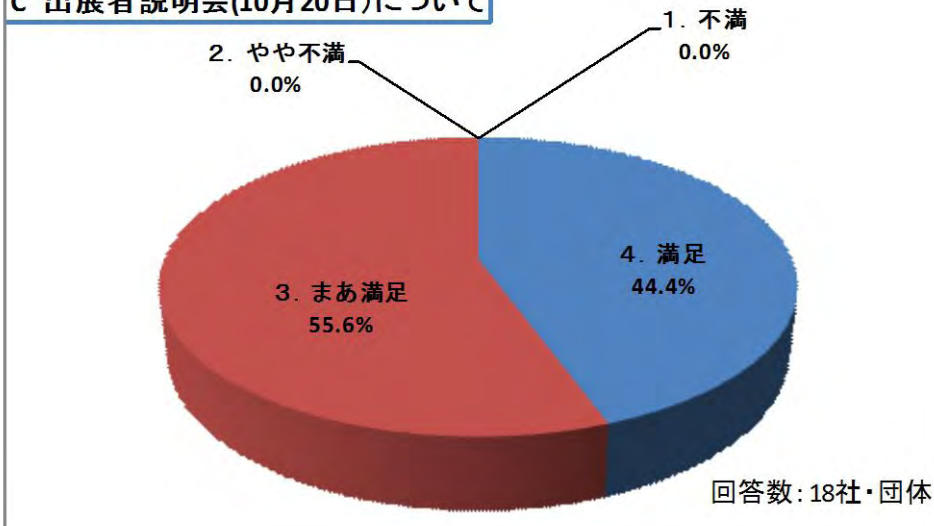


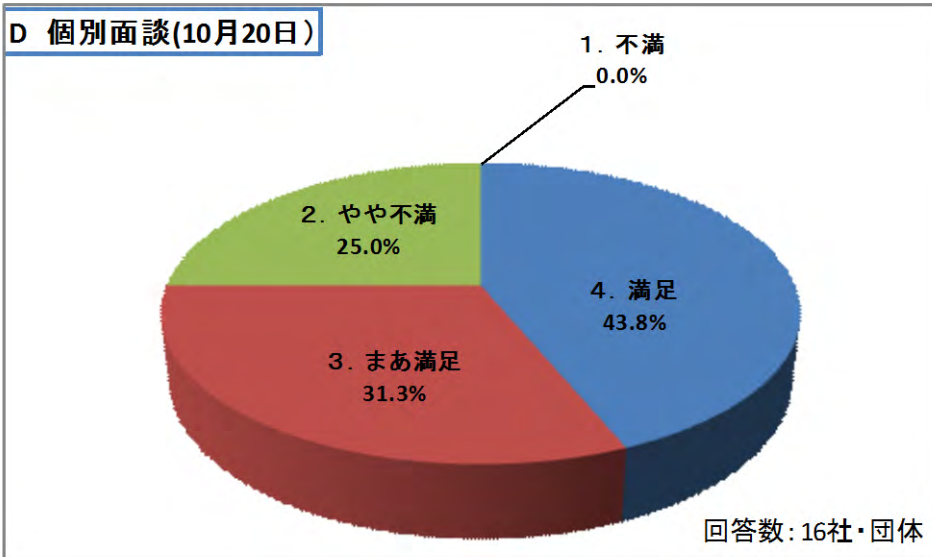
### C 出展者説明会(10月20日)について



#### ■ 満足の理由

- ・ 事前説明があった分、対応、準備が早くできたと思います。  
説明会については、時間と情報の限られた中、十分な対応をして頂いたと思う。もし、可能であれば、前回
- ・ 出展された企業から1社招いて具体的取組と流れ、経験談等について話を聞く機会があればより良かったと思った。
- ・ セミナーとセットで、有意義でした。

#### D 個別面談(10月20日)



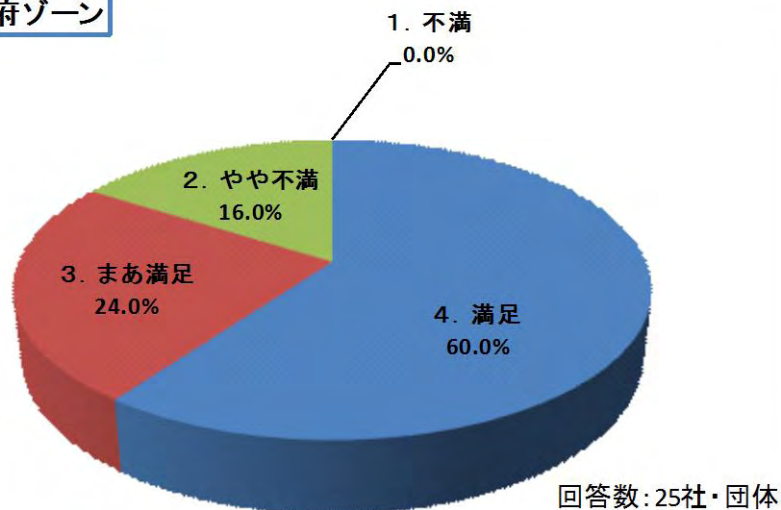
#### ■ 満足の理由

- ・ NYの状況が事前にわかった。
- ・ 成果を少しでも挙げるための面談として良いと思う。
- ・ もう一つ踏み込んだ回答が必要と思われる。具体的な企業名とか返事しにくい点もあると思うが、出来るだけ初参加の企業には踏み込んだ具体的なアドバイスを貰いたい。
- ・ 具体的な手順をご教授いただいた。
- ・ 現地での反応について具体的な情報を得られたことと、準備中に弊社として取り組むべきことについて明確に示して頂いたため、大いに役立った。
- ・ 細かなヒヤリングで準備がスムーズにいった。

#### ■ 不満の理由

- ・ 時間がなさすぎた。
- ・ 親切に教えていただいたが特に役にたたない。
- ・ ざっくりばらんと全般的な内容であったが、もっと専門的につっこんだ話を期待していた。

### E 日本政府ゾーン



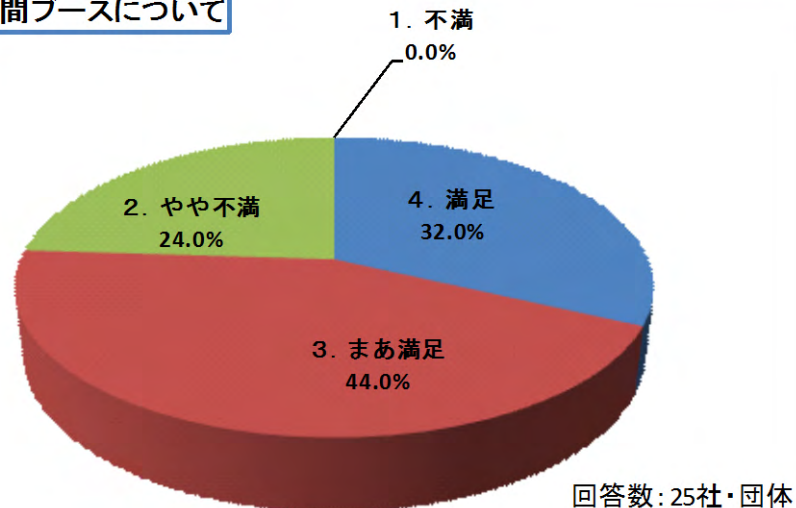
#### ■ 満足の理由

- ・ 非常に日本色を前面に出したデザインで来場者の好感を得たのではと思います。
- ・ 展示会の中でも、まとまりがあり、かなり目立っていたのではないかと思います。このブースに来れば全て日本のものがある、というのがはっきりしているので興味のある人は訪れてくれた。日本風でよかったです。
- ・ 全体的に見渡せて良い。非常に目立っていた。位置は入り口よりが良い。
- ・ 日本らしく、そして大変目をひくデザインですばらしいと思う。
- ・ 会場入り口から一番奥手になっていたため、なかなかお客さんがブースを見つけられなかったという点があったが、会場の天井部分に工夫されていたので、そこは良い点だと思う。
- ・ インフォメーションブースは、和のしつらえがあつてよかった。全体的には、赤が強いのかなとも思うが、食品なので暖色系でまとめあげられていていい感じでした。天井の回転するデコレーションはいいですね。
- ・ 日本文化のイメージの上に、高級感や落ち着きがあるデザインで素晴らしかった。
- ・ 上部の回転広告など豪華なセッティングに加え参加企業の多さが訪問客の多さにつながったと思う。
- ・ 装飾が良かった。人通りの多い場所で良かった。

#### ■ 不満の理由

- ・ 政府ゾーンのデザインは素晴らしかった。角地をいただけたのは良かったが、位置としては悪かった。ジャパンブース専用の赤の手提げ袋が非常に効果があり、これをもっと増やすべきであった。
- ・ 通路が狭かったので、お客様の流れが止まってしまったりなど、不便な部分もありました。デザイン、雰囲気は良かったです。
- ・ 紅白幕のイメージが良くなかったと感じます。

## F 基礎小間ブースについて



### ■ 満足の理由

- ・ 出来れば、もう少し横に広ければ良いなと思いました。
- ・ 仕切りがないぶん、圧迫感がなく、非常にやりやすかったと思う。
- ・ はじめてのアメリカンスタイルだったが、開放感があって良かった。

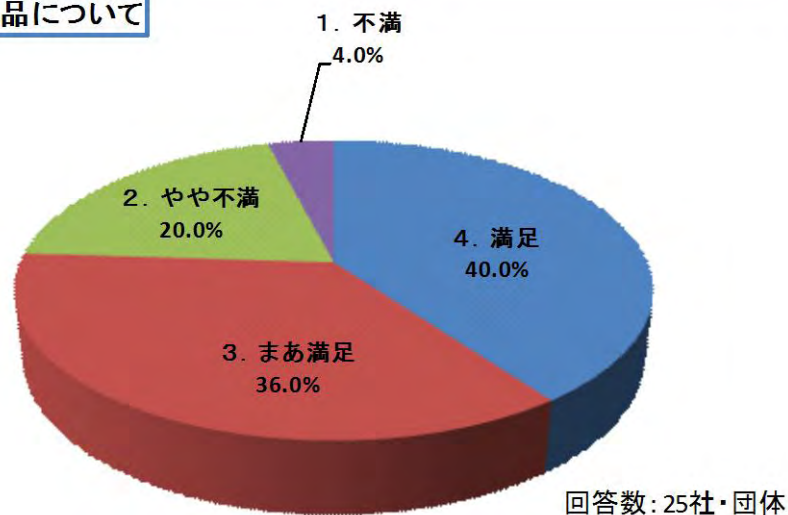
想像していた以上に広さがあり、3日間の展示会に3人のスタッフが連日立ったが、ちょうど良かった。また、弊社については立地の良い場所により人の流れが多かったため、より多くの方からの反応を得ることができ、有意義だった。

- ・ 最低限の物品があり、ライトが付いていたこと。
- ・ ブース間は良かったが横の仕切り壁が低かった為に壁面の利用が一面だけに限られた。
- ・ もう少し広いほうがよりベター。
- ・ いつもよりも狭かったので、窮屈だった。ジャパンプースは試食が多いので、もう少しゆったりとしたい。人が溜まりだすと收拾がつかない。ブースの間に商談スペースを設けていたのは良かった。

### ■ 不満の理由

- ・ 最低でも横幅で3メートルはいただきたかったです。
- ・ 展示が、しにくかった。
- ・ ブースのサイズが小さく、手狭な感じがしました。通常の10' x10' がいいのではないのでしょうか。
- ・ ブースの作りが安っぽい感じがしました。
- ・ 狭かった。ポスター等を掲示するスペースが小さかった。

### G 追加備品について



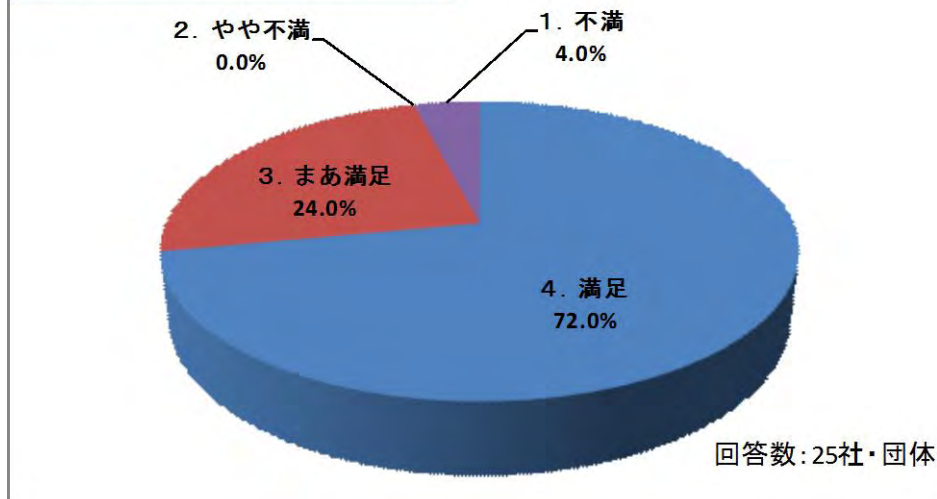
#### ■ 満足の理由

- ・ オーダーした物は間違いなく届けられていました。
  - ・ 対応が早く助かりました。
  - ・ 非常に確実に相談にも乗っていただけて、担当者も見事でした。
  - ・ 必要なものは全てあった。
  - ・ 備品のレンタル代が高かった様に思います。
- リストにないものや、当日にリクエストしたにもかかわらず、担当者の細やかな対応によりスムーズに準備頂いたため、非常に役立った。スキャナーのレンタル料について、もう少し低額であれば良かった。

#### ■ 不満の理由

- ・ バイヤータグをスキャンする機械が3日間で500ドルとのこと。あまりにも高すぎる。商談成立を支援するならば、そういったものを出展1社1台貸し出しとしてくれても良かったのではないだろうか。
- ・ 各ブースにリードライダーがなく、お客様の情報を得るのに苦労しました。追加でオーダーできると思いますが、情報が回ってきませんでした。
- ・ 値段が高め。
- ・ 申し込み備品一覧で机を頼んだが後から使えないとのこと。備品の机の高額グレードアップの机を頼まざるを得なかったのは残念である。

## H 会期中の事務局スタッフの対応



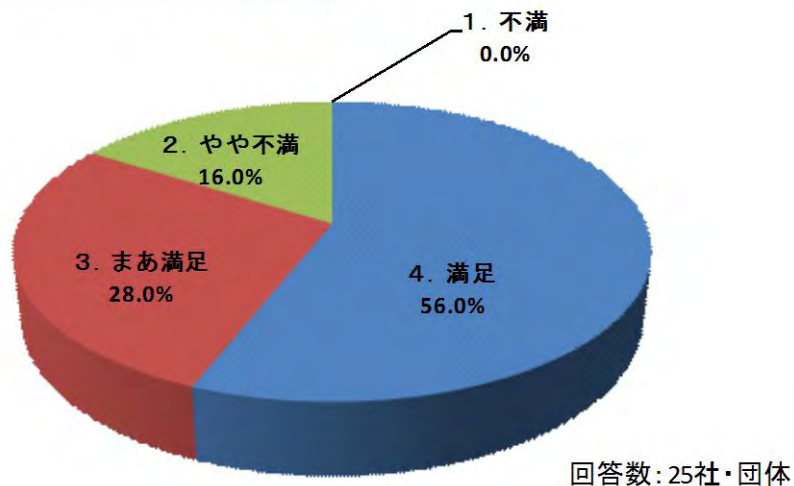
### ■ 満足の理由

- ・ 細めに状況を確認して頂き非常に助かりました。
- ・ 定期的に回っていただきましたのでよかったですと思います。
- ・ 気持ちよく接してくださいました。
- ・ 小さな所まで目を配って頂き、非常に良かった。
- ・ いろいろとリクエストにご対応頂きました。
- ・ 初日に電気が通電していなく、助けて頂きました。ありがとう御座いました。
- ・ こまめにブースを回っていたようです。
- ・ 丁寧に対応していただき安心して商談に臨めた。
- ・ 不足部分を対応していただき精神的に安心した。

### ■ 不満の理由

- ・ 会期2日目にして、出展者ガイドのパンフを品切れにしてしまうのは、あまりにも不備ではなかったのではないか。

### I コーディネーターの対応・情報提供

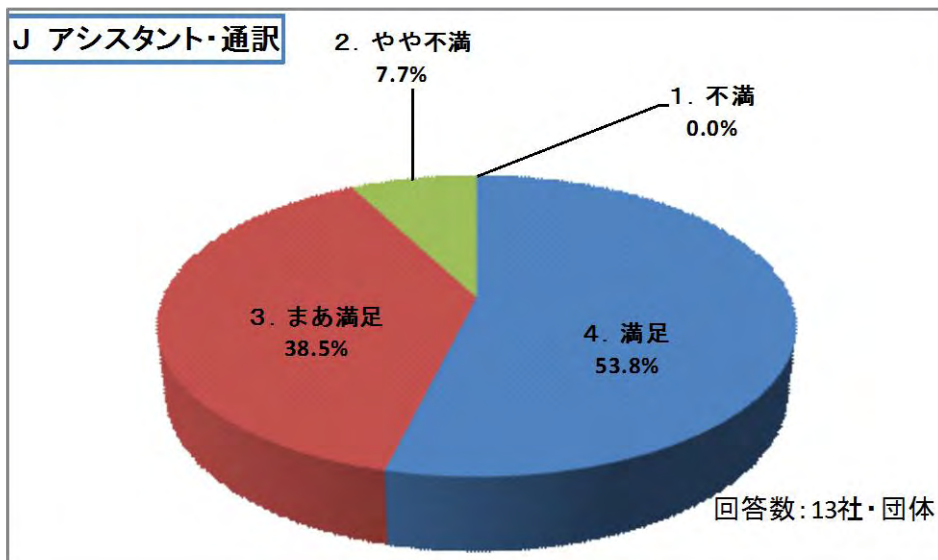


#### ■ 満足の理由

- ・細かい点までアドバイスを頂き非常に助かりました。ありがとうございます。
- ・ビジネス成立するまでのアドバイスを頂き、満足している。
- ・十二分活用させていただきました。
- ・現地の情報に詳しく、具体的に踏み込んだアドバイスを頂くことが出来て良かった。
- ・丁寧に対応していただき安心して商談に臨めた。
- ・客観的立場としての意見や情報を得る事について非常に意味があったと思う。
- ・ニューヨークの食品企業の情報や各セクションの動向などの情報にもとずく私共がどの様にアプローチしたら良いかの方法を指導して頂いた。
- ・アメリカでの市場情報などをいただいたことで当日の対応がスムーズにできた。

#### ■ 不満の理由

- ・期待していた以上の情報がなかった。



■ 満足の理由

- ・ 自社で手配しましたが、満足これ以上なかったです。
- ・ たまにブースに寄って頂き通訳頂きました。
- ・ 丁寧に対応していただいて安心して商談に臨めた。

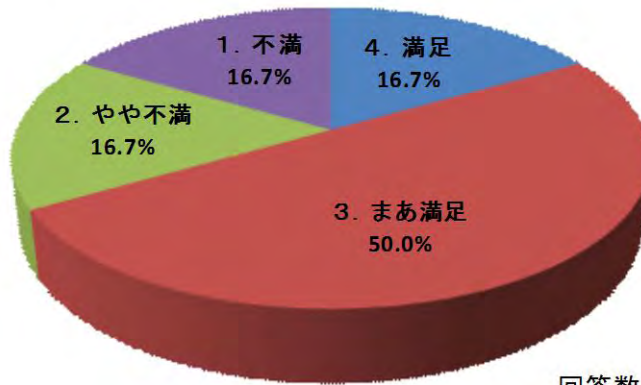
短時間で、弊社商品の特徴や意図をくみ取り、工夫しながらより良い方法で的確に伝えて頂き、熱心に対応頂いた。ただ、通訳するというだけではなく、出展者と近い姿勢で取り組んで頂けていたと非常に感謝している。

- ・ 人数がもう少しいれればよいと思いました。

■ 不満の理由

- ・ 有名シェフを通訳している方が、弊社ブースを素通りするような形で他ブースを紹介しているのを拝見しました。少し残念に感じました。通訳の方の好み・興味で紹介しているように見えました。

### K 輸送業者について



回答数: 12社・団体

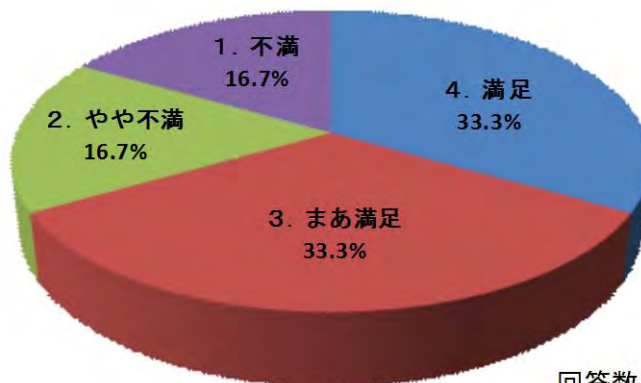
#### ■ 満足の理由

- ・ 対応がよかった。
- ・ 自社で手配しましたが、当日の朝に搬入になってしまったのが残念でした。
- ・ 荷物が遅れましたが、日本での対応はとても良かった。
- ・ 何のトラブルもなく、対応も良かった。但し、金額が高い。
- ・ 到着が遅れ心配したが、破損等が無かった。

#### ■ 不満の理由

- ・ 荷物が遅れたので、対応が遅い。
- ・ 延着。状況把握不足と連絡が土壇場までなかった。

### L イベント(セミナー)の内容

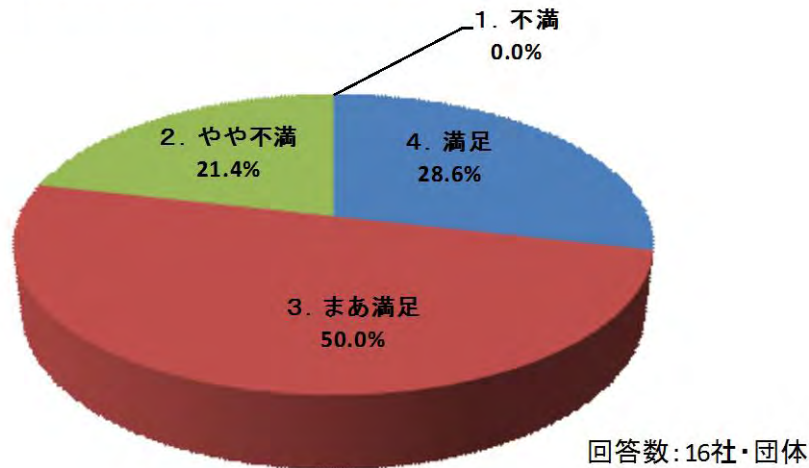


回答数: 6社・団体

#### ■ 満足の理由

- ・ 自社製品を使用してくれたので満足。

### M イベント(事前オリエンテーション・個別面談)



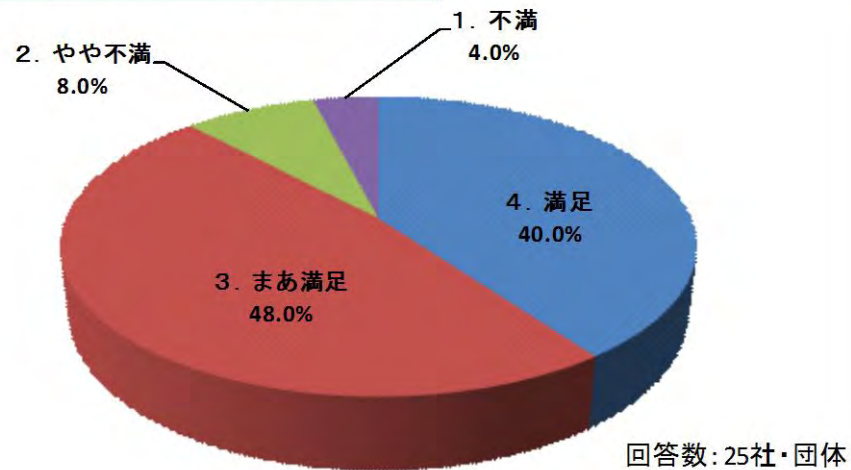
#### ■ 満足の理由

- ・ スタッフの方々の名前と顔がわかったので、会期中に相談事などが起こったときにもすぐお願いしやすかったのがよかった。
- ・ 事前のミーティングは緊張感が解れる意味でも良かったです。
- ・ 運営の状況が理解できた。
- ・ 顔合わせは出来たが時間が少なかった。
- ・ コーディネーターの意見を展示会前に生で聴けたことで当日に役立った。

#### ■ 不満の理由

- ・ オリエンテーションでは、旨みバーガーの紹介で終わってしまったが実際に駐在員がいる中で各食材が現地ではどのように変化して受けているかもっと詳しく聞きたかった。
- ・ 評論家のような話しかない。

### N 日本政府ゾーンパンフレットについて



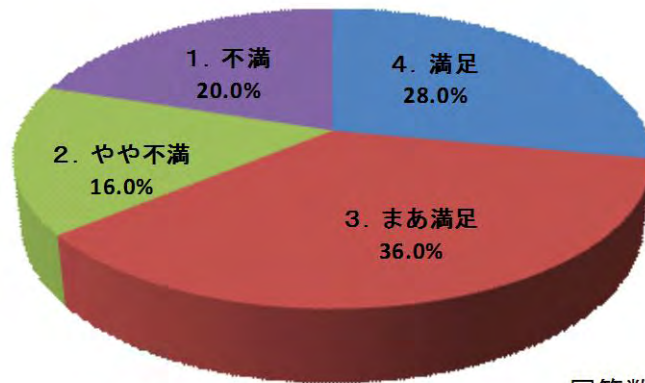
#### ■ 満足の理由

- ・ 日本の商品が品質を売りに出している会社が多い中、非常に高品質なパンフレットを作成して頂き、商品のイメージをさらに良くしてくれたと思います。
- ・ 従来よりも非常に良い出来だった。簡潔な内容で、作成作業もスムーズだったように思う。
- ・ Exhibitor GuideとJapanese Ingredientsが2冊に分かれていて分りにくかったと思います。A4サイズ1冊にするなどの工夫をされていた方が見やすかったと思います。
- ・ 非常に高級なつくりですが、ここまで必要であったか？ この分ブースに使ったほうが良いかもしれない。
- ・ 品質の良さと高級なイメージが伝わり、雰囲気の良いものだった。
- ・ 日本的なデザインで良かった。

#### ■ 不満の理由

- ・ 弊社は初めてで内容をもっと分かり易くポイントを押さえたパンフにすればよかったと反省しています。

## ○ 商談マッチング



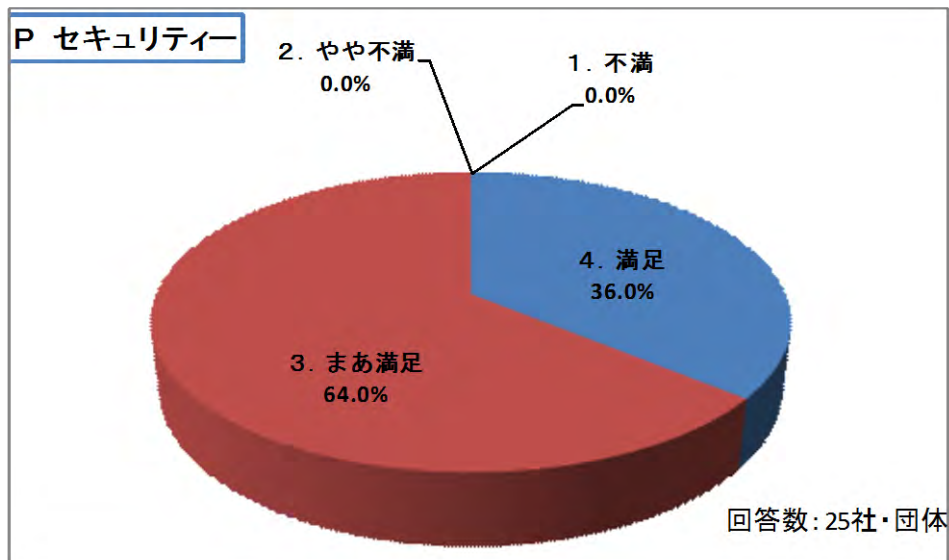
回答数: 25社・団体

### ■ 満足の理由

- ・ 何人かのバイヤーをご紹介して頂きました。
- ・ 予想通りの顧客が来ている。
- ・ 具体的なところまで話が進んだ。
- ・ 実販売はほとんどありませんでしたが、今後の商談につながったものもありました。
- ・ 客の対応に追われゆっくり商談する時間が無かった。名刺をもらい後日対応。
- ・ 中国系のバイヤーや、既存バイヤーと具体的な商談ができた。
- ・ なかなかお会いできない有名シェフ等に、弊社商品を試して頂ける機会を得たことについては、非常に感謝している。
- ・ 後日バイヤーを訪問したところ商談成立に向けて協議することになった。

### ■ 不満の理由

- ・ やはりもっとレストラン関係者との商談ができれば更に良かったです。
- ・ バイヤーが少なかった。
- ・ 話ただけで、何にも結びついていない。



#### ■ 満足の理由

- ・ 特に問題はありませんでした。
- ・ 特に損害、被害はなかったが、タグをつけていない人ほど、勝手に展示品を人ごみにまぎれて取っていく人が数名いたが、そういう人たちに対してセキュリティは効かないのだろうか。
- ・ アルコールの保険については助かりました。
- ・ なんにも事件がありませんでした。管理していただきありがとうございました。
- ・ 目的のある来場者で商品の理解も良かった、備品や商品等の盗難もなかった。

#### 質問 4 会期に向けた取り組みについて

##### ◆準備期間の取り組みについて

- ・ 商品、ホームページもパンフレットも刷新し、事前のリストに基づいてレターも送ってNY入りをレストランなどにも呼びかけた。これの効果のほどはわからない。 8月、9月と NY 入りしていたので、関係者とは会っているし、レストランへの動向販売も実施している。
- ・ 現地ディストリビューターと密に連絡をとり現地の人が好まれるタレ等を調べ試食に役立てた。
- ・ 既存の商社、ディストリビューターと打ち合わせを行い、現地での商談の機会をセットした。 デモンストレーションの企画および準備を行った。

##### ◆会期期間の取り組みについて

- ・ 来場者が多かったため、もう少し大きなバナーなどを用意するべきでした。 商品が何かよく理解いただけていないお客様もいらっしまったと思います。
- ・ 日本語と英語を記載したチラシを準備し、説明しやすくした。 商品の DVD を流し、画像で内容がわかるようにした。
- ・ アメリカで一番売れているドレッシングをかけ試食に使用した。 パンフレットにディストリビューターの連絡先をいれた。
- ・ 臨機応変に、要望のあった商品の試食を出す等の工夫をしたり、珍しさを訴えながら PR をした。時に、米国の方の好みの食感を出すために調理方法を変えたりと工夫をして提供した。
- ・ 試食後の反応が良いことに終わらず、そこからどう具体的オーダーの確証を得られるかが、大事だった

にもかかわらず、パートナーとのオーダーや価格について最後までつめきれていなかったこともあり、無駄にしてしまったことが多かった。取り返せるものについては、帰国後でも充分に取り組んでいきたい。

#### ◆会期後の取り組みについて

- ・きちんとした印刷物の英語版チラシやパンフレットを作成する。商品の説明が見てわかるものを準備する。あわせて輸入会社の紹介を入れる。展示の際のディスプレイも今後工夫したい。
- ・通訳を依頼した方に、現地フォローアップを短期間ですが契約済み。また、今回の反省点、改善点を多数感じたため、次回に繋げる自信もついた。
- ・来年度もぜひ出展したい。出来ればこの1年間で、レストラン10軒以上に継続的に納入し、米国への足掛かりにし、来年の見本市につなげたい。今回は十分な準備をし、新商品があれば持参したい。
- ・新商品を含め、事前にデータシートを作成し提出しておき、さらに深い商談ができるよう準備したい。デモンストレーションについて、現地食文化に適った企画が評価されると感じた。
- ・連絡先を頂いた方へのアプローチと、個別にご紹介頂いたシェフへのサンプル用意等、フォローを充分に対応し、オーダーにつなげていきたい。

#### 質問5. ご出展期間中の成果について、ご記入願います。

#### ◆海外への販路を開拓する上で、海外展示・商談会の役割をどのようにお考えですか。

- ・市場や食の習慣を知って、自分たちの商品とのマッチングをとらえる機会と思っている。ニューヨークで新商品も生み出したので、これを色々なところで展開したい。
- ・試食をして、現地の人の反応を見ることが出来るため非常に重要。
- ・展示会の役割は、国内も海外も同じことだが、一度の出展で即商売にはならないと重々承知しています。繰り返し出展することで、ダイレクトにいただく意見を元に更なるより良い商品開発に繋がったり、また何度か出ていることで商品を覚えていただき成約に繋がるものと考えていますので、積極的に展示会には出展したいと思います。
- ・最初のステップとして、見本市・商談会への出展は必要。特に最初の参加では、ほとんど成果は見られないのが普通と思われるが、将来のためのステップの一つとして、見本市は必要なステップだと思う。国も積極的な支援が必要だと思う。
- ・現地パートナー企業の持つ販路や営業のみに頼らず、実際に生産者が直接アプローチができるツールとして、非常に大切な機会であると思います。個人的な売り込みや海外出張に生じるリスクやコストについて軽減される他、販路先として見込める媒体への周知・広報についても個人レベル以上のものが見込め、想像していた以上の機会に恵まれたと感じました。
- ・自社の製品が現地食文化に受け入れられるかの確認の場でもあるし、評価の場でもあり、実際に目の前で確認できる場と理解している。また、日本食のニーズを持つ人が集められる場であるため、効果的にPRできる。

#### ◆本展示・商談会を機に予定される今後のビジネス展開についての概略

- ・新規ディストリビューターとの商談を成功させて、全米各地に商品が届くようにしたいと考えている。また中華系の間屋も売り先が違い、規模も違うようなので、中華系の間屋も模索してゆきたい。展示会については、別の場所に行く意味合いを今回感じた。別の場所でのジェトロの展示会もよろしく願いたします。
- ・物量を増やしていくことはもちろんのことですが、いずれは現地で製造できることを目標としています。

・最初は、ニューヨークの有名レストランに納入して、商品の認知度と評価を上げる。それから一般消費者への販売を始めたい。但し、今回最初の参加なので、具体的な展開についてはまだ未定。

・日本でのトップシェフへのアプローチと並行して、米国へ数が少なくても定期的にオーダーが繰り返されるような関係づくりを目指すため、相手先の反応や要望から商品に反映させられるものについては、取り組んでいきたい。また、海外向けチャンネルについてもこの機会に社内体制を整え、よりしっかりとしたもの確立していきたい。NY、フランス向けに販路が整った後、アジアの高級百貨店向けにある程度まとまった数の出荷を見込んだ商談が持てるようつなげていきたい。

#### ◆本展示・商談会を通じての成約の内容

・オーダーを頂いたのは約10社で各\$100-\$200のオーダーになります。ほとんどが個人経営のレストランもしくはカフェでした。

・レストラン関係はディストリビューター経由のため実際の取引金額は不明。12名ほどの発注はあった。問題は自分のディストリビューターと取引のない方々をいかに取り扱ってゆくかだ。アラスカからの仕入れ旅行できた方が、大量に注文をされた。問屋はこれから商談を開始します。

・成約件数は不明、推定では40軒位のレストランと取引が始まると思われる。金額は不明。現段階では、2軒のレストランより注文が入ったとのこと。ディストリビューターに納入した金額は7万円。

・成約は3日でおよそ\$6,000、見込みは\$2万です。

・日系スーパーへの販路拡大。機内食（ファーストクラス）での使用が予定されるようになった。現在取引があるが、上記の件が実現できれば現状の50%上昇が見込まれる。（現在月額10万円から15万円の取引）

#### ◆米国又は北米地域でビジネスを展開する上で課題と感じられた点

・やはり商品の認知度の低さだと思います。こちらを少しずつ改善する必要があると思われます。

・現地でのディストリビューターの発掘や雑誌への広告掲載等の予算計上が必要と考えています。

・州毎にお酒のライセンス等が異なるため、それぞれのレギュレーションの把握が必要。

・郷に入れば郷に従う、味の工夫や食感の改良等の工夫が必要であるのと、共にビジネスの出来るパートナーが必ず必要であること。

・当社は既にビジネス展開をしているので問題ないですが、新規に希望される方々は流通（問屋等）が1番重要になる。

・現地法人がないため、すぐの対応が出来ないこと。思った以上に費用がかかること。

・量販店向けの企画ばかりでは、販路が日系量販店に限られてしまい拡大のスピードが弱いと思います。レストランなどの業務系で利用されれば、米系のルートにも拡大が見込める。

#### ◆本展示・商談会を通じて、米国以外の国のバイヤーとの商談があった場合、その概要

・アイスランド、カナダ、イギリスのバイヤーが来られました。ただ、商流の方法が不明なためそれ以上の話が出来なかったのは残念です。商品には大変興味を持っていただきました。

・台湾、香港に関して、中国系ディストリビューターから、日本からの商流として、台湾の流通ルートを利用したらと提案を受けた。このルートであれば、合わせて台湾、香港に展開を目指したいとのこと。

#### ◆米国以外の国でビジネスを展開するうえで課題・懸念事項と考えられる点

・国内での SHIPPING 業者が必要。われわれのような小規模な食品メーカーでは SHIPPING 面が一番つらいので、どうしても現地問屋と付き合うことになる。この売り先は日本のレストランなどであって、広

が非常に小さい。 共同して SHIPPING 混載便が組めるような仕組みが別途必要であろう。

・各国の間屋制度に違いがあると思いますが、どういう販路が 1 番効率よく自社の商品を流通できるかがポイントになるので、間屋などの情報が必要となる。

・フランスの展示会で感じたが、やはり外国文化に対する関心と理解が低い国に対してアピールしていくには、まだまだ弊社として努力と改善が必要だと痛感した。安心して口に運んでもらうことや、食文化の違いというリスクを越えられるアピール方法について相手の視点を踏まえてもっと工夫する必要がある。

・法律、習慣、価格。

◆**米国・北米地域での展示・商談会に再度出展する予定又は希望はありますか。**

・今回と同じ展示会を希望します。

・希望します。特にニューヨークにおいて再挑戦したい思いです。

・来年も日本ブースを設営いただけるのであればぜひ参加したい。

・NY で 10 月に行われる Food and Wine ショーに出展を考えております。日本のブースがあれば非常に効果はあると思います。

・是非、希望します。ロスアンジェルス、シカゴに興味あります。

・CIA の Show へ出展したいのですが、出展料が高いため検討中です。

・ラスベガス、シカゴでの展示会出展予定。

◆**米国・北米地域以外での展示・商談会に出展する予定又は希望はありますか。**

・まだ予定はありませんが、やはり国の支援で日本ブースがある場合は検討したい。

・希望地はロシアです。 予定として香港、シンガポールに出展します。

・希望あり。 ヨーロッパ・オセアニア・ロシア方面。

・「FHC CHINA 2010 (上海)」、「SIRHA 国際食品見本市 (フランス・リヨン)」に出展予定。SIRHA は世界最大のレストランのシェフやパティシエ向けの見本市なので、日本ブースを設けて頂きたい。

・米国中心で考えているが、タイ・香港に興味を持っている。

◆**ジェトロのサービスについてご意見・ご要望等がございましたら、ご自由にご記入下さい。**

・弊社は日本酒を扱っているが、酒、食品、飲料、などブースごとにカラーまたは表示があったほうがよかったかも知れません。 商品が似ているものは固まったほうが比較認知も高まるかと感じました。 ただしそれぞれ県などで出展しているため、今回の場合、ながいもと酒という出展でしたが、多くの方々が日本酒をながいもが原料と思われたようです。

・展示会の案内を詳しく紹介して欲しい。 ホームページ上でも、日本企業が出展して可能性が高いのか低いのかなど何か出展に関して参考になる情報を載せて欲しいです。

・展示会は一発屋の花火。ここでの展開が売りに結び付くかどうかは、大いに疑問視される場所であるが、人との出会いのためには必要であり、続けてゆく必要性はある。 まだまだお付き合い願います。

・小さな企業にとって海外貿易はかなりハードルが高いため、積極的な応援をお願いしたい。

・私共は茶生産農家で自分で作ったお茶を直接輸出販売出来ることで 農業としてやりがいのある仕事と思います。また 海外へ販売することでますます安全な農産物を生産する事の意義は大きいです、ジェトロの協力により私共の茶が色々な国に輸出出来る様になればと思っております。

・現地の業者の情報 (日本食品を取り扱っている業者など) を広く集めて頂きたい。

## VIII. 記録写真

1. IRFS 会場外観



2. 会場入り口



3. 来場者で賑わう日本政府ゾーン①



4. 来場者で賑わう日本政府ゾーン②



5. 株式会社松前屋



6. 梅乃宿酒造株式会社

A photograph of a booth for Umenoyado. The booth features a large sign with the company name and a counter displaying several bottles of sake. People are seen interacting with the staff at the booth.

40

7. 株式会社 JCTO ジャパン



8. 株式会社平松食品



9. 株式会社あいや



10. 合名会社まるはら



11. 株式会社やまも満寿多園



12. 三田飲料株式会社



13. 根岸物産株式会社



14. 男前豆腐店株式会社



15. 株式会社沖縄海塩研究所



16. オタフクソース株式会社



17. 金印物産株式会社



18. 有限会社おりた園



19. 有限会社 SOUDA



20. 小林生麵株式会社



21. 株式会社東京フード



22. 有限会社丸浅苑



23. 有限会社いち粒



24. 株式会社パン・アキモト

