



S E T O U C H I
H I R O S H I M A

TAU商品取扱説明会
(広島・福山・三次会場)

平成29年2月22日(水)・23日(木)

広島県 (株) 靱スコレ・コーポレーション

目 次

<u>1 ひろしまブランドショップTAUについて</u>	1
・ 設置目的	
・ 運営状況	
・ 情報発信・プロモーション活動	
・ 首都圏での商品PR・販路拡大	
・ TAU店内催事の展開	
・ TAU外販活動	
<u>2 店舗リニューアル</u>	8
・ 改装に伴う閉館のお知らせ	
・ 店舗改装の概要	
<u>3 TAUの商品取扱について</u>	14
・ 商品構成	
・ 消費者動向	
・ 商品取扱から代金決済までの流れ	
・ 書式等	
・ テストマーケティング	
<u>4 終わりに</u>	20
・ TAUの今後の取組	

1 ひろしまブランドショップTAUについて



■施設概要

- 設置年 : 平成24年7月にオープン
- 所在地 : 東京都中央区銀座1丁目 上ービルディング B1F~3F
- 延床面積 : 289坪
- 運営事業者(統括管理) : (株)鞆スコレ・コーポレーション(広島県福山市)

TAUイベント・バールフロア

3F

TAUショッピング・情報発信フロア

2F

TAUショッピングフロア

1F

瀬戸内ダイニング

B1F



1 ひろしまブランドショップTAUについて

■設置目的

◆TAUは首都圏における「ひろしまの本物の魅力を発信」する情報拠点

【多彩な地域資産】

〔歴史〕

〔自然〕

〔景観〕

〔文化〕

〔モノ〕

ブラッシュアップ

様々な宝を発掘
磨き上げる

価値を広める

情報発信・プロモーション
販路拡大

ひろしまに対する高い評価形成

目的

ひろしまファンの拡大

ブランド価値の向上

「ひろしまのものを食べてみたい」

「ひろしまに行ってみたい」

「ひろしまで暮らしてみたい」

1 ひろしまブランドショップTAUについて



■ 運営状況

◆ 平成27年度の状況

来店者数 : **851,704**人

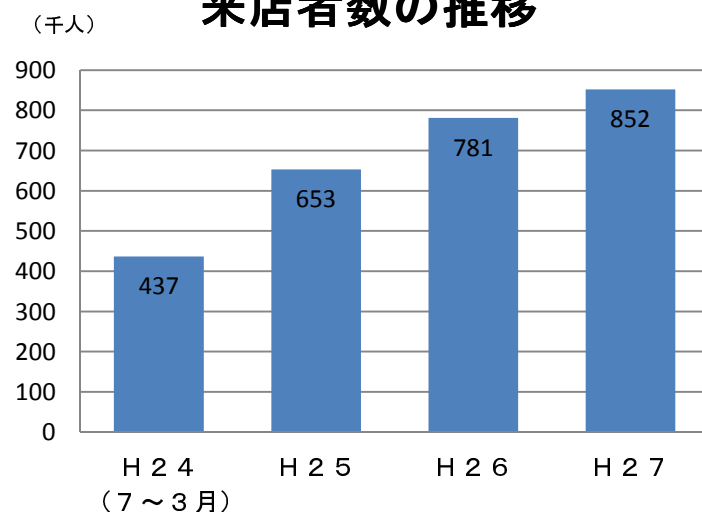
売上状況 : **897,534**千円

※H28年売上も対前年度比(1月現在)110%で推移
オープン以来, 345万人の方がご来店(1月現在)

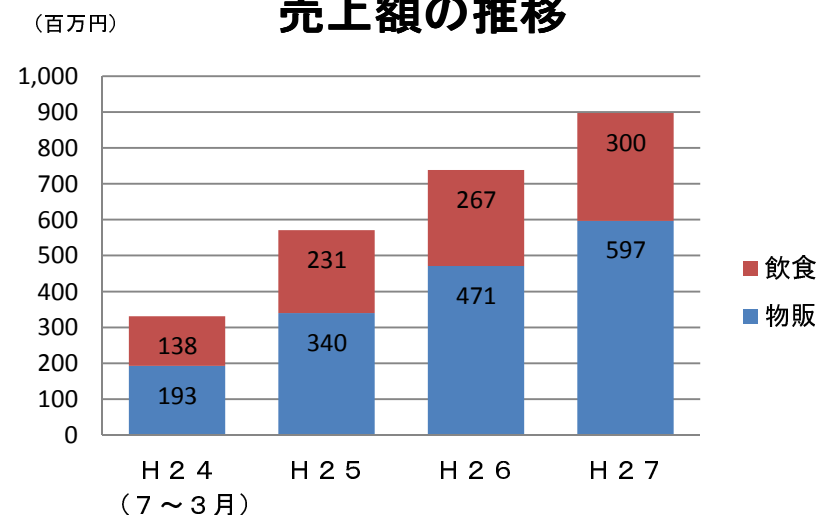
売上額	首都圏ショップ名
10億円以上	北海道どさんこプラザ有楽町店
7億円以上 10億円未満	いわて銀河プラザ ひろしまブランドショップTAU 銀座わしたショップ本店(沖縄)
5億円以上 7億円未満	宮城ふるさとプラザ 表参道・新潟館ネスパス かごしま遊楽館

地域活性化センター調べ(首都圏ショップ54店舗)

来店者数の推移



売上額の推移



1 ひろしまブランドショップTAUについて



■情報発信・プロモーション活動

◆イベント発信

TAU3Fのイベントフロアや1F物販催事スペースを活用して様々なイベントを展開

広島のを活用したイベント	カープ関連イベント, レモンまつり, 酒プレミアム試飲会, オイスターバー
市町連携	クレコレ(呉市), 三次観光物産フェア, 三原うまいもの市
観光等県施策関連	観光「カンパイ! 広島県」の配布会, UIターン転職相談会, 移住セミナー, 婚活応援イベント, 平和パネル展
ショップ連携	銀座7県酒まつり, 都道府県駅伝応援スタンプラリー



酒まつり「全国一斉乾杯」

◆メディアへの露出

イベント等の取材による広報媒体への露出

区分	H25	H26	H27
報道件数	994件	1,429件	1,271件



カープ・リーグ優勝 鏡割り

日本テレビ: ZIP!, ぐるぐるナインティナイン, TBS: 王様のブランチ, フジテレビ: めざましテレビ, 雑誌: 女性セブン, OZマガジン ほか

1 ひろしまブランドショップTAUについて

■首都圏での商品PR・販路拡大

◆バイヤープロモート専門のスタッフによる販路開拓の支援

区分	H25	H26	H27
成約件数	49件	63件	86件

※主な成約先

三越伊勢丹, サカガミ, AKOMEYA, 日本百貨店,
国分, 伊藤忠食品 ほか



テストマーケティング	毎月10商品程度のテスト販売を実施。来店者や専門家の意見をフィードバック〔延200社395商品(1月現在)〕
販路開拓 セミナーの開催	首都圏への販路開拓に意欲のある事業者さまを対象とした商談指導等のセミナー〔H28: 県内2会場〕
TAU商談会, 卸主催商談会への参加	首都圏バイヤーとのマッチング機会の創出〔H28: 4回実施〕
県産品フェアの開催	百貨店, 高質スーパー等での「ひろしまフェア」への出品
TAU店内催事の展開	TAU1F物販エリアでの試食販売を通じた消費者ニーズの把握〔随時〕

1 ひろしまブランドショップTAUについて

■TAU店内催事の展開

◆事業者さまによる試食販売

出品いただいている事業者さま自らがTAU1F物販フロアにて試食販売を実施。

地域の食材や特産品への感度が高い首都圏消費者の反応を直接、体感いただけます。今後の商品づくりの参考にお役立てください。

○実施場所:TAU1F物販フロア(冷蔵商品可)

○実施時期:随時(他イベント等との調整,販売期間は別途相談)

○実施商品:TAU出品商品



1 ひろしまブランドショップTAUについて



■TAU外販活動

◆店舗外における商品PR・販売活動

県産品の販売機会を拡大させ、TAUとは異なる客層に対しても“ひろしま”の魅力をアピールするための外販活動を展開

集客力の高い百貨店やブランド発信につながるイベント催事への出店

●年間30回程度の出店

横浜高島屋、そごう川口店、エキュート大宮(JR大宮駅)、東急二子玉川店、松屋銀座、都市銀行 本社催事(みずほ・三井住友銀行) 等



ひろしまフェア外務省飯倉公館



ヨーカドーららぽーと横浜店



東急二子玉川店



三井住友銀行本社催事

2 店舗リニューアル

■店舗改装の概要①

◆フロア構成

お客様から認知いただいている従来のフロア構成はそのままに、より快適でゆっくりとお買い物やお食事が楽しめる、いつ来ても新しい“ひろしま”を体感できる空間を演出して参ります。

●店名表記の見直し 「広島ブランドショップ」から

「ひろしまブランドショップ」へ



Floor Guide	
3F	イベントスペース Event Space イタリアンバー Italian Bar 『BOUNO! HIROSHIMA』 『BOUNO! HIROSHIMA』 『Meri Principessa』 『Meri Principessa』 メリ プリンセス 
2F	ひろしまの工芸品 Crafts of Hiroshima 広島酒蔵『華su』 Sake of Hiroshima 'Fsu' 広島お好み焼き『鯉々』 Okonomiyaki 'KOI KOI' 熊野筆セレクトショップ KumanoBrushes select shop カープグッズ Carp's Goods サンフレッチェグッズ Sanfrece's Goods 観光情報コーナー Tourist Information 
1F	ひろしまの特産品 Specialty Goods・Foods of Hiroshima ひろしまCafe Hiroshima Cafe 
B1F	瀬戸内ダイニング The Seto Inland Sea Restaurant 『遠音近音』 『Ochi Kochi』 遠音近音へは入口を出て乗物昇降のB1F入り口からお越しください。 

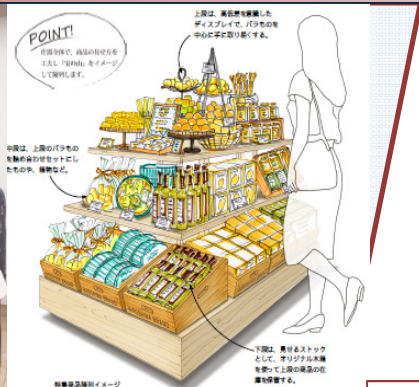
【統括運営事業者 (株)鞆スコレ・コーポレーション】

区分	店舗名	運営事業者
3F	飲食 BOUNO! HIROSHIMA Meri Principessa	(株)ビッグスマイル
2F	物販 —	(株)鞆スコレ・コーポレーション
	熊野筆 熊野筆 セレクトショップ 銀座店	(一財) 筆の里振興事業団
	お好み焼 鯉々 (KOI KOI)	(一財) お好み焼アカデミー
1F	物販 —	(株)鞆スコレ・コーポレーション
B1F	飲食 瀬戸内ダイニング 銀座 遠音近音	(株)鞆スコレ・コーポレーション

2 店舗リニューアル

■店舗改装の概要②

◆1F物販フロア



◆2F物販フロア



○酒売り場には可変式什器を導入。試飲イベント時には試飲コーナーを拡張。
○府中焼や尾道焼など地域のご当地お好み焼や県内有名店のお好み焼が味わえる店舗「鯉々KOIKOI」に交替。



○什器を変更し、買い回りしやすいよう導線も確保。
○従来のイトインから広島旬の食体験ができる食の催事場「ひろしまCAFE」を設置。
○鮮魚コーナーを新設。瀬戸内の鮮魚の対面販売。
○カイハラデニムや尾道帆布など県内製品を素材としたユニフォームに一新。

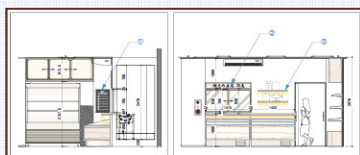


2 店舗リニューアル

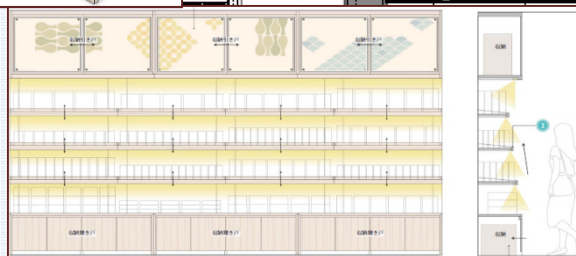
■店舗改装の概要③

◆1F物販フロア(平面図)

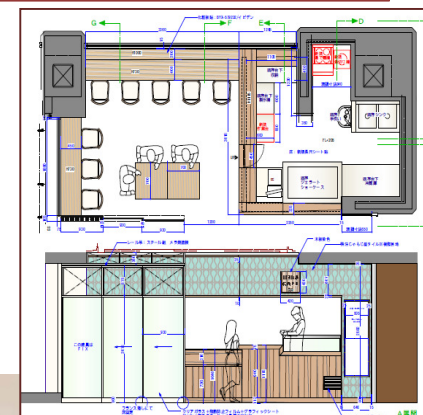
○対面式の鮮魚コーナー
お客様の注文を受けて調理するサービスを展開



○壁什器の上部
や島什器の下部
には収納を設置
して収納不足を
改善



○食の催事場「ひろしまCAFÉ」
お買物エリアとの間に可動式間仕切りを設置してランチなど混雑時の飲食エリアとお買物エリアを棲み分け



2 店舗リニューアル

■店舗改装の概要⑤

◆3F飲食フロア

- オーナーが別店舗で展開する「メリ プリンチペッサ」に店名変更。本格ピザをワンコインで提供。
- イベントスペースと兼用のため、フレキシブルに対応できる備後緋のカーテンを使用。
- 20時以降の集客力を高めるためにバール機能を付加。



◆B1F飲食フロア

- エントランスに日本酒ディスプレイを設置。2F酒売り場「翠」との連携をアナウンス。
- 鮮魚ディスプレイショーケースを拡大して陳列する魚種を充実。



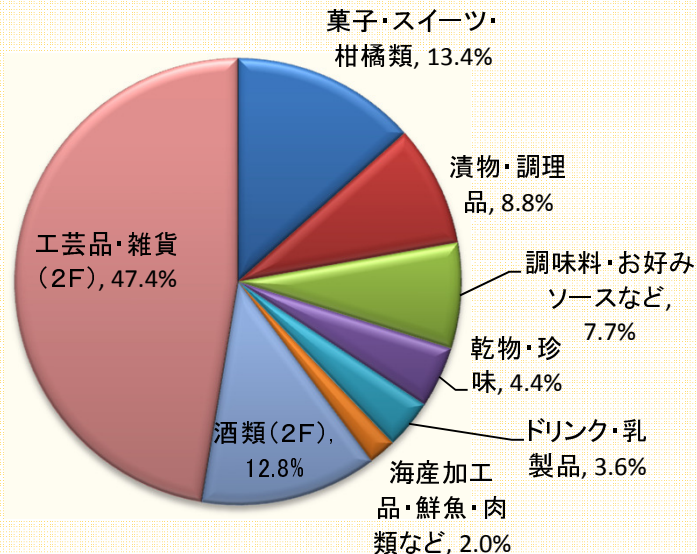
3 TAUの商品取扱について

商品構成

◆お取引状況

取引事業者数 : **約700社**
(H24年7月~H29年1月)
直近1年間では : **約400社**
(H28年2月~H29年1月)

◆TAUの商品構成(1F・2F物販)



◆取扱品目数

区分	品目数
食品加工品(1F)	約1,000品目
酒類(2F)	約500品目
工芸品・雑貨(2F) (カープ関連商品含)	約1,500品目
計	約3,000品目

◆商品動向

- 食品加工品(1,000品目)は年間で約2~3割を入替。
- オープン時の売れ筋上位20品目のうち約半数が入替っている。

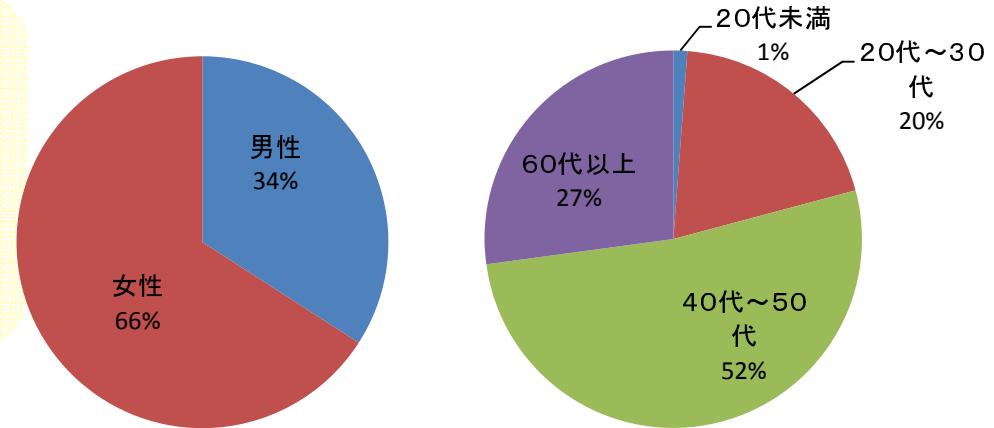
※四半期ごとに実施する商品選定会議を通じて商品見直しを行います。

3 TAUの商品取扱について

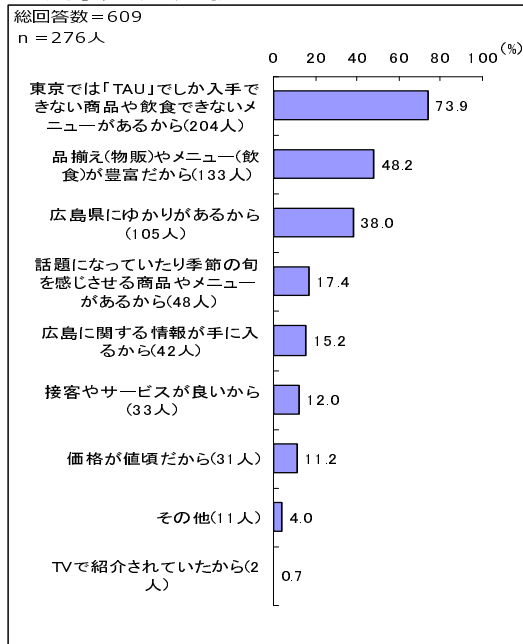
■ 消費者動向

◆ TAUの購買層

TAUポイントカード会員による構成割合からみると
 ○男女別では女性客が約7割。
 ○年代別では40代～50代が約5割を占めている。



◆ 購買動機



○ TAUお客様アンケートから

TAUを利用される理由をみると

- ・「東京ではTAUでしか入手できない商品や飲食メニューがあるから」
- ・「物販の品揃えや飲食メニューが豊富だから」
- ・「広島県にゆかりがあるから」が上位を占めている。

3 TAUの商品取扱について

■商品取扱から代金決済までの流れ

◆商品取扱の流れ

商品取扱
申込書提出

申込書等の
確認・協議

取扱有無
取扱時期
連絡

納品

商品取扱
開始

請求・支払

- ①申込書を提出後、TAUからの連絡により、サンプルをTAU宛に送付(返却不可)ください。
- ②原則、委託販売。委託販売手数料は売上金額の30%を基本とします。
- ③「通常棚での取扱」「テストマーケティング商品としての取扱」等をご連絡します。
- ④納品に係る物流コストは出品者さまがご負担ください。
※別途、3か月ごとに商品選定会議を実施。販売実績等により見直しを行います。

◆店舗リニューアルに向けた商品募集の取扱

今回はリニューアルに伴う募集のため、上記通常申込とは異なります。

- 商品申込書のメール提出先: 県庁ひろしまブランド推進課 宛 [電話082-513-3441]

Eメール: syobrand@pref.hiroshima.lg.jp

- 書類選考後、サンプル品送付を依頼します。

サンプル品送付先 : 〒730-8540 広島市中区胡町5-22-9F(アレッタ広島店)
ひろしまブランドショップTAU 外商(城山)宛て
電話/FAX 082-246-5056 / 082-249-8630

- 募集期間 : 説明会終了後～3月21日(火)
- 商品選定、仕入調整 : 4月上旬

3 TAUの商品取扱について



書式等

商品取扱申込書書式(記載例)

【記載例】ひろしまブランドショップ商品取扱申込書(農林水産物以外) 様式A

西条スローフード・ローション 広島ブランドショップ 商品取扱 途中

企業等の所在地 〒730-0811 広島県広島市中区基町123-45
 企業等の名称 株式会社 広島
 代表者名 廣戸内 恵

私は、広島ブランドショップにおける商品取扱について、以下のとおり申込みします。

企業等の名称	株式会社 広島		TEL	082-123-4567	
所在地	〒730-0811 広島県広島市中区基町123-45		FAX	082-123-7894	
担当者	役職名	代表取締役 社長	Eメールアドレス	setouchi@hiroshima.co.jp	
担当者氏名	廣戸内 恵		電話番号(携帯)	090-1234-5678	
ブランドショップ 申請区分 今季の取扱	お客様での取扱開始、商品のプランシュアアップ等に関する要領等をご記入ください。				
商品名	濃厚アイスクリーム 6個セット		JANコード	1234567890123	
単価(税別)	1,965	税別小売価格(税別)	1,820	税率	70%
卸価格(税込)	1,512	卸価格(税別)	1,400	一紙原付ラベル貼付	
賞味期間	365 日間	保存方法	冷蔵・冷凍	冷蔵	
主な原材料	牛乳	原産地	香川県		
	生クリーム	原産地	香川県		
	砂糖	原産地	香川県		
使用添加物	無し				
アレルギー表示	卵・乳				
特定マーク	JAS	有機JAS	その他	生産者直輸入	可
製造元	自社工場(製造委託・仕入)		委託・仕入先	所在地	
規格(本体重量)	120ml	総重量	1kg	パッケージサイズ	200×200×150
販売期間	10 日間	返品(可・否)	可	廃棄(可・否)	可
賞味期間	可	値下げ(可・否)	可	割引率	14 日前より 30 %
販売促進	販促媒体の提供		可	自社販賣等の提供	可
商品の特長 工場直営 (製造委託・仕入) (特長を明記してください)					
受賞・表彰・認定	2011年〇〇賞受賞		主な販売先	〇〇百貨店	
	2011年度〇〇ランキング 第1位				
注文条件	供給可能量	20 個/日(〇)日		注文ロット	5 個
	販売期間	〇年〇月(〇)月～(〇)月		納品形態	(〇)定期便
		子ステマーケティングの希望		有・無	

※ 食品表示について不明な点がある場合には、お近くの保健所等、関係機関に相談や確認を行ったうえお申込みください。

3 TAUの商品取扱について

■テストマーケティング①

◆ご活用のお願い

首都圏への商品PRや販路拡大にチャレンジしたい意欲をお持ちの事業者さまは是非ご利用ください。

- ✓地元では親しまれているが域外の販売までには至っていない
- ✓昔ながらの素材を活用して新たな発想に基づく新商品を開発した
- ✓自社商品の首都圏消費者の反応を確かめたい
- ✓専門家による商品アドバイスを受けたい

◆概要

- TAU内に設置するコーナーにおいてテスト販売及び消費者ヒヤリングを実施。
 - 1か月間の販売終了後、専門家の意見を添えた商品評価をフィードバック。
- ※好調商品はそのままTAUでの継続販売となります。

◆実施方法

- 設置期間: 1か月(毎月10商品程度) ○設置場所: TAU1F物販エリア
- 対象商品: 食品加工品(商品評価のフィードバックを希望する商品から選定)
- 申込方法: 通常の商品申込と同様 ○提出先 : TAU(中央区銀座1-6-10)

3 TAUの商品取扱について

■テストマーケティング②

◆商品評価報告書書式

平成28年 ●月 No. ●

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28年●月
広島県商工労働局 ひろしまブランド推進課

商品名	この報告書は、東京・広島ブランドショップ(TAU)内「今月の逸品コーナー」で販売された商品について、販売開始から販売終了まで実施されたテストマーケティングの結果をまとめたものです。 なお、本報告書の内容について感想・ご意見がございましたら、米菓の「ご意見欄」にご記入の上、発送をお願いいたします。		
会社名			
商品陳列写真	販売ディスプレイ写真		
行徳別業期間	販売場所	開始時期	販売数量
販売方法	販売方法	販売数量	販売数量
主要購買客層	販売数量	販売数量	販売数量
販賣状況	販売数量	販売数量	販売数量

目的 方法	性別	年代	アンケート		コメント
			満足度	購入意欲	
結果	1	全	男		
	2	全	女		
	3	全	男		
	4	全	女		
	5	全	男		
	6	全	女		
	7	全	男		
	8	全	女		
	9	全	男		
	10	全	女		

バイヤー/アドバイザーによる評価

アドバイザー: _____ プロフィール: _____


評価項目	内容	評価 (該当する数字の□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(旨み)はどうか。	良い	普通	悪い	
量	商品量は適切かどうか。	良い	普通	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	普通	悪い	
コンセプト	コンセプトが明確であり、食シーンを想定され商品化されているか。	良い	普通	悪い	
取扱いやすさ	開封のしやすさ、商品配送・保存のしやすさはどうか。	良い	普通	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。(トレスパリアー、検査体制等)	良い	普通	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	普通	悪い	
プロモーション力	消費者へのプロモーション(商品チラシ、POP、ポスター等)が設けられているかどうか。	良い	普通	悪い	
新規性	市場新規性はどうか。(機能面・味・デザイン等において市場に無い商品か)	あてはまる	どちらでもない	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	どちらでもない	あてはまらない	
自由質問	※事業者が質問したい点があれば表記				

備考

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

今後の取り扱い	商品性あり、売場売場で引き続き販売します	季節により取り扱いが検討できます
備考	課題をクリアできれば取り扱いを検討できる商品で	その他

事業者さま
感想・ご意見欄

マーケティングコーナー → 



4 終わりに

■TAUの今後の取組

TAUは首都圏における「ひろしまの本物の魅力を発信」する情報拠点

“豊富な品揃え”と“ここでしか味わえない食” “年間を通じた魅力的なイベント”を展開

◆物販・飲食機能とイベント催事を連動させた発信

- 1F物販フロアでは旬商品やTAUイチオシ商品を2WEEKごとに入替。いつ来ても飽きさせない売場づくりを推進。
- 3Fではターゲットを絞ってイベント発信(食材, 酒, マリン, 里山など)。イベント開催に連動したテーマ商品を1Fフロアでも物販展開して相乗効果を高める。
- B1F飲食「遠音近音」では2F酒売り場「翠」をアナウンスし持ち込みも誘導。

◆TAUオリジナル商品の開発(“ここならではの”の品揃えを強化)

- 地元の皆さまからのご協力をいただきTAU独自商品やギフト商品を開発

◆積極的な外販展開(首都圏のあらゆる層に“ひろしま”の認知を図る)

- 百貨店やセレクトショップ等での食品, 服飾, 工芸などオールひろしまの販売・PR。
- 首都圏企業本社でのTAUフェアの開催 など

◆従業員教育の徹底

- 商品知識はもとより“ひろしま”に誇りを持ち, こよなく愛するスタッフを養成し, 地元の皆さまの代わりになれる接客, ホスピタリティの向上に努めます。

これからもTAUをよろしくお願いいたします！

店長・村上



1 F 物販フロア担当の松村



2F物販フロア
担当の落岩





S E T O U C H I
H I R O S H I M A

広島県 (株) 靱スコレ・コーポレーション