

## ひろしまブランドショップについて

〔令和2年10月19日〕  
商工労働局

## 1 目的

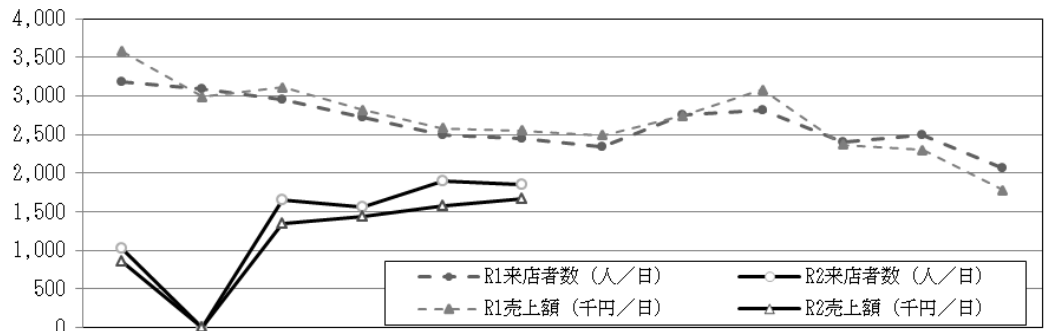
広島のような魅力を、ひろしまブランドショップの飲食、物販、情報発信機能を通じて、首都圏はもとより全国に向けて発信していくことにより、広島ファンの拡大と広島の地域ブランドの価値向上を図る。

## 2 運営状況

## (1) 令和2年度第2四半期（7月～9月）の状況

- ・ 来店者数：163,215人（1,774人/日）《対前年同期比 69.3%》
- ・ 売上状況：143,305千円（1,558千円/日）《対前年同期比 58.7%》

## (2) これまでの推移（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)	R 1	3,176	3,089	2,949	2,719	2,499	2,454	2,348	2,749	2,811	2,407	2,490	2,073
	R 2	1,023	0	1,859	1,570	1,901	1,854						
売上額 (千円/日)	R 1	3,577	2,987	3,107	2,822	2,585	2,554	2,490	2,740	3,079	2,385	2,301	1,780
	R 2	863	0	1,352	1,435	1,577	1,664						

※ 5月のオンラインショップ売上は、6月に計上。

※ 新型コロナウイルス感染拡大防止のため、次の期間を臨時休業とした。

【物販店舗】 4月11日（土）から5月31日（日）まで

【地下飲食】 4月 4日（土）から6月14日（日）まで

【3階飲食】 4月 8日（水）から6月 9日（火）まで

※ 臨時休業後も、時間短縮営業を行っている。

## 3 イベント・商品催事等の取組状況

新型コロナウイルス感染拡大防止に配慮し、We bなどを活用しながら、ひろしまのブランド価値向上やファン拡大につながるイベント等を実施している。

## 【主なイベント実施状況（7月～）】

実施内容
・ 青い千羽鶴プロジェクト、映画『この世界の（さらに行くつもの）片隅に』パネル展アンコール開催〔7/31～8/12〕
・ 広島東洋カープ オンライン応援イベント〔8/12〕

## 【主な商品催事】

区分	実施内容
テストマーケティング	特設コーナーで毎月10商品程度をテスト販売し、販売状況や消費者の反応等をフィードバック
都内近郊百貨店等での外販	千葉そごう、小田急ハルク新宿店、丸広百貨店、二子玉川東急フードショー 等

## 4 情報発信の状況

店舗取扱い商品やイベント等について、首都圏メディアを中心に発信を行っている。

## 【主な取材・報道（7月～）】

名称	掲載内容	日付
所さんお届けモノです！（テレビ）	TAU、広島県産品の紹介	9/13
Hanako（雑誌）	〃	9/28
週刊SPA！（雑誌）	TAUの紹介	9/29