

## (6)通訳の配置

### 通訳

共用通訳として、出展者 3~4 社につき通訳 1 名を担当として 4 名を配置。また、本年度から実施の商談マッチング専用通訳及び料理イベント専用の通訳に 2 名を配置し、合計 6 名体制でサポートした。商談やイベント以外の時間は、来場者に積極的に声がけを行い、集客のサポートを行った。

希望出展者（日清オイリオグループ、全国農業協同連合組合会）に対し出展者負担で専属通訳 2 名を手配。

## (7)集客イベント

### 料理ショー

直接の訴求効果を計る目的で、クッキングデモエリアにて1日1回約60分のプロのシェフによる料理デモンストレーションを実施。使用素材には出展者提供の出展品を中心にメニューを選定し提供した。各料理ショーでは多くの方が試食を求め来場し、実際に日本産食材の品質の高さを実感してもらった。中には30分で完食してしまう日もあった。

#### <料理ショー詳細>



時間:13:00~14:00(2月22日のみ12:00~13:00)

担当シェフ:知名 定一 氏 (喜作レストラン料理長)

#### 経歴

1974年より中洲 三田で修行を積み、その後ニューオータニ丹雄(たんゆう)をはじめ、バグダット三菱、オランダアムステルダムヒルトン 慶、六本木なるせ(しゃぶ会席)、タイ パンパシフィック 櫻(けやき)など各国で料理長を務める。2003年には公邸料理人としてアフガニスタン勤務を経験。2007年よりドバイ喜作の料理長となる。



#### <料理ショーメニュー>

日程	メニュー	提供者
第1日目 2/21(日)	自家製豆腐・さし昆布	株式会社沖縄海塩研究所
	天ぷら	日清オイリオグループ株式会社
		株式会社沖縄海塩研究所
	ホタテ磯辺焼	株式会社高岡屋
株式会社神戸		
イカせんべい	株式会社神戸	
第2日目 2/22(月)	ブリ(削りブリ)	株式会社神戸
	しらすアスパラ	小松水産株式会社
	干物	小松水産株式会社

	かぼちゃアイスクリーム	ジェムノン合同会社
第3日目 2/23(火)	寿司	株式会社高岡屋
		金印物産株式会社
		有限会社原水産
		全国農業協同連合組合会
	カットメロン	全国農業協同連合組合会
	フルーツタルト	全国農業協同連合組合会
第4日目 2/24(水)	マグロカルパッチョ	日清オイリオグループ株式会社
		有限会社原水産
	茄子ふきのとう味噌	宮坂醸造株式会社
	黒米らくがん	株式会社ライスアイランド
全国農業協同連合組合会		
	黒にんにく * そのまま提供	青森県農林水産物輸出促進協議会

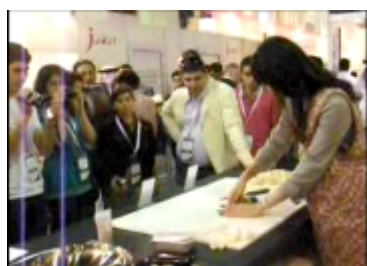
<料理ショーの様子>



### <出展者デモンストレーション>

料理ショーと同様に直接の訴求効果を計る目的で、希望出展者が自由に会社や出展品のアピールをできる場として1日1~2回のデモンストレーションを実施した。

各デモンストレーションとも多くの来場者が集まり試食を堪能している様子が窺えた。このデモンストレーションを実施したことにより出展ブースへの来場に繋げた出展者もいた。



デモ参加者	デモ内容
1日目：株式会社沖縄海塩研究所	浅漬野菜サラダ、塩おむすび、ステーキ
1日目：原水産	マグロの握り寿司、ウニの軍艦巻き、鉄火巻き
2日目：株式会社神戸	ホタテとイカの炒め
3日目：日清オイリオグループ株式会社	てんぷら
3日目・4日目：宮坂醸造株式会社	いちごの味噌クリームデザート、鶏の味噌漬、味噌漬チーズ、ズッキーニと味噌のセクラッカ一、味噌汁

## (8) 来場者事前誘致

GULFOOD で日本パビリオンが出展することを周知すると共に、より多くのバイヤーに出展物の詳細を事前に見てもらえるようウェブサイトへの誘導案内を行った。

### EDM

Gulfood 主催者が配信する電子ダイレクトメールに日本パビリオン及び商談マッチングについての案内を掲載。世界各国約 250,000 人の食品関係者に向けて配信。

### DM

KWE が持つバイヤーリスト約 2,600 社（ドバイ及び GCC の食品関連ディストリビューターやインポーターなど）に向け 1 月下旬に発送。

DM



### 雑誌広告掲載

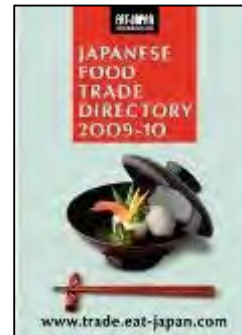
#### <ASIA & Middle East Food Trade 誌>

中東周辺諸国及びアジアの食品関連業者向けの季刊誌。  
(11/27 号掲載)



#### <JAPANESE FOOD TRADE DIRECTORY>

日本食及び日本食文化等を紹介する情報誌。  
(Anuga, FHC China, Food Week 等の食品見本市にて配布)



掲載広告

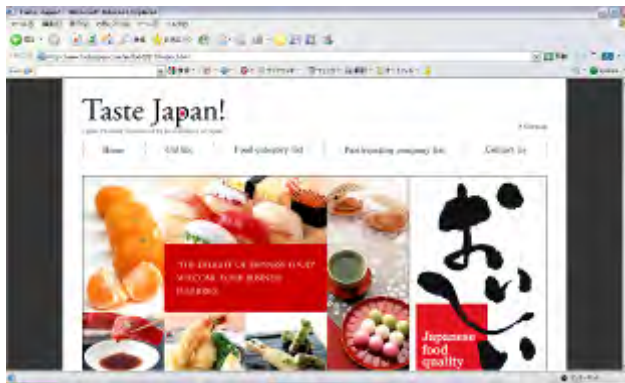
#### <WEB 情報 : <http://www.tastejapan.com>>

Gulfood 2010 日本パビリオンの紹介や、出展者のプロフィールや商品情報を案内する英語サイト。

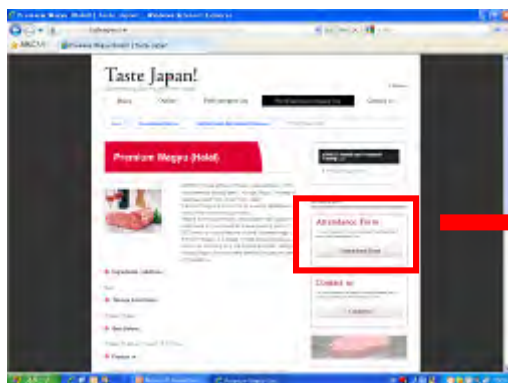
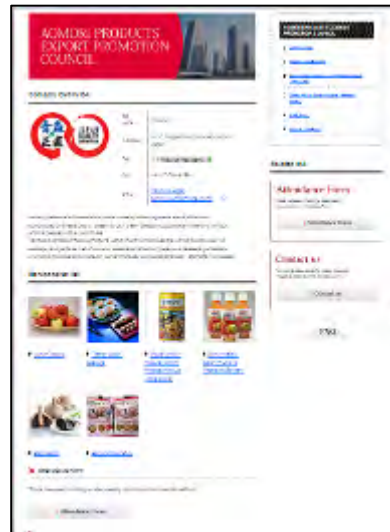
有望来場者に対して来場前にこのサイトへの誘導を DM や EDM で積極的に行うと同時に、検索上位に上がるよう工夫をした。商談のための基礎情報の提供の場として、また、各出展者の会社ホームページへのポータルとしても利用できる。サイトの閲覧者がそれぞれの出展者のページから問い合わせメールを送れるようになっている。また、今年度より全ての出

展品情報の詳細を掲載すると共に、事前の商談マッチングをする為の申込みシステムを組み込み、閲覧者が出展者の商材を見て会期中に商談ができるようにした。

<Taste Japan! トップページ>



<出展者リストページ>



商談マッチング用予約画面

- ・会期中の商談をスムーズに行えるようにウェブ上に商談マッチングシステムを構築。
- ・希望する食品カテゴリーや出展者名、商談希望日時などバイヤー側の情報を詳しく把握しマッチングできる申込みページを作成。

## (9) 会期中の来場者誘致やプロモーション

### 会場配布リーフレット（展示会会場配布物）

日本パビリオンの出展概要（農水省挨拶文）及びパビリオンマップ、出展者情報、イベントスケジュールを掲載したものを日本パビリオン来場者に配布。また、展示会場内で配布も行い日本パビリオンへの来場を促した。リーフレット配布の効果もあり、料理ショー・出展者デモなどの効果もあいまって多くの来場者が集まり、日本パビリオンへの来場誘致をすることができた。

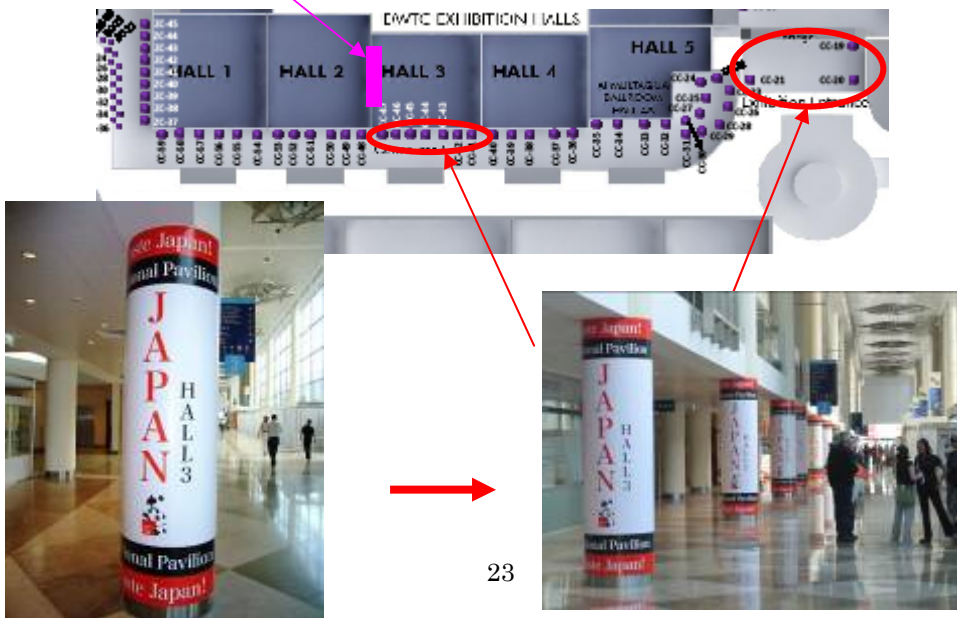
### 会場配布したリーフレット見本



料理ショー・出展者デモ  
の案内を記載

### 柱広告

日本パビリオンの存在をより明らかにし、潜在顧客の日本パビリオン誘致を目的に、HALLの外側（通路）にある柱にパビリオンの広告を合計10本設置した。柱広告は非常に目立っており日本パビリオンへの来場誘致に大いに役立ったと思われる。



### 「おいしい」バッグ

来場者への配布用グッズとしてエコバッグを用意し、会場内での日本パビリオンの宣伝効果を計った。サンプルや資料なども入れられるため非常に好評であった。



配布数：2,000 枚

### 日本パビリオンオリジナルレポートパッド

日本パビリオンでの商談や日本食材等のイメージを会期後も鮮明に脳裏に残させる為、レセプションに招待するバイヤー及び会期中に来場する一部商談者（バイヤー）に限定して配布した。

会期中の商談や日常的にオフィスで使えるものを選定。



制作数：100 個

<The Food of Japan>



アラビア語版

500部

英語版

1,500部

3. 会期中の商談の様子(写真による紹介)

