

「高知家の魚応援の店」のネットワークの活用方法について

| 年度 | H26年度 | H27年度 | H28年度 | H29年度 | H30年度 | H31年度 |
|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------------|-----------------|
| 年間取引額 | 0.6億円 | 1.2億円 | 2.2億円 | 3.2億円 | 3.5億円 (目標) | 4億円 (目標) |
| 登録店舗数 | 374店舗 | 585店舗 | 690店舗 | 804店舗 | 900店舗 (目標) ※H30.12末 924店舗 | 1,000店舗 (目標) |

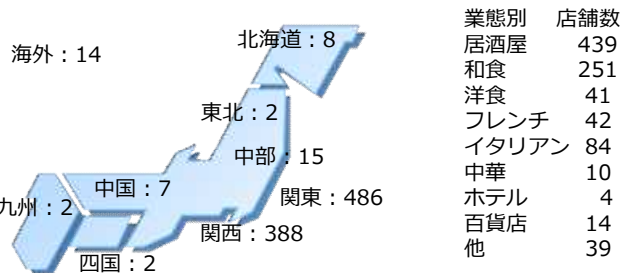


これまでの取組

- 産地見学会の開催
- 「応援の店」へのニーズ収集や産地へのフィードバック
- 「応援の店」を対象とした商談会や試食提案会の開催
- 高級飲食店や取引の可能性の高い飲食店の産地招へい
- 産地での高鮮度処理体制の構築

これまでの成果

H30.12月末時点 首都圏を中心に 「高知家の魚応援の店」924店舗に拡大



- 少量多品種の特色をもつ県産水産物と他店との差別化を図りたい都市圏の飲食店のニーズをマッチングする仕組み作りにより取引額は大きく拡大

※アンケート調査による県内参画事業者との年間取引額と取引率

| | H26年度 | H29年度 | |
|-----|-------|-------|----------|
| 取引額 | 0.6億円 | 3.2億円 | 5.3倍 |
| 取引率 | 31% | 58% | 27ポイントUP |

- 産地見学会など県内産地への招へいにより、本県への強い思いをもつ応援団の形成ができた

【取組方針】

- これまで外商の場として培ってきた高知家の魚応援の店のネットワークを本県との緊密な関係性を土台とした
- ・本県の魅力を情報発信する場
 - ・本県の応援団 として幅広く活用していく

今後の取組

1 《県産食材の販路拡大の場としての活用》

- 水産物により築いた販路を農産物など県産食材全体の外商の場に拡大
- ・農業振興部や地産外商公社と連携したALL高知での県産食材の売り込み
 - ・高知フェアの開催等の働きかけ
(平成31年度) **新** 全国100店舗での高知フェアの開催

2 《情報発信の場としての活用》

- 本県の食を含めた高知の魅力を店舗を通じて情報発信
- ・観光や産地の情報、県の取組などについて店舗内にパンフレット等を設置

3 《高知の魅力の語り部としての活用》

- シェフ自らが本県の魅力を直接、情報発信
- ・シェフ同士のネットワークの中で県産食材の魅力を紹介
 - ・来店客への県産食材を含めた高知の魅力を紹介
(平成31年度) シェフグループへの取組支援 (3グループ)

4 《県内事業者のさらなるレベルアップに向けたパートナーとしての活用》

- ミシュランの星を持つなどスターシェフを中心とした応援の店から技術面や消費者ニーズに沿った視点による助言を得て産地の磨き上げを行い、外商に意欲のある事業者を一層後押し
- ・産地見学会や産地招へいの機会を通じたアドバイス
 - ・サンプル提供によるアドバイス、他産地の取組情報の提供
(平成31年度) **拡** 産地見学会の開催 (20店舗×3回) 産地招へい (4店舗) サンプル出荷 (一般200、高鮮度60)