

# ニッポン全国物産展

## 開催要領

会 期：令和8年 11月20日(金)～22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

# 令和8年度 ニッポン全国物産展

## 開催要領

全国商工会連合会

### 1. 目 的

本事業は、首都圏において大規模な展示販売会を開催し、地域経済を支える中小企業・小規模事業者等がテスト販売、新規顧客獲得等を通じて売上増加、販売力向上を図ることを目的に実施する。

### 2. 期 日

令和8年11月20日(金)～22日(日)10:00～19:00

※最終日は、18:00閉場

※オープニングセレモニーは実施いたしません。

### 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 TEL 03(3989)3486

### 4. イベントタイトル

『ニッポン全国物産展 2026』

## 5. 出展募集対象及び参加事業者数

### (1) 募集対象および内容

- 中小・小規模事業者であること
- 食品・非食品を販売すること
- 商工会(青年部・女性部・壮青年部等の内部組織を含む)での出展は不可

### (2) 出展区分

#### ①都道府県コーナー「都道府県 ご当地フードコート」

出展希望者から申し込み 1 県 2 枠までの出展を基本とする。

※実演をとまなう食品

#### ②都道府県コーナー「都道府県 ご当地物販コーナー」

出展希望者から申し込み 1 県 1 枠までの出展を基本とする。

#### ③都道府県過去人気コーナー「過去人気コーナー」

過去出展している人気出展者コーナー選定は事務局にて対応。

全 30 者選定

#### ④集客企画コーナー（後述 8. (2) 参照）

事務局から個別に出展交渉

### (3) 選定基準

都道府県コーナーの各県枠数を超えて申し込みがあった場合や、商品・地域が重複する場合、以下の基準により出展を調整する場合があります。

- 地域色（地域の資源や消費者イメージと合致するか）
- 地域バランス（各県や地域のバランスが取れているか）
- 商品カテゴリー（農畜海産物や飲食料等のバランスが取れているか）
- 売上見込（開催 3 日間で 51 万 5 千円以上の売上を見込めること）

### (4) 出展規模

約 200 者

### (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	受付・案内 宅配受付カウンター
第1会場 (展示ホール A-1)	1.酒ズキ横丁 2.スイーツセレクト&ひとくちセレクト 3.ドリンクスタンド 4.未来へつなぐ復興マルシェ
第2会場 (展示ホール A-2・A-3)	1.都道府県ご当地物販コーナー 2.都道府県ご当地フードコート 3.過去人気コーナー
第3会場 (展示ホール B)	1.都道府県ご当地コーナー 2.過去人気コーナー 3.キッズアライズ

(注)以上を基本構成としてテーマや企画内容の追加・変更、出展者数により修正予定。

### (2) イベント計画

#### ①「都道府県ご当地フードコート」

全国の地域に根ざしたご当地食、地元へ帰ると食べたくなるソウルフードを中心に、日本最大級のフードコートを設置。全国の地元人気食を通じて、地域の魅力をアピールする。

#### ②「都道府県ご当地物販コーナー」

全国の地域に根ざした地域の魅力を PR できる食品・非食品

#### 【集客企画コーナー】

#### ③「過去人気コーナー」

過去出展している食品、非食品の人気出展者をリーシング

#### ④「酒ズキ横丁」

毎年恒例の「酒ズキ横丁」を本年も実施、さらに酒ズキ横丁を盛り上げるためお酒に合うおつまみ販売も実施

#### ⑤「ドリンクスタンド」

全国から地域性をいかしたドリンクを集めてコーナーを第1会場に設置

⑥未来へつなぐ復興マルシェ

東日本大震災から15年、熊本地震から10年という節目の年であることから、東日本大震災被災3県（岩手県・宮城県・福島県）、熊本県及び北陸地域（石川県・富山県・福井県）の復興の歩みと魅力を広く発信するとともに、商品出品事業者の販路拡大を支援するコーナー。

⑦「スイーツセレクト」＆「ひとくちセレクト」

過去にニッポン全国物産展「おやつランキング」に出展し、おやつランキングの殿堂となった出展者から、新たな地域性のあるおやつを取りそろえたコーナー

さらに今年はスイーツセレクト出展事業者出展者自慢の一品を、有料試食で気軽に体験できるコーナー、「ひとくちセレクト」を実施

⑧ キッズアライズ体験コーナー

お子様連れの方が、親子でワークショップを体験できるコーナー。

## 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、ポスティング、DM、SNS等のデジタル広告を活用する。

①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

ポスティング部数：約15万部（予定）

配布日：11月上旬

サイズ：B3

②DM等

内容：来場促進のため、開催通知・イベント

対象：一般消費者

時期：10月下旬予定

●ハガキ データ共有

●ポスター 約1,000枚(予定)

●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

※その他テレビ等のマスコミに対しパブリシティ活動を実施する。

## 10. アンケート調査の実施

(1)ニッポン全国物産展において、アンケートを実施し、事業目的や事業成果等についてヒアリングを行う。

●売 上 調 査：令和8年11月20日、21日、22日各日営業時間終了時

●事後アンケート：令和8年12月上旬

※アンケートの回答 URL が記載されたメールを事務局から送信