

2024年10月 「オーガニック商材」展示会 BIOFACH（ビオファ） JAPANが開催されます！

みんなのオーガニックフェア

BIOFACHJAPAN

オーガニック（有機）のライフスタイルと人、社会、地球の豊かさとのつながりを発信し、より広い消費者の需要喚起と市場活性化に貢献します

イベント概要

GOOD LIFEフェア2024（消費者向けライフスタイル提案イベント）内にて世界最大のオーガニック商材見本市「BIOFACH」を開催します。オーガニック（有機）のライフスタイルと人、社会、地球の豊かさとのつながりを発信し、より広い消費者の需要喚起と市場活性化に貢献します。

○GOOD LIFEフェア（2022～）とは

「心地よく豊かな暮らし」の選択肢を提示する。
消費者向けサステナブル・ライフスタイルイベント
人、社会、地球の豊かさにつながるオーガニックという
選択肢を提案（正しい知識と具体的な一歩を提案）

2023年開催実績

開催規模：425社／473ブース

来場者数：35,371名

○BIOFACH（ビオフィア）

国内外のオーガニック情報を発信する。
オーガニックを暮らしに取り入れるきっかけに。
国内事業者にとっては、消費者への訴求と海外も含めたビジネス創出、
販路拡大の機会になることを目指す。

GOOD LIFEフェア2024 概要

*国内最大級の消費者向けライフスタイル・イベント

【会期】	2024年10月25日～27日
【時間（予定）】	10:00～17:00
【会場】	東京ビッグサイト 南1～4
【主催】	朝日新聞社
【協力（予定）】	朝日テレビ

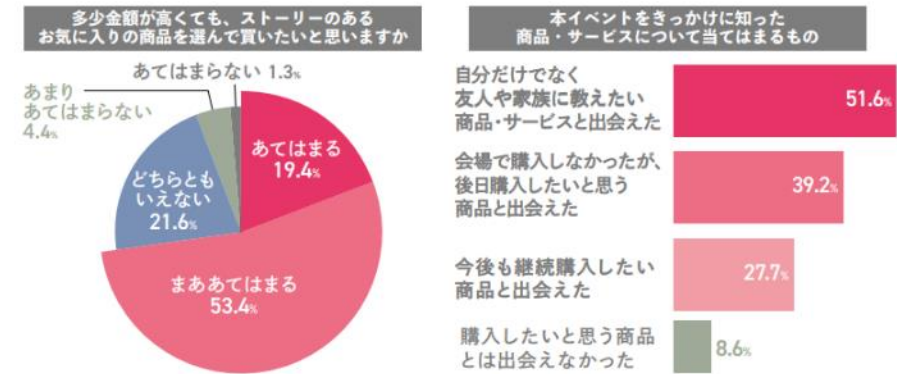
オーガニックに関する正しい理解の促進と、事業者の「顔と思いが見える場」づくり。正しい価値を、正しい価格で、継続的に購入するファンを育てる機会に。

世界と日本のオーガニックをめぐる情報を伝えるとともに、一般消費者のとらえ方や商品への意見を業界へフィードバックする。

BIOFACH がもつ世界中のオーガニック関係者との人的ネットワークも活用し、国内外における業界関係者間のビジネス交流の活発化。

GOOD LIFE フェアとの関係

①来場者（一般）は消費に余裕があり「ストーリーやこだわりのある商材」との出会いを求める。良い商品を周囲に伝え発信することにも熱心。



例) ハラスメント啓発プログラムを紹介した化粧品ブランド



過去出展イベントで一番客層が良かったと社内で評価。伝えたい内容を非常に興味を持って聞いてくれ、学んだ内容を明日から活かしたいという言葉多数の方からもらい担当者も非常に励みに。⇒2500名のリードを獲得した。

- ②前回来場者の約3割が、次回に向け興味のある商材ジャンルで「オーガニック・ナチュラル」と回答。
- ③ビジネス来場者では百貨店、ホテル、スーパーマーケットなどのバイヤーが多く、前は200社超がバイヤー登録。普段リサーチしきれない「商品の背景」を知り消費者の反応とともに探る場として活用。

メディアを通じた 連続的な情報発信

オーガニックとは？ 目的から課題、認証基準や対象商品までを解説

#健康・福祉 #つくる・つかう #農林水産業 #エシカル消費



オーガニックの意味と目的

オーガニックとは
化学肥料や指定外の農業、遺伝子組み換え技術を使わない農業のこと

オーガニックの目的

- 人々の健康を守る
- 環境汚染を防止する
- 持続可能な食料生産を目指す
- エシカルなライフスタイルの実現

オーガニック認証（有機 JAS 認証）の対象
農産物 / 加工食品 / 飼料 / 畜産物 / 藻類

オーガニックの意味と目的（デザイン：増測舞）

朝日新聞「SDGs ACTION!」
<https://www.asahi.com/sdgs/>

消費者を巻き込み機運を高める ステージイベント



過去実施例：

- ・よしもと芸人とクイズで学ぶ
「食品の安全」ってなあに！（消費者庁協力）
- ・オーガニックの明日を語る～海外の最新事情と
日本市場の最前線～（農林水産省協力）
- ・知って納得！ 冷凍食品の魅力（日本冷凍食品協会）

来場者（消費者、ビジネス）と の交流を深めるサポート



来場者データ読取システムの導入

自社HPへの誘客など、会期後の継続的なコミュニケーションが可能

その他：ニーズヒアリングを
踏まえながら検討

参考資料 (GOOD LIFEフェア開催実績)

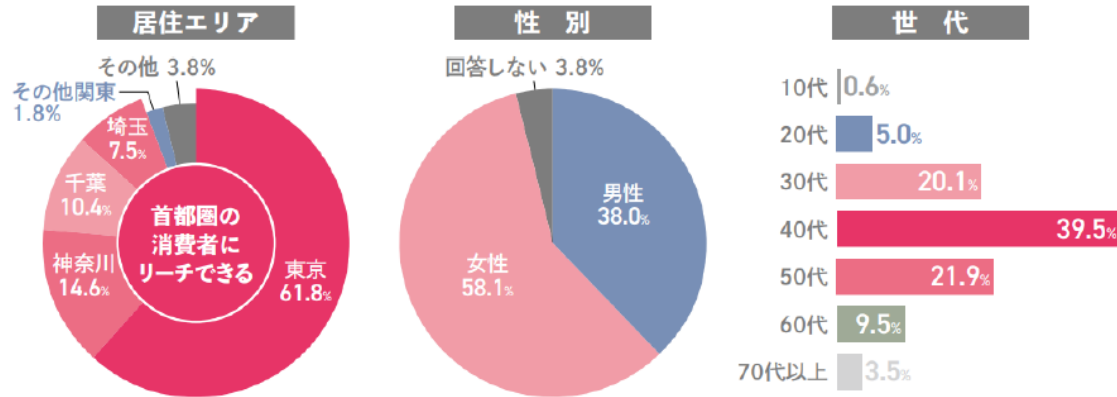
【前回来場者】

首都圏消費者を中心に**35000人**の来場者

BtoC = **30~50代女性**及び**ファミリー層**が中心

来場者データ

2023年実績 会期: 9月1日(金) - 3日(日)
出展: 425社 / 473ブース 来場者: 35,371人



BtoB = 消費者の反応を含めたリサーチ & 商談のため、
ビジネス層からも高い関心

登録バイヤー = **214社**

(百貨店、スーパーマーケット、流通小売業中心)

情報発信力と豊富なメディアネットワーク

朝日ID会員 **621万件** (2023年9月時点)

朝刊発行 **360万部** (2023年9月時点)

新聞・Webメディア・テレビ・雑誌・
展覧会やスポーツイベントとの連携

実績 2023年開催イベントでは、**のべ2500万人**に告知

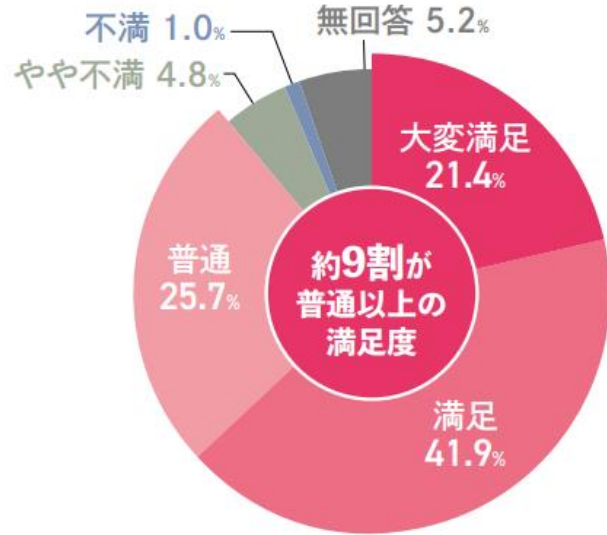
(2022/2023年GOOD LIFE フェア)



参考資料 (GOOD LIFEフェアへの反響)

出展者

出展者満足度



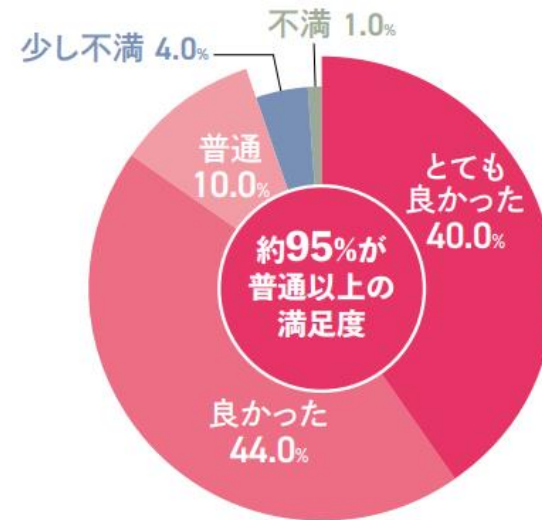
これからのプロモーションは、**B2B** だけではなく **B2C** の要素が重要になってくると考えている。この展示会は、**どちらの要素も満足**のいく結果となりそうだ (食品メーカー)



予想以上の来場者で「**来場データ読取システム**」で**3000名**を超える方の情報を効果的に集めることができた。この情報を活用し後日開催するオンラインセミナーへの集客を行う予定。(自治体)

来場者

来場者満足度

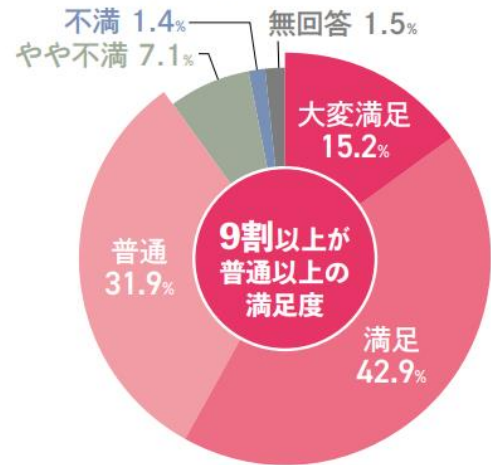


フードメインで参加しましたが、それ以外にも初めて出会えることができたことが多くあり、様々な方のお話も聞いて**今後の生活をどうするか考えよう**と思いました (30代女性)



子供も学校でSDGsは学んでいるが、イベントに参加して各企業や自治体が**具体的にどのようにSDGsに取り組んでいるのか**を知ることができ親子で勉強になりました (30代女性)

来場者の質についての満足度



多少金額が高くても、ストーリーのあるお気に入りの商品を選んで買いたと思いますか

