

# 令和4年度県産品マーケティング&プロモーション事業について

## 1 事業概要

- ・首都圏での販路開拓を目指す県産品 10 商品程度について、主力購買層である 30～50 代女性を対象にアンケート調査を行うとともに、アンケート調査において特に反響の大きかった 5 商品程度について、インフルエンサーへのインタビュー調査を行い、改善点等を県内事業者にはフィードバックし、商品の魅力向上や商品開発等につなげる
- ・オンライン媒体やインフルエンサーの SNS などを活用したプロモーションを行い、県産品の販売促進、認知度向上を図る。

## 2 対象商品

- ・首都圏での販路開拓を目指す加工食品商品  
※県内事業者が製造・販売する、主な原材料に県産のものを使用又は最終加工地が県内の商品に限る

## 3 調査商品数

- ・10 商品程度（1 事業者複数商品の申込み可）

## 4 事業スケジュール（予定）

- ・8月上旬 参加商品決定
- ・8月 （調査1） ESSEonlineメルマガ会員へのWEBアンケート調査
- ・9月 （調査1） 調査結果分析及びフィードバック
- ・12月 （調査2） ESSEプラチナインフルエンサーへのインタビュー調査  
（プロモーション1） ESSEプラチナインフルエンサーのSNSによる商品情報拡散
- ・1月 （調査2） 調査結果分析及びフィードバック  
（プロモーション2） オンライン媒体への商品PR記事配信
- ・2月 （プロモーション3） アンテナショップでの商品販売PR
- ・3月 事業結果報告

## 5 事業詳細内容

### ① マーケティング調査

#### （調査1） ESSEonlineメルマガ会員へのWEBアンケート調査

- 目的 : 対象商品の認知度、購買意欲、類似商品との比較、購買傾向などを調査し、各商品の現状を把握する
- 対象 : ESSEonlineメルマガ会員 3,500名
- 調査方法 : Webアンケート調査
- 調査商品数 : 加工食品 10 品程度

#### （調査2） ESSEプラチナインフルエンサーへのインタビュー調査

- 目的 : 対象商品の試食調査及び事業者との意見交換を行い、商品に対するイメージの試食前後での変化、購買意欲、強み、課題等を把握する
- 対象 : ESSEプラチナインフルエンサー
- サンプル数 : 20名
- 調査方法 : アンテナショップでのインタビュー調査（事業者は対面又はオンライン参加）  
※新型コロナウイルス感染症の状況により、オンライン開催に変更する場合があります
- 調査商品数 : アンケート調査参加商品の中から特に反響の大きかった商品を 5 商品程度選定

## ② プロモーション

### (プロモーション1) ESSEプラチナインフルエンサーのブログ、SNSによる情報拡散

目的 : 調査2のインタビュー調査に参加した、インフルエンサーのブログやSNSにおいて、参加商品の情報を発信してもらい、フォロワーへの消費者目線での情報拡散による認知度向上を図る。

掲載媒体 : インタビュー調査に参加のインフルエンサーのブログ、SNS

ブログ



※イメージ

### (プロモーション2) オンライン媒体によるPR

目的 : 調査1・2の結果を踏まえ、PR記事を作成し、オンライン媒体においてプロモーションを行い、販売促進、認知度向上を図る。

掲載媒体 : ESSEonline

※ESSEが運営する生活情報ニュースサイト <https://esse-online.jp/>

ESSEonline



※イメージ

### (プロモーション3) アンテナショップでの商品販売PR

目的 : マーケティング調査の結果を踏まえ、5商品の魅力をアピールするPOPを制作。オンライン媒体での記事配信と併せてアンテナショップにおいてPOPを掲出し販売し販売促進、認知度向上を図る。

販売店舗 : アンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」

店頭設置



POP

## ③ 事業者へのフィードバック

<フィードバック内容>

1. WEBアンケート結果
2. インタビュー調査結果
3. 販売促進、認知度向上に向けた提案
4. プロモーションの分析結果、インフルエンサーによるSNS拡散状況
5. 制作したPOPデザインの提供