



Vol. **36**

アンテナショップまるごと高知&地産外商公社活動報告 まるごと高知レポート

2022.04-2023.03



2023(令和5年).6.16

高知県地産外商公社
高知県地産地消・外商課



目次

令和4年度 総括	1
1 県内事業者の営業活動支援	1
2 商品の磨き上げへの支援	1
3 アンテナショップの運営	2
4 高知県情報の発信	2
外商活動に関する県内事業者へのアンケート結果の概要	3
展示商談会への参加事業者数の推移	4
SHOP DATA	5
経済波及効果と公社の活動成果の推移	7
(部門別 活動の総括)	
県内事業者の営業活動の支援	9
アンテナショップの運営	10
プロモーション	12
令和5年度 of 取組	13



令和4年度 総括

令和4年度も、新型コロナウイルス感染症の影響を受けましたが、社会経済活動の正常化が進む中、県内事業者の営業活動支援や物販・飲食の店舗運営に取り組みました。

外商では、これまで培ってきたネットワークを最大限に活かし、営業訪問や商談会への参加、産地視察などの取り組みの強化により、過去最高の外商成果につなげることができました。

特に、関西においては、関西戦略に基づいた取り組みとして、新たに関西版県産品商談会の開催や積極的な営業訪問など、今後の外商の成果を見据えた活動を強化しました。

また、まるごと高知の運営では、コロナ第7波(7月～9月)による売上鈍化や、原材料費及び光熱水費の高騰といった厳しい経営状況の中においても、飲食部門の売上はランチを中心に前年度実績を上回り、物販と合わせた売上は目標に近い実績を確保することができました。

1 県内事業者の営業活動支援

① 個別企業への営業(面談)件数

3,830件(うち新規企業612社) (前年度 3,215件 うち新規企業403社)

コロナ禍による行動制限が緩和される中、積極的に外商活動に取り組んだ結果、営業件数は前年度比119.1%と、これまでで最大の件数を達成しました。

② 公社が主催又は出展する商談会への参加事業者数 延べ960社/88回 (前年度 701社/62回)

県内事業者の商談機会の回復を目指し、県内で開催する商談会や業種毎の大規模展示会、大手卸売事業者主催の商談会などへの積極的な出展を行い、参加事業者数は前年度比136.9%と、過去最高の実績を達成しました。

③ 産地視察への招へい 159回 (前年度 69回)

小売店のバイヤーや飲食店のシェフ、仕入れ担当者を積極的に誘致し、産地視察回数は前年度比230.4%と、これまでで最も多い回数を達成しました。

④ 高知フェアの開催 131回 (前年度 187回)

各エリアにおける高知フェアの開催は前年度実績を下回りましたが、これまでの取り組みの実績を活かし、定番採用やスポット採用など、「高知フェア」以外の形での商品の取り扱いを増やしました。

● 成約件数 11,408件 (前年度 10,279件(前年度比 111.0%))

● 成約金額 57.54億円 (前年度 51.93億円(前年度比110.8%))

● 取引先1社に対する平均成約金額 2,732千円 (前年度 2,608千円)

(延べ取引先 2,106社 (前年度 1,991社))

2 商品の磨き上げへの支援

① 店頭でのテストマーケティング・催事の実施 35社127商品 (前年度 6社16商品)

試食・試飲を伴うテストマーケティング等を再開し、多くの県内事業者に参加いただきました。

② 「まるごと高知商談会・外商相談会」の開催 県内7カ所延べ9回(前年度 県内1カ所延べ1回)

まるごと高知で新たに取り扱う商品の商談会並びに県外に売り込みたい商品についての相談会を、県内7地域で計9回開催、101社に参加いただき、外商にチャレンジする事業者や新商品の掘り起こしを行いました。

③ まるごと高知での商品評価をフィードバック

まるごと高知での販売状況により明らかとなった商品の改善点等をアドバイスし、商品の磨き上げに役立ててもらいました。

(例)商品容量が大きすぎたため、食べきりサイズへの変更を提案。改良後、まるごと高知で販売。

3 アンテナショップの運営(収益部門)

令和4年8月で12周年を迎えた「まるごと高知」は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの、社会経済活動の正常化にあわせて、様々な取り組みにチャレンジした結果、収益部門(物販・飲食)の売上は、4億円を超える実績を達成することができました。

① 営業時間

前年度から継続し、物販は1年を通して19時、飲食は21時を閉店時間とする営業を行いました

- (1)物販部門 10:30~19:00
- (2)飲食部門<ランチ> 11:00~15:00(L.O.14:30)
- <ディナー> 17:00~21:00(L.O.20:00)

② 主な来店者数・販売促進の取り組み

- <共通>
 - ・12周年記念イベントの開催
 - ・ふるさと納税サイトとの連携
- <物販>
 - ・土佐の逸品コーナーの設置
 - ・「らんまん」特設コーナーの設置
- <飲食>
 - ・皿鉢料理の提供を開始
 - ・ランチメニューの改定



「らんまん」特設コーナー(物販地下)



「皿鉢プラン」提供例

③ 令和4年度の売上及び収支

<来店者数>

令和3年度と比較し、物販、飲食共に来店者数は増加したものの、物販レジ通過者数は微減となりました。

物販 来店者数 534,448人、レジ通過者数 177,254人 / 飲食 来店者数 46,944人
 (前年度 物販 来店者数 524,363人、レジ通過者数 180,262人 / 飲食 来店者数 38,276人)

<売上>

物販は、テレビ放映により大きく売上を伸ばした前年度は下回ったものの、目標に近い売上を確保しました。飲食は、コロナ禍前の水準にまでは回復していないものの、ランチを中心に売上を大幅に伸ばし、目標に近い売上げを確保しました。

物販 280,074千円、飲食 132,961千円 合計 413,035千円 (前年度比 106.9%)
 (前年度 300,657千円、飲食 85,672千円 合計 386,329千円)

<収支>

原材料費及び光熱水費等の高騰、人手不足からくる人件費の上昇という厳しい経営環境の中で、価格改定や経費節減等に努めることで、収支プラスを確保することができました。

収支 5,719千円(前年度 33,616千円) ※県への家賃返還前の収支

令和5年度も社会経済活動の正常化の流れにあわせて、引き続き様々な工夫を凝らし、来店者数と売上の増加並びに経費の削減に努めていきます。

4 高知県情報の発信

① 観光情報発信コーナーの運営

観光・移住・ふるさと情報コーナー 相談件数 1,267件 (前年度 891件)

② 「高知家プロモーション」と連携し、県産品や観光、移住などの情報を積極的に発信

「高知家」ファミリー募金への賛同者にピンバッチを配付 平成25年開始から累計43万2千個
 (前年度 41万6千個)

●TV・新聞・雑誌等メディアへの露出

広告効果(TVのみ)は、62.0億円 (前年度 64.0億円)

※算出方法(専門企業に委託):会社がリリース配信・企画提案または取材協力した番組を選定し、番組の広告換算金額(秒単価)と露出時間で積算

成約金額、店舗売上、観光客等の増による経済波及効果:108.6億円+広告効果:62.0億円

令和4年度 総括

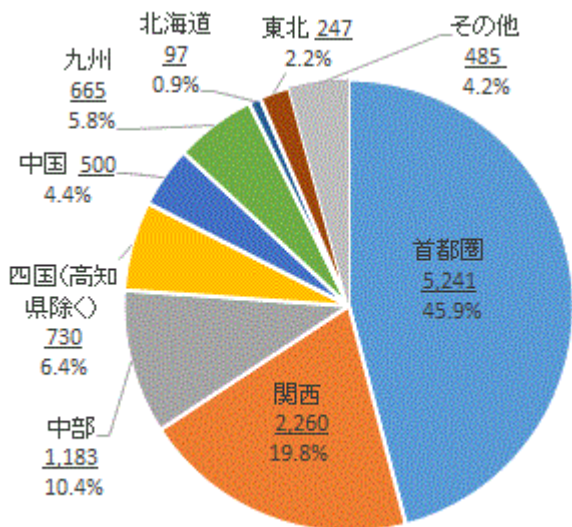
外商活動に関する県内事業者へのアンケート結果の概要

※令和4年度アンケート調査による 339社中243社回答（回答率71.7%）

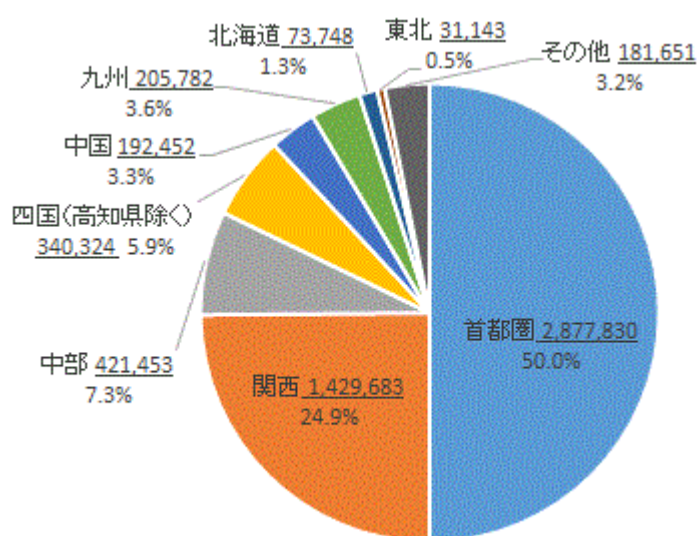
成約件数・金額等の状況

区分	成約数（件）	金額（千円）	事業者の実数	取引先の実数
合計	11,408	5,754,066	339	1,366

令和4年度 成約件数(件)



令和4年度 成約金額(円)



会社の外商活動について

① 外商機会の提供や販路、販売拡大について	事業者数	割合
大きく役立っている	111社	49.1%
役立っている	71社	31.4%
つながる事例は少ない	32社	14.2%
つながる事例はない	12社	5.3%
合計	226社	100.0%

② 今後の外商活動への期待について	事業者数	割合
大いに期待している	152社	67.6%
期待している	69社	30.6%
あまり期待していない	4社	1.8%
期待していない	0社	0.0%
合計	225社	100.0%



展示商談会への参加事業者数の推移

(単位：社)

区分	開催地	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4
		(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)	(2016)	(2017)	(2018)	(2019)	(2020)	(2021)	(2022)
まるごと高知 食の商談会	東京	—	—	39	66	71	51	67	71	—	51	—	—	—
土佐の宴	大阪	大阪事務所主催で開催(～H26)					53	70	70	66	—	中止	40	50
	名古屋	—	—	—	—	—	—	—	—	36	39	中止	37	36
高知県産品商談会 (産地視察型商談会(～H28))	高知	—	—	—	—	—	93	136	105	84 113	124 122	66 100	115	116
関西版高知県産品商談会	大阪	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	69
JFフードサービスバイヤーズ	東京	—	—	—	—	4	—	—	—	—	—	—	—	—
ファバックス東京	東京	—	—	—	—	—	—	—	—	—	13	中止	20	21
ファバックス関西	大阪	大阪事務所主催で開催(H25・H26)					8	10	10	—	—	16	—	—
名古屋フードビジネスショー	名古屋	—	—	—	—	—	9	15	21	15	18	中止	—	7
FOODトレードアシストパッケージ	東京	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	20	—	—
フードストアソリューションズフェア	大阪	—	—	—	—	—	—	—	—	18	16	17	20	18
スーパーマーケットトレードショー	東京	34	36	47	58	50	58	55	59	46	55	43	39	48
FOODEX JAPAN	東京	—	—	20	24	33	32	18	22	20	—	—	—	—
居酒屋産業展(東京)	東京	—	—	—	8	10	16	14	14	15	—	—	—	—
居酒屋産業展(大阪)	大阪	—	—	—	—	—	—	—	9	9	9	—	—	—
フードスタイル九州	福岡	—	—	—	—	—	—	8	8	14	18	18	17	18
フードスタイル関西	大阪	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	18
東海スーパーマーケットビジネスフェア	名古屋	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	20	18
フードメッセ新潟	新潟	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	6
インバウンドマーケットEXPO	東京	—	—	—	—	—	—	—	4	—	—	—	—	—
輸出EXPO	東京	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	4	—
中国料理美食展示商談会	東京	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1
地域食材展示商談会	東京	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3
会社のパイプを活かした個別商談会		—	—	—	—	—	133	72	119	116	147	265	250	276
大手卸との関係構築による展示商談会		—	—	—	38	118	193	211	180	185	208	20	130	255

延べ参加事業者数	34	36	106	194	286	646	676	692	737	820	570	701	960
実参加事業者数	34	36	81	102	139	192	193	189	190	194	164	177	189
H22以降初めて参加した事業者数	—	13	47	38	51	56	45	26	35	35	24	38	38

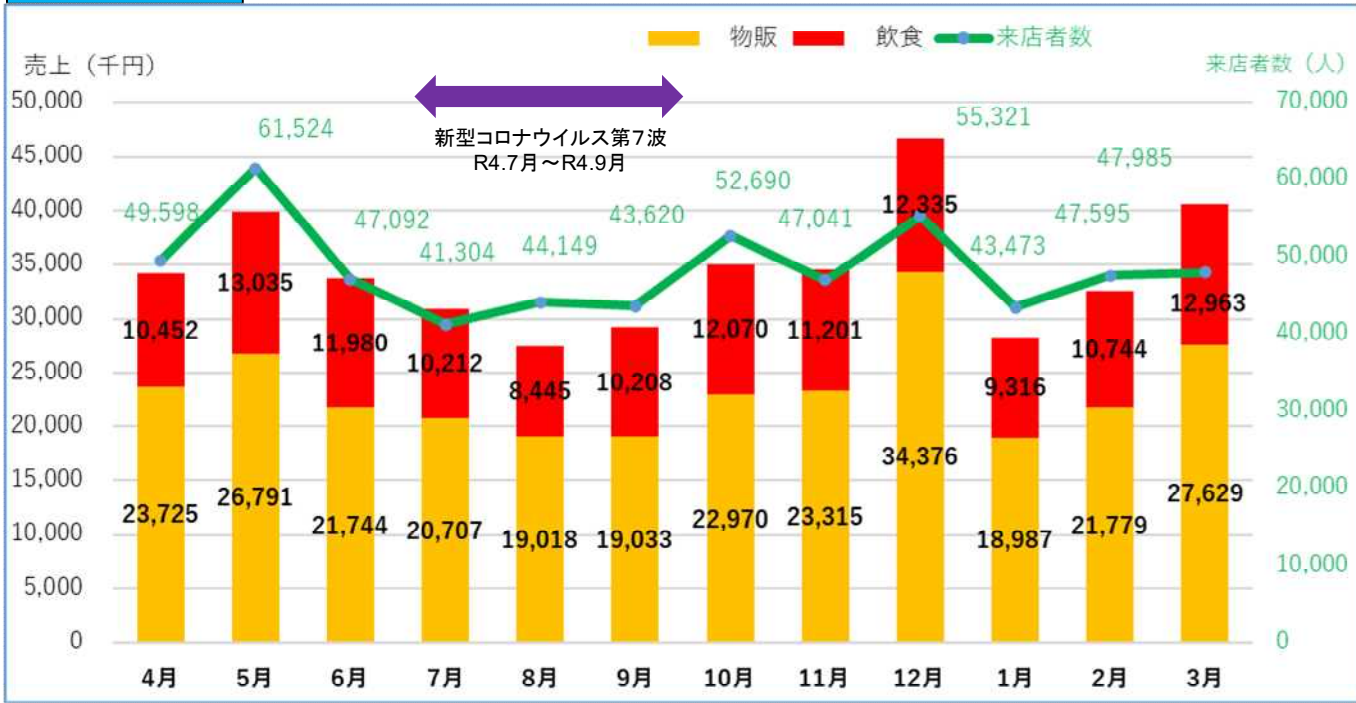
高知県産品商談会・・・H30～R2は春(上段)・秋(下段)の2回開催(R2は10月と11月開催)

スーパーマーケットトレードショー、FOODXJAPAN・・・「高知県ブース」への参加事業者数

SHOP DATA 1

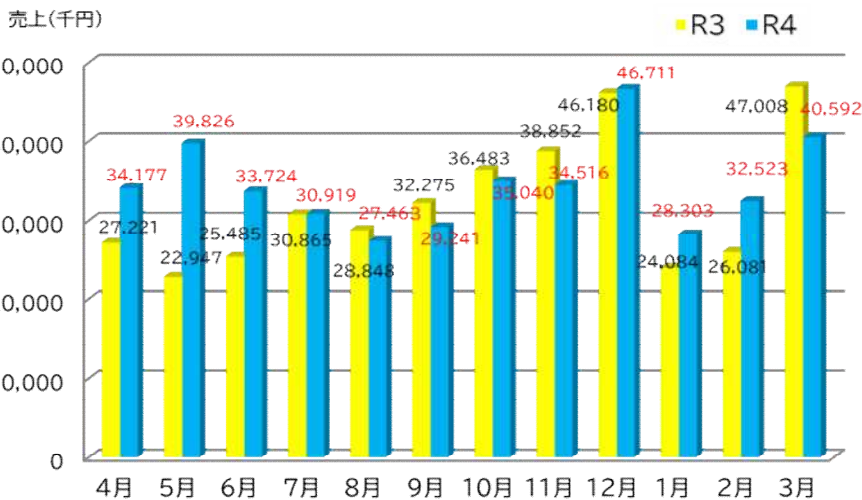
売上 413,035千円（物販 280,074千円、飲食 132,961円）、来店者数 581,392人

月別売上の推移



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	
物販	営業日数(日)	30	31	30	31	31	30	31	29	31	29	28	31	362
	来店者数(人)	45,738	56,724	42,877	37,760	40,863	39,977	48,442	43,029	51,248	40,338	43,867	43,585	534,448
	レジ通過者(人)	15,786	18,273	15,033	12,799	13,006	13,127	14,993	14,670	18,288	12,670	14,184	14,425	177,254
	レジ通過率	34.5%	32.2%	35.1%	33.9%	31.8%	32.8%	31.0%	34.1%	35.7%	31.4%	32.3%	33.1%	33.2%
客単価(円)	1,491	1,457	1,436	1,608	1,454	1,437	1,523	1,575	1,872	1,492	1,524	1,572	1,543	
飲食	営業日数(日)	30	31	30	31	31	30	31	30	30	26	28	31	359
	来店者数(人)	3,860	4,800	4,215	3,544	3,286	3,643	4,248	4,012	4,073	3,135	3,728	4,400	46,944
	客単価(円)	2,651	2,692	2,842	2,881	2,570	2,802	2,841	2,792	3,028	2,972	2,882	2,946	2,829
来店者数(合計)	49,598	61,524	47,092	41,304	44,149	43,620	52,690	47,041	55,321	43,473	47,595	47,985	581,392	

売上金額の前年度比較

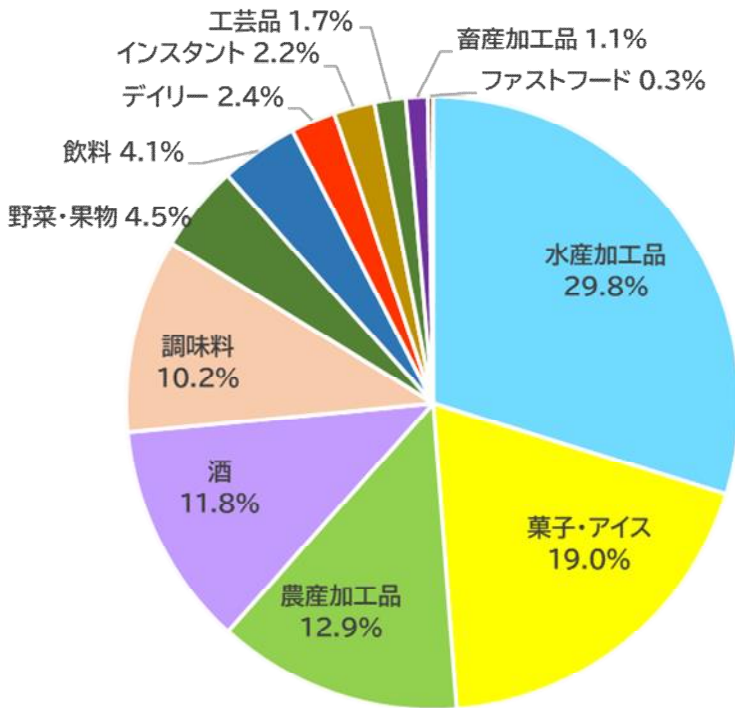


区分	年間平均客単価
物販 (1階)	1,468円 (1,482円)
物販 (地下)	2,345円 (2,333円)
飲食 (ランチ)	1,941円 (1,720円)
飲食 (ディナー)	5,907円 (4,628円)

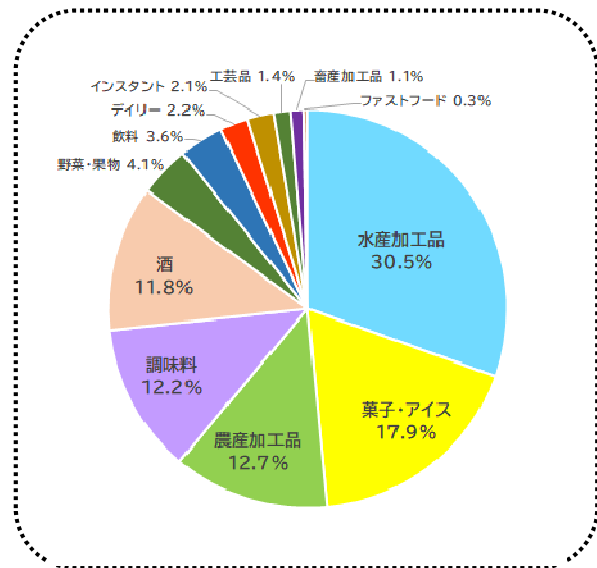
※店舗売上+EC売上等、()は前年度



令和4年度 物販売上構成比



【参考】令和3年度



令和4年度 売上点数上位20

物販部門		
順位	商品名	点数
1	四国健商万能おかず生姜130G	30,346
2	澁谷食品 105g高知家塩けんぴ	20,148
3	ハマヤ 龍馬タタキ	9,766
4	澁谷食品 155gよさこい芋けんぴ	9,724
5	馬路村農協 ごっくんアルミ缶	7,936
6	はちきんの店 安部さんの囲生姜	7,229
7	青柳 栗のマドレーヌ バラ	6,452
8	澁谷食品 150gよさこい胡麻けんぴ	6,239
9	四国健商 ゆずがり	5,812
10	浜幸 かんざしバラ	4,998
11	ヤマテパン ぼうしパン	4,944
12	けんかま 土佐のちくわ	3,909
13	野村煎豆 キャラメル味ミレービ スケット4連	3,875
14	野村煎豆 ミレービ スケットコーヒー4連	3,746
15	馬路村農協 ごっくん馬路村180ml	3,466
16	野村煎豆 4連ミレー高知家ver	3,236
17	新谷商店 卵かけご飯専用極上宗田節10g	3,212
18	野村煎豆 ミレー クワトロチーズ	3,141
19	野村煎豆 ミレービ スケット30g × 6袋	3,036
20	ひまわり乳業 リーブル200ml	2,919

飲食部門		
順位	商品名	点数
1	まるごとおきやく御膳 (ランチ)	9,046
2	薫焼きカツオのたたき御膳 (ランチ)	6,953
3	高知海鮮の刺身御膳 (ランチ)	4,300
4	土佐彩り御膳 (ランチ)	2,310
5	日替わり御膳 (ランチ)	2,305
6	豪華カツオづくし御膳 (ランチ)	2,278
7	四万十ポーク米豚の生姜焼き御膳 (ランチ)	2,182
8	田舎寿司と天ぷら御膳 (ランチ)	2,006
9	安芸市名物御膳 (ランチ)	1,681
10	薫焼きカツオの塩たたき	1,567
11	土佐の宴席 (4,500円ディナーコース)	1,100
12	文旦サワー	1,046
13	須崎名物鍋焼きラーメン (ランチ)	1,019
14	土佐ジロー卵	934
15	土佐の宴席 (5,500円ディナーコース)	898
16	薫焼きカツオのたたきボン酢	820
17	四万十鶏の唐揚	798
18	おまかせ皿鉢	780
19	安芸市名物！茄子のたたき	751
20	龍馬 友情セット	746

経済波及効果

INPUT(補助金等投入額)	OUTPUT(活動の結果)
① 県補助金 3.09億円(決算見込み額) ② 人件費負担(県直接支給分) 0.38億円(決算見込み額) ③ 建物の家賃負担 0.99億円(決算見込み額) ①～③合計 4.46億円	① フェア・商談会等の開催 ●営業訪問(面談) 3,830件 ●展示商談会 88回・960社(うちオンライン10回・28社(併用含む)) ●産地招へい 159回 ●高知フェアの開催 131回 ② 県内339社の外商活動を支援(R3年度:337社) ③ テストマーケティングや催事への参加商品数 127商品 ④ 首都圏メディアへの精力的なプロモーション活動 ●TV番組 延べ80番組で県産品、観光等を情報発信 ⑤ 観光・移住・ふるさと情報コーナーへの相談件数 1,267件

活動成果の推移

		H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)	H26 (2014)	H27 (2015)	H28 (2016)	
外商	外商の成約件数	178件	444件	1,327件	2,603件	3,333件	4,393件	6,555件	8,112件	
	外商の成約金額			3.41億円	7.68億円	12.35億円	16.06億円	20.79億円	28.48億円	
	展示商談会		1回	1回	3回	7回	16回	39回	44回	
	延べ参加事業者数 (うち実参加事業者数)		34社 (34社)	36社 (36社)	106社 (81社)	194社 (102社)	286社 (139社)	646社 (192社)	676社 (193社)	
	営業訪問(面談)		269件	339件	541件	761件	816件	1,388件	1,984件	
	産地招へい						32回	99回	135回	
	高知フェア	29回	43回	46回	50回	63回	101回	145回	178回	
磨き上げ	テストマーケティング		38商品	52商品	催事と合わせ 201商品	催事と合わせ 179商品	催事と合わせ 241商品	催事と合わせ 198商品	催事と合わせ 200商品	
	情報発信	広告換算		17億円	23.3億円	22.2億円	68.1億円	52.4億円	60.6億円	61.2億円
観光・移住・ふるさと情報 コーナー相談件数			1,200件	1,317件	1,350件	1,217件	884件	1,128件	1,203件	
収益部門	来店者数		443,708人	722,077人	756,056人	695,042人	647,261人	673,034人	763,073人	
	売上	合計		2.48億円	3.90億円	3.86億円	4.23億円	4.41億円	4.71億円	4.66億円
		物販		1.49億円	2.27億円	2.23億円	2.44億円	2.59億円	2.97億円	3.05億円
		飲食		0.98億円	1.63億円	1.63億円	1.79億円	1.82億円	1.74億円	1.61億円

トピックス	地産外商公社 設立(8/3)	まるごと高知 オープン (8/21)		外商課を2課体制とし、商品開発課を高知事務所に	プロモーション戦略局、外商事務所設置 高知家プロモーションスタート		外商を部体制とし、大阪グループを設置して活動範囲を拡大
-------	-------------------	--------------------------	--	-------------------------	--	--	-----------------------------



公社の活動成果の推移[下段]

OUTCOME(活動の成果)

- ① 成約金額 57.54億円 (R3年度:51.93億円)
- 成約件数 11,408件 (R3年度:10,279件)
- ② 店舗での売上原価 2.4億円 (店舗売上4.13億円)
- ③ 観光客等の増加効果(推計) 4.4億円
- ④ ①～③による経済波及効果 計※108.6億円
(※①～③に生産誘発倍率(1.42～1.71)を乗じた数値)
- ⑤ 広告効果(広告費換算) 62.0億円

④+⑤総計 170.6億円

※表中の赤字は過去最高実績

H29 (2017)	H30 (2018)	R元 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)				R5目標 (2023)
					目標	実績	対前年比	対目標比	
9,127件	9,620件	9,896件	9,355件	10,279件	10,000件	11,408件	111.0%	114.1%	10,500件
35.41億円	42.38億円	46.38億円	47.09億円	51.93億円	57.00億円	57.54億円	110.8%	100.9%	60.00億円
48回	55回	56回	39回 うちオンライン 26回	62回 うちオンライン (併用含む) 26回		88回 うちオンライン (併用含む) 10回	141.9%	—	
692社 (189社)	737社 (190社)	820社 (194社)	570社 (164社) うちオンライン 265社	701社 (177社) うちオンライン (併用含む) 242社		960社 (189社) うちオンライン (併用含む) 28社	136.9% (106.8%)	—	
2,187件	3,218件	3,239件	2,379件	3,215件	3,500件	3,830件	119.1%	109.4%	3,800件
112回	152回	129回	77回	69回		159回	230.4%		
176回	173回	187回	164回	187回	200回	131回	70.1%	65.5%	200回
催事と合わせ 199商品	催事と合わせ 205商品	催事と合わせ 252商品	催事と合わせ 42商品	催事と合わせ 16商品	催事と合わせ 200商品	催事と合わせ 127商品	793.8%	63.5%	催事と合わせ 200商品
63.1億円	64.5億円	83.3億円	62.1億円	64.0億円	60.0億円	62.0億円	96.9%	103.3%	60億円
1,247件	1,236件	1,210件	719件	891件	1,200件	1,267件	142.2%	105.6%	1,000件
696,896人	686,369人	698,264人	423,522人	562,639人	617,000人	581,392人	103.3%	94.2%	64.0万人
4.44億円	4.57億円	4.77億円	2.89億円	3.86億円	4.18億円	4.13億円	106.9%	98.8%	4.50億円
2.69億円	2.76億円	3.13億円	2.15億円	3.00億円	2.81億円	2.80億円	93.3%	99.6%	3.00億円
1.75億円	1.81億円	1.64億円	0.74億円	0.86億円	1.37億円	1.33億円	154.7%	97.1%	1.50億円

	外商を局体制とし、名古屋駐在を設置		新型コロナウイルス感染症拡大	新型コロナウイルス感染症拡大への継続対応						関西事業本部を設置(名古屋駐在を大阪外商課に統合するとともにアンテナショップ物販部門を設置)
--	-------------------	--	----------------	----------------------	--	--	--	--	--	--

県内事業者の営業活動の支援

営業活動の実施

① 全国規模の商談会への出展

- ・ スーパーマーケットトレードショー【首都圏】 48社
- ・ ファベックス東京【首都圏】 21社
- ・ フードスタイル九州【九州】 18社
- ・ フードストアソリューションズフェア【関西】 18社
- ・ フードスタイル関西(初出展)【関西】 18社
- ・ 東海スーパーマーケットビジネスフェア【中部】 18社
- ・ フードメッセ新潟【北信越】 6社
- ・ 名古屋フードビジネスショー【中部】 7社



スーパーマーケットトレードショー高知家ブース

② 公社・県の主催する商談会の開催

- ・ 高知県産品商談会(高知市・10月) 出展事業者:116社 バイヤー等:107社
- ・ 土佐の宴(名古屋市・11月) 出展事業者:36社 バイヤー等:96社
- ・ 土佐の宴(大阪市・9月) 出展事業者:50社 バイヤー等:230社
- ・ 関西版県産品商談会(高知市・11月) 出展事業者:69社 バイヤー等:24社

③ 関西戦略(体制強化)に基づいた外商活動

- ・ 大阪府近郊地域の地域密着型量販店等への外商活動:営業1,085件(うち新規181件)
- ・ 大手卸売事業者主催の展示商談会への出展
- ・ 「高知家の逸品応援の店」登録店舗の拡大と情報発信(登録店19店舗)
- ・ 関西の「高知家の魚応援の店」への外商活動の展開:営業130件(うち新規8件)

④ まるごと高知(物販・飲食)を積極的に活用した商談や食材提案会

小売店のバイヤーや仕入れ担当者等を招へいし、県内の卸売業者や地域商社が同席のうえ、直接商品の紹介・提案等を行いました。

また、飲食店関係者等に参加いただき、県産食材を使用した料理を試食してもらい、県内事業者が食材の説明をするなど、採用に向けた提案を行いました。

⑤ 産地視察招へい等による販売拡大

小売店のバイヤーや飲食店のシェフ、仕入れ担当者を産地に招へいし、生産現場の視察や商談を通じて取引の拡大につなげました。

- ・ 産地招へい 159回(前年比 230.4%、前年度 69回)

⑥ 県産品データベースなどの商品情報ツールの活用

県内事業者の企業・商品情報や産地等のPR動画の配信機能を備えた県産品データベースや公社webサイトを活用し、外商先にきめ細かな商品情報を提供することで、取引拡大につなげました。

- ・ 県産品データベース 登録事業者 632社(前年度 596社)
登録商品 3,206商品(前年度 3,040商品)



アンテナショップの運営

物販・飲食部門と連携した店舗プロモーションの展開

令和4年度も、新型コロナウイルス感染症の影響を受けましたが、徐々に街中に賑わいが戻る中で、「まるごと高知」には、令和3年度を上回るお客様に来店をいただきました。

長引くコロナ禍の中で、遠出を控え、アンテナショップに「地域らしさ」を求めて来店するニーズが定着しており、「高知らしさ」を発信する店舗プロモーションを積極的に行い、来店者の回復につなげました。

① 旬の食材の活用

JA高知県に協力いただき、5月30日～6月10日に「なすフェア」、10月8～9日に「新高梨フェア」を開催しました。

物販ではPOP等を掲示したPR販売を実施するとともに、飲食では、なすは特別ランチメニュー、新高梨はランチの特別デザートメニューの提供を行いました。



新高梨フェア(物販店頭)

② 土佐酒の販売強化

近年、近隣飲食店の酒提供が伸び悩み、一升瓶購入が減少していることから、一般消費者向けに手軽に購入できる小瓶(300ml)商品の棚を増やし、購入促進に取り組みました。

また、飲食では、12周年特別ディナーメニューの提供にあわせ、高価格帯商品を「厳選酒」として試験的に提供いたしました。



土佐酒販売コーナー(物販地下)

③ 周年記念イベントの開催(12周年)

12周年記念イベントでは、3年ぶりに店頭でお客様に感謝を伝えることができました。

物販では「まるごと高知ポイントカード」の5倍サービスなど還元企画を実施。飲食では、お得意様を対象に、料理長のスペシャルディナーの提供を行いました。



12周年記念告知ポスター

④ ふるさと納税サイトとの連携

ふるさと納税サイト「ふるなびトラベル」、「ふるさとチョイス」と連携し、高知県にふるさと納税された方々が返礼品として選択できる「付与ポイント」を、物販及び飲食で利用できるサービスを導入しました。

物販では12月に「ふるなびトラベル」と連携して、ポイント付与キャンペーンを実施し、来店者増につなげることができました。



「ふるなびトラベル」キャンペーン告知

⑤ 音響・映像を活用した店舗への誘導

新型コロナウイルス感染拡大以降、消極的だった店頭での人流の誘導策として、1階エントランスでは「高知家の唄」を流して賑わいを創出するとともに、2階の飲食を案内するモニター動画は、感染症対策から、料理メニューを中心に紹介するものに変更しました。

アンテナショップの運営

物販部門

コロナ禍で地方への旅行機運が醸成されない中、首都圏で高知県の魅力を感じていただける棚づくりを工夫し、新商品を発掘し、採用することに努めました。

① 土佐の逸品コーナーの設置

7月から、1階レジ横に「土佐の逸品コーナー」の棚を設け、商談会等で発掘した新商品や店長がお薦めする話題の商品など、お客様に特にPRしたい商品を陳列し、定期的に入れ替えも行き、リピーターに目新しさを感じてもらえる店舗づくりに努めました。



土佐の逸品コーナー(物販1階)

② NHK連続テレビ小説「らんまん」の特設コーナーの設置

「らんまん」の放映前の9月から、ドラマの主人公牧野富太郎博士に関連する商品の特設コーナーを地下フロアに設置しました。

設置後も、販売アイテム数を増やしながらか売場面積を拡充し、放映開始後の需要増に向けた準備を進めました。



「らんまん」特設コーナー(物販地下)

③ 新商品等の採用

高知事務所と連携した県内事業者等への訪問や、まるごと高知商談会等で発掘した新商品395アイテムを含む2,282アイテムを首都圏の消費者に紹介しました。

飲食部門

宴会への需要が徐々に高まってきたことにあわせ、本場の土佐料理を発信するために皿鉢料理の提供を始めました。また、ディナーではコース料理の単価の見直しを行い、ランチではメニューの改定を行いました。

① 皿鉢料理の提供を開始

高知独特の皿鉢料理を体験いただく、「皿鉢プラン」の提供を2月から開始し、本県ならではの食文化の発信を行うとともに、他の自治体アンテナショップと差別化したメニュー提案に取り組みました。



「皿鉢プラン」提供例

② ランチメニューの改定

原材料費や光熱水費等の高騰への対応もあり、ランチメニューを一部、値上げするとともに、全国有数の漁獲高を誇る高級魚キンメダイを使ったメニュー「室戸キンメ丼」を創るなど、ランチメニューの見直しを行いました。



ランチ「室戸キンメ丼」

③ 県内酒蔵やワイナリーとタッグを組んだイベントの実施

7月には、県内ワインメーカーとのコラボレーションにより、土佐料理のマリアージュを楽しむイベントや、10月には県内酒造メーカーと連携し、cel-24酵母を使った日本酒と鮎などの土佐料理を味わうイベントを開催し、アンテナショップ飲食部門を活用した効果的な食の情報発信に努めました。



土佐ワインテイスティングパーティー告知

④ 得意客などを対象にした来店特典カードの配布

リピーターや高知ゆかりの方々等を対象に、サービス特典カードを配布し、新規顧客の開拓に取り組みました。



プロモーション

高知のあれこれ記事まとめサイト「高知家の〇〇」を軸に、メディア露出や民間企業、県内各組織との連携で情報発信を展開

① 10年目の高知家プロモーション

コンセプト: 「高知にぞっ婚」

令和4年度は、高知県出身の三山ひろしさんと島崎和歌子さんをキャスティングし、関西に重点を置いて、プレス発表会や5,000円相当の県産品等が当たる「ぞっこんくじ」と連動したWEBキャンペーン等を展開しました。

高知のあれこれ記事まとめサイト「高知家の〇〇」では、民間企業との連携企画をはじめ、高知に関わるヒト・モノ・情報の記事をほぼ毎日発信し、年間250万PV(ページビュー)を達成しました。

その他、地元テレビ局や県内各団体・組織との連携によって、新たなコンテンツを制作し、従来の読者以外の層にアプローチしました。



高知家は、ひとつの大家族やき。

令和4年度高知家ポスター



ANAとの連携



四国銀行との連携



高知カツオ県民会議との連携



高知県土木部との連携

② メディア露出(広告費換算:62.0億円)

<テレビ等のマスメディアを活用した情報発信>

新型コロナウイルス感染症の影響はあったものの、メディアからのニーズの高いアンテナショップの取材や、徐々に回復してきた高知県内での取材に際し、メディアの依頼に応じた細やかな情報提供を行いました。8月にはNHK「あさいち」で、ししとうや、土佐あまとうの料理を紹介し、放送に合わせてSNSで情報発信を行いました。

③ タレントキャスティングによる情報発信

高知県の観光特使や高知なす宣伝隊長を務める三山ひろしさんや、劇団ワハハ本舗の佐藤正宏さんをキャスティング・連携した企画・情報発信を行いました。



三山ひろしさん



ワハハ本舗 佐藤正宏さん

④ カツオ人間による情報発信

高知家のキャラクター・カツオ人間のSNSで、高知県情報発信を実施しました。高知のあれこれまとめサイト「高知家の〇〇」の記事掲載と連携して情報発信することで、「高知家の〇〇」への誘客を図りました。



カツオ人間

⑤ 関東海援隊の活動

新型コロナウイルス感染症が沈静化するに伴い、会員数3,000人を超える関東海援隊の方々に、店頭での試食やイベントに参加をいただき、物販・飲食での活性化に貢献していただきました。



関東海援隊鮭の食べくらイベント

⑥ 移住相談窓口、観光・移住・ふるさと情報コーナーの運営

相談件数 1,267件

令和5年度の取組

令和5年度は、社会経済活動が正常化する中、これまで培ってきたネットワークを活かし、さらなる外商活動や情報発信に取り組みます。

また、関西圏との経済連携を推進するため、関西事業本部を設置し外商を強化するとともに、関西圏アンテナショップの開業準備を進めるなど、次の4つの基本方針に沿って活動を展開していきます。

基本方針

<県内事業者の営業活動の支援>

- これまで培ってきた外商先との信頼関係やネットワークを最大限に活かし、外商先の拡大や関係の深化を図り、県内事業者・生産者の新たな販路の開拓や販売拡大を図る。中でも、体制拡充した関西圏において、県と一体となって外商拡大を図る。

<アンテナショップの運営>

- 社会経済活動の正常化に合わせた、時節に応じた商品やメニュー展開と店舗プロモーションを効果的に連動させ、物販・飲食部門への集客を図る。

<高知県情報の発信>

- 公社が築き上げてきたメディアとのネットワークを最大限に活用し、あらゆる機会を捉え、高知県情報の露出を創出する。

<関西圏アンテナショップの開業に向けた準備>

- 令和6年7月のオープンに向け、店舗づくりや商品構成といった準備を進めるほか、本アンテナショップを核とした、外商、情報発信、高知ファンづくり等の効果的な取り組みについて検討を進める。

県内事業者の営業活動支援

関西版高知県産品商談会を開催

関西エリアの小売、飲食、卸関係者19社を招致した、公社主催の県産品商談会を5月24日に、ちより街テラス(高知市)で開催しました。

出展した県内事業者59社は、午前中の第一部、午後の第二部に分かれ、商品展示によるフリー商談の後、個別商談を行い、積極的に県産品の売り込みを行いました。



関西版高知県産品商談会

アンテナショップの運営

ゴールデンウィークは、ドラマ効果で大盛況

4月から放送が始まったNHK連続テレビ小説「らんまん」の影響もあり、地下一階の特設コーナーに多くのお客様がお越しになりました。

牧野博士の関連書籍やてぬぐい、ポストカードなどのグッズをはじめ、クッキー缶やハーブティーなどの食品の売上が好調です。



「らんまん」特設コーナー(物販地下)

レストランを活用した特産品の商品発表会を開催

お客様が戻り賑わう一方で、4月には、フロアを貸し切り、四万十鶏の新品発表会・試食会を開催いたしました。

四万十鶏を使った様々なメニューを提供し、首都圏のバイヤーやメディアに食材の魅力を発信いたしました。

今後も食材の発信拠点としての役割を果たしてまいります。



「四万十鶏」新品発表会