

VII 各分野の戦略・施策 ・アクションプラン

Ver.2

令和2年4月～令和7年3月

【令和3年10月改定版】

1. 産業間の連携分野

連携テーマ1 地産地消の促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 地域産品の利用と販売促進	・地域産品の利用(地産地消)についての意識はあるものの、行動には十分結びついていない。 消費者(市民)への地域産品の認知とあわせ利用促進(PR)を図り、市内での販路(地産地消)が拡大すれば生産者や事業者の励みにもなるし、地産地消のまちとして、本市のPRにもつながる。 ・本市の強みである“食”をより魅力あるものにするためには、飲食店や宿泊施設等で地元産の食材が使われていることが重要であり、観光客等へのアピールにもつながる。 ・地域産品の販売促進においても、地元で愛される商品(地元の素材が使われ、地元がおいしいと認め、すすめられる商品)であることも重要。 ・地域内で地元農畜産物の利用促進を図るには、食を提供する公共施設(学校、保育所、市民病院など)で率先して利用することが必要で、利用状況やニーズにあわせた供給の仕組みづくりが必要。 ・市内の飲食店、食を提供する民間施設(宿泊施設等)における、食材の調達ルート、市内農畜産物の利用状況、利用にあたっての障害などが十分把握できていない。 ・地域の資源としてヒノキを利用し、地域の産業として育てようとする地域、市民の意識を高め、ヒノキを使った建築物など、市内で広くヒノキが使われている「ヒノキのまち」、「木の文化」を創造することが重要。 ・川上(素材生産・加工)から川下(設計・建築)までの事業者間が協議、連携し、設計士、工務店等のヒノキ材利用意識の向上とあわせ、施主(消費者)へPRしコーディネートできる組織づくりが必要。 このことは、川下を意識した素材生産・加工事業者の意識向上にもつながる。 ・木質バイオマスボイラーなどの普及により林地残材等(燃料向け低質材)の需要が高まることで、森林保育の推進と市民の山への関心につながる。 ・公共施設のボイラーの更新や新設においては、木質バイオマスボイラーの利用を検討する。 ・市内においても消費者の魚離れが進んでおり、多様な水産資源を活かし、地域に根づいた魚食文化の磨き上げと発信が必要。 ・漁協それぞれに特色があり、販売や販路への考え方に差異もあるが、漁協自ら価格形成できるよう販売力を強化していくことは必要。	【連携AP1】 (1)地域産品の利用と販売促進 【連携AP8】 【農業AP14】 【農業AP18】 【林業AP13】 【林業AP14】 【林業AP15】 【林業AP16】 【林業AP17】 【水産AP11】 【水産AP12】 【商工AP4】	○	○			四万十市 (農林水産課・観光商工課・産業建設課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○地元消費拡大フェアの開催 《農業AP14》 《林業AP15》 《水産AP12》 《商工AP4》 ○地元農畜産物の公共施設での利用促進 《農業AP14、18》 ○有機農産物の流通促進 《連携AP8》 《農業AP18》 ○木造住宅建築への支援 《林業AP14》 ○木材流通ネットワークの構築とコーディネート組織の設立 《林業AP13、14》 ○木造化、木質化への情報発信、普及・啓発の強化 《林業AP15》 ○林地残材等の搬出の促進 《林業AP16》 ○木質バイオマスボイラー等の普及促進 《林業AP17》 ○漁協の販売機能の強化 《連携AP8》 《水産AP11》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
◆地域産品への関心と利用意識が高まっている					
◆産業祭来場者数 H30:20,000人 → R6:40,000人/5年					
◆学校給食への市内農産物(野菜類)の供給率 H30:39.18% → R6:50%					
◆市産材利用促進 事業の着工件数 H27-H30平均:27.3戸/年 → R6:30戸/年					
◆漁業協同組合の販売機能 R6:強化					
産業間(農業、林業、水産業、商工業)連携による地元消費拡大フェアの開催により地元産品の地産地消意識を醸成					
- 公共施設(学校、保育所、市民病院等)における、地元農畜産物の利用状況やニーズの把握と利用拡大に向けた供給の仕組みづくり - 食材供給率の向上・・・栽培、出荷検討会の開催 安定供給の確保(給食等の献立に対応した栽培計画の策定) - 食育の推進					
- 市外へ配送できる環境整備への支援 - 有機農産物の産地形成、安定供給					
市産材利用促進事業 効果の検証・事業の見直し 住宅を建築する際に市産材の購入に要する経費を補助し、市産材の需要喚起と山元価格に反映(対象となる市産材:木材の種類(ヒノキ等)や用途(構造材)を特化した補助要件の検討)					
- ヒノキ活用の意識醸成 - 林業事業者、加工事業者、設計・建築事業者等、木材流通における事業者間の連携強化 - 木の良さ(木造建築や木質化の有効性)の情報発信の強化					
- 市や関係機関のHP、広報誌等による木造・木質化建築及び木工製品の情報発信の強化 - 民間施設(商業・観光施設)における市産材の積極的利用に向けた普及・啓発活動の促進 - 保育所及び学校等における木工製品の優先的購入推進					
- 林地残材、製材廃材を円滑に搬出できる仕組みづくり - 合法材としての認証制度の運用					
- 公共施設の新設、改修時に木質バイオマスボイラー等の率先利用を検討 - 民間事業者への木質バイオマス利用の普及促進(導入事例等の広報活動の強化)					
- 漁業協同組合の特色に応じた販売力の強化 - 地域団体商標を活用したPR・販売の推進 (市内加工事業者と連携した水産物、水産加工品等の販売活動を強化) 「あゆ市場」と道の駅「よつて西土佐」の運営主体(㈱西土佐ふるさと市)(地域商社)と連携したPRと販売機能強化					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ1 地産地消の促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 地域産品の利用と販売促進	・本市の強みである“食”をより魅力あるものにしていくためには、飲食店や宿泊施設等で地元産の食材が使われていることが重要であり、観光客等へのアピールにもつながる。 ・飲食店では地元産の野菜等を使いたい意識はあるものの、調達に労力をかけることは難しい。 ・市内量販店では農産物のほとんどは市外産のものが販売されており、一角の地産地消コーナーで地元産の野菜等が販売されている程度。 ・R56号、R381号沿いの玄関口と中心市街地・商店街の拠点施設の機能向上と連携を促進し、市民、観光客等の多様なニーズに対応したサービスや情報を提供することで、回遊性と交流人口の拡大につなげることが必要。 ・供給の拠点となる組織と集出荷や配送のできる体制が必要。 西土佐地域では、地産地消推進協議会が設置され、近隣の施設や学校等に供給する仕組みづくりが進められている。 ・中山間地域での定住や交流人口の拡大を進めるためには、「小さなビジネス」や様々な集落活動を集約しながら、組織的、多角的なビジネスとして展開していくための仕組みや拠点づくりが必要。	【連携AP2】 (2)地域産品の販売拠点づくり 【連携AP8】 【農業AP14】 【農業AP15】 【商工AP5】 【商工AP10】 【商工AP18】	○	○			四万十市 (企画広報課・農林水産課・観光商工課・産業建設課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○市内量販店等を拠点とした販路拡大 《農業AP14》 ◎新たな拠点(旧土佐銀行跡地)による情報発信の強化と賑わいの創出 《連携AP8》 《商工AP10》 ○拠点施設間での連携 《商工AP10》 ○直販所の拠点機能の強化 《農業AP15》 ◎道の駅「よって西土佐」の機能拡充 《連携AP8》 《農業AP15》 《商工AP18》 ○拠点ビジネスの推進 《商工AP18》 ○新食肉センターの整備・新食肉センターを核とした地域産業の振興 《商工AP5》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
					◆市内の様々な販売拠点において、地域産品の利用、販売が促進されている。
・旬の時期に合せ農産物を市内量販店へ出荷 ・常設コーナーの設置により出荷量拡大					◆商店街通行者数(平日) H27~H30平均: 5,338人/日 →R6: 6,200人/日
					◆農林水産物等直販所販売額 H29: 13億1,200万円 → R6: 15億円
・商店街とカフェ、飲食テナント、公共スペース(公園、トイレ、イベントステージ)等多様な機能を有する新たな拠点との密接な連携による体験・交流の場の提供 ・商店街情報や観光情報等の発信強化、物販産直等の定期開催など、域外からの誘客(インバウンド含む)につながる”日常のにぎわい”の仕組みづくり					◆道の駅「よって西土佐」入込客数 H30: 18万6,924人 → R6: 20万人
					
・新たな拠施設(旧土庫銀行跡地)と既存の拠点施設(サンリバー四万十、いちじょこさん市場など)との連携による回遊性の創出(中心市街地、商店街等の店舗、商品、イベント等の発信強化等)の検討など街中へ誘引する仕組みづくり					
					
施設整備 開設					
・直販所(JA)の建て替えによる機能強化及び販売額の向上					
					
・道の駅「よって西土佐」を拠点に運営主体「(株)西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を拡充 地域コーディネート機能: 農産物栽培計画・集出荷等生産者支援、給食施設等への供給、商品開発・ブランド化、地域コミュニティづくり など - 広域連携の拠点機能: 道の駅間連携による販売促進、広域観光拠点として周遊観光を促進 - 外商・情報発信機能: 物産展・商談会への出展、ネット通販や観光情報発信・PRなどによる外商活動、観光誘客の促進 ・道の駅「よって西土佐」を拠点に「しまんとリバーベキュープロジェクト」を実施 (農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)					
					
・地域における生産、加工、販売の仕組みや拠点づくりを支援					
					
基本設計または アドバイザー業務 実施設計・施工 本格稼働					
・出荷頭数の増加による工場能力の拡大やHACCP(ハサップ)方式に基づく最新の衛生管理基準に適合した新食肉センターへの建替えを実施 ・周辺環境との調和が図られた安全・安心な食肉の供給拠点とし、地域間の競争力を高め、食肉のブランド化を目指す					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ2 地産外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容	
			I	II	III	IV			
1. 商品開発と磨き上げ	・本市の農畜産物を競合産地に打ち勝ち、優位に販売していくためには、四万十ブランドの確立や加工商品開発による高付加価値化が求められる。 ・ブランド化にあたっては、生産物の背景、特色などから差別化が図れる品目を戦略品目として選定し、ブランドの定義、栽培基準等を明確にするとともに、まとまりのある産地形成に向け、生産者の意識の共有と品質管理が必要。 ・生産者が独自に販売ルートを開拓する動きも見られる。 こうした独自に販売戦略が取れる農業者を支援していくことも必要。 ・生産者（グループ）による加工商品の製造・販売（6次産業化）は、組織力や商品の企画、製造、販売のノウハウが不十分で、零細な取り組みに留まっている。 そのため、そうしたノウハウを持つJAや市内商工業者等との連携を促進し、地域内の6次産業化を推進する。 ・ブランド化の推進には、認定要件の整備と品質、安定供給の確保が必須。「四万十ヒノキブランド化推進協議会（四万十市、四万十町、中土佐町、三原村）」において協議を重ね、共同歩調をとっていくことが必要。 そのためには、県幡多林業事務所に市町村連携の調整役を担ってほしい。 ・本市の小規模な加工事業体においては、大量生産よりもそれぞれの得意分野を活かしながら共同、連携も進め、高品質の木材を安定的に供給できる「製品産地」を目指し、その仕組をつくる必要がある。 ・中小の製材業者においては、良質材の天然乾燥ということも差別化、売りになるのではないかな。 ・市内には木工製品を加工販売する事業体もあり、こうした加工事業体の育成も必要。	【連携AP3】 (1)地元農畜産物を使った商品開発 【農業AP16】 【農業AP17】 【商工AP18】 【観光AP4】				○	○	四万十市 （農林水産課・観光商工課・産業建設課） JA高知県 事業者 生産者	○戦略品目のブランド化 《農業AP16》 ◎40010日プロジェクト 《農業AP16》 ★新食肉センター整備に伴う養豚場の整備促進 《農業AP16》 ★四万十牛を核とした西土佐地域の産業振興 《農業AP16》 《商工AP18》 《観光AP4》 ○地元農畜産物を使った商品の開発 《農業AP17》 ○意欲的な生産者への支援 《農業AP17》
		【連携AP4】 (2)四万十ヒノキ製品の商品力強化 【林業AP12】 【林業AP18】 【林業AP19】					○	○	四万十市 （農林水産課） 森林組合 四万十ヒノキブランド化推進協議会 製材加工事業者

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

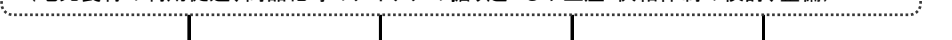
計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
 - 戦略品目の認知度及び販路拡大(市内外での物産展、量販店各種媒体でPR) - 品質を保てる長期保存の確立及び輸送コストの軽減等により県外での利用を促進 - 新しい戦略品目の選定とブランディングの構築 (基幹作物等からブランド化が可能な農作物を選定し、ブランドの構築を推進) - 生産者の意識醸成:安定した品質の確保に向けた農業生産工程管理(GAP)の推進 - 市及び関係機関のホームページ他多様な媒体を活用した情報発信の強化 など					◆四万十ブランドの確立や加工商品開発による高付加価値化が図られ、安定した農業経営につながっている ◆ぶしゅかん新植面積 H30:10.9ha → R6:25ha ◆ぶしゅかん生産量 H30:28.1t → R6:81t
 - しまんと農法米の生産拡大と安定供給 - 認定対象商品の拡大 - プロジェクトの趣旨や認定商品の情報発信と販路拡大 - 賛同者(生産者、消費者)の拡大 など					◆ゆず栽培面積 H30:44.0ha → R6:45ha ◆ゆず生産量 H27-H30平均:431.5t/年 → R6:445t ◆栗栽培面積 H30:48ha → R6:60ha ◆栗生産量 H27-H30平均:23.5t/年 → R6:60t
 養豚場誘致 養豚場建設 養豚場稼働 地元産ブランド豚の生産開始 養豚場の誘致による地元産豚のブランド化を図る					◆米ナス栽培面積 H30:504a → R6:490a ◆米ナス生産量 H30:260t → R6:359t
 西土佐地域の事業者と行政が連携して設立した「西土佐地域産業振興推進協議会」を中心に四万十牛を活用した地域活性化の取り組み					◆しまんと農法米栽培面積 H30:10.22ha → R6:20ha ◆しまんと農法米生産量 H30:33.2t → R6:80t ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム → R6:307アイテム/5年 ※農畜産物加工品以外を含む
 - 地元の産品を活用した新商品開発の支援 - 既存商品のブラッシュアップや未利用資源の掘り起こし - 四万十牛を活用した新商品、新メニューの開発及び販売					
 経営の多角化(農産加工やグリーンツーリズム等)に取り組む意欲ある生産者(個人・組織・グループ等)の原材料の安定供給に向けた体制づくり、販路開拓・拡大の取組みを支援					
 - 四万十ブランドの構築と認定要件の整備 (品質の強み(色、ツヤ、含水率、強度など)と背景(自然、歴史、文化など)を付加した四万十ブランドの構築) - 関係者間の意識共有と連携強化による安定した供給量と品質の確保 - 市及び関係機関のホームページほか多様な媒体を活用した情報発信の強化					◆「四万十ヒノキ」としての知名度が向上し、ヒノキ製品の生産が拡大している ◆木材・木製品製造品出荷額等 H29:8億496万円 → R6:9億円
 - 木材製品の生産性向上や高付加価値化に向けた支援 - 間伐材、端材等を利活用した競争力のある商品づくり(木工製品のデザイン、品質等の向上)における技術・ノウハウ習得の支援(研修機会の提供やアドバイザー派遣等) - 木工製品の需要の掘起し、拡大の取組みの支援					

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ2 地産外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 商品開発と磨き上げ	・市場や消費者の産地へのこだわりは薄れ、安定した量や品質の揃う他県産の養殖ものや価格の安い外国産を求める傾向が強くなっており、天然ものの価値や四万十川産としてのブランド力が年々弱まっている。 ・今ある商品（水産物や水産加工品等）を見つめ直すことが重要であり、多様化する市場や顧客のニーズに適した商品への磨き上げを進め、他産地に負けない品質を確保する必要がある。 ・出口（販路）を意識することで、漁り方から生鮮、加工品等として出荷されるまでの品質・衛生管理まで考えるようになり、県外等の取引に対応できる品質の確保と衛生管理体制の強化につながる。 ・漁業者（漁協等）による6次産業化は、商品の企画や営業、販売、また顧客対応等のノウハウが不十分であることから、ノウハウを持つ地域内の商工業者等と連携する仕組みがあれば新たな展開が期待できる。	【連携AP5】 (3)水産物の高付加価値化 【連携AP10】 【水産AP9】 【水産AP10】				○ ○	四万十市 （農林水産課・観光商工課・産業建設課） 漁業協同組合 事業者 生産者	○品質管理の向上 《水産AP9》 ○商品力の強化 《水産AP9》 ○未利用資源等の掘起しと利活用 《連携AP10》 《水産AP10》 ○新たな商品の企画・開発の支援 《水産AP10》
		【連携AP6】 (4)地域資源を活かした商品開発 【連携AP8】 【商工AP1】 【商工AP2】 【商工AP3】 【商工AP5】 【商工AP16】				○ ○	四万十市 （農林水産課・観光商工課・産業建設課） 関係団体・組織 事業者 生産者	○事業者や地域グループ等の人材育成 《連携AP8》 《商工AP5》 ○事業者、地域等の提案を拾い上げる体制づくり 《商工AP2、16》 ○事業者間のマッチング機会の創出 《商工AP2》 ○テストマーケティング 《商工AP1》 ○商品の品質、ラベル等の磨き上げや表示の適正化 《商工AP1》 ○新たな商品・サービス等の企画・開発支援 《商工AP3》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
					◆安定した品質が確保され、販売額の増加につながっている ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム → R6:307アイテム/5年 ※水産物加工品以外を含む
・漁獲から入荷、加工、包装、貯蔵等各生産工程における徹底した品質・衛生管理の推進 (スジアオリ、アオサについては洗浄、選別等品質管理の徹底により商品としての信頼性と競争力を確保)					
					
・加工品等の食味向上やラベル等の磨き上げ、表示の適正化など外商に向け商品力を高める取組み(研修機会の提供やアドバイザー派遣等)を支援					
					◆事業者間や地域で協働した商品開発、販路開拓等の取組みが円滑に推進されている ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム → R6:307アイテム/5年
・ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、一定の漁獲があるナマズ、スッポンなど未利用資源を掘起し、“四万十の食”として提供する料理の食材として、また加工品等の原料としての利活用を促進 ・未利用魚の漁獲手法の確立と供給体制の整備					
					
・漁協と商工業者、地域加工グループ等とのマッチングの場をつくり、連携の促進や取引の拡大、新商品開発等の新たなビジネスの創出を支援					
					◆事業者間や地域で協働した商品開発、販路開拓等の取組みが円滑に推進されている ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム → R6:307アイテム/5年
・事業者や地域グループ等において、資源を発掘し商品開発・販路開拓へのアレンジができる人材の育成に向けた研修機会の提供やアドバイザー派遣等の支援 ・商品開発、販路開拓に実績のある事業者で構成する推進組織での情報共有やノウハウ等の蓄積、新規参入事業者への助言等の実施					
					
・市関係各課、県地域支援企画員、地域おこし協力隊等が連携し、事業者、地域等からの相談や支援を実施(事業者や地域等が提案しやすい環境づくりと素材・アイデアの掘り起し、関係者・機関が連携した事業化へのサポート)					
					
・商工業者(食品加工業者、飲食店など)と農林漁業者など、事業者間のマッチングの場を提供(地元食材の利用促進、商品化等のアイデアの掘り起こしや生産・供給体制の検討、整備)					
					
・課題とニーズを把握するための対面販売、アンケート調査等によるテストマーケティングの実施(県アンテナショップ(まるごと高知など)や都市圏の展示・商談会への出展支援)					
					
・商品の品質や食味、ラベル等の磨き上げや表示の適正化など、外商に向けた課題解決のための各種研修機会の提供やアドバイザーの派遣を支援					
					
・農林水産物等の地域資源を活用した新たな商品やサービスの企画・開発を支援 ・企画段階の商品の市場性等の把握と想定する販路に見合う商品づくり(素材のピックアップ、規格、ラベル、価格設定等)のためのアドバイザー派遣を支援 ・評価、検証、改善を繰り返し、販売に至る極限まで商品力を高めるための対面販売、アンケート調査等によるテストマーケティング等の実施					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ2 地産外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 商品開発と磨き上げ	・中山間地域では、過疎化、高齢化の進展が著しく、地域の活力や集落機能が低下している。 一方、集落単位や任意団体、グループなど、小さな事業体が主体となって、地域連携と活性化に向け、「小さなビジネス」を展開する動きも見られる。 ・地域には、まだまだビジネスの芽となる素材やアイデアが埋もれているが、ビジネス化に向けたノウハウや人材、資金が不足している。 それらの掘り起しと事業化へのサポートを強化することが必要。 ・観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要。 ・観光（旅行）ニーズが多様化、細分化しており、きめ細かな観光リサーチや市場ニーズの把握により、マーケットインの視点に立った、満足度、リピート率の高い観光商品への磨き上げと新たな観光商品づくりが必要。 ・山川海すべてそろったフィールド、地域素材を観光に活かした新たな通年型・滞在型の観光商品づくりを進めるためには、異業種（農林水産業、商工業）も参加し自由に発想、アイデアを出し合い、企画提案できる場が必要。 ・多様な実施主体（商工関係団体、観光関係団体、地域など）によるイベントの開催や体験メニュー等があるが、効果等の検証が不十分で、横の連携もとれていない。 観光商品としての側面から、検証し磨き上げ、年間を通して繋ぐことで、より効果的な展開が図れる。 ・本市の観光は、シーズンと閑散期がはっきりしており、観光入込客数の拡大には、閑散期の対策が必要。 女子旅やシニア層をターゲットに、自然（環境）、食（薬膳、ジビエ）、健康（美容）、温泉などをキーワードとしたブランディングなど、ターゲット（エリア、年齢、性別など）とテーマを明確にした商品の企画が必要。 ・幡多広域、四万十川流域、県域を越えた四国西南地域、予土線県境地域など様々な広域連携の枠組みによる組織が設立、運営されている。 それぞれの圏域（枠組み）の目的、特色を活かした周遊観光プラン等の造成、情報発信、販売に取り組む必要がある。	【連携AP6】 (4)地域資源を活かした商品開発 【連携AP8】 【商工AP1】 【商工AP2】 【商工AP3】 【商工AP5】 【商工AP16】				○ ○	四万十市 （農林水産課・観光商工課・産業建設課） 関係団体・組織 事業者 生産者	○地域ならではのアイデア、資源を活かした商品開発 《商工AP16》
		【連携AP7】 (5)滞在型の観光商品づくり 【観光AP1】 【観光AP2】 【観光AP3】 【観光AP5】 【観光AP14】				○ ○	四万十市 （観光商工課・産業建設課） 観光協会 四万十市観光振興連絡協議会 西土佐観光推進協議会 四万十市体験型観光受入研究会 幡多広域観光協議会 予土県境地域連携実行委員会 四万十川流域市町村観光振興連絡会 四国西南地域観光連絡協議会	○観光マーケティングリサーチ 《観光AP1》 ○観光商品としての検証と磨き上げ 《観光AP2》 ○観光商品づくり研修会等の開催 《観光AP3》 ○異業種連携の強化 《観光AP3、14》 ○周遊観光プランの造成・発信及び販売 《観光AP5》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
 ・地域の小さな動きや情報を拾い上げ、地域ならではの資源、アイデアを活かした商品開発等を支援(6次産業化、農商工連携) ・実績のある集落やグループの新たな事業展開や規模拡大等の支援					◆事業者間や地域で協働した商品開発、販路開拓等の取組みが円滑に推進されている ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム → R6:307アイテム/5年
 ・観光客や旅行会社及びふるさと応援団等へのマーケティングリサーチによるニーズ把握 ・宿泊者の観光動向調査 ・全国(ふるさと応援団等)から四万十市の魅力を募集し、観光資源の掘り起こしと磨き上げ ・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の開発と今ある観光商品の磨き上げへ反映					◆多様な実施主体が連携を強め、満足度、リピート率の高い滞在型の観光プログラムを持続的に展開している ◆広域における一般観光客数 H30:118万466人 → R6:64,500人増 ◆広域におけるスポーツ客数 H30:17万8,977人 → R6:12,200人増 ◆広域組織における5つの機能 ①商品の企画・立案 ②商品の造成、販売、取扱 ③広報、情報発信、窓口 ④地域の人材育成 ⑤観光産業化 R6:強化 ◆教育旅行受入家庭数 H29:49軒 → R6:65軒
 ・多様な実施主体(商工業者、観光事業者、地域等)が行う、イベント、体験メニュー等について、観光商品としての側面から効果等を検証し、有望なイベント、体験メニュー等を磨き上げ ・旅行会社を招致し、観光メニューの検証や現地視察等を実施し、販路を意識した商品の磨き上げと商品採用に向けたセールスを展開					◆広域におけるはた旅体験商品利用者数 H30:20,269人 → R6:24,200人 ◆広域におけるはた旅体験商品数 H30:101商品/年 → R6:100商品/年
 ・観光商品企画等のための勉強会等を開催 ・閑散期のターゲット(女性、シニア層、外国人など)の絞り込みとターゲットに合わせたメニュー開発(自然(環境)、体験、健康、食、温泉などをテーマとした閑散期の滞在型観光メニューづくり)					
 ・異業種(農林水産業、商工業など)連携の強化(異業種間の情報共有、ノウハウや技術の連携による商品の開発の芽出し、サービスの向上や情報発信の強化) ・農林水産業、商工業との連携を促進し、グリーンツーリズムや田舎体験など通年型・滞在型の観光商品づくりを推進					
 ・幡多広域観光協議会を核とした幡多広域圏での周遊観光プランの造成・発信及び販売 ・四万十川流域市町村観光振興連絡会議での山・川・海の周遊観光プランの造成・発信 ・四国西南地域(四国西南サミット観光部会、四国西南地域観光連絡協議会、予土県境地域連携実行委員会)での県境を越えた周遊観光プランの造成・発信 ・四国ツーリズム創造機構との連携による周遊観光プランの造成・発信 ・れんけいこうち広域都市圏による魅力的な資源の発掘・創出及び活用や、それらの効果的なPR、また、圏域全体での周遊観光の造成や情報発信、受入体制の整備に取り組					

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ2 地産外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
2. 情報発信と販路開拓・拡大	・販路開拓、販売促進に向けた個々の事業者の取組みには、限界がある。 商談会など販路開拓に向けた支援はもとより、“食”や観光PRとも連携した一体的な販売促進活動を都市圏で展開していく必要がある。 ・販売促進には、商品（特産品等）だけでなく、背景やストーリー、観光情報やイベント等のあらゆる地域情報を網羅した一元的な情報発信が効果的。 ・「いなか暮らし」や「スローライフ」への関心が高まる中、地域に根づく特産品、それらを作る人、地域のイベントや多様な魅力をコーディネートし発信していくことは、定住や交流人口の拡大につながる。 ・「食」の安全・安心、健康志向が高まる中、有機農業の市場は全国的に広がっており、1つのトレンド。 四万十川のネームバリューで県外からの引き合いもあり、市価の3倍程度の高値販売に至っている市内水稲農家の事例もあり、市内農産物の高付加価値化の一つの突破口となるとともに、有機農業の産地形成が進めば、本市のイメージ（清流四万十川）アップにもつながる。 ・市産材の大消費地への販路拡大には、個々の事業者では営業力、流通体制に限界がある。 県との連携、協働により、県下的に一元化された販売窓口を活用した発信力、販売力の強化、流通体制の整備が必要。 ・四万十川西部漁協では、独自の販売部門として「あゆ市場」を設け、水産物の集出荷、商品開発、販路開拓に意欲的に取り組んでいる。 漁協それぞれに特色があり考え方に差異もあるが、自ら価格形成できるよう販売力を強化していくことは必要。 ・「四万十川の青のり、青さのり」として、地域団体商標を取得しているものの、PRや販売に十分活かされていない。 ブランド力、知名度の維持、再強化に向けた情報発信、PRの強化が必要。 ・四万十川産としての知名度、ブランド力は有するが、水産物や加工品の特色、他産地との違いや優位性などの強みを付加したブランディングと発信が必要。	【連携AP8】 (1)地域産品の発信と販路開拓・拡大 【連携AP1】 【連携AP2】 【連携AP6】 【連携AP9】 【連携AP11】 【農業AP15】 【農業AP17】 【農業AP18】 【林業AP15】 【林業AP20】 【水産AP11】 【水産AP12】 【商工AP4】 【商工AP5】 【商工AP7】 【商工AP8】 【商工AP10】 【商工AP17】 【商工AP18】 【観光AP7】 【観光AP10】				〇〇	四万十市 (農林水産課・観光商工課・産業建設課) 関係団体・組織 事業者 生産者	◎産業間連携や広域連携による外商活動等 《農業AP17》 《林業AP15》 《水産AP12》 《商工AP4、8》 《観光AP7》 ○商談会等販路開拓・拡大の支援 《農業AP17》 《水産AP12》 《商工AP4》 ○一元的な情報発信の促進 《連携AP9、11》 《商工AP4、7》 《観光AP7、10》 ○地域の人、もの、コトの発信 《商工AP17》 ○事業者や地域グループ等の人材育成 《:連携AP6》 《商工AP5》 ○有機農産物の流通促進 《連携AP1》 《農業AP18》 ○四万十ヒノキ製品の販売力の強化 《林業AP20》 ○漁協の販売機能の強化 《連携AP1》 《水産AP11》 ○水産物・水産加工品のブランディングの構築と発信 《水産AP12》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
					◆産業間が連携し、多様な外商活動が展開されている ◆多様な広報・プロモーション活動が展開され、地域産品の販売促進につながっている ◆商談会等での成約率 H30:20.8% → R6:25%
・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(「四万十フェア」の開催など) ・友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) ・幡多広域地産外商協議会で外商活動と観光情報発信、PR活動を広域で一体的に推進(量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致など) ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)					
					
・商談会、展示会、物産展等での販路開拓・販売促進活動を支援(県地産外商公社との連携)					
					
シティプロモーションの推進					
・「川とともにいきるまち」をキャッチフレーズに、市のロゴマークを使用したツール等を活用し、各産業分野で統一感あるPR活動など、様々な手法でプロモーションを推進					
					
・地域の新しい発信の形として、地域の人、物、事をデザイン、コーディネートできる人材の育成や映像コンテンツ等による情報発信を支援					
					
・事業者や地域グループ等において、資源を発掘し商品開発・販路開拓へのアレンジができる人材の育成に向けた研修機会の提供やアドバイザー派遣等の支援 ・商品開発、販路開拓に実績のある事業者で構成する推進組織での情報共有やノウハウ等の蓄積、新規参入事業者への助言等の実施					
					
・市外へ配送できる環境整備への支援 ・有機農産物の産地形成、安定供給					
					
・県が進める「土佐材」の販売促進活動(一元化された販売窓口、商談会、展示販売会)との連携・協働につながる販売体制を整備し、大消費地における四万十ヒノキの知名度向上と販路開拓の取組を実践					
					
・漁業協同組合の特色に応じた販売力の強化 ・地域団体商標を活用したPR・販売の推進(市内加工事業者と連携した水産物、水産加工品等の販売活動を強化) ・「あゆ市場」と道の駅「よって西土佐」の運営主体「(株)西土佐ふるさと市」(地域商社)と連携したPRと販売機能強化					
					
・漁業協同組合の特色に応じた販売力の強化 ・地域団体商標を活用したPR・販売の推進(市内加工事業者と連携した水産物、水産加工品等の販売活動を強化) ・「あゆ市場」と道の駅「よって西土佐」の運営主体「(株)西土佐ふるさと市」(地域商社)と連携したPRと販売機能強化					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ2 地産外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
2. 情報発信と販路開拓・拡大	・漁業独自の販売力、販路拡大には限界がある。市内の加工事業者など商工業者との連携や県との協働により、有利販売に向けたノウハウの蓄積と実践を積み重ねていく必要がある。 ・イベントを通じた「待ちの誘客」から旅行会社への営業やソーシャルネットワーク等を重視した「動く誘客」へのシフト。 ・市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割を明確にし、それに応じた人材、組織のスキル(商品企画、プレゼンテーション等)の向上が必要。 ・市内の観光関連事業者(宿泊施設等)の企画提案力、情報発信力には差異があり、限界もある。協議会、組合等による組織力を高める必要がある。 ・旅行会社の種別、特性(取扱商品、顧客層、販売期間等)に応じた効果的な営業活動が必要。 また、旅行代理店の発信力を活用した外国人観光客(主に台湾、中国等のアジア圏)の誘客強化も必要。	【連携AP8】 (1)地域産品の発信と販路開拓・拡大 【連携AP1】 【連携AP2】 【連携AP6】 【連携AP9】 【連携AP11】 【農業AP15】 【農業AP17】 【農業AP18】 【林業AP15】 【林業AP20】 【水産AP11】 【水産AP12】 【商工AP4】 【商工AP5】 【商工AP7】 【商工AP8】 【商工AP10】 【商工AP17】 【商工AP18】 【観光AP7】 【観光AP10】				○ ○	四万十市 (農林水産課・観光商工課・産業建設課) 関係団体・組織 事業者 生産者	◎新たな拠点(旧土豫銀行跡地)による情報発信の強化と販わいの創出 《連携AP2》 《商工AP10》 ◎道の駅「よって西土佐」の機能拡充 《連携AP2》 《農業AP15》 《商工AP18》
		【連携AP9】 (2)観光商品のセールス・情報発信 【連携AP8】 【連携AP11】 【商工AP4】 【商工AP7】 【観光AP5】 【観光AP6】 【観光AP7】 【観光AP10】				○ ○		○広域連携によるキャンペーンの展開 《観光AP5》 ○営業力のある人材、組織の育成 《観光AP6》 ○旅行会社への営業活動の促進 《観光AP6》 ○旅行商品商談会等への出展 《観光AP6》 ○海外への営業活動の促進 《観光AP6》 ○多様な媒体を活用した広報活動の強化 《観光AP7》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
◆産業間が連携し、多様な外商活動が展開されている ◆多様な広報・プロモーション活動が展開され、地域製品の販売促進につながっている ◆商談会等での成約率 H30:20.8% → R6:25%					
◆観光人材・組織のスキル(商品企画、営業力等)が向上し、観光誘客が増加している。 ◆多様な広報・プロモーション活動が展開され、観光誘客につながっている ◆観光協会ホームページアクセス数 H30:189,053件 → R6:200,000件					

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ2 地産外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	V		
2. 情報発信と販路開拓・拡大		【連携AP9】 (2)観光商品のセールス・情報発信 【連携AP8】 【連携AP11】 【商工AP4】 【商工AP7】 【観光AP5】 【観光AP6】 【観光AP7】 【観光AP10】		○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課) 観光協会 幡多広域観光協議会	○一元的な情報発信の促進 《連携AP8、11》 《商工AP4、7》 《観光AP7、10》 ○ターゲットに合わせたプロモーションの展開 《観光AP7》 ◎産業間連携や広域連携による誘客(PR)活動 《連携AP11》 《観光AP7》
3. 四万十の“食”文化の磨き上げと発信	・本市は、人口当たりの飲食店数が突出しており、多様な農林水産物による豊かな食文化を有している。 “食”は、各産業分野の連携と相乗効果をもたらし、本市の強み、売りになる。 地域に根づいている食文化の磨き上げ、地域が誇る有望素材の掘起しや新たな食を創造していくことも必要。 ・農林水産業、商工業との連携を深め、観光面でもこれまでに以上に食にスポットを当て、“食のまち”としての観光地づくりを進めることが重要。 ・本市の強みである“食”をより魅力あるものするためには、地元産の食材を使うことが重要で、観光客等へのアピールにもつながる。 ・市内においても消費者の魚離れが進んでおり、多様な水産資源を活かし、地域に根づいた魚食文化の磨き上げと発信が必要。 ・市内では消費されない魚種でも、他県では食文化として根つき、加工による高付加価値化や観光資源として重宝されているものも数多くある。 ・商工業分野(飲食店等)においても未利用資源を活用した料理などの潜在的ニーズがある。未利用の有用な魚種を掘り起こし、供給体制を整備するとともに、意欲ある商工業者と食や商品開発、販売等に取り組むことも必要。	【連携AP10】 (1)“食”文化の磨き上げ 【連携AP5】 【水産AP10】 【水産AP13】 【商工AP6】		○	○		四万十市 (農林水産課・観光商工課・産業建設課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○四万十の食文化の掘起し、磨き上げ 《商工AP6》 ○塩たたきのブランド化の推進 《商工AP6》 ○魚食文化の磨き上げ 《水産AP13》 ○未利用資源等の掘起しと利活用 《連携AP5》 《水産AP10》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
シティブロモーションの推進 ・「川とともにいきるまち」をキャッチフレーズに、市のロゴマークを使用したツール等を活用し、各産業分野で統一感あるPR活動など、様々な手法でプロモーションを推進					◆観光人材・組織のスキル(商品企画、営業力等)が向上し、観光誘客の拡大につながっている ◆多様な広報・プロモーション活動が展開され、観光誘客につながっている ◆観光協会ホームページアクセス数 H30:189,053件 → R6:200,000件
・ターゲットの絞り込み(ファミリー、シニア、女子会、外国人など)とテーマ性を持ったプロモーションの展開					
・都市圏での“食”や物産の販促活動と連携した誘客(PR)活動の展開 (「四万十フェア」の開催など) ・友好都市と連携した物産展等での誘客(PR)活動の展開 ・幡多広域地産外商協議会において、広域連携による量販店でのフェア等の開催、パイヤー招致などの外商活動と観光情報発信・PR活動を一体的に推進 ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)					
・事業者間連携による有望な素材(地域食材、郷土料理、薬膳料理等)の掘起し、磨き上げや未利用素材(雑魚など)の活用					◆四万十の“食”として市内外の知名度が向上し、販売や観光誘客などの拡大につながっている
・食文化として根付く「中村の塩たたき」の普及に向けた取組み(販促PR資材の作製や情報発信等)を支援しブランド化を推進					
・商工業者等との連携による“食”の磨き上げ、新たなレシピ開発等商品化に向けた調査・研究(魚種と漁獲時期の適切な組み合わせにより周年で楽しめる魚食文化を創造) ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)					
・ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、一定の漁獲があるナマズ、スッポンなど未利用資源を掘起し、“四万十の食”として提供する料理の食材として、また加工品等の原料としての利活用を促進 ・未利用魚の漁獲手法の確立と供給体制の整備					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

連携テーマ2 地産外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 四万十の“食”文化の磨き上げと発信	・強みである“食”が十分発信できていない。観光の側面からもこれまで以上にスポットを当て“食のまち”として発信し、観光客の誘客(日常の観光)に繋げていくことが重要。 ・“食”に関連したイベントは数多く開催されているが、それぞれの実施主体ごとに企画、発信され、横の連携が不十分で効果的な発信ができていない。 多様なイベントを観光の側面などから繋ぎ、トータルにコーディネートし発信していくことが求められる。 ・そうした人材を育成・確保し、受け皿となる組織(商工会、商工会議所、観光協会等)の体制を強化するとともに、観光情報、特産品、“食”、イベント等のあらゆる地域情報を網羅した一元的な情報発信が必要。 ・市内を拠点とした発信、普及に加え、都市圏等に拠点を置いた発信、普及による外商強化も必要。 県アンテナショップ(まるごと高知など)等を拠点に、物産販売、観光PRと連携したフェアの開催ほか、市内事業者が県外へ店舗展開(飲食店等の出店)し、四万十の食の提供や地域情報を発信するアンテナショップ的な機能を果たす取組を支援することも必要ではないか。	【連携AP11】 (2)“食”の発信 【連携AP8】 【連携AP9】 【水産AP14】 【商工AP4】 【商工AP7】 【商工AP8】 【観光AP4】 【観光AP7】				〇〇	四万十市 (農林水産課・観光商工課・産業建設課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○食の魅力を活かした観光地づくり 《観光AP4》 ★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造成・発信及び販売 《観光AP4》 ○食の発信イベント・企画の磨き上げ及び拡充 《水産AP14》 《商工AP7》 ○一元的な情報発信の促進 《連携AP8、9》 《商工AP4、7》 《観光AP7、10》 ◎産業間連携や広域連携による誘客(PR)活動 《連携AP9》 《観光AP7》 ★県外事業者等の拠点を活用した外商活動 《商工AP8》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)
R2	R3	R4	R5	R6	
 ・四万十の食文化(地域の食材や郷土料理)の掘り起しや磨き上げと連動し、食のまちとしての観光地づくりを推進 ・旬の食材によるキャンペーンなど期間限定による誘客の仕組みづくり ・食のイベント等との連携による四万十の“食”を前面に打ち出した観光振興					◆四万十の“食”として市内外の知名度が向上し、観光誘客や市街地への人の回遊につながっている ◆県内平均消費額(四万十川) H29:28,869円 →R6:33,000円 ◆商店街通行者数(平日) H27~H30平均:5,338人/日 →R6:6,200人/日 ◆産業祭来場者数 H30:20,000人 → R6:40,000人/5年
 ・県が進める観光プロモーション活動(R01~R02リョーマの休日~自然体験キャンペーン~など)との連携による発信強化 ・本市の自然景観やビュースポット等と、それらを活かしたアクティビティや地域の体験プログラム、歴史・文化や食などの観光資源が一体となった観光プログラムを造成し、周遊を促進する。 ・自然・体験型の観光基盤や周遊コースの整備にあたっては、外国人観光客の受入にも対応させ誘致拡大につなげる。					
 ・既存の食イベント・企画(「四万十うまいもの商店街」、「中村の塩たたき」、「スイーツの日」など)の磨き上げと新たな食イベントの企画・運営 ・旬の食材による期間限定キャンペーンなどの企画・運営					
 シティプロモーションの推進 ・「川とともにいきるまち」をキャッチフレーズに、市のロゴマークを使用したツール等を活用し、各産業分野で統一感あるPR活動など、様々な手法でプロモーションを推進					
 ・都市圏での“食”や物産の販促活動と連携した誘客(PR)活動の展開(「四万十フェア」の開催など) ・友好都市と連携した物産展等での誘客(PR)活動の展開 ・幡多広域地産外商協議会において、広域連携による量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致などの外商活動と観光情報発信・PR活動を一体的に推進 ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)					
 ・都市圏等県外事業者等の拠点を活用し、四万十市の食や地域産品等の発信する催事等の開催、PR普及活動等の推進					

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

2. 農業分野

戦略の柱1 産地としての維持・強化

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 戦略品目の生産拡大	【ぶしゅかん】 ・ぶしゅかんは、本市の食文化に根づき、独自性を発揮できる品目だが、全国的な認知度がなく、他の酢ミカン(ゆず、すだち、かぼす)が市場(青果出荷)を占有する中、現状では系統出荷による市場流通は厳しい状況。 ・ぶしゅかんの青果や加工品の販売促進活動を積極的に展開し、一定の引き合いがあるが、生産量が少なく商談に至らない場合がある。安定供給に向けた生産量の確保と産地形成が必要。 【ゆず】 ・秀品率が高く、価格的にも県下の物部地域と変わらない水準であるものの青果率は低下している。栽培技術や作業効率の改善、普及など、いかに青果率を上げるかが課題。 【栗】 ・四万十ブランドと特有の糖度から県内外からの引き合いは多いものの生産量の減少で需要量が確保できておらず、安定供給できる生産体制の強化が必要。 【米ナス】 ・西土佐地域で有望品目として推奨され、産地化に取り組んでいるが、地元での認知度が低い。地元での認知度向上と栽培技術の普及を図り、若い農業者が所得を得ることが出来る品目としていくことが重要。 【有望品目】 ・本市の園芸作物は、相対的に少量多品目生産であり、品目に特化した産地化の動きは弱い。農地の8割は水稲となっており、平地は冠水地帯が多リスクの高い野菜は避けられてきた経緯もある。 ・産地とは、その地域での栽培に適し、栽培技術が蓄積され、販路が明確で収益性の高い作物が一定のまとまりを持って作られ、安定収量が確保されていること。 平地と山間地では、気象条件などから適した品目は異なるため、栽培条件に適し収益性の高い有望品目を見極め、産地化を推進する必要がある。 ・有望品目は、中期的には今ある有望品目の産地強化が重要であり、長期的には農業公社等が試験栽培に取組み、有望な新規作物を普及していく必要もある。 ・新規作物の導入には、市場性や販路などの出口を検証したうえで有望品目を選定し、栽培実証を経てはじめて農家へ普及することとなり、販売に至るまでには5年から10年の期間を要する。	【農業AP1】 (1)ぶしゅかんの産地づくり	○	○	○		四万十市 (農林水産課・観光商工課) 生産者 事業者	◎生産量の拡大と産地化の推進
		【農業AP2】 (2)ゆずの産地化促進	○	○	○		四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県 生産者 事業者	○生産性の向上 ○隔年結果の低減や青果率、秀品率の向上
		【農業AP3】 (3)栗の産地再生	○	○	○		四万十市 (産業建設課) JA高知県 生産者 事業者	◎栗園の再生
		【農業AP4】 (4)米ナスの振興	○	○	○		四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県 生産者 事業者	★生産量の拡大と産地化促進 ★地元での認知度向上及びブランド力の向上
		【農業AP5】 (5)有望品目の産地強化	○				四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県 四万十農園あぐりっこ 西土佐農業公社 集落営農組織 生産者	○地域に根づいた有望品目による産地の育成・強化 ○新規品目導入の支援 ★新規品目「わさび」の栽培実用化に向けた取組み ○野菜価格安定制度による経営支援

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
ぶしゅかん産地化推進事業(苗木代、鳥獣害防護柵、栽培基準の配布) ・ぶしゅかんを耕作放棄地、傾斜地へ新植、改植を促進 ・「ぶしゅかん産地化推進計画」の策定 ・定植後の圃場管理体制整備(生育状況管理等)し、良好な圃場への面積拡大を促進					◆ぶしゅかん新植面積 H30:10.9ha →R6:25ha ◆ぶしゅかん生産量 H30:28.1t →R6:81t	県計画地域AP ◆四万十ぶしゅかんの産地形成とブランド化
・収穫、集荷に係る労働力確保の取り組みによる、品質・生産性の向上 (無料職業紹介、農福連携など)					◆ゆず栽培面積 H30:44.0ha →R6:45ha ◆ゆず生産量 H27-H30平均 431.5t/年 →R6:445t	
・栽培技術や選果における目慣らしなど生産・出荷の研修会等の開催 (JA、県農業振興センター等との連携)						
栗暮projectの推進 ・栗の新改植、栽培技術等の普及、栗栽培放棄地の再整備 ・民間事業者と連携した商品開発等による栗の付加価値化 ・栗実証農園で平場の省力化栽培の実証及び担い手育成 ・栗栽培の平場転換への推進					◆栗栽培面積 H30:48ha →R6:60ha ◆栗生産量 H27-H30平均 23.5t/年 →R6:60t	県計画地域AP ◆西土佐産栗の地産外産の推進
・産地提案による新規就農者の受け入れ ・簡易雨よけハウス等による省力化及び収量の増加 ・篤農家等とのネットワークによる担い手の技術の向上支援					◆米ナス栽培面積 H30:504a →R6:490a ◆米ナス生産量 H30:260t →R6:359t	
・学校給食での利用や食育、地元飲食店等での定番メニューづくりによる認知度の向上 ・ナスフェア等の開催による消費の拡大 ・地元認知度や品質の向上、外商活動によるブランド化の推進						
・基幹作物として栽培技術・ノウハウが定着し、収益性の高い品目を戦略品目として選定 中村地域:トマト、キュウリ、ピーマン、オオパなど 西土佐地域:小ナス、いごっそうなす、ししとう、なばななど ・関係機関(JA、県等)及び篤農家による栽培技術や経営ノウハウに関する助言・指導が容易に受けられる仕組みづくりとその実践 ・環境制御技術導入加速化事業の普及を推進					◆有望品目の安定生産や新規品目が地域内で定着し、安定した農業経営につながっている	
新規作物導入等試作支援事業 ・西土佐農業公社において3~4年かけて可能性のある品目を試験栽培						
水稻後作の有望品目の推進 ・水稻の後作で有望とされる品目(ブロッコリー等)の導入にかかる経費を支援						
新規品目「わさび」の栽培実用化に向けた取り組み						
・野菜価格安定制度により農家所得の安定を図る ・将来的には中村地域、西土佐地域を統合した新制度を制定						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱1 産地としての維持・強化

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
2. 生産性の高い栽培技術の導入	・新規就農者にとって所得が上げられる品目は何かというところから、営農指導にあたる品目を絞り込む必要がある。 品目選定にあたってはJAの部会などの意見も聞き、あらゆる品目の中から可能性があるものを選定する。 ・西土佐地域では、露地(夏場)で所得が上げれる米ナス、小ナスの篤農家が育っており、篤農家と地域の担い手農家のネットワークも構築され、その栽培技術の普及による産地形成の動きが活発になっている。 実際に所得を上げている篤農家のほ場、栽培技術を理屈ではなく現場で見せ、学び教え合うことは大変意義がある。 ・「食」の安全・安心、健康志向が高まる中、本市のイメージ(清流四万十川)と環境に配慮した農法により生産された農産物は、消費者への大きなアピール、付加価値になる。 ・担い手の減少・高齢化による労働力不足が深刻化しており、先端技術を活用した施設やシステムを導入し、作業の自動化、効率化、省力化を行うことも重要。	【農業AP6】 (1)学び教えあえる場づくり	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県 四万十農園あぐりっこ 西土佐農業公社 生産者	○学び教えあう場づくり
		【農業AP7】 (2)環境保全型農業の推進	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 生産者	○環境保全型農業の普及・啓発
		【農業AP8】 (3)先端技術を活用した園芸施設や園芸システム等の普及推進	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 生産者	◎次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
3. 集落営農の推進	・高齢化の進展や担い手不足により生産力は著しく低下し、農地の保全すらも困難になってきている。 ・小規模農家が農地を守り農業を続け、集落を維持していくためには、協業による組織的経営への転換が必要。 ・集落営農組織は、31組織(中村15・西土佐16)あるが、任意組織で体制や経営力が弱い。法人化による組織力、経営力強化が必要。 ・集落営農組織のうち集落全体で取り組む組織は、17組織(中村12・西土佐5)。組織化にあたっては、集落全体での合意形成、取組みに繋がることが望ましい。 ・組織化、法人化への課題をクリアし組織をまとめられるリーダー的存在が集落に不足している。リーダーの育成とともに、集落の現状(農業経営の状況や耕作放棄地、担い手の実態など)の共有と集落営農に対する理解や周知が必要。 ・米価が低迷する中、水稻のみの集落営農では所得の確保が難しいため、有望な園芸品目の導入や農産加工、グリーンツーリズムなど、集落の拠点ビジネスへの発展を目指すことも必要。 ・地域の高齢化に伴い、集落営農組織のメンバーも高齢化し、担い手が不足する組織が増加。複数の集落での広域連携活動の体制整備が必要となっている。	【農業AP9】 (1)集落営農の組織化、法人化の支援	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 集落営農組織	○組織化に向けた取組みの推進 ★組織の広域連携の推進 ○フォローアップ体制の充実・強化
		【農業AP10】 (2)こうち型集落営農の実践	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 集落営農組織 JA高知県 生産者	○収益性の高い品目を導入した組織の育成・支援

※基本戦略：Ⅰ足腰を強め、地力を高める Ⅱ産業間の連携を強化する Ⅲ情報発信と外商の強化 Ⅳ産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆栽培技術や経営ノウハウの習得と情報の共有 (篤農家から助言・指導が受けられるネットワークの構築と篤農家のほ場を学び教えあう場として、新規就農者等(品目転換を含む)を支援する体制の整備・拡充					◆講座等を通じて、営農に不可欠な栽培技術や経営感覚が習得され、持続的な農業経営が実践されている ◆新規就農者等と篤農家との交流が促進され、情報収集や就農後の相談体制等のネットワークが構築されている	
◆先進的農家のほ場における講習会等の開催 (地域の特性や作物に応じた土づくり、施肥管理、防除技術(IPM技術)等を効果的に導入) ◆環境保全型農業直接支払制度の周知徹底:市及び関係機関による広報活動の強化 ◆農業生産管理行程(GAP)取組農家の育成					◆四万十川のブランドイメージにマッチした環境保全型農業が推進され、消費者からの支持が集まり、農産物の高付加価値が高まっている	
有機農業等総合支援事業 ◆化学肥料・農薬に頼らない土づくりを目的に家畜ふんたい肥等の利活用の促進を図り、有機農業をはじめとする環境保全型農業を推進					◆環境保全型農業直接支援対策事業参加経営面積 H30:21.4ha →R6:25ha ◆環境保全型農業推進事業実施経営体数 H30:21戸 →R6:20戸を維持 ◆次世代施設園芸等への誘致企業数 H30:0社 →R6:1社	
◆次世代型施設園芸システムの普及推進及び企業参入(企業誘致)を推進 ◆先端技術を活用したスマート農業の導入による効率化や省力化を推進						
◆集落座談会の開催:市及び関係機関で連携し、集落営農及び組織設立等の助言、指導 ◆集落協定(中山間地域等直接支払制度)に対する働きかけを強化し、研修会、座談会等へ誘導 ◆各種会合等において集落営農の広報活動を強化					◆集落営農組織数 H30:31組織 →R6:31組織を維持 ◆農業経営を行う法人数 H30:4法人 →R6:8法人	
◆広域連携に向けた現状調査 ◆広域連携組織の設立						
◆集落営農組織連絡協議会の開催 (既存組織を対象に情報共有やスキルアップ(法人化、リーダー育成)等の支援) ◆集落営農研究会の開催 (組織化を目指す集落協定等を対象にリーダーの育成や組織設立の必要性を認識) ◆集落営農研修会の開催 (県外の先進的な集落営農組織の講演等を通じたリーダーの意識改革と組織の活性化)						
集落営農支援事業 ◆営農活動の持続・拡充に向けた取組みの支援 (水稻後作の有望品目や、施設野菜の導入支援)					◆収益性の高い品目を導入する組織が育成されている	

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱1 産地としての維持・強化

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
4. 生産・出荷支援システムの構築	・高齢化の進展や担い手不足により、労働力の低下が著しく、農業ヘルパーなど高齢農家への作業支援の仕組み、さらには農作物は作れても出荷などで苦慮する農家も増えており、集出荷支援の仕組みや共同で生産を行うなど、農業を維持していく上で仕組みづくりの必要性が増している。 ・作業支援や集出荷支援の仕組みは、若者の「雇用」や「所得」の確保にもつながる。 山間部では夏場は小ナス、米ナスで生計が立てられるが、冬場のゆずの収穫や集出荷など、雇用、所得につながる仕組みがあればいい。	【農業AP11】 (1)農作業支援体制の充実	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県 西土佐農業公社	○農作業支援体制の整備
		【農業AP12】 (2)集出荷支援体制の充実	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県 大川筋振興組合 東富山を守る会 生産者	○集出荷拠点施設の運営及び集出荷支援
		【農業AP13】 (3)地域内農業者の共同生産体制の構築	○			○	四万十市 (産業建設課) JA高知県 生産者	★共同生産体制の構築

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
無料職業紹介所の運営 ・支援希望農家登録、支援できる人材登録を行い、マッチング作業) ・農家と市、関係機関の連携による情報収集と情報提供 ・農福連携の調査、研究					◆無料職業紹介所 紹介件数 H30:82件 →R6:180件	
農作業支援 ・担い手の高齢化や繁忙期により労働力が不足している農家の作業支援を実施 ・農作業に特殊機械が必要な場合に機械の貸出し等を実施						
・拠点施設の運営、活用 ・集出荷体制の構築と作物生産の維持・拡大					◆生産・出荷支援シ ステム取組件数 H30:5件 →R6:5件を維持	
共同生産開始 生産活動の検証と生産拡大 ・生産技術は有するが高齢等の理由で一人では農業ができない方等を中心にグループを結成し 農業の共同生産を実施 ・農業生産を継続することで若い農業者へ技術の継承等を実施					◆生産技術を有する者 がリーダーとなり共同 生産を行うグループが 結成され、出荷・販売が 行なわれている。	

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 地元農畜産物の利用・販売促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 地元農畜産物の利用促進	・地元農畜産物の利用(地産地消)についての認知はあるものの、行動には十分結びついていない。 市内での販路(地産地消)が拡大すれば生産者の励みになり、地産地消のまちとして、本市のPRにもつながる。 ・地域内で地元農畜産物の利用促進を図るには、食を提供する公共施設(学校、保育所、市民病院など)で率先して利用することが必要で、利用状況やニーズにあわせた供給の仕組みづくりが必要。 ・市内の飲食店、食を提供する民間施設(宿泊施設等)における、食材の調達ルート、市内農畜産物の利用状況、利用にあたっての障害などが十分把握できていない。 ・本市の強みである“食”をより魅力あるものにしていくためには、飲食店や宿泊施設等で地元産の食材が使われていることが重要であり、観光客等へのアピールにもつながる。 ・飲食店では地元産の野菜等を使いたい意識はあるものの、調達に労力をかけることは難しい。	【農業AP14】 (1)地元消費拡大に向けた取組みの強化	○	○			四万十市 (農林水産課・産業建設課・観光商工課) 地産地消推進団体 西土佐地域地産地消推進協議会 集落営農組織	○公共施設での利用促進 《連携AP1》 ○市内量販店等を拠点とした販路拡大 《連携AP2》 ○地元消費拡大フェアの開催 《連携AP1》
		【農業AP15】 (2)直販機能の強化	○	○			四万十市 (農林水産課・産業建設課) 直販所	◎直販所機能の強化 《連携AP2》 ◎道の駅「よって西土佐」の機能拡充 《連携AP2、8》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 地元農畜産物の利用・販売促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
2. ブランド化の確立と販売促進	・本市の農畜産物を競合産地に打ち勝ち、優位に販売していくためには、四万十ブランドの確立や加工商品開発による高付加価値化が求められる。 ・ブランド化にあたっては、生産物の背景、特色などから差別化が図れる品目を戦略品目として選定し、ブランドの定義、栽培基準等を明確にするとともに、まとまりのある産地形成に向け、生産者の意識の共有と品質管理が必要。 ・生産者が独自に販売ルートを開拓する動きも見られる。 こうした独自に販売戦略が取れる農業者を支援していくことも必要。 ・生産者（グループ）による加工商品の製造・販売（6次産業化）は、組織力や商品の企画、製造、販売のノウハウが不十分で、零細な取り組みに留まっている。 そのため、そうしたノウハウを持つJAや市内商工業者等との連携を促進し、地域内の6次産業化を推進する。 ・都市圏等大消費地への流通・販売は、商工業や観光分野と連携した販売促進活動を展開するとともに、海外輸出も含め、県の外商戦略と連携、協働していくことが必要。	【農業AP16】 (1)ブランド化の推進	○	○	○		四万十市 （農林水産課・産業建設課） JA高知県 生産者 事業者	○戦略品目のブランド化《連携AP3》 ◎40010日プロジェクト《連携AP3》 ★新食肉センター整備に伴う養豚場の整備促進《連携AP3》 ★四万十牛を核とした西土佐地域の産業振興《連携AP3》
		【農業AP17】 (2)地元農畜産物を使った商品の開発・販売	○	○	○		四万十市 （農林水産課・産業建設課・観光商工課） 生産者 事業者	○地元農畜産物を使った商品の開発《連携AP3》 ○意欲的な生産者への支援《連携AP3》 ◎産業間連携や広域連携による外商活動等《連携AP8》 ○商談会等販路開拓・拡大の支援《連携AP8》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆しまんと農法米 栽培面積 H30:10.22ha →R6:20ha ◆しまんと農法米 生産量 H30:33.2t →R6:80t					【連携AP3】 地元農畜 産物を使った商品開発 県計画地域AP ◆四万十牛の生産・ 加工・販売体制の 強化	
・戦略品目の認知度及び販路拡大(市内外での物産展、量販店各種媒体でPR) ・品質を保てる長期保存の確立及び輸送コストの軽減等により県外での利用を促進 ・新しい戦略品目の選定とブランディングの構築 (基幹作物等からブランド化が可能な農作物を選定し、ブランドの構築を推進) ・生産者の意識醸成:安定した品質の確保に向けた農業生産工程管理(GAP)の推進 ・市及び関係機関のホームページ他多様な媒体を活用した情報発信の強化 など						
・しまんと農法米の生産拡大と安定供給 ・認定対象商品の拡大 ・プロジェクトの趣旨や認定商品の情報発信と販路拡大 ・賛同者(生産者、消費者)の拡大 など						
養豚場誘致 養豚場建設 養豚場稼働 地元産ブランド豚の生産開始 ・養豚場の誘致による地元産豚のブランド化を図る						
・西土佐地域の事業者と行政が連携して設立した「西土佐地域産業振興推進協議会」を中心に四万十牛を活用した地域活性化の取り組み					◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム →R6:307アイテム/5年 ※農畜産物加工品 以外を含む ◆商談会等での成約率 H30:20.8% →R6:25% ※農畜産物加工品 以外を含む	【連携AP3】 地元農畜 産物を使った商品開発 【連携AP8】 地域産品 の発信と販路開拓・拡大 県計画地域AP ◆四万十ぶしゆかんの 産地形成とブランド化 ◆西土佐産栗の地産 外商の推進 ◆四万十牛の生産・ 加工・販売体制の 強化 ◆売り出せ西土佐プロ ジェクト推進(拠点ビ ジネス) ◆四万十地域の素材を 活用した加工商品の 外商強化 ◆幡多地域の農水産物 を活用したペット関連 商品の開発・販売拡大 ◆四万十の地域食材を 活用した商品開発・製 造・販売の推進 ◆幡多地域産品を活用 した冷凍加工食品の 開発・製造・販売の推 進 ◆幡多地域産品販売体 制の構築
・地元の産品を活用した新商品開発の支援 ・既存商品のブラッシュアップや未利用資源の掘り起こし ・四万十牛を活用した新商品、新メニューの開発及び販売						
・経営の多角化(農産加工やグリーンツーリズム等)に取り組む意欲ある 生産者(個人・組織・グループ等)の原材料の安定供給に向けた体制づくり、販路開拓・拡大の取り組みを支援						
・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(「四万十フェア」の開催など) ・友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) ・幡多広域地産外商協議会で外商活動と観光情報発信、PR活動を広域で一体的に推進 (量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致など) ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)						
・商談会、展示会、物産展等での販路開拓・販売促進活動を支援 (県地産外商公社との連携)						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 地元農畜産物の利用・販売促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 有機農業の推進	・「食」の安全・安心、健康志向が高まる中、有機農業の市場は全国的に広がっており、1つのトレンド。 四万十川のネームバリューで県外からの引き合いもあり、市価の3倍程度の高値販売に至っている市内水稲農家の事例もある。 ・有機農業は、地元農産物の高付加価値化の一つの突破口となるとともに、有機農業の産地形成が進めば、本市のイメージ(清流四万十川)アップにもつながる。 ・労力や安定生産などの課題から有機農業を実践する農家は少なく、小ロット(量)であるため、一般的な流通には乗らず個別販売に留まっており、経営が不安定。	【農業AP18】 (1)有機農産物の販路開拓・拡大	○		○		四万十市 (農林水産課・産業建設課) 地産地消推進団体 西土佐地域地産地消推進協議会 集落営農組織	○有機農産物の流通促進 《連携AP1、8》 ○公共施設での利用促進 《連携AP1》
		【農業AP19】 (2)有機農業の普及・啓発活動の推進	○		○	○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 地産地消推進団体 生産者	○有機農業の普及・啓発

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
					◆四万十川のブランドイメージにマッチした有機農業が推進され、消費者からの支持が集まり、農産物の高付加価値が高まっている	【連携AP1】 地域産品の利用と販売促進 【連携AP8】 地域産品の発信と販路開拓・拡大
・市外へ配送できる環境整備への支援 ・有機農産物の産地形成、安定供給						
					◆学校給食への市内農産物(野菜類)の供給率 H30:39.1% →R6:50%	
・公共施設(学校、保育所、市民病院等)における、地元農畜産物の利用状況やニーズの把握と利用拡大に向けた供給の仕組みづくり ・食材供給率の向上・・・栽培、出荷検討会の開催 安定供給の確保(給食等の献立に対応した栽培計画の策定) ・食育の推進						
					◆四万十川のブランドイメージにマッチした有機農業が推進され、消費者からの支持が集まり、農産物の高付加価値が高まっている	
・有機農業勉強会の開催:先進的農家のほ場で生産者(新規就農者含む)を対象に栽培技術の習得や情報を共有 ・環境保全型農業直接支払制度の周知徹底:市及び関係機関による広報活動の強化						
					◆有機農業等総合支援事業実施面積 H30:6.0ha →R6:6.0haを維持	
有機農業等総合支援事業 ・化学肥料・農薬に頼らない土づくりを目的に家畜ふんたい肥の利活用の促進を図り、有機農業をはじめとする環境保全型農業を推進						
						
・四万十こだわり農産物表示認証制度の推進						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱3 担い手の確保・育成

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 新規就農者の確保・育成	・新規就農者の確保・育成においては、栽培技術等の習得への研修支援はもとより、新規就農しやすい環境づくりや就農後のフォローアップなど、ソフト、ハード両面からの支援が必要。 ・新規就農者にとっては、農地の確保は重要な課題であり、中でも、非農家出身者やUターン者は、より難しい状況にある。 また、居住地から離れた就農では、リスクが増し定着が困難となるため、農地の入念な調査や地権者等とのマッチングが重要となる。 ・収益性の高い施設園芸に取り組みたいところであるが、レンタルハウス整備費の高騰により補助限度額との差額負担が大きく、初期投資で多額の負債を抱えるリスクが高いため施設園芸への参入が困難な状況になっている。 補助制度の拡充や自己資金を借り入れやすい仕組みづくり、また、中古ハウスの幹旋や運搬、改修への支援が必要。 ・移住促進と連携した研修生の募集、新規就農者の確保の視点も重要。	【農業AP20】 (1)新規就農者の研修支援	○			○	四万十市 （農林水産課・産業建設課） 四万十農園あぐりっこ 西土佐農業公社 JA高知県 生産者	○新規就農者の確保・育成 ○新規就農者に対する農地提供促進
		【農業AP21】 (2)新規就農支援体制の拡充	○			○	四万十市 （農林水産課・産業建設課） 四万十農園あぐりっこ 西土佐農業公社 JA高知県	○相談支援体制の充実 ○経営安定への支援 ○就農開始時の支援
		【農業AP22】 (3)移住促進による新規就農支援	○			○	四万十市 （農林水産課・産業建設課） 四万十農園あぐりっこ 西土佐農業公社 JA高知県	○移住就農者の誘致活動

※基本戦略：Ⅰ足腰を強め、地力を高める Ⅱ産業間の連携を強化する Ⅲ情報発信と外商の強化 Ⅳ産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 新規就農研修支援事業《農業次世代投資資金》 ・栽培技術や農業経営感覚を身につけるための実践研修を実施 (四万十農園あぐりっこや西土佐農業公社、先進農家) ・高知県立農業担い手育成センター等の研修機関と連携					◆新規就農者数 H27-H30平均 2.8人/年 →3人/年	
 産地提案書の策定(中村地域) ・策定に向け、関係機関と協議 ・産地提案書による新規就農者の確保						
 ・農地中間管理機構の活用により、新規就農者の農地集積を支援						
 ・市、関係機関の相談窓口の設置 (担い手育成総合支援協議会・認定農業者連絡協議会との連携) ・遊休農地・ハウス情報の収集、提供					◆新規就農者数 H27-H30平均 2.8人/年 →3人/年	
 ・就農支援チーム (就農開始から経営が安定(概ね5年程度)するまでの期間、支援チームが連携しサポートする)						
 ・レンタルハウス整備事業:就農時の初期投資を軽減し施設園芸を推進 ・農業用機械導入に対する支援(機械リースの一部助成等)の検討・実施 ・農業労働力の安定確保にむけ作業員(農作業お手伝い)を仲介、斡旋 (農作業支援体制(再掲)を活用し、登録のある農家等を派遣) ・中山間複合経営拠点支援事業の活用、計画の推進、フォローアップ						
 ・市、関係機関、幡多広域市町村、県で連携した誘致活動を推進 ・県内外で開催される就農相談会(新・農業人フェア及びこうちアグリスクール等)への出展 ・移住支援機関と連携した誘致活動の推進 ・短期就農体験の支援(おためし住宅の整備等)					◆新規就農者数 H27-H30平均 2.8人/年 →3人/年	

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱3 担い手の確保・育成

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
2. 認定農業者等の育成	・認定農業者制度のメリットが分かりにくく、十分認知されていない。 「人・農地プラン」なども含め、担い手に向けた各種施策や支援制度をより分かりやすく周知していくことが必要。 ・認定農業者には、個人としての農業経営の向上はもとより、「人・農地プラン」における中心経営体として、地域の農業を支える中核的な農業者としての役割も担ってもらいたい。 ・認定農業者連絡協議会は、意欲ある農業者の情報交換等の場であり、認定農業者のフォローアップのみならず、こうした場を活かし中核的な農業者としての自覚と意欲喚起につなげなければならない。	【農業AP23】 (1)認定農業者制度の周知強化	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県	○今後育成すべき農業者の把握、誘導 ○認定農業者制度の周知徹底
		【農業AP24】 (2)認定農業者等のフォローアップの強化	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知県 認定農業者連絡協議会	○認定農業者等のフォローアップの強化
【再掲】 3. 集落営農の推進	・高齢化の進展や担い手不足により生産力は著しく低下し、農地の保全すらも困難になってきている。 ・小規模農家が農地を守り農業を続け、集落を維持していくためには、協業による組織的経営への転換が必要。 ・集落営農組織は、31組織(中村15・西土佐16)があるが、任意組織で体制や経営力が弱い。法人化による組織力、経営力強化が必要。 ・集落営農組織のうち集落全体で取り組む組織は、17組織(中村12・西土佐5)。組織化にあたっては、集落全体での合意形成、取組みに繋がることが望ましい。 ・組織化、法人化への課題をクリアし組織をまとめられるリーダー的存在が集落に不足している。リーダーの育成とともに、集落の現状(農業経営の状況や耕作放棄地、担い手の実態など)の共有と集落営農に対する理解や周知が必要。 ・米価が低迷する中、水稻のみの集落営農では所得の確保が難しいため、有望な園芸品目の導入や農産加工、グリーンツーリズムなど、集落の拠点ビジネスへの発展を目指すことも必要。 ・地域の高齢化に伴い、集落営農組織のメンバーも高齢化し、担い手が不足する組織が増加。複数の集落での広域連携活動の体制整備が必要となっている。	【再掲:農業AP9】 (1)集落営農の組織化、法人化の支援	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 集落営農組織	○組織化に向けた取組みの推進 ★組織の広域連携化の推進 ◎フォローアップ体制の充実・強化
		【再掲:農業AP10】 (2)こうち型集落営農の実践	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 集落営農組織 JA高知県 生産者	○収益性の高い品目を導入した組織の育成・支援

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆認定農者数 H30:139人 →R6:150人						
・関係者(行政・関係機関・農業者組織・団体等)で連携・協働しながら農業経営に意欲的な農家情報の共有と認定農業者になり得る農家へのアプローチを強化 ・「人・農地プラン」における中心となる経営体から中核的な農業者をピックアップし認定農業者へ誘導						
◆認定農者数 H30:139人 →R6:150人						
・市・関係機関のホームページ等による情報発信及びパンフレットの作製、配布 ・各種会合等において認定農業者制度の広報活動(制度説明、パンフレット配布等)を強化						
◆認定農者数 H30:139人 →R6:150人						
・経営改善計画作成及び目標達成に向けた経営相談会の開催 ・農業技術・経営スキル向上のための研修会・講習会等の開催 ・各種支援制度等の情報提供 ・認定農業者連絡協議会の機能強化 (情報共有や相互研鑽、先進事例の調査・研究、国、県の農業担い手サミットの積極参加等により農業者の経営意欲を喚起)						
◆集落営農組織数 H30:31組織 →R6:31組織を維持 ◆農業経営を行う 法人数 H30:4法人 →R6:8法人						
・集落座談会の開催:市及び関係機関で連携し、集落営農及び組織設立等の助言、指導 ・集落協定(中山間地域等直接支払制度)に対する働きかけを強化し、研修会、座談会等へ誘導 ・各種会合等において集落営農の広報活動を強化						
・広域連携に向けての現状調査 ・広域連携組織の設立						
・集落営農組織連絡協議会の開催 (既存組織を対象に情報共有やスキルアップ(法人化、リーダー育成)等の支援) ・集落営農研究会の開催 (組織化を目指す集落協定等を対象にリーダーの育成や組織設立の必要性を認識) ・集落営農研修会の開催 (県外の先進的な集落営農組織の講演等を通じたリーダーの意識改革と組織の活性化)						
◆収益性の高い品目を導入する組織が育成されている						
集落営農支援事業 ・営農活動の持続・拡充に向けた取組みの支援 (水稻後作の有望品目や、施設野菜の導入支援)						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱4 農地の利用促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 農地の利用調整	・新規就農者にとっては、農地の確保は重要な課題であり、中でも、非農家出身者やUターン者は、より難しい状況にある。 また、居住地から離れた就農では、リスクが増し定着が困難となるため、農地の入念な調査や地権者等とのマッチングが重要となる。 ・新規就農者の農地確保、中核的な農業者（担い手）への農地集積に向け、農地等の情報収集と農地利用の円滑化（流動化）を促進する必要がある。 農業委員会や農業関連団体、農地中間管理機構（県農業公社）とも連携した積極的な取り組みが求められる。 ・農地集積、農地利用の円滑化（流動化）を図るうえでは、地域の営農類型に応じた視点を持つことも必要。 施設園芸を希望する就農者にとって土地の貸し借りが一番ネックになっているが、施設園芸が盛んな地域内で空き農地が出来た場合、その農地は施設園芸で進めるという方向性を示すことで、より計画的で効率の良い農地集積につながる。 ・本市のほ場整備率は61.2%（平成29年度末現在）にとどまっている。 不整形の農地は、耕作放棄地や不作付け地につながりやすく、将来に渡り農地を維持し、効率的な農業経営へ誘導するためには、ほ場整備など基盤整備を今後も継続していくことが必要。	【農業AP25】 (1)農地利用の円滑化	○				四万十市 （農林水産課・産業建設課） 農業委員会 JA高知県	○農地中間管理機構の活用 ○地域の農業委員による農地の利用調整 ◎人・農地プランの実質化
		【農業AP26】 (2)基盤整備の推進	○				四万十市 （農林水産課・産業建設課） 地区組織	○入田、三里地区整備 ○利岡地区整備 ○その他の地区整備
2. 耕作放棄地対策	・中山間地域等直接支払制度や多面的機能支払制度を活用した集落活動は、耕作放棄地の発生防止・再生、多面的機能の確保、鳥獣被害対策などに非常に有効で、今後も停滞させることなく持続していくことが重要。 ・中山間地域等直接支払制度等において、高齢化の進展や担い手不足により協定活動の継続が困難な集落も出てきており、高齢農業者であっても安心して参加できるような仕組み（要件）に改善していくことも必要。 ・耕作放棄地は増え続け、10a解消する一方で1ha放棄地になるといった実態もある。 まずは、今ある農地を健全に保全する耕作放棄地の発生防止対策に取り組まなければならない。 ・耕作放棄地の再生には、耕作放棄地の条件等に適した品目と栽培を推奨していくことも有効。	【農業AP27】 (1)耕作放棄地の再生及び発生防止対策	○				四万十市 （農林水産課・産業建設課） 農業委員会 集落協定組織 農地・水保全組織	○耕作放棄地の再生 ○耕作放棄地の発生防止対策
		【農業AP28】 (2)適合品目の栽培促進	○				四万十市 （農林水産課・産業建設課） 生産者	○適合品目の栽培促進

※基本戦略：Ⅰ足腰を強め、地力を高める Ⅱ産業間の連携を強化する Ⅲ情報発信と外商の強化 Ⅳ産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
農地中間管理事業の受託実施 ・県農業公社から中間管理事業を受託し、地域の受け手・出し手の情報収集、利用条件の調整等を実施 ・集積にかかる協力金等の助成制度について、助成要件を見たすと見込まれる際には、その手続き等を支援					◆営農類型に応じた農地集積・農地利用の円滑化(流動化)が促進されている	
・各地域の農業委員が、地域内で耕作者不在となりそうな農地等の情報を得た場合、地域内の担い手との利用調整を行い円滑な集積を促進						
・地域の農地の状態(所有者の年齢や将来の耕作、貸付意志など)を把握 ・地域の農業者や関係者と地域農業の現状と将来のあり方(農地集積など)について話し合い、認識の共有を図る ・実質化されたプランを基に、地域農業を関係者と連携しながら支援する						
工事施工(舗装等) R1中に面整備完了	利用権設定及び農地集積に関する県等協議	促進計画作成支援			◆ほ場整備実施面積 H31:1,128.3ha →R6:1,144ha	
工事施工(面整備)	工事施工(舗装等)R2中に面整備完了	促進計画作成支援	・基盤整備事業の要件上必要となる経営体の育成計画や営農計画の作成等の支援			
要望調整・促進計画作成支援						
・新たに基盤整備を実施する地区の要望に応じ、実施地区・実施事業等を調整(深木、江ノ村地区でR4以降事業化に向け調整中)						
・荒廃農地等利活用促進交付金の周知と活用支援					◆中山間地域直接支払制度の実施農地面積 H31:521.5ha →R6:521.5haを維持	
・中山間地域等直接支払制度 ・多面的機能支払制度 ・制度に取り組む組織の維持・増加や、既存組織の協定農地面積の確保・追加により、耕作放棄地の解消及び発生を未然に防止						
果樹等適合品目の産地化推進					◆ぶしゅかん新植面積 H30:10.9ha →R6:25ha	
・耕作放棄地発生防止のため果樹(ぶしゅかん、栗等)の新植を支援						
					◆栗栽培面積 H30:48.0ha →R6:60.0ha	

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

3. 林業分野

戦略の柱1 四万十の山づくり

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 長期的視点に立った産地づくり	・全国有数のヒノキ資源があり、その量は増え続けている一方、管理されず荒廃が懸念される森林が増加している。 ・木材価格の低迷で採算性が悪化し、森林所有者の経営意識などが希薄になっている。また、地域、市民から関心をもたれ、地域資源として認知されなければ、産地発展につながらない。 ・森林への関心が希薄な所有者や高齢化、世代交代、不在村地主の増加により、森林の所在や境界が不明になるなど、森林の情報が失われつつある。 ・提案型集約化施策により森林管理、施策を促進しているが、森林所有者の承諾にかなりの時間、労力を要し、一部承諾が得られなければ全体計画とならない場合もある。 ・産地を確立するために、目標（原木生産、建築材用途など）を見据え、個々の森林の特性に応じた山づくりの形を明確にし、長期的視点（時間軸）で計画的な森林施策を普及・定着しなければならない。 ・計画的な森林施策を進めるため、森林の現状を把握し、いつでも引き出せるデータ集積、管理が必要。 ・提案型集約化施策を推進するために、森林所有者をまとめ、効率的で計画的な森林経営を実践する森林事業体の育成（実践力向上、増員）が必要。	【林業AP1】 (1)ヒノキ産地としての意識の醸成	○				四万十市 （農林水産課） 森林組合 林業事業体 四万十ヒノキブランド化推進協議会	○ヒノキ産地としての市民意識の醸成 ○森林所有者の意識の醸成
		【林業AP2】 (2)計画的な森林管理・経営の促進	○			○	四万十市 （農林水産課） 森林組合 林業事業体	◎森林資源の現状把握とデータ管理の徹底 ○経営類型明確化の推進 ○提案型集約化施策の推進
		【林業AP3】 (3)循環型森林整備	○			○	四万十市 （農林水産課） 森林組合 林業事業体	★未整備林の整備促進
2. 長伐期施策の推進	・他県の原木市場では、長伐期施策により品質面で優れた木材が出荷されており、特に手入れが行き届いた木材はブランド化され指名買いにより高値で取引されている。 ・木材の需要量は、一般材が圧倒的に多く構造材や化粧材は量的には少ないものの、市場からは常に必要とされている。 ・ヒノキ産地としての地位の確立と木材の高付加価値化を図るため、長伐期施策により優良大径材の生産量を市全体の1割から2割程度は確保できる産地を目指す。 ・長伐期施策に関するノウハウ、技術体系が十分確立されていない。市有林をモデル林とした実践により、長伐期に対応した育林技術を蓄積、確立していく必要がある。 ・森林所有者や林業事業体が長伐期施策についての情報（メリット、デメリット、育林技術等）を共有する必要がある。	【林業AP4】 (1)長伐期施策方針の啓発及び普及	○				四万十市 （農林水産課）	○長伐期施策方針の啓発及び普及
		【林業AP5】 (2)長伐期施策技術（ノウハウ）の蓄積と普及	○			○	四万十市 （農林水産課） 森林組合 林業事業体 四万十ヒノキブランド化推進協議会	○市有林におけるモデル林の整備 ○長伐期施策の講習会等の開催

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 ・市のヒノキ資源が全国有数であることや品質に優れる点、また原木から建材として流通するまでの付加価値などを可視化して発信し、山(林業)への関心とヒノキ産地としての市民意識を醸成 ・山への関心や管理のきっかけづくりに向け、森林所有者への継続的な情報発信と啓発活動を促進					◆市民、森林所有者へ品質に優れたヒノキ資源が全国有数であり、ヒノキ産地として森林整備の必要性が周知されているとともに、山(林業)や木材への関心が高まっている	
 ・新たな森林経営管理システム整備のための森林現況調査及び森林所有者の意向調査 ・森林簿等によるデータ管理を徹底					◆計画的な森林管理・経営に向け「森の工場」や森林経営計画が整備促進されている ◆「森の工場」の認定面積 H30:3,100ha →R6:3,900ha	
 ・長伐期施業森林類型(大径材生産森林)と一般施業森林類型(中径材生産森林)森林区分を明確化し類型に応じた適切な施業を推進						
 ・森林事業体(プランナー)の育成とあわせ、森林経営計画の策定を促進 ・集約化や経営委任の合意形成に向け、森林所有者へ森林の現況診断や森林管理(施業)プランの継続的な提案 ・森林所有者や林業事業体への模範的な森の工場の取組事例等の情報発信と啓発 ・森の工場づくりを推進						
 ・未整備林の把握と所有者の整備意向調査						
 ・長伐期施業方針の普及啓発					◆長伐期施業方針が広く認知されている	
 ・長伐期施業先進地の技術研究と市有林をモデル林とした実践による長伐期施業技術(ノウハウ)の蓄積(長伐期に対応した間伐技術(残す木の見極め)、作業道整備・維持管理技術等の習得)					◆長伐期施業に関するノウハウ、技術体系が確立され、普及している	
 ・長伐期施業技術(ノウハウ)の習得機会の確保と林業事業体のスキルアップのための講習会等の開催						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱1 四万十の山づくり

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 適切な皆伐、間伐による原木生産の拡大	・長伐期に適さない森林や残す木を見極めるスキルを向上し、個々の森林の特性、経営類型に応じた適切な皆伐、間伐を実践していく必要がある。 ・原木生産の拡大には、効率性の高い生産システムを稼働させるための路網や機械設備が不可欠。 また、長伐期施業の推進にあたり、大型機械にも対応し、持続的に活用できる路網整備と維持管理が必要。 ・皆伐後の再造林放棄が社会的な問題となっており、再造林、育林の低コスト化が課題。 低コスト再造林、育林技術を実践研究し、そうした技術を定着、継承していかなければならない。	【林業AP6】 (1)森林の特性に応じた皆伐、間伐の実践	○				四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業体	○森林の特性に応じた皆伐、間伐の実践
		【林業AP7】 (2)施業の効率化と低コスト化	○				四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業体	○作業道や林業機械導入への支援 ○林内路網の維持管理
		【林業AP8】 (3)低コスト再造林、育林の検討	○				四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業体 四万十市有害鳥獣被害対策協議会	○低コスト再造林、育林の実践 ○防護ネットの設置と捕獲の促進
4. 林業事業体や担い手の確保、育成	・市内の林業従事者は増加傾向で、若手の増加も見られ、県下の従事者数であるが、山の生長(蓄積量の増加)に対して、林業事業体数、作業員数が圧倒的に不足している。 ・林業事業体では、概ね3年周期で人材を育成し、新たな作業班を編成していくことになる。 ・林業事業体、作業員の不足に加え、施業技術の継承が危惧される。作業道を抜き、車両搬出が主流であるが、搬出が困難な現場もあり、架線による搬出技術の継承も重要。 ・コスト管理などの高いマネジメント能力を備え、長期的で計画的な森林施業を行える林業事業体が少ない。 施業技術を次代に継承できる人材に加え、高いマネジメント能力を備えた林業事業体の核となる人材を継続的に育成していく必要がある。 ・地元の若者や移住者が山に関心を持ち、副業的なビジネスの視点で意欲的に森林保育に取り組む活動グループが生まれてきている。 こうしたグループを“兼業型林業事業者”として位置づけ、育成していく仕組みづくりも必要。 ・自伐林家、兼業林家の育成に加え、集落組織での森林管理も有効。 集落組織として管理することで、森林の所在や境界、不在村地主などの森林情報の継承、森林の集約化にもつながる。	【林業AP9】 (1)林業事業体及び林業技術者の育成支援				○	四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業体 四万十市ヒノキブランド化推進協議会 幅多林業活性化センター	○林業事業体、林業技術者の育成 ○森林組合の経営力強化
		【林業AP10】 (2)森林保育等の活動グループへのアプローチ				○	四万十市 (農林水産課) 兼業型林業事業者	○兼業型林業事業者の育成支援
		【林業AP11】 (3)自伐林家及び集落組織等の育成				○	四万十市 (農林水産課) 自伐林家等	○自伐林家及び集落組織等の育成

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 ・長伐期施業に適さない一般施業森林類型(中径材生産森林)の森林において、皆伐、群状間伐等 を実践し、原木生産を拡大					◆原木生産量 H29:71,945m ³ →R6:75,000m ³	
 ・作業道整備(開設、機能復旧)、高性能林業機械導入、架線集材システムへの支援 ・林道舗装、作業道の補修など長期的視点に立った維持管理					◆効率的な作業システムによる施業の低コスト化が進んでいる ◆作業道開設実績 延長累計 H29:836,368m →R6:873,000m	
 ・再造林、育林の低コスト化の検討(ポット苗等省力化技術導入) ・再造林への支援拡充					◆低コスト再造林、育林のノウハウ、技術体系の確立が進んでいる ◆シカの捕獲頭数 H30:2,776頭 →R6:4,500頭	
 鳥獣被害対策の実践 ・防護:被害の軽減を図るための防護ネットの設置 ・捕獲:個体数調整のための捕獲の促進 ・環境整備:捕獲に適する移動範囲を確保するため、林内作業道の維持、補修						
 ・林業技術資格取得に対する支援 ・長伐期施業を見据え市有林(モデル林)を活用した実地研修の実施(四万十ヒノキブランド化推進協議会との連携)					◆経営能力の高い森林組合、林業事業体が効率的な生産活動を展開している ◆効率的な林業生産活動を行うことができる優れた担い手が育成されている	
 ・県と連携して中期経営計画の策定等、森林組合の経営の改善、強化に向けた取組みをサポート					◆新規林業就業者数 H27-H30平均 5人/年 →R6:5人/年	
 ・木材の伐採、搬出、出荷等の効率化に向けた実地研修の実施(研修フィールドとして市有林を活用) ・生産性向上に向けた林業機械等導入の支援(機械・車両リース等への補助制度の検討、創設)					◆林業生産活動を行う多様な担い手が育成されている	
 ・自伐林家への支援および集落単位で森林経営を行う組織づくりへの支援						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 供給体制の強化

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 加工事業体の生産力等強化	・市内の製材業者(8社)それぞれに仕入れる量や生産体制などで得意、不得意がある。(柱、床材等) ・本市の製材業者は小規模であるため、高額な施設整備費の確保が難しく、後継者のいない事業者もある。 ・本市の小規模な加工事業体においては、得意分野を活かしながら共同、連携も進め、高品質の木材を安定的に供給できる「製品産地」を目指し、その仕組みをつくる必要がある。 ・木工製品を加工販売する事業者もあり、こうした事業者の育成も必要。 ・県内では、CLT(クロス・ラミネイテッド・ティンバー)の普及等が進められており、新たな木材需要による供給先として動向を注視する必要がある。	【林業AP12】 (1)木材・木工製品の生産の拡大・商品力の強化	○	○			四万十市 (農林水産課) 製材加工事業者 四万十ヒノキブランド化推進協議会	○木材・木工製品の生産の拡大・商品力の強化 《連携AP4》
2. 供給体制の効率化	・原木は、主に市外(宿毛、窪川)、県外(愛媛県)へ出荷され、そこから市内の製材業者が買い付け、製品にし出荷するといった矛盾が生じている。 (愛媛県(南予)には、県森連、民間を合わせて素材の市場が1時間圏内に6カ所程度ある。) ・製材業者によって流通・販売の形態はまちまちである。 ・市産材の優良材などを集めた共販機能を持つ場所ができないものか。 ・西土佐森林組合の土場をもっと有効に活用できる仕組みができないものか。(共販の役割、山売りがあっても良い) ・県外の活気のある市場は売れる材の情報(値動きなど)を事業者にフィードバックしている。 ・川上(素材生産・加工)から川下(設計・建築)までの事業者間で、互いの課題を共有し、話し合える場(ネットワークづくり)が必要。	【林業AP13】 (1)木材流通ネットワークの構築	○	○			四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業者 製材加工事業者 設計・建築事業者 四万十ヒノキブランド化推進協議会	○木材流通ネットワークの構築 《連携AP1》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外資の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 ・木材製品の生産性向上や高付加価値化に向けた支援 ・間伐材、端材等を利活用した競争力のある商品づくり(木工製品のデザイン、品質等の向上)における技術・ノウハウ習得の支援(研修機会の提供やアドバイザー派遣等) ・木工製品の需要の掘起し、拡大の取組みの支援					◆木材・木製品製造品 出荷額等 H29:8億496万円 →R6:9億円	【連携AP4】 四万十ヒノキ製品の商品力強化
 ・ヒノキ活用の意識醸成 ・林業事業体、加工事業者、設計・建築事業者等、木材流通における事業者間の連携強化					◆川上(素材生産・加工)から川下(設計・建築)までの事業者間連携が図られ、市産材の流通量が拡大している	【連携AP1】 地域産品の利用と販売促進

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱3 市産材の利用促進と販売力の強化

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 市産材の利用促進	・地域の資源としてヒノキを利用し、地域の産業として育てようとする地域、市民の意識を高め、ヒノキを使った建築物など、市内で広くヒノキが使われている「ヒノキのまち」、「木の文化」を創造することが重要。 ・なぜ木造なのか、木がなぜ良いのか、中でもヒノキがどう優れているかを明確に発信し、普及・啓発していくことが必要。 ・大規模な木造建築に対応できるノウハウが市内の建築設計士、建設業者に蓄積されていない。設計から施工までの技術的な仕組づくりが必要。 ・一般住宅については、「四万十市産材利用促進事業」により、市産材の利用を促しているが、ヒノキ構造材(大径材)の利用促進には至っていない。大径木の生産意欲を高めるためにも、ヒノキ構造材に特化した補助制度へシフトすべき。 ・川上(素材生産・加工)から川下(設計・建築)までの事業者間が協議、連携し、設計士、工務店等のヒノキ材利用意識の向上とあわせ、施主(消費者)へPRすることが必要。このことは、川下を意識した素材生産・加工事業者の意識向上にもつながる。	【林業AP14】 (1)木造住宅の建築促進	○	○			四万十市 (農林水産課) 設計・建築事業者	○木造住宅建築への支援 《連携AP1》 ○コーディネート組織の設立 《連携AP1》
		【林業AP15】 (2)市産材の利用促進及び情報発信の強化	○	○	○		四万十市 (農林水産課) 森林組合 四万十ヒノキブランド化推進協議会	○木造化、木質化への情報発信、普及・啓発の強化 《連携AP1》 ○地元消費拡大フェアの開催 《連携AP1》 ◎産業間連携や広域連携による外商活動等 《連携AP8》
2. 木質バイオマス利用促進	・木質バイオマスボイラーなどの普及により林地残材等(燃料向け低質材)の需要が高まることで、森林保育の推進と市民の山への関心につながる。 また、収入源として自伐林家や副業的に森林保育に取り組む活動グループなどの育成にもつながる。 ・木質バイオマス発電施設(宿毛市)の稼働に伴い、林地残材等(燃料向け低質材ほか)の受入れも始まっているが、採算性(買取価格)に見合う量の確保や搬出経費の抑制が課題である。 ・公共施設のボイラーの更新や新設においては、木質バイオマスボイラーの利用を検討する。 ・重油価格によってはバイオマスがコスト増となる場合がある。	【林業AP16】 (1)林地残材等の搬出の促進	○	○			四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業体 兼業型林業事業者 自伐林家	○林地残材等の搬出の促進 《連携AP1》
		【林業AP17】 (2)木質バイオマス利用設備の普及促進	○	○			四万十市 (農林水産課)	○木質バイオマスボイラー等の普及促進 《連携AP1》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
市産材利用促進事業 ・住宅を建築する際に市産材の購入に要する経費を補助し、市産材の需要喚起と山元価格に反映 (対象となる市産材:木材の種類(ヒノキ等)や用途(構造材)を特化した補助要件の検討)					◆戸建て住宅において、積極的に市産材が使われている ◆市産材利用促進事業の着工件数 H27-H30平均 27.3戸/年 →R6:30戸/年	【連携AP1】 地域産品の利用と販売促進
効果の検証・事業の見直し						
・ヒノキ活用の意識醸成 ・林業事業者、加工事業者、設計・建築事業者等、木材流通における事業者間の連携強化 ・木の良さ(木造建築や木質化の有効性)の情報発信の強化						
・市や関係機関のHP、広報誌等による木造・木質化建築及び木工製品の情報発信の強化 ・民間施設(商業・観光施設)における市産材の積極的利用に向けた普及・啓発活動の促進 ・保育所及び学校等における木工製品の購入推進					◆ヒノキ産地として市民の関心と市産材の利用意識が高まっている ◆産業祭来場者数 H30:20,000人 →R6:40,000人/5年	【連携AP1】 地域産品の利用と販売促進 【連携AP8】 地域産品の発信と販路開拓・拡大
・産業間(農業、林業、水産業、商工業)連携による地元消費拡大フェアの開催により“ヒノキのまち”をPR						
・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(「四万十フェア」の開催など) ・友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) ・幡多広域地産外商協議会で外商活動と観光情報発信、PR活動を広域で一体的に推進(量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致など) ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)						
・林地残材、製材廃材を円滑に搬出できる仕組みづくり ・合法材としての認証制度の運用					◆林地残材等が木質バイオマスエネルギーをはじめ、様々な用途で有効利用されている	【連携AP1】 地域産品の利用と販売促進
・公共施設の新設、改修時に木質バイオマスボイラー等の利用を検討 ・民間事業者への木質バイオマス利用の普及促進(導入事例等の広報活動の強化)						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱3 市産材の利用促進と販売力の強化

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 四万十ヒノキブランドの確立と販売力の強化	・ブランド化の推進には、認定要件の整備と品質、安定供給の確保が必須。 「四万十ヒノキブランド化推進協議会(四万十市、四万十町、中土佐町、三原村)」において協議を重ね、共同歩調をとっていくことが必要。 そのためには、県幡多林業事務所に市町村連携の調整役を担ってほしい。 ・大消費地への販路拡大には、個々の事業者では営業力、流通体制に限界がある。 県との連携、協働により、県下的に一元化された販売窓口を活用した発信力、販売力の強化、流通体制の整備が必要。	【林業AP18】 (1)四万十ヒノキブランドの確立	○	○	○		四万十市 (農林水産課) 四万十ヒノキブランド化推進協議会	○四万十ヒノキのブランド化の推進 《連携AP4》
		【林業AP19】 (2)四万十ヒノキ製品の生産拡大、商品力の強化	○	○	○		四万十市 (農林水産課) 製材加工事業者	○木材・木工製品の生産の拡大・商品力の強化 《連携AP4》
		【林業AP20】 (3)四万十ヒノキ製品の販売力の強化	○	○	○		四万十市 (農林水産課) 四万十ヒノキブランド化推進協議会	○四万十ヒノキ製品の販売力の強化 《連携AP8》

戦略の柱4 健全な森づくり

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 人と鳥獣の良好・適正な環境づくり	・鳥獣被害の中에서도シカによる被害が急増しており、防護柵等の設置により農作物被害は一定防いでいるが、果樹、立木への被害は増加。 ・立木被害金額は木の生長とともに増加するため、長伐期施業の推進に伴い元玉一本あたりの被害金額が急増することから、被害防止対策の強化が必要。 ・県下一のシカの捕獲実績を上げているが、本市の推計生息頭数約22,000頭に対し適正頭数は2,000頭とされており、現状の2倍程度の捕獲が必要。 ・報奨金の増額に伴い副業的に狩猟をする人が増えているが、捕獲実績を伸ばすためには、捕獲技術等の向上と狩猟者の確保が必要。	【林業AP21】 (1)鳥獣被害対策	○				四万十市 (農林水産課) 四万十市有害鳥獣被害対策協議会	○防護ネットの設置と捕獲の促進
		【林業AP22】 (2)捕獲の担い手確保、育成				○	四万十市 (農林水産課) 猟友会	○捕獲の担い手の確保、育成
2. 森のものの活用	・中山間地域では、しいたけ、木炭、特用樹(シキミ、サカキ)などの特用林産物が生産され、農林家にとって重要な収入源になっている。 ・西土佐地域や中村地域(三ツ又地区))ではしいたけ栽培が盛んで、かつては県下でも有数の生産量と品質を誇っていたが、安価な輸入品の増加による価格の下落、担い手の不足などで、生産量は減少傾向。 ・中山間地域では現在でも炭焼き釜などが集落に点在しており、木炭も見直されてきているが、備長炭など既に産地化が図られている地域と競合していける高品質の製造技術が蓄積されていない。	【林業AP23】 (1)特用林産物の生産活動の支援とPR	○	○	○		四万十市 (農林水産課)	○特用林産物の生産活動への支援とPR

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 ・四万十ブランドの構築 (品質の強み(色、ツヤ、含水率、強度など)と背景(自然、歴史、文化など)を付加した四万十ブランドの構築) ・関係者間の意識共有と連携強化による安定した供給量と品質の確保 ・市及び関係機関のホームページほか多様な媒体を活用した情報発信の強化					◆「四万十ヒノキ」として知名度が向上し、大消費地での販路が拡大している	【連携AP4】 四万十ヒノキ製品の商品力強化
 ・木材製品の生産性向上や高付加価値化に向けた支援 ・間伐材、端材等を利活用した競争力のある商品づくり(木工製品のデザイン、品質等の向上)における技術・ノウハウ習得の支援(研修機会の提供やアドバイザー派遣等) ・木工製品の需要の掘起し、拡大の取組みの支援					◆木材・木製品製造品出荷額等 H29:8億496万円 →R6:9億円	【連携AP4】 四万十ヒノキ製品の商品力強化
 ・県が進める「土佐材」の販売促進活動(一元化された販売窓口、商談会、展示販売会)との連携・協働につながる販売体制を整備し、大消費地における四万十ヒノキの知名度向上と販路開拓の取組を実践					◆「四万十ヒノキ」として知名度が向上し、大消費地での販路が拡大している	【連携AP8】 地域産品の発信と販路開拓・拡大

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 鳥獣被害対策の実践 ・防護:被害の軽減を図るための防護ネットの設置 ・捕獲:個体数調整のための捕獲の促進 ・環境整備:捕獲に適する移動範囲を確保するため、林内作業道の維持、補修					◆シカの捕獲頭数 H30:2,776頭 →R6:4,500頭	
 ・新規狩猟者確保:新規狩猟者への支援の充実(講習会補助等) ・捕獲技術の向上:捕獲者のマナーアップ、捕獲件数の向上を目指した講習会の実施					◆シカの捕獲頭数 H30:2,776頭 →R6:4,500頭	
 ・県との連携強化による生産活動への支援 ・販売活動及び情報発信への支援 ・特用林産物を活用した新商品開発・販売の支援					◆特用林産物(しいたけ、木炭)生産量 H29:23,466kg →R6:48,000kg	

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

4. 水産業分野

戦略の柱1 水産資源の回復・生産量UP

施策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 天然水産資源の回復、増殖	・内水面漁業は四万十川という全国屈指の漁場に恵まれるものの近年河川環境の変化等により漁獲量の減少が著しい。 海面漁業も水産資源の減少と魚価の低迷、燃油高騰等で専業化離れが進み漁獲量も減少している。 ・水産資源の回復や増殖が進まないかぎり、加工販売など漁業者の所得向上につながる取組みも制限される。 また、川エビやウナギ料理などは観光資源として定着しているため、他産業に及ぼす影響も大きい。	【水産AP1】 (1)漁場環境、資源量等の調査・研究	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川漁業振興協議会 漁業協同組合	○漁場環境、資源量等の調査・研究 ○調査結果の広報活動
		【水産AP2】 (2)生育・漁場環境の保全・整備	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川自然再生協議会 漁業協同組合	○スジアオノリ生育・漁場環境の保全・整備 ○アユの産卵場の再生と保全管理 ○イセエビ漁礁設置による漁場整備
2. 栽培漁業等の推進	・市場は天然の希少性よりも安定した品質、供給量を求める傾向にあり、将来にわたって漁業経営を維持、拡大するためには栽培漁業を推進し生産性の向上と安定供給を確保していく必要がある。 ・種苗放流技術は、いつ、どこに、どのような種苗(サイズ・系統)をどの程度の密度で、どのような方法で放流するかによって構成されるが、これらの最適な組み合わせを見出し技術の確立を図るうえでは、魚種ごとに調査を実施し、放流効果を継続的に検証することが必要。 ・海面漁業は、ヒラメやアワビなどの種苗放流により資源量を確保していかなければ、漁業経営の維持、安定が厳しい状況にあり栽培漁業への依存度が高い。 ・アオサは栽培技術も確立しており安定した漁獲量を確保しているが、区画漁業権の設定により漁業者に割り当てられる面積配分(区割り数)が限られており生産拡大や新規参入の障壁となっている。	【水産AP3】 (1)効果的な種苗放流の推進	○				四万十市 (農林水産課) 漁業協同組合	○内水面資源の種苗放流 ○沿岸資源の種苗放流
		【水産AP4】 (2)アオサの生産拡大	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川漁業振興協議会 四万十川下流漁業協同組合	○区画あたりの生産拡大 ○新たな漁場の開拓と新規参入の促進 ○生産・品質管理の徹底
		【水産AP5】 (3)スジアオノリの栽培技術の研究などへの支援	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川下流漁業協同組合	○スジアオノリの栽培技術への支援(助言など)

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆漁場環境や資源量等の継続的な把握と減少要因の分析が進み、漁業者と情報が共有され、天然資源の回復・増殖に向け関係者の連携した取組みが進んでいる						
・天然アユの調査・研究(成育場等調査、河川環境調査) ・スジアオノリ資源回復調査 ・川エビ(ミナミテナガエビ)の調査・研究(生育環境調査等) ※民間研究機関等との連携事業 ・関係機関との情報共有						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化						
◆内水面・沿岸資源の種苗放流 R6:維持						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱1 水産資源の回復・生産量UP

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 地域に根差した資源管理の仕組みづくり	・漁獲量減少については、漁場環境の変化に加え過度の漁獲圧力も急激な資源の減少を招く要因と考えられる。 中でも、アユ資源は放流量よりも天然遡上量の方が漁獲量に大きな影響力があり、こうした川を移動する資源は、単独の漁協で増繁殖を考えるよりも、漁連や行政等関係機関が協力し、適切な資源管理に向けた仕組みづくりの検討、実践の積み重ねが必要。 ・遊漁者による採捕量が資源に大きな影響を与える魚種もあることから、資源管理においては遊漁者も一定の役割を果たしてもらうことが重要。 ・適切な資源管理の取組みは、漁業者（漁協）や関係機関の合意形成が不可欠であり、資源が減少又は枯渇する根拠、計画的な漁獲管理に取り組む代償と期待される効果をデータ等で可視化し、取組みの必要性について共通認識を持つ必要がある。 ・資源管理に向けた取組みは、実践する中で、漁協が関係機関と協力してその効果を調査し、調査結果に応じて取組内容を改善し継続するなど、計画的に粘り強く取り組むことが重要。 ・継続的な資源管理の取組みにより現れた効果を関係者や市民に発信し情報を共有することで、関係者の資源管理に対する意識の醸成、さらには市民参画を促し、資源管理の定着を図ることも重要。	【水産AP6】 (1)漁場利用の新たなルールづくり	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川漁業振興協議会	○漁場利用のための新たなルールづくり
		【水産AP7】 (2)資源保護のための情報発信の強化	○				四万十市 (農林水産課) 漁業協同組合 高南幡東漁業秩序を守る会(海面漁業)	○資源保護のための情報発信の強化
4. 担い手の確保・育成	・内水面、海面漁業いずれも魚価の低迷や高齢化等により漁業者は減少している。そのため漁船は余り、漁場も空いてくる状況が想定され、そうした生産基盤を活かして次世代に引き継げる体制、仕組みづくりが必要。 ・担い手を確保、育成するうえでは、研修や漁業体験等の定期的な実施や技術・ノウハウの早期定着に向けたフォローアップ体制の確立など、新規就業希望者が参入しやすい環境づくりが必要。	【水産AP8】 (1)新規就業者のための研修・フォローアップ				○	四万十市 (農林水産課) 漁業協同組合	○講習会、研修会の開催 ○受入漁家による研修制度の拡充

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
四万十川漁業振興協議会 ・漁業協同組合、関係機関の合意形成 ・産卵親魚を保護するための禁漁区、効果的な禁漁期の設定、漁法や漁獲量制限などのルールづくり ・ルールづくりのもと実践 ⇒ 効果検証 ⇒ フィードバック					◆市民、漁業者の意識と機運が高まり、資源管理の取組みが進んでいる	
・漁獲量(資源量)、資源管理の取組み、漁場利用、漁法制限、釣魚マナー等の情報発信を強化し、漁業者、市民(遊魚者を含む)の資源保護への意識醸成						
・県と連携した講習会、研修会等の開催					◆漁業体験研修の受講者数 R2～R6の5年間で3人	
・受入漁家による新規就業者の研修制度の拡充 ・漁家や専門家等によるフォローアップ体制づくり						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 水産物の加工、販売促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 水産物の高付加価値化の推進	・今ある商品を見つめ直すことが重要であり、市場や顧客のニーズに適した商品へ磨き上げを進め、他産地に負けない品質を確保する必要がある。 ・販路を意識することで、漁り方から出荷するまでの品質・衛生管理を考えるようになり、県外等での取引に対応できることにつながる。 ・漁業者（漁協等）による6次産業化は、商品の企画や営業、販売、また顧客対応等のノウハウを持つ地域内の商工業者等と連携する仕組みがあれば新たな展開が期待できる。 ・商工業分野（飲食店等）においても未利用資源を活用した料理などの潜在的ニーズがある。未利用の有効な魚種を掘り起こし、供給体制を整備するとともに、意欲ある商工業者と食や商品開発、販売等に取り組むことも必要。	【水産AP9】 (1)今ある商品の磨き上げ			○	○	四万十市 （農林水産課・産業建設課・観光商工課） 漁業協同組合	○品質管理の向上 《連携AP5》 ○商品力の強化 《連携AP5》
		【水産AP10】 (2)新たな商品開発			○	○	四万十市 （農林水産課・産業建設課・観光商工課） 漁業協同組合	○未利用資源等の掘起しと活用 《連携AP5、10》 ○新たな商品の企画・開発の支援 《連携AP5》
2. 販売力の強化と販路拡大	・四万十川西部漁協では、独自の販売部門として「あゆ市場」を設け、水産物の集出荷、商品開発、販路開拓に意欲的に取り組んでいる。 漁協それぞれに特色があり考え方に差異もあるが、自ら価格形成できるよう販売力を強化していくことは必要。 ・アユなど魚種によって、漁獲のピークになる時期と販売しやすい時期のミスマッチが生じている。有利販売につながる時期に漁獲量を確保する仕組みを考える必要がある。 ・「四万十川の青のり、青さのり」として、地域団体商標を取得しているものの、PRや販売に十分活かされておらず、入札価格のさらなる下落が懸念される。 安定供給や品質の確保はもとより、ブランド力、知名度の維持、再強化に向けた情報発信、PRの強化により、入札業者を増やして有利販売につなげる必要がある。 ・四万十川産としての知名度、ブランド力は有するが、水産物や加工品の特色、他産地との違いや優位性などの強みを付加したブランディングと発信が必要。 また地域ならではの調理方法や食べ方など、四万十の食文化を発信することもブランド力の向上につながる。 ・漁業独自の販売力、販路拡大には限界がある。市内の加工事業者など商工業者との連携や県との協働により、有利販売に向けたノウハウの蓄積と実践を積み重ねていく必要がある。	【水産AP11】 (1)漁協の販売力の強化	○	○	○		四万十市 （農林水産課・産業建設課） 漁業協同組合	○漁協の販売機能の強化 《連携AP1、8》
		【水産AP12】 (2)ブランド力の強化と販路拡大			○	○	四万十市 （農林水産課・産業建設課・観光商工課） 漁業協同組合 四万十川漁業振興協議会	○ブランディングの構築と発信 《連携AP8》 ○地元消費拡大フェアの開催 《連携AP1》 ◎産業間連携や広域連携による外商活動等 《連携AP8》 ○商談会等販路開拓・拡大の支援 《連携AP8》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
					◆安定した品質が確保され、販売額の増加につながっている	【連携AP5】水産物の高付加価値化
・漁獲から入荷、加工、包装、貯蔵等各生産工程における徹底した品質・衛生管理の推進 (スジアオリ、アオサについては洗浄、選別等品質管理の徹底により商品としての信頼性と競争力を確保)						
						
・加工品等の食味向上やラベル等の磨き上げ、表示の適正化など外商に向け商品力を高める取組み(研修機会の提供やアドバイザー派遣等)を支援						
					◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム →R6:307アイテム/5年 ※水産物加工品以外を含む	【連携AP5】水産物の高付加価値化 【連携AP10】“食”文化の磨き上げ
・ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、一定の漁獲があるナマズ、スッポンなど未利用資源を掘り起し、“四万十の食”として提供する料理の食材として、また加工品等の原料としての利活用を促進 ・未利用魚の漁獲手法の確立と供給体制の整備						
						
・漁協と商工業者、地域加工グループ等とのマッチングの場をつくり、連携の促進や取引の拡大、新商品開発等の新たなビジネスの創出を支援						
					◆漁業協同組合の販売機能 R6:強化	【連携AP1】地域産品の利用と販売促進 【連携AP8】地域産品の発信と販路開拓・拡大 県計画地域AP ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進(拠点ビジネス)
・漁業協同組合の特色に応じた販売力の強化 ・地域団体商標を活用したPR・販売の推進 (市内加工事業者と連携した水産物、水産加工品等の販売活動を強化) ・「あゆ市場」と道の駅「よって西土佐」の運営主体「(株)西土佐ふるさと市」(地域商社)と連携したPRと販売機能強化						
					◆四万十川産の知名度、ブランド力が向上し、有利販売につながっている ◆産業祭来場者数 H30:20,000人 →R6:40,000人/5年	
・ブランディングの構築 強み(形や大きさ、食味、漁獲手法、文化、歴史など)を付加した四万十川産ブランドの構築 ・四万十川流域各漁協の連携による四万十鮎ブランド化の推進 ・地域団体商標を活用したPR・販売の推進 (市内加工事業者と連携した水産物、水産加工品等の販売活動を強化) ・市及び関係機関のホームページほか多様な媒体を活用した情報発信の強化						
						
・産業間(農業、林業、水産業、商工業)連携による地元消費拡大フェアの開催により地元産品の地産地消意識を醸成						
						
・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(「四万十フェア」の開催など) ・友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) ・幡多広域地産外商協議会で外商活動と観光情報発信、PR活動を広域で一体的に推進 (量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致など) ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)						
						
・商談会、展示会、物産展等での販路開拓・販売促進活動を支援 (県地産外商公社との連携)						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 水産物の加工、販売促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 魚食文化の磨き上げと発信	・市内においても消費者の魚離れが進んでおり、多様な水産資源を活かし、地域に根づいた魚食文化の磨き上げと発信が必要。 ・市内では消費されない魚種でも、他県では食文化として根つき、加工による高付加価値化や観光資源として重宝されているものも数多くある。 ・商工業分野(飲食店等)においても雑魚など未利用資源を活用した料理や商品開発への潜在的なニーズがあり、漁業者と商工業者の連携により未利用魚も含め魚種を選定し、新たなレシピや加工品を開発するとともに、観光の側面からもスポットを当て、四万十の“食”として発信することは、漁業所得の向上にもつながる。	【水産AP13】 (1)魚食文化の磨き上げ	○	○			四万十市 (農林水産課・産業建設課・観光商工課) 漁業協同組合 中村料理飲食店組合	○魚食文化の磨き上げ等 《連携AP10》
		【水産AP14】 (2)魚食文化の発信強化		○	○		四万十市 (農林水産課・産業建設課・観光商工課) 漁業協同組合 中村料理飲食店組合	○グルメイベント等での魚食文化の発信 《連携AP11》

戦略の柱3 水産資源を活用した交流の拡大

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 体験交流の推進	・抜群の知名度を誇る四万十川において、インパクトのある一歩踏み込んだ体験商品づくりができれば十分な需要が見込まれる。 観光のためだけに用意したものではありませんが、生業として成立しているものや歴史的な背景があるものなどは体験商品に組み入れやすくその価値は持続する。 ・地元の学生も川で遊ぶことや川に触れる機会が少なくなり、川離れ、魚離れが進んでいる。 地元の学生を対象とした体験学習などにより、水産資源や漁業等に関心を持ってもらえるような仕組みづくりが必要。 地元根付いてこそ体験商品としての価値も高まる。 ・漁協としても川や漁法を知ってもらおうと学童や市民を対象とした体験教室等を開催しているが、受入体制が脆弱で年間通じた受入れが困難。	【水産AP15】 (1)魅力ある体験商品づくり	○	○	○		四万十市 (農林水産課・産業建設課・観光商工課) 漁業協同組合 観光協会	○体験商品の磨き上げ
		【水産AP16】 (2)体験教室等の開催	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 漁業協同組合 四万十川漁業振興協議会 四万十の日実行委員会	○体験教室の開催

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 （目標値）	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
					◆四万十の“食”として市内外の知名度が向上し、販売や交流人口の拡大につながっている	【連携AP10】“食”文化の磨き上げ 【連携AP11】“食”の発信
・商工業者等との連携による“食”の磨き上げ、新たなレシピ開発等商品化に向けた調査・研究（魚種と漁獲時期の適切な組み合わせにより周年で楽しめる魚食文化を創造） ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施（農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など）						
						
・食の発信・普及イベント等の開催と連携して、地場水産物を活用したグルメを提案し四万十の魚食文化として発信（「産業祭」、「四万十うまいもの商店街」、「フェスティバル土佐ふるさとまつり」、など）						

計画期間					目指すべき姿 （目標値）	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
					◆自然や漁業への関心と資源保護に対する市民意識が向上している	
・観光との連携により、体験型観光の動向を把握し、多様化するニーズに合わせた体験商品の磨き上げとメニューづくり						
						
・体験カリキュラムを漁業者、関係機関、市民（小学生等）が協働で作製し、体験教室を開催（川をはじめ山、海の自然及び漁業への関心と資源保護に対する市民意識を醸成） ・漁協における受入体制の強化						

※主な内容：★は新規、◎は拡充、○は継続

5. 商工業分野

戦略の柱1 顧客に選ばれる商工業の振興

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 地域資源を活かした商品開発	・農林水産物等地域資源(素材)を加工し、付加価値をつけて販売することが求められる一方、地域間競争が激化する中、県外市場で流通させていくための商品力が求められる。 ・販路開拓、販売促進に向けた個々の事業者の取組みには、限界がある。 商談会など販路開拓に向けた支援はもとより、“食”や観光PRとも連携した一体的な販売促進活動を都市圏で展開していく必要がある。 また、地元で愛される商品(地元の素材が使われ、地元がおいしいと認め、人にすすめられる商品)であることが重要。 ・販売促進には、商品(特産品等)だけでなく、背景やストーリー、観光情報やイベント等のあらゆる地域情報を網羅した一元的な情報発信が効果的。 ・小規模な事業所、経営体が多く、商品開発や販路開拓への意欲や必要なスキルを持ったものが少ない。 専門家による研修等によりスキルアップを図るとともに、意欲ある事業者等が集まり情報やノウハウを共有し、商品開発、販路開拓等に協働で取り組む体制づくりが必要。 ・売れる商品づくりには、市場ニーズ、情報を的確に掴み、マーケットインの視点に立ったものづくりが求められるとともに、県外流通に対応できる品質・衛生管理、表示の適正化やラベルの効果的な演出など、商品力の強化が必要。 ・生産者、加工事業者ともに、お互いの情報をよく知らない。 加工原料の安定確保が難しく、大口取引に向けた商談ができないといった課題があり、また、新たな素材、商品化のアイデアの掘り起しのためにも、意見や提案を容易に拾い上げる仕組みや農林漁業者と商工業者のマッチング機会をつくる必要がある。	【商工AP1】 (1)今ある特産品等商品の磨き上げ	○	○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○テストマーケティング 《連携AP6》
		【商工AP2】 (2)魅力ある素材・アイデアの掘り起し	○	○			四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○事業者、地域等の提案を拾い上げる体制づくり 《連携AP6》
		【商工AP3】 (3)新たな特産品等の商品開発	○	○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○新たな商品・サービス等の企画・開発支援 《連携AP6》
		【商工AP4】 (4)商品の販路開拓・販売促進	○	○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課・企画広報課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○地元消費拡大フェアの開催 《連携AP1》
								○商談会等販路開拓・拡大の支援 《連携AP8》
								◎産業間連携や広域連携による外商活動等 《連携AP8》
								○一元的な情報発信の促進 《連携AP8、9、11》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆課題とニーズを把握するための対面販売、アンケート調査等によるテストマーケティングの実施 (県アンテナショップ(まるごと高知など)や都市圏の展示・商談会への出展支援)					◆商品の磨き上げに積極的に取り組む事業者が増加している ◆加工原料の安定確保と地域資源の付加価値向上により、雇用創出と生産者の所得向上につながっている	商工AP1ーAP3 【連携AP6】地域資源を活かした商品開発 商工AP4 【連携AP1】地域産品の利用と販売促進 【連携AP2】地域産品の販売拠点づくり 【連携AP8】地域産品の発信と販路開拓・拡大 【連携AP9】観光商品のセールス・情報発信 【連携AP11】“食”の発信
◆商品の品質や食味、ラベル等の磨き上げや表示の適正化など、外商に向けた課題解決のための各種研修機会の提供やアドバイザーの派遣を支援						
◆市関係各課、県地域支援企画員、地域おこし協力隊等が連携し、事業者、地域等からの相談や支援を実施(事業者や地域等が提案しやすい環境づくりと素材・アイデアの掘り起こし、関係者・機関が連携した事業化へのサポート)					◆事業者や地域からの提案、相談に対してワンストップで対応できる体制が充実している ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム →R6:307アイテム/5年	商工AP5 【連携AP2】地域産品の販売拠点づくり 【連携AP6】地域資源を活かした商品開発 【連携AP8】地域産品の発信と販路開拓・拡大 県計画地域AP ◆四万十ぶしゅかんの産地形成とブランド化 ◆西土佐産栗の地産外商の推進 ◆四万十牛の生産・加工・販売体制の強化 ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進(拠点ビジネス) ◆四万十地域の素材を活用した加工商品の外商強化 ◆幡多地域の農水産物を活用したペット関連商品の開発・販売拡大 ◆四万十の地域食材を活用した商品開発・製造・販売の推進 ◆幡多地域産品を活用した冷凍加工食品の開発・製造・販売の推進 ◆幡多地域産品販売体制の構築
◆商工業者(食品加工業者、飲食店など)と農林漁業者など、事業者間のマッチングの場を提供(地元食材の利用促進、商品化等のアイデアの掘り起こしや生産・供給体制の検討、整備)						
◆農林水産物等の地域資源を活用した新たな商品やサービスの企画・開発を支援 ◆企画段階の商品の市場性等の把握と想定する販路に見合う商品づくり(素材のピックアップ、規格、ラベル、価格設定等)のためのアドバイザー派遣を支援 ◆評価、検証、改善を繰り返し、販売に至る極限まで商品力を高めるための対面販売、アンケート調査等によるテストマーケティング等の実施					◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム →R6:307アイテム/5年	
◆産業間(農業、林業、水産業、商工業)連携による地元消費拡大フェアの開催により地元産品の地産地消意識を醸成						
◆物産展、展示会、商談会等での販路開拓・販売促進活動の支援(県地産外商公社との連携)					◆観光分野など産業間が連携し、多様な外商活動が展開されている ◆多様な広報・プロモーション活動が展開され、地域産品の販売促進につながっている ◆産業祭来場者数 H30:20,000人 →R6:40,000人/5年 ◆商談会等での成約率 H30:20.8% →R6:25%	
◆観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(「四万十フェア」の開催など) ◆友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) ◆幡多広域地産外商協議会で外商活動と観光情報発信、PR活動を広域で一体的に推進(量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致など) ◆しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)						
シティプロモーションの推進						
◆「川とともにいきるまち」をキャッチフレーズに、市のロゴマークを使用したツール等を活用し、各産業分野で統一感あるPR活動など、様々な手法でプロモーションを推進						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱1 顧客に選ばれる商工業の振興

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 地域資源を活かした商品開発		【商工AP5】 (5)商品開発、販路開拓の中核となる人材、組織の育成等	○		○	○	四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課) 関係団体・組織 事業者 生産者	○事業者や地域グループ等の人材育成 《連携AP6、8》 ○新食肉センターの整備・新食肉センターを核とした地域産業の振興 《連携AP2》
2. 四万十の“食”文化の磨き上げと発信	・本市は、人口当たりの飲食店数が突出しており、多様な農林水産物による豊かな食文化を有している。“食”は、各産業分野の連携と相乗効果をもたらす、本市の強み、売りになる。 ・強みである“食”が十分発信できていない。 観光の側面からもこれまで以上にスポットを当て、“食のまち”として発信し、観光客の誘客(日常の観光)に繋げていくことが重要。 そのためには地域に根づいている食文化の磨き上げ、地域が誇る有望素材の掘起しや新たな食を創造していくことも必要。 ・“食”に関連したイベントは数多く開催されているが、実施主体ごとに企画、発信され、横の連携が不十分で効果的な発信ができていない。多様なイベントを観光の側面などから繋ぎ、トータルにコーディネートし発信していくことが求められる。 ・そうした人材を育成・確保し、受け皿となる組織(商工会、商工会議所、観光協会等)の体制を強化するとともに、観光情報、特産品、“食”、イベント等のあらゆる地域情報を網羅した一元的な情報発信が必要。 ・市内を拠点とした発信、普及に加え、都市圏等に拠点を置いた発信、普及による外商強化も必要。 県アンテナショップ(まるごと高知など)等を拠点に、物産販売、観光PRと連携したフェアの開催ほか、県外の事業者等を活用し、四万十の食の提供や地域情報を発信する新たな仕組みやネットワークづくりも重要。	【商工AP6】 (1)四万十の“食”文化の磨き上げ	○	○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課) 商工会議所、商工会 中村料理飲食店組合 四万十黒潮旅館組合 事業者 生産者	○四万十の食文化の掘起し、磨き上げ 《連携AP10》 ○塩たききのブランド化の推進 《連携AP10》
		【商工AP7】 (2)地域を拠点とした食の発信	○	○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課・企画広報課) 商工会議所、商工会 中村料理飲食店組合 中村菓子パン 工業組合 観光協会 四万十市観光振興 連絡協議会 西土佐観光推進 協議会 四万十黒潮旅館組合	○食の発信イベント・企画の磨き上げ及び拡充 《連携AP11》 ○一元的な情報発信の促進 《連携AP8、9、11》
		【商工AP8】 (3)都市圏等を拠点とした食の発信	○	○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課) 商工会議所、商工会 観光協会 事業者 生産者	◎産業間連携や広域連携による外商活動等 《連携AP8》 ★県外事業者等の拠点を活用した外商活動 《連携AP11》
3. 地震防災対策における建設事業の推進	・建設業は、本市の主要な産業の一つであるが、建設投資の縮小などにより、就業者数はH12年からH27年の15年間で約44%減少するとともに、労働者の高齢化と若年労働者の不足により、熟練の技術の継承が危惧されている。 ・建設投資の大幅な増加を期待することが難しい中、施政の重点分野である地震防災対策において建設事業を確保し、人材の確保・育成、技術の継承を図っていくことが必要。	【商工AP9】 (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	○				四万十市 (地震防災課ほか)	○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

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆事業者や地域グループ等において、資源を発掘し商品開発・販路開拓へのアレンジができる人材の育成に向けた研修機会の提供やアドバイザー派遣等の支援 ◆商品開発、販路開拓に実績のある事業者で構成する推進組織での情報共有やノウハウ等の蓄積、新規参入事業者への助言等の実施					◆組織を核として、事業者間で協働した商品開発、販路開拓等の取組みが円滑に推進されている	
基本設計または アドバイザー業務	実施設計・施工			本格稼働		
◆出荷頭数の増加による工場能力の拡大やHACCP(ハサップ)方式に基づく最新の衛生管理基準に適合した新食肉センターへの建替えを実施 ◆周辺環境との調和が図られた安全・安心な食肉の供給拠点とし、地域間の競争力を高め、食肉のブランド化を目指す。						
◆事業者間連携による有望な素材(地域食材、郷土料理、薬膳料理等)の掘起し、磨き上げや未利用素材(雑魚など)の活用					◆四万十の“食”として市内外の知名度が向上し、観光誘客など市街地への人の回遊につながっている	【連携AP10】“食”文化の磨き上げ
◆食文化として根付く「中村の塩たたき」の普及に向けた取組み(販促PR資材の作製や情報発信等)を支援しブランド化を推進						
◆既存の食イベント・企画(「四万十うまいもの商店街」、「中村の塩たたき」、「スイーツの日」など)の磨き上げと新たな食イベントの企画・運営 ◆旬の食材による期間限定キャンペーンなどの企画・運営					◆商店街通行者数(平日) H27~H30平均: 5,338人/日 →R6:6,200人/日	【連携AP8】 地域製品の発信と販路開拓・拡大 【連携AP9】 観光商品のセールス・情報発信
シティプロモーションの推進						
◆「川とともにいきるまち」をキャッチフレーズに、市のロゴマークを使用したツール等を活用し、各産業分野で統一感あるPR活動など、様々な手法でプロモーションを推進					◆産業祭来場者数 H30:20,000人 →R6:40,000人/5年	【連携AP11】 “食”の発信
◆観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(「四万十フェア」の開催など) ◆友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) ◆幡多広域地産外商協議会で外商活動と観光情報発信、PR活動を広域で一体的に推進(量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致など) ◆しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)						
◆都市圏等県外事業者等の拠点を活用し、四万十市の食や地域産品等の発信する催事等の開催、PR普及活動等の推進						
◆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					◆建設業を支える若年層の技術者が増加している	
					◆施設の長寿命化・南海地震対策 R6:強化	
					◆住宅耐震化率 H30:69.8% →R6:81.9%	

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 中心市街地・商店街等の活性化

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 中心市街地、商店街等の魅力・賑わいづくり	・中心市街地、商店街等の活性化は、産業振興のみならず、まちづくりの視点からも主要な課題。 市の玄関口（R56号、R381号）の拠点施設等と中心市街地、商店街との連携強化や機能向上により、市民、観光客等の多様なニーズに対応したサービスや情報を提供することで、回遊性と交流人口の拡大につなげる必要がある。 また、近年の外国人観光客の増加による、看板、メニュー等の多言語化や料金等の支払いのキャッシュレス化などの整備も重要。 ・個店の自助努力が求められる一方、零細な商店が多く、個々の取組には限界があり商店主の意欲も減退している一面もあるが、個店、商店街、関係機関・団体、市の役割分担のもと活性化への機運を高め、組織的に取り組むことが必要。 ・活性化イベントは、商店主、商店街の連携や意欲の喚起につながり一定の集客はあるものの、日常の顧客獲得や個店の売上拡大には至っていない。 また、企画・運営に労力を割かれ、イベント当日に本来の営業まで手が回らないといった課題もある。	【商工AP10】 (1)回遊性と集客力向上のための拠点づくり	○			○	四万十市 （企画広報課・観光商工課・産業建設課） 商工会議所、商工会 商店街振興組合 JA高知県 事業者	◎新たな拠点（旧土曜銀行跡地）による情報発信の強化と賑わいの創出 《連携AP2、8》 ○拠点施設間での連携 《連携AP2》 ○文化複合施設を中心とするまちの賑わいづくり
		【商工AP11】 (2)商店街の機能向上	○			○	四万十市 （観光商工課・産業建設課・まちづくり課） 商工会議所、商工会 商店街振興組合 事業者	○中心商店街活性化協議会の開催 ○商店街空間整備 ○情報発信機能の充実

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆商店街とカフェ、飲食テナント、公共スペース(公園、トイレ、イベントステージ)等多彩な機能を有する新たな拠点との密接な連携による体験・交流の場の提供 ◆商店街情報や観光情報等の発信強化、物販産直等の定期開催など、域外からの誘客(インバウンド含む)につながる”日常のにぎわい”の仕組みづくり					◆商店街通行者数 (平日) H27～H30平均: 5,338人/日 →R6:6,200人/日 ◆道の駅「よつて西土佐」入込客数 H30:18万6,924人 →R6:20万人	【連携AP2】 地域製品の販売拠点づくり 【連携AP8】 地域製品の発信と販路開拓・拡大 県計画地域AP ◆地域商業活性化拠点 「はれのぼ」を核とした中心市街地の活性化 ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進(拠点ビジネス)
◆新たな拠施設(旧土佐銀行跡地)と既存の拠点施設(サンリバー四万十、いちじょこさん市場など)との連携による回遊性の創出(中心市街地、商店街等の店舗、商品、イベント等の発信強化等)の検討など街中へ誘引する仕組みづくり						
実施設計 管理運営実施計画策定 建設工事 開館 ◆新たに整備する文化複合施設を中心に周辺の集客施設等と連携しながら面的な魅力の向上に繋げ、多くの人々に賑わう交流エリアを形成						
◆個店および商店街が主体となって活性化に取り組む機運を醸成し、商店街、行政、関係機関・団体等で協議し中長期にわたる商店街活性化プランを策定 ◆活性化の核となる地域の繁盛店や人材づくりに向けたセミナーの開催やアドバイザー等の派遣					◆商店街通行者数 (平日) H27～H30平均: 5,338人/日 →R6:6,200人/日	
◆街路灯、路面舗装、駐車場、コミュニティ空間(ストリートファニチャーなど)・広場、市産材を活用した景観形成など特色ある空間の整備						
◆個店情報やイベント等商店街の活性化に向けた取組み等の発信強化(商店街、市、関係機関・団体等のHP、SNS等の活用) ◆商店街としてまとまりを持った外商の仕組みづくり(ネットショッピング等)の検討						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 中心市街地・商店街等の活性化

[illegible]

※基本戦略：Ⅰ足腰を強め、地力を高める Ⅱ産業間の連携を強化する Ⅲ情報発信と外商の強化 Ⅳ産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等		
R2	R3	R4	R5	R6				
 ・「公家行列(商店街活性化モデル事業)」、「よさこい四万十」、「小京都ジュニア駅伝」等の既存イベントの発展、拡充による賑わい創出 ・これまでに蓄積されたノウハウをもとに、イベント内容を一部定例化し日常の営業につなげようと先進的、意欲的に取り組む組織・団体等を支援 ・商工、観光関連のイベント等を一元化しトータルコーディネートできる人員の配置や組織体制の見直し、構築					◆商店街通行者数 (平日) H27～H30平均: 5,338人/日 →R6:6,200人/日 ◆商店街の新規出店数 R6:10件/5年			
 ・個店自慢の商品、サービス等の発掘、磨き上げ ・ポイントサービス(加盟店共通の買物券、景品交換等)、ワンコイン商店街、地域振興券の発行など顧客獲得に向けた取組みを支援								
 ・チャレンジショップ事業による創業の支援 ・移住者などの新たな発想や独自のノウハウによる、これまでにない店舗の集積を促進 ・出店しやすい物産市等の定期開催など、店舗営業へ至るまでの環境づくり								
 ・空き店舗情報の整理と発信強化 (貸し手と借り手双方のニーズ把握(店舗条件、賃貸条件など)、情報(物件情報、改修等補助金など)の整理と発信強化) ・創業希望者へのマッチング機会の提供 ・移住希望者に対して、空家情報に加えて空き店舗の情報等も提供できる仕組みづくり					◆商店街の新規出店数 R6:10件/5年			
 ・空き店舗対策事業費補助金(空き店舗改修費用への支援)による支援 (“食”の強み、滞在型観光につながる夜間営業の店舗(飲食店など)への支援拡大も検討) ・チャレンジショップ事業による創業の支援								
 ・商工会、商工会議所等の職員のスキルアップにつながる取組み(経営指導のスキルアップ研修等)を支援					◆創業に関する相談件数 H30:30件/年 →R6:45件/年			
 ・各種セミナーの開催や参加支援、店舗等にアドバイザーを派遣する臨店研修等の実施 ・セミナー開催等と併せて異業種によるマッチング機会の提供 ・チャレンジショップ事業による創業の支援								

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

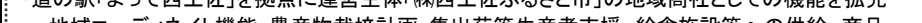
戦略の柱3 中山間地域の商業機能の確保

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 小さな(田舎)ビジネスの推進	・中山間地域では、過疎化、高齢化の進展が著しく、地域の活力や集落機能が低下している。 一方、集落単位や任意団体、グループなど、小さな事業体が主体となって、地域連携と活性化に向け、「小さなビジネス」を展開する動きも見られる。 ・地域には、まだまだビジネスの芽となる素材やアイデアが埋もれているが、ビジネス化に向けたノウハウや人材、資金が不足している。 それらの掘り起こしと事業化へのサポートを強化することが必要。 ・「いなか暮らし」や「スローライフ」への関心が高まる中、地域に根付く特産品、それらを作る人、地域のイベントや多様な魅力をコーディネートし発信していくことは、定住や交流人口の拡大につながる。 ・中山間地域での定住や交流人口の拡大を進めるためには、「小さなビジネス」や様々な集落活動を集約しながら、組織的、多角的なビジネスとして展開していくための仕組みや拠点づくりが必要。	【商工AP16】 (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	○	○			四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課・企画広報課) 地域おこし協力隊 集落組織・グループ事業者 生産者	○事業者、地域等の提案を拾い上げる体制づくり 《連携AP6》 ○地域ならではのアイデア、資源を活かした商品開発 《連携AP6》
		【商工AP17】 (2)地域の人、もの、コトの発信			○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・企画広報課)	○地域の人、もの、コトの発信 《連携AP8》
		【商工AP18】 (3)ビジネスの拠点づくり	○	○	○		四万十市 (観光商工課・産業建設課・農林水産課・企画広報課) 集落活動センター 集落組織・グループ事業者 生産者	○拠点ビジネスの推進 《連携AP2》 ◎道の駅「よって西土佐」の機能拡充 《連携AP2、8》 ★四万十牛を核とした西土佐地域の産業振興 《連携AP3》

戦略の柱4 企業誘致

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 情報通信関連産業の誘致促進	・地理的、地形的なハンディキャップにより、大規模なものづくり企業の誘致は困難である一方、IT(情報処理・通信技術)環境の整備により、都市部と変わらないオフィス機能の提供が可能。 ・ICTの進展、ワークスタイルの多様化により、豊かな自然環境などを求め地方にサテライトオフィスを置く企業やコンタクトセンターなど地方での事業展開を図る企業が増えている。 ・こうした企業誘致により、遊休施設(休廃校舎や廃園保育所など)や空き家(古民家)の利活用、地域の人材や雇用の確保につながる。 ・企業が移転先に求めるニーズ、受入側として求める企業像を明確にし、特色ある誘致情報の発信や受入環境の整備、誘致活動を推進することが必要。	【商工AP19】 (1)誘致に向けたリサーチ	○				四万十市 (観光商工課)	○誘致にかかるリサーチ
		【商工AP20】 (2)誘致活動の推進	○		○		四万十市 (観光商工課・農林水産課)	○県と連動した誘致活動の推進 ○支援メニューの創設・受入体制づくり
		【商工AP21】 (3)遊休施設等を利活用したシェアオフィス等の整備	○			○	四万十市 (観光商工課)	○シェアオフィス等の整備

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
					◆事業者や地域からの提案、相談に対してフ ンストップで対応できる 体制が充実している ◆集落単位やグループ の「小さなビジネス」展 開など、地域連携や活 性化の動きが広がって いる	【連携AP6】 地域資源 を活かした商品開発
・市関係各課、県地域支援企画員、地域おこし協力隊等が連携した相談、サポート体制の強化 (事業者や地域等が提案しやすい環境づくりと素材・アイデアの掘起し、関係者、機関が連携した 事業化へのサポート)						
						
・地域の小さな動きや情報を拾い上げ、地域ならではの資源、アイデアを活かした商品開発等を 支援(6次産業化、農商工連携) ・実績のある集落やグループの新たな事業展開や規模拡大等の支援						
					◆多様な広報・プロ モーション活動が展開 され、地域の活性化に つながっている	【連携AP8】 地域産品 の発信と販路開拓・拡大
・地域の新しい発信の形として、地域の人、物、事をデザイン、コーディネートできる人材の育成や 映像コンテンツ等による情報発信を支援						
					◆集落単位やグループ の「小さなビジネス」展 開など、地域連携や活 性化の動きが広がって いる	【連携AP2】 地域産品 の販売拠点づくり 【連携AP3】 地元農畜 産物を使った商品開発
・地域における生産、加工、販売の仕組みや拠点づくりを支援						
					◆農林水産物等 直販所販売額 H29: 13億1,200万円 →R6: 15億円 ◆道の駅「よつて西土 佐」入込客数 H30: 18万6,924人 →R6: 20万人	【連携AP8】 地域産品 の発信と販路開拓・拡大 県計画地域AP ◆売り出せ西土佐プロ ジェクト推進(拠点ビ ジネス) ◆四万十牛の生産・ 加工・販売体制の 強化
・道の駅「よつて西土佐」を拠点に運営主体「(株)西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を拡充 地域コーディネート機能: 農産物栽培計画・集出荷等生産者支援、給食施設等への供給、商品 開発・ブランド化、地域コミュニティづくり など 広域連携の拠点機能: 道の駅間連携による販売促進、広域観光拠点として周遊観光を促進 外商・情報発信機能: 物産展・商談会への出展、ネット通販や観光情報発信・PRなどによる外 商活動、観光誘客の促進 ・道の駅「よつて西土佐」を拠点に「しまんとリバーベキュープロジェクト」を実施 (農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)						
						
・西土佐地域の事業者と行政が連携して設立した「西土佐地域産業振興推進協議会」を中心に四万 十牛を活用した地域活性化の取り組み						

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
					◆シェアオフィスへの 誘致企業数 R6:2社/5年	
・企業が移転先に求めるニーズ等の把握や企業情報の収集						
					◆シェアオフィスへの 誘致企業数 R6:2社/5年 ◆既誘致企業での 雇用者数 R6:80名/5年 ◆次世代施設園芸等 への誘致企業数 R6:1社	
・蓄積された情報やネットワークを活用し、県との協働のもと移転を希望する企業へのアプローチを効果的に展開						
						
・市税の優遇措置、県補助制度への継ぎ足し(市補助制度)支援制度の創設 ・地域の受け入れ態勢(地域住民との交流)づくり						
					◆シェアオフィスへの 誘致企業数 R6:2社/5年	
・四万十の豊かな環境を背景に休校舎、古民家などを利活用し必要な通信環境を備えたシェア オフィス等の整備を促進						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

6. 観光分野

戦略の柱1 滞在型の観光地づくり

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
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	・観光による経済波及効果を拡大するためには、出来るだけ長く滞在、宿泊してもらうことが必要。 ・観光(旅行)ニーズが多様化、細分化しており、きめ細かな観光リサーチや市場ニーズの把握により、マーケットインの視点に立った、満足度、リピート率の高い観光商品への磨き上げと新たな観光商品づくりが必要。 ・山川海すべて揃ったフィールド、地域素材を観光に活かした新たな通年型・滞在型の観光商品づくりを進めるためには、異業種(農林水産業、商工業)も参加し、自由に発想やアイデアを出し合い、企画提案できる場が必要。 ・多様な実施主体(商工・観光関係団体、地域など)によるイベントの開催や体験メニュー等があるが、効果等の検証が不十分で、横の連携もとれていない。 観光商品としての側面から、検証し磨き上げ、年間を通して繋ぐことで、より効果的な展開が図れる。 ・本市の観光は、シーズンと閑散期がはっきりしており、観光入込客数の拡大には、閑散期の対策が必要。 女子旅やシニア層をターゲットに、自然(環境)、体験、食、健康(美容、温泉)などをキーワードとしたブランディングなど、ターゲット(エリア、年齢、性別など)とテーマを明確にした商品の企画が必要。 ・“食”は本市の強みであり、農林水産業、商工業との連携を深め、観光面でもこれまで以上にスポットを当て、“食のまち”としての観光地づくりを進めることが重要。 一方、中心市街地における昼間営業の店舗数が少ないといった課題もある。 ・多様化する旅行者のニーズや旅行商品の販売形態を踏まえ、これまで磨き上げてきた自然・体験型の観光と歴史や文化、食と組み合わせ、新たな経済効果を生み出す仕組みづくりが必要。	【観光AP1】 (1)観光リサーチの徹底	○				四万十市 (観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会	○観光マーケティングリサーチ 《連携AP7》
		【観光AP2】 (2)今ある観光商品の磨き上げ	○	○			四万十市 (観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会 四万十市観光振興 連絡会議 西土佐観光推進 協議会 四万十市体験型観光 受入研究会	○観光商品としての検証と磨き上げ 《連携AP7》
		【観光AP3】 (3)新たな観光商品づくり	○	○			四万十市 (観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会 四万十市観光振興 連絡会議 西土佐観光推進 協議会 四万十市体験型観光 受入研究会	○観光商品づくり研修会等の開催 《連携AP7》 ○異業種連携の強化 《連携AP7》
		【観光AP4】 (4)食の魅力を活かした観光振興	○	○	○		四万十市 (観光商工課) 観光協会 四万十市観光振興 連絡会議 西土佐観光推進 協議会 四万十市体験型観光 受入研究会 四万十黒潮旅館組合 商工会議所、商工会 中村料理飲食店組合 中村菓子パン 工業組合	○食の魅力を活かした観光地づくり 《連携AP11》 ★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造成・発信及び販売 《連携AP11》 ★四万十牛を核とした西土佐地域の産業振興 《連携AP3》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 - 観光客や旅行会社及びふるさと応援団等へのマーケティングリサーチによるニーズ把握 - 宿泊者の観光動向調査 - 全国(ふるさと応援団等)から四万十市の魅力を募集し、観光資源の掘り起こしと磨き上げ - 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の開発と今ある観光商品の磨き上げへ反映					◆マーケットインの視点に立った、満足度、リピート率の高い滞在型の観光商品づくりが進んでいる	【連携AP7】滞在型の観光商品づくり 県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進
 - 多様な実施主体(商工業者、観光事業者、地域等)が行う、イベント、体験メニュー等について、観光商品としての側面から効果等を検証し、有望なイベント、体験メニュー等を磨き上げ - 旅行会社を招致し、観光メニューの検証や現地視察等を実施し、販路を意識した商品の磨き上げと商品採用に向けたセールスを展開					◆多様な実施主体が連携を強め、満足度、リピート率の高い滞在型の観光プログラムを持続的に展開している	
 - 観光商品企画等のための勉強会等を開催 - 閑散期のターゲット(女性、シニア層、外国人など)の絞り込みとターゲットに合わせたメニュー開発(自然(環境)、体験、健康、食、温泉などをテーマとした閑散期の滞在型観光メニューづくり)					◆各分野と連携した滞在型観光商品が造成され、通年で観光メニューを展開している ◆教育旅行受入家庭数 H29:49軒 →R6:65軒	
 - 異業種(農林水産業、商工業など)連携の強化(異業種間の情報共有、ノウハウや技術の連携による商品の開発の芽出し、サービスの向上や情報発信の強化) - 農林水産業、商工業との連携を促進し、グリーンツーリズムや田舎体験など通年型・滞在型の観光商品づくりを推進						
 - 四万十の食文化(地域の食材や郷土料理)の掘り起こしや磨き上げと連動し、食のまちとしての観光地づくりを推進 - 旬の食材によるキャンペーンなど期間限定による誘客の仕組みづくり - 食のイベント等との連携による四万十の“食”を前面に打ち出した観光振興					◆四万十の“食”として市内外の知名度が向上し、観光誘客や観光消費額の拡大につながっている ◆県内平均消費額(四万十川) H29:28,869円 →R6:33,000円 ◆産業祭来場者数 H30:20,000人 →R6:40,000人/5年	【連携AP3】地元農畜産物を使った商品開発 【連携AP11】“食”の発信 県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進
 - 県が進める観光プロモーション活動(R01～R02リョーマの休日～自然体験キャンペーン～など)との連携による発信強化 - 本市の自然景観やビュースポット等と、それらを活かしたアクティビティや地域の体験プログラム、歴史・文化や食などの観光資源が一体となった観光プログラムを造成し、周遊を促進する。 - 自然・体験型の観光基盤や周遊コースの整備にあたっては、外国人観光客の受入にも対応させ誘致拡大につなげる。						
 西土佐地域の事業者と行政が連携して設立した「西土佐地域産業振興推進協議会」を中心に四万十牛を活用した地域活性化の取り組み						

戦略の柱1 滞在型の観光地づくり

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
2. 広域連携による周遊観光の推進	・幡多広域、四万十川流域、県域を越えた四国西南地域、予土線県境地域、高知県の全市町村を構成するれんけいこうち広域都市圏など様々な広域連携の枠組みによる組織が設立、運営されている。 ・それぞれの圏域(枠組み)の目的、特色を活かした周遊観光プラン等の造成、情報発信、販売に取り組む必要がある。 ・幡多広域観光協議会では、修学旅行受け入れで蓄積したノウハウや仕組みを活かして個人型旅行商品の開発・販売に取り組んでいる。 ・予土県境地域連携実行委員会では、サイクリングを切り口として予土県境域の地域振興とサイクルツーリズムの定着支援、地域協働の観光振興に取り組んでいるが、通過型観光になっているため滞在型観光への転換が課題。	【観光AP5】 (1)広域連携による周遊観光の推進	○	○	○		幡多広域観光協議会 予土県境地域連携 実行委員会 四万十川流域市町村 観光振興連絡会 四国西南地域 観光連絡協議会	○周遊観光プランの造成・発信及び販売 《連携AP7》 ○広域連携によるキャンペーンの展開 《連携AP9》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
◆ 様々な広域連携の圏域(枠組み)の目的、特色を活かした周遊観光プランの造成・発信及び販売 ◆ 四万十川流域市町村観光振興連絡会議での山・川・海の周遊観光プランの造成・発信 ◆ 四国西南地域(四国西南サミット観光部会、四国西南地域観光連絡協議会、予土県境地域連携実行委員会)での県境を越えた周遊観光プランの造成・発信 ◆ 四国ツーリズム創造機構との連携による周遊観光プランの造成・発信 ◆ れんけいこうち広域都市圏による魅力的な資源の発掘・創出及び活用や、それらの効果的なPR、また、圏域全体での周遊観光の造成や情報発信、受入体制の整備に取り組む					◆ 様々な広域連携の圏域(枠組み)の目的、特色を活かした周遊観光プランの造成、情報発信・販売が進み、多様な選択肢を備えた観光エリアとして、幅広い観光客が訪れている ◆ 広域における一般観光客数 H30:118万466人 →R6:64,500人増 ◆ 広域におけるスポーツ客数 H30:17万8,977人 →R6:12,200人増 ◆ 広域組織における5つの機能 ①商品の企画・立案 ②商品の造成、販売、取扱 ③広報、情報発信、窓口 ④地域の人材育成 ⑤観光産業化 R6:強化 ◆ 広域におけるはた旅体験商品利用者数 H30:20,269人 →R6:24,200人 ◆ 広域におけるはた旅体験商品数 H30:101商品/年 →R6:100商品/年	【連携AP7】 滞在型の観光商品づくり 【連携AP9】 観光商品のセールス・情報発信 県計画地域AP ◆ 幡多広域における滞在型・体験型観光の推進 ◆ 幡多広域におけるスポーツツーリズムを核とした交流人口の拡大と地域の活性化
◆ これまでに造成した各種イベント、体験メニューのブラッシュアップ ◆ 幡多広域圏で統一したイメージによるキャンペーンの展開						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 観光商品の外商の推進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 観光商品のセールス及び情報発信の強化	・イベントを通じた「待ちの誘客」から旅行会社への営業やSNS等を重視した「動く誘客」へのシフト ・市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割を明確にし、それに応じた人材、組織のスキル(商品企画、プレゼンテーション等)の向上が必要。 ・市内の観光関連事業者(宿泊施設等)の企画提案力、情報発信力には差異があり、限界もある。 協議会、組合等による組織力を高める必要がある。 ・旅行会社の種別、特性(取扱商品、顧客層、販売期間等)に応じた効果的な営業活動が必要。 また、旅行代理店の発信力を活用した外国人観光客(主に台湾、中国等のアジア圏)の誘客強化という視点も必要。 ・観光商品のターゲット(エリア、年齢、性別など)とテーマ、旅行形態(団体旅行、個人旅行)、情報入手源(旅行代理店(窓口、パンフレット)、ネット、情報誌・ガイドブックなど)を明確に意識した営業活動が必要。	【観光AP6】 (1)観光商品のセールス強化	○			○	四万十市 (観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会	○営業力のある人材、組織の育成 《連携AP9》 ○旅行会社への営業活動の促進 《連携AP9》 ○旅行商品商談会等への出展 《連携AP9》 ○海外への営業活動の促進 《連携AP9》
		【観光AP7】 (2)広報・プロモーションの強化	○	○	○		四万十市 (観光商工課・関係課) 観光協会 幡多広域観光協議会	○多様な媒体を活用した広報活動の強化 《連携AP9》 ○一元的な情報発信の促進 《連携AP8、9、11》 ○ターゲットに合わせたプロモーションの展開 《連携AP9》 ◎産業間連携や広域連携による誘客(PR)活動 《連携AP9、11》

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割の明確化と連携強化 役割分担に応じたスキルの磨き上げと組織力の強化					◆観光人材・組織のスキル(商品企画、営業力等)が向上し、観光誘客の拡大につながっている	【連携AP9】観光商品のセールス・情報発信 県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進 ◆幡多地域産品販売体制の構築
旅行会社の商品化の動きに合わせた着地型商品の営業活動を展開(旅行会社の種別、特性に応じた商品をピックアップし営業を強化) 高知県観光コンベンション協会主催のセールスキャラバンへの参加						
高知県観光コンベンション協会、幡多広域観光協議会主催の商談会等への出展						
県と連携した海外(主にアジア圏(台湾等))へのセールスの実施						
観光ガイドブック、ホームページ等情報発信ツールのリニューアルと多言語化 SNSを活用したリアルタイムの情報発信 観光情報誌等発信力のある民間企業等の媒体を活用した広報活動の展開					◆多様な広報・プロモーション活動が展開され、観光誘客につながっている ◆観光協会ホームページアクセス数 H30:189,053件 →R6:200,000件	【連携AP8】地域産品の発信と販路開拓・拡大 【連携AP9】観光商品のセールス・情報発信 【連携AP11】“食”の発信 県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進 ◆幡多地域産品販売体制の構築
シティプロモーションの推進						
「川とともにいきるまち」をキャッチフレーズに、市のロゴマークを使用したツール等を活用し、各産業分野で統一感あるPR活動など、様々な手法でプロモーションを推進						
ターゲットの絞り込み(ファミリー、シニア、女子会、外国人など)とテーマ性を持ったプロモーションの展開						
都市圏での“食”や物産の販促活動と連携した誘客(PR)活動の展開(「四万十フェア」の開催など) 友好都市と連携した物産展等での誘客(PR)活動の展開 幡多広域地産外商協議会において、広域連携による量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致などの外商活動と観光情報発信・PR活動を一体的に推進 しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱3 おもてなしの向上

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. おもてなし環境の整備	・多様化、細分化する観光(旅行)ニーズと既存の観光拠点施設(カヌー館、四万十桟舎、かわらっこなど)機能のミスマッチが生じていないか検証し、新たな機能、施設を拡充していくことが必要。 ・本市の北の玄関口の拠点施設「道の駅よつて西土佐」の観光機能等の充実と四万十川流域の拠点施設との連携を強化し周遊観光を促進することが必要。 ・公共交通機関を利用する観光客の市内周遊につながる二次交通が不十分。 体験等メニューや周遊コース、シーズンに対応した路線バス、周遊バス、おもてなしタクシー等の運行形態の見直しと拡充が必要。 ・周遊しやすい環境づくりと外国人観光客に対応するため、観光案内板、誘導標識の増設と多言語化、パンフレットの多言語化やのWi-Fi環境整備の拡充などによる観光案内機能の充実が必要。 ・携帯型端末(スマートフォンなど)の普及により、ICTを利用した観光情報の取得が主流になっている。 Wi-Fi環境の整備に加え、市内の観光情報、地域情報を入手しやすい方法で配信することが求められる。 ・プランを持たず目的地で体験や興味のあるところを探す観光客も増えている。 観光客が現地で観光情報を入手できる、あるいは旅のアレンジの相談や体験メニュー等の手配が容易にできる環境づくりなど、旅のニーズにワンストップで対応できる仕組みが必要。 ・体験、食、宿泊、地理情報等の観光情報と特産品、イベント等の地域情報を網羅した一元的な情報発信により、自分なりの旅プランを見つけるきっかけづくりや周遊観光の利便性向上につながる。	【観光AP8】 (1)四万十川流域観光の拠点施設の整備、機能強化	○				四万十市 (観光商工課) 観光協会	○拠点施設の拡充、機能強化
		【観光AP9】 (2)二次交通の充実	○	○			四万十市 (観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会	○二次交通の運行形態の見直し・拡充と情報発信
		【観光AP10】 (3)周遊しやすい環境の整備	○	○	○		四万十市 (観光商工課・関係課) 観光協会 幡多広域観光協議会	○観光案内機能の充実 ○一元的な情報発信の促進 《連携AP8、9、11》
2. おもてなしサービスの充実	・観光客のリピーター率を左右するのは人でありサービス。 質の高いおもてなし、サービスこそがもう一度来たいと思わせるポイント。 ・観光地であることを広く市民が認識し、市民の誰もがおもてなし意識を持ち、地域の魅力を伝えられる観光地づくりが重要。 ・商工分野等と連携し、おもてなし感とリピーターにつながるサービスを提供していくことも必要。	【観光AP11】 (1)観光地としての市民意識の醸成と浸透	○				四万十市 (観光商工課) 観光協会	○市民の参画意識の醸成
		【観光AP12】 (2)リピーター確保に向けた取り組み(特典の充実)	○	○			四万十市 (観光商工課) 観光協会 四万十市観光振興 連絡会議 西土佐観光推進 協議会 四万十市体験型観光 受入研究会	○おもてなし感が感じられる仕組みづくり

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
 ・拠点施設の調査、機能等の検証 ・拠点施設の改修や拡充及び設備等の充実 (四万十ひろば(カヌー館)のオートキャンプ化、しまんとリバーベキュープロジェクト等) ・外国人受入機能の充実・強化					◆公設観光施設等 利用者数 H30:162,247人 →R6:170,000人	県計画地域AP ◆四万十市の地域資源 を活用した通年・滞在 型観光の推進
 ・周遊バス等の運行形態・利用状況の分析、検証 ・観光客のニーズに合致する運行形態(運行本数・経路・時間)の検討、設定 ・市及び関連施設、団体等における分かりやすい情報提供の促進 (HP、案内版、パンフレット等) ・利用しやすい仕組みづくり(【例】期間限定のフリー乗車券導入の検討など) ・自動運転技術の実装化の検討					◆二次交通利用者数 H30:6,164人 →R6:10,000人	
 ・観光窓口のワンストップサービスの提供及び拡充 ・観光案内板及び誘導標識等の現状調査 ・設置箇所及び表示内容の検討 ・観光案内板・誘導標識等の増設と多言語化 ・Wi-Fi環境の整備促進					◆周遊しやすい環境づくりが進み観光誘客につながっている ◆外国人観光客 入込客数 H30:3,287人 →R6:8,000人	【連携AP8】 地域産品の発信と販路開拓・拡大 【連携AP9】 観光商品のセールス・情報発信 【連携AP11】 “食”の発信 県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進
 シティプロモーションの推進 ・「川とともにいきるまち」をキャッチフレーズに、市のロゴマークを使用したツール等を活用し、各産業分野で統一感あるPR活動など、様々な手法でプロモーションを推進						
 ・“市民全てが観光大使”を目指して、地域への愛着や誇りを再認識できる仕組みづくりを推進し市民の参画意識を醸成 ・小中学校等と連携した観光学習の推進					◆観光地であることを広く市民が認識し、おもてなし意識と地域の魅力を伝えられる市民が増えている	県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進
 ・宿泊施設・商店街・飲食店が連携したサービスの仕組みづくり ・外国人受入体制の強化・充実 ・玉姫様の通行手形の普及・充実 ・商店街(個店等)のサービスの向上 ・リピート率に向けた取り組みの検討					◆商工業分野等との連携による多様な仕組み、サービスが生まれている	

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱4 組織力の強化と観光リーダーの発掘・育成

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 観光関連事業者のスキルアップ	・市、観光協会、幡多広域観光協議会が観光振興の核であり、それぞれの役割を明確にし、役割に応じた人材、組織のスキル(コーディネート機能など)を向上し持続していくことが必要。 ・観光協会は、イベントの開催や観光案内が業務の大半を占めており、コーディネート機能や「動く誘客」に向けた営業活動の強化、拡充が必要。 ・多様な実施主体(商工業者、観光事業者、地域等)によるイベントが数多く開催されているが、観光商品として年間通じてトータルにコーディネートできる人材、組織力が不足。 ・観光は裾野が広く、波及効果の高い産業であり、異業種間の交流を促進し、人材・組織の連携、協力関係を構築することで、より効率的、効果的な観光振興につながる。	【観光AP13】 (1)観光関連組織の役割分担と組織力の強化	○			○	四万十市(観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会	○役割分担の明確化とスキル・組織力の強化 ○コーディネーターの育成
		【観光AP14】 (2)異業種との交流・連携の促進	○	○			四万十市(観光商工課) 観光協会	○異業種連携の強化《連携AP7》
2. 観光人材の育成、確保	・地域で核となる人材が不足している。地域の魅力を引き出し、体験メニューやイベント等を企画し持続的に運営していくためには、地域の核となる意欲的な人材が必要。 ・体験メニューやイベント等の開催におけるマンパワーの不足が危惧される。 ・市内外の学生等を対象に観光ボランティアを募ることで、観光に触れる機会、地域の自然や伝統、文化等を学ぶ機会の創出や観光の将来の担い手確保にもつながる。 ・都市部の学生等をインターンシップとして積極的に受入れることで、多様な観光ニーズの把握、都市圏への情報発信やネットワークを構築、さらには、移住も視野に入れた担い手の確保にもつながる。	【観光AP15】 (1)地域の観光リーダーの育成	○			○	四万十市(観光商工課・関係課) 観光協会 幡多広域観光協議会 四万十市体験型観光受入研究会	○地域のキーマンの発掘、育成
		【観光AP16】 (2)将来の担い手の発掘・育成	○			○	四万十市(観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会 四万十市体験型観光受入研究会	○インストラクター、ガイドの育成 ○ボランティア等の受け入れ

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6		
→ ・市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割の明確化と連携の強化 ・役割分担に応じたスキルの磨き上げと組織力の強化 ・アドバイザー等の派遣による組織の課題解決のための助言、指導等の支援 ・商工、観光関連のイベント等を一元化しトータルにコーディネートできる組織体制等の充実					◆観光人材・組織のスキル(商品企画、営業力等)が向上し、観光誘客の拡大につながっている ◆観光協会の案内機能 R6:強化	県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進
→ ・着地型、滞在型、通年型の旅行商品の造成、セールス活動の技術向上等につながる勉強会、研修等を実施						
→ ・異業種(農林水産業、商工業など)連携の強化 (異業種間の情報共有、ノウハウや技術の連携による商品の開発の芽出し、サービスの向上や情報発信の強化) ・農林水産業、商工業との連携を促進し、グリーンツーリズムや田舎体験など通年型・滞在型の観光商品づくりを推進					◆商工業分野等との連携による多様な仕組み、サービスが生まれている	【連携AP7】 滞在型の観光商品づくり 県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進
→ ・各地域で体験型観光に意欲的なキーマンとなる人材を発掘し、地域ならではの魅力ある体験商品の企画や観光関連組織との連携・調整等を行う観光リーダーとして育成 ・アドバイザー派遣による地域の課題解決のための助言、指導等の支援					◆地域で核となる観光人材が育成されている ◆教育旅行受入家庭数 H29:49軒 → R6:65軒	県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活用した通年・滞在型観光の推進
→ ・多様化する観光ニーズに対応する体験メニューの開発や磨き上げ、また実施段階で必要な技術やノウハウの習得、接遇・コミュニケーション能力の向上のための研修等の実施					◆観光人材の育成、レベルアップが図られている ◆観光の担い手確保につながっている	
→ ・学生や退職者等を中心にボランティアを募集し、体験やイベント等を支援 ・インターンシップ受入にかかる情報発信等の支援						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

