実施	

れんけいこうち広域都市圏ビジョンの進捗状況について

(2) 令和2年度連携事業の実施結果（新型コロナウイルスの影響）（続き）

事業名称	各事業の内容	第1回懇談会時点 (R2.8)での実施状況
新高知赤十字病院への支援	津波長期浸水エリア外への移転支援	実施
高知みらい科学館機能の強化	科学館理科学習	実施
	出前教室	
	科学体験展示	
子育て支援事業（ファミリー・サポート・センターの広域連携）	ファミサポの設置・運営に関するノウハウ等の提供・共有	実施
	講習会の広域受講による資格取得機会の拡大	未定
新規就農者の確保	市町村合同就農相談会	中止
防災リーダー育成事業	防災人づくり塾（県内4会場）※サテライトを含む	延期
水道事業広域実施（人材育成等）	新任研修	延期
	技術研修	未定
職員交流による連携強化と能力向上	高知市職員研修への他市町村職員の参加	未定
ウェブサイトの活用による情報共有・普及啓発	れんけい特設ページの運営	実施



実施結果	備考
実施	
実施	・科学館理科学習は人数制限をして実施 （実験室学習40→30人、プラネタリウム82→60人） ・科学館理科学習は17校、出前教室は2校のキャンセルあり
実施	
実施	6月中止、10月・2月通常開催
中止	
実施	例年6月から8月にかけて全8回開講のところ、1月に規模を縮小し感染症対策を実施した上で開講
実施	
実施	
実施	
実施	

れんけいこうち広域都市圏ビジョンの進捗状況について

(3) 令和3年度連携事業の主な取組予定（詳細）

令和3年度からはれんけいこうち広域都市圏ビジョン計画期間の下半期に入る。中間年度である令和2年度には事業内容及びKPIの検証・分析を行ったところであり、これらを踏まえ令和3年度も取組を推進する。また特に、ウィズコロナ・アフターコロナを踏まえてデジタル化・オンライン化を加速的に普及させ、新しい日常に対応した圏域づくりを目指す。

① デジタル化の推進

統計データを活用できる職員の育成・EBPMの推進（統計データ活用事業）

●オンライン研修の実施

- 令和2年度に試行的に実施したオンライン研修を、令和3年度は統計データ活用事業で開催する全ての研修で実施

●実施研修のデジタル保存・活用（アーカイブ化）

- オンライン研修の録画データを高知市Youtubeチャンネル等に掲載、リアルタイム以外での受講を可能とする取組を試行的に実施
- これに併せて、課題（実績の収集、リアルタイムでの研修受講意欲低下等）を整理し、本格導入を検討



就農相談会の開催（新規就農者の確保）

●オンライン相談会の導入

- オンライン相談会の開催にあたっては、集客効果を最大限に発揮するため、従前の対面形式での相談会も継続する、ハイブリッド形式を想定

『災害に強い人』の育成による地域の防災力の強化（防災リーダー育成事業）

●新たな配信手法の検討

- 本会場（高知市）とサテライト会場（連携市町村）の通信の他、サテライト会場以外の視聴を希望する連携市町村においても、視聴可能な配信の形を検討

② より効果的な事業展開・新たな取組

地場産品の販路拡大（地場産品販路拡大推進事業）

●TSUNAGUマーケットの開催

- 事業者の販路拡大・売上確保を支援するため、「TSUNAGUマーケット」を開催。令和3年度は更に裾野を広げ、定期的に販売場所を提供できるよう、「TSUNAGUマーケットin日曜市」として、隔週ごとに日曜市に出店（R3.5～R4.3月 計21回）
- イオンモール高知において「TSUNAGUマーケット」を開催し、高知市商圏のお客様に、県内各市町村のPRを目的とした物販・観光PRイベントを実施
【日時】6月19日（土）・20日（日）10時～16時
【場所】イオンモール高知 1階セントラルコート及び南コート
【出展】16市町村が出展し、物販、観光PR等を各ブースで実施
- 上記以外にも、れんけいこうち合同のPRイベントを企画予定



伝統的産品の販売支援（伝統産業推進事業）

●ターゲット像の把握

- 令和2年度に実施した通販冊子「メイド・イン高知の逸品35」（サライ）での読者アンケート及び購入者属性を分析することにより、伝統的産品のターゲティングを行う

就農相談会の開催（新規就農者の確保）

●相談会開催場所の見直し

- これまで、県外からの（一時的を含む）帰高者をターゲットに、高知駅前やイオンモール高知にブースを設置し相談会を開催していたが、農産物を多く取り扱う「とさのさと AGRI COLLETTTO」の一部スペースを会場とすることで、農産物に興味を持つ可能性が高い顧客をターゲットにした事業展開を予定
- 令和3年度は秋（11月頃）の開催を予定



③ 取組内容の底上げ

インバウンド観光の推進（インバウンド観光推進事業）

●デジタルコンテンツを活用した効果的な観光PR

- 仁淀川エリアにて、エリアの魅力をPRするデジタルコンテンツ（動画）を作成し、全国に向けたプロモーション展開準備を開始（インバウンド観光需要回復期を見据え、将来的には海外向けに発信できるような内容で作成）
- 作成した動画は、高知市内の「こうち観光ナビ・ツーリストセンター」のデジタルサイネージで放映し、地域の魅力を発信する
- 今後は、動画作成からプロモーション展開に至るまでのノウハウ、事業効果等を圏域市町村内で共有することで、広く圏域全体に波及効果を生み出していく

おんぱく手法を活用した体験型イベントの実施（体験型地域資源開発・活用事業）

●おんぱく手法を活用した地域資源の発掘及び体験型イベントの開催

- 令和3年度は5市町村で地域資源の発掘、体験型イベントの実施に向けて取り組む予定
- 仁淀川エリア（土佐市・いの町・仁淀川町・佐川町・越知町・日高村）での取組も予定しており、複数市町村にまたがる広域での実施を目指す（10月末頃開催予定）
- ワークショップやセミナーの開催による地域資源のコンテンツ化から体験型イベントの実施に至るまでのノウハウ、事業効果等を圏域市町村内で共有することで、広く圏域全体に波及効果を生み出していく



(3) 令和3年度連携事業の主な取組予定（詳細）（続き）

④ 実施に向けて検討・協議を進めるもの

地場産品の販路拡大（地場産品販路拡大推進事業）

●ECサイトの構築

- 事業者にとって、特にコロナ禍ではECサイトを活用した販路が効果的であることから、事業者単独ではなく、圏域全体の希望する事業者でまとまり、「こうちプレミアム（※）」としてECサイトの構築を検討

※ 東京ビッグサイトでの見本市 グルメ&ダイニングスタイルショーに、希望する圏域内の事業者で共同出展した際に掲げたブランドイメージ

令和2年度で3回目の出展となり、多くのバイヤー等に認知され、「こうちプレミアム」のブランドイメージ拡大が期待される



圏域事業者への支援（圏域事業者販売等支援事業）

●販売拠点の拡大

- 魅力ある地場産品等の販路拡大、事業者への販売支援を行う取組として、「とさのさと AGRI COLLETTTO」内にれんけいブースを設けるほか、高知市内に更なる販売拠点の拡大を検討



伝統的産品の販売支援（伝統産業推進事業）

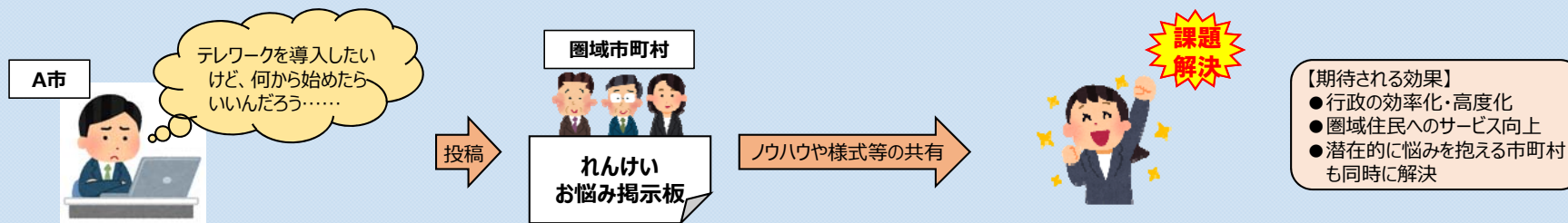
●伝統的産品のPR強化

- 各市町村のホームページ等による伝統的産品のPRの他、県外で開催される伝統的産品の見本市への出展を検討

圏域市町村間での情報交換・相互支援

●圏域市町村間での情報交換・相互支援

- コロナ禍におけるデジタル化・オンライン化の急速的な普及等に対応するため、各市町村で生じる事務作業等について共有することができる仕組みの構築を検討
- 圏域全市町村が閲覧可能な掲示板等を活用することで、高知市のみならず、実績のある市町村からも情報提供ができる相互支援の形を検討



人材育成に係る事業の推進

●人材育成に係る事業の推進

- 現状、れんけいこうちの取組において、様々な分野で自治体職員の育成や地域の担い手育成を目的とした事業を実施
例）統計データ活用事業（各種統計データを活用できる自治体職員の育成）
防災リーダー育成事業（地域の防災力強化を目的とした防災人づくり塾の開催） 等
- 目下では、デジタル社会の実現に向けた自治体DXの推進が課題とされており、これら時代や社会情勢の変化に対して柔軟かつ速やかに対応のできる自治体職員の育成が重要である他、地域の担い手不足という課題解決に向け、様々な分野で地域住民にノウハウ・知識等を拡大する取組が重要となる
- 既存の人材育成に係る事業の更なる推進のほか、多様化する課題や行政へのニーズに「れんけいこうち」として圏域全体で対応するため、自治体職員・地域の担い手の能力の底上げにつながる人材育成に係る事業を推進する

1 分野K P I の達成状況

① 圏域全体の経済成長のけん引

指標	基準値 2016 (H28)	実績値 2017 (H29)	実績値 2018 (H30)	実績値 2019 (R 1)	実績値 2020 (R 2)	実績値 2021 (R 3)	目標値 2022 (R 4)	備考
製造品出荷額等	5,678億円	5,810億円	5,945億円	5,853億円	－	－	6,400億円以上	R3.3月 目標値見直し
県外観光客入込数	424万人	441万人	441万人	438万人	－	－	454万人以上	R3.3月 目標値見直し
観光総消費額	1,101億円	1,126億円	1,104億円	1,096億円	－	－	1,246億円以上	R3.3月 目標値見直し
県外からの移住組数	683組	816組	934組	1,030組	963組	－	1,225組以上	R3.3月 目標値見直し

② 高次の都市機能の集積・強化

指標	基準値 2016 (H28)	実績値 2017 (H29)	実績値 2018 (H30)	実績値 2019 (R 1)	実績値 2020 (R 2)	実績値 2021 (R 3)	目標値 2022 (R 4)	備考
高知赤十字病院のドクターヘリ 搬入患者数（受入のみ）	20人	－	－	69人	79人	－	150人	令和元年5月に病院移転
高知みらい科学館利用者数	－	－	－	214,591人	114,412人	－	200,000人	平成30年7月に開設

③ 圏域全体の生活関連機能サービスの向上

指標	基準値 2016 (H28)	実績値 2017 (H29)	実績値 2018 (H30)	実績値 2019 (R 1)	実績値 2020 (R 2)	実績値 2021 (R 3)	目標値 2022 (R 4)	備考
新規就農者数	276人	265人	271人	261人	－	－	320人以上	
自主防災組織の組織率	93.3%	95.0%	96.3%	96.5%	96.8%	－	100%	各年4月1日時点
ファミリー・サポート・センター提供 会員数	486人	－	－	－	797人	－	920人以上	R3.3月 指標及び目標値見直し

れんけいこうち広域都市圏 KPIの達成状況について

2 事業KPIの達成状況（1）

事業名称	指標	目標値	実績値		目標値（R4）の修正	
		R4	R2	達成率	R4新目標値	■目標値に関する事項 □その他参考事項
れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会及びれんけいこうち広域都市圏推進会議の開催・運営	懇談会の開催回数	3回／年	2	66.6%		
	推進会議の開催回数	1回／年	1	100.0%		
	【移動】ウェブサイトの閲覧件数	4,800ビュー／年	3,786	78.9%		□「ウェブサイトの活用による情報共有・普及啓発」との統合によるKPI移動
統計データ活用事業	研修会への参加者数	累計340人	331	97.4%		
	応用学習会への参加市町村数	22市町村／年	0	0.0%		
日曜日出店事業	「れんけい小間」延べ開設数	300回／年	141	47.0%		
	「れんけい小間」への来客数	24,000人／年	4,838	20.2%		
地場産品販路拡大推進事業	見本市等における商談成立件数	75件／年	74	98.7%		
	見本市等における参加事業者数	30事業者／年	22	73.3%		
	まるとにっぽんにおける年間販売額	800万円／年	477	59.6%	KPI削除	□ R2.11月のまるとにっぽん閉館に伴いKPI削除
	まるとにっぽんにおけるパンフレット配布部数	3,000部／年	1,550	51.7%		
圏域事業者販売等支援事業	「れんけいブース」における年間販売額	3,200万円／年	4,677	146.2%		□ コロナ禍での実績のため据え置き。次回改訂時を目途に検討。
	「れんけいブース」における事業者支援件数	36件／年	86	238.9%		□ 法改正対応、コロナ対応等特殊要因があったため据え置き。次回改訂時を目途に検討。
伝統産業推進事業	パンフレット配布部数	5,200部／年	911	17.5%		
	ウェブサイト閲覧数	36,000ビュー／年	87,324	242.6%	63,000ビュー／年	■ 実績を基に上方修正
6次産業化推進事業	マッチングセミナーへの参加事業者数	50事業者／年	0	0.0%		
大型船舶寄港誘致・誘客促進事業	高知新港への大型客船寄港回数	100回／年	2	2.0%		□ 寄港回数の目標値については、県計画との整合性を図りながら、次回改訂時を目途に検討
	無料バス運行地域数	6地域／年	0	0.0%		
	無料バス乗客数	180人／年	0	0.0%		
観光客動態調査事業	動態調査地点数	120地点／年	—	—	KPI削除	□「広域観光推進事業」との統合により事業削除（KPIも削除）
広域観光推進事業	新規周遊観光商品数	3本／年	9	300.0%		
	【新】旅行会社発行の紙・WEB媒体への造成商品掲載数	—	—	—	30商品／年	□ 新規KPIとして設定。造成商品は必ずしも収益目的ではなく、比較的低知名度の観光資源PRも目的としており、消費者の目についた実績を把握するための指標として新たに設定。
インバウンド観光推進事業	観光案内所の外国人利用者数	3,370人／年	254	7.5%		□ インバウンド観光の回復状況を踏まえながら、次回改訂時を目途に検討
人工知能（AI）を活用した外国人観光客への対応	外国人観光客のシステム利用者数	3,662人／年	55	1.5%		□ インバウンド観光の回復状況及びAIシステムの検討状況を踏まえながら、次回改訂時を目途に検討

れんけいこうち広域都市圏 KPIの達成状況について

2 事業KPIの達成状況(2)

事業名称	指標	目標値	実績値		目標値(R4)の修正	
		R4	R2	達成率	R4新目標値	■目標値に関する事項 □その他参考事項
空き店舗等情報発信事業	ホームページの閲覧数	42,000ビュー／年	37,921	90.3%		
二段階移住PR事業	ポータルサイト閲覧数	累計195,000ビュー	188,534	96.7%	KPI削除	<input type="checkbox"/> 「二段階移住推進事業」との統合により事業削除 <input type="checkbox"/> ポータルサイトや動画配信を基にした幅広い事業PRは一定の成果を得たため、PR活動は引き続き行うものの、次のフェーズ（「PRによる認知度向上」から「新規相談件数の増加」へ）を見据えKPIを削除
	イメージ動画閲覧数	累計214,000ビュー	220,598	103.1%		
二段階移住推進事業	【新】二段階移住新規相談件数	－	－	－	累計490件	<input type="checkbox"/> 「新規相談件数の増加」を見据えた新規KPIとして設定 ■ 二段階移住は先進的な取組として開始しており、より適正な目標値に再設定
	二段階移住パスポート発行部数	累計450部	100	22.2%	累計185部	
	二段階移住組数	累計150組	17	11.3%	累計60組	
新高知赤十字病院への支援	高知赤十字病院から圏域内への助産師派遣回数	36回／年	8	22.2.％		
高知みらい科学館機能の強化	理科学習の実施校数	100校／年	72	72.0%		
	理科学習の受講児童生徒数	5,700人／年	3,903	68.5%		
	出前教室の実施校数	40校／年	14	35.0%		
	出前教室の受講児童生徒数	800人／年	498	62.3%		
	科学体験展示実施延べ市町村数	16市町村／年	18	112.5%		<input type="checkbox"/> 次回改訂時を目途に検討
子育て支援事業（ファミリー・サポート・センターの広域連携）	ファミサポ設置に向けた検討等について高知市が関わった（相談等含む）市町村数	累計12市町村	9	75.0%		
	講習会への広域受講市町村数	累計12市町村	4	33.3%		
	広域利用に向けた検討等について高知市が関わった（相談等含む）市町村数	累計12市町村	1	8.3%		
	情報交換・情報共有した市町村数	累計33市町村	33	100.0%		■ 33が最大値であるため据え置き
新規就農者の確保	相談会での個別相談件数	累計150件	18	12.0%		<input type="checkbox"/> 事業変更・改善の検討、令和3年度実績を踏まえ、次回改訂時を目途に検討
【新】体験型地域資源開発・活用事業	実施プログラム数	累計300件	50	16.7%		<input type="checkbox"/> R2年度からの新規事業
	イベント実施エリア外からの参加割合	70％／年	64.1	91.6%		
防災リーダー育成事業	防災人づくり塾修了者数	累計1,050人	515	49.0%		
水道事業広域実施（人材育成等）	高知市職員研修への参加者数	累計80人	99	123.8%	累計127人	■ 実績を基に上方修正
職員交流による連携強化と能力向上	高知市への派遣職員数	6人／年	0	0.0%		
	高知市職員研修への参加者数	50人／年	5	10.0%		
	防災士資格取得者数	10人／年	0	0.0%		
ウェブサイトの活用による情報共有・普及啓発	ウェブサイトの閲覧件数	4,800ビュー／年	3,786	78.9%		<input type="checkbox"/> 「れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会及びれんけいこうち広域都市圏推進会議の開催・運営」との統合により事業削除⇒KPI移動

令和2年度連携事業進捗状況一覧

資料2-3

令和3年3月31日現在

区分	No.	連携事業名	事業概要	令和2年度取組内容	令和2年度取組状況 (■：実績)
ア 圏域全体の 経済成長の けん引	20-1	れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会及びれんけいこうち広域都市圏推進会議の開催・運営	ビジョンの進捗管理や広域的な課題の共有、解決に向けた協議を行うとともに、取組成果の検証やビジョンの見直し作業を適宜実施するため、各種会議を開催・運営する。	れんけいこうち広域都市圏推進会議開催	■れんけいこうち広域都市圏推進会議開催（7/22） ※書面開催
				れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会開催	■第1回れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会開催（8/5） ■第2回れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会開催（2/8）
				担当者会議開催	■担当者会議（10/5～10/9、10/12、10/16、10/19～10/23） ・事業の進捗状況の共有、ウィズコロナ・アフターコロナを踏まえた事業内容及びKPIの見直し案等の協議を実施 ※4月の担当者会議はコロナの影響で中止
	20-2	統計データ活用事業	各市町村の職員を対象とした基礎研修会を通じて、統計資料等のデータ活用の重要性を共有するとともにそれらを活用できる人材の育成を図る。 また、各種統計データの活用に関するプラットフォームとしての役割を担う研究会組織を設置し、広域エリアにわたり相乗効果を創出するような施策立案につなげる。	基礎研修会開催	■基礎研修会Ⅱ開催（2/16、2/18、2/24） ・アンケート設計及び分析の基本を実習を交えて学習する研修 ・県内全市町村職員を対象にオンラインで開催 ・参加者数：15市町55人 ■RESAS研修会開催（12/2、2/19） ・RESAS（地域経済分析システム）の活用方法を習得する研修 ・前半は高知市を除く県内市町村職員を対象に、後半は高知市職員を対象にオンラインで開催 ・参加者数：9市町25人
				応用学習会開催	実績なし ※年度上半期はコロナの影響で中止、下半期よりオンライン研修を導入したことからより難易度の低い基礎研修会を優先的に実施したもの
	20-3	日曜市出店事業	日曜市の中に圏域市町村の出店スペース（れんけい小間）を設け、各市町村が輪番制で観光PRなどの情報発信や農産物・加工品等特産品の販売等を行う。また、出店市町村と連携しれんけい小間をPRするミニイベント等を行う。	出店の輪番調整	■高知県産業振興推進各地域本部の協力により輪番調整（随時）
				出店	■各市町村による出店 ・出店市町村数：24市町村 延べ開設数：141小間 ・来客数：4,838人
				れんけい小間の周知・PR	実績なし ※7月、11月、2月にスタンプラリーを実施予定としていたが、コロナの影響で中止
	20-4	地場産品販路拡大推進事業	バイヤーの多様なニーズに圏域で連携して対応できるよう圏域市町村のネットワークを構築する。 高知市が主催・出展する見本市等について、参加者要件を高知市内事業者から圏域全体に拡大し販路開拓等の機会を創出する。	ギフトショー（グルメ&ダイニングスタイルショー）出展	■第28回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2020出展（10/7～10/9@東京ビッグサイト） ・10市町村22事業者出展（内訳：高知市13、土佐清水市、越知町、大豊町、いの町、北川村、宿毛市、仁淀川町、日高村、南国市） ・出展者募集（5/25～6/5）、出展者審査会（6/15、6/25）、出展者説明会（8/27） ・機能素材（株）の「パンおいしいまま」が展示会内新製品コンテストのキッチン&ダイニンググッズ部門において、大賞を受賞 ・展示会終了3か月後・6か月後・12か月後に事業成果報告調査を実施、6か月後報告による事業成果は15,187千円
				ビジネスフェア中四国出展	実績なし ※9月～10月に事業者を募集し、2/12に広島市中小企業会館総合展示場にて4市町（高知市、仁淀川町、南国市、土佐清水市）9事業者が出展予定としていたが、コロナの影響で中止
				アンテナショップ（東京・まるごとっぽん）出店	■まるごとっぽん出店（4月～11月） ・販売商品応募数（全期）：11市町村56品目 ・売上累計4,767千円（税込）（うち、オンラインショップでの売上108千円） ※4/8～5/28の間は、コロナの影響により全館休館 ※11/23をもって、まるごとっぽんは閉館 ■「おすすめふるさと」におけるPR ・まるごとっぽん3階の観光物産PRコーナー「おすすめふるさと」にれんけいこうち広域都市圏ブースを設置し、圏域の約50商品を販売するとともに、観光・移住パンフレットを設置しPR

区分	No.	連携事業名	事業概要	令和2年度取組内容	令和2年度取組状況 (■：実績)
ア 圏域 全体 の 経済 成長 の けん 引	20-4	(続き)		TSUNAGU「～高知家の底チカラ～」の運営	■経済対策掲示板の運営 ・コロナ対策として、売り上げの低迷や過剰在庫等の課題に直面している圏域の農水産物生産者、加工品製造事業者等の情報を、経済対策掲示板「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」に取りまとめ、掲載し、継続した情報発信を実施 ・掲載事業者数：121事業者 ■TSUNAGUマーケットの開催（6/13～6/14、6/21、6/28、7/4～7/5、7/26、11/22） ・経済対策掲示板の派生事業として、TSUNAGUマーケットを開催、テイクアウトを中心として、事業者の販路拡大・売上確保を支援 ・事業者数累計：36事業者 ・売上累計：1,435千円（税込） ■地産地消マーケット・テイクアウトフェスタの開催（10/3～10/4、3/27～3/28） ・新型コロナの影響で大打撃を受けた県内の農産物生産者・加工品製造事業者の出店による、加工品やテイクアウト商品を中心としたマーケットを開催（県内の88事業者が出店） ・高知民放テレビ三局共同企業体による運営 ・2日間の動員は2.25万人、売上は約13,300千円
	20-5	圏域事業者販売等支援事業	J A 高知県が整備する新たな複合施設「アグリコレット」において、高知市を訪れる県外観光客等をターゲットとした地場製品の展示・販売の場（「れんけいブース」）を確保し、事業者の販売支援・商品力向上及び連携市町村への周遊促進を図る。	販売促進・地域情報発信	■れんけいブースにおける販売促進・地域情報発信 ・34市町村 ・売上累計：46,776千円
				販路拡大支援・マーケティング支援	■販路拡大支援 ・れんけいブース又はイベントスペース等での販売促進・地域情報発信 ■マーケティング支援 ・商品のデザインや表示、コロナ対策等に関するアドバイスを実施 ・支援件数：86件
	20-6	伝統産業推進事業	伝統産業の強みを活かしたブランド力・知名度の向上、販路拡大に向けた支援を行うことにより伝統産業の振興を図る。	パンフレット作成・配布、ウェブサイト掲載	■支援対象産品・事業者調整（4月、各市町村） ■パンフレット作成・配布（令和2年度は作成なし、令和元年度作成分を配布） ・14産品56事業者・4卸業者（17市町村）の産品の特徴・作業工程等を掲載 ・主要観光施設等（34市町村）、高知龍馬空港、公立学校（高知市）等で配布 ■ウェブサイト運営 ・伝統的産品情報（産品別・市町村別）、後継者情報、イベント情報を掲載 ・市町村はそれぞれのHPにおいて高知市HPにリンク設定するほか、イベント情報や後継者募集情報を高知市に提供 ・サイト閲覧数：87,324ビュー
				タイアップ通販冊子の作成・販売	■タイアップ通販冊子の作成・販売（12/9～2/26） ・株式会社小学館が毎月発行しているライフスタイル情報誌「サライ」と高知市のタイアップ企画として、高知県内の魅力ある伝統的産品が購入できる通販冊子「メイド・イン高知の逸品35」の作成及び販売 ・掲載産品数：9品目35種類 ・売上実績：受注数225点、受注額7,233千円
	20-7	6次産業化推進事業	高知市が主催する農商工連携セミナーの参加者要件を高知市内事業者から圏域全体に拡大し、事業者の交流・マッチングの機会を創出・拡充することで、事業者間のコラボレーションによる新商品開発や販路開拓の促進を図る。	農商工連携マッチングセミナーの開催	実績なし ※予定していた6次産業化・農商工連携マッチングセミナーはコロナの影響を踏まえ中止
	20-8	大型船舶寄港誘致・誘客促進事業	高知新港への大型客船等の誘致を進めるとともに、連携市町村の新たな観光資源の掘り起こしや磨き上げにより受入態勢を整備し、高知新港に大型客船等が寄港する際に、連携市町村へのシャトルバスを運行することで、乗船客等の圏域での周遊促進や、連携市町村の知名度向上及びリピーターの増加、地場産品の販路拡大等による地域経済の活性化及び観光振興、高知新港の寄港地としての魅力向上を図る。	高知新港でのPRイベント	■高知新港でのれんけいこうちPRイベント ・客船寄港の機会を有効に活用し、市町村の知名度向上や高知新港の魅力向上につながるようなPRイベントの実施を検討 ※コロナの影響により外国客船寄港自体がなく、シャトルバス運行による圏域周遊促進の実施はなし
	20-9	観光客動態調査事業	携帯電話の位置情報ビッグデータを活用し、圏域市町村を訪れる観光客の移動軌跡調査・分析を行うことにより、観光エリアの特徴・課題を把握する。	令和4年度実施予定	同左
	20-10	広域観光推進事業	ビッグデータを活用した観光客動態調査を基に、ターゲット等に応じた効果的な商品開発やプロモーションを圏域市町村で連携して行う。また、必要に応じて観光資源や受入体制の整備を行っていく。	旅行商品造成	■商品造成 ・旅行商品9本を造成（安芸・室戸エリア、物部川エリア(2)、嶺北エリア、仁淀川エリア、奥四万十エリア(2)、幡多エリア(2)）

区分	No.	連携事業名	事業概要	令和2年度取組内容	令和2年度取組状況 (■：実績)
ア 圏域 全 体 の 経 済 成 長 の けん 引	20-11	インバウンド観光推進事業	外国人観光客に対応するため、外国語対応可能な観光案内所を高知市中心市街地に常設し、専任スタッフによる観光案内及び圏域市町村と連携した観光PR等を行い、周遊促進を図る。	観光案内所の運営	■案内所運営 ・来場者数・実相談件数：26,843人・4,514件（うち外国人254件）
				観光PR等	■広域観光PR素材の活用 ・令和元年度に発行した広域観光ガイドブック「とさめぐり」を増刷し、各市町村で活用 ■観光PR ・TSUNAGUIイベントでの観光PRブース出店（10/3、10/4@高知市中央公園） ・飛鳥Ⅱ（客船）寄港時の特産品販売イベント（11/30）
				映像等によるデジタルコンテンツを活用した効果的な観光PR	■デジタルコンテンツ（動画）を活用した観光PR ・仁淀川エリア（土佐市・いの町・仁淀川町・佐川町・越知町・日高村）にて、エリアの魅力をPRする動画作成に取り組み、全国・海外に向けたプロモーション展開の準備を開始
	20-12	人工知能（AI）を活用した外国人観光客への対応	観光客の満足度及び回遊性向上のため、圏域の観光資源や交通情報、飲食等の情報を多言語で発信する、人工知能（AI）を活用した外国人向け観光案内システムを構築・運用する。	外国語観光案内システムの運用	■操作性・掲載情報等の課題改善（継続実施） ■システムへの観光情報提供（随時） ・観光情報の追加、FAQの更新等情報の充実 ・利用実績：441人（うち外国人55人）から6,791件の質問 ■システムの利用促進 ・チラシ配布追加（旅館ホテル、観光施設など）
	20-13	空き店舗等情報発信事業	圏域内の空き店舗情報及び自治体の支援策を共有し、出店希望者に対し一元的に情報提供することで、出店の促進を図る。	ウェブサイトの運用	■ウェブサイト「こうち創業Village」の運営 ・掲載情報収集（随時） ・主な掲載内容 ：空き店舗情報44件、支援制度 高知県及び16市町村28件、チャレンジショップ 10市町村10件、セミナー情報等 毎月5件程度 ・サイト閲覧数：37,921ビュー ■「創業者の声」ページの掲載 ・こうち創業Villageに、創業者インタビューページ「VOICE」を新設（R3.3月） 京町チャレンジショップ（高知市）でのお試し経営後、同商店街内に衣料・雑貨店を開業した創業者にインタビューし、チャレンジショップでの経験や経営上の工夫点等を掲載
	20-14	二段階移住PR事業	高知市を拠点とした二段階移住を推進し、圏域全体への移住・定住の促進を図るために、大都市圏などの潜在的な移住希望者を対象として、二段階移住のPRに取り組む。	既存の情報発信ツール等を活用した広報活動	■主な広報活動 ・「TURNS×こうち」ハンドブックのリニューアル 発行時期：R3.3月 ・ウェブサイトの拡充・強化（オンライン相談窓口の開設（10月）・新サイト「高知7人の職人～KOCHI 7 ARTISANS～」の開設（3月）） ・WEB広告配信 配信期間：R3.3月（ヤフー・フェイスブック） ・サテライトサイト運営
				PR動画の配信等	■「#田舎暮らしは甘くない」をキーコンセプトにしたPR動画を配信 ・優れた地方のCMやPR動画に贈られる「ぐろ～かるCM大賞」を受賞
				SNS（Instagram・フェイスブック等）を活用した情報発信	■写真共有アプリ「Instagram」において、参画できる市町村・県と連携投稿し、日ごとに交代でそれぞれの魅力や移住に関する画像等を情報発信 ・実績：25市町村＋県による投稿、投稿数467件、フォロワー数788人
				二段階移住をテーマとした県外での相談会	実績なし ※大阪にて、幡多地域6市町村による二段階移住相談会「ハタカラ」を、対面とオンラインのハイブリッド形式での開催予定としていたが、コロナ禍を踏まえ中止

区分	No.	連携事業名	事業概要	令和2年度取組内容	令和2年度取組状況 (■：実績)
	20-15	二段階移住推進事業	高知市を拠点とした二段階移住を推進し、圏域全体への移住・定住の促進を図るために、一段階目の高知市でのお試し移住補助・レンタカー補助、市町村のお試し滞在施設との相互利用、連携した相談体制の充実などに取り組む。	高知市へのお試し移住費用及び二段階移住先検討のためのレンタカー費用補助	■高知市の窓口における二段階移住新規相談実績：85件 ■補助金交付決定件数：33件（うち、3件取り消し） ・4組が二段階移住（移住先：南国市（2）、仁淀川町、いの町） ・対象者には「すてっぷ移住パスポート」を交付し、3市町村以上で移住相談を行っていただく ・パスポート発行部数：41部 ■連携市町村における移住相談対応（随時）
				お試し滞在施設の運営	■高知県職員住宅を活用して整備したこうちらいふ体験滞在拠点「いっく」の運営（H29年5月に1号室、H30年11月に2号室、R2年5月から3号室を開設） ・利用実績：8組（R元年度からの継続利用者1組は除く） ・利用者のうち2組が香美市・黒潮町へ二段階移住 ・稼働率：1号室75.1%（274日/365日）、2号室87.7%（320日/365日）、3号室60.2%（204日/339日） ■「いっく」の環境整備 ・テレワーク等に対応したWi-Fi環境を整備
イ 高次の都市機能の集積強化	20-16	新高知赤十字病院への支援	高知赤十字病院の津波長期浸水エリア外への移転を支援し、救急医療等の拠点機能を確保するとともに、南海トラフ地震発生時の県内の災害拠点病院としての機能を確保し、圏域全体が平時・災害時を問わず必要な医療サービスを受けることができる環境の整備を図る。	補助金の交付	■補助金の交付 ・交付決定（令和元～令和10年度）
	20-17	高知みらい科学館機能の強化	圏域の児童・生徒等の科学に対する興味・関心を高めるとともに、科学的な見方や考え方を養い、次代を担う人材を養成するため、県内唯一の科学館である「高知みらい科学館」の機能を強化し、圏域の小中学校等を対象とした理科学習や出前教室、圏域住民を対象とした科学体験の機会の提供に取り組む。	科学館理科学習の実施	■高知みらい科学館における理科学習 ・小4及び中1を対象に、プラネタリウムを活用した理科学習を実施 ・実施時期：6～3月の平日（月曜日と学校の長期休業期間除く） ・利用実績：72校3,903人（高知市45校3,023人、連携市町村27校880人） ※コロナの影響により17校（高知市13校、連携市町村4校）キャンセル
				出前教室の実施	■市町村における出前教室の実施（遠方市町村） ・市町村の希望に応じ、出前による理科学習・サイエンスショー等を実施 ・R2年度からは移動式プラネタリウムを導入し、複数校を1か所に集めて実施するよう変更 ・実施時期：5～3月の平日（月曜日と学校の長期休業期間除く） ・利用実績：14校498人 ※コロナの影響により2校キャンセル
				科学体験展示の実施	■市町村立図書館等における科学体験展示の実施 ・科学館の展示物を市町村立図書館等に展示し、住民に科学体験機会を提供 ・展示物：6種類@18施設
ウ 圏域全体の生活関連	20-18	子育て支援事業（ファミリー・サポート・センターの広域連携）	連携市町村のファミリー・サポート・センター設置に向けた支援、市町村域を越えたサービスの提供及び援助会員養成講習会の開催等を行うことにより、圏域全体のサービスの質の向上を図りながら、子育て中の家庭への支援を拡充する。	ファミサポ設置市町村間における広域受講の検討	■広域受講を可能にするルールの調整 広域受講ルール調整の上受講済み市町村：南国市、いの町、香美市、仁淀川町
	20-19	新規就農者の確保	高知市と連携市町村が合同で、就農相談会を高知県内で開催する。新規就農者及び研修受入農家等に対する助成、受入農家の交流促進・合同研修なども検討する。	ファミサポ設置・設置予定市町村との情報交換	■ファミサポ設置・設置予定市町村からの相談に対応：3市（土佐清水市、香美市、香南市）延べ4回
				就農相談会の開催	実績なし ※予定していた市町村合同就農相談会はコロナの影響を踏まえ中止
				防災人づくり塾サテライト実施	■防災人づくり塾サテライト実施（1/24） ・高知市会場から県内3会場（宿毛市、越知町、四万十町）に映像と音声リアルタイムで配信 ・参加者募集（12/18～1/15） ・申込者数・修了者数：92人（高知市36人、サテライト56人）・92人 ※コロナの影響により6～8月に予定していた日程は中止 ※1/24に規模を縮小して開催、修了は防災士資格取得要件とはならない
	20-21	水道事業広域実施（人材育成等）	水道事業の知識や技術の継承及び災害時対応について、高知市が行う水道事業実務研修の対象者を圏域全体に拡大することで効率的な人材育成に努める。また、圏域市町村での情報の共有・統一化等により業務の効率化を図る。	職員研修（実務講習等）の実施	■研修計画の共有 ■新任者研修（7/7） ・参加者数：10市町村15人 ※コロナの影響により施設（浄水場・水再生センター）見学は中止 ■技術研修（12/3） ・参加者数：8市町村13人
				水道事業関連の申請書類等の様式統一化	■課題等の現状分析（10/21～11/20） ・様式統一化に関する意見を集約

区分	No.	連携事業名	事業概要	令和2年度取組内容	令和2年度取組状況 (■：実績)
機能サービスの向上	20-22	職員交流による連携強化と能力向上	連携市町村から高知市へ派遣職員の受入及び交流派遣や、高知市職員研修への参加機会の提供等により職員の能力向上を図る。 また、共通した行政課題について圏域市町村間での情報交換を行うほか、相互連携が可能な事業については共同して事業を実施する。	高知市職員研修への連携市町村職員の参加	■手話研修（実技1回目：6/3～8/19で10回、実技2回目：10/7～12/9で10回、入門研修：9/3） ・参加者数：5人 ・研修の開催情報等はこうちぎょうせいネットに掲載し周知 ■防災士養成研修（11/25、11/26） ・コロナの影響により連携市町村職員の参加はなし
				情報交換（随時）	■共通した行政課題について市町村間で適宜情報交換を行う
	20-23	ウェブサイトの活用による情報共有・普及啓発	連携事業の効果の最大化を図るため、ウェブサイトを活用し、圏域内の住民等へ取組の広報を行う。また、市町村担当者間の情報共有や意見交換の効率化を図る。	ウェブサイトの運用	■圏域の取組等に関する情報発信ページを高知市HP内に公開 ・圏域市町村イベント等の掲載：33件（令和2年度累計新規掲載数） ・サイト閲覧数：3,786ビュー
	20-99	体験型地域資源開発・活用事業	地域の資源（自然・文化・食や、事業者・住民の技術等）をコンテンツ化する方法を地域住民が習得・実践する機会（セミナーやワークショップ等）の提供及び体験型プログラム等の実施により、地域振興及び交流人口拡大を目指す。	体験型地域資源のコンテンツ化	■地域資源の発掘や新たな資源を開発するためのセミナーやワークショップを開催 ・佐川町：9/16事業説明会、9/30プログラム作成WS ・津野町：12/3講演会・ワークショップ、1月中旬 パートナー決定
				体験型イベントの実施	■体験型イベントの実施 ・佐川町：「わんさかわっしょい体験博」1/16～2/28、16プログラム（コロナの影響により7プログラムを中止）、イベント実施エリア外からの参加割合62.6%（アンケート回答者187人の内訳） ・土佐町：「とさんぼ」3/1～3/31、24プログラム、イベント実施エリア外からの参加割合 不明 ・津野町：「つのつねづね」3/6～3/31、10プログラム、イベント実施エリア外からの参加割合69.0%（アンケート回答者58人の内訳）

P 事業概要

日常業務の中で十分に活用ができていない統計データ等について、研修会を通じて活用の重要性を共有するとともに、統計データを活用できる市町村職員の育成を図ることでデータに基づいた戦略的な施策立案（EBPM）・評価を行うことができる体制を構築する。また、高知大学の協力の下、統計データに関する研究会組織の立ち上げについて検討する。

D 実施内容

■基礎研修会Ⅰ（4～7月）

統計データに関する知識や活用方法を学ぶことを目的に、各市町村職員がPCを実際に操作しながらデータの見方や活用方法を学ぶ。

■基礎研修会Ⅱ（4・10月）

基礎研修会Ⅰの内容をより実践的に活用するためのテクニックや分析方法を学ぶ。今年度は、人口推計の手法とシミュレーションについて実践形式で学習するとともに、人口と地域経済の関係について学習する。

■RESAS研修会（11月）

RESASに関する基礎的知識や活用方法を習得するため、四国経済産業局から講師を招へいし、操作演習や分析事例の紹介を行う。

■KOCHI統計データラボの運営（応用学習会）

統計データを活用した分析を実践するための応用学習会（人口ビジョン策定等をテーマ）の開催及び各市町村の事例に基づく統計分析モデルの共有、グループウェアを活用した情報共有を実施する。

県の取組・支援

実施結果

■市町村アンケート（4月末）

4月の市町村担当会議が中止になったことから、令和2年度の事業実施方針等について、アンケートを実施した。（23市町村が回答）※調査結果については、「市町村の声」に記載。

■受講者数

コロナ禍における感染拡大防止の観点及び上記市町村アンケート結果等に基づき、上半期の研修は未実施とし、下半期にオンラインツールを活用した研修を実施した。
オンライン研修の実施にあたっては、これまで経験がないことから、複雑な演習等を含まない、比較的初心者向けの内容とした。

- ・基礎研修会Ⅰ：未実施
- ・基礎研修会Ⅱ（アンケート調査の実施手法・分析方法研修）
：2/16、2/18、2/24（全日同内容で開催）
15市町55人参加（うち高知市9人）
- ・RESAS研修会：12/2（市町村向け）、2/19（高知市向け）
9市町25人参加（うち高知市12人）
※人口等の規模が類似したデータを使用することで、
より研修内容を理解しやすくなるため、高知市とそれ
以外の市町村で研修日を分けて開催
- ・応用学習会：未実施

C 分析・検証

【総括】

- 新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、上半期のオフライン（対面形式）での研修を中止とした。
- 下半期については、市町村からの意見も参考にし、初のオンライン研修を試み、概ね盛況であった。

【個別事項】

- ①研修の開催方法について、コロナの状況によっては再度対面形式に変更するかどうか、研修参加者からのアンケート結果等を基に検討していく必要がある。
- ②研修方法が変わるようであれば、研修内容の見直しが必要。
- ③研修のスケジュールについて見直しが必要。

市町村の声

●基礎研修会Ⅱ受講後アンケートでの主な声

- ① 今後の統計データ活用事業研修の開催方法への希望
8割以上の受講者が「オンラインがいい」「どちらかと言えばオンラインがいい」と回答し、オンライン研修のメリットをより感じている。
- ② 今後統計データ活用事業で実施してほしい研修等
統計GISの活用研修、今般のアンケート研修の応用研修、施策立案に繋がったデータ分析の成功例、統計データの効果的な見せ方研修等

●RESAS研修受講後アンケートでの考察

今年度の研修は「RESASを知らない」「RESASを知っているけれども使ったことがない」といった、比較的初心者向けの研修内容として開催。ほぼ全ての受講者がRESASを今後業務で活用したい、活用の余地ありと回答し、RESASの実用性・有効性について一定の理解を得られた。
一方、具体的な施策立案の演習等、実習を交えた研修を望む声が多くあった。

KPI検証

■研修会への参加者数 累計340人（R4）

R2目標 累計204人
R2実績 累計331人（R2参加者80人）

達成率
97.4 %

■応用学習会への参加市町村数 22市町村／年（R4）

R2目標 22市町村
R2実績 0市町村（達成率0 %）

達成率
0 %

※R2年度は全研修をオンライン研修としたことから、より難易度の高い応用学習会は優先順位を落とし、未開催とした。

A 改善策・対応方針

【総括】

- 事業内容に大きな変更はなく、引き続き研修等を行う。
- 事業全般として、新型コロナウイルス感染防止策を講じた事業展開を図っていく。（オンライン研修の充実等）

【個別事項】

- ①オンライン・対面形式双方にメリットがあるが、オンライン形式は大幅な移動時間の短縮メリットが非常に大きく、またコロナ禍において感染症対策にも当然なることから、対面形式に比べ大きなメリットを感じている受講者が多い。今後はオンライン開催をベースとし、研修内容等により対面形式で行うとする場合は、感染防止対策を講じる。
- ②研修内容については、統計分析の技術だけでなく、EBPMの重要性やオープンデータなど、幅広いテーマを設定することで、地域の市町村職員のEBPM意識を醸成していく。
また、分野を絞ったり、既存の資料を研修素材とするなど、実務に反映しやすい内容も検討する。
市町村担当者会議や研修受講後アンケート等を活用し、定期的に研修テーマを募集し、開催を検討する。
今後、自治体が保有する新型コロナウイルスに関する情報の把握や活用について検討する。
- ③研修の開催方法や内容により、開催日程（1回の講義時間、開催回数、時間帯など）を柔軟に検討する。

P 次年度取組予定

- ・令和2年度の状況を見つ、引き続き検討を行う。
- ・特段、市町村に予算措置（参加料等）は必要ない見込み。
- ・長期的検討事項としているKOCHI統計データラボの運営については具体的な進捗はなし。まずは目下の目標である職員のEBPM意識の醸成に力を入れつつ、研修で出た参加者からの統計データに関する質問等をFAQという形で蓄積し共有するといった取組を検討していく。
- ・令和2年度は未開催とした応用学習会の再開について検討する。再開にあたっては、オンラインでの開催可否についても併せて検討する。

P 事業概要

人口と観光客が集中する高知市・日曜市のマーケットを活用し、連携市町村が輪番で日曜日「れんけい小間」に出店することで、各地域の観光PRや地場産品等の情報発信・PR活動を行う。

D 実施内容

■日曜市輪番出店

日時：毎週日曜日（出店：7時半～、撤収：15時までに）
出店：8小間（安芸・嶺北地域、物部川地域、仁淀川地域、高幡・幡多地域、室戸市、大月町、大豊町、宿毛市）
概要：これまで単独出店していた市町村小間に加え、圏域で輪番出店できる小間を設け、各市町村の観光情報や地場産品等をPRする。

■日曜市れんけい小間スタンプラリー

概要：日曜市への集客と周遊を図ることを目的として、れんけい8小間を巡るスタンプラリーを実施し、毎週抽選でれんけい市町村の特産品を中心に商品を提供する。
令和2年度は、新型コロナウイルス感染症対策で、3回予定していたスタンプラリーは全て中止した。

県の取組・支援

・出店の輪番調整において、高知県産業振興推進地域本部が中心となり、地域内・地域間での調整を行い、市町村の出店を支援している。

実施結果

■出店市町村数（※3月31日報告済まで）

・市町村数 24市町村
・延べ開設数 141小間 KPI
・来客数 4,838人 KPI

（新型コロナウイルス感染症の影響）

R元年度3/1以降は出店自粛要請、R2年度は、5月末まで日曜市出店事業を中止した。

■出店報告書

【主な活用方法】

・物販（農産物、加工食品、塩干物、工芸品ほか）、観光PR

【満足度】

・満足・ほぼ満足：63.3% 不満・やや不満：17.3%
不満・やや不満の理由
・雨天での出店で来場者が少ない。
・コロナ禍で来場者が少ない。

■スタンプラリー 中止

C 分析・検証

【総括】

- 市町村の主体的な取組や、各地域本部による輪番調整の協力、高知市によるテントの設営・撤収の仕組み等により、日曜市を活用した市町村のPR等が実施できている。
- コロナ禍で県外観光客が減少しており、発信力低下している。

【個別事項】

- ① 市町村ごとに取組の濃淡はあるものの、出店時の反応は良い。
- ② 輪番調整は、今後も各地域本部にお願いしたい。
- ③ テントの設営等は円滑に運用できた。
- ④ コロナ禍で、各種イベントが開催できず、ウィズコロナでのPRは課題となっている。
- ⑤ 市町村の声を踏まえ、運営の工夫・改善を検討していく。
- ⑥ れんけい小間は、各地の特産品と観光PRがメインで、生活市である日曜市のアクセントになっている。
- ⑦ 令和2年度はコロナ禍で、来場者数が目標値を大幅に下回り、ウィズコロナ、アフターコロナでの集客方法が課題となっている。観光客の減少が著しく、地元客へのPR強化が必要。

市町村の声

- ・昨年同時期と比較し、観光客及び買い物客はかなり減少しているように思えた。
- ・コロナの影響がお客様は少なめで、特に県外のお客様や海外のお客様は少なかった。
- ・初めてのどぶろくは、知名度が薄くPR不足を感じた。
- ・れんけいこうちの仕組みが周りの出店者・お客さんに知られていないのでもっとPRした方がいいと思う。

KPI検証

3月31日報告済までの集計

■れんけい小間延べ開設数 300回／年（R5）

R1実績値	259回	達成率
R2目標値	300回	41.0%
R2実績値	141回	

■れんけい小間への来客数 24,000人／年（R5）

R1実績値	20,550人	達成率
R2目標値	24,000人	20.2%
R2実績値	4,838人	

A 改善策・対応方針

【総括】

- 「分析・検証」で挙げた①②③を継続しながら、事業効果をより高めるため、④スタンプラリーなどで事業PRと集客を図るよう取り組むとともに、⑤れんけい市町村からの要望や提案をできるだけ取り入れるように努める。
ウィズコロナでの、集客のための高知市民をターゲットとしたPR活動を強化する。

【個別事項】

- ① 引き続き市町村と情報共有・意見交換等を行うことで出店効果をさらに高めていく。
- ② 県内全体での取組であり、実効性も高いことから、引き続き地域本部に協力を依頼する。
- ③ テント設営の委託業務は、継続実施。
- ④ スタンプラリー等、れんけい小間をPRする工夫を引き続き行いながら、更に事業PRと集客を図るよう情報発信の強化を行う。（HPでの公開・テレビ・チラシ配布等）
- ⑤ 担当者会議の機会等を活用し、運営に関する改善意見等を聴取し、運用の改善を図っていく。
- ⑥ 出席率の維持・向上は、日曜市とれんけい事業の盛り上げにつながることから、各地域本部とも相談の上、欠席予定の小間の代替方法について、検討を始める。また、各市町村においては、出席率の維持・向上に向け、複数の事業者確保などをお願いしたい。
- ⑦ 生活市として利用する地元客をメインターゲットとしたイベントの開催について検討していく。

P 次年度取組予定

■日曜市輪番出店

日時：通年
出店：年度当初8小間から、輪番小間2小間増設を予定）
概要：圏域で輪番出店できる小間を設け、各市町村の観光情報や地場産品等をPRする。

■日曜市れんけい小間PRイベント

概要：スタンプラリー及びその他のPR活動を実施
期間：通年

■日曜市事務所活用

れんけい事業、日曜市のPRに活用

P 事業概要

販路拡大に関する圏域市町村のネットワーク構築、バイヤー招聘型商談会の共同開催、見本市への共同出展等、圏域市町村が共同して外商活動を行い、事業者の収益向上、市町村の知名度向上を図る。

D 実施内容

- 連携市町村のネットワークを活用した新たな販路拡大
バイヤーからの提案要望なし
- バイヤー招聘型商談会の共同開催
新型コロナウイルス感染症の状況を鑑み、未実施
- 見本市等への共同出展
 - グルメ&ダイニングスタイルショー秋2020
日時：令和2年10月7日（水）から9日（金）の3日間
場所：東京ビッグサイト
 - ビジネスフェア中四国2021 新型コロナウイルス感染症の状況を鑑み、中止
- 首都圏でのアンテナショップ出店（東京都・まるとにっぽん）※今年度で終了
浅草の商業施設「まるとにっぽん」3階の観光物産PRコーナー「おすすめふるさと」にれんけいこうち広域都市圏ブース（18.8㎡）を設置し、圏域の約50商品を販売するとともに、観光・移住パンフレットを設置してPRを実施
- 「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」
新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、影響を受けたれんけいこうち広域都市圏の農水産物生産者、加工品製造事業者等の情報を、経済対策掲示板「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」に取りまとめて掲載し、情報発信を実施。また、民間施設での販売機会の創出も行った。

県の取組・支援

・事業案内・募集・告知にあたって、県が把握している事業者に対し情報提供等への協力。

実施結果

- 見本市への共同出展
 - グルメ&ダイニングスタイルショー秋2020
出展：高知市内13者
圏域9者（土佐清水・越知・大豊・いの・北川・宿毛・仁淀川・日高・南国）
職員派遣：なし
※機能素材（株）（高知市）の「パンおいしいま」が展示会内新製品コンテストのキッチン&ダイニング部門において大賞を受賞
事業成果…6,645千円（3か月後報告）
※6か月・12か月後に事業成果報告調査を実施予定
- 首都圏でのアンテナショップ出店（東京都・まるとにっぽん）
売上実績：4,767千円（うちオンラインショップ：108千円）
※4/8～5/28休館、11/23で閉館
- 「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」
 - 経済対策掲示板…121件掲載（高知市89 れんけい32 3/17現在）
 - マーケット…6/13～14 ハマート朝倉店（高知4 れんけい1）
6/21 日曜市（高知2 れんけい2）
6/28 日曜市（高知3 れんけい1）
7/3～4 イオンモール（高知4 れんけい2）
7/26 日曜市・マルナカ高知インター店（高知9 れんけい1）
11/22 マルナカ高知インター店（高知2 れんけい1）
 - 地産地消テイクアウトマルシェ
10/3～4 高知市中央公園（38）
3/27～28 高知市中央公園（50）

C 分析・検証

【総括】

●非常事態宣言の発布による、イベントの開催自粛等により、圏域の事業者が多大な影響を受け、外商活動の機会を失った。れんけいこうち事業も例にもれず事業の実施が停滞した。しかし、非常事態宣言解除後は、人の往来自粛も徐々に緩和されはじめ、年度当初に予定していた事業も実施可能となった。今後も、れんけいこうち広域都市圏が事業者と共に、コロナウイルスへの感染防止を行いながら、圏域の経済活動をけん引していく。

【個別事項】

- 連携市町村のネットワークを活用した新たな販路拡大
バイヤーからの要望に、適宜対応していく。
- 見本市等への共同出展
新型コロナウイルスの影響により開催が危ぶまれたが、今年度も無事に開催された。グルメ&ダイニングスタイルショーへは圏域として3回目の出展であるが、毎年出展希望者が増加しており、出展事業者からは大変好評である。コロナウイルスへの対応として、主催者が行う検温等の対策に加え、れんけいこうちとしても会期中の体調チェックを徹底し、感染防止に努めた。
- 首都圏でのアンテナショップ出店（東京都・まるとにっぽん）
新型コロナウイルスの影響により、4/8～5/28まで全館休館となり、その後は時短での営業を継続中。コロナ禍においては、通販サイトを開設するなどの営業努力はみられる。また、地域共通クーポン加盟店であり、売り上げ増加に期待する。
- 「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」
コロナ禍において、経済活動の復興に向けて企業と協力し事業を行っている。

事業者の声（抜粋）

●事業者：公共団体が率先して展示への出展を行ったり、イベントを開催してくれると、非常に心強い。／外商活動（首都圏への営業活動等）が停滞していたため、首都圏で開催される展示会への出展は、非常に意味がある。／展示会については、コロナウイルスの影響により、来場者は減っているように感じるが、その分一人のバイヤーと内容の濃い商談となった。

KPI検証

- 見本市等の商談成立件数75件/年（R4）
R2目標75件（実績74件※出展3か月後調査）
- 見本市等の事業者参加数30件/年（R4）
R1目標30事業者（実績22事業者）
- まるとにっぽん年間販売額800万円/年（R4）
R1目標800万円（実績476.7万円）
※常設ブース・オンラインショップ
- まるとにっぽんパンフ配布3,000部/年（R4）
R1目標3,000部（実績）1,550部

達成率

98.7%

達成率

73%

達成率

59.6%

達成率

51.7%

A 改善策・対応方針

【総括】

●新型コロナウイルス感染症予防を徹底し、事業者支援・販路開拓に今まで以上に圏域全体で取り組んでいく。

【個別事項】

- 連携市町村のネットワークを活用した新たな販路拡大
今後も圏域として多様なバイヤーの要求に適宜対応していく。
- 見本市等への共同出展
商談成立件数の増加を目指し、適宜事業者のフォローを実施していく。
- 首都圏等での販売場所の確保（首都圏・関西圏）
新たな売り場での出展による首都圏・関西圏等での積極的なPRの継続に向けた検討を行う。
- 「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」による事業者支援
新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、売上の低迷や過剰在庫等の課題に直面している。れんけいこうち広域都市圏の農水産物生産者、加工品製造事業者等の情報を、経済対策掲示板「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」に取りまとめて掲載し、情報発信を継続して行う。また、イベントを開催するなどし、販売機会の創出を行う。

■新しい生活様式を実践した販路拡大支援策の検討

P 次年度取組予定

- れんけい市町村販路拡大ネットワークを活用した新たな販路拡大
- バイヤー招聘型商談会の共同開催
・県外バイヤーを高知に招聘し、産地視察・商談等開催
- 県外見本市への共同出展
・「グルメ&ダイニングスタイルショー秋2021」（東京都）
・「ビジネスフェア中四国」（広島市）
- ・首都圏・関西圏でのサテライトショップ出店
・ごうちプレミアムのブランド化に向けた情報収集等
- コロナウイルス経済対策「TSUNAGU～高知家の底チカラ～」を活用した事業者支援
- 新しい生活様式を実践した販路拡大支援策の検討

P 事業概要

J A 高知県が整備する複合商業施設（アグリコレット）において、高知市を訪れる県外観光客等をターゲットとした地場産品の展示・販売の場を確保し、事業者の販売支援・商品力向上及び連携市町村への周遊促進を図る。

D 実施内容

■「れんけいブース」の設置（高知市）

設置場所：高知市北御座「とさのさと AGRI COLLETTTO」セレクトショップ内に設置
設置面積：約46㎡
営業時間：10時～19時 ※令和元年9月20日オープン
運営主体：株式会社とさのさと

■「れんけいブース」での地域産品等の展示・販売（とさのさと）

■マーケティング支援（とさのさと）

- (1) 「れんけいブース」での売上実績・分析・考察などを市町村へ提供（毎月）
- (2) 顧客の声や担当者のコメントを市町村（事業者）へフィードバック（3か月毎）

■事業者支援（とさのさと）

- (1) 卸事業者等との商談サポート（スペースの提供）
- (2) 県内外への販路拡大支援（商談会）
- (3) 商品の衛生・表示面アドバイス（関係機関紹介）

■販売促進・地域情報発信（市町村・事業者）

「れんけいブース」又はイベントスペース等での販売促進・地域情報発信

県の取組・支援

・食べて遊んで高知家応援プロジェクト内「GoTo農林水産物直売所キャンペーン」での農畜産物加工品プレゼントの商品購入先に、当該施設を指定

実施結果

■「れんけいブース」の設置（高知市）

契約締結日：令和2年4月1日
契約期間：令和2年4月1日～令和3年3月31日
契約金額：3,672,900円（共益費込）
※コロナによる休止期間：なし（時間短縮営業期間あり）

■「れんけいブース」での地域産品等の展示・販売（とさのさと）

第1期（令和2年4月1日～）
取扱商品市町村数34
売上金額（合計）57,286千円（常設）46,776千円（GOTO）10,510千円
売上台数108,512点 ※R3.3月末実績

■事業者支援（とさのさと）

表示・パッケージ8 衛生1 店頭販売24 試食販売1 販売方法7
量目・価格変更4 納品方法2 商品絞り込み1 コロナ対策20 限定販売4
新商品14 合計86
※R3.3月末実績を記載

■マーケティング支援（とさのさと）

適宜報告あり

■市町村によるイベントスペースの活用（れんけいこうち）

- 黒潮町【P Rブース】 7/1～12/31
- 梶原町【ゆずはらフェア】 10/17～10/18
- 三原村・大月町【ごちそうマルシェ】 11/21～11/22

C 分析・検証

【総括】

●「れんけいブース」での販売は3月末時点で46,736千円（常設）と、コロナ禍においての売り上げは健闘している。一方で、事業者による試食販売や、れんけい事業によるイベントの開催ができていない。今後は、新型コロナウイルス感染防止策を講じながら、市町村及びとさのさと、事業者と連携しながら、新生活様式に添った販売に取り組んでいく必要がある。

【個別事項】

■市町村別出品状況

市町村の積極的な参画により、数多くの商品がれんけいブースに出品中。今後も市町村・事業所への呼びかけを継続しながら商品の充実を図っていく必要がある。

■市町村別販売状況

■（株）とさのさととの連携

毎月月末の売上報告書の提出や、新商品の提案など、定期的に連携を行っている。また、市町村の商品を売り出すための事業者支援を行っている。

■PRイベント

市町村PRイベントの開催により、生産者と消費者が直接顔を合わせることで、さらなる商品の販路拡大につなげることができる。また今後、物品の販売に限らず、移住相談など、様々な支援につなげることが重要となる。

KPI検証

※R3.3月末実績

■「れんけいブース」における年間販売額 32,000千円/年（R4）

R2目標値 32,000千円

R2実績値 46,776千円

（※その他、県・市によるGoToキャンペーン10,511千円）

達成率

146%

■「れんけいブース」における事業者支援件数 36件/年（R4）

R2目標値 36件

R2実績値 86件

達成率

238.9%

A 改善策・対応方針

【総括】

●コロナ禍においても、「れんけいブース」は一定の売り上げはあった。今後は、十分なコロナ対策を行いながら、イベント等の開催も模索し、引き続き市町村・とさのさとと連携しながら、PRイベントに取り組むなど、販路拡大・商談機会の拡大を目指していく。

【個別事項】

■市町村別出品状況

今後も、さらなる商品の充実を図っていくために、全市町村に対し、継続的な呼びかけを行っていく必要がある。

■市町村別販売状況

新型コロナウイルス拡大防止の観点から、現在は、全商品試食は禁止となっているが、今後様子を見ながら再開検討予定。

■（株）とさのさととの連携

引き続き、とさのさとと定期的に情報共有を行うなど、事業者支援に向けた取組を継続していく。

■PRイベント

多くの方に市町村の魅力を知っていただくため、イベントを行う際には複数市町村の合同イベントにつなげるなど、呼びかけ方法を工夫するなど、支援を行っていく。

P 次年度取組予定

■「れんけいブース」での地域産品等の展示・販売

れんけいブースを利用し、商品の継続的な販売につなげる

■マーケティング支援

商品の売上向上につながるよう、マーケティング支援を行う

■事業者支援

市町村から出品される商品のみに限らず、事業者の支援につなげる

■販売促進・地域情報発信

商品販売と合わせて、地域の情報発信につとめる

■れんけいこうちでのイベントスペースの活用

新型コロナウイルス感染防止策を講じながら、積極的にイベントスペースを活用し、市町村のPRを行い、様々な取組につなげていく

P 事業概要

伝統産業の強みを活かしたブランド力の向上や販路拡大等の支援によって伝統産業の振興を図り、雇用の場を創出し、地域経済の活性化を図ることを目的に、圏域の伝統的産品をPRするパンフレットを作成する等により知名度向上を図る。

D 実施内容

■パンフレット作成

国指定の伝統的工芸品または県指定の伝統的特産品のほか、一定条件を満たす産品及びその事業者を掲載するパンフレットを作成。

■パンフレット配布

庁舎・博物館・オーテピア・観光施設・道の駅等で配布。
(平成30年11月配布開始、令和元年9月更新)

■販路拡大

・小学館とのタイアップ通販冊子の作成（R2年度のみ） 他

■ウェブサイトでのPR

・高知市HP内で伝統産業のイベント情報や後継者募集情報を掲載
・市町村はそれぞれのHPにおいて、高知市HPにリンクを設定するほか、イベント情報や後継者募集情報を高知市に提供

■県の取組・支援

・日曜市への出展、高知龍馬空港や民俗資料館等でのワークショップや商品販売の調整や、県外の展示会及び出展に関する支援制度について、適宜情報を共有いただき、必要な助言を受けている。

実施結果

■パンフレット作成(※前年度作成成分を配布中)

内容：14産品・56事業者+4卸業者(17市町村)
部数：6,500部印刷（令和元年度印刷分）

■パンフレット配布

場所：主要観光施設等（34市町村）、高知龍馬空港、市内公立学校（高知市）
時期：令和元年11月配布開始、継続中

■販路拡大

・土佐和紙：県発行の贈答品パンフレットにて受注
・土佐硯：まるごとにつぼんでのPR（販売は行っていない）
・尾戸焼：小学館発行の通販雑誌に掲載
・フワフ、土佐打刃物：NHKBS番組での放送 等

・小学館とのタイアップ通販雑誌の作成（R2年度のみ）

小学館に、サライの特別付録として取材から発行までを一貫して行う通販冊子の作成を依頼する。9品目35種類を掲載。
発売日：12月9日（水）～令和3年2月26日（金）
掲載産品：土佐和紙、土佐打刃物、フワフ、宝石珊瑚、土佐硯、虎斑竹、尾戸焼、土佐古代塗、組子細工
売上実績：受注数225点、受注額7,233千円

■ウェブサイトでのPR

サイト公開日：平成30年12月7日
イベント情報等を随時更新してページの鮮度を保つ
ウェブサイト閲覧数：87,324ビュー（R3.3.31時点）



C 分析・検証

【総括】

・昨年度に引き続き、事業者にもスポットを当てた記事を掲載した冊子を活用し、県内伝統産品等の知名度向上を図る。

【個別事項】

・パンフレットに掲載する事業者への周知、取材依頼、取材期間を確保することで掲載事業者数及び掲載情報を増やす。
・ウェブサイトのアクセス数は当初設定した目標値を大きく上回る実績となっており、情報の発信に関しては効果が出ている。
・パンフレットやHPに掲載したことによる売上増や後継者募集についての問い合わせ等、効果を検証する必要がある。
・パンフレット等によるPRの効果もあり、販路拡大につながる事例も増えつつあることから、今後においても他団体や各連携事業との連携を深め、販路拡大や事業者支援につなげていく。
・小学館とのタイアップ通販雑誌の作成により、全国に向けて高知の観光資源も含めたPRもでき、販路の拡大にもつながった。

市町村の声

【パンフレット】

・ニーズ等の把握のため、アンケートによるプレゼント企画実施の提案あり。
・パンフレット設置場所にポップを貼るなど、工夫が必要とのアドバイスあり。

【ホームページ】

・掲載している写真について、2次利用できないかといった相談。
・コロナ禍を踏まえ、オンラインによる周知に重点を置くという意味合いからも、SNS等を活用した情報発信を検討について提案あり。

KPI検証

■パンフレット配布部数 5,200部／年（R4）

R2目標値 5,200部
R2実績値 911部（R3.3.31時点）

達成率
17.5 %

■ウェブサイト閲覧数 36,000ビュー／年（R4）

R2目標値 36,000ビュー
R2実績値 87,324ビュー（R3.3.31時点）
※次年度目標63,000ビュー／年
(138.6%)

達成率
242.6 %

A 改善策・対応方針

【総括】

・パンフレットを活用したPRや、産品の認知度向上に向けて引き続き連携して取り組む必要がある。

【個別事項】

・関連イベント等の掲載によりウェブサイトの更新頻度を上げる。

・パンフレット更新時に、売上増や後継者募集についての問い合わせ等の効果について、掲載事業者や市町村に確認する。

・ウェブサイトのアクセス数の実績を踏まえ、KPIの上方修正（令和4年度目標値63,000ビュー／年）を行う。また、アクセス分析を行い、販路拡大やさらなる知名度向上に向けた対応策を検討していく。

・日曜市での販売及び主要施設等のブースでの販売を検討・拡大して販路拡大を図る。また、小学館とのタイアップ通販冊子「メイド・イン高知の逸品35」に、購入者に対するアンケート調査を同梱しており、調査結果を分析することで今後の事業のターゲットの把握・絞り込みを行い、効果的なPR方法を検討していく。

P 次年度取組予定

■次年度版パンフレットへの修正

・令和元年度に作成したパンフレットにおける事業者情報の修正や、新たに掲載を希望する事業者への取材を行い、パンフレットを作成する。

■販路拡大

・高知龍馬空港や日曜市、主要施設等においてパンフレットを配布するほか、各市町村（産品）のブース等への出店を促す。
・県外の展示会への参加に向けた検討を行う。

■アンケート結果の分析

・小学館とのタイアップ通販冊子「メイド・イン高知の逸品35」に同梱した購入者アンケートを分析し、事業のターゲットの把握・絞り込みを行い、効果的なPR方法を検討。

連携事業No. 20-07 6次産業化推進事業		令和3年3月31日時点							
P 事業概要 <p>1次産業・2次産業・3次産業の事業者のマッチング機会を拡大するため、高知市において商品開発や販路拡大に関するセミナー・ワークショップを開催し、各市町村における事業者の所得向上及び産業の活性化を目指す。</p>									
D 実施内容 <p>■農商工連携（6次産業化）マッチングセミナー</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の拡大により、4月の市町村担当者会議が中止となったことを受け、各市町村にアンケート調査を実施</p> <p>アンケート結果</p> <ul style="list-style-type: none"> ○昨年と同じように9月に開催：1 ○規模を縮小して9月に開催：0 ○延期した方がよい：7 ○今年度は中止した方がよい：7 ○その他：1 <p>・上記結果を受け、収束の目途がつかないため今年度はセミナーを実施しないこととした。</p>	C 分析・検証 <p>【総括】</p> <p>新型コロナウイルス感染症の拡大状況を踏まえると、事業の中止は止むを得ないと考える。</p> <p>次年度以降はウィズコロナの考え方を踏まえ、事業の内容及び実施方法について検討が必要である。</p> <p>市町村の声</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加人数を制限するなど、規模を縮小して実施するのが良いと思うが、マッチングという意味では目的が薄れてしまう。 ・イベントなので事前に準備する必要があるが、状況予測が難しい。 ・成功事例を紹介するなど農家が来たいと思うようなイベントづくりが必要である。 ・オンラインが無難かと思うが、農家の方々が参加してくれるのかという不安はある。 ・オンラインで実施するのであれば、役所でサテライト会場を用意するなどの工夫が必要である。 ・事業の目的や内容がチラシからはよくわからないため、声をかけづらい。チラシにも工夫が必要である。 ・オンラインで実施すると、参加に対するハードルが上がる人と下がる人がいる。 ・参加者数など検討すべきことはあるが、現状ではコロナ対策をしつつ実施することは可能である。 ・人数に制限をかけることや回数を分けて実施するのはどうか。 ・今までのやり方ではハードルが高い。テーマや対象を絞ったり地域性を持たせるなどの工夫が必要である。 ・対面形式で実施する場合は、どの時点で最終判断するのか難しい。 <p>KPI検証</p> <p>■セミナー参加者数 50事業者/年（R4）</p> <table border="1"> <tr> <td>R1目標値</td> <td>50事業者</td> <td rowspan="3"> 達成率 0.0% </td> </tr> <tr> <td>R1実績値</td> <td>44事業者</td> </tr> <tr> <td>R2実績値</td> <td>0事業者（達成率0.0%）</td> </tr> </table>	R1目標値	50事業者	達成率 0.0%	R1実績値	44事業者	R2実績値	0事業者（達成率0.0%）	A 改善策・対応方針 <p>【総括】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続きセミナーを実施し、圏域内の事業者のマッチングにつなげていく。 ・新型コロナウイルス感染症拡大の状況を踏まえ、セミナーの開催形式等について検討を行う。 ・本事業は、マッチングが目的の一つであり、オンライン形式の導入については更なる検討が必要である。 <p>【個別事項】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 継続的な開催に向け、参加者の掘り起こしが重要となってくるため、市町村からの周知に加え、県や各種支援機関と連携した周知方法を検討する。 令和3年度以降も継続実施 ② アンケート結果や市町村の意見に基づき、講演内容等について検討する。 令和3年度事業に反映 ③ アンケートの内容を検討するとともに、回収率を上げるためセミナーの中で周知徹底を図る。 令和3年度事業に反映 ④ セミナー時に県事業等の紹介チラシを配付するとともに、セミナー参加後に具体的な商品開発につながるよう継続的なフォローアップ（県事業への繋ぎや各市町村担当者による自市町村参加者へのフォローアップ）を行う。 令和3年度以降も継続実施 ⑤ 高知市近隣からの参加が多いため、東部・西部での開催について市町村の意見を聞いた上で検討する。 令和3年度事業に反映
R1目標値	50事業者	達成率 0.0%							
R1実績値	44事業者								
R2実績値	0事業者（達成率0.0%）								
県の取組・支援									
実施結果 <p>■参加者数 0事業者 0人</p> <p>■参加者アンケート回答者 0人</p>									
P 次年度取組予定 <p>日時：令和3年11月 14：00～17：00 場所：高知市（市町村の意見を反映） 定員：30～60名 内容：講演及びワークショップ（販路拡大や商品開発に関するノウハウなど業績の拡大に必要な知識が学べる講演。） 広報：高知市HP、市町村から事業者等へのチラシ配付等</p>									

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> 連携事業No. 20-08 大型船舶寄港誘致・誘客促進事業 </div>		令和3年3月31日時点								
P	事業概要 高知新港に大型客船等が寄港する際に、連携市町村への無料バスを運行することで、乗船客等の圏域での周遊促進や、連携市町村の知名度向上及びリピーターの増加、地場産品の販路拡大等による地域経済の活性化及び観光振興、高知新港の寄港地としての魅力向上を図る。									
D	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%;"> 実施内容 <ul style="list-style-type: none"> ■ 高知市から連携市町村への無料バス等の運行 ■ 観光資源の磨き上げ等による受入態勢整備 ■ 客船等誘致 </div> <div style="width: 35%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <div style="font-size: 3em; margin: 0 auto;">}</div> <div style="font-size: 1.5em; margin: 0 auto;">実施なし</div> </div> </div> <div style="margin-top: 10px;"> 県の取組・支援 ・国土交通省の通知「当分の間におけるクルーズ船の寄港受入に際しての留意事項について」に基づく対応（要請）に基づき、県港湾振興課において、高知県オリジナルマニュアルを作成済（11月） </div> <div style="margin-top: 10px; background-color: #007bff; color: white; padding: 5px;"> 客船寄港実績 </div> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tr> <td style="width: 20%;">令和2年11月30日</td> <td style="width: 20%;">高知新港 7-3</td> <td style="width: 20%;">飛鳥Ⅱ</td> <td style="width: 20%;">乗客 182名</td> </tr> <tr> <td>令和2年12月16日</td> <td>高知新港 7-3</td> <td>飛鳥Ⅱ</td> <td>乗客 233名</td> </tr> </table>	令和2年11月30日	高知新港 7-3	飛鳥Ⅱ	乗客 182名	令和2年12月16日	高知新港 7-3	飛鳥Ⅱ	乗客 233名	<div style="background-color: #555; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> C 分析・検証 </div> <div style="margin-top: 10px;"> 【総括】 ● 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、客船の寄港については、外国船は3月末まではすべてキャンセルとなっている。邦船については、2回の寄港のみ。外国人の入国規制等により、令和3年度の寄港についても不透明であり、感染等の状況を注視していく。 </div>
令和2年11月30日	高知新港 7-3	飛鳥Ⅱ	乗客 182名							
令和2年12月16日	高知新港 7-3	飛鳥Ⅱ	乗客 233名							
	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> A 改善策・対応方針 </div> <div style="margin-top: 10px;"> 【総括】 ● 新型コロナウイルスの感染拡大により、外国人観光客の日本への渡航禁止が継続されているが、令和3年度は東京オリンピックの開催も予定されている。今後、オリンピックの開催に向けて、外国人旅行客の渡航も緩和される可能性が高く、外国客船の寄港も期待できることから、事業等の内容変更はせず、規制緩和後の事業実施に向けて準備をしていく。 </div> <div style="margin-top: 10px; background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> 令和3年度客船予約 </div> <div style="margin-top: 5px;"> ● 72回（外国船68 邦船4） </div> <div style="margin-top: 10px;"> 【個別事項】 ■ 国土交通省の「当分の間におけるクルーズ船の寄港受入に際しての留意事項について」に基づく対応（要請）、（一社）日本外航客船協会、（公財）日本港湾協会等が策定しているマニュアルを参考に、船社の意見を聞きながら事業の実施準備を行っていく。 ■ 県と協力し船社訪問を行い、船社のニーズをヒアリングしながら事業の理解が得られるよう調整を行い、船社でのヒアリング結果を市町村に広く共有し、全市町村にバスを運行できるよう、引き続き取り組んでいく。 ■ 適宜高知新港岸壁でのPRイベントの実施を検討するなど、客船寄港の機会を有効に活用しながら、市町村の知名度向上や高知新港の魅力向上に繋がるよう取り組む。 ■ 受入先で消費を促進する方策を検討し、経済効果に繋がるよう取り組む。 ■ 事業実施時には、関係者による綿密な事前打合せを実施し、乗客の満足度向上につながるよう対応に努める。 ■ インバウンド観光客を受け入れるに当たって大きな課題となる外国語対応やフリーWi-Fi設備の設置について、圏域市町村に対し積極的な対応を求めることで観光素材の磨き上げにつなげていく。 </div>									
	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> P 次年度取組予定 </div> <div style="margin-top: 10px;"> ■ 事業実施における新型コロナウイルス感染予防対策の徹底 ■ 客船等誘致 県等関係機関と協力し船社訪問を行い、高知港の寄港地としてのPRを行い客船の本格的な運行再開時の寄港誘致につなげる ■ 高知市から連携市町村への無料バス運行（未定） 高知市以外の地域へ社会実験的に無料往復バスを運行し、新たな観光資源を開拓し、客船の本格的な運行再開時のオプションツアーへの採用を目指す ■ 観光資源の磨き上げ等による受入態勢整備 受入を行なう市町村は、特別交付金や県の補助制度を活用を検討し、外国語対応やフリーWi-Fi設備の設置等受入態勢の充実を図る ■ 高知新港でのれんけいこうちPRイベント 高知新港岸壁等でのPRイベントの実施を検討するなど、客船寄港の機会を有効に活用しながら市町村の知名度向上や高知新港の魅力向上につながるよう取り組む </div>									
	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> KPI検証 </div> <div style="margin-top: 10px;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;"> ■ 高知新港への大型客船寄港回数 100回/年（R4） R2 目標値 100回 R2 実績値 2回 </td> <td style="width: 40%; text-align: center;"> <div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">2%</div> </td> </tr> <tr> <td> ■ シャトルバス運行地域数 6地域/年（R4） R2 目標値 6地域 R2 実績値 0地域 </td> <td style="text-align: center;"> <div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">0%</div> </td> </tr> <tr> <td> ■ シャトルバス乗客数 180人/年（R4） R2 目標値 0人 R2 実績値 0人 </td> <td style="text-align: center;"> <div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">0%</div> </td> </tr> </table> </div>	■ 高知新港への大型客船寄港回数 100回/年（R4） R2 目標値 100回 R2 実績値 2回	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">2%</div>	■ シャトルバス運行地域数 6地域/年（R4） R2 目標値 6地域 R2 実績値 0地域	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">0%</div>	■ シャトルバス乗客数 180人/年（R4） R2 目標値 0人 R2 実績値 0人	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">0%</div>			
■ 高知新港への大型客船寄港回数 100回/年（R4） R2 目標値 100回 R2 実績値 2回	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">2%</div>									
■ シャトルバス運行地域数 6地域/年（R4） R2 目標値 6地域 R2 実績値 0地域	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">0%</div>									
■ シャトルバス乗客数 180人/年（R4） R2 目標値 0人 R2 実績値 0人	<div style="background-color: #ff6b6b; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">0%</div>									

P 事業概要

携帯電話の位置情報ビッグデータを活用し、県内市町村を訪れる観光客の属性や移動軌跡等の調査及び分析を行うことにより、観光エリアの特徴及び課題を把握する。

D 実施内容

■調査・分析概要

利用データ：平成29年4月～平成30年3月（1年間）
携帯電話の位置情報（GPS）、性別・年齢層別
※250m四方に15分以上滞在
調査地点：①全域調査（高知県全域）
②エリア調査（高知県内7エリア／高知市・安芸・物部川・
嶺北・仁淀川・高幡・幡多）
③スポット調査（高知県内190地点）
※190地点は各市町村が選定した地点の合計値
調査項目：①来訪者属性分析 ②旅程分析 ③宿泊地分析 ④滞在
時間分析 ⑤交通手段分析 ⑥時間帯別流入出者・滞在
者分析 ⑦周遊分析 ⑧立寄り分析
※調査地点により調査項目は異なる

■中間報告（10月）

・事業者から提出された中間報告（7エリア別）を各市町村と共有・確認
を行う。⇒市町村からの意見については可能な範囲で成果品に反映

■ワークショップ（11月）

・市町村、観光関係者等によるワークショップを県内4会場で実施。
分析結果の理解を深めるとともに、行政やDMO、観光関係者等による
意見交換、今後の施策へのアイデア出しなどを行った。
○実施日：平成30年11月26日～29日
○参加者：54人（県・市町村、観光協会職員等）

■報告会（3月）

・調査・分析結果等について、報告会を実施した。（会場：高知市）
○実施日：平成31年3月4日
○参加者：53人（県・市町村、観光協会職員等）

県の取組・支援

・市町村が調査地点を選定するにあたり、助言をいただいた。

実施結果

■成果品納入

・動態調査の分析結果及び分析結果に基づく観光周遊ルート等の提案を
まとめた高知県観光動態調査レポート資料をいただき、市町村と共有。
①サマリ資料 ②通期（H29.4～H30.3）
③期間1（H29.4～6） ④期間2（H29.7～9）
⑤期間3（H29.10～12） ⑥期間4（H30.1～3）
⑦観光スポット分析 ⑧周遊ルート提案

C 分析・検証

【総括】

これまでは担当者の勘や経験に頼っていたが、客観的な根拠を得て、効果的に観光施策を立案・実施することができるようになると期待される。

【個別事項】

- ① 単なる調査結果の分析にとどまらず、行政や観光施設関係者らの経験に基づく補強を行い、効果的な提案をいただくことが望ましい。
- ② 調査・分析結果について、県・市町村の担当者間、民間事業者、関係機関等で共有し、各種の観光振興計画や観光施策につなげていくことが望ましい。
- ③ 調査内容について、県全域、県内7エリアの他、市町村が当初想定よりも多い190地点（観光地や交通の要所など）を調査することができ、これまでにない客観的な動態データを得ることができた。

市町村の声

- ・調査結果の数字から観光客の動態を知るという面で、これまでできていたよりも遥かに多い情報を得られることを痛感した。
- ・客観的データを用いた説明には、説得力が高くなると感じた。

KPI検証

■分析地点数 120地点（R4）

H30目標 120地点
H30実績 190地点（達成率158.3%）
※令和3年度からKPI自体を削除

達成率
158.3%

A 改善策・対応方針

【総括】

平成30年度に県内190地点の動態調査を実施し、調査・分析結果を踏まえ、広域観光推進事業においてターゲット等を設定し、高知市をハブとした圏域内の周遊ルートの開発、旅行商品の造成を進めてきた。

この調査と旅行商品造成は本来一連の流れで実施すべきものであることから、令和3年度より広域観光推進事業に事業統合する。（統合後も調査は予定どおり実施する。）

また、当初より多くの調査地点選定を目標として、「分析地点数120地点」をKPIとして設定し、目標を上回った。後年度で行う検証のための動態調査は前回調査と同地点を調査することが一般的であり、そのことが想定されるため、事業統合後はKPIを削除する。

P 次年度取組予定

観光客動態調査事業

広域観光推進事業（事業No.21-9）に事業統合。ただし、取組自体は継続し、平成30年度に調査した内容について、令和4年度にも同様の調査を行い、取組効果を検証する予定。

広域観光推進事業（事業No21-9）

■観光周遊ルートの造成

・観光動態調査・分析結果を基に、新たな観光周遊ルート、ターゲットに応じた商品開発を行う。

■共同観光プロモーションの実施

・共同で観光プロモーションを実施する。

P 事業概要

ビッグデータを活用した観光客動態調査を基に、ターゲット等に応じた効果的な商品開発やプロモーションを圏域市町村で連携して行う。また、必要に応じて観光資源や受入体制の整備を行っていく。

D 実施内容

■ 旅行商品の造成

平成30年度に行った観光客動態調査（※）を基に、新たな周遊ルートやターゲット等に応じた効果的な商品造成等を行う。

※携帯電話の位置情報ビッグデータを活用し、圏域市町村を訪れる観光客の移動軌跡調査。

【契約期間】 令和元年度～3年度

【業務委託内容】 ①旅行商品の造成
②旅行会社へのセールス・プロモーション
③旅行商品の販売管理

●各市町村への意向調査

旅行商品に組込む観光資源について、各市町村の意向のほか、各観光資源の整備状況や、受入可能人数及び最適な催行時期・時間帯等の調査（アンケート）を実施。

○旅行商品造成

令和2年下期催行分（令和元年11月～令和2年3月）
（3本造成済）

令和3年上期催行分（令和2年5月～8月頃）

令和3年下期催行分（令和2年9月～令和3年2月頃）

○旅行会社へのセールス・プロモーション（随時）

○旅行商品の販売管理（随時）

■ 共同観光プロモーションの実施

東京都まるごととびぽんの共同観光プロモーション（観光PR・パンフレット配布等）は新型コロナウイルス感染症の影響により中止。

県の取組・支援

・市町村が観光客受入態勢を整備するにあたり、補助を実施している。

実施結果

■ 新規周遊観光商品数 9本（R2年度）

- 安芸・室戸エリア②：オープンデッキ車両で行く！モネが愛した庭園と牧野 富太郎ゆかりの植物園を巡る旅
- 物部川エリア①：オトナ女子旅～KOCHI～
- 嶺北エリア②：わざわざ高知の学校で泊ろう！
- 仁淀川エリア②：高知で遊んで学んで、ひと夏の思い出を作ろうin奇跡の清流仁淀川
- 奥四万十エリア①：「時代の夜明けものがたり」で行く奥四万十大入旅
- 幡多エリア①：雄大な太平洋を大満喫
- 物部川エリア②：まんきつ！わくわくこうち旅
- 奥四万十エリア②：手を伸ばせば届きそうな満点の星空ツアーin高知
- 幡多エリア②：黒潮の恵みと自然を体感する旅

■ プロモーションの実施

- SNSのインフルエンサーに造成商品の素材を体験してもらい、発信。
→「OnTRIP JAL」に2/24公開。

C 分析・検証

【総括】

- ・位置情報ビッグデータの活用により、客観的な根拠に基づく効果的なプロモーションに取り組むことができると期待される。

【個別事項】

■ 旅行商品の造成

- ・地域には、活用可能な豊かな自然等、地域ならではの観光素材等があるものの、知名度や交通利便性、宿泊機能の不足等の観点から、市町村単体では、全国に向けたPRや誘客には限界があるが、圏域全体の観光資源を効果的に組み合わせた旅行商品を造成することで、多様な観光ニーズに応えることが可能となる。

- ・小規模な施設や新規の施設等、今後さらなる誘客が期待される観光資源が観光商品として自立していくためには、特に立上期でのノウハウ等の支援が必要。

市町村の声

- ・動態調査を活かしながら、市町村が持っている観光資源をPRしていきたい。
- ・周遊観光を推進する中で公共交通を利用した周遊観光ができるルートも検討することはできないか。（例えば、近年増加しているサイクルツーリズムの要素を取り入れ、公共交通と自転車を組み合わせた周遊プランなど）
- ・複数のエリアへ足を運んでもらえるような工夫がほしい。
- ・東部や西部など遠距離の自治体にもしっかりと送客ができる取り組みの継続をお願いする。
- ・レンタカーを活用した観光ルートマップなど作成してはどうか。
- ・プロモーションは積極的に企画してほしい。
- ・できる施策からの実現が必要。

KPI検証

■ 新規周遊観光商品数 12本／年（R3まで）

R2目標値 3本
R2実績値 9本（達成率300.0%）

達成率
300.0%

■ 旅行会社発行の紙・WEB媒体への造成商品掲載数 30本／年（R4）（※R3年度～新規）

A 改善策・対応方針

【総括】

- ・圏域での今後さらなる誘客が期待される観光資源や自然体験を結び付けた周遊ルート等を開発し、圏域での新たな観光魅力を創出・定着させるとともに、効果的なプロモーションを行い、圏域内での周遊促進、滞在時間の延長や、観光客入込数増加を図る。

【個別事項】

■ 旅行商品の造成

- ・商品造成に当たっては、各市町村に対し意向調査を行い、観光ニーズとの調整を行う。
- ・各圏域に1つ以上の商品を造成していくが、全市町村が入るのは困難であるため、取り入れられなかったところは、素材をオプション的に出していく等の対応を検討する。
- ・二次交通等の移動手段や、ナイトタイム・モーニングタイム等を有効活用し、圏域内での周遊促進、宿泊促進を図る。
- ・商品の販売状況等のフィードバックを行い、本事業終了後も持続可能な観光資源の創出、圏域での新たな魅力定着を図る。

■ 共同観光プロモーションの実施

- ・高知県の認知度向上による誘客促進に向けて、市町村間での情報共有や意見交換を行いながら、ウィズコロナ・アフターコロナを踏まえつつ、効果的なプロモーションの実施に努める。

■ 新たなフェーズへの移行

- ・商品造成が進み、造成した観光商品のセールスを行うフェーズに入ったことから、旅行代理店等へのセールス目標として令和3年度から「旅行会社発行の紙・WEB媒体への造成商品掲載数30本／年」を新たなKPIとして設定。

P 次年度取組予定

■ 旅行商品のセールス・プロモーション

【契約期間】 令和元年度～3年度

【業務委託内容】 ①旅行商品の造成
②旅行会社へのセールス・プロモーション
③旅行商品の販売管理
※R3からは②と③を重点的に行う。

関西圏向けのPR強化やオンラインの活用（バーチャルトリップ等）

■ 共同観光プロモーションの実施

- ・ウィズコロナ・アフターコロナを踏まえつつ、共同で観光プロモーションを実施する。

■ 観光客動態調査実施に向けた準備

- ・令和4年度に実施予定の、平成30年度実施の観光客動態調査結果の検証調査実施に向けた準備を進める。（令和3年度から観光客動態調査事業（事業No.20-9）と事業統合）

P 事業概要

急増する外国人観光客に対応するために、高知市の中心商店街に外国語対応可能な観光案内所を新たに設置し、連携市町村全体に観光客が周遊するよう情報発信を行い、インバウンド観光を推進する。

D 実施内容

■観光案内所運営

設置場所：高知市帯屋町2丁目1-25 新生ビル1階西

開所時間：10:00～18:30（定休日：1月1日）

対応言語：日本語、英語（常時）、中国語

提供サービス：県内全域の観光情報・公共交通利用に関する情報等、手荷物預かり、充電サービス、Wi-Fiルーター貸出し、SIMカード・MY遊バスチケットの販売、LFTサービス など

■観光案内所等でのPRイベントの実施

①日本文化体験 ②シーズンイベント ③市町村イベントでの観光案内・PR

■インバウンド対応セミナーの実施

インバウンド対応力向上、観光客の消費喚起に繋げるセミナーの開催

■広域観光PR素材の活用

・「広域観光ガイドブックとさめぐり」

英語・中国語（簡体字・繁体字）各5,000部令和元年8月に発行したが、今回英語版を各市町村100部ずつ増刷し、各市町村での有効活用を図る。

■デジタルコンテンツを活用した効果的な観光PR

・仁淀川エリアにて、エリアの魅力をPRするデジタルコンテンツ（動画）を作成し、全国に向けたプロモーション展開準備を開始。



県の取組・支援

- ・台湾やタイを中心とした海外への観光プロモーションを実施し、高知県内への誘客に取り組んでいる。
- ・高知県観光情報発信館とさぐりを運営し、陸路で高知県にきた観光客や陸路で県内を周遊する観光客への情報発信を行っている。
- ・観光案内所向けブロック別研修の開催。

実施結果

■観光案内所利用者数

月	来場者数 (機械カウント)	来場者 (実相談件数)	日本	外国人 合計
4月	1,960	60	48	12
5月	2,405	85	76	9
6月	2,612	186	166	20
7月	2,604	339	313	26
8月	2,553	544	504	40
9月	3,163	427	404	23
10月	2,734	492	473	19
11月	3,342	670	639	31
12月	1,460	342	322	20
1月	1,425	455	449	6
2月	1,412	466	450	16
3月	1,173	448	416	32
合計	26,843	4,514	4,260	254

C 分析・検証

【総括】

これまで客船寄港日に多くの外国人観光客が利用していたが、コロナウイルス感染拡大により、令和2年度は客船寄港はなく、入国制限も行われており、外国人観光客の利用は激減し、日本人観光客がメインターゲットとなっている。
こうした背景を踏まえ、一時的に事業のターゲットを日本人観光客に変更した事業展開を実施するとともに、インバウンド需要の回復期に向けて観光案内所の充実を図る必要がある。

【個別事項】

■広域観光ガイドブックの活用

県内全域の観光情報を集約し一冊にまとめて提供することで、本県のまだ知られていない観光資源を認知してもらい、かつ、広域観光に繋がる効果が期待できる。

■その他

インバウンド対応セミナーや海外向け情報発信については、コロナウイルスの状況等を踏まえて判断していく必要がある。

市町村の声

- ・ラーチーゴーでの情報発信等について、「高知」ではなく「四国」として発信すべきではないか。国外の方は恐らく高知の存在自体を知らないと思われ、四国あるいは関西などの大きな枠で発信したほうが受信率は高いのではないかと考える。
- ・今年度に関しては訪日客はほぼ見込めないため、可能であればターゲットを国内旅行者に切り替えたほうが有効な対策が打てるのではないかと。
- ・できる施策からの実現が必要。
- ・観光PRイベントの際は物販をしたいが、一定の利用者数が見込めなければ、費用対効果の面で実施しづらい。

KPI検証

観光案内所の外国人利用者数 3,370人／年（R4）

R2目標 3,370人
R2実績 254人（達成率7.5%）

達成率
7.5%

【参考】観光案内所の相談者数 4,910人／年（R2）

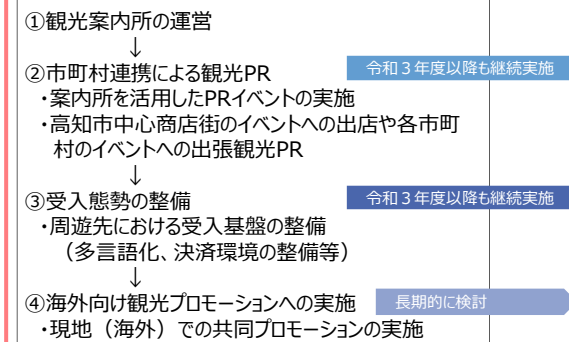
R2目標 4,910人
R2実績 4,514人（達成率91.9%）

達成率
91.9%

A 改善策・対応方針

【総括】

・観光案内所の運営と連動した以下のフェーズごとの取組を行う。



P 次年度取組予定

□観光案内所の運営

- ・通常の観光案内業務、各種サービスの提供
- ・日本人観光客向けの事業展開の検討
- ・観光案内所PRのためのホームページの制作・運用、及び言語等の充実を段階的に図る

□市町村と連携した観光PR

- ・観光パンフレットの配架、イベント情報等の提供
- ・観光案内所のスペース等を活用した市町村PRイベントの実施
- ・観光PR用素材の制作及び観光PR
- ・海外向け観光プロモーションの実施

□デジタルコンテンツを活用した効果的な観光PR

- ・仁淀川エリアにて、エリアの魅力をPRするデジタルコンテンツ（動画）を作成し、全国に向けたプロモーションを展開
- ・展開に至るまでのノウハウ等を圏域市町村で共有

□バリアフリー観光受入強化

- ・おもてなし課が運営するバリアフリー観光相談対応窓口（委託先：NPO法人福祉住環境ネットワークこうち）との連携

P 事業概要

人工知能（AI）を活用し、外国人観光客に対して外国語での観光案内を行うシステムを構築（導入）する。これにより、外国人観光客が訪日に際して抱える言語の問題を解決し、観光満足度の向上を図るとともに、圏域での効果的な周遊につなげる。

D 実施内容

■ AIを活用した外国語観光案内システムの運用

概要： AIを活用したチャット型自動応答機能等により、観光客のスマートフォン等の端末上で、県内の観光スポットやグルメ等の情報について、多言語でタイムリーな情報交換を可能とする。また、目的地までの交通手段や経路なども確認できるほか、AIが対応できない場合は、オペレーターによる有人対応で補完する。アプリのダウンロードは不要で、Messenger、LINE、WeChat、ウェブの中から利用方法を選択可。

対応言語：日本語、英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語
導入開始：平成31年3月1日運用開始

外国語案内システム
「tosatrip」



■ 観光案内システムの周知・PR

- ・観光案内所の他、高知駅や高知龍馬空港、高知新港、各市町村の観光施設、宿泊施設等、外国人観光客が訪れる場所を中心にPRチラシを配布し、観光案内システムの利用促進を図る。
- ・YouTubeでのPR動画配信の見直し

県の取組・支援

- ・高知県の観光関連HP等での情報発信

実施結果

■ AIを活用した外国語観光案内システムの運用

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
全体利用者数	39	57	64	35	31	48	30	24	20	25	18	50	441
うち外国人利用者数	12	10	4	4	6	3	1	5	1	5	3	1	55

- ・外国人利用者＝日本語以外のユーザー数。
- ・質問項目をカテゴリー別に見ると、令和元年度から引続き「食べる」が最も多く、次に「楽しむ」が続く。

■ 観光案内システムの周知・PR

- ・YouTubeでのPR動画配信

C 分析・検証

【総括】

コロナの影響を受けて、メインターゲットである外国人観光客の訪日がそもそもストップしている状況であり、この状況下でどのように運用していくのが課題である。

また、ウィズコロナ、アフターコロナ下において、今後国内外からの観光客が戻ってくる時に備えて、システムの改良、周知、観光資源の磨き上げ等は積極的に継続して行っていく必要がある。

【個別事項】

- ① コロナの影響により、外国人観光客が来日できていない。
収束が未だ見込めない。
- ② システムが保有する情報を更に蓄積させ、フリーワードでの自由質問に対するAIの認識力、回答力を高めるための改善が必要。
- ③ 観光案内システムの周知についても、積極的かつ継続的にしていくことが必要。
- ④ 利用者が少なく、利用状況の分析が十分にできず、観光客のニーズを把握することが困難。

市町村の声

- ・R元年度のKPI達成率8%は、周知が足りないのではなくニーズとして乏しいのでは。軌道修正するのも方法ではないかと思う。
- ・YouTubeの動画については、訪日客が多い台湾・香港に合わせ繁体字のタグ・ハッシュタグを使用してはどうか。
- また、「四国」や「関西」などの枠で発信すべきではないか。
- ・チラシに関しては旅客機内で配布してもらったほうが効果的ではないか。長時間機内で過ごすことになるので目に留まる機会は大幅に増えるはず。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響もあり、実現が難しいものもあると思われるが、できる施策からの実現が必要と思う。

KPI検証

■ 外国人観光客のシステム利用者数 3,662人／年（R4）

R2目標値 3,662人
R2実績値 55人（達成率1.5%）

達成率
1.5%

A 改善策・対応方針

【総括】

外国人観光客の激減に伴いAIシステムの利用も激減している。また、国内観光客はAI活用の機会が少ないと思われるため、ターゲットの一時的な変更も効果が薄いと推測される。

コロナ禍以前から、利用実績が低調なこともあり、インバウンド需要の回復期に向け、掲載情報の充実等に取り組む必要がある。

【個別事項】

- ① FAQ・コンテンツの追加、新たな観光スポットやイベント情報等の更新を積極的に行う。⇒イベント情報、インスタ映えスポット情報、高知の珍しい観光スポット等をタイムリーに更新。
AIの認識力を高めるためには、より多くのユーザーに様々な言い方で質問してもらい、データベースを蓄積する必要がある。
- ② LINEプッシュを実施する。⇒コロナ禍では逆効果と想定されたため見送り。
- ③ YouTube配信において、コロナ下でも観光客が訪れやすいようなキーワード（「安心」「安全」「田舎」「GO TOキャンペーン」など）を追加する。
また、状況を見ながら、ホテル、観光施設、レンタカー等の施設へのチラシとポップを配布する。
- ④ 観光案内システムの利用状況を分析し、観光客のニーズを客観的に把握する。その結果を市町村にフィードバックし、市町村による観光資源の磨き上げや受入態勢の整備を行い、観光客の満足度向上に繋げる。
- ⑤ 高知市HPの観光振興課のページに、アイコンを追加。

P 次年度取組予定

□ AIを活用した観光案内システムの運用

- ・コロナの状況を見ながら、観光客のニーズを把握。
- ・適宜、連携市町村と情報共有しながら観光情報、FAQやコンテンツの追加・修正等、更新を行う。
- ・LINEプッシュ配信等の手法により、システム利用者に連携市町村のイベント情報等を通知する。
- ・問合せ内容等を分析・検証し、市町村と共有の上、以降の取り組みに繋げていく。

□ 観光案内システムの周知・PR

- ・コロナの状況を見ながら、観光客のニーズを把握。
- ・引き続き、PRチラシの配架、YouTubeでのPR動画や、観光関連サイト及びパンフレット等への掲載により、観光案内システムの利用促進を強化する。

□ 他のAI技術等の検討

- ・インバウンド需要の回復期に向けた掲載情報の充実に向けた取組のほか、他のAI技術等についても情報収集する等し、検討する。

P 事業概要

圏域内の空き店舗情報及び市町村の創業（出店）支援情報を集約してウェブサイトを作成し情報発信することで、圏域内の空き店舗の解消及び地域の活性化を図る。

D 実施内容

■ウェブサイト「こうち創業Village」の運営

- 掲載情報 : 空き店舗情報、創業（出店）支援情報、チャレンジショップ情報、出店者募集イベント情報、ビジネス系セミナー情報
- 情報収集 : 各市町村が支援機関と連携し情報収集を行い、高知市で集約し一元的に情報発信を行う。
- サイトの強み① : 市町村単位だけでなく、広域エリアで空き店舗情報を表示することができ、ユーザビリティが高い。
- サイトの強み② : 圏域市町村の創業（出店）支援情報が一目で閲覧可能。
- 更新頻度 : 毎月2回
- 開設時期 : 平成31年1月18日
- その他 : 創業者インタビューページ「VOICE」を新設。
（令和3年3月8日）
京町チャレンジショップ（高知市）でのお試し経営後、同商店街内に衣料・雑貨店を開業した創業者にインタビューし、チャレンジショップでの経験や経営上の工夫点などを掲載した。

県の取組・支援

- ・サイトの構成や掲載情報について定期的に情報共有を行い、必要な助言をいただいている。

実施結果

■サイトの更新回数等

- 更新回数 : 27回
空き店舗 : 7件
支援制度 : 5件
チャレンジショップ : 7件
セミナー等 : 33件

■サイトでの掲載情報

- 空き店舗 : 44件
支援制度 : 28件（高知県・16市町村）
チャレンジショップ : 10件（10市町村）
セミナー等 : 毎月5件程度

■市町村ホームページ等からのリンク設定

- 市町村がリンク設定 12件



こうち創業Village

C 分析・検証

【総括】

- ・新型コロナウイルス感染症の影響によりR2年度上半期はセミナー・イベント等の中止が相次ぎ情報の掲載量が減少していたが、下半期はオンライン方式等により徐々に開催されたことにより、概ね前年水準で情報発信することができた。

- ・商店街や住民から一定のニーズもあり、今後も定期的に更新を行い、最新情報を掲載していく必要がある。

【個別事項】

- ・サイトの閲覧数は前年の実績を上回ったものの、KPIの達成率は約90%であった。引き続き、ウェブサイトの存在について広く周知・啓発し、より多く閲覧してもらえるようにする工夫が必要。
- ・空き店舗での出店や創業希望者に対して適切により多くの情報を提供できるよう、各市町村が支援機関や地域住民と緊密に連携しながら空き店舗情報等の掘り起こしを積極的に行っていく必要がある。
- ・常に最新情報を掲載できるよう、新規の空き店舗情報や成約に至った店舗情報、イベント・セミナー情報などを抜かりなく収集し、サイトに反映する必要がある。

市町村・利用者等の声

- ・高知県内への移住を検討している方が「こうち創業Village」のサイトを見て情報が一元化されていることから移住先を検討するのに役立った。
- ・サイトを見た方が出店につながった件数を検証する方法が必要ではないか。

KPI検証

■ホームページの閲覧数 42,000ビュー/年（R4）

- R2目標値 42,000ビュー
R2実績値 37,921ビュー
（達成率 90.3%）

達成率

90.3%

A 改善策・対応方針

【総括】

- ・引き続き各市町村と連携して掲載情報を充実させるとともに、ウェブサイトがより多く閲覧・活用してもらえるよう、広く周知・啓発していく。

【個別事項】

- ・各情報の有効な掘り起こし手法等や出店希望者等に対する支援策について、市町村事業担当者間の情報共有を随時行っていく。
- ・アクセス分析を行い、各情報を求めている方のニーズを詳細に把握し、今後の創業支援に活用していく。
- ・広報については、市町村広報紙等や商工会議所等関係機関からの広報についても連携し実施していく。

P 次年度取組予定

■ウェブサイト「こうち創業Village」の運営

- ・情報収集
各市町村は支援機関等と連携して情報収集を行う。
- ・サイトの更新
毎月2回定期的に更新し、常に最新情報を掲載していく。
また、「VOICE」ページについても引き続き更新し、内容の充実を図る。
- ・アクセス分析
サイトのアクセス分析を実施し、閲覧者の属性やニーズをより詳細に把握して今後の支援対策への活用を図る。

■ウェブサイトの周知

- ・移住、経営支援等、関連事業間での連携した情報発信
- ・商工会議所、商工会等関連団体等と連携した情報発信

P 事業概要

移住に対して不安を抱え一歩を踏み出せない潜在的な移住希望者層をターゲットに、高知市を拠点とした圏域内への二段階移住の取組をPRし、圏域での移住・定住促進を図る。

D 実施内容

高知市

■既存の情報発信ツールを活用した効果的・継続的なPR

特設サイトやPR動画、移住専門雑誌「TURNS」とコラボした二段階移住ハンドブックのほか、SNS（Instagram・twitter・Facebook）なども積極的に活用することにより、二段階移住を分かりやすく伝えられるとともに、各市町村の移住支援や先輩移住者の体験談なども発信するなど、効果的・継続的なPR活動を実施する。

- ・二段階移住ハンドブック「TURNS×こうち」のリニューアル
- ・高知の魅力をより一層発信していくために、Instagramとあわせて、Facebookにおいても運動した投稿を行う。
- ・特設サイトの継続的な運営と、魅力向上を目的とした新しいコンテンツを製作し、サイトの充実を図る（各ブロックで活躍する職人紹介など）。

■新たなターゲット掘り起しのための県内外でのイベント開催等

これまでの潜在的な移住希望者へのアプローチに加えて、関係人口の創出に取り組むなど、新たなターゲットを意識した県内外でのイベント等を開催する。併せて、高知県主催の移住相談会・セミナー等でPRする。

連携市町村

■二段階移住PR活動

- ・上記プロモーション活動に関連する情報提供・取材協力・運営サポート。
- ・Instagram連携投稿への参画（平成30年11月～）：25市町村・県が魅力的な写真を日替わりで毎日投稿。投稿数467件・フォロー788人（令和3年3月31日現在）。

■二段階移住をテーマにした県外での相談会・交流会

- ・幅多地域6市町村が大都市圏の移住検討層を対象に、二段階移住制度及び各市町村のPRを目的とした相談会・交流会を開催（東京・大阪）。

県の取組・支援

- ・高知家で暮らし隊新規会員等への二段階移住ハンドブックの配布。その他、情報発信媒体や大規模な移住相談会などでのPRを実施。また、二段階移住のPRツールが県内の魅力を最大限に発信できるよう、内容や手法について随時、意見交換を行い、連携して進めている。

実施結果

■二段階移住をテーマにした県外での相談会・交流会「ハタカラ」

新型コロナの影響により、大都市圏での対面での相談会は開催せず、ハイブリッドでの開催を見込んでいたが、感染拡大の状況を考慮し中止。

C 分析・検証

【総括】

- 豊富な実績を持つ民間企業のノウハウを活用し、戦略的なPR活動を実施した結果、特設サイトやイメージ動画の閲覧数は順調に推移しており、潜在層を含む移住希望者に対して「二段階移住」制度は浸透しつつあると思われる。一方で、相談件数と本市への一段階移住者は伸び悩んでおり、ターゲットに対する効果的・継続的なアプローチが必要である。
- 新型コロナウイルスの影響により、地方への移住意識が高まっている一方で、対面での相談会やイベントが開催できない状況となっており、プロモーションの在り方・手法について検討が必要である。

【個別事項】

- ① 短期間で集中的にWEB広告等を展開したこともあり、「二段階移住」について目に触れる機会は増えたものの、依然として二段階移住の認知度、理解度は低いと思われ、二段階移住の活用につながる（補助金申請58件/相談件数233件・R2.8.31時点）。
- ② 県の窓口を通じた二段階移住希望者もいることから、県と連携した効果的なプロモーションについて、随時協議を行っている。
- ③ 新型コロナウイルスの影響により、大都市圏での相談会・交流会の開催ができない状況となっており、移住希望者への直接的なアプローチが難しい状況である。

市町村の声

- ・二段階移住が伝わりやすい内容にしてほしい。
- ・KPIの設定について、プロモーション活動から移住に繋がった移住者数があってもいいのでは。
- ・二段階移住希望者が情報を収集する場合、まずは県のホームページをチェックすると思うので、県と連携したPRが必要。
- ・県が実施するプロモーションとの重複を懸念している。しっかりと区別できるようにしてほしい。

KPI検証

（令和3年3月末現在）

■ポータルサイト閲覧数 累計195,000ビュー（R4）

R2目標値 100,000ビュー
R2実績値 188,534ビュー（R3.3.31時点）
（達成率188.5%）

達成率
96.7%

■イメージ動画閲覧数 累計214,000ビュー（R4）

R2目標値 204,500ビュー
R2実績値 220,598ビュー（R3.3.31時点）
（達成率107.9%）

達成率
103.1%

<H30制作動画> R2実績値① 67,455ビュー
<R1制作動画> R2実績値② 153,143ビュー

A 改善策・対応方針

【総括】

- 「二段階移住推進事業」との統合により事業削除
- ポータルサイトや動画配信を基にした幅広い事業PRは一定の成果を得たため、PR活動は引き続き行うものの、次のフェーズ（「PRによる認知度向上」から「新規相談件数の増加」へ）を見据えKPIを削除
- 民間企業のノウハウを活用しながら、市町村及び県と連携して、引き続き様々なPR活動を実施することで「二段階移住」の認知度向上に努めるとともに、相談・移住件数の増加につながるよう、具体的な一歩を踏み出してもらうための取組を推進し、圏域での移住・定住促進を図る。
- コロナ禍において、移住を取り巻く環境の変化に柔軟かつ迅速に対応しつつ、「新しい生活様式」を意識した、より効果的なPR方法を検討していく。

【個別事項】

- ① 制作した各種の情報発信ツールを活用し、引き続き大都市圏等での二段階移住をまずは認知してもらい、さらに二段階移住の仕組み・流れを理解してもらう取組を行う。取組にあたっては、最終目標である二段階目となる市町村での生活をイメージしてもらえよう、必要に応じて連携市町村・地域単位での県内外でのイベントを検討する。
- ② 移住潜在層を検討層へとシフトさせていくために、県・市町村と連携しながらより戦略的・効果的なプロモーション活動を展開していく。
- ③ 「新しい生活様式」への対応策として、特設サイト内にオンライン相談窓口を開設するとともに、地方移住への意識の高まりをうまくキャッチできるように、コンテンツの充実を図っていく。

P 次年度取組予定

■継続的な二段階移住PR活動

- ・二段階移住の認知度を上げるために、情報発信ツールを活用した継続的なプロモーションを実施。
- ・二段階移住のPRを目的に、県・市町村と協力しながら、二段階移住をテーマにした県内外での相談会・交流会等のイベントを企画・開催する。
- ・ターゲットである移住潜在層を移住検討層へシフトさせるために、Instagram等のSNSを活用した情報発信を積極的に行っていくとともに、県と連携しながら県外での移住フェア・相談会等で継続的に二段階移住をPRしていく。
- ・コロナ禍において、全国的な状況を注視しつつ、より効果的なPR方法を検討していく。

連携事業No. 20-15

二段階移住推進事業

令和3年3月31日時点

P 事業概要

潜在的な移住希望者層をターゲットに、圏域での移住・定住促進を図る二段階移住推進のため、高知市が市内へのお試し移住に対する補助を行うほか、お試し滞在施設として県職員住宅「いっく」を整備・運用する。連携市町村は、高知市へのお試し移住者に対する相談体制を構築し、二段階移住に結びつけるための補助等、移住希望者への支援を行う。

D 実施内容

高知市

■高知市二段階移住支援事業費補助金

概要：移住のハードルを下げるため、高知県内での二段階移住を目的に、高知市の民間物件への引越しを行う際の荷物運搬料や家賃等の初期費用に対する補助を行う。また、県内の移住相談窓口を巡る際のレンタカー利用料の補助を行う。

要件：高知市滞在中に県内3市町村以上の窓口で相談を行うことなど。

■こうちらいふ体験滞在拠点「いっく」運営

概要：大都市圏から直接地方に移住することへの不安等を解消し、本市を拠点とした県内への移住の足がかりとするための移住体験滞在拠点施設（R2年度2→3室）を運営する。

連携市町村

■高知市への一段階目の移住者を対象とした移住支援

概要：市町村の実情に応じた様々な二段階移住支援を実施している。

- ・高知市から市町村への引越補助（南国市・香南市等）
- ・空き家改修補助（24市町村が予算計上）※既存の支援メニュー

県の取組・支援

- ・相談実績の情報共有や、市町村からの要望事項への対応方針等について、定期的に意見交換を実施。
- ・県窓口への移住相談者に対する二段階移住制度の紹介を実施。二段階移住パスポート（すてっぷ移住パスポート）所有者に対する県内市町村の情報提供について、県窓口も積極的に相談対応を行う。

実施結果（令和2年度）

（令和3年3月末現在）

■高知市二段階移住支援事業費補助金

二段階移住新規相談件数	85件	R元年度108件 H30年度89件
補助金交付決定件数 （ ）はうち取消	33件 (3件)	R元年度25件（1件） H30年度24件(4件)
二段階移住パスポート発行部数	41部	R元年度30件 H30年度29件 KPI
二段階移住組数	6組	R元年度7件 H30年度4件 KPI

【一段階目の移住者の主な要望】

- ・直接の移住者が受けられるような移住支援（空き家改修補助など）を二段階移住者も対象となるようにしてほしい。

■こうちらいふ体験滞在拠点「いっく」1～3号室の運営

- ・令和2年度実績：利用組数8組 稼働率76.4%

【利用者の感想・要望等】

- ・室内もきれいで快適に利用している。交通や生活の利便性が高い。

C 分析・検証

【総括】

- 「二段階移住」という移住手法を構築することにより、地方への移住に興味はあるが一歩が踏み出せない「潜在的な移住希望者層」を新たなターゲットとすることが可能となり、圏域での新たな人の流れを生み出し、移住者の増加につながる可能性がある。
- 新型コロナの影響により、地方移住の関心が高まっている一方で、都市間移動がにくい状況であり、移住希望先への訪問を躊躇する傾向がある。

【個別事項】

- ① 二段階移住支援事業費補助金の交付決定件数は、例年、同程度となっている。二段階移住を推進するために、各種プロモーション活動・相談会等を通じて移住希望者の掘り起こしが必要。
- ② 二段階移住支援事業費補助金の交付決定者が検討する二段階移住候補となる市町村は、高知市の近隣エリアに偏っている。なお、補助金・いっくを利用した一段階目移住者で、二段階移住したのは、平成30年度からの累計17組。移住先は芸西村、黒潮町（2）、南国市（5）、香南市、四万十町、土佐市、日高村、香美市（2）、三原村、仁淀川町、いの町。
- ③ こうちらいふ体験滞在拠点「いっく」の稼働率は高く、一時的な滞在拠点としてのニーズは高いが、現時点でWi-Fi環境が整っておらずリモートワーク等への対応が必要。
- ④ 連携市町村がそれぞれの実情に応じて二段階移住支援を積極的に充実させることで、移住の後押しとなり、二段階移住の推進が期待される。

市町村の声

- ・高知市からの二段階移住者への引越し補助を検討しているが、パスポートを保持していない方（または有効期限切れの方）への対応をどうすべきか悩んでいる。
- ・今年度移住体験住宅を開設する予定なので連携していきたい。
- ・市町村を3か所以上巡り、最終的に二段階移住をされた方への報償などがあってもいいのでは。
- ・補助金交付決定者（一段階目の移住者）に対して、市町村の移住情報等を定期的に情報提供することは可能か。
- ・一段階目の移住者の現状について、調査をしてはどうか。

KPI検証（令和3年3月末現在）

■二段階移住パスポート発行部数 累計450部（R4）

R2目標値	255部	達成率
R2実績値	100部（達成率39.2%）	22.2%

■二段階移住組数 累計150組（R4）

R2目標値	60組	達成率
R2実績値	17組（達成率28.3%）	11.3%

A 改善策・対応方針

【総括】

- 「二段階移住PR事業」との統合
- KPIについて二段階移住は先進的な取組として開始しており、より適正な目標値に再設定（パスポート発行部数・移住組数）するとともに次のフェーズを見据えた新たな指標を設定（新規相談件数）
- 移住希望者のニーズや市町村の実情に即した様々な支援策を充実させ、移住・定住の推進を図る。

【個別事項】

- ① 二段階目の移住先検討における移住相談をオンライン相談も可能とし、二段階移住につなげていく。
- ② 一段階目の移住者に対して、定期的にアンケート調査を行うなど、二段階目に向けた検討状況を把握するとともに、高知市から離れた市町村についても二段階目の候補地となるよう、二段階移住希望者に対して、高知市の相談窓口において各市町村のパンフレットを積極的に提供するなど、適切な情報提供を行っていく。
- ③ 高知市の「いっく」3室の一段階目の滞在拠点としての活用をPRするとともに、県の支援を受け、Wi-Fi環境を整備する。
- ④ 二段階移住に関する相談内容等について、県・連携市町村間で情報を共有し、移住希望者のニーズを適切に把握するとともに、圏域全体として移住希望者のニーズに対応できる体制の構築を目指す。

P 次年度取組予定

高知市

■高知市二段階移住支援事業費補助金

- ・PR事業により制度の認知度を向上させながら、移住のハードルを下げるための補助を継続して実施。

■こうちらいふ体験滞在拠点「いっく」運営

- ・二段階移住の足がかりとするための施設として、引き続き利用を促進するとともに、戸数を増やすなどさらなる拡充を目指す。

■一段階目移住者を対象とした県内でのイベント開催

- ・新型コロナを考慮した上で、二段階目の移住につなげるために、県内で実施する相談会や移住体験ツアー、イベントなどに参加を促す。

連携市町村

■高知市への一段階目の移住者を対象とした移住支援

- ・市町村の実情に応じた各種支援を継続実施するとともに、高知市・高知県と連携した支援体制をつくる。

P 事業概要

圏域の児童・生徒等の科学に対する興味・関心を高めるとともに、科学的な見方や考え方を養い、時代を担う人材を養成するため、県内唯一の科学館である「高知みらい科学館」の機能を強化し、圏域の小中学校等を対象とした理科学習や出前教室、圏域住民を対象とした科学体験の機会の提供に取り組む。

D 実施内容

■ 科学館理科学習

市町村教育委員会の所管する学校等の小4・中1（義4・7年生）を対象に、高知みらい科学館において、観察や実験、プラネタリウム等を活用した理科学習を行う。

実施時期：6～3月の平日（月曜日及び学校の長期休業期間除く）

■ 出前教室

遠方の市町村の希望に応じ、出前でミニプラネタリウムやサイエンスショー、サイエンスタイム等を実施する。

実施時期：5～3月の平日（月曜日及び学校の長期休業期間除く）

■ 科学体験展示

高知みらい科学館所有の展示物を市町村立図書館等に一定期間展示し、圏域住民に科学体験の機会を提供する。

県の取組・支援

- ・市町村教育委員会との協議の場の調整・提供
- ・市町村教育委員会への募集案内・取りまとめ

実施結果

■ 科学館理科学習		学校数	児童生徒数
小学校	高知市	35	2,307
	連携市町村	26	877
中学校	高知市	8	677
	連携市町村	1	3
義務教育学校	高知市	2	39
計		72	3,903

■ 出前教室		学校等数	児童生徒数
保育所	連携市町村	1	17
小学校	連携市町村	10	444
中学校	連携市町村	3	37
計		14	498

■ 科学体験展示		実施市町村数
6種類@18施設		18

C 分析・検証

【総括】

令和元年度に、準備期間として圏域市町村教育委員会への周知を行ったことで、出前教室・巡回展示の申込みが多数あり、スムーズに事業実施できたが、新型コロナウイルスの影響により、科学館理科学習・出前教室においては複数校のキャンセルがあった。

【個別事項】

- ① 科学館理科学習
 - ・高知市外から、27校880人の利用があり、児童生徒から好評であった。
 - ・当初89校の申込みがあったが、新型コロナウイルスの影響により17校がキャンセルとなった。また、実験室やプラネタリウムの人数制限のため、日程変更等が必要となった。
- ② 出前教室
 - ・目標には届かないが、移動式プラネタリウムを導入したこと、複数校を1か所に集めて実施するように変更したことにより、利用校数・利用児童生徒数が大幅に増加した。
 - ・新型コロナウイルスの影響により、2校がキャンセルとなった。
- ③ 科学体験展示
 - ・令和2年度は6つの展示物を計18施設に展示。
 - ・令和3年度も、新たに展示物を購入する予定。

市町村の声

【科学館理科学習を利用した学校より】

- ・学校のダンゴムシで実験したり、星に興味をもち家で観察して日記に書いたりした児童がいた。星座早見の指導方法が参考になった。
- ・展示コーナーで少し騒がしくしてしまい申し訳なかったが、公共施設の過ごし方の学習になった。
- ・子どもたちが予想を立てる際に、生活経験を大切にしたり実験方法を話し合いしたりすることを実態に合わせて丁寧に扱われており、主体的に取り組むことができる工夫を学ぶことができた。

KPI検証

（令和3年3月末現在）

■ 理科学習の実施校数・児童生徒数 100校・5,700人（R4）

実施校数	達成率	児童生徒数	達成率
R2目標値 100校	72%	R2目標値 5,700人	68%
R2実績値 72校		R2実績値 3,903人	

■ 出前教室の実施校数・児童生徒数 40校・800人（R4）

実施校数	達成率	児童生徒数	達成率
R2目標値 40校	35%	R2目標値 800人	62%
R2実績値 14校		R2実績値 498人	

■ 科学体験展示の実施市町村数（延べ） 16市町村（R4）

達成率
R2目標値 16市町村
R2実績値 18市町村
112.5%

A 改善策・対応方針

【総括】

科学館理科学習、出前教室、科学体験展示について、周知に努め、利用数を増やしていく。

新型コロナウイルス感染症対策として、バス移動の際には密にならないよう運行数を増やす等の対策を行う。

【個別事項】

- ① 科学館理科学習
 - 科学館理科学習の内容について、市町村教育委員会・各学校への周知に努め、利用学校数を増やす。
 - 新型コロナウイルスの影響によりキャンセルした学校は、希望に応じて、小5・中2を対象に、次年度実施する。
- ② 出前教室
 - 出前教室の利用の仕方や移動式プラネタリウムについて周知に努め、より多くの児童生徒に理科学習の機会を提供する。
- ③ 科学体験展示
 - 展示内容について、市町村教育委員会・図書館等への周知に努め、利用市町村数を増やす。また、同時に複数箇所でも実施できるよう、展示物を増やす。

P 次年度取組予定

令和3年度事業に反映

■ 科学館理科学習

対象：小4・中1（義4・7年生）
新型コロナウイルスの影響により、令和2年度キャンセルした学校の小5・中2

実施期間：6～3月の平日
（月曜日及び学校の長期休業期間除く）

■ 出前教室

対象：遠方の学校（片道1時間以上）
実施期間：5～3月の平日
（月曜日及び学校の長期休業期間除く）

■ 科学体験展示

希望する圏域市町村の図書館等に科学館所有の移動展示物を一定期間展示

P 事業概要

ファミリー・サポート・センターの設置に向けた支援や、各ファミリー・サポート・センター間の利用等の連携を推進し、圏域全体のサービスの質の向上を図りながら、子育て中の家庭への支援を拡充する。

D 実施内容

■ファミサポの設置・運営に関するノウハウ等の提供・共有

住民に提供するサービスの質の確保・向上を図るため、ファミサポの設置を検討する市町村や設置済みの市町村に対して情報提供や相談対応等の手段を通じて運営ノウハウ等の共有。

■講習会の広域受講による資格取得機会の拡大

効果的な援助会員の確保・育成を図るため、援助会員となるために必要な講習会について、居住地の市町村以外での受講を可能とする。

【広域受講済み市町村】南国市、いの町、香美市、仁淀川町
講習会①令和2年6月4日（木）・5日（金） 於：高知市
講習会②令和2年10月30日（金）・31日（土） 於：高知市
講習会③令和3年2月27日（土）・28日（日） 於：高知市

県の取組・支援

- ファミサポ未設置自治体を訪問し、連携事業の活用も含め、設置に向けた働きかけを行う。
- 様々な媒体を通してファミサポ事業の周知を図る。
※県の広報誌、ラジオ番組、リーフレットの配布など

実施結果

■ファミサポの設置・運営に関するノウハウ等の提供・共有

4月の担当者会が中止となり直接意見交換はできなかったが、個別に県内3市（土佐清水市、香美市、香南市）と延べ4回、ファミサポの設置・運営等に関する情報提供・情報共有・相談対応を実施。
ファミサポ通信を送付し、高知市の運営状況について情報提供した。

KPI(1)(4)

■援助会員広域講習会 KPI(2)

①6月の講習会は、新型コロナウイルス感染予防の観点から中止

（参考）ファミサポ設置済み市町村

高知市、佐川町、香南市、南国市、安芸市、香美市、いの町、須崎市、四万十市、仁淀川町、四万十町、大月町

（参考）ファミサポ設置に向けて検討中の市町村

土佐清水市・・・設置を検討中。

C 分析・検証

【総括】

新型コロナウイルス感染症は、援助活動の減少又は増加、講習会の中止など、各市町村のファミサポ運営に少なからず影響がでているが、れんけい事業の取組に大きな変更をきたすものではない。今後も感染状況に留意し、必要な対策を取りながられんけい事業を実施する必要がある。

【個別事項】

- ①6月に予定していた講習会の広域受講については、新型コロナの感染予防のため、講習会自体を中止した。今後の実施には感染対策が必要。
- ②オンラインの活用など、新型コロナ感染予防の視点からも講習会の手法の検討が必要。

KPI検証

(1)ファミサポ設置検討に高知市が関わった市町村数

累計12市町村（R4）
R2目標値 8市町村
R2実績値 9市町村（達成率112.5%）

達成率
75.0%

(2)講習会への広域受講市町村数 累計12市町村（R4）

R2目標値 12市町村
R2実績値 4市町村（達成率33.3%）

達成率
33.3%

(3)広域利用に向けた検討等に高知市が関わった市町村数

累計12市町村（R4）
R2目標値 12市町村
R2実績値 1市町村（達成率8.3%）

達成率
8.3%

(4)情報交換・情報共有した市町村数 累計33市町村（R4）

R2目標値 33市町村
R2実績値 33市町村（達成率100%）

達成率
100.0%

A 改善策・対応方針

【総括】

設置市町村間での情報共有や、設置を検討する市町村へのノウハウの共有、援助会員の講習会の広域受講、広域利用の検討など、今後も引き続き各市町村と意見交換を行い、連携事業を推進する。

【個別事項】

- ①講習会は基本的感染対策（マスク、換気、人数制限等）を図りながら実施し、今後も各市町村と調整を行い、受講機会の拡大を図っていく。
- ②講習会のWeb配信については、設備や受講確認等も必要となる新たな取組であるため、手法や実効性について、県も含めて協議を行っていく。
- ③講習会部分受講については、具体的な方法について市町村間で調整していく。
- ④広域利用についての課題を抽出し、利用のための新たなルールの策定を検討する。

P 次年度取組予定

■ファミサポの設置・運営に関するノウハウ等の提供・共有

- ・ファミサポ設置検討市町村への相談対応・情報提供
- ・ファミサポ運営に関する情報提供・情報共有

■講習会の広域受講による資格取得機会の拡大

- ・新型コロナ感染対策に留意しながら講習会の広域受講を引き続き進めていく。
- ・部分的な広域受講についても実施を図る。

■ファミサポの広域利用に向けた検討

- ・広域利用に向けた課題の抽出。
- ・課題を調整したうえで、利用のためのルール策定。
- ・単独でのファミサポ設置までは必要のない市町村に対し、広域利用に向けた検討を引き続き支援するとともに、その他様々な制度の活用を支援を検討する。

■その他

- ・子育て支援に関する情報交換、情報提供

P 事業概要

県内住民やI・U・Jターン者等を対象に、連携市町村参加による合同就農相談会を開催し、高知県の基幹産業の維持・発展のために新規就農者の確保を図る。

D 実施内容

■市町村合同就農相談会

・新型コロナウイルス感染症の拡大により4月の市町村担当者会議が中止となったことを受け、各市町村にアンケート調査を実施

アンケート結果

- 昨年と同じように8月に開催 : 0
- 規模を縮小して8月に開催 : 0
- 延期した方が良い : 3
- 今年度は中止した方が良い : 13
- その他 : 2 (判断が困難。主催者に一任。)

・上記結果を受け、収束の目途がつかないため今年度は中止とした。

C 分析・検証

【総括】

新型コロナウイルス感染症の拡大状況を踏まえると事業の中止は止むを得ないとする。
次年度以降はウィズコロナの考え方を踏まえ、事業の内容及び実施方法について検討が必要である。

【個別事項】

- ①就農相談会をイオンモール高知で開催しているが、不特定多数の方を相手にPRすることになり、成果が得にくい。
- ②就農に関するPRが不足している。

市町村の声

- ・コロナ禍において、事業としては、今ぐらいの状況であれば集客もできるのでは。状況を見てオンラインでやればどうか。
- ・今後は、オンラインが主流となるはずなので、れんけいこうちの就農フェアとして、オンライン化を検討していく必要があるが、ノウハウ不足等の課題もある。
- ・イベントについては、感染対策や会場の変更などを検討し、開催することは可能だと思う。
- ・イベントを屋外で行うならば、飲食ができるようにするなど工夫しなければ、なかなか引き込めない。
- ・ターゲットを広くし、れんけいこうちでサイトをつくったらどうか。

KPI検証

■相談会での個別相談件数 累計150人 (R4)

R2目標値 25人
R2実績値 0人 (達成率 0%)
累計 18人 (H30: 11人、R元: 7人)

達成率
12.0%

A 改善策・対応方針

【総括】

新型コロナウイルス感染症への対策を講じたうえで、合同就農相談会を開催し、新規就農者の確保へつなげる。

【個別事項】

令和3年度事業に反映

- ①合同就農相談会の開催場所を屋内から屋外へ変更し、移動する人が多い、高知駅前の広場を第一候補に、また開催時期も夏場から秋口(10月)に変更することで調整していく。
- ②就農に関するPRが不足しているため、ポータルサイトの制作など、各市町村での取組状況等について積極的にPRしていくことを検討していく。
また、「あぐりナビ」へ、バナー広告及びれんけいこうち市町村合同就農相談会ページの掲載依頼をかける。

令和3年度以降も継続実施

- ・展示内容や会場レイアウトを工夫するなど、より見やすく、相談しやすい環境を整える。
- ・広報では、新聞広告への掲載やチラシの配布、各市町村のHPなどを行う。
- ・チラシやポスターの配置について、行政機関・JA・金融機関以外の団体にも協力を依頼する。

P 次年度取組予定

開催日: 令和3年11月20日(土曜日)

場 所: とさのさと(コレット)

内 容: 対面及びオンラインによる就農相談、各市町村の農業や移住等の取組紹介、農業関連の講演や野菜を使ったブーケ制作体験教室など

P 事業概要

大災害の発生に備えて重要視されている自助・共助による防災の取組の一つとして、その主体となる地域住民の方々に正しい知識を身につけてもらうため、県内4地域に高知市「防災人づくり塾」（全8回）のサテライト会場を設けて双方向通信を行うことで、圏域住民の防災力向上を図る。

D 実施内容

■防災人づくり塾について

- ・新型コロナウイルスの影響により6～8月に予定していた塾は中止
- ・規模を縮小して以下の内容で開催

【令和2年度れんけいうち防災人づくり塾】

地域防災力の向上を図るため、県内の大学講師を招き、防災講演会を実施。

日時：1月24日(日) 13時00分～17時00分

場所：あんしんセンター3階 大会議室

方法：メイン会場の高知市で行われる、専門家による防災に関する講演を県内3地域会場（宿毛市、越知町、四万十町）にサテライト配信を行う。

内容：講師から風水害等をテーマに防災の基礎的な内容について講演。

広報：市町村広報紙、市町村HP、高知市FB、高知新聞、市町村自主防災組織への案内等

募集：12/18～1/15

県の取組・支援

防災士養成講座を県内4箇所で開催する。（11月～12月・各2日間、四万十市・安芸市・高知市・香南市。短期間で防災士資格受験要件の一つを満たす。）本事業とあわせて実施することで圏域全体に災害に強い人材を育成することができる。

実施結果

- ・申込者数：計 92人
（高知市 36人、サテライト 56人）

- ・修了者数：計 92人

C 分析・検証

【総括】

各会場で感染症対策を実施した上で、圏域住民が防災に関して正しい知識を身につけるための機会を広く提供することができた。高知市単独で実施するよりも多くの参加者を得ることができ、参加者や連携市町村からも好意的な意見を得ることができた。

【個別事項】

- ①各会場の感染症対策については、受付での消毒・検温や会場の換気を実施した。また、受講者同士の間隔をとることで、ソーシャルディスタンスを確保した。
- ②サテライト会場の申込者は令和元年度から増加（38人→56人）しており、サテライト会場であった宿毛市、越知町、四万十町が積極的に周知を図った影響であると考えられる。
- ③音声や映像が途切れる等のトラブルが例年課題となっていたため、今年度から各会場に通信及び音響について、専門のスタッフを配置した結果、サテライト会場の環境が良好になり、受講者から好評を得た。

市町村の声

- ・映像や音声については、不具合もなく良かった。
- ・コロナ禍の中でも、防災を学ぶ場を提供してもらえてありがたい。

KPI検証

■防災人づくり塾修了者数 累計1,050人（R4）

R1実績値	累計423人
R2目標値	累計650人
R2実績値	累計515人

達成率
49.0 %

A 対応方針

【総括】

引き続き、防災人づくり塾のサテライト会場の運営を継続することでさらに多くの圏域住民が防災に関する知識を身につけ、圏域全体の防災力向上が図られるよう取り組んでいく。サテライト会場の運営に関しては参加者や連携市町村からの要望等を踏まえて内容を改善していく。

【個別事項】

- ①サテライト会場での受講も防災士資格の受験要件を満たすことができるよう、引き続き、防災士機構と協議していく。
- ②多くの住民の参加を促すため、効果的な周知方法について検討する。
- ③映像・音声の不具合は改善されてきているが、委託業者と調整し、品質を向上させる。
- ④講師の意向も踏まえながら、投影資料と配布資料をなるべく一致させる。
- ⑤令和2年度のサテライト会場は、全8回の防災人づくり塾を開催できなかったため、令和3年度も継続して同じ自治体で実施する予定
- ⑥講座終了後の継続的なフォロー体制の構築について、高知市・各市町村で協議する。
- ⑦新型コロナウイルス感染症対策を講じることにより、参加者数が制限されるため、Web会議システムを利用し、サテライト会場以外の自治体の会場等でも視聴可能な配信の形を検討していく。

連携市町村

- ・当日の会場設営・運営補助（サテライト会場）
- ・広報紙やHPでの開催案内、自主防災組織への案内等（各市町村）

P 次年度取組予定

■防災人づくり塾開催（県内4会場）

- ・高知市会場のほか、県内を3地域に分け、双方向通信を行い、防災人づくり塾を実施する。
（定員は高知市会場160人、サテライト各会場30人）

- ・Web会議システムを利用し、サテライト会場以外の視聴を希望する自治体の会場等でも視聴可能な配信の形を検討していく。

P 事業概要

高知市が持つノウハウ等を活かし、高知市の職員研修への連携市町村職員の参加機会を提供し職員の人材育成や技術の継承を行う。

D 実施内容

■高知市上下水道局職員研修への参加機会の提供

- 新任職員研修（令和2年7月7日）
高知市上下水道局の業務内容、財政状況や水道事業・下水道事業の概略、料金や公営企業会計等、新任職員向けの基礎的な研修を行った。なお、当初予定していた施設見学（浄水場・水再生センター）については、中止となった。
- 技術研修（令和2年12月3日）
GX形ダクタイル管の概要、設計、施工管理について、日本ダクタイル鉄管協会から講師を迎え、研修を行った。

■その他

- 長期的な検討課題としていた水道業務関連の様式統一化について、10月市町村担当者会議にて意見があったため、要望調査を実施。回答のあった2市1町と様式統一化についての座談会を実施し、意見交換を行った。

県の取組・支援

- 令和2年3月高知県水道ビジョンを策定

実施結果

■研修参加実績

- 新任職員研修：10市町村15人 ※その他県2人
- 技術研修：8市町村13人

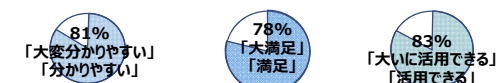
C 分析・検証

【総括】

- 新任職員研修は概ね好評であり、今後も人事異動等を含めニーズがあることから、さらに効果的な研修となるよう充実を図る。
- 技術研修においても概ね好評であり、課題解決につながるよう、引き続き研修を行っていく。
- 前年度から、市町村からの要望を踏まえ、新任研修に施設見学のカリキュラムを追加したが、今年度はコロナの影響で実施できなかった。

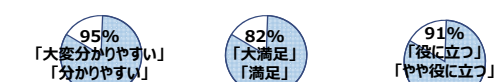
市町村の声

● 新任職員研修



- 水道事業の基礎の基礎を研修できて大変参考になった。
- 公営企業会計について、今回学んだことを活かしていきたい。
- もう少し実務例などの話が欲しかった。
- レジメをただただ読み上げていく講義は、正直しんどかった。

● 技術研修



- ダクタイル鉄管について知識を深めることができた。
- 今後の監督業務に活かしたい。
- 施工における事故事例などの説明があればよかった。

KPI検証

■高知市職員研修への参加数 累計80人（R4）

R2目標値 10人※累計80人
R2実績値 28人※累計99人
(達成率123.7%)

達成率
123.7%

A 改善策・対応方針

【総括】

- 今後も職員研修への参加呼びかけを行うとともに、他の業務研修についてもアンケート結果や市町村担当者会議等での意見を参考に検討する。
- 施設見学については、コロナ禍における実施方法について検討していく。
- 高知市職員研修への参加実績を踏まえ、KPIの上方修正（令和4年度目標値累計127人）を行う。
- 様式統一化については、今後も市町村の意見、要望をききながら、可能な範囲で検討していく。

P 次年度取組予定

■高知市職員研修への参加機会の提供

- 新任職員研修
- 施設見学研修
- 技術研修

※様式の統一化については、市町村の要望に応じて長期的に検討する。

P 事業概要

市町村職員の専門能力向上、市町村間の連携強化のため、高知市への研修派遣・高知市と他市町村との交流派遣や高知市が主催する研修について連携市町村職員に参加機会を提供し、職員能力の向上を図る。また、共通した行政課題について市町村間での情報交換を行い、法改正等に伴う制度変更に対応できる体制を構築する。

D 実施内容

■ 高知市職員研修への参加

- 手話研修（実技研修1回目）：6月3日～8月19日の間で10回（実技研修2回目）：10月7日～12月9日の間で10回（入門研修）：9月3日

■ 研修派遣・交流派遣

令和元年11月に令和2年度実施に向けた要望調査を実施したところ、各市町村からの要望はなし。

県の取組・支援

- ・ 令和2年度の県と市町村の人事交流に向けたスケジュール等について、高知市に情報提供を行った。

実施結果

■ 研修参加実績

- 手話研修
実技研修1回目：参加なし
実技研修2回目：1市町村1人
入門研修：2市町村4人

C 分析・検証

【総括】

- ・ 職員の研修派遣・交流派遣の実績はないものの、高知市職員研修には連携市町村から一定の参加があった。

■ 高知市職員研修への参加

- ・ 研修の開催情報等をこうちぎょうせいネットに掲載するとともに、連携市町村内で周知・募集を行っている。
- ・ 令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の必要性から、防災士養成研修に連携市町村の職員が参加できなかった。
- ・ 研修には圏域市町村から共通の課題認識を持つ職員が集うことから、今後、この研修機会を捉え、高知市と連携市町村の職員間の意見交換の場に発展させていくことも考えられる。

■ 情報交換

- ・ 令和2年4月から制度が開始された会計年度任用職員制度について、運用面における課題を共有した。

■ 研修派遣・交流派遣

- ・ 消防職において令和3年度より2組の交流派遣を実施することとなったが、事務を始めその他の職種において各市町村から派遣の要望がなかった要因として、既に国や県に研修派遣等を実施していること等によって、人員の捻出が困難といった理由が考えられる。

市町村の声

- ・ 高知市職員研修に参加した他市町村職員からは、研修が有意義であったとの声があった。

KPI検証

■ 高知市への派遣職員数 6人／年（R4）

R2目標値 6人
R2実績値 0人（達成率0%）

達成率

0%

■ 高知市職員研修への参加者数 50人／年（R4）

R2目標値 50人
R2実績値 5人（達成率10.0%）

達成率

10.0%

■ 防災士資格取得者数 10人／年（R4）

R2目標値 10人
R2実績値 0人（達成率0%）

達成率

0%

A 改善策・対応方針

【総括】

- ・ 引き続き、高知市職員研修への参加呼びかけや情報交換の実施、職員派遣の検討など、さらなる職員交流による連携強化・能力向上に努める。

■ 高知市職員研修への参加

- ・ 引き続き研修計画の事前周知や募集に努め、連携市町村職員の研修受講機会の拡大及び専門的知識等の習得を図る。

令和3年度以降も継続実施

- ・ 研修受講職員の意見交換を（継続）実施し、情報交換の機会の充実を図る。

令和3年度事業に反映

■ 情報交換

- ・ 市町村が抱える課題等について、随時情報交換を実施し、圏域全体としてスムーズな制度の運用等をめざす。

令和3年度以降も継続実施

■ 研修派遣・交流派遣

- ・ 1～2年といった長期ではなく、短期（1ヶ月、3ヶ月等）での実施を提案する。

令和3年度以降も継続実施

■ 研修のオンライン配信の検討

- ・ コロナ禍では、対面形式での各種研修会開催は感染拡大のリスクが伴うため、高知市での研修は対面形式で行いつつ、研修内容をオンライン上で市町村に配信する手法を検討する。

P 次年度取組予定

■ 高知市職員研修への参加

- ・ 具体的な研修計画が定まり次第、連携市町村へ随時情報提供する。

■ 情報交換

- ・ 制度運用等について情報交換を行うとともに、市町村共通の行政課題等について必要に応じて協議や情報交換を実施する。

■ 研修派遣・交流派遣

- ・ 新たな実施方法等の提案を年間を通して行う。

P 事業概要

圏域住民に対し、れんけいこうち広域都市圏をPRするため、高知市ホームページ内に特設ページを作成し、連携した取組や圏域市町村の情報の広報を行う。また、圏域市町村間での情報共有を効率化するため、こうちぎょうせいネットを活用し、会議資料や進捗状況を掲載する。

D 実施内容

■れんけい特設ページの作成・公開（H30.7.31～）

目的：れんけいこうち広域都市圏の取組の広報
圏域市町村間の周遊促進

対象：主に圏域住民

掲載内容：主な取組事業（二段階移住、日曜市出店、6次産業化、伝統産業、新規就農、防災リーダー育成、空き店舗、AIによる多限度観光案内システム、インバウンド観光の推進、体験型地域資源活用）
トピックス（連携事業、その他圏域での周遊促進イベント情報）
構成市町村情報

新型コロナウイルス感染拡大防止等に関する市町村の取組

公開場所：高知市ホームページ内（トップページにバナー設置）

各市町村はそれぞれのホームページにおいてリンクを設定

県の取組・支援

・高知県ホームページ（総務部市町村振興課）においてリンクを設定

実施結果

■新型コロナウイルス感染拡大防止等に関する市町村の取組

掲載件数：4件（TSUNAGU、宿毛市、いきいき百歳体操、高知みらい科学館）

■掲載トピックス（れんけいこうち広域都市圏）

掲載件数：9件

- ・二段階移住
- ・日曜市出店
- ・6次産業化（今年度未実施）
- ・伝統産業
- ・新規就農者確保（今年度未実施）
- ・防災リーダー育成
- ・空き店舗等情報発信
- ・外国語観光案内システム
- ・インバウンド観光推進
- ・体験型地域資源活用



■掲載トピックス（圏域イベント情報等）

掲載件数：33件

※市町村から掲載希望がない場合でも、圏域の活性化に寄与するとと思われるイベント等を高知市の判断で掲載することとし、情報発信を強化

■まるごとにつぼんのPR（中止）

浅草「まるごとにつぼん」でH30年度から展開していたQRコードによる連携事業等の情報発信は、まるごとにつぼんの閉館（R2.11月）に伴い中止



C 分析・検証

【総括】

- ・ビュー数は昨年度に比べ若干増加している。
- ・新型コロナ関連情報を掲載した4月はビュー数が少し伸びたが、連携市町村のイベント等の中止があり、更新頻度は高くない。

	R2	R元
4月	486	298
5月	319	338
6月	266	356
7月	268	401
8月	304	315
9月	374	329
10月	378	369
11月	307	291
12月	333	282
1月	260	215
2月	235	220
3月	256	282
sum	3,786	3,696
av.	316	308

【個別事項】

- ① イベント開催そのものがなくなっている。
- ② 連携事業の取組内容や、圏域の情報発信を行うページとして、認知度を高めていく必要がある。

市町村の声

KPI検証

■ウェブサイトの閲覧件数 4,800ビュー／年（R4）

R2目標 4,800ビュー
R2実績 3,786ビュー
（R元実績 3,696ビュー）

達成率

78.9%

A 改善策・対応方針

【総括】

- ・圏域の取組の発信としてオフィシャルなサイトであることから、今後も引き続き、圏域での取組内の発信に取り組んでいく。

【個別事項】

- ① 掲載希望募集について、アナウンス回数を増やすなど、情報収集を強化する。また、高知市からも積極的に情報収集を行うことで、より掲載情報の鮮度を高める。
- ② 様々な媒体・機会当該ページのPRを行い、認知度の向上を図る。

P 次年度取組予定

■れんけい特設ページの運営

引き続き、高知市ホームページ内においてれんけい特設ページの運営を行い、内容についてさらなる充実を図る。

■事業統合に伴う事業の廃止

当事業はビジョン全体の進捗管理上の取組の一部であることから、令和3年度から「れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会及びれんけいこうち広域都市圏推進会議の開催・運営」（事業No.21-01）に事業統合することとし、これに伴い事業を廃止する。
ただし、取組自体は継続して実施することとし、既存KPIである「ウェブサイトの閲覧件数4,800ビュー／年」についても同事業上のKPIとして設定し、進捗管理を行う。

P 事業概要

地域の資源（自然・文化・食や、事業者・住民の技術等）をコンテンツ化する方法を、地域住民が修得・実践する機会（テストマーケティング等）を提供する。

D 実施内容

■ 体験型地域資源のコンテンツ化

地域資源の発掘や新たな資源を開発するためのセミナーやワークショップ等を実施する。

■ 体験型イベントの実施

体験プログラム等をベースとしたイベントを実施する。

■ 事業のPR

- ・各市町村が広報紙・H P 圏域住民に周知。
- ・各市町村がパンフレット配布に協力する。

県の取組・支援

- ・記者室へのパンフレット投げ込み（土佐町）

実施結果

■ 体験型地域資源のコンテンツ化

- ・佐川町：9/16事業説明会、9/30プログラム作成WS

- ・土佐町：なし

- ・津野町：12/3：講演会、ワークショップ

1月中旬：つのつねづねパートナー決定

2月初旬～：パンフレット配布、体験プログラム予約受付開始

■ 体験型イベントの実施

- ・佐川町：「わんさかわつしよ体験博」R3.1/16～2/28
23プログラム造成（コロナの影響により、予約受付開始後7プログラム中止したため、実施は16プログラム）

- ・土佐町：「とさんぽ」R3.3/1～3/31
24プログラム

- ・津野町：「つのつねづね」R3.3/6～3/31
10プログラム

■ 事業のPR

- ・高知市広報紙（高知市全戸配付）
1月号に掲載：わんさかわつしよ体験博
2月号に掲載：とさんぽ
3月号に掲載：つのつねづね

C 分析・検証

- ・地域資源の再発見に繋がった。テストマーケティングの場として、事業者の今後の展開に役立てた。食体験、社会情勢的に少人数で体験できることが、トレンドに合っていた。（佐川町）
- ・設定時期、集客・PRに課題あり。感染症リスクの高まる冬季の開催であったため、直前にやむなく実施中止したプログラムあり。（佐川町）
- ・高知市からのお客さんが一番多く、自然の中でリフレッシュしたい、非日常的な時間を味わいたい、という目的の方が多いと感じた。（津野町）
- ・高知市の次に町内からのお客さんが多かったため、地元の方も知らなかったものに会えるきっかけに繋がった。（津野町）
- ・友人や家族など、大人同士の参加者が一番多く、またほとんどが女性だった。知り合いに聞いて参加したというアンケートも多かったため、次回はターゲットを絞って効率よくPRできるかも。（津野町）
- ・コロナ禍の中、12月の感染者が増えてきた時期にパートナーを募集していたため、直前にやむなく不参加となったパートナーあり。飲食店だったので、特に参加しにくい状況にあったと思う。（津野町）
- ・新たな地域資源の発掘につながった。様々な体験プログラムが集まったパンフレットにより他の分野に興味のなかった層も含め幅広い人の目に触れることで地域を知ってもらえる機会となる。（土佐町）

市町村の声・参加者の声

- ・佐川町：（町）リピートも増えており、佐川ファンの獲得に繋がっている。地元の良さを再発見し、地域を盛り上げたいという意識の醸成に繋がっている。イベントから地域への経済波及にもつながっていきたい。
（事業者）初めてだったが、満席になり良かった。ニーズがあることがわかり、地域の伝統文化でもあるので、後継者を育てたいと思った。
（参加者）プロの技術を間近に見ながら、貴重な体験ができた。子どもも楽しく参加できた。日常使用するものを自分で作れて良かった。
- ・津野町：（町）ラジオや広報誌をはじめ様々な宣伝媒体を活用し、また新聞での広報もあり、町内外ともに予想より反響が大きかった。既存の施設や体験メニューを町民に知ってもらうきっかけになったことも予想外の収穫。
（事業者）予想以上にお客さんが来てくれた。自分たちでも体験の受け入れができるのだと思ったことが一つの収穫。いつもは予約がほとんどない状態だったが、こんな貸し出し方もできるのだと発見があった。
（参加者）参加前は少し高いかなと思っていたが、来てみてとてもお得感があつた。小旅行気分が味わえた。外から来た人との交流が地元の人の張り合いにもなっているのかなと感じた。非日常的な時間を気持ちよく体験できた。
- ・土佐町：（町）パートナー自身の発信をふくめ、PRの強化が必要。
（事業者）前回のように参加者へ独自のクーポン券配布など特典があれば参加のきっかけにもなると思う。他プログラムへの参加や滞在時間の延長にも繋がるので、できれば実施してほしい。
（参加者）ガイド付きだったので理解が深まった。高知県民でも知らない自然の中で楽しい体験ができてうれしかった。土佐町へはめったに来ることがないのできっかけになってよかった。

■ 実施プログラム数		累計300件（R4）	
KPI検証			
R2目標	55件	R2実績	50件
R3目標	100件		
R4目標	145件		
		達成率	16.7 %

■ イベント実施エリア外からの参加割合 70%/年

R2目標	70%	R2実績	64.1%
		達成率	91.6 %

A 改善策・対応方針

- ・季節性のあるプログラムもあり、開催時期の設定に苦慮する。春～秋にかけての開催を望む事業者の声もあり、感染症リスクの高い冬場を避け、次年度は秋開催予定。（佐川町）
- ・人気プログラムで満席になりながら、直前キャンセルにより空席が出たケースもあり、予約時期の分散化も検討。（佐川町）
- ・集客・PRの強化、地域全体への波及効果を高めることに繋がるので、次年度は仁淀川流域でも開催予定。流域の特性をPRでき、地域への周遊を促す。（佐川町）
- ・年度終わりの3月開催だったが、R3年度は天狗荘やせいらんの里のリニューアル等を考えると夏に集客したいため、次回は8～9月の夏に開催とし、期間も2ヶ月間と長くとる。（津野町）
- ・天気の関係で中止となったプログラムもあったため、悪天候の場合の対応を事前にもっと検討しておくべきだった。（雨だからといって簡単にやめるのはもったいない）（津野町）
- ・高知市をメインターゲットにするのは変わらないので、れんけいこうちで高知市の広報誌に掲載してもらうのは効果が高いと思う。続けてほしい。（津野町）
- ・保険の加入などパートナーには周知したが、まだまだグレーな部分があるように感じる。具体的にどのような保険があるのか、佐川町など他のパートナーさんがどうしているか、共有してもらいたい。（津野町）
- ・パートナーによる積極的なPR活動を促進するため、この事業に「協力」する感覚ではなく、「使う」という感覚をもってもらうよう、説明会、ワークショップにより意識づけを行う。（土佐町）
- ・より効果的な情報発信（方法、設置場所等）について、アンケートにより分析を行う。（土佐町）

P 次年度取組予定

- ・佐川町
「わんさかわつしよ体験博2021」R3.9～10月実施予定
- ・仁淀ブルー観光協議会
「（仮称）仁淀ブルー体験博」R3.10月末実施予定

れんけいこうち広域都市圏推進会議

意見・提案集

2021（令和3）年7月27日

高知市総務部 政策企画課

意見・提案一覧

No.	分野・項目	市町村名
1	自治体DXの推進に向けた圏域市町村の連携について	高知市
2	コロナ禍における経済対策とアフターコロナを見据えた今後の取組について	高知市
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		
32		
33		

令和３年度第１回れんけいこうち広域都市圏推進会議 意見・提案等

No.	1	市町村名	高知市
分野・項目	自治体ＤＸの推進に向けた圏域市町村の連携について		
現状・課題等	<p>デジタル社会の実現に向けて、地方公共団体においては、全ての国民が等しくデジタル化の恩恵を享受できるよう、国の動きに即応し、県や市町村が足並みを揃えて、行政のデジタル・トランスフォーメーションを一気に進めていく必要があると考えています。</p> <p>本市においては、令和３年２月に「高知市ＤＸ推進本部」を設置し、全庁的にデジタル化の取組を推進し、住民サービスの向上や事務の効率化に取り組んでいます。</p> <p>【本市の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政手続については、現在実施している書面・押印・対面規制の抜本的な見直しの結果を受けて、順次オンライン化の検討を開始 ・行政手続以外の窓口予約、イベントの申込等に係る電子申請については、本年８月からの県のシステムの共同利用開始に向けて準備中 ・ＲＰＡについては、昨年度に導入検証済みであり、本年度から本格的に導入 ・オープンデータについては、昨年末から公開済みであり、対象を順次拡大（県のカタログサイトが整備され次第、登録予定） ・れんけいこうちの統計データ活用事業については、内容の充実・強化を検討中 		
現状・課題に対する意見・提案等	<p>行政手続のオンライン化などを各市町村で個別に行っていくことは、人的・財政的に非効率であることに加え、デジタル人材の不足により、取組自体が困難な場合も想定されます。また、高齢者など地域住民に対するデジタル活用支援も必要となってきます。</p> <p>このような各市町村が抱える課題について意見交換を行い、れんけいこうちの枠組みを活用して圏域全体で解決を図る方策（情報共有・相互支援体制の構築など）を検討していきたいと考えています。</p>		
市町村記入欄	※次の２点についてご記入ください。		
	①自治体ＤＸの推進にあたって、各市町村で取り組んでいることや課題		
	②れんけいこうちでの取組に期待すること（取り組んでほしいこと）		

令和３年度第１回れんけいこうち広域都市圏推進会議 意見・提案等

No.	2	市町村名	高知市
分野・項目	コロナ禍における経済対策とアフターコロナを見据えた今後の取組について		
現状・課題等	<p>本市では、コロナ禍における経済対策として、GoTo商店街キャンペーンなどによる地域経済の活性化に取り組むとともに、飲食店の業態転換に要する経費や来店型店舗における衛生管理の改善に要する経費に対して補助を行うなど、中小企業等の事業継続に向けた支援を実施しているところです。</p> <p>また、コロナ禍で大きく落ち込んだ地域経済を回復させるため、引き続き需要喚起をしていく必要があると考えており、タクシーチケットと飲食等のクーポンのセット販売や、市内で利用可能なプレミアム付旅行クーポンの販売なども検討しています。</p> <p>れんけいこうちの取組については、アフターコロナも見据え、浅草の商業施設「まるごとにつぼん」に代わる販路（関西圏）の開拓や、高知丸のリニューアルに伴い整備を予定するフードコートや地元産品が楽しめるフロアを、圏域市町村の事業者支援として活用させていただきたいと考えています。</p> <p>また、７月公開の高知県を舞台とする映画「竜とそばかすの姫」を県外からの誘客につなげることも考えています。</p>		
現状・課題に対する意見・提案等	各市町村が実施しているコロナ禍における経済対策や、アフターコロナを見据えて検討されている取組について意見交換を行い、れんけいこうちの枠組みを活用して圏域全体に効果を波及させる方策を検討していきたいと考えています。		

市町村記入欄	※次の３点についてご記入ください。
	①各市町村でのコロナ禍における経済対策 (実施中、実施予定の事業の概要など)
	②各市町村でアフターコロナを見据えて検討されている取組（経済対策など）
	③れんけいこうちでの取組に期待すること（取り組んでほしいこと）