

強み

- 山川海の豊かな自然環境：山川海がすべてそろうたフィールド
黒尊渓谷、四万十川、土佐西南犬飼模公園 など
- 優れた農林水産物と「食」：多様な農産物（米、多様な園芸作物）
全国有数の森林資源（ヒノキ）
ブランド力のある水産資源
（あゆ、うなぎ、えび、アオノリなど）
飲食店数（人口千人あたり）が突出
- 歴史・文化：小京都中村、史跡・文化財、重要文化的景観、偉人
- 全国的な知名度：四万十川、ドラマ「運命きのヒマワリ」、
暑いまち（2013年から5年間日本一） など

弱み

- 人口減少：少子・高齢化、生産年齢人口の減少、市内市場の縮小、
生産性の低下
- 地理的、地形的ハンディ：大消費地から遠い、中山間地域が多い
- 生産基盤が脆弱：小規模・零細事業者が多く経営基盤が弱い
製造業分野の産業集積が低く、製造品出荷率が少ない
- 素材のまま販売：一次産品など素材のまま販売、商品加工力やPR・販売
力が弱い、「通過型」の観光、観光のオフシーズン

機会(チャンス)

- 環境、安全・安心、健康の時代
：防災・環境や省エネ・再生可能エネルギーへの関心の高まり
食の安全・安心志向、健康志向
日本の食文化への関心の高まり
- 自然回帰志向：自然の中での「交流、体験」への観光ニーズの高まり
「いなか暮らし」、「スローライフ」への関心の高まり
移住希望者の増、農林水産業への関心の高まり
- 情報化社会：人・物・情報の交流が飛躍的に進展
地方でも必要な情報を必要ときに発信・収集
- 大学・金融機関の地或貢献：専門的な支援、人材育成など

脅威

- 不透明な経済情勢：原油や資源価格の高騰、景気の不安定感、貿易摩擦
- 自由貿易の拡大：多国間での貿易自由化による影響
- 地域間競争の激化：市場の奪い合い、差別化と集客力・販売力

「強み」と「機会」を活かしていく方向性

- 優れた農林水産物の生産力の維持・強化（産地化）、ブランド化
- 環境やさしく、安全・安心な農林水産物の供給促進
- 一次産品の特色を活かした商品開発と販売促進（6次産業化）
- 「食」の磨き上げと発信
- 自然環境を背景にしたサテライトオフィスなどの企業誘致
- 地域資源（自然、一次産品、食、歴史・文化など）を活かし、市
全域をフィールドとした面的に広がりのある観光地
- 「産・官・学・金・労・言」が連携した産業の新たな展開
など

「機会」を活かして「弱み」を克服する方向性

- 地産地消の促進
- 食品加工や木材・木製品加工などの促進による製造業の底上げ
- 防災対策による建設事業費の確保
- 地域資源（自然、一次産品、食、歴史・文化など）を活かした滞
在型、通年型の観光地づくり
- 中山間地域の特性を活かした産業づくりと一次産業の担い手確
保対策の促進
- 移住（Uターン）促進による担い手、人材の確保、地或経済の
活性化
- 外国人材の受入環境整備の推進
- ITを活用した情報発信、販売力の強化
- 「産・官・学・金・労・言」が連携した技術力・経営基盤の強化と人
材育成
など

「強み」を活かし、弱みを認識して「脅威」に対抗する方向性

- 全国的な知名度を活かした集客・販売の強化
- 1次から3次までの多様な地場産業の交流、観光を切り口とし
た連携の強化
- 情報発信力と販売（外商）力の強化
など

地域資源を活かした産業の力みなぎる四万十市

基本戦略①

足腰を強め、地力を高める

基本戦略②

産業間の連携を強化する

基本戦略③

情報発信と外商の強化

基本戦略④

産業の担い手、人材の確保・育成

戦略の加速化

- 計画推進体制と支援策の強化
- 国の地方創生事業の活用
- 県産振計画との連携と協働
- 「産・官・学・金・労・言」の連携
- 移住促進による活性化
- シニアプロモーションの推進
- SDGsの取り組みを促進