

Ⅱ 産業間の連携戦略

地産外商戦略の推進

連携テーマ《地産外商戦略の推進》の取り組みの概要

① 産業振興計画のこれまでの取り組みによる成果と課題

県内市場の縮小に打ち勝つため、地産外商公社を核とした外商活動に取り組んできた結果、地産外商公社が支援する企業の令和5年度の県外売上額が614億円となるなど、地産外商公社の全国展開の推進により順調に外商が伸びています。

輸出の取り組みは、国別、品目別に戦略を立て、販路拡大に取り組んだ結果、令和5年の食料品輸出額は過去最高の26.4億円となり、有望市場を中心に着実に増加しています。

国内外において順調に成果が拡大してきましたが、物価の高騰など、社会・経済環境が大きく変化しており、県経済の持続的な発展のためには、さらなる外商拡大が必要です。

② 第5期計画ver.2の取り組み

柱1 外商につながる地産の強化

取り組み1 市場が求める商品づくりへの支援

販路に直結した商品づくりを後押しするため、バイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援を強化します。また、食品残渣等を活用した新商品開発の支援を強化します。

取り組み2 食品加工の生産管理の高度化支援

生産性向上推進アドバイザーによる食品事業者の生産工程の高度化の支援体制を強化します。

柱2 国内外商の拡大

取り組み1 地産外商公社を核とした外商の拡大

大きな取引が見込まれる卸売事業者との連携強化により新規販路を開拓し、成約に直結する産地視察型の商談機会や新たな展示会への出展機会を拡充します。また、大口の取引が見込まれる飲食店チェーン・ホテルグループへのアプローチを強化します。

さらに、顧客及び営業情報の蓄積等により外商の全国展開に向けた営業活動を強化します。

取り組み2 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

アンテナショップを活用した商談機会の創出や、高知県関係の飲食店との連携による県産品のPRを強化し、関西圏における外商活動を強化します。

柱3 輸出の拡大

取り組み1 輸出品目の強化

有望な輸出品目の生産支援や生産体制の拡充、JETROや貿易促進コーディネーターとの連携による新たな輸出品目の発掘・育成により、輸出品目の強化を行います。

取り組み2 外商活動の強化

マーケットインの考え方に基づいたプロモーションや海外ネットワークの活用、成長が見込まれる新たな市場の開拓により、外商活動を強化します。

取り組み3 事業者支援の強化

海外展示会等への出展支援を通じた輸出環境の整備や要件の見直しによる補助金の活用促進など、輸出に意欲的な事業者への支援を強化します。

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

「食のイノベーションベース」において、事業者の課題やレベルに応じた支援メニューを提供することで食品事業者の課題解決と人材の育成を図ります。

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

事業者の課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口「サポートデスク」において、生産から販売までの幅広い課題に対応します。

また、付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等の取り組みへの支援を強化します。

《連携テーマ》 地産外商戦略の推進 ～県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大～

目指す姿

食品産業のイノベーションを推進し、県産品の付加価値向上とさらなる外商拡大を目指す

分野を代表する目標

食料品製造業出荷額等 出発点 (R3) 1,034億円 ⇒ 現状 (R4) 1,181億円 ⇒ R7 1,209億円 ⇒ 4年後(R9)1,300億円 ⇒ 10年後(R15)1,400億円
※目標は「食料品製造業上」(飲料・たばこ・飼料製造業)の出荷額等の合計

「地産」の強化

柱1 外商につながる地産の強化

(1) 市場が求める商品づくりへの支援

- ① 売れる商品づくりへの支援
国内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援
マーケティング戦略や販売戦略の策定支援
- 新** 食品残渣等を活用した商品開発への支援
商品発掘コンクールを通じた商品開発への意欲醸成
- ② 輸出に対応した商品づくりへの支援
専門家による輸出対応商品の開発支援(賞味期限延長等)
- 新** ③ 土佐酒ブランドの強化に向けた県産酒米の安定供給の確保
- ④ 工業技術センターによる商品開発等への支援

(2) 食品加工の生産管理の高度化支援

- 拡** ① 生産性向上・衛生管理向上に向けた支援
生産性向上推進アドバイザーによる個別現地支援
省人化に向けた生産体制の整備への支援
外商拡大に向けた国際衛生基準対応等への個別支援
- ② 食品表示の適正化を支援
食品の安全安心に向けた食品表示の対応支援

「外商」の強化

柱2 国内外商の拡大

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

- ① 卸売事業者との連携強化による外商拡大
拡 卸売事業者主催の社内商談会等への参加
外商コーディネーターと連携した新規の販路開拓
 - ② 商談会・展示会の拡充
成約に直結する産地視察型の商談機会の拡大
新 新たな展示会出展(PB、OEM関連)による販路開拓
 - ③ 飲食店等への外商活動の強化
拡 飲食チェーン、ホテルグループへのアプローチ
 - 拡** ④ 外商の全国展開に向けた営業活動
顧客及び営業情報の蓄積による営業活動の充実
中部エリアにおける営業活動の展開
- (2) 関西戦略に基づく県産品の外商拡大
- ① アンテナショップを核とした外商活動
店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出
テストマーケティング等による県産品の磨き上げ
 - 拡** ② 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上
SUPER LOCALのコンセプトによる各分野の取り組みの連動
 - ③ 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化

柱3 輸出の拡大

(1) 輸出品目の強化

- ① 有望な輸出品目の拡大
【コズ】欧州向けの有機的栽培への転換支援
【ブリ類】養殖の規模拡大やコスト削減に向けた支援
- ② 新たな輸出品目の発掘・育成
拡 JETRO等との連携による新規取り組み事業者支援

(2) 外商活動の強化

- ① マーケティングの考え方に基づいたプロモーション
- ② 海外ネットワークの活用による販路拡大
- ③ 新たな市場の開拓や成長市場である東南アジアでの販売拡大の推進
新 【農畜水産物・加工品】タイの展示会への共同出展
新 【土佐酒】新たな市場の開拓 (ドイツ、豪州等)

(3) 事業者支援の強化

- 拡** ① 海外展示会への出展支援等を通じた県内事業者の地域商社化の推進
- 拡** ② 輸出拡大に向けた施設整備補助金の活用促進

成長を支える取り組みを強化

柱4 食品産業を支える産業人材の育成

(1) 商品企画力・開発力・外商力の向上

- ① 食品事業者の課題解決に向けた総合支援プラットフォームである「食のイノベーションベース」を運営
- 拡** 事業者の段階に応じたカリキュラムの拡充
- ② 土佐FBCとの連携
事業者のレベルに合わせた「食のイノベーションベース」、「土佐FBC」の各カリキュラムへの誘導

柱5 事業拡大に向けた企業の成長を後押し

(1) 裾野の拡大も含めた総合支援

- ① 課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口である「サポートデスク」による支援
専門家による事業者の生産から販売までの幅広い課題へのブッシュ型の支援
拡 出張相談会を通じたニーズの掘り起こし

(2) 事業規模拡大に向けたサポート

- ① 事業戦略の策定支援
セミナー・個別相談の実施
拡 専門家による販売戦略の策定支援
戦略策定後における実行支援
- 拡** ② 生産性向上推進アドバイザー派遣

(3) 成長を牽引する企業の創出

- 新** ① リーディング企業の創出・育成
付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や
中核人材の確保等の取り組みを支援

※ 専門人材や関係機関等で構成する
「外商強化支援チーム」による伴走支援

連携テーマ（地産外商戦略の推進）で掲げる目標一覧

◆分野全体の目標

食料品製造業出荷額等 出発点(R3)1,034億円 ⇒ 現状(R4)1,181億円 ⇒ R7 1,209億円 ⇒ 4年後(R9)1,300億円 ⇒ 10年後(R15)1,400億円 ※目標は「食料品製造業」と「飲料・たばこ・飼料製造業」の出荷額等の合算	
--	--

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の種類	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R7年度 到達目標	4年後(R9) 目標値	重点施策 該当
1 外商につながる地 産の強化	①構造転換型 ②地域産業スケール アップ型	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間) 地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額 (年間) 食料品の輸出額(年間)	593億円 (R4)	614億円 (R5)	658億円	693億円	○
2 国内外商の拡大	②地域産業スケール アップ型		115億円 (R4)	145億円 (R5)	147億円	159億円	○
3 輸出の拡大	③グローバル展開型		23億円 (R4)	26.4億円 (R5)	40.1億円	47億円	○
4 食品産業を支え る産業人材の育成	⑤人材起点型						
5 事業拡大に向け た企業の成長を後押 し	①構造転換型 ④課題解決型						

No.	戦略目標	出発点	直近値	4年後 目標 (R9)	これまでの取り組みと成果	課題	取り組み内容 (R6～R9)	主なアウトプット 目標 (KPI)
1	地産外商公社が支援する企業の県外売上額(年間) 【モニタリング方法】 ・地産外商公社からの活動報告により状況を確認				1 外商につながる地産の強化 ・食のプラントホームの商品、カップ相談会・商品づくりワーキングの開催や、食品加工高度化支援事業費補助金による支援など、県内事業者の商品開発の取り組みを支援 商品づくりワーキングによる商品開発・改良件数 R5:70件 工業技術センターによる商品開発件数 R6:23件 2 国内外商の拡大 ・外商活動の全国展開(H27～) 成約件数 H27:208億円→R5:63.5億円 訪問件数 H27:1,389回→R5:4,121回 ・展示会出席、県・公社主催商談会開催 H27:39回/646社→R5:79回/954社 ・地域商社の支援を目的とした「外商支援事業費補助金」創設(R元～) R元:7件→R5:5件 ・出展が容易な展示会の開催 県産品商談会(H27～、H30から年2回) 食の商談会(東京(H24～)、名古屋(H30)、土佐の宴(大飯(H27～)、名古屋(H30～)) ・まるごと高知商談会・相談会開催 H27:4回→R5:7回 ・地産外商公社(高知)による事業者訪問 H27:189社→R5:234社	1 外商につながる地産の強化 ・マーケティングの視点でのさらなる商品開発の推進が必要 ・労働生産性が低く、人手不足 ・生産現場の省力化やデジタル化が進んでいない ・外商拡大に向けた品質管理の向上支援が必要 2 国内外商の拡大 ①卸売事業者との関係性を深め、展示商談会での出展小間数増につながる社内商談会等参加に向けた働きかけが必要 ・新販路開拓の掘り起こしや産地特産型商談会への誘導に向けて、展示会での積極的な営業活動が必要 ・大阪関西万博の開催やインバウンド向け、飲食チェーン、ホテルグループへのアプローチ ④外商の全国展開に向けた営業活動(R6～R9) ⑤関西戦略に基づく県産品の外販拡大(R6～R9) ・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 ・SUPER LOCALのコンセプトによる各分野の取り組みの運動 ・大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化 ⇒ 別図<外01、02>参照 (P127,128)	1 外商につながる地産の強化 ・売れる商品づくりへの支援 ・国内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の促進支援【R6～R9】 ・食品廃棄物を活用した商品開発への支援【R7～】 ②食品加工の生産管理の高度化支援 ・生産性向上推進アドバイザーによる個別現地支援【R6～R9】 ③食品産業を支える産業人材の育成 ・食品事業者の課題解決に向けた総合支援プラントホームである「食のイノベーション」を運営【R6～R9】 ④事業拡大に向けた企業の成長を後押し ・課題解決をサポートする相談・支援のワンストップ窓口である「サポートデスクII」による支援【R6～R9】 ・付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等の取り組みを支援【R7～R9】 4,700者(R6～R9)	【商品開発案件数 (累計)】 427件(H28～R5) ↓ 800件(R6～R9) 【展示館会延べ参加事業者数(累計)】 3,185者(R2～R5) ↓ 4,700者(R6～R9)
2	食料品の輸出額(年間) 【モニタリング方法】 ジェトロ高知が県内事業者向けに実施する「貿易実態調査」を確認(年次データのみ)	23.0億円 (R4)	26.4億円 (R5)	47.0億円 (R9)	1 輸出の拡大 (1)輸出品目の強化 ・基幹品目及び輸出戦略品目の生産拡大への取り組みを支援 (2)外商活動の強化 ・国別に品目を設定し、展示会への参加や商社と連携した商談会を開催 (3)事業者支援の強化 ・県本市への出展支援や施設整備補助金による衛生管理・生産性向上への支援 【基幹品目 輸出額】 ユズ R5 8.1億円 水産物 R5 4.7億円 酒類 R5 6.0億円	1 輸出の拡大 (1)輸出品目の強化 ・輸出品目・輸送品目・新たな品目の発掘 ・輸出に適した品目・商品の育成や開発が必要 ・輸出に取り組む事業者の支援や発掘が必要 ・輸出拡大に向けた原料の安定供給が必要 (2)外商活動の強化 ・品目にあった市場の開拓や成長が見込まれる市場への取り組みが必要 ・中国の日本産水産物の輸入停止による販路の減少への対応が必要 (3)事業者支援の強化 ・輸出拡大のためのスキーム作りや支援体制の拡充が必要	【基幹品目 輸出額】 ユズ 8.1億円(R5) 1億円(R9) 7.2億円(R9) 水産物 4.7億円(R5) ↓ 16.6億円(R9) 酒類 6.0億円(R5) 12.3億円(R9)	

現状・課題

これまでの取り組み

1 外商の拡大につなげる商品づくりの推進

食のイノベーション等及び補助金により事業者の商品づくりを支援

商品開発件数 H28～R5：427件 → R6～R9：800件

2 外商活動の全国展開の拡大・強化

地産外商公社の全国展開のさらなる推進、外商参画事業者のさらなる拡大

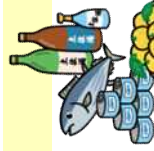
地産外商公社の活動による成約金額 H30：42.4億円 → R5：63.5億円

3 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

有望市場（米国、欧州他）を中心とした販路開拓・販売拡大事業の実施

貿易促進コーディネーター等による県内事業者訪問の実施

食料品の輸出額 H30：14.5億円 → R5：26.4億円



現状・課題

①これまでの取り組みにより、国内での外商や輸出において順調に成果が拡大してきたが、県経済の持続的な発展のためには、さらなる外商拡大が必要。

②また、アフターコロナ、エネルギー価格や物価高騰、人口減少と高齢化に進行による人手不足の深刻化、世界人口の増加による将来的な食糧不足への懸念、SDGsや脱炭素社会の進展など、社会・経済環境が大きく変化している。

現状

1 外商につながる商品が不足している。

- ①多様化する消費者ニーズに対応した付加価値の高い商品づくりと出口（販路）に直結した商品づくりが必要
- ②人口減少、高齢化の進行等により国内マーケットが縮小する中、輸出を強化するためには、海外の規制やニーズに対応した商品づくりが必要

2 生産工程の高度化が十分進んでいない。

①人手不足、エネルギー価格や物価高騰、脱炭素社会の進展などに対応するため、デジタル化などによる生産性の向上、省エネ化の推進といった取り組みが必要

3 他産業との比較における労働生産性の低さ。

①自動化が難しい工程が多く、消費期限の短さや単価の安さ、商品サイクルの短さなどに、投資に踏み出しづらい事業者が多い

4 人材の確保・育成が困難。

①競争が激しくなり、賃金水準やキャリアパスなどの点から人材の確保・定着が難しく、付加価値の高い商品の開発やノウハウの蓄積ができない悪循環が発生



5期計画（令和9年度）の目指す姿

①地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）

出発点（R4）593億円 → 現状値（R5）614億円 → R7 658億円 → 4年後（R9）693億円

②食料品の輸出額

出発点（R4）23.0億円 → 現状値（R5）26.4億円 → R7 40.1億円 → 4年後（R9）47.0億円

【主なアウトプット目標（KPI）】

食のイノベーション参画事業者数：300事業者（R7）、商品開発・改良件数：200件（R7）

『商品開発による付加価値向上』と『生産性向上による構造転換』により、持続的に経済が発展する高知県

①事業者の掘り起こし強化による国内外商・輸出を行う事業者の裾野の拡大【量】

②事業者の商品開発力・生産力・外商力の強化による事業規模の拡大【質】



令和7年度の取り組み

1 商品開発・改良に対する支援の強化（売れる商品づくり）

売れることにござわり、出口（販路）に直結した商品づくりを後押しするため、国内外のバイヤー等と連携した商品開発・改良の伴走支援を強化

【実施例】 小規模向け：マーケティング戦略、原価計算等を学ぶ講座
中堅向け：卸売業者との商談に直結する講座

商品開発・改良に対する支援

新 食品残渣等を活用した新商品開発に対する補助の拡充（グリーン化加算新設）

2 生産管理の高度化に向けた支援の強化（デジタル化・グリーン化の促進）

生産性向上推進アドバイザーによる支援体制を拡充し、生産工程の高度化（デジタル化・グリーン化）を促進

外商拡大に向けた国際衛生基準の認証取得を支援

3 事業者の課題解決をサポートする総合支援の実施

「サポートデスク」による食品産業に関わる相談・支援のワンストップでのサポート

①食料品製造事業者の抱える幅広い課題※に、ワンストップで対応

※商品開発、国内外商・輸出、生産性向上、人材不足、女性働きやすい職場環境づくりなど

②専門人材を配置し、プッシュ型の相談対応・出張相談会を実施

【生産】生産性向上推進アドバイザー

【国内】地産外商コーディネーター

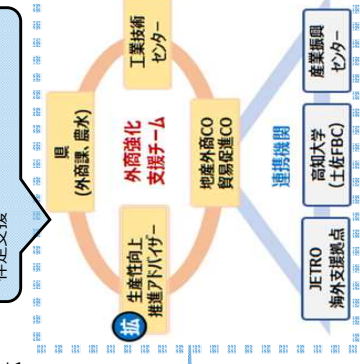
【輸出】貿易促進コーディネーター

4 成長を牽引するリーディング企業を創出・育成

新 付加価値向上に向けたイノベーションの創出による外商拡大や中核人材の確保等につながる取り組みを支援



専門人材や関係機関等で構成する「外商強化支援チーム」による伴走支援



現状・課題

(1) 地産外商公社を核とした外商の拡大

地産外商公社が支援する企業の県外売上額が順調に増加

【課題】

- ① さらなる外商拡大には、多くの取引先を有している卸売事業者との関係性を強化していくことが必要
- ② 大規模展示会に積極的に出展し、新規顧客獲得や産地視察型商談会開催につなげることが必要
- ③ 需要の高まりが見込まれる飲食について、業務用卸、飲食チェーン、飲食店へのアプローチ強化が必要
- ④ 外商の全国展開に向け、営業体制の強化や、効果的な営業の推進が必要

(2) 関西圏における外商活動

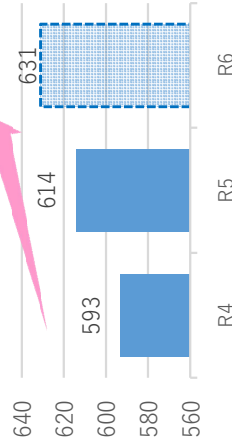
128 1 関西圏のパートナーと連携した取り組みや、食・観光等の情報発信、県産品の販売を実施

【課題】

- ① 各分野の取り組みの効果的な運動

地産外商公社が支援する企業の県外売上高

	R4(出発点)	R5
目標		609億円
実績	593億円	614億円



K P I 検証

5 期計画（令和 9 年度）の目指す姿

目標値

地産外商公社が支援する企業の県外売上額（年間）

出発点（R4） 593億円⇒現状値（R5） 614億円⇒R7 658億円⇒4 年後（R9） 693億円

【主なアウトプット目標（KPI）】

卸売事業者の社内商談会等への参加 3 回（R7）、飲食店（チェーン含む）・ホテルでの高知フェア開催 18 回（R7）、PB や OEM に関する展示会に出展 1 回（R7）

- ① 多くの取引先を有している卸売事業者をはじめ、パートナーとの連携強化による外商拡大に取り組む
- ② 関西圏アンテナショップを核とした外商活動の強化や、万博を契機とした需要増大に向けた外商拡大に取り組む

令和 7 年度の取り組み

1 卸売事業者との連携強化による外商拡大

- ① 卸売事業者との関係性を深め、社内商談会等への参加による関係構築
- ② 外商コーナーによる新規販路開拓に向けた営業活動を推進

2 商談会・展示会の拡充強化

- ① 大規模展示会に積極的に出展し、新規顧客獲得や産地視察型商談会の実施へつなげる
- ② 新たな販路開拓に向け、PB や OEM に関連する展示会に出展

3 飲食店等への外商活動の強化

- ① 業務用卸と連携した、飲食店チェーン、ホテルグループへのアプローチを強化
- ② 飲食関係事業者の産地視察型商談会への参加を推進

4 外商の全国展開に向けた営業活動の強化

- ① 顧客及び営業情報のデータベースを充実し、クラウド上で管理・運用することで営業活動を強化
- ② 名古屋に営業担当者を配置し、中部エリアにおける営業活動の強化

5 関西戦略に基づく県産品の外商拡大

- ① アンテナショップを核とした外商活動の強化
 - ② 店舗を活用した県産品の PR 強化や商談機会の創出
 - ③ テストマーケティング等による県産品の磨き上げ
- ② 関西プロモーションの展開による県産品の認知度向上
- ① 「SUPER LOCAL」のコンセプトを活用し、各分野の取り組みを効果的に連動
 - ③ 大阪・関西万博を契機とした外商活動の強化



現状・課題

(1) 農産物 (ユズ含む)

- 現地企業への委託事業を通じた輸出ルートの拡大や商社との連携による販路の開拓を実施
(輸出額) R4 7.6億円 → R5 8.2億円

⇒ 国内外での引き合いの増加によるユズの生産拡大
⇒ ユズに次ぐ輸出有望品目の販路拡大・産地づくり

(2) 水産物

- 海外見本市への出展や水産物輸出促進コーディネーターによる県内事業者の販路開拓の支援等を実施
(輸出額) R4 2.2億円 → R5 4.7億円 (加工品除く)

⇒ 中国の日本産水産物の輸入停止による販路の減少
⇒ マーケットニーズに対応した商品提案

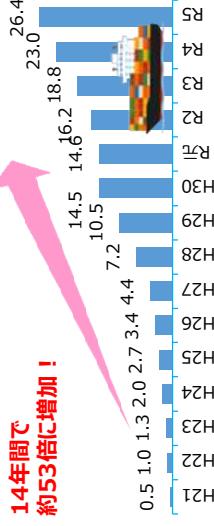
(3) 加工品 (酒類含む)

- 食品海外ビジネスサポーター等と連携した見本市への出展や生産体制強化への支援を実施
(輸出額) R4 13.2億円 → R5 13.4億円
(生産体制の強化への支援) R2 4件→R6 22件 (延べ)

⇒ 輸出に対応した商品が少ない
⇒ 現地での県産品の提案機会が不足
⇒ 食用米の高騰による県産酒米の作り止め懸念

食料品の輸出額 ※R5 貿易実態調査より

	R4(出発点)	R5
目標		29.8億円
実績	23.0億円	26.4億円



K P I 検証

5期計画 (令和9年度) の目指す姿

目標値

輸出額 出発点 (R4) 23億円⇒現状値 (R5) 26.4億円⇒R7 40.1億円⇒4年後 (R9) 47億円

【主なアウトプット目標 (KPI)】 海外展示会への共同出展 1回 (R7)、新たな市場開拓のための現地商社招へい 2社 (R7)
※戦略品目 (有機ユズ・ミカン・プリ類・リキュール等) 含む

- ① **基幹品目** (ユズ・水産物・土佐酒) **及び戦略品目** (有機ユズ・ミカン・和牛・プリ類・リキュール等) の**生産拡大**、**新たな輸出品目の発掘**
- ② **輸出先国ごとの品目の設定や現地商社との連携等による戦略的な外商活動の展開**
- ③ **輸出に意欲的な事業者への支援の強化**

品目別	R5実績	R6目標	R7目標
ユズ (玉、皮、果汁)	8.1億円	5.1億円	5.5億円
水産物	4.7億円	13.7億円	14.9億円
酒類	6.0億円	9.1億円	10.2億円
その他加工品等	7.6億円	8.8億円	9.5億円

令和7年度の取り組み

1 輸出品目の強化

- 拡** ① 有機的栽培ユズ対象地区での除草・施肥対策への新たな支援
- 新** ② 県産酒米の安定供給確保に向けた新たな支援
- 拡** ③ 和牛のベトナム向け輸出施設認定取得に向けた取り組みを推進
- 拡** ④ プリ類の養殖規模拡大・新規参入企業等の誘致に向けた支援の拡充
- 拡** ⑤ 貿易促進コーディネーターとJETROとの連携による新たに輸出に取り組む事業者への支援強化

2 外商活動の強化

- 新** ① R6輸出可能性調査結果に基づいた、テストマーケティングや現地嗜好に合う食べ方提案等の実施 (シンガポール、マレーシア、タイ)
- 新** ② 土佐和牛ブランド推進協議会によるプロモーション、見本市等への出展支援 (タイ)
- 新** ③ 現地百貨店等に店舗展開する国内企業と連携した高知フェアや現地商社と連携した賞味会の開催 (シンガポール、ベトナム、タイ、インド、台湾)
- 新** ④ 海外展示会における農畜水産物・加工品の共同出展 (タイ)
- 新** ⑤ 現地商社招へい等による土佐酒の新たな市場開拓 (ドイツ、豪州等)

3 事業者支援の強化

- 拡** ① 高知果水産物輸出促進協議会による賞味会開催支援等を通じた県内事業者の地域商社化の推進
- 拡** ② 補助要件見直しによる食品加工施設等整備促進事業費補助金の活用促進

