



# 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〉

201704-201803



2018.6.15  
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 2,187回（うち新規企業286社）（昨年度1,984回うち新規企業344社）
- ② 高知フェアの開催 176回（昨年度178回）
- ③ 会社のパイプを活かした個別商談会への出展事業者 119社（昨年度72社）
  - 成約件数 9,127件（うち定番採用5,796件）  
（昨年度 8,112件（うち定番採用4,721件））（対前年度比12.5%増）
  - 成約金額 3,541百万円（昨年度2,848百万円）（対前年度比24.3%増）
  - 取引先1社に対する県内事業者1社の平均成約金額2,214千円（昨年度1,916千円）

結果

## 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 51社199商品（昨年度40社200商品）
- ② 店舗・外商活動の状況報告
  - 「まるごと高知商談会・外商相談会」の開催（県内開催 延べ8回）  
まるごと高知で新たに取り扱う商品の商談会及び県内事業者が県外に売り込みたい商品についての相談会を実施し、外商チャレンジ事業者や新商品の掘り起こしを行いました。

## 3 アンテナショップの運営（収益部門）

- ① 売上
  - 物販269,509千円、飲食174,852千円 合計444,361千円（対前年度比95.3%）  
（昨年度 物販304,786千円、飲食161,247千円 合計466,033千円）
- ② 経常利益
  - 合計4,633千円（昨年度7,895千円、対前年度比58.7%）  
※ 県派遣職員の実績給を収益部門で負担後の数値。
- ③ 物販部門
  - 平成29年度は約2,200の商品を首都圏に紹介。（平成29年度の新商品：247アイテム）
- ④ 飲食部門
  - メニューの見直し等を積極的に行い、来店者数、客単価とも前年度より増加、売上は対前年度比8.4%アップ

## 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1,247件（昨年度1,203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327千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63.1億円（昨年度61.2億円）

成約金額、店舗売上、観光客等の増による経済波及効果72.2億円 + 広告効果63.1億円

# 平成29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）

- ① 県補助金 2.28億円  
(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 1.05億円  
(決算見込み・公社返還後)
- ①～③合計 3.85億円**

### OUTPUT（活動の結果）

- ① フェア・商談会等の開催
  - 営業訪問(面談)2,187件
  - 展示商談会48回・692社
  - 産地招へい112回
  - 高知フェアの開催176回
- ② 県内391社の外商活動を支援  
(H28年度/369社)
- ③ テストマーケティングや催事への参加商品数 **199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の展開
  - TV番組のべ96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 **1,247件**

### OUTCOME（活動の成果）

- ① 成約金額 **35.41億円**  
成約件数 9,127件  
(H28年度:28.48億円、8,112件)
  - ② 店舗での売上原価 **2.6億円**  
(店舗売上4.4億円)
  - ③ 観光客等の増加効果(推計) **5.2億円**
  - ④ **①～③経済波及効果計**  
**※72.2億円**  
(※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) **63.1億円**
- ④+⑤総計 135.3億円**

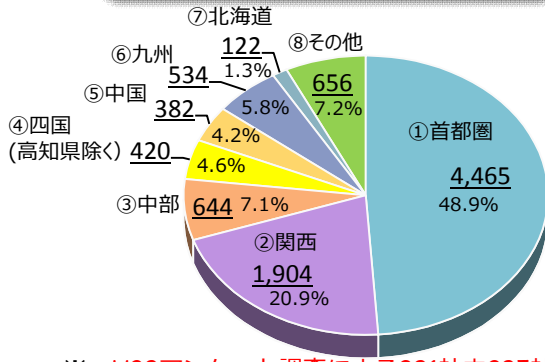
		基本計画 上の目標	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30目標	
外商	外商の成約件数		178件	444件	1,327件	2,603件	3,333件	4,393件	6,555件	8,112件	9,127件	9,300件	
	うち定 番採用		77件	264件	611件	1,117件	1,828件	2,420件	3,690件	4,721件	5,796件		
	外商の成約金額 (百万円)				341	768	1,235	1,606	2,079	2,848	3,541	3,200	
	営業訪問(面談)	200件		269件	339件	541件	761件	816件	1,388件	1,984件	2,187件	2,500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	48回 692社		
	産地招へい							32回	99回	135回	112回		
	高知フェア		29回	43回	46回	50回	63回	101回	145回	178回	176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 199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	63.1億円	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	1,247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	763,073	696,896	73.6万人	
	売上	合計 (億円)	4億円		2.48	3.90	3.86	4.23	4.41	4.71	4.66	4.44	4.72
		物販 (億円)	3億円		1.49	2.27	2.23	2.44	2.59	2.97	3.05	2.69	2.90
	飲食 (億円)	1億円		0.98	1.63	1.63	1.79	1.82	1.74	1.61	1.75	1.82	



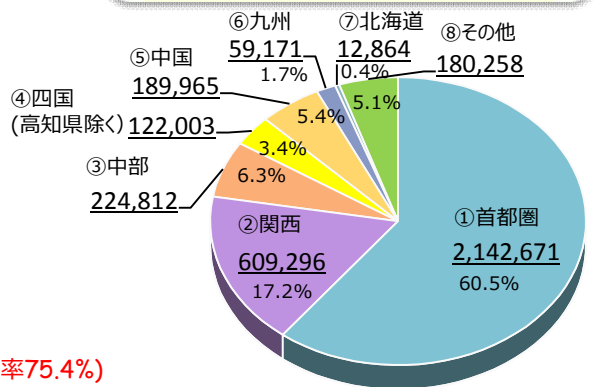
## 成約件数・金額等の状況

区分	成約数 (件)	金額 (千円)	事業者の実数	取引先の実数
合計	9,127	3,541,040	171	1,030

平成29年度成約件数 (件)



平成29年度成約金額 (千円)



※ H29アンケート調査による391社中295社回答 (回答率75.4%)

## 展示商談会等への参加事業者数

区分	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	
まるごと高知食の商談会	東京	-	-	39社	66社	71社	51社	67社	71社
土佐の宴	大阪	大阪事務所主催で開催(~H26)				53社	70社	70社	
高知県産品商談会 (産地視察型商談会(~H28))	高知	-	-	-	-	93社	136社	105社	
ファベックス関西	大阪	大阪事務所主催で開催(H25~H26)				8社	10社	10社	
名古屋フードビジネスショー	愛知	-	-	-	-	9社	15社	21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)	59社 (40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)	22社 (16社)
居酒屋産業展	東京 福岡 大阪	-	-	-	8社	10社	16社	14社 8社	14社 8社 9社
インバウンドマーケットEXPO	-	-	-	-	-	-	-	-	4社
会社のパイプを活かした個別商談会	-	-	-	-	-	133社	72社	119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	180社	
のべ参加事業者数						646社	676社	692社	
実参加事業者数						192社	193社	189社	
H22以降初めて参加した事業者数						56社	45社	26社	

## 会社の外商活動についてのアンケート

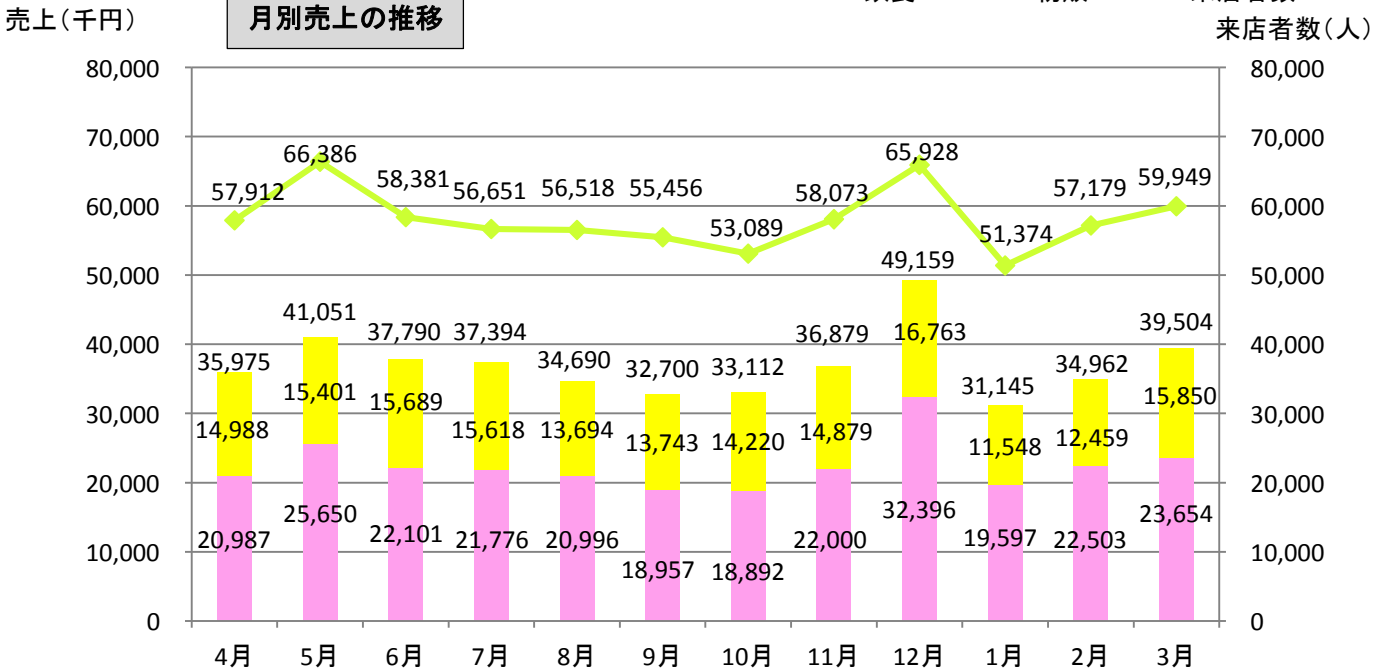
① 外商機会の提供や販路、販売拡大について	事業者数	割合	② 今後の外商活動への期待について	事業者数	割合
大きく役立っている。	132社	45.5%	大いに期待している。	184社	63.4%
役立っている。	64社	22.1%	期待している。	93社	32.1%
つながる事例は少ない。	57社	19.6%	あまり期待していない。	9社	3.1%
つながる事例はない。	37社	12.8%	期待していない。	4社	1.4%
合計	290社	100.0%	合計	290社	100.0%

# 平成29年度 総括

## SHOP DATA.1

売上444,361千円（物販269,509千円、飲食174,852千円）、来店者数696,896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	31	31	30	31	30	31	30	28	31	364
	来店者数(人)	52,807	60,727	53,062	51,269	51,703	50,732	48,401	53,189	60,446	47,544	52,722	54,826	637,428
	レジ通過者(人)	17,974	19,936	17,935	16,692	16,780	16,440	15,530	17,607	20,611	15,036	17,257	18,520	210,318
	レジ通過率	34.0%	32.8%	33.8%	32.6%	32.5%	32.4%	32.1%	33.1%	34.1%	31.6%	32.7%	33.8%	33.0%
	客単価(円)	1,159	1,194	1,211	1,283	1,217	1,127	1,193	1,231	1,454	1,260	1,249	1,261	1,240
飲食	営業日数(日)	30	31	30	31	31	30	31	30	30	27	28	31	360
	来店者数(人)	5,105	5,659	5,319	5,382	4,815	4,724	4,688	4,884	5,482	3,830	4,457	5,123	59,468
	客単価(円)	2,936	2,721	2,941	2,893	2,844	2,902	3,035	3,046	3,058	3,010	2,795	3,072	2,936

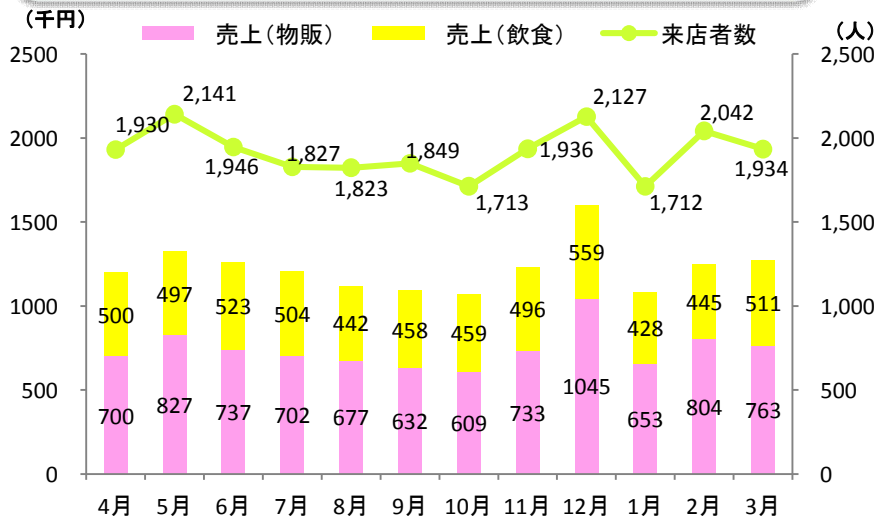
※店舗売上のみ

1日平均の売上 物販740千円、飲食486千円、1日平均来店者数 1,915人



区分	年間平均客単価
物販(1階)	1,152円(1,137円)
物販(地下)	2,040円(2,013円)
飲食(ランチ)	1,582円(1,530円)
飲食(ディナー)	5,665円(5,464円)

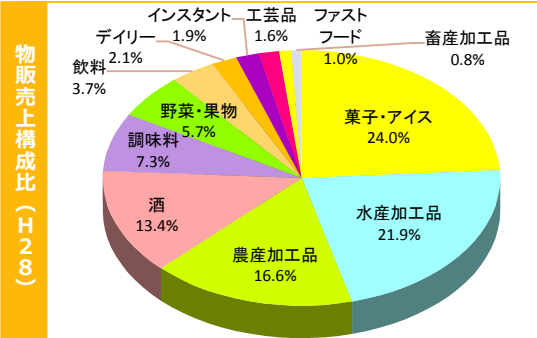
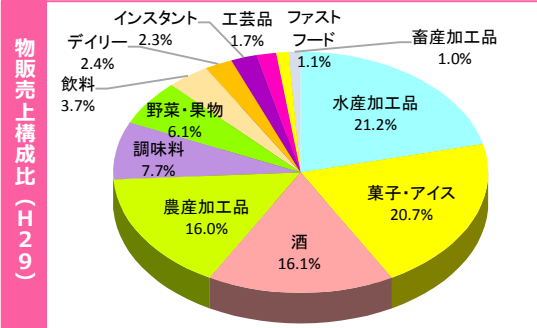
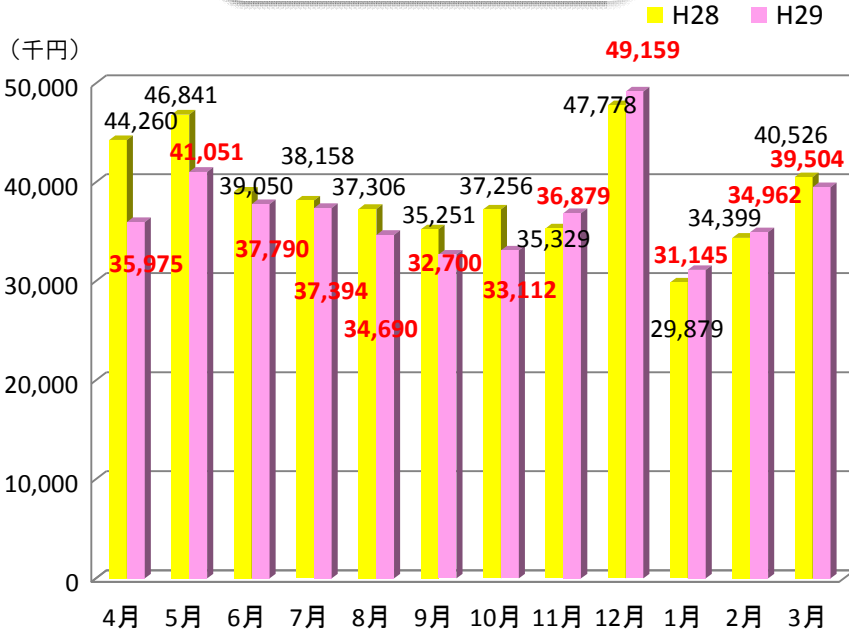
※店舗売上のみ  
※( )は昨年度





SHOP DATA.2

売上金額の前年度比較



物販部門			飲食部門		
順位	商品名	点数	順位	商品名	点数
1	四国建商 万能おかず生姜130g	40,400	1	薬焼きカツオのたたき御膳 (ランチ)	8,451
2	はちきんの店 安部さんの佃生姜	13,131	2	高知鮮魚の刺身御膳 (ランチ)	6,694
3	馬路村農協 ごっくんアルミ缶	9,551	3	土佐おさきゃく御膳 (ランチ)	5,949
4	野村煎豆 ミレービスケットコーヒー4連	8,834	4	土佐の焼魚と高知野菜の天ぷら御膳 (ランチ)	3,556
5	野村煎豆 ミレービスケット30g×6袋	7,372	5	薬焼きカツオの塩たたき	3,470
6	青柳 栗のマドレーヌ パラ	7,125	6	日替わり御膳 (ランチ)	3,161
7	坂田信夫商店 ゆずがり 60g	6,741	7	薬焼きカツオのたたき柚ポン酢	2,034
8	野村煎豆 キャラメル味ミレービスケット4連	6,664	8	土佐鶴	1,971
9	野村煎豆 まじめミレービスケット130g	6,510	9	土佐シロ卵	1,863
10	野村煎豆 ミレービスケット4連	5,751	10	中日そばと土佐すり身天 (ランチ)	1,830
11	ヤマテパン ぼうしパン	5,673	11	安芸名物 茄子のたたき	1,740
12	明神水産 薬焼き戻り鰯たたき1節	5,568	12	コース料理 (4500円)	1,641
13	野村煎豆 ミレービスケット高知家ver 130g	5,487	13	酢鰯	1,491
14	滋谷食品 塩かんぴ	5,106	14	生姜焼き御膳 (ランチ)	1,443
15	滋谷食品 よさこい芋けんぴ	4,999	15	地鶏の照り焼き丼 (ランチ)	1,398
16	馬路村農協 ごっくん馬路村180ml	4,417	16	四万十パーク米豚のタタキ御膳 (ランチ)	1,384
17	ウエルダボン万カガニ だしが良くでる宗田節	3,941	17	土佐巻寿司	1,347
18	野村煎豆 ミレービスケット高知家ver 4連	3,932	18	ビーフストロガノフ (ランチ)	1,312
19	ひまわり乳業 リーブル200ml	3,680	19	二コギの炙り焼き	1,302
20	坂田信夫商店 寿しがり 60g	3,651	20	刺身3点盛	1,286

## 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ネットワークの活用  
これまでに公社が培ってきた大手卸等とのネットワークやボランタリーチェーンとのつながりを最大限活用し、更なる販路と販売の拡大に取り組んでまいりました。
- 外商先リストによる販路の開拓  
公社独自の外商先リストを活用し、新たな販路の開拓につなげました。
- 県産品データベースなどの商品情報ツールの活用  
県産品データベースの活用などにより、外商先にきめ細かな商品情報を提供することで、高知県産品への関心を高め、県内事業者の取引拡大につなげてまいりました。
- 新商品の創出や外商にチャレンジする事業者の支援  
外商にチャレンジする事業者の掘り起こしや新商品の発掘に努めるとともに、消費地のニーズやバイヤー等から収集した商品情報などの意見等のフィードバックにより県内事業者を支援してまいりました。



### ○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 59社出展（うち公社：40社）
- ・FOODEX JAPAN 22社出展（うち公社：16社）
- ・名古屋フードビジネスショー 21社出展
- ・居酒屋産業展 31社出展（東京：14社 大阪：9社 福岡：8社）
- ・ファバックス関西 10社出展

### ○公社・県主催商談会の開催

- ・土佐っておいしい！食の大商談会（東京）  
出展事業者：71社  
来場者：228社
- ・土佐の宴（大阪）  
出展事業者：70社  
来場者：297社
- ・高知県産品商談会（高知）  
出展事業者：105社  
バイヤー：103社







アンテナショップの運営(全体)

## 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やホームページ、フェイスブック等で発信し、連携した店舗プロモーションを展開しました。加えて、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図りました。

- 「Let'sカツオのたたきパーティー」(5月20日～6月30日)
- キリンビール「一番搾り 高知に乾杯」解禁イベント(7月18日)
- 吉田類主演映画「吉田類の今宵、ほろ酔い酒場で」(6月10日公開 KADOKAWA制作)のコラボカップ酒を地下1階で販売  
吉田類さんと監督のトークショー(11月23日)
- 「7周年記念 まるごと高知幕末維新博」(7月1日～8月31日)  
「幕末miniミュージアム」と題し、レストランで「モネの庭」の写真、地下1階で龍馬のガラス湿板写真を展示。  
「夏のおすすめ」として7月とこころん、8月鶏肉をPR  
→7月31日 TBS「ひるおび」でフェア告知
- 来店者500万人達成セレモニー(9月2日)  
平成22年8月21日のオープンから7年あまりで来店者500万人を達成  
節目の来店者に特産品を贈呈するなど達成を祝うセレモニーを開催
- ゆずフェア「#ゆず活」(11月1日～12月22日)  
→12月22日 テレビ朝日「ワイドスクランブル」等で高知のゆず紹介
- 龍馬没後150年記念イベント「龍馬150」(11月15日)  
→11月6日 TBS「ひるおび」でフェア告知
- 文旦フェア(2月17日、18日)  
→1月8日 TBS「ひるおび」でフェア告知



## 積極的な店頭催事の実施

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いました。また、まるごと高知独自の企画として単独の酒まつりや抽選会等を積極的に実施しました。

- 物販催事(テストマーケティングを含む51社199商品)
- イベント  
しんじょう君来店イベント、新春鏡割り・ふるまい酒イベント  
まるごと高知7周年大抽選会、年末大抽選会、  
銀座一丁目アンテナショップ連携酒まつり、  
まるごと高知酒まつり

等多数開催



物販部門

## 新メニューの開発と店舗PRの強化

新しい顧客の来店を促すため、エントランスにおけるレストランへの誘導板の設置、ダイレクトメールによる新メニューのお知らせや近隣地域への新聞折込チラシ等、様々な機会を捉えレストランの紹介や周知を図りました。また、お客様を飽きさせず、引き続き来店いただけるよう、ディナーやランチのメニューを四季に応じたものに入れ替えるなど積極的にメニューの見直しを行いました。



冬のコースメニュー

飲食部門

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

### ○高知家プロモーション

5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：「高知家は、いろいろな家族で大家族。」

28年度はテレビの広告枠（ペイドパブリシティ）を施策の軸として展開しましたが、29年度は、高知県出身のタレント島崎和歌子さんをキャスティングし、コンセプトおよび高知家のコンテンツを詳細に訴求するプロモーションビデオを作成。web広告と屋外広告を軸とした情報発信を行いました。



### ○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しました。

- ・フジテレビ「にじいろジーン」（6月17日）MCに山下料理長がカツオの薫焼きを指導。
- ・日テレ「PON!」（11月16日）龍馬没後150年を記念した店頭イベントを紹介。
- ・フジテレビ「ウチくる!？」（1月14日）三山ひろしさんが「おきゃく」を紹介。
- ・日テレ「メレンゲの気持ち」（1月27日）石塚英彦さんが「通りの達人」で「おきゃく」を紹介。

広告費換算：63.1億円

### ○カツオ人間による情報発信

28年度に引き続きよさこい祭りに参加。また、県外への情報発信施策として、福岡県のRKB毎日放送の「博多どんたく祭り」の生中継番組出演、ラジオ放送出演等メディア露出を図りました。



### ○関東海援隊

- ・店頭プロモーション・各店頭施策のボランティア依頼
- ・関東海援隊イベント（試食会の実施）

実施月：5月・11月

まるごと高知取り扱い商品および今後取り扱い予定商品のアンケート調査実施

### ○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 1,247件

### ■ エリアや業種ごとの特性に応じた外商活動の展開

- (1) 中部地区の外商強化（職員の配置、公社主催の展示商談会の開催、地域商社が開設する店舗を活用した外商活動）
- (2) 大手・専門卸売業者が主催する商談会等への積極参加
- (3) ボランタリーチェーンとの連携による外商拡大
- (4) 大規模展示商談会を通じた商談機会の提供
- (5) 外商先リスト（小売用・業務用）を活用した販路の開拓
- (6) 産地視察招へいによる販売拡大
- (7) パートナー企業や地域商社と連携した外商活動
- (8) 外商にチャレンジする事業者の掘り起こし

### ■ アンテナショップ全体の取組

- (1) 「志国高知 幕末維新博」と連携した店舗イベント等の開催
- (2) 情報発信力の高い著名人によるイベントの開催とSNS等での情報発信
- (3) マスメディアに対する効果的なパブリシティ活動による露出機会の確保
- (4) 近隣エリア媒体（新聞折込、メトロガイド、銀座経済新聞(WEB)等）による店舗PR
- (5) 銀座柳まつり、銀座料飲組合主催イベント等への参加による店舗PR
- (6) 他県のアンテナショップ等と連携したイベントへの参加
- (7) まるごと高知HPのリニューアル(英文ページの制作等)
- (8) 店頭での催事の積極的な実施(県内事業者、農業団体、まるごと高知直営等)
- (9) ゆるキャラ、ご当地アイドル、著名人を活用した店頭イベントの実施
- (10) 物販・飲食各フロアが連携したフェアの開催やプロモーションの実施
- (11) 定期的な来店者アンケートと店舗プロモーションへの活用

### ■ 物販部門の取組

- (1) メディア視点によるセレクト商品棚「逸品コーナー」
- (2) 季節や旬を意識した商品陳列(クリスマス・バレンタイン等)や、訴求力のあるPOPの活用
- (3) 高知事務所による魅力ある新商品の発掘

### ■ 飲食部門の取組

- (1) 顧客ニーズにあった魅力ある新メニューの開発と提供
- (2) 四季ごとのメニューのリニューアル
- (3) お客様との対話を重視した記憶に残るサービスの提供等サービスレベルの向上
- (4) 定期的な産地訪問等による食材の発掘

### ■ メディアを通じた情報発信

高知観光・移住関心層、ならびにアンテナショップ来店層に対する情報発信力の強い首都圏のマスメディア（テレビ・新聞・雑誌）とのネットワークを活用するとともに、興味関心やプロフィールをセグメントして情報発信ができるwebメディアによって、より効果的・効率的な情報発信および店舗集客を図る。

### ■ 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30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。