

全国主要百貨店でのご当地PR(物産販売・観光)について

株式会社 沖縄県物産公社 事業開発部 イベント推進課



<お問い合わせ先>
株式会社 沖縄県物産公社
事業開発部 イベント推進課
TEL:098-859-6321
FAX:098-859-6331

1. はじめに

弊社では沖縄県主催・共催のもと、全国の百貨店(約26会場)において「沖縄物産展」の企画・運営をしており、「旬」な沖縄の情報発信や、伝統的「食」「工」「芸」文化を幅広く紹介していくことを主旨目的としています。
ひいては貴自治体と出展企業様の販路拡大及び認知度向上の一助となれば幸いです。

2. 物産展開催概要 (※各会場によって異なります)

- (1)名称 : 「沖縄物産展」
- (2)会場 : 全国百貨店 催事場
- (3)営業時間 : 10:00~20:00頃(最終日:夕方閉場)
- (4)主催 : 沖縄県・(株)沖縄県物産公社
- (5)協賛 : (財)沖縄観光コンベンションビューロー・就航路線航空会社等
- (6)後援 : 各県市町村・各商工会議所・各新聞社・テレビ局・ラジオ局等
- (7)協力 : 各イベント出演者・タイアップ各社等
- (8)搬入 : 物産展オープン時の前日(一部例外を除く)
- (9)搬出 : 物産展最終日夕方頃から

3. 訴求計画 (※各会場によって異なります)

- (1)新聞折込チラシ
- (2)テレビ・ラジオ番組にて告知(来沖現地取材・CM・ニュース・情報番組内特集等)
- (3)地元新聞(朝刊・夕刊) 約10万部~約50万部
- (4)地元情報誌掲載
- (5)百貨店友の会会報誌掲載
- (6)百貨店ハウスカード通信掲載
- (7)百貨店ホームページ掲載
- (8)百貨店外壁垂れ幕
- (9)百貨店内告知(エスカレーター・インフォメーションボード・正面玄関口)
- (10)その他

4. イベント(※各会場によって異なります)

- (1)エイサー団体の演舞
- (2)キャンペーンガールによる観光PR
- (3)音楽ライブステージ
- (4)県産品の粗品配布
- (5)観光コーナーの設置
- (6)その他

5. 出展条件(※各会場によって異なります)

※申込後、百貨店担当者の選考により出展が確定します。

	百貨店	公社
(1)手数料		
①食品実演	15%~18%	6%
②食品即売	16%~20%	6%
③工芸	17%~22%	6%
(2)輸送費	①往路:出展企業負担 ②復路:百貨店負担(基本的に自社送りに限る)	
(3)宿泊費	出展企業負担(7泊~8泊が目安)	
(4)交通費	出展企業負担(航空券・新幹線・バス代・電車代等)	
(5)マネキン	日/約12,000~15,000円+交通費等+残業代	
(6)什器代	基本的に会場負担。但し特殊什器は別途必要な場合もございます。	
(7)備品	基本的にテーブカッター・袋等のお客様にお渡しする物については会場にてご用意いたします。※会場によっては、持参いただく場合もあります。	
(8)出展料	会場によりますが、出展料1万円が別途かかる場合もあります。	

6. 出展の際の各手配方法

- (1)宿泊先・航空券・運送会社・マネキン等は百貨店及び公社斡旋にて案内致しますが、必ずしもそこを利用しないとイケないという事ではありません。自社手配でも結構です。

7. 物産展出展メリット

(1)従業員教育
県外に出展する事で、考える力を養えます。
ブースで販売すると言う事はアルバイトでもその店の主として責任を持つ事になり、おのずと売上に対する意識変化が現れます。
POP・ディスプレイ・販売什器の入れ替え等、見せ方ひとつによって売上は変化します。
また、マネキン(現地で雇った販売員)を雇う事でマネージメント力も養えます。
ある業者からは物産展終了後の県内店舗でのスタッフの動きに変化が出たという声や仕事の質が上がったとの声も頂いています。

(2)顧客ニーズの把握
曜日、時間帯によって年代や性別といった客層は常に変化します。
どの層にどんな商品が受けるのかを直接知る事ができます。

(3)新商品開発のヒント
試飲・試食等で様々な客層にアプローチ出来る為、お客様の率直な意見を聞く事ができます。
また、県外の有名店舗・話題の商品がデパ地下や近隣商業施設に入っている事もあり、その土地の価格帯、嗜好等も知る事ができます。

(4)知名度向上
大都市圏ではチラシ配布が50万部以上の会場もあり、年間来場者数ではディズニーランド(入場者数約2500万人)を超える会場もあります。
訴求等で取り上げられる事により貴自治体及び出展企業様の知名度が上がります。
観光ブースも併設するので、貴自治体のおススメスポットの紹介も可能です。
特に地方都市ではマスコミとのメディアミックスで現地取材・会場生中継等の効果で多くの人の目に止まります。

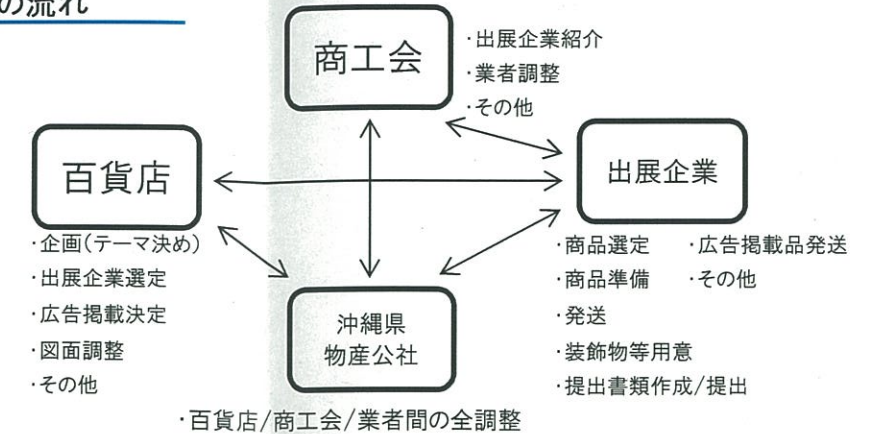
(5)販路拡大
物産展には様々な業種の関係者が来場しています。
物産展は販売する場でもありますが、見本市の役目も果たしています。
物産展をきっかけに県外の量販店等での販路拡大、定番商品に繋がる可能性も少なくありません。
また、弊社が運営するわしたショップでの販売にも興味ございましたらご連絡下さい。

(6)食品衛生等の再認識
食品を扱う業者の場合、県内では通用する一括表示・パッケージ等が県外では通用しない事も多々あります。
大手百貨店では特に一括表示のチェックが厳しく、アレルギー表示・原材料名の記載順等の不備で販売が出来ない事もありますので注意が必要です。
逆に、大手百貨店での販売が可能な商品は県外でも流通可能商品だと考えられます。
また、菌検査を実施する会場もありますので、自社商品の管理体制も知る事が出来ます。
会場によっては大腸菌検査の実施を義務付けているので、再度、衛生管理の重要性を認識する事ができます。

(7)費用対効果
物産展への出展は経費(宿泊・交通費・運送費・販売手数料等)がかかる事業です。
しかし、自前で同じ訴求効果を生み出すには、いくら経費がかかるでしょうか。
会場によってはチラシ印刷代だけでも数百万の経費がかかっています。
テレビCM・什器代等を入れると更に数百万の上乗せになります。
百貨店の力を最大限に利用して商売できる事もメリットのひとつです。

ある自治体では物産展の効果に目を付け、知名度向上、意識向上(商売に対する)を目的とし、積極的に活用しようとしています。
また、県内では意識する事が無かった事も県外では多くの発見がある事に気付かされます。
物産展はマーケティングの場として利用効果の高さに期待できます。

8. 物産展の流れ



9. 出展事例



【協力:読谷村商工会】
ホテル日航アビラの出展。
沖縄の魚貝類で握った寿司コーナーを展開。



読谷村の特産品を集めたコーナーです。
読谷村商工会職員の皆様も販売応援で接客しました。
他、読谷村からはボルシェや比嘉酒造等も出展。



【協力:石垣市商工会】
石垣市「中山市長」ご来店。
ギネス認定バーベキュー大会のPRも兼ねてステージに。
抽選で石垣⇄東京往復航空券と宿泊券のプレゼント。



ラー油ブームの火つけ役、辺銀食堂の出展。朝から長蛇の列。
辺銀夫妻にも会場にて調理と接客をして頂きました。
また、商工会協力で石垣牛の切り落としを特別価格で販売。
石垣市商工会の皆様も販売応援で接客しました。



【協力:金武町商工会】
金武町「儀武町長」ご来店。
タコライスのPRで、ギネス認定書とジャンケン大会を実施。
勝ち抜いたお客様にタコライス無料券を進呈しました。



タコライス販売ブース前にテレビ取材を受ける儀武町長。
取材の様子は全国ネットのTV番組内で流れました。
金武町商工会職員の皆様も販売応援で接客しました。