

関西・高知経済連携強化戦略の取り組み

《目次》

- 関西・高知経済連携強化戦略ver. 2 強化策のポイント 1
- 知事のトップセールスを想定した関西圏での外商活動に関する取組 2
- 関西地区外商強化対策事業委託業務（調査業務）の中間報告の概要 3

関西・高知経済連携強化戦略ver.2 強化策のポイント

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く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

農業分野

- 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

水産業分野

- 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

食品分野

- **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系スーパー）への重点的な営業活動の展開

林業分野

- **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

商工業分野

- 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**することなどによる外商活動の強化

関西圏におけるさらなる外商強化策を検討するため、外商強化対策事業委託業務（調査業務）を実施中
※別添 中間報告概要参照



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
- 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
- **トップセールスの積極的な展開**



知事のトップセールスを想定した関西圏での外商活動に関する取組

※四半期に1回程度の実施を予定

	NO.	項目 【分野】	実施内容	時期・回数等	場 所
第1 四半期	1	防災関連製品 【商工業】	大阪府庁に対する防災関連製品トップセールス (副知事、危機管理監、都市整備部長)	・ R4. 5. 23 14:00~14:40	大阪府庁
	2	観光商品 【観光】	JR四国 商品説明会 ・ JR四国主催のエージェントに対するトップセールス ・ 関西圏のエージェントに対する観光商品の説明会 ・ 例年四国4県が参加(高知県は、知事が出席)	・ R4. 5. 23 15:30~17:10	ホテルグラン ヴィア大阪
	3	高知家プロ モーション	令和4年度高知家プロモーション記者発表会 ・ 10周年のテーマ発表や本年度の企画概要等 ・ 島崎和歌子氏、三山ひろし氏参加	・ R4. 6. 19 11:00~12:00	大阪新阪急ホテル
第2 四半期	<ul style="list-style-type: none"> ・ 神戸市長訪問(観光) ・ 高知県観光説明会 ・ 高知との取引が一定以上ある食品系商社等へのトップセールス 				
第3 四半期	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高知フェアの開催と連動したトップセールス ・ 関西土佐会等に対するトップセールス ・ 道頓堀イベントでのトップセールスとブース出展 				
第4 四半期	<ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツツーリズムの情報を集約した新たな情報発信サイトを用いたプロモーションの実施 ・ 食品卸業者主催の展示商談会 ・ 第2回日本観光ショーケース in 大阪・関西 				

※ 関西圏でのトップセールスについて、実施日の調整(合同開催等)を検討していく。

関西地区外商強化対策事業委託業務（調査業務）の中間報告の概要

1 外商強化のねらい

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、経済活力が高まる関西圏において、さらなる県産品の認知度向上と外商拡大につなげるため、効果的な外商強化策を検討し、関西戦略のブラッシュアップを図る。

2 関西地区外商強化対策事業委託業務

- (1) 目的：関西圏における外商の取組を拡大・加速するため、商圈分析や先進事例の収集・分析、効果的な外商強化策等について調査
- (2) 実施期間：R4.4/14～7/15
- (3) 調査項目：
 - ① 効果的な外商強化策に関する調査
 - ② 外商拠点に関する調査
 - ③ 食品の小口物流に関する実態調査

3 中間報告の概要

- (1) 効果的な外商強化策に関する調査（他自治体の先進的な外商強化策の事例 ※関西圏以外の事例も含む）
 - ◆ 県産品の展示販売や、試食等の実体験、メディアの関心を引く情報発信など、県産品の販売拡大及び認知度向上の効果的な取組事例を調査
 - ① キッチンカーを活用した移動型アンテナショップ（山口県、徳島県） ※参考1
 - ② 期間限定店舗（ポップアップショップ）（青森県、福島県、栃木県 外8県）
 - ③ オンラインショップ（岩手県、三重県、広島県、福岡県） ※参考2
 - ④ コンビニ棚ジャックによる期間限定フェア（徳島県、熊本県）
- (2) 他自治体の外商拠点施設の状況
 - ◆ 大阪府内に所在する他自治体に関わる外商拠点について、出店場所、運営主体、取組内容等を調査（全14件：中心地型7件、郊外型7件）
 - ① 確認できた14件のうち、中心地型は7件中6件がキタエリア、郊外型は7件中4件が北摂エリアにあり、いわゆる成長エリアに立地している
 - ② 従来からの総合的な品揃えのアンテナショップに加え、惣菜、米、日本酒、精肉などの重点部門を設けたり、重点部門に特化する店舗もみられる
中心地型外商拠点施設の事例（新潟県）、 ※参考3 郊外型外商拠点施設の事例（岡山県真庭市）
- (3) 物流費の低減につながる仕組みの事例
 - ◆ 広島県のアンテナショップへの配送
運送会社を一社に絞り、アンテナショップ近隣の配送センターを一時保管場所とし、1日2回にまとめて配送することにより、数量割引を受けるとともに、倉庫スペースや人件費の効率化を図っている

キッチンカーを活用した移動型アンテナショップの事例（徳島県）

1. 目的（コンセプト）

平成16年度に導入したPR車両「新鮮 なっ！とくしま」号は、大型ならではの「インパクト」、調理・舞台・音響等各種機能を兼ね備えたオールインワンの「汎用性」、全国600回を超える出動実績による「認知度」が強みだが、大型により入れない場所がある、調理能力に限界、環境性能の低さや老朽化などの課題がある。

これら現行車両の課題を補完するため、調理機能を大幅に向上させ、環境に配慮し機動力を最大限発揮できる小型の「でり・ばりキッチン 阿波ふうど号」を平成29年度に導入する。

2. トラックの概要

(1) 車両、設備等の内容

- コンセプト : 現行「新鮮 なっ！とくしま」号よりも調理能力を大幅に高めた、起動力のある小型の新型PR車両
- ベース車両 : 三菱キャンターエコハイブリッド3tワイドボディ
- 車両サイズ : 全長 約6.9m、全幅 約2.2m、全高 約3.3m、総重量 約6.2t。展開時専用面積 約24㎡
※準中型免許で運転可能サイズ（H19.6以前取得の場合、普通免許で可）
- キッチン機能 : スチームコンベクションオーブン、新規う包装機、スープレンジ、ガステーブル、炊飯器、大型冷凍冷蔵庫、シンク3槽、手洗い1槽
- その他 : 車両側面が大型跳上げ扉により展開、LED照明により夜間展開対応。展開側面に大型モニターを設置、PRやキッチンの見える化に対応。「阿波ふうど」ロゴマークを基調とした親しみやすいデザイン
- 活用方法など :
 - ・首都圏の量販店、イベントなどでの県産食材PR活動
 - ・本格的料理のデモンストレーションや料理教室
 - ・生産現場における収穫、調理、試食の消費者体験型PR活動

大型と中型の2台のPR車両を活用したイベント運営業務として委託で実施

・委託料 6百万円 ※車両の維持管理業務は別途委託

・年間28回（県内、首都圏、関西圏等）実施



オンラインショップの事例（福岡県）

事例名	福岡県ウェブ物産展	実施機関	福岡県物産振興会
取組内容	インターネット上での福岡県特産品（登録数8158品）の物産展を開催		
実施概要	「楽天市場」内にウェブ物産展を出店。楽天の集客力と10%、20%、30%の割引クーポンで29億円を売り上げる		
その他	-		
出典	福岡県よかもんショップ https://www.rakuten.ne.jp/gold/bussan-f/?s-id=machiraku_fukuoka_pc_s016		

取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ■ 緊急事態宣言下の2020年5月2日、福岡県はインターネット・ショッピングモール「楽天市場」内に〈福岡県ウェブ物産展〉をオープンした。同県ではこれまで、県の補助金を受けた福岡県物産振興会が中心となり、首都圏の百貨店を中心に物産展を開催してきた。売上は年々伸びており、2018年度のピークには、年間約15億円に達していた。 ■ 2019年の終わりに新型コロナウイルスの感染拡大が始まり、2020年1月頃から物産展が軒並み中止。再開の見通しが立たず、このままでは15億円の売上を失う危機に直面した。物産振興会と協議の上、対面での販売ができないなら、ネット通販をと、5年ほど前に事業で関わりを持ったことのある楽天に相談。初回の相談から約1か月と異例のスピードで、「楽天市場」内でのウェブ物産展をオープンした。 ■ 「福岡県ウェブ物産展」の成果としては、まずコロナ禍での売上の確保がある。2020年度の「楽天市場」における福岡県ウェブ物産展には、延べ1,145 店舗が参加、延べ 8,158 商品を販売し、売上合計は、目標の15億円を大きく上回る、約29億円に致達した。さらに、これまでネット通販に取り組んでこなかった県内の事業者が、その価値、優位性に気づいたこと、これまでは対面でしか販売されてこなかった福岡の知られざる名産を全国に広く認知拡大できたことも大きい。 <div style="text-align: center;">  <p>福岡県公式アンテナショップ</p> <p>福岡県よかもんショップ</p> </div>
------	--

郊外型外商拠点施設（農産物販売所）の事例（岡山県真庭市）

店名	真庭市場1号店	業種・業態	農産物販売所	実施機関	岡山県真庭市
出店地区	大阪府高槻市	実施場所	大阪府高槻市	運営主体	株式会社オール真庭
営業時間	午前10時～午後7時	店舗面積	—		
概要	岡山県真庭市産農畜産物の販売				
出典	真庭市HP https://www.city.maniwa.lg.jp/soshiki/42/2088.html?msclkid=d40ee585b97011ec9b65eca5b6ebe130				

- 岡山県真庭市、蒜山高原産の新鮮野菜をはじめ、旬の果物やお米、花などを豊富に揃えている。年未年始以外は休業せずに毎日営業している店舗である。人気の商品は蒜山高原のジャージー牛乳を使用した乳製品や、真庭市ブランド認定を受けたお茶やお菓子などで高い評判を得ている。平成28年から前身の運営主体（平成24～27年）から現在の株式会社オール真庭に変更し、運営を行っている。滋賀県守山市には同じく岡山県真庭市の直売所「真庭市場2号店」があり、関西地区で2店舗の展開を行っている。

※ 真庭市場2号店 営業時間：午前10時から午後8時
 所在地：滋賀県守山市播磨田町185-1（大型ショッピングセンター内）

取組内容

↓ 真庭市場1号店（大阪府高槻市）



↓ 店内の様子



↓ 店前の通りの様子

