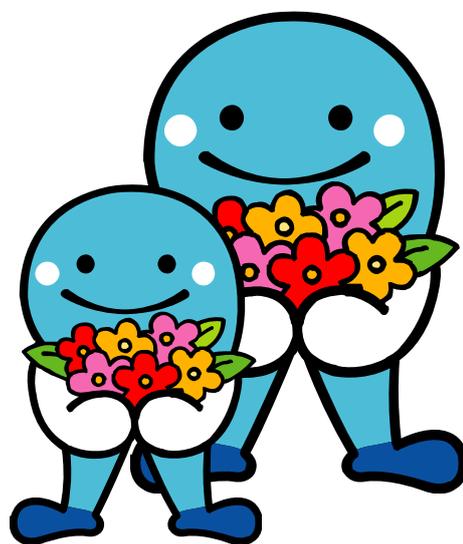


変わろう・変えよう・産業と暮らし  
第2期高知県産業振興計画 **Ver. 2**

～ みんなが主役 高知の元気発進プロジェクト ～

《地域アクションプラン》  
安芸地域抜粋版



平成25年●月

高 知 県



## 1 安芸地域

### (1) 地域の産業を取り巻く状況

安芸地域は、海・山・川の恵まれた自然を活かし、古くから第一次産業を中心に営んできましたが、その衰退とともに人口減少が進み、昭和30年代半ばには10万人余であったものが、平成17年国勢調査時には58,340人で、平成22年調査時には53,576人と近年の5年間でも、8.2%減少するという状況にあります。

また、15歳から64歳までの生産年齢人口についても、平成17年調査時の33,085人から、平成22年調査時には29,094人と約12.1%減となっています。一方で65歳以上の人口は2.1%増となっており、少子高齢化が進んでいる状況となっています。

農業では、平野部はナスを中心とするハウス園芸地帯として、中山間地域は古くからのユズの産地として、それぞれ日本一の生産量を誇っています。しかしながら、ナスに関しては、農業者の系統離れなどにより、産地においては農業者間の支え合いや教え合いの意識の低下が、消費地では市場での優位性の低下が課題となっています。一方、ユズに関しては、高齢化の進展に伴い管理作業が比較的容易な果汁出荷への移行が進み、青果出荷が減少しています。

林業では、当地域の森林率は県下平均を上回る88%と高く、かつては「魚梁瀬杉」を中心とした優良で豊富な天然林資源を背景に、林業・木材産業は大いに栄えました。しかしながら、天然資源の減少や木材の貿易自由化による木材価格の長期低迷により、現在の林業を取り巻く情勢は極めて厳しい状況にあります。こうした中で近年、木質ペレットを生産する工場が整備され、ボイラーの導入も進んでいます。また、木造建築物（公共）の推進や木質バイオマスの活用など、国産材の自給率を向こう10年間で50%まで引き上げるとの国の方針が示されたことにより、今後これらの取組がさらに加速されるものと期待されています。

水産業では、水揚量や魚価の低迷、燃油や漁業資材に要する経費の増大が漁業経営を圧迫しています。前期プランでは、高級魚であるキンメダイの消費拡大や販売促進に取り組み、関西市場への参入の足掛かりができるとともに、民間企業と県漁協との連携による定置網漁獲物の加工事業によって10名を超える雇用が確保されるなど、成果の兆しが見えてきています。今後は、取扱量や生産量の増加による事業規模の拡大や、より広い範囲に事業効果を波及させる視点での取組への展開が期待されています。

商工業では、漁業用機械や酒造等の地域の特性を活かした企業が根付いていますが、海洋深層水関連産業や一部の工業団地を除いて製造業の集積といえる規模には至っていません。また、地域内の商業機能の縮小と消費者ニーズの多様化により、高知市など地域外への買物客の流出が進んでいます。

観光では、圏内には自然や歴史、文化遺産など多彩な魅力をもった観光資源があります。しかし、高知東部自動車道が一部開通したものの、幹線道路が単線であることと、圏域内の宿泊キャパシティが小さいことから通過型旅行が中心の地域となっています。

今後は、世界認定された「室戸ジオパーク」や「モネの庭」など集客力のある観光資源

を核として、地域内の観光資源と組み合わせで一泊以上滞在できる旅行商品づくりが課題となっています。

## (2) 地域アクションプランの概要

当地域では、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、販路の拡大の取組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・直販所における販売機能の強化にも引き続き取り組むこととしています。

一方、恵まれた自然、歴史や文化等の地域資源をさらに磨き上げながら、地域への経済波及効果がより高まるように、圏域内で周遊できる観光ルートや魅力ある交流拠点づくりを進めていくこととしています。

農業分野では、平野部のナスと中山間地域のユズを取組が中心となっています。ナスに関しては、系統外生産者を含めた地区会や勉強会の開催、また学び教えあう場の活用などを通じて、生産者組織の活性化と産地のまとまりづくりをより強力に進めるとともに、消費地からの要望の高い優良品種「土佐鷹」の導入を引き続き推進していくこととしています。一方、中山間地域を支えるユズについては、青果出荷の拡大と品質の向上のための新植、改植を進めていくとともに、将来にわたってユズ園を維持管理していくための仕組みづくりや、ユズ果汁等の安定供給と販路拡大を図っていくこととしています。

林業分野では、園芸用ペレットボイラーの導入や木質ペレット生産体制の整備など、地域内での木質バイオマスの効率的な利用を推進することで、地域の木材資源の活用を図っていくこととしています。また、高級品として紀州産と並び称される土佐備長炭については、前期プランにより、後継者の育成や生産施設整備が進み、明るい兆しが見えてきています。今後も引き続き、生産体制の強化と販売促進に取り組むこととしています。一方、木材加工品の販売についても、「魚梁瀬杉」を前面に出したブランドづくりや、消費者ニーズに合った商品の開発などに取り組むこととしています。

水産業分野では、引き続き、キンメダイ、定置網漁獲物、イワシシラスなど地域の代表的な魚種を対象に、漁業関係者と民間企業が連携して、販路開拓や加工による付加価値向上に取り組むこととしています。

商工業分野では、室戸海洋深層水や、酒粕、天日塩などの地域資源を活かし、農商工連携による加工品開発や販路の拡大に取り組むこととしています。加えて、道の駅や農産物直販所などの情報発信機能を高めるなど、観光分野とも密接に連携した取組を進めることとしています。

観光分野では、観光客にアピールできる「魅力ある観光地づくり」を目指して、世界認定された「室戸ジオパーク」、国の重要文化財である「魚梁瀬森林鉄道遺産」、世界に二つしかない「モネの庭」など地域にある観光資源の更なる磨き上げと、ガイドの養成による受入体制の充実や体験プログラムの開発等に取り組むこととしています。併せて、地域にある観光資源を活かした地域博覧会の開催に向けて取り組むこととしています。

### (3) 重点的な取組

- 二つの日本一を有する産地機能の維持・強化  
(ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進、ユズを中心とした中山間振興)
- 木質バイオマス活用の促進
- 水産物のブランド化への取組  
(キンメダイのブランド化に向けた取組、水産加工の促進と販路の拡大、加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上)
- 地域の1次産品等を活用した商品づくりと販路拡大  
(ユズ、ポンカン、酒粕、マンゴー、エディブルフラワー、白下糖など地域の特産品を活用した加工品の開発と **東部地域の直販所等が連携した**販路の拡大)
- 広域的に連携した観光の推進  
(室戸ジオパーク、モネの庭、魚梁瀬森林鉄道遺産、岩崎弥太郎生家などの観光資源を活かした **地域博覧会の開催**など)

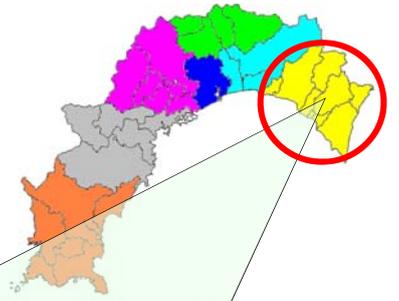
### (4) 主要な指標及び目標

項 目	実 績	目 標
ナス（土佐鷹）の作付面積	H23 : 29.1ha	H27 : 80ha
ユズの加工仕向量	H22 : 4,250 t	H27 : 4,670 t
キンメダイの平均単価	H20～22:1,146円/kg	H27 : 1,200円/kg
圏内主要施設訪問者数 ※1	H22 : 120,394人 H20～21 平均 : 94,000人	H27 : 140,000人
圏内宿泊者数 ※県旅館ホテル生活衛生同業組合調べ	H22 : 137,439人 H20～21 平均 : 123,000人	H27 : 150,000人

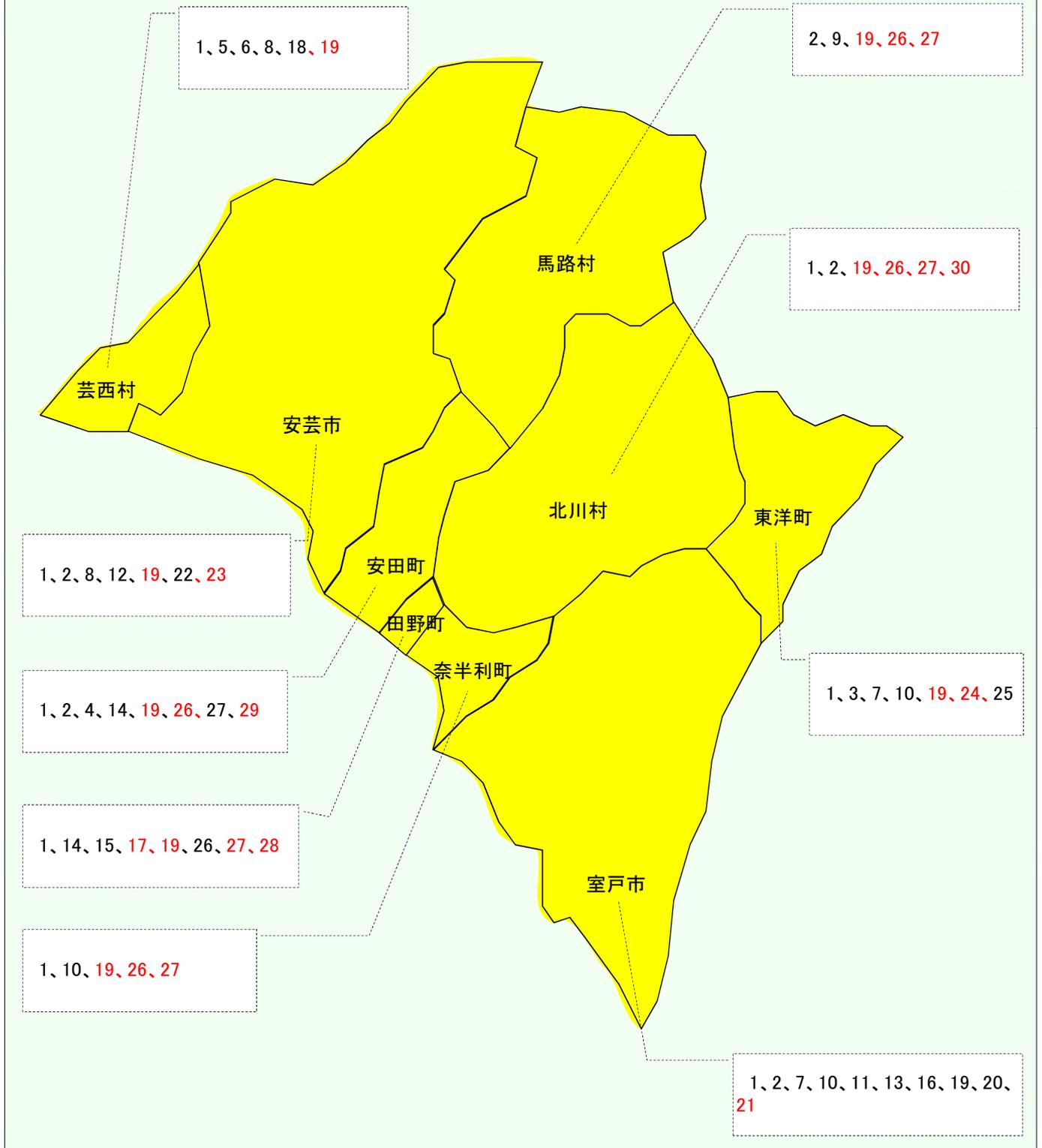
※1 主要施設：キラメッセ室戸（鯨館）、中岡慎太郎館、モネの庭マルモッタン  
安芸市立書道美術館、安芸市歴史民俗資料館、内原野陶芸館

(5) 具体的な取組

No.	項目	室戸市	安芸市	東洋町	奈半利町	田野町	安田町	北川村	馬路村	芸西村
1	ナス産地におけるまともづくりとブランド化の推進	●	●	●	●	●	●	●		●
2	ユズを中心とした中山間振興	●	●				●	●	●	
3	ポンカンを活用した新商品の開発と販路の拡大			●						
4	「安田(あんた)の白い夢」の販路の拡大と新商品の開発						●			
5	エディブルフラワーを活用した新商品の開発と販路の拡大									●
6	白下糖の生産の拡大と新商品の開発									●
7	土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化	●		●						
8	木質バイオマス活用の促進		●							●
9	林業加工品の販売の促進								●	
10	キンメダイのブランド化に向けた取組	●		●	●					
11	水産加工の促進と販路の拡大	●								
12	加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上		●							
13	海洋深層水の利用拡大	●								
14	酒粕等を活用した新商品の開発と販路の拡大					●	●			
15	完全天日塩の生産の拡大と観光への活用					●				
16	キラメッセ室戸「楽市」の機能強化	●								
17	道の駅「田野駅屋」の機能強化(特産品開発及び情報発信)と施設整備等					●				
18	地場産品直販所「かつぱ市」の機能強化									●
19	安芸地域における広域観光の振興	●	●	●	●	●	●	●	●	●
20	世界ジオパーク認証を活かした観光の振興	●								
21	イルカのふれあい体験による交流人口の拡大	●								
22	岩崎弥太郎と地域食材を活用した観光の振興		●							
23	スポーツキャンプのまちづくり		●							
24	海の駅を拠点とした地域振興			●						
25	マリンスポーツ体験拠点づくり			●						
26	中芸地区における広域観光の推進				●	●	●	●	●	
27	魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大				●	●	●	●	●	
28	体験型観光と地域の加工品づくりの推進 ～大野台地は、えいところ！～					●				
29	安田中山地区の活性化プロジェクト						●			
30	世界に2つの「モネの庭」の誘客強化による交流人口の拡大							●		



## 【安芸地域】



【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21~23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
1	<p>ナス産地におけるまとまりづくりとブランド化の推進</p> <p>《室戸市、安芸市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町、北川村、芸西村》</p>	<p>・JA土佐あき</p>	<p>・系統出荷率の向上への取組(H21~23) 重点巡回指導の実施 営農相談で技術情報の提供 地区会、勉強会の開催 ◆系統外生産者を含めた地区会や環境保全型農業の勉強会の開催。また学び教えあう場の活用などにより、まとまりの意識が徐々に醸成されている。</p> <p>・土佐鷹作付面積拡大への取組(H22~23) 土佐鷹普及推進協議会の開催 営農指導員等の研修会の実施 土佐鷹勉強会の開催 ◆地区別説明会や個別巡回による誘導等により栽培面積は増加傾向にある。</p>	<p>・野菜指定産地要件をクリアーできる系統出荷率の継続</p> <p>・生産者の経営安定に向けた、価格競争力の強化</p> <p>・消費地からの要請数量に応えきれていない。</p> <p>・品種転換で春先以降の品質低下を抑制することによる産地力の強化</p>	<p>◆系統率向上への取組</p> <p>◆土佐鷹の推進</p>
2	<p>ユズを中心とした中山間振興</p> <p>《室戸市、安芸市、安田町、北川村、馬路村》</p>	<p>・JA土佐あき</p> <p>・JA土佐あき ・JA馬路村</p> <p>・JA土佐あき ・JA馬路村</p>	<p>・新植、改植の推進への取組(H21~23) ◆県選抜系統を活用した母樹園が設置された。 (安芸・東川・畑山、北川)</p> <p>・将来にわたってユズ園を管理する仕組みづくりへの取組(H21~23) ◆集落営農組織及び農作業受委託組織を3組織育成できた。</p> <p>(JA土佐あき) ・加工施設等の導入(H21.10) ◆JA土佐あき北川支所の搾汁施設の高度化が行われ、H21は過去にない豊作で販売に苦慮したが販路開拓により飲料企業との取引が拡大している。</p> <p>(JA馬路村) ・ユズ茶加工施設導入(H21) ◆JA馬路村がゆず茶の加工施設を導入し、販売実績が徐々に増加している。</p>	<p>青果出荷へのシフト ・隔年結果及び品質低下対策</p> <p>・母樹園を活用した優良系統の普及</p> <p>新たな仕組みづくり ・ユズ銀行に代わる新たな労働補完体制の検討(北川村)</p> <p>・(株)ユズ組合による作業請負等の継続及び新たな仕組みの検討(馬路村)</p> <p>(JA土佐あき) ・H21大豊作による果汁販売の苦戦、生産者単価の低下</p> <p>(JA馬路村) ・H21大豊作による果汁販売の苦戦 ・加工施設の活用による安定した加工品販売及び生産者単価の維持向上</p>	<p>◆新植、改植の推進</p> <p>◆将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり</p> <p>◆ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓</p>

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
<p>系統率向上への取組(赤野集出荷場、穴内集出荷場、安芸集出荷場) 産地振興の方策及び体制等の明確化</p> <p>土佐あき地域園芸戦略推進会議の開催</p> <p>課題の明確化及び対応策の検討樹立</p> <p>役割の確認と実施状況の把握</p> <p>部会、研究会など組織の活性化</p> <p>(園芸戦略推進会議まとまりづくりチーム) 部会・研究会、地区会の開催、営農相談日及び学び教えあう場の設定など組織の活性化を推進</p> <p>ナス生産者の経営安定</p> <p>系統率向上対策、ナスの経営安定対策、18tどりの推進について協議</p> <p>系統率向上対策、ナスの経営安定対策、18tどりの推進について実践</p>					安芸市の系統出荷率 (H21:52%)	60%
<p>土佐鷹の推進</p> <p>現地検討会、勉強会等により品種にあった栽培管理の周知・徹底</p> <p>現地検討会や勉強会の開催、実証圃の設置による技術支援及び普及PR</p> <p>(園芸戦略推進会議まとまりづくりチーム) ・土佐鷹普及推進協議会の開催 ・栽培管理技術の周知及び新規栽培者への重点個別巡回 ・個別訪問による土佐鷹への誘導</p> <p>販売促進活動の強化</p> <p>契約取引の拡大、販売促進活動の充実 など</p>					土佐鷹の作付面積 (H23:29ha)	80ha
<p>新植、改植の推進</p> <p>青果の生産拡大と品質向上、計画的販売の強化</p> <p>検討会や勉強会の開催による基本技術の徹底</p> <p>適正栽培管理の指導。母樹園管理規定等の仕組みづくり</p> <p>母樹を活用した苗木確保と計画的な改植・新植の推進</p>					青果出荷受入量 (H22:297t) (H23:370t)	400t
<p>将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり 新たな組織の検討(北川村、馬路村)</p> <p>農作業受託組織、作業班体制等による作業請負の仕組み作りに向けた検討(組織等の設立)</p> <p>組織等の育成及び円滑な運営支援</p>					作業受託等の新たな組織作り	北川村1組織 馬路村1組織
<p>ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓</p> <p>(JA土佐あき)栽培基本技術向上による加工用A品果皮の出荷拡大。大手飲料メーカー等との契約による販売の安定化。加工ニーズに対応した果汁殺菌施設の導入と施設を活かした販路開拓。高知県食品衛生管理認証制度への取組。果汁一元化販売に向けた体制整備。ユズ協業業との連携、海外事務所、輸出コーディネーター等の活用による輸出販売の拡大。(シンガポール、北米、EU等)</p> <p>(JA馬路村) 各施設を活用した加工品生産、加工品開発及び販売拡大への取組</p>					加工仕向量 (H22:4,250t)	4,670t (10%アップ)
					加工用果皮のA品受入量 安芸(H23:501t (20.1%)) 北川(H23: 83t (6.3%)) ※( )内はA品率	安芸600t 北川150t
					JA馬路村加工品販売額 (H21) ユズ茶 (H21:0.8億円) 化粧品 (H21:1,700万円) ボン酢他ユズ加工品 (H21:20億円)	1.6億円 5,200万円 20.7億円

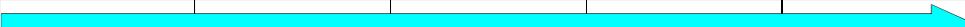
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
3 ボンカンを活用した新商品の開発と販路の拡大 《東洋町》	東洋町の特産品であるボンカンを活用した商品開発と既存商品を含めての販路開拓を行う。	・甲浦の果樹仲間			◆商品開発  ◆既存商品の改良  ◆販路の拡大
4 「安田(あんだ)の白い夢」の販路の拡大と新商品の開発 《安田町》	マンゴー大福「安田の白い夢」を中心に、以前接触のあったバイヤーに対し、ロット数を確保した具体的な提案を行っていく。 また、町内で生産される農産物(マンゴー、イチジク、アスパラ等)を使用した新たな商品を企画開発し、県外を中心に販路開拓を行って、雇用の確保と生産者の所得の向上を図る。	・安田町 ・生産者			◆商品の企画・開発  ◆生産体制の強化  ◆販路の開拓  ◆原料の安定生産
5 エディブルフラワーを活用した新商品の開発と販路の拡大 《芸西村》	食べられる花エディブルフラワーの認知度アップを図るとともに、生食用エディブルフラワーの販路開拓と新たな加工品等の開発による販売促進や経営体制の構築を支援することにより、生産者の所得の向上を目指す。	・第2香南くろしお園			◆新たな商品の企画開発    ◆生食用エディブルフラワーの販路開拓  ◆認知度アップ・広告宣伝

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
<b>商品開発</b> ・プランの検討 ・商品の試作	試作商品によるテストマーケティング	試作品を改良し、商品化			<b>商品数</b> (H22:2アイテム)	4アイテム
<b>既存商品の改良</b> 既存商品の改良の検討	商品の改良				<b>既存商品の販売数</b> (換算本数) (H22:1,807本)	5,000本
<b>販路の拡大</b> 販売戦略の検討 HP仕様の検討	HPの設計及び開設	インターネット販売				
県内・県外への営業活動(酒販卸業者や居酒屋等)						
販促グッズの作成						
<b>商品の企画・開発</b> 新たな商品の企画と開発の促進					<b>売上高</b> (H23:施設整備) (H24:生産開始)	100百万円
<b>生産体制の強化</b> 販路拡大に合わせた生産の強化						
<b>販路の開拓</b> 首都圏を中心とした営業活動の展開による販路の確保						
<b>原料の安定生産</b> マンゴーの安定生産とその他の原料となる農産物等の生産開始						
<b>新たな商品の企画開発</b> ・加工品等の開発・商品化 ・パッケージデザイン作成	・販路開拓及び広告宣伝活動 ・新たな加工品の開発					
	加工場等の機能充実に 関する検討	施設整備	生産・販売開始			
<b>生食用エディブルフラワーの販路開拓</b> 販路開拓、広告宣伝・営業活動						
<b>認知度アップ・広告宣伝</b> ・宣伝用パンフレット作成 ・ホームページの立上げ	インターネットを活用した 販売システムの構築					
販売促進						

【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21~23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
6 白下糖の生産の拡大と新商品の開発 《芸西村》	伝統ある芸西村の白下糖づくりを伝承し、白下糖の生産拡大と新たな加工品を開発・販売することにより、白下糖のブランド化(認知度アップ)と地域生産者の所得向上を目指す。	・芸西村 ・芸西村製糖組合 ・生産者グループ			<ul style="list-style-type: none"> <li>◆サトウキビ作付け面積の拡大</li> <li>◆技術を継承する人材の育成</li> <li>◆白下糖の品質向上</li> <li>◆新たな商品の企画開発</li> </ul>
7 土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化 《室戸市、東洋町》	土佐備長炭の生産量の増大と後継者の育成を図る。	・室戸市木炭振興会 ・土佐備長炭生産組合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東洋町共同窯3基設置(H21~22)</li> <li>・室戸市研修窯3基設置(H21~22)</li> <li>・市場調査(H21)</li> <li>・勉強会の開催4回(H22)</li> <li>◆製炭量については、目標の800tに対し846t。新規生産者の受け入れも順調にしている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原木の確保</li> <li>・更なる品質の向上と規格の均一化</li> <li>・研修終了後の研修生の就業定着化(就業条件の確保)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>《室戸市木炭振興会》</li> <li>《土佐備長炭生産組合》</li> <li>◆新規製炭者の育成</li> <li>◆品質・規格の向上と新商品開発ほか</li> <li>《室戸市木炭振興会》</li> <li>◆共同出荷・販売の取組</li> <li>《土佐備長炭生産組合》</li> <li>◆原木配給施設設置</li> </ul>
8 木質バイオマス活用の促進 《安芸市、芸西村》	林地残材等を熱エネルギーとして利用していく。	・JA土佐あき ・(有)安岡重機 ・高知バイオマスファーム ・高知東部森林組合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・木質ペレット製造工場の稼働(H22.11~、安芸市企業)</li> <li>・園芸用木質ペレットボイラーの設置 67基(H21~23)</li> <li>◆木質ペレットボイラーの導入により、目標としている資源の利用量は概ね達成した。しかし、木質エネルギーの地産地消を目指すうえで、地域内のペレット需要量に対して地域内の供給量が不足している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・木質ペレットの需要と供給のバランスが取れていない</li> <li>・木質ペレットの原料である間伐材の搬出量と価格が不安定</li> <li>・燃焼灰の処理</li> <li>・園芸用木質ペレットの流通体制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆原木調達システムの構築</li> <li>◆ペレットの増産に向けた施設整備</li> <li>◆木質ペレットボイラーの増設</li> <li>◆ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備</li> </ul>

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
サトウキビ作付け面積の拡大 遊休農地の有効活用					サトウキビ収穫量 (H22:20t)	40t
技術を継承する人材の育成 人材の確保 製造技術の習得、その他関連する研修等への参加						
白下糖の品質向上 味で勝負するための製品づくり ・成分分析による他との区別 ・アドバイザーの導入 他 新しい加工ラインの検討 施設整備						
新たな商品の企画開発 地域資源共有会議等を活用した新商品の検討 新商品の開発・販売開始						
新規製炭者の育成 研修生の受け入れ 後継者自立用共同窯の設置					新規就労者確保 共同窯設置 生産量の増産	就労者 5名 4基 30t/年
品質・規格の向上と新商品開発ほか アドバイザーの招聘、勉強会の開催 販促用DVD・取扱解説チラシ作製・看板設置・県内外イベントへの参加						
共同出荷・販売の取組(室戸市木炭振興会) 原木の共同調達、製品の共同出荷・販売の取組					新規商品開発	1商品
原木配給施設設置(土佐備長炭生産組合) 原木配給ストックヤードの設置						
原木調達システムの構築 ペレット原料の安定調達に向けた検討						
ペレットの増産に向けた施設整備 地域のペレット需要に近付けるためのペレット製造施設の増強					ペレット生産量能力 (H23:1,000t/年)	1,500t/年
木質ペレットボイラーの増設 園芸ハウス用ボイラーの増設						
ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備 ペレット搬送システムの構築、ストックヤードの整備						
木質資源利用ボイラー設置台数 (H23:67基)						

【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21~23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
<p>9 林業加工品の販売の促進 《馬路村》</p>	<p>木材加工品の販売を促進し、事業体の雇用の確保と経営安定を図る。</p>	<p>・エコアス馬路村  ・馬路村森林組合</p>	<p>・モナッカ新バッグの商品化(H21) ・新商品を開発、試作(H21~23) ・国内外の展示会への出展  ◆顧客の意見を採り入れた商品の改良・開発により商品力は向上しつつある。展示会への出展により新たな取引も成立しているが販売は苦戦している。</p> <p>・骨董、子供用ベッドを新商品として開発(H22~23) ◆試作品が完成したので、今後は、顧客等の意見も聞き商品化し、営業活動に移行する。</p>	<p>・常勤役員の配置、営業部門の活動の強化  ・森、木、エコ、田舎のストーリー性を含めた商品紹介の継続  ・展示会やHPでのアンケートにより収集した顧客意見の活用と商品力アップ  ・環境先進企業(協働の森参加企業等)への社用バッグ、ギフト用品等の提案  ・新商品の開発  ・商品のPR、販売戦略の見直し  《共通課題》 ・ヤナセスギを前面に出したブランド販売戦略  ・木製品の出荷額及び雇用者数の現状維持</p>	<p>《エコアス馬路村》 ◆組織の改革・人材育成  ◆国内展示会出展・新商品の開発  《全体》 ◆木製品の商品力・販売力強化</p>
<p>10 キンメダイのブランド化に向けた取組 《室戸市、東洋町、奈半利町》</p>	<p>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>・キンメダイブランド化作業部会設置及び検討(H21~22) ・脂肪含有量の測定(H21~22) ・アドバイザーを活用した市場調査(H22) ・測定キンメを使った料理レシピ等の販促資材の作成(H22) ・産地交流会への参加(H23)  ◆「土佐沖どれ金目鯛」のブランド名で関西市場をメインターゲットとして売り込みを開始</p>	<p>・関西圏を中心としたキンメダイの効果的なPR活動の実施</p>	<p>◆県内市場及び県外市場の販路拡大  ◆商品力の維持・向上</p>
<p>11 水産加工の促進と販路の拡大 《室戸市》</p>	<p>高知県内で漁獲される水産物の県内加工を強化し、魚価の安定化と県内における産業としての水産加工業の強化育成を図る。</p>	<p>・南タカシン水産 ・高知県漁協</p>	<p>・水産加工施設(室戸工場)を整備(シメサバを中心)、操業開始(雇用11名(H21~23)) ・キンメの酢じめ等サバ以外の魚種での商品開発着手(H22)  ◆加工生産技術が向上し、安定した品質と生産量が確保され取引先が順調に増加してきている</p>	<p>・新たな魚種を使った商品の開発  ・大口の安定取引先の確保  ・更なる生産性の向上</p>	<p>◆高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討  ◆生産性向上の取組  ◆商品開発、販売促進活動の実施</p>

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
<p>組織の改革・人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・常勤役員の配置</li> <li>・若手社員(営業)の育成・営業力の強化</li> </ul>					<p>木製品出荷額 (H22:233,000千円) 雇用者数 (H22:59人)</p>	<p>233,000千円 59人</p>
<p>国内展示会の出展・新商品の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・展示会出展により商品のPRとユーザーの意見聴取を行い、販路の拡大に努めるとともに、商品力のアップや新商品の開発、売れ筋でない商品の廃止等を行う</li> <li>・モナッパはバッグとしてのデザイン・機能を追求する</li> </ul> <p>販売戦略の見直し(役場との協働による「森の仕事」まるごと販売計画のバージョンアップ)</p>						
<p>木製品の商品力・販売力強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「森の仕事」まるごと販売計画のバージョンアップ版に基づいた販売戦略、営業活動の実施</li> <li>・顧客の意見を取り入れた商品改良、開発</li> </ul>						
<p>県内市場及び県外市場の販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>室戸産キンメダイのPRとキンメダイの消費拡大</li> <li>・県漁協による直接取引の拡大</li> <li>・消費地市場関係者との人的関係を活用した、取引の拡大</li> <li>・マリン・エコラベル認証取得を活用した消費拡大活動の推進</li> </ul>					<p>平均単価 (H20～22平均: 1,146円/kg)</p>	<p>1,200円/kg</p>
<p>商品力の維持・向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鮮度保持技術の向上</li> <li>・規格の統一</li> </ul>						
<p>高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県漁協等と加工業者が連携した水産加工品の商品開発、販売戦略の検討、加工品製造販売、販路開拓</li> <li>・アドバイザーの招聘による商品開発と販売戦略の検討</li> </ul>					<p>加工品販売金額 (H22:4,700万円)</p>	<p>12,000万円</p>
<p>生産性向上の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>加工原料の安定確保に向けた調達方法の検討</li> </ul>						
<p>商品開発、販売促進活動の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大量生産・安定供給可能な看板商品の確立</li> <li>・マグロ類の加工促進と販路開拓</li> <li>・低利用・未利用の混獲魚を利用した加工品の開発</li> </ul>						

【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
12 加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上 《安芸市》	加工処理能力の向上等によってシラスの水揚げ量の増加、及び漁家所得の向上を図る。	・民間企業 ・安芸漁協 ・安芸おじゃ娘	<p>・企業、漁協、漁業者による加工処理能力向上に向けた協議(H23) ◆漁業者・漁協・シラス加工業者との協議を実施し、漁業関係者はシラス加工処理能力の向上による浜値上昇を希望している。</p> <p>・シラス佃煮等の商品開発(H21) ◆各種イベントでのPRや直販所での販売を通じて商品の認知度が高まってきている。</p> <p>・アカムツ深海延縄漁の試験操業を実施(H21) ◆試験操業で多くの課題があることが確認できた。</p>	<p>・現状の加工処理能力では盛漁期に値崩れを起こしやすく、既存加工業者による新たな設備投資、新たな加工業者の参入等が必要</p> <p>・衛生管理・製造体制の強化、収益性の向上、販路拡大</p> <p>・操業方法や漁場探索及び操業方法の習熟</p>	<p>◆加工処理能力向上に向けた関係者協議と乾燥機等の機器導入</p> <p>◆処理能力向上に対応できる漁業生産体制の構築</p> <p>◆商品力、販売力の強化と新たな販路確保</p>
13 海洋深層水の利用拡大 《室戸市》	室戸海洋深層水アクア・ファームにおける海洋深層水給水量の拡大を図る。室戸ジオパーク海洋深層水サイトとして、アクア・ファームの受け入れ体制を強化し、観光客へのPRを行う。スジアオノリの増産試験及び施設拡大の検討を行うとともに、販路拡大、商品開発に取り組む。また、海洋深層水の水産への利用について検討を行う。	・室戸市 ・高知県漁協(高岡支所)	<p>＜販路、供給地域の拡大＞ ・イベント、講演等での深層水のPR(H21～23) ◆供給地域の拡大のための制度策定までには至らなかったが、今後も協議を続けていくことを確認した。</p> <p>＜企業、研究機関等との連携等＞ ・様々な機関や大学との連携活動(H21～23) ◆深層水を利用した研究依頼が増加し、新分野に向けての予備試験や各種研究を開始した。</p> <p>＜スジアオノリ＞ ・市場調査(H21～22) ・フロー工改修工事(H22～23) ・「まるごと高知」での小袋商品を始め各種イベントで販売開始(H22～23) ・大手回転ずしチェーン店に試験出荷(H23) ◆生産性の向上や、新たな販売先を確保するなどにより、H21年度から収支が黒字化し、大幅な経営改善が図られた。</p>	<p>＜販路、供給地域の拡大＞ ・深層水の安定的な販売先の確保 ・供給地域・量の拡大に対応できるよう、設備の維持・更新</p> <p>＜企業、研究機関等との連携等＞ ・進められている共同研究の成果の実用化</p> <p>＜スジアオノリ＞ ・生産量の高位平準化</p>	<p>◆室戸海洋深層水の供給地域拡大</p> <p>◆室戸ジオパークサイトとしてのPR活動</p> <p>◆スジアオノリの増産試験及び施設増設の検討</p> <p>◆スジアオノリを利用した新商品の開発及び販路拡大</p> <p>◆海洋深層水の水産利用の検討</p>
14 酒粕等を活用した新商品の開発と販路の拡大 《田野町、安田町》	酒粕等を活用した商品を開発し、販路を拡大していくことにより、雇用の確保と地域の経済の活性化を目指す。	・四国部品㈱中芸工場	<p>・酒粕スイーツ「蔵乃風」等の開発、販売(H22～23) ◆酒粕スイーツ「蔵乃風」に関しては、試行錯誤を重ねながら数種類の商品を開発することができた。その後、美丈夫純米大吟醸の酒粕を使った商品開発も行い、商品構成を充実させることができた。</p> <p>・酒粕ドレッシング試作・改良、パッケージデザイン作成(H22～23) ◆酒粕ドレッシングに関しては、試作後ターゲットをより明確化した上でニーズに対応できる商品づくりを進めている。</p>	<p>・販売場所及び体制の確立</p> <p>・製造コストの低減</p> <p>・製造工程の機械化の検討</p> <p>・地域食材の活用による新商品づくり</p> <p>・酒造場、農産物、加工業者との連携</p> <p>・新商品のブランド化</p>	<p>◆商品開発と製品化</p> <p>◆生産体制の整備</p> <p>◆販売ルートの開拓</p>

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
加工処理能力向上に向けた関係者協議と乾燥機等の機器導入 乾燥機等の機器導入による加工処理能力の向上					水揚げ金額 (H23推計: 189,000千円)	201,000千円
処理能力向上に対応できる漁業生産体制の構築 加工処理能力の向上に対応できる漁業生産体制の構築(漁協・漁業者協議) 直販所の取組等、安芸漁港の活性化を併せて検討						
商品力、販売力の強化と新たな販路確保 製造体制・衛生管理の向上、販路拡大						
室戸海洋深層水の供給地域拡大 供給域拡大のための制度の変更				深層水の給水量拡大	アクアファームの 海洋深層水使用料 (H22:27,000千円)	35,000千円
室戸ジオパークサイトとしてのPR活動 ・ジオパークに関する職員研修 ・展示施設、パンフレット等の内容精査						
スジアオノリの増産試験及び施設増設の検討 生産効率向上技術の開発 種苗生産技術の検討、培養密度、生産サイクルの見直し、シフト見直しによる操業日数の増加等					スジアオノリ販売額 (H22:20,000千円)	30,000千円
施設増設についての検討 既存の施設内に増設、新規施設の設置等試算 【左記検討結果により増設との結論が出た場合】 施設増設						
スジアオノリを利用した新商品の開発及び販路拡大 ・県内外への販路拡大(県アンテナショップへの出品、販売先の開拓) ・食品加工業者等とのタイアップによる商品開発						
海洋深層水の水産利用の検討 水産利用に向けた検討						
商品開発と製品化 市場調査、商品の開発とブラッシュアップ、アドバイザーの活用等					酒粕商品販売額 (H23:4,200千円)	42,000千円
生産体制の整備 生産体制の整備と製造機械導入の検討						
販売ルートの開拓 販売ルートの開拓と確保						



第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
<p>塩づくり施設の整備</p> <p>体験交流・研修施設の検討・整備</p> <p>塩づくり体験を取り入れた観光メニューの造成及び実施体制の確立</p>					体験受入回数 (H23:50回)	100回
<p>新規就業者の育成</p> <p>新規就業者の確保・研修・育成</p> <p>製塩ハウスの整備</p> <p>完全天日塩の生産組織体制づくり</p>					生産量 (H23:2t)	6t
<p>特産品開発の推進</p> <p>特産品づくりの検討</p> <p>具体的な特産品づくりと販売</p>						
<p>市場調査(マーケティング)の実施</p> <p>消費者の求める商品検証</p> <p>商品開発・販売に向けた研修の実施</p>					直販所「楽市」来場者 (H23:244,968人)	258,000人
<p>商品開発</p> <p>地場産品を利用した加工品の生産、新商品の開発及び販売促進</p> <p>加工施設等の整備</p> <p>加工施設等の設置検討及び整備</p>						
<p>県内の道の駅等との連携</p> <p>連携内容の検討</p> <p>連携の実施</p>						

【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21~23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
<p>17 道の駅「田野駅屋」の機能強化(特産品開発及び情報発信)と施設整備等 《田野町》</p>	<p>地域の特産品や観光情報の発信機能を強化し、田野駅屋の集客力を最大限に有効活用する。併せて地域農産物等を活用した加工品を開発・販売し、消費拡大を図っていく。<u>さらに、それらに資する施設整備等を行う。</u></p>	<p>・田野町 ・道の駅指定管理者 ・加工施設指定管理者 ・生産者組織</p>	<p>・加工品7品目(たのかつ、鯖コロッケ等)を開発(H21) ・加工品3品目(コロッケ2種、鹿肉カレーライス)を試作(H22) ・田野駅屋拡張(74㎡増)(H23.3)</p> <p>◆加工品の開発に関しては、10品目の開発・試作がなされてきたが、販売面において十分な成果を上げるまでに至っていない</p> <p>◆情報発信コーナーが整備されたことで、中芸地域以東の観光情報発信の拠点としての期待が高まっている</p>	<p>・情報発信機能の更なる強化 ・地場産品を活用した魅力ある特産品(加工品)の開発と販売体制の強化</p>	<p>◆情報発信機能の強化</p> <p>◆加工品の開発・販売の強化</p> <p>◆機能強化のための施設整備等</p>
<p>18 地場産品直販所「かっぱ市」の機能強化 《芸西村》</p>	<p>地場産品直販所「かっぱ市」のリニューアルオープンに伴い、花卉類・鮮魚類の販売を拡充させ、他の直販所と差別化することで売上の増加を図るとともに、地域経済の活性化を図る。 村内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、村内産品の付加価値を高める。</p>	<p>・芸西村 ・南かっぱ市 ・生産者グループ</p>	<p>・リニューアルオープン(H23.10) ◆売り場面積を1.5倍に拡充し、花卉部門を中心として、惣菜・鮮魚部門等の売上増加を図り、商品回転率を高めることで、収益の増加が期待できる。 ◆収益の増加により、外販部門の継続雇用を見込むとともに、テイクアウト飲食部門の充実・拡充を図ることで、短期雇用が見込まれる。</p>	<p>・花卉出展量の確保 ・新商品の開発、新商品の原材料確保(サトウキビ等) ・商品集荷システムの構築 ・テイクアウト商品の充実</p>	<p>◆「かっぱ市」の機能の拡充</p> <p>◆安定供給の仕組みづくり</p> <p>◆新たな商品の企画開発</p> <p>◆地域観光情報等の発信</p>

第2期計画					H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	指標		目標値 (H27)	
<p>情報発信機能の強化</p> <p>市場調査、情報発信コーナーの認知度アップに向けた検討と取組</p> <p>観光・宿泊施設との連携による情報の共有化、ガイドマップやHPでの情報発信による観光施設等への誘導</p> <p>人材育成(スキルアップ研修、先進地視察等)</p>							
<p>加工品の開発・販売の強化</p> <p>生産者と連携した加工品づくり</p>							
<p>機能強化のための施設整備等</p> <p>基本構想づくり及び関係機関との協議</p> <p>拡張工事の実施計画作成・関係機関との協議</p> <p>用地買収等及び施設整備 着手</p> <p>リニューアルオープン</p>							
<p>「かっぱ市」の機能の拡充</p> <p>加工場・飲食施設等整備の検討</p> <p>施設整備 着手</p> <p>生産・販売開始・加工品の充実</p>					<p>売上額 (H22:87,000千円)</p>	<p>106,000千円</p>	
<p>安定供給の仕組みづくり</p> <p>花卉販売量の確保、集荷システムの構築 他</p>							
<p>新たな商品の企画開発</p> <p>地域資源共有会議等を活用した新商品の検討</p> <p>新商品の開発・販売開始</p> <p>効果的なPRの実施(ホームページの作成、スタッフブログ、定期的な催事の開催 他)</p>							
<p>地域観光情報等の発信</p> <p>観光情報等の発信施設としての役割を担うための検討</p> <p>インターネットの整備、情報発信コーナー設置(パンフレット等の配布)</p>							

## 【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21~23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
19 安芸地域における広域観光の振興 《安芸地域全域》	地域内にある観光資源をさらに磨きながら、地域内で一泊以上滞在できる周遊観光や教育旅行に取り組むことにより、安芸地域全体の経済の活性化と雇用の場づくりを推進する。 <u>また、安芸地域の広域的な連携の強化に向けて、さらには東部周遊観光の商品化の推進を図るために地域博覧会を開催する。</u>	・安芸広域市町村圏事務組合 ・市町村 ・観光協会等 ・ <u>地域団体</u> ・ <u>民間事業者</u>	・観光素材集「土佐東方見聞録」の作成5万部(H21~22) ・DVDの作成(H21 500枚) ・ランドオペレーター1名雇用(H22.6~)  ◆素材集を活用した県外エージェントやマスコミへの営業活動を展開。特に森林鉄道、室戸ジオパーク、モネの庭をメインに東部地域の面的なPRを実施。今後の足がかりにつなげている。	・広域的な連携強化 ・戦略的な商品造成  ・体験メニューの充実と人材育成	◆ <u>安芸地域における地域博覧会の開催</u>  ◆観光協会の機能強化と広域観光組織の立上げ  ◆戦略的な広報・PR活動の展開  ◆周遊観光や教育旅行の商品づくりと観光拠点の磨き上げ  ◆受入体制の整備
20 世界ジオパーク認証を活かした観光の振興 《室戸市》	世界ジオパークに認証された室戸ジオサイトにおける受入体制の整備や商品開発に取り組む交流人口の拡大を図っていく。	・室戸市 ・室戸ジオパーク推進協議会 ・室戸市観光協会	・看板や遊歩道、駐車場などの環境整備(H21~23) ・ガイドやジオパークマスターの養成研修(H21~23) ◆H23.9.18に世界認証を受ける。	・受入れ体制の強化	◆ガイド育成  ◆ジオツアーの開発  ◆情報発信、国際交流  ◆商品開発  ◆拠点施設整備  ◆サイト整備

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
	安芸地域における地域博覧会の開催				圏内主要施設訪問者数 (H22:120,394人) 圏内宿泊者数 (H22:137,439人)	140,000人
	地域博覧会の準備と開催					150,000人
	観光協会の機能強化と広域観光組織の立上げ					
	観光協会の機能強化と広域観光組織の立上げ					
	戦略的な広報・PR活動の展開					
	旅行エージェント等への戦略的な広報活動の展開及び観光情報の発信強化					
	周遊観光や教育旅行の商品づくりと観光拠点等の磨き上げ					
	1泊2日を中心とした周遊ルートづくりと観光拠点等の磨き上げ <室戸・東洋エリア> 室戸ジオパーク、生見・白浜海岸・吉良川町並みなど <中芸エリア> モネの庭・魚梁瀬森林鉄道遺産、中岡慎太郎館、奈半利海浜センター、安田まちなみ交流館・和、唐浜食わず貝など <安芸・芸西エリア> 岩崎弥太郎生家、野良時計、琴が浜など					
	教育旅行商品づくりと体験プログラムの磨き上げ					
	受入体制の整備					
	民泊の推進や人材の養成など受入体制の整備					
	ガイド育成				ジオパークガイド登録者数 (H22:20人)	40人
	ガイド研修(登録ガイド数の増加・外国語対応ガイドの育成・周遊ガイドの育成)					
	深層水・佐喜浜・段の谷・加奈木のつえサイト等のガイド育成					
	ジオツアーの開発				ジオパーク関係施設来訪者 (H22:53,473人) ※ドルフィンセンターを含む	70,000人
	ジオパーク周遊バス実証実験			【実証実験の結果により】周遊バスの運行		
	既存体験プログラム(炭焼体験・農業体験等)のブラッシュアップ					
	コーディネート組織の検討					
	情報発信、国際交流					
	ジオパーク全国大会開催			世界ジオパーク再審査		
				・全国大会・国際会議でのPR・室戸版こどもサマースクール等イベントの開催		
	商品開発					
	ニーズ調査			商品開発(アドバイザー活用)		
	拠点施設整備					
	基本構想・基本設計			実施設計		
				拠点施設の整備		
	サイト整備					
				ビジターセンター・インフォメーションセンター機能強化		
	深層水サイトアクアファームの展示充実			登層サイト等の整備		
	吉良川町並みサイト			崎山サイト・西山サイト等の周遊コース整備		
	羽根サイト歩道整備					

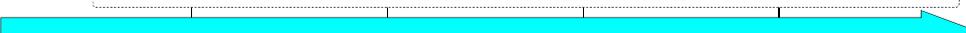
【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
21 イルカのふれあい体験による交流人口の拡大 《室戸市》	室戸ドルフィンセンターの待合施設やシャワー施設を備えた施設建設により、利用者満足度の向上、物販スペース等の拡大による事業売り上げの向上を図る。また、陸上プール設置及びイルカ飼育頭数を増やすことによる体験者の増加を図る。	・NPO法人室戸ドルフィンプロジェクト ・室戸市	・施設等の充実(H21～23) ・広告宣伝の強化(H21～23) ・体験プログラムの見直し(H22～23) ◆広報の強化、施設の充実等により、高額プログラムであるドルフィンスイムの参加者が大幅に増加、それに伴い、事業収入が増加し運営の安定の土台が築けた。	・ジオパーク等地域の観光素材を組み合わせ、情報発信  ・来場者の満足度の向上のための新たな施設整備	◆情報発信  ◆ドルフィンセンターの機能充実
22 岩崎弥太郎と地域食材を活用した観光の振興 《安芸市》	「岩崎弥太郎」をより一層売り出しながら、また安芸の安心・安全な地域食材を活用し、新たな加工品の開発と既存商品の磨き上げを行うことで、交流人口の拡大による安芸市の経済の活性化を図るとともに、生産者の所得の向上を目指す。	・安芸市 ・生産団体・グループ ・民間事業者・加工業者 ・安芸市観光協会 ・「はばたけ弥太郎」安芸市推進委員会 ・安芸「釜あげちりめん井」楽会 ・安芸市観光ボランティアガイドの会 ・JA土佐あき婦人部 ・入河内大根のこそう会	・ボランティアガイドの育成(40名)(H21～H23) ・新たな特産品の開発(8品目)(H21～H23) ・ころろざし社中入場者(H22目標10万→実績113千人) ・安芸観光情報センターの設置(H23.3)  ◆ボランティアガイドの力量アップや観光に係る人材が育成されてきた。地域食材を活かした(ナス、シラス)食の提供の動きにつながってきている。	・岩崎弥太郎を活かした取組の強化 ・地域食材を活用した加工品の開発と販売 ・食の提供の強化	◆岩崎弥太郎の顕彰とPR (三菱グループとの連携強化)  ◆地域食材の売出しと素材を活用した加工品の開発・販売拡大  ◆B級グルメ大会等でのPR活動  ◆地域食材を提供する施設の検討・整備  ◆生産体制の強化及び生産施設の充実
23 スポーツキャンプのまちづくり 《安芸市》	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。	・安芸市	・キャンプ誘致活動(H21～23) ・改修基本設計(H23) ◆キャンプ・合宿環境の向上により、関西の大学・高校の合宿が行われるようになっていく。	・改修基本設計に基づく計画的な改修	◆施設(球場等)の改修  ◆社会人や大学等に対するプロモーション活動  ◆プロ野球のオープン戦招致への取組

第2期計画				H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27		指標	目標値(H27)
<p>情報発信</p> <p>パンフレット・HP・旅行雑誌等での情報発信</p>				<p>室戸ドルフィンセンター 来場者数 (H22:22,181人)</p>		25,000人
<p>ドルフィンセンターの機能充実</p> <p>待合・シャワー室等を備えた施設整備</p> <p>陸上プール設置及びイルカ飼育頭数の増</p>						
<p>岩崎弥太郎の顕彰とPR (三菱グループとの連携強化)</p> <p>三菱グループとの連携による岩崎弥太郎生家等の観光拠点と安芸の食材とを組合せたツアー等の実施</p>						
<p>地域食材の売出しと素材を活用した加工品の開発・販売拡大</p> <p>ナス・ユズ・土佐ジローなどを活用した新たな加工品の開発・販売 販路拡大 情報発信</p> <p>釜あげちりめん井をはじめとする地域食材活用商品のブラッシュアップ</p>						
<p>日級グルメ大会等でのPR活動</p> <p>各種団体を横断した地域食材に関する検討 地域食材を活用したメニュー・料理コンテストの実</p> <p>県内外に向けた情報発信 各種大会への参加体制の強化</p>						
<p>地域食材を提供する施設の検討・整備</p> <p>安芸の地域食材を提供する施設(レストラン等)の検討及び整備</p>						
<p>生産体制の強化及び生産施設の充実</p> <p>地域食材を活用した生産体制の強化に関する検討及び整備(加工場の規模拡大、冷凍庫等の整備 他)</p>						
<p>施設(球場等)の改修</p> <p>球場施設の計画的改修</p>						
<p>社会人や大学等に対するプロモーション活動</p> <p>オープン戦、練習試合招致への取組</p>						
<p>プロ野球のオープン戦招致への取組</p> <p>社会人や大学等に対するプロモーション活動</p>						

【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21~23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
24 <u>海の駅を拠点とした地域振興</u> 《東洋町》	<u>高知県の東の玄関口である東洋町に、観光拠点施設や地元特産品の販売・加工施設、飲食施設等の機能を付加した「海の駅」を整備することにより地域の活性化を図る。</u>	・東洋町	・情報交換会の実施(H21~23) ◆「海の駅」東洋町自体は順調に売上げを伸ばしており、平成22年度には施設を増築した。	・地域産品を活用した加工品の確保 ・観光拠点機能の付加	◆ <u>海の駅の整備</u>  ◆ <u>地域特産品を活用した加工品の開発・販売</u>  ◆ <u>地域の情報発信</u>  ◆ <u>高知県東部・徳島県南部等の道の駅との連携</u>  ◆ <u>海の駅を拠点とした体験観光メニューの開発</u>
25 <u>マリンスポーツ体験拠点づくり</u> 《東洋町》	<u>サーフィンやダイビングなどを中心としたマリンスポーツの体験を目的とした修学旅行や企業研修、サークル活動の受入れ施設を整備するとともに、新たな体験プログラムの開発を行う。</u>	・東洋町 ・地元マリンスポーツ関係事業者 ・観光振興協会			◆ <u>マリンスポーツ体験プログラムの開発</u>  ◆ <u>既存施設の改良</u>  ◆ <u>備品の整備</u>  ◆ <u>宣伝・広報</u>
26 中芸地区における広域観光の推進 《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》	官民が協働して、地域内にある観光資源を磨き上げ魅力のある滞在型・体験型旅行商品づくりを行いながら、観光客の増加を図り、地域の経済の活性化を推進する。	・中芸広域連合 ・中芸観光協議会 ・中芸商工会 ・観光関連事業者等			◆ <u>中芸観光協議会の設立と受入体制の充実</u>  ◆ <u>魅力ある旅行商品づくりと観光情報の発信</u>

第2期計画					H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	指標		目標値(H27)	
 海の駅の整備 整備内容の検討      施設の整備					来場者数 (H22:153,446人)	<u>180,000人</u>	
 地域特産品を活用した加工品の開発・販売 加工品の検討・開発      加工品の販売・施設の充実							
 地域の情報発信 町のHPを活用した情報発信      「海の駅」独自のHPの開設とそこからの地域情報の発信							
 高知県東部・徳島県南部等の道の駅との連携 連携内容の検討      連携の実施							
 海の駅を拠点とした体験観光メニューの開発 体験観光メニューの検討      体験観光メニューの開発							
 マリンスポーツ体験プログラムの開発 観光団体との協体制の構築      プログラムの作成      体験プログラムの実施・追加							
 既存施設の改良 既存施設の改良の検討      既存施設の改良							
 備品の整備 備品の検討      備品の整備							
 宣伝・広報 ホームページの設計、開設							
 中芸観光協議会の設立と受入体制の充実 ・中芸観光協議会の設立・観光事業計画の策定      法人化等に向けた検討							
地域内にあるガイド団体の組織化及び養成 観光関連事業者のおもてなし力の向上と地域の食のブラッシュアップ 地域事業者とタイアップした土産物等の開発・販売							
 魅力ある旅行商品づくりと観光情報の発信 地域内にある観光資源を組み合わせた旅行商品づくり      旅行エージェント等への商品提案・PR活動の展開							

【安芸地域】

項目	事業の概要	事業主体	第1期計画(H21～23)の取組の総括等		主な内容
			総括	課題	
27 魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大 《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》	森林鉄道遺産(産業遺産、森の仕事、当時の生活文化等)を中芸地区の新しい地域資源(地域遺産)ととらえ、一般層の利用も視野に入れた活用に取り組み、地域連携を通して、交流人口の拡大や文化活動の促進を図る。	・中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会	・案内看板、遊歩道、駐車場の設置(H21～23) ・観光用ビデオの作成(H22) ・開通100周年事業の実施(H23) ・ガイドの育成14名(H21～22) ◆東部地域の新しい観光素材として旅行会社の注目度が高く、ツアーが催行される。	・5カ町村広域の窓口の設置 ・ガイド、食事、宿泊等受入体制の強化 ・100周年記念事業を契機とした更なる情報発信	◆遺産の活用と普及啓発活動 ◆遺産に関する調査・保存への取組
28 体験型観光と地域の加工品づくりの推進～大野台地は、えいところ！～ 《田野町》	交流事業の推進による交流人口の拡大と併せて新たな加工品開発に取り組むことで、農畜産物の消費拡大や所得の向上、雇用機会の創出を図る。	・大野倶楽部 ・田野町	・体験活動による交流 7回(H22～23) ・稲田塾の体験合宿(H22～23) ◆H22年度に、初めて大野倶楽部主催による体験イベントを企画、実施するなどして体験メニューの試行に取り組んだ。H23年度からは、これまでの経験を活かして体験メニューの本格実施に取り組む、その結果、交流人口の拡大など一定の成果は見られる。また、東部地域で初めてとなる民泊にも積極的に取り組んでおり、修学旅行生の受入れなど今後の展開に期待が持てる。	・事務局体制の確立 ・地域住民への活動理念の浸透 ・受入れ、実施体制の強化 ・地域資源を活かした農業体験メニューの実施 ・民泊による修学旅行の受入れ ・他地域の資源と連携したメニューづくり ・活動を収入に繋げていく仕組みづくり	◆体験型観光の推進 ◆加工品の開発・販売 ◆地域食材の提供の検討
29 安田中山地区の活性化プロジェクト 《安田町》	地区住民主体で「中山元気プラン(仮称)」の策定を行い、地域資源である自然薯の生産拡大に取り組むとともに、地域の観光資源を活用して交流人口の拡大を図るなど、中山地区を元気にする取組を推進する。	・安田町 ・中山を元気にする会 ・安田川漁協 ・自然薯生産組合 ・味工房じねん ・中山合同女性部			◆「中山元気プラン(仮称)」の策定 ◆味工房じねん、せせらぎの郷小川等を核とした交流人口拡大  ◆中山自然薯のブランド化  ◆新たな観光資源の発掘～森林セラピーロードへの取組～
30 世界に2つの「モネの庭」の誘客強化による交流人口の拡大 《北川村》	県外での広告宣伝や、それに連動した営業活動によって、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をPRして集客力を高める。	・北川村 ・きたがわジャルダン	・旧ワイナリーを多目的ホールへ改修(H22) ・TVや専門誌等様々な広告媒体を用いたPR(H22～23) ・フォトスポットとしての庭園整備(H22) ◆実質的な動きはH23になってからであるが、昨年対比110.2%、一昨年対比97.9%の来園者の状況となっている	・戦略の見直しと実施	◆主に高知県内を対象とした広告宣伝と営業活動  ◆新商品の開発と販売促進  ◆経営改善に向けた取組

第2期計画					H28以降	指標及び目標	
H24	H25	H26	H27	指標		目標値(H27)	
遺産の活用と普及啓発活動					→	ツアー客数 (H22:1,171人)	1,500人
100周年イベントの開催	遺産ウォーク等の実施と森林鉄道のネットワークを活用した普及・啓発活動						
遺産に関する調査・保存への取組					→		
支線調査活動	遺産の保存活動(修繕・美化活動など)						
体験型観光の推進					→		
交流事業の内容の検討及び継続的な取組							
民泊受入れのための体制づくり					→		
加工品の開発・販売							
加工品の企画づくり	加工品の試作・販売				→		
				販路の確保または拡大			
地域食材の提供の検討					→		
提供施設の検討		提供施設の整備					
「中山元気プラン(仮称)」の策定					→		
プランの検討と策定	味工房じねん、せせらぎの郷小川等を核とした交流人口拡大						
安田川アユおどる清流キャンプ場や旧中山小中学校跡など中山地区にある資源の磨き上げなど					→		
味工房じねんやせせらぎの郷小川など中山地区の地域拠点を活用した交流人口拡大に向けた取組							
中山自然薯のブランド化					→		
市場調査、地域資源調査、ブランド化の検討等	生産農家拡大、生産組合の体制整備、販路開拓等						
生産拡大と加工品の開発・販売					→		
新たな観光資源の発掘～森林セラピーロードへの取組～							
森林セラピーに関する調査研究	認定に向けた具体的な取組			森林セラピー基地・セラピーロードの運営開始	→		
主に高知県内を対象とした広告宣伝と営業活動							
タウン誌やパンフレット、ロコミ等を使った広告営業活動					→	入園者数 (H22:53,369人)	65,000人
イベントの開催							
新商品の開発と販売促進					→		
『モネの庭』のブランドイメージを活かした商品づくりとネット販売等の販路構築							
経営改善に向けた取組					→		
コンサルタントを導入した経営改善							