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６年度の県外売上額が653億円となるなど、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６年の食料品輸出額は過去最高の30.3億円となり、着実に増加しています。

これらの取り組みにより、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、高付加価値型経営への転換とさらなる外商拡大が必要です。

②　第５期計画ver.３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。

取り組み２　食品加工の生産管理の高度化支援

専門家を生産現場に派遣し、食品事業者の生産管理や衛生管理の向上の取り組みを支援します。

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

大手卸売事業者等との連携強化による販路開拓や、農業・水産業分野と連携した一体的な営業活動の推進等により、成約に直結する産地視察型商談を実施し、取引件数及び販売額の拡大を図ります。また、訪日外国人の増加を見据え、飲食チェーンやホテルグループ等へのアプローチを強化し、インバウンド需要の取り込みを図ります。さらに、大消費地である東京・大阪・名古屋を起点に、多様なネットワークを活用した外商の全国展開を加速します。

取り組み２　関西戦略に基づく県産品の外商拡大

「とさとさ」を活用した商談機会の創出や、県内市町村や関西の高知ゆかりの方々・団体等との連携強化などにより、関西圏における外商拡大を目指します。

柱３　輸出の拡大

取り組み１　ターゲット市場での重点的な輸出拡大支援

輸出額の増加が見込まれるターゲット市場において、商社等と連携したインセンティブ型の販売促進を展開し、県産品の輸出拡大を図ります。また、国内外のバイヤー招へいによる産地視察や商談会の開催、海外量販店での高知フェアの実施等により、販路拡大と新たな輸出ルートの開拓を進めます。

取り組み２　新たな輸出品目（事業者）の掘りおこしによる輸出拡大

海外拠点での支援機能の強化、テストマーケティングの実施などにより、ユズ、水産物、土佐酒といった輸出基幹品目に続く新たな品目の発掘を図ります。さらに、貿易協会やJETRO等と連携し、輸出に取り組む事業者の掘りおこしや商品開発を支援します。

取り組み３　ALL高知（農、畜、水、加工品等各部局連携）での外商活動の強化

関係部局が連携し、「ALL高知」による一体的な外商活動を展開するべく、海外見本市への共同出展や新たな国・地域での合同賞味会の実施など、県産品を総合的に発信するプロモーションを強化し、面的な販路拡大を図ります。

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、食品産業の成長を牽引するリーディング企業の育成を図ります。

《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～

«地産地消・外商課»
R8当初予算額　1,083,150千円

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（R５）1,149億円　⇒　R８　1,267億円⇒　４年後(R９)1,327億円　⇒　10年後(R15)1,427億円 ※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

「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 付加価値の高い商品づくりを「所得向上推進企業総合支援事業費補助金」により支援
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)
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

①生産性向上・衛生管理向上に向けた支援
新 生産性向上に繋がる設備投資や、外商拡大に向けた国際衛生基準対応等を「所得向上推進企業総合支援事業費補助金」により支援
拡 生産管理や衛生管理の専門家による個別現地支援を強化
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
外商コーディネーターのネットワークを生かした営業活動の展開
②商談会・展示会の拡充強化
インバウンド向け外食関連展示会への出展
③飲食店等への外商活動の強化
新 農業、水産業分野と連携した一体的な営業の推進
④外商の全国展開に向けた営業活動
拡 中部エリアでの営業強化、九州・東北エリアへの販路拡大
新 ⑤アフター万博における取組
うめきたエリアでの飲食店を中心とした高知フェアの開催
地域が一体となったブランディングによる商品の高付加価値化の支援

（２）関西戦略に基づく県産品の外商拡大

①「とさとさ」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
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 高知家コンセプトと各分野の取り組みの連動
拡 県内市町村や関西在住の高知ゆかりの方・団体等との連携
③関西圏のパートナーとの連携強化による外商拡大
④IR開業による市場変化を見据えた情報収集の強化

柱3　輸出の拡大

（１）ターゲット市場での重点的な輸出拡大支援

新 ①商流を持つ商社とのインセンティブ型販売促進
拡 ②海外バイヤーの産地視察招へい・商談会の開催
拡 ③海外現地商社と連携した販路拡大への支援
④新たな輸出ルートの開拓に向けた国内外商社の産地招へいやオンライン商談を実施
⑤海外量販店等での高知フェアの開催

（２）新たな輸出品目（事業者）の掘りおこし

新 ①ｲﾝｾﾝﾃｨﾌﾞ導入による海外拠点の支援機能の強化
拡 ②コメ・青果物の輸出拡大に向けたﾃｽﾄﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ
③マーケットニーズに対応した水産物の商品開発支援

（３）ALL高知での外商活動の強化

拡 ①農・畜・水・加工品等各担当部局の連携による、ﾊﾞｲﾔｰ招へい、商談会・ﾌｪｱの開催、見本市出展等
②中国市場の動向を踏まえたｼｪｱ再獲得に向けた準備

成長を支える取り組みを強化

若者の所得向上につながる経営改革モデルの優良事例の創出と横展開などを通じて、高付加価値型経営への転換を強力に後押し

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ホームである「食のイノベーションベース」を運営
拡 販路に直結したカリキュラムの拡充
優良事例の横展開に向けて関係団体との連携を強化（総会等での出張セミナーの開催等）
②土佐FBCとの連携

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
拡 専門人材による事業者の生産から販売までの幅広い課題へのプッシュ型の支援体制の強化
成長ポテンシャルのある事業者への重点的な伴走支援
優良な取り組み事例の創出と横展開の拡大

（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
新 事業戦略の実行に必要な中核人材育成や外部人材活用の取組を「所得向上推進企業総合支援事業費補助金」により支援
②専門家派遣（生産性向上・衛生管理）

（３）成長を牽引する企業の創出

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

各産業分野で掲げる目標一覧

◆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（R5）1,149億円　⇒　R8　1,267億円⇒　４年後(R9)1,327億円　⇒　10年後(R15)1,427億円

第5期計画 各産業分野の 取り組みの柱	戦略の類型	第5期計画 戦略目標	出発点	現状値	R8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）	593億円 （R4）	653億円 （R6）	684億円	711億円	○
2　国内外商の拡大	2　地域産業スケールアップ型						
3　輸出の拡大	3　グローバル展開型	地産外商公社が支援する企業の関西圏での売上額（年間）	115億円 （R4）	172億円 （R6）	183億円	192億円	○
4　食品産業を支える産業人材の育成	5　人材起点型	食料品の輸出額（年間）	23億円 （R4）	30.3億円 （R6）	43.1億円	47億円	○
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						

食品分野における地産の強化　＜外01＞

現状・課題

これまでの取り組み

取組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ベース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～R6：638件

取組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

地産外商公社が支援する企業の県外売上高　R4：593億円→R6：653億円

取組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　→　R6：30.3億円

現状・課題

現状

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人手不足による機会損失の発生や、高騰している原材料等の価格転嫁が進んでおらず、食料品製造業出荷額等は伸び悩んでいる。

課題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

課題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

課題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より、投資に踏み出しづらい事業者が多い

課題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

目標値

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（R6）653億円⇒R８ 684億円⇒ ４年後（R9）711億円

②食料品の輸出額

出発点（R4）23.0億円 ⇒現状値（R6）30.3億円⇒R8 43.1億円⇒ 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ベース参画事業者数：300事業者（R8）、商品開発・改良件数：200件（R8）

『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８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）

①売れることにこだわり、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て商品開発・改良を伴走支援

【実施例】　小規模向け：流通の基礎知識、原価計算等を学ぶ講座
中堅向け：小売業者との商談に直結する講座

②商品開発に対する支援

新　付加価値の高い商品づくりを「所得向上推進企業等総合支援事業費補助金」により支援

（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）

新　生産性向上に繋がる設備投資や、外商拡大に向けた国際衛生基準対応等を「所得向上推進企業等総合支援事業費補助金」により支援

拡　専門家（生産管理・衛生管理）による個別現地支援を強化

（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

拡　①専門人材による事業者の生産から販売までの幅広い課題※へのプッシュ型の支援体制の強化

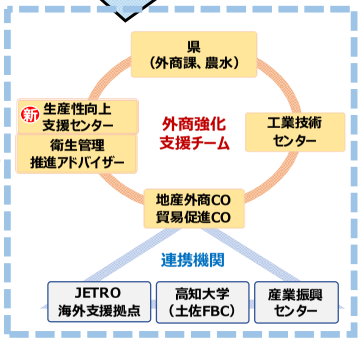
※商品開発、国内外商・輸出、生産性向上、人材不足、女性が働きやすい職場環境づくりなど

新　②事業戦略の策定を支援。また、事業戦略の実行に必要な中核人材育成や外部人材活用等の取組を「所得向上推進企業等総合支援事業費補助金」により支援

（４）成長を牽引するリーディング企業を創出・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



食品分野における外商の強化（国内）　＜外02＞

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 新規取引先の獲得に向けて、卸売・小売の経営層への直接的なアプローチといったさらなる工夫が必要
② インバウンド需要の取り込みに向けた新規販路の開拓
③ 一次産品と組み合わせた一体的な営業提案
④ 東京・大阪・名古屋を起点とした、全国への販路拡大の加速
⑤ 万博を契機に培った関西圏における飲食業界のネットワークやノウハウの外商戦略への活用

（２）関西圏における外商活動

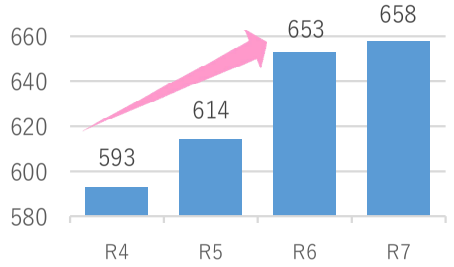
関西圏のパートナーと連携した外商拡大の取り組みや、県産品の販売機会の創出、食の魅力などの観光情報発信

【課題】
① 各分野の取り組みの効果的な連動
② 県内市町村や関西在住の高知ゆかりの方との連携

KPI検証

地産外商公社が支援する企業の県外売上高

	R4(出発点)	R6	R7
目　標		631億円	658億円
実　績	593億円	653億円	



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（R6）653億円⇒R8　684億円⇒４年後（R9）711億円

【主なアウトプット目標（KPI）】成約に直結する産地視察型商談会の開催160回（R8）、飲食店（チェーン含む）・ホテルでの高知フェア開催20回（R8）

①卸売事業者や外食関連事業者、農水関連事業者などの多様な連携を生かした販路拡大と外商活動の加速化
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８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 外商コーディネーターのネットワークを生かした営業活動の展開

2　商談会・展示会の拡充強化

① インバウンド向け外食関連展示会への出展
② 出展事業者の発掘（初出展者を対象とした出展準備支援）

3　飲食店等への外商活動の強化

① 外食産業のバイヤーやシェフ等の個々のニーズに合わせた商品提案及び産地視察型商談会の強化
新 ② 農業、水産業分野と連携した一体的な営業活動の推進

4　外商の全国展開に向けた営業活動の強化

拡 ① 中部エリアにおける営業強化、九州・東北エリアへの販路拡大

新 5　アフター万博における取組

① うめきたエリアでの飲食店を中心とした高知フェアの開催
② 地域が一体となったブランディングによる商品の高付加価値化の支援

6　関西戦略に基づく県産品の外商拡大

（１）「とさとさ」を核とした外商活動の強化
① 店舗を活用した県産品のPR強化や商談機会の創出
（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 高知家」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
拡 ② 県内市町村や関西在住の高知ゆかりの方・団体等と連携した取り組みの展開
（３）関西圏のパートナーとの連携強化による外商拡大
（４）IR開業による市場変化を見据えた情報収集の強化

食品分野における輸出の強化 ＜外03＞

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　7.4億円　→　R6　9.7億円

⇒ 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）畜産物

●土佐あかうしのタイ展示商談会への出展や現地輸入商社との連携によるプロモーションを実施

⇒ 高級部位（ロイン系）以外の需要創出

（３）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　→　R6　5.5億円（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

（４）加工品（酒類含む）

●海外展示会における農畜水産物・加工品の共同出展
●JETRO等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
（輸出額）R4　13.4億円　→　R6　15.7億円
（生産体制の強化への支援）R2　４件→R7　24件（延べ）

⇒食用米の急激な高騰による酒米の安定供給
⇒輸出に取り組む県内事業者の裾野拡大
⇒土佐酒の既存ルートにおける販売量の拡大

KPI検証

食料品の輸出額　※R6 貿易実態調査より

	R4(出発点)	R6
目　標		36.7億円
実　績	23.0億円	30.3億円

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（R6）30.3億円⇒（R8）43.1億円⇒4年後（R9）47億円

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・ブリ類・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**

※戦略品目（有機ユズ・ミカン・ブリ類・リキュール等）含む

品目別	R6実績	R7目標	R8目標
ユズ（玉、皮、果汁）	8.8億円	5.5億円	6.3億円
水産物	5.5億円	14.9億円	15.5億円
酒類	6.3億円	10.2億円	11.2億円
その他加工品等	9.7億円	9.5億円	10.1億円

令和８年度の取り組み

1　ターゲット市場での重点的な輸出拡大支援

新 ① 商流を持つ商社等と連携したインセンティブ型の販売促進(酒類・加工品)
拡 ② 東南アジアのバイヤー等を招へいし、産地視察や商談会の開催（農産物）
拡 ③ 現地輸入商社（タイ）との連携（ロイン系以外のメニュー提案含む）による販路拡大への支援等（畜産物）
拡 ④ 国内外商社の産地招へいやオンライン商談による新たな輸出ルート開拓（水産物）

2　新たな輸出品目（事業者）の掘りおこしによる輸出拡大

新 ① インセンティブ導入による海外拠点での支援機能の強化（全般）
拡 ② セミナー開催やテストマーケティングによる、コメや青果物の輸出拡大（農産物）
③ ユズ（有機的栽培含む）の生産量の増強への支援（農産物）
④ 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（酒）
⑤ 貿易協会、JETRO等と連携した、輸出に取り組む事業者の掘りおこしやマーケットニーズに対応した商品開発等の支援(水産物・加工品)

3　ALL高知（農、畜、水、加工品等各部局連携）での外商活動の強化

拡 ① 海外見本市への共同出展や新たな国での合同賞味会の実施
拡 ② バイヤー等の招へいによる商談機会の拡充・フェア開催による販売拡大
③ 中国市場の動向を踏まえたシェア再獲得に向けた準備