

第2回防災グッズ展 成果報告

1 主催

一般社団法人災害防止研究所

2 開催場所

東京ビッグサイト南展示場

(第90回投稿インターナショナルギフトショーと連携開催)

3 開催日時

令和2年10月7日(水)～9日(金) 1000～1800

(最終日は、1700終了)



日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際展
第90回東京国際ギフトショー 2020
10/7(水) 8(Thu) 9(Fri) 東京ビッグサイト 国際展示場南展示場
10:00～18:00 (最終日は17:00まで) *休館日:10/10(土)～10/11(日)

ワクワクドキドキ体験ワールド

皆様 safely 来場し、安心して商談いただける空間を作ります。

備えあれば憂いなし
特別展示イベント
皆様の商材をPRする場として、当イベントを是非ご活用下さい。

"Special Display Event" Disaster prevention goods in Gift Show
防災グッズ in ギフト・ショー
会場：南2ホール

今、日本では、様々な災害がいたるところで、頻繁に起きています。国民全体で、意識をすようになり、日常の中で防災に対する関心が高まっています。

その中で、今回の東京ギフト・ショーでは、特別企画として、(一社)災害防止研究所の協力により防災グッズ大賞受賞商品の展示をはじめ、災害時に絶対に役に立つ衣・食・住のアイデアが満載の「防災グッズ展」を開催いたしますが、この度、全ギフト・ショー出展社様を参加対象とした「特別展示イベント 防災グッズ in ギフト・ショー」を開催させていただきましたこととなりました。

災害時に心強い味方となる商品の仕入れや商談を効率的に行っていただけよう、各出展社の出品商品からも防災関連に加え、日用品でも災害時に役立つグッズを集中展示いたします。皆様、奮ってご参加ください。



対象商品 防災グッズ、非常用品、普段の生活でも使える防災にも便利な商材、グルメな保存食、災害時に役立つ日用品など。

4 開催内容等

- ① 防災グッズ大賞受賞商品紹介 (5 コブース)
- ② パネル展示による防災意識の普及
- ③ 災害防止研究所代表理事 基調講演
- ④ 防災グッズ大賞表彰式

5 事前広報

- ① 内閣府主催「ぼうさいこくたい2020」にて、事前広報
- ② ビジネスガイド社月刊誌「PREMIUM」7月号（4万部発行）
- ③ 同 8月号（4万部発行）
- ④ ギフトショー
 - ・ イベントチラシ（4万部発行）
 - ・ バイヤーズガイドブック（4万部発行）2
防災グッズ大賞（賞品写真含む）紹介見開き4ページ掲載
 - ・ Web バナー、電子書籍、SNS、アプリ等による紹介
検索サイト約30万ビュー／月（ユーザー約1万人）
 - ・ 電子ブック&アプリ（E-mail登録数約40万人）による紹介
- ⑤ その他
 - ・ 全市区町村防災担当に、防災グッズ展案内チラシを送付

6 報道

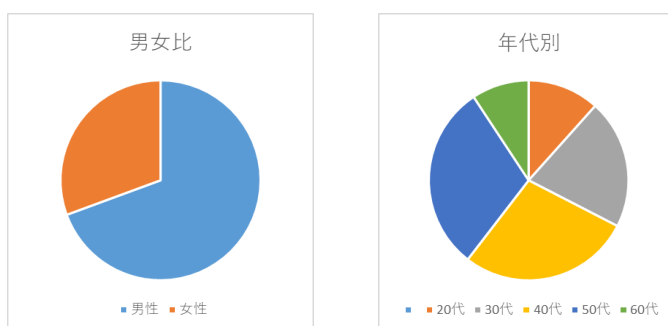
10月9日（金）NHKおはよう日本 関東甲信越（5分間の生中継）

7 来場者数

東京国際ナショナルギフトショー来場者総数 106,453名

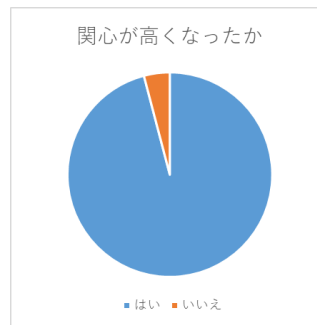
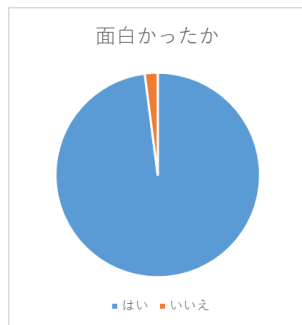
8 アンケート結果（要旨）

アンケート総数 49名

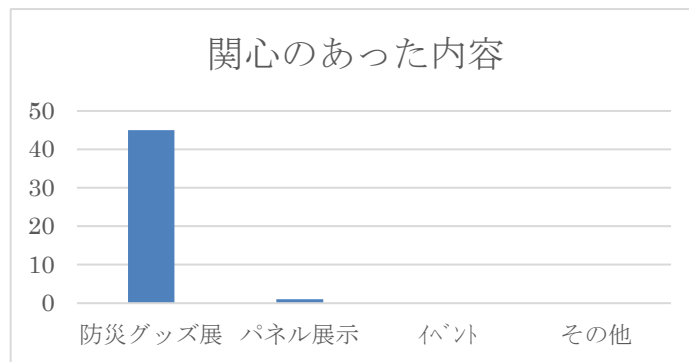


ある

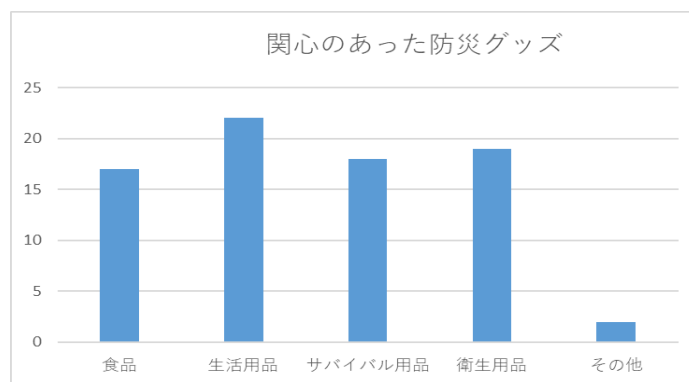
- ① 今まで、大きな災害にあったことはありますか？ 13（27%）
- ② 今まで、防災グッズを手にしたことはありましたか？ 44（90%）
- ③ 今回の防災グッズ展は面白かったですか？ 48（98%）
- ④ 今回の防災グッズ展で防災への関心は高くなりましたか？ 47（96%）



⑤ 今回の防災グッズ展で、一番関心のあった内容は何でしたか？



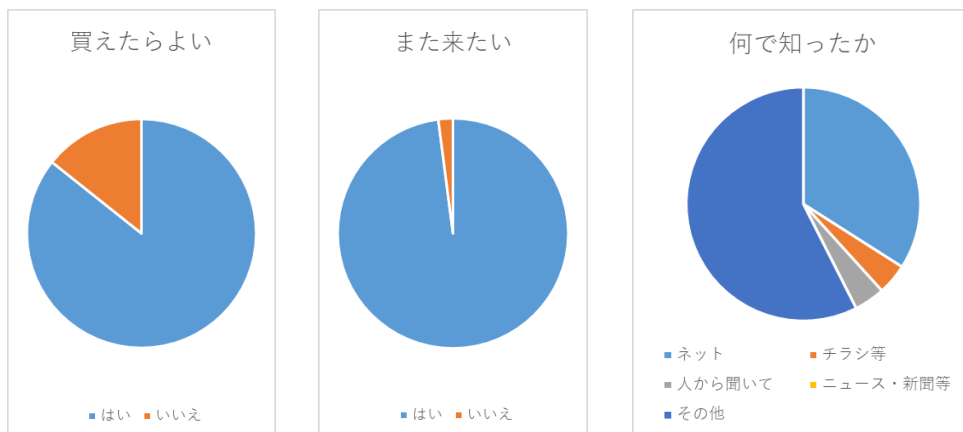
⑥ 今回の防災グッズ展で、関心のあった防災グッズは何ですか？



⑦ 防災グッズ展で防災グッズが買えたら良いと思いますか？

⑧ 防災グッズ展にまた来たいと思いますか？

⑨ 今回の防災グッズ展を何で知りましたか？」



⑩ 自由意見

- ・コロナ禍で宣伝もままならないなか、このような防災グッズ展が開かれて嬉しい。
- ・その場で買えたらいいと思った。
- ・防災組織には女性を入れるべき。女性の観点が必要。
- ・リュックサックに詰めた、子供用パッケージ、一般用パッケージが必要。
- ・防災グッズの賞があるとは知らなかったなので、勉強になった。
- ・トイレセットや防災用品グッズを扱ったことはあるが、新しい発想のものがあって良かった。

9 参加企業所見（聞き取り）

- ・自社でブース出展するよりも集客効果があり、費用対効果が大きかった。
- ・予想よりも来客数が多かった。
- ・他のブースよりも、かなり来客数が多かったように思う。
- ・B to Bの来客が多くて営業効果が大きく、有意義だった。
- ・さらに多くの防災グッズメーカーが出展し、ブースエリアがより大きくなることを期待したい。
- ・NHKの「おはよう日本」の広報効果は、極めて大きいと思う。
- ・研究所の「防災グッズ展」の大風掲示等の効果が大きく、展示エリアが分かりやすかった。研究所の広報努力に感謝したい。
- ・表彰式での防災グッズ紹介ビデオは、興味深く、面白かった。

10 協賛・協力

(1) 協賛（会員含む24団体）

株式会社ミルキーウェイ、株式会社廣瀬商会、住友林業株式会社、株式会社根本工務店、共立創研株式会社、株式会社ロビアン商事、沖縄製粉株式会社、株式会社サンボウ、株式会社ナファ生活研究所、株式会社郵便出版社、アンドーインターナショナル株式会社、株式会社グリーンフィールド、株式会社ケイオミラクル、株式会社ウッドオフィス株式会社、株式会社GSTYLE、株式会社おみくじ工房、南木曾木材産業株式会社、紫鳳書道会、中野晴生写真事務所、フランス料理龍土軒、井上・渡邊税理士法人、

(2) 出展協力（36団体）

御殿場市、茨城県境町「道の駅」、積水ハウス株式会社、株式会社グリーンフィールド、株式会社TJMデザイン、株式会社ケンユウ、株式会社生活の木、株式会社トヨトミ、株式会社明治、トーヨーフーズ株式会社、ハウス食品株式会社、株式会社セイエンタプライズ、サンヨー缶詰株式会社、ベターホーム、神州一味噌株式会社、アルファフーズ株式会社、井村屋グループ株式会社、永谷園ホールディングス、本田技研工業株式会社、MCM JAPAN株式会社、旭電機化成株式会社、日本船具株式会社、株式会社スターリング、株式会社河本防災、株式会社ワイビーシステム、テレネット株式会社、関株式会社、Arch Rainbow、日本ペットフード株式会社、株式会社本田洋行、株式会社市瀬、株式会社ペティオ、株式会社ピーキューテクノ、株式会社ケイオミラクル、巧和工芸株式会社、株式会社郵便出版社

以上