



平成 3 1 年度物部川地域アクションプランの
追加、削除、拡充等（予定項目）について

物 部 川 地 域 本 部

平成 3 1 年 2 月 5 日（火）

地域アクションプランの追加・削除項目について

地域アクションプランの動向

H30年度 238 → H31年度 238 (0)

| 地 域 | H30年度 (第3期ver.3) | H31年度 (第3期ver.4) | | | | |
|-----|---------------------|---------------------|-----|--------------|-----|-----|
| | AP数 H30.12.20時点 | 追 加 | 削 除 | 統 合 | 小 計 | AP数 |
| 安 芸 | 31 | 1 | 0 | (2→1) ▲ 1 | 0 | 31 |
| 物部川 | 26 | 0 | 0 | 0 | 0 | 26 |
| 高知市 | 30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 30 |
| 嶺 北 | 24 | 0 | 0 | 0 | 0 | 24 |
| 仁淀川 | 37 | 0 | 0 | 0 | 0 | 37 |
| 高 幡 | 41 | 1 | ▲ 1 | 0 | 0 | 41 |
| 幡 多 | 47 | 0 | 0 | 0 | 0 | 47 |
| 合 計 | 238 | 2 | ▲ 1 | ▲ 1 | 0 | 238 |

物部川地域アクションプラン項目（第3期計画ver.3（H30年度））

| No. | 平成30年度 | 南国市 | 香南市 | 香美市 |
|-----|------------------------------------|-----|-----|-----|
| | | 14 | 10 | 10 |
| 1 | ニラの産地力強化「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」 | | ● | ● |
| 2 | 南国市の園芸基幹品目シシトウの振興 | ● | | |
| 3 | 還元水を活用した野菜の生産体制の構築とブランド化 | ● | | |
| 4 | 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策 | | | ● |
| 5 | 「なの市」等の売上拡大による農家所得の向上 | ● | | |
| 6 | 「ごとおち市」の売上拡大による農家所得の向上 | ● | | |
| 7 | 地元野菜の消費拡大による地域農業の活性化 | ● | | |
| 8 | 農園レストランによる地域食材の消費拡大 | ● | | |
| 9 | 加工品販売による夜須地域の活性化 | | ● | |
| 10 | 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組 | ● | | |
| 11 | ヤギミルクの生産体制強化及び流通促進事業 | ● | | |
| | | | | |
| 12 | 民有林における原木の増産 | ● | ● | ● |
| 13 | シイラ等の加工商材活用 | | ● | |
| 14 | 地域の特産品づくり ～農産物加工への取組～ | ● | | |
| 15 | ものづくりサポートセンターを核とする中心市街地活性化プロジェクト | ● | | |
| 16 | ヤ・シィパークを核とした地域の活性化推進プロジェクト | | ● | |
| 17 | 香南市の地場産品販売促進 | | ● | |
| 18 | 香美市における特産品づくりの推進 | | | ● |
| 19 | 地場産業（土佐打刃物、フラフ）の振興 | | | ● |
| 20 | 土佐山田えびす商店街を中心とする地域の活性化 | | | ● |
| | | | | |
| 21 | 広域観光の取組の推進 | ● | ● | ● |
| 22 | 南国市の地域資源を活用した参加型観光の推進 | ● | | |
| 23 | 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 | | ● | |
| 24 | 三宝山プロジェクト | | ● | |
| 25 | 香美市における滞在型・体験型観光の推進 | | | ● |
| 26 | 龍河洞エリア活性化推進プロジェクト | | | ● |
| 27 | 地域と連携した高知県産ワインのブランド化の推進 | ● | ● | |
| 28 | 高知県産の食材を活用したクラフトビールの製造・販売 | | | ● |



と第3期計画ver.4 (H31年度) の対比表)

【物部川地域】

| 南国市 | 香南市 | 香美市 | No. | 平成31年度 |
|-----|-----|-----|-----|------------------------------------|
| | | | | |
| 14 | 10 | 10 | | |
| | ● | ● | 1 | ニラの産地力強化「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」 |
| ● | | | 2 | 南国市の園芸基幹品目シシトウの振興 |
| ● | | | 3 | 還元水を活用した野菜の生産体制の構築とブランド化 |
| | | ● | 4 | 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策 |
| ● | | | 5 | 「なの市」等の売上拡大による農家所得の向上 |
| ● | | | 6 | 「ごとおち市」の売上拡大による農家所得の向上 |
| ● | | | 7 | 地元野菜の消費拡大による地域農業の活性化 |
| ● | | | 8 | 農園レストランによる地域食材の消費拡大 |
| | ● | | 9 | 加工品販売による夜須地域の活性化 |
| ● | | | 10 | 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組 |
| ● | | | 11 | ヤギミルクの生産体制強化及び流通促進事業 |
| ● | ● | | 12 | 地域と連携した高知県産ワインのブランド化の推進 |
| ● | ● | ● | 13 | 民有林における原木の増産 |
| | ● | | 14 | シイラ等の加工商材活用 |
| ● | | | 15 | 地域の特産品づくり ～農産物加工への取組～ |
| ● | | | 16 | ものづくりサポートセンターを核とする中心市街地活性化プロジェクト |
| | ● | | 17 | ヤ・シィパークを核とした地域の活性化推進プロジェクト |
| | ● | | 18 | 香南市の地場産品販売促進 |
| | | ● | 19 | 香美市における特産品づくりの推進 |
| | | ● | 20 | 地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興 |
| | | ● | 21 | 土佐山田えびす商店街を中心とする地域の活性化 |
| | | ● | 22 | 高知県産の食材を活用したクラフトビールの製造・販売 |
| ● | ● | ● | 23 | 広域観光の取組の推進 |
| ● | | | 24 | 南国市の地域資源を活用した参加型観光の推進 |
| | ● | | 25 | 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 |
| | ● | | 26 | 三宝山プロジェクト |
| | | ● | 27 | 香美市における滞在型・体験型観光の推進 |
| | | ● | 28 | 龍河洞エリア活性化推進プロジェクト |
| | | | | |
| | | | | |

| 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>土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種イベント等での土佐打刃物商品の販売促進活動の実施 土佐打刃物・フラフ産地及び商品PRの充実 体験観光プログラム化による土佐打刃物・フラフの魅力のPR 土佐打刃物の新商品の検討 | | | | | <p>地場産業(土佐打ち刃物、フラフ)後継者数</p> | <p>3人(H28～31累計)</p> | |
| <p>次世代を担う人材の育成</p> <p>土佐打刃物製造の後継者育成の支援</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">「鍛冶屋の学校」基本計画の策定</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">実施設計</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">施設整備</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">開校・運営</div> </div> | | | | | | | |



| 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>土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種イベント等での土佐打刃物商品の販売促進活動の実施 土佐打刃物・フラフ産地及び商品PRの充実 体験観光プログラム化による土佐打刃物・フラフの魅力のPR 土佐打刃物の新商品の検討 | | | | | <p>地場産業(土佐打ち刃物、フラフ)後継者数</p> | <p>3人(H28～31累計)</p> | |
| <p>次世代を担う人材の育成</p> <p>土佐打刃物製造の後継者育成の支援</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">「鍛冶屋の学校」基本計画の策定・実施設計</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">施設整備</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">開校・運営</div> </div> | | | | | | | |

| 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>参加型観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南国市の地域資源を活用した参加型観光の新たなメニューづくり、既存メニュー（長宗我部元親ラリー、土佐の食1グランプリなど）のブラッシュアップ ・SNSやメディア等のツールを有効活用した情報発信、プロモーション活動 ・県内外からの観光客の利便性向上に向けた主要観光施設の整備 ・イベントの企画や情報発信とあわせて、訪れた観光客の滞在時間を延ばし、市内回遊、飲食、宿泊、交通機関の利用など市内にお金を落としてもらおう仕組みづくり | | | | | <p>主要4観光施設※の観光客入込数 (H21:483,000人) (H26:539,000人)</p> <p>※県立歴史民俗資料館、西島園芸団地、パシフィックゴルフ(以上、来場者)、道の駅南国風良里(ショップ、直販所のレジ通過人数)</p> | 555,000人 | |
| <p>幕末維新博とタイアップした市内観光周遊ルートづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南国市観光クラスター連絡協議会の設立、運営 ・周遊ルートづくり ・観光案内ガイドの養成、観光案内パネル・ポスターの設置、歴史観光パンフレットの配布 ・レンタサイクルの拡充 ・観光パンフレットの多言語化 | | | | | | | |
| <p>観光協会の体制強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会員増に向けた取組 ・会員への支援 | | | | | | | |

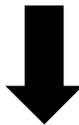


| 第3期計画 | | | | | H32以降 | 指標及び目標 | |
|---|-----|-----|-----|----|---|--------------------------------------|--|
| H28 | H29 | H30 | H31 | 指標 | | 目標値(H31) | |
| <p>参加型観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南国市の地域資源を活用した参加型観光の新たなメニューづくり、既存メニュー（長宗我部元親ラリー、土佐の食1グランプリなど）のブラッシュアップ ・SNSやメディア等のツールを有効活用した情報発信、プロモーション活動 ・県内外からの観光客の利便性向上に向けた主要観光施設の整備 ・イベントの企画や情報発信とあわせて、訪れた観光客の滞在時間を延ばし、市内回遊、飲食、宿泊、交通機関の利用など市内にお金を落としてもらおう仕組みづくり | | | | | <p>主要4観光施設※の観光客入込数 (H21:483,000人) (H26:539,000人) ※うち、<u>歴史民俗資料館(H26:25,178人)</u></p> <p>※県立歴史民俗資料館、西島園芸団地、パシフィックゴルフ(以上、来場者)、道の駅南国風良里(ショップ、直販所のレジ通過人数)</p> | 555,000人 ※うち、 <u>歴史民俗資料館(目標値)</u> | |
| <p>幕末維新博とタイアップした市内観光周遊ルートづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南国市観光クラスター連絡協議会の設立、運営 ・周遊ルートづくり ・観光案内ガイドの養成、観光案内パネル・ポスターの設置、歴史観光パンフレットの配布 ・レンタサイクルの拡充 ・観光パンフレットの多言語化 | | | | | | | |
| <p>観光協会の体制強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会員増に向けた取組 ・会員への支援 | | | | | | | |

修正項目(案)

【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|--|--|---|--|---|
| <p>23 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信</p> <p>《香南市》</p> <p>※地域産業クラスター関連(日本一の二郎産地拡大プロジェクト)</p> <p style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">修正前</p> | <p>香南市の海と山と文化や歴史などの地域資源を活用した体験観光等を推進するとともに、観光資源としての歌舞伎を活用し、歌舞伎を核とした交流の場づくりを行うことにより、交流人口の拡大を図る。</p> | <p>・(一社)香南市観光協会 ・香南市 ・香南市歌舞伎でまちおこし実行委員会 ・香南市観光クラスター協議会 (=香南市観光施設連絡会) ・地域の体験メニュー等提供団体</p> | <p>アクションプランの取組開始:H21 ・体験メニューのブラッシュアップ(H21～) ・旅行商品化に必要な観光情報の一元把握(H21～) ・旅行商品の造成(H21～) ・旅行商品の販売(H23～) ・地域の観光情報の発信(H21～) ・歌舞伎によるワークショップの開催(H27～) ・歌舞伎による体験メニューの開発(H27～) ・歌舞伎によるまちおこしの情報発信(H27～) ◆香南市観光協会が一般社団法人化し(H22)、旅行業第3種の登録を行ったことにより、旅行商品の企画から販売までの体制が整った(H23)。これに伴い、ウォーキングや坐禅体験、トレイルランニングレース大会、サンセット・シーカヤックツアーなど多様な商品を毎年企画・販売することで、地域資源の掘り起こし、活用につなげてきた。</p> | <p>・旅行商品の企画・販売の継続 ・体験メニュー等商品素材の開発 ・エージェントに対するプロモーション ・広域で連携した滞在型観光メニューの開発 ・観光資源としての歌舞伎の活用 ・国内旅行業務取扱管理者の不在(H29.4月～)</p> | <p>◆体験観光等に関する情報の一元把握</p> <p>◆体験メニューのブラッシュアップ等</p> <p>◆旅行商品の造成と販売</p> <p>◆地域の観光情報の発信</p> <p>◆歌舞伎を核とした交流の場づくり</p> <p>◆幕末維新博とタイアップした歴史資源の磨き上げと周遊コースづくり</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) | |
| 体験観光等に関する情報の一元把握 | | | | | → | 観光客入込数(H26: 51.8万人) (対象施設) 県立のいち動物公園、アクトランド、月見山こどもの森、絵金蔵、ヤシィパーク、弁天座(歌舞伎関係)、香南市サイクリングターミナル(宿泊以外) | 55万人 |
| タリフ集の修正・追加 | | | | | | | |
| 体験メニューのブラッシュアップ等 | | | | | → | | |
| 体験メニューの掘り起こし、磨き上げ | | | | | | | |
| 旅行商品の造成と販売 | | | | | → | | |
| ・コースプラン作成と販売、旅行代理店への売り込み ・募集型企画旅行の実施 | | | | | | | |
| 地域の観光情報の発信 | | | | | → | | |
| インターネット等を活用したPRの展開 | | | | | | | |
| 歌舞伎を核とした交流の場づくり | | | | | → | | |
| ・地歌舞伎等の招致及び公演 ・土佐絵金歌舞伎伝承会定期公演及びワークショップ ・歌舞伎による体験メニューの開発 ・歌舞伎によるまちおこしの情報発信 | | | | | | | |
| 幕末維新博とタイアップした歴史資源の磨き上げと周遊コースづくり | | | | | → | | |
| ・香南市観光クラスター協議会の設立、運営 ・周遊コースづくり ・観光案内パネルの設置、観光パンフレットの作成・配布 ・観光パンフレット、ホームページ、観光案内パネル等の多言語化 ・レンタサイクルの充実 | | | ・周遊コースのブラッシュアップ ・県外・海外からの誘客強化に向けた仕組みづくり | | | | |



【物部川地域】

| 項目 | 事業の概要 | 事業主体 | これまでの取組と成果 | 課題 | 主な内容 |
|---|--|---|--|---|---|
| <p>25 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信</p> <p>《香南市》</p> <p>※地域産業クラスター関連(日本一のニラ産地拡大プロジェクト)</p> <p style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px;">修正後</p> | <p>香南市の海と山と文化や歴史などの地域資源を活用した体験観光等を推進するとともに、観光資源としての歌舞伎を活用し、歌舞伎を核とした交流の場づくりを行うことにより、交流人口の拡大を図る。</p> | <p>・(一社)香南市観光協会 ・香南市 ・香南市歌舞伎でまちおこし実行委員会 ・香南市観光クラスター協議会 (=香南市観光施設連絡会) ・地域の体験メニュー等提供団体</p> | <p>アクションプランの取組開始:H21 ・体験メニューのブラッシュアップ(H21～) ・旅行商品化に必要な観光情報の一元把握(H21～) ・旅行商品の造成(H21～) ・旅行商品の販売(H23～) ・地域の観光情報の発信(H21～) ・歌舞伎によるワークショップの開催(H27～) ・歌舞伎による体験メニューの開発(H27～) ・歌舞伎によるまちおこしの情報発信(H27～) ◆香南市観光協会が一般社団法人化し(H22)、旅行業第3種の登録を行ったことにより、旅行商品の企画から販売までの体制が整った(H23)。これに伴い、ウォーキングや坐禅体験、トレイルランニングレース大会、サンセット・シーカヤックツアーなど多様な商品を毎年企画・販売することで、地域資源の掘り起こし、活用につなげてきた。</p> | <p>・旅行商品の企画・販売の継続 ・体験メニュー等商品素材の開発 ・エージェントに対するプロモーション ・広域で連携した潜在型観光メニューの開発 ・観光資源としての歌舞伎の活用 ・国内旅行業務取扱管理者の不在(H29.4月～)</p> | <p>◆体験観光等に関する情報の一元把握</p> <p>◆体験メニューのブラッシュアップ等</p> <p>◆旅行商品の造成と販売</p> <p>◆地域の観光情報の発信</p> <p>◆歌舞伎を核とした交流の場づくり</p> <p>◆幕末維新博とタイアップした歴史資源の磨き上げと周遊コースづくり</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>体験観光等に関する情報の一元把握</p> <p>タリフ集の修正・追加</p> | | | | | <p>観光客入込数(H26: 51.8万人) ※うち、 絵金蔵 7,820人 アクトランド 未集計</p> <p>(対象施設) 県立のいち動物公園、アクトランド、月見山こどもの森、絵金蔵、ヤシィパーク、弁天座(歌舞伎関係)、香南市サイクリングターミナル(宿泊以外)</p> | <p>55万人 ※うち、 絵金蔵 10,500人 アクトランド 10.5万人</p> | |
| <p>体験メニューのブラッシュアップ等</p> <p>体験メニューの掘り起こし、磨き上げ</p> | | | | | | | |
| <p>旅行商品の造成と販売</p> <p>・コースプラン作成と販売、旅行代理店への売り込み ・募集型企画旅行の実施</p> | | | | | | | |
| <p>地域の観光情報の発信</p> <p>インターネット等を活用したPRの展開</p> | | | | | | | |
| <p>歌舞伎を核とした交流の場づくり</p> <p>・地歌舞伎等の招致及び公演 ・土佐絵金歌舞伎伝承会定期公演及びワークショップ ・歌舞伎による体験メニューの開発 ・歌舞伎によるまちおこしの情報発信</p> | | | | | | | |
| <p>幕末維新博とタイアップした歴史資源の磨き上げと周遊コースづくり</p> <p>・香南市観光クラスター協議会の設立、運営 ・周遊コースづくり ・観光案内パネルの設置、観光パンフレットの作成・配布 ・観光パンフレット、ホームページ、観光案内パネル等の多言語化 ・レンタサイクルの充実</p> <p>・周遊コースのブラッシュアップ ・県外・海外からの誘客強化に向けた仕組みづくり</p> | | | | | | | |