

## 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7年1月27日（月）

## 安芸地域アクションプランの進捗状況確認資料

R7.1.27

安芸地域本部

### 1 地域アクションプランの令和6年度第3四半期の実施状況及び令和7年度の展開(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ごとに関係機関の担当者等で構成する実行支援チームを編成し、市町村や事業者と事業推進に向けた協議や進捗管理を行うとともに、各種支援制度等を活用しながら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加工体制の整備・強化や、輸出も含めた販路拡大の取り組みを継続するとともに、道の駅・直販所を核とした地域の活性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、令和6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。

令和7年度も馬路村の有機ユズや東洋町のポンカン等について加工・販売の強化に取り組んでいく。

#### 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質の強化や、国内外への新たな販路開拓を進めている。

令和7年度は新商品の開発や既存商品のリニューアルを行う等、国内外への販路開拓を強化していく。

#### 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の製造・販売に組み込み、高付加価値化による漁業者の所得向上を図っている。

令和7年度は、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、引き続き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による販路拡大、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。

令和7年度は、移住者等による空き店舗を活用した新規出店の促進や既存店舗の魅力向上、地域資源を活用した加工品の開発等に引き続き取り組んでいく。

## 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、教育旅行等の受入基盤づくりを進めるとともに、周遊促進商品の開発やご当地グルメを組み込んだツアー商品の造成等、地域資源を生かした観光商品化に取り組んでいる。

また、市町村では、国や県の事業を活用した拠点施設等の磨き上げを通じて、東部地域の魅力づくりを進めている。

令和7年度からは、これらの資源や魅力をフックに、「どっぷり高知旅キャンペーン」と連携して大阪・関西万博への出展等にも取り組み、SNSでの情報発信等、プロモーションを強化することで、交流人口の創出・拡大に繋げていく。

# [重点] APNo.5 芸東地域の水産物の付加価値向上と販路拡大

<安芸地域本部>

分野	水産業
実施主体	◎(株)美阿丸、◎(有)タカシン水産（佐喜浜工場）、◎(有)山本かまぼこ店、(株)岡水産 他
APへの位置付け	H21.4月

指標	出発点 (R4)	第5期(R6~R9)				評価※ (達成率)
		R6実績	R6目標	R7目標	R9目標	
漁業者による加工品販売額	90万円	255万円 (4月~8月)	400万円	500万円	700万円	<b>S</b> (153.1%)
水産加工業者の販売額	2.3億円	0.443億円 (4月~6月)	2.5億円	2.6億円	3.0億円	<b>C</b> (70.9%)

※R6(目標)に対するR6(実績)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

## 事業概要

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。

主なスケジュール	R6	R7	R8	R9
製造販売	商品開発・販路拡大			
施設整備 ((株)岡水産)	基本計画	加工場整備	加工・物販開始	飲食店開始

## 現状と課題

### (1) 漁業者による加工品の製造販売

○(株)美阿丸

#### 【現状】

- ・新たな加工場を建設(R5.2)
- ・カツオの原魚調達を強化し、タキをECサイトで販売 (R6.5~)することで、商品ラインナップを拡充

#### 【課題】

- ・販路開拓

### (2) 水産加工業者による加工品の製造販売

#### 【現状】

- ・生食用冷凍商品やペットフードなどの新商品の開発や販路開拓が一定進捗
- ・産振補助金を活用した基本計画を策定((株)岡水産)

#### 【課題】

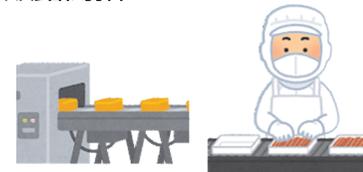
- ・衛生管理体制の強化
- ・冷凍食品や増産等の市場ニーズに対応した施設整備が必要((有)山本かまぼこ店・(株)岡水産)

## R7年度 (第5期ver.2)における取り組みの内容

### (1) 漁業者による加工品の製造販売

○(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
- ・適切な衛生管理の実施
- ・飲食店等、小規模事業者を主な対象とした販路開拓



(株)美阿丸の加工場

### (2) 水産加工業者による加工品の製造販売

○(有)タカシン水産

- ・定置網漁で漁獲される魚(シラ・沖サワラ・ブリ等)を使った商品開発
- ・衛生管理体制の強化に向けた新たな加工場への移設に関する検討

○(有)山本かまぼこ店

- 新**・ペットフード製造を行うための新加工場整備
- ・海外輸出を含めた販路開拓

○(株)岡水産

- 新**・市場ニーズに対応した多機能な加工場の整備 (産振補助金活用予定)



# [重点] APNo. 8 道の駅東洋町を拠点とした地域振興

<安芸地域本部>

分野	商工業
実施主体	◎東洋町、◎指定管理者 ((株)Founding Base)、生産者、地域団体
APへの位置付け	H21.4月

指標	出発点 (R4)	第5期(R6~R9)				評価※ (達成率)
		R6実績(4月~10月)	R6目標	R7目標	R9目標	
売上高	1.86億円	1.49億円	2.34億円	2.5億円	3.25億円	<b>A</b> (109.2%)
来場者数	169,520人	114,393人	190,000人	193,000人	200,000人	<b>A</b> (103.2%)

※R6(目標)に対するR6(実績)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

## 事業概要

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「道の駅東洋町」を核とした交流人口の拡大により、地域の活性化を図る。

主なスケジュール	R6	R7	R8	R9
誘客促進	商品数の充実・イベントの実施			
観光機能強化	計画策定	施設整備・運営		
	体験プログラムの造成			

## 現状と課題

### 【現状】

- ・お刺身定食やマグロ丼など、地元の魚を使ったレストランメニューの提供
- ・指定管理による運営開始(R5)
- ・直販所交流による特産品の販路拡大、店舗内商品の充実→33直販所と交流(R6.11月末)
- ・BBQ事業による、新たな客層の獲得
- ・白浜キャンプ場の運営委託開始(R6)
- ・「道の駅」として国土交通省への登録完了(R6.8)

### 【課題】

- ・グランピング施設設置や加工場改修のための費用
- ・冬場の閑散期対策

## R7年度(第5期ver.2)における取り組みの内容

### (1)誘客の促進

- ①魅力的な店舗づくり
  - ・店舗内商品やレストランメニューの充実
  - ・店内レイアウトの工夫
  - ・ワークショップ・マルシェ等イベントの実施・誘致
  - ・SNSを活用した情報発信
  - ・町内外イベントへの出店



### ②直販所交流

- ・特産品の直販所交流による他地域への道の駅東洋町のPR
- ・店舗内商品数の充実

### (2)観光機能の強化

- ①新たな観光コンテンツの造成
  - ・グランピング施設の整備と自然休養村の改修
  - 国や県交付金の活用を検討
  - ・体験プログラムの検討
  - ・地域団体との連携
- ②観光窓口機能の充実
  - ・(一社)東洋町観光振興協会との連携
  - 多くの観光客が立ち寄る施設として、観光窓口機能を強化することにより、観光客の周遊を促進



# [重点] APNo.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

＜安芸地域本部＞

分野	商工業
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
APへの位置付け	H26.4月

第5期(R6~R9)						評価※ (達成率)
指標	出発点 (R4)	R6実績	R6目標	R7目標	R9目標	
物産館無花果の売上高	3,302万円	1,940万円 (4月~8月)	3,995万円	4,395万円	5,000万円	<b>S</b> (116.5%)
農水産加工施設の店舗売上高	2,132万円	2,624万円 (4月~10月)	2,306万円	2,398万円	2,600万円	<b>S</b> (195.1%)
JA加工施設(奈半利味噌)の売上高	843万円	411万円 (4月~9月)	877万円	895万円	930万円	<b>B</b> (93.7%)
奈半利町観光入込数	50千人	32千人 (4月~10月)	52千人	53千人	55千人	<b>A</b> (105.5%)

※R6(目標)に対するR6(実績)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

## 事業概要

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。

主なスケジュール	R6	R7	R8	R9
地産外商体制の強化	新商品開発・物産館リニューアルの検討			
	関係者協議			
体験型観光の推進	他団体協議・人材確保の仕組みづくり			
	新たな体験メニューの検討			

## 現状と課題

### 【現状】

- ・「なはりの郷を核とした地域振興プロジェクト」会議の開催、経営理念、事業戦略等を策定(R5~)
- ・物産館無花果の再整備の検討(R5~)
- ・不耕作地対策事業によるイチジク作付面積の拡大  
→イチジクの作付面積33a(R6.12月時点)
- ・イチジクを活用した加工品の開発に向けた協議(R5~)
- ・海浜センターの改修及びキャンプサイトの整備等(R3)
- ・ミタニ建設工業(株)と包括連携協定を締結(R5)

### 【課題】

- ・規格外イチジクの有効活用
- ・農業部門の人材不足
- ・組織体制の強化

## R7年度(第5期ver.2)における取り組みの内容

### (1)地産外商体制の強化

- ＜関係者の連携による販売商品の充実＞
- ・イチジクを活用した加工品の開発
- 新**・物産館無花果のリニューアルに向けた基本計画の策定(産振補助金活用予定)



### (2)一次産業の振興

- ＜特産品の生産強化＞
- ・施設園芸ハウス(ナス)における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、販売までを実施



### (3)体験型観光の推進

- ・廃校を活用した宿泊、自然体験メニューの開発、運営手法、販売戦略を検討
- ・観光窓口としての物産館の在り方の検討
- ・地域おこし協力隊制度を活用した人材確保の仕組みづくり



# [重点] APNo.14 日本遺産を活用した中芸地域の活性化

<安芸地域本部>

分野	観光
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、 中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会
APへの位置付け	H21.4月

指標	出発点 (R4)	第5期(R6~R9)				評価※ (達成率)
		R6実績 (4月~8月)	R6目標	R7目標	R9目標	
中芸地域主要施設 訪問者数	525,906人	231,555人	549,000人	559,000人	570,000人	<b>A</b> (101.2%)

※R6(目標)に対するR6(実績)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

## 事業概要

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。

主なスケジュール	R6	R7	R8	R9
交流人口拡大に向けた仕組みづくり	商品やツアー開発及び受入体制充実、イベント実施及び情報発信			
日本遺産サミット開催に向けた準備	日本遺産サミット開催に向けた取り組み			サミット開催
自走に向けた体制の強化	体制の再構築	地域商社もしくはDMO設立に向けた取り組み		

## 現状と課題

### 【現状】

- ・日本遺産認定 (H29)
- ・体験プログラムイベント「ゆずFeS」の開催 (H29~)
- ・協議会体制強化のための産振アドバイザー導入 (R2)
- ・日本遺産中芸ゆずと森林鉄道ガイド会発足 (R4)
- ・ゆずロードミュージアム開館 (R5)
- ・文化庁の審査で認定継続及び重点支援地域へ選定 (R5)
- ・「第1回森林鉄道サミットin高知&中芸日本遺産フェスティバル」開催 (R5)
- 阿里山林業鉄道(台湾) 関係者を招へいし交流開始
- ・中芸地域内イベント出展による普及啓発活動実施 (R6)



### 【課題】

- ・日本遺産拠点等の整備
- ・観光コンテンツの磨き上げ
- ・旅行商品のプロモーション
- ・地域内外への情報発信

## R7年度(第5期ver.2)における取り組みの内容

### (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

- 拡** ①交流人口拡大に向けた仕組みづくり
  - ・構成文化財説明看板等の修繕
  - ・ゆずロードミュージアムの年間を通した土日開館
  - ・拠点施設の方針検討
  - ・ガイド会員の技術力向上のための講座実施
  - ・既存イベント及び体験事業の磨き上げ
  - 拡** 台湾向けミニツアーや観光商品のプロモーション
  - ・新たなパンフレット作成やSNS活用、地域内外のイベント出展等による情報発信
- ②日本遺産サミット開催に向けた準備
  - ・日本遺産サミット開催地域への視察
  - ・日本遺産サミット開催案の検討



### (2)協議会の体制強化

- ・事務局と中芸5町村の連携強化
- ・地域商社もしくはDMO設立の検討

(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

分野	No.	項目名・実施主体	【P(Plan)】				R6計画	【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】	
			指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標			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	<b>「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</b> (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	8.56億円 (R4)	8.67億円	9億円	<b>1 有機ゆずを生かした商品開発及び人材確保</b> ・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  <b>2 有機ゆずの認知度の向上と販路拡大</b> ・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	<b>1 有機ゆずを生かした商品開発及び人材確保</b> ・有機ゆずを生かした新商品の開発 →3品(ゆずの森缶チューハイ、有機柚子しょうゆ、ハニーマスタードレッシング) ・馬路村地域づくり事業協同組合からゆずの森加工場へ職員を派遣  <b>2 有機ゆずの認知度の向上と販路拡大</b> ・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.comとの包括連携協定締結式に併せてPRイベント「ゆず香る村めしマルシェ」を開催(10/1) ・オーガニックビレッジ講演会の実施：2回 ・村内の小・中学校へ有機ゆずの給食提供・出前授業 →メディア取材を受けることで、県内に広くPR	6.02億円 (R6.1月～11月)	C	<b>(成果)</b> ・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だ。 ・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を開発した。 ・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、新たな顧客層の開拓につながった。 ・「ゆず香る村めしマルシェ」は2時間程度のイベントであったが、20代から40代の主に合同会社DMM.comの社員約300人が来場し、用意していたゆず商品が完売する等大盛況であった。このことから、関東圏の顧客層や課題となっている若い顧客層にゆず製品の人気があることを確認できた。  <b>(課題)</b> ・有機ゆずの認知度向上 ・顧客層の高齢化  <b>(今後の方向性)</b> ・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 ・有機栽培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	<b>1 有機ゆずを生かした商品開発及び人材確保</b> ・スイーツ部門の商品開発 ・有機栽培を生かした商品開発 ・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 ・地域おこし協力隊制度を活用した営農作業の募集 ・馬路村地域づくり事業協同組合を活用した職員の募集  <b>2 有機ゆずの認知度の向上と販路拡大</b> ・オーガニックビレッジ宣言を生かした情報発信 ・県内外のイベントでのPRの実施 ・SNS、WEB媒体、雑誌、マスメディアを活用した情報発信 ・海外での展示会への参加	
			輸出入出荷額	1,000万円 (R4)	3,250万円	1億円			- (1月以降に集計・公表)				-
農業	2	<b>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</b> (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	845万円 (R4)	920万円	1,070万円	<b>1 ボンカン加工品の販路拡大</b> ・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  <b>2 後継者の確保・育成</b> ・移住フェア等への参加 ・特定地域づくり事業ハ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	<b>1 ボンカン加工品の販路拡大</b> ・東洋町ボンカン振興対策協議会の開催(5月) ・東洋町ボンカン振興対策協議会総会の実施(10月) ・道の駅東洋町でのボンカン加工品の販売 ・とさのさと、ひろめ市場前でのボンカン販売会の開催に向けた協議の実施  <b>2 後継者の確保・育成</b> ・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ハツグン協同組合の取り組み説明会の実施(10月) ・新規就農者(地域おこし協力隊)の採用(12月)	957万円 (R6.1月～10月)	S	<b>(成果)</b> ・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ハ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。 ・新規就農者(地域おこし協力隊)の採用につながった。  <b>(課題)</b> ・新規販売先の開拓  <b>(今後の方向性)</b> ・商談会やイベントへの参加 ・道の駅東洋町での商品のPR ・とさのさと、ひろめ市場前でのボンカン販売会の開催	<b>1 ボンカン加工品の販路拡大</b> ・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 ・道の駅東洋町での既存商品のPR ・とさのさと、ひろめ市場でのボンカン販売会の開催  <b>2 後継者の確保・育成</b> ・移住フェア等への参加 ・特定地域づくり事業ハ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	

【P(Plan)】						【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】			
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			R7計画		
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析			
農業	3	<b>芸西村の白玉糖を活用した地域活性化</b> (芸西村)  <b>【実施主体】</b> ・〇芸西村伝承館製糖組合 ・〇集落活動センター(げいせい) ・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	<b>1 白玉糖の品質及び認知度の向上</b> ・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)  <b>2 白玉糖を使った特産品づくりと外商活動</b> ・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	<b>1 白玉糖の品質及び認知度の向上</b> ・生活情報タウン誌「月刊こじゅん」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 ・さとうきび利用加工研究会(代表世話人:琉球大学 和田教授)へのオブザーバー参加による情報共有(10/30) ・さんしんGOで「芸西村伝承館製糖組合による黒糖(白玉糖)づくり」放送予定(12/22) ・芸西村伝承館製糖組合による日曜日での白玉糖販売予定(2/23)  <b>2 白玉糖を使った特産品づくりと外商活動</b> ・新製品の白玉糖蜜の販売を開始(4月～) ・(株)StoryCrew(本社:南国市)経由で、首都圏へ白玉糖を使った焼き菓子を出荷(5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～) ・食のイノベーションベース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) ・カンオワールドオープン2024での白玉糖加工品販売(11/22)	— (2月以降に集計・公表)	—	<b>(成果)</b> ・外商活動のためのセミナーに参加する等、積極的な情報収集に努めた。 ・首都圏等での白玉糖を使った商品の販売により、白玉糖の認知度向上につながった。 ※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」採用 東京のタルト専門店で開催限定商品として、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」販売  <b>(課題)</b> ・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 ・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 ・白玉糖の認知度不足  <b>(今後の方向性)</b> ・国等の補助金や融資制度を活用した施設、機材の更新を検討 ・集落活動センター(げいせい)のホームページを作成、動画作成を検討 ・集落活動センター(げいせい)の加工品のECサイトでの販売 ・加工品を手にとってもらいやすいデザインの検討	<b>1 白玉糖の品質及び認知度の向上</b> ・サトウキビづくりに興味がある人への働きかけ ・機材等の更新の検討 ・白玉糖の魅力を知ってもらうための動画作成の検討(集落活動センター(げいせい)) ・高知市で行われる日曜日での白玉糖の広報  <b>2 白玉糖を使った特産品づくりと外商活動</b> ・食のイノベーションベース商品づくりワーキングでブラッシュアップした商品の販売 ・集落活動センター(げいせい)の加工品販売のためのECサイトでの販売 ・加工品のパッケージデザインの検討		
			体験プログラム参加人数	49人 (R4)	100人	200人			10人 (R6.4月～12月)	・R6到達目標達成率：13.3% ・対前年同期比：83.3%			D	
			白玉糖加工品販売額(集落活動センター(げいせい))	142万円 (R4)	160万円	180万円			214万円 (R6.4月～11月)	・R6到達目標達成率：200.6% ・対前年同期比：—				S
林業	4	<b>馬路の林業加工品の販売促進</b> (馬路村) ・〇(株)エコアス馬路村 ・〇馬路林材加工協同組合 ・馬路村森林組合  <b>【実施主体】</b> 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、事業者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	<b>1 営業力の強化</b> ・新たな販路の開拓 ・新商品の開発  <b>2 収益性の改善</b> ・加工機器の導入 ・経営体質の強化	<b>1 営業力の強化</b> ・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 ・産振アドバイザー制度を活用した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  <b>2 収益性の改善</b> ・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	0.84億円(R6.4月～10月)	・R6到達目標達成率：56.9% ・対前年同期比：73.7%	D	<b>(成果)</b> ・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) ・モナッカが、ウッドデザイン賞(大阪・関西万博 特別賞)を受賞することができた。また、新商品開発、改良については、1点(モナッカシリーズ-maruta2)を販売することができた。(工口) ・産業振興センターの協力を得て、既存商品(名刺、うちわ等)を海外(韓国)と取引することができた(工口)  <b>(課題)</b> ・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) ・個別販売から製品(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、改良については停滞(工口)  <b>(今後の方向性)</b> ・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) ・モナッカのウッドデザイン賞((大阪・関西万博 特別賞)受賞をHPに掲載し、国内外での展示会、交流会等での商品のPRを実施(工口)	<b>1 営業力の強化</b> ①販路の開拓 ・ウェブサイトの更新等 ・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 ②新商品開発 ・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  <b>2 収益性の改善</b> ①加工機器の導入 ・老朽化した加工機器の導入を検討 ・商品の量産化に向けた、ミシン等の導入を検討 ②経営体質の強化 ・経営コンサルの活用と固定費の削減による経営体質を強化
			雇用者数(加工部門)(R4)	21人 (R4)	21人	22人	20人 (R6.4月～10月)			・R6到達目標達成率：95.2% ・対前年同期比：95.2%	B			

分野	No.	【P(Plan)】					【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】	
		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			R7計画
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
水産業	5	<b>芸東地域の水産物の付加価値向上と販路拡大</b> (室戸市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町)  <b>【実施主体】</b> 漁業者： ・〇(株)美阿丸 ・土佐室戸鯖軍団 ・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： ・〇(有)タカシン水産(佐喜浜工場) ・〇(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	<b>1 漁業者による加工品の製造販売</b> <b>【新商品の開発やネット販売による販路拡大】</b> <<(株)美阿丸>> ・商品ラインナップの拡充、販路開拓  <b>【加工場における製造・販売体制の確立】</b> <<(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  <b>【水産物のPR】</b> <土佐室戸鯖軍団> ・「マグロ解体ショー」やマグロ加工品の販売等による広報	<b>1 漁業者による加工品の製造販売</b> <b>【新商品の開発やネット販売による販路拡大】</b> <<(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～) ・商談会に参加し、4社との新たな販路を開拓  <b>【加工場における製造・販売体制の確立】</b> <<(株)美阿丸>> ・自社でのカツオの原魚調達を強化 ・販路拡大に注力するため、HACCPに沿った衛生管理計画の作成を延期  <b>【水産物のPR】</b> <土佐室戸鯖軍団> ・高知市でマグロ解体ショーを実施(4月、11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)	S	<b>(成果)</b> <<(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に繋がった。 ・商談会において新たな販路を開拓できた。  <b>(課題)</b> <<(株)美阿丸>> ・適切な衛生管理体制の構築 ・さらなる販路拡大が必要  <b>(今後の方向性)</b> <<(株)美阿丸>> ・適切な衛生管理の実施に向けた助言や支援 ・販路開拓の強化	<b>1 漁業者による加工品の製造販売</b> <b>【新商品の開発やネット販売による販路拡大】</b> <<(株)美阿丸>> ・販路開拓の体制強化  <b>【加工場における製造・販売体制の確立】</b> <<(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 ・適切な衛生管理の運用 ・小規模事業者を対象とした販路開拓  <b>【水産物のPR】</b> <土佐室戸鯖軍団> ・「マグロ解体ショー」やマグロ加工品の販売等による広報
							<b>2 水産加工業者による加工品の製造販売</b> <b>【生産性の向上と販路拡大】</b> <<(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  <b>【施設整備】</b> <<(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	<b>2 水産加工業者による加工品の製造販売</b> <b>【生産性の向上と販路拡大】</b> <<(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 →県内外事業者2者に対して販売開始  <<(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 →国事業再構築補助金、採択(10月) ・ベトナムでの商談実施(事業戦略等推進事業費補助金)(7月) →ベトナムの事業者1者との取引が決定。 輸出手続き完了次第、取引開始予定 ・インドネシアでの商談会への参加(11月) →輸出手続き完了次第、取引開始予定  <b>【施設整備】</b> <<(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11月までに16回実施 ・産振補助金(ステップアップ事業)、採択(11月) ・基本計画策定に向けた協議を12月以降に2回実施	0.443億円(R6.4月～6月)		C	<b>(成果)</b> <<(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み、販売まで繋げることができた。 <<(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おり、財源についても確保できた。 ・海外販路を拡大することができた。 <<(株)岡水産>> ・産振補助金(ステップアップ事業)の活用により、施設整備に向けた基本計画を策定した。  <b>(課題)</b> <<(有)タカシン水産>> ・佐喜浜工場の衛生管理体制強化 ・佐喜浜工場における人手不足 ・ふるさと納税等における顧客ニーズへの対応 <<(有)山本かまぼこ店>> ・ペットフードを製造するための加工施設が必要 ・加工場の衛生管理体制強化 ・海外へのさらなる販路拡大 <<(株)岡水産>> ・産振補助金(一般事業)の申請に向けた事業計画策定のスケジュールがタイト  <b>(今後の方向性)</b> <<(有)タカシン水産>> ・衛生管理体制強化に向けた新加工場の整備 ・積極的な人材募集 ・顧客ニーズに対応した新商品の開発 <<(有)山本かまぼこ店>> ・国事業再構築補助金を活用したペットフード製造のための加工場整備 ・衛生管理体制強化に向けた新加工場の整備 ・販路拡大に向けた商談会等への出展 <<(株)岡水産>> ・加工場整備を目的とした産振補助金(一般事業)申請の準備

【P(Plan)】						【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】	
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			R7計画
									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】 ・〇協同キラメッセ室戸(有) ・〇室戸市  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	<b>1 農作物の確保</b> ・庭先集荷ルート拡大の検討 ・直販所連携の強化  <b>2 加工品の開発、販路拡大</b> ・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  <b>3 レストラン「食遊」の充実に伴う地産地消・外 商の推進</b> ・地場産品を活用したメニュー開発	<b>1 農作物の確保</b> ・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、道の駅東洋町等と連携し、商品不足 を解消  <b>2 加工品の開発、販路拡大</b> ・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「室戸ひと、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  <b>3 レストラン「食遊」の充実に伴う地産地消・外商の推進</b> ・地域食材を活用した独自メニューの開発・提供 →「春ふり祭」において、春ふ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	2.49億円 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率：85.3% ・対前年同期比：97.4%	<b>B</b>	<b>(成果)</b> ・複数の直販所との連携により、農産物の確保や加工品等の販路拡 大に繋がった。 ・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た。  <b>(課題)</b> ・従業員不足 ・天候不順や農業者の減少に伴う農作物不足  <b>(今後の方向性)</b> ・従業員の積極的な募集 ・庭先集荷ルートの拡大	<b>1 農作物の確保</b> ・庭先集荷ルート拡大の検討 ・直販所連携の強化  <b>2 加工品の開発、販路拡大</b> ・人員確保の強化 ・ふるさと納税制度の活用 ・直販所連携の強化  <b>3 レストラン「食遊」の充実に伴う地産地消・外 商の推進</b> ・地場産品を活用したメニュー開発
			レジ通過者数	285,866人 (R4)	304,000人	310,000人		158,100人 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率：89.2% ・対前年同期比：95.3%	<b>B</b>			
商 工 業	7	安芸市中心市街地の活性化 (安芸市)  【実施主体】 ・〇安芸商工会議所 ・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)	<b>1 中心市街地のにぎわい創出に向けた取り組み</b> ・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  <b>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</b> ・新規開業希望者向けの空き店舗等情報の 収集  <b>3 推進体制の強化に向けた取り組み</b> ・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	<b>1 中心市街地のにぎわい創出に向けた取り組み</b> ・中心商店街等振興協議会開催：1回(R6.12月時点) →現計画の延長・計画期間・対象範囲の決定 ・中心商店街等振興計画WG開催：1回(R6.12月予定) ・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(R6.12月時点) →高校生マルシェ出店：2回(R6.12月時点) →東洋的漫遊祭開催：1回(R6.12月時点) →かがりピーチ開催：1回(R6.12月時点)  <b>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</b> ・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 調査を実施：1回(R6.12月時点)  <b>3 推進体制の強化に向けた取り組み</b> ・市内事業者等の情報交換・交流の場「たまり場」実施：8回 (R6.12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	3件 (R6.4月～11月)  ・R6到達目標達成率：300.0% ・対前年同期比：-	<b>S</b>	<b>(成果)</b> ・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年度未開設予定)  <b>(課題)</b> ・商店街組織と周辺地域の事業者との連携強化 ・次期振興計画に基づく取り組みの各実施主体の人員不足  <b>(今後の方向性)</b> ・次期振興計画に向けて、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	<b>1 中心市街地のにぎわい創出に向けた取り組み</b> ・次期振興計画に基づく取り組み実施 ・次期振興計画の進捗状況の確認及び見直し ・商い甲子園の集客力及び経済波及効果の 向上に向けた検討  <b>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</b> ・空き店舗等情報の収集・提供の継続  <b>3 推進体制の強化に向けた取り組み</b> ・事業者等連携強化に向けた市内事業者等の 交流会等の継続 ・次期振興計画に基づく取り組みの各実施主 体の人材育成
			事業者数	95店舗 (R4)	95店舗	95店舗		- (翌年6月以降に集計・公表)	<b>-</b>			

分野	No.	項目名・実施主体	【P(Plan)】				R6計画	【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】	
			指標	出発点	R6 到達目標	R9 目標			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	道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「道の駅東洋町」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	<b>1 誘客の促進</b> ・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  <b>2 観光機能の強化</b> ・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	<b>1 誘客の促進</b> ・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 (R6.11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：2回(6月,11月) →共同配送こうちの活用について紹介(6月) ・「道の駅」として国土交通省への登録完了(8月) ・「道の駅」への登録を記念したイベントの実施 (10月) ・公式HPとECサイトの開設 (10月)  <b>2 観光機能の強化</b> ・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～)	1.49億円 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率：109.2% ・対前年同期比：109.9%	A	<b>(成果)</b> ・各イベント等の開催により、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、観光窓口機能の充実に繋 がった。 ・公式HPとECサイトを開設による水産加工品(干物等)の販売によ り、商品の充実に繋がった。  <b>(課題)</b> ・グランピング施設設置や加工場改修のための費用 ・冬場の閑散期対策  <b>(今後の方向性)</b> ・加工場の改修に向けて、デジタル田園都市国家構想交付金や高知 県地域観光振興交付金の活用を検討 ・グランピング施設の運営開始 ・集客イベントの実施	<b>1 誘客の促進</b> ・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  <b>2 観光機能の強化</b> ・グランピング施設の整備 ・自然休養村の改修 ・体験プログラムの検討 ・地域団体との連携 ・SNSを活用した情報発信	
			来場者数	169,520人 (R4)	190,000人	200,000人			114,393人 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率：103.2% ・対前年同期比：102.2%				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	<b>1 地産外商体制の強化</b> ・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  <b>2 一次産業の振興</b> ・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  <b>3 体験型観光の推進</b> ・他団体と連携した体制強化 ・地域資源を活用した新たな体験メニューの検 討 ・観光窓口としての物産館の在り方の検討 ・地域おこし協力隊制度を活用した人材確保 の仕組みづくり	<b>1 地産外商体制の強化</b> ・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 →高知農山漁村発イノベーションサポートセンター事業を活用し、 専門家と共に商品開発を開始(R6.12) ・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 →物産館無花果のリニューアルについて町長へ提案(R6.12) ・直販所交流商談会等への参加 →直販所交流商談会へ再度参加(R6.11) →県内複数直販所と商品取引の交渉中 交流直販所致：2ヶ所(R6.12)  <b>2 一次産業の振興</b> ・農業者フェア等への参加 →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(R6.12：33a) 3月の定植に向けて拡大候補地を検討中  <b>3 体験型観光の推進</b> ・ミタニ建設工業(株)と包括連携協定を締結(R5) →ミタニ建設工業(株)と連携した防災+飲食イベントを開催 (R6.6) →地域資源を活用した体験メニューの検討	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：104.3%	S	<b>(成果)</b> ・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月上高 1,861千円) ・直販所交流会商談会に参加したこと新たな取引先を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。 ・高知農山漁村発イノベーションサポートセンター事業を活用して、大 原アドバイザーと共同でイチジクを利用した加工品の開発を12月2日 から開始した。  <b>(課題)</b> ・イチジク加工品開発の進捗の遅れ ・イチジク加工品の販路拡大 ・なはりの郷農業部門の人材不足 ・組織体制の強化 ・新たな体験メニューの検討  <b>(今後の方向性)</b> ・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 ・直販所交流会や商談会等への出席による販路拡大 ・移住フェア等へ参加し人材確保及び体制強化 ・新たな体験メニューについて、ミタニ建設工業(株)と協議を実施	<b>1 地産外商体制の強化</b> ・専門家とともにイチジクの加工品開発 ・商談会等への参加 ・販売戦略の策定 ・物産館無花果のリニューアルの検討  <b>2 一次産業の振興</b> ・指導者の確保 ・研修生の確保、育成 ・特産品生産体制の構築 ・イチジクほ場の拡大  <b>3 体験型観光の推進</b> ・廃校を活用した宿泊、自然体験メニューの開 発、運営手法、販売戦略を検討 ・観光窓口としての物産館の在り方の検討 ・地域おこし協力隊制度を活用した人材確保 の仕組みづくり	
			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			2,624万円 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率：195.1% ・対前年同期比：144.5%				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：97.7%				B
			奈半利町観 光入込数	50千人 (R4)	52千人	55千人			32千人 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率：105.5% ・対前年同期比：96.0%				A

【P(Plan)】						【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】	
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			R7計画
									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」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において、「阿南安芸自動車道」の整備を見据え、田野駅が観光の目的地や、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	<b>1 機能強化のための施設等整備</b> ・整備内容、事業財源の検討 ・駐車場の拡張  <b>2 直販・飲食機能及び運営体制の強化</b> ・事業継承による後継者の確保  <b>3 加工品の開発・販売の強化</b> ・新たな加工品及び販路の検討  <b>4 情報発信機能の強化・交流人口の拡大</b> ・交流人口拡大のための地域イベント開催	<b>1 機能強化のための施設等整備</b> ・駐車場の一部拡張にかかる用地交渉を開始 →用地交渉を完了し、駐車場整備を実施中(R7.3完成予定) ・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内定が出たため、要求水準書を策定するための入札を実施(R6.9) ・役場の課長会にて施設整備の具体的な内容を検討(R6.11) →今後2か月に一度のペースで開催予定  <b>2 直販・飲食機能及び運営体制の強化</b> ・田野駅へ出品している町内事業者と協議を実施  <b>3 加工品の開発・販売の強化</b> ・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 →町内事業者2件から申請(R6.12)  <b>4 情報発信機能の強化・交流人口の拡大</b> ・交流人口拡大のための地域イベントとして、ピ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：93.1% ・対前年同期比：97.8%	B	<b>(成果)</b> ・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が完了し、3月完成予定となった。また、施設全体の用地交渉も並行して実施することができた。 ・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内定が出たため、内水対策、施設概略設計、PFI導入の可能性を検討するとともに、PFIアドバイザーへの委託もを行い、民間との連携について検討を進めることができた。  <b>(課題)</b> ・出品事業者の後継者不足 ・施設整備の内容検討 ・運営主体の検討  <b>(今後の方向性)</b> ・出品事業者へのヒアリング ・用地交渉の継続 ・PFI導入の検討 ・事業継承支援制度の紹介	<b>1 機能強化のための施設等整備</b> ・用地交渉 ・PFIアドバイザーとともにPFI導入の検討  <b>2 直販・飲食機能及び運営体制の強化</b> ・特産品開発支援事業費補助金の広報 ・事業継承支援制度の紹介  <b>3 加工品の開発・販売の強化</b> ・特産品開発支援事業費補助金の広報 ・事業継承支援制度の紹介  <b>4 情報発信機能の強化・交流人口の拡大</b> ・交流人口拡大のための地域イベントの検討
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。	加工事業者 参入事業者	0件 (R4)	1件	3件 (R6～9累計)	<b>1 地域資源を生かした加工品の製造・販売</b> ・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  <b>2 新商品開発に向けた新たな地域資源の掘り起こし</b> ・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	<b>1 地域資源を生かした加工品の製造・販売</b> ・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) ・製造販売拠点の指定管理者募集(10/1～10/31) →2事業者から応募があり、指定管理者選定委員会に諮った結果、指定管理者を「果福」に決定(11/25) →指定管理者協定の締結(12月中予定) ・製造販売拠点内の機械設備状況の確認作業実施(10～11月) →修繕等の対応開始(12月下旬～予定)	1件 (R6.4月～12月)  ・R6到達目標達成率：100% ・対前年同期比：100%	A	<b>(成果)</b> ・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。 ・製造販売拠点「安田と夢ファクトリー」視察を受入れた結果、製造販売拠点施設を運営するための事業者の確保ができた。  <b>(課題)</b> ・原材料確保等の製造再開に向けた仕組みづくり ・新商品の開発  <b>(今後の方向性)</b> ・製造販売拠点指定管理者と連携し「安田の白い夢」の製造を再開 ・安田町産の作物を活用した新商品を開発	<b>1 地域資源を生かした加工品の製造・販売</b> ・原材料確保のための仕組みづくり検討 ・「安田の白い夢」製造再開のための試作開始  <b>2 新商品開発に向けた新たな地域資源の掘り起こし</b> ・安田町内の作物生産者の紹介 ・安田町産の作物を活用した新商品開発の着手

【P(Plan)】						【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】		
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			R7計画	
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析		
商 工 業	12	<b>地場産品直販所「かっぱ市」を核とした地域活性化</b> (芸西村)  <b>【実施主体】</b> ・〇(有)かっぱ市 ・芸西村 ・生産者グループ  地場産品直販所「かっぱ市」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。	かっぱ市 売上高	1.62億円 (R4)	1.78億円	2.07億円	<b>1 魅力ある店舗づくりと顧客獲得の取り組み</b> ・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  <b>2 品揃えの充実及び外商活動</b> ・直販所間での商品交流の促進	<b>1 魅力ある店舗づくりと顧客獲得の取り組み</b> ・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 ・観光パンフレット置き場の拡充 ・冷蔵スイーツの増加  <b>2 品揃えの充実及び外商活動</b> ・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 ・ふるさと納税返礼品準備のための作業場整備の検討	1.08億円 (R6.4月～11月)  ・R6到達目標達成率：91.0% ・対前年同期比：99.8%	B	<b>(成果)</b> ・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。  <b>(課題)</b> ・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 ・ふるさと納税返礼品増加により作業場所が不足  <b>(今後の方向性)</b> ・生産者への呼びかけによる、野菜等の商品の増加 ・調理設備の活用方法の提案 ・物産館無花果(奈半利町)との、交流商品の増加 ・ふるさと納税返礼品準備のための作業場の拡充 ・連続テレビ小説「あんぱん」のロケ地である琴ヶ浜海岸を訪れる観光客に、かっぱ市へ足を伸ばしてもらうための取り組み	<b>1 魅力ある店舗づくりと顧客獲得の取り組み</b> ・顧客のニーズの聞き取り ・連続テレビ小説「あんぱん」のロケ地である琴ヶ浜海岸を訪れる観光客に、かっぱ市へ足を伸ばしてもらうための検討、実行  <b>2 品揃えの充実及び外商活動</b> ・商品増加のため、家庭菜園をしている方への呼びかけの継続 ・ふるさと納税返礼品準備のための作業場拡充 ・調理設備を活用したい人の発掘	
									2品 (R6.4月～11月)  ・R6到達目標達成率：50% ・対前年同期比：100%				D
観 光	13	<b>安芸地域の観光振興の推進</b> (安芸地域全域)  <b>【実施主体】</b> ・〇(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	1,882,480人 (R4)	2,270,112人	2,429,018人	<b>1 ひがしこうち魅力創出の推進</b> ・滞在型観光の推進 ・地元食材を活かした食観光の推進  <b>2 効果的な情報発信とセールスの強化</b> ・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 ・ファミ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	<b>1 ひがしこうち魅力創出の推進</b> <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 23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) →モニターツアー実施(日帰りプラン2本、宿泊プラン4本)設定・募集(10/27～12/8) →PR動画、特設サイトの製作(～2月末)  <b>2 効果的な情報発信とセールスの強化</b> <WEB・SNS等を活用した情報発信の強化> ・HP、SNSによる情報発信 →151件(10月末時点) <旅行会社へのセールス強化> ・高知県観光説明会への参加 →8回 ・独自セールスの実施 →8回 <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 ○県内 →手づくり登り窯フェスタ in つつじ祭り(4月、安芸市) →今日はごめん・なはり線の日(7月、奈半利町) →高知東海岸グルメまつり&鉄道の日(10月、安芸市) ○県外 →長居植物園×高知県マルシェ(5月、大阪市) →ひがしこうちセレクトPOP UP STORE(9月、大阪市) →「とさとさ」でのどっぷり高知旅イベント(10-12月、大阪市) →万博鉄道まつり2024 with 観光EXPO(11-12月、吹田市) →大阪モノレール万博記念公園駅内観光物産展(12月、吹田市) ○その他 ・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 ・道頓堀屋外サインエージや第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 ・販促物(ガイドブック等)を活用したPR →ひがしこうちmine、香香柚子(豊浜SAへの配架)	1,550,777人 (R6.1月～10月)  ・R6到達目標達成率：82.0% ・対前年同期比：97.2%	C	<b>(成果)</b> ・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(大阪市、安芸市、奈半利町)に出展し、県内外へのPRにつながった。 ・イベントやSNS等での情報発信の成果により、HPのPV数は対前年同期比で93.1%、Instagramのフォロワー増加数の対前年同期比は336.5%(約3倍)、増加率は144.7%(約1.5倍)となった。 ※参考【Instagramフォロワー数実績】 ・R5.4～R5.11の増加数241人 R5.11未時点フォロワー数2,562人 ・R6.4～R6.11の増加数811人 R6.11未時点フォロワー数3,707人  <b>(課題)</b> ・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)に代わる新たな取り組みの展開が必要  <b>(今後の方向性)</b> ・「どっぷり高知旅キャンペーン」との運動及び「食」と「人」をつなぐ”ひがしこうち”ゆずツーリズム創出事業の推進 ・宿泊者を増やすための新たな旅行ニーズ(ベトなど)の掘り起こしと商品造成を進め、大阪・関西万博を見据えたPRを積極的に実施 ・WEB・SNS等での観光スポットやグルメ情報などユーザーに寄り添った継続的な情報発信 ・デジタルマップの活用	<b>1 ひがしこうち魅力創出の推進</b> ・「どっぷり高知旅キャンペーン」と運動した取り組みとして商品造成支援の継続 具体的には、旅行商品の造成に対する体験プログラムの助成について、継続した支援及び対象を拡大 ・国の事業を活用して引き続き”ひがしこうち”ゆずツーリズムの推進を図り、造成した商品の販売を促進 ・ベトツーリズムの推進として、東部観光協議会のHP等で紹介しているベトナムメニューの拡大、新たな事業者の掘り起こしを推進  <b>2 効果的な情報発信とセールスの強化</b> ・大阪・関西万博における県催事及び関西圏へのイベントへ積極的に出展し、県外へのPRの推進 ・WEB・SNSやデジタルメディア、アナログメディアを活用した継続的な情報発信	
									109,090人 (R6.1月～10月)  ・R6到達目標達成率：81.4% ・対前年同期比：82.7%				C
									2,910,065千円 (R6.1月～10月)  ・R6到達目標達成率：91.5% ・対前年同期比：90.8%				B

【P(Plan)】						【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】		
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			R7計画
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
							<b>3 下支えする基盤整備の推進</b> ・マーケティング機能の強化 ・広域観光の推進	<b>3 下支えする基盤整備の推進</b> <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～(11月末時点) →アンケート(23箇所、205件)、データ収集:629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～11月末時点) →エリア内イベント出展によるデータ収集:112件 ・新規ツール(デジタルマップ)の制作 →(一社)物部川DMO協議会と連携し、デジタルマップや特設サイトを制作(12月) ・宿泊データ分析システムによる観光客動向データ分析 ・市町村観光担当課長会3回(6、10、11月)、担当者会2回(4、7月)にてフィードバックを実施  <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 →共通PRツールの作成やイベントへの相互出展  <受入環境の整備> ・高知県東部受入環境整備事業費補助金(交付決定1件) →宿を中心とした滞在コンテンツの磨き上げ(モニターツアー助成(東洋町))			<b>3 下支えする基盤整備の推進</b> ・連続テレビ小説「あんぱん」を誘客の追い風とできるよう、物部川エリアと連携してデジタルマップを活用した周遊キャンペーンの実施	
観光	14	<b>日本遺産を活用した中芸地域の活性化</b> (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	<b>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</b> ・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  <b>2 協議会の体制強化</b> ・事業推進のための体制の再構築	<b>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</b> ・鉄道関係などのイベントへの出展:5回(R6.12月末) ・「第29回全国ハーフサミット」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:13回(R6.12月末) →受入人数:113名(R6.12月末) ・日本遺産学の実施:3回(R6.12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:5回(R6.12月末) →参加者数:15名(累計) →ガイド会登録者数:23名(R6.12月末) ・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:497名 ・ゆず収穫・搾汁体験の受入れ:5回 →受入人数:59名 ・日本遺産サミット開催地域への視察及び出展(10/26,27)  <b>2 協議会の体制強化</b> ・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) ・町村担当課長会の開催(5/9、7/12、9/25、10/24、11/28) ・戦略会議(民間の有識者)の開催(12/19) ・幹事会(副町長級)の開催(5/22、12/25) ・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(R6.7～8月)	231,555人 (R6.4月～8月)  ・R6到達目標達成率:101.2% ・対前年同期比:93.2%	<b>(成果)</b> ・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た。 ・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た。 ・ガイド養成講座の継続実施によりガイド会に新たに4名が入会した。  <b>(課題)</b> ・日本遺産拠点等の整備 ・観光コンテンツの磨き上げ ・旅行商品のプロモーション ・地域内外への情報発信 ・日本遺産サミット開催に向けた準備 ・協議会体制の強化  <b>(今後の方向性)</b> ・構成文化財説明看板等の整備 ・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の連携 ・拠点施設の検討 ・観光客の満足度を高めるためのガイド会員の技術力向上 ・ゆずFeS体験メニュー等の磨き上げ ・台湾を中心としたインバウンド客の誘致 ・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 ・日本遺産サミット開催準備に向けた開催地域への視察 ・事務局と中芸5町村の連携強化	<b>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</b> ・構成文化財説明看板等の修繕実施 ・ゆずロードミュージアムの年間を通した土日開館開始 ・拠点施設の方針検討 ・ガイド会員の技術力向上のための講座実施 ・ゆずFeSやゆず収穫・搾汁体験等の体験内容の磨き上げ ・台湾向けミニツアーや観光商品のプロモーション ・新たなパンフレット作成やSNS活用、地域内外のイベント出展等による情報発信 ・日本遺産サミット開催地域への視察 ・日本遺産サミット開催案の検討  <b>2 協議会の体制強化</b> ・事務局と中芸5町村の連携意識の更なる醸成 ・地域商社もしくはDMO設立の検討	

【P(Plan)】						【D(Do)】		【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】									
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			R7計画								
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析									
観光	15	<b>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)</b>  <b>【実施主体】</b> ・◎室戸市 ・◎(一社)室戸市観光協会 ・室戸ジオパーク推進協議会 ・(株)日本ドルフィンセンター ・NPO法人日本ウミガメ協議会 ・土佐備長炭窯元炭玄 ・民間事業者  世界ジオパークに認定された室戸ジオパークやむろと廃校水族館、海の駅とろむ等の観光資源の魅力を高めるとともに、室戸市が有する自然や文化、施設等の「ウエルネス資源」を生かした持続可能な周遊・滞在型観光を推進し、交流人口の拡大を図る。	室戸市 主要施設 訪問者数  集計期間： 1月～12月	505千人 (R4)	850千人	900千人	<b>1 観光資源の魅力向上</b> ・むろと廃校水族館の魅力向上及び市内周遊促進に向けた基本構想の策定 ・室戸市観光振興計画の策定 ・室戸市宿泊施設調査・魅力化支援事業の実施 ・室戸岬観光拠点施設の整備	<b>1 観光資源の魅力向上</b> ・基本構想の策定(県観光振興推進総合支援事業費補助金) →基本構想策定に向けた協議会の実施(11月) ・室戸市宿泊施設調査・魅力化支援事業の実施 →覆面調査・ヒアリング等の実施 ・室戸岬観光拠点施設整備検討委員会の実施(4月中旬) ・室戸岬観光拠点施設に係る基本設計の実施(7月～) ・市内周遊を促すキャンペーン「MUROTO満喫満腹満タンスタンプラリー」開催(8/1～9/30) ・室戸岬漁港(海の駅とろむ等)を中心とした室戸市海業振興協議会の開催(9月、10月) ・「まるっとむろと体験博」の実施(9/27～10/27)	393千人 (R6.1月～10月)  ・R6到達目標達成率：55.5% ・対前年同期比：92.4%	<b>D</b>	<b>(成果)</b> ・基本構想策定等の今年度事業実施に向けた準備が着実に進んだ。 ・新たなキャンペーン実施により、市内観光施設等への周遊を促すことができた。 ・「室戸のおもたせ開発・発掘プロジェクト」における採択事業者を2事業者決定し、着実に商品開発が進んでいる。  <b>(課題)</b> ・宿泊施設の不足 ・室戸岬における観光拠点の不足 ・むろと廃校水族館、室戸世界ジオパークセンターのさらなる魅力化 ・ウエルネスツーリズムのPR不足 ・お土産品の不足  <b>(今後の方向性)</b> ・宿泊施設の誘致、既存施設の磨き上げ(室戸市宿泊施設調査・魅力化支援事業の実施) ・室戸岬観光拠点施設の整備 ・基本構想策定及びそれに伴うむろと廃校水族館の改修の方向性の決定 ・室戸世界ジオパークセンターの改修 ・ウエルネスツーリズムに関する情報発信強化 ・「室戸のおもたせ開発・発掘プロジェクト」を通じたお土産品の開発、販売開始	<b>1 観光資源の魅力向上</b> ・宿泊施設の磨き上げ ・室戸岬観光拠点施設の改修工事 ・むろと廃校水族館の改修工事 ・室戸世界ジオパークセンターの改修工事								
													ウエルネス関連の体験プログラム造成及び磨き上げ数	-	5件 (R6)	20件 (R6～9累計)	<b>2 ウエルネスツーリズム・サステナブルツーリズムの推進</b> ・ウエルネスツーリズム関連の周遊コース策定 ・展示会への参加  <b>3 お土産品の開発・販売拡大による外貨獲得</b> ・「室戸のおもたせ開発・発掘プロジェクト」の実施	<b>2 ウエルネスツーリズム・サステナブルツーリズムの推進</b> ・第2回国際ウエルネスツーリズムEXPOへの参加(5/8～10) ・「まるっとむろと体験博」にてウエルネス関連プログラムを3件造成  <b>3 お土産品の開発・販売拡大による外貨獲得</b> ・「室戸のおもたせ開発・発掘プロジェクト」の実施(産振アドバイザー制度の活用) →審査会の開催(6月上旬) →採択事業者に対するアドバイザーとの個別面談(6月中旬) →アドバイザーとの商品開発開始(8月～) (産振補助金(ステップアップ事業)) →アドバイザーとの来年度事業等に係る協議の実施(9月)	3件 (R6.4月～12月)  ・R6到達目標達成率：60.0% ・対前年同期比：-	<b>D</b>
観光	16	<b>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)</b>  <b>【実施主体】</b> ・◎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「釜あげちりめん丼」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	<b>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</b> ・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	<b>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</b> ・地域食材等を活用した観光・交流事業の造成に向けた協議を実施：2回(R6.12月時点) →入河内大根収穫体験ツアー販売開始(第1回目をR7.1月催行) ・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	137,310人 (R6.4月～11月)  ・R6到達目標達成率：95.8% ・対前年同期比：97.1%	<b>B</b>	<b>(成果)</b> ・東川集落活動センターと旅行者の連携により、収益性のある新たな入河内大根収穫ツアーが完成した。 ・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が実施できた。  <b>(課題)</b> ・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  <b>(今後の方向性)</b> ・どっぷり高知旅キャンペーンと連携し、滞在時間延長に向けたモデルプラン等の作成 ・NHK連続テレビ小説「あんぱん」放送に向け、くろしお鉄道を巻き込んだ取り組みの検討 ・SNS等を活用した新商品を含む情報発信の強化	<b>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</b> ・関係人口の拡大に向けた観光・交流事業の企画実施 ・地域食材を活用したメニューや商品の開発・磨き上げ・PR								
													市内年間宿泊者数	30,512人 (R4)	30,000人	30,000人	<b>2 観光資源の魅力向上への取り組み</b> ・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)	16,929人 (R6.4月～11月)  ・R6到達目標達成率：84.6% ・対前年同期比：79.0%	<b>C</b>	<b>2 観光資源の魅力向上への取り組み</b> ・既存の観光プログラム等の連携による市内周遊促進 ・道の駅大山周辺の観光振興に向けた取り組み実施 ・どっぷり高知旅キャンペーンと連携した観光施策の推進 ・NHK連続テレビ小説と連携した観光施策の推進 ・SNS等を活用した継続的な情報発信
													加工品開発数	1件 (R4)	1件	5件 (R6～9累計)	7件 (R6.4月～12月)  ・R6到達目標達成率：700.0% ・対前年同期比：-	<b>S</b>		

【P(Plan)】						【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】		
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			R7計画
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
観光	17	<b>東洋町における体験型・滞在型観光の推進</b> (東洋町、室戸市)  <b>【実施主体】</b> ・〇(一社)東洋町観光振興協会 ・〇東洋町 ・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  サーフイ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   東洋町 主要施設訪 問者数 会計年度 1月～12月	5,407人 (R4)	5,500人	5,800人	<b>1 受入体制の強化</b> ・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  <b>2 DMVを活用した観光振興</b> ・阿佐海岸鉄道および沿線市町村との連携 ・DMV駅弁の検討  <b>3 野根川を活用した地域振興</b> ・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	<b>1 受入体制の強化</b> ・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 ・ビーチサッカーの開催(11月)  <b>2 DMVを活用した観光振興</b> ・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:3回 →ツアーでの試作品販売(8月)  <b>3 野根川を活用した地域振興</b> ・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) →専門家会議への参加(9月) ・野根川あゆまつりの開催(9月) ・名留川地区での味噌づくり体験教室の実施(10月) ・平・花田地区のコスモス畑を視察(11月) →押野地区と中村地区での協議の実施	5,744人 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率:179.0% ・対前年同期比:-%	<b>S</b>	<b>(成果)</b> ・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。 ・来年度、中村地区の耕作放棄地にコスモスを植えて、交流の場づくりを進めることとなった。  <b>(課題)</b> ・野根地区のコーディネーター不在  <b>(今後の方向性)</b> ・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 ・ビーチホッピングの用具購入	<b>1 受入体制の強化</b> ・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 ・ビーチサッカーの開催  <b>2 DMVを活用した観光振興</b> ・阿佐海岸鉄道および沿線市町村との連携 ・DMV駅弁の発売  <b>3 野根川を活用した地域振興</b> ・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 ・野根地区のコーディネーターの発掘 ・野根地区での耕作放棄地の解決に向けた取り組みの実施
観光	18	<b>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</b> (安田町)  <b>【実施主体】</b> ・〇指定管理者((有)ダディースオピニオン) ・〇安田町  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	<b>1 キャンプ場の磨き上げ</b> ・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  <b>2 安田川ファン拡大に向けた仕組みづくり</b> ・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	<b>1 キャンプ場の磨き上げ</b> ・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(R6.12月末) ・「土佐あかうし焼肉セット」販売開始(8/8～) →販売数:7個(R6.12月末) ・電子マネー決済対応開始(8/9～)  <b>2 安田川ファン拡大に向けた仕組みづくり</b> ・安芸警察署との連携による地域の子どもの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 ・宿泊者限定クリスマスパーティーの開催(12/7) →参加者数:48名 ・クリスマスマーケットRegaloへの出店(12/7,8) →ワークショップ参加者:約200名 ・Instagramの定期的な投稿 →投稿件数:284件(R6.12月末)	3,540人 (R6.4月～10月)  ・R6到達目標達成率:86.7% ・対前年同期比:80.6%	<b>B</b>	<b>(成果)</b> ・運営体制の強化や繁忙期のスタッフ確保により、安定したサービスを提供することができた。 ・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た。  <b>(課題)</b> ・利用者が減少傾向 ・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  <b>(今後の方向性)</b> ・顧客ニーズの把握及び運営方法の検討 ・地域食材の販売方法の検討 ・町内外の事業者との連携及びイベントの検討、実施	<b>1 キャンプ場の磨き上げ</b> ・スタッフ及びアルバイトの育成によるさらなる顧客サービスの向上 ・地域食材販売に向けた仕組みづくり検討  <b>2 安田川ファン拡大に向けた仕組みづくり</b> ・新たなイベントの企画実施、既存イベントの継続実施 ・イベント実施等の連携可能な町内外の事業者の発掘 ・SNSを活用した継続的な情報発信

分野	【P(Plan)】						【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】	
	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			R7計画
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
観光	19	<b>北川村観光3施設を核とした交流人口の拡大</b> (北川村)  <b>【実施主体】</b> ・〇(株)きたがわジャルダン ・〇北川村 ・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	<b>1 情報発信の強化</b> ・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  <b>2 運営体制の強化と施設の磨き上げ</b> ・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  <b>3 周遊の仕組みづくりと体験観光の強化</b> ・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	<b>1 情報発信の強化</b> ・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」出展(5/18～19) ・「高知フードトリップ～どっぷり高知旅編～」出展(6/19～24) ・「第2回土佐の芸能まつり」出展(10/13) ・「令和6年度バリアフリー観光推進セミナー」出席(10/24) ・「万博鉄道まつり2024 with観光EXPO」出展(11/30～12/1)  <b>2 運営体制の強化と施設の磨き上げ</b> ・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 ・モネの庭で電動車いす7台を導入 →国補助金を活用(2台：4月)  <b>3 周遊の仕組みづくりと体験観光の強化</b> ・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) →25周年記念グッズ製作 ・やなせたかし氏デザインキャラクター「きたがわモネさん」の正式使用をやらせスタジオが許可 ・「きたがわモネさん」モニュメント作成及び野建て看板を25周年Ver.へデザイン →県地域観光課に高知県観光振興推進総合支援事業費補助金の交付申請 ・ごめん・なはり線の1車両を25周年及び「きたがわモネさん」をコンセプトとしたモネの庭広報専用車両としてデザイン →県地域観光課に令和6年度周遊促進・滞在延長支援事業費補助金の交付申請予定 ・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「慎太郎黨・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) ・慎太郎墓前祭(11/17) →当日来館者数：380人 ・いこいの里 苔玉作り体験R6受入開始 →利用者数 1組(8名) ・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：2組(3名) ・北川村温泉 レンタサイクル →利用台数：11台(R6.11時点)	97,189人 (R6.4月～12月)  ・R6到達目標達成率：125.9% ・対前年同期比：84.8%	S	<b>(成果)</b> ・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できた。 ・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ほぼすべての月において入場者数が増加した。 ・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た。  <b>(課題)</b> ・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  <b>(今後の方向性)</b> ・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	<b>1 情報発信の強化</b> ・SNS等を用いた情報発信やイベント等への出店によるPRの継続 ・研修会への参加やアドバイザーの活用検討  <b>2 運営体制の強化と施設の磨き上げ</b> ・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 (北川村温泉での実施調整予定) ・モネの庭修繕計画の策定、実施  <b>3 周遊の仕組みづくりと体験観光の強化</b> ・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 (モネの庭25周年記念グッズ販売、記念イベント等) ・施設間の連携 ・体験メニューの検討・造成

分野	【P(Plan)】						【D(Do)】	【C(Check)】・【A(Action)】			【P(Plan)】	
	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			R7計画
									R6到達目標 に対する現状	達成度 (※)	現状分析	
観光	20	<b>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</b> (馬路村)  <b>【実施主体】</b> ・○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	<b>1 受入体制の充実・強化</b> ・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  <b>2 観光コンテンツの開発</b> ・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  <b>3 情報発信の強化</b> ・国内向けの情報発信の強化 ・海外向けの情報発信の強化	<b>1 受入体制の充実・強化</b> ・(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：2回 ・ふるさとワーキングホリデーを募集 →8名を受入れ(キャンプ場3名、馬路温泉5名)(R6.11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 ・合同会社DMMとの包括連携協定の締結(10/1)  <b>2 観光コンテンツの開発</b> ・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) ・禁漁期間の変更に向けた特別採捕調査(本来の禁漁期間中に魚を釣ったとしても魚の生態に影響が無いのかを調べる調査)の開始(10月～)  <b>3 情報発信の強化</b> ・Instagramを用いた情報発信 ・合同会社DMMでのPRイベント(10/1)	20,267人 (R6.1月～10月)  ・R6到達目標達成率：70.0% ・対前年同期比：81.0%  36,271千円 (R6.1月～10月)  ・R6到達目標達成率：94.8% ・対前年同期比：-％	<b>C</b>  <b>(成果)</b> ・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の実施等により、受入体制の充実・強化や観光コンテンツの開発に繋がった。 ・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繋がった。 ・合同会社DMMと包括連携協定を締結し、村内観光施設等のDX化に向けて村内観光施設にヒアリングを行った。 ・特別採捕調査の調査員(釣り人)を一般公募をしたが、想定を超える80名もの応募があり、スポーツフィッシングの観光コンテンツとしての人気とポテンシャルを確認できた。  <b>(課題)</b> ・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  <b>(今後の方向性)</b> ・専門家の助言、先進地の視察に基づいた馬路村に合った管理釣り場の運営の検討 ・現地への経済波及効果を盛り込んだ基本構想の策定 ・観光施設のDX化に向けた検討 ・冬期釣りの実施に向けた特別採捕調査の実施 ・ホームページの多言語化対応による海外への情報発信の強化 ・テレビコマーシャルによる観光PR	<b>1 受入体制の充実・強化</b> ・馬路村観光基本構想に基づく施設整備等の検討 ・観光情報等のDX化に向けた検討 ・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を活用した人材の確保  <b>2 観光コンテンツの開発</b> ・馬路村観光基本構想に基づくスポーツフィッシングの実施に向けた検討 ・冬期釣りの実施に向けた特別採捕調査の実施  <b>3 情報発信の強化</b> ・SNSを活用した情報発信 ・イベント会場での動画を用いた観光PR	

## 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)
<p>■No.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</p>	<p>・室戸の特産品を生かしたお土産の新商品開発</p>	<p>1,346 (673)</p>
<p>■No.5 芸東地域の水産物の付加価値向上と販路拡大(東洋町) ※ステップアップ事業 11/6 交付決定</p>	<p>・加工場の拡大や物販機能、飲食店機能を有する加工場の整備に向けた基本計画の策定</p>	<p>1,372 (623)</p>