

飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第3期高知県産業振興計画

～ 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)
高知市地域抜粋版

平成28年●月

高 知 県

3 高知市地域

(1) 地域の産業を取り巻く状況

高知市地域は「平成の大合併」により、都市部を中心とした県域の中核機能に加え、田園地域と中山間地域を併せ持つ都市となりました。

総人口は、平成27年の国勢調査では337,360人で、県全体の4割余りを占めています。65歳以上の高齢者の比率は、県平均を下回っているものの、他地域と同様に高齢化が進行しています。

総生産額は県全体の5割近くを占めていますが、部門別の構成比は、第3次産業が約9割という突出した形になっています。

農業については、平野部では、水稻、野菜、花き等の早出しを主体とする営農形態となっています。北部の中山間地域では、地理的な特性を活かして、ユズや四方竹の生産・加工、有機による野菜づくりなどが行われ、大消費地に近い地の利を活かして、直販所や街路市等を通じた地産地消の取組が進められています。また、ショウガ等新たな加工に向けた検討や商品化の取組も行われています。

南部の里山地域と中山間地域では酪農が行われており、出荷される牛乳の大半は県内で加工・販売・消費されています。また、酪農関係者によるスイーツの製造販売の取組も行われています。

林業については、総面積の約60%を占める森林の約半分が杉やヒノキといった人工林であり、林道、作業道等の基盤整備や森林組合を中心とした間伐などが進められていますが、木材価格の低迷をはじめ、担い手の高齢化などによる後継者不足等の課題があります。その一方で、国際的な木材の需給の状況や、地球温暖化の防止等に対する森林への関心の高さなどを背景に、国産材を見直す動きが見られます。

水産業においては、魚価の低迷や漁場環境の悪化、燃油・資材の高騰、担い手の高齢化などにより、漁業者の経営環境が厳しさを増しています。

商業については、特に中心商店街や近隣商店街では、郊外型大型商業施設の増加や商店街の核店舗の減少、消費者の購買方法の多様化などにより、空き店舗の増加や歩行者通行量の減少など厳しい状況が続いていましたが、近年のひろめ市場の活況に加え、新たな複合施設等がオープンするなど状況が徐々に好転しており、新図書館「オーテピア」や高知城歴史博物館の整備なども進んでいます。

製造業は、機械、食料品、鉄鋼や製紙業等を中心に操業が行われ、高い技術力によって全国展開している企業もありますが、全般的には伸び悩みの傾向にあります。

観光面では、「高知城」や「はりまや橋」、「桂浜」などの名所、「よさこい祭り」をはじめとする様々なイベントのほか、「坂本龍馬」「長宗我部元親」などの「歴史」や「食」など、本県を代表するような観光資源を多く有しています。また、効果的な情報発信や周辺地域との広域での連携に加え、龍馬ゆかりの地を巡るまち歩きや市場見学、写経などの体験型・着地型観光の取組も進んでいます。大型外国客船の寄港も年々増加しており、外国人観光客に対する受け入れ態勢の整備にも取り組んでいます。

(2) 地域アクションプランの概要

高知市地域では、県都・中核市としての都市機能や役割を十分に果たしつつ、主要農産物の振興に加え、それらを活かした6次産業化の促進や中心市街地の活性化、歴史・文化・自然・食を体感できる観光振興などの取組を進めることとしています。

分野別にみると、農業分野では、県内一の生産を誇るキュウリや日本一の産地であるグロリオサをはじめ、針木産新高梨の更なるブランド化に向けた活動などを独立した項目として位置づけ、それぞれの各事業主体が、より強力に進めることとしています。中山間地域では、基幹品目であるユズ・四方竹の振興に加え、(一財)夢産地とさやま開発公社を中心に展開する「まるごと有機プロジェクト」の推進などにより、山の恵みを所得につなげる地産外商の取組を一層促進することとしています。また、JA高知市が行う「食」の提供による地域農産物の消費拡大の取組など、これまで以上に消費者を意識した展開を図っています。さらに、伝統作物の生産拡大と加工品開発により、生産者と消費者の交流拡大や地域観光への活用を図っていきます。

畜産分野では、生乳加工品の製造・販売による新たな酪農経営モデルの確立に向けて、引き続き関係者が連携して取り組むこととしています。

林業分野では、「森の工場」を核として素材生産量の増大を目指すとともに、県産材を使った木造住宅の普及促進活動など、森林資源の有効活用を図っていくこととしています。

商工業分野では、春野地区の農産物加工品の開発・販売拡大の取組や民間活力を活かした6次産業化の支援体制づくり、また、地元鮮魚を活用した食品の製造などの食品加工の取組を一層推進することとしています。さらに、新たな分野への製品展開を進めている竹製品の製造を土佐山地区の地域産業として発展させるとともに、県内中山間地域の産業創出につなげるよう関係機関等と連携して取り組むこととしています。

また、高知市中心市街地活性化基本計画に位置づけられた取組を各事業主体が具体的に推進することにより、県都中心部の活性化を図っていきます。

観光分野では、市内のみならず近隣地域等で人気のある観光施設や体験プログラムとの連携を進め、多様で魅力ある広域観光エリアの形成を図ることとしています。また、「よさこい祭り」や、坂本龍馬をはじめとする「土佐の偉人」、観光客に評価の高い「食」などをテーマとしたまち歩きや効果的なイベントの展開、情報発信の仕組みづくり、県民性を活かして外国人観光客の受入態勢を充実させる取組などを民間団体等と連携して進め、土佐観光の拠点としての役割を果たしていくこととしています。

(3) 地域産業クラスターの展開

地域に持続的な雇用とより大きな経済波及効果をもたらすため、地域アクションプランの取組を通して、地域産業クラスターの創出に取り組みます。

○竹資源の活用による中山間地域の新たな産業の創出

ア) 関連する地域アクションプラン

No.19 県産竹材を用いた新規分野への製品展開

イ) 内容

県産竹材を活用した自動車用竹ハンドル素材の製造を竹ブラシや竹チップなどの製造にまで拡大することで、一本の竹すべてが商品となる仕組みが整ってきました。今後は、土佐山地域に新たな組織を立ち上げ、竹材の集荷や一次加工、竹チップの販売を行うなど、竹資源を活用した事業展開を図ることにより新たな産業を創出し、土佐山地区の雇用創出はもとより県内各地で問題となっている山林や農地を侵食する竹害対策や鳥獣害対策にもつなげていきます。

(4) 主要な指標及び目標

| 項 目 | 実 績 | 目 標 |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 主要農産物の販売額 (グロリオサ、新ショウガ等6品目の合計) | H26 : 21.1 億円 | H31 : 21.6 億円 |
| 森の工場における素材生産量 | H26 : 2,660 m ³ | H31 : 4,200 m ³ |
| 農産物加工品の販売額 (一財) 夢産地とさやま開発公社、 (有) スタジオ・オカムラの合計) | H26 : 1.48 億円 | H31 : 3.22 億円 |
| 商店街等の通行量 (平日・休日合計) | H26 : 95 千人/2 日・ 14 地点 | H30 : 105 千人/2 日・ 14 地点 |
| 宿泊者数 | H26 : 93.4 万人 | H31 : 127.3 万人 |

(5) 具体的な取組

| No. | 項目 |
|-----|---|
| 1 | キュウリの生産販売対策の強化による産地振興 |
| 2 | グロリオサの生産販売対策の強化による産地振興 |
| 3 | 生産と販売促進対策の強化による消費地に選ばれるユリ産地の振興 |
| 4 | イチゴの生産販売対策の強化による産地振興 |
| 5 | ナシ産地の生産安定及びブランド強化 |
| 6 | 時代のニーズに対応できる米産地の振興 |
| 7 | 新ショウガの生産振興 |
| 8 | ユズを核とした中山間農業の活性化 |
| 9 | 四方竹のブランド化による中山間地域の振興 |
| 10 | 「まるごと有機プロジェクトの推進」による中山間地域の振興 |
| 11 | 直販店を核とした鏡地域の活性化 |
| 12 | 「食」の提供による地域農産物の消費拡大 |
| 13 | 伝統作物の復活と関連産業の振興 |
| 14 | 異業種間のコラボレーションによる新たな商品・サービスの創出 |
| 15 | 生乳加工品の製造・販売による新しい酪農経営モデルの創出 |
| 16 | 森の工場の拡大による原木の増産 |
| 17 | 県産材を使った安心・安全な木造住宅の普及促進 |
| 18 | 春野地区の農産物(トマト等)の付加価値向上 |
| 19 | 県産竹材を用いた新規分野への製品展開 |
| 20 | 防災食の開発・製造・販売 |
| 21 | 「弘化台ブランドの創出」地元鮮魚を活用した食品の製造・販売 |
| 22 | 中心市街地における商業、観光等の基盤強化による都市機能の増進及び経済活力の向上 |
| 23 | 日曜市をはじめとする土佐の街路市の活性化 |
| 24 | 近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進 |
| 25 | 本家よさこいのブランド力確立とよさこい文化の継承・発展 |
| 26 | 温泉開発による観光地としての魅力の向上 |
| 27 | 浦戸湾を活用した観光の振興 |
| 28 | 土佐の偉人を活かした観光の振興 |
| 29 | 食による観光の推進 |
| 30 | 県民性を活かした外国人観光客受入態勢の充実 |



【高知市地域】



1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、20、
21、22、23、24、25、26、27、28、29、30

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|----|------------------------|-------------------------|---|--|--|
| 1 | キュウリの生産販売対策の強化による産地振興 | JA高知春野 JA高知春野キュウリ部会 | アクションプランの取組開始:H21 ・黄化エン病対策(H21~27) ・有利品種の探索と導入(H21~25) ・品質向上対策(H21~27) ・優良苗の確保(H22~23) ・消費宣伝対策(H21~27) ・選果ラインの改善検討(H22~) ・新規就農者の確保育成(H25~27) ◆高収量、高品質化等の対策が進み、出荷量もほぼ目標とする水準を維持している。 ◆天敵利用技術導入農家の増加(H24園芸年度:8戸→H27園芸年度:53戸) | ・産地の維持拡大 ・生産の高収量、高品質化、コスト高騰対策 ・高知ブランドをPRする流通・販売対策の強化 ・新しい防除技術の確立・普及 | ◆産地の維持拡大対策 ◆生産の収量・品質向上対策 ◆IPM技術の確立・普及 ◆出荷場の機能強化・GAPの推進 ◆流通、販売、消費拡大対策 |
| 2 | グロリオサの生産販売対策の強化による産地振興 | JA高知市 JA高知市三里園芸部花卉部会 | アクションプランの取組開始:H21 ・モニタリング事業の実施(H21~25) ・市場との販売検討会の開催(H21~27) ・輸出への取組(H21~27) ・病害虫対策の徹底と有望資材の導入による秀品率向上に向けた取組(H27) ・東京オリンピックを活用したグロリオサの需要拡大に向けた取組(H27) ・商談会を活用した販路拡大に向けた取組(H25~27) ◆高収量、高品質化等の対策に取り組み、品質(秀品率)はほぼ目標値を達成した。 | ・生産の高品質化対策 ・産地ブランドをPRする流通・販売対策 | ◆サザンウィンド及び新品種の栽培技術の確立と作付拡大 ◆流通・販売対策 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | | |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-------|--------|---|---------------------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) | |
| 産地の維持拡大対策 | | | | | → | 出荷量 (H23園芸年度: 10,500t) (H27園芸年度: 10,174t) | H31園芸年度: 12,700t |
| 新規参入者受入の実施とシステムの改善 | | | | | | | |
| 新規就農者の確保・育成 | | | | | | | |
| 担い手農家の規模拡大 | | | | | → | | |
| 生産の収量・品質向上対策 | | | | | | | |
| 有利品種の普及 | | | | | | | |
| 適正栽培管理の実践(現地検討会、勉強会) | | | | | → | | |
| 環境制御技術の確立と生産性向上 | | | | | | | |
| IPM技術の確立・普及 | | | | | | | |
| 天敵利用技術の確立・普及 | | | | | → | | |
| 天敵と病害防除を組み合わせたIPM技術の実証 | | | | | | | |
| 天敵と病害防除を組み合わせたIPM技術の普及 | | | | | | | |
| 出荷場の機能強化・GAPの推進 | | | | | → | | |
| 選果ラインの高度化 | | | | | | | |
| 選果データの有効利用の検討 | | | | | | | |
| 出荷場および生産農家でのPDCAの定着 | | | | | → | | |
| 流通、販売、消費拡大対策 | | | | | | | |
| 市場・消費者との交流会の開催、県内他産地と連携した消費拡大PR | | | | | | | |
| サザンウィンド及び新品種の栽培技術の確立と作付拡大 | | | | | → | 販売額 (H23園芸年度:7.4 億円) (H27園芸年度:6.4 億円) | H31園芸年度:6.5 億円 |
| 球根の増殖と周年出荷できる計画的作付けの検討・実施 | | | | | | | |
| 品種特性に応じた適正な栽培管理の検討と導入 | | | | | | | |
| 流通・販売対策 | | | | | → | 秀品率 (H27園芸年度: 52%) | H31園芸年度: 54% |
| 商談会・市場展示会を活用した販路拡大 | | | | | | | |
| 市場との販売検討会・市場調査の実施 | | | | | | | |
| 輸出拡大に向けての連携・調整 | | | | | → | サザンウィンド生産 割合 (H27園芸年度: 76%) | H31園芸年度: 80% |
| 東京オリンピックでのビクトリーフラワーの提案と高温期の安定出荷にむけた取組 | | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|----|------------------------------|---|---|---|--|
| 3 | 生産と販売促進対策の強化による消費地に選ばれ、産地の振興 | 消費地ニーズに基づいた生産出荷対策を強化し、有利販売による農家所得の向上を図る。 | <ul style="list-style-type: none"> JA高知市 JA高知市長浜支所園芸部花卉部会 JA高知春野 JA高知春野花卉部会球根部会 | <ul style="list-style-type: none"> アクションプランの取組開始:H21 モニタリング事業の実施(H21~25) 市場との販売検討会の開催(H21~27) 産振補助金(ステップアップ事業)を活用した販促・市場調査等の実施(H24) 共販体制の整備・出荷によるブランド力向上の取組(春野:H26~27) 関西市場仲卸でのPR活動(春野:H26) 摘蕾技術向上のための実証ほの設置、勉強会、現地検討会の実施(高知:H26~27) 商談会の参加による需要調査と、販路拡大の取組(H25~27) 週1回の目慣らし会の実施による品質の安定に向けた取組(春野:H26~27) 産地提案型新規就農者の確保に向けた取組と、指導農業者2名の確保(長浜:H27) ◆高品質化等の対策が進んだ。 ◆PR活動で収集した情報・ニーズをもとに共販体制が確立された。(春野) ◆適正な土壌消毒の徹底や定期的な目慣らし会により、安定した品質が維持できている。 ◆消費地での市場・花屋の情報収集により、需要に合った生産出荷体制ができている。 | <ul style="list-style-type: none"> 産地ブランドをPRする流通・販売対策の強化 ◆消費地の情報収集 ◆新たな販売戦略の検討と実践 ◆市場ニーズに応じた生産出荷対策 |
| 4 | イチゴの生産販売対策の強化による産地振興 | 生産安定対策(夏場の育苗、冬期の収量や品質向上など)や販売戦略の実践による介良イチゴの知名度アップと農家所得の向上を図る。 | <ul style="list-style-type: none"> JA高知市 JA高知市介良支所育苗部会 | <ul style="list-style-type: none"> アクションプランの取組開始:H21 炭そ病対策(H21~27) 品種の統一(H21~23)と出荷規格の見直し(H23,27) 栽培マニュアルの作成(H22,26) 消費拡大PRの実践(H22~27) 出荷形態の検討(業務用イチゴ)(H25~26) ◆秀品率の高い品種に転換し、高品質化と調整作業の効率化が進んだ。 | <ul style="list-style-type: none"> 生産安定対策(健全苗の確保、高収量、高品質化) 介良ブランドをPRする流通・販売対策の強化 ◆生産安定対策 ◆流通・販売対策 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | | |
|--|-----|-----|-----|-------|---|----------|---------------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) | |
| 消費地の情報収集 | | | | | 販売額 (H23園芸年度:4.2億円) (H27園芸年度:3.8億円) | | H31園芸年度:3.8億円 |
| 商談会・市場展示会を活用した消費動向調査 | | | | | 摘蕾実施農家率 (H27園芸年度:50%) | | H31園芸年度:67% |
| 市場調査による情報収集 | | | | | | | |
| 新たな販売戦略の検討と実践 | | | | | | | |
| 産地戦略の見直し、実践 | | | | | | | |
| 市場ニーズに応じた生産出荷対策 | | | | | 10aあたり収量 (H27園芸年度:3.3t) | | H31園芸年度:4.0t |
| 需要に応じた品種の選定と絞り込み・出荷量の調整(植え付け検討会)、摘蕾処理技術の普及 | | | | | 販売額 (H23園芸年度:1.09億円) (H27園芸年度:0.72億円) | | H31園芸年度:1億円 |
| 生産安定対策 | | | | | | | |
| 健全苗の確保・育苗管理の徹底(高温対策、病害虫(特に炭そ病)対策、肥培管理など) | | | | | | | |
| 栽培管理技術の高位平準化、環境制御技術等の検討・普及による収量・品質向上 | | | | | | | |
| 流通・販売対策 | | | | | HPの充実など「介良イチゴ」をPRする取組の強化 | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---------------------|---|----------------|---|---|---|
| 5 ナシ産地の生産安定及びブランド強化 | 生産安定のための基本技術の習得と温暖化に対応した対策を行うとともに、針木産新高梨のブランド「まるはり」を強化し、農家所得の向上を図る。 | JA高知市 針木梨組合 | アクションプランの取組開始：H21 ・高付加価値販売、加工品の開発、販売（H21～27） ・高温障害等対策（H21～27） ・カラス対策協議会の設置（H23） ・鳥獣害対策の実践（H24～27） ・パッケージデザインの統一、商標の取得（H24） ◆高収量、高品質化等の対策が進んだ。 | ・針木産新高梨「まるはり」ブランドをPRする流通・販売対策 ・温暖化による収量の減少 | ◆産地計画の見直し及び実践 ◆地球温暖化に対応した栽培技術の確立 ◆産地ブランドの強化 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | | |
|--------------------|-----------------|-----|-----|-------|--------|-------------------------------------|------------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) | |
| 産地計画の見直し及び実践 | | | | | → | 生産量 (H23年産:500t) (H27年産:320t) | H31年産:400t |
| 産地計画の見直し | 実践(加工品の開発及び改良等) | | | | | | |
| 地球温暖化に対応した栽培技術の確立 | | | | | → | | |
| 高温対策、干ばつ対策等の実証及び普及 | | | | | | | |
| 産地ブランドの強化 | | | | | → | | |
| 共同出荷体制の維持強化 | | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|----------------------|---|----------------------|---|--|---|
| 6 時代のニーズに対応できる米産地の振興 | 栽培技術や耕作環境の改善により所得向上を図ることで、永続的な稲作経営を定着させる。 | ・JA高知市 ・JA高知市稲作部会 | アクションプランの取組開始：H21 ・乾燥機等の整備(H21～25) ・各種調査ほの設置、講習会、現地検討会等の実施(H21～27) ◆リレー出荷体制(南国そだち→ナツヒカリ→コシヒカリ)が確立し、集荷量もほぼ目標とする水準を維持している。 ◆無人防除ヘリ1機の導入により、効果的な防除体制が整備された(H26)。 | ・多様なニーズに対応した米づくり ・水田経営の合理化を目指した地区戦略の推進 ・水田フル活用を促進する耕作環境の改善 | ◆白未熟粒軽減対策 ◆特定用途需要米の検討 ◆非主食用米生産の取組 ◆大規模経営体等の支援 ◆基盤整備モデル事業による農地整備検討 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|---|-----|--------------------|-----|-------|-----------------------|----------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) |
| 白未熟粒軽減対策 | | | | | 主要品種1等米比率(H27年産:8.4%) | |
| コシヒカリ及び極早生品種の白未熟粒対策(品種、作型、肥料、栽植密度、苗質改善等)の実証、対策技術の実践 | | | | | 非主食用米生産面積(H27年産:98ha) | |
| 特定用途需要米の検討 | | | | | 酒米生産面積(H27年産:39.8ha) | |
| 特定用途米(品種、作型、肥料、栽植密度、苗質改善等)の実証、実証技術の実践 | | | | | | |
| 実需者へのPR、ニーズのリサーチ | | | | | | |
| 非主食用米生産の取組 | | | | | | |
| 「経営所得安定対策」の導入(研修会等による推進) | | 次期対策の導入(研修会等による推進) | | | | |
| 乾燥受け込み体制の確立 | | 次期対策の分析と推進方向の策定 | | | | |
| 酒米安定生産技術(品種、作型、肥料、栽植密度、苗質改善等)の実証、実証技術の実践 | | | | | | |
| 大規模経営体等の支援 | | | | | | |
| 組織づくり・受託運営の学習(研修会、先進地視察等の開催) | | | | | | |
| 農地集積の推進(研修会等の開催) | | | | | | |
| 基盤整備モデル事業による農地整備検討 | | | | | | |
| 基盤整備モデル事業概要検討、基盤整備モデルほ場での生産性改善実証 | | | | | | |
| モデルほ場の実績分析、基盤整備事業導入の検討 | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|----------------------------------|--|-----------------------------|-------------------|----|--|
| 13 伝統作物の復活と関連産業の振興 | 「牧野野菜」を中心に、伝統野菜の生産拡大と業務・加工需要を含む販路を開拓することにより、伝統作物のブランド化と生産者の所得向上を目指す。また、伝統的な加工品の復活や新たな加工品を開発する。併せて、生産者と消費者の交流拡大や地域観光への活用を目指す。 | ・Team Makino | アクションプランの取組開始：H28 | | <p>◆推進体制の確立</p> <p>◆生産拡大</p> <p>◆販売拡大</p> <p>◆加工品開発</p> |
| 14 異業種間のコラボレーションによる新たな商品・サービスの創出 | 農林水産事業者と食品加工事業者など分野の異なる事業者の連携による新たな加工商品等開発の取組を促進するとともに、商品のブランド化と販路開拓の支援を行う。 | ・コラボネットワーク 高知事務局 ・高知市 | アクションプランの取組開始：H28 | | <p>◆コラボレーションによる商品等開発の参加者の拡大</p> <p>◆コラボグランプリの開催による商品等評価のフィードバック</p> <p>◆開発商品等の販路開拓支援</p> |

| 第3期計画 | | | | | H32以降 | 指標及び目標 | |
|---|---|---|-----|----|--|---------------|--|
| H28 | H29 | H30 | H31 | 指標 | | 目標値(H31) | |
| <p>推進体制の確立</p> <p>Team Makino組織体制の整備</p> <p>推進ビジョンの策定</p> | <p>「下知ねぎ」生産農家の組織化</p> | <p>Team Makino組織体制の強化</p> <p>推進ビジョンの改訂</p> | | | 販売額 (H27:0円) | 9,000千円 | |
| <p>生産拡大</p> <p>連携農家等の拡大</p> <p>栽培・採種技術等の実証</p> | | <p>Team Makino組織体制の強化</p> <p>連携農家等の拡大と組織化</p> <p>採種技術・種子管理体制の確立</p> | | | 品目数・面積 (H27:0品目・0a) | 10品目・150a(累計) | |
| <p>販売拡大</p> <p>ロゴ・商品説明リーフレット作成</p> <p>交流活動の試行</p> | <p>商品説明リーフレット改訂</p> <p>商談会等への参加</p> <p>交流活動・地域観光の試行</p> | <p>「牧野野菜図譜」(仮称)の作成</p> <p>交流活動・観光の受入体制確立</p> | | | 加工品数 (H27:0品目) | 7品目(累計) | |
| <p>加工品開発</p> <p>漬物類</p> <p>菓子類</p> | | | | | | | |
| <p>コラボレーションによる商品等開発の参加者の拡大</p> <p>農商工連携セミナーの開催</p> <p>ビジネスマッチングと新商品開発の支援</p> | | | | | 農商工連携セミナー受講者数 (H27:0事業者) (参考H25:延べ58事業者) | 延べ100事業者 | |
| <p>コラボグランプリの開催による商品等評価のフィードバック</p> <p>コラボグランプリ(高知大会)の開催</p> <p>「にっぽんの宝物・ジャパン」(全国大会)への参画</p> <p>エントリー商品に対する評価のフィードバック及びブラッシュアップの支援</p> | | | | | コラボグランプリエントリー商品数 (H27:10アイテム) | 30アイテム | |
| <p>開発商品等の販路開拓支援</p> <p>グランプリ受賞商品のPR及びブランド化の支援</p> <p>国内外への販路開拓の支援</p> | | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|--------------------------------|--|--------------|---|---|---|
| 15 生乳加工品の製造・販売による新しい酪農経営モデルの創出 | 地場産品を活用した安全・安心な生乳加工品を消費者に提供するとともに、観光地や教育の場として牧場を活用するなど、新しい酪農経営のモデル牧場を創出する。 | ・高知市酪農農業協同組合 | アクションプランの取組開始：H21 ・菓子販売店舗のリニューアルオープン(H22) ・酪農教育ファーム、オープンファームの実施(H21～27) ・龍馬パスポートへの参加、体験観光ツアーの商品化、ピザ焼き体験の提供開始(H26～) ◆乳牛やヤギ、ウサギなどの動物と触れ合いながらスイーツ等が楽しめる牧場直営の菓子店舗として知られるようになっており、酪農教育ファームへの参加児童数も年間で千人を超えるなど教育の場としても活用され、酪農を身近に感じてもらった取組が続いている。 | ・新規顧客の開拓とリーダーの確保 ・顧客ニーズにあった商品開発 | ◆地場産品による生乳加工品の製造・販売 ◆観光地及び教育の場としての牧場の活用 |
| 16 森の工場の拡大による原木の増産 | 森の工場を拡大して事業地を確保するとともに、作業システムの改善や現場作業員の技術力の向上を図りながら搬出間伐を中心とする原木の増産に取り組む。 | ・高知市森林組合 | アクションプランの取組開始：H21 ・森林施業に伴う集約化や作業道開設、間伐の実施(H21～27) ◆森の工場内での間伐面積等は増加している。 | ・森の工場の拡大による事業地の確保 ・原木増産に向けた森林組合の人員体制の確保 ・効率的な作業システムの構築 ・作業員の技術力の向上 | ◆地元説明会の開催及び補助事業等の情報発信 ◆OJT(緑の雇用)や林業学校等と連携した技術者の確保 ◆作業システムの改善 ◆作業員の技術力の向上 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | | |
|---|-----|-----|-----|-------|--------|---|-------------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) | |
| 地場産品による生乳加工品の製造・販売 | | | | | → | 店舗の販売額 (H20:0円) (H22:8,173千円) (H26:11,330千円) | 16,000千円 |
| 生乳加工品の開発・販売、外販の拡大 | | | | | | | |
| 観光地及び教育の場としての牧場の活用 | | | | | | | |
| 酪農教育ファーム等のふれあい機能の拡大 | | | | | → | 森の工場面積 (H22:1,174ha) (H26:1,453ha) | 2,000ha(累計) |
| 体験観光ツアー受入の拡大に向けた体験メニュー等の磨き上げ | | | | | | | |
| 地元説明会の開催及び補助事業等の情報発信 | | | | | | | |
| 地元説明会の開催及び広報誌やホームページによる情報発信 | | | | | → | 素材生産量 (H22:1,707㎡) (H26:2,660㎡) | 4,200㎡ |
| OJT(緑の雇用)や林業学校等と連携した技術者の確保 | | | | | | | |
| OJT(緑の雇用)や林業学校、林業就業相談会と連携した就労希望者の掘り起こしと確保 | | | | | | | |
| 作業システムの改善 | | | | | → | | |
| 森林技術センター等と連携した作業システムの改善 | | | | | | | |
| 作業員の技術力の向上 | | | | | → | | |
| 作業員の技術研修や先進地視察研修の実施 | | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---------------------------|--|-----------|---|------------------------|---|
| 17 県産材を使った安心・安全な木造住宅の普及促進 | 県内の森林から生産された木材を使った木造住宅(こうち里山の家)の販売、普及促進に取り組み、木材の地産地消を推進する。 | 木の家ネットワーク | アクションプランの取組開始:H21 ・こうち里山の家モデルハウスやもくもくランド等イベントでのPR活動(H23~27) ◆高談件数も徐々に増え、成約実績もあがっている。 H22:2棟→H26:6棟 | ・県産材に対する信頼性と里山の家認知度の向上 | ◆「こうち里山の家(自由設計)」の受注増 ◆低価格の「こうち里山の家(規格住宅)」の普及促進 ◆トレーサビリティの普及促進 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|-------|-----|-----|-----|-------|--------------------------|----------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) |
| | | | | | こうち里山の家(自由設計)の受注増 | 20棟 |
| | | | | | 「こうち里山の家(自由設計)」の受注増 | |
| | | | | | モデルハウスやホームページ等を活用したPR活動 | |
| | | | | | | |
| | | | | | 低価格の「こうち里山の家(規格住宅)」の普及促進 | |
| | | | | | | |
| | | | | | パンフレットや見学会の開催などによるPR活動 | |
| | | | | | | |
| | | | | | トレーサビリティの普及促進 | |
| | | | | | | |
| | | | | | 参加事業体を増やす取組、消費者へのPR | |
| | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|--------------------------|--|------------------------|---|---|---|
| 18 春野地区の農産物(トマト等)の付加価値向上 | 地区内農産物を活用した新たな加工品を開発するとともに、当該加工品の新たな販路を確保し、農家所得の向上及び雇用の創出による地域の活性化を図る。 | ・(有)スタジオ・オカムラ ・連携農家 | アクションプランの取組開始:H22 ・加工場の整備(H23) ・加工品の開発、販路開拓(H22~27) ・OEM・PB商品及び普及価格帯商品の生産を開始(H25~) ◆積極的な販路開拓や新たな商品開発を続け、有名百貨店の商品企画やギフトカタログで連続採用されるなどの成果があがっている。 また、首都圏の高質系スーパーのPB商品の出荷が始まるなど、連携農家の生産品を活用した商品の売上が増加している。 地元柑橘農家オリジナルサイダーの生産を受注するなど、地域の農産物生産者と連携した取組が進んでいる。 | ・加工品の受注拡大による操業度の安定化 ・新たな加工品の開発 ・加工の原材料となる農産物の安定供給 | ◆加工品の販路拡大と新たな商品開発 ◆加工に適した野菜等の生産体制の整備 |
| 19 県産竹材を用いた新規分野への製品展開 | 高知県産の竹を使用した竹集成材等の製造技術を活かした新製品の製造を行い、地域経済の発展と雇用の拡大を図る。 | ・(株)コスモ工房 | アクションプランの取組開始:H25 ・竹材の安定供給のための連携体制を構築(H25) ・ものづくり補助金を活用しロールプレス設備を導入(H25) ・高知ビジネスチャレンジ基金事業により海外事業展開に着手(H25) ・土佐山に第2工場を整備(H27) ◆竹ハンドルの需要は好調であり、竹シートや集成材を使った新製品の開発・販売も開始した。 ◆雇用の創出:14人(H24:5人→H26:19人) | ・竹ハンドル材料の安定出荷 ・主力となる商品の開発と販路拡大 | ◆自動車ハンドル等の竹集成材の製造 ◆新規分野への製品展開 |
| 20 防災食の開発・製造・販売 | 南海地震に備え、地域産品を原材料とする防災食の製造販売を行うことで、防災産業の振興を図る。 | ・高知県食品工業団地事業組合の企業など | アクションプランの取組開始:H25 ・土佐のミリメン(5アイテム)が完成し、高知県防災関連認定製品の認定を受けた(H25) ・防災展等での宣伝活動(H25~27) ◆各地で開催された防災展への出展により、防災関係者への広報活動を行ったことにより認知度が高まった。 | ・販路開拓 | ◆地域産品を原材料とする防災食の製造・販売 ◆産学連携による研究・開発 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | | |
|--|-----|-----|-----|-------|--------|--|-----------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) | |
| 加工品の販路拡大と新たな商品開発 | | | | | → | 販売額 (H22:0円) (H26:45,110千円) | 120,000千円 |
| <ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズに応じた新たな商品開発と開発商品のブラッシュアップ 商談会などへの積極的な参加による新たな販路の開拓 購買層に応じたプロモーションによる商品の付加価値化 商談、販売計画に基づいた加工品の計画生産 | | | | | | | |
| 加工に適した野菜等の生産体制の整備 | | | | | → | 売上額 (H23:31,000千円) (H26:110,000千円) (H27見込:90,000千円) | 100,000千円 |
| <ul style="list-style-type: none"> 加工用トマトの低コスト生産と安定供給 加工用ベルガモットの露地栽培技術の確立と生産量の拡大 加工用野菜のリストアップと栽培技術の確立、連携農家の掘り起こし | | | | | | | |
| 自動車ハンドル等の竹集成材の製造 | | | | | → | アイテム数 (H26:3銘柄) | 10銘柄(累計) |
| 自動車ハンドル、竹ブラシなどの竹集成材等の製造 | | | | | | | |
| 新規分野への製品展開 | | | | | → | 10銘柄(累計) | |
| 新たな製品の開発・製造 | | | | | | | |
| 地域産品を原材料とする防災食の製造・販売 | | | | | → | 10銘柄(累計) | |
| <ul style="list-style-type: none"> 防災食の製造・販売 見本市等への出展、PR | | | | | | | |
| 産学連携による研究・開発 | | | | | → | 10銘柄(累計) | |
| 産学連携による防災食等の研究・開発 | | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|--|---|------------------------------|--|---------------------------|----------------------------------|
| 21 「弘化台ブランドの創出」地元鮮魚を活用した食品の製造・販売 | 規格外の地元鮮魚を活用して食品加工を行い、弘化台ブランドとして販売していくことで、水産物の消費拡大を図る。 | ・(株)かつら | アクションプランの取組開始:H25 ・加工設備の整備(H25) ・各種許可の取得(H25) ・主力商品の完成(H25) ・医療機関や介護施設に対する業務用食材としての販路開拓(H26) ・(株)永邦水産から(株)かつらに社名変更(H27.9月) ◆各関係機関からアドバイスをを受け、主力となる商品が完成したことで、本格的な高談を開始し、契約実績ができてきた。 | ・安定した売上のための商品づくり ・販路拡大 | ◆地元鮮魚を活用した食品加工 ◆販路拡大・販売促進 |
| 22 中心市街地における商業、観光等の基盤強化による都市機能の増進及び経済活力の向上 | 高知市中心市街地活性化基本計画に基づき、多様な主体の参画のもと、中核市としてにぎわいと活力ある中心市街地の再生を目指し、都市機能の増進と経済活力の向上を図る。 | ・高知市 ・高知市商店街振興組合連合会ほか関係団体 | アクションプランの取組開始:H21 ・中心市街地活性化基本計画検討委員会(H21~23) ・国との協議(H23) ・中心市街地活性化協議会の設置及び開催(H23~) ・高知市中心市街地活性化基本計画策定(H24) ◆H24年度に高知市中心市街地活性化基本計画が内閣総理大臣認定を受け、新図書館建設事業や空き店舗対策事業など計画登録事業の実施につながった。 ◆高知県立大学永国寺キャンパスの整備がされたことにより、学生の増加や社会人教育の充実が図られ、街なかの回遊性の向上につながった。 | ・登録51事業のブラッシュアップ | ◆高知市中心市街地活性化基本計画の推進 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | | |
|---|-----|-----|-----|-------|--------|--|---------------------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) | |
| 地元鮮魚を活用した食品加工 | | | | | → | 食品加工品の売上額 (H22:0円) (H26:0.9億円) | 1.5億円 |
| 地元鮮魚を活用した商品の製造、量販店とタイアップした販売 | | | | | | | |
| 販路拡大・販売促進 | | | | | → | → | → |
| 展示・商談会への参加及び新商品の開発 | | | | | | | |
| 高知市中心市街地活性化基本計画の推進 | | | | | → | 商店街等の通行量 (平日・休日合計) (H22:103千人/2日・14地点) (H26:95千人/2日・14地点) | 105千人/2日・14地点][H30] |
| 計画登録51事業の実施 (1)市街地の整備改善のための事業 ・商店街にぎわい創出支援事業 ・花とみどりのまちづくり事業 ・はりまや橋公園沿道都市美形成事業 など (2)都市福祉施設を整備する事業 ・新図書館の整備 ・新資料館整備事業 など (3)居住環境の向上のための事業 ・住生活基本計画の推進 ・来街者にやさしい環境づくり など (4)商業の活性化のための事業 ・おもてなし拠点の魅力向上事業 ・おまちの情報発信事業(街なかイベントマネジメント事業含む) ・観光まち歩きガイド事業の推進 ・フラフ等による商店街の演出 | | | | | | | |
| 計画の見直しの検討 | | | | | | 空き店舗率 (H22:13.1%) (H23:14.4%) (H26:12.6%) | 13.4%[H30] |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|----|-----------------------------|---------------------------|---|----------------------------------|--|
| 23 | 日曜市をはじめとする土佐の街路市の活性化 | 高知市、出店者4組合ほか関係団体等 | アクションプランの取組開始:H28 | | ◆街路市活性化構想登載41事業の推進 |
| 24 | 近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進 | (株)城西館等 高知市 | アクションプランの取組開始:H21 ・仁淀川地域観光協議会へのオブザーバー参加(H22~27) ・高知中央広域観光協議会設立(H25) ・着地型旅行商品追加開発(H22) ・(株)城西館の旅行業2種取得(H24) ・産振補助金(ステップアップ事業)を活用し、城西館の「とさ恋ツアー」の新パンフレット及びホームページ(日本語、英語、中国語)を作成。(H26) ・高知中央エリア(高知市、南国市、香南市、香美市)における体験型観光を紹介する教育旅行ガイドブック「こいこい・高知」の発行(H26) ◆民間事業者による着地型旅行商品造成の動きが、高知市内だけでなく周辺地域の自然や伝統文化、食材等の地域資源を観光資源に育てることへ繋がりが、周辺地域の活性化へ寄与している。 ◆「とさ恋ツアー」 旅行商品数 H23:32コース→H26:46コース 利用客数 H23:1,118人→H26:2,175人 | ・近隣地域との連携の強化 | ◆高知市内や近隣地域の観光資源を活かした体験型観光の推進 ◆広域観光の推進 |
| 25 | 本家よさこいのブランド力確立とよさこい文化の継承・発展 | 高知市 (公社)高知市観光協会ほか関係団体等 | アクションプランの取組開始:H21 ・「よさこい」の魅力を向上させることにより観光客の誘致を図るとともに、「よさこい」発祥の地としての地位の確立・ブランド化に取り組む。 | ・年間を通して「よさこい」で集客できるような事業スキームの見直し | ◆年間を通じた「よさこい」の魅力づくり及び「よさこい」のブランド力の確立 |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|--|-----|-----|-----|-------|---|---------------------------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) |
| 街路市活性化構想登載41事業の推進 | | | | | 新規出店数 (H26:14件) | 20件/年 |
| <p>登載41事業のうち、着手済みの事業及び実施期間が長期(10年以上着手)のものを除く20事業に順次着手するとともに、着手済み事業の継続と長期計画の実施に向けた検討も並行して進めていく。</p> <p>(1)地元客対象事業 ・メディア・マスコミへの情報提供の強化 ・パンフレットやFacebook等による情報提供の強化 ・地元客向けリーフレット、ポスターの作成、配布 ・空き小間を活用した取組 ・駐車場マップ・トイレマップ等の情報提供 ・手荷物預かり所の設置 ・ミニ観光案内所の開設 など</p> <p>(2)観光客対象事業 ・観光事業者、外国人への街路市パンフレット等の提供 ・エコバック配布、買い物・宅配支援の研究 ・イベント情報の提供 ・観光宣伝等県外PR活動の強化 など</p> <p>(3)出店者対象事業 ・出店者台帳の作成と定期的な出店者訪問活動 ・ボランティアによる出店サポートの充実 ・「経営力アップのヒント」チラシの作成・配布 など</p> <p>(4)景観対象事業 ・街路市図の作成、掲示、配布等 ・空き小間を活用した街路市情報・グルメパネルの設置 など</p> <p>(5)教育・学び対象事業 ・お客様感謝事業の充実 ・高知商業高校等の日曜市での活動への協力 ・高知大学等の日曜市での活動への協力 ・SMS等の活動への協力 など</p> | | | | | | |
| 高知市内や近隣地域の観光資源を活かした体験型観光の推進 | | | | | 高知市内の宿泊施設の延べ宿泊者数 (H22:約123万人) (H26:約93.4万人) (参考 H21:約99万人) | 127.3万人 |
| <p>観光資源の発掘、磨き上げ、商品化</p> <p>広域観光の推進</p> <p>高知中央広域観光協議会、(一社)仁淀ブルー観光協議会等とのネットワークの強化によるPR活動及び情報発信機能の充実、周遊ルートづくり</p> | | | | | | |
| 年間を通じた「よさこい」の魅力づくり及び「よさこい」のブランド力の確立 | | | | | よさこい祭り来場者数 (H22:1,200千人) (H26:1,200千人) | 1,200千人 (近年の最高来場者数の維持) |
| <p>夏場以外の「よさこい」イベントの充実、年間スケジュール等の効果的な情報発信</p> <p>高知よさこい情報交流館の運営、PRの推進、近隣商店街との連携</p> <p>高知よさこい情報交流館のあり方の検討</p> | | | | | 高知よさこい情報交流館入館者数 (H25.4.27~ H26.3.31:66,418人) (H26累計:53,225人) | 400千人(累計) |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|------------------------|---|--|--|--|--|
| 26 温泉開発による観光地としての魅力の向上 | 観光目的として非常にニーズが高い温泉を開発することにより、観光客の増加につなげる。 | ・高知市旅館ホテル協同組合(高知市旅館ホテル温泉協同組合) | アクションプランの取組開始:H21 ・温泉フェアの実施(H22) ・泉源調査の実施(H27) ・新規温泉開発によるビジネスモデルを検討(H23) | ・新規温泉開発及びコスト、リスクの再検討 | ◆温泉の開発と活用に向けた検討 |
| 27 浦戸湾を活用した観光の振興 | 浦戸湾を活用した観光遊覧船の取組等により県内外からの観光客の誘客を図る。 | ・土佐レジン | アクションプランの取組開始:H21 ・事業存続に向けた方策の検討(H25~26) ・新規事業者の掘り起こし(H26) ・土佐レジンによる運航開始(H27) ◆H27から観光遊覧船は1隻体制で運航開始し、知名度も上がってきている。 | ・乗船客数の増加のための企画商品づくりとPR ・運航体制の充実 | ◆周辺地域の団体や事業者と連携した遊覧コースの拡充 ◆観光客に向けたPR活動 |
| 28 土佐の偉人を活かした観光の振興 | 坂本龍馬をはじめとする土佐の偉人ゆかりの地の魅力を高め、県外に情報発信するとともに、歴史、文化、町並みや食などを活用した「まち歩き」を充実させることにより県内外からの観光客の誘客につなげる。 | ・高知市 ・(公社)高知市観光協会 ・特定非営利活動法人土佐観光ガイドボランティア協会 ・長宗我部連絡協議会等関係団体 | アクションプランの取組開始:H21 ・龍馬の生まれたまち記念館のパンフレット作成及び展示物の外国語ガイド開始(H22) ◆土佐っ歩はH23.4月からコースをリニューアルして参加者のニーズに対応したコースとなり、また、高知市郊外を巡る「土佐勤王党コース」及び「長宗我部コース」を設定する等魅力が向上している。 ・瑞山記念館のリニューアル(H22) ・瑞山記念館来館者用のトイレを整備(H25) ・長宗我部関連マップの作成、配布(H22~27) ◆武市半平太旧宅と墓周辺の観光資源の磨き上げを行ったことにより、県内外からの観光客から好評を得ている。また、長宗我部関連イベントも定着しつつある。 ◆龍馬生誕180年という節目を活かした各種記念事業の実施により、県内外より多くの観光客及び龍馬ファンが訪れ、龍馬のふるさと高知のPRを図ることができた。 | ・まち歩きの更なる魅力向上と団体客の確保 ・土佐の偉人関連施設の整備充実とルート化 | ◆「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」の魅力向上 ◆土佐の偉人関連イベントの充実 ◆歴史を中心とした博覧会への対応 ◆土佐の偉人ゆかりの地の魅力向上 |

| 第3期計画 | | | | | H32以降 | 指標及び目標 | |
|----------------------------------|-----|-----|-----|----|-------|--|--------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | 指標 | | 目標値(H31) | |
| 温泉の開発と活用に向けた検討 | | | | | | | |
| 検討及び検討結果に基づく対応 | | | | | | | |
| 周辺地域の団体や事業者と連携した遊覧コースの拡充 | | | | | | 観光遊覧船の乗船客数(H26:0人) | 2,000人 |
| 御豊瀬漁協等、周辺施設、関係団体と連携した特別企画遊覧の拡充 | | | | | | | |
| 観光客に向けたPR活動 | | | | | | | |
| 県内外及び外国人観光客に向けたPR活動の推進 | | | | | | | |
| 「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」の魅力向上 | | | | | | 「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」等への参加人数(H23.1.1～12.31:3,790人)(H26.1.1～12.31:2,695人) | 3,800人 |
| 観光客のニーズに対応したコースの見直し・新設 | | | | | | | |
| 土佐の偉人関連イベントの充実 | | | | | | | |
| 坂本龍馬、長宗我部元親など土佐の偉人関連イベントの実施、情報発信 | | | | | | | |
| 歴史を中心とした博覧会への対応 | | | | | | | |
| 博覧会の準備及び実施に向けた取組 | | | | | | | |
| 土佐の偉人ゆかりの地の魅力向上 | | | | | | | |
| 関連史跡等の整備、PR活動の推進 | | | | | | | |

【高知市地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|--------------------------|--|--|--|--|---|
| 29 食による観光の推進 | 高知市内で開催される「おきやく」や「豊穠祭」などの食イベントを定着・充実させること等により高知の強みである「食」を活かした観光を推進する。 | ・土佐のおきやく推進会議 ・土佐の豊穠祭実行委員会 ・高知市観光協会ほか関係団体 | アクションプランの取組開始：H21 ・新名物料理を市内の飲食店で提供（H21） ・エンジン04など他イベントと合同で開催することで、豊穠祭への乗客の向上を狙った。（H25） ・東京都台東区浅草に全国各地の物産販売や観光情報を発信する「まるごとっぽん」がオープンし、館内に高知市ブースを出店（H27） ◆春には「おきやく」、秋には「豊穠祭」が例年実施されてきており、定着しつつある。また、他のイベントと連携することにより、内容の充実も図られ、来場者数の増加につながった。 | ・食をテーマにした事業の構築 | ◆春の「おきやく」や秋の「豊穠祭」など食のイベントの定着・充実 ◆食に関する情報発信 |
| 30 県民性を活かした外国人観光客受入態勢の充実 | 外国人観光客を県民の温かい人柄やおもてなしの心で歓迎するための仕組みづくりを行い、高知の良さを知ってもらうことにより誘客につなげるとともに、県内各地への周遊を促進する。 | ・高知おせっかい協会 | アクションプランの取組開始：H27 ・多言語表記店舗を掲載したマップの作成・配布（H27） ・外国客船乗客に向けた街中ガイドの活動（H27） ・メニュー等英訳相談会及び英語・中国語接客講座の開催（H27） ◆大型外国客船寄港の際は高校生・大学生等も加わった街中ガイド活動が行われ、外国人観光客から高い評価を得た。 また、協会の支援により英語のメニューを表記した店舗や外国人観光客との接客・対話について学ぶ事業者が増加した。 | ・外国人観光客の接客に対応できる店舗及びガイド等を行う県民の拡大 ・協会とその活動の認知度向上 ・取組の維持・拡大に向けた財源の確保 | ◆小売店舗（飲食店含む）の商品表記の多言語化事業 ◆外国人旅行者受入店舗・協力者の拡大（オセッカイスト認定事業） ◆外国人客船来高時の市街地案内 ◆外国人旅行者のためのKOCHI交流体験メニューの提案・提供 ◆外国人旅行者向け交流・滞在施設の立ち上げ |

| 第3期計画 | | | | | 指標及び目標 | |
|---|-----|-----|----------------------------|-------|--------|---------------------------|
| H28 | H29 | H30 | H31 | H32以降 | 指標 | 目標値(H31) |
| 春の「おきやく」や秋の「豊穠祭」など食のイベントの定着・充実 | | | | | → | |
| 「おきやく」や「豊穠祭」などイベントの継続的開催 | | | | | | |
| 食に関する情報発信 | | | | | → | |
| 県内外へのPR活動の推進 | | | | | | |
| 小売店舗（飲食店含む）の商品表記の多言語化事業 | | | | | → | 商品表記の多言語化店舗数 (H26:0店舗) |
| 商品表記の英訳支援 | | | | | | |
| 多言語表記店舗を掲載したおせっかいマップの作成・配布・Web発信 | | | | | → | オセッカイストの認定者数 (H26:0人) |
| 外国人旅行者受入店舗・協力者の拡大（オセッカイスト認定事業） | | | | | | |
| オセッカイストの認定・拡大 | | | | | → | 100店舗（累計） |
| 小売店舗（飲食店含む）の外国語による接客・コミュニケーションの支援 | | | | | | |
| 外国人客船来高時の市街地案内 | | | | | → | |
| 街中を訪れる乗客・乗務員に向けた目的地案内、見どころ・お勧め店舗等紹介、写真撮影等のおせっかい活動 | | | | | | |
| 外国人旅行者のためのKOCHI交流体験メニューの提案・提供 | | | | | → | |
| ツアーメニューの開発・支援 | | | | | | |
| 体験ツアーの情報発信 | | | | | → | |
| 外国人旅行者向け交流・滞在施設の立ち上げ | | | | | | |
| おせっかいカフェ、おせっかいゲストハウスの立ち上げに向けた検討 | | | おせっかいカフェ、おせっかいゲストハウスの開設・運営 | | → | |