

地域アクションプラン進捗管理シート 総括表
《安芸地域：第 1 四半期》

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果:○ 課題:◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>																		
<p>1 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>主産地である安芸市において、ナス産地としてのまとまりの再構築に取り組む。また、消費地から要望の高い品種である、「土佐鷹」の栽培拡大を全域に推進していく。</p> <p>【JA土佐あき】</p>	<p>○部会の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> 研究会ナス部会への参加者増による活動の活性化(安芸集出荷) 参加者数:H21年度(126人)、22年度(174人)、23年度(228人)、24年度(325人) <p>○土佐鷹の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 栽培候補農家のリストアップによる26園芸年度推進目標面積(40ha)の設定と意識統一ができた。 H24園芸年度土佐鷹販売実績:出荷量3,428t、販売額12.8億円(JA出荷ナスの21%) <p>○安芸集出荷場のまとまりづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> 場の新規加入者数(H22~25園芸年度)合計26名 ナス出荷量の増加(単位t) <table border="1" data-bbox="560 571 949 638"> <thead> <tr> <th>園年</th> <th>H20</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>H24(前年比)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>JA全体</td> <td>17,169</td> <td>17,803</td> <td>16,236</td> <td>17,648</td> <td>16,597(94.0%)</td> </tr> <tr> <td>安芸場</td> <td>3,385</td> <td>3,971</td> <td>3,841</td> <td>4,378</td> <td>4,402(100.5%)</td> </tr> </tbody> </table> <p>○JA土佐あき全体の消費拡大委員会準備委員会が発足</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆系統率の向上(安芸市H23年度:57.2%) ◆土佐鷹の面積拡大(H25園芸年度26.7ha) 	園年	H20	H21	H22	H23	H24(前年比)	JA全体	17,169	17,803	16,236	17,648	16,597(94.0%)	安芸場	3,385	3,971	3,841	4,378	4,402(100.5%)	<p>①系統出荷率向上への取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> まとまりづくりチーム会、打合せ会(産地振興方策案等の協議、3回) 個人出荷者も参加する地区会の開催(4/24:下山・伊尾木、5/1:中央・川北・北) 営農相談日の開催(4/17、5/17、6/17) <p>②土佐鷹の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 土佐鷹普及推進協議会作業部会(次作栽培面積把握と対策、4月以降随時) 総合1チーム会、園芸研究会(土佐鷹栽培ごよみ改訂版協議、2回) <p>販売促進、出前授業等の企画や内容協議</p> <ul style="list-style-type: none"> JA幹部との協議会(6/14)で、設立に向けた各市町村への説明会の開催を提案 販促活動・出前授業等の開催支援(8回)
園年	H20	H21	H22	H23	H24(前年比)															
JA全体	17,169	17,803	16,236	17,648	16,597(94.0%)															
安芸場	3,385	3,971	3,841	4,378	4,402(100.5%)															
<p>2 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>日本一のユズ産地として、生産性の向上や品質の低下を防止するとともに、ユズ果汁等の販路拡大に取り組み、ユズ販売額の向上を図る。</p> <p>①新植改植の推進 【JA土佐あき】</p> <ul style="list-style-type: none"> 青果の生産拡大と品質向上 計画的販売の強化 <p>②将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり【JA土佐あき、JA馬路村】</p> <p>③ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓【JA土佐あき、JA馬路村】</p>	<p>(JA土佐あき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○新植、改植の推進への取組み(H21~23)、県選抜系統を活用した母樹園が設置された。 ○果汁の販売対策として計画的に施設整備を進め(北川村:H21:搾汁施設、H24:果汁殺菌設備)、JA内に販売対策チームも設立した(H24)。 ○EU向けに青果輸出に取り組み始めた(H24:3t) ○北川村ゆず振興協議会で作業受託組織を検討することとなった。 ◆隔年結果及び品質低下対策 ◆母樹園を活用した優良系統の普及 ◆ユズ銀行(作業受託組織H23末解散)に代わる新たな労働補完体制の検討 <p>(JA馬路村)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ゆず茶(H21)及び化粧品(H22)の加工施設を導入した。 ○加工品の販売実績が徐々にではあるが増加している。 ○販路拡大に向けて新商品開発を進めている(H24:シャーベット2種、ボン酢1種) ◆(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>①新植、改植の推進(JA土佐あき)</p> <ul style="list-style-type: none"> 栽培講習、改植事業等の勉強会(12回) <p>②将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> 北川村ゆず振興協議会等での検討(6回) <p>③ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 県版HACCP取得への指導(1回) 加工原料の品質ワンランクアップ(勉強会等の開催:12回) 販路拡大に向けた活動の継続 																		
<p>3 ポンカンを活用した新商品の開発と販路の拡大</p> <p>《東洋町》</p> <p>東洋町の特産品であるポ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。</p> <p>【甲浦の果樹仲間】</p>	<p>○ポンカンを活用した商品開発(ポンカンドリンク、ポンカンドレッシング)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○H22販売数1,807本 ○ポンカンドリンクのチラシを製作。県外(関西)で5社のセールス活動を行い、新規取引が成立(大阪、業務用酒販 1社)した。(H24) ◆販売戦略の策定 ◆販路拡大 ◆知名度の向上 ◆脆弱な営業体制 ◆商品の生産体制 ◆新商品開発 	<p>・販路開拓のため大阪府で業務用酒販4社(3社が新規、1社は取引継続中)へセールス活動(6/17)</p>																		

アウトプット(結果) <small><インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと></small>	アウトカム(成果) <small><アウトプット(結果)等を通じて生じる プラスの変化を示すこと></small>	指標・目標
<p>①系統出荷率向上への取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 生産と販売に関する各チームの産地振興方策案が作成できた。また、作成支援したJAの「中期営農計画」がJA総代会(6/27)において承認された。 個人出荷者へも情報提供ができた(計50人) 新病害対策等の情報提供ができた(計203人)。 <p>②土佐鷹の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 栽培面積見込みは再推進の結果、前年並の26.8haとなった。 土佐鷹栽培ごよみ改訂版の作成ができた。 <p>販売促進、出前授業等の企画や内容協議</p> <ul style="list-style-type: none"> JA土佐あき消費拡大委員会準備委員会の支部事務局、支部長がほぼ確定した。 ナスでの環境保全型農業の取り組みやナスの「おいしさ」について消費者にPRできた。(収穫体験317人) 		<p>【指標】</p> <p>安芸市の系統出荷率(H21:52%) (H23:57%) 土佐鷹の作付面積(H23:29ha) (H24:27ha)</p> <p>【目標(H27)】</p> <p>安芸市の系統出荷率 60% 土佐鷹の作付面積 80ha</p> <p>【H25到達点】</p> <p>安芸市の系統出荷率(58%) 土佐鷹の作付面積 (40ha)</p>
<p>①新植、改植の推進(JA土佐あき)</p> <ul style="list-style-type: none"> 果実品質アップに向けて関係機関が連携して指導を展開しており、生産者も適期防除等に取り組んでいる。 <p>②将来にわたってユズ園を維持管理する仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> 北川村内の生産者アンケートを実施(7月)して、方向性を検討することとなった。 <p>③ユズ果汁等の安定供給と積極的な販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 北川工場、中山工場が県版HACCP取得へむけ準備を進めており、10月審査を目標としている。 加工原料の品質ワンランクアップに向けて関係機関が連携して指導を展開しており、生産者も適期防除等に取り組んでいる。 在庫果汁が順調に販売され、代金精算も進んでいる(JA土佐あき)。 新たな加工品2種を発売することとなった(JA馬路村)。 		<p>【目標値(H27)・指標】</p> <p>(JA土佐あき)</p> <ul style="list-style-type: none"> 青果出荷受入量 400t (H22:297t H23:370t) 加工仕向け量 4,670t (H22:4,250t) A品皮受込量 安芸600t(H23:501t) 北川150t(H23:83t) <p>(北川村、馬路村)</p> <ul style="list-style-type: none"> 作業受託新組織:各1 (JA馬路村) <p>加工品販売額</p> <ul style="list-style-type: none"> ユズ茶 160百万円(H21:80百万円) 化粧品 52百万円(H21:17百万円) ポン酢他ユズ加工品 2,070百万円 (H21:2,000百万円) <p>【H25到達点】</p> <p>(JA土佐あき)</p> <ul style="list-style-type: none"> 青果出荷受入量 400t 加工仕向け量 4,500t 加工用果皮(A品、B品)の出来高 安芸:840t 北川:60t <p>(北川村、馬路村)</p> <p>組織設立に向けた方向性の決定 (JA馬路村)</p> <p>加工品販売額</p> <ul style="list-style-type: none"> ユズ茶 160百万円 化粧品 52百万円 ポン酢他ユズ加工品 2,070百万円
<ul style="list-style-type: none"> サンプル商品により各直営飲食店等にて試験的に提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 取引継続中の1社は今後も継続。 	<p>【指標(H22)】</p> <p>商品アイテム数:2アイテム 既存商品の販売数:1,807本</p> <p>【目標(H27)】</p> <p>商品アイテム数:4アイテム 商品の販売数:5,000本</p> <p>【(H25)到達点】</p> <p>商品アイテム数:3アイテム 商品の販売数:3,000本</p>

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果:○ 課題:◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>4 「安田(あんた)の白い夢」の販路の拡大と新商品の開発</p> <p>《安田町》</p> <p>マンゴー大福「安田の白い夢」を中心に、大都市圏のバイヤーに対して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。</p> <p>【安田町・生産者】</p>	<p>○高知龍馬空港でのキャンペーンの展開(H24)</p> <p>○県外百貨店での高知フェアに出展(H24:銀座三越4月、大阪高島屋5月)</p> <p>○まるごと高知の報告会・商談会へ参加(H24)</p> <p>○オープン1周年記念イベント(H24)</p> <p>○製造量 H24:4月(11,600個)、5月(4,100個)、6月(4,200個)</p> <p>◆導入した製造機械での本格生産に向けた大口の販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産外商公社等と連携した首都圏での商談の実施 <p>◆原材料の安定確保に向けた仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安芸地域全体を視野に入れた原材料の選定と調達方法の検討 	
<p>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</p> <p>《芸西村》</p> <p>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。</p> <p>【第2香南くろしお園】</p>	<p>○H23年度 栽培ハウスの増棟(現在ハウス2棟で生産 540m²)</p> <p>H24年度 生花 20店舗に納品</p> <p>○H23年度「弥太郎商人塾」に指導員が参加し、加工品「お花ソルト」をつくる。</p> <p>H24年度 20店舗に納品・H25.3月～伊勢丹で販売</p> <p>○H23年度 安芸地域資源活用共有会議でエディブル料理・スイーツの試食、提案</p> <p>○H24年度芸西村地域AP産業推進連絡会議開催(5回)</p> <p>◆エディブルフラワーの認知度アップ</p> <p>◆生花、加工品の販路拡大</p> <p>◆営業活動が指導員一人のため営業力、広報不足</p> <p>◆加工場等施設の機能強化</p>	<p>◆打合せ会実施(1回)</p> <p>◆関係者協議開催(1回)</p>
<p>6 白下糖の生産の拡大と新商品の開発</p> <p>《芸西村》</p> <p>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の向上を目指す。</p> <p>【芸西村製糖組合、芸西村、生産者グループ】</p>	<p>○サトウキビ収穫量:H23年度 25トン(前年比20%アップ):H24年度38トン</p> <p>○先進地視察:H23年度(黒潮町:黒糖新製造ライン等):H24年度(香川県:脱葉機視察)</p> <p>○安芸地域資源活用共有会議で白下糖を使用した料理の試食(H23年度)</p> <p>○芸西村地域AP産業推進連絡会議開催(5回)(H24年度)</p> <p>○芸西白下糖の成分分析の実施(H23年度)</p> <p>◆製糖組合員の高齢化に伴い伝統技術の継承者(後継者)の育成</p> <p>◆白下糖を活用した新商品・加工品の開発</p> <p>◆サトウキビ作付面積の拡大</p> <p>◆製造施設の機能強化</p>	<p>◆関係者協議開催(2回)</p> <p>◆製糖組合長との打ち合わせ(1回)</p>
<p>7 土佐備長炭の生産・出荷・販売体制の強化</p> <p>《室戸市、東洋町》</p> <p>土佐備長炭の生産量の増大と後継者の育成を図る。</p> <p>【室戸市木炭振興会、土佐備長炭生産組合】</p>	<p>○室戸市木炭振興会(H19設立)、土佐備長炭生産組合(H21設立)を組織化。</p> <p>○産振補助金を活用して共同窯や製品保管庫を設置し、生産量の増及び規格の均一化が図られた。研修窯を設置して安定的な研修生の受け入れが可能となった。</p> <p>◆品質が評価され、知名度も上がりつつも、紀州産との価格差が解消されていない。</p> <p>◆室戸市木炭振興会では、原木の共同購入・共同出荷の取り組みがなされておらず際立った増産には至っていない。</p> <p>◆2事業体とも研修生の受け入れを行い、後継者の育成に努めているが、研修後の就業する時点での窯の確保が不安(初期投資)。</p> <p>○製品規格を10種から19種へ拡げ、末端利用者のニーズに対応。(生産組合)</p> <p>○オガ炭及び薪の生産について検討。(生産組合)</p>	

アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと>	アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じる プラスの変化を示すこと>	指標・目標
		【指標】 売上高 (H23:施設整備) (H24:生産開始) 【目標(H27)】 100百万円 【H25到達点】 25百万円
		【指標】 サトウキビ収穫量 (H22 20トン) 【目標(H27)】 40トン 【H25到達点】 38トン
		【指標・目標(H27)】 新規就労者 5名 共同窯設置 4基 生産量増産 120t 新規商品開発 1商品 原木供給施設 1箇所 【H25到達点】 新規就労者 3名 共同窯設置 4基 新規商品開発 1商品

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果:○ 課題:◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>8 木質バイオマス活用の促進</p> <p>《安芸市、芸西村》</p> <p>林地残材等を熱エネルギーとして利用していく。</p> <p>【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】</p>	<p>○木質ペレット製造工場の稼働(H22.11～、安芸市企業)</p> <p>○園芸用木質ペレットボイラーの設置(H21～H24 72基)</p> <p>◆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達成する見込みである。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おり、木質ペレットの需要と供給のバランスが取れていない</p> <p>◆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</p> <p>◆燃焼灰の処理</p> <p>◆園芸用木質ペレットの流通体制</p>	<p>◆一次破砕機の部品調達に係る国内ルート確保</p> <p>◆ペレットボイラー設置に係る補助事業の導入</p>
<p>9 林業加工品の販売の促進</p> <p>《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)</p> <p>○産業振興推進総合支援事業による新商品の開発、試作(H21～22)</p> <p>○国内外の展示会への出展</p> <p>○骨壺、子供用ベッドを新商品として開発(H22～)</p> <p>◆営業部門の活動の強化</p> <p>◆森、木、エコ、田舎のストーリー性を含めた商品紹介の継続</p> <p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆新商品の開発、商品のPR、販売戦略の見直し</p> <p>◆ヤナセスギを前面に出したブランド販売戦略</p> <p>◆木製品の出荷額及び雇用者数の現状維持</p>	<p>◆元気四国物産展(4月)に出展(エコアス)</p> <p>◆TOSAZAI展(4月)に出展(エコアス)</p> <p>◆インテリア・ライフスタイル(6月)に出展(エコアス)</p>
<p>10 キンメダイのブランド化に向けた取組</p> <p>《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>○県外の市場・流通関係者と県漁協との販売ルートの構築</p> <p>○高知県産キンメダイの認知度向上</p> <p>・マリンエコラベル認証取得による産地イメージの向上</p> <p>・県外での高知フェア、見本市、商談会、産地交流会等でのPR</p> <p>・PR用のポスター、ノボリ、料理レシピ等の販促資材の作成および配布</p> <p>○キンメダイ加工品開発と、県漁協による販売の開始</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>◆冷凍加工品の開発と地元消費の拡大</p> <p>◆漁獲量減少に対応するための漁獲量確保対策の検討及び実施</p>	<p>・加工品のレベルアップのための地元関係者、加工業者及び大手量販店による、試食会の開催(3回)</p>
<p>11 水産加工の促進と販路の拡大</p> <p>《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>【有限会社タカシン水産・高知県漁協】</p>	<p>○水産加工施設(室戸工場)を整備し、加工品製造を開始</p> <p>○地元で11名を雇用</p> <p>○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、生産金額は順調に増加</p> <p>[継続取引先はH23年9件(県内7・県外2)からH24年15件(県内10件・県外5)に増加]</p> <p>○自社HPや商品紹介パンフレットの作成により会社情報を発信し、知名度が向上。</p> <p>◆大口で安定的な取引先の確保</p> <p>◆さらなる生産性の向上と衛生管理体制のスキルアップ</p> <p>◆新たな商品開発力の強化</p> <p>◆販路拡大のための営業活動の体制強化</p>	<p>・タカシン水産が高知大学の土佐フードビジネスクリエーター人材創出事業を受講(120時間の講義)することを決定した</p> <p>・「おとめまぐろ」の取引協議を実施した</p> <p>・低価格魚のサンプル提供を受け、加工利用の可能性の検討を行なった</p> <p>・衛生管理講習会を開催した</p>

アウトプット(結果) <small><インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと></small>	アウトカム(成果) <small><アウトプット(結果)等を通じて生じるプラスの変化を示すこと></small>	指標・目標
<p>◆部品調達の迅速化</p>	<p>◆機械トラブルによる休止期間の縮減</p>	<p>【指標】 ペレット生産量能力 (H23: 1,000t/年) 木質資源利用ボイラー設置台数 (H23: 67基)</p> <p>【目標(H27)】 1,500t/年 100基</p> <p>【H25到達点】 700t/年 102基</p>
<p>◆元気四国物産展: 商談(即売) 149件 ◆TOSAZAI展: 商談2件 ◆インテリア・ライフスタイル: 商談126件</p>	<p>◆元気四国物産展: 成約(即売) 149件 ◆インテリア・ライフスタイル: 成約4件</p>	<p>【指標】 木製品出荷額 (H22: 233百万円) 雇用者数 (H22: 59人)</p> <p>【目標(H27)】 233百万円 59人</p> <p>【H25到達点】 233百万円 59人</p>
<p>・外部から加工品に関する有益なアドバイスが得られた</p>	<p>・加工品のレベルアップと今後の取組むべき方向の一つが示された。</p>	<p>【指標】 H20～22平均単価 (1,146円/kg)</p> <p>【目標】 1,200円/kg</p> <p>【H25到達点】 県漁協流通課の室戸市場でのキンメダイ取扱量2.3%、1,000万円 (H24実績1.6%、693万円)</p>
<p>・おとめまぐろの回転寿司店との取引契約が成立し、昨年度より2割増の17店舗販売の見通しが立った ・低価格魚は「鮮魚」としての高評価が得られ、居酒屋チェーン店への販売に向けた取組が開始される事となった ・加工場職員の衛生管理に関する意識向上につながった</p>	<p>・講座の受講を通じて品質管理、衛生管理のレベルの向上を図るとともに、新たな人脈づくりに生かすことが可能となる ・「おとめまぐろ」の知名度が浸透しつつあり、販売量の増加につながっている。また、おとめまぐろの販促活動を通じて、他の商品の販路拡大にもつながった。</p>	<p>【指標】 加工品販売金額 H22: 4,700万円 H23: 6,700万円</p> <p>【目標: H27】 12,000万円</p> <p>【H25到達点】 8,600万円 継続取引件数県内12件、県外10件</p>

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果:○ 課題:◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>12 加工体制の強化等によるシラスの魚価等の向上</p> <p>《安芸市》</p> <p>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。</p> <p>【民間企業、安芸漁協、安芸おじゃ娘】</p>	<p>○シラス加工施設完成(H24)</p> <p>○地元からの雇用創出(H24)</p> <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)</p> <p>・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>◆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>○シラス佃煮等の商品開発(H21)</p> <p>・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>◆衛生管理・製造体制の強化、収益性の向上、販路拡大</p>	
<p>13 海洋深層水の利用拡大</p> <p>《室戸市》</p> <p>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。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。</p> <p>【室戸市、高知県漁協高岡支所】</p>	<p>○生産性向上のための技術的改良や施設整備及び販売先の確保により、収支が黒字化し大幅な経営改善が図られている。</p> <p>◆さらなる生産性の向上及び販路の確保・拡大に向けた取り組みが必要である。</p> <p>◆増産を行うためには施設の拡大も一つの選択肢となるが、施設の拡大については漁協支所の経営状況も考慮した慎重な対応が必要となる。</p> <p>◆種苗生産技術者の退職による種苗生産技術及び養殖生産量への影響の確認が必要である。</p> <p>○アクア・ファーム入館者が増えたことにより、より多くの人に海洋深層水を知ってもらうことができた。</p> <p>○ジオパークサイトと連携した説明・PRができる体制づくりが図られた。</p>	
<p>14 酒粕等を活用した新商品の開発と販路の拡大</p> <p>《田野町、安田町》</p> <p>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。</p> <p>【四国部品㈱中芸工場】</p>	<p>○酒粕スイーツ「蔵乃風」等の開発、販売開始(H22～23)</p> <p>新商品の試作・開発や、商談会への参加等により販路開拓を進めている。</p> <p>○酒粕ドレッシングの開発、販売開始(H22～24)</p> <p>酒の実ヴィネグレットソースの商標登録(準備中)。</p> <p>◆事業として成立させるための販売場所及び体制の確立</p> <p>◆製造コストの低減や製造工程の機械化の検討による収益性の向上</p> <p>◆地域食材の活用促進、関係者間の連携強化、商品ブランド化</p> <p>◆ダイイチ・ダルマ食品の事業廃止(24.12.28)による、事業継承者の確保</p>	<p>・県内外の高知県物産展等への出展(6回)</p> <p>・急速冷凍機の導入</p> <p>・産業振興計画シンポジウムでの商品展示(4回)</p>
<p>15 完全天日塩の生産の拡大と観光への活用</p> <p>《田野町》</p> <p>製塩ハウス施設等の整備と併せて新たな事業者の確保・育成を行なうとともに、塩づくり体験や特産品開発を通して完全天日塩の産業化と交流人口の拡大を図る。</p> <p>【田野町、民間事業者】</p>	<p>○体験用製塩ハウスの完成(H24)</p> <p>県観光拠点等整備事業費補助金を活用し体験用施設を整備したことにより、今後の体験受入れの環境ができた。</p> <p>○地域おこし協力隊の募集(H24)</p> <p>25年度から4名の地域おこし協力隊を採用することにより、観光の企画・運営等に関わる人材の育成に取り組んでいる。</p> <p>◆集客できる体験メニューの充実</p> <p>◆観光メニューの実施体制の確立及び新規事業者の確保にむけた人材育成</p>	<p>・地域おこし協力隊の導入(4名)</p> <p>・体験用製塩ハウス プレオープン</p> <p>・施設での見学等受入れ実施(364人)</p>

アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと>	アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じる プラスの変化を示すこと>	指標・目標
		【指標】 水揚げ金額 (H23.1～12:189,231千円) (H24推計:244,000千円) 【目標(H27)】 201,000千円 【到達目標(H25)】 96,000千円
		【指標】 ・スジアオノリ販売額 H22 20,000千円 ・アクアファームの海洋深層水使用料 H22:27,000千円 【目標(H27)】 30,000千円 35,000千円 【H25到達点】 26,500千円 30,000千円
	・顧客獲得のための商品PRができた。	【指標】 酒粕商品販売額 (H23 4,200千円) 【目標(H27)】 42,000千円 【H25到達点】 16,200千円
・見学等への参加者数(364人)※一部重複あり		【指標】 体験受入回数(H23 50回) 生産量(H23 2t) 【目標(H27)】 体験受入回数:100回 生産量:6t 【H25到達点】 生産量:3t

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果：○ 課題：◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>16 キラメッセ室戸「楽市」の機能強化</p> <p>室戸市内屈指の交流拠点である道の駅キラメッセ・室戸の直売市「楽市」の機能を強化することにより、来場者の増加及び農産物等の加工・県内外への販売等を促進し、生産者の生産意欲及び所得の向上を図る。</p> <p>【室戸市】</p>	<p>○平成20年度に楽市の増改築を、平成22年度には駐車場の拡張を行い、平成24年は約25万7千人(キラメッセ全体で約32万8千人)の来場者があり、売上は2億5千万円(全体約4億円超え)を超えた。</p> <p>○県外の店舗・アンテナショップ等への野菜等の販売により、さらに販路が広がった。</p> <p>◆楽市で扱う野菜・果物等の生鮮品の消費をさらに拡大し、生産者の意欲・所得向上を図るために加工品をつくる施設が必要である。</p> <p>◆加工場を建設すると、既存の駐車場が狭くなる。駐車場スペースは現在でも十分とはいえないため、現況地に隣接する保安林を解除して、新たな駐車場の造成が必要となる。</p>	<p>・保安林解除に向けた事務手続き等委託費用を室戸市の6月補正予算に計上</p> <p>・キラメッセ室戸の指定管理者による地元住民への保安林解除に対する事前の聞き取り調査(6月)</p>
<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</p> <p>《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。</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品目開発(H21)、3品目試作(H22)</p> <p>○田野駅屋拡張(74㎡増)(H23.3)</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>○イベントの受入れや参加を通じて、情報発信や田野町のPRに取組を進めている。</p> <p>◆加工品の開発に関しては、10品目の開発・試作がされてきたが、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>◆情報発信機能の更なる強化</p> <p>◆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>・GW臨時観光案内業務等の実施(8日間)</p> <p>・県内外イベント等への出展(2回)</p> <p>・地域おこし協力隊の導入(町内4名、4月～)</p>
<p>18 地場産品直販所「かっぱ市」の機能強化</p> <p>《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。</p> <p>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>【有限会社かっぱ市、芸西村、生産者グループ】</p>	<p>○H23年10月リニューアルオープン(産振補助金の投入) 営業時間の延長</p> <p>○かっぱ市職員が農業創造セミナー等の研修会に積極的に参加し、具体的な活動計画を作成するなど、サービス向上・売上増加に向けた意識の高揚が図られた。</p> <p>(H23)</p> <p>○産振アドバイザーの助言による試作商品の販売(H23)</p> <p>○H24.10月～店内調理場での弁当等加工品販売開始</p> <p>◆花卉類出展量の確保、新商品の開発及び新商品の原材料確保(サトウキビ等)</p> <p>◆商品集荷システムの構築</p> <p>◆テイクアウト商品や惣菜を作るための調理施設の確保、商品の充実</p> <p>◆加工場・飲食施設等の充実</p>	<p>◆関係者協議(3回)</p>
<p>19 安芸地域における広域観光の振興</p> <p>《安芸地域全域》</p> <p>地域内にある観光資源をさらに磨き上げながら、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。</p> <p>【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】</p> <p>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。</p> <p>【安芸広域市町村圏事務組合】</p>	<p>○観光素材集「土佐東方見聞録」の作成5万部(H21～22)</p> <p>・DVDの作成 500枚(H21)</p> <p>・ランドオペレーター1名雇用(H22.6～)</p> <p>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、モノ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</p> <p>○エージェントセールス(H25.1.10～11中四国、H25.2.5～6関西)</p> <p>◆広域的な連携強化</p> <p>◆戦略的な商品造成</p> <p>◆体験メニューの充実と人材育成</p> <p>◆地域博覧会の開催(平成27年度)に向けた準備</p>	<p>・高知県東部地域博覧会基本計画策定委員会(策定委員29名)</p> <p>・高知県東部地域博覧会基本計画策定業務委託(事業費3,540千円、県補助1,770千円)</p> <p>・高知県観光人材育成研修(3回)</p> <p>・高知県広域観光アドバイザー事業(研修3回)</p>

アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと>	アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じる プラスの変化を示すこと>	指標・目標
<ul style="list-style-type: none"> 6月補正予算350万円を確保。 保安林解除に対する地元住民の大筋の合意 		【指標】 キラメッセ樂市への来場者数 (H23以前244,968人) 【目標(H27)】 258,000人 【H25到達点】 整備基本構想の策定
<ul style="list-style-type: none"> 臨時観光案内所への来客数(1019人) 	<ul style="list-style-type: none"> 観光客等のニーズを把握することができた。 田野駅屋の認知度アップに繋げることができた。 	
		【指標】 売上額 (H22 87,000千円) 【目標(H27)】 106,000千円 【H25到達点】 119,000千円
		【指標】 圏内主要施設訪問者数 (H22:120,394人) 圏内宿泊者数 (H22:137,439人) 【目標(H27)】 圏内主要施設訪問者数 140,000人 圏内宿泊者数 150,000人 【H25到達点】 圏内主要施設訪問者数 125,000人 圏内宿泊者数 140,000人

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果:○ 課題:◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>20 世界ジオパーク認証を活かした観光の振興</p> <p>《室戸市》</p> <p>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み交流人口の拡大を図っていく。</p> <p>【室戸市、室戸ジオパーク推進協議会、室戸市観光協会】</p>	<p>○H23.9.18に世界ジオパーク認証を受けた。</p> <p>○看板や遊歩道、駐車場などの環境整備、ガイドやジオパークマスターの養成研修(H21～H23)の実施等により、室戸ジオサイトにおける受け入れ体制の整備が図れた。</p> <p>○ジオガイド養成講座の実施により、ガイド登録者が増加した(H25.4.1時点48人)。</p> <p>○モニターツアーの実施(H24)により、ツアー参加者のニーズを把握できた。</p> <p>○日本ジオパーク全国大会の開催(H24)により約2,200人が本大会に参加し、それに伴う宿泊・食事利用等による経済効果があった。また、地域住民との連携が図られ、室戸ジオパークの理解促進につながった。</p> <p>○拠点施設整備の基本計画ワークショップの開催(H24)により、地域住民が積極的に関わった計画の策定ができた。</p> <p>◆受入体制の強化 ◆拠点施設整備</p>	<p>・ふるさと雇用基金事業活用 H25:23,354千円(専門職員3名・インフォメーションセンター職員2名)</p>
<p>21 イルカのふれあい体験による交流人口の拡大</p> <p>《室戸市》</p> <p>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。</p> <p>【NPO法人室戸ドルフィンプロジェクト、室戸市】</p>	<p>○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。</p> <p>また、平成24年度に新たな施設及び陸上プールを整備したことにより、より安心・安全にふれあい体験が利用できるようになり、物販・休憩スペースも確保され、来場者の満足度の向上に向けた準備が整った。</p> <p>◆ジオパーク等地域の観光素材を組み合わせた情報発信 ◆より多くの集客を図るための広報・営業の検討 ◆周辺施設等との連携による集客</p>	<p>・施設リニューアルオープンに向けた情報発信(インターネット、テレビCM、雑誌掲載、チラシ作成及び配布)</p>
<p>22 岩崎弥太郎と地域食材を活用した観光の振興</p> <p>《安芸市》</p> <p>「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。</p> <p>【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「釜あげちりめん丼」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】</p>	<p>○ボランティアガイドの育成(40名)(H21～H24)</p> <p>・新たな特産品の開発(8品目)(H21～H23)</p> <p>・こころざし社中入場者(H22目標10万→実績113千人)</p> <p>・安芸観光情報センターの設置(H23.3)</p> <p>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。</p> <p>○JA土佐あき婦人部「商人塾」受講</p> <p>なすまんの生産増(人材育成)、販路拡大に向けた動きにつながっている。</p> <p>◆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</p>	
<p>23 スポーツキャンプのまちづくり</p> <p>《安芸市》</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かけなど、スポーツキャンプのまちづくりを推進する。</p> <p>【安芸市】</p>	<p>○キャンプ誘致活動の結果、関西の大学・高校を中心に合宿等の効果が出てきている。</p> <p>○球場の改修計画策定</p> <p>◆安芸球場改築設計委託業務(H24から繰越)</p> <p>◆計画的な改修の実施(財源対策)</p> <p>◆効果的なプロモーションの実施</p> <p>◆大会等の誘致</p>	

アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと>	アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じる プラスの変化を示すこと>	指標・目標
・運営体制の整備 H25:専門職員3名・インフォメーションセンター職員2名		【指標】 ジオパークガイド登録者数(H22:20人) 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 【目標(H27)】 登録者数40人 来訪者数70,000人 【H25到達点】 登録者数50人 来訪者数70,000人
・1四半期の集客が、前年の同期比較で倍増した。(6,218人→10,766人)	・1四半期の収益が大幅に増加した。(前年同期比較で約5割増加。)	【指標】 室戸ドルフィンセンター来場者数 H22:22,181人 【目標(H27)】 室戸ドルフィンセンター来場者数 (H27.25,000人) 【H25到達点】 27,000人

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果:○ 課題:◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>24 海の駅を拠点とした地域振興</p> <p>《東洋町》</p> <p>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。</p> <p>【東洋町】</p>	<p>○情報交換会の実施(H21~23)</p> <p>○順調に売り上げを伸ばしており、平成22年度には「海の駅」の施設を増築した。</p> <p>◆海の駅の再建(平成24年7月に焼失)</p> <p>◆地域産品を活用した加工品の確保</p> <p>◆観光拠点機能の付加</p>	<p>・建築工事の入札、4回(3/21、4/16、5/31、6/26)</p> <p>・東洋町担当課との今後の取組み協議や情報交換。</p>
<p>25 マリンスポーツ体験拠点づくり</p> <p>《東洋町》</p> <p>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。</p> <p>【東洋町、地元マリンスポーツ関係事業者、観光振興協会】</p>	<p>◆県外事業者によるダイビングスクールの開校</p> <p>◆地元事業者(サーフショップ等)との協力関係の構築</p> <p>◆既存施設を財産(B&G財団)処分する際の関係機関との調整</p>	<p>・支援チーム(東洋町担当課、支援企画員)会での協議</p>
<p>26 中芸地区における広域観光の推進</p> <p>《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》</p> <p>官民が協働して、地域内にある観光資源を磨き上げ魅力ある滞在型・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。</p> <p>【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】</p>	<p>○H24.4.1中芸観光協議会設立(H24.3.29設立総会)</p> <p>○協議会の運営(全体会:2回、運営会議10回)</p> <p>○中芸観光ビジョンの策定(策定委員会:4回)</p> <p>○中芸観光スペシャルキャンペーンの開催(実行委員会:9回)</p> <p>○イベント等情報収集(62回)</p> <p>○ホームページの開設、イベント等での観光情報PR(1,110名)</p> <p>○旅行会社等との調整(高新観光、伊予鉄トラベル、朝日旅行、土佐電トラベル等)</p> <p>○観光プロモーション(8回)</p> <p>◆魅力ある旅行商品の造成</p> <p>◆ガイド等の受入体制の整備</p>	
<p>27 魚梁瀬森林鉄道遺産を活用した交流人口の拡大</p> <p>《奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村》</p> <p>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、その適切な保存・管理と、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。</p> <p>【中芸地区森林鉄道遺産を保存・活用する会】</p>	<p>○案内看板、遊歩道、駐車場の設置(H21~23)</p> <p>・観光用ビデオの作成(H22)</p> <p>・開通100周年事業の実施(H23~H24)</p> <p>・ガイドの育成14名(H21~22)</p> <p>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。</p> <p>◆5力町村広域の窓口の設置</p> <p>◆ガイド、食事、宿泊等受入体制の強化</p> <p>◆100周年記念事業を契機とした更なる情報発信</p> <p>◆5力町村共同での保存・管理・活用計画策定組織の立上げ着手</p>	<p>・今年度は補助金のインプットは無し。自立的な運営と来年度以降の全体計画策定に向けた体制整備</p> <p>・運営体制の強化のため、役員会の開催付随事務支援</p> <p>・支線調査報告会、総会等のマスコミへの情報提供支援</p> <p>・隧道カフェ等自発的イベントに伴う行政手続支援</p>

アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと>	アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じる プラスの変化を示すこと>	指標・目標
・建築業者決定(6/26)		【指標】 海の駅来場者数 (H22:153,446人) 【目標(H27)】 海の駅来場者数 180,000人 【H25到達点】 新施設早期完成
・現状把握と取組方針の確認	・課題の明確化	
		【指標】 ツアー客数 (H22:1,171人) 【目標(H27)】 1,500人 【H25年到達点】 1,300人

【地域アクションプランの取り組み状況と成果】

<安芸地域>

項目名及び事業概要、主な事業主体	これまでの主な成果と課題 <これまでの主な成果:○ 課題:◆>	インプット(投入) <講じた手立てが数量的に見える形で示すこと>
<p>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！～</p> <p>《田野町》</p> <p>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。</p> <p>【大野倶楽部、田野町】</p>	<p>○体験活動、イベント受入れによる交流(H22～)、稲田塾の体験合宿(H22～23)</p> <p>○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結果、交流人口の拡大など一定の成果は見られる。</p> <p>○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。</p> <p>◆事務局体制の確立、受入れ・実施体制の強化</p> <p>◆地域住民への活動理念の浸透</p> <p>◆他地域の資源と連携したメニューづくり</p> <p>◆活動を収入に繋げていく仕組みづくり</p>	<p>○交流事業の受入れ実施(1回)</p> <p>○イベント等への出店(1回)</p>
<p>29 安田中山地区の活性化プロジェクト</p> <p>《安田町》</p> <p>「集落活動センターなかやま」を中心に、地区住民とふるさと応援隊(地域おこし協力隊)が協力して、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。</p> <p>【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】</p>	<p>○集落活動センター「なかやま」の開設(H24.4月)</p> <p>○中山を元気にする会運営会開催(H24)</p> <p>○高知大学・安田町連携事業協議会(H24)</p> <p>○旧中山小学校(集落活動センター)の耐震診断着手(H24)</p> <p>◆集落活動センターの円滑な運営と外部人材の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域おこし協力隊員による運営支援の継続 ・ふるさと応援隊員の活動を通じた地域住民の参加意識の醸成 	
<p>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</p> <p>《北川村》</p> <p>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。</p> <p>【北川村、綺きたがわジャルダン】</p>	<p>○1月末の入園者数(綺きたがわジャルダンの決算期は毎年2月から翌年1月まで)</p> <p>H21.2～H22.1 60,040人</p> <p>H22.2～H23.1 53,369人</p> <p>H23.2～H24.1 59,101人</p> <p>H24.2～H25.1 55,288人 対H23:93.5% 対H22:103.6%</p> <p>○コスト削減への取り組み</p> <p>◆開園1年間で20万を超えた入園者数が、年々減少しておりここ3年は5万人台で推移。</p> <p>◆GAP調査により県外での認知度が低いことが判明。</p> <p>◆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。</p> <p>◆営業体制の強化が必要</p>	<p>○日帰り可能エリア(四国全域、岡山、神戸)への営業、団体(学校、グループ旅行)への営業</p> <p>○費用対効果を分析し、集客効果、収益性の高いイベントを実施</p> <p>○販売部門(ギャラリーストック、フラワーショップ、カフェ)の分析、強化</p>

アウトプット(結果) <インプット(投入)により、具体的に現れた形を示すこと>	アウトカム(成果) <アウトプット(結果)等を通じて生じる プラスの変化を示すこと>	指標・目標
○交流イベント等への参加人数(13人)	○交流人口の拡大(1回 13人)	
○GWの来園者数は前年より減少したが、6月の来園者数は前年より増加	○H25.3~H25.5 入園者数27,752人 (対同期比 H24:103% H23:124.8%)	【指標】 入園者数 (H22:53,369人) (H24:55,288人) 【目標(H27)】 65,000人 【目標(H25)】 60,000人