

# 第2回 関西・高知経済連携強化 アドバイザー会議 資料



令和2年10月27日  
高知県 産業振興推進部 地産地消・外商課

## 共通

### ○withコロナ、afterコロナを見据えた取り組みの実施

- ・高知県は、国民のライフスタイル（住み方、働き方、楽しみ方）や価値観の変化を前提とした取り組みのトップランナーとなるべき

## 1

### 観光推進プロジェクト

#### 【強みを活かしたイメージ戦略の確立】

- データ分析に基づくブランディング
- 「本物の高知」を訴求するワードの設定
- 自然、歴史、文化、食など「本物の高知」を発信するプロモーションの推進

#### 【セールス&プロモーションの強化】

- 国内外の旅行会社、メディア、webを活用したPRと誘客振興

#### 【ネットワークの活用】

- 大阪観光局との連携協定を締結
  - ・互いの強みを活かした旅行商品(都市型観光と自然体験型観光の融合)の開発やPR
- 関西エアポートの航空路線を活かした誘客戦略の検討
  - ・実務者レベル検討会を設置
- みどりのプラットフォームを活用した広域観光ルートの形成

#### 【スポーツツーリズムの展開】

- プロ・アマチュアスポーツのキャンプ等の誘致

### 関西圏を含め全国で取り組むべき項目 (県産業振興計画に基づき施策を展開)

#### 【withコロナ】

- デジタル技術を活用したプロモーションの推進
  - ・訪日旅行関心層等への本県観光の魅力をwebで配信  
(動画の配信、バーチャルツーリズムの活用)

## 2

### 食品等外商拡大プロジェクト

#### 【農業分野】

- 重点品目（なす、にら、みょうが、文旦）の販売拡大
  - ・品質の良さ、日本一の生産量などのPR
- 仲卸（仲買人）を対象とした産地招聘の拡充による販売拡大

#### 【水産業分野】

- 卸売市場関係者と連携した外商拡大
  - ・量販店等への販促資材の提供
- 中国や東南アジアを対象とした養殖魚の輸出拡大

#### 【食品分野】

- 大手卸売業者との連携による商品開発

#### 【林業分野】

- 土佐材の特徴を活かした外商拡大
  - ・成分分析に基づく健康面への効用のPR
- 森林環境譲与税の効果を捉えた県産材の外商拡大
  - ・木材需要が見込まれる関西圏の市町村と県内市町村との連携協定の締結

#### 【商工業分野】

- 外商拡大などに向けた関係機関との連携の検討

#### 【農業・水産業・食品分野】

- デジタル技術を活用した外商拡大
  - ・ライブコマースやEコマースなど消費者に直接販売する仕組みの強化
- 食品等の輸出拡大
  - ・デリバリー等の新しいニーズに対応した冷凍保管施設の整備
  - ・食品衛生管理の高度化
  - ・多様な食文化(ハラール等)に対応した商品開発

#### 【水産業分野】

- 好漁場を活かした養殖魚の生産拡大
  - ・新たな養殖技術導入の検討

#### 【林業分野】

- 新しい生活様式への対応
  - ・DIY需要の拡大に対応した商品開発

#### 【商工業分野】

- 領事館を通じた輸出の拡大
  - ・相手国企業ニーズの把握等

## 3

### 万博・IR連携プロジェクト

#### 【林業分野】

- 関連施設の整備にあたっての木材の活用
  - ・地盤改良やパビリオンへの木材利用に係る日本国際博覧会協会への提言

#### 【農業、水産業、食品分野】

- 関連施設での県産食材の活用
  - ・食品衛生管理の高度化 (再掲)
  - ・多様な食文化(ハラール等)に対応した商品開発 (再掲)

# 関西・高知経済連携強化戦略の考え方と構成

## 戦略策定の目的

大阪・関西万博などの大規模プロジェクトが予定され、経済活力が高まる関西圏との連携を強化することにより、本県経済のさらなる活性化を図ることを目的として、各分野における関西圏との経済連携の方策をとりまとめた戦略を策定。

## 計画期間

- R7年(2025年)の大阪・関西万博の開催を見据えた戦略を策定
- 戦略に基づく個々の取り組みの期間は、R3年度からR5年度までの3年間とする

## 戦略の構成

- (1) 3つのプロジェクトで構成し、プロジェクトごとに戦略に基づく具体的な施策を盛り込む
- (2) 数値目標の設定及び行程表の策定
  - 取組方針ごとに計画期間の終期となるR5年度における目標を設定
  - 具体的な施策ごとに行程表を策定

## 戦略の全体像

### 1 観光推進プロジェクト

将来の目指す姿「**世界に通用する『本物と出会う高知観光』の実現**」に向けて、これまで磨き上げてきた、本県の「歴史」「食」「自然」の観光資源をフルに活用して、関西圏と連携した取り組みを進める。

戦略1  
withコロナ、afterコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり

戦略2  
より一層の誘客を目指した関西在住者を含む国内旅行者に対する高知観光の訴求

戦略3  
大阪・関西万博を見据えた関西との連携によるインバウンド施策の展開

### 2 食品等外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのこれまでのネットワークを土台としながら、各分野の「**経済連携をさらに強化**」することにより、コロナ禍における社会の構造変化への対応などを踏まえた外商拡大の取り組みを進める。

戦略1  
パートナーとの連携強化による外商拡大

戦略2  
withコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進

### 3 万博・IR連携プロジェクト

大阪・関西万博やIRなどの「**大規模プロジェクトを契機**」に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客や新たに設置される関連施設への県産品等の外商拡大の取り組みを進める。

戦略1  
関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

戦略2  
関連施設での県産食材の活用

戦略3  
関連施設の整備にあたっての木材の活用等

関西圏の自治体・企業・団体等とのさらなるネットワークづくり

## 進捗管理及び推進体制

- (1)進捗管理 ■ 四半期ごとにPDCAサイクルによる状況の点検・検証を実施
- (2)推進体制 ■ 庁内：産業振興推進本部（本部長＝知事） ■ 外部：フォローアップ委員会（委員＝外部有識者） など
- (3)その他 ■ 上記(1)・(2)に加え、毎年、関西・高知経済連携強化アドバイザー会議を開催し、進捗状況の報告及び改訂内容等に関する検討を実施

# 1 観光推進プロジェクト

将来の目指す姿「世界に通用する『本物と出会える高知観光』の実現」に向けて、これまで磨き上げてきた、本県の「歴史」「食」「自然」の観光資源をフルに活用して、関西圏と連携した取り組みを進める。

## 数値目標

関西圏からの観光客入込数 直近値(R元)115万人⇒目標値(R5) 121万人※県推計値 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数 直近値(R元)3.2万人泊⇒目標値(R5) 検討中

### 戦略1 withコロナ、afterコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり

- 1 地域ならではの強みやポテンシャルを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを推進
- 2 新しい旅行スタイルに対応する自然や体験資源を生かした自然体験型の観光基盤づくりを支援
- 3 新しい旅行スタイルに対応する屋外観光関連施設や宿泊施設等の受入環境の整備を支援
- 4 自然体験型観光基盤を生かしたワーケーションやツーリズムの推進

### 戦略2 より一層の誘客を目指した関西在住者を含む国内旅行者に対する高知観光の訴求

- 1 関西と地方都市を結ぶ新たな観光ルート・ツーリズムの開発
  - (1) 大阪をハブとする超広域周遊ルートの形成に向けて高知県の強みを生かしたコンテンツや滞在型プランを提案し、国内外から観光客の誘致を図る
  - (2) 大阪港と広域連携することで、同港（大阪市所管）を発着港とする太平洋側のクルーズルートを国内外の船会社等に共同提案し、客船を誘致
- 2 国内に向けたセールス&プロモーション
  - (1) 「リョーマの休日キャンペーン」のコンセプト「あなたの、新休日。」を前面に出したセールス&プロモーションの実施（「本物の高知」を意識したプロモーション(RYOMA ⇒「R」ロマン、「Y」やすらぎ、「O」美味しい、「M」学び、「A」アクティブ）
  - (2) 大阪観光局と連携した展示会や商談会の活用
  - (3) デジタル技術を活用したプロモーションの推進
- 3 関西の拠点での観光情報の発信
  - (1) 関西空港や新大阪駅の観光案内所、高知県テーマの飲食店等での情報発信を検討・実施
  - (2) 大阪観光局等のネットワークを活用した情報発信を検討・実施
- 4 高知龍馬空港発着路線の活用
  - 関西・伊丹・神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施
- 5 森林等を活用したツーリズムの研究
  - 「日本みどりのプロジェクト推進協議会」に参画
- 6 スポーツを通じた交流人口の拡大
  - (1) 戦略的なアマチュアスポーツ合宿等の誘致強化
  - (2) 自然環境を生かしたスポーツツーリズムの活性化
- 7 観光人材の育成・交流
  - 大阪観光局等との連携

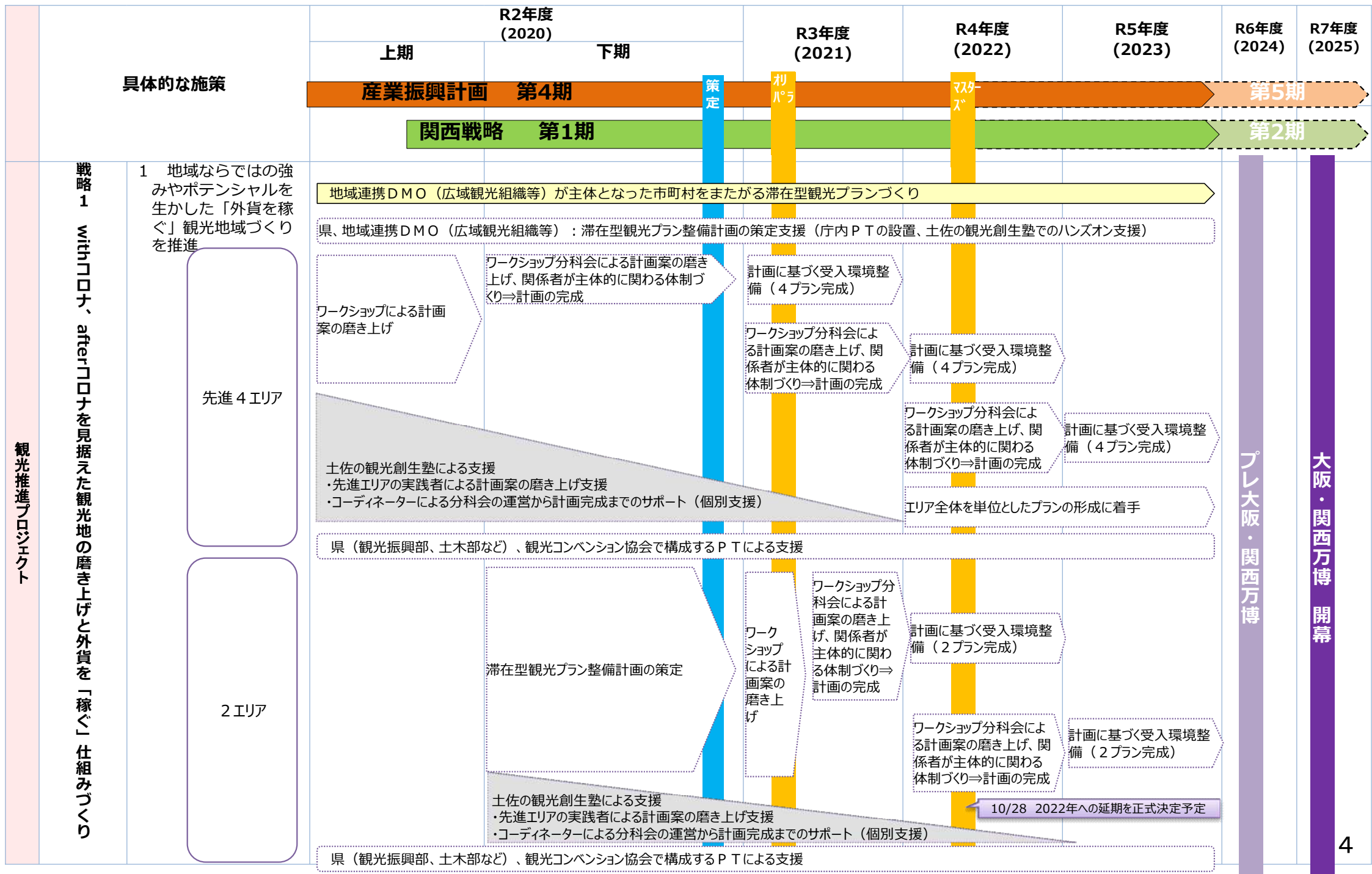


### 戦略3 大阪・関西万博を見据えた関西との連携によるインバウンド施策の展開

- 1 関西と地方都市を結ぶ新たな観光ルート・ツーリズムの開発 (再掲)
- 2 国外に向けたセールス&プロモーション
  - (1) 海外セールス拠点等を活用した関西空港を利用する旅行商品づくりと販売促進
  - (2) 大阪観光局等と連携した海外の市場及び旅行会社、メディアの新規開拓（ポスト東アジア市場）
  - (3) 大阪観光局と連携した展示会や商談会の活用 (再掲)
  - (4) オリンピックパラリンピックに向け、大阪観光局等と連携した誘致プロモーションの実施
  - (5) 訪日旅行に関心のある方々に向けて、本県観光の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションを推進（本県独自で実施）
  - (6) 四国ツーリズム創造機構（広域連携DMO）を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションを展開
- 3 関西の拠点での観光情報の発信 (再掲)
- 4 高知龍馬空港発着路線の活用 (再掲)

- I 大阪観光局と高知県、高知県観光コンベンション協会の連携協定を締結 (R2.10.27協定締結)
- II 関西エアポートとの間でも、実務者レベル検討会を設置 (R2.8.25設置済み)

# 今後、3つのプロジェクトごとに行程表を作成し、進捗管理を実施（例：1 観光推進プロジェクト）



プレ大阪・関西万博

大阪・関西万博 開幕

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのこれまでのネットワークを土台としながら、各分野の「**経済連携をさらに強化**」することにより、コロナ禍における社会の構造変化への対応などを踏まえた外商拡大の取り組みを進める。

### 戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大（1／3）

これまで培ってきた関西圏のパートナー（企業・団体等）との連携を強化することにより、各産業分野の外商の拡大につなげる

#### 農業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
○関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額（年間） ・直近値(R元)：108億円⇒ ・目標値(R5)：120億円	○なす ○にら ○みょうが ○文旦	○卸売市場関係者	1 <b>関西圏の卸売市場関係者との連携強化</b> による県産青果物の販売拡大 ・販売拠点量販店での高知フェアの開催 ・仲卸の産地招聘の実施 ・仲卸による量販店や飲食店への県産青果物の提案強化 ・県産青果物のトップセールス ◆卸売市場関係者との懇談会、販売拠点量販店高知フェアでのPR
	○高知の逸品（メロン、トマト等）	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	2 <b>直接販売による県産農畜産物の販売拡大</b> ・高知家の魚応援の店や高知県ゆかりの飲食店等と連携した県産農畜産物のPR ◆飲食店等への商品カタログの設置、バイヤーの産地招へい ・関西圏の量販店における出張販売（とさのさとマルシェ）の実施

#### 水産業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
○関西圏の量販店等での高知フェアの開催回数（年間） ・直近値(R元)：3回⇒ ・目標値(R5)：6回	○養殖魚（ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ）	○卸売市場関係者	3 <b>関西圏の卸売市場関係者と連携</b> した高知家の魚応援の店や量販店等への販売拡大 ・卸売市場関係者への販促資材の作成、広報、マネキン派遣等のサポートを拡充し、応援の店や量販店等での販促活動を強化
○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額（年間） ・直近値(R元)：1.6億円⇒ ・目標値(R5)：2.0億円	○鮮魚（キンメダイ等）	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	4 <b>外商支援体制の強化</b> による高知家の魚応援の店への販売拡大 ・高知家の魚応援の店等への外商支援を行うスタッフを大阪に新たに配置し、外商活動を強化 ◆店舗訪問による県産水産物の紹介・斡旋、産地招へい、フェアの企画提案等
○関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額（年額） ・直近値(H30)：1.9億円⇒ ・目標値(R5)：5.5億円	○養殖魚（クロマグロ等） ○鮮魚（キンメダイ等）	○卸売市場関係者	5 関西圏の卸売市場関係者との連携による <b>中国、東南アジアを中心とした輸出の拡大</b> ・関西卸売市場関係者とネットワークを有する現地パートナーとの連携強化 ・「水産物輸出促進協議会」メンバーの海外見本市、商談会への参加を支援

### 戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大（2 / 3）

食品分野			
数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
○地産外商公社の活動による関西圏での成約金額(年間) ・直近値(R元)：12.3億円→ ・目標値(R5)：15.2億円	○小売用食品	○大手卸売業者	6 <b>関西圏に拠点を置く大手卸売業者とのつながりを活用</b> した外商拡大 ・卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大
	○業務用食品	○包括協定企業 ○大手卸売業者	7 <b>関西圏での大規模開発を契機</b> とした外商拡大 ・ <b>包括協定企業等と連携</b> した百貨店、ホテル、商業施設等への外食、中食向け業務用食品の販路開拓 ※大規模開発：うめきた2期地区開発、大阪上本町再開発 等
		○大手産業給食業者	8 <b>関西圏に拠点を置く産業給食業者とのつながりを活用</b> した外商拡大 ・営業活動の強化（高知フェアの開催等）
	○小売用及び業務用食品	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	9 <b>高知県テーマの飲食店等と連携（ショールーム機能の付与等）</b> した県産品の認知度向上及び販路拡大 ・ <b>県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の強化</b> ・ <b>観光や県産品の情報発信機能の強化</b> ・店舗のネットワーク化による統一キャンペーンの実施

関西圏での外商拡大に向けた体制強化

林業分野			
数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
○関西圏への土佐材出荷量(年間) ・直近値(H30)：2.4万m <sup>3</sup> → ・目標値(R5)：3.1万m <sup>3</sup>	○建築用材 ○木材製品 ○木造建築物	○木材利用推進全国会議の会員  ※木材利用推進全国会議は、経済同友会、企業、自治体等(326団体等)で構成する団体	10 <b>関西圏の木材利用推進全国会議の会員を通じた提案型営業</b> の強化 ・木材に関する高知県と関西圏の歴史的な繋がりを活かした土佐材利用の提案…① ◆木材市場発祥の地（土佐藩が大阪に開設） ◆大阪城、二条城、禁裏等への木材供給 ・新たな木質資材による <b>中高層木造建築の提案</b> …② ・木材利用の <b>健康面へのアピール</b> …③ ◆試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集
		○流通拠点企業 ※流通拠点企業は、木材製品市場、木材問屋等	11 <b>関西圏の流通拠点企業と連携</b> した外商活動の強化 ・土佐材展示会の開催 ・流通拠点への効率的な共同輸送の支援
		○土佐材パートナー企業 ※土佐材パートナー企業は、工務店、建築士等	12 <b>関西圏の土佐材パートナー企業と連携</b> した外商活動の強化 ・パートナー企業の増加に向けた関西圏での商談会の開催 ・パートナー企業等が企画する産地見学会などの土佐材PR活動を支援 ・上記①～③（再掲）
		○木材団体等	13 <b>森林環境譲与税の効果を捉えた県産材の外商拡大</b> ・関西圏の木材団体等と連携した自治体への県産木材活用に向けた提案

### 戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大（3 / 3）

#### 商工業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
○高知県産業振興センター大阪事務所の外商支援による成約金額(年間) ・直近値(R元)：4.2億円⇒ ・目標値(R5)：6.7億円	○防災関連製品をはじめとする工業製品及び技術	○商社	14 <b>関西圏の商社と連携</b> した外商活動の強化 ・自治体に入札権を有する商社との意見交換会 ・商社と連携した見本市等への誘客及び商談
		○包括協定企業	15 <b>関西圏の包括協定企業と連携</b> した外商活動の強化 ・大規模見本市への共同出展 ・包括協定企業のネットワークを活用した販路開拓等 ◆個別商談のマッチング、商談会への誘客及び商談

### 戦略2 withコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進（1 / 3）

コロナ禍による社会の構造変化に対応し、ニーズに応じた商品開発や効果的な外商活動を推進することにより外商の拡大につなげる

#### 農業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
(再掲) ○関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額(年間) ・直近値(R元)：108億円⇒ ・目標値(R5)：120億円	○なす ○にら ○みょうが ○文旦	○卸売市場関係者 ○高知野菜サポーター ※高知野菜サポーターは、県外で県産青果物を幅広くPRするために県が登録した者(関西圏5名登録)	1 関西圏の卸売市場関係者との連携強化による県産青果物の販売拡大 ・ <b>高知野菜サポーターによるオンライン料理教室</b> の開催 ・量販店でのマネキンによるレシピを使った消費者への食べ方紹介(試食なしPR)
	○高知の逸品(メロン、トマト等)	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	



### 戦略2 withコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進（2 / 3）

#### 水産業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
(再掲) ○関西圏の量販店等での高知フェアの開催回数(年間) ・直近値(R元)：3回⇒ ・目標値(R5)：6回	○養殖魚 (ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ) ○鮮魚 (キンメダイ等)	○卸売市場関係者	3 関西圏の卸売市場関係者と連携した高知家の魚応援の店や量販店等への販売拡大 ・卸売市場関係者への販促資材の作成、広報、マネキン派遣等のサポートを拡充し、 <b>量販店等での販促活動を強化</b> ・ <b>新しいニーズに対応した水産加工・冷凍保管施設の立地、既存加工施設の機能強化の促進</b>
(再掲) ○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間) ・直近値(R元)：1.6億円⇒ ・目標値(R5)：2.0億円		○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	4 外商支援体制の強化による高知家の魚応援の店への販売拡大 ・高知家の魚応援の店等への外商支援を行うスタッフを大阪に新たに配置し、外商活動を強化 ◆ <b>オンラインを活用した外商活動</b> ・水産関係事業者の <b>オンライン商談の活用促進</b> ・水産関係事業者への <b>インターネット販売の普及促進</b>
(再掲) ○関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額(年額) ・直近値(H30)：1.9億円⇒ ・目標値(R5)：5.5億円	○養殖魚 (クロマグロ等) ○鮮魚 (キンメダイ等)	○卸売市場関係者	5 関西圏の卸売市場関係者との連携による中国、東南アジアを中心とした輸出の拡大 ・ <b>新しいニーズに対応した水産加工・冷凍保管施設の立地、既存加工施設の機能強化の促進</b> (再掲) ・水産関係事業者の <b>オンライン商談の活用促進</b> (再掲)

#### 食品分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
(再掲) ○地産外商公社の活動による関西圏での成約金額(年間) ・直近値(R元)：12.3億円⇒ ・目標値(R5)：15.2億円	○小売用食品	○小売店グループ ○量販店	6 <b>地域に密着した量販店への販路開拓</b> ・関西圏に拠点を置く小売店グループ等への <b>オンラインによる商談会や産地紹介の実施</b> などの営業活動の強化
	○小売用食品	○大手卸売業者	7 関西圏に拠点を置く大手卸売業者と連携した <b>新しい生活様式に対応した営業活動の強化</b> ・デジタル技術を活用した営業活動 8 関西圏に拠点を置く大手卸売業者と連携した <b>市場ニーズに訴求する商品開発</b> ・ <b>商品力アップ相談会の開催</b>

### 戦略2 withコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進（3 / 3）

#### 林業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
(再掲) ○関西圏への土佐材出荷量(年間) ・直近値(H30) : 2.4万m <sup>3</sup> ⇒ ・目標値(R5) : 3.1万m <sup>3</sup>	○建築用材 ○木材製品 ○木造建築物	○木材利用推進全国会議の会員 ○流通拠点企業 ○土佐材パートナー企業 ○木材団体等	9 木材利用の健康面への効用を盛り込んだ提案型営業の強化 ・オンラインや動画を活用した商談、木材のPR等の実施 ・試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集 ・DIY利用の増加などwithコロナの観点から木造建築や木材製品へのニーズを収集し、新たに販路を開拓

#### 商工業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な施策
(再掲) ○高知県産業振興センター大阪事務所の外商支援による成約金額(年間) ・直近値(R元) : 4.2億円⇒ ・目標値(R5) : 6.7億円	○防災関連製品をはじめとする工業製品及び技術	○商社 ○包括協定企業	10 関西圏の商社や包括協定企業と連携した営業活動の強化 ・新しい販売先、販売チャネルの開拓 ・オンラインによる商談会の積極的な実施 ・企業や製品のPR動画を活用した営業活動 ・防災ポータルサイトや製造業ポータルサイトによる情報発信

大阪・関西万博やI Rなどの「**大規模プロジェクトを契機**」に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客や新たに設置される関連施設への県産品等の外商拡大の取り組みを進める。

## 戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

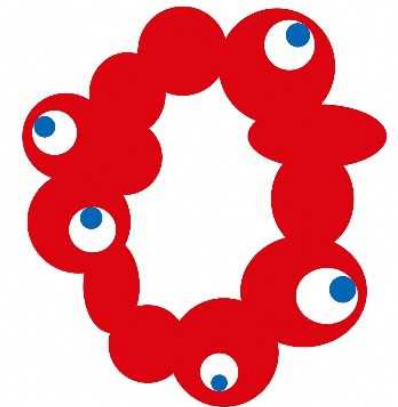
連携する 関西パートナー	具体的な施策
<ul style="list-style-type: none"> <li>○大阪観光局</li> <li>○関西エアポート</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 関西と地方都市を結ぶ新たな観光ルート・ツーリズムの開発 (再掲)</li> <li>2 国内に向けたセールス&amp;プロモーション (再掲)</li> <li>3 国外に向けたセールス&amp;プロモーション (再掲)</li> <li>4 関西の拠点での観光情報の発信 (再掲)</li> <li>5 高知龍馬空港発着路線の活用 (再掲)</li> <li>6 森林等を活用したツーリズムの研究 (再掲)</li> </ol>

## 戦略2 関連施設での県産食材の活用

連携する 関西パートナー	具体的な施策
<ul style="list-style-type: none"> <li>○大手卸売業者</li> <li>○包括協定企業</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 <b>県産食材の活用に向けた営業活動の実施</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏に拠点を置く大手卸売業者等とのつながりを活用した営業先企業等の情報収集</li> </ul> </li> </ol>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○大手卸売業者</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2 <b>多様な食文化（ハラールなど）に対応した商品開発の促進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏に拠点を置く大手卸売業者と連携した市場ニーズに訴求する新たな商品づくりへの支援 (再掲)</li> <li>・商品づくりに向けた伴走支援(商品づくりワーキング)の実施</li> <li>・ジェットロとの連携による輸出対応型商品づくりへの支援</li> <li>◆ハラール対応食品等の開発への支援</li> </ul> </li> </ol>

## 戦略3 関連施設の整備にあたっての木材の活用等

連携する 関西パートナー	具体的な施策
<ul style="list-style-type: none"> <li>○万博・I R実施主体</li> <li>○万博・I R参加企業</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 関連施設での<b>県産材利用促進に向けた提案の実施</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「CLTで地方創生を実現する首長連合（高知県及び岡山県真庭市が共同代表）」による日本国際博覧会協会への提案</li> <li>・万博、I Rの実施主体や参加企業等への提案</li> </ul> </li> <li>2 関連施設の整備における<b>県内企業の技術の活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関係機関と連携した個別訪問による情報収集及び販路開拓</li> <li>・商談会の開催（関西圏及び県内）を通じた個別取引支援</li> </ul> </li> </ol>



OSAKA, KANSAI, JAPAN  
**EXPO**  
**2025**



提供：経済産業省