

平成27年度物部川地域アクションプランの追加、拡充、削除項目等について

地域アクションプランの追加・削除項目について

地域アクションプランの動向

H26年度 250 → H27年度 253 (+3)

| 地 域 | H26年度 | H27年度 | | |
|-----|-----------------|-------|-----|-----|
| | AP数 H26:12時点 | 追 加 | 削 除 | AP数 |
| 安 芸 | 34 | 1 | ▲1 | 34 |
| 物部川 | 25 | 0 | 0 | 25 |
| 高知市 | 32 | 1 | 0 | 33 |
| 嶺 北 | 28 | 0 | 0 | 28 |
| 仁淀川 | 37 | 1 | 0 | 38 |
| 高 幡 | 47 | 1 | 0 | 48 |
| 幡 多 | 47 | 1 | ▲1 | 47 |
| 合 計 | 250 | 5 | ▲2 | 253 |

平成27年度 物部川地域アクションプラン（案）項目対比表

【物部川地域】

| No. | 現在(平成26年度) | 南国市 | 香南市 | 香美市 |
|-----|------------------------------------|-----|-----|-----|
| | | 13 | 11 | 10 |
| 1 | 南国市の園芸主幹品目シトウの再構築 | ● | | |
| 2 | 還元水を活用した野菜の生産体制の構築とブランド化 | ● | | |
| 3 | エメラルドメロンの販売力向上対策 | | ● | |
| 4 | ニラの産地力強化「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」 | | ● | ● |
| 5 | 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策 | | | ● |
| 6 | 直販所「あけぼの市」の機能強化による農家の所得向上及び交流人口の拡大 | ● | | |
| 7 | 地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充 | ● | | |
| 8 | 加工品販売による夜須地域の活性化 | | ● | |
| 9 | 地産地消・食育の推進 | ● | | |
| 10 | 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組 | ● | | |
| 11 | 民有林における素材の増産 | ● | ● | ● |
| 12 | 木質バイオマスの活用に向けての取組 | ● | ● | ● |
| 13 | シイラ等の加工商材活用 | | ● | |
| 14 | 地域の特産品づくり ～農産物加工への取組～ | ● | | |
| 15 | 香美市ブランドの確立・特産品づくり | | | ● |
| 16 | 「ごめん」の賑わいづくり ～ごめんの活性化～ | ● | | |
| 17 | 香南市の地場産品販売促進 | | ● | |
| 18 | 香南市の商業振興への取組 | | ● | |
| 19 | 地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興 | | | ● |
| 20 | 観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～ | ● | | |
| 21 | 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 | | ● | |
| 22 | 「森の駅」を中心とした体験型観光の推進 | | | ● |
| 23 | 広域観光の取組の推進 | ● | ● | ● |
| 24 | 大学生による地域応援団(サポーター)づくり | ● | ● | ● |
| 25 | 土佐山田えびす商店街を中心とする地域の活性化 | | | ● |

| 南国市 | 香南市 | 香美市 | No. | 改定案(平成27年度) |
|-----|-----|-----|-----|------------------------------------|
| | | | | |
| ● | | | 1 | 南国市の園芸主幹品目シトウの再構築 |
| ● | | | 2 | 還元水を活用した野菜の生産体制の構築とブランド化 |
| | ● | | 3 | エメラルドメロンの販売力向上対策 |
| ● | ● | | 4 | ニラの産地力強化「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」 |
| | | ● | 5 | 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策 |
| ● | | | 6 | 直販所「あけぼの市」の機能強化による農家の所得向上及び交流人口の拡大 |
| ● | | | 7 | 地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充 |
| | ● | | 8 | 加工品販売による夜須地域の活性化 |
| ● | | | 9 | 地産地消・食育の推進 |
| ● | | | 10 | 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組 |
| ● | ● | ● | 11 | 民有林における素材の増産 |
| ● | ● | ● | 12 | 木質バイオマスの活用に向けての取組 |
| | ● | | 13 | シイラ等の加工商材活用 |
| ● | | | 14 | 地域の特産品づくり ～農産物加工への取組～ |
| | | ● | 15 | 香美市ブランドの確立・特産品づくり |
| ● | | | 16 | 「ごめん」の賑わいづくり ～ごめんの活性化～ |
| | ● | | 17 | 香南市の地場産品販売促進 |
| ● | | | 18 | 香南市の商業振興への取組 |
| | | ● | 19 | 地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興 |
| | | ● | 20 | 土佐山田えびす商店街を中心とする地域の活性化 |
| ● | | | 21 | 観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～ |
| | ● | | 22 | 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 |
| | | ● | 23 | 「森の駅」を中心とした体験型観光の推進 |
| ● | ● | ● | 24 | 広域観光の取組の推進 |
| ● | ● | ● | 25 | 大学生による地域応援団(サポーター)づくり |

拡充

拡充

物部川地域アクションプランの拡充（予定項目）

■その他(拡充)

| NO. | アクションプラン名 | 見直しする内容 |
|-----|---|--|
| 1 | <p>■No. 9 地産地消・食育の推進（南国市）</p> <p>【実施主体】 J A南国市出資生産法人株式会社南国スタイル、J A南国市、J A長岡、J A十市、南国市地産地消推進協議会、農家レストランまほろば畑、南国市</p> | <p>【拡充】 地域の生産者等と連携して地域食材を活用した料理や商品の開発及び販売を進めるためのレストランとベーカリーの施設整備を行うことを取組内容に追加し、事業主体に「株式会社ナイフアンドフォークカンパニー」を加える。</p> |
| 2 | <p>■No. 21 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信（香南市）</p> <p>【実施主体】 香南市観光協会、地域の体験メニュー等提供団体</p> | <p>【拡充】 観光資源としての歌舞伎を活用し、歌舞伎を核とした交流の場づくりを行うことを取組内容に追加し、事業主体に、「香南市」と「歌舞伎でまちおこし実行委員会」を加える。</p> |

| 第2期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|---|-----|-----|-----|-------|--|----------|
| H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 指標 | 目標値(H27) |
| 学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大 ・地場食材の学校への配送業務の取扱量の拡大 ・過年度の給食食材のデータ整理及び分析 ・受発注、食材確保等の仕組みづくり ・直販所の活性化 地元野菜の利用増及び農家の体験学習などによる食育の推進 | | | | | 学校給食における地元野菜の供給割合(H22:10.7%)金額ベース 業務筋への供給(H22:6事業体) | 15% |
| 業務筋(中食・外食・病院等)への食材供給体制の整備及び ・外食産業等のニーズ調査 ・配送業務の開始、供給先事業者数及び取扱量の拡大 ・受発注から精算までの仕組みの確立 ・直販所の活性化 | | | | | | 15事業体 |
| 農家レストランの経営安定化 ・お客様の満足度向上のための取組(入店方法の変更、新メニューの開発等) ・安定的な経営維持のための取組(労働時間の短縮・負担軽減策の検討・実施) ・運営グループ増またはメンバー増による経営基盤の安定化 | | | | | | |



| 第2期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|---|-----|-----|-----|-------|--|----------|
| H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 指標 | 目標値(H27) |
| 学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大 ・地場食材の学校への配送業務の取扱量の拡大 ・過年度の給食食材のデータ整理及び分析 ・受発注、食材確保等の仕組みづくり ・直販所の活性化 地元野菜の利用増及び農家の体験学習などによる食育の推進 | | | | | 学校給食における地元野菜の供給割合(H22:10.7%)金額ベース 業務筋への供給(H22:6事業体) | 15% |
| 業務筋(中食・外食・病院等)への食材供給体制の整備及び ・外食産業等のニーズ調査 ・配送業務の開始、供給先事業者数及び取扱量の拡大 ・受発注から精算までの仕組みの確立 ・直販所の活性化 | | | | | | 15事業体 |
| 農家レストランの経営安定化 ・お客様の満足度向上のための取組(入店方法の変更、新メニューの開発等) ・安定的な経営維持のための取組(労働時間の短縮・負担軽減策の検討・実施) ・運営グループ増またはメンバー増による経営基盤の安定化 | | | | | | |
| 施設整備・運営(ベーカリーを併設した農園レストラン) ㈱産設社 施設整備 地域食材を活用した新たなメニュー・商品の開発及び販売 | | | | | 整備された施設数(ベーカリーを併設した農園レストラン) | 1施設 |

修正項目(案)

【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|---|-----------------------------|--|---|--|
| 21 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 《香南市》 | 香南市の海と山と歴史などの地域資源を活用した体験観光等を推進し、交流人口の増大を図る。 | ・香南市観光協会 ・地域の体験メニュー等提供団体 | ・体験メニューのブラッシュアップ(H21～25) ・旅行商品化に必要な観光情報の一元把握(H21～25) ・旅行商品企画の作成(H21～25) ・旅行商品の販売(H23～H25) ・地域の観光情報の発信(H21～25) ◆香南市観光協会は、一般社団法人化し、旅行業第3種の登録を行った。これにより、旅行商品の企画から販売までの体制が整い、ウォーキングや座禅体験、トレイルランニングレース大会などの商品の販売を実施している。 | ・旅行商品の企画・販売の継続 ・体験メニュー等商品素材の開発 ・インストラクターの養成 ・エーเจントに対するプロモーション ・広域で連携した滞在型観光メニューの開発 | ◆体験観光等に関する情報の一元把握 ◆体験メニューのブラッシュアップ等 ◆旅行商品の作成と販売 ◆地域の観光情報の発信 |
| 修正前 | | | | | |



【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|--|--|--|--|--|
| 22 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 《香南市》 | 香南市の海と山と文化や歴史などの地域資源を活用した体験観光等を推進し、交流人口の増大を図る。 | ・香南市観光協会 ・香南市 ・歌舞伎でまちおこし実行委員会 ・地域の体験メニュー等提供団体 | ・体験メニューのブラッシュアップ(H21～26) ・旅行商品化に必要な観光情報の一元把握(H21～26) ・旅行商品企画の作成(H21～26) ・旅行商品の販売(H23～26) ・地域の観光情報の発信(H21～26) ◆香南市観光協会は、一般社団法人化し、旅行業第3種の登録を行った。これにより、旅行商品の企画から販売までの体制が整い、ウォーキングや座禅体験、トレイルランニングレース大会などの商品の販売を実施している。また、サンライズ・サンセットシーカヤックのモニターツアーを実施した(H26)。 | ・旅行商品の企画・販売の継続 ・体験メニュー等商品素材の開発 ・インストラクターの養成 ・エーเจントに対するプロモーション ・広域で連携した滞在型観光メニューの開発 ・観光資源としての歌舞伎の活用 | ◆体験観光等に関する情報の一元把握 ◆体験メニューのブラッシュアップ等 ◆旅行商品の作成と販売 ◆地域の観光情報の発信 ◆歌舞伎を核とした交流の場づくり |
| 修正後 | | | | | |

| 第2期計画 | | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|---|-----|-----|-----|----|-------------|-----------------|--|
| H24 | H25 | H26 | H27 | 指標 | | 目標値(H27) | |
| 体験観光等に関する情報の一元把握 | | | | | 年間プロモーション活動 | 年6回以上(年のべ50社以上) | |
| タリフ集の修正・追加 | | | | | | | |
| 体験メニューのブラッシュアップ等 | | | | | 主催旅行の開催 | 10コース・募集200人以上 | |
| 体験メニューの掘り起こし、磨き上げ | | | | | | | |
| 旅行商品の造成と販売 | | | | | | | |
| ・コースプラン作成と販売、旅行代理店への売り込み ・募集型企画旅行の実施 | | | | | | | |
| 地域の観光情報の発信 | | | | | | | |
| インターネット等を活用したPRの展開 | | | | | | | |



| 第2期計画 | | | | | H28以降 | 指標及び目標 | |
|--|-----|-----|-----|----|--------------------------|-----------------|--|
| H24 | H25 | H26 | H27 | 指標 | | 目標値(H27) | |
| 体験観光等に関する情報の一元把握 | | | | | 年間プロモーション活動 | 年6回以上(年のべ50社以上) | |
| タリフ集の修正・追加 | | | | | | | |
| 体験メニューのブラッシュアップ等 | | | | | 主催旅行の開催 | 10コース・募集200人以上 | |
| 体験メニューの掘り起こし、磨き上げ | | | | | | | |
| 旅行商品の造成と販売 | | | | | | | |
| ・コースプラン作成と販売、旅行代理店への売り込み ・募集型企画旅行の実施 | | | | | | | |
| 地域の観光情報の発信 | | | | | | | |
| インターネット等を活用したPRの展開 | | | | | | | |
| | | | | | 弁天座来館者数 (H25:10,000人) | 11,000人 | |
| 歌舞伎を核とした交流の場づくり ・歌舞伎役者の招致及び公演 ・地歌舞伎等の招致及び公演 ・土佐総会歌舞伎伝承会定期公演及びワークショップ ・歌舞伎による体験メニューの開発 ・歌舞伎によるまちおこしの情報発信 | | | | | | | |

| 第2期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|--|-----|-----|-----|-------|---|--------------------------|
| H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 指標 | 目標値(H27) |
| 直販所及び加工場の移転拡充 | | | | | 直販所等の売上額 (H22:33,000千円) | 100,000千円 |
| ・事業実施計画の作成 ・実施設計 | | | | | | 直販所等の雇用者数 (H22:3人) |
| 施設の整備 | | | | | ながおか温泉入場者数 (H22:16万人) | 19万人 |
| ・地元生鮮野菜等の販売 ・惣菜等の宅配サービス ・加工品の開発、販売 | | | | | | ながおか温泉入場者数 (H22:16万人) |
| 施設運営方法の検討・策定 | | | | | 情報発信による集客の取組 | |
| | | | | | イベント等の実施および情報発信 ・ながおか温泉と連携した集客の実施 ・近隣の観光施設(西島園芸団地等)との連携 | |



| 第2期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|--|-----|-----|-----|-------|---|--------------------------|
| H24 | H25 | H26 | H27 | H28以降 | 指標 | 目標値(H27) |
| 直販所及び加工場の移転拡充 | | | | | 直販所等の売上額 (H22:33,000千円) | 100,000千円 |
| ・事業実施計画の作成 ・実施設計 | | | | | | 直販所等の雇用者数 (H22:3人) |
| 施設の整備 | | | | | ながおか温泉入場者数 (H22:16万人) | 19万人 |
| ・地元生鮮野菜等の販売 ・惣菜等の宅配サービス ・加工品の開発、販売 | | | | | | ながおか温泉入場者数 (H22:16万人) |
| 施設運営方法の検討・策定 | | | | | 情報発信による集客の取組 | |
| | | | | | イベント等の実施および情報発信 ・ながおか温泉と連携した集客の実施 ・近隣の観光施設(西島園芸団地等)との連携 | |

