

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](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 m<sup>2</sup>(2008年実績:16,566 m<sup>2</sup>)
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ジ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:

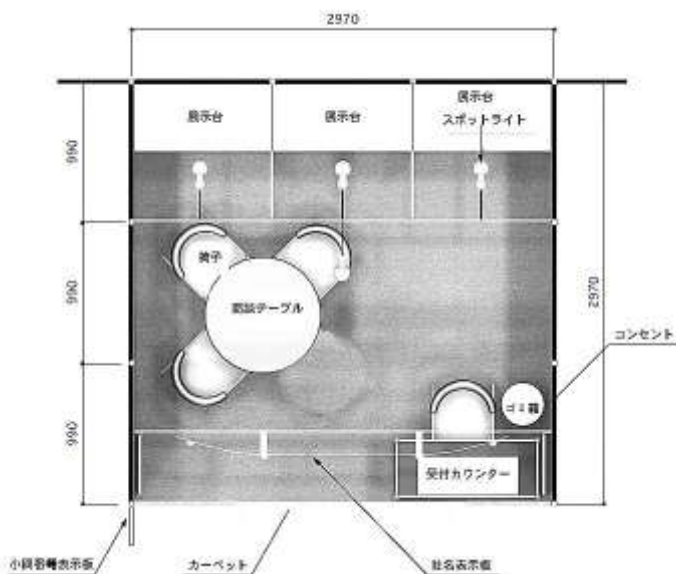
(1) スペース内訳

- ・ 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

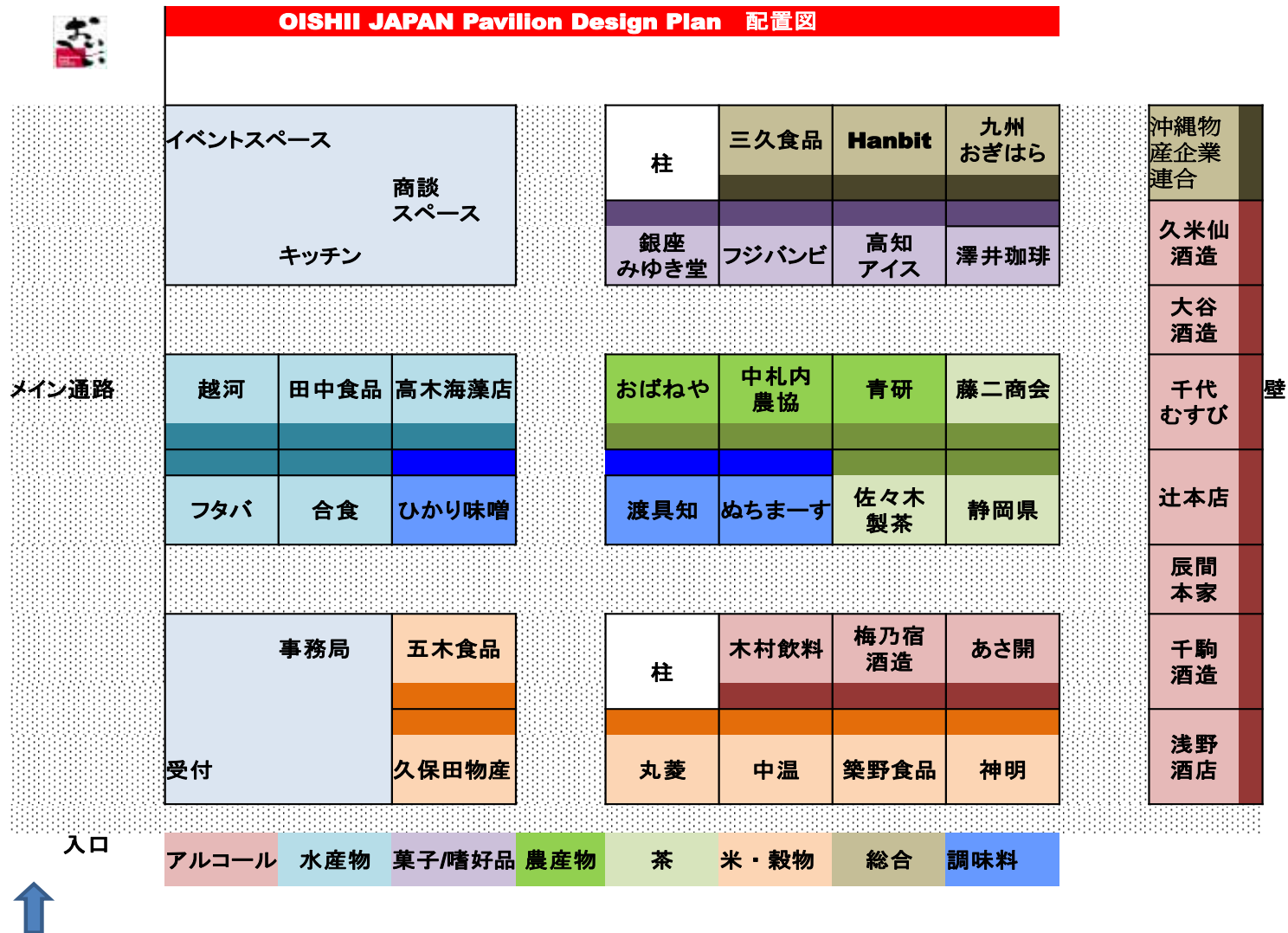


8. 日本パビリオン位置 :

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	株式会社あさ開	岩手	日本酒、リキュール
2	五木食品株式会社	熊本	乾麺：うどん、そば LL麺：焼そば
3	梅乃宿酒造株式会社	奈良	清酒・リキュール
4	大谷酒造株式会社	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	株式会社おぼねや	栃木	ごぼう、大根、きゅうり、にら、玉ねぎの漬物
7	木村飲料株式会社	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式会社	熊本	味噌、黒糖飴、高菜、クッキー、ドレッシング、ラーメン
9	株式会社銀座みゆき堂	東京	お土産・ギフト菓子
10	久保田物産株式会社	香川	麺類
11	久米仙酒造株式会社	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	株式会社合食	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	株式会社越河	鳥取	冷凍食品
15	佐々木製茶株式会社	静岡	日本茶(玄米茶、煎茶、抹茶)
16	澤井珈琲株式会社	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	株式会社三久食品	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	株式会社神明	兵庫	精米、無菌包装米飯、一般食品
20	株式会社青研	青森	りんごジュース、りんご酢
21	千駒酒造株式会社	福島	特別純米 手造り
22	仙台の酒屋 浅野	宮城	日本酒
23	株式会社高木海藻店	熊本	海藻類全般
24	辰馬本家酒造株式会社	兵庫	清酒「黒松白鹿」「白鹿」
25	田中食品株式会社	広島	ふりかけ
26	株式会社中温	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	千代むすび酒造株式会社	鳥取	日本酒、焼酎、リキュール
28	株式会社辻本店	岡山	日本酒(純米酒)
29	築野食品株式会社	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	株式会社ぬちまーす	沖縄	食塩(ミネラル海塩)
33	株式会社Hanbit	東京	地域特産食品
34	ひかり味噌株式会社	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	株式会社フジバンビ	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 <a href="tel:03-5767-1800">TEL:03-5767-1800</a> 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 <a href="tel:03-3808-0915">TEL:03-3808-0915</a> 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

竹内 純一

ジェトロ 農林水産部長

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

オ・チャンヨブ

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

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

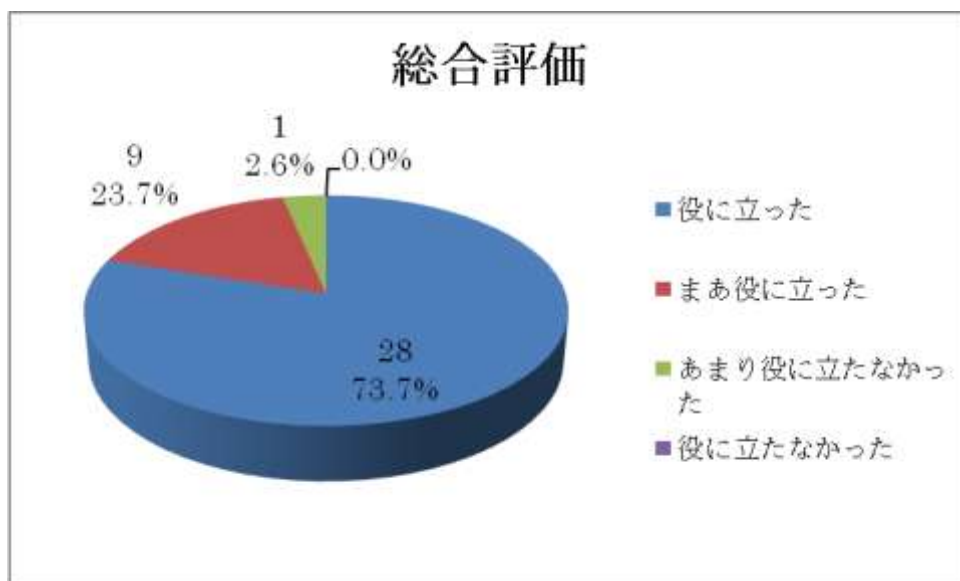
ジェトロ海外コーディネーターを活用したバイヤーへの来場勧誘、有力バイヤーへの個別電話勧誘、案内等を行い、事前に来訪時間が分かった企業には通訳をつけるなど支援と成果の把握に努め、1出展者あたり5件の商談アレンジ目標を達成したが、事前来訪を確約した企業であっても受付に来ない、どの企業と商談を行うか回答してもらえないなどのケースが散見され、商談件数の把握に限界があった。

## 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】

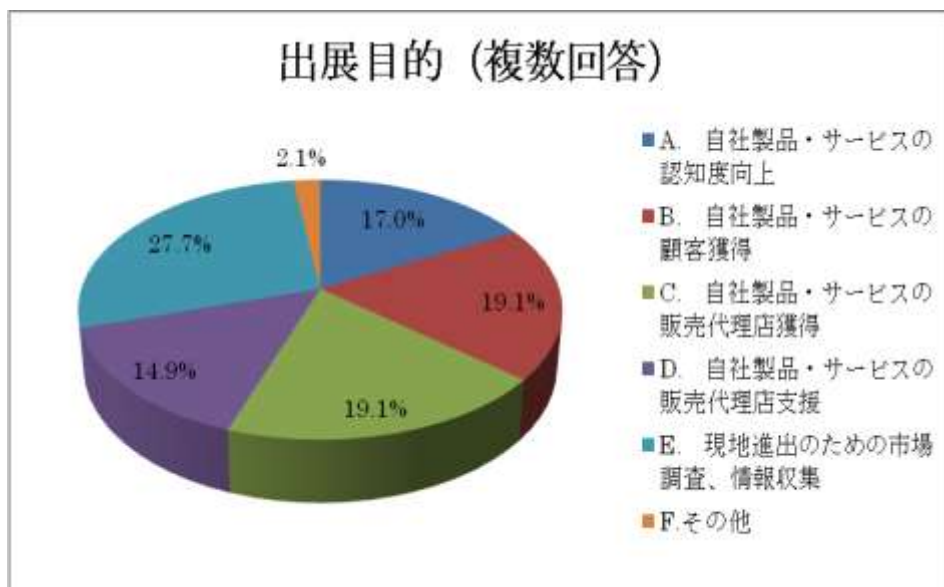
- ・韓国では初回の出展でしたが、期待していた成果同等の結果が得られたと思うので。
- ・エンドユーザの方々に当社の商品を知っていただく機会としては十分効果があったと思う。
- ・魅力ある韓国市場の実態を知って良かった。数多くの商社と話ができて、今後の市場開拓に役立った。
- ・商談がまとまった、具体的商談に向けて前向きな話ができたと感じた(複数回答)
- ・韓国市場のマーケティングができた(流通ルート、消費者の嗜好、価格)

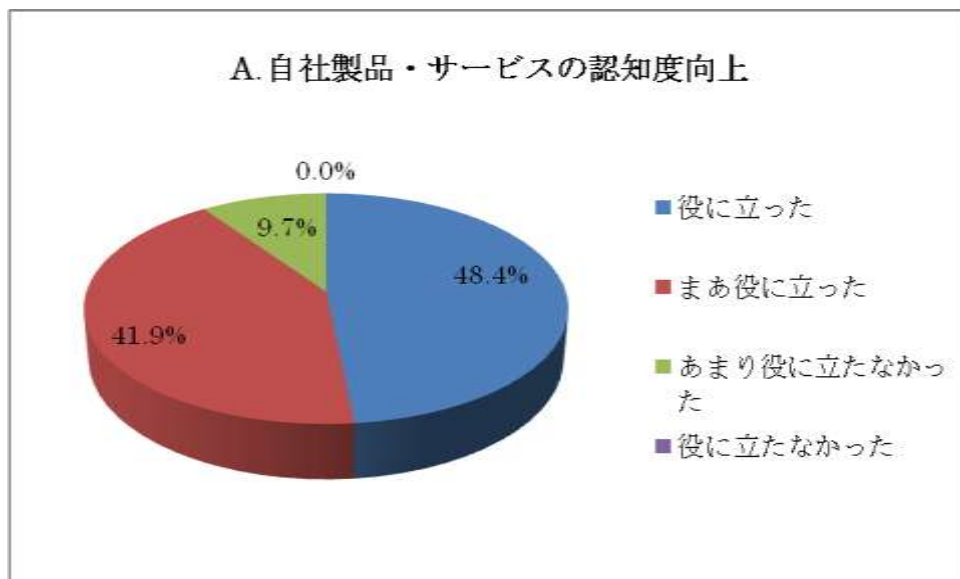
#### 【役に立たなかった理由】

- ・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)

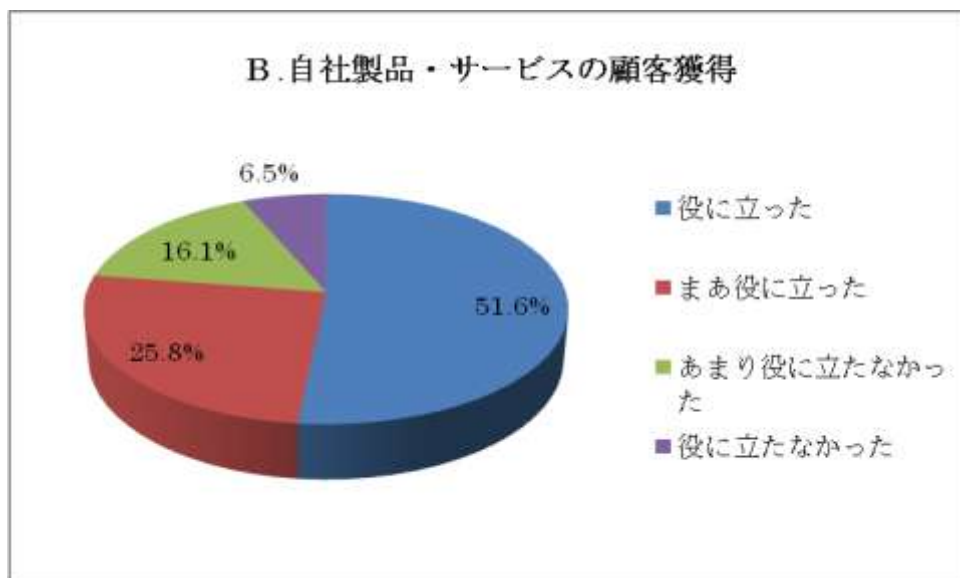
(回答者数 38社・団体)





**【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。

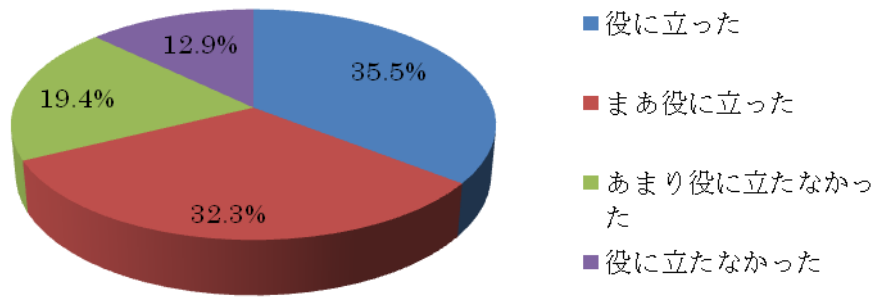


(回答者数 31 社・団体)

**【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

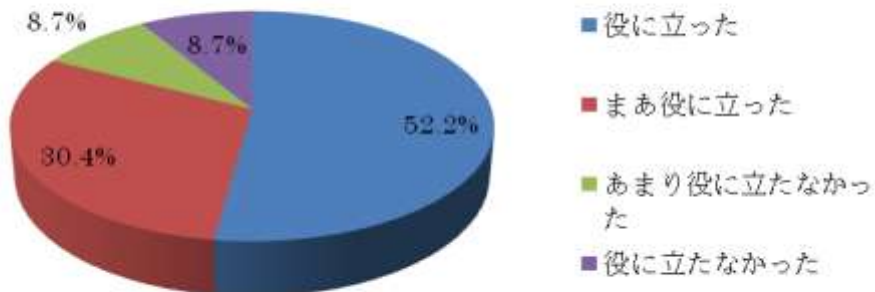


(回答者数 32 社・団体)

#### 【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

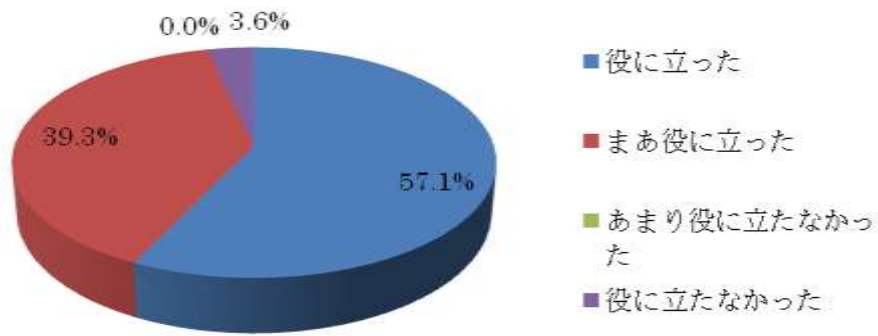


(回答者数 26 社・団体)

#### 【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)

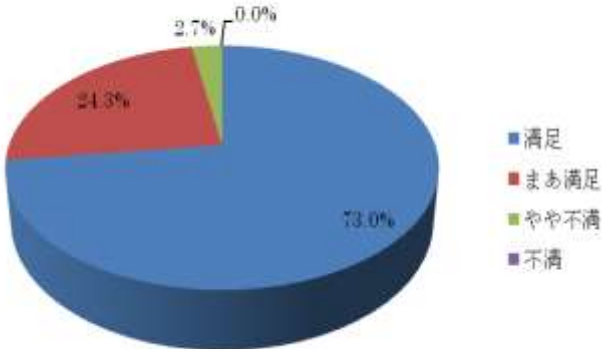
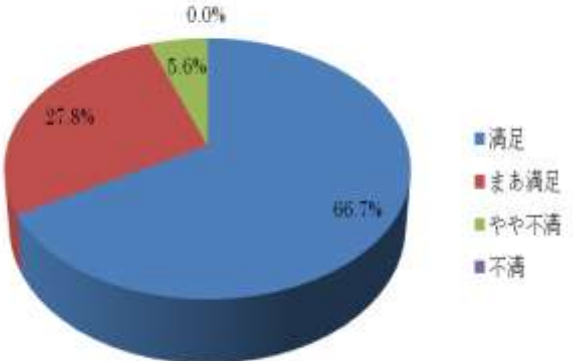
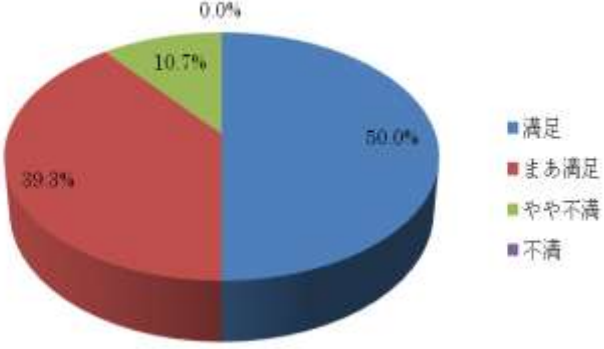
#### 【主な理由】

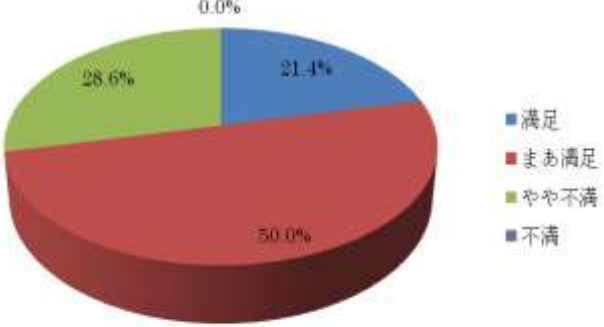
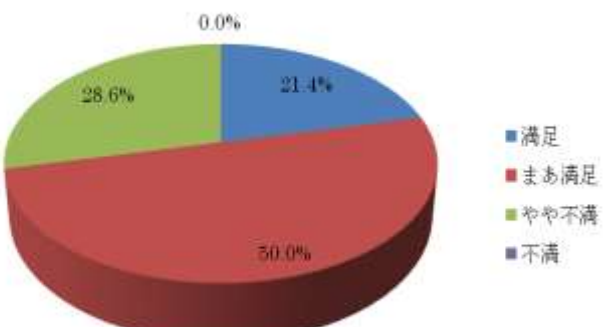
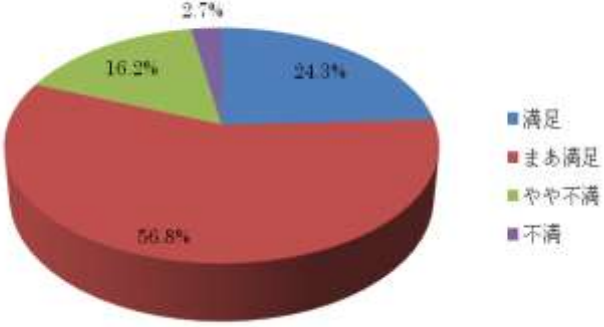
- ・味覚、コスト面、販売先等、市場情報収集に役立った(複数回答)
- ・ジェトロから知的財産権、代理店契約について個別アドバイスをいただいた。
- ・新しいマーケットニーズをつかむことができた。
- ・消費者からの直接の声、同じ日本からの出展者の情報を聞くことができた。
- ・もっと時間が取れば良かった(主要販売店訪問など)。
- ・現地法人がすでに存在しているので。

質問3 事務局サービスに対する満足度

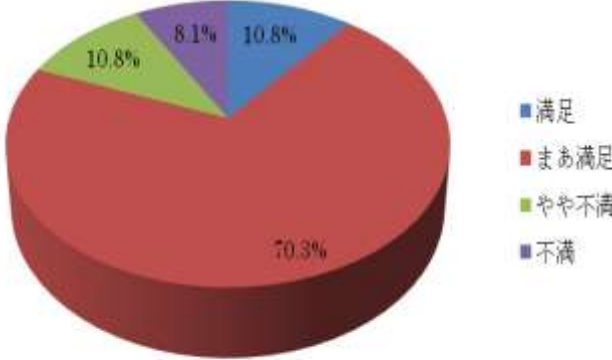
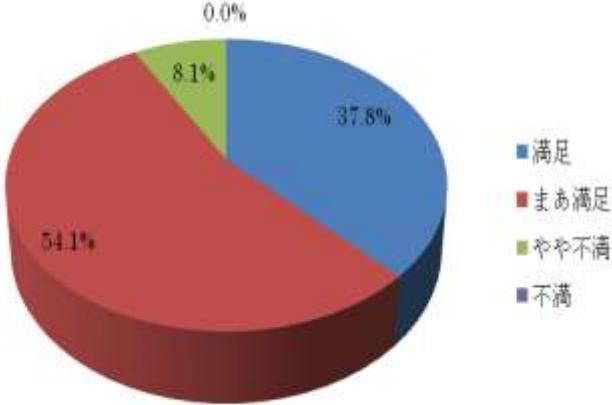
【評価】	【主な理由】										
<p>A. 出展者募集HPのわかりやすさ</p> <table border="1"> <caption>満足度データ (A)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>24.2%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>66.7%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </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>(回答者数:33 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・見やすかった。特に問題なし。</li> <li>・やや簡潔だった。</li> </ul>
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>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>満足度データ (B)</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>(回答者数:35 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・丁寧かつ迅速に対応していただいた。(多数)</li> <li>・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。</li> </ul>
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>C. 出展者説明会(9月3日)の内容</p> <table border="1"> <caption>満足度データ (C)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>59.3%</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	59.3%	まあ満足	66.7%	やや不満	11.1%	不満	0.0%	<p>(回答者数:27 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出張のため欠席したが、ある程度資料等で分かった。</li> <li>・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。</li> <li>・非常に詳しく、かつ分かりやすかった。</li> </ul>
評価	割合										
満足	59.3%										
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"> <li>・同じ業種ごとにまとまっていて、わかりやすかった。</li> <li>・おしゃれでスマートで良かった。</li> <li>・小間が多すぎて一体感に欠けるところがある。</li> <li>・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。</li> </ul>
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"> <li>・基本備品等も準備して頂き、助かった。</li> <li>・利用しやすかった。</li> <li>・広すぎず狭すぎず商品の陳列に良かった。</li> <li>・ちょっと狭かったが、当社の都合です。</li> <li>・予想より広がった。</li> </ul>
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"> <li>・価格的には安くて便利だが種類が少ない。</li> <li>・安かった。</li> <li>・価格が割高だった（複数回答）。</li> <li>・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。</li> </ul>
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"> <li>・当社が欲しいものがすべてそろっていた。</li> <li>・コンロ・水道×2は必要。</li> <li>・洗い場が2つ欲しい(複数回答)</li> </ul>
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"> <li>・狭い。</li> <li>・ちょうどよい。</li> </ul>
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"> <li>・色々とアドバイスをいただいた。</li> <li>・迅速丁寧な対応がすばらしかった。</li> <li>・細かく配慮してもらった。</li> </ul>
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"> <li>・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。</li> <li>・アシスタントが一生懸命でとても満足した。</li> <li>・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。</li> </ul>
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"> <li>・大変助かった。</li> <li>・利用していない。</li> </ul>
<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"> <li>・バイヤーと接触する機会が少なかった。</li> <li>・会場が韓国風でなかった。</li> </ul>
<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"> <li>・入口に近かった (複数回答)</li> <li>・よかった (複数回答)</li> <li>・もう少し中央の位置にして欲しかった。</li> </ul>

<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"> <li>・よかった。</li> <li>・もう少し中央の位置に入りたかった。</li> <li>・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。</li> <li>・角でよかった。</li> </ul>
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"> <li>・非常によくできていた(複数回答)。</li> <li>・きれいな仕上がり。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
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"> <li>・商談がまとまったため。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・もう少し invitation を増やした方が良いかもしれない。</li> </ul>
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="308 190 635 226">Q セキュリティーに関する措置</p>  <table border="1" data-bbox="694 392 798 571"> <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="837 179 1129 212">(回答者数 37 社・団体)</p> <ul data-bbox="829 228 1444 353" style="list-style-type: none"> <li>・ブースに鍵をかける BOX がなかった。</li> <li>・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。</li> </ul>
■満足	70.3%								
■まあ満足	10.8%								
■やや不満	10.8%								
■不満	8.1%								
<p data-bbox="308 779 635 815">R 日本パビリオン全体の雰囲気</p>  <table border="1" data-bbox="694 985 798 1164"> <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="837 750 1129 784">(回答者数 37 社・団体)</p> <ul data-bbox="829 799 1444 1019" style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・小間が多すぎて一体感に欠けるところがある。</li> <li>・通路も広く移動も楽だった。</li> <li>・BGM(和風?)が欲しかった。</li> </ul>
■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。

## VIII. 記録写真

1. COEX 展示会場外観



2. 展示会開会式テープカット



3. 日本パビリオン広報ブース



4. 来場者で賑わう日本パビリオン（出展者コーナー）



5. 仙台の酒屋 浅野



6. 千駒酒造株式会社



7. 辰馬本家酒造株式会社



8. 辻本店(御前酒)



9. 千代むすび酒造株式会社



10. 大谷酒造株式会社



11. 久米仙酒造株式会社



12. 沖縄物産企業連合株式会社



13. 株式会社神明



14. 築野食品工業株式会社



15. 株式会社中温



16. 丸菱株式会社



17. 株式会社 あさ開



18. 梅乃宿酒造株式会社



19. 木村飲料株式会社



20. 静岡県



21. 佐々木製茶株式会社



22. 株式会社ぬちまーす



23. 有限会社渡具知



24. 有限会社藤二商会



25. 株式会社青研



26. 中礼内村農業協同組合



27. 株式会社おばねや



28. 株式会社 澤井珈琲



29. 有限会社高知アイス



30. 株式会社フジバンビ



31. 株式会社 銀座みゆき堂



32. 九州おぎはら産業株式会社



33. 株式会社 Hanbit



34. 三久食品株式会社



35. 久保田物産株式会社



36. 五木食品株式会社



37. 株式会社 ひかり味噌



38. 株式会社 合食



39. 株式会社 フタバ



40. 株式会社高木海藻店



41. 田中食品株式会社



42. 株式会社 越河



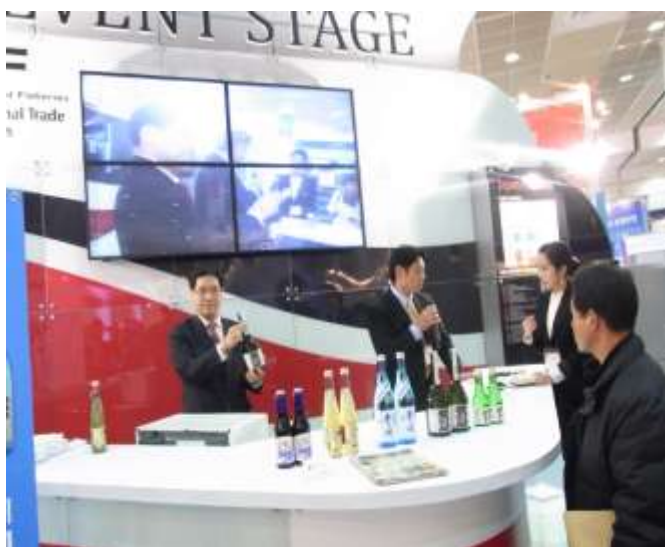
43. 料理デモンストレーションコーナー



44. 料理デモ フタバ



45. 料理デモ あさ開



44. 料理デモ 静岡県



45. 料理デモ 大谷酒造株式会社



46. 料理デモ 千代むすび酒造株式会社



併催セミナー（11月19日）COEX317 会議室

37. 第一部(荻原講師)



38. 第二部(中村講師)



企業交流会（11月19日）COEX318 会議室

43. 主催者挨拶①（農林水産省竹内輸出促進室長）



44. 来賓挨拶①（在ソウル日本大使館尾池公使）



45. 来賓挨拶②（モノリンク社社長 氏）



46. 交流会会場



## IX. 参 考 资 料

## 1. 出展者募集案内資料

# 平成 21 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(海外展示・商談活動) Food Week 2009「出展者募集案内書」

## 1. 日本パビリオン設置の目的

韓国ソウルで 2009 年 11 月 19 日から 22 日まで開催される FOOD WEEK は、アジア最大の地下ショッピングモールを併設するソウル中心部の COEX にて、7 万人に上る来場者を迎える大型食品見本市です。

開催国である韓国は、健康志向や毎年 200 万人を越える日本への渡航者を背景に、日本食・日本食品の市場が拡大しつつあり、常に日本の農水産品の輸出相手国の上位(2008 年基準:第 3 位)に位置づけられる重要な輸出市場です。

海外販路創出・拡大の絶好の機会として、Food Week 2009 の日本パビリオンを是非ご活用ください。

## 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)見本市名:Food Week 2009

(2)会期:2009 年 11 月 19 日(木)~22 日(日) 4 日間 開場時間 10:00~17:00(最終日は 16:00)

(3)会場:COEX(Convention & Exhibition)Hall A, B, C, World Trade Center, Gangnam-gu, Seoul,  
135-731, Korea

(4)主催者:COEX

(5)展示面積:28,026 m<sup>2</sup>

(6)開催規模:600 社、1200 ブース(予定)

(7)来場者数:7 万 6 千人 (Food Week 2008 実績)

(8)ウェブサイト:<http://www.foodweek.co.kr/2009/jpn/main.asp>

## 4. 募集要項

(1)参加規模:「日本パビリオン」 42 小間 (378 m<sup>2</sup>)

\* 出展者スペース 30 小間 ※原則 1 出展者 1 小間(3m×3m)とします。

\* 共用スペース 12 小間 (広報ブース、商談ブース、イベントスペース、事務局)

(2)出展物の要件:

韓国で販売可能な日本産農林水産物、日本製加工食品・飲料又は日本産農林水産物を主原料とした加工食品・飲料

※1 制度上、日本から韓国へ輸出可能なものに限ります。例えば、牛肉、りんご、梨、ビワ、桃、きゅうり、すいか、唐辛子、ピーマンは韓国側の輸入禁止品目となっています。「韓国向け加工食品を輸出する際の現地規制および留意点について」(ジェトロ貿易投資相談 Q&A より:  
<http://www.jetro.go.jp/world/asia/qa/01/04A-080910>)及び別添資料の「韓国に輸入できる果物と原産国・地域」を参考にしてください。

(3)出展料: 無料

## 5. サービス内容

(1)本委託事業で提供するサービス

① 会場賃料、パビリオン設置・装飾

② パビリオン共通設備等維持管理(一定量の電気、水道、警備等)

③ 集客のための広報、日本パビリオン内イベント運営費

- ④ パビリオンの総合受付(バイリンガル)(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) 本委託事業で提供しないサービス

「5.の(1)」以外の出展者負担の経費であり、主なものは次のとおりです。

- ① 輸送に要する経費（輸送業者について、ジェットロはオフィシャルフォワードナー等の情報提供をいたしますが、業者選定、手続等については、各出展者様の責任において直接行っていただきます。展示会日程に合わせた輸送スケジュール設定を行って下さい。なお、本見本市は、別添海外見本市出展規程の「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、出展物の処理(還送・転送等)に係わる通関・輸送経費
  - ・ 出展物に係わる輸入税、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
  - ・ 出展者が特別又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 出展物及び自社ブースに持ち込む出展者所有物に係る本展示会期中の盗難保険料  
※高価な出展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展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
  - ・ 本見本市に係る、出展者の都合により発生する個別経費
  - ・ 各ブースに専属通訳又は専属アシスタントを配置されたい場合、ジェットロは、人の紹介又は雇用関係手続を代理する通訳派遣会社等の紹介をすることができますが、経費は出展者の自己負担となります。

## 6. 出展物の輸送方法及び見本市終了後の対応について

ジェットロより見本市のオフィシャルフォワードナーの日本代理店を参考として紹介します。必ず事前に見積り入手いただき、出展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も結構ですが、展示物の輸送、通関等が確実に行われるよう、出展者の責任において手配していただきますようお願いいたします。

また、見本市の出展物の販売は出来ません。会期終了後に出品物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。出展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. 出展の条件（社員等の派遣）

会期の全日程を通じて社員の方がブースにて商談・PR していただくことが条件です。申込み後に会期の全日程のアテンドができないことが明らかになった場合には、ご出展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

出展者の皆様には、会期前後および会期中に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、出展者の実績として成果を記載してください。

また、出展者の皆様には、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)に必ずご協力いただきます。今年度以降に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いただく必要があります。

## 10. 応募方法

**「出展者募集案内書」、「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**

い。

- (1) 注意事項をご確認の上、原本郵送前に必要事項を記入した①出展申込書・承諾書(社印を捺印下さい)はFAX(FAXで送付する申込書は社印を捺印下さい)にて、②事前調査票は電子メールにてジェットロ担当まで提出願います。(①、②の提出書類を頂いた日から1営業日以内にジェットロから申込者に到着確認の連絡をします。連絡がない場合はジェットロ農林水産部までお問い合わせ下さい。)
- (2) 申込期日までに①出展申込書・承諾書(2通)、②事前調査票、③企業概要パンフレット、④出展物パンフレットを添付し、以下のお問い合わせ先ジェットロ担当宛に郵送して下さい。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、出展物パンフレットが無い場合には「事前調査票」の項目4. になるべく詳細に出展物につき記載願います。  
郵送先: 〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 8階  
ジェットロ農林水産部農林水産企画課(担当:小池)

(3) 申込締切日 **8月7日(金)必着**

\*締切日に原本がジェットロに届いていない場合は、申込を無効とさせていただきますので、締切日にお気をつけ下さい。

- (4) 出展を承諾する場合、ジェットロは「出展申込書・承諾書」(2通)に代表者印を押印し、1通を返送します。なお、出展申込書・承諾書は締め切り後、2週間以内の出来るだけ早い時期に返信予定です。

## 11. 出展者の選定

出展者の構成は、農林水産省との協議の上、決定します。

決定には以下を考慮し、同条件の場合は先着者を優先します。

- (1) 品目として輸出増が期待できるものか
- (2) 出展物の品質、価格、物流面での要件等が現地で受け入れられるものか
- (3) 輸出により新しい海外市場の開拓が期待できる商品か。
- (4) 日本産原料の使用割合
- (5) 応募者の輸出に取り組む姿勢・戦略、その中での本展示・商談会出展の位置付け
- (6) 応募者の生産・供給体制
- (7) 応募者の商談等への対応・フォローアップ体制
- (8) 法令順守にかかる実績及び姿勢
- (9) 応募者の経営規模
- (10) 応募者の輸出取引への関与度
- (11) 輸出のためのパートナー(輸出商社等)又は相当する事業者との連携度

なお、出展内容が日本パビリオンにふさわしくないと判断される応募者についてはご参加をお断りすることがございます。

## 12. 注意事項

- (1) 出展者説明会は、9月上旬頃を予定しております。日程が決まり次第ご連絡致します。
- (2) 本見本市出展申し込み後に出展をキャンセルされた場合には、農林水産省に通知され、今後、農林水産省が出展する見本市における出展者の選定等において考慮されることとなります。
- (3) 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。
- (4) 「出展者募集案内書」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される可能性がある旨予めご了承下さい。
- (5) 出展物は国内法令及び韓国の法令に照らして適法に輸送して下さい。違反した場合は、今後農林水産省が実施する海外展示商談活動への出展の選定等において考慮されることとなります。

以上

お問い合わせ先: 日本貿易振興機構(ジェットロ) 農林水産部 農林水産企画課(担当:小池)、事業課 (担当:築館・田原) <a href="tel:03-3582-4966">TEL:03-3582-4966</a> (農林水産企画課)、 <a href="tel:03-3582-5546">TEL:03-3582-5546</a> (農林水産事業課) FAX:03-3582-7378 E-Mail: <a href="mailto:afa@jetro.go.jp">afa@jetro.go.jp</a>
---

2. 料理デモンストレーション案内

FOOD WEEK 2009 Japan Pavilion 2009.11.19 - 22



Food Week 2009 Japan Pavilion의 Event Stage안내

Food Week 2009 Japan Pavilion을 관람하시는 또하나의 재미, Event Stage를 소개합니다. Event Stage는 Japan Pavilion내의 A331에 위치하고 있으며, 일본요리의 시연, 시식, 시음 등의 이벤트가 다채롭게 개최됩니다. 보다 가까이에서 일본요리, 일본술, 일본차 등을 접하실 수 있는 좋은 기회에 여러분들의 많은 참관을 부탁드립니다.

Event Stage 프로그램

19일(목)	20일(금)	21일(토)	22일(일)
11:30-12:00	주식회사 후타바 (30분)	주식회사 후타바 (30분)	주식회사 후타바 (30분)
12:30-13:00	주식회사 아사비라키(30분)	주식회사 아사비라키(30분)	
13:00-13:20	오타니주조 주식회사(20분)	오타니주조 주식회사(20분)	오타니주조 주식회사(20분)
14:00-14:30	시즈오카현 (오쿠라엔)(30분)	시즈오카현 (오쿠라엔)(30분)	시즈오카현 (오쿠라엔)(30분)
15:00-15:15	치요무스비 주조 (15분)	치요무스비 주조 (15분)	치요무스비 주조 (15분)

Event Stage 내용

오타니주조 주식회사

일본술 "가슴깊이 남는 술 다카이시메(鷹勇)"의 설명 및 시음

치요무스비 주조

치요무스비 이야기 및 시음

주식회사 후타바

돈돈시리즈 쓰유(つゆ)를 이용한 각종 요리시연

주식회사 아사비라키

전국신주감평회 18회연속 입상의 앙조장이 전하는 "요리를 빛나게 하는 술 수이진(水神)"의 시음

시즈오카현(유한회사 오쿠라엔)

한국차와 일본차의 차이에 대한 설명 및 시음

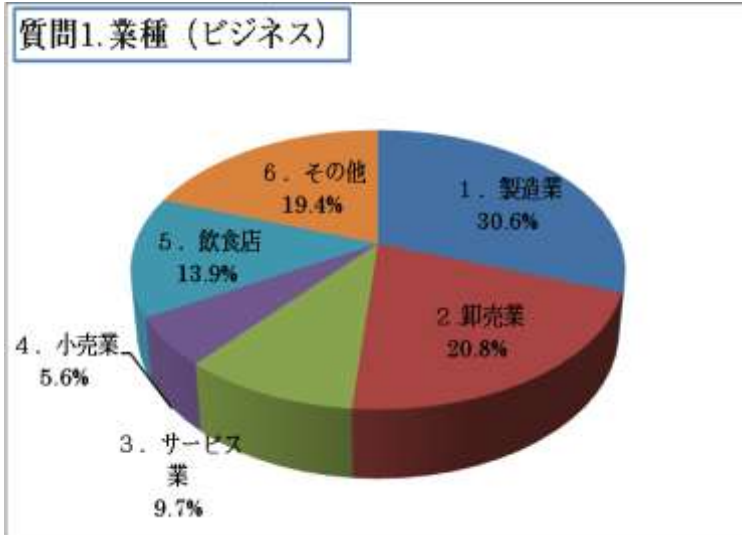


\* 현상의 사정에 따라 일정이 변경될 수 있습니다.

### 3. 来場者アンケート

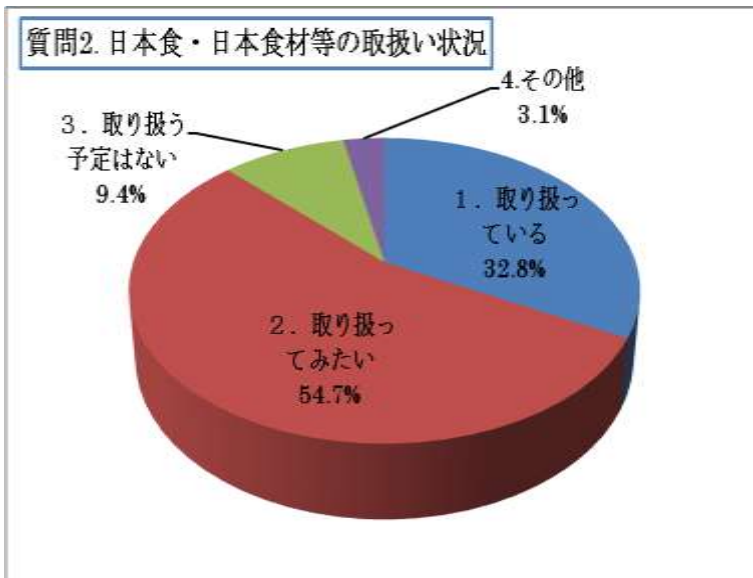
回答者数:66名、有効回答数数:58枚(回収率88.8%)

#### ◆業種別割合(複数回答可:回答数81)



製造業が最も多く22名、次いで卸売業15、飲食業10など。  
その他の回答:貿易業、メディア、流通等。

#### ◆日本食・日本食材の取扱い有無(回答数:64)

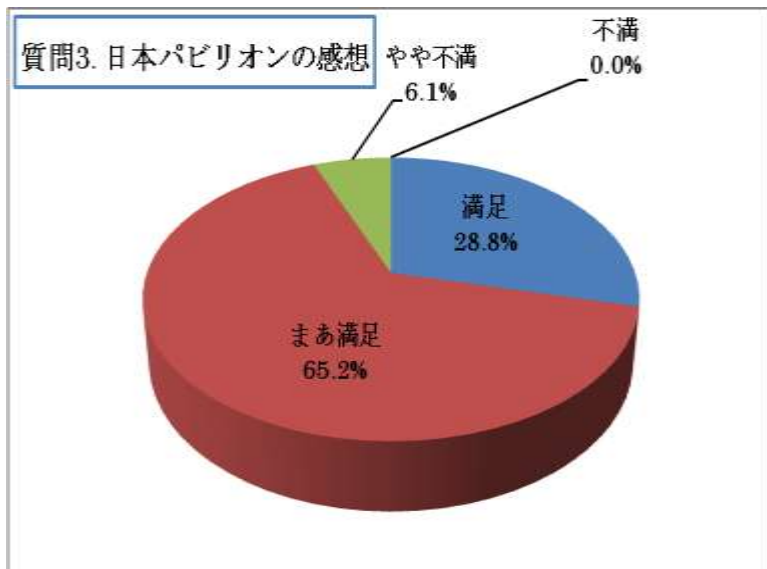


取扱っている、または取り扱ってみたい主な理由

- ・品質が良い、味が良い(多数回答)
- ・日本の食材に関心が高い(複数回答)
- ・食材料および商品の多様化

◆日本パビリオンの満足度(回答数:66)

・94%が「満足」又は「まあ満足」(4段階中上位2位以上)と回答した。

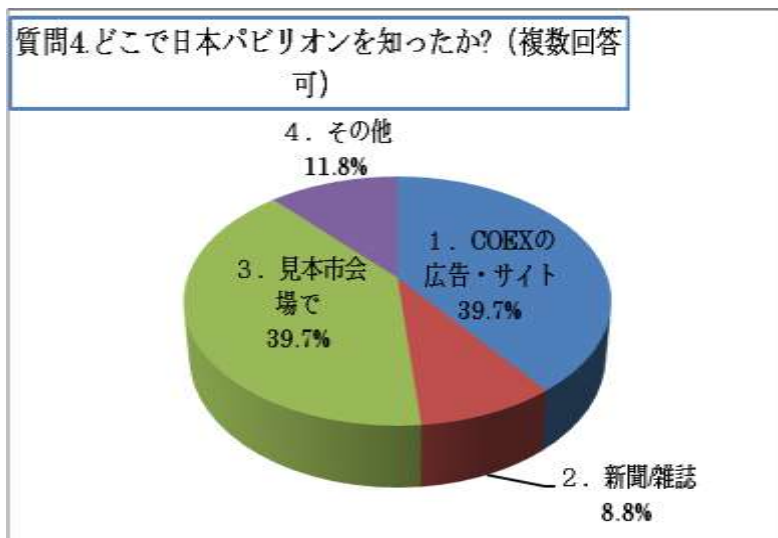


(回答理由)

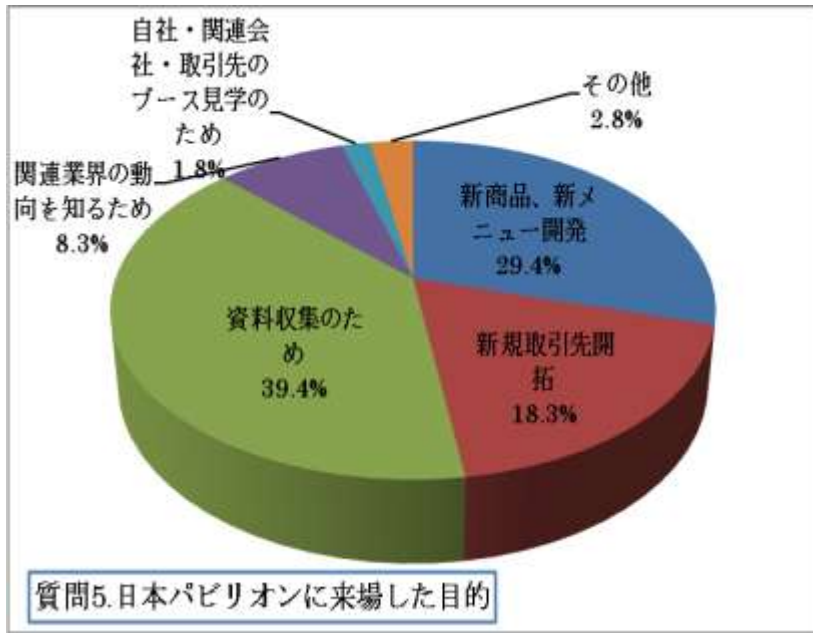
- ・多様な出展物と雰囲気にも満足したから(複数回答)
- ・多様かつ新しい食材があるから(複数回答)
- ・親切、広報活動に熱心
- ・一般食品が主流で、素材類が不足していた。
- ・製品に対する説明とその応用方法が不明確

◆どこで日本パビリオンを知りましたか?(回答数:68)

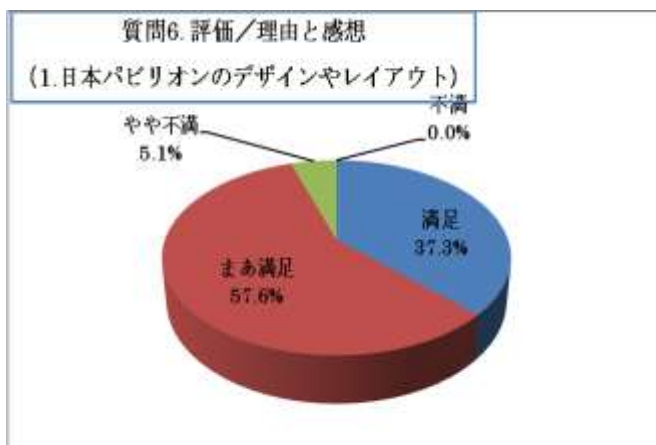
主催者 COEX のサイトで日本パビリオンが特集されたこともあり、1.COEX の広告・サイトを見た、との回答が 27 件となった。



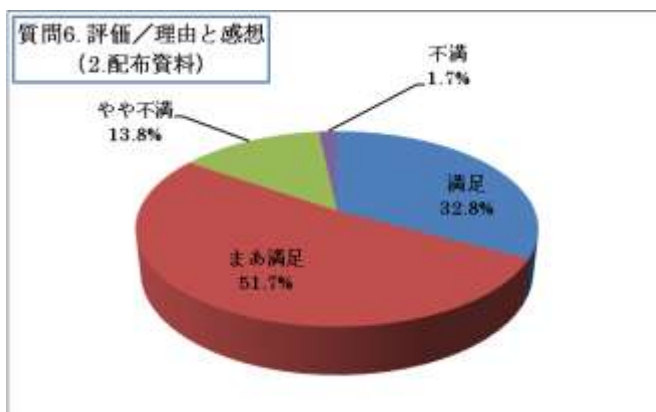
◆日本パビリオンを訪問した理由についてお聞かせください。(複数回答可、回答数:109件)  
 「資料収集のため」という回答が43件、次いで「新商品、新メニュー開発のため」が32件、「新規取引先開拓」が20件となった。



◆日本パビリオンのデザイン・レイアウトについてお聞かせください。(回答数:59件)



◆日本パビリオンのデザイン・レイアウトについてお聞かせください。(回答数:58件)



- ◆ 今回出展された日本食、日本食材について関心事項等ありましたらご記入下さい(自由記入)
  - ・ 日本酒。一般酒の常識を超えた特異性!
  - ・ 飲料類。おいしくてユニーク。
  - ・ 機能性が評価できる。
  
- ◆ 日本食、日本食材についてどのようなイメージがありますか。(自由記入)
  - ・ 味や品質は優れているが、価格問題は今後解決が必要(多数回答)
  - ・ 清潔・衛生的。見た目も食感も良い。
  - ・ 清潔・安全・韓国人の口にあう。
  - ・ 多様性がある。

#### 4. 新聞等クリッピング

2009年11月13日 聯合通信

##### ソウル国際食品産業展、日本から38社・団体が出展

【ソウル13日聯合ニュース】ソウル・三成洞のCOEXで19日から22日まで開催されるソウル国際食品産業展（FOOD WEEK 2009）に、日本の23都道府県から38社・団体が参加する。日本貿易振興機構（ジェトロ）が取りまとめ、「日本パビリオン」として出展するもので、各社関係者ら300人が訪れ、韓国への販路拡大を目指し積極的な広報を行う。

FOOD WEEKに出展した日本企業数は2006年が7社、2007年が5社にとどまっていたが、昨年には24社・団体に増えたのに続き、ことしは企業数と商品構成の面で最大規模となった。日本食や日本酒のアジア向け輸出はこれまで、豊かな消費者が増え輸送・流通も容易な中国や香港、台湾が中心だったが、日本商品の競合問題などから、日本の食品や酒になじみが深く、購入層が厚い韓国に目を向ける企業が増えているためとジェトロは分析している。

参加する日本企業の出展品目は、血圧上昇抑制作用がある海洋深層水、ミネラル含有量でギネス認定された食塩、認知症の予防効果成分が含まれたコーヒー、地元の食材にこだわった商品など、安全・安心・健康をキャッチフレーズとする。

19日には付随イベントとして、味の素・食品カンパニー海外食品部専任部長の荻原定彦氏が「日本食の『うま味』と安全・安心について」、ソウルに分校も開校した中村調理製菓専門学校（福岡県）の中村哲校長が「日本料理の歴史と思想～国際化の背景～」と題し、それぞれ講演を行う。（記事＝小松朋子）

2009年11月16日 E-daily

##### ビジネス食品産業展、Food Week 2009

国内外の食品メーカーや食品バイヤーとの実質的なビジネス創出のため Food Week 2009 は、11月19日～22日ソウル三成洞のCOEXで開催される。韓国を代表するフードビジネスの展示会というビジョンを持って始まった Food Week は、展示会の内の個々の展示会という Show&Show 型の展示会として、短期間で食品業界を代表する展示会として飛躍的な成長を心がけている。

##### ◇全国ブランドの特産物が集合-全国8道自治体特設館を運営

まず、全国農産物ブランド直接取引市場、済州水産食品館、京畿道農畜産物館、日本、中国、東南アジア国家館など、優秀かつ信頼できる安心の食べ物を Food Week 2009 で会うことができる。全羅南道、全羅北道、慶尚南道、慶尚北道、忠清南道、忠清北道、江原道など、各地域の優秀農水畜産物や食品に一堂に接することができる絶好の機会になるだろう。京畿道、全羅道、慶尚道、忠清道、江原道、済州特別自治道などの各地域の代表的農水畜産物や特産物に一堂に会える食品大祭の場となる。

今年で開催6回目となる米博覧会は、品質の良い全国のブランド米と一堂に会える良い機会であり、コメ関連機能性食品と最近注目されている様々な健康発酵食品を一挙に披露し、健康的食事の案内を与える。

##### ◇全国優秀韓牛は多集まれ、全国韓牛の能力評価大会！

韓国種畜改良協会は、今年初めて FOOD WEEK 2009 に参加して、第12回全国韓牛能力評価大会で入賞した肉の展示および試食会を開催する。期間中の COEX メインステージで大統領賞、農林水産食品部長官など、優秀な成績を収めた農家や団体の表彰とお祝いをする授賞式も行われる予定であ

る。

#### ◇乾杯へ“マッコリ・ルネサンス”のためのマッコリ・エキスポ！

農林水産食品部が後援するマッコリ・エキスポは、国内の大手メーカーはもちろん、各地域の特色のあるマッコリ 50 以上の業者が参加し、150 以上の種類のマッコリを披露する予定だ。最近火がつき始めたマッコリ・ルネサンスを持続的に発展させるために企業の新製品競争も少なくない。これに国内マッコリ企業等の新製品だけでなく地方自治体の多様で特色あるマッコリも登場する予定なので、国内最高のマッコリを 1 ヲ所で見られる。

#### ◇ビジネス価値を創出し、国内外バイヤー商談会を実施！

Food Week 事務局は、参加企業の国内およびグローバル市場開拓を支援するために、貿易協会、ザバイヤー、農水畜産新聞、COEX、BMC との協力のもと、国内および海外バイヤー商談会や招待イベントを実施すると発表した。国内の大手流通業者や食品関連企業をはじめ、飲食業、ホテル、レストラン関係者、企業や学校給食食材の購入担当者など様々なバイヤーが招待され、国内の新規取引先の発掘及び実質的なビジネス創出という 2 つの価値を同時に実現する機会を提供する予定だ。

#### ◇世界の食文化を一堂に、15 ヲ国が国家館運営！

国際食品展というタイトルにふさわしく Food Week 2009 には日本、米国、中国、東南アジア 10 ヲ国などが海外館を運営する予定だ。

日本館では日本の 38 食品企業が菓子、麺類、調味料、加工食品、茶、清酒、焼酎など日本全国の多様な食品を紹介する予定だ。韓国でもすでによく知らされた日本酒、ラーメンから韓国に初めて紹介される食品に至るまで、展示品目は数百アイテムに達して、展示場では料理デモや試飲・試食会も実施する計画だ。味と健康指向の観点で世界の注目をあびている日本食材料の味を Food Week 2009 で見ることができる。

また、マレーシア、タイなど東南アジア 10 ヲ国の参加により、アジアの多様な食文化に接することができる機会があるだろう。

2009 年 11 月 20 日 朝鮮日報

安全な食品が一堂に

Food Week 2009 COEX で 22 日まで

安全な食品への関心の対象として国産食品と優秀農産物への関心が高まっている中、Food Week 2009 が三成洞 COEX で開幕した。国内最大の食品展である国際食品博覧会、国際調理機器展、プレミアム農水畜産展、ライスフェア及び発酵食品展、ホテル&レストラン産業展、京畿道優秀農産物名品展、食品包装展など 7 展示会を統合的に開催しており、2009 東アジア有機農業会議、韓国食品工業協会の投資誘致説明会、フードグローバルビジネスフォーラムでは、『日本料理の歴史と伝統』のセミナーなど、多彩なイベントを展示期間中に揃えている。

また、日本、米国、中国、東南アジア 10 ヲ国などが外国館を運営し、日本館では 38 社の食品メーカーがクッキー、麺類、調味料、加工食品、茶、酒、焼酎など、日本全国の様々な食品を紹介し、マレーシア、タイなどの東南アジア 10 ヲ国の参加によりアジア諸国の様々な食文化に接することができる機会が与えられる。

2009年11月23日 農民新聞

**品質がよく、安全な食品一堂に**

品質がよく、安全な農水産食品が一堂に会した Food Week 2009 が11月19～22日、ソウル三成洞 COEX で開催された。国際食品博覧会、国際調理機器展、プレミアム農水畜産展、ライスフェア及び発酵食品展、ホテルレストラン産業展、京畿道優秀農産物名品展、食品包装展。マッコリ・エキスポなど、統合開催された今回のイベントは、農水畜産従事者や学者・消費者団体などにお得な情報を提供する場となっている。

今年で開催6回目を迎えるライスフェアは、全国のブランド米を網羅し、米関連の機能性食品と最近、注目されている様々な健康発酵食品を一挙に発表した。今年初めて参加した韓国繁殖動物改良協会は、全国韓牛の能力評価コンテストに入賞した韓牛のヒレ肉展示および試食会を開催した。マッコリ・エキスポには全国50余りの企業が参加し、各地域の特色のあるマッコリで来場者を迎えた。ビビンバの優秀性を世界に知らせる“ビバップコリア”の公演も人気を独占した。

国際食品産業展という名称にふさわしく、日本、米国、中国、東南アジア10カ国のブースも用意されたが、特に日本館は38社が大規模に参加し、お菓子、麺類、調味料、加工食品、日本茶、日本酒、焼酎など様々な食品を展示した。また、日本食のグローバル化を主導している日本貿易振興機構（JETRO）関係者による関連情報と推進過程などを聞く機会も設けた。

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) ) )

---

---

発行 平成 22 年 2 月

委託先 日本貿易振興機構 (ジェトロ)

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6 階

農林水産部 農林水産企画課

TEL:03-3582-4966 FAX:03-3582-7378