

とっとり・おかやま新橋館 アンテナショップレポート

Antenna shop report

2020年2月発行

ANTENA TOPICS

TOPICS

1 リニューアルオープンイベントを実施!



4月、女優の桜井日奈子さんと山本舞香さんをお迎えし、大勢のお客様とにぎやかにリニューアルオープンの初日を迎えました。

TOPICS

2 延べ入館者250万人突破!



9月、入館者数250万人を突破し、250万人目となるお客様に岡山と鳥取の特産品を贈呈しました。

TOPICS

3 5周年記念イベントを実施!



10月、タレントのブルゾンちえみさんとココリコ遠藤さんをお迎えし、両県のおススメ商品や人気メニューのPRを行いました。



アンテナショップを活用した事業 おかやまマーケティング・ラボ事業 実施中!

おかやま・マーケティングラボ事業とは?

アンテナショップにおいて、マーケットを意識した改良商品等の試験販売などを実施し、結果を県内事業者の皆様にフィードバックする取り組みです。

新橋館のポテンシャル



もっと活用できないか?

- 年間来店者 50万人
- 年間売上 3.6億円

展示・販売だけではもったいない!
アンテナショップを実験の場に。

アンテナショップ・ラボ (研究所)

得られた結果を
岡山県内事業者へフィードバック!

アンテナショップのアンテナ機能の
最大活用!

- 1 **ちよとした** アイデアを試す場所へ
- 2 **売れる商品**づくりへの第一歩!

県内事業者のマーケティング力向上
さらなる成長!

今回のラボテーマは? ...「水産加工品!」

アンテナショップから水産加工品の「売れる商品づくり」を目指す!

岡山県の一般的なイメージ

桃は第6位、ぶどうは第4位の
全国生産量にも関わらず、
「フルーツ王国」のイメージが強い

来店者によるグループインタビューで「岡山らしさ」をお尋ねしたところ、ほとんどの方が「フルーツ」と回答
(H29ラボ事業)



白桃甘酒が誕生!



全国順位が高い岡山の水産物(生産量)

- 全国 第3位 カキ
- 全国 第9位 ノリ

しかし現状は... カキは、宮城県や広島県、ノリは有明(佐賀県等)が強く、岡山県が有力な産地であるというイメージは希薄。新橋館の売上上位にランクされる水産物は少ない

岡山県の水産物には、
まだまだポテンシャル
があるのではないかと?



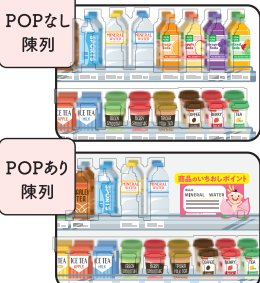
この点をラボしたい!

2つのラボを実施!



ラボ01

来店者導線×POS分析



来店者導線×POSデータを組み合わせたマーケティング手法を用い、商品POPの有無による売上の変化、素通り率、購入率、併買商品等を分析し、効果的な販売促進の方策を考察します。

ラボ02

商品ブラッシュアップ



カキ

ノリ

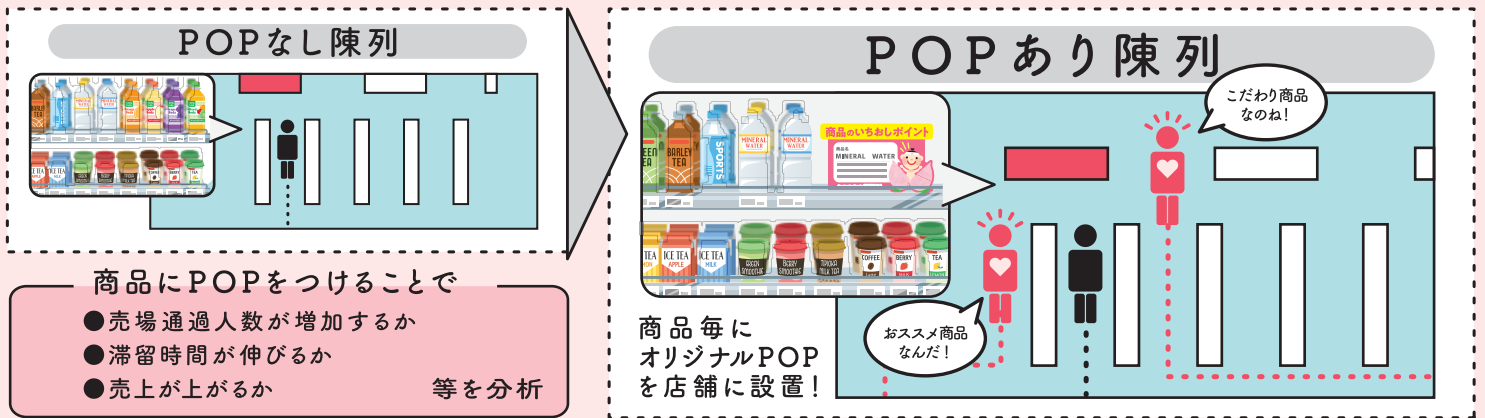
カキ・ノリの商品を選定。ターゲットとなる来店者等の声を元に商品ブラッシュアップを行い、アンテナショップから発信します。



ラボ01 来店者導線×POS分析

商品POPの有無による売上の変化、素通り率、購入率、併買商品等を分析し、効果的な販売促進の方策を考察します。

仮説：商品にPOPを設置することで、来店者の導線や商品購入に変化があるのか？



店内に専用センサーを設置し、20商品を対象に、店舗の買い回り行動のデータ計測を実施中!



ラボ02 商品ブラッシュアップ

ターゲットとなる来店者等の声を元に、牡蠣・海苔の商品のブラッシュアップを行い、アンテナショップから発信します。

仮説：消費者ニーズを踏まえてブラッシュアップした商品は売れるのか？

STEP01 (グループインタビュー)

現状商品の課題は?
アンテナショップのお客様にヒアリングを実施!

- グループインタビュー対象者
- ・ アンテナショップ利用者 30～50代女性

STEP02 (グループインタビュー+Web調査)

グループインタビュー、WEBアンケートで、消費者ニーズを調査!

- WEBアンケート対象者
- ・ 首都圏在住の30～50代女性
- ・ 牡蠣加工品または海苔を購入したことがある方

STEP03

ブラッシュアップ!



消費者の声から見てきた課題

課題解決のための調査を実施

調査結果をもとに課題を解決!

課題①

パッケージが安っぽく見える!

調査① 高級感が出る包装形態とは?

→回答 「紙で包んだ包装に高級感や品質の良さを感じる!」

解決策①

紙で包んだパッケージにして、高級感アップ!

課題②

商品の外観からは、味や食べるシーンを想像できない!

調査② どんなシーンで、どのようにしてこの商品を食べたい?

→回答 「袋から出して、そのまま食べておいしいのがこの商品の魅力。ご飯のお供、おかずの一品、おつまみとして食べたい!」

解決策②

味や食べるシーンのイメージがわくキーワードをパッケージに記載!

そのまま牡蠣本来の旨味を味わえる
ご飯のお供、おかずの一品、おつまみに

課題③

冷蔵商品で持ち運びしにくい!

解決策③

冷蔵商品→常温商品にし、持ち運びしやすく!



カキ

課題①

岡山がノリの有力な産地であるイメージが薄い!

調査① 岡山がノリの有力な産地であるというイメージを沸かせるためには?

→回答 残念ながら「岡山」という地名だけではイメージが沸かない。しかし、「瀬戸内(海)」という地域名と併せればイメージが沸く!

解決策①

「岡山」だけではなく、「瀬戸内(海)」という地域名も併せてパッケージに打ち出す!

課題②

どのノリ商品もラベルデザイン等が似ていて、同じに思える。同じならば有名な産地のものを選び、岡山産のものは選ばない!

調査②-1 なぜ、ノリを買う?

→回答 「美容健康によいから」

調査②-2 どんなノリを買いたい?

→回答 「しっかりとした厚みや艶があるノリ」「風味が豊かなノリ」

解決策②

ターゲットの心にひびくフレーズを商品ラベルに記載!

健康・美容によい栄養がたっぷり

海苔本来の風味豊か・色艶やか

ラベルデザインもそのフレーズにあわせて作成!



ノリ

アンテナショップで販売実験を実施!結果は次号で!