

## 平成22年度ふるさと特産品カタログ『マルシェ』作成について

平成22年7月

全国商工会連合会

## 基本方針

- ◇ 季節感、旬のものを前面に出すことを最重点課題とする。
- ◇ 「読み物」としての魅力アップを図る。

## 概要

1. ネーミング : 従来通り『マルシェ』とする。
2. 発行時期 : No. 19 秋号 (10月下旬予定)、No. 20 春号 (2011年3月末予定) の年2回発行とする。
3. 作成部数 : 秋・春共に70,000部を予定。
4. 体裁 : コストは前年(2千5百万)の6割を想定する。装丁は配布場所、配布方法を考慮したデザインを検討する。持ち帰り易いようB5版(従来のA4サイズから変更)、オールカラー、50ページ前後とする。
5. 掲載費用 : 掲載スペースに応じた費用を徴収する。

1ページを4分割し、1コマあたり10,000円とし、最大で4コマまでの申し込みを受け付けることとする。

申し込みは1、2、4コマの3種類として、それぞれに応じて写真点数、文言を調整する。

商品は、原則として、全て電子ブック版マルシェに掲載する。

6. 掲載品数 : 1回の発行につき、47都道府県から合計約50～70品目の出展数を掲載する予定。
7. 配布先 :
 

むらからまちから館	(約10,000部)	
(予定) 掲載事業者	(約2,100部)	※ @30冊×70ヶ所
県連	(2,230部)	※ @30冊×47県連、@20冊×41支所
商工会	(26,205部)	※ @15冊×1,747商工会
流通関係者	(約6,000部)	
残部		※全国連の物産展等で配布

## 内容

1. テーマ : 「特集：特産品の新しい展開」
2. 掲載ポイント : 全国各地の旬の食材で季節感を出し、「読み物」としての魅力アップする。

◇特集(予定)大学ブランドの、おいしいもの (No. 19)、特産品コンテスト (No. 20)

◇その他、特産品に関する豆知識、むらからまちから館の紹介等を予定

## その他

### ◇ 販路開拓効果の把握

発行後に出品事業者に対するアンケート調査等の方法により、マルシェ掲載による販路開拓効果の測定を行うことを予定。

### ◇ 月5～10名のプレゼント付き読者アンケート実施

読者アンケートを行うことにより、マルシェの認知度や消費者のニーズを把握する。