

四万十市産業振興計画 アクションプラン進捗管理シート【平成29年度】

連携分野	上半期の取り組み状況 （数量的に見える形で具体的に記載）	下半期の取り組み予定 （内容を具体的に記載）	主な事業主体	到達点(H31) 実績(H28)	実施上の課題・計画の変更
連携テーマ 施策 アクションプラン 主な内容					
連携分野					
1 地域地産品の利用と販売促進					
1. 地域地産品の利用と販売促進 【連携API1】 (1)地域地産品の利用と販売促進 ★地元消費拡大フェアの開催 《農業12、林業20、水産13、 商工4》 ◎地元農畜産物の公共施設での 利用促進 《農業12、16》 ★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 《農業16》[再:AP8] ◎有機農産物の流通促進 《農業16》[再:AP8] ○公共建築物の木造化・木質化の 促進 《林業18》 ◎木造住宅建築への支援 《林業19》 ★木材流通ネットワークの構築と コーディネート組織の設立 《林業17、林業19》	四万十市 （農林水産課・観光商 工課・産業建設課） 関係団体・組織 事業者 生産者	◆地域地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: ー% ※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	【課題】 ○実需者及び消費者等のニーズに 対応した生産品目、生産量の確保 （生産者、作付面積の増加）		
					【課題】 ○大規模木造建築の地元設計事業 者のノウハウの蓄積

分野	上半期の取り組み状況 (数量的に見える形で具体的に記載)	下半期の取り組み予定 (内容を具体的に記載)	主な事業主体	到達点(H31) 実績(H28)	実施上の課題・計画の変更
連携テーマ 施策 アクションプラン 主な内容					
連携分野					
◎木造化、木質化への情報発信、普及・啓発の強化 《林業20》					
◎林地残材等の搬出の促進 《林業21》					【課題】 ○小規模事業者も出材しやすい仕組み(中間工場等)づくり
◎木質バイオマスボイラー等の普及促進 《林業22》					【課題】 ○重油価格の変動による、導入・ランニングコストの見極め
◎漁協の販売機能の強化 《水産12》[再:AP8]					
【連携AP2】 (2)地域産品の販売拠点づくり					
★地域消費認証店制度 《農業12、水産13、商工4、6》 [再:AP10]			四万十市 (農林水産課・観光商工課・産業建設課) 関係団体・組織 事業者 生産者	◆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「よつて西土佐」入込客数 H31:13万人	
◎市内量販店等を拠点とした販路拡大 《農業12》					
★土産銀行跡地活用による拠点整備 《商工10》[再:AP8]					
○物産館サンリバー四万十との連携 《商工10》					

【アクションプラン改定予定箇所】





分野	頁	改正するアクションプラン	改正内容
連携	50 (4)	アクションプラン【連携AP2】 (1)地域製品の販売拠点づくり	主な内容欄に「東下町会館の改築による拠点機能の強化」の取組みを追加
連携	62 (6)	アクションプラン【連携AP8】 (1)地域製品の発信と販路開拓・拡大	主な内容欄に「販路を見据えた漁業」の取組みを追加
農業	72 (8)	アクションプラン【農業AP3】 (3)栗の産地再生	主な内容欄「集出荷の支援」の表記を「栗の集出荷の支援」に変更
農業	86 (10)	アクションプラン【農業AP19】 (2)新規就農支援体制の拡充	主な内容欄「就農開始時の支援」の計画期間内の取組みに「中山間複合経営拠点支援事業の活用」を追加

※頁欄の上段は、産業振興計画全体での該当頁数、()は本資料の頁数

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		【連携AP2】 (2)地域産品の販売拠点づくり 【農業AP13】 【商工業AP10】 【商工業AP18】	○	○			★東下町会館の改築による拠点機能の強化 《商工10》 ○直販所の拠点機能の強化 《農業13、商工18》 ★道の駅「よって西土佐」の整備・機能強化 《農業13、商工10、18》 [再:AP8] ◎拠点ビジネスの推進 《商工18》	

※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	
	 ニーズ調査 実施設計 ・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)	施設整備	開設		
 ・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					
	施設整備	開業			
 ・道の駅「よって西土佐」を拠点に運営主体「(株)西土佐ふるさと市」の地域商社としての機能を強化 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)					
 ・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	V		
2. 情報発信と販路開拓 ・拡大		<p>【連携AP8】 (1)地域製品の発信と販路開拓・拡大</p> <p>【農業AP13】 【水産業AP12】 【水産業AP13】 【商工業AP10】 【商工業AP18】</p>		○	○		<p>★販路を見据えた漁業 《水産12》</p> <p>◎水産物・水産加工品のブランディングの構築と発信 《水産13》</p> <p>【再掲:AP2】 ★土豫銀行跡地活用による拠点整備 《商工10》</p> <p>【再掲:AP2】 ★道の駅「よつて西土佐」の整備・機能強化 《農業13、商工10、18》</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>【連携AP9】 (2)観光商品のセールス・情報発信</p> <p>【観光業AP5】 【観光業AP6】</p>		○	○	<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 《観光5》</p> <p>★営業力のある人材、組織の育成 《観光6》</p> <p>◎旅行会社への営業活動の促進 《観光6》</p> <p>○旅行商品商談会等への出展 《観光6》</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>◆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> <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>
<p>・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</p>					
					
<p>・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)</p> <p>・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> <p>・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</p>					
					
<p>・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</p> <p>・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>					
					
<p>施設整備</p> <p>開業</p>					
<p>・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)</p> <p>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)</p> <p>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>					
					
<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>・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>					
					
<p>・市、観光協会、幅多広域観光協議会の役割の明確化</p> <p>・役割分担に応じたスキルの磨き上げと組織力の強化</p> <p>・商品プレゼンテーションのマニュアル化</p>					
					
<p>・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</p>					
					
<p>・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)</p> <p>・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</p>					
					
<p>・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</p>					

※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		
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、本市の食文化に根つき、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、価格的にも県下の物部地域と変わらない水準であるものの青果率は低下している。 栽培技術や作業効率の改善、普及など、いかに青果率を上げるかが課題。 ・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。 	<p>【農業AP1】</p> <p>(1)ぶしゅかんの産地づくり</p>	○	○	○	○	<p>四万十市 (農林水産課・観光商工課) 生産者 事業者</p>	<p>○生産量の拡大と産地化の推進</p> <p>◎認知度向上、販路開拓、ブランド化の取組み</p>
		<p>【農業AP2】</p> <p>(2)ゆずの産地化促進</p>	○	○	○	○	<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>○生産性の向上</p> <p>○隔年結果の低減や青果率、秀品率の向上</p> <p>◎「四万十ゆず」のブランド化の推進</p>
		<p>【農業AP3】</p> <p>(3)栗の産地再生</p>	○	○	○	○	<p>四万十市 (産業建設課) JA高知はた 生産者 事業者</p>	<p>○栗園の再生</p> <p>○栗の集出荷の支援 (関連: AP11)</p> <p>◎「四万十栗」のブランド化の推進</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)	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(農薬飛散防止)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

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>	<p>【農業AP18】 (1)新規就農者の研修支援</p>	○			○	<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>
		<p>【農業AP19】 (2)新規就農支援体制の拡充</p>	○			○	<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>
		<p>【農業AP20】 (3)移住促進による新規就農支援</p>	○			○	<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		
<p>新規就農研修支援事業《青年就農給付金》</p> <p>・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</p>					◆新規就農者数 3人/年	
<p>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</p>						
<p>◆新規就農者数 3人/年</p> <p>・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</p>					◆新規就農者数 3人/年	
<p>・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)</p>						
<p>・レンタルハウス整備事業:就農時の初期投資を軽減し施設園芸を推進 ・農業用機械導入に対する支援(機械リースの一部助成等)の検討・実施 ・農業労働力の安定確保にむけ作業員(農作業お手伝い)を仲介、斡旋 (農作業支援体制(再掲)を活用し、登録のある農家等を派遣) ・中山間複合経営拠点支援事業の活用</p>						
<p>◆新規就農者数 3人/年 ※移住夫婦研修者含む</p> <p>・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</p>					◆新規就農者数 3人/年 ※移住夫婦研修者含む	
<p>・移住体験(就農及び田舎暮らし)の 支援制度の検討</p>		<p>・検討結果による事業の実施</p>				
<p>【再掲】新規就農研修支援事業</p> <p>・夫婦で就農する場合等を条件に 支援拡充を検討</p>		<p>・検討結果による事業の実施</p>				
<p>※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続</p>						

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続