

## 1 事業の趣旨

県産品の首都圏を中心とした販路拡大を図るため、広島ブランドショップ「TAU」を活用し、商品に対するお客様や専門家の意見を、県内事業者にフィードバックするテストマーケティングを実施しています。

## 2 実施方法

- 広島ブランドショップ「TAU」にテストマーケティングコーナーを設置し、月替わりで、対象に選定した県産品を販売し、消費者ヒアリングなどを行います。
- 当コーナーにおける1か月間の販売終了後、消費者ヒアリングなどを基に商品の評価を行い、専門家のアドバイスを含めた結果を県内事業者にお返しします。

※商品紹介 POP や商品評価報告書の作成等について専門業者へ委託しています。

## 3 テストマーケティングの概要

- (1) コーナー名称 『今月の逸品』 ※4月に店舗のリニューアルを予定
- (2) 設置期間 通年（毎月10商品程度を入れ替え）
- (3) 設置場所 広島ブランドショップ「TAU」1階
- (4) 対象の県産品

### ① 対象商品（加工食品）

TAUでの商品取扱を希望し、消費者ヒアリングなどの商品評価のフィードバックを希望する商品から選定したもの

### ② TAUでの取扱いについて

通常の手扱と同様に、原則委託販売で、手数料率については、原則30%を基本とし、運営事業者と調整する。

## 4 申込み方法等 ※2月下旬に商品募集説明会を開催予定、それ以降の受付となります

通常の商品取扱の申込みと同様、随時受け付けることとし、商品取扱申込書及び商品サンプルを広島ブランドショップ「TAU」までご提出ください。

商品取扱基本方針及び申込書は、TAUのHP(<http://www.tau-hiroshima.jp/handling-index>)からダウンロードしてご利用ください。

※申込書等の提出期限 販売月前月10日まで（目安）

### ○問い合わせ及び商品取扱申込書・商品サンプル提出先

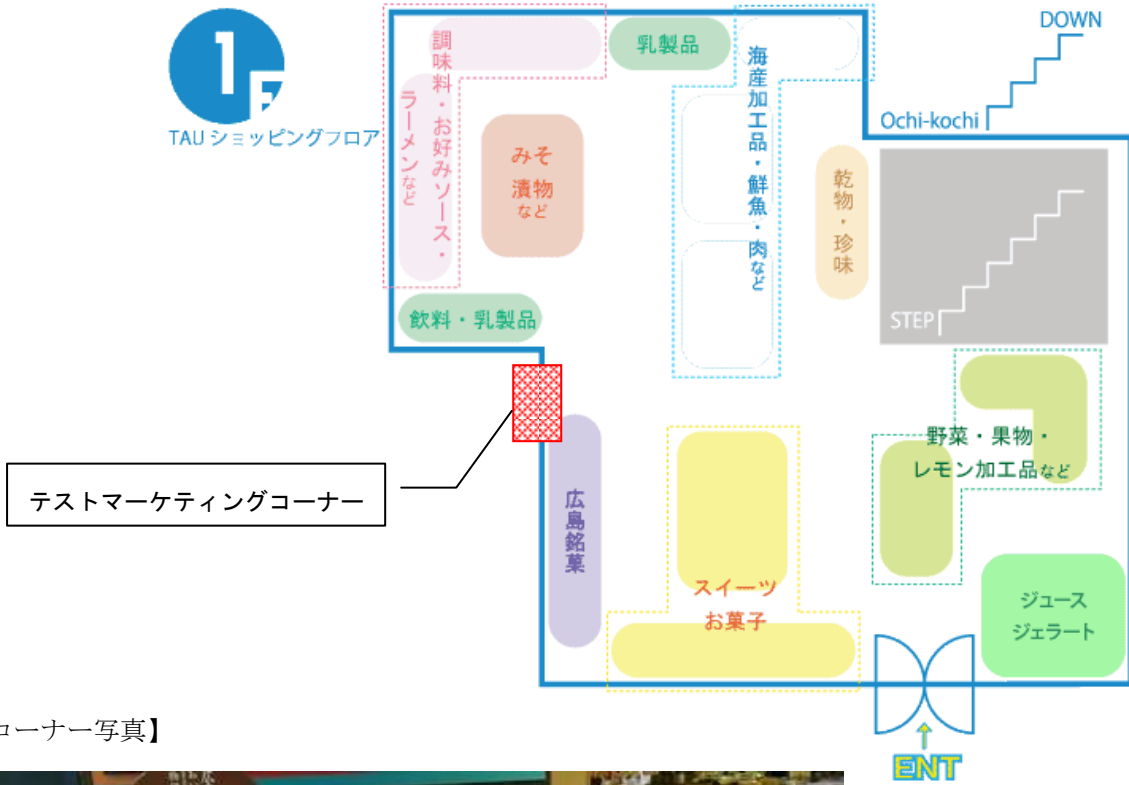
担当：広島ブランドショップ「TAU」（運営事業者：株式会社 榎本スコレ・コーポレーション） 村上・松村  
住所：〒104-0061 東京都中央区銀座1-6-10 銀座上一ビルディング  
電話：03-5579-9952 メールアドレス：04eb1254@gmail.com

### ○問い合わせ先

担当：広島ブランドショップ「TAU」（運営事業者：株式会社 榎本スコレ・コーポレーション） 広島担当 城山  
電話：(082)246-5056 メールアドレス：shiroyama@tomo-skole.co.jp

担当：広島県商工労働局ひろしまブランド推進課 ブランド推進グループ 小田  
電話：(082)513-3441（ダイヤルイン） メールアドレス：y-oda81054@pref.hiroshima.lg.jp

### Shop Map



【コーナー写真】



【消費者ヒアリング】



広島県産品テストマーケティング事業 商品評価報告書

平成〇年〇月

株式会社バイケース・ガイド(受託元:広島県産品マーケティング事業) 広島県産品マーケティング推進課

商品名		この報告書は、広島県産品マーケティング(TAU)内の「特選コーナー」にて販売された商品について、販売開始の直前に実施されたモニター調査の結果をまとめたものです。 なお、本報告書の内容はすべて感想や意見が記述されています。本誌の感想や意見は、ご記入の上、迅速に謝辞いたします。ご不明な点はお問い合わせください。
会社名		

商品陳列写真		会場ディスプレイ写真	

評価対象期間		販売実績	期間中販売日数	
販売場所			販売数(期間中)	
販売方法			販売価格(取扱)	
主要購買者層			売上金額(取扱)	
購買数の変動			販売状況	

モニタリング結果	日時			コメント
	性別	男性	女性	
	年代	1	2	
		3	4	
		5	6	

※性別はスタッフによる見込み値です

モニタリング担当者コメント	
---------------	--

**バイヤー/アドバイザーによる評価**  
 アドバイス担当者: 株式会社バイケース・ガイド 代表 永瀬 正良  
 プロフィール: 販売開始支援を全国にて行う。昨年度の全国における「販売開始セミナー」は講演回数が90回を超える。全国は、各都府県に売っている場合を想定したアドバイスを提供。

調査項目	内 容	評 価 (該当する部分に○)					コメント(記入必須)
味関連	味付け、のど越し、食感、香り、添加物を含め美味しさと全体的なバランス・印象はどうか。	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
量	商品量は適切かどうか。	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
デザイン	パッケージ、容器等のデザインと商品の整合性がとれており、消費者の目に止まるものか。	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
コンセプト	各層ターゲットが明確であり、売シーンを想定され商品化されているか。	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
取扱いやすさ	陳列のしやすさ、商品配送・保存のしやすさはどうか。	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
原料・品質状況	原材料の産地や品質に対する追求は高いか。(トレスドリティー、検査体制等)	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
価格競争力	市場価格に対応できるか、商品の質と相応であるかどうか。	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
新規性	市場新規性はあるか。(顔認証・味・デザイン等において市場に無い商品か)	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	やや悪い	あてはまらない	
トレンド把握	現在のトレンドである(今後数年程度続くと思われる)、また、今後のトレンドを先取りした商品であるか。	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	やや悪い	あてはまらない	

店員評価: 広島ブランドショップ(TAU)店員の評価です。  
 事務局評価: 『広島県産品マーケティング事業』事務局の評価です。 記入者:株式会社バイケース・ガイド 販売開始支援部 高野 愛里

事務局主担当コメント: 地域産品において、調味料系は季節感のため、差別化は必須。「広島県」ならではの調味料ということもPRに役立ちます。

※評価基準  
 A: 売れやすい、各都府県での販売に期待がもてる商品。  
 B: 評価あり、評価をクリアすれば、各都府県での販売が狙える商品。  
 C: 売れない、または売りにくい、各都府県での販売には商品企画からの見直しが必要。

今後の取扱い	魅力あり、本販売場でも引き続き販売します 原価率の面で採算が合わない商品	各都府県により取扱いが検討されます その他
--------	-----------------------------------------	--------------------------

事業者と  
 感想・ご意見

# 広島ブランドショップTAUの平成28年度の運営状況について

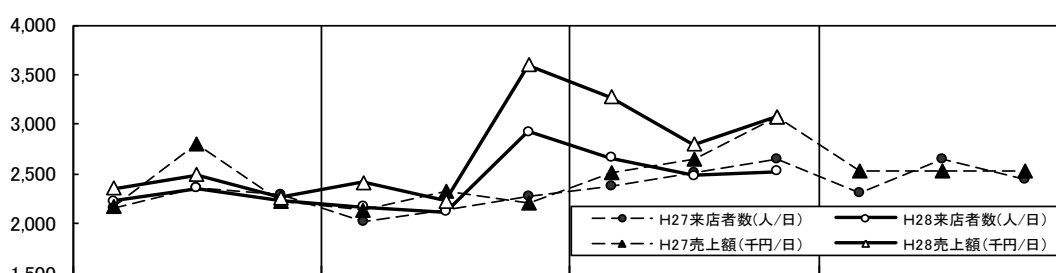
H29. 1. 19

## 1 来店者数・売上額の状況

(単位：人、千円、%)

区分	25年度	26年度	27年度	28年度(4月~12月)
来店者数	652,709	781,055	851,704	660,097 (2,409人/日) 《対前年同期比104.4%》
売上額	570,490	737,476	897,534	744,779 (2,718千円/日) 《対前年同期比110.7%》

## 2 平成28年度の推移(1日あたりの来店者数, 売上額: 月ごとの推移)



区分		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
来店者数 (人/日)	H27	2,154	2,363	2,291	2,026	2,139	2,278	2,373	2,509	2,648	2,303	2,642	2,450
	H28	2,229	2,354	2,234	2,168	2,118	2,924	2,660	2,484	2,523			
売上額 (千円/日)	H27	2,166	2,798	2,223	2,133	2,333	2,198	2,519	2,645	3,073	2,526	2,537	2,523
	H28	2,357	2,488	2,258	2,410	2,226	3,592	3,277	2,795	3,076			

【参考】 平成28年度の目標：897百万円以上

いつもお世話になっております

TAU 物販フロア スタッフ

村上店長

1階担当の松村さん

2階担当の落岩さん



TAU運営事業者: 輪軸スコレ・コーポレーション