

チームえびす支援企業等による香川・愛媛せとうち旬彩館
イベントスペース出展支援事業 出展企業推薦のお願い

1 趣旨

チームえびす支援機関は、東京都港区新橋にある香川県及び愛媛県のアンテナショップである「せとうち旬彩館」1階のイベントスペースを活用してテストマーケティングを展開することによって、県内中小企業者の新商品開発、ブラッシュアップ、商品化、販路開拓等を支援します。

2 開催場所・時期、対象企業等

- ① 開催場所 香川愛媛せとうち旬彩館（東京都港区新橋 新橋駅より徒歩1分）
1階イベントスペース（全面もしくは北半分、南半分）
- ② 開催時期
日程 令和2年11月30日（月）～12月6日（日）までの7日間（仮予約済み）
（搬入は前日の18時以降に実施、最終日は翌日からの販売物との入れ替えのため17時までに撤収完了）
- ③ 出展費用 イベントスペースについての出展費用は無料。
ただし、別途販売手数料（7%予定）は出展企業に負担していただきます。
また、販売品や販売のプロモーション等に要する物品の搬入、搬出に要する経費についても、出展企業等が負担するものとします。
なお、出展企業の販売員、説明員等の上京、宿泊等に係る経費の一部については、当財団の予算の範囲内かつ旅費規程額（1社当たり、1名3-4泊滞在の場合10万円程度）を上限として、財団が負担いたします。
（細部については出展決定後に協議のうえ決定します）
- ④ 対象企業 4社程度（出展希望期間によって調整後決定）
 - 県内特産品等の開発、販売においてブランディングに成功している企業
（同時に出展する事業者の参考となる販売商品、手法を有して、情報交換等に支障のない企業）
 - ブランディング先進企業の取り組み内容から、自社の取り組み内容をブラッシュアップしたい企業
 - 首都圏消費者の自社商品に対する反応、販売方法に対する評価を収集することを重要視している企業
 - せとうち旬彩館の来店客動向や首都圏消費者ニーズに対応する商品、または潜在ニーズの掘り起こしにつながる商品を有する企業
 - 支援機関及び財団の支援を必要としている企業※せとうち旬彩館及び首都圏消費者の動向・ニーズ等は5、6項をご参照ください。

3 出展申込にあたっての留意事項

各支援機関は、次の事項にご留意の上、別紙出展企業推薦書に必要事項をご記入の上、令和2年9月18日までにご推薦をお願いします。

- ① 出展に際しては、出展企業の方が販売物の搬入、展示、搬出、管理はもとより販売、接客、説明等に対応いただくことが条件となります。当財団スタッフによる販売の代行や、旬彩館スタッフによる委託販売は一切行いません。
- ② 販売物の搬入、搬出、また当日の販売等の説明は出展企業が実施します。

- ③ 出展希望企業が複数に上った場合には、当財団において出展企業の調整を行い決定します。ついては、調整実施の際の参考のために、応募時に次の点を事前に確認のうえ出展申込書への記入をお願いします。
- 業種（食料品 衣料品 工芸品 日用雑貨 その他）
 - 原材料が県内産であるもの又は製造もしくは加工の最終段階が県内で行われたものかどうか
 - 開催期間のうち、2日間～7日間など日程の調整が可能かどうか
 - 希望販売形態
（ただし、会場設備の制約から冷凍庫がないうえに、冷蔵ケースは、複数の事業者が同時に使用できないため、常温販売、常温保存商品を優先して出展対象とする）

4 新型コロナウイルス感染感染拡大防止策について

- (1) 出展者は、イベントスペース利用にあたって以下の感染防止策を講じること。
- ① 手指及び備品類等のアルコール消毒
 - ② マスク及びフェイスガードの着用
 - ③ 接客時におけるソーシャルディスタンスの確保
 - ④ 試食・試飲の禁止
 - ⑤ パックされていない状態での食品販売の禁止（量り売りなど）
- (2) 出展した販売員は、出張終了（帰社、帰宅）後に経過観察してから通常業務へ復帰すること

5 せとうち旬彩館について（せとうち旬彩館 フィードバック研修会資料抜粋）

- (1) 開設目的
特産品の展示・販売、郷土料理・食材の提供、観光案内などを通して、物産の拡大と観光情報の発信を行うとともに、香川県・愛媛県地域のイメージアップを図る。
- (2) 来店客数等
- ①年間平均 概ね 50 万人のお客様が来店
 - ②来店客層 平日は勤労者層、休日はファミリー層が利用
愛媛・香川両県関係者の利用は約 2 割
 - ③来店動向 月曜日から徐々に週末（金・土）に向かって来店客が増加していく
- (3) 出展スペース（1F 特産品ショップ内イベントコーナー）
- ・ 対面販売による販売促進ができる
 - ・ 首都圏消費者の反応を実感できる
 - ・ 自社商品の PR 及び販路拡大ができる

6 首都圏消費者のすがた（せとうち旬彩館 フィードバック研修会資料抜粋）

- (1) 消費者の傾向
- ①料理をしない
 - ②時間がない
 - ③疲れている
- (2) 小家族、単身者のお客様ニーズ
- ①量はいらぬ、小パック
 - ②手軽に食べられるものを

③メインディッシュが欲しい

(3) お客様の特徴

- ①コスト意識も志向も多彩
- ②知らない食べ物が意外に多い（多彩な出身地）
- ③地域産品に高い興味
- ④「アタマで食べる」（ブランド好き、ウンチク好き）
- ⑤ベースは東日本系の食文化
- ⑥「瀬戸内」に対する高い付加価値感

(4) 東日本（東京）の食文化

- ・魚は赤身文化 ・肉は豚肉 ・野彩果物は果物加工品の消費が多い
- ・その他、加工品や調理商品の消費が多い。
- 米文化、合わせ味噌、蕎麦好き、甘さ控えめ（菓子・ジャム）など

7 お申し込み・お問い合わせ先

公益財団法人えひめ産業振興財団 新事業支援課 池田・西川
松山市久米窪田町 337-1 TEL 089-960-1100 FAX 089-960-1105
bsoffice@aspgw1.ehime-iinet.or.jp

以上