

## 第3回関西圏外商強化対策協議会における主な意見(R4.7.26 開催)

**1 外商拠点の設置について**

- ①梅田3丁目計画への出店を検討することに賛同する（場所としては梅田が最もふさわしい）。
- ②アンテナショップに関しては、物販の収支のみで評価をするのではなく、情報発信によってどれだけ観光の誘客につながり、高知での購買につながったかなど、総合的に評価ができれば良い。
- ③重要なのは、顧客に「知ってもらう」、「体験してもらう」、「リピートしてもらう」というステップ。いかにしてファンづくりや、ファンのリストを県内事業者につなげていくかが重要。
- ④単にまるごと高知を持ってくるのではなく、「面白い」「新しい」といった要素が必要。
- ⑤物販よりも、いかに情報発信を行っていくかが重要であり、BtoCは勿論のことBtoB向けの情報発信が必要。
- ⑥梅田3丁目計画への出店を否定するものではないが、危惧しているのは集客面。梅田は銀座に比べると、購買意欲の高い客層が少ないのではないかと。

**2 外商拠点における取扱い商品**

- ①高知のモノを取り寄せて、アンテナショップで受けとれるような仕組みを構築できないか。
- ②全国的に知名度の高いカツオを、距離の近さを生かして関西においても推していくべき。関西において圧倒的に美味しいとなれば、リピーターもつくのではないかと。
- ③人がたくさん集まる一方で、競争の激しいエリアであり、差別化やストーリー性など商品づくりにおける工夫が必要。

**3 外商拠点の運営方法**

- ①運営主体については、「まるごと高知」で実績のある地産外商公社が担うのが妥当ではないか。
- ②運営は、顧客管理、販売促進をしていくうえでは、「まるごと高知」と一本化で実施すべき。
- ③関西のアンテナショップにおいても、「まるごと高知」のように、メディアを通じた情報発信のための広報ディレクターを担う人材が必要。

**4 外商拠点以外での外商方策**

- ①キッチンカー、オンラインショップは、いずれも良いと考えるが、アンテナショップとコンセプトを統一して展開してはどうか。
- ②カツオのたたき専門のキッチンカーがあれば面白い。カツオのたたきは、薫の香りが重要であるが、キッチンカーで火を焚いて薫焼きができれば、関西でも勝負できるのではないかと。