

とっとり・おかやま新橋館 アンテナショップレポート

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・ラボ実施中！

2021年2月発行

おかやまマーケティング・ラボ事業とは

岡山県のアンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」の立地、機能を生かした「売れる商品づくり」「新たな話題づくり」を図るため、マーケティングを重視した調査、分析、提案を一体的に行う取り組みです。

今回のラボは2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

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

次号で紹介します！

Step 1

- ・「とっとり・おかやま新橋館」を含めた都内アンテナショップで人気のお菓子やロングセラーお菓子について、「価格×用途」「パッケージデザイン×用途」「パッケージデザイン×商品名」のマトリックスを作成し、分析。（右図参照）
- ・分析結果をもとに、「売れ行き良好な商品をさらに売り伸ばす方法」や「新たな名物を見つけ、人気商品へ育てる方法」を探るため、岡山県内の事業者を募集。



8事業者の参加が決定！※（）内は事業者名

- 倉敷おからクッキー
米粉プレーン（もとや）
- みんせん（卵娘庵）
- 桃子のひと時 どちら桃子
（岡山県青果物販売）
- はれまーじゅ 苺
（廣榮堂）



- 醤油屋せんべい市米
（鷹取醤油）
- でえれえ古墳クッキー
（シャルマン）
- 備前焼みるく饅頭
（小倉産業）
- 大手まんぢゅう
（大手饅頭伊部屋）

Step 2

女性300名を対象に8商品とアンテナショップについての消費者意識調査をWebアンケートで実施



■各商品について

- ・認知度
- ・喫食経験有無
- ・購入意欲
- ・贈答意欲
- ・パッケージの印象
- ・商品名
- ・価格設定
- ・内容量 etc

■アンテナショップについて

- ・地方自治体のアンテナショップへの訪問頻度
- ・アンテナショップに行ってもよかったと思ったこと、不満だったこと
- ・お気に入りのアンテナショップとその理由 etc

Step 3

生活情報誌「ESSE」読者の中から、今回の事業活動の協力者10名を選抜し、“おかやま銘菓アンバサダー”を結成。上記8商品とアンテナショップについて、印象や意識を深掘りするため、ワーキンググループインタビュー（オンライン）とWebアンケートを実施。



Step 1～3を経て抽出した感想と課題を各事業者に報告

倉敷おからクッキー・米粉プレーン (もとや)



- ・おからのイメージを覆すおいしさが、おしゃれなパッケージからは伝わらない
- ・倉敷のご当地感がない

醤油屋せんべい市米 (鷹取醤油)



- ・食感も味も良く、少し高めの価格設定も納得
- ・パッケージでおいしさと高級感が訴求できていない
- ・老舗醤油屋さんが作っていることは強調した方がよい

みんせん (卵娘庵)



- ・自然な甘味で、子どもやお年寄りにも安心なやさしい味
- ・自宅用として選びやすいが岡山県産卵の使用やヘルシーな面の強調が必要

でえれえ古墳クッキー (シャルマン)



- ・商品名が岡山と結びついていない
- ・パッケージでお煎餅かと思った
- ・バター風味豊かでサクサクして美味しいが、パッケージでそのおいしさを伝えきれていない

桃子のひと時 どちら桃子 (岡山県青果物販売)



- ・高級感のあるパッケージでお土産にしやすい
- ・皮がもちもちでおいしい
- ・サイズを小さくして、価格がお手頃になると嬉しい

備前焼みるく饅頭 (小倉産業)



- ・箱のデザインも良く、お土産にしやすい
- ・ミルクの風味がやさしくおいしいので、ジャージー牛乳を強調した方がよい
- ・備前焼と商品自体の関連がわかりにくい

はれまーじゅ莓 (廣榮堂)



- ・パッケージが可愛いけれど中身がわからない
- ・ご当地感がわかりにくい
- ・イチゴのしっかりとした味わいがおいしい

大手まんぢゅう (大手饅頭伊部屋)



- ・こしあんが上品でおいしい
- ・味や量に対して価格が良心的
- ・パッケージは高級感がありお土産にしやすいが中身がわからない
- ・商品名が岡山と結び付かない

各商品の課題が解決でき、即実現できる策としてPOPを制作。2021年2月にそのPOPを設置したテスト販売を実施！次号でご紹介。