

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7年度の運営状況を報告する。

2 運営状況

令和7年度は、来店者数は約81万人と前年同期比で104%となった。売上額は約10.5億円と前年同期比で107%となり、コロナ禍前の水準まで回復した。

(1) 来店者数・売上額の推移

(単位：千人、百万円、()は前年度比)

区分	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
来店者数	653 (—)	781 (120%)	852 (109%)	870 (102%)	888 (102%)	958 (108%)
売上額	570 (—)	737 (129%)	898 (122%)	960 (107%)	970 (101%)	1,056 (109%)

区分	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
来店者数	957 (100%)	552 (58%)	592 (107%)	754 (127%)	806 (107%)	776 (96%)	807 (104%)
売上額	974 (92%)	514 (53%)	558 (108%)	813 (146%)	953 (117%)	989 (104%)	1,055 (107%)

(2) 令和7年度の状況

ア 来店者数：806,750人〔前年同期比104.0%、令和元年度同期比：84.3%〕 (単位：人)

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	累計
令和7年度	198,939	180,452	215,893	211,466	806,750
令和6年度(前年度)	190,921	178,184	202,788	204,005	775,898
(対令和6年度比)	104.2%	101.3%	106.5%	101.9%	104.0%
令和元年度(コロナ前)	279,525	235,377	239,604	202,120	956,626
(対令和元年度比)	71.2%	76.7%	90.1%	102.8%	84.3%

※千人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：1,054,916千円〔前年同期比：106.7%、令和元年度同期比：108.4%〕 (単位：千円)

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	累計
令和7年度	267,239	249,584	273,889	264,204	1,054,916
うち、物販	171,242	156,890	167,779	163,709	659,620
うち、飲食	95,997	92,693	106,110	100,494	395,294
令和6年度(前年度)	240,068	241,512	264,228	243,215	989,023
(対令和6年度比)	111.3%	103.3%	103.7%	106.6%	106.7%
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)	91.2%	102.2%	109.9%	138.7%	108.4%

※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。

3 販路開拓の状況

(1) テストマーケティング

- ・令和7年度は、首都圏への販路開拓に意欲のある県内事業者146商品のテストマーケティングを実施し、販売状況等を踏まえ65商品を新たに常設の商品とした。
- ・テストマーケティング等に合わせて、複数の専門家やバイヤーによる販路開拓に向けた商品改善等のアドバイスを実施した。

(2) 商談会・商品紹介

- ・T A U販売商品の中から販売状況や専門家の評価等に基づき、首都圏での販路拡大が見込まれる商品について商談会及び商品紹介を実施し、令和7年度は年間で49商品の商談が成約した。

4 令和8年度予算（単県）

533,591千円

5 今後の対応

- ・令和8年度については、世界遺産登録30周年や東広島市で開催される国際・ワイン・チャレンジ「SAKE部門」等の県のトピックと連動した企画や各飲食店でのフェアや特別メニューの提供等「おいしい！広島」プロジェクトと連動したイベント等を実施するとともにメディアやSNS等を活用した露出の拡大等により、来店者数及び売上額の増加を図る。
- ・引き続き、テストマーケティングや県内事業者とバイヤーとの商談会の実施等により、県産品の販路開拓を図る。