



<目次>

- (1) 観光推進プロジェクト・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- (2) 食品等外商拡大プロジェクト
 - ・ 農業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - ・ 林業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
 - ・ 水産業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
 - ・ 商工業分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - ・ 食品分野・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
- (3) 万博・I R連携プロジェクト・・・・・・・・ 7
- (4) 各プロジェクトを横断的に支える取り組み・・ 7

<補足事項> 評価基準について

評価	評価基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満



1 観光推進プロジェクト

1 R3年度進捗状況・R4年度取組方針

分野全体の目標

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏からの観光客入込数 (年間) <県外観光客入込数>	115万人 (R元) <438万人>	76.8万人 <266万人>	114万人 <435万人>	75.6万人 <267万人>	D	118万人 <450万人>
関西空港経由の外国人延べ 宿泊者数(年間) <外国人延べ宿泊者数>	3.2万人 (R元) <9.5万人>	0.6万人 <1.7万人>	0.8万人 <2.5万人>	0.3万人 <0.8万人>	D	0.5万人 <1.6万人>

R3実績及び課題等を踏まえたR4取組方針
<p>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観光戦略の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 自然・体験型観光を基盤とした新たなツーリズムの推進 ○ 高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」や連続テレビ小説を生かした博覧会を通じたセールス&プロモーション ○ スポーツを通じた交流人口の拡大 ○ 関西空港への国際定期便回復を見据えた誘客の促進

2 R4年度進捗状況

R4計画 (P)

1 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、Greenツーリズム、地域と連携したスポーツツーリズム、ワーケーション、アドベンチャーツーリズムの推進

2 高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」や連続テレビ小説を生かした博覧会を通じたセールス&プロモーション

- ・県内各地域の「食」や「人」に注目した「リョーマの休日」キャンペーンの展開
- ・来春から放送が予定されている連続テレビ小説を生かし、「牧野富太郎博士のふるさと高知」の認知度向上に向けたPR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
- ・関西に拠点を置くトップチーム合宿の誘致強化

4 関西空港への国際定期便回復を見据えた誘客の促進

- ・大阪の都市型観光と高知の自然・体験型観光を生かし、大阪観光局や関西エアポートと連携したセールスとプロモーションを実施

R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在

1 自然・体験型観光を基盤とした新たなツーリズムの推進

- ・関西圏の大学生を対象とした「高知県みどりの学習旅行」現地視察(4/22～24)を実施するなど、研修プログラム化を推進
- ・日本みどりのプロジェクト推進協議会シンポジウムの高知県開催が決定(11/10～11シンポジウムを高知市、視察・体験ツアーを梶原町で実施予定)

2 高知県観光キャンペーン「リョーマの休日」や連続テレビ小説を生かした博覧会を通じたセールス&プロモーション

- ・藤川球児氏出演特別番組による関西エリアでの情報発信(8/6放送予定)
- ・旅行会社へのセールス強化(教育旅行の継続及び新規誘致の強化、トップセールスによる)R四国商品説明会(5/23))
- ・連続テレビ小説「らんまん」を生かした観光振興に関する神戸市との連携強化(神戸市長訪問(8/5))

3 スポーツを通じた交流人口の拡大

- ・旅行会社へのセールス及びスポーツ関連の展示会出展によるPR
- ・高知県との協定(大阪体育大学(R4.3)、パナソニック(R3.12))に基づく合宿誘致

4 関西空港への国際定期便回復を見据えた誘客の促進

- ・大阪観光局や関西エアポートと連携した旅マエでの情報発信の強化
- ・本県ならではの強いコンテンツの創出
- ・国際空港定期便回復を見据えた海外旅行会社等へのセールスの再開(随時)

2 食品等外商拡大プロジェクト【農業分野】

1 R3年度進捗状況・R4年度取組方針

(1) 分野全体の目標

目標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏の卸売市場を通じた県産青果物の販売額 (年間) <卸売市場を通じた県産青果物の販売額>	108億円 (H30.9～ R1.8) <555億円>	104億円 (R1.9～ R2.8) <559億円>	110億円 <->	94.8億円 <534億円>	B	105億円 <->

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏で販売拡大の拠点となる量販店の店舗数 (累計)	9店舗 (R2)	9店舗 (R2)	12店舗	12店舗	A	13店舗

※関西圏の卸売市場を通じた販売額は、毎月のJAの販売実績を把握し、四半期ごとに検証を実施する。

R3実績を踏まえたR4取組方針
<p>○卸（関西土佐会）を通じた仲卸や量販店との関係強化による、効果的なフェアの開催等の県産青果物の需要確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 関西土佐会等との関係再構築 <ul style="list-style-type: none"> ・関西土佐会（11社）との連携 ・取組全体に対するトップセールス ・品目別戦略 ・仲卸やバイヤーとの関係構築 →関西全域でのフェア開催 ・JA品目宣伝及び産地との連携 ・強みのPR →機能性、エコシステム栽培など →SNS等を活用したPRなど <p>○関西エリアの飲食店等への営業活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・とさのさとを活用した外商強化 ・Webサイトを活用した外商強化

2 R4年度進捗状況

R4計画 (P)	R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在
<p>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> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ感染症の影響で関係が薄くなった仲卸やバイヤーとの関係の早期再構築（関西土佐会への委託契約：2社→11社） ・品目の競合他産地の分析（6品目） ・関西土佐会と連携した関西全域での高知フェアの開催（目標：144回・864店） ・仲卸やバイヤーとの関係構築のための産地招へい（目標：16回） <p>2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県外提携ファーマーズマーケットへの提案、販売拡大（関西：3店→5店） ・とさのさとマルシェの開催（目標：6回） ・飲食店への販売 ・商談会の開催 	<p>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> <ul style="list-style-type: none"> ・関西土佐会との委託契約 ・他産地分析や強みの把握及び販売戦略の策定（6品目：にら、なす、みょうが、ししとう、きゅうり、ピーマン） ・高知フェアの開催（23回・263店） ・関西土佐会と仲卸やバイヤーの産地招へいによる関係構築（2回：4月・6月） ・オンラインセミナーの開催（6月：ミョウガ・30名参加） <p>2 直接販売による県産農畜産物の販売拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県外ファーマーズマーケットへの提案及び販売継続 ・新しい県外ファーマーズマーケットとの提携（5月～1店：和歌山県） ・飲食店への直接販売の継続（1店舗週1回：大阪） ・関西飲食店との商談会（6月29日：買い手側：2社、売り手側：県内7者） ・ラジオFMいたみスポンサー広告（県産青果物及び「とさのさと」PR：8月～）

2 食品等外商拡大プロジェクト【林業分野】

1 R3年度進捗状況・R4年度取組方針

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏（三重県を含む）への土佐材出荷量(年間) <土佐材(製材品)の県外出荷量(年間)>	2.4万m ³ (H30)	1.9万m ³ (R2)	2.5万m ³	2.4万m ³ * 推計値 <10.4万m ³ > * 推計値	B	2.9万m ³ <12.4万m ³ >

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏における流通拠点及び土佐材パートナー企業への販路の拡大	2.2千m ³ (R元)	1.3千m ³ (R2)	2.3千m ³	2.5千m ³	A	2.5千m ³ * R3目標達成により見直し



R3実績及び課題等を踏まえたR4取組方針
<ul style="list-style-type: none"> ○外国産材の不足を受けた国産材需要の高まりに対応するため、関西圏の流通拠点企業、土佐材パートナー企業との連携を強化 ○住宅向けに加え、新たな市場となる中高層建築物を含む非住宅建築物への木材利用を促進

2 R4年度進捗状況

R4計画 (P)	R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在
<p>1 関西圏の流通拠点企業と連携した外商活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・土佐材利用から遠ざかっている土佐材パートナー企業及び登録企業の少ない地域への営業の強化 	<p>1 関西圏の流通拠点企業と連携した外商活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内において土佐材産地まつりを開催 (5/23) → 関西圏から3社参加 ・流通拠点での土佐材取扱材積 (補助事業) → 1,428m³ (対前年同期比 101%) ・共同輸送 (近畿便) への支援 → 253m³ (対前年同期比 70%) <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・TOSAZAIセンター関西駐在員による営業展開 → 訪問・面談回数 53回 (累計) ・パートナー企業等が企画する産地見学会等の支援数 → 5件、2企業・団体 ・パートナー企業による住宅等建築に係る土佐材PR支援棟数 → 申込み 27棟 (対前年同期比 113%) ・パートナー企業 近畿エリア登録数 → 57社 (全数: 145社)

2 食品等外商拡大プロジェクト【水産業分野】

1 R3年度進捗状況・R4年度取組方針

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏の量販店等での高知フェアの開催回数（年間）	3回 (R元)	4回 (R2)	6回	31回	S	10回
関西圏の高知家の魚応援の店への販売額(年間) <「応援の店」への県内事業者の出荷額（年間）>	1.0億円 (R2) <2.3億円>	1.0億円 (R2) <2.3億円>	1.7億円 <4.4億円>	0.7億円 <1.7億円>	D	1.8億円 <4.7億円>
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) <水産物の輸出>	1.3億円 (R元) <4.1億円>	1.2億円 (R2) <3.9億円>	4.1億円 <14.5億円>	0.8億円 <3.1億円※>	D	0.8億円 <3.6億円>

※主要事業者からの聞き取りによる推計



R3実績及び課題等を踏まえたR4取組方針
○関西圏での販売ターゲットの拡大による卸売市場関係者と連携した販売促進活動の強化
○「応援の店」等へのきめ細かな営業活動等の強化

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
高知フェア等での県産水産物の販売額	—	—	5.9億円	6.9億円	S	6.4億円
「応援の店」訪問等店舗数 (累計)	40店舗 (R2)	40店舗 (R2)	200店舗	368店舗	S	400店舗
「高知県水産物輸出促進協議会」の活動回数	5回 (R元)	1回 (R2)	7回	3回	D	8回

2 R4年度進捗状況

R4計画 (P)	R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在
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 ・ 関西圏の量販店、飲食店チェーンへの販売促進活動の実施(大阪市中央卸売市場関係者2社) 2 「高知家の魚応援の店」との関係強化による販売拡大 ・ 「応援の店」へのきめ細やかな営業活動及びフォロー営業 ・ リアルとオンラインを併用したマッチングや商談機会の創出 ・ シェフグループ活動への県内参画事業者の積極的な参加 など 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 ・ 中国向け輸出で航空便に頼らない輸出ルートの検討	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取組の方向性について協議（4月） ・ 大阪市中央卸売市場関係者と連携した県産水産物の販売開始（5月～） ・ 農産物を含めた高知フェア開催に向けた量販店等との協議（6月～） ・ 高知フェア等での県産水産物の販売額：0.8億円（目標進捗率：12.8%） 2 「高知家の魚応援の店」との関係強化による販売拡大 ・ 県内参画事業者への訪問等による産地情報の収集 ・ 産地招へい（8/2～8/3）の実施に向けた「応援の店」等との調整 ・ シェフグループ5グループ（うち関西3グループ）の形成に向けた関係者との協議 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 ・ 中国向け輸出で航空便に頼らない輸出の開始（5月～）

2 食品等外商拡大プロジェクト【商工業分野】

1 R3年度進捗状況・R4年度取組方針

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏での成約金額 (年間) <全国での成約金額>	13.9億円 (R元) <77.2億円>	12.1億円 (R2) <82.1億円>	18.2億円 <91億円>	13.3億円 <91.7億円>	C	20.6億円 <103億円>

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
営業訪問件数	1,034件 (R2)	1,034件 (R2)	2,000件 (Web営業含 む)	1,743件	B	2,000件
成約件数	289件 (R2)	289件 (R2)	340件	307件	B	340件
関西圏での見本市への出展 回数 (ミニ展示商談会含む)	7回 (R2)	7回 (R2)	12回	12回	A	12回
工場視察商談会の開催件 数	3回 (R2)	3回 (R2)	5回	1回	D	5回



R3実績及び課題等を踏まえたR4取組方針
○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 (R3:14回→R4:28回)

2 R4年度進捗状況

R4計画 (P)	R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在
1 関西圏の商社や包括協定企業と連携した外商活動・営業活動の強化 <ul style="list-style-type: none"> 見本市への出展 (R3:8回37社→R4:11回50社) ミニ展示商談会の開催 (R3:4回34社→R4:6回42社) 県内製品の認知度向上のためのWEBセミナーの開催及びYouTubeでのアーカイブ配信 (R3:1回→R4:4回) 知事トップセールスの実施 工場視察商談会の開催 (R3:1回1社→R4:7回35社) 関西圏の就職支援協定締結大学へのアプローチ (15校) 	1 関西圏の商社や包括協定企業と連携した外商活動・営業活動の強化 <ul style="list-style-type: none"> 見本市への出展: 2回10社出展、商談208件 (7月末時点) ミニ展示商談会の開催: 3回19社出展、商談143件 (7月末時点) 県内製品の認知度向上のためのWEBセミナーの開催及びYouTubeでのアーカイブ配信: 1回3社プレゼン、14社参加 (関西圏の各自治体危機管理・防災担当部署への案内送付、関西圏メディアへの情報提供) 知事トップセールスの実施: <ul style="list-style-type: none"> ①大阪府庁への知事トップセールスによる防災関連製品のPR (5/23) ②大阪府庁への工業振興課長訪問による防災関連ミニ展示商談会等のPR、府内市町村へのPRに向けた協議 (6/1)

2 食品等外商拡大プロジェクト【食品分野】

1 R3年度進捗状況・R4年度取組方針

(1) 分野全体の目標

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
地産外商公社の活動による 関西圏での成約金額 (年間) <地産外商公社の活動による 成約金額>	12.3億円 (R元)	11.9億円	15.7億円	13.0億円	C	18.1億円
	<46億円>	<47億円>	<53.5億円>	<51.9億円>		<57億円>

(2) 進捗状況が確認できる指標等

目 標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
地産外商公社、大阪事務所の活動による営業訪問企業数(年間)	424件 (R2)	424件	1,100件	1,028件	B	2,250件
上記のうち、新規営業訪問企業数(年間)	69社 (R2)	69社	180社	195社	A	355社



R3実績及び課題等を踏まえたR4取組方針
<ul style="list-style-type: none"> ○リアルな商談機会の拡大 ○厳選したターゲットへの重点的な営業活動の展開

2 R4年度進捗状況

R4計画 (P)	R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在
<p>1 リアルな商談機会の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大規模展示商談会への新規出展 ・業界別(小売店、量販店、卸)の商談機会の創出 <p>2 厳選したターゲットへの重点的な営業活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西圏に拠点を置く地域密着型量販店等への営業活動の強化 ・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 	<p>1 リアルな商談機会の拡大</p> <p><大規模展示会への出展(予定)></p> <ul style="list-style-type: none"> ・フードストアソリューションズフェア(9/7-8) ・フードスタイル関西(1/25-26) <p>2 厳選したターゲットへの重点的な営業活動の強化</p> <p><地域密着型量販店等への営業活動></p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業件数 46件【実社数31社(うち新規1件)】 ・高知または四国フェアの開催 7件 <p><セレクトショップ・高質系スーパーへの販路開拓(上記営業件数の内数)></p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業件数 18件【実社数13社(うち新規1社)】

3 万博・I R連携プロジェクト

○ R4年度取組方針

R4計画 (P)	R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在
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 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 ・ 万博、I Rの実施主体や参加企業等への提案 ・ 木材製品の需要に対する県内供給体制の構築 3 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・ ミニ展示商談会の開催【再掲】 ・ 知事トップセールスの実施【再掲】 ・ 県内製品の認知度向上のためのWEBセミナーの開催及びYouTubeでのアーカイブ配信【再掲】 ・ 工場視察商談会の開催【再掲】 ・ 技術の外商の体制強化	1 県産食材の活用に向けた営業活動の実施 ・ 「食」がテーマのパビリオンに確認した結果、個別の地場製品のPRは困難な見込み (5/25) ・ 日本国際博覧会協会機運醸成局との万博への催事・営業参加や万博を活用した観光誘客等についての意見交換 (7/7) 2 関連施設での県産木材利用促進に向けた提案の実施 ・ 大阪府・大阪市万博推進局 (4/8,4/18,6/15)、大阪府庁 (6/15) への訪問 ・ 大阪府建築士会 情報交換会 (5/23,6/27) への参加 3 関連施設の整備における県内企業の技術の活用 ・ 知事トップセールスの実施： ①大阪府庁への知事トップセールスによる防災関連製品のPR (5/23) 【再掲】 ②大阪府庁への工業振興課長訪問による防災関連ミニ展示商談会等のPR、府内市町村へのPRに向けた協議 (6/1) 【再掲】 ・ 技術の外商の体制強化：R3 大阪1名⇒R4 大阪2名、高知1名

4 各プロジェクトを横断的に支える取り組み

1 R3年度進捗状況・R4年度取組方針

(1) 分野全体の目標

目標	目標設定時	R2実績値	R3到達目標	R3実績値	達成度	R4到達目標
関西圏での高知家の認知度 (年間) <首都圏及び関西圏における高知家の認知度>	16.8% (R2) <18.7%>	16.8% (R2) <18.7%>	30% <30%>	25.3% <22.3%>	C	30% <30%>
関西圏からの移住者 (年間) <県外からの移住者>	309組 (R元) <1,030組>	289組 (R2) <963組>	345組 <1,150組>	370組 <1,167組>	A	370組 <1,225組>

R3実績及び課題等を踏まえたR4取組方針
○ 関西圏での認知度向上に向けた情報発信の強化

2 R4年度進捗状況

R4計画 (P)	R4取組状況 (D) ※R4.6月末現在
1 関西圏での高知家プロモーションの展開 ・ メディアネットワークを活用した情報発信の強化 ・ WebサイトやSNSによる情報発信の強化 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 ・ 関係人口へのアプローチの強化によるUIターン意識の醸成と移住・就職相談の実施 ・ 関西圏において雇用型漁業を中心とする漁業就業フェアを開催 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 ・ 関西圏の総領事館等を通じた外国人材の確保	1 関西圏での高知家プロモーションの展開 ・ 知事と著名人による記者発表会を開催 (6/19@大阪新阪急ホテル) TV露出：6件 (うち、関西2件)、新聞露出：11件、Web露出：338件 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 ・ 高知暮らしフェア、就職・転職フェアの同時開催 (6/26@大阪) 参加者：143組200名 + 51組63名 = 194組263名 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 ・ ベトナム及びインドの総領事館を訪問し、ミッション団派遣のスケジュール等を共有、各省・州との連携について協力を依頼 (5/30)