

# 令和4年度の連携テーマの取り組み（案）

資料4

令和4年2月14日

第3回産業振興計画フォローアップ委員会

## 連携テーマ

○「連携テーマ」については、以下の5つのテーマのもと取り組みを進めていく

① デジタル化の促進

② グリーン化の促進

③ グローバル化の促進

④ 外商活動の全国展開

⑤ 担い手の育成・確保

## 推進方針

○ 連携テーマを進めるにあたっては、原則として、推進団体や大学発ベンチャー、あるいは意欲ある企業が主体となって取り組みを進めていく

連携テーマ	プロジェクト	目指す姿
デジタル化の促進	IoP推進PJ	施設園芸農業の高収量・高品質化や省力化を実現するとともに、施設園芸関連産業群の創出・集積につなげる
	スマート林業推進PJ	ICT等を活用した森林施業の効率化・省力化に資する「スマート林業」への転換により、生産性の向上、経営の安定化等につなげる
	高知マリンイノベーションPJ	水産業の生産、流通、販売の各段階においてデジタル化に取り組む高知マリンイノベーションを推進し、効率的な漁業生産体制への転換を図る
	ヘルスケアイノベーションPJ	高知県にヘルスケア関連企業を集積させることで、ヘルスケアイノベーションを創出する
	アニメ産業集積PJ	アニメクリエイターやアニメーション関連企業の誘致、集積を図ることで、アニメ産業を創出する
グリーン化の促進	プラスチック代替素材活用PJ	工業分野や一次産業分野におけるプラスチック代替素材の活用を促進し、グリーン化関連産業の育成につなげる
	グリーンLPガス生産PJ	高知県の木質バイオマスやマリンバイオマス（海藻等）資源を活用した、グリーンLPガスの地産地消を目指す
	資源循環高度化PJ （検討中）	食品残渣等のバイオマス資源を有効活用したエネルギーの供給等により、資源循環、温室効果ガス削減の「高知モデル」を構築する
グローバル化の促進	土佐酒輸出拡大PJ	国内での日本酒需要が低下し、生産量が減少する中において、ニーズが高まっている海外市場への輸出拡大を図ることで、土佐酒や県産酒米の生産量を維持・拡大し、県内酒造メーカーの経営安定化と中山間地域の振興につなげる
	農水産物・食品輸出拡大PJ	生産現場と流通現場が連携し、輸出先国のニーズを捉えたマーケットイン型の地産の強化、国内外の商社とのネットワークの構築、海外でのプロモーションの展開等を促し、農水産物・食品の輸出拡大につなげる
	土佐材輸出拡大PJ	将来の国内需要の減少も見据え、新たな販路の開拓として輸出拡大への取組を推進し、林業・木材産業の振興につなげる
	外国人材確保・活躍PJ	生涯賃金アップに向けたスキルアップの支援や、住みやすく働きやすい環境の整備など、外国人材の満足度を高める取り組みを推進していくことで、「選ばれる高知県」を目指す
	インバウンド推進PJ	課題（認知度向上・受入環境整備など）解決を図ることで、来高するインバウンドの増加につなげる

# 連携テーマ / IoP推進プロジェクト

## IoPクラウドを活用するための 対応デバイスの普及や関連サービスの創出

- 施設園芸農業の高収量・高品質化や省力化を実現  
 <目指す姿> 県内野菜主要7品目の出荷量 R1 10.3万t → R5 11.0万t
- 施設園芸関連産業群の創出・集積  
 <目指す姿> 施設園芸関係機器・システムの累計販売額 R1 4.0億円 → R5 33.2億円

### データ駆動型農業の推進

### データ活用型ビジネスの創出



### デバイス関連産業の創出

課題 IoPクラウドを活用しデータ駆動型農業を推進するためには、クラウドに対応したデバイスの開発やその設置、メンテナンス等の関連サービスの充実が必要

### データ連携を行うソフトウェアの開発促進

#### ▶ アプリ、システム等の開発への支援

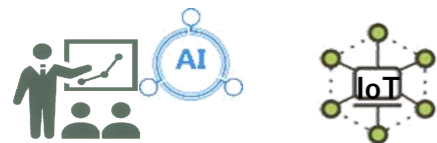
- 農業振興部 ○ データ連携型の産業創出に向けた実証を実施
- 商工労働部 ○ 課題解決型産業創出の取組の活用  
 オープンイノベーションプラットフォーム（OIP）の活用

### クラウドサービスに対応したデバイス関連産業の創出

#### ▶ デバイスの改良、開発への支援

- 農業振興部 ○ データ連携型の産業創出に向けた実証を実施
- 商工労働部 ○ 課題解決型産業創出の取組の活用  
 オープンイノベーションプラットフォーム（OIP）の活用

### デジタル人材の育成



課題 上記の取組みを進めるため、クラウド関係の知識や技術を持った人材が必要



### 取組みを進めるためのデジタル人材の育成

- 農業振興部 ○ データ連携型の産業創出に向けた実証を実施
- 商工労働部 ○ 高知デジタルカレッジの活用

# 林業・木材産業におけるデジタル化の推進

～基盤整備から利活用の促進～

## 生産現場の現状・課題

・林業は広大な森林において、長い年月をかけて樹木を育て、地形条件が悪い現場で重量がある立木を収穫・搬出するという特徴を持った産業である。  
 ・労働力不足が顕著になる中、林業においてもICT技術を活用し、1人当たりの生産性を向上させると共に、安全な労働環境の整備などによる新たな担い手の育成・確保が重要となっている。

## スマート林業の推進

ICT等を活用した森林施業の効率化・省力化に資する「スマート林業」への転換

取組項目 **森林情報の高度化・高度利用** **施業集約や生産の効率化・省力化** **需給マッチングの円滑化**

## 目標

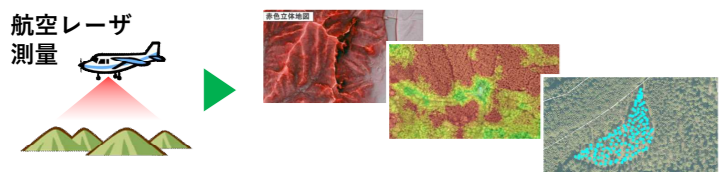
林業を持続可能な成長産業へ

- 生産性向上・経営の安定化
- 労働災害のない安全かつ快適で若者や女性にとって魅力のある職場
- 担い手の育成・確保

### 森林情報の高度化・高度利用

#### 精度の高い地形・森林資源データの整備 [R3完了]

森林の現状が把握できる航空レーザ計測による精度の高い地形・森林資源データの整備



精度の高い地形・森林資源データの整備

#### 森林情報の高度化 [R4からR5実施]

精度の高い森林資源データにより、森林簿や林地台帳などの森林に関するデータベースを拡充



森林に関するデータベースを拡充し、森林クラウドに搭載

#### 森林情報の高度利用 [R4運用開始・R6拡充]

森林クラウドを構築し、関係者で森林情報を高度利用



### 施業集約や生産の効率化・省力化

#### 施業集約の効率化 [R4から実証開始]

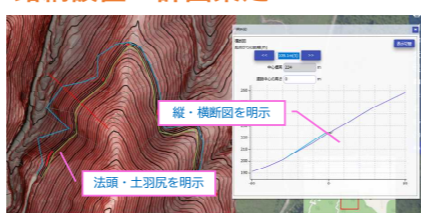
森林クラウドによる森林情報の高度利用により施業地の集約に係る作業を効率化

#### 計画・準備

##### 伐採適地の選定



##### 路網設置の計画策定



##### 集約地の施業計画策定



データ利用により作業を効率的に実施

生産現場のデータ登録

林業事業者

生産現場のデータ取得

#### 原木生産の効率化・省力化 [R4から実証開始]

ICTや先進機器の活用による原木生産に係る作業の効率化及び省力化と労働安全性の向上

#### 伐採・搬出



#### 再造林



#### 労務管理



### 需給マッチングの円滑化

#### 地域SCMグループの構築 [R元から実施]

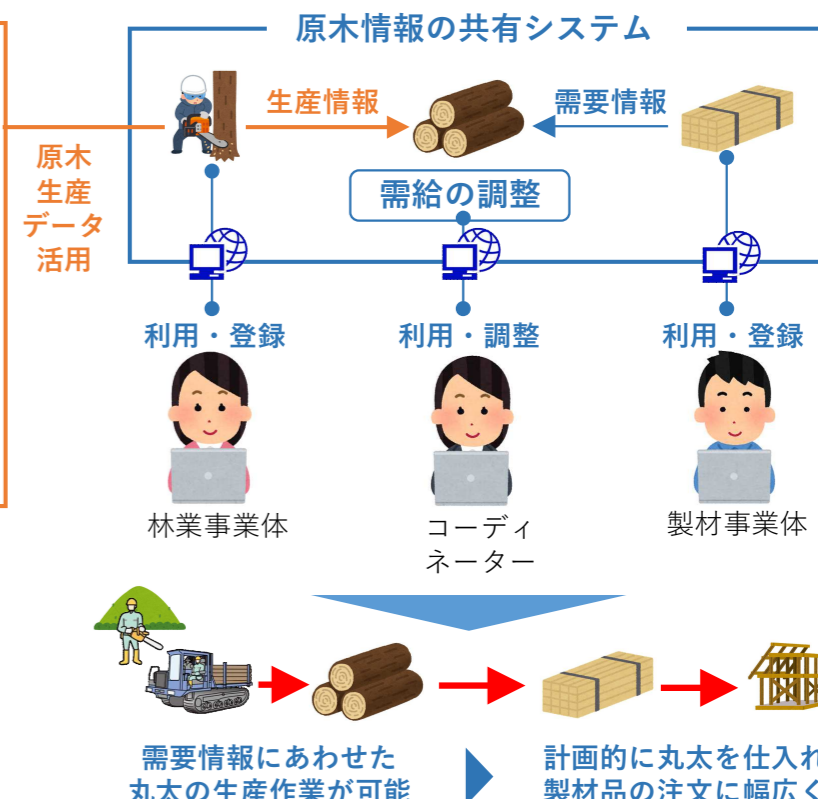
研修の開催や事業者のマッチングによるサプライチェーンマネジメント (SCM) を推進するグループの構築

- step1 研修の開催等
- step2 SCMごとの領域の設定・共有
- step3 SCM構成事業者のマッチング



#### 需要情報の共有化と流通の最適化を実践 [R4から実証開始]

システムでの需給情報の共有による需要にあわせた原木流通の実践



# 高知マリンイノベーションプロジェクト

- 本県水産業の生産、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
- 大学や国の研究機関、民間企業、漁業協同組合から専門家が参画

## 水産業 × デジタル技術



### 高知マリンイノベーション運営協議会

東京大学、早稲田大学、高知大学、高知工科大学、水産研究教育機構 開発調査センター、海洋研究開発機構、漁業情報サービスセンター、高知県漁業協同組合、高知県IoT推進ラボ研究会

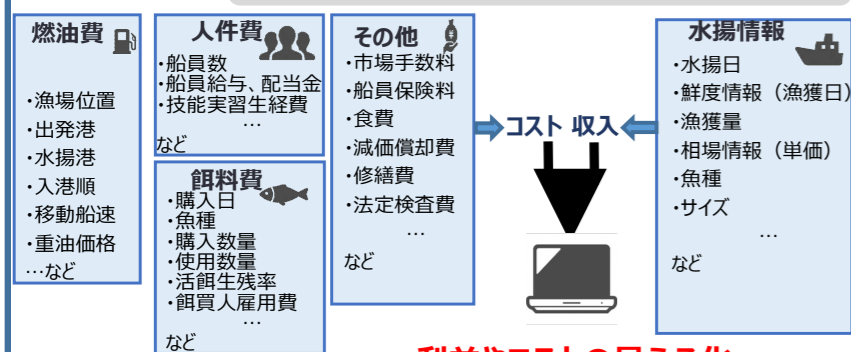
## 本県水産業の課題解決を推進し、操業の効率化等に繋がる情報を発信

### 漁船漁業

#### 操業効率化支援ツールの開発

・コストや水揚げ情報を入力して、操業ごとの利益を試算

漁獲量重視から利益重視の操業へ



#### メジカ漁場予測システムの開発

・いつ、どこで沢山釣れるかを予測し、魚群探索時間の短縮 (燃油削減) と漁獲量を増加



#### 二枚潮発生予測の精度向上

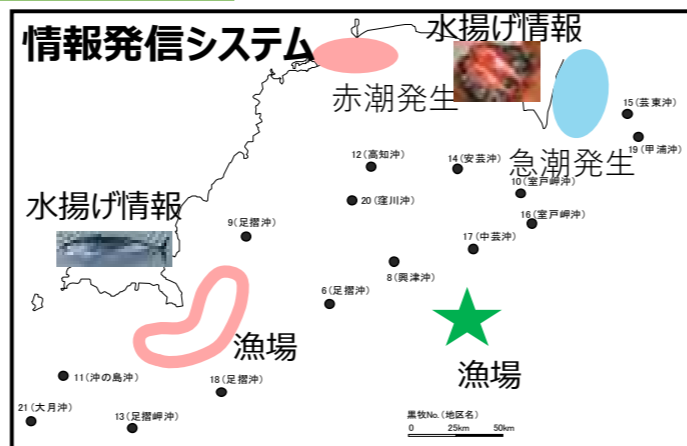
・上層と下層の潮の流れの向きや速さが異なり (二枚潮) 操業に支障 ⇒ 二枚潮を予測し操業を効率化

#### 黒潮牧場の高機能化

・黒潮牧場にソナー等を設置し、魚の集まり具合を見える化することで、効率的な操業を実現

### 目指す姿

デジタル技術を活用し新たな水産業を実現!



- ✓ 海況や漁場の予測によって漁獲量がアップ  
例えば、メジカ6億円(H27~30平均) ⇒ 8億円(R5)
- ✓ 赤潮や急潮の予測によってリスクが軽減  
例えば、急潮被害1.3億円(H28~R元平均) ⇒ 被害ゼロ(R5)
- ✓ 産地市場のスマート化を進めることで価格がアップ  
例えば、スマート市場0市場 ⇒ 8市場(R5)

### 養殖業

#### 赤潮発生予測の開発

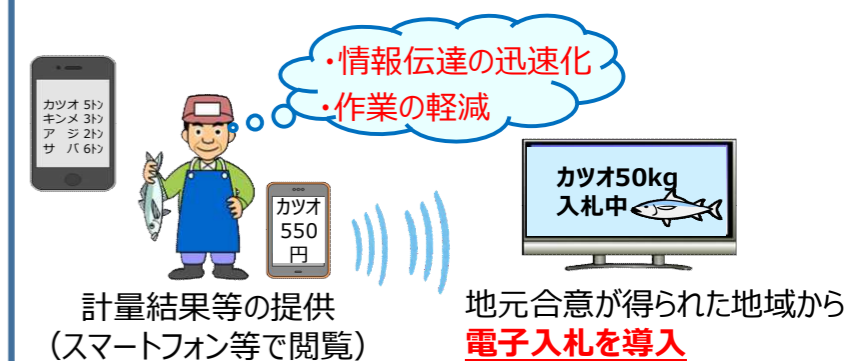
・養殖業に被害をもたらす赤潮の発生を予測することで被害を軽減



効率的な生産管理を展開

### 産地市場

#### 自動計量システムの導入



#### 急潮による定置網の被害を軽減

#### 急潮予測手法の開発

・突発的に発生する流れの速い潮 (急潮) を予測し被害を未然に防ぐ



漁協の財務システムに自動転送

- ・情報の迅速な提供による買受人の競争力の強化
  - ・電子入札の導入による産地市場の競争性の促進
- ⇒浜値の向上に寄与

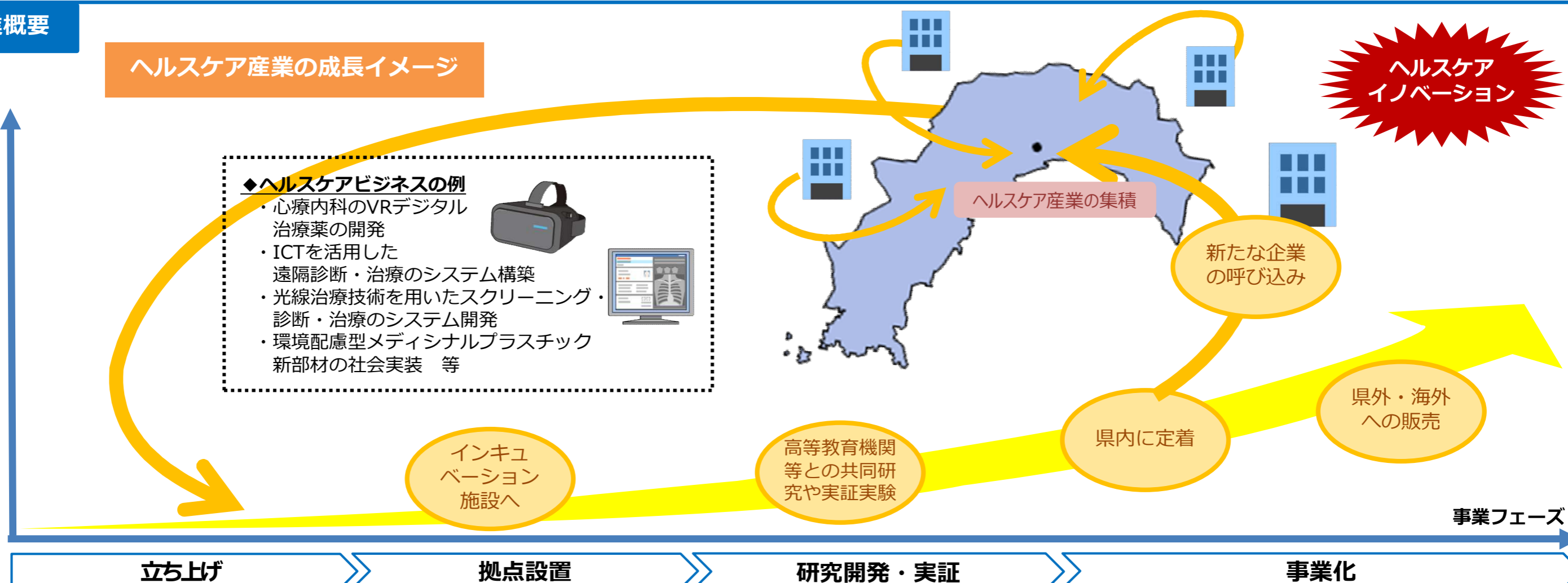
抽出された課題をOIP (オープン・イノベーション・プラットフォーム) へ提案

# 産学官連携による「ヘルスケアイノベーションプロジェクト」の推進について

## 目指す姿

高知大医学部や高知県立大、高知工科大、高知高専等の県内高等教育機関の医工連携等の取り組みにより、「ヘルスケアイノベーション」の基盤が構築されようとしている。今後、この動きに民間企業や県、市町村等が参画することで、ヘルスケア分野の産学官連携の取り組みを推進するとともに、関連するベンチャー企業等を本県に呼び込む等、**高知県をヘルスケア産業の集積地とする**ことで、さらなるイノベーションを創出し、新たな雇用の創出や外商の拡大につなげる。

## 事業概要



### ◆ヘルスケアビジネスの例

- ・心療内科のVRデジタル治療薬の開発
- ・ICTを活用した遠隔診断・治療のシステム構築
- ・光線治療技術を用いたスクリーニング・診断・治療のシステム開発
- ・環境配慮型メディシナルプラスチック新部材の社会実装 等

項目	推進体制の構築	ベンチャー企業等の伴走支援	高知県内への定着支援	外商の促進
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ヘルスケアイノベーション推進協議会(仮称)の設置                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年4月発足に向け準備中</li> <li>・県内高等教育機関、県、関係機関、有識者等で構成予定</li> <li>・全体方針の協議等を実施</li> </ul> </li> <li>○ヘルスケアイノベーション推進ワーキンググループ(仮称)の設置                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・協議会構成団体の実務者等で構成</li> <li>・県内高等教育機関との連携や県内での事業化に関心を持つベンチャー企業等の情報共有やコーディネート等を実施</li> </ul> </li> <li>○コーディネーターの配置                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ワーキンググループと連携し、マッチングやコーディネートの業務に従事</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○支援チームによる伴走支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・支援先毎に、ワーキンググループメンバー等で構成</li> <li>・事業化アドバイス</li> <li>・共同研究等マッチング 等</li> </ul> </li> <li>○交流や情報交換の場の創出                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内高等教育機関との共同研究等の希望を持つ企業同士の交流の場や情報交換の場の創出</li> </ul> </li> <li>○イノベーション人材の育成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・高等教育機関による講座の開設</li> <li>・県による土佐まるごとビジネスアカデミー(土佐MBA)の実施</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県内拠点の整備支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・シェアオフィスへの入居サポート</li> <li>・高知県IT・コンテンツ企業進出サポート等</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○産業振興センターや県内金融機関等による外商支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・展示会への出展支援</li> <li>・販売先への個別アプローチを支援 等</li> </ul> </li> </ul>

# 「アニメ産業集積プロジェクト(仮称)」の推進について

## 背景・目的

- ・日本のアニメーションは世界を席巻している一方で、アニメクリエイターの不足やアニメーション制作の国外比率の高まり等への対応が喫緊の課題
- ・アニメーション制作は、近年、デジタル化、分業化が進んでおり、本県のような地方で暮らしながらも携われる魅力的な仕事
- ・多様なデジタル技術を駆使して制作されるアニメーションは、本県が推進する「産業のデジタル化」に合致
- ・アニメクリエイターやアニメ関連技術企業を本県に呼び込む官民連携のプロジェクトが始動

⇒ **本県において、官民連携により「アニメ産業」の集積による雇用の創出と地域の活性化を図る。**

## 現状と取り組みの方向性

### 方向性①

雇用吸収力が高く、地域の活性化にもつながる「アニメ産業」に着目し、アニメクリエイターやアニメーション関連技術企業等の誘致を図ろうとしている地域は多いため、いち早く**官民連携による推進体制を構築**し、スピード感を持って、アニメクリエイターやアニメ関連企業等の集積を図ることが必要

### 方向性②

アニメクリエイターやアニメーション関連技術企業の誘致に向けては、**他地域と差別化できるような受入環境の整備**が急務

### 方向性③

アニメクリエイターやアニメーション関連技術企業等を本県に集積させるためには、実力のあるクリエイターや魅力的な作品を制作するアニメーション関連技術企業を誘致し、**人が人を呼び込む、企業が企業を呼び込む好循環を生み出す**ことが必要

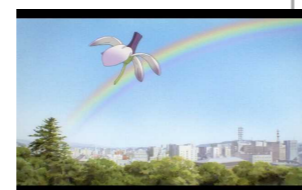
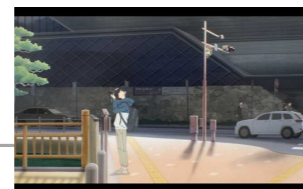
### 方向性④

アニメクリエイターやアニメーション関連技術企業等の誘致に向けては、官民が連携してプロジェクトを推進していることや、暮らす、働く地域としての本県の魅力を**ターゲットに的確に情報発信**することが重要

## 取り組み内容

### ①推進体制の構築

- ・「アニメ産業集積推進協議会(仮称)」の設置  
県、アニメ産業の振興を目指す市町村、県内外の関連企業、有識者 等で構成
- ・「アニメ産業集積アドバイザー(仮称)」の配置  
プロジェクトの情報発信やアニメーション関連技術企業等の誘致に協力



### ②受入環境の整備

- ・アニメクリエイターの交流の場の創出
- ・アニメクリエイターを志す若者等の発掘と人材育成

### ③誘致の促進

- ・アニメクリエイターやアニメーション関連技術企業等の誘致
- ・アニメクリエイターとアニメーション関連技術企業等のマッチング

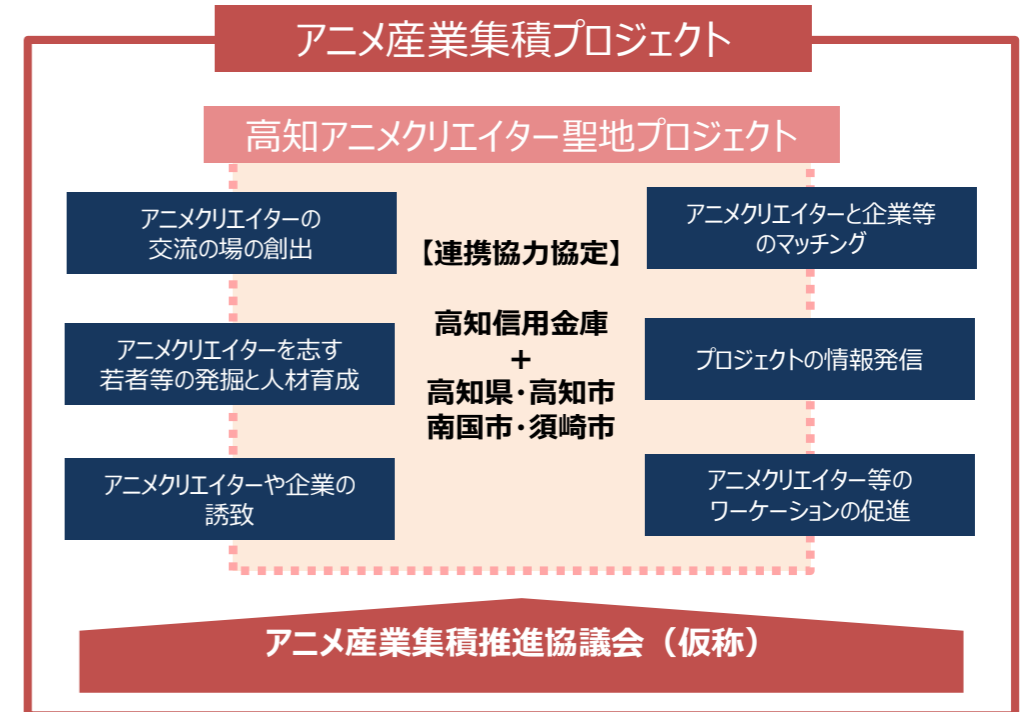


### ④情報発信の強化

- ・プロジェクトの情報発信
- ・アニメクリエイター等のワーケーションの促進



## 推進イメージ



# プラスチック代替素材活用プロジェクト

## 【プロジェクトの目的】

2050年カーボンニュートラルの実現に向けては、各産業分野における積極的な取組が不可欠。工業分野においては、R2から「プラスチック代替素材利用促進分科会」を立ち上げ、事業者と連携して、意識啓発や技術研修などに取り組んできたところ。こうした取り組みの加速化と裾野の拡大を図るため、各産業分野の関係機関が連携し、プラスチック代替素材の活用を促進することで新製品等を創出する。

## 目標値（R4～R5）

- ✓ セミナー参加者実数：100名/年
- ✓ 研究会登録者数：70名
- ✓ 製品・技術の開発支援件数：10件/年

## 現状と課題

### 【これまでの実績】

- プラスチック代替素材利用促進分科会（R2～、工技センター・紙技センター）
  - ◆ 登録企業：17社（製紙業など）
  - ◆ セミナー等の開催：12回、のべ298名参加
- 試作案件：12件（生分解性フィルムを用いた袋など）
  - ◆ 共同研究：3件、技術相談：6件（紙や木材とプラスチックを用いた複合材料の開発等）
- 素材開発支援、機能性評価、生分解性評価のための試験機器の導入（R3.9月補正予算で対応）

### 【課題】

- これまで製造業を中心に取組を実施。
- 今後、各産業分野においてもグリーン化に対応した取組を求められることは必須
  - ⇒ 一次産業分野と商工業分野が連携し、グリーン化に対応した製品・技術の開発を促進するとともに、参画する事業者の裾野の拡大を図り、本県産業のさらなる活性化を図る。
  - ※ 同分科会は「プラスチック代替素材活用研究会」に名称変更（R4～）

### ① 実施主体

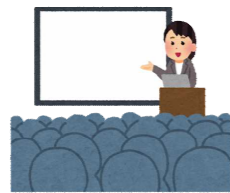
（関係事業者を含む）

- 商工労働部 R3
  - ◆ 工業振興課 PT事務局
  - ◆ 工業技術センター
  - ◆ 紙産業技術センター
  - ◆ 工業会
  - ◆ 製紙工業会
- 農業振興部 R4拡充
  - ◆ 環境農業推進課
  - ◆ 農業技術センター
  - ◆ 農業振興センター
  - ◆ 農業協同組合
- 林業振興・環境部
  - ◆ 林業環境政策課
  - ◆ 森林技術センター
  - ◆ 森林組合
- 水産振興部
  - ◆ 漁業振興課
  - ◆ 水産試験場
  - ◆ 漁業指導所
  - ◆ 漁業協同組合

### ② 対応方針

#### 1) セミナーの開催

- 関係団体等の意識啓発
- 各分野の取組事例の共有



R3：2回

拡 R4：3回

#### 2) 研究会の開催

- 各産業分野に関する技術研修
- 素材等に関する技術研修

進捗に応じて分野別WGを開催

R3：4回

拡 R4：9回

各課が関係団体に呼びかけ参画する事業者の裾野を拡大

#### 3) 共同研究・技術支援

- 素材開発支援
- 機能性・生分解性の評価



新 製品等グリーン化推進事業費補助金による支援

案件の特性に応じて公設試間で連携して実施し、製品開発等を加速化

#### 4) 実証試験

- 試作品の機能性等の実証
- 生産現場における生分解性等の実証

### ③ 目指す姿

#### 工業分野

- ◆ 紙や木材とプラスチックを用いた製品等本県産業の特色を活かした製品・技術の開発と取り組む企業のさらなる拡大

+

#### 農業分野

- ◆ 省力化や機能性付与による活用メリットが高い生分解性製品（包装材等）の開発とコスト削減

#### 林業分野

- ◆ 素材の軽量性を活かした作業の省力化・効率化につながる製品（ツリーシエルトー等）の開発と低コスト化
- ◆ 既製品と同程度のコスト・機能を有する製品の開発

#### 水産業分野

- ◆ 多くの漁具で求められる耐久性と分解性の両立
- ◆ 既製品と同程度のコスト・機能を有する製品の開発

R4～5 2年間で新製品等の創出4件を目指す！

# グリーンLPガスプロジェクトの設立について（案）

## 【背景】

- 令和3年6月27日、早稲田大学の関根教授と濱田知事が面談。関根教授から、LPガスをグリーン化するための取組について紹介あり。  
⇒高知県の家庭の8割程度がLPガスを利用しており、本県の脱炭素化に資するものであることから、検討を開始。

### 【グリーンLPガス】

森林資源や海藻などのバイオマスから生産するグリーンなLPガス。現在、関根教授を中心として、国、LPガス元売事業者等による産学官連携により、生産技術開発と活用に向けた取り組み等が進められている。基礎研究には高知大学も参画。

- 関根教授からは、グリーンLPガスの原料となる**木質バイオマス資源等を供給するシステム作りへの協力**依頼とともに、資源供給システムを活用した**グリーンLPガスの地産地消モデル(高知モデル)の確立**を提案されているところ。
- 豊富なバイオマス資源を持つ、本県の特性を生かしたカーボンニュートラルの実現に向けた貢献が可能な取組であることから、本県としても、グリーンLPガスの地産地消モデル(高知モデル)の実現に取り組んでいくメリットがあると考えられる。

## グリーンLPガス生産技術の開発

【グリーンLPガス生産技術開発の意義】  
日本全体で4割強の(5,000万人)家庭がLPガスを利用。カーボンニュートラルに向けては、現在100%石油から生産されているLPガスをグリーン化することが期待されている。

### 生産技術開発スケジュール

環境省R4年度新規事業「地域資源循環を通じた脱炭素化に向けた革新的触媒技術の開発・実証事業」に交付申請予定  
〈予算額〉19億円  
〈実施期間〉2022年~2028年

2022年 **ラボレベルでの研究**

2028年 **実証実験段階** ★  
木質バイオマス1日5t程度

**実用段階**  
木質バイオマス1日10t程度

### グリーンLPガス活用に向けた役割分担

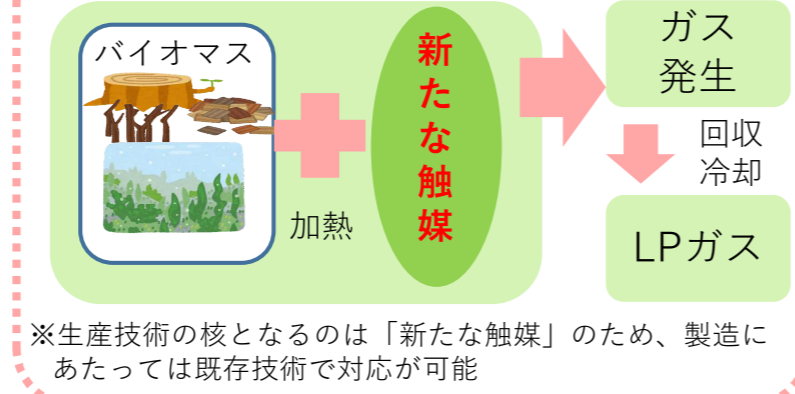
**生産技術**  
(**新たな触媒の研究**) 早稲田大学  
高知大学

**原料供給体制の構築** 行政 ★  
民間事業者

**グリーンLPガス生産** 未定 ★

**グリーンLPガス販売**  
LPガス元売事業者 等

## 【参考】グリーンLPガスの製造イメージ



## 高知県の参画イメージ

(★印が参画するパート)

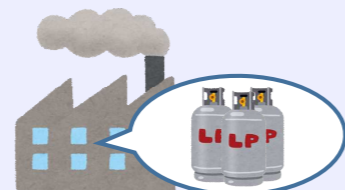
実証実験の誘致

### 資源供給システムの構築

林地残材等の木質バイオマス資源  
海藻等のマリンバイオマス資源



**高知県内でのグリーンLPガスの製造**  
グリーンLPガスを製造する県内事業者の育成又は事業者を誘致



製造施設は廃棄物焼却施設レベルのオーダー

グリーンLPガスの地産地消モデル(高知モデル)の構築

## 高知県グリーンLPガスプロジェクト推進協議会（仮称）の設立

※グリーン化関連産業育成プロジェクトとして設立  
令和5年度には、グリーンLPガスの地産地消モデルに関する基本構想を策定予定

### ■メンバー（想定）

- ・高知県（環境計画推進課、木材増産推進課、木材産業振興課、水産振興部、商工労働部の関係課、産学官民連携・起業推進課）
- ・県内市町村（希望団体）
- ・早稲田大学（関根教授）
- ・高知大学
- ・林業関係の事業者（林地残材、未活用の木質バイオマス等の資源供給に関係する事業者等を想定）

※マリンバイオマスについては、事業化の際には海藻の養殖が必要となるものと思料。

- ・参画を希望する民間事業者（エネルギー関係、LPガス事業者（協会）等を想定）

### ■令和4年度の活動内容

- プロジェクト設立・講演会の実施
  - ・設立趣旨説明
  - ・活動計画
  - ・グリーンLPガスの生産技術確立に向けた動き等の講演（関根教授に依頼）
- 意見交換会の開催
  - ・グリーンLPガスの本県での地産地消の実現に向け、テーマを設定し、関係者間で意見交換会を実施
  - ・今後の進め方、スケジュール、推進体制等について協議
  - ・テーマは、今後プロジェクトの進行状況により随時追加していく

### 〈テーマ〉

- ①木質バイオマス系
- ②マリンバイオマス系
- ③グリーンLPガス製造・販売系



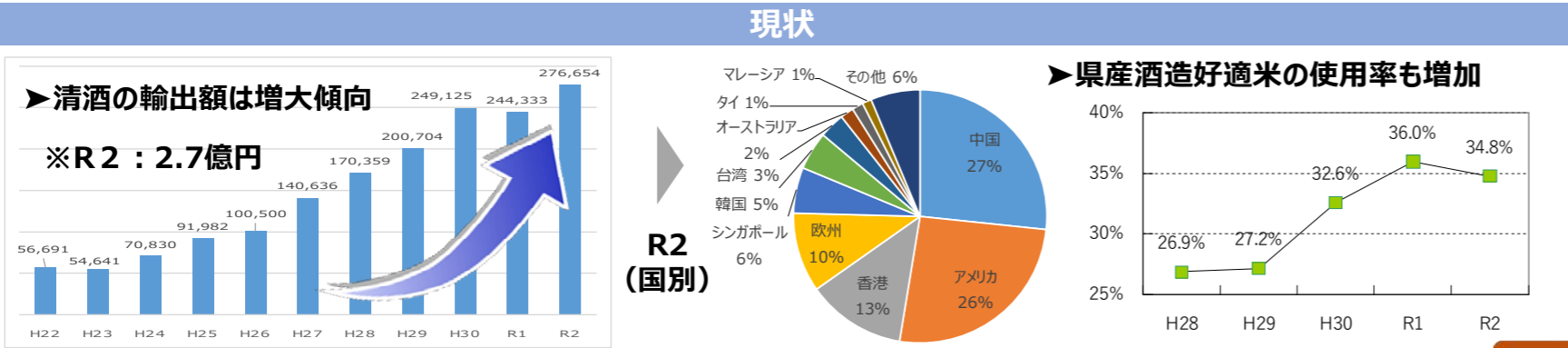
# 土佐酒輸出拡大プロジェクト

目的

国内での日本酒需要が低下し、生産量が減少する中において、ニーズが高まっている海外市場への輸出拡大を図ることで、土佐酒や県産酒米の生産量を維持・拡大し、県内酒造メーカーの経営安定化と中山間地域の振興につなげる。

〈産振計画目標〉  
 ・土佐酒の輸出額：2.9億円 (R2) → 3.5億円 (R5)  
 ・県産酒造好適米の使用率：50% (R5)

現状・課題



## これまでの取り組み

- 輸出商談会への参加等を通じて県内酒蔵の海外への商流確保が進展
- イギリス・ロンドンでの土佐酒プロモーションを開始
  - ▶在英国日本国大使館での土佐酒プロモーション開催 (H27)
  - ▶お酒の世界的な情報発信地であるロンドンで「土佐酒ブランド」を確立し、世界の他地域へのシャワー効果を期待！
- 国際的に著名な大会での受賞により、土佐酒の認知度が向上
- 欧州での高評価を活かして、アジアなどの他地域での認知度が向上



輸出先国のニーズに対応した取組が必要

## 見えてきた課題

POINT!

<p><b>外商の課題</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>海外で求められる清酒等の嗜好や流通形態を把握することが必要                     <ul style="list-style-type: none"> <li>▶国や地域によって清酒等の嗜好や流通形態が異なる</li> <li>▶EC市場の拡大など市場環境が変化している</li> </ul> </li> <li>海外との取引の商流を担う国内外の商社とのネットワークの構築が必要</li> <li>現地商社が行う販路開拓・拡大への後押しが必要</li> <li>土佐酒の認知度向上に向けたプロモーションが必要                     <ul style="list-style-type: none"> <li>▶大手酒造メーカーに比べて、土佐酒の認知度が低い</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>商品開発の課題</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>海外市場で求められる商品開発に向けて、売れ筋銘柄の酒質、ラベル情報、流通条件等の分析が必要</li> <li>他県産との差別化が必要</li> <li>県内酒造メーカーのさらなる醸造技術の向上が必要</li> </ol>	<p><b>生産体制の課題</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>海外市場で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要</li> <li>輸出先から求められるロットに対応できる生産体制の拡大が必要</li> </ol>	<p><b>酒米生産の課題</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>県産酒造好適米の品質向上と生産拡大に向けた安定供給体制の確立が必要</li> </ol> <p>官民連携による相乗効果を発揮</p>
---	---	---	---

生産から流通・販売までの関係者が連携した「土佐酒輸出拡大プロジェクト」を立ち上げ、マーケットイン型の輸出を拡大

POINT!

体制

<p>県 <b>地産地消・外商課</b> / PT事務局 / 海外支援拠点 / 貿易促進コーディネーター / 外商公社</p> <p>主体 酒造メーカー・酒造組合・商社</p> <p>関係機関 ジェトロ</p>	<p>県 <b>工業技術センター</b> / 工業振興課</p> <p>主体 酒造メーカー</p>	<p>県 <b>地産地消・外商課</b></p> <p>主体 酒造メーカー</p> <p>関係機関 国 / 中小企業団体中央会 / 食品衛生協会</p>	<p>県 <b>環境農業推進課</b> / 農業技術センター / 農業振興センター / 工業技術センター</p> <p>主体 JA高知県・生産者・酒造組合・酒造メーカー</p>
---	---	--	--

取り組み内容

<p><b>市場調査</b> (課題①)</p> <p>◎海外市場調査</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジェトロのネットワークを活用した現地ニーズ・規制を調査</li> <li>・海外支援拠点(食品海外ビジネスサポーター(欧州・米国・中国)・シンガポール事務所・台湾オフィス)を通じた現地ニーズの収集</li> <li>▶調査結果を受け、酒造メーカーが、マーケットイン型の地産を強化</li> </ul> <p><b>商流構築</b> (課題②)</p> <p>◎マッチング商談会の開催及び国内外の展示会への出展</p> <p>◎貿易促進コーディネーター及びジェトロによるマッチング支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶商談会等により、酒造メーカーが、国内外の新規商社との商流を開拓</li> </ul> <p><b>海外での外商活動</b> (課題③④)</p> <p>◎海外支援拠点を通じた現地商社の営業活動の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現地キーパーソン(影響力のあるシェフ、メディア等)との関係構築とキーパーソンを通じた情報発信</li> <li>・飲食店や小売店への訪問等によるPR活動</li> <li>▶現地商社が、営業活動を展開</li> </ul> <p>◎重点市場(中国、米国、欧州等)での海外プロモーションの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・飲食店での賞味会の開催</li> <li>・インフルエンサーを活用した情報発信(動画配信、ライブコマースの開催)</li> <li>▶県産品の認知度向上により、酒造メーカーが、飲食店等への販売やECによるBtoCの販売を拡大</li> </ul>	<p><b>商品開発</b> (課題⑤⑥⑦)</p> <p>◎海外市場での売れ筋商品の分析・試験</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外市場における売れ筋銘柄の味や香り等の成分分析</li> <li>・輸送時の条件が商品に与える影響調査を実施</li> </ul> <p>◎現地ニーズに応じた商品開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・既存酵母を活用した新商品の開発支援</li> <li>・新たな酵母の開発検討</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶酒造メーカーが、県産酒米を導入</li> <li>▶酒造メーカーが、新酵母を使用した新商品の開発</li> </ul> <p>◎品質向上に向けた技術支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・輸送によって生じる香味の劣化対策のための醸造データ解析</li> <li>・醸造技術の向上に向けた技術指導</li> <li>▶酒造メーカーの醸造技術が向上</li> </ul>	<p><b>生産体制の強化</b> (課題⑧⑨)</p> <p>◎県内酒造メーカーの品質及び衛生管理レベル向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県版HACCP第2ステージ以上取得への支援</li> <li>・品質及び衛生管理の向上に向けた施設整備への支援</li> <li>▶酒造メーカーが、品質及び衛生管理レベルを向上</li> </ul> <p>◎県内酒造メーカーの生産体制を強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新 食品加工高度化支援事業費補助金(上限:300万円、下限:30万円、補助率:1/2以内)</li> <li>新 食品加工施設等整備促進事業費補助金(上限:5,000万円、下限:500万円、補助率:1/2以内)</li> <li>▶酒造メーカーが、生産体制を強化</li> <li>▶酒造メーカーが、県産酒米を使用した商品の生産を拡大</li> </ul>	<p><b>県産酒米の生産拡大</b> (課題⑩)</p> <p>◎酒造好適米(「吟の夢」、「土佐麗」)の高品質、安定生産技術の向上及び安定供給体制の確立</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・酒造適性、栽培適性に優れた酒米品種の育成・改良</li> <li>・酒米の品質分析による酒造適性の検証</li> <li>・生産地毎の栽培試験や分析結果に基づく栽培指導、現地検討会、品評会等を通じた酒造好適米の高品質・安定生産技術の普及</li> <li>・酒米の安定供給や生産拡大に向けた酒造メーカーと生産者間の需給調整</li> <li>・生産者と酒造メーカーとのマッチングなど酒米の産地づくり支援</li> <li>▶生産者・酒造メーカーが、酒造好適米の品質向上、安定生産・供給に向けた取り組みを実施</li> </ul>
---	--	--	--

▶目指す姿： 伝統と技術革新に支えられた美味しくて新しい『TOSA SAKE』を、官民一体で世界へ発信し、拡大再生産の好循環につなげる！

# 農水産物・食品輸出拡大プロジェクト

目的

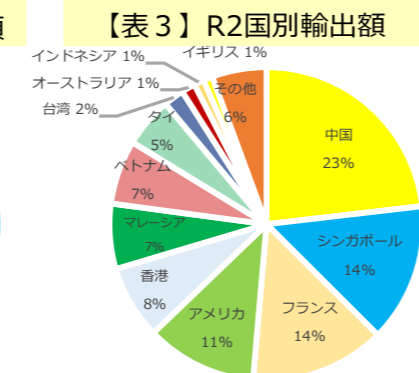
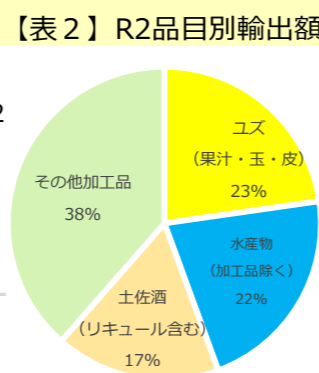
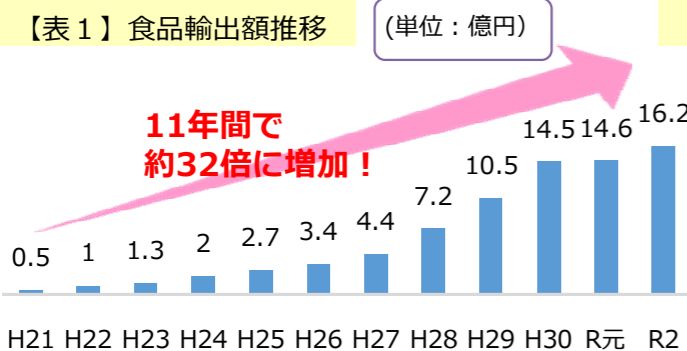
生産現場と流通現場が連携し、輸出先国のニーズを捉えたマーケットイン型の地産の強化、国内外の商社とのネットワークの構築、海外でのプロモーションの展開等を促し、農水産物・食品の輸出拡大につなげる

〈産振計画目標〉

- ・食料品の輸出額：35億円（R5）
- ・ユズの輸出額：3.9億円（R5）
- ・水産物の輸出額：16.3億円（R5）

現状・課題

## 現状



## これまでの取り組み

●輸出商談会への参加等を通じて海外への商流が確保され食品輸出が大きく伸長

- 農産物
  - ・ユズは過去10年間のプロモーション活動により海外市場での販路が拡大
  - ・青果物（野菜・果物）は卸売業者経由で輸出が継続
- 水産物
  - ・養殖魚を中心に、輸出に対応した加工施設の整備や機能強化が進展
- 加工品
  - ・これまでの外商活動によりユズ加工品、菓子類、茶加工品等の輸出が拡大



## 見えてきた課題

### 外商の課題

- ① 海外で求められるニーズや規制を把握することが必要
  - ▶ 国や地域によって求められるニーズや規制が異なる
  - ▶ EC市場の拡大など市場環境が変化している
- ② 海外との取引の商流を担う国内外の商社とのネットワークの構築が必要
- ③ 現地商社が行う販路開拓・拡大への後押しが必要
- ④ 県産品の認知度向上に向けたプロモーションが必要
  - ▶ ナショナルブランドに比べて、県産品の認知度が低い

### 生産体制（地産）の課題

- | 農産物   | 加工品、水産物  |
|---|--|
| ⑤ 輸出先国の輸入規制（残留農薬等）やニーズ（有機栽培等）への対応が必要<br>⑥ 海外市場（特にメーカーや大手小売）で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要<br>ユズ果汁 | ⑦ 海外市場で求められるニーズに対応した商品供給が必要<br>⑧ 海外市場で求められる品質及び衛生管理レベルへの対応が必要（再掲）<br>⑨ 輸出先から求められるロットに対応できる生産体制の拡大が必要 |

生産から流通・販売までの関係者が連携した「農水産物・輸出拡大プロジェクト」を立ち上げ、マーケットイン型の輸出を拡大

体制

県	地産地消・外商課 / PT事務局 / 農産物マーケティング戦略課 / 水産流通課 / 海外支援拠点 / 貿易促進コーディネーター / 外商公社
主体	食品加工事業者 / 農業協同組合 / 水産物輸出促進協議会 / 商社
関係機関	JETRO

県	農産物マーケティング戦略課 / 農業振興センター / 地産地消・外商課
主体	農業協同組合 / 生産者

県	地産地消・外商課 / 水産流通課
主体	食品加工事業者 / 養殖事業者 / 水産物輸出促進協議会

取り組み内容

市場調査 課題①	◎海外市場調査 ・JETROのネットワークを活用した現地ニーズ・規制を調査 ・海外支援拠点（食品海外ビジネスサポーター（欧州・米国・中国）・シンガポール事務所・台湾オフィス）を通じた現地ニーズの収集 ▶ 調査結果を受け、事業者が、マーケットイン型の地産を強化
商流構築 課題②	◎マッチング商談会の開催及び国内外の展示会への出展 ◎貿易促進コーディネーター及びJETROによるマッチング支援 ▶ 商談会等により、事業者が、国内外の新規商社との商流を開拓
海外での外商活動 課題③④	◎海外支援拠点を通じた現地商社の営業活動の支援 ・現地キーパーソン（影響力のあるシェフ、メディア等）との関係構築とキーパーソンを通じた情報発信 ・飲食店や小売店への訪問等によるPR活動 ▶ 現地商社が、営業活動を展開 ◎重点市場（中国、米国、欧州等）での海外プロモーションの展開 ・飲食店での賞味会の開催 ・インフルエンサーを活用した情報発信（動画配信、ライブコマースの開催） ▶ 県産品の認知度向上により、事業者が、飲食店等への販売やECによるBtoCの販売を拡大

輸出に対応する産地づくり 課題⑤	◎輸出に取り組む産地の育成 ・国の輸出事業計画を策定する4品目4産地（ユズ、茶、グロリオサ、いちご）を中心に重点支援 ◎輸出先の法規制・防疫基準に合わせた生産への支援 ・残留農薬検査や栽培暦の作成により、輸出向け農産物の生産を推進 ▶ 生産者が、輸出先の規制に応じた農産物を生産 ◎欧米市場の有機ニーズへの対応支援 ・農産物の有機栽培、有機認証の推進（ユズ、茶を中心に） ▶ 生産者が、農産物を有機栽培、有機認証を取得
生産体制の強化 課題⑥	◎品質及び衛生管理レベル向上支援 ・県版HACCP第2ステージ以上取得への支援 ・衛生管理の国際認証（FSSC22000等）の取得への支援 ▶ 農業協同組合等のユズ搾汁事業者が、品質及び衛生管理レベルを向上 ユズ果汁

輸出に対応する商品づくり 課題⑦	◎現地ニーズに応じた商品開発支援 ・食のプラットフォームにおける商品作りワーキングや外部専門家による商品開発支援 ▶ 食品加工事業者が、輸出向け商品を開発 ◎環境保護ニーズへの対応支援 ・環境に配慮した持続可能な方法で生産された養殖業の国際的な認証（ASC、MEL）の取得を支援 ▶ 養殖事業者、水産加工事業者が、認証を取得 水産物
生産体制の強化 課題⑧⑨	◎品質及び衛生管理レベル向上 ・県版HACCP第2ステージ以上取得への支援 ・FSMA（米国食品安全強化法）対応や衛生管理の国際認証（FSSC22000等）の取得支援 ▶ 食品加工事業者、水産加工事業者が、品質及び衛生管理レベルを向上 ◎県内事業者の生産体制を強化 新・食品加工高度化支援事業費補助金（上限：300万円、下限：30万円、補助率：1/2以内） 新・食品加工施設等整備促進事業費補助金（上限：5,000万円、下限：500万円、補助率：1/2以内） ・水産加工施設の誘致や既存施設の機能強化支援 ・船便で輸出できる冷凍水産品（刺身商材として対応可能）の供給体制を構築 ▶ 食品加工事業者、水産加工事業者が、生産体制を強化 水産物

# ●連携テーマ 土佐材輸出拡大プロジェクト

## 1. 目指す姿

日本国内における主要な木材の需要先である住宅分野については、少子化等の影響により、将来の住宅着工戸数が大きく減少することが懸念されており、新たな販路の開拓として輸出拡大への取組を推進し、林業・木材産業の振興につなげる。

(第4期計画) 【県産材製品の輸出量】 1.7千m<sup>3</sup>(R2) → 3.0千m<sup>3</sup>(R5)

新たな市場開拓として海外市場に向けた県産材製品の輸出を促進

## 2. アメリカ向け輸出の拡大

住宅の外構材（フェンス材等）として、スギ材需要が増加している「アメリカ市場」へのアプローチ



### 【現状・課題】

- 大径材への対応が必要
  - ・県内では人工林の蓄積量が増加し、特にスギは直径が30cmを超える大径材が増加
  - ・大径材の需要は少なく、加工できる工場が限られている
- アメリカ市場の製材品規格に応じた生産・輸出体制の整備が必要
  - ・県内で生産される製材品は主に国内向けのものであり、原木生産も3m、4mが主流

### 【実施主体】

- 関係事業者
  - ・高知米国市場開拓協議会
  - ＊県内外の木材関係事業者（素材生産、製材加工、木材流通）による協議会（高知：8、徳島3：R3.12現在）
- 庁内連携
  - ・木材産業振興課
  - ・港湾振興課

### 【取組内容】

- 大径材への対応
  - ・大径材に対応した製材工場におけるアメリカ向け製材品の試作・生産
  - ・大径材に対応する事業者の掘り起こし
- アメリカ市場の製材品規格への対応
  - ・県内体制の整備等【R3】
    - ＊アメリカ向け製材品の生産加工のための、川上から川中の事業者の役割の調整
  - ・高知米国市場開拓協議会が計画している、アメリカでの展示会出展や市場視察等によりニーズに合致した製材品の生産・輸出体制の整備を促進【R4】
    - ＊アメリカ市場における製材品の適合性の確認及び課題への対応方法の検討・調整
- 航路の多様化の検討
  - ・輸出に取り組む林業関連事業者のニーズを踏まえ、リスクヘッジのため当面は釜山以外のハブ港での積替え航路の活用を想定
  - ＊県全体の輸出の状況（相手国、貨物量）及びアメリカの現地情報の入手についてはジェットロ等と連携



### 輸出ノウハウの活用

◆県内事業者により構成される土佐材流通促進協議会における、木材製品輸出に係る取組等への支援を通じた輸出に関わるプレイヤーの増加

木材製品の輸出拡大

# 外国人材確保・活躍プロジェクトの推進

戦略策定の趣旨 ~高知県外国人材確保・活躍戦略より~

外国人材の確保を推進し、受け入れた人材の生活を支え、定着及び活躍の促進を図る環境整備に取り組むことにより、各産業分野の外国人材確保を図る。

【戦略の柱①】 海外から優秀な人材を確保

【戦略の柱②】 県内における就労・相談体制の充実

【戦略の柱③】 地域の一員としての受入れ態勢の充実

## これまでの主な取組

- 【戦略の柱①】
  - ・現地訪問などを通じた人材送り出し国との関係強化
  - ・高知をPRする動画の作成 など
- 【戦略の柱②】
  - ・外国人雇用の理解を促進するための説明会の開催 など
- 【戦略の柱③】
  - ・外国人生活相談センターの運営
  - ・外国人労働者が入居できる住宅の確保 など

## 課題

- 【戦略の柱①】
  - ・新型コロナの影響により現地訪問ができていない
  - ・高知県の認知度は低く、賃金も安価なことから就労先として選ばれにくい
- 【戦略の柱②】
  - ・外国人材の活用に関心のある事業者は多いが、雇用に踏み出せていない事業者が多数存在
- 【戦略の柱③】
  - ・外国人が安心して生活できる生活環境の一層の整備

## 今後の方向性

- 高知で働く外国人材の満足度を高め、賃金以外の面での魅力を向上させることで、外国人材から「選ばれる高知県」を目指す。
- そのために、3つの「戦略の柱」のもとに掲げた重点ポイントを中心に、各部局が連携した取組を着実に進めていく。

## 重点ポイント

① 人材確保

- 意欲ある人材を安定的に受け入れるための送り出し国側との良好な関係構築
- 高知県の魅力をパッケージ化したPR

<部局連携ポイント>

- 継続的な友好関係の構築と各部局のネットワークを活かした新たな送り出し国の掘り起こし
- どの産業分野でも、高知に来る外国人材がスキルアップできる仕組みづくり

相談体制  
② 就労

- 外国人雇用制度に対する県内事業者の理解促進
- 外国人材と県内事業者の出会いの場

<部局連携ポイント>

- 各産業分野における事業者の人材ニーズの把握と外国人材活用の普及

③ 受入態勢

- 困りごとに対応する相談窓口
- 高知で暮らす外国人への日本語教育
- 外国人が入居できる住宅の確保
- 生活しやすい生活環境の整備

<部局連携ポイント>

- 外国人材にとって「住みやすい高知県」の追求

## R4年の取り組み

### ○ 人材送り出し国との連携強化に向けた情報交換の推進

- 拡** ターゲット国（ベトナム、インド、フィリピン）の総領事館等との情報交換やミッション団の派遣 **新** により、相手国のキーパーソンとの関係を構築
  - ・できるだけ早期に新型コロナウイルスの影響で交流できていなかったベトナム総領事館を訪問し、人的なネットワークを構築するとともに、9月にベトナムラムドン省を訪問し、年度内の人材交流に関するMOU（覚書）の締結を目指す
  - ・初のインド人技能実習生受入れ実現に向け、総領事館に送り出し機関や送り出し人材の選定を依頼し、県内監理団体と結びつけ、技能実習生の受け入れを進めていく
  - ・ベトナム人国際交流員の配置による友好交流

### ○ 高知で働くこと・生活することの魅力発信

- ・「温暖な気候」や「雄大な自然」、「人の優しさ」など、高知の働きやすさ、住みやすさをアピールする動画の配信（製造業・介護・農業）、リーフレットによるPR

### **新** 高知ならではの魅力（スキルアップ支援）の仕組みづくりとPR

- ・他県との差別化を図るため、「高知県には様々な「安心して学べる場」があり、実習生の生涯賃金をアップさせるためのスキルを身につける環境が整備されている」ことを送り出し国にアピール
- ・本県から帰国した外国人材を活用して現地拠点の確立に取り組む企業への助成

### **新** 外国人材のスキルアップに取り組む事業者への助成

- 拡** 県立高等技術学校において、外国人向け在職者訓練を実施
  - (R3:1コース → R4:5コース)
- ・外国人介護人材の受入施設等が実施する学習支援に対する助成
- 拡** 母国語での農作業マニュアルの作成支援
  - (R3:花卉 → R4:事業者のニーズを踏まえ他品目にも展開)
- 新** 県立林業大学校での外国人材のスキルアップ支援を検討

### ○ 事業者向け説明会・個別相談等の実施

- 拡** 「外国人材確保・活躍ガイドブック（R3作成）」を活用した事業者向けの「制度説明会」や「個別相談」等を実施(R3:高知市→R4:高知市、四万十市)し、外国人雇用制度の概要や県内取組事例を、より多くの事業者へPR
- ・各産業分野に特化した説明会等の開催

### ○ 県内企業への就職を目指したマッチングの場づくり

- 拡** 県内企業と外国人材（留学生やJETプログラム参加者）とのマッチングの場づくりの本格実施（留学生のインターンシップ参加者を加えた交流会や企業訪問ツアーの開催）

### ○ 外国人生活相談センター（ココフォーレ）の相談体制の強化

- 拡** 総合窓口であるココフォーレで、外国人材や事業者からの相談にきめ細かく対応するために、関係機関と引き続き連携するとともに、法律相談会を拡充（R3:年7日→R4:年12日）

### ○ 外国人が入居可能な住宅の確保策のPR

- ・県営住宅の空き室への入居促進、高知県居住支援協議会を通じたセーフティネット住宅の登録の促進、市町村への支援を通じた地域での空き家・空き室の再生活用の促進

### ○ 日本語教育の一層の推進

- 新** 県全体の地域日本語教育を総括する「日本語教育総括コーディネーター」の配置
- 新** 日本語教育のニーズに関する実態調査の実施
- 新** 在住外国人が多く、日本語教室が行われていない市部（空白地域）における日本語教室スタートアップ支援や日本語ボランティアの養成

### ○ 安心・快適に生活できる生活環境の整備

- 新** 高知県防災アプリの多言語化対応

# インバウンド推進プロジェクトの推進体制

## 【プロジェクトの目的】

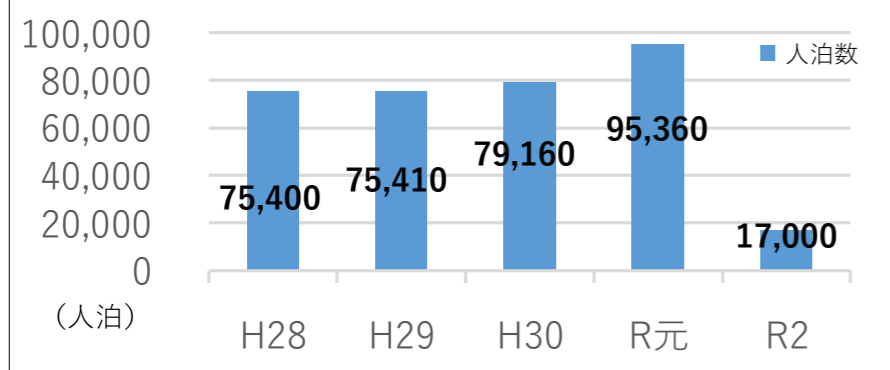
- ・国内人口が減少し、日本人をターゲットとした誘客には限界がある中、インバウンド対策のより一層の推進が必要
- ・関係者が連携して、課題（認知度向上・受入環境整備など）解決を図ることで、来高するインバウンドの増加に繋げる

## 〈産振計画目標〉

- ・外国人延べ宿泊者数 8万人泊 (R5)
- ・国際航空便：今後の整理事項とする (検討中)
- ・外国客船：調整中 ※「高知新港振興プラン」改訂にあわせて検討中

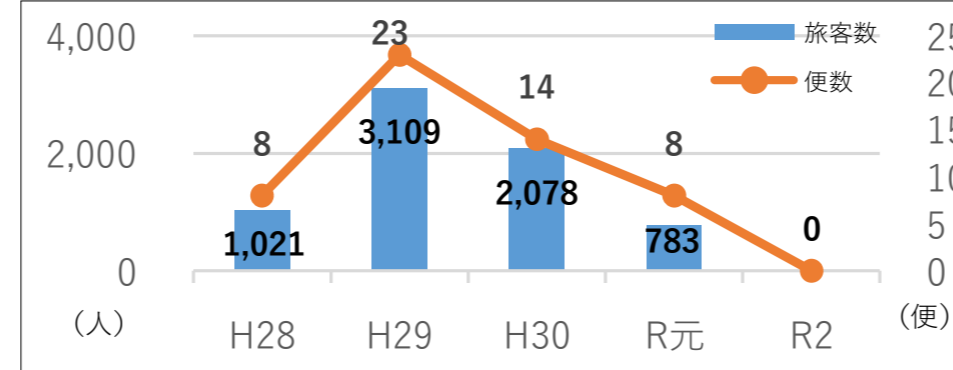
## 県内の現状

### ▶外国人延べ宿泊者数



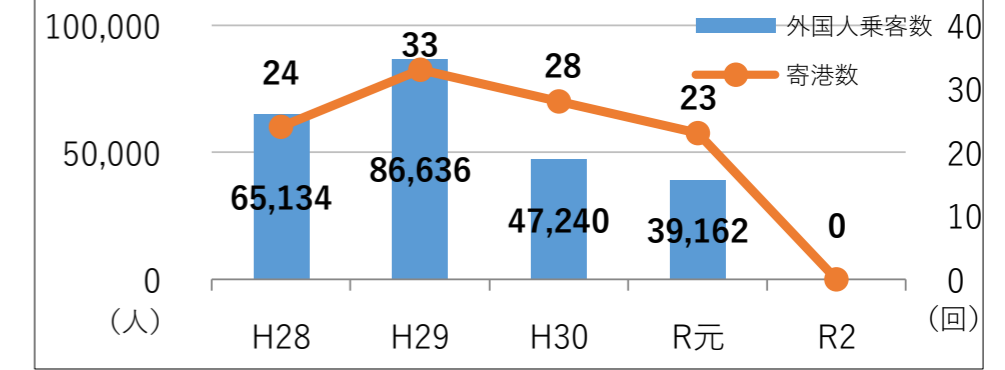
- ・H28～H30まで、3年連続で7万人泊台
- ・R元に95,360人泊で過去最高となったが、全国最下位 (出典：観光庁宿泊旅行統計調査(従業員数10人未満の施設を含む))

### ▶国際航空便の就航状況



- ・H29年度は23便の運航があったが、国内線の増便により、駐機スポットの混雑、臨時的なCIQのスペース確保、ハンドリング体制の確保などが支障となり、便数が減少

### ▶外国客船の寄港状況



- ・H26に大型客船が着岸可能な岸壁が完成し、H29に過去最高の寄港数(邦船との合計数で全国16位)
- ・H30以降は中国発クルーズの減少に伴い、寄港数・乗客数ともに減少

## 課題

### (1) 観光地・高知の認知度向上や受入環境の整備が必要

- ①本県の魅力が重点市場等の方々に訴求しきれておらず、観光地としての認知度が低い
- ②インバウンド対応可能な事業者・施設の充実が必要
- ③現地旅行会社や航空会社へ高知の魅力を継続的に伝えることが必要
- ④国籍、宗教、障害の有無等に関係なく、全ての旅行者に快適な観光を提供することが必要

### (2) インバウンドの増加を図るために、外国客船の寄港増が必要

- ①新規に日本就航を予定している欧州・中国の船社等へ、高知の魅力をPRすることが必要
- ②客船の大型化に対応するため、高知市中心市街地における昼食場所の分散化など、混雑緩和に向けた対策が必要
- ③多様な客船の誘致に向けて、ラグジュアリー層に対応した体験型観光メニューなど、観光コンテンツの磨き上げが必要
- ④寄港の再開に向けた安心・安全対策(新型コロナウイルス感染防止対策)及び受入側の理解の推進

※外国客船はコロナ禍での運航再開に必要なガイドラインが策定されておらず国内の運航を停止中(令和3年12月現在)

## 対応方針

### (1) 海外に向けたセールス&プロモーションの推進や受入環境の整備

- ①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を推進
- ②インバウンド対応可能な観光コンテンツの発掘及び磨き上げ
- ③現地旅行会社及び航空会社へのチャーター便による旅行商品造成の働きかけや高知龍馬空港における受入の調整・検討
- ④ユニバーサルツーリズム(食文化、障害者、高齢者など)への対応促進

### (2) 船会社への誘致活動と受入体制・観光コンテンツの充実

- ①船会社への誘致活動(海外見本市への出展、トップセールス等)
- ②市街地の混雑緩和対策
- ③観光コンテンツの充実
- ④受入側が行う感染防止対策

## 担当部局

観光振興部  
産業振興推進部  
子ども・福祉政策部  
中山間振興・交通部

観光振興部  
土木部

## 推進チーム(案)

### 観光振興部

- 国際観光課
- 地域観光課
- おもてなし課
- 観光コンベンション協会

### 産業振興推進部

- 地産地消・外商課

### 子ども・福祉政策部

- 障害福祉課

### 中山間振興・交通部

- 交通運輸政策課

### 土木部

- 港湾振興課
- 港湾・海岸課
- 高知県高知港外国客船受入協議会

令和7年開催の大阪・関西万博をはじめとした大規模プロジェクトに向けて高まりを見せる関西圏の経済活力を、本県経済の活性化につなげるため、「**関西・高知経済連携強化戦略**」の3つのプロジェクトに基づく取り組みをさらに強化



## 1 観光推進プロジェクト

### ◆ **コロナ禍による旅行者ニーズや旅のスタイルの変化を見据えたさらなる観光の推進**

- 「食」を前面に押し出した「リョーマの休日」キャンペーンの展開
- **自然・体験型観光を基盤とした新たなツーリズムの推進**
  - ・ サステナブルツーリズムやグリーンツーリズム等の推進及び教育旅行への活用促進



- 関西国際空港など主要空港からの**国際定期便回復に対応した誘客の促進**



- ・ **大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を活かし、大阪観光局などと連携したセールスとプロモーションを実施**

## 2 食品等外商拡大プロジェクト

### ◆ **ターゲットの明確化やリアルな商談機会の拡充などによるさらなる外商活動の強化** →

- 「**関西圏外商強化対策協議会**」の設置等による関西圏におけるさらなる外商強化策の検討

#### 農業分野

- 卸売会社を通じた**仲卸業者や量販店等への営業強化**による販売拡大
- 飲食店への販売拡大に向けた営業活動の強化

#### 水産業分野

- 卸売市場関係者との連携による量販店に加え**飲食店チェーンも重点ターゲット**とした販促活動の強化
- 「高知家の魚応援の店」へのきめ細かな営業活動等の強化

#### 食品分野

- **大規模展示会**（FOOD STYLE Kansai）への**新規出展**
- **厳選したターゲット**（こだわり商品を取り扱うセレクトショップや高質系スーパー）への重点的な営業活動の展開

#### 林業分野

- **新たな県産材の情報発信・商談拠点の開設**による製品販売の促進
- **外国産材の不足を受けた国産材需要の高まり**に対応した県産材利用の促進 ○ **非住宅建築物への木材利用の促進**

#### 商工業分野

- 外商拡大に向けて**大規模見本市への出展や商談会の開催数を拡大**するとともに製品や技術を紹介する**WEBセミナー**を新たに開催することなどによる外商活動の強化



## 3 万博・I R連携プロジェクト

### ◆ **大阪・関西万博に向けた取り組みの強化**

- 開催準備の本格化に併せた県産品等の外商活動の強化
- **万博会場を活用した効果的な情報発信**の推進



## 4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

### ◆ **関西圏での認知度向上に向けた情報発信の強化**

- **メディアネットワーク**を活用した**高知家プロモーション**の展開
- **就業フェア**の開催等による就業希望者の掘り起こしの強化
- 交流拡大シンポジウムの開催による県民参加の機運の醸成



# 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(R2)76.8万人⇒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(R2)0.6万人泊⇒目標値(R5)3万人泊



■『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



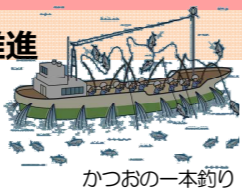
テーマ	Roman	Yasuragi	Oishi	Manabi	Active
歴史・自然から土佐の誇りを感じる	歴史・自然から土佐の誇りを感じる	自然の優しさが癒しの時間をくれる	絶対の自信！土佐の幸を食べつくす	世界が認めた自然遺産・文化に学ぶ	土佐の自然と全身でたわむれる
コンテンツ例	○歴史文化施設の企画展（高知城歴史博物館や坂本龍馬記念館） ○ジオパークをめぐるガイドツアー（室戸ジオ、土佐清水ジオ）	○清流での渓谷が「ト」ツアーやラフティング（中津渓谷、安居渓谷等） ○大自然のもとでのワーケーション（室戸市、土佐清水市） ○穏やかな海辺でのキャンプ	○「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」ランキング15年間で7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ょうが）	○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、ダート、ジップライン等） ○清流での渓谷が「ト」ツアーやラフティング（中津渓谷、安居渓谷等）

## 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ツーリズムの推進

#### (1) サステナブルツーリズムの推進

**新** 県観光の新たな基軸としてサステナブルツーリズムを推進し、「高知＝サステナブル」というポジションを確立  
 ※サステナブルツーリズム：地域の文化や環境を守りつつ、ありのままの日常を体験し味わうことで、訪問客と地域社会がともに恩恵を受ける観光



かつおの一本釣り

#### (2) Greenツーリズムの推進

**拡** 「日本みどりのプロジェクト」と連携し、本県の自然環境を生かしたSDGsにも寄与するプログラムを磨き上げ、教育旅行などに活用



せびーロード

#### (3) スポーツツーリズムの推進

**拡** プロ・アマスポーツ合宿の誘致を強化するとともに、サイクリング、サーフィン等、自然環境を生かしたスポーツツーリズムの情報を集約しPR



マリンスポーツ

#### (4) アドベンチャーツーリズム、ワーケーションの推進

「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を推進するとともに、ワーケーションに取り組み施設を支援

### 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
- 拡** 宿泊施設の魅力向上や高付加価値化の観光商品づくりへの支援

### 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
- 観光ルートの創出を通じた観光人材の交流



関西圏からの入込全体の第2位(約30%)

まいい、あき

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

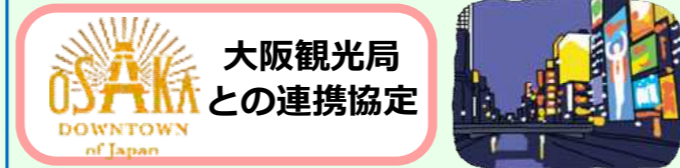
#### 1 関西の拠点での観光情報の発信

- (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）

### 全国からの誘客

#### 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  
**拡** リピーターにもつながる「食」を前面に出した情報発信
- (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  
 ・観光説明会の開催、**拡** 「日本みどりのプロジェクト」と連携した教育旅行の誘致、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GH D、包括協定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



大阪観光局との連携協定

- (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

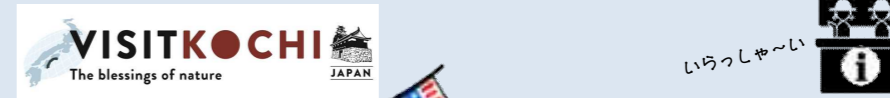
#### 3 スポーツを通じた交流人口の拡大

- 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）



いらっしやーい

### 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客プロモーションの実施
- 拡** 市場別誘客戦略に基づく重点市場等の趣味・嗜好に合わせた本県観光の魅力を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) 大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を活かし、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）
- 拡** 関西と高知を結ぶ周遊モデルルートを活用した旅行商品化の促進
- (6) 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関西圏におけるさらなる外商拡大の取り組みを進める。

## 数値目標

<b>農業分野</b> ○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(R2)：104億円 ▶目標値(R5)：120億円	<b>水産業分野</b> ○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(R2)：2.0億円 ▶目標値(R5)：5.5億円	<b>食品分野</b> ○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(R2)：11.9億円 ▶目標値(R5)：20.3億円	<b>林業分野</b> ○関西圏への土佐材出荷量(年間) 直近値(R元)：2.3万㎡ ▶目標値(R5)：3.1万㎡	<b>商工業分野</b> ○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(R2)：12.1億円 ▶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  
**拡** 卸売会社を通じた仲卸業者や量販店等への営業強化 **拡** 県産青果物のPR促進 等
- (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  
**拡** 量販店に加え飲食店チェーンも重点ターゲットとした販促活動の強化（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卸売業者とのつながりを活用**した外商拡大  
 ・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
- (6) **リアルな商談機会**の拡充  
**新** 大規模展示会への新規出展 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  
**拡** 関西圏への共同輸送に関する体制の強化
- (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 **拡** パートナー企業への営業活動の強化
- 新** (3) **新たな県産材の情報発信・商談拠点**の開設 等
- (4) **関西圏の商社や包括協定企業と連携**した外商活動の強化  
**新** 建設・建築系工法・技術、防災関連製品の認知度向上のためのWEBセミナーの開催  
**拡** 大規模見本市への出展及び商談会の開催数の拡大 等

商工業分野

### 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  
**拡** 登録店舗を活用したキャンペーンや県産品PR等のイベントの実施  
 ・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  
 ・店舗へのきめ細やかな訪問営業 **拡** オンラインを活用した試食商談会の実施  
 ・シェフグループへの支援 ・高知フェアの開催 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

- **デジタル技術を活用した**営業活動の促進 等

#### 食品関係

- (1) **厳選したターゲット**への重点的な営業活動の展開  
 ・地域密着型量販店等への営業活動の強化  
**拡** こだわりの商品を扱うセレクトショップや高質系スーパーへの営業活動の実施
- (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

## 関西圏におけるさらなる外商強化策の検討

**新** 「**関西圏外商強化対策協議会**」の設置等による関西圏におけるさらなる外商強化策の検討



# 3 万博・IR連携プロジェクト

戦略の方向性

大阪・関西万博やIR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。

## 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IR

■ 経済波及効果  
・ 開業初年度まで  
約2.7兆円  
・ 開業以降(毎年)  
約1.1兆円

■ 年間来場者数  
2,000万人

出展：大阪IR整備計画(案) 骨子  
(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

### 1 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)

### 新 2 万博会場を活用した効果的な情報発信の推進

- ・ 催事等への参加による観光や文化情報発信の検討

## 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・IRの実施主体や参加企業等への情報収集及び提案の実施

- ・ 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・IRの実施主体や参加企業等への営業活動の実施

- ④ 木材製品の需要に対する県内供給体制の構築
- ④ 建設・建築系や技術の外商の受注拡大に向けた展示商談会・工場視察商談会の開催数の拡大
- ④ 建設・建築系工法・技術、防災関連製品の認知度向上のためのWEBセミナーの開催(再掲)

開催準備の本格化にあわせて機を逸することなく県産品等の外商活動を展開

## 大阪・関西万博

R5 (2023) S

パビリオン等建設工事・展示物設置

※戦略3関連

R5 (2023)

催事参加募集(劇場、広場、展示体験等)

※戦略1関連

R6 (2024)

営業参加募集(飲食施設、物販施設等)

※戦略2関連

R7 (2025)

開幕

## 大阪IR

R4 (2022)

夏頃 区域整備計画の認定

R11 (2029)

開業