



# まるごと高知レポート

〈アンテナショップまるごと高知&地産外商公社活動報告〉

201604-201703



2017.6.16  
高知県地産外商公社  
高知県地産地消・外商課







## 1 県内事業者の営業活動支援

- ① 個別企業への訪問 1,984回（うち新規企業344社）（昨年度1,388回うち新規企業219社）
- ② 高知フェアの開催 178回（昨年度145回）
- ③ 「スーパーマーケット・トレードショー2017」「フーデックス・ジャパン2017」への出展
- ④ バイヤー、シェフ等の産地招へい 135回（昨年度99回）

### 結果

- 成約件数 8,112件（うち定番採用4,721件）  
（昨年度 6,555件（うち定番採用3,690件））
- 成約金額 2,848百万円（昨年度2,079百万円）
- 取引先1社に対する県内事業者1社の平均成約金額1,916千円（昨年度1,641千円）

## 2 商品の磨き上げの支援

- ① テストマーケティング及び催事への参加 40社200商品（昨年度39社198商品）
- ② 店舗・外商活動の状況報告
  - 「まるごと高知報告会」の開催（県内2カ所）
  - 「まるごと高知商談会」の開催（県内4カ所）

## 3 アンテナショップの運営(収益部門)

- ① 売上
  - 物販304,786千円、飲食161,247千円 合計466,033千円（対前年度比98.9%）  
（昨年度 物販297,123千円、飲食174,070千円 合計471,193千円）
- ② 経常利益
  - 合計7,895千円（昨年度10,318千円、対前年度比76.5%）
  - ※ 県派遣職員の実績給を収益部門で負担後の数値。昨年度は平成24～26年度消費税還付金1,588千円を含む。
- ③ 物販部門
  - 平成28年度は約2,600の商品を首都圏に紹介。（平成28年度の新商品：262アイテム）
  - 木材利用・住宅エコポイント制度の前年度での終了など、大幅な売上減の要因があったものの、メディア露出の効果等により対前年度比2.6%アップ  
（店舗外での催事や木材利用・住宅エコポイント利用分などを除く店舗売上のみでの比較では、対前年度10.8%アップ）
- ④ 飲食部門
  - 来店者数の減等により売上は対前年度比7.4%ダウン

## 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1,203件（昨年度1,128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」ファミリー募金に県内外の多くの方の賛同をいただき、配布開始から累計293千個のピンバッジを配付

### 結果

- TV・新聞・雑誌等メディアへの露出  
広告効果（TVのみ）は61.2億円（昨年度60.6億円）

成約金額、店舗売上、観光客等の増による経済波及効果61.2億円 + 広告効果61.2億円



# 平成28年度 総括

## 経済波及効果とこれまでの活動の成果の推移

INPUT (一般財源投入額)	OUTPUT (活動の結果)	OUTCOME (活動の成果)
① 県補助金 2.31億円 (決算見込み額) ② 人件費負担 (県直接支給分) 0.52億円 (決算見込み額) ③ 建物の家賃負担 1.01億円 (決算見込み・公社返還後) <b>①～③合計 3.84億円</b>	① フェア・商談会等の開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業訪問(面談)1,984件</li> <li>● 展示商談会44回・676社</li> <li>● 産地招へい135回</li> <li>● 高知フェアの開催178回</li> </ul> ② 県内369社の外商活動を支援 (H27年度/330社) ③ テストマーケティングや催事への参加商品数 <b>200商品</b> ④ 首都圏メディアへの精力的なプロモーション活動の展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>● TV番組のべ59番組で県産品、観光等を情報発信</li> </ul> ⑤ 観光・移住・ふるさと情報コーナーへの相談件数 <b>1,203件</b>	① 成約金額 <b>28.48億円</b> 成約件数 8,112件 (H27年度:20.79億円、6,555件) ② 店舗での売上原価 <b>2.7億円</b> (店舗売上4.7億円) ③ 観光客等の増加効果 (推計) <b>5.7億円</b> ④ <b>①～③経済波及効果計</b> <b>※61.2億円</b> (※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) <b>61.2億円</b> <b>④+⑤総計 122.4億円</b>

		基本計画 上の目標	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29目標	
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	8,000件	
	うち 定番採用		77件	264件	611件	1,117件	1,828件	2,420件	3,690件	4,721件		
	外商の成約金額 (百万円)				341	768	1,235	1,606	2,079	2,848	2,800	
	営業訪問(面談)	200件		269件	339件	541件	761件	816件	1,388件	1,984件	2,000件	
	展示商談会					10回 106社	10回 194社	17回 286社	39回 646社	44回 676社		
	産地招へい							32回	99回	135		
	高知フェア		29回	43回	46回	50回	63回	101回	145回	178回	200回	
磨き上げ	テストマーケティング	120商品		38商品	52商品	催事と併せ 201商品	催事と併せ 179商品	催事と併せ 241商品	催事と併せ 198商品	催事と併せ 200商品	催事と併せ 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	60億円	
	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	1,200件	
収益部門	来店者数(人)	100万人		443,708	722,077	756,056	695,042	647,261	673,034	76.3万人	75.7万人	
	売上	合計 (億円)	4億円		2.48	3.90	3.86	4.23	4.41	4.71	4.66	4.71
		物販 (億円)	3億円		1.49	2.27	2.23	2.44	2.59	2.97	3.05	2.89
		飲食 (億円)	1億円		0.98	1.63	1.63	1.79	1.82	1.74	1.61	1.82



## 成約件数・金額等の状況

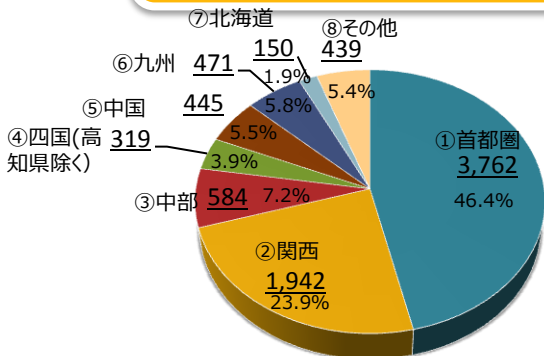
H27

区分	成約数 (件)	金額 (千円)	事業者 の実数	取引先 の実数
合計	6,555	2,078,880	137	942

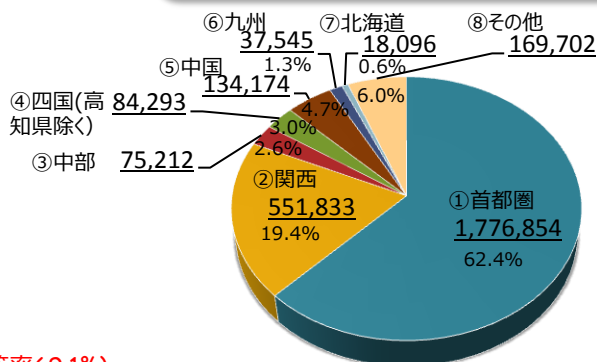
H28

区分	成約数 (件)	金額 (千円)	事業者 の実数	取引先 の実数
合計	8,112	2,847,709	177	992

平成28年度成約件数 (件)



平成28年度成約金額 (千円)



※ H28アンケート調査による369社中255社回答 (回答率69.1%)

## 展示商談会等への参加事業者数

区分	内訳	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
のべ参加事業者数							646社	676社
まるごと高知県の商談会		-	-	39社	66社	71社	51社	67社
土佐の宴				～H26大阪事務所主催で開催			53社	70社
産地視察型商談会		-	-	-	-	-	93社	136社
ファベックス関西				H25～H26大阪事務所主催で開催			8社	10社
名古屋フードビジネスショー		-	-	-	-	-	9社	15社
スーパーマーケットトレードショー	高知県ブース (うち公社)	34社 (13社)	36社 (15社)	47社 (23社)	58社 (28社)	50社 (30社)	58社 (36社)	55社 (42社)
FOODEX JAPAN	高知県ブース (うち公社)	-	-	20社 (20社)	24社 (20社)	33社 (25社)	32社 (20社)	18社 (12社)
居酒屋産業展	東京 福岡	-	-	-	8社	10社	16社	14社 8社
公社のパイプを活かした個別商談会		-	-	-	-	-	133社	72社
大手卸との関係構築による展示商談会		-	-	-	38社	118社	193社	211社

### 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。	105社	43.4%
役立っている。	76社	31.4%
つながる事例は少ない。	51社	21.1%
つながる事例はない。	10社	4.1%
合計	242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。	149社	62.1%
期待している。	85社	35.4%
あまり期待していない。	6社	2.5%
期待していない。	0社	0.0%
合計	240社	100.0%

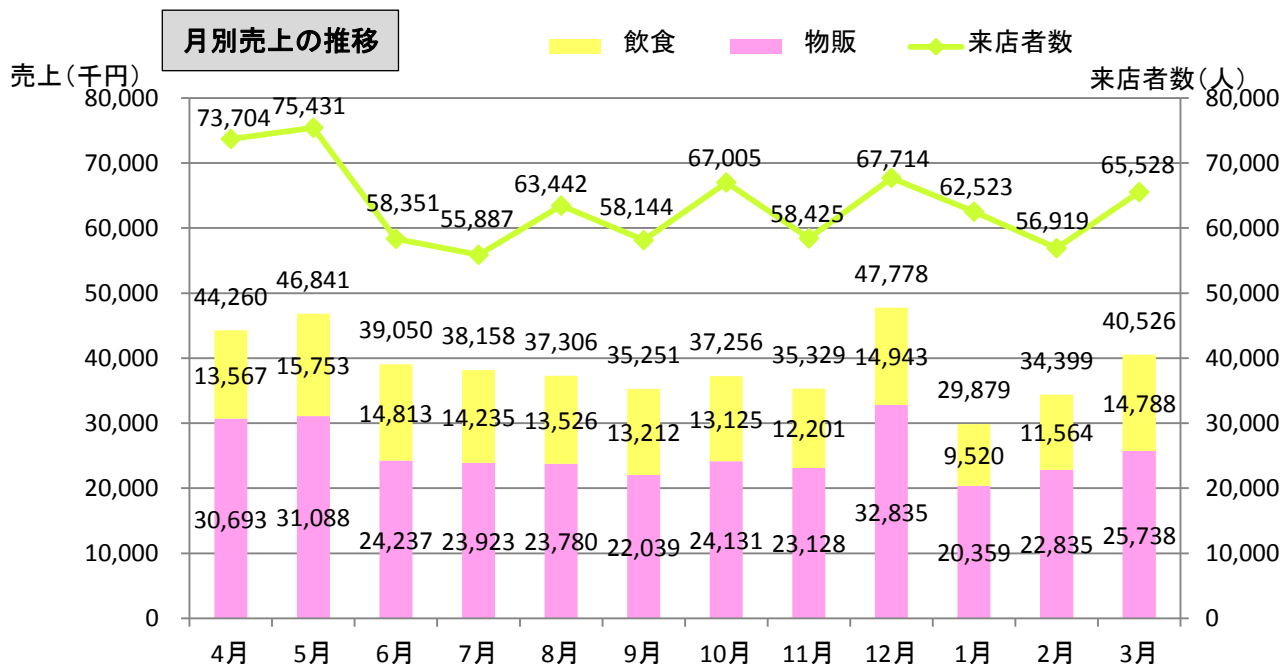




# 平成28年度 総括

## SHOP DATA.1

売上466,033千円（物販304,786千円、飲食161,247千円）、来店者数763,073人



	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	30	30	31	30	31	30	28	31	363
	来店者数 (人)	68,967	69,667	53,582	51,042	58,791	53,580	62,295	54,084	62,555	59,135	52,741	60,492	706,931
	レジ通過者 (人)	25,423	24,173	19,130	18,018	20,139	18,515	20,576	19,127	22,105	16,873	17,796	19,912	241,787
	レジ通過率	36.9%	34.7%	35.7%	35.3%	34.3%	34.6%	33.0%	35.4%	35.3%	28.5%	33.7%	32.9%	34.2%
	客単価 (円)	1,186	1,193	1,209	1,259	1,134	1,157	1,153	1,194	1,391	1,168	1,248	1,263	1,213
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)	4,737	5,764	4,769	4,845	4,651	4,564	4,710	4,341	5,159	3,388	4,178	5,036	56,142
	客単価 (円)	2,864	2,733	3,106	2,938	2,908	2,895	2,787	2,810	2,896	2,810	2,768	2,937	2,872

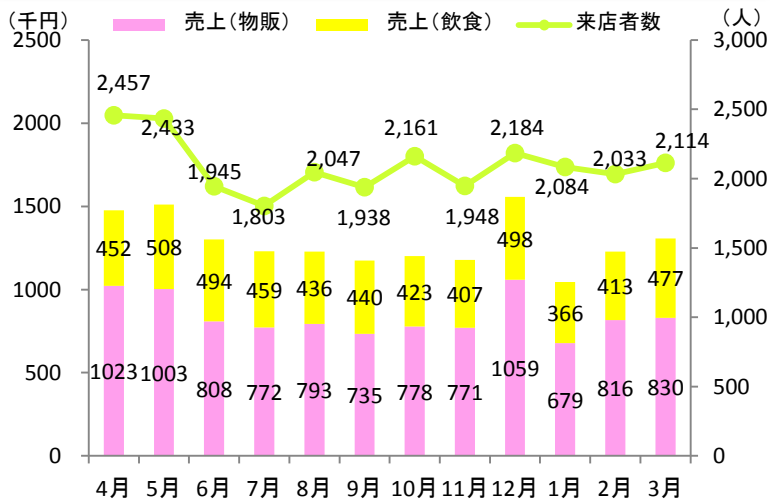
※店舗売上のみ



区分	年間平均客単価
物販 (1階)	1,137円 (1,188円)
物販 (地下)	2,013円 (2,095円)
飲食 (ランチ)	1,530円 (1,550円)
飲食 (ディナー)	5,464円 (5,577円)

※店舗売上のみ  
※ ( ) は昨年度

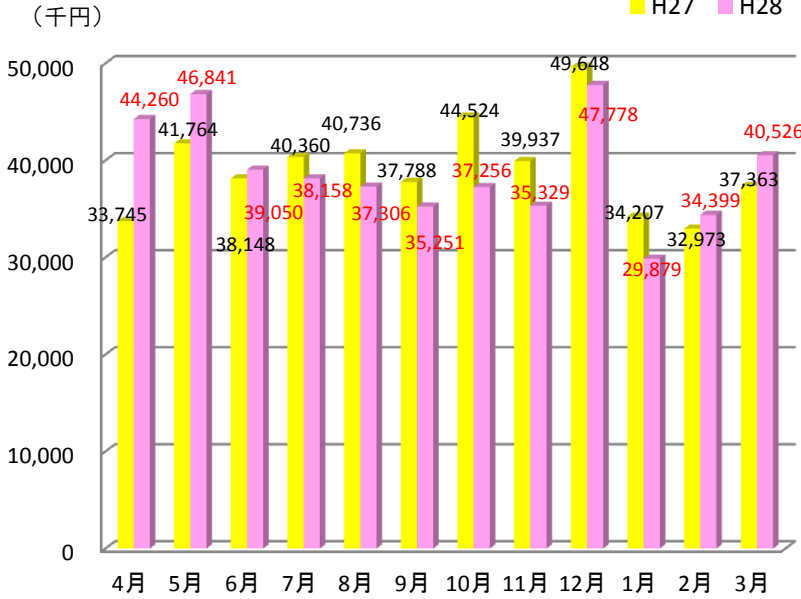
1日平均の売上 物販840千円、飲食449千円、1日平均来店者数 2,102人



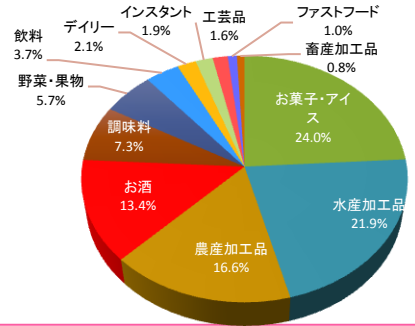


SHOP DATA.2

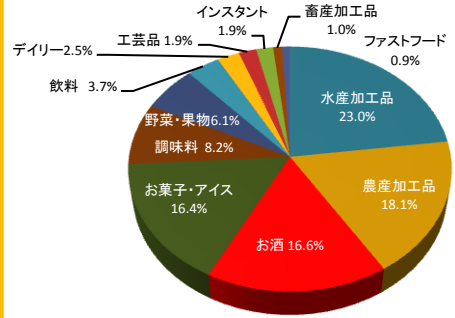
売上金額の前年度比較



物販売上構成比 (H28)



物販売上構成比 (H27)



物販部門			飲食部門		
順位	商品名	点数	順位	商品名	点数
1	四国健商 万能おかず生姜 130g	46,358	1	カツオたたき (ランチ)	7,823
2	澁谷食品 塩けんぴ	15,040	2	刺身御膳 (ランチ)	6,842
3	野村煎豆 まじめミレービスケット 130g	14,818	3	かつおの塩たたき	3,415
4	馬路村農協 ごっくんアルミ缶	14,769	4	シラス丼 (ランチ)	3,375
5	野村煎豆 ミレービスケット高知家ver 130g	13,213	5	本日の逸品	3,374
6	はちきんの店 安部さんの囲生姜	13,004	6	天ぷら御膳 (ランチ)	3,218
7	野村煎豆 ミレービスケットコーヒー4連	11,118	7	日替わり御膳 A (ランチ)	3,123
8	野村煎豆 ミレービスケット 30g×6袋	10,476	8	鍋焼きらーめん (ランチ)	2,934
9	野村煎豆 キャラメル味ミレービスケット4連	9,177	9	パスタランチ (ランチ)	2,311
10	南国製菓 260g巾着 芋けんぴ	8,132	10	サラダプレート (ランチ)	2,077
11	澁谷食品 よさこい芋けんぴ	7,941	11	天丼 (ランチ)	2,018
12	野村煎豆 4連ミレービスケット	7,694	12	たたき柚子ポン酢	1,985
13	ヤマデパン ぼうしパン	7,498	13	土佐ジロー卵	1,942
14	坂田信夫商店 ゆずがり 60g	7,354	14	ミニ皿鉢御膳 (ランチ)	1,750
15	馬路村農協 ごっくん馬路村180ml	6,626	15	茄子タタキ	1,743
16	南国製菓 240g巾着塩けんぴ	6,475	16	本日のデザート	1,725
17	野村煎豆 健康ミレービスケット	5,777	17	土佐鶴	1,607
17	野村煎豆 4連ミレー高知家ver	5,777	18	刺身3点盛	1,606
19	青柳 栗のマドレーヌ パラ	4,126	19	新酒セット	1,487
20	野村煎豆 午後のミレービスケットブラックペッパー	3,995	20	うつぼの逸品	1,407



## 体制の更なる強化と大手卸売業者との関係強化

### ○体制の強化

平成27年度に引き続き外商部門の体制を強化。

【首都圏】 1名増員⇒9名体制

【関西・中部】 1名増員⇒3名体制



### ○大手卸業者とのネットワークを活かした販路開拓・販売拡大

大手卸業者へのアプローチの継続と関係性の深化に努め、これらの卸業者が主催する商談会に参加するなど、販路の開拓と更なる販売の拡大を図ってまいりました。

### ○ボランタリーチェーンとのネットワークを活用した外商活動

量販店等を加盟店とするボランタリーチェーンとのつながりを利用して、加盟する量販店に高知県産品をPRするなど、販路の開拓に努めてまいりました。

### ○大規模展示商談会への出展

- ・スーパーマーケット・トレードショー 55社出展（うち公社：42社）
- ・FOODEX JAPAN 18社出展（うち公社：12社）
- ・名古屋フードビジネスショー 15社出展
- ・居酒屋産業展 22社出展（東京：14社 福岡：8社）
- ・ファベックス関西 10社出展

### ○県の関係部局と連携した商談会の開催

- ・土佐っておいしい！食の大商談会
  - 出展事業者：67社
  - 来場者：212社392人
- ・土佐の宴
  - 出展事業者：70社
  - 来場者：256社513人



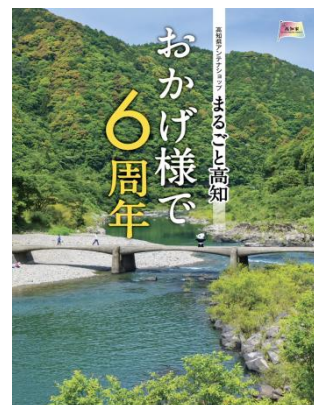




## フロア連携プロモーションの実施

来店促進・販売促進を図るため、物販・飲食の各フロアが同一のコンセプトのもと、関連商品や関連メニューをポスター掲示やホームページ、フェイスブック等で発信するなど連携した店舗プロモーションを展開しました。加えて、重要アイテムにおいては、テレビの告知枠を活用した露出を行い、アンテナショップと商品・メニューの認知促進を行いました。

- トマトフェア「赤の誘惑」(4月11日～30日)
- 初鯉フェア「初鯉の季節です」(4月24日～5月15日)
- 夏酒フェア「土佐の晩酌 土佐のおきやく」(6月3日～6月30日)
- 川の幸フェア(7月16日～7月31日)
- 6周年記念フェア(8月1日～8月31日)
- ◎鯉フェア(9月26日～10月7日)
  - 9月26日 TBS「ひるおび」でフェア告知
- ◎柚子フェア「ゆずとメリークリスマス」(11月23日～12月25日)
  - 12月5日 TBS「ひるおび」でフェア告知
- 酉年記念フェア「酉年なんだから鶏食べよう」(1月2日～1月31日)
- ◎文旦フェア(2月1日～3月5日)
  - 1月30日 TBS「ひるおび」でフェア告知
- 幕末維新博開催記念フェア(3月4日～3月31日)



## 積極的な店頭催事の実施とサイン類の拡充

店舗のにぎわいを創出して集客を図るため、県内事業者による物販催事を行うとともに、店頭でのイベントの実施・エントランスのサイン類の拡充を行いました。

- 物販催事(テストマーケティングを含む40社 200商品)
- イベント
  - 村岡マサヒロさんサイン会、土佐おもてなし海援隊来店イベント、しんじょう君来店イベント、まるごと高知大抽選会、新春鏡割り・ふるまい酒イベント、類倶楽部会員限定イベント 等多数開催



## 店舗PRの強化と新料理長の招へい

新しい顧客の来店を促すため、店頭でのサイン類の拡充、様々な機会を捉えてレストランの紹介を行うとともに、お客様を飽きさせず、引き続き来店いただけるよう、ランチ等のメニューの見直しを行いました。

また、2月には高知の老舗ホテルの和食料理店で長年料理長を務めた料理人を料理長に迎え、これまで以上に高知の食材や魅力あるメニューを提供することができる体制を整えました。



<http://www.marugotokochi.com>



## 店頭からweb・マスメディア・プロモーションまで 全チャネルでの情報発信を実施

### ○高知家プロモーション

4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：「高知家には、ポジティブ力がある。」

これまでのフリーパブリシティ（無料広告）を軸にした情報発信に加え、テレビ広告枠を購入することで「発信したい情報を」「発信したい時期に」届けることで、製品の旬にあわせたPRを実現。高齢アイドルの爺-POP「I was Young」、一般応募で高知家のポジティブな情報を集めた「ポジティブ・コレクション」から選定した高知家ポジティブ・コレクション集大成ソング「LOVE & PEACE & SKY & SMILE & FAMILY」をリリース。それぞれ動画再生回数が65万回、21万回を記録。



### ○メディア露出

テレビを中心としたマスメディアと、SNS等のwebを活用した情報発信を展開。

- ・テレビ朝日「夜の巷を徘徊する」（4月1日）  
マツコデラックスさんが来店。8月5日放送回でも再来店。
- ・TBS「ひるおび」（9月26日）  
フロア連携プロモーションと連動した戻りカツオフェアの告知  
広告費換算：61.2億円



### ○カツオ人間による情報発信

高知家カツオ人間よさこいポジティブDancersでよさこい祭りに参加。情報拡散の仕掛けとして、web・新聞系メディアの編集長・ライター・カメラマン12名7媒体が参加、一般応募14名の総勢26名。



### ○関東海援隊

- ・フロア連携プロモーション各店頭施策のボランティア依頼 ※全8回
- ・登録者2,000人突破キャンペーン  
期間：2月6日～ 3月31日  
友達紹介キャンペーン・ポストカードプレゼントの実施およびカツオ人間の店頭出演。



### ○移住相談窓口、観光・ふるさと情報コーナーの運営 相談件数 1,203件

- ・バーチャルリアリティ映像「高知家バーチャルツアー」の体験セットを相談カウンターに設置。



### ■ エリアや業種ごとの特性に応じた外商活動の展開

- (1) これまでに培ってきた外商先との信頼関係・ネットワークを最大限活用
- (2) 会社のノウハウを活用して作成した外商先リストによる販路の開拓
- (3) 全国規模の商談会への出展や公社が主催する商談会へのバイヤー等の招へい
- (4) 県産品データベース、高知まるごとネットなどの商品情報ツールの活用
- (5) 県と連携して新商品の開発や外商にチャレンジする事業者の育成
- (6) 「志国高知 幕末維新博」をテーマにしたフェアなどの企画提案
- (7) 地域商社と連携した外商活動

### ■ アンテナショップ全体の取組

- (1) 「志国高知 幕末維新博」を意識した店舗プロモーションの展開
- (2) 店舗各フロアが連携したプロモーションの更なる強化
- (3) マスメディアに対する効果的なパブリシティ活動
- (4) 店内モニターを活用した商品やイベント情報等の提供、他フロアへの誘導
- (5) H28に拡充したサイン類の活用による通行客の取り込み
- (6) 定期的な来店者アンケートの調査結果を活用した店舗プロモーションの実施
- (7) 他県のアンテナショップ等と連携したイベントへの積極参加
- (8) 職員の研修機会の確保によるスキルアップ

### ■ 物販部門の取組

- (1) 新商品の発掘と季節や旬を意識した商品陳列
- (2) 訴求力のあるPOPの掲出
- (3) 店頭での物販催事の積極的な実施
- (4) ゆるキャラやご当地アイドルを活用した誘客イベントの実施

### ■ 飲食部門の取組

- (1) 顧客ニーズにあったメニューの開発と提供
- (2) お客様との対話を重視したサービスの提供などサービスレベルの向上
- (3) 食材の発掘や季節、旬を意識したメニューの提供とフェアの実施
- (4) 銀座料飲組合が主催するイベントへの積極参加

### ■ メディアを通じた情報発信

広く情報伝達が可能なテレビを軸としたマスメディアに加え、詳細情報を伝えるコストパフォーマンスに優れたwebメディアによる情報発信と、FacebookやTwitterといったSNSを活用したプロモーションによって高知県関連情報の認知促進を図る。

### ■ 高知家プロモーション

平成25年度から展開している高知家プロモーションを29年度も引き続き企画・実施展開。

### ■ 「志国高知 幕末維新博」と連携したプロモーション

「志国高知 幕末維新博」とのリリースやイベントの連携によって、県産品や店舗情報の効果的かつ効率的な露出を実施。

上記のほか、店舗を活用したプロモーションや、高知県の応援団として組織した関東海援隊の口コミによるPR、観光情報・移住情報・ふるさと情報の発信を実施。