

累計 250 名超のメディア・SNS ユーザーが参加した 「おいしい博覧会」、11 月 19 日(火) 開催決定

おいしいがつなぐ、企業とメディアの架け橋に。これまでアサヒ飲料・カゴメ・ニッスイ・森永製菓・チョーヤ梅酒など 28 企業と 1 自治体が出展



「おいしい博覧会 2024 夏」にて（2024 年 7 月 9 日開催）

株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証プライム：3922）は、クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 活動に伴走する PR パートナーサービス事業において、食品・飲料ブランドとメディア・SNS ユーザーとの架け橋となるリアルイベント「おいしい博覧会 2024 秋冬」を、2024 年 11 月 19 日（火）にホテルニューオータニで開催いたします。開催決定に伴い、出展企業の出展申込受付を 8 月 1 日（木）より開始いたします（詳細後述）。

【出展企業申込フォーム】 <https://tayori.com/f/oihaku2024aw>

メディアと共に探る、新たな美味しさの可能性。「おいしい博覧会」とは

本イベントには、新商品だけではなく、長年愛され続ける一方で PR 機会を持ちづらいロングセラーブランドや開発担当者が熱い想いを込めた商品が集結します。さらに、参加する企業には"おいしい"に関連したサステナビリティ活動等についてのコミュニケーションの場としても活用いただいております。

メディア・SNS ユーザーにとっては、その場で"おいしさ"を味わいながらブランド・開発担当者と交流することができるため、商品のポイントや開発背景を直接、かつ複数社を 1 度に取材できる機会となります。出展する企業にとっては工数や費用を抑えつつ、メディアや SNS ユーザーに対して個別に味や想いを伝えられることで、従来の PR 活動から一歩広がったコミュニケーションを取れる場が実現します。

また、企業ごとにブースを設けるのではなく、旬のテーマに合わせ企業やブランドの垣根を越えて出展することで、メディア・SNS ユーザーと出展企業が、双方向に 1 つのテーマ軸を持って情報交換していただくことを可能にしました。



心も体も温まる、秋冬のおいしいを発見！次回 11 月に開催決定

季節の移ろいとともに、その時季に合わせた"おいしい"を提案している「おいしい博覧会」。2024 年 4 月、7 月に続き、3 回目となる開催が 11 月 19 日に決定いたしました。

出展をご検討中の企業様や、まずはイベント概要を知りたいという方も下記フォームよりお気軽にご連絡ください。担当者が詳細をご説明いたしますので、その上で参加可否をご判断いただければと思います。当日の会場視察も合わせて受け付けております。 ※出展ブース数には上限を設けております。先着順となりますのでご了承ください。

「おいしい博覧会 2024 秋冬」開催概要／出展内容

開催日：2024 年 11 月 19 日(火)

会場：ホテルニューオータニ（東京都千代田区紀尾井町 4-1）

テーマ：

- ・愛され続ける「ロングセラーグルメ」
- ・食の未来を考える「ビヨンドグルメ」
- ・その他シーズナルに合わせたテーマを設定

来場者：メディア関係者（記者・編集者等）・SNS ユーザー・フリーライター・専門家 等

※これらに該当しない方のご参加はお断りしております。

出展形式：ブランドごとの展示ブース／商品ご試食エリア／テーマ提案ブース

出展料金：1 ブランド出展 90 万円～

出展サポート内容：

メディアコミュニケーションサポート・ブースご用意・試食用食材調達・試食用調理サポート（別途お見積り）・テーマ提案ブース施工・来場者向け商品サンプリング 等

【出展企業問い合わせフォーム】：<https://tayori.com/f/oihaku2024aw>

参加メディアの声

共同通信社 経済部 次長 平田弓月 様

食に関する取材を長年手がけてきた経験から、取材先からおいしい博覧会にお誘いいただいたことをきっかけに、初回の 4 月から 7 月と続けて参加させていただいた。参加企業のブランド力や商品の質の高さや、洗練された雰囲気という環境はもちろん取材意欲を非常に高めた。それだけでなく、博覧会と銘打つだけあって、単なる展示会でなく、リバイバルフード、ビヨンドフードなどテーマごとに整理され、周到的な運営がされているので、記事もまとめやすい。まさに博覧会という一体感、祭りのような盛り上がりからしても、もはや食取材の不可欠なインフラになっている。ある参加企業の社長は、主催者から声かけがあり、絶好の発信の機会をもらえてありがたいとおっしゃっていた。不勉強ながら初めて知る会社だったが、話題性のある面白い商品を出しており、参加企業の発掘にも主催者の卓越したセンス、情報網の広さ、深さを感じた。他にも複数の企業から初めてこうした発表会に参加したとの声を聞いた。まさに企業とメディアをつなぐ生きたプラットフォームの最前線だと感じた。



レタスクラブ WEB 編集長 山上景子 様

「おいしい博覧会」の魅力は、なんといってもたくさんの商品や担当者さまとの出会いがあることです。新商品情報を知ることができるのはもちろん、よく見知った商品でも、直接「中の人」とお話すことでユーザーに届けたい新たな切り口を発見することがあり、メディアにとって大変ありがたい場だと感じています。実際に試食して会話することで印象にも残りやすく、企画時にブランドや商品を想起することが増えました。なかなか貴重な機会なので、ぜひまた参加したいと考えています。



7 月 9 日(火)「おいしい博覧会 2024 夏」開催レポート

7 月 9 日にホテルニューオータニで開催した「おいしい博覧会 2024 夏」では、18 社・1 自治体から計 30 ブランドが集結しました。メディア・SNS ユーザーは 145 名に参加いただきました。当日の会場の様子は PR TIMES TV でご覧いただけます。

PR TIMES TV：<https://prtimes.jp/tv/detail/2977>

■「おいしい博覧会 2024 春」出展企業・自治体（五十音順）

アサヒ飲料株式会社／あみ印食品工業株式会社／エスビー食品株式会社／カゴメ株式会社／キューピー株式会社／カルビー／いくつかスイーツポテト株式会社／ケンコーマヨネーズ株式会社／ケンミン食品株式会社／チョーヤ梅酒株式会社／株式会社ティーエフケー／株式会社ニュー・オータニ／株式会社永谷園／日清オイリオグループ株式会社／株式会社ニッスイ／株式会社農心ジャパン／株式会社美十／森永製菓株式会社／株式会社ユカシカド／和歌山県庁

■旬を感じる 4 つの“おいしい”テーマ

- ・リバイバルフード | 過去から現在へ。愛され続けるロングセラー
- ・ビヨンドフード | 新製法や新技術を活用。各企業が考える「食」の未来の姿
- ・ひんやりグルメ | 1 年の約半分が夏日予想の 2024 年。暑さを乗り切る「食」のアイデア
- ・クラフトグルメ | 日本の「食」を支える職人たちの技が光る

特別企画「梅展」

収穫面積の減少や、作り手の高齢化、そして若者の「梅離れ」も課題に。日本を代表するフルーツ・梅の魅力を、和歌山県と一緒に発信しました。



おいしい博覧会をアップデート！メディアにとってより良い学びの場へ

●有識者を招いたインプットセミナー

おいしい博覧会当日、有識者をお招きしたメディア向けのセミナーを実施いたしました。昨今の食トレンドや最新のデータを踏まえながら、出展テーマを深掘り。メディアの皆様が記事を執筆する際のヒントになるだけでなく、出展企業の皆様においても、今後の自社の広報 PR に活用できる情報となっています。「なぜ今、このテーマで出展するのか」を知ることで、当日のメディアと企業のコミュニケーションがスムーズになることを目指しています。

<第2回 おいしい博覧会 セミナーコンテンツ>

- ・日本気象協会様ご登壇：「気温と食の関係性について」
- ・早稲田大学政治経済学術院 准教授 下川哲様ご登壇：「食糧経済学から見る”未来の食卓”予想」

セミナーレポート： <https://prtimes.jp/magazine/exchange-meeting-240709/>



日本気象協会様ご登壇セミナーの様子



下川 哲様ご登壇セミナーの様子

●自治体と連携、食の社会課題への取り組み

日本全国には様々な"おいしい"が溢れています。日本を代表するフルーツである梅もその1つですが昨今、生産量・消費量ともに落ち込んでいます(*1)。今回改めて梅の魅力を伝えていくために、日本国内での梅生産量1位の和歌山県と連携、和歌山県産の梅を使用した商品を中心に紹介する特別展示も設けました。加えてチョーヤ梅酒のご協力もいただき、梅仕事体験のワークショップも開催、多くのメディア関係者が参加し梅の魅力を再発見するきっかけづくりの機会となりました。今後もあらゆる"おいしい"を伝えられる場となるよう工夫を重ねてまいります。

(*1)：近畿農政局「作物統計調査 令和4年産うめの結果樹面積、収穫量及び出荷量（和歌山県、奈良県）」

<https://www.maff.go.jp/kinki/press/toukei/toukeikikaku/221130.html>



プロジェクト担当者より

株式会社 PR TIMES PR パートナーサービス部 中村瑞樹

"食"の多様性は、"選ぶ"の多様性。なんとなく「安いから」「近くで売ってるから」だけではなく、「1番好きな味だから」「小さい頃から食べていて思い出が深い」、あるいは「環境に負荷が小さい」「開発者の想いに共感した」「この企業や自治体を応援したい」といった理由も十分に素敵な"選ぶ"理由になります。そしてそんな付加価値的な動機は、"食"の業界を盛り上げ、支えるエネルギーになります。新しいものをつくり、今ある"おいしい"を守っていく、原動力になります。

それだけでなく、自分にぴったりな"おいしい"を"選ぶ"ことは、生活者の人生も豊かで楽しいものにしてくれるでしょう。そんな好循環をつくるプラットフォームに、「おいしい博覧会」はなりたいと考えています。

この取り組みが商品 PR の枠組みを超え、"食"の多様性をさらに広げていけるよう、これからも邁進していきます。



株式会社 PR TIMES について

PR TIMES（読み：ピーアールタイムズ）は、「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」をミッションに掲げ、「行動者」のポジティブな情報がニュースの中心となり、個人を勇気づけ前向きにする社会の実現に挑んでいます。

私たちは人の行動や頑張りの結晶を、その想いを紡いで発表するのがプレスリリースだと考え、企業規模を問わず「行動者」が自ら発信できる、PR の民主化を目指して事業を展開しています。プレスリリース配信サービス「PR TIMES」の利用企業社数は 10 万社を超え、国内上場企業の 58% 超に利用いただいています。情報収集のため会員登録いただくメディア記者 2 万 6000 人超、サイトアクセス数は月間約 9000 万 PV、プレスリリース件数は月間 3 万 4000 件超、累計で 200 万件を超えています。全国紙 WEB サイト等含むパートナーメディア 250 媒体以上にコンテンツを掲載しています（2024 年 7 月時点）。



他にも、ストーリーで伝える「PR TIMES STORY」、動画で伝える「PR TIMES TV」、PR 活動の設計から実行まで伴走する PR パートナー事業、アート特化型の PR プラットフォーム「MARPH」、「isuta」「STRAIGHT PRESS」等のニュースメディア事業で、情報発表とその伝播を支援する他、生まれた企画が発表に至るまで前進できるよう支えるタスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」、さらに発表後のお客様対応や情報整理を円滑に行えるカスタマーサポートツール「Tayori」など、「行動者」を立体的に支える事業を運営しています。

また子会社には、スタートアップメディア「BRIDGE」を運営する株式会社 THE BRIDGE、ソフトウェア受託開発を行う株式会社 グルコース、SNS マーケティング支援の株式会社 NAVICUS があります。

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES （東証プライム 証券コード：3922）

所在地：東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立：2005 年 12 月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」 (<https://prtimes.jp/>) の運営
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」 (<https://prtimes.jp/story/>) の運営
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施
- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」 (<https://prtimes.jp/tv/>) の運営
- アート特化型オンライン PR プラットフォーム「MARPH」 (<https://marph.com/>) の運営
- カスタマーサポートツール「Tayori」 (<https://tayori.com/>) の運営
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」 (<https://www.jooto.com/>) の運営
- 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」 (<https://prtimes.jp/magazine/>) の運営
- プレスリリース専用エディター「PR Editor」 (<https://preditor.prtimes.com/>) の運営
- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>