

Ⅶ 各分野の戦略・施策 ・アクションプラン





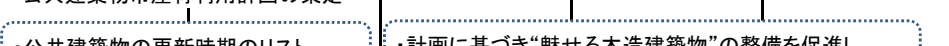
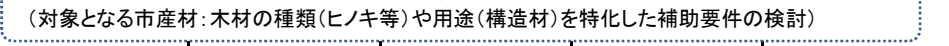



【平成28年3月改定版】

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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・地域内で地元農畜産物の利用促進を図る上では、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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・「四万十市産材利用促進方針」に基づき公共建築物における市産材の率先利用を進めているが、木質化が主になっている。 公共建築物で木造化の事例を積み重ね、木の良さを実感する機会を地域、市民に広く提供していくことが重要。</p> <p>・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。</p>	(1)地域産品の利用促進	○	○			<p>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</p>	<p>★地元消費拡大フェアの開催</p> <p>◎地元農畜産物の公共施設での利用促進</p> <p>★地元農畜産物の利用促進に向けた連携ネットワーク形成</p> <p>◎有機農産物の流通促進</p> <p>○公共建築物の木造化・木質化の促進</p> <p>◎木造住宅建築への支援</p> <p>★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</p>

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 H25:2,000人 → H31:20,000人 ◆学校給食への市内農産物(野菜類)の供給率 H26:64.8% → H31:-%
<ul style="list-style-type: none"> ・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 					
					<ul style="list-style-type: none"> ※目標値は、中学校給食の開始、実施状況により後年度において設定 ◆市産材利用促進事業の着工件数 30戸/年 ◆漁業協同組合の販売機能 H31:強化
<ul style="list-style-type: none"> ・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 					
					
<ul style="list-style-type: none"> 連携ネットワークづくりの検討 ・飲食店、宿泊施設を対象とした地元農畜産物利用状況及び要望調査 ・農産物の集出荷、配送の仕組みづくり 					
					
<ul style="list-style-type: none"> ・市内宅配や県内外へ配送できる環境整備への支援 					
					
<ul style="list-style-type: none"> ・有機農産物の産地形成、安定供給 					
					
<ul style="list-style-type: none"> 公共建築物市産材利用計画の策定 ・公共建築物の更新時期のリストアップと対象となる施設等の選定 					
					
<ul style="list-style-type: none"> ・計画に基づき“魅せる木造建築物”の整備を促進し、市産材利用(ヒノキ建築)の普及・啓発を強化 					
					
<ul style="list-style-type: none"> 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) 					
					
<ul style="list-style-type: none"> 木材流通ネットワークの構築 ・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 					
<ul style="list-style-type: none"> コーディネート組織設立の検討 ・事業者(林業事業者、加工事業者、設計・建築事業者等)、市、県による組織立ち上げに向けた検討 					
<ul style="list-style-type: none"> 組織設立、運営 ・木の良さ(木造建築や木質化の有効性)の情報発信の強化 ・消費者(建築主)と事業者(設計・建築事業者等)のマッチング (コーディネート組織の拠点:四万七ヒノキの家) 					

※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	<p>・木質バイオマスボイラー、薪ストーブ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。</p> <p>・薪ストーブは現在主流となっている高気密、高断熱構造の住宅には馴染みにくい傾向にあるが、設置を望む施主は多い。 また、都市部では、高知市あたりでも燃料の薪を安定的に入手しにくい状況がある。</p> <p>・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を率先して利用すべき。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)地域産品の利用と販売促進	○	○			<p>◎木造化、木質化への情報発信、普及・啓発の強化</p> <p>◎林地残材等の搬出の促進</p> <p>◎木質バイオマスボイラー等の普及促進</p> <p>◎漁協の販売機能の強化</p>	
	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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、「ふるさと市」が拠点となり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。</p> <p>・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。</p>	(2)地域産品の販売拠点づくり	○	○		<p>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</p>	<p>★地産地消認証店制度</p> <p>◎市内量販店等を拠点とした販路拡大</p> <p>★土豫銀行跡地活用による拠点整備</p> <p>◎物産館サンリバー四万十との連携</p> <p>◎いちじょこさん市場(食の交流拠点)の機能強化</p>	

※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)	
H27	H28	H29	H30	H31		
<ul style="list-style-type: none"> 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の推進 						
<ul style="list-style-type: none"> 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 						
<ul style="list-style-type: none"> 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 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) 薪ストーブ導入に対する支援制度の検討 						
<ul style="list-style-type: none"> 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) 						
<p>四万十川西部漁協「あゆ市場」:道の駅「よって西土佐」への出店</p> <p>施設整備 道の駅での開業</p> <p>・道の駅「よって西土佐」の運営主体「銜西土佐ふるさと市」(地域商社)と連携して販売機能を強化</p>						
<p>制度の検討 制度の策定・運営</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内の農林水産物を一定水準以上利用する事業者を地産地消の推奨店として認定し、特色ある地産地消メニューを「四万十の献立」として提供し地域内外からの誘客につながる仕組みづくり 						<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均:4,725人/日 →H31:4,845人/日 ◆農林水産物等直販所販売額 H26:11億5,600万円 → H31:13億円 ◆道の駅「よって西土佐」入込客数 H31:13万人
<ul style="list-style-type: none"> 農産物の旬の時期に合わせた定期的なフェア開催 常設コーナーの設置により出荷量拡大 						
<ul style="list-style-type: none"> 市民と観光客の交流の拠点、くつろぎやコミュニティーの場、物販産直等の定期開催、飲食可能な屋台村、観光情報発信など多機能で便利な空間の整備 四万十の食を提供するブース等の整備による中心市街地への誘客促進(観光客の昼食の提供) 						
<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地・商店街の表玄関に位置する「物産館サンリバー四万十」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、アクセス整備(無償循環バス等)の検討など街なかへ誘引する仕組みづくり) 						
<ul style="list-style-type: none"> 商店街との連携強化による個店の商品・サービス等の情報提供など商店街めぐりにつながり仕組みづくり 地域密着の商品展開をベースに地元と連携した商品づくり(食材調達やアイデア(レシピ考案等))や交流スペースの機能の充実による集客力の向上 						

※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		(2)地域産品の販売拠点づくり	○	○			<p>○直販所の拠点機能の強化</p> <p><u>★道の駅「よって西土佐」の整備・機能強化</u></p> <p>◎拠点ビジネスの推進</p>	

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
<ul style="list-style-type: none"> ・集荷機能、ロット(量)や品揃えの充実による施設(学校給食や宿泊施設など)への供給などの拠点機能を強化 ・販売を見据えた栽培の推進:生産者間で作付計画等情報の一元化による品揃えの拡充 ・簡易な栽培施設(雨よけハウス等)の整備を支援し、農産物等の安定した品質と供給量を確保 ・魅せる直販所づくりの支援:アドバイザーの派遣を支援し、商品の開発や改良、提案等のノウハウや商品の見方、並べ方などの機能強化 					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 15%;"> </div> <div style="width: 15%;"> </div> </div>					
<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「よって西土佐」を拠点に運営主体「株式会社西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を強化 ・地域コーディネート機能(農産物栽培計画・集出荷等の生産者支援、給食施設等への供給、商品開発・ブランド化、小さなビジネス支援、地域コミュニティづくり) ・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(サテライトショップ(松山市)開設、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) 					
<ul style="list-style-type: none"> ・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 					

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)地元農畜産物を使った商品開発	○	○			<p>四万十市 (農林水産課・観光商工課・産業建設課) JA高知はた 事業者 生産者</p>	◎戦略品目のブランド化
								★40010日プロジェクト
							◎地元農畜産物を使った商品の開発	
							◎意欲的な生産者への支援	
	<p>・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。</p> <p>・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、その仕組みをつくる必要がある。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(2)四万十ヒノキ製品の商品力強化	○	○			◎四万十ヒノキのブランド化の推進	
						◎木材製品の生産拡大・商品力の強化		
						★木工製品の生産拡大・商品力の強化		

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆ぶしゆかん新植面積 H26:0.9ha → H31:12ha ◆ぶしゆかん生産量 H26:13t → H31:54t ◆ゆず栽培面積 H26:42.5ha → H31:42.5haを維持 ◆ゆず生産量 H26:445t → H31:445tを維持 ◆栗栽培面積 H26:39.5ha → H31:47ha ◆栗生産量 H26:15.1t → H31:60t ◆四万十農法米栽培面積 H31:20ha ◆四万十農法米生産量 H31:88.4t ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム ※農畜産物加工品以外を含む
<ul style="list-style-type: none"> ・戦略品目の選定 (ぶしゆかん、ゆず、栗、その他有望品目(基幹作物等)からブランド化が可能な農産物を選定) ・ブランディングの構築 (強み(食味、色、形状、栽培方法(栽培基準の設定)、背景(文化・歴史)等)を付加した四万十ブランドの構築) ・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 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆栗生産量 H26:15.1t → H31:60t ◆四万十農法米栽培面積 H31:20ha ◆四万十農法米生産量 H31:88.4t ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム ※農畜産物加工品以外を含む
<ul style="list-style-type: none"> ・地域団体商標取得に向けた取組みの推進 (取得に向けた体制づくりと品目に応じたプロモーション活動を強化) 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆栗生産量 H26:15.1t → H31:60t ◆四万十農法米栽培面積 H31:20ha ◆四万十農法米生産量 H31:88.4t ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム ※農畜産物加工品以外を含む
<p>プロジェクトの仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクト要件の設定 (栽培基準、地域還元の方法、運営体制等) ・賛同者(生産者、消費者)の確保 ・プロジェクトの発信・普及活動の強化 ・地理的表示保護制度の活用 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆「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 H24:7億5,000万円 → H31:8億円
<p>プロジェクトの普及・定着</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクト認定農産物の生産拡大、安定供給の確保 ・認定農産物の情報発信・販路拡大の強化 ・認知度、販路の検証と改善策の実施 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆「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 H24:7億5,000万円 → H31:8億円
<ul style="list-style-type: none"> ・農商工連携や6次産業化により規格外品等の活用した新たな特産品づくりの支援 ・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 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆「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 H24:7億5,000万円 → H31:8億円
<ul style="list-style-type: none"> ・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 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆「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 H24:7億5,000万円 → H31:8億円
<ul style="list-style-type: none"> ・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 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆「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 H24:7億5,000万円 → H31:8億円
<ul style="list-style-type: none"> ・木材製品の生産性向上や高付加価値化に向けた製材施設整備等への支援 ・個々の製材所の機能・特性を活かした事業者間連携の促進 					
					<ul style="list-style-type: none"> ◆「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 H24:7億5,000万円 → H31:8億円
<ul style="list-style-type: none"> ・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り起こし、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	<p>・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。</p> <p>・マーケットインの視点で今ある商品(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マッチした商品への磨き上げを進め他産地に負けない競争力のある品質を確保する必要がある。</p> <p>・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。</p> <p>・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、そうしたノウハウや技術を持つ地域内の商工業者等との連携につながる仕組みがあれば新たな事業展開が期待できる。</p> <p>・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る。 資源量の減少が著しい既存の魚種だけでなく、未利用の有用な魚種を掘り起こし、漁獲手法や供給体制を整備するとともに、意欲ある商工業者と連携した食や商品の開発、販売等に取り組むことも必要。</p>	(3)水産物の高付加価値化		○	○	<p>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</p>	<p>◎品質管理の向上</p> <p>★商品力の強化</p> <p>★未利用資源等の掘起しと活用</p> <p>★新たな商品の企画・開発の支援</p>	
		(4)地域資源を活かした商品開発		○	○	<p>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</p>	<p>○事業者や地域グループ等の人材育成</p> <p>★商品開発、販路開拓の推進組織の設立・運営</p> <p>◎加工原料の安定確保に向けたマッチングの促進</p> <p>◎事業者、地域等の提案を拾い上げる体制強化</p>	

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
					<p>◆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</p> <p>◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム</p> <p>※水産物加工品以外を含む</p>
<p>・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)</p>					
					
<p>・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</p>					
					
<p>・ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、安定した漁獲があるナマズ、ウグイ、コイ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</p> <p>・未利用魚の漁獲手法の確立と供給体制の整備</p>					
					
<p>・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 (商品開発等のアドバイザー派遣やテストマーケティングの実施など、事業者間が連携した取組へのサポートを強化)</p>					
					<p>◆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</p> <p>◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム</p>
<p>・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</p>					
<p>組織の設立 組織の運営、取組の拡充</p>					
<p>・商品開発、販路開拓に実績のある事業者を中心に推進組織を設立・運営 (事業者間の情報共有と協働、新規参入事業者へのアドバイス)</p>					
					
<p>・農林漁業者とのマッチングを促進し、加工原料となる1次産品の生産、供給体制の検討、整備</p>					
					
<p>・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)</p>					

※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	<p>・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加工業者のマッチング機会をつくる必要がある。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(4)地域資源を活かした商品開発	○	○			<p>★事業者間のマッチング機会の創出</p> <p>○テストマーケティング</p> <p>○商品の品質、ラベル等の磨き上げや表示の適正化</p> <p>○新たな商品・サービス等の企画・開発支援</p> <p>○アドバイザーの派遣</p> <p>○試作品のテストマーケティング</p> <p>◎地域ならではのアイデア、資源を活かした商品開発</p>	
	<p>・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。</p> <p>・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。</p>	(5)滞在型の観光商品づくり	○	○		<p>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</p>	<p>◎観光マーケティングリサーチ</p> <p>★四万十市のどこが好きキャンペーンの実施</p>	

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
<p>・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)</p>					
<p>・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)</p>					
<p>・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</p>					
<p>・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</p>					
<p>・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</p>					
<p>・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(県アンテナショップ(まるごと高知など)や都市圏の展示・商談会等での実践支援)</p>					
<p>・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【再掲】 ・シカ、イノシシを活用したジビエ料理や加工品の開発、販路開拓等の支援</p>					
<p>・観光客や旅行会社及び移住者、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</p>					
<p>・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</p>					
<p>・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の反映</p>					
<p>◆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</p> <p>◆体験・宿泊等のプラン造成件数 H31:10アイテム</p> <p>◆広域における一般観光客数 H31:53,750人増</p> <p>◆広域におけるスポーツ客数 H31:10,000人増</p> <p>◆広域における外国人延べ宿泊数 H31:13,300人泊</p> <p>◆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 H31:1強化</p>					

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(5)滞在型の観光商品づくり		○	○		<p>◎観光商品としての検証と磨き上げ</p> <p>○専門家を活用した観光商品の磨き上げ</p> <p>◎観光商品づくりワークショップの開催</p> <p>★異業種交流会の開催</p> <p>◎地域の産業と連携した新たな観光商品づくり</p> <p>★閑散期のメニュー開発</p> <p>○周遊観光プランの造成・発信及び販売</p>	

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
→					
<ul style="list-style-type: none"> 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 					
→					
<ul style="list-style-type: none"> 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 					
→					
<ul style="list-style-type: none"> 観光商品企画ワークショップの定期的な開催 (潜在化している地域資源にテーマ性やストーリー性等を盛り込むなど、観光商品を自由に企画提案できる場をつくり、新たな発想による観光商品づくりを促進) 					
→					
<ul style="list-style-type: none"> 異業種(農林水産業、商工業など)交流会の開催 (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) 					
→					
<ul style="list-style-type: none"> 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など通年型・滞在型の観光商品づくりを推進 産学官連携による農林水産業や自然などテーマ性を持った体験学習のカリキュラム化と地域内への浸透 					
→					
<ul style="list-style-type: none"> 閑散期のターゲット(女性、シニア層など)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)、健康、食、温泉などをテーマとして閑散期の滞在型観光メニューづくり) 					
→					
<ul style="list-style-type: none"> (社)幅多広域観光協議会を核とした幅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 					

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・「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。</p> <p>・「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から県外から引き合いもあり、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。</p> <p>・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。</p> <p>・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、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。</p> <p>・「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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)地域産品の発信と販路開拓・拡大	○	○			<p>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</p>	<p>★産業間連携 <u>や広域連携</u>による外商活動</p>
								○商談会等販路開拓・拡大の支援
								★一元的な情報発信の促進
								◎地域の人、もの、コトの発信
								【再掲】 ○事業者や地域グループ等の人材育成
								【再掲】 ★商品開発、販路開拓の推進組織の設立・運営
								【再掲】 ◎有機農産物の流通促進
								◎四万十ノキ製品の販売力の強化
								【再掲】 ◎漁協の販売機能の強化

※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







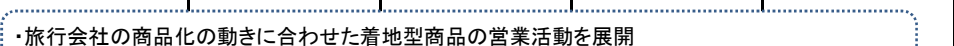

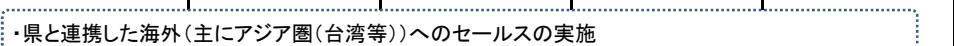
計画期間					目指すべき姿 (目標値)
H27	H28	H29	H30	H31	
<ul style="list-style-type: none"> 観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開 (県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」の開催など) 友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) 幡多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、広域連携による量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致などの外商活動と観光情報発信・PR活動を一体的に推進 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆商談会等での商談件数 H26:108件/ → H31:150件/年
<ul style="list-style-type: none"> 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 (県地産外商会社との連携) 					
<p>シティプロモーション推進事業</p> <p>基本プラン作成 実施プラン・コミュニケーションデザイン作成 プロモーション展開</p> <p>本市の「もの・ひと・こと」の本質的な魅力を表現し、各産業分野をつなぎ、国内外から目を向けられるコミュニケーションデザイン(コンセプト、メッセージ、キャッチコピー、ロゴなど)をつくり、様々な手法、媒体を通じてプロモーションを展開</p>					
<ul style="list-style-type: none"> 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 					
<ul style="list-style-type: none"> 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 					
<p>組織の設立 組織の運営、取組の拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品開発、販路開拓に実績のある事業者を中心に推進組織を設立・運営 (事業者間の情報共有と協働、新規参入事業者へのアドバイス) 					
<ul style="list-style-type: none"> 市内宅配や県内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 					
<ul style="list-style-type: none"> 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 					
<ul style="list-style-type: none"> 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) 					
<p>四万十川西部漁協「あゆ市場」:道の駅「よつて西土佐」への出店</p> <p>施設整備 道の駅での開業</p> <p>道の駅「よつて西土佐」の運営主体「株式会社西土佐ふるさと市」(地域商社)と連携して販売機能を強化</p>					

※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		(1)地域産品の発信と販路開拓・拡大		○	○		<p>◎水産物・水産加工品のブランディングの構築と発信</p> <p>【再掲】 ★土豫銀行跡地活用による拠点整備</p> <p>★道の駅「よって西土佐1」の整備・機能強化</p>	
	<p>・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</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・旅行商品商談会等へ出展することで多くのエージェントとの商談機会が得られるとともに、商談ルート新規開拓への人的ネットワークづくりにつながる。 また、バイヤーの意見や情報等から商品のさらなる磨き上げに活かせる。</p>	(2)観光商品のセールス・情報発信		○	○	<p>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</p>	<p>○広域連携によるキャンペーンの展開</p> <p>★営業力のある人材、組織の育成</p> <p>◎旅行会社への営業活動の促進</p> <p>○旅行商品商談会等への出展</p> <p>★海外への営業活動の促進</p>	

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
 <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディングの構築 強み(形や大きさ、食味、漁獲手法、背景(文化・歴史)など)を付加した四万十川産ブランドの構築) ・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 					
 <ul style="list-style-type: none"> ・市民と観光客の交流の拠点、くつろぎやコミュニティーの場、物販産直等の定期開催、飲食可能な屋台村、観光情報発信など多機能で便利な空間の整備 ・四万十の食を提供するブース等の整備による中心市街地への誘客促進(観光客の昼食の提供) 					
 <p>施設整備 開業</p>					
<div style="border: 1px dashed red; padding: 5px;"> <p>・道の駅「よつて西土佐」を拠点に運営主体「株式会社西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を強化 地域コーディネート機能(農産物栽培計画・集出荷等の生産者支援、給食施設等への供給、商品開発・ブランド化、小さなビジネス支援、地域コミュニティづくり) 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(サテライトショップ(松山市)開設、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)</p> </div>					
 <ul style="list-style-type: none"> ・はた博で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 ・幅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 					<p>◆観光人材・組織のスキル(商品企画、営業力等)が向上し、産業間連携、広域連携のもと「待ちの誘客」から「動く誘客」にシフトしている</p> <p>◆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</p>
 <ul style="list-style-type: none"> ・市、観光協会、幅多広域観光協議会の役割の明確化 ・役割分担に応じたスキルの磨き上げと組織力の強化 ・商品プレゼンテーションのマニュアル化 					<p>◆観光協会ホームページアクセス数 H26:119,577件 → H31:150,000件</p>
 <ul style="list-style-type: none"> ・商品企画、プレゼンテーション等営業に必要なスキルの習得に向けた研修等の実施 					
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 					
 <ul style="list-style-type: none"> ・高知県観光コンベンション協会、幅多広域観光協議会主催の商談会等への出展 					
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 					

※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	・体験、食、宿泊、地理情報等の観光情報と特産品、イベント等のあらゆる地域情報を網羅した一元的な情報発信と産業間が連携し、“食”、物産PR等と一体となった都市圏での誘客活動を促進する必要がある。	(2)観光商品のセールス・情報発信		○	○		<p>○多様な媒体を活用した広報活動の強化</p> <p>【再掲】 ★一元的な情報発信の促進</p> <p>★ターゲットに合わせたプロモーションの展開</p> <p>◎産業間連携 や広域連携による誘客(PR)活動</p>	

※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



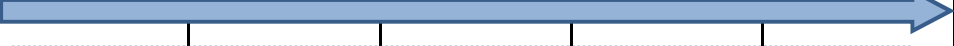

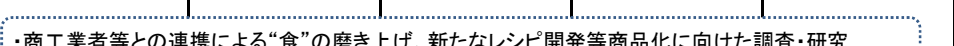
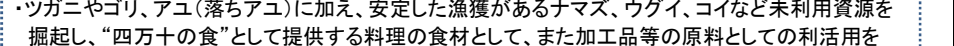
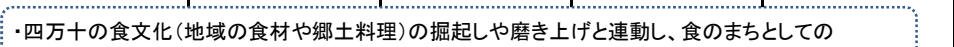
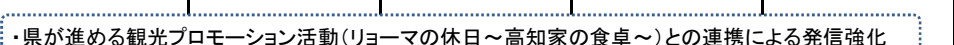
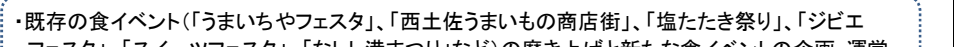
計画期間					目指すべき姿 (目標値)
H27	H28	H29	H30	H31	
<ul style="list-style-type: none"> ・観光ガイドブック、ホームページ等情報発信ツールのリニューアル ・ソーシャルネットワークサービスを活用したリアルタイムの情報発信 ・観光情報誌等発信力のある民間企業等の媒体を活用した広報活動の展開 ・交通広告や屋外広告などの検討・実施 					
<p>シティプロモーション推進事業</p> <p>基本プラン作成 実施プラン・コミュニケーションデザイン作成 プロモーション展開</p>					
<p>・本市の「もの・ひと・こと」の本質的な魅力を表現し、各産業分野をつなぎ、国内外から目を向けられるコミュニケーションデザイン(コンセプト、メッセージ、キャッチコピー、ロゴなど)をつくり、様々な手法、媒体を通じてプロモーションを展開</p>					
<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットの絞り込み(ファミリー、シニア、女子会など)とテーマ性を持ったプロモーションの展開 ・枚方市及び枚方市の友好都市へのプロモーションの充実 					
<ul style="list-style-type: none"> ・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 (県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」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 ・播多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、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 					

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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、地元産の食材を使っていることが重要で、観光客等へのアピールにもつながる。</p> <p>・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。</p> <p>・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づき、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。</p> <p>・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、漁業所得の安定向上にもつながる。</p>	(1)“食”文化の磨き上げ	○	○			<p>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</p>	○四万十の食文化の掘起し、磨き上げ
								<p>【再掲】 ★地産地消認証店制度</p> <p>○塩たたきのブランド化の推進</p> <p>★ジビエ料理等の研究、普及</p> <p>★魚食文化の磨き上げ</p> <p>【再掲】 ★未利用資源等の掘起しと利活用</p>
	<p>・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。</p> <p>・“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。</p> <p>・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。</p>	(2)“食”の発信	○	○			<p>◎食の魅力を活かした観光地づくり</p> <p>◎食の発信・普及イベントの開催</p>	

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
 <ul style="list-style-type: none"> 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 食のイベント「うまいちやフェスタ」の出展メニューの定番化の促進 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均:4,725人/日 →H31:4,845人/日
 <p>制度の検討 制度の策定・運営</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内の農林水産物を一定水準以上利用する事業者を地産地消の推奨店として認定し、特色ある地産地消メニューを「四万十の献立」として提供し地域内外からの誘客につながる仕組みづくり 					
 <ul style="list-style-type: none"> 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 					
 <ul style="list-style-type: none"> ジビエ料理、加工品等の成功事例の調査、研究 他地域と差別化できるジビエ料理の開発、磨き上げと加工品等の開発への支援 飲食店と狩猟者、加工業者との連携によるシカ肉等の供給体制の検討、整備 					
 <ul style="list-style-type: none"> 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) 					
 <ul style="list-style-type: none"> ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、安定した漁獲があるナマズ、ウグイ、コイ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 					
 <ul style="list-style-type: none"> 四万十の食文化(地域の食材や郷土料理)の掘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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均:4,725人/日 →H31:4,845人/日 ◆一人当たりの観光消費額 H24:14,700円 → H31:18,150円 ◆産業祭来場者数 H25:2,000人 → H31:20,000人
 <ul style="list-style-type: none"> 県が進める観光プロモーション活動(リョーマの休日~高知家の食卓~)との連携による発信強化 					
 <ul style="list-style-type: none"> 既存の食イベント(「うまいちやフェスタ」、「西土佐うまいもの商店街」、「塩たたき祭り」、「ジビエフェスタ」、「スイーツフェスタ」、「なしし港まつり」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 食のイベント等の開催による四万十の“食”を前面に打ち出した観光振興 					

※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. 四万十の“食”文化の磨き上げと発信	<p>・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。</p> <p>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。</p>	(2)“食”の発信		○	○		<p>【再掲】</p> <p>★一元的な情報発信の促進</p> <p>【再掲】</p> <p>◎産業間連携 や広域連携による誘客(PR)活動</p> <p>★県外を拠点とした店舗等による外商推進</p>	

※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)
H27	H28	H29	H30	H31	
 <p>シティプロモーション推進事業</p> <p>基本プラン作成 実施プラン・コミュニケーションデザイン作成 プロモーション展開</p> <p>・本市の「もの・ひと・こと」の本質的な魅力を表現し、各産業分野をつなぎ、国内外から目を向けられるコミュニケーションデザイン(コンセプト、メッセージ、キャッチコピー、ロゴなど)をつくり、様々な手法、媒体を通じてプロモーションを展開</p>					
 <p>・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 (県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」の開催など)</p> <p>・友好都市と連携した物産展等での誘客(PR)活動の展開</p> <p>・<u>播多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、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</u></p>					
 <p>・市内事業者が県外に拠点となる店舗を展開し、四万十市の食を発信、普及する場合など、市のPRや他産業への波及効果が期待できる取組みを支援</p>					
 <p>道の駅「よって西土佐」サテライトショップ開設</p> <p>・道の駅「よって西土佐」のサテライトショップ開設(松山市)による外商推進</p>					

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

2. 農業分野







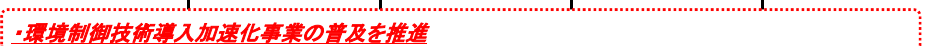

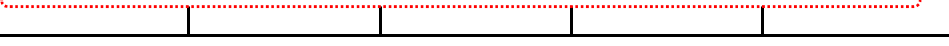
戦略の柱1 産地としての維持・強化

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	<p>【ぶしゅかん】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・ぶしゅかん加工品の販売促進活動(「チームぶしゅかん」との連携)、塩タキなど四万十の“食”の発信普及と連携した販促活動を積極的に展開し、認知度を高め、販路を開拓していくことが必要。 ・販路開拓とあわせ、安定供給に向けた生産量の確保と産地形成が必要。 <p>【ゆず】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3年前より共選を始め秀品率は上がっており、价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。 ・ゆず農家の高齢化により、傾斜地や高所での作業が困難となっており、これが青果率低下の大きな要因となっている。 <p>【栗】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・価格低迷と高齢化、鳥獣害などの要因から生産量はかつての1/10以下の20tまで下落。 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により近年の需要に対応する量が確保できていない。 ・中村地域の山間部にも栗は植栽されているが出荷する農家は一部に限られ放棄されている樹園地が多い。 ・まとまった収量を確保できない限り、安定供給面で不安があり取引先との交渉が不利になっている(価格決定において優位に進めにくい状況)。収量を確保できる生産体制の強化が必要。 	(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 ◎認知度向上、販路開拓、ブランド化の取組み
		(2)ゆずの産地化促進	○	○	○	○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知はた 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 ◎「四万十ゆず」のブランド化の推進
		(3)栗の産地再生	○	○	○	○	四万十市 (産業建設課) JA高知はた 生産者 事業者	○栗園の再生 ○集出荷の支援 ◎「四万十栗」のブランド化の推進

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>ぶしゅかん産地化推進事業 (苗木代、鳥獣害防護柵、集出荷への支援や栽培基準の配布)</p> <p>・栽培管理が比較的容易とされるぶしゅかんを耕作放棄地、傾斜地への新植、改植を促進 ・「ぶしゅかん産地化推進計画」の策定 ・生産者組合の設立</p>					<p>◆ぶしゅかん新植面積 H26:0.9ha →H31:12ha</p> <p>◆ぶしゅかん生産量 H26:13t →H31:54t</p>	<p>県計画地域AP ◆四万十ぶしゅかん産地の形成とブランド化事業</p> <p>【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ</p>
<p>・市内外の物産展、県外量販店、各種媒体でのPR強化 (ぶしゅかん加工品等の販促活動、四万十の“食”発信普及イベント等との連携)</p> <p>・認知度、販路の検証と改善策の実施</p>						
<p>ゆず産地化推進事業 (苗木代、防風ネット(農業飛散防止)への支援)</p> <p>・作業効率の良い平地栽培への転換による、品質・生産性の向上</p> <p>・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)</p>					<p>◆ゆず栽培面積 H26:42.5ha →H31:42.5haを維持</p> <p>◆ゆず生産量 H26:445t →H31:445tを維持</p>	<p>【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ</p>
<p>・ゆず産地としての地位の確立</p> <p>・商品(青果)としての安定した品質・供給量の確保と加工品等の開発、販売の促進 ・地域団体商標取得に向けた取組みの推進 (取得に向けた体制づくりと「四万十ゆず」プロモーション活動の強化)</p>						
<p>・老朽化が進む樹園地の改植や作業効率の良いほ場への新植の促進、栽培放棄された樹園地の掘り起こしと高齢者でも作業しやすい栗園への再整備を支援 ・安定した生産量の確保</p>					<p>◆栗栽培面積 H26:39.5ha →H31:47ha</p> <p>◆栗生産量 H26:15.1t →H31:60t</p>	<p>県計画地域AP ◆栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト推進事業</p> <p>【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ</p>
<p>中山間地域集出荷支援事業 (栗の集出荷と生産振興にかかる人件費、車両リース費、種苗代、資材費等への助成)</p> <p>・地域や集落において持続可能な集出荷の仕組みづくり</p> <p>・集出荷体制の構築と作物生産の維持・拡大</p> <p>・商品(青果)としての安定した品質・供給量の確保と加工品等の開発、販売の促進 ・地域団体商標取得に向けた取組みの推進 (取得に向けた体制づくりと「四万十栗」プロモーション活動の強化)</p>						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続




計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
H27	H28	H29	H30	H31		
 戦略品目の選定 品目の普及、産地強化 ・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: キュウリ、ピーマン、オオバナなど 西土佐地域: 米ナス、小ナスなど					◆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 ◆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	
 ・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						
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						
 ・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						
 ・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)						
 ・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					◆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 ◆環境保全型農業直接支援隊対策事業参加経営面積 H26: 21ha →H31: 31ha ◆環境保全型農業推進事業実施経営体数 H26: 11戸 →H31: 15戸	
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						
 ・環境制御技術導入加速化事業の普及を推進						
 ・次世代型施設園芸への企業参入(企業誘致)を推進						
						

※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		
3. 集落営農の推進	<p>・中山間地域では、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。</p> <p>・小規模な農家が農地を守りながら農業を続けていく、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。</p> <p>・集落営農組織は、31組織(中村15・西土佐16)であるが、任意の組織であり、組織体制や経営力が弱い。 法人化による組織力、経営力(機械の利用料や受託料等の内部留保など)の強化が必要。</p> <p>・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。</p>	(1)集落営農の組織化、法人化の支援	○			○	<p>四万十市 (農林水産課・産業建設課) 集落営農組織</p>	<p>○組織化に向けた取組みの推進</p> <p>○フォローアップ体制の充実・強化</p>
		(2)こうち型集落営農の実践	○			○	<p>四万十市 (農林水産課・産業建設課) 集落営農組織 JA高知はた生産者</p>	<p>○収益性の高い品目を導入した組織の育成・支援</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆集落営農組織数 H26:20組織 →H31:25組織 ◆農業経営を行う 法人数 H26:2法人 →H31:9法人 	
 <ul style="list-style-type: none"> ・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相互研鑽、組織間連携、スキルアップ(法人化、リーダー育成)への支援) ・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) ・先進地視察の実施 (県内外の先進事例に学び組織の設立及び育成、既存組織の経営力の強化に反映) 						
 <p>集落営農・拠点ビジネス支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営農活動の持続・拡充に向けた取組みの支援 (水稲後作の有望品目や、施設野菜の導入支援) 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等		
H27	H28	H29	H30	H31				
支援の仕組みづくり ・支援希望農家の登録 (地域、品目、支援時期等のデータ化) ・支援できる人材の登録 (農家(農閑期にあたるもの等)、他産業との副業、就農希望者等) ・就業条件の整備 (作業内容、賃金等の設定) ・農作業支援にかかる費用負担 (賃金等)軽減策の検討		支援体制の構築・運営 ・農家と市、関係機関の連携による情報の収集と提供 ・農作業支援を希望する農家と就労希望者のマッチング促進 ・農業労働力の確保による高齢農家等の農業生産活動の維持と経営の安定化			◆無料職業紹介所 H26:1カ所 (北幡地域(西土佐)) →H31:2カ所 (幡東地域(中村)を増設)			
・拠点施設の検討・協議 (地元説明会や集落活動センターとの連携) ・施設運営方法の確立		・拠点施設の運営、活用					◆生産・出荷支援システム取組件数 H26:5件 →H31:5件を維持	
中山間地域生活支援総合事業 (農産物の集出荷や生活支援にかかる人件費、燃料費、備品等への助成) 中山間地域集出荷支援事業 (農産物の集出荷や生産振興にかかる人件費、車両リース費、種苗代、資材費等への助成) ・地域や集落において持続可能な集出荷の仕組みづくり		・集出荷体制の構築と作物生産の維持・拡大						

※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	<p>・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もなるし、地産地消のまちとして、本市のPRにもつながる。</p> <p>・地域内で地元農畜産物の利用促進を図る上では、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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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、「ふるさと市」が拠点となり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。</p> <p>・消費者(市民)への地元農畜産物の利用促進(PR)も必要。 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。</p>	(1)地元消費拡大に向けた取組みの強化	○	○			<p>◎公共施設での利用促進</p> <p>★連携ネットワーク形成</p> <p>★地産地消認証店制度</p> <p>◎市内量販店等を拠点とした販路拡大</p> <p>★地元消費拡大フェアの開催</p>	
		(2)直販機能の強化	○	○			<p>四万十市(農林水産課・産業建設課)直販所</p> <p>◎直販所機能の強化</p> <p>★道の駅「よつて西土佐」の整備・機能強化</p>	

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<ul style="list-style-type: none"> 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 					<ul style="list-style-type: none"> 学校給食への市内農産物(野菜類)の供給率 H26:64.8% →H31:—% ※目標値は、中学校給食の開始、実施状況により後年度において設定 産業祭来場者数 H25:2,000人 →H31:20,000人 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進</div>
連携ネットワークづくりの検討		ネットワークの構築・利用促進				
<ul style="list-style-type: none"> 飲食店、宿泊施設を対象とした地元農畜産物利用状況及び要望調査 農産物の集出荷、配送の仕組みづくり 		<ul style="list-style-type: none"> 飲食店、宿泊施設等への地元農畜産物安定供給 				
制度の検討		制度の策定・運営				
<ul style="list-style-type: none"> 市内の農林水産物を一定水準以上利用する事業者を地産地消の推奨店として認定し、特色ある地産地消メニューを「四万十の献立」として提供し地域内外からの誘客につながる仕組みづくり 						
<ul style="list-style-type: none"> 農産物の旬の時期に合わせた定期的なフェア開催 常設コーナーの設置により出荷量拡大 						
<ul style="list-style-type: none"> 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 						
<ul style="list-style-type: none"> 集荷機能、ロット(量)や品揃えの充実による施設(学校給食や宿泊施設など)への供給などの拠点機能を強化 販売を見据えた栽培の推進:生産者間で作付計画等情報の一元化による品揃えの拡充 簡易な栽培施設(雨よけハウス等)の整備を支援し、農産物等の安定した品質と供給量を確保 魅せる直販所づくりの支援:アドバイザーの派遣を支援し、商品の開発や改良、提案等のノウハウや商品の見方、並べ方などの機能強化 					<ul style="list-style-type: none"> 農林水産物等直販所販売額 H26:11億5,600万円 →H31:13億円 道の駅「よつて西土佐」入込客数 H31:13万人 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進</div>
施設整備		開設				
<p style="color: red;">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強化 地域コーディネイト機能(農産物栽培計画・集出荷等の生産者支援、給食施設等への供給、商品開発・ブランド化、小さなビジネス支援、地域コミュニティづくり) 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(サテライトショップ(松山市)開設、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)</p>					<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">県計画地域AP ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進事業 (拠点ビジネス)</div>	

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)ブランド化の推進	○	○	○	○	<p>四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知はた 生産者 事業者</p>	<p>◎戦略品目のブランド化</p> <p>★40010日プロジェクト</p>
		(2)地元農畜産物を使った商品の開発・販売	○	○	○	○	<p>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</p>	<p>○地元農畜産物を使った商品の開発</p> <p>◎意欲的な生産者への支援</p> <p>★産業間連携 や広域連携による外商活動</p> <p>○商談会等販路開拓・拡大の支援</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<ul style="list-style-type: none"> 戦略品目の選定 (ぶしゅかん、ゆず、栗、その他有望品目(基幹作物等)からブランド化が可能な農産物を選定) ブランディングの構築 (強み(食味、色、形状、栽培方法(栽培基準の設定)、背景(文化・歴史)等)を付加した四万十ブランドの構築) 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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆四万十農法米 栽培面積 H31:20ha ◆四万十農法米 生産量 H31:88.4t 	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ
【再掲】 <ul style="list-style-type: none"> 地域団体商標取得に向けた取組みの推進 (取得に向けた体制づくりと品目に応じたプロモーション活動を強化) 						
プロジェクトの仕組みづくり <ul style="list-style-type: none"> プロジェクト要件の設定 (栽培基準、地域還元の方法、運営体制等) 賛同者(生産者、消費者)の確保 プロジェクトの発信・普及活動の強化 地理的表示保護制度の活用 					プロジェクトの普及・定着 <ul style="list-style-type: none"> プロジェクト認定農産物の生産拡大、安定供給の確保 認定農産物の情報発信・販路拡大の強化 認知度、販路の検証と改善策の実施 	
<ul style="list-style-type: none"> 農工商連携や6次産業化により規格外品等を活用した新たな特産品づくりの支援 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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム ※農畜産物加工品以外を含む 	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ 【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大
<ul style="list-style-type: none"> 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 						
<ul style="list-style-type: none"> 観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開 (県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」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) 幡多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆商談会等での商談件数 H26:108件/年 →H31:150件/年 ※農畜産物加工品以外を含む 	県計画地域AP ◆四万十ぶしゅかん 産地の形成とブランド化事業 ◆栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト推進事業 ◆四万十牛の生産・販売拡大事業 ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進事業 (拠点ビジネス) ◆四万十地域の素材を活かした新たな外商戦略の構築事業
<ul style="list-style-type: none"> 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 (県地産外商会社との連携) 						
					◆地元農産物等を活用したペット関連商品の開発・販売拡大事業 ◆四万十の地域食材を中心とした商品開発・販売事業 ◆素材の特性を活かした地域色豊かな冷凍加工食品の開発・製造・販売事業 ◆幡多地域産品販売体制構築事業	

※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	<p>・「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から県外から引き合いもあり、市価の3倍程度の高値販売に至っている市内水稻農家の事例もある。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・系統的な出荷により一般の市場に流通させるうえでは、ロットの確保や有機JAS認証の取得が必要で、書類整備の繁雑さや取得にかかる検査料等のコスト面から小規模経営では採算が合わない。</p>	(1)有機農産物の販路開拓・拡大	○		○		<p>四万十市 (農林水産課・産業建設課) 環境にやさしい農業のための研究会 西土佐地域地産地消推進協議会 集落営農組織</p>	<p>◎有機農産物の流通促進</p> <p>【再掲】 ◎公共施設での利用促進</p>
		(2)有機農業の普及・啓発活動の推進	○		○	○	<p>四万十市 (農林水産課・産業建設課) 環境にやさしい農業のための研究会 生産者</p>	○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
H27	H28	H29	H30	H31		
 ・市内宅配や県内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					◆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 ◆学校給食への市内農産物(野菜類)の供給率 H26:64.8% →H31: - % ※目標値は、中学校給食の開始、実施状況により後年度において設定	【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進 【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大
・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						
 ・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					◆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 ◆有機農業等総合支援事業実施面積 H26:11.5ha →H31:12ha	
【再掲】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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>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。</p> <p>・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。</p> <p>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、中古ハウスの斡旋や運搬、改修への支援が必要。</p> <p>・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。</p> <p>また、夫婦で就農を目指す移住希望者も多い。</p>	(1)新規就農者の研修支援	○			○	<p>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高知はた</p>	<p>○新規就農者の確保・育成</p> <p>◎新規就農者に対する農地提供促進</p>
		(2)新規就農支援体制の拡充	○			○	<p>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高知はた</p>	<p>○相談支援体制の充実</p> <p>○経営安定への支援</p> <p>◎就農開始時の支援</p>
		(3)移住促進による新規就農支援	○			○	<p>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高知はた</p>	<p>◎移住就農者の誘致活動の強化</p> <p>◎Uターン(夫婦就農)者に対する支援拡充</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 新規就農研修支援事業《青年就農給付金》 ・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と連携し、研修前に就農体験を実施					◆新規就農者数 3人/年	
 ・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 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)						
 ・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					◆新規就農者数 3人/年 ※移住夫婦研修者含む	
 ・移住体験(就農及び田舎暮らし)の 支援制度の検討		 ・検討結果による事業の実施				
 【再掲】新規就農研修支援事業 ・夫婦で就農する場合等を条件に 支援拡充を検討						
 ・検討結果による事業の実施						

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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て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。</p>	(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高知はた	○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
		(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高知はた 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	<p>・中山間地域では、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。</p> <p>・小規模な農家が農地を守りながら農業を続けていく、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。</p> <p>・集落営農組織は、31組織(中村15・西土佐16)であるが、任意の組織であり、組織体制や経営力が弱い。</p> <p>法人化による組織力、経営力(機械の利用料や受託料等の内部留保など)の強化が必要。</p> <p>・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)。</p> <p>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。</p> <p>・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。</p> <p>リーダーの育成とともに、集落の現状(農業経営の状況(米価等低下や採算性)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。</p> <p>・米価が低迷する中、水稲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。</p>	(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 ◎フォローアップ体制の充実・強化
(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高知はた 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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 					◆認定農業者数 H26:127人 →H31:150人	
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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) 					◆認定農業者数 H26:127人 →H31:150人	
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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相互研鑽、組織間連携、スキルアップ(法人化、リーダー育成)への支援) ・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) ・先進地視察の実施 (県内外の先進事例に学び組織の設立及び育成、既存組織の経営力の強化に反映) 						
 集落営農・拠点ビジネス支援事業					◆収益性の高い品目を導入する組織が育成されている	
<ul style="list-style-type: none"> ・営農活動の持続・拡充に向けた取組みの支援 (水稲後作の有望品目や、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	<p>・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。</p> <p>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。</p> <p>・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。</p> <p>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。</p>	(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	○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
		(2)営農類型等に応じた農地の集積	○				四万十市 (農林水産課・産業建設課) JA高知はた	○農業振興地域整備計画の全体見直し ○人・農地プラン作成、更新の支援 ○新規参入、品目転換における適地誘導
		(3)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	○入田地区整備 ○利岡、三里地区整備 ○その他の地区整備

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>農地中間管理事業の受託実施</p> <p>・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</p> <p>・集積にかかる協力金等の助成制度について、助成要件を見たと見込まれる際には、その手続き等を支援</p>					◆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	
<p>・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</p>						
<p>計画の見直し</p> <p>策定・運用</p> <p>・地域ごとの営農方針を定める農業振興地域整備計画の定期変更にあわせて、どの地域にどの営農類型を集積するかなど地域の実情や状況に応じた見直しを実施</p>					◆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	
<p>・人・農地プランで重点的に取り組む生産品目の明確な位置づけとそれに応じた農地集積をどう進めるかなど、プランの作成あるいは更新(毎年)の際に集落、地域の取組みを支援(集落・地域の話合いにおける助言等)</p> <p>・各種計画の見直しにより地域ごとに推進する営農類型を明確なものとし、就農者等の希望する営農類型に適応する農地を斡旋できる仕組みづくり</p>						
<p>工事施工</p> <p>促進計画作成支援</p> <p>工事施工</p> <p>要望調整・促進計画作成支援</p> <p>・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</p>					◆ほ場整備実施面積 H26:973ha →H31:1,014ha	

※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		
2. 耕作放棄地対策	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)耕作放棄地の再生及び発生防止対策	○				<p>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</p>	<p>○耕作放棄地の再生</p> <p>○耕作放棄地の発生防止対策</p>
		(2)適合品目の栽培促進	○				<p>四万十市 (農林水産課・産業建設課) 生産者</p>	○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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>耕作放棄地再生利用緊急対策</p> <p>・耕作放棄地再生利用緊急対策の周知徹底と活用支援</p>					<p>◆中山間地域直接支払制度の実施農地面積 H26:461.6ha →H31:461.6haを維持</p> <p>◆多面的機能支払制度の実施農地面積 H26:1,513t →H31:1,513tを維持</p>	
<p>・中山間地域等直接支払制度</p> <p>・多面的機能支払制度</p> <p>・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</p>						
<p>果樹等適合品目の産地化推進</p> <p>・耕作放棄地を再生しやすい果樹(ぶしゅかん、ゆず等)の新植を支援</p>					<p>◆ぶしゅかん新植面積 H26:0.9ha →H31:12ha</p> <p>◆ゆず栽培面積 H26:42.5ha →H31:42.5haを維持</p>	









※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	<p>・全国有数の豊富なヒノキ資源がありその蓄積量は増え続けている一方、適正に管理されず荒廃が懸念される森林が増加している。</p> <p>・木材価格の低迷により林業の採算性が悪化し、森林所有者の山への関心や経営意識が希薄になっている。</p> <p>また、山に関わる当事者だけではなく、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、産地としての発展につながらない。</p> <p>・小規模な森林所有者が多く、森林への関心が希薄な所有者の増加、高齢化や世代交代、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。</p> <p>・提案型集約化施業の推進により森林管理、施業の促進を図っているが、集約化にあたり山林所有者の承諾にかなりの時間、労力を要するとともに、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。</p> <p>・産地としての地位を確立するためには、原木生産目標や出口(建築材用途など)を見据え、個々の森林の特性に応じた目指すべき山づくりの形を明確にし、長期的視点(時間軸)に立った計画的な森林施業を普及・定着していかなければならない。</p> <p>・計画的な森林施業を進めるためには、森林の現状を把握し、いつでも誰でも引き出せるデータの集積、管理が必要である。</p> <p>森林GIS(地理情報システム)などでデータ管理を行うのが理想であるが、元データの作成に多大な労力がかかるうえ導入経費も高額である。</p> <p>・提案型集約化施業を推進するためには、森林所有者をまとめ、効率的計画的な森林経営を実践できる森林施業プランナーの育成(実践力の向上、増員)が必要。</p>	(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	<p>★ヒノキ産地としての市民意識の醸成</p> <p>◎森林所有者の意識の醸成</p>
		(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	<p>○森林資源の現状把握とデータ管理の徹底</p> <p>○経営類型の明確化</p>
		(3)提案型集約化施業の推進	○		○			四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業体

※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








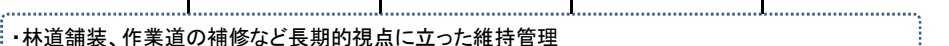


計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> ・市のヒノキ資源が全国有数であることや品質に優れる点、また原木から建材として流通するまでの付加価値などを可視化して発信し、山(林業)への関心とヒノキ産地としての市民意識を醸成 					<ul style="list-style-type: none"> ◆市民、森林所有者へ品質に優れたヒノキ資源が全国有数であり、ヒノキ産地として森林整備の必要性が周知されているとともに、山(林業)や木材への関心が高まっている 	
 <ul style="list-style-type: none"> ・山への関心や管理のきっかけづくりに向け、山林所有者への継続的な情報発信と啓発活動を促進 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・計画的な森林管理・経営の促進に向け、森林資源の現状把握と、森林簿等によるデータ管理を徹底 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 H26:3,586ha →H31:4,000ha 	
 <ul style="list-style-type: none"> ・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)森林区分の明確化 		 <ul style="list-style-type: none"> ・類型に応じた適切な施業の推進 				
 <ul style="list-style-type: none"> ・不在村地主など森林所有者情報の収集と森林境界の明確化の促進 ・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を強化 					<ul style="list-style-type: none"> ◆「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 H26:3,586ha →H31:4,000ha 	
 <ul style="list-style-type: none"> ・森林施業プランナーの育成とあわせ、森林経営計画の策定を促進 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 						

※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		
2. 長伐期施業の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・他県の原木市場では、長伐期施業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、長伐期施業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。 ・長伐期施業に関するノウハウ、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者が長伐期施業についての情報(メリット、デメリット、育林技術等)を共有する必要がある。 	(1)長伐期施業方針の策定と普及啓発	○				四万十市 (農林水産課)	★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	○				四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業者 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 ★長伐期施業の経営シミュレーションの検証
		(3)長伐期施業技術(ノウハウ)の普及	○		○		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	★長伐期施業の講習会等の開催
3. 適切な皆伐、間伐による原木生産の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	(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 林業事業者	◎森林の特性に応じた皆伐、間伐の実践
		(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 林業事業者	○作業道や林業機械導入への支援 ○林内路網の維持管理
		(3)低コスト再造林、育林の実践	○				四万十市 (農林水産課) 森林組合 林業事業者 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 ◎防護柵の設置と捕獲の促進

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 ・長伐期施業方針の策定	 ・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ている	
 ・モデル林整備とあわせ、一般施業との経営シミュレーション(作業効率、収益性等)を比較・検証						
 ・長伐期施業技術(ノウハウ)の習得機会の確保と林業事業者のスキルアップのための講習会等の開催					◆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 H24: 47,000m ³ →H31: 60,000m 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					◆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 H25: 709,795m →H31: 790,000m	
 ・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						
 ・再造林、育林の低コスト化の実践(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 H26: 4,446頭 →H31: 6,000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柵の設置 ・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						

※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		
4. 林業事業体や担い手の確保、育成	<p>・市内の林業従事者は増加傾向で、若手(39歳以下)の増加も見られ、県下の従事者数(H24:220人)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。</p> <p>・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。</p> <p>・林業事業体数、作業員数の不足に加え、施業技術の継承が危惧される。</p> <p>作業道を抜き、車両により搬出する現場が主流であるが、路網と車両だけでは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。</p> <p>・コスト管理などの高いマネジメント能力を備え、長期的な視点に立った計画的な森林施業を行える林業事業体が少ない。</p> <p>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。</p> <p>・林業事業体の住み分けも一定必要ではないか。</p> <p>森林組合：民有林を主に比較的小規模な森林所有者の集積、施業</p> <p>民間事業体：市有林を主に比較的大規模な森林所有者の集積、施業</p> <p>任意団体等：地域における山への関心、身近な森林管理(集落組織、活動グループなど)</p> <p>・地元の若者や移住者が山に関心を持ち、副業的なビジネスという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。</p> <p>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。</p> <p>・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。</p> <p>集落組織として管理していくことで、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。</p>	(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 四万十ヒノキブランド化 推進協議会 幡多林業活性化 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
		(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
		(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
H27	H28	H29	H30	H31		
 ・高度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(四万七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、林業事業者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 ◆新規林業就業者数 3人/年	
 ・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						
 ・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					◆林業生産活動を行う多様な担い手が育成されている	

※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	<ul style="list-style-type: none"> ・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経営体質が脆弱であるため、高額な施設整備費の確保が難しい。 また、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、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、その仕組み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。 ・市内には木工製品を加工販売する事業者もあり、こうした加工事業体の育成も必要。 ・県内では、CLT(クロス・ラミネイテッド・ティンバー)技術の確立、普及が進められている。 新たな木材需要の創出による供給先として、その動向を注視していく必要がある。 	(1)木材製品の生産の拡大・商品力の強化	○	○			四万十市 (農林水産課) 製材加工事業者	◎木材製品の生産の拡大・商品力の強化
		(2)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	★木工製品の生産の拡大・商品力の強化
2. 供給体制の効率化	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・公共建築物や住宅における市産材の利用促進を図る上でも、さらには、今後想定される大規模な震災復興への備えとしても、市産材(製品)をストックできる施設の整備が必要。 ・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。 	(1)市産材製品ストック施設整備	○	○			四万十市 (農林水産課)	★市産材製品のストック施設整備
		(2)山元選別の促進による流通経費の削減	○	○			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	★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	○	○			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	★木材流通ネットワークの構築

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 ・木材製品の生産性向上や高付加価値化に向けた製材施設整備等への支援 ・個々の製材所の機能・特性を活かした事業者間連携の促進					◆木材・木製品製造品出荷額等 H24:7億5,000万円 →H31:8億円	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ
 ・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 H24:7億5,000万円 →H31:8億円	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ
 整備に向けた調査・検討 施設の整備・運営 ・木材製品(ヒノキの構造材等)の一元的な管理と安定供給が可能となるストック施設の整備・運営					◆市産材製品ストック施設整備 →H31:整備	
 ・山元選別の仕組みづくり ・山元選別の実践:流通経費削減のための作業ポイント(山元土場)設置への支援					◆流通の効率化が進み、市産材の流通量が拡大している	
 ・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					◆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	【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進 県計画地域AP ◆「四万十の家」と地域産ヒノキの販売推進事業

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)公共建築等での市産材の率先利用	○	○			四万十市 (農林水産課)	○公共建築物の木造化・木質化の促進
	<p>・「四万十市産材利用促進方針」に基づき公共建築物における市産材の率先利用を進めているが、木質化が主になっている。</p> <p>・公共建築物で木造化の事例を積み重ね、木の良さを実感する機会を地域、市民に広く提供していくことが重要。 そのためには、計画段階から担当部署と連携を密にし、木造化を図る公共建築物を早期に決定するとともに、木材の調達を考慮した十分な施工期間を確保する必要がある。</p> <p>・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、建設事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。</p> <p>・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。 山元立木価格へ反映し、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。</p>	(2)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 ★コーディネイト組織の設立
	<p>・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しコーディネイ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。</p>	(3)木造化、木質化への情報発信、普及・啓発の強化	○	○	○		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 ★地元消費拡大フェアの開催

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>公共建築物市産材利用計画の策定</p> <p>・公共建築物の更新時期のリストアップと対象となる施設等の選定</p> <p>・計画に基づき“魅せる木造建築物”の整備を促進し、市産材利用(ヒノキ建築)の普及・啓発を強化</p>					◆公共建築物において、積極的に市産材が使われている	<p>【地産地消の推進】地域産品の利用と販売促進</p> <p>県計画地域AP ◆「四万十の家」と地域産ヒノキの販売推進事業</p>
<p>市産材利用促進事業</p> <p>・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)</p> <p>効果の検証・事業の見直し</p>					◆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 30戸/年	<p>【地産地消の推進】地域産品の利用と販売促進</p> <p>県計画地域AP ◆「四万十の家」と地域産ヒノキの販売推進事業</p>
<p>【再掲】木材流通ネットワークの構築</p> <p>・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</p>						
<p>コーディネート組織設立の検討</p> <p>・事業者(林業事業者、加工事業者、設計・建築事業者等)、市、県による組織立ち上げに向けた検討</p> <p>組織設立、運営</p> <p>・木の良さ(木造建築や木質化の有効性)の情報発信の強化 ・消費者(建築主)と事業者(設計・建築事業者等)のマッチング (コーディネート組織の拠点:四万十ヒノキの家)</p>						
<p>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の推進</p> <p>・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</p>					◆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 H25:2,000人 →H31:20,000人	<p>【地産地消の推進】地域産品の利用と販売促進</p> <p>県計画地域AP ◆「四万十の家」と地域産ヒノキの販売推進事業</p>

※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		
2. 木質バイオマス利用促進	<p>・木質バイオマスボイラー、薪ストーブ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。</p> <p>・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。</p> <p>・薪ストーブは現在主流となっている高気密、高断熱構造の住宅には馴染みにくい傾向にあるが、設置を望む施主は多い。 また、都市部では、高知市あたりでも燃料の薪を安定的に入手しにくい状況がある。</p> <p>・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を率先して利用すべき。</p>	(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
		(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
3. 四万十ヒノキブランドの確立と販売力の強化	<p>・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。</p> <p>・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。</p>	(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
		(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	【再掲】 ◎木材製品の生産拡大・商品力の強化 【再掲】 ★木工製品の生産拡大・商品力の強化
		(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

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> ・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	【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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) ・薪ストーブ導入に対する支援制度の検討 					◆木質バイオマス起源のグリーンエネルギーが幅広く利用されている	【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進
 <ul style="list-style-type: none"> ・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」として知名度が向上し、大消費地での販路が拡大している	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ 県計画地域AP ◆「四万十の家」と地域産ヒノキの販売推進事業
 <ul style="list-style-type: none"> ・木材製品の生産性向上や高付加価値化に向けた製材施設整備等への支援 ・個々の製材所の機能・特性を活かした事業者間連携の促進 					◆木材・木製品製造品出荷額等 H24:7億5,000万円 →H31:8億円	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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	【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大 県計画地域AP ◆「四万十の家」と地域産ヒノキの販売推進事業

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

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	<ul style="list-style-type: none"> ・鳥獣害被害の中でも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。 ・県下のシカの捕獲実績(H25年度実績:3,884頭)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、マナーの向上とあわせ狩猟者の確保が必要。 	(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	【再掲】 ◎防護柵の設置と捕獲の促進
		(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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	(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 ★新規就業者の育成

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 鳥獣被害対策の実践 ・防護:被害の軽減を図るための防護柵の設置 ・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 H26:4,446頭 →H31:6,000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 H26:4,446頭 →H31:6,000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(しいたけ、木炭)生産量 H25:48,466kg →H31:55,000kg	
 ・生産技術、販売ノウハウ習得に向けた実践研修への支援						






※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	<p>・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。 海面漁業においても水産資源の減少と魚価の低迷、燃油の高騰等により専門化離れが進み漁獲量も減少している。</p> <p>・水産資源の回復や増殖が進まないかぎり、漁獲(収穫)量の確保が厳しく、水産物の加工や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も定着しているため、こうした食を目当てとした観光客の大幅な減少も懸念されるなど、水産資源の動向が他産業に及ぼす影響も大きい。</p> <p>・資源の回復、増殖に向けた取組みを効果的に進めるため、漁協と関係機関が連携のうえ漁場環境や資源量等の調査・検証を継続的に実施し、その結果を漁業者にフィードバックして情報を共有することが重要。 また、漁業者のみならず市民(消費者や遊漁者)に対しても調査データや取組み等の情報発信を強め、資源保護に対する理解と意識を醸成することも必要。</p> <p>・資源量減少の要因のうち水量の減少や水温の上昇等自然環境変化への対策は困難であるが、主要な漁獲対象資源の生育や産卵、遡上に影響する生育・漁場環境の変化については、蓄積された調査・研究データや専門的知見なども取り入れ、その効果を明確にしながらか対策に取り組む必要がある。</p>	(1)漁場環境、資源量等の調査・研究	○				<p>四万十市(農林水産課) 四万十市・高知大学 連携事業推進会議 四万十川漁業振興協議会 漁業協同組合</p>	<p>◎漁場環境、資源量等の調査・研究</p> <p>◎調査結果の広報活動</p>
		(2)生育・漁場環境の保全・整備	○				<p>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</p>	<p>◎スジアオノリ生育・漁場環境の保全・整備</p> <p>◎アユの産卵場の再生と保全管理</p> <p>◎イセエビ漁礁設置による漁場整備</p>

※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








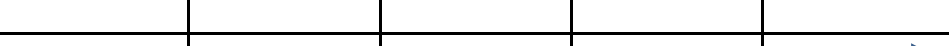

計画期間					目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
H27	H28	H29	H30	H31		
 高知大学との連携事業(四万十市・高知大学連携推進会議)					◆漁場環境や資源量の等の継続的な把握と減少要因の分析が進み、漁業者と情報が共有され、天然資源の回復・増殖に向け関係者が連携した取組みが進んでいる	県計画地域AP ◆四万十川の環境と資源を活用した産業振興事業
・天然スジアオノリの調査・研究(漁場(河川)環境調査)						
・天然アユの調査・研究(成育場等調査、河川環境調査)						
 民間研究機関等との連携事業						
川エビ(ミナミテナガエビ)の調査・研究(生育環境調査等)						
・報告会、シンポジウム等の開催において漁業者(市民)等にフィードバックし情報を共有 ・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						
 アオノリ漁場整備補助金					◆内水面漁業漁獲量 H24:56t →H31:65t ◆海面漁業漁獲量 H24:30t →H31:35t	県計画地域AP ◆四万十川の環境と資源を活用した産業振興事業
・生育に有効な水深、河床形状の整備を支援						
 ・四万十川自然再生事業(アユの瀬づくり)の検証と持続可能な産卵場の再生と保全管理を推進						
 ・投石漁礁設置による漁場造成を支援(H26年度実施～以後3年に1回実施)						

※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		
2. 栽培漁業の推進	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・天然スジアオノリは漁獲量低迷による供給不安から市場の評価も低下し、これまで築き上げてきたブランド価値も下落傾向にある。こうした状況下で市内産スジアオノリの競争力を維持、向上させるためには、栽培にも取組み安定した供給量と品質を確保する必要がある。</p>	(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	<p>★効果的な放流技術の確立</p> <p>○内水面資源の種苗放流</p> <p>○沿岸資源の種苗放流</p>
		(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	<p>★区画あたりの生産拡大</p> <p>★新たな漁場の開拓と新規参入の促進</p> <p>◎生産・品質管理の徹底</p>
		(3)スジアオノリの栽培技術の研究と実践	○				四万十市 (農林水産課) 四万十市・高知大学 連携事業推進会議 四万十川下流 漁業協同組合	◎スジアオノリの栽培技術の研究と実践

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 ・より効果のある放流手法の確立に向けた追跡調査の実施					◆内水面・沿岸資源の 種苗放流 H31:維持	
 ・防疫や遺伝的多様性に配慮した種苗放流体制の確保						
 ・漁業協同組合が実施する稚アユ等放流への支援と放流効果の検証						
 ・漁業協同組合が実施するヒラメ・アワビ等放流への支援と放流効果の検証						
 ・生育環境データの蓄積等による区画あたりの生産性向上に向けた取組みの実践						
 ・新たな漁場の開拓、区画漁業権の区割りの見直しと新規就業者の参入機会の創出						
 ・漁業協同組合において生産工程(洗浄・選別・乾燥)の均一化と品質管理の徹底による品質向上						
高知大学との連携事業(四万十市・高知大学連携推進会議)					◆スジアオノリ自然栽培生産量 H31:5t	県計画地域AP ◆四万十川の環境と資源を活用した産業振興事業
 ・ 自然栽培(養殖) 実証試験の実施による生育状況や生産コスト等のデータ化、栽培技術の確立と向上						
 ・漁業協同組合及び連合会の合意形成 ・ 浮かし網による自然栽培(養殖)の実践によるスジアオノリ安定生産の確立						

※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	<p>・漁獲量減少の要因としては、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。</p> <p>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の変動に大きな影響力があり、こうした川を上下移動する資源については、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。</p>	(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
	<p>・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り、川エビなどは漁業者の漁獲に匹敵することから、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。</p> <p>・適切な資源管理の取組みには、漁業者(漁協)や関係機関の合意形成が不可欠であり、このまま進めば資源がいつそう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。</p> <p>・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。</p> <p>・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、取組みへの市民参画を促し、資源管理の定着を図ることも重要。</p>	(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	<p>・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り続けている。</p> <p>一方、漁船は余り、漁場も空いてくる状況が容易に想定される中、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。</p>	(1)協業化の促進	○			○	四万十市 (農林水産課) 漁業協同組合	★協業化の促進
	<p>・漁業経営の向上、担い手の確保には、これまでの個人経営主体から、漁協がリーダーシップを取り、漁業者の雇用、漁船の管理、水産物の販売などを行う体制づくりや、意欲ある漁業者が集まった組織づくりなど、協業化に向けた仕組みづくりに取り組むことも必要。</p> <p>・定年後新規就業する者や漁業に関心を持つ移住希望者なども増えつつある。</p> <p>担い手を確保・育成していくうえでは、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。</p>	(2)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	<p>★講習会、研修会の開催</p> <p>◎受入漁家による研修制度の拡充</p> <p>★フォローアップ体制の確立</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 四万十市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					◆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	
 ・ルールづくりのもと実践 ⇒ 効果検証 ⇒ フィードバック						
 ・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					◆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	
 ・漁業協同組合または漁業者グループによる協業化の促進、生産基盤や技術・ノウハウの共有と継承					◆漁業協同組合や漁業者間の連携が促進され、協業化の動きが生まれている	
 ・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 H27～H31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						
 ・地元漁家や専門家等によるフォローアップ体制の確立						

※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	<p>・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。</p> <p>・マーケットインの視点で今ある商品（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マッチした商品への磨き上げを進め、他産地に負けない競争力のある品質を確保する必要がある。</p>	(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 ★商品力の強化	
		(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利活用 ★新たな商品の企画・開発の支援	
2. 販売力の強化と販路拡大	<p>・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、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。</p> <p>・漁協の収入源として、四万十川の知名度を活かした遊漁券の販売促進にも目を向ける。組合員が減少する中、遊漁券収入により経営の安定化や積極的な放流につなげている事例も多い。</p> <p>・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。</p>	(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 ★販路を見据えた漁業	

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> ・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) 					◆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	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、安定した漁獲があるナマス、ウグイ、コイ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 					◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム ※水産物加工品以外を含む	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 (商品開発等のアドバイザー派遣やテストマーケティングの実施など、事業者間が連携した取組へのサポートを強化) 						【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信
 <ul style="list-style-type: none"> ・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) 					◆漁業協同組合の販売機能 H31:強化	【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進
 <p>四万十川西部漁協「あゆ市場」:道の駅「よって西土佐」への出店</p> <p>施設整備 道の駅での開業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「よって西土佐」の運営主体「㈱西土佐ふるさと市」(地域商社)と連携して販売機能を強化 						【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大
 <ul style="list-style-type: none"> ・販路を見据えた漁獲を推進:有利販売につながる時期の漁獲を確保できる仕組みづくり 						県計画地域AP ◆四万十川の環境と資源を活用した産業振興事業 県計画地域AP ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進事業(拠点ビジネス)

※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		
2. 販売力の強化と販路拡大	<p>・「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。</p> <p>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。</p> <p>・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。</p> <p>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。</p> <p>・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。</p>	(2)ブランド力の強化と販路拡大		○	○		<p>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</p>	<p>◎ブランディングの構築と発信</p> <p>★地元消費拡大フェアの開催</p> <p>★地産地消認証店制度</p> <p>★産業間連携 <u>や広域連携</u>による外商活動</p> <p>○商談会等販路開拓・拡大の支援</p>
3. 魚食文化の磨き上げと発信	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)魚食文化の磨き上げ		○	○		<p>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</p>	<p>★魚食文化の磨き上げ</p> <p>【再掲】 ★未利用資源等の掘起しと利活用</p>
		(2)魚食文化の発信強化		○	○		<p>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</p>	<p>★グルメイベント等での魚食文化の発信</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディングの構築 強み(形や大きさ、食味、漁獲手法、背景(文化・歴史)など)を付加した四万十川産ブランドの構築) ・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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 H25:2,000人 →H31:20,000人 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大</div> <p>県計画地域AP</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆四万十川の環境と資源を活用した産業振興事業 <p>◆播多地域産品販売体制構築事業</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・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 						
<p>制度の検討</p> <p>制度の策定・運営</p>						
<ul style="list-style-type: none"> ・市内の農林水産物を一定水準以上利用する事業者を地産地消の推奨店として認定し、特色ある地産地消メニューを「四万十の献立」として提供し地域内外からの誘客につながる仕組みづくり 						
<ul style="list-style-type: none"> ・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開 (県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」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) ・播多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、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 						
<ul style="list-style-type: none"> ・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) 						
<ul style="list-style-type: none"> ・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) 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信</div>
<ul style="list-style-type: none"> ・ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、安定した漁獲があるナマズ、ウグイ、コイ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 						
<ul style="list-style-type: none"> ・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 (「うまいちやフェスタ」、「西土佐うまいもの商店街」、「塩たたき祭り」、「なしし港まつり」など) 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信</div>

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

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	<p>・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。</p> <p>・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。 地元で根付いてこそ体験商品としての価値も高まる。</p> <p>・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。</p>	(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) 漁業協同組合	<p>★体験商品の磨き上げ</p> <p>★川の体験ガイドブックの作製</p>
		(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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> 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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆体験・宿泊等のプラン造成件数 H31:10アイテム ※漁業体験以外を含む 	
 <ul style="list-style-type: none"> 川の体験ガイドブックの作製 (市民・観光客が四万十川を深く知るツールとして資源や漁場の変化、漁法や川で遊ぶルールなどを網羅したガイドブックを作製) 						
 <ul style="list-style-type: none"> 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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 	

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・売れる商品づくりには、市場ニーズ、情報を的確に掴み、マーケティング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。</p> <p>・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。</p>	(1)今ある特産品等商品の磨き上げ	○	○	○	○	<p>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</p>	<p>○テストマーケティング</p> <p>○商品の品質、ラベル等の磨き上げや表示の適正化</p> <p>◎加工原料の安定確保に向けたマッチングの促進</p>
	<p>(2)魅力ある素材・アイデアの掘り起し</p>	○	○			<p>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</p>	<p>◎事業者、地域等の提案を拾い上げる体制強化</p> <p>★事業者間のマッチング機会の創出</p>	
	<p>(3)新たな特産品等の商品開発</p>	○	○	○		<p>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</p>	<p>○新たな商品・サービス等の企画・開発支援</p> <p>○アドバイザーの派遣</p> <p>○試作品のテストマーケティング</p>	

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>◆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)</p>					<p>◆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</p> <p>◆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</p>	<p>【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ</p> <p>県計画地域AP ◆<u>四万十ぶしゅかん産地の形成とブランド化事業</u></p> <p>◆栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト推進事業</p> <p>◆四万十牛の生産・販売拡大事業</p> <p>◆売り出せ西土佐プロジェクト推進事業(拠点ビジネス)</p> <p>◆四万十地域の素材を活かした新たな外商戦略の構築事業</p>
<p>◆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</p>						
<p>◆農林漁業者とのマッチングを促進し、加工原料となる1次産品の生産、供給体制の検討、整備</p>						
<p>◆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・アイデアの掘り起し、関係者・機関が連携した事業化へのサポート)</p>					<p>◆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</p> <p>◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム</p>	<p>◆<u>地元農産物等を活用したペット関連商品の開発・販売拡大事業</u></p> <p>◆<u>四万十の地域食材を中心とした商品開発・販売事業</u></p> <p>◆<u>素材の特性を活かした地域色豊かな冷凍加工食品の開発・製造・販売事業</u></p>
<p>◆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)</p>						
<p>◆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</p>						
<p>◆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</p>					<p>◆一次産品等を活かした新商品の開発 H31:15アイテム</p>	
<p>◆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 (県アンテナショップ(まるごと高知など)や都市圏の展示・商談会等での実践支援)</p>						

※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		(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 ★地産地消認証店制度 ○商談会等販路開拓・拡大の支援 ★産業間連携 <u>や広域連携</u> による外商活動 ★一元的な情報発信の促進
		(5)商品開発、販路開拓の中核となる人材、組織の育成	○		○	○	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 ★商品開発、販路開拓の推進組織の設立・運営
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し、本市の強み、売りになる。	(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 ○塩たたきのブランド化の推進

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>・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</p>					<p>◆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</p> <p>◆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</p> <p>◆産業祭来場者数 H25:2,000人 →H31:20,000人</p> <p>◆商談会等での商談件数 H26:108件/年 →H31:150件/年</p>	<p>【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進</p> <p>【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓</p> <p>県計画地域AP ◆四万十ふしゆかん 産地の形成とブランド化事業</p> <p>◆栗からはじまる西土佐地産外商プロジェクト推進事業</p> <p>◆四万十牛の生産・販売拡大事業</p> <p>◆売り出せ西土佐プロジェクト推進事業(拠点ビジネス)</p> <p>◆四万十地域の素材を活かした新たな外商戦略の構築事業</p> <p>◆地元農産物等を活用したペット関連商品の開発・販売拡大事業</p> <p>◆四万十の地域食材を中心とした商品開発・販売事業</p> <p>◆素材の特性を活かした地域色豊かな冷凍加工食品の開発・製造・販売事業</p> <p>◆播多地域産品販売体制構築事業</p>
<p>制度の検討</p> <p>制度の策定・運営</p> <p>・市内の農林水産物を一定水準以上利用する事業者を地産地消の推奨店として認定し、特色ある地産地消メニューを「四万十の献立」として提供し地域内外からの誘客につながる仕組みづくり</p>						
<p>・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)</p>						
<p>・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」の開催など)</p> <p>・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)</p> <p>・播多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、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</p>						
<p>シティプロモーション推進事業</p> <p>基本プラン作成</p> <p>実施プラン・コミュニケーションデザイン作成</p> <p>プロモーション展開</p> <p>・本市の「もの・ひと・こと」の本質的な魅力を表現し、各産業分野をつなぎ、国内外から目を向けられるコミュニケーションデザイン(コンセプト、メッセージ、キャッチコピー、ロゴなど)をつくり、様々な手法、媒体を通じてプロモーションを展開</p>						
<p>・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</p>					<p>◆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</p>	
<p>組織の設立</p> <p>組織の運営、取組の拡充</p> <p>・商品開発、販路開拓に実績のある事業者を中心に推進組織を設立・運営(事業者間の情報共有と協働、新規参入事業者へのアドバイス)</p>						
<p>・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</p> <p>・食のイベント「うまいちやフェスタ」の出展メニューの定番化の促進</p>					<p>◆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</p> <p>◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31:4,845人/日</p>	<p>【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信</p>
<p>・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資料の作製や情報発信等)を支援しブランド化を推進</p>						

※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		
2. 四万十の“食”文化の磨き上げと発信	<p>・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。</p> <p>・“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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)四万十の“食”文化の磨き上げ	○	○	○		<p>【再掲】</p> <p>★地産地消認証店制度</p> <p>★ジビエ料理等の研究、普及</p>	
		(2)地域を拠点とした食の発信	○	○	○	<p>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</p>	<p>◎食の発信・普及イベント等の開催</p> <p>【再掲】</p> <p>★一元的な情報発信の促進</p>	
		(3)都市圏等を拠点とした食の発信	○	○	○	<p>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</p>	<p>【再掲】</p> <p>★産業間連携 や広域連携による外商活動</p> <p>★県外を拠点とした店舗等による外商推進</p>	
3. 地震防災対策における建設事業の推進	<p>・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H22年の10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。</p> <p>・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。</p>	(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>四万十市 (地震防災課ほか)</p>	○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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>→ 制度の検討</p> <p>→ 制度の策定・運営</p> <p>・市内の農林水産物を一定水準以上利用する事業者を地産地消の推奨店として認定し、特色ある地産地消メニューを「四万十の献立」として提供し地域内外からの誘客につながる仕組みづくり</p>						
<p>→</p> <p>・ジビエ料理、加工品等の成功事例の調査、研究 ・他地域と差別化できるジビエ料理の開発、磨き上げと加工品等の開発への支援 ・飲食店と狩猟者、加工業者との連携によるシカ肉等の供給体制の検討、整備</p>						
<p>→</p> <p>・既存の食イベント(「うまいちやフェスタ」、「西土佐うまいもの商店街」、「塩たたき祭り」、「ジビエフェスタ」、「スイーツフェスタ」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</p>					<p>◆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</p> <p>◆産業祭来場者数 H25: 2,000人 →H31: 20,000人</p>	<p>【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信</p>
<p>→</p> <p>シティプロモーション推進事業 基本プラン作成 実施プラン・コミュニケーションデザイン作成 プロモーション展開</p> <p>・本市の「もの・ひと・こと」の本質的な魅力を表現し、各産業分野をつなぎ、国内外から目を向けられるコミュニケーションデザイン(コンセプト、メッセージ、キャッチコピー、ロゴなど)をつくり、様々な手法、媒体を通じてプロモーションを展開</p>						
<p>→</p> <p>・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開 (県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」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) ・播多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、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</p>					<p>◆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</p>	<p>【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信</p> <p>◆播多地域産品販売体制構築事業</p>
<p>→</p> <p>・市内事業者が県外に拠点となる店舗を展開し、四万十市の食を発信、普及する場合など、市のPRや他産業への波及効果が期待できる取組みを支援</p> <p>→</p> <p>道の駅「よって西土佐」サテライトショップ開設 ・道の駅「よって西土佐」のサテライトショップ開設(松山市)による外商推進</p>						
<p>→</p> <p>・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>◆建設業を支える若年層の技術者が増加している</p> <p>◆施設の長寿命化・南海地震対策 H31: 1強化</p> <p>◆住宅耐震化率 H26: 64.1% →H31: 73.5%</p>	

※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、商店街の魅力・賑わいづくり	<p>・中心市街地、商店街の活性化は、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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・集客力のある中心市街地、商店街にするためには、ここでしか買えない特色ある商品、サービスを個店が提供していかなければならない。 一方、そうした個店情報や活性化への取り組みを積極的に発信するとともに、買い物客へインセンティブ（動機付け）を与える取組みも必要。</p> <p>・移住者などの独自の発想やノウハウによる魅力ある店舗を集積することは、新たな活力と賑わいの創出につながる。 一方、空き店舗には店舗兼住宅が多く、賃借にはつながりにくいといった課題もあり、貸し手と借り手のニーズ把握とマッチングなどを空き家対策とあわせて実施するなど、意欲的な若者や移住者などが創業しやすい環境づくりが必要。</p>	(1)回遊性と集客力向上のための拠点づくり	○		○		四万十市 (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 事業者	<p>★土豫銀行跡地活用による拠点整備</p> <p>○物産館サンリバー四万十との連携</p> <p>◎いちじよこさん市場（食の交流拠点）の機能強化</p> <p>★東下町会館の改築による拠点機能の強化</p> <p>★道の駅「よつて西土佐」の整備・機能強化</p>
		(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	<p>○商店街活性化ワークショップ等の開催</p> <p>★商店街活性化の核となる人材の確保、育成</p> <p>○商店街空間整備</p> <p>◎情報発信機能の充実</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<ul style="list-style-type: none"> 市民と観光客の交流の拠点、くつろぎやコミュニティーの場、物販産直等の定期開催、飲食可能な屋台村、観光情報発信など多機能で便利な空間の整備 四万十の食を提供するブース等の整備による中心市街地への誘客促進(観光客の昼食の提供) 					<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 ◆道の駅「よって西土佐」入込客数 H31: 13万人 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓</div>
<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地・商店街の表玄関に位置する「物産館サンリバー四万十」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、アクセス整備(無償循環バス等)の検討など街なかへ誘引する仕組みづくり) 						
<ul style="list-style-type: none"> 商店街との連携強化による個店の商品・サービス等の情報提供など商店街めぐりにつながる仕組みづくり 地域密着の商品展開をベースに地元と連携した商品づくり(食材調達やアイデア(レシピ考案等)や交流スペースの機能の充実による集客力の向上) 						
<p style="text-align: center;">ニーズ調査 実施設計</p> <p style="text-align: center;">施設整備</p> <p style="text-align: center;">開設</p> <div style="border: 1px dashed red; padding: 5px; margin: 5px auto; width: fit-content;"> <ul style="list-style-type: none"> 東下町商店街振興組合の活動拠点の強化 商店街への来街者の利便性向上(コミュニティスペースなど) </div>						
<p>施設整備</p> <p>開設</p> <div style="border: 1px dashed red; padding: 5px; margin: 5px auto; width: fit-content;"> <ul style="list-style-type: none"> 道の駅「よって西土佐」を拠点に運営主体「㈱西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を強化 地域コーディネート機能(農産物栽培計画・集出荷等の生産者支援、給食施設等への供給、商品開発・ブランド化、小さなビジネス支援、地域コミュニティづくり) 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(サテライトショップ(松山市)開設、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) </div>						
<ul style="list-style-type: none"> ◆道の駅「よって西土佐」を拠点に運営主体「㈱西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を強化 地域コーディネート機能(農産物栽培計画・集出荷等の生産者支援、給食施設等への供給、商品開発・ブランド化、小さなビジネス支援、地域コミュニティづくり) 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(サテライトショップ(松山市)開設、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) 					<p>県計画地域AP</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「いちじょこさん市場」を拠点とした中心市街地活性化推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進事業(拠点ビジネス) 	
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						
<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22~H26平均: 4,725人/日 →H31: 4,845人/日 						

※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・商店街の魅力・賑わいづくり		(3)日常の賑わいにつながる仕組みづくり	○		○	○	四万十市 (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	○イベント開催等活性化の仕組みづくり ○個店のサービス向上 ★個性が光る店舗の集積
		(4)空き店舗対策	○			○	四万十市 (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	○空き店舗情報の発信強化とマッチング機会の提供 ◎空き店舗改修等の支援
2. 創業や経営革新への支援強化	<p>・少子高齢化社会の進展や消費者ニーズの多様化など環境の変化に対応するためには、経営者自らの意識改革と経営スキルの向上が必要。</p> <p>・新規創業者も含めて、あらゆる業種や分野におけるマッチングを促し、情報等を共有することで新たな発想やビジネスを生み出す機会をつくることも必要。</p>	(1)経営指導などサポート体制の強化	○			○	四万十市 (観光商工課・産業建設課) 商工会議所、商工会	★経営指導などサポート体制の強化
		(2)創業や経営革新に意欲ある事業者(人材)の育成、スキルアップ	○			○	四万十市 (観光商工課・産業建設課) 商工会議所、商工会	○事業者の育成、スキルアップ

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> ・「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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆商店街通行者数(平日) H22～H26平均: 4,725人/日 →H31:4,845人/日 ◆商店街空き店舗対策補助件数 H26:2件/年 →H31:5件/年 	
 <ul style="list-style-type: none"> ・商工、観光関連のイベント等を一元化し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 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・えいもん事業(一店逸品運動)など個店自慢の商品、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 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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(日曜市やフリーマーケットなど商店街における既存の取組との融合) 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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) 【再掲】 ・チャレンジショップ事業による創業の支援 						
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆創業に関する相談件数 H26:8件/年 →H31:45件/年 	
 <ul style="list-style-type: none"> ・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 【再掲】 ・チャレンジショップ事業による創業の支援 						
					<ul style="list-style-type: none"> ◆創業に関する相談件数 H26:8件/年 →H31:45件/年 	

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・「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。</p> <p>・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。</p>	(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	<p>【再掲】</p> <p>◎事業者、地域等の提案を拾い上げる体制強化</p> <p>◎地域ならではのアイデア、資源を活かした商品開発</p>
		(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
		(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	<p>◎拠点ビジネスの推進</p> <p>◎直販所の拠点機能の強化</p> <p>【再掲】</p> <p>★道の駅「よって西土佐」の整備・機能強化</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> 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) 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆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 	【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ
 <ul style="list-style-type: none"> 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【再掲】 シカ、イノシシを活用したジビエ料理や加工品の開発、販路開拓等の支援 						
 <ul style="list-style-type: none"> 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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 	【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大
 <ul style="list-style-type: none"> 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 					<ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆農林水産物等直販所販売額 H26:11億5,600万円 →H31:13億円 ◆道の駅「よつて西土佐」入込客数 H31:13万人 	【地産地消の推進】 地域産品の利用と販売促進
 <ul style="list-style-type: none"> 集荷機能、ロット(量)や品揃えの充実による施設(学校給食や宿泊施設など)への供給などの拠点機能を強化 販売を見据えた栽培の推進:生産者間で作付計画等情報の一元化による品揃えの拡充 簡易な栽培施設(雨よけハウス等)の整備を支援し、農産物等の安定した品質と供給量を確保 魅せる直販所づくりの支援:アドバイザーの派遣を支援し、商品の開発や改良、提案等のノウハウや商品の見方、並べ方などの機能強化 						【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大
 施設整備	 開業				県計画地域AP ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進事業(拠点ビジネス)	
<ul style="list-style-type: none"> 道の駅「よつて西土佐」を拠点に運営主体「株式会社西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を強化 地域コーディネート機能(農産物栽培計画・集出荷等の生産者支援、給食施設等への供給、商品開発・ブランド化、小さなビジネス支援、地域コミュニティづくり) 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(サテライトショップ(松山市)開設、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) 						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

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	<p>・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。 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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)誘致に向けたリサーチの徹底	○				四万十市 (観光商工課)	★誘致にかかるリサーチ
		(2)誘致活動の推進	○		○		四万十市 (観光商工課・農林水産課)	◎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 ◎県と連動した誘致活動の推進
		(3)遊休施設等を利用したシェアオフィス等の整備	○			○		四万十市 (観光商工課)

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 ・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 H31:2社	
 ・施設(ICT環境など)や住居情報等に、豊かな自然環境、豊富な地域資源など他にはない付加価値を加えた誘致情報の発信 ・企業研修・セミナー等の誘致も視点に置いた情報発信の推進					◆シェアオフィスへの誘致企業数 H31:2社	
 ・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					◆既誘致企業での雇用者数 H31:20名増	
 ・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					◆次世代施設園芸等への誘致企業数 H31:1社	
 ・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					◆シェアオフィスへの誘致企業数 H31:2社	

※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	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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きった新たな通年型・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)観光リサーチの徹底	○				<p>四万十市(観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会</p>	<p>◎観光マーケティングリサーチ</p> <p>★四万十市のどこが好きキャンペーンの実施</p>
		(2)今ある観光商品の磨き上げ	○	○			<p>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</p>	<p>◎観光商品としての検証と磨き上げ</p> <p>○専門家を活用した観光商品の磨き上げ</p>
		(3)新たな観光商品づくり	○	○			<p>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</p>	<p>◎観光商品づくりワークショップの開催</p> <p>★異業種交流会の開催</p> <p>◎地域の産業と連携した新たな観光商品づくり</p> <p>★閑散期のメニュー開発</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光客や旅行会社及び移住者、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 <p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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の反映 				<p>◆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</p>	<p>【地産外商の推進】商品開発と磨き上げ</p> <p>県計画地域AP</p> <p>◆四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光推進事業</p>
<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 						
<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光商品企画ワークショップの定期的な開催 (潜在化している地域資源にテーマ性やストーリー性等を盛り込むなど、観光商品を自由に企画提案できる場をつくり、新たな発想による観光商品づくりを促進) <p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・異業種(農林水産業、商工業など)交流会の開催 (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) <p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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など通年型・滞在型の観光商品づくりを推進 ・産学官連携による農林水産業や自然などテーマ性を持った体験学習のカリキュラム化と地域内への浸透 <p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> ・閑散期のターゲット(女性、シニア層など)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)、健康、食、温泉などをテーマとして閑散期の滞在型観光メニューづくり) 					<p>◆体験・宿泊等のプラン造成件数 H31:10アイテム</p>	

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

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	<p>・“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。</p> <p>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。</p>	(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 ○食の発信・普及イベント等の開催	
2. 広域連携による周遊観光の推進	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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・販売に着手しているが軌道に乗っていない。</p>	(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 ○広域連携によるキャンペーンの展開	

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
<p>・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</p> <p>・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</p>					<p>◆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</p> <p>◆一人当たりの観光消費額 H24:14,700円 →H31:18,150円</p> <p>◆産業祭来場者数 H25:2,000人 →H31:20,000人</p>	<p>【地産外商の推進】 四万十の“食”文化の磨き上げと発信</p> <p>県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光推進事業</p>
<p>・県が進める観光プロモーション活動(リョーマの休日～高知家の食卓～)との連携による発信強化</p>						
<p>・食のイベント等(うまいちやフェスタ、西土佐うまいもの商店街、塩たたき祭り、ジビエフェスタ、スイーツフェスタなど)の開催による四万十の“食”を前面に打ち出した観光振興</p>						
<p>・(社)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</p> <p>・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</p> <p>・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</p> <p>・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</p>					<p>◆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</p> <p>◆広域における一般観光客数 H31:53,750人増</p> <p>◆広域におけるスポーツ客数 H31:10,000人増</p> <p>◆広域における外国人延べ宿泊数 H31:13,300人泊</p> <p>◆広域組織における5つの機能</p> <p>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 H31:1強化</p>	<p>【地産外商の推進】 商品開発と磨き上げ</p> <p>【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓・拡大</p> <p>県計画地域AP ◆幡多広域における滞在型・体験型観光推進プロジェクト</p> <p>◆<u>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拡大プロジェクト</u></p>
<p>・はた博で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</p> <p>・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</p>						

※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	<p>・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</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・旅行商品商談会等へ出展することで多くのエージェントとの商談機会が得られるとともに、商談ルート新規開拓への人的ネットワークづくりにつながる。 また、バイヤーの意見や情報等から商品のさらなる磨き上げに活かせる。</p> <p>・体験、食、宿泊、地理情報等の観光情報と特産品、イベント等のあらゆる地域情報を網羅した一元的な情報発信と産業間が連携し、“食”、物産PR等と一体となった都市圏での誘客活動を促進する必要がある。</p> <p>・田舎を売りにしているところは全国各地どこにでもあり、田舎らしさに驚きと感動をプラスすることが必要。 飲食店が多いなど「サービスが充実した機能的な田舎」といったイメージ戦略(プロモーション)も展開すべき。</p>	(1)観光商品のセールス強化	○	○			<p>四万十市 (観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会</p>	<p>★営業力のある人材、組織の育成</p> <p>◎旅行会社への営業活動の促進</p> <p>○旅行商品商談会等への出展</p> <p>★海外への営業活動の促進</p>
		(2)広報・プロモーションの強化	○	○	○		<p>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</p>	<p>○多様な媒体を活用した広報活動の強化</p> <p>★一元的な情報発信の促進</p> <p>★ターゲットに合わせたプロモーションの展開</p> <p>◎産業間連携 や広域連携による誘客(PR)活動</p>

※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	
H27	H28	H29	H30	H31			
 <ul style="list-style-type: none"> 市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割の明確化 役割分担に応じたスキルの磨き上げと組織力の強化 商品プレゼンテーションのマニュアル化 					<ul style="list-style-type: none"> ◆観光人材・組織のスキル(商品企画、営業力等)が向上し、「待ちの誘客」から「動く誘客」にシフトしている 	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">【地産外商の推進】 情報発信と販路開拓 ・拡大</div> 県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光推進事業 ◆幡多地域産品販売体制構築事業	
 <ul style="list-style-type: none"> 商品企画、プレゼンテーション等営業に必要なスキルの習得に向けた研修等の実施 							
 <ul style="list-style-type: none"> 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 							
 <ul style="list-style-type: none"> 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 							
 <ul style="list-style-type: none"> 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 							
 <ul style="list-style-type: none"> 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 ソーシャルネットワークサービス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 交通広告や屋外広告などの検討・実施 							<ul style="list-style-type: none"> ◆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 H26: 119,577件 →H31: 150,000件
   <p>シティプロモーション推進事業</p> <p>基本プラン作成 実施プラン・コミュニケーションデザイン作成 プロモーション展開</p>							
<p><u>本市の「もの・ひと・こと」の本質的な魅力を表現し、各産業分野をつなぎ、国内外から目を向けられるコミュニケーションデザイン(コンセプト、メッセージ、キャッチコピー、ロゴなど)をつくり、様々な手法、媒体を通じてプロモーションを展開</u></p>							
 <ul style="list-style-type: none"> ターゲットの絞り込み(ファミリー、シニア、女子会など)とテーマ性を持ったプロモーションの展開 枚方市及び枚方市の友好都市へのプロモーションの充実 							
 <ul style="list-style-type: none"> 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(県アンテナショップ(まるごと高知など)などを活用した「四万十市フェア」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 <u>幡多地域の市町村や民間事業者等による連携組織体制を構築し、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</u> 							

※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	<ul style="list-style-type: none"> ・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、四万十楽舎、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。 ・R441号の北の玄関口として、「(仮称)西土佐道の駅」の拠点機能(観光案内・情報発信)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(インバウンド)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観光拠点施設へのWi-Fi環境整備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を利用した観光ニーズ(現地情報入手、SNSなど)が高まっている。 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情報提供方法が求められる。 ・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。 	(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
		(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
		(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 ○コーディネート機能の向上 【再掲】 ★一元的な情報発信の促進
2. おもてなしサービスの充実	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	(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	
		(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
H27	H28	H29	H30	H31		
 ・拠点施設の調査、機能等の検証					◆公共観光施設等 利用者数 H26:172,370人 →H31:180,000人	県計画地域AP ◆四万十市の地域資源 を活かした通年・滞在 型観光推進事業
 ・拠点施設の改修や拡充及び設備等の充実						
 ・周遊バス、おもてなしタクシーの運行形態の分析、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 ・運行経路等の新設・変更に伴う実証運行への支援 ・市及び関連施設、団体等における情報提供の促進(HP、案内版、パンフレット等) ・利用者確保の仕組みづくり(期間限定のフリー乗車券導入の検討)					◆二次交通利用者数 H26:5,718人 →H31:10,000人	
 ・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 ・観光施設の英会話力の向上					◆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 H26:1,341人 →H31:5,000人	
 ・観光客と宿泊施設、体験施設等がワンストップでつながる仕組みづくり ・核となる施設、組織にコーディネート窓口を設置し、ワンストップサービスの提供、拡充						
 シティプロモーション推進事業 基本プラン作成						
 実施プラン・コミュニケーションデザイン作成						
 プロモーション展開						
 ・本市の「もの・ひと・こと」の本質的な魅力を表現し、各産業分野をつなぎ、国内外から目を向けられるコミュニケーションデザイン(コンセプト、メッセージ、キャッチコピー、ロゴなど)をつくり、様々な手法、媒体を通じてプロモーションを展開						
 ・市民向けの観光おもてなしマニュアルの作製、配布 ・“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する仕掛けとしておもてなしマニュアルに基づく「四万十市検定(仮称)」を実施し、市民の参画意識を醸成(市民総観光大使化計画:“市民総出”のおもてなし)					◆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	
 ・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 ・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 ・リピート率に応じた助成制度創設の検討					◆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	<p>・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。</p> <p>・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」に向けた営業活動等が十分果たせていない。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)観光関連組織の役割分担と組織力の強化	○			○	<p>四万十市(観光商工課) 観光協会 幡多広域観光協議会</p>	<p>○役割分担の明確化とスキル・組織力の強化</p> <p>★コーディネーターの育成</p>
		(2)異業種との交流・連携の促進	○	○			<p>四万十市(観光商工課) 観光協会</p>	<p>【再掲】 ★異業種交流会の開催</p>
2. 観光人材の育成、確保	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p>	(1)地域の観光リーダーの育成	○			○	<p>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</p>	★地域のキーマンの発掘、育成
		(2)体験インストラクター、ガイドの育成	○			○	<p>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</p>	○インストラクター、ガイドの育成
		(3)将来の担い手の発掘・育成	○			○	<p>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</p>	<p>★ボランティアの受け入れ</p> <p>★インターンシップの受け入れ</p>

※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
H27	H28	H29	H30	H31		
 <ul style="list-style-type: none"> 市、観光協会、幡多広域観光協議会の役割の明確化 	 <ul style="list-style-type: none"> 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 				<ul style="list-style-type: none"> 観光人材・組織のスキル(商品企画、営業力等)が向上し、「待ちの誘客」から「動く誘客」にシフトしている 	県計画地域AP ◆四万十市の地域資源を活かした通年・滞在型観光推進事業
<ul style="list-style-type: none"> 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人員の配置や組織体制の見直し、構築 						
<ul style="list-style-type: none"> 着地型、滞在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 						
<ul style="list-style-type: none"> 異業種(農林水産業、商工業など)交流会の開催 (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) 						
<ul style="list-style-type: none"> 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 					<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 地域で核となる観光人材が育成されている 体験型観光受入研究会加入団体数 H26:23団体 →H31:30団体
<ul style="list-style-type: none"> 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 						
<ul style="list-style-type: none"> 遊びの達人の配置 						
<ul style="list-style-type: none"> 学生や退職者を対象にボランティアを募集し(登録制:個人・クラブ・団体等)、体験やイベント等を支援する仕組みづくり 					<ul style="list-style-type: none"> 観光の担い手確保につながっている 	
<ul style="list-style-type: none"> インターンシップ受入にかかる情報発信、研修等の支援 						

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

