

平成19年度 農林水産物等海外販路創出・拡大事業
(海外展示・商談活動 (タイ (Asia Fruit Logistica 2007)))
実施報告書

「Asia Fruit Logistica 2007 (バンコク (タイ))」

平成20年3月

農林水産省大臣官房国際部貿易関税チーム輸出促進室
(委託先：(独) 日本貿易振興機構 (ジェトロ))

はじめに

本報告書は、農林水産物等海外販路創出・拡大事業により日本パビリオンを設置・運営した国際見本市「Asia Fruit Logistica 2007(2007年9月5日(水)～7日(金)、於：バンコク(タイ))」について取りまとめたものである。

農林水産省では、農林水産物等の輸出額を平成25年度までに1兆円規模にするという政府の目標の実現に向け、各種の輸出促進対策事業を実施しているが、農林水産物等海外販路創出・拡大事業(海外展示・商談活動)は、日本産農林水産物・食品の海外への販路の創出・拡大を目的とし、輸出志向のある生産者等に対し、海外における展示・商談活動の場を提供するものである。

本事業においては、アジア地域では初開催となる果実・野菜等の生鮮農産物を中心とした専門見本市である Asia Fruit Logistica 2007 に日本パビリオンを設置し、タイ及びアジア地域を中心とした地域への輸出に向けて、新規参入・市場拡大を目指す生産者団体等に対し、販路開拓のための場を提供した。

本報告書が関係各位にとって参考となれば幸いである。

なお、本事業は農林水産省が、独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)に委託して実施した。

平成20年3月

****目 次****

はじめに

<u>I. Asia Fruit Logistica 2007 開催概要</u>	1
<u>II. 日本パビリオン参加概要</u>	2
<u>III. 日本パビリオン出展企業・団体リスト</u>	5
<u>IV. 各種業務内容</u>	6
<u>V. 総評</u>	10
<u>VI. アンケート結果</u>	12
<u>VII. 記録写真</u>	20
<u>VII. 参考資料</u>	
<u>1. 出展者募集案内資料</u>	24
<u>2. 出展者説明会資料</u>	27
<u>3. 出展者アンケート</u>	35
<u>4. セミナー資料及び市場視察概況</u>	45
<u>5. オフィシャルフオーダー</u>	63
<u>6. 輸入規制概要</u>	67
<u>7. プレスリリース及び現地プロモーション活動</u>	69
<u>8. 報道実績</u>	73

I . Asia Fruit Logistica 2007 開催概要

1. 見本市名称 : Asia Fruit Logistica 2007
HP → www.asiafruitlogistica.com
2. 会期 : 2007年9月5日(水) ~ 9月7日(金) 13:00~18:00
*会期午前中は Asia Fruit Congress (果物に関する国際的な会議) が開催
3. 開催地 : バンコク (タイ)
4. 会場 : クイーンシリキット国際会議場 Plenary Hall 2-3
(住所 : 60 New Rachadapisek Rd, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND)
HP → <http://www.qsncc.co.th/>
5. 主催者 : Grobal Produce Events GmbH(a Messe Berlin and Fruitnet Ltd company)
6. 展示面積 : 3,200 m²
7. 主要出展物 : 生鮮果実、野菜類
8. 出展国数 : 24 カ国 116 社
うち、ナショナルパビリオン設置国 7 カ国
タイ、日本、台湾、韓国、アルゼンチン、南アフリカ、フランス
※その他出展企業及び関連団体の主な出身国
中国、オーストラリア、ニュージーランド、イタリア、オランダ、米国
9. 来場国及び来場者数 : 54 カ国 3,114 人
10. 来場者の構成 アジア (63.7%) ヨーロッパ (12.7%) オセアニア (9.5%)
 北米 (5.4%) アフリカ (3.1%) 南米 (3%) 中米 (2.6%)
 ※来場バイヤーの 83%が企業・組織において決定権を持つ職権者

II. 日本パビリオン参加概要

1. 参加趣旨：

現在、日本の農林水産物・食品は、海外における日本文化への関心の高まり、日本食が健康食であるとの評価の浸透、さらに品質の高さに対する信頼等が相まって、その海外市場を拡大する好機が訪れている。

農林水産省では、日本産果実・野菜の輸出に取り組んでいる又は取り組もうとしている生産者や流通業者、団体等がタイ及びアジア地域への販路の創出・拡大を図る場を提供するため、Asia Fruit Logistica 2007に「日本パビリオン」を設置した。

2. 参加規模： 12小間（135㎡） ※ナショナルパビリオンとして最大規模

- ①出展者ブース 9小間
- ②広報・商談・キッチンブース 3小間

3. 出展者数： 9企業・団体

4. 出展物： 日本産果実、野菜類等 (ナシ、ブドウ、メロン、モモ、リンゴ、カキ、イチジク、ナガイモ等)

5. 展示装飾設計・施工：XCON CO.,LTD.

6. 成果：

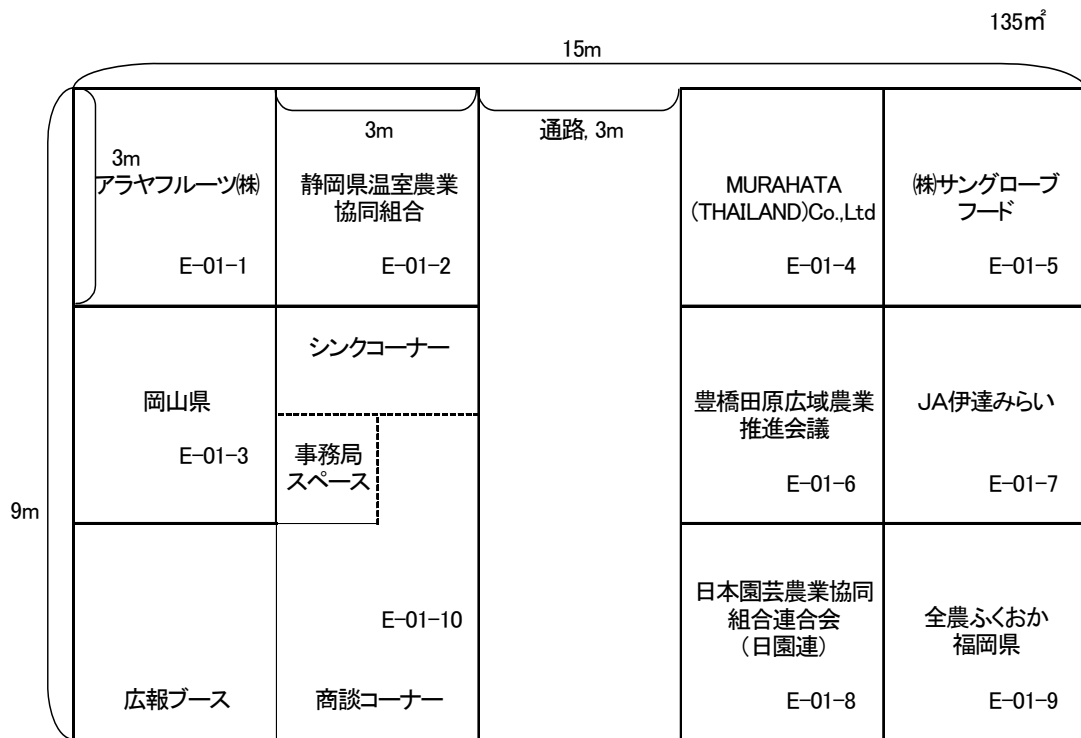
- (1) 開催後実施した出展者アンケートでは、100%が「役に立った」「まあ役に立った」（4段階中上位2位以上）と回答した。
- (2) 会期中の商談528件、成約28件（見込み含む）。商談目標件数（133件）は大きく上回ったが、成約目標件数（28件）は同等であった。出展物が生鮮品のみであることから、他の（加工食品を含む）食品見本市に比べて、商談から直ちに成約に至る成果よりは、まずは出来るだけ多くのコンタクト先を見つけ、その後のサンプル取引や個別ごとの具体的な調整を会期後から進めた上で最適な取引先を選定し、正式な成約へ繋げる動きが出展者、来場バイヤーの双方ともに強かった。今後、日本パビリオン内で会期中に商談した案件に対する多数の成約が期待される。
- (3) 日本パビリオンは全てのブースで高品質で見栄えもよい日本産の果実を、試食などを通じてPRしたことに加え、入り口に近い恵まれたパビリオン立地、出展者のうち最大となるパビリオン面積、華やかで日本的なパビリオンデザインや猫の着ぐるみのパフォーマンス等もあり、多くの来場者を集めた。
- (4) 会期中はタイや近隣諸国だけでなく、インド、中東、EU地域等をはじめ世界中からバイヤーが来場しており、また一般来場者の入場を認めないシステムが本見本市の運営で確立していたため、日本パビリオンの出展者からも、専門性と購買意識の高い、大変質の高いバイヤーが揃っていることを評価していた。なお、タイ国内バイヤーの来場者数はそれ程多くなく、入場料が高額（US\$30/日）なことが影響したと考えられる。
- (5) 試食等を通じて特に人気の高かった出展品はカキ、メロン、ブドウ、モモ等の果実やナガイモ等の野菜であった。試食したバイヤーは、ほぼ必ず出展者にその生産方法やロット、価格等を質問して、熱心に聞き取っていた。どのバイヤーも味に対しては「非常においしい」と高く評価し、価格的な課題を除けば、日本産農産物の品質の高さを改めて実証出来るとの意見であった。
- (6) 日本パビリオンの出展者も、浮世絵を載せた3メートル近いパネルや提灯、暖簾等日本的な飾りのディスプレイにより、来場者の目を引いていた。また、ある出展者が他の出展者の出展品を使ったパフェの試食を行うなど、会期中に出展者同士が協力して出展品のアピールに取り組む様子も見られた。
- (7) 日本パビリオンの全ての出展者も、世界中からのバイヤーに対する自社・自県産地の果実が世界に通用することへの自信・確信に繋がったと話していた。インターナショナルな来場状況から、どの出展者もタイのみならず、幅広い他の世界各国のバイヤーと商談・コンタクトが取れていた。特にアジア地域ではインド、マレーシア、シンガポール、中東地域ではドバイ、クワ

エート、カタル、欧米地域ではイギリス、ポルトガル、ロシア等のバイヤーが、日本産農産物へ高い評価と取引への関心を示していた。

7. 課題：

- (1) 本見本市は初開催のため、来場者の構成や人数の予想には苦慮した。結果的には盛況であったが、ローカル（タイ）のバイヤーが少なく、タイへの販路拡大を狙った出展者に対しては、いささか物足りない結果となったようである。また、通訳手配についても、より多くのタイバイヤーの来場を予測・期待して、英語対応の通訳よりタイ語対応の通訳を多く配置したため、通訳の運営が不十分なことがあった。ローカルバイヤーの集客向上については、主催者側へ申し入れる必要がある。
- (2) 来場者が世界各国から訪れた中、日本側のインポーターを求める、自社取扱農産物の販促活動のためにパピリオンを訪れるバイヤーも多く、日本産農産物の輸出促進を目的として運営している日本パピリオン側にとっては対応に苦慮することもあった。本件の対応については、ジェトロのトレードダイレクトリーの閲覧や TPP（ビジネスマッチング紹介システム）の紹介程度とすることで統一して、対応に負荷がかからないように配慮した。今後、本見本市に出展する際も同等のケースが想定されるため、輸出促進のための事業であることを踏まえ、予め対応方法を統一し、過剰な対応を避けることが、成果をあげる上で重要である。
- (3) 開催期日が 9 月 5 日～7 日であったことから、全国的に果実の端境期にあたり、出展物が限定されてしまい、このため、出展者の募集が思うように進まなかった。また、出展者及び出展希望者の意見・要望も開催時期の変更がもっとも多く出された。主催者側に、より多くの日本産農産物の出展と出展者の拡大に向けた開催時期の変更を要望すべきである。
- (4) その他、アジア初開催の本見本市において、次の点が主催者側への改善要望として挙げられる。
 - ① 来場者バッジのシステム改善
(来場者の国籍や職種が出品者にすぐ判断出来るバッジシステムの構築)
 - ② 招待パスの出展者に対する無償分の提供及び手配方法（オンラインシステム）の改善

8. 日本パビリオンレイアウト図



Hall 3 出入口側

【小間内容】

- ・ 出展者ブース 9 小間
- ・ 広報・商談・キッチンブース 3 小間
 - ① インフォメーション・広報 (1.5 小間)
 - ② キッチン、商談スペース (1.5 小間)

Ⅲ. 日本パビリオン出展企業・団体リスト

No.	企業名	地域	出展物
1	アラヤフルーツ株式会社	青森	リンゴ、ナシ ナガイモ、ニンジン、ゴボウ、キャベツ
2	伊達みらい農業協同組合	福島	モモ、ブドウ、缶ジュース
3	日本園芸農業協同組合連合会 (日園連)	東京	ナシ、ブドウ、カキ、モモ等
4	株式会社サングローブフード	東京	ナガイモ、野菜類、果実(ナシ)、ブドウ他
5	静岡県温室農業協同組合	静岡	メロン
6	豊橋田原広域農業推進会議	愛知	カキ、その他(ブドウ、メロン、ナシ)
7	岡山県	岡山	ブドウ、モモ、その他生鮮果実
8	全国農業協同組合連合会 福岡県本部 福岡県	福岡	ナシ、ブドウ、イチジク ネギ、キュウリ、ナス、キノコ類
9	むらはたタイランド	タイ バンコク	メロン、 フルーツバスケット(リンゴ、ナシ、カキ、ブドウ、 メロン等)

IV. 各種業務内容

1. 会期スケジュール

日 程	時 間	内 容	備 考
9月3日(月)	8:00～24:00	施工業者ブース施工・装飾	
9月4日(火)	8:00～13:00	施工業者ブース施工・装飾	
	13:00～24:00	出展者ブース装飾準備	
	17:00～19:00	出展者事前オリエンテーション	アシスタント紹介等
9月5日(水)	8:00～13:00	出展者ブース装飾準備	見本市開場時間 12:00～19:00
	13:00～18:00	<u>Asia Fruit Logistica 2007 開催</u>	
9月6日(木)	9:30～12:00	セミナー	セミナー講演内容 タイにおける植物検疫制度の改正と今後の見通し 日本農産物輸出の現状と課題 見本市開場時間 12:00～19:00
	13:00～18:00	<u>Asia Fruit Logistica 2007 開催</u>	
9月7日(金)	10:00～12:00	市場視察	視察先 日本産農産物常設店舗等 セントラルワールド・フードホール フルーツむらはた 伊勢丹スーパーマーケット セントラルワールド・チットロム店 見本市開場時間 12:00～19:00
	13:00～18:00	<u>Asia Fruit Logistica 2007 開催</u>	
	18:00～24:00	出展者・施工業者ブース撤去	
9月8日(土)	8:00～24:00	施工業者ブース撤去	

2. 主催者

(現地主催者)

Grobal Produce Events GmbH

Messedamm 22 14055 Berlin, Germany

TEL:+49-30-3038-2178 FAX:+49-30-3038-2063

(日本側窓口)

在日ドイツ商工会議所 メッセ・ベルリン日本代表部

〒102-0075 東京都千代田区三番町 2-4 三番町 KS ビル 5 階

TEL:03-5276-8730 FAX:03-5276-8735

3. 展示装飾設計・施工

展示装飾設計の業務はコンペティションにより選定された XCON CO., LTD. に再委託した。

各ブースへの基礎備品については、出展物が生鮮農産物であり、また開催地がタイであることを考慮して、通常の標準備品(カウンター、商談テーブル、イス、ライト等)に加えて大型冷蔵庫を出展者あたり1台用意した。

なお、施行会社は主催者側の指定施工業者でもあったが、現地会社のため、出展者個々の要望(レ

- (3) 展示会貨物輸送についてのご案内（輸送要領資料）
- (4) 農水省プレスリリース資料
(タイ王国における植物防疫法改正に係わる告示の改正について等)
- (5) タイ及びアジア地域の日本食品市場及び輸入規制関連資料
- (6) Food & Agriculture No.2644
- (7) Asia Fruit Logisticalギョレシヨン (Stand registration 英語版：抜粋)
- (8) 平成 17 年度日本食品等海外市場開拓事業実施報告書「試験輸出（タイ）」（参考資料）

6. バイヤー誘致にむけた工夫

本見本市はアジア初開催であり、会期中にどれくらいの、どういった、どの国からのバイヤーが来場するのか不透明であった。

そこで、主催者側等と協力の下、日本パビリオン独自で一層の誘客に向けた準備を行った。

①会期前における準備点

- ・ ジェトロのアジア地域の海外事務所を活用し、各地域への日本産農産物有望バイヤーへの DM リストの作成及び送付を実施した。
- ・ タイ現地バイヤーへの集客向上に向けて、現地 PR エージェントへ再委託の上、事前にタイ系及び日系のメディアにプレスリリースを実施し、またプレスを対象に事前の PR イベントを開催した。イベントは、日本産果実の紹介をフルーツパフェ等での試食を通じたもので、参加したメディアにより翌日の新聞等へ掲載された。
- ・ 主催者側から出展者向けの無償の来場招待チケットが準備されなかったため、日本パビリオン全体で独自に招待チケットを購入の上準備し、招待客数の増大を図った。

②会期中における改善点

- ・ 日本パビリオン内の案内パンフレットを作成・配布した。
- ・ 会期中に日本パビリオン内において日系及びタイ系の現地プレスツアーを実施し、会期中での日本パビリオンの様子がメディアに取り上げられた。
- ・ 日本パビリオン受付や、会場内どの位置からも出展者の出展物が見えるように、各出展者から出展物の一部を集めて展示した。
- ・ 各出展者から出展物の一部を集めてパーラー形式で試食を行い、PR と同時に日本産農産物の食べ方の提案等を行った。
- ・ 「おいしい」ロゴを基調に、華やかで日本的なブースデザインでブース装飾を行った。さらに、ブース内に猫の着ぐるみやマスコット等を準備した。着ぐるみは大変好評で、商談の合間に記念撮影を撮る来場者が多く見られた。
- ・ 広報ブースにおいて日本産農産物を紹介する DVD の放映を行った。

VI. 総評

1. 見本市全体

- (1) 日本パビリオンは、全出展パビリオンで最大規模であった。
人の流れが良い会場の中心にパビリオンを設置することができた。
- (2) 高品質な日本産農産物を評価するバイヤーが多く、日本パビリオンは連日、大勢の人が訪れ存在感を十分に示すことができた。
- (3) デザイン・施工に係る会期中のトラブルや追加注文などは、委託した施工業者が迅速に対応した。
- (4) 見本市に来場するバイヤーの質が非常に高く、また世界各地から来場しており、商談数の向上に繋がった。一般客の来場が無かったため、どの来場者も購買意欲が高く、非常に見本市の質がよいと評価できる。

2. 出展者

- (1) 会期前日の午前中にオリエンテーションを開催し、出展に際する最終チェックを行い、安定した出展準備、対応が行われた。
また、オリエンテーション時に出展者と各ブースアシスタントで打ち合わせを行い、アシスタントが会期中の積極的な対応、フォローを行った。
- (2) 会期中午前に開催した Asia Fruit Congress は英語開催の学術的な色彩の強い会議で、日本パビリオンの出展者は全く出席を希望しなかったことから、会期2日目及び3日目の午前には日本パビリオン出展者を対象にセミナーと市場視察を実施した。
セミナーでは、タイの植物検疫に関する制度改正や、日本産農産物輸出の現状と課題をテーマに講演を行った。市場視察では、農林水産物等海外販路創出・拡大事業による常設店舗型輸出対策の実施店舗や現地資本の高級デパートの生鮮農産物売り場を訪問し、参加者は熱心にセミナー演者及び視察店舗の担当者の話に耳を傾けたり、販売価格のメモを取ったりしていた。
- (3) 出展者数は開催時期的な問題から、9企業・団体と少ない状況だったが、出展者同士の協力体制を強く構築でき、出展者が一体となった日本パビリオンの運営が出来た。
商談件数の成果について、会期を通じて、商談 528 件、成約 28 件（成約見込み含む）、また開催後実施した出展者アンケートでは、同見本市への出展について、出展企業 9 社全てが「役に立った」（8社）「まあ役に立った」（1社）（4段階中上位2位以上）と回答があった。
なお、今回の出展者のほとんどが、来年も同様の見本市があれば出展したい希望を表明した。

3. 広報ブース

- (1) 積極的なカウンターでの案内を行い、また、パビリオン内パンフレットに加えて、その他日本産農産物を紹介するパンフレット6種類他を準備し、積極的な来場者誘致を図った。
- (2) 広報ブースに大型テレビモニターを準備し、日本産農産物の紹介DVDの放映を行った。
- (3) 通訳5名（日・タイ 3名 日・英・タイ 2名）を雇用したが、予想より地元タイ人来場者が少なくそれ以外の英語を話す来場者が多かったため、タイ語通訳は十分に活用されなかった。今後、同地において本見本市が開催され、これに出展する場合には、英語の通訳者を多くし、また使いやすいよう効率的に配置する必要があると考えられる。

4. 課題点

(1) パビリオン・デザインの検討

日本パビリオン全体は、比較的安価な物価もあり、限られた予算の中で非常に荘厳で深みのあるデザインに仕上がりに、明らかに会場内で目立っていた。タイ国の農業協同組合大臣が本見本市を視察された際も、日本パビリオン内で立ち止まって記念撮影を行った。

一方で、会場中央に配置した小型の日本庭園が来場者の通路をやや狭める形となり、もう少し人の流れを良くする配置が必要であったと考えられる。

(2) 開催時期の改善

本見本市の開催期日が9月5日～7日であったことから、全国的に果実の端境期にあたり、出展物が限定されてしまった。このため、出展者の募集が思うように進まなかった。実際、出展者及び出展希望者の意見・要望も開催時期の変更を希望するものがもっとも多く出された。

なお、主催者側には申し入れを行ったが、既に今回の会期中に次回の開催時期が決定した旨案内があった。

次回は2008年9月10日から12日の日程で、香港で開催する予定とのことである。

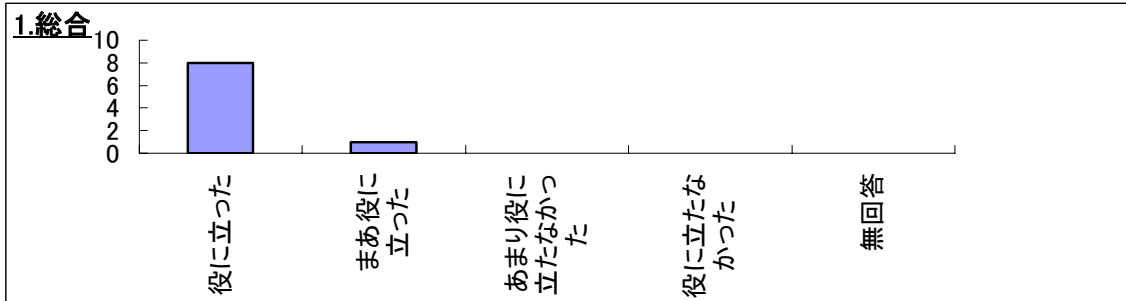
VII. アンケート結果

Asia Fruit Logistica2007 総合アンケート集計

(出展者数: 9社

有効アンケート枚数: 9枚

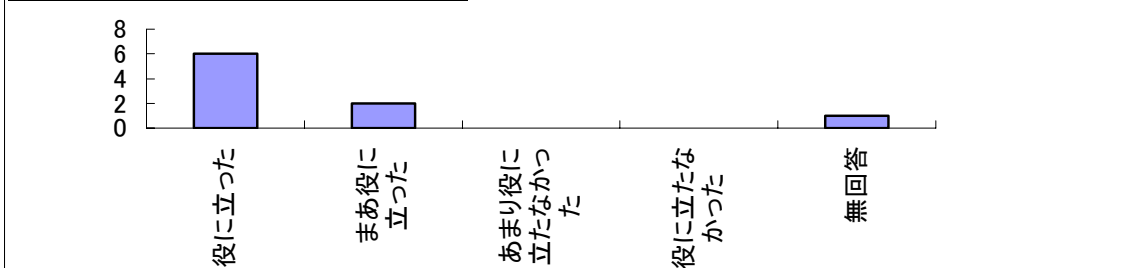
回収率: 100%)



■ 役に立った理由

- ・ お客様から訪問され、思いがけない会社からの訪問等もあることはこういうフェアなくして無理である。
- ・ 試食・商談を積極的に行うことが出来、とても有意義だった。
- ・ 様々な国のバイヤーの情報を得ることが出来た。
- ・ ビジターの質が大変よかった。
- ・ バイヤーが本気になって商談しているのがよく分かった。
- ・ アジア、中東地域の方に日本の果物に関心を持っていることが理解出来た。

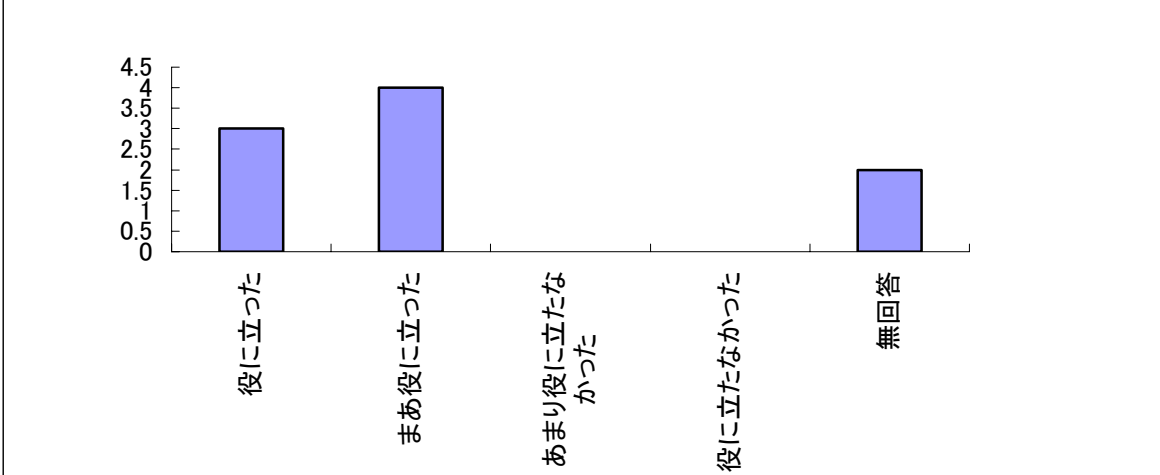
2-A. 自社製品・サービスの認知向上



■ 役に立った理由

- ・ お客様から訪問され、思いがけない会社からの訪問等もあることはこういうフェアなくして無理である。
- ・ 多くの来場者を得た、来場者のPRが出来た。
- ・ ポスター等展示物にインパクトがあった。
- ・ 海外ではほとんど知名度がないため。

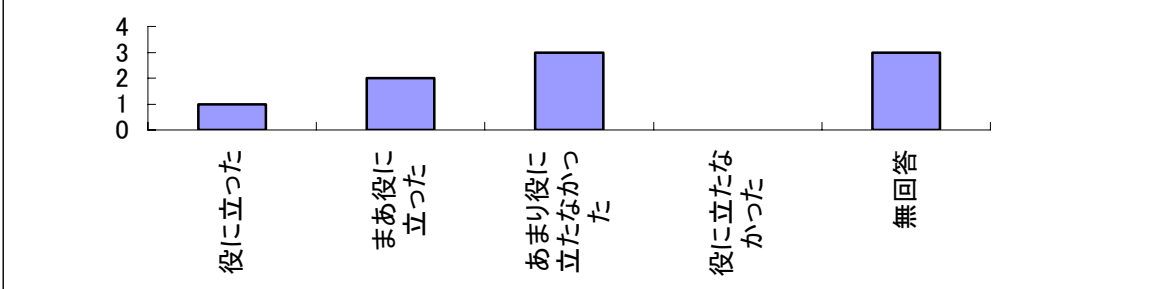
2-B. 自社製品・サービスの顧客獲得



■ 役に立った理由

- ・ お客様から訪問され、思いがけない会社からの訪問等もあることはこういうフェアなくて無理である。
- ・ メロンを知っていても食べたことが無い人もいたので、知ってもらいたかった。
- ・ 今後はメール等で繋げることが出来る。

2-C. 自社製品・サービスの販売代理店獲得



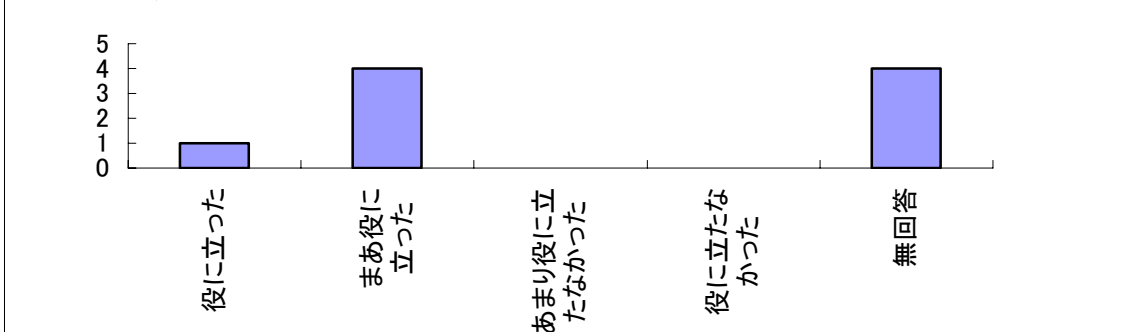
■ 役に立った理由

- ・ 輸出業者を通じてこれから商談に繋がる。
- ・ トライアル等の実施約束を得た。

■ 役に立たなかった理由

- ・ カスタマーが無かった。

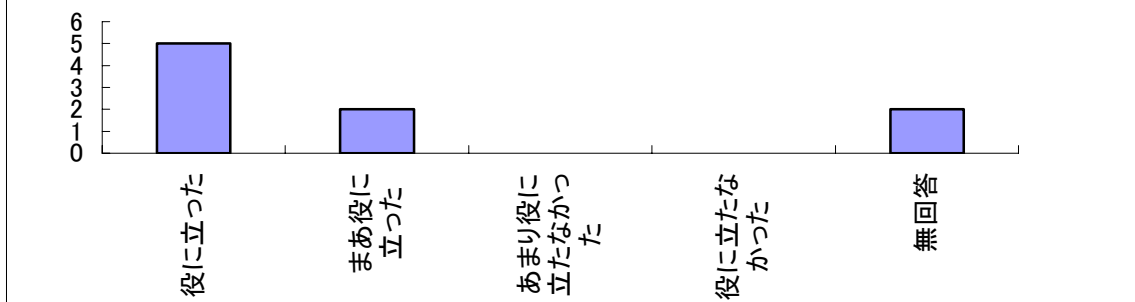
2-D. 自社製品・サービスの販売代理店支援



■ 役に立った理由

- ・ お客様から訪問され、思いがけない会社からの訪問等もあることはこういうフェアなくて無理である。
- ・ 輸出業者を通じてこれから商談に繋がる。
- ・ 産地PRにより支援出来た。
- ・ 物流などの確認が出来た。

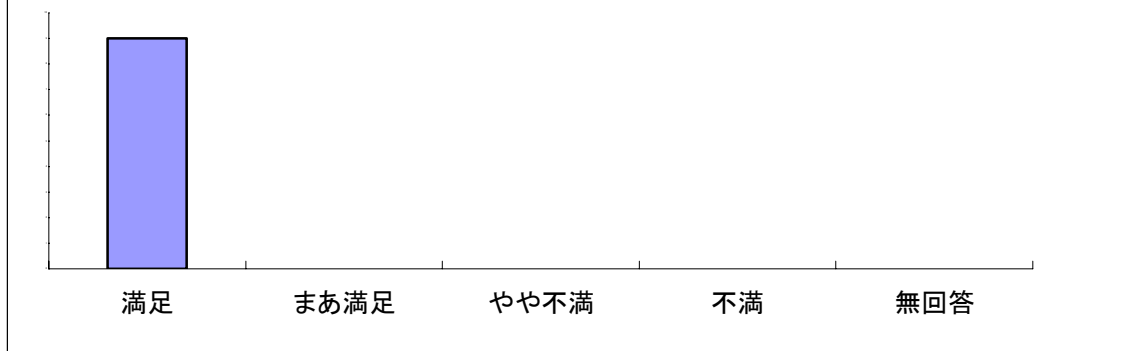
2-E. 現地進出のための市場調査、情報収集



■ 役に立った理由

- ・ お客様から訪問され、思いがけない会社からの訪問等もあることはこういうフェアなくして無理である。
- ・ 来場者からの情報収集、出展者との情報交換が出来た。
- ・ 輸出業者を通じてこれから商談に繋がる。
- ・ 出品物の形状や食感を評価頂いた。
- ・ 視察調査等を行いよかった。

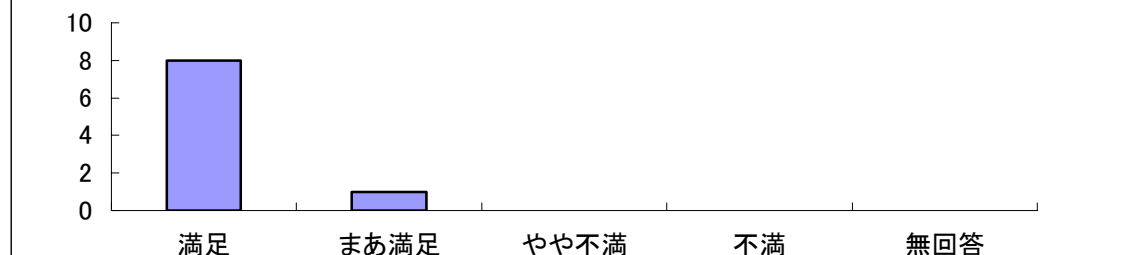
3-A. ジャパンブースの立地条件



■ 満足な理由

- ・ 大きな通路側だったので来場者が多く来た。外の通路側でよかった。
- ・ 大変出展しやすかった。

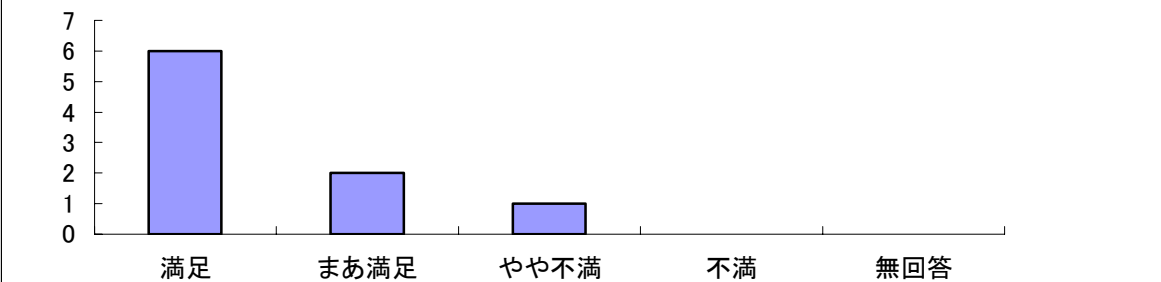
3-B. 基礎小間ブースの装飾・備品など



■ 満足な理由

- ・ 大変出展しやすかった。
- ・ ブース間取りが広がった。

3-C. 通訳・アシスタントのサポート



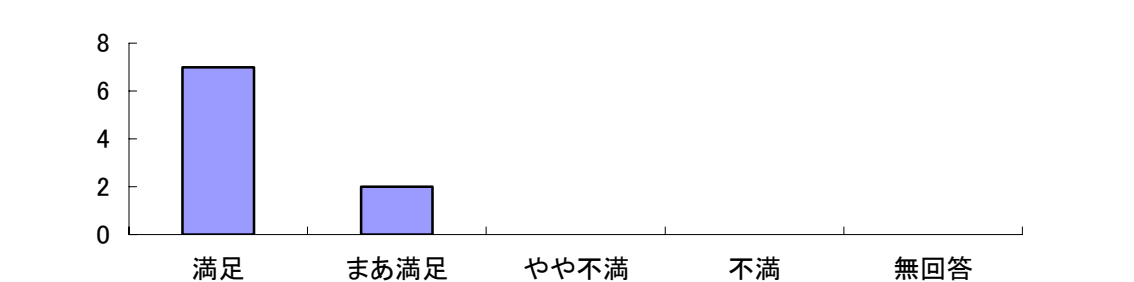
■ 満足な理由

- ・ 大変一生懸命やってくれた。メロンの作り方(栽培)を覚えてくれた。
- ・ 大変出展しやすかった。
- ・ 非常に能力が高かった。

■ 不満な理由

- ・ アシスタントの動きが鈍い。
- ・ 日英通訳が不足していた。

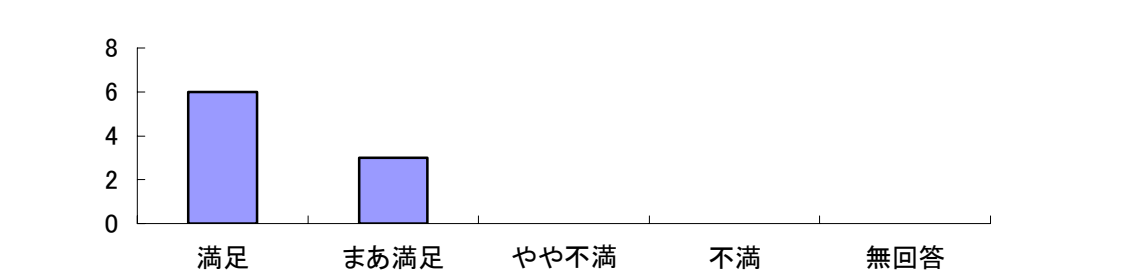
3-D. 会場スタッフのサポート



■ 満足な理由

- ・ しっかりサポートいただいた。
- ・ 大変出展しやすかった。大変よくしていただいた。

3-E. 出展に係る情報提供(説明会や各種お知らせなど)



■ 満足な理由

- ・ 大変出展しやすかった。
- ・ 丁寧な対応だった。

4. 出品期間中の成果について、印象的なエピソードなど

- ・現時点ではまだ具体的な価格を提示出来なかった。
- ・輸出入業者と連携の上、紹介・商談を行った。
- ・試食について、味の評価は良かったが、価格に驚かれた。
酸味のある果物が、案外に評判が良かった。
- ・中国向けのナガイモの商談がたくさんあった。
- ・成功例はないが、日本の果物に大きな関心を持っている方は何人かいた。
特にカキは扱ってみたい方が4名（後日e-mail対応予定）。
- ・成約まではないが、見積の提示やトライアルの話があるので、今後はメール等で調整する。

5. ジェトロのサービスについて、ご自由に感想をご記入願います。

- ・今回のままで充分満足です。
- ・セミナー・市場視察をやっていただき、大変助かった。
- ・同様の国際見本市の出展支援。国内見本市の招へい。
- ・大変満足しています。ありがとうございました。
- ・企画・ブースの設置など問題なく準備頂きました。

6. 本見本市(Asia Fruit Logistica)はアジア発開催でしたが、今後の改善に向けて主催者側へ要望する事項がありましたら記入願います。また、本見本市は来年もアジア地域で開催予定のため、その開催希望時期及び開催希望国・地域名を記入下さい。

- ・モモの出荷できる時期に開催して欲しい。
- ・販売を要求する客がいるので、対応方お願いしたい。
- ・開催場所：香港（3社）
シンガポール（2社）
台湾（1社）
（中東地域）
- ・開催時期：4～5月
5～8月上旬（モモにあわせて）
10～11月
12～1月

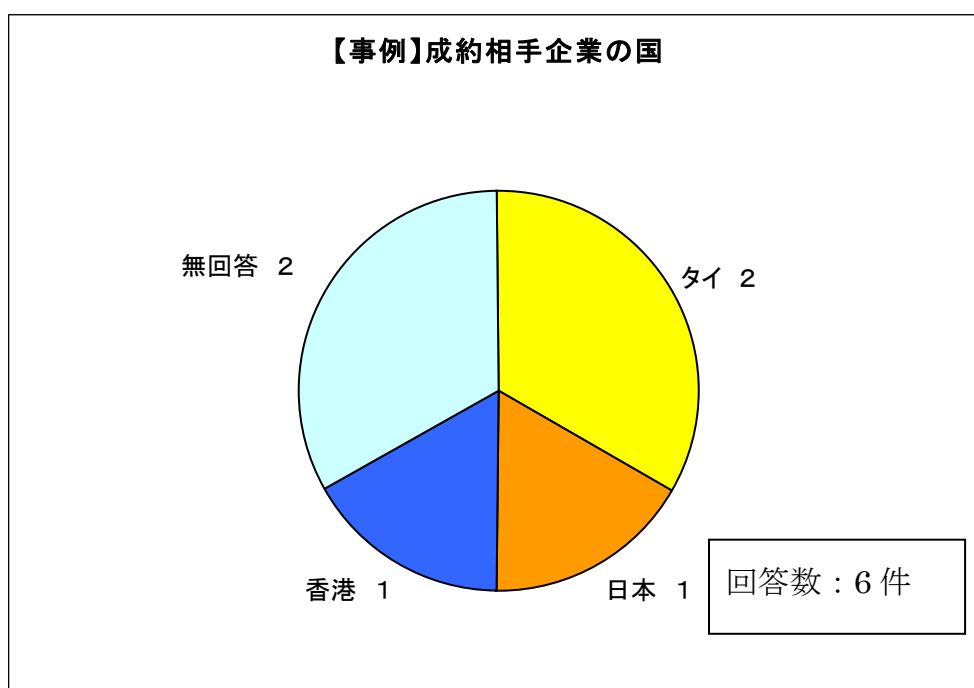
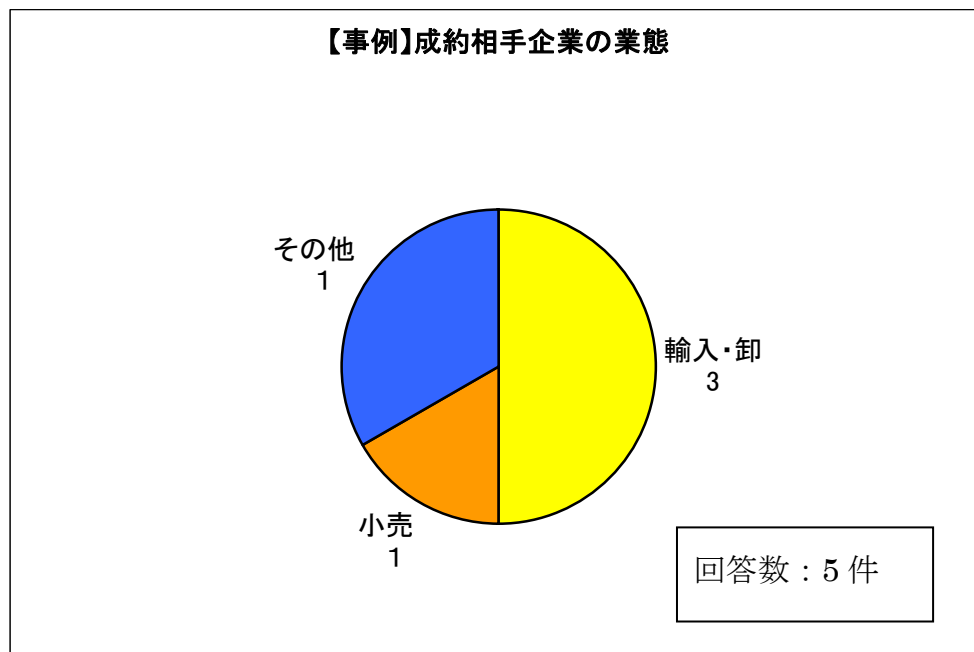
Asia Fruit Logistica2007 フォローアップアンケート集計

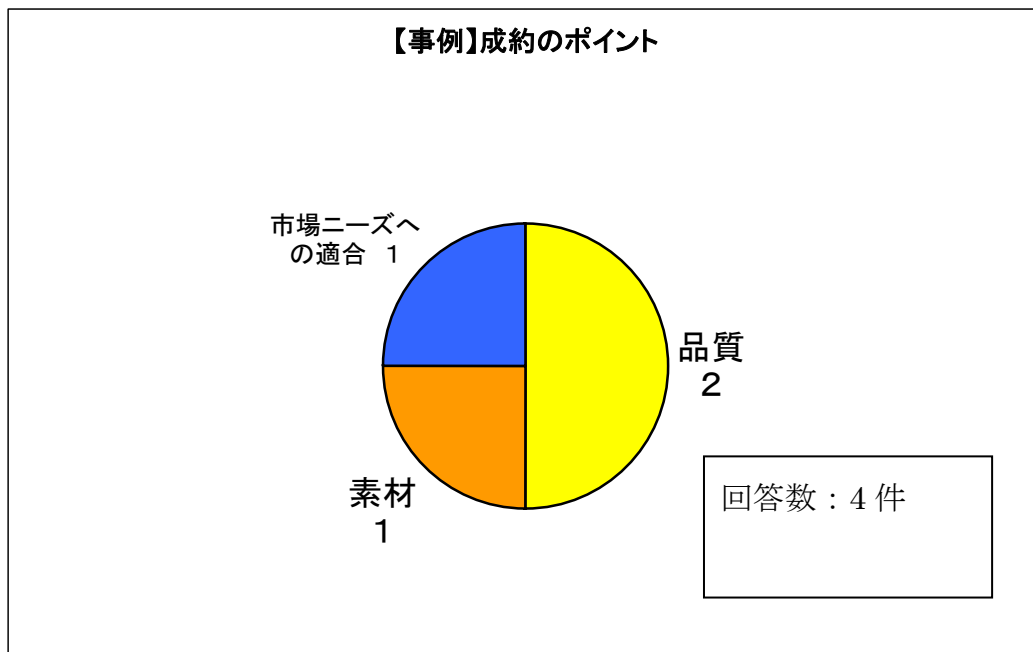
(出展者数:9社・団体 有効アンケート数:9社・団体 回答率:100%)

1. 販売・輸出

- 1) 展示・商談会終了後現在までに成約に至った件数：2件
- 3) 成約に至っていないが商談継続中の案件数：7件
- 5) 展示・商談会会期中も含めて成約に至った代表的な事例を上げて下さい。

【事例】





【事例】

今後の継続販売見込み：有り 2件
 不明 1件
 無回答 6件

2. 展示・商談会終了後現在までに代理店契約に至った件数

1) 代理店契約締結件数： 0件

商談継続中の案件数： 1件

2) 代表的な事例(上記案件について)

成約相手企業の業態 輸入・卸

代理店契約のポイント 品質

3. その他の出展結果

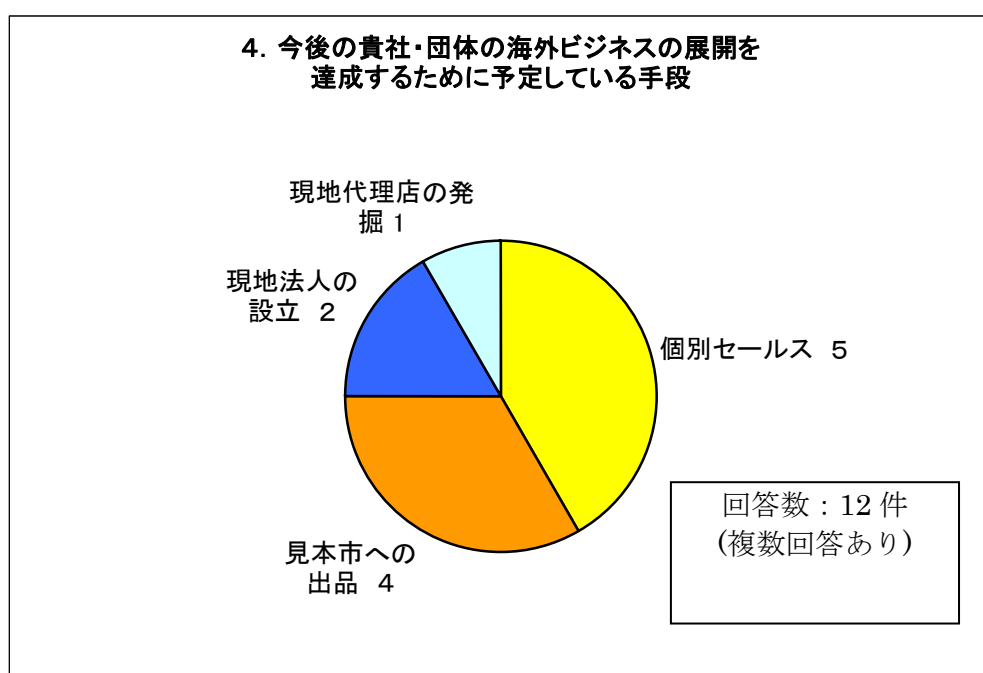
1) 日本国外

- ・ 混載の相手（サプライヤー）を見つけることができた
- ・ マレーシアの法人からのフランチャイズの依頼

2) 日本国内

- ・ JA 会津、JA 会津みどりから「みしらず柿」の輸出

4. 今後の貴社・団体の海外ビジネスの展開



VII. 記録写真

Asia Fruit Logistica2007 出展の様子

(1) 日本パビリオンの様子



出展者ブース

全農ふくおか福岡県

(株) サングローブ/JA 伊達みらい



むらはたタイランド

日園連

豊橋田原広域農業推進会議



静岡県温室農業協同組合



アラヤフルーツ



岡山県

盛況な日本パビリオン



人気のあったネコマスコット



タイ・ティラ農業協同組合大臣の来訪 (写真左：左から3番目)



他国パビリオンの様子
タイ



オーストラリア



台湾



フランス



南アフリカ



出展者の様子
オリエンテーション



セミナー



市場視察
フルーツむらはた



フルーツむらはた販売風景



熱心に現地販売バイヤーの話を聞く出展者達



セントラルワールド

伊勢丹

セントラル
チットロム

