

地域アクションプランの取組状況と成果(第3-四半期)

項目名及び事業概要	主な課題	インプット(投入)	アウトプット(結果)	アウトカム(成果)	目標(H23)
<p>1 まとまりのあるナスの産地づくり</p> <p>農家とJAとの信頼関係を構築し、地域の課題解決に向けJAを中心とした活動や、部会及び研究会など生産組織の活性化を主体的に行えるナス産地を目指す。</p>	<p>●地域園芸戦略推進会議まとまりチーム会 ・系統率低下要因の解析、系統率向上対策、ナス栽培農家の経営安定、18%の推進</p> <p>◆部会の活性化 ・組織目標・個人目標を持った計画的な研究会活動、農家の主体的な運営と農家が互いに支えあうとくみ</p> <p>▲「土佐鷹」の推進 ・生産者数および面積の拡大、販売と販売戦略</p> <p>★安芸集出荷場のまとまりづくり ・集出荷場のデータを活用した農家情報の交換、推進方向の共有、「地区会」の推進</p>	<p>・土佐あき地域園芸戦略推進会議の開催 ・土佐あき地域園芸戦略推進会議まとまりづくりチーム会の開催 ・土佐鷹普及推進協議会の開催(年4回) ・安芸集出荷場営農相談日の開催(毎月1回) ・各地区部会、勉強会の開催</p>	<p>・土佐あき地域園芸戦略推進会議でのまとまりづくりチームの活動方針等合意形成が出来た(8/9) ・チーム会の開催:アクションプランの進捗状況の確認と新年度の活動方向確認(5/20、11/16、12/19) ・土佐鷹推進協議(4/28、5/11、6/7、7/13、9/2、15、10/5、12/12、12/19、12/22)推進方針及び協議会開催打ち合わせ、推進会議での協議 ・安芸集出荷場営農相談日(4/15、5/17、6/17、10/17、11/17、12/16)</p>	<p>・25園芸年度に向けたより身近な土佐鷹栽培目標面積(40ha)の設定が出来、意識統一が更に出来た。(24園芸年度栽培面積29ha強) ・エコシステム栽培の必要性や有利性が周知され登録戸数が増加した(高知ナス598戸:11月末時点・・・前年登録数541戸)</p>	<p>◆系統出荷率 62% ◆エコシステム栽培農家数 600戸 ◆土佐鷹の作付面積 80ha</p>
<p>2 ユズを中心とした中山間地域の農業振興</p> <p>管内のJA馬路及びJA土佐あきの活動を目標を定め、進捗管理を行った。JA馬路では、ユズ加工を中心とした加工品開発、農地造園等、またJA土佐あきでは、3つの搾汁施設の取り組みを重点的に支援した。(なお、市町村の連携もあるため市町村ごとのサブシートも作成し、JA及び市町村で進行管理ができるように工夫した) また、北川村のユズを中心とした「こうち型集落営農」の推進を支援した。</p>	<p>①北川村「ユズ振興ビジョン」のアクションプログラムの推進(改植新植の推進、ユズ銀行、販売状況) ②こうち型集落営農の推進(各専門部会の開催) ③ユズ青果出荷の安定(研究会の開催等) ④ユズを利用した新規商品開発(馬路村)</p>	<p>・北川村「北川村ユズ振興ビジョン」の推進 北川村ユズ部会総会の開催 ・集落営農の推進 ・役員会の開催 ・馬路村(安田町)「馬路村ゆずの村の活性化」 ・ゆずの青果出荷の安定と販路拡大(JA土佐あき)施設青玉ユズ部検討会の開催</p> <p>・チーム会の開催(共通)</p>	<p>・北川村「北川村ユズ振興ビジョン」の推進 H22振興ビジョンの反省とH23振興ビジョン計画作成 ・集落営農の推進 ・5/27組織運営への支援(ユズ部勉強会) ・馬路村(安田町)「馬路村ゆずの村の活性化」 ・新植・改植の検討 ・ゆずの青果出荷の安定と販路拡大(JA土佐あき) ・年間スケジュール作成(施設・露地・冬至・貯蔵玉) ・チーム会の開催 22年度実績、23年計画の確認と23年度第1四半期計画(6/3) 馬路村の連絡会を開催する(第1回6月24日)</p>		<p>集落営農組織 ⇒3組織 生産履歴記帳率 ⇒100%</p>
<p>3 環境保全型農業の推進</p> <p>環境負荷の低減を図るとともに、消費者の安全・安心志向に対応するため、環境保全型農業の先進地として、更なる推進に努める。</p>	<p>・天敵導入の推進 ・エコシステム栽培の推進 ・こうち環境・安全・安心点検シートの実施 ・土着天敵を用いたIPM技術による防除対策の確立と普及</p>	<p>①集出荷場衛生チェック巡回 1回 ②推進チーム会の開催 12回 ③エコシステム栽培推進のための協議開催3回(地区説明会3回) ④安芸市環境保全型農業推進事業勉強会の開催6回 ⑤第三者を入れた集出荷場衛生チェック巡回 回 ⑥IPM普及に向けた優良事例集の協議 回</p>	<p>・集出荷場衛生チェック巡回を行った(4/28)。前年同時期に比べて改善が見られた。 ・集出荷場衛生チェックの結果を共有と、チェックシートその1の集計・取りまとめを行うことを決定した。 ・エコシステム栽培審査委員会でナスのハチに関する改訂事項が承認された。 ・各地域での天敵勉強会が定着してきており、系統出荷農家の導入率が各地区で差がなくなってきた。</p>		<p>・天敵導入農家割合ナス類70% ・エコシステム栽培農家数 ナス類・ピーマン類等690戸 ・こうち環境・安全・安心点検シート実施率100%</p>
<p>4 西山きんとき芋販売促進事業</p> <p>地域団体商標“西山きんとき”の取得等を通じて、知名度の向上を図り、販売促進活動や加工に挑戦し、農家所得の向上を図る。</p>	<p>●下級品の付加価値付け ①ベスト使用の新商品開発と試験販売 ②県外での継続した試食宣伝等PR</p>	<p>芋部会の開催(5/18) ・H23年度活動計画の検討 芋部会総会の開催(8/9)</p>	<p>・H23年度活動計画の決定</p>	<p>▲加工品:目標3品目に対し、4品目を達成 ・エコファーマー:0戸→16戸 ・加工品アイテム:4品目 ・系統出荷量(実施前241t):210t(H21)→305t(H22)→(H23)調査中</p>	<p>●エコファーマー認定農業者 H19年度 0戸 → 25戸 ▲加工品アイテム数 H20年度 0品目 → 3品目 ■系統出荷量 H18・19年産平均 241t → 290t</p>
<p>6 特産品「イチジク」による地域の活性化</p> <p>◆かつては転作作物としてイチジク栽培に取り組んできたが、高齢化が進む中、生産量も大きく減少している。「奈半利町=イチジク」のイメージを定着させ、地域活性化に結びつける。</p>	<p>◆生産者の高齢化や連作障害などにより生産量が減少し、「奈半利町=イチジク」のイメージの低下。</p>	<p>・イチジク加工品のアイデア出し ・加工品候補の絞り込みと試作 ・なんでも市加工グループと連携した加工品の検討</p> <p>・栽培圃場検討会等 ・新植者の募集</p>	<p>・市場事故回避のため、生産者が出荷熟度を判断し出荷するようになった。 ・アイデア 180件 内 評価できるアイデア 18件 ・料理レシピ 18品目 その他食品以外のアイデア 3件 ・5種9品目の加工品作成及び評価 ・なんでも市加工グループと、加工を検討する品目として大福、ゼリー、コンポートの3種類に絞り込んだ。 ・栽培検討会等参加者(5/27:5名、6/27:4名、7/22:3名、7/28:3名、8/17:1名、9/8:1名) ・新植希望者が4名あった。</p>	<p>加工品のアイデア出しの中でイチジク料理のレシピの案が提案され作成に向けて取り組む。 なんでも市加工グループがイチジク大福をイベント等で試作・販売することで合意した。 JA青果出荷量1.6t(加工用及び直販所扱い分は集計中)</p>	<p>系統出荷量 6% 加工品 3アイテム</p>
<p>7 林業再生事業</p> <p>・地域に豊富にある森林資源を活かし、地域の林業再生を図る。</p>	<p>・効率的な施策の実施 ・新規就業者の確保・育成 ・全木集材システムの構築</p>	<p>関係者打合せ18回</p>			<p>林業素材生産量 103,000m³ 間伐面積 2,000ha</p>
<p>8 土佐備長炭生産・出荷・販売体制の強化事業</p> <p>◆紀州産に比べ知名度の低い土佐備長炭の価格交渉力の向上や販売の促進を図る</p>	<p>◆生産者の組織化を図り、備長炭生産者の所得の向上と後継者の育成及び土佐備長炭のブランド力向上において特に取組みが必要な事項 ・原木の安定確保とコストの削減 ・後継者育成のための研修窯の設置 ・生産量の増大と安定供給体制の確立 ・品質管理の徹底と共同出荷体制の確立 ・カン備長炭の販売先確保 ・土佐備長炭のPR活動</p>				<p>生産量 800t</p>

<p>9 木質バイオマス活用事業</p> <p>◆林地残材、製材過程で排出された樹皮、端材等を熱エネルギーとして利用していく。</p>	<p>◆木質バイオマス活用における課題等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・林地残材供給システムの構築 ・木質バイオマスの供給先と灰の処理 ・木質ペレット等加工施設の設置 ・各市町村での取組や構想との整合性と市町村間の合意形成 				<p>未利用森林資源の活用 5000㎡</p>
<p>10 林業加工品の販売促進</p> <p>◆林業加工品の販売を促進し、事業体の経営安定を図る。</p>	<p>◆この2年間の取り組みを具体的な商売につなげる。(3カ年で自立する最終年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆商社等との業務提携なども視野に入れた販路拡大。 ◆組織の見直し 	<p>◆国内展示会への出展 パンフレット作製 バイヤーへのアンケート調査</p> <p>◆日常の営業活動でのPR</p>	<p>◆顧客からの意見 商品の形状、価格、販売戦略、価値観等</p>	<p>◆商品の改良</p>	<p>木材木製品の出荷額 264百万円</p>
<p>11 キンメダイのブランド化に向けた取組</p> <p>高知県東部地域に水揚げされるキンメダイについて、将来的に地域ブランドとして確立することを見据え、消費拡大と販売を促進する。</p> <p><芸東水産業改良普及協議会></p>	<p>◆県内・外市場の拡大(PRなど)</p> <p>◆特選品の検討</p>	<p>◆23事業検討会の開催(4月3回、5月3回)</p> <p>◆水産物ブランド化推進事業補助金の導入</p> <p>◆産地交流会への参加(によるPR活動の実施)</p> <p>◆シンガポールへのキンメダイ加工品のサンプル提供</p>	<p>◆高知県産キンメダイについては、一定のPRできたと考えられる。</p> <p>◆産地視察ではキンメダイ以外の魚種についてもPRすることができ、新たな魚種の取引が開始される可能性が生まれた。また、消費地市場関係者の要望に応えるため、室戸の仲買人と当所で、氷の跡が付かない工夫を検討することとなった。</p> <p>◆東京築地の業者との直接取引への取り組みを実践</p> <p>◆飲食チェーン店の担当者と県漁協担当の間で販売チャンネルが生まれ、県漁協による消費地市場への直接販売の足がかりができた。</p> <p>◆シンガポールでの試食会でキンメダイが利用されることとなる。</p> <p>◆キンメダイの加工品の開発、利用促進の取り組みに着手した。</p>	<p>◆消費地市場や外食チェーン店との新たな取引が開始されるには至っていないが、取引の足がかりができたことから、今後の直販の展開が期待される。</p>	
<p>12 スジアオノリのブランド化の取組</p> <p>軌道に乗つつあるスジアオノリの販路拡大、商品開発に取り組む。</p> <p><高知県漁協(高岡支所)></p>	<p>◆生産性向上対策</p> <p>◆商品開発と販路拡大</p> <p>◆知名度アップのためのPR</p> <p>◆観光との連携</p>	<p>◆大手回転寿司チェーン店にスジアオノリを試験出荷(120kg)した。</p> <p>◆プロア-改修工事を実施した。</p> <p>◆1tタンク増設をした。</p>	<p>・定番化、大口取引が期待される。</p> <p>・6月の大手回転寿司チェーン店への試験出荷の結果、11月にも出荷(80kg)することとなる。</p> <p>・生産性の向上(収穫量の増加と電気代節約等)が期待される。</p> <p>・生産量は昨年との同期比が1.3倍に増加(7月)。8月には過去最高の325kg/月を生産。</p> <p>・種苗生産が安定して行われ、今まで以上に収量の安定化を望むことができる。</p>	<p>・生産量は増加、安定し、9月までの半年間で過去最高の1,401万円となっている。(H22年9月:1,092万円、H21年9月:1,004万円)</p> <p>・6月に続き大手回転寿司チェーン店に出荷する予定であり、定番化による安定出荷が期待される。</p> <p>・タンク増設等により生産量はさらに増加、安定。12月までの販売金額は過去最高の1,781万円となっている。(H21年12月:1,377万円、H22年12月:1,556万円)</p>	<p>スジアオノリ販売額 15百万円</p> <p>→H23 22百万円に上方修正</p>
<p>13 低価格な定置網漁獲物の販売戦略</p> <p>定置網の漁獲主体である低価格魚の利用用途の拡大により、魚価の向上を図る。</p> <p><(有)タカシン水産・高知県漁業></p>	<p>◆県外販路の開拓</p> <p>◆高知県漁協ブランド商品の開発</p> <p>◆サバ以外の魚種を用いた加工品、前処理の検討</p> <p>◆加工原料の安定的な確保が課題</p> <p>◆室戸工場での生産ノウハウの蓄積(従業員の教育、加工技術の蓄積)</p>	<p>◆大手回転寿司チェーン店への試験出荷(キンメダイ、サバの漬け)を実施</p> <p>◆その他の魚種についても、試作品を作成中である。</p> <p>◆大阪のホテル等へ試験出荷を行った。</p> <p>◆キンメダイの脂肪含量により選別したものを県外へ試験販売した</p> <p>◆県漁協が自社の商品づくり(キンメダイ姿作り)・商品試作(冷凍フィレ)のために室戸工場を活用。</p>	<p>◆サバの「みそ漬け」は好評で、追加注文(秋の高知県フェア、12ト)があった。</p> <p>◆キンメダイ、ゴマサバ、シイラについて大手回転寿司チェーンとの間で取引が開始された。</p> <p>◆関西の大手飲食チェーンとマンボウ、キンメダイ、スジアオノリの加工品の取引につながった。</p> <p>◆キンメダイは脂ののりに関して顧客からの評価がなかなかもたえられないことが分かってきた。</p> <p>◆室戸工場の製造能力が500万/月と安定してきた。</p> <p>◆従業員のノウハウ蓄積により、作業効率が向上。</p> <p>◆タカシン生産したキンメダイ加工品を県漁協室戸支所がシンガポールへテスト出荷することになった。</p>	<p>◆室戸工場の製造能力が500万/月と安定してきた。目標達成に向け、今後は、外食チェーン店等を中心とした販促活動を展開する予定で、販売先の確保と主力商品となる商品の開発に向けた取り組みを強化する。</p> <p>◆県漁協室戸支所がタカシン水産室戸工場を活用した加工品開発や販売にしようとする意識が向上した。</p>	
<p>14 新たな漁業の導入とシラス魚価等の向上</p> <p>シラス漁の盛んな地域であるが、近年水揚げが減少してきているため、複合的漁業操業なども含めたシラス魚価の漁業所得の向上を図る。</p>	<p>◆新たな漁業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・試験操業の積み重ねによる海況、漁場への習熟 ・結果の分析・評価、及び今後の方向決定 <p>◆シラスの魚価向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ●女性起業化グループ安芸おじゃ娘 ・加工販売事業の持続化に向けた体制強化及び事業計画の策定・実施 ●地域における協議組織の定着 ・関係者協議の積み重ねによるシラス加工業の振興策の策定と具体化 	<p>○女性グループ「おじゃ娘」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販路拡大に向けた商談(1回)、展示会への出展(1回)、サンプル出荷(2回)、水産加工表示講習会への出席(1回) ○関係者協議の積み重ね(随時) 	<p>○女性グループ「おじゃ娘」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2011年売上 約50万円(12月末時点) ○民間業者によるシラス加工業への新規参入の検討開始 	<p>・シラス漁家の新たな収入源の確保</p>	
<p>15 「加領郷」ブランドによる地域の活性化</p> <p>地元の誰もが知っているが域外ではあまり知れ渡っていない地域の宝物を、そのまましくは手を加えることで、加領郷の特産品として売り出していく。</p> <p><高知県漁協(加領郷支所)></p>	<p>◆イカ船上天日干しの商品化検討</p> <p>◆新たな加領郷ブランド認定商品の検討</p> <p>◆直販施設拡充検討</p>	<p>◆検討会の開催(4月2回)</p> <p>◆検討会の開催(7月2回)</p>	<p>◆漁協支所が事業実施に消極的であることから、実働部隊である女性部及び漁業者の意向を確認し、昨年度に策定した計画に沿って進める予定である。</p> <p>◆9月末時点でスルメイカ船上天日干し10枚作成。地域振興を目的とした事業であるが、肝心の商品ができておらず今年度のイベント等への出店も危ぶまれる状況である。船上天日干しを安定生産体制の確保と、新たな加領郷ブランド商品の開発が必要である。また、直販店が閉鎖されることから、新たな販売先の確保も必要となっている。</p> <p>◆今年度のスルメイカ船上天日干し作成枚数は47枚となり、一般に販売せず終了した。</p>		

<p>16 河川の周年利用による地域経済の活性化</p> <p>◆アユ漁の終了後、何も行われていない中下流域の漁場にアマゴを放流し、アユ漁が解禁となるまで「アマゴの冬季釣り場」として有効活用を図ることによって、地域の賑わいを創出する。</p>	<p>◆アユ漁終了後にアマゴを放流し、冬季釣り場として有効活用する。</p> <p>◆アマゴの産卵に適さず、増殖保護の必要がない河川区域を特定し、遊漁規則の変更を前提とした漁場の周年利用の可能性を検討する。</p>	<p>現地調査のとりまとめを行い、「アマゴ生息状況調査報告書 第1報」として主管課である水産振興部漁業管理課に説明した(内水面漁業センター)</p>	<p>調査報告書の内容をもとに、漁業調整規則改正に向けた水産庁との協議に入った(漁業管理課)</p>		
<p>17 海洋深層水の利用拡大</p> <p>◆販路・供給地域の拡大</p> <p>◆企業・研究機関等との連携等</p> <p>〈事業概要〉 室戸海洋深層水のブランド化を推進し、他地域との差別化や市場の信頼性を高めるため、供給地域の拡大の検討、機能性解明等のための共同研究等を行う。</p>	<p>・各取水地自治体等の連携事業実施にかかる予算・人員確保等</p> <p>・イベント実行委員会等との調整</p> <p>・新規研究課題(エビデンス)への取り組み</p> <p>・研究開発成果の産業利用化</p> <p>・地元企業への技術支援</p> <p>・福島原発の放射性物質汚染問題への対応</p>	<p>・イベント及び講演等での深層水PR</p> <p>・共同研究契約及び研究推進</p> <p>・企業、大学、研究機関等への訪問及び来訪による研究等協議</p> <p>・高知市民の大学で海洋深層水について講演(6/21)</p>	<p>・様々な研究者や機関との連携が進み、新たな分野の共同研究課題が増加した。</p> <p>・参加者に海洋深層水の現状や商品等について認識を深められた。</p>	<p>・海洋深層水の魅力を多くの人に理解してもらうことができた。</p> <p>・新たな研究分野への共同研究等が増加しており、海洋深層水の利用研究への意欲が高まって来た。</p>	<p>・深層水関連商品売上額155億円</p>
<p>18 海の駅「東洋町」の活性化</p> <p>現在、仮設店舗で試験営業を行っている海の駅「東洋町」の施設整備を行い、地場製品の販売や軽食の提供、観光案内等を行う交流拠点施設としていく。</p>	<p>・地場製品の加工品の確保</p> <p>・地域ビジョン</p> <p>ホテルやサウナの経営状況等、近隣施設との連携を含め、町として全体的にどのようなビジョンを持つのかが不明確。「海の駅」自体は順調な売り上げ状況で22年度には増築もしたが、取り組みについては全体ビジョンとの関連が大きく、今後の推移を見守る必要がある。</p> <p>・産地表示問題</p>			<p>売上額</p> <p>・平成21年度 116,400,797円</p> <p>・平成22年度 133,765,720円</p> <p>・平成23年度(4月から10月) 73,556,886円</p>	
<p>19 中芸地域食資源を活用した新商品開発及び地域ブランド化</p> <p>◆地域特産品(酒粕等)を商品化するとともに、製造工程及び販売体制を確立する。</p> <p><民間事業者></p>	<p>◆企業の持続的経営や企業の潜在的経営資本の確保と強化</p> <p>◆地域特産品の商品化と共に自社売れ筋商品の開発、付加価値商品の開発</p> <p>◆企業(地域)ブランドの確立による内需・外需の拡大と共に外貨の獲得</p>	<p>・既存の5種類の「蔵乃風」に加えて、酒粕スイーツの新品</p> <p>「蔵乃風大吟醸」の試験販売開始</p> <p>・2種類の酒粕ドレッシングを試作し、試食会を実施</p> <p>・酒粕スイーツ 2種類のパウンドケーキを試作、試験販売の実施</p> <p>・酒粕スイーツ販路の拡大</p> <p>従来の販売箇所である「田野駅屋」「土佐ロイヤルホテル」</p> <p>「高知龍馬空港」に加えて、「ひろめ市場」「新阪急ホテル」</p> <p>でも試験販売開始</p> <p>・酒粕スイーツ「蔵乃風」の販促ツールを試作</p> <p>・酒粕スイーツ 商談会への出展(2回)及びイベントでの販売(3回)</p> <p>・酒粕ドレッシングパッケージデザインの作成</p> <p>・酒粕ドレッシングの商品改良とモニター調査の実施</p>	<p>月平均売上 300~400千円(9月まで)(酒粕スイーツ)</p> <p>月平均売上 680~710千円(10月以降)(酒粕スイーツ)</p> <p>新たな販売先の開拓:サニーマート(酒粕スイーツ)</p>	<p>月平均売上の増加 280~310千円(酒粕スイーツ)</p>	
<p>20 道の駅「田野駅屋」の機能強化(特産品開発及び情報発信)</p> <p>◆他の直販所との差別化を図るために特産品、加工品の開発や近隣観光への波及を図る地域情報発信機能の強化を図り、道の駅「田野駅屋」の機能強化を図る。</p> <p><田野町・田野駅屋></p>	<p>◆田野駅屋の機能強化に関する事項</p> <p>・拡充した情報発信機能等を踏まえた企画営業、HPやブログによる地域情報の発信強化。</p> <p>・人材面の育成強化。</p> <p>◆加工施設による特産品開発並びに販売に関する事項</p> <p>・地場産品を活用した魅力ある特産品(加工品)の開発・改良、販路の開拓・拡大。</p>	<p>◆田野駅屋の機能強化に関する事項</p> <p>4月~ 魚梁瀬森林鉄道遺産パネル展示</p> <p>4/29~5/8 田野駅屋ふるさと写真館の企画・実施</p> <p>5/28~ レンタサイクルの配置(5台)</p> <p>7/12 藤澤アドバイザーの講演会参加による研修実施</p> <p>9/30 田野町魅力発見セミナーの実施</p> <p>10/23 奈半利町でのまち歩きガイド研修の実施</p> <p>12/6 田野町体感ウォーキングの試し歩きの実施</p> <p>12/18 魚梁瀬森林鉄道遺産によるガイド研修の実施</p> <p>◆加工施設による特産品開発並びに販売に関する事項</p> <p>4月~ 田野駅屋における商品陳列の改善</p>	<p>◆田野駅屋の機能強化に関する事項</p> <p>・田野駅屋を起終点とするウォーキングコース作成</p> <p>12/6</p>		
<p>21 地場産品直販所「かつば市」の機能強化</p> <p>・地場産品直販所「かつば市」の花弁コーナーにおいて、その種類と出品量の増加により、独自性を出し、地域経済の活性化を図る。</p> <p>・芸西村で生産される農産物等(ピーマン、黒砂糖等)を使用した新たな商品を企画開発し、同村内産品の付加価値を高める。</p>	<p>・花卉出品量の確保</p> <p>・新商品の原材料の確保</p>	<p>・補助金の投入(総事業費 33,296千円、補助額 21,834千円)</p> <p>・関係者協議 4回</p> <p>・農業創造セミナーへの参加</p>			
<p>22 体験型観光の旅行商品化と販売・受入体制の整備</p> <p>テーマとターゲットに合わせた体験型観光の旅行商品化と効果的な販売及び受け入れ体制の確立を図る。</p> <p><安芸広域市町村圏事務組合・民間団体></p>	<p>◆東部観光振興のため特に取り組みが必要な事項</p> <p>・ランドオペレーターの専任職員の育成</p> <p>・県外事務所やコンベンション協会との連携(対外)</p> <p>・地域のより狭い範囲でのコーディネーター組織とのネットワーク形成(対内)</p> <p>・教育旅行の受入体制づくり</p> <p>・観光圏への取組み</p>	<p>・ランドオペレーター年間計画の作成</p> <p>・中芸旅づくり塾(5回)</p> <p>・高知東海岸観光ガイドの会連絡協議会開催(2回)</p> <p>・高知東海岸体験観光協議会(1回)</p> <p>・観光アドバイザー研修(3回)</p> <p>・民泊地区説明会(5回)</p> <p>・ふるさと博キャラバン参加(7回)</p> <p>・魚梁瀬森林鉄道開通100周年記念事業実行委員会(12回)</p>	<p>・高知東海岸観光周遊バス実績(H23年度実績) 12月末 224名</p> <p>・ジオパークバス実績(4/1~8/31) 29名 10/1~12/12 15名</p> <p>・宿泊+体験プログラム商品の提案</p>	<p>福田塾受入れ(小学生25名、教師2名)</p>	<p>ランドオペレータ機能の確立・専任職員の確保と人材育成</p>

<p>23 地域資源を活かした交流人口の増加(世界ジオパークに向けた取組)</p> <p>◆世界的にも珍しい地質資源を活かし、交流人口の拡大を図る。</p> <p>(室戸市)〈室戸ジオパーク推進協議会〉</p>	<p>◆世界ジオパークの認証に向けて、特に取組が必要な事項</p> <ul style="list-style-type: none"> 運営体制の強化 県民への普及啓発 地域経済の持続的な発展 情報発信の強化 観光客の受入体制の整備 	<p>高知県産業振興推進補助金活用</p> <p>H21:22,262千円(案内看板・遊歩道・展示室・ガイド養成・ホームページ・DVD等)</p> <p>H22:37,169千円(案内看板・遊歩道・駐車場・ガイド育成・JGC現地審査)</p> <p>H23:32,048千円(案内看板・遊歩道・ガイド育成・GGN現地審査)</p> <p>ふるさと雇用基金事業活用</p> <p>H21:</p> <p>H22: 8,744千円(専門職員2名)</p> <p>H23:27,950千円(専門職員4名・インフォメーションセンター職員2名)</p>	<p>・新規ガイド登録</p> <p>H21:16名 H22:20名</p> <p>・ジオパークマスター</p> <p>H22:43名</p> <p>・世界ジオパーク認定</p>	<p>・ガイド実績</p> <p>H21:563人 H22:947人 H23:(12月末) 2,640人</p> <p>・雇用効果</p> <p>専門職員4名 インフォメーションセンター2名</p>	<p>ジオパーク交流人口 1万人</p>
<p>24 「海の駅とろむ」を核とした交流人口の拡大</p> <p>◆岬の両側の海域にスポットがあり、また関西圏からのアクセスも4～5時間という恵まれた環境を活かし、ダイビング客の受け皿づくりに取り組み、交流人口の拡大を図る。</p> <p>(高知県漁協) (NPO法人室戸ドルフィンプロジェクト)</p>	<p>◆ダイビング事業への展開</p> <ul style="list-style-type: none"> 漁業者の事業への理解を得る 運営主体と想定される漁協との調整 室戸市の事業推進体制の整備が必要 <p>●ドルフィンセンター</p> <ul style="list-style-type: none"> 運営経費の見直し 事業実施体制の見直し 集客につながる情報発信 	<p>産業振興推進補助金導入</p> <p>H21:3,920千円(雑誌掲載、HP充実、パンフレット作成、補助スタッフ雇用、ウエットスーツ増設、備品購入、管理棟・シャワー棟・クリアカー購入)</p> <p>H22:2,751千円(雑誌掲載・TVCM・屋外広告看板・ウェットスーツ購入)</p> <p>H23:4,771千円(HPRリニューアル・屋外広告看板・触れ合いフロアの増設・備品購入)</p> <p>ふるさと雇用基金事業の導入</p> <p>H22:5,959千円(営業兼セラピスト雇用1名)</p> <p>H23:7,263千円(営業兼セラピスト雇用1名)</p>		<p>来場者数</p> <p>H21:23,315人 H22:22,181人 H23:19,139人(12月末現在)</p> <p>ドルフィンスイム参加者数</p> <p>H21:1,360人 H22:1,735人 H23:1,489人(12月末現在)</p>	<p>ダイビング入込み客数 5,000人</p> <p>室戸ドルフィンセンター来場者数 30,000人</p>
<p>25 シレストむろとを核とした健康観光産業</p> <p>◆室戸にある海洋深層水や食などの“もの”をつなぎ合わせて、シレストむろとを核として人が心身ともに健康を取り戻すことができる仕組みと体制を構築し、健康観光産業づくりにつなげていく。</p> <p>(次世代の湯治場検討協議会)</p>	<p>・室戸健康観光ツアー商品の魅力向上(売れる商品化)が必要</p> <p>・地元受け入れ態勢の構築にあたり、主体となる団体及び仕組みが具体化していない。</p> <p>・効果的な営業展開とターゲットを絞った情報発信が必要</p> <p>・新たな事業展開に向けた検討、体制づくり</p>	<p>・地方の元気再生事業の投入</p> <p>H21:13,019千円</p>			
<p>26 『龍馬伝』から『志国高知龍馬ふるさと博』への観光推進</p> <p>(安芸市、生産団体、加工業者、安芸市観光協会、安芸市ボランティアガイド、安芸「釜あげちりめん井」楽会、「はばたけ弥太郎・龍馬伝」安芸市推進委員会)</p> <p>◆これまでの観光施設に加え、大河ドラマ「龍馬伝」で改めて観光地として認知された岩崎弥太郎を売り出し、交流人口の拡大や地域経済の活性化を図っていく。</p>	<p>◆「志国高知龍馬ふるさと博」と連動させた取り組みが必要な事項</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光周遊ルートの設定 観光協会の事務局体制の整備 安芸観光情報センターの運営及び安芸市の観光情報や安芸市町村圏のエントランス機能、コンシェルジュ機能の発揮 地域食材を利用したB級グルメの開発・売り出し 高知県及び安芸広域市町村圏事務組合と連携した県外旅行エージェンツへのPR活動 修学旅行の受入体制の整備 	<p>・安芸観光情報センターの運営を安芸市観光協会に委託</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光コンシェルジュの雇用(H23.4/6～H24.3/31) 臨時観光案内所設置(4日間) PRキャラバン参加(11回) イベントの開催(2回) 食イベントへの参加(2回) <p>・「はばたけ弥太郎」安芸市推進委員会設立(12/8)</p>	<p>・安芸観光情報センター入込状況(H23.3/5～12/30)</p> <p>13,501人)</p>		
<p>27 スポーツキャンプのまちづくり</p> <p>タイガースキャンプの存続のみならず、社会人や大学などのノンプロ野球部のキャンプ誘致、特に龍馬伝を機に、三菱グループへの働き掛けなど、スポーツキャンプのまちづくりを推進する。</p>	<p>・球場の改修による利便性の向上</p> <p>・年間利用キャパシティの把握</p> <p>・閑散期の利用促進の基本的考え方の整理</p> <p>・他施設の活用状況の調査</p>	<p>・改修基本設計事業に着手</p> <p>・タイガースキャンプ継続等について球団訪問</p>			
<p>28 ダイビングの受け皿づくりによる交流人口の拡大</p> <p>岬の両側にダイビングスポットの海域を持つ室戸市と連携しながら、関西圏から4～5時間という恵まれた環境を活かし、ダイビング客の受け皿づくりに取り組み、交流人口の拡大を図る。</p>	<p>・漁業者の理解。</p> <p>・漁協が参入するための甲浦港内へのじょう碇の設置。</p> <p>・甲浦浦漁協も県一漁協に所属しており、まず室戸のダイビング事業が進捗した上での展開となる。室戸の事業については、進捗状況が遅れている。</p> <p>・事業主体が未定</p>	<p>・情報交換会の開催</p>			
<p>29 魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大</p> <p>魚梁瀬森林鉄道遺産を中芸地区の新しい地域資源ととらえ、地域連携を通して交流人口の拡大や活動の促進を図る</p> <p>(中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会)</p>	<p>・中芸広域での窓口、コーディネーター機能の設置(行政、民間)</p> <ul style="list-style-type: none"> ガイドの育成、組織化 地域の受入体制の整備(食事、宿泊施設等) ツアー企画のメニュー化、PR 5町村間における連携(行政、民間) 事業実施主体の組織基盤の整備 	<p>・スタッフ2名配置</p> <ul style="list-style-type: none"> 魚梁瀬森林鉄道開通100周年記念事業実行委員会の発足 実行委員会の開催(13回) 部会の開催(16回) メディア等取材(10回) 営業活動(2回) 写真展開催(6/19～7/3) ガイド実施(17回) 451名参加 魚梁瀬森林鉄道開通100周年記念オープニングイベントの開催(900名参加) 			
<p>30 「ふるさと海岸」を中心とする海洋資源を活用した観光事業</p> <p>◆奈半利町において、サンゴウォッチングやこれまでインストラクター養成等に取り組んできた海洋レクを充実することにより交流人口の増加を図る。</p>	<p>・地域に豊富にある観光資源の上手な活用</p> <p>・地域活性化のために活動している住民団体同士の連携</p>	<p>・地域イベントの開催 1回 (第2回ちびっこトライアスロン 61名参加)</p> <p>・PRのための学校等訪問 15か所程度 (室戸・芸西・安芸・中芸各教育委員会、高知市内養護学校等)</p> <p>・指定管理者制度の導入 → なはり観光文化協会</p>	<p>・シーカヤック体験者 177名</p> <p>・お土産品「まゆストラップ」の開発・販売 (なはりテレワーククラブとのコラボ)</p>	<p>・交流人口の拡大 (一般客 約2割増 100名 → 177名)</p> <p>・ガイドの雇用 4名</p>	<p>【指標および目標】</p> <p>総合的な体験観光プログラムの構築</p> <p>交流人口の拡大</p> <p>【目標値(H23)】</p> <p>マリンレジャー客 300名</p>

<p>31 体験型観光への取り組み～大野台地は、えいところ！～</p> <p>◆これまで取り組んできた体験型観光を定着させ、交流人口の拡大を図る。高齢化による地域衰退、耕作放棄地の増加に対応するため、教育ファームや食育の視点を取り入れた体験メニューの実施により、交流人口の拡大を図り、将来のオーナー制の観光農園化も視野に入れた取組を行う。</p> <p><大野倶楽部></p>	<p>◆体験型観光商品(体験メニュー)の本格実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 体験メニューのブラッシュアップ及び拡充、事務局体制の確立及び受け入れ・実施体制の強化。 大野台地情報の計画的な更新・発信の実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 交流活動・体験メニューの実施(2回) イベント出店(3回) 地区活動の実施(2回) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ご・な線ウォーキングの実施 参加人員80名 5/14 ・稲田塾体験合宿受け入れの実施 参加人数29名 7/22～23 ・RKCふるさと祭り(イベント出店)実施 販売品数 約600個 10/29 ・田野町産業祭(イベント出店)実施 販売品数 約500個 11/23 ・中山山芋まつり(イベント出店)実施 販売品数 約500個 12/11 	<p>・交流活動等による交流人口の拡大(109名)</p>	
<p>32 古民家と地場産品販売施設等を活かした交流人口の拡大</p> <p>安田町内の施設等の連携による面的効果の発揮で、町内の他の観光・文化的資産への波及を目指す</p> <p><安田町、安田まちなみ雑踏衆、みきグループ></p>	<ul style="list-style-type: none"> ガイドの育成 安田町内のコーディネーター機能の整備 町内ボランティア団体の組織力強化 特産品の開発及びその取組み支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・安田まちなみ交流館「和(なごみ)」のスタッフ1名雇用(情報発信等) ・安田の夢プラン推進会設立(6/6) ・ごめん・なはり線沿線ふるさとウォーキングでの町並みガイド(5/14) ・安田の夏祭り(8/13来場者 1000名) ・観光アドバイザーによる視察・アドバイス(11/24) 			
<p>33 龍馬伝を活かした観光振興</p> <p>中岡慎太郎館での企画展の開催を軸に、村内や関係市町村での関連イベントを行い、観光振興につなげていく。</p> <p><北川村 龍馬伝・慎太郎推進協議会></p>	<ul style="list-style-type: none"> ・単独でのPRには限度があるので、「ふるさと博」や他の村内観光施設と連携してPRを進めていく必要がある。 ・中岡慎太郎館の入館者数がそもそも多くない。 ・中岡慎太郎館単独では弱いので、「ふるさと博」の各地域関連会場と連携して、企画展やイベントを行っていく必要がある。 ・1日楽しめる施設ではないので、村内の他の観光施設や、コンベンション協会とも連携して、バックで売り込んでいく必要がある。 ・村内に宿泊施設は、北部の北川村温泉しかなく、東部地域でも少ない。 	<p>イベント・ウォーキングの開催(3回)</p>	<p>・春の北川村を巡るウォーク開催(参加者19名)</p>	<p>12月末の入館者数は、8,818人と、リニューアル前のH20～H21実績(5,951人)の約1.5倍になっている。</p>	
<p>34 世界に2つの『モネの庭』誘客強化事業</p> <p>主に県外での周知活動や、来園への新たな動機付けにつながる施設整備やイベントの実施によって集客力を高める。</p> <p><北川村・(株)きたがわジャルダン></p>	<ul style="list-style-type: none"> ・開園1年間で20万を超えた入園者数が、年々減少しておりH22は53,701人。 ・GAP調査により県外での認知度が低いことが判明。 ・開園10年を超え、来園動機の落ち着きが見られることから誘客対策の強化が必要。 ・営業体制の強化が必要 	<p>・産振補助金(38,018千円)の事業採択</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・12月末の入園者数は、58,010人と目標達成には厳しい状況だが、震災による観光者の減や、台風等の天候不順にも関わらず、対前年比で110.5%と数字を伸ばしている。 	<p>入園者数 65,000人</p>