

令和6年度関西・高知経済連携強化アドバイザー会議 意見概要

日 時：令和6年10月28日（月）14：00～16：30

場 所：シェラトン都ホテル大阪 4階 大和の間 西

参加者：別添「アドバイザー名簿」「県側出席者名簿」のとおり

議事（1） 第1期関西・高知経済連携強化戦略 実行3年の取組の総括

議事（2） 第2期関西・高知経済連携強化戦略 進捗状況及び令和7年度強化のポイント

1 観光推進プロジェクトについて

＜公益財団法人大阪観光局 溝畑アドバイザー＞

- ・量から質への転換が重要。「一人あたりの観光消費額」を数値目標に設定し、分析すると良い。
- ・「巡礼」「何もない」「田舎」が世界的なトレンドであり、「極上の田舎」というコンセプトは非常に良い。世界的に見ても「カーボンニュートラル」や「SDGs」が旅行先を選ぶ基準の一つとなっており、高知はアドバンテージがある。ヘリコプターを活用した旅行商品造成のほか、長期滞在を狙った受入れ環境整備など、富裕層向けに質の高いものを提供することが有効と考えられる。
- ・四国ブランドと言えば、お遍路やお接待の文化。本当の原風景を見ることがや歩く中で感じるもの、地域との触れ合いが、移住・定住にもつながる。
- ・高知出身の藤川球児氏の阪神タイガース監督就任は、相当なインパクトがある。安芸市でのキャンプなども含め、連携することで大きなPR効果が図れるのでは。
- ・令和8年（2026年）に全国豊かな海づくり大会が大阪で開催される。山を守ることは海を守ることにつながり、山を守ってきた高知の文化は四国の水産資源のルーツとも言えることから、積極的に発信してはどうか。

⇒（小西 観光振興スポーツ部長）

- ・「一人あたりの観光消費額」も分析していきたいと考えており、今年度からアンケート調査を行う予定。
- ・富裕層向けのヘリコプタープランについては、昨年から大阪観光局にもご協力いただき、実証調査を続けているところ。観光庁の事業も活用し、深掘りしていきたい。
- ・藤川球児監督との関係をしっかりと保ちながらPRに努めていきたい。
- ・現在、どっぷり高知旅キャンペーンにおいて、田舎暮らしや住民との触れ合い、伝統文化の体験など、高知ならではの過ごし方を商品にしようという取り組みを進めているところ。山を守る文化についても高知の売りになると思われるため、テーマ性を持った商品としてトライしていきたい。

＜株式会社 JTB ツーリズム事業本部西日本地区 奈良支店 天野アドバイザー＞

- ・誘致によりクルーズ船の寄港が増えてはいるが、日帰りが多く、宿泊旅行が少ない。「どっぷり高知旅キャンペーン」は日本人はもちろん、インバウンドに向けて、高知の良さ、

ローカルをじっくりと楽しんでもいただけるような発信の強化をお願いしたい。

- ・食や文化、自然をゆっくりと楽しみたいと考えるヨーロッパの方をターゲットとすれば良い。
- ・中山間地域への観光では、二次交通が課題となる。インバウンドの方は自転車で遠くまで行くことも多く、SDGs の観点からも、スローに長期滞在してもらう自転車旅をクローズアップできないか。
- ・県内には宿泊施設が少ない地域があり、古民家宿の充実など宿泊面の課題の解消も急務。
- ・関西からの観光誘客を考えると、日本人もインバウンドも時間的距離が壁になるため、飛行機は必要。乗客数などの課題はあるものの、関空－高知直行便の復活を期待する。

⇒（小西 観光振興スポーツ部長）

- ・インバウンドの方に「どっぷり高知旅キャンペーン」を楽しんでもいただけるよう、自転車での観光やガイドの養成など受入れの取り組みを強化していきたい。
- ・古民家活用の取り組みについては、古民家と民宿を一緒に運営する分散型ホテルの取り組みを県内3箇所を進めており、さらに広めていきたい。
- ・関空－高知直行便について、引き続き粘り強く誘致をしていきたい。

＜関西エアポート株式会社 三浦アドバイザー＞

- ・「関西空港経由の外国人延べ宿泊者数」が前年同期比で減少しており、高知県のインバウンド宿泊者のパイが拡大していないことを表している。台湾－高知の直行便が就航したにも関わらず、伸び悩んでいる点については要因分析が必要。関西空港自体のインバウンド利用者数は右肩上がり増加しており、関西エアポートとしても分析していきたい。

⇒（小西 観光振興スポーツ部長）

- ・台湾から高知への定期チャーター便の就航や、四国内における韓国・香港からの便数増加により、相対的に関西空港経由からの入込者数が減少しているのではないかと考えている。全体のパイを増やす必要があることから、関西からの入込者数自体が増えるよう取り組みを進めていきたい。

2 外商拡大プロジェクト（農業分野）について

＜関西土佐会 豊原アドバイザー＞

- ・今年（R6.9～R7.8）は関西圏の卸売市場を通じた高知県産青果物の販売額を120億円にしたいと考えている。関西は高知から一番近い市場・大消費地であり、まず出荷比率2割を目指して頑張してほしい。関西土佐会の11社（姫路から京都までの卸売会社）からも、高知県産青果物の関西向けの出荷量を増やしてほしいという意見が出ている。
- ・産地の高齢化による後継者不足の問題は、高知県だけでなく、他産地でも今後ますます増えてくる。また、運賃も値上がりしており、経費が高騰する中、手取りが少なければ辞めてしまうケースも多い。遠い市場よりも近い市場で売ることが、生産者の手取りアップにもつながるため、できるだけ近い市場でしっかり売ってほしい。
- ・1月から10月までの青果物の単価は昨年比110%。高温やカメムシの被害など様々な要因により量が減り相場が上がった、という面もあるが、単価を上げる戦略を立てて出荷す

る産地もあり、今年は産地の価格転嫁ができていないのではないかと感じている。

- ・今年は、青果物にとって単価が安く推移することは考えにくいいため、引き続き出荷量をキープして販売額のキープにつなげる方向で取り組んでいただきたい。
- ・こういった話は JA グループにもしっかりと伝えたい。例えば、本会議に JA グループの役員の方に出席していただくことなども検討してほしい。

⇒（松村 農業振興部長）

- ・IoT プロジェクトを含め、デジタル化による生産性向上で反収を上げ、出荷量をキープしていきたい。また、産地の生産状況を市場と密に情報共有することで、販売額を増やせるよう取り組んでいきたい。
- ・JA グループの出席については、事務局とも相談のうえ検討する。

3 外商拡大プロジェクト（水産業分野）について

＜株式会社うおいち 橋爪アドバイザー＞

- ・全国的に漁業就業者の減少が深刻化している。
- ・高知県は、バラエティに富んだ魚を獲れる漁場で、豊かな海に恵まれている。ただ、ここ数年の海水温上昇の影響により、全国の各地域で漁獲量や構成魚種の変化が見られる。
- ・天然魚は、年間で価格の変動が大きい。旬の時期に多く獲れた魚を冷凍保存し、獲れない時期に売ることができると良いのでは。
- ・廃棄処分される未利用魚も多く、SDGs の観点からももっと利用すべき。未利用魚や色物も調理によっては美味しくなるため、幅広く市場に出してもらいたい。

⇒（濱田 水産振興部長）

- ・高知県でも漁業者、特に若い方が減少しており、確保対策にしっかり取り組んでいきたい。
- ・水温上昇の関係も含め、不漁への対策が必要。最近新しく漁業者になられた方は、単一漁法で操業する方が多かったが、複数漁法の技術を身につけてもらうなど、安定した収入を確保するための支援を進めていきたい。
- ・旬の天然魚を冷凍する取り組みはぜひ進めていきたいと思っており、引き続きご協力をお願いしたい。

4 外商拡大プロジェクト（加工食品分野）について

＜社会構想大学院大学 社会構想研究科 西田アドバイザー＞

- ・卸事業者とは別に、量販店・小売店と並ぶ一つの軸としてコンビニエンスストアへのアプローチも考えると良い。農場の経営や農家との提携によりPBを拡大するなど、コンビニエンス業界は農業分野含め原材料から製造販売までシステム産業として今後も進化していくことが予想される。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・県産食材を使った弁当を県内の店舗で販売するなど、協定企業との取り組みの中での活動は一定あるが、本格的にどうアプローチするかはこれからの部分。ご意見を参考にさせていただく。

5 外商拡大プロジェクト（林業分野）について

＜公益財団法人日本デザイン振興会 深野アドバイザー＞

- ・東京丸の内エリアで、みどりを増やすまちづくりが進められており、東京海上日動ビルの建て替えでは、構造部材を含めて国産木材を多く使う予定と聞いている。関西でも今後そういった動きがあれば、高知県産材が入っていく余地があるかもしれない。
- ⇒（西村 林業振興・環境部長）
 - ・建築材や内装材の普及について研究しているところ。県内では高知型モデルとして事例が出てきており、県外に売っていく場合にも高知型モデルを提案し、普及させたいと考えている。

6 外商拡大プロジェクト（商工業分野）について

＜公益財団法人日本デザイン振興会 深野アドバイザー＞

- ・「工法の外商」は非常に面白い取り組み。具体的なものがあれば、教えてほしい。
- ・能登半島地震の被災地でスタートアップ企業が開発した水循環システムが活用されている事例がある。災害復旧の工法など、高知県も積極的に情報発信していくと良い。
- ⇒（岡田 商工労働部長）
 - ・具体的には、技研製作所の無振動杭打ち機や高知丸高の災害復旧時における橋の短期工事など。大阪での活用実績を広げるべく、県内企業が持つオンリーワンの技術や工法を中心に売り込んでいるところ。

7 「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」について

＜公益財団法人日本デザイン振興会 深野アドバイザー＞

- ・「とさとさ」のコンセプトは非常に面白い。各分野において「とさとさ」をどう活用するか、全体像をしっかりと掴むことが必要ではないか。
- ・アンテナショップは、入口であり、テストマーケティングの場にもなる。次にどう結びつけるかの戦略を持って取り組むことが、アンテナショップの効果を十分に出すことにつながる。梅原プロデューサーなど専門的な視点もうまく巻き込みながら、次につなげていくための戦略を考えると良い。
- ⇒（合田 産業振興推進部長）
 - ・各分野をいかに有機的につなげて活用していくかは非常に重要であり、改めて全体像を整えることを意識して取り組みを進めていきたい。
 - ・アンテナショップの利活用の大きな目的の一つが商品の磨き上げであり、高知県のあらゆる取り組みを発信し、それに対する反応を見ていく場であると考えており、その意味合いを意識して取り組んでいきたい。

＜関西土佐会 豊原アドバイザー＞

- ・「とさとさ」で青果物を販売するのは難しいと思うが、売り場を活用して試食やPRをできればありがたい。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・「とさとさ」の店内には催事スペースを設けており、生産者や事業者が店頭に立って直接お客さんに PR できる仕掛けとしている。
- ・青果物の常時販売については現状ハードルがあるが、催事スペースなどをうまく活用した PR を意識していきたい。お力添えいただきたい。

＜社会構想大学院大学 社会構想研究科 西田アドバイザー＞

- ・店舗のロケーションやディスプレイが良い。また、店頭スタッフを含めた関係者に活気があり、お店に入っていくとくなる雰囲気がある。
- ・ここから付加価値をどうつけるか、万博に来た人もショップに誘導できるような仕掛けを考えると、さらに発展できると思う。

＜株式会社 JTB ツーリズム事業本部西日本地区 奈良支店 天野アドバイザー＞

- ・「とさとさ」の良さは、他と比べて“本物”であること。高知出身のスタッフが土佐弁で話すなど、お店に行っただけで高知の良さが感じ取れるところが、他とは違う、賑わっている一番の要因かと思う。

8 大阪・関西万博について

＜公益財団法人大阪観光局 溝畑アドバイザー＞

- ・万博は木のリングがシンボリックであり、高知県産材のブランドを発信する最高の機会。日本みどりのプロジェクトでは5月の催事以外にも、万博会場を使って、みどりを守ろうという情報発信の取組を検討している。高知県もぜひ参加してもらいたい。
- ・2030年の大阪 IR 開業に向けた工事が始まった。今後ホテルやホールなどの建設関連で木材需要が出てくると思われるので、タイミングを見て紹介する。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・日本みどりのプロジェクトの取組には本県もぜひ参加させていただきたい。
- ・大阪 IR については、しっかりと情報収集しながら取り組んでいきたいと思っている。お力添えいただきたい。

＜社会構想大学院大学 社会構想研究科 西田アドバイザー＞

- ・国内だけでなく海外の企業とつながるチャンスであるという視点を持ち、万博期間にアプローチを行い海外企業とのネットワークを構築するなど、積極的に参加、働きかけをしてほしい。
- ・（一社）大阪外食産業協会のパビリオンに出展するとのことであり、中井会長と意見交換をすると良い。高知県産食材を活用してもらおうチャンス、外商につながるのではないかな。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・本県の強みである「食」を関西の方に PR し、実際に取引につなげるため、あらゆるチャネルを活用していきたいと考えており、参考にさせていただきたい。

＜株式会社 JTB ツーリズム事業本部西日本地区 奈良支店 天野アドバイザー＞

- ・万博は大きな契機。自治体参加催事は、是非とも“本物”でお願いしたい。
- ・よさこいは、受賞チームなど有名チームの圧巻の踊りを披露してほしい。本場のよさこいを知らない方は関西にも非常に多く、本物を知ってもらうことが大事。
- ・日曜市は、地元に着した生活市で、他にはない高知独特のもの。土佐弁での会話や高知の人なども含めて“本物”を通じて、良さを伝えてほしい。

⇒（小西 観光振興スポーツ部長）

- ・様々なチームにお手伝いいただきながら、“よさこい発祥の地 高知”をしっかりとアピールするとともに、よさこい祭りが発展していく様を伝えられるようにしたい。
- ・日曜市は、土佐弁を使った会話などコミュニケーションが売りの一つだと考えるので、その良さを伝えられるようにしたい。

9 グローバル化について

＜社会構想大学院大学 社会構想研究科 西田アドバイザー＞

- ・グローバル化につなげるにはどうしたらいいか、という視点を意識してほしい。
- ・今後、インドでは中間層の拡大により購買力が上昇し、世界が注目する市場として経済発展を遂げていく。インバウンド・アウトバウンドを含めたインド市場へのアクセスやインド人材の活用について、「(一社) 関西日印協会」(現在は設立準備委員会) でサポートしていく。高知県も活用してもらいたい。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・本県で地産外商に取り組み始めた当時は、国内外商であったが、今や海外に目を向けて取り組んでいく必要がある。今後の国内市場の縮小も視野に入れ、意識して取り組んでいきたい。

10 移住・定住の取り組みについて

＜公益財団法人大阪観光局 溝畑アドバイザー＞

- ・移住・定住を進めるためには、住居だけではなく、教育や環境、文化もセットにして取り組むことが重要であり、条件整備に力を入れて取り組んでほしい。とくに家族連れにとっては教育が重要。

⇒（中村 理事（人口減少・中山間担当））

- ・本年度から「高知県元気な未来創造戦略」を策定し、移住・定住も含め、とくに若者や女性の人口増加に全庁で取り組んでいるところ。転入における教育環境の充実は非常に重要であると考えており、教育委員会と連携しながら、進学を視野に入れた移住環境の充実にもしっかりと取り組んでいきたい。

＜社会構想大学院大学 社会構想研究科 西田アドバイザー＞

- ・仕事があれば、長く住んでもらうことは難しい。高知県には防災関連製品や工法などの強みがあり、例えば、防災関連産業のクラスターをつくり企業を誘致するなど、企業誘致を進める際は、的を絞り込み、戦略を練ることが重要。

- ・国としても地方創生を1丁目1番地に掲げ、サポート体制もあると思われる。地方創生の中での企業誘致について、検討してはどうか。

⇒（岡田 商工労働部長）

- ・今年度、高知県内の理系の高等教育機関の学生にアンケートを実施する予定にしておき、若い方が望む業種等を参考に企業誘致につなげていきたい。併せて、若い方に人気のある事務系やIT系の誘致に継続して取り組んでいきたい。
- ・男性育休が取りやすいなど、子育てしやすい県を目指して働き方改革に力を入れている。若い方がやる気をもって働けるよう、職場づくりの取り組みも進めていきたい。

⇒（中村 理事（人口減少・中山間担当））

- ・「高知県元気な未来創造戦略」の中で、魅力のある仕事をつくることを政策の一番に置いて取り組んでいるところ。事務系職場の誘致に限らず、例えば、一次産業分野の法人化や雇用事業体化により、若者や女性を増やす取り組みを進めていきたい。

11 関西戦略の進め方について

＜社会構想大学院大学 社会構想研究科 西田アドバイザー＞

- ・第2期の取り組みを進めていくにあたって、「関西」をもう少し細かく絞り込み、府県別に戦略を立てるなど、府県別に選択と集中を見える化すると、各府県との連携もしやすくなるのではないかと。例えば、戦略の分野ごとに関西広域連合に個別のコンタクトを取るなど、「関西」をもう少し分解して取り組むと、より成果につながっていくと思う。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・例えば、加工食品分野においては、量販店ひとつにしても、京都、兵庫、大阪でそれぞれに特徴や違いがあるのではないかと感じる。進化・深化していく余地があると感じている。関西広域連合を含めて、参考にさせていただきたい。

＜関西エアポート株式会社 三浦アドバイザー＞

- ・バージョンアップにあたっては、取り組みごとに評価と要因分析をしっかりと行うとともに、現場の情報を吸い上げて次のアクションのヒントにするなどミクロな視点を大事にすると良い。例えば、観光分野の宿泊者数であれば、どんな宿泊施設でどんなお客さんが増えているのか減っているのか、国ごとに傾向が違ってくるかなど、実際に現場で活動している方の評価や声を吸い上げられると、マクロな活動にも生かしていけるのではないかと。

⇒（小西 観光振興スポーツ部長）

- ・宿泊事業者の方々の声も聞きながら、ミクロに細分化した分析を進めていきたい。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・どの分野においても、現場の声を反映することを意識して取り組んでいきたい。

12 今後の取り組みや方向性、地域活性化に関する意見ほか

＜近鉄グループホールディングス株式会社 小林アドバイザー＞

- ・関西戦略の取り組みとして、観光、農業、水産業、林業、食品産業、商工業など様々あるが、これらは一つの行動様式であり、地域を大きい視点で育て、活性化していくという根

底の意識を持つことが大事。

- ・世の中がデフレからインフレに急転換していく中で、値段を下げたら売れるという考え方から、良いサービスに高い値段を払うことで満足感を味わってもらう、という方向にシフトしており、モノの値段をどう考えるかが必要になっている。
- ・東京一極集中が見直そうとされている中で、人々が住みたい地域を自ら選んで住めるようにするためには、そこに働く場所が適度に整備されていることが必要。その前提で、各分野でどう取り組むかという話になっていくのではないかと。
- ・“この地域に住みたい” と思ってもらうためには、高知の自然や文化の良さをどのようにして都市部の人に分かってもらうか、発信が大事。適度に自然があり、適度に人が住み、元気な県民性がある、そうした高知の程良さを土台に売り出しながら、具体的にどうすべきか仕組みを考えていってほしい。
- ・都市部の文化や生活に疲れ、地方で人生をゆっくり過ごしたいと考えて移住する人が増えており、その前段階の移住検討層も多くいる。都市の疲弊を癒すのは地方の活性化。地域の良さをもう一度しっかりと認識し発信していくためには、地方大学も大事な要素（各地方ならではの特徴が必要）となる。

⇒（合田 産業振興推進部長）

- ・各分野において、アドバイザーの皆さまからいただいた意見等を参考に、根底の部分も意識しながら取り組んでいきたい。

⇒（濱田 高知県知事）※閉会挨拶にて

- ・コロナ禍の影響もあるが、ここ2～3年、本県の出生者数は全国で最下位争いをしている状況。定住対策等により若者の減少に歯止めをかける必要があり、その中では産業振興の分野も非常に重要であると考えている。
- ・コストカット型経済から高付加価値型経済への転換を目指していくこと、また、地方ならではの新しい価値をつくり日本全体の経済成長の原動力にしていくことが、国としても目指すべき大きな方向性であり、世の中の流れではないかと思う。
- ・SDGs や木を守ろうといった動きがある中、高知県は、恵まれた自然を生かし、高付加価値型の新しい社会を切り開いていくためのアドバンテージを持っている。こうした強みを生かし、経済基盤を固めながら、若者や女性がいきいきと活躍でき、都会の方にも住みたいと思ってもらえる高知県を作っていきたい。