



## 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
- 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出
- 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

### 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・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

# 2 食品等外商拡大プロジェクト

戦略の  
方向性

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。

数値  
目標

○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

○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)  
直近値(R2)：1.0億円  
▶目標値(R5)：2.0億円

○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)  
直近値(R元)：1.3億円  
▶目標値(R5)：5.5億円

○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)：20.3億円

○関西圏への土佐材出荷量(年間)  
直近値(H30)：2.4万㎡  
▶目標値(R5)：3.1万㎡

○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)  
直近値(R元)：13.9億円  
▶目標値(R5)：23.2億円

## 戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大

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

### 1 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大

#### 食品関係

- (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  
・販売拠点量販店での高知フェアの開催 ・仲卸業者の産地招へいの実施
- (2) **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  
・量販店等への販促活動の強化（高知フェアの開催、販促資材の提供等）
- (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拡大  
・現地パートナーとの連携強化 ・海外見本市や商談会への参加を支援
- (4) **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  
・大手卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大
- (5) **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  
・新設される大規模商業施設等への営業活動の強化



等

#### 非食品関係

- (1) **関西圏の流通拠点企業と連携**した外商活動の強化  
・関西圏への効率的な共同輸送の強化
- (2) **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  
・パートナー企業の増加に向けた商談会の開催  
・パートナー企業等が企画する土佐材PR活動を支援
- (3) **関西圏の商社と連携**した外商活動の強化  
・見本市等への出展及び商談会の開催
- (4) **関西圏の包括協定企業と連携**した外商活動の強化  
・大規模見本市への共同出展

商工業分野

等

### 2 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大

#### 食品関係

- (1) **「高知家の逸品応援の店」等と連携（ショールーム機能の付与等）**した県産品の認知度向上及び販売拡大  
・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の強化 ・飲食店等による高知フェアの開催  
・観光や県産品の情報発信機能の強化
- (2) **「高知家の魚応援の店」との関係強化**による水産物の販売拡大  
・店舗への訪問営業や産地招へい機会の拡充 ・シェフグループへの支援  
・高知フェアの開催

等



## 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

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

#### 食品・非食品関係共通

- **新しい生活様式に対応した営業活動の強化**  
・デジタル技術を活用した営業活動の実施  
・オンライン商談会の実施 等

#### 食品関係

- (1) **地域に密着した量販店への販路開拓**
- (2) **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**
- (3) **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商品開発**
- (4) **直接販売による県産農畜水産物の販売拡大**  
・Webサイトを活用した販売拡大 等

## 関西圏での外商体制を抜本強化

[農業・水産業・食品分野]

(1)地産外商公社大阪グループ（3名⇒4名）

[林業分野]

(2)TOSAZAIセンター関西駐在（0名⇒1名）

[商工業分野]

(3)産業振興センター大阪事務所（3名⇒4名）

令和7年開催の大阪・関西万博をはじめとした大規模プロジェクトに向けて高まりを見せる関西圏の経済活力を、本県経済の活性化につなげるため、「**関西・高知経済連携強化戦略**」の3つのプロジェクトに基づく取り組みをさらに強化



## 1 観光推進プロジェクト

### ◆ **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さらなる観光の推進**

- 「食」を前面に押し出した「リョーマの休日」キャンペーンの展開
- 自然・体験型観光を基盤とした新たなツーリズムの推進
  - ・ サステナブルツーリズムやグリーンツーリズム等の推進及び教育旅行への活用促進



- 関西国際空港など主要空港からの**国際定期便回復**に対応した誘客の促進



- ・ 大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を活かし、大阪観光局などと連携したセールスとプロモーションの実施

## 2 食品等外商拡大プロジェクト

### ◆ **ターゲットの明確化やリアルな商談機会の拡充などによるさらなる外商活動の強化**

○ 「**関西圏外商強化対策協議会**」の設置等による関西圏におけるさらなる外商強化策の検討

#### 農業分野

- 卸売会社を通じた**仲卸業者や量販店等への営業強化**による販売拡大
- 飲食店への販売拡大に向けた営業活動の強化

#### 水産業分野

- 卸売市場関係者との連携による量販店に加え**飲食店チェーンも重点ターゲット**とした販促活動の強化
- 「高知家の魚応援の店」へのきめ細かな営業活動等の強化

#### 食品分野

- **大規模展示会**（FOOD STYLE Kansai）への**新規出展**
- **厳選したターゲット**（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）への重点的な営業活動の展開

#### 林業分野

- **新たな県産材の情報発信・商談拠点の開設**による製品販売の促進
- **外国産材の不足を受けた国産材需要の高まり**に対応した県産材利用の促進
- 非住宅建築物への木材利用の促進

#### 商工業分野

- 外商拡大に向けて**大規模見本市への出展や商談会の開催数を拡大**するとともに製品や技術を紹介する**WEBセミナーを新たに開催**することなどによる外商活動の強化



## 3 万博・I R連携プロジェクト

### ◆ **大阪・関西万博に向けた取り組みの強化**

- 開催準備の本格化に併せた県産品等の外商活動の強化
- **万博会場を活用した効果的な情報発信**の推進



## 4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

### ◆ **関西圏での認知度向上に向けた情報発信の強化**

- **メディアネットワークを活用した高知家プロモーション**の展開
- **就業フェアの開催**等による就業希望者の掘り起こしの強化
- **交流拡大シンポジウム**の開催による県民参加の機運の醸成

