

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第4期高知県産業振興計画 Ver.3

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《地域アクションプラン》(案)
高幡地域抜粋版

令和4年2月

高 知 県

6 高幡地域

(1) 地域の産業を取り巻く状況

高幡地域は、地域の大部分を占める森林資源を生かした林業分野をはじめ、山・川・海の恵まれた自然環境を生かした第一次産業を中心に栄えてきましたが、年々人口減少、高齢化が進行しており、令和2年の国勢調査では50,797人と前回（平成27年）と比較して9.6%減少し、高齢化率は約44%と4%増加、生産年齢人口も約47%と3%減少するなど、地域を取り巻く環境は厳しさを増しています。

こうした状況に歯止めをかけるため、国の地方創生の動きや、各市町のまち・ひと・しごと創生総合戦略とも連動し、官民協働、市町村との連携協調を図りながら、取り組みを進めています。

産業分野別にみると、農業分野では、これまでの取り組みにより、環境制御技術を導入する農家が増加し、収量の増加などの成果につながりつつあります。今後は、さらなる収量増を目指し環境測定装置で得られたデータの有効活用を推進します。また、中山間地域では、多品目生産による複合経営により農家所得の向上に向けた取り組みが進んでいますが、農地集積に向けたほ場整備や異常気象などの天候に左右されない生産の確保が課題となっています。

畜産分野では、県内産豚肉の7割以上を生産する基幹的な養豚地帯である四万十町地域において、JA、流通業者、行政等関係機関が一体となって、地域ブランドポークとして生産から流通までを支援する体制を構築し、雇用の創出や高付加価値化を目指して取り組んでいます。

林業分野では、県内の大型製材工場の操業開始に伴う木材需要量の増加等を背景に、林地残材等を活用した木質バイオマスの利用拡大が進むとともに、シイタケ栽培などの特用林産物の生産・販売や自伐林家等による小規模林業の振興等、中山間地域を活性化する取り組みを進めています。

水産分野では、漁獲量の減少や魚価の低迷により経営の厳しい状況が続いていますが、処理能力と衛生管理を強化した水産加工場の整備により、加工・販売の強化に取り組んでいます。

商工業分野では、6次産業化などにより地域資源を活用した新商品の開発を進めるとともに、販売の拠点となる施設の整備や物流システムの構築により、地産外商に取り組んでいます。

観光分野では、全国的にも貴重な地形の四国カルストや、清流四万十川と新荘川、横浪半島に代表される変化に富んだ海岸線などの恵まれた大自然のほか、龍馬脱藩の道、津野山神楽などの歴史的・文化的遺産といった魅力的な観光資源があります。こうした観光資源のさらなる磨き上げと効果的な情報発信等を行うとともに、コロナ禍における観光客のニーズを踏まえ、食、歴史、自然と体験型の観光基盤をより生かした「リョーマの休日キャンペーン」の取り組みを引き続き展開することで、広域観光を推進していきます。

(2) 地域アクションプランの概要

当地域では、第一次産業の振興に向けた生産体制等の充実・強化や販路の拡大の取り組みを継続します。また、それら地域の一次産品を活用した加工品づくりが各地域に広がっており、今後はさらなる販売拡大のほか、製造施設の整備や HACCP 対応による衛生管理の向上、新たな特産品づくりにも取り組んでいきます。

さらに、地域の優れた資源を生かした魅力ある観光ルートや体験プログラムの造成等により滞在延長につなげるとともに、交流人口の拡大に引き続き取り組んでいきます。

農業分野では、ミョウガの生産に関連する循環型養液システム、ヤシガラ培地の活用等を進めるとともに、販売促進に取り組み、消費拡大を目指していきます。次世代施設園芸団地で栽培されているトマトの病害虫防除対策確立による生産の安定、生産者グループによるブランド米の生産や、有機栽培を行う生産者グループと流通販売者との連携による地産外商の取り組みなど、特色ある商品づくりや販路拡大を進めていきます。また、四万十栗のブランド化を進めるため、生産拡大に向けた担い手の育成や商品開発や販路拡大に取り組んでいきます。

畜産分野では、四万十町産豚肉のブランド化を図るため、畜舎整備による生産力の強化を図るとともに、養豚農家自らが整備した加工直販所が順調に売上を伸ばしています。また、四万十町産鶏卵を使用した加工品の生産拡大では、アドバイザーを活用した新商品作りに取り組むなど、6次産業化による付加価値の向上に取り組んでいきます。さらに構原町でも飼育頭数の増加による肉用牛の生産拡大に取り組めます。

林業分野では、四万十地域の森林資源の利用促進を図るため、「四万十ヒノキ」をはじめとする地域森林資源のブランド化、販売促進に取り組めます。また、津野山地域においては、循環型社会の構築を目指し、引き続き木質バイオマスの有効利用に積極的に取り組めます。

水産分野では、マダイ等養殖魚の加工場の整備による出荷体制の強化や、スラリーアイスを活用した高鮮度のカツオやメジカ等の販路拡大に取り組めます。

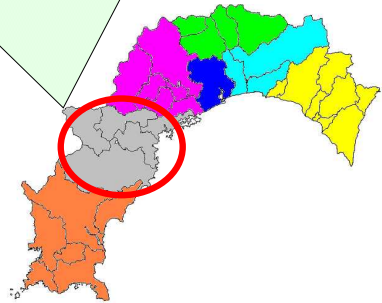
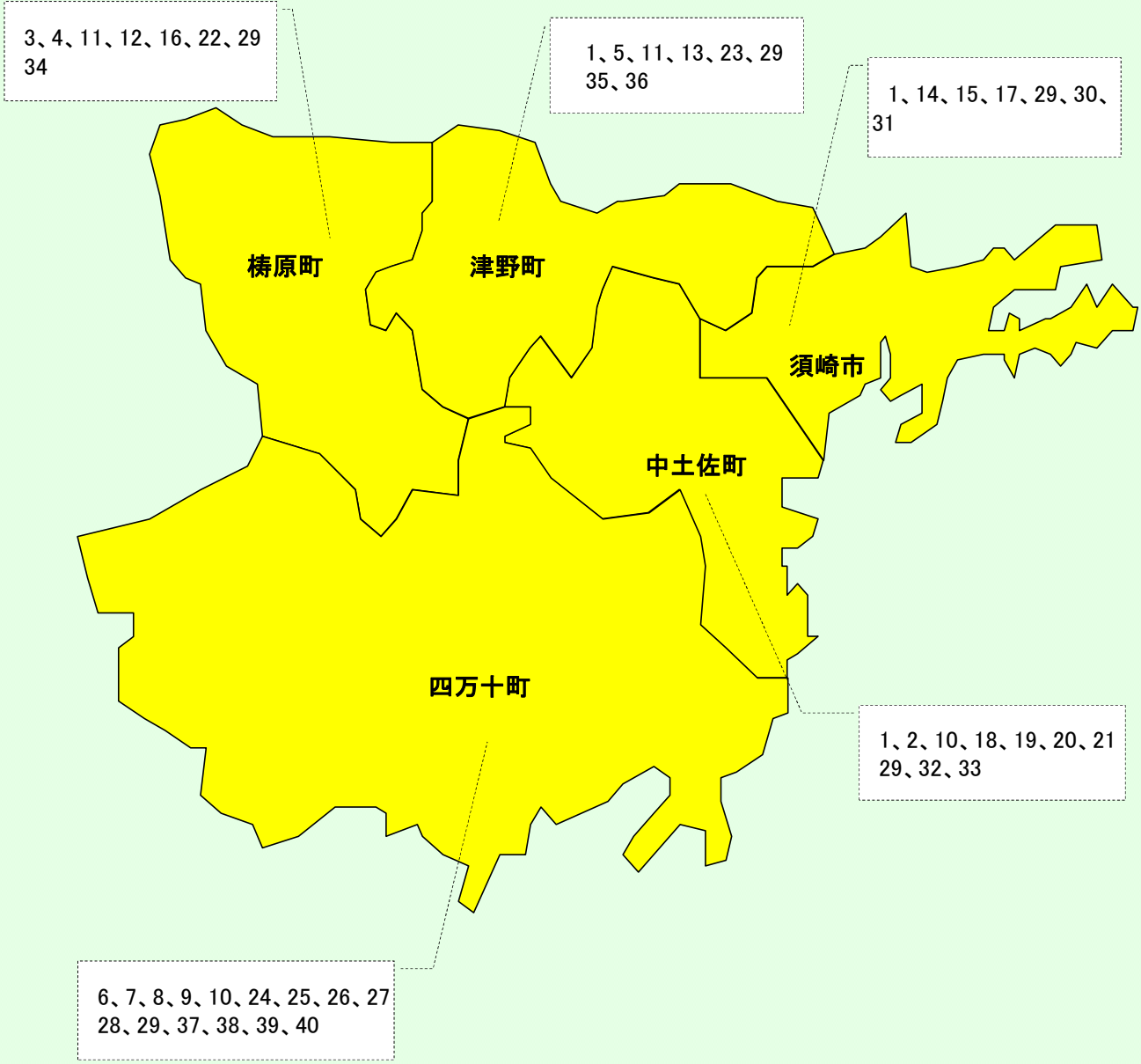
商工業分野では、須崎市や中土佐町、四万十町において、商店街等振興計画を策定し、実行することで、商店街の活性化を図るとともに町全体の賑わいの創出につなげていきます。

観光分野では、5市町連携による観光交流人口の拡大と地域経済への波及効果の拡大を図るとともに、自然や文化、食を生かした体験プログラムの造成、磨き上げに取り組めます。須崎市では、県内有数の良港として栄えていた「海のまち」としての高いポテンシャルを活かして、産官学金が連携して中心市街地の活性化などに取り組むことで高幡エリア全体への効果の波及を目指します。津野町では、「星ふるヴィレッジ TENGU」を中心とした四国カルストエリア全体の魅力度の向上に取り組むとともに、「フォレストアドベンチャー高知」や「遊山四万十せいらんの里」等の観光施設を核として、交流人口の拡大に取り組めます。四万十町では、ジップラインやアウトドア施設等の磨き上げ等により体験型観光の拠点づくりに取り組めます。

(3) 具体的な取り組み

| No. | | 須崎市 | 中土佐町 | 梶原町 | 津野町 | 四万十町 |
|-----|--------------------------------------|-----|------|-----|-----|------|
| 1 | くろしおミョウガ生産拡大クラスタープロジェクト | ● | ● | | ● | |
| 2 | 大野見米のブランド化 | | ● | | | |
| 3 | 梶原産キジ肉の加工・販売の拡大 | | | ● | | |
| 4 | 梶原産肉用牛の生産拡大による地域産業の活性化 | | | ● | | |
| 5 | つの茶販売戦略 | | | | ● | |
| 6 | 四万十のうまい栗クラスタープロジェクト | | | | | ● |
| 7 | 四万十町畑作振興プロジェクト | | | | | ● |
| 8 | 四万十のうまい豚クラスタープロジェクト | | | | | ● |
| 9 | 四万十次世代ハウス団地におけるトマト栽培の経営強化クラスタープロジェクト | | | | | ● |
| 10 | 「四万十ヒノキ」をはじめとする地域森林資源の販売促進 | | ● | | | ● |
| 11 | 「1億円産業の復活」をスローガンとする津野山産原木シイタケの産地化の推進 | | | ● | ● | |
| 12 | 循環型社会を推進するための梶原町森林資源の有効活用 | | | ● | | |
| 13 | 津野町森林・林業再生プロジェクト | | | | ● | |
| 14 | 浦ノ内湾産養殖マダイ等の販路拡大 | ● | | | | |
| 15 | 須崎市養殖漁業等のさらなる振興 | ● | | | | |
| 16 | アメゴ養殖事業の再生拡大 | | | ● | | |
| 17 | 葉にんにくを活用した加工食品の生産・販売の拡大 | ● | | | | |
| 18 | 中土佐町地域ブランドの創出と販売促進 | | ● | | | |
| 19 | 大正町市場商店街活性化事業 | | ● | | | |
| 20 | 中土佐町SEAプロジェクト | | ● | | | |
| 21 | 中土佐町地産外商の取り組み | | ● | | | |
| 22 | 梶原町地場産品の地産地消・外商の促進 | | | ● | | |
| 23 | 津野町地産地消・外商販売戦略 | | | | ● | |
| 24 | 四万十町地域資源活用推進と豚まん加工場等の整備 | | | | | ● |
| 25 | 四万十町産鶏卵を使用した加工品の生産拡大 | | | | | ● |
| 26 | 四万十町生姜生産農家と連携した集出荷体制の整備と商品開発 | | | | | ● |
| 27 | 四万十町産材を活用した商品開発プロジェクト | | | | | ● |
| 28 | 四万十うなぎを活用した加工場整備と販路拡大 | | | | | ● |
| 29 | 高幡地域における広域観光の推進 | ● | ● | ● | ● | ● |
| 30 | 須崎市海のまちプロジェクト | ● | | | | |
| 31 | 浦ノ内マリパークにおける交流人口の拡大による地域の活性化 | ● | | | | |
| 32 | 中土佐町の地域資源を活用した体験型・滞在型観光の推進 | | ● | | | |
| 33 | 「黒潮本陣」を核とした滞在型観光推進 | | ● | | | |
| 34 | 梶原町の体験型・滞在型観光の推進 | | | ● | | |
| 35 | 清流と風と歴史に会えるまち津野町まるごと体感！～観光集客アップ作戦～ | | | | ● | |
| 36 | 四国カルストを核とした交流人口の拡大と地域の活性化プロジェクト | | | | ● | |
| 37 | わざわざいこう「海洋堂ホビー館四万十」を核としたミュージアムのまちづくり | | | | | ● |
| 38 | 四万十町観光交流促進事業 | | | | | ● |
| 39 | 四万十町オアシス風観光交流拠点整備事業 | | | | | ● |
| 40 | ジップラインと道の駅を核とした四万十町(十和地区)の観光拠点施設整備事業 | | | | | ● |

【高幡地域】



| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.1 くろしおミョウガ生産拡大クラスタープロジェクト (須崎市・中土佐町・津野町) |
| 実施主体 | ◎JA 土佐くろしお、須崎市、中土佐町、津野町、(株)E-システム |
| APへの 位置づけ | R3.4月 |
| 事業概要 | JA 土佐くろしお管内（須崎市・中土佐町・津野町）で栽培するミョウガの生産拡大を核として、生産に関連する循環型養液システム、ヤシガラ培地活用スキーム、優良種茎の安定供給体制を構築する。 日本一の「ミョウガ」産地として、一次・二次・三次が連携し、認知度向上に向けた取り組みを推進することにより、ミョウガの消費拡大を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|--------------------------|-----------------|---------|---------|--------------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 新規雇用者数（累計） | － (R元) | 0名 | 1名 | 4名 |
| ミョウガを使ったメニューの 定番化(累計) | 0品 (R元) | 0品 | 6品 | 4品 |
| ミョウガ生産拡大面積 (土佐くろしお) | － (R元) | 45 a | 91 a | 200 a (R2～5 累計) |
| ミョウガ出荷量※ | 3,614 t (R元) | 3,620 t | 3,528 t | 3,800 t |

※園芸年度：9～8月

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆ミョウガの生産拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> 再生ヤシガラ工場（プラント倉庫）完成（R3） ハウス整備（国補助事業）（R3） 環境制御装置整備（県事業）（R3） <p>◆ミョウガの販売促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 新ミョウガメニューの考案（R3） TV、WEBを活用した消費宣伝（R3） タイ王国輸出対応に向けた出荷場点検（R3） <p>◆ミョウガの収量・品質の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 実証試験、調査（環境制御技術・花蕾腐敗対策・病虫害防除など）（R3） 循環型養液システムに係る課題解決及び導入推進（R3） 優良種茎確保に向けた試験圃の設置（R3） 種茎の品質評価（R3） | <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> 過去最高販売額 67.6 億（前年比 102%） タイ王国輸出対応出荷場認証取得 優良系統選抜試験開始 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ヤシガラ培地活用スキームの評価 地域内外事業者等と連携したミョウガの消費拡大の推進 優良種茎確保に向けた体制検討 |

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|---|----|----|----|-------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
| ◆ミョウガの生産 拡大 | プロジェクトチーム等によるプラン進捗状況確認・プラン見直し | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●プロジェクトチーム：年1回開催。1次、2次・3次WGの協議結果を受けて、活動実績及び計画を協議。 ●1次、2次・3次WG：作業チームとして3体制を構築し、年2回のチーム会を開催して進捗状況等を協議。 | | | | |
| | ミョウガの生産拡大 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 土佐くろしお：ハウス整備、次年度整備計画の作成、生産拡大に伴う施設（輸入資材用 SGD 倉庫）整備 ●須崎市、中土佐町、津野町、県：補助事業等による支援 | | | | |
| ◆ミョウガの販売 促進 | ヤシガラ培地活用スキームの構築 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 土佐くろしお、(株)E-システム：ヤシガラ培地活用事業スキーム構築、事業に関連する施設及び設備の整備 ●JA 土佐くろしお、(株)E-システム、須崎市、中土佐町、津野町、県：協議会体制によるヤシガラ培地適正利用の確認 | | | | |
| | ◆ミョウガの販売促進 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 土佐くろしお：販売促進方法の検討、とさ子広場からの新たな使い方提案の情報発信 など ●須崎市、中土佐町、津野町、県(地域本部等)：JA と協力して地域事業者への新たな使い方提案のサポート ●地域事業者等：ミョウガ消費拡大の取り組みへの参画、連携方法の検討 | | | | |
| ◆ミョウガの収 量・品質の向上 | ミョウガ出荷体系の効率化・省力化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 土佐くろしお：機器の導入による出荷体系の効率化・省力化への実践 ●須崎市、中土佐町、津野町、県：補助事業等による支援 | | | | |
| | ◆ミョウガの収量・品質の向上 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 土佐くろしお、県（農振セ）：収量向上につながる試験、調査（環境制御技術・花蕾腐敗対策 など）部会等への試験結果などの情報提供及び取り組みの推進 | | | | |
| 循環型養液システムの普及（環境に配慮した農業の実践） | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●JA 土佐くろしお、県（農振セ）：循環型養液システム導入の推進、導入する際に解決すべき事項の調査等 ●須崎市、中土佐町、津野町、県：補助事業等による支援 | | | | | |
| 優良種茎の安定供給体制の構築 | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●JA 土佐くろしお、(株)E-システム、県（農振セ）：事業化に向けたルール検討・試験実施・事業化・装置等の整備 ●須崎市、中土佐町、津野町、県：補助事業等による支援 | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.2 大野見米のブランド化 (中土佐町) |
| 実施主体 | おおのみエコロジーファーマーズ |
| APへの 位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 四万十川の豊かな自然条件を活用して生産される大野見米のブランド化をキーワードとして、まとまりのある生産・販売体制を構築し、消費者に選ばれる米産地づくりを推進する。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|--------|---------------|-------|----|-----|
| | | R2 | R3 | R5 |
| エコ米販売量 | 11.3t (R元) | 10.7t | | 15t |

これまでの主な動き

| | |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆生産組織の体制充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おおのみエコロジーファーマーズ（旧大野見産米エコ研究会）… 現会員数：5名（R2） ・おおのみエコロジーファーマーズ総会の開催による年間活動計画の承認（毎年1回） ・執行委員会の開催による進捗状況確認及び活動の実行 (H28:3回、H29:4回、H30:6回、R元:9回、R2:4回、R3:1回見込み) ・大野見米のブランド化に向けたイメージづくりやPRのための消費者等との交流活動を積極的に企画、実践（H22～） <p>◆環境保全型栽培技術の確立と栽培面積の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おおのみエコロジーファーマーズで決めた栽培管理を実践した上で、品質や食味値の基準をクリアした米を、「四万十の清粒 特裁 大野見米」として販売（H25～） ・農業振興センター職員によるほ場の巡回指導を通じた環境保全型の栽培技術の実践 (H28:1回、H29:7回、H30:6回、R元:6回、R2:12回、R3:8回見込み) ・現地検討会の開催による水稻栽培管理の指導 (H28:1回、H30:4回、R元:2回、R2:1回、R3:1回見込み) | <ul style="list-style-type: none"> ・環境保全活動に関するコンクール応募を通じた会員内の意識共有・醸成（H30） <p>◆高付加価値米の販路拡大と販路の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対面販売等による販売促進活動及び消費者との交流活動を実施（H21～） ・教育現場との交流活動（H28:4回、H29:9回、H30:8回、R元:8回、R2:1回、R3:1回） <p><主な成果></p> <p>—</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産組織の体制充実による活動の継続 ・生産量の確保 ・安定した販路の確保及び販路拡大 |
|--|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
|---|--|----|----|----|------|
| ◆生産組織の体制充実 | <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">生産組織の充実</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 20px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ●おのおみエコロジーファーマーズ： <p style="margin-left: 20px;">総会及び執行委員会の定期的な開催、メンバー間での情報や意見の共有、活動内容の地域への波及（生産者の増加を目指す）</p> ●中土佐町農林水産課、県（須崎農業振興センター）： <p style="margin-left: 20px;">総会、執行委員会等の開催支援、情報の収集、町広報誌等による活動のPR、地域内外の他の集落営農組織等との協力や連携促進</p> </div> | | | | |
| ◆環境保全型栽培技術の確立と栽培面積の拡大 | <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">環境保全型栽培技術の確立と栽培面積の拡大</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 20px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ●おのおみエコロジーファーマーズ： <p style="margin-left: 20px;">栽培技術の確立のための勉強会等への参加、おのおみエコロジーファーマーズの栽培暦の作成と実践、栽培面積の拡大、新規生産者などの募集</p> ●中土佐町農林水産課、県（須崎農業振興センター）： <p style="margin-left: 20px;">栽培暦作成の指導・助言、現地巡回指導、現地検討会の開催、栽培暦に沿った栽培管理の実践支援、地域内外の現地視察による栽培技術の向上支援</p> </div> | | | | |
| ◆高付加価値米の販路拡大と販路の確保 | <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">高付加価値米の販路拡大と販路の確保</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 20px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ●おのおみエコロジーファーマーズ： <p style="margin-left: 20px;">お米コンクールの上位入賞を目指す取り組み（栽培管理の徹底）を通じたエコ米の高付加価値化（ブランド化）、地域内外との交流活動（小中学校、県立大学）を通じた、おのおみエコロジーファーマーズの認知度向上と販売促進</p> ●中土佐町農林水産課、県（須崎農業振興センター）： <p style="margin-left: 20px;">各種活動の支援・サポート、必要に応じた補助金等の活用支援</p> </div> | | | | |
| <p>【用語】</p> <p>エコ米：おのおみエコロジーファーマーズが設定した栽培管理を実践し、品質や食味値の基準をクリアした米で、「四万十の清粒 特裁 大野見米」と「特裁大野見米」がある。</p> <p>四万十の清粒 特裁 大野見米：化学肥料・化学合成農薬の使用回数を削減した栽培を行い、品質（等級：2等級以上、食味値：80以上）の厳選された米</p> | | | | | |

| | |
|---------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.3 梶原産キジ肉の加工・販売の拡大 (梶原町) |
| 実施主体 | ◎(株)四万川、梶原町 |
| APへの位置づけ | H25.9月 |
| 事業概要 | 梶原町内で生産されているキジ肉の加工品について、県内外の飲食店や個人への販売拡大の取り組みを行うとともに町内飲食店での消費の向上を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----|------------------|---------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 販売額 | 1,458万円 (H30) | 1,429万円 | | 2,200万円 |

これまでの主な動き

<これまでの取り組みの内容>

◆品質の向上と出荷体制の強化

- ・餌へのミネラル投入（死亡等が改善）（H25）
- ・産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した熟成用恒温高湿庫・冷凍庫の導入（H27）

◆販路開拓

- ・県主催の畜産商談会への出展（H27～28）
- ・大阪での商談会「土佐の宴」への出展（H28）
- ・県主催の県産品商談会への出展（H28～R元）
- ・まると高知商談会への出展（H30）
- ・県版 HACCP 第2ステージ認証取得に向けた取り組み（H28～）
- ・熟成肉等の業務筋等への直接営業
- ・産業振興アドバイザー招へい（H30、R元）
- ・SNS等を活用した情報発信
- ・町外で開催する「ゆすはらフェア」への出展

◆キジ肉消費向上

- ・町内でキジ料理を提供する店舗を紹介するパンフレット「召ませ雲の上のキジグルメ」の作成・配布（H26～）
- ・梶原町観光開きやグルメまつり等の町内イベントへの出展

<主な成果>

◆熟成肉の売上

H27：0円 → H28～30 累計：42.8万円
R元：39万円 → R2：29万円

◆取引件数

H29：65件 → R元：85件 → R2：86件

<課題>

- ・営業力の強化
- ・ガラを活用した新たな販路の確保
- ・認知度及びブランド力の向上
- ・生産者の減少に伴う担い手の確保
- ・設備機器及び加工施設の老朽化

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|---|---|----|---------|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆品質の向上と出荷体制の強化 | 品質の向上と出荷体制の強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)四万川： 熟成肉の製造、生産者の維持、孵化率の向上、県版 HACCP 認証取得を生かした品質づくり（危害要因除去・衛生管理の構築） ●県（地域本部等）： 梶原町、西部家畜保健衛生所との連携・情報共有 | | | | |
| | 加工整備・検討 | | 加工整備・運営 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町：施設整備の検討・実施 ●県：検討会議への参加・助言、事業計画について産業振興アドバイザーの活用 | | | | |
| ◆販路開拓 | 県内及び県外に向けた営業力の強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)四万川： 販売促進用グッズの磨き上げ、県内・外事業者等のガラの業務用商品ニーズの情報収集、商談会への出展（高級ホテル等への熟成肉のPR）、産業振興アドバイザーの指導による営業担当の人材育成 ●県（地域本部等）： 産業振興アドバイザーの活用提案、商談会等の紹介、関係者への橋渡し | | | | |
| | SNS を活用した個人顧客の獲得 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)四万川： 販促ツールの作成、専門家を通じた情報発信のスキルアップ、SNS を活用した情報発信 ●県（地域本部等）： SNS を強みとする産業振興アドバイザーの活用提案、土佐 MBA 等の講座等の紹介 | | | | |
| ◆キジ肉消費向上 | 各種イベントでの販売・梶原産キジ肉の認知度向上 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町： 高知市内で開催している「ゆすはらフェア」等町外のイベント等への出展依頼、マスコミを通じたPR ●県（地域本部等）： 地域本部との情報共有により、他地域のイベント（集落活動センター主催を含む）への出展依頼 | | | | |
| <p>【用語】・HACCP：「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危害分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。</p> <p>・SNS：「Social Networking Service」の略。インターネットを通じて個人間の幅広いコミュニケーションを支援するサービスのこと。代表的な SNS としては、Facebook などがある。</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.4 梶原産肉用牛の生産拡大による地域産業の活性化 (梶原町) |
| 実施主体 | ◎(一社)津野山畜産公社、梶原町 |
| APへの位置づけ | H28.9月 |
| 事業概要 | 繁殖牛の増頭による一貫生産飼育体制が整い、生産から飼育・販売が強化され、さらに肥育牛の増頭による販売頭数の増加が可能となった。また、地域農家の繁殖牛の夏季カルスト放牧事業を継続し、今後、生産子牛の地域農家への供給を行い、地域全体のブランド化を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|----------|----------------|--------|----|-------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 販売額 | 1.3億円 (H30) | 0.85億円 | | 1.9億円 |
| (2) 出荷頭数 | 92頭 (H30) | 113頭 | | 186頭 |

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|---|---|
| <p>◆組織体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(一社)津野山畜産公社とJAの畜産部門の合併 (H29) ・中山間複合経営拠点施設となり、他事業(土づくりセンター管理業務)に着手 (R3) <p>◆飼育頭数の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・繁殖牛の導入 (H29～) ・国補助金と産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した繁殖肥育畜舎の整備 (H29) ・国補助金を活用した子牛畜舎、分娩畜舎等整備 (H30) <p>◆梶原町産牛肉の認知度向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゆすはらグルメまつり・土佐牛まるかじり大会でのPR (H28～) R2・R3年度は中止 ・県主催の県産品商談会のチャレンジコーナーへの出展 (H30) ・学校給食におけるメニュー提供(食育及び地域産業の学習) (R元～) ・インターンシップ事業の実施 (R元～) | <p>◆組織体制の強化</p> <p>(一社)津野山畜産公社とJAの畜産部門の合併 → 新規雇用1名増員 (H29)</p> <p>◆繁殖牛の導入頭数</p> <p>H29: 50頭 → H30: 92頭 → R元: 41頭 → R2: 5頭</p> <p>＜課題＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・畜産農家の高齢化、後継者育成支援 ・繁殖用・肥育用子牛の高騰による地域畜産農家の負担増への対応 ・子牛の安定供給による地域ブランド化の強化 ・梶原町産牛肉「カルスト牛」ブランド化の確立に向けた梶原町畜産クラスター協議会等の開催 ・津野山畜産公社の頭数及び経営管理 |

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|--|----|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆組織体制の強化 | <p>関係機関との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ●(一社)津野山畜産公社： インターンシップの受入れ（農大や専門短期大学等の受入れをR元年度より実施） ●梶原町： 複合経営モデルの提示による移住者の確保推進 ●県（地域本部等）： 畜産関係各課との情報共有、移住促進のための情報発信 | | | | |
| ◆飼育頭数の増加 | <p>計画的な増頭・地域農家への子牛供給</p> <ul style="list-style-type: none"> ●(一社)津野山畜産公社： 繁殖牛の預かり事業や種付け作業、優良母体、子牛等の販売、繁殖素牛の購入、出産子牛・肥育牛の飼育・出荷 ●県（西部家畜保健衛生所）： 増頭に伴う飼育牛の健康管理や妊娠中の検査及び安定供給のための飼育方法等の実証試験等の強化 | | | | |
| ◆梶原町産牛肉の認知度向上 | <p>町内及び町外でのPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町： ゆすはらグルメまつり、土佐牛まるかじり大会でのPR、学校給食への提供、産業の教育（食育）、四国カルストでの放牧をPR ●梶原町畜産クラスター協議会： 道の駅等の市場における観光客への販売、ふるさと納税返礼品としての提供、雲の上のレストランでのメニュー提供 ●県（地域本部等）： 県主催の商談会への出展依頼、商品開発のための産振アドバイザーの活用提案 | | | | |
| <p>【用語】・複合経営：販売収入の80%以上を占める分野がない農家が、2つ以上の分野を組み合わせて経営をすること。梶原町の場合は、畜産、林業、農業が主な組合せである。</p> <p>・繁殖牛：種付けして子牛生産することを目的として飼養される雌牛</p> <p>・繁殖素牛：将来的に種付けして子牛生産することを目的として、自家保留（所有している雌牛から産まれた雌子牛を販売せずに手元に残すこと）または外部導入（家畜市場等を通じて購入すること）された育成雌牛</p> | | | | | |

| | |
|---------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.5 つの茶販売戦略 (津野町) |
| 実施主体 | ◎JA 高知県 (高西地区)、津野町 |
| APへの 位置づけ | H21. 4月 |
| 事業概要 | 四万十川源流域でとれた茶にこだわり、原材料から製品まで一貫して生産加工した茶製品の販売拡大により、荒茶販売単価を引き上げ、生産所得を向上し、茶産地の維持を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------------|-------------------|----------|----------|----------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 茶製品販売額 | 3,200 万円 (H30) | 1,274 万円 | | 4,000 万円 |
| (2) 荒茶販売額 | 4,039 万円 (H30) | 2,524 万円 | 2,862 万円 | 5,000 万円 |

これまでの主な動き

| | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆販売体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(株)はりま家との OEM 連携による商品開発 (H28) ・ゆるキャラグランプリ「しんじょうくん」ペットボトルの販売開始 (H28～R元) ・麒麟ビール高知支店との連携協定事業の開始 (H29～) ・海外市場 (台湾・シンガポール) のマーケティング調査 (H28 販路開拓支援事業助成金) ・商談会への出展 (H29～R2) ・ツノチャ・マルシェの開催 (H28～) ・「土佐茶を使ったお酒が飲めるお店 MAP」を土佐茶プロジェクトと共に作成。「津野山ビール」取扱店舗 21 店掲載 (R元) ・津野山ビール時間キャンペーンの一貫でサニーマート7店舗にて店頭販売の実施 (R2) ・産業振興アドバイザー(課題解決型)の活用によるつの茶販売戦略計画見直し (R2～R3) <p>◆品質管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茶工場の改修とクリーンルーム及び自動充填機等の整備 (H27 国：強い農業づくり交付金、県：産振補助金) ・県版 HACCP 第2ステージの認証取得 (H29) | <p>◆生産の維持</p> <ul style="list-style-type: none"> ・葉山地域への茶アドバイザーの導入 (H30) ・自走式茶園管理機の導入 (H30 土佐茶産地育成事業) ・地域おこし協力隊による放棄茶縁の整備 (H30.12～R3.11 1名) <p><主な成果></p> <p>◆商品開発数 17品 (H28:11品、H29:6品)</p> <p>◆取引店舗数 (津野山ビール導入店) H28:33店舗 → R2:41店舗</p> <p>◆品質管理 高知県茶品評会にて、最優秀賞から上位5位まで津野山茶生産組合が独占受賞 (H29)</p> <p>◆生産の維持 放棄茶園の再生・維持 約0.8ha (R3)</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな販路開拓やPR活動など、販売体制の強化 ・荒茶、茶製品の品質管理 ・産地及び生産量の維持 |
|---|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|--|--|----|----|----|-------|
| ◆販売体制の強化 | 新たな販路開拓とプロモーション活動 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 高知県（高西地区）、津野町： <ul style="list-style-type: none"> 「Tsunoyama view tea」など、顧客やニーズに合わせた飲用シーンの提案、商品パッケージの改良、プロモーションなど ●県（地域本部等）：商品改良のためのアドバイザー活用提案、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆品質管理 | 茶工場の運用とクリーンルームの活用 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 高知県（高西地区）： <ul style="list-style-type: none"> 茶工場：GAP に準じた適正な生産工程の管理、効果的な運用等の検討、実施 クリーンルーム：HACCP の遵守、効果的な運用等の検討、実施 ●県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 県版 HACCP 第3ステージの認証取得に向けた提案、品質管理に関するセミナーの紹介等 | | | | |
| ◆生産の維持 | つの茶販売戦略会議の取り組みの強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA 高知県（高西地区）、津野町： <ul style="list-style-type: none"> 津野山生産組合やつの茶販売戦略会議等を通じた情報共有、茶農家の状況やニーズ把握 茶園のマップ化とトリアージ（優先度）など、計画的な生産管理 摘み取り作業の機械化、生産管理受委託の斡旋、担い手の確保 かぶせ茶や釜炒り茶など、市場価格に左右されない商品づくりへの提案 ●県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> つの茶販売戦略会議への参画支援、情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| <p>【用語】 ・HACCP：「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危害分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。</p> <p>・かぶせ茶：茶樹に覆いをして成長させた茶芽でつった茶のこと。成長期の茶芽は、直射日光を遮ると渋みが少なく甘みの強いコクのお茶ができるため、かぶせ茶は、玉露と高級煎茶の中間という表現がされ、市場で高く取引がされている。</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.6 四万十のうまい栗クラスタープロジェクト (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十の栗再生プロジェクト推進協議会、(株)無手無冠、清流栗庵 |
| APへの位置づけ | H22.4月 |
| 事業概要 | 北幡地域で生産される栗の産地力強化に向け、新改植を進めるとともに、低樹高栽培の普及や労働力補完の仕組みづくり等により生産拡大を図る。また、2次加工施設の整備などを行い、安定的な加工商品の生産と需要の拡大を図り、中山間地域の活性化を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------------------------|-------------|-------|-------|-----|
| | | R2 | R3 | R5 |
| JA 栗集荷量 (西土佐・大正・十和) | 26t (R元) | 29.0t | 29.5t | 50t |

これまでの主な動き

| | |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆生産量の増大</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな担い手となる「しまんと新一次産業(株)」が設立され下津井地区で栽培を開始 (H24) 苗木の補助などにより、新改植を推進 (H22～) 栗技術チーム会での低樹高化に向けたせん定技術の普及、特選栗認定の推進 (H24～) <p>◆施設機械整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 産地パワーアップ事業により、しまんと新一次産業(株)ペースト工場が完成 (H29.9月) 高知県次世代型ハウス・農業クラスター促進事業によりしまんと新一次産業(株)に高品質ペースト機械導入 (R元) (株)四万十ドラマ新規2次加工施設起工 (R2) 食品加工施設緊急整備事業費補助金を活用したおちゃくりカフェの新しい生活様式に対応した商品開発のための機器整備 (R2) 新型コロナウイルス感染症対策産業振興推進特別事業費補助金を活用した新工場の菓子製造機器の整備 (R2) 県版 HACCP 第3ステージ認証取得 (R3) | <p>◆ブランド化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発、イベント開催、販路開拓 (H22～) ・産業振興推進総合支援事業費補助金を活用したカフェを併設した加工場「おちゃくりカフェ」の整備(H25) ・(株)四万十ドラマ直営店「とわ」オープン (H30.8月) <p><主な成果></p> <p>◆しまんと新一次産業(株)ペースト加工量 H28: 0t → H30: 8.9t → R元: 7.7t → R2: 8.1t → R3: 9.3t</p> <p>◆おちゃくりカフェ雇用 H27: 8人 → R元: 9人 → R2: 11人 → R3: 15人</p> <p>◆特選栗認定経営体 H27: 0 → R元: 29 → R2: 23 → R3: 13</p> <p>◆せん定隊作業本数 R元: 539本 (7戸) → R2: 663本 (6戸) → R3: 365本 (4戸) ※R4年12月現在</p> <p>◆新商品開発 8品</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢化等による耕作放棄地の増大 ・2次加工施設整備による安定生産 ・新商品の開発とブランド化による販路の拡大 |
|--|--|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|--|---|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆生産量の増大 | 生産拡大による産地強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十の栗再生プロジェクト推進協議会： 新改植の推進、せん定指導体制の整備、せん定技術の普及、樹園地マップ作成 労力補完の仕組みづくりの検討（茶園作業者の活用等） ●県（地域本部等）： 剪定講習会、目慣らし会開催支援 | | | | |
| ◆施設機械整備 | 2次加工施設整備 | 新加工施設による安定稼働と商品開発 | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)四万十ドラマ： 新加工施設の建設 ●県（地域本部等）： 各種補助事業の活用提案 | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)四万十ドラマ： 新加工場での商品増産、新商品の開発 ●県（地域本部等）： 新商品開発のためのアドバイザー活用提案 | | | |
| | 既存加工施設の安定稼働（1.5次：ペースト加工など、2次：最終商品への加工） | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●(株)四万十ドラマ、しまんと新一次産業(株)： 製造方法の改善、高品質ペースト機器によるペースト加工の品質向上 ●県（地域本部等）： 品質向上のためのアドバイザーの活用提案 | | | | | |
| ◆ブランド化 | ブランド化による商品カアアップ | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十の栗再生プロジェクト推進協議会、(株)無手無冠、清流栗庵： 商標等の検討、商品開発、販路拡大 ●県（地域本部等）： 商品開発等のためのアドバイザーの活用提案 | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.7 四万十町畑作振興プロジェクト (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十野菜(同)、(株)ハマヤ |
| APへの 位置づけ | H28.4月 |
| 事業概要 | 町内で栽培される特別栽培等、こだわり野菜の流通拠点施設を整備し、四万十野菜(同)や(株)ハマヤを通じた外商活動等により野菜の産地化を進めるとともに、規格外品を活用した商品開発や仁井田米の販売促進により地域の農業者の所得向上を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|----------------------|------------------|-----------|----|------------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 四万十野菜(同)売上高 | 8,525万円 (H30) | 1億1,628万円 | | 1.2億円 |
| (2) 四万十野菜(同) 雇用者数 | 9人 (H28～R元累計) | 7人 | | 12人 (R2～R5累計) |

これまでの主な動き

| | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆こだわり野菜の生産安定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・栽培面積の拡大 (H28～) ・栽培品目の集約による作業の効率化 (H28～) ・勉強会、研修会、現地検討会の開催 (H28～) ・サトイモ、ショウガの出荷調製機械の導入 (H30) ・JGAP 認証取得 (R2) ・有機 JAS 認証取得 (R3) <p>◆6次産業化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実践コースセミナー参加による新商品開発 (R2) ・アップグレードコースセミナー参加による磨き上げ (R3) ・産振アドバイザー (課題解決型) の活用による商品化の検討 (R元・R3) ・6次産業化プランナーの活用による商品化の検討 (R元～) ・県版 HACCP の認証取得に向けた研修参加 (R3) <p>◆外商活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四万十野菜(同)ホームページ開設 (H29～) ・県環境保全型農業推進事業の活用による「しまんと畑」のブランディング化に向けた検討会の開催 (H29) ・展示会、商談会への出展 (H28～) | <ul style="list-style-type: none"> ・流通拠点の整備に向けた検討 (R元) ・主要取引先の集約 (H30) ・出荷調製施設拡充 (R2) <p><主な成果></p> <p>◆栽培面積拡大</p> <p>H28 : 335a → R3 : 400a ※緑肥などの作付による輪作の推進</p> <p>◆新商品</p> <p>開発済み : シロップ 4 種類、ガリ 3 種類 開発中 : 香辛料 (土佐七味)</p> <p>◆主要取引先</p> <p>H28 : 12 社 → H30 : 23 社 → R2:10 社 ※条件の有利な取引先に絞り込んで経営の安定と販売高の向上に繋がた</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・栽培技術の向上による生産安定 ・6次産業化の推進による経営安定 ・流通拠点の整備による外商活動強化 |
|---|---|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|---|--|--|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆こだわり野菜の生産安定 | <p>栽培技術向上による生産安定</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十野菜(同) : 土づくり、輪作の実施、緑肥の活用、JGAP 認証取得・更新（農業生産情報管理システムの活用）、就農希望者の雇用 ●県（地域本部等） : 栽培に関する勉強会の開催、巡回指導、GAP 指導員による現地指導、環境保全型農業推進事業（有機農業実践支援）、農業生産工程管理推進事業等各種支援制度の活用提案 | | | | |
| ◆6次産業化の推進 | <p>規格外品等を活用した野菜ペースト等の商品開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十野菜(同) : 市場調査、試作品製造、テスト販売 ●県（地域本部等） : 6次産業化セミナーの活用提案 | | <p>施設・機械整備による安定生産・販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十野菜(同) : 生産体制整備、商談会への出展 ●県（地域本部等） : 補助事業の活用提案 | | |
| | ◆外商活動の強化 | | | | |
| <p>こだわり野菜・仁井田米の販売促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十野菜(同)、(株)ハマヤ : 展示会や商談会への出展、ライスセンター整備の検討 ●県（地域本部等） : 商談会等の紹介、環境保全型農業推進事業（有機農業実践支援）等各種補助事業の活用提案 | | | | | |
| <p>町内外の流通体制の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ●(株)ハマヤ : 一元集荷体制、輸送システムの検討 ●県（地域本部等） : 補助事業の活用提案 | | <p>流通拠点施設の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ●(株)ハマヤ : 安定集荷体制の整備、効率的な輸送システム構築 ●県（地域本部等） : 補助事業の活用提案 | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.8 四万十のうまい豚クラスタープロジェクト (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十ポークブランド推進協議会、(農)平野協同畜産、(有)渡辺畜産、山中畜産、(農)四国デュロックファーム |
| APへの位置づけ | H27.4月 |
| 事業概要 | 安心・安全な豚肉を安定的に消費者に提供できる体制を再構築し、関係機関が連携して一体的な取り組みを進め、四万十町産豚肉のブランド価値の向上と関連産業を含めた収益性の向上を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|---------------------------|------------------|-----------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 四国デュロックファーム 加工品売上高 | 9,202万円 (H30) | 1億1,547万円 | | 1.2億円 |
| (2) 平野共同畜産母豚数 | 477頭 (H30) | 465頭 | | 500頭 |
| (3) 平野協同畜産 年間出荷頭数 | 9,693頭 (H30) | 10,724頭 | | 11,000頭 |

これまでの主な動き

| | |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆ブランド化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四万十ポークブランド推進協議会設立 (H26) ・四万十町養豚クラスター計画とブランド化の方針を策定 (H26) ・ブランド化に向け関係者でワークショップを開催 (R元) ・四万十ポークのロゴマーク決定 (R2) <p>◆商品開発と販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産振総合補助金を活用し、デュロックファーム直営の加工所及び直販所を整備 (H27) ・バーベキュー場 (四万十町内) オープン (H28) ・高知市テナント店 (55番街、ひろめ) オープン (H28) ※55番街はR3.3月閉店 ・神戸市テナント店オープン (H29) ※同年11月閉店 ・高知市テナント店 (蔦屋書店内) オープン (H30) <p>◆生産基盤の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興推進総合支援事業費補助金を活用し、(農)平野協同畜産の豚舎施設を整備(H28～29) | <ul style="list-style-type: none"> ・農場 HACCP 推進農場認定チーム会の実施 (H27～30) ・高知県初の農場 HACCP 推進農場に認定 (H28) ・四国初の養豚農場 HACCP 認証取得 (R元) ・大規模畜産施設整備事業・畜産クラスター事業(国)を活用した豚舎施設整備の実施 →(農)四国デュロックファーム (R3～) →(有)渡辺畜産 (R3～4) <p><主な成果></p> <p>◆雇用の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加工直販所 ((農)四国デュロックファーム) H27: 1人 → R2: 27人 ・養豚農家 (研修生) H27: 0人 → R2: 1人 ((農)平野協同畜産) <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上のための畜舎整備及び衛生対策 ・地区住民の理解醸成 |
|--|--|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|---|--|---------------------------------|-------------|----------------|--------------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆ブランド化の推進 | 商標登録の取得、周知活動 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十ポークブランド推進協議会： ロゴマークの作成、商標（意匠）及び地域団体商標の取得、地域を巻き込んだ周知活動の推進 ●県（地域本部等）： ブランド化促進のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆商品開発と販路開拓 | SNSを活用したプロモーション | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十ポークブランド推進協議会： 販促ツールの作成、専用ウェブサイトの開設 ●県（地域本部等）： 効果的な広報活動のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆生産基盤の強化 | 販促活動 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(農)四国デュロックファーム： 新商品の開発、販路の拡大（催事への出展、商談会等への出展） ●県（地域本部等）： 新商品開発に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| | (農)平野協同畜産 | 畜舎整備、環境対策等 | | | |
| | (有)渡辺畜産 | 用地取得、造成 | 施設整備 | 新施設での増頭 | 肥育舎改修 |
| | 山中畜産 | 臭気対策、効果検証、地区住民の同意獲得、畜舎整備 | | | |
| (農)四国デュロックファーム | コンポスト導入 | 畜舎整備計画作成、地区住民の同意獲得、畜舎整備 | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●町内養豚農家：畜舎移転及び整備、環境対策、糞尿をたい肥化する施設（コンポスト）導入等 ●県（家畜保健衛生所等）：防疫衛生に関するアドバイス、各種補助事業の紹介 | | | | | |
| <p>【用語】・農場 HACCP：農場の衛生管理を向上させるため、農場に HACCP の考え方を取り入れ、危害要因を防止するための管理ポイントを設定、継続的に監視・記録を行うことで、農場段階で危害要因をコントロールする手法のこと。畜産分野においては、家畜の疾病等の要因分析を行い、排除または管理する方策の構築、家畜の健康維持の確保、家畜、畜産物の安全性の確保と生産性の向上を可能とする。</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.9 四万十次世代ハウス団地におけるトマト栽培の経営強化クラスタープロジェクト (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十とまと(株)、(有)四万十みはら菜園、(株)ベストグロウ、(株)四万十あおぞらファーム、山本商店、民間事業者等 |
| APへの位置づけ | R2.4月 |
| 事業概要 | 次世代施設園芸団地で栽培されているトマトの病虫害防除対策の確立により生産を安定させるとともに、輸出の検討等、新たな販路の開拓を行い、次世代団地の経営強化を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------|---------------|--------|--------|-------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 売上高※ | 5.8億円 (R元) | 5.96億円 | 5.26億円 | 6.5億円 |

※ 8～7月

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆生産の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産開始 (H28) ・病害防除に関する対策検討会 (R元:4回、R2:1回) ・幹部社員に対する病虫害に関する研修会の開催 (H28:6回、H29:2回、H30:2回、R元:4回) ・病害発生状況等調査 (H30:9回、R元:18回、R2:9回) ・養液分析の実施 (H28～1回/月) ・あおぞらファーム育苗施設 (7.8a) の整備 (H30) ・次世代団地雇用対策 PT 会を結成 (H26) ・雇用対策を検討 (H26:1回、H27:5回、H28:2回) <p>◆低コスト省力化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機物処理加工施設の設置 (R元) <p>◆規格外品トマトを活用した加工品の販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加工品 (トマトカレー、ピューレ) の開発 (H28) ・加工品販売開始 (H28) | <p><主な成果></p> <p>◆雇用の創出</p> <p>H28:0人 → R元:77人 → R2:73人 → R3:77人</p> <p>◆トマト青果販売数量 (3社合計 四万十とまと(株)、(有)四万十みはら菜園、(株)ベストグロウ)</p> <p>H29:1,610t → R元:1,744t → R2:1,645t</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホモプシス茎枯れ病対策の確立 ・病虫害対策の徹底 |

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|--|----|----|---|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆生産の拡大 | ホモブシス茎枯れ病の防除対策の確立 | | | 防除対策の実践 | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十とまと(株)、(有)四万十みはら菜園、(株)ベストグロウ： 病害発生調査、作業の改善 ●県（高南農業改良普及所）： 病害発生調査、防除法の確立 | | | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十とまと(株)、(有)四万十みはら菜園、(株)ベストグロウ： 従業員への改善作業の徹底 ●県（高南農業改良普及所）： 防除対策講習会の開催 | |
| | 適正な栽培管理による草勢維持 | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●四万十とまと(株)、(有)四万十みはら菜園、(株)ベストグロウ： 温度、湿度、かん水等栽培環境制御による適正管理 ●県（高南農業改良普及所）： 養液分析（1回/月）の実施、栽培管理への助言 | | | | | |
| 良質苗の供給（四万十あおぞらファーム） | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●(株)四万十あおぞらファーム： 病害虫防除の徹底 | | | | | |
| ◆低コスト省力化の推進 | 省力化技術の検討 | | | 省力化技術の実践 | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十とまと(株)、(有)四万十みはら菜園、(株)ベストグロウ： スマート農機の導入、利用 ●県（高南農業改良普及所）： スマート機器（自動運搬機、自動受粉機、環境制御器他）の省力化能力等調査 | | | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十とまと(株)、(有)四万十みはら菜園、(株)ベストグロウ： スマート機器の有効利用 | |
| 省エネルギー化の推進 | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●(株)暁産業、山本商店、四万十町森林組合： おが粉燃料の安定供給 ●四万十町、県（農業イノベーション推進課、須崎林業事務所、地域本部）： 「おが粉製造施設」の有効活用の検討 | | | | | |
| ◆販路開拓 | 加工品の販売先の開拓 | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●四万十とまと(株)： 商談会やイベントへの出展による販路開拓、海外への販路開拓に関する調査の実施等 ●四万十町、県（地産地消外商課、地域本部）： 商談会等情報提供、海外販路開拓への支援 | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.10 「四万十ヒノキ」をはじめとする地域森林資源の販売促進 (中土佐町、四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十町森林組合、須崎地区森林組合、四万十町、中土佐町、地元事業者 |
| APへの 位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 四万十地域の森林資源の販売拡大を進めるため、原木の増産と、広域で取り組む「四万十ヒノキ」のブランド化を図るとともに、「四万十ヒノキ」ブランド商品を販売する地元事業者との連携による販売力の強化を進める。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----------|--------------|-------|----|-----|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 集成材工場の売上高 | 2億円 (H30) | 1.9億円 | | 3億円 |

これまでの主な動き

| | |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆「四万十ヒノキ」の基準等の設定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「四万十ヒノキブランド化推進協議会」において四万十ヒノキの定義を設定し、ロゴマークを作成 <p>◆大正集成材工場の売上拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した四万十町森林組合大正集成材工場への展示施設整備 (H28) ・外商活動の積極的な展開 (年間約 350 回、うち県外 100 回程度) ・新規商品開発を実施 (ペット仏壇、キャビネット、テーブル等) ・新ブランド「シマントヒノキファニチャーワークス」を展開 <p>◆FSC等認証森林の拡充とPR強化及び積極的な営業活動の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認証面積が 511ha の増となり、認証材の安定供給の体制が整った <p>◆「四万十ヒノキ」ブランド商品を販売する地元事業者との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元事業者との連携が図られた (3社) | <p>◆コロナ禍に対応した新たな営業展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ネットショップ「BASE」の開設 ・インスタグラムやメール、ポスター等を活用した情報発信 ・シマントヒノキファニチャーワークスの販売サイトを開設 <p><主な成果></p> <p>◆大口の受注があった H29 年度は目標を超える売上を達成 (3.5 億円)</p> <p>◆大手ベッドメーカーとの安定的な取り引きを継続 H27 : 140 台 → R2 : 150 台 (R3 見込 : 200 台)</p> <p>◆民間の商業施設等の内装(什器類等)の受注が増加し始めた</p> <p>◆県外外商活動 (保育博等) で接点を持った企業 (約 40 社) の内 4 社との間で営業活動を継続中</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大口受注に頼らない集成材工場の安定した売上を確保するための営業スキームの構築 ・「四万十ヒノキ」ブランドの普及拡大 ・コロナ禍に対応した営業活動の工夫 |
|--|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
|----------------------|--|----|----|----|------|
| <p>◆大正集成材工場の売上拡大</p> | <div data-bbox="379 315 1406 376" style="background-color: #4F81BD; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">「四万十ヒノキ」に代表される地域木材資源の販売拡大、販売策の検討</div> <div data-bbox="379 416 1370 1043" style="border: 1px solid #4F81BD; border-radius: 20px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町森林組合： <ul style="list-style-type: none"> 新商品の開発による安定的な売上の確保 展示施設を活用したバイヤーとの産地商談を通じた取引先の開拓 首都圏などにおける展示商談会への出展を通じた取引先の開拓 大都市圏の集客施設での商品展示を通じた営業展開 大手メーカーとの取り引きの継続及び拡大、大口受注の獲得に向けた取り組み インターネットを活用した販売ツールの拡充 ●四万十町森林組合、須崎地区森林組合、四万十町、中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> 四万十ヒノキブランド化推進協議会の取り組みを通じたブランド化の推進 ●県（須崎林業事務所）： <ul style="list-style-type: none"> 四万十ヒノキブランド化推進協議会へのサポートや、各種補助支援制度などの情報提供 </div> <div data-bbox="379 1122 1406 1205" style="background-color: #4F81BD; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">大正集成材工場の事業戦略の策定及び実行</div> <div data-bbox="379 1234 1370 1514" style="border: 1px solid #4F81BD; border-radius: 20px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町森林組合： <ul style="list-style-type: none"> 経営コンサルタントによる経営診断に基づいた事業戦略の策定及び実行 ●県（須崎林業事務所）： <ul style="list-style-type: none"> 大正集成材工場が取り組む事業戦略の策定及び実行の支援 </div> | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.11 「1億円産業の復活」をスローガンとする津野山産原木シイタケの産地化の推進 (栲原町、津野町) |
| 実施主体 | ◎JA 高知県 (高西地区) |
| APへの位置づけ | H21.9月 |
| 事業概要 | 「原木シイタケ」を地域の特産品として磨き上げ、生産者の所得向上につなげることを目的として、生産者のスローガンである「1億円産業の復活」を目指すため、基幹生産者と新規生産者の確保・育成による担い手対策や、販売先の開拓を行い、販売ルートの拡大、生産施設の整備や低コストで原木を確保する対策など生産基盤施設の整備を実施する。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|----------|---------------|-------|----|-----|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 乾燥椎茸の販売量 | 4.4t (H30) | 2.3 t | | 11t |

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|---|--|
| <p>◆生産の担い手対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・乾燥椎茸の乾燥方法の見直し (低温乾燥方式)による品質及び所得向上 (H30～) ・JA 及びきのこセンターによる講習会・直接訪問指導等 (H26: 2回、H27:3回、H29:2回、H30:3回、R元:2回) <p>◆商品力の強化と直販ルートの開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・椎茸生産部会に小部会「億産会」を設置 (H25) ・県しいたけ振興大会、乾燥椎茸品評会への出品 (H27～) ・低温乾燥技術の導入 (H30～) <p>◆シイタケ生産基盤の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特用林産振興対策事業補助金を活用した原木と種駒等の購入 (原木 11,662本、種コマ 122,000個、形成菌 358,000個 (H27)) ・栲原町補助金を活用した原木と種コマ (シイタケの元となる菌) の購入 (H28) ・町有林2箇所 で原木を確保 (R元) | <p>◆生産の担い手対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規就農者の確保には至っていないが、「低温乾燥方式」への見直しにより、単価が向上し、収入増につながった。 <p>◆商品力の強化と直販ルートの開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産者が一丸となって取り組むための組織づくりができ、意欲ある生産者が主体となった意見交換等を実施 → 今後の販路や生産についての意見交換等ができた。 ・低温乾燥技術導入による高品質商品の開発 → 平均単価向上による所得向上 従前：2,800円/kg R元：4,599円/kg R2：4,266円/kg <p>＜課題＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産技術の向上と新規生産者の確保 ・安価な原木確保 ・低温乾燥方法の徹底 |

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|--|----|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆生産の担い手対策 | 産地をけん引するモデル経営体の育成・経営力向上 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA高知県（高西地区）、生産部会： 新規生産者の確保・育成（新規生産者を重点に講習会、直接訪問指導）の実施、低温乾燥方法を中心とした産地の技術、複合経営による産地の基盤づくり ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆商品力の強化と直販ルートの開拓 | 生産者と連携した営業活動 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA高知県（高西地区）、生産部会： 産地ブランド化、既存商品の磨き上げ、新たな販売先の開拓、低温乾燥シタケのPR、億産会との品質の向上、栽培技術の向上等の連携 ●県（地域本部等）： 高知6次産業化サポートセンターの事業等の提案、農業改良普及所等との連携 | | | | |
| ◆シタケ生産基盤の整備 | 低コスト生産のための原木対策 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●JA高知県（高西地区）： 町内の民有地や町有地を活用した原木の確保 ●梶原町： 町有林の情報提供 ●県（地域本部等）： 林業事務所等との情報共有等 | | | | |
| <p>【用語】・複合経営：2つ以上の部門を組み合わせた経営。販売収入の80%以上を占める部門が一つもない農家のこと。梶原町の場合は、〈畜産〉〈林業〉〈農業〉が主な組合せである。</p> <p>・億産会：生産者の生産量増大や品質向上を図るために結成された椎茸生産部会の小部会組織</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.12 循環型社会を推進するための梶原町森林資源の有効活用 (梶原町) |
| 実施主体 | ◎梶原町森林組合、ゆすはらペレット(株)、梶原町 |
| APへの位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 持続可能な森林経営のもとで計画的な木材生産を行い、FSC 森林認証基準に基づき生産した木材製品の販売、及び林地残材等を活用した木質ペレットの製造・販売等を通じて、地域林業の中核となる森林組合の経営体質を強化し、森林所有者の所得向上を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-------------|-----------------------------|--------------------|----|----------------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 認証材の販売量 | 998 m ³ (H30) | 986 m ³ | | 1,200 m ³ |
| (2) ペレット生産量 | 1,276t (H30) | 1,347t | | 1,700t |

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|---|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆FSC 認証材製材品の販売強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内外の工務店、木材問屋への、継続的な営業展開に取り組んだ。(H30～R3) ・香川県の工務店を対象に官民連携による産地商談会を実施 (H29～R3) ・木材の強度、含水率を測定するグレーディングマシンを導入 (R3) <p>◆木質ペレットの販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工場を改装して樹種別の粉砕機を導入 (H30) ・燃焼灰製品化装置を導入 (R3) | <p><主な成果></p> <p>◆梶原町森林組合ストックヤードの木材取扱量</p> <ul style="list-style-type: none"> ・森林組合は、設備投資により生産体制が整い、増加傾向で推移していたが、R3 年度は国有林皆伐事業の受託がなかったことなどにより減少 ・自伐林家は、R2 年度はコロナウィルスの影響による価格下落の影響で減少していたが、R3 年度は材価の回復により増加 <p>◆認証材の販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・香川県での産地商談会や関西圏での営業活動により、新たなパートナー工務店との取引が開始 ・大阪府、山口県の工務店を招いた産地商談会を開催 <p>◆木質ペレットの生産量</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工場改装により、ペレットの品質が安定 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・認証材の販路拡大に向けた販路の開拓推進 ・ペレット需要先の開拓 |

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|---------------------------|---|----|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆ FSC 認証材 製材品の販売 強化 | <div style="background-color: #4F81BD; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> 新たな取引先の開拓と継続取引の獲得 </div> | | | | |
| | <div style="border: 1px solid #4F81BD; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ● 梶原町森林組合： <ul style="list-style-type: none"> 関西圏などにおける住宅展への参加を通じた取引先の開拓、顧客獲得への取り組みとして、セミナーを活用した梶原材のPR、工務店、建築士とのつながりの強化、土佐材販売戦略と強調した販路拡大、工務店や設計者を迎えた産地商談会の開催 ● 梶原町： <ul style="list-style-type: none"> 販路拡大に向けた営業活動への支援 ● 県（須崎林業事務所）： <ul style="list-style-type: none"> 販路拡大に向けた営業活動への支援 </div> | | | | |
| ◆ 木質ペレットの 販路拡大 | <div style="background-color: #4F81BD; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> ペレット供給拡大によるゆすはらペレット(株)の経営の安定化 </div> | | | | |
| | <div style="border: 1px solid #4F81BD; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ● ゆすはらペレット(株)： <ul style="list-style-type: none"> ペレット製造の安定化、コスト削減による経営の安定化、買い取り先と連携した新たな需要先の開拓 ● 梶原町： <ul style="list-style-type: none"> 原木確保のための支援の継続 ● 県（須崎林業事務所）： <ul style="list-style-type: none"> 補助支援制度の情報提供 </div> | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.13 津野町森林・林業再生プロジェクト (津野町) |
| 実施主体 | ◎津野町森林組合、(株)中成、津野町 |
| APへの位置づけ | H26.4月 |
| 事業概要 | 豊富な森林資源の有効活用及び森林所有者の所得向上を図るため、前計画期間に増設した山元貯木場の活用とあわせ、林地残材等の資源化や地域の活性化を目的とした地域資源活用システムを推進する。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------------|--------------------------------|-----------------------|----|-----------------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 山元貯木場木材取扱量 | 25,358 m ³ (H30) | 19,049 m ³ | | 30,000 m ³ |

これまでの主な動き

| | |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆原木取扱量の増</p> <ul style="list-style-type: none"> 国の木材加工流通施設整備事業を活用した、津野町森林組合による原木の増産に向けた山元貯木場の整備及び原木の受入開始（H26、H28） <p>◆チップの安定供給</p> <ul style="list-style-type: none"> 国の木質資源利用促進事業を活用した、地元事業者による木質バイオマス発電用チップ製造機（チップパー等）の導入にを通じたチップの供給体制整備及び未利用材の活用（H28） | <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> 県外市場へ出荷されていた原木が津野町の山元貯木場に集荷され、取扱量が増加 木質バイオマス発電へ安定的なチップの供給 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> さらなる原木の取扱量の増 R2年度は新型コロナウイルスの影響による原木価格の下落及び取扱量が減少していたが、R3年度は材価の急騰もあり出材量が回復している。今後は材価の下降により取扱量が減少しないように、引き続き出荷者に対して価格情報や有利な採材方法を提供するなどの働きかけが必要 |
|--|--|

| WO | | | | | |
|--------------|---|----|----|----|------|
| 第4期計画における行程表 | | | | | |
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆原木取扱量の増 | <p>山元貯木場の取扱量の増</p> <ul style="list-style-type: none"> ●津野町森林組合： 県外の原木市場を利用している林産事業者や新規の自伐林業者への働きかけ ●県（須崎林業事務所）： 各種補助支援制度などの情報提供や、集材システム省力化への技術支援などを通じて地域の原木増産を後押し | | | | |
| ◆チップの安定供給 | <p>地域資源活用システムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●(株)中成： 大規模バイオマス発電等へのチップの供給 ●県（須崎林業事務所）： 各種補助支援制度などの情報提供を通じて地域の原木増産を後押し | | | | |

| | |
|---------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.14 浦ノ内湾産養殖マダイ等の販路拡大 (須崎市) |
| 実施主体 | ◎土佐鯛工房、◎(株)小島水産、◎乙女会、◎(株)大東冷蔵、高知県漁協深浦支所 |
| APへの位置づけ | H25.4月 |
| 事業概要 | 養殖魚(マダイ)生産者グループと養殖業に関連した民間企業、漁協とが連携し、他産地の生産動向や県外大手出荷業者の販売戦略に左右されにくい販売力(魚価形成力、取引量の拡大等)を構築し、養殖業の振興に資する。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-------------|-----------------|--------|----|------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 海援鯛出荷尾数 | 6.6万尾 (H30) | 3.9万尾 | | 10万尾 |
| (2) 乙女鯛出荷尾数 | 20.3万尾 (H30) | 17.0万尾 | | 30万尾 |

これまでの主な動き

＜これまでの取り組みの内容＞

◆品質の維持・向上と生産量の確保

- ・新規漁業就業者の確保を目的とした漁業就業セミナーの開催(H27:1回、R元:1回)
- ・生産者の確保を目的とした新規漁業就業者の長期研修生受入(H29:1名、H30:1名)

◆販路開拓と出荷体制の強化

- ・バイヤーや飲食店事業者を対象とした産地見学会の開催(H28:13回、H29:2回、H30:5回)
- ・県内外商談会への出展(H27:4回、H28:3回、H29:3回、R3:2回)
- ・海外への輸出の開始(H29)
→ 生産量が確保できず、現在休止中

◆加工体制の強化・新商品の開発

- ・革新的ものづくり・商業・サービス開発支援補助金等を活用した先進的な加工機器(金属探知機、うろこ落とし機、フィルマシ等)の導入(H25~26)
- ・HACCP研修等の受講(H29~30)
- ・衛生管理の強化に向け、県版HACCP第3ステージの認証取得(H30.10月)

＜主な成果＞

- ◆後継者の確保
長期研修からの独立1名(土佐鯛工房)
- ◆加工施設の拡張工事の実施
・産業振興推進総合支援事業費事業を活用した加工施設の拡張工事が完了(R3.11月)

＜課題＞

- ・コロナウィルスの影響による出荷数量減少を背景とした販売先の確保
- ・さらなる販路の拡大に向け、販売促進

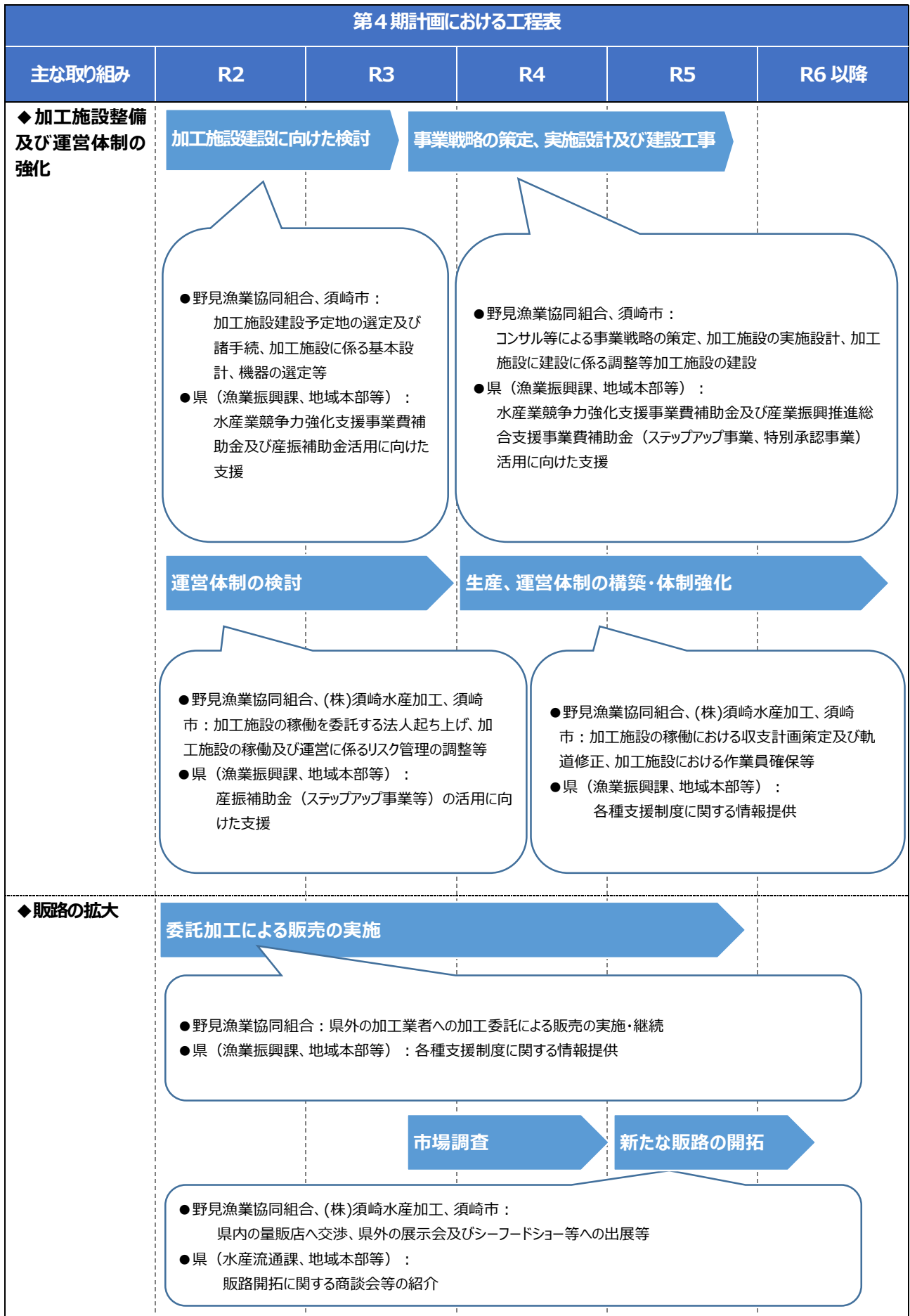
| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|------------------|--|----|--|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆品質の維持・向上と生産量の確保 | 後継者及び生産者の確保 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●土佐鯛工房： 新規就業者の確保及び指導による技術移転 ●乙女会： 販路拡大等有利販売の強化による生産者の乙女会への新規加入促進を通じた生産量の増加 ●県（中央漁業指導所等）、高知県漁協深浦支所： 新規漁業就業セミナー等の開催支援、漁業就業フェアの開催及び支援制度等に関する情報提供 | | | | |
| ◆販路開拓と出荷体制の強化 | 既存販路の継続及び新たな販路の拡大 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)大東冷蔵： 県内外商談会への出展、産地見学会の開催、ふるさと納税返礼品取り扱い等による販路の拡大 ●(株)小島水産： 県内外商談会への出展、ふるさと納税返礼品取り扱いや個別の商談等による販路の拡大 ●県（中央漁業指導所等）： 県内外商談会等の紹介、商談会の出展等に係る支援制度の情報提供、関係者への橋渡し | | | | |
| ◆加工体制の強化・新商品の開発 | 加工施設の拡張 | | 新商品の開発 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)小島水産： 加工施設の規模拡大及び高性能加工機械の導入による加工商品の生産能力の強化 ●県（地域本部等）： 産業振興推進総合支援事業費補助金等の活用に係る支援 | | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)小島水産： コンセプトづくり、試作品づくり、市場調査（消費者の意見集約）、製造方法等の検討、商品改良、商品化の実現 ●県（地域本部等）： 試作品づくりへのアドバイスを得るための産振アドバイザーの活用提案、加工品試作に係る支援制度の情報提供 | | |

| | |
|------------------------|--|
| AP 名 (実施地域) | No.15 須崎市養殖漁業等のさらなる振興 (須崎市) |
| 実施主体 | ◎野見漁業協同組合、(株)須崎水産加工、須崎市 |
| AP への 位置づけ | R4.4月 |
| 事業概要 | 須崎市の地域資源である養殖漁業等の振興に向け、新たな水産加工施設を核として、水産物の加工・販売を促進することにより、漁業所得の向上や地域内での雇用創出を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|--------------------------|-----------|----|----|--------------------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 新たな加工施設による売上高 (1～12月) | － (R2) | － | － | 17,000千円 (R5.11 竣工予定) |

これまでの主な動き

| | |
|---|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆加工施設整備に向けた検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・先進地視察 6回 (7施設) (R3) ・関係者協議 15回 (R3) ・加工機械のPRイベント参加 (プロトン凍結機) <p>◆運営体制の確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・運営主体となる組織体制の検討 (R2) ・専任職員の検討 (R3) <p>◆販路の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税や須崎市内地域商社と連携したEC販売 (R2) ・県外業者への加工委託による1次加工商品の販売 (R2) ・「須崎勘八」ブランド化の取組 (R2) <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・加工委託による売上高 R2 : 238,932千円 (R2.6～12) R3 : 110,757千円 (R3.1～11) ・運営を行う(株)須崎水産加工の設立 (R3.7) ・漁協内に加工場事業に関する専任職員の雇用1名 (R3.11) | <p><課題></p> <p>県外への加工委託によるデメリットの発生</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸送コストの増加 ・燃料代と輸送量の費用対効果による出荷制限 <p>新たな事業であるが地元での雇用につながっていない</p> |
|---|--|



| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.16 アメゴ養殖事業の再生拡大 (梶原町) |
| 実施主体 | ◎集落活動センター「おちめん」、梶原町 |
| APへの 位置づけ | R3.4月 |
| 事業概要 | 江戸時代の記録に残るほど古くから親しまれた梶原のアメゴ養殖の担い手の育成確保、養殖環境整備及び供給体制の構築を通じて、再生拡大することにより、地域経済の発展と水産資源保護を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----|-------------|-----|----|-------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 売上高 | 0万円 (R元) | 0万円 | | 400万円 |

これまでの主な動き

| | |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆生産体制の確立・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アメゴ養殖部会の設立に向けた検討会の開催 (R2) ・アメゴ養殖事業部会設立 (R3) ・オープンバージョンプラットフォームを活用した課題解決型産業創出の検討開始 (R3) ・養殖池の改修 (R3) <p>◆担い手の確保・伝承</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集落活動センター「おちめん」内に「アメゴ養殖事業推進プロジェクト」を立ち上げ (R2.9) ・養殖事業を担う新たな担い手の募集 (R2.9～) <p>◆販路の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町内飲食店への販売の検討 (R2) ・町事業者への供給の検討 (R2) <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・担い手の確保：1名 (R2.10) | <p><課題></p> <p>養殖アメゴの安定生産、安定供給</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水量水質の確保 ・養殖施設の整備及びデジタル化による生産効率の向上 ・販路の拡大 ・人材の育成 |
|--|---|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--------------|--|--|------------|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆生産体制の確立・強化 | | 組織の検討 | 運営組織の設立・強化 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●集落活動センターおちめん：アメゴ養殖部会の設立 ●県（地域本部等）：会議への参加、関係機関への橋渡し | <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町：組織の機能、スキームの検討と設立 アメゴ養殖部会を発展させ、新たな担い手法人を設立 成魚生産量8万尾（R8年度～現状2万尾）を実現する 養殖池造成等養殖環境整備 ●県（内水面漁業センター）：生産増加のためのアドバイス | 養殖環境整備・運営 | | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町：安定供給に向けた養殖施設の整備の検討・実施 ●県（内水面漁業センター）：検討会議への参加・助言 | | | |
| ◆担い手の確保・伝承 | | 人材確保・人材育成による増産体制の確立 | | | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町（集落活動センターおちめん）：現事業者の下で、新たな担い手へ養殖技術の伝承 ●県（内水面漁業センター、地域本部）：増産に対する提案・助言、産振アドバイザーの導入検討 | | | |
| ◆販路の拡大 | | 町内飲食事業者への安定供給と町外同業他者へのPR強化 | | | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町（集落活動センターおちめん）： <ul style="list-style-type: none"> ・アメゴ養殖を行う町外同業他者への販促活動及び供給先の開拓拡大 ・町事業及び町内飲食店への安定供給 ・集落活動センター「ゆすはら西」の推進するゆすはらジビエと連携した販促活動の実施 ・アメゴ放流事業の実施及び太郎川公園再生に伴う新たなレストランでのメニュー化・土産品の開発 ●県（地域本部等）：県主催の商談会への出展依頼、商品開発のための産振アドバイザーの活用提案 各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.17 葉にんにくを活用した加工食品の生産・販売の拡大 (須崎市) |
| 実施主体 | (株)アースエイド |
| APへの 位置づけ | H25.9月 |
| 事業概要 | 須崎市浦ノ内地区にて自社有機栽培の葉にんにく、国産の麦味噌、白味噌を使用したぬたを生産し、東京の料亭やホテルなどに販売している。葉にんにくは有機栽培であり、増産が容易ではないことから、今後、商品の高付加価値化及びインターネット等を活用した直接販売の強化に取り組んでいく。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----|------------------|-----------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 売上高 | 5,418万円 (H30) | 1億3,539万円 | | 8,000万円 |

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆生産の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収穫工程の見直しによる作業の効率化 (H30～) ・産業振興アドバイザーを活用した商品開発 (R元) ・産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した加工施設の整備 (H25) <p>◆商品の高付加価値化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興アドバイザーを活用した販路開拓に向けた商品コンセプトの磨き上げ (H28) ・衛生管理の強化に向けた県版 HACCP 第2ステージの認証取得 (H29) <p>◆インターネット等を活用した直接販売の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産業振興アドバイザーを活用した自社運営のHP作成 (R元) | <p><主な成果></p> <p>◆雇用の創出 H25 : 3人 (正規2人 パート1人年) → R2 : 5人 (正規2人 パート3人年)</p> <p>◆契約農家2軒と契約</p> <p>◆新規取扱店舗数 H27 : 22軒 → R2 : 84軒</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産量の増加 ・天候等に左右されにくい安定的な生産 ・顧客ニーズを正確にとらえた商品開発及び商品改良 ・ターゲットとする顧客層への広報戦略の展開 |

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|---|---|----|---|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆生産の拡大 | 作付面積の拡大・栽培方法及び商品製造作業の効率化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)アースエイド： 有機栽培・製造分野（機械化等）についての情報収集、作業の効率化等コストダウンの方策の検討、自社及び契約農家での生産量の拡大 ●県（地域本部等）： 農業関連施策の紹介、県や関係機関の実施する研修・講座等の紹介、作業効率化等経営支援に関する施策やアドバイザー制度の提案 | | | | |
| ◆商品の高付加価値化 | 新商品開発及び広報戦略の策定・実施 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)アースエイド： 新商品の検討、専門家による市場調査を通じたターゲット層（主に健康美容分野）のトレンド把握 ●県（地域本部等）： 新商品開発や戦略策定のための産業振興アドバイザーの活用提案、地域内事業者との連携支援 | | | | |
| | 葉にんにくの機能性の調査 | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●(株)アースエイド： ブランド戦略を含めた調査事項の明確化、機会創出のための SNS 等による期待できる効果等の情報の発信、機能性表示の検討 ●県（地域本部等）： 試験研究機関等関連機関との連携調整、関係機関への橋渡し | | | | | |
| ◆インターネット等を活用した直接販売の強化 | 情報発信手段の確立 | | SNS等を活用した情報発信及び個人顧客の獲得 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)アースエイド： 販促ツールの作成 ●県（地域本部等）： 個人顧客獲得に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、土佐 MBA 等の講座等の紹介 | | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)アースエイド： 職員の情報発信力のスキルアップ、ターゲットとする層におけるトレンド把握 ●県（地域本部等）： コピーライティング等ダイレクトマーケティングのための産業振興アドバイザーの活用提案、土佐 MBA 等の講座等の紹介 | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.18 中土佐町地域ブランドの創出と販売促進 (中土佐町) |
| 実施主体 | 企画・ど久礼もん企業組合、中土佐町 |
| APへの 位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | スラリーアイス等を活用した付加価値の高い水産物のブランド化を図り、販路を開拓することで漁業の活性化に貢献する。また、大正町市場を中心とした中土佐町の漁師町らしい物語性のある商品やサービスを開発し、町内の他の地域産品を併せて総合的に販売促進に繋げていく。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-------|------------------|---------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 商品売上高 | 3,269万円 (H30) | 2,460万円 | | 4,900万円 |

これまでの主な動き

| | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆スラリーアイスを活用した高鮮度水産物の販売ルートの開拓（鰹乃國水産）</p> <ul style="list-style-type: none"> 産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した水産加工場の整備(H25～26) 水揚げ時期に左右されない安定供給のための冷凍商品の開発・販売（H29～） <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>※実施主体の変更</p> <p>H27～29 中土佐町地域振興公社</p> <p>H30～ (株)SEA プロジェクト</p> <p>R元～ 企画・ど久礼もん企業組合</p> </div> <p>◆中土佐町の食文化を使った商品開発と販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 鰹を使った加工品の開発（H21～） 辛焼味噌カラヤン、なぶらスープカレーなど、10種類以上開発 市場食堂を拠点とした、消費拡大と賑わいづくり（H22～） 「市場食堂ど久礼もん」で鰹を使った料理(かつお丼、海鮮丼)をメインに提供 中土佐町ふるさと納税業務を受託（H28～） タキ体験施設「陣や」を拠点とした体験受入スタート（H30～） | <ul style="list-style-type: none"> カツオのタキ生産の産地視察受入による知名度向上（関東や関西からの産地視察受入） (株)四万十ドラマと連携した「一人商店しまんと」ポータルサイト開始（R2） <p><主な成果></p> <p>◆高鮮度ブランドの確立</p> <ul style="list-style-type: none"> 「びんび鰹のたたき」の商品化 「びんびめじか」の商品化 <p>◆商品開発数</p> <p>4商品(H27～R元)</p> <p>(かつお生姜煮、まぐろワタラー油、鰹ラー油濃辛、土佐のジャコ魂)</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 仕入れから製造、販売までの体制構築（人材不足） 鰹を軸とした新展開の推進 |
|---|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
|---|--|----|----|----|------|
| <p>◆スラリーアイスを活用した高鮮度水産物の販売ルートの開拓</p> | <p>スラリーアイスを活用した高鮮度水産物の販売ルートの開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ●企画・ど久礼もん企業組合： <p>地域を絞り、こだわりの飲食店に中土佐町ごと売りこんでいく町内外での商談会、イベント等を活用した販売ルートの開拓</p> ●県（地域本部等）： <p>販路拡大に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業を含む）の活用可能性検討、その他各種支援制度に関する情報提供</p> | | | | |
| <p>◆中土佐町の食文化を使った商品開発と販路開拓</p> | <p>商品開発、販路開拓・拡大、通販やふるさと納税への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ●企画・ど久礼もん企業組合： <p>販路開拓・拡大（商談会及びアンテナショップ等によるプロモーション活動）、通販やふるさと納税への対応、中土佐の食文化を広めることによる、賑わいづくりの創出</p> ●県（地域本部等）： <p>販路拡大に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業を含む）の活用可能性検討、その他各種支援制度に関する情報提供</p> | | | | |
| <p>【用語】・官能試験：人間の感覚によって品質の特性を評価する方法。食品や嗜好品などのように、機器を用いた分析では本質的な測定が困難な場合に用いられる。</p> <p>・スラリーアイス：シャーベット状の氷のこと。0℃～-2℃のスラリーアイスで保存した魚介類は、長期間高い鮮度を保持することが分かっている。</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No. 19 大正町市場商店街活性化事業 (中土佐町) |
| 実施主体 | ◎大正町市場組合、中土佐町商工会、中土佐町 |
| APへの 位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 中土佐町の観光拠点であり、地域の中心商店街でもある「大正町市場商店街」の空店舗の活用により、大正町市場の活性化を目指すとともに、町内全体への観光客の集客を図り、町全体への波及効果を促す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-------------------------|-------------------|-----|----|-----------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| チャレンジショップによる 新規開業店舗数 | 1店舗 (H29～R元累計) | 1店舗 | | 2店舗 (R2～5累計) |

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆中土佐町中心商店街等振興協議会における協議</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光拠点整備事業費補助金を活用したイトインスペースを設けた観光拠点施設「ぜよびあ」の整備 (H28) 地域おこし協力隊着任1名(H28～R2) 地域おこし協力隊着任1名(R3～) 中土佐町中心商店街等振興協議会発足(R元) ワーキンググループ開催による活性化計画を策定(R元) 奥四万十協議会主催の「じも旅クーポン」17店舗加盟(R2) GoToキャンペーンの地域共通クーポン3店舗加盟(R2) ぜよびあ、大正町市場にフリーWi-Fi設置(R2) <p>◆チャレンジショップ事業等による空き店舗対策</p> <ul style="list-style-type: none"> チャレンジショップ事業開始(H29～) <ul style="list-style-type: none"> →1人目チャレンジャーが空き店舗で開業(H30) →2人目チャレンジャーが空き店舗で開業(R2) →3人目チャレンジャー(期間6～10月)卒業。近隣の町で開業を目指す(R2) 立ち飲みスペース及び串焼き店オープン(H30) HP、SNSによる情報発信(H25～) フリーペーパーやMAP(H30～)、取材対応等による積極的な情報発信 | <p><主な成果></p> <p>◆「ぜよびあ」の整備による観光客の滞在時間の延長 各店舗の客席が満席の場合に帰っていた客が、「ぜよびあ」を飲食スペースとしても利用することで、滞在時間の延長、消費拡大につながった。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・店主の高齢化などによる人材不足 ・事業承継者がいないことによる空き店舗対策 ・住民が中心となった活性化計画の着実な実行 ・新型コロナウイルス感染症の状況に応じた対応 ・「新たな生活様式」に対応した店舗営業 |

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
|-------------------------------|--|----|----|----|------|
| <p>◆中土佐町中心商店街等振興協議会における協議</p> | <p>中土佐町中心商店街等振興協議会への参画による活性化協議</p> <ul style="list-style-type: none"> ●大正町市場組合： <p>協議会への参画による商店街等の活性化に向けた協議及び出されたアイデアの実現可能性の検討、久礼お宮さん通り商店街組合定例会の開催（月一回）を通じた情報共有、集客イベント等の検討・実施</p> ●中土佐町商工会： <p>協議会における情報共有及び意見具申等</p> ●県（地域本部、経営支援課）、中土佐町： <p>協議会への参画による活性化協議、商店街等振興計画推進事業費補助金の活用提案による支援</p> | | | | |
| <p>◆チャレンジショップ事業による空き店舗対策</p> | <p>チャレンジャー募集・出店支援等</p> <ul style="list-style-type: none"> ●大正町市場組合： <p>チャレンジショップ出店者の募集・チャレンジ店への店舗の運営支援、新規出店等のサポート、SNSによる情報発信等</p> ●中土佐町商工会： <p>経営指導員等による新規出店者への支援等</p> ●県（地域本部、経営支援課）、中土佐町： <p>県関係部署への情報共有等、チャレンジショップ事業に対する補助金等の支援</p> | | | | |

| | |
|------------------------|--|
| AP 名 (実施地域) | No.20 中土佐町 SEA プロジェクト (中土佐町) |
| 実施主体 | ◎(株)SEA プロジェクト、中土佐町 |
| AP への 位置づけ | H21.4 月 |
| 事業概要 | 平成 29 年度にオープンした「道の駅なかとさ」を拠点に、中土佐町の伝統文化や人といった地域資源を有効に活用して、町全体の賑わいの創出につながる施設として運営することで、所得向上や雇用の創出をはじめ町全体に経済効果を波及させる。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-------------|-----------------|--------|-----|--------|
| | | R 2 | R 3 | R 5 |
| 年間売上額(施設全体) | 2.8 億円 (H30) | 2.3 億円 | | 3.9 億円 |

これまでの主な動き

| これまでの主な動き | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆道の駅施設等の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産地商・外商の拠点として産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した道の駅の整備 (H28) ・道の駅なかとさオープン (H29.7 月～) (直販店+テナント4店舗) <p>◆賑わい創出への展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種フェア(スプリング・クリスマスほか)の開催(H29～) ・周年イベントや季節感のあるイベント(浴衣まつり等)開催 (H29～) ・SNS やメディア等を活用した PR (H29～) ・産業振興アドバイザー(課題一貫支援型)による人材育成・魅力ある店作り支援(R3) <p>◆周辺施設との連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「なかとさ」を拠点とする情報発信強化及び周遊促進社会実験の実施 (R2) ・黒潮本陣との連携企画 (黒潮本陣 25 周年企画と合わせた道の駅クーポン発行など) (R3) <p>◆地産外商の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発(極みだし、苺クリーム大福、塩キャラメル、四万十川エビせんべい、苺ビールなど) (H29～) ・J R 四国おもてなし観光列車、久礼駅での物販販売 (R2～) ・インターネット販売等を活用した外商活動 (H30～) | <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆道の駅の来場者数 H29.7 月～R3.3 月末 : 97.7 万人 ◆外販による売上額 R2 : 418 万円 ◆直販店の町内出荷登録者数 R2 : 95 人 ◆町内出荷者売上額 R2 : 7,539 万円 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大正町市場など、周辺施設との連携強化 ・集客の維持・拡大 ・立地の特徴を生かした施設の魅力向上と効果的な PR |

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|--|---|---|----|----|-------|
| ◆賑わい創出への展開 | <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; display: inline-block; border-radius: 10px;">施設の魅力醸成及びメディア・SNS等を活用した広報・PR活動による賑わいの創出</div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEAプロジェクト、中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> 商品等の充実・見直し、季節ごとのフェア・イベントの実施、旬の食材やロケーションを生かした広報・PR活動の実施、生産者やテナント店舗との連携、多言語対応や情報発信強化等による外国人観光客の受入態勢強化 ●県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 各種支援制度に関する情報提供、産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業含む）の活用検討 | | | | |
| ◆周辺施設との連携強化 | <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; display: inline-block; border-radius: 10px;">連携事業の検討</div> | <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; display: inline-block; border-radius: 10px;">中心商店街等と連携した事業の実施</div> | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEAプロジェクト、中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> 中土佐町中心商店街等振興協会を通じた連携事業の検討、道路社会実験事業（国土交通省）を活用した多言語対応や情報発信強化等によるインバウンド対応 ●県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 協会への参画による活性化の取り組み支援 | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEAプロジェクト、中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> 中土佐町中心商店街等振興協会を通じた連携事業の実施 ●県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 協会への参画による活性化の取り組み支援 | | | |
| ◆地産外商の取り組み | <div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; display: inline-block; border-radius: 10px;">イベントや展示会等を通じた商品の販売及び情報発信</div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEAプロジェクト、中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> 商品開発の実施、イベント・商談会への出展、出荷者協会との連携、「なかとさ do 外商」連絡協議会への参画による外商活動 ●県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 商品開発のための産業振興アドバイザーの活用提案、県主催の商談イベント等の情報提供 | | | | |
| <p>【用語】 ・SEAプロジェクト：Shopping(買う)、Eating(食べる)、Amusement(楽しむ)の頭文字からSEAプロジェクトと名付けられた。町内の観光スポットと連携し、子供から年配の方まで食べて遊んで楽しめることがコンセプト。</p> <p>・なかとさ do 外商：外商を「やっていく」という意味の「do 外商」、「どがいしよう(どんなにやっこいこう)」の「do 外商」の二つの意味を込めた造語</p> | | | | | |

| | |
|---------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.21 中土佐町地産外商の取り組み (中土佐町) |
| 実施主体 | ◎中土佐町、(株)SEA プロジェクト、企画・ど久礼もん企業組合、中土佐町商工会 |
| APへの位置づけ | R2.4月 |
| 事業概要 | 生産者グループや事業者が単独で取り組んでいた外商活動について、連絡会を通じて情報を集約したうえで連携し、お互いの強みを生かしながら中土佐町全体のブランド力強化につなげる。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|----------|-----------|----|----|------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 商品開発 品目数 | 0 (R2) | 0 | | 10商品 |

※「なかとさ do 外商」連絡協議会を立ち上げ、R2 年度に指標・目標を設定

これまでの主な動き

<これまでの取り組みの内容>

◆地産外商に向けた体制づくり

- ・久礼新港背後地利活用計画の策定 (H22)
- ・高鮮度・高価格のカツオのタキ工場「鰹乃國/水産」を整備 (H25～H27)
- ・外商のブランド商品開発と販路開拓の取り組み (H26～)
- ・「道の駅なかとさ」開業 (H29)
- ・中土佐町商工会主催の「地域ブランド研究会」発足、サポーターとして町が参加 (H29～)
- ・なかとさ do 外商連絡協議会設立 (R2：協議会 2 回)
- ・地域ブランド研究会との意見交換会(R2：2 回)
- ・地域おこし協力隊着任 (R3～)

◆地産外商の推進

- ・ふるさと納税の返礼品の取り扱いによる外商(H26～)
- ・企画・ど久礼もん企業組合へのふるさと納税に係る業務委託を通じた新たな返礼品の開拓 (H28～)
- ・中土佐町商工会によるセミナー (商品開発・販路開拓) の開催及び新商品開発 (H29～)
- ・セミナーを通じた新商品の開発 (3 アイテム)
- ・企画・ど久礼もん企業組合の外商に関する取り組み R 元から、企画・ど久礼もん企業組合による「鰹乃國水産」の運営となり、ふるさと納税の返礼品に高鮮度タキ商品を加え外商の強化を図った。

<主な成果>

- ◆道の駅なかとさ来場者数
97 万人(H29.7～R3.3 累計)
- ◆道の駅なかとさ売上高
10.6 億円(H29.7～R3.3 累計)
- ◆ふるさと納税額
H26 (ふるさと納税開始年度) : 785 万円
H30 : 8,900 万円
R2 : 9,156 万円

<課題>

- ・中土佐町・(株)SEA プロジェクト・企画・ど久礼もん企業組合・中土佐町商工会・生産者が連携しやすい場づくり
- ・地域資源を活用した「売れる商品作り」への支援
- ・効果的な情報発信と販路開拓への支援

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|--|---|----|--|----|-----------------------|
| ◆地産外商に向けた体制づくり | 連絡協議会の立ち上げ・計画策定 | | 協議会の開催および連携体制の構築 | | 連携体制の維持および支援策の検討・情報共有 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEA プロジェクト、企画・ど久礼もん企業組合、中土佐町商工会： 「なかとさ do 外商」連絡協議会（仮称）の組織体制づくり、連絡協議会の開催を通じた活動計画の策定 ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供、効果的な外商に向けたアドバイザーの活用及び産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業含む）の活用検討 | | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEA プロジェクト、企画・ど久礼もん企業組合、中土佐町商工会： 外商に向けた関係者の情報共有、先進地の視察研修、外商講習、活動計画の実行 ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供、効果的な外商に向けたアドバイザーの活用及び産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業含む）の活用検討 | | |
| ◆地産外商の推進 | 商品開発、磨き上げ | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEA プロジェクト、企画・ど久礼もん企業組合、中土佐町商工会： アドバイザーの活用やセミナーによる地域産品の掘り起こし、新商品の開発及び既存商品の磨き上げ ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供、新商品開発に向けたアドバイザーの活用及び産業振興推進総合事業日補助金（ステップアップ事業含む）の活用検討 | | | | |
| | 人材育成 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町商工会： 地域ブランド研究会によるセミナーの開催等を通じた、地域資源を活用した売れる商品づくりや販路開拓・拡大、積極的な情報発信に取り組む人材の育成 ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供、新商品開発や販路開拓・拡大のためのアドバイザーの活用 | | | | |
| | 販路開拓・拡大 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)SEA プロジェクト、企画・ど久礼もん企業組合、中土佐町商工会： 各々の事業主体が連携して商談会やイベントの開催・出展、SNS を活用した地域産品の PR 等 ●県（地域本部等）： 県主催の商談会情報提供等 | | | | |
| 【用語】 ・なかとさ do 外商：外商を「やっっていく」という意味の「do 外商」、「どかいしよう(どんなにやっっていく)」の「do 外商」の二つの意味を込めた造語 | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.22 梶原町地場産品の地産地消・外商の促進 (梶原町) |
| 実施主体 | ◎梶原町商工振興協同組合、JA 高知県（高西地区）、町内事業者、生産団体 |
| APへの 位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 梶原町にある一次産品や加工品など、さまざまな地域産品の商品力を向上させるとともに、町内外への販売を推進する。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----------|------------------|---------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 「まちの駅」販売額 | 2,368万円 (H30) | 2,385万円 | | 4,000万円 |

これまでの主な動き

<これまでの取り組みの内容>

◆地場産品の販売促進

- ・町内外イベント（「ゆすはらグルメまつり（町内）」、「ゆすはらフェア（町外）」）等への積極的な出展による地場産品の認知度の向上
- ・町内飲食店でキジ肉を使用したメニューの提供を開始（H26～ 11店舗）
- ・集落活動センター等による地場産品づくりの実施（H26～）
- ・商工会主催による商談会に出店（R2～）
- ・雲の上のお菓子販売（R3～）

◆地場産品の商品力向上

- ・町内事業者と飲食店を営むシェフとのコラボによる商品開発（H30）⇒レシピ完成（R元）
- ・県主催の食品表示研修や、食品表示アドバイザーの活用（H30：2事業者、R元：2事業者）
- ・6次産業化アドバイザーの活用（H30：1事業者）
- ・土佐MBA及び食品生産管理高度化支援事業研修の受講（H30：1事業者）
- ・高知県版 HACCP 第2ステージ認証取得（R元：2事業者）

<主な成果>

◆「まちの駅」販売額

H27：1,784万円 → R元：2,549万円

◆地域の飲食店等による「ゆすはらジビエ」のメニュー件数

H27：0件 → H30：5件 → R元：8件

<課題>

- ・売上アップに向けた新たな商品の開発・磨き上げ
- ・地産外商の拡大
- ・生産者を支える仕組みの構築
- ・担い手不足による耕作放棄地の発生
- ・食品衛生法の改正による HACCP 義務化への対応

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|--|--|----|----|----|-------|
| ◆ 地場製品の販売促進 | 加工品の紹介・認知度向上の取り組み | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 梶原町商工振興協同組合： 町内生産者の商談会等への出展支援やイベント等への出店支援 ● 町内事業者、生産団体： 高知6次産業化セミナー等の受講、地域産品を活用した新商品の開発、イベントへの出展 ● 県（地域本部等）： 高知県地産外商公社への橋渡し支援、集落活動センターとの連携 | | | | |
| ◆ 地場製品の販売促進 | 生産や供給体制の確立 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 梶原町商工振興協同組合： 経営アドバイザー等による市場調査を通じた消費者のニーズ把握 ● 町内事業者、生産団体： 町外への販促活動や催事への出展を積極的に行うことによる消費者ニーズの把握、集落営農組織の農作業受託による耕作放棄地の発生抑制 ● JA 高知県（高西地区）等： 営農指導等による生産者の確保、販売先の提案による農業生産者を支える仕組みづくり ● 県（地域本部等）： 土佐 MBA や県版 HACCP 研修の受講促進 | | | | |
| ◆ 地場製品の商品力向上 | 商品開発、既存商品の磨き上げ | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 梶原町商工振興協同組合： 加工グループや生産団体向け研修会の開催 ● 町内事業者、生産団体： 商工会や県が主催する研修会への参加により、既存商品のブラッシュアップ及び新商品の開発に取り組む ● 県（地域本部等）： 高知6次産業化支援制度の活用促進、土佐 MBA や県版 HACCP 研修の受講促進 商品力向上のための産業振興アドバイザー活用支援 | | | | |
| <p>【用語】 ・HACCP：「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危害分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.23 津野町地産地消・外商販売戦略 (津野町) |
| 実施主体 | ◎(有)津野町ふるさとセンター、(株)満天の星、(一財)天狗荘、津野町 |
| APへの位置づけ | H21. 4月 |
| 事業概要 | (有)津野町ふるさとセンターによる生産・流通、(株)満天の星による加工・販売、(一財)天狗荘による観光など、オール津野町で一体的かつ循環的に地産地消・外商戦略を進めるために、アンテナショップ等での拠点ビジネスを安定させるとともに、農家所得の向上と交流人口の拡大を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----------------|------------------|---------|---------|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 直販所総販売額 | 1.36 億円 (H30) | 1.42 億円 | | 1.40 億円 |
| (2) (株)満天の星売上※1 | 2.07 億円 (H30) | 1.79 億円 | 1.76 億円 | 2.49 億円 |

※1 会計年度：10～9月

これまでの主な動き

| | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆出荷量の確保と高付加価値の農産物の出荷</p> <ul style="list-style-type: none"> ・直販所役員会、研修会等の開催 (H28～) ・生産者への堆肥の配布 (H28～) ・集荷所の老朽化や段差の解消 (H28～) ・国の山村活性化支援交付金を活用した6次産業化に向けた特産品の開発 (H30～R2) <p>◆津野町産品の外商力の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談会、催事、販促イベントへの参加 (H28～) ・輸送トラック(保冷車)の更新 (H29) ・商品ラインナップの充実のための機械導入 (H29) ・産業振興アドバイザーを活用した経営計画の改善 (H29) ・6次産業化サポート事業を活用した道の駅布施ヶ坂の改修 (R3) | <p>◆津野町まるごと総合商社の設立と安定経営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国の地方創生推進交付金を活用した商社化スキームや事業計画の検討 (H29～R2) ・津野町ブランド調査の実施 (H30:2回、R元:2回) ・町内事業者ヒアリングの実施 (H30～) <p><主な成果></p> <p>◆直販所会員の確保</p> <p>R元：504人(うちR元 新規会員22人) R2：497人(うちR2 新規会員13人)</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・直販所出荷量の維持・確保 ・高齢の生産者の農作業の負担軽減 ・高齢の生産者が出荷しやすい仕組みづくり ・「満天の星」ブランドの認知度向上 |
|---|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|--|---|----|---|----|-------|
| ◆ 出荷量の確保と高付加価値農産物の出荷 | 出荷量の安定的な確保と高付加価値農産物の出荷 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：農業アドバイザーの設置、一次処理加工施設の整備、津野町堆肥センター等の堆肥 使用促進 ●(有)津野町ふるさとセンター：農産物の生産管理、町内外レストラン等が求める生産物の提案、品質認証や買取制度の検討と導入、勉強会・研修会の開催 ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| | 担い手対策 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：担い手の確保策の検討、高齢者にやさしい集荷所の整備、集荷体制の見直し ●(有)津野町ふるさとセンター：加工食品や伝統料理の勉強会の開催 ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆ 津野町産品の の外商力の強化 | 外商力の強化による販売促進 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町： 町内外直販所のあり方の検討 ●(株)満天の星、(有)津野町ふるさとセンター、(一財)天狗荘： 「満天の星」ブランド力の磨き上げと県内外への外商・卸売の強化、製造・販売・営業コストの見直しによる収益向上、津野町産品の商品ラインナップの充実、多角化とネット販売・ふるさと納税返礼品取り扱い等の強化、商談会への積極的な出展等による営業力の強化 ●県（地域本部等）： 県版 HACCP 第3ステージの認証取得に向けた提案、各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆ 津野町まるごと総合商社の設立と安定経営 | 商社設立検討 各社の基盤強化と連携 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町： 商社スキームと組織体制の検討 ●県（地域本部等）： 商社設立に向けた協議への参画、助言等 | | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町： 各社の基盤強化と連携 ●県（地域本部等）： 安定経営のための産業振興アドバイザーの活用提案、土佐 MBA 等の講座等の紹介、各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | |
| <p>【用語】 ・HACCP：「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危害分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。</p> | | | | | |

| | |
|------------------------|--|
| AP 名 (実施地域) | No.24 四万十町地域資源活用推進と豚まん加工場等の整備 (四万十町) ※地域産業クラスター関連 (四万十のうまい豚クラスタープロジェクト) |
| 実施主体 | ◎四万十町、(株)あぐり窪川 |
| AP への 位置づけ | H24.4月 |
| 事業概要 | 四万十町の地域資源を広く活用し付加価値を付けた加工品の開発に取り組むとともに、高品質で安定的な供給体制を確保できる拠点的な加工施設を整備することにより、農林水産業所得の向上と雇用の確保につなげる。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|---------|------------------|--------|----|--------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 豚まん等販売額 | 9,300万円 (H30) | 1.26億円 | | 2.33億円 |

これまでの主な動き

| | |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆加工施設の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 加工施設整備に向けた協議、打合せ (H29~30) 産振補助金を活用した、町内産材を使用した豚まん・シューマイ等の増産にかかる新加工場の整備 (R元) 衛生管理の協会に向け、県版 HACCP 第3ステージ認証取得に向けた取り組み (R元) 新型コロナウイルス感染症対策産業振興推進特別支援事業費補助金を活用した加工機械の整備 (R2) 県版 HACCP 第3ステージ認証取得 (R2) 菓子・スイーツ製造の加工場改修 (R2) <p>◆商品開発と販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 「あぐり窪川の豚まん」開発 (H11) 道の駅直販所他、県内外の主要取引先約20社程度に販売 (その他小口取引先多数) 自社ホームページ改修 (R2) 豚まんを化学調味料及び着色料不使用に、シューマイを化学調味料不使用にリニューアル (R3) <p>◆地域資源の発掘と活用</p> <ul style="list-style-type: none"> 生姜について高知大学との連携により成分分析や調査研究、市場調査を実施(H26~29) | <ul style="list-style-type: none"> 枝豆の試験的栽培から販売流通、生産経費や流通価格及びニーズの調査(H26~28) <p><主な成果></p> <p>◆雇用の創出 (加工課の従業者)</p> <p>H29 : 9人 → R2 : 14人</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 売上アップに向けた新たな商品開発 販路拡大に向けた計画的な販売促進 |
|--|--|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|---|--|----|----|----|-------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
| ◆ 加工施設の整備 | 旧加工場改修 | | | | |
| | ● 四万十町、(株)あぐり窪川： 県版 HACCP 第3ステージ認証取得 ● 県（地域本部等）： 関連セミナー等の紹介 | | | | |
| ◆ 商品開発と販路開拓 | 新商品のプロモーション活動 | | | | |
| | ● 四万十町、(株)あぐり窪川： 試作品づくり、商談会等への出展、プロモーション活動の実施 ● 県（地域本部等）： 試作品づくりへのアドバイスを得るための産業振興アドバイザーの活用提案、高知県地産外商公社への橋渡し支援 | | | | |
| | 営業活動の展開 | | | | |
| ◆ 地域資源の発掘と活用 | ● 四万十町、(株)あぐり窪川： 新加工場での着実な増産と主要取引先への販売、外販強化のための戦略づくりと商品の磨き上げ ● 県（地域本部等）： 産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| | SNSを活用した個人顧客の獲得 | | | | |
| | ● 四万十町、(株)あぐり窪川： 販促ツールの作成、専門家を通じた情報発信のスキルアップ、ウェブサイトの開設 ● 県（地域本部等）： 産業振興アドバイザーの活用提案、土佐 MBA 等の講座等の紹介 | | | | |
| <p>【用語】・HACCP：「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危害分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。</p> <p>・SNS：「Social Networking Service」の略。インターネットを通じて個人間の幅広いコミュニケーションを支援するサービスのこと。代表的な SNS としては、Facebook などがある。</p> | | | | | |

| | |
|---------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.25 四万十町産鶏卵を使用した加工品の生産拡大 (四万十町) |
| 実施主体 | (株)ぶらうん |
| APへの位置づけ | H29.9月 |
| 事業概要 | 養鶏農家が自社鶏卵と地元産の食材を使用した加工品の製造・販売を行う6次産業化に取り組み、販路開拓を行うことで売上アップと新たな雇用の創出を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|--------|------------------|---------|----|--------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 加工品売上高 | 5,210万円 (H30) | 7,635万円 | | 1.27億円 |

これまでの主な動き

| | |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆施設整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業）を活用した新規事業に関する市場調査等を実施（H29） 産業振興推進総合支援事業費補助金を活用した新加工場の整備（H28） 衛生管理の強化に向け、県版 HACCP 第2ステージ認証取得（R元） 高知市（高須）に2号店出店（R元） 香南市（野市）に2号店を移転（R3） 県版 HACCP 第3ステージ認証取得（R3） <p>◆商品開発</p> <ul style="list-style-type: none"> 主力商品「こっこぶりん」が高知家のうまいもの大賞2018で3位に入賞（H30） 新商品「ごちそうたまご豆腐」販売開始（H30） 新商品「ごちそうたまご豆腐」が高知家のうまいもの大賞2019で大賞受賞及び第34回高知県地場産業奨励賞受賞（R元） | <p>◆販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 県内外の商談会等、イベント等への積極的な出展 高知市に2号店を出店（R元） 香南市に2号店を移転（R3） <p><主な成果></p> <p>◆雇用の創出</p> <p>H28：15人 → R2：22人</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 生産、販売体制の強化 |
|--|--|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|--|----|----|----|-------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
| ◆商品開発 | 新規（惣菜）部門の商品開発 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)ぶらうん： 催事への出展、商談会等への出展によるバイヤー、消費者の嗜好把握、商品作りのセミナー等の受講、専門家のアドバイスによる新商品開発 ●県（地域本部等）： 産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆販路開拓 | ペットビジネス事業の検討 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)ぶらうん： 催事への出展、商談会等への出展によるバイヤー、消費者の嗜好把握、商品作りのセミナー等の受講、専門家のアドバイスによる新商品開発 ●県（地域本部等）： 産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆販路開拓 | 2号店の営業安定 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)ぶらうん： ハローワーク等を通じた1号店及び2号店の人材確保 ●県（地域本部等）： 既存商品のブラッシュアップのための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆販路開拓 | 営業活動による販路拡大 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(株)ぶらうん： 催事への出展、商談会等への出展 ●県（地域本部等）： 産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| <p>【用語】 ・HACCP：「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危害分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。</p> <p>・SNS：「Social Networking Service」の略。インターネットを通じて個人間の幅広いコミュニケーションを支援するサービスのこと。代表的な SNS としては、Facebook などがある。</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.26 四万十町生姜生産農家と連携した集出荷体制の整備と商品開発 (四万十町) |
| 実施主体 | RELA GREEN VILLAGE(株) |
| APへの 位置づけ | H31.4月 |
| 事業概要 | <p>生姜の生産者かつ集出荷者としての経験を生かし、病害発生により早期収穫した生姜の受入・加工・販売に取り組む。それらの販路開拓や新規事業の実施により高知県産生姜の知名度向上を狙う。</p> <p>また、町内の生姜農家や企業等と連携し、生姜病害の病原菌早期発見方法を確立することにより生姜生産の安定化を目指す。結果として、地域の生姜農家の所得向上や雇用の創出を目指す。</p> |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----|----------------|-------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 売上高 | 907万円 (H30) | 217万円 | | 2,000万円 |

これまでの主な動き

| | |
|---|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆施設整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設整備予定地の選定 (H30～) 施設整備予定地の決定 (R3) <p>◆商品開発、販売促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ガリ製造用真空パック機器をリースにて整備 (R元) 個別包装機器をリースにて整備 (R元) スライサー、フードプロセッサ等を導入 (R2) <p>◆病害対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ドローン及びIcT・IoTの水質センサー活用による病害早期発見の取り組み (H30～) 病害発生による次期栽培困難ほ場の再活用の検討 (H30～) | <p><主な成果></p> <p>◆新商品の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> リース機器による加工品の試作品の製造 生姜のお茶の開発 (R2) <p>◆データの蓄積</p> <ul style="list-style-type: none"> ドローン導入によるほ場映像データの入手 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 加工品の売上アップに向けた洗浄・加工施設の整備 生産される生姜のB級品の有効活用に向けた商品開発 安定生産のためのビッグデータの蓄積 (気温、日照、雨量、肥料、消毒材の関連性など) |
|---|--|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--------------|--|----|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆施設整備 | <p>施設整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ●RELA GREEN VILLAGE(株) : 冷蔵庫、洗浄場、加工場の整備 ●県（地域本部等） : 整備計画のアドバイスを得るための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆商品開発・販売促進 | <p>商品開発、販売促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●RELA GREEN VILLAGE(株) : 粉末商品を含む新商品の開発、催事等での販促活動、生姜掘りや洗い等体験プログラムの実施・磨き上げ ●県（地域本部等） : 新商品開発のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆病害対策 | <p>病害対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ●RELA GREEN VILLAGE(株) : 農家、企業等と連携したほ場管理方法の検証及び確立、ドローン等を活用した病害の早期発見方法の確立、農薬メーカーと連携した減農薬の取り組み ●県（地域本部、高南農業改良普及所等） : IoT活用などの病害対策のための産業振興アドバイザーの活用提案、必要に応じた営農指導その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |

| | |
|---------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.27 四万十町産材を活用した商品開発プロジェクト (四万十町) |
| 実施主体 | ◎OUCHI 企画(同) |
| APへの 位置づけ | R3.2月 |
| 事業概要 | 四万十町の豊富な森林資源や四万十ヒノキブランドを活かしつつ、大工OBの人材(技術)活用して、タイニーハウス、サウナ、樽といった商品を製造するとともに、県内外への販路拡大を図りながら、観光交流人口の拡大や地域の活性化に繋げる。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----|---------------|-------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R6 |
| 売上高 | 300万円 (R2) | 300万円 | | 1,500万円 |

これまでの主な動き

| これまでの取り組みの内容 | 主な成果 |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆組織体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四万十町ビジネスプランコンテストにて大賞を受賞(H29) ・産業振興アドバイザー(発掘支援型)の活用(R2:4回) <p>◆商品の開発と販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サウナ試作品が完成、販売開始(R2~) ・樽製造技術習得、商品開発(R2~) ・産業振興推進総合支援事業費補助金(ステップアップ事業:トライアル版)を活用したサウナストーブの開発(R2) ・産業振興推進総合支援事業費補助金(ステップアップ事業)を活用したHP、リーフレット、レーザー加工機の整備(R3) ・産業振興アドバイザー(課題解決型)の活用による新商品開発支援(R3) <p>◆生産拠点の検討と整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・タイニーハウス、サウナ、その他木製品の製造販売を行うOUCHI 企画(同)を設立(R2.11月) | <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・移動式サウナの販売:10個(販売見込みを含む) ・設置型サウナの販売:2個 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・売り先の確保、流通ルートの確立 ・従業員の育成、確保 ・樽製造技術の確立 |

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--------------|----|---|----|----|-------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
| ◆組織体制の強化 | | <p>実施主体の体制強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ● OUCHI 企画(同)：事業計画の策定、実施主体の確立、新たな人材の確保 ● 県（地域本部等）：体制強化に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、各種支援制度に関する情報提供 | | | |
| | | <p>関連事業者等との連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ● OUCHI 企画(同)：関連事業者との役割分担の確立、増産体制の確立、観光事業者との連携、イベント等への出店 ● 県（地域本部等）：体制強化に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、各種支援制度に関する情報提供 | | | |
| ◆商品の開発と販路拡大 | | <p>既存商品の磨き上げと新商品の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ● OUCHI 企画(同)：製造技術の向上、商品（樽・プランタ）の開発、サウナストーブの改良 ● 県（地域本部等）：商品開発に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、各種支援制度に関する情報提供 | | | |
| | | <p>販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ● OUCHI 企画(同)：流通体制の確立、首都圏・関西圏に向けた広報、販促物の製作（HP、EC サイト制作、パンフレット、映像など）、ギフトショーへの出展・マーケティングによる販促活動 ● 県（地域本部等）：販路拡大に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、各種支援制度に関する情報提供、県主催の商談会情報提供 | | | |
| ◆生産拠点の検討と整備 | | <p>生産拠点の検討と整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ● OUCHI 企画(同)：生産拠点の検討、樽製造機器の導入 ● 県（地域本部等）：生産設備整備に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、各種支援制度に関する情報提供 | | | |

| | |
|------------------------|---|
| AP 名 (実施地域) | No.28 四万十うなぎを活用した加工場整備と販路拡大 (四万十町) |
| 実施主体 | 四万十うなぎ(株) |
| AP への 位置づけ | R3.4 月 |
| 事業概要 | 輸出にも対応した高度な衛生管理を満たし、かつ自社での一貫した加工が可能な施設整備をすることにより、雇用を創出するとともに、新商品の開発や既存商品も含めた国内外への販路拡大によって「四万十うなぎ」の知名度のさらなる向上を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----|-----------------|--------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 販売額 | 9 億円 (R2 見込) | 7.5 億円 | | 11.2 億円 |

これまでの主な動き

| | |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆施設整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現加工場で県版 HACCP 第 2 ステージ認証取得 (H29.10 月) <p>◆商品開発・販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内外の商談会、イベント等への積極的な出展 ・タイ (バンコク) に直営店を出店 (R 元.3 月) ・新商品「うなぎご飯の素」を開発 (R2) ・「四万十うなぎ白焼」が高知家のうまいもの大賞 2022 で優秀賞受賞 (R3) | <p><主な成果></p> <p>◆雇用の創出</p> <p>R2 : 19 人</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出のための衛生環境整備 ・加工 (一部) 委託によるコスト高 |
|--|---|

| 第4期計画における工程表 | | | | | |
|--------------|---|----|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆施設整備 | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十うなぎ(株) : 農地転用、用地取得など加工場整備に向けた取組 ●県(地域本部、地産地消・外商課等) : 加工場整備にかかる各種事業の支援 | | | | |
| ◆商品開発・販売 | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十うなぎ(株) : 四万十うなぎを活用した新たな商品開発、加工の段階で出るB級品の商品化検討など ●県(地域本部、地産地消・外商課等) : 産業振興アドバイザーの活用提案、商品のブラッシュアップ関連のセミナー紹介 その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十うなぎ(株) : 催事および商談会等への出展 ●県(地域本部、地産地消・外商課等) : 外商会社へのつなぎ、商談会等の開催周知、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆人材確保・育成 | | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●四万十うなぎ(株) : ハローワーク等を通じた加工場の人材確保 ●県(地域本部等) : 人材確保センターへのつなぎ、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.29 高幡地域における広域観光の推進 (高幡地域全域) |
| 実施主体 | ◎奥四万十観光協議会、須崎市、中土佐町、梶原町、津野町、四万十町 |
| APへの 位置づけ | H26.4月 |
| 事業概要 | 高幡地域内の観光地、自然、食、人などの観光資源を組み合わせる新たな商品を造成するとともに、高幡地域ならではの魅力をPRすることで知名度の向上及び観光客数の増加を図る。そして、奥四万十博で培われたノウハウを生かし、地域の商品を県内外に情報発信するとともに、旅行会社への積極的な営業活動を展開することで誘客を促進し、広域への経済効果を波及させていく。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|--------------------|---------------------|------------|----|------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 主要観光施設 入込客数 | 2,289,259人 (H31) | 1,558,089人 | - | 2,646,000人 |
| (2) 主要宿泊施設 宿泊者数 | 57,482人 (H31) | 38,779人 | - | 64,000人 |

これまでの主な動き

| | |
|---|--|
| <p><これまでの取り組み内容></p> <p>◆観光情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奥四万十観光ガイドブック・広域マップの作成・配布 (H29) →改訂版の作成・配布 (R元) ・Instagramの開設 (H30) ・多言語マップの作成・配布「英語版・繁体字版」 (H30) ・PR動画の作成 (R元) ・ホームページの刷新 (R2) <p>◆地域観光商品等の造成、磨き上げ、販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社、メディア・タウン誌等の招へい (H30:2回) ・コンベンション協会等とのセールス活動 (H29:5回、H30:11回、R元:13回、R2:11回) ・地域内視察研修モニターの実施 (H30:2回) ・奥四万十・じも旅キャンペーンの実施 (R2) ・訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業へ幡多広域観光協議会との共同参画による体験型コンテンツ等の磨き上げ (R3) <p>◆広域観光組織の機能強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「2016 奥四万十博」開催 (H28) | <ul style="list-style-type: none"> ・奥四万十広域観光推進指針の策定 (H28) ・奥四万十観光協議会の設立 (H29) ・奥四万十広域観光振興中期計画の策定 (H31) <p><主な成果></p> <p>◆歴史文化施設の入込客数 [※ () 内は指標内数]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・梶原千年百物語り (7,000人) R2: 3,092人 ・吉村虎太郎邸 (4,700人) R2: 2,725人 ・片岡直樹・直温生家 (3,700人) R2:1,561人 <p>◆奥四万十博による経済効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経済効果: 約13億4,600万円 ※直接効果+間接1次波及効果+間接2次波及効果 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・構成各市町における体験プログラム等の商品力の向上 ・継続的に広域観光を推進していくための組織体制の強化 ・市町や観光事業者・地域住民等の人的ネットワークの構築 |
|---|--|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--|---|----|---|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆観光情報の発信 | 県外等への情報発信・プロモーションの強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●奥四万十観光協議会、須崎市、中土佐町、梶原町、津野町、四万十町： 5市町及び観光関係団体からの観光情報の収集・管理・発信、Web、広域観光パンフレット、PR動画、SNS等を活用した広域観光情報の発信・プロモーション | | | | |
| ◆地域観光商品等の造成、磨き上げ、販売 | 地域資源の商品化（発掘・磨き上げ支援） | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●奥四万十観光協議会：商品及び周遊プランの造成・磨き上げ、専門アドバイザー等の派遣による体験プログラム開発 サポート 宿泊、教育メニュー等広域連携での教育旅行受入商品の開発 ●県（地域観光課、地域本部等）：土佐の観光創生塾による体験プログラム造成の支援、地域観光コーディネーターによるOJT支援や地域づくり塾による滞在型観光プランの策定及び磨き上げ | | | | |
| | 県外旅行会社等に対するセールス活動の推進 | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●奥四万十観光協議会： 旅行会社へのセールス用ツールの作成、高知県観光コンベンション協会との営業強化や他の広域組織と連携した招へい、クルーズ船向けオプションツアーの企画提案 | | | | | |
| ◆広域観光組織の | 奥四万十広域観光振興中期計画の実施 | | 新たな戦略の立案・実施 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●奥四万十観光協議会： 奥四万十広域観光振興中期計画の3カ年推進計画に沿った事業の実施 | | <ul style="list-style-type: none"> ●奥四万十観光協議会： 奥四万十広域観光振興中期計画で強化したマーケティング分析に基づく新たな戦略の立案・実施 | | |
| | 地域内での連携体制の強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●奥四万十観光協議会、須崎市、中土佐町、梶原町、津野町、四万十町： 理事会、推進部会、担当者部会を通じた地域内での情報共有・連携強化 ●県（地域観光課、地域本部等）： 奥四万十観光協議会事務局への参画によるアドバイス、情報提供・共有 | | | | |
| | 観光客受入体制基盤・マーケティング機能の強化 | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●奥四万十観光協議会： セミナーや研修の実施による地域内の観光人材の育成、公式HPの機能強化による情報の整備とユーザーの利便性の向上、来訪者アンケート調査を通じた来訪者の動向やニーズの分析、市町等へのフィードバック | | | | | |
| <p>【用語】・オプションツアー：旅行の自由時間（フリータイム）に希望者が別料金を支払って参加する体験やアクティビティなどのこと。 ・SNS：「Social Networking Service」の略。インターネットを通じて個人間の幅広いコミュニケーションを支援するサービスのこと。 代表的なSNSとしては、Facebook・Instagramなどがある。</p> | | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.30 須崎市海のまちプロジェクト (須崎市) |
| 実施主体 | ◎須崎市、須崎市海のまちプロジェクト推進協議会 |
| APへの 位置づけ | R3.9月 |
| 事業概要 | 須崎駅を含む中心市街地を「海のまち」と定義し、コアゾーンとして整備・活用することにより、地域活性化の拠点づくりを行うとともに、「海のまち」を起点にさまざまな事業と連携することで須崎市全域から奥四万十エリア全域まで波及効果を促す仕組みづくりを行う。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------------|------------------|----|----|-----------------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 主要施設の来場者数※ | 101,152人 (R2) | 同左 | | 146,400人 |
| エリア内新規出店数 | 6件 (R2) | 同左 | | 7件 (R3~5 累計) |

※まちかどギャラリー、須崎駅、海のまちプロジェクト関連イベントの来場者数

これまでの主な動き

| | |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆海のまちプロジェクトの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・須崎市及び高知信用金庫内にプロジェクトチームの設置 (R3.4) ・各チームによる実地調査やアニメーション等有識者による現地視察の実施 ・須崎市海のまちプロジェクト全体会議の開催 (2回) <p>◆海のまち創り・リノベーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エリア内リノベーション案の検討 ・エントランスにあたる駅前周辺エリアのリノベーション <p>◆海のまちの魅力の向上・再発見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地活性化協議会による、須崎市商店街等振興計画策定 (R3.4) ・海のまちマルシェイベントの開催 (R3.12~R4.1) ・地域事業者と連携した海のまち須崎おもてなしキャンペーンの実施 (R3.12~R4.1) ・起業等に向けた保証料補助制度の創設 (R3.12) <p>◆エリア外との連携促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・浦ノ内マリンパークのロゴの作成 ・ふるさと納税寄付金制度の活用 | <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・PR動画の制作及び新聞広告によるPRの実施 ・各関係機関による海のまちプロジェクト推進協議会の立ち上げ ・JR四国と連携・協力し、JR須崎駅を「JR海のまち須崎駅」としてリノベーション <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光における面での取組の不足 ・拠点となる施設の選定 ・空き家空き店舗の増加 ・継続して人を呼び込む仕掛け作り |
|--|---|

| 第4期計画における工程表 | | | | | |
|-----------------|--|----|----|----|-------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
| ◆海のまち創り・リノベーション | <p>海のまちのブランディング</p> <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：魅力ある海のまちのストーリーづくり、情報発信等の検討・実施 ●県（地域本部等）：必要に応じたアドバイザー等制度活用の紹介提案 | | | | |
| | <p>コアゾーンにおけるエリアの策定及びリノベーション</p> <p>コアゾーンの拠点となる施設の検討</p> <p>拠点施設等整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：各種エリアの策定とイメージ等の検討及びリノベーションの実施 拠点となる施設の検討、市民参加型での整備に向けた検討 ●県（地域本部等）：各種支援制度の情報提供等 | | | | |
| | | | | | |
| ◆海のまちの魅力の向上・再発見 | <p>既存の体験や名物等のブラッシュアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：地域のお祭りの継承・復活及び体験型へのブラッシュアップ 鍋焼きラーメン等既存商品のブラッシュアップの検討 ●県（地域本部等）：支援制度や商談会等の情報提供 | | | | |
| | <p>緑日商店街企画の検討・実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：中心市街地活性化協議会との連携の検討及び調整 イメージ戦略を含めた商品の魅力化・販売支援の検討 ●県（地域本部等）：支援制度や商談会等の情報提供 | | | | |
| | <p>起業支援制度の検討・実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：起業支援制度のブラッシュアップ ●県（地域本部等）：関係機関等の支援制度の情報提供等 | | | | |
| ◆エリア外との連携促進 | <p>海のまちの仲間づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：ふるさと納税制度を活用した企画等の検討、旅行企画組成の検討 ●県（地域本部等）：観光創生塾等支援制度等の情報提供 | | | | |
| | <p>須崎市内への波及や周辺エリア等との連携の検討、実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：浦ノ内マリパーク、屋外体験施設や魚市場等の市内他エリアとの連携の検討、市外奥四万十エリアとの連携の検討 ●県（地域本部等）：関係機関との調整等の支援 | | | | |

| | |
|---------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.31 浦ノ内マリパークにおける交流人口の拡大による地域の活性化 (須崎市) |
| 実施主体 | ◎須崎市、須崎市観光協会、NPO 法人すさきスポーツクラブ、指定管理者、その他関係事業者等 |
| APへの位置づけ | R4.4月 |
| 事業概要 | 須崎市海洋スポーツパーク構想による海洋スポーツの振興と海洋レジャー等の体験型観光を推進するとともに、野外体験施設との連携による交流人口の拡大を図り地域の活性化を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------|----------------|----|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 交流人口 | 8,201人 (R2) | 同左 | | 33,000人 |

これまでの主な動き

| | |
|---|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆海洋スポーツの振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・すさきオープンウォータースイミングへの国内外有名選手の招へい (H29～) ・合宿誘致事業の実施 (H29～) ・ホストタウン (チェコ等) 登録 (H29) ・チェコ、ベルギー、ロシアナショナルチームによる合宿の実施 (H29～) ・東京五輪カヌー・ボートチェコ代表の事前合宿 (R3) ・日本選手権 OWS 競技大会の開催 (R3) <p>◆魅力ある体験メニューの磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海上アスレチック等の体験メニュー導入に向けた備品整備 (H29、R1) ・海洋スポーツ・海洋レジャーの振興に向けた人員の配置 (H30～) <p>◆教育旅行の誘致に向けた体制の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他市町村を含めた受入世帯の拡充に向けた研修会の実施 (H30) ・(一社)須崎市観光協会の設立 (R2) <p>◆地域の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内業者と連携した割引サービスの実施 (H30) ・地域内にある住民組織との連携 | <p>◆施設の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方創生拠点整備交付金及び高知県スポーツ推進交付金を活用した施設整備 シーパーク大島、カヌー1000mコースの整備 (H29) 坂内カヌー場管理棟トレーニング棟の整備 (H30) カヌー500mコースの整備 (R1) 体験学習施設の整備 (R2) ・高知県観光施設等緊急整備事業費補助金を活用した野外体験施設整備や坂内、鳴無神社周辺の受入環境整備 (R3) <p><主な成果></p> <p>◆交流人口の増化 H28 : 17,060人 → R元 : 23,433人</p> <p>◆スポーツ大会・スポーツ合宿の受入人数 H28 : 1,314人 → R元 : 3,144人</p> <p>◆個人向け体験プログラムや教育旅行等団体向け体験プログラムにおける受入人数 H28 : 4,041人 → R元 : 7,532人</p> <p>◆教育旅行等団体向け体験プログラムの造成 H21 : 2個 → R元 : 29個</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行等向け体験プログラムの磨き上げや営業・プロモーション活動の強化 ・一般向け体験プログラムの利用者増加に向けた広報活動の強化 |
|---|--|

| 第4期計画における工程表 | | | | | |
|----------------|---|----|--|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆海洋スポーツの振興 | 2020 オリンピック・パラリンピックの受入 | | 合宿等のプロモーション・定着に向けた活動 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：オリンピック直前合宿の受入やオリンピック開催を契機とした市内のスポーツへの機運の向上へ向けた取り組み及びオリンピック終了後の取り組みの検討 ●県（地域本部等）：関係者間の調整等の支援 | | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：企業・大学等へのPR活動、PRパンフレットの作成、合宿補助の検討・実施、ウェブサイトの作成 ●県（地域本部等）：広報等の支援、アドバイザー等制度の活用提案 | | |
| | 全国大会等の海洋スポーツ大会誘致 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：競技連盟へのセールス、開催地への視察、視察の受入れ、受入体制の充実 ●県（地域本部等）：関係者等への調整橋渡し支援 | | | | |
| ◆体験型観光の推進 | 新たな野外体験施設等の整備 | | 各種体験メニューのブラッシュアップ | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市：地権者等との調整施設整備 ●県（地域本部等）：観光施設等緊急整備事業費補助金活用に関する支援、関係者との調整支援 | | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市、須崎市観光協会、NPO法人すさきスポーツクラブ：体験メニューの実施、スタッフの研修 ●県（地域本部等）：アドバイザーや研修メニューの活用提案、関係者等への橋渡し | | |
| | PRの強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市、須崎市観光協会、NPO法人すさきスポーツクラブ：ウェブサイトの充実、マスコミを通じたPR、旅行会社・宿泊施設へのセールス ●県（地域本部等）：広報支援、関連する研修会・セミナーや活用可能な支援制度の紹介 | | | | |
| | 教育旅行等の受入体制の強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市、須崎市観光協会：体験プログラムの造成・磨き上げ、民泊事業についての検討・研修会等の実施、研修や商談会への参加 ●県（地域本部、地域観光課等）：各種制度やセミナーの紹介、近隣市町等関係機関との連携支援 | | | | |
| ◆地域活性化に向けた連携強化 | 市内事業者や海のまちプロジェクト等との連携強化の検討 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●須崎市、須崎市観光協会：市内での宿泊・飲食・土産品購入に向けた取り組み、市内事業者と連携した周遊につながるメニューの提供、集落活動センターうらのうち（浦ノ地区地域自主組織）・県漁協深浦支所等近隣事業者との連携、海のまちプロジェクトとの情報共有、連携方法の検討 ●県（地域本部等）：関係機関との連携支援、連携方法の検討提案等伴走支援 | | | | |

| | |
|------------------------|---|
| AP 名 (実施地域) | No.32 中土佐町の地域資源を活用した体験型・滞在型観光の推進 (中土佐町) |
| 実施主体 | 中土佐町 |
| AP への 位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 観光拠点施設を設置し、中土佐町の観光情報発信及び観光客の誘致を行うとともに、重要文化的景観を生かした久礼のまち歩きや漁業体験などの体験型観光メニューの充実を図り、中土佐町における交流人口の拡大を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----------|-------------------|---------|----|----------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 体験受入数 | 3,523 人 (H30) | 1,919 人 | | 4,100 人 |
| (2) 宿泊者数 | 13,415 人 (H30) | 9,206 人 | | 14,000 人 |

これまでの主な動き

| | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆体験プログラムの造成・磨き上げ及び人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベントと連携した体験プログラムの PR 及び誘客（海鮮祭り、かつお祭り、大野見しんまいフェスタほか） ・久礼のまち歩きガイドの養成（H26～） ・大正町市場 10 分ガイドの取り組み（H30～） <p>◆誘客に向けた情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベントにおける情報発信 ・道の駅なかとさにおける観光情報の発信（H29～） ・海外旅行サイトにおける情報発信（R3～） <p>◆観光拠点施設の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光拠点等整備事業費補助金の活用による観光拠点施設「ぜよびあ」整備（H28 オープン） | <p><主な成果></p> <p>◆体験受入数</p> <p>H27 : 3,306 人 → H30 : 3,523 人 → R2:1,919 人</p> <p>◆宿泊者数</p> <p>H27 : 11,084 人 → H30 : 13,415 人 → R2:9,206 人</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・かつお祭りの開催方法についての検討 ・町を周遊できる仕組みづくり ・情報発信の方法検討（紙媒体⇒電子媒体） |
|---|---|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|------------------------|--|----|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆体験プログラムの造成・磨き上げ及び人材育成 | <p>地域資源を活用した体験プログラムの造成、磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> 漁業体験、釣りイカダ等の体験プログラムの磨き上げ、まち歩きで提供できるサービスの充実・まち歩きガイドの養成、人材育成、新たな体験プログラムの造成検討 ●県(地域本部)： <ul style="list-style-type: none"> 新たな体験プログラム造成に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、観光に関する情報提供等 | | | | |
| ◆誘客に向けた情報発信 | <p>SNS、メディア等による情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> SNSやメディア等、媒体の特性に応じた情報発信、町内の観光関係機関と連携した効果的な情報発信、関係機関と連携した各種イベントの開催方法の検討と効果的なイベント等の開催 ●県(地域本部)： <ul style="list-style-type: none"> 効果的な情報発信に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、県を通じた情報発信等 | | | | |
| ◆観光拠点施設の運営 | <p>観光拠点施設の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町： <ul style="list-style-type: none"> 多様な利用ニーズを取り込み、人と情報とが行き交う活気あふれる観光拠点施設の運営 ●県(地域本部等)： <ul style="list-style-type: none"> 観光に関する情報提供等 | | | | |

| | |
|---------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.33 「黒潮本陣」を核とした滞在型観光推進 (中土佐町) |
| 実施主体 | ◎中土佐町、(株)中土佐町地域振興公社 |
| APへの位置づけ | R2.4月 |
| 事業概要 | 中土佐町の迎賓館として20年以上運営してきた黒潮本陣について、老朽化した施設を大規模リニューアルするとともに、滞在型観光施設としてのブランド化を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|--------------|------------------|---------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 黒潮本陣宿泊者数 | 10,394人 (H30) | 6,998人 | | 11,000人 |
| (2) 黒潮工房入込数 | 18,652人 (H30) | 14,406人 | | 20,000人 |

これまでの主な動き

| | |
|--|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆施設リニューアル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・黒潮本陣本館改修計画調査の実施 (R2) ・黒潮本陣コテージ改修、コテージ遊歩道整備 (R3) ・ <p>◆誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「鯉乃國」情報発信事業 (H10～H21) 黒潮工房がメインとなり、県外各地のイベントでの鯉のタタキ実演販売による町と黒潮本陣への誘客促進活動の実施 ・黒潮本陣ホームページリニューアル (H27～R2) 多言語(英語)を加えたホームページの再構築、インバウンド観光を含めた誘客促進、SNSやブログを活用した情報発信 ・道の駅なかとさ、大正町市場商店街など関連施設との連携強化に向けた協議、コロナ対策事業協議 (R2～R3) ・季節感のあるメニュー(かつお、ミトマト等)の提供 (R2～R3) ・本陣25周年記念イベント実施 (R3) | <p><主な成果></p> <p>◆黒潮工房売上額 H30:3,200万円 → R2:2,787万円</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・時代ニーズに合った施設リニューアル及びサービスの提供 ・効果的な情報発信 |
|--|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
|-----------|--|----|---|----|------|
| ◆施設リニューアル | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 20%;"></div> <div style="width: 30%; text-align: center;"> <p style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">改修内容の検討</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;"> <p style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">設計・改修工事</p> </div> </div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町、(株)中土佐町地域振興公社： 黒潮本陣本館の改修調査と改修費用算出（概算）、改修計画作成、顧客ニーズについての検討と整理 ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供、滞在型観光推進に向けたアドバイザー制度及び産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業含む）の活用検討 | | <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町、(株)中土佐町地域振興公社： 黒潮本陣本館の施設改修 ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供 | | |
| ◆誘客促進 | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 20%;"></div> <div style="width: 80%; text-align: center;"> <p style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">関連施設との連携の強化</p> </div> </div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町、(株)中土佐町地域振興公社： 「道の駅なかとさ」や「大正町市場商店街」などと連携した誘客の取り組み | | | | |
| | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 20%;"></div> <div style="width: 80%; text-align: center;"> <p style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">情報発信の強化（メディア、SNSを活用した顧客の獲得、旅行会社への売り込み）</p> </div> </div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●中土佐町、(株)中土佐町地域振興公社： 黒潮本陣ホームページの見直し、効果的な情報発信方法の検討、接客や営業活動等の充実に向けた人材の確保・育成 ●県（地域本部等）： 各種支援制度に関する情報提供、効果的な情報発信に向けたアドバイザー制度及び産業振興推進総合支援事業費補助金（ステップアップ事業含む）の活用検討 | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.34 梶原町の体験型・滞在型観光の推進 (梶原町) |
| 実施主体 | ◎ゆすはら雲の上観光協会、梶原町商工会、梶原町、松原まろうど会、坂本龍馬脱藩の郷ゆすはらであいの会 |
| APへの位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 「坂本龍馬脱藩の郷」としての取り組みや、まち歩きやセラピーロードをはじめとした体験型観光を継続しながら、隈研吾施設を活用した新たな取り組みを推進する。また、住民主体のおもてなし、受入態勢や基盤の一層の充実を図り、環境・いやしのまち梶原の取り組みと併せて旅行会社、企業、大学などへの誘致活動のほか、海外旅行者の誘致を図り、体験型・滞在型観光を推進する。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------------|------------------|---------|----|----------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 宿泊者数 | 8,285人 (H30) | 8,279人 | | 4,000人 |
| (2) 施設利用者数 | 96,236人 (H30) | 93,459人 | | 103,000人 |

※(1)(2)とも R3.10月から雲の上ホテル、レストラン休館のため、R4年度以降、目標から除く。

これまでの主な動き

| | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆体験プログラムの造成、磨き上げ及び受入態勢の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町立歴史民俗資料館「梶原千百年物語り」のリニューアルオープン (H29) <p>◆誘客活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社への誘客活動 (通年) ・「環境の町」「龍馬脱藩の里」「セラピー基地・ロードによるいやしのまち」等を前面に出した旅行会社、企業、大学等へのセールスを実施 ・隈研吾ミュージアムの整備 (R元) ・隈研吾建築案内ガイド開始 (R2.6～) <p>◆森林セラピー受入態勢の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・梶原町観光クラスター協議会開催 (H30:3回) ・久保谷森林セラピーロードでの新緑まつり・紅葉まつりの開催 ・久保谷森林セラピーロードの案内板及びパンフレットを多言語化にリニューアル (H30) ・久保谷セラピーロードガイドウォーク (R元:285人) | <p>◆受入基盤の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県観光拠点等整備事業を活用し、久保谷森林セラピーロードの増水時にも安全に渡ることができる架橋建設実施 ・雲の上のホテル・雲の上の市場解体 (R3.10～) ・公園エリア (キャンプ場) の改修 ・雲の上の市場を温泉内に開設 (R3.11～) ・(一社)ゆすはら雲の上観光協会設立(R3.4) <p><主な成果></p> <p>◆入込数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・梶原千百年物語り来館者数 H29:6,459人 → H30:7,682人 → R元:3,759人 ・太郎川公園内施設利用者数 H27:110,914人 → H30:134,500人 → R元:93,459人 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報の発信・誘客活動の強化 ・観光客の受入態勢の整備 |
|---|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
|---|--|----|----|----|------|
| ◆体験プログラムの造成、磨き上げ及び受入態勢の充実 | <p>梶原町の自然や文化を生かす取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ゆすはら雲の上観光協会、梶原町商工会、梶原町、坂本龍馬脱藩の郷 ゆすはらであいの会： 津野山神楽等ゆすはら座での地域資源を生かした体験プログラムの造成・磨き上げ、観光協会設立の検討、インバウンド対応のための取り組みを視野に入れたゆすはら座改修の検討、土佐の観光創生塾や関係する研修等の受講 ●県（地域本部等）： 体験プログラムについて産業振興アドバイザー等の活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供、土佐の観光創生塾の受講、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆誘客活動 | <p>誘客のための情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町： 「環境のまち」「龍馬脱藩の郷」「セラピーロードによるいやしのまち」等を前面に出した旅行会社、企業、大学等へのセールス及び販促ツールの作成、専門家を通じた情報発信のスキルアップ、ウェブサイトの開設 ●県（地域本部等）： SNSを活用するための産業振興アドバイザーの活用提案、土佐 MBA 等の講座等の紹介 <p>隈研吾氏設計による建築物を核とした観光資源の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町： オリジナル土産の開発、隈研吾氏設計の町内建築物を紹介する映像やパンフレットによるPR ●県（地域本部等）： 土産物の開発等に関するアドバイザーの活用、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆森林セラピー受入態勢の強化 | <p>森林セラピーの受入態勢の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町、松原まろうど会： 久保谷森林セラピーロードの登録ガイド育成・スキルアップ | | | | |
| ◆受入基盤の整備 (1) ホテル・道の駅 (2) 太郎川公園エリア | <p>実施設計 → 施設整備（建築工事） → オープン</p> <ul style="list-style-type: none"> ●梶原町、商工会、ゆすはら雲の上観光協会： 雲の上のホテル・道の駅のリニューアルオープンに向けた基盤整備 ●県（地域本部等）： 整備等に向けた会議への参加、アドバイザーの導入提案、関係機関への橋渡し <p>運営組織の設立</p> <p>太郎川公園整備順次実施（個別に設計・施工）</p> | | | | |
| <p>【用語】・SNS：「Social Networking Service」の略。インターネットを通じて個人間の幅広いコミュニケーションを支援するサービスのこと。代表的な SNS としては、Facebook などがある。</p> | | | | | |

| | |
|---------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.35 清流と風と歴史に会えるまち津野町まるごと体感！～観光集客アップ作戦～ (津野町) |
| 実施主体 | 津野町 |
| APへの位置づけ | H21. 4月 |
| 事業概要 | 四国カルスト天狗高原や四万十川源流点、風の里公園、セラピーロードなどを中心とした観光資源と歴史や伝統文化、地域の食や体験プログラムなど津野町をまるごとPRし、年間を通じて多くの観光客の集客を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|----------------------|-------------------|----------|----|----------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 主要宿泊施設 年間宿泊者数 | 10,950人 (H30) | 4,695人 | | 14,000人 |
| (2) 主要観光施設 入込者数 | 261,094人 (H30) | 229,966人 | | 300,000人 |

これまでの主な動き

| | |
|---|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆受入態勢の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 歴史観光資源等強化学業費補助金を活用した観光施設整備等 (H28～29) 〔天体観測望遠鏡、Wi-Fi 整備、トイレの洋式化、観光ガイドの養成等〕 観光推進組織設置に向けた検討 (H30～) 地域おこし協力隊の導入 (H26～1名、R元～2名) 津野町観光振興計画の策定 (H30) 四国カルストエリア関係5市町による広域連携会議の開催 (R2～) <p>◆観光商品の造成と磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光キャンペーンと連動したイベントや体験プログラムの磨き上げ・拡充、モニターツアーの実施 (H28～) トクトク導入による乗車体験、レンタカーサービスの開始 (H28～) 牧野植物園と連携したイベント等の開催 (H29～) (企画展、散策イベント、町内への樹木プレートの設置、植物園内での茶講座の開催など) おんぱく手法を活用した津野町体験キャンペーンの実施 (R3.3、R3.8) <p>◆観光拠点整備と磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> 歴史観光拠点の整備 (吉村虎太郎邸、片岡直輝・ | <ul style="list-style-type: none"> 直温生家リニューアルなど) (H29～) 観光の二大重点プロジェクトへの着手 (H29～R3) フォレストアドベンチャーの整備 (R元～R2) 星ふるヴィレッジ TENGU、遊山四万十 せいらんの里リニューアルオープン (R3) <p>◆情報発信と誘客活動</p> <ul style="list-style-type: none"> メディアへの情報発信 (YouTube、Facebook、Instagram、ラジオ、yahoo!など) (H28～) インバウンド対策として英語版ガイドブックの作成 (H29) <p><主な成果></p> <p>◆体験プログラムの造成 H27: 2件 → R2: 累計 24件</p> <p>◆歴史関連拠点施設への入込者数 吉村虎太郎邸 H27: 2,107人 → R2: 2,725人 片岡直輝・直温生家 H28: 1,412人 → R2: 1,561人</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 観光ガイドの養成とスキルアップ、観光推進組織の強化 魅力ある観光商品づくり 星ふるヴィレッジ TENGUと町内の観光施設との連携 県内外への情報発信と誘客活動の強化 |
|---|--|

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|----------------|---|----|---|----|-------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
| ◆ 受入態勢の強化 | 観光推進組織の設置 | | 観光推進組織による観光推進、受入強化 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：機能、スキームの検討 ●県（地域本部等）：会議への参加、アドバイス等 | | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町、観光推進組織：受入態勢づくり、広域、関係機関との携、PR活動など ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | |
| ◆ 観光商品の造成と磨き上げ | 観光ガイドの育成、スキルアップ | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：観光ガイド、セラピーガイド、星空観察スペシャリスト養成講座等の実施 ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆ 観光拠点整備と磨き上げ | 津野町の四季や文化を生かす体験プログラムや食など観光商品の造成と磨き上げ | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：町内事業者や地域団体と連携した体験プログラムの充実、周遊コースの設定、町内周遊とセットにした天狗荘宿泊プランの販売、ご当地グルメや物産などの開発、各種イベントの磨き上げなど ●県（地域本部等）：観光商品造成アドバイザーの導入、各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆ 観光拠点整備と磨き上げ | 拠点施設整備 | | 誘客のための情報発信、安定経営 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：天狗荘、せいらんの里のリニューアルオープン、フォレストアドベンチャー等観光施設の整備、磨き上げ ●県（地域本部等）：整備・オープンに向けた会議への参加、アドバイザーの導入提案、関係機関への橋渡し | | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：天狗荘、せいらんの里等観光拠点施設への誘客のための各種媒体を活用した情報発信、訪問客のニーズの把握、施設運営への反映 ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | |
| ◆ 情報発信と誘客活動 | PR強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：メディア・SNS・情報誌など多様な媒体を活用したイベント等津野町観光情報の発信、旅行会社等へのセールス活動、インバウンド向けPRの実施など ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |

| | |
|-----------------------|---|
| AP名 (実施地域) | No.36 四国カルストを核とした交流人口の拡大と地域の活性化プロジェクト (津野町) |
| 実施主体 | ◎津野町、(一財)天狗荘 |
| APへの 位置づけ | R2.4月 |
| 事業概要 | 四国カルストエリア一体のブランド化を行い、知名度を高めることで交流人口の拡大と町内への周遊を促し、津野町全体の活性化を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-----------------|---------|---------|----|----------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 天狗荘の年間宿泊者数 | 7,646人 | 2,750人 | | 11,000人 |
| (2) 四国カルストの入込者数 | 75,012人 | 42,656人 | | 110,000人 |

これまでの主な動き

＜これまでの取り組みの内容＞

◆観光拠点整備

- ・観光の二大重点プロジェクト（天狗荘・せいらんの里のリニューアル）への着手（H29～R3）
- ・天狗荘リニューアル基本構想の策定（H30）
- ・天狗荘基本設計、実施設計の作成（H30～R2）
- ・星空観察・天文台設置のための民間連携協議（H30～）
- ・天狗荘周辺エリアの磨き上げの協議（H30～）
- ・四国カルストブランド化構想の策定（R元～）
- ・天狗荘リニューアル工事着手（R2～R3）
- ・天狗荘新施設名称決定「星ふるヴァレッジ TENGU」
- ・星ふるヴァレッジ TENGU、遊山四万十 せいらんの里リニューアルオープン（R3）
- ・カルスト学習館設計着手（R2）、工事着手（R3）

◆受入態勢の強化

- ・天体観測望遠鏡等、星空観察グッズの整備（H27）
- ・観光施設等の整備／Wi-Fi整備（H30～）
- ・久万高原町等との連携協議（R元～）
- ・五藤光学研究所との包括連携協定締結（R2.12月）
- ・五藤光学研究所との星の連携会議（R2～）
- ・五藤光学研究所の職員を地域活性化企業人として受入（R3～）

- ・星のソムリエ養成講座の実施（R3～）
- ・Eバイク整備（R3）

◆観光商品の造成と磨き上げ

- ・星空観察会の開催（H26～）
- ・旅行会社向けプロモーション商談会に出展（H27）
- ・トウトク乗車体験（H28～）
- ・散策ガイドブックの作成（H29）
- ・県の観光キャンペーンや牧野植物園等と連携したイベント等の開催（津野山古式神楽（H28）、カルスト学習館での企画展（H30～）、セラピーロードへの樹木プレートの設置、植物観察ツアーなど）
- ・地域団体と連携した地域商品の販売（H29～）

＜主な成果＞

- ◆天狗荘外国人宿泊者数
H26 55人 → R1 680人

＜課題＞

- ・天狗荘運営スタッフ、星空ガイドやセラピー・動植物ガイドなどの育成・確保
- ・四国カルストエリア全体での魅力ある観光商品づくり
- ・天狗荘を含めた四国カルスト全体でのPR
- ・アクセスや道路標識の改善
- ・プラネタリウム、天文台の運営スタッフの育成

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|--------------------|---|----|---|----|-------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
| ◆ 観光拠点整備 (1)天狗荘 | 施設整備 | | 誘客のための情報発信、安定経営 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：天狗荘のリニューアルオープンに向けたハード・ソフト両面の基盤整備、情報発信 ●(一財)天狗荘：スタッフの接客スキル向上のための研修の実施、施設運営 ●県（地域本部等）：整備に向けた会議への参加、アドバイザーの導入提案 | | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：天狗荘への誘客のための各種媒体を活用した情報発信、訪問客のニーズの把握、施設運営への反映 ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | |
| (2)天狗荘周辺エリア | 基本設計 | | 拠点整備と磨き上げ | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町、(一財)天狗荘：周辺エリアの魅力向上のために必要な整備条件の洗い出し ●県（地域本部等）：整備に向けた会議への参加、関係機関への橋渡し | | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町、(一財)天狗荘：県や民間事業者との事業連携 ●県（地域本部等）：整備に向けた会議への参加、関係機関への橋渡し | | |
| ◆ 受入態勢の強化 | 人材確保・人材育成 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：就職・移住相談会等を活用した人材募集、星空案内やセラピー等ガイド養成講座の実施、アドバイザーの導入 ●県（地域本部等）：関係機関への橋渡し、アドバイザー導入提案、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆ 観光商品の造成と磨き上げ | 四国カルストエリア全体での受入強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(一財)天狗荘：久万高原町など周辺地域と観光案内やイベントの実施、PR など ●津野町：久万高原町など周辺地域と連携強化、周遊促進 ●県（地域本部等）：集落活動センターとの連携支援、関係機関への橋渡しなど | | | | |
| ◆ 観光商品の造成と磨き上げ | 地域資源を生かした観光商品の造成と磨き上げ | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●(一財)天狗荘：星や自然環境をテーマにしたご当地グルメや物産、体験プログラムなどの開発と磨き上げ、町内周遊とセットにした宿泊プランの販売、四国カルストの貴重な生態系等自然環境の維持・保全 ●津野町：牧野植物園等、環境系団体との連携強化、町内事業者や地域団体との連携支援、イベントの開催、情報発信など ●県（地域本部等）：商品造成アドバイザーの導入提案、各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |
| ◆ 情報発信と誘客活動 | PR 強化 | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●津野町：メディア・SNS・情報誌など多様な媒体を活用したプロモーション活動、旅行会社等へのセールス活動、インバウンド向け PR の実施など ●県（地域本部等）：各種支援制度に関する情報提供、関係機関への橋渡し | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.37 わざわざいこう「海洋堂ホビー館四万十」を核としたミュージアムのまちづくり (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十町、(株)海洋堂、(株)奇想天外 |
| APへの 位置づけ | H21.4月 |
| 事業概要 | 「海洋堂ホビー館四万十」の校舎等を企画展示や体験教室として整備し、四万十町の観光拠点としてブラッシュアップを図るとともに、四万十川流域の豊かな自然や食、伝統文化など四万十町全体の魅力ある資源を有効に組み合わせ、さらなる観光交流人口の拡大を図る。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|------------|----------------|-------|----|-----|
| | | R2 | R3 | R5 |
| ホビー館年間入場客数 | 2.7万人 (H30) | 2.1万人 | | 5万人 |

これまでの主な動き

| | |
|--|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆海洋堂ホビー館四万十の付帯施設の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(株)海洋堂との連携により、廃校となった小学校を活用した「海洋堂ホビー館四万十」の整備・開館 (H23) ・誘導案内看板や第2駐車場の整備、臨時駐車場の設置 (H24～26) ・第2駐車場内への簡易水洗トイレの設置 (H28) <p>◆ミュージアム機能及び体験交流機能の強化・充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種企画展の開催 (H23～) ・全国初のミュージアム列車ホビートレインの運行を開始 (H23～) ・「谷小屋」(ホビー館に隣接した地元住民による食堂) オープン (H23) ・打井川バイパスの開通により大型観光バスの乗り入れが可能となった (H27) ・ホビートレインを「かっぱうようよ号」へリニューアル (H28) ・インバウンド商談・オプションツアーのPR (H29) ・産業振興アドバイザー(課題解決型)の活用による経済波及効果算出と今後の目標策定支援 (R3) ・ホビー館の休憩施設、販売スペース等拡充に伴うリニューアル (R3 未見込) | <p>◆関連機関との連携した取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「海洋堂かっぱ館」のオープン (H24) ・ホビー館とかっぱ館の連携した企画展の開催 (H24～) <p><主な成果></p> <p>◆常勤雇用者数 H27:5人 → H30:7人</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・来館者の満足度アップの為の仕掛けづくり(滞在時間の延長) ・ホビー館施設の老朽化等 ・集客力のある企画展・町周遊企画(スタンプラリー)の開催 ・さらなる誘客促進及びリピーターの確保 |
|--|--|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|--------------------------------|--|----|---|----|-------|
| <p>◆海洋堂ホビー館四万十の付帯施設の整備</p> | <p>ホビー館改修</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、(株)海洋堂、(株)奇想天外：施設の老朽化に伴う改修工事、滞在時間の延長を促す仕組み作り ●県（地域本部等）：魅力ある館改修のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | <p>改修に伴うPR活動及び効果検証</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、(株)海洋堂、(株)奇想天外：改修した施設の効果的な活用、及び積極的なPR ●県（地域本部等）：効果的なPRのための産業振興アドバイザーの活用提案 | | |
| <p>◆ミュージアム機能及び体験交流機能の強化・充実</p> | <p>ミュージアム機能及び体験交流機能の強化と充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、(株)海洋堂、(株)奇想天外：魅力ある企画展、イベントの開催や町周遊企画の開催、町内の小・中学校での体験教室の開催や予土線を活用した集客とPR、オリジナル土産物商品開発・販売、広報・営業活動 ●県（地域本部等）：新たな企画開発の産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| <p>◆関連機関との連携した取り組み</p> | <p>かっぱ館との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、(株)海洋堂、(株)奇想天外：企画展・イベント開催、町周遊企画との連携 ●県（地域本部等）：魅力ある企画・商品作りのための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 <p>南国市に整備する新たな施設との連携の検討</p> <p>南国市に整備する新たな施設との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、(株)海洋堂、(株)奇想天外、南国市：連携に向けた検討会の開催 ●県（地域本部等）：物部川地域本部との連携による活動支援 ●四万十町、(株)海洋堂、(株)奇想天外、南国市：連携した取り組みによる誘客の促進 ●県（地域本部等）：物部川地域本部との連携による活動支援 | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.38 四万十町観光交流促進事業 (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十町、(一社)四万十町観光協会、四万十町商工会 等 |
| APへの 位置づけ | H23.4月 |
| 事業概要 | 高速道路の延伸や海洋堂ホビー館四万十の整備を踏まえ、四万十町の山・川・海の豊かな地域資源が作りあげた景観や歴史、文化等に磨きをかけるとともに、ものづくりや食を中心としたまちづくりを進めることで、四万十町流域での滞在型観光を推進する。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|---------|---------------|--------|----|-------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 施設等利用者数 | 93万人 (H30) | 68.3万人 | | 100万人 |

これまでの主な動き

<これまでの取り組みの内容>

◆受入態勢の充実・整備

- ・観光ガイドの養成：21人（H23）
- ・四万十あちこちたんね隊の育成強化（H23）
- ・「四万十ポークどんぶり街道」を開始（H24～）
- ・ヤイロチョウネイチャーセンターオープン（H26）
- ・打井川バイパス開通（H27）：ホビー館への大型バス通行可
- ・「2016 奥四万十博」関連 イベント/体験プログラム造成（H28）
- ・自然体験型観光キャンペーン関連 町内施設整備や体験プログラムの造成（H29～）
- ・新型コロナウイルス感染症対策「奥四万十じも旅キャンペーン」開催（R2）

◆観光資源の造成・磨き上げ

- ・「興津の家」の改修（H24）
- ・四万十南予横断ツーリバービューライド開催（H24～）
- ・道の駅四万十とおわに四万十川ジップラインがオープン（R2）

◆情報発信力の強化

- ・「2016 奥四万十博」HPへの情報掲載（H28）
- ・町内3つの道の駅へ観光情報案内電光掲示板の設置やひろめ市場への特大看板設置（H28）

- ・町内主要施設5箇所への看板設置（H28）
- ・観光協会HPリニューアル、各リーフレット作成（H28）
- ・町独自の自然体験型観光向けHP開設（H30）
- ・窪川まちあるきガイドコースへの看板設置（H30）
- ・四万十町公式SNS（Instagram、LINE@など）の開設（R2～）

<主な成果>

- ◆施設等利用者数
H22：80万人
→ R2：68.3万人

<課題>

- ・メディア、パンフ、HP等を活用した観光・イベント情報、周遊ルートの提供及び3つの道の駅が連携した情報発信の強化
- ・観光資源の磨き上げ、交流人口拡大につなげるための仕掛けや体制の強化

| 第4期計画における行程表 | | | | | |
|----------------|--|----|----|----|------|
| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6以降 |
| ◆ 受入体制の充実・整備 | <p>観光ガイドの充実、周遊ルートの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町、(一社)四万十町観光協会、四万十町商工会 等： <ul style="list-style-type: none"> 観光ガイド（四万十あちこちたんね隊）の育成強化とより良いサービスの提供 四万十川流域での文化、景観、食、ものづくりを生かした周遊ルートの作成 サイクリング愛好者の受入態勢の充実 庁舎跡地活用の検討 旅行会社へのセールス、旅行雑誌等へのプロモーション ● 県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆ 観光資源の造成・磨き上げ | <p>体験プログラムの造成・磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町、(一社)四万十町観光協会、四万十町商工会 等： <ul style="list-style-type: none"> 自然や文化、食を生かした体験プログラムの造成、磨き上げ、体験プログラム内容の充実 ● 県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆ 情報発信力の強化 | <p>効果的な情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町、(一社)四万十町観光協会、四万十町商工会 等： <ul style="list-style-type: none"> 観光案内板設置等によるPR、道の駅等拠点との連携による情報発信、四季折々の旬な観光情報の発信 ● 県（地域本部等）： <ul style="list-style-type: none"> 産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |

| | |
|-----------------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.39 四万十町オアシス風観光交流拠点施設整備事業 (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十町、(株)あぐり窪川、地域団体 |
| APへの 位置づけ | R2.4月 |
| 事業概要 | 高速道路の延伸を見据え、窪川中央インターから窪川地区、大正地区、十和地区への交流人口の拡大など人の流れをつくるため、花などをテーマとした全町的な展開で、事業・拠点施設整備を実施することにより、新たな観光客等を含め町内での滞留・滞在を推進する。また、町内への周遊促進による商工・観光事業者の所得向上と地域の活性化に繋げる。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|---------|-----------------|--------|----|------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| 道の駅※集客数 | 43.3万人 (H30) | 34.7万人 | | 54万人 |

※道の駅あぐり窪川、道の駅四万十大正、道の駅四万十とおわ

| これまでの主な動き | |
|---|--|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆受入態勢の充実・整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奥四万十博関連イベント/体験プログラム造成（継続） ・自然体験型観光キャンペーン関連 町内施設整備や体験プログラムの造成（H29～） ・インバウンド観光推進事業（H30～） <p>◆観光交流拠点の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光拠点施設等整備事業（継続） ・こいのぼり公園再生整備事業（R元） ・四万十川アドベンチャーパーク整備事業（R元～）（ジップライン） ・基本構想策定に向けた実行可能性調査の実施（R2） <p>◆周遊、滞留・滞在型観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奥四万十観光磨き上げ事業の実施（継続） ・幕末維新博連携事業の実施（H29～30） ・自然体験型観光キャンペーン関連事業の実施（R元～） ・町内各事業所と連携した町内周遊企画の実施（R元～） ・観光列車活用事業（R元～） | <p><主な成果></p> <p>◆主要観光施設等利用者数 H22：80万人 → R2：34.7万人</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・町内での周遊、滞留・滞在時間の延長による地域への経済効果を生み出す取り組み ・観光資源の磨き上げ、交流人口拡大につなげるための仕掛けや体制の強化 ・総合交流拠点である、町内3か所の道の駅の利用者の増加とともに3か所を拠点とした各地域への周遊・集客による地域経済の活性化につながる事業の実施 |

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|------------------|--|---|--|--|-------|
| ◆ 受入態勢の充実・整備 | <div style="background-color: #4a86e8; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">受入態勢の充実・整備</div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町、(一社)四万十町観光協会、四万十町商工会 等： 四万十川流域等での交流拠点（道の駅3か所を含む）核とした周遊ルートを作成、旅行会社へのセールス、旅行雑誌等へのプロモーション ● 四万十町、地域団体等： オアシス風観光交流拠点の活用・運営等について、地域団体との調整・協議、町内各地にある既存の取り組みの磨き上げ、連携した取り組み協議 ● 県（地域本部等）： 魅力ある周遊ルートや受入態勢整備のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| ◆ 観光交流拠点の整備 | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="background-color: #4a86e8; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px;">基本計画策定</div> <div style="background-color: #4a86e8; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px;">施設整備</div> <div style="background-color: #4a86e8; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px;">施設の運営</div> </div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町等： オアシス風観光交流拠点施設基本計画策定 ● 県（地域本部等）： 拠点施設整備のための産業振興アドバイザーの活用提案 | <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町等：オアシス風観光交流拠点施設整備工事 ● 県（地域本部等）： 拠点施設整備のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町等： 町内他施設との連携による施設の運営 | | |
| | <div style="background-color: #4a86e8; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">花をテーマにした施設整備</div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町等： 各地域での花をテーマとした施設の整備（R2～） ● 県（地域本部等）： 施設整備のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | <div style="background-color: #4a86e8; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">施設の運営</div> <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町等： 町内他施設との連携による施設の運営 | |
| ◆ 周遊、滞留・滞在型観光の推進 | <div style="background-color: #4a86e8; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">情報発信力の強化</div> | | | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 四万十町、(一社)四万十町観光協会、四万十町商工会等： 観光案内板設置等によるPR、道の駅等拠点との連携による情報発信、町内周遊観光促進事業の実施 ● 県（地域本部等）： 滞在型観光推進のための産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |

| | |
|---------------|--|
| AP名 (実施地域) | No.40 ジップラインと道の駅を核とした四万十町（十和地区）の観光拠点整備事業 (四万十町) |
| 実施主体 | ◎四万十町、道の駅四万十とおわ |
| APへの位置づけ | R2.4月 |
| 事業概要 | 道の駅四万十とおわと四万十川ジップライン（仮称）を、四万十町十和地域の体験型観光の拠点とし、その他のアクティビティ施設等との連携を図り、交流人口の拡大とともに観光消費拡大を目指す。 |

| 指標 | 出発点 | 実績 | | 目標 |
|-------------------------|----------------|---------|----|---------|
| | | R2 | R3 | R5 |
| (1) 道の駅「四万十とおわ」 入込客数 | 8.5万人 (H30) | 8.0万人 | | 12万人 |
| (2) ジップライン利用者数 | — | 1.1万人 | | 1.2万人 |
| (3) ジップライン売上高 | — | 2,499万円 | | 2,200万円 |

これまでの主な動き

| | |
|---|---|
| <p><これまでの取り組みの内容></p> <p>◆道の駅「四万十とおわ」の運営強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H19.7.1 オープン ・指定管理者の経過 (株)四万十ドラマ（H19～29） (株)四万十とおわ（H30～） ・道の駅野菜売場等の改修（R2） ・道の駅駐車場の拡充（R3 未見込） <p>◆四万十川ジップラインの運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光拠点等整備事業費補助金を活用したジップラインの実施設設計の策定、整備（R元） ・観光施設等緊急整備事業補助金を活用し、ジップライン対岸に位置するご成婚の森散策路の整備（R2） | <p><主な成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「四万十とおわ」対岸のご成婚の森から道の駅にむけて県内初となるジップラインを整備（R2） ・道の駅とおわ内の周遊スタンプラリーの展開（R3） <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「四万十とおわ」の入込客数の減少 ・十和地域内の観光施設間の連携強化 |
|---|---|

第4期計画における行程表

| 主な取り組み | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 以降 |
|----------------------------------|--|----|---|----|-------|
| <p>◆道の駅「四万十とおわ」の運営強化</p> | <p>野菜売場等の改修</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、道の駅四万十とおわ：屋外にある野菜売場の改修を行い、夏場の野菜の品質管理の改善 ●県（地域本部等）：売上拡大に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | <p>ホームページや SNS を活用した積極的な情報発信</p> | | |
| | <p>新商品の開発など</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、道の駅四万十とおわ：ジップラインを活用した商品（記念写真、動画等）の開発、や SNS を活用した積極的な情報発信 ●県（地域本部等）：新商品開発に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| <p>◆四万十川ジップライン（仮称）の運営</p> | <p>ジップラインの運営（町）</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町：スタッフの確保と人材育成（研修の実施）、魅力的な運営方法の確立 ●県（地域本部等）：効果的な施設運営に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | <p>ジップラインの運営（指定管理者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、道の駅四万十とおわ：スタッフの確保と人材育成（外国人観光客対応）運営方法の磨き上げ 自然体験型観光に特化した HP による情報発信 多言語対応の推進（英語、韓国語、中国語） ●県（地域本部等）：効果的な施設運営に向けた産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | |
| | <p>十和地域内の周遊プランやパッキングツアーの企画・実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ●四万十町、道の駅四万十とおわ：ご成婚の森散策、川舟渡し、アメゴ釣り体験、ブルーベリー収穫体験、三島キャンプ場、交流センター及び十和地域内の宿泊施設等の観光資源を組み合わせた各種プランの作成を行い、交流人口と観光消費拡大、滞在時間の拡大を図る。 ●県（地域本部等）：新たな商品作りに向けた産業振興アドバイザーの活用提案、その他、各種支援制度に関する情報提供 | | | | |
| | <p>【用語】・ジップライン：木々やポール間に張られたワイヤーロープをブリーと呼ばれる滑車を使って滑り降りること。 ・ご成婚の森：1993年の今上天皇徳仁さまご結婚を記念して整備された森林公園</p> | | | | |