

## 第3回関西圏外商強化対策協議会の主な意見(R4.7.26 開催)

### 1 外商拠点の設置に関する意見

- ・梅田3丁目計画への出店を検討することに賛同する（場所としては梅田が最もふさわしい）。
- ・アンテナショップに関しては、物販の収支のみで評価をするのではなく、情報発信によってどれだけ観光の誘客につながり、高知での購買につながったかなど、総合的に評価ができれば良い。
- ・重要なのは、顧客に「知ってもらう」、「体験してもらう」、「リピートしてもらう」というステップ。いかにしてファンづくりや、ファンのリスト化につなげていくかが重要。
- ・単に「まるごと高知」を持ってくるのではなく、「面白い」、「新しい」といった要素が必要。
- ・物販よりも、いかに情報発信を行っていくかが重要であり、BtoCは勿論のことBtoB向けの情報発信が必要。
- ・どのような店舗づくりをするかが重要であるが、物販と情報発信は0か100でどちらかに振り切れるものではなく、両方のバランスが大切。
- ・梅田3丁目計画への出店を否定するものではないが、危惧しているのは集客面で梅田がふさわしいかという点。梅田は銀座に比べると、購買意欲の高い客層が少ないのではないか。

### 2 外商拠点における取扱い商品

- ・高知のモノを取り寄せて、アンテナショップで受けとれるような仕組みを構築できないか。
- ・全国的に知名度の高いカツオを、距離の近さを生かして関西においても推していくべき。関西において圧倒的に美味しいとなれば、リピーターもつくのではないか。
- ・人がたくさん集まる一方で、競争の激しいエリアであり、差別化やストーリー性など商品づくりにおける工夫が必要。

### 3 外商拠点の運営方法等

- ・運営主体については、「まるごと高知」で実績のある地産外商公社が担うのが妥当ではないか。
- ・運営は、顧客管理、販売促進をしていく上では、「まるごと高知」と一本化で実施すべき。
- ・関西のアンテナショップにおいても、「まるごと高知」のように、メディアを通じた情報発信のための広報ディレクターを担う人材が必要。

### 4 外商拠点以外での外商方策

- ・キッチンカー、オンラインショップは、いずれも良いと考えるが、アンテナショップとコンセプトを統一して展開してはどうか。
- ・カツオのたたき専門のキッチンカーがあれば面白い。カツオのたたきは、薫の香りが重要であるが、キッチンカーで火を焚いて薫焼きができれば、関西でも勝負できるのではないか。