

# VI 四万十市産業振興計画の目指す将来像と構成

産業振興計画の推進によって目指す将来像（11年後の成功イメージ）

## 地域資源を活かした産業の力みなぎる四万十市

この将来像（成功イメージ）には、「地産地消」（地元で購買する、地元企業・地元産品を使うこと）を促進し市内における経済の循環を大きくするとともに、本市が有する豊かな地域資源（山川海すべてそろった豊かな自然環境、優れた農林水産物や加工品、“食”、さらには歴史・文化など）を育て、磨き上げ、組み合わせることで新たな付加価値を生み出し、“四万十”のブランド力を磨き、余すところなく発信し売り出すことで、市外からお金を稼ぐ「地産外商」を推進し、競争力があり持続可能な産業としての力みなぎる四万十市にしていきたいとの思いが込められています。

### 計画全体を貫く目標 ①

■ 11年後（令和7年度）の市内総生産額 1,200億円以上を目指す

○各産業分野の取組と産業間連携による「地産地消」、「地産外商」の推進により生産額を増加させ、令和7年度に市内総生産額 1,200億円以上を目指す。

《参考：平成28年の市内総生産額 1,138億6,000万円》

### 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
- 県産業振興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の取組みを促進

### 計画全体を貫く目標 ②

■ 令和2年から令和7年までの人口の社会増減（転入数と転出数の差による増減）をプラスにする

○産業振興計画の推進により産業力を高め、若者が働ける場を増やす。

↳ 若者の流出を抑制 ⇒ 人口の社会増へ

・Uターン者の受入れも可能に

《参考：平成27～30年（年平均）の社会増減 社会減▲888人》

商工業・観光をけん引役に  
産業を骨太なものに  
押し上げる！

“四万十”をまらごと発信・販売

～ “四万十”のブランド力を磨き、余すところなく発信し売り出すことで、市外からお金を稼ぐ「地産外商」を推進～

産業間連携テーマ：「地産地消の促進」・「地産外商の推進」

～ 「地産地消」（地元で購買する、地元企業・地元産品を使うこと）を促進するとともに、豊かな地域資源を組み合わせることで新たな付加価値を生み出す～

### 農業分野

◆豊かな食を育み、地域で暮らし稼げる農業

○農業産出額

○認定農業者数

R7 【11年後】  
45億円以上

H31 【5年後】  
43億円以上

【直近値：H29】  
43億1,000万円

【基準値：H26】  
34億円

【11年後】  
150人以上

【5年後】  
150人以上

【直近値：H30】  
139人

【基準値：H25】  
127人

### 林業分野

◆山で若者が働く、全国トップクラスのヒノキ産地

○原木生産量

○木材・木製品製造品出荷額等

【11年後】  
75,000 m<sup>3</sup>以上

【5年後】  
60,000 m<sup>3</sup>以上

【直近値：H29】  
71,945 m<sup>3</sup>

【基準値：H24】  
47,000 m<sup>3</sup>

【11年後】  
9億円以上

【5年後】  
8億円以上

【直近値：H29】  
8億4,996万円

【基準値：H24】  
7億5,000万円

### 水産業分野

◆次世代へつなぐ資源回復と安定し魅力ある水産業

○内水面漁業漁獲量

○海面漁業漁獲量

【11年後】  
50 t以上

【5年後】  
65 t以上

【直近値：H29】  
49 t

【基準値：H24】  
56 t

【11年後】  
15 t以上

【5年後】  
35 t以上

【直近値：H29】  
14 t

【基準値：H24】  
30 t

### 商工業分野

◆顧客に選ばれる商工業と脈の創出

○小売・卸売業年間商品販売額

○製造品出荷額等

【11年後】  
750億円以上

【5年後】  
800億円以上

【直近値：H27】  
690億7,100万円

【基準値：H19】  
798億1,000万円

【11年後】  
160億円以上

【5年後】  
95億円以上

【直近値：H29】  
140億758万円

【基準値：H24】  
92億8,000万円

### 観光分野

◆地域の誇りが人を誘う、おもてなしの“観光”地

○観光入込客数

○市内宿泊者数

【11年後】  
130万人以上

【5年後】  
130万人以上

【直近値：H30】  
118万466人

【基準値：H25】  
125万6,000人

【11年後】  
25万人以上

【5年後】  
22万人以上

【直近値：H30】  
22万2,115人

【基準値：H25】  
21万1,000人

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

# 農業分野

## 産業振興計画の取り組み

現状 R2 R3 R4 R5 R6 R7 11年後の目標と目指す姿

5年間（H27～H31）の取り組み

現状

現状	5年間（H27～H31）の取り組み	11年後の目標と目指す姿
<p>戦略の柱</p> <p>産地としての維持・強化</p>	<p>単独のポイント</p> <p>○地域に根ざした有望品目、鞆産品目の産地形成</p> <p>○生産性の向上</p> <p>○安全・安心による選ばれたる産地</p> <p>○組織的な農業経営</p> <p>○営農支援体制の整備</p>	<p>施策とアクションプラン【Ver2】</p> <p>1 鞆産品目の生産拡大</p> <p>(1) ぶしゅかんの産地づくり (2) ゆずの産地化促進 (3) 栗の産地再生</p> <p>(4) 有望品目の産地強化（トマト、キュウリ、ピーマンなどの有望品目の育成、新規作物導入の支援）</p> <p>2 生産性の高い栽培技術の導入</p> <p>(1) 学び教えあえる場づくり（篤農家から助言・指導が受けられる体制整備（ほか））</p> <p>(2) 環境保全型農業の推進</p> <p>3 集落営農の推進</p> <p>(1) 集落営農の組織化、法人化の支援（組織の広域連携の推進（ほか））</p> <p>(2) こうち型集落営農の実践（収益性の高い品目を導入した組織の育成・支援）</p> <p>4 生産・出荷支援システムの構築</p> <p>(1) 農作業支援体制の充実</p> <p>(2) 集出荷支援体制の充実（集出荷拠点施設の設置・整備（ほか））</p>
<p>地元農産物の利用・販売促進</p>	<p>○地元農産物の利用促進（市内消費の拡大、加工商品への利用促進）</p> <p>○農産物の高付加価値化、ブランド化</p> <p>○販路開拓と販売促進</p>	<p>1 地元農産物の利用促進</p> <p>(1) 地元消費拡大に向けた取り組みの強化（公共施設での利用促進、連携ネットワーク形成、市内量販店を拠点とした販路拡大（ほか））</p> <p>(2) 直販機能の強化</p> <p>2 ブランド化の確立と販売促進</p> <p>(1) ブランド化の推進（単独品目（ぶしゅかん、ゆず、栗など）のブランド化（ほか））</p> <p>(2) 地元農産物を使った商品の開発・販売（商品の開発、産業間連携による外販活動（ほか））</p> <p>3 有機農業の推進</p> <p>(1) 有機農産物の販路開拓・拡大</p> <p>(2) 有機農業の普及・啓発活動の推進</p>
<p>担い手の確保・育成</p>	<p>○新規就農者への支援策を強化</p> <p>○意欲ある農業者を育成</p> <p>○組織リーダーを育成</p>	<p>1 新規就農者の確保・育成</p> <p>(1) 新規就農者の研修支援（四万十農園めぐりっこ、「西土佐農業公社」、「先進農家」での実践研修）</p> <p>(2) 新規就農支援体制の拡充（相談支援体制の充実、経営安定や就業開始時の支援）</p> <p>(3) 移住促進による新規就農支援（移住就農者の誘致活動の強化（ほか））</p> <p>2 認定農業者等の育成</p> <p>(1) 認定農業者制度の周知強化 (2) 認定農業者等のフォローアップの強化</p> <p>3 【再掲】集落営農の推進</p>
<p>農地の利用促進</p>	<p>○円滑な農地利用</p> <p>○担い手への農地集積</p> <p>○基盤整備による効率的な農業経営</p> <p>○耕作放棄地の再生と発生防止</p>	<p>1 農地の利用調整</p> <p>(1) 農地利用の円滑化（農地中間管理機構の活用、農業委員による農地の利用調整、人農地プランの実施化（ほか））</p> <p>(2) 基盤整備の推進（ほ場整備（ほか））</p> <p>2 耕作放棄地対策</p> <p>(1) 耕作放棄地の再生及び発生防止対策（「中山間地域等直接支払」、「多面的機能支払」の制度活用（ほか））</p> <p>(2) 適合品目の栽培促進（果樹等適合品目の産地化促進）</p>

豊産産出額 3.4億円（H26）  
認定農業者数 127人（H25）

5年目の目標  
豊産産出額 4.3億円以上を目指す  
認定農業者数 150人以上を目指す

直近の実績値  
平成29年豊産産出額 4.3億1000円  
平成30年認定農業者数 139人

『豊かな食を育み、地域で暮らし移げる農業』

豊産産出額 4.5億円以上を目指す  
認定農業者数 150人以上を目指す

# 林業分野

## 産業振興計画の取り組み

現状 5年間（H27～H31）の取り組み R2 R3 R4 R5 R6 R7 11年後の目標と目指す姿

<p>現状</p> <p>木材・木製品製造品出荷額等 7億5,000万円（H24） 原木生産量 47,000立方メートル（H24）</p>		<p>5年間（H27～H31）の取り組み</p> <p>現状</p> <p>木材・木製品製造品出荷額等 8億490万円 原木生産量 60,000立方メートル以上を目指す</p>		<p>11年後の目標と目指す姿</p> <p>木材・木製品製造品出荷額等 9億円以上を目指す 原木生産量 75,000立方メートル以上を目指す</p>		
<p>戦略の柱</p> <p>〇ヒノキ産地としての山への関心を高める（山林所有者、市民意識の醸成）</p> <p>〇目指すべき山の姿を描いた森林経営（長伐期実施推進と適切な皆伐、間伐）</p> <p>〇森林の集約化と施業の効率化、低コスト化</p> <p>〇林業事業体の確保、育成に加え、兼業型林業事業者、自伐林家、集落組織等の多様な担い手の確保・育成</p>	<p>施策とアクションプラン</p> <p>1 長期視点に立った産地づくり (1) ヒノキ産地としての意識の醸成 (2) 計画的な森林管理・経営の促進（経営類型の明確化、データ管理の徹底） (3) 提案型集約化施業の推進（森林経営計画策定の促進、森の工場の推進 ほか）</p> <p>2 長伐期施業の推進 (1) 長伐期施業方針の策定と普及啓発 (2) 長伐期施業技術（ノウハウ）の蓄積と普及 (3) 適切な皆伐、間伐による原木生産の拡大</p> <p>3 森林の特性に応じた皆伐、間伐の実践 (1) 施業の効率化と低コスト化（作業道や林業機械導入への支援 ほか） (2) 低コスト再造林、育林の実践</p> <p>4 林業事業体や担い手の確保、育成 (1) 林業事業者及び林業技術者の育成支援 (2) 森林保育等の活動グループへのアプローチ（兼業型林業事業者の育成支援） (3) 自伐林家及び集落組織等の育成</p>	<p>5年目の目標</p> <p>木材・木製品製造品出荷額等 8億490万円 原木生産量 60,000立方メートル以上を目指す</p>	<p>施策とアクションプラン【Ver2】</p> <p>1 長期視点に立った産地づくり (1) ヒノキ産地としての意識の醸成 (2) 計画的な森林管理・経営の促進（データ管理の徹底、提案型集約化施業の推進 ほか） (3) 循環型森林整備（未整備林の整備促進）</p> <p>2 長伐期施業の推進 (1) 長伐期施業方針の啓発及び普及 (2) 長伐期施業技術（ノウハウ）の蓄積と普及 (3) 適切な皆伐、間伐による原木生産の拡大</p> <p>3 森林の特性に応じた皆伐、間伐の実践 (1) 施業の効率化と低コスト化（作業道や林業機械導入への支援 ほか） (2) 低コスト再造林、育林の検討</p> <p>4 林業事業体や担い手の確保、育成 (1) 林業事業者及び林業技術者の育成支援 (2) 森林保育等の活動グループへのアプローチ（兼業型林業事業者の育成支援） (3) 自伐林家及び集落組織等の育成</p>	<p>供給体制の強化</p> <p>1 加工事業体の生産力等の強化 (1) 木材製品の生産拡大・商品力の強化 (2) 木工製品の生産拡大・商品力の強化</p> <p>2 供給体制の効率化 (1) 市産材製品ストック施設整備 (2) 山元選別の促進による流通経費の削減 (3) 木材流通ネットワークの構築（木材流通における事業者間の連携強化）</p>	<p>市産材の利用促進と販売力の強化</p> <p>1 市産材の利用促進 (1) 公共建築等での市産材の率先利用 (2) 木造住宅の建築促進（木造住宅建築支援への支援、コーディネート組織の設立） (3) 木造化、木質化への情報発信、普及・啓発の強化</p> <p>2 木質バイオマス利用促進 (1) 林地残材等の搬出の促進 (2) 木質バイオマス利用設備の普及促進（木質バイオマスボイラー等の普及促進） (3) 四万七ヒノキブランドの確立と販売力の強化</p> <p>〇「四万七ヒノキ」のブランドینگ</p>	<p>健全な森づくり</p> <p>〇円滑な農地利用</p> <p>〇担い手への農地集積</p> <p>〇基盤整備による効率的な農業経営</p> <p>〇耕作放棄地の再生と発生防止</p> <p>1 人と鳥獣の良好・適正な環境づくり (1) 鳥獣被害対策（防護柵の設置と捕獲の促進） (2) 捕獲の担い手確保、育成</p> <p>2 森のものの活用 (1) 特用林産物の生産活動の支援とPR</p>

# 水産業分野

## 産業振興計画の取り組み

現状 R2 R3 R4 R5 R6 R7 11年後の目標と目指す姿

現状	5年間（H27～H31）の取り組み	施策とアクションプラン	単独のポイント	戦略の柱
<p>内水面漁業漁獲量 50ト）以上を目指す 海面漁業漁獲量 15ト）以上を目指す</p> <p>『次世代へつなぐ資源回復と安定し魅力ある水産業』</p> <p>5年目の目標 内水面漁業漁獲量 65ト）以上を目指す 海面漁業漁獲量 35ト）以上を目指す</p> <p>直近の実績値 平成29年内水面漁業漁獲量額 49ト） 平成29年海面漁業漁獲量 14ト）</p>	<p>5年間（H27～H31）の取り組み</p>	<p>施策とアクションプラン</p>	<p>単独のポイント</p>	<p>戦略の柱</p>
<p>1 天然水産資源の回復、増殖 (1) 漁場環境、資源量等の調査・研究（天然アユ等の調査・研究 ほか） (2) 生育・漁場環境の保全・整備（アユの産卵場の再生・保全、イセエビ漁獲装置 ほか）</p> <p>2 栽培漁業等の推進 (1) 効果的な種苗放流の推進（放流への支援・効果検証） (2) アオサの生産拡大（新たな漁場の開拓、生産・品質管理の徹底 ほか） (3) スジアオノリノ栽培技術の研究などへの支援（実証試験結果を踏まえた栽培技術の向上 ほか）</p> <p>3 地域に根ざした資源管理の仕組みづくり (1) 漁場利用の新たなルールづくり（効果的な禁漁区、禁漁期の設定 ほか） (2) 資源保護のための情報発信の強化（漁業者、市民（遊漁者含む）の資源保護意識の醸成）</p> <p>4 担い手の確保・育成 (1) 新規就業者のための研修・フォローアップ（受入漁家による研修制度の充実 ほか）</p>	<p>1 天然水産資源の回復、増殖 (1) 漁場環境、資源量等の調査・研究（高知大学等との連携事業 ほか） (2) 生育・漁場環境の保全・整備（スジアオノリ生育・漁場環境の保全・整備、イセエビ漁獲装置 ほか）</p> <p>2 栽培漁業の推進 (1) 効果的な種苗放流の推進（効果的な放流技術の確立、放流への支援） (2) アオサの生産拡大（新たな漁場の開拓、生産・品質管理の徹底 ほか） (3) スジアオノリノ栽培技術の研究と実践（高知大学との連携事業（実証試験）と実践）</p> <p>3 地域に根ざした資源管理の仕組みづくり (1) 漁場利用の新たなルールづくり（効果的な禁漁区、禁漁期の設定 ほか） (2) 資源保護のための情報発信の強化（漁業者、市民（遊漁者含む）の資源保護意識の醸成）</p> <p>4 担い手の確保・育成 (1) 協業化の促進（漁業協同組合、漁業者グループによる協業化の促進） (2) 新規就業者のための研修・フォローアップ（受入漁家による研修制度の充実 ほか）</p>	<p>1 水産物の高付加価値化の推進 (1) 今ある商品の磨き上げ（品質管理の向上、商品力の強化） (2) 新たな商品開発（未利用資源等（雑魚など）の掘起しと活用、新たな商品の企画・開発の支援）</p> <p>2 販売力の強化と販路拡大 (1) 漁業協同組合の販売力の強化（「あゆ市場」の販売力の強化 ほか） (2) ブランド力の強化と販路拡大（ブランディングの構築と発信、産業間連携による外荷活動 ほか）</p> <p>3 魚食文化の磨き上げと発信 (1) 魚食文化の磨き上げ（周年で楽しめる魚食文化の創造 ほか） (2) 魚食文化の発信強化（グルメイベント等での魚食文化の発信）</p>	<p>〇継続的な調査・研究と効果的な資源回復・維持 〇栽培漁業による安定的な供給 〇水産資源保護への意識の醸成と資源管理の実践 〇組織的な漁業経営 〇新規就業者への環境づくり</p>	<p>内水面漁業漁獲量 56ト）（H24） 海面漁業漁獲量 30ト）（H24）</p>
<p>1 水産物の高付加価値化の推進 (1) 今ある商品の磨き上げ（品質管理の向上、商品力の強化） (2) 新たな商品開発（未利用資源等（雑魚など）の掘起しと活用、新たな商品の企画・開発の支援）</p> <p>2 販売力の強化と販路拡大 (1) 漁業協同組合の販売力の強化（「あゆ市場」の販売力の強化 ほか） (2) ブランド力の強化と販路拡大（ブランディングの構築と発信、産業間連携による外荷活動 ほか）</p> <p>3 魚食文化の磨き上げと発信 (1) 魚食文化の磨き上げ（周年で楽しめる魚食文化の創造 ほか） (2) 魚食文化の発信強化（グルメイベント等での魚食文化の発信）</p>	<p>1 水産物の高付加価値化の推進 (1) 今ある商品の磨き上げ（品質管理の向上、商品力の強化） (2) 新たな商品開発（未利用資源等（雑魚など）の掘起しと活用、新たな商品の企画・開発の支援）</p> <p>2 販売力の強化と販路拡大 (1) 漁業協同組合の販売力の強化（「あゆ市場」の販売力の強化 ほか） (2) ブランド力の強化と販路拡大（ブランディングの構築と発信、産業間連携による外荷活動 ほか）</p> <p>3 魚食文化の磨き上げと発信 (1) 魚食文化の磨き上げ（周年で楽しめる魚食文化の創造 ほか） (2) 魚食文化の発信強化（グルメイベント等での魚食文化の発信）</p>	<p>〇四万十川ブランドの維持・強化 〇未利用資源（雑魚など）を活かす 〇販売力の強化と販路拡大 〇魅力ある魚食文化の創造</p>	<p>水産物の加工・販促促進</p>	<p>内水面漁業漁獲量 56ト）（H24） 海面漁業漁獲量 30ト）（H24）</p>
<p>1 体験交流の推進 (1) 魅力ある体験商品づくり（体験商品の磨き上げ） (2) 体験教室等の開催（体験カリキュラムの作成、漁協における受入体制の強化）</p>	<p>1 体験交流の推進 (1) 魅力ある体験商品づくり（体験商品の磨き上げ、川の体験ガイドブックの作製） (2) 体験教室等の開催（体験カリキュラムの作成、漁協における受入体制の強化）</p>	<p>〇川や魚への親しみと関心を高める 〇四万十川をより深く体験してもらう</p>	<p>水産資源を活用した交流の拡大</p>	<p>内水面漁業漁獲量 56ト）（H24） 海面漁業漁獲量 30ト）（H24）</p>

# 商工業分野

## 産業振興計画の取り組み

現状 5年間（H27～H31）の取り組み R2 R3 R4 R5 R6 R7 11年後の目標と目指す姿

<p>戦略の柱</p>	<p>単独のポイント</p>	<p>施策とアクションプラン</p>	<p>施策とアクションプラン【Ver2】</p>
<p>顧客に選ばれる商工業の振興</p>	<p>○顧客に選ばれる“もの”への磨き上げ ○顧客に選ばれる“もの”づくり ○地消・外需の強化 ○観光との一元的な情報発信・販売 ○“食”の強みを活かす</p>	<p>1 地域資源を活かした商品開発 (1) 今ある特産品等商品の磨き上げ（品質や味、ラベル等の磨き上げや表示の適正化 ほか） (2) 魅力ある素材アイデアの掘起し（事業者間のマッチング ほか） (3) 新たな特産品等の商品開発（企画・開発支援 ほか） (4) 商品の販路開拓・販売促進（商談会等販路開拓への支援、産業界連携による販売促進活動 ほか） (5) 商品開発・販路開拓の中核となる人材、組織の育成 2 四万十の“食”文化の磨き上げと発信 (1) 四万十の“食”文化の磨き上げ（四万十の食文化の掘起し、磨き上げ、塩ただきのブランド化、地産地消認証店制度 ほか） (2) 地域を拠点とした食の発信（食の発信イベント等の開催、一元的な情報発信の促進） (3) 都市圏等を拠点とした食の発信（県外を拠点とした店舗等による外荷推進 ほか） 3 地震防災対策における建設事業の推進 (1) 施設の長寿命化・南海地震対策の強化による建設事業の確保</p>	<p>1 地域資源を活かした商品開発 (1) 今ある特産品等商品の磨き上げ（品質や味、ラベル等の磨き上げや表示の適正化 ほか） (2) 魅力ある素材アイデアの掘起し（事業者間のマッチング ほか） (3) 新たな特産品等の商品開発（企画・開発支援 ほか） (4) 商品の販路開拓・販売促進（商談会等販路開拓への支援、産業界連携による販売促進活動 ほか） (5) 商品開発・販路開拓の中核となる人材、組織の育成等（新食肉センター整備・新食肉センターを核とした地域産業の振興 ほか） 2 四万十の“食”文化の磨き上げと発信 (1) 四万十の“食”文化の磨き上げ（四万十の食文化の掘起し、磨き上げ、塩ただきのブランド化） (2) 地域を拠点とした食の発信（食の発信イベントの拡充等、一元的な情報発信の促進） (3) 都市圏等を拠点とした食の発信（県外事業者の拠点を活用した外荷推進 ほか） 3 地震防災対策における建設事業の推進 (1) 施設の長寿命化・南海地震対策の強化による建設事業の確保</p>
<p>中心市街地・商店街等の活性化</p>	<p>○回遊性と集客力向上への拠点と魅力づくり ○観光とも連携した賑わいづくり ○個性と意欲のある店舗を創出</p>	<p>1 中心市街地・商店街の魅力・賑わいづくり (1) 回遊性と集客力向上のための拠点づくり（土曜銀行跡地活用による拠点整備、（仮称）西土佐道の駅の整備 ほか） (2) 商店街の機能向上（商店街活性化ワークショップ等の開催、核となる人材の確保、育成 ほか） (3) 日常の賑わいにつながる仕組みづくり（イベント等活性化の仕組みづくり、個性が光る店舗の集積 ほか） (4) 空き店舗対策（空き店舗情報の発信強化とマッチング機会の提供、改修等への支援） 2 創業や経営革新への支援強化 (1) 経営指導などサポート体制の強化（商工会、商工会議所等の経営指導スキルアップ研修 ほか） (2) 創業や経営革新の意欲ある事業者（人材）の育成、スキルアップ</p>	<p>1 中心市街地・商店街等の魅力・賑わいづくり (1) 回遊性と集客力向上のための拠点づくり（新たな拠点（土曜銀行跡地）による賑わいの創出、文化複合施設による賑わいづくり など） (2) 商店街の機能向上（中心商店街活性化協議会の開催、情報発信機能の充実 ほか） (3) 日常の賑わいにつながる仕組みづくり（イベント等活性化の仕組みづくり、個性が光る店舗の集積 ほか） (4) 空き店舗対策（空き店舗情報の発信強化とマッチング機会の提供、改修等への支援） 2 創業や経営革新への支援強化 (1) 経営指導などサポート体制の強化（商工会、商工会議所等の経営指導スキルアップ研修 ほか） (2) 創業や経営革新の意欲ある事業者（人材）の育成、スキルアップ</p>
<p>中山間地域の商業機能の確保</p>	<p>○地域のアイデア、取り組みを活かす ○組織的・多角的な生産・加工・販売の仕組みや拠点づくり</p>	<p>1 小さな（田舎）ビジネスの推進 (1) 集落、小グループが取り組むコミュニティビジネス等の発掘、育成拠点（地域ならではのアイデア、資源を活かした商品開発 ほか） (2) 地域の人、もの、コトの発信 (3) ビジネスの拠点づくり（拠点ビジネスの推進（地域における生産・加工・販売の仕組みや拠点づくり）、道の駅「よつて西土佐」の機能拡充 ほか）</p>	<p>1 小さな（田舎）ビジネスの推進 (1) 集落、小グループが取り組むコミュニティビジネス等の発掘、育成拠点（地域ならではのアイデア、資源を活かした商品開発 ほか） (2) 地域の人、もの、コトの発信 (3) ビジネスの拠点づくり（拠点ビジネスの推進（地域における生産・加工・販売の仕組みや拠点づくり）、道の駅「よつて西土佐」の機能拡充、四万十牛を核とした西土佐地域の産業振興 ほか）</p>
<p>企業誘致</p>	<p>○地域性を活かせる企業の誘致 ○企業ニーズに合った受入環境づくり</p>	<p>1 情報通信関連産業の誘致促進 (1) 誘致に向けたリサーチの徹底 (2) 誘致活動の推進（特色ある誘致情報の発信、支援メニューの創設・受入体制づくり ほか） (3) 遊休施設等を活用したシェアオフィス等の整備</p>	<p>1 情報通信関連産業の誘致促進 (1) 誘致に向けたリサーチ (2) 誘致活動の推進（県と連動した誘致活動、支援メニューの創設・受入体制づくり） (3) 遊休施設等を活用したシェアオフィス等の整備</p>

小売・卸売業年間商品販売額 798億1,000万円（H19）  
製造品出荷額等 92億8,000万円（H24）

### 5年目の目標

小売・卸売業年間商品販売額 800億円以上を目指す  
製造品出荷額等 95億円以上を目指す

### 直近の実績値

平成27年小売・卸売業年間商品販売額 690億7,100万円  
平成26年製造品出荷額等 140億7,500万円

## 『顧客に選ばれる商工業と賑わいの創出』

小売・卸売業年間商品販売額 750億円以上を目指す  
製造品出荷額等 100億円以上を目指す

# 観光分野

## 産業振興計画の取り組み

現状 5年間（H27～H31）の取り組み R2 R3 R4 R5 R6 R7 11年後の目標と目指す姿

現状	5年間（H27～H31）の取り組み	施策とアクションプラン
<p>戦略の柱</p> <p>滞在型の観光地づくり</p>	<p>単独のポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○市場を意欲した観光資源の発掘・磨き上げ</li> <li>○周年で滞在できる“環光”地づくり</li> <li>○観光でつなぐ産業間連携と相乗効果</li> <li>○“食”の強みを観光に活かす</li> <li>○広域観光の推進</li> </ul>	<p>1 地域の観光資源、フィールドを活かした滞在型の観光商品づくり</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 観光リサーチの徹底（観光マーケティングリサーチ、四万十市のどこか好きキャンペーン）</li> <li>(2) 今ある観光商品の磨き上げ（専門家を活用した観光商品の磨き上げ ほか）</li> <li>(3) 新たな観光商品づくり（商品づくりワークショップ、地域の産業と連携した新たな観光商品づくり ほか）</li> <li>(4) 食の魅力を活かした観光振興（食の発信・普及イベント等の開催 ほか）</li> </ol> <p>2 広域連携による周遊観光の推進（周遊観光プランの作成・販売、広域連携によるキャンペーンの展開）</p>
<p>観光商品の外商の推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「待ちの誘客」から「動く誘客」へ</li> <li>○市場を明確にした効果的なセールス活動</li> <li>○観光と物産・食などの一元的な情報発信と販売</li> </ul>	<p>1 観光商品のセールス及び情報発信の強化</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 観光商品のセールス強化（営業力のある人材、組織の育成、商談会等への出席、海外への営業活動の促進 ほか）</li> <li>(2) 広報・プロモーションの強化（一元的な情報発信、産業間連携による誘客（PR）活動、ターゲットに合わせたプロモーションの展開 ほか）</li> </ol>
<p>おもてなしの向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光の拠点づくり</li> <li>○周遊しやすい環境づくり</li> <li>○観光地としての意識を高める（市民のおもてなし意識の醸成）</li> <li>○満足度とリピートに繋がるサービス</li> </ul>	<p>1 おもてなし環境の整備</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 四万十川流域観光の拠点施設の整備、機能強化（拠点施設の改修や設備等の拡充 ほか）</li> <li>(2) 二次交通の充実（周遊バス（川バス、しまんとあしずり号）、おもてなしタクシー等の充実 ほか）</li> <li>(3) 周遊しやすい環境の整備（観光案内看板、Wi-Fi環境等）の整備促進</li> </ol> <p>2 おもてなしサービスの充実</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 観光地としての市民意識の醸成と浸透（市民向けのおもてなしマニュアルの作製、配布 ほか）</li> <li>(2) リピーター確保に向けた取り組み（「玉姫様の通行手形」など特典の充実 ほか）</li> </ol>
<p>組織力の強化と観光リーダーの発掘・育成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○役割分担の明確化</li> <li>○産業間連携と組織力を活かす</li> <li>○観光人材、リーダーの発掘・育成</li> <li>○観光ボランティアの活用</li> </ul>	<p>1 観光関連事業者のスキルアップ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 観光関連組織の役割分担と組織力の強化（役割分担の明確化、スキル・組織力の強化、コーディネーターの育成 ほか）</li> <li>(2) 異業種との交流・連携の促進（農林水産、商工分野など分野を超えた異業種交流会の開催）</li> </ol> <p>2 観光人材の育成、確保</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 地域の観光リーダーの育成</li> <li>(2) 体験インストラクター、ガイドの育成（遊びの達人の配置 ほか）</li> <li>(3) 将来の担い手の発掘・育成（ボランティアやインターンシップの受け入れ）</li> </ol>

観光入込客数 125万6,000人（H25）  
市内宿泊者数 21万1,000人（H25）

### 5年目の目標

観光入込客数 130万人以上を目指す  
市内宿泊者数 22万人以上を目指す

### 直近の実績値

平成30年観光入込客数 118万,446人  
平成30年市内宿泊者数 22万,115人

### 施策とアクションプラン【Ver2】

- 1 地域の観光資源、フィールドを活かした滞在型の観光商品づくり
  - (1) 観光リサーチの徹底（観光マーケティングリサーチ ほか）
  - (2) 今ある観光商品の磨き上げ（観光商品の検証と磨き上げ）
  - (3) 新たな観光商品づくり（閑散期の滞在型観光メニューづくり ほか）
  - (4) 食の魅力を活かした観光振興（自然体験型の観光と歴史や文化、食とが一体となった観光プログラムの作成・発信・販売 ほか）
- 2 広域連携による周遊観光の推進
  - (1) 広域連携による周遊観光の推進（周遊観光プランの作成・販売、広域連携によるキャンペーンの展開）
- 1 観光商品のセールス及び情報発信の強化
  - (1) 観光商品のセールス強化（営業力のある人材、組織の育成、商談会等への出席、海外への営業活動の促進 ほか）
  - (2) 広報・プロモーションの強化（一元的な情報発信、産業間連携による誘客（PR）活動（しまんとリバーベキュープロジェクトの実施）、ターゲットに合わせたプロモーションの展開 ほか）
- 1 おもてなし環境の整備
  - (1) 四万十川流域観光の拠点施設の整備、機能強化（四万十ひろば（カヌー館）のオートキャンプ場化 ほか）
  - (2) 二次交通の充実（周遊バス（川バス、しまんとあしずり号）等の分析・検証 ほか）
  - (3) 周遊しやすい環境の整備（観光窓口のワンストップサービス、観光案内看板・Wi-Fi環境整備の促進 ほか）
- 2 おもてなしサービスの充実
  - (1) 観光地としての市民意識の醸成と浸透（地域への愛着や誇りを再認識できる仕組みづくり ほか）
  - (2) リピーター確保に向けた取り組み（宿泊施設、商店街、飲食店が連携した特典の充実 ほか）

“環光”には、本市の豊かな環境（山川海、景観、暮らしなど）を守り育みつけながら、人、経済が循環する観光地を目指すという思いが込められています。