



平成 19 年度農林水産物等海外販路創出・拡大委託事業  
(海外展示・商談活動(インド(World of Food India)))

### 実施報告書



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：株式会社近鉄エクスプレス)

## 目次

はじめに	3
第1章 World of Food India 2007 の概要	
1. 事業趣旨	4
2. 事前の抽出課題と事業の目標	4
3. 開催概要	
(1) 展示会プロフィール(2007実績)	5
(2) 日本パビリオン概要	6
(3) 会期スケジュール	6
(4) 日本パビリオン出展者リスト	7
(5) 展示会場概要	8
第2章 World of Food India 2007 における日本パビリオンの運営	
1. 事業全体の流れ	11
2. 運営内容の詳細	
(1) 出展者募集	11
(2) 出展品について	12
(3) 出展品の物流	12
(4) 日本パビリオンの設営	13
(5) 通訳・プロモーターの配置	19
(6) 集客イベント	20
(7) 来場者誘致やプロモーション	26
3. 会期中の様子(写真による紹介)	30
第3章 成果と課題	
1. 出展者の評価(会期1週間後の出展者総合アンケート)	31
2. 成果	36
3. 課題	36
4. 総評	37
参考資料	38

## はじめに

本報告書は、平成19年度農林水産物等海外販路創出・拡大事業として日本パビリオンの設置、運営を行った、インドのムンバイ市における国際食品見本市「World of Food India 2007（別称Annapoorna）」の出展事業概要を取りまとめたものである。

農林水産省では、農林水産物の輸出額を平成25年までに一兆円規模にするという政府目標の実現に向け、様々な輸出促進対策事業を実施している。農林水産物海外販路創出・拡大事業（海外展示・商談活動）に我が国の農林水産物や食品の海外での販路を新たに創出、またはそれを拡大することを目的とし、輸出志向のある生産者、メーカー、商社及び関連団体等に対し、海外における展示・商談活動の場を提供、支援するものである。

本事業においては、産業新興国としての潜在能力の高さに注目をしながら、開催都市ムンバイのみならず、インド全域及び周辺国からの集客が可能なWorld of Food India 2007において、日本パビリオンを設置、出展15社への商談支援を行った。

同国における食材市場は急速な需要の拡大を予兆させており、本事業を通して高品質な我が国の農林水産物や食品を紹介できたことは、本展示・商談会後も徐々に高まりつつある日本食への関心を喚起させるきっかけとなったと言えるのではないかと。

本報告書が、今後同国への農水産物及び食品の輸出を検討する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株式会社近鉄エクスプレスに委託して実施した。

平成20年3月

## 第1章 World of Food India 2007 概要

### 1. 事業趣旨

近年、世界的な日本食ブームの広がりや新興国における経済発展に伴う富裕層の増加等により、高品質な我が国の農水産物・食品の輸出拡大のチャンスが増大している。このような中、輸出志向のある農水産物・食品の生産者等がインド及び近隣諸国へ輸出するための足がかりとして、同国第一の商業都市であるムンバイ（旧ボンベイ）における国際食品見本市に日本政府パビリオンを設置し、出展者の商談成約に向けた活動を支援することで、同市場における販路の創出・拡大を図るとともに、広く日本食・日本食材の紹介を行うことを本事業の趣旨とした。

### 2. 事前の抽出課題と事業目標

インドでは、海外への旅行や外国人、海外メディアを通して、より国際的なライフスタイルを求める消費者が急速に増加している。産業の組織化や変化により、企業の投資や成長の機会が与えられることで、同国の市場は益々洗練され、質やブランドにこだわる傾向が強まっている。食の分野においても、消費者ライフスタイルの変化により、これまでの保守的な食文化の継承とあわせて、国際化、多様化が始まったところである。

一方、本事業の事前調査を行った段階においては、ムンバイにおける日本食レストランは5軒、高級スーパーマーケットにおいて販売されている日本食材は他国産の豆腐と醤油のみという段階にあり、したがって本展示・商談会において紹介した約200品目の日本食材は全て「ご当地初お目見え」のものばかりであった。

さらに同国の市場の特性として、

- 宗教上の食のタブーが存在する（牛肉は食べない）
- ベジタリアン比率が高く、動物由来のものは食べない（一般的に5～6割と言われる）
- 国内輸送インフラが劣悪なため、生鮮食材に対する知識が希薄。
- 成文化された食材輸入ルールが不在なため、一品目ごとに関係省庁への確認が必須。

などがあげられ、単なる食材の紹介にとどまらず、以上の点に留意した事業展開が必要であった。このため、同展示・商談会においては以下の諸点を企画、実施することで密度の高いプロモーションを行うことを目標とした。

事前の集客、誘致活動により、より多くのターゲット来場者の確保

ホテル、レストラン関係者へのDM配布や、インターネットによる情報戦略など

「囲い込み」戦略による商談率の向上

ターゲット来場者の滞留時間の拡大と試食オンリーの来場者の排除

他国ナショナルパビリオンとの差別化と、日本チームとしての一体感の創造

来場者への良品イメージの植付けや出展者間の相乗効果

料理デモや試食品による日本食文化や食材へのなじみ感の創出  
 パビリオン前面におけるデモ用キッチンの設置とイベント  
 食材内容に対するわかりやすい情報提供  
 出展品全品目の輸入規制に関する事前チェック

### 3. 開催概要

#### (1) 展示会プロフィール(2007実績)

開催地	ムンバイ(インド)
展示会名	Annapoorna World of Food India HP: <a href="http://www.worldoffoodindia.com/">http://www.worldoffoodindia.com/</a>
会場	Bombay Exhibition Centre
出展規模	1,995 m <sup>2</sup> (全体は 4,040 平米)
会期	2007年11月19日(月)~11月21日(水) 会場時間: 10:30~18:30
主催	Koelnmesse GmbHとFICCI(Federal Chamber of Commerce & Industry)との共同開催
来場者数	45カ国、4,736人(3日間計、対前年比129%)
出展者数	152社(インド国内企業86社、海外出展者66社)
参加業種	食料、主食、健康食品、スパイス、果実、野菜、ジャム、添加物、乳業製品、飲料、パン、菓子材料、魚介類、生鮮物、冷凍食品、肉、アイスクリーム、スナック、パン、生食品、食料雑貨類、等
出展ナショナルパビリオン	日本、ドイツ、イタリア、韓国、タイ
来場対象者	レストラン関係、ホテル関係、食品バイヤー等の食品業界専門家

## (2) 日本パビリオン概要

出展者数	15 社
参加規模	192 m <sup>2</sup> (8m × 24m) 及び商談ルーム (4 小間分 : 36 m <sup>2</sup> )
会場内位置	Hall 5 (Aile : E No. : 012)

## (3) 会期スケジュール

	11/18 (日)	11/19 (月)	11/20 (火)	11/21 (水)	
	搬入など準備	第 1 日	第 2 日	第 3 日	
10:00		10:00 朝の連絡会議・開会式**	10:00 朝の連絡会議	10:00 朝の連絡会議	
		10:30 -18:30 展示・商談会 開催	10:30 -18:30 展示・商談会 開催	10:30 -18:30 展示・商談会 開催	
11:00					
12:00					
13:00		12:30 -13:00 準備 13:00 -14:00 料理ショー	12:30 -13:00 準備 13:00 -14:00 料理ショー	12:30 -13:00 準備 13:00 -14:00 料理ショー	
14:00					
15:00		14:30 -15:15 プリミーデモ	14:30 -15:15 ヤマト醤油味噌デモ	14:30 -15:15 宇治の露製茶デモ	
		***15:30 ホテルからバス出発		15:30 -16:00 準備	15:30 -16:00 準備
16:00		*16:00 出展者バス配布	ハッピーアワー 16:00 受付開始 16:30 -18:30	16:00 -17:00 料理ショー	16:00 -17:00 料理ショー
17:00		搬入 通訳・販売補助員紹介			17:30 日本パビリオン終了の会 18:00 撤収開始
18:00					
19:00	19:00 ホテル向けバス発 20:30 会場クローズ	19:00 出展者パーティー** (展示・商談会主催者主催)	19:00 ホテル向けバス発	19:30 ホテル向けバス発	

(4) 日本パビリオン出展者リスト

No.	会社	所在地	出展品の一部
1	明石酒類醸造株式会社	兵庫県	清酒、焼酎、梅酒、リキュール、料理酒、みりん等
2	石光商事株式会社	兵庫県	こんぶダシ味噌製品、インスタント味噌汁（ベジタリアン仕様）
3	宇治の露製茶株式会社	京都府	リーフティー、ティーバッグ（煎茶、玄米茶、ほうじ茶）
4	株式会社 エムアンドエム	秋田県	フリーズドライ乾燥納豆、あきたこまち発芽玄米等
5	大関株式会社	兵庫県	清酒、梅酒
6	大橋珍味堂株式会社	滋賀県	さきいか、豆菓子等
7	沖物産株式会社	兵庫県	わかめの茎の佃煮、冷凍魚、このしろ等
8	カネリキ物産株式会社	東京都	茶、ミネラルウォーター、菓子類等
9	国分株式会社	東京都	日本酒、業務用水産物（冷凍）等
10	サントリー株式会社	東京都	ウイスキー、ワイン、飲料等
11	築野ライスファインケミカルズ株式会社	和歌山県	米油、米糠抽出成分各種
12	NICO-NICO FOOD (S)PTE.,LTD	シンガポール	日本産 焼海苔、味付海苔、もずくスープ等
13	株式会社プリミー	熊本県	ハマチフィレ等
14	MIZKAN ASIA PACIFIC PTE.,LTD	シンガポール	食酢、調味料等
15	株式会社 ヤマト醤油味噌	石川県	醤油、味噌等

(出展者敬称略)

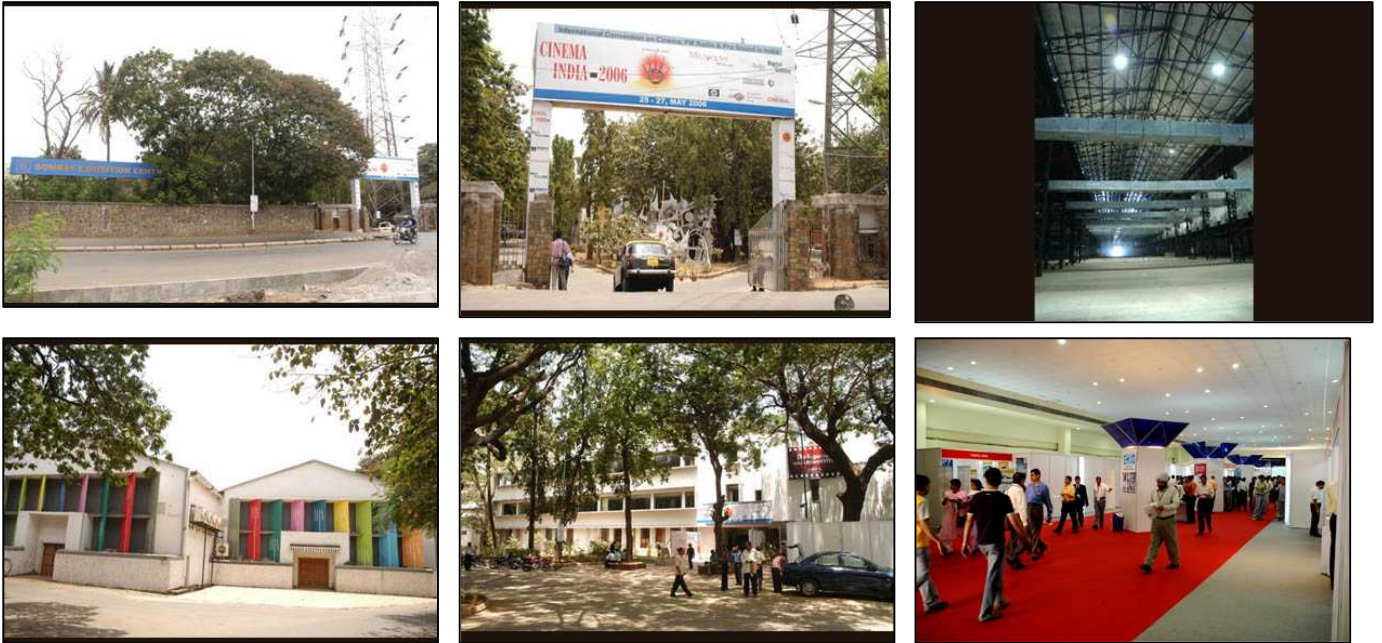
(5) 展示会場概要

会場名： Bombay Exhibition Centre

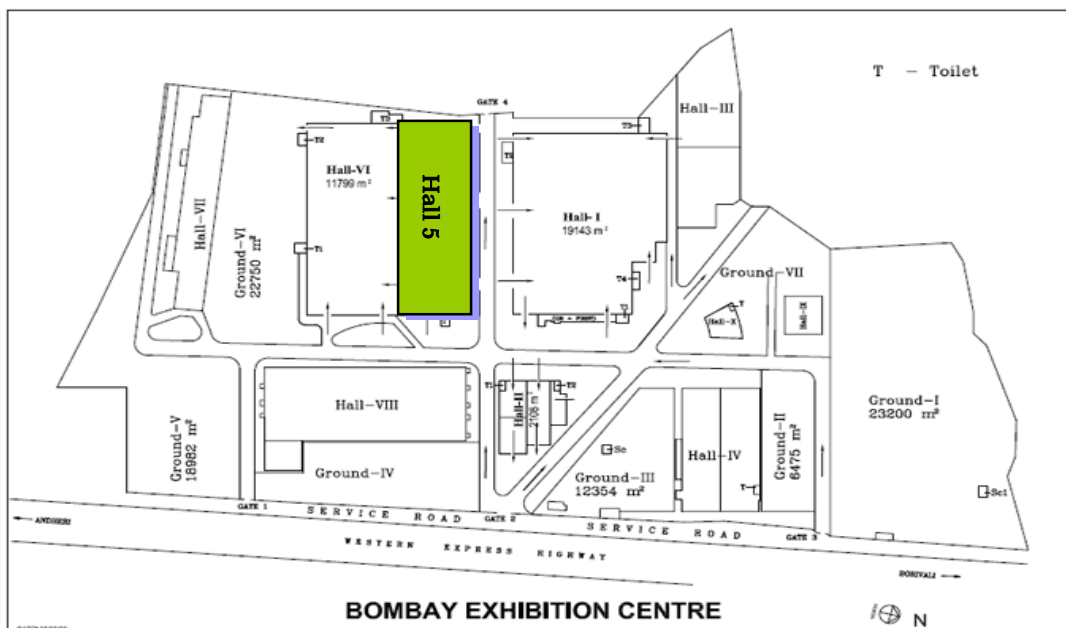
HP：[http://www.nesco.in/exhibition\\_halls.asp](http://www.nesco.in/exhibition_halls.asp)

2007年現在、未だ本格的な国際見本市会場が無いムンバイでは、工業団地跡地を再利用したBombay Exhibition Centreが主要な見本市会場とされている。(大型の最新見本市会場は2010年に竣工予定)

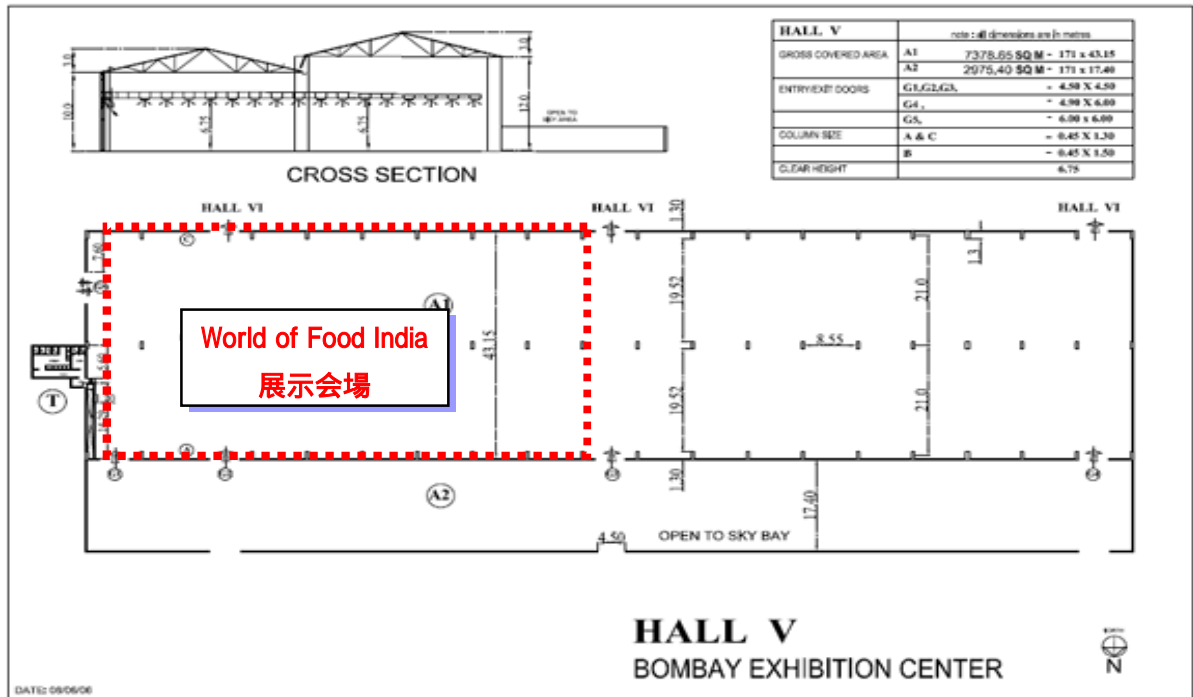
同見本市会場は、ムンバイ国際空港をはさんで市街地とは反対側に位置しており、近隣はムンバイ市街のベッドタウンとして開発が進む北部にある。



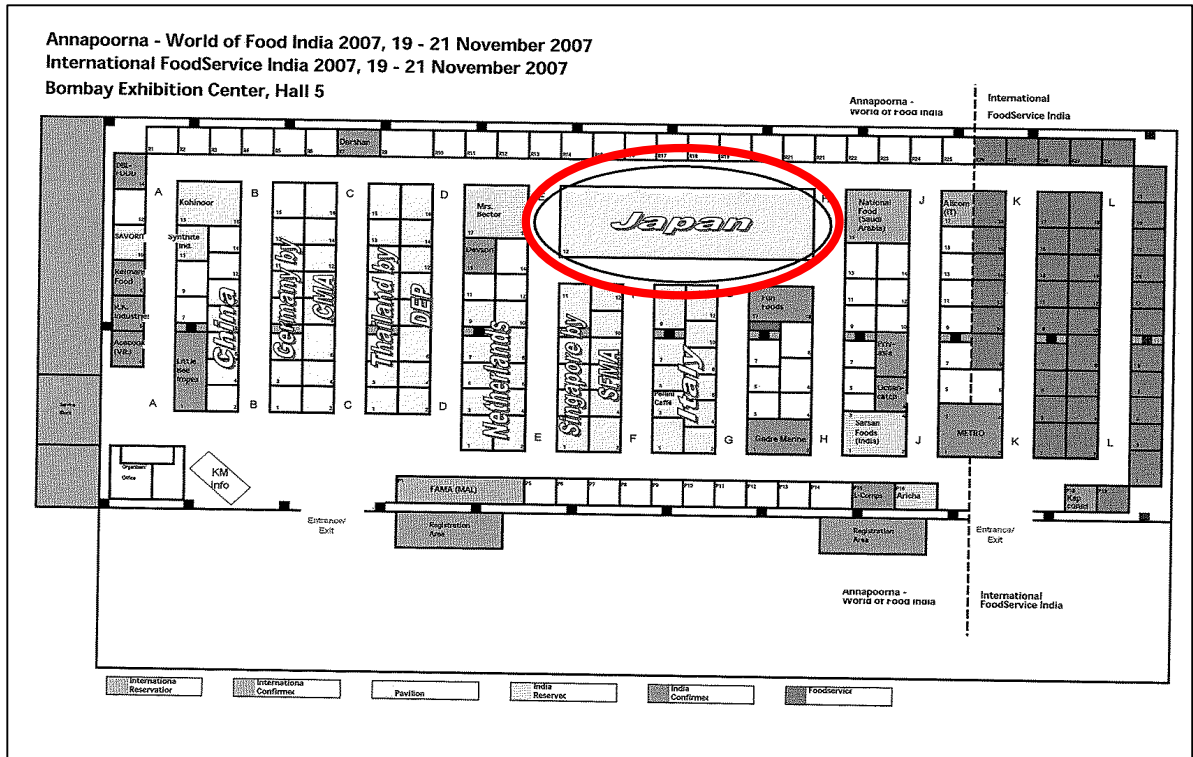
展示会場マップ



## 会場ホール全体図



## ホール5内日本パビリオン位置



## 展示会場へのアクセス

