

「関東砥部焼祭り in 貝殻亭」結果報告

【開催の主旨】

- ①砥部焼の魅力を広く訴求し、砥部焼大使として砥部焼の認知度向上に貢献する。
- ②初めての試みの中でどのようなイベントが好まれるのかを確認し、次回への参考とする。
- ③普段目にすることが少ないアイテムを展示し、砥部焼の魅力を再認識してもらう。
- ④新規の近隣地区居住者の方々に改めて山椒房の存在を知らしめ、顧客作りの機会とする。
- ⑤プロモーションの強化により、来店頻度が低下した顧客に訪店のきっかけにしてもらう。
- ⑥貝殻亭リゾート全体でイベントを実施し、日常生活に結びついた器として認識してもらう。
- ⑦八千代市と砥部町の親善のきっかけとして、今後も定期的開催のためのノウハウを確立する。

【各店実施内容】

①仏蘭西料理 貝殻亭

店内ロングテーブルにて青達窯、青芳窯の一品物を展示



砥部焼の器を使用した特別コース料理を期間限定にて提供



1月20日～2月15日 ランチ、ディナー ¥3,500
前菜・お魚&お肉のダブルメインディッシュ・
デザート・コーヒー
お魚を西岡工房の器に（お箸で召し上がりいただく）
写真は 鮮魚のポワレと鹿肉コンソメ味の大根
～春菊のスープ仕立て

②Le jardin du Soleil

“女性陶芸師作品展”と題し、2階カフェにて青達窯、きよし窯、大西窯の作品を展示



www.gpi-group.co.jp

カフェメニューとして砥部焼を使った期間限定のデザートセットを提供
ご利用のお客様に中田窯、禎山窯のスプーンをプレゼント



2月1日～11日
抹茶とホワイトチョコのムースとお飲み物セット
980円（1日限定 10セット）

③ダイニングカフェ清祥庵

来店されたお客様に砥部焼で柚子茶のウェルカムドリンクを提供

④砥部焼の店 山椒房

砥部雛人形を前面に集中陳列し、ひな祭りのプロモーションを強化



週替わりでお買い得品を設定し、10%の割引を実施
期間中 3,500円以上お買い上げのお客様には進物箱を無料サービス
開催日より先着 100名様に伊予柑をプレゼント（好評のためさらに 100名分を追加）

【砥部焼を使ったイベント実施】

“砥部焼ライフスタイル教室”と題しエコキャンドル作りとミニ盆栽作り教室を開催
“エコキャンドル作り教室”

エコキャンドル作りについては、昨年ハロウィンフェスティバルで経験しており
対応は1名で運営可能であり、進行も容易に実施できた。

（1月23日、2月6日、13日の計3回 計6組 14名様の応募）



www.gpi-group.co.jp

“ミニ盆栽作り教室”

ミニ盆栽作りについては今回初めて開催するため、事前の準備（苗、苔、土、用具の購入、器の底の穴あけ）や、当日の進行手配などで苦労した。盆栽作りは圧倒的な人気で募集人員を大幅に上回る応募があった。（2月7日、14日の計2回 12組20名様のお応募）



開始する前に、砥部焼の紹介、窯元さんのご好意によりお譲りいただいた二級品についての説明、エコについての弊社の考え方などを説明させていただく。ご自宅で長年使用され、欠けてしまった器をご持参されたお客様もいらっしゃった。毎回、終了後に楽しかったとのお言葉をいただき、砥部焼の新たな魅力を見つけていただけたと思う。次回の開催を要望されるお客様が多かった。

【事前の告知について】

年末大売出しのDMにて事前の告知 600通

自作チラシの配布 300枚（専用チラシ出来上がりまで使用）

専用チラシ作成 6000部（3000部は弊社各店にて配布、3000部を1/15近隣地域に折込）

地域情報誌による告知 ukiuki新聞（近隣地域にて150,000部発行）に全4段広告掲載

自社HPによる告知 12月に山椒房のHPをフルリニューアルし砥部焼祭りの専用ページを作成

<http://www.gpi-group.co.jp/tbf/>

地域情報サイトによる告知 八千代ナビ！気になるお店レポートに掲載

<http://yachiyonavishop.seesaa.net/article/140015146.html>



www.gpi-group.co.jp

【期間中の各店の状況】

仏蘭西料理 貝殻亭

貝殻亭としても初めての試みで、お客様の反応がどうなのか不安ではあったが、約 60 名のお客様からご注文いただいた。ロングテーブルに展示された砥部焼のオブジェに興味を示されるお客様も多く、スタッフとの会話のきっかけになり、砥部焼のアピールが果たせたと思われる。

Le jardin du Soleil

作品を展示することで、カフェ利用後のお客様を山椒房へ誘導が出来た。ただし肝心の期間限定のデザートセットについては不振に終わる。器が陶磁器で中身が見えないことで、イメージが伝わり難いことが一因と思われる。

清祥庵

寒い日が続いたこともあり、砥部焼での柚子茶のサービスは好評。

清祥庵で使用しているものと同じ湯飲みは販売しているかとの問い合わせをいただく。

山椒房

山椒房の訴求を中心に実施したことと、各店で訴求効果もあり客数が大幅に増加。また贈答品の需要が増え、過去に無い売上を示す。さらに雛人形をお求めになるお客様が多く、例年のない動きを示した。

それぞれのお店でお客様へ配布した砥部町観光ガイド案内マップは、1500 部を超え（産業建設課よりお分けいただいたもの）、砥部町の紹介にも多少は貢献できたと思われる。

【次回への課題】

- ①新規ファンの獲得に向けて今一度、素朴さと新しさを持つ砥部焼の感性をどうアピールするか。
(品揃え、陳列展示方法などを再検討)
- ②現在お取引いただいている窯元さんだけでなく、様々な窯元さんの作品紹介ができないか。
(長年に渡る顧客はかなりの数を揃えており、新たなアイテムへの期待大。)
- ③モチベーション需要・ギフト需要への対応強化。
(今回、雛人形に対する反応が非常に良い。)
(ご進物としてお買い上げのお客様が多い。)
- ④テーマを持った作品紹介の強化。窯元さんの個々の個性をどう表現するか。
- ⑤日用品として生活に溶け込んシーンをどう表現するか？
(料理を盛った画像、生花を活けた画像など)
- ⑥山椒房だけでしか手に入らないアイテムの開発。
- ⑦山椒房以外の店舗で砥部焼と結びついた魅力ある商品の開発。
- ⑧砥部町と八千代市の親善をより深めるために何が出来るか、さらに検討が必要。



www.gpi-group.co.jp