

# 高知県 関西・高知経済連携強化戦略 ver.2

～関西圏の活力を本県経済の活性化につなげるプロジェクト～



令和4年3月

高 知 県



高知家

## 高知県関西・高知経済連携強化戦略の改定にあたって

関西圏では、令和7年（2025年）開催の大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて、今後、ますます経済活力が高まることが見込まれております。

このような関西圏と本県との経済連携を様々な分野で強化していくことにより、関西圏の経済活力を本県に呼び込み、本県経済のさらなる発展につなげてまいりたいと考えております。

関西圏との経済連携を進めるにあたっては、具体的な戦略のもとで取り組むことが重要です。そのため、令和2年6月に、関西圏の経済界や行政関係者で構成する「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を立ち上げ、様々なご意見をいただきながら、令和5年度までの3年間で取り組む関西圏と本県との経済連携の強化策を総合的にとりまとめた「関西・高知経済連携強化戦略」を令和3年3月に策定いたしました。

この戦略は、「観光推進」、「食品等外商拡大」、「万博・IR連携」の柱となる3つのプロジェクトと、「これら3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み」で構成しています。

「観光推進プロジェクト」では、大阪観光局等との連携による本県の自然・体験型観光基盤を生かした取り組みを、「食品等外商拡大プロジェクト」では、卸売市場関係者や企業などとの連携強化による各産業分野の販売拡大の取り組みを、「万博・IR連携プロジェクト」では、本県への誘客とともに関連施設での県産食材や木材などの活用に向けた取り組みを、それぞれポイントとしています。

今般の改定では、実行初年度である令和3年度の取り組みを進める中で見えてきた課題に対応するとともに、ウィズコロナ、アフターコロナを見据え、各プロジェクトに掲げる取り組みをさらに強化いたしました。

あわせて、専任の関西戦略推進監を配置するとともに関西戦略室を設置するなど体制をさらに大幅に強化し、取り組みを加速させてまいります。

この「関西・高知経済連携強化戦略 ver.2」の着実な実行を通じまして、県経済をさらに活性化させ、高知県政を一段と高いステージへ引き上げられるよう、前へ前へと全力で取り組んでまいります。

皆様の積極的なご参画とご協力を心よりお願い申し上げます。

令和4年3月

高知県知事 濱田 省司

# 目次

## I 関西・高知経済連携強化戦略の全体像

1	はじめに	1
2	関西戦略策定の意図（目的）	1
	（1）これまでの関西圏における産業振興の取り組み	1
	（2）関西圏における経済活力の高まり	2
	（3）関西圏との経済連携強化の必要性	2
3	関西戦略の構成等	3
	（1）計画期間	3
	（2）3つのプロジェクト	3
4	関西戦略の効果的な推進	7
	（1）進捗管理の徹底（PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る）	7
	（2）推進体制	7
	（3）市町村との連携協調	7

## II 各プロジェクトの取り組み

1	観光推進プロジェクトの取り組みの概要	8
2	食品等外商拡大プロジェクトの取り組みの概要	11
3	万博・IR連携プロジェクトの取り組みの概要	17
4	3つのプロジェクトを横断的に支える取り組みの概要	20

### <付属資料>

1	行程表	22
	（1）観光推進プロジェクト	23
	（2）食品等外商拡大プロジェクト	29
	（3）万博・IR連携プロジェクト	39
	（4）3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み	42
2	用語の解説	45

### <参考資料>

1	関西・高知経済連携強化アドバイザー会議の構成等	
	（1）関西・高知経済連携強化アドバイザー会議メンバー	50
	（2）関西・高知経済連携強化アドバイザー会議設置要綱	51
2	関西圏外商強化対策協議会の構成等	
	（1）関西圏外商強化対策協議会委員	52
	（2）関西圏外商強化対策協議会設置要綱	53

# I 関西・高知経済連携強化戦略の全体像

---

## 1 はじめに

高知県では、県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、平成21年に「高知県産業振興計画」を策定し、現在は、令和2年度から令和5年度までの4年間を計画期間とする「第4期高知県産業振興計画」（以下「産業振興計画」という。）に基づき、官民一丸となって県勢浮揚に挑戦しています。

このような中、関西圏では、令和7年（2025年）の大阪・関西万博や開業を目指している大阪IRなどの大規模プロジェクトが予定されており、これらの大規模プロジェクトを契機として、関西圏の経済活力がますます高まることが見込まれております。

こうした関西圏の経済活力を、本県経済の継続的な発展につなげていくために、新たに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」（以下「関西戦略」という。）を策定しました。

さらに、今回、実行初年度である本年度の取り組みを進める中で見えてきた課題などに対応するため、「関西・高知経済連携強化戦略 ver.2」へ改定し、取り組みを強化しました。

## 2 関西戦略策定の意図（目的）

### （1）これまでの関西圏における産業振興の取り組み

関西圏は、本県と最も近接する大都市圏として、歴史的にも深いつながりを有する地域であることから、これまでも、産業振興計画に基づき、観光客の誘致や県産品の外商拡大などの地産外商に取り組んできました。

観光面では、「自然」「歴史」「食」という本県の強みを生かすことに重点を置いて「観光商品をつくる」「売る」「もてなす」の取り組みを官民が一体となって進めるとともに、高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じて観光資源の磨き上げと周遊ルート化を図り、観光商品の造成とセールスを強化した結果、長らく300万人台で推移していた県外からの観光客入込数は、近年、435万人以上が定常化してきました。このうち、関西圏からの入込は第2位の約3割を占めるなど、観光客の増加に大きく貢献しています。

また、県産品の外商面では、関西圏の卸売市場関係者や商社等とのネットワークを活用し、量販店や業務筋への外商活動を積極的に展開するとともに、関西圏における外商

活動の拠点として、食品分野では平成 27 年に地産外商公社大阪グループを設置したほか、商工業分野では平成 26 年から産業振興センターが大阪に外商コーディネーターを配置するなど、各分野における外商活動を強化してきました。

この結果、地産外商公社大阪グループの活動による食品分野の成約金額は、平成 27 年度の 3.6 億円から令和 2 年度には 11.9 億円に増加し、また、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は令和 2 年度には 12.1 億円となるなど、関西圏における地産外商の取り組みは、着実に成果につながっています。

## (2) 関西圏における経済活力の高まり

関西圏では、令和 7 年（2025 年）の大阪・関西万博や開業を目指している大阪 I R などの大規模プロジェクトが予定されています。

これらの大規模プロジェクトを契機として、国内外の多くの観光客が関西圏を訪れることが見込まれているほか、万博や I R 関連施設の建設や地域の再開発が活発に行われるなど、今後、関西圏の経済活力が大きく高まることを見込まれています。

### ・ 関西圏における大規模プロジェクト

R6 年(2024 年)	<b>うめきた 2 期地区開発（一部開業）</b> ・ 広大な都市公園を核に複合高層ビル 4 棟で構成(延床面積：約 55 万㎡)
R7 年(2025 年)	<b>大阪・関西万博</b> ・ 経済波及効果：約 2 兆円 ・ 来場者数：約 2,800 万人
R9 年(2027 年)	<b>うめきた 2 期地区開発（全体開業）</b>
R11 年(2029 年)	<b>大阪 I R</b> ・ 経済波及効果：開業初年度まで：約 2.7 兆円、開業以降(年間)：約 1.1 兆円 ・ 年間来場者数：2,000 万人

## (3) 関西圏との経済連携強化の必要性

こうした関西圏の経済活力を本県経済の発展につなげていくためには、これまでの取り組みを土台としながら、関西圏と本県との経済連携を様々な分野で多角的かつ重層的に強化していくことが何より重要となります。

そのため、各分野の中でも、特に、本県経済への波及効果が高いと考えられる観光や県産品の外商分野を中心に関西圏との経済連携の強化に向けた方策をとりまとめた戦略

を策定しました。

この戦略を関西圏の現状や今後の動向、また、新型コロナウイルス感染症の影響なども踏まえた実効性の高いものとするため、戦略の策定にあたっては観光や農・林・水産業分野などの関西圏の経済界や行政関係者をメンバーとする「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を立ち上げ、それぞれの専門的な観点から多くのご意見をいただいています。

加えて、関西圏における農林水産物、加工食品、工業製品等の外商拡大や情報発信に向けて、戦略の磨き上げやより効果的な対策を講じるため、県内において外商の中核を担う各産業分野の事業者、有識者を委員とする「関西圏外商強化対策協議会」を立ち上げ、それぞれの専門的な観点から多くの意見をいただいています。

### 3 関西戦略の構成等

#### (1) 計画期間

関西戦略については、令和7年(2025年)の大阪・関西万博の開催を見据えて取り組みを進めていきますが、戦略の計画期間は、現在取り組みを進めている第4期産業振興計画の終期と連動させ、令和3年度から令和5年度までの3年間としています。

なお、令和6年度からの取り組みについては、本戦略の取り組みを検証したうえで、令和5年度中に新たな戦略を策定することとします。

#### (2) 3つのプロジェクト

本県に最も近接する大都市圏である関西圏には、2,000万人を超える多くの住民が居住しているほか、国内外から観光や商業目的で多くの人々が訪れています。また、大阪・関西万博などの大規模プロジェクトの関連施設の整備や大阪市中心部における再開発などの様々な投資が活発に行われることが見込まれています。

関西戦略では、こうした状況を踏まえ、関西圏における経済活力を本県経済の活性化につなげていくため、「観光推進プロジェクト」、「食品等外商拡大プロジェクト」及び「万博・IR連携プロジェクト」の3つのプロジェクトと、「これら3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み」で構成しています。

**[観光推進プロジェクト]**

関西圏の在住者や関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客につなげるためのプロジェクト

**[食品等外商拡大プロジェクト]**

関西圏の消費者や企業等をターゲットとして、本県の農・水産物や加工食品のほか、県産木材、工業製品などの外商拡大につなげるためのプロジェクト

**[万博・IR連携プロジェクト]**

万博等の大規模プロジェクトを契機として関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客や飲食店等における県産食材等の外商拡大、関連施設の整備における県産木材や県内企業の有する技術の活用などにつなげるためのプロジェクト

**[3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み]**

上記3つのプロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信や関西圏の企業や人材等の活力を本県に呼び込むための取り組み

## 戦略の策定・実行

- ◆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」を令和3年3月に策定
- ◆戦略の実行初年度である令和3年度の取り組みを進める中で見えてきた課題などに対応するため、「観光推進」「食品等外商拡大」「万博・I R連携」の3つのプロジェクトに基づき取り組みを強化

## 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)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」を毎年開催し、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「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。

**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これまでのネットワークを土台としながら、各分野の「さらなる経済連携の強化」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。また、新たに「**関西圏外商強化対策協議会**」を立ち上げ、関西圏における外商の取り組みをもう一段レベルアップさせるべく検討を進める。

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 ◎ 「高知家の魚広場の店」との関係強化による県産水産物の販売拡大 ◎ 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	◎ リアルな商談機会の拡充 ◎ 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 等	◎ 厳選したターゲットへの重点的な営業活動の展開 ◎ リアルとオンラインを併用した営業活動の展開
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 ◎ 店舗内装の木質化等の営業活動の強化
商工	◎ 関西圏の商社や包括協定企業と連携した外商活動の強化	

## 1 ~ 3 のプロジェクトを支える取り組み

- ◎ 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UIターンの促進
- ◎ 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
- ◎ 新万博等に向けた県民参加の機運の醸成

観光客の誘致や外商の促進によって経済活力を高める

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

## 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**

- ◎ 国内外に向けたセールス&プロモーションの推進(再掲)
- ◎ 新万博会場を活用した効果的な情報発信の検討

**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(ハラールなど)に対応した商品開発の促進 等

**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



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き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・体験型観光を生かし、大阪観光局などと連携したセールスとプロモーションを実施



## 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

- 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
- 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

農業分野

水産業分野

食品分野

林業分野

商工業分野

○ 「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

○ 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スーパー）への重点的な営業活動の展開

○ 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



○ 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による外商活動の強化

## 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



## 4 関西戦略の効果的な推進

関西戦略の取り組みについては、産業振興計画の一部として位置付けることとしており、同計画の考え方にに基づき、進捗管理の徹底などにより効果的に進めていきます。

### (1) 進捗管理の徹底（PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る）

関西戦略については、Plan（計画）→Do（実行）→Check（検証）→Action（改善）というPDCAサイクルを絶えず繰り返すことで、戦略の実効性を高めていきます。

具体的には、個々の取り組みについて、数値目標を設定したうえで実施し、その進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、四半期ごとに点検するほか、数値目標の達成に向けて、年度ごとの到達点を定め、進捗状況について点検・検証を行います。

こうした様々な角度からの点検・検証を通じて、施策をより実効性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、戦略のバージョンアップを図っていきます。

### (2) 推進体制

推進体制については、産業振興計画全体のフォローアップのための「県庁内の推進体制」と「外部委員のフォローアップ体制」に加えて、関西戦略に基づく取り組みを効果的かつ実効性あるものとするため、「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」や「関西圏外商強化対策協議会」による、よりきめ細かなフォローアップ体制を確保しています。

#### ・「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」によるフォローアップ体制

関西圏の経済界や行政関係者などをメンバーとする「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を設置し、関西戦略の進捗状況や評価、検証、修正、追加などに関する検討を行います。

#### ・「関西圏外商強化対策協議会」によるフォローアップ体制

県内において外商の中核を担う各産業分野の事業者、有識者を委員とする「関西圏外商強化対策協議会」を設置し、戦略の磨き上げやより効果的な対策に関する検討を行います。

### (3) 市町村との連携協調

県内市町村では、これまでも、関西圏の自治体との姉妹都市提携や出身者との交流事業のほか、観光客の誘致や移住促進など、関西圏を対象とした様々な取り組みが行われてきています。市町村との連携協調の基本姿勢のもとで、こうした市町村の取り組みとも連携しながら、県と市町村が現状や課題を共有し、共にベクトルを合わせて取り組みを進めます。

## Ⅱ 各プロジェクトの取り組み

### 1 観光推進プロジェクトの取り組みの概要

#### (1) 関西圏におけるこれまでの取り組みによる成果

産業振興計画における観光分野では、「自然」、「歴史」、「食」という強みを生かすことに重点を置きながら、観光商品を「つくる」、「売る」、「もてなす」の取り組みを進めてきました。

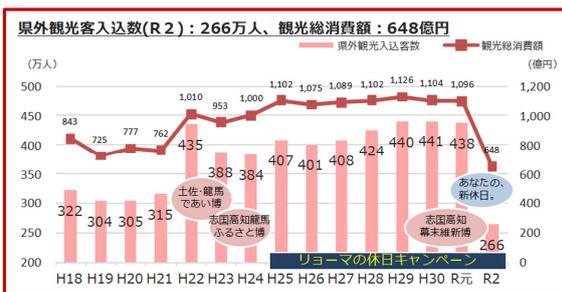
「つくる」では、地域の核となる観光拠点整備や土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めるとともに、「売る」では、高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」によるセールス・プロモーション活動、「もてなす」では、龍馬パスポートの仕組みによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

こうした取り組みの結果、435万人観光が定着しつつありましたが、コロナ禍により観光を取り巻く状況は厳しいものとなっています。一方で、関西圏から本県への入込数は、全体の約3割を占めるなど、県外からの誘客を図る上で、重要な市場となっております。

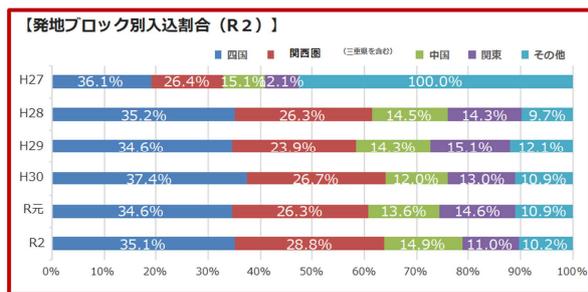
こうした中、アフターコロナや令和7年（2025年）の大阪・関西万博も見据えて、関西圏から多くの観光客を誘致できるよう、大阪観光局等とともに立ち上げた「日本みどりのプロジェクト」において「みどりの学習旅行」の商品造成など、本県の強みである自然環境を生かした取り組みを進めてまいりました。

また、大阪観光局と連携して関西と高知を結ぶ周遊ルートを設定するとともに、関西圏の空の玄関口を活用すべく関西エアポート株式会社との実務者協議を重ねることで、今後のインバウンドの再開に備えてまいります。

【観光分野】 県外観光客入込数・観光総消費額の推移



発地ブロック別入込割合



## (2) 観光推進プロジェクトの取り組み

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ます。

### 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

本県の自然環境を生かし、SDGs をテーマとした多様な体験プログラムなど、都会にはない本県の自然・体験型の観光基盤を活用したツーリズム（サステナブルツーリズム、Green ツーリズム、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズム）などの磨き上げを推進します。

### 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

関西圏在住者や全国から関西圏を訪れた観光客をターゲットに、空港や駅などの関西の拠点で観光情報の発信を行うとともに、高知の強みである「食」を前面に出した高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じて、大阪中心部での集客イベントの開催や、バーチャルツーリズム等のデジタル技術の活用などによるプロモーションと、大阪観光局と連携した観光説明会等のセールス活動などに取り組みます。

### 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

インバウンドの再開に備え、関西圏を訪れる外国人観光客をターゲットとして、重点市場等の方々に本県の魅力を伝えるプロモーション活動を行うとともに、関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを活用したセールス活動を実施します。

# 1 観光推進プロジェクト

## 戦略の方向性

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

<b>Roman</b>	<b>Yesuragi</b>	<b>Oshii</b>	<b>Manabi</b>	<b>Active</b>
歴史・自然から土佐の“ロ”を感じる	自然の癒しさが癒しの時間をくれる	絶対の自信！土佐の幸を食へよう	世界が認めた自然遺産、文化に学ぶ	土佐の自然と全身とかわられる
テーマ コナツ 例	〇清流での採石「イトツア」やワラビが（中津渓谷、安居渓谷等） 〇大自津のもてのウーケーション（室戸市、土佐清水市） 〇郷がかな海辺でのキャン	〇地元ならではのおいしい食べ物が多かったワラビが15年間で7度の日本一に輝いた自慢の食文化（カツオのたたき、生産量日本一ゆずやしよが）	〇海と自然のアドベンチャー・ミュージム足摺海洋館「SATOUMI」 〇日本遺産認定の中芸森林鉄道 〇世界にも通用する四国道路（中津渓谷、安居渓谷等） 〇高知ならではの伝統文化体験	〇高知の自然とかわられるワラビ（かみ、だ、化）が、ワラビ、ワラビ等） 〇清流での採石が「イトツア」やワラビが（中津渓谷、安居渓谷等）

## 戦略1 ウイズ、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

### 1 自然・体験型観光基盤を活用したツーリズムの推進

- (1) **サステナブルツーリズムの推進**  
**新** 県観光の新たな基軸としてサステナブルツーリズムを推進し、「高知＝サステナブル」というポジションを確立 ※サステナブルツーリズム：地域の文化や環境を守りつつ、ありのままの日常を体験し味わうことで、訪向客と地域社会がともに恩恵を受ける観光
- (2) **Greenツーリズムの推進**  
**拡** 「日本みどりのプロジェクト」と連携し、**本県の自然環境を生かしたSDGsの達成に寄与するプログラム**を磨き上げ、教育旅行などに活用

関西圏からの入込全体の第2位(約30%)

### (3) スポーツツーリズムの推進

プロ・アマスポーツ合宿の誘致を強化するとともに、自然環境を生かしたスポーツツーリズムの情報を集約した**WEBサイト**を構築し、プロモーションを展開

### (4) アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進

：「自然」「異文化」「アクティビティ」を組み合わせたアドベンチャーツーリズムを推進するとともに、ワーケーションに取り組む施設を支援

## 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

### 1 関西在住者の誘客

#### 関西在住者の誘客

- (1) 交通広告や大阪中心部の大型ビジョンでの情報発信
- (2) 大阪観光局と連携したマスコミへの情報提供や、高知県ゆかりの飲食店での情報発信（ゆる県民）
- (3) 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施（関西エアポートのネットワークを活用した情報発信）
- (4) JR新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターでの情報発信（高知県観光PRパンフ（多言語パンフ含む）の設置）

### 2 「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

- (1) 話題性を創出するプロモーション  
 大阪中心部で集客、誘客イベントの開催  
**拡** リピーターにもつながる「食」を前面に出した情報発信
- (2) デジタル技術を活用したプロモーションの推進（動画の配信、バーチャルツーリズムなど）
- (3) 産官民連携プラットフォーム「日本みどりのプロジェクト」と連携したセールス&プロモーション
- (4) 「リョーマの休日キャンペーン」によるセールス活動の実施  
 観光説明会の開催、**拡** 「日本みどりのプロジェクト」と連携した**教育旅行の誘致**、在阪の旅行エージェントへの個別訪問
- (5) ワケーションのセールス活動の実施  
 関西・高知経済連携強化アドバイザーの協力のもと、関西経済同友会、近鉄GH D、包括協定企業などの在阪企業、大学への個別訪問、モニターツアーの実施

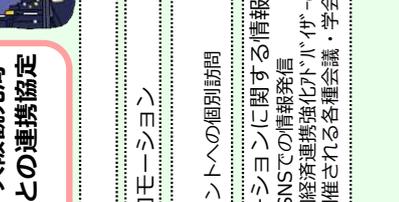
### 3 スポーツを通じた交流人口の拡大

- 〇 戦略的なアマチュアスポーツ合宿等の誘致強化

### 全国からの誘客

- (6) ワケーションに関する情報発信  
 特設サイト、SNSでの情報発信  
 関西・高知経済連携強化アドバイザーの協力のもと、関西圏で開催される各種会議・学会でのPR

### 大阪観光局 との連携協定



## 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

- 1 関西の拠点での観光情報の発信（関西圏の訪日客向け）  
 VISITKOCCHI The blessing of nature  
 関西圏の訪日客向け
- 2 国外に向けたセールス&プロモーション  
 (1) 大阪・関西万博や大阪IR等を見据えた大阪観光局等と連携した誘客プロモーションの実施  
 (2) **拡** **市場別誘客戦略に基づき重点市場等の興味・嗜好に合わせた**本県観光の魅力伝えるプロモーションの推進（本県独自で実施）  
 (3) 四国ツアーズ、創設機構（広域連携DMO）を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションの展開  
 (4) 大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を生かし、大阪観光局等と連携した旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓（ポスト東アジア市場）  
 (5) **拡** **関西と高知を結ぶ周遊モデルルート**を活用した旅行商品化の促進  
 (6) 食品等外食拡大の「イート&移動したインバウンド」の推進

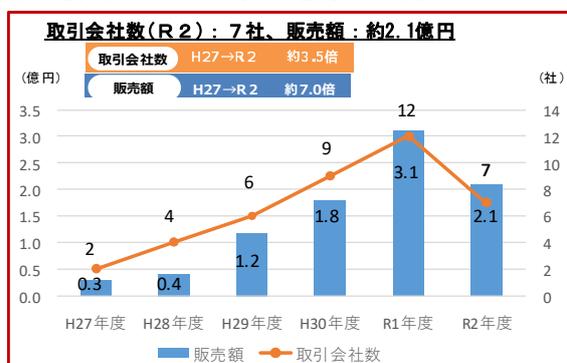
## 2 食品等外商拡大プロジェクトの取り組みの概要

### (1) 関西圏におけるこれまでの取り組みによる成果

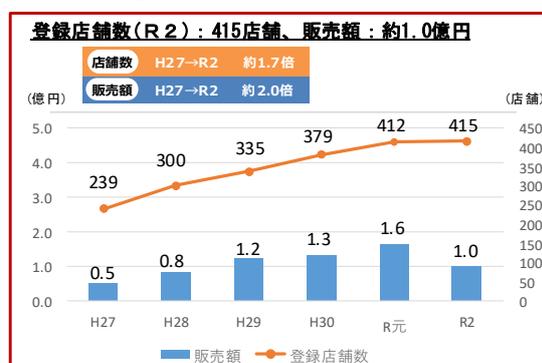
県内市場の縮小に打ち勝つためには、より活力のある県外市場にモノを販売し、「外貨」を稼ぐ地産外商の施策を展開していくことが重要となることから、これまで、関西圏の卸売市場関係者や大手卸売業者などと連携した販売拡大に向けた取り組みや、関西圏において外商活動を行うための体制強化など、関西圏における外商拡大に向けた施策に積極的に取り組んできました。

この結果、関西圏での各分野の地産外商は大きく進展してきましたが、コロナ禍による影響を受けており、様々な工夫を重ねながら取り組みを進めているところです。

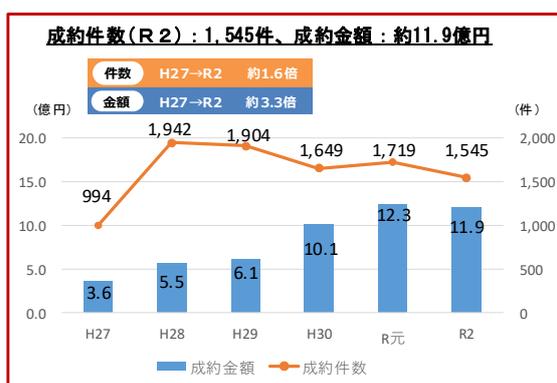
【農業分野】 JAグループ高知と連携した販売額



【水産業分野】 高知家の魚応援の店の販売額



【食品分野】 地産外商公社の支援による成約額



【林業分野】 土佐材出荷量



【商工業分野】 営業活動等の実績

産業振興センター外商コーディネーターの支援による成約額 H29:187百万円⇒R2:310百万円(約1.7倍)

		H29	H30	R元	R2
外商コーディネーターによる訪問件数(件数)	全体(うち関西)	2,758(817)	2,839(796)	3,889(1,500)	2,210(1,034)
外商コーディネーターによる成約件数(件数)	全体(うち関西)	389(177)	742(331)	1,008(314)	1,192(289)
外商コーディネーターによる成約金額(百万円)	全体(うち関西)	426(187)	628(225)	1,173(422)	1,167(310)
見本市出展件数(件数)	全体(うち関西)	26(4)	23(3)	25(3)	17(5)
ミニ展示商談会開催件数(件数)	全体(うち関西)	5(0)	8(1)	6(2)	3(2)
技術の外商受注実績(百万円)	全体(うち関西)	444(158)	462(250)	511(236)	190(124)

## **(2) 食品等外商拡大プロジェクトの取り組み**

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ます。

また、令和4年2月には、新たに「関西圏外商強化対策協議会」を立ち上げ、関西圏における外商の取り組みをもう一段レベルアップさせるべく検討を進めます。

### **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ます。

### **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ます。

# 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「さらなる経済連携の強化」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関西圏におけるさらなる外商拡大の取り組みを進める。また、新たに「**関西圏外商強化対策協議会**」を立ち上げ、関西圏における外商の取り組みをもう一段レベルアップさせるべく検討を進める。

戦略の方向性

農産物分野	○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(R2)：104億円 ▶目標値(R5)：120億円	食品分野	○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(R2)：11.9億円 ▶目標値(R5)：20.3億円	林業分野	○関西圏への土佐材出荷量(年間) 直近値(R2)：1.9万㎡ ▶目標値(R5)：3.1万㎡	工業分野	○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(R2)：12.1億円 ▶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  
 卸売会社を通じた仲卸業者や量販店等への営業強化 **拡** 県産青果物のPR促進
- (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**
- (3) **量販店に加え飲食チェーンも重点ターゲットとした販促活動の強化**（高知フェアの開催、販促資材の提供等）
- (4) **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
- (5) **関西圏に拠点を置く卸売業者とのつながりを活用した外商拡大**  
 ・卸売業者主催の展示商談会への出席による販売拡大
- (6) **大阪市中心部における大規模商業施設等への営業活動の強化**  
 ・新設される大規模商業施設等への営業活動の強化



#### 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**  
 関西圏への共同輸送に関する体制の強化
- (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 **拡** パート企業への営業活動の強化
- (3) **県産木材の情報発信・商談拠点の開設**

### 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) **「高知家の逸品広場の店」等と連携（シヨ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  
 登録店舗を活用したキャンペーンや県産品PR等のイベントの実施 **新**  
 ・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) **「高知家の魚広場の店」との関係強化**による水産物の販売拡大  
 ・店舗へのきめ細やかな訪問営業 **拡** オンラインを活用した試食商談会の実施  
 ・シェアグループへの支援  
 ・高知フェアの開催



## 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

- **デジタル技術を活用した営業活動の促進** 等

#### 食品関係

- (1) **厳選したターゲット**への重点的な営業活動の展開  
 ・地域密着型量販店等への営業活動の強化 **拡**  
 ・こだわりの商品を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
- (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

## 関西圏におけるさらなる外商強化策の検討

**新** 「**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

# 2 食品等外商拡大プロジェクト(1/3)

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	重点品目	連携する関西パートナー	戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	戦略2 ウイズコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進
○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(R2): 104億円 ・目標値(R5): 120億円	○なす ○にら ○みょうが ○文旦	○卸売市場関係者	<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 ④ 仲卸業者や量販店・飲食店とのさらなる関係強化による販売拡大 ◆量販店での一斉フェアを新たに実施 ◆仲卸業者の産地招へいの実施 ◆仲卸業者による飲食店への県産青果物の提案強化 ④ 県産青果物のPR促進 ◆県産青果物のトップセールス ◆著名人や観光情報誌等を活用した県産青果物のPR ◆機能性等を前面に打ち出した販促の実施	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(再掲) ・高知野菜サポーターによるオンライン料理教室の開催 ・目やレシビ等紹介動画の活用による消費者への食べ方紹介(Web、料理教室、セミナー、高知フェア等)
○関西圏の卸売市場等での高知フェアの開催回数(年間) ・直近値(R2): 4回 ・目標値(R5): 15回	○高知の逸品(メロン、トマト等)	○包括協定企業等 ○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> ・包括協定企業等へのカタログによる販売拡大 ・量販店等での出張販売(とさのさとマルシェ)の実施 ④ ファーマーズマーケット新規提携先の拡大 ④ 飲食店への販売拡大に向けた営業活動の強化	2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大(再掲) Web販売サイト『とさごろう』での販売強化 ◆予約販売品の拡充、定期便の開始、SNS広告等
○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(R2): 4回 ・目標値(R5): 15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	1 <b>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</b> ④ 関西圏の量販店に加え、飲食店子エーンも重点ターゲットとした販促活動を強化 ◆高知フェアの開催、販促資材の提供、バイヤーの招へい等	1 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(再掲) ④ 関西圏の量販店に加え、飲食店子エーンも重点ターゲットに販売促進活動を強化(再掲) ・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
○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	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	○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>「高知家の魚応援の店」との関係強化</b> による販売拡大 ④ 店舗への地産外商公社等と連携したきめ細やかな営業活動及びフォロー営業の実施 ◆取引の拡大や可能性の高い店舗への重点的な営業訪問活動 ◆リアルとオンラインを併用した水産関係事業者とのマッチングや商談機会の創出 ◆シェアグループへの支援、高知フェアの開催等	2 「高知家の魚応援の店」との関係強化による販売拡大(再掲) ④ 「高知家の魚応援の店」への地産外商公社等と連携したきめ細やかな営業活動及びフォロー営業の実施(再掲) ◆リアルとオンラインを併用した水産関係事業者とのマッチングや商談機会の創出(再掲)

## 農業分野

## 水産業分野

水産業分野	数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	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
水産業分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>○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)</li> <li>・直近値(R2)：2.0億円</li> <li>↓</li> <li>・目標値(R5)：5.5億円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○養殖魚(クロマグロ等)</li> <li>○鮮魚(キンメタイ等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○卸売市場関係者</li> </ul>	<p><b>戦略1</b> パートナーとの連携強化による外商拡大</p> <p>3 <b>関西圏の卸売市場関係者との連携</b>による中国、東南アジアを中心とした輸出の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・「水産物輸出促進協議会」メンバーの海外見本市や商談会への参加を支援</li> </ul>	<p>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<small>(再掲)</small></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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<small>(再掲)</small></li> <li>・食品海外ビジネスサポーターと連携し現地でのプロモーションや商談後のフォローを実施</li> <li>・水産関係事業者のオンライン商談の活用促進</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地産外商公社の活動による関西圏での成約金額(年間)</li> <li>・直近値(R2)：11.9億円</li> <li>↓</li> <li>・目標値(R5)：20.3億円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○小売用品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○小売店</li> <li>○量販店</li> <li>○卸売業者</li> </ul>	<p>1 <b>量販店への販売拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏に拠点を置く地域密着型量販店等への営業活動の強化<small>(再掲)</small></li> <li>・関西圏に拠点を置く量販店等との商談会や産地招へいなどの営業活動の実施</li> </ul> <p><b>2 リアルな商談機会の拡充</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大規模展示商談会への新規出展</li> </ul> <p><b>3 関西圏に拠点を置く卸売業者とのつながりを活用した外商拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大</li> <li>・卸売業者と連携した外商活動の強化</li> </ul> <p>4 <b>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</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化</li> </ul> <p>※大規模開発：うめきた2期地区開発、大阪上本町再開発 等</p>	<p>1 <b>厳選したターゲットへの重点的な営業活動の展開</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏に拠点を置く地域密着型量販店等への営業活動の強化<small>(再掲)</small></li> </ul> <p><b>2 リアルとオンラインを併用した効果的な営業活動の実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者集合型のオンライン商談の実施</li> <li>・オンライン商談後のアフターフォローの実施</li> </ul> <p>3 <b>関西圏に拠点を置く卸売業者と連携した市場ニーズに訴求する商品開発</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏の市場ニーズを取り入れた商品カテゴリーへの支援</li> </ul> <p>4 関西圏への<b>効率的な物流の仕組みづくり</b>の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内における最適な集荷、発送の仕組みづくりの検討</li> </ul>
食品分野	<ul style="list-style-type: none"> <li>○業務用品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○飲食店</li> <li>○卸売業者</li> <li>○産業給食業者</li> </ul>	<p>5 <b>関西圏に拠点を置く業務筋(飲食店・ホテル等)への営業活動の強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大規模展示商談会への新規出展<small>(再掲)</small></li> </ul> <p><b>6 関西圏に拠点を置く卸売業者とのつながりを活用した外商拡大</b><small>(再掲)</small></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大<small>(再掲)</small></li> <li>・卸売業者と連携した外商活動の強化<small>(再掲)</small></li> </ul> <p>7 <b>「高知家の逸品応援の店」等と連携(シヨ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売拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・登録店舗を活用したキャンペーンや県産品PRなどのイベントの実施</li> <li>・飲食店等における高知フェアの開催</li> <li>・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の実施</li> <li>・観光や県産品の情報発信機能の強化</li> </ul>	<p>5 <b>関西圏に拠点を置く業務筋(飲食店・ホテル等)への営業活動の強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大規模展示商談会への新規出展<small>(再掲)</small></li> <li>・業界別(飲食店・ホテル等)の商談機会の創出<small>(再掲)</small></li> <li>・産業給食事業者と連携した、社内食堂などに向けた営業活動の実施</li> </ul> <p>6 <b>関西圏に拠点を置く卸売業者とのつながりを活用した外商拡大</b><small>(再掲)</small></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大<small>(再掲)</small></li> <li>・卸売業者と連携した外商活動の強化<small>(再掲)</small></li> </ul> <p>7 <b>「高知家の逸品応援の店」等と連携(シヨ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売拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・登録店舗を活用したキャンペーンや県産品PRなどのイベントの実施</li> <li>・飲食店等における高知フェアの開催</li> <li>・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の実施</li> <li>・観光や県産品の情報発信機能の強化</li> </ul>	

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	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
○関西圏への土佐 材出荷量(年間) ・直近値(R元) : 2.3万㎡ ↓ ・目標値(R5) : 3.1万㎡	○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(327団体 等)で構成する団体	<b>戦略1</b> パートナーとの連携強化による外商拡大 <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 ・新たな木質資材による中高層木造建築の提案…① ◆中高層建築物におけるCLT等の木材利用の拡大に向け、ゼ ネコや集成材メーカー等までアプローチ先を広げた土佐材の 採用につながる情報収集の強化 ◆収集した情報の県内事業者へのフィードバック及び マッチング ・木材利用の健康面、環境面のアピール…② ◆試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集 ◆木材を建築物に使用することによる都市の脱炭素化へ の貢献等のPR ・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…③ (例)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 ◆木造建築関連イベント等への出展の強化(JAS製材品等の提案)	<b>戦略2</b> 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 <b>提案型営業の強化</b> ・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利用の増加などウィズコロナの観 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 ◆ <b>木質化等の営業活動の強化</b> ・県外で高知県から認証を受けた店舗等へ の営業活動の強化 ・営業活動により収集した情報の県内製造メー カーへの情報のフィードバック及びマツ チング
	○流通拠点企業 ※流通拠点企業は、木材 製品市場、木材問屋等		<b>戦略2</b> ウィズコロナ時代に対応した <b>店舗内装の 木質化等の営業活動の強化</b> ・県外で高知県から認証を受けた店舗等へ の営業活動の強化 ・営業活動により収集した情報の県内製造メー カーへの情報のフィードバック及びマツ チング	
	○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		<b>戦略2</b> ウィズコロナ時代に対応した <b>店舗内装の 木質化等の営業活動の強化</b> ・県外で高知県から認証を受けた店舗等へ の営業活動の強化 ・営業活動により収集した情報の県内製造メー カーへの情報のフィードバック及びマツ チング	
	○木材団体等		<b>戦略2</b> ウィズコロナ時代に対応した <b>店舗内装の 木質化等の営業活動の強化</b> ・県外で高知県から認証を受けた店舗等へ の営業活動の強化 ・営業活動により収集した情報の県内製造メー カーへの情報のフィードバック及びマツ チング	

## 林業分野

### 新 関西圏における県産木材の外商活動に向けた新たな情報発信・商談拠点の開設

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	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
○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(R2) : 12.1億円 ↓ ・目標値(R5) : 23.2億円	○防災関連 製品をはじめとす る工業製 品及び技 術	○商社及び包 括協定企業	<b>戦略1</b> パートナーとの連携強化による外商拡大 <b>関西圏の商社や包括協定企業と連携した外商活動の 強化</b> ◆大規模見本市への出展及び展示商談会の開催 ◆防災関連製品等をPRするWEBセミナーの開催 ・包括協定企業の事業と連携した販路の開拓	<b>戦略2</b> 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 <b>強化(再掲)</b> ○ 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 ◆ <b>防災関連製品等をPRするWEBセミナーの開催(再掲)</b> ・見本市等におけるオンライン商談の積極的な実施 ・企業や製品のPR動画を活用した営業活動の促進 ・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

### 3 万博・I R連携プロジェクトの取り組みの概要

#### (1) 関西圏におけるこれまでの取り組みによる成果

今後予定されている大阪・関西万博や大阪I Rなどの大規模プロジェクトに関する基本方針や参加事業者などの情報について、関係団体や行政機関等から収集を行うとともに、万博やI R関連施設の建設にあたっての木材の積極的な活用に向けた提案活動などを関係団体と連携しながら行ってきました。

#### (2) 万博・I R連携プロジェクトの取り組み

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ます。

#### **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**

関西圏を訪れた国内外の観光客をターゲットとしたセールス&プロモーションを推進します。

#### **戦略2 関連施設での県産食材の活用**

関連施設や周辺飲食店等での県産食材の活用に向けて、「食品等外商拡大プロジェクト」と連動した取り組みを推進します。

#### **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や県内企業の技術の活用に向けて、実施主体や参加事業者などへの提案及び営業活動を推進します。

# 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。

戦略の  
方向性

## 大規模プロジェクトによる経済活力の高まり

### 大阪・関西万博

- 経済波及効果 約2兆円
- 来場者数 約2,800万人
- パビリオン等 135棟整備

出展：大阪・関西万博の概要  
(経済産業省作成)

### 大阪IR

- 経済波及効果 開業初年度まで 約2.7兆円
- 開業以降(毎年) 約1.1兆円
- 年間来場者数 2,000万人

出展：大阪IR整備計画(案)骨子  
(大阪府・大阪市作成)



## 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

関西圏を訪れた国内外の観光客をターゲットとしたセールス&プロモーションの推進

### 1 国内外に向けたセールス&プロモーションの推進

- ・ 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)

### 2 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進

- ・ 催事等への参加による観光や文化情報発信の検討

## 戦略2 関連施設での県産食材の活用

関連施設や周辺飲食店等での県産食材の活用に向けて、「食品等外商拡大プロジェクト」と連携した取り組みを推進

### 1 県産食材の活用に向けた営業活動の実施

- ・ 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

### 2 関西圏のパートナーとの連携による県産食材の外商拡大

- ・ 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大(再掲)
- ・ 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大(再掲)

### 3 多様な食文化に対応した商品開発の促進

- ・ 関西圏の市場ニーズを取り入れた商品力アップへの支援(再掲)
- ・ ジェットロとの連携による輸対対応型商品づくりへの支援

## 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や県内企業の技術の活用に向けて、実施主体や参加企業等への提案及び営業活動を推進

### 1 万博・IRの実施主体や参加企業等への情報収集及び提案の実施

- ・ 関係機関と連携した個別訪問による情報収集及び提案

### 2 万博・IRの実施主体や参加企業等への営業活動の実施

- 木材製品の需要に対する県内供給体制の構築
- 建設・建築系や技術の外商の受注拡大に向けた展示商談会・工場視察商談会の開催数の拡大
- 建設・建築系工法・技術、防災関連製品の認知向上のためのWEBセミナーの開催(再掲)

開催準備の本格化にあわせて機を逸することなく県産品等の外商活動を展開

## 大阪・関西万博

R5(2023) 〽 パビリオン等建設工事・展示物設置 ※戦略3 関連

R5(2023) 〽 〽 ※戦略1 関連

R6(2024) 〽 営業参加募集(飲食施設、物販施設等) ※戦略2 関連

R7(2025) 〽 開幕

## 大阪IR

R4(2022) 夏頃 区域整備計画の認定

R11(2029) 開業

### 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

連携する関西パートナー		具体的な施策
○大阪観光局 ○関西エアポート		<ol style="list-style-type: none"> <li>1 自然・体験型観光基盤を活用したツーリズムの推進<small>(再掲)</small></li> <li>2 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<small>(再掲)</small></li> <li>3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出<small>(再掲)</small></li> <li>4 関西の拠点での観光情報の発信<small>(再掲)</small></li> <li>5 国外に向けたセールス&amp;プロモーション<small>(再掲)</small></li> </ol>
○日本国際博覧会協会		<p><b>新</b> 6 万博会場を活用した効果的な情報発信の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 催事等への参加による観光や文化情報発信の検討</li> </ul>

#### 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
○卸売市場関係者 ○大手卸売業者 ○包括協定企業 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等		<ol style="list-style-type: none"> <li>1 県産食材の活用に向けた営業活動の実施 <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> <li>2 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関西圏の卸売市場関係者や大手卸売業者と連携した量販店等への販売拡大<small>(再掲)</small></li> <li>・ 関西圏の大規模開発を契機とした外商拡大<small>(再掲)</small></li> </ul> </li> <li>3 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「高知家の逸品応援の店」等と連携（シヨ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<small>(再掲)</small></li> <li>・ 「高知家の魚応援の店」への地産外商公社等と連携したきめ細やかな営業活動及びフォロワー営業の実施<small>(再掲)</small></li> </ul> </li> <li>4 多様な食文化（ハラールなど）に対応した商品開発の促進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関西圏の市場ニーズを取り入れた商品カテゴリーへの支援<small>(再掲)</small></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 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ジェ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> </ul> </li> </ol>

#### 戦略3 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用

連携する関西パートナー		具体的な施策
○万博・I R実施主体 ○万博・I R参加企業		<ol style="list-style-type: none"> <li>1 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 万博・I Rの実施主体や参加企業等への提案</li> <li>※ 木材製品の需要に対する県内供給体制の構築</li> </ul> </li> <li>2 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 <ul style="list-style-type: none"> <li>※ 大規模見本市への出展及び展示商談会の開催<small>(再掲)</small></li> <li>※ 工場視察商談会の開催</li> <li>※ 防災関連製品等をPRするWEBセミナーの開催<small>(再掲)</small></li> </ul> </li> </ol>

## 4 3つのプロジェクトを横断的に支える取り組みの概要

### ■ 3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み

観光や県産品の外商拡大などの地産外商につなげていくため、関西圏における本県情報の発信や、各産業分野における人材の確保、企業誘致など、「観光推進」、「食品等外商拡大」及び「万博・IR連携」の3つのプロジェクトを横断的に支える次の取り組みを進めます。

#### [関西圏での高知家プロモーションの展開]

関西圏における本県の認知度の向上のため、メディアネットワークやWebサイト、SNSを活用した情報発信を強化します。

#### [関西圏の関係人口へのアプローチの強化とUIターンの促進]

関西圏における関係人口へのアプローチを強化することにより、UIターンに向けた意識を醸成するとともに、移住希望者への移住・就職相談等を行います。

#### [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]

関西圏の各国総領事館を通じた外国人材の確保や、商社等とも連携した輸出の促進などのグローバル化を推進します。

#### [関西圏から本県への企業誘致の推進]

あらゆる機会を捉えて、幅広い産業分野の誘致対象企業を掘り起こし、様々な手法を用いた営業活動の展開により、企業誘致を推進します。

#### [万博等に向けた県民参加の機運の醸成]

大阪・関西万博をはじめとした関西圏の現況や今後の情勢等を発信するシンポジウムを開催するなど万博等に向けた県民参加の機運を醸成します。

# 1 ～ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、関西圏の企業や人材等の活力を本県に呼び込むための取り組みを進める。

数値目標		具体的な施策
○ 関西圏での高知家の認知度 ・ 直近値(R2)：20.8% ⇨ 目標値(R5)：30.0%	1	<b>1 関西圏での高知家プロモーションの展開</b> ④ データネットワークを活用した情報発信の強化 ・ WebサイトやSNSによる情報発信の強化
○ 関西圏からの移住者(年間) ・ 直近値(R2)：289組 ⇨ 目標値(R5)：390組	2	<b>2 関西圏の関係人口へのアプローチの強化とUIターンの促進</b> ・ 関係人口へのアプローチの強化によるUIターンの意識の醸成と移住・就職相談の実施 ④ UIターン潜在層を掘り起こすため、新たにセミナーや交流会等を実施 ・ 関西圏の大学との連携強化によるUIターンの促進 ④ 県内出身学生が在籍する協定未締結の約30大学に対し、締結に向け働きかけを実施 ④ 協定締結大学ごとにガイダンス等を実施 ④ 大学が県内企業のインターンシップ情報等を効率よく取得できるよう学生サイトを改修 ④ 関西圏において雇用型漁業を中心とする漁業就業フェアを開催

連携する関西パートナー		具体的な施策
○ 関西圏の総領事館 ○ 関西圏の商社等	3	<b>3 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</b> ・ 関西圏の総領事館を通じた外国人材の確保 ④ ベトナム総領事館との人的なネットワークの構築 ④ 人材交流に関するMOU(覚書)の締結を旨としたベトナムラムドン省への現地訪問の実施 ④ インド総領事館と連携したインド人技能実習生の受け入れ促進 ・ 関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 ④ 新たなビジネス展開及び外国人材確保に向けたインド、ベトナムへ経済ミッション団の派遣
○ 関西圏の企業	4	<b>4 関西圏から本県への企業誘致の推進</b> ・ あらゆる機会を捉えた幅広い産業分野の誘致対象企業の掘り起こし ④ 関西機械要素技術展(大阪)への出展 ・ 様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進 ④ ホームページ閲覧履歴等の情報を管理・分析するマーケティングツールを活用し、効率的な誘致活動を実施
○ 日本国際博覧会協会	5	<b>5 万博等に向けた県民参加の機運の醸成</b> ・ 関西圏の現状や今後の情勢等の発信 ◆ 大阪・関西万博をはじめとした関西圏の現状や今後の情勢等を発信する「関西・高知経済連携推進シンポジウム」の開催
<b>各分野共通</b>		

## < 付属资料 >

# 1 行程表

# 1 観光推進プロジェクト 行程表 (1/6)

		R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
		産業振興計画 第4期		産業振興計画 第5期		産業振興計画 第2期	
		関西戦略 第1期		関西戦略 第2期		関西戦略 第3期	
具体的な施策		策定					
1 自然・体験型観光基盤を活用したツーリズムの推進	(1) サステナブルツーリズムの推進	高知の「強み」を「サステナブル」という切り口で発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー開催や地元メディアによる情報発信等を通じた県内機運の醸成</li> <li>県外への情報発信等による「高知＝サステナブル」というイメージの醸成</li> <li>サステナブルツーリズムを意識した観光商品の造成</li> </ul>					
	(2) Greenツーリズムの推進	設立準備委員会に参画 「日本みどりのプロジェクト」推進協議会に参画 <ul style="list-style-type: none"> <li>発起人：長野県、大阪観光局、高知県</li> <li>設立準備委員会(9/15)</li> <li>設立総会・シンポジウム(10/25)</li> </ul> ①大阪・関西万博「日本の自然のジョーカー」実現プロジェクト ②Go Greenプロジェクト ③One Greenプロジェクト ④National Parkプロジェクトに参画 脱炭素社会推進アクションプランとの連携も検討 ・県内関連市町村の参画と連携					
	(3) スポーツツーリズムの推進	自然環境を生かしたスポーツツーリズムの活性化 <ul style="list-style-type: none"> <li>県(スポーツ課)、観光コンベンション協会、有識者等で構成する意見交換会の実施</li> <li>市町村等が新たに開催する自然環境を生かしたスポーツ大会への開催支援 (補助制度の見直し等による新たな大会開催の促進)</li> <li>スポーツツーリズムの資源の掘り起こし・磨き上げ</li> <li>プロモーション展開方法の磨き上げ</li> <li>スポーツツーリズムの情報集約した、新たな情報発信サイトの構築及びプロモーションの展開</li> <li>プロモーション展開方法の磨き上げ</li> <li>新たな情報発信サイトの構築に向けた地域資源の掘り起こし・磨き上げ</li> <li>旅行プランの検討、創出</li> </ul>					
	(4) アドベンチャーツーリズム、エクスカーションコース、ワーケーションの推進	アドベンチャーツーリズム：地域固有のテーマのもと、ここでしか体験できないプランを企画 <ul style="list-style-type: none"> <li>エクスカーションコースを企画・提案               <ul style="list-style-type: none"> <li>ATWS2021 北海道(オホカニ)に参加</li> <li>モニターツアー、ガイドセミナー等の開催</li> </ul> </li> <li>ワーケーション：自然を活かしたワーケーションの取り組みを県全域に普及               <ul style="list-style-type: none"> <li>戦略2「2. リゾームの休日キャンペーン」でセールス&amp;プロモーション活動を展開                   <ul style="list-style-type: none"> <li>モニターツアー、ガイドセミナー等の開催</li> <li>ATWS2023 北海道に参加</li> </ul> </li> <li>戦略2「2. リゾームの休日キャンペーン」でセールス&amp;プロモーション活動を展開                   <ul style="list-style-type: none"> <li>ワーケーション特設サイトの更新、コンテンツの設置</li> <li>ワーケーション実施者向けクーポンの配布</li> <li>モニターツアーの実施、新規ツアーの作成</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> ・県：補助金を予算化 <ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊施設や観光関連施設のワークスペース、wi-fi等の受入環境整備(県：補助金で支援)</li> <li>ターゲット別(企業、個人事業者)プログラムの企画</li> <li>ワーケーション特設サイトの構築及び更新</li> <li>コンテンツの設置、SNS投稿キャンペーンの実施</li> </ul> ・観光アドバイザーの開催					
戦略1 ウイズ、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		大阪・関西万博 開幕					

# 1 観光推進プロジェクト 行程表 (2/6)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>産業振興計画 第4期</b> 関西戦略 第1期	地域連携DMO（広域観光組織等）が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり ・県、地域連携DMO（広域観光組織等）：滞在型観光プラン整備計画の策定支援（土佐の観光創生塾でのハンズオン支援） ・ワークショッブによる計画案の磨き上げ、関係者が主体的に関わる体制づくり ⇒計画の完成 ・ワークショッブ分科会による計画案の磨き上げ、関係者が主体的に関わる体制づくり ⇒計画の完成 ・ワークショッブ分科会による計画の磨き上げ					
	土佐の観光創生塾による支援 ・先進エリアの実践者による計画案の磨き上げ支援 ・コーディネーターによる分科会の運営から計画完成までのサポート（個別支援）					
市町村をまたがる滞在型観光プランづくり 先進4エリア 安芸・物部 仁淀・幡多	ワークショッブによる計画案の磨き上げ ・ワークショッブ分科会による計画案の磨き上げ、関係者が主体的に関わる体制づくり⇒計画の完成 ・ワークショッブ分科会による計画案の磨き上げ、関係者が主体的に関わる体制づくり⇒計画の完成 ・ワークショッブ分科会による計画の磨き上げ					
2 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 2エリア 嶺北・高幡	土佐の観光創生塾による支援 ・先進エリアの実践者による計画案の磨き上げ支援 ・コーディネーターによる分科会の運営から計画完成までのサポート（個別支援） ・計画に基づき観光商品造成及び受入環境整備等 ・ワークショッブ分科会による計画の磨き上げ					
戦略1 ウイズ・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 宿泊施設の魅力向上のための取り組みを支援 県：宿泊施設の魅力向上のための取り組みを支援 ・アドバイザー派遣等により、地域ならではの食やおもてなしといった宿泊施設の魅力向上支援 土佐の観光創生塾による付加価値の高い観光商品づくり ・土佐の観光創生塾：付加価値の高い観光商品づくりへの支援 ・コーディネーターによる商品戦略の作成支援 ・コーディネーターによる高付加価値化の観光商品の造成及び販売支援	土佐の観光創生塾による支援 ・先進エリアの実践者による計画案の磨き上げ支援 ・コーディネーターによる分科会の運営から計画完成までのサポート（個別支援） ・計画に基づき観光商品造成及び受入環境整備等 ・ワークショッブ分科会による計画の磨き上げ					

大阪・関西万博 開幕

# 1 観光推進プロジェクト 行程表 (3/6)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出	<b>産業振興計画 第4期</b>					
	<b>関西戦略 第1期</b>					
<b>戦略 1</b> ウイズ、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	<b>大阪の都市型観光と高知の山・川・海の自然・体験型観光のコラボレーション</b> ・大阪観光局と実務者協議(7/7:進め方(8/25)デジタルマーケティング(9/16)) ・県:本県の観光資源をテーマ別("R"ロマン,"Y"やすらび,"O"おいしい,"A"アクティブ)にセグメント ・全国販売促進会議の素材に実装 ・四国DCCの素材に実装 ・四国アフターDCCの素材に実装 ・関西と高知を結ぶモデルコースづくり広域周遊ルートの策定 ・周遊モデルルートのプロモーション(インバウンド向け) ・広域周遊ルートのプロモーション(国内向け) ・交通事業者等と連携した周遊キャンペーンの企画及び実施(関西から高知への移動を促すキャンペーン)					
<b>戦略 2</b> 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	<b>関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施</b> ・関西エアーポート実務者検討会を設置(8/25) ・県:実務者会議の検討を踏まえて、関西・伊丹・神戸の3空港内での観光PRを順次実施(関西エアーポートのネットワークを活用した情報発信) <b>J R 新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信</b> ・大阪観光局と協議(12/10) ・県・KVCA:大阪観光局トラベルセンター(JR新大阪、大阪、難波)に高知県観光PRパンフ(多言語パンフ含む)設置(R3.3.3~掲出開始) <b>大阪観光局と連携した在阪マスコミへの情報提供</b> ・大阪観光局と県、KVCAの連携協定締結(10/27) ・大阪観光局がアプリ「M」をリリース発表(12/10) ・県:大阪観光局と協議・検討を踏まえて順次実施 <b>高知県ゆかりの飲食店での情報発信(「ゆる県民」のQRコード設置)</b> 交通広告や大阪中心部の大型ビジョンでの情報発信					
	<b>関西圏の港(大阪港等)と連携したクルーズ船航路誘致</b> ・マイアミシートレード ・上海シートレード ・マイアミシートレード ・上海シートレード ・大阪市上海事務所等と連携した外国船社の海外本社へのセールスコール等 ・外国船社日本支社へのセールスコール等					
	<b>大阪・関西万博 開幕</b>					

# 1 観光推進プロジェクト 行程表 (4/6)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  2 「リヨ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	<b>産業振興計画 第4期</b>					
	<b>関西戦略 第1期</b>					
<b>戦略 2</b> 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	<b>策定</b>					
	<b>関西在住者の誘客</b>					
<b>プロモーション</b>	自然&体験キャンペーンのコンセプト「あなたの、新休日。」 ・県：SNSを通じて来阪へのプロモーションなどを次期キャンペーンの検討と合わせて検討 ・雑誌・新聞への記事等の掲出 ・TV・ラジオでのパブリシティ ・大阪駅等へのデジタルメディア広告 ・冬季イベントCM放映 ・高速SA・PAを活用したリーフレット等の掲出 ・大阪観光局と県、KVCA の連携協定締結(10/27)					
	<b>デジタル技術を活用したプロモーションの推進 (動画の配信、バーチャルツアーリズムなど)</b> ・バーチャル企画(NIN_ NIN観光)をトータル的に実施 ・SNSを通じてLIVE配信 ・大阪駅等へのデジタルメディア広告を実施 ・大阪駅等へのデジタルメディア広告を実施(リピーターにもつなげる「食」を前面に出した情報発信) ・大阪駅等へのデジタルメディア広告を実施 ・県単独：時流を踏まえつつ各媒体によるプロモーションの実施(適宜見直しを実施) ・県単独：在阪メディアへのアプローチによるプロモーションの実施(適宜見直しを実施) ・大阪中心部での集客・誘客イベントの開催 ・大阪観光局と連携した各種誘客イベントへの出展(観光ショーケース等) ・大阪中心部での集客・誘客イベントの開催(OSAKA光のルネサンス等)					
<b>セールス</b>	<b>「リヨーマの休日キャンペーン」によるセールス活動の実施</b> ・県単独：大阪観光説明会(知事トップセールス含む)、大阪・京都・神戸AGT個別訪問 ・大阪観光局と県、KVCAの連携協定締結(10/27) ・教育旅行説明会 ・JR四国商品説明会					
	<b>ワーケーションのセールス活動の実施</b> ・県、KVCA：関西経済連携アドバイザーの協力ののもと、関西経済同友会、近鉄HD、包括連携企業、大学などへの個別訪問、モニターツアーの実施					
<b>大阪・関西万博 開幕</b>						
<b>第5期</b>						
<b>第2期</b>						



# 1 観光推進プロジェクト 行程表 (6/6)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
産業振興計画 第4期	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
具体的な施策	産業振興計画 第4期	<b>関西戦略 第1期</b>				
		策 定				
1 関西の拠点での観光情報の発信 (関西圏の訪日客向け)	【再掲】 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施	【再掲】 J R新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信				
		大阪・関西万博や大阪IR等を見据えた大阪観光局等と連携した誘致プロモーションの実施				
2 国外に向けたセールス & プロモーション	大阪・関西観光コンベンション協会：インバウンド観光の知見とネットワークを有する大阪観光局等と連携した新たなプロモーション	大阪観光局と県、KVCAの連携協定締結(10/27)	海外メディア等と連携した発地向けプロモーション	海外メディア等と連携した発地向けプロモーション (見直し)	海外メディア等と連携した発地向けプロモーション (見直し)	
		関西エアポートとの検討会(8/25,10/23/11/24)	関西の拠点での着地向けプロモーションの検討	関西の拠点での着地向けプロモーション (主要な空港や駅、観光案内所等) 関西への訪日客の再開にあわせて		
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	プロモーション	市場別誘客戦略に基づく重点市場等の趣味・嗜好に合わせた本県観光の魅力を伝えるプロモーションの推進				
		県：重点市場等の方々に動画やweb広告を配信するとともに、情報閲覧者を分析し個人旅行者 (FIT) 向けに効率的なプロモーションを展開				
セールス	重点8市場でのデジタルプロモーション (動画・Web広告配信、閲覧者分析)	東南アジア市場を含めたデジタルプロモーションを推進し、訪日旅行関心層での「観光地高知」の認知度を向上させる (動画制作、動画・Web広告の配信、閲覧者等の分析)				
		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 & プロモーションの展開				
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旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓 (ポスト東アジア市場)	関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを活用した旅行商品化の促進					
	県、高知県観光コンベンション協会：インバウンド観光の知見とネットワークを有する大阪観光局等と連携した新たな旅行会社等へのセールス	大阪観光局と県、KVCAの連携協定締結(10/27)	関西と高知を結ぶモデルコースづくり	大阪観光局と協議(1/21)	関西エアポートとの検討会(8/25,10/23/11/24)	東南アジア市場向け旅行商品の造成と販売促進
食品等外商拡大プロジェクトと連動したインバウンドの推進						

# 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（農業分野）（1/2）

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化	産業振興計画 第4期	関西戦略 第1期	第5期	第2期		
	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	仲卸業者や量販店・飲食店とのさらなる関係強化による販売拡大 ・高知県園芸品販売拡大協議会（構成：高知県、J Aグループ高知）：卸売会社を通じて仲卸業者、量販店との関係強化と取引拡大、実需者及び消費者への効果的なPR ・卸売会社：仲卸業者、量販店への高知フェア等販売拡大の取組の提案 ・生産者：実需者ニーズに対応した生産、パッケージや消費者等を対象としたセミナーや高知フェアでの県産青果物のPR ・販売拠点量販店の拡大、フェアの実施	仲卸業者や量販店・飲食店とのさらなる関係強化、取引拡大 ・高知県園芸品販売拡大協議会：卸売会社を通じて仲卸業者との関係強化、取引拡大 ・卸売会社：仲卸業者に対する品目提案と産地招へいの実施 ・生産者：実需者ニーズに対応した生産、産地招へいの受入と県産青果物のPR ・仲卸業者のニーズに沿った品目の提案 ・卸売業者の産地招へい、商談の実施	仲卸業者や量販店・飲食店とのさらなる関係強化、取引拡大 ・高知県園芸品販売拡大協議会：卸売会社を通じて仲卸業者、飲食店との関係強化、取引拡大 ・卸売会社：仲卸業者を通じて飲食店への県産青果物の提案強化、取引開始 ・生産者：実需者ニーズに対応した生産、仲卸業者、飲食店への県産青果物のPR ・新規取引の獲得に向けた飲食店への提案を開始	県産青果物のPR強化 ・高知県園芸品販売拡大協議会：卸売会社や仲卸業者、量販店等と連携した県産青果物のPR ・卸売会社：仲卸業者、量販店等と連携した県産青果物のPR ・生産者：高知フェア等での県産青果物のPR ・県産青果物のトップセールス ・著名人や観光情報誌等を活用した県産青果物のPR ・機能性等を前面に打ち出した販促の実施	
2 直接販売による県 産農畜産物の販売拡 大	包括協定企業等へのカタログによる販売拡大 ・高知県直販流通外商拡大協議会（県・J Aグループ高知・真地産外商公社で構成）：包括協定企業・具人会員企業・高知県ゆかりの飲食店等との連絡調整 ・とさのさと：県産農畜産物を含む協定企業等への販売 ・包括協定企業等の社員へのカタログ販売 ・とさのさととの顧客への販売	量販店等での出張販売（とさのさととマルシェ）の実施 ・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの出張販売の支援 ・とさのさと：量販店への出張販売 ・出張販売の実施（年6回実施）	量販店等での出張販売（とさのさととマルシェ）の実施 ・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの出張販売の支援 ・とさのさと：量販店への出張販売 ・出張販売の実施（年6回程度） ・常設販売化	ファーマーズマーケット新規提携先の拡大 ・高知県直販流通外商拡大協議会：新規提携先の開拓支援、とさのさと：新規提携先の開拓 ・提携ファーマーズマーケットの新規開拓、店頭販売等による販売拡大		
戦略 1 パートナーとの連携強化による外商拡大	飲食店への販売拡大に向けた営業活動の強化 ・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの飲食店への販売支援、展示商談会、産地招へいの実施、地産外商公社との調整 ・とさのさと：地産外商公社と連携した飲食店への販売 ・飲食店とのイベント販売 ・地産外商公社等と連携した営業活動（個別商談）	飲食店への販売拡大に向けた営業活動の強化 ・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの飲食店への販売支援、展示商談会、産地招へいの実施、地産外商公社との調整 ・とさのさと：地産外商公社と連携した営業活動（個別商談）	飲食店への販売拡大に向けた営業活動の強化 ・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの飲食店への販売支援、展示商談会、産地招へいの実施、地産外商公社との調整 ・とさのさと：地産外商公社と連携した営業活動（個別商談）	飲食店への販売拡大に向けた営業活動の強化 ・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの飲食店への販売支援、展示商談会、産地招へいの実施、地産外商公社との調整 ・とさのさと：地産外商公社と連携した営業活動（個別商談）		

大阪・関西万博 開幕

# 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（農業分野）（2/2）

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  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  2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大	R2年度 (2020) <b>産業振興計画 第4期</b>	R3年度 (2021) <b>関西戦略 第1期</b>	R4年度 (2022) <b>関西戦略 第1期</b>	R5年度 (2023) <b>関西戦略 第1期</b>	R6年度 (2024) <b>第5期</b>	R7年度 (2025) <b>第2期</b>
	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	R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化  <b>高知野菜サポーター（野菜ソムリエ）によるオンライン料理教室の開催</b> ・高知県園芸品販売拡大協議会：高知野菜サポーターの活動支援 ・高知野菜サポーター：消費者に対する県産青果物の食べ方の提案、情報発信 ・生産者：料理教室等での県産青果物PR  ・オンライン料理教室の開催、生産者の参画 ・高知野菜サポーターによる県産青果物のレシピ開発と食べ方の提案 ・消費者への情報発信  ・重点品目(※)をメインとしたオンライン料理教室の開催 ・高知野菜サポーターによる県産青果物のレシピ開発と食べ方の提案（料理教室、セミナー、Web・SNS等での発信） ・高知野菜サポーターによる消費者への県産青果物や産地の情報発信  (※)重点品目：なす、にら、みょうが、文旦  <b>品目やレシピ等紹介動画の制作と情報発信による消費者への食べ方紹介（Web・SNS、料理教室、セミナー、高知フェア等）</b> ・高知県園芸品販売拡大協議会 ・品目等紹介動画の制作と発信 ・生産者：動画制作への参画  ・品目やレシピ等紹介動画の制作と活用 ・消費者への食べ方紹介（Web活用、料理教室等）	<b>品目やレシピ等紹介動画の活用による消費者への食べ方紹介（Web・SNS、料理教室、セミナー、高知フェア等）</b> ・高知県園芸品販売拡大協議会：品目等紹介動画を活用した情報発信 ・生産者：動画を活用したPR活動への参画  ・品目等紹介動画によるPR ・消費者への食べ方紹介（Web・SNS、料理教室、セミナー、高知フェア等）の実施	<b>Web販売サイト『とさごころ』での販売強化</b> ・高知県直販流通外商拡大協議会：Web販売サイトの運営  ・Web販売サイト『とさごころ』立上げ  <b>Web販売サイト『とさごころ』での品目やレシピ等紹介動画の発信</b> ・高知県直販流通外商拡大協議会：レシピ等紹介動画の発信  ・Web販売サイトでのレシピ等紹介動画の発信による県産農畜産物の販売促進 ・サイト内サービスの機能性アップ（レビューによる商品評価、ポイント加算）	大阪・関西万博 開幕	

# 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（水産業分野）（1/2）

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  1 関西圏の卸売市場関係者との連携した量販店等への販売拡大  2 「高知家の魚応援の店」への販売拡大  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	<b>産業振興計画 第4期</b>  大阪市中央卸売市場関係者と連携した量販店への販売促進 ・県：国補助事業に関する調整、販促資材の提供 ・卸売市場関係者：国補助事業等を活用した量販店への販売促進活動 ・国補助事業等を活用し、量販店等での販売促進活動を実施	<b>関西戦略 第1期</b>  「高知家の魚応援の店」への販売拡大 ・県：応援の店制度の運営（応援の店の掘り起こし、店舗への訪問、商談会、高知エリアの開催等の業務委託） ・高知県魚協販売子会社：応援の店への訪問による県産水産物のPR・店舗のニーズ収集等（県受託事業） ・民間事業者：応援の店の掘り起こし・登録、産地見学会、高知エリアの開催等（県受託事業） ・地見学会、高知エリアの開催等（県受託事業）	<b>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促活動を強化</b> ・県：卸売市場関係者との連携し、量販店や飲食店チェーンに販売促進（卸売市場関係者に業務委託） ・卸売市場関係者：量販店等への販売促進活動（県受託事業） ・卸売事業者と連携し、量販店等での販売促進活動を実施（高知エリアの開催、販促資材の作成等）	<b>関西戦略 第2期</b>  「高知家の魚応援の店」への地産外商公社等と連携したきめ細やかな営業活動及びプロロー営業の実施 ・県：民間事業者のノウハウ、ネットワークを活用し、応援の店の掘り起こし、店舗への訪問、オンライン商談会、高知エリア等を実施（民間事業者に業務委託） ・民間事業者：応援の店の掘り起こし・登録、応援の店への訪問等による県産水産物のPR・店舗のニーズ収集、産地見学会（産地招へい含む）、オンライン商談会、シェアリングの開催等（県受託事業） ・地産外商公社：地産外商公社のネットワークやノウハウを活かした飲食店の外商活動	<b>第5期</b>	<b>第2期</b>
	<b>戦略 1 パートナーとの連携強化による外商拡大</b>  関西卸売市場関係者との調整業務、現地でのプロモーション ・関西卸売市場関係者：県内事業者、国内商社、現地パートナーと連携した輸出促進 ・国内商社：現地パートナーの掘り起こし、現地パートナーを通じた輸出促進 ・関西卸売市場関係者：高知エリアの開催等 ・地産外商公社：大阪グループの体制強化 ・応援の店の訪問頻度や産地招へい機会の拡大 ・シェアリングとグループ活動への支援強化 ・高知エリアの開催等	<b>関西卸売市場関係者とネットワークを有する国内商社、現地パートナーとの連携強化</b> ・県：関西卸売市場関係者との調整業務、食品海外ビジネスパートナーと連携し現地のプロモーション ・関西卸売市場関係者：県内事業者、国内商社、現地パートナーと連携した輸出促進 ・国内商社：現地パートナーの掘り起こし、現地パートナーを通じた輸出促進 ・関西卸売市場関係者：高知エリアの開催等	<b>関西卸売市場関係者との調整業務、現地でのプロモーション</b> ・関西卸売市場関係者：県内事業者、国内商社、現地パートナーと連携した輸出促進 ・国内商社：現地パートナーの掘り起こし、現地パートナーを通じた輸出促進 ・関西卸売市場関係者：高知エリアの開催等	<b>関西卸売市場関係者のネットワークを活かし、中国、東南アジアへの鮮魚を輸出</b> ・県：高知県水産物輸出促進協議会の取組みを支援 ・県内事業者：海外見本市や展示会への参加による県産水産物の輸出促進 ・高知県水産物輸出促進協議会：会員メンバーの海外見本市、展示会への参加を支援 ・関西卸売市場関係者：協議会会員への流通面でのアドバイス、海外への販売ネットワークを活かした県産水産物の輸出促進	<b>「水産物輸出促進協議会」メンバーの海外見本市や商談会への参加を支援</b> ・県：高知県水産物輸出促進協議会の取組みを支援 ・県内事業者：海外見本市や展示会への参加による県産水産物の輸出促進 ・高知県水産物輸出促進協議会：会員メンバーの海外見本市、展示会への参加を支援 ・関西卸売市場関係者：協議会会員への流通面でのアドバイス、海外への販売ネットワークを活かした県産水産物の輸出促進	<b>関西卸売市場関係者との調整業務、現地でのプロモーション</b> ・関西卸売市場関係者：県内事業者、国内商社、現地パートナーと連携した輸出促進 ・国内商社：現地パートナーの掘り起こし、現地パートナーを通じた輸出促進 ・関西卸売市場関係者：高知エリアの開催等

大阪・関西万博 開幕

## 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（水産業分野）（2/2）

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b> 1 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 2 「高知家の魚応援の店」への販売拡大 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拡大	<b>産業振興計画 第4期</b> 地産外商公社大阪グループの体制強化 【再掲】大阪市中央卸売市場関係者と連携した量販店への販売促進 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 ・県：水産加工施設等の整備・機能強化を支援 ・市町村：水産加工施設等の整備・機能強化を支援 ・加工施設の立地：～R2：2件	<b>関西戦略 第1期</b> 【再掲】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 【再掲】「高知家の魚応援の店」への販売拡大 ・加工施設の立地：R3：1件	<b>関西戦略 第2期</b> 【再掲】「高知家の魚応援の店」への地産外商公社等と連携したきめ細やかな営業活動及びフォロー営業の実施 水産関係事業者のオンライン商談の活用促進 ・県：オンライン商談機会の提供 ・水産関係事業者：オンライン商談の活用 ・オンラインで開催される展示会や商談会への水産関係事業者の参加を促進 水産関係事業者へのインターネット販売の普及促進 ・県：インターネット販売に関するセミナーや支援制度等を水産関係事業者へ紹介 ・水産関係事業者：セミナー参加や支援制度を活用し、インターネット販売に参入 ・国や支援機関の支援制度（アドバイザー、セミナー、補助金）を活用し、水産関係事業者によるインターネット販売事業への参入を支援	<b>関西戦略 第3期</b> 【再掲】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 食品海外ビジネスサポーターと連携し現地でのプロモーションや商談後のフォローを実施 ・県：食品海外ビジネスサポーターと連携したプロモーションや商談フォロー ・水産関係事業者：オンライン商談の活用 ・食品海外ビジネスサポーターと連携し現地でのプロモーションや商談後のフォローを実施 ・水産関係事業者のオンライン商談の活用を促進		
	<b>戦略 2 ウイズコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進</b>					

大阪・関西万博 開幕

# 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表 (食品分野) (1/2)

R7年度 (2025)	R6年度 (2024)	R5年度 (2023)	R4年度 (2022)	R3年度 (2021)	R2年度 (2020)
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

**産業振興計画 第4期** (R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化)

関西戦略 第1期

第5期

第2期

<b>戦略 1</b> パートナーとの連携強化による外商拡大  1 量販店への販売拡大  2 リアルな商談機会の拡充  3 関西圏に拠点を置く卸売業者とのつながりを活用した外商拡大 (小売用食品向け) ※ 6業務用食品向けに関しても同様の内容  4 大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化  5 関西圏に拠点を置く業務筋 (飲食店・ホテル等) への営業活動の強化  7 「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	量販店等への販売拡大 ・公社：営業訪問、商談会開催、産地招へい等 ・県内事業者：商談会、産地招へいでの県産品PR等 ・小売店グループ等とのネットワークを活用した商談会 (オンライン含む) 及び産地招へいの実施 等	量販店等への営業強化 (商談会、産地招へい等) ・公社：営業訪問、商談会開催、産地招へい等 ・県内事業者：商談会、産地招へいでの県産品PR等 ・小売店グループ等とのネットワークを活用した商談会等の実施 ・量販店等への営業訪問、商談会・産地招へい機会の拡大 等	R3年度 (2021) R4年度 (2022) R5年度 (2023)	R6年度 (2024) R7年度 (2025)	
	商談機会の確保 ・公社：展示会等への出展・支援、商談会の開催 等 ・県内事業者：商談会での県産品PR等 ・公社のパイプを活かした個別商談会の実施 等	大規模展示会への出展、業界別(小売店、量販店、卸)の商談機会の創設 ・公社：展示会等への出展、事業者の出展支援、商談会の開催 等 ・県内事業者：商談会での県産品PR等 ・パイプを活かした個別商談会の実施 ・展示会出展等を通じた新規顧客の獲得や商談機会の創出 等	大規模展示会への出展、業界別(小売店、量販店、卸)の商談機会の創設		
	卸売業者の展示会出展による販売拡大 ・公社：卸売業者への営業訪問、展示会出展 ・県内事業者：展示商談会での県産品PR 等 ・卸売業者との関係構築による展示商談の出展 ・卸売業者の得意先との関係構築による新たな販路の開拓	卸売業者主催の展示商談会への出展機会の拡充等による販売拡大 ・公社：卸売業者への営業訪問、展示商談会出展、同行営業 等 ・県内事業者：展示商談会での県産品PR 等 ・卸売業者の展示商談会の出展 ・卸売業者の得意先との関係構築による新たな販路の開拓	卸売業者主催の展示商談会への出展機会の拡充等による販売拡大		
	大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化 ・県/公社：テナント、ホテル、商業施設、開発内容等の情報収集及び営業活動 ・出店事業者等の情報収集 ・県/公社：テナント、ホテル、商業施設、開発内容等の情報収集及び営業活動 ・出店事業者等の情報収集	大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化 ・県/公社：テナント、ホテル、商業施設、開発内容等の情報収集及び営業活動 ・出店事業者等の情報収集 ・県/公社：テナント、ホテル、商業施設、開発内容等の情報収集及び営業活動 ・出店事業者等の情報収集	大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化		
	県産品の活用に向けた営業活動 ・公社：飲食店やホテル等への営業訪問、高知フェア ・県産食材や高知フェアの提案等による営業活動	県産品の活用に向けた営業活動 ・公社：飲食店やホテル等への営業訪問、高知フェア、展示会への出展等による新規開拓 等 ・県産食材や高知フェアの提案等による営業活動	(再掲)大規模展示会への出展、業界別(小売店、量販店、卸)の商談機会の創設		
	県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の強化 ・県/公社：高知県テーマの飲食店等への店舗訪問営業、新規開拓、産地招へい ・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業、新規開拓、産地招へいの実施	県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の強化 ・県/公社：高知家の逸品応援の店、とさのみせ、高知家の魚応援の店等への店舗訪問営業、新規開拓、産地招へい ・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業、新規開拓等	県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業、新規開拓等		
	観光や県産品の情報発信機能の強化 ・県/公社：情報収集、協力店舗募集、販促資材等提供 地域商社：県産品提供 ・情報収集 ・物販及び情報発信	観光や県産品の情報発信機能の強化 ・県/公社：情報収集、協力店舗募集、販促資材等提供 地域商社：県産品提供 ・情報収集 ・物販及び情報発信	観光や県産品の情報発信機能の強化		
飲食店等における高知フェアやキャンペーン等の開催 ・高知家の魚応援の店等での高知フェア開催 ・高知家の魚応援の店や高知家逸品応援の店等での高知フェア等の開催	飲食店等における高知フェアやキャンペーン等の開催 ・高知家の魚応援の店等での高知フェア開催 ・高知家の魚応援の店や高知家逸品応援の店等での高知フェア等の開催	飲食店等における高知フェアやキャンペーン等の開催			

# 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（食品分野）（2/2）

大阪・関西万博 開幕

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)	
<b>具体的な施策</b>  1 厳選したターゲットへの重点的な営業活動の展開  2 リアルとオンラインを併用した効果的な営業活動の実施  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 関西圏への効果的な物流の仕組みづくりの検討	<b>産業振興計画 第4期</b>  R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化  <b>量販店等への営業活動</b>  ・公社：営業訪問、商談会、産地招へい ・小売店グループ等とのネットワークを活用した営業活動	<b>関西戦略 第1期</b>  <b>関西圏に拠点を置く地域密着型量販店等への営業活動の強化</b>  <b>こだわりの商品を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</b>  ・公社：営業訪問、商談会、産地招へい ・地産外商公社大阪グループの体制の強化及び関西圏に拠点を置く地域密着型量販店等への営業活動 ・関西圏に拠点を置く地域密着型量販店やこだわりの商品を扱う小売店等への営業活動	<b>関西戦略 第2期</b>  <b>事業者集合型のオンライン商談の実施、オンライン商談後のアフターフォローの実施</b>  ・公社：営業活動、オンライン商談等の実施 ・地産外商公社のネットワークを活かしたオンライン商談会の開催や出展 ・オンラインによる産地紹介の実施（現地からLive中継）	<b>デジタル技術を活用した営業活動</b>  ・公社：県産品データベース、Webサイトによる情報発信 ・県産品データベース、Webサイトによる県産品等の情報発信 ・県産品データベース機能強化、営業ツール整備	・公社：県産品データベース、Webサイトによる情報発信、動画等を活用した営業活動 ・県産品データベース、Webサイトによる県産品等の情報発信 ・動画配信機能追加等の機能を強化した県産品データベース、リニューアルした公社Webサイトによる県産品等の情報発信 ・企業や商品、産地等のPR動画を活用した営業活動（訪問、オンライン商談、展示会、店頭販促等）	<b>関西圏の市場ニーズを取り入れた商品力アップへの支援</b>  ・県、関西圏に拠点を置く大手卸売業者：商品力アップに向けたアドバイス、商品開発支援 ・商品力アップ相談会の開催 ・総合支援補助金による商品開発・改良支援	<b>県内における最適な集荷、発送の仕組みづくりの検討</b>  ・県：最適な県内物流の仕組みづくりに向けた検討、実施事業者への支援 ・県内事業者（食品事業者・卸売業者・物流業者・地域商社）：最適な県内物流の仕組みづくりに向けた検討 ・県内関係団体等による検討会の開催等 ・物流事業者や卸売業者と連携した物流の仕組みづくりの検討
	<b>戦略 2 ウイズコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進</b>						
	<b>食品等外商拡大プロジェクト</b>						
	大阪・関西万博 開幕						

具体的な施策

産業振興計画 第4期

R3.4 TOSAZAIセンター 関西駐在員の配置

関西戦略 第1期

R4 情報発信・商談拠点の開設

第5期

第2期

戦略 1 パートナーとの連携強化による外商拡大

1 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の強化

新たな木質資材による中高層木造建築の提案

- ・木材利用推進全国会議：木造建築物のWeb動画配信、オンラインセミナー、総会・交流会の開催
- ・県・TOSAZAIセンター：中高層木造建築や木質部材に関する情報収集、提案資料の作成
- ・高知都市木造リーディング：中層木造建築に使用する木質部材の開発
- ・中層木造建築に使用する木質部材の改良、試験
- ・試設計した部材の試作、試験

木質部材の改良、試験

- ・都市木造ハンドブックの作成
- ・中高層木造建築、木質部材に関する最新の情報収集 ⇒ 提案資料のリリース

木質部材に関する最新の情報収集

- ・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：建築物の施工主となる企業等への提案、アピール
- ・県・TOSAZAIセンター：セココンや集成材メーカー等までアプローサー先を広く中高層木造建築、木質部材に関する最新の情報収集
- ・県・TOSAZAIセンター：建築士向け木造セミナー開催

木質部材に関する最新の情報収集

- ・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：木材利用の主体となる企業等への提案、アピール
- ・県・TOSAZAIセンター：木材の人の効用に関する最新の情報収集 ⇒ 提案資料のリリース

木造建築関連イベント等への出展の強化

- ・県・TOSAZAIセンター：イベント等への出展によるJAS製材品等の提案

土佐材展示会の開催

- ・県：補助事業による展示会への支援
- ・TOSAZAIセンター：展示会の企画、調整
- ・製造メーカー：流通拠点企業：展示会(大阪)
- ・製品出荷
- ・流通拠点企業：展示会(大阪)
- ・製品出荷

流通拠点への効率的な共同輸送の支援、共同輸送体制の強化

- ・県：補助事業による共同輸送への支援
- ・木材センター：共同輸送の日程・出先等調整・共同輸送体制の強化（集高起点の追加：R4）
- ・共同輸送（Nラック便）
- ・共同輸送（Nラック便）
- ・共同輸送（Nラック便）

3 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

パートナー企業が増加に向けた関西圏での商談会の開催

- ・県：補助事業による商談会への支援
- ・TOSAZAIセンター：商談会の通知、開催
- ※コロナ禍により中止

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

- ・県：補助事業による産地見学会・新築住宅等を活用したPRの支援
- ・TOSAZAIセンター：産地見学会の行程等の企画、調整
- ※コロナ禍により中止
- ・DM等による開催通知
- ・商談会

4 森林環境議与税の効果捉えた県産木材の外商拡大

- ・県・TOSAZAIセンター：関西圏の事業者との連携強化への支援、木製品のPR
- ・自治体の木材利用の推進
- ・県内製造メーカーの関心、情報交換
- ・西拠点の情報収集
- ・木製品のPR活動
- ・画・パンフレットの制作

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

- ・県内製造メーカーと関西圏の流通、販売事業者等とのマッチング
- ※マッチングした関西事業者を通じて木製品の販売を促進
- ・自治体の木材利用の推進
- ・佐材製品のPR資料による提案
- ・自治体の木材利用推進窓口等への土佐材製品のPR資料による提案

土佐材の利用から遠ざかっている土佐材パートナー企業への営業の強化

- ・県・TOSAZAIセンター：関西駐在員との連携による土佐材利用の提案
- ・自治体の木材利用推進窓口等への土佐材製品のPR資料による提案

## 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（林業分野）（2/2）

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b> R3.4 TOSAZAIセンター 関西駐在員の配置	<b>産業振興計画 第4期</b>					
	<b>関西戦略 第1期</b> R4 情報発信・商談拠点の開設					
<b>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</b>	<b>オンラインや動画を活用した商談、木材のPR等の実施</b> ・TOSAZAIセンター：オンラインを活用した商談・PR体制の構築 ・Web商談用の機器整備 ・木材・木工品のPR動画の制作 ・Webや訪問による個別商談（随時）					
	<b>試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集</b> ・県・TOSAZAIセンター：木材利用の健康面への効用に関する最新の情報収集 ⇒ 提案資料のリバイス ・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：建築物の施主となる企業等への提案、アピール					
<b>DIY利用の増加などウィズ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</b> ・TOSAZAIセンター：関西圏の木材需要情報の収集とフィードバック ・DIY、森林環境譲与税を活用した木材利用、木造建築等に関する情報収集 ・木材需要情報と県内製造メーカーとのマッチング・商談 ・需要情報に基づく木材製品の開発・改良への対応 ・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：新商品の販路開拓						
1 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	<b>県外で高知県から認証を受けた店舗等への営業活動の強化</b> <b>営業活動により収集した情報の県内製造メーカーへのフィードバック及びマッチング</b>					
2 ウィズコロナ時代に対応した店舗内装の木質化等の営業活動の強化						

大阪・関西万博 開幕

具体的な施策

R3.4 産業振興センター大阪事務所の体制強化

○ 関西圏の商社や包括協定企業と連携した外商活動の強化

大規模見本市への出展及び展示商談会の開催

・（公財）高知県産業振興センター：県外見本市への出展、アフターフォロー

・5見本市への出展（21社）  
防災系2回、建設・建築系1回  
食品機械系1回、技術の外商1回

・アフターフォロー活動

・9見本市への出展（41社）  
防災系2回、建設・建築系1回  
雑貨系3回、食品機械系1回  
海洋機器系1回、技術の外商1回

・アフターフォロー活動

・11見本市への出展（50社）  
防災系3回、建設・建築系2回  
雑貨系2回、食品機械系2回  
介護系1回、技術の外商1回

・アフターフォロー活動

・見本市への出展

・アフターフォロー活動

・（公財）高知県産業振興センター：展示商談会・工場視察商談会の開催、ものづくり総合技術展への招へい

・展示商談会の開催  
（2回26社）  
防災、木製品・ギフト

・ものづくり総合技術展への招へい  
（11月34社）

・工場視察商談会の開催  
（3回19社）

・展示商談会の開催（4回33社）  
防災、技術の外商（WEB）  
木製品、紙・防災、木製品、防災

・ものづくり総合技術展への招へい（11月36社）

・工場視察商談会の開催（1回1社）  
※WEB商談2社

・展示商談会の開催（6回42社）  
工法、技術、防災、雑貨、木製品  
食関連製品

・ものづくり総合技術展への招へい（11月）

・工場視察商談会の開催  
（7回35社）

・展示商談会の開催

・ものづくり総合技術展への招へい（11月）

・工場視察商談会の開催

防災関連製品等をPRするWEBセミナーの開催

・建設・建築系広報・技術、防災関連製品の認知度向上に向けたWEBセミナーの開催 →動画配信  
建設、建築系（2回）、防災関連製品（1回）

・自治体、商社等への営業訪問活動

・自治体、商社等への営業訪問活動

・自治体、商社等への営業訪問活動

包括協定企業と連携した販路の開拓

・（公財）高知県産業振興センター：包括協定企業と連携した見本市への共同出展、展示商談会の開催等

・防犯防災総合展への共同出展  
（10月）

・近鉄百貨店向け内覧会の開催  
（10月）

・防犯防災総合展への共同出展  
（8月）

・近鉄百貨店と連携した展示商談会の開催（11月）

・近鉄百貨店と県内企業とコラボした防災セット製品の開発

・防犯防災総合展への共同出展  
（6月）

・近鉄百貨店と連携した展示商談会の開催（2回）

・大規模見本市や防災関連イベント等でのPR

・見本市への共同出展

・包括協定企業と連携した展示商談会の開催

・パビリオン出展企業への感染症対策関連製品やノベルティ等提案活動

産業振興計画 第4期

策定

関西戦略 第1期

第5期

第2期

R2年度  
（2020）

R3年度  
（2021）

R4年度  
（2022）

R5年度  
（2023）

R6年度  
（2024）

R7年度  
（2025）

# 2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（商工業分野）（2/2）

## 具体的な施策

### R3.4 産業振興センター大阪事務所の体制強化

#### 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

○ 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

R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>産業振興計画 第4期</b>					
<b>関西戦略 第1期</b>					
<b>産業振興計画 第5期</b>					
<b>第2期</b>					
<b>大阪・関西万博 開幕</b>					
<p><b>新しい販売先、販売チャネルの開拓</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・（公財）高知県産業振興センター：外商コーナーによる自治体、大学、病院、商社等への営業活動</li> <li>・自治体、商社等への営業訪問活動（1,034件）</li> <li>・自治体、商社等への営業訪問活動（1,359件）※12月末時点</li> <li>・西日本学校法人へのアンケート調査の実施（6月）</li> <li>・フオロー営業訪問活動</li> </ul>					
<p><b>見本市等におけるオンラインによる商談の積極的な実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県（公財）高知県産業振興センター：オンライン商談に向けたセミナーの開催、オンライン商談の実施</li> <li>・オンライン商談セミナーの実施（6回39社）</li> <li>・オンライン商談会の開催 防災、技術の外商（2回12社）</li> <li>・オンライン商談の実施（随時） 見本市・展示商談会等でのWEB対応</li> </ul> <p><b>【再掲】防災関連製品等をPRするWEBセミナーの開催</b></p> <p>【再掲】建設・建築系広報・技術、防災関連製品の認知度向上に向けたWEBセミナーの開催 建設・建築系(2回)、防災関連製品(1回) ⇒動画配信</p>					
<p><b>企業や製品のPR動画を活用した営業活動の促進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・（公財）高知県産業振興センター：企業や製品のPR動画作成など、Web上での情報発信の強化を支援し、事業者の営業活動を促進</li> <li>・事業戦略等推進事業費補助金による支援（WEB関連：22件）</li> <li>・事業戦略等推進事業費補助金による支援（WEB関連：28件採択）</li> <li>・事業戦略等推進事業費補助金による支援</li> <li>・事業戦略等推進事業費補助金による支援</li> </ul>					
<p><b>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</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県：防災関連製品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</li> <li>・ポータルサイトによる情報発信（通年）</li> <li>・ポータルサイトによる情報発信（通年）</li> <li>・ポータルサイトによる情報発信（通年）</li> <li>・ポータルサイトによる情報発信（通年）</li> <li>・ポータルサイトによる情報発信（通年）</li> </ul>					

# 3 万博・IR連携プロジェクト 行程表 (1/3)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)	
	<b>産業振興計画 第4期</b>						
	<b>関西戦略 第1期</b>						
	<b>第5期</b>						
	<b>第2期</b>						
<b>具体的な施策</b>  <b>大阪・関西万博</b>  <b>大阪IR</b>  1 自然・体験型観光基盤を生かしたツーリズムの推進  <b>万博IR</b>  2 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  3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出  4 関西の拠点での観光情報の発信  5 国外に向けたセールス&プロモーション  6 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進	 万博協会：基本計画公表 会場内基盤・インフラの設計 ・パビリオン、テーマ館、飲食・物販施設、催事施設等の設計 ・催事、営業への参加検討	 ・府・市：設置運営事業 予定者の選定 ・国：基本方針	・会場内基盤・インフラの工事 ・パビリオン、テーマ館、飲食・物販施設、催事施設等の工事 ・催事、営業参加募集 ・府・市：工事着工 ・国：区域整備計画の認定				
	【再掲】：(2) Greenツーリズムの推進 <b>設立準備委員会に参画</b> 【再掲】：(3) スポーツツーリズムの推進 <b>自然環境を生かしたスポーツツーリズムの活性化</b> 【再掲】：(4) アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進 <b>ワーケーション：自然を活かしたワーケーションの推進</b>	【再掲】：(1) サステナブルツーリズムの推進 <b>「サステナブル」という切り口で発信</b> 【再掲】：(2) Greenツーリズムの推進 <b>「日本みどりのプロジェクト」推進協議会に参画</b> 【再掲】：(4) アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進 <b>ワーケーション：自然を活かしたワーケーションの推進</b>	【再掲】：(1) サステナブルツーリズムの推進 <b>高知の強みを「サステナブル」という切り口で発信</b> 【再掲】：(2) Greenツーリズムの推進 <b>「日本みどりのプロジェクト」推進協議会に参画</b> 【再掲】：(4) アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進 <b>ワーケーション：自然を活かしたワーケーションの推進</b>	【再掲】：(1) サステナブルツーリズムの推進 <b>高知の強みを「サステナブル」という切り口で発信</b> 【再掲】：(2) Greenツーリズムの推進 <b>「日本みどりのプロジェクト」推進協議会に参画</b> 【再掲】：(4) アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進 <b>ワーケーション：自然を活かしたワーケーションの推進</b>			
	【再掲】 地域連携DMO（広域観光組織等）が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり 【再掲】 宿泊施設の魅力向上のための取り組みを支援 【再掲】 土佐の観光創生塾による高付加価値化の観光商品づくり	【再掲】 関西圏の港（大阪港等）と連携したクルーズ船航路誘致 【再掲】 J R 新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信	【再掲】 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討 【再掲】 J R 新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信	【再掲】 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討 【再掲】 J R 新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信			
	【再掲】 大阪・関西万博や大阪IR等を見据えた大阪観光局等と連携した誘致プロモーションの実施 【再掲】 市場別誘客戦略に基づく重点市場等の趣味・嗜好に合わせた本県観光の魅力伝えるプロモーションの推進 【再掲】 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&プロモーションの展開 【再掲】 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旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓（ポスト東アジア市場）	【再掲】 関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを活用した旅行商品化の促進 【再掲】 食品等外商拡大プロジェクトと連携したインバウンドの推進	【再掲】 関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを活用した旅行商品化の促進 【再掲】 食品等外商拡大プロジェクトと連携したインバウンドの推進	【再掲】 関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを活用した旅行商品化の促進 【再掲】 食品等外商拡大プロジェクトと連携したインバウンドの推進			
	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進			
	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進	【再掲】 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進			

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



# 3 万博・I R連携プロジェクト 行程表 (3 / 3)

大阪 I R (2029年 開業)

大阪・関西万博 開幕

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  <b>大阪・関西万博</b>  <b>大阪IR</b>  1 関連施設での県産材利用促進に向けた提案の実施	万博協会：基本計画公表 会場内基盤・インフラの設計 ・パレオ、テーム館、飲食・物販施設、催事施設等の設計 ・催事、営業への参加検討 国：基本方針	万博協会：基本計画公表 会場内基盤・インフラの設計 ・パレオ、テーム館、飲食・物販施設、催事施設等の設計 ・催事、営業への参加検討 国：設置運営事業予定者の選定 国：自治体申請受付 国：区域整備計画の認定 府・市：工事着工	会場内基盤・インフラの工事 ・パレオ、テーム館、飲食・物販施設、催事施設等の工事 ・催事、営業参加募集 府・市：工事着工	会場内基盤・インフラの工事 ・パレオ、テーム館、飲食・物販施設、催事施設等の工事 ・催事、営業参加募集		
	「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）」等による日本国際博覧会協会への提案 万博 ・県：CLT首長連合、日本CLT協会と連携提案	「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）」等による日本国際博覧会協会への提案 万博 ・県：TOSAZAIセンター：万博実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・万博実施主体（プロデューサー含む）参加企業等の情報収集、木材利用の提案 ※随時 ・万博パレオ等の設計・施工事業者・関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	TOSAZAIセンター関西駐在員の配置 R3.4 情報発信・商談拠点の開設	TOSAZAIセンター関西駐在員の配置 R4 情報発信・商談拠点の開設		
2 関連施設の整備における県内企業の技術の活用	万博 IR R3.4 産業振興センター大阪事務所の体制強化	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R実施（予定）主体の情報収集、木材利用の提案 ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時		
	【再掲】大規模見本市への出展及び展示商談会の開催、防災関連製品等をPRするWEBセミナーの開催	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	
<b>戦略 3 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用</b>	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時	万博 IR R3.4 産業振興センター：I R実施主体等への木材利用の提案・供給体制の構築 ・大阪府・市からの情報収集（事業スケジュール等） ※随時 ・I R施設設計・施工事業者、関西圏の木材納入事業者等の情報収集、高知県産材利用の提案 ※随時		

# 1 ～ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み 行程表 (1 / 3)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
具体的な施策	<b>産業振興計画 第4期</b>					
	<b>関西戦略 第1期</b>					
1 関西圏での高知家プロモーションの展開	<p><b>メディアネットワークを活用した情報発信の強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県：地産外商公社、高知家プロモーション委託事業者との連携した効果的な情報発信の実施</li> <li>地産外商公社：効果的なメディア露出の実施</li> <li>地産外商公社、高知家プロモーション委託事業者と連携し、効果的なメディア露出を実施</li> <li>関西圏のメディアとの関係構築及び関係を活かした情報発信の実施</li> <li>関西圏のメディアへのプロモーション活動の強化</li> </ul> <p><b>WebサイトやSNSによる情報発信の強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県：地産外商公社、高知家プロモーション委託事業者との連携した効果的な情報発信の実施</li> <li>地産外商公社：高知県まとめサイト「高知家の○○」及びSNSを活用した高知県関連情報の発信</li> <li>高知県関連店舗や高知県情報を収集し、WebサイトやSNSによる情報発信を継続的かつ効果的に実施</li> </ul>					
	<b>関西戦略 第2期</b>					
2 関西圏の関西人口へのアプローチの強化とUIターンの促進	<p><b>関係人口へのアプローチの強化によるUIターンの醸成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県、移住促進・人材確保センター：連携して事業実施</li> <li>「高知家ゆる県民倶楽部」の入会促進と会員の移住・UIターン意識の醸成</li> </ul> <p style="text-align: center;">PR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Webメディア等とタイアップした地方暮らしに関心層を対象としたオンラインセミナーの開催</li> <li>入会誘導</li> </ul> <p style="text-align: center;">誘導</p> <p><b>移住・就職相談の実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県、移住促進・人材確保センター、市町村、各産業界団：連携して移住・就職（就業）相談の実施、県内企業：就職・転職フェア等に出展</li> <li>常設相談窓口の設置（県大阪事務所内に移住促進・人材確保センターのスタッフを配置）</li> <li>毎月第3金士に出張相談を実施（大阪ふるさと暮らし情報センターで開催）</li> <li>高知暮らしフェア（12月）、他県と連携した移住フェア、就職個別相談会等の開催</li> <li>※コロナの影響で、予定していた高知暮らしフェア（6月）、就職・転職フェア（6,12月）をオンラインに切り替えて開催</li> </ul>					
	<b>大阪・関西万博 開幕</b>					
	<p><b>産業振興計画 第5期</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高知暮らしフェア：ブロックとオンライン6回、東京・大阪1回</li> <li>就職・転職フェア：オンライン、東京・大阪（11月）</li> <li>※高知暮らしフェアと就職・転職フェアを年2回実施予定</li> </ul> <p><b>移住検討初期層を対象としたセミナーや交流会の開催</b></p>					

# 1 ～ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み 行程表 (2 / 3)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  2 関西圏の関係人口への アプローチの強化とUIター ンの促進	<b>産業振興計画 第4期</b>					
	<b>関西戦略 第1期</b>					
<b>関西圏の大学との連携強化によるUIターンの促進</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>・県：関西圏の大学との就職支援協定の締結、大学と連携した本県の就職ガイダンスの実施、大学を通じた学生への情報発信</li> <li>・関西圏の大学：学生への情報発信、本県の就職ガイダンスにおける学生への広報や場所の提供等</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>・協定締結に向けた大学への体系的アプローチ (対象：約30大学、県出身学生数の多い大学から順次訪問)</li> <li>・県内就職に関する情報発信の継続（メール、紙媒体、SNS等）</li> <li>・学生や大学の利便性向上のための「高知求人ネット」学生サイト改修</li> <li>・保護者会や大学主催の就職ガイダンスでの情報発信</li> <li>・協定大学等において、大学のニーズに沿った本県への就職ガイダンスの実施（R4年度：7大学想定）</li> </ul>						
<b>関西圏において雇用型漁業を中心とする漁業就業フェアの開催</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>・県：漁業就業支援センターによる担い手対策を支援</li> <li>・漁業就業支援センター：センター主催の漁業就業フェアを開催</li> <li>・漁業経営体：漁業就業フェアへの出展による就業希望者の掘り起こし、新規就業者による就業希望者へのPR</li> <li>・漁業就業フェアの開催（年1回）</li> <li>・フェアへの集客のための分析・情報発信</li> </ul>						

# 1 ～ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み 行程表 (3 / 3)

	R2年度 (2020)	R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
<b>具体的な施策</b>  3 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	<b>産業振興計画 第4期</b>  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	<b>関西戦略 第1期</b> 関西圏の総領事館を通じた外国人材の確保 ・県：総領事館との関係構築、外国人材の情報収集 ・ベトナムラムドン省と文書での交流を継続 ・ベトナム総領事館への訪問 ・ラムドン省現地を訪問し、人材交流に関するMOU(覚書)を締結 ・初のインド人技能実習生受け入れ実現に向け、総領事館に送り出し機関や送り出し人材の選定を依頼 ・県内監理団体と結びつけ、インド人技能実習生の受け入れを促進	R4年度 (2022) ・総領事館：各国の人材情報の提供 ・MOU(覚書)に基づき、ベトナムラムドン省との人材交流を開始 ・総領事館と連携し、インド人技能実習生や高度外国人材の受け入れを促進	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
		<b>関西戦略 第2期</b> 関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 ・県：海外見本市への出展等商談機会の確保、国内外商社と県内企業とのマッチング ・総領事館：各国の基礎情報及びビジネスに関する情報の提供 ・商社等：海外での営業活動及びアフターフォロー体制の構築 ・インドセミナーの開催(1回) ・インドビジネスセミナーへの参加(2回)	R4年度 (2022) 関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 ・海外経済ミッション団の派遣先国事前勉強会の開催(中央会連携) ・海外経済ミッション団の派遣(インド(1回5社)、ベトナム(1回5社))	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
4 関西圏から本県への企業誘致の推進	<b>あらゆる機会を捉えた幅広い産業分野の誘致対象企業の掘り起こし</b> ・県：情報発信、情報収集 ・ダイレクトメールやホームページによる立地環境等に関する情報発信	<b>関西戦略 第4期</b> あらゆる機会を捉えた幅広い産業分野の誘致対象企業の掘り起こし ・関西機械要素技術展(大阪)への出展(10月、関西圏の企業への情報発信の実施)	R4年度 (2022) 関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 ・海外経済ミッション団の派遣(中央会連携) ・海外経済ミッション団の派遣(インド(1回5社)、ベトナム(1回5社))	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
		<b>様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進</b> ・県：個別訪問等の実施 ・誘致対象企業への個別訪問等による営業活動の実施	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
5 万博等に向けた県民参加の機運の醸成	<b>関西圏の現況や今後の情勢等の発信</b> ・県：大阪・関西万博をはじめとした関西圏の現況や今後の情勢等に関する情報発信の実施 ・シンポジウムの開催 ・セミナーの開催	<b>関西戦略 第4期</b> 関西圏の現況や今後の情勢等の発信 ・大阪・関西万博をはじめとした関西圏の現況や今後の情勢等に関する情報発信の実施	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
		<b>関西戦略 第4期</b> 関西圏の現況や今後の情勢等の発信 ・大阪・関西万博をはじめとした関西圏の現況や今後の情勢等に関する情報発信の実施	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)

大阪・関西万博 開幕

## 2 用語の解説

### アルファベット・数字

用語	解説
CLT	直交集成板 (CLT) は、ひき板を幅方向に並べたものを繊維方向が直交するように積層接着した製品。日本農林規格 (JAS規格) 平成25年12月20日制定、平成26年1月19日施行。CLTは、「Cross Laminated Timber」の略。
DIY	「do it yourself」の略。自分で作ること。日曜大工。
DM	ダイレクトメールの略。ターゲット宛てに郵便物や電子メールを送付し、直にプロモーションを行う手法のこと。
DMO (観光地域づくり法人)	「Destination Management/Marketing Organization」観光地域づくり法人の略称。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、地域観光づくりを実現するための戦略の策定や戦略を実施するための調整機能を備えた法人。
FIT	「Foreign Independent (Individual) Tour (Traveler)」の略。団体旅行に参加せず、航空券などや宿泊施設の手配などを自己手配する海外個人旅行、もしくは外国人の個人旅行者。
Greenツーリズム	農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動。
HACCP	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
IT・コンテンツ関連産業	IT産業 (情報・通信技術に関係する産業)・コンテンツ産業 (漫画や写真、映像、音楽、ゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用した関連産業)。
KVCA	「Kochi Visitors & Convention Association」公益財団法人高知県観光コンベンション協会の略称。高知県が持つ自然、歴史、文化などの様々な資源を活かした観光の振興を総合的に推進することにより、地域経済の活性化を図るため、観光客及びコンベンションの誘致や観光事業等を推進するためのプロモーション事業などを実施するもの。
PDCA (サイクル)	計画 (Plan) を実行 (Do) し、評価 (Check) して改善 (Action) に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。
TOSAZAIセンター	高知県産の木材・木製品の外商体制を強化し、新たな木材需要の拡大と一般製材品からより付加価値の高い木製品の販売・出荷量を増加させるために、平成30年4月に一般社団法人高知県木材協会内に設置された組織。

### あ行

用語	解説
アクティビティ	旅行先での活動、旅行先での体を使った様々な遊び。
アドベンチャーツーリズム	「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の3つの要素のうち、2つ以上で構成される旅行形態。
移住促進・人材確保センター	移住相談と人材確保を総合的に行うため、平成29年7月に設立した法人の名称。県と全市町村、関係団体の参画の下 (設立時社員43団体)、官民一体となった“オール高知”体制で本県産業の担い手となる人材確保に取り組んでいる。
インバウンド	一般的には、外から中に入ってくる意味を持ち (inbound)、観光分野では日本を訪れる外国人旅行者を指す (反対語: アウトバウンド (outbound) … 海外旅行をする日本人)。
ウェブセミナー	インターネットを利用してウェブ上で行うセミナーや講演会、研修。
エクスカーション	団体の遊覧旅行。小旅行。

大阪IR	大阪府及び大阪市がIR整備法に基づき、大阪・夢洲において、大阪・関西圏の持続的な経済成長のエンジンとなる世界最高水準の成長型IRを整備することにより、関西・日本全体の経済のさらなる成長を実現するため、誘致に取り組んでいるもの。
大阪観光局	大阪府、大阪市及び堺市の歴史的、文化的及び経済的特性を活かし、観光事業の振興並びにコンベンションの誘致及び支援等に関する事業を実施する公益財団法人。
大阪・関西万博	2025年日本国際博覧会の略称。いのち輝く未来社会のデザインをテーマとして、2025年4月13日から10月13日までの間、夢洲(大阪府大阪市臨海部)で開催される国際博覧会。

## か行

用語	解説
関係人口	移住した「定住人口」でも、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことで、地域の担い手として期待されている。
高知家の逸品応援の店制度	関西圏には、高知県ゆかりの飲食店等が数多く展開していることから、これら店舗を「高知家の逸品応援の店」として登録してもらい、物販機能や情報発信機能を拡充することにより、県産品の認知度向上及び販売拡大、観光などの情報発信を行う制度。令和3年度から新たに取り組みをスタート。
高知家の魚応援の店制度	東京や大阪などの都市圏で高知県の水産物に関心を寄せる飲食店に「高知家の魚応援の店」として登録してもらい、県内の水産関係事業者とのマッチングを図り、県内水産物の外商を強化する制度。平成26年から開始した。
高知家プロモーション	「高知県はひとつの大家族やき。高知家」のコンセプトコピーのもと「温かい大家族のような高知県」の魅力を全国に発信し、高知を知ってもらい、好きになってもらうことで、県産品の販売拡大や観光振興、移住促進につなげようと平成25年6月から展開しているプロモーション。
高知家ゆる県民倶楽部	高知県ファンや出身者などを対象としたweb会員組織。関係人口の創出・拡大及び移住意識の醸成を目的として県が設立。
高知県園芸品販売拡大協議会	流通の変化や多様な実需者ニーズに対応した県産園芸品の販売拡大を目的に令和2年3月に設立。県とJAグループ高知で構成。
高知県水産物輸出促進協議会	高知県産水産物の輸出促進を目的とした、漁協、水産加工事業者、養殖魚関連企業、物流事業者、水産商社等で構成する団体(平成28年に養殖魚の輸出促進を目的に「高知県養殖魚輸出促進協議会」として設立。令和元年に天然魚の輸出促進も目的に加え、名称を「高知県水産物輸出促進協議会」に改名)。
高知県直販流通外商拡大協議会	直接取引等の多様な流通による県産農畜産物の外商を拡大することを目的に令和2年4月に設立。県とJAグループ高知、(一財)高知県地産外商公社で構成。
高知野菜サポーター	県内外に県産園芸品のPRを幅広く展開することが期待できる者(野菜ソムリエ等)で、高知県園芸品販売拡大協議会が登録した者をいう。

## さ行

用語	解説
サステナブルツーリズム	UNWTO(国連世界観光機関)においては、「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義。この定義に基づき、高知県は「地域の文化や環境を守りつつ、ありのままに日常を体験し味わうことで、訪問客と地域社会がともに恩恵を受ける観光」を目指すべきサステナブルツーリズムとしている。
ジェトロ	「Japan External Trade Organization」日本貿易振興機構の略称。国際見本市の開催、輸出促進への協力などを行う。
食品安全マネジメントシステム	国際的な食品衛生管理規格に求められる3つの大項目の一つ(食品安全に関する組織における責任権限の明確化、食品事故対応マニュアルの整備など)
スポーツツーリズム	スポーツの参加や観戦を目的として地域を訪れたり、地域資源とスポーツを融合した観光を楽しむツーリズムスタイル。
製造業ポータルサイト	高知県内の製造業者の登録企業から提供される製品・技術等の情報を高知県が公開し、企業間取引を支援するサイト。

## た行

用語	解説
土佐材パートナー企業	県外における販路拡大に向け、土佐材の知名度向上につながる普及・PR活動を自ら積極的に行う工務店、建築会社、設計事務所及び住宅関連企業等(県への登録制)。
土佐の観光創生塾	地域が主体となった観光地域づくりを進めるため、観光事業に携わる事業者や個人を対象に高知県が開催するスキルアップと旅行商品づくりを学ぶ事業。
とさのさと	JAグループ高知の出資によりH30年に設立された(株)とさのさとが運営する「JAファーマーズマーケット」。大量量販店を併設し、県内各地から農産物・加工品などを集荷し、販売する大規模直販所。
とさのみせ	関西圏における高知県の食材等を取り扱う飲食店、小売店及び高知県出身者が経営される店舗を「とさのみせ」として登録してもらい、観光PRなどに協力をいただいている店舗の総称。

## な行

用語	解説
日本国際博覧会協会	正式名称は、「公益法人2025年日本博覧会協会」。2025年日本国際博覧会「大阪・関西万博」の準備及び開催運営を行い、博覧会を成功させることをもって国際連合の掲げる持続可能な開発目標(SDGs)の達成に貢献するとともに日本の産業及び文化の発展を目指すことを目的に、2019年1月に国・地方自治体・経済界の協力の設立された団体。
日本みどりのプロジェクト	日本各地の自然資源(みどり)を核に都市と地方が連携し、ウィズコロナ時代における自然豊かな地方での様々な事業・しごとの創出を行うことを通じて、持続可能な社会経済モデルへの転換と脱炭素社会・SDGs実現を目指す産官学連携のプラットフォーム。

## は行

用語	解説
バーチャルツーリズム	現地の観光地とライブで繋がり仮想で観光体験を楽しむオンラインツアーなど。
パートナー量販店	都市圏を中心に、「高知青果フェア」の開催や、バイヤーや青果担当者の産地視察等を通じて、本県の園芸品や環境保全型農業の取り組みのPRに協力いただいている県外の量販店。
ハラール	イスラム法で許された項目。イスラム法上で、行って良いことや食べることが許される食材や料理を指す。
販売拠点量販店	環境保全型農業など本県農業の取り組みを理解し、県産園芸品の販売拡大のために高知フェアの開催など積極的な販売促進を行う量販店。
包括協定企業	相互に業務の連携及び協力をする事により、高知県の産業振興等による地方創生を図ることなどを目的に、包括協定を締結した企業。
防災ポータルサイト	高知県防災関連登録製品・技術の情報を高知県が公開し、企業間取引を支援するサイト。

## ま行

用語	解説
マーケティングオートメーション	顧客管理、ウェブの解析、メールマガジンの配信といったマーケティング施策を自動化することで、効果的なマーケティング活動を可能とする仕組み。
マネキン	店頭において、食品の試食・実演販売などにより各種商品の宣伝・販売促進にあたる販売員(宣伝販売促進員)。
木材利用推進全国会議	国産木材の積極的な利用の推進を目的として、令和元年11月に全国の経済同友会(会員所属法人を含む)、行政機関、林業・木材関係団体により組織された団体。

## ら行

用語	解説
流通拠点企業	県内の製材事業者等で組織する土佐材流通促進協議会と協定を締結し、県外で土佐材を取り扱う企業。木材市場、木材問屋、運送事業者など。
リョーマの休日	平成24年から展開する高知県観光キャンペーン。このキャンペーンのもと、自然、歴史、食をテーマに博覧会などを実施。
龍馬パスポート	リピーターの獲得や地域への周遊促進を図るため、観光施設などの割引等が受けられるクーポン機能や、抽選で賞品が当たるプレゼント機能、観光情報発信機能を持つ観光パスポート。

## や行

用語	解説
野菜ソムリエ	野菜・果物の知識を身につけ、その魅力や価値を社会に広めることができるスペシャリスト。一般社団法人日本野菜ソムリエ協会が認定する民間資格。

## わ行

用語	解説
ワーケーション	ワーク(労働)とバケーション(休暇)を組み合わせた造語。観光地やリゾート地でテレワークを活用し、働きながら休暇をとる過ごし方。

## < 参考資料 >

## 1 関西・高知経済連携強化アドバイザー会議の構成等

### (1) 関西・高知経済連携強化アドバイザー会議メンバー

氏名	所属・役職
こばやし てつや 小林 哲也	近鉄グループホールディングス株式会社 代表取締役会長 グループCEO
つだ うしお 津田 潮	一般社団法人大阪府木材連合会 会長 〔 津田産業株式会社 〕 社長
とよはら じゅんじ 豊原 淳司	関西土佐会 会長 〔 大阪中央青果株式会社 〕 常務取締役
にしだ じゅんいち 西田 淳一	元大阪府商工労働部 部長
はしづめ やすよし 橋爪 康至	株式会社うおいち 代表取締役社長
ふかの ひろゆき 深野 弘行	公益財団法人 日本デザイン振興会 理事長
ふるいち たけし 古市 健	一般社団法人関西経済同友会 代表幹事 〔 日本生命保険相互会社 〕 代表取締役副会長
みうら さとる 三浦 覚	関西エアポート株式会社 常務執行役員
みぞはた ひろし 溝畑 宏	公益財団法人大阪観光局 理事長

(R4.3月末時点 敬称略・五十音順)

## (2) 関西・高知経済連携強化アドバイザー会議設置要綱

### (目的)

第1条 大阪・関西万博等を控えて経済活力に満ちている関西圏との連携を強化し、県経済のさらなる活性化につなげることを目指して策定・実行する「高知県関西・高知経済連携強化戦略」(以下「戦略」という。)を、効果的かつ実効性あるものとするため、高知県関西・高知経済連携強化アドバイザー会議(以下「会議」という。)を設置する。

### (役割)

第2条 会議は、次に掲げる役割を担う。

- (1) 戦略の策定・実行にあたって助言を行うこと。
- (2) 戦略の改訂にあたって助言を行うこと。
- (3) その他アドバイザー会議の目的を達成するために必要な提言・助言を行うこと。

### (メンバー等)

第3条 会議のメンバーは、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 関西における経済に関して知識、経験を有する者
- (2) 関西における行政に関して知識、経験を有する者
- (3) その他知事が必要と認める者

2 メンバーの任期は、令和6年3月31日までとする。

3 知事は、必要があると認めるときはメンバー以外の者の出席を求め、意見等を聴くことができる。

### (会議)

第4条 会議は、知事が招集する。

2 会議の進行は高知県産業振興推進部長が務める。

3 会議は公開とする。ただし、知事が特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。

4 知事が必要であると認めるときは、会議開催によらず、個別にメンバーから意見を聴取することができる。

### (事務局)

第5条 会議の事務局は、産業振興推進部地産地消・外商課に置く。

### (雑則)

第6条 この要綱に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、知事が別に定める。

#### 附則

この要綱は、令和2年6月19日から施行する。

#### 附則

この要綱は、令和2年8月31日から施行する。

## 2 関西圏外商強化対策協議会の構成等

### (1) 関西圏外商強化対策協議会委員

分野	氏名	所属・役職
食品	竹中 義博	(株) とさのさと 代表取締役社長
	福島 徹	旭食品(株) 取締役 経営企画本部 本部長
	山本 力	高知県加工業交流促進協議会 会長 (有) タカシン水産 代表取締役)
農業	青木 厚林	高知県農業協同組合 営農販売担当専務
林業	小原 忠	一般社団法人高知県木材協会 専務理事
水産業	米沢 守	高知県漁業協同組合 専務理事
商工業 (防災関連)	濱田 英明	高知県防災関連産業交流会 防災関連製品キャラバン隊 (有) 丸英製紙 代表取締役社長)
観光	浜崎 洋	公益財団法人高知県観光コンベンション協会 国内誘致部長
物流	松崎 繁	ヤマト運輸(株) リテール事業本部高知主管支店 主管支店長
有識者	松崎 了三	高知県公立大学法人高知工科大学 地域連携機構特任教授 田舎まるごと販売研究家
	吉富 慎作	特定非営利活動法人土佐山アカデミー 事務局長

(R4.3月末時点 敬称略)

## (2) 関西圏外商強化対策協議会設置要綱

### (設置目的)

第1条 関西圏における農林水産物、加工食品、工業製品等の外商拡大に向けて、関西・高知経済連携強化戦略の磨き上げや効果的な実施につなげるため、各産業分野の関係者、有識者等から幅広く意見を聴取する高知県関西圏外商強化対策協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

### (活動)

第2条 協議会では、次の事項について協議する。

- (1) 県産品の効果的な地産外商の手法
- (2) 県産品、観光、移住に関する効果的な情報発信の手法
- (3) その他目的を達成するために必要な事項

### (委員)

第3条 協議会の委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 食品、農業、林業、水産業、商工業、観光、物流の関係者
  - (2) 学識経験者
  - (3) その他知事が必要と認める者
- 2 委員の任期は、令和6年3月31日までとする。但し、知事が必要と認める場合は、任期の延長ができるものとする。
- 3 知事は、必要があると認めるときは委員以外の関係者の出席を求め、資料の提出、意見の表明、説明その他の協力を求めることができる。

### (会議)

第4条 協議会は、知事が招集する。

- 2 協議会は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
- 3 協議会は公開とする。ただし、協議会において特に必要と認める場合は、非公開とすることができる。
- 4 第3条第1項第1号に定める委員が協議会を欠席する場合、知事は当該委員の申し出により代理出席を認めることができる。

### (事務局)

第5条 協議会の事務局は、高知県産業振興推進部地産地消・外商課に置く。

### (雑則)

第6条 この要綱に定めるもののほか、協議会の運営に関して必要な事項は、別に定める。

### 附則

この要綱は、令和4年1月28日から施行する。

## 高知県関西・高知経済連携強化戦略 ver. 2

～関西圏の活力を本県経済の活性化につなげるプロジェクト～

令和4年3月

高知県産業振興推進部地産地消・外商課  
〒780-8570 高知市丸ノ内1丁目2-20

TEL : 088-823-9770

FAX : 088-823-9262

E-mail : 120901@ken.pref.kochi.lg.jp

<https://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120901/>