

株式会社ユズリハ製菓

販促企画書 | 営業企画部

秋の新商品を、 店頭で 1 万人に試してもらう

2026 年 11 月 販促会議



首都圏 20 店で試食会を開き、新商品の初月の売上 3,000 万円を狙います

試食会を開く店

20 店

試してもらう人数

1 万人

新商品の初月の売上

3,000 万円

今回の予算

680 万円

決めていただきたいこと

11 月の 4 回の週末に、首都圏のスーパー 20 店で試食会を開く。予算 680 万円



なぜ試食か

新しい味は、食べた人の 4 割が買う



なぜ 20 店か

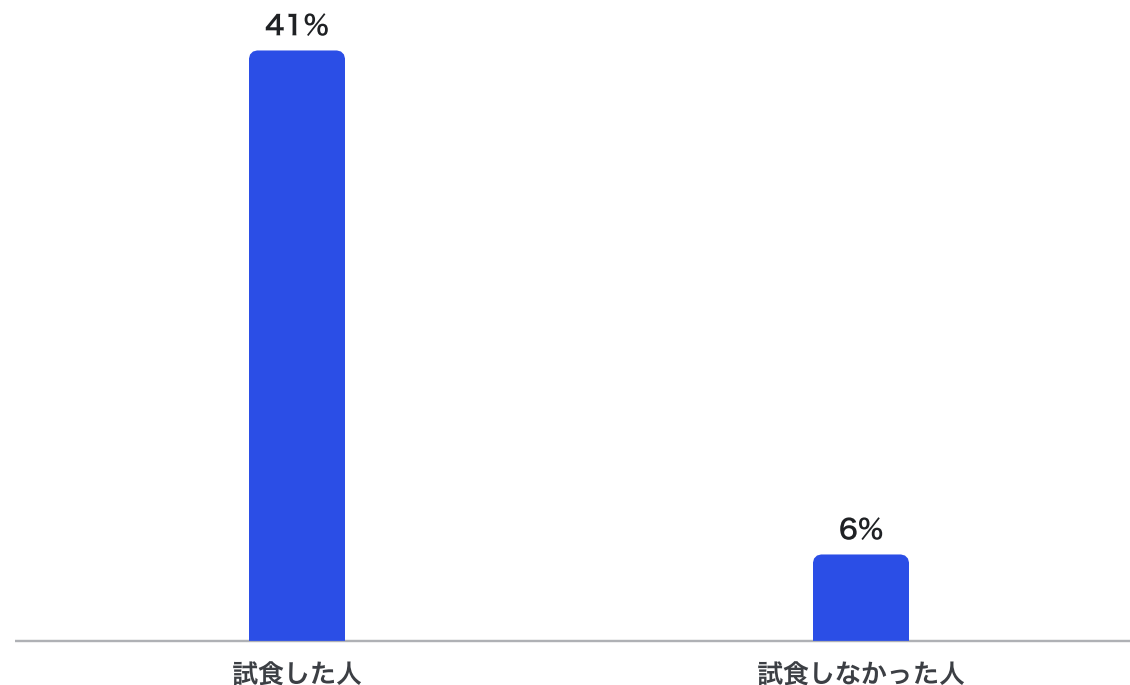
新商品の棚を取れた店だけに絞る



なぜ 11 月か

発売の翌月で、棚に並んでいるうち

新しい味は、売り場で食べてもらった人の 4 割が買っています



1 昨年の春

新商品 2 品

試食会 12 店。その日の購入は試食した人の 41%

2 昨年の秋

試食なし

チラシだけ。初月の売上は目標の 6 割

読み取れること

味が伝わるまでは、広告より売り場で食べてもらうほうが効きます

1 店あたり週末 2 日・1 日 250 人に試してもらいます



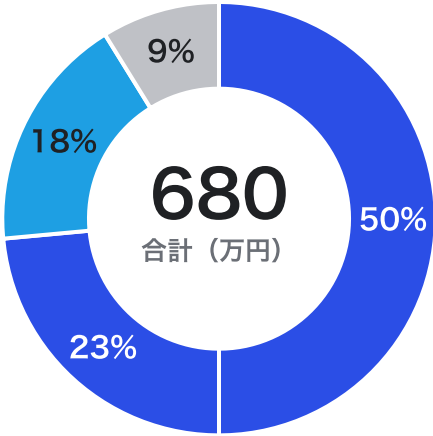
項目	中身
日程	11 月の土日 × 4 回（1 店 2 日）
人	1 店 2 名（販売の委託）
試食	新商品 2 品を 1 口ずつ
クーポン	その日だけ 50 円引き

250人/日

1 店で試してもらう人数
昨年の春の平均 230 人

※社名・数値は作例のため架空です

予算は 680 万円。半分は店頭の人の費用です



単位：万円

■ 販売の委託	340	50%
■ 試食の商品	160	23%
■ クーポン	120	18%
■ 什器・印刷	60	9%

項目	金額	計算
販売の委託	340 万円	2 名 × 40 日 × 4.25 万円
試食の商品	160 万円	1 万人 × 2 品
クーポン	120 万円	2.4 万枚 × 50 円
什器・印刷	60 万円	20 店ぶん
合計	680 万円	

※金額は税別。社名・数値は作例のため架空です

試食した人の買った割合 35% 以上なら、1 月に 50 店へ広げます

	昨年の春	今回の目標
試食した人の購入	41	→ 35%
1 店の試食の人数	230	→ 250人
初月の売上	1,800	→ 3,000 万円

次の判断

12 月の販促会議で結果を報告し、1 月に 50 店へ広げるかを決めます