



<目 次>

(1) 観光推進プロジェクト	1
(2) 外商拡大プロジェクト	
・ 農業分野	2
・ 水産業分野	3
・ 加工食品分野	4
・ 林業分野	5
・ 商工業分野	6
(3) 各プロジェクトを横断的に支える取り組み	7
(4) 万博・I R連携プロジェクト	8

1 観光推進プロジェクト

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

1 R 6 年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	出発点	直近値	R 6 年度の 到達目標	R 6 年度上半期の 実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏からの観光客入 込数(年間)	103万人 (R4)	129万人 (R5)	128万人	129万人 (R5)	A	〈現状分析〉 主要観光施設の利用者数でみると、R6.1～7月 は1,890,047名で前年同期比100.1%と堅調 推移しているものの、4月以降は前年より減少して きている 〈目標達成の見通し〉 過去最高の入込客数となった昨年度の反動減 （「らんまん」効果に伴う反動減）が見られるが、誘 客につながる施策展開を図り、R 6 目標程度の入 込を見込む	・国内外へのセールス・プロモーションの強化 ・「あんぱん」関連施設と県内観光施設の周遊促進を 図る助成を新設等 ・「どっぶり」観光商品を組み込んだ旅行商品造成の促 進 （「どっぶり」商品への誘客につなげる助成） ・「とさとさ」と連動したイベントを実施し、やなせたかしゆ かりの地やどっぶり商品をPRすることで、本県への誘 客の拡大を図る （9・10・11・12・1月 計5回実施予定）
関西空港経由の外国人 延べ宿泊者数(年間)	0.3万人泊 (R4)	4.4万人泊 (R5)	3.6万人泊	2万人泊 (R6.1～7月)	B	〈現状分析〉 前年同期比95.7%と微減 〈目標達成の見通し〉 R6下半期においても、台湾から高知への定期 チャーター便の継続や近隣県における国際線の増 便（韓国・香港）により、相対的に関西空港経由 での来訪減少が見込まれる	・県特設サイト「Osaka to Kochi」を拡充（どっぶりコ ンテンツ等の追加）し、オンライン広告や大阪でのガ イドツアー参加者への情報発信を行うことで、関西空 港経由での誘客拡大を図る ・大阪観光局との連携により、観光局HPでの本県の 情報発信や海外旅行博等におけるセールスを実施 ・関西エアポートとの連携により、インバウンド向け有力 媒体へ大阪と高知を繋ぐモデルコースを掲載

2 R 7 年度強化のポイント

取組を通じた課題	R 7 年度強化の方向性
1 関西圏からの観光客入込数(年間) ○ 物価高騰による外出控え（消費控え） ○ 過去最高の入込客数となった昨年度の反動減 （「らんまん」効果に伴う反動減） ○ 地政学リスク（南海トラフ地震臨時情報）に伴う、来県意欲の低下 2 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数(年間) ○ 大阪・関西万博の自治体参加催事と関西あてなショップ「とさとさ」を 連動させた高知の魅力発信が必要 ○ 旅マエや旅ナカにおける情報発信のさらなる強化	1 関西圏からの観光客入込数(年間) とさとさ (1) 「とさとさ」と連携し、やなせたかしゆかりの地やどっぶり商品をPRすることで、本県への 誘客の拡大を図る (2) 連続テレビ小説「らんまん」や「あんぱん」のゆかりの地との連携による誘客PR 2 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数(年間) 万博 (1) 大阪・関西万博で最大限高知の魅力を発信 ・高知発祥の「よさこい祭り」と300年以上続く「街路市」の魅力を発信 とさとさ (1) 「とさとさ」を本県のパビリオン的な位置づけとし、万博会場の催事と連動したフェアや 観光PRイベント等を展開 AD (2) 大阪観光局や関西エアポート等との連携による情報発信 ・大阪観光局の観光PRサイトでの情報発信や海外旅行博等でのセールス、関西 空港の観光PRブース等での情報発信を検討

2 外商拡大プロジェクト【農業分野】

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

1 R 6 年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	出発点	直近値	R 6 年度の 到達目標	R 6 年度上半期の 実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏の卸売市場を通じた 県産青果物の販売額 (年間)	93.8億円 (R4) ※R3.9～R4.8	98.7億円 (R5) ※R4.9～R5.8	103.7億円 ※R5.9～R6.8	104.1億円 (R5.9～R6.8)	A	【現状分析】 - 目標値103.7億円に対し、実績値が104.1億円。 【達成見通し】 - 達成できた。	<令和 6 年度下半期の取り組み> - 産地の生産状況を市場と共有しながら効果的なフェアの実施 - アンテナショップイベントと連動した周辺量販店への誘導及びより効果的なフェアの開催 - マーケットインの視点による業務需要の拡大

2 R 7 年度強化のポイント

取組を通じた課題	R 7 年度強化の方向性
1 卸売市場と連携した青果物の販売拡大 ○高温により出荷量が減少したことから単価高となり、販売額は高く推移一方、出荷量が少ないことからフェアを組みづらくなっている ○アンテナショップとの効果的な連携が必要 2 マーケットインの視点による業務需要拡大 ○量販店等の既存流通とは異なる業務需要があるが、市場が把握できていない (例) 飲食チェーン店、中食(お弁当、お惣菜)等での需要 ○業務需要に対応する量、規格、品種、出荷形態が整備されていない	1 卸売市場と連携した青果物の販売拡大 (1)産地の生産状況を市場と共有しながら効果的なフェアの実施 AD ・出荷予測に応じ、棚取りを意識した量販店等における高知県フェアの開催 とさ ・アンテナショップイベントと連動した周辺量販店への誘導及びより効果的なフェアの開催 万博 ・大阪・関西万博の開催に伴う人流の増加を見据えて、関西圏の量販店等でフェアの開催 (2)NHK「あんぱん」にあわせた販促資材を活用した産地PR及び販売拡大 オール高知 ・やなせたかし氏デザインの「高知野菜11人きょうだい」の販促資材を活用したPR 2 マーケットインの視点による業務需要拡大 (1) 新規市場の開拓とそこに向けた品目の選定および実需者・商流とのマッチング

2 外商拡大プロジェクト【水産業分野】

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

1 R6年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	出発点	直近値	R6年度の到達目標	R6年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額(年間)	8.3億円 (R4)	12.3億円 (R5)	8.5億円 (R6.4～ R7.3)	5.5億円 (8月末時点)	S	8月末時点で5.5億円であり、目標8.5億円に対して65%の進捗状況となっており目標は達成できる見込み。	今年度の目標達成に向けて順調に進捗しており、トップセールスなどパートナーと連携した取組を一層強化する。 また、来年度の大阪・関西万博の開催に伴う観光客増加を見据えて、関西圏のホテルや観光施設など新たな販路開拓の検討を行う。
関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間)	1.1億円 (R4)	1.5億円 (R5)	2.0億円 (R6.1～ R6.12)	1.2億円 (6月末時点)	S	6月末時点で1.2億円であり、目標2.0億円に対して60%の進捗状況となっており目標は達成できる見込み。	多量の注文、前処理加工に対応できる事業者の増加により、チェーン店との安定的な取引が可能となった。目標達成に向けて取引額の大幅な増額が期待できるチェーン店とのマッチングを強化する。
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)	0.3億円 (R4)	0.6億円 (R5)	1.0億円	—	—	中国での日本産水産物の輸入停止措置により、目標の達成は厳しいが、前年同期比より増加見込み。	経済成長が続くベトナムなど東南アジアやインドなど、中国以外の新たな国への販路開拓を強化する。

2 R7年度強化のポイント

取組を通じた課題	R7年度強化の方向性
1 関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額(年間) ○大阪・関西万博の開催に伴う観光客増加を見据えた新たな販路開拓が必要	1 関西圏の卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売額(年間) (1) 大阪・関西万博の開催に伴う観光客増加を見据えて、関西圏のホテルや観光施設など新たな販路を開拓する。 (2) 観光客等への効果的な県産水産物のPRのため、万博開催期間中に高知フェアを実施する。
2 関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間) ○県内の水産加工施設の整備が進み、多量の注文、前処理加工に対応できる事業者の増加により、一層の販売ルートの拡大が必要	2 関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間) (1) 大幅な増額が期待できるチェーン店とのマッチングを強化する。 (2) 最新のマーケット情報の把握、効率的なオンライン商談会の活用方法、飲食店向けの商品開発の内容等を含んだ営業力強化研修を実施する。
3 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) ○有望市場における新たなパートナーの獲得や、中国以外の新たな国への輸出ルートの開拓が必要	3 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) (1) 新たな国(フィリピン等)への輸出ルートを開拓する。

2 外商拡大プロジェクト【加工食品分野】

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

1 R6年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	出発点	直近値	R6年度の到達目標	R6年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
地産外商公社の支援による関西圏での売上金額(年間)	115億円(R4)	145億円(R5)	133億円	—	—	【現状分析】 ・各種展示商談会、産地視察型商談会などの商談機会の提供により、県産品の販路・販売拡大に向けたパートナー企業との関係構築を図ることができている。 【目標達成の見通し】 ・パートナー企業との連携強化による新規販路先の開拓に取り組むとともに、あんてなショップを活用した外商活動や各種商談機会の提供により目標達成を目指す。	【R6年度下半期の取組】 ・各種商談会を活用した新規顧客の獲得 ・万博を契機に需要が高まるホテル・飲食店等への営業活動の強化 ・あんてなショップを活用した商談機会の創出 ・パートナー企業との関係性を活用した商談機会の創出

2 R7年度強化のポイント

取組を通じた課題	R7年度強化の方向性
1 万博を契機とした外商活動の展開 ○県産品のさらなる外商拡大のため、万博期間中に開催する高知県関連イベントと連携した取組が必要 ○万博開催後の県産品の定番化に向けた取組が必要 2 ネットワークを活かした外商活動の展開 ○これまで培ってきた卸売事業者等との関係を活かした取組が必要 ○飲食業態へのさらなる外商拡大のため、これまでの関係性を活かした取組が必要 3 あんてなショップ「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」を核とした外商活動の強化 ○県産品のさらなるPR強化のため、他店舗と連携した取組が必要 ○県産品のさらなる認知度向上及び外商拡大のため、ショップでは販売することが出来ない県産品のPRが必要 ○あんてなショップを活用したさらなる外商活動や取り扱う商品のさらなる掘り起こしが必要	万博 1 万博を契機とした外商活動の展開 (1) 量販店や飲食店等と連携した県産品のPRによる販売拡大 (2) 万博期間中に認知度を高めた県産品の定番化を推進するための商談機会の創出 2 ネットワークを活かした外商活動の展開 (1) 卸売事業者及びその顧客に対する商談機会の拡大 (2) 酒類メーカーや金融機関及びその顧客に対する商談機会の拡大 (3) 飲食業態に特化した商談機会の拡大 とさとさ 3 あんてなショップ「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」を核とした外商活動の強化 (1) 各地域のアンテナショップ、とさのさと、高知業態の飲食店及び県関連部局等との連携により、県産品の認知度向上を図るとともに外商拡大へつなげる (2) 「高知まるごとネット」を活用したショップ内でのPR強化により、ショップで伝えきれない県産品の魅力を発信 (3) あんてなショップを活用した商談機会の創出及び「とさのさと」との連携等による商品発掘

2 外商拡大プロジェクト【林業分野】

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

1 R6年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	出発点	直近値	R6年度の 到達目標	R6年度上半期の 実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏(三重県を含む)への土佐材出荷量(年間)	2.0万㎡ (R4) ※年間推計値	2.3万㎡ (R5) ※年間推計値	2.5万㎡ (年間)	1.5万㎡ (R6.1～8月時点)	B	①流通拠点との連携による外商活動の強化 ・関西圏への土佐材出荷量(R6.1～8月) 14,847㎡ (前年同期比 99%) ・住宅着工戸数が落ち込む中においても、県外流通拠点(製品市場等)への出荷量は前年並みで推移。 ②顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大 ・産地商談会 3回(前年8月末2回) ・邸別配送 棟数 7棟(前年同期比78%) 材積 107㎡ (前年同期比48%) ③非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進 ・プロユーザーとの製品開発は、内装用化粧パネルを10種類の試作品を製作し順調に進展。 ・試作品の紹介により受注につながっている事例あり。 ・友好・姉妹都市関係にある自治体の土佐材採用案件が少しずつ増えてきている。	①流通拠点との連携のもと、土佐材展示会の開催等による販売量の維持・拡大に引き続き取り組む。 また、県内事業者と県外の高次加工事業者(集成材、不燃処理等)との連携による高次加工材料のサプライチェーン強化に取り組む。 ②関西駐在員とも連携しながら、新規パートナー企業の掘り起こしや取引が低調なパートナー企業への営業活動に引き続き取り組む。 また、外国産材から代替可能な部材(横架材、柱材等)の取引に繋がるよう取り組む。 ③非住宅建築物の木造化・木質化や拡大が見込まれるリノベーション需要など、室内空間への木材利用を増やすための取組を行う。 友好・姉妹都市関係にある都市部の自治体及び、設計会社、ゼネコン等関係者へのアプローチを継続。 ④とさとさ催事スペースを活用したワークショップ等による土佐材のPR。

2 R7年度強化のポイント

取組を通じた課題	R7年度強化の方向性
1 流通拠点との連携による外商活動の強化 ○建築資材や人件費の高騰等による住宅着工戸数及び1戸あたりの延べ床面積の減少。(=木材使用量の減少) ○厳しい状況の中でも、出荷量は前年並みで推移しているため、流通拠点との連携のもと、販売量の維持・拡大に引き続き取り組むことが必要。	1 流通拠点との連携による外商活動の強化 (1) 土佐材セミナーや土佐材木製品の紹介、あんばん・観光PRなど買い方に新たな情報提供を意識した土佐材展示会の開催等による販売量の維持・拡大に取り組む。 (2) 県内事業者と県外の高次加工事業者(集成材、不燃処理等)との連携による高次加工材料のサプライチェーン強化に取り組む。
2 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大 ○建築資材や人件費の高騰等による住宅着工戸数及び1戸あたりの延べ床面積の減少。(=木材使用量の減少)(再掲) ○輸入材が高値で推移しており国産材には追い風の状況。	2 顔の見えるつながりの強化による土佐材パートナー企業への販売拡大 (1) 関西駐在員とも連携しながら、産地商談会の活用等により新規パートナー企業の掘り起こしや取引が低調なパートナー企業への営業活動に引き続き取り組む。 (2) 外国産材から代替可能な部材(横架材、柱材等)の取引に繋がるよう取り組む。
3 非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進 ○木造化・木質化や拡大が見込まれるリノベーション需要など、室内空間への木材利用を増やすための取組の継続が必要。 ○大阪・関西万博の特需が一段落したことから、新たな需要先となりつつある友好・姉妹都市関係にある県外自治体への営業活動が引き続き重要。 ○関西における土佐材の更なる認知度の向上が必要。	3 非住宅建築向けの構造材や内装材等の需要拡大の推進 (1) プロユーザーとの連携によるリノベーション需要向けの製品開発など、室内空間への木材利用を増やすための取組を行う。 (2) 四万十市と枚方市など友好・姉妹都市関係にある都市部の自治体との関係強化を目指すとともに、設計会社、ゼネコン等関係者へのアプローチを行う。 (3) 大阪府建築士会及び大阪府木連との情報交換会による情報収集。 (4) とさとさを活用した土佐材のPR(デジタルサイネージや催事スペースの活用)。

2 外商拡大プロジェクト【商工業分野】

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

1 R6年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	出発点	直近値	R6年度の到達目標	R6年度上半期の実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
産業振興センターが支援する企業の関西圏での売上高(年間)	237億円 (R4)	222億円 (R5)	251億円	103.8億円 (8月時点)	B	目標に対し99.2%の進捗となっているほか、工法分野において工期の関係上、売上が下半期に計上される企業があるため、通期では目標に達する見込み。	引き続き、見本市、ミニ展示商談会、外商コーディネーターによるサポートなど、企業支援を継続し、着実に成約につなげていく。

2 R7年度強化のポイント

取組を通じた課題	R7年度強化の方向性
1 工法の外商の促進 ○新たなコーディネーターの人脈を生かせるよう、多くの自治体や団体等と県内企業との関係構築が必要 2 取引先候補の新規開拓 ○今年度は、大手企業との幅広いネットワークを持つNPOと連携し、「技術の外商」分野で取引先候補の新規開拓を実施。 ○今後は、他分野においても、そのネットワークを活かした展開が必要。 3 「とさとさ」を活用した販路開拓 ○これまで伝統的工芸品デジタルパンフレットの作成や海洋深層水ポータルサイトの構築などによるPRを実施してきたが、県外で直接消費者に関連商品を紹介する機会が少ない。	1 工法の外商の促進 (1) コーディネーターの活動日数を増やし、土木・工法への支援体制を強化。 (2) 大阪府内だけでなく、人脈を有する近隣府県の自治体まで訪問先を拡大。 AD 2 取引先候補の新規開拓 県内企業の意向を踏まえながら、防災関連製品や木製品、紙製品といった分野にNPOとの連携範囲を拡大し、取引先候補の新規開拓を行う。 3 「とさとさ」を活用した販路開拓 とさとさ【伝統工芸】 (1) 「とさとさ」での伝統工芸コーナーの展示について、ラインナップや展示方法を定期的に変更するなど、ブラッシュアップしながら、様々な商品を紹介する機会を創出する。 (2) 今後も記念イベントなどにおいて、伝統工芸のワークショップやブース出展を行い、伝統的工芸品をPRしていく。 とさとさ【海洋深層水】 関西圏でのさらなる外商拡大に向けて、「とさとさ」での海洋深層水フェアを実施

3 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

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

1 R 6 年度進捗状況

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	直近値	R 6 年度の 到達目標	R 6 年度上半期の 実績値	評価	現状分析及び目標達成の見通し	目標達成に向けた対応方針
関西圏からの移住者数 (年間) ＜県外からの移住者数＞	489人 (R4) ＜1,730人＞	579人 (R5) ＜1,930人＞	750人 ＜2,500人＞	443人 (8月時点) ＜1,079人＞	S	昨年度を上回る水準で推移。目標達成に向けては、年度末が移住者数の一番のボリュームゾーンであるため、引き続き取り組みを強化	若年層のヒアリング調査結果を踏まえて、9月補正予算を活用して、関西戦略とも連動した若年人口増加に向けた県外プロモーション（若者・女性のUターン の気運醸成や行動喚起につなげる動画の配信等）を行う
関西圏からの移住者のうち Uターン者数(年間)	169人 (R4)	197人 (R5)	225人	109人 (8月時点)	S		

2 R 7 年度強化のポイント

取組を通じた課題	R 7 年度強化の方向性
1 メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開 ○関西で実施する各種事業間で連携した効果的な情報発信が必要	1 メディアとのネットワークの強化によるプロモーションの展開  (1) 全体を通してSUPER LOCALをコンセプトに本県の様々な魅力を訴求するとともに、関西における各種取組の連携を図り、万博会場での自治体参加催事を本県の魅力を発信するための大きな山場としてプロモーションを展開
2 アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充 ○「県人会・校友会」「土佐すきやねん隊」「民間主体のコアな高知ファンが集まるコミュニティ」など、関西での高知ゆかりの団体の活動を有機的につなげ、さらに大きな「オール高知」の輪となるような仕掛けが必要	2 アンテナショップを中心とした関西と高知を結ぶネットワークの拡充  (1) 高知ゆかりの各団体やその取組をつなげるきっかけをつくり、「オール高知」の輪を質・量ともにさらなる拡大を図る
3 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 ○大阪・関西万博を通じた本県のPR機会の拡大や、今後の大阪窓口の相談者数の増加を見据え、大阪での取組強化が必要 ○本県出身者、特に若者や女性へのアプローチを強化し、新たな相談を増やし移住につなげることが必要	3 情報発信のさらなる強化による移住関心層の獲得 (1) 関西戦略と連動し、大阪窓口の機能強化など取組の充実を検討 (2) 若年人口増加に向けた移住プロモーションの継続に加え、Uターンのさらなる促進や転出抑制に向けた定住プロモーションを展開
4 企業誘致の推進 ○本県の立地環境や誘致の取組についての周知機会をさらに拡充していくことが必要。さらなる企業誘致のためには、誘致対象企業と直接に面談する機会の増加が不可欠 ○デジタル技術を活用した効率的な営業手法の確立と効果的な企業の進出意欲の醸成が必要	4 企業誘致の推進 (1) 企業誘致戦略に基づき、若者や女性の県内就職の促進に向けて、県内各地に働く場所を創出するため、全庁を挙げて企業誘致を推進

4 万博・I R連携プロジェクト

1 R 6 年度進捗状況

取組内容	これまでの取組とその成果	来年度に向けた対応方針
万博を活用した効果的な情報発信	・万博の自治体参加催事に向けた万博協会や関西のよさこい祭り主催者等との協議 ・万博会場内の「EXPOアリーナ」にて、R 7 年 8 月 22、23 日に「よさこい」と「街路市（日曜市）」を柱とした本県主催催事を実施することが内定。オール高知体勢での参画を進めているが、19 市町村が検討中の状況	・催事を契機に高知の魅力を発信し、本県の認知度向上を図ることで観光誘客や外商拡大に繋げる（高知発祥の「よさこい祭り」と300年以上続く「街路市」の魅力を発信） ・本県が万博会場内で発信を行う時期に合わせた、プロモーションの山場を創出するため、各分野の取組の連携を図る ・県内市町村の参画を促進するため、周辺市町村との合同出展や連携中枢都市圏事業の活用等を検討・調整
関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大【再掲】	—	—
非住宅木造建築物への県産木材（土佐材）の利用促進	・万博施設で木造（一部木造含む）と確認できた20施設の内、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%（9/20施設）） ・万博を契機に木造建築を提案する企業と新たな連携・協力関係ができた	・万博でつながった非住宅建築向け構造材のサプライチェーンを活用して供給の実績を積み重ね、非住宅建築のニーズに沿った品質及びロット等に対応する供給・提案体制を強化 ・万博における高知県産材活用協定を結んだ県外集材メーカー2社に、建築材料供給にあたっての課題や実情等についてヒアリングし、今後の土佐材の活用につなげる
工法の外商促進【再掲】	土木・工法に精通する専門家を産業振興センターの大阪営業本部に配置し、自治体や建設業界への営業強化 大阪府及び府内市町村への訪問 50件（13自治体）、県内企業訪問（18件）、県外企業訪問（9件）（8月末）	・引き続き、コーディネーターの関西自治体OBとしての人脈を生かして、府内自治体への訪問を実施

2 R 7 年度強化のポイント

取組を通じた課題	R 7 年度強化の方向性
1 万博を活用した効果的な情報発信 ○国内外から多くの人が集まる万博を最大限活用するため、オール高知での取組が必要 ○自治体参加催事を山場とした、万博前後の効果的な情報発信が必要 ○万博を契機としたプロモーションの山場づくりを行い、各部署の取組と連動することで訴求力を高める必要がある ○本県の関西圏での「パビリオン」の役割を担う「とさとさ」と連携した展開が必要 ○他団体（国、地方自治体、民間企業 等）と連携した取組が必要	1 万博を活用した効果的な情報発信 （1）万博会場における情報発信 ・自治体参加催事で高知発祥の「よさこい祭り」と300年以上続く「街路市」の魅力を発信 ・IoTクラウドを活用した先駆的な施設園芸や高知の食材や食文化をPR（予定） （2）本県が万博会場内で発信を行う時期に合わせ、4月～6月及び8月～9月をプロモーションの山場として、各部署の取組を一体的に実施する （3）「とさとさ」と連動したフェアやキャンペーン、観光PRイベントの開催 （4）どっぴり高知旅キャンペーンなど各種施策と連動した情報発信
2 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大【再掲】 ※各分野の取り組みに記載（外商拡大プロジェクト）	2 関西圏のパートナーと連携した県産食材等の外商拡大【再掲】 ※各分野の取り組みに記載（外商拡大プロジェクト）
3 非住宅木造建築物への県産木材（土佐材）の利用促進 ○大阪・関西万博の特需が一段落したこと、新たな需要開拓が必要 ○土佐材で全国の営業拠点の木造化を進めている企業と今後、連携強化を図っていくことが必要	3 非住宅木造建築物への県産木材（土佐材）の利用促進 （1）万博リング等の土佐材活用事例を効果的にPRするとともに、万博でつながった非住宅建築向け構造材のサプライチェーンを活用して供給の実績を積み重ね、土佐材の供給・提案体制を強化 （2）IR関連の情報収集に加え、横浜市で開催予定の「2027国際園芸博覧会」の建築物にも木材が使用される予定であり、木造建築を提案する企業との更なる連携強化により土佐材の活用につなげていく
4 工法の外商促進【再掲】 ※商工業分野の取り組みに記載（外商拡大プロジェクト）	4 工法の外商促進【再掲】 ※商工業分野の取り組みに記載（外商拡大プロジェクト）