

高知県 関西・高知経済連携強化戦略

～関西圏の活力を本県経済の活性化につなげるプロジェクト～



令和3年3月

高 知 県



高知県関西・高知経済連携強化戦略の策定にあたって

関西圏では、令和7年（2025年）開催の大阪・関西万博などの大規模プロジェクトに向けて、今後、ますます経済活力が高まることが見込まれております。

このような関西圏と本県との経済連携を様々な分野で強化していくことにより、関西圏の経済活力を本県に呼び込み、本県経済のさらなる発展につなげてまいりたいと考えております。

関西圏との経済連携を進めるにあたっては、具体的な戦略のもとで取り組むことが重要であることから、昨年6月に、関西圏の経済界や行政関係者で構成する「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を新たに立ち上げ、経済連携の強化策について、様々なご意見をいただきながら検討を進めてまいりました。

そして、この度、令和3年度から令和5年度までの3年間で取り組む関西圏と本県との経済連携の強化策を総合的にとりまとめた「関西・高知経済連携強化戦略」を策定いたしました。

この戦略は、「観光推進」、「食品等外商拡大」、「万博・IR連携」の柱となる3つのプロジェクトと、「これら3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み」で構成しています。

「観光推進プロジェクト」では、大阪観光局等との連携による本県の自然・体験型観光基盤を生かした取り組みを、「食品等外商拡大プロジェクト」では、卸売市場関係者や企業などとの連携強化による各産業分野の販売拡大の取り組みを、「万博・IR連携プロジェクト」では、本県への誘客とともに関連施設での県産食材や木材などの活用に向けた取り組みを、それぞれポイントとしています。

あわせて、戦略を着実に推進するため、関西圏における観光推進や外商支援の体制を拡充してまいります。

今後、この「関西・高知経済連携強化戦略」の着実な実行を通じまして、県経済をさらに活性化させ、高知県政を一段と高いステージへ引き上げられるよう、前へ前へと全力で取り組んでまいります。

皆様の積極的なご参画とご協力を心よりお願い申し上げます。

令和3年3月

高知県知事 濱田 省司

目次

I 関西・高知経済連携強化戦略の全体像

1	はじめに	1
2	関西戦略策定の意図（目的）	1
	（1）これまでの関西圏における産業振興の取り組み	1
	（2）関西圏における経済活力の高まり	2
	（3）関西圏との経済連携強化の必要性	2
3	関西戦略の構成等	3
	（1）計画期間	3
	（2）3つのプロジェクト	3
4	関西戦略の効果的な推進	6
	（1）進捗管理の徹底（PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る）	6
	（2）推進体制	6
	（3）市町村との連携協調	6

II 各プロジェクトの取り組み

1	観光推進プロジェクトの取り組みの概要	7
2	食品等外商拡大プロジェクトの取り組みの概要	10
3	万博・IR連携プロジェクトの取り組みの概要	16
4	3つのプロジェクトを横断的に支える取り組みの概要	19

<付属資料>

1	行程表	21
	（1）観光推進プロジェクト	22
	（2）食品等外商拡大プロジェクト	27
	（3）万博・IR連携プロジェクト	37
	（4）3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み	40
2	用語の解説	42

<参考資料>

1	関西・高知経済連携強化アドバイザー会議の構成等	
	（1）関西・高知経済連携強化アドバイザー会議メンバー	47
	（2）関西・高知経済連携強化アドバイザー会議設置要綱	48

I 関西・高知経済連携強化戦略の全体像

1 はじめに

高知県では、県経済が抱える積年の課題に正面から向き合い、経済を根本から元気にするためのトータルプランとして、平成 21 年に「高知県産業振興計画」を策定し、現在は、令和 2 年度から令和 5 年度までの 4 年間を計画期間とする「第 4 期高知県産業振興計画」（以下「産業振興計画」という。）に基づき、官民一丸となって県勢浮揚に挑戦しています。

このような中、関西圏では、令和 7 年（2025 年）の大阪・関西万博や開業を目指している大阪 I R などの大規模プロジェクトが予定されており、これらの大規模プロジェクトを契機として、関西圏の経済活力がますます高まることが見込まれております。

こうした関西圏の経済活力を、本県経済の継続的な発展につなげていくために、新たに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」（以下「関西戦略」という。）を策定しました。

2 関西戦略策定の意図（目的）

（1）これまでの関西圏における産業振興の取り組み

関西圏は、本県と最も近接する大都市圏として、歴史的にも深いつながりを有する地域であることから、これまでも、産業振興計画に基づき、観光客の誘致や県産品の外商拡大などの地産外商に取り組んできました。

観光面では、「自然」「歴史」「食」という本県の強みを生かすことに重点を置いて「観光商品をつくる」「売る」「もてなす」の取り組みを官民が一体となって進めるとともに、高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じて観光資源の磨き上げと周遊ルート化を図り、観光商品の造成とセールスを強化した結果、長らく 300 万人台で推移していた県外からの観光客入込数は、近年、435 万人以上が定常化してきました。このうち、関西圏からの入込は、第 2 位の約 25 パーセントを占めるなど、観光客の増加に大きく貢献しています。

また、県産品の外商面では、関西圏の卸売市場関係者や商社等とのネットワークを活用し、量販店や業務筋への外商活動を積極的に展開するとともに、関西圏における外商活動の拠点として、食品分野では平成 27 年に地産外商公社大阪グループを設置したほか、

商工業分野では平成 26 年から産業振興センターが大阪に外商コーディネーターを配置するなど、各分野における外商活動を強化してきました。

この結果、地産外商公社大阪グループの活動による食品分野の成約金額は、平成 27 年度の 3.6 億円から令和元年度には 12.3 億円に増加し、また、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は令和元年度には 13.9 億円となるなど、関西圏における地産外商の取り組みは、着実に成果につながっています。

(2) 関西圏における経済活力の高まり

関西圏では、令和 7 年（2025 年）の大阪・関西万博や開業を目指している大阪 I R などの大規模プロジェクトが予定されています。

これらの大規模プロジェクトを契機として、国内外の多くの観光客が関西圏を訪れることが見込まれているほか、万博や I R 関連施設の建設や地域の再開発が活発に行われるなど、今後、関西圏の経済活力が大きく高まることが見込まれています。

・ 関西圏における大規模プロジェクト

R4 年(2022 年)	ワールドマスターズゲームズ 2021 関西 ・ 目標参加者数 5 万人（国外：2 万人、国内：3 万人）
R6 年(2024 年)	うめきた 2 期地区開発（一部開業） ・ 広大な都市公園を核に複合高層ビル 4 棟で構成(延床面積：約 55 万㎡)
R7 年(2025 年)	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
R9 年(2027 年)	うめきた 2 期地区開発（全体開業） 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(年間)：7,600 億円 ・ 年間来場者数：1,500 万人

(3) 関西圏との経済連携強化の必要性

こうした関西圏の経済活力を本県経済の発展につなげていくためには、これまでの取り組みを土台としながら、関西圏と本県との経済連携を様々な分野で多角的かつ重層的に強化していくことが何より重要となります。

そのため、各分野の中でも、特に、本県経済への波及効果が高いと考えられる観光や

県産品の外商分野を中心に関西圏との経済連携の強化に向けた方策をとりまとめた戦略を策定しました。

この戦略を関西圏の現状や今後の動向、また、新型コロナウイルス感染症の影響なども踏まえた実効性の高いものとするため、戦略の策定にあたっては、新たに、観光や農・林・水産業分野などの関西圏の経済界や行政関係者をメンバーとする「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を立ち上げ、それぞれの専門的な観点から多くのご意見をいただいています。

3 関西戦略の構成等

(1) 計画期間

関西戦略については、令和7年（2025年）の大阪・関西万博の開催を見据えて取り組みを進めていきますが、戦略の計画期間は、現在取り組みを進めている第4期産業振興計画の終期と連動させ、令和3年度から令和5年度までの3年間としています。

なお、令和6年度からの取り組みについては、本戦略の取り組みを検証したうえで、令和5年度中に新たな戦略を策定することとします。

(2) 3つのプロジェクト

本県に最も近接する大都市圏である関西圏には、2,000万人を超える多くの住民が居住しているほか、国内外から観光や商業目的で多くの人々が訪れています。また、大阪・関西万博などの大規模プロジェクトの関連施設の整備や大阪市中心部における再開発などの様々な投資が活発に行われることが見込まれています。

関西戦略では、こうした状況を踏まえ、関西圏における経済活力を本県経済の活性化につなげていくため、「観光推進プロジェクト」、「食品等外商拡大プロジェクト」及び「万博・IR連携プロジェクト」の3つのプロジェクトと、「これら3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み」で構成しています。

[観光推進プロジェクト]

関西圏の在住者や関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客につなげるためのプロジェクト

[食品等外商拡大プロジェクト]

関西圏の消費者や企業等をターゲットとして、本県の農・水産物や加工食品のほか、県産木材、工業製品などの外商拡大につなげるためのプロジェクト

[万博・IR連携プロジェクト]

万博等の大規模プロジェクトを契機として関西圏を訪れる国内外の観光客をターゲットとして、本県への誘客や飲食店等における県産食材等の外商拡大、関連施設の整備における県産木材や県内企業の有する技術の活用などにつなげるためのプロジェクト

[3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み]

上記3つのプロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信や関西圏の企業や人材等の活力を本県に呼び込むための取り組み

関西・高知経済連携強化戦略



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『本物と出会える高知観光』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。
『高知ならではの魅力』を訴求「リョーマの休日キャンペーン」のキャッチフレーズ「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・体験型観光基盤を活用した4つのツーリズムの推進
- 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出
- 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

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
- スポーツを通じた交流人口の拡大
- 「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

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 ○「高知家の逸品応援の店」等と連携した県産品の認知度向上及び販売拡大 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、新たに整備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（ハラールなど）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
- 関西圏の総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進
- 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推進

県内市町村と連携した関西圏の自治体・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

4 関西戦略の効果的な推進

関西戦略の取り組みについては、産業振興計画の一部として位置付けることとしており、同計画の考え方にに基づき、進捗管理の徹底などにより効果的に進めていきます。

(1) 進捗管理の徹底（PDCAサイクルにより絶えずバージョンアップを図る）

関西戦略については、Plan（計画）→Do（実行）→Check（検証）→Action（改善）というPDCAサイクルを絶えず繰り返すことで、戦略の実効性を高めていきます。

具体的には、個々の取り組みについて、数値目標を設定したうえで実施し、その進め方や手順、人的・財政的支援の投入量などが、適切かつ効果的であったかを、四半期ごとに点検するほか、数値目標の達成に向けて、年度ごとの到達点を定め、進捗状況について点検・検証を行います。

こうした様々な角度からの点検・検証を通じて、施策をより実効性の高いものへと適宜改善するとともに、毎年度、戦略自体にも改定を加えて、バージョンアップを図っていきます。

(2) 推進体制

関西戦略の推進体制については、産業振興計画全体のフォローアップのための「県庁内の推進体制」と「外部委員によるフォローアップ体制」に加えて、「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」による、よりきめ細かなフォローアップ体制を確保しています。

・「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」によるフォローアップ体制

関西戦略に基づく取り組みを効果的かつ実効性あるものとするため、関西圏の経済界や行政関係者などをメンバーとする「関西・高知経済連携強化アドバイザー会議」を設置し、関西戦略の進捗状況や評価、検証、修正、追加などに関する検討を行います。

(3) 市町村との連携協調

県内市町村では、これまでも、関西圏の自治体との姉妹都市提携や出身者との交流事業のほか、観光客の誘致や移住促進など、関西圏を対象とした様々な取り組みが行われてきています。

関西戦略では、市町村との連携協調の基本姿勢のもとで、こうした市町村の取り組みとも連携しながら、県と市町村が現状や課題を共有し、共にベクトルを合わせて取り組みを進めます。

Ⅱ 各プロジェクトの取り組み

1 観光推進プロジェクトの取り組みの概要

(1) 関西圏におけるこれまでの取り組みによる成果

産業振興計画における観光分野では、「自然」、「歴史」、「食」という強みを生かすことに重点を置ながら、「観光商品をつくる」、「売る」、「もてなす」の取り組みを進めてきました。

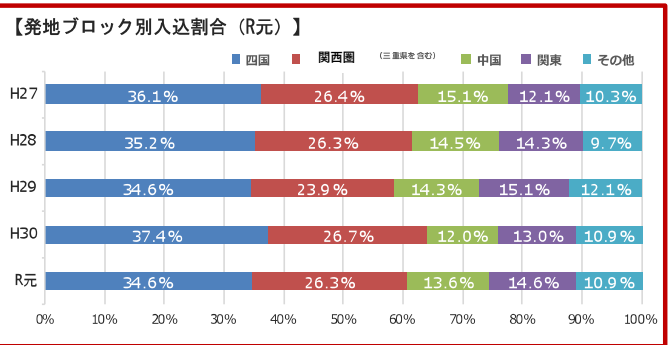
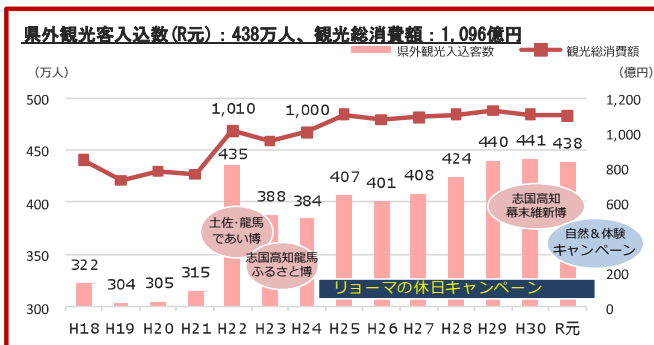
「つくる」では、地域の核となる観光拠点整備や土佐の観光創生塾による旅行商品づくりを進めるとともに、「売る」では、高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」によるセールス・プロモーション活動、「もてなす」では、龍馬パスポートの仕組みによる周遊促進とリピーター化に取り組みました。

現時点では、新型コロナウイルス感染症拡大が大きな影響を及ぼすものの、直近では、こうした取り組みの結果、435万人観光の定常化が実りつつあります。このうち、関西圏から本県への入込数は、全体の約25パーセントの割合を占めるなど、県外からの観光客の増加に大きく貢献しています。

今後、さらに関西圏から多くの観光客を誘致できるよう、関西戦略の策定に先立ち、令和2年10月には公益財団法人大阪観光局と連携協定を締結するとともに、同月には、令和7年（2025年）の大阪・関西万博も見据えて自然を核に都市と地方の連携を図る全国規模の産・官・学連携組織「日本みどりのプロジェクト」を大阪観光局等とともに立ち上げました。

また、今後のインバウンドの再開に備え、関西圏の空の玄関口を活用すべく関西エアポート株式会社との実務者協議を重ねています。

【観光分野】 県外観光客入込数・観光総消費額の推移



(2) 観光推進プロジェクトの取り組み

将来の目指す姿「世界に通用する『本物と出会える高知観光』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ます。

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

都会にはない本県の自然・体験型の観光基盤を活用した4つのツーリズム（ワーケーション、Green ツーリズム、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズム）を推進するほか、これらのツーリズムも活用し大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を組み合わせるなどの関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出に取り組みます。

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

関西圏在住者や全国から関西圏を訪れた観光客をターゲットに、空港や駅などの関西の拠点で観光情報の発信を行うとともに、令和3年度から展開する高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」を通じて、大阪中心部での集客イベントの開催や、バーチャルツーリズム等のデジタル技術の活用などによるプロモーションと、大阪観光局と連携した観光説明会等のセールス活動などに取り組みます。

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

インバウンドの再開に備え、関西圏を訪れる外国人観光客をターゲットとして、重点市場等の方々に本県の魅力をダイレクトに伝えるプロモーション活動を行うとともに、大阪観光局等と連携し、これまで接点のなかった旅行会社へのセールスや新規市場の開拓などに取り組みます。

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

『高知ならではの魅力』を訴求

「リョーマの休日キャンペーン」のキャッチフレーズ「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

テーマ	Roman	Yasuragi	Oishii	Manabi	Active
歴史・自然から土佐のPARを感じる	歴史・自然から土佐のPAR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）	○清流での渓谷カブトツアーやラフティング（中津渓谷、安居渓谷等） ○大自然のもとでのワーケーション（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 ○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（カヌー、タビゴ、ジップライン等） ○清流での渓谷カブトツアーやラフティング（中津渓谷、安居渓谷等） ～イメージ図～

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・体験型観光基盤を活用した4つのツーリズムの推進

- 「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
- 「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 Park7°プロジェクトを企画
 : 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

- 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
- 「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、そ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

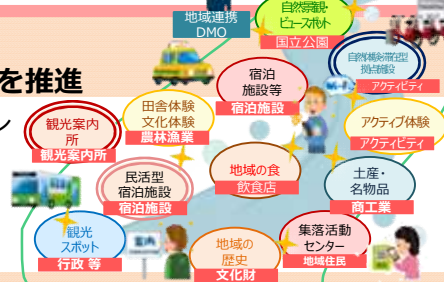
民間活力の活用

関西圏からの入込全体の第2位(25%)

まいど、あそびに

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旅行商品の創出

- 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
- 観光ルートの新規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

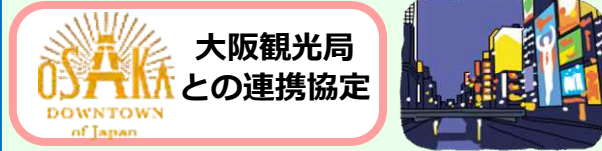
全国からの誘客

1 関西の拠点での観光情報の発信

- (1) 交通広告や大阪中心部の大型ビジョンでの情報発信
- (2) 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）
- (3) 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）
- (4) 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の情報発信（高知県観光PRパンフ（多言語パンフ含む）の設置）

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) ワーケーションのセールス活動の実施
 : 関西・高知経済連携強化アドバイザーの協力のもと、関西経済同友会、近鉄GHD、包括連携企業などの在阪企業、大学への個別訪問、モニターツアーの実施
- (6) ワーケーションに関する情報発信
 : 特設サイト、SNSでの情報発信
 : 関西・高知経済連携強化アドバイザーの協力のもと、関西圏で開催される各種会議・学会でのPR



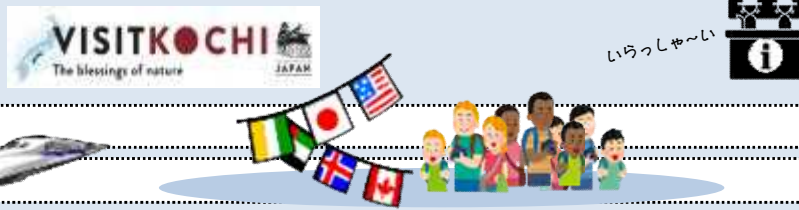
3 スポーツを通じた交流人口の拡大

- 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) 重点市場等の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

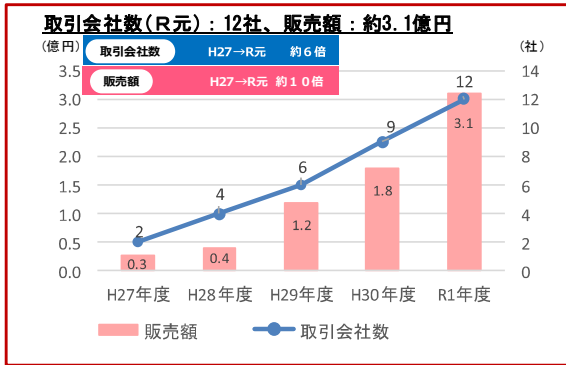
2 食品等外商拡大プロジェクトの取り組みの概要

(1) 関西圏におけるこれまでの取り組みによる成果

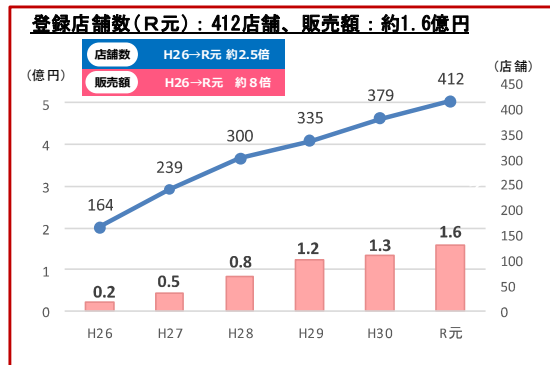
県内市場の縮小に打ち勝つためには、より活力のある県外市場にモノを販売し、「外貨」を稼ぐ地産外商の施策を展開していくことが重要となることから、これまで、関西圏の卸売市場関係者や大手卸売業者などと連携した販売拡大に向けた取り組みや、関西圏において外商活動を行うための体制強化など、関西圏における外商拡大に向けた施策に積極的に取り組んできました。

この結果、関西圏における各分野の地産外商は大きく進展しています。

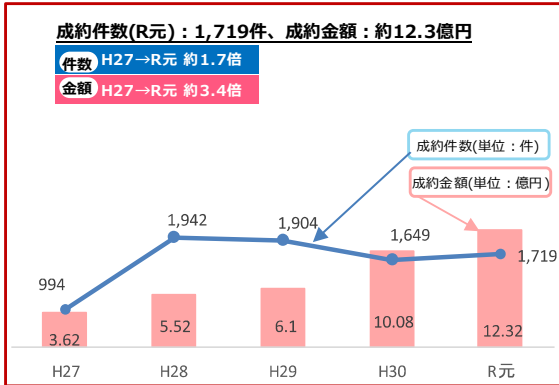
【農業分野】 JAグループ高知と連携した販売額



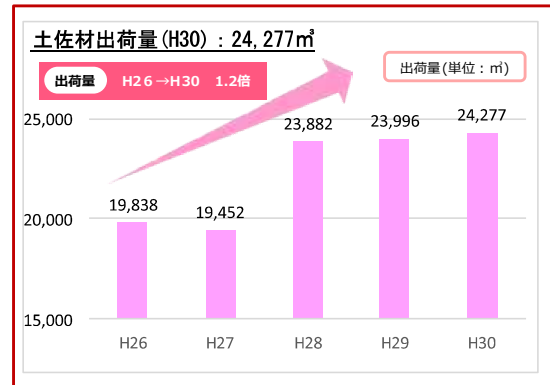
【水産業分野】 高知県の魚応援の店の販売額



【食品分野】 地産外商公社の支援による成約額



【林業分野】 土佐材出荷量



【商工業分野】 営業活動等の実績

産業振興センター外商コーディネーターの支援による成約額 H29:187百万円⇒R元:422百万円(約2.3倍)

		H29	H30	R元
外商コーディネーターによる訪問件数(件数)	全体 (うち関西)	2,758 (817)	2,839 (796)	3,889 (1,500)
外商コーディネーターによる成約件数(件数)	全体 (うち関西)	389 (177)	742 (331)	1,008 (314)
外商コーディネーターによる成約金額(百万円)	全体 (うち関西)	426 (187)	628 (225)	1,173 (422)
見本市出展件数(件数)	全体 (うち関西)	26 (4)	23 (3)	25 (3)
ミニ展示商談会開催件数(件数)	全体 (うち関西)	5 (0)	8 (1)	6 (2)
技術の外商受注実績(百万円)	全体 (うち関西)	444 (158)	462 (250)	511 (236)

(2) 食品等外商拡大プロジェクトの取り組み

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ます。

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ます。

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ます。

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

農業分野 ○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	水産業分野 ○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間) 直近値(R2)：1.0億円 ▶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(R元)：1.3億円 ▶目標値(R5)：5.5億円	食品分野 ○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	林業分野 ○関西圏への土佐材出荷量(年間) 直近値(H30)：2.4万㎡ ▶目標値(R5)：3.1万㎡	商工業分野 ○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 ・仲卸業者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



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



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) **「高知家の逸品応援の店」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 ・飲食店等による高知フェアの開催
・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
・高知フェアの開催



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**

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）
--	--	---

2 食品等外商拡大プロジェクト（1/3）

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	重点品目	連携する 関西 パートナー	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
				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	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
農業分野	○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	○なす ○にら ○みょうが ○文旦	○卸売市場関係者	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 ・仲卸業者の産地招へいの実施 ・仲卸業者による飲食店への県産青果物の提案強化 ・県産青果物のトップセールス ◆卸売市場関係者との連携強化、販売拠点量販店等でのPR	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（再掲） ・ 高知野菜サポーターによるオンライン料理教室 の開催 ・品目やレシピ等紹介動画の制作と情報発信による消費者への食べ方紹介（Web、料理教室、セミナー、高知フェア等）
		○高知の逸品 （メロン、トマト等）	○包括協定企業等 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大 ・包括協定企業等へのカタログ販売の拡大 ・関西圏の量販店での出張販売（とさのさとマルシェ）の実施 ・飲食店等への販売の強化 ◆販売体制の整備、営業活動の強化	2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大（再掲） ・ Web販売サイトでの販促キャンペーン の実施 ・Web販売サイトでの品目やレシピ等紹介動画の発信
水産業分野	○関西圏の量販店等での高知フェアの開催回数（年間） ・直近値(R元)：3回 ↓ ・目標値(R5)：6回	○養殖魚 （ブリ、マダイ、カンパチ、クロマグロ） ○鮮魚 （キンメダイ等）	○卸売市場関係者	1 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 ・大阪市中央卸売市場関係者の販売ネットワークを活かし、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、マネキンの活用、バイヤーの招へい等	1 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（再掲） ・大阪市中央卸売市場関係者の販売ネットワークを活かし、 量販店等への販促活動の強化 （再掲） ◆販促資材の提供、マネキンの活用、バイヤーの招へい等 ・ 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
		○関西圏の高知家の魚応援の店への販売額（年間） ・直近値(R2)：1.0億円 ↓ ・目標値(R5)：2.0億円	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	2 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 ・地産外商公社大阪グループの体制強化による店舗への営業活動の強化 ◆訪問頻度や産地招へい機会の拡充、シェフグループへの支援、高知フェアの開催等	2 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（再掲） ・地産外商公社大阪グループの体制強化による店舗への営業活動の強化（再掲） ◆ オンラインを活用した外商活動 ・水産関係事業者の オンライン商談の活用促進 ・水産関係事業者への インターネット販売の普及促進

2 食品等外商拡大プロジェクト（2／3）

	数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	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
水産業分野	<ul style="list-style-type: none"> ○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) ・直近値(R元)：1.3億円 ↓ ・目標値(R5)：5.5億円 	<ul style="list-style-type: none"> ○養殖魚(クロマグロ等) ○鮮魚(キンメダイ等) 	○卸売市場関係者	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西卸売市場関係者とネットワークを有する現地パートナーとの連携強化 ・「水産物輸出促進協議会」メンバーの海外見本市や商談会への参加を支援 	<p>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(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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(再掲) ・水産関係事業者のオンライン商談の活用促進(再掲)
食品分野	<ul style="list-style-type: none"> ○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 	○小売用食品	<ul style="list-style-type: none"> ○小売店グループ ○量販店 	<p>1 量販店への販売拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏に拠点を置く小売店グループ等との商談会や、産地招へいの実施などの営業活動の強化 	<p>1 地域に密着した量販店への販路開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏に拠点を置く小売店グループ等との連携による地域密着型量販店への営業活動の強化
		○業務用食品	<ul style="list-style-type: none"> ○包括協定企業 ○大手卸売業者 	<p>2 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸売業者主催の展示商談会への出展による販売拡大 	<p>2 オンラインによる商談会や産地紹介の実施などの営業活動の強化</p>
		○小売用及び業務用食品	<ul style="list-style-type: none"> ○大手産業給食業者 	<p>3 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化 ※大規模開発：うめきた2期地区開発、大阪上本町再開発 等 	<p>3 新しい生活様式に対応した営業活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタル技術を活用した営業活動
		○小売用及び業務用食品	<ul style="list-style-type: none"> ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等 	<p>4 関西圏に拠点を置く産業給食業者とのつながりを活用した外商拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業活動の強化(高知フェアの開催等) 	<p>4 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏の市場ニーズを取り入れた商品カアアップへの支援
			<ul style="list-style-type: none"> ○大手産業給食業者 	<p>5 関西圏に拠点を置く産業給食業者とのつながりを活用した外商拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業活動の強化(高知フェアの開催等) 	<p>5 関西圏への効率的な物流の仕組みづくりの検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内における最適な集荷、発送の仕組みづくりの検討
		○小売用及び業務用食品	○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等	<p>5 「高知家の逸品応援の店」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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・飲食店等における高知フェアの開催 	—

関西圏における農業、水産業、食品分野の外商活動を強化するため、**地産外商公社大阪グループの体制を拡充**（3名⇒4名）

2 食品等外商拡大プロジェクト (3 / 3)

	数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	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
林業分野	○関西圏への土佐材出荷量(年間) ・直近値(H30) : 2.4万m ³ ↓ ・目標値(R5) : 3.1万m ³	○建築用材 ○木材製品 ○木造建築物	○木材利用推進全国会議の会員 ※木材利用推進全国会議は、経済同友会、企業、自治体等(326団体等)で構成する団体	1 関西圏の木材利用推進全国会議の会員を通じた提案型営業の強化 ・新たな木質資材による 中高層木造建築の提案 …① ・木材利用の 健康面へのアピール …② ◆試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集 ・木材に関する高知県と関西圏の歴史的な繋がりを活かした土佐材利用の提案…③ 例)木材市場発祥の地(土佐藩が大阪に開設)大阪城、二条城、禁裏等への木材供給	○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 ・ オンラインや動画を活用 した商談、木材のPR等の実施 ・試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集 ・DIY利用の増加など ウィズコロナの観点から木造建築や木材製品へのニーズを収集し、新たに販路を開拓
			○流通拠点企業 ※流通拠点企業は、木材製品市場、木材問屋等	2 関西圏の流通拠点企業と連携 した外商活動の強化 ・土佐材展示会の開催 ・流通拠点への効率的な共同輸送の支援	
			○土佐材パートナー企業 ※土佐材パートナー企業は、工務店、建築士等	3 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関西圏での商談会の開催 ・パートナー企業等が企画する産地見学会などの土佐材PR活動を支援 ・上記①～③(再掲)	
			○木材団体等	4 森林環境譲与税の効果 を捉えた県産木材の外商拡大 ・関西圏の木材団体等と連携した自治体への県産木材活用に向けた提案	

関西圏における県産木材の外商活動を強化するため、**TOSAZAIセンターの関西駐在員を新設**(1名)

	数値目標	重点品目	連携する 関西パートナー	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
商工業分野	○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	○防災関連製品をはじめとする工業製品及び技術	○商社 ○包括協定企業	1 関西圏の商社と連携 した外商活動の強化 ・商社への製品説明会の実施 ・見本市等への出展及び商談会の開催 2 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 ・包括協定企業のネットワークを活用した販路開拓等 ◆個別商談のマッチング、商談会への誘客及び商談	○関西圏の商社や包括協定企業と連携した営業活動の強化 ・新しい販売先、販売チャネルの開拓 ・ オンラインによる商談会 の積極的な実施 ・企業や製品のPR動画を活用した営業活動の促進 ・防災ポータルサイトや製造業ポータルサイトによる情報発信

関西圏における外商活動を強化するため、**産業振興センター大阪事務所の体制を拡充**(3名⇒4名)

3 万博・I R連携プロジェクトの取り組みの概要

(1) 関西圏におけるこれまでの取り組みによる成果

今後予定されている大阪・関西万博や大阪I Rなどの大規模プロジェクトに関する基本方針や参加事業者などの情報について、関係団体や行政機関等から収集を行うとともに、万博やI R関連施設の建設にあたっての木材の積極的な活用に向けた提案活動などを関係団体と連携しながら行ってきました。

(2) 万博・I R連携プロジェクトの取り組み

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、新たに整備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ます。

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&プロモーションを推進します。

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します。

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、実施主体や参加事業者などへの提案及び営業活動を推進します。

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、新たに整備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。

戦略の
方向性

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

大阪・関西万博開幕

大阪I R開業



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、新たに整備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

連携する 関西パートナー	具体的な施策
<ul style="list-style-type: none"> ○大阪観光局 ○関西エアポート 	<ol style="list-style-type: none"> 1 自然・体験型観光基盤を活用した4つのツーリズムの推進 (再掲) 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 (再掲) 3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出 (再掲) 4 関西の拠点での観光情報の発信 (再掲) 5 国外に向けたセールス&プロモーション (再掲)

戦略2 関連施設での県産食材の活用

連携する 関西パートナー	具体的な施策
<ul style="list-style-type: none"> ○卸売市場関係者 ○大手卸売業者 ○包括協定企業 ○高知家の魚応援の店、その他高知県ゆかりの飲食店等 	<ol style="list-style-type: none"> 1 県産食材の活用に向けた営業活動の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・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 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏の卸売市場関係者や大手卸売業者と連携した量販店等への販売拡大(再掲) ・関西圏の大規模開発を契機とした外商拡大(再掲) 3 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・「高知家の逸品応援の店」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路開拓(再掲) ・「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(再掲) 4 多様な食文化（ハラールなど）に対応した商品開発の促進 <ul style="list-style-type: none"> ・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) ・商品づくりに向けた伴走支援(商品づくりワーキング)の実施 <p style="text-align: right;"> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ◆ハラール対応食品等の開発への支援 </p>

戦略3 関連施設の整備にあたっての県産木材等の活用

連携する 関西パートナー	具体的な施策
<ul style="list-style-type: none"> ○万博・I R実施主体 ○万博・I R参加企業 	<ol style="list-style-type: none"> 1 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・「CLTで地方創生を実現する首長連合（高知県及び岡山県真庭市が共同代表）」等による日本国際博覧会協会への提案 ・万博、I Rの実施主体や参加企業等への提案 2 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・関係機関と連携した個別訪問による情報収集及び販路開拓 <p style="text-align: right;"> <ul style="list-style-type: none"> ・商談会の開催（関西圏及び県内）を通じた個別取引支援 </p>

4 3つのプロジェクトを横断的に支える取り組みの概要

■ 3つのプロジェクトを横断的に支える取り組み

観光や県産品の外商拡大などの地産外商につなげていくため、関西圏における本県情報の発信や、各産業分野における人材の確保、企業誘致など、「観光推進」、「食品等外商拡大」及び「万博・IR連携」の3つのプロジェクトを横断的に支える次の4つの取り組みを進めます。

[関西圏での高知家プロモーションの展開]

関西圏における本県の認知度の向上のため、メディアやWebサイト、SNSを活用した情報発信を強化します。

[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]

関西圏における関係人口へのアプローチを強化することにより、移住やUターンに向けた意識を醸成するとともに、移住希望者への移住・就職相談を行います。

[関西圏の総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進]

関西圏の各国総領事館を通じた外国人材の確保や、商社等とも連携した輸出の促進などのグローバル化を推進します。

[関西圏から本県への企業誘致の推進]

あらゆる機会を捉えて、一次産業やものづくり産業、IT・コンテンツ関連産業など幅広い産業分野の誘致対象企業を掘り起こし、様々な手法を用いた営業活動の展開により、企業誘致を推進します。

1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

各プロジェクトの取り組みを横断的に支えるため、関西圏での情報発信を強化するとともに、関西圏の企業や人材等の活力を本県に呼び込むための取り組みを進める。

数値目標	具体的な施策
○関西圏での高知家の認知度 ・直近値(R2) : 16.8% ⇨ ・目標値(R5) : 30.0%	1 関西圏での高知家プロモーションの展開 ・メディアを活用した認知促進 ・WebサイトやSNSによる情報発信の強化
○関西圏からの移住者(年間) ・直近値(R元) : 309組 ⇨ ・目標値(R5) : 390組	2 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 ・関係人口へのアプローチの強化による移住・Uターン意識の醸成と移住・就職相談の実施 ・関西圏の大学との連携強化によるUターンの促進

各分野共通	連携する関西パートナー	具体的な施策
	○関西圏の総領事館 ○関西圏の商社等 ○関西圏の企業	3 関西圏の総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進 ・関西圏の総領事館を通じた外国人材の確保 ・関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進 4 関西圏から本県への企業誘致の推進 ・あらゆる機会を捉えた幅広い産業分野の誘致対象企業の掘り起こし ・様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進

< 付属资料 >

行 程 表

1 観光推進プロジェクト 行程表 (1 / 5)

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期		オリパラ			
	産業振興計画 第4期		関西戦略 第1期		マスターズ	第5期	
			策定			第2期	
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・体験型観光基盤を活用した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	自然を活かしたワーケーションの取り組みを県全域に普及				
		(2)「日本みどりのプロジェクト」と連携したGreenツーリズム	設立準備委員会に参画 → 「日本みどりのプロジェクト」推進協議会に参画				
		(3)自然環境を生かしたスポーツツーリズム	自然環境を生かしたスポーツツーリズムの活性化				
		(4)「自然」「異文化」「アケティ」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、そこでしか体験できないプランを企画				
観光推進プロジェクト	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	先進4エリア 安芸・物部 仁淀・幡多	地域連携DMO（広域観光組織等）が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり				
		2エリア 嶺北・高幡					

プレ大阪・関西万博

大阪・関西万博 開幕

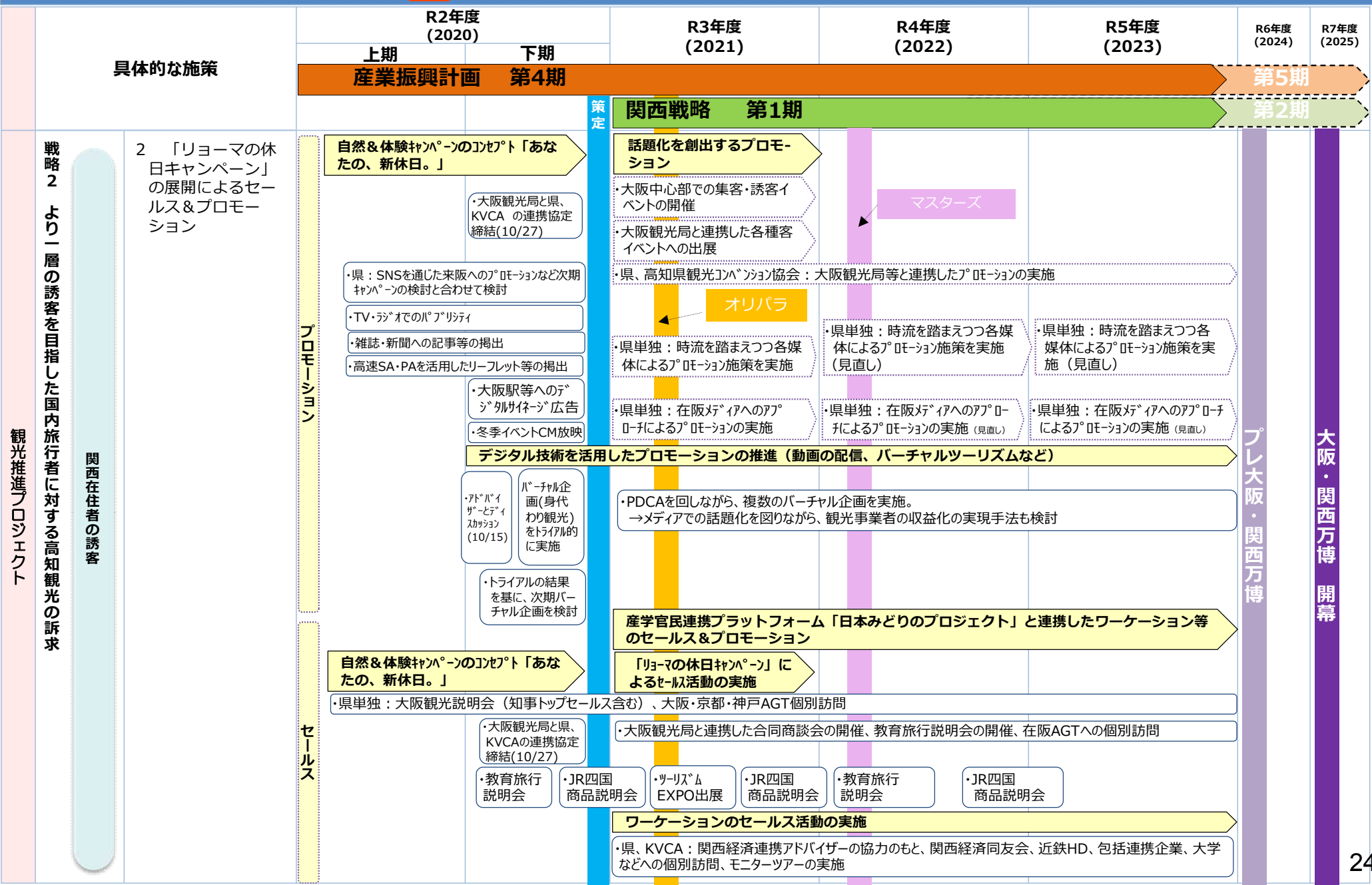
1 観光推進プロジェクト 行程表 (2 / 5)

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期		関西戦略 第1期		第5期		
			策定		第2期		
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 戦略2 より一層の誘客を目指した国内旅行者に対する	3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出	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レーション					
		<ul style="list-style-type: none"> 大阪観光局と実務者協議(テーマ:進め方(8/25)デジタルマーケティング(9/16)) 県:本県の観光資源をテーマ別("R"ロマン,"Y"やすらぎ,"O"おいしい,"M"学び,"A"アクティブ)にセグメント <ul style="list-style-type: none"> 全国販売促進会議の素材に実装 四国DCの素材に実装 関西と高知を結ぶモデルコースづくり広域周遊ルートの策定 <ul style="list-style-type: none"> 広域周遊ルートのプロモーション(インバウンド向け) 広域周遊ルートのプロモーション(国内向け) 交通事業者等と連携した周遊キャンペーンの企画及び実施(関西から高知への移動を促すキャンペーン) <ul style="list-style-type: none"> 関西万博と高知を組み合わせた東日本や海外発の修学旅行ルート策定&セールス(2025年実施分) 					
	1 関西の拠点での観光情報の発信	関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施					
		<ul style="list-style-type: none"> 関西エアポートと実務者検討会を設置(8/25) 県:実務者会議の検討を踏まえて、関西・伊丹・神戸の3空港内での観光PRを順次実施(関西エアポートのネットワークを活用した情報発信) <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 大阪観光局と協議(12/10) 県・KVCA:大阪観光局トラベルセンター(JR新大阪、大阪、難波)に高知県観光PRパンフ(多言語パンフ含む)設置(R3.3.3~掲出開始) 大阪観光局と連携した在阪マスコミへの情報提供 <ul style="list-style-type: none"> 大阪観光局と県、KVCAの連携協定締結(10/27) 県:大阪観光局と協議・検討を踏まえて順次実施 大阪観光局がプレミアムズをマス発表(12/10) 高知県ゆかりの飲食店での情報発信(「ゆる県民」のQRコード設置) 交通広告や大阪中心部の大型ビジョンでの情報発信 					

大阪・関西万博 開幕

プレ大阪・関西万博

1 観光推進プロジェクト 行程表 (3 / 5)



1 観光推進プロジェクト 行程表 (4 / 5)

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	
	策定 関西戦略 第1期					第2期	
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	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 ・ 県・観光コンベンション協会：キーパーソンと連携した戦略的な合宿誘致、関係機関と連携した関西圏からの合宿等誘致 ・ 県内のキーパーソンと連携した強豪チーム等の合宿誘致 ・ 競技や対象者を絞りながら、県内のキーパーソンと連携した戦略的な合宿等の誘致 ・ 合宿の目的や競技特性に応じた戦略 ・ 関西の旅行会社や大阪観光局等と連携した関西周辺からの合宿等の誘致 阪神・藤川球児選手への「感動大賞授与」及び引退試合の冠協賛 (11/10) オリバラ					
	1 関西の拠点での観光情報の発信	【再掲】 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施 【再掲】 J R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 【再掲】 大阪観光局と連携した在阪マスコミへの情報提供 【再掲】 高知県ゆかりの飲食店での情報発信（「ゆる県民」のQRコード設置） 【再掲】 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	プロモーション セールス	【再掲】 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） 【再掲】 「日本みどりのプロジェクト」と連携したセールス&プロモーション 【再掲】 リョーマの休日によるセールス活動の実施 マスターズ ワークーションに関する情報発信 ・ 県：特設サイト、SNSでの情報発信、関西経済連携アドバイザーの協力のもと、関西圏で開催される各種会議、学会でのPR				
						プレ大阪・関西万博	大阪・関西万博 開幕

1 観光推進プロジェクト 行程表 (5 / 5)

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	
	策定 関西戦略 第1期					第2期	
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 観光推進プロジェクト	1 関西の拠点での観光情報の発信 (関西圏の訪日客向け)		【再掲】 関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討・実施 【再掲】 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				
	2 国外に向けたセールス&プロモーション		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 ・県、高知県観光コンベンション協会：インバウンド観光の知見とネットワークを有する大阪観光局等と連携した新たなプロモーション ・大阪観光局と県、KVCAの連携協定締結(10/27) ・海外メディア等と連携した発地向けプロモーション ・海外メディア等と連携した発地向けプロモーション (見直し) ・海外メディア等と連携した発地向けプロモーション (見直し)				
	プロモーション		関西エアポートとの検討会 (8/25,10/23/11/24) ・関西の拠点での着地向けプロモーションの検討 ○関西の拠点での着地向けプロモーション (主要な空港や駅、観光案内所等) (関空への訪日客の再開にあわせて)				
			重点市場等の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 ・県：重点市場等の方々動画やweb広告を配信するとともに、情報閲覧者を分析し個人旅行者 (FIT) 向けに効率的なプロモーションを展開 ・重点8市場でのデジタルプロモーション (動画の制作) ・デジタルプロモーション (動画・Web広告の配信、閲覧者の分析) ・東南アジア市場を含めたデジタルプロモーションを推進し、訪日旅行関心層での「観光地高知」の認知度を向上させる (動画制作、動画・Web広告の配信、閲覧者等の分析)				
			四国ツーリズム創造機構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				
			大阪観光局等と連携した旅行会社等へのセールス及び新規市場の開拓 (ポスト東アジア市場) ・県、高知県観光コンベンション協会：インバウンド観光の知見とネットワークを有する大阪観光局等と連携した新たな旅行会社等へのセールス ・大阪観光局と県、KVCAの連携協定締結(10/27) ・関西と高知を結ぶモデルコースづくり ・大阪観光局と協議(1/21) ・東南アジア等、関西空港を利用する海外旅行会社へのセールス ・東南アジア市場向け旅行商品の造成と販売促進 ・東南アジア市場向け旅行商品の造成 (見直し) と販売促進				
	セールス		関西エアポートとの検討会 (8/25,10/23/11/24) ・交通事業者等と連携した周遊キャンペーンの企画及び実施 (関西から高知への移動を促すキャンペーン)				
			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				
			オリパラ マスターズ				
			プレ大阪・関西万博 大阪・関西万博 開幕				

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（農業分野）（1 / 2）

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	

R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化

策定

関西戦略 第1期

第2期

戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大

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

・販売拠点量販店の設置と高知フェアの開催

・高知県園芸品販売拡大協議会（構成：高知県、J Aグループ高知）：卸売会社と連携した関西圏における実需者との関係強化と取引拡大、外商を見据えた商品の高付加価値と実需者及び消費者への効果的なPR
 ・卸売会社：販売拠点量販店の開拓と高知フェアの提案
 ・生産者：実需者ニーズに対応した生産、ハイヤーや消費者等を対象としたセミナーや高知フェアでの県産園芸品のPR
 ・販売拠点量販店の拡大
 ・量販店と生産者の協働による高知フェアの実施

仲卸業者の産地招へいの実施

・高知県園芸品販売拡大協議会：卸売会社との連携による仲卸業者や実需者との関係強化、取引拡大
 ・卸売会社：仲卸業者に対する品目提案と産地招へいの実施
 ・生産者：実需者ニーズに対応した生産、産地招へいの受入と県産園芸品のPR
 ・仲卸業者のニーズに沿った品目の提案
 ・仲卸業者の産地招へいと商談の実施
 ・仲卸業者及びホテル・飲食店等の産地招へいと商談の実施
 ・関西万博に向けたホテルや飲食店等の動向及びニーズ把握
 ・ホテル、飲食店等の産地招へいを強化

仲卸業者による飲食店への県産青果物の提案強化

・高知県園芸品販売拡大協議会：卸売会社との連携による仲卸業者や実需者との関係強化、取引拡大
 ・仲卸業者：卸売会社との連携による飲食店やホテル等に対する品目提案、取引開始
 ・生産者：実需者ニーズに対応した生産、高知フェアでの県産園芸品のPR
 ・飲食店への品目提案・飲食店との取引拡大・試験的な取引の開始・産地と連携した高知フェアの実施

県産青果物のトップセールス

・高知県園芸品販売拡大協議会：卸売会社や実需者との連携による高知フェアの実施
 ・卸売会社：高知フェアの実施
 ・生産者：高知フェアでの県産園芸品のPR
 ・卸売市場及び販売拠点量販店での高知フェア、PR
 ・卸売市場及び販売拠点量販店での高知フェア、PR
 ・取引拡大したホテルや飲食店との連携による関西万博を見据えたトップセールスの実施
 ・食品等他分野の取り組みと連携した県産青果物のPR

2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大

包括協定企業等へのカタログ販売の拡大

・高知県直販流通外商拡大協議会（県・J Aグループ高知・県地産外商公社で構成）：包括協定企業・県人会員企業・高知家の魚応援の店・高知県ゆかりの飲食店等との連絡調整
 ・とさのさと：県産農畜産物を包括協定企業や県人会員企業への販売
 ・包括協定企業等（社員）への販売
 ・包括協定企業等（社員）への販売強化
 ・県人会員企業が利用するギフト（取引先への贈答等）の販売
 ・高知家の魚応援の店や高知県ゆかりの飲食店等利用者へのPR

関西圏の量販店での出張販売（とさのさとマルシェ）の実施

・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの出張販売の支援
 ・とさのさと：関西圏量販店での出張販売
 ・出張販売試行
 ・出張販売の実施（年10回程度）
 ・常設販売化

飲食店等への販売の強化

・高知県直販流通外商拡大協議会：とさのさとの県外飲食店への販売支援、展示商談会・産地招へいの実施、地産外商公社との調整
 ・とさのさと：地産外商公社と連携した県外飲食店への販売
 ・販売体制の整備（商品リスト化、仕入・検品・荷造・発送等）
 ・飲食店への販売
 ・地産外商公社と連携した営業活動
 ・展示商談会・産地招へい（3回/年）
 ・展示商談会・産地招へい（2回/年）
 ・展示商談会・産地招へい（2回/年）

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（農業分野）（2/2）

	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
具体的な施策	産業振興計画 第4期					第5期	
	R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化		策定	関西戦略 第1期			第2期
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	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	<p>高知野菜サポーター（野菜ソムリエ）によるオンライン料理教室の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 高知県園芸品販売拡大協議会：高知野菜サポーターの活動支援 高知野菜サポーター：消費者に対する県産園芸品の食べ方の提案、情報発信 生産者：料理教室等での県産園芸品PR <p>重点品目(※)をメインとしたオンライン料理教室の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 重点品目(※)をメインとしたオンライン料理教室の開催、リモートでの生産者の参画 高知野菜サポーターによる県産青果物のレシピ開発と食べ方の提案（料理教室、セミナー、Web・SNS等での発信） 高知野菜サポーターによる消費者への県産青果物や産地の情報発信 <p>(※)重点品目：なす、にら、みょうが、文旦</p> <p>品目やレシピ等紹介動画の制作と情報発信による消費者への食べ方紹介（Web・SNS、料理教室、セミナー、高知フェア等）</p> <ul style="list-style-type: none"> 高知県園芸品販売拡大協議会：品目等紹介動画の制作と発信 生産者：動画制作への参画 <p>品目やレシピ等紹介動画の制作</p> <ul style="list-style-type: none"> 品目等紹介動画の制作 品目等紹介動画の制作 品目等紹介動画の制作 <p>Webでの配信</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者への食べ方紹介（Web・SNS、料理教室、セミナー、高知フェア等）の実施 					
	2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大	<p>Web販売サイトでの販促キャンペーンの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 高知県直販流通外商拡大協議会：Web販売サイトの運営、販促キャンペーンの実施 <p>Web販売サイト立上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> 県産農畜産物の販売 販売促進のための品目・期間を絞ったキャンペーンの実施 <p>Web販売サイトでの品目やレシピ等紹介動画の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 高知県直販流通外商拡大協議会：レシピ等紹介動画の発信 <p>Web販売サイトでのレシピ等紹介動画の発信による県産農畜産物の販売促進</p>					

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（水産業分野）（1 / 2）

		R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)			
		上期	下期								
具体的な施策		産業振興計画 第4期					第5期				
R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化		関西戦略 第1期					第2期				
戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	1 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	大阪市中央卸売市場関係者と連携した量販店への販売促進 ・県：国補助事業に関する調整、販促資材の提供 ・卸売市場関係者：国補助事業等を活用した量販店への販売促進活動 ・国補助事業等を活用し、量販店等での販売促進活動を実施		大阪市中央卸売市場関係者の販売ネットワークを活かし、量販店等への販促活動の強化 ・県：卸売市場関係者と連携し、量販店等に販促促進（卸売市場関係者に業務委託） ・卸売市場関係者：量販店等への販促促進活動（県受託事業） ・卸売事業者と連携し、量販店等での販促促進活動を実施（高知フェアの開催、販促資材の作成、マネキンの活用、バイヤーの招へい等）							
	2 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	「応援の店」への販売拡大 ・県：応援の店制度の運営（応援の店の掘り起こし、店舗への訪問、商談会、高知フェアの開催等の業務を委託） ・高知県漁協販売子会社：応援の店への訪問による県産水産物のPR、店舗のニーズ収集等（県受託事業） ・民間事業者：応援の店の掘り起こし・登録、産地見学会、高知フェアの開催等（県受託事業） ・応援の店の掘り起こし ・店舗訪問 ・産地招へいや商談会の実施 ・高知フェアの開催等		地産外商公社大阪グループの体制強化による店舗への営業活動の強化 ・県：民間事業者のノウハウ、ネットワークを活用し、応援の店の掘り起こし、店舗への訪問、商談会、高知フェア等を実施（民間事業者に業務委託） ・民間事業者：応援の店の掘り起こし・登録、応援の店への訪問等による県産水産物のPR・店舗のニーズ収集、産地見学会（産地招へい含む）、シェフグループへの支援、高知フェアの開催等（県受託事業） ・地産外商公社：大阪グループの体制を強化（R3）し、地産外商公社のネットワークやノウハウを活かした飲食店への外商活動 ・地産外商公社大阪グループの体制強化（R3） ・応援の店への訪問頻度や産地招へい機会の拡大 ・シェフグループ化とグループ活動への支援強化 ・高知フェアの開催 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	関西卸売市場関係者との調整業務、現地でのプロモーション ・国内商社：現地パートナーの掘り起こし、現地パートナーを通じた輸出促進 ・関西卸売市場関係者のネットワークを活かし、中国、東南アジアに鮮魚を輸出		関西卸売市場関係者とネットワークを有する国内商社、現地パートナーとの連携強化 ・関西卸売市場関係者：県内事業者、国内商社、現地パートナーと連携した輸出促進 ・現地パートナー：現地での県産水産物の販売促進 ・関西卸売市場関係者のネットワークを活かし、中国、東南アジアへの鮮魚の輸出拡大に加え、新たなパートナーとなる商社等の掘り起こしと冷凍魚の輸出も行うことで、県産水産物の輸出を拡大							
		「水産物輸出促進協議会」メンバーの海外見本市や商談会への参加を支援 ・県：高知県水産物輸出促進協議会の取り組みを支援 ・県内事業者：海外見本市や展示会への参加による県産水産物の輸出促進 ・関西卸売市場関係者：協議会会員への流通面でのアドバイス、海外への販売ネットワーク活かした県産水産物の輸出促進 ・高知県水産物輸出促進協議会：会員メンバーの海外見本市、展示会への参加を支援 ・高知県水産物輸出促進協議会のメンバーである県内事業者による海外の展示会や見本市への参加を支援し、重点市場である中国、東南アジアへの輸出を拡大									

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（水産業分野）（2 / 2）

具体的な施策		R2年度(2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)		
		上期	下期							
		産業振興計画 第4期						第5期		
		R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化		関西戦略 第1期						第2期
戦術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 食品等外商拡大プロジェクト	1 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	【再掲】大阪市中央卸売市場関係者と連携した量販店への販売促進		【再掲】大阪市中央卸売市場関係者の販売ネットワークを活かし、量販店等への販促活動の強化						
		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								
		・県：水産加工施設等の整備・機能強化を支援 ・市町村：水産加工施設等の整備・機能強化を支援 ・県内事業者：水産加工施設等の整備、機能強化								
		加工施設の立地：～R2：2件		加工施設の立地：R3：1件		加工施設の立地：R4～R5：1件				
	2 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	【再掲】「応援の店」への販売拡大		【再掲】地産外商公社大阪グループの体制強化による営業活動の強化（オンラインの活用）						
		水産関係事業者のオンライン商談の活用促進								
		・県：オンライン商談機会の提供 ・水産関係事業者：オンライン商談の活用								
		・オンラインで開催される展示会や商談会への水産関係事業者の参加を促進								
	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拡大	【再掲】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								
		【再掲】水産関係事業者のオンライン商談の活用促進								
水産関係事業者へのインターネット販売の普及促進										
・県：インターネット販売に関するセミナーや支援制度等を水産関係事業者を紹介 ・水産関係事業者：セミナー参加や支援制度を活用し、インターネット販売に参入 ・国や支援機関の支援制度（アドバイザー、セミナー、補助金）を活用し、水産関係事業者によるインターネット販売事業への参入を支援										

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（食品分野）（1 / 2）

具体的な施策	R2年度(2020)		R3年度(2021)	R4年度(2022)	R5年度(2023)	R6年度(2024)	R7年度(2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	
	R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化		策定 関西戦略 第1期		第2期		
戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	1 量販店への販売拡大	小売店グループ等への販売拡大 ・公社：営業訪問、商談会開催、産地招へい等 ・県内事業者：商談会、産地招へいでの県産品PR等 ・小売店グループ等とのネットワークを活用した商談会（オンライン含む）及び産地招へいの実施等	地産外商公社大阪グループ体制強化による小売店グループ等への営業強化（商談会、産地招へい等） ・地産外商公社：営業訪問、商談会開催、産地招へい等 ・県内事業者：商談会、産地招へいでの県産品PR等 ・公社大阪グループの体制強化による小売店グループ等への営業訪問頻度、商談会・産地招へい機会の拡大等				
	2 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	卸売業者の展示会出展による販売拡大 ・公社：卸売業者への営業訪問、展示会出展 ・県内事業者：展示商談会での県産品PR等 ・卸売業者との関係構築による展示商談の出展 ・出展を契機とした卸売業者の得意先との関係構築による新たな販路の開拓	卸売業者主催の展示商談会への出展機会の拡充等による販売拡大 ・公社：卸売業者への営業訪問、展示商談会出展、同行営業等 ・県内事業者：展示商談会での県産品PR等 ・体制強化による営業訪問や同行営業頻度の拡大 ・卸売業者との関係強化による展示商談の出展機会の充実 ・出展を契機とした卸売業者の得意先との関係構築による新たな販路先の開拓				
	3 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	うめきた2期地区開発 大阪上本町再開発(2033年完成予定)	大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化 ・県・地産外商公社：テナント、ホテル、商業施設、開発内容等の情報収集及び営業活動 ・出店事業者等の情報収集 ・県・地産外商公社：テナント、ホテル、商業施設、開発内容等の情報収集及び営業活動 ・出店事業者等の情報収集		うめきた2期地区(一部開業)		
	4 関西圏に拠点を置く産業給食業者とのつながりを活用した外商拡大	県産品の活用に向けた営業活動 ・公社：産業給食業者への営業訪問、高知フェア ・県産食材や高知フェアの提案等による営業活動 ・紹介による全国の支社や事業所への県産食材の販売拡大	県産品の活用に向けた営業活動の強化（高知フェア開催等） ・公社：産業給食業者への営業訪問、高知フェア、全国の支社・事業所への営業活動等 ・営業訪問（県産食材や高知フェアの提案等）の拡充及び高知フェアの実施 ・全国の支社や事業所への営業強化による県産食材の販売拡大				
	5 「高知家の逸品応援の店」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 ・県・公社：高知県テーマの飲食店等への店舗訪問営業、新規開拓、産地招へい ・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業、新規開拓、産地招へいの実施	県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の強化 ・県・公社：高知家の逸品応援の店、とさのみせ、高知家の魚応援の店等への店舗訪問営業、新規開拓、産地招へい ・県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業頻度、新規開拓、産地招へい機会の拡大 観光や県産品の情報発信機能の強化 ・県・地産外商公社：情報収集、協力店舗募集、販促資材等提供 地域商社：県産品提供 ・情報収集 物販及び情報発信 飲食店等における高知フェアの開催 ・県・地産外商公社：情報収集、協力店舗募集、販促資材等提供 地域商社：県産品提供 ・高知家の魚応援の店等での高知フェア開催				

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（食品分野）（2 / 2）

具体的な施策		R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)	
		上期	下期						
		産業振興計画 第4期						第5期	
		R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化		策定	関西戦略 第1期				第2期
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	1 地域に密着した量販店への販路開拓	小売店グループ等と連携した営業活動 ・公社：営業訪問、商談会、産地招へい ・小売店グループ等とのネットワークを活用した営業活動		地産外商公社の体制強化による地域密着型量販店への営業活動の強化 ・公社：営業訪問、商談会、産地招へい ・地産外商公社大阪グループの体制の強化及び小売店グループ等とのネットワークの活用による大阪府近郊（兵庫県、京都府等）にエリアを拡大した営業活動					
	2 オンラインによる商談会や産地紹介の実施などの営業活動の強化	オンラインによる商談会や産地紹介の実施などの営業活動の強化 ・地産外商公社：営業活動、オンライン商談等実施体制の整備 ・地産外商公社のネットワークを活かしたオンライン商談会の開催や出展							
	3 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 ・公社：県産品データベース、Webサイトによる情報発信 ・県産品データベース、Webサイトによる県産品等の情報発信 ・県産品データベース機能強化、営業ツール整備							
	4 関西圏に拠点を置く大手卸売業者と連携した市ニーズに訴求する商品開発				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 ・県、関西圏に拠点を置く大手卸売業者：商品力アップに向けたアドバイス、商品開発支援 ・商品力アップ相談会の開催 ・総合支援補助金による商品開発・改良支援				
	5 関西圏への効率的な物流の仕組みづくりの検討				県内における最適な集荷、発送の仕組みづくりの検討 ・県：最適な県内物流の仕組みづくりに向けた検討、実施事業者への支援 ・県内民間事業者（食品事業者・卸売業者・物流業者・地域商社）：最適な県内物流の仕組みづくりに向けた検討 ・県内企業や団体等による検討会の開催等				

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（林業分野）（1 / 2）

食品等外商拡大プロジェクト

具体的な施策

R2年度 (2020)	R3年度 (2021)		R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期				

産業振興計画 第4期 第5期

R3.4 TOSAZAIセンター関西駐在員の開設 策定 関西戦略 第1期 第2期

戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大

1 関西圏の木材利用推進全国会議の会員を通じた提案型営業の強化

新たな木質資材による中高層木造建築の提案・・・①

- ・木材利用推進全国会議：木造建築物のWeb動画配信、オンラインセミナー、総会・交流会の開催
- ・県・TOSAZAIセンター：中高層木造建築や木質部材に関する情報収集、提案資料の作成
- ・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：建築物の施主となる企業等への提案、アピール
- ・県・TOSAZAIセンター：中高層木造建築、木質部材に関する最新の情報収集 ⇒ 提案資料のリバイス
- ・県林業大学校：建築士向け木造セミナー開催
- ・高知都市木造ワーキング：中層木造建築に使用する木質部材の開発
- ・中層木造建築に使用する木質部材の試設計 ・試設計した部材の試作・試験 ・試作した部材の改良・試験 ・開発部材のPR、資料の制作 ・中高層木造建築、木質部材に関する最新の情報収集 ⇒ 提案資料のリバイス

木材利用の健康面へのアピール・・・②、木材に関する高知県と関西圏の歴史的な繋がりを活かした土佐材利用の提案・・・③

- ・県・TOSAZAIセンター：歴史や木材の人の効用に関する情報収集、提案資料の作成
- ・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：木材利用の主体となる企業等への提案、アピール
- ・県・TOSAZAIセンター：木材の人の効用に関する最新の情報収集 ⇒ 提案資料のリバイス

2 関西圏の流通拠点企業と連携した外商活動の強化

土佐材展示会の開催

- ・県：補助事業による展示会への支援
- ・TOSAZAIセンター：展示会の企画・調整
- ・製造メーカー：製品出荷 ・流通拠点企業：展示会(大阪) ・製造メーカー：製品出荷 ・流通拠点企業：展示会(大阪) ・製造メーカー：製品出荷 ・流通拠点企業：展示会(大阪) ・製造メーカー：製品出荷 ・流通拠点企業：展示会(大阪)

流通拠点への効率的な共同輸送の支援

- ・県：補助事業による共同輸送への支援
- ・木材センター：共同輸送の日程・出荷先等調整
- ・共同輸送（トレー便） ・共同輸送（トレー・大型トラック便） ・共同輸送（トレー・大型トラック便） ・共同輸送（トレー・大型トラック便）

3 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関西圏での商談会の開催

- ・県：補助事業による商談会への支援
- ・TOSAZAIセンター：商談会の通知・開催
- ※コロナ禍により中止 ・DM等による開催通知 ・商談会 ・DM等による開催通知 ・商談会 ・DM等による開催通知 ・商談会

パートナー企業等が企画する産地見学会などの土佐材PR活動を支援

- ・県：補助事業による産地見学会・新築住宅等を活用したPRの支援
- ・TOSAZAIセンター：産地見学会の行程等の企画・調整

【再掲】 新たな木質資材による中高層木造建築の提案・・・①、木材利用の健康面へのアピール・・・②、木材に関する高知県と関西圏の歴史的な繋がりを活かした土佐材利用の提案・・・③

4 森林環境譲与税の効果を捉えた県産木材の外商拡大

関西圏の木材団体等と連携した自治体への県産木材活用に向けた提案

- ・県・TOSAZAIセンター：関西圏の事業者との連携強化への支援、木製品のPR
- ・自治体の木材利用の推進 ・県内製造メーカーの関西拠点の情報収集 ・県内製造メーカーと関西の流通・販売事業者等とのマッチング ※マッチングした関西事業者を通じた木製品の販売を促進
- ・窓口等との意見・情報交換 ・木材製品のPR用動画・パンフレットの制作 ・自治体の木材利用推進窓口等を通じたPR資材の配布

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（林業分野）（2 / 2）

		R2年度(2020)		R3年度(2021)	R4年度(2022)	R5年度(2023)	R6年度(2024)	R7年度(2025)	
		上期	下期						
具体的な施策 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		産業振興計画 第4期						第5期	
		R3.4 TOSAZAIセンター関西駐在員の新設			関西戦略 第1期			第2期	
○ 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		オンラインや動画を活用した商談、木材のPR等の実施							
		・TOSAZAIセンター：オンラインを活用した商談・PR体制の構築							
		・Web商談用の機器整備							
		・パートナー企業等へのWeb商談体制構築の周知							
		・Webや訪問による個別商談（随時）							
		・木材・木工品のPR動画の制作							
		・DM等による商談会の開催通知							
		・商談会の開催							
		・DM等による商談会の開催通知							
		・商談会の開催							
		・DM等による商談会の開催通知							
		・商談会の開催							
		試験研究機関等からの木材の効用に関する情報収集							
		・県・TOSAZAIセンター：木材利用の健康面への効用に関する資料収集、提案資料の作成							
		・県・TOSAZAIセンター：木材利用の健康面への効用に関する最新の情報収集 ⇒ 提案資料のリバイス							
		・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：建築物の施主となる企業等への提案、アピール							
		DIY利用の増加などウィズコロナの観点から木造建築や木材製品へのニーズを収集し、新たに販路を開拓							
		・TOSAZAIセンター：関西圏の木材需要情報の収集とフィードバック							
		・DIY、森林環境譲与税を活用した木材利用、木造建築等に関する情報収集							
		・木材需要情報と県内製造メーカーとのマッチング・商談							
		・木材需要情報のうち、製品開発に関する情報を「高知都市木造ワーキング」にフィードバック							
		・高知都市木造ワーキング：木材製品の開発・商品化							
		[開発プロジェクト化（メンバー編成） → 試作 ⇒ (試験) ⇒ 改良 → 開発商品のPR資材の制作 → 展示会等への出展・PR等]							
		・県・TOSAZAIセンター・製造メーカー：新商品の販路開拓							

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（商工業分野）（1 / 2）

具体的な施策		R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
		上期	下期					
		産業振興計画 第4期						第5期
R3.4 産業振興センター大阪事務所の体制強化		策定 関西戦略 第1期						第2期
戦略1 パートナーとの連携強化による外商拡大	1 関西圏の商社と連携した外商活動の強化	商社への製品説明会の実施 ・(公財) 高知県産業振興センター：商社担当者への製品説明会の開催 ・製品説明会の開催（適宜）						
		見本市等への出展及び商談会の開催 ・(公財) 高知県産業振興センター：県外見本市への出展、展示商談会の開催、ものづくり総合技術展への招へい ・5見本市への出展 ・展示商談会の開催 ・ものづくり総合技術展への招へい ・訪問等による営業活動						
	2 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 ・(公財) 高知県産業振興センター：包括協定企業と連携した見本市への共同出展 ・防犯防災総合展への出展						
		包括協定企業のネットワークを活用した販路開拓等 ・(公財) 高知県産業振興センター：包括協定企業と連携した商談会等の実施 ・展示商談会の実施						

大阪・関西万博 開幕

2 食品等外商拡大プロジェクト 行程表（商工業分野）（2 / 2）

		R2年度(2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)	
		上期	下期						
具体的な施策 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		産業振興計画 第4期							第5期
		R3.4 産業振興センター大阪事務所の体制強化		策定		関西戦略 第1期			第2期
○ 関西圏の商社や包括協定企業と連携した営業活動の強化		新しい販売先、販売チャネルの開拓							
		・（公財）高知県産業振興センター：外商コーディネーターによる自治体、大学、病院、商社等への営業活動							
		・アンケート調査の実施	・アンケート調査の実施						
		・訪問等による営業活動	・訪問等による営業活動	・訪問等による営業活動	・訪問等による営業活動	・訪問等による営業活動	・訪問等による営業活動	・訪問等による営業活動	
		オンラインによる商談会の積極的な実施							
		・（公財）高知県産業振興センター：オンライン商談に向けたセミナーの開催、オンライン商談の実施、専門家の派遣							
		・オンライン商談セミナーの実施	・セミナーの実施						
			・オンライン商談の実施	・オンライン商談の実施	・オンライン商談の実施	・オンライン商談の実施	・オンライン商談の実施	・オンライン商談の実施	
			・専門家派遣	・専門家派遣	・専門家派遣	・専門家派遣	・専門家派遣	・専門家派遣	
		企業や製品のPR動画を活用した営業活動の促進							
		・（公財）高知県産業振興センター：企業や製品のPR動画作成など、Web上での情報発信の強化を支援し、事業者の営業活動を促進							
		・事業戦略等推進事業費補助金による支援	・事業戦略等推進事業費補助金による支援	・事業戦略等推進事業費補助金による支援	・事業戦略等推進事業費補助金による支援	・事業戦略等推進事業費補助金による支援	・事業戦略等推進事業費補助金による支援	・事業戦略等推進事業費補助金による支援	
		防災ポータルサイトや製造業ポータルサイトによる情報発信							
		・県：防災関連製品の認定を行い、ポータルサイトにより情報発信							
		・防災製品認定	・防災製品認定	・防災製品認定	・防災製品認定	・防災製品認定	・防災製品認定	・防災製品認定	
		・ポータルサイトによる情報発信	・ポータルサイトによる情報発信	・ポータルサイトによる情報発信	・ポータルサイトによる情報発信	・ポータルサイトによる情報発信	・ポータルサイトによる情報発信	・ポータルサイトによる情報発信	

3 万博・IR連携プロジェクト 行程表 (1/3)

万博・IR連携プロジェクト

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

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	
	関西戦略 第1期					第2期	
大阪・関西万博		・万博協会：基本計画公表	・会場内基盤・インフラの設計 ・パビリオン、テーマ館、飲食・物販施設、催事施設等の設計 ・営業参加の検討	・会場内基盤・インフラの工事	・パビリオン、テーマ館、飲食・物販施設、催事施設等の工事 ・営業参加募集、営業出店計画管理、営業施設建設		
大阪IR		・国：基本方針	・府・市：設置運営事業 予定者の選定	・国：自治体申請受付 計画の認定	・府・市：工事着工		
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			【再掲：(1)「仕事」と「休暇」を両立するワーケーション】自然を活かしたワーケーションの取り組みを県全域に普及				
			【再掲：(2)「日本みどりのプロジェクト」と連携したGreenツーリズム】設立準備委員会に参画				
			【再掲：(3)自然環境を生かしたスポーツツーリズム】自然環境を生かしたスポーツツーリズムの活性化				
			【再掲：(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				
			【再掲：(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】 エクスカーションコースを企画・提案				
			オリバラ				
				マスターズ			
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			【再掲】地域連携DMO（広域観光組織等）が主体となった市町村をまたがる滞在型観光プランづくり				
3 関西と高知を結ぶ新たな旅行商品の創出			【再掲】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レーション				
			【再掲】関西圏の港（大阪港等）と連携したクルーズ船航路誘致				
4 関西の拠点での観光情報の発信			【再掲】関西、伊丹、神戸の3空港を活用した誘客戦略を検討				
			【再掲】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				
5 国外に向けたセールス&プロモーション			【再掲】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				
			【再掲】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				
			【再掲】四国ツーリズム創造機構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				
			【再掲】海外セールス拠点等を活用した関西空港を利用する旅行商品づくりと販売促進				
			【再掲】大阪観光局等と連携した旅行会社やへのセールス及び新規市場の開拓（ポスト東アジア市場）				
			【再掲】食品等外商プロジェクトと連動したインバウンドの推進				

プレ大阪・関西万博

大阪・関西万博 開幕

大阪IR（2020年代後半 部分開業）

3 万博・I R連携プロジェクト 行程表 (2 / 3)

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	
	R3.4 地産外商公社大阪グループの体制強化			関西戦略 第1期		第2期	

戦略2
関連施設での県産食材の活用

万博・I R連携プロジェクト

<p>大阪・関西万博</p> 	<p>万博協会：基本計画公表</p> <p>トバイ万博開幕 ※各国への誘致活動が本格化</p> <p>会場内基盤・インフラの設計 パビリオン、テーマ館、飲食・物販施設、催事施設等の設計 会場内基盤・インフラの工事 パビリオン、テーマ館、飲食・物販施設、催事施設等の工事 営業参加募集、営業出店計画管理、営業施設建設</p>
<p>大阪IR</p> 	<p>国：基本方針</p> <p>府・市：設置運営事業予定者の選定</p> <p>国：自治体申請受付</p> <p>国：区域整備計画の認定</p> <p>府・市：工事着工</p>
<p>1 県食材の活用に向けた営業活動の実施</p>	<p>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</p> <p>万博：県：パビリオン、テーマ館、飲食・物販施設、催事施設等の情報収集</p> <p>IR：県：I R会場内インフラ、運営主体、テナント、各施設（ホテル、国際会議施設、展示等施設に入居するレストラン等）等の情報収集</p> <p>県：IRテナント、ホテル、国際会議施設、展示等施設に入居するレストラン等への営業活動</p>
<p>2 卸売市場関係者・企業等と連携した外商拡大</p>	<p>【再掲：農業分野】販売拠点量販店での高知フェアの開催</p> <p>【再掲：農業分野】仲卸の産地招へいの実施</p> <p>【再掲：農業分野】仲卸による飲食店への県産青果物の提案強化</p> <p>【再掲：農業分野】県産青果物のトップセールス</p> <p>【再掲：水産分野】大阪市中央卸売市場関係者の販売ネットワークを活かし、量販店等への販売促進を強化</p> <p>【再掲：食品分野】卸売業者主催の展示商談会への出展機会拡充等による販売拡大</p> <p>【再掲：食品分野】大阪市中心部に新設される百貨店、ホテル、商業施設等への業務用食品等の営業活動の強化</p>
<p>3 高知県ゆかりの飲食店等との連携強化による外商拡大</p>	<p>【再掲】県産品の取扱額の拡大に向けた店舗訪問営業の強化</p> <p>【再掲】「高知家の逸品応援の店」等と連携した県産品の認知度向上及び販売拡大</p> <p>【再掲】飲食店等における高知フェアの実施</p> <p>【再掲】「応援の店」への販売拡大</p> <p>【再掲】地産外商公社大阪グループの体制強化による店舗への営業活動の強化</p> <p>【再掲】関西圏の市場ニーズを取り入れた商品カアアップへの支援</p>
<p>4 多様な食文化（ハラルなど）に対応した商品開発の促進</p>	<p>商品づくりに向けた伴走支援（商品づくりワーキング）の実施</p> <p>県、商品づくりアドバイザー（専門家）：商品開発・改良に向けた連続型アドバイス、商品開発支援</p> <p>商品づくりワーキング（2回）の開催 総合支援補助金による商品開発・改良支援</p> <p>商品づくりワーキング（3回）の開催（伴走支援の強化） 総合支援補助金による商品開発・改良支援（HACCP手法の導入に向けた施設改修・機器整備への支援を強化）</p> <p>ゼロトとの連携による輸出対応型商品づくりへの支援</p> <p>県、ゼロト（プロモーター）：輸出に向けた連続型アドバイス、商品開発支援、販路開拓支援</p> <p>商品ブラッシュアップ支援 商談機会の提供 総合支援補助金による商品開発・改良支援</p> <p>商品ブラッシュアップ支援 商談機会の提供 総合支援補助金による商品開発・改良支援（HACCP手法の導入に向けた施設改修・機器整備への支援を強化） 輸出拡大に向けた県版HACCPのバージョンアップ（食品安全マネジメントシステムに関する項目を追加）</p>

プレ大阪・関西万博

大阪・関西万博 開幕

大阪IR（2020年代後半 部分開業）

1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み 行程表 (1 / 2)

1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	
			策定	関西戦略 第1期			第2期
1 関西圏での高知家プロモーションの展開			メディアを活用した認知促進				
			<ul style="list-style-type: none"> ・県：地産外商公社、高知家プロモーション委託事業者との連携及び情報共有 ・地産外商公社：効果的なメディア露出の実施 ・地産外商公社、高知家プロモーション委託事業者と連携し、効果的なメディア露出を実施 ・関西圏のメディアとの関係構築 ・関西圏のメディアへのプロモーション活動の強化 				
2 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			WebサイトやSNSによる情報発信の強化				
			<ul style="list-style-type: none"> ・県：高知県関連店舗及び高知県関連情報の収集 ・地産外商公社：高知家プロモーション委託事業者を通じた継続的な高知県関連情報の発信、話題化を狙ったコンテンツの制作と発信 ・高知県関連店舗や高知県情報を収集し、WebサイトやSNSによる情報発信を継続的かつ効果的に実施 				
			関係人口へのアプローチの強化と移住・Uターン意識の醸成				
			<ul style="list-style-type: none"> ・県、移住促進・人材確保センター：連携して事業実施 				
	誘導	「高知家ゆる県民倶楽部」の入会促進と会員の移住・Uターン意識の醸成		「高知家ゆる県民倶楽部」の入会・継続促進			
			PR	Webメディア等とタイアップした地方暮らしに関心層を対象としたオンラインセミナーの開催		入会誘導	
				長期滞在モニターツアーの実施と通年商品化に向けた準備		長期滞在ツアーの商品化 → 旅行会社による通年販売へ	
			移住・就職相談の実施				
			<ul style="list-style-type: none"> ・県、移住促進・人材確保センター、市町村、各産業団体：連携して移住・就職（就業）相談の実施、県内企業：就職・転職フェア等に出展 ・常設相談窓口の設置（県大阪事務所内に移住促進・人材確保センターのスタッフを配置） ・毎月第3金土に出張相談を実施（大阪ふるさと暮らし情報センターで開催） ・高知暮らしフェア（12月）、他県と連携した移住フェア、就職個別相談会等の開催 				
			<ul style="list-style-type: none"> ・高知暮らしフェア（全市町村参加年1回、ブログごと6回：予定）、就職・転職フェア（年1回：予定）、他県と連携した移住フェア、就職個別相談会等の開催 				
	<small>※R2はコロナの影響で、予定していた高知暮らしフェア（6月）、就職・転職フェア（6,12月）をオンラインに切り替えて開催</small>						

大阪・関西万博 開幕

1 ~ 3 のプロジェクトを横断的に支える取り組み 行程表 (2 / 2)

具体的な施策	R2年度 (2020)		R3年度 (2021)	R4年度 (2022)	R5年度 (2023)	R6年度 (2024)	R7年度 (2025)
	上期	下期					
	産業振興計画 第4期					第5期	
			策定	関西戦略 第1期			第2期
2 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				関西圏の大学との連携強化によるUターンの促進			
				<ul style="list-style-type: none"> ・県：関西圏の大学との就職支援協定の締結、大学間の連携強化に向けた支援、学生へのPR活動の実施 ・関西圏の大学：本県との就職支援協定の締結、県内大学との連携強化に向けた検討 ・県内大学：関西圏の大学との連携強化に向けた検討 			
				<ul style="list-style-type: none"> ・就職支援協定の締結等に向けた大学訪問や、県内企業の情報、県支援メニュー等の学生向けPR活動の実施 ・大学間の連携強化の検討 			
3 関西圏の総領事館等とのつながりを活かしたグローバル化の推進				関西圏の総領事館を通じた外国人材の確保			
				<ul style="list-style-type: none"> ・県：総領事館との関係構築、外国人材の情報収集 ・総領事館：各国の人材情報の提供 			
				<ul style="list-style-type: none"> ・総領事館と連携し、県内事業者や監理団体、登録支援機関への情報提供を実施（共同でのセミナーの開催、PRツールの作成 等） ・総領事館を通じた中央政府や地方政府との関係構築 			
				関西圏の総領事館や商社などを通じた輸出等の海外展開の促進			
				<ul style="list-style-type: none"> ・県：海外見本市への出展等商談機会の確保、国内外商社と県内企業とのマッチング ・総領事館：各国の基礎情報及びビジネスに関する情報の提供 ・商社等：海外での営業活動及びアフターフォロー体制の構築 			
				<ul style="list-style-type: none"> ・総領事館との関係構築やビジネス等に関する情報の収集 ・総領事館や商社等と連携した海外見本市への出展等による営業活動の実施 			
4 関西圏から本県への企業誘致の推進				あらゆる機会を捉えた幅広い産業分野の誘致対象企業の掘り起こし			
				<ul style="list-style-type: none"> ・県：情報発信、情報収集 			
				<ul style="list-style-type: none"> ・ダイレクトメールやホームページによる立地環境等に関する情報発信、金融機関や県人会等の本県関係者を通じた情報収集 			
				様々な手法を用いた営業活動の展開による企業誘致の推進			
				<ul style="list-style-type: none"> ・県：個別訪問等の実施 			
				<ul style="list-style-type: none"> ・誘致対象企業への個別訪問等による営業活動の実施 			

1~3のプロジェクトを横断的に支える取り組み

大阪・関西万博 開幕

2 用語の解説

アルファベット・数字

用語	解説
CLT	直交集成板 (CLT) は、ひき板を幅方向に並べたものを繊維方向が直交するように積層接着した製品。日本農林規格 (JAS規格) 平成25年12月20日制定、平成26年1月19日施行。CLTは、「Cross Laminated Timber」の略。
DIY	「do it yourself」の略。自分で作ること。日曜大工。
DM	ダイレクトメールの略。ターゲット宛てに郵便物や電子メールを送付し、直にプロモーションを行う手法のこと。
DMO	「Destination Management/Marketing Organization」観光地域づくり法人の略称。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、地域観光づくりを実現するための戦略の策定や戦略を実施するための調整機能を備えた法人。
FIT	「Foreign Independent (Individual) Tour (Traveler)」の略。団体旅行に参加せず、航空券などや宿泊施設の手配などを自己手配する海外個人旅行、もしくは外国人の個人旅行者。
Greenツーリズム	農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動。
HACCP	「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略。日本語では「危険分析重要管理点」と訳されており、「ハサップ」と呼ばれている。製造における重要な工程を連続的に監視・記録することによって、一つひとつの製品の安全性を保証しようとする食品の衛生管理手法のこと。
IT・コンテンツ関連産業	IT産業 (情報・通信技術に関係する産業)・コンテンツ産業 (漫画や写真、映像、音楽、ゲームなど創造的活動によって生み出されたものを活用した関連産業)。
KVCA	「Kochi Visitors & Convention Association」公益財団法人高知県観光コンベンション協会の略称。高知県が持つ自然、歴史、文化などの様々な資源を活かした観光の振興を総合的に推進することにより、地域経済の活性化を図るため、観光客及びコンベンションの誘致や観光事業等を推進するためのプロモーション事業などを実施するもの。
PDCA (サイクル)	計画 (Plan) を実行 (Do) し、評価 (Check) して改善 (Action) に結びつけ、その結果を次の計画に活かすプロセスのこと。
TOSAZAIセンター	高知県産の木材・木製品の外商体制を強化し、新たな木材需要の拡大と一般製材品からより付加価値の高い木製品の販売・出荷量を増加させるために、平成30年4月に一般社団法人高知県木材協会内に設置された組織。

あ行

用語	解説
アクティビティ	旅行先での活動、旅行先での体を使った様々な遊び。
アドベンチャーツーリズム	「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の3つの要素のうち、2つ以上で構成される旅行形態。
移住促進・人材確保センター	移住相談と人材確保を総合的に行うため、平成29年7月に設立した法人の名称。県と全市町村、関係団体の参画の下 (設立時社員43団体)、官民一体となった“オール高知”体制で本県産業の担い手となる人材確保に取り組んでいる。
インバウンド	一般的には、外から中に入ってくる意味を持ち (inbound)、観光分野では日本を訪れる外国人旅行者を指す (反対語: アウトバウンド (outbound) … 海外旅行をする日本人)。
エクスカージョン	団体の遊覧旅行。小旅行。
大阪IR	大阪府及び大阪市がIR整備法に基づき、大阪・夢洲において、大阪・関西圏の持続的な経済成長のエンジンとなる世界最高水準の成長型IRを整備することにより、関西・日本全体の経済のさらなる成長を実現するため、誘致に取り組んでいるもの。

大阪観光局	大阪府、大阪市及び堺市の歴史的、文化的及び経済的特性を活かし、観光事業の振興並びにコンベンションの誘致及び支援等に関する事業を実施する公益財団法人。
大阪・関西万博	2025年日本国際博覧会の略称。いのち輝く未来社会のデザインをテーマとして、2025年4月13日から10月13日までの間、夢洲(大阪府大阪市臨海部)で開催される国際博覧会。

か行

用語	解説
関係人口	移住した「定住人口」でも、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことで、地域の担い手として期待されている。
高知家の逸品応援の店制度	関西圏には、高知県ゆかりの飲食店等が数多く展開していることから、これら店舗を「高知家の逸品応援の店」として登録してもらい、物販機能や情報発信機能を拡充することにより、県産品の認知度向上及び販売拡大、観光などの情報発信を行う制度。令和3年度から新たに取り組みをスタート。
高知家の魚応援の店制度	東京や大阪などの都市圏で高知県の水産物に関心を寄せる飲食店に「高知家の魚応援の店」として登録してもらい、県内の水産関係事業者とのマッチングを図り、県内水産物の外商を強化する制度。平成26年度から開始した。
高知家プロモーション	「高知県はひとつの大家族やき。高知家」のコンセプトコピーのもと「温かい大家族のような高知県人」の魅力を全国に発信し、高知を知ってもらい、好きになってもらうことで、県産品の販売拡大や観光振興、移住促進につなげようと平成25年6月から展開しているプロモーション。
高知家ゆる県民倶楽部	高知県ファンや出身者などを対象としたweb会員組織。関係人口の創出・拡大及び移住意識の醸成を目的として県が設立。
高知県園芸品販売拡大協議会	流通の変化や多様な実需者ニーズに対応した県産園芸品の販売拡大を目的に令和2年3月に設立。県とJAグループ高知で構成。
高知県水産物輸出促進協議会	高知県産水産物の輸出促進を目的とした、漁協、水産加工事業者、養殖魚関連企業、物流事業者、水産商社等で構成する団体(平成28年に養殖魚の輸出促進を目的に「高知県養殖魚輸出促進協議会」として設立。令和元年に天然魚の輸出促進も目的に加え、名称を「高知県水産物輸出促進協議会」に改名)。
高知県直販流通外商拡大協議会	直接取引等の多様な流通による県産農畜産物の外商を拡大することを目的に令和2年4月に設立。県とJAグループ高知、(一財)高知県地産外商公社で構成。
高知野菜サポーター	県内外に県産園芸品のPRを幅広く展開することが期待できる者(野菜ソムリエ等)で、高知県園芸品販売拡大協議会が登録した者をいう。

さ行

用語	解説
ジェトロ	「Japan External Trade Organization」日本貿易振興機構の略称。国際見本市の開催、輸出促進への協力などを行う。
食品安全マネジメントシステム	国際的な食品衛生管理規格に求められる3つの大項目の一つ(食品安全に関する組織における責任権限の明確化、食品事故対応マニュアルの整備など)
スポーツツーリズム	スポーツの参加や観戦を目的として地域を訪れたり、地域資源とスポーツを融合した観光を楽しむツーリズムスタイル。
製造業ポータルサイト	高知県内の製造業者の登録企業から提供される製品・技術等の情報を高知県が公開し、企業間取引を支援するサイト。

た行

用語	解説
土佐材パートナー企業	県外における販路拡大に向け、土佐材の知名度向上につながる普及・PR活動を自ら積極的に行う工務店、建築会社、設計事務所及び住宅関連企業等(県への登録制)。
土佐の観光創生塾	地域が主体となった観光地域づくりを進めるため、観光事業に携わる事業者や個人を対象に高知県が開催するスキルアップと旅行商品づくりを学ぶ事業。
とさのさと	JAグループ高知の出資によりH30年に設立された(株)とさのさとが運営する「JAファーマーズマーケット」。大量量販店を併設し、県内各地から農産物・加工品などを集荷し、販売する大規模直販所。
とさのみせ	関西圏における高知県の食材等を取り扱う飲食店、小売店及び高知県出身者が経営される店舗を「とさのみせ」として登録してもらい、観光PRなどに協力をいただいている店舗の総称。

な行

用語	解説
日本国際博覧会協会	正式名称は、「公益法人2025年日本博覧会協会」。2025年日本国際博覧会「大阪・関西万博」の準備及び開催運営を行い、博覧会を成功させることをもって国際連合の掲げる持続可能な開発目標(SDGs)の達成に貢献するとともに日本の産業及び文化の発展を目指すことを目的に、2019年1月に国・地方自治体・経済界の協力の設立された団体。
日本みどりのプロジェクト	日本各地の自然資源(みどり)を核に都市と地方が連携し、ウィズコロナ時代における自然豊かな地方での様々な事業・しごとの創出を行うことを通じて、持続可能な社会経済モデルへの転換と脱炭素社会・SDGs実現を目指す産官学連携のプラットフォーム。

は行

用語	解説
バーチャルツーリズム	現地の観光地とライブで繋がり仮想で観光体験を楽しむオンラインツアーなど。
パートナー量販店	都市圏を中心に、「高知青果フェア」の開催や、バイヤーや青果担当者の産地視察等を通じて、本県の園芸品や環境保全型農業の取り組みのPRIに協力いただいている県外の量販店。
ハラール	イスラム法で許された項目。イスラム法上で、行って良いことや食べることが許される食材や料理を指す。
販売拠点量販店	環境保全型農業など本県農業の取り組みを理解し、県産園芸品の販売拡大のために高知フェアの開催など積極的な販売促進を行う量販店。
包括協定企業	相互に業務の連携及び協力をする事により、高知県の産業振興等による地方創生を図ることなどを目的に、包括協定を締結した企業。
防災ポータルサイト	高知県防災関連登録製品・技術の情報を高知県が公開し、企業間取引を支援するサイト。

ま行

用語	解説
マネキン	店頭において、食品の試食・実演販売などにより各種商品の宣伝・販売促進にあたる販売員(宣伝販売促進員)。
木材利用推進全国会議	国産木材の積極的な利用の推進を目的として、令和元年11月に全国の経済同友会(会員所属法人を含む)、行政機関、林業・木材関係団体により組織された団体。

ら行

用語	解説
流通拠点企業	県内の製材事業者等で組織する土佐材流通促進協議会と協定を締結し、県外で土佐材を取り扱う企業。木材市場、木材問屋、運送事業者など。
リョーマの休日	平成24年から展開する高知県観光キャンペーン。このキャンペーンのもと、自然、歴史、食をテーマに博覧会などを実施。
龍馬パスポート	リピーターの獲得や地域への周遊促進を図るため、観光施設などの割引等が受けられるクーポン機能や、抽選で賞品が当たるプレゼント機能、観光情報発信機能を持つ観光パスポート。

や行

用語	解説
野菜ソムリエ	野菜・果物の知識を身につけ、その魅力や価値を社会に広めることができるスペシャリスト。一般社団法人日本野菜ソムリエ協会が認定する民間資格。

わ行

用語	解説
ワーケーション	ワーク(労働)とバケーション(休暇)を組み合わせた造語。観光地やリゾート地でテレワークを活用し、働きながら休暇をとる過ごし方。
ワールドマスターズゲームズ2021関西	4年ごとに開催される概ね30歳以上のスポーツ愛好者であれば誰でも参加できる生涯スポーツの国際総合競技大会。2022年5月13日から5月29日までの間、関西各地域において全35競技59種目を実施。

< 参考資料 >

1 関西・高知経済連携強化アドバイザー会議の構成等

(1) 関西・高知経済連携強化アドバイザー会議メンバー

敬称略・五十音順

氏名	所属・役職
こばやし てつや 小林 哲也	近鉄グループホールディングス株式会社 代表取締役会長 グループCEO
つだ うしお 津田 潮	一般社団法人大阪府木材連合会 会長 〔 津田産業株式会社 〕 社長
とよはら じゅんじ 豊原 淳司	関西土佐会 会長 〔 大阪中央青果株式会社 〕 常務取締役
にしだ じゅんいち 西田 淳一	元大阪府商工労働部 部長
はしづめ やすよし 橋爪 康至	株式会社うおいち 代表取締役社長
ふかの ひろゆき 深野 弘行	一般社団法人関西経済同友会 代表幹事 〔 伊藤忠商事株式会社 〕 専務理事
みうら さとる 三浦 覚	関西エアポート株式会社 常務執行役員
みぞはた ひろし 溝畑 宏	公益財団法人大阪観光局 理事長

(2) 関西・高知経済連携強化アドバイザー会議設置要綱

(目的)

第1条 大阪・関西万博等を控えて経済活力に満ちている関西圏との連携を強化し、県経済のさらなる活性化につなげることを目指して策定・実行する「高知県関西・高知経済連携強化戦略」(以下「戦略」という。)を、効果的かつ実効性あるものとするため、高知県関西・高知経済連携強化アドバイザー会議(以下「会議」という。)を設置する。

(役割)

第2条 会議は、次に掲げる役割を担う。

- (1) 戦略の策定・実行にあたって助言を行うこと。
- (2) 戦略の改訂にあたって助言を行うこと。
- (3) その他アドバイザー会議の目的を達成するために必要な提言・助言を行うこと。

(メンバー等)

第3条 会議のメンバーは、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

- (1) 関西における経済に関して知識、経験を有する者
- (2) 関西における行政に関して知識、経験を有する者
- (3) その他知事が必要と認める者

2 メンバーの任期は、令和6年3月31日までとする。

3 知事は、必要があると認めるときはメンバー以外の者の出席を求め、意見等を聴くことができる。

(会議)

第4条 会議は、知事が招集する。

2 会議の進行は高知県産業振興推進部長が務める。

3 会議は公開とする。ただし、知事が特に必要があると認めるときは、非公開とすることができる。

4 知事が必要であると認めるときは、会議開催によらず、個別にメンバーから意見を聴取することができる。

(事務局)

第5条 会議の事務局は、産業振興推進部地産地消・外商課に置く。

(雑則)

第6条 この要綱に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、知事が別に定める。

附則

この要綱は、令和2年6月19日から施行する。

附則

この要綱は、令和2年8月31日から施行する。

高知県関西・高知経済連携強化戦略

～関西圏の活力を本県経済の活性化につなげるプロジェクト～

令和3年3月

高知県産業振興推進部地産地消・外商課
〒780-8570 高知市丸ノ内1丁目2-20

TEL : 088-823-9738

FAX : 088-823-9262

E-mail : 120901@ken.pref.kochi.lg.jp

<https://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120901/>