



Vol. 35

# 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

2021.04-2022.03



2022(令和4年).6.6

高知県地産外商公社  
高知県地産地消・外商課



---

# 目次

---

令和3年度 総括	1
新型コロナウイルスへの対応と1年の総括	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	3
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	4
展示商談会への参加事業者数の推移	5
SHOP DATA	6
経済波及効果と公社の活動の成果の推移	8
(部門別 活動の総括)	
県内事業者の営業活動の支援	10
アンテナショップの運営	11
プロモーション	13
令和4年度 of 取組	14



## 新型コロナウイルスへの対応と1年の総括

令和3年度は、前年度に引き続き新型コロナウイルス感染症への対策を講じながら、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。東京都では、緊急事態宣言が138日間、まん延防止等重点措置が94日間あり、公社の活動に大きな影響がありました。そのため、飲食では大変厳しい状況となりましたが、物販では店舗プロモーションを展開し過去3番目となる売上を確保しました。

また、外商については工夫を重ねて活動を行い、過去最高の外商成果につなげることができました。

### 1 県内事業者の営業活動支援

#### ① 個別企業への営業件数

3,215回(うち新規企業403社)(前年度 2,379回 うち新規企業333社)

オンラインの活用など感染対策に配慮するとともに、培ってきたネットワークを最大限に活かした外商活動に取り組み、営業件数は前年度比135.1%と大幅に増加し、コロナ禍前の実績近くまで回復しました。(前々年度比99.3%)

#### 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701社(前年度 570社)

商談会の多くがコロナ禍により中止・延期となる中で(1)公社が主催する商談会の実施、(2)大規模展示会への出展、(3)大手卸売事業者主催の商談会への出展など、計62回実施し、参加事業者数は延べ701社(うち38社が新規出展)、前年度比123.0%を確保しました。

#### ③ 産地視察への招へい 69回(前年度 77回)

コロナ禍の影響から、小売店のバイヤーや飲食店の料理、仕入れ担当者を県内に招へいすることが困難な状況が続く中、対前年度比90%の実施回数を確保しました。

#### ④ 高知フェアの開催 187回(前年度 164回)

県内地域商社と連携した量販店でのフェアや、「高知家のお魚応援の店」登録店への提案によるフェアなど、高知フェア実施回数は前年度を上回り、コロナ禍前の令和元年度と同数の、過去最多となりました。

- 結果**
- 成約件数 10,279件(前年度 9,355件(前年度比109.9%))
  - 成約金額 51.93億円(前年度 47.09億円(前年度比110.3%))
  - 取引先1社に対する平均成約金額 2,608千円(前年度 2,679千円)  
(延べ取引先 1,991社(前年度 1,758社))

### 2 商品の磨き上げの支援

#### ① 店頭でのテストマーケティング・催事の実施

6社16商品(専門家によるオンライン相談(1社2商品)を含む)(前年度 14社42商品)

試食・試飲を伴うテストマーケティング等が実施できず、参加事業者、アイテム数とも前年度から大幅に減少しました。

#### ② 「まるごと高知商談会・外商相談会」の開催 県内1カ所1回(前年度 県内3カ所延べ6回)

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開催しました。回数こそ減少しましたが、36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ができました。

#### 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)内容物が見えにくい商品に対し、外装パッケージの工夫による「見える化」を提案。

### 3 アンテナショップの運営(収益部門)

令和3年8月で11周年を迎えた「まるごと高知」では、販売促進や経費削減等に取り組み、コロナ禍の影響は継続しているものの、令和3年度の売上は改善し、また国の雇用調整助成金及び都の感染拡大防止協力金等を活用した結果、収支はプラスに転じました。

#### ① 臨時休業・営業時間の短縮

新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言等を受け、臨時休業、時短営業を行わざるをえませんでした。開店時間を前倒しすることで営業時間数の確保に努めました。

<令和3年度 まるごと高知の営業時間の状況>

	物販	飲食	
		ランチ	ディナー
①通常営業	10日	0日	0日
②臨時休業	1日 (7/12)	16日 (7/12~7/27)	47日 (7/12~7/27ほか※)
③閉店時間の前倒し(時短営業)	352日	109日	306日
④開店時間の前倒し	—	338日	306日

※ディナー臨時休業詳細  
 ・4/29~5/11、5/17~5/31:平日休業  
 ・6/1~6/20:月・火・水休業  
 ・7/12~7/27:全日休業  
 ・2月:計7日間休業

<通常時と令和3年度の営業時間比較>



#### ② 来店者数・売上回復の取り組み

新型コロナウイルス感染拡大により落ち込んだ来店者数と売上の回復に向け、さまざまな施策を講じました。

##### 【主な来店・販売促進策】

<共通>

- ・ 1Fエントランスの**フロア紹介スクリーン**をリニューアル
- ・ マスメディアへの情報発信

<物販>

- ・ **オンラインを活用した**販売促進企画の実施
- ・ **ECサイト(おうちでまるごと高知)**の活用

<飲食>

- ・ **食のインフルエンサー**を活用したモニタリング
- ・ **ランチメニューの改定**
- ・ **飲食のLINEの公式アカウント**の開設
- ・ 地下鉄のフリーペーパー「**メトロミニッツ**」とコラボした**土佐酒の利き酒セット**の開発
- ・ **テイクアウト**の継続





③ 感染予防の取り組み

引き続き、お客様と従業員の感染予防策を十分に講じ、安心してお買物やお食事を楽しんでいただける対策を行いました。

【主な感染予防策】

<物販>

- ・ 従業員の検温、手指消毒及びマスク着用の徹底
- ・ 試食・試飲の中止
- ・ 使用済み買い物カゴの消毒

<飲食>

- ・ 従業員の検温、手指消毒及びマスク着用の徹底
- ・ 席数減による空間の確保
- ・ ランチ時のスタッフによる飲み物のサーブをテーブルごとのポット設置に変更
- ・ 飲食ごとのテーブル等の消毒の徹底

④ 令和3年度の売上及び収支

<来店者数>

令和2年度と比べて、物販を中心に来店者数は増加し、目標(物販と飲食計58万人)に近い実績(同56.3万人)を達成しました。

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  
(前年度 物販 来店者数 390,079人、レジ通過者数 131,746人 / 飲食 来店者数 33,443人)

<売上>

長期にわたる緊急事態宣言の発令により、飲食は前年よりは改善しているものの、引き続き厳しい結果となりましたが、物販は店舗プロモーションによるメディア露出効果等から、過去3番目の売上となりました。

物販 300,657千円、飲食 85,672千円 合計 386,329千円 (前年度比 133.7%)  
(前年度 215,057千円、飲食 73,852千円 合計 288,909千円)

<収支>

コロナ禍の影響により臨時休業や時短営業を余儀なくされる中で、経費の削減等に取り組むとともに、国の雇用調整助成金や都の感染拡大防止協力金等を最大限活用することで、物販、飲食とも収支はプラスに転じました。

物販 22,798千円、飲食 10,818千円 合計 33,616千円  
(前年度 物販▲3,567千円、飲食 ▲26,299千円 合計 ▲29,866千円)

県への家賃返還前の収支

※国・雇用調整助成金、東京都・営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金の受入額計  
物販 50千円、飲食 30,308千円 合計 30,358千円

令和4年度もコロナ禍の影響により厳しい状況が続きますが、引き続き様々な工夫を凝らして、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 891件 (前年度 719件)

② 「高知家」プロモーションをはじめ、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ジを配布 平成25年度開始から累計416千個

結果 ● TV・新聞・雑誌等メディアへの露出

広告効果(TVのみ)は、64.0億円 (前年度 62.1億円)

※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98.7億円 + 広告効果64.0億円

# 令和3年度 総括

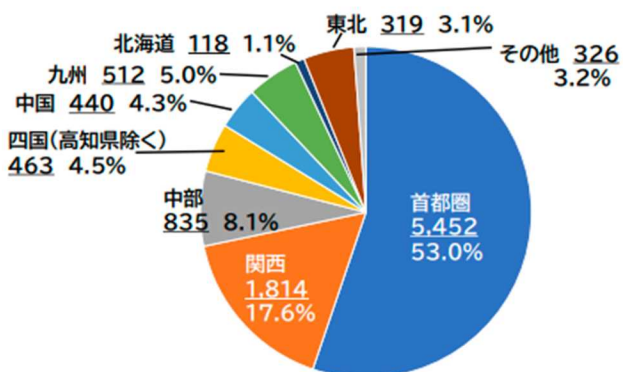
## 外商活動に関する県内事業者へのアンケート結果の概要

※令和3年度アンケート調査による 337社中288社回答（回答率85.5%）

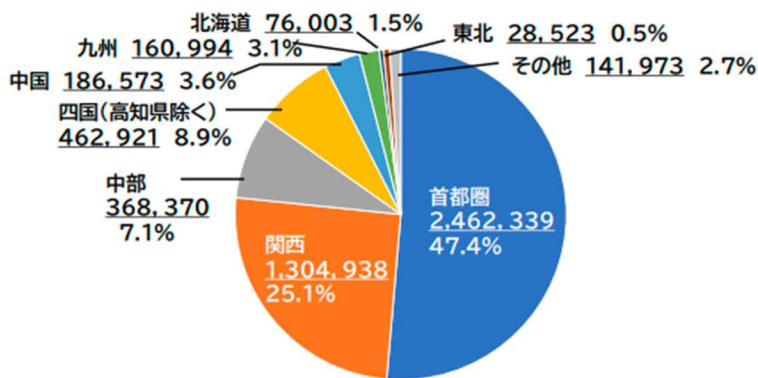
### 成約件数・金額等の状況

区分	成約数（件）	金額（千円）	事業者の実数	取引先の実数
合計	10,279	5,192,633	337	1,340

令和3年度 成約件数(件)



令和3年度 成約金額(千円)



### 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	119社	41.3%
役立っている	109社	37.9%
つながる事例は少ない	53社	18.4%
つながる事例はない	7社	2.4%
合計	288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	166社	57.7%
期待している	119社	41.3%
あまり期待していない	3社	1.0%
期待していない	0社	0.0%
合計	288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
		(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)	(2016)	(2017)	(2018)	(2019)	(2020)	(2021)
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	県大阪事務所主催で開催(~H26)					53	70	70	66	-	中止	40
	愛知	-	-	-	-	-	-	-	-	36	39	中止	37
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
JFフードサービスバイヤーズ	東京	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-
ファベックス(東京)	東京	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	中止	20
ファベックス(関西)	大阪	県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	愛知	-	-	-	-	-	9	15	21	15	18	中止	中止
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
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
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(関西)	大阪	-	-	-	-	-	-	-	9	9	9	-	-
フードスタイル 九州	福岡	-	-	-	-	-	-	8	8	14	18	18	17
インバウンドマーケットEXPO	東京	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-
輸出EXPO	東京	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	4
東海スーパーマーケットビジネス フェア/ファベックス中部	愛知	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20
通販食品展示商談会	東京	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8
フードメッセinにいがた	新潟	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
会社のパイプを活かした個別商談会		-	-	-	-	-	133	72	119	116	147	265	250
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
延べ参加事業者数		34	36	106	194	286	646	676	692	737	820	570	701
実参加事業者数		34	36	81	102	139	192	193	189	190	194	164	177
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

高知県産品商談会 … H30から春(上段)、秋(下段)の2回(R2は10月と11月)開催

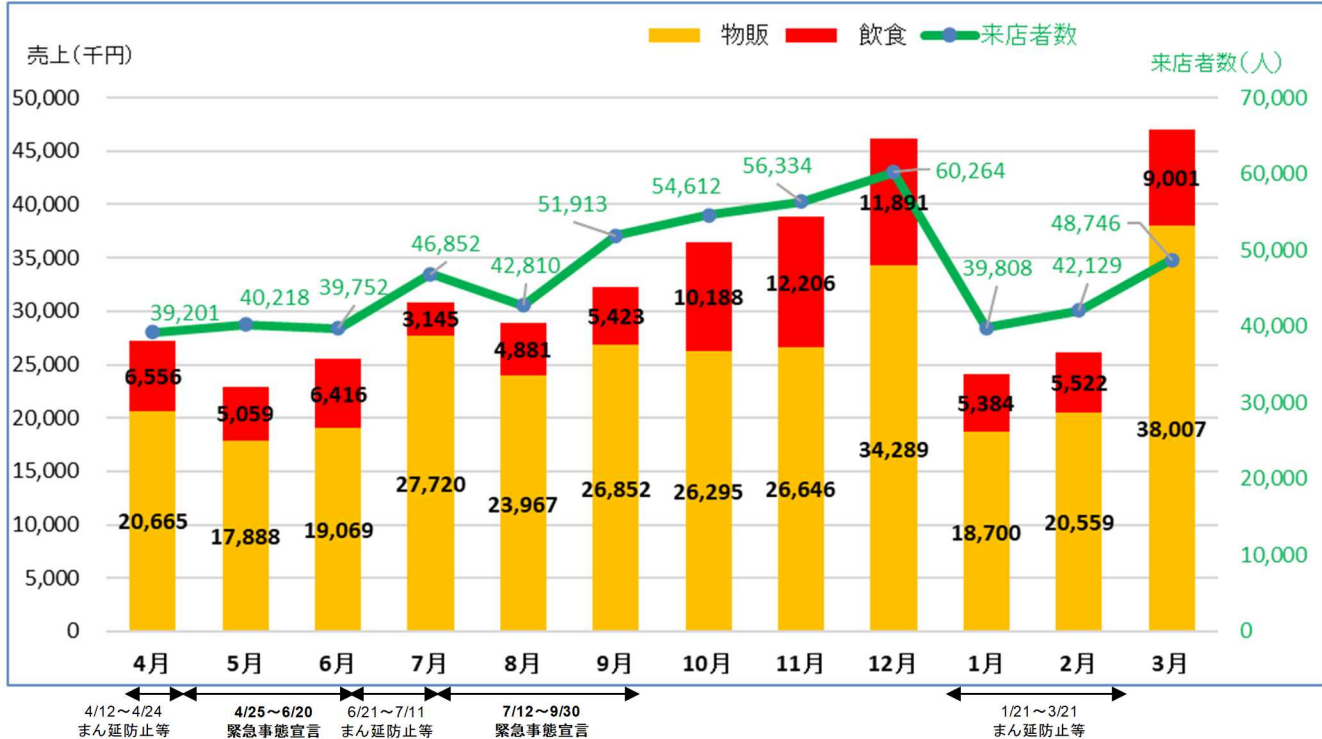
スーパーマーケット・トレードショー、FOODEX JAPAN … 「高知県ブース」への参加事業者数

# 令和3年度 総括

## SHOP DATA /

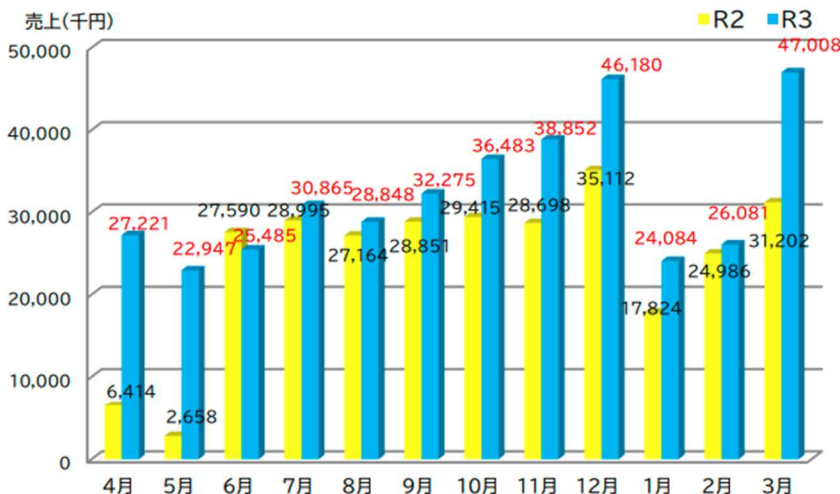
売上 386,329千円（物販 300,657千円、飲食 85,672千円）、来店者数 562,639人

### 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	30	31	30	31	30	31	29	28	31	362
	来店者数(人)	36,058	37,266	36,329	45,249	40,131	48,685	50,417	51,648	56,204	37,617	39,523	45,236	524,363
	レジ通過者(人)	12,255	11,940	12,223	15,515	13,998	17,065	17,492	17,981	20,653	12,667	13,292	15,181	180,262
	レジ通過率	34.0%	32.0%	33.6%	34.3%	34.9%	35.1%	34.7%	34.8%	36.7%	33.7%	33.6%	33.6%	34.4%
客単価(円)	1,511	1,485	1,531	1,766	1,689	1,558	1,458	1,467	1,651	1,469	1,526	1,511	1,555	
飲食	営業日数(日)	30	31	30	15	31	30	30	30	29	26	28	30	340
	来店者数(人)	3,143	2,952	3,423	1,603	2,679	3,228	4,195	4,686	4,060	2,191	2,606	3,510	38,276
	客単価(円)	2,086	1,709	1,875	1,962	1,710	1,680	2,388	2,604	2,929	2,453	2,118	2,553	2,223

### 売上金額の前年度比較



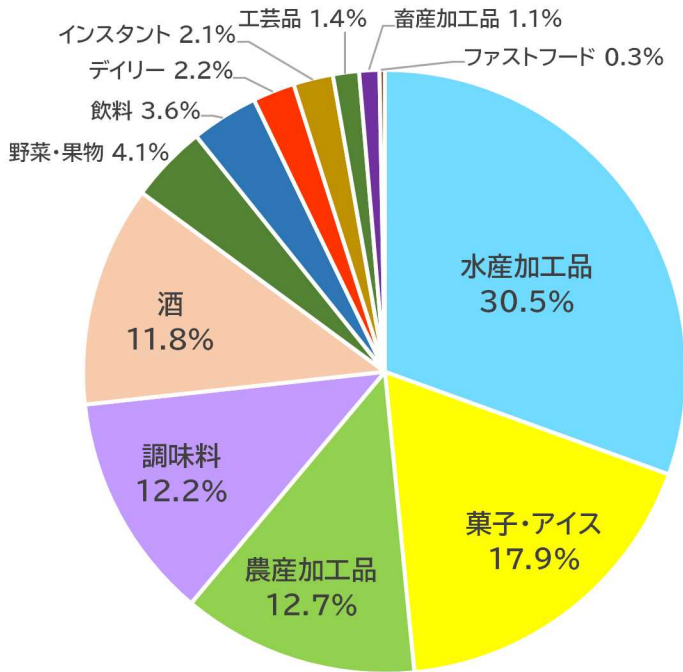
区分	年間平均客単価
物販 (1階)	1,482円 (1,467円)
物販 (地下)	2,333円 (2,614円)
飲食 (ランチ)	1,720円 (1,586円)
飲食 (ディナー)	4,628円 (4,949円)

※店舗売上+EC売上等、( )は昨年度

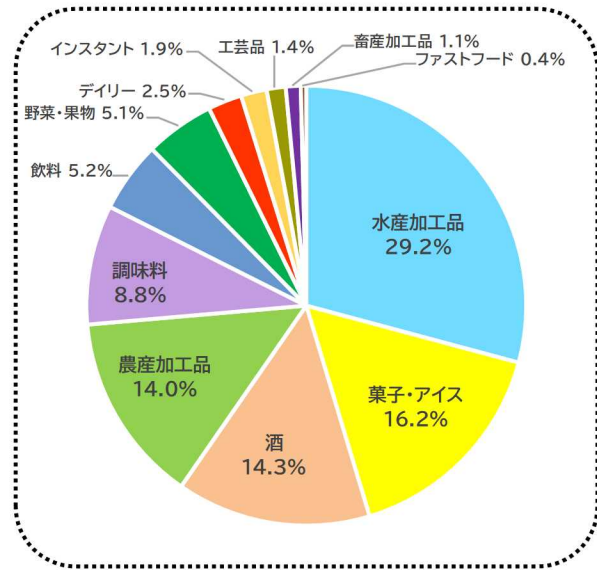




令和3年度 物販売上構成比



【参考】令和2年度



令和3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	32,303
2	澁谷食品 塩けんぴ 高知家	23,456
3	ハマヤ 龍馬タタキ	13,220
4	はちきんの店 安部さんの囲生姜	10,533
5	澁谷食品 よさこい芋けんぴ	8,651
6	馬路村農協 ごっくんアルミ缶	8,127
7	青柳 栗のマドレーヌ パラ	8,088
8	南国製菓 240g巾着塩けんぴ	6,976
9	ア-スイド 葉にんにくのたれ 白みそ	6,959
10	ア-スイド 葉にんにくのたれ 麦みそ	6,581
11	澁谷食品 サクサク芋けんぴ大学いも	6,402
12	澁谷食品 サクサク芋けんぴ甘しお	6,363
13	明神水産 薫焼き戻り鰹たたき ブロック	6,184
14	四国健商 ゆずがり	5,611
15	ヤマテパン ぼうしパン	5,130
16	澁谷食品 よさこい胡麻けんぴ	4,477
17	馬路村農協 ごっくん馬路村180ml	4,184
18	スイーツ 田野屋塩二郎シューラスカップ	4,107
19	野村煎豆 ミレビ スケットコーヒ-4連	3,687
20	野村煎豆 キャラメルミレビ スケット4連	3,425

飲食部門		
順位	商品名	点数
1	薫焼きカツオのたたき御膳 (ランチ)	5,911
2	まるごとおきゃく御膳 (ランチ)	5,656
3	高知海鮮の刺身御膳 (ランチ)	4,244
4	豪華カツおづくし御膳 (ランチ)	2,464
5	日替わり御膳 (ランチ)	2,081
6	田舎寿司と天ぷら御膳 (ランチ)	2,056
7	四万十ポーク米豚の生姜焼き御膳 (ランチ)	1,787
8	四万十鶏と高知野菜の唐揚げ御膳 (ランチ)	1,639
9	安芸市名物御膳 (ランチ)	1,250
10	薫焼きカツオの塩たたき	1,109
11	須崎名物鍋焼きラーメン (ランチ)	876
12	土佐彩り御膳 (ランチ)	778
13	文旦サワー	441
14	土佐ジロー卵	427
15	龍馬 友情セット	423
16	四万十ポークの高知名産ニラトン弁当 (テイクアウト)	997
17	薫焼きカツオのたたき皿鉢	409
18	四万十青さ海苔のかき揚げ	404
19	セレクト御膳	388
20	四万十鶏の唐揚げ	375

経済波及効果(R3年度)【上段】と

INPUT (補助金等投入額)	OUTPUT (活動の結果)
① 県補助金 2.80億円(決算見込み額) ② 人件費負担(県直接支給分) 0.39億円(決算見込み額) ③ 建物の家賃負担 0.94億円(決算見込み額)  ①～③合計 <b>4.13億円</b>	① フェア・商談会等の開催 ●営業訪問(面談) 3,215件 ●展示商談会 62回・701社(うちオンライン26回・242社(併用含む)) ●産地招へい 69回 ●高知フェアの開催 187回 ② 県内337社の外商活動を支援(R2年度:365社) ③ テストマーケティングや催事への参加商品数 16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 のべ64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 891件

		H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)	H26 (2014)	H27 (2015)	
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	
	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	
	展示商談会		1回	1回	3回	7回	16回	39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)	
	営業訪問(面談)		269件	339件	541件	761件	816件	1,388件	
	産地招へい						32回	99回	
	高知フェア	29回	43回	46回	50回	63回	101回	145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	
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	
	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	
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	
	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
		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
		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

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
-------	-------------------	--------------------------	--	-------------------------	--	--	-----------------------------



## 公社の活動の成果の推移【下段】

### OUTCOME(活動の成果)

- ① 成約金額 51.93億円 (R2年度:47.09億円)
- 成約件数 10,279件 (R2年度:9,355件)
- ② 店舗での売上原価 2.3億円 (店舗売上3.9億円)
- ③ 観光客等の増加効果(推計) 4.2億円
- ④ ①~③による経済波及効果 計※98.7億円  
(※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) 64.0億円

④+⑤総計 162.7億円

※表中の赤字は過去最高実績

H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R元 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)				R4目標 (2022)
					目標	実績	対前年比	対目標比	
8,112件	9,127件	9,620件	9,896件	9,355件	10,000件	10,279件	109.9%	102.8%	10,000件
28.48億円	35.41億円	42.38億円	46.38億円	47.09億円	53.50億円	51.93億円	110.3%	97.1%	57.00億円
44回	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	159.0%		
676社 (193社)	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	123.0% (107.9%)		
1,984件	2,187件	3,218件	3,239件	2,379件	3,500件	3,215件	135.1%	91.9%	3,500件
135回	112回	152回	129回	77回		69回	89.6%		
178回	176回	173回	187回	164回	200回	187回	114.0%	93.5%	200回
催事と合わせ 200商品	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 200商品	催事と合わせ 16商品	38.1%	8.0%	催事と合わせ 200商品
61.2億円	63.1億円	64.5億円	83.3億円	62.1億円	60.0億円	64.0億円	103.1%	106.7%	60億円
1,203件	1,247件	1,236件	1,210件	719件	1,200件	891件	123.9%	74.3%	1,200件
763,073人	696,896人	686,369人	698,264人	423,522人	580,000人	562,639人	132.8%	97.0%	61.7万人
4.66億円	4.44億円	4.57億円	4.77億円	2.89億円	3.78億円	3.86億円	133.6%	102.1%	4.18億円
3.05億円	2.69億円	2.76億円	3.13億円	2.15億円	2.57億円	3.00億円	139.5%	116.7%	2.81億円
1.61億円	1.75億円	1.81億円	1.64億円	0.74億円	1.21億円	0.86億円	116.2%	71.1%	1.37億円

		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			
--	--	-------------------	--	----------------	--	----------------------	--	--	--

## 県内事業者の営業活動の支援

### 感染対策に配慮した営業活動の実施

#### 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【東京】 39社出展
- ・ ファベックス東京【東京】 20社出展
- ・ フードスタイル九州【福岡】 17社出展
- ・ フードストアソリューションズフェア【大阪】 20社出展
- ・ 通販食品展示商談会【東京】 8社出展
- ・ 東海スーパーマーケットビジネスフェア(初出展)【愛知】 20社出展
- ・ フードメッセinにいがた(初出展)【新潟】 1社出展



#### ② 公社・県が主催する商談会の開催

「高知県産品商談会」、「土佐の宴」を、感染予防策を万全に行って開催しました。

- ・ 高知県産品商談会(高知市・10月)出展事業者:115社 バイヤー等:109社
- ・ 土佐の宴(名古屋市・11月)出展事業者:37社 バイヤー等:110社
- ・ 土佐の宴(大阪市・3月)出展事業者:40社 バイヤー等:204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291件(うち公社219件、県72件)
- ・ 「高知家の逸品応援の店(ショールーム機能)」登録による情報発信:登録店舗14店
- ・ 関西の「高知家のお魚応援の店」への外商活動の展開:営業118件(うち公社54件、県64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

コロナ禍で商談機会が厳しい中、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

感染状況などを見極めながら、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 69回(前年度 77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、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 596社(前年度:551社)  
登録商品 3,040商品(前年度:2,832商品)

#### ⑦ 販売促進用ポスター及び動画によるPR

ポスター9種類、動画9本を作成



ポスター



動画



## アンテナショップの運営

### SNS等を活用した店舗プロモーションの積極展開

新型コロナウイルス感染拡大が継続する中、アンテナショップが県産品外商の拠点である使命感を持って、販路拡大につなげる店舗プロモーションを行いました。

#### ① 11周年動画の制作

「まるごと高知」オープン記念日である8月21日に、コロナ禍で厳しい状況にある多くの方々にエールを送るメッセージ動画を発信しました。動画はYouTubeにアップしSNS等で拡散したほか、高知放送ではノーカットで紹介いただきました。



#### ② 土佐酒の販売強化

飲食業界での酒の提供自粛が物販にも影響し、土佐酒の販売が落ち込んだため、5月に土佐酒のECサイトを開設し、セット商品の販売を始めました。

初心者向けの「人気6歳ミニボトル」セットや「高知酵母cel24を使った4歳飲み比べ」セットなどのほか、一升瓶のセットを販売しています。

また、9月25日には土佐酒の応援企画として、吉田類さんをゲストに迎えたオンラインイベントを開催。「離れていても心は密に」を合言葉に、参加者70名が、類さんと語り合いました。



#### ③ オンラインを活用した情報発信

店舗での集客イベントや試食販売が実施できない中、オンラインを活用した販売促進及び情報発信に挑戦しました。

##### <高知が誇る「天日塩」のPR>

8月28日、ソルトコーディネーターの青山志穂さんをゲストに、高知の天日塩食べ比べイベントを開催しました。職人技による塩の結晶の違い、そこから生まれる塩の味わいの違いを、青山さんの解説を聞きながら学び、事前に参加者にお送りしたカツオのたたきと合わせて食べ比べを楽しんでいただきました。



##### <ゆず活アンバサダー川村文乃さんの動画公開と関連商品の販売>

ゆずの販促プロモーション「ゆず活」のアンバサダーに就任いただいている、アンジュルム・川村文乃さんに出演いただき、ゆずの使い方を紹介するPR動画を公開、あわせて動画で紹介したゆず加工品のセットをECサイトで販売しました。



##### <恒例の新春鏡開きもオンライン>

例年、初売りの日に行う鏡開きを、Twitterの生配信機能でお届けしました。また行列による密集を避けるため、恒例の新春福袋もECサイトで販売し、用意した2,022円の100セットは即日完売しました。



## アンテナショップの運営

### 物販・飲食共通

#### ① 「テーマ」を設定した来店促進企画の実施

映画「竜とそばかすの姫」の公開に合わせて、7月に物販で関連商品を取  
売、飲食には映画パネルを展示しました。また年末には柚子、2月には生姜  
をテーマに関連商品販売及びメニュー提供を行いました。

### 物販部門

新型コロナウイルス感染拡大を受け、試食・試飲やイベントが実施できな  
くなる中、店内のにぎわい創出と来客促進に努め、首都圏に県産品情報を発信  
しました。

#### ① 店頭催事の実施

試飲・試食や県内事業者等の上京が制限される中、テストマーケ  
ティングを含む催事の実施は**6社16商品**にとどまりました。【再掲】  
その中でも、毎年恒例となっている土佐文旦振興対策協議会主催  
の文旦フェアは、2年ぶりにオンラインで開催。約30名の方々が生産  
者の取り組みに耳を傾け、文旦の剥き方講座などを楽しみました。

#### ② 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280アイテム**を含む**2,192アイテム**  
を首都圏の消費者に紹介しました。

### 飲食部門

緊急事態宣言等による時短営業等、酒類提供の自粛を行わざるを得  
ない状況の中、一人向けメニューを考案するといった対応を行うとともに  
にテイクアウトも昨年に引き続き実施しました。

#### ① SNSインフルエンサーの活用

従来の中心顧客であった中高年層の来客が落ち込む中、若者層を  
獲得しようと、食のインフルエンサーを活用したメニュー開発と情報  
拡散に取り組みました。具体的には、9月に、6名のインフルエンサー  
による試食会とSNSでの情報拡散を実施し、彼らの意見も参考に、  
ランチメニューの価格帯とメニューブックのデザインを改定しました。

#### ② ランチブックの充実

ランチは1,400～1,800円を中心とし、これまでA4版1枚で表示  
していたメニューを、A4版12ページのブックスタイルに変更し、本  
県食材や料理の情報を細かく発信しています。

#### ③ 女性向け利き酒セットの開発

2月には、女性誌とコラボレーションした女性向けの土佐酒利き酒  
セットを開発し、地下鉄で配布されるフリーペーパー「メトロミニツ  
ツ」(10万部発行)への掲載と、20名のインスタグラマーを活用し  
た情報拡散を行いました。



メトロミニツツ選抜!  
**日本酒 飲み比べセット**  
1,000円

1 ビギナーでも楽しいコース  
2 高知の日本酒の神髄コース

A 高知産 純米酒  
B 高知産 純米酒  
C 高知産 純米酒  
D 高知産 純米酒  
E 高知産 純米酒  
F 高知産 純米酒

お食事を楽しみたい方も  
「福寿スタイル」  
1,900円

お酒を楽しみたい方も  
**本物の高知の味を**

お好みの料理を3選  
**セレクト皿鉢**  
3,000円

セレクト皿鉢とご一緒に  
NEW 利き酒セット  
飲み乾し  
2F「TOSA DINING おきやく」  
エレベーターで2階へお上がりください。



プロモーション

OUNDメディアである高知のあれこれ記事まとめサイト「高知家の〇〇」を軸に、マスメディア露出や民間企業との連携で情報発信を展開

① 高知家プロモーション

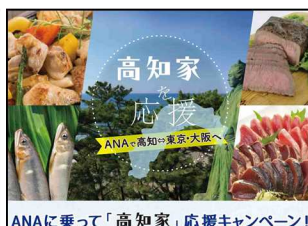
<9年目の高知家プロモーションの企画立案・制作・実施>

コンセプト: 「高知県は、ひとつの大家族やき。」

令和3年度は2年度に引き続き、高知県南国市出身の紅白演歌歌手の三山ひろしさんをキャスティングしてプロモーションを展開しました。高知家のOUNDメディアである、高知のあれこれ記事まとめサイト「高知家の〇〇」を情報発信のプラットフォームとして、高知に関わるヒト・モノ・情報のオリジナル記事を毎日発信し、年間355万PV(ページビュー)に達しました。

また、「高知家の〇〇」と民間企業との連携企画等で、新たな高知ファン層の獲得に努めました。

メディア施策としては、関西のテレビ局と連携して、番組内での高知県の観光情報の発信にあわせて、県産品の視聴者プレゼントを実施し、関西エリアでの認知度向上を図りました。



メディア施策

民間企業連携企画

② メディア露出(広告費換算:64.0億円)

<テレビ等のマスメディアとSNS、webを連動した情報発信>

新型コロナウイルス感染拡大の影響で地方ロケが自粛となる一方、アンテナショップ特集などが増え店舗ロケにつながりました。

テレビで高知県産品が紹介されると同時に、ホームページのアクセス数が急増するため、放送にあわせてホームページ上に関連情報を掲載することで、商品認知および来店に繋がりました。事例としては、人気番組「マツコの知らない世界」での芋けんぴの紹介に合わせて、ホームページに「まるごと高知で買える芋けんぴ8選」の記事を公開。放送に合わせてSNSで拡散し、来店者獲得につながりました。



東京・銀座で買える高知の「芋けんぴ」8選



カツオ人間 & 三山ひろしさん

③ カツオ人間による情報発信

高知のキャラクター・カツオ人間のSNSで、高知県情報発信を実施しました。また、高知家プロモーションのキャラクター・三山ひろしさんとの連携を行い、両者のファン層に高知県情報を発信しました。

④ 関東海援隊の活動

コロナ禍で来店を控える会員に向けて、関東海援隊定期便として、物販スタッフがおススメする高知県産品をお届けする販売企画を実施しました。また、文旦や土佐酒のオンラインイベントの開催情報を発信し、参加していただきました。



関東海援隊定期便の一例

⑤ 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 891件

# 令和4年度の取組

令和4年度は、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた外商活動を展開し、大阪万博などに向け活力のある関西圏との連携といった県の重点施策を意識しながら、次の4つの基本方針に沿って活動を展開しています。

## 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

### <アンテナショップの運営>

- ウィズコロナを見据え、時節に応じた商品、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、あらゆる機会をとらえ高知県情報の露出を創出する

### <県と連携した関西・高知経済連携強化戦略の推進>

- 公社がこれまで蓄積してきたノウハウやネットワークを活かし、関西戦略の「食品等外商拡大」といったプロジェクトを強力に推進する

## 県内事業者の営業活動支援

### ファベックス2022に出展

4/13～15の3日間、東京ビッグサイトで開催されたファベックス2022に高知県ブースを出展しました。

県内事業者21社(うち新規事業者1社)が熱心に商品売り込みました。期間中2日間は雨でしたが、コロナ禍の中で3日間トータル37,781人という、多くの卸・専門商社や小売店の関係者の来場があり、充実した商談の機会をつくることができました。

### 卸売業者の展示商談会に出展

4/26 大阪市で開催された大手卸売業者の展示商談会に高知県ブースとして出展しました。

昨年度、コロナ禍で中止が多かった卸売業者の商談会が再開され、県内から事業者4社が出展しました。

## アンテナショップの運営

### 店頭催事も復活 連休は銀座に賑わい戻る

3年ぶりの行動制限のないゴールデンウィークは、多くのお客で賑わいました。旅行気分が銀座界隈のアンテナショップをめぐるお客が多く見受けられ、事業者による店頭催事を再開し盛況となりました。また、カツオのたたき、芋けんぴ、ぬたといった高知ならではのものが非常に良く売れました。

### レストランは初夏のメニュー

レストランでは、5月中旬から高知の初夏をイメージしたディナーコースの提供を始めました。

7～8月は、期間限定で鮎や鰻など高知の旬の食材を提供してまいります。

