

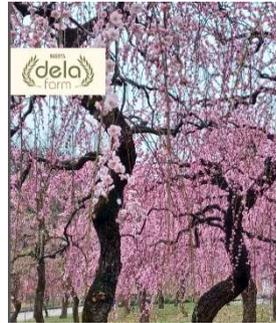
名古屋コーチンぐるめフェス IN 農業センター 2025

令和7年3月8日（土）～9日（日）

名古屋市農業センター（名古屋市天白区天白町平針）



全出店者による集合写真



かしの王様
名古屋コーチン

来場者数

3月8日：15,481人

9日：25,125人

1 出店業者及び団体



名古屋市農業センターロータリー付近



ロータリー付近出店状況



① 名古屋コーチン協会



② 菓宗庵



③ ライフサポート



④ 丸トポर्टリー食品



⑤ なかの食鶏



⑥ 杉浦久直 (みどりの協会)



⑦ 南部食鶏



⑧ 皓介



⑨ 鳥重商店



2 出店内容

- ・名古屋コーチン関係者はロータリーに集中して出店することになり、最大10組までとして会員に出店者を募った。
- ・参加者は、業者8社と1団体（コーチン協会）、テント 8張りとキッチンカー1台となった。
- ・販売商品は、焼き鳥、つくね、唐揚げ、コロツケ、オムそば等の肉製品、どら焼き、カステラ、ドーナツやプリンなどの卵を使った加工品等のイベントの定番商品に加えて、



コーチン白湯ラーメン



コーチン肉まん



コーチン稲荷寿司

季節に合わせた温かい調理品として、コーチン出汁の白湯ラーメンや肉まん、コーチン汁、コーチン鳥めしの稲荷寿司も提供した。

| | 出店者名 | 主な調理・販売品 |
|---|----------------------------|---|
| 1 | 一般社団法人 名古屋コーチン協会 (抽選会場) | 景 コーチン卵、ドーナツ、サラダチキン 販 コーチン卵 |
| 2 | 株式会社 菓宗庵 | 販 カステラ、どら焼き、ワッフル、ポーロ、シフォンケーキ、季節の和菓子 |
| 3 | 有限会社 ライフサポート | 販 プリン、焼きドーナツ、フィナンシェ、ラスク、手作り雑貨 |
| 4 | 丸トポトリー食品 株式会社 | 調 唐揚げ、メンチカツ、串カツ、コロッケ、手羽先揚げ、フランク 販 ちりめん、肉味噌 |
| 5 | 株式会社 なかの食鶏 | 調 コーチン鶏白湯ラーメン、親鶏鉄板焼き 販 ビール、酎ハイ、ハイボール |
| 6 | 杉浦久直(みどりの協会) | 調 コロッケ、鶏じまん(肉まん) |
| 7 | 株式会社 南部食鶏 | 調 焼鳥、つくね、粗挽きフランクフルト、コーチン汁 |
| 8 | 株式会社 皓介 | 調 コーチン焼きそば、親子オムそば、たこ焼き、フランクフルト、生ビール 販 フルーツベラミー |
| 9 | 株式会社 鳥重商店 | 調 皮せんべい、鶏そばろコロッケ 販 コーチン入り稲荷弁当 |



3 抽選会



- ・3月8、9日の2日間、1,000円以上のコーチン商品・料理を購入した人を対象に、毎日、先着1,005人に抽選を行い、コーチンに関連する食品や販促品を景品として提供した。
- ・景品には、サラダチキン、コーチン卵(6個パック、2個パック)、プレーンドーナツ、クリアファイル等を用意した。
- ・クリアファイルは、本年度作成した名古屋コーチンの写真や肉・卵の特徴を印刷・解説したもので、子供から大人まで名古屋コーチンを覚えて貰うのに役立つと思えた。

- ・また特等賞として、コーチンの肉や卵製品の豪華ギフトセットを5個/日用意し、後日、郵送により当選者に提供した。

| ガラポン抽選会 | | |
|---------|---------------|-------|
| ● 特等賞 | 名古屋コーチンギフトセット | (5) |
| ● 1等賞 | 名古屋コーチンサラダチキン | (50) |
| ● 2等賞 | 名古屋コーチン卵(4個) | (100) |
| ● 3等賞 | コーチンプレートーナツ | (200) |
| ● 4等賞 | 名古屋コーチン卵(2個) | (300) |
| ○ 5等賞 | クリアファイル | (350) |



クリアファイル

4 広報活動

- ・2月21日に愛知県、名古屋市が名古屋コーチンぐるめフェスの開催について記者発表を行った。
- ・名古屋コーチン協会のSNS（インスタグラム）で開催の告知を行うと共に、出店者、会員にチラシ・ポスターを配布し、お客さんへの配布をお願いした。
- ・県、市の出先機関にもポスターの掲示を依頼した。
- ・SNSによる情報の拡散を図るため、コーチン協会のアカウントフォローとイベント会場の風景（会場の様子、コーチン商品の写真等）をインスタに投稿して貰えた先着100名の来場者に名古屋コーチン卵（4個入り）を提供した。



投稿されたインスタ記事

5 マスコミによる報道

- ・3/7 メーテレ 「ドデスカ！+（プラス）」 イベント開催の紹介
- ・3/ 日本農業新聞

6 まとめ

- ・イベントの開催時期がしだれ梅の見頃の時期と重なったこともあり、2日間で約4万人という過去一番の来場者数に恵まれた。
- ・花見の後の昼食、軽食にコーチン料理を求める方が多く、開演直後から各ブースには行列が出来ていた。あるブースでは午後2時頃には完売となり、殆どのブースが終了時間までにほぼ搬入した商品を完売するほどの盛況であった。
- ・売上額は、8日が1,016千円、9日が2,054千円、計3,070千円となった。
- ・来場者のなかには、過去のイベントでコーチンを食べ、名古屋コーチンの出店を楽しみに来園される方も多いが、このイベントで初めて名古屋コーチンを食べたという方も消

費者も多く、多くの方にコーチンを実際に食べて頂くという目的については、十分な効果が得られたと感じられた。

- ・ここ数年、抽選会の景品にコーチン卵を使用している。今回も2日間の合計で700名の方に賞品として配布をしているが、僅かずつではあるが実際にコーチン卵を食べてみて、その美味しさに気付き、卵目当てで抽選会に来られるという消費者も多く目にし、ゆっくりと浸透しているとかんじられた。
- ・SNSの活用は、まだ取り組んだばかりで明確な効果は感じられなかったが、今回のイベントでフォロワーも220→307人に増加し、今後も引き続きイベントや会員の新着情報の発信とフォロワーの獲得に努めながら、コーチンサポーターを増やしていきたい。