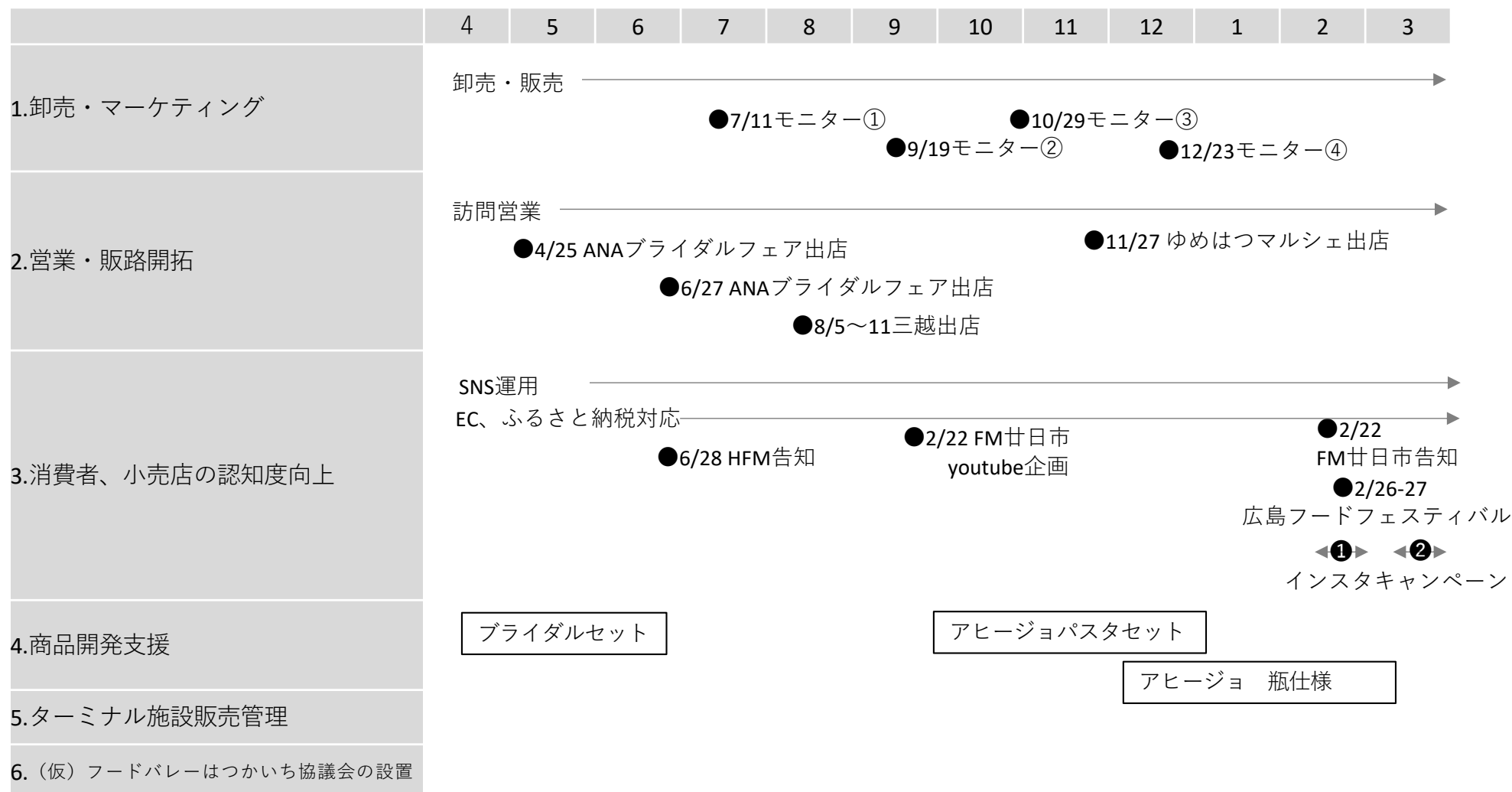


**2021年度
フードバレーはつかいち研究会
ハツカマルシェ 事業報告**

2021年度の事業 実施概要

【期間】 令和3年4月1日～ 令和4年3月31日

【内容】 ハツカマルシェ 商品を、広島市内や廿日市市内（宮島口、宮島）を中心に継続的に販売するため、前年度までに構築した以下の自走可能な地域商社機能を実施する。



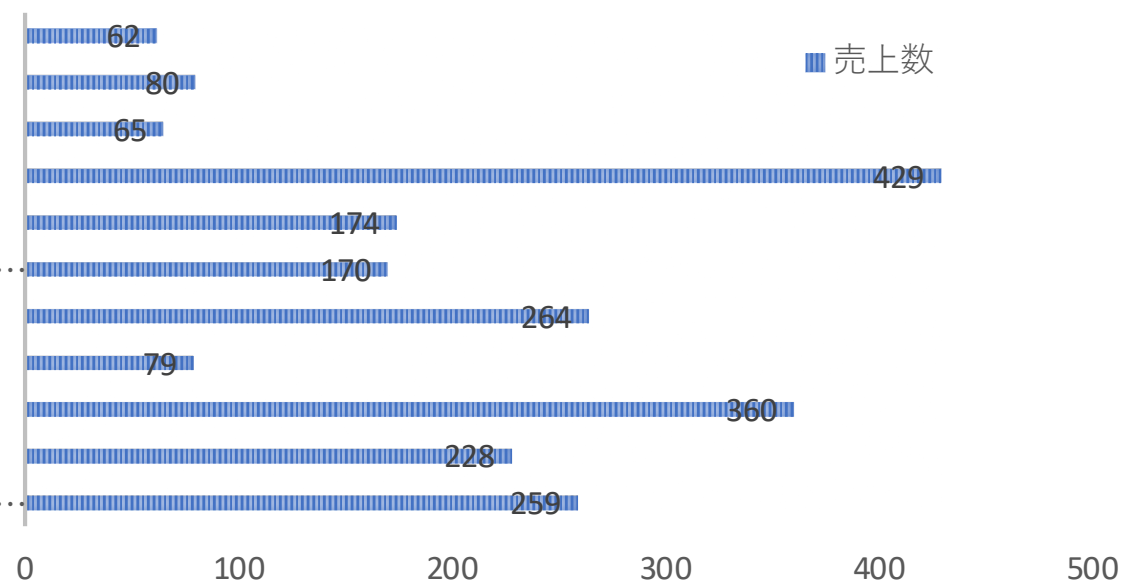
卸売・マーケティング

■卸売事業の実施

□販売実績
(商品ごと数量)

もみじまんじゅう
花びら茶（紅葉）
花びら茶（桜）
グラノーラ（小）
グラノーラ（大）
はちみつ…
百花はちみつ
お米パスタ
アミューズ醤油
牡蠣のアヒージョ
はつかいちごの…

年間売上数（R3.4～R4.2）



(売上)

		R3.4 ～ R4.2 計		平均	前年比
納品数		3,067			
返品数	137	在庫数	87		
販売数		2,843		(販売数) 258/月	(販売数) 113%
売上金額（仕入）		1,505,004円		(単価) 529	(金額) 102%
販売金額換算		2,150,005円		(単価) 756.2	

□主力店舗

はつこいマーケット： 279,528円（18.5%）
宮島SA（上り）： 265,470円（17.6%）
法人部門： 401,225円（26.7%）

卸売・マーケティング

■店頭の様子

□宮島SA (廿日市市)



□サンビー (広島市)



□フェルダージュ (廿日市市)



□平和公園レストハウス (広島市)



□石亭 (廿日市市)



□はつこいマーケット (廿日市市)



□epilo (廿日市市)



□コーラルホテル (廿日市市)



卸売・マーケティング

■マーケティング事業 <モニターイベント>

地元廿日市市内の住民と地元の主な企業に対して「ハツカマルシェ」ブランドの認知度アップと、法人向けのニーズ掘り起こしを目的にモニターイベントを開催した。

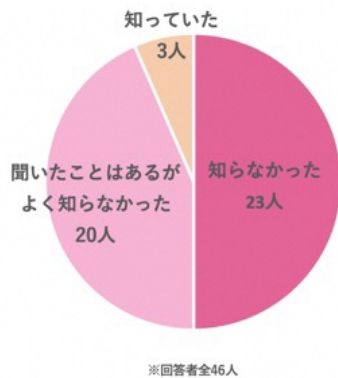
コロナ禍における緊急事態宣言や蔓延防止対策期間が長引き、「試食イベント」はごく小規模の開催となった。

	7/11 (日)	9/19 (日) 10:30～15:00	10/29 11:30～14:00	12/23 11:00～14:00
会場	廿日市市 (宮島口旅客ターミナル) イベント内	広島市西区 (デリキッチン)	廿日市市 (ウッドワンショールーム)	廿日市市 (広島信用金庫)
N数	40	21	22	24
対象	25歳以上の女性	20-50代の女性	30-50代の職員 女性へのギフトに興味のある方	20-50代の職員 女性へのギフトに興味のある方
内容	ハツカマルシェの商材を試食しアンケートに回答いただいた ・アミューズもみじまんじゅう ・花びら茶	ハツカマルシェの商材を見ていただき、アンケートに回答いただいた	ハツカマルシェの商材を試食しアンケートに回答いただいた ・アミューズ醤油 ・グラノーラ ・いちご酢	ハツカマルシェの商材を試食しアンケートに回答いただいた ・アミューズ醤油 ・グラノーラ ・いちご酢



<お客様の声>

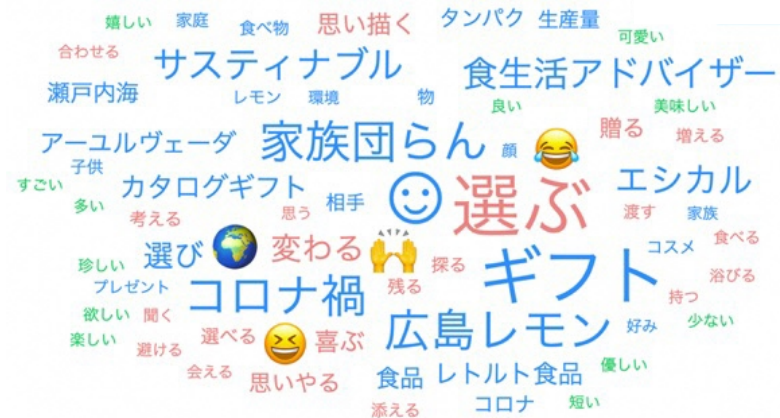
広島西エリア、廿日市市内での**認知度は、6.5%**と低い。
聞いたことはあるが、よく知らなかった人までを含めると認知度は約半数になった。



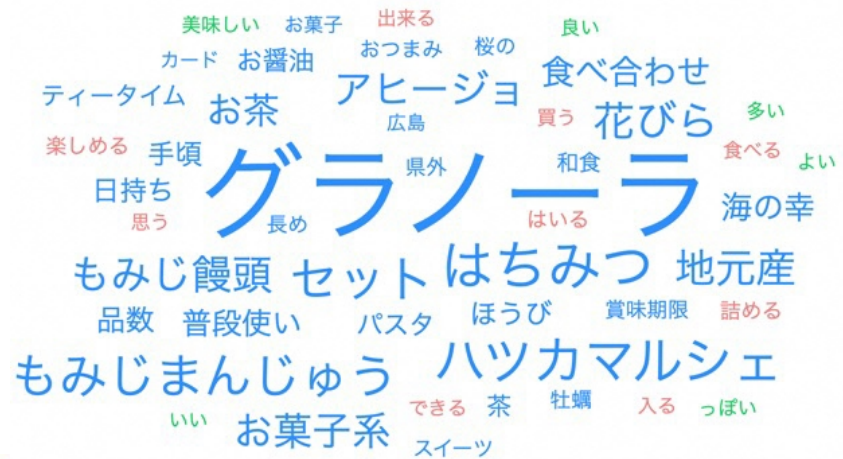
ハツカマルシェアイテムの中で気になった商品ランキング

1. グラノーラ
2. いちご酢
3. アヒージョ
4. レモンカード
5. 花びら茶 (八重桜)

コロナ禍におけるギフトへのニーズ、気にするキーワード



ハツカマルシェのギフトセットへのニーズ 欲しいもの、気になるもの



営業、販路開拓

■訪問、商談：78件

	新規		店舗名（新規）
	新規	継続	
4月	5		JR広島駅、上賀茂神社、コーラルホテル、サンビー、御宿いろは
5月	1	2	ゆめタウン廿日市
6月	1	2	広島三越
7月	4	2	ウッドワン、だいこん屋、永本建設、永和
8月	4	4	シブヤ、商工会議所、郷心会、デリカウイング
9月	3	5	やまだ屋、広島信用金庫、広島精機
10月	3	4	酒商山田、商工会議所青年部、ヤマサキ
11月	3	8	たびまちゲート広島、プリンスH、昭和教材
12月	1	7	大進
1月	3	3	人と樹（広島マツダ）、ANAクラウンプラザH、ヒロホー
2月	5	3	宮島SA（下り）、宮浜グランドH、IBUKU、Hiroshima Etto、ADOA
3月	0	5	
計	33	45	

2021年度 15店舗

	エリア		店舗数	店舗名
1	廿日市市	大野	3	コーラルホテル
2				宮浜グランドホテル
3				やまだ屋（大野ファクトリー）
4		宮島	2	だいこん屋
5				やまだ屋
7		廿日市	3	宮島SA（下り）
8				フェルダーシェフ
9				ウッドワン
10	広島市	中区	2	人と樹（おりづるタワー）
11				ANAクラウンプラザホテル広島
12		西区	2	Mehl
13				サンビー（LECT）
14		南区	1	グランドプリンスホテル広島
15		佐伯区	1	サンビー（THE OUTLET）

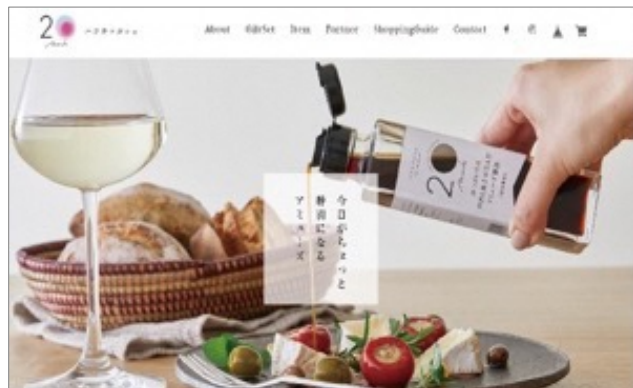
2020年度 10店舗

	エリア		店舗数	店舗名
1	廿日市市	大野	3	はつこいマーケット
2				石亭
3				宮島口の思い出 shop epilo
4		宮島	3	岩惣
5				宮島別荘
6				Zakkaひぐらし
7		廿日市	2	宮島SA（上り）
8				中国醸造（サクラオB&D）
9	広島市	中区	1	平和公園レストハウス
10		西区	1	ハーストーリィハウスデリキッチン

営業、販路開拓

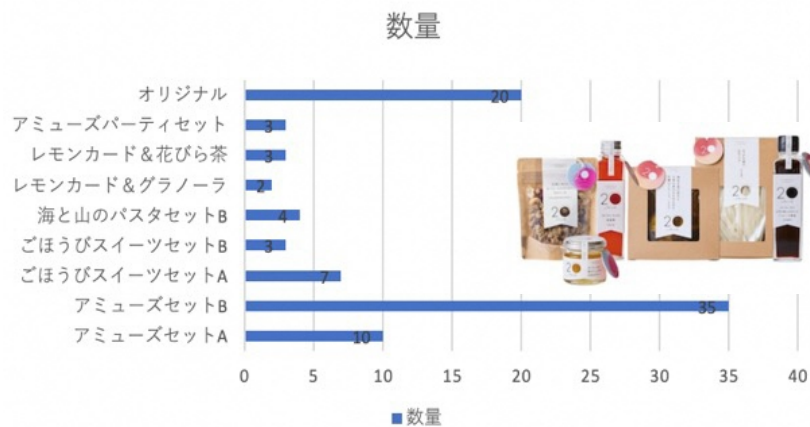
■ECサイトの運営

URL: <https://www.20marche.com/>



販売状況
回数: 9件
売上合計: 41,258円

□ギフトセットの人気セット



■SNS イベントや取り扱い店舗の情報などを投稿

ターゲット層の30~50代の女性ユーザーが主流である。



フォロワー数
324→496 (+172)

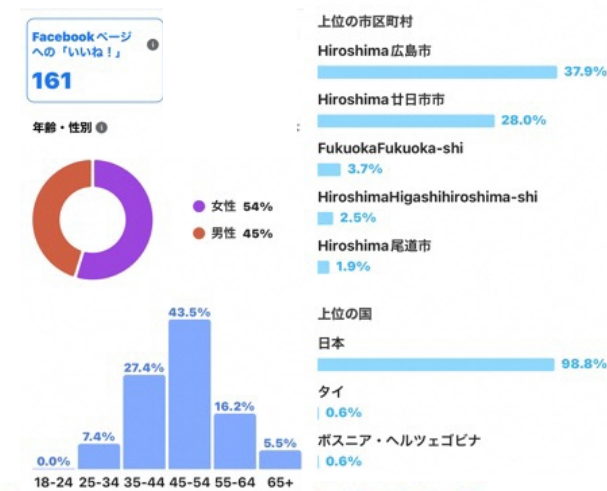
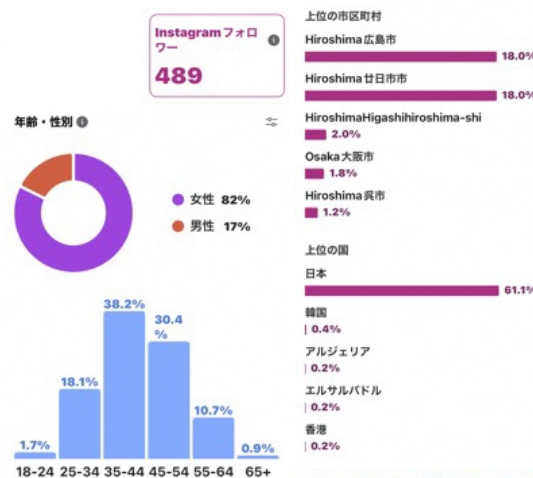


フォロワー数
159→170 (+11)

@hatsuka_marche



@foodvalleyhatsukaichi



営業、販路開拓

■その他

□ポップアップショップ

広島三越催事「広島三越いいものフェア」への出店

1F催事会場 8/3～8/9（7日間）

ゆめはつマルシェ（FM廿日市）出店

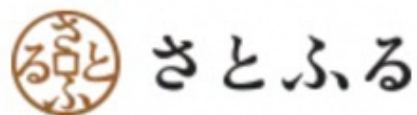
1F催事スペース 11/27（土）

□展示会

ANAクラウンブライダルフェアへの出展（4/25,6/27）
ブライダルコーナーへの展示（年間）

□ふるさと納税返礼品サイト

	サイト	件数	購入金額
1	ふるぽ	10	61,500
2	さとふる	5	19,633



消費者、小売店の認知向上

■キャンペーン

インスタグラムキャンペーンを実施。
中止になったモニター会の代替イベントとして追加実施した。
フォロワー+117

	実施前	第1回実施後	第2回実施後
フォロワー数	392	462	509

●第1回「フォロー＆コメント」

実施期間：2022年2月14日(月)～2月28日(月)

プレゼント：「広島レモンとはつかいちのはちみつグラノーラ（大）」

当選者：20名

いいね：3,196

新規フォロワー数：70名

キャンペーン参加人数（コメント）：36名

リーチ数：7,113

プロフィール閲覧：102



コメントへのお題

- ①ギフト選びで変わったこと、変わらないこと
- ②甘日市や宮島への思い出やエピソード

●第2回「フォロー＆いいね！」モニター

応募期間：2022年3月16日(水)～3月30日(水)

モニター商品：四季の恵みを手摘みした花びら茶（はつかいちの八重桜）

モニター当選者：20名

新規フォロワー数：41

応募者（コメント）：31

リーチ数：6,686

プロフィール閲覧：138



モニター内容

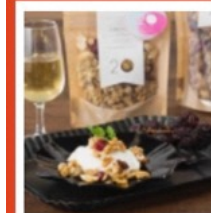
- ①14日以内に自身のInstagramで感想を投稿
- ②#ハツカマルシェ

消費者、小売店の認知向上

■その他

地域の団体や取り組みのプレゼント等で採用いただくケースが増えたことで一般への露出度がアップしている。

- ・ FM廿日市 youtubeプレゼント
- ・ 廿日市市 TOKYO2020 河田選手へのプレゼント
- ・ 広島広域都市圏 はっしーマルシェプレゼント
- ・ 広島広域都市圏ポイント還元 はつみみキャンペーンプレゼント (2回)
- ・ 広島ボートレース還元祭プレゼント (2回)
- ・ 広島フードフェスティバル (オンライン開催) への出店



フードバレーはつかいち研究会 (ハツカマルシェ (20marche))

商品開発等支援

■ギフト商品開発

- ①牡蠣と木の子のアヒージョパスタセット 1,860円
レシピカード
- ②レモンカードと宮島ヘラのセット 1,600円
- ③ブライダル用ギフトセット

①



②



■既存商品のブラッシュアップ

- ・牡蠣のアヒージョの仕様の変更
- ・はちみつ、レモンカードの資材再考
瓶商品の資材の簡素化を進め、事業者の費用負担軽減を行う



□その他

- ・シトロネットは、製造場所の変更して販売予定（2022年4月～）

考察

■販売について

全体の売上は昨年並みとなった。（2月末現在）

コロナ禍で積極的な営業活動や販促活動ができなかった。

緊急事態宣言や蔓延防期間に伴う。経済活動の自粛により販売店や観光施設の閉鎖及び観光客や消費行動が落ち込み販売は伸びず、期待した売上には届かなかった。

観光シーズンに合わせ、発注を増やした分が消化できず、在庫や返品が増えた。

“はつこいマーケット”、“宮島SA”での取り扱い＆販売が約1/3。

前年度から商品種類が増えたが、売上にはあまり影響していない。

ECサイトの売上の伸びがあまりなかった

→R4年度の観光需要に期待したい

→ECサイトの売り上げを伸ばすための施策を検討していく

■商品について

通年商品と季節商品のバリエーションができ、今後売り場の動きや公式HPやSNSでの展開にも活かせる。

商品により販売数に差が出てきている

賞味期限やリードタイムの課題を解決できれば販路が広がる可能性がある。

→ギフトやセットでの販売を強化する、異業種とのコラボを検討していく

→新規商品を増やし、ラインナップをさらに魅力的にしていく

■ユーザーについて

ネット経由の購入者は廿日市市民または、廿日市市に関係のある人が多い。

パートナー企業の営業が想定外に困難だったが、企業訪問や団体でのギフト利用はメリットが大きいと見込まれる。

→ハツカマルシェブランドの認知度をさらに上げ、法人営業を強化していきたい

→ビジネスユース窓口を作る

■オペレーションについて

ロスの削減と効率的なオペレーションの両立のために製品管理拠点を宮島口に設定をした。

次年度の取り組み（予定）



- 営業・マーケティング
 - 卸売販売営業
 - 法人営業
 - ECサイト運営
- 広報
 - ポップアップショップ出店 （2回）
 - 広報宣伝
 - SNS
- 商品開発
 - 新商品開発・ブラッシュアップ
 - ツール制作
 - ニュースレター制作

