

# 物産振興に関するこれまでの取組について

---

令和2年5月29日

第1回宮城県物産振興施策在り方検討懇話会

# 1 アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」の設置・運営



■ オープン :平成17年7月 (リニューアル平成27年7月)

■ 場 所:東京都豊島区東池袋

■ 営業時間:午前11時～午後8時

■ 休 業 日:年末年始

■ 運営主体:(公社)宮城県物産振興協会

■ 特 徴

- ・乗降客数の全国第3位の池袋駅東口から徒歩2分
- ・非常に人通りの多い通りに面した好立地
- ・年間約70万人の来店客(直近4カ年平均)
- ・年間5億円を超える売上(直近4カ年平均)
- ・宮城県東京事務所 観光物産サービスセンターとしての機能を併設



# 1 宮城ふるさとプラザ 設置目的

## <施策目的>

県産品の販売支援

販路開拓・拡大支援

商品づくり支援

情報発信・交流促進



## <発信機能>

- 宮城県の物産や観光のPR
- プラザでの販売を契機とした首都圏での県産品の販路拡大
- 豊島区との連携強化を通じての首都圏販売拠点の確保
- 首都圏での販路開拓の拠点

## <受信機能>

- 対面販売や観光相談を通じての首都圏消費者ニーズの把握
- 把握した首都圏消費者ニーズ等の地元への情報フィードバック



# 1 宮城ふるさとプラザ 運営スキーム



県はビルの家賃負担（年間約1.2億円）と運営委託（年間約1,200万円）を実施

# 1 宮城ふるさとプラザ 店内構成等

- ① 商品の取扱条件(下記のうち、いずれかが必要)
- ・製造もしくは加工の最終工程が宮城県内で行われたもの
  - ・宮城県内の業者が企画し、宮城県産の主原材料を使用して製造されたもの

- ② 取引業者数  
約300事業者

③ 店内構成

- ・物産販売コーナー [1階] 約1,750アイテム
  - 農産・水産加工品(牛たん, 笹かま, 菓子類, 米 等) 約1,200アイテム
  - 酒類(日本酒, ビール等) 約200アイテム
  - 民芸品等(こけし, 仙台平, 玉虫塗等) 約350アイテム

- ・イベント販売コーナー [1階] 県内市町村等による物産PR販売を実施。

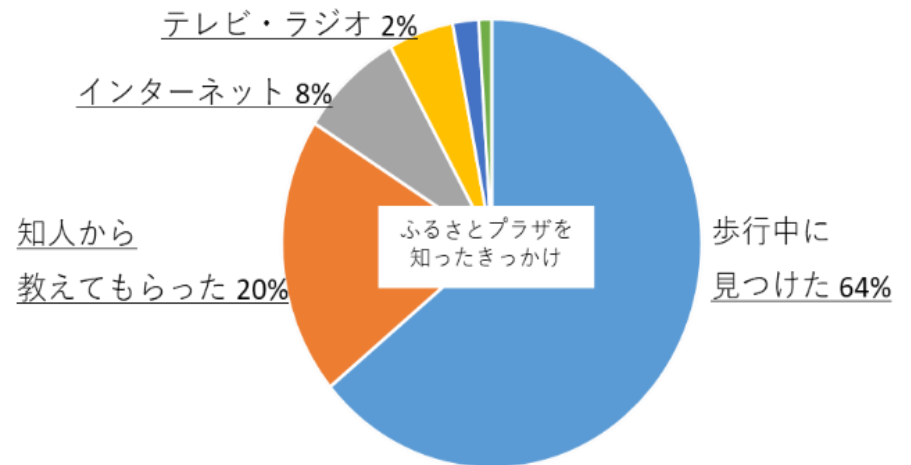
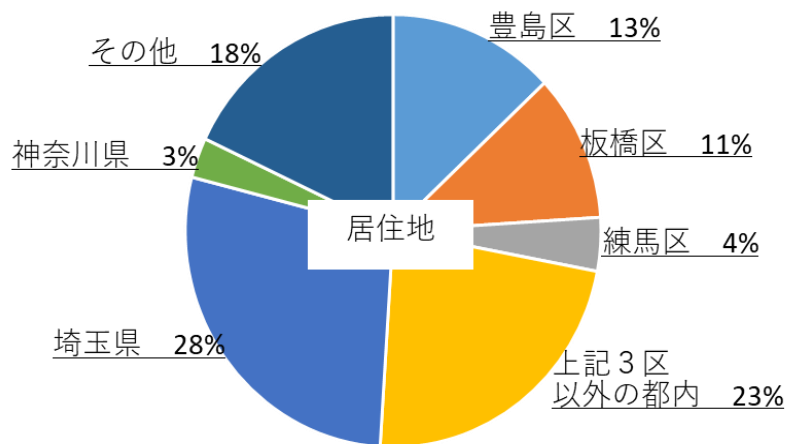
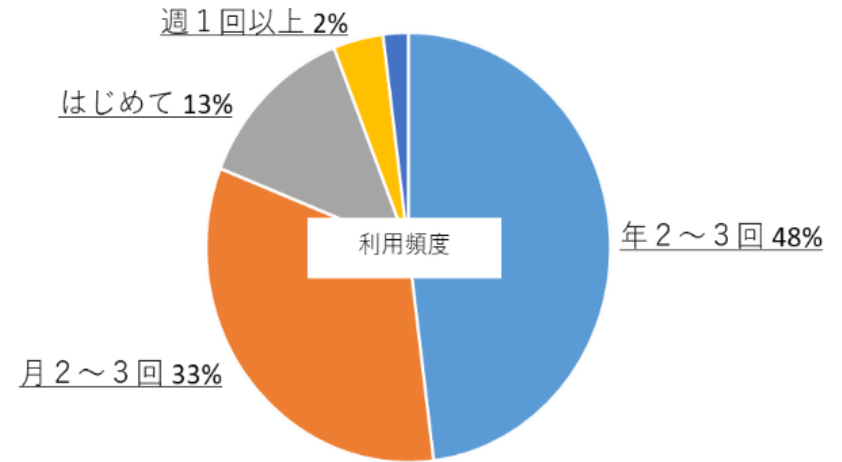
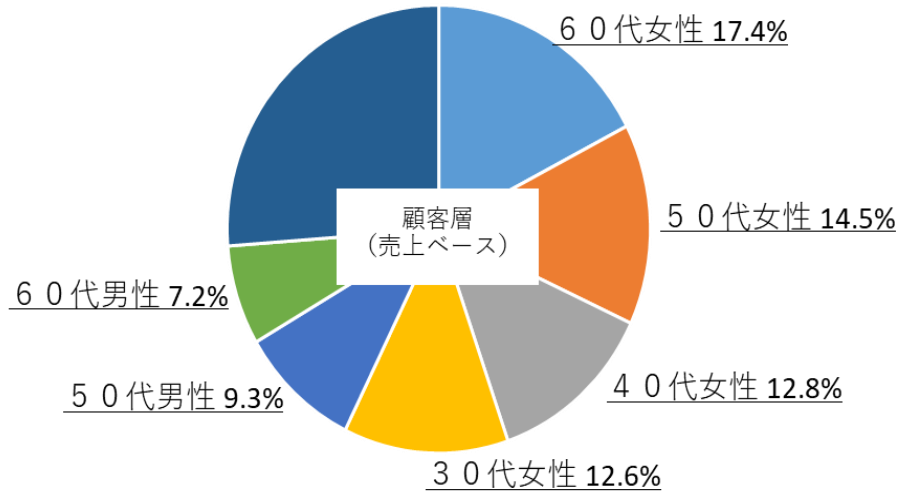
- ・飲食コーナー [2階] 伊達の牛たん本舗が運営。牛たん定食のほか、酒類も提供。

- ・観光・情報コーナー [2階] 大型モニターやパンフレットなどによる観光情報の提供

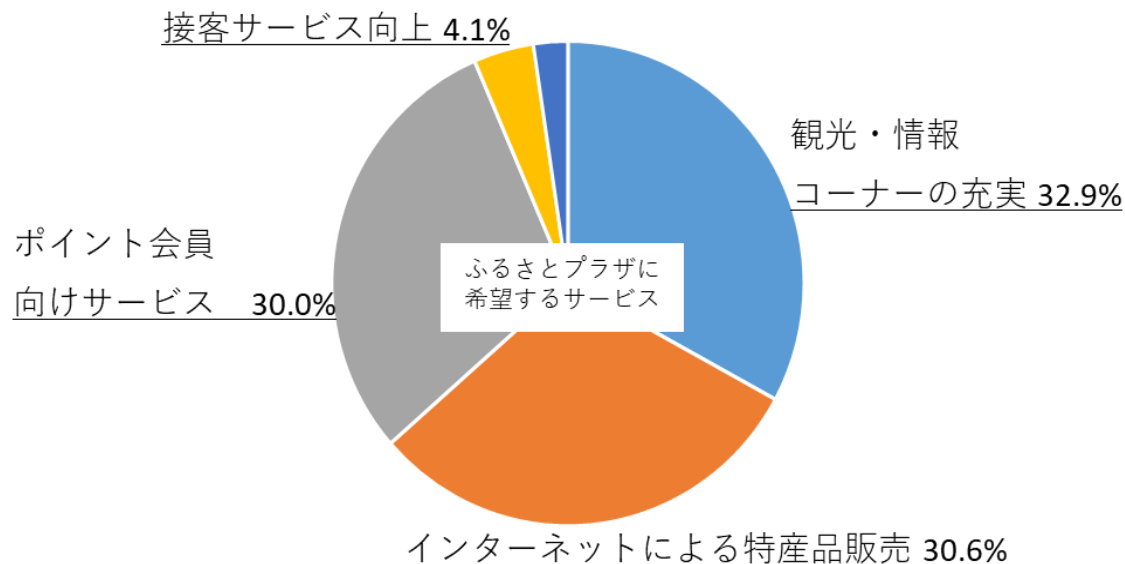
- ・テイクアウトコーナー [1階] ワンハンドフード(ずんだソフトなど)の販売を実施。



# 1 宮城ふるさとプラザ お客様情報①



# 1 宮城ふるさとプラザ お客様情報②

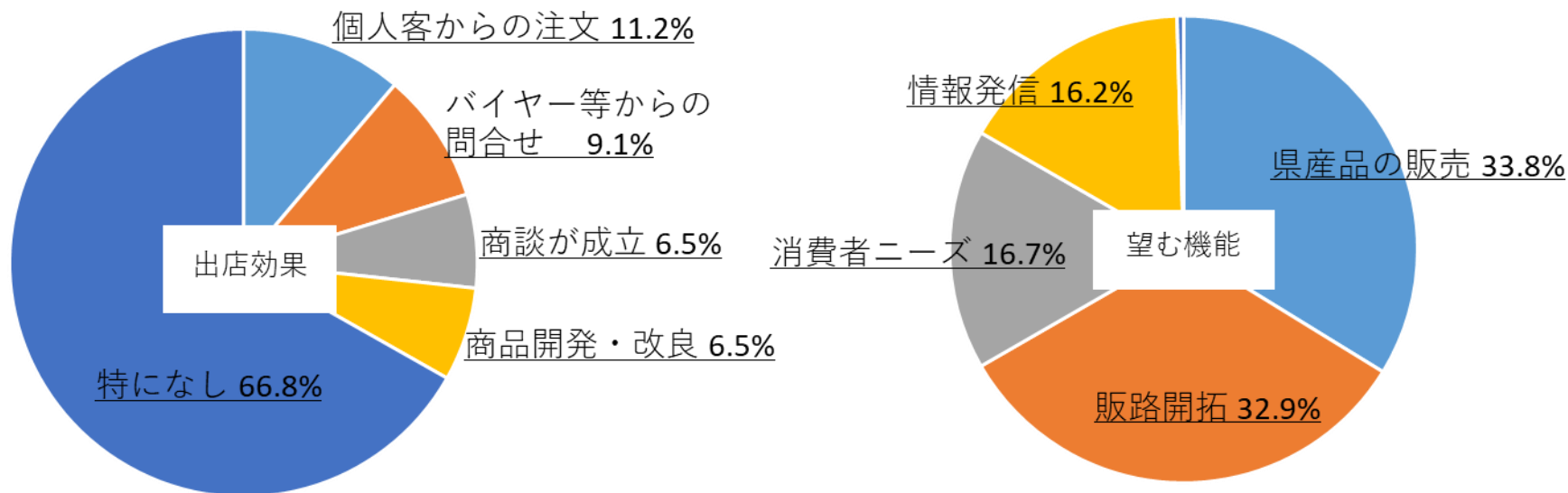


- ・年間来客数は約70万人
- ・主要顧客は40代以上の女性
- ・ポイント会員は約15,000人で、毎年1,000人前後で増加
- ・居住地は豊島区を中心として約半数が都内であり、次いで埼玉，神奈川が多い
- ・店舗を知ったきっかけは「歩行中に見つけた」，「知人から教えてもらった」が多い
- ・店舗へのニーズとして「観光情報コーナーの充実」，「インターネット販売」が多い
- ・売れ筋商品は，練り製品（笹かま），和菓子類（ゆべし等），海産加工品（ふかひれ，ほや等）

※店舗へのヒアリング及びお客様アンケート結果(令和2年1月3日実施)より作成



# 1 宮城ふるさとプラザ 納入事業者情報



- ・納入業者の約3割は1年間の間に販路拡大に係る事例あり
- ・望む機能として「販売」、「販路開拓」のニーズが高い

## 【主な要望】

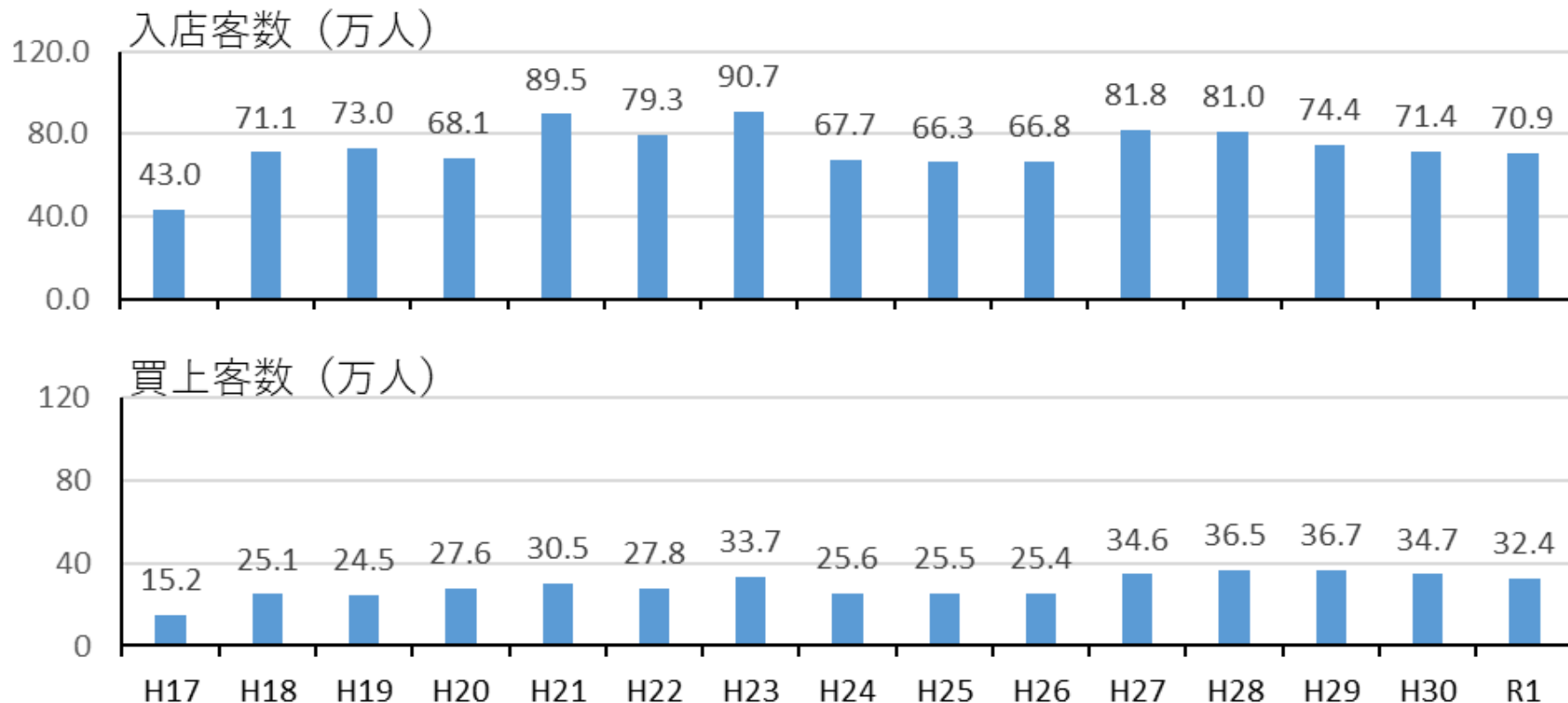
- ・インターネットを活用した販売やSNS広告を実施して欲しい
- ・販売データ(顧客層等)や消費者の声をよりフィードバックをして欲しい

※令和元年度宮城ふるさとプラザ納入業者アンケート(回答222社)より作成





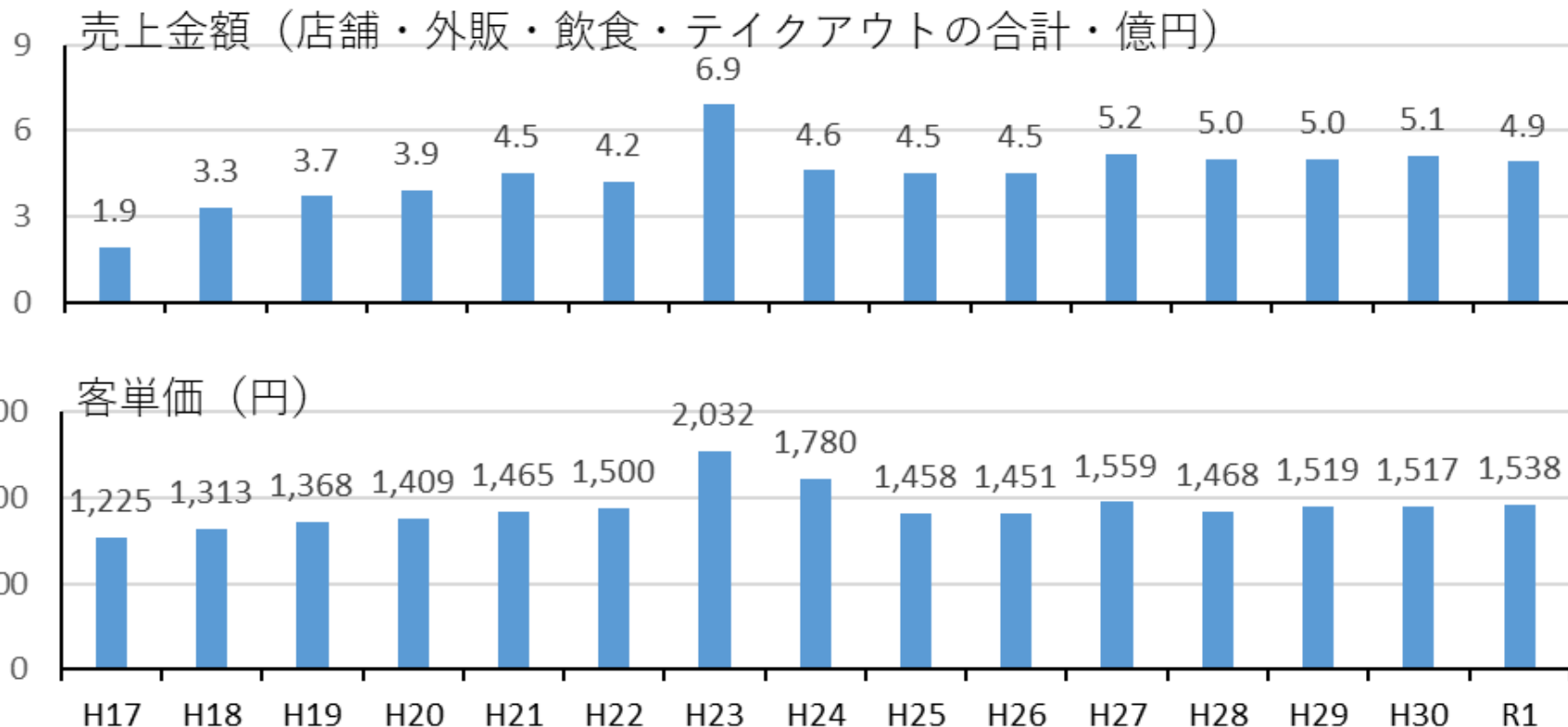
# 1 プラザ実績データ 県産品の販売支援①



- ・入店客数は年間70万人程度で減少傾向。15年間の累計は1,094万人程度
- ・買上客数は年間30万人強で横ばい傾向。15年間の累計は約435万人



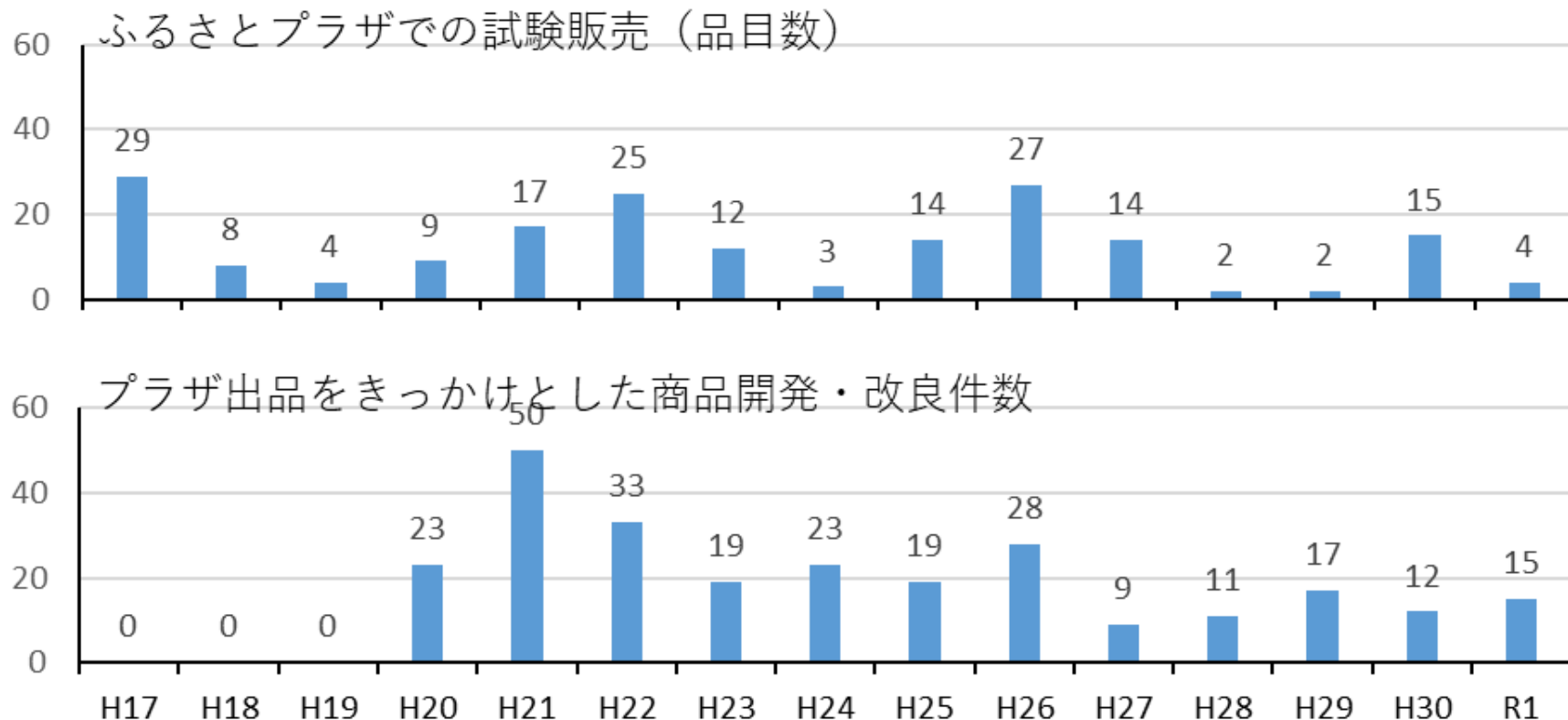
# 1 プラザ実績データ 県産品の販売支援②



- 売上金額は年間約5億円で近年は横ばい。15年間の累計売上は約67億円
- 客単価は1,500円程度で推移



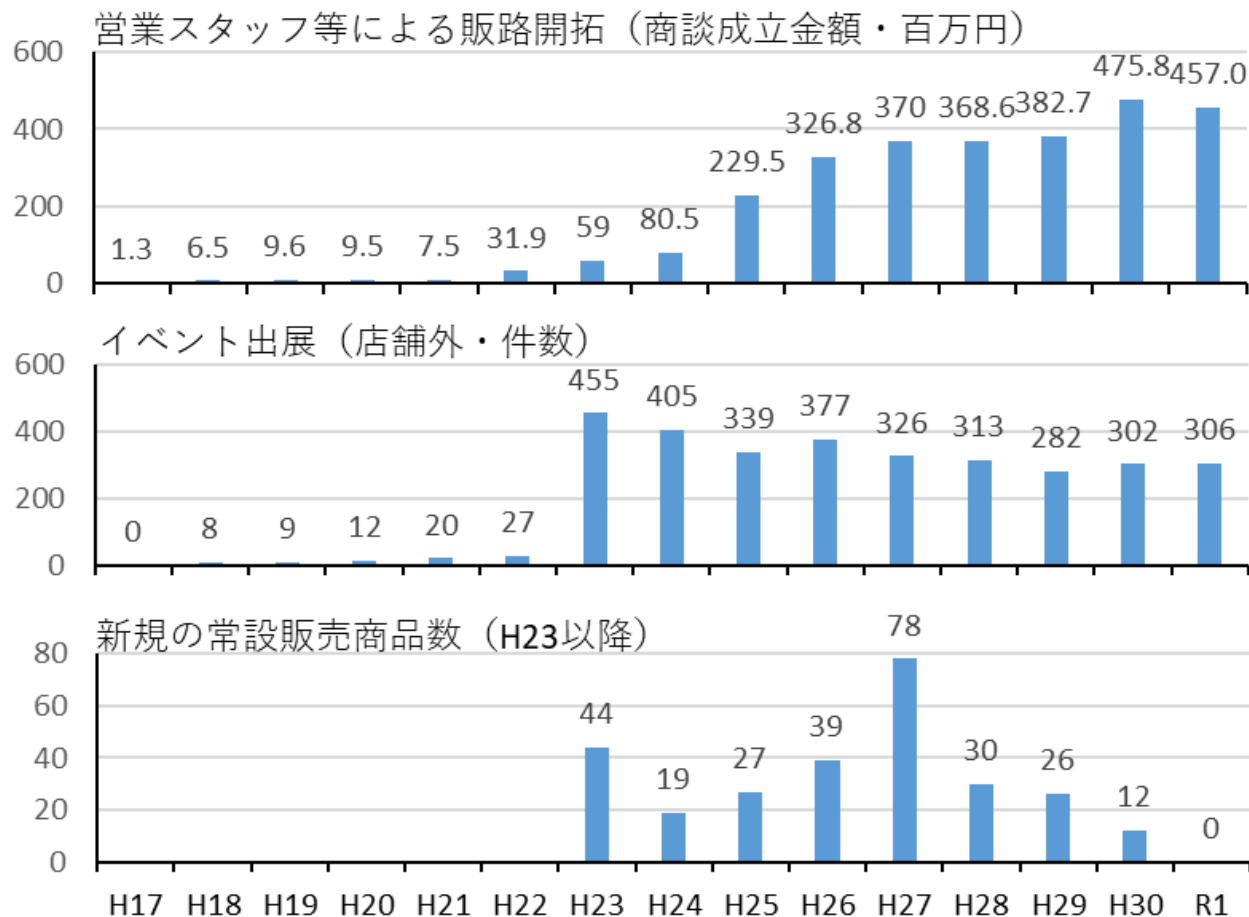
# 1 プラザ実績データ 商品づくり支援



- ・店舗での試験販売品目数は累計185品目で、近年は低調
- ・店舗での出品をきっかけとした商品改良件数は累計259件。近年は低調に推移



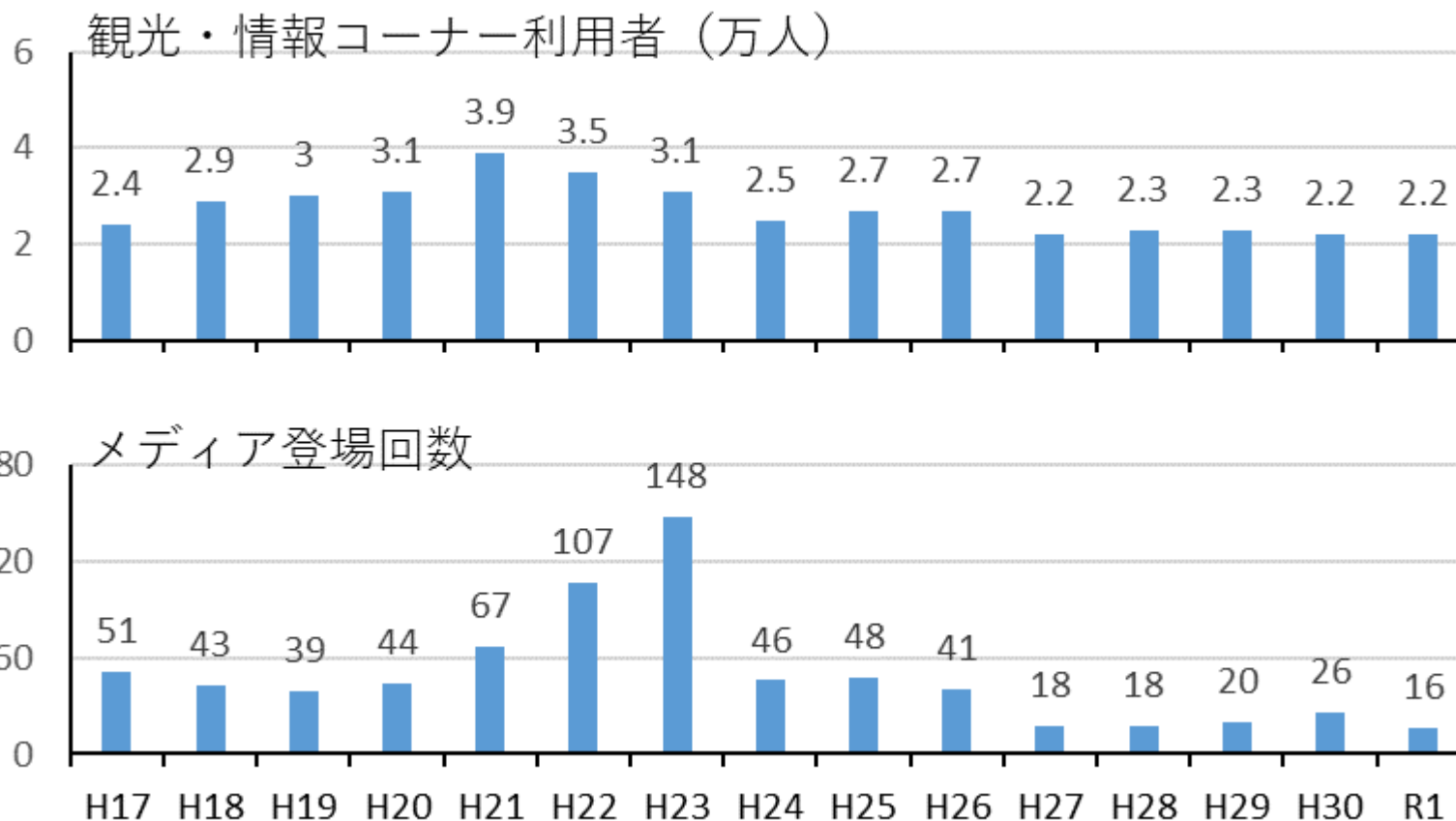
# 1 プラザ実績データ 販路開拓・拡大支援



- ・店舗に常駐する営業スタッフによる商談成立金額は累計28.1億円で、近年は増加傾向
- ・店舗外のイベント出展は累計2,875件で、近年は300件程度で推移
- ・店舗における新たな常設販売品目数は減少傾向



# 1 プラザ実績データ 情報発信・交流促進①



- ・店舗2階に併設されている観光・情報コーナー利用者は累計41万人だが、スマホの普及等により、近年は年間2万人程度で推移
- ・メディア登場回数は累計716回で、震災以降は減少傾向



# 1 プラザ実績データ 情報発信・交流促進②



・豊島区との交流や、宮城県にゆかりのある方との交流や震災復興・風化防止の場となっている



## 2 県外百貨店における「宮城県の物産と観光展」



- ・百貨店と連携し、「県産品の展示即売」や「観光情報の発信」を実施
- ・近年は首都圏(そごう横浜・千葉, 東急東横), 名古屋(名鉄), 広島(そごう)の5カ所
- ・販売品目は農産加工品, 水産加工品, 銘菓, 地酒, 民芸品等
- ・情報発信は観光パンフレット配布, 観光地の紹介映像の放映等

### < 施策目的 >

県産品の販売支援

販路開拓・拡大支援

情報発信・交流促進



### < 実施目的 >

- ・県産品の県外への販路拡大及び観光誘致
- ・出展者の製品開発意欲の向上, 販売技法の習得



## 2 「宮城県の物産と観光展」実施スキーム

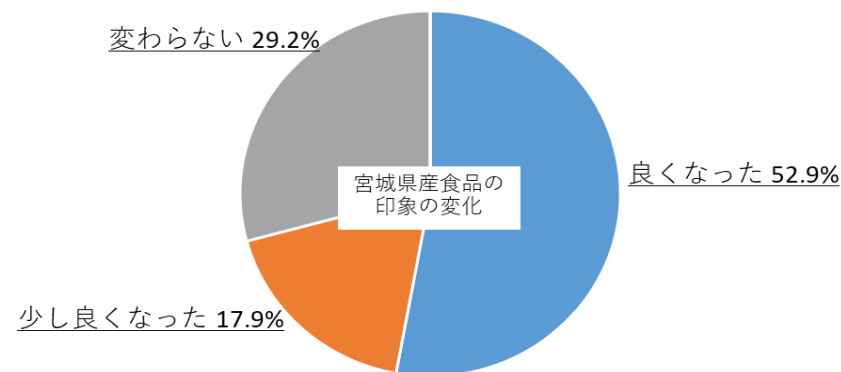
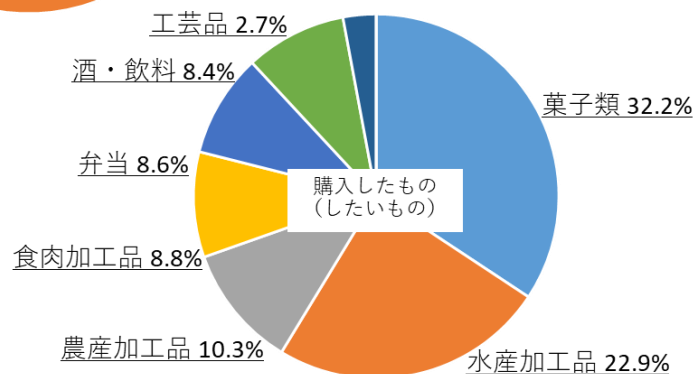
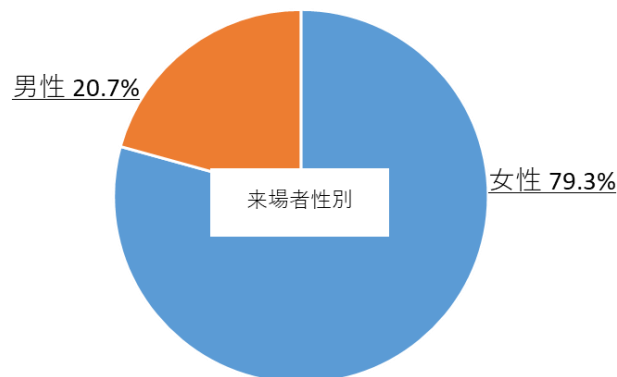
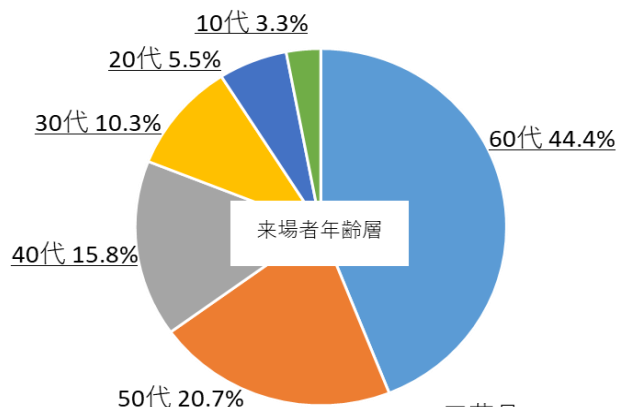


・県は実行委員会へ負担金として年間1,000万円弱を支出





## 2 「宮城県の特産と観光展」 お客様情報



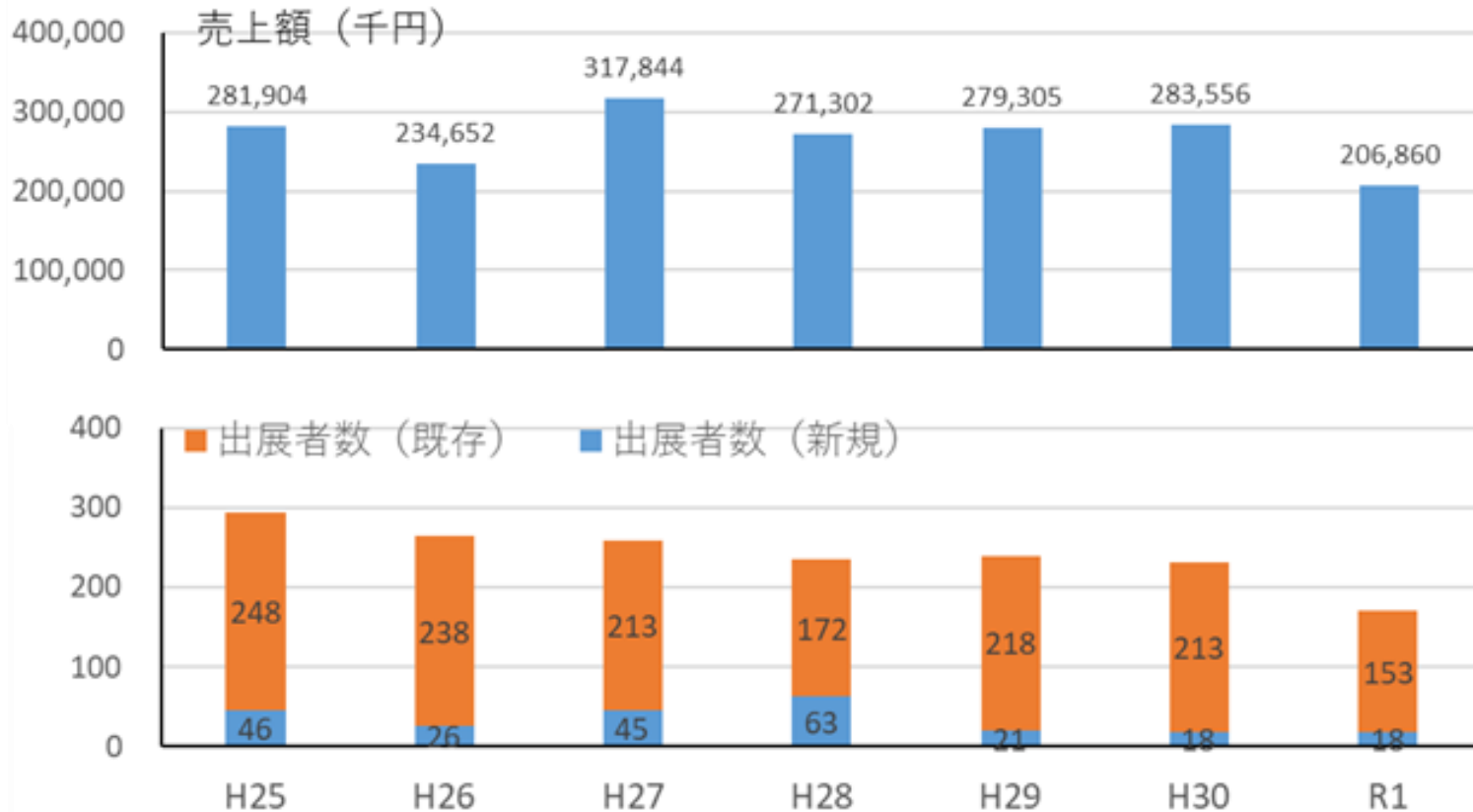
- ・年配層中心であり、女性同士での来場が多い。横浜や名古屋ではOL層の来店も見られるほか、広島では土日は家族連れが多い
- ・定番商品(笹かま, 牛タン, ずんだ餅)の人気が高いほか、名古屋では牛肉(仙台牛)が好まれる。工芸品では「こけし」に固定客がついている

※1 数値データは平成31年度「食材王国みやぎ」魅力体感促進業務神奈川県報告書により作成

※2 数値データ以外は平成31年度「食材王国みやぎ」魅力体感促進業務報告書及び(公社)宮城県物産振興協会へのヒアリングにより作成



## 2 「宮城県の物産と観光展」 実績データ



- ・新型コロナウイルスの影響で一部中止となったR1を除くと、近年の売上は2.8億前後でほぼ横ばい
- ・出展者数、新規出展者数はともに減少傾向

※R1は4会場、その他は5会場の合計値



### 3 取組実績と課題の整理 ①

#### 県産品の販売支援

項目		取組	現状・実績	課題等
事業効果	売上	アンテナ	年間5億円前後で推移	リニューアルした平成27年以降, 5億円前後で伸び悩み
		県外物産展	年間3億円弱で推移	近年は安定しているが, 伸び悩み
	客数	アンテナ	年間70万人前後で推移	来店や体感イベント等により一定数の顧客を獲得できているが, 近年は伸び悩み
		県外物産展	正確な値がとれず	継続した開催により, 一定数の固定客を獲得できている
	客層	アンテナ	都心(豊島区等)の30~60代女性	固定化している可能性あり
		県外物産展	50~60代女性がメイン	固定化している可能性あり
	顧客データ	アンテナ	ポイント会員情報を収集	活用に向けて改善の余地あり
		県外物産展	正確な値がとれず	
	広報・広告	アンテナ	会員(5,000名弱)へのDM送付	送付先が固定化
		県外物産展	会場近隣エリアへの紙面広告	送付先が固定化
	費用対効果	アンテナ	県が年間1.2億円の家賃負担	改善の余地あり
		県外物産展	県が年間1,000万円弱の負担金	費用対効果は大きい
消費者ニーズ	アンテナ	ネット販売を望む声あり	未対応の状況	
事業者ニーズ	アンテナ	ネット販売・ネット広告の配信の希望あり	未対応の状況	
		インバウンド需要への対応の希望あり	R1より, インバウンド需要に向け多言語化表記を開始	



### 3 取組実績と課題の整理 ②

#### 商品づくり支援

項目		取組	現状・実績	課題等
事業効果	試験販売品目数	アンテナ	年間10品目前後	更なる活用の余地あり
	出展を通じた商品改良		年間15件前後	更なる活用の余地あり

#### 販路開拓・拡大支援

項目		取組	現状・実績	課題等
事業効果	商談成立金額	アンテナ	平成30年度は4億円超え	増加傾向であり、事業者ニーズも大きい
	新規取扱商品数	アンテナ	常設商品は年間20前後で推移	販売アイテムの1%程度であり、更なる活用の余地あり
	新規出展事業者数	県外物産展	近年は20社程度で減少傾向	更なる活用の余地あり



### 3 取組実績と課題の整理 ③

#### 情報発信・交流促進

項目		取組	現状・実績	課題等
事業効果	コーナー利用者数	アンテナ	年間2. 2万人前後の利用。 冊子媒体の配布が中心	一定のニーズはあるものの、観光誘客効果の評価が難しい
	豊島区との交流		学校給食への県産品提供、豊島区や豊島区商店街のイベントへの出展	宮城県東京事務所の取組等により、連携・協力が活発化している傾向
	パンフレット配布	県外物産展	冊子媒体の配布が中心	一定のニーズ、会場への誘客の寄与しているものの、観光誘客効果の評価が難しい

