

ニッポン全国物産展

開催要領

会 期：平成26年11月21日(金)～23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26年度 ニッポン全国物産展開催要領

平成26年6月27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26年11月21日（金）～23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、17:00閉場
※本年度の全国大会は11月20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
中小・小規模事業者（自社で製造・開発、または販売している事業者）
- （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）参加出展者
約350社（予定）
- （4）出展者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 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 (中部ブロック) ② ニッポンセレクト.com コーナー ③ イベントゾーン ④ 全国連事務局
展示ホール A-2・A-3 東日本出展ゾーン	① 東日本特産品展示販売コーナー (東北・北海道、関東、中国ブロック) ② ニッポン全国物産展運営事務局
展示ホール B 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、四国、九州・沖縄ブロック) 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、出展者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ニッポン全国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

全国商工会連合会公式のサイトから厳選された商品を紹介・販売。手軽に地域の魅力溢れる商品を購入できるサイトとその場で購入できるリアルの会場をつなぎ相互の来場・販売増の効果をねらう。

④イベントゾーン

ニッポン全国物産展の商品をその場で楽しんでいただく企画として、会場内で商品購入した方を対象にご飯を用意し、キッチンカウンターで低価格にて販売。購入した地域の味をその場で楽しんでいただくことで、会場の活気を演出し、来場者の消費促進、満足度の向上につなげる。

⑤スタンプラリー

会場内にスタンプ台を設置し、各地方特産品のあたるスタンプラリーを実施する。来場者の回遊・消費促進、ワクワク感を演出する。

(注) 予算等により組みかえることもある。

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、交通広告、折込チラシ、DM、インターネット等を活用する。

(1) 交通広告 (中吊り、駅貼り等)

掲載路線 : JR東日本・東京メトロ西武池袋線・東武東上線

(2) 新聞折込チラシ

- エリア : 会場付近豊島区及池袋駅乗入路線沿線地域
(豊島区・練馬区・板橋区・新宿区・北区・足立区・中野区他)
- 折込部数 : 約40～50万部
- 配布日 : 11月下旬
- サイズ : B3

(3) 開催案内 DM送付等

- 内容 : 来場促進のため、開催通知・イベント内容を網羅した案内
- 対象 : 流通関係者及び一般消費者
- 製作物 : 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) 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26年11月21日(金)～23日(日)
- 実施内容 : メディア効果の測定、来場者の属性、購入した商品カテゴリー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ための調査を実施する。

(2) 流通業者アンケート

- 実施日時 : 平成26年11月21日(金)～23日(日)
- 実施内容 : 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支援事業に繋げていく足がかりのための調査を実施する。

(3) 出展者アンケート

- 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 : 平成26年10月上旬～10月24日
 - ・事後アンケート : 平成26年11月25日～12月12日
 - ・追跡アンケート : 平成27年1月13日～1月20日
- 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。