

地産外商公社の平成23年度(2月末現在)の活動状況

【参考4】第4回高知県産業振興計画
フォローアップ委員会資料
平成24年3月23日

	得られた成果(2月末現在)	見えてきた課題と反省点
<p>県内事業者の 営業活動と 商品の磨き上げ の支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 外商活動による成約 1,215件(うち定番592件) <ul style="list-style-type: none"> ・ 昨年度の444件(うち定番264件)を大幅に超 ○ 新たに外商に取り組む事業者の増(92社) <p><活動の状況></p> <ul style="list-style-type: none"> ▼ 店舗での試食・商談会(66回・目標36回) ▼ 高知フェア(37回・昨年度43回) ▼ 「食の大商談会」の開催、「スーパーマーケット・トレードショー」への出展 ▼ 個別の営業活動(316回の企業訪問・昨年度279回) ▼ 商談会に向けた事前セミナーの開催 <p><官民協働による取り組みの嬉しい成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ▼ 「スーパーマーケットで買いたい食品30選」の中に本県商品が全国最多の7商品選定 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内事業者、生産者団体等とのプロモーション活動を含む外商戦略の共有が十分ではなかった <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 庁内プロモーション戦略共有会議の開催と年間プロモーション計画の策定、関係団体等との「重点品目販売促進会議(仮称)」の開催 ○ テストマーケティング(TM)が目標の4割程度に <ul style="list-style-type: none"> ・ 年間目標120商品に対して47商品の実績 ⇒ 試作段階でのTMや会社による専門の販売員を雇用したTMを開始するなど、参加しやすい制度に随時改良するとともに、県内事業者へ参加を呼びかけ ⇒ 催事に127商品が出展し、試食・対面販売を通じて首都圏の消費者の嗜好把握につながる   
<p>アンテナ ショップの運営</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災の影響を除けば開業2年目の売上目標(4.1億円)をほぼ達成(年度末売上見込み約3.9億円)   	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経常収支が経営収支試算より約16百万円減(年度末見込み) <ul style="list-style-type: none"> ・ 試食販売や商品説明に対して当初の想定よりも人員を要したことから、物販部門の人員費が増 ⇒ レジ代行の見直しやきめ細かなシフト配置など引き続き人員費の適正化に努める ○ 来店者数約72万人(目標100万人)
<p>高知県情報の 発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ プロモーション活動による広告効果 23億円 <ul style="list-style-type: none"> ・ これまで培ってきた人脈やノウハウを生かしたプロモーション活動により、多くのメディアに露出し、認知度向上と販売拡大につながる ・ 地道なプロモーション活動により、「生姜のデパート=まるごと高知」が定着(生姜関連商品がオープン時の3倍に拡大) ○ 観光・ふるさと情報コーナーへの観光等の相談件数 1,191件 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内事業者、生産者団体等とのプロモーション活動を含む外商戦略の共有が十分ではなかった【再掲】    