

# 第4期高知県産業振興計画Ver.2 の強化のポイント（案）

## 《目次》

- 第4期産業振興計画における戦略の方向性と重点ポイント . . . . . 1～2
- 第4期産業振興計画Ver.2の全体像 . . . . . 3
- 第4期産業振興計画Ver.2の主な強化策（7つの基本方向別） . . . . . 4～7
- 関西・高知経済連携強化戦略（案） . . . . . 8～11
- 県内事業者のSDGsを意識した取り組みの促進 . . . . . 12

注)本資料の内容は予算見積段階のもので、  
今後の協議により、内容の追加・修正を行う場合があります。  
また、各事業の実施にあたっては、議会の予算承認が必要となります。

# 第4期産業振興計画における戦略の方向性と重点ポイント①

## 《高知県経済の状況》

- I** 平成21年度からの産業振興計画の取り組みを通じて、**地産外商が大きく前進し、各分野の生産額などは増加傾向**にある。また、かつてはマイナス成長であった県内総生産は、連年のプラス成長へと転じている。  
⇒**本県経済は今や人口減少下においても拡大する経済へと構造を転じつつある** [第3期産業振興計画の総括(R2.3月)]
- II** しかしながら、昨年からの**新型コロナウイルス感染症の影響**により、本県でも様々な分野で大きな打撃を受けている。

### I 地産外商が大きく前進し、各分野の生産額などは増加傾向

**各種生産額**

※観光消費額、県外観光客入込数については、H15に算定方法を変更したため、H15を1としている  
※〔 〕内は幾何平均

**産業振興計画** (H21~)

**県内総生産**

年度	名目	実質
H13年度→H20年度	△13.7% [△2.08%/年]	△7.3% [△1.07%/年]
H20年度→H29年度	＋7.0% [＋0.70%/年]	＋4.4% [＋0.47%/年]

①生産年齢人口の減少に連動する形で、各種生産額も減少傾向  
②生産年齢人口の減少に関わらず、各種生産額が増加傾向に！

**＜H13を起算点とする理由＞**  
○H13年度は、全国的な景気回復に転じた年度。本県はこの波に乗ることができず、この頃から全国との経済的格差が拡大し始めたため  
○県内総生産の伸び率については、同一基準により算定した数値同士を比較することが適当であるが、H12年度以前の数値は旧々(H12)基準のものしか存在しないため  
※上記の県内総生産の増減率は、H13年度→H20年度は旧(H17)基準、H20年度→H28年度は新(H23)基準によるもの

### 《産業振興計画関連実績》

**地産外商公社等の外商支援による成約件数・金額**

- **成約件数 約56倍に増加!**  
178件 (H21年度) → 9,896件 (R元年度)
- **成約金額 約14倍に増加!**  
3.41億円 (H23年度) → 46.38億円 (R元年度)

**産業振興センターの外商支援による受注金額**

- **受注金額 約31倍に増加!**  
2.5億円 (H24年度) → 77.2億円 (R元年度)

**防災関連登録製品・技術の売上額**

- **売上額 約102倍に増加!**  
0.6億円 (H24年度) → 61.3億円 (R元年度)

**本県への移住組数・移住者数**

- **移住組数 約9倍に増加!**  
120組 (H23年度) → 1,030組 (R元年度) (241人) (1,475人)

**県外観光客入込数・観光総消費額**

- **県外観光客入込数 43.6%増加!**  
305万人 (H20年) → 438万人 (R元年)
- **観光総消費額 41.1%増加!**  
777億円 (H20年) → 1,096億円 (R元年)

### 《主な経済指標》

**経済成長率**

＜産業振興計画の取り組み前と取り組み後の比較＞ (単位:%)

	H13年度値→H20年度値 (旧(H17)年)基準)		H20年度値→H29年度値 (H23年)基準)	
	7年間での増減率	1年あたり(幾何平均)	8年間での増減率	1年あたり(幾何平均)
人口	-4.6	-0.67	-7.9	-0.91
県内総生産(名目)	-13.7	-2.08	7.0	0.76
県内総生産(実質)	-7.3	-1.07	4.4	0.47

**1人当たり県民所得**

H20年度 220.5万円 ⇒ **H29年度 265.0万円**

**有効求人倍率** H20年度 0.46倍 ⇒ **R元年度 1.27倍**

**有効求人数** H20年度 8,045人 ⇒ **R元年度 15,852人**

**完全失業率** H20年 4.8% ⇒ **R元年 1.9%**

### II 新型コロナウイルス感染症の影響により、様々な分野で大きな打撃

#### 各分野の影響

- **旅館・ホテル宿泊者数** (県旅館ホテル生活衛生同業組合施設対象) **対前年同期比 ▲41.6%** (R2.3~12月)
- **県内主要67観光施設** (資料館や博物館など) **利用者数 対前年同期比 ▲37.2%** (R2.2~12月)
- **JR四国運輸収入** (県内) **対前年同月比 ▲40.6%** (R2.11月)
- **土佐くろしお鉄道運輸収入** **対前年同期比 ▲35.1%** (R2.3~11月)
- **航空機利用者数** (全路線) **対前年同期比 ▲66.4%** (R2.3~12月)

※観光や交通・運輸以外にも、飲食業や農林水産業など、様々な分野に影響が及ぶ

#### 業況判断D.I.

出典：日銀高知支店「全国企業短期経済観測調査」(2020年12月・高知県分)

**有効求人倍率等**

- **有効求人倍率は R2.5月には4年8ヶ月ぶりに1.0を切り、その後も1を下回る状況が続く**  
1.30倍 (R元.6月) → 0.92倍 (R2.6月、8月) → 0.97倍※ (直近値/R2.11月) ※前年同月比▲0.31倍
- **新規求人数は 11ヶ月連続のマイナス** (R2.11月)

**コロナ関連融資** (R3.1.18時点)

- **業績悪化により、多くの県内事業者が融資制度を利用**

県単独融資制度 (保証料補給)	2,408件	770.3億円
県単独融資制度 (利子補給)	2,412件	797.6億円
全国統一融資制度 (保証料補給)	4,879件	743.1億円

# 第4期産業振興計画における戦略の方向性と重点ポイント②

本県経済を再び成長軌道に乗せ、目指す将来像を実現するために乗り越えるべき課題

[目指す将来像：地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県]

新たな課題

## まだなお残る課題

- 県民所得などの伸びは全国を上回るものの、依然全国の絶対水準を下回る
  - 1人あたり県民所得 265.0万円 (H29年度) … 全国の83.8% (全国：316.4万円)
  - 労働生産性 (県内総生産額/就業者数) 682.4万円 (H29年度) … 全国の84.6% (全国：807.0万円)
- 一定の改善傾向にはあるものの、若者を中心に県外流出が続く
  - 人口の社会増減 ▲2,130人 (R元年度)
  - … 「人口の社会増減の均衡」という高い目標の実現に向けては、まだ道半ば

## 新型コロナウイルス感染症による県経済への影響

- 県経済へのダメージを最小限に食い止めるための対策強化が必要
  - 「事業の継続と雇用の維持」「経済活動の回復」に向けた対策
- コロナ禍による社会構造の変化への対応をより重視した、一歩先を見据えた対策強化が必要
  - ウイズコロナにおける「新しい生活様式」や、アフターコロナを見据えた「社会・経済構造の変化」への対応
  - コロナ禍を契機とした「都会から地方へ」という新しい人の流れの本県への呼び込み

上記の課題を踏まえて第4期計画における「戦略の方向性」を見直し

## 第4期産業振興計画 戦略の方向性

付加価値や労働生産性の高い産業を育む

**NEW** ウイズコロナ・アフターコロナ時代への対応

2つの戦略の方向性に基づく「6つの重点ポイント」により、施策をさらに強化

重点ポイント

ポイント① 関西圏との経済連携の強化

ポイント② 各産業分野におけるデジタル化の加速

ポイント③ **新** 新しい生活様式や社会・経済構造の変化への対応

ポイント④ **新** 地方への新しいひとの流れを呼び込むための取り組みの強化

ポイント⑤ **拡** 持続可能な地域社会づくりに向け、脱炭素化・SDGsを目指した取り組みを促進

ポイント⑥ 中山間地域での施策の展開を特に意識

次の7つの基本方向に基づき、強化した施策を総合的に展開

1

地産の強化！

<基本方向1>  
「新たな付加価値の創造を促す仕組み」の構築  
「社会・経済構造の変化」に対応したデジタル化の促進、自然体験型観光の促進 など



<基本方向2>  
事業化に向けた支援の強化  
アフターコロナを見据えた事業戦略の策定・実行支援 など



2

外商の強化！

<基本方向3>  
外商活動の全国展開の強化



<基本方向4>  
海外への輸出の強化

「関西圏との経済連携の強化」、  
「非対面・遠隔での販路拡大の取り組み強化」 など

3 成長を支える取り組みを強化！

<基本方向5> 人材の育成

<基本方向6> 担い手の確保策の抜本強化

<基本方向7> 働き方改革の推進と労働生産性の向上

新しいひとの流れを呼び込むための「移住促進策」や「テレワークやリモートワークの導入促進」、「各産業分野の担い手確保策」、「新規卒者等の県内就職促進策」、「事業承継支援策」 など

## 戦略の方向性

## 付加価値や労働生産性の高い産業を育む

## ウィズコロナ・アフターコロナ時代への対応

「6つの重点ポイント」により施策を強化

「7つの基本方向」に基づき、強化した施策を総合的に展開

**ポイント1**  
関西圏との経済連携の強化

**ポイント2**  
各産業分野におけるデジタル技術の加速

**ポイント3**  
新しい生活様式や社会・経済構造の変化への対応

**ポイント4**  
地方への新しいひとの流れを呼び込むための取り組みの強化

**ポイント5**  
持続可能な地域社会づくりに向け、脱炭素化・SDGsを目指した取り組みの促進

### 1 地産の強化！

**基本方向1** 「新たな付加価値の創造を促す仕組み」の構築

高知版Society5.0の実現に向けた取り組み

**【各産業分野におけるデジタル化の加速】**  
＜労働生産性の向上とウィズコロナ・アフターコロナへの対応＞

- Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進
- 高知マリンイノベーションの推進
- オープンイノベーションプラットフォームを活用したプロジェクトの創出（新たな製品やサービスの開発等の促進）
- スマート農業、スマート林業の推進
- IT・コンテンツ関連産業、Society5.0関連産業の集積
- 県内企業等のデジタル化の促進
- 5Gなど情報通信基盤の整備
- デジタル社会に向けた教育の推進

[起業や新事業展開、新商品開発等を促す仕組み]  
・こうちスタートアップパーク、土佐まるごとビジネスアカデミー  
・産学官民連携センター（ココプラ） ・地域アクションプラン

[各産業分野における取り組み]  
○ 新しい旅行スタイルに対応した屋外観光資源の磨き上げ  
○ 防災関連産業の振興  
○ ものづくり、食品加工の総合支援  
・産業振興センター、工業技術センター、食のプラットフォーム等  
○ 付加価値の高い木材製品の開発の推進  
○ 県版HACCPの推進

**基本方向2** 事業化に向けた支援の強化

- アフターコロナを見据えた事業者の事業戦略の策定・実行を支援

[三次産業、全般]  
・商店街等地域の事業者  
・地域の観光事業者等

[二次産業]  
・ものづくり企業  
・食品加工事業者  
・製材事業体

[一次産業]  
・中山間農業複合経営拠点  
・集落営農法人  
・林業事業体  
・漁業経営体

[地域アクションプラン]  
・225事業を推進

食品・機械：輸出戦略  
農業：事業戦略等

### 2 外商の強化！

**基本方向3** 外商活動の全国展開の強化

**＜関西圏との経済連携の強化＞**

- 観光推進プロジェクト
- 食品等外商拡大プロジェクト
- 万博・IR連携プロジェクト

[二次産業]  
○ 外商活動の全国展開の拡大・強化  
・（食品加工）地産外商公社  
地産外商公社  
地域商社  
・（ものづくり）産業振興センター

[一次産業]  
○ 実需者への青果物等の直接販売  
○ 高知家の魚応援の店の活用  
○ TOSAZAIセンターの体制強化

**＜ウィズコロナ・アフターコロナへの対応＞**

[全般] ○ オンライン商談 ○ 製品・技術のPR動画 ○ 新たな商品開発  
[二次産業]（食品加工）○ 生産管理の高度化 等  
[観光]  
○ 「リョーマの休日」キャンペーンの展開  
○ 「高知観光リカバリーキャンペーン」の延長  
○ インバウンド観光のステージアップ（訪日関心層に向けてのデジタルプロモーションの推進、関西と高知を結ぶ観光ルートの創出）

**基本方向4** 海外への輸出の強化

[全般]  
・ジェトロ高知の持つ情報・ネットワークの活用

[二次産業]  
・（食品加工）食品海外ビジネスサポーター  
・（ものづくり）国内外との商社等とのマッチング、海外展開・ODA案件化サポートチーム

[一次産業]  
・農水産物、土佐材の輸出拡大

**ポイント6**  
中山間地域での展開を特に意識

地域地域に経済効果を波及

経済活動の充実  
集落活動センターの

地域アクションプランの推進

産業成長戦略の展開

### 5 人材の育成

- 人材育成策の充実  
・土佐の観光創生塾  
・土佐まるごとビジネスアカデミー  
・こうちスタートアップパーク  
・工業技術センター  
・紙産業技術センター  
・高等技術学校
- デジタル社会に向けた教育の推進(再掲)

○ 各産業分野の担い手育成・確保策の強化

- ・デジタルカレッジ
- ・農業担い手育成センター
- ・農業大学校、畜産試験場
- ・農福連携
- ・林業大学校
- ・漁業就業支援センター

### 6 担い手の確保策の抜本強化

[地方への新しいひとの流れを呼び込むための取り組みの強化]

- 関係人口へのアプローチ
- 移住促進策 ・移住促進、人材確保センター
- テレワークやリモートワーク等の拠点整備
- ワークেশンの推進
- 新規卒卒者等の県内就職の促進  
・就職支援コーディネーター  
・高知家の女性しごと応援室、ジョブカフェこうち

- 事業承継支援の強化  
・事業引継ぎ支援センター
- 多様な人材の活躍促進  
・就職氷河期世代、女性、高齢者、障がい者
- ・外国人材確保・活躍戦略

### 7 働き方改革の推進と労働生産性の向上

- 経営基盤強化の取り組みと連携した働き方改革の推進  
・働き方改革推進支援センター
- 労働生産性の向上の推進  
（ものづくり企業の生産性向上の推進、県内企業等のデジタル化の推進（再掲））



## 基本方向 1

### 「新たな付加価値の創造を促す仕組み」の構築

ねらい

- 本県経済の拡大傾向を先々にわたって確かなものとしていくためには、経済成長の源泉である新たな付加価値の創造を促し、付加価値の高い産業を育成することが重要。特に、そのための重点的な取り組みとして推進してきたデジタル化の取り組みについては、ウイズコロナ・アフターコロナ時代における社会・経済構造の変化に対応するためにも、一層重要性が増している。
- そのため、各産業分野のデジタル化を加速するなど、「新たな付加価値の創造を促す仕組み」をさらに強化する。

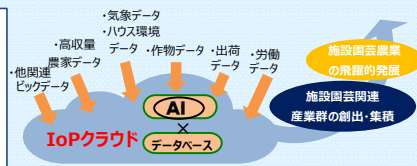
## 1 高知版Society5.0の実現に向けた取り組み

### (1) デジタル技術と地場産業の融合 重点ポイント②・③・⑥

#### 【①Next次世代型こうち新施設園芸システムのさらなる推進】

施設園芸農業の飛躍的発展を目指し、**環境制御技術にIoTやAI技術などのデジタル技術を組み合わせた「Next次世代型こうち新施設園芸システム」の開発プロジェクトを推進**します。

- 「栽培、出荷、流通までを見通したデータ共有基盤「IoPクラウド」に様々なデータを自動で収集・蓄積、通信機能を備えたデバイス等の開発促進  
→収集データを営農、研究、開発、新たなサービス展開等に活用
- 「データ駆動型農業推進協議会(仮称)」を設立し、指導体制を整備
- データに基づく営農指導や遠隔での技術指導等により生産者を支援



#### 【②高知マリンイノベーションの推進】

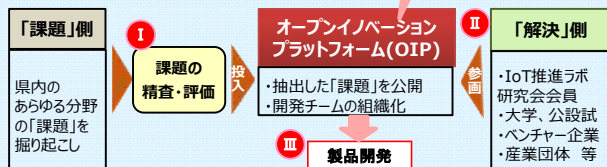
効率的な生産流通体制への転換を促進するため、**生産、流通、販売の各段階においてデジタル化を図る「高知マリンイノベーション」を推進**します。

- 「データのオープン化PT」 データベース及び情報発信システムの構築
- 「漁船漁業のスマート化PT」 メジカ漁場予測システムの開発、二枚潮発生予測の精度向上、急潮発生予測の開発、黒潮牧場の高機能化
- 「養殖業のスマート化PT」 赤潮発生予測の開発、魚体重推計システム及び養殖尾数カウントシステムの開発
- 「高付加価値化PT」 産地市場のスマート化を推進



#### 【③オープンイノベーションプラットフォームを活用したプロジェクトの創出】

様々な技術やアイデアを組み合わせ、新しいビジネスモデルや製品・サービスの創出を目指す**オープンイノベーションプラットフォームの手法により、デジタル技術を活用した県内のあらゆる分野の課題解決と産業創出を図ります。**



- [I] 現場ヒアリングによる課題の深掘り、解決策・市場性を検討
- [II] 解決側からの多様な提案を求めため、首都圏ベンチャー・コミュニティ等と連携
- [III] 開発フェーズに応じたきめ細かな支援により、意欲的な挑戦を喚起

### (2)IT・コンテンツ関連産業、Society5.0関連産業の集積 重点ポイント②・③・④・⑥

都会から地方への人や企業の流れを本県に呼び込むため、**新たなシェアオフィスの整備やデジタルカレッジによる人材の育成などの取り組みを推進し、IT・コンテンツ関連企業、Society5.0関連企業の誘致を促進**します。

- 都市部企業の受け皿となるシェアオフィスの整備や運営に対する支援
- 企業・人材の誘致活動の強化
- 兼業・副業人材の受入れに向けた取り組みの実施

### (3) デジタル技術の活用 重点ポイント②・③・⑥

#### 【①県内企業等のデジタル化の促進】

ウイズコロナにおける「新しい生活様式」や、アフターコロナを見据えた「社会・経済構造の変化」を見据え、企業の経営課題の解決という視点から、**県内企業のデジタル技術導入支援等を行い、県内企業のデジタル化を促進**するとともに、**付加価値や生産性の高い産業構造への変革**につなげていきます。

- 県内におけるデジタル化のモデル事例を創出 →取り組みの過程で得られた効果などを県内全域に横展開
- 県内企業に対する支援体制の強化 (産業振興センター内に中小企業のデジタル化を支援する部署を新設)
- 県内企業がデジタル化に対応するための人材育成講座を拡充 (ターゲット(幅広い層、経営層、次世代リーダー)に合わせた講座を実施)
- 商店街等におけるキャッシュレス決済の導入促進 など



#### 【② スマート林業の推進】

生産性の向上や省力化に向け、**ICT等を活用したスマート林業の取り組みを促進**します。

##### 【林業】

- 林業事業者等が導入した森林GISなどの操作・活用に関する専門家のサポート
- 林業事業者等のスマート林業を推進する機器導入への補助制度の創設
- 森林クラウドの構築による森林情報の共有化
- 本県の地質・地形における作業性や生産効率の検証

#### 【③デジタル技術を活用した「学校の新しい学習スタイル」の構築】

GIGAスクール構想により整備した**タブレット端末を活用し、個々の学びを引き出し、主体的・対話的で深い学びを実現する「学校の新しい学習スタイル」の実践を目指**します。

- GIGAスクールサポーターやICT支援員の配置
- 学習支援プラットフォームやデジタル教科書の活用

#### 【④ 行政サービスのデジタル化】

県民サービスの向上に向け、県だけでなく市町村も含め、**あらゆる行政サービスのデジタル化・システム化を行います。**



- 電子申請システムの導入
- 電子申請時の手書き資料等をデータに変換するAI-OCRシステムの導入

### (4) 5Gなど情報通信基盤の整備 重点ポイント②・③・④・⑥

中山間地域等における、**情報通信基盤の整備を促進**します。

- 超高速ブロードバンド(光ファイバ等)の未整備地域の整備を行う市町村に対する支援を実施

## 2 起業や新事業展開、新商品開発等を促す仕組み

### (1) 起業の総合的なプラットフォーム「こうちスタートアップパーク」の充実・強化 重点ポイント③・④・⑥

起業に興味がある方から具体的な準備を進めている方まで、**総合的な支援を実施**します。

- 各種プログラムや相談体制、交流会の充実
- 資金的支援の強化

### (2) 新事業展開の促進に向けた取り組みの充実・強化 重点ポイント③・④・⑥

**新事業展開を担う人材育成や事業創出の支援を実施**します。

- 都市圏等のスタートアップ企業と連携した取り組みを強化

### (3) 「土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)」の講座の充実 重点ポイント②・③・④

新しい生活様式や社会・経済構造の変化に対応するため、**土佐MBAの講座を充実**します。

- 民間のオンライン講座の導入
- 小規模事業者向け講座の新設



## 基本方向 1 「新たな付加価値の創造を促す仕組み」の構築（続き）

### 3 各産業分野における取り組み

#### (1) 防災関連産業の振興

重点ポイント③・⑤

価値提案型の防災関連製品の開発を推進し、販路拡大を図ります。



#### (2) ものづくり、食品加工の総合支援

重点ポイント③・⑤

##### 【①産業振興センター等による支援】

産業振興センターを中心に、事業戦略づくりから、製品の付加価値化・生産の効率化、デジタル化、販路開拓、人材の定着・確保までの取り組みを企業のニーズに応じてサポートします。

##### 【②公設試験研究機関（工業技術センター・紙産業技術センター等）による支援】

企業における付加価値化や省力化などに関する取り組みへの技術支援を強化します。

- SDGsを意識した製品・技術開発の促進（プラスチック使用量の削減に向けた技術支援）
- 高度な技術を持った人材を養成する研修会の開催
- 高度な技術を活用した付加価値の高い製品づくり

##### 【③食品加工の総合支援】

「食のプラットフォーム」を起点に、事業戦略づくりから、研究や試作品開発、生産管理の高度化、商品化までを一貫してサポートします。



- 市場ニーズの変化に対応した生産管理の高度化に向け、県版HACCP認証取得に向けた施設改修や機械導入支援

#### (3) 付加価値の高い木材製品の開発の推進

重点ポイント③・⑤・⑥

高品質な製材品の供給体制を整備するとともに、チーム・ティンバライズと連携し、非住宅分野向けの付加価値製品の開発を進めます。また、開発した製品を対象としたサプライチェーンマネジメントの構築に向けた取り組みを促進します。

- 大径材に対応可能なJAS製品が生産できる工場の整備への支援
- 7つのワーキンググループを設置(木のパネル、建具、外装・耐久性、高強度材、木づかい、加工技術、PR・イベント)し、製品開発を加速



#### (4) 国内外の観光客に評価される観光地域づくりの推進

重点ポイント④・⑥

県全域に「自然」「歴史」「食」の観光基盤をより広い範囲で運動させ、地域の強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを進めます。



- 新しい生活様式や社会構造の変化に対応した宿泊施設や屋外観光施設等の整備を支援
- 地域の強みを生かした滞在型観光地域づくりの推進
  - 広域観光組織に人材を配置 + 広域で観光地域づくりをマネジメントできる専門人材の育成
  - エリア全体の滞在型の観光地域づくり
- ワークেশンの推進
  - (受入環境の整備への支援、ワークেশンプランの提案、SNS等での情報発信、コンシェルジュの配置)
- 「自然」×「異文化」×「アクティビティ」を組み合わせたアドベンチャーツーリズムの推進
  - (コースの磨き上げ、商品化とセールス)

## 基本方向 2 事業化に向けた支援の強化

ねらい

- 「基本方向1」の取り組みによって新たに生み出されたビジネスの種を、様々な事業展開につなげるにあたっては、自らの強み・弱みのほか、市場・顧客、競合など自社のビジネスを取り巻く環境を分析し、取り組むべき方向性等を明確化することが重要。また、各事業者が成長し続けるためには、コロナ禍による社会・経済の構造変化に対応した戦略的な取り組みが必要。
- そのため、すべての産業分野においてアフターコロナを見据えた事業戦略の策定・実行支援を行うなど、事業化に向けた支援を強化する。

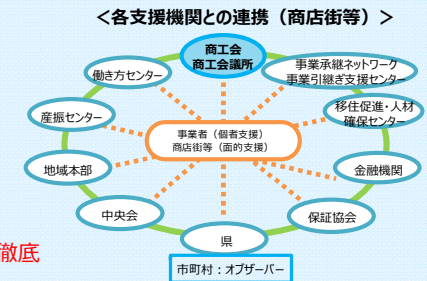
### 1 事業者の事業戦略の策定・実行を支援

#### (1) 第三次産業、全般

重点ポイント③・⑤・⑥

##### 【①商店街等地域の事業者】

商工会や商工会議所、金融機関等の各支援機関との連携を強化し、商店街等地域の事業者の経営計画の策定・実行を支援します。



#### (2) 第二次産業

重点ポイント③・⑤・⑥

##### 【①ものづくり企業】

産業振興センターを中心に、事業戦略策定企業へのPDCAの徹底と実行支援を強化します。

##### 【②食品加工事業者】

「食のプラットフォーム」を起点に、新型コロナウイルス感染症の拡大による食品加工事業者を取り巻く大きな環境変化に対応するため、ウイズコロナ・アフターコロナを見据えた食品加工事業者の事業戦略の策定・実行支援を強化します。



- 事業戦略策定の支援体制を強化

#### (3) 第一次産業

重点ポイント③・⑤・⑥

##### 【①集落営農組織等】

広域での集落営農法人化を進め、その経営の強化を図るため、事業戦略の策定・実行を支援します。

##### 【②林業事業者】

原木生産の拡大と労働環境の改善を図るため、事業者の課題解決と成長を可能とする事業戦略の策定とその実践を支援します。

##### 【③かつお・まぐろ漁業経営体】

かつお・まぐろ漁業経営体の経営力向上を図るため、事業戦略の策定・実行を支援します。

※上記のほか、地域の観光事業者や製材事業者、中山間農業複合経営拠点、集落営農法人、漁業経営体の事業戦略の策定等の支援を行います。



## 基本方向 3

### 外商活動の全国展開の強化

ねらい

- 当面の間は人口減少は避けられず、中長期的にはそれに伴う国内マーケットの縮小が見込まれる。本県産業のさらなる発展のためには、「基本方向1、2」の取り組みによって生み出されたモノやコトを武器として、全国、さらには世界に打って出ることが必要。
- そのため、県外・海外とのネットワークのさらなる強化と、ウイズコロナ・アフターコロナへの対応を図りながら、外商活動の全国展開を強力に推進するとともに、海外への輸出の大幅な拡大や外国人観光客の増加に向けた取り組みを強化する。

#### 1 関西圏との経済連携の強化

重点ポイント①・③・④

大規模プロジェクトが予定され、**経済活力に満ちている関西圏との経済連携を強化**します。

##### [1 観光推進プロジェクト]

- ウィズ、アフターコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり
- より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求
- 大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の展開

##### [2 食品等外商拡大プロジェクト]

- パートナーとの連携強化による外商拡大
- ウィズコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進

##### [3 万博・IR連携プロジェクト]

- 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客
- 関連施設での県産食材の活用 ■ 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用

[1~3のプロジェクトを横断的に支える取り組み]



「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」

助言等

「関西・高知経済連携強化戦略」を実行

#### 2 外商活動の全国展開の拡大・強化

重点ポイント①・②・③・④・⑥

##### (1) 食品分野

地産外商会社の外商活動を強化するとともに、**ウィズコロナの時代に適応した、より効果的・効率的な外商活動を推進**します。あわせて、**地域商社への支援も強化**していきます。



##### [地産外商会社を核とした外商の拡大]

- 地産外商会社のネットワークを活用したオンライン商談会や、感染症対策を徹底した展示商談会の開催
- デジタル技術(動画等)を活用した量販店等への県産品の販売促進 ■ 地域商社が行う販売促進活動を支援
- 消費者行動の変化に対応した新しい販売先・販売チャネルの開拓

##### [農畜産物・水産物の外商強化]

- 仲卸の産地招へい等を通じた、市場を通じた取引における販売拡大
- 県外量販店での県産農畜産物の出張販売やWeb上での販促キャンペーンなど、実需者との取引等における販売拡大
- 「高知家の魚応援の店」や消費地市場とのネットワークを活用した販路拡大

##### (2) ものづくり分野

産業振興センターと連携し、**ウィズコロナ時代に対応した外商支援活動を強化**します。

- オンライン商談会への出展 ■ 製品や技術等に関する動画作成などの支援
- 技術の外商サポートによる受注拡大 ■ 防災関連製品の販路開拓の強化



##### (3) 林業分野

高知県木材協会内に設置したTOSAZAIセンターを中心に、**外商活動のさらなる強化**を図ります。また、全国的な木材需要の拡大に向け、**経済同友会等と連携し、木材利用の理解の醸成等の取り組みを推進**します。

- 流通拠点や土佐材パートナー企業との連携による販路拡大 ■ 木材建築に精通した建築士の育成
- 安定的な共同輸送体制の構築 ■ TOSAZAIセンターの関西駐在の新設による営業体制の強化

##### (4) 観光分野 「リョーマの休日」キャンペーンの展開

これまで整えてきた「自然」「歴史」「食」の観光基盤をフルに活用した「リョーマの休日」キャンペーンを展開し、**観光需要の回復**を図ります。

- マスメディア等を活用した広報の実施やSNS等での情報発信
- 観光需要の回復に向け、「高知観光リカバリーキャンペーン」を引き続き展開



## 基本方向 4

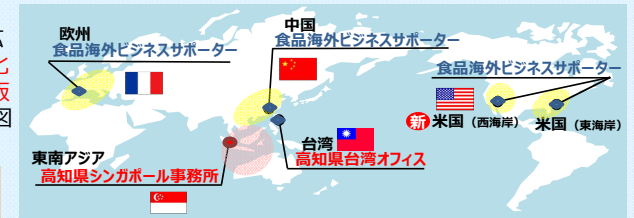
### 海外への輸出の強化

#### 1 海外ネットワークを活用した輸出の加速化

重点ポイント②・③・④・⑥

##### (1) 食品分野

海外渡航の制限がある中でも輸出を拡大するため、**海外支援拠点の体制を強化**するとともに、**非対面での商談やECでの販路開拓等、新しい生活様式への対応**を図ります。



海外拠点や、ジェトロ高知の持つ情報・ネットワークを活用

##### [海外支援拠点のさらなる体制強化]

- 食品海外ビジネスサポーターを米国西海岸に新たに設置
- 米国西海岸での県産品の販路拡大に向けた賞味会開催や見本市出展
- 中国でのECサイトと連動した県産品プロモーションの実施 ■ 米国での県産食材プロモーション動画の作成

##### [農畜産物・水産物のさらなる輸出拡大]

- 新たな輸出品目、輸出国の選定(ユズ(アメリカ)、土佐茶(アメリカ、EU)等)と産地の育成
- 国内外の商社等と連携した水産物の輸出促進

##### [海外市場向け商品づくりの強化]

- 輸出に対応した県版HACCPのバージョンアップ ■ 食品安全マネジメントに対応した研修実施や専門家派遣

##### [新しい生活様式への対応]

- 多言語ウェブサイトの活用 ■ SNS等を活用したプロモーションの実施
- 県産食材を使ったレシピ動画の紹介により、ECサイトでの販路開拓 ■ 賞味会等のオンライン中継

##### (2) ものづくり分野

産業振興センターを中心に、**JICAやジェトロ等とも連携し、県内企業の海外展開を促進**します。

- オンライン商談の活用、企業HP・カタログの多言語化支援
- 東南アジアを中心とした商談会への出展 ■ 商社等との連携強化
- JICAの中小企業・SDGsビジネス支援事業を活用した海外展開支援

#### 2 需要回復を見据えたインバウンド観光の展開

重点ポイント②・③・④・⑥

海外からのインバウンド観光の需要回復を見据え、**外国人に訴求力の高い旅行商品づくりを推進**します。また、**訪日に関心を持つ外国人に向けたデジタルプロモーションを展開**します。

- 関西と高知を結ぶ観光ルートの創出
- 訪日関心層に向けたデジタルプロモーションの推進
- 「よさこい」を活用した海外プロモーションの展開



基本方向 **5,6**

## 人材の育成 & 担い手の確保策の抜本強化

ねらい

- 時々の状況に応じた的確な進化を可能にするのは「人」の力であり、これまでの地産外商の取り組みの継続・発展や、コロナ禍における新たなチャレンジをしていくためには、担い手を確保するとともに、人の力を最大限発揮できる状況を作り出していくことが重要。
- そのため、コロナ禍を契機とした「都会から地方への新しいひとの流れ」をチャンスと捉え、移住促進策と連携した各分野の担い手確保策をさらに強化するとともに、人材育成の取り組みを一層充実する。

### 1 人材育成の取り組みの充実

重点ポイント②・③・④・⑥

#### (1) 第三次産業分野、全般

##### 【①土佐の観光創生塾】

観光地域づくりをマネジメントできる人材の育成を目指し、**土佐の観光創生塾を開催**します。

【②土佐まるごとビジネスアカデミー、デジタルカレッジ】 [再掲]

#### (2) 食品分野、ものづくり分野

【①公設試験研究機関（工業技術センター・紙産業技術センター等）、食のプラットフォーム】 [再掲]

#### (3) 起業、新事業展開

【新事業創出人材育成事業】 [こうちスタートアップパーク] [再掲]



### 2 移住促進策と連携した各分野の担い手確保策の強化等

#### (1) 第一次産業

重点ポイント②・③・④・⑥

##### 【①農業分野】

担い手の誘致に必要な**施設園芸用農地の整備**を促進します。また、担い手の確保に向け、**新規就農相談センターの機能強化や農福連携の推進**を図ります。

- 優良農地を先行して整備したうえで農地中間管理機構が中間保有する新たな手法の創設、担い手のニーズに合わせて迅速に施設園芸用農地を整備できる事業の創設
- 後継者が未定の農家への呼びかけの強化、新規就農相談のオンライン・リモート対応の強化
- 農福連携：推進体制の整備、農福連携に取り組む企業等の参入支援、お試し就労の拡充、就労定着へのフォローアップ

##### 【②林業分野】

**林業大学校での人材育成を進めるとともに、木造を提案できる建築士を養成**します。

- 建築実務者と対象とした人材養成講座を大阪府で開催
- 林業大学校において、オンラインによる講義やオープンキャンパス、相談会を実施



##### 【③水産分野】

コロナ禍においても担い手の育成・確保を図るため、セミナーや面談へのWEBの活用等、**漁業就業支援センターが行う、就業相談から就業後のフォローアップに至る総合的な取り組みを支援**します。

- WEBを活用したPR・サポート体制の強化
- 複数漁業種類の漁労技術の習得を支援

#### (2) 事業承継支援の強化

重点ポイント③・④・⑥

地域の優良な雇用の確保を図るため、**コロナ禍により廃業を検討する事業者等の円滑な事業承継を関係機関と連携して支援**します。

- 買い手側(M&A、移住希望者や地域おこし協力隊等)、売り手側(売却や廃業を検討する事業者)の掘り起こし
- 事業承継計画の策定やM&Aマッチング等の促進
- M&Aの前段階の企業評価等の経費への支援

#### (2) 移住促進、企業・人材誘致

重点ポイント②・③・④・⑥

コロナ禍を契機とした「都会から地方への新しいひとの流れ」を本県に着実に呼び込むため、**関係人口へのアプローチを強化し移住潜在層の掘り起こしを行うとともに、県外からの移住者の増加を目指し、移住促進・人材確保センターが中心となり、「オール高知」体制で取り組み**ます。

また、企業や人材を誘致するため、**テレワークやリモートワーク等の拠点を整備するとともに、「副業・兼業」人材の受け入れに向けた取り組みを促進**します。

##### (移住促進)

- オンラインセミナーやSNS等による戦略的な情報発信
- 長期滞在ツアーの実施
- 市町村が行う関係人口を移住につなげるための取り組みへの支援
- 新しい生活様式に対応した移住相談会の開催(企業・人材誘致)
- デジタルコンテンツを活用した企業誘致
- 副業・兼業人材のニーズの掘り起こし
- ワークেশョンの推進

#### (3) 新規学卒者等の県内就職の促進、U・Iターン就職の促進、就職氷河期世代の就職支援

重点ポイント②・③・④・⑥

オンラインを活用した全国の学生との接点づくりとあわせて、インターンシップ等への参加のための移動手手段の経費を助成し、これに登録した学生に対し

て、就職支援コーディネーターが就職まで伴走型支援を行うことで、**新規学卒者等の県内就職の促進**を図ります。

あわせて、中核人材の確保に向けた**U・Iターン就職の促進**に取り組みます。また、**就職氷河期世代の活躍**に向け、相談から就職、職場定着までの**切れ目ない支援**を行い、**正規雇用**につなげていきます。

#### (4) 外国人材の確保に向けた取り組みの強化

重点ポイント③・④・⑥

新たに策定した「**外国人材確保・活躍戦略**」に基づき、3つの戦略の柱（①海外から優秀な人材を確保 ②県内における就労・相談体制の充実 ③地域の一員としての受入態勢の充実)の取り組みを推進します。

- 人材送り出し有望国(ベトナム、ミャンマー、インド)との関係強化
- 外国人向け在職者訓練の実施
- 日本語教育の支援
- 外国人雇用制度の理解促進

基本方向 **7**

## 働き方改革の推進と労働生産性の向上

ねらい

- 人手不足に対応するためには、「基本方向5, 6」の取り組みに加え、必要な人材を確保できる環境を整備するとともに、各事業体における省力化や効率化による労働生産性の向上が必要。
- そのため、労働条件や労働環境の改善につながる「働き方改革」の取り組みを一層進めるとともに、「新しい生活様式」への対応に向けたデジタル技術の活用などを通じ、省力化・効率化を支援する取り組みを強化する。

### 1 働き方改革の推進

重点ポイント②・③・④・⑥

経営基盤強化と連動した企業の働き方改革の実現に向け、**働き方改革推進支援センターによる労働条件や労働環境の整備**のほか、**企業内の意識醸成や体制づくり等の支援**を行っていきます。

### 2 労働生産性の向上

重点ポイント②・③・④・⑥

#### 【①ものづくり企業の生産性向上（省力化＋高付加価値化）の推進】

県内企業の生産性の向上に向けて、産業振興センターによる事業戦略の策定・実行の伴走支援と、働き方改革推進支援センターによる支援を融合させ、「**事業戦略**」、「**働き方改革**」の両面での支援を行います。

あわせて、**生産性向上支援会議を設置し、伴走支援を強化**します。

【②オープンイノベーションプラットフォームを活用したプロジェクトの創出】 [再掲]

【③公設試験研究機関による支援】 [再掲] 【④県内企業等のデジタル化の推進】 [再掲]

【⑤Next次世代型こうち新施設園芸システムの開発】 [再掲]

【⑥高知マリノイノベーションの推進】 [再掲] 【⑦スマート農業、スマート林業の推進】 [再掲]



# 関西・高知経済連携強化戦略（案）

## ■ 戦略の策定

- ◆大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて、経済活力が高まる関西圏との経済連携を強化することにより、本県経済の活性化を図ることを目的として、関西圏と本県との経済連携の方策を総合的にとりまとめた「関西・高知経済連携強化戦略」を策定
- ◆戦略の策定にあたっては、関西圏の経済界や行政関係者等からなる「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」の意見を反映



## ■ 戦略の概要

### ◆計画期間

- (1)R7年(2025年)の大阪・関西万博の開催を見据えた戦略を策定
- (2)戦略に基づく個々の取り組みの期間は3年間（R3~5年度）

### ◆進捗管理

- (1)高知県産業振興計画に位置付け、四半期ごとにPDCAサイクルによる状況の点検・検証を実施
- (2)毎年「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を開催し、進捗状況の報告及び改訂内容等の検討を実施



## 1 観光推進プロジェクト

将来の目指す姿「世界に通用する『本物と出会う高知観光』の実現」に向けて、これまで磨き上げてきた、本県の「自然」「歴史」「食」の観光資源をフルに活用して、関西圏と連携した取り組みを進める。  
『本物の高知』を訴求 「リョーマの休日キャンペーン」のコンセプト「あなたの、新休日。」をアピール

### 戦略1 ウィズ、アフターコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり

- 自然・体験型観光基盤を生かした4つのツーリズムの推進
- 地域ならではの強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを推進
- 関西と高知を結ぶ新たな観光ルートの創出

### 戦略2 より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求（関西在住者の誘客・全国からの誘客）

- 関西の拠点での観光情報の発信
- 「リョーマの休日キャンペーン」の展開によるセールス&プロモーション
- スポーツを通じた交流人口の拡大

### 戦略3 大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の展開

- 関西の拠点での観光情報の発信（関西圏の訪日客向け）
- 国外に向けたセールス&プロモーション

## 2 食品等外商拡大プロジェクト

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのこれまでのネットワークを土台としながら、各分野の「経済連携をさらに強化」することにより、コロナ禍における社会の構造変化への対応などを踏まえた外商拡大の取り組みを進める。

分野	戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	戦略2 ウィズコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進
農業	○関西圏の卸売市場関係者との連携強化による県産青果物の販売拡大 ○直接販売による県産農畜産物の販売拡大	
水産	○関西圏の卸売市場関係者と連携した量販店等への販売拡大 ○外商支援体制の強化による「高知家の魚応援の店」への販売拡大 ○関西圏の卸売市場関係者との連携による中国、東南アジアを中心とした輸出の拡大 等	
食品	○関西圏に拠点を置く大手卸売業者とのつながりを活用した外商拡大 ○大阪市中心部における大規模開発をターゲットとした外商活動の展開 ○高知県テーマの飲食店等と連携した県産品の認知度向上及び販路拡大 等	○地域に密着した量販店への販路開拓 ○新しい生活様式に対応した営業活動の強化 等
林業	○関西圏の流通拠点企業と連携した外商活動の強化 ○関西圏の土佐材パートナー企業と連携した外商活動の強化 等	○木材利用の健康面への効用を盛り込んだ提案型営業の強化
商工	○関西圏の商社と連携した外商活動の強化 ○関西圏の包括協定企業と連携した外商活動の強化	

## 3 万博・I R連携プロジェクト

大阪・関西万博やI Rなどの「大規模プロジェクトを契機」に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、新たに設置されるプロジェクト関連施設への県産品等の外商拡大の取り組みを進める。

### 戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

- ウィズ、アフターコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり(再掲)
- より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求(再掲)
- 大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の展開(再掲) 等

### 戦略2 関連施設での県産食材の活用

- 県産食材の活用に向けた営業活動の実施
- 多様な食文化（ハラルなど）に対応した商品開発の促進

### 戦略3 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用

- 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施
- 関連施設の整備における県内企業の技術の活用

## 1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

- 関西圏での高知家プロモーションの展開
- 関西圏の関係人口へのアプローチの強化とUターンの促進
- 関西圏から本県への企業誘致の促進

関西圏の自治体・企業・団体等とのさらなるネットワークづくり

観光客の誘致や外商の促進によって経済活力を高める

# 1 観光推進プロジェクト

戦略の方向性

将来の目指す姿「世界に通用する『本物と出会う高知観光』の実現」に向けて、これまで磨き上げてきた、本県の「自然」「歴史」「食」の観光資源をフルに活用して、関西圏と連携した取り組みを進める。

数値目標

関西圏からの観光客入込数 直近値(R円)115万人⇒目標値(R5) 121万人以上※県推計値  
 関西空港経由の外国人延べ宿泊者数 直近値(R円)3.2万人泊⇒目標値(R5)3.4万人泊

## 『本物の高知』を訴求

「リョーマの休日キャンペーン」のコンセプト  
 「あなたの、新休日。」をアピール



多様なRYOMAの観光資源をお客様がそれぞれ組合せて体験・滞在型観光を満喫

	Roman	Yasuragi	Oshii	Manabi	Active
テーマ	歴史・自然から土佐の誇りを感じる	自然の優しさが癒しの時間をくれる	絶対の自信！土佐の幸を食べつくす	世界が認めた自然遺産・文化に学ぶ	土佐の自然と全身でたわむれる
コンテンツ例	○歴史文化施設の企画展（歴史民俗資料館や坂本龍馬記念館30周年特別企画） ○ジオパークをめぐるガイドツアー（室戸ジオ、土佐清水ジオ）	○清流での渓谷が「イド」や「アラフィフ」（中津渓谷、安居渓谷等） ○大自然のもとのワーケーション（室戸市、土佐清水市） ○穏やかな海辺でのキャンプ	○地元ならではの美味しい食べ物が多かった「ランキング」11年間で6度の日本一に輝いた自慢の食文化（カツオのたたき、生産量日本一のゆずやしよが）	○海と自然のアドベンチャーミュージアム足摺海洋館「SATOUMI」 ○日本遺産認定の中芸森林鉄道 ○世界にも通用する四国遍路（中津渓谷、安居渓谷等） ○高知ならではの伝統文化体験	○高知の自然とたわむれる「アクティビティ」（カー、ターボ、ジップライン等） ○清流での渓谷が「イド」や「アラフィフ」（中津渓谷、安居渓谷等） ○イメージ図～川上

## 戦略1 ウィズ、アフターコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり

### 1 自然・体験型観光基盤を生かした4つのツーリズムの推進

#### (1) 「仕事」と「休暇」を両立するワーケーション

：宿泊施設や観光関連施設のワークスペース、wi-fi等の受入環境整備  
 ：ターゲット（企業、個人事業者）別のワーケーションプランを企画

#### (2) 「日本みどりのプロジェクト」と連携したGreenツーリズム

①大阪・関西万博「日本の自然のショーケース」実現  
 ②GreenRecovery ③GoGreen ④OneGreen  
 ⑤National Parkの魅力を企画  
 ：地域アクションプランとの連携と県内市町村への参画呼び掛け



#### (3) 自然環境を生かしたスポーツツーリズム

：プロ・アマスポーツ合宿の誘致強化  
 ：サイクリング、サーフィン等スポーツアクティビティの振興



#### (4) 「自然」「異文化」「アクティビティ」を組み合わせたアドベンチャーツーリズム

：地域固有のテーマのもと、ここでしか体験できないプランを企画  
 ：北海道での世界的な商談会及び体験ツアーに参加し、プランをPR



民間活力の活用



### 2 地域ならではの強みを生かした「外貨を稼ぐ」観光地域づくりを推進

○市町村をまたがる滞在型観光プランづくり

<例> 全国区の清流と流域の自然と暮らし、産業などを組み合わせた体験・滞在型観光の推進



### 3 関西と高知を結ぶ新たな観光ルートの創出

○大阪の都市型観光と高知の山・川・海の自然・体験型観光のコラボ  
 ○関西圏の港（大阪港等）と連携したクルーズ船航路誘致  
 ○観光ルートの創出を通じた観光人材の交流

関西空港in・outの訪問客が多い

## 戦略2 より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求

関西在住者の誘客

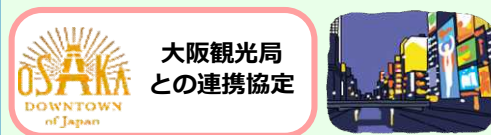
全国からの誘客

### 1 関西の拠点での観光情報の発信

- (1) 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施（関西エアポートのネットワークを活用した情報発信）
- (2) JR新大阪駅、大阪駅、難波の大阪観光局トラベルセンターで情報発信（高知県観光PRパンフ（多言語パンフ含む）の設置）
- (3) 大阪観光局と連携したマスコミへの情報提供や、高知県ゆかりの飲食店での情報発信（ゆる県民）
- (4) 交通広告や大阪中心部の大型ビジョンでの情報発信

### 2 「リョーマの休日キャンペーン」の展開によるセールス&プロモーション

- (1) 話題化を創出するプロモーション  
 ：大阪中心部で集客、誘客イベントの開催  
 ：大阪観光局等と連携した各種イベントへの出展
- (2) デジタル技術を活用したプロモーションの推進（動画の配信、バーチャルツーリズムなど）
- (3) 産学官民連携プラットフォーム「日本みどりのプロジェクト」と連携したワーケーション等のセールス&プロモーション
- (4) 「リョーマの休日キャンペーン」によるセールス活動の実施  
 ：大阪観光局と連携した合同商談会の開催、MICE・教育旅行説明会の開催、在阪の旅行エージェントへの個別訪問
- (5) ワケーションのセールス活動の実施  
 ：関西経済連携アドバイザーの協力のもと、関西経済同友会、近鉄GH D、包括連携企業などの在阪企業、大学への個別訪問、モニターの実施



### 3 スポーツを通じた交流人口の拡大

○戦略的なアマチュアスポーツ合宿等の誘致強化



## 戦略3 大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の展開

### 1 関西の拠点での観光情報の発信（関西圏の訪日客向け）



### 2 国外に向けたセールス&プロモーション

- (1) 大阪・関西万博や大阪IR等を見据えた大阪観光局等と連携した誘致プロモーションの実施
- (2) 重点市場の訪日旅行に関心のある方々に向けた本県観光の魅力をダイレクトに伝えるプロモーションの推進（本県独自で実施）
- (3) 四国ツーリズム創造機構（広域連携DMO）を中心に四国他県と連携したセールス&プロモーションの展開
- (4) 大阪観光局等と連携した旅行会社へのセールス及び新規市場の開拓（ポスト東アジア市場）
- (5) 食品等外商拡大プロジェクトと連動したインバウンドの推進



# 2 食品等外商拡大プロジェクト

戦略の  
方向性

近距離に位置し、歴史的にも深いつながりを持つ関西圏とのこれまでのネットワークを土台としながら、各分野の「**経済連携をさらに強化**」することにより、コロナ禍における社会の構造変化への対応などを踏まえた外商拡大の取り組みを進める。

数値  
目標

○関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額(年間)  
直近値(R元): 108億円  
▶目標値(R5): 120億円

○関西圏の高知家の魚応援の店の販売額(年間)  
直近値(R元): 1.6億円  
▶目標値(R5): 2.0億円

○関西圏の卸売市場関係者等を經由した水産物の輸出額(年間)  
直近値(H30): 1.9億円  
▶目標値(R5): 5.5億円

○地産外商公社の活動による関西圏での成約金額(年間)  
直近値(R元): 12.3億円  
▶目標値(R5): 20.3億円

○関西圏への土佐材出荷量(年間)  
直近値(H30): 2.3万㎡  
▶目標値(R5): 3.1万㎡

○産業振興センターの外商支援による関西圏での成約金額(年間)  
直近値(R元): 13.9億円  
▶目標値(R5): 23.2億円

## 戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大

これまで培ってきた関西圏のパートナー（企業・団体等）との連携を強化することにより、各産業分野の外商の拡大につなげる

### 1 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大

#### 食品関係

- (1) **関西圏の卸売市場関係者との連携強化**による県産青果物の販売拡大
  - ・販売拠点量販店での高知フェアの開催
  - ・仲卸の産地招へいの実施
- (2) **関西圏の卸売市場関係者と連携**した量販店等への販売拡大
  - ・量販店等への販促活動の強化（高知フェアの開催、販促資材の提供等）
- (3) **関西圏の卸売市場関係者との連携**による中国・東南アジアを中心とした輸出の拡大
  - ・現地パートナーとの連携強化
  - ・海外見本市や商談会への参加を支援
- (4) **関西圏に拠点を置く大手卸売業者とのつながりを活用**した外商拡大
  - ・大手卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大
- (5) **大阪市中心部における大規模開発をターゲット**とした外商活動の展開
  - ・新設される大規模商業施設等への営業活動の強化



等

#### 非食品関係

- (1) **関西圏の流通拠点企業と連携**した外商活動の強化
  - ・関西圏への効率的な共同輸送の強化
- (2) **関西圏の土佐材パートナー企業と連携**した外商活動の強化
  - ・パートナー企業の増加に向けた商談会の開催
  - ・パートナー企業等が企画する土佐材PR活動を支援
- (3) **関西圏の商社と連携**した外商活動の強化
  - ・見本市等への出展及び商談会の開催
- (4) **関西圏の包括協定企業と連携**した外商活動の強化
  - ・大規模見本市への共同出展

商工業分野

等

### 2 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大

#### 食品関係

- (1) **高知県テーマの飲食店等と連携（ショールーム機能の付与等）**した県産品の認知度向上及び販売拡大
  - ・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の強化
  - ・観光や県産品の情報発信機能の強化
- (2) **「高知家の魚応援の店」との関係強化**による水産物の販売拡大
  - ・店舗への訪問営業や産地招へい機会の拡充
  - ・シェフグループへの支援



等

## 戦略2 ウィズコロナ時代に対応する商品開発や外商活動の推進

コロナ禍による社会の構造変化に対応し、ニーズに応じた商品開発や効果的な外商活動を推進することにより外商の拡大につなげる

### 食品・非食品関係共通

- **新しい生活様式に対応した営業活動の強化**
  - ・デジタル技術を活用した営業活動の実施
  - ・オンライン商談会の実施

### 食品関係

- (1) **地域に密着した量販店への販路開拓**
- (2) **新しいニーズに対応した水産加工・冷凍保管施設の立地、既存加工施設の機能強化の促進**
- (3) 関西圏に拠点を置く大手卸売業者と連携した**市場ニーズに訴求する商品開発**
- (4) 直接販売による県産農畜水産物の販売拡大
  - ・WEBサイトを活用した販売拡大

等

## 関西圏での外商体制を抜本強化

[農業・水産業・食品分野]

(1)地産外商公社大阪グループ（3名⇒4名）

[林業分野]

(2)TOSAZAIセンター関西駐在（0名⇒1名）

[商工業分野]

(3)産業振興センター大阪事務所（3名⇒4名）



# 3 万博・I R連携プロジェクト

戦略の  
方向性

大阪・関西万博やI Rなどの「**大規模プロジェクトを契機**」に、関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客を促進するとともに、新たに設置されるプロジェクト関連施設への県産品等の外商拡大の取り組みを進める。

## 大規模プロジェクトによる経済活力の高まり

### 大阪・関西万博

■ 経済波及効果  
約2兆円

■ 来場者数  
約2,800万人

■ パビリオン等  
135棟整備

出展：大阪・関西万博の概要  
(経済産業省作成)

### 大阪I R

■ 経済波及効果  
・ 開業初年度まで  
約2兆円  
・ 開業以降(毎年)  
7,600億円

■ 年間来場者数  
1,500万人

出展：大阪I R基本構想  
(大阪府・大阪市作成)



## 戦略1 関西圏を訪れた国内外の観光客に観光地・高知を訴求し誘客

関西圏を訪れた国内外の観光客をターゲットとしたセールス&プロモーションの推進

### 国内外に向けたセールス&プロモーションの推進

- ・ ウィズ、アフターコロナを見据えた観光地の磨き上げと外貨を「稼ぐ」仕組みづくり(再掲)
- ・ より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する高知観光の訴求(再掲)
- ・ 大阪・関西万博を見据えたインバウンド施策の展開(再掲)



## 戦略2 関連施設での県産食材の活用

関連施設や周辺飲食店等での県産食材の活用に向けて、「食品等外商拡大プロジェクト」と連動した取り組みを推進

### 1 県産食材の活用に向けた営業活動の実施

- ・ 関西圏に拠点を置く大手卸売業者等とのつながりを活用した**営業先企業等の情報収集**

### 2 関西圏のパートナーとの連携による県産食材の外商拡大

- ・ 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大(再掲)
- ・ 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大(再掲)



### 3 多様な食文化に対応した商品開発の促進

- ・ 関西圏の市場ニーズを取り入れた商品力アップへの支援(再掲)
- ・ ジェット口との連携による**輸出対応型商品づくりへの支援**

## 戦略3 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用

関連施設での県産木材や県内企業の技術の活用に向けて、実施主体や参加企業等への提案及び営業活動を推進

### 1 万博・I Rの実施主体や参加企業等への情報収集及び提案の実施

- ・ 「CLTで地方創生を実現する首長連合」等による**日本国際博覧会協会への提案**
- ・ 関係機関と連携した個別訪問による**情報収集及び提案**

### 2 万博・I Rの実施主体や参加企業等への営業活動の実施

- ・ 関係機関と連携した**個別訪問による販路開拓**
- ・ 商談会の開催(関西圏及び県内)を通じた個別取引支援



2025  
以降

大阪・関西万博開幕

大阪I R開業

第4期産業振興計画の強化のポイントとして「SDGsを意識した取り組みの促進」を掲げ推進 ⇒ **コロナ禍も踏まえ、R3年度はSDGsの取り組みを加速**

**現状課題**

- 深刻化する**人手不足や後継者不足に対応するためにも、人材確保を図る必要**
- コロナ禍により社会・経済構造が変化  
特に、企業活動や働き方や暮らし方などが見直され、地方暮らしへの関心が高まっている  
⇒ ・「**地方への新しいひとの流れ**」を本県に呼び込むことが可能  
・ **新しいビジネスが生まれる可能性**

**方向性** **コロナ禍による「社会・経済構造の変化」も踏まえ、県内事業者がSDGsに対応し、持続可能な社会の実現を目指す**

- 企業価値の向上
- 多様な人材の確保
- 自社の強みの再認識や発揮
- 新たなビジネスチャンス

**具体的な取り組み**

**STEP 1** → **STEP 2** → **STEP 3**

**事業者の取り組み**

**STEP 1: 県内事業者がSDGs 知ってみよう!**  
SDGsに関する知識の習得

**STEP 2: 導入してみよう!**  
自社の取り組みとのひも付け・打ち出し

**STEP 3: 実践してみよう!**  
新事業展開・他社との連携

**県の取り組み**

- SDGsに関する情報発信・認知度向上
- SDGsの導入に向けたアドバイザーの派遣など
- 各種団体を通じた機運の醸成

県内事業者の取り組み拡大に向けた横展開

- 企業の事業戦略等に、SDGsの視点を生かす
- SDGsを意識した製品・技術開発の促進
- SDGs登録制度を創設し、県内事業者の取り組みを後押し など

《KPI》SDGs登録事業者

**R3年度末：30社** → **R4年度末：50社** → **R5年度末：70社**  
(累計) (累計) (累計)

## 令和3年度の強化策

### 1 SDGs登録制度の創設

**目的** ■ 県内事業者のSDGsを意識した取り組みの見える化を図ることにより、登録事業者の人材確保や外商活動につなげるとともに、SDGsの取り組みの裾野を広げる

**内容** ■ 他県の事例を参考に制度設計を行い、R3年秋頃に登録制度の創設を目指す  
■ 登録事業者の取り組みを県のホームページ等で紹介

### 2 SDGs推進セミナーの開催

**目的** ■ SDGsを意識した取り組みを進めるメリットや、県内事業者が実施しているSDGsの優良事例を多くの県内事業者に知っていただく  
■ これからSDGsに取り組んでみたい企業だけでなく、既に取り組んでいる企業にも聴講していただき、取り組みの横展開を図る

**開催内容** ■ 全業種向け1回、分野別2回の計3回実施予定（各90分）  
■ 講演だけでなく、県内事業者の先進事例発表も同時に実施

### 3 SDGs推進アドバイザーの設置

**目的** ■ 事業者に対してアドバイザーを派遣し、「企業活動とSDGsのひも付け」や「SDGsの打ち出し」など、これからSDGsを意識した取り組みを始める事業者を支援

### 4 「こうちSDGsガイドブック ～大学生×SDGs×企業～」の作成

**目的** ■ 県内事業者が実施しているSDGsの優良事例を多くの県内事業者に知っていただき、新たな「SDGsを意識した取り組み」の創出につなげる  
■ 作成にあたっては、大学生に県内事業者を取材してもらうことで、大学生側は県内事業者を知る機会、企業側は人材確保の機会とする

**大学生**

- SDGsに関する知識を習得できるチャンス
- 県内企業の取り組みを知る機会になる

**企業**

- 自社の取り組みをPRできるチャンス
- 他社の取り組みを知る機会になる
- 将来の人材確保のきっかけづくりにもなる

**県**

- 県内企業の先進事例を紹介することで
  - ・ SDGsの取り組みが広がる
  - ・ 大学生の県内就職が促進

### 5 その他の取り組み

- 事業戦略等の策定・実行支援を通じた取り組み促進
- SDGsを意識した製品・技術開発等の促進 など
- 各種団体を通じた機運の醸成