

VIII. 参 考 资 料

1. 出展者募集案内資料

平成 19 年度農林水産省委託事業 農林水産物等海外販路創出・拡大事業(欧州連合地域) ANUGA2007 「出品案内書」

1. 日本パビリオン設置の目的

フランスや英国の高所得者を中心に、日本食の「ヘルシー・高品質」イメージが浸透したことにより、現在、わが国の農林水産物の対EU輸出総額は100億円超となっており、政府目標(平成25年までに輸出額1兆円規模)の下、輸出市場の要となっています。世界最大規模である食品見本市ANUGA 2007に「日本パビリオン」を設置することにより、今後のさらなる輸出拡大を目指します。

2. 事業実施者

日本貿易振興機構(ジェトロ)は農林水産省の委託を受け、本事業を実施します。

3. 見本市概要

(1)展示会名: ANUGA2007

(食品・飲料、ホテル・レストランサービス関連産業を対象とした、世界最大規模の国際食品・飲料展)

(2)会期: 2007年10月13日(土)~17日(水) 5日間 (開場時間 9:00~18:00)

(3)会場: ドイツ連邦共和国 ケルン・メッセ会場

(4)主催者: ケルン見本市会社

(5)展示面積: 28万6,000㎡(予定)

(6)出展者数: 6,294社 (ANUGA 2005実績)

(7)出展国数: 108カ国(ANUGA 2005実績)

(8)来場者数: 16万1,000人 (ANUGA 2005実績)

(9)ウェブサイト: <http://www.koelnmesse.jp/anuga/index.htm>

4. 募集要項

(1)参加規模: 「日本パビリオン」 33小間 (374㎡)

* 商業ブース(企業出品ブース)24小間 ※原則1社1小間(3m×3m)とします。

* ジェトロ広報ブース 9小間

(2)出品内容:

下記①及び②の両方を満たすものとします。

①日本産農林水産物・および加工食品・飲料、または日本産農林水産物を主原料とした加工食品・飲料

②EUで販売可能な食品・飲料

(3)出品料: 無料

5. サービス内容

(1) ジェトロが提供するサービス

① 基礎小間設営・装飾

② 共通設備等維持管理

③ アシスタント雇用(1社1名)

④ 通訳(若干名)

⑤ 来場者向け日本パビリオンパンフレット作成

(2) ジェトロが提供しないサービス

「5.の(1)」以外の出品者負担の経費であり、その主要なものは次のとおりとします。

- ①輸送に要する経費(本見本市は、別添海外見本市出品規程の「輸送なし」に該当します)
 - ・ 輸出梱包及び展示会場までの通関・輸送費
 - ・ 見本市終了後、出品物の処理(還送・転送等)に係わる通関・輸送経費
 - ・ 出品物に係わる輸入税、通関費用、その他公租公課、輸送保険料
- ②展示装飾に要する経費
 - ・ 出品者が特別または独自に必要とする設備・備品等の設置・借上、撤去等に要する経費
- ③社員等の派遣に要する経費(渡航費、宿泊費等)
- ④出品物及び自社ブースに持ち込む出品者所有物に係る本展示会期中の盗難保険料
 - ※高価な出品物及び自社ブースに持ち込むパソコン、デジタルカメラ等の出品者所有物には会期中の盗難保険を付保されることをお勧めします。見本市会場で生じた盗難については、ジェットロは一切責任を負いません。
- ⑤その他
 - ・ 本見本市に係り、出品者の都合により発生する個別経費
 - ・ 輸出入手続き等に係る情報提供やその他サービスについて、既存のものであれば無料でご提供できますが、追加調査等が必要なもの等については、通常のジェットロサービスと同様に有料となりますので、ご了承下さい。

6. 出品物の輸送方法及び見本市終了後の対応について

ジェットロより通関・輸送業者は紹介しますが、必ず事前に見積を入手いただき、出品者の責任にて取引を行って下さい。各種手続き等については業者と直接行っていただきます。また、既にルートをお持ちの場合は当該業者をご利用いただいて結構です。

また、見本市に出品するサンプルとしての出品物の販売は出来ません。剰余分は自己責任にて現地処分する必要があります。

7. 小間位置の決定

会場全体の基本構成、小間位置は出展内容によりジェットロにて決定させていただきます。出品者様のご希望に沿えない場合がございますので、予めご了承下さい。

8. 出品の条件(社員などの派遣)

会期の全日程を通じて社員などの方がブースにおいて商談・PRしていただくことが条件です。会期終了前にブースから撤去いただくことはお断りしておりますので、ご了承下さい。申込み後に会期中でブース撤去いただくことが明らかになった場合には、今回または今後のご出品をお断りすることもあります。

9. アンケート等へのご協力

出品者の皆様には、会期前後および会期中にジェットロが行うアンケートなどにご協力いただきます。現地ディストリビューターなどと共同で商談する場合も、出品者の実績として成果を記載してください。

また、出品者の皆様には、農林水産省が別途実施する農林水産物等海外販路創出・拡大事業のうちのフォローアップ調査(聞き取り調査、アンケート調査等)にご協力いただきます。当該調査の受託業者から調査依頼があった際にはご対応願います。

10. 申込方法

本「出品案内書」、「海外見本市規程」を必ずご確認ください、以下に沿ってお申込み下さい。

- (1) 注意事項をご確認の上、①出品申込書・承諾書(社印も捺印下さい)をジェットロ担当までにFAX願います。
- (2) 申込期日までに①出品申込書・承諾書(2通)、②事前調査票に記入いただき、③企業概要パンフレット、④出品物パンフレットを添付し、下記ジェットロ担当宛に郵送して下さい。**書類に不備がある場合、受付が完了しないことがあります。** 申込書・承諾書の記入サンプルをご参考にご記入下さい。また、出品物パンフレットの代わりに、「出品物概要」でも構いません。
- (3) ジェットロは「出品申込書・承諾書」(2通)に代表者印を押印し、1通を返送します。
- (4) 申込締切日 **7月12日(木)必着** *締め切り後、2週間程度で返信予定です。

11. 出品者の選定

出品者の構成は、農林水産省との協議のうえで決定します。決定には以下を考慮し、同率の場合は先着順を優先します。

- (1) 日本産農林水産物・加工食品の輸出促進に資するか。
- (2) 日本パビリオンの出品構成がバランスのとれたものとなるか。
- (3) 欧州での市場開拓・輸出拡大が見込まれる品目であるか。
- (4) 欧州での市場開拓・輸出拡大のために具体的な考えを有しているか。
- (5) 欧州企業との商談をフォローする体制が整っているか。
- (6) 新規参加企業と、ヨーロッパに既に輸出している企業のバランスがとれたものとなるか。

なお、大幅に申込が上回るなどの場合は、締め切り前でも募集を締め切る場合がありますのでご了承ください。また、募集小間をオーバーしない場合でも、出品品目としてふさわしくないと考えられる際には、ご参加をお断りすることがございます。

12. 注意事項

- (1) 本見本市出品申し込み後に出品をキャンセルされた場合には、農林水産省に通知され、次回以降の農林水産省主催見本市開催において考慮されることとなります。
- (2) 本案内に記載されていない事項に関しては、別添「海外見本市出品規程」に準拠します。
- (3) 「出品案内書」および「海外見本市出品規程」に定めのない事項に関しては、ジェットロがその対応を決定するものとし、政府の方針等により内容が変更する可能性がある旨予めご了承ください。

以上

お問い合わせ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

輸出促進・農水産部 農水産課 (担当: おおはら きりゅう 大原、桐生)

〒105-8466 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6 階

TEL:03-3582-5546 FAX:03-3582-7378 E-Mail: exc@jetro.go.jp

2. 併催イベント資料

①料理デモンストレーションスケジュール

| | | | | | | | | | |
|-----------|------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 10月13日(土) | 9:00-10:00 | 10:00-11:00 | 11:00-12:00 | 12:00-13:00 | 13:00-14:00 | 14:00-15:00 | 15:00-16:00 | 16:00-17:00 | 17:00-18:00 |
| | 事務局 | 事務局 | ジャパン・フーデー シガ | 事務局 | 事務局 | 事務局 | 事務局 | ミナミ産業 | |
| 10月14日(日) | 9:00-10:00 | 10:00-11:00 | 11:00-12:00 | 12:00-13:00 | 13:00-14:00 | 14:00-15:00 | 15:00-16:00 | 16:00-17:00 | 17:00-18:00 |
| | 事務局 | 事務局 | 日本食研 | 事務局 | 事務局 | 事務局 | ふーどリーむず | JFC(太平洋貿易) | |
| 10月15日(月) | 9:00-10:00 | 10:00-11:00 | 11:00-12:00 | 12:00-13:00 | 13:00-14:00 | 14:00-15:00 | 15:00-16:00 | 16:00-17:00 | 17:00-18:00 |
| | 事務局 | 事務局 | JFC(太平洋貿易) | 事務局 | 事務局 | 事務局 | 事務局 | 極洋 | |
| 10月16日(火) | 9:00-10:00 | 10:00-11:00 | 11:00-12:00 | 12:00-13:00 | 13:00-14:00 | 14:00-15:00 | 15:00-16:00 | 16:00-17:00 | 17:00-18:00 |
| | 事務局 | 事務局 | ジャパン・フーデー シガ | 事務局 | 事務局 | 事務局 | 事務局 | | |
| 10月17日(水) | 9:00-10:00 | 10:00-11:00 | 11:00-12:00 | 12:00-13:00 | 13:00-14:00 | 14:00-15:00 | 15:00-16:00 | 16:00-17:00 | 17:00-18:00 |
| | 事務局 | 事務局 | ふーどリーむず | 事務局 | 事務局 | 事務局 | 事務局 | | |

②セミナー アンケート結果

| | 満 足 | まあ満足 | やや不満 | 不 満 | 無回答 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|
| 総合評価 | 3 | 3 | 1 | 0 | 0 |
| 各講演への評価 (延べ人数でカウント) | 9 | 5 | 3 | 2 | |
| 講演内容のわかりやすさ | 1 | 6 | 0 | 0 | 0 |
| 講演の長さ | 0 | 6 | 0 | 0 | 1 |
| 配布資料の内容 | 3 | 3 | 0 | 0 | 1 |
| 総合評価の% | 43 | 43 | 14 | 0 | 0 |

回答者数 7名

■ 主なコメント

- ・ 有益かつ簡潔で的確な内容であった。（「日本食紹介」の講演）
- ・ 素人にとってもわかりやすく、非常に興味深かった。（「日本酒」の講演）
- ・ 貴重な情報を提供いただいた。（「日本茶」の講演）
- ・ 聞き取りづらかった（「日本茶」の講演）
- ・ 内容は理解しやすかったが、写真があればより分かりやすかったと思う。
（「日本酒」の講演）

③セミナー資料

Introduction of Japanese Food

Naoyuki (Norm) Kiyomatsu
JFC International (Europe) GmbH
October 16, 2007

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Contents

1. Basics of Japan's Food Culture
2. Japanese-style diet is blooming in many countries in the world
3. Keywords for Japanese Food and Food products
4. European Market Trend for the Japanese Food Products

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Basics of Japan's Food Culture

1. **Rice is the basis of the Japanese palate.**
2. The basic principles of Japanese-style diet : 'Soup Plus Three.'
3. Soba, Tempura, Sushi had become popular dishes in Edo period(1603-1868).
4. Foreign meat dishes were introduced to Japan after the Edo period ended. They were modified to suit the Japanese palate.

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Rice is the staple of the Japanese diet



Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google


Basics of Japan's Food Culture

1. Rice is the basis of the Japanese palate.
2. **The basic principles of Japanese-style diet : 'Soup Plus Three.'**
3. Soba, Tempura, Sushi had become popular dishes in Edo period(1603-1868).
4. Foreign meat dishes were introduced to Japan after the Edo period ended. They were modified to suit the Japanese palate.

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Soup plus Three

Ichi-ju San-sai
一汁三菜



Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Basics of Japan's Food Culture

1. Rice is the basis of the Japanese palate.
2. The basic principles of Japanese-style diet : 'Soup Plus Three.
3. **Soba, Tempura, Sushi had become popular dishes in Edo period(1603-1868).**
4. Foreign meat dishes were introduced to Japan after the Edo period ended. They were modified to suit the Japanese palate.

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Basics of Japan's Food Culture

1. Rice is the basis of the Japanese palate.
2. The basic principles of Japanese-style diet : 'Soup Plus Three.
3. **Soba, Tempura, Sushi had become popular dishes in Edo period(1603-1868).**
4. Foreign meat dishes were introduced to Japan after the Edo period ended. They were modified to suit the Japanese palate.

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Basics of Japan's Food Culture

1. Rice is the basis of the Japanese palate.
2. The basic principles of Japanese-style diet : 'Soup Plus Three.
3. Soba, Tempura, Sushi had become popular dishes in Edo period(1603-1868).
4. **Foreign meat dishes were introduced to Japan after the Edo period ended. They were modified to suit the Japanese palate.**

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Rice Curry (curried rice) Tonkatsu (pork cutlets) Korroke (croquettes)



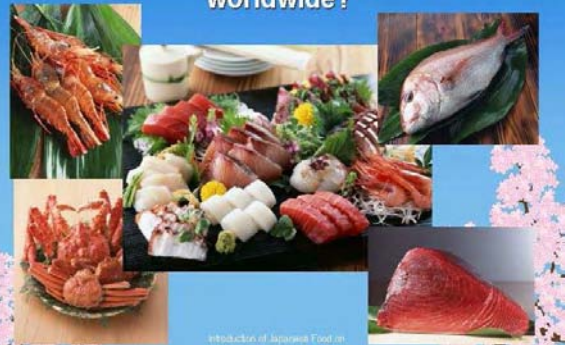
Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Japanese-style diet is blooming in many countries in the world

1. Japan's historical longevity. Average lifespan 81.9 years(F:85,M: 78)
2. The Nutritional and balanced diet.
3. 40% of animal protein came from fish in Japan.
4. Raw fish, which once separated Japanese from other food culture, is now common worldwide.

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Raw fish is now common in worldwide?



Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Keywords for Japanese Food and Food products

1. Low calorie
2. Healthy
3. Freshness
4. Innovation
5. Safety

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

European Market Trend for the Japanese Food Products

1. **Sushi related items**
2. Soybean related items
3. Rice related items
4. What is the next of the Sushi?
Izakaya – Kozara ryori (dishes)

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Sushi related items



Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

European Market Trend for the Japanese Food Products

1. Sushi related items
2. **Soybean related items**
3. Rice related items
4. What is the next of the Sushi?
Izakaya – Kozara ryori (dishes)

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Soybean related items



Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

European Market Trend for the Japanese Food Products

1. Sushi related items
2. Soybean related items
3. **Rice related items**
4. What is the next of the Sushi?
Izakaya – Kozara ryori (dishes)

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Rice related items



Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

European Market Trend for the Japanese Food Products

1. Sushi related items
2. Soybean related items
3. Rice related items
4. **What is the next of the Sushi?
Izakaya – Kozara ryori (dishes)**

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Izakaya – Kozara ryori



Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Enjoy Japanese Food!!

Thank you very much.

Naoyuki (Norm) Kiyomatsu
JFC International (Europe) GmbH
October 16, 2007

Introduction of Japanese Food on
October 16, 2007 in Google

Herzlich willkommen ...


Sake aus Japan



Ein Vortrag von Susanne Rost
SAKE KONTOR, Berlin

Was ist Sake?

- Sake = „Alkohol“
- *Nihonshu* = „Japanischer Alkohol“
- Herstellung aus Wasser und Reis
- durch Gärung (nicht Destillation)
- 14 bis 19% Alkohol
- Alkohol eher wie Wein, Herstellung eher wie Bier
- 1.500 Brauereien in Japan stellen ca. 4.000 verschiedene Sorten her



Sake-Zutaten



Reis + Wasser

Koji
Aspergillus Oryzae

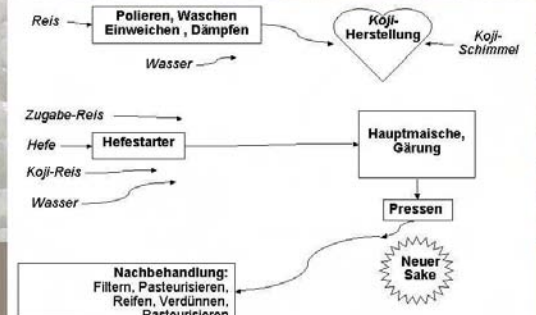
Hefe

Sake

Saccharifizierung:
Stärke zu Zucker

Alkoholische Gärung:
Zucker zu Alkohol

Sake-Herstellung



Reis → Polieren, Waschen, Einweichen, Dämpfen → Koji-Herstellung (Koji-Schimmel)

Wasser

Zugabe-Reis, Hefe, Koji-Reis, Wasser → Hefestarter

Hauptmaische, Gärung

Pressen

Neuer Sake

Nachbehandlung: Filtern, Pasteurisieren, Reifen, Verdünnen, Pasteurisieren

Sake-Reis

- Spezialreis *Sakamai*
- Ca. 50 Sorten
- Ca. 3x so teuer wie Essreis
- Größere Körner als Essreis mit mehr Stärke
- Stärke ist im Inneren des Kornes konzentriert
- Außenschichten werden wegpoliert
- **Poliertrate**: verbliebenes Korn in Prozent
- Z.B.: Poliertrate 40% = 60% sind wegpoliert
- „geschrieben ist geblieben“



Premium-Sake

- **Premium-Sake**
Tokutei Meishoushu:
 - Reinheitsgebot
 - Nur Wasser und Reis dürfen verwendet werden
 - Polierraten vorgeschrieben
 - Sorgfältige Verarbeitungstechniken von Hand
- **Standard-Sake** *Futsushu*:
 - ca. 80% der Gesamtproduktion
 - Zusatz von großen Mengen Alkohol erlaubt



SAKE
JETRO
Anuga 2007

© Susanne Rost
für JETRO, Anuga 2007

Premium-Sake Typen

Zutaten: Reis, Wasser, Koji, Hefe

Junmai

- „Purer Reis Sake“
- Polierate muss angegeben sein

Junmai Ginjo

- Polierate mindestens 60%
- Besondere Verarbeitung

Junmai Daiginjo

- Polierate mindestens 50%
- Höchste Braukunst

Zutaten: plus geringe Menge Brauereialkohol zum Lösen von Geschmacksstoffen

Honjozo

- „Echt gebraut“
- Polierate mindestens 70%

Ginjo

- Polierate mindestens 60%
- Besondere Verarbeitung

Daiginjo

- Polierate mindestens 50%
- Höchste Braukunst

SAKE
JETRO
Anuga 2007

© Susanne Rost
für JETRO, Anuga 2007

Besondere Sake-Typen

Namazake
Unpasteurisierter Sake. Frischer Geschmack mit jungen, grünen Aromen.

Nigorizake
Trüber Sake, der noch Reisreste enthält. Kräftig und süß mit nussigen Elementen.

Genshu
Unverdünnter Sake mit hohem Alkohol. Voller Körper, charaktervoll.

Koshu
Gereifter Sake. Mindestens 3 Jahre, geht auch über 15 Jahre. erinnert an Sherry.

Taruzake
Im Fass gelagerter Sake mit kräftigem Zedernholzaroma.

Yamahai und Kimoto-Sake
Nach aufwändigen traditionellen Hefestarter-Verfahren gebraut. Sehr aromatisch und charaktervoll.

SAKE
JETRO
Anuga 2007

© Susanne Rost
für JETRO, Anuga 2007

Trinktemperaturen & Gefäße

- Wahl entsprechend dem Charakter des Sake
- Kühl (Hiya, Reishu)** 5 – 14° C
- Zimmertemperatur** 15 – 25° C
z.B. Ginjo, Daiginjo
in Weißweingläsern, Glasbechern, Masu
- Lauwarm** 30 – 38° C
- Warm (Nurukan)** 40 – 45° C
z.B. Junmai, Honjozo
in Glasbechern, Keramik, Porzellan



SAKE
JETRO
Anuga 2007


© Susanne Rost
für JETRO, Anuga 2007

...was man auch noch wissen sollte.

- Sake ist eines der natürlichsten und reinsten Getränke der Welt
- Sake enthält keine Sulfite und weniger Säure als Wein
- Premium-Sake enthält keine Zusatzstoffe
- Sake harmoniert perfekt zu japanischer Küche

Bitte probieren Sie die vielen Sakes der Aussteller am Buffet!

Vielen Dank fürs Zuhören.



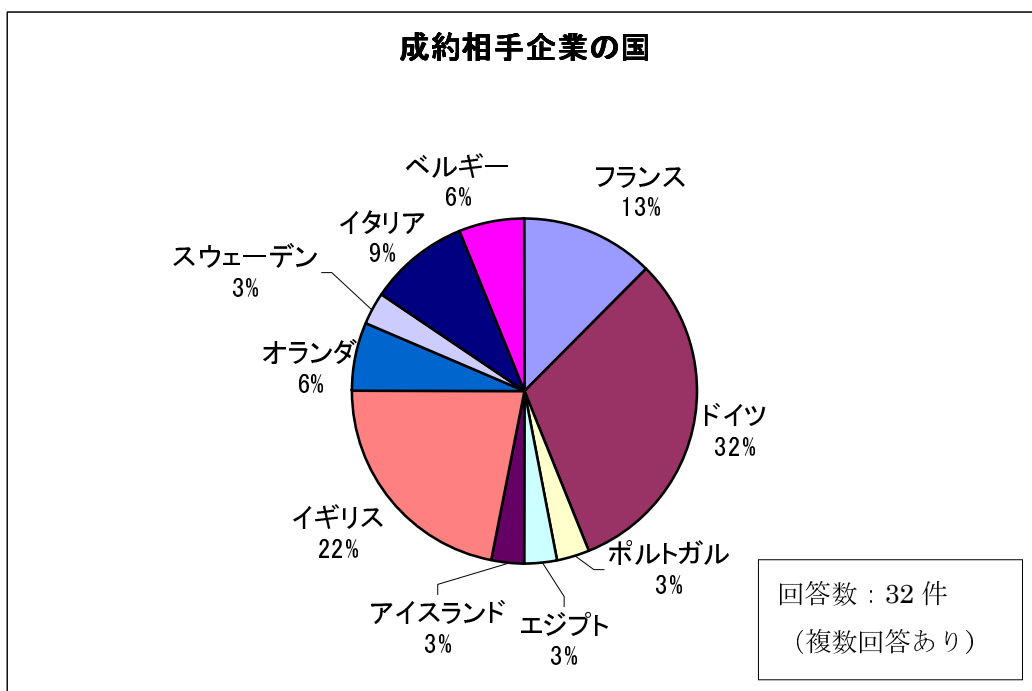
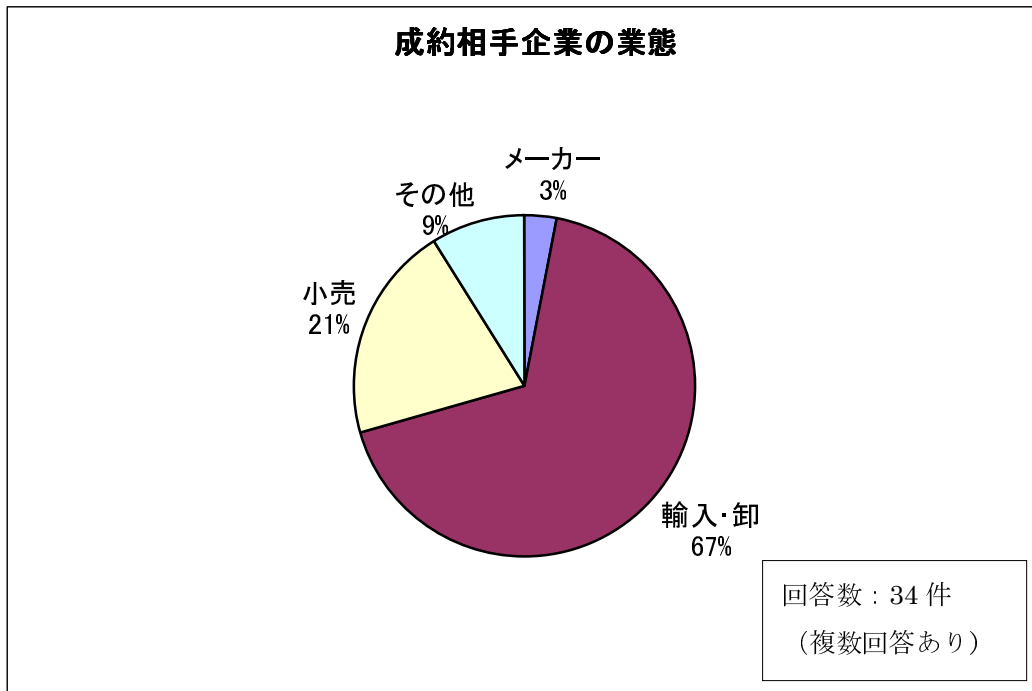
3. ANUGA2007 フォローアップアンケート結果

実施期間： 2008年2/8～5/12

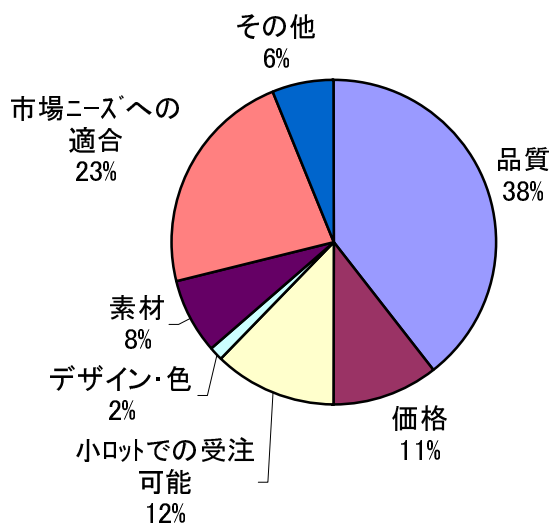
(出品者数：24社・団体 有効アンケート数：24社・団体 回答率：100%)

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：101件
- 2) 成約に至っていないが商談継続中の案件数：83件
- 3) 展示・商談会会期中も含めて成約に至った主な案件の内容：以下のとおり



成約のポイント



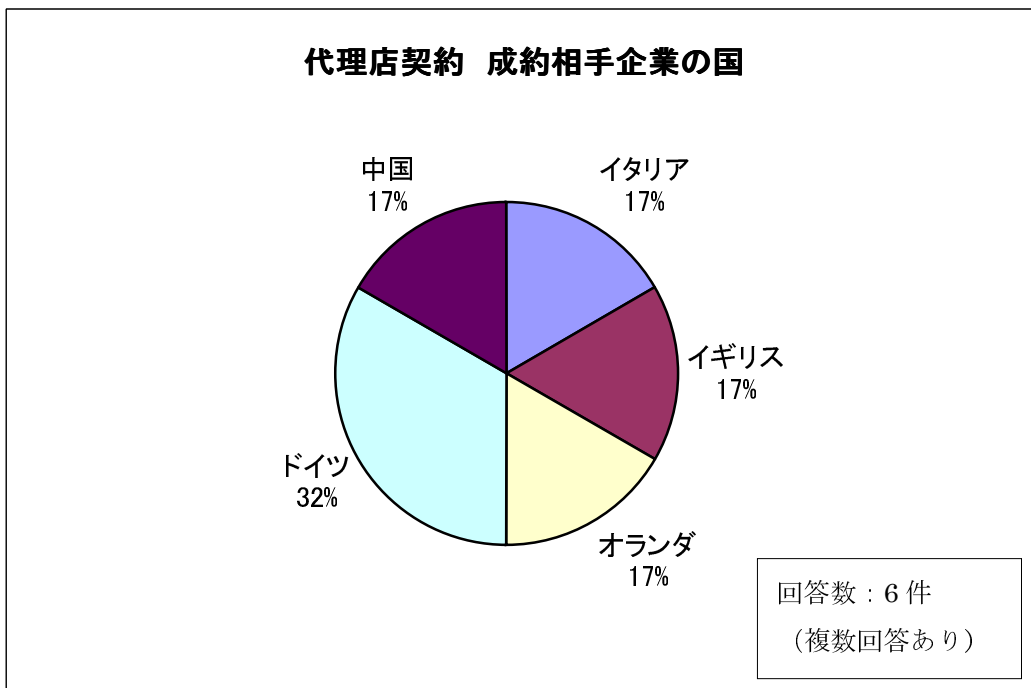
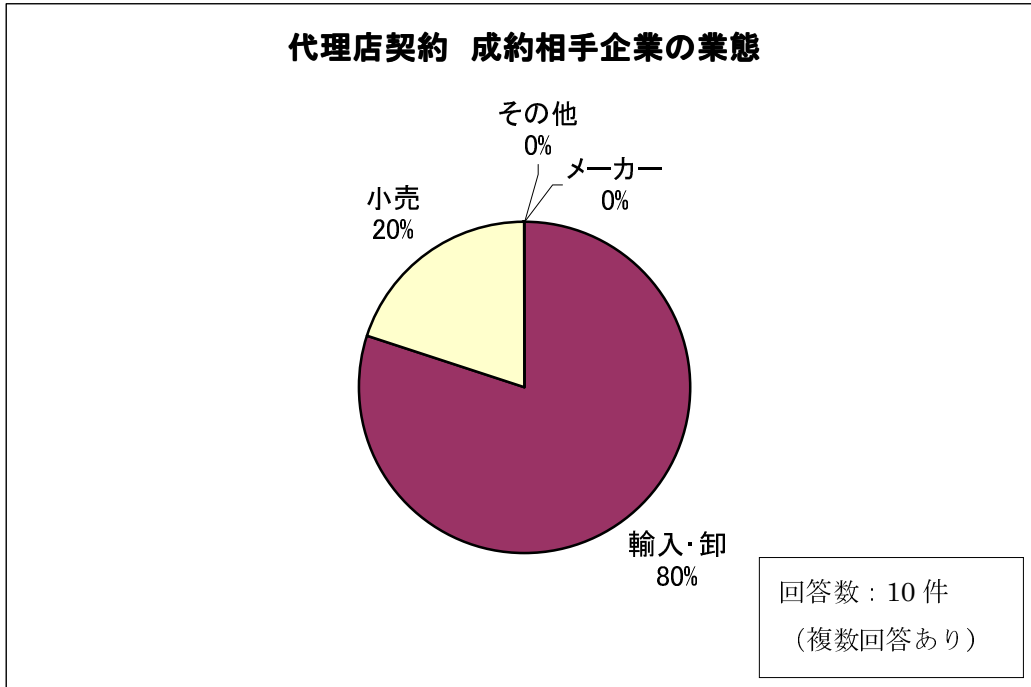
回答数：66件
(複数回答あり)

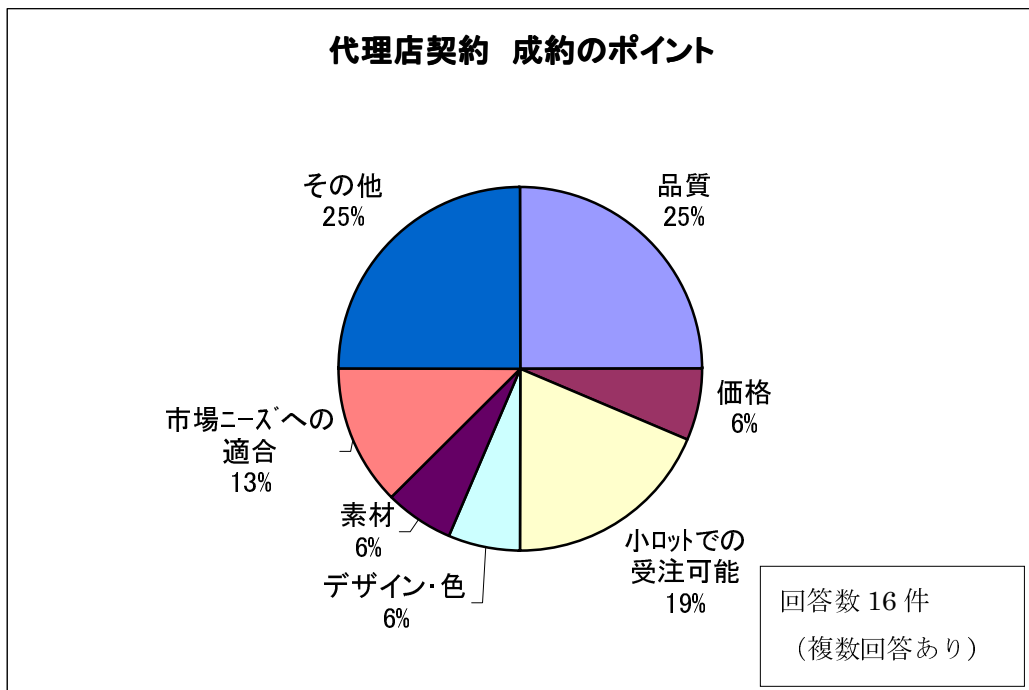
今後の継続販売見込み：有り 26件
不明 1件
無回答 23件

2. 代理店契約

- 1) 展示・商談会終了後、現在までに代理店契約締結に至った件数：14 件
成約に至っていないが商談継続中の案件数：28 件

- 2) 主な案件の内容：以下のとおり





3. その他の出品成果

1) 日本国外

- ・ 成約に到らずとも様々な会社との知り合いが増えた。
- ・ フランスにおける給食業者とのビジネスの開始検討。
- ・ 日本産製品が既存顧客経由で前年比 110%増。
- ・ 新規製品の紹介及び既存取引先との関係強化。
- ・ 現地の市場調査。
- ・ 出展したことで知名度がアップし、問い合わせ件数が増えた。
- ・ 弊社オランダ代理店の取引先発掘。
- ・ イタリアの企業が弊社わさび関連商品を気に入り、PB として販売を検討、現在パッケージデザインも完成し、詳細を詰めている段階。
- ・ レストランサプライヤーのみならず現地系小売店等への販路拡大の可能性も広がった。
- ・ 米国中心の代理店の発掘。
- ・ OEMでの商品開発。
- ・ 特になし。(複数)

2) 日本国内

- ・ 他の食品メーカーと海外に対する取り組みの情報交換ができた。
- ・ 海外への取組みをアピールできた。
- ・ 国内でも PR 効果があり従来の取引先との関係を強化できた。
- ・ 貿易会社との取引開始。
- ・ 貿易会社が、わさび関連商品の売り込みを開始。現在オランダと台湾に商品を紹介いただいている。

- ・ 自社製品の特徴を PR できたため、輸出の可能性が広がった、また、これらの実績が国内バイヤーにも PR となり、商談等が行いやすくなった。
- ・ 特になし。（複数）

4. 今後の貴社・団体の海外ビジネスの展開

