



©Expo 2025

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・高知経済連携強化戦略」を令和3年3月に策定
- ◆推進す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く取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを強化し、「オール高知」の態勢により展開

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。

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

- 拡 自然・体験型観光基盤を活用したツーリズムの推進
- 拡 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出
- 拡 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関西へのセールス&プロモーション

- 関西の拠点での観光情報の発信
- スポーツを通じた交流人口の拡大
- 新 連続テレビ小説を最大限に生かしたセールス&プロモーション

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)
- 拡 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「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。

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	<ul style="list-style-type: none"> 拡 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	<ul style="list-style-type: none"> 拡 卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大 拡 「高知家の魚応援の店」との関係強化による県産水産物の販売拡大 拡 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 	
食品	<ul style="list-style-type: none"> 拡 量販店等と連携した販売拡大 拡 リアルな商談機会の拡充 等 	<ul style="list-style-type: none"> 新 食や観光等の情報発信 新 ECを活用した県産品の販売拡大 等
林業	<ul style="list-style-type: none"> 拡 木材利用推進全国会議(経済同友会、企業、自治体等)の関西圏の会員を通じた提案型営業の強化 拡 流通拠点企業と連携した外商活動の強化 等 	<ul style="list-style-type: none"> 拡 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 拡 店舗・オフィス等への内装木質化等の営業活動の強化
商工	<ul style="list-style-type: none"> 拡 商社や包括協定企業と連携した外商活動の強化 拡 関西圏の自治体等と連携した防災関連製品・技術の認知度向上 	

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

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

戦略2 関連施設等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
- 拡 多様な食文化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

- 拡 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施
- 拡 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

- 拡 高知家を活用したプロモーションの展開
- 拡 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
- 拡 関係人口へのアプローチの強化とU I ターンの促進
- 企業誘致の推進
- 新 アンテナショップの開設準備

アンテナショップを核とした「オール高知」態勢による展開

観光客の誘致や外商の促進により経済活力を向上

大阪・関西万博等の大規模プロジェクトに向けて高ま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、**3つのプロジェクト**に基づく取り組みと、各プロジェクトを横断的に支える取り組みを「**オール高知**」の態勢により展開

1 観光推進プロジェクト

◆ **コロナ禍における国内旅行やインバウンドの本格再開**に対応したさらなる観光の推進

- 連続テレビ小説を最大限に生かした観光博覧会「**牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～**」の開催
 - ・ 牧野博士ゆかりの地（神戸市）と連携したプロモーションやイベントの実施
- 関西国際空港など主要空港の**国際線定期便の回復**に対応した誘客の促進
 - ・ **大阪観光局や関西エアポート等と連携**した誘客プロモーションやマーケティングの実施



食や観光等の情報発信拠点となる**アンテナショップ**の開設準備

2 食品等外商拡大プロジェクト

◆ **関西圏のパートナーとの連携**などによるさらなる外商活動の強化

- 農業分野**
 - 卸売市場等と連携した**量販店等への重点品目の販売強化**や**農水連携フェア**の開催
 - 卸売市場や野菜サポーターとの連携による**中食や冷凍食品への提案強化**
- 水産業分野**
 - 量販店や飲食店チェーンにおける**農水連携フェア**の開催
 - 水産物輸出促進コーディネーターの配置や卸売市場関係者等との連携による**輸出拡大**
- 食品分野**
 - **関西大手グループ企業と連携した高知フェア等**の開催
 - **関西版県産品商談会**や**産地視察**の実施
 - 県産品を取り扱う事業者のE Cサイトの商品情報を集約した**ポータルサイトの構築**
- 林業分野**
 - 非住宅建築物の内装空間の木質化等を促進するための**プランナーやデザイナー等とのネットワークの構築**
 - **木造建築関連イベント等への出展**の強化
- 商工業分野**
 - **大阪・関西万博と連携した大規模見本市への出展**や**関西圏バイヤー向け現地視察商談会**の開催
 - **防災関連工法・技術等をPRするセミナー**の開催や**関西圏の自治体等と連携した防災関連イベント等への参加**



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**

- 関連施設での**県産木材利用促進**に向けた**製材品等の供給力の強化**
- **催事参加に向けた具体的検討**



©Expo 2025

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

◆ **関西戦略の取り組みの拡大に向けた機運の醸成と情報発信の強化**

- プロモーションの強化（**メディアネットワークの強化**、**著名人の活用**）
- キッチンカーを活用した**高知の食体験機会**の創出及び**観光等の情報発信**
- 関係人口へのアプローチの強化と**U I ターン**の促進（**デジタルマーケティング等の活用**）

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。

数値目標

関西圏からの観光客入込数 直近値(R3)75.6万人⇒目標値(R5) 121万人以上※県推計値
 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数 直近値(R3)0.3万人泊⇒目標値(R5) 3万人泊

連続テレビ小説を生かした観光振興「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」



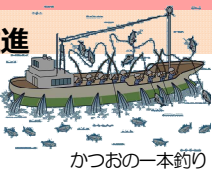
令和5年4月から放送される連続テレビ小説を県観光の振興に最大限に生かすとともに、ひたすら草花を愛しつづけた牧野博士の精神や功績を後世に引き継いでいく取り組みを推進する中で、「高知ならではの魅力」を訴求していく。

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

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

：地域の持続可能な発展を支える観光地づくりを推進することで、高知版サステナブルツーリズムを確立する
 ※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、訪問客と地域社会がともに恩恵を受ける観光



かつおの一本釣り

(2) Greenツーリズムの推進

：「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



七ヶ-ロード

(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



マリ-アクティビティ

(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のコース等の拡充、ワーケーションに取り組む施設を支援

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

【拡】デジタルデータ等に基づいた稼げる滞在型観光プランづくり
 ○ 宿泊施設の魅力向上や付加価値の高い観光商品づくりへの支援

3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出

【拡】山・川・海の自然・体験型観光の更なる磨き上げ
 ○ 大阪を起点とした四国周遊ルートの拡充
 ○ 関西圏の港（大阪港等）と連携したクルーズ船航路誘致
 【拡】万博と高知を結び付けた旅行商品づくり



ラフィング

関西圏からの入込 全体の第2位(約30%)

まいど、おおきに

関西空港in・outの訪問客が多い

甘きペリマツ

戦略2 より一層の誘客を目指した関西へのセールス&プロモーション

1 関西の拠点での観光情報の発信

- (1) 交通結節点や大阪中心部でのデジタルサイネージによる情報発信
- (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)



大阪観光局との連携協定



2 連続テレビ小説を最大限に生かしたセールス&プロモーション

- (1) 話題化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(大規模見本市への出展等)
- (2) 「牧野博士の新休日～らんまんの舞台・高知～」によるプロモーション
【新】観光博覧会の開催、牧野博士ゆかりの地(神戸市)と連携した共同プロモーション・PR(六甲高山植物園特別企画等)
- (3) 産学官民連携プラットフォーム「日本みどりのプロジェクト」と連携したプロモーション
- (4) セールス活動の実施(観光説明会の開催、関西の旅行エージェントへの個別訪問)
- (5) ワー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

3 スポーツを通じた交流人口の拡大

○ 戦略的なアマチュアスポーツ合宿等の誘致強化



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)

○ 観光案内所等でのパンフレットの配布や大阪観光局HPでの情報発信

2 国外に向けたセールス&プロモーション

- (1) 【拡】大阪・関西万博や大阪IR等を見据えた大阪観光局や関西エアポート等と連携した誘客プロモーションの実施
：大阪観光局アプリと連動したプロモーションや関西国際空港を起点とするプロモーションの充実
- (2) 【拡】重点国・地域別の誘客戦略に基づく本県観光の魅力を伝えるプロモーションの推進
- (3) 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
- (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
- (5) 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) 【新】外国人観光客マーケティングの実施(大阪観光局との共同マーケティング調査、関西エアポートが保有するビッグデータの活用)



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「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。

数値目標

農業分野 ○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(R4)：94億円 ▶目標値(R5)：120億円	水産業分野 ○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間) 直近値(R3)：0.7億円 ▶目標値(R5)：2.0億円	○関西圏の卸売市場関係者等を經由した水産物の輸出額(年間) 直近値(R3)：0.8億円 ▶目標値(R5)：1.0億円	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(R3)：13.0億円 ▶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(R3)：2.6万㎡ ▶目標値(R5)：3.1万㎡	商工業分野 ○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(R3)：13.3億円 ▶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) **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
拡 卸売市場等と連携した量販店等への重点品目の販売強化や農水連携フェアの開催
- (2) **卸売市場関係者と連携**した量販店等への販売拡大
拡 量販店及び飲食店チェーンにおける農水連携フェアの開催
- (3) **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
新 水産物輸出促進コーディネーターの配置や卸売市場関係者等との連携による新規販路の開拓、販売促進
- (4) **量販店等と連携した販売拡大**
新 関西大手グループ企業と連携した高知フェア等の開催
- (5) **卸売業者とのネットワークを活用**した外商拡大
 ・卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大
- (6) **リアルな商談機会**の拡充
拡 大規模展示商談会への出展機会の拡大（出展小間数4→8）
新 関西圏版県産品商談会や産地視察の実施 等



非食品関係

- (1) **木材利用推進全国会議の関西圏の会員を通じた提案型営業**の強化
新 非住宅建築物の内装空間の木質化等を促進するためのプランナーやデザイナー等とのネットワーク構築に向けた取り組みの推進
拡 木造建築関連イベント等への出展の強化 等
- (2) **商社や包括協定企業と連携**した外商活動の強化
新 有望バイヤーを招へいする現地視察商談会の開催
新 防災関連工法・技術等をPRするセミナーの開催
- (3) **関西圏の自治体等と連携**した防災関連製品・技術の認知度向上
 ・関西圏の自治体への高知県防災関連製品・技術のPR
新 防災関連イベント等への参加による自主防災組織等へのPR 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) **「高知家の魚応援の店」等と連携**した県産品の認知度向上及び販売拡大
 ・登録店舗におけるキャンペーンや高知フェアの開催
- (2) **「高知家の魚応援の店」との関係強化**による県産水産物の販売拡大
拡 取引の拡大が見込める店舗への重点的な直接訪問による営業活動
拡 産地見学会や高知フェアの拡充（産地見学会1回→2回、高知フェア100店舗→150店舗） 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

- **デジタル技術を活用した**営業活動の促進 等

食品関係

- (1) **食や観光等の情報発信**
新 アンテナショップの設置に向けた設計・工事等の開設準備
新 キッチンカーを活用した高知の食体験機会の創出及び観光等の情報発信
- (2) **ECを活用した**県産品の販売拡大
新 県産品を取り扱う事業者のECサイトの商品情報を集約したポータルサイトの構築

- 拡**(3)卸売市場や野菜サポーターとの連携による中食や冷凍食品業者等への提案強化 等

3 万博・I R連携プロジェクト

戦略の方向性

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。

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

出典：大阪・関西万博の概要
(経済産業省作成)

大阪I R

■ 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

出典：大阪I R整備計画
(大阪府・大阪市作成)



©Expo 2025



「提供：2025年日本国際博覧会協会」

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

- ④ 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関西へのセールス&プロモーション(再掲)
- ④ 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

- ④ 万博事務局との連携強化や全国知事会等からの継続的な情報収集
- ① 催事参加に向けた具体的検討

戦略2 関連施設等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

1 県産食材の活用に向けた営業活動の実施

- ・ 営業参加予定の事業者等からの情報収集や連携に向けた企画提案

2 関西圏のパートナーと連携した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

- ④ アドバイザーの設置による多様な食文化に対応する国内外向けの商品づくりへの支援の強化

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 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施

- ① 県外集成材メーカー等に向けた集成材・CLT用ラミナ及び製材品の供給力の強化
- ① 関西圏の事業者との連携による万博関連施設への県産材利用の促進

2 関連施設の整備における県内企業の技術の活用

- ① 防災関連工法・技術等をPRするセミナーの開催(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) S

パビリオン等建設工事・展示物設置

※戦略3関連

R5 (2023)

催事参加募集(劇場、広場、展示体験等)

※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I R

R5 (2023)

区域整備計画の認定

R11 (2029)

開業