

# 政策調整会議の概要

開催日 平成 22 年 8 月 26 日 (木)

## ◎項 目

- 1 「まるごと高知」の状況について【産業振興推進部】
- 2 広報紙「さんSUN高知」の編集について【総務部】

## ◎内 容

- 1 「まるごと高知」の状況について【産業振興推進部】

産業振興推進部から高知県アンテナショップ「まるごと高知」の概要等について説明を行い、意見交換を行った。

### 【概要説明】

- ・ 8 月 19 日には 3 部構成で内覧会を行い、マスコミ向けでは 59 社 102 名の参加があり、関心の高さがうかがえた。また、特別招待者向けでは 1 回目は 114 名、2 回目は 129 名の参加をいただいた。
- ・ 物販、飲食の売り上げ目標は、物販が土日で 110 万円、平日で 70 万円、飲食が平均 30 万円としているが、現在はオープン初日から好評なこともあり、目標を大幅に上回っている。
- ・ 「まるごと高知」は地産外商の拠点として位置づけ、大きく 3 つの目的を掲げている。1 つ目は首都圏における本県の認知度を高め、物産の販売拡大や観光客の増加につなげること。2 つ目はテストマーケティング等を通じ、県内産業自体の体質の強化やレベルアップにつなげること。3 つ目は食文化や観光の情報発信拠点として首都圏と高知の人のつながりを形成すること。
- ・ 5 年間の投資額は 6 億円。順調に売り上げ目標を達成できれば、家賃として毎年 3,100 万円が公社から返還されることになっており、これを差し引くと、実質 5 年間に県費で負担する金額は約 4.9 億円となる。経済波及効果は単年度ベースで 25 億円と推定している。
- ・ 物販部門の目的・機能は、店頭での販売等にとどまらず、百貨店、量販店等への仲介・あっせん業務を実施し、県産品の販路開拓と販売拡大を図る。また、銀座に常設店舗を確保し、県内事業者の販売の機会を提供するとともに、多くの消費者に実際に商品を手に取り、口にさせていただくことで販売の拡大、新たな販路の獲得につなげていく。売り上げの年間目標は 3 億円。
- ・ 1 階と地下 1 階では合計約 1,200 種類の商品を販売している。地下 1 階「とさ蔵」では県内のすべての蔵の日本酒約 350 種を揃えているほか、坂本龍馬記念館や牧野植物園のみで販売しているグッズや、土佐和紙などの工芸品の展示販売を行っている。また、土佐電気鉄道株式会社が観光の旅行商品を販売しており、併せて、観光、ふるさと情報、移住情報について情報発信するコーナーも設置している。
- ・ 1 階「とさ市」では、地元人気のスイーツやアイスクリーム、四万十川周辺の特産品、ユズ商品などを取りそろえている。また、イベントスペースでは各市町村や農協などがフェアを実施する予定である。
- ・ 商品の公募については、現在では約 2,500 種類の商品を確保しているが、今後、秋冬商品に入れ替えていくため、随時募集を受け付けている。なお、一部報道で「園芸連を通じてない系統外の青果物は取り扱わない」とあったが、品質や農薬等の安全基準といった、一定の条件がクリアされた商品については園芸連を通じて仕入れをすることとしている。
- ・ 物販の催事は 10 月～12 月分は募集を終了したが、若干余裕があるので、個別に相談があれば地産外商公社へ連絡いただきたい。1 月～3 月分については 10 月に公募予定。テストマーケティングの商品についても 10 月～12 月分は募集を終了しているが、1 月～3 月分は 11 月に公募予定なので、相談があれば地産外商公社へ。1 カ月に 10 品目程度のテストマーケティングを実施する。

・飲食部門の目的・機能は、高知の食材を実際に食べていただくことで、外食産業への販売拡大を目指すこと。また、試食会等を通じて専門家から得られた情報をフィードバックし、品質の向上や加工食品の新たな開発にもつなげていくこと。さらに、一般の消費者に高知の食材、加工品の良さを知っていただき、販売拡大や本県への誘客につなげること。売り上げ目標は年間1億円とし、坪あたりの月間売り上げ約目標は15万円。

・高知県に縁の深い方や高知ファンの期待に応えるためにカツオのたたきなど伝統的な土佐料理をありのままに提供するということを基本に、新たな高知ファンの開拓、ホテル・飲食店への食材の外商に向け、高知の食材を生かした和・洋の食べ方も提案していく。コアな高知ファンにも訴えつつ、メーンターゲットである女性と圧倒的に多いサラリーマン、OL層を取り込んでいくために、比較的低価格で展開をしていく。

#### 【意見交換】

・商品の公募に関して、園芸連を通じていない青果物についても、一定の条件のもと、園芸連を通じて仕入れするという事は、いずれにしても園芸連を通じるということではないのか。

→個別の農家と地産外商公社が直接契約すると非常に煩雑になるため、基本的には園芸連での仕入れということになるが、系統外の農家からでも仕入れを行う。窓口を一本化するという事。

・仕入れを決めるのはどこなのか。

→仕入れするかどうか決めるのは、公社や県がJAや園芸連と個別に相談しながら調整をしていく。

・5年間の投資額の中には、公社への補助金は外商活動の経費であるため含めていないという説明だが、家賃も考え方によっては外商活動の経費といえる。どのように整理しているか。(副知事)

→公社へは非収益部分のみを補助している。家賃については、ビルの中にたまたまアンテナショップがあるだけで、アンテナショップ以外でも公社の外商活動は行っている。9,900万円の補助金は県から公社へ移った業務及び新規業務として外商活動を行うことに対する補助になっている。アンテナショップにかかる経費は収益を充てる。

## 2 広報紙「さんSUN高知」の編集について【総務部】

総務部から広報紙「さんSUN高知」の編集について提案を行い、意見交換を行った。

#### 【概要説明】

・来年から3年間、「さんSUN高知」の編集を委託するにあたり、前回の政策広報推進会議では、今後の編集について何か工夫はないかという意見を募集した。その中では、文字の大きさや、県民が楽しめるようなコーナー作り、記事と広告のバランスについてなどの意見が出た。

・その後各部局で意見交換をした結果等ご意見をいただきたい。

#### 【意見交換】

・高知新聞の「にゅーすけクイズ」のような、県民をターゲットにしたクイズなども楽しい。関心がある分野なら答えを探して紙面をめくることになる。めくってもらうことも大事だ。

・委託を考えているなら、特集記事のタイトルやサブタイトルなどに一目で目を引くキャッチコピーやアイデアを出してもらえるように、仕様に組み込むことはできないか。

・県民が投稿できる仕組みはできないか。また、インターネット版でも例えば知事のツイッターを載せるなどして、そこだけは見るといようなコーナーも考えておけば、一緒に他の部分も見てもらえるのではないか。そういったコーナーを各部局持ち回りでやってもいいのかもしれない。

・費用対効果の問題はあるが、もっと費用をかけないといけないのではないか。

・「お知らせ」ページはギッシリ詰め込んでいる感じがする。もう少し余裕があったらいい。

・編集までの時間を短縮したが、それでも間に合わないということだが、やはり間にチラシを挟むのは無理なのか。

→各戸配布を重視しており、市町村広報紙と一緒に配布してもらっている。枚数が増えると市町村が嫌がる。

→この春、配布してもらえない市町村を訪問して話を聞いてきた。町村については、町村の広報紙の発行自体が2カ月に1回しかないため、発行月以外の月に県広報だけ配ることはできないという事情がある。また、市については、自治会などの組織が非常に弱くなってきているため、自治会そのものの組織強化をにらんで考えないとなかなか難しいという事情があった。

・市町村の広報紙の配布は何とかして対応している市町村が多いために、量的、時間的な問題も出てくる。各家庭に届ける方法をしっかり考えなければ、今までのやり方は難しくなっている。

・市内でもアパートやマンションが増えて、自治会活動やボランティアをしているのは高齢者が多い。将来的には行き詰まるだろう。配布対象全体をカバーできていないという問題は実態としてあるので、次のステップを考える必要がある。（副知事）