

# 高知県 関西・高知経済連携強化戦略 ver.3

～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5年3月

高 知 県



## 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います。

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することにより、関西圏の経済活力を呼び込み、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います。

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。

さらに、令和4年2月には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、同年9月に関西圏における外商の抜本強化策を取りまとめました。

この戦略は、「観光推進」、「食品等外商拡大」、「万博・IR連携」の3つのプロジェクトと、それらの「各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、大阪観光局や関西エアポート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誘客の取り組みを、「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、これまで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、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。戦略の要となる関西圏アンテナショップの設置準備をはじめ、一連の取り組みを「オール高知」の態勢で展開し、さらに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. 3」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、徹底して成果にこだわり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5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	13
3	万博・IR連携プロジェクトの取り組みの概要	21
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	24

### <付属資料>

1	用語の解説	27
---	-------	----

### <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	32
	（2）関西・高知経済連携強化アドバイザー会議設置要綱	33
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	34
	（2）関西圏外商強化対策協議会設置要綱	35

# 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、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。）を令和3年3月に策定しました。

さらに、今回、これまで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.3」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、コロナ禍前、435万人以上が定常化していました。このうち、関西圏からの入込は約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、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、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3年度には13.0億円に増加し、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3年度には13.3億円となるなど、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IR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IR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、経済活力が大きく高まることが見込まれています。

### ・ 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> <b>ワールドマスターズゲームズ関西</b>
R11年(2029年)	<b>大阪IR</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



©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"> <li>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</li> <li>○ 直接販売による県産農畜産物の販売拡大</li> </ul>	
水産	<ul style="list-style-type: none"> <li>拡 卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	
食品	<ul style="list-style-type: none"> <li>拡 量販店等と連携した販売拡大</li> <li>拡 リアルな商談機会の拡充 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新 食や観光等の情報発信</li> <li>新 ECを活用した県産品の販売拡大 等</li> </ul>
林業	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>拡 流通拠点企業と連携した外商活動の強化 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>拡 店舗・オフィス等への内装木質化等の営業活動の強化</li> </ul>
商工	<ul style="list-style-type: none"> <li>拡 商社や包括協定企業と連携した外商活動の強化</li> <li>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</li> </ul>	

## 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**）

## 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。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。

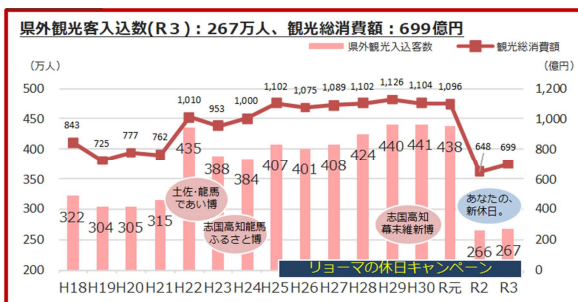
「つくる」では、地域の核となる観光拠点整備や土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めるとともに、「売る」では、高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」によるセールス・プロモーション活動、「もてなす」では、龍馬パスポートの仕組みによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

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。

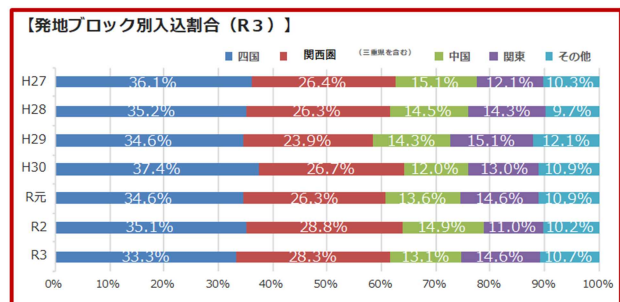
こうした中、アフターコロナや令和7年（2025年）の大阪・関西万博も見据えて、関西圏から多くの観光客を誘致できるよう、大阪観光局等とともに立ち上げた「日本みどりのプロジェクト」において「みどりの学習旅行」の商品造成など、本県の強みである自然環境を生かした取り組みを進めてまいりました。

また、大阪観光局と連携して関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを設定するとともに、関西圏の空の玄関口である関西国際空港を起点とした本県への誘客策について関西エアポート株式会社との共同事業を推進することで、本格的なインバウンドの再開に対応していきます。

【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、令和5年4月から放送される連続テレビ小説「らんまん」を県観光の振興に最大限に生かすために、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、神戸市などの牧野博士ゆかりの地と連携したPRの実施及び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**

本格的なインバウンドの再開に対応するため、大阪観光局や関西エアポートと連携し、関西圏を訪れる外国人観光客をターゲットとして、重点国・地域（台湾、香港、中国、韓国、アメリカ、オーストラリア、シンガポール、タイ）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～」



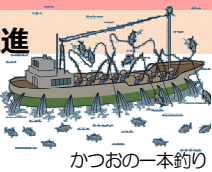
令和5年4月から放送される連続テレビ小説を県観光の振興に最大限に生かすとともに、ひたすら草花を愛しつづけた牧野博士の精神や功績を後世に引き継いでいく取り組みを推進する中で、「高知ならではの魅力」を訴求していく。

### 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)

大阪・関西万博、大阪IRを見据えて実行

# 1 観光推進プロジェクト（1 / 2）

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。

	数値目標	連携するパートナー	具体的な施策
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	○関西圏からの観光客入込数(年間) ・直近値(R3) : 75.6万人 ↓ ・目標値(R5) : 121万人以上 ※県推計値	【関西】 ○阪神タイガース ○パナソニックスポーツ ○大阪体育大学  【県内】 ○観光関係事業者	1 <b>自然・体験型観光基盤を活用</b> したツーリズムの推進 ・サステナブルツーリズムの推進【R3～R5】 ◆地域の持続可能な発展をした支える観光地域づくりを推進【R4～R5】 ・Greenツーリズムの推進【R3～R5】 ◆「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【R3～R5】 ・スポーツツーリズムの推進【R3～R5】 ◆プロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致【R3～R5】 ◆自然環境を生かしたスポーツ大会の開催促進及び県内各地のスポーツツーリズムの魅力を伝えるプロモーションの実施【R4～R5】 ◆高知龍馬マラソンの開催【R4～R5】 ・アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進【R3～R5】 ◆「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【R3～R5】
		【県内】 ○観光関係事業者	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【R4～R5】 ・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【R3～R5】
		【関西】 ○大阪観光局 ○関西エアポート ○旅行会社 ○観光関係事業者  【県内】 ○観光関係事業者	3 <b>関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出</b> 拡 山・川・海の自然・体験型観光の更なる磨き上げ【R3～R5】 ・大阪を起点とした四国周遊ルートの拡充【R3～R5】 ・関西圏の港（大阪港等）と連携したクルーズ船航路誘致【R3～R5】 拡 万博と高知を結び付けた旅行商品づくり【R3～R5】
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】 ○大阪観光局 ○県関係飲食店（とさのみせin関西） ○観光関係事業者	1 <b>関西の拠点での観光情報の発信</b> ・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【R3～R5】 ・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）【R3～R5】
		【関西】 ○神戸市 ○旅行会社 ○関西メディア ○観光関係事業者  【県内】 ○観光関係事業者	2 <b>連続テレビ小説を最大限に生かしたセールス&amp;プロモーション</b> ・話題化を創出するプロモーション【R3～R5】 ◆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）【R3～R5】 新 「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【R4～R5】 ◆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）【R4～R5】 ・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【R3～R5】 ・セールス活動の実施【R3～R5】 ◆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【R3～R5】 ・ワーケーションに関する情報発信【R3～R5】 ◆特設サイト、SNSでの情報発信【R3～R5】 ◆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【R3～R5】

# 1 観光推進プロジェクト（2 / 2）

	数値目標	連携するパートナー	具体的な施策
		<p>【関西】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○阪神タイガース</li> <li>○パナソニックスポーツ</li> <li>○大阪体育大学</li> </ul>	<p>3 <b>スポーツを通じた交流人口の拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戦略的なアマチュアスポーツ合宿等の誘致強化【R3～R5】</li> <li>◆プロ・アマスポーツ合宿・大会の誘致【R3～R5】【再掲】</li> <li>◆自然環境を生かしたスポーツ大会の開催促進及び県内各地のスポーツツーリズムの魅力を伝えるプロモーションの実施【R4～R5】【再掲】</li> <li>◆高知龍馬マラソンの開催【R4～R5】【再掲】</li> </ul>
<p>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</p>	<p>○関西空港経由の外国人延べ宿泊者数(年間)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・直近値(R3) : 0.3万人泊</li> <li>↓</li> <li>・目標値(R5) : 3万人泊</li> </ul>	<p>【関西】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○大阪観光局</li> <li>○神戸観光局</li> <li>○バス・鉄道会社</li> <li>○観光関係事業者</li> </ul>	<p>1 <b>関西の拠点での観光情報の発信</b>（関西圏の訪日客向け）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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【R3～R5】</li> </ul>
		<p>【関西】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○大阪観光局</li> <li>○関西エアポート</li> </ul> <p>【県内】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光関係事業者</li> </ul>	<p>2 <b>国外に向けたセールス&amp;プロモーション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <span style="color: blue;">●</span> <b>拡</b> 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【R3～R5】             <ul style="list-style-type: none"> <li>◆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【R4～R5】</li> </ul> </li> <li>・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【R3～R5】</li> <li>・四国ツーリズム創造機構（広域連携DMO）を中心とした四国他県と連携したセールス&amp;プロモーションの展開【R3～R5】</li> <li>・大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を生かした大阪観光局等との連携による旅行会社へのセールス【R3～R5】</li> <li>・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【R4～R5】</li> <li> <span style="color: red;">●</span> <b>新</b> 外国人観光客マーケティングの実施【R5】             <ul style="list-style-type: none"> <li>◆関西エアポートのビッグデータを活用した共同マーケティング【R5】</li> </ul> </li> </ul>

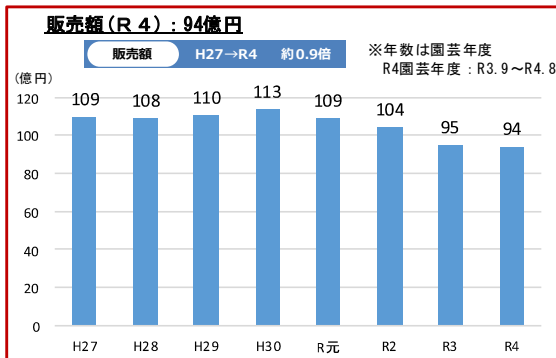
## 2 食品等外商拡大プロジェクトの取り組みの概要

### (1) 関西圏におけるこれまでの取り組みによる成果

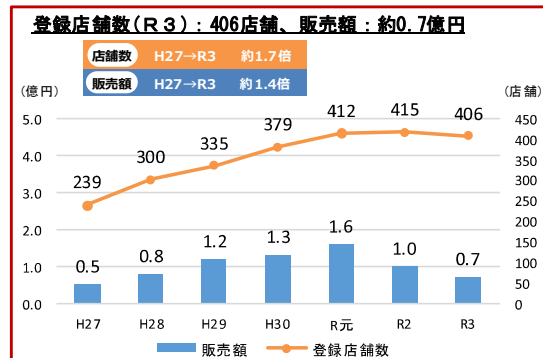
県内市場の縮小に打ち勝つためには、より活力のある県外市場にモノを販売し、「外貨」を稼ぐ地産外商の施策を展開していくことが重要となることから、これまで、卸売市場関係者や大手卸売業者などと連携した販売拡大に向けた取り組みや、外商活動を行うための体制強化など、関西圏における外商拡大に向けた施策に積極的に取り組んできました。

この結果、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。

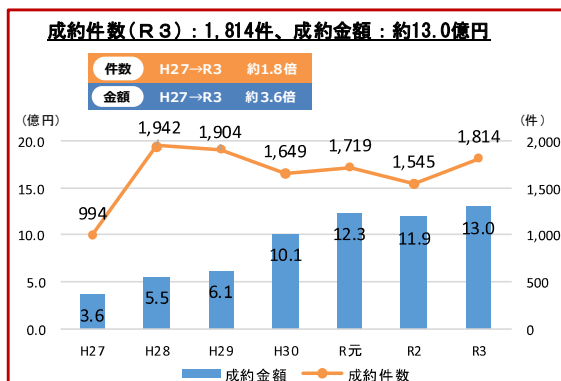
【農業分野】 卸売市場を通じた県産青果物の販売額



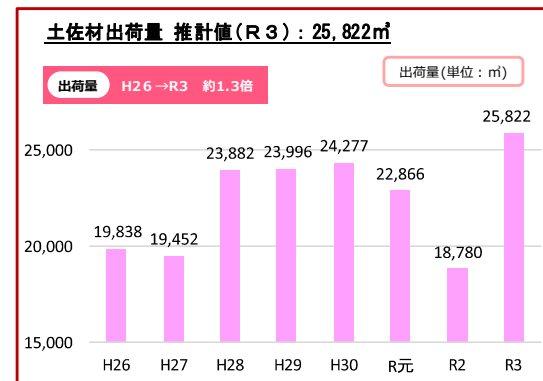
【水産業分野】 高知家の魚応援の店の販売額



【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⇒R3:334 百万円(約 1.8 倍)

		H29	H30	R元	R2	R3
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)	3,300 (1,743)
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)	1,167 (307)
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)	997 (334)
見本市出展件数 (件数)	全体 (うち関西)	26 (4)	23 (3)	24 (3)	17 (5)	23 (8)
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)	8 (4)
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)	259 (137)



## **(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、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ため、「関西圏外商強化対策協議会」を立ち上げるとともに、令和4年9月には、外商の抜本的な強化策をとりまとめ、取り組みを進めています。

### **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

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

<b>農業分野</b> ○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	<b>水産業分野</b> ○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	<b>食品分野</b> ○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	<b>林業分野</b> ○関西圏への土佐材出荷量(年間) 直近値(R3)：2.6万m <sup>3</sup> ▶目標値(R5)：3.1万m <sup>3</sup>	<b>商工業分野</b> ○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

## 2 食品等外商拡大プロジェクト（1/5）

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	連携するパートナー	具体的な施策
農業分野	戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	○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 ※R3.9~R4.8 ↓ ・目標値(R5)：120億円	○なす ○にら ○みょうが ○ししとう ○きゅうり ○ピーマン	【関西】 ○卸売市場関係者 ○野菜サポーター	1 <b>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 ・卸売市場等と連携し、バイヤー等に対する産地状況の理解促進とP R強化【R3~R5】 <b>拡</b> 仲卸業者、量販店等への品目ごとの戦略に基づく販売【R4~R5】 仲卸業者の産地招へいの実施 資材高騰による産地の厳しい現状への理解促進 <b>拡</b> 農水連携フェアの開催と情報発信【R4~R5】 ・県産青果物のP R促進【R3~R5】 ◆著名人や観光情報誌等を活用した県産青果物のP R【R3~R5】 ◆チラシや商品パッケージのQ Rコード等のデジタルツールを活用した消費拡大の実施【R3~R5】
			○高知の逸品 文旦 メロン トマト 土佐あかうし 加工品等	【関西】 ○包括協定企業等 ○高知県ゆかりの飲食店等 【県内】 ○とさのさと ○J Aグループ高知 ○地産外商公社 ○高知県農商工連携協議会	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【R3~R5】 <b>拡</b> 冷凍商品カタログの充実と企業向け提案の実施【R4~R5】 ・量販店等での出張販売（とさのさとマルシェ）の実施【R3~R5】 ・ファーマーズマーケット提携先への販売拡大【R3~R5】 ・飲食店への販売拡大に向けた商談会・産地招へいの実施【R3~R5】
	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		○なす ○にら ○みょうが ○ししとう ○きゅうり ○ピーマン	【関西】 ○卸売市場関係者 ○野菜サポーター	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（再掲） ・卸売市場を通じた中食や冷凍食品業者への販路開拓【R3~R5】 ・高知野菜サポーターのネットワークを活用した実需者（飲食店、加工業者等）への提案【R4~R5】 <b>拡</b> 高知野菜サポーターによるオンライン料理教室の開催や新たなレシピ開発とSNS発信【R3~R5】 <b>新</b> 店舗設置型デジタルサイネージやQ Rコード等のデジタルツールの更なる活用【R5】 ・機能性や栄養機能のP R強化【R3~R5】
			○高知の逸品 文旦 メロン トマト 野菜等	【関西】 ○県人会 【県内】 ○J Aグループ高知 ○Webサイト運営会社	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『とさごころ』での販売強化【R3~R5】 ◆業務需要に対応した商品の充実【R4~R5】 ◆予約販売品の拡充、定期便の拡大【R4~R5】 ◆Web広告等による認知度向上【R3~R5】 <b>拡</b> お客様アンケートによる改善策の検討・実践【R5】

## 2 食品等外商拡大プロジェクト (2/5)

		数値目標	重点品目	連携するパートナー	具体的な施策
水産業分野	戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	○高知フェア等での県産水産物の販売額(年間) ・直近値(R3)：6.9億円 ↓ ・目標値(R5)：7.0億円	○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)	【関西】 ○卸売市場関係者 【県内】 ○水産関係事業者	1 <b>卸売市場関係者と連携</b> した量販店等への販売拡大 ・量販店及び飲食店チェーンを重点ターゲットとした販促活動を実施【R3~R5】 <b>拡</b> 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【R4~R5】 ◆高知フェアの開催、販促資材の提供、バイヤーの招へい等【R3~R5】
		○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】 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等 【県内】 ○応援の店制度参画事業者	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 ・地産外商公社等との連携による店舗への訪問やオンライン等を活用したきめ細やかな営業活動及び商談機会の創出【R3~R5】 <b>拡</b> 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【R3~R5】 <b>拡</b> 取引の早期回復につながる施策(産地見学会、高知フェア)を拡充【R3~R5】
		○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) ・直近値(R3)：0.8億円 ↓ ・目標値(R5)：1.0億円	○養殖魚 (クロマグロ等) ○鮮魚 (キンメダイ等)	【関西】 ○卸売市場関係者 【県内】 ○水産物輸出促進協議会	3 <b>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 ・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【R3~R5】 ・「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【R3~R5】 <b>新</b> 水産物輸出促進コーディネーターを配置し、県内事業者の輸出拡大の取り組みへの支援を強化【R5】 <b>新</b> 卸売市場関係者や商社等と連携した新規販路の開拓、販売促進【R5】
	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	○高知フェア等での県産水産物の販売額(年間) ・直近値(R3)：6.9億円 ↓ ・目標値(R5)：7.0億円	○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)	【関西】 ○卸売市場関係者 【県内】 ○水産関係事業者	1 卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大(再掲) ・量販店及び飲食店チェーンを重点ターゲットとした販促活動を実施【R3~R5】(再掲) <b>拡</b> 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【R4~R5】(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【R4~R5】
		○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)(再掲) ・直近値(R3)：0.7億円 ↓ ・目標値(R5)：2.0億円		【関西】 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等 【県内】 ○応援店制度県内参画事業者	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) ・地産外商公社等との連携による店舗への訪問やオンライン等を活用したきめ細やかな営業活動及び商談機会の創出【R3~R5】(再掲) ◆アドバイザーの派遣等によるニーズに応じた商品づくりの支援【R5】
		○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)(再掲) ・直近値(R3)：0.8億円 ↓ ・目標値(R5)：1.0億円	○養殖魚 (クロマグロ等) ○鮮魚 (キンメダイ等)	【関西】 ○卸売市場関係者 【県内】 ○水産物輸出促進協議会	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(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【R4~R5】(再掲) ・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【R3~R5】 <b>新</b> 水産物輸出促進コーディネーターを配置し、県内事業者の輸出拡大の取り組みへの支援を強化【R5】(再掲) <b>新</b> 卸売市場関係者や商社等と連携した新規販路の開拓、販売促進【R5】(再掲)

## 2 食品等外商拡大プロジェクト（3 / 5）

		数値目標	重点品目	連携するパートナー	具体的な施策
<b>食品分野</b> 戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	○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	○小売用食品	【関西】 ○小売店 ○量販店 ○卸売業者 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売業者 ○地域商社 ○金融機関	1 <b>量販店等と連携した販売拡大</b> ・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【R3～R5】 <b>新</b> 関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】 2 <b>リアルな商談機会</b> の拡充 <b>拡</b> 大規模展示商談会への出展機会の拡大【R3～R5】 ・小売店、量販店、卸との商談機会の拡大【R3～R5】 <b>新</b> 関西版県産品商談会の開催や産地視察の実施【R5】 3 <b>卸売業者とのネットワークを活用</b> 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【R3～R5】 ・卸売業者と連携した外商活動の強化【R3～R5】	
		○業務用食品	【関西】 ○包括協定企業 ○卸売業者 ○飲食店 【県内】 ○地産外商公社	4 <b>大阪市中心部における大規模開発をターゲット</b> とした外商活動の展開 ・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【R3～R5】 ※大規模開発：うめきた2期地区開発、大阪上本町再開発 等	
			【関西】 ○飲食店 ○卸売業者 ○産業給食業者 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売業者 ○地域商社 ○金融機関	5 <b>業務筋（飲食店・ホテル等）への営業活動の強化</b> <b>拡</b> 大規模展示商談会への出展機会の拡大【R3～R5】（再掲） ・小売店、量販店、卸との商談機会の拡大【R3～R5】（再掲） <b>新</b> 関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】（再掲） <b>新</b> 関西版県産品商談会の開催や産地視察の実施【R5】（再掲） 6 <b>卸売業者とのネットワークを活用</b> した外商拡大（再掲） ・卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大【R3～R5】（再掲） ・卸売業者と連携した外商活動の強化【R3～R5】（再掲）	
		【関西】 ○高知家の魚 応援の店 ○高知県ゆかりの 飲食店等 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売業者 ○地域商社	7 <b>「高知家の逸品応援の店」等と連携</b> 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【R3～R5】 ・登録店舗への訪問営業の実施【R3～R5】 ・観光や県産品の情報発信機能の強化【R3～R5】		
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		○小売用食品 ○業務用食品	【関西】 ○小売店 ○量販店 ○卸売業者 ○大手グループ企業 【県内】 ○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売業者 ○地域商社 ○市町村 ○金融機関 ○物流事業者	1 <b>食や観光等の情報発信</b> <b>新</b> アンテナショップの設置（R6年度オープン予定）に向けた設計・工事等の開設準備【R5】 <b>新</b> 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【R5】 <b>新</b> 関西大手グループ企業と連携したフェア等の開催【R5】（再掲） 2 <b>E Cを活用した</b> 県産品の販売拡大 <b>新</b> 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【R5】 3 卸売業者と連携した <b>市場ニーズに訴求する商品開発</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【R3～R5】 4 <b>効率的な物流の仕組みづくり</b> の検討 ・県内における最適な集荷、発送の仕組みづくりの検討【R3～R5】	

## 2 食品等外商拡大プロジェクト（4 / 5）

		数値目標	重点品目	連携するパートナー	具体的な施策
林業分野	戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>○関西圏への土佐材出荷量(年間)</li> <li>・直近値(R3) : 2.6万m<sup>3</sup></li> <li>↓</li> <li>・目標値(R5) : 3.1万m<sup>3</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○建築用材</li> <li>○木材製品</li> <li>○木造建築物</li> </ul>	【関西】 ○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：R4.11末時点)で構成する団体 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体 ○市町村	1 <b>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</b> の強化 ・新たな木質資材による中高層木造建築の提案【R3~R5】…① ◆中高層建築物におけるC L T等の木材利用の拡大に向けた情報収集の強化【R4~R5】 ◆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【R4~R5】 ・木材利用による健康面、環境面へのP R【R3~R5】…② ◆試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集【R3~R5】 ◆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P R【R4~R5】 ・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【R3~R5】…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 経済同友会等を対象とした現地視察の実施及びイベント参加等の働きかけの強化【R5】 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県内の木材関係事業者等とのネットワーク構築の推進【R5】 木造建築関連イベント等への出展の強化(アジア太平洋トレードセンター(ATC)における土佐材P Rイベントの開催や非住宅木造建築フェア等への参加)【R4~R5】
				【関西】 ○流通拠点企業 ※流通拠点企業は、木材製品市場、木材問屋等 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	2 <b>流通拠点企業と連携</b> した外商活動の強化 ・土佐材展示会の開催(J A S製材品等の提案)【R3~R5】 ・県内3箇所の集荷起点を活用した流通拠点への効率的な共同輸送への支援【R4~R5】 新規流通拠点企業による新たなエリアでの土佐材販売拡大への支援【R5】
				【関西】 ○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 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体	3 <b>土佐材パートナー企業と連携</b> した外商活動の強化 ・パートナー企業の増加に向けた関西圏での商談会の開催【R3~R5】 ・パートナー企業等が企画する産地見学会などの土佐材P R活動への支援【R3~R5】 ・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活動の実施【R4~R5】 ・上記①~③(再掲)
				【関西】 ○木材団体等 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体 ○市町村	4 <b>森林環境譲与税の効果を捉えた県産木材の外商拡大</b> ・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【R3~R5】
				【関西】 ○木材利用推進全国会議の会員 ○流通拠点企業 ○土佐材パートナー企業 ○木材団体等 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体 ○市町村	1 木材利用の <b>健康面への効用を盛り込んだ提案型営業</b> の強化 ・オンラインや動画を活用した商談、木材のP R等の実施【R3~R5】 ・試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集【R3~R5】 木造建築関連イベント等への出展の強化(アジア太平洋トレードセンター(ATC)における健康面を含めた土佐材P Rイベント等の開催)【R4~R5】
	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	2 <b>店舗・オフィス等への内装木質化等の営業活動の強化</b> 内装空間の提案や設計に携わるプランナーやデザイナー等と土佐材パートナー企業等との連携による土佐材の営業活動の実施【R5】 ・営業活動により収集した情報の県内メーカーへのフィードバック及びマッチング【R4~R5】			

## 2 食品等外商拡大プロジェクト（5 / 5）

		数値目標	重点品目	連携するパートナー	具体的な施策
<b>商工業分野</b>	戦略1 連携強化による外商拡大	○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	○防災関連製品をはじめとする工業製品及び技術	【関西】 ○商社 ○包括協定企業 【県内】 ○ものづくり企業	1 <b>商社や包括協定企業と連携</b> した外商活動の強化 ④ 大阪・関西万博と連携した大規模見本市等への出展及び展示商談会の開催【R3~R5】 ⑤ 有望バイヤーを招へいする現地視察商談会の開催【R5】 ⑤ 防災関連工法・技術等をPRするセミナーの開催【R5】 ④ 包括協定企業と連携した販路開拓（ギフトカタログ）【R3~R5】
				【関西】 ○自治体等 【県内】 ○ものづくり企業	2 <b>関西圏の自治体等と連携</b> 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【R4~R5】 ⑤ 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【R5】
	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】 ○商社 ○包括協定企業 ○自治体等 【県内】 ○ものづくり企業	1 商社や包括協定企業と連携した営業活動の強化(再掲) ⑤ 防災関連工法・技術等をPRするセミナーの開催【R5】(再掲) ④ 包括協定企業と連携した販路開拓（ギフトカタログ）【R3~R5】(再掲) ・見本市等におけるオンライン商談の積極的な実施【R3~R5】 ・企業や製品のPR動画を活用した営業活動の促進【R3~R5】 ・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【R3~R5】	

### 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・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)



## 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**
  - 拡 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)
  - 拡 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**
  - 拡 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
  - 新 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**
  - 拡 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**
  - 新 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
  - 新 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**
  - 新 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			大阪I R	
R5 (2023)	R5 (2023)	R6 (2024)	R5 (2023)	R11 (2029)
パビリオン等建設工事・展示物設置	催事参加募集(劇場、広場、展示体験等)	営業参加募集(飲食施設、物販施設等)	区域整備計画の認定	開業
※戦略3関連	※戦略1関連	※戦略2関連		
				開幕

### 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活用に向けた取り組みを進める。

#### 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

連携するパートナー	具体的な施策
【関西】 ○観光関係事業者 ○大阪観光局 ○関西エアポート 【県内】 ○観光関係事業者	1 自然・体験型観光基盤を活用したツーリズムの推進 (再掲) 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 (再掲) 3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出 (再掲) 4 関西の拠点での観光情報の発信 (再掲) 5 国外に向けたセールス&プロモーション (再掲)
【関西】 ○日本国際博覧会協会	6 <b>万博会場を活用した効果的な情報発信</b> の推進 ・万博事務局や全国知事会等からの継続的な情報収集【R3~R5】 ・万博への催事参加に向けた計画の策定【R5】

#### 戦略2 関連施設等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
【関西】 ○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 ○日本国際博覧会協会 【県内】 ○食品関係事業者 ○応援の店制度参画事業者 ○J E T R O	1 <b>県産食材の活用に向けた営業活動</b> 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【R3~R5】 2 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大 ・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【R3~R5】(再掲) ・関西圏の大規模開発を契機とした外商拡大【R3~R5】(再掲) 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 ・「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【R3~R5】(再掲) 4 <b>多様な食文化に対応した商品開発</b> 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【R3~R5】(再掲) ◆ハラール等、特定の宗教上の制約への対応を支援【R3~R5】 アドバイザーの設置等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【R3~R5】

#### 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
【関西】 ○万博・I R実施主体 ○万博・I R参加企業 ○木材関係事業者 ○木材団体 【県内】 ○木材関係事業者 ○木材団体 ○ものづくり企業	1 関連施設での <b>県産木材利用促進に向けた提案の実施</b> ・万博、I Rの実施主体や参加企業等への提案【R3~R5】 新 県外集成材メーカー等に向けた集成材・CLT用のラミナ及び製材品の供給力強化への支援【R5】 新 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【R5】 2 関連施設の整備における <b>県内企業の技術の活用</b> ・大阪・関西万博と連携した大規模見本市等への出展及び展示商談会の開催【R3~R5】(再掲) 新 防災関連工法・技術等をPRするセミナーの開催【R5】(再掲) ・工場視察商談会の開催【R3~R5】

## 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、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。

#### [高知家を活用したプロモーションの展開]

本県の認知度の向上のため、メディアネットワークを強化するとともに、著名人を活用した広告宣伝等による露出の拡大を図ります。

#### [関係人口へのアプローチの強化とUIターンの促進]

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。

#### [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]

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。

#### [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。

#### [「オール高知」の態勢による取り組みの展開]

県内の市町村や事業者との連携のみならず、本県ゆかりの関西圏在住者にも協力いただける仕組みを構築します。

#### [アンテナショップ等を活用した外商拡大及び観光誘客]

アンテナショップの設置に向けた準備や、キッチンカーを活用した高知の食体験機会の創出などにより、関西圏における外商の拡大や観光情報等の発信を行います。

# 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、「オール高知」の態勢による取り組みを展開する。また、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	連携する関西パートナー	具体的な施策
○R4～R5の調査を基に指標を再設定（参考：関西圏での高知家の認知度25.3%（R3））	【関西】○メディア 【県内】○メディア ○市町村	<b>1 高知家を活用したプロモーションの展開</b> <b>拡</b> プレス発表会や交流会を通じたメディアネットワークの強化【R3～R5】 <b>新</b> 著名人を活用した広告宣伝等による露出の拡大【R5】
○関西圏からの移住者（年間） ・直近値(R3)：370組 ↓ ・目標値(R5)：390組	【関西】○大学 ○専門学校 【県内】○高知県U I ターンサポートセンター ○市町村	<b>2 関係人口へのアプローチの強化とU I ターンの促進</b> ・関係人口へのアプローチの強化によるU I ターン意識の醸成と移住・就職相談の実施【R3～R5】 <b>新</b> デジタルマーケティングの活用による新たな本県関心層の掘り起こし、イベント等の情報発信【R5】 <b>新</b> Uターン促進キャンペーンの実施【R5】 ・シェアオフィスを核とした関西圏の企業を対象とした関係人口の創出【R4～R5】 <b>拡</b> 中山間地域のシェアオフィスを活用した、市町村（地元企業含む）と企業との交流イベントの開催【R4～R5】 ・関西圏の大学との連携強化によるU I ターンの促進【R3～R5】 ◆新たな就職支援協定締結や取組協力関係の構築に向けた大学へのアプローチ【R3～R5】 <b>拡</b> 学生等への情報発信の強化（デジタルマーケティング等の活用）【R3～R5】 ・漁業就業希望者の掘り起こしをさらに強化【R4～R5】 <b>拡</b> 大阪での漁業就業支援フェアの強化【R4～R5】 <b>拡</b> 専門学校等での漁業就業セミナーの開催を拡充【R3～R5】 <b>新</b> 高知県U I ターンサポートセンターと連携したオンラインでの漁業就業セミナー及び相談会の開催【R5】
—	【関西】○総領事館 ○商社等 【県内】○高知県中小企業団体中央会 ○監理団体 ○企業 ○ものづくり企業	<b>3 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> ・総領事館を通じた外国人材の確保【R3～R5】 <b>拡</b> 在大阪ベトナム総領事館と連携したMOU（覚書）締結後のベトナムラムドン省からの技能実習生の受入れ促進【R4～R5】 <b>拡</b> 在大阪・神戸インド総領事館と連携した技能実習生の受入れ促進及び技術交流を目指した現地訪問の実施【R3～R5】 ・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【R3～R5】 ◆新たなビジネス展開に向けたインド、ベトナムへ経済ミッション団の派遣【R4～R5】 <b>新</b> インドでの防災インフラ技術セミナーの開催【R5】
—	【関西】○企業	<b>4 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【R3～R5】 ◆各種企業リスト等を活用した営業活動の実施【R3～R5】 ・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【R3～R5】 ◆マーケティングツールのさらなる活用による効果的な立地環境等の情報発信と誘致活動の実施【R4～R5】
—	【関西】○高知県人会 ○高知県ゆかりの関西圏在住者 【県内】○市町村○業界団体	<b>5 「オール高知」態勢による取り組みの展開</b> ・県内市町村や事業者と連携したプロモーションや外商の展開【R5】 ・本県ゆかりの関西圏在住者を巻き込む仕組みの構築【R5】 ・県内メディアやホームページ・SNS等を活用した県内での露出の拡大【R5】
—	【関西】○大手グループ企業 【県内】○地産外商公社 ○食品事業者 ○卸売業者 ○地域商社○市町村	<b>6 アンテナショップの開設準備</b> ・アンテナショップの設置（R6年度オープン予定）に向けた設計・工事等の開設準備【R5】（再掲） ・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【R5】（再掲）

# < 付属資料 >

# 1 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、観光地域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・通信技術に係る産業)・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)。
JETRO	「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。
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。
一般社団法人高知県UIT ターンスポートセンター	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”態勢で本県産業の担い手となる人材確保に取り組んでいる。 ※令和5年4月1日付で団体名称変更(旧名称:一般社団法人高知県移住促進・人材確保センター)
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	IR整備法に基づき、大阪府及び大阪市が大阪・夢洲において誘致に取り組む、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。 大阪IR株式会社(中核株主:合同会社日本MGMリゾート、オリックス株式会社)が設置、運営予定。
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。
観光博覧会「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『らんまん』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続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ための博覧会。
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」のコンセプトのもと「温かい大家族のような高知県人」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。令和5年度以降は、関西圏に重点化。
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」を目指すべき姿としている。
集成材	ひき板または小角材の繊維方向を互いに平行にして、長さ、厚さ、幅の方向に接着した木質材料をいう。
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1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
デジタルマーケティング	企業が蓄積しているアクセス履歴、顧客情報、行動履歴などのビッグデータを元に、AI等を用いてターゲットを特定し、最適な手段でアプローチするマーケティング手法。本県関心層やUターン候補者等に情報を届ける。
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」。大型量販店を併設し、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・経済界の協力により設立された団体。
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。
農水連携	農産物および水産物の販売拡大のため、販促資材の作成やフェア等の開催を農業分野と水産分野が連携して取り組み、消費者へPRを行う取り組み。

## 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
ラミナ	集成材の一つの層を構成する木材のこと。1枚のひき板の場合と、ひき板などを縦つぎ・幅はぎして一定の長さ・幅に修正接着したひき板の場合がある。
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年度から令和4年度まで展開した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、食をテーマに観光PR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
いごま きょうこ 生駒 京子	一般社団法人関西経済同友会 代表幹事  ( 株式会社プロアシスト ) 代表取締役社長
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	大阪経済大学経済学部 客員教授 ( 元 大阪府商工労働部長 )
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
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

(R5.3月末時点 敬称略・五十音順)

## (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。

## 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

(R5.3月末時点 敬称略)

## (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。

## 高知県関西・高知経済連携強化戦略 ver. 3

～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5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/>