

とっとり・おかやま新橋館 アンテナショップレポートⅡ

2021年3月発行

今回はStep4となる『テスト販売・検証』と、テーマ2のまとめ、展開したプロモーションを紹介します。

テーマ

1

県産お菓子類の マーケティングと 売上向上策について

Step 4

「とっとり・おかやま新橋館」にて、8商品を販売する『ESSE×岡山 お菓子フェア』を開催。ESSEおかやま銘菓アンバサダーの消費者目線の意見もふまえて制作したオリジナルPOPを設置し、売り上げ向上を図りました。

実施期間：2021年2月8日（月）～14日（日）

店舗入り口付近のプロモーションスペースにて、8商品とオリジナルPOP、ESSE掲載誌を陳列。一部定番棚にもPOPを設置。

ESSE × 岡山 お菓子フェア



▼定番棚



▼定番棚

オリジナルPOPが好評！
売り上げもアップ！

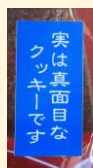
※ワーキンググループインタビューと
購入者を対象にした店頭調査より

商品内容が
分かりやすく
買いたくなる！

お菓子をカゴに
入れた陳列が
かわいい！

雑誌とのコラボは
目に留まる！

本事業から提案した
改善点を実現した2商品！



一目でクッキーとわかるように
シールを貼り付け



倉敷のお菓子と
わかるように
「倉敷」ハンコを押印



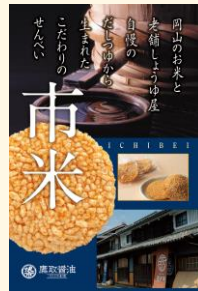
テスト販売で展開したオリジナルPOP

倉敷おからクッキー・米粉プレーン (もとや)



倉敷発のヘルシーな商品であること、おからクッキーの概念を覆すおいしさであることを主張

醤油屋せんべい市米 (鷹取醤油)



店舗の写真やロゴを入れることで老舗のしょうゆ屋さんが岡山のお米でつくったこだわりのせんべいであることを強調

みんなのせん (卵娘庵)



岡山県産の美味しい卵を使用していること、「ダイエット」「低糖質」を強調することでご当地感とヘルシーさを主張

でえれえ古墳クッキー (シャルマン)



サクサク食感のクッキーであることを強調し、モチーフの古墳が、岡山にたくさんあることを説明

桃子のひと時 づら桃子 (岡山県青果物販売)



高級品種の「清水白桃」を餡に練りこんでいること、小麦粉や米粉に岡山県産を使用していること、もちもちの皮のおいしさを強調

備前焼みるく饅頭 (小倉産業)



「備前焼」や「岡山ジャージー牛乳」など、岡山ならではの特徴を強調することで類似品と差別化

はれまーじゅ苺 (廣榮堂)



瀬戸内産の美味しいイチゴを使用していることを説明し、パッケージではわからない箱の中身をしっかり見せる

大手まんぢゅう (大手饅頭伊部屋)



岡山県を代表する銘菓であることを強調。商品の断面写真や個包装の中身をしっかり見せる

今回のテスト販売を通して、POPの設置が売り上げアップ、購買意欲のアップにつながったことが明確になりました。

2

コロナ禍の アンテナショップ（物販店舗）の 魅力UPについて

コロナ禍におけるアンテナショップの魅力向上策について、
① 他県アンテナショップへのリサーチ
② ESSEインフルエンサーへのアンケート
③ アンバサダーによるグループインタビュー
を実施しました。

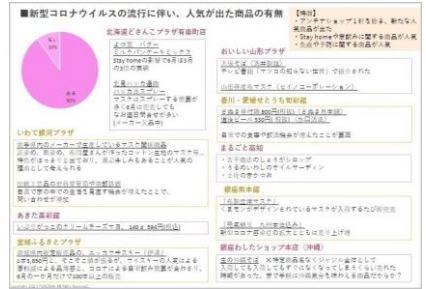
Part 1

「とっとり・おかやま新橋館」を含む都内アンテナショップ（11店舗）を対象に、
新型コロナウイルス流行による商品や客層への影響について調査。

「とっとり・おかやま新橋館」と同様に他県アンテナショップでも外国人観光客や高齢者の減少という客層の変化や、贈答品などが売れなくなり「おうちご飯」「家飲み」関連商品の需要が増加するなどの傾向が明らかになった。



「お家ごはん」「家飲み」関連商品の
需要の高まり



Part 2

ESSEプラチナインフルエンサー300人を対象に「地方自治体のアンテナショップ」に希望すること、行って良かったことなど、消費者意識調査を実施。

「旅行気分が楽しめる」「地方の目新しいものが見つかる」という特別感やレジャー的な訪問理由がアンテナショップにあるとわかった。
また「価格が高い」「混んでいて商品が見つづらい」といったマイナス意見もみられ、注意すべき点も明らかになった。



「旅行気分を楽しむ」「目新しいもの
を見つけたい」というニーズが高い



Part 3

「とっとり・おかやま新橋館」についてESSEおかやま銘菓アンバサダーへのワーキンググループインタビューによるヒアリングを実施。

「商品が充実」「ジャンル分けされ探しやすい」など好印象だったが、商品内容を伝えるための「試食」や「POP」がより重要であるとわかった。
通販サイトに「お試しセット」「割引」「送料無料」などサービスを求める意見が多く、オンラインショップでの販売を促進する際のポイントが明らかになった。



実店舗は「商品の充実」「試食」「POP」、
ネット通販は「送料無料」「割引」がカギに

コロナ禍でのアンテナショップに対する主なニーズは、「旅行に行けないので現地に出かけた気分を味わえる店内の演出」「自宅でショッピングを楽しめるオンラインショップの拡充」。それらを強化することが魅力向上につながる！

PR展開

8商品の紹介とフェアの告知を雑誌、Webメディア、SNS、TVで行いました。



2021年3月号(2月2日発売)
タイアップ4C2P掲載

見た目から味まで、ESSE読者が徹底チェック 岡山県のお菓子を食べて比べ!

喜びんごがある岡山産にはおいしいお菓子がたくさん。そこで、編集部がESSEオンラインフェアでフェア商品として、最先にお取り寄せ、アンテナショップで、ぜひ味わってみて!

おからベースでグルテンフリー、ヘルシーかつコスパの良いさも好評

3つの味が「でよれ」とすくい「美味!」おしゃべり各店舗はアツクヤにも

岡山の自然な環境で育てた糖を使用、家族で楽しめる感懐かき優しい味

日本三大まんじゅうの譽れ高い糖菓、福前藩主にも愛された味に絶賛の声

おかしNo.1

おかしNo.2

おかしNo.3

おかしNo.4

おかしNo.5

おかしNo.6

おかしNo.7

おかしNo.8

ESSE × 岡山 お菓子フェア開催中!

134 岡山県「お菓子王国」アンテナショップ

ESSE online

カラふろ

ふるさとニュースマガジン colorfuru

天然生活 web

天然生活 Instagram



ESSEおかやま銘菓アンバサダー SNS投稿

<http://platinum-reporters.fusosha.co.jp/xfp/0259000000.html>



ブログ
30記事

Instagram
27投稿

OHK岡山放送「なんしょん?」での紹介



2月24日(水)
17:30~17:33に紹介
ESSE3月号と共に、
4商品を紹介し、「はれまーじゅ母」
を試食いただきました。

