

## 第11回 自治体アンテナショップ情報交換会 会次第

日時：平成27年8月7日（金）

15:00～16:45

場所：（一財）地域活性化センター  
大会議室

15:00～15:05 開会・あいさつ

15:05～15:45 【講演】「アンテナショップにおける商品調達と物流」  
講師：森下 のぞみ 様  
（ヤマトシステム開発株式会社  
DCMデータソリューション事業部アシスタントマネージャー）

15:45～16:25 【事例発表】（1団体 20分×2団体）  
表参道・新潟館ネスパス（新潟県）  
発表者：館長 鈴木 正志 様

<自己PR>  
平成9年6月のオープンから今年で19年目を迎えました。「N  
ESPACE(ネスパス)」の「N」は新潟/ネットワーク、「ESPACE」  
はフランス語で空間/スペースを意味します。  
「食」を中心とした新潟の新鮮情報の発信と首都圏とのネット  
ワーク構築を目指します。

銀座熊本館（熊本県）  
発表者：店長 武田 久義 様

<自己PR>  
熊本を応援して下さるお客様とのコミュニケーションを大切  
に、熊本のおいしさをシェアすることに努めています。

16:25～16:45 【名刺交換会】

# アンテナショップにおける 商品調達 物流

2015年8月7日



YAMATO SYSTEM DEVELOPMENT CO.,LTD.



～バリューネットワーキング構想「デマンドチェーン・視点」～

「バリュー・ネットワーキング」構想実現のために、  
「止めない物流」や「クラウド型のネットワーク」をはじめとする仕組みを活用し、  
従来の供給者から消費者までの物流最適化だけではなく、消費者目線によるICTを利用した  
物流の見える化といった「デマンド・チェーン視点」の物流最適化を実現します。

「デマンド・チェーン視点」の物流最適化



調達側のメリット

- リードタイム短縮
- ジャスト・イン・タイムのライン供給
- 調達の見える化
- 在庫および在庫スペースの最小化
- コスト削減

供給側のメリット

- 業務負荷軽減
- 生産期間延長
- 物流の見える化
- ジャスト・イン・タイムのライン供給によるリードタイム確保

**スピード**

ジャスト・イン・タイムの調達による  
リードタイム短縮



**品質**

供給側と調達側が  
「物流の見える化」を共有



**コスト**

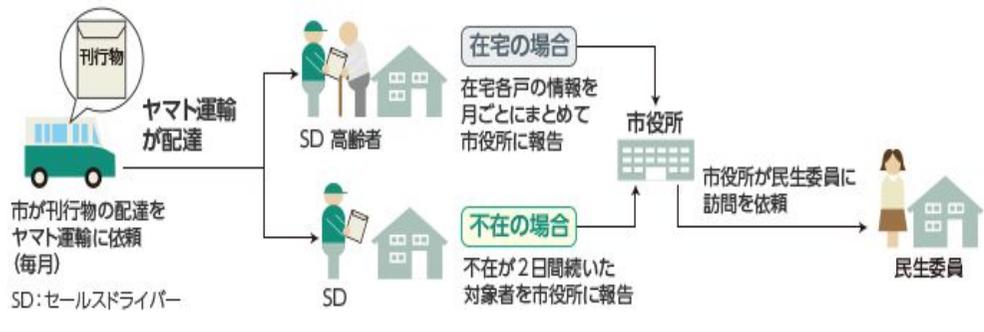
デマンド・チェーン視点による  
調達側の在庫（スペース）最小化



### 【地域とヤマトグループが連携した活動の事例】

全国各地で「**買い物支援**」「**高齢者の見守り支援**」「**防犯・防災支援**」などを実施。  
 案件数 630件、自治体との協定締結数 138件（2014年6月現在）  
 地域経済活性化に向けた**移住促進支援** など

#### 高齢者見守り支援サービスの仕組み



ヤマトグループで、

- アンテナショップ（運営会社）の目的である**地域振興を支援**する
- アンテナショップ・生産者（サプライヤー）の**課題・お困りごとを解決**する

**地産他消を  
サポート  
する！**



#### ～追い風～

国からの補助金の支給  
(地域活性化・地域住民生活等緊急  
支援交付金等)

「ふるさと割」の実施  
など

「観光地域づくり事例集」や  
「観光立国実現に向けた  
アクション・プログラム2015」など

外国人観光客への  
販売促進

「地方創生本部」設置を  
政府が表明

国が特産品の開発  
や販路拡大を金融  
面で支援



#### ～市場動向～

< 地域活性化センター様 「平成26年度自治体アンテナショップ実態調査」より抜粋 >

- 全店舗数は52店。新たに6店が出店。
- 年間売上が1億円を超える店舗は28店。
- 銀座・有楽町、日本橋への出店が続き、ますます集積効果が進んでいる。
- 飲食施設があるショップが約50%。
- 「インターネット」の活用が進んでいる。



## 各種政策による追い風も起因し、 アンテナショップは脚光を浴び、順調に成長中！！

運営費用を  
抑えなければ  
ならない・・・



しかし、現状は・・・

納品量が増えてきて  
今の人数では  
対応し切れない・・・



仕入れ単価が  
UPしている・・・



バックヤードに  
在庫が溢れて  
来てしまっている・・・



売上の拡大と比例して、納品量・物流コストが増加

これまでの商品の調達・物流に  
メスを入れる必要がある！！



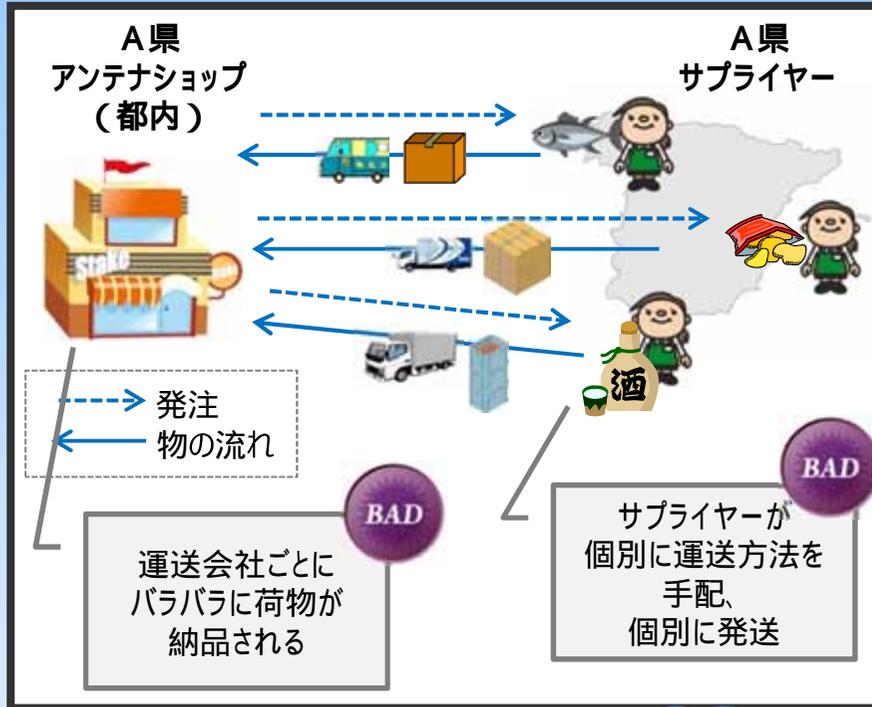
# 5. ヤマトグループからのご提案

YAMATO SYSTEM DEVELOPMENT CO.,LTD.



## Before

～現状の商品調達と物流～



### 【課題】

受領・検品の時間を  
軽減したい  
【アンテナショップ様】

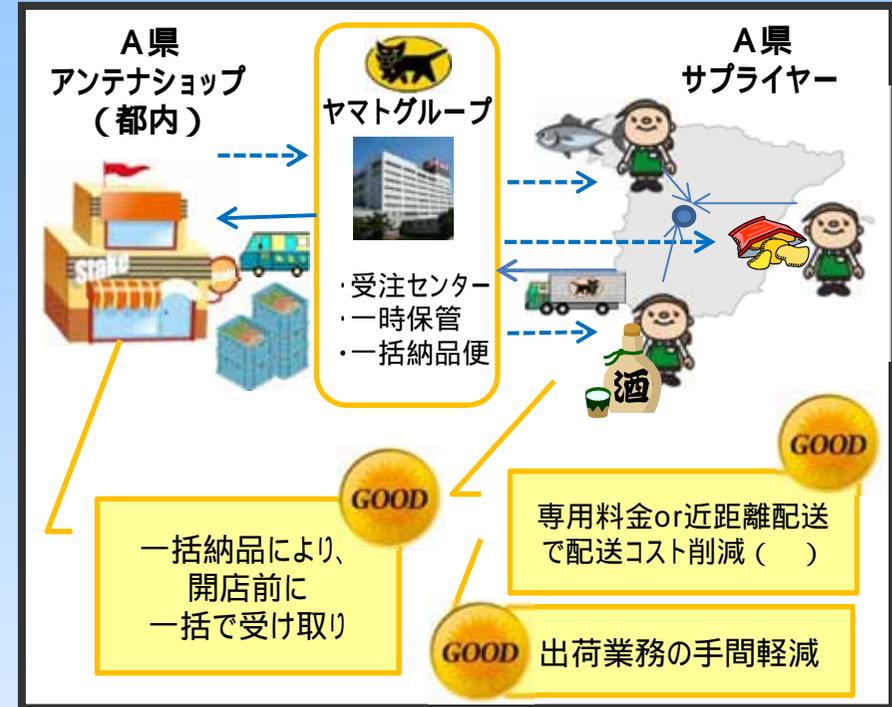
全て品出しを終了させ  
開店に臨みたい  
【アンテナショップ様】

配送料の負担を  
軽減したい  
【サプライヤー様】

出荷業務をラクに  
したい  
【サプライヤー様】

## After

～ヤマトグループからのご提案～



### 【効果】

【アンテナショップ様】  
受領・検品・発注作業の時間を  
軽減、時間短縮  
本業回帰（販売に専念）

【サプライヤー様】  
専用料金or近距離配送で  
配送料削減  
出荷業務の手間軽減



## 6 . 配送に関するヒアリング結果（アンテナショップ様）

YAMATO SYSTEM DEVELOPMENT CO.,LTD.

	都道府県	A県	B県	C県	D県	E県
<b>配送（納品）に関して</b>						
1	配送業者の手配はショップ？ 生産者（メーカー？）	生産者	生産者	生産者	生産者	生産者
2	配送業者の種類は？	ヤマトがほとんど。 佐川・日本郵便・各種路線便もある。（最近では西濃・名鉄も来る） 最大手の生産者は自社便。	8割はヤマト。 その他は佐川・日本郵便・福山・西濃など。	ヤマト、佐川、ゆうパック、地場の配送業者	ヤマト、佐川、ゆうパック、その他	ヤマト、佐川、ゆうパック、西濃など
3	納品は午前中？	開店前に品出しをしたいため、午前中指定をしているが、守られないこともある。 ヤマトは部門ごとに陳列棚の前に置いてくれる。	ヤマトであれば8:00～9:00の間に来ってくれる。	ヤマト運輸は午前中。 その他は午後に届いている。	すべて開店前に納品完了。	ヤマト運輸は開店前8:30頃。A県同様、陳列棚前に置いてくれる。 佐川は開店後10時ごろに納品のため、困っている。
4	1日あたりの納品個数は？	ヤマトだけで30個/日はある。	ヤマトは台車3～4台分。	多くて40～50箱。少ない時は10～20箱。		YTCは15個ほど。佐川で5個ほど。全体で20～30個ほど。
5	配送料の負担はショップ？ 生産者（メーカー？）	生産者	生産者	厳密に言えばショップ。 商品を運送費込で買い取りしているため。	生産者	生産者
6	配送に関する悩み	小規模生産者からは、「配送料を負担していると赤字になってしまう」という理由で、取引の中止の連絡が出てきている。 クール料金も大きな負担。	特に聞いていない	特になし。	地元 東京の配送費が約2倍になっているともあり、生産者、お客様に大きな迷惑がかかっている。	特になし。 春先の料金UPも10～20円程度。値上げ分は商品の仕入価格に転嫁。

ほとんどの店舗に毎日一定量の納品があり、様々な業者が納品に来ている

**配達時間・納品対応がバラバラ**であることを不便に感じている店が多いことが判明



## 7. 発注・その他に関するヒアリング結果（アンテナショップ様）

YAMATO SYSTEM DEVELOPMENT CO.,LTD.

	都道府県	A県	B県	C県	D県	E県
<b>発注に関して</b>						
1	発注はFAX？TEL？ Web？	発注システムに入力後、発注書を出力して手動でFAX。	発注システムに入力後、発注書を出力して手動でFAX。	FAXのみ。POSに発注データを入力し、印刷してFAX。	FAXのみ。中小が多いため。	FAXと電話。電話はFAXが無い企業と緊急時。
2	発注頻度は？（毎日？生産者によって決めている？）	生鮮食料系は毎日。その他は週1日など鮮度により異なる。	乳製品は週2～3回だが、他はまちまち。	毎日。在庫の状況を見つつ、発注。	毎日。在庫の状況を見つつ、発注。在庫適正化しているため発注ロットは大きい。	毎日。在庫の状況を見つつ、発注。発注するのは、1日10社ほど。
3	支払明細は送っている？ （送っている場合は郵送？FAX？）	請求書は送られて来ないので、支払明細を郵送している。	買取品と委託品がある。 買取品・・・請求書を生産者に出してもらっている 委託品・・・売れた分に対して支払明細を出している	買い取り方式のため、送っていない。	委託販売のため、本部で取りまとめて生産者様に販売数を報告している。	本は委託販売、食品は買い取り。 納品時に請求書と突き合わせてチェックしているので、支払明細は発行していない。
4	生産者に対し、納期に縛りを設けているか？	乳製品：中1日、大手：中1日、中小：中2～3日といった具合に緩い決まりはあるが、絶対ではない。	納期は明示している。対応できない場合は、その旨を記載しFAXで送ってもらうようにしている。	特になし。	特になし。	特になし。翌日着の対応を取っているよう。
5	多頻度小ロット発注に対応したいか？	バックヤードが狭く在庫は極力持ちたくないため、本来であれば多頻度小ロット発注が希望であるが現実的にはできない。	バックヤードが狭いのでできれば対応したい。	希望なし。 業者にて最低ロット数を決められているため、多頻度小ロット発注ができない。		希望なし。
<b>生産者（メーカー、取引先）に関して</b>						
1	何社くらいと取引があるか？	200～300社。常時取引しているのは、そのうちの50～100社程度。	500社程度。	300～400社。	227社（2,000アイテム）	300社程度。
<b>イベントに関して</b>						
1	イベントは実施している？	結構な頻度で実施している。	ほぼ毎日実施している。	不定期実施分と、毎週末実施分がある。		チャレンジイベントを1か月に1回実施。その他、イレギュラーに特別展示など。
2	イベントの納品はどのようにされている？	通常の納品と同じ。宅急便が多い。	業者が持ち込んでくる場合と宅急便等で来る場合もある。			

### 共通課題

ほぼすべての店舗がFAXによる発注を行っており、アナログ運用  
 店舗側としてはバックヤードが狭いため、**多頻度小ロットでの納品を希望**  
 しかし最小ロット数はサプライヤー主導のため必要以上の量が納品されてしまう



## 8 . 生産者（サプライヤー）様へのヒアリング結果

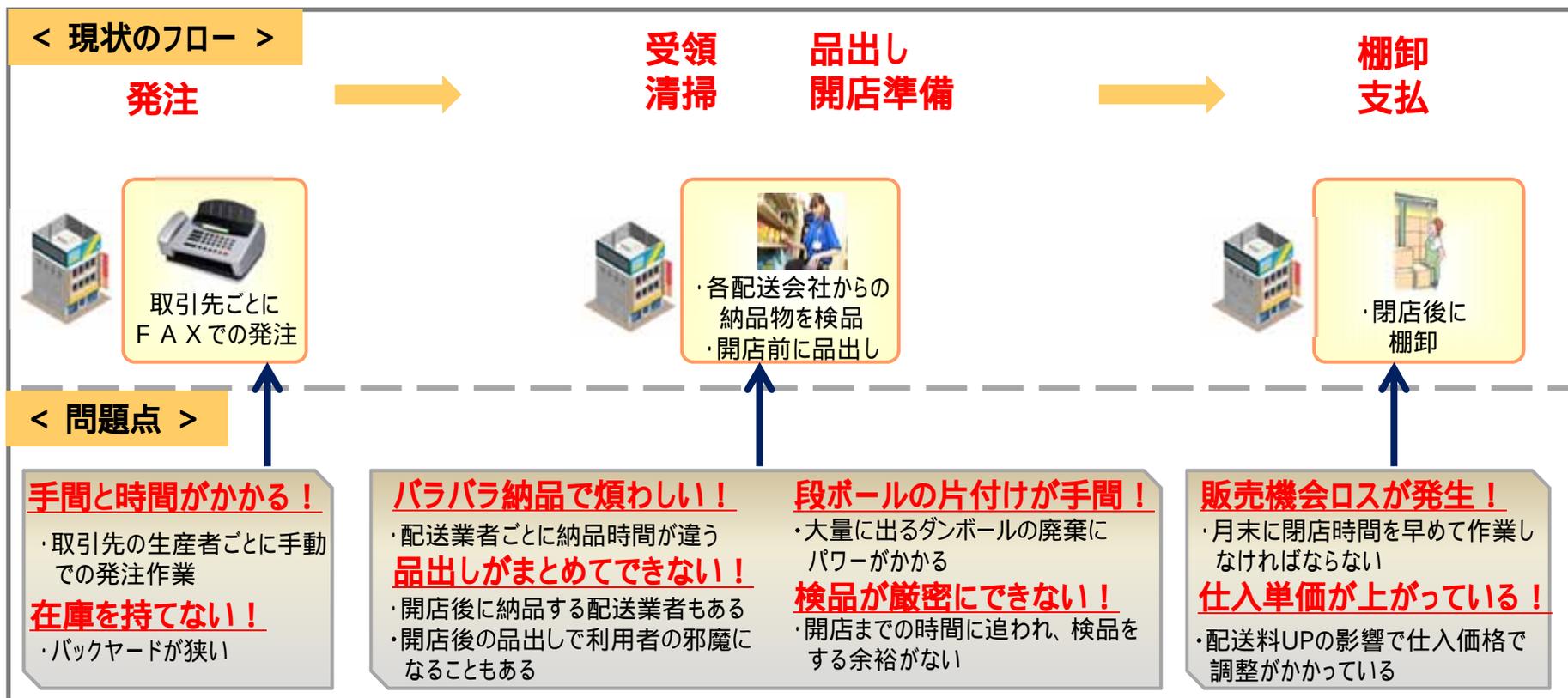
YAMATO SYSTEM DEVELOPMENT CO.,LTD.

NO	社名	取扱商品	都道府県	ショップからの注文方法	ショップからの注文頻度	発送対応	配送料負担	その他 困りごと
1	A社	ラスク、焼き菓子	山形県	FAX	毎日ある	依頼日から5日	生産者負担	
2	B社	卵	山形県	TEL	毎日ではない	原則、午前発注で即日発送。 (アンテナショップ側で午前発注して頂ける)	生産者負担	
3	C社	かまぼこ	富山県	FAX	週に一度のペース	基本は週に1回で夕方にFAXがあり、翌日出荷。即日発送は求められていない。	生産者が配送料を負担している	注文が少ないので片手間とのこと
4	D社	豆腐、お粥	福井県	100%FAX	1回の納品時に多めに納品しているため、注文が入るのは月2~3回。在庫切れが近くなった際に、補充の為に注文が入る。	基本的には余裕を持って納品できている。 厳しいスケジュールの場合は納品が難しい旨をアンテナショップに伝えている。	全て生産者負担の発払い	現時点では特に困りごとは無し。 本業の妨げになるようなことも無く、基本的にメーカー側が主導で行えている。
5	E社	魚介類	滋賀県	FAXでの注文。 または電話。	大体1週間に1回程度。	例外を除き、準備次第の発送対応。納期はゆるい。	生産者負担（1回配送当たりの最低ロットを設けている。）	売上が低いことが悩み。
6	F社	ボン酢	高知県	FAX	ほぼ毎日	着日指定があり、それに合わせて発送	生産者負担 (商品金額に送料含まれている)	
7	G社	アイス	高知県	FAX、まれにTEL	1週間に1回程度	着日指定があり、それに合わせて発送	生産者負担 (商品金額に送料含まれている)	注文受付締め時間の取り決めがない。急な依頼はお断りしている。

- ・ 受発注はF A Xでアナログ
- ・ 発送は毎日ではない生産者が多い
- ・ 配送料は生産者（サプライヤ）負担で、昨年の運賃適正化以降、非常に厳しい状態でアンテナとの取引をやめざるを得ない事態が発生している。（または、配送料を運営会社が負担する例が増えている）



作業の流れ（発注～棚卸）



< 店長の声 >

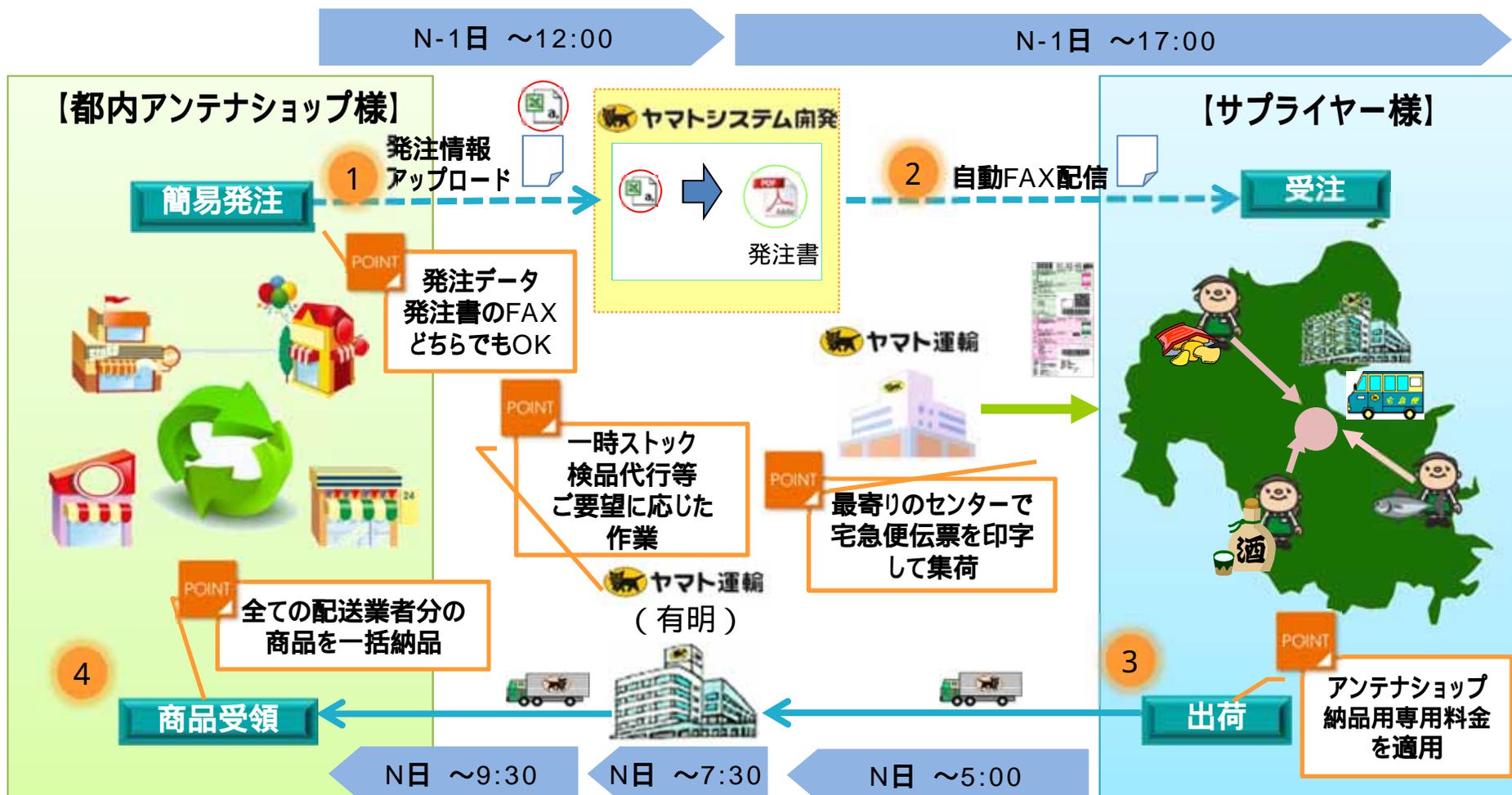
FAXの発注は変えられない

本音は「少量多頻度納品」が希望

時間に追われて検品ができていない

開店時間前に全ての品出しを完了したい

サプライヤーの配送料負担を軽減して仕入単価を下げたい



ヤマト運輸以外の配送業者で出荷された荷物も、有明の拠点で集約し、一括納品。  
アンテナショップ納品用専用配送料金はヤマト運輸の拠点ごとに設定。

提案事例は、参考資料参照。

その他料金はプランニング中。(ヒアリング実施後、概算見積提示実績3社)





## 一括納品

全ての生産者様からの納品物をヤマトで一括納品。受領・検品・品出し業務を効率化！

効果

作業時間短縮！  
在庫削減！  
売上向上！

## 受発注業務支援

手動で行っている発注書のFAX配信を自動化・電子配信。EDIにも対応可能！

効果

作業時間短縮！  
ペーパーレス化！

## 一時ストック

店舗の倉庫保管分の商品をお預かりし、必要な時に必要な量の納品に対応！

効果

倉庫賃料削減！  
欠品の防止！  
配送料削減！

## 出荷業務支援

出荷指示・伝票作成業務を自動化。Web上での進捗確認。

効果

出荷業務簡略化！  
出荷状況のリアルタイム把握！

## 納品実績データ提供

納品実績データを毎日送信。翌日欲しい商品を、必要な量だけ選択！

効果

店舗在庫削減！  
少量多頻度納品の実現！

## 催事支援

生産者様 店舗、もしくは店舗 駅、百貨店、企業等の催事場所へ納品。

効果

出荷・返品業務  
時間短縮！  
配送料削減！

## 販促支援

ポイントカード会員向けに、ギフト商品、イベントの案内のDMを安価に発送！

効果

売上向上！  
会員データ  
精度向上！

## 決済代行

多数の小取引分の決済処理を一括で代行。サブライヤーの希望のサイトにも対応

効果

売掛金回収の  
スピードアップ！  
事務処理作業の  
軽減！

## 手ぶらで買い物支援

購入者の受け取り希望場所へ即日配送！持ち帰りが不可能な商品も購入可能！

効果

購買単価UP！  
売上向上  
利便性向上！

## 免税店対応 ( )

ヤマトにて免税一括カウンターを設置！精算や専用の梱包にも対応！

効果

外国人観光客の  
売上向上！

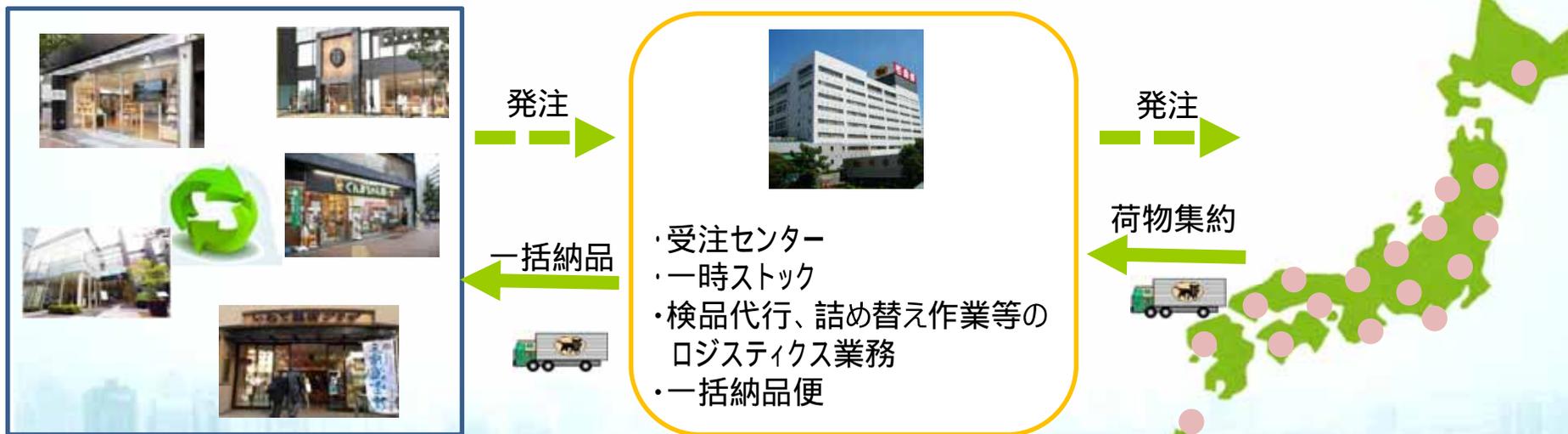
# 必要なサービス・機能のみを自由に選択、 組み合わせせてご利用いただけます！



都内アンテナショップ様

ヤマトグループ

全国 サプライヤー様



都内のアンテナショップ様を1つの「タウン」として見立て、ヤマトグループで商品の発注～納品までの調達業務・物流をワンストップで支援します。

アンテナショップ業界全体の  
コスト削減・業務効率化へ!!!



「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」配布資料より

(9) 「クルーズ 100 万人時代」実現のための受入環境の改善

○クルーズ船による訪日旅行を通じて、地域を活性化させるため、クルーズ船の受入環境整備を加速化させ、2020 年「クルーズ 100 万人」を目指す。

・ 港湾周辺で行われる数年後のイベントの予定など、寄港スケジュールの立案に必要な情報を、外国クルーズ船社等にウェブサイトを通じて英語及び日本語で積極的に発信する。【新規】

・ 「全国クルーズ活性化会議」と連携して、クルーズ船社のキーパーソンを招請し、我が国各港への寄港の安全性や寄港地周辺の魅力をプロモーションするとともに、この招請の機会を捉え、港湾管理者及び自治体との商談会を開催する。【改善・強化】

・ 既存施設を有効に活用しつつ、クルーズ船の寄港増や大型化に対応するため、クルーズ船とバスの乗換導線の改善、無料公衆無線 LAN 環境の整備など、物流ターミナルや「みなとオアシス」におけるクルーズ船の受入環境の改善を進める。【新規】

・ 地域製品の販売拡大を図るため、地方整備局が港湾管理者と連携して、クルーズ埠頭における臨時の免税店届出制度の活用を強かに促す。【新規】

乗船中にあらかじめ、地域産品を掲載したカタログやWebサイトを閲覧してもらい、到着前に注文を受け付ける。



到着した港湾に、出国前に注文した地域産品が届く。



港湾に免税一括カウンターを臨時設置し、申請に対応する。

全て  
ヤマトグループで  
対応

クルーズ船での訪日観光客の免税手続に対応することにより、各地域の特産品を地元や都内のアンテナショップのみではなく、訪日観光客に全国で販売できるようにする

更 地産他消 促進

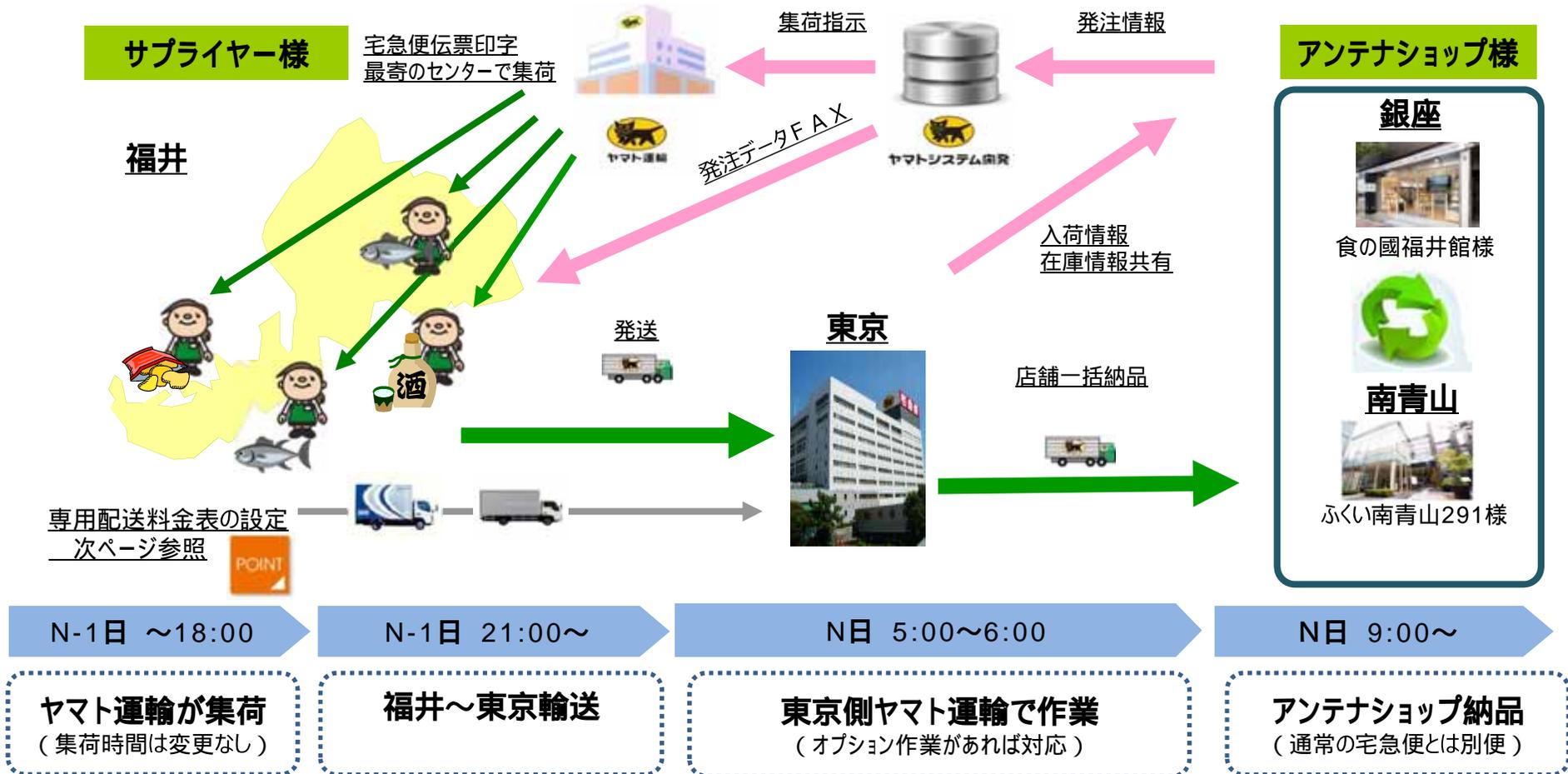


【現状の課題】



サプライヤーの **配送料の負担を軽く** したい！  
**仕入れ単価を下げ** たい！  
南青山店・銀座店 **2店舗の納品を1つ** にまとめたい！

【ご提案概要図】アンテナショップ行き 専用配送料の設定・一括納品





【ご提案内容とメリット】

サプライヤー様へ…

1 アンテナショップ様向け商品  
専用配送料金の設定 (税抜)

サイズ	配送料	(定価)
60	@600	@700
80	@600	@900
100	@600	@1,100
120	@650	@1,300
140	@750	@1,500
160	@850	@1,700

システム利用料込み。クール料金別途。

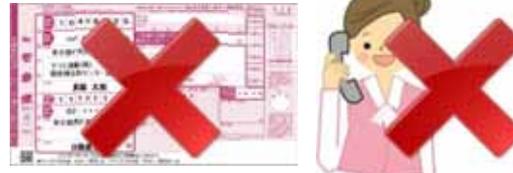
100サイズの場合



配送料45%削減!

サプライヤー様へ…

2 出荷支援システムのご提供



「伝票の手書き」「集荷依頼の連絡」  
不要!



あらかじめ印字された  
伝票を最寄りのヤマトが  
持参して集荷



出荷作業時間  
短縮!

アンテナショップ様へ…

3 仕入れ単価の引き下げに  
つなげられる



商品の代金 + @200 → 商品の代金 + @100



仕入れ単価DOWN!

< 2次フェーズとして… >

- ・ 2店舗分の納品 一本化対応
- ・ 一時ストック対応
- ・ 午後便臨時対応

など

【応用例】



4ケース納品希望

残り4ケース

ヤマトで一時ストック



< アンテナショップ様のメリット >

店舗内在庫の削減! 少量多頻度納品の実現!

< サプライヤー様 >

配送料の削減!

【今後の展開】

8月中旬  
企画確定

9月上旬  
サプライヤー様説明会

~ 9月末  
稼働準備

10月~  
本稼働・効果測定



【ご提案概要図】 ヤマトボックスチャーターによる発店マージ



POINT

サプライヤー様へのメリット

持込み or 宅急便の近距離利用と、まとまったロットでの出荷による配送コスト削減  
簡易梱包による作業時間短縮

POINT

いわて銀河プラザ様へのメリット

一括納品による業務負荷軽減・作業時間短縮  
開店時間繰り上げ・人件費削減の可能性が見込まれる  
一時保管利用による、ストックヤード削減、少量多頻度納品の実現

想定される効果 ( シミュレーション ) と検討事項

【いわて銀河プラザ様向け効果】

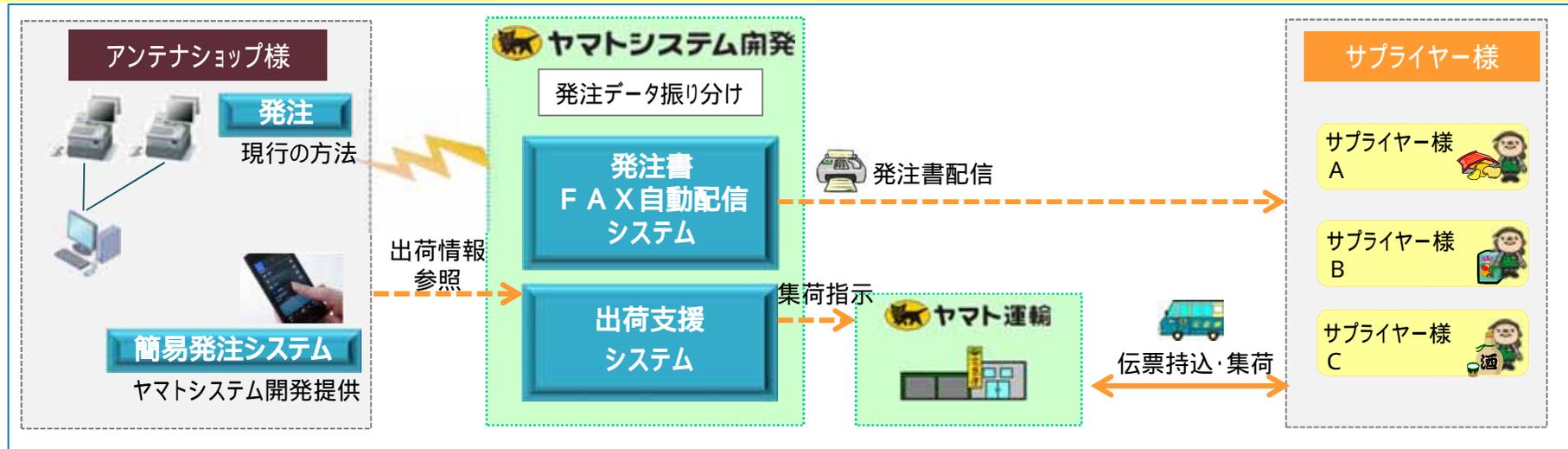
- 1. 人件費削減効果 約 90,000円 / 月の人件費削減
- 2. スtockヤード賃料の削減効果 約 100,000円 / 月の賃料削減
- 3. 開店時間繰り上げによる効果 約1,600,000円 / 月の売上UP

【サプライヤー様向け効果】

- 1. 配送料削減効果 約37%の削減  
(例：@953 @600)

東京ベースでのオプション作業を活用した場合にかかる費用が 約1,200,000円 / 月と試算されるため、費用対効果が懸念事項。

岩手県産様契約料金利用のサプライヤー様にとっては逆にコストUPとなるため、スケールメリットが出ない。



## 概要

### アンテナショップ業界共通で使える簡易発注サービス

アンテナショップ様は、現行のシステムもしくはスマホを利用した簡易発注システム（ヤマトシステム開発提供）より、発注データをアップロード。発注データをヤマトシステム開発で振り分け、サプライヤー様へ**発注書のF A X 配信を自動**で行う。（FAXでの送付でもOK）  
 発注データを利用し、サプライヤー様への集荷指示を最寄りのヤマト運輸に連携。届け先のアンテナショップ様情報が**プレプリントされたシール伝票を持参**する。（もしくは、サプライヤー様側でレーザープリンターで簡単に印刷できる）  
 アンテナショップ様からは、サプライヤー様の**出荷状況がWeb上閲覧**できる。

## メリット

### 【アンテナショップ様】

発注業務の**作業時間短縮、ペーパーレス化**ができる。  
**出荷情報のリアルタイム把握**ができる。**納品対応スケジュールの計画**が立てられる。

### 【サプライヤー様】

出荷業務の**作業時間短縮、業務の効率化**が図れる。



お問い合わせ窓口



**ヤマトシステム開発**

<http://www.nekonet.co.jp>

東京都江東区豊洲 5 - 6 - 3 6  
プライムスクエア 5 階  
DCMデータソリューション事業部

担当 : 森下 のぞみ

TEL : 03-6333-0412  
Mail: [notesuka@nekonet.co.jp](mailto:notesuka@nekonet.co.jp)





# 表参道・新潟館ネスパスの概要

平成27年8月7日

表参道・新潟館ネスパス館長 鈴木正志

# ネスパスは、コチラ！



地下鉄表参道駅A2出口から徒歩1分！  
表参道ヒルズ脇

# 東京 表参道はこんなところ



東京 表参道を歩けば、流行を先取りできるスポットがいっぱい。  
世界の流行の最先端をゆく日本一おしゃれな場所として、常にトレンドを発信し続けているエリアです。

# 東京 表参道はこんなところ

世界のトップブランドが華やかさを競う街。また、デザインやIT関連の会社も多く、日本中へそして世界へと情報が発信される街。

**表参道は集積効果とパワーアップ、イメージアップが期待されるエリアです。**

原宿から表参道駅前まで続くケヤキ並木が街の雰囲気を作り出しており、この通りに沿って競うようにオフィス・住宅・商業施設が建ち並び、海外高級ブランド店も数多く出店している、他に類を見ない華やかな雰囲気を持った街です。

# ネスパスこれまでの経過

平成 9年6月	(財)ニューにいがた振興機構が首都圏情報発信拠点施設として開設
平成17年6月	県産品試験販売実施
平成18年2月	表参道ヒルズオープン
同年 4月	(財)ニューにいがた振興機構と(財)にいがた産業創造機構の統合
同年 12月	リニューアルオープン(物産販売スタート)
平成22年3月	年間入館者百万人突破 (1,079千人)
平成22年6月	観光センターで旅行商品販売
平成25年9月	地下飲食店舗リニューアル

# 新潟館ネスペースの目的

新潟県の特産品の販路拡大！  
交流人口の増加！

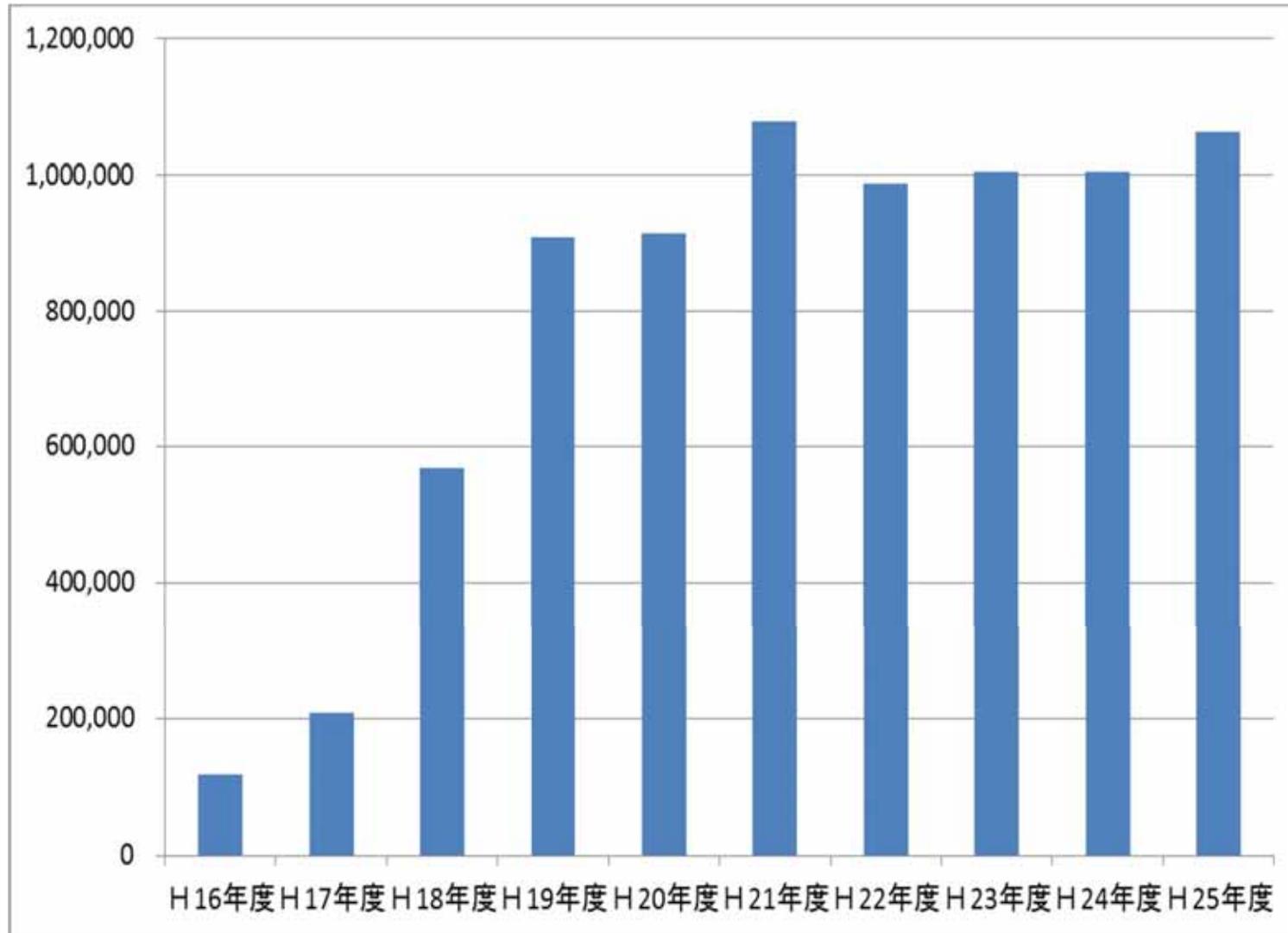
新潟の地域産業の活性化！

新潟ファンの拡大！！

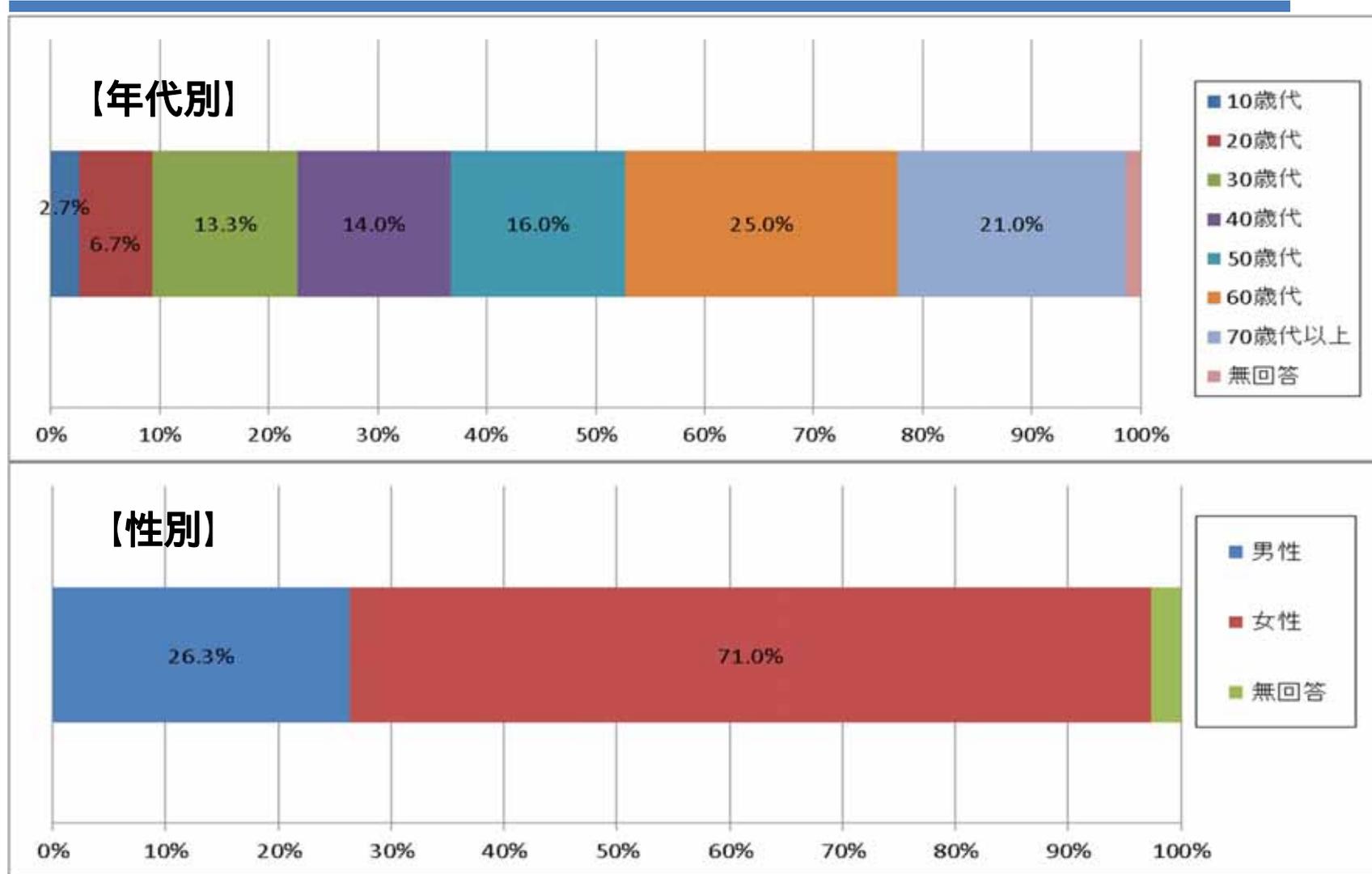


# ネスパス入館者状況

(単位:人)

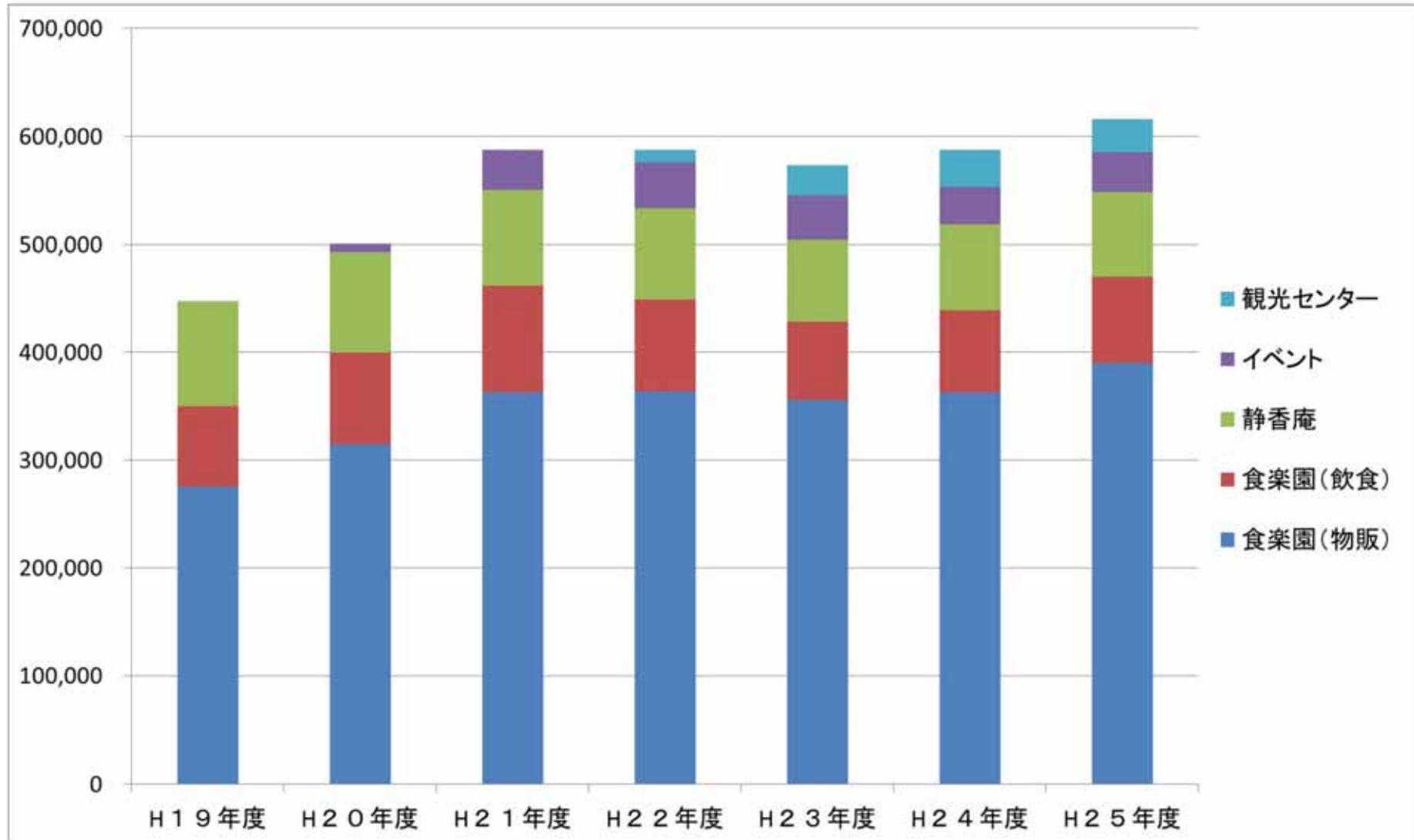


# ネスパス入館者状況



# ネスパス売上状況

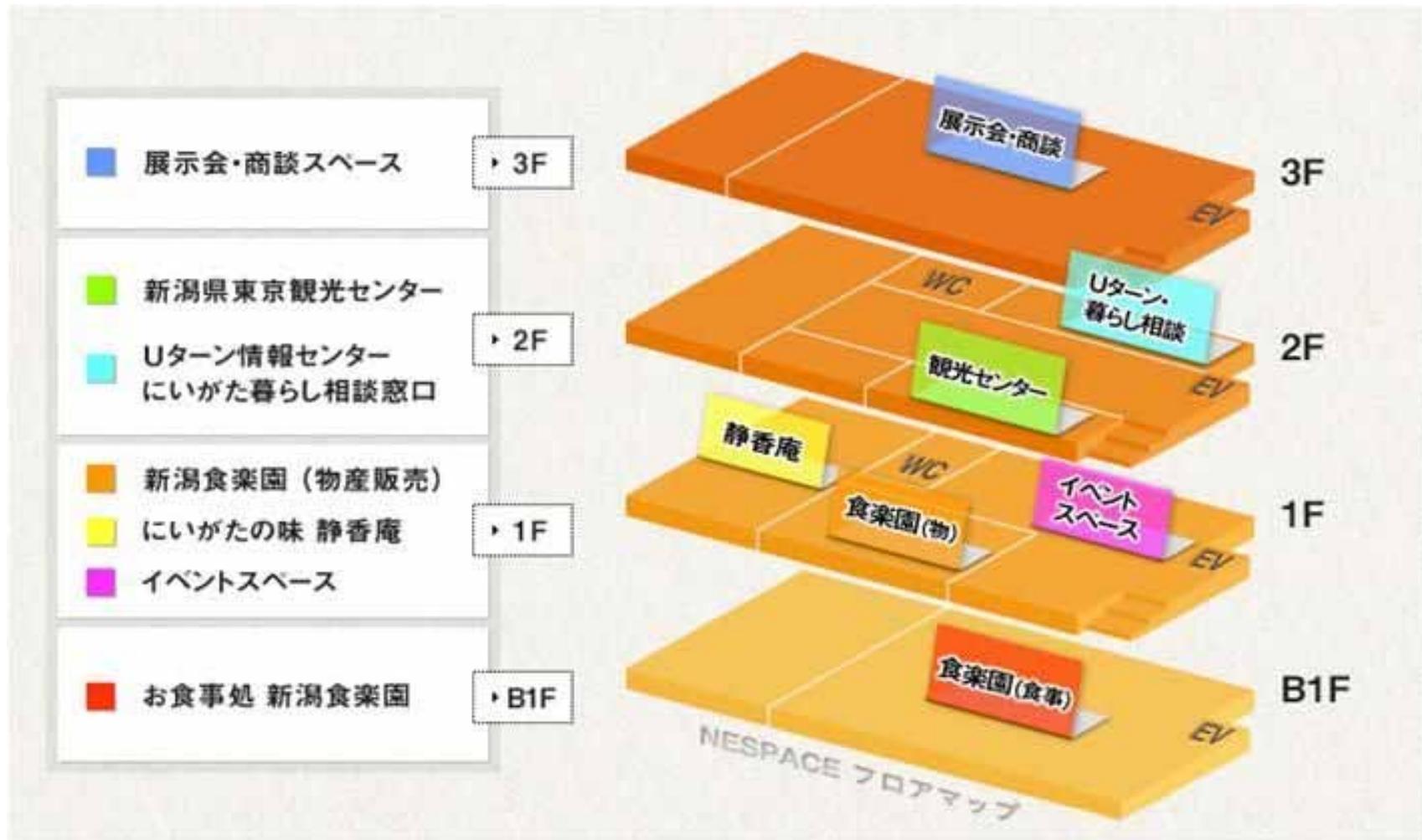
(単位:千円)



# ネスパス 施設の概要



# ネスペース 施設の概要



# 食樂園 ( B 1 飲食 )



# 食樂園（飲食）



# 食樂園 ( 1 F 物販 )



# 静香庵 ( 1 F )



# 静香庵



# 東京観光センター（2F）



- ・ 観光センターでのオリジナル旅行商品の販売
- ・ 個々のニーズに応じた新潟旅行のサポート  
(H26年度 送客人数 2,072人(チケット販売を含む))

# Uターン情報センター（2F）



- ・ 県内のハローワークとの求人情報の共有
- ・ 移住相談窓口も併設  
(H26年度Uターン相談件数 2,119件)

# オープンオフィス（2F）



- ・ 9区画(1区画 2.65㎡)  
(自治体2ブース、民間2ブースの使用)



# 展示・交流スペース（3F）



# 消費者情報フィードバック

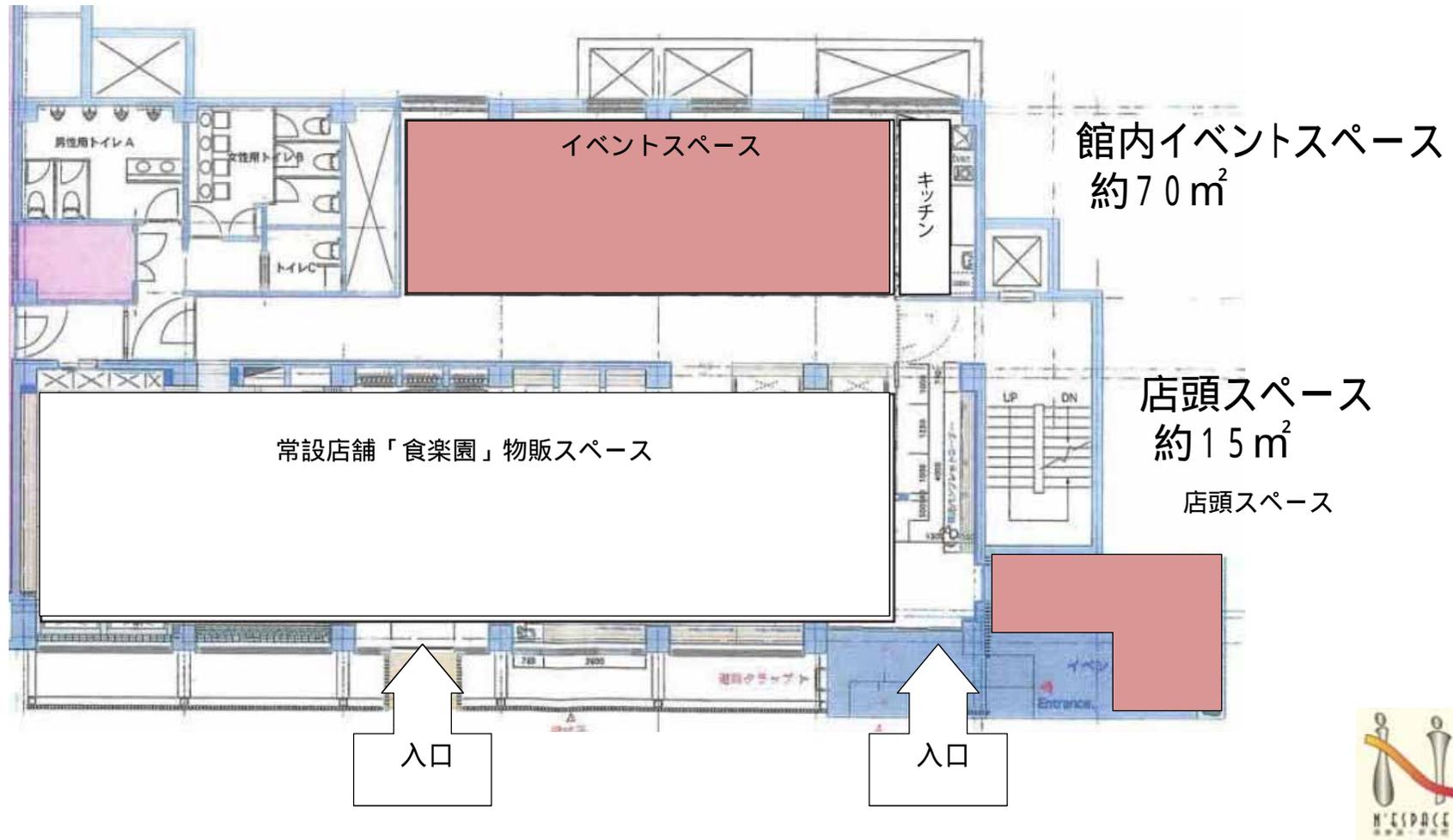
< テスト販売事業 >



< 消費者モニタリング事業 >



# ネスパスイベント



# ネスパスイベント



長岡花火パブリック  
ビューイング



県観光協会冬フェスタ



アンテナショップ  
フェスティバル



市町村イベント(燕市)



# ネスパス特別イベント



料理教室inネスパス



ネスパス寄席



鯛車inネスパス



味噌づくり教室



# ネスパスイベント

## 平成26年度 ネスパスイベント 主催者別 開催数

月がまたがる場合は初日の月でカウント

	ネスパス (物産)	ネスパス (企画)	NICO	市町村	県観光	組合	県施策	計
4月	3	1				1		5
5月	1	1	1	2				5
6月	2			2	1			5
7月	1	2		1		1		5
8月		2		1		2		5
9月				5				5
10月				5		1		6
11月		1		5		1		7
12月				4	1			5
1月	1	3		2				6
2月	1	1		3				5
3月	2		1			1		4
計	11	11	2	30	2	7	0	63
	22							

# ネスパスイベントへの出店について

## 地域の認知度向上

日本最大の消費地である東京で、地域ならではの特産品や観光PRを行うことで、地域のイメージアップや認知度の向上へと繋がっていきます。

## 観光誘客

地域の特産品と観光地が結びつくことで、来訪の意識が高まるきっかけとなります。

## 対面販売による商品PRと消費者ニーズの把握

消費者との会話や試食提供等を通じて商品の魅力を分かり易く伝えることで、商品や生産者のファン獲得に繋がっていくとともに、消費者の声を直接聞くことで、今後の商品開発(改良)のヒントが見つかることもあります。



# ネスパスイベントへの出店について



〔基本ブース〕

販売台：3m × 1m

（長テーブル4本抱き合わせ）



冷蔵・冷凍商品を扱う場合は、  
販売台に代えて同規模の冷蔵・冷凍  
ショーケースをレンタルにてご用意  
（レンタル費用は出店者負担）

# ネスパスイベントへの出店について



## 〔出店料〕

付属設備使用料、ごみ処分費として  
1日当たり2,200円

民間団体が自社のPR  
を目的に開催する場合  
は、使用面積、使用時間  
に応じて使用料金を徴収

## 〔主な設備・備品〕

IHクッキングヒーター、電子レンジ、冷凍・冷蔵庫、電気ポット、炊飯ジャー、クロス(茶色、水色)、のぼり竿、木製ベンチ、DVDプレイヤー、65型モニターテレビ、ガラポン抽選器等



# ネスパスイベントへの出店について



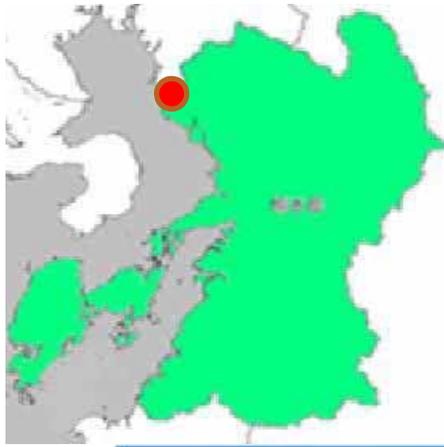
〔外テント〕  
サイズ:2.4m × 3.6m



〔H25年度平均販売額〕  
ネスパス主催イベント  
平均販売額 約16万円(4日間) / 1社  
最高販売額 約43万円(4日間) / 1社  
市町村等主催イベント  
平均販売額 約67万円(4日間) / 1団体  
最高販売額 約139万円(4日間) / 1団体



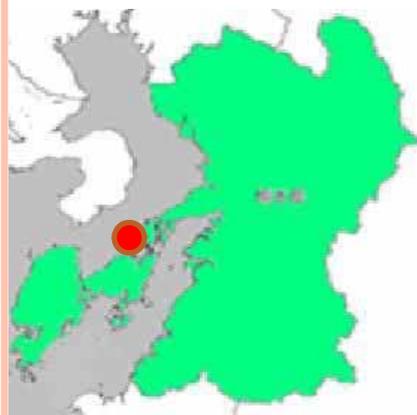
**ご静聴ありがとうございました。**



世界文化遺産登録「明治日本の産業革命遺産」  
製鉄・製鋼、造船、石炭産業

まんだこう  
**万田坑** (熊本県荒尾市)





世界文化遺産登録「明治日本の産業革命遺産」  
製鉄・製鋼、造船、石炭産業

みすみ にしこう  
三角西港 (熊本県宇城市<sup>うき</sup>)



# 第11回自治体アンテナショップ情報交換会

銀座熊本館の取組みについて

平成27年8月7日(金)





おかげさまで銀座熊本館  
は平成26年10月4日で  
20周年を迎えました。



# 1 銀座熊本館の概要



## 所在地

中央区銀座 5 丁目 3 - 1 6

- ・[JR有楽町駅]数寄屋橋方面出口より徒歩5分
- ・[東京メトロ銀座駅]B9出口もしくはC2出口より徒歩2分



## 設置目的

- ・首都圏における熊本県の観光・物産・文化等の情報発信や販路拡大。



## 業務内容

1 F 「くまもとプラザ」……特産品販売

2 F 「くまモンコーナー」……くまモングッズを販売

- ・食品 約 1,000 点
- ・工芸品約 約 100 点
- ・日用品約 約 100 点
- ・くまモングッズ 約 100 点



2 F 「ASOBI・Bar」……県産品を提供

- ・球磨焼酎
- ・馬刺し
- ・からしれんこん など



観光コーナーでの観光情報

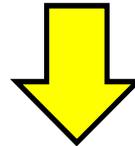
- ・観光コンシェルジュによる観光案内
- ・観光パンフレットの提供など





## 2 銀座熊本館の運営体制

店舗（くまもとプラザ、ASOBI・Bar、くまモンコーナー）の運営



（一社）熊本県物産振興協会に委託

- ・ 熊本をPRしつつ、売上もとれる商品構成（商品選定）
- ・ フェイスブックやDM等による情報発信
- ・ 首都圏情報の熊本へのフィードバック
- ・ インターネットを活用した通信販売



### 3 銀座熊本館の売上・来館者数

#### 店舗売上

H23年度	205百万円
H24年度	251百万円【122%】
H25年度	279百万円【111%】
H26年度	257百万円【 92%】

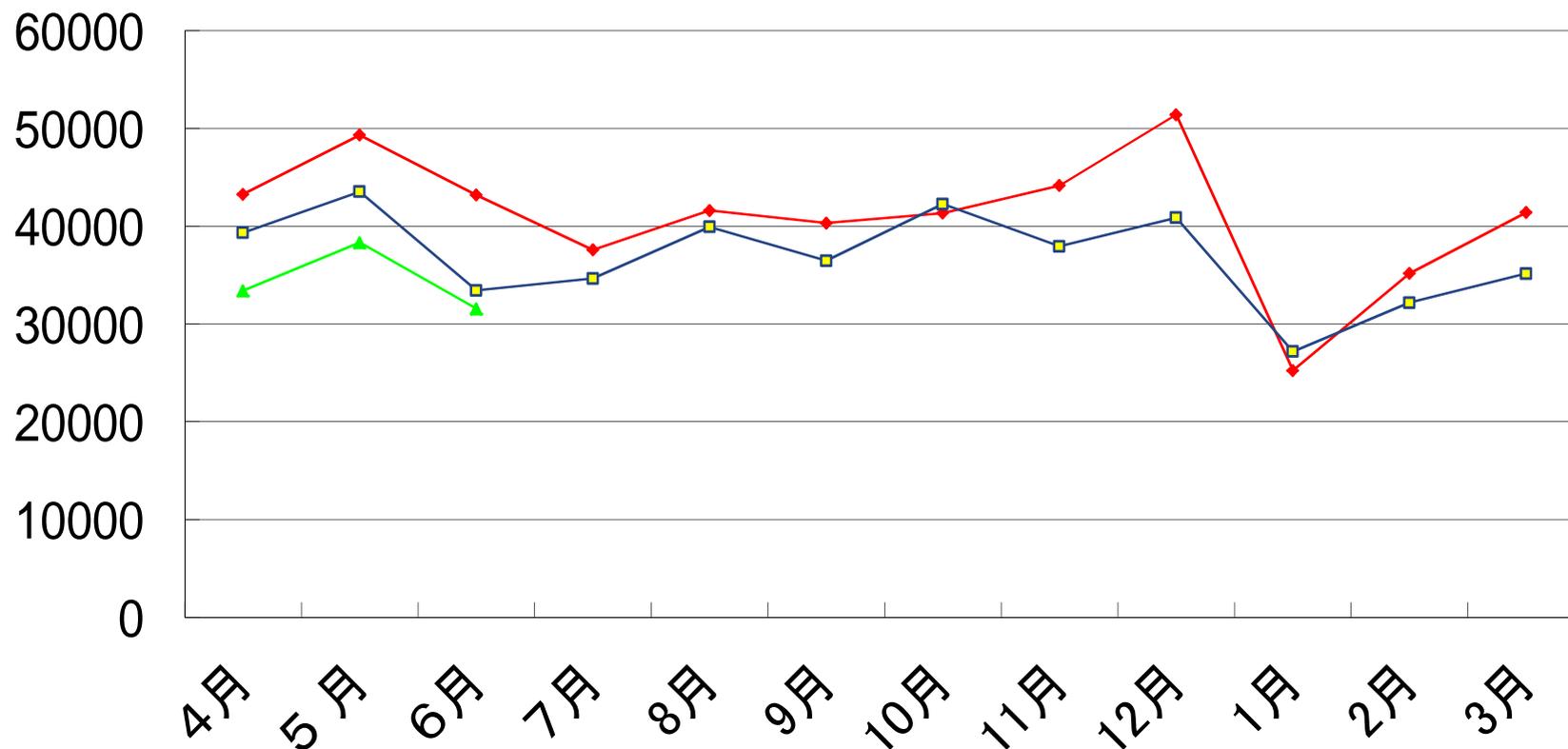
#### 来館者数

32万人
43万人【134%】
49万人【113%】
44万人【 89%】

【 】内は前年比



# 銀座熊本館の来館者数

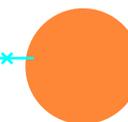


—◆— H25 来館者数

—□— H26 来館者数

—▲— H27 来館者数

—×—





## 4 販路拡大等に向けた取組み

### 各種フェアの実施

#### 市町村フェア

- ・県内市町村の特産品PR
- ・販路拡大に向けた市場調査

【H26実績】          10     回  
                             66     日間



上天草市フェア

#### 銀座熊本館フェア

- ・旬の県産品等をフェアとして取上げることで、熊本県の食をPR
- ・販路拡大に向けた市場調査

【H26実績】          27     回  
                            204    日間



ワインフェア

### くまモンを活用した取組み

- ・メディアでのPR
- ・ファン感謝祭
- ・各種イベントでのPR



# フェイスブックやDM等による情報発信



# 銀座熊本館

銀座  
熊本館  
GINZA KUMAMOTO



くまもと  
赤  
熊本

2F ASOBI 6ar  
Bar Menu  
ASOBI 6ar  
ASOBI 6ar  
ASOBI 6ar

熊本  
赤











# 球磨焼酎



# 商品構成比

菓子



15.2%

野菜



7.3%

工芸品



1.6%

水産品



9.7%

一般食品



36.6%

酒



6.8%

くまモングッズ



12.6%

畜産品



6.2%

日用品



1.7%



## 売上ベスト10 (2014年年間 数量ベース)

1位	熊本いきなり団子 (1個)	約29,300個
2位	陣太鼓	約12,900個
3位	黒糖ドーナツ棒	約12,300個
4位	からしれんこん	約10,700個
5位	徳用ちりめん	約9,200個
6位	南関あげ (小)	約8,700個
7位	プティマロン	約7,000個
8位	山うにとろふ	約6,400個
9位	御飯の友	約5,800個
10位	デコポンストレート	約5,300個



購買単価  
1,446円



単価 70円 ~ 162円





## 5 くまもとファンを増やす取組み

アクション1

品揃え

熊本をPRしつつ売上もとれる棚作り（商品構成）

商品選定会議にて新規商品の取扱いを決定

### 【審査項目】

- 1 原材料・こだわり・地域性
- 2 食味
- 3 パッケージ
- 4 販売価格
- 5 原価率
- 6 ロスリスク（入荷ロット・賞味期限）
- 7 既存商品とのバランス
- 8 客層との合致

### 【その他】

- ・ 添加物の有無、塩分濃度
- ・ 食品表示、産地証明



# 銀座熊本館マンスリー情報

7月

## ワインの日

菊鹿シャルドネ  
毎月20日に解禁！  
限定10本  
※お1人様1本限り店頭販売のみ

## くまモンの日

毎月12日♪  
今月は2Fでお買い物の方に限り  
先着100名さまに  
素敵なプレゼントがあるモン★  
(※くまモンは来ません)

## ポイント2倍デー

★毎月第2木曜日  
(今月は9日)  
※くまモンのポイントカードの方が対象  
★雨の日

## パンの日

毎月12日  
究極のメロンパンなど、  
人気のパンを取りよせます！

## 南関の日

毎月第3金曜日  
(今月は17日)  
お徳用南関あげ限定販売  
限定40袋！298円

## あさぎりの日

毎月第2水曜日  
(今月は8日)  
豆乳 / 豆乳マヨネーズ / 鶏の  
炭火焼き / 三角あげなどの  
あさぎり町の特産品の販売

## 入荷情報

- おとうふ  
第1・3・5金曜日…たしろ屋  
第2・4金曜日 ……内田安喜商店
- シャーシー牛乳、飲むヨーグルトなどの乳製品  
毎週水曜日 ……山のいぶき

## その他イベント情報

- 【フェア】
  - ハ代いぐさフェア (6/30～7/5)
  - ひやっとクール(アイス、夏酒)フェア(7/7～7/20)
  - BBQ フェア(7/22～8/2)
- 【販促】
  - ホシサン (焼肉のたれなど) 試食販売 (7/22)
  - 松合食品 試食販売 (7/25)

# 南関の日

新しい切り口で商品の訴求を試みています。



限定商品の特別販売(第3金曜日 40個限定)



## アクション4

## お客様とのコミュニケーション



おいしさや違いを  
知っていただくための  
試食による販促

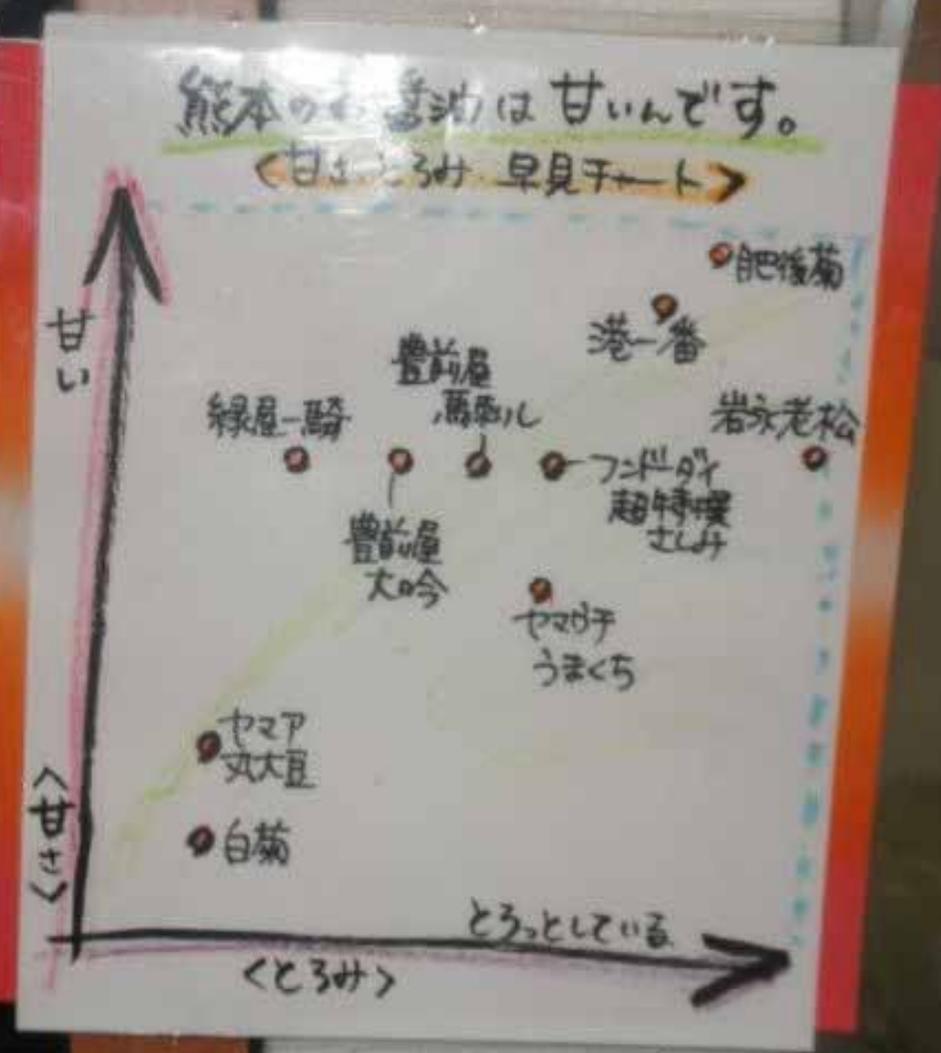


店頭では、

## 商品情報の提供



商品選びの指標として  
スタッフのテイスティング  
による分析情報を活用



幻の極醸 肥後菊



# 最後に



銀座熊本館では、これからも

熊本のブランド力の向上を図り、首都圏における  
販路拡大を目指します。

くまモンと共に、熊本の魅力を積極的に発信し、熊本  
ファンを増やします。

