



2026.4.25(Sat)-26 (Sun)



Nagoya 2026

WellnessWeekend

ナゴヤウェルネスウィークエンド実行委員会

後援：名古屋市／名古屋観光コンベンションビューロー
／ 中日新聞社(予定)

メディアパートナー：ZIP-FM

About Event overview

■イベント概要

- ・ 名称：ウェルネスウィークエンドナゴヤ2026
- ・ 日時：2026年4月25日（土）～26日（日）
- ・ 場所：ポートメッセなごや（名古屋市国際展示場）
- ・ 主催：ウェルネスウィークエンドナゴヤ実行委員会
後援：名古屋市、名古屋市コンベンションビューロ、中日新聞社（以上予定）
- ・ ターゲット： ・ メインターゲット：40～60代の男女
- ・ サブターゲット：30～50代女性中心の一般層

■出展対象企業・商品例

- 【健康・未病、美容、食品、癒し、リラクゼーション、旅行、レジャー、ペット関連等】
- ・ 化粧品、スキンケア製品、健康食品、サプリメント
 - ・ アロマ、リラクゼーション機器、マッサージ
 - ・ 旅行商品（高級旅行プラン、クルーズ、宿泊施設）
 - ・ ガーデニング用品、園芸関連商品、アウトドア用品
 - ・ ペット関連商品、サービス、高級自動車等

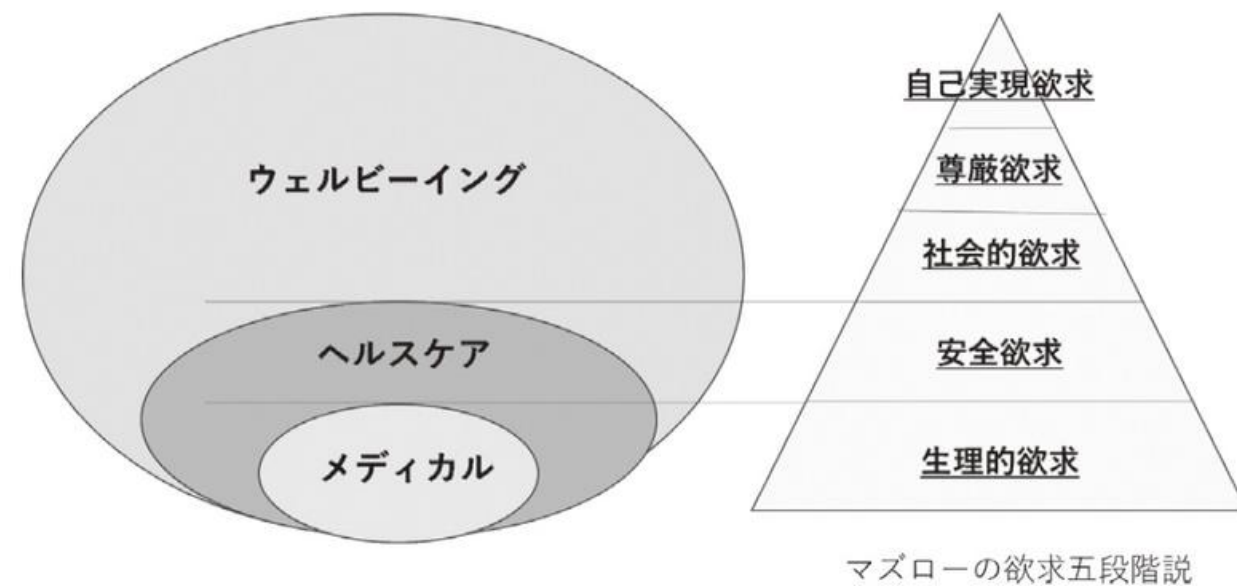
■ウェルネスマーケティングシンポジウム開催

- ・ 日時：2025年12月19日（金） 13時～19時予定
- ・ 基調講演・トークセッション・出展者説明会 ・ 出展企業スピーチ・懇親会等

Nagoya 2026

WellnessWeekend

About Wellness Market



1.市場の広さ

- ウェルビーイング
- ヘルスケア
- メディカル
- 美容
- 運動（フィットネス/スポーツ）
- リラクゼーション（癒し/マインドフルネス）

2. 課題

- 「ターゲットを細かくペルソナ設定するのは困難」
- 「領域ごとにニーズや関心が異なる」
- 「B2B / B2C のイベント・アプローチが混在」

3. ポテンシャル（期待）

- 「市場規模は拡大中、今後も大きな成長が期待される」
- 「多領域連携による新しいサービスやイベントの可能性」
- 「広さ＝可能性の大きさ」

01 ウェルネス市場	06 新移民市場	11 ネオモビリティ市場
02 フーディング市場	07 超富裕層市場	12 個人リソースマネジメント市場
03 個人の拡張市場	08 デジタルBOP市場	13 社会リソースマネジメント市場
04 自己表現市場	09 相互扶助・コモンズ市場	14 都市OSデータ活用市場
05 人生学習・メタワーク市場	10 マルチコミュニティ市場	15 モノの総合サプライ市場

Our Target B2C event

~上質なウェルネス体験で人生を豊かに~

- すべての大人に 心身を満たす「ウェルネス」を！
- 富裕層には一歩進んだ「プレミアム体験」を。
- キーワードは「体験」「共感」「感動」「贅沢時間」

- 来場比率25% (50%を目標)
- 世帯年収
1,000万円~3,000万円
がコア層
- クレカ、百貨店外商等の
上級会員等
- 基本は健康や美等に対して
必要な投資を思っている。



40 - 60代の富裕層男女

- 購買力がある
- 決済権がある
- 上質を好む
- 特別観を好む
- 健康、美容、
ライフスタイル
全般に投資する

Nagoya 2026
WellnessWeekend



30 - 50代の女性

- 新トレンドを好む
- 健康・美容を好む
- 体験を好む
- サンプルングを好む
- 家族やパートナーと
楽しむ層

- 来場比率75%
- 世帯年収
500-1,000万円が
コア層。
- 特に健康・美容・運動等
に年収等の約1割を投資
するといわれる層。
- 常にコスパの良い最良の
商品との出会いを求めている

Event Characteristics

~BeforeAfter の徹底

- ・来場者は自らを知ってイベント会場を回る
- ・ご自身の身体はどんな状態だろうか？
- ・測定機器によっても測るポイントが異なります
- ・身体の状態をしっているからこそ需要が明確です

Step1:

事前に測定

Step2:

ご自身にあったブース商品との出会い

Step3:

最良な商品を購入

① 測定できる主な項目（会場で体験可能）

- ・体組成計（InBody等）：体脂肪率、筋肉量、基礎代謝
- ・血圧・脈波測定器：血圧、血管年齢、ストレスレベル
- ・呼気分析・血中酸素測定：代謝状態、酸素摂取量
- 睡眠・ストレスチェッカー（アプリ連動）：自律神経バランス、心拍変動
- ・姿勢・歩行解析システム：姿勢診断、歩行のクセ
- ・肌診断カメラ：水分量、シミ・しわ予備軍チェック

② 来場者の回り方（導線イメージ）

- 1.入口：健康測定ゾーン
 - 専門スタッフのサポートで測定（アプリにデータ登録）
- 2.体験ゾーン：商品・サービスブース
 - 栄養・運動・美容・リラクゼーション体験
 - アプリに測定データが連携され、
 - 各ブースでBeforeデータを活用
- 3.アフター測定ゾーン
 - イベント体験後に再測定
 - Before/Afterを比較 → 効果を実感
 - 興味ある商品・サービス案内、購入

③ 参加者へのメリット

- ・数字で体感：「体験前後の変化が一目でわかる」
- ・個別提案：測定結果をもとに、自分に合ったウェルネス体験を選ぶ
- ・継続性：アプリ連動で、イベント後も日常に活かせる

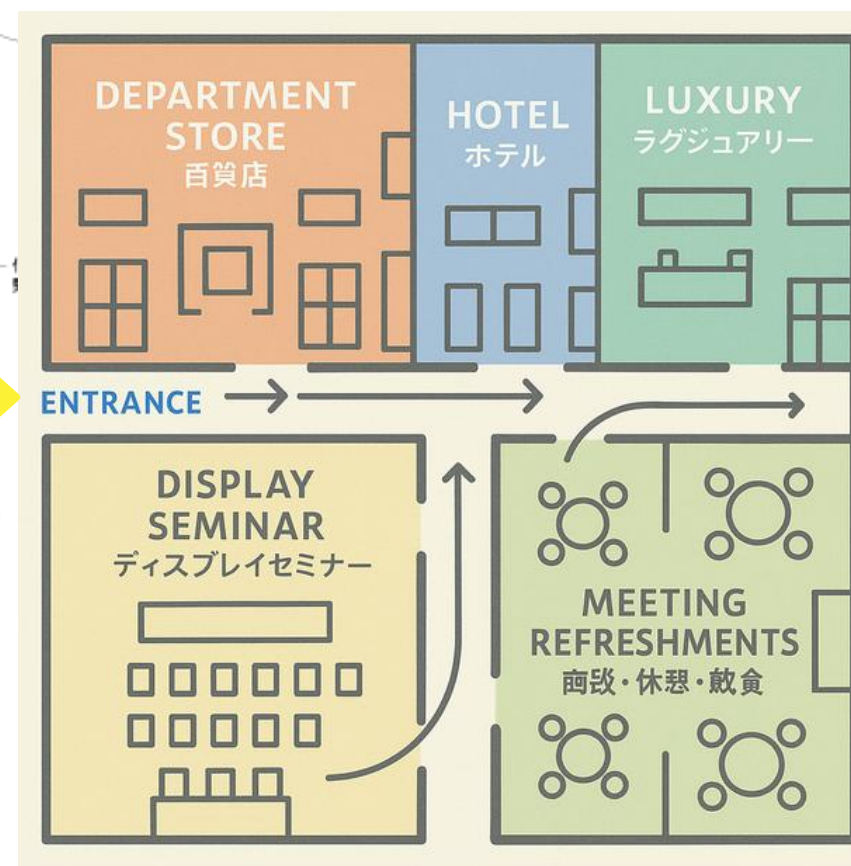
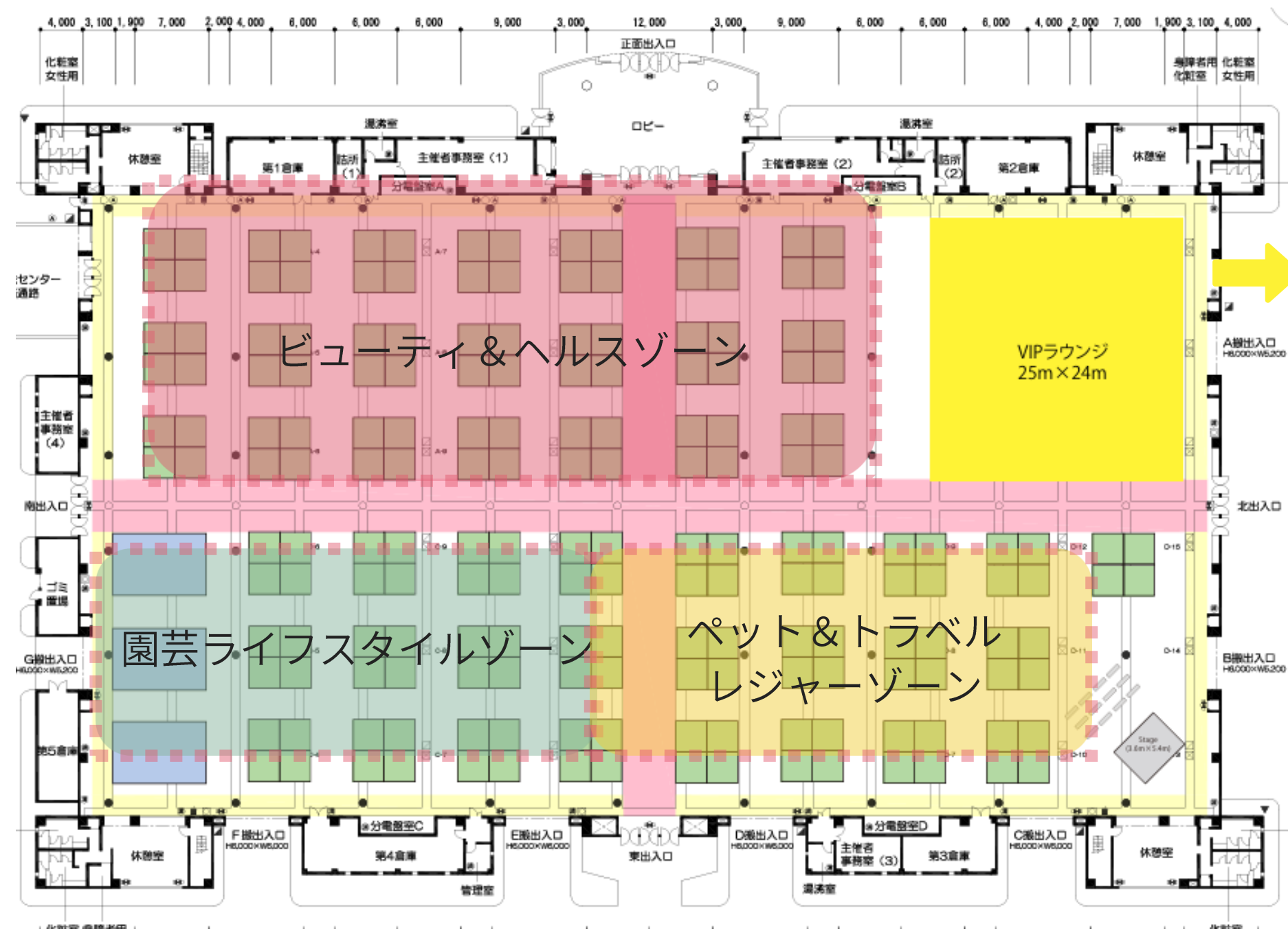
Nagoya 2026

WellnessWeekend



Layout Plan

レイアウト案



Vip Lounge

- ・最終的には更に大きくなる可能性がございます。
- ・様々な商談ができる場にアップデートして参ります。

1. ビューティ&ヘルスエリア
2. 園芸・ライフスタイル・ヒーリングエリア
3. ペット&トラベル&レジャーエリア
4. Vip Lounge

Nagoya 2026

WellnessWeekend

Our Aproact B2C event

~一般女性層 30-50代~

世帯年収にかかわらずウェルネス消費積極層



「気になっていたことをウェルネスウィークエンドで実際に試せる“機会”」

- ・ 試飲・試食：健康食品、サプリ、美容ドリンクをその場で体験
- ・ お試し体験：フィットネス機器、マッサージチェア、美容デバイスなど
- ・ 測定・診断：肌診断、体組成測定、血管年齢チェックで自分を知る
- ・ 気軽に相談：管理栄養士・美容アドバイザー・コーチと直接話せる



Nagoya 2026

WellnessWeekend

Our Aproact B2C event

～富裕層向け40-60代男女～

V i p のためお特別なウェルネス体験



「ラグジュアリーと知性が融合した“特別体験”」

Point1.Vipチケット & ラウンジ体験

- ・ 先行入場・専用駐車場・クローク完備 ・オーガニックティーなど
- ・ 上質なウェルカムドリンク・厳選された限定サンプル・ギフト提供

Point2.限定セミナー & ワークショップ

- ・ 著名講師によるアンチエイジング・予防医療・投資・不動産・セカンドライフ設計
- ・ 富裕層が関心を寄せる**「資産×健康×ライフスタイル」**を融合したテーマ
- ・ 少人数制・質疑応答を重視したインタラクティブ形式

Point3.五感を満たすエンターテイメント

- ・ ジャズやクラシックの上質なBGM
- ・ アロマによる香りの演出でリラックス空間を創出
- ・ 高級ノンアル、オーガニックフード、スーパーフードの試飲・試食
- ・ VIP限定の「体験型ショーケース」展示

Nagoya 2026

WellnessWeekend



～単独から、共同出展まで～

1. 単独出展の場合

- ・ 自社ブランドを直接アピールし、来場者と直接接点を持てる
- ・ 健康測定・試飲試食・相談体験を通じて「購入・契約」に直結
- ・ データやアンケートの収集でマーケティングに活用

2. 共同出展の場合

- ・ メーカー × 小売り：商品体験から即販売までシームレスに展開
- ・ 医師 × 小売り：専門的エビデンス＋販売で信頼性アップ
- ・ 業界団体出展：啓発活動＋商品紹介を同時実施できる

3. ステージ連動型出展

- ・ 登壇・セミナー・ワークショップと連動し、商品理解度を飛躍的に向上
- ・ メディア露出やSNS拡散も期待できる

Price Menu



1. 基本出展

- ・ 1小間 (3m×3m、システムパネル込)
 - 早割 (12/31まで) : 22万円 (税込)
 - 通常 (1/1以降) : 30万円 (税込)

2. プレミアム出展

- ・ プレミアムブース (4小間～) : 80万円 (税込) (10%割引適用)
- ・ スポンサーシップパッケージ (8小間 6m×12m)
 - 約20%割引
 - 内容: メインステージ協賛、VIPラウンジ利用券、プロモーションケア、個別要望対応
 - 追加特典: 60万円相当

3. オプション

- ・ ステージ連動型: 1ステージ 15万円 (税込)
- ・ サンプルング: 1個あたり100円目安
 - 例: 2,000個 → 20万円
- ・ 大型車両・ヨット展示: サイズに応じて別途お見積り

4. 共同購入制度

- ・ 4社共同で4小間購入可能
- ・ 割引を活用しつつ大型展示を実現
- ・ 他業種との協業で新規顧客接点を創出

Nagoya 2026

WellnessWeekend

Promotion ～来場目標達成のための販促計画～

ターゲット構成

- ・ 一般女性層：75%（約15,000人）
- ・ 日常的にウェルネス・美容・健康に関心のある30～50代中心
- ・ 富裕層：25%（約5,000人）
- ・ 高付加価値サービス・商品に関心を持つ世帯年収1,500万以上・外商顧客層

全体プロモーション

- ・ リリース配信（合計3回）
 - PR TIMESを基点に波及効果を狙う
 - 中日新聞、ZIP-FM、名古屋市公式発信と連動し「名古屋発・最大級ウェルネスイベント」として認知拡大
- ・ メディア連動
 - 中日新聞：新聞広告・デジタル記事・タイアップ取材 → 幅広い年齢層へリーチ
 - ZIP FM：スポットCM＋インフォマーシャル＋番組内特集 → 若年層～運転層へ幅広く訴求
- ・ デジタル広告
 - Google広告（検索連動型＋ディスプレイ）で意欲層を刈り取り
 - Instagram広告で女性層へのビジュアル訴求を強化

Nagoya 2026

WellnessWeekend

Promotion ～来場目標達成のための販促計画～

ターゲット別深掘り

一般女性層（75%誘致の柱）

- ・ SNSキャンペーン（Instagram/TikTok）：試飲試食体験、測定体験をビジュアルで発信
- ・ 美容・健康メディアとのタイアップ記事で話題喚起
- ・ ママコミュニティやフィットネスクラブ、ドラッグストアチェーンとの相互送客企画

富裕層（25%誘致の柱）

- ・ 百貨店外商ルート：特別招待状、VIPチケットの配布
- ・ 高級車ディーラー・輸入車ショールーム：イベント前展示×VIP招待
- ・ クレジットカード上級会員（プラチナ・ブラック）向けDM
- ・ 航空会社・ホテル・別荘オーナー向け特典連動：VIPラウンジ利用券や限定セミナーへの招待
- ・ ゴルフ場顧客・会員誌連動：イベントをライフスタイル延長線上で訴求

KPI・来場動線

- ・ 一般層：SNS広告・メディア露出 → 認知拡大 → 前売券・当日来場
- ・ 富裕層：外商・会員ネットワーク → VIPチケット送付 → ラウンジ利用・高付加価値ブース体験

Nagoya 2026

WellnessWeekend

Promotion ～来場目標達成のための販促計画～

ターゲット別 KPIシミュレーション

①一般女性層 想定媒体・施策

- ・ Instagram広告／Google広告
 - リーチ：約300万インプレッション
 - CTR：約1.0% → 訪問者3万人
 - CPA：500円 → 来場者 6,000人
- ・ 中日新聞（紙＋デジタル記事）
 - リーチ：紙面50万部＋Web100万PV
 - 来場転換率：1.0% → 来場者 5,000人
- ・ ZIP-FM（CM＋番組紹介）
 - リーチ：約50万人（中京エリア聴取）
 - 来場転換率：2% → 来場者 1,000人
- ・ コミュニティ連携（ママサークル・フィットネスクラブ）
 - リーチ：5万人
 - 来場転換率：6% → 来場者 3,000人

→ 合計：約15,000人見込み

②富裕層

想定媒体・施策

- ・ 百貨店外商DM／VIP招待
 - リーチ：2万人
 - 来場転換率：10% → 来場者 2,000人
- ・ 高級車ディーラー（顧客招待）
 - リーチ：1万人
 - 来場転換率：10% → 来場者 1,000人
- ・ クレジットカード上級会員DM
 - リーチ：2万人
 - 来場転換率：7% → 来場者 1,400人
- ・ 航空会社・ホテル・別荘オーナー向け特典
 - リーチ：5千人
 - 来場転換率：12% → 来場者 600人

→ 合計：約5,000人見込み

Nagoya 2026

WellnessWeekend

Contact
Us

～出展に対するご相談～

この資料に記載した内容はほんの一部です！

- 出展ご検討にあたり、予算取りの考え方お悩みではないでしょうか。
- 出展メリットをどう売上につなげるのか、認知拡大につなげるのかお悩みではないでしょうか。
- B2Cイベントとしての来場者獲得だけでなく、仕入れ先・販路先との出会いも重視する方へは「出展者マッチング」を実施

運営体制

- 本イベントは 展示会運営会社 × 広告会社 × 実行委員会 が連携
- 出展者様の目的に合わせ、プロモーション・マッチング・広報を一体でサポート
「ぜひお気軽にご連絡ください。」
- 出展にあたっての課題やご不安点をぜひお聞かせください
- 目的に応じた最適なプランを、実行委員会と一緒に考えます
 - ウェルネスウィークエンド実行委員会 田中 090-6805-1501
 - info4@one-to-one.co.jp

Nagoya 2026

WellnessWeekend

