

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 (米国 (International  
Restaurant and Foodservice Show of New York) ) )

## 実施報告書

International Restaurant and Foodservice Show of New York  
2010 年 2 月 28 日～3 月 2 日 (ニューヨーク)

平成 22 年 3 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政府ゾーン設置・運営した国際見本市「International Restaurant and Foodservice Show of New York (2010 年 2 月 28 日～3 月 2 日)」について取り纏めたものである。

農林水産省では、日本産農林水産物・食品の海外への販路の創出・拡大を目的に、農林水産物等海外販路創出・拡大事業（海外展示・商談活動）として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している。

本事業においては、開催国米国を初めとして、北米地域からレストラン関係者・卸関係者等の来場が多い国際食品専門見本市である International Restaurant and Foodservice Show of New York に日本政府ゾーンを設置し、北米地域を中心とした世界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 3 月

\*\*\*\*目 次\*\*\*\*

I	International Restaurant and Foodservice Show of New York 開催概要	1
II	日本政府ゾーン参加概要	2
III	出展者リスト	7
IV	事前業務内容	8
V	1. 会期中イベント(併催セミナー)	12
	2. 会期中イベント(ネットワークレセプション)	16
VI	総 評	17
VII	出展者アンケート結果	18
VIII	記録写真	40
IX	参考資料	47
	1. 出展者募集案内資料	48
	2. 併催セミナー案内	52
	3. IRFS 通信 (目次)	53
	4. コーディネーターによるアドバイス	54
	5. 来場者アンケート	63
	6. 新聞等広報記事	66
	7. 出展者パンフレット	67

## I. International Restaurant and Foodservice Show of New York 開催概要

1. 名 称 : International Restaurant and Foodservice Show of New York 2010
2. 会 期 : 2010年2月28日(日)～3月2日(火) 10:00～17:00(最終日は16:00)
3. 開 催 地 : 米国・ニューヨーク
4. 会 場 : Jacob K Javits Convention Center
5. 主 催 者 : Reed Exhibitions
6. 出 展 者 数 : 580 社
7. 出 展 国 数 : 6ヶ国(海外からの出展者 88 社)
8. 来 場 者 数 : 16,135 人
9. 展 示 面 積 : 14,864 m<sup>2</sup>
10. ウェブサイト : <http://www.internationalrestaurantny.com/>
11. 見本市の特徴 :
  - (1) 食品・飲料、ホテル・レストランサービスおよび調理器具・食器等を対象とした国際食品・飲料展。
  - (2) 高所得者層を最終ターゲットにした見本市であり、レストラン関係者・卸関係者等の来場が多い。

## II. 日本政府ゾーン参加概要

### 1. 参加趣旨：

ニューヨークをはじめ米国では、健康志向やエスニックフードへの関心の高まりを背景に、日本食・日本食品の市場が拡大しつつある。近年、米国において、日本食ブームは「Sushi」にとどまることなく、「健康」、「ユニーク」、「高級・高品質」などのキーワードを連想させる日本食全般に対して注目が集まっている。こうした状況を受け、米国のバイヤー、インポーターなどプロフェッショナルが多く集まる展示会 International Restaurant and Foodservice Show of New York に日本政府ゾー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 165 m<sup>2</sup>

- (1) 出展者スペース 25 社・団体分
- (2) 共用スペース 広報ブース

### 3. 出展企業：25 社・団体

### 4. 出展物：米、味噌、醤油、酢、わさび、海苔、茶、清酒、焼酎、加工食品等

### 5. 成果：

- (1) 事前準備として、出展者に対してメールによる見本市に関するアドバイスや連絡事項を 13 回にわたり実施。特に、出展者の成熟度に応じ、事前にジェトロ・コーディネーターによる 3 回のアドバイスや、潜在的顧客リストの配布、展示会前日の個別面談等を行うなど、事前のサポートを濃密に行い、商談・成約件数の増加に努めた。
- (2) その結果、会期中の商談 3,292 件、成約 334 件、成約見込み 675 件、代理店申し込み 155 件となった。（前回出展した IRFS2008 では、出展者 16 社・団体で、商談 1,666 件、成約 135 件、成約見込み 157 件、代理店申し込み 19 件）
- (3) コーディネーターを中心として、ビジネスマッチングを行った結果、会期中の商談アレンジ件数は総計 459 件、1 出展者あたりの件数は 15 件から 25 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。
- (4) 会期中に成約または成約見込みに至った商品としては、豆腐、緑茶、酒類等が挙げられる。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。
- (5) 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 25 社・団体（回答率 100%）のうち、25 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 100%）と回答。（うち最上位評価は 25 社中 20 社）

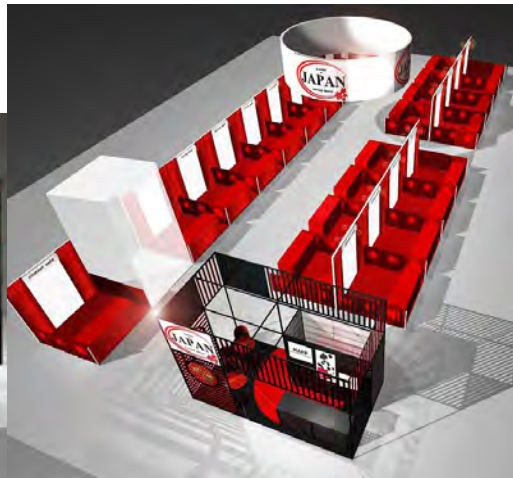
### 6. 課題：

- (1) 当初の想定以上に来場者が多く、用意していた広報資材（出展者パンフレット等）の配布を 3 日間とも途中で中止せざるを得なかった。次回は、今回を参考にし、適正な数量を準備することが必要。
- (2) セミナーの内容は成功であり大変盛況であったが、成約を増加させるため、ターゲットとして想定したレストランシェフ等の参加者が多くなかったので、セミナーについて検討することが必要。

## 7. 日本政府ゾーン:

### (1) スペース内訳

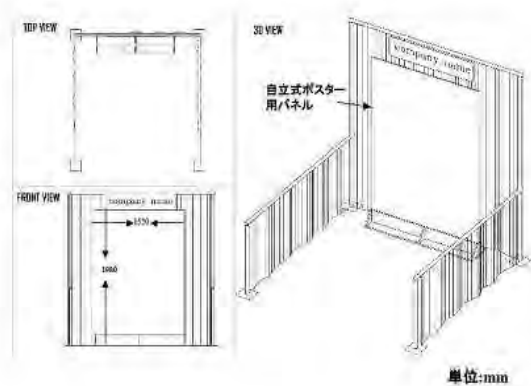
- ・ 出展者ブース 144 m<sup>2</sup> (25 小間)
- ・ 広報ブース 17.28 m<sup>2</sup> (3 小間)



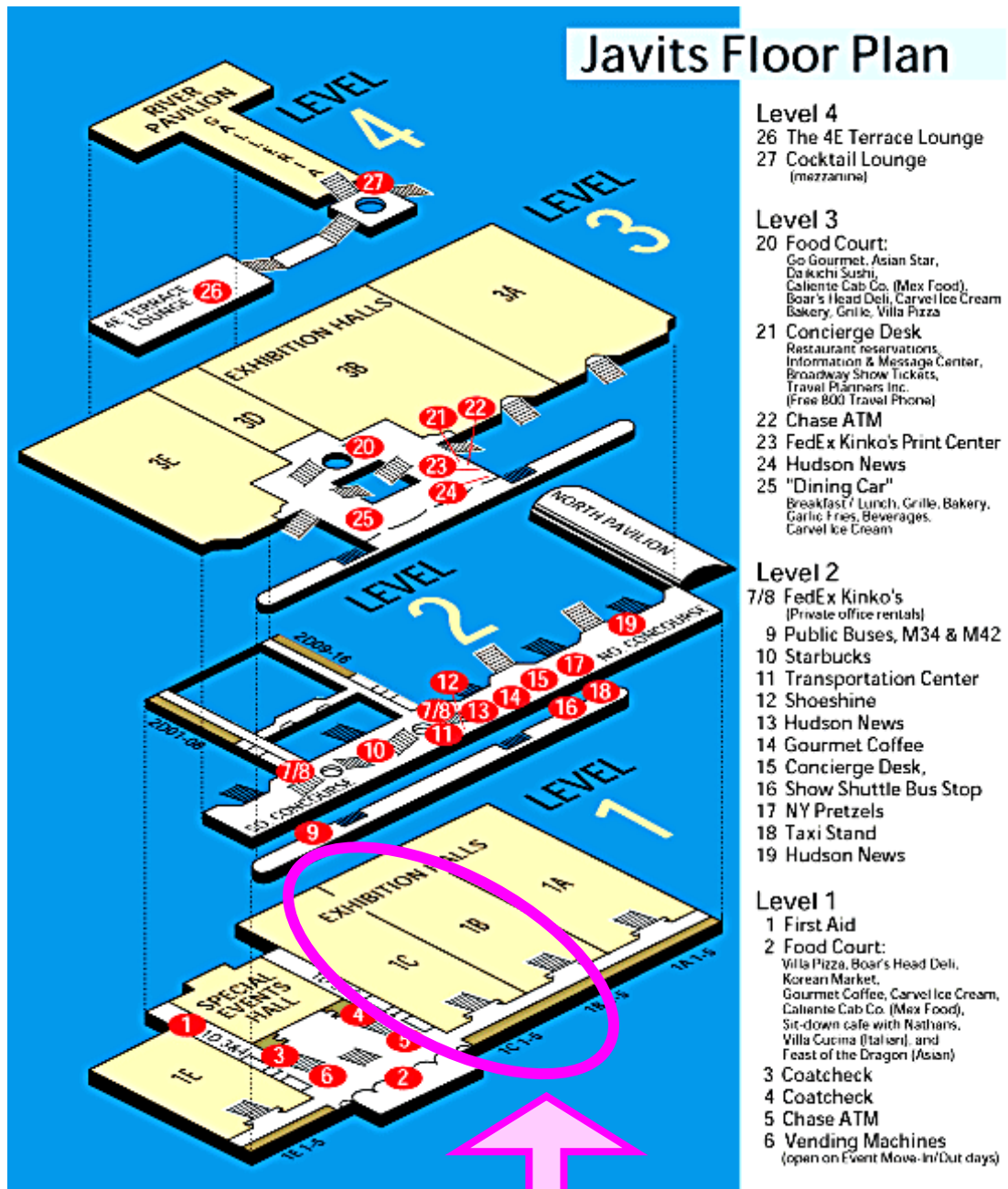
### (2) 出展者ブース

1 小間 = 8 feet x 8 feet (約 2.4 m x 2.4 m)

- ①社名板 1 枚
- ②テーブル 1 台 (6ft x 2ft = 約 183cm x 61cm、スカート付)
- ③ゴミ箱 1 個
- ④ブース背面仕切りカーテン
- ⑤カーペット
- ⑥椅子 2 脚
- ⑦電源コンセント 1 カ所 (500 ワット)
- ⑧アームスポットライト
- ⑨自立式ポスター用パネル

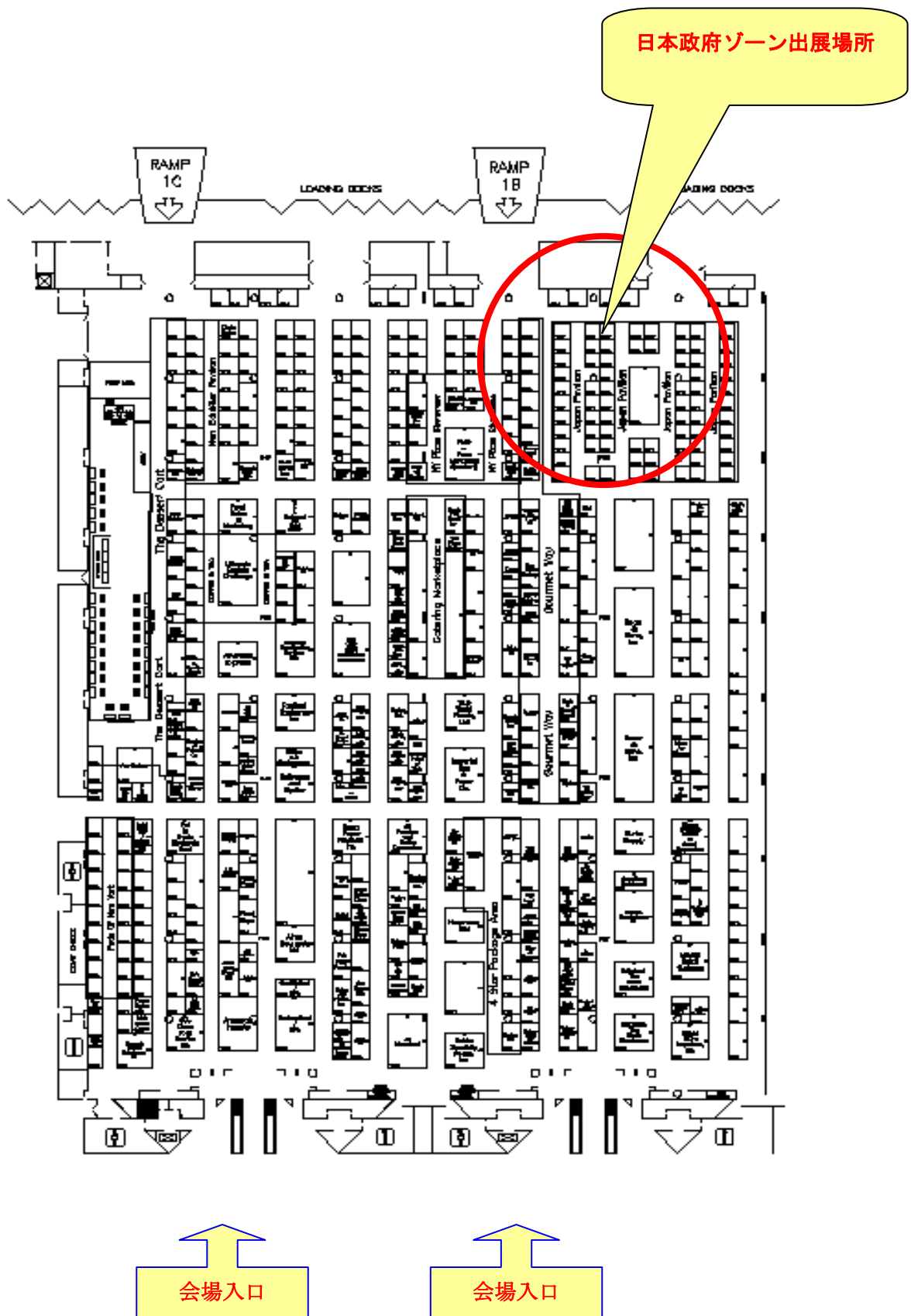


(3) 会場全体図

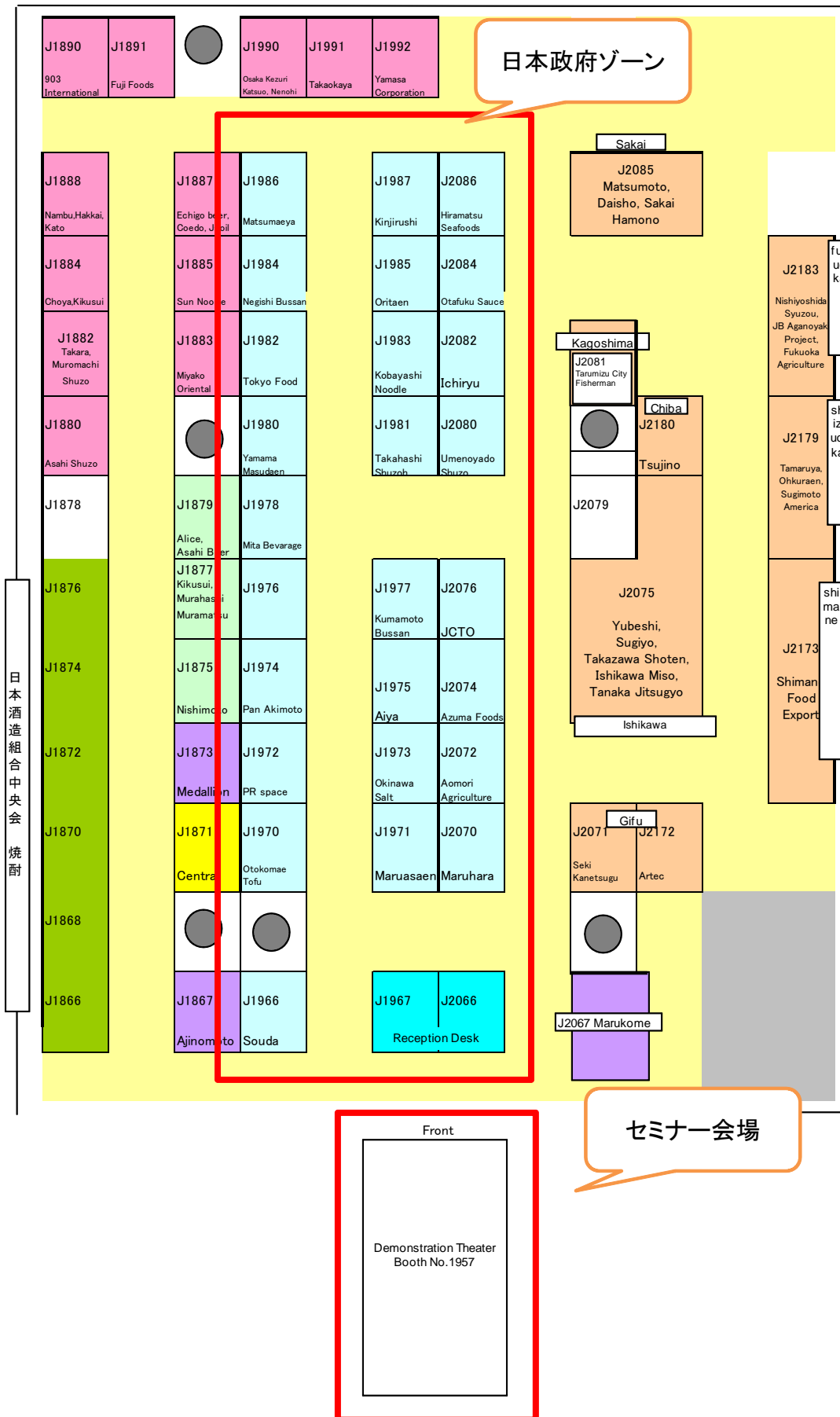


見本市会場

(4)フロア図 Level 1 <Hall 1B>



(5) . ブースレイアウト図



Ⅲ. 出展者リスト

【International Restaurant and Foodservice Show of New York 2010 出展企業リスト (50音順)】

No.	会社名	地域	出展物
1	Aiya Co., Ltd. 株式会社あいや	aichi 愛知	Matcha green tea 抹茶
2	Aomori Products Export Promotion Council 青森県農林水産物輸出促進協議会	aomori 青森	Nagaimo(yam), Black garlic, Sake ながいも、黒にんにく、酒
3	Azuma Foods Co.,Ltd あづまフーズ株式会社	mie 三重	Frozen seafood 水産加工品
4	Limited Company Ichiryu 有限会社いちり	niigata 新潟	Carrot juice, Tomato juice, Apple juice 雪割り人参ジュース、とまとジュース、りんごジュース
5	Umenoyado Brewery Co., Ltd. 梅乃宿酒造株式会社	nara 奈良	Sake 清酒・リキュール
6	Okinawa Sea Salt Laboratory 株式会社 沖縄海塩研究所	okinawa 沖縄	Salt 食塩
7	Otafuku Sauce Co.,Ltd オタフクソース株式会社	hiroshima 広島	Sauce, Vinegar ソース・酢・たれ・その他調味料
8	Otokomae Tofu Inc. 男前豆腐店株式会社	kyoto 京都	Tofu 豆腐
9	Oritaen.,Ltd 有限会社 おりた園	kagoshima 鹿児島	Green tea 日本緑茶
10	Kinjirushi Sales Co.,Ltd 金印物産 株式会社	tokyo 東京	Wasabi 加工わさび・わさび関連商品
11	Kumamoto Prefectural Products Promotion Association 社団法人 熊本県物産振興協会	kumamoto 熊本	Miso, Shochu 味噌、焼酎、
12	Kobayashi noodle Co.,Ltd 小林生麺株式会社	gifu 岐阜	Soy milk noodle, Rice udon noodle, Brown rice noodle 米粉麺・豆乳麺
13	JCTO Japan, Inc. 株式会社JCTOジャパン	tokyo 東京	Sake, Japanese alcoholic products 地酒蔵元10数社の新酒
14	Jitsukawa Foods Co.,Ltd 有限会社 ジツカフーズ	chiba 千葉	Peanuts 落花生
15	Souda Co., Ltd 有限会社SOUDA	nagasaki 長崎	Yasai nori (vegetable sheet) 野菜のり
16	Takahashi Shuzoh Co.,Ltd 高橋酒造株式会社	kumamoto 熊本	Shochu 本格米焼酎
17	Tokyo Food Co.,Ltd 株式会社 東京フード	tochigi 栃木	Seasoning miso 東京調味味噌シリーズ、ゆず辛、わさび加工品
18	Negishi Bussan Co.,Ltd 根岸物産株式会社	gunma 群馬	Wheat products (udon noodle, soba noodle) 生うどん、生そば、焼きそば等の麺類
19	Pam・Akimoto Co., Ltd 株式会社パン・アキモト	tochigi 栃木	Canned bread パンの缶詰
20	Hiramatsu Seafoods Co., Ltd. 株式会社平松食品	aichi 愛知	Tsukudani 各種魚介のつくだ煮(さんま蒲焼、いわし甘露煮、にしんうま煮、あゆ甘露煮等)
21	Matsumaeya Ltd. 株式会社 松前屋	osaka 大阪	Kombu (kelp) products シュレットだし昆布、塩吹き昆布 松ヶ枝、昆布の水塩
22	Marusaen Co.,Ltd 有限会社 丸浅苑	tokushima 徳島	Shiitake mushroom, Shiitake seasoning salt 生椎茸、椎茸加工食品
23	MARUHARA & Co. 合名会社 まるはら	oita 大分	Ayu Fish Sauce, Soy Sauce, 鮎魚醬、鮎魚醬関連商品、醤油、柚子ぼん酢
24	Mita Beverage Co.,Ltd 三田飲料株式会社	tokyo 東京	Cocktail mixes ジャパニーズ・カクテルベース/ ノンアルコール・カクテルベース/デザートベース
25	Yamama Masudaen Co.,Ltd 株式会社 やまま満寿多園	sizuoka 静岡	Green tea 緑茶

#### IV. 事前業務内容

##### 1. 業務スケジュール:

日 程	業 務 内 容
8月21日	委託契約締結
8月24日	出展者募集開始
9月24日	出展者募集締切
10月6日	出展者決定
10月20日	出展者説明会開催（東京）
11月16日	パンフレット原稿提出締切
1月28日	日本政府ゾーンパンフレット納品
2月5日	追加備品リスト申込み締切
2月27日	事前オリエンテーション・個別面談開催
2月28日～3月2日	International Restaurant and Foodservice Show of New York 開催

##### 2. 出展者募集・選定

###### (1) 募集期間

2009年8月24日～9月24日

###### (2) 出展者募集のための主なツール

- 農林水産省ホームページ
- ジェトロホームページ
- ジェトロ貿易情報センター
- ジェトロメンバーズ、農水産情報研究会会員へのFAX
- ジェトロ展示事業部メールマガジン（J-messe）

###### (3) 募集内容

IX. 参考資料を参照

##### 3. 主催者:

（現地主催者）

Reed Exhibitions

住所：383 Main Avenue Norwalk, CT 06851

TEL: + 1-(888)-334-8705 FAX: + 1-(203)-840-9604

##### 4. 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等を紹介し、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。

(主催者推薦通関・輸送業者)

輸送会社	日本側窓口
TWI Group 住所：4480 South Pecos Road Las Vegas, NV 89121 TEL:+1-702-691-9000 FAX:+1-702-691-9045	西濃シェンカー(株) 東京都品川区東品川 2-2-24 TEL:03-5769-7380 FAX:03-5769-7381
ROGERS WORLDWIDE 社 住所：Chicago, Elk Grove Village, IL TEL:+1-847-806-9200 FAX:+1-847-806-9204	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

5. 展示装飾設計・施工:

展示装飾設計・施工の業務は公募により選定された Shimizu International Production Services, LLC に再委託した。

(展示装飾設計・施工業者)

Shimizu International Production Services, LLC

277 East 10<sup>th</sup> street #1, New York, NY 10009

TEL:+1-212-982-6651 FAX:+1-212-982-6552

6. 出展者説明会:

(1) 日時：2009年10月20日(火) 10:45~17:00

(2) 場所：発明会館(港区虎ノ門2-9-14)

(3) 議事次第:

①説明会1(International Restaurant and Foodservice Show)

10:45~10:55 挨拶(農林水産省輸出促進室 竹内室長、  
ジェトロ農林水産事業課 横井課長)

10:55~11:45 日本パビリオン施工装飾にかかる連絡事項・  
米国NYの食品市場、流通事情概況  
(ジェトロ・ニューヨークセンター 山内所員)

11:45~11:50 畜肉エキス・卵等を含む食品の輸入検査手続きについて  
(農林水産省輸出促進室 岩田国際専門官)

11:50~12:05 輸送に関する連絡事項(フェアトランス インターナショナル 田辺誠一)

12:05~12:20 質疑応答

②講演会

12:30~13:00 受付

13:00~13:40 米国食品市場の概況、成功企業の事例、成功のポイント  
(ジェトロ・ロサンゼルスセンター 水谷所員)

13:50~15:00

「米国に日本食品を売り込むこと～ミスタートーフが語る成功の秘訣とは」

(元米国森永乳業現地法人社長、現中京大学客員教授 雲田康夫氏)

③配布資料：

- ・ International Restaurant and Foodservice Show of New York 2010  
日本政府ゾーン出展者説明会資料
- ・ 米国食品輸出ハンドブック
- ・ 平成 21 年度版農林水産物・食品の「輸出」についてのヒント集
- ・ 畜肉、家きん肉、加工卵を含む食品にかかる米国の輸入手続き検査強化について

④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及び質疑応答内容の概要を追って郵送した。

⑤個人面談

個別面談の希望のあった 16 社に対して、10 月 19 日（月）から 21 日（水）の 3 日間で、ジェトロスタッフによる出展に向けたアドバイスをを行った。

7. 商談アレンジ・バイヤー誘致

(1)来場誘致

①ジェトロニューヨークセンターからの誘致

内容：日本政府ゾーン出展企業、商品の紹介及び併催セミナー概要の案内を目的として広報を行った。

対象： ①料理学校（米国・ニューヨーク）における日本食材等・日本食文化講座

参加するレストラン関係者、料理学校関係者、メディア関係者、ライターなどを対象に、広報資料を約150部配布した。

②WASHOKU TRY事業（2月26日ニューヨーク総領事公邸）

IRFS出展企業から商品提供をいただき、日本酒、焼酎、野菜ジュースの試飲や豆腐、水産加工品、佃煮、魚醤の試食を行った。同時にIRFSの日本政府ゾーンへの勧誘、広報も行った。

③JETRO U.S.A ウェブサイト

(2)商談支援活動

IRFS 商談支援活動について、以下の活動を実施した。

①出展者の販売体制の整備・構築のサポート

A. 全般的アドバイスの送付

IRFS 出展者のうち、すでに米国で販売実績があり販路の拡大を目標として出展する者と、米国での販売実績がなく展示会を米国市場進出の足がかりとすることを目指している者に、それぞれグループ分けをし、全般的なアドバイスをを行った。（11 月と 1 月、2 月の計 3 回実施）

特に米国市場へ初挑戦する企業に対しては、米国内の輸入業者を斡旋する等、商談体制整備の支援を行った。

B. 個別アドバイスの送付

以下の事項をまとめ、各出展者へ個別のアドバイスを提供した。

- ・ 各出展者の出展品に係る米国市場において販売する上での問題点、課題
- ・ 適した販売先を含む販売戦略にかかるアドバイス

- ・展示会における PR 手法に関するアドバイス

### C. IRFS 通信（メール）の送付

見本市に関する準備やアドバイスについて、出展者に対して随時メール通信で連絡を行った。（開催前に 13 回送付。）

### (3) ビジネスマッチングのサポート

#### ① 潜在的顧客リストの作成

コーディネーターが、各出展者の意向・希望、商品の特長を踏まえ、各出展者に適した潜在的顧客（バイヤー、レストランシェフ等）のリストを作成した。リストには、各出展者につき、5 社の潜在的顧客を選定し、各出展者へ情報を提供した。

#### ② 日本政府ゾーンへの誘引

コーディネーターを中心として、①のリストに掲載された潜在的顧客（食品業界関係者を中心に約 90 名）を含む 200 名以上に電話、E-mail、面会等で個別に連絡をとり、日本政府ゾーンへの誘引を行った。

#### ③ 個別面談

個別面談の募集に希望のあった出展者 9 社に対して、海外コーディネーター及びジェトロスタッフによる展示会当日や今後の米国市場進出に向けたアドバイスをを行った。

日時：2 月 27 日（土）（展示会開催前日）

場所：IRFS 会場内セミナールーム

対応者：福家コーディネーター、ジェトロスタッフ

#### ④ 商談支援

コーディネーター又は通訳（2 名）が、誘引した潜在的顧客と出展者との商談に可能な範囲で立ち会い、商談状況を把握し必要に応じ商談支援を行った。

### (4) フォローアップ

会期後、展示会の成果について聴取を行うとともに、今後の米国市場における展開についてアドバイスをを行う。また、出展者及びバイヤーからの問合せ、相談には随時対応する。

### (5) 海外コーディネーターによる誘致活動

IRFS 日本政府ゾーンへのバイヤー誘致、出展者の商談支援、成功事例の創出を目的として、ジェトロ海外コーディネーター事業を活用し、商談支援を行った。

コーディネーター：La Fuente Services, Inc. ディレクター  
福家 成子（ふけしげこ）

活動内容：米国東海岸で日本食材の販路を拡大するためのプロセス（物流ルート、調査、広報宣伝、試食デモ等）に関するアドバイスをを行う。

### (6) 主催者（Reed 社）による広報

#### ① ダイレクトメール

部数：6 万部

内容：見本市全体の PR に追加する形でジャパンパビリオンについて、新商品紹介

時期：2 月第 1 週発送

対象者：展示会で過去に登録のない新規顧客（レストラン経営者、シェフ等）

#### ② E-mail

発送数：24,500 件

対象者：展示会で過去に登録したことのある顧客すべて

#### ③ Directory（展示会全体のパンフレット）での広告

## V. 会期中イベント

### 1. 併催セミナー

#### (1) 概要

IRFS に来場する高級レストランのシェフを対象に、日本食に対する理解を深めることを目的として、料理デモも交えたセミナーを実施した。なお、デモで調達する食材については、各出展者へサンプル食材の提供を依頼し、講師の真保氏等が、サンプル食材をもとにメニューを選定した。

(2) 日時：3月1日（月）13:00～13:45 「麴の世界」

3月2日（火）13:00～13:45 「出汁の力」

(3) 場所：Jacob K. Javits Center Demonstration Theater Booth No.1957

(4) 講師：真保 裕子 氏（料理コンサルタント、Hiroko's Kitchen 代表）

トニー・ロバートソン 氏（「Mandarin Oriental New York」総料理長）（3月1日（月））

ジョージ・メンデス 氏（「Aldea」オーナーシェフ）（3月2日（火））

(5) 内容：「麴の世界 ー日本の発酵食品の魅力ー」

麴による発酵という共通点をもつ味噌、醤油、酢について、製造方法の違いによる味や使用法の違いなどを紹介した。

「出汁の力」

出汁の原料である昆布について、製造工程、種類などを紹介するとともに、出汁の取り方について説明した。

(6) 詳細：

会期2日目(3月1日(月))の講義の前半は、真保氏が、パワーポイントのモニターを使用して、日本料理における必要不可欠な調味料である味噌、醤油、酢についての解説を行った。これらの食材は、いずれも麴を使った発酵食品であることを紹介し、日本料理における麴の重要性について強調した。

また、政府ゾーンの出展企業のひとつである山内本店（社団法人熊本物産振興協会から出展）から提供された写真や資料を使い、味噌の製造工程について説明するとともに、味噌、醤油、酢の種類の違いによる味や使用法の違いについても紹介した。さらに、これらの調味料をつかったオーソドックスな料理の例として、冷しうどん用の麺つゆと田楽味噌の作り方を解説した。

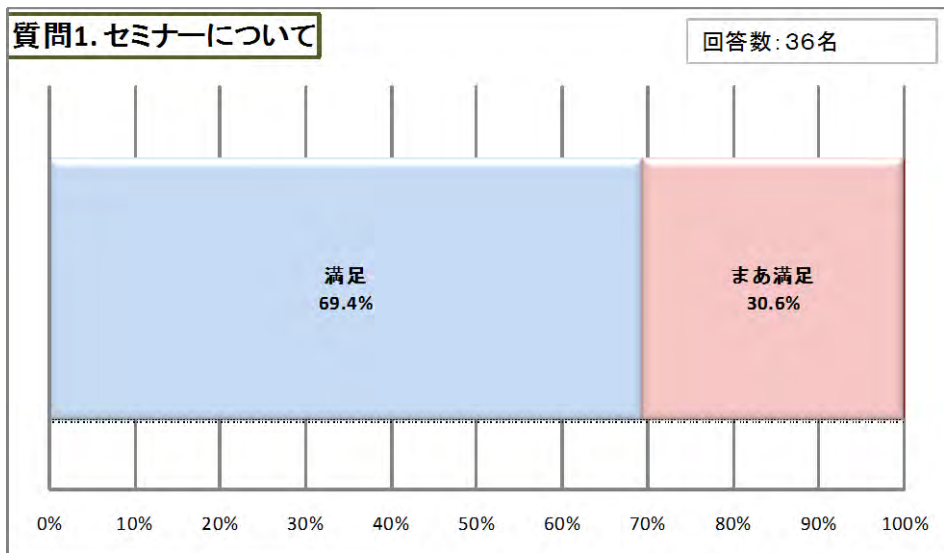
講義の後半は、ニューヨーク市で有数の高級ホテル「マンダリン・オリエンタル」総料理長のトニー・ロバートソン氏が、味噌や醤油を洋風にアレンジした料理のデモンストレーションを行った。ロバートソン氏は、政府ゾーン出展物のうち、味噌（社団法人熊本物産振興協会）、人参ジュース（いち粒）、鮭魚醬（まるはら）、鮎魚醬入り醤油（まるはら）、昆布（松前屋）、ながいも（青森県農林水産物輸出促進協議会）を使用して、「サーモンの味噌焼き、青いパパイヤとグレープフルーツ添え、人参ジュースの甘辛ソース（Red Miso Glazed wild Salmon, Green Papaya, Grape fruit relish, and Sweet Chili Carrot reduction）」と「サーロインのグリル、長いもとマッシュルームのラグー（Grilled sirloin Beef, Braised Nagaimo Yam, Mushroom Ragout）」を調理。前者については試食として来場者に振る舞われた。

会期3日目(3月2日(火))の講義の前半は、真保氏が、パワーポイントのモニターを使用して、昆布をはじめとする様々な食品に含まれる旨味について解説を行った。冒頭、真保氏は、旨味は、甘味、塩味、酸味、苦味に続く第5の味覚であり、グルタミン酸、イノシン酸、グアニル酸などの化学物質に由来することを紹介。また、昆布や鰹節のほか、醤油、味噌、魚醬、アンチョビーの塩漬け、チーズなどの発酵食品にも多くの旨味が含まれると説明した。また、昆布でとった出汁は、素材の本来の味を引き立てる働きがあることを強調し、京都「菊乃井」主人の村田吉弘氏による昆布出汁の取り方

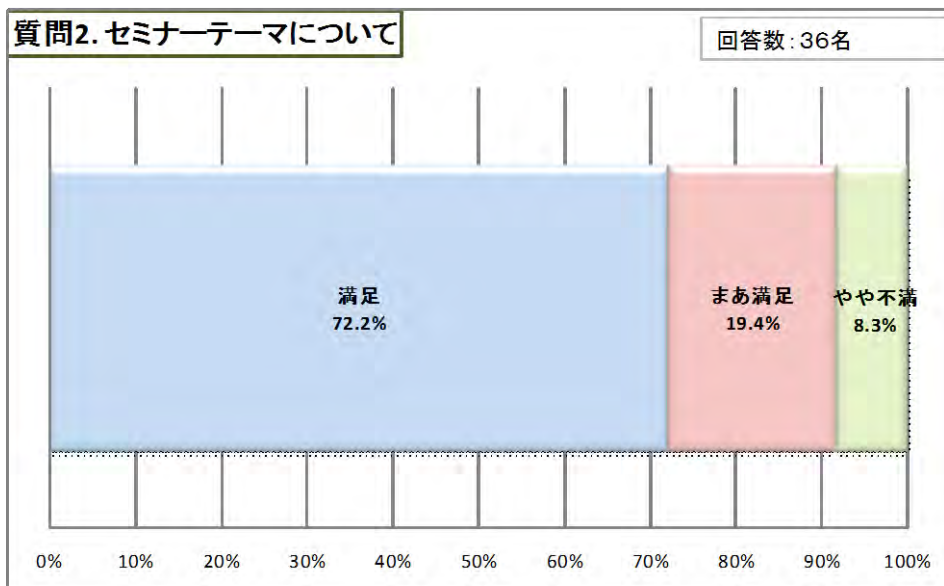
を紹介した。

講義の後半は、新進気鋭のシェフで昨年5月にニューヨーク市内に「アルデア」を開店したジョージ・メンデス氏による料理デモンストレーションが行われた。メンデス氏は、政府ゾーン出展物の中から、茸塩（丸浅苑）、人参ジュース（いち粒）を使用し、「マダラの味噌漬け、シイタケと人参ジュースのソース（Miso-cured cod, Shitake mushroom, Uonuma carrot broth）」を調理した。当該料理は、試食として来場者に振る舞われた。

## IRFS 2010 併催セミナー来場者アンケート(1日目、2日目合計)



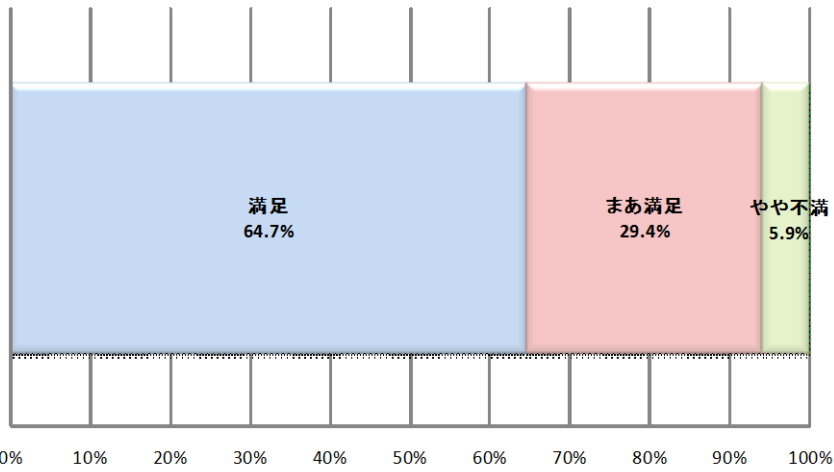
- 伝統的なスパイスや食品について学ぶことができ、新しい情報を取得することが出来た。
- 西洋のシェフが西洋と日本両方のあらゆる食材についてバランスを持っていることを直に見る機会となった。



- とても興味深い内容だったので、もっと時間があると良かった。
- 色々な製品がどのように作られているのかについて参考になった。

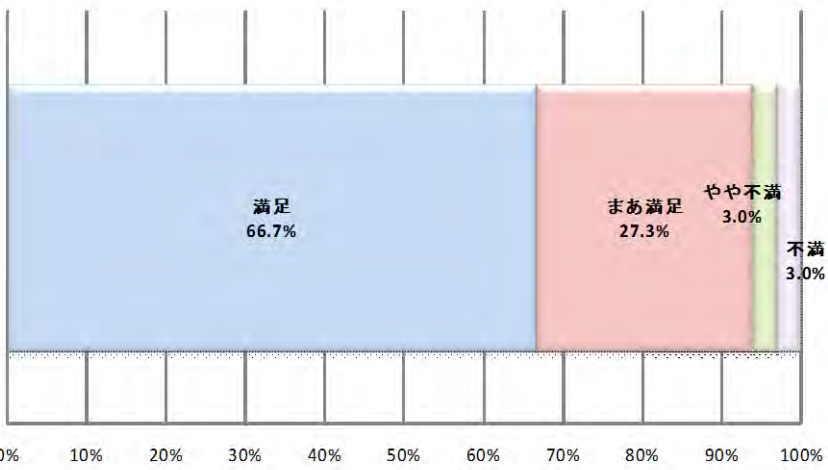
質問3. セミナー時間について

回答数: 34名



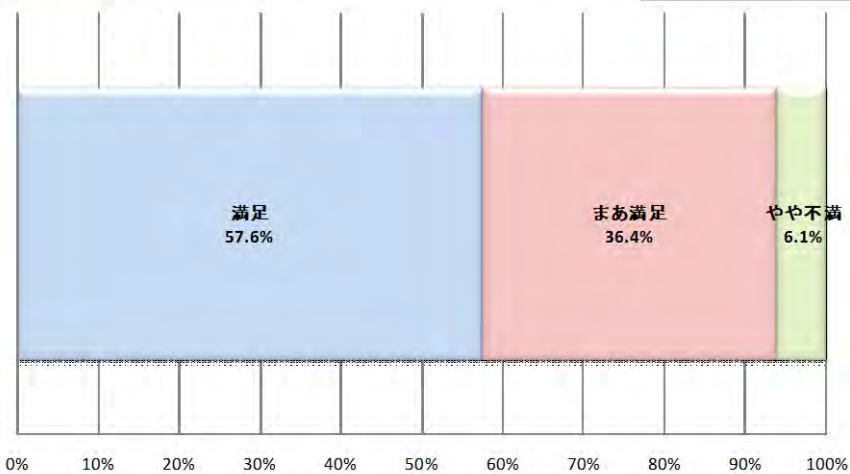
質問4. セミナーの場所について

回答数: 33名



質問5. セミナーの雰囲気

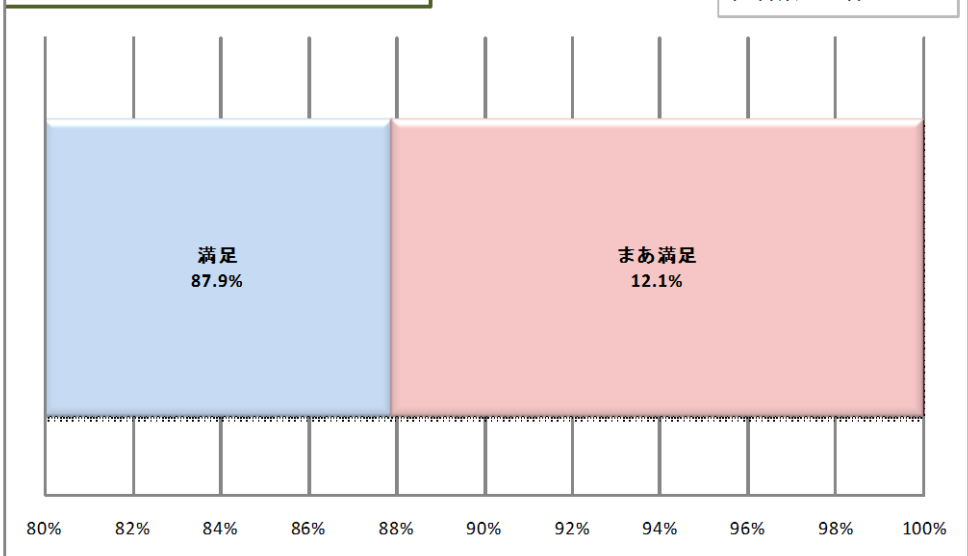
回答数: 33名



・周りがすごくうるさかった。デモは、観客の為にプレゼンする方の為にもしっかりとした場所で行うべき。

質問6. セミナー時のスタッフの対応

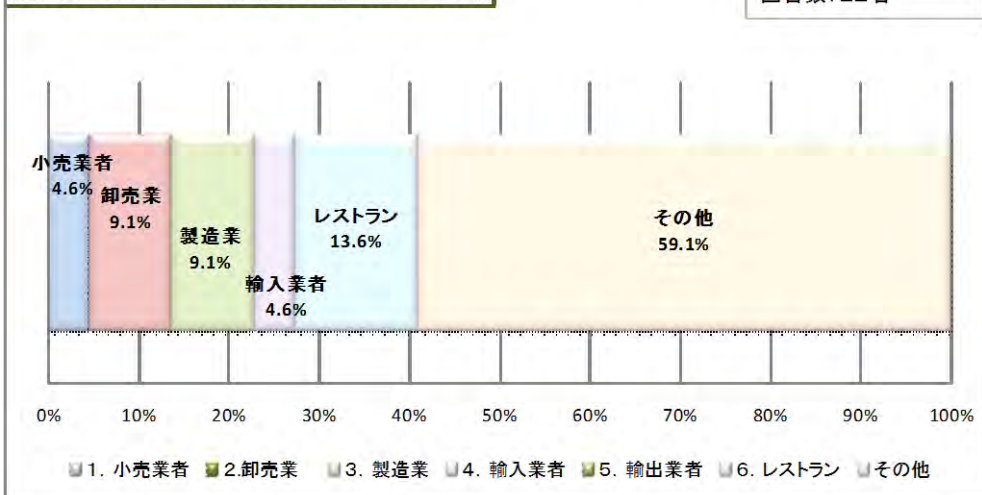
回答数: 33名



・的確に講演の内容に対する質問に答えてくれた。

質問7. セミナー来場者の業種(ビジネス)

回答数: 22名



・その他の来場者としては、プレス(2)、学生、教育者等である。

## 2. 会期中イベント（ネットワークレセプション）

### (1) 概要

International Restaurant and Foodservice Show of New York 2010 の参加者（レストラン・ホテル）の他に、リテール関係のバイヤーに焦点をあて、特別にレセプションを開催し米国流通業者・日本流通業者を商談につなげる場を作った。

(2) 日時：3月1日（月）16:00～18:00

(3) 場所：Jacob K. Javits Center Conference Room 1A03

(4) 参加者：日本政府ゾーン出展者及びバイヤー等約 100 名

(5) 主催：JETRO・JRO・クレア・ニューヨーク日本食推進協会

(6) 内容：①オープニング挨拶 16:00～16:20

ニューヨーク総領事 西宮伸一大使

JRO 代表取締役 倉岡伸欣 様

JETRO ニューヨーク所長 伊藤元

②セミナー「Healthy Japanese Cooking with Food “Cook Zen”」 16:20～16:45

講師：Machiko Chiba

③セミナー「Healthy Life Style Cooking with Japanese Ingredients」 17:00～17:25

講師：Billy Strynkowski, Exe Chef Cooking Light Magazine

④ネットワーキングレセプション 17:25～18:00

(7) 参加者の声：日本政府ゾーン出展者からは、「様々な業者の方と出会え、現地情報を得ることができた」、「自社商品の強みと売り込み工夫が必要だと感じるとともに、米国市場で注目されるポイントがわかり勉強になった。」などのコメントが寄せられた。

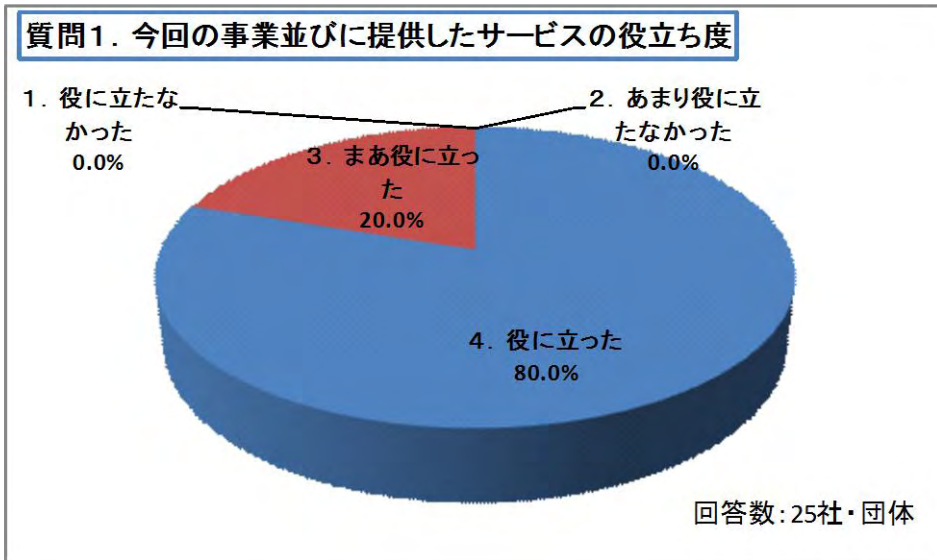
## VI. 総評

1. 事前準備として、出展者に対してメールによる見本市に関するアドバイスや連絡事項を13回にわたり実施した。特に、出展者の成熟度に応じ、事前にジェトロ・コーディネーターによる3回のアドバイスや、潜在的顧客リストの配布、展示会前日の個別面談等を行うなど、事前のサポートをきめこまかに行い、商談・成約件数の増加に努めた。  
その結果、会期中の商談3,292件、成約334件、成約見込み675件、代理店申し込み155件となった。（前回出展したIRFS2008では、出展者16社・団体で、商談1,666件、成約135件、成約見込み157件、代理店申し込み19件）
2. 日本政府ゾーンのデザイン・施工については、出展者及び来場者から好評であった。ポスターなど広報資材を貼れるよう自立式ポスター用パネルを設置するとともに、ブースが目立つようアームスポットライトを設置したことにより、他のブースより人目を惹き、集客につながった。  
さらには、日本パビリオン専用の赤のPRバッグ、回転式天井バナーが効果的に機能し、数多くの集客につながった。また、日本パビリオンは、日本企業がまとまって位置していたので、来場者にとって日本を強く印象づけられた。
3. ブースレイアウトについては、出展者と民間企業に出展する取引先貿易商社と隣接させるなど商談から成約に結びつける工夫を行った。また、特徴など引き立たせるため、同業者が隣合わないよう配置もした。
4. 商談については、各出展者が事前のジェトロ・コーディネーターのアドバイスを参考にし、会場で試食、試飲、サンプル紹介等を効果的に行った。試食も本来の食べ方にこだわらず、現地にあった味、形で試食を実施した。さらには、出展商品の写真や映像を紹介したり、商品名の英語でネームプレートを作成し、効果的なPRを行い、多くの商談に結びつけることができた。
5. 併催セミナーについては、セミナーの時間帯(13:00~13:45)が良く、場所についても日本政府ゾーンの隣で集客に効果的な位置であったため、他のセミナーに比べ、多くの人々が来場した。セミナー会場の席数は40席で、講演中、席はほぼ埋まり、席の周りには立ち見の参加者も多くいた。参加者からは、「西洋のシェフが西洋と日本両方のあらゆる食材についてバランスを持っていることを直に見る機会となりとても参考になった」など感想が寄せられた。
6. 今回、日本政府ゾーンの受付に2台のカードリーダーを設置し、バイヤー等の日本政府ゾーンへの来場者の情報把握に努めた。カードリーダーで把握した日本政府ゾーン来場者は1,367人であった。  
一方、来場したレストランシェフやバイヤーの多くが名刺を持たず、入場バッジのみ携帯していたため、カードリーダーを搭載していない出展者は顧客情報を取得できないこともあった。次回は、来場者の情報を取得できるカードリーダーを出展者ブースの基礎備品にするなど、検討することが必要である。



(日本パビリオン専用 PR バッグを持って会場を歩く来場者)

## VII. 出展者アンケート結果

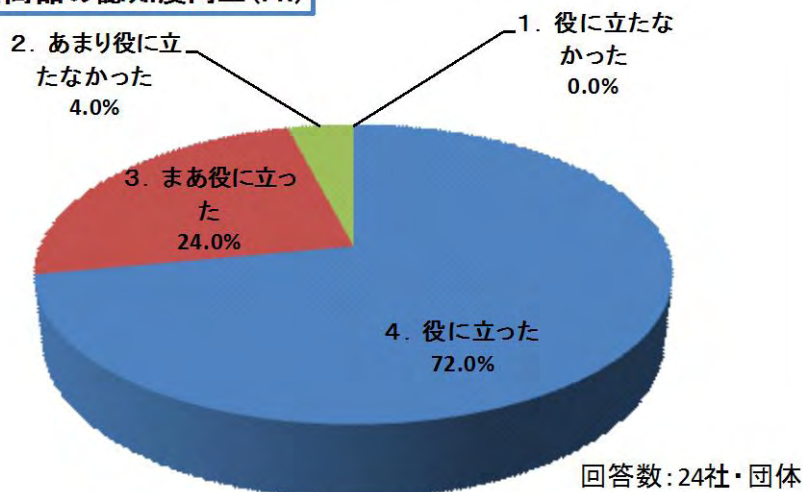


### ■ 役に立った理由

- 弊社として初めての東海岸での展示会で全く新しい市場、顧客を見ることが出来た。西海岸と違いまだまだ抹茶の認知度は低いですが新しい市場として非常に可能性を感じる事が出来ました。
- 大変忙しい見本市で、様々なお客様にご興味をいただき、サンプル依頼、メニュー提案依頼をいただき、当社の商品販売に結びつける可能性が広がったため。
- 日本政府ゾーンへの来場者が他国のブースよりも大変に多く、よって弊社ブースでの試飲、商談が数多くできたことには大いに満足しております。
- 全く西洋人にとって認知度のなかった昆布という商材を3年間NYにて展開してきたが、市場としての広がりを見せ始めたかと思っていた時期であった。ここからの現地活動をいかに変化させうるかが今回のテーマだったが、市場の変化も感じられた点でこの展示会は有効であった。
- 期間中弊社ブースに3,000名以上のお客様がお立ち寄りになり試食をしていただき反応を見ることが出来た。
- ディストリビューターが、2から3社決まりそう。1社は決定済み。今回は初めての、米国での見本市でしたので、PRが主と思っていたが、予想以上に反響が有り、注文が入ると感じた。
- 有名ホテルのシェフがたいへん気に入り実演に使用した。日系スーパーと具体的な商談が進みそう。領事館(2月26日WASHOKU TRY事業)での試飲でも好評だった。
- アメリカにおける、つくだ煮の可能性を確認する機会となり、有益でした。また、流通の方々との商談が、販路開拓の上で信憑性の高い情報となり、販路拡大の弾みとなった。
- 弊社商品に関する海外での反応を実直に得ることができたこと。また、それをもとに商品についての改善・また売り込みに対する進展プランについて具体的な方向性を改めていくことについて、非常に有意義であった。
- 北米特にニューヨークでのレストラン関係者の意見を収集でき、塩に対する認識を確認でき今後のマーケティングへの戦略を立てることができた。また、ディストリビューターへの案内が数多く出来た。

## 質問2. 出展目的に対する役立ち度

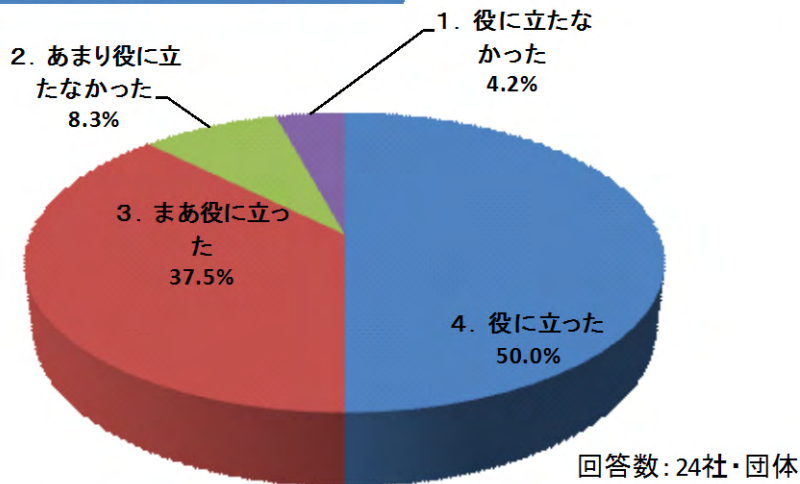
### A 自社商品の認知度向上(PR)



### ■ 役に立った理由

- ・ 既にご存じのお客様には、再度認知を、そうでないお客様にもサンプル依頼や、レシピを持って帰っていただけだったので、今後の認知度向上に役立つと思われます。
- ・ 初日は来場者が多く認知度向上が出来たと思いますが、2日目と3日目には初日と比較し来場者が少なかったことが残念でした。
- ・ NYのこの3年間で、トップシェフ達の日本料理への認知度は上がったらしく、彼らはもう来ていない。次のレベルの人たちが来場しており、一からの案内が必要だった。応用編の新品をいきなり説明するよりも、基本に立ち返っての案内、旨みの説明からの案内こそが再度必要だったことを最終日に感じた。ある意味では、トップよりも下のボリュームゾーンのシェフ達が来ているともいえる。市場はできつつあると思込んだこちらに問題を感じた。
- ・ 今回は、香りの緑茶と砂糖を入れた甘い香りの緑茶を試飲させ、味本位で、どのくらい評価があるのかという点と自社の新商品のPRに努めた。
- ・ ターゲットの有名レストランのシェフが、5名ほど来られ、美味しいとの評価を得られた。
- ・ 日本の商品を紹介するには、まとまりのあったJapan Pavilionでの出展は良かったと思います。来客は日本ブースにとっても興味があったようで、足を止めるお客様が多かったと思います。
- ・ 出展費用負担が一番有難かったです。
- ・ 塩の違いに対して興味をもつ方が多く、弊社の塩と他の塩との違いを認識する方が多かったが、エビデンスの細かな案内ができず、今後の課題となった。

## B 自社商品の顧客/販売代理店の獲得



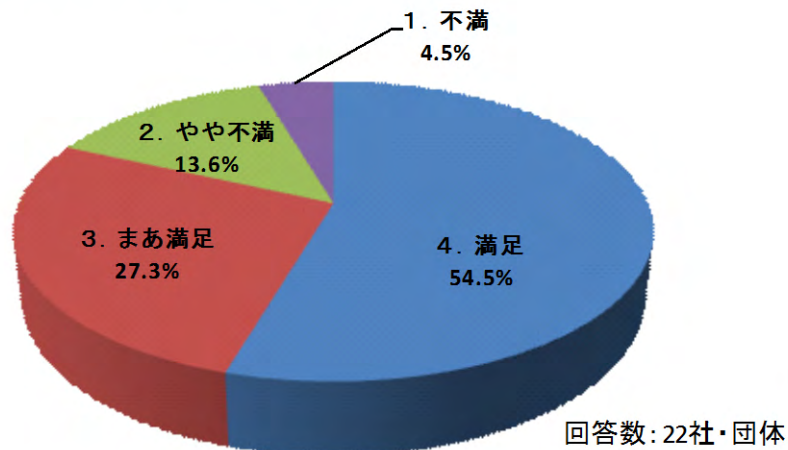
### ■ 役に立った理由

- 従来の販売代理店を1社に絞り込んで3年間をやってきた。しかし、あまりにも限界があると感じたし、別のディストリビューターとの出会いもあったので、非常に幸いと思っている。NY一か所では数量的に限界はあるので、一気に全米各地に広がるような販売代理店と付き合いに行く決心がついた。頑張ります。開催当日まで、代理店が決まらず大変申し訳なく思いました。その後、代理店申し込みが、数社ありました。
- 今回の主な目的の一つに、ディストリビューターの決定があったが、1社が決定。もう1社もほぼ決定できると思う。それ以外に、もう1社後日打ち合わせることになっている。主なターゲットの有名レストランのシェフにも味わって頂き、サンプル出荷の依頼も有った。
- 末端のレストラン・ケータリングだけでなく、流通をする問屋筋への商品紹介も出来ました。このショーをきっかけに商品取り扱いを検討して頂く良い機会でした。
- 今回、中国系のディストリビューターと商談ができて、実現出来る商談となって、新たな販路拡大に弾みがついた。
- 大手ディストリビューターの担当者から、大きな関心を頂き、弊社商品(特に調味料)はマンハッタンで成功すると言葉を頂いた。弊社商品の特徴やバックグラウンドに非常に興味を持って熱心に会話を持った事から、同じ米国パートナーでも、弊社商品に思い入れを持って頂ける企業、また、トップシェフや高級レストラン向けの販路やコネクションを既に持たれている事により、具体的に進められる方の名前があがるような企業とのパートナーシップが結べると素晴らしいことだと感じた。
- ジャパンプースに集客力があつたから。

### ■ 役に立たなかった理由

- ブースでの試飲していただく顧客は多かったですが、実際には学生も多く、ひやかしの試飲していく顧客も少なくなかったです。
- すでに代理店は決まっているためこれは目的ではありませんでした。

### C 米国市場進出のための市場調査、情報収集



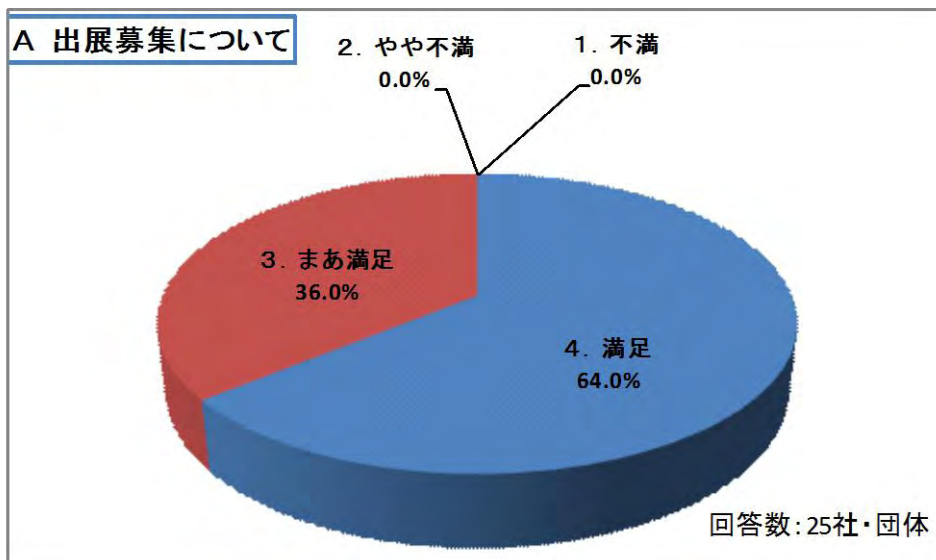
#### ■ 満足の理由

- ・ 東海岸特にNYと言う市場を直接肌で感じる事が出来た、直接お客様の反応、声を聞くことが出来たことが一番の収穫です。
- ・ 酒の認知度はかなり高い一方、焼酎の認知度はまだまだ低いことがわかった。甘みを加えたりキュールの反応は非常によかった。
- ・ お好み焼が人気があることは理解できたが、ここからメニュー化へ進めることが本当の仕事であり、お客様の生の声が聞けると思われるため。
- ・ 新商品で、米国人の反応を直接見る事ができた。
- ・ 弊社は20年ほど、通常のお茶を大手日系のスーパーやレストランに流通しているなかで、今回は新商品がどのくらい反響があるかの市場調査を行うことが出来た。
- ・ 米国の販売は、結果が早く出ると聞いていたが、来場者から「どこで買えるの？」との質問が有り、パリや上海の見本市と違い市場進出がしやすいことが実感できた。2品目の試作の依頼も有った。
- ・ シェフ、有名バーテンダー、など味の良さを理解する能力のある人たちに会えたこと。

#### ■ 不満の理由

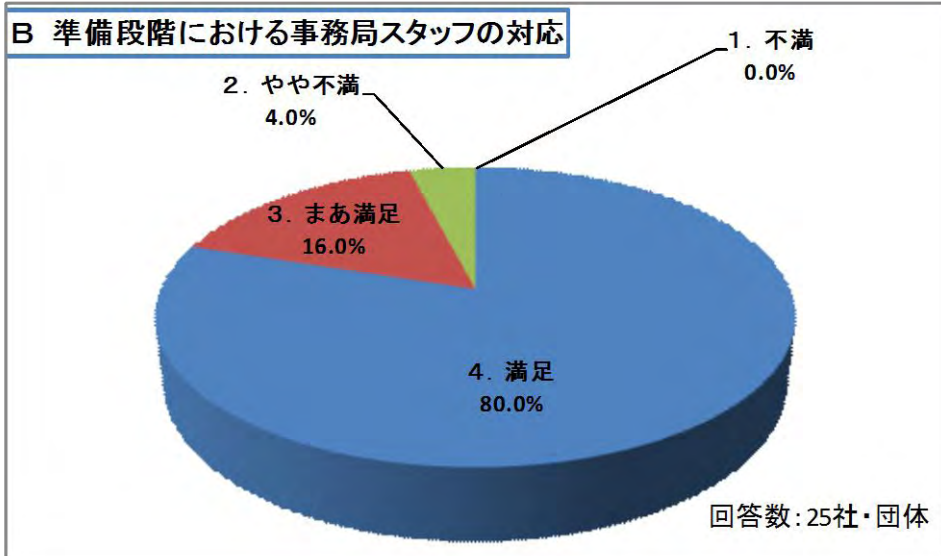
- ・ 比率としてレストランオーナーやシェフとの商談が試飲の割合からすると低かったのが残念でした。
- ・ このNYでこの3年間、多くの日本料理人が招かれ色々なイベントが催されており、マスコミの露出もあったようで、かなり昆布の認知度は上がっているようだ。ただし、これはトップクラスシェフの話であって、裾野にいかに広げるかはこれからの課題だ。日本料理としてではなく、彼らの作る料理にいかに昆布を仕込んでゆくかの具体性ある訴求が必要と感じた。
- ・ 特別な情報は収集できませんでした。

### 質問3. 事務局サービスに対する満足度



#### ■ 満足の理由

- ・ 募集から全て問題なくスムーズに進めることが出来た。
- ・ 早い時期にご案内いただいたことは大変に助かりました。
- ・ 募集要領がわかり易い。
- ・ 時期も的確であり、出展目的もしっかりしていたので、とてもやりやすい展示会であった。
- ・ とても丁寧に準備や指導を受けた。
- ・ 迅速にご対応頂いたと思います。
- ・ 展示会の趣旨と出展者募集要項等が具体的に説明されており、出展判断が的確にできた。
- ・ 農水省の日本食品輸出促進策による助成の有ることで展示会に参加しやすかった。
- ・ 開催場所が良かった。
- ・ 時間的に余裕のあるスケジュールだった。
- ・ 最初の出展だったので、戸惑うことが多々あった。全体的には、問題は無かった。



■ 満足の理由

- ・細かい点まで注意、アドバイスを頂き非常にスムーズに進めることが出来た。
- ・IRFS通信が段階を追って送信されてきましたので、情報を得るのに大変役に立った。良く対応されていたと思います。
- ・過去3回出展しているが、今回のスタッフは最高にわかりやすく、適時のメール案内なども完璧だったと思う。非常に安心感もあり何よりも正確な情報提供だったと思う。ありがとうございます。
- ・質問を何度かしたが的確な返事がきた。
- ・情報が豊かで、親切、丁寧な指導。
- ・小さな問い合わせにも、スピーディーに対応して頂いた。
- ・準備が行き届き、講習会も多くあり、親切だった。
- ・弊社のように輸出経験や知識のない企業へも、基礎的な事から細やかにご返答頂き、非常に助かった。
- ・常に情報の提供を受け出展準備がスムーズに行えた。
- ・情報を逐次配信してもらえたことで準備段階で大いに役立った。
- ・大変親切に対応してくれた。
- ・問い合わせへの対応がとても早く助かった。