



令和3年度

関西・高知経済連携強化アドバイザー会議 資料

【会議資料1】 「関西・高知経済連携強化戦略」に係る令和3年度進捗状況及び 令和4年度強化策（案）のポイントについて

- (1) 観光推進プロジェクト・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- (2) 食品等外商拡大プロジェクト
 - ・ 農業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - ・ 林業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
 - ・ 水産業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
 - ・ 商工業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - ・ 食品分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
- (3) 万博・I R連携プロジェクト・・・・・・・・ 7
- (4) 各プロジェクトを横断的に支える取り組み・・ 7

<補足事項> 評価基準について

評価	評価基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満

【参考資料】 「関西・高知経済連携強化戦略」の概要（R3.3月策定）

令和3年10月29日
高知県 産業振興推進部 地産地消・外商課

1 R3年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏からの観光客入込数	115万人 (R元)	76.8万人 (R2)	114万人	- ※R3の実績値は、R3動態調査により算出 (年度末に集計)	-	・新型コロナウイルスの全国的な第4波、第5波の影響で、R3年度の目標達成は、非常に厳しい見込み (参考) コロナ前 (R元) とR3年1～8月同期での、県内観光施設の来場者数を比較すると、約40%の減少	・以下により観光需要回復策を速やかに講じる ①R3.10～「高知観光リカバリーキャンペーン」の対象エリアを関西圏まで拡大 ②R4.1～「食」を前面に出した「リョーマの休日」キャンペーンを展開
関西空港経由の外国人延べ宿泊者数	3.2万人泊 (R元)	0.6万人泊 (R2)	0.8万人泊	599人泊/0.4万人泊 (速報値) (R3.1～6月時点)	D	・新型コロナウイルス感染症の影響による渡航制限等で訪日客が動いておらず、目標の達成は、非常に厳しい見込み	・海外旅行再開後に見込まれる、関西国際空港など主要空港からの国際定期便回復を見据えた、関西の拠点での観光情報の発信や国外に向けたセールス&プロモーションを展開

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
-	-	-	-	-	-	-	-

2 R4年度強化策(案)のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策(案)
<p>1 マーケットのニーズの変化への対応 ・コロナ禍でのマイカーによる近場での旅行ニーズの高まりへの対応</p> <p>2 旅行の少人数化や滞在日数の伸び悩みによる観光消費の減少 ・団体旅行から家族旅行、一人旅など、個人旅行へのシフト</p> <p>3 旅行先よりも宿泊施設を重視する旅行スタイルの変化</p> <p>4 ウィズ、アフターコロナで伸びしろが期待される分野(教育旅行等)の取組強化</p> <p>5 訪日の再開に合わせて、関西を拠点とした観光情報の発信強化が必要</p>	<p>1 コロナ禍による旅行者ニーズや旅のスタイルの変化を見据えた観光戦略の展開</p> <p>(1) 「自然体験」「食」「歴史文化」を前面に押し出した「リョーマの休日」キャンペーンの継続 ・リピーターにもつながる「食」を前面に出したキャンペーン展開 ・SDGs達成に寄与する商品の造成</p> <p>(2) 多様な過ごし方の提案による消費額向上と長期滞在の促進 ・宿泊施設の魅力向上やコンシェルジュ機能の強化 ・宿泊施設と周辺の観光資源を組み合わせた着地型商品の販売強化</p> <p>(3) 教育旅行やグリーンツーリズムの推進などの特に誘客が期待できる取り組みへの重点強化 ・教育旅行の推進：本県の自然を生かした、SDGsをテーマとした多様な体験プログラムづくり、磨き上げ ・グリーンツーリズムの推進：日本みどりのプロジェクト協賛企業等と連携した「GoGreenプロジェクト」認定事業の実施 ・スポーツツーリズムの推進：県内スポーツ施設の有効活用を図るための、合宿受入種目の拡大及び受入可能施設の掘り起こし</p> <p>2 関西国際空港など主要空港からの国際定期便回復に対応した誘客</p> <p>(1) 関西の拠点での観光情報の発信 ・関西の拠点を活用した高知の観光情報やモデルルート等の情報発信</p> <p>(2) 国外に向けたセールス&プロモーション ・大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を活かし、大阪観光局等と連携したセールスとプロモーションの実施 ・関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを活用した海外セールス拠点(レップ)等によるセールス実施及び旅行商品化の促進</p>

2 食品等外商拡大プロジェクト【農業分野】

1 R3年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額（年間）	108億円（R元） (H30.9～R元.8)	104億円（R2） (R元.9～R2.8)	110億円 (R2.9～R3.8)	95億円/110億円 (R2.9～R3.8)	B	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、量販店での販売は好調であった一方で、インバウンドや外食需要が減少したことにより、目標の達成には至らなかった (対目標額比：86%、対前年比：91%) (R2年実績：104億円)	・現在、行動制限を緩和する実証実験が始まるなど感染拡大防止と経済正常化の両立に向けた動きが見られる ・今後は、インバウンドや外食需要が徐々に戻ってくることを想定し、需要の回復に乗り遅れないよう卸売市場関係者との連携を強化し、販売拡大の取り組みを進める

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏で販売拡大の拠点となる量販店の販売額（年間）及び店舗数（累計）	販売額 1.6億円 (9店舗) (R2)	販売額 1.6億円 (9店舗) (R2)	販売額 2.1億円 (12店舗)	販売額 0.67億円/0.7億円 (9店舗) (7月末時点)	B	・緊急事態宣言の影響のある中、量販店での販売が好調であったことから、上半期について概ね目標どりの販売額を達成 ・経済の回復とともに量販店で好調な販売が続くことからR3年度の目標は達成できる見込み	・販売拠点量販店については、取り組みを進めながら選定 ・今後は、機能性表示食品「高知なす」の販売を強化し、販売先として、ドラッグストアへの販路を開拓することで、年度内に目標を達成できる見込み

2 R4年度強化策（案）のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策（案）
<ol style="list-style-type: none"> アフターコロナでの需要回復に乗り遅れない販売拡大の取り組みが必要 コロナにより高まった消費者の健康志向を活かした販売の強化が必要 販促活動へのデジタルの有効活用が必要 	<ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> ・量販店での高知フェアの実施回数と開催店舗を拡大 ・仲卸業者の産地招へい等による県産青果物の飲食店等への提案を強化 ・健康志向に着目した機能性や栄養機能などの付加価値をつけた販売を強化 ・発信するエリアや対象を絞ったSNS広告や量販店での動画を活用した販促活動を強化 関西エリアの飲食店等へのきめ細かな営業活動の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家の魚応援の店」等への地産外商公社等と連携したきめ細かな営業活動の強化

2 食品等外商拡大プロジェクト【林業分野】

1 R3年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量(年間)	2.4万m3 (H30)	2.3万m3 * 推計値 (R元)	2.5万m3	1.04万m3 /1.04万m3 (8月末時点:推計)	A	・外材不足等に起因する木材不足が続く中、関西圏への出荷も順調に推移（前年同期比129%、目標達成率100%）しており、目標は概ね達成できる見込み	・引き続き、県内事業者が消費地事業者の求める需要に対応できるよう、原木の安定的な調達を促進する新たな事業等により供給拡大に取り組む

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏における流通拠点及び土佐材パートナー企業への販路の拡大	2.2千m3 (R元)	1.3千m3 (R2)	2.3千m3	1.41千m3 /0.96千m3 (8月末時点)	S	・外材不足等に起因する木材不足が続く中、関西圏の土佐材流通拠点への出荷も好調に推移（前年同期比110%、目標達成率147%）しており、目標は達成できる見込み	・アフターコロナ及び木材不足解消後の取引を見据え、TOSAZAIセンター関西駐在員等による訪問営業により、県産材取引の維持・拡大や新たな取引先の開拓に取り組む ※関西駐在員による面談・訪問数：79回(8月末現在)

2 R4年度強化策（案）のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策（案）
<ol style="list-style-type: none"> 外国産材の不足を受けた国産材需要の高まりへの対応 <ul style="list-style-type: none"> ・外国産材の代替材となりうる品質の確かな木材等の供給体制の構築 ・新たな取引先と付加価値の高いJAS製材品の安定的かつ継続的な取引を開始することが重要 非住宅建築物への木材利用の促進 <ul style="list-style-type: none"> ・中高層建築物など、新たな市場となる非住宅建築向けに県産材を供給する流れをつくる必要がある 	<ol style="list-style-type: none"> 外国産材の不足を受けた国産材需要の高まりへの対応…① <ul style="list-style-type: none"> ・外国産材シェアの獲得に向け、新たな製材工場の稼働により供給力の高まるJAS製材品を中心とした営業活動及び展示会等でのPRを支援 非住宅建築物への木材利用の促進…② <ul style="list-style-type: none"> ・非住宅分野における木材需要拡大に向けた、ゼネコンや集成材メーカー等からの情報収集の強化 新たな県産材PR・商談拠点の開設【①・②共通】 <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市内施設を利用した県産材PR・商談拠点となる常設展示場開設の検討

2 食品等外商拡大プロジェクト【水産業分野】

1 R3年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏の量販店等での高知フェアの開催回数(年間)	3回 (R元)	4回 (R2)	6回	13回/3回 (8月末)	S	・飲食店への販売が厳しい中、販売が堅調な量販店での販売促進を強化し、上半期で年間の目標を達成	・引き続き量販店等での販売促進活動に取り組む
関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)	1.0億円 (R2)	1.0億円 (R2)	1.7億円	0.3億円/0.85億円 (1月~6月)	D	・緊急事態宣言等に伴う飲食店の時短営業により需要が減少し、販売の低迷が続いている状況 ・緊急事態宣言等の解除によって飲食店の需要は増加すると予想されるが、時短営業による制約や新型コロナウイルスの感染拡大による影響の見通しが不透明であることから、目標達成は厳しい見込み	・「高知フェア」をきっかけとした飲食店ニーズの把握により、目標達成に向けて取り組んでいく
関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額(年間)	1.3億円 (R元)	2.0億円 (R2)	4.1億円	0.9億円/2.05億円 (1月~6月)	D	・新型コロナウイルスの感染拡大による現地飲食店の休業や輸入停止措置等の影響を受け、輸出が減少し、R3年度の目標達成は厳しい見込み	・今後、関係者との連携を図りながら各国の輸入に関する情報収集等を行い、目標達成に向けて取り組んでいく

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
高知フェア等での県産水産物の販売額	-	-	委託金額の10倍以上	2.5億円/1.5億円 (8月末)	S	・コロナ禍においても量販店の販売は堅調であり、目標を達成できる見込み	・引き続き、量販店等での販売促進に取り組んでいく
「応援の店」訪問店舗数(累計)等	40店舗 (R2)	40店舗 (R2)	200店舗	170店舗/200店舗 (9月末)	B	・緊急事態宣言等の影響で休業した飲食店が多く、計画した訪問活動ができていない	・緊急事態宣言等が解除され、多くの飲食店の営業が再開されており、積極的な訪問活動に取り組むことで目標を達成できる見込み
「高知県水産物輸出促進協議会」の活動件数	5回 (R元)	1回 (R2)	8回	0回/4回 (9月末)	D	・国内外での見本市が中止や延期になったため、目標が達成できていない	・今後、出展等に向けた情報収集を行い、開催される見本市への出展を進める ・また、渡航制限下における国内での活動も検討しながら目標達成に向けて取り組んでいく

2 R4年度強化策(案)のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策(案)
1 量販店等へのさらなる販売促進活動の実施 2 コロナ禍により飲食店からの需要が減少 3 コロナ禍による現地飲食店の休業や輸入停止措置などによる輸出の減	1 関西エリアでの販売ターゲットの拡大による卸売市場関係者と連携した販売促進活動の強化 ・関西圏の量販店に加え、 飲食店チェーンも重点ターゲットに販売促進活動を強化 2 「高知家の魚応援の店」へのきめ細かな営業活動の強化 ・「応援の店」への地産外商公社等と連携したきめ細かな営業活動及びフォロー営業活動の実施 3 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強化 ・中国での県産水産物の認知度向上のためのプロモーションの実施

2 食品等外商拡大プロジェクト【商工業分野】

1 R3年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
産業振興センターの外商支援による関西圏での成約金額（年間）	13.9億円（R元）	12.1億円（R2）	18.2億円	3.8億円／7.6億円（8月末時点）	D	・R3到達目標の18.2億円に対して8月末時点3.8億円、年間進捗率の過去3年間平均から推計すると年間10.5億円となり、目標達成は厳しい見込み	・今後、販路開拓のための見本市への出展、ミニ展示商談会等を積極的に実施し、加えてデジタル技術の活用等によるコロナ禍での販路拡大支援を強化する

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
営業訪問件数	1,034件（R2）	1,034件（R2）	2,000件（Web営業を含む）	835件／1,000件（9月末時点）	C	・新型コロナウイルス感染拡大の影響による営業自粛要請等により、外商コーディネーターの営業訪問活動は目標ペースを下回っている	・下半期では、見本市やミニ展示商談会のアフターフォローなどを徹底することにより、目標達成を目指す
成約件数	289件（R2）	289件（R2）	340件	117件／170件（9月末時点）	D	・新型コロナウイルス感染拡大の影響による営業自粛要請等により、成約件数は目標ペースを下回っている	・下半期では、見本市やミニ展示商談会のアフターフォローなどを徹底するとともに工場視察商談会を着実に実施し、目標達成を目指す
関西圏での見本市への出展回数（ミニ展示商談会を含む）	7回（R2）	7回（R2）	12回	5回／5回（9月末時点）	A	・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、見本市やミニ展示商談会が一部延期となったものの、Web商談会への切り替えなどにより上半期目標は達成	・下半期においても、見本市への出展やミニ展示商談会を着実に実施し、目標を達成する見込み
工場視察商談会の開催件数	3回（R2）	3回（R2）	5回	0件／－（9月末時点）	D	・来県を伴うため、緊急事態宣言等発令中の実施は延期としていたものの、宣言解除後の速やかな実施に向けて県内企業との事前のオンライン商談を進めているところ	・今後、発注企業との日程調整が整い次第、目標とする5回を実施する予定

2 R4年度強化策（案）のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策（案）
○ ウィズ、アフターコロナにおける商談機会を確保するため、オンラインも積極的に活用した営業活動の強化が必要	1 関西圏の商社と連携した外商活動の強化 ・万博関連企業（パビリオン出展企業や施工業者等）への提案活動の強化 ・万博関連企業や商社等をターゲットとしたミニ展示商談会の開催 2 関西圏の包括協定企業と連携した外商活動の強化 ・防災関連製品をPRするWebセミナーの開催

2 食品等外商拡大プロジェクト【食品分野】

1 R3年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
地産外商公社の活動による関西圏での成約金額(年間)	12.3億円(R元)	11.9億円(R2)	15.7億円	- ※R3年度の実績値はR4.5月のアンケート結果により確認	-	・緊急事態宣言等の影響により、計画していた営業活動が実施できていない ・コロナ禍においても小売業界は好調であった一方で、外食産業は緊急事態宣言等が解除された後もしばらくは売上が低迷すると予想されるため、前年度並みの成約金額となり、R3年度目標の達成は厳しい見込み	・今後は、厳選したターゲットへの重点的な営業活動や大手卸売事業者主催の展示会等へ参加することにより、目標の達成を目指して取り組む

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
地産外商公社、大阪事務所の活動による営業訪問企業数(累計)	424件(R2)	424件(R2)	1,100件	403/550件(9月末時点)	C	・緊急事態宣言等の影響により、目標が達成できていない(7割程度) ・緊急事態宣言等の解除により営業活動が一定再開できるものの、R3年度目標の達成は厳しい見込み	・今後は、大手卸売事業者主催の展示会等への参加やデジタルツールも併用するなど積極的な営業活動を展開することで、目標の達成を目指して取り組む
上記のうち、新規営業訪問企業数(累計)	69社(R2)	69社(R2)	180社	89/90社(9月末時点)	B	・新規営業訪問を重点的に取り組んだが、緊急事態宣言等の影響もあり、目標をやや下回った	・引き続き、新規営業訪問に重点的に取り組むことで、目標を達成できる見込み

2 R4年度強化策(案)のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策(案)
1 大手卸主催による展示会の中止・延期により商談機会が減少したため、行動制限緩和後の商談機会の確保が必要 2 価格重視ではなく、こだわりや品質等を重視してくれる販売先の開拓が必要 3 オンライン商談では、事前の商品紹介や商談前後の事業者へのフォローが必要	1 リアルな商談機会の拡大 ・大規模展示会への新規出展 ・業界(小売、卸、飲食店等)別のミニ商談会の開催 ・産地視察型商談会の開催 2 厳選したターゲットへの重点的な営業活動の展開 ・こだわり商品を取り扱うセレクトショップや高質系スーパーへの営業活動の実施 3 オンライン商談会の効率的な実施 ・事業者集合型のオンライン商談の実施 ・事前のサンプル送付や商品説明などニーズに沿ったマッチング

3 万博・IR連携プロジェクト

○ R4年度強化策（案）のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策（案）
1 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 ・万博、IRに関する情報収集の継続とアプローチ 2 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・ウィズ、アフターコロナにおけるオンラインも活用した営業活動の強化や、万博関連企業へのアプローチ強化による新たな受注の確保が必要	1 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用 ・日本CLT協会が実施する日本館におけるCLT活用推進の取組 ・木材製品の需要情報に対する県内供給体制の構築 2 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・万博関連企業(パビリオン出展企業や施工業者等)への提案活動の強化(再掲) ・万博関連企業や商社等をターゲットしたミニ展示商談会の開催(再掲) ・万博関連企業や商社等をターゲットとしたWebでの製品等のPRセミナーの開催 ・大阪・関西万博の外国パビリオン出展国(インド等)への提案活動の実施

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

1 R3年度進捗状況

(1) 関西圏での高知家プロモーションの展開

目標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏での高知家の認知度	16.8% (R2.10)	20.8% (R3.3)	30.0%	- ※R3年度の認知度はR4.3月の調査結果により確認	-	・上半期は、新型コロナウイルスの全国的な感染拡大により、Webサイトによる情報発信を除き、プロモーション活動の実施を見送っており、目標達成は厳しい状況	・下半期は、Webサイトによる情報発信に加え、県産品の紹介など、関西圏のメディアを活用したプロモーション活動を積極的に展開することにより、認知度の向上を目指す

(2) 関西圏の関係人口へのアプローチの強化とUターンの促進

目標	目標設定時	直近値	R3年度の到達目標	R3年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏からの移住者(年間)	309組 (R元)	289組 (R2)	345組	- ※R3年9月末の実績(速報値)は現在集計中	-	・緊急事態宣言等の影響により、イベントをオンラインに切り替えるなどして対応中 ・県全体の移住者数の実績(8月末時点の速報値)は、前年同期比121%とほぼ目標どおりに進捗	・今後は、複数のオンラインイベントや全市町村が参加する対面型のイベント(高知暮らしフェア(12月に東京・大阪で開催予定))を実施し、各種イベントでの参加者に対するきめ細かなフォローにより移住確度を高めていくことで、目標の達成を目指して取り組む

2 R4年度強化策（案）のポイント

取組を通じた課題	R4年度強化策（案）
1 関西圏での高知家プロモーションの展開 ・新型コロナウイルスの感染拡大により、新コンセプトの発表や新たなプロモーション施策など、高知家の認知促進に向けた取り組みが実施できていない 2 関西圏の関係人口へのアプローチの強化とUターンの促進 ・県内事業者における副業・兼業人材の効果的な活用手法と導入メリットの理解促進 ・コロナ禍による短期研修実施者等の減少を受けた雇用型漁業における新規就業者の確保	1 関西圏での高知家プロモーションの展開 ・10周年を向かえる高知家プロモーションの関西圏での積極的な展開 2 関西圏の関係人口へのアプローチの強化とUターンの促進 ・ 県内企業の積極的な副業・兼業人材活用を後押しするための助成制度の創設を検討 ・ 関西圏での漁業就業フェアの開催による漁業就業希望者の掘り起こし



戦略の策定

- ◆大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて、経済活力が高まる関西圏との経済連携を強化することにより、本県経済の活性化を図ることを目的として、関西圏と本県との経済連携の方策を総合的にとりまとめた「関西・高知経済連携強化戦略」を策定
- ◆戦略の策定にあたっては、関西圏の経済界や行政関係者等からなる「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」の意見を反映

戦略の概要

◆計画期間

- (1)R7年(2025年)の大阪・関西万博の開催を見据えた戦略を策定
- (2)戦略に基づく個々の取り組みの期間は3年間(R3~5年度)

◆進捗管理

- (1)高知県産業振興計画に位置付け、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)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の検討を実施

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「自然」「歴史」「食」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。
『高知ならではの魅力』を訴求「リョーマの休日キャンペーン」のキャッチフレーズ「あなたの、新休日。」をアピール

戦略1 ウィズ、アフター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

- 自然・体験型観光基盤を活用した4つのツーリズムの推進
- 地域ならではの強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを推進
- 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出

戦略2 より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求（関西在住者の誘客・全国からの誘客）

- 関西の拠点での観光情報の発信
- 「リョーマの休日キャンペーン」の展開によるセールス&プロモーション
- スポーツを通じた交流人口の拡大

戦略3 大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の展開

- 関西の拠点での観光情報の発信（関西圏の訪日客向け）
- 国外に向けたセールス&プロモーション

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。

分野	戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	戦略2 ウィズコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進
農業	○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 ○直接販売による県産農畜産物の販売拡大	
水産	○関西圏の卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大 ○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 ○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 等	
食品	○関西圏に拠点を置く大手卸売業者とのつながりを活用した外商拡大 ○大阪市中心部における大規模開発をターゲットとした外商活動の展開 ○「高知家の逸品応援の店」等と連携した県産品の認知度向上及び販売拡大 等	○地域に密着した量販店への販路開拓 ○新しい生活様式に対応した営業活動の強化 等
林業	○関西圏の流通拠点企業と連携した外商活動の強化 ○関西圏の土佐材パートナー企業と連携した外商活動の強化 等	○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
商工	○関西圏の商社と連携した外商活動の強化 ○関西圏の包括協定企業と連携した外商活動の強化	

3 万博・I R連携プロジェクト

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、本県への誘客を促進するとともに、新たに整備されるプロジェクト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

- ウィズ、アフター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(再掲)
- より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求(再掲)
- 大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の展開(再掲) 等

戦略2 関連施設での県産食材の活用

- 県産食材の活用に向けた営業活動の実施
- 多様な食文化（ハラルなど）に対応した商品開発の促進

戦略3 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用

- 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施
- 関連施設の整備における県内企業の技術の活用

1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

- 関西圏での高知家プロモーションの展開
- 関西圏の関係人口へのアプローチの強化とUターンへの促進
- 関西圏の総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進
- 関西圏から本県への企業誘致の推進

県内市町村と連携した関西圏の自治体・企業・団体等とのさらなるネットワークづくり

観光客の誘致や外商の促進によって経済活力を高める

