

31

Marugoto Report



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〉
201904-202003



2020.6.19

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 3,239回（うち新規企業465社）（前年度3,218回うち新規企業525社）
- ② 高知フェアの開催 187回（前年度173回）
- ③ 公社が主催又は出展する商談会の参加事業者数 延べ820社（前年度737社）

結果

- 成約件数 9,896件
（前年度 9,620件（対前年度比2.9%増））
- 成約金額 4,638百万円（前年度4,238百万円）（対前年度比9.4%増）
- 取引先1社に対する平均成約金額2,302千円（前年度2,241千円）
（延べ取引先2,015社（前年度1,891社））

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 65社252商品（前年度85社205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7ヶ所 延べ7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等についての相談会を開催し、外商チャレンジ事業者や新商品の掘り起こしを実施

3 アンテナショップの運営（収益部門）

- ① 売上【2月以降は新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの、過去最高の売上を達成】
 - 物販313,271千円、飲食163,383千円 合計476,654千円（対前年度比104.2%）
（前年度 物販276,406千円、飲食181,059千円 合計457,465千円）
- ② 経常利益
 - 7,606千円（前年度9,005千円、対前年度比△15.5%）
※ 県派遣職員の実績給を収益部門で負担後の数値（県派遣職員人件費負担を除く経常利益27,990千円）
- ③ 物販部門
 - 令和元年度は2,455（うち新商品：236）の商品を首都圏に紹介
新商品の発掘や店頭催事などを積極的に実施したことに加えて、テレビでの高知県産品の放送の効果が大きく、新型コロナウイルス感染症の影響を受けたものの、売上は対前年度比13.3%と大幅にアップ（過去最高）
- ④ 飲食部門
 - 季節毎のコースメニューの展開や期間限定特別メニューの提供、地域をPRするフェアやイベントの開催などに積極的に取り組んだが、年度後半は消費増税や新型コロナウイルス感染症の影響により売上がダウン

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1,210件（前年度1,236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388千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83.3億円（昨年度64.5億円）

成約金額、店舗売上、観光客等の増による経済波及効果91.2億円 + 広告効果83.3億円

令和元年度 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 2.79億円 (決算見込み額) ② 人件費負担(県直接支給分) 0.41億円 (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) ①～③合計 4.21億円	① フェア・商談会等の開催 <ul style="list-style-type: none"> ● 営業訪問(面談) 3,239件 ● 展示商談会56回・820社 ● 産地招へい129回 ● 高知フェアの開催187回 ② 県内392社の外商活動を支援 (H30年度/397社) ③ テストマーケティングや催事への参加商品数 252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 <ul style="list-style-type: none"> ● 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 1,210件	① 成約金額 46.38億円 成約件数 9,896件 (H30年度:42.38億円,9,620件) ② 店舗での売上原価 2.7億円 (店舗売上 4.7億円) 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 ※91.2億円 (※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) 83.3億円 ④+⑤総計 174.5億円

		基本計画 上の目標	H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2012)	H25 (2013)	H26 (2014)	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R元 (2019)	R2目標 (2020)	
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	9,620件	9,896件	10,000件	
	外商の成約金額 (百万円)				341	768	1,235	1,606	2,079	2,848	3,541	4,238	4,638	5,000	
	展示商談会			1回	1回	3回	7回	16回	39回	44回	48回	55回	56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)	676社 (193社)	692社 (189社)	737社 (190社)	820社 (194社)		
	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	3,218件	3,239件	3,500件	
	産地招へい							32回	99回	135回	112回	152回	129回		
	高知フェア		29回	43回	46回	50回	63回	101回	145回	178回	176回	173回	187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 205商品	催事と併せ 252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	64.5億円	83.3億円	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	1,236件	1,210件	1,200件	
収益部門	来店者数	100万人		443,708	722,077	756,056	695,042	647,261	673,034	763,073	696,896	686,369	698,264	70.0万人	
	売上	合計	4億円		2.48	3.90	3.86	4.23	4.41	4.71	4.66	4.44	4.57	4.77	4.73
		物販	3億円		1.49	2.27	2.23	2.44	2.59	2.97	3.05	2.69	2.76	3.13	2.93
		飲食	1億円		0.98	1.63	1.63	1.79	1.82	1.74	1.61	1.75	1.81	1.64	1.80

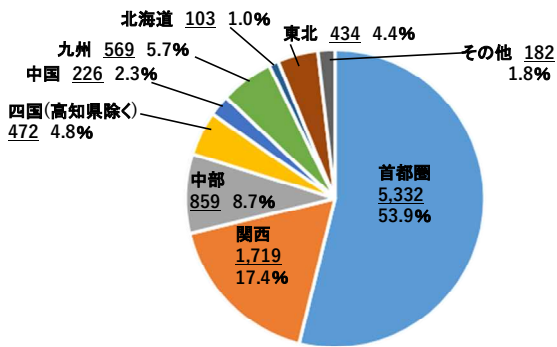
令和元年度 総括



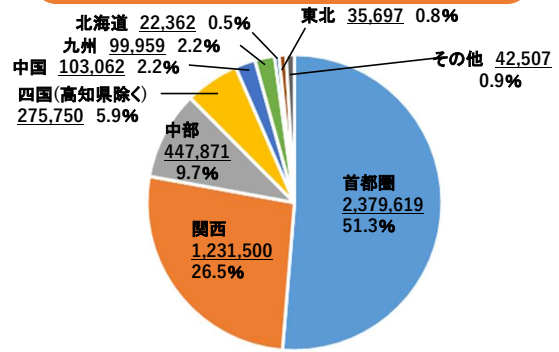
成約件数・金額等の状況

区分	成約数 (件)	金額 (千円)	事業者の実数	取引先の実数
合計	9,896	4,638,328	392	1,378

令和元年度成約件数 (件)



令和元年度成約金額 (千円)



※ R元度アンケート調査による392社中323社回答 (回答率82.4%)

展示商談会等への参加事業者数

区分	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R元	
まるごと高知の商談会	東京	-	-	39社	66社	71社	51社	67社	71社	-	51社
土佐の宴	大阪 名古屋	大阪事務所主催で開催(~H26)					53社	70社	70社	66社 36社	- 39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	84社 113社	124社 122社	
JFフードサービスバイヤーズ	東京	-	-	-	4社	-	-	-	-	-	
ファベックス (東京) ファベックス (関西)	東京 大阪	大阪事務所主催で開催(H25~H26)					- 8社	- 10社	- 10社	- -	13社 -
名古屋フードビジネスショー	愛知	-	-	-	-	9社	15社	21社	15社	18社	
フードストアソリューションズフェア	大阪	-	-	-	-	-	-	-	18社	16社	
スーパーマーケットトレードショー	高知県ブース	34社	36社	47社	58社	50社	58社	55社	59社	46社	55社
FOODEX JAPAN	高知県ブース	-	-	20社	24社	33社	32社	18社	22社	20社	-
居酒屋産業展 フードスタイル in fukuoka	東京 大阪 福岡	-	-	-	8社	10社	16社	14社 8社	14社 9社 8社	15社 9社 14社	- 9社 18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	116社	147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	185社	208社	
延べ参加事業者数		34社	36社	106社	194社	286社	646社	676社	692社	737社	820社
実参加事業者数		34社	36社	81社	102社	139社	192社	193社	189社	190社	194社
H22以降初めて参加した事業者数			13社	47社	38社	51社	56社	45社	26社	35社	35社

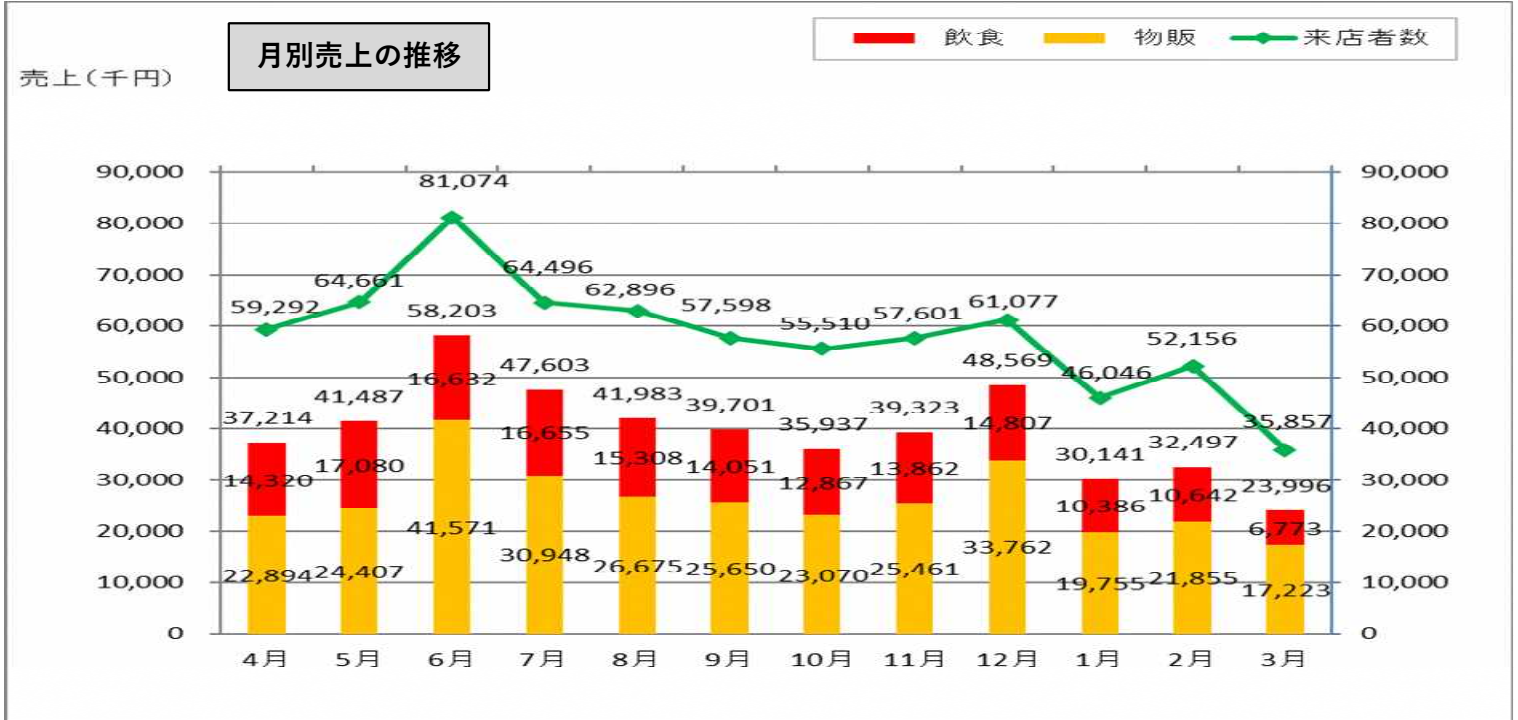
公社の外商活動についてのアンケート

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。	156社	48.3%	大いに期待している。	214社	66.3%
役立っている。	78社	24.1%	期待している。	90社	27.9%
つながる事例は少ない。	57社	17.7%	あまり期待していない。	15社	4.6%
つながる事例はない。	32社	9.9%	期待していない。	4社	1.2%
合計	323社	100.0%	合計	323社	100.0%

令和元年度 総括

SHOP DATA.1

売上476,654千円（物販313,271千円、飲食163,383千円）、来店者数698,264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	31	30	30	30	31	29	29	29	361
	来店者数 (人)	54,218	58,705	75,120	58,946	57,524	52,491	50,929	52,654	56,080	42,586	48,498	33,123	640,874
	レジ通過者 (人)	17,763	19,022	27,289	21,548	19,589	18,310	16,741	18,236	20,422	14,210	15,860	10,483	219,473
	レジ通過率	32.8%	32.4%	36.3%	36.6%	34.1%	34.9%	32.9%	34.6%	36.4%	33.4%	32.7%	31.6%	34.2%
	客単価 (円)	1,281	1,276	1,511	1,423	1,354	1,394	1,370	1,388	1,618	1,351	1,355	1,556	1,409
飲食	営業日数 (日)	30	31	30	31	31	30	30	30	30	25	29	29	356
	来店者数 (人)	5,074	5,956	5,954	5,550	5,372	5,107	4,581	4,947	4,997	3,460	3,658	2,734	57,390
	客単価 (円)	2,822	2,868	2,789	3,001	2,843	2,751	2,808	2,800	2,956	2,971	2,882	2,409	2,838

※カタログ販売を除く

売上金額の前年度比較

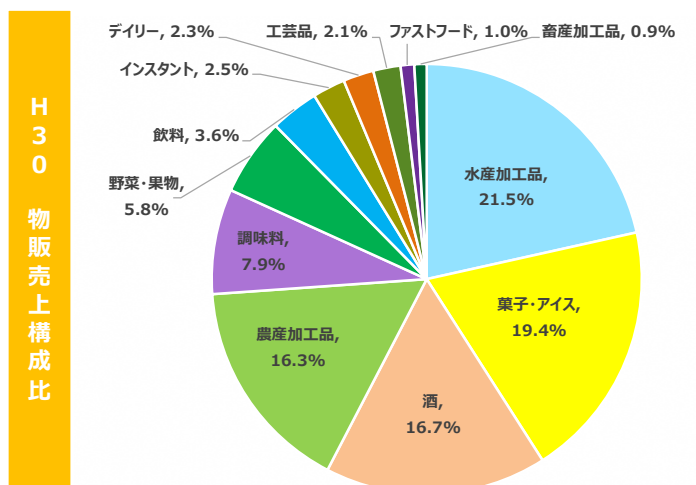
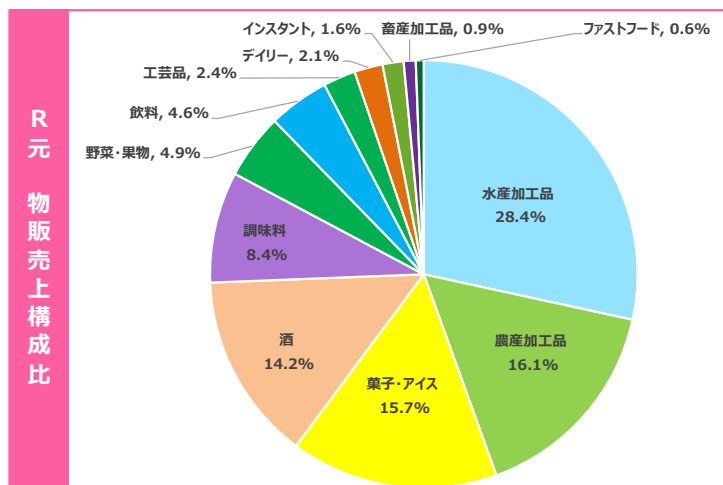


区分	年間平均客単価
物販 (1階)	1,323円 (1,201円)
物販 (地下)	2,164円 (1,995円)
飲食 (ランチ)	1,624円 (1,616円)
飲食 (ディナー)	5,729円 (5,859円)

※店舗売上のみ
※ () は昨年度



SHOP DATA.2



物販部門

順位	商品名	点数
1	四国健商 万能おかず生姜130g	65,058
2	明神水産 薫焼き戻り鰹たたき1節	18,868
3	はちきんの店 安部さんの囲生姜	14,625
4	明神水産 薫焼き戻り鰹たたきブロック	13,298
5	澁谷食品 塩けんぴ	13,275
6	馬路村農協 ごっくんアルミ缶	10,487
7	青柳 栗のマドレーヌ バラ	8,878
8	馬路村農協 ごっくん馬路村180ml	7,003
9	馬路村農協 1000人の村ぼん酢しょうゆ360ml	6,814
10	澁谷食品 よさこい芋けんぴ	6,531
11	坂田信夫商店 ゆずがり 60g	6,037
12	野村煎豆 ミレービスケットコーヒー4連	5,520
13	ハマヤ 龍馬タタキセット	5,181
14	野村煎豆 キャラメル味ミレービスケット4連	5,169
15	野村煎豆 まじめミレービスケット 130g	4,771
16	澁谷食品 よさこいミックス芋チップ	4,614
17	野村煎豆 ミレービスケット高知家ver 130g	4,429
17	野村煎豆 ミレービスケット30g×6袋	4,429
19	池澤本店 土佐の赤かつおにんにく 120g	4,406
20	ヤマテパン ぼうしパン	4,377

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)	8,453
2	高知鮮魚の刺身御膳 (ランチ)	5,333
3	土佐おきゃく御膳 (ランチ)	5,129
4	薫焼きカツオの塩たたき	3,652
5	四万十ポーク米豚の生姜焼き御膳 (ランチ)	3,314
6	日替わり御膳 (ランチ)	2,537
7	高知鮮魚の握り寿司と田舎寿司御膳 (ランチ)	2,451
8	土佐の豪快天ぷら御膳 (ランチ)	2,450
9	豪華カツオづくし御膳 (ランチ)	2,293
10	釜揚げちりめん丼と茄子たたき御膳 (ランチ)	2,045
11	薫焼きカツオのたたき柚子ポン酢	1,847
12	四万十青さのりのかき揚げ	1,688
13	文旦サワー	1,598
14	土佐ジロー卵	1,446
15	安芸名物 茄子のたたき	1,441
16	土佐鶴	1,313
17	酔鯨	1,243
18	新酒セット	1,176
19	ディナーコース (4500円)	997
20	ニロギの炙り焼き	990

県内事業者の外商活動の支援

①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やボランタリーチェーンなどのネットワークや信頼関係を最大限に活用し、新たな販路の開拓や販売の拡大に取り組んでまいりました

- ・取引先数1,378社（前年度1,300社）



卸展示会（大阪）



卸商談会（名古屋）

②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 55社出展
- ・FABEX2019 13社出展
- ・名古屋フードビジネスショー 18社出展
- ・居酒屋産業展 9社出展（大阪）
- ・フードスタイル in Fukuoka 18社出展
- ・フードストアソリューションズ 16社出展



スーパーマーケット・トレードショー
2020



居酒屋産業展

③公社・県が主催する商談会の開催

- ・高知県産品商談会（高知）
出展事業者：246社（6月：124社、11月：122社）
バイヤー等：190社（6月：77社、11月：113社）
- ・食の大商談会（東京）
出展事業者：51社
バイヤー等：233社
- ・土佐の宴（名古屋）
出展事業者：39社
バイヤー等：140社



高知県産品商談会



土佐っておいしい！食の大商談会

④産地視察招へいによる販売拡大

飲食店のオーナーやシェフ等を産地に招へいし、生産現場の視察や商談を通じて食材や県内事業者への関心を高めていただき、取引の拡大につなげてまいりました

- ・産地招へい129回（前年度152回）



産地視察

⑤新商品の発掘や外商にチャレンジする事業者の支援

県内7カ所で商談会を開催し、新商品の発掘や外商にチャレンジする事業者の掘り起こしに努めるとともに、外商への参画や商品の磨き上げに向け、まるごと高知の活用（テストマーケティング、催事）を促してまいりました

⑥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し、取引拡大につなげてまいりました

- ・データベース登録商品数2,575商品（前年度2,349商品）



アンテナショップの運営

物販・飲食部門と連携した店舗プロモーションの実施

店頭でのにぎわい創出に積極的に取り組むとともに、物販・飲食が連携した店舗プロモーションを展開しました。また、SNSの活用やイベントの実施などにより誘客に努めました

①各種店頭フェア等の開催

- 4月 カツオフェア
(カツオ商品PRのため三山ひろしさんを起用したPOPを作成)
- 5月 令和記念イベント(鏡開き、改元記念「まるごと高知御膳」の提供)
- 6月 テレビ放映と連動したカツオ等の試食による販売拡大
- 7月 川の幸フェア(レストランでの四万十うなぎの提供等)
- 9月 防災フェア(防災缶詰等のPR販売)
- 11月 龍馬フェア(坂本龍馬の生誕に合わせた軍鶏鍋の振る舞い)

②市町村と連携したフェアの開催

- 11月 南国市フェア(県内7事業者による試食販売、スタンプラリーの実施)
- 2月 土佐町フェア(レストランで土佐町のお酒と料理のイベント開催)

③「おかげさまで9周年記念フェア」(7月29日~8月25日)

9周年に合わせて「ごっくん馬路村」99円での販売や大抽選会の実施等

④よさこい祭りを活用したまるごと高知のPR

銀座柳まつり(5月)、ドリームよさこい(11月)へ、まるごと高知オフィシャルチームとして参加し、正調よさこい踊りを披露するとともに、まるごと高知をPR

⑤「#ゆず活」2019(11月23日~12月22日)

「#ゆず活ブログ」等SNSを通じて、ゆずの良さ、用途を発信するとともに、「#ゆず活宣言の店」の認定開始

⑥土佐酒の販売促進に向けた取り組み

- ・人気グルメ雑誌「dancyu」が仕掛ける、年に一度の一大イベント「dancyu祭2019」とタイアップし、秋葉原で「土佐のおきゃく」を開催(4月)
 - ・「ぬる爛でもおいしい冬の純米酒セット」の販売(12月)
 - ・「土佐酒学びサロン」と題して地下1階で高知県工業技術センターの上東治彦氏を講師に招いて酵母に関するミニ講演会を開催
- ※吉田類さんの店頭イベントはコロナウイルス感染防止対策のため中止

⑥企業とのコラボ企画の強化

新規顧客の開拓に向けて、発信力のある大手企業との店頭コラボレーション企画を積極的に行いました

- ・ネスレキットカット柚子酒の発売 高知城で記者発表会(9月)
→物販:店頭販売、美丈夫柚子酒とのマリアージュの販売
飲食:柚子酒注文でキットカットをプレゼント
- ・明治メルティーキッス柚子の発売 レストランで記者発表会(1月)
→物販:店頭販売、土佐酒とマリアージュの販売
飲食:オリジナルスイーツの販売
- ・キリン「YUZU Sparkling~Farm to SVB高知産ゆず~」の発売(3月)
→物販:高知産柚子クラフトビール「TOSACO」とのセット販売、ゆずのクラフトビールにあうつまみの販売



川の幸フェア



#ゆず活宣言の店 認定書



SVB高知産ゆず

物販部門

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、県内事業者による店頭催事等を行いました。また、まるごと高知単独の酒まつりや抽選会等を積極的に実施しました

①物販催事への参加（テストマーケティングを含む65社252商品）

②新商品の採用

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236アイテムの採用

③訪日外国人の集客

2020東京オリンピック・パラリンピックを見据えて、銀座を訪れる外国人観光客に向けた店頭掲示用の入店案内ポスターを作成しました

④店頭イベントの実施

しんじょう君来店イベント、まるごと高知9周年大抽選会、年末大抽選会、改元・新春鏡割り・ふるまい酒イベント、銀座一丁目アンテナショップ連携酒まつり、くろしおくん来店イベント、三山ひろし来店イベント等多数開催

⑤外部イベントでの物販強化

「ご当地キャラ博in彦根2019」、「ゆるキャラグランプリ2019inしあわせ信州」での商品PR販売



新春鏡割り



しんじょう君来店イベント



三山ひろし来店イベント



ご当地キャラ博in彦根2019



くろしおくんカフェ

飲食部門

新メニューや特別メニューの開発

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の積極的な見直しに取り組みました。ゴールデンウィーク限定の特別ランチ「まるごと高知御膳」は、高知ならではの食材をふんだんに取り入れており、ご好評をいただきました。同様に、昨年2,293食を提供した「豪華カツオづくし御膳」は既に定番化しています



まるごと高知御膳

①地域をPRするフェアやイベントの開催

2月には「嶺北・土佐町の酒と料理と」と題した“おきゃくスペシャルディナー”を開催するなど、各地域にクローズアップしたフェアや試食会を開催

②プロモーション部門との連携企画の実施

明治メルティーキッス柚子の発売に合わせた、まるごと高知オリジナルスイーツの提供や商品発表会を行うなど、プロモーション部門や物販部門と連携した県産PRを実施し、相乗効果を発揮

③季節に応じた新メニューの提供

年4回のメニュー改定に合わせたお客様へのニュースレターの発行等きめ細やかなPRの実施



嶺北・土佐町フェア



柚子香るあったかプリンケーキ
～メルティーキッス柚子添え～



プロモーション

店頭連携施策からweb・マスメディアを活用したプロモーションまで全チャネルでの情報発信

①高知家プロモーション

7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：「高知は、やっぱり大家族。」

前年度に引き続き、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。高知家のオウンドメディアである、高知のあれこれ記事まとめサイト「高知家の〇〇」を中心に、高知に関わるヒト・モノ・情報を毎日発信しました。

新規企画として、高知県民の中で幅広いネットワークをお持ちの方に「スペシャルパートナー」として、記事の寄稿をしていただきました。また、高知放送のアナウンサーが県内をめぐり地域のお宝を探す番組コーナー「お宝発見！まちどうが」の内容を記事化して紹介いたしました。

※「高知家の〇〇」は検索エンジンでより検索されやすくするサイトリニューアル（SEO対策）を実施



坂上&指原のつぶれない店



教えてもらう前と後



塚地武雅さん



山里亮太さん

②メディア露出（広告費換算：83.3億円）

テレビを中心としたマスメディアやSNS等のwebを活用した情報発信

TBS「坂上&指原のつぶれない店」（6月2日放送）でアンテナショップで販売しているカツオの薫焼きタタキ、あわせしょうが、ウルメイワシのオイルサーディンなどが取り上げられたことに加えて、TBS「教えてもらう前と後」（6月11日放送）では、おかずしょうが、土佐の赤かつおが紹介され、それらを買いたい多くのお客様が来店されました

7月には塚地武雅さん、山里亮太さんの観光特使委嘱式を店頭で実施し、日テレ「ミヤネ屋」や、フジテレビ「めざましテレビ」などキー局のテレビで紹介していただきました

③カツオ人間による情報発信

よさこい祭りへの参加（8年連続）や、四万十市・土佐市・佐川町・中土佐町と連携した情報発信など、高知観光や移住につながる取り組みを積極的に行ってきました

④関東海援隊の活動

店頭での試食販売や、名刺を活用した店舗への誘客など、ご協力をいただいた隊員数は2,700名を超えました。店頭でのお手伝いには年間のべ136名の方に参加いただき、スタッフと一緒にまるごと高知を盛り上げました

⑤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 1,210件



カツオ人間よさこい祭り参加

令和2年度の取組

基本方針

- 新型コロナウイルスの影響により売り上げや外商の機会が激減した、県内事業者の業績回復を目指し、これまで培ってきた外商先との信頼関係や公社の持つネットワークを最大限に活用し、外商機会を創出する
- 休業により売り上げが激減した物販・飲食部門については、「新しい生活様式」に対応しつつ、10周年記念キャンペーンなど様々な機会を活用した集客を行い、業績回復を目指す
- 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、様々なメディアでの高知県情報の発信により、高知県観光や県産品のPRに貢献する

「新しい生活様式」への対応

■ WEBを活用した商談機会の創出

- ・ 県外バイヤーとの商談については、WEB商談の取り組みに向けた検討を進める
- ・ 魅力あふれる新商品の発掘を行うため実施してきた「まるごと高知商談会」を、今年度はWEB開催とし、三密を避けながら積極的な商談を実施する

■ 物販・飲食部門の対応

- ・ 感染拡大予防ガイドラインに沿った店舗運営（店内換気や衛生管理の徹底など）
- ・ 顧客の需要の変化に対応した商品展開（在宅需要に沿った商品企画、飲食のテイクアウト対応の検討など）

■ ネット販売の強化

- ・ 著名人が選んだおすすめセットや料理長監修メニューを、自宅で楽しんでいただくためのネット販売（おうちでまるごと高知）の開始

県内事業者への支援

■ 事態収束後を見据えた取り組み

- ・ 年度前半に中止になった展示会、商談会は、年度後半に集中して参加を検討
- ・ バイヤーによる産地訪問型商談会の企画

■ 県内飲食店を応援

- ・ 「高知家の〇〇」における、テイクアウトやデリバリー情報のまとめサイトの設置

その他の新しい取組

■ 高知龍馬空港との協定締結

- ・ 販売情報の相互提供による、顧客サービスの向上と県内外商事業者支援
- ・ 相互利用キャンペーンの実施による集客強化

■ 10周年記念イベントの開催

- ・ オープン10周年の節目に合わせて、県内・県外に向けたイベントの実施やWEBを活用した情報発信を行う

■ 物販・飲食共有のポイントカードの導入（6月開始予定）

- ・ 顧客情報の管理・分析を強化し、それらを店舗運営や外商活動に活用

