

第6回高知県関西圏外商強化対策協議会 議事録（概要版／委員からの主な意見）

日 時：令和6年3月28日（木）13：30～15：00

場 所：オーテピア 4階 ホール

<第2期関西高知経済連携強化戦略について>

○ 小原委員（林業分野／一般社団法人高知県木材協会専務理事）

- ・ 林業分野の外商拡大について、木材の内装材は少量での供給がメインとなり、輸送にかかるコストが課題になる
- ・ 納品までの配送便に加え、納品したあとの帰り便に載せる荷物もつくり、効率的な物流システムを構築することで、コストを抑制する工夫が必要である
- ・ 県内には、全国にまたがって取引をしている建築設計事務所があり、そのような事業者と連携して県産材を売り込んでいくのも有効ではないか
- ・ 商工業分野における「土木や工法に精通する専門家の配置による外商支援の強化」について、内容を参考に教えていただきたい
⇒（土居 商工労働部副部長（総括））
 - ・ 万博、IRを契機として本県の土木技術の売り込みを目指す中で、大阪府または大阪市の土木部技術職員OBの方を高知県産業振興センターの大阪営業本部に迎え入れて、ノウハウを活かしながら営業活動を行うべく検討している

○ 山本委員（食品分野／高知県加工業交流促進協議会会長）

- ・ 鮮魚を県外で販売するにあたっては鮮度が鍵となるため、物流が課題である
- ・ 関西は首都圏に比べて距離が近い優位性があり、関西で厚みがある取引ができれば、荷物をまとめて運ぶことができるため、メリットが大きくなる
- ・ 関西に向けた取組は、水産業界にとっては非常に前向きなものであり、県内の事業者が連携した取組ができれば、物流をまとめることも可能ではないか
⇒（沖本 産業振興推進部長）
 - ・ 2024年問題もあり、水産業に限らず物流は大きな課題となっている
 - ・ 物流の課題解決に向けては、例えば公共交通機関に荷客混載で荷物を載せていただけないかなどを検討している
 - ・ 流通業者の皆さまとも協議しながら、課題解決策を検討していきたい

○ 林委員（食品分野／旭食品（株）商品統括本部 営業支援部 次長）

- ・ 当社においても現在デジタルサイネージを活用した商品紹介など、情報発信の取組を行っている
- ・ 県内メーカー等は、物流面の課題は抱えているものの、カツオのたたきやユズ、ショウガ製品など、高知ならではの食材については、食べ方の提案次第で十分に伸びしろがあると感じている
- ・ 当社では高知県産原料を使った商品づくりにも注力しており、関西圏の大手製造メーカーとコラボした商品開発も視野に入れて取り組んでいる

- ・当社和歌山支店の取引先に対して、冷凍食品の自動販売機の商品提案を実施した（カツオのたたき、漬け丼、冷凍ロールケーキ 等）
 - ・やはりカツオのたたきが最も売行きが良かったが、餃子やブランド肉を使った商品、田舎寿司、冷凍スイーツなどについても、自動販売機での提案ができるのではないかと考えている
 - ・このような取組について、当社には近畿圏内に大阪、京都、兵庫、滋賀、和歌山に拠点があるため、連携できるのではないかとと思われる
- ⇒（沖本 産業振興推進部長）
- ・やはり高知は食に強みがある。その中で、これまでは生鮮に頼っていた部分があるが、これからは冷凍を含む加工に力を入れていきたいと考えている
 - ・今までにない加工食品をつくっていくことで、関西や首都圏に向けても販売が広がると考えており、令和6年度県としては食品加工をもう1段階バージョンアップさせたい

○ 竹中委員（食品分野／（株）とさのさと代表取締役社長）

- ・観光振興プロジェクトの「どっぷり高知旅キャンペーン」のコンセプトが「極上の田舎、高知。」となっているが、旅行者を受け入れる側の高知県民が、「極上の田舎」というコンセプトを認識し、「極上」を提供しようと思っていなければ意味がない
 - ・そのうえで、高知の「極上の田舎」とは何を指すのか、説明できる必要がある
 - ・自身が考える「極上の田舎」とは、「デジタル化された昭和」であると思う
 - ・豊かな自然の中で、人間が自然と共存して生きている昭和らしい姿をPRすべき
 - ・「各プロジェクトを横断的に支える取り組み」にある、関西在住の高知ゆかりの方々等を巻き込むファンコミュニティの形成は、関西戦略の肝になると思う
 - ・例えばあんてなショップの会員制度を構築した場合、会員に対して何を与えられるかが重要であり、その仕組みは早急に検討する必要がある
 - ・ファンコミュニティ形成に向けた取組はあんてなショップのみで行うのではなく、ショップの運営者である地産外商公社に加え、県が全庁をあげて実施すべき
- ⇒（小西 観光振興副部長（総括））
- ・「極上の田舎、高知。」はキャンペーンのコンセプトであり、前面に打ち出していくのは「どっぷり高知旅」であるものの、「極上の田舎」の認知を高知県側で広めるべきということについてはご指摘のとおり
 - ・本日午前中には「どっぷり高知旅キャンペーン」の記者発表を行い、高知県内にある「残していきたい魅力」を、市町村や県民の皆さまから募るコンテストを実施している
 - ・魅力発掘から行うため時間のかかる取組ではあるが、県民総出で取り組んでいきたい

○ 松崎（了）委員（食品分野／田舎まるごと販売研究家）

- ・「極上の田舎」とは何なのかということに関して、私自身は例えば川で鮎を釣ってその場で焼いて食べることを思い浮かべる
- ・そのような「例えば」という事象を沢山集めると良いのではないかと

- ・馬路村で暮らす人の中には、鰻を食べたいと思ったら鰻屋に行くのではなく川に鰻を捕りに行く人がいる。都会では考えられないことであり、それも極上の田舎と言えると思う
- ・あんてなショップを中心にした会員制度については、情報が溢れているネット社会では構築がより難しい
- ・明確に「会員」と定義づけするのか、「会員のようなもの」にするのか、加入する側のハードルも考慮して検討する必要がある
- ・また、会員制度をつくった際には、会員に対して提供する情報が魅力的でなければならない

⇒（小西 観光振興副部長（総括））

- ・「極上の田舎」が何を指すかということについては、市町村や県民の皆さまにもご協力いただきながら検討し、「どっぴり高知旅キャンペーン」で活用できる商品づくりも進めていく

（沖本 産業振興推進部長）

- ・会員制度については、スマートフォンがこれだけ普及した時代である以上、それを活用しない手はないと考えている

<関西あんてなショップについて>

○ 松崎（了）委員（食品分野／田舎まるごと販売研究家）

- ・あんてなショップの開店を非常に楽しみにしている
- ・ショップについては実際に運営してみないとわからない要素が沢山あるため、やってみてうまくいかないことはその都度修正すれば良い
- ・先日ある果物屋にて、1個400円の金柑が販売されているのを見かけた。店員に説明を受けたうえでその金柑を購入したのだが、その際の店員の対応が非常に丁寧であり、その店舗のファンになった
- ・県のアんてなショップについても、来店者が店員に声をかけられて、商品に関する説明を受けられるような店舗であることが望ましい

○ 濱田委員（商工業分野／高知県防災関連産業交流会防災関連製品キャラバン隊）

- ・催事スペースをどのように活用できるかが気になる
- ・関西や首都圏の百貨店等で防災製品の催事を行う際には、体験型の催事を求められることが多い
- ・例えば関西あんてなショップで防災製品の催事を行う場合にも、来場者に防災製品の色塗りをしていただくような、体験型の内容が望ましいのではないかと
- ・あんてなショップは関西の方々にとっては身近に高知を感じられる場所であり、高知へ旅行で訪れる前の「予習」として活用いただけたら良い

⇒（沖本 産業振興推進部長）

- ・催事スペースについてはショップの店内にも設けているが、本県テナント区画の目の前にも共用のイベントスペースがあり、催事の実施や観光情報の発信が行えることが、大きなメリットと考えている

○ 山本委員（食品分野／高知県加工業交流促進協議会会長）

- ・東京のまるごと高知の運営で蓄積されたノウハウを活かし、その進化版が大阪にできるのだと思う
- ・そのうえで関西あんてなショップとまるごと高知の違いはあるか
⇒（戸田 産業振興推進部副部長（総括）兼関西戦略推進監）
 - ・まず機能的な違いとして、まるごと高知は路面店であり、2階がレストラン、1階と地下1階が物販フロアという構成になっているのに対し、関西あんてなショップは商業施設内のテナント店舗であり、レストラン機能はなく、1フロアの物販店舗である
 - ・関西は首都圏に比べて距離が近いというメリットがあるため、店舗内の大型のデジタルサイネージも活用しながら観光情報の発信にも力を入れる
 - ・また、関西あんてなショップは店内に催事スペースを広く構えており、県内の生産者や事業者の皆さまに実際に店舗へお越しいただき、直接商品を販売してもらえる機会もつくっていききたい
 - ・まるごと高知のノウハウを活かすという点においては、現在店舗に設置する什器の選定等に関して、まるごと高知の店長の意見も参考にしながら進めているところ
 - ・また、例えば商品の陳列方法や、商品発注量の調整などにおいて、まるごと高知の運営実績を参考にできると考えている
（沖本 産業振興推進部長）
 - ・関西あんてなショップのコンセプトは、まるごと高知と同じものにはしなかった
 - ・店舗名についても「まるごと高知梅田店」とはせず、広く公募して決めることとしている

○ 竹中委員（食品分野／（株）とさのさと代表取締役社長）

- ・先日開催されたJAの会議の中で、ある役員より「県内の農家から、関西あんてなショップで野菜を売らないと聞いて大変ショックを受けたとの意見を聞いた。野菜を置いてもらえるよう、県に強く要望してほしい」と意見があった
- ・その際に私とJAの青木専務（本協議会委員）からは、梅田の顧客ニーズを考慮したうえで、関西あんてなショップでは野菜の常時販売はするべきではないと説明をした
- ・ただし野菜を全く取り扱わないという訳ではなく、年に数回の催事で野菜や果物を販売し、高知の一次産業の素晴らしさをしっかり伝えたいと話をした
- ・とさのさとでは、生産者や製造事業者から商品へ込めた想いを直接聞きたいため、商品の仕入れに際して卸しを使っていない
- ・関西あんてなショップでは全てを直接仕入れにすることは難しく、卸しを活用することになると思われるが、商品の作り手の想いをしっかり聞いて、消費者に伝えて欲しい
- ・関西あんてなショップの鍵を握るのは運営者の地産外商公社、更に言うと店長である
- ・店長をはじめとする店舗スタッフが、コンセプトをどれだけ理解して運営できるかが重要である
- ・店長に信頼を置いたうえで、県や関係者の全員が支え合って運営することが求められる

(沖本 産業振興推進部長)

- ・ 野菜や果物については、旬の時期に催事等で販売し、しっかりとPRする
- ・ 商品に込められた想いは運営者側がしっかりと聞き取りをすることはもちろん、(株)とさのさとと地産外商公社が協定を結んだこともあり、是非(株)とさのさとにもご協力いただきながら、商品情報の収集にも注力していきたい

以 上