

ひろしまブランドショップT A Uの運営状況について

1 要旨・目的

広島ファンの拡大とひろしまブランドの価値向上を図るためT A Uの物販・飲食、情報発信機能を通じ、全国に向けて魅力発信を行っており、令和6年度第2四半期の運営状況を報告する。

2 現状・背景

令和6年度第2四半期の来店者は約18万人と前年同期の95.0%、売上額は約2億4千万円と前年同期の113.1%となった。

3 概要

ア 来店者数：178,184人〔令和5年度同期比：95.0%、令和元年度同期比：75.7%〕

(単位：千人)

	第1四半期 (4月～6月)	第2四半期 (7月～9月)	第3四半期 (10月～12月)	第4四半期 (1月～3月)	累計
令和6年度	191	178	—	—	—
令和5年度(前年度)	204	188	212	203	806
(対令和5年度比)	93.8%	95.0%	—	—	—
令和元年度(コロナ前)	280	235	240	202	957
(対令和元年度比)	68.3%	75.7%	—	—	—

※千円未満四捨五入のため、総数と内訳の合計は一致しない場合がある。

イ 売上額：241,512千円〔令和5年同期比：113.1%、令和元年度同期比：98.9%〕

(単位：千円)

	第1四半期 (4月～6月)	第2四半期 (7月～9月)	第3四半期 (10月～12月)	第4四半期 (1月～3月)	累計
令和6年度	240,069	241,512	—	—	—
うち、物販	156,393	154,494	—	—	—
うち、飲食	83,677	87,017	—	—	—
令和5年度(前年度)	271,374	213,567	242,822	225,255	953,020
(対令和5年度比)	88.5%	113.1%	—	—	—
令和元年度(コロナ前)	293,106	244,236	249,290	186,935	973,567
(対令和元年度比)	81.9%	98.9%	—	—	—

※千円未満四捨五入のため、総数と内訳の合計は一致しない場合がある。

4 販路開拓状況

- ・令和6年度第2四半期は、首都圏への販路開拓に意欲のある県内事業者等を対象に、39商品のテスト販売を実施し、販売状況等を踏まえ21商品を新たに常設の商品とし、商品の入れ替えを実施した。
- ・また、テストマーケティングに合わせて販路開拓に向けた複数の専門家による商品改善等のアドバイスを実施した。

5 今後の対応

- おいしい！広島プロジェクトと連携したイベント（日本酒、牡蠣、市町のお勧めグルメ）等、来店者の増加につながるイベントやフェアを開催するとともに、新型コロナウイルス感染症拡大前には多く開催されていた市町等と連携したイベントや事業者の店頭販売の実施、メディアを活用した露出の拡大により、来店者等の増加を図る。
- 引き続き、テストマーケティングを実施するとともに、商談会を強化し、県産品の販路開拓を図る。