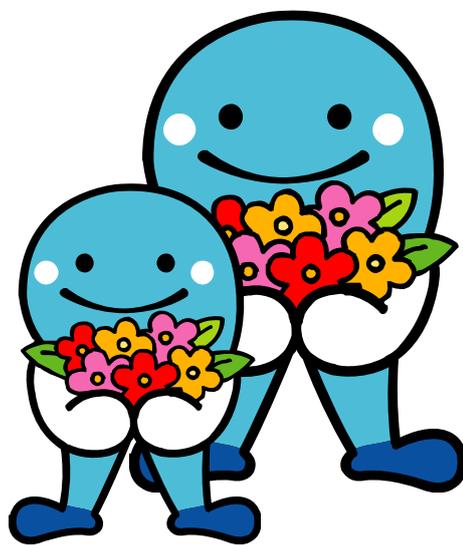


変わろう・変えよう・産業と暮らし
第2期高知県産業振興計画 **Ver. 2**

～ 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》
物部川地域抜粋版



平成25年●月

高 知 県

2 物部川地域

(1) 地域の産業を取り巻く状況

物部川の流域に位置する当地域は、上流域では豊かな森林資源を活かした林業やユズ栽培、肥沃な下流域は県内でも有数の米作、園芸地帯として栄えてきています。

農業分野では、水稻、施設園芸、果樹、花き等、多様で多品目の生産が行われており、中には全国屈指の生産量や品質を誇るもの、また、高い環境保全型農業技術の発揮などといった特色ある取組も行われています。

しかし、最近では、高齢化や担い手不足といった就業面での課題や夏場の高温等気候の変動による生産面での課題に加え、**長引く**農産物価格の低迷、燃油・生産資材価格の高止まり等が農業経営をさらに圧迫しています。

林業分野では、木材価格の低迷が続いていますが、地域の豊富な森林資源を活かし、小規模な森林所有者でも間伐材の販売収入が得られるよう、「森の工場」としての集約施業の合意形成に積極的に取り組み、その認定面積も拡大してきています。

また、国の森林林業再生プランの数少ない認定を受けた香美森林組合及び物部森林組合が、ドイツやオーストリアの林業を参考にした新しい作業システムの導入に取り組んでおり、全国的にも注目を集めています。

水産業分野でも、魚価の低迷、燃油、資材の高騰等により引き続き厳しい状況にあります。こうした状況の中、高知県漁協手結支所では、平成21年から地域の基幹的な魚種のシイラについて、漁協自ら入札に参加するとともに加工も手掛けて、浜値の底支えによる漁業者の所得向上と地域雇用の創出に取り組んでいます。

工業分野では、空港や高速道路、鉄道といった交通インフラが充実していることから、早くから工業団地が整備され、**従来のものづくり製造業や**半導体等の先端産業、情報産業の集積が県内ではトップクラスとなっており、**平成22年工業統計調査における地域内3市の**製造品出荷額等は県全体の3割を超えています。

商業分野では、小規模事業者が多く、地域に進出した大型量販店や隣接する高知市などに消費者が流出し、地域の商店街では空き店舗が増加しています。

観光分野では、県内でも有数の入場者数を誇るアンパンマンミュージアム、のいち動物公園、龍河洞や西島園芸団地などの主要な観光施設をはじめとして、地域内には自然や歴史、文化、スポーツ、田舎の暮らしといった有望な観光資源が豊富にあります。また、まだまだその魅力を活かしきれない状況にあります。

(2) 地域アクションプランの概要

当地域では、園芸主幹品目の振興や林業の素材生産の拡大などに引き続き重点的に取り組むほか、地産地消の拡大や食品加工などにも新たにに取り組むこととしています。

また、水産加工や商業振興、さらには交流人口の拡大に向けて広域での観光振興などに取り組み、地域の活性化、産業の振興を図ることとしています。

農業分野では、数ある主幹品目の中からニラやシトウ、エメラルドメロン、ユズを対象を絞って振興を図っていくこととしています。このうち、ニラ、シトウ、エメラルドメロンについては、高品質・多収、コスト低減等の技術を普及するとともに、消費地との連携を進め、ブランド力の強化や消費拡大に取り組むこととしています。

また、ユズについては青果出荷日本一の産地維持のため、農作業受委託システムの構築や選果方法の改善、新商品の開発を進め販売拡大に取り組むこととしています。

地産地消に関しては、学校給食及び業務筋への食材供給の拡大や、直販施設の移転・拡充等による農産物の販売拡大に取り組むこととしています。

一方、地域を元気にするため、坂本龍馬の逸話をもとに、「ごめんケンカシャモ」と豊富な地元野菜を使った「シャモ鍋」を考案し、ブランド化と販売の拡大などに取り組むこととしています。

林業分野では、森林所有者の所得の向上に向けて、新たな需要にも応えられるよう、素材生産量の増産を目指し、施業を集約化して効率的な作業道を開設するとともに、機械化を進めて搬出間伐の労働生産性の向上を図ることとしています。また、こうした作業にあたる、高度な現場技術を持つ技術職員の育成・確保に努めることとしています。

一方、木質バイオマスについては、利用者への安定供給に向けた検討や、排出量取引制度についての検討を進めることとしています。

水産業分野では、基幹魚種のシイラの加工品について、販売拡大と販路開拓に向けて加工技術及び衛生管理の向上に取り組むとともに、加工場の周年稼働に向けて新たな魚種の加工についても取組を進めています。

商工業分野のうち、伝統産業である土佐打刃物やフラフについては、その魅力のPRや販路開拓等により販売拡大に取り組むとともに、技術や文化の継承を図るため、後継者の育成にも取り組むこととしています。

また、地域の商店などが一体となってイベントの開催や販路の開拓、販売拡大に取り組み商業振興を進めるほか、農・商・工の各分野の事業者が連携して、地域資源を活用した特色のある商品の開発や販売などによる地域振興にも取り組むこととしています。

観光分野では、既存の観光施設とともに、地域にある自然や歴史などの観光資源を有効に活用して体験型観光プログラム等の開発や磨きあげ、情報発信などに取り組むこととしています。

また、高知中央広域定住自立圏構想の枠組みを活用し、高知市と連携を図るとともに、地域内の観光関係機関が一体となって、観光商品の開発や磨きあげ、プロモーション活動などを行うことにより、物部川地域全体の交流人口の拡大に取り組むこととしています。

(3) 重点的な取組

- 園芸主幹品目の再構築及び強化
(ニラ、シシトウ、エメラルドメロンの生産性及び品質向上、販売促進など)
- ユズの総合的な産地強化
(「ゆずもり」の体制強化、機械で選果された新規格の商品化など)
- 地産地消・食育の推進
(地産地消・食育の推進、直販所の施設拡充、農家レストランの経営安定化など)
- 豊富な地域資源を活用した1.5次産業化の推進
(農産物加工等への取組、シイラの加工商材活用など)
- 地域に育つ県産材の有効活用
(民有林における素材の増産、木質バイオマスの活用に向けた取組)
- 歴史と伝統ある地場産業の振興
(地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興)
- 体験型観光商品の充実及び広域観光の取組の推進
(体験型観光プログラムの充実、情報発信の強化、観光客の広域誘致など)

(4) 主要な指標及び目標

項 目	実 績	目 標
園芸主幹品目販売額 (ニラ、シシトウ、エメラルドメロン) <注1>	H23 : 43.2 億円	H27 : 45.6 億円
ユズ販売額	H23 : 4.3 億円	H27 : 5.0 億円
素材生産量	H22 : 26,053 m ³	H27 : 47,500 m ³
シイラ加工事業の販売額	H22 : 257.1 万円	H27 : 700 万円
観光客入込数<注2>	H22 : 78.1 万人 (参考 H21 : 72.1 万人)	H27 : 80 万人

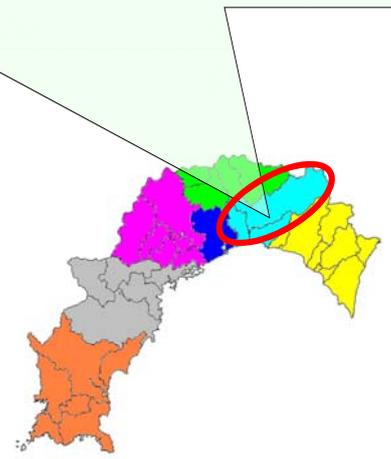
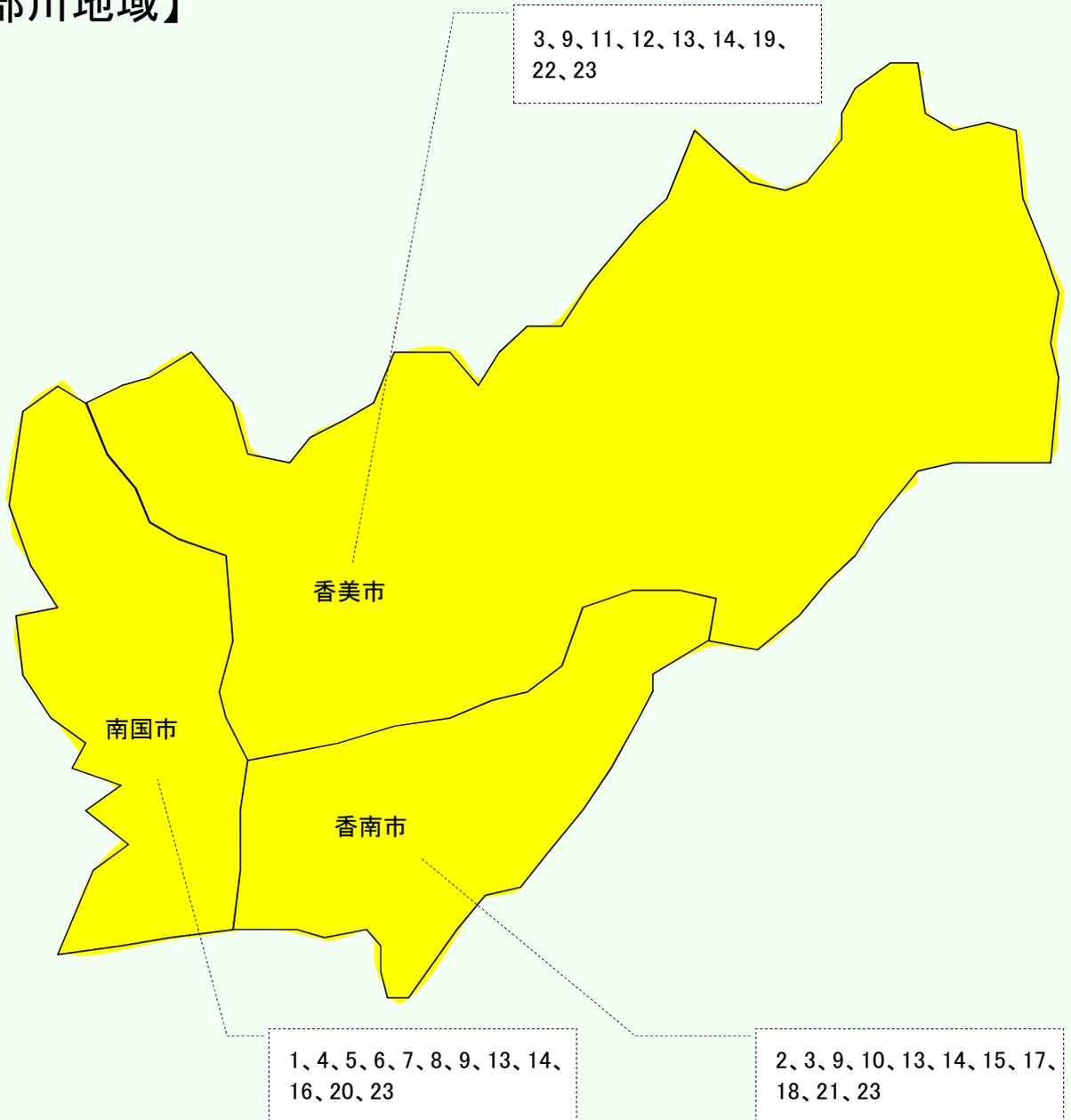
注1 : ニラ、エメラルドメロンはJA土佐香美、シシトウは南国市の3JAの取扱分

2 : 地域内の主要観光施設訪問者数と体験メニュー受け入れ人数の合計

(5) 具体的な取組

No.	項目	南国市	香南市	香美市
1	南国市の園芸主幹品目シシトウの再構築	●		
2	エメラルドメロンの販売力向上対策		●	
3	ニラの産地力強化「日本一のニラ産地の維持・拡大へ向けた仕組みづくり」		●	●
4	地産地消・食育の推進	●		
5	直販所「あけぼの市」の機能強化による農家の所得向上及び交流人口の拡大	●		
6	地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充	●		
7	地域の特産品づくり ～農産物加工への取組～	●		
8	「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組	●		
9	大学生による地域応援団(サポーター)づくり	●	●	●
10	加工品販売による夜須地域の活性化		●	
11	生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策			●
12	香美市ブランドの確立・特産品づくり			●
13	民有林における素材の増産	●	●	●
14	木質バイオマスの活用に向けての取組	●	●	●
15	シイラ等の加工商材活用		●	
16	「ごめん」の賑わいづくり ～ごめんの活性化～	●		
17	香南市の地場産品販売促進		●	
18	香南市の商業振興への取組		●	
19	地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興			●
20	観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～	●		
21	体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信		●	
22	「森の駅」を中心とした体験型観光の推進			●
23	広域観光の取組の推進	●	●	●

【物部川地域】



【物部川地域】

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>1 南国市の園芸主幹品目シントウの再構築</p> <p>《南国市》</p>	<p>全国一のシントウ産地維持のため、関係機関と協力の上、コスト削減や品質改善などに取り組み、生産・流通・販売上の課題を解決する。</p>	<p>・JA南国市 ・JA長岡 ・JA十市</p>	<p>・生産上の対策(H21~23) ・流通・販売上の対策(H21~23) ◆シントウは高齢化などもあり、H19園芸年度の農家戸数130戸、栽培面積18.3haからH23園芸年度は114戸、16.2haと減少した。また重油価格も高止まり傾向で、省エネの取組が急務となっている。 ◆3JA合同の生産者大会や現地検討会、販売促進活動などJA間を超えた取組が進んでおり、産地のまとまりはできつつある。</p>	<p>・省エネ対策による経費削減 ・安全安心の取組 ・産地の維持拡大</p>	<p>◆生産上の対策</p> <p>◆流通・販売上の対策</p>
<p>2 エメラルドメロンの販売力向上対策</p> <p>《香南市》</p>	<p>香南市夜須町のJA土佐香美園芸部メロン部会夜須支部部員が生産するエメラルドメロンは平成19年には「夜須のエメラルドメロン」として商標登録を行うなど、独自のブランド化に取り組んできた。</p> <p>平成21年度から23年度には、県産業振興推進総合支援事業を活用し、生産面において新技術の導入(日射比例かん水制御システム)、販売面では、それまでの県内や関西圏を中心とした販売から関東圏での販売拡大を目指して、新たな販売戦略の構築に努めてきた。</p> <p>過去3カ年間の取組をもとにさらなる生産拡大、関東圏での販売量拡大・知名度向上と合わせて全消費地でのブランド化に取り組む。</p>	<p>・JA土佐香美</p>	<p>・生産性強化の対策(H21~23) ・知名度・販売力の向上対策(H21~23) ◆日射比例かん水制御システムの導入により、生産農家のかん水作業の省力化が図られるとともに、品質が向上し、可販果率が向上した。また、関東地区での百貨店等における試食宣伝やバイヤーの産地招聘など継続した販売促進活動が知名度を向上させはじめている。</p>	<p>・関東地区への出荷量拡大 ・新規市場の拡大</p>	<p>◆生産性強化の対策</p> <p>◆知名度・販売力の向上対策</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)
生産上の対策	増収、品質向上対策、コスト削減対策、環境保全型農業の推進など			→	シントウ販売額 (H23園芸年度: 10.4億円) ※販売額はJAへの入金額	10.8億円
流通・販売上の対策	消費宣伝活動、市場との連携など					
生産性強化の対策	増収、高品質生産向上対策、生産コスト低減技術、環境保全型農業の推進			→	エメラルドメロン 販売額 (H23園芸年度: 4.4億円) ※販売額はJAへの入金額	4.8億円
知名度・販売力の向上対策	ブランド力の強化、有利販売につながる市場や量販店、実需者との連携					

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>生産上の対策</p> <p>雇用労力の確保+規模拡大、新品種の導入、作業受託組織作り、夏ニラ産地の育成、病害虫防除技術の確立、高温対策技術の確立、省力・低コスト生産技術、技術習得支援、遊休施設・農地情報の一元化</p>					<p>ニラ販売額 (H23園芸年度: 28.4億円)</p> <p>※販売額はJAへの入金額</p>	30.0億円
<p>流通・販売上の対策</p> <p>土佐香美ブランドのPR、有利販売につながる市場との連携</p>						
<p>学校給食への食材供給体制の整備及び供給拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地場食材の学校への配送業務の取扱量の拡大 ・過年度の給食食材のデータ整理及び分析 ・受発注、食材確保等の仕組みづくり ・直販所の活性化 <p>地元野菜の利用増及び農業の体験学習などによる食育の推進</p>					<p>学校給食における地元野菜の供給割合(H22: 10.7%)金額ベース</p>	15%
<p>業務筋(中食・外食・病院等)への食材供給体制の整備及び供給拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外食産業等のニーズ調査 ・配送業務の開始、供給先事業者数及び取扱量の拡大 ・受発注から精算までの仕組みの確立 ・直販所の活性化 						
<p>農家レストランの経営安定化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様の満足度向上のための取組(入店方法の変更、新メニューの開発等) ・安定的な経営維持のための取組(労働時間の短縮・負担軽減策の検討・実施) ・運営グループ増またはメンバー増による経営基盤の安定化 					<p>業務筋への供給 (H22: 6事業体)</p>	15事業体

【物部川地域】

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	
5 直販所「あけぼの市」の機能強化による農家の所得向上及び交流人口の拡大 《南国市》	国道195号通称「あけぼの街道」の全線開通を好機ととらえ、直販所・加工所を本線沿いに移転拡充して地域農産物の販売や地域資源を活用した加工品の開発・販売を行い、地域農業者の所得向上を図るとともに、隣接する「ながおか温泉」への誘客を促進し、交流人口の拡大につなげる。	・JA長岡			◆直販所及び加工場の移転拡充 ◆情報発信による集客の取組
6 地域農産物を活用した直販所「ひかり市」の施設拡充 《南国市》	農産物の価格低迷と資材等の高騰により大幅に減少している農家所得の向上のため、直販所を移転改装するとともに機能拡充を図り、地元農産物を活用した商品の販売と顧客獲得に取り組む。	・JA十市			◆直販所の移転・拡充整備、販路開拓
7 地域の特産品づくり～農産物加工への取組 《南国市》	特産品づくりについては、これまでも取組を行い様々な特産品が開発されてきた。今後、一部の企業・団体でなく、特産品づくりに取り組む組織・グループを育成し、市全体に広めるとともに、プロダクトアウト型でなく、顧客ニーズも把握しながら、地域資源を活かした特産品づくりを促進する。また、できあがった特産品の売り込みを通じて地域をPRし、地域の魅力向上を図る。	・なんこく空の駅推進協議会、西島園芸団地など既存企業、組織、グループ ・新しい組織、グループ ・JA南国市出資農業生産法人 ・南国市商工会 ・南国市観光協会	・地域産物を使用した特産品づくり(H21~23) ◆加工品の商品化についてはH24年3月末時点で累計32品目となり、当初目標の20品目は達成できた。 ・JA出資型の農業生産法人の設立準備(H21~23) ◆農業生産法人実証組織(南国市雇用創出推進協議会 実現事業)はJA南国市が出資するJA南国市出資農業生産法人のH24年度設立へとつながった(H23.12月設立決定)。 加工品の原料となる農作物の生産や加工品開発等はこの法人においても担うことが見込まれている。	・特産品づくりに取り組むプレーヤーの育成 ・魅力ある商品づくり	◆特産品づくりの振興 ◆既存施設及び直販所の活性化(地産地消から外商へ)

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>直販所及び加工場の移転拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業実施計画の作成 ・実施設計 施設の整備 ・地元生鮮野菜等の販売 ・惣菜等の宅配サービス ・加工品の開発、販売 施設運営方法の検討・策定 情報発信による集客の取組 ・イベント等の実施および情報発信 ・ながおか温泉と連携した集客の実施 ・近隣の観光施設(西島園芸団地等)との連携 					<p>直販所等の売上額 (H22: 33,000千円)</p> <p>直販所等の雇用者数 (H22: 3人)</p> <p>ながおか温泉入場者数 (H22: 16万人)</p>	<p>100,000千円</p> <p>8人</p> <p>19万人</p>	
<p>直販所の移転・拡充整備、販路開拓</p> <p>直販所の移転改装</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品の充実(出店者の募集・登録、農作物の庭先集荷、地元の米を利用した米粉パンの販売、有力農産物の栽培) ・移動販売による顧客獲得、販路開拓のためHPの開設(インターネット販売) 					<p>直販所の営業日数(H22: 週2日)</p> <p>直販所への出店者数(H22: 11名)</p> <p>直販所売上額(H22: 4,325千円)</p> <p>直販所スタッフ雇用(新規)</p>	<p>週6日</p> <p>100名</p> <p>50,000千円</p> <p>3名</p>	
<p>特産品づくりの振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特産品づくりのための市単独補助金の創設 ・特産品づくりに取り組むプレーヤー(企業・組織・グループ)の育成 ・市、商工会、観光協会のコーディネーターなどから農商工連携を提案することにより、特産品づくりを推進し、モニター組織なども活用したマーケティングの実施・ブラッシュアップを行う。 <p>既存施設及び直販所の活性化(地産地消から外商へ)</p> <p>JA出資型農業生産法人の設立</p> <p>育成された新しい組織・グループが開発した特産品及び加工品を出荷することにより、道の駅等の既存施設及び直販所の活性化を図る。そして、地産地消でブラッシュアップされたものを外商に結びつけていく。</p>					<p>地域産品を活用した新しい組織・グループ設立数(新規)</p> <p>開発商品売上額(H22: 656万円(28品目))</p>	<p>10組織・団体</p> <p>1,000万円(40品目)</p>	

【物部川地域】

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	
8 「ごめんケンカシャモ」のブランド化の取組 《南国市》	大河ドラマ「龍馬伝」を契機に再燃する龍馬ブームを好機と捉え、豊富な園芸野菜を使った「ご当地グルメ」として、龍馬に関する逸話や先塋の地等の歴史的背景を活用した「シャモ鍋」を新たに創出し、「地産「来」消」による交流人口拡大を図るとともに効果的なメディア露出などによる情報発信を強化する。また、シャモの飼育・ブランド化を通じて休耕田等を活用した飼料米栽培、さらには葉物野菜の出荷残渣の飼料化や鶏糞の土壌還元等の可能性を検討し、新たな農業手法を検討する。 流通の少ないシャモ肉は少量生産であっても高級食材として取引されるため、飼育環境のトレーサビリティ等による高付加価値化を図り、「ブランド鶏肉」としての外商戦略を展開していく。	・ごめんシャモ研究会 ・南国市商工会 ・南国市	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内にある資源(歴史+野菜)を融合させた「シャモ鍋」の創出及び県内外への情報発信(H21～22) ・「シャモ鍋社中」によるシャモ料理提供。(H22～23) ◆シャモ鍋・シャモ料理を創出し、南国市外へのPRを行うこと、南国市へ来てもらってお金を落としてもらう体制【地産「来」消】(シャモの生産～料理として提供)づくりを整備することができた。 ・高級食材としての外商活動(H23) ◆東京AS「TOSA DINING おきやく」でのシャモ鍋フェア、冬季限定でのグランドメニュー化など、試行的ではあるが高級食材としての外商活動を開始した。 ・加工品の開発(H23) ◆加工品の開発に着手 ・シャモのブランド化(H22～23) ◆<u>シャモ肉の高品質かつ均一化を図るための飼育マニュアルの作成に向け、H23年度から高知農業高校の協力を得て飼育データの収集・蓄積を行った。</u> また、安心して安全な肉生産のためトレーサビリティの確保にも取り組んだ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産体制の強化 ・シャモ肉の高品質かつ均一化 ・安定供給量(ロット)の確保 ・組織の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◆「ごめんケンカシャモ料理」のご当地グルメの確立 ◆「ごめんケンカシャモ」の高付加価値化・安定供給体制の確立 ◆加工品への取組 ◆高級食材としての外商戦略づくり ◆組織の強化

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>「ごめんケンカシャモ料理」のご当地グルメの確立</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内のイベント等での振る舞い・出店販売等を通じたPR、及びマスメディアへの情報発信等による積極的な露出 加盟飲食店(ごめんシャモ鍋社中、南国市外)によるシャモ料理提供 シャモ鍋マップ作成やイベント、マスコミ活用によるPR展開 定義(社中八策)の管理(チェック) 同志(加盟店)の増加に向けた活動 					ごめんケンカシャモ提供店舗数 (H23: 15店舗)	18店舗	
<p>「ごめんケンカシャモ」の高付加価値化・安定供給体制の確立</p> <p>飼料米の給餌実証による飼育マニュアルの確立及び生育～販売までの管理体制(トレーサビリティ)の確立</p> <ul style="list-style-type: none"> 飼育部門の強化 生産量・品質(ブランド)の維持管理 種鶏場の整備(貯卵、孵卵、育すうの準備・研修等) 種鶏場の本格稼働(貯卵、孵卵、育すうの本格実施) 生産農家との連携強化(種鶏農家 ⇒ 種鶏場への機能移転) 食鳥処理能力の拡大(処理委託先の複数化も視野) 					シャモ目標飼育羽数 (H23: 2,000羽)	3,000羽	
<p>加工品への取組</p> <ul style="list-style-type: none"> 前年度取組の検証 加工品の開発 販路開拓・販売促進(東京AS等を活用) 					ごめんケンカシャモを使った加工品数 (H23: 0)	3品	
<p>高級食材としての外商戦略づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> イベント参加・メディア露出等を通じたPR活動 ⇒ タイムリーな話題(トピックス)づくり 東京AS等を通じた都市圏外食産業への販売セールス ネット販売等の外商チャンネルの検討 							
<p>組織の強化</p> <p>法人化</p> <p>法人としての運営</p>							

【物部川地域】

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	
9 大学生による地域応援団(サポーター)づくり 《物部川地域全域》	地域と大学等の学生の交流機会を増やし、相互の理解を深めることにより、物部川地域をサポートする『地域応援団(サポーター)』を作っていく。	・人と地域の研究所 ・学生グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・在学中の関わりづくり(H21～23) ・支援組織(ネットワーク)の形成(H21～23) ◆従来から開催されてきた地元住民との交流会が契機となり、高知工科大学において地域共生概論が履修科目として開設されたことにより、地域との関わりづくりが強力に推進されており、科目履修以外でも自発的に地域のイベントに参加する動きもある。また、地域と若者、特に学生をつなぐ役割を担うNPO法人「人と地域の研究所」が発足し、県から受託したふるさとインターンシップ事業において、再度参加を希望する学生や既参加学生の勧誘による参加者もあり、地域との関わりは参加学生にとっても意義あるものとなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・在学中の関わりづくり ・卒業後の「地域との関わり」 	<ul style="list-style-type: none"> ◆交流機会の創出 ◆交流後のフォローアップ
10 加工品販売による夜須地域の活性化 《香南市》	地場産品を生かした加工品開発・販売を行い、生産農家の所得向上につなげる。	・協同組合やすらぎ市			<ul style="list-style-type: none"> ◆新加工品開発による顧客の開拓 ◆インターネット販売の充実強化

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>交流機会の創出 交流後のフォローアップ</p> <p>・大学等の研究活動や学生の自発的な取り組みと地域のニーズのマッチング ・学生に対する在学中・卒業後の情報提供</p>						<p>交流した学生数 (H23:19名) ・高知県立大学2名 ・高知工科大学9名 ・高知大学4名 ・県外大学4名</p>	累計100名以上
<p>新加工品開発による顧客の開拓</p> <p>・加工希望者の呼びかけ、組織結成 ・加工品の開発研究、商品化</p> <p>加工施設の確保</p> <p>加工品の販売</p>							<p>加工販売額 (H22: 7,000万円)</p>
<p>インターネット販売の充実強化</p> <p>HPの充実強化</p> <p>加工品のインターネット販売</p>							

【物部川地域】

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	
11 生産から販売までのユズの総合的な産地強化対策 《香美市》	香美市物部町を中心とした地域は、国内最大のユズの青果出荷（玉出し）産地であるが、生産者の高齢化などから生産の維持が困難になっている。このため、出荷作業時の労力軽減、農作業受委託の仕組みづくり、新たな担い手の掘り起こしを通じて作業者を確保し、産地の維持発展を図る。また、新たな需要を掘り起こし、選果場の機能を強化して販路を拡大する。	・香美市 ・JA土佐香美	・ユズ産地の生産対策(H21~23) ・集・出荷及び販売体制の強化(H21~23) ◆高齢化する生産農家の労働負担の軽減対策として、「ゆずもり」による作業受託を実施した。商品規格を見直し、従来の「平箱」や「冬至」から選り出した袋詰め商品を企画して販売したところ、量販店ハイヤーからは出荷増の要請があった。また、後継者として2名が就農し、さらに1名の就農が見込まれている。	・生産農家の労働負担の軽減 ・後継者の確保 ・販路の拡大 ・知名度の向上	◆外部労力を活用した「ゆずもり」の体制強化 ◆全量機械選果の導入 ◆機械で選果された新規格の商品化 ◆知名度向上と後継者確保
12 香美市ブランドの確立・特産品づくり 《香美市》	香美市ブランドの確立、特産品づくりを行うことを通じて、働く場の確保と所得の向上を図る。	・香美市観光協会 ・食品加工グループ	・地域特産品の加工・販売の仕組みづくり(H21~23) ・新たな加工食品の開発・販売(H21~23) ◆平成21年度から香美市地域雇用創造協議会等が中心となり、地域特産品の県内外への販売促進や、新商品開発を行ってきた。また、商品を広く一般にPRするため、平成22年度にはショッピングサイトの開設、平成23年度には土佐山田町内(龍河洞・あびす商店街)にアンテナショップを2店舗オープンさせた。このような活動を通じて、既存商品や新商品の中には、注目を集める商品も出始めており、 奥ものべーじじばあぜん会 の「塩の道マーメイドしおゆず」が平成23年度の土佐のいい物・おいしい物発見コンクールで優秀賞を受賞した。 ・鹿肉の活用に向けた取組(H21~23) ◆べふ峡温泉や香美市地域雇用創造協議会が平成21年度からシカ肉の商品開発に取り組み、平成23年度までに、9品目の鹿肉関連商品ができた。平成23年5月に開催された土佐の食1グランプリin長宗我部フェスでのシカドッグの優勝を機に、鹿肉の加工品が注目を集め、 販路拡大につながった。	・鹿肉加工品の需要増に対する鹿肉の安定供給体制の確立 ・鹿肉加工品の品質の維持と、製造者の育成 ・地域雇用創造事業終了後の商品開発支援の体制	◆地域ブランド商品の製造・流通・販売 ◆新たな加工食品の開発・販売 ◆シカ肉の活用・販路拡大

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>外部労力を活用した「ゆずもり」の体制強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 「ゆずもり」の検証 外部労力を活用した受委託組織の検討 				<p>外部労力を活用した農作業受委託の実証、検証</p>	<p>農作業受委託システムの構築</p>	<p>ユズ販売額 (H23園芸年度: 4.3億円)</p>	<p>5億円</p>
<p>全量機械選果の導入</p>				<p>全量機械選果の検討、実施、検証</p>			
<p>機械で選果された新規格の商品化</p>				<p>新規格の販売先の検討、出荷、検証</p>			
<p>知名度向上と後継者確保</p>				<p>知名度向上のためのイベント開催、新規就農者への支援</p>			
<p>地域ブランド商品の製造・流通・販売</p>				<p>アンテナショップ、ネットショップ等での販売</p>		<p>開発商品売上額 (H22: 4,808千円 (10品目))</p>	<p>6,300千円 (20品目)</p>
<p>新たな加工食品の開発・販売</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品開発・販売等の企画書作り 試作品製造及びモニタリング販売商品化が決定した加工製品の製造及び販売 県内外への販売戦略の検討 							
<p>シカ肉の活用・販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> シカ肉の確保 肉の流通ルート確立 飲食店等への商品提供による販路拡大 							

【物部川地域】

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	
13 民有林における素材の増産 《物部川地域全域》	森林所有者の所得の向上と、山村地域の振興を図るため、引き続き集約化施策を推進し、森の工場の拡大と素材の増産に取り組む。	・各森林組合 ・林業事業体等	・森の工場の推進(H21～23) ・林業事業体の育成(H21～23) ・担い手の育成確保(H21～23) ・放置林の解消(H21～23) ◆地元説明会を開催し、集約化施策の周知に努めた結果、H22年度には、森の工場の面積が目標に到達した。また、造林補助金や森林林業再生プラン実践事業など、各種補助事業を活用し、作業道開設や高性能林業機械の導入に取り組んだ結果、搬出間伐における生産性が向上した。	・不在村地主の増加、森林所有者の高齢化、相続などによる境界確認、境界確定の困難化 ・放置林の解消 ・保育間伐の集約化 ・林業労働力の確保	◆森の工場の推進 ◆森林経営計画の策定 ◆林業事業体の育成(高性能林業機械、作業道など基盤整備) ◆担い手の育成・確保(伐採、搬出技術を有する職員の育成) ◆境界確認作業及び森林情報等のデータ整理と活用 ◆放置林の解消(保育間伐の実施)
14 木質バイオマスの活用に向けての取組 《物部川地域全域》	需用者開発について、三市が連携して取り組んだ結果、一定の進展があった。今後は排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくりを行う。また、木質バイオマス燃料の安定供給の仕組みづくりについて検討する。	・南国市 ・香南市 ・香美市 ・JA南国市 ・JA長岡 ・JA十市 ・JA土佐香美	・木質バイオマスの利用の検討(H21～23) ・木質燃料の需用者開発(H21～23) ◆三市が連携して、木質バイオマスの利用についての検討及び木質燃料の需用者開発を行い、国の制度を活用して、需用者の負担を軽減する形で園芸用ポイラ18基の導入が実現した。	・需用者の負担軽減 ・木質バイオマス燃料の安定供給	◆排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくり ◆バイオマス燃料の安定供給に向けた仕組みづくりの検討
15 シイラ等の加工商材活用 《香南市》	シイラ等の加工による浜値向上と付加価値増加を通じて、漁業者の所得の向上を図る。	・高知県漁協手続支所	・漁協の入札参加(H21～23) ・前処理加工の実施(H21～23) ・施設整備(H21、H23) ◆漁協自らが入札に参加し、価値の低い2kg以下の小型シイラを30円/kgで買い支えて、パート8名を地元雇用して加工事業を実施した。また、保健所等と連携して加工場の衛生管理の向上を図るとともに、周年稼働に向けて、グラムカット等の新たな加工品づくりやシイラ以外の魚種のサンプル出荷に取り組み、学校給食への納入が実現するなど販路拡大を図った。	・原魚の安定確保 ・衛生管理の向上 ・新商品の開発 ・新規販売先の確保	◆漁協の入札参加 ◆前処理加工の実施 ◆新たな販路開拓

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>森の工場の推進 森林経営計画の策定 林業事業者の育成(高性能林業機械、作業道など基盤整備) 担い手の育成・確保(伐採、搬出技術を有する職員の育成) 境界確認作業及び森林情報等のデータ整理と活用 放置林の解消(保育間伐の実施)</p> <p>森の工場の推進</p> <p>森林経営計画の策定</p> <p>林業事業者の育成、担い手の育成・確保、境界確認作業及び森林情報等のデータ整理・活用、放置林の解消</p>					<p>「森の工場」整備済面積 (H22: 9,400ha)</p> <p>素材生産量(民有林のみ) (H22: 26,053m3)</p>	<p>15,459ha</p> <p>47,500m3</p>	
<p>排出量取引などを活用した需用者の負担軽減の仕組みづくり</p> <p>国内クレジット・J-VER・グリーン熱など排出量取引制度の比較検討、3市・4JAの関与スキーム等の検討</p>					<p>ペレット利用量 (H23: 1,230t)</p> <p>排出量取引 (H23: -)</p>	<p>1,230t</p> <p>1,500 t-co2</p>	
<p>バイオマス燃料の安定供給に向けた仕組みづくりの検討</p> <p>・木質燃料の安定供給システムの検討 ・配送の仕組みづくり ・ストックヤードの確保の検討 ・域内燃料供給づくりの検討</p>							
<p>漁協の入札参加</p> <p>漁協の入札参加</p>					<p>シイラ加工事業の販売金額 (H22: 2,571千円)</p>	<p>700万円</p>	
<p>前処理加工の実施</p> <p>作業効率の改善等の効率性向上に向けた検討</p> <p>効率的な加工体制の構築</p> <p>県版HACCP取得に向けた取組</p> <p>県版HACCPの取得</p> <p>衛生管理の向上</p> <p>シイラ以外の加工の検討、試作</p> <p>新商品開発を含めた事業展開の検討</p>					<p>衛生管理の認証</p>	<p>県版HACCPの取得</p>	
<p>新たな販路開拓</p> <p>販売戦略の検討、新たな販路開拓</p>							

【物部川地域】

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	
16 「ごめん」の賑わいづくり～ごめんの活性化～ 《南国市》	かつては南国市の中核的存在であった「ごめん商店街」に再び賑わいを取り戻せるよう取組を行っていく。地元商店主の大半が高齢化し、後継者がいないために主体的な取組が生まれにくい状況だが、これまでの取組の中でできたやなせたかしロードや高知農業高校のアンテナショップ、ごめんの軽トラ市などを活かし、地元の意識醸成を図りつつ、賑わい拠点の創出や運営管理できる組織づくりにより、まず人が訪れる仕組みづくりを図っていく。	・南国市商工会 ・南国市商工会後免支部 ・ごめんまちづくり委員会 ・ごめんシヤモ研究会 ・ごめん生姜アメ研究会 ・地産地消ごめんの軽トラ市実行委員会 ・ 後免町公民館建設推進部会 ・高知農業高校	・軽トラ市の定期的開催(3回/年)(H21～23) ・ごめん応援団の設立(1団体)(H23) ◆軽トラ市は定着。併せて行われるゴメンジャーショーは、ごめん応援団である「チームゴメンジャー」が結成されて、地域外の知恵と力も新たに加わったこともあり、集客効果を上げている。また、H23.7月からは高知農業高校アンテナショップ「ごめんマルシェ」が月2回(水曜日)開店するようになり、それらによるイベント時の賑わいは創出され、一定の成果はあがっている。 ◆H23年度から商工会主体の「ごめんまちづくりプロジェクト委員会」が発足し、地域資源を活用した商品開発を行なっている。	・イベント時は賑わうようになったが日常的な賑わい創出には至っていない。 日常的な賑わい創出のためには、外部に頼ったイベントだけでなく、ごめん町の商店主らそこに住んでいる人らが積極的かつ主体的に賑わい創出に取り組んでいこうという意識醸成が必要。	◆賑わい創出のための拠点施設整備、空き店舗の活用 ◆中核的な地域資源の活用と情報発信
17 香南市の地場産品販売促進 《香南市》	香南市の地場産品を事業者が一体となり販売活動を行い売り出すことで、香南市の知名度の向上や地域の農業者、商業者等の所得の向上を図る。	・香南市観光協会 ・香南市内の事業者	・商品開発(H21～23) ・商品カタログ販売(H22～23) ・商品ネット販売(H23) ◆JAと連携して原材料調達システムを構築し、生産量日本一のニラを使用した「にらプロジェクト」を展開するほか、香南市内の事業者の商品をカタログやネットで販売することにより、事業者の商品開発やメニュー開発意欲を喚起している。また、中元カタログ販売に際し開催した試食会や地元ケーブルTVでのPRなど、 積極的に商品販売に取り組んだ。	・事業者の商品開発意欲の継続 ・商品販売体制の継続	◆地場産品の開発と販売促進 ◆地場産品販売促進体制の検討
18 香南市の商業振興への取組 《香南市》	コミュニティガイド事業で作成・配布した「生活情報ガイド」や「コミュニティイベント」の継続により、地域の消費者に対し生活の利便性を提供するとともに、商業者のまとまりを再構築し、商業者が一体となって取組を行い、地域内での顧客の増加、さらには地域外への商圏拡大を目指す。	・香南市商工会 ・香南市内の商業者	・お店紹介BOOK「香南市の・おいしい・たのしい・うれしい」の発刊(H21、H23) ・コミュニティイベント「香南百貨店おひろめ市」の開催(H22～23) ◆「お店紹介BOOK」が新規顧客に繋がりはじめており、商工会には店舗からの掲載希望が寄せられている。また、三宝山(H22)、天然色劇場(H23)で開催した「香南百貨店おひろめ市」では、商業者自ら店舗PRを行うなど、商業者の意識改革に繋がった。	・来店客の増加	◆商業者が一体となった取組の推進

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>賑わい創出のための拠点施設整備、空き店舗の活用</p> <p>空き店舗を活用した賑わい創出推進員の事務所兼誰でも出店できるフリーショップの開設運営</p> <p>ごめん町公民館などを賑わい創出のために活用するとともに、市などの関係機関、団体だけでなく、地元・地域を巻き込んだ、実際に管理運営できる組織の設立を目指す。</p> <p>地域を巻き込んだ組織による賑わい創出のための企画・運営</p>					<p>賑わい創出のための拠点施設整備 (H23:0件)</p> <p>空き店舗活用 (H23:0件)</p> <p>地元・地域を巻き込んだ実際に活動できる組織の設立 (H23:0組織)</p>	<p>1件</p> <p>2件</p> <p>1組織</p>	
<p>中核的な地域資源の活用と情報発信</p> <p>「ごめん」という地名、空き店舗、高知農業高校アンテナショップ、やなせたかしロード及びキャラクター、ゴメンジャー、「はがきでごめんなさいコンクール」「軽トラ市」などの充実・組み合わせ・ブラッシュアップにより魅力度をアップさせ、ホームページ、イベント、グッズ等により情報発信を戦略的に行っていく。</p>					<p>ごめん商店街の歩行者通行量 (H23: ばいきんまん前 20人/h、ジャムおじさん前 12人/h、ジャムおじさん前 23人/h)</p>	<p>ばいきんまん前 20人/h</p> <p>ジャムおじさん前 40人/h</p>	
<p>地場製品の開発と販売促進</p> <p>・地場製品の開発 ・カタログ・ネット販売の促進 ・販路開拓への取組</p>					<p>参加事業者数 (H23:29事業者)</p>	<p>35事業者</p>	
<p>地場産品販売促進体制の検討</p> <p>自立した継続運営を目指し、組織化等の検討</p> <p>自立運営体制の構築</p> <p>事業者が主体となった取組の実施</p>							
<p>商業者が一体となった取組の推進</p> <p>・コミュニティイベントの開催、定例化 ・市内外へのPR強化 ・生活情報の提供 ・新たな取組の検討、実施</p>					<p>商業者数 (H23: 873店)</p>	<p>現状維持</p>	

【物部川地域】

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 地場産業(土佐打刃物、フラフ)の振興 《香美市》	海外での展開も視野に入れた新商品の開発や販路の開拓のほか、昔ながらの技術や文化の継承を図るため、次世代を担う後継者の育成にも取り組む。	・高知県土佐刃物連合協同組合 ・香美市商工会 ・フラフ製造業者 ・香美市観光協会	・新商品の開発及び新たな販路開拓(H21～23) ・次世代を担う人材の育成(H22～23) ◆土佐打刃物もフラフも伝統産業であり、生活様式等の変化を受けて需要減少傾向の中ではあるが、香美市地域雇用創造協議会の実現チームが中心となり、販売促進や商品開発に関する取組を行った。 ◆地域アンテナショップを2店舗開設し、地場産業の紹介等を行った。「ふらっと中町」には土佐打刃物PRのための展示販売場を常設し、「龍河荘ぐる里」では土佐打刃物鍛造体験を体験観光メニューとして販売していくこととなった。 ◆土佐打刃物製造業の後継者育成については、土佐打刃物後継者育成対応策検討会を発足して、対応策の検討を行っている。	・土佐打刃物製造業の後継者育成	◆土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓 ◆次世代を担う人材の育成
20 観光事業から観光産業へ～観光産業の振興～ 《南国市》	交通の要衝という恵まれた立地環境を活かし、地域内の観光資源をつなぎ、地域が誇る史跡資源(長宗我部)や農業などの地域資源を活かして観光を産業として、成り立たせる仕組みを構築していく。	・南国市観光協会 ・市内各観光に関わる企業・団体・グループ	・観光コーディネート組織の確立(H21～23) ◆南国市観光協会がH24年度から観光コーディネート組織として活動していけるよう、事務局も含めて行政から独立した組織とする準備作業を行った。 ・観光ガイド組織の設立(H21～23) ◆観光ガイド組織「南国市観光案内人の会」はH23に設立された。今後は組織の強化と観光ガイドのスキルアップを図る。	・観光協会が実際に観光の取組を推進できる仕組みづくりが必要。 ・観光協会の組織強化。 ・史跡を文化資源としてだけでなく観光資源として磨き上げること。 ・「南国市観光案内人の会」のガイドとしてのスキルアップ。	◆観光協会の組織強化(会員を増加させ、観光協会を中心とした各会員の事業が観光産業として成り立つ仕組みづくり) ◆本市ならではの体験観光の推進と本市に人が訪れてお金を落としてくれる仕組みづくり
21 体験観光等の旅行商品化と販売の推進・地域の観光情報の発信 《香南市》	香南市の海と山と歴史などの地域資源を活用した体験観光等を推進し、交流人口の増大を図る。	・香南市観光協会 ・地域の体験メニュー等提供団体	・体験メニューのブラッシュアップ(H21～23) ・旅行商品化に必要な観光情報の一元把握(H21～23) ・旅行商品企画の造成(H21～23) ・地域の観光情報の発信(H21～23) ◆観光ガイド等養成講座の受講生が「香南市案内人会」を発足させ、香南市観光協会が主催するツアーでガイド活動を開始した。また、香南市観光協会が一般社団法人化し、旅行業第3種の登録を行ったことにより、旅行商品の企画から販売、受け入れ(ガイド)までの体制が整った。	・旅行商品の企画・販売の継続 ・体験メニュー等商品素材の開発 ・インストラクターの養成 ・エージェントに対するプロモーション ・広域で連携した潜在型観光メニューの開発	◆体験観光等に関する情報の一元把握 ◆体験メニューのブラッシュアップ等 ◆旅行商品の造成と販売 ◆地域の観光情報の発信

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>土佐打刃物・フラフの普及及び新たな販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種イベント等での土佐打刃物商品の販売促進活動の実施 土佐打刃物・フラフ産地及び商品PRの充実 体験観光プログラム化による土佐打刃物・フラフの魅力のPR 土佐打刃物の新商品の検討 					<p>刃物製造業者数 (H23:36事業者)</p>	<p>現状維持</p>	
<p>次世代を担う人材の育成</p> <p>土佐打刃物製造の後継者育成の支援</p>							
<p>観光協会の組織強化(会員を増加させ、観光協会を中心とした各会員の事業が観光産業として成り立つ仕組みづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光協会会員増への取組 観光協会会員(西島園芸団地、歴史民俗資料館、長尾鶏センター等の企業・団体や南国市観光案内人の会等のグループ)への支援 <p>観光協会の旅行取扱業の資格の取得と一般社団法人化</p> <p>独自の観光商品の開発と売り込み</p>					<p>観光協会の会員数(H23:77)</p> <p>一般社団法人数(観光協会の法人化)</p> <p>主要4観光施設※の入り込み数(H21:483,000人)</p>	<p>150</p> <p>1組織</p> <p>500,000人</p>	
<p>本市ならではの体験型観光の推進と本市に人が訪れてお金を落としてくれる仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> 体験型観光などのメニューづくり(インストラクターなどの受け皿づくり) 長宗我部元親ラリー、土佐の食1グランプリなどのイベント企画・情報発信・実施とあわせ、訪れた観光客の滞在時間を延ばし、市内回遊、飲食、宿泊、交通機関の利用など市内にお金を落としてもらう仕組みづくり 					<p>※県立歴史民俗資料館、西島園芸団地、パシフィックゴルフ(以上、来場者)、道の駅南国風良里(ショップ、直販所のレジ通過人数)</p>		
<p>体験観光等に関する情報の一元把握</p> <p>タリフ集の修正・追加</p>					<p>年間プロモーション活動</p>	<p>年6回以上(年のべ50社以上)</p>	
<p>体験メニューのブラッシュアップ等</p> <p>体験メニューの掘り起こし、磨き上げ</p>							
<p>旅行商品の造成と販売</p> <ul style="list-style-type: none"> コースプラン作成と販売、旅行代理店への売り込み 募集型企画旅行の実施 					<p>主催旅行の開催</p>	<p>10コース・募集200人以上</p>	
<p>地域の観光情報の発信</p> <p>インターネット等を活用したPRの展開</p>							

【物部川地域】

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	
22 「森の駅」を中心とした体験型観光の推進 《香美市》	べふ峡温泉を「森の駅」と位置づけ、体験型観光の拠点施設として森林を活用した観光を推進する。また、体験プログラムの実施による地域住民との交流や地域の活性化につながる香美市の新たな産業としての観光の育成を図る。	・香美市 ・香美市観光協会 ・地域内の観光施設及び体験型観光メニュー等の提供団体	<p>・観光情報の充実及び一元化(H21～23)</p> <p>・観光ネットワークづくり(H21～23)</p> <p>◆観光案内所「香美市いんふおめーしょん」や地域アンテナショップの開設により、雇用の創出及び観光情報の提供の場としてのネットワーク強化につながった。</p> <p>◆香美市地域雇用創造推進事業として実施した研修によって、多くの方々が地域の観光資源について深い知識を得ることができた。</p> <p>◆観光コーディネート等を行う組織として、一般社団法人香美市観光協会が平成24年2月1日に発足した。</p>	<p>・整備された観光ネットワークを活用しての体験メニューの作成</p>	<p>◆体験型観光プログラムの確立</p> <p>◆情報発信の強化</p>
23 広域観光の取組の推進 《物部川地域全域》	高知中央広域定住自立圏共生ビジョンの観光事業において、物部川地域の自然、観光施設、体験メニュー等の多様な観光資源を広域的に組み合わせ、魅力的な観光商品とするとともに、一体として情報発信を行うことにより、観光客の広域的な誘致を推進し、交流人口の拡大を図る。	・高知中央広域定住自立圏共生ビジョンにおいて定められる観光部門の事業実施主体のうち、南国市、香南市、香美市、南国市観光協会、香南市観光協会、香美市観光協会			<p>◆観光商品の充実</p> <p>◆観光客の広域誘致</p> <p>◆組織体制の充実・整備</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>体験型観光プログラムの確立</p> <ul style="list-style-type: none"> 体験プログラムメニュー作成・実施 インストラクターの養成 					<p>体験プログラム数 (H23: 13プログラム)</p> <p>体験プログラム受け入れ人数 (H23: 一人)</p>	<p>20プログラム</p> <p>500人</p>
<p>情報発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 香美市の観光ホームページの充実 ホームページ等での体験プログラムの情報発信 物部川地域観光振興協議会との連携による流域観光メニュー作成・PR 						
<p>観光商品の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 農林漁家民泊の推進 体験メニュー等の新商品の開発・磨き上げ 					<p>観光客入り込み数 (H21: 72.1万人 H22: 78.1万人)</p> <p>(内訳)</p> <p>主要観光施設訪問者数 (H21: 67.5万人 H22: 73万人)</p> <p>体験メニュー受け入れ人数 (H21: 4.6万人 H22: 5.1万人)</p>	<p>80万人</p>
<p>観光客の広域誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> 広域観光プロモーションツールの作成 誘致活動の実施 地域内観光情報の発信 						
<p>組織体制の充実・整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光商品の充実及び観光客の広域誘致活動の実施体制、広域観光窓口機能の確立 						
<p>観光物産展の開催</p>						
<p>体制・機能の段階的充実</p>						