

日 時：令和4年8月5日（金）14：00～16：15

場 所：シェラトン都ホテル大阪 4F 「大和の間」

出席者：別添「アドバイザー名簿」「県側出席者名簿」のとおり

議事(1) 関西・高知経済連携強化戦略の進捗状況について

1 林業分野の観光活用や大阪・関西万博会場での発信、林業大学校の活用について

<大阪観光局 溝畑アドバイザー>

- ・インバウンドは既に2万人を上限に団体旅行が始まっており、政府に対しても9月からビザを緩和すること等を話しているところ。国内は「GoTo トラベル」が先延ばしになっているが、2年前や去年に比べると、客の流れは戻っている状況。
 - ・インバウンドの取り組みにおいて、昨年度作成した伊丹空港発の3つのコースのセールスを実施する中で、高知の強みは森林文化が色濃く残っていることであると感じた。バードウォッチングやフィッシングの聖地として観光の分野で生かしてはどうか。
 - ・全国で40万人いた林業者が4万人に減っている危機的状況にあることを林野庁と話しており、切々と感じている。万博のテーマも「持続可能」であり、高知の持続可能な林業をもっと打ち出してはどうか。
 - ・第6次産業化を見据え、明るい林業として打ち出せないか。成長産業であり、観光、美容、癒やし、スポーツアクティビティなど、サービス産業としての価値を出してはどうか。また、メタバースを使い、バーチャルで森林や滝等を体験させるなど、観光DXの面でも一緒に取り組みたい。
 - ・万博会場のゼネコンは、大林、清水、竹中3社がそれぞれ筆頭となったJVでの実施が決定した。中でも木のリングは今回の万博のシンボルであり、「木の国高知県」を象徴的に打ち出すことが大事であると考えている。
 - ・大阪の留学生に対する企業とのマッチングやインターンシップを実施する中で、ベトナムの留学生から、林業をやりたいという声がある。こうした留学生を林業大学校でインターンシップ等として受け入れが可能か。秋には、留学生が集まる「留学生ウィーク」があり、ぜひ林業大学校のPRをしていただきたい。
 - ・また、格闘技をする人がトレーニングとして、短期的に林業体験をすることがどうかという話もあり、色々な人が参入できる仕組みを検討してほしい。
 - ・阪神タイガース＝高知県のイメージで、阪神ファンが高知に来てもらえるように応援していきたい。
 - ・大阪IRについては、順調に行くと今年秋に区域認定がもらえるところ。これから開業に向けて、どのようなテナントが入ってくるのかという展開になる。飲食店や建築、イベント等へ高知の食材や県産材等の色々な産業が食い込む余地があるため、これからも連携していただけるようなサポートをしていきたい。
- ⇒（山脇 観光振興部長）
- ・インバウンドについては、現在、海外の旅行会社からも10月以降の問い合わせがあるところ。秋に人が動き出すまでに出遅れないように対応したい。

- ・大阪の都市型観光と高知の自然体験と両方の組み合わせで進めてきた。高知県が山と海と川が非常に近いところをどう打ち出していくかという検討をしている中、山の打ち出し方としてメタバースの例は非常に参考になる。高知として強いコンテンツとして打ち出していきたい。

⇒（豊永 林業振興・環境部長）

- ・森林を生かした取組としては、環境分野において脱炭素の観点から、都市部で木材を活用してもらい、木造住宅の推進や、非木造への木材活用等に対する助成等を検討している。
- ・ベトナムの国営企業と県内企業と高知県と提携を結び、ベトナムからの林業の担い手育成の取組として、林業大学校を活用した研修制度を検討している。現時点では林業大学校は専修学校でなく、留学という形では受け入れができないが、何らかの形で受け入れる仕組みを考えたい。

2 スタートアップに対する支援等の取組について

＜公益財団法人日本デザイン振興会 深野アドバイザー＞

- ・国ではベンチャーについての担当大臣まで置こうとしており、大きな流れになっている。観光を含め色々なアイデアを担いでスタートアップをめざし走る人の背中を押してあげるような仕組みがあるといいと考える。
- ・関西経済同友会でも2016年頃からスタートアップの支援に取り組んでいるが、スタートアップを促進する舞台装置がないと進まないことがわかってきた。着手してから何年かかかると思うが、やれば必ず成果があるものであり、観光や林業、農業等の分野でのスタートアップも多いため、ぜひ取り組んでほしい。
- ・また、スタートアップは東京だけでなく、関西にもかなりの数があるので関西にも目を向けて取り組んでいただきたい。

＜大阪経済大学経済学部客員教授 西田アドバイザー＞

- ・京阪神では、京都、大阪、兵庫が一体となり国に働き掛け、横連携によるスタートアップ拠点として、国に認定され、予算措置がなされており充実した活動ができて仕組みになっている。高知が活用出来ないか、一度、府県の関係部局に確認されるとよい。
- ・関西広域連合の広域産業振興局で、シンガポールで開催されるイベントなどを活用して日本（関西）のスタートアップとのマッチング等に取り組んでいるため、関西広域連合にもコンタクトをされるとよい。
- ・スタートアップは高知や地方がもっと積極的に取り組んだ方がいい。

⇒（沖本 産業振興推進部長）

- ・スタートアップは高知県でも積極的に取り組んでいくこととしている。先日、イノベーションライズという一般社団法人が立ち上がったところ。一部上場の事業者等が直接メンターとして入り、個別に企業に向けた訓練を行う組織である。
- ・本県ではこれまで「土佐まるごとビジネスアカデミー」等を実施していたが、起業経験のない公務員が支援を行うより、こういった団体と一緒に取り組んでいこうとしているところ。スタートアップは国も支援を強化するということであり、本県も来年度に向けて検討していく。

3 大阪・関西万博について

＜公益財団法人日本デザイン振興会 深野アドバイザー＞

- ・木造の大屋根（リング）への県産材の採用等、万博への参画はこの1，2年が勝負。スピーディーに動かなければいけない。
- ・また、万博の建築物は仮設であるため、リユースの知恵出しをすることで、万博関係者も感心を持ってくれるのではないか。
- ・食をテーマにしたパビリオンのプロデューサーである小山薫堂さんと意見交換をすることも、高知の食をアピールする上で有意義ではないか。
⇒（岡田 産業振興推進部副部長兼関西戦略推進監）
 - ・情報を早め早めに取りながら、スピード感を持って進めていきたい。

4 関西戦略の指標について

＜大阪経済大学経済学部客員教授 西田アドバイザー＞

- ・進捗管理については、達成度をABC等で評価しておりわかりやすいが、高知県の産業経済に寄与する数字（定量面での成果、例えば、売上げや税収の増加や税収効果）などに置き換えられないか。
- ・指標を達成することで県の税収にどれだけ跳ね返ってくるのか、CがAになればどのような税収になるのかシミュレーションを作ってみると見えてくるのではないか。
⇒（瀧渦 大阪事務所長）
 - ・内部で検討したい。

5 商工業分野について

＜大阪経済大学経済学部客員教授 西田アドバイザー＞

- ・食品や林業の施策はきめ細かく実施しているが、工業系の分野がもう少し強化できるのではないか。高知には世界でも有名な工作機械メーカーがあり、高知工業会と徹底的に議論し、どうしたら高知県の工業製品分野に力を入れられ、具体的に何ができるのか、といったことに取り組んで欲しい。
- ・その中でもブランディングが重要。企業でも製品でもいいが、ブランディングを念頭に置いてディスカッションしてはどうか。
- ・インドへのミッション団派遣では、ぜひマッチングの機会を設けることをやってほしい。
⇒（松岡 商工労働部長）
 - ・工業会とはこれまでも議論してきたが、グローバル化等の分野別ではできていなかった。山崎技研は工業会の会長でもあり、グローバル化に関して議論していきたい。特にインドについては、マッチングも含め相談するとともに、日印協会や西田アドバイザーにも引き続きご協力いただきたいと考えている。

6 「外商」という言葉の使い方について

＜大阪経済大学経済学部客員教授 西田アドバイザー＞

- ・「外商」という言葉が出てくるが、自分自身としては抵抗がある。本来、百貨店が個人や法人等へ個別にDMや訪問販売するという意味であり、投資という概念など組み込まれていない。どの分野においても投資をいかに呼び込むか、企業間の投資を促進、支援す

るかが重要であるため、「外商」を別の言葉にしてはどうか。国は新しい資本主義の柱に投資の促進を置いており、高知のグローバル支援でこの視点を取り入れてはどうか。

⇒（瀧渦 大阪事務所長）

- ・「外商」という名称について、産業振興計画を始めた際、県内ではなく、県外や国外で商売をしていくという意味で使ってきたもの。投資については、企業誘致の分野で取り組んでいく。

7 農業分野について

<関西土佐会 豊原アドバイザー>

- ・2年ほど厳しい状況が続いており、農業分野でもコロナの影響がでている。
- ・関西土佐会には11社あるが、会社によって得意な量販店や品目があり、高知の青果物についても得意不得意がある。これまで高知県と関西土佐会の2社で委託契約を結んでいたが、今年度は11社すべてが委託契約しており、色々なイベント等を展開していきたい。
- ・スーパー等での試食宣伝ができない状況はあるが、推奨販売でレシピを配りながらの販売を実施する等、できることは積極的に実施していきたい。
- ・本日お配りしているがレシピ集を作成した。ミョウガはもっと関西へ売っていける品目であり、当社のプロジェクトチームでつくったレシピ集を推奨販売等で活用している。
- ・高知県は他の産地と比べてレシピの取り組みは先端を走っており、さらに活用していきたい。
- ・諸経費が高騰しており、肥料はこの秋に150%上昇する等の見込みもあるが、販売価格に反映できないといった課題がある。
- ・価格に転嫁できず辞めていく農家があり、他の産地では生産面積を減らしていく動きもある。他の産地の青果物が減る中、高知県は生産量を維持すると聞いており、高知県の取り組みでカバーしていきたい。産地と市場とで協力して進めていきたい。

8 人材育成等について

<近鉄グループHD 小林アドバイザー>

- ・短期的に産品を強化し販売を増やすことも大事だが、「人を育てる」や「人材」といった話が出てこないため、高知県の民力を強化する人材について、しっかりと議論していただきたい。
- ・高知県には高知大学や、高等学校でも素晴らしいところがあり、そういうところと一緒に、高知県でどういう人材や産業を強化するのか、長期的な議論もしてはどうか。そのためにも教育機関も巻き込み、具体的な話を進めていって欲しい。
- ・近鉄グループは鉄道から始まり、百貨店、不動産、旅行会社等様々と展開しており、基本的には最終商品としての企業集団として構成しているが、今回のコロナでひっくり返った。今後、産業の構成の仕方について、何と何を強化して高知県を強くするのか、ということを考えていったらいいのではないかと。例えば木材以外に何を育てなければいけないのか、根幹のもの以外をどう育てていくのか、が大事であると考えている。
- ・ミナミに土佐料理の店があり、非常においしかったが、店主が納得する材料が入ってこないため店をやめることになった。土佐料理は一つのシンボルであり、高知の食材のステイタスであると思う。ステイタスになるような食材をどういう風に出していくのか、

そのためにどういう料理人を活用するのか、そういうことを検討して、最後に食べて利用する人がファンになってくれるようなファンづくりが必要。

- ・売り上げを増やす取り組みに加えて、高知ファンをどう増やすのか、今後検討してみてもどうか。今の取組は分野別に明確になっているが、全体を通して、どういう高知県をつくってどういうファンをつくるのか、出て行った人材はどうやって戻すのか、その人材でどうやって高知県をつくっていくのか。
- ・そうした取り組みであれば、近鉄グループとしてもしっかりと協力していきたい。企画スタッフを入れることも可能。

9 水産分野について

＜株式会社うおいち 橋爪アドバイザー＞

- ・関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額に関しては、今期はおよそ4億円程度で着地しそう。生鮮は中国系が中心であるが、コロナのロックダウンにより搬入が厳しくなり、複雑化もしている。天然魚はアニサキスが一匹でも入るとすべてキャンセルとなる。
- ・冷凍品の場合はそのような問題が少なく、安全安心な面で優遇される。汚染水の問題や政治問題から、中国は今後も厳しい可能性もあるため、ベトナム、シンガポール、タイ等を対象に高知県の水産物を扱いたい。
- ・先ほど小林会長からもあったが、人材育成として、漁業者の育成もお願いしたい。収入は農業に比べおよそ60～70%。ベースアップや助成金等も含めて漁業者を育てる取り組みの検討をお願いしたい。

議事(2) 関西地区外商強化対策事業委託業務の調査結果の概要について

議事(3) 調査結果の外商強化策に対する県の評価について

10「高知」と「土佐」の名称としての使用について

＜近鉄グループHD 小林アドバイザー＞

- ・高知と土佐、一般的にはどちらが名前として定着しているか。キーワードとしてどちらがいいか調査等をしたことはあるか。
- ・高知＝土佐ということが受け入れられるようなやり方がないか。ものよっての使い分けがあるのかもしれないが、共通した発信の仕方はないか。
- ・テレビでは高知というより土佐ではないか。坂本龍馬や土佐路の旅等、テレビで出ているものを取り込んで、うまく発信できればいい。

⇒(岡田 産業振興推進部副部長兼関西戦略推進監)

- ・関東のアンテナショップでは「まるごと高知」と、高知を使用している。一方で関西とは歴史的なつながりがあり土佐の方が響きがいいということもあるかもしれないため、公式名称や通称で使い分けるなど、検討したい。

11 ブランディングについて

＜公益財団法人日本デザイン振興会 深野アドバイザー＞

- ・中土佐町の鰹のたたき等素晴らしい地域の農水産物のイメージをどのように上手く形成

し、使っていくか。県全体で産地を見えるようにしてアピールするなど、ブランド戦略を考える必要がある。食とストーリーを一緒に売り込むことが大事である。

＜大阪観光局 溝畑アドバイザー＞

- ・以前、大分県において、関あじ、関さば、いいちこ等のブランディングに携わった際、一番こだわったのは、大分県はなぜこのように食材が豊かであるかということのエビデンスを持ってしっかりと説明すること。
- ・高知県が他と違うところは、日本で一番美しい森林があり、それが生み出すプランクトンが素晴らしい魚を育てるという生態系があること。森林の聖地が高知県である。
- ・高知県から森林利用や木の価値を徹底的に発信し住宅産業を絡めて木材利用を促進する、美しい森林を打ち出し美しい清流や食材や野鳥等につなげるなど、高知の森林について、ブランディングを深掘りしてはどうか。森林を資本価値で換算する分析を大学で実施し、価値を示してはどうか。

＜大阪経済大学経済学部客員教授 西田アドバイザー＞

- ・確か三井物産は日本全国で2番目の森林所有企業であり森林基金等もつくっていると記憶している。三井物産のような森林に関する資産を持ってその保全や有効活用に取り組んでいる企業や団体と意見交換してみてもどうか。
- ⇒（岡田 産業振興推進部副部長兼関西戦略推進監）
 - ・ブランディングについてはしっかりエビデンスをもって検討していきたい。

12 外商強化策に対するご意見

＜大阪経済大学経済学部客員教授 西田アドバイザー＞

- ・梅田3丁目が計画の場所であれば、やってみるのがいいと思う。
ただし、リアルとバーチャルの融合で、両方から売っていくことを考える必要がある。制限された売り場面積（リアル）を活用して、メタバースの世界でも買い物ができるようなイメージ。箱物と仮想空間を一体化させることで効果が高まり、他県との差別化にもなる。
- ・NTT西日本のビルに5Gを利用したバーチャル空間のモデルルームがある。一度行かれてメタバースなどの技術の活用を研究されてはどうか。
- ・ソフト事業は、プラスアルファで費用対効果を考えて検討すべき。

＜関西土佐会 豊原アドバイザー＞

- ・こういう場所があれば、色々なイベントもできると思う。最高の立地であり集客もでき、非常にいいのではないかと活用していったらいいと思う。

＜株式会社うおいち 橋爪アドバイザー＞

- ・近畿大学がレストランで近大マグロを提供し大盛況であった。高知県の魚をバラエティを持って置けば集客できるのではないかと。

＜公益財団法人日本デザイン振興会 深野アドバイザー＞

- ・梅田3丁目に計画されている商業施設への出店はまだ先なのであれば、テストマーケティングの場として、万博を活用してはどうか。

＜大阪観光局 溝畑アドバイザー＞

- ・パビリオンは出店料が高いため、大阪外食産業協会も手を上げたが宙に浮いている状況。
- ・物産については売る場所は考えた方がいい。万博等の暑い場所で売っても売れない。

プロ野球やコンサート会場等の方が費用対効果がいい。

- ・万博に関しては、出店よりは、催事やイベントとして参加がいいのではないかと。
- ・梅田3丁目は関西の玄関口になるため、ポテンシャルが非常に高い。街開きの2024年はちょうどいいタイミングであり、場所は一押しである。

<大阪経済大学経済学部客員教授 西田アドバイザー>

- ・万博においては、パイロット的にメタバースのスペースを借りて、バーチャルで高知の買い物が体験できるようにし、梅田3丁目のショップの展開につなげていくことも考えられる。