

# 来場者の質

SMTSが  
選ばれる理由

2

## 商談目的意識の高い来場者をご招待

小売流通業の業界団体であるという主催者の強みを活かし、全国のスーパーマーケットをはじめとした小売業関係者や、食品流通業界の関係者を多数ご招待しています。また小売業VIP（経営者・オーナー・役員）やバイヤーなど、決裁権を持つ商談意識の高い来場者が多いのも特徴です。

### 集客活動実績

1

#### 新日本スーパーマーケット協会のネットワークによる集客

スーパーマーケット約310社・全国約10,000店舗\*を数える正会員の招致、協会機関誌によるパブリシティをはじめ、当協会の持つネットワークをフル活用して、複合的な集客活動を行います。

\*2018年3月現在

2

#### メールマガジンでの情報発信等による集客

スーパーマーケット・トレードショー公式サイトや約14万件\*の食品流通業を中心とした登録者数を有するBtoBのポータルサイト「Retailers.jp」のメールマガジンでの情報発信、来場事前登録システム等を最大限に活用し、積極的な告知活動を展開していきます。

\*2018年3月現在

3

#### 展示会招待券発送による集客

過去の来場者データから、小売流通業界関係の経営者・バイヤーに広く来場のご案内と展示会招待券を発送します。

4

#### 業界関連講演・セミナーによる集客

展示会会場内にて小売流通業界の最新情報や実践的な課題解決方法を提供する各種講演・セミナーを開催し、展示会と連動した集客の相乗効果を図ります。

5

#### 後援・協賛団体の協力による集客

後援・協賛団体の中でも特に有力な来場対象者の所属する団体には、展示会招待券を配付し、積極的に集客のご協力を頂きます。

6

#### 告知広告・パブリシティ展開による集客

流通報道記者会をはじめ、日本国内の流通業界専門媒体、地方紙など、関連媒体に積極的な広告掲載・パブリシティ活動を行い、目的意識を持った来場者の集客を目指します。



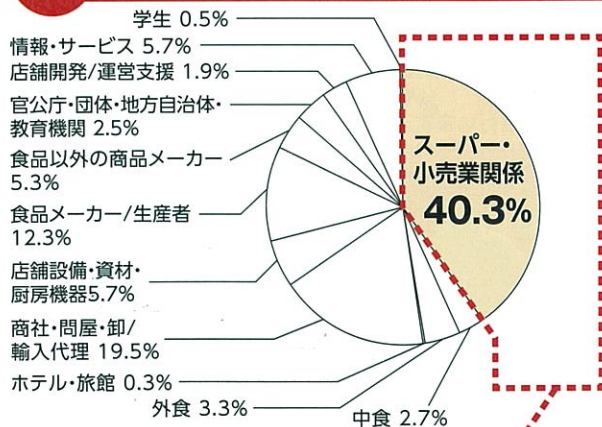
小売業VIP向けの商談ラウンジ



商談意識の高いバイヤーが多数来場

### ○ 2018 来場者アンケート集計結果

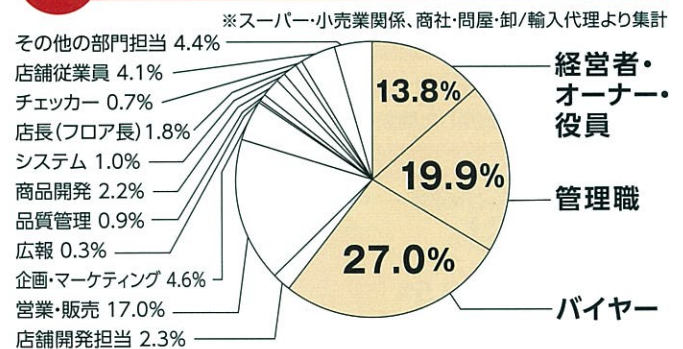
#### 業種 該当する業種を教えてください



#### 内訳

スーパーマーケット	33.3%
ネットスーパー・通販	1.3%
ホームセンター	0.3%
ドラッグストア	0.7%
百貨店・各種専門店	3.4%
コンビニエンスストア	1.3%

#### 職種 該当する職種を教えてください\* (択一回答)



#### 決裁権 あなたは商品・サービスの購買・導入に対して決裁権をお持ちですか?

