

## 第2回高知県関西圏外商強化対策協議会 議事概要

日時：令和4年6月27日（月）15：00～17：00

場所：高知城ホール 2階 大会議室

出席：委員11名中、9名が出席

議事（1）県からの説明

- ・ 関西・高知経済連携強化戦略の概要について
- ・ 食品等外商拡大プロジェクトの進捗状況について
- ・ 関西地区外商強化対策事業委託業務（調査業務）の中間報告の概要について

（2）意見交換

### 【以下、委員からの主な意見】

#### <外商拠点以外の外商強化策について>

##### ○ 濱田委員（商工業分野／高知県防災関連産業交流会防災関連製品キャラバン隊）

- ・ 関西の高知県人会で防災製品を宣伝する機会をいただきたい。今後は若年層も県人会に引き込んだ上で、宣伝につなげられたらと思う。
- ・ これまでも関西での展示会に出展し、防災製品の宣伝を行っているが、展示会で実際の製品を見せるのは難しい部分もあり、高知県に来ていただいて製品を直接PRする視察ツアーができないか。

##### ○ 小原委員（林業分野／一般社団法人高知県木材協会専務理事）

- ・ ATC（アジア太平洋トレードセンター）にて、木材の常設展示を7月15日に開始する予定。こちらでは定期的にセミナーも実施する予定にしており、県大阪事務所とも連携して取り組んでいく。
- ・ 大阪府枚方市にある、枚方家具団地への納品も決まった。今後は枚方市の友好都市である四万十市とも連携して取り組んでいく。

##### ○ 吉富委員（移住分野／特定非営利法人土佐山アカデミー事務局長）

- ・ 関西の方々が高知に来ていただいて商談を行う場合、仕事と観光をセットにしたワーケーションを企画してはどうか。また、商談の結果、高知県産品が関西での販売に至った場合には、その産品を購入することで高知へ行きたくくなるような、観光へつなげる施策が取れるのではないか。
- ・ 高知県産品を関西で販売する際、例として商品にQRコードをつけて、高知に来ればこんな体験ができるというような情報発信を同時に行えないか。

##### ○ 福島委員（食品分野／旭食品（株）取締役 経営企画本部長）

- ・ 消費者に近い立場にある、関西の小売業向けにトップセールスを行っていただきたい。
- ・ YouTube や Web での情報発信は重要になると思われるが、現在、旭食品ではその前段階として、デジタルサイネージを活用した商品紹介、情報発信の取組を行っている。動画によって消費者の目を引き、旬な物を食べていただくことで、更に本物を味わい

に高知に来るような誘導ができればと考えている。

- ・ 関西の製造メーカーとの調味料等食品製造のコラボにおいても、旭食品として関わられると思う。
- ・ 物流に関しては、世界情勢の影響で燃料費が更に高騰していることもあり、物流費を下げることは困難な状況。
- ・ 配送頻度や配送量について、関西の買い手側に指定されるのではなく、高知県として仕組みを構築した上で条件提示をして、販売の交渉を行うべき。
- ・ 県内事業者や生産者の中にも、物流の仕組みを十分に理解していない方もいるため、勉強会の開催が必要ではないか。

○ **松崎（繁）委員（物流分野／ヤマト運輸（株）リテール事業本部高知主管支店長）**

- ・ 関西へ向けての新たな物流の仕組み構築に関しては、端的に言えば、小口で集荷して回るのではなく、一定量集めてルートで集荷をすることで、積載量を増やして配送単価を抑える形を検討している。
- ・ 物流以外の面では、「高知家の魚応援の店」に芸能人を呼んでPRしてもらうなど、もっと「高知家の魚応援の店」をアピールしてはどうか。
- ・ 現在、愛媛県は関東圏のレストランをターゲットにして、県産品のPRに力を入れて取り組んでいる。
- ・ 高知県関連のウェブサイトで、アクセス数の多いところを上手く活用してPRするのがいいのではないか。

○ **松崎（了）委員（食品分野／田舎まるごと販売研究家）**

- ・ 外商強化策を検討するにあたっては、他と異なる取組を実施することを恐れないことが重要である。
- ・ また、外貨の獲得に向けては、「物」を売るのではなく、その商品にまつわる物語を売ることが重要である。
- ・ ジャンルを問わず、高知のファンづくりにつなげる取組を行うことが成功の鍵となる。

**<外商拠点について>**

○ **米沢委員（水産業分野／高知県漁業協同組合専務理事）**

- ・ 先日、鳥取県から旅行で訪れた知人を「とさのさと」へ連れて行ったところ、大変喜んだ。「とさのさと」のように、海の物、山の物等、何でも揃うというのが関西でも需要が高いのではないか。
- ・ 「高知家の魚応援の店」等とも連携して、生の魚を売っていきたい。
- ・ 一方で、魚を関西で販売する場合には、生の物だけでは困難であり、かつ、魚だけを取り扱う拠点は成立しないと思うため、「とさのさと」のように幅広い商品を扱う拠点がふさわしいのではないか。

○ **竹中委員（食品分野／（株）とさのさと代表取締役社長）**

- ・ 大阪に生鮮品等なんでも揃っている店をつくるのは反対である。

- ・仮に大阪に「とさのさと」のようなものをつくって何をするのかイメージできない。
- ・魚だけでは拠点が成立しないと話が出たが、野菜は直売所を設けるに十分な量を確保できない。
- ・例えばニラの場合、専業でニラを生産している方は市場流通に卸すため、「とさのさと」には卸してくれない。「とさのさと」ですら量の確保が難しいのにも関わらず、大阪でできるとは思えない。
- ・月に1度、阪急オアシスで野菜販売のフェアを実施したが、2トントラック1台分で、月1回1日販売するのが精一杯だった。
- ・「とさのさと」は高知にあるため、高知のものを求めてくる方が来店するので成立している。一方で、関西には既に直売所が複数ある中で、高知県産品の直売所をつくったところで需要が多くあるとは思えない。
- ・飲食店や小売店・ECなどで、分野ごとに消費者に最も近いところで商品のPRを徹底的に行うことは必要。
- ・県が行うべきことは、高知県全体をブランド化していくことで、例えば、カーボンニュートラルをビジネスにすることなどが県がやるべき施策である。
- ・高知県は、人口が少ない、工業がない、森林が多い、再生可能エネルギーが多いなどの理由により、カーボンニュートラルに関して全国で最も有利な県だと考える。

#### ○ 山本委員（食品分野／高知県加工業交流促進協議会会長）

- ・個人的には銀座の「まるごと高知」のような都心型拠点とは異なり、関西では郊外型も面白いと考えていたが、竹中委員のご意見を聞いて量の確保が困難であると分かったので、現状、拠点に関して意見を出すのは難しい。
- ・物流の新たな仕組み構築に向けては、今後の進展に期待したい。

#### ○ 松崎（了）委員（食品分野／田舎まるごと販売研究家）

- ・（竹中委員の意見を聞くまでは）直売所に野菜を持ってくる農家の方は、もっと沢山いると思っていた。
- ・高知県産品の顧客をどうつくるかについての手法を、どのように選択すべきか。売上げではなく、最終の目的を明確にして取り組むことが重要である。

### <関西圏における外商強化策に関する調査について>

#### ○ 吉富委員（移住分野／特定非営利法人土佐山アカデミー事務局長）

- ・他県の取組事例を挙げているが、それぞれの取組が誰をターゲットにして行っているものなのかを明確化すると、より議論が深まるのではないかと考える。

以上