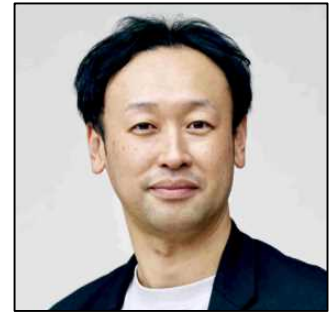


商品ブラッシュアップ相談会の成果について



<アドバイザー>
株式会社大寿
代表取締役 大野 孝将 氏

神奈川県・川崎市を中心にローカルスーパーマーケット

【OONOYA】を4店舗、食のセレクトストア【大野屋商店】を3店舗を運営する株式会社 大寿の大野社長をお招きし、商品改良へのアドバイスをいただいた結果、

2事業者の商品をお取り扱っていただく予定となりました！

同社との取扱実績は、今後、その他の質販店バイヤーと商談する際のアピールポイントとなります。

サポートデスクが、さらなる販路開拓に向け事業者を支援します。

【開催概要】全2回

- ・第1回 (9/3) 商品説明、改良アドバイス
- ・第2回 (10/22) 改良後の確認、商品完成

① 海鮮漬け丼（仮称）（中村魚市株式会社様）

【相談内容】

- ・ECサイトで販売している商品（冷凍の鰹のタタキ、季節の魚の醤油漬け等）を今後、外商していくために必要な改良に関する助言（賞味期限、販路等）

<相談会風景>



【主なアドバイス】

- 商品設計
 - ・賞味期限を1ヶ月に設定しているが、3ヶ月に延長した方が良い
 - ・ご飯に合う商品の方が購買層が広がるので、「醤油漬け」ではなく「漬け丼」として販売する方が良い
 - ・複数の魚種を入れて、お得感を打ち出した方が良い
- パッケージ
 - ・社長の写真に変え、しずる感のある盛り付け写真も入れると良い
 - ・POPがあると消費者が手を伸ばす後押しとなる
 - ・消費者には「中村」は馴染みが薄いため、「四万十近海」等と訴求すると良い
- 販路
 - ・味が良く、価格も手頃。商品が完成次第、当社で販売したい

※現在、助言を踏まえて更なる改良中

② 山椒麺（ひかり舎様）

【相談内容】

- ・新商品の山椒麺を土産店、アンテナショップ、ECサイトでの販売したいと計画しているが、外商の可能性について助言いただきたい（価格設定、パッケージ、販路等）

<商品>



【主なアドバイス】

- 価格
 - 競合商品より3割ほど割高なため、商品の価値をどのように伝えるかの工夫が必要
- パッケージ
 - 季節に応じた食べ方を記載すると訴求力が高まる（夏は冷やし、冬は鍋のシメなど）
- 販路
 - ・味は美味しいので、食のセレクトストア【大野屋商店】でテスト販売する
 - ・販路拡大にあたっては、山椒をコスト良く楽しめる商品設計に見直すことを勧める