

## 目標の達成状況

| 指標 | 進捗状況の基準               |
|----|-----------------------|
| S  | 数値目標の達成率 110%以上       |
| A  | 数値目標の達成率 100%以上110%未満 |
| B  | 数値目標の達成率 85%以上100%未満  |
| C  | 数値目標の達成率 70%以上 85%未満  |
| D  | 数値目標の達成率 70%未満        |
| —  | 達成度の判断が困難なもの          |

| プロジェクト              | 分野  | 分野全体の目標（年間）              | 目標設定時                                 | R5到達目標               | R5実績                         | R5達成度 | 主な成果                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------|-----|--------------------------|---------------------------------------|----------------------|------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| プロジェクト<br>観光推進      | 観光  | 関西圏からの観光客入込数             | 115万人<br>(R元)                         | 121万人                | 129万人                        | A     | ①サイネージ広告や各種キャンペーン等により関西圏からの入込割合が増加(R元 26.3%→R5 27.3%)。また、連続テレビ小説「らんまん」を生かしたPRにより、 <u>関西圏からの観光客入込数が最高値となった(R元比+14万人)</u><br>②大阪観光局や関西エアポートと連携したインバウンドの誘客により、 <u>外国人延べ宿泊者数が最高値となった(R元比+1.2万人泊)</u>                                                                                                                                                                                                                     |
|                     |     | 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数         | 3.2万人泊<br>(R元)                        | 3.0万人泊               | 4.4万人泊                       | S     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 食品等外商拡大プロジェクト       | 農業  | 関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額    | 108億円<br>(R元)<br>(H30.9～R元.8)         | 120億円<br>(R4.9～R5.8) | 98.8億円<br>(R4.9～R5.8)        | C     | ①コロナ禍で減少していた量販店フェアやバイヤーの産地招へいが徐々に実施でき、 <u>県産青果物の販売額が回復(R4比+5.0億円)</u><br>②卸売市場関係者と連携した高知フェア等の販売促進活動により、 <u>量販店等での県産水産物の販売が好調に推移(R3比+6.4億円)</u><br>③関西版県産品商談会の開催や各種展示会への出展強化、あべのハルカス近鉄本店内への期間限定店舗の設置などにより販売拡大に取り組んだ結果、 <u>地産外商公社の活動による成約金額が増加(R元比+4.9億円)</u><br>④ウッドショック後の外国産材の余剰在庫や建築資材高による住宅着工の不振が続く中においても、 <u>土佐材パートナー企業の増加等により出荷量を概ね維持</u><br>⑤見本市への出展強化及び展示商談会の開催などにより、 <u>産業振興センターの外商支援による成約額が増加(R元比+4.1億円)</u> |
|                     | 水産業 | 高知フェア等での県産水産物の販売額        | 5.9億円<br>(R3)                         | 7.0億円                | 12.3億円                       | S     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                     |     | 関西圏の高知家の魚応援の店への販売額       | 1.0億円<br>(R2)                         | 2.0億円                | 1.5億円                        | C     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                     |     | 関西圏の卸売市場関係者等を経由した水産物の輸出額 | 1.3億円<br>(R元)                         | 1.0億円                | 0.6億円                        | D     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                     | 食品  | 地産外商公社の活動による関西圏での成約金額    | 12.3億円<br>(R元)                        | 20.3億円               | 17.2億円                       | C     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                     | 林業  | 関西圏(三重県を含む)への土佐材出荷量      | 2.4万m <sup>3</sup><br>(H30)<br>※年間推計値 | 3.1万m <sup>3</sup>   | 2.3万m <sup>3</sup><br>※年間推計値 | C     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                     | 商工業 | 産業振興センターの外商支援による関西圏での成約額 | 13.9億円<br>(R元)                        | 23.2億円               | 18.0億円                       | C     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 万博・IR連携プロジェクト       |     | —                        | —                                     | —                    | —                            | —     | ①国や万博協会への積極的な働きかけにより、よさこいと街路市をテーマにした自治体参加催事や、IoPクラウドを活用した先進的な施設園芸のPRブース出展の具体的な検討が進み、万博会場での情報発信に向けた土台作りができた<br>②万博施設で木造(一部木造含む)と確認できた20施設の内、 <u>土佐材が使用されている施設はリングをはじめとする9施設(施設棟数による割合45%)</u>                                                                                                                                                                                                                         |
| 各プロジェクトを横断的に支える取り組み |     | 関西圏での高知家の認知度             | 16.8%<br>(R2)                         | 30%                  | 【参考:直近の実績】<br>22.3%<br>(R4)  | —     | ①本県の魅力を強力に発信する拠点となる <u>アンテナショップを設置(R6.7)</u><br>②デジタルマーケティングを活用した情報発信やUターン促進により <u>移住者が増加(R元比+136組)</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                     |     | 関西圏からの移住者                | 309組<br>(R元)                          | 390組                 | 445組                         | S     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## 現状・課題

## 課題1 高知県観光の魅力の磨き上げと効果的な情報発信

- ・ロングステイ型観光やリピート率の向上、高付加価値化などの取組が必要
- ・入国制限の大幅緩和以降、海外旅行会社等へのセールスや誘客プロモーションが激化していることから、大阪観光局や関西エアポートと連携した情報発信が必要
- ・大阪・関西万博の機を逸することなく、高知県の魅力を世界に向けて発信することが必要

## 課題2 県産品等のさらなる認知度向上や販売拡大

- ・各分野において、これまで構築してきた関西圏のパートナーとの関係を強化しつつ、新たなパートナーとの連携による販路拡大が必要
- ・より成約率を高めるための企業の営業力の強化や、工法の外商支援を強化するために専門知識のある人材が必要

## 課題3 大阪・関西万博を契機とした観光誘客と外商拡大

- ・自治体参加催事での効果的な情報発信に向け、市町村等との連携が必要
- ・大阪・関西万博を契機とした飲食需要の高まり等を見据えたアプローチの強化が必要
- ・万博を機に関係性を構築した企業等との万博後の継続的な取引や連携強化が必要

## 課題4 新たに設置するアンテナショップの効果的な活用

- ・R6年7月開業のアンテナショップを活用した効果的な外商活動や情報発信が必要
- ・県内市町村や事業者、本県ゆかりの関西圏在住者などを巻き込む仕組みづくりが必要
- ・メディアを通じた露出拡大のため、関西メディアとのネットワークの強化とニーズを捉えた情報提供が必要

## 第2期関西・高知経済連携強化戦略の柱

## 「アンテナショップ」と「大阪・関西万博」を最大限に活用した情報発信と外商拡大



## 強化のポイント

## I 「極上の田舎、高知。」をコンセプトとした「どっぷり高知旅キャンペーン」の展開

- アンテナショップでのイベント開催等により、地元の暮らしや住民との触れ合い、伝統文化の体験など、高知ならではの旅の過ごし方を情報発信
- 大阪・関西万博を契機とした関西を起点とする外国人観光客の誘客を推進（大阪観光局や関西エアポートと連携したプロモーションの強化等）

## II 関西圏のパートナーとのさらなる連携強化による外商拡大

- 県産青果物の継続した取扱いにつながる売り場確保を目指した量販店フェアの実施
- 県産水産物の量販店・飲食店チェーンへの販売促進や新たな輸出ルートの開拓
- アンテナショップを活用した県産品のPR強化や商談機会の創出、商品の磨き上げ
- 土佐材パートナー企業の拡大や非住宅建築向けの木材需要の拡大を推進
- 企業の営業力強化や土木・工法に精通する専門家の配置による外商支援の促進

## III 大阪・関西万博を契機とした取り組みの強化

- 大阪・関西万博の開催に向けた飲食店等への外商活動の強化
- 大阪・関西万博の自治体参加催事において、よさこいの演舞や街路市を通じた高知の魅力を発信（R7）
- 万博関連施設への高知県産材活用協定の関係を活かした、非住宅木造建築向けのサプライチェーンの強化

## IV 情報発信の強化とネットワークの拡充

- アンテナショップを中心に関西在住の高知ゆかりの方々等を巻き込むファンコミュニティの形成（会員制度の創設やプロモーションイベント等によるファンの拡大）
- テレビ等のメディアを活用した県産品や観光情報等の発信（プレス発表会等の交流機会の創出によるメディアとのネットワークのさらなる強化）
- デジタルマーケティングを活用した新たな移住関心層の獲得