

3カ月ごとに「まるごと高知」の情報をお知らせします。



2010.12.1 / 高知県地産外商公社 & 地産地消・外商課

**11月末までの売り上げは 1億3,773万円、来店者は26万7千人を突破
収支(10月まで)は2千万円の黒字**

- 物販、飲食を合わせた収益部門全体では、目標の約1.2倍の売上を確保。
- 収益部門全体の経常利益は10月末で2,038万円を確保し、今年度県に支払う家賃の目標額（1,786万円）を上回る。
- 物販部門は、目標を超える売上を確保しているが、さらなる改善が課題。
- 飲食部門は、引き続き好調で売上目標の1.6倍程度を維持。
- 4月以降の外商活動における個別の営業訪問は167件となり、22件のフェア開催や106件の成約（フェア商品含む）につながる。レストランでの試食会・商談会は9件、物販店舗を活用した商談会は12件開催。
- オープン前も含めてこれまでのテレビへの露出を広告料金に換算すると10億3千万円を超える。

- ① **仕入機能の強化による商品ラインナップの充実**
 - ・ 商品情報の効果的な収集を行うため県産品情報ネットワークを構築
 - ・ 県内事業者が商品の提案をよりし易くなる仕組みの導入と県民の皆様からの商品紹介手法の導入
 - ・ 公募の商品に加えて、店の買い付けによる商品を充実
- ② **地下の売上増に向けた商品の大幅な入れ替え**
- ③ **レストランにおける冬用コースメニューの提供とランチメニューの充実**
- ④ **周辺オフィスへのDMの送付(新メニュー・ギフト紹介)**
- ⑤ **リピーター確保に向けたポイントカードや顧客管理システムの導入**
- ⑥ **県内卸と連携した効果的な商談会の開催とフォローアップの強化**

高知県アンテナショップ「まるごと高知」REPORT VOL. 1

総務企画 部門	○収支状況	※ 【資料編】 参照
	○テストマーケティング、催事の 実施状況および今後の予定 <テストマーケティング>	<ul style="list-style-type: none"> ・15事業者23品目を実施。 ・第2期募集（9月30日から11月30日まで）は4事業者応募。 ・テストマーケティングの応募促進のために、改めてテストマーケティングの目的と期待される成果を募集告知と併せて行い、認知促進を図り、改良事例や外商での成功事例につながる事例の創出に注力する。
	・実施状況（オープン～11月末）	
	・実施予定（11月21日～1月末）	
	・今後の取り組み	
	<催事・イベント>	
	・実施状況（オープン～11月末日）	<ul style="list-style-type: none"> ・県漁協・高岡支所/日高わのわ会/大月町ふるさと振興公社/四万十ドラマ/すえひろ屋/高知県ゆず振興対策協議会 他多数実施 ・11月から12月にかけて3事業者（菊水酒造、望月製紙、けんかま）による合同催事を1週間予定。1月には幡多地域の商品を集めた催事（土佐清水観光協会）を予定。その他高知県ゆず振興対策協議会等、各団体・自治体含め多数予定。
	・実施予定（11月21日～1月末）	
	○PRの実施状況	
	・実施・掲載状況 メディア露出/テレビ	<ul style="list-style-type: none"> ・ワールドビジネスサテライト（テレビ東京・8月19日）・Bizスポ（NHK・8月20日）・ズームインスーパー（日本テレビ・8月23日）・PON！（日本テレビ・8月25日、10月6日）・スーパーJチャンネル（テレビ朝日・8月30日）・王様のランチ（TBS・10月23日）・フジテレビキッズwe can（10月4日・BSフジ）・はなまるマーケット（TBS・11月5日）その他多数 ※ オープン前も含めてこれまでのテレビの露出を広告料金に換算すると⇒10億3,342万円
／新聞	読売新聞・朝日新聞・毎日新聞・東京新聞・日刊工業新聞・日本経済新聞・観光経済新聞等 その他一般紙・業界紙掲載多数	
／雑誌	Tokyo Walker・週刊女性・Hanako・メンズノンノ・週刊現在・日経トレンドィ・CREA・おとなの週末 その他多数	
○プロモーションの実施状況	<ul style="list-style-type: none"> ・龍馬フェア（11月12～18日） その他催事・テストマーケティングと連動した告知およびプロモーションの展開 	
○今後3カ月の施策		
①PR・告知	<ul style="list-style-type: none"> ①店舗周辺オフィスへの案内パンフレットポスティング：新メニュー・ギフト紹介（12月初旬） 中央区・千代田区限定のフリーペーパーに情報掲載：新メニュー・ギフト紹介（1月予定・サンケイリビング） 	
②集客イベント	<ul style="list-style-type: none"> ②龍馬年賀状セット限定販売（11月28日～） 開店100日記念キャンペーン（11月28日～12月5日）毎日100名に県産品プレゼント 	
③その他	<ul style="list-style-type: none"> ③旅行代理店と連携した集客施策（12月～） 実績のあるアンテナショップ巡りバスツアーでの利用促進 	



<p>商品開発部門</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○企業訪問の状況 (公募提案商品・テストマーケティングのフィードバック、その他) ※オープン～11月末まで ○展示・商談会の開催及び出展 ○課題と対策 ・商品仕入機能の充実 ○今後3カ月の施策 	<ul style="list-style-type: none"> ・公募提案商品に関するもの 27件 ・テストマーケティングのフィードバックに関するもの 7事業者12商品 (県と同行/9月実施分すべて) ・個別の商品仕入等に関するもの 11件 ・食の大商談会2010の企画・運営 (11月25日・26日開催) ※県、四国銀行、高知銀行と合同主催 出展企業数 94社 招聘バイヤー 114社 (246名) ・スーパーマーケット・トレードショーの出展事業者への支援 (公社ブース出展予定13事業者) 出展事業者を対象にした商談のノウハウ、商品の磨き上げ等に関する事前セミナーの開催 (計3回) ・生産地から店頭に至るシステムの改善/地元での仕入れ機能の拡充 産業振興センター、県庁各部署、県内事業者との連携強化 (県産品情報ネットワーク (仮称) の構築) (12月) ・商品公募手続きの運用緩和・県民の皆様からの紹介方式の導入 (12月～) 公募の書類提出の前に、事業者からの申し出～商談～書類提出という手続きに変更し、事業者が応募し易い形にする。 県民の皆様の商品の紹介を呼び掛ける。 ・随時の企業訪問の継続 (公募、磨き上げ、個別仕入、商品発掘) ・スーパーマーケット・トレードショー出展事業者に対する支援等 ・商品仕入機能の強化を図るため、物販部門と連携しながら県産品情報ネットワークを構築・運用 (12月以降)
---------------	---	--

物販部門

○顧客動向・分析

○売れ筋商品情報（ベスト20）

○現状の課題

○現在展開している販売施策



○今後3ヶ月の販売施策

11月週末2日間・アンケート収集 ※ 【資料編】参照
 ・購入者のうち3人に1人（34%）が複数回来店者（リピーター）
 ・高知県出身者比率は11%。
 ・男女比率 男：女 = 3：7、30代～50代の客が全体の約7割

※ 【資料編】参照（11月20日現在）

・売上・集客数のアップ

・アイテムの絞り込み
 ・高知らしさ溢れた店頭ディスプレイ（龍馬像・大鳴子）、ゆずフェアに合わせた暖簾、大型タペストリーの設置
 ・直販所と連携した朝採れ野菜の販売
 ・ギフト商品の充実
 ギフトカタログの配布（11月11日～）
 ・職員のサービス向上
 ミステリーショッパー（覆面調査員）方式で調査を実施しサービス向上に活用



・スイーツ強化（200円以下の品揃え = O L 狙い）早急な商品開発、掘り起こしを実施（情報入り次第導入）

・地下1階の販売強化・集客アップ施策
 商品の見直し、休憩スペースの設置（12月初旬）

・商品発掘・開発体制の構築
 県庁各部・産業振興推進地域本部・産業振興センター・高知県食品外販協同組合、四万十ドラマ等の応援団体との連携（11月末～）

・商品公募手続きの見直し・県民の皆様からの紹介方式の導入（12月～）
 公募の書類提出の前に、事業者からの申し出～商談～書類提出という手続きに変更し、事業者が応募し易い形にする。
 県民の皆様の商品の紹介を呼び掛ける。

・OL・サラリーマン対策等
 日常の食卓用商品の品ぞろえを充実（オープンから随時実施中～）
 単価が安い（コンビニ価格）+手軽に買える+軽い+小さい商品選定（お客様からの声への対応：選定中）

・店舗周辺オフィスへの案内パンフレットポスティング：新メニュー・ギフト紹介（12月初旬）

・催事出展事業者の応募促進
 市町村への協力要請（12月～）

・ポイントカードの導入
 来店促進（リピーターの獲得）、顧客単価のアップを図るためスタンプ式のカードを導入（12月～）

飲食部門

○顧客動向・分析
(顧客ニーズ・周辺競合情報等)

○人気メニュー情報

○現在展開している営業施策



○今後3カ月の営業施策



11月週末2日間・アンケート収集 ※ 【資料編】参照

- ・来客の22.5%が複数回来店者（リピーター）
- ・高知県出身者比率は26.5%。
- ・男女比率 男：女 = 1：3、30代～50代の客が全体の85%、30代～40代の女性客が全体の半数を占める。

・ランチ
年齢層が高く、銀座への買い物客が多い。1名での来店も目立つ。近隣のビジネスマン・OLをターゲットにしたメニューの導入を検討中。

・ディナー
平日は、ビジネスマンの団体様、OL、高知出身者のご利用が多い。
休日は、買い物客、家族連れが多い。

※ 【資料編】参照

・18歳日本酒スタンプラリー（日本酒の売上は全体の12.8% = 192万円：10月）
日本酒の販売促進を図るため、18歳の日本酒を全て飲んでいただいた方に4合瓶プレゼント（高知酒造組合協賛）

・「日替わりおすすめメニュー」を導入
ディナーにて、料理10種類程度、「今宵酒」としておすすめのお酒を2種類程度
例：ブリヌタ 海援鯛の手毬寿司 土佐あかうしのコロッケ カツオのはらんぼ炭火焼き
土佐竹炭のガトーショコラ
龍馬・慎太郎・弥太郎 友情試飲セット
⇒日替わりメニューで評判がよいものを定番のメニューへ導入

・職員のサービス向上
ミステリーショッパー（覆面調査員）方式で調査を実施しサービス向上に活用

・冬メニューの投入
忘年会・新年会ニーズを視野に入れた冬メニューおよびコースメニューの開発
(12月初旬～ メニュー例：おきゃく冬コース、土佐の生姜鍋コース)



・新ランチメニューの投入
近隣のOL・サラリーマンのランチ利用促進を図るため、1000円ランチのバリエーション追加（12月初旬～）

店舗周辺オフィスへの案内パンフレットポスティング：新メニュー・ギフト紹介（12月初旬）

・顧客管理システムの導入（1月）
⇒インターネットでの24時間予約受付 顧客情報の共有化 お客様への「おもてなし感」を醸成する事で顧客満足度UPを図る。

・ゼネラルマネージャーによる雑誌露出等のPR活動、ネットワークを活かした顧客開拓の実施。