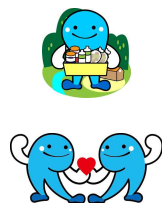


1 基本的な考え方

- (1) 本県の「食」や「観光」などの魅力を強力にPRする情報発信の拠点
- (2) 首都圏と比べて距離が近いという優位性を生かした人的交流の促進や県産品の外商拡大につなげる拠点
- (3) 関西の消費者と高知の生産者や事業者をつなぐ「あんてな」を担う拠点
- (4) 県内市町村や事業者、関西在住の高知県関係者などと連携した「オール高知」で取り組む拠点

3 機能

- (1) 物 販：県産品の販売拡大、販路開拓支援
- (2) 情 報 発 信：観光誘客、移住促進、認知度向上
- (3) 商品磨き上げ：マーケットインの商品づくり
- (4) 3つの機能を効果的に発揮させる仕組
 - ・実物とデジタルを効果的に組み合わせた取組
 - ・関西在住の方々との強固なネットワークを確立



4 運 営

一般財団法人 高知県地産外商公社 による運営
※東京・銀座の高知県アンテナショップ「まるごと高知」も運営



5 開業日・出店場所

- (1) 令和6年7月31日オープン
- (2) 大阪・梅田の「KITTE大阪」
2階、約46坪区画
※JR大阪駅から直結
※低層階にアンテナショップや
地域産品の販売店が集積

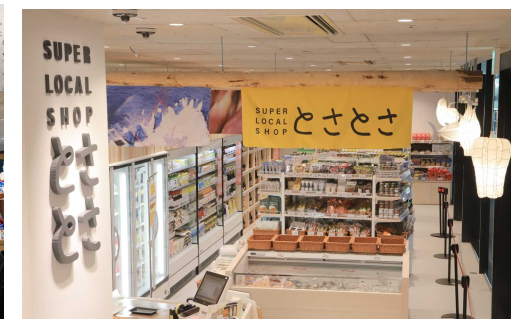


2 コンセプト

SUPER LOCAL SHOP ～ スーパー・ローカル・ショップ ～

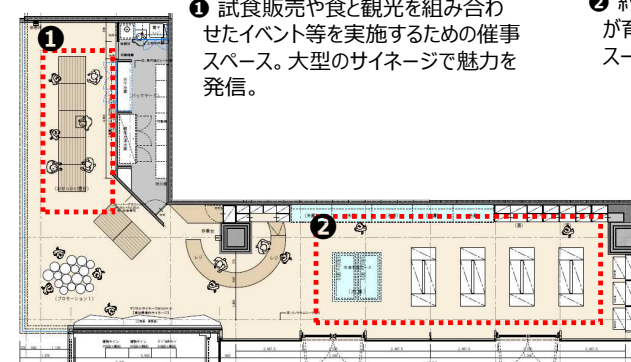
「スーパーローカル」な高知の魅力
それはポジティブで明るいパワーがみなぎる新しい価値を持つ田舎。
一見地味な日常の当たり前の中にある贅沢さ、
地に足の着いた自然由来の潤いのある生活スタイルや食とカルチャーを
リアルにお届けする、ひと味違った「あんてなショップ」です。

SUPER
LOCAL
SHOP
とさと
さ

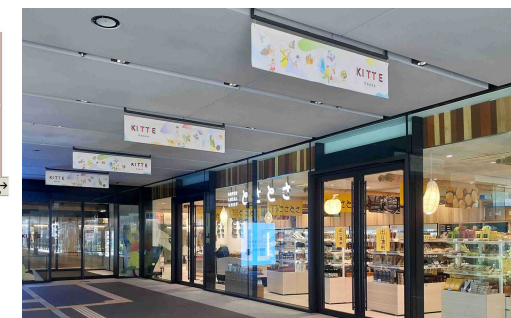
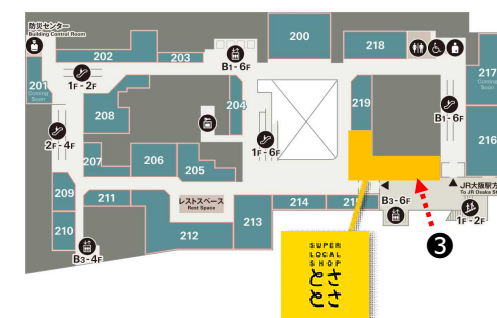


① 試食販売や食と観光を組み合わせたイベント等を実施するための催事スペース。大型のサインージで魅力を発信。

② 約900アイテムの県産品を販売。高知の風土が育んだ県産材の什器や土佐和紙の照明等でスーパーローカルを体現。



③ 大丸梅田店・JR大阪駅から直結の歩行者デッキに面した区画。



令和 6 年度目標

- ・売上：約1.2億円
- ・来店者数：約33万人 ※上方修正予定
- ・経済波及効果：約5.2億円（物販や来店きっかけの観光客増等）

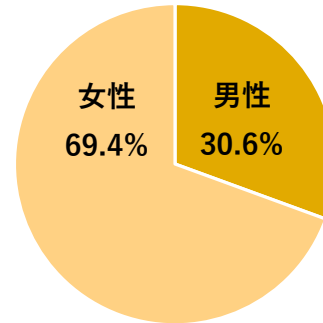
令和 6 年9月末実績

- ・売上：約0.6億円
- ・来店者数：約55万人
- ・メディア露出：60件

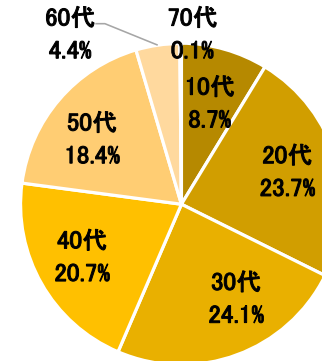
<図 1> 曜日別 売上と来店者数



<図 2> 来店者の男女比



<図 3> 来店者の年代別割合



<図 4> 売れ筋ランキング

	商品名
1	ごっくん馬路村
2	リープル
3	ぼうしパン
4	高知家塩けんぴ
5	龍馬タタキ

これまでの主な取組

- (1) 県産品約900アイテムの販売
- (2) 土佐弁のPOP、県産材や土佐和紙を活用した高知県らしい店づくり
- (3) 試食・試飲等を伴う催事の積極的な実施（月単位でテーマを設定）
- (4) アンテナショップを活用したバイヤー等への商品提案
- (5) オープン 1 か月記念イベントの開催等のプロモーション

今後の取組

- (1) 集客アップに向けたプロモーションの強化
- (2) 催事・テストマーケティングに参加する事業者の更なる掘り起こし
- (3) アンテナショップを商談に一層活用
- (4) メディア露出に向けた企画の立案、アプローチの強化
- (5) 各分野の情報発信や外商活動と連動した取組の展開

