

平成 21 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 (韓国 (FOOD WEEK 2009)))

実施報告書

FOOD WEEK 2009

2009 年 11 月 19 日～22 日 (韓国・ソウル)

平成 22 年 2 月

日本貿易振興機構 (ジェトロ)
(農林水産省委託事業)

はじめに

本報告書は、平成 21 年度農林水産物等海外販路創出・拡大委託事業により日本パビリオン設置・運営した国際見本市「FOOD WEEK2009 (2009 年 11 月 19 日～22 日)」について取り纏めたものである。

農林水産省では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、開催国韓国を初めとして、アジア各国からバイヤーが来場する同国最大級の食品専門見本市である FOOD WEEK2009 に日本パビリオンを設置し、日本産農林水産物・食品のアジア各国への輸出に向けて、新規参入・市場拡大を目指す日本企業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日本貿易振興機構（ジェトロ）に委託して実施した。

平成 22 年 2 月

****目 次****

はじめに

I	FOOD WEEK2009 開催概要	1
II	日本パビリオン参加概要	2
III	出展者リスト	7
IV	事前業務内容	8
V	会期中イベント	11
VI	総 評	12
VII	出展者アンケート結果	14
VIII	記録写真	26
IX	参考資料	35
	1. 出展者募集案内資料	36
	2. 料理デモ案内	39
	3. 来場者アンケート	40
	4. 新聞等クリッピング	44

I. FOOD WEEK 2009 開催概要

1. 名 称： FOOD WEEK 2009 (2009 ソウル国際食品産業展)
2. 会 期： 2009年11月19日(木)～22日(日) 10:00～17:00
※22日(日)のみ 10:00～16:00
3. 開 催 地： 韓国・ソウル特別市
http://www.coex.co.kr/webzine/091112/jp/preview/hn_03.asp
4. 会 場： COEX (ホールA～C)
5. 主 催 者： COEX、韓国調理機械工業共同組合、京郷新聞社、農水畜産新聞社、京畿道、月刊ホテル&レストラン
6. 展 示 面 積： 20,378 m²(2008年実績:16,566 m²)
7. 出 展 者 数： 593社/1,213小間(2008年実績:429社、850小間)
8. 出 展 国 数： 17カ国
(韓国、日本、ASEAN10カ国、米国、中国、ポーランド、フランス、台湾)
9. 来 場 者 数： 93,113人(主催者発表、前回来場者数:76,000人)
10. 開 催 頻 度： 毎年

11. 事前の抽出課題と事業目標：

日本から韓国への農林水産物輸出額は、たら、さば等の水産物、菓子などを中心に増加傾向にあり、韓国は2008年実績で輸出相手先の3位となった。また、年間累計で約200万人に及ぶ日本への渡航者も無視できない存在であり、うどん、とんかつ、おでんなど、一部の日本食は韓国人の一般的な食事として定着している。さらに女性を中心とした低アルコール志向も影響し、韓国は日本酒の主要輸出先の一つになっている。このため、今後韓国市場は日本産農林水産物・食品の販路拡大の余地が十分にあると考える。

大手食品メーカーが自社で流通網を持ち、日本でいうところの卸業者がほとんど存在せず小売店側のバイヤーよりメーカー側の担当者に発言力があるという独特の商慣習、厳しい植物検疫条件など、輸出増加にあたりいくつかの課題も散見されるが、商談支援と同時に正しい日本食とは何か、現地飲食業界関係者を対象に情報提供・普及啓もう活動を行うことで、中長期的な日本食材の需要拡大が見込めると考える。

以下は、更なる日本食の普及を目指した本見本市での具体的なアプローチ方法である。

- ・ 韓国バイヤーへの事前案内送付により誘致を図り、多くの来場を見込む。

- ・ 展示会会期中に日本食普及啓蒙セミナーを行い、展示会来場者を誘致することで日本食材の調理法、衛生管理法について知識を深めることで、日本産食材の需要発掘につなげる。
- ・ ジェトロの海外コーディネーターを活用し、出展者への韓国市場・ビジネス展開に関するアドバイスや会期中のバイヤーとの橋渡しを行い、具体的な商機に繋がるようフォローする。
- ・ 出展者による料理デモンストレーションにより、各出展物の PR を行うと共に、食材のアレンジや調理法を提案する。（試食・試飲も行う）

II. 日本パビリオン参加概要

1. 参加趣旨：

韓国は、日本の農林水産品の輸出相手国として第3位（2008年実績）の重要な輸出市場であり、毎年200万人を越える日本への渡航者を背景に、日本式居酒屋やラーメン店がブームとなるなど、日本食・日本食品の需要が近年増加している。また、健康志向や安全志向からも日本食・日本食品への期待が高まっており、政府目標（平成25年までに輸出額1兆円規模）の下、重要な輸出市場となりつつある。

こうした中、韓国・ソウルで開催される同国最大規模の食品見本市 FOOD WEEK 2009 に「日本パビリオン」を設置することにより、日本の農林水産物・食品の今後のさらなる販路創出・拡大に資することを目的とした。

2. 参加規模：「日本パビリオン」432㎡、48小間(1小間=9㎡)

- (1) 出展者スペース 38小間
- (2) 共用スペース 料理デモスペース(3小間)、商談スペース(2小間)、共用キッチン(1小間)、広報・事務局スペース(4小間)

3. 出展企業：38企業・団体

4. 出展物：農産物・同加工品(米、えだ豆、漬物、ジュース等)、日本酒、日本茶、菓子類、加工食品、健康食品等

5. 成果：

- (1) 開催後ジェトロが実施したアンケートで、回答のあった出展者38社・団体（回答率100%）のうち、37社が「役に立った」又は「まあ役に立った」（4段階中上位2位以上が97.4%）と回答。（うち最上位評価は38社中28社）
- (2) 会期中の商談1,409件、成約36件、成約見込み198件、代理店申し込み73件。
- (3) 会期中に成約または成約見込みに至った商品としては、こめ油、飲料、麺類等が挙げられる。その他の商品についてもバイヤーから高い関心を示された。
- (4) 会期中の商談アレンジ件数は総計421件、1出展者あたりの件数は7件から19件となり、1出展者あたり5件の商談アレンジ目標を達成した。

6. 課 題：

- (1) 複数の出展者から「前半2日間はバイヤー中心の見本市と聞いていたが、会期2日目は一般人が多く、商談が進まなかった」「土日は商談にならないので展示会は3日間で十分」との声があった。総合アンケートで、「あまり役に立たなかった」、と回答した企業(1社)の不満も、一般消費者の来場が多く商談につながらない点にあった。
- (2) 一般消費者とバイヤー等が区別できるように来場者バッヂの色を分けて欲しい、との声もあった。ソウル・センターを通じて主催者に改善申し入れを検討したい。
- (3) ノウハウを蓄積し、出展者に提供していく必要がある。過去の見本市の情報や様子、効果的なディスプレイ方法、見本市出展をきっかけとした成功事例等を出展者説明会などを通して提供し、初めて出展する企業でも円滑に準備・商談を行えるような支援体制をさらに整えていく必要がある。

7. 日本パビリオン:

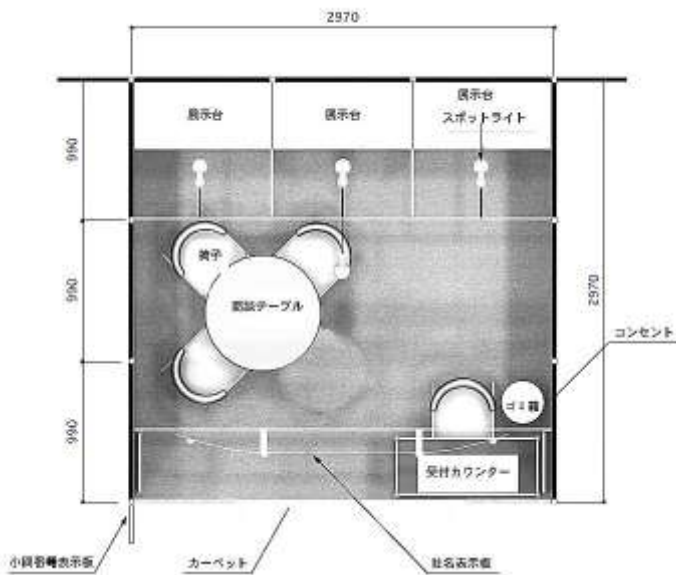
(1) スペース内訳

- ・ 出展者ブース 38 小間
- ・ 広報/事務局ブース 4 小間
 - クッキングデモンストレーションコーナー 3 小間
 - 商談コーナー 2 小間
 - キッチン 1 小間



(2) 基礎小間ブース

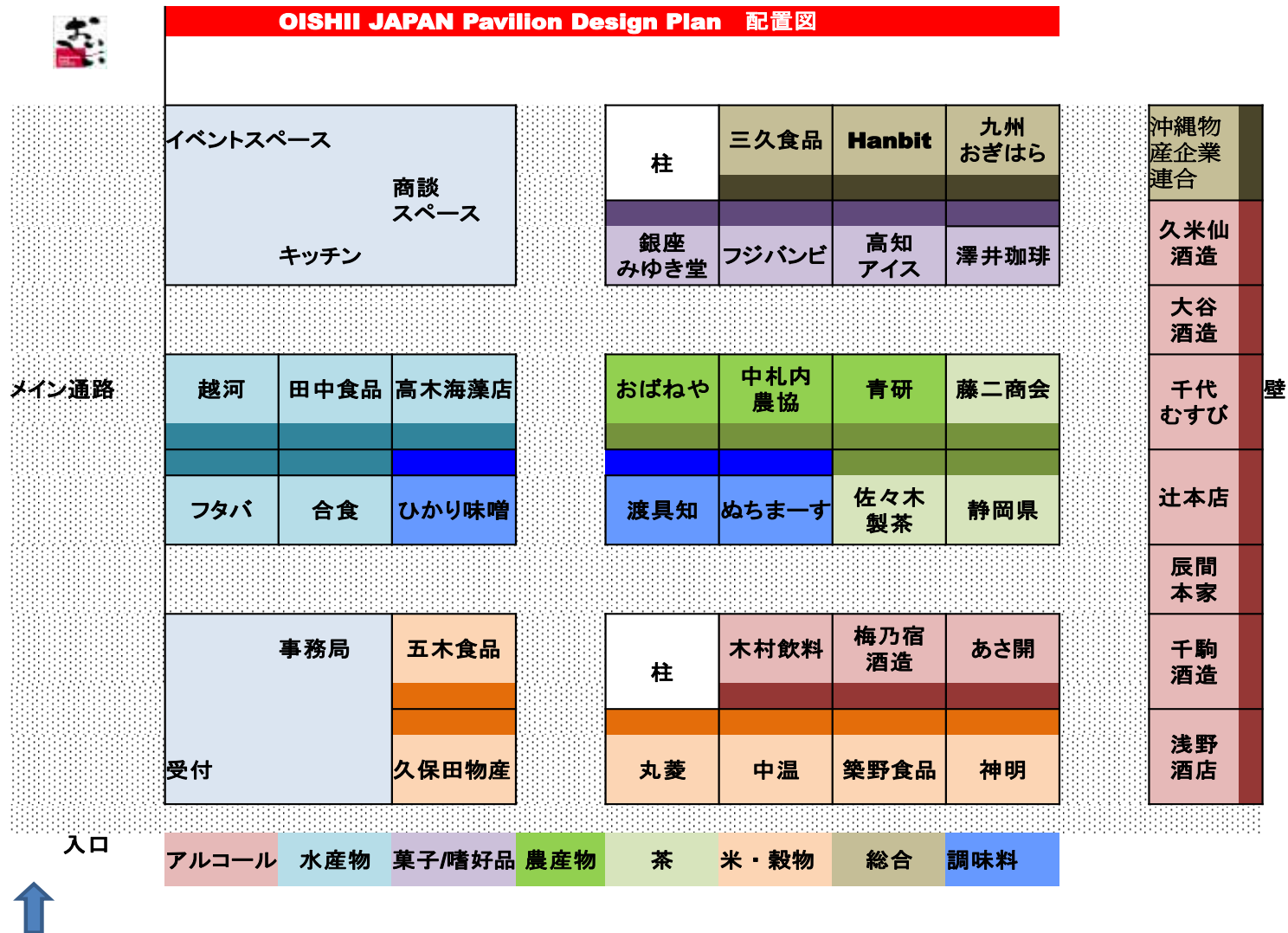
- ・ 電源コンセント (220V、1KW) 2 個
- ・ スポットライト 3 灯(1 灯 100W)
- ・ 社名板
- ・ 商談セット: 丸テーブル+椅子 3 脚
- ・ カウンター (幅 100cm 高さ 100cm 奥行き 50cm) +椅子 1 脚
- ・ 展示台(幅 100cm 高さ 100cm 奥行き 50cm) 3 台(ブース後部の壁に並べて配置、移動可能)
- ・ ゴミ箱



8. 日本パビリオン位置：
日本パビリオンの設置会場は HallA



9. ブースレイアウト図：



Ⅲ. 出展者リスト

(50音順、敬称略)

No.	出展企業・団体	地域	品目
1	(株)あさ開	岩手	日本酒、リキュール
2	五木食品(株)	熊本	乾麺：うどん、そば LL麺：焼そば
3	梅乃宿酒造(株)	奈良	清酒・リキュール
4	大谷酒造(株)	鳥取	酒・焼酎
5	沖縄物産企業連合	沖縄	青パパイヤ乳酸発酵ドリンク・蒟蒻米・泡盛コーヒー
6	(株)おぼねや	栃木	ごぼう、大根、きゅうり、にら、玉ねぎの漬物
7	木村飲料(株)	静岡	清涼飲料水（ラムネ・静岡茶）、サワー、缶チューハイ
8	九州おぎはら産業(株)	熊本	味噌、黒糖飴、高菜、クッキー、ドレッシング、ラーメン
9	(株)銀座みゆき堂	東京	お土産・ギフト菓子
10	久保田物産(株)	香川	麺類
11	久米仙酒造(株)	沖縄	久米仙古酒ゴールド、久米仙ブラック 35度、古酒びんがた 25度
12	(株)合食	兵庫	冷凍食品、瓶詰鮭フレーク、鮭トバ(乾燥鮭珍味)
13	(有)高知アイス	高知	アイスクリーム、シャーベット、ゼリー、ドリンク
14	(株)越河	鳥取	冷凍食品
15	佐々木製茶(株)	静岡	日本茶(玄米茶、煎茶、抹茶)
16	澤井珈琲(株)	鳥取	トリゴネコーヒー、氷温甘熟珈琲、COFFEE BAG、他コーヒー関連商品
17	(株)三久食品	大阪	揚げ衣(みじん粉)、豆腐加工品、わらび餅等
18	静岡県	静岡	茶、清酒
19	(株)神明	兵庫	精米、無菌包装米飯、一般食品
20	(株)青研	青森	りんごジュース、りんご酢
21	千駒酒造(株)	福島	特別純米 手造り
22	仙台の酒屋 浅野	宮城	日本酒
23	(株)高木海藻店	熊本	海藻類全般
24	辰馬本家酒造(株)	兵庫	清酒「黒松白鹿」「白鹿」
25	田中食品(株)	広島	ふりかけ
26	(株)中温	愛媛	マロンポリフェノール、マロン・ド・スリム、マンナンパン粉
27	千代むすび酒造(株)	鳥取	日本酒、焼酎、リキュール
28	(株)辻本店	岡山	日本酒(純米酒)
29	築野食品(株)	和歌山	こめ油、IP6、INOSITOL
30	(有)渡具知	沖縄	島ハバナロ調味料食品、玄米飲料商品、シークワサー果汁商品
31	中札内村農業協同組合	北海道	そのままえだ豆、そのまま黒えだ豆、他、えだ豆加工食品
32	(株)ぬちまーす	沖縄	食塩(ミネラル海塩)
33	(株)Hanbit	東京	地域特産食品
34	ひかり味噌(株)	長野	味噌、即席みそ汁、加工食品
35	(有)藤二商会	京都	お茶、抹茶、アイスクリーム
36	(株)フジバンビ	熊本	黒糖ドーナッツ棒、他

37	(株)フタバ	新潟	鰹だし・白つゆ・だしパック
38	(株)丸菱	熊本	強力粉、米粉、小麦粉、抹茶粉末、ゲル化剤、ベーキングパウダー等

IV. 事前業務内容

1. 業務スケジュール:

日 程	業 務 内 容
7月13日	出展者募集開始
8月7日	出展者募集締切
8月18日	出展者決定
9月3日	出展者説明会開催（東京）
9月17日	パンフレット原稿提出締切
9月30日	ジェットロ手配アシスタント・通訳申込み締切 料理デモンストレーション申込締切
10月16日	追加備品リスト申込み締切
11月19日～22日	FOOD WEEK 2009 開催

2. 主催者:

(現地主催者)

COEX

World Trade Center Samseong-dong, Gangnam-gu, Seoul 135-731, Korea

TEL:+82-2-6000-1067 FAX:+82-2-6000-1310

<http://www.coex.co.kr>

(日本側窓口) なし

3. 輸送・通関:

輸送・通関業務については、通常の食品見本市と同様、ジェットロにおいて取りまとめは行わず、見本市主催者推薦業者2社を紹介し、日本側窓口担当者が出展者説明会で概要説明を行った。そのうえで、出展者が主催者の推薦業者又は独自のルートで契約・手続き等を行った。

(通関・輸送業者)

輸送会社	日本側窓口
大韓通運(株) 서울시 중구 서소문동 58-12 (ソウル市中区西小門洞 58-12S) TEL: +82- 2-6919-6750 FAX: +82- 2-717-2940	大韓通運ジャパン(株) 東京都品川区勝島 1-4-11 TEL:03-5767-1800 FAX:03-5493-3489

(株)EXPO Logis 서울시 강남구 삼성동 159-1 무역센터 4002 호 (ソウル市江南区三成洞 159-1 貿易センター4002号) TEL: +82- 2-551-5800 FAX: +82- 2-551-5200	フェアトランス インターナショナル(株) 東京都中央区日本橋大伝馬町 6-5 岩清日本橋ビル 6階 TEL:03-3808-0915 FAX:03-3808-0916
--	--

4. 展示装飾設計・施工:

展示装飾設計・施工の業務はソウル・センターが公募を実施、選定した Nara Design Ltd. に再委託した。

(展示装飾設計・施工業者)

Nara Design Ltd.

ソウル市江南区三成洞 118-3 鎬京ビル 3階

TEL: +82-2-557-0481 FAX: +82-2-557-0136

5. 出展者説明会:

(1) 日時: 2009年9月3日(木) 13:30~16:00

(2) 場所: ジェトロ 東京本部 5A会議室

(3) 議事次第:	司会	ジェトロ 農林水産部農林水産企画課長	加藤 辰也
13:30	挨拶	農林水産省大臣官房国際部貿易関税チーム輸出促進室長 ジェトロ 農林水産部長	竹内 純一 羽村 康弘
13:40	FOOD WEEK2009 概要について	COEX 展示2チーム 課長	キム・ホゴン
13:40	日本パビリオン及び施工装飾に係る連絡事項	ジェトロ 農林水産部農林水産企画課課長代理	小池 真貴子
14:10	輸送に係る連絡事項	大韓通運ジャパン株式会社営業支援チーム長 フェアトランス インターナショナル株式会社 アカウント・エグゼクティブ	オ・チャンヨブ 田辺 聖英
14:40	質疑応答		
14:50	名刺交換及び休憩		
15:05	日本食ブームに沸く韓国への輸出可能性について	ジェトロ ソウルセンター所員	下笠 哲太郎
15:45	質疑応答		
16:00	閉会		

(4) 配布資料:

- ・韓国への食品市場への玄関・FOOD WEEK2009(COEX 作成)
- ・FOOD WEEK2009 日本パビリオン出展者説明会資料
- ・日本パビリオン出展ブース施工装飾等関係資料(追加備品・電気等申込書)
- ・輸送案内(各社1部ずつ)
- ・日本食ブームに沸く韓国への輸出可能性について

・日本食品を輸入する韓国企業のリスト(2008年9月時点)

(5) 事後連絡:

出展者説明会に欠席した出展者には説明会配布資料および質疑応答内容の概要を追って送付した。

6. 広報PR

日本パビリオンとして、来場者誘致等のため、以下のとおり広報を行った。

(1) バイヤーへの招待状、出展者カタログの送付

韓国国内のバイヤー・レストラン及びプレス約1,000名に対し、出展者カタログと主催者が作成した招待状を発送した。また、主催者が広く関係者に配布する招待券(ハングル)においても、日本パビリオン出展について明記した。併せて主催者に働きかけ、日本語版の招待券を作成、日本パビリオン出展者に送付し出展各社の関係先に送付するよう依頼した。

(2) 日本パビリオン出展者カタログ

出展者情報を記載した出展者カタログを作成(韓国語、6000部)。(1)のとおり、事前に韓国バイヤー等に1000部を送付して来場勧誘に利用した。また、会期中、日本パビリオン広報ブースにてバイヤー等向けに配布した。

(3) オフィシャルカタログ・主催者ニュースレター

日本パビリオン出展者情報を見本市主催者作成のオフィシャルカタログに特集号として掲載した。また、ジェトロ ソウルセンターから働きかけた結果、主催者が韓国メディアへのプレスリリースや広告掲載、ニュースレターの送付などを実施する際、日本パビリオンの出展についてクローズアップすることができた。

V. 会期中イベント

1. 料理デモンストレーション

会期中、日本パビリオンの料理デモンストレーションコーナーにて料理実演を行った。出展者が自社の食材を使ってデモンストレーションを行うことで、自社製品の詳細な PR を行った。出展者 5 社によるデモでは、つゆ、だしを使ったお好み焼き、韓国茶と製法の違う日本茶の製法、日本酒とリキュールの新しい飲み方などを直接来場者にアピールした。デモがない時間帯は「The Food of Japan」の DVD を上映し、空白感がないようにした。

(料理デモンストレーションスケジュール)

Date Time	11月19日(木)	11月20日(金)	11月21日(土)	11月22日(日)	Date Time
11:00 -		フタバ(30Min)	フタバ(30Min)	フタバ(30Min)	11:00 -
12:00 -		あさ開(30Min)	あさ開(30Min)		12:00 -
13:00 -	大谷酒造(20Min)	大谷酒造(20Min)	大谷酒造(20Min)	大谷酒造(20Min)	13:00 -
14:00 -		静岡県(30Min)	静岡県(30Min)	静岡県(30Min)	14:00 -
15:00 -	千代むすび酒造(15min)	千代むすび酒造(15min)	千代むすび酒造(15min)	千代むすび酒造(15min)	15:00 -
16:00 -					16:00 -

2. 併催セミナー

日本食・日本料理の普及啓蒙を目的として、会期初日にセミナーを開催した。

日 時： 2009 年 11 月 19 日 (木曜日)

会 場： COEX本館 Conference Center 3階 317会議室

セミナー第1部 13:30~15:00 (開場 13:15)

演 題：日本食の『うま味』と安心・安全について (逐次通訳)

講 師：味の素株式会社 食品カンパニー 海外食品部 専任部長

荻原 定彦(おぎはら さだひこ) 氏

セミナー第2部 15:30~17:00 (開場 15:15)

演 題：本料理の歴史と伝統 — 国際化の背景 (逐次通訳)

講 師：中村調理製菓専門学校理事長 兼 Nakamura Academy(ソウル)理事長

中村 哲(なかむら てつ) 氏

対象者：日本食品輸入・流通業者、日本料理調理師、日本食レストラン経営者、

日本料理学校関係者等(100人規模で実施)

3. 企業交流会

日本パビリオン出展者と韓国バイヤーと交流を深めるため、展示会場の上階会議室で企業交流会を開催した。

(1) 日 時：2009年11月19日（木）17:30-19:00

(2) 場 所：COEX本館 Conference Center 3階 318会議室

(3) プログラム：

17:00 受付開始

17:30 主催者挨拶 農林水産省輸出促進室 室長 竹内 純一

来賓挨拶 1 駐韓日本大使館公使（経済部長） 尾池 厚之

来賓挨拶 2 (株)モノリンク社長 李 世炫

17:50 企業懇談会

19:00 閉会

※会場内に出展者の展示コーナーを設け、出展者10社が自社製品のサンプルを展示し、試食・試飲を行った。

(4) 参加者：韓国バイヤー・日本パビリオン出展者など70名

VI. 総評

1. 日本パビリオン

- (1) 日本パビリオンの位置は、主催者との交渉により、展示会場1階の入り口付近という良い場所が確保できたため、集客へつながったと思われる。デザイン・施工については、出展者及び来場者より「おしゃれでスマート」「日本らしい」と好意的な意見があった一方で、「小間が多すぎて一体感に欠ける」「予算の問題か、やや華やかさに欠ける」との指摘を受けた。
- (2) ブースレイアウトについては、来場者にとってわかりやすいように、同じ商品カテゴリーの出展者がまとまるような配置とした結果、「関連商品が隣り合っていてよかった」という意見が多く寄せられた。課題としては、共同キッチンが多少狭く、時間帯により混雑がみられた。特にシンク台利用の際に混雑が多く、行列ができる時もあった。ニーズの多い設備を増やすほか、主催者側へ共用キッチンの設置を依頼することも解決方法の一つと思われる。課題については次回以降の運営・実施に活かし、出展者が一層円滑に商談を行えるようなブース作りを行っていきたい。
- (3) 料理デモンストレーションについては、商品を熟知する出展者自身に、デモを通じて商品PRを行ってもらおう意図の下に企画したが、「自社ブースで商談に集中したい」と辞退する出展者が予想外に多く、実演の申し込みは38社・団体中5社にとどまった。また、日本酒・日本茶の試飲がほとんどであり、来場者から「日本食調理の実演はないのか」と質問を受けた。今後は日本人シェフや料理学校と連携して出展物を取り入れた料理デモを実施するのも一案と思われる。なお、今回のデモ自体は、出展者自身による簡単な韓国語での商品紹介と外部MCの活用、デモ開始前の関係者および事務局スタッフによる集客活動などが奏功し、一定の集客があった。
- (4) 輸送については、主催者COEXの指定業者のうち、FOOD WEEK オフィシャルフォワード1社および食品展示会の経験豊富な1社を紹介し、出展者説明会にて各社の日本側窓口担当者が概要説明を行った。日本側窓口の担当者が出展者に連絡なく突然変更するなど、1社についてはサービスの面から顧客満足度が低かった。もう1社は搬入日に担当者が会場に常駐して対応にあたるなどきめ細やかなサービスを行った反面、価格面での満足度が低下した。

2. サイドイベント

会期初日に開催した企業交流会では、韓国バイヤーを招致し、出展者を含む多くの出席者で盛り上がりを見せた。バイヤーとの懇談のきっかけ作りの一つとして、レセプション会場に出展者のサンプルを展示するスペースを設けたこともあり、出展者と現地バイヤー、及び出展者同士の交流を深めることに繋がった。ただし、交流会実施が10月に決まったこともあり、準備期間・出展者への告知の時間が限られていたため、すでに韓国企業とのアポイントを入れていた出展者、当日に他の予定等で参加をキャンセルするバイヤーの欠席が目立った。

3. 商談アレンジ

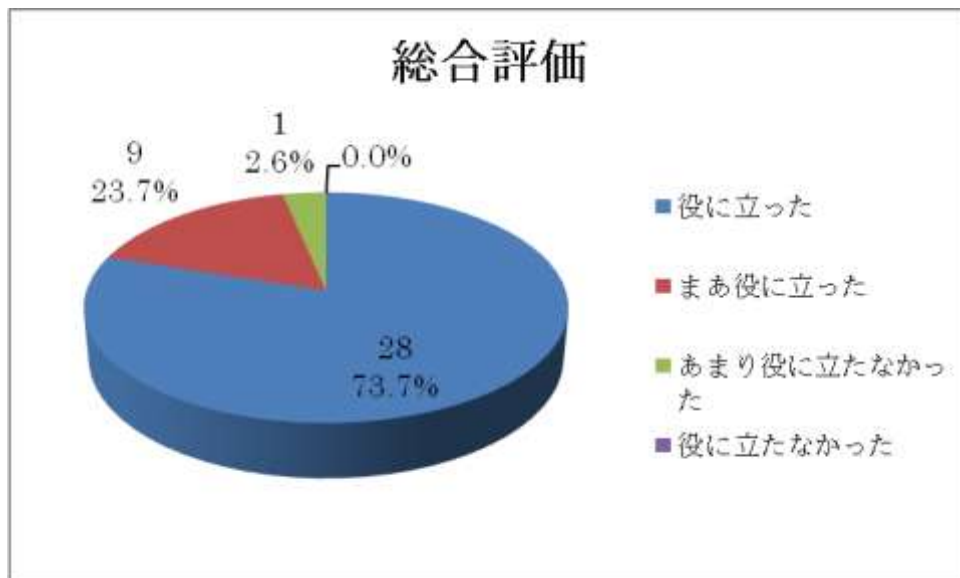
ジェトロ海外コーディネーターを活用したバイヤーへの来場勧誘、有力バイヤーへの個別電話勧誘、案内等を行い、事前に来訪時間が分かった企業には通訳をつけるなど支援と成果の把握に努め、1出展者あたり5件の商談アレンジ目標を達成したが、事前来訪を確約した企業であっても受付に来ない、どの企業と商談を行うか回答してもらえないなどのケースが散見され、商談件数の把握に限界があった。

VII. 出展者アンケート結果

1. 会期直後の出展者総合アンケート

(出展者数：38社・団体 有効アンケート数：38枚 回収率：100%)

質問1 今回の事業並びに提供したサービスの役立ち度 (回答者数 38社・団体)



【役に立った理由】

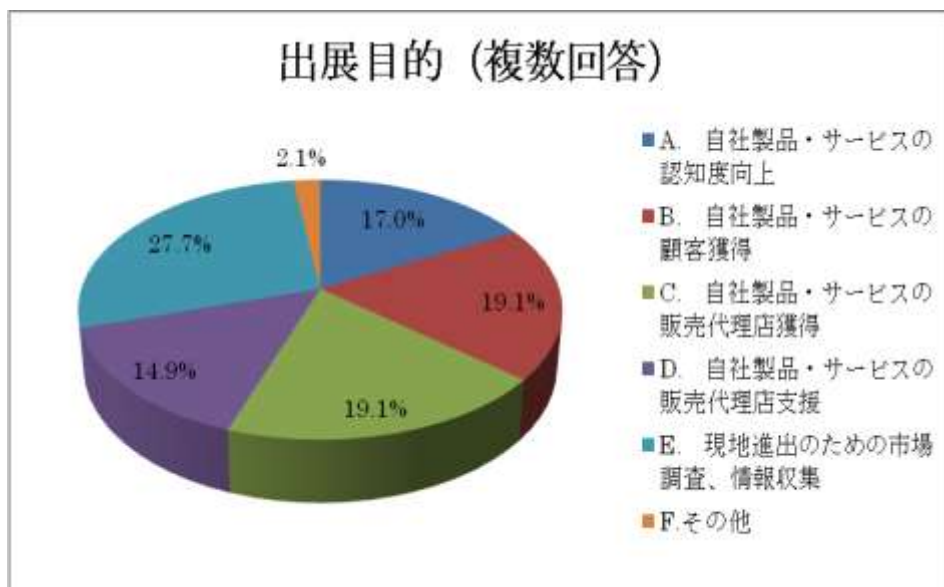
- ・韓国では初回の出展でしたが、期待していた成果同等の結果が得られたと思うので。
- ・エンドユーザの方々に当社の商品を知っていただく機会としては十分効果があったと思う。
- ・魅力ある韓国市場の実態を知って良かった。数多くの商社と話ができて、今後の市場開拓に役立った。
- ・商談がまとまった、具体的商談に向けて前向きな話ができた(複数回答)
- ・韓国市場のマーケティングができた(流通ルート、消費者の嗜好、価格)

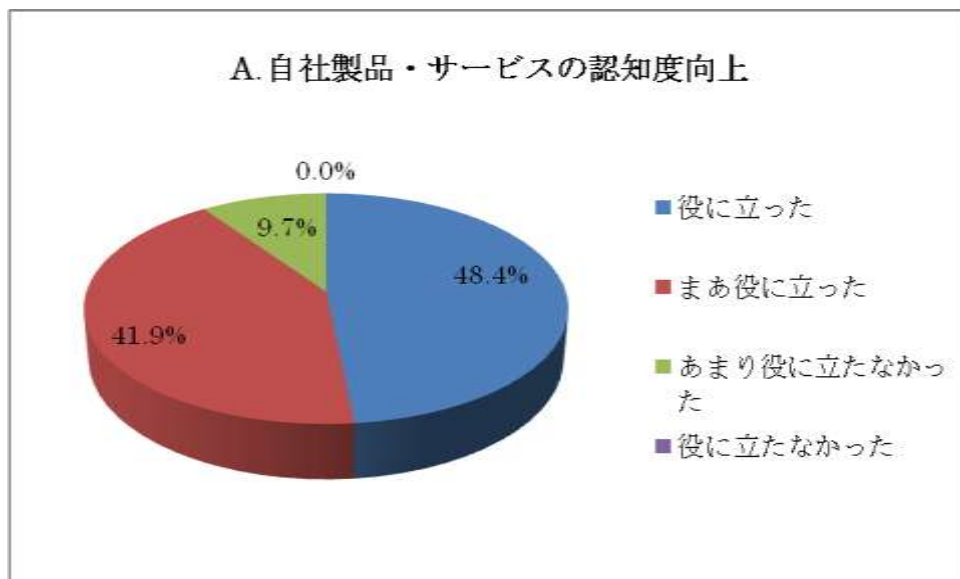
【役に立たなかった理由】

- ・一般の消費者の来場が多かったから。

質問2-1 FOOD WEEK2009 日本パビリオンへの出展目的 (複数回答)

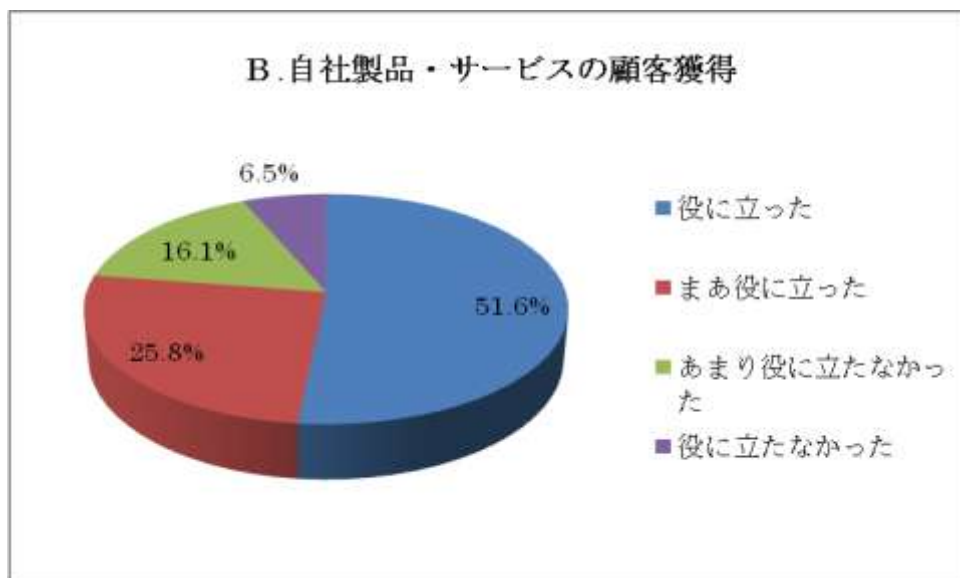
(回答者数 38社・団体)





【主な理由】

- ・バイヤーに各種商品アイテムを幅広く紹介できた。
- ・成果にどれだけ結びつくかは未知数だが、ブースを訪問したバイヤー、飲食関係者に 2,000 個のサンプル、資料を配ることができた。
- ・商品というより、原料の認知度が高まった。
- ・試飲、試食により、買いたいという声が大半だった。

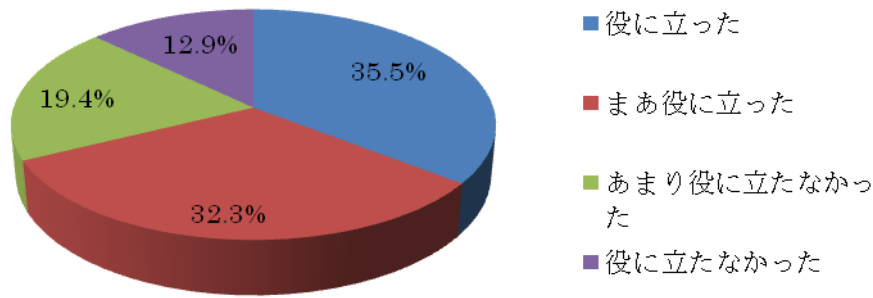


(回答者数 31 社・団体)

【主な理由】

- ・商談がまとまる見込みが立ったため(複数回答)
- ・商談が成立したため(複数回答)
- ・自社の商品が知られていないため、顧客の獲得ができなかった。
- ・一般消費者が多かったので、物足りない。

C. 自社製品・サービスの販売代理獲得

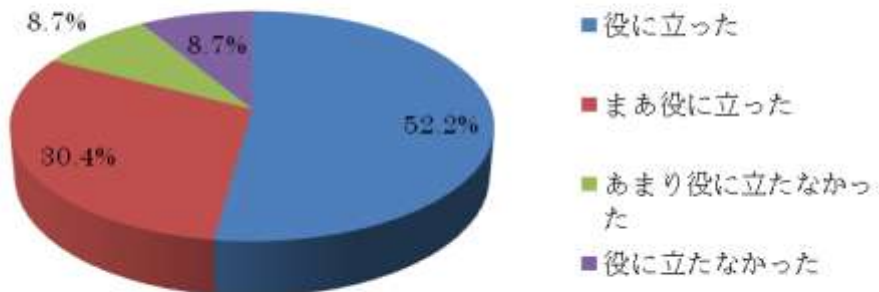


(回答者数 32 社・団体)

【主な理由】

- ・代理店契約が締結できる可能性が大きいので。
- ・韓国では当社が扱う商品はある程度決まった卸に限定されているが、会期中ほぼ全社とコンタクトできたため。
- ・既に代理店/現地法人があるため。

D. 自社製品・サービスの販売代理店支援

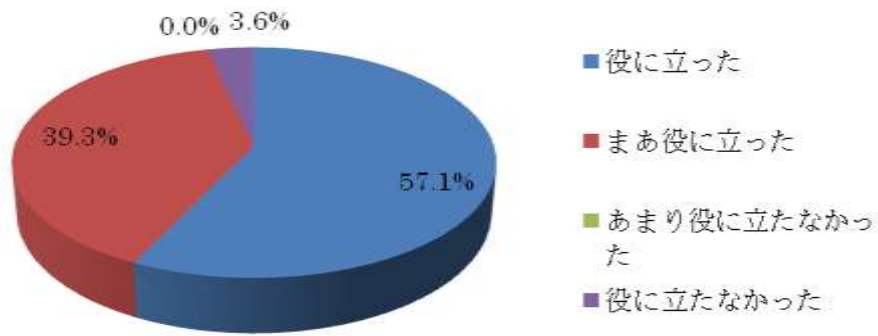


(回答者数 26 社・団体)

【主な理由】

- ・新店舗への販売強化の機会となった。
- ・これまで全く代理店に対して支援していなかったもので、良い機会になった。
- ・数社手ごたえがあったが、①関税②価格の問題があるため。

E. 現地進出のための市場調査・情報収集



(回答者数 32 社・団体)

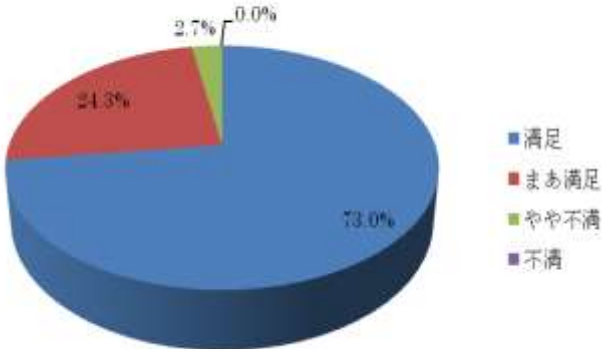
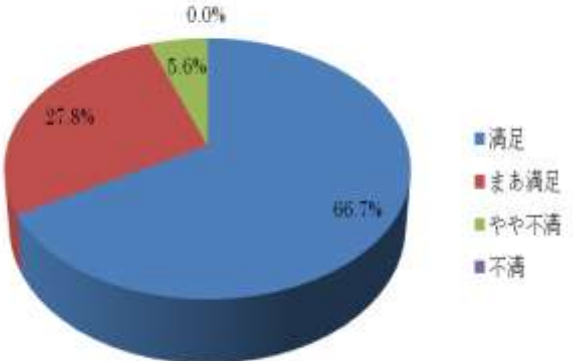
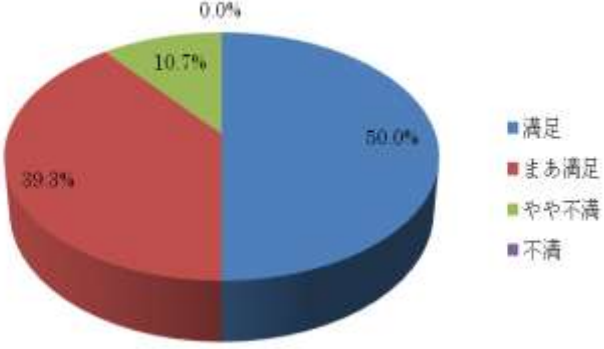
【主な理由】

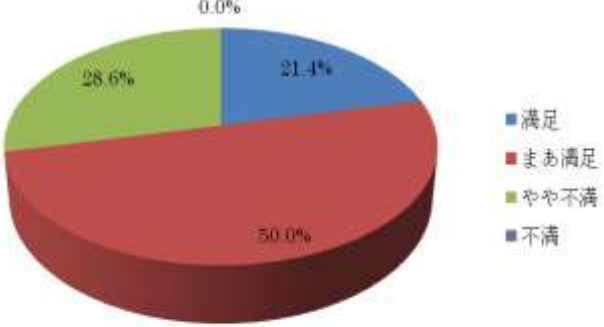
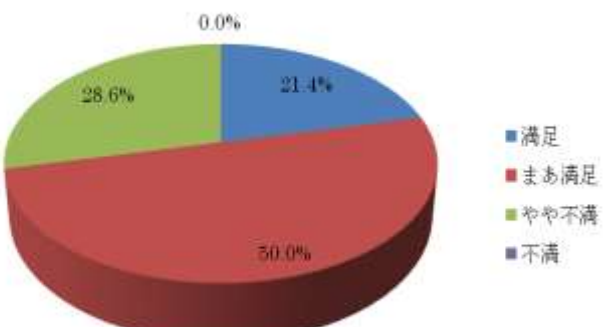
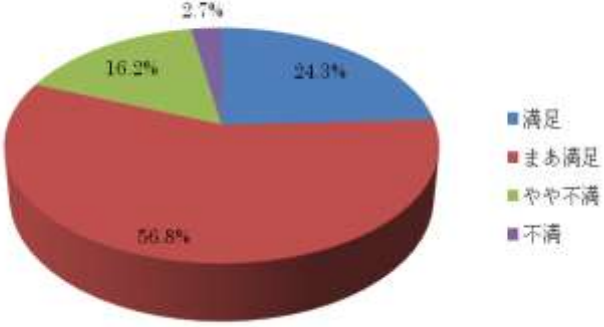
- ・味覚、コスト面、販売先等、市場情報収集に役立った(複数回答)
- ・ジェトロから知的財産権、代理店契約について個別アドバイスをいただいた。
- ・新しいマーケットニーズをつかむことができた。
- ・消費者からの直接の声、同じ日本からの出展者の情報を聞くことができた。
- ・もっと時間が取れば良かった(主要販売店訪問など)。
- ・現地法人がすでに存在しているので。

質問3 事務局サービスに対する満足度

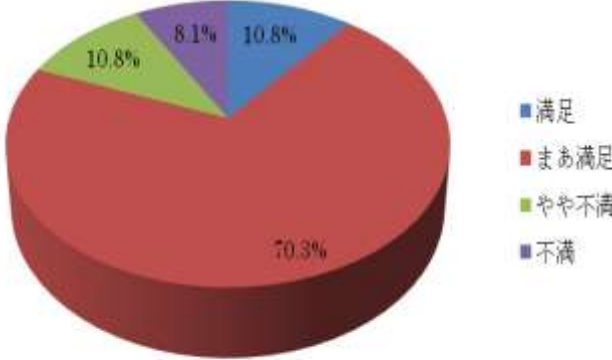
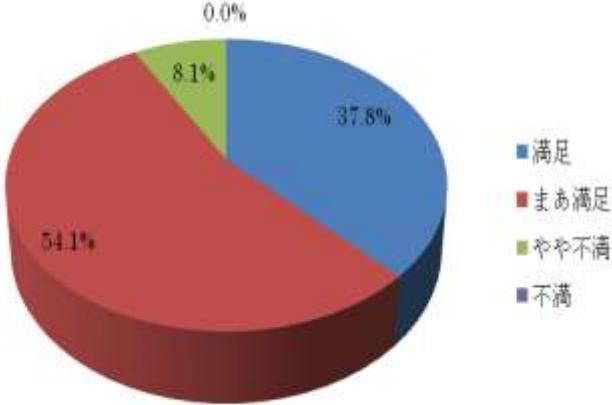
【評価】	【主な理由】										
<p data-bbox="323 304 611 331">A. 出展者募集HPのわかりやすさ</p> <table border="1"> <caption>出展者募集HPのわかりやすさ</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>24.2%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>66.7%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	24.2%	まあ満足	66.7%	やや不満	9.1%	不満	0.0%	<p data-bbox="839 271 1134 297">(回答者数:33 社・団体)</p> <ul data-bbox="831 320 1230 398" style="list-style-type: none"> ・見やすかった。特に問題なし。 ・やや簡潔だった。
評価	割合										
満足	24.2%										
まあ満足	66.7%										
やや不満	9.1%										
不満	0.0%										
<p data-bbox="212 775 719 801">B. 電話・メール等での照会に対する事務局スタッフの対応</p> <table border="1"> <caption>電話・メール等での照会に対する事務局スタッフの対応</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>60.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>34.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>5.7%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	60.0%	まあ満足	34.3%	やや不満	5.7%	不満	0.0%	<p data-bbox="839 741 1134 768">(回答者数:35 社・団体)</p> <ul data-bbox="831 790 1437 913" style="list-style-type: none"> ・丁寧かつ迅速に対応していただいた。(多数) ・不安なことが多く、何回も連絡をしたけど、とても親切に対応してくれた。
評価	割合										
満足	60.0%										
まあ満足	34.3%										
やや不満	5.7%										
不満	0.0%										
<p data-bbox="312 1272 611 1299">C. 出展者説明会(9月3日)の内容</p> <table border="1"> <caption>出展者説明会(9月3日)の内容</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>66.7%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>11.1%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	50.0%	まあ満足	66.7%	やや不満	11.1%	不満	0.0%	<p data-bbox="839 1234 1134 1261">(回答者数:27 社・団体)</p> <ul data-bbox="831 1283 1437 1507" style="list-style-type: none"> ・出張のため欠席したが、ある程度資料等で分かった。 ・東京まで行かなくても、現地 JETRO 担当者からの説明で問題なかった。 ・非常に詳しく、かつ分かりやすかった。
評価	割合										
満足	50.0%										
まあ満足	66.7%										
やや不満	11.1%										
不満	0.0%										

<p>D. 日本パビリオンのコンセプト、デザイン及びレイアウト</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>47.4%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>2.6%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	50.0%	まあ満足	47.4%	やや不満	2.6%	不満	0.0%	<p>(回答者数 38 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・同じ業種ごとにまとまっていて、わかりやすかった。 ・おしゃれでスマートで良かった。 ・小間が多すぎて一体感に欠けるところがある。 ・予算的なこともあるでしょうが、やや華やかさが足りなかったように思う。
満足度	割合										
満足	50.0%										
まあ満足	47.4%										
やや不満	2.6%										
不満	0.0%										
<p>E. 基礎小間ブースの広さ、装飾・備品など</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>42.1%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>7.9%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	50.0%	まあ満足	42.1%	やや不満	7.9%	不満	0.0%	<p>(回答者数 38 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本備品等も準備して頂き、助かった。 ・利用しやすかった。 ・広すぎず狭すぎず商品の陳列に良かった。 ・ちょっと狭かったが、当社の都合です。 ・予想より広がった。
満足度	割合										
満足	50.0%										
まあ満足	42.1%										
やや不満	7.9%										
不満	0.0%										
<p>F. 追加備品の種類、価格について</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>13.8%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>55.2%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>24.1%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>6.9%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	13.8%	まあ満足	55.2%	やや不満	24.1%	不満	6.9%	<p>(回答者数 29 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・価格的には安くて便利だが種類が少ない。 ・安かった。 ・価格が割高だった（複数回答）。 ・よく調子が悪くなった。修理を頼んだが見てくれたかどうかわからない。
満足度	割合										
満足	13.8%										
まあ満足	55.2%										
やや不満	24.1%										
不満	6.9%										
<p>G. キッチンの使いやすさ</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>21.9%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>59.4%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>15.6%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>3.1%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	21.9%	まあ満足	59.4%	やや不満	15.6%	不満	3.1%	<p>(回答者数 22 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社が欲しいものがすべてそろっていた。 ・コンロ・水道×2は必要。 ・洗い場が2つ欲しい(複数回答)
満足度	割合										
満足	21.9%										
まあ満足	59.4%										
やや不満	15.6%										
不満	3.1%										

<p>H. 商談スペースの使いやすさ</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>73.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>24.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>2.7%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	73.0%	まあ満足	24.3%	やや不満	2.7%	不満	0.0%	<p>(回答者数 32 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・狭い。 ・ちょうどよい。
満足度	割合										
満足	73.0%										
まあ満足	24.3%										
やや不満	2.7%										
不満	0.0%										
<p>I. 会場での事務局スタッフの対応</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>66.7%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>27.8%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>5.6%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	66.7%	まあ満足	27.8%	やや不満	5.6%	不満	0.0%	<p>(回答者数 37 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・色々とアドバイスをいただいた。 ・迅速丁寧な対応がすばらしかった。 ・細かく配慮してもらった。
満足度	割合										
満足	66.7%										
まあ満足	27.8%										
やや不満	5.6%										
不満	0.0%										
<p>J. 通訳・アシスタントのレベルや対応</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>39.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>10.7%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	50.0%	まあ満足	39.3%	やや不満	10.7%	不満	0.0%	<p>(回答者数 18 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・非常に優秀な通訳の方で、大変満足した。本当に一生懸命に働いていただいた。 ・アシスタントが一生懸命でとても満足した。 ・現場での対応は OK だが、事前の見積、契約条件等の通知が遅かった。
満足度	割合										
満足	50.0%										
まあ満足	39.3%										
やや不満	10.7%										
不満	0.0%										

<p>K. コーディネーターの対応</p>  <p>■満足 ■まあ満足 ■やや不満 ■不満</p>	<p>(回答者数 28 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大変助かった。 ・利用していない。
<p>L. 会期中イベント (11月19日) の内容</p>  <p>■満足 ■まあ満足 ■やや不満 ■不満</p>	<p>(回答者数 14 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バイヤーと接触する機会が少なかった。 ・会場が韓国風でなかった。
<p>M. 会場内での日本パビリオンの位置</p>  <p>■満足 ■まあ満足 ■やや不満 ■不満</p>	<p>(回答者数 37 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・入口に近かった (複数回答) ・よかった (複数回答) ・もう少し中央の位置にして欲しかった。

<p>N.日本パビリオン内での貴社ブースの位置</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>37.8%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>40.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>21.6%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	37.8%	まあ満足	40.5%	やや不満	21.6%	不満	0.0%	<p>(回答者数 37 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・よかった。 ・もう少し中央の位置に入りたかった。 ・居酒屋をターゲットとした商品を準備してきたので、日本酒コーナーの隣に入りたかった。 ・角でよかった。
満足度	割合										
満足	37.8%										
まあ満足	40.5%										
やや不満	21.6%										
不満	0.0%										
<p>O. 日本パビリオンパンフレットの内容</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>24.3%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>59.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>16.2%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	24.3%	まあ満足	59.5%	やや不満	16.2%	不満	0.0%	<p>(回答者数 37 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・非常によくできていた(複数回答)。 ・きれいな仕上がり。 ・自社商品パンフレットが日本語および英語しかなかったため、とても助かった。 ・すべての写真が載っていないため、ページ内に空欄があった。
満足度	割合										
満足	24.3%										
まあ満足	59.5%										
やや不満	16.2%										
不満	0.0%										
<p>P. ターゲットバイヤーの訪問</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>30.6%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>38.9%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>27.8%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>2.8%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	満足	30.6%	まあ満足	38.9%	やや不満	27.8%	不満	2.8%	<p>(回答者数 36 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談がまとまったため。 ・一般の方に試食してもらおう事も必要だが、初日から一般の人が多く感じられた。 ・バイヤーと一般客の見分けがつかない(複数回答)。バッジの色分けなどが必要では。 ・もう少し invitation を増やした方が良いかもしれない。
満足度	割合										
満足	30.6%										
まあ満足	38.9%										
やや不満	27.8%										
不満	2.8%										

【評価】	【主な理由】								
<p data-bbox="308 192 635 226">Q セキュリティーに関する措置</p>  <table border="1" data-bbox="699 398 799 568"> <tr><td>■満足</td><td>70.3%</td></tr> <tr><td>■まあ満足</td><td>10.8%</td></tr> <tr><td>■やや不満</td><td>10.8%</td></tr> <tr><td>■不満</td><td>8.1%</td></tr> </table>	■満足	70.3%	■まあ満足	10.8%	■やや不満	10.8%	■不満	8.1%	<p data-bbox="836 181 1129 215">(回答者数 37 社・団体)</p> <ul data-bbox="826 230 1442 353" style="list-style-type: none"> ・ブースに鍵をかける BOX がなかった。 ・閉場時間後、帰る際ブース内が見えないように吊り下げタイプのカーテンなどがあるといい。
■満足	70.3%								
■まあ満足	10.8%								
■やや不満	10.8%								
■不満	8.1%								
<p data-bbox="308 779 635 813">R 日本パビリオン全体の雰囲気</p>  <table border="1" data-bbox="699 992 799 1162"> <tr><td>■満足</td><td>37.8%</td></tr> <tr><td>■まあ満足</td><td>54.1%</td></tr> <tr><td>■やや不満</td><td>8.1%</td></tr> <tr><td>■不満</td><td>0.0%</td></tr> </table>	■満足	37.8%	■まあ満足	54.1%	■やや不満	8.1%	■不満	0.0%	<p data-bbox="836 752 1129 786">(回答者数 37 社・団体)</p> <ul data-bbox="826 801 1442 1025" style="list-style-type: none"> ・スタッフの方が明るく接してくれたため、すばらしかった。 ・小間が多すぎて一体感に欠けるところがある。 ・通路も広く移動も楽だった。 ・BGM(和風?)が欲しかった。
■満足	37.8%								
■まあ満足	54.1%								
■やや不満	8.1%								
■不満	0.0%								

質問 4 準備期間から会期中、会期後の取り組みについて

(準備期間中の取り組み)

- ・事前に現地調査を行い、競合品の種類、価格等を調べた上で、展示品のラインナップを変更した
- ・代理店契約の確立の為、自治体、ジェトロ事務所の協力により、韓国語のチラシ、ポップ、商品製造工程のポスター、イメージポスター、江戸時代の商品工程絵図等を作成した。
- ・日本の食品開発展の来場者のうち、韓国企業をピックアップし、今回の展示会で商談できるようアポイント取得に努めた。

(会期中の取り組み)

- ・試飲・試食用サンプルを準備したが、非常に試食が多かった(一般人が多かった)。一般人と全関係者の違いがわかるように、バッジの色を分けて欲しい。
- ・ジェトロに商談セッティング等していただき感謝している。
- ・毎朝の代理店セールスとの打ち合わせ。
- ・電話でレストランオーナーへの来場を呼びかけた。

(会期後の取り組み)

- ・「商談」、「ビジネスマッチング」に注力する。
- ・ターゲット客への案内を強化。
- ・名刺を頂いた韓国企業へのフォローアップ
- ・自社商品のシェアを広げられるようなお客様への継続的なアプローチと商談を行う。
- ・営業活動で代理店との契約や新規顧客の開拓などを実施する。併せて、毎年このような展示会の開催を希望する。
- ・今回のお客様の反応を踏まえて「商品パッケージの改善」「販売価格に見合った商品内容の変更」「原材料配合率の再検討」を実施する予定。

質問 5.

◆本展示・商談会を機に予定されるビジネス展開

- ・帰国後 e-mail にて連絡を取り合い、サンプル等送った後、再度、現地訪問等で細かな商談を行う予定。
- ・見込み商品の対韓輸出スタート、エージェントとの関係強化。
- ・商品を認知していただくためのプロモーション活動。
- ・日本食市場への新商品投入検討。
- ・既存のバイヤーを通じた、輸出商品の種類増加と新規ルートの開拓を並行して進める。
- ・代理店から高級店（百貨店など）への販売、代理店および直販でレストランへの開拓。

◆韓国またはアジアの他の地域でビジネスを展開する上で課題と感じられた点

- ・価格および関税の高さ(多数回答)。
- ・食品表示方法の違い
- ・言語および食習慣の違い。

◆韓国以外のバイヤーとの商談があった場合、その概要（国、商談内容）

- ・UAE(ドバイ)(複数回答)
- ・ノルウェー、メキシコ
- ・タイ(フラワー粉)
- ・米国、日本
- ・香港、ロシア

◆韓国以外の国のバイヤーとのビジネスで課題・懸念事項と考えられる点

- ・関税率
- ・代金決済、支払い条件。
- ・物流、価格、為替レート。
- ・宗教上や食習慣の違い。

◆韓国・アジア又はそれ以外の国での展示・商談会に出展する予定又は希望

- ・FOOD WEEK 2010(韓国・ソウル 2010年11月)
- ・FOOD TAIPEI2010(台湾・台北 2010年6月)
- ・FHA Singapore (シンガポール)
- ・EU圏(フランス、ドイツ、スイス、ベルギー)、イギリス、アメリカ、カナダ

- ・オーストラリア
- ・ベトナム、インドネシア、フィリピン
- ・韓国、中国、香港、台湾
- ・シンガポール、台湾、香港等
- ・ロシア(極東)

◆海外への販路を開拓する上での海外展示・商談会の役割

- ・現地での情報収集、市場調査の場。
- ・代理店対策、認知度UP
- ・当社品認知度を向上させるエントリーの場。
- ・顧客、バイヤー獲得のチャンス
- ・現地ニーズを把握する機会。現地での反応を直接見ることができるのは大きい。
- ・新規販路獲得の入口に役立つ
- ・既存のお客様と商談を広げたり、紹介してもらう際の良い場所になる。
- ・新規パートナー（卸）の発掘には有効
- ・情報収集、海外輸出の重要なきっかけ作り

◆オフィシャルフォワーダーの対応はどうだったか。また、サンプルの輸送等に問題なかったか。

- ・特に問題なし。トラブルもなく満足。
- ・日本事務所担当者が途中で代わり、しかも何も連絡がなかった。
- ・見積書、見積内容の口頭メールでの説明と納入後の提示価格が違っていた。
- ・対応はよかったが価格が高かった。
- ・使用しなかった。

◆成約の内容（取引先の社名、取引の内容、成約済み・成約見込など）

- ・何件か成約可能性あり。日本へ戻ってから取引条件等詳細を交渉。成約につながるよう頑張りたい。
- ・日本食レストランチェーンとの商談。成約は今後の見積価格、取引条件次第。
- ・今後半年以内に2社との取引を開始したい。1,000万JPY×2社/年。

◆事務局のサービスについて

- ・丁寧に細かく対応していただき、助かった(多数回答)
- ・とても良かった。ただし、書き物が多い(アンケート等)。
- ・色々な相談に乗っていただき、大変感謝している。
- ・事務局の対応には本当に感謝している。一つお願いを言うならば、サンプルや商品の輸送の部分も協力して欲しい(取りまとめ等をしてくれるだけでも経費が抑えられる)。
- ・初めての出展で不安を持っている社もあるので、田舎の企業にもわかりやすくしてほしい。

