



令和7年度OMO型県産品常設コーナー 出品検討事業者向け説明会

2025年6月18日(水)

宮城県・みやぎOMO事務局(株式会社ジェイアール東日本企画 仙台支社)

本日のスケジュール

(1)15:30～15:35 開 会

(2)15:35～15:55 概要説明（株式会社ジェイアール東日本企画仙台支社 湯本 勝大）

(3)15:55～16:10 昨年度からの変更点説明（株式会社Liva 中村 圭吾 社長）
B to B販路拡大、EC販売強化等

(4)16:10～16:30 質疑応答

(5)16:30 閉 会

事業概要説明

事業概要

事業の目的

消費者が県産品を試飲試食後に、その場もしくは二次元コードの読み取り等により、ECサイトで購入できる販売の場を設置し、県産品の更なる露出機会の創出により認知度向上及び新規顧客開拓を図るとともに、ECへの誘導により事業者の自立的成長につなげる。

⇒購買データ等を収集することで、今後の商品改善や経営方針などを判断していく材料を提供いたします。

県産品常設コーナー概要

開催場所 おためし本舗 試食屋 イオンモール幕張新都心（千葉県 千葉市）

期 間 2025年8月1日(金) ～ 2026年3月31日(火)

第1期:2025年8月1日(金) ～ 2025年9月30日(火) 2か月間

テーマ「宮城のお酒とおつまみ」

第2期:2025年10月1日(水) ～ 2025年12月31日(水) 3か月間

テーマ「宮城を感じるギフト」

第3期:2026年1月1日(木) ～ 2026年3月31日(火) 3か月間

テーマ「毎日の食卓をリッチにする宮城の食品」

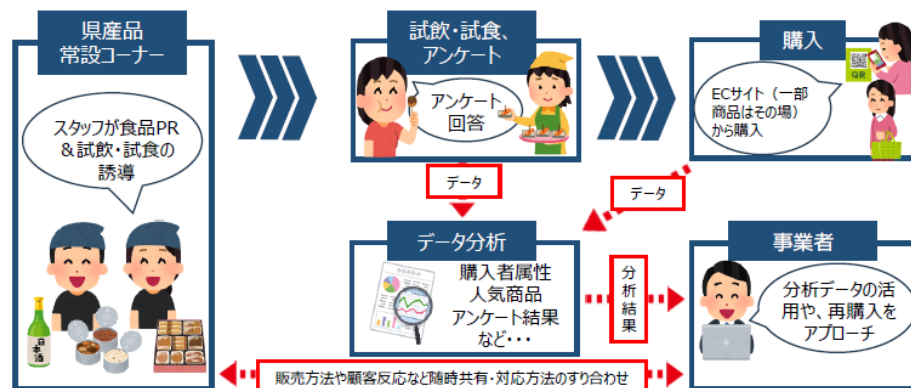
出展品数 1者4商品を上限として、各期43商品程度（3期延べ128商品程度）



OMOとは

試飲・試食による顧客体験によって、購買意欲を増加させ、
現地販売とECサイトへの誘導を行うオンラインとオフラインを
融合した販売手法

試飲・試食の際に収集したアンケートやECサイトでの購買データ
から分析したフィードバックを出品事業者様へ提供。今後の販売
戦略や商品改善に活用していただくことが可能です



試飲・試食の流れ

①気になった商品のカードをピックアップ



②試食したい商品のカードを取り、
スタッフにカードを渡す



③試食商品毎のアンケートを記入



⑥商品により その場で購入も可能



※イメージ写真

⑤カード記載の二次元コードから
事業者のHPやEC、SNSの検索が可能

1,500円

◀ ECサイトからの商品購入はこちら

**ECサイトでは
お得な価格で販売中!**

宮城の逸品が見つかる・買える!

宮城県の食の魅力あふれる
グルメ情報サイト
「宮城旬鮮探訪」はこちら

宮城県の観光・旅行情報を探そう!
「宮城まるごと」探訪

宮城の魅力がぎゅっと!
宮城の総合観光情報サイト
「宮城まるごと探訪」はこちら

④試食した商品の試食カードを受け取る

会社名・商品名	
商品 画像	説明文
小売希望価格（税込）	
価格 円	
QR	◀ ECサイトからの商品購入はこちら ECサイトでは お買い得商品のご案内を 配信!

事業概要

昨年度の実施について

開催場所 おためし本舗 試食屋 イオンモール幕張新都心（千葉県 千葉市）
期 間 2024年11月1日(金) ～ 2025年1月31日(金)
出品数 22者、27商品(販売は24商品、アルコール商品は試飲・展示のみ)
来店者数 65,988人(11月19,588人/12月22,500人/1月23,900人)
試食者数 2,657人(11月893人/12月944人/1月820人)
アンケート数 5,139件(11月1,582件/12月1,896件/1月1,661件)

実施画像



日本テレビ系「ヒルナンデス！」(2025年1月27日放送)に「試食屋」が取り上げられたこととともない、宮城県産品も番組内で紹介。放送後にECサイトの購入につながるなど、反響があった。



出品のメリット

- ① 消費者へオフラインによる試飲・試食でアプローチし、現地販売に加え、オンラインに誘導することで新たなファン及びリピーター獲得につなげることができます
- ② 顧客情報や商品の売れ筋、アンケートなどから消費者の声を踏まえ、訴求の仕方や工夫のヒントとなるデータを収集できます
- ③ 試食屋ECサイトで宮城県産品特設コーナーを設置し、新規顧客獲得へつなげることができます
- ④ 商品と相性が良い企業を紹介し、B to Bの販路拡大へ向けてお手伝いします

収集するデータ

- ✓ 試飲・試食者から記入したアンケート
- ✓ 購入者の属性
- ✓ 試食カード等に記載しているQRコードから、各社のECサイトへの遷移数

フィードバックイメージ



- ①購入する場合の使用用途
自宅用：111 知人への贈り物：63 ビジネスシーン：0 商品知識・経験：9
- ②購入しない場合の1番の理由
味が好みではない：60 価格が見合わない：84 デザインが良くない：0
容器が適さない：15 内容量が適さない：21
- ③ECサイトで購入したいか
・購入したい
(定期便：0 EC限定品：6 安価な送料：33 ギフト梱包：15 配送日数が短い：0)
・購入はしない：147

<現場レベルフィードバック>

- ポジティブな訴求ポイント
[Redacted text]
- ネガティブなポイント
[Redacted text]

昨年度からの変更点

① B to B への販路拡大をサポート

希望者に対し、ヒアリングシートに必要事項を記入していただき、試食屋とのヒアリングを実施します。その後試食屋が持つネットワークを生かして、商品と相性が良い企業をご紹介します。

② 各事業者へカスタマイズしたフィードバックを提供

事業者が収集したい情報について事前にアンケートを取り、その内容を基に各事業者へカスタマイズしたフィードバックを提供します。

③ 試食屋ECサイト内でバナーを掲出し、販売強化

試食屋公式ECサイト内に本事業のバナーを掲出し、販売をします。出品期間が過ぎた後も希望により一定期間ECサイトでの販売も可能です。在庫商品は原則返送ですが、試食屋ECによる買取・販売の場合もございます。

④ チャットを活用し、こまめなコミュニケーション

出品事業者と試食屋でチャットルーム(chatwork)を作成。店舗スタッフから得た試食者のリアルな反応や、お声がけの方法を共有いたします。試食や販売の訴求方法をすり合わせながら、常設コーナーを進行していきます。

⑤ EC案内へ簡易カタログを作成

商品カードからの購買率が高くなく、持ち帰り率・保管期間も短い傾向にあります。出品商品をまとめた簡易カタログを作成し、試食者に必ず提供する形を検討いたします。

詳細は株式会社Liva 中村社長からご説明いただきます

取引条件について

- ・出展参加は無料、店舗販売分は「委託販売」
- ・販売手数料は出品者負担となり、店頭売上の20%となります。
- ・展示用商品(サンプル)及び試飲・試食商品は店舗への送料も含め、全て出品者負担となります。
→試食用と販売用と分けずに商品を一括で試食屋に送っていただきます。その後、試食提供数・販売数の内訳を開示いたします。

対象事業者

以下全てを満たす者としてします。

- ①宮城県内に本社、事業所等を置く団体・企業又は個人であること
- ②宮城県産品の生産、製造または販売を行っていること
- ③食品ECサイトを運営していること(外部委託により運営するECサイトやECモール内の自社店舗ページがある場合も可能)
- ④食品衛生法、食品表示法等、その他関係法令に適合しており、製造物責任法(PL法)に対応した保険に加入していること
- ⑤原則「宮城旬鮮探訪」の掲載商品であること

なお、登録申請中及び登録申請予定の商品でも申込可能とするが、開催期間初日までには、登録済みとすること。

販売対象商品

以下全てを満たす商品としてします。

- ①製造もしくは加工の最終工程が宮城県内で行われたものまたは宮城県内の業者が企画し、宮城県内産の主原材料を使用して製造された食品(酒類・飲料含む)であること
- ②季節商品を除き継続して通常の需要に応じられる程度生産していること
- ③納品または発送時に14日以上賞味期限または消費期限であること
- ④設置期間ごとに事務局が設定するテーマに該当すること

今後のスケジュール



自己診断カルテ・事業者事前アンケートの記入