

第5期安芸地域アクションプランの 進捗状況確認資料

安 芸 地 域 本 部
令和6年10月22日（火）

安芸地域アクションプランの進捗状況確認資料

R6.10.22

安芸地域本部

1 地域アクションプランの令和6年度上半期の実施状況(総括)

(1) 総評

令和6年度は、観光分野に「自然や歴史・文化を活用した山と暮らす馬路村の観光振興」を加えた全20項目のアクションプランについて、実行支援チームを編成し、事業推進に向けた協議と進捗管理を行うとともに、各種支援制度の活用等により、それぞれの目標の達成に向けて取り組みを進めている。

また、各市町村のまち・ひと・しごと創生総合戦略の取り組みと歩調を合わせて、第一次産業の振興に向けた生産・加工体制等の充実・強化や販路拡大の取り組みを継続するとともに、地域の一次産品等を活用した加工品づくりや、道の駅・直販所における機能の強化にも引き続き取り組んでいく。

農業分野

地域ぐるみで有機栽培に取り組んでいる馬路村のユズは、本年4月に高知県第1号となるオーガニックビレッジ宣言を行い、国内外に村を売り出す取り組みを進めている。

林業分野

森の恵みである木材や木製品について、経営コンサルタントの活用等による経営体制の強化や、国内外への新たな販路開拓を進めている。

水産業分野

漁業者による地元水産物や近海マグロ、低利用魚を活用した加工品製造・販売及び衛生管理体制の高度化に取り組み、高付加価値化、漁業者の所得向上を図っている。

また、加工事業者による加工場の建設に向けた検討を進めるとともに、高度な衛生管理体制下での地元水産物の加工品製造・販売についても引き続き取り組んでいく。

商工業分野

道の駅や農産物直販所等において、直販所交流による農水産物や加工品の品揃えの充実及び販路拡大、ECサイトの活用による販売拡大等の取り組みを進めていくほか、観光分野とも密接に連携し、地域の中心市街地に賑わいと活力を呼び戻すための取り組みを進めている。

観光分野

(一社)高知県東部観光協議会を中心として、市町村や関係団体、事業者等と連携しながら、体験プログラム等の造成、宿泊・交通等と連携した周遊促進商品やご当地グルメの開発等により地域資源の観光資源化を図るとともに、市町村を中心に県や国の事業を活用した拠点施設等の磨き上げを行い、安芸地域の魅力づくりを推進している。これらの資源・魅力をフックに、「どっぷり高知旅キャンペーン」等の県の施策

とも連動しながら、発地及び着地でのプロモーションを強化・推進し、交流人口の創出・拡大に繋げていく。

併せて、マーケティング調査・分析、国・県事業等との連携による観光の担い手確保や育成支援等、受入れ体制の整備、観光関係者で連携する仕組みの構築等に取り組み、持続可能な観光地域づくりの基盤整備を進めている。

(2)目標の達成に向けた進捗状況等

※達成度の基準について

進捗状況の基準	
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満
－	達成度の判断が困難なもの

資料3－1

【P(Plan)】							【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
農 業	1	「村を売り出す」有機栽培ゆず製 品の販路拡大による地域の活性 化 (馬路村) 【実施主体】 ・◎馬路村農業協同組合 ・馬路村 全作物の耕地面積に占める有 機農業面積の割合が全国1位の 81%にのぼる馬路村の有機栽培 で育てたゆずを生かした新商品の 開発や国内外への販路の拡大に より、商品とともに村全体を売り出 すことで馬路村ブランドを更に強化 し、官民一体となって地域の活性 化を図る。	通販売上高 会計年度 1月～12月	8.56億円 (R4)	8.67億円	9億円	1 有機ゆずを生かした商品開発及び人材確保 ・スイーツ部門の商品開発 ・有機栽培を活かした商品開発 ・既存商品のブラッシュアップ ・村内観光客への特別商品の開発 2 有機ゆずの認知度の向上と販路拡大 ・オーガニックビレッジ宣言を生かした情報発信 ・県外でのPRイベントの実施	1 有機ゆずを生かした商品開発及び人材確保 ・有機ゆずを生かした新商品の開発 →2品(ゆずの森缶チューハイ、有機柚子しょうゆ) 2 有機ゆずの認知度の向上と販路拡大 ・オーガニックビレッジ宣言(4/23) →メディアを通じた有機ゆずの認知度向上 ・県外でのPRイベントの実施 →阪神百貨店(大阪梅田本店)でのPRイベント (7/24～7/29) →合同会社DMMでのPRイベント (10/1)	2.61億円 (R6.1月～6月) ・R6到達目標達成率：60.3% ・対前年同期比：-％	D	(成果) ・新商品（ゆずの森缶チューハイ）の開発により、若い世代等に人気のあるライトなアルコール飲料を消費者にアプローチできるようになった。また、これまでの瓶入りの柚子リキュールに比べ、缶包装の飲料にしたことで、賞味期限の長期化や輸送の際のリスクが低減される等、海外輸出を想定した商品開発が進んでいる。 ・有機柚子しょうゆについては原料の完全有機化がなされており、有機商品のニーズが高い海外消費者をターゲットとした商品が開発されている。 ・阪神百貨店でのPRイベントでは1週間で220万円を売り上げており、新たな顧客層の開拓に向けて良い影響があると思われる。 (課題) ・有機ゆずの認知度向上 ・顧客層の高齢化 ・新規顧客層の開拓 (今後の方向性) ・SNS等を活用した有機ゆずの広報やPRイベントの実施 ・若い世代を対象としたPRイベントの実施 ・有機を生かした海外への販路拡大 ・新商品の開発による新たな顧客層の獲得
			輸 outputs 出荷額 会計年度 1月～12月	1,000万円 (R4)	3,250万円	1億円			－ (1月以降に集計・公表)		
農 業	2	東洋町のボンカン加工品の販路 拡大と後継者確保による地域振 興 (東洋町) 【実施主体】 ・◎(株)フクチャンFARM ・◎東洋町 ・ボンカン生産者 ・甲浦の果樹仲間 東洋町の特産品であるボンカン を活用した加工品の販路拡大を 進めるとともに、移住・定住の促進 による後継者の確保・育成に取り 組むことにより、地域振興を図る。	売上高 会計年度 1月～12月	845万円 (R4)	920万円	1,070万円	1 ボンカン加工品の販路拡大 ・既存商品の磨き上げ ・商談会等への参加 ・プロモーション活動の実施 ・東洋町ボンカン振興対策協議会への参画 ・海の駅東洋町での既存商品のPR ・とさのさとでのボンカン販売会の開催 2 後継者の確保・育成 ・移住フェア等への参加 ・特定地域づくり事業バツグン協同組合との連携 ・地域おこし協力隊の受入体制の整備 ・指導者の育成及び増員 ・就農希望者に対する園地承継の支援	1 ボンカン加工品の販路拡大 ・東洋町ボンカン振興対策協議会の開催(5月) ・海の駅東洋町でのボンカン加工品の販売 2 後継者の確保・育成 ・新規就農者(地域おこし協力隊)の発掘 ・ドローン防除現地実演会の実施(6月) ・特定地域づくり事業バツグン協同組合の取り組み説明会の実施 (10月)	810万円 (R6.1月～8月) ・R6到達目標達成率：132.1% ・対前年同期比：115.0％	S	(成果) ・新規就農者(地域おこし協力隊)の新たな雇用形態導入につながった。 ・説明会の実施により特定地域づくり事業バツグン協同組合とのさらなる連携に向けた協議の実施につながった。 (課題) ・新規販売先の開拓 (今後の方向性) ・商談会等への参加 ・海の駅東洋町での商品のPR ・とさのさとでのボンカン販売会の開催

【P(Plan)】							【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
農 業	3	芸西村の白玉糖を活用した地域活性化 (芸西村) 【実施主体】 ・◎芸西村伝承館製糖組合 ・◎集落活動センターがいせい ・芸西村 ・生産者グループ 江戸時代から引き継がれてきた芸西村の白玉糖(黒糖)の品質を向上させ、白玉糖を活用した新商品の開発や販路拡大、商品の磨き上げを行うことにより、認知度の向上と地域活性化につなげる。	伝承館でのサトウキビ取扱量	40.4t (R4)	41.0t	44.0t	1 白玉糖の品質及び認知度の向上 ・白玉糖生産者へのサトウキビ栽培、品質管理等の均一化のための助言 ・伝承館における既存体験プログラムの磨き上げ ・さんしんGOでの白玉糖の広報活動(12月) 2 白玉糖を使った特産品づくりと外商活動 ・イベントへの出店 ・販路拡大のための営業活動 ・白玉糖を活用した新商品の開発 ・ふるさとえいもん集マルシェへの参加 ・消費者等からの意見を踏まえた商品の改善、商品の製造行程や賞味期限等の見直しによる磨き上げ ・ECサイト、販促パンフレットの検討	1 白玉糖の品質及び認知度の向上 ・生活情報タウン誌「月刊こじゃんと」8月号に、白玉糖が文化庁認定の100年フードとして掲載 ・白玉糖を使ったレシピを、地場産品直販所「かつば市」の白玉糖販売場所すぐ横に掲示 2 白玉糖を使った特産品づくりと外商活動 ・新製品の白玉糖蜜の販売を開始(4月～) ・(株)StoryCrew経由で、首都圏へ白玉糖を使った焼き菓子を出荷(6月～) ・地産地消・外商課紹介による外商に関する個別相談実施(6/3) ・食のイノベーションベースセミナー「初めての外商講座」参加(6/4) ・期間限定で、東京のタルト専門店で、白玉糖を使ったタルトが販売開始(7/24～) ・商品づくりワーキングへ参加し、外商のための商品の磨き上げを実施(8、10、12、1月開催予定) ・第3回Good Foods EXPO関西への参加(9/24～26)	－ (2月以降に集計・公表)	－	(成果) ・外商活動のためのセミナーに参加するなど、積極的な情報収集に努めている。 ・首都圏等での白玉糖を使った商品の販売により、白玉糖を知ってもらう機会が増加した。 ・南国市の「日本料理しば」の6月のランチメニューに、「バニラアイス芸西村白玉糖蜜掛け」が採用された。 ・東京のタルト専門店で期間限定商品として、白玉糖を使ったタルト「タカナシ乳業”夏の牛乳”と白玉糖のフランナチュール」が販売された。 (課題) ・サトウキビを育てる人の高齢化による、収穫量の減少 ・猛暑や雨不足による収穫量の減少 ・製糖組合の組合員の不足による製糖作業の負担の増大 ・現在の製糖施設では、HACCP対応が困難 ・購入から30年以上経過したサトウキビの圧搾機の老朽化 (今後の方向性) ・地域づくり事業協同組合等を活用した人材確保の検討 ・国等の補助金や融資制度の活用した施設、機材の更新を検討
			体験プログラム参加人数	49人 (R4)	100人	200人			10人 (R6.4月～9月) ・R6到達目標達成率：20% ・対前年同期比：100%	D	
			白玉糖加工品販売額 (集落活動センターがいせい)	142万円 (R4)	160万円	180万円			167万円 (R6.4月～9月) ・R6到達目標達成率：208.8% ・対前年同期比：－	S	
林 業	4	馬路の林業加工品の販売促進 (馬路村) ・◎(株)エコアス馬路村 ・◎馬路林材加工協同組合 ・馬路村森林組合 【実施主体】 販路の拡大や新商品の開発、生産性の高い加工機械の導入等により木材や木製品の販売を促進し、事業体の雇用の確保と経営の安定化を図る。	木製品出荷額 (会計年度：4月～3月「(株)エコアス馬路村、馬路林材加工協同組合」) (会計年度：1月～12月「馬路村森林組合」)	2.53億円 (R4)	2.53億円	2.53億円	1 営業力の強化 ・新たな販路の開拓 ・新商品の開発 2 収益性の改善 ・加工機器の導入 ・経営体質の強化	1 営業力の強化 ・ウェブサイトの更新等 →アクセス数と閲覧内容の月別管理等を実施 →取引先との交流・情報収集強化 →海外(台湾)との取引の開始 ・産振アドバイザーを活用したHPのリニューアルへの取組等 ・デザイナーを活用した新商品開発及び既存商品の改良等 2 収益性の改善 ・老朽化した加工機器の導入の検討 ・商品の量産化に向けた、ミシン等の導入の検討 ・経営コンサルの活用と固定費の削減による経営体質の強化	0.55億円(R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：52.5% ・対前年同期比：76.1%	D	(成果) ・海外(台湾)との別荘棟の取引を行うことができた。また、取引の継続及び拡大を念頭に、海外(台湾)の顧客を招いて、間伐体験イベントを馬路村で開催することができた。(林材) (課題) ・R5年度に導入した木材乾燥機のスギ乾燥技術の向上(林材) ・邸別販売から製品(部材)の小口販売まで、柔軟な対応が必要(林材) ・公共予算の状況変化により、受注件数・見積件数ともに減少(森組) ・新商品開発、改良については現状停滞(森組)。※既存商品には、海外(韓国)から引き合いあり(エコ) (今後の方向性) ・海外(台湾)や国内(沖縄)を例に、小規模でリゾート向けの物件(別荘)にも営業展開を実施(林材) ・販売する製品から住宅や別荘等との完成品のイメージがリンクするようなHPのリニューアル等を、産振アドバイザー支援を受けながら推進(林材) ・公共事業関連は、引き続きパートナー企業と共に営業展開を実施(森組) ・既存商品(名刺、うちわ等)の海外(韓国)からの引き合いは、産業振興センターの協力を得ながら取引を推進(エコ)
			雇用者数(加工部門) (R4)	21人 (R4)	21人	22人			20人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：95.2% ・対前年同期比：95.2%	B	

【P(Plan)】								【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況			
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
水産業	5	芸東地域の水産物の付加価値向上と販路拡大 (室戸市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町) 【実施主体】 漁業者： ・◎(株)美阿丸 ・土佐室戸鮪軍団 ・室戸市定置漁業振興協議会 ・中芸定置網漁業振興協議会 水産加工業者： ・◎(有)タカシン水産（佐喜浜工場） ・◎(有)山本かまぼこ店 ・漁師の食卓 ・(株)岡水産 芸東地域の定置網漁獲物や近海マグロを中心に、漁業者や水産加工業者による加工品の開発・製造・販売を進め、付加価値向上・漁業所得の向上につなげる。	漁業者による加工品販売額 会計年度9月～8月	90万円 (R4)	400万円	700万円	1 漁業者による加工品の製造販売 【新商品の開発やネット販売による販路拡大】 <(株)美阿丸> ・商品ラインナップの拡充、販路開拓 【加工場における製造・販売体制の確立】 <(株)美阿丸> ・地元及び自社内での原魚調達による加工品製造の強化 ・HACCPに沿った衛生管理体制の構築 【水産物のPR】 <土佐室戸鮪軍団> ・「マグロ解体ショー」やマグロ加工品の販売等による広報	1 漁業者による加工品の製造販売 【新商品の開発やネット販売による販路拡大】 <(株)美阿丸> ・新たにカツオのたたきをECサイトで販売開始(5月～) 【加工場における製造・販売体制の確立】 <(株)美阿丸> ・自社でのカツオの原魚調達を強化 ・日本食品認定機構の認定するHACCPに沿った衛生管理計画作成の準備 【水産物のPR】 <土佐室戸鮪軍団> ・高知市でマグロ解体ショーを実施(4月) ・地元ブランド「室戸春ぶり」をイベントに出展する他事業者へ加工場を貸出	255万円 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：153.1% ・対前年同期比：165.5%	S	(成果) <(株)美阿丸> ・カツオの原魚調達を強化し、カツオのたたきを商品化してECサイトで販売することで、商品ラインナップの拡充や原魚調達体制の強化ができています。 (課題) <(株)美阿丸> ・HACCPに沿った衛生管理計画の作成・実施 (今後の方向性) <(株)美阿丸> ・HACCPに沿った衛生管理計画の作成支援	
		水産加工業者の販売額 会計年度7月～6月	2.3億円 (R4)	2.5億円	3.0億円	2 水産加工業者による加工品の製造販売 【生産性の向上と販路拡大】 <(有)タカシン水産> ・新商品開発、販路拡大 <(有)山本かまぼこ店> ・県内産シイラを使用したペットフード製造 ・販路開拓 【施設整備】 <(株)岡水産> ・HACCPに沿った衛生管理に対応した施設整備の検討	2 水産加工業者による加工品の製造販売 【生産性の向上と販路拡大】 <(有)タカシン水産> ・アルコール凍結による高鮮度処理を行った生食用冷凍商品の開発 ・定置網漁で漁獲される魚(シイラ・沖サワラ・ブリ等)を使った商品開発 <(有)山本かまぼこ店> ・ペットフード製造を行うための新加工場整備に向けた準備 →中国四国農政局に対して、ペットフード製造のために必要な「愛玩動物用飼料製造業者届」を提出 ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金の活用に向けてコンサル業者と協議を実施 ・ベトナムでの商談実施(事業戦略等推進事業費補助金) 【施設整備】 <(株)岡水産> ・産振補助金(ステップアップ事業)活用に向けた協議を7回実施	0.4億円 (R6.4月～6月) ・R6到達目標達成率：70.9% ・対前年同期比：90.1%	(成果) <(有)タカシン水産> ・積極的に生食用冷凍食品や複数の新商品開発に取り組むことができています。 <(有)山本かまぼこ店> ・ペットフード製造という新事業実施に向けた準備を着々と進めることができています。 <(株)岡水産> ・産振補助金(ステップアップ事業)を活用する態勢が整いつつある。 (課題) <(有)タカシン水産> ・佐喜浜工場における人手不足 <(有)山本かまぼこ店> ・ペットフード事業開始に係る財源の確保 <(株)岡水産> ・産振補助金(ステップアップ事業)活用による事業計画策定は3か月程度を予定しており、短期間 (今後の方向性) <(有)タカシン水産> ・積極的な人材募集、新商品の開発 <(有)山本かまぼこ店> ・国事業再構築補助金の活用 <(株)岡水産> ・産振補助金(ステップアップ事業)の申請を迅速に実施			

【P(Plan)】							【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
商 工 業	6	道の駅キラメッセ室戸を核とした 地産地消・外商の拡大 (室戸市) 【実施主体】 ・◎協同キラメッセ室戸(有) ・◎室戸市 道の駅キラメッセ室戸「楽市」「食遊」を拠点とし、地域産品の充実や販売、食の提供を促進するとともに、周辺施設と連携することで、地産地消・外商及び交流人口の拡大を図る。	売上高	4.63億円 (R4)	5.0億円	5.2億円	1 農作物の確保 ・庭先集荷ルート拡大の検討 ・直販所連携の強化 2 加工品の開発、販路拡大 ・ふるさと納税制度の活用 ・ネット通販の強化 ・直販所連携の強化	1 農作物の確保 ・庭先集荷ルートの見直し、弁当配達を活用したテスト事業実施の検討 ・直販所連携の実施 →道の駅たかの、さくら市、海の駅東洋町等と連携し、商品不足を解消 2 加工品の開発、販路拡大 ・ふるさと納税返礼品の発送 →定期便の注文数：約3,000件 ・室戸ジオパーク推進協議会ECサイト「室戸びと、進む。」の活用 →「室戸の小夏」を新たに掲載 ・道の駅たかの主催イベント「11周年記念感謝祭」への出店(6/1,2) →地元事業者の加工品のほか自社商品「室戸のきらめき」等を販売	1.77億円 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：85.0% ・対前年同期比：91.6%	B	(成果) ・複数の直販所と連携し、農産物の確保や加工品等の販路拡大に取り組むことができている。 ・ふるさと納税制度の積極的な活用により外貨獲得に繋がっている。 (課題) ・従業員不足 ・農業者の減少に伴う農作物不足 (今後の方向性) ・従業員の積極的な募集 ・庭先集荷ルートの拡大
			レジ通過者数	285,866人 (R4)	304,000人	310,000人	3 レストラン「食遊」の充実に伴う地産地消・外商の推進 ・地場産品を活用したメニュー開発	3 レストラン「食遊」の充実に伴う地産地消・外商の推進 ・地域食材を活用した独自メニューの開発・提供 →「春ぶり祭」において、春ぶりを使った定食やどんぶりを提供 日南・大平集落活動センターひなたぼっこが主催の「ぼたなす祭り」において、「ぼたなすフライ」を限定価格で提供。それ以降継続的にメニュー化	114,858人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：90.7% ・対前年同期比：93.3%		
商 工 業	7	安芸市中心市街地の活性化 (安芸市) 【実施主体】 ・◎安芸商工会議所 ・安芸本町商店街振興組合 ・安芸市 ・For the Future にぎわいと活力のある中心市街地を目指し、地域内外から人が集まる仕組みづくりや中心市街地の魅力を高める取り組みを進めることで商店街や周辺地域の活性化を図る。	空き店舗等を 活用した新規 開業	2件 (R4)	1件	5件 (R6～9累計)	1 中心市街地のにぎわい創出に向けた取り組み ・安芸市中心商店街等振興計画(R4～6年度)に基づく取り組みの実施 ・R7年度以降の計画の検討 ・全国「商い甲子園」大会の拡充及び経済波及効果が生まれる手法の検討 ・移住者や高校生も巻き込んだ各種イベントを実施し、中心市街地への誘客促進 ・HPやSNSなどを利用した情報発信	1 中心市街地のにぎわい創出に向けた取り組み ・現計画の延長に向けた関係者協議を実施：8回 →現計画を延長することで合意 ・全国「商い甲子園」大会開催 →県外含む3県7高校13チームが出場 ・移住者や高校生も巻き込んだ各種イベントを実施 →商店街と連携したスタンプラリー事業を実施(安芸市制70周年事業) →軽トラマルシェ開催：1回(R6.9月時点) →高校生マルシェ出店：1回(R6.9月時点)	1件 (R6.4月～7月) ・R6到達目標達成率：100.0% ・対前年同期比：－	A	(成果) ・商い甲子園大会や東洋的漫遊祭等の異業種・異分野・異世代間の交流促進による中心市街地の活性化を図る取り組みが評価され、経済産業省の「地域にかがやく わがまち商店街表彰2024」を受賞した。 ・中心市街地の空き店舗にコンタクトセンターの誘致が決定した。(令和6年度末開設予定) (課題) ・振興計画策定の事務局(安芸商工会議所)の体制強化 ・商店街組織と周辺地域の事業者との連携強化 (今後の方向性) ・振興計画の延長に向けた事務局及び関係者団体の連携強化 ・空き店舗等情報の収集・提供
			事業者数	95店舗 (R4)	95店舗	95店舗	2 空き店舗等を活用した新規開業の促進に向けた取り組み ・新規開業希望者向けの空き店舗等情報の収集 3 推進体制の強化に向けた取り組み ・事業者間で情報共有する仕組みの構築 ・R7以降の取り組みの維持発展に向けた各実施主体の連携促進・人材育成	2 空き店舗等を活用した新規開業の促進に向けた取り組み ・人口減少対策総合交付金(連携加算型)を活用した空き店舗等調査の検討 3 推進体制の強化に向けた取り組み ・市内事業者等の情報交換・交流の場「たまり場」実施：5回(R6.9月時点) →事業者等の連携強化に向けた体制構築 ・商店街等事業者交流会へ参加：1回(予定)	－ (翌年6月以降に集計・公表)		

【P(Plan)】							【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】				
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況			
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
商 工 業	8	海の駅東洋町を拠点とした地域振興 (東洋町) 【実施主体】 ・◎東洋町 ・◎指定管理者 ((株)FoundingBase) ・生産者 ・地域団体 高知県の東の玄関口である東洋町の観光の窓口及び地元特産品の販売、飲食施設等の機能を持つ「海の駅東洋町」を核とした交流人口の拡大により、地域の活性化を図る。	売上高	1.86億円 (R4)	2.34億円	3.25億円	1 誘客の促進 ・店内レイアウトの工夫 ・イベントの実施・誘致 ・SNSを活用した情報発信 ・町内外イベントへの出店 ・特産品の直販所交流による海の駅東洋町のPR ・店舗内商品の充実 ・直販所交流商談会への参加 2 観光機能の強化 ・グランピング施設の整備検討開始・計画策定 ・体験プログラムの検討 ・白浜キャンプ場の運営委託開始 ・地域団体との連携 ・SNSを活用した情報発信	1 誘客の促進 ・Instagramでの情報発信 →毎日投稿による陳列商品等の情報発信 ・直販所交流による商品の充実 →33直販所との交流 (R6.9月末時点) ・共同配送こうちの活用開始 ・直販所交流商談会への参加 →参加回数： 1 回(6月) →共同配送こうちの活用について紹介 ・「道の駅」として国土交通省への登録完了(8月) 2 観光機能の強化 ・グランピング施設のモニター体験実施(9月) ・白浜キャンプ場の運営委託開始(4月～)	1.11億円 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：113.8% ・対前年同期比：112.8%	S	(成果) ・売上高や来場者数が増加した。 ・道の駅化することにより認知度が向上した。 ・白浜キャンプ場の運営委託を開始した。 (課題) ・ECサイト販売に向けた水産加工品(干物等)の試作品の検証における加工場の衛生面での品質管理 ・グランピング施設設置や加工場改修のための費用	
			来場者数	169,520人 (R4)	190,000人	200,000人			84,245人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：106.4% ・対前年同期比：103.8%			A
商 工 業	9	なはりの郷を核とした特産品の販売促進と体験型観光の推進 (奈半利町) 【実施主体】 ・◎(一社)なはりの郷 ・◎奈半利町 ・奈半利なんでも市加工グループ ・NCL48 ・加領郷フィッシャリーズ ・JA高知県(安芸地区) ・なはり浦の会 集落活動センターなはりの郷が中心となり、地域食材を活用した特産品の開発・販売を促進して地産外商を強化するとともに、海浜センターや地域資源(生活体験学校等)を活用した体験型観光を推進することにより、交流人口の拡大を図る。	物産館無花果の売上高	3,302万円 (R4)	3,995万円	5,000万円	1 地産外商体制の強化 ・関係者の連携による新商品の開発 ・既存商品の磨き上げ ・販売戦略の策定 2 一次産業の振興 ・農作業指導者と研修生の確保、育成 ・イチジクの生産から加工、販売を実施	1 地産外商体制の強化 ・イチジクを活用した加工品について関係者で協議を実施 →工業技術センターとも連携し試作品を製造 ・物産館無花果の運営に関する情報共有の場を設置 (産振アドバイザー制度の活用) →物産館無花果の再整備を検討 商品の陳列方法等を改善 ・直販所交流商談会等への参加 →県内複数直販所と商品取引の交渉中 交流直販所数： 2ヶ所(R6.6月時点) 2 一次産業の振興 ・農業人フェア等への参加 →雇用条件等を再度検討 ・なはりの郷各部門の連携によるイチジク販路拡大、加工品製造強化 →イチジクほ場面積の拡大(R6.8現在：33a) 3月の定植に向けて拡大候補地を検討中	1,940万円 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：116.5% ・対前年同期比：104.2%	S	(成果) ・産振アドバイザー制度の活用(R5～)により、イチジクを活用した加工品の試作に取り組んだ。また、物産館無花果の商品の陳列方法や営業方法に関するアドバイス等により、売上高が増加した。 (参考：R5.4～8月売上高 1,861千円) ・直販所交流会商談会に参加したことで新たな取引先を2件獲得した。 ・産振アドバイザー制度の活用をきっかけに包括連携協定を締結したミタニ建設工業(株)と連携し、防災＋飲食イベントを開催した。来場者数は3,000人を記録し、出店した飲食店も大変賑わった。	
			農水産加工施設の店舗売上高	2,132万円 (R4)	2,306万円	2,600万円			1,368万円 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：142.4% ・対前年同期比：109.9%			S
			JA加工施設 (奈半利味噌)の売上高	843万円 (R4)	877万円	930万円			411万円 (R6.4月～9月) ・R6到達目標達成率：93.7% ・対前年同期比：97.6%	B		(今後の方向性) ・イチジク加工品の開発について、農山漁村発イノベーション事業を活用し、専門家と連携した商品開発 ・移住フェア等へ参加し人材確保及び体制強化
			奈半利町観光入込数	50千人 (R4)	52千人	55千人			23千人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：106.0% ・対前年同期比：100.4%	A		

【P(Plan)】							【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
商 工 業	10	道の駅「田野駅屋」の機能強化 に向けた取り組み (田野町) 【実施主体】 ・◎道の駅指定管理者(たの未来 プロジェクト(株)) ・◎田野町 ・加工施設指定管理者(中芸食 材工房) ・生産者組織 ・地域団体 地域の特産品の販売や、観光 情報の発信等の役割を担っている 田野駅屋において、「阿南安芸自 動車道」の整備を見据え、田野駅 屋が観光の目的地や、道路利用 者にとって安芸以東の地域におけ る安心して休憩できる場となるよう 再整備を行う。 再整備にあたっては、令和5年 度に策定した基本計画を元に、観 光客や道路利用者だけでなく、 地域のあらゆる世代が活躍する舞 台となる地域拠点や地域コミュニ ティを目指していく。	店舗売上高 会計年度 1月～12月	2.7億円 (R4)	2.9億円	3.3億円	1 機能強化のための施設等整備 ・整備内容、事業財源の検討 ・駐車場の拡張 2 直販・飲食機能及び運営体制の強化 ・事業継承による後継者の確保 3 加工品の開発・販売の強化 ・新たな加工品及び販路の検討 4 情報発信機能の強化・交流人口の拡大 ・交流人口拡大のための地域イベント開催	1 機能強化のための施設等整備 ・駐車場の一部拡張にかかる用地交渉を開始 2 直販・飲食機能及び運営体制の強化 ・田野駅屋へ出品している町内事業者と協議を実施 3 加工品の開発・販売の強化 ・新たな加工品の開発について、特産品開発支援事業費 補助金(田野町)の活用を検討 4 情報発信機能の強化・交流人口の拡大 ・交流人口拡大のための地域イベントとして、ビアガーデンの 開催を検討	1.8億円 (R6.1月～8月) ・R6到達目標達成率：93.3% ・対前年同期比：97.8%	B	(成果) ・基本計画を策定したことにより整備方針が定まった。駐車場の一部 拡張にかかる用地交渉を開始し、11月末完成予定となった。また、施 設全体の用地交渉も並行して実施している。 ・国の事業である「官民連携による地域活性化のための基盤整備推 進調査費補助金」の申請を行っており、採択の結果待ちとしている。 (課題) ・出品事業者の後継者不足 (今後の方向性) ・出品事業者へのヒアリング ・事業承継支援制度の紹介
			入込数 会計年度 1月～12月	233千人 (R4)	257千人	300千人			154千人 (R6.1月～8月) ・R6到達目標達成率：89.9% ・対前年同期比：99.2%		
商 工 業	11	やすだ資源を生かした新商品開 発による地産外商の推進 (安田町) 【実施主体】 ・◎安田町 ・生産者 ・製造販売者 安田町内の地域資源を生かした 新商品開発に取り組み、販路開 拓・拡大による地産外商を推進す る。	加工事業 参入事業者	0件 (R4)	1件	3件 (R6～9累 計)	1 地域資源を生かした加工品の製造・販売 ・製造再開及び新商品開発のための人材及び 原材料確保 ・製造販売拠点の設備整備 2 新商品開発に向けた新たな地域資源の掘り 起こし ・JA等と連携した加工に適した作物の選定 ・市場調査及び試作品の製作、商品化実現	1 地域資源を生かした加工品の製造・販売 ・新商品開発に向け、地産外商公社がマンゴーハウスを視察 (5/21) →地産外商公社からの紹介を受けた民間事業者がマンゴーハウス を視察：2回(5/29,6/5) ・新たな加工事業者誘致に向け、地産外商公社が製造販売拠点 「安田(あんた)と夢ファクトリー」を視察(5/21) →地産外商公社からの紹介を受けた民間事業者が製造販売 拠点を視察(7/22) 2 新商品開発に向けた新たな地域資源の掘り起こし ・新商品開発に向け、地産外商公社がマンゴーハウスを視察 (5/21) →地産外商公社からの紹介を受けた民間事業者がマンゴーハウス を視察：2回(5/29,6/5)	0件 (R6.4月～9月) ・R6到達目標達成率：0% ・対前年同期比：0%	D	(成果) ・地産外商公社との連携により、民間事業者の製造販売拠点「安田 (あんた)と夢ファクトリー」視察及びマンゴーハウスの視察につながった。 (課題) ・製造販売拠点内の機械設備の老朽化 ・「安田の白い夢」の製造再開及び新商品開発のための事業者確保 (今後の方向性) ・製造販売拠点内の機械設備状況の確認、修繕対応 ・事業者確保に向けた視察の積極的な受入れ
			地域資源を 活用した 新商品開発	0件 (R4)	2件	6件 (R6～9累 計)			0件 (R6.4月～9月) ・R6到達目標達成率：0% ・対前年同期比：0%		

【P(Plan)】								【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況			
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
商 工 業	12	地場産品直販所「かつば市」を核とした地域活性化 (芸西村) 【実施主体】 ・◎(有)かつば市 ・芸西村 ・生産者グループ 地場産品直販所「かつば市」において、安定供給の仕組みを作るとともに、他の直販所との商品交流や、魅力的な商品づくりに取り組むことにより、地場産品の消費拡大を進め、地域経済の活性化につなげる。	かつば市 売上高	1.62億円 (R4)	1.78億円	2.07億円	1 魅力ある店舗づくりと顧客獲得の取り組み ・新商品をはじめとするフェアの開催、顧客から要望の多い野菜等の充実 ・買い物代行サービスの認知度向上に向けた広報強化 2 品揃えの充実及び外商活動 ・直販所間での商品交流の促進	1 魅力ある店舗づくりと顧客獲得の取り組み ・精肉の販売を受託していた会社がR6年3月に解散したため、4月から別の業者からの買取販売を開始 ・顧客のニーズに合わせた冷凍加工肉やフルーツなど冷凍商品数の増加 ・買い物代行サービスのチラシ作成、配布 2 品揃えの充実及び外商活動 ・商品の鮮度を保つため、店舗内で一部商品の配置換えを実施(7月) ・お盆等イベントに合わせた、お供え物等の商品の充実	0.82億円 (R6.4月～9月) ・R6到達目標達成率：92.1% ・対前年同期比：101.5%	B	(成果) ・チラシ配布等により、買い物代行サービスの売り上げが対前年比109%増加した。 ・お盆等の時期にレジ横にお供え物等の商品を設置したことにより、シキミ購入のために訪れた人の購入に繋がった。 (課題) ・夏期の野菜不足 ・物価や光熱水費高騰による、ランニングコストの上昇 ・運送料が高額なため、積極的な直販所間交流が困難	
			シェアキッチン を活用した 商品の数	2品 (R4)	4品	5品 (R6～9累計)			2品 (R6.4月～9月) ・R6到達目標達成率：50% ・対前年同期比：100%			D
観 光	13	安芸地域の観光振興の推進 (安芸地域全域) 【実施主体】 ・◎(一社)高知県東部観光協議会 ・安芸広域市町村圏事務組合 ・市町村 ・観光協会等 ・地域団体 ・民間事業者 広域観光組織の基盤を整備し、情報発信、体験プログラムの磨き上げ、教育旅行の受入れ等を行うとともに、歴史や食、自然の組み合わせによる観光クラスターの整備を推進することで、安芸地域外からの誘客を増加させて地域経済の活性化を図る。	観光入込数 会計年度 1月～12月	1,882,480 人 (R4)	2,270,112 人	2,429,018 人	1 ひがしこうち魅力創出の推進 ・滞在型観光の推進 ・地元食材を活かした食観光の推進	1 ひがしこうち魅力創出の推進 ＜体験型観光の推進＞ ・補助対象となる体験プログラムの造成等の募集開始(4月～) ・高知県東部体験型観光促進事業補助金 3件交付決定 ＜滞在型観光の推進＞ ・貸切バス助成の募集開始(4月～) →高知県東部旅行会社視察調査助成 →高知県東部地域周遊旅行貸切バス助成 16件交付決定 →高知県東部地域修学旅行誘致助成 2件交付決定 ＜地元食材を活かした食観光の推進＞ ・「食」と「人」をつなぐ“ひがしこうち”ゆずツーリズム創出事業(観光庁「地域観光新発見事業」の活用) →採択通知(5/30)、事業実施(7/1～) →キックオフミーティング(7/4) ・モニターツアー(日帰りプラン2本、宿泊プラン4本)設定・募集(9/21～)	1,086,926人 (R6.1月～7月) ・R6到達目標達成率：82.1% ・対前年同期比：99.2%	C	(成果) ・イベント出展による情報発信について、計画通り、3つの地域でのイベント(安芸市、大阪市、奈半利町)に出展し、県内外へのPRにつながった。 ・HPのPV数は対前年同期比で111.2%、Instagramのフォロワー増加数の対前年同期比は1331.2%(約13倍)、増加率は149.2%(約1.5倍)となっており、イベントやSNS等での情報発信の成果によるものと考えられる。 ※参考【Instagramフォロワー数実績】 ・R5.4～R5.8の増加数48人 R5.7末時点フォロワー数2,369人 ・R6.4～R6.8の増加数639人 R6.8末時点フォロワー数3,535人 (課題) ・昨年度の誘客要因(①コロナの5類移行、②高知県の実施する観光キャンペーン「牧野博士の新休日」③当協議会が実施した誘客促進キャンペーン)に代わる食を中心とした新たな取り組みの強化	
			圏内宿泊者数 会計年度 1月～12月	142,884人 (R4)	160,784人	172,038人			66,406人 (R6.1月～7月) ・R6到達目標達成率：70.8% ・対前年同期比：76.2%			C

【P(Plan)】							【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
			圏内観光消費額 会計年度 1月～12月	3,248,435 千円 (R4)	3,814,732 千円	4,245,118 千円	2 効果的な情報発信とセールスの強化 ・WEB・SNS等を活用した情報発信の強化 ・旅行会社へのセールス強化 ・ファムツアーによる情報発信の強化 ・県内・着地側での情報発信の強化 3 下支える基盤整備の推進 ・マーケティング機能の強化 ・広域観光の推進	2 効果的な情報発信とセールスの強化 ＜WEB・SNS等を活用した情報発信の強化＞ ・HP、SNSによる情報発信 →128件 ＜旅行会社へのセールス強化＞ ・高知県観光説明会等への参加(4/16東京、5/9-10大阪、5/15広島、9/3大阪、9/11東京) →独自セールスの実施 (4/17東京、5/16広島、7/9-12大阪・名古屋・東京、7/19松山、8/3徳島、9/4大阪、9/12東京) ＜県内・着地側での情報発信の強化＞ (※県外での取組含む) ・イベント出展による情報発信等 →手づくり登り窯フェスタ in つつじ祭り (4/14、安芸市) →長居植物園×高知県マルシェ (5/18-19、大阪市) →今日はごめん・なはり線の日 (7/7、奈半利町) →ひがしこうちセレクトPOP UP STORE (9/14-16、大阪市) ・アナログメディア(テレビ、新聞、ラジオ、雑誌等)を活用したPR →道頓堀屋外サイネージ「トンボリステーション」での動画放映 (4/7 - R7.1/18) →LMAGA MOOK高知への広告掲載 (6月) →中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会との連携による協賛CM放送 (7月～9月) ・第71回よさこい祭り中央公園会場LEDビジョンでの動画放映 (8/9-12) ・販促物(ガイドブック等)を活用したPR →ひがしこうちmine：豊浜SAへの配架(4月～) →香香柚子：豊浜SAへの配架(4月～) 3 下支える基盤整備の推進 ＜マーケティング機能の強化＞ ・来訪者満足度調査(WEBアンケート)の実施・分析(4月～) →アンケート設置箇所：23箇所、100件 →イベント出展によるデータ収集：208件 ・観光客の受入れに対する住民満足度・意識度アンケートの実施・分析(4月～) →エリア内イベント出展によるデータ収集：86件 ・新規ツールの制作 →ツール及び業者選定 (8月) →参画事業者募集開始 (9/20～) ・宿泊データ分析システムによる観光客動向データの収集・分析 (R1.9月～) ・市町村観光担当課長会・担当者会 →第1回担当課長会議(6/18) →第1回担当者会(4/10) →第2回担当者会(7/4) ＜広域観光の推進＞ ・四国南東部広域観光連携協議会への参画により県境を越えた一体的な観光施策を展開 ・観光庁事業申請(不採択) ・季節版(夏・秋)ポスターの作成 ＜受入環境の整備＞ ・補助対象となるモニターツアーの募集開始(4月～) →高知県東部受入環境整備事業費補助金 1件交付決定	1,927,796千円 (R6. 1月～7月) ・R6到達目標達成率：86.6% ・対前年同期比：88.3%	B	

【P(Plan)】								【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
観光	14	日本遺産を活用した中芸地域の活性化 (奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村) 【実施主体】 ・◎中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会 ・奈半利町 ・田野町 ・安田町 ・北川村 ・馬路村 ・中芸地区森林鉄道を保存・活用する会 日本遺産認定を受けた魚梁瀬森林鉄道遺産やゆずロード等を活用し、中芸地域のインバウンドを含めた交流人口の拡大や文化活動の促進を図る。	中芸地域 主要施設 訪問者数	525,906人 (R4)	549,000人	570,000人	1 日本遺産を活用した地域の活性化及び交流人口の拡大 ・研修会等の受講及び関係機関との連携による日本遺産関連商品やツアーの開発、売込み ・台湾との交流、連携 ・外国語対応等のガイド人材の育成 ・イベント出展など全国の日本遺産関係者との交流 ・SNSを活用した情報発信 ・既存イベントの磨き上げ ・構成文化財の保存・活用に向けた文化財保存活用地域計画の策定への参画 ・日本遺産サミット開催地域の視察 2 協議会の体制強化 ・事業推進のための体制の再構築	1 日本遺産を活用した地域の活性化及び交流人口の拡大 ・鉄道関係などのイベントへの出展：2回(R6.9月末) ・「第29回全国ハーブサミット」に出席し中芸日本遺産をPR(6/22,23) ・日本遺産ガイドの実施：7回(R6.9月末) →受入人数：43名(R6.9月末) ・日本遺産学の実施：3回(R6.9月末) ・「ゆずとりんてつガイド会フェスティバル」の開催(5/26) →来場者数：46名 ・ゆずFeS開催に向けての会議実施：3回 ・ラジオ番組出演によるPR(5/31,6/7,7/3) ・阿里山林業鉄道(台湾)の視察 ・協賛CMを期間限定で放送(7/1～9/30) ・ゆずロードミュージアム毎日開館(7/13～8/31までの期間限定) →来館者数：252名 ・ガイド養成講座及びガイドスキルアップ講座の実施：4回(R6.9月末) →参加者数：14名(累計) ・第11回ゆずFeSの実施 →プログラム数：26プログラム、参加者数：16名(R6.9月末) 2 協議会の体制強化 ・事務局を4名から5名へ増員 (事務局員(会計年度任用職員)1名を増員) ・事務局内定例ミーティングの開催(毎週火曜日) ・町村担当者会の開催(5/9、9/25) ・幹事会(副町長級)の開催(5/22) ・総会の開催(5/28) ・町村の連携意識醸成のため、事務局長、事務局員(安田職員)による町村担当課長訪問	188,062人 (R6.4月～7月)	・R6到達目標達成率：102.8% ・対前年同期比：93.0%	A (成果) ・ゆずロードミュージアムを夏休み期間中(7月中旬～8月末)に土日祝日も開館としたことにより来館者が増加している。 ・定例ミーティングの実施により協議会内での情報共有が定着している。 (課題) ・日本遺産の認知度向上 ・ゆずロードミュージアムの年間を通した土日祝日の開館のための人員配置 ・事業推進のための協議会と中芸5町村との連携体制の構築 ・地域内へ人を呼び込み消費額を増やすための仕組みづくり (今後の方向性) ・積極的なイベントへの出展やSNSを活用した情報発信による日本遺産認知度の向上 ・来春の「あんぱん」放送を見据え、土佐くろしお鉄道と連携し、ごめん・なはり線キャラクターを使った日本遺産スポットへの誘客 ・台湾を中心としたインバウンド客の誘致 ・ゆずロードミュージアムの年間を通した土日祝日の開館に向け、日本遺産中芸ゆずと森林鉄道ガイド会などと連携した人材確保の検討 ・ゆずFeS体験メニューの磨き上げや参加事業者の拡大 ・定期的な町村担当者会の開催

【P(Plan)】							【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
観光	16	安芸市のユズ、ナス等の地域食材や観光資源を活用した交流・関係人口の拡大 (安芸市) 【実施主体】 ・◎安芸市 ・◎(一社)安芸市観光協会 ・安芸漁協 ・伊尾木あなごう保存会 ・内原野陶芸館 ・JA高知県(安芸地区) ・安芸市観光ボランティアガイドの会 ・廓中ふるさと館 ・メリーガーデン ・はたやま夢楽 ・安芸「釜あげちりめん井」楽会 ・道の駅大山 ・安芸商工会議所 ・「はばたけ彌太郎」安芸市推進委員会 ・For the Future ・地元加工業者・加工グループ・飲食店 既存の観光資源の磨き上げや自然・歴史文化等の地域資源を活用した新たな体験プログラムの造成、地域食材を活用したメニューや商品の開発等により、地域ブランド力及び観光客の満足度の向上を図り、交流・関係人口の拡大及び観光関連産業の活性化につなげる。	市内年間観光客数	174,399人 (R4)	215,000人	300,000人	1 生産量日本一の作物であるユズ、ナス等を活用した交流・関係人口の拡大に向けた取り組み ・援農隊実施、観光・交流事業の企画 ・関係人口の拡大に向けたPR、ふるさと納税の強化 ・地域食材を活用したメニューや商品の開発・磨き上げ・PR ・道の駅大山・観光情報センター・ちばさん市場の連携促進、商品開発・販売促進 2 観光資源の魅力向上への取り組み ・自然や歴史を活用した既存の体感体験プログラムの磨き上げ、新たなプログラムの造成 ・道の駅大山周辺の観光振興計画の推進 ・滞在時間延長に向けた市内周遊促進の仕組みづくり ・定期的な魅力発信(イベントの企画・開催)	1 生産量日本一の作物であるユズ、ナス等を活用した交流・関係人口の拡大に向けた取り組み ・地域食材を活用した商品等のPRを実施した →安芸うまいもん開発アイデアコンテスト受賞商品を、ふるさと納税返礼品での取扱い開始 ・道の駅大山・観光情報センター・ちばさん市場の連携を図った →道の駅大山の商品エンジェルケーキ等をちばさん市場での取扱い販売の開始 →ちばさん市場と連携した道の駅大山のキーマカレー等の新商品を開発 2 観光資源の魅力向上への取り組み ・安芸市流域森づくり構想策定 ・SNSによるイベント情報発信 ・どっぶり高知旅キャンペーンに係る勉強会等への参加：2回(R6.9月時点) ・どっぶり高知旅観光プログラムの造成に向けた協議実施：7回(R6.9月時点) →伊尾木洞周遊ツアーのタリフ完成 →伊尾木洞周遊モニターツアー実施(予定) ・中心商店街及び中心市街地と周辺地域への更なる認知度及び集客力向上に向けたイベント開催：3回(R6.9月時点)	67,886人 (R6.4月～7月) ・R6到達目標達成率：94.7% ・対前年同期比：－	B	(成果) ・道の駅大山とちばさん市場の連携が生まれたことにより、新商品の開発ができた。 ・滞在時間延長及び周遊促進を目指した新たな観光プログラムの造成に向けて、これまで十分な連携がとれていなかった地域関係者も巻き込みながら協議を実施している。 (課題) ・更なる体験プログラムの磨き上げ、新たなプログラムの造成 ・情報発信力の不足
			市内年間宿泊者数	30,512人 (R4)	30,000人	30,000人			7,542人 (R6.4月～7月) ・R6到達目標達成率：75.4% ・対前年同期比：70.6%		
			加工品開発数	1件 (R4)	1件	5件 (R6～9累計)			2件 (R6.4月～7月) ・R6到達目標達成率：200.0% ・対前年同期比：－	S	

【P(Plan)】							【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
観光	17	東洋町における体験型・滞在型観光の推進 (東洋町、室戸市) 【実施主体】 ・◎(一社)東洋町観光振興協会 ・◎東洋町 ・地元マリンスポーツ等関係事業者 ・宿泊事業者 ・阿佐海岸鉄道(株) ・東洋町商工会 ・(一社)高知県東部観光協議会 ・室戸市 ・地域団体 サーフィンやダイビングを中心としたマリンスポーツやDMV(デュアル・モード・ビーグル)、野根川といった地域資源を生かした体験型観光メニューの充実、周遊プランの造成等、観光客の受入れ体制の強化に取り組むことにより、滞在時間の延長及び誘客促進を図る。	体験者数	5,407人 (R4)	5,500人	5,800人	1 受入れ体制の強化 ・既存体験プログラムの磨き上げの検討 ・新規体験プログラムの造成 ・ビーチホッピングの開催 ・広報の強化 ・南四国アイランド活性化協議会への参加 ・東洋町納涼祭の実施 ・浜弁当体験まちあるきについて検討 ・東洋町イルミネーションの実施 2 DMVを活用した観光振興 ・阿佐海岸鉄道および沿線市町村との連携 ・DMV駅弁の検討 3 野根川を活用した地域振興 ・野根川オートキャンプ場の管理・運営 ・SNS等を活用したPR ・新たな地域資源の掘り起こし ・地域団体の活動支援	1 受入れ体制の強化 ・ビーチホッピングの開催に向けた協議の実施(5 月) →ビーチホッピングの開催 (7～ 8 月) ・東洋町納涼祭の開催に向け実行委員会の実施(6 月) →東洋町納涼祭の開催 (7月) ・浜弁当体験まちあるきイベントの開催を延期 ・分散型ホテルの検討 →エリアの選定 2 DMVを活用した観光振興 ・DMV弁当の検討販売に向けた協議の実施(6 月) ・DMV弁当試食会の実施 (8 月) →ツアーでの試作品販売 (8 月) 3 野根川を活用した地域振興 ・野根川オートキャンプ場でのテントサウナ整備 (4 月) ・小さな集落活性化事業を活用 →専門家の派遣 (8 月) ・野根川あゆまつりの開催 (9 月)	5,694人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：248.4% ・対前年同期比：149.8%	S	(成果) ・券売機導入によりビーチホッピングの業務負担の軽減につながった。 ・分散型ホテル事業でエリア選定された。 ・DMV弁当販売に向けた試食会の実施を行い、ツアーで試作品の販売を行った。 (課題) ・野根地区のコーディネーター不在 (今後の方向性) ・移住イベント等への参加によるコーディネーター候補の発掘 ・小さな集落活性化事業を活用し、野根地区での漬物づくりや耕作放棄地の解決に向けた取り組み等の実施 ・分散型ホテル事業の実施 ・浜弁当体験まちあるきの実施 ・ビーチサッカーの開催
			東洋町 主要施設訪問者数 会計年度 1月～12月	270,338人 (R4)	290,000人	320,000人	141,543人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：117.1% ・対前年同期比：107.4%				
観光	18	安田川アユおどる清流キャンプ場における交流人口の拡大による地域の活性化 (安田町) 【実施主体】 ・◎指定管理者((有)ダディーズオピニオン) ・◎安田町 安田町の自然・体験型観光の拠点施設であるキャンプ場において、安田川をはじめとする地域資源を活用したアクティビティの強化や季節毎に特色あるイベントの開催、情報発信等を行い、安田川ファンの拡大を図るほか、キャンプ場利用者の周辺施設への誘客や地域食材の利活用を推進し、交流人口の拡大と地域活性化につなげる。	キャンプ場 利用者数	7,607人 (R4)	7,000人	7,000人	1 キャンプ場の磨き上げ ・新たな人材の雇用・育成 ・顧客ニーズにあった管理・運営方法の検討・調整 2 安田川ファン拡大に向けた仕組みづくり ・イベント内容や体験メニュー内容の検討、実施 ・イベント等の継続実施に向けた仕組みづくり ・SNSを活用した継続的な情報発信 ・連携内容や方法についての検討、準備	1 キャンプ場の磨き上げ ・運営体制の強化 →スタッフの増員(1名→2名) ・繁忙期における体制の強化 →アルバイト3名、ヘルプスタッフ1名(ゴールデンウィーク) →アルバイト9名(7～8月) ・新規プラン「お得でカンタン！日帰りBBQプラン」提供開始(8/7～) →販売数：0個(R6.9月末) ・「土佐あかうし焼肉セット」販売開始(8/8～) →販売数：0個(R6.9月末) ・電子マネー決済対応開始(8/9～) 2 安田川ファン拡大に向けた仕組みづくり ・安芸警察署との連携による地域の子ども向け水難事故防止イベントの企画・実施(7/27) →来場者数：約40名 ・町外事業者との連携によるワークショップの開催(8/10) →参加組数：5組 ・Instagramの定期的な投稿 →投稿件数：186件(R6.9月末)	2,687人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：92.2% ・対前年同期比：83.7%	B	(成果) ・スタッフを1名増員した。 ・運営体制の強化や繁忙期のスタッフ確保による安定したサービスを提供している。 ・周辺事業者等と連携したイベントを実施したことにより、地域での認知度が向上している。 (課題) ・新型コロナウイルスの5類移行に伴い、利用者数が減少傾向 ・キャンプ施設での飲食物販売の充実 ・イベントの継続実施方法及び周知方法の検討 (今後の方向性) ・新規体験プランの造成 ・顧客ニーズの把握及び運営方法の検討 ・町内外の事業者との連携及びイベントの検討、実施

【P(Plan)】								【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
観光	19	北川村観光3施設を核とした交流人口の拡大 (北川村) 【実施主体】 ・◎(株)きたがわジャルダン ・◎北川村 ・北川村観光協会 ・NPO法人中岡慎太郎先生顕彰会 ・北川村北部地区「いこいの里」の会 北川村「モネの庭」マルモッタン、北川村温泉、中岡慎太郎関連施設及び北部地区いこいの里に関する情報発信の強化や、施設間の連携、体験メニューの実施等に取り組むことにより、集客力を高めて、交流人口の拡大を図る。	3施設合計入園(館)者数	110,164人 (R4)	102,900人	111,000人	1 情報発信の強化 ・SNS等を用いた情報発信やイベント等への出店によるPR ・研修会への参加やアドバイザーの活用 2 運営体制の強化と施設の磨き上げ ・人材確保に向けてふるさとワーキングホリデー等の活用を検討 ・モネの庭修繕計画の策定、実施 3 周遊の仕組みづくりと体験観光の強化 ・記念事業(モネの庭25周年、中岡慎太郎館30周年)の計画・実施 ・施設間の連携 ・体験メニューの検討・造成	1 情報発信の強化 ・FacebookやInstagram等を用いた定期的な情報発信 →出店イベント開始時、終了時や村内施設情報を随時更新 ・「長居植物園×高知マルシェ」への出店(5/18～19) ・「高知フードトリップ～どっぶり高知旅編～」への出店(6/19～24) 2 運営体制の強化と施設の磨き上げ ・ゆず農家でのワーキングホリデー実施(2名、10日間) →令和7年度にて北川村温泉での実施を検討中 3 周遊の仕組みづくりと体験観光の強化 ・モネの庭25周年ロゴデザインコンテスト(6/1～8/31) →ロゴマーク決定(9/15) ・中岡慎太郎館開館30周年記念式典(4/13) →当日来館者数：約180人 ・企画展「中岡慎太郎の名品－寄贈・寄託資料を中心に－」(4/13～5/27) ・慎太郎学習会「中岡慎太郎の『英雄』譚」(5/5) ・企画展「慎太郎窯・炎会の歴史展」(6/5～7/15) ・企画展「中岡慎太郎－国家構想と人脈－」(7/27～9/9) ・開館30周年特別講演「幕末期の藩内抗争-土佐藩と水戸藩-」(8/25) ・企画展関連講座「中岡慎太郎の国家構想」(9/8) ・いこいの里 苔玉作り体験R6受入開始 →利用者数 1組(8名) →予約数：1組(R6.8時点) ・いこいの里 オートキャンプ場モニター 一般受入開始 →利用者数：1組(R6.8時点) ・北川村温泉 レンタサイクル →利用台数：6台(R6.8時点)	64,488人 (R6.4月～8月) ・R6到達目標達成率：150.4% ・対前年同期比：89.6%	S	(成果) ・SNS等を活用した村外への定期的な情報発信により、村の認知度向上に寄与している。 ・各施設において周年記念事業を軸としたイベントが実施されており、開館30周年を迎えた中岡慎太郎館では前年同期と比較してすべての月において入場者数が増加している。 ・モネの庭では25周年記念ロゴマークが決定し、記念事業やグッズに使用される予定となっている。 (課題) ・各施設の人材確保 ・モネの庭の施設の維持管理 ・施設間連携 ・「らんまん」終了後に減少した入園者数の増加に向けた対応 (今後の方向性) ・ふるさとワーキングホリデー等活用の検討 ・補助事業等を活用した修繕計画の検討 ・周遊の仕組みづくり

【P(Plan)】							【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】		
分野	No.	項目名・実施主体	指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標	R6計画	R6取り組み状況	現時点の進捗状況		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析
観光	20	自然や歴史・文化を活用した山と暮らす馬路村の観光振興 (馬路村) 【実施主体】 ・◎馬路村 千本山や安田川等の自然資源、魚梁瀬森林鉄道や山村の暮らし等の歴史・文化を活用した観光コンテンツを開発し、既存の観光資源と連携した村内への誘客と観光消費額の拡大を図る。	観光客入込 数	33,379人 (R4)	34,728人	37,902人	1 受け入れ体制の充実・強化 ・馬路村観光基本構想の策定 ・ふるさとセンターの体制の検討 ・ふるさとワーキングホリデー(馬路温泉、キャンプ場)や特定地域づくり事業協同組合を活用した人材の確保	1 受け入れ体制の充実・強化 ・(株)スノーピークとの観光基本構想策定業務の委託契約を締結(高知県観光振興推進総合支援事業費補助金を活用) →スノーピークの現地視察の実施 2回(R6.6月時点) →モニタリングキャンプの実施：1回(R6.7月時点) ・ふるさとワーキングホリデーを募集(GW期間) →2名を受け入れ(キャンプ場)(R6.6月時点) ・馬路村地域づくり事業協同組合新規採用者：1名 →馬路温泉等へ派遣	10,198人 (R6. 1月～6月) ・R6到達目標達成率：58.7% ・対前年同期比：81.3%	D	(成果) ・観光基本構想の策定に向けて、スノーピークによる現地視察や役場職員によるフライフィッシングの先進地への視察、フライフィッシングの専門家を迎えてのモニタリングキャンプを実施する等、受け入れ体制の充実・強化や観光コンテンツの開発に取り組んでいる。 ・ふるさとワーキングホリデーや特定地域づくり事業協同組合事業を活用し、繁忙期における観光施設のスタッフの確保に取り組んでいる。 (課題) ・スポーツフィッシングの実施に係る関連法令との調整等 ・呼び込んだ新たな観光客が現地に経済効果をもたらす仕組み作り ・情報発信の強化
			主要販売拠点売上高	42,438千円 (R4)	45,900千円	53,074千円	2 観光コンテンツの開発 ・包括連携協定を締結した(株)スノーピークと連携した観光コンテンツの開発 3 情報発信の強化 ・国内向けの情報発信の強化 ・海外向けの情報発信の強化	2 観光コンテンツの開発 ・スポーツフィッシングの実施に向けた、(株)スノーピーク担当者の現地視察 ・禁漁期間の変更の可能性を探るため、県漁業管理課との協議(7月)、及び現地視察(6月) 3 情報発信の強化 ・Instagramを用いた情報発信 ・合同会社DMMでのPRイベント(10/ 1)	18,024千円 (R6. 1月～6月) ・R6到達目標達成率：78.5% ・対前年同期比：－%		

2 令和 6 年度産業振興推進総合支援事業費補助金の導入状況(交付決定又は採択事業)

単位：千円

取り組み	事業概要	総事業費(補助金額)
■ №15 室戸市の観光資源を生かした交流人口の拡大・地域振興(室戸市) ステップアップ事業 8 /15 交付決定	・ 室戸の特産品を生かしたお土産の新商品開発	713 (356)
■ №15 室戸市の観光資源を生かした交流人口の拡大・地域振興(室戸市) ステップアップ事業 10/ 1 交付決定	・ 室戸の特産品を生かしたお土産の新商品開発	1,346 (673)