

新規・重点 仁淀川地域アクションプラン（案）

仁 淀 川 地 域 本 部

令和6年2月2日（金）

[新規] AP No.11 土佐市における木毛(もくめん)を核とした製品の販路拡大とブランド化

<仁淀川地域本部>

事業の概要

「木毛」を核とした持続可能な製品づくりと国内・海外への販路拡大や、エッセンシャルオイル製造販売などの新たな事業の成長により、企業価値の向上と、地域経済への波及を目指す。

【実施主体】 ◎(有)戸田商行

第5期(R6~R9)		
指標	出発点	R9(目標)
売上高 (9月~8月)	8,100万円 (R5)	9,134万円

これまでの取り組み

- (1) 土佐市の(有)戸田商行は「木毛」と呼ばれる天然緩衝材を製造している。一般的な緩衝材の多くがプラスチック製等で代替され木毛製造企業が激減したため、現在は、「日本で最後の専業の木毛製造企業」=「オンリーワン企業」となっている。
- (2) 主に高知県産材から製造した木毛は、衝撃吸収性や、吸湿性、消臭性に優れ、高級果実や陶器の箱詰めの際の、緩衝材などに活用されている。
- (3) 同社の木毛は、乾燥工程の熱源に端材を利用するなどして製造されており、環境に配慮した製品として注目され、国内外に販売している。
- (4) さらに、木毛の特性を生かして、新たな付加価値を付けた生活雑貨分野の製品として、枕用アロマシートやシューズキーパーなどを開発・販売している。
- (5) 加えて2年前から、新たな事業展開として、杉やヒノキ、土佐市産の柑橘から、エッセンシャルオイルの製造を開始し、オリジナルブランド「MICIL」を立ち上げた。
- (6) これら、製品・企業のPRに向けて、国内外の展示商談会への出展や工場見学等の受入れも積極的に行い、認知度向上及び販路開拓に取り組んでいる。

直面する課題

- (1) 新型コロナウイルス感染症の影響で、木毛販売のメイン市場であった農業等各種資材における緩衝材の需要が低下しており、売上に影響を及ぼしている。
- (2) 素材生産者減少に伴う木材供給量の低下や、仕入れ価格の上昇が進んでおり、主要原材料の安定確保に向けた対応が必要。
- (3) 稼働している木毛製造機械のほとんどは、創業当時(約60年前)からの機器で、老朽化も進み、不具合が発生した際は生産に支障を来す恐れがある。
- (4) 海外市場開拓に必要な営業ノウハウ・スキルの不足。
- (5) エッセンシャルオイルなどの新たな事業分野の成長。

課題への対応

今後の取り組み

- (1) 木毛製品の販路拡大・販売促進
 - ① 新製品の開発
 - ② 国内・海外の展示商談会への出展
 - ③ 原材料確保に向けた取引先との関係構築
 - ④ 木毛製造機械の更新などの検討
- (2) エッセンシャルオイル製品の販路開拓・拡大
 - ① 新商品の開発
 - ② 海外取引先などの品質基準を満たした製品づくり
 - ③ 国内・海外の展示商談会への出展
 - ④ 請負生産の受注や、安定生産に向けた設備の有効活用
- (3) 企業価値の向上に向けた取り組みの推進
 - ① 経営方針発表会の開催
 - ② SNSやメディア等での情報発信の強化
 - ③ 学校・企業等の工場見学や木育ワークショップの開催
 - ④ インターンシップ受入れによる大学・高校との連携
 - ⑤ 交流人口拡大に向けた飲食・物販コーナーの設置検討



[重点] APNo.14 地域産品を活用した冷菓等の販路拡大

<仁淀川地域本部>

事業概要

地域特産品であるゆず、トマト、いちご、文旦等を活用したアイスクリーム、シャーベット、ドリンク等の生産性の向上と販売拡大を図るとともに、生産者の所得向上を目指す。

分野	商工業
実施主体	◎(有)高知アイス
APへの位置付け	H22.4月

第4期(R2~R5)

指標	出発点	R4	R5(見込)	R5(目標)	評価※ (達成率)
冷菓等の販売額	4.9億円 (H30)	6.03億円 (R4.12月期 税抜)	6.1億円 (税抜)	6.5億円 (税抜約6.02億円)	A (101.3%)

第5期(R6~R9)

指標	出発点	R9(目標)
売上高 (1月~12月)	6.03億円 (R4)	8.2億円

※R5(目標)に対するR5(見込)の達成状況 **S**:110%以上 **A**:100%以上110%未満 **B**:85%以上100%未満 **C**:70%以上85%未満 **D**:70%未満

※企業の会計年度(1-12月)で実績把握。(なお、R5目標値は税込だが、R2.12月期決算から企業会計が税込から税抜に変更されているため、達成率も税抜同士で算出(目標値を税抜に換算))

現状と課題

【現状】

①平成22年度に地域アクションプランとして位置付けられてから、産振補助金等を活用し、生産体制の強化や海外への販路開拓などに取り組んできた

	H24.10月期	R4.12月期	10年間の伸率
売上高	3.61億円	6.03億円	1.7倍
うち、海外市場	0.18億円	1.17億円	6.5倍

※H30 KochiiceCafeよさこい咲都をオープン

②売上の増加と共に県内生産者からの仕入れが増加

(ゆず H24 10t → R4 21t)

③令和4年度には、原材料の安定確保のため、自社農園でのゆず栽培を開始
同年に搾汁工場も新設して稼働開始

【課題】

①生産能力が上限に近く、既存工場の狭隘により、新規製造ラインを増設できない

②工場増設候補地の地権者との交渉が難航

③既存設備の老朽化、污水处理施設の能力不足

④生産効率が低く人手不足を補う省力化による生産性の向上

⑤海外の新規取引で重視される、認証取得(FSSC又はISO)への対応

⑥原材料・資材・水光熱費等製造コストの高騰による利益率の低下

⑦搾汁工場の稼働が搾汁時期のみとなっており、年間を通じた利活用ができていない

⑧コロナ禍に販路開拓(特に海外)が十分にできなかった

第5期における取り組みの内容

1 アイスの生産体制の強化

- 新** (1)生産能力増加、生産性の向上、魅力ある商品づくりのための工場の増設・改修
 - ①新規設備の導入による生産性の向上、魅力ある商品の開発・製造
 - ②プラスチック容器から紙容器の需要増などの顧客ニーズへの対応
 - ③既存工場の稼働継続に必要な浄化槽の整備

新 (2)認証(FSSC又はISO)の取得

- ①海外販路拡大に向けた認証の取得
- ②認証基準を満たす工場整備

2 搾汁工場を活用した新商品の開発販売

- ①果汁のアイス原料以外での販売
- ②果皮を活用した製品など新商品の開発・販売

新 3 国内・海外への販路拡大

拡 (1)海外市場

- ①展示会や現地消費者向けのイベント出展による、ヨーロッパ・北米・ベトナム等の新たな市場への販路開拓

(2)国内市場

- ①企業とのタイアップ、PB商品の製造強化
- ②関西アンテナショップをきっかけとした、関西圏での販売の強化

(3)売店・カフェ

- ①新商品・メニューの開発・販売
- ②TV等のメディアによる宣伝広告の実施
- ③スタッフ人材育成による店舗の魅力向上



[重点] APNo.25 仁淀川町滞在交流型観光の推進

<仁淀川地域本部>

事業概要

自然の景観を生かした滞在交流型観光の拠点施設としてキャンプ場やアクティビティ施設、宿泊施設の整備を行うとともに、他の観光スポットとの周遊ルートを確認し、滞在交流型観光を推進することで地域の活性化につなげる。

分野	観光
実施主体	◎仁淀川町、◎(株)ビバ沢渡、◎仁淀川町観光協会、指定管理者
APへの位置付け	R5.4月

第4期(R2~R5)

指標	出発点	R4	R5(見込)	R5(目標)	評価※ (達成率)
キャンプ場利用者数 (夢の森公園キャンプ場、ふれあい公園キャンプ場)	-	988人	896人	1,800人	D (49.8%)
体験施設利用者数 (NIYO FLY)	-	-	1,327人	1,000人	S (132.7%)
主要観光施設等入込数 (ゆの森(入浴含む)、宝来荘(レストラン含む)、しもなの郷、秋葉の宿、中津・安居渓谷、花見客(桜、花桃)、秋葉まつり)	76,000人 (H30)	66,596人	58,258人	77,000人	C (75.7%)

※R5(目標)に対するR5(見込)の達成状況 **S**:110%以上 **A**:100%以上110%未満 **B**:85%以上100%未満 **C**:70%以上85%未満 **D**:70%未満

第5期(R6~R9)

指標	出発点	R9(目標)
キャンプ場利用者数 (夢の森公園キャンプ場、ふれあい公園キャンプ場、秋葉の宿グランドキャンプ場)	1,327人 (R4)	2,000人
体験施設利用者数 (NIYO FLY)	-	4,400人
主要観光施設入込数 (ゆの森(入浴含む)、宝来荘(レストラン含む)、しもなの郷、秋葉の宿)	32,917人 (R4)	34,800人

現状と課題

【現状】

仁淀川町は観光客の周遊性が低く、町内消費につながらない現状があり、安居渓谷や中津渓谷などの仁淀ブルーを代表する観光スポットを訪れるだけの通過型観光から、地域内消費につながる収益性の高い観光地域づくりを目指し、「滞在交流型観光」への転換を図っている。

昨年度は拠点施設となるキャンプ場や岩屋川渓谷のアクティビティ施設の整備に併せ、町内観光事業者や住民組織との連携による周遊プランの造成や情報発信の強化などの取り組みにも着手したところである。

【課題】

- ①地域にお金が落ちる仕組みがない
- ②飲食や宿泊、特産品や土産販売などの施設が少ない
- ③周遊プランをセールス(提案)する仕組みがない
- ④観光客と地域住民との交流の仕組みができていない

第5期における取り組みの内容

拡

(1) 宿泊施設の整備による宿泊者の受入体制の強化

- ①ゆの森の客室増に向けた改修工事
- ②宮崎の河原対岸での宿泊施設の整備(SUP・カヌー等のアクティビティ、飲食店との連携)
- ③キャンプ場等の整備(秋葉の宿グランドキャンプ場、宮崎の河原の包括占用)及び指定管理者制度導入(星ヶ窪キャンプ場)の検討

(2) 岩屋川渓谷を活用した滞在交流型観光の戦略プランの実践

- ①受入環境の整備(地域における「宿泊」・「体験」・「食」機能の連携体制の構築、渓谷等の観光スポットにおけるガイドの人材養成、(一社)仁淀ブルー観光協議会との連携、案内看板・ガイドブック等の多言語化)
- ②滞在交流型観光コンテンツの充実(自然景観を活かした観光資源の活用)
- ③町内観光施設との連携による周遊プランの造成及びOTAの活用促進
- ④情報発信・プロモーション(SNSや各種メディアの活用、仁淀ブルー観光協議会との連携)
- ⑤町内観光事業者や観光協会、行政等関係者間の連携強化(定期的なプラン実践連携会議の実施、ふるさと納税返礼品の開発など)

(3) NIYO FLY(岩屋川渓谷つり橋・ジップライン施設)の持続可能な経営体制の構築

- ①(株)ビバ沢渡と町、県との運営状況等に関する定例会の実施

