

# 展示会ごっこごっこ



Sleeping beauty experiences a virtual dream. Vega weaves the dream, assists her and shares senses. Vega is happy when Sleeping beauty eats delicious foods. But Vega is possessed by an evil spirit. She made bad use of support system. It can compel all to Sleeping beauty. Sleeping beauty is tormented and waiting the hero. But Vega is dreaming, discovery and confining her. She made sleeping beauty look like a wrongdoer. Vega threaten her and forced many vows.

## 《展示会とは?》

市中に市立ちや、人でにぎわうのが、世のならわし…。

これからお話しするのは、市は市でも業者用。

卸し売り業者サンや小売り店サンが、売り物となる商品を求めて集まる『展示会』についてです。

なにをかくそう、わが社がここまでやってこれたのも、くだんの『展示会』でたくさんのお客さまとお知り合いになれたから…。

というわけで、展示会よもやま話。話のタネにいかが？

はじまり、はじまりい〜♪

## 《はじめに〇〇ありき…。》

まず、商談に必要なのが、売り手（出展者）と買い手（来場者）。

過去にどのくらいの出展者と来場者があったかが、展示会の人気の目安。

とはいえ、今は日本一の東京ギフトショーも、最初からそうではありませんでした。（日本一といっても、ギフトや雑貨の分野での日本一。）

弊社がはじめて出展したのも、十年以上前のことです。

世界中から人が集まるといふドイツの某展示会は、常に満員御礼。

出展したい人は空き待ちです。ついでにいうと、屋台の席もおしくらまんじゅう…。注文・調理にくわえ、水を配る係も必要だとか…。

※以降は、弊社が毎回 出展中のビジネスガイド社 主催『東京ギフト・ショー』（ただし、東展示棟）を基本とした内容です。他の展示会とは異なるところもあるはずですが、あしからず…。

まず、出展したい人は 主催者サンにお金を払い、会場となる東京 国際 展 示場（ビッグサイト）内に展示用スペースを確保。

このスペースを『小間』または『ブース』とよびます。

1小間は、幅3×奥行き3×高さ2・7メートル。

十数年前の初出展 以来、1小間でがんばってきましたが、商品数の多さから音をあげ、数年前から2小間。予算は倍ですが、効果アリ！。

さて、春のお花見でも大事なのが場所取りですが、大手サンが最優先。

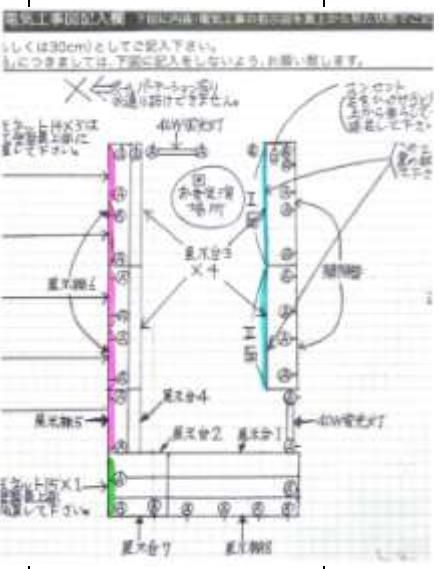
一〇小間〜二〇小間 使うわけですから、虫食いだらけになる前に選ぶのは トーゼン。あとは抽選です。（勝敗は時の運？）

### 《小間のセッティング、もとい設営》

大手さんは自分で業者を指定、専用のセットを設営しますが、ふつうは 主催者サン指定の業者サンに依頼、電源・照明・展示用の机や棚・イス・消火器・弁当など、もろもろを用意してもらいます。（有料）

やりかたは、渡される申込書や届け出書に、必要事項を書き込んで、期日までに郵送するだけ！

照明や展示棚の配置は、小間の略図に記号などを書き入れて指定。色を使うと親切？  
(業者さんも人間。ときにはミスも…。)



展示物の多いわが社は、数だけならば数百種類！

『いざ、展示！』というときも、時間不足は確実に残業届け必須。

一個一個箱から取り出して包装をはぎ、バランスよく配置するのはタイヘン！そこで、少しでも手間を減らすため、あらかじめ展示物をむき出しにしてエアークャップ（ぷちぷち）で軽くくるんでおきます。

（グルグル巻きにするとかさがはってタイヘン！また、セロテープをベタベタ貼るとはがすのが面倒。特に危ないものだけを嚴重梱包。）

堅いハコものは、おなじもの同士でつめて、スキマをクッションで。

小さなものは、ぷちぷちをしいた仕切りつきお菓子箱に入れます。

さて、意外とバカにならないのが値札立て。置くだけで、小さな展示物が見えなくなったり、展示用のスペースが半減したり…。

そこで最近では、値札をラベル印刷。展示物に直接貼ります。

凹凸があつてはがれそうなら、値札ラベルを厚紙に

貼った裏にセロテープで輪ゴムをつけ、くくりつけます。

（インクを焼きつけただけのラベルは痛みやすいので、

荷造り用の透明テープなどでカバーするとベター。）

ヒモつき値札にラベルを貼ってストラップ風につけてもヨシ。難しいなら展示物に輪ゴムをはめ、その輪ゴムに…。Tシャツ類は、新型安全ピン♪

最近では、分かりやすいよう専門用語を一般的な言葉に置き換えています。

『参考 上代』↓『希望 小売 価格』・『下代』↓『卸値』など。



たとえば今回の陳列の参考にするための自社小間撮影であっても、事務局に連絡して許可をとり、警備員サンにつきそってもらわなければならない。なぜ、そこまで？と思われるかもしれませんが、アクセサリ等のデザイン盗用防止が目的のようです。

デザイナーさんの苦勞のたまものが、お披露目の場を利用してコピーされてはたまらない…と。宝飾メインの西棟は、特に嚴重なまよう。

《搬入日（はんにゅうび）》

展示見本や配布サンプル、事務用品などを会場に運びこむ『搬入日』は、基本 展示会 初日の前日。（設営業者サンは、そのさらに前日にトンテンカントンテン♪ 小間に着くと、嵐の後の静けさ？ を感じます。）

さて、カンジンの運送手段ですが、業者サンに依頼して小間まで直接 配達もヨシ、自前がんばってもヨシ☆

かくいう我が社も、かつては車と宅急便！

脚立の脚が車の窓を割らないよう、さかさ箱を作ったのもいい思い出…。



基本は、会場地下の駐車場に車を駐車。（エレベーター付近がベター）

台車に荷物を乗せ、エレベーターで1Fへ昇り、ホール内の小間に届けてはトンボ帰りの、ピストン輸送。（1F外に駐車して、搬入出用シャッターからホールに直接 運び込むことも可能）

エレベーターが搬入用としては小さく、いつも列に並んでは待ったもので

す。(余談ですが、折りたたみ式の台車は、チヨー便利！)



台車や脚立は、似たようなデザインが多く、ウツカリ他の方のを持っ  
てしまう方も…。とぎとぎアナウンスがかかっていますね。

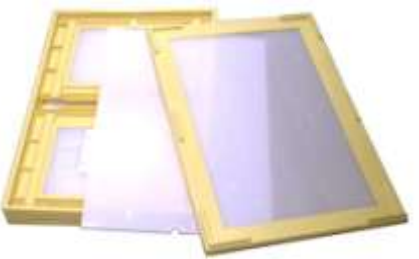
『〇×さまの台車を借りた方。ただちに返却して下さい。』

見まちがわれることのないよう、シールや名札を貼っておきましょう♪

あと、こればかりは運ですが、小間が搬入搬出用のシャッターに近いと、  
秋場は さむい風がびゅーびゅー入ってきますので、ジャンパー必須。

(お外の喫煙所から モクモクがながれてくることも…。)

昔は段ボール箱で荷物を運びましたが、今は『パタコン』なる、折りたた  
みBOXを使用。(組み立て後に、底板←をはめないと倒壊のおそれあり！)



荷物をつめるだけ つめたら、専用のストッパーつき台車に段づみ、でっか  
いラップを巻いて倒壊防止&ホコリ対策。(上にもかぶせるとベター。)業者  
さんを待ちます。大きな荷物は集荷前日にレンタルのコンビテナーを配達し  
てもらって搭載。(コンビテナーは、タイヤの大きさ、もとい床高が機種ご

とにビミョーに違い、コッチに載せるとトラックに積めるのが、アッチのに載せると積みなかつたり…。(ご注意！)



車輪止めは、ラップ巻きの際にも便利♪ 風のある日に屋外へ出しとくと、フタがとんでいく。

(→は倉庫に置いた状態で手抜き。運ぶ際はBOX間にフタが必須！)

会社前の道路にトラックを横づけしての積み込みは、歩行者に迷惑。サイドミラーをたたんだり、進路をふさがないようにスキマをあけるなど、注意が必要です。(誘導はプロでないとかえって迷惑&キケン！)

カゴ車もベンリなようで、よそ様に見習い次回から試すつもりです。小間に運び込み、車輪どめをON！ラップをはずして陳列開始♪

### 《搬出(はんしゅつ)》

最終日のお片付け、『搬出』のタイムリミットは、午後4時の閉会から6時までの2時間！

ぶつかりあっても壊れないもの同士で同じBOXにバサッとつめこむなど省略はしますが、展示物が多いわが社はやはり時間不足。

そのため、案内状で告知してますように、午後3時から片付け開始！

モチロン、通路にはみ出して荷物をおくなどの迷惑になる行為はさけて、ヒツソリと…です。なにより、あんまり早いと主催者サンに失礼になります。

さて、閉会時刻が近づき客足もまばらになってきたら、お披露目が必要な新製品とカタログを残して、ドンドン片付けます。トーゼンですが、壊れやすいものを下にしくのはNG！急ぐとはいえ、慎重に…。

（帰ってから整理すると二度手間ですが、ないソデはふれません。）

まあ、今でこそ二時間ですが、昔は 5時閉会〜6時撤収の1時間…。

出展者と設営業者サンが押しあいへしあい、平行作業。天国と地獄！

## 《ビラ配りのハジメへ？》

会期中は、新製品のお披露目に加え、その場で注文を受けたりで、てんやわんや。

まあ、おとずれる方の大半は『とりあえずパンフレットだけでも持ち帰って、あとで検討しよう。』って感じなんですがね。それでも、毎回 出展しているオカゲで、それとなく信用もついてきています。

さて、今でこそ慣れたものの、ハジメは右も左も分からない…。

通路をゆく方に、ビラを渡そうとしちや逃げられて、そのたんびにガックリきたもんです。

でもまあ、何年も出展していると、さすがに気づいてくるもので、足を止めたからってすぐ声をかけちゃいけないことが分かってきました。

なにせ、こちらをのぞきこんでる中には『今は関係ないけど、後学のためにのぞいてみようか。』という方もけっこうな割合でおられます。

最近では、来場者 数万人の中にウチと取引する可能性のある方は1%以下、ということ念頭に置き、肩の力を抜くようにしています。

つまり、誰か来ても 最初は様子見…。長居するようなら案内させていただ  
きます。もちろん中には「ちよつと見させてください。」とハッキリおっし  
やる方もいて、そういう時はそつとしておきます。

「(パンフレットを) 一枚ください。」と言われたら、どうぞどうぞで、な  
にか聞かれないかぎりは つきまとわれないように気をつけます。

もとはといえば、飛び込みのセールスじゃ効率 悪いから、展示会が重宝さ  
れるようになったわけで…。

なにしろ、飛び込まれるほうは どの馬の骨がやってきたかと、疑心暗鬼  
にもなるし、飛び込む方も イチかバチかで飛び込んで追い返された日には、  
泣きたくもなる。(大手の幹部候補生は、修行で突撃?)

その点、ちゃんとした展示会なら、売り手(出展者)の身元は主催者が調  
査済みだし、過去にそれなりの実績(来場者数)のある展示会なら、出展す  
ることで売り込むチャンスも見込めようというもの。

実際に商談してみて、折り合いがつかなければ それまでのこと…。  
よくできたもんです。

### 《小間での演出》

今は、商品でもある『手すきの紙』にお習字した  
ものを衝立(ついたて)に吊るす程度ですが、

昔は、発泡スチロールの看板や額入りのポスター  
なんかで小間をデコレーション。脚立にのっでの  
セッティングはタイヘンでした。





品物を並べるだけで手一杯ということも  
ありますが、何年も出店しているうちに  
それなりに名前が売れてきたのも事実…。

お香の実演は、灰皿スタンドを使用。

フタをはずし、タバコの灰をためるための  
容器に受け皿を設置。竹芯香を焚きます。

（お香の先端が、お客さんや周囲の可燃物に  
ふれないよう、現在はビン香炉を使用中。）

そうやってお香を焚いてると、

集客効果バツグン！…とまでは

いかななくても、関心を持つ方も

それなりで、竹芯香の使い方を説明する際にもいい見本となっております。

広い会場で目をひこうといっぺんに複数を焚いたら苦情がきたこともあり、  
（食品関係？）以来 一度に焚くのは一本のみです。

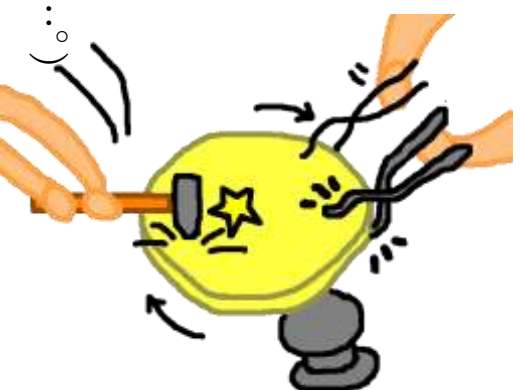
消防署サンのチェックも毎回 ビシッ！としたもので、ちゃんと消火器を備  
えているか、まわりに燃えやすいものがないか、何を焚くのか、道具は何か  
…。こちらも身が引き締まります。

最近、手打ちのリンの『トントンカン！』を

ノートPCで流してますが、思った以上にいい宣伝。

映像の力はバカになりません。

（毎度おなじみの音楽は、打ち消されるため、休止中…。）



## 《老山 白檀 あれこれ》

白檀（びやくだん）はいい香りがする木、香木（こうぼく）の一つ。仏前で焚く『抹香』や『お線香』、『扇子』『仏像』の材料として有名。

同じ白檀でも、インドのマイソール地方産は、油タップリ♪他の地方の三倍以上、他国産の十倍以上の油量をほこります。（オマケに成分も異なるとか…。）ただ高価なだけあって、購入には注意が必要。

あるときなど、通りすがりの来場者さまが お連れさまに講釈されているのが耳に入ってきて大慌て！

「あれ、（きつと）ニセモノだよ。昔、（よそで）だまされたんだ。」

大急ぎで「ウチのは本物ですよ〜？」と弁明しましたが、以来、自作のパンフを用意。これが意外と好評ですぐはけるのですが、プリンター印刷だとワリがあわず、企画会社と相談して本格印刷。

その際、商品に添えようとツイデに刷った

ミニ注意書が大当たり♪品名ラベルも貼ると、

見栄えがまさしくダンチガイ！（説明イラストで売りやすいのかも？）

## 《アンティークIIインテリア?》

本来なら骨董品をあらわす英語『アンティーク』ですが、日本では『インテリア』の意味合いで使われることも多く、ムード作りに役立てば、その真贋（しんがん）を問わない風潮があります。

賓客の接待に使う高級レストランならまだしも、たまに家族で行くところの『それ』が本物かどうかなんて、聞くだけヤボってもんです。

なにしろ、ホンモノの『アンティーク』は、高価でニセモノもあるほど。



ものによっては、文化遺産で国外持ち出し禁止。

昔作られたっただけの家具でも、入り値で？万円ですから、必然、ワザと野ざらしにするなどしてこしらえた『アンティーク風』のもの（安い！）が買いやすいわけです。

あ、モチロン、きちんと説明した上でお買い上げいただいていますよ？

骨董品（？）に限らず、木製品にひそむ虫や虫の卵は、頭痛のタネ…。電子レンジでチン♪なんて荒業もあるのだとか。（金属は×！）シンナー系塗料が使われてたら大問題ですが、インドではテロ防止に厳重な保管義務があり、天然系塗料のほうが使いやすいそうです。

### 《特価品・事始め》

お次は、特価品にまつわる話をご紹介します♪

『へム チャンダン香』のお徳用（百本入り）は、人気商品ゆえに箱不良が五百個もたまったことがありました。（たまったもんじゃない？）

そこで、中のお香を取り出し、チャックつきビニール袋に三個分入れ、ラベルを貼って特価で販売したら大ヒット！

喜んでいいんだか、悲しんでいいんだか、今では半ば定番商品。

（そのぶん、良品の売り上げは減少…。うまい話はありません。）

このあたりは、『香りのツボ・香油セット』も同様…。

『素焼きアロマポット』のちよいワルにラベンダー精油1ミリをセットしたら、中ヒット！今では専用ラベルをこさえ、良品を売る始末…。

お香は香皿と、香皿は お香とセットだと、売れ行きがダンチガイ。(完結)  
したものが好まれる?)クリスマス ギフトや福袋、サービス品(無料配布)  
にもおよびがかかります。ただ、そこで大事なのがラベル!

たいていは売り場に見本を置かれてますが、それでも最低限の説明は必須。  
まあ、特価であれ なんてあれ、本当にほしい人の  
手に渡って、みんながハッピーになるといいなあ、  
と考えるものであります。エヘン!

### 《掛け値なしの掛け売りナシ?》

弊社では基本、『代金 引き換え』か『前入金』のみ…。

『掛け売り (後払い)』OKは、お取引数回 以降の審査後です。

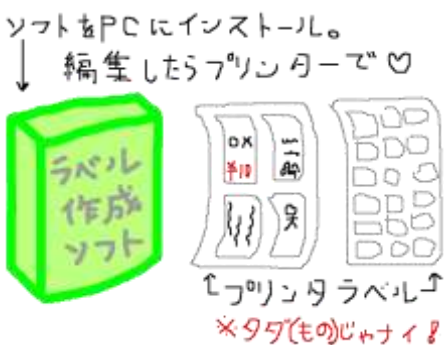
最初から掛け売りOKなら、もっと商売も拡大したはずですが、同時にコ  
ゲつきも かなりのものになったハズ…。オマケに、チャント審査した後で  
も、連鎖倒産となれば どうしようもありません…。

そのため、「なんとか、掛け売りしてもらえませんか?」とのおたずねにも、  
「なりません。」の一点張り。

### 《会場で発注された場合の納期》

昔は会場で受注したその日に出荷をこころがけていましたが、今は特にお  
急ぎでないかぎり、翌週 出荷。(ふだんは、可能な限り即日!)

「出展・来場ともに、営業まわりや社員旅行を兼ねての上京も少なくな  
く、ときには「帰らないうちに届くと困る。」といわれることも…。



また、大きなものやかさばるものをご発注の方には「倉庫を整理する必要があるから、遅めでヨロシク♪」なんて言われることもあります。

まあ、たとえ翌週出荷でも、着日を指定する場合は 受注がたまるごとに一日ずつ 着日をずらしていかないと、おしりに火がつきます。

### 《カタログ作成録 その壱・へ文字?》

文字色は社長直伝、原則『黒』。『白地に黒文字』がイチバン読みやすいからです。「ココだけは、目立たせたい!」というところは『赤文字』。

書体も、明朝体かゴシック系。変わった書体は読みづらいため、業者用としてはNG。(人によっては縦書きがよいといわれたり?)

### みやすい書体、大歓迎! パッと目が大事☆よくよく目案じめされい。

十数年前はパソコンも性能が低く、社長がフウフウ言いながら、限られたスペースに商品の情報を

詰め込もうとして、目をいためておられました。

今はその役目も私にバトンタッチ。当時の社長の

苦労とはくらべらものになりませんが、展示会前後は、目を酷使しないよう注意します。(タイマー必須!)

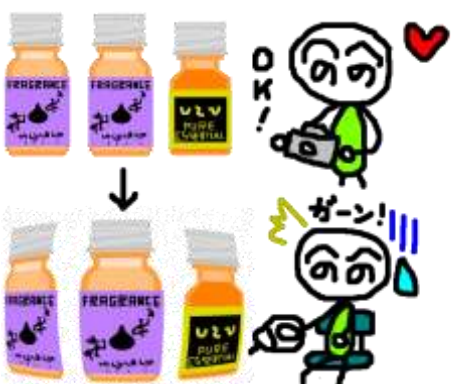
### 《商品の撮影》

肉眼とカメラでは見え方がちがってまして、

うっかり近くから撮影すると、イザPCで

画像を加工するときショックを受けます。距離を

はなしてズーム撮影がベター。(上からなら脚立?)



また、アルミや真鍮など金属ものは、カメラマンや周囲がカガミのように映ります。（よく見ると顔が！

心霊写真？）最近では、蛇口撮影のプロに依頼。

いい仕事してます♪（カメラも特殊だそう…。）

## 《写真の加工》

パソコン上で写真を加工するさい、拡大していくとだんだんぼやけ、最後は方眼紙のマスに色を塗ったような、モザイクになります←

撮影に使うデジカメの解像度を

高めに設定しておく、ぼやけず

キレイに刷り上がるのですが、へたを

すれば、データが大きすぎて印刷できません。

だからといって低めの設定だと、いざ印刷してみたら

ぼやけてた、なんてことも…。ですので、まずは高解像度で撮影し、パソ

コン上で低解像度に加工。データを縮小すればよいのですが、加工した写

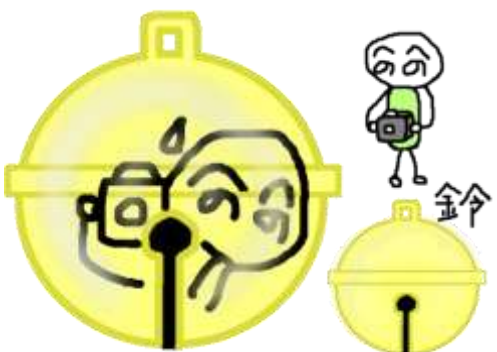
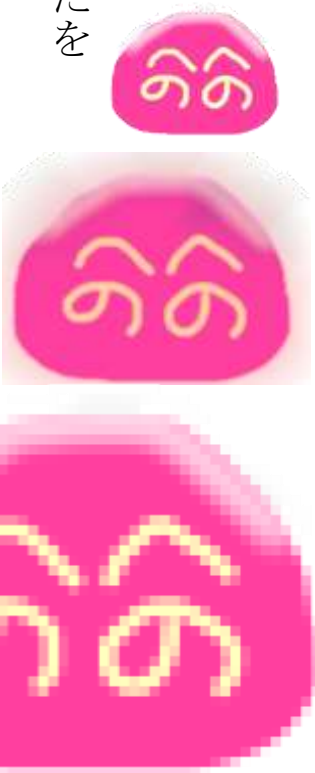
真を別名で保存して、原型を温存しとかないと泣きを見ます。

（昔は確認メッセージが出ませんで、ウツカリミスもしよつちゅう…。）

さて、印刷でバカにならないのがインク代。プリンターは自動機械のため、ウスイ灰色であっても、真っ白でなければ必ずインクを使います。

ために、余白をぬりつぶすときは、RGB全てが二五五の『完全な白』を使います。弊社でも、それでインク使用量が従来の半分以下になりました。

（完全な白に設定しても、2〜3回バケツを使う必要があったり…。）



## 《カタログ印刷》

お次は印刷。技術の発展は日進月歩…。かつては、インクジェットプリンターで、百枚刷り上るたんびに紙を手さしでセットし、ときには日曜出勤。今は一度に五百枚を印刷可能なレーザープリンター。

(それ以上、または立て続けに刷ろうとすると、商品写真をたくさん載せてる影響で、プリンターの処理能力をオーバー。ストップ！)

## 《カタログ、とじとじ…。》

紙と枚数によっては、ふつうのホッチキス(と針)ではとじられません。弊社で使用中の用紙だと、十番の針で十枚前後が限界です。

絵の具や色鉛筆のように品種が何十種類もある商品の説明ページは、必要ない方にはムダなため、別紙として綴じたり、省略したり…。

綴じる際は、指サックはモチロン『従来の?%の力でとじられる!』ホッチキスで疲労を予防します。(発明した人、ありがとう♪)

とじ終わったカタログの一部は、

お客様が棚に保管しやすいよう

カタログケースにはさみます。

## 《小間番号のごろ合わせ》

2小間の弊社では、他社の演出に気をとられてウツカリすどおりされてしまうご来場者さまも…。

なにしろ、弊社が通常 出展する東棟5ホールは、おとなりの4・6ホールと仕切りなしで広大面積。テクテク往復して目当ての品を探すのは重労働。



案内状を受け取ったお客様から『会場には行っただけど、（おたくの小間が）見つからなかったよ〜。』と言われたり。

以来、案内状には小間番号の語呂合わせを掲載☆

5 4 2 7 ↓ 5 (こ) 4 (し) 2 (に) 7 (な)。

(お)こしにな (つて〜♪) …く、くるしい?!

《あるとナシでは、大違いく☆》

毎度おなじみの粗品ですが、タダである反面「ちようだいなく☆」とは言いづらいようで、気安く声をかけていただこうと、われらが社長が考えたのが『粗品 引換券』。

お客様は案内状に同封のそれを、スツ…と差し出されるだけでOK!

(案内状自体は、お客様の予定も考慮して、開会2週間前に発送。)

実は、この引換券。ご芳名カードも兼ねてまして、後述のように礼状にもお役立ち中。

やり方はカンタン。案内状の封筒に貼る

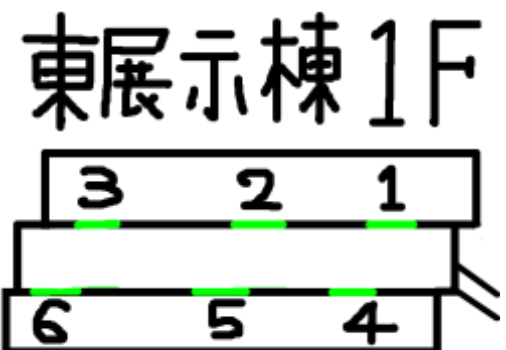
宛名ラベルを一枚 余分に刷っておき、

上のご芳名カードのワク内に貼るだけ♪

(下のワクには、小間番号のラベルを別に刷って貼ります。)

サイズがちようど名刺の倍で、ちぎりやすいミシン目つきのため、名刺ホルダーにはせるのもラクチン。お客様の名刺も減らしません。

横着な話ですが、会期中はまさに戦争。いそがしいと手抜きも…。





## 《礼状》

ご来場の方々に感謝を込めて送るのが、ご礼状…。

星の数ほどある出展者の中で覚えてもらうためにも、

粗品が入ればなおよし！ 弊社では毎回、商品を同封中です。

ただし、お名刺をいただいと住所不明で送付できません

そこで、ご芳名カードを忘れた常連様のお名前は、そのつど書きとめ、名刺をきらした方には住所などを書いていただいています。



ご来場、  
あつく御礼  
申しあげます。

## 《たまにある質問をご紹介♪》

「どこの製品？」「どうやって使うの？」「材料は何？」「毎年 出展してる？」

「おたく、インドの方？」 ※ちがいます。

「よくむこうに行ってるの？」

「会社はどこにあるの？」

「小売と卸で、掛け率はどれくらい違う？」

「いくら以上で送料無料？」

「代引き手数料はつくの？」

「納期は、どのくらいかかる？」

「ここに出されてるものはみんなカタログにのってる？」 ※のってません。

「注文のやり方は？」「合計金額いくらぐらい（または何個）から発注可能？」

「FAX発注用のオーダーシートはある？」「Eメールで注文できる？」

「一個、見本に持って帰ってもいい？」

「この場で買える？」 ※原則 禁止。 即売会を防ぐため。

ナマステ☆



「そリカー、ナニかの

マチがイでしよつ。」

「え？」

アッシが

インド人…？」

## 《忘れ物は、あくりませんか?》

会場内のコンビニで買えるものもありますが、転ばぬ先のツエ。社判を押し済みでないと使えない領収書など、以下ご参考までに…。

帰宅後に無人となる小間に張るKEEP OUTテープ。

名刺とカタログをまとめるホッチキス。(頼まれます)

いただいた名刺をはせる名刺ホルダー。電卓。

納品書&領収書と予備。(社判押し済みのもの)

会場用の受注書。(弊社ではエクセルで作成↓)

自社小間 撮影用カメラ。(インスタントでも可)

前回のアルバム。(前回の配置を参考にするため)

BOXティッシュ&ウェットティッシュ。

サンプルやカタログお持ち帰りようの手さげ。

ゴミ箱。掃除機。(使ったり使わなかったり…)

床掃除用 粘着テープ クリーナー。(コロコロ)

大きいゴミ袋 (都の指定なしでOK! 集めたあとで分別してくれます。)

無地の値札、マジック、値札たての予備。よくはけるサンプルの予備。

某年 某月 吉日 第零刷 発行 (記事と挿し絵) 平野 茂平次 (監修) どくとるダン・ヘンケン

※記事内容は不正確なモノで、独断と偏見がたぶん(に?)含まれます。

### ギフトショー会場&出張用・受注票 ( ページ目)

※選択肢のあるものは、いずれかを丸く囲んで下さい。

(顧客名)	様	(受注者)	/ /	作成
(届け先) 〒	—			
TEL: ( )		FAX: ( )		
(消費税)	あり / サービス(会場内にてお支払いの場合のみ)			
(支払い)	代引き / 前入金 / 会場にてお支払い			
(運賃)	あり / サービス			
(納期)	会期終了後一週間以内 / 追加待ち / 月 日 ( )			
(時間帯)	指定なし / 午前 / 12~14 / 14~16 / 16~18 / 18~20 / 20~21			
商品名	未検	単価	個数	小計
	未	@ ¥	個	¥

