

令和2年度 首都圏県産品販路開拓業務 売り場やバイヤーからの声(抜粋)

エントリー事業者様全員に、提案結果と合わせバイヤーからのコメントをフィードバックしました。
以下、皆さんに参考になりそうな声を抜粋します。

●良かった点

<島根県のイメージ>

- ・フェアを開催したら「一度行ってみたい」と言っているお客様が多かった。自身もまだ行ったことがなく、新鮮味があり、こんなにいい商品が沢山あるのかと驚いた(セレクトショップバイヤー)
- ・フェアでは「島根」というフレーズに反応してくれる方が多く、行ったことがある人はすごく愛着を持っているんだなと感じました(セレクトショップ店長)
- ・出雲そばのブランド力を感じた。POP等無くても反応がある(高質スーパーバイヤー)
- ・海産物、農産物、酒にお菓子まで、一つの地域で多様なカテゴリーの商品があるので、色々な切り口で打ち出しがしやすい(高質スーパーバイヤー)

売り場やバイヤーからの声

●良かった点

<商品について>

- ・コロナ禍で「自宅でちょっと良いものが食べたい」「いつもと違うものが食べたい」と思うお客様のニーズに合う商品が多い(高質スーパーバイヤー)
- ・「ありそうで、無い」商品に出会えた。首都圏で販売する際には他地域の商品と比較されるので、「ならでは」という特徴は大事(卸バイヤー)
- ・素材へのこだわりを持っている熱心な作り手が多い。安易に添加物に頼ろうとしない姿勢も素晴らしい(卸バイヤー)
- ・他地域に比べ、有機の商品や添加物不使用の商品が多いと感じる。消費者ニーズは確実にナチュラル、健康志向に向いているので、大事なポイント(高質スーパーバイヤー、セレクトショップバイヤー)

売り場やバイヤーからの声

●課題点

<商品について>

- ・茶葉、蕎麦、しじみなど**県内の商品でバッティング**しているものが多い。島根にゆかりのある売り場以外では、「島根県産〇〇」だと基本的には1カテゴリー1商品で充足してしまう。より具体的な差別化が必要(セレクトショップバイヤー、高質スーパーバイヤー)
- ・NB商品と比較されてしまうと、価格面でどうしても厳しい。使用する添加物、パッケージデザインなど、**NB品と比べられないような作り込み**が必要(高質スーパーバイヤー)
- ・地域的に首都圏からは遠く、送料などのコストもかかる。**「島根でなければ」という理由**がしっかり示せると強い(高質スーパーバイヤー)
- ・地域性を打ち出すのは良いが、島根色が強すぎるデザインだと催事以外(定番)では浮いてしまう場合がある。**商品の特性や、置きたい売り場に合わせた仕上げ方**が大事(セレクトショップバイヤー)

売り場やバイヤーからの声

●課題点

＜商談での感触は良かったが、その後不採用となってしまった例＞

- 一括表示の不備
- 必要書類(商品仕様書、菌検査結果等)が提出できない、提出が遅れた
- 掛け率が合わない ⇒首都圏用の価格設定
- ロットが大きすぎる ⇒混載できる商品を用意しておく

売り場やバイヤーからの声

●オンライン商談会の感想

- ・スライドで商品説明を見せながら話をしてくれると、背景までよくわかって良かった。拍手したくなるようなプレゼンもあり、その点では対面の商談よりも優れている(卸バイヤーほか)
- ・オンラインショップを画面共有で見ながら商談が出来たのが、オンラインならではの面白かった(高質スーパーバイヤー)
- ・資料が何もないと、事業者さんによっては間延びしてしまう場合もあった(セレクトショップバイヤー)
- ・添加物の使用基準など、自社の基準に合うかどうか事前に知って商談したかった。商品写真と説明文だけで商談先を選ぶのは難しい(セレクトショップバイヤー)
- ・メーカーが推していた商品以外が面白いと思うことが多いので、ほかの商品も知る機会が持てると良い(セレクトショップバイヤー)