

「ちゃばら」滋賀県コーナーについて

拠点整備に向けた先行展開として出店している「ちゃばら」について、契約が満了する平成 30 年 6 月 30 日をもって終了しましたので報告します。

1. 設置目的

滋賀の魅力を食の販売等を通じて発信し、滋賀のブランド価値の向上に資するとともに、消費者ニーズの把握および販路開拓のための情報収集、支援を行う。

2. 運営期間

平成 27 年 9 月 13 日～平成 30 年 6 月 30 日

3. 運営事業者

株式会社コンタン

4. 運営実績

年度	H 2 7	H 2 8	H 2 9	H 3 0	合計
運営経費 (千円)	7,654	11,167	11,170	2,753	32,744
(スペース使用料)	(6,780)	(9,040)	(9,040)	(2,260)	(27,120)
(運営委託)	(874)	(2,127)	(2,130)	(493)	(5,624)
売上高 (千円)	12,065	19,524	20,205	3,200	54,994

注 1) 平成 27 年度は、H27.9.13～H28.3.31 の期間。

注 2) 平成 30 年度は、H30.4.1～H30.5.31 の期間。

5. 取組実績

◎ちゃばらの担当バイヤーが滋賀県に足を運び、より滋賀の魅力を発信できる商材の発掘や、バイヤー提案のオリジナルパッケージの作成等、商品にさらに付加価値を提供できる取組を行った。

◆販売に関する業務

・約 400 点の滋賀の魅力発信に資する食材を展示販売するとともに、情報発信を行った。

◆テストマーケティング

・店舗での販売実績、消費者の反応を踏まえ、容量やパッケージデザインの見直しなど助言。

改善前



改善後



◆プロモーション

- ・「ちゃばら」滋賀県コーナーで周年イベントや、ちゃばら以外の日本百貨店各店でイベントを実施。販売員が商品を説明し、情報発信や販売促進を行った。

◆今後の展開

- ・販売員が自ら商品を説明するイベントでは、売上や発信に効果が見られたことから、「ここ滋賀」では、企画催事を重視するとともに、単に商品を置くだけでなく語りを重視している。
- ・予め入荷日を限定し、誘客のフックとして売り切る販売手法を「ここ滋賀」でも実践している。
- ・容量の少量化やパッケージ改善など、ちゃばらへの出品を踏まえて改良された商品で「ここ滋賀」へエントリーされている。