

令和6年度版

香川・愛媛
せとうち旬彩館

イベントスペース利用法

香川・愛媛せとうち旬彩館

〒105-0004 東京都港区新橋2丁目19番10号 新橋マリンビル1階・2階

TEL 03-3574-2028 FAX 03-3574-2029

- | | | | |
|-----|------------|------------------|------------------|
| 1 F | 特産品ショップ | TEL 03-3574-7792 | FAX 03-3574-5556 |
| 2 F | かおりひめ | TEL 03-5537-2684 | FAX 03-5537-2674 |
| 2 F | 工芸品・雑貨ショップ | TEL 03-5537-2684 | |
| 2 F | 観光情報コーナー | | |

香川・愛媛せとうち旬彩館 館内店舗・施設のご案内



新橋 1 丁目交差点より「せとうち旬彩館」を臨む



1F: 特産品ショップ



2F: かおりひめ



2F: 観光情報コーナー



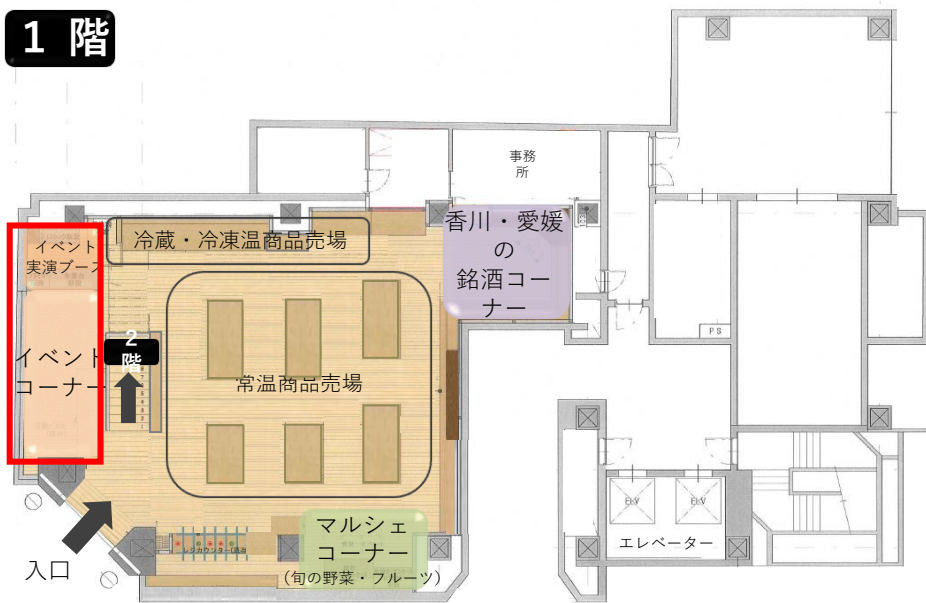
道路側より見たイベントスペース

イベントスペースは、通りに面してガラス張りになっています。POPやのぼりなどを使って、道行く人々に効果的なPRを行うことができます。

【せとうち旬彩館の店舗概要】

| | | |
|---------|---|--|
| | 特産品ショップ | かおりひめ |
| □面積 | 約45坪 | 77席 |
| □オープン時間 | 10時～20時 | 11時～23時 |
| □一日当り客数 | 約1,000人 | 約280人 |
| □客単価 | 約850円 | *昼時間 約1,000円 |
| | | *夜時間 約4,000円 |
| □客層 | <ul style="list-style-type: none"> ・6：4位の割合で、女性客が多く、中でも50～60歳代が中心となっている。 | <ul style="list-style-type: none"> ・昼時間は、近隣の会社員が中心で年齢層は幅広い。 ・夜時間は、魚料理と酒類がメインとなるため、40代以上の男性が中心となっている。 |

1階

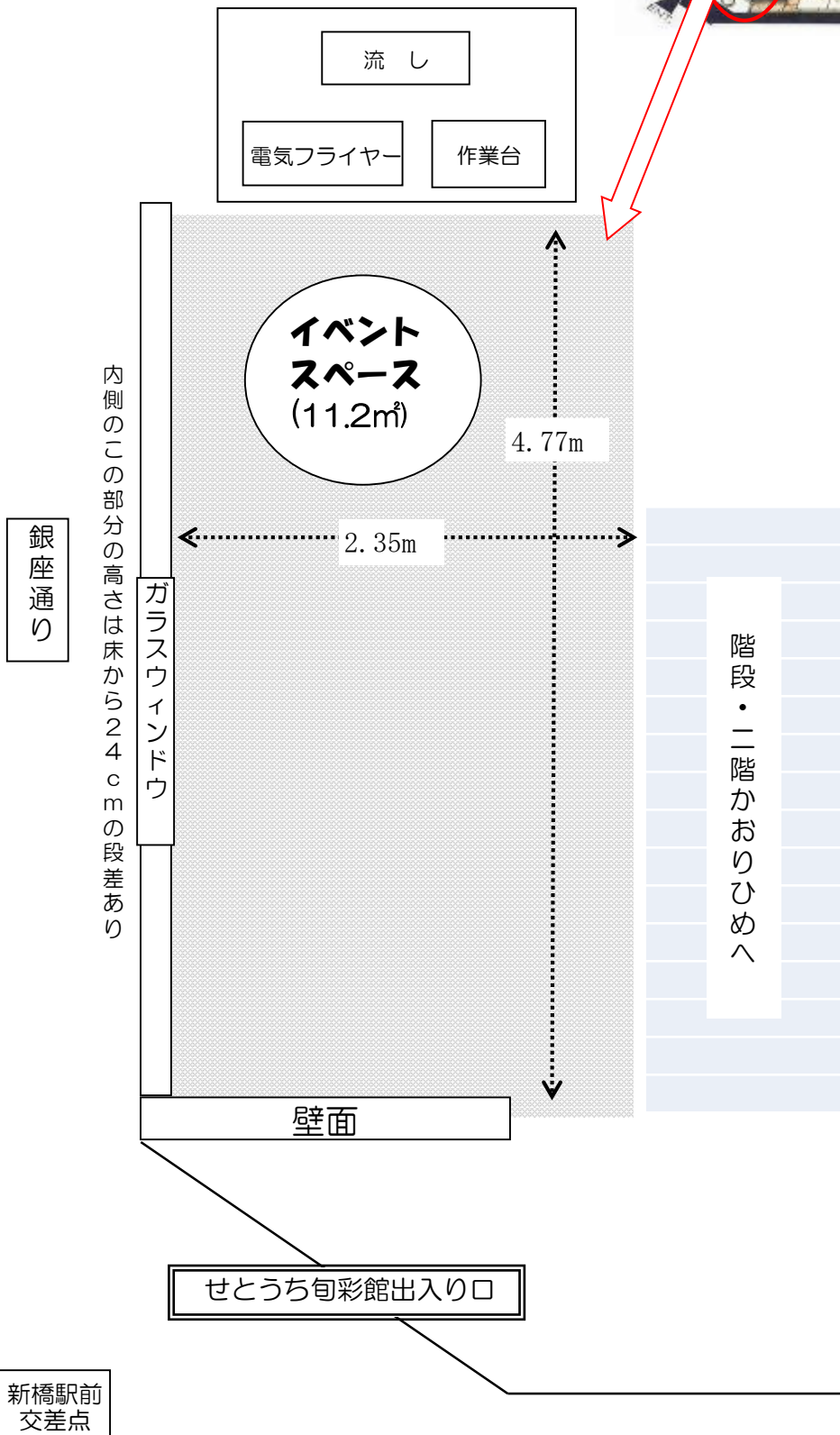


2階



【イベントスペース略図】

～香川県・愛媛県の特産品の情報発信基地～
イベントスペースは、店内のお客さまにはもちろん、
ガラス越しに通行人にも商品をアピール出来る、恵まれ
たスペースとなっています。



【使用可能な設備・備品】

イベントブース、各種設備・備品の使用料（光熱水道費を含む）は無料です。

【設備・備品】

| | 設備名 | 対応台数 | 内容 |
|----|-----------|------|------------------------------|
| 1 | 電気フライヤー | 1台 | 揚げ物類実演販売用（容量18リットル） |
| 2 | 冷ケース | 1台 | 冷蔵 0℃・冷凍 -18℃ 切替型（1.5m×0.9m） |
| 3 | 2槽シンク | 1台 | 作業場に設置、仕切用手押し腰高ドアを含む |
| 4 | カウンター | 1台 | 実演用カウンター |
| 5 | 陳列ワゴン | 2本 | 天枠付き W1800mm×D800mm |
| 6 | 長机 | 2台 | 会議用机 W1800mm×D600mm |
| 7 | のぼりポール | 2本 | |
| 8 | 台車 | 1台 | 折りたたみ式 |
| 9 | 折りたたみ椅子 | 5脚 | 座幅405タイプ |
| 10 | IHヒーター | 1台 | 200V・2050W |
| 11 | 電器ポット | 1台 | 100V 3L |
| 12 | デジタルサイネージ | 1台 | ディスプレイTV 32インチ |

【ご準備いただくもの】

| | 備品名 | 内容 |
|---|----------|-----------------|
| 1 | 展示向けクロス類 | 陳列ワゴン・長机に使用するもの |
| 2 | POP | |
| 3 | チラシ | |
| 4 | のぼり | |
| 5 | ポスター | |

【出展における注意点】

- イベントで販売いただける商品は県産品のみです。
県産品とは、次のいずれかの条件を満たすものと定義しています。
- ・県内で生産、収穫された農林水産物
 - ・加工品（農林水産加工品・伝統的工芸品・地場産業製品その他の商品のうち、一般消費者向けのもの）については、県内に事業所を置き、企業、個人、組合等が生業として製造する商品で、加工地について次のとおり基準を設けています。

| 加工地 | 対象 |
|------|---|
| 全部県内 | 対象とする |
| 一部県内 | 次の要件のいずれかを満たすものは対象とします。 <ul style="list-style-type: none">・製造加工の最終工程又は重要な工程が県内で行われている・香川県の特産品を特徴とした原材料を使用している・県内で開発された製法、技術等を主に用いて製造加工されている |
| 全部県外 | 原則、対象外であるが、次のような特別な理由があるものについては、特例的に対象とすることができるものとします。 <ul style="list-style-type: none">・県内で培われた固有の技術やノウハウ等により製造加工を行っていた工場等が、経済環境の変化等により県外へ移転し、県内での製造加工が困難なもの。・香川県内の地域固有の気候風土、動植物、観光名所などのイメージを形にした上で、一定量を均質に製造・加工でき、香川県の知名度アップや好感づくり等に寄与するもの。 |

- イベント期間中は、自社商品のPR、販売のための販売員等を必ず派遣してください。店舗の営業時間は午前10～午後8時です。その間、休憩は適宜お取りいただけますが、できるかぎり営業終了までは売り場に立っていただくようお願いします。
- イベント最終日は、次の出展者の準備のため、イベントは午後5時までとし、午後6時までに、必ず清掃・搬出を完了させるようお願いします。送り返しの宅配伝票を事前にご準備されることをおすすめします。
- 購入者には、1F特産品ショップのレジをご利用いただきますが、イベント商品は手打ちで処理するため、商品には、税抜金額で記載したラベルをバーコード部分に貼り付けていただくようお願いします。なお、購入者には税込価格がわかるようプライスカードなどで税込価格表示をお願いします。
- 試食・試飲は、衛生面には十分に気をつけていただきつつ、積極的に行ってください。また、準備については、流しや作業台、フライヤーをご利用いただけます。

ポイント1

道行く人々への情報発信を！



通行人からは店内では、どこの、どんな商品を販売しているか、情報を明確にキャッチ出来ません。

「ハマチの解体実演中」の手書きのPOPも効果的で、外部へのアピールは十分出来ます。

お客さまは、香川県産の商品に対する情報や知識を持っていないため、香川県の特産品をPRするために、情報発信と入店を促すアピールが必要不可欠です。

のれんを効果的に使い、ワゴンの上には商品を積み上げ、ボリューム感を出しています。

ガラス面を上手に使い「ネット通販日本一」の表示をし、のぼりで商品名をアピールしています。



店内のお客さまが関心を持つ店作りを！



商品も豊富で、彩りも鮮やかで、店内のお客さまの視線を意識した店作りをしています。

商品のボリューム感を出し、PR動画も使い、お客さまへ理解を深めてもらうよう工夫をしています。

入店されたお客さまは、今度は店内から商品を実際にみることになります。
商品はイベント期間を考慮し、品切れにならないように、また、同じ特産品でも大・小パックを揃え、お客さまに選択いただけるような品揃えをすることを検討してください。

ガラス面も有効に使い、自ら商品であるマフラーを首に巻き、アピールしています。

実演販売は、お客さまの立ち寄り動機を促進し、効果的な販売方法です。



お客さまに効果的な試食販売やPOP

商品に対する情報や知識を発信するためにも、試食で味わっていただくことが効果的です。美味しさを体感したお客さまがファンとなり、やがて特産品ショップの定番商品になったものも数多くあります。



立ち寄ったお客さまへ試食をおすすめ。お客さまの反応が直接わかります。



外部からもガラス越しに、試食をおすすめしている接客状況がよく見えます。他のお客さまの入店動機にもなります。



動画等のWMV形式のデータ（DVDでも可）を持参いただければ、デジタルサイネージを活用した効果的なPRも可能です。



離れた所からも、POPがよく見えます。食欲をそそる「うどん」の写真が、お客さまの目を引きつけます。

ポイント 4

地元の接客スタッフがよりお客さまを呼ぶ

「地元が懐かしくて買いに行ったら、販売員が東京の人だった。」という声を聞く事もあります。地元関係者はもとより、首都圏のお客さまも、より地元の味・雰囲気・情報を求めて、会話を楽しみにご来店くださる方も多く、可能な限り地元スタッフによる販売接客の方が、お客さまの購入機会が増えることになると思われます。

ポイント 5

首都圏のお客さまにはイベントを事前連絡し、ご来店を促す

イベント期間が決定した場合、もし首都圏に自店の顧客がいたら、あらかじめDMやメールで事前連絡しておくのも良い方法です。実際に、この方法で集客をし、その人達の賑わいを見て、さらにお客さまが集まってきたという事例もあります。

ポイント 6

旬彩館の特性を踏まえた商品陳列を

せとうち旬彩館の1F特産品ショップは、スーパーマーケットに近いアンテナショップですので、整然と並べて売るより、積み上げて売るなどし、お客様の購買意欲を掻き立てるような陳列方法も手段の一つです。

また、販売商品については、期間中に品切れが発生することがないように、ご注意ください。

ポイント7

地元の味を紹介・食事処「かおりひめ」と共同イベントを実施しませんか？

旬彩館には、地元の味を紹介する食事処「かおりひめ」があります。アンテナショップという役割から、地元の食材を使った期間限定メニューを開発したり、また、試食用商品をテーブル上においてもらい、購入機会を促進することもできます。

事例-1

地元の食材を使った「期間限定メニュー」の開発



讃岐三畜全部のせ丼とミニうどん
(昼メニュー)



オリーブはまち丼
(昼メニュー)



オリーブ牛夏野菜炒め
(夜メニュー)

かおりひめで、ブランド産品や旬の食材を使った期間限定メニューとして提供され、好評を博しています。

事例-2

試食・試飲用商品をテーブル上に置き、PRする



松前えび
(愛媛)



たまごかけごはんしょうゆ
(香川)

かおりひめのテーブル上に置き、お客さまに自由に試食して頂いた事例です。小さなPOPも作成し、商品横に置くと、効果的です。

<かおりひめ・連絡先>

店長 TEL 03-5537-2684

FAX 03-5537-2674

* 共同イベントをご希望される場合は、**少なくとも1ヶ月前までにご連絡ください。**

商品の特徴、調理法についての情報もお願いします。