

ニッポン全国物産展

会 期：平成29年11月17日(金)～19日(日)

会 場：池袋サンシャインシティ

主 催：全国商工会連合会

平成29年度 ニッポン全国物産展開催要領

平成29年7月5日
全国商工会連合会

1. 目的

ニッポン全国物産展は、地域資源や伝統技術を活かした新しい商品づくりなど各地域の特色を活かした産品を全国から集め、消費者や流通業者などに対して幅広く紹介することにより、新たな出会いの場を提供し、市場開拓等を支援するとともに、中小・小規模事業者の商品展開力・販売力向上を図り、地域経済の活性化を図ることを目的とする。

2. 期 日

平成29年11月17日（金）～19日（日） 10：00～19：00
（注1）初日オープニングセレモニー 9：30～10：00
（注2）最終日は、18：00閉場
※本年度の全国大会は11月16日（木）に開催

3. 会 場

東京・池袋サンシャインシティ 展示ホール A・B
（面積）Aホール 3,969㎡/Bホール 2,851㎡
（所在地）〒170-8630 東京都豊島区東池袋3-1
TEL03(3989)3486

4. タイトル

タイトル：『ニッポン全国物産展』

5. 出展募集対象及び参加事業者数

- （1）募集対象
全国展開支援事業及び関連プロジェクトで開発された商品等の地域の特色を活かした産品を自社で製造・開発、または販売している中小・小規模事業者
- （2）募集内容
食品・非食品（自社商品・または自社所在地の産品の実演・販売）
- （3）参加出展社
約350社（予定）
- （4）出展社にはニッポンセレクト.comへの出品を推進する。
- （5）場所の割り当ては各都道府県をベースに出展内容等を勘案し、事務局が決定し後日発表する。

6. 入場料

無 料

7. 主 催

全国商工会連合会

8. 会場構成及びイベント計画

(1) 会場構成 (予定)

会 場 名 称	会 場 構 成
エントランス	① 受付・案内 ② オープニングセレモニー ③ 宅配受付カウンター
展示ホール A-1 テーマコーナー	① おらが自慢のご当地フードコートコーナー ② 全国連事務局
展示ホール A-2・A-3 西日本出展ゾーン テーマコーナー	① 西日本特産品展示販売コーナー (近畿、中部、中国、四国、九州、沖縄ブロック) ② ニッポンセレクト.com コーナー
展示ホール B 東日本出展ゾーン テーマコーナー	① 東日本特産品展示販売コーナー (東北・北海道、関東ブロック) ② おやつランキングコーナー

(注)以上を基本構成とし、テーマや企画内容の追加・変更、出展社数によりアレンジを行う。

(2) イベント計画 (案)

① オープニングセレモニー

主催者・来賓の挨拶、テープカットを行う。

② ご当地おやつランキング

47都道府県のご当地ならではの『おやつ』を集約した「ニッポン全国ご当地おやつランキング」コーナーを設け、物産展に来場した消費者による人気投票を実施。知られざる優れた地域製品の『おやつ』を販売・PRし、一般消費者へのアピールと今後の販路拡大につなげていく。

③ ニッポンセレクト.com

ニッポンセレクト×アイドル 「地方創生」をキーワードに、タレント事務所が主催する地方創生イベントと連携し、地域産品をタレントとともに販売予定。普段物産展に来ないアイドルファンを集客することで新たな客層に対して物産展及びニッポンセレクトを広めていく。

④ “おらが自慢のご当地フードコート”

ニッポン全国の地域に根ざしたご当地食、地元に戻ると食べたくなるソウルフードを中心に、おらが自慢のご当地フードコートを設置する。全国の地元人気食を通じて、地域の魅力をアピールする。

(注)予算等により組みかえることもある。

【連携企画イベント】(予定)

ニッポン全国鍋まつり～2017 鍋の陣～(仮)：池袋サンシャインシティ屋外ブース
埼玉県和光市で毎年1月に開催されている『ニッポン全国鍋グランプリ』から過去のグランプリ受賞5社による実演販売が行われる。

9. PR計画

近隣商圏の消費者の誘引と広域からの集客を促進するため、より効果的な告知を図る。媒体については新聞、折込チラシ、DM、インターネット等を活用する。

① 新聞折込チラシ及びポスティング

エリア：会場付近豊島区及び池袋駅乗り入れ路線沿線地域
豊島区・練馬区・板橋区・新宿区・北区・足立区・中野区他(埼玉、神奈川)
折込部数：約40～50万部
配布日：11月中旬
サイズ：B3

② 開催案内 DM送付等

内容：来場促進のため、開催通知・イベント
対象：流通関係者及び一般消費者
発送時期：10月下旬発送予定
○ハガキ 約50,000枚
○ポスター 約6,000枚
○その他 流通関係者には全国商工会連合会より招待状を発送

(注) その他、テレビ等のマスコミに対しパブリシティ広告を依頼する。

PR計画は、予算や効果を勘案し加除する。

10. アンケート調査の実施

(1) 一般来場者アンケート

○実施場所：展示ホールA内

○実施日時：平成29年11月17（金）～19日（日）

○実施内容：初めての来場者数やメディア効果の測定、来場者の構成や満足度等を調査しニッポン全国物産展の成果検証及び今後の事業展開の参考とする為の調査を実施する。

(2) 流通業者アンケート

○実施日時：平成29年11月17（金）～19日（日）

○実施日時：流通業者から見た特産品の評価、及び物産展に対する感想、要望等を吸い上げ今後の販路開拓支援事業に繋げていく足掛かりの為の調査を実施する。

(3) 出展社アンケート

○実施日時：アンケート配信・回収スケジュール(予定)

- ・事前アンケート：2017年10月上旬～中旬
- ・事後アンケート：2017年11月19日（日）※会場で回収
- ・追跡アンケート：2018年1月中旬～2月初旬

○実施内容：ニッポン全国物産展において、事前、事後、追跡アンケートを実施し、流通業者とのコンタクト状況、意見や要望を調査し、成果と評価を検証する。