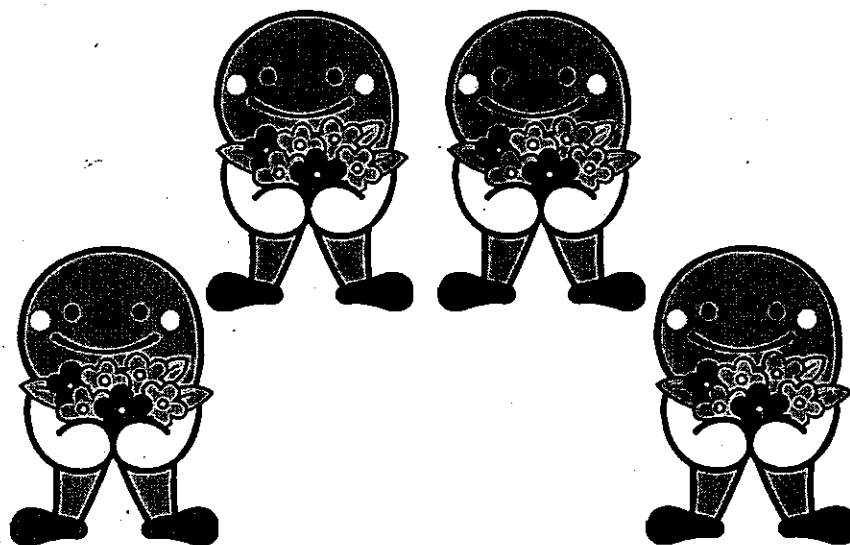


**飛躍への挑戦！
高知県産業振興計画**

変わろう・変えよう・産業と暮らし
第2期高知県産業振興計画 ver. 4

～ 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27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、バランスのとれた都市となりました。

総人口は、平成22年の国勢調査では343,393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、酪農関係者による加工に向けた取組も進んでいます。

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、早急な整備が必要となっており、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。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。

大消費地を抱え、水産物を供給する漁業は大きな役割を担っていますが、魚価の低迷や漁場環境の悪化、担い手の高齢化などにより、漁業者の経営環境は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、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の厳しい状況が継続しているため、中心市街地の活性化について検討が行われています。

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、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。

(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、(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ることとしています。

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、本格稼働を始めた春野地区の農産物加工品の開発・販売拡大の取組や地元鮮魚を活用した食品の製造、包あん食品の開発・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や、南海地震に備えた地域の食材を使った防災食の開発など、一次産業と連携して取り組むこととしています。

また、はりまや橋周辺から高知城までの「東西軸エリア活性化プラン」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、県都中心部の商店街活性化につなげていくこととしています。

観光分野では、市内のみならず近隣地域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) 重点的な取組

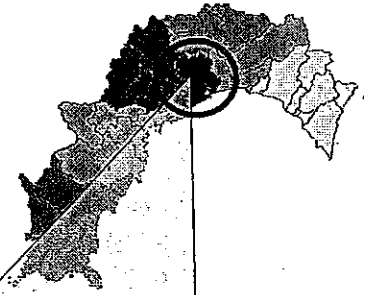
- 地域の特徴を活かした多様な農業の展開
(キュウリ・グロリオサ等の基幹品目の生産性及び品質の向上、ブランドの強化)
- 中山間地域の振興
(ユズ・四方竹の生産販売対策の強化、「まるごと有機プロジェクト」の推進、直販店を核とした鏡地域の振興、森の工場を核とした間伐の推進)
- 一次産品(地域資源)を活用した6次産業化の推進
(「食」の提供による地域農産物の消費拡大、新しい酪農経営モデルの創出、農産物の付加価値向上、地元鮮魚を活用した食品の製造)
- 新分野への挑戦
(県産竹材を用いた新規分野への製品展開、防災食の開発)
- 中心市街地の活性化
(中心商店街でのアンテナショップの運営、イベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり)
- 魅力ある観光戦略の展開
(「よさこい」・「土佐の偉人」・「食」を活かした観光の振興、滞在型・体験型観光の推進による広域観光エリアの形成、県民性を活かした外国人観光客受入態勢の充実)

(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 (キュウリ、グロリオサ等 8 品目の合計)	H22 : 76.0 億円	H27 : 80.5 億円
森の工場における素材生産量	H22 : 1,707 m ³	H27 : 4,000 m ³
農産物加工品の販売額 (夢産地とさやま開発公社、スジノ・オカ5 の合計)	H22 : 0.1 億円	H27 : 1.7 億円
商店街等の通行量(夏期・休日)	H22 : 5.8 万人/日	H27 : 5.8 万人/日
宿泊者数	H22 : 123 万人 (参考 H21 : 99 万人)	H27 : 112 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	ナシ産地の振興とブランド強化
6	時代のニーズに対応できる早期米産地の振興
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	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
14	森の工場を核とする素材生産量の拡大
15	県産材を使った安心・安全の木造住宅の普及促進
16	春野地区の農産物(トマト等)の付加価値向上
17	地域の食材を活かした包あん食品の開発・製造・販売
18	県産竹材を用いた新規分野への製品展開
19	防災食の開発・製造・販売
20	「弘化合ブランドの創出」地元鮮魚を活用した食品の製造・販売
21	地域の農産物を使った菓子類等の外商の推進
22	はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化プランに基づく中心部の活性化
23	中心商店街でのアンテナショップの運営
24	多彩なイベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり
25	おまちに関する情報発信の充実
26	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
27	近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進
28	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
29	温泉開発による観光地としての魅力の向上
30	浦戸湾を活用した観光の振興
31	土佐の偉人を活かした観光の振興
32	食による観光の推進
33	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、31、32、33

【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	県内一のキュウリ産地の生産から流通・販売までの課題解決に取り組み、産地基盤の強化と農家所得の向上を図る。	・JA高知春野 ・JA高知春野キュウリ部会	<ul style="list-style-type: none"> -黄化エン病対策(H21～26) -有利品種の探索と導入(H21～25) -品質向上対策(H21～26) -優良苗の確保(H22～23) -消費宣伝対策(H21～26) -選果ラインの改善検討(H22～) -新規就農者の確保育成(H25～26) <p>◆高収量、高品質化等の対策が進み、販売額もほぼ目標とする水準を維持している。</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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 -新しい防除技術の確立・普及 	<ul style="list-style-type: none"> ◆産地の維持拡大対策 ◆生産の収量・品質向上対策 ◆黄化エン病対策 ◆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	県育成品種の生産拡大を進め、品種の多様性を活かした販売対策を強化し、日本一のグロリオサ産地の活性化と農家所得の向上を図る。	・JA高知市 ・JA高知市三里園 芸部花卉部会	<ul style="list-style-type: none"> -モニタリング事業の実施(H21～25) -市場との販売検討会(H21～26) -輸出への取り組み(H21～26) <p>◆高収量、高品質化等の対策に 取り組み、品質(秀品率)はほぼ目標値を維持しているが、気象災害、増税等の影響から、目標販売額には達していない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆県育成品種等新品种の栽培技術の確立と作付拡大 ◆流通・販売対策

第2期計画					指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)
産地の維持拡大対策 新規参入者の受入システムの構築(技術習得研修～就農) 新規就農者の確保育成(受入開始) 担い手農家の規模拡大 新規参入者の受入システムの定着					出荷量 (H23園芸年度: 10,500t)	H27園芸年度: 11,000t
生産の収量・品質向上対策 品種の検討・選定 選定品種の普及 適正栽培管理の実践・規格の平準化(現地検討会、目慣らし会) 環境制御技術による生産性向上						
黄化エソ病対策 予察システムの実践 予察システムの定着 ・天敵の試験導入と課題整理、解決 ・新たな導入啓発 天敵利用の普及						
出荷場の機能強化 選果ラインの高度化 近隣産地との統合(協議) GAPの推進 春野地区版の作成 出荷場および生産農家でのPDCAの実践 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 レシピの開発 市場・消費者との交流会、県内他産地と連携した消費拡大PR						
果育成品種等新品種の栽培技術の確立と作付拡大 ・球根保有・出荷意向調査 ・希少品種研究会設置 ・試験販売 種イモ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						
流通・販売対策 販促素材(新品種)の収集、球根確保 新品種PR、試験販売・市場評価 市場との販売検討会・市場調査 輸出拡大に向けての検討						

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
消費地の情報収集				→	販売額 (H23園芸年度: 42,000万円)	H27園芸年度: 46,000万円
モニタリング調査による需要・問題点の把握		モニタリング調査による需要・問題点の把握				
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						
消費拡大PR (サンプル出荷、花シール作成)						
市場ニーズに応じた生産出荷対策				→		
需要に応じた品種の選定・出荷量の調整(補入付け検討会)						
生産安定対策				→	販売額 (H23園芸年度: 10,900万円)	H27園芸年度: 12,000万円
健苗の確保・育苗管理の徹底(高温対策、高湿雨よけ育苗施設の導入など)						
栽培管理技術の高位平準化、冬期の品質向上						
流通・販売対策				→		
朝採れ、HPの充実など「介良」イチゴをPRする取組の強化						

第2期計画					H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	指標		目標値(H27)	
<p>産地ブランドのブラッシュアップ</p> <p>パッケージデザインの統一</p> <p>商標の取得</p> <p>パッケージ等トータルデザインによるブランド力強化</p> <p>共同出荷体制の再整備</p>					<p>生産量 (H23年産:500t)</p>	<p>H27年産:550t</p>	
<p>鳥獣被害対策</p> <p>防鳥ネット等の設置、カラスや害獣駆除、パトロール</p>							
<p>産地を支える経営体の育成</p> <p>担い手のあり方研究</p> <p>担い手、経営体の育成</p>							
<p>産地計画の実践</p> <p>実践</p> <p>計画の見直し</p> <p>実践</p> <p>地域交流(百周年)</p>							
<p>地球温暖化に対応した栽培技術の確立</p> <p>白未熟粒対策(品種、作型、肥料、栽培密度等)</p>							
<p>流通・販売対策</p> <p>実需者ニーズに対応した品種と作付面積の誘導</p> <p>・乾燥調整施設の機能強化による品質向上と有利販売 ・色彩選別機、食味計の導入、受益地拡大に合わせた施設整備</p>					<p>販売額 (H23年産米: 49,541万円)</p>	<p>H27年産米: 45,000万円</p>	
					<p>出荷量 (H23年産米: 2,680t)</p>	<p>H27年産米: 2,500t</p>	

第2期計画					指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)
産地戦略の策定と実施					販売額 (H23園芸年度: 92,300万円)	H27園芸年度: 120,000万円
計画的作付け、産地目標の策定・見直し						
品質向上対策					販売額 (H19: 16,090万円) (H22: 19,226万円)	H26: 19,000万円
<ul style="list-style-type: none"> 適正栽培管理の実践・病害虫対策の徹底(現地検討会、目慣らし会) 優良種塊茎の確保(露地栽培管理技術向上) 						
出荷規則の徹底・見直し(市場事故対策)						
出荷場の機能強化						
節水対策の検討 (マイクロバブル洗浄機の検討)						
新たな水源確保、洗浄機増設						
販売、消費拡大PR						
レシピ作成、試食販売によるPR						
生産の安定と高品質化対策						
青果・貯蔵・加工用途果実の生産技術向上						
担い手の育成と生産基盤の強化						
連携型6次産業化の拡大・強化						
連携事業体との連携強化・拡大と商品アイテムの多様化						
未利用部位の活用と搾汁残渣対策						
未利用部位や新たな活用方法の研究						
残渣処理場の確保・コスト低減						
産地計画の実践						
実践		中間評価		実践	見直し	

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
<p>四方竹の生産安定対策</p> <p>→</p> <p>四方竹の生態の解明</p> <p>アンケート調査</p> <p>後継者対策</p> <p>栽培技術の改善</p>					販売額 (H19:3,360万円) (H22:3,982万円)	4,000万円
<p>加工能力の改善と適正化</p> <p>→</p> <p>一次加工施設の作業効率の見直し、加工能力の向上・整備 鮮度保持対策の改善・実践</p>						
<p>四方竹のブランド化戦略の実践</p> <p>→</p> <p>都市圏での四方竹の認知度向上、他産地とも連携した販路開拓・拡大</p> <p>ターゲット(ホテル、飲食業、個人向け等)の絞り込み ターゲットに合った商品開発・販売方法の確立</p>						
<p>四方竹の振興方策の策定</p> <p>→</p> <p>生産意向調査</p> <p>中長期振興方針・計画の策定(情報共有)、実践</p>						
<p>有機農産物の栽培技術の確立と普及</p> <p>→</p> <p>有機農業推進計画の策定</p> <p>有機農産物の栽培技術の確立、改善および地域への普及</p> <p>土づくりセンター施設整備</p> <p>堆肥の増産による有機農産物の生産拡大方策</p>				販売額 (H22: 8,400万円)	10,720万円	
<p>有機農産物等の流通対策</p> <p>→</p> <p>公社 販売計画の見直し (自社分、委託分、加工分)</p> <p>有機農産物等の販路開拓・拡大</p> <p>効率的な集荷・納入方法等の確立</p>						
<p>加工施設の機能強化、加工品の開発と販路拡大</p> <p>→</p> <p>加工・集出荷施設計画・整備</p> <p>新たな加工品の開発 ターゲットの絞り込みとターゲットに合った販売方法の確立、販路の開拓・拡大</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
11 直販店を核とした鏡地域の活性化	高齢化に伴って販売額が伸び悩んでいるため、需給ギャップの解消や新規顧客開拓など、消費者ニーズに基づく活力ある直販所づくりと農家所得の向上を図る。	・鏡村直販店組合	<ul style="list-style-type: none"> ・生産履歴活動の推進(H22～26) ・需給ギャップの検証(H23) ・顧客ニーズ把握のためのアンケートや需給改善の分析などを実施(H24～25) ・野菜の乾燥や粉末等試作品づくり(H26) ・クレーム対応研修会の実施(H26) ◆生産履歴記載率100%となり「安全・安心」な直販所としてPRでき、また、顧客ニーズを把握することで、品薄期解消へ一部進んだ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産農家の高齢化による出荷量および品目の減少と需給ギャップ ・消費者ニーズに基づく直販所と生産体制づくり 	<ul style="list-style-type: none"> ◆消費者ニーズに応じた生産販売対策 ◆効率的な集出荷体制の構築 ◆直販店機能強化に向けた仕組みの構築
12 「食」の提供による地域農産物の消費拡大	ニーズの高い総菜加工の充実や地域内の農産物を活用した新たな加工品開発の拠点とするとともに、農業教室や料理教室の開催など地域住民の農業への関心を高める活動、バイクイングリストランの開催など地産地消の拠点施設として「新農村婦人の家」の機能強化を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ・JA高知市 ・JA高知市女性部 	<ul style="list-style-type: none"> ・加工施設の改修に係る産振補助金の活用(H25～26) ◆実行支援チーム会の開催、県アドバイザー制度の活用により、加工施設に併設する直販所「らぶ」を含めて販売強化計画を作成し、様々な改善に向けて関係者の意識が前向きに変化している。 	・販売強化計画の実践支援	◆農産物加工施設の機能強化による新たな事業展開の構築
13 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	<ul style="list-style-type: none"> ・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(H21～26) ◆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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆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

第2期計画					指標及び目標		
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)	
<p>消費者ニーズに応じた生産販売対策</p> <p>計画生産など需給ギャップの解消への取組強化 料理教室や販促イベントの定例化</p> <p>商品の宅配、午後の品揃えの検討</p> <p>商品の宅配、午後の品揃えの試験実施</p> <p>品揃え方策の協議・強化による販売の拡大</p> <p>効率的な集出荷体制の構築</p> <p>店舗間の輸送手段の検討、リオ店での特産加工の検討</p> <p>直販店機能強化に向けた仕組みの構築</p> <p>店舗間の試験輸送、リオ店での特産加工の試行と本格実施に向けた課題整理</p> <p>機能強化策の協議及び実践(加工品の試作・販売など)</p>						<p>販売額 (H22:16,454万円)</p>	H26:17,000万円
<p>農産物加工施設の機能強化による新たな事業展開の構築</p> <p>農産物加工施設の改修</p> <p>総菜メニューの開発(消費者アンケート、モニターとの意見交換会、事例調査など) 弁当等の販路開拓(JA広報、JA女性部・青壮年部・各支所の地域活動でのPRなど)</p> <p>新たな加工品の開発と販売</p> <p>農家レストラン、食農教育、料理教室など消費者交流の推進</p>						<p>販売額 (H22:1,500万円)</p>	H27:2,500万円
<p>地場産品による生乳加工品の製造・販売</p> <p>生乳加工品の開発・販売、外販の拡大</p> <p>観光地及び教育の場としての牧場の活用</p> <p>酪農教育ファーム等のふれあい機能の拡大</p>						<p>店舗の販売額 (H20:新規) (H22:817万円)</p>	1,600万円

【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
14 森の工場を核とする素材生産量の拡大	搬出間伐を中心とする素材生産量の増大や、生産性の向上に取り組むとともに、素材生産の拡大に必要な作業実行体制(他事業者との連携協力を含む)の強化につなげる。	高知市森林組合	・森林施業に伴う集約化や作業道開設、間伐の実施(H21～26) ◆森の工場内での間伐面積等は増加している。	・施業拡大に向けた森林組合の人員体制の確保	◆森の工場の拡大(森林所有者の合意取り付け) ◆搬出間伐を中心とする素材生産量の増大と生産性の向上 ◆素材生産量の拡大に必要な作業実行体制の検討(他事業者との連携協力を含む)
15 県産材を使った安心・安全の木造住宅の普及促進	高知市地域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	・里山の家完成(H22) ・普及促進事業の実施(H23～26) ◆件数は少ないが成約実績もあがっている。	・県産材に対する信頼性の向上と里山の家等の認知度のUP	◆「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仕組みの構築と認知度の向上

第2期計画					指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)
<p>森の工場の拡大</p> <p>森の工場の推進、森林経営計画の策定</p>					<p>森の工場面積 (H22:1,174ha)</p> <p>素材生産量 (H22:1,707㎡)</p>	<p>1,500ha</p> <p>4,000㎡</p>
<p>搬出間伐を中心とする素材生産量の増大と生産性の向上</p> <p>・高性能林業機械の導入・作業道の開設など基盤整備 ・高度な技術を有する職員の育成・確保</p>						
<p>素材生産量の拡大に必要な作業実行体制の検討</p> <p>・高度な搬出技術の取得に必要な研修、作業システムの確立 ・他事業者(素材生産事業者)との協力体制の検討</p>						
<p>「こうち里山の家(自由設計)」の受注増</p> <p>モデルハウスやホームページ等を活用したPR活動</p>					<p>こうち里山の家(受注) (H22:2棟)</p>	<p>20棟</p>
<p>低価格の「こうち里山の家(規格住宅)」の普及促進</p> <p>パンフレットや見学会の開催などによるPR活動</p>						
<p>トレーサビリティの仕組みの構築と認知度の向上</p> <p>川上～川下の事業者の連携による仕組みの構築</p> <p>参加事業者を増やす取組、消費者へのPR</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
16 春野地区の農産物(トマト等)の付加価値向上	新たな価値を創造する野菜・果実の地区内生産と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確保による農家所得の向上、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	・加工場の整備(H23) ・加工品の開発、販路開拓(H22～25) ・量販店などのPB商品や、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。	・加工品の安定生産と販路の確保 ・新たな加工品の開発 ・加工の原材料となる農産物の安定生産	◆加工品の安定生産と販路の確保、新たな加工品の開発 ◆加工に適した野菜等の生産体制の整備
17 地域の食材を活かした包あん食品の開発・製造・販売	農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品を開発し、製造・販売を進める。	・(株)高南食品	・包あん機等の機械設備を導入、OEMの大福を製造開始(H24) ・OEM大福の販促活動(H25～26) ・自社ブランドで文旦大福、生姜大福を商品化、販売開始(H25) ◆文旦や生姜の大福のほか、OEMでは地域特産の豆や茶を活用した大福を製造し、地域の特産品づくりにも寄与している。	・新たな販路開拓と新商品の開発	◆農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品の開発・製造・販売
18 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	・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レ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) ◆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。	・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
19 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を行う。	・高知県食品工業団地事業組合の企業など	・土佐のミリモシ(5アイテム)が完成し、高知県防災圏連認定製品の認定を受けた(H25) ・防災展等での宣伝活動(H25～26) ◆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。	・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2期計画					H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	指標		目標値(H27)	
<p>加工品の安定生産と販路の確保、新たな加工品の開発</p> <p>・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 ・購買層に応じた商談会への参加と商品の付加価値化 ・商談、販売計画に基づいた加工品の計画生産</p>					販売額 (H22:0)	9,400万円	
<p>加工に適した野菜等の生産体制の整備</p> <p>加工用トマトの栽培技術の確立</p> <p>加工用トマトの低コスト生産と安定供給</p> <p>加工用野菜のリストアップと栽培技術の確立、連携農家の振り起こし</p>							
<p>農産物を中心とする地域の食材を活用した包あん食品の開発・製造・販売</p> <p>設備の導入</p> <p>包あん食品開発・製造・販売</p>							包あん食品の売上
<p>自動車ハンドル等の竹集成材の製造</p> <p>自動車ハンドル、竹ブラシなどの竹集成材の製造</p> <p>新規分野への製品展開</p> <p>新たな製品の開発・製造</p>					売上額 (H23:3,100万円)	H27:1.2億円	
<p>地域産品を原材料とする防災食の製造・販売</p> <p>防災食の製造・販売</p> <p>見本市等への出展、PR</p> <p>産学連携による研究・開発</p> <p>産学連携による防災食の研究・開発</p>					アイテム数 (H24:6アイテム)	H27:50アイテム	

【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
20 「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)永邦水産	・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) ◆各関係機関からアドバイスを受け、主力となる商品が完成したことで、本格的な商談を開始し、契約実績ができてきた。	・安定した売上げ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
21 地域の農産物を使った菓子類等の外商の推進	地域の特徴のある野菜や果物など農産物を使った菓子類を首都圏で直販することで、農産物の知名度及び雇用の拡大を図る。	・(有)マンジェ・ササ	・東京「KITTEグランシェ店」と「自由が丘店」の2店舗で、県産の果実・野菜を活用した各種スイーツを販売(H25～26) ・直営2店舗の営業を一旦休止し、都市圏における今後の事業展開を再構築中(H26) ◆全国版のテレビ番組や情報誌にも取り上げられ、県産農産物の魅力と活用法を広く情報発信した。	・野菜とスイーツの組み合わせなど意外性のある商品の消費者への浸透	◆首都圏での直販
22 はりまや橋周辺から高知城までの東西軸エリア活性化プランに基づく中心部の活性化	「おまちの再興」観光客を呼べるまちづくりを目指し、「東西軸エリア活性化プラン」に基づき、官民協働でプランを推進し、幅広い経済効果やビジネスチャンスに繋げる。	・商店街振興組合など	・チャレンジショップの開設(H23) ・遊いのスペースの整備(H23)など ・高知よさこい情報交流館開設(H25) ・高知城歴史博物館建設工事の新工(H26) ・新図書館建設工事の着工(H26) ◆登録46事業のうち41事業については、プランに沿ったかたちで進行または事業完了となっている。	・民間事業の事業主体の確立、スピード化	◆東西軸エリア活性化プランの推進
23 中心商店街でのアンテナショップの運営	中心商店街で開設した常設のアンテナショップ「てんこす」の運営により、地域産品の販売を促進し、地域の生産者等の収入の確保につなげるとともに、各種の情報提供により、来街者の利便性の向上や商店街の売上げの増加を図る。	・(株)まこと	・アンテナショップ「てんこす」の運営(H21～26) ◆高知市中心部にアンテナショップ「てんこす」を開設し、地域産品の盛りだしや販売が進み、地産地消・地産外商の促進につながった。	・アンテナショップを中心に事業者などとの連携による地域産品の積極的なPR	◆常設のアンテナショップの運営
24 多彩なイベントや演出等によるおまちのにぎわいづくり	せり出し市等の多彩なイベントや、フラフ等による季節的な演出等により、おまちのにぎわいを創出する。	・商店街振興組合など	・100円商店街等イベントの実施(H22～25) ・フラフの作成(H23～25) ◆イベントの実施により商店街等への来街者の増加および周辺エリアへの回遊が見られた。効果のあるイベント等を継続して行い、商店街および周辺エリアの魅力を再認識してもらい来街者の増加を図る。	・業客力の向上 ・リピーターの創出	◆せり出し商いプロジェクト等の推進

第2期計画					指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)
	地元鮮魚を活用した食品加工 機械設備の導入 地元鮮魚を活用した製造、量販店とタイアップした販売				食品加工品の売上額 (H23:0)	H27:2.5億円
	首都圏での直販 厨房の改修・機械設備の導入 首都圏での直販					
東西軸エリア活性化プランの推進					商店街等の通行量 (夏期・休日) (H20:5.6万人/日) (H22:5.8万人/日)	H20実績(5.6万人)以上を維持
46の事業の展開 (1)スポット・地域ごとに実施するもの ・高知城:歴史をテーマとした新たな拠点づくり、お城の魅力向上、お城周辺のにぎわい・回遊性確保 ・追手筋:日曜市の活性化 ・追手前小学校跡地:追手前小学校跡地の活用 ・アーケード、おびさんロード:おまちの拠点づくり、おまちのにぎわいづくり、おまちの店舗対策、来街者にやさしい商店街づくり ・中央公園:中央公園の魅力アップ ・はりまや橋:はりまや橋のイメージアップ (2)エリア全域で実施するもの ・よさこい祭り:よさこい祭りの聖地づくり ・まんが文化:まんが文化によるにぎわいづくり ・土佐の食文化:土佐の食・酒文化のパワーアップ ・土佐の偉人:土佐の偉人のアピール (3)連携して実施するもの ・快適空間形成:誰もが快適に通ごせる空間づくり ・まち歩き:まち歩きの促進 ・公共交通:公共交通との連携					観光客の入込み客数 (H19:230万人) (H22:326万人)	300万人
					空き店舗率 (H20:15.3%) (H22:13.4%)	H20実績(15.3%)以下を維持
常設のアンテナショップの運営					販売額 (H22.2.19~ H23.2.18: 89,181千円)	184,300千円
アンテナショップでの地産地消・地産外商の促進					年間レジ通過者数 (H25.2.19~ H26.2.18:72,336人)	75,000人
					取扱いアイテム数 (H25:472アイテム)	400アイテム
せり出し商いプロジェクト等の推進						
商店街での集客イベントの実施						
フラフ等を活用した商店街の演出の実施継続						
100円商店街やせり出し商いイベントの実施および拡大						

【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
25 おまちに関する情報発信の充実	おまちに関する情報を、より多くの人に届けるために、ガイドブック、ホームページ、ブログ等を幅広く活用し、総合的な情報発信を行う。	・商店街振興組合	・「おまち」のホームページよさこいタウンリニューアル(H23)およびブログ・ツイッターによる情報発信(H23~26) ・「おまち情報」の地図・テキストによる配信(H23) ・おまちボード(看板)、OBIBURA MAPの改訂版の作成(H23) ◆H23に中心街ホームページ(よさこいタウン)のリニューアルを図り、ブログ、ツイッターによる新たな情報発信を開始するとともに、関係団体等との相互リンクを形成した。 ◆いままです実施されていなかった、「おまちに特化した情報」を収集し配信している。	・おまち情報発信体制の確立 ・観光の情報発信との連携	◆おまちの情報発信
26 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	新たな高知市中心市街地活性化基本計画を策定し、多様な主体の参画のもとに、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取組を進める。	・高知市	・中心市街地活性化基本計画検討委員会(H21~22) ・国との協議(H23) ・高知市中心市街地活性化基本計画策定(H24) ◆平成24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、各計画登録事業の実施につながった。	・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
27 近隣地域等との連携による滞在型・体験型観光の推進	周辺市町村等とのネットワークを強化し、情報発信機能の強化やPR活動の充実、着地型観光の周遊ルートづくりを行うことにより、宿泊客の増加を図る。	・城西館等 ・高知市	・仁淀川地域観光協議会へのオブザーバー参加(H22~25) ・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) ・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「よさこい」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) ◆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っており、周辺地域の活性化へ寄与している。	・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
28 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	年間を通じて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。	・高知市 ・(社)高知市観光協会ほか関係団体等	・君が踊る夏のロケ地マップの作成、配布(H22~23) ・地方車用音響設備の整備(H23) ◆2011サッカー「アジア大会」でよさこいが披露されるなど、民間の方で一部成果はあったものの、よさこいのルーツをアピールする体系的な動きとなっていない。 ・高知よさこい情報交流館オープン(H25.4.27) ◆オープン以降、入館者数は年間予定の2万人を大幅に上回り、県内外観光客に対し本家よさこいの魅力を伝えることができた。 ◆隣接するはりまや橋商店街と連携を図りながら、商店街でのよさこい囃子踊り披露など、よさこい情報発信を通じた賑わいの創出を図っている。	・年間を通じて「よさこい」で集客できるような事業スキームの見直し	◆年間を通じて「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
29 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)	・温泉フェアの実施(H22) ◆新規温泉開発によるビジネスモデルを検討。	・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

第2期計画					指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)
<p>おまちの情報発信</p> <p>総合的な情報発信の実施 ・おまちの情報デジタルコンテンツ作成 ・おまちのタブロイド紙の発行 ・おまちボード用ポスターの掲示、テラシの配布 ・OBIBURA MAPの改訂</p>						
<p>高知市中心市街地活性化基本計画の推進</p> <p>計画策定 国の認定</p> <p>計画記載事業の実施</p>						
<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</p> <p>観光資源の発掘、磨き上げ、商品化</p>					高知市内の宿泊施設の延べ宿泊者数(H22:約123万人)	112万人
<p>広域観光の推進</p> <p>高知中央広域観光協議会、仁淀川地域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>					(参考 H21:約99万人)	
<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</p> <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>地方専用音響設備の活用</p> <p>よさこい発祥の地としての情報発信拠点の内容等の検討</p> <p>情報発信拠点の施設・体制の整備</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>					よさこい祭り来場者数(H22:1,200千人)	近年の最高来場者数(1,200千人)の維持
					高知よさこい情報交流館入館者数(H25.4.27~H26.3.31:66,418人)	200千人(累計)
					高知よさこい情報交流館フェイスブックいね投稿数(H25.4.27~H26.3.31:4,565件)	8,000件(年間)
<p>温泉の開発と活用に向けた検討</p> <p>実現に向けた検討</p> <p>検討結果に基づく対応</p>						

第2期計画					H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	指標		目標値(H27)	
<p>周辺地域の団体や事業者と連携した遊覧コースの拡充</p> <p>御豊瀬漁協、桂浜荘等と連携した特別企画遊覧の拡充</p>					<p>観光遊覧船の乗船客数 (H22:5,899人)</p>	<p>15,000人</p>	
<p>組織体制の再構築</p> <p>組織体制の見直し、発着場変更に伴う新商品の検討</p> <p>新規事業者によるオーダーメイド型運航の実施</p>							
<p>「龍馬の生まれたまち歩き～土佐っ歩～」の魅力向上</p> <p>観光客のニーズに対応したコースの見直し・新設</p>							
<p>土佐の偉人関連イベントの充実</p> <p>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</p>							
<p>土佐の偉人ゆかりの地の魅力向上</p> <p>関連史跡等の整備、PR活動の推進</p>					<p>「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)</p>	<p>3,800人</p>	
<p>春の「おきゃく」や秋の「豊稔祭」の定着・充実</p> <p>「おきゃく」や「豊稔祭」の継続的開催</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
<p>33 県民性を活かした外国人観光客受入態勢の充実</p>	<p>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。</p>	<p>・高知おせっかい協会</p>			<p>◆小売店舗(飲食店含む)の商品表記の多言語化事業</p> <p>◆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)</p> <p>◆外国人旅行者のためのKOCHI交流体験メニューの作成・提供</p> <p>◆大型客船乗客向け複合型ツアーの実施</p> <p>◆外国人旅行者向け交流・滞在施設の運営</p>

第2期計画					指標及び目標		
H24	H25	H26	H27	H28以降	指標	目標値(H27)	
			<p>小売店舗(飲食店含む)の商品表記の多言語化事業</p> <p>商品表記の英訳支援</p> <p>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</p>	<p>→</p>	商品表記の多言語化店舗数(H26:0)	100店舗	
			<p>外国人旅行者受入店舗・協力者の拡大(オセッカイト認定事業)</p> <p>オセッカイトの認定・拡大</p>	<p>→</p>	オセッカイトの認定者数(H26:0)		100人
			<p>外国人旅行者のためのKOCHI交流体験メニューの作成・提供</p> <p>モニターツアーの実施・検証</p> <p>ツアーメニューの開発・支援</p> <p>体験ツアーの情報発信</p>	<p>→</p>			
			<p>大型客船乗客向け複合型ツアーの実施</p> <p>ツアーメニューの選定</p> <p>寄港客船乗客向けツアー実施</p>	<p>→</p>			
			<p>外国人旅行者向け交流・滞在施設の運営</p> <p>おせっかいカフェの開設・運営</p> <p>おせっかいゲストハウスの開設・運営</p>	<p>→</p>			

