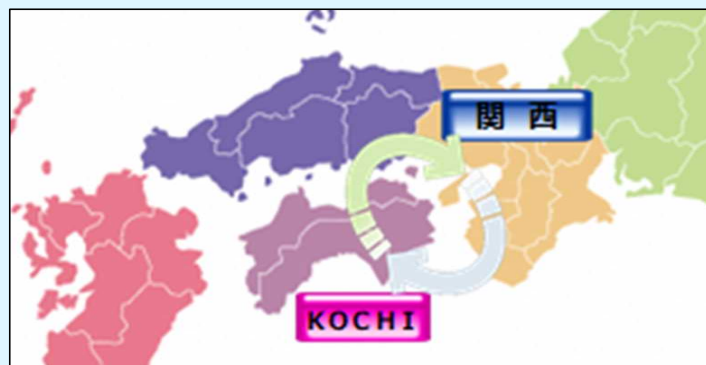


## 開催スケジュール

日程	内容
6月22日～23日 7月28日～30日	<p>○事前インタビュー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県の関西圏での取り組みについて</li> <li>・関西と高知の経済連携強化に向けた考え方</li> </ul>
9月2日	<p>○第1回関西・高知経済連携強化アドバイザー会議</p> <p>以下について説明後、意見交換</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高知県産業振興計画の取り組み及びその成果</li> <li>・関西と高知の経済連携強化の方向性</li> </ul>
10月27日	<p>○第2回関西・高知経済連携強化アドバイザー会議</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「関西・高知経済連携強化戦略(仮称)の骨格」について意見交換</li> </ul>
3月26日	<p>○第3回関西・高知経済連携強化アドバイザー会議</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「関西・高知経済連携強化戦略(仮称)(案)」及びR3年度の取り組みについて意見交換</li> </ul>



## 会議メンバー

敬称略・五十音順

氏名	所属・役職
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
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
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
西田 淳一	独立行政法人中小企業基盤整備機構 国際化支援アドバイザー 中小企業支援アドバイザー 〔元大阪府商工労働部〕 部長
橋爪 康至	株式会社うおいち 代表取締役社長
深野 弘行	一般社団法人関西経済同友会 代表幹事 〔伊藤忠商事株式会社〕 専務理事
三浦 寛	関西エアポート株式会社 常務執行役員
溝畑 宏	公益財団法人大阪観光局 理事長

## 「関西・高知経済連携強化戦略（仮称）」の考え方

- R7年(2025年)の大阪・関西万博の開催を見据えた戦略を策定
- 戦略に基づく個々の取り組みの期間は、R3年度からR5年度までの3年間（第4期高知県産業振興計画の終期と連動）
- 数値目標として、3年後（R5年度）を設定
- 進捗管理及び推進体制等 ※原則として、産業振興計画のスキームを踏襲

### ①進捗管理

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推進体制

庁内：産業振興推進本部（本部長＝知事）等  
外部：フォローアップ委員会（委員＝外部有識者）



左記①・②に加え、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に関する検討を実施

## 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、関西圏と連携した取り組みを進める。

柱1 withコロナ、after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

柱2 より一層の誘客を目指した関西在住者を含む国内旅行者に対する高知観光の訴求

柱3 大阪・関西万博を見据えた関西との連携によるインバウンド施策の展開

## 2 食品等外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、人口や様々な産業が集積する「**関西圏との連携強化**」により各産業分野の外商拡大の取り組みを進める。

柱1 パートナーとの連携強化による外商拡大

柱2 人材の確保と誘致

## 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**」とし、本県への観光客の誘致や県産品等の外商拡大の取り組みを進める。

柱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

柱2 関連施設での県産食材の活用

柱3 関連施設の整備にあたっての木材の活用等

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

## アドバイザーからの意見等

### ■ 関西在住の方及び関西圏に訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

withコロナ、afterコロナの時代に「なぜ今、高知なのか」ローカルだがグローバルな視点が必要

- ① 高知を旅先として選ぶ動機付けと、思い切ったブランディングが大事
- ② マーケティングによる観光資源の掘り起こしと受入環境の整備や、KPIの設定に基づき、生産性と収益性を高める稼ぐ体制づくり
- ③ 高知のポテンシャルを生かして、トップレベルのエコツーリズムを確立し、SDGsを実現
- ④ ワンワードでの情報発信  
「自然との共生」「日本一の○○」
- ⑤ 日本一の指標をピックアップし、四季毎にオンリーワンのベストプランを設定  
日本一の野鳥類・魚種「バードウォッチング・ダイビング」、日本一の水質「仁淀ブルー」、森林率日本一「森林ヨガ」など
- ⑥ テーマとコンテンツを組み合わせた個性的なストーリーで都市部に訴求
- ⑦ 出口戦略として「みどりのプラットフォーム」と連携

### 滞在・体験型の魅力的な旅行商品の造成

- ⑧ 滞在・体験型の魅力的な旅行商品の造成  
自然豊かな場所で長期滞在できる仕組みづくりや、高知でしか体験できない娯楽を作り上げる、非日常を求める方々向けのスポーツ系や癒やし系の自然体験コース、歴史向けの巡回コース

### 国際観光の推進

- ⑨ 四国4県が連携したプロモーション（巡礼の地「四国遍路」など）
- ⑩ 増加傾向にある関西空港からレンタカーを利用する外国人観光客の誘致

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、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

### 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数

#### 柱1 withコロナ、after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) 地域の強みやポテンシャルを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを推進
- (2) 新しい旅行スタイルに対応する自然や体験資源を生かした自然と体験型の観光基盤の整備を支援
- (3) 新しい生活様式に対応する観光関連施設や宿泊施設等の受入環境整備、高付加価値化の取り組みを支援
- (4) 自然体験型観光資源を生かしたワーケーションの推進

#### 柱2 より一層の誘客を目指した関西在住者を含む国内旅行者に対する高知観光の訴求

##### 1 関西と地方都市を結ぶ新たな観光ルート・ツーリズムの開発

- (1) 大阪をハブとする超広域周遊ルートの形成に向けて高知県の強みを生かしたコンテンツや滞在型プランを提案し、国内外から観光客の誘致を図る
- (2) 大阪港と広域連携することで、同港（大阪市所管）を発着港とする太平洋側のクルーズルートを開発し、国内外の船会社等に共同提案し、客船を誘致

##### 2 国内に向けたセールス&プロモーション

- (1) 「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」のコンセプト「あなたの、新休日。」を前面に出したセールス&プロモーションの実施（「高知の山曜日」など）
- (2) 大阪観光局と連携した展示会や商談会の活用

##### 3 関西の拠点での観光情報の発信

- (1) 関西空港や新大阪駅の観光案内所、高知県テーマの飲食店等での情報発信を検討
- (2) 大阪観光局等のネットワークを活用した情報発信を検討

##### 4 高知龍馬空港発着路線の活用

- 関西・伊丹・神戸の3空港内での観光PRを検討

##### 5 森林等を活用したツーリズムの研究

- 「みどりのプラットフォーム協議会」の設立準備委員会に参画

##### 6 観光人材の育成・交流



#### 柱3 大阪・関西万博を見据えた関西との連携によるインバウンド施策の展開

##### 1 関西と地方都市を結ぶ新たな観光ルート・ツーリズムの開発 (再掲)

##### 2 国外に向けたセールス&プロモーション

- (1) 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&プロモーションを展開
- (2) 訪日旅行に関心のある方々に向けて、本県観光の魅力ダイレクトに伝えるプロモーションを推進
- (3) 海外セールス拠点等を活用した関西空港を利用する旅行商品づくりと販売促進
- (4) 大阪観光局等と連携した海外の市場及び旅行会社、メディアの新規開拓（ポスト東アジア市場）
- (5) 大阪観光局と連携した展示会や商談会の活用 (再掲)

##### 3 関西の拠点での観光情報の発信 (再掲)

##### 4 高知龍馬空港発着路線の活用 (再掲)

I 大阪観光局と高知県、高知県観光コンベンション協会の連携協定を締結

II 関西エアポートとの間でも、実務者レベル検討会を設置

アドバイザーからの意見等

### ■農・水・食品分野における外商拡大

- ①卸売市場との連携強化による量販店や飲食店への販売拡大、仲卸を対象にした産地招聘の拡充
- ②量販店や百貨店への販促資材等の支援
- ③高知県テーマの飲食店等でのフェア開催
- ④「応援の店」のオーダーに対応できる体制等の確保
- ⑤食品卸売会社との連携による商品開発
- ⑥関西市場関係者と連携した輸出の拡大



近距離に位置し、人口や様々な産業が集積する「**関西圏との連携強化**」により各産業分野の外商拡大の取り組みを進める

### 柱1 パートナーとの連携強化による外商拡大

#### 農業分野

数値目標	重点品目	連携する関西パートナー	具体的な取り組み方策
○関西圏の販売拠点量販店における重点品目の販売額  ●●億円	○なす ○にら ○みょうが ○文旦	○市場関係者 ○仲卸	○関西圏の市場を経由した重点品目の販売拡大 ・市場関係者と連携した販売拠点量販店の店舗数増加及び販売拡大に向けた仲卸の産地招聘の実施 ・市場関係者、仲卸と連携した販売拠点量販店における高知フェアや野菜ソムリエ・高知野菜サポーターによる試食販売の開催
○関西圏での重点品目の販売額	○高知の逸品(メロン、トマト等)	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	○大規模直販所「とさのさと」を活用した「高知の逸品」の外商拡大 ・営業活動の強化

#### 水産業分野

数値目標	重点品目	連携する関西パートナー	具体的な取り組み方策
○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額	○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 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	○関西圏の卸売市場関係者と連携した応援の店や量販店等への販売拡大 ・販促資材の提供、マネキン派遣等のサポートを強化 ○応援の店への外商支援体制の強化 ・関西を拠点に外商支援を行うマンパワーの確保
○関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額	○養殖魚(クロマグロ等) ○鮮魚(キンメダイ等)	○卸売市場関係者	○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 ・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 ・「水産物輸出促進協議会」メンバーの海外見本市、商談会への参加を支援

### アドバイザーからの意見等

#### ■農・水・食品分野における外商拡大

- ①卸売市場との連携強化による量販店や飲食店への販売拡大、仲卸を対象にした産地招聘の拡充
- ②量販店や百貨店への販促資材等の支援
- ③高知県テーマの飲食店等でのフェア開催
- ④「応援の店」のオーダーに対応できる体制等の確保
- ⑤食品卸売会社との連携による商品開発
- ⑥関西市場関係者と連携した輸出の拡大

### 食品分野

数値目標	重点品目	連携する関西パートナー	具体的な取り組み方策
○地産外商公社の活動による関西圏での成約金額	○業務用食品	○包括協定企業 ○大手卸売業者	○関西圏での大規模開発を契機とした外商拡大 ・包括協定企業等と連携した百貨店、ホテル、商業施設等への外食、中食向け業務用食品の外商拡大 ◆営業活動の強化、高知フェアの開催等 ※大規模開発：うめきた2期地区開発 大阪上本町再開発 等
		○大手産業給食業者	○関西圏に本社を置く産業給食業者とのつながりを活用した外商拡大 ・高知フェアの開催
	○小売用食品	○大手卸売業者	○関西圏に本社を置く大手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展による販売拡大 ・同行営業による販路開拓 ・卸売業者と連携した市場ニーズに訴求する新たな商品づくりへの支援
	○業務用及び小売用食品	○高知県テーマの飲食店やショップ	○高知県テーマの飲食店等での取扱額の拡大及び情報発信等の機能強化に向けた営業活動の推進 ○店舗のネットワーク化による統一キャンペーンの実施



## アドバイザーからの意見等

### ■ 木材の利用促進

- ① 2×4、NLT (Nail Laminated Timber) などの素材の供給
- ② 木材利用の健康面へのアピール
- ③ 都市部の自治体との木材利用に係る協定の締結
- ④ 木材需要増加に向けた取り組み (木製塀への転換等)

### ■ 商工業分野における外商拡大

- 県外自治体における工事発注などの情報提供

### ■ 事業承継の取り組み

- M&Aも含めた事業承継の取り組み

## 林業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な取り組み方策
○ 関西圏への土佐材出荷量	○ 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 (328) で構成する団体	○ 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 ・ 木材に関する高知県と関西圏の歴史的な繋がりと併せて土佐材利用を提案…① ◆ 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 ・ 新たな木質資材による中高層木造建築の提案…② ・ 木材利用の健康面へのアピール…③ ・ 森林環境税を活用した木材利用の取組への提案
		○ 流通拠点企業  ※ 流通拠点企業は、木材製品市場、木材問屋等	○ 関西圏の流通拠点企業と連携した外商活動の強化 ・ 土佐材展示会の開催 ・ 流通拠点への効率的な共同輸送の支援
		○ 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	○ 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 ・ パートナー企業等が企画する産地見学会などの土佐材PR活動を支援 ・ 消費地商談会の開催 ・ 上記①～③ (再掲)

## 商工業分野

数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	具体的な取り組み方策
○ 高知県産業振興センター大阪事務所の外商支援による成約金額	○ 防災関連製品をはじめとする工業製品・技術	○ 商社 ○ 包括協定企業	○ 関西圏の商社と連携した外商活動の強化 ・ 自治体に入札権を有する商社との意見交換会 ・ 商社と連携した見本市等への誘客及び商談 ○ 関西圏の包括協定企業と連携した外商活動の強化 ・ 包括協定企業と連携した大規模見本市への共同出展 ・ 包括協定企業を通じた販路開拓等

## 柱2 人材の確保と誘致

- (1) **IT人材の呼び込み**  
・ 関西版の人材・企業ネットワークを構築し、関西からIT人材を呼び込む
- (2) **人材確保の取り組みの強化**  
・ 就職支援協定大学を中心とした県内企業への就職及びUIターン就職の促進
- (3) **事業承継の取り組み**  
・ 承継先候補となる関西圏の企業とのマッチング

等

## アドバイザーからの意見等

## ■ 県産食材の活用

- ①食品衛生管理の高度化
  - ・食材に対する国際的な認証（衛生管理、資源管理等）取得など、衛生管理の高度化に向けた支援
  - ・ハラールへの対応
- ②富裕層を対象とした県産食材等の提供

## ■ 県産材の利用促進

- 地盤改良やパビリオンへの木材利用に係る日本国際博覧会協会への提言

# EXPO 2025

OSAKA, KANSAI, JAPAN



提供：経済産業省

大阪・関西万博やIRなどの「**大規模プロジェクトを契機**」とし、本県への観光客の誘致や県産品等の外商拡大の取り組みを進める

## 柱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

- (1) 関西と地方都市を結ぶ新たな観光ルート・ツーリズムの開発 (再掲)
- (2) 国内に向けたセールス&プロモーション (再掲)
- (3) 国外に向けたセールス&プロモーション (再掲)
- (4) 関西の拠点での観光情報の発信 (再掲)
- (5) 高知龍馬空港発着路線の活用 (再掲)
- (6) 森林等を活用したツーリズムの研究 (再掲)

## 柱2 関連施設での県産食材の活用

- (1) 県産食材の活用に向けた**営業活動**の実施
- (2) 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

## 柱3 関連施設の整備にあたっての木材の活用等

## 1 関連施設での県産材の活用

- 木材利用促進に向けた提案の実施**
  - ・「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）」による日本国際博覧会協会への提案
  - ・万博、I Rの実施主体や参加企業等への提案 等

## 2 関連施設の整備における県内企業の技術の活用

- 個別訪問や商談会の開催等**
  - ・関係機関と連携した個別訪問による情報収集及び販路開拓
  - ・商談会の開催（関西圏及び県内）を通じた個別取引支援 等

# アドバイザーからの主な意見

## 共通

- withコロナ、afterコロナを見据えた取り組みの実施
  - ・高知県は、国民のライフスタイル（住み方、働き方、楽しみ方）や価値観の変化を前提とした取り組みのトップランナーとなるべき。

## 1 観光推進プロジェクト

### 【強みを活かしたイメージ戦略の確立】

- 「今なぜ高知なのか」シンプルで心に響くワードの設定
- マーケティング調査とデータ分析に基づくブランディング
- 自然、歴史、文化などの資源を磨き上げ「本物の高知」を発信

### 【プロモーションの強化】

- 国内外のメディアを通じた広報やSNSによる認知度向上の取り組みの拡充

### 【ネットワークの活用】

- 大阪観光局と高知県、高知県観光コンベンション協会との連携協定を締結
  - ・互いの強みを活かした旅行商品の開発やPR（都市型観光と自然体験型観光の融合）
- 関西エアポートとの実務者レベル検討会を設置
- 緑のプラトホームを活用した観光客の誘致
  - ・国際的な学会や商談会の誘致
  - ・「四万十」など高知の資源を活かした効果的なPR

### 【withコロナ】

- デジタル技術を活用したバーチャルツーリズムの実施

## 2 食品等外商拡大プロジェクト

### 【農業分野】

- 重点品目（なす、にら、みょうが、文旦）の販売拡大
  - ・品質の良さ、日本一の生産量などのPR
- 仲卸（仲買人）を対象とした産地招聘の拡充による販売拡大

### 【水産業分野】

- 好漁場を活かした養殖魚の生産拡大
  - ・新たな養殖技術導入の検討
- 中国や東南アジアを対象とした養殖魚の輸出拡大

### 【食品分野】

- デジタル技術を活用した外商拡大
  - ・ライブコマースやEコマースなど消費者に直接販売する仕組みの強化

### 【林業分野】

- 土佐材の特徴を活かした外商拡大
  - ・成分分析に基づく健康面への効用のPR
- 森林環境譲与税の効果を捉えた県産材の外商拡大
  - ・木材需要が見込まれる関西圏の市町村と県内市町村との連携協定の締結
- 新しい生活様式への対応
  - ・DIY需要の拡大に対応した商品開発

### 【商工業分野】

- 在阪総領事館を通じた輸出の拡大
  - ・相手国企業ニーズの把握
  - ・MOUの締結
- 外商拡大や人材確保に向けた大阪府との連携の検討

## 3 万博・IR連携プロジェクト

（事前インタビューによる意見）

### 【農業、水産業、食品分野】

- 関連施設での県産食材の活用
  - ・食材に対する国際的な認証（衛生管理、資源管理等）取得などに向けた支援
  - ・ハラールへの対応

### 【林業分野】

- 関連施設の整備にあたっての木材の活用
  - ・地盤改良やパビリオンへの木材利用に係る日本国際博覧会協会への提言