

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 (Natural Products Expo of West 2010))))

実施報告書

Natural Products Expo of West 2010
2010 年 3 月 12 日～14 日 (米国・アナハイム)

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パビリオン設置・運営した国際見本市「Natural Products Expo of West2010 (2010 年 3 月 12 日～14 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、日本産農林水産物の輸出市場として最も魅力のある地域の一つであるアメリカ合衆国（以下、米国）カリフォルニア州・アナハイム市で開催される Natural Products Expo of West2010（以下 NPE2010）に日本パビリオンを設置し、米国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****

はじめに

I	NPE2010 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	8
IV	事前イベント概要	9
V	総 評	13
VI	出展者アンケート結果	15
VII	記録写真	24
VIII	参考資料	28
	1. 出展者募集案内資料	29
	2. 事前イベント案内	34
	3. 来場者アンケート	35
	4. 現地メディアへの広告	43
	5. 新聞等クリッピング	46

I.NPE2010 開催概要

1. 名 称： Natural Products Expo of West2010
<http://www.expowest.com/ew10/public/enter.aspx>
2. 会 期： 2010年3月12日（金）～14日（日）
※開場時間 10：00～18：00 最終日(14日)は16：00
3. 開 催 地： 米国・カリフォルニア州アナハイム
4. 会 場： アナハイム コンベンションセンター HALL D
<http://www.anaheimoc.org/microsites/sites/NPEW09.asp>
5. 主 催 者： ニューホープメディア (New Hope Media) 社
6. 展 示 面 積： 28,614 m² (2009年実績:27,800 m²)
7. 出 展 者 数： 1,798社(2009年実績:1,900社)
8. 出 展 国 数： 33カ国(2009年実績:28カ国)
9. 来 場 者 数： 55,960人(主催者発表、2009年実績:52,000人)
10. 開 催 頻 度： 毎年
11. 展示会の特徴： オーガニック・健康食品など「健康に配慮した食品等」を主たる展示物とする。
12. 事前の抽出課題と事業目標：

米国西海岸は、日系人が多く、日本企業も多数進出していることから、日本食需要が底堅く、日本食の普及・浸透もある程度進んでいる。しかし、流通形態でみると、多くは日系商社経由で輸入されており、取引ルートは限られている。また、日本食を購入する場所も、日系スーパーや一部の大手米系スーパーに限られがちである。一方、日系卸には、日本企業から新規輸出の引き合いが後を絶たず寄せられ、一部の商品では過当競争になりつつある。また、中国や韓国などから輸入される廉価なアジア製品も多く、日本製品は厳しい競争を強いられている。このため、今後、西海岸地域で日本食品をさらに広めていくには、

- ・新規性やユニークさをもった食品の開発
- ・他のアジア製品との差別化とコストダウンを図る経営努力
- ・日系以外の消費者および取引ルートの開拓

が喫緊の課題と考えられる。このため、

- ・展示会開催前に事前案内送付、現地誌への広告掲載などにより米系バイヤー、ブローカーの来場誘致を図り、多くの来場を見込む、
- ・在米のコーディネーターを活用し、会期までの出展者へのアドバイスや会期中のバイヤーとのアレンジを行い、商談につながるようフォローする、
- ・展示会会期前に在米日本人シェフによる日本食材を使用した新たなレシピを提案し、出展食

品・食材の持つ特長を生かしつつ、米国人の嗜好や発想に合わせた料理メニューを考案の上、バイヤーやレストラン関係者、マスメディアを集めた試食会を開催、食材のアピールとともに来場誘致を行う、

といったことに取り組んだ。

II. 日本パビリオン参加概要

1. 参加趣旨：

米国では健康への関心の高まりとともに日本食ブームが続いている。中でも「Sushi」は米国において市民権を得たと言ってもよいほどポピュラーな存在であり、日本食レストランの数も大きな伸びを示している。また、「健康」、「ユニーク」、「高級・高品質」等のキーワードを連想させる日本食や日本食材全般に対する好イメージが広まる中、日本料理というカテゴリーに限定されることなく、日本食材を現地の食文化の中へより融合・普及させることが実現すれば、今後さらなる市場拡大が期待できる。

こうした潜在的な日本食材の可能性をアピールするためにも、日本食材の活用例、調理法を積極的に伝え、日本食や日本食材の市場の裾野を広げていく必要があり、こうした認識の下、バイヤー、インポーターなど多くのプロフェッショナルが集まる米国最大規模の食品総合見本市に日本パビリオンを設置し、日本の伝統的な食品、健康に配慮した食材、新たなアイデア食品等を業界関係者、現地メディアなどに広く情報発信するとともに、出展者の販路開拓・拡大の取り組みを支援する。

2. 参加規模：「日本パビリオン」144 m²、16 小間(1 小間=9 m²)

- (1) 出展者スペース 15 小間
- (2) 共用スペース 広報・事務局スペース(1 小間)

3. 出展企業：15 企業・団体

4. 出展物：日本茶、調味料(みそ、しょう油など)、日本酒、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 15 社・団体（回答率 100%）のうち、15 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 15 社中 12 社）
- (2) ジェトロの海外コーディネーターを活用し、現地バイヤーリストを作成し出展者に提供した。また、出展者に対して事前に米国市場への進出・ビジネス展開、展示会出展のノウハウなどをアドバイスし会期中のバイヤーとの橋渡しを行った。会期終了後は、具体的な商機に繋がるようフォローアップ方法についてもアドバイスを行った。
- (3) 会期中の商談 1,135 件、成約 9 件、成約見込み 123 件、代理店申し込み 113 件。

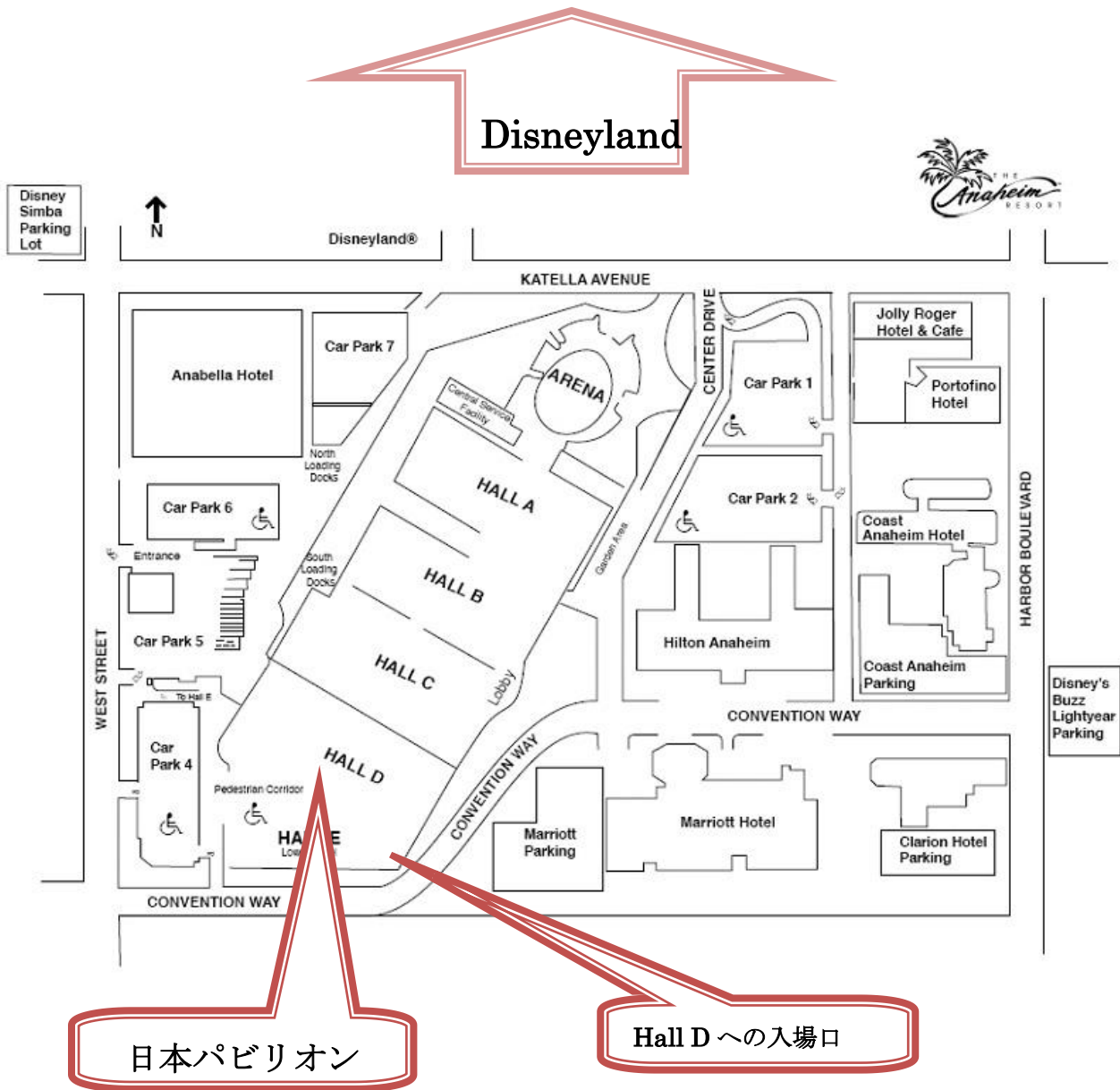
- (4) 会期中に成約または成約見込みに至った商品としては、日本茶、みそ、日本酒、調味料等が挙げられる。その他の商品についてもバイヤーから高い関心を示された。
- (5) 会期中の商談アレンジ件数は総計 441 件となり、1 出展者あたり 5 件の商談アレンジ目標を達成した。

6. 課題：

- (1) 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。
- (2) 日本パビリオンは昨年と同じ HALL D に位置していたが、複数の出展者から「もっと入口に近いほうがよい」との指摘があった。また、出展者ブースを広くし、日本パビリオン内に商談スペースを設けなかったため、「商談スペースがほしかった」との意見も聞かれた。

7. 会場図

(1) 全体図

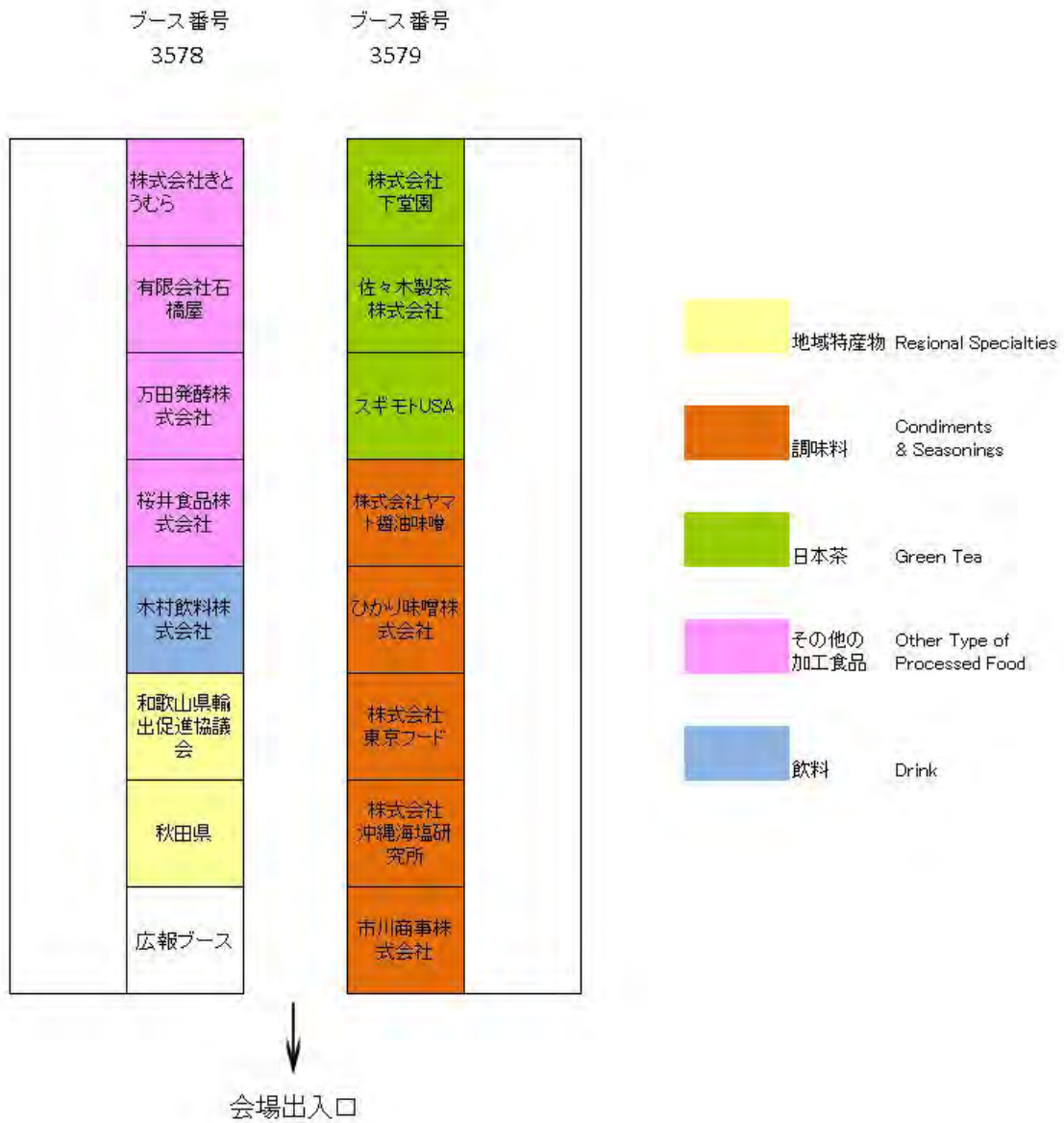


8. 日本パビリオン



出入口

9. 小間レイアウト



10. 日本パビリオン:

(1) スペース内訳

- ・ 出展者ブース 15 小間
- ・ 広報/事務局ブース 1 小間



(2) 基礎小間ブース

- ・ 社名板
- ・ カウンター 1セット (出展者が A~C から選択)
 - A. 幅 1219mm×奥行 610mm×高さ 1067mm X 1 台
 - B. 幅 1219mm×奥行 305mm×高さ 762mm X 1 台
 - C. 幅 610mm×奥行 305mm×高さ 762mm X 2 台
- ※カウンターが不要の場合は、壁面の商品陳列棚を増やすことが可能。
- ・ 折りたたみイス 2脚
- ・ 電源コンセント 3カ所(計 1000 ワット) (背面の下に 1カ所、左右の壁面に 2カ所)
- ・ アームスポットライト 5灯(背面パネル上段に 3灯、社名版の裏側に 2灯)
- ・ 商品陳列棚 (各ブース奥の壁面に商品陳列用として設置) (幅 1219mm×奥行き 307mm×4 枚)
- ※幅や取り付け位置の変更は可能。
- ・ ゴミ箱

Ⅲ. 出展者リスト

(50音順、敬称略)

【Natural Products Expo of West2010 出展企業・団体リスト】

No.	出展企業・団体	地域	品目
1	秋田県	秋田	野菜漬け物、日本酒
2	市川商事株式会社	埼玉	味噌だれ、味噌マヨ
3	有限会社 石橋屋	福岡	コンニャク、コンニャク・ヌードル、コンニャク・パウダー
4	沖縄海塩研究所	沖縄	食塩
5	株式会社きとうむら	徳島	柚子加工製品(柚子果汁、柚子ぼんず醤油、柚子マーマレード、柚子湯)
6	木村飲料株式会社	静岡	ラムネ、焼酎用サワー、(米国専売品)ガラスボトル天然水(日本産ミネラルウォーター)
7	桜井食品株式会社	岐阜	国産小麦粉で作ったパン粉、お米の粉で作るホットケーキミックス粉、有機うどん、有機十割そば、
8	佐々木製茶株式会社	静岡	煎茶、抹茶
9	株式会社 下堂園	鹿児島	オーガニック緑茶(アメリカのオーガニック基準 NOP 取得)
10	スギモト USA (杉本製茶(株) 海外支社)	米国 (静岡)	日本茶 (煎茶、ほうじ茶、玄米茶、くき茶)
11	株式会社 東京フード	栃木	東京調味ミソシリーズ、ゆず辛、わさび加工品
12	ひかり味噌株式会社	長野	味噌、即席味噌汁、加工食品
13	万田発酵株式会社	広島	『万田酵素 145g』、『万田酵素 150g』、『万田酵素粒 100g』
14	株式会社ヤマト醤油味噌	石川	醤油・味噌・つゆ・たれ・ドレッシング・あまざけ 他
15	和歌山県農水産・加工食品 輸出促進協議会	和歌山	梅酒、梅加工品、山椒加工品

IV. 事前業務内容

1. 業務スケジュール:

日 程	業 務 内 容
2009年8月12日	出展者募集開始
9月10日	出展者募集締切
9月30日	出展者決定
10月20日	出展者説明会開催（東京）
12月21日	社名版作成用資料締切
12月24日	ガイドマップ用原稿、出展物成分表提出締切
2010年1月8日	追加備品リスト等申込締切
	ジェトロ手配アシスタント・通訳申込締切
	試飲・試食申込書、出展者バッジ申請提出締切
2010年2月16日	事前イベント実施
3月12日～14日	NPE 2010 開催

2. 主催者:

(現地主催者)

ニューホープ・メディア社 (New Hope Media)

(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なわず、見本市主催者指定輸送代理店の日本側窓口を紹介し、出展者が指定業者又は独自のルートで契約・手続き等を行った。

【主催者指定輸送代理店】

現地指定業者 TWI Import Services

4480 South Pecos Road, Las Vegas, NV 89121

TEL:1-702-691-9000 FAX:1-702-691-9045

日本側窓口 西濃シエンカー株式会社

東京都品川区東品川 2-2-24

天王洲セントラルタワー16階

TEL:03-5769-7380 FAX:03-5769-7381

4. 展示装飾設計・施工、ガイドマップ印刷:

展示装飾設計・施工の業務は、DHK Construction & Management, Inc.に再委託した。同社は前年の NPE2009 出展時に日本パビリオンの施工・装飾を担当した企業の親会社であり、使用した日本パビリオンブース資材一式を所有・保管していたため、今回の出展規模が前回と同規模であることから保有資材を再活用することができ、施工経費の節約につながった。また、ガイドマップ作成・印刷業務は以下の企業に再委託した。

(展示装飾設計・施工業者)

DHK Construction & Management, Inc.

620 Newport Center Drive Suite 1100

Newport Beach, CA 92660

TEL: +1-888-528-0666、Fax:+1-888-440-4943

(ガイドマップ印刷・製本業者)

Summer Side Up Entertainment Inc.

20705 S. Western Ave., Suite 220, Torrance, CA 90501

TEL : +1-310-320-1823 FAX : +1-310-787-1296

5. 出展者説明会:

(1)日 時: 2009年10月20日(火) 13:00~17:00

(2)場 所: 発明会館 地下1階(港区虎ノ門2-9-14)

(3) 議事次第:

①米国・輸出セミナー

12:30~13:00 受付

13:00~13:05 主催者挨拶

ジェトロ農林水産部 農林水産企画課長 加藤 辰也

13:05~13:40 講演1.「米国市場の概況と成功のポイント」

ジェトロロサンゼルスセンター 調査担当ディレクター 水谷 剛

13:40~13:50 休憩

13:50~15:00 講演2.「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」

中京大学客員教授 雲田 康夫氏

15:00~15:30 休憩

②Natural Products Expo of West2010 出展者説明会

15:30~15:40 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

ジェトロ農林水産企画課長 加藤 辰也

15:40~15:55 日本パビリオン出展にかかる連絡事項

ジェトロ農林水産企画課 堀口 恵美

15:55~16:25 米国西海岸の食品市場、流通事情概況

ジェトロ ロサンゼルス・センター 海外コーディネーター 富永 智子

16:25~16:30 畜肉エキス・卵等を含む食品の輸入検査手続き

農林水産省大臣官房国際部貿易関税チーム輸出促進室 国際専門官 岩田 剛

16:30~16:45 輸送にかかる連絡事項

西濃シエンカー株式会社 内藤 憲一

16:45~17:00 質疑応答

(4)配布資料：

- ・ Natural Products Expo of West2010 日本パビリオン出展者説明会資料
- ・ Natural Products Expo of West2010 追加備品リスト
- ・ Natural Products Expo 原材料における基準とガイドライン
- ・ 米国・西海岸（カリフォルニア州）における日本食事情
- ・ 調査レポート「日本食の販路拡大に資する、景気後退局面における商品トレンド情報」
- ・ 調査レポート「消費者の食に対する意識」(1)(2)
- ・ 調査レポート「米国西海岸の流通構造について」
- ・ 畜肉エキス・卵等を含む食品の輸入検査手続き
- ・ 展示会貨物輸送についてのご案内
- ・ 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

(5)事後連絡:

出展者説明会を欠席した出展者には説明会配布資料を追って送付した。

6.併催イベント

ゴールドエングローブ賞授賞式の会場であるBeverly Hilton Hotelと、授賞式のメニューを作成している杉浦勝男総料理長(全米トップシェフ10人にランクインし、日本でもテレビなどで紹介)の協力を得て、出展者の食材を米国の家庭向けにアレンジした料理レシピ 6 種類を作成した。当日はバイヤー及びメディア関係者等有識者を招待し、レシピを試食して投票を行った。

会場では NPE2010 日本パビリオンを広報し、集客に結びつけるため、会場の一部に出展食材のサンプルとパンフレットを展示した。なお、レシピはイベント会場および日本パビリオン広報ブースにて配布した他、ジェトロのウェブサイトで公開した。

(1)日 時：2010年2月16日(火) 11:30-13:30

(2)場 所：Beverly Hilton Hotel, International Terrace

(3)参加者：マスコミ、ホテル・レストラン関係者、政府関係者、日本企業など計 43 名

(4)成果：来場者の役立ち度：4段階の上位2項目が100%。コメントは以下のとおり。

Products which are new were very interesting (目新しい商品に興味を持った。)

Great idea to introduce and demonstrate Japanese ingredients that match to American dishes. (アメリカの食事にも合う日本の食材を紹介したり、デモンストレーションするのは素晴らしいアイデアである。)

Well organized, not too crowded. (混み合いすぎず、よく企画されていたと思う。)

Small gathering and intimate experience to try new ingredients.

(少人数で、くつろいだ雰囲気新しい食材を楽しめた。)

To get first hand information and recipes for Japanese food in general

(一般的な日本食の情報やレシピを直接もらえてよかった。)

The time was right in the middle of the day which is good.

(開催が、ちょうど昼間の時間だったのが良かったと思う。)

Table setup was very nice and the staff was very helpful.

(テーブルの配置がよく、スタッフが非常に親切だった。)

日本の食材の輸出食品という一貫したコンセプトに沿ったイベントだと思った。

7.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)バイヤーへの来場勧誘

米国内バイヤー・レストラン及びプレス約 6500 名に対して、NPE2010 来場募集 DM、メールブラストを発送した。

(2)日本パビリオン出展者ガイドマップ

出展者情報を記載した出展者ガイドマップ（英語 3,000 部）を作成し、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)現地主要紙への広告掲載

3 月 2 日付現地紙 LA Times、日本の情報を発信している英文月刊誌 Japan Up!3 月号(発行部数:42,000 部)に、NPE2010 日本パビリオンの広告を掲載した。Japan Up! には併催イベントの様様、杉浦総料理長のインタビュー等を掲載した(「参考資料」参照)

V.総評

1.日本パビリオン

(1) 会期中の成果は、前回と比較して商談件数 (1,597 件→1,135 件)、成約・成約見込件数 (267 件→132 件) と減少した。前回商談件数の約 1/3 を占めた牛肉、水産物といった、バイヤーの関心を惹きやすい品目の出展がなかったことが影響したものと思われるが、一方で代理店申し込み件数は 22 件→113 件と増加し、日本食材への関心と需要が引き続き高いことをうかがわせる結果となった。

商談件数が減少した要因の一つとして、出展者及びバイヤーの双方がターゲットを絞った商談を心がけたことが考えられる。なお、出展者へのアンケートの商談件数、成約件数の内容をチェックするとともに、必要に応じて随時ヒアリングを行い、数値をより正確な成果の把握に努める必要がある。

(2) 日本パビリオンのデザイン・施工については、概ね出展者及び来場者より好評であった。派手さでは、もっと人目を惹くパビリオンもあったが、落ち着いた雰囲気のコンセプトを評価する声が多かった。会場の奥であったにもかかわらず、多くの来場者が出展物に関心を示していた。ハンギングサイン (日本パビリオンの位置が遠くから分かるように、会場の天井から吊り下げた大きなパネル) の効果もあつ

て会期を通じて常時盛況であった。2日目からはスタッフ数名が浴衣を着て日本パビリオンへの集客を行ったところ、米国系の来場者に大変好評であり、集客に効果があった。

(3) 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。

(4) 輸送については、見本市主催者推薦業者1社を紹介し、出展者説明会で日本側窓口担当者が概要説明を行った。

2.併催イベント

2月16日(火)に実施した、出展者の食材を使用したレシピの公開/試食会には、現地および日系の有力バイヤー、レストラン関係者が出席した。2月のイベントに参加したバイヤーが日本パビリオンに来場するなど、事業実施に効果があった。

一方で、米系バイヤーから「バイヤーの関心を高めるこうした企画は素晴らしい。しかし折角の企画にもかかわらず、中途半端に終わっている。商品の英語のカタログもないし、日本の企業に展示会後にコンタクトしても英語ができないのか、返事をくれない。関心が高まるにつれて、フラストレーションもたまる．．．」との厳しい評価もあった。

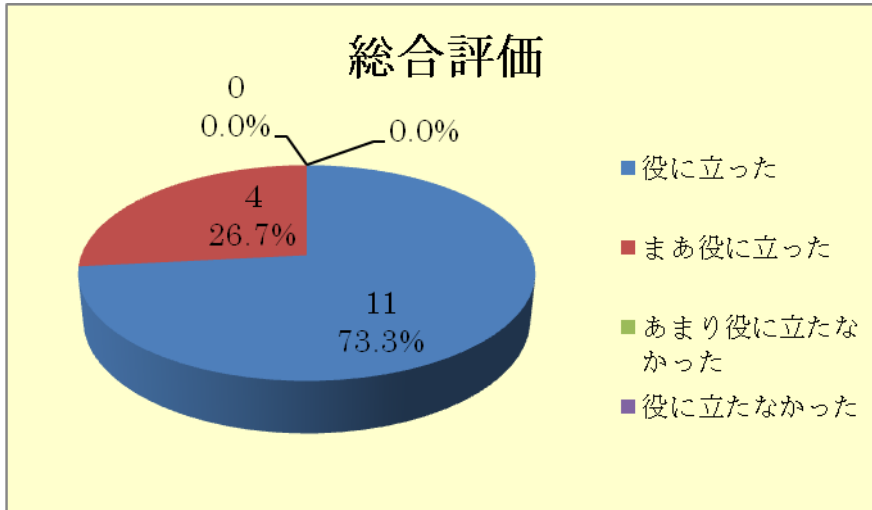


VI. 出展者アンケート結果

1. 会期直後の出展者総合アンケート

(出展者数：15社・団体 有効アンケート数：15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



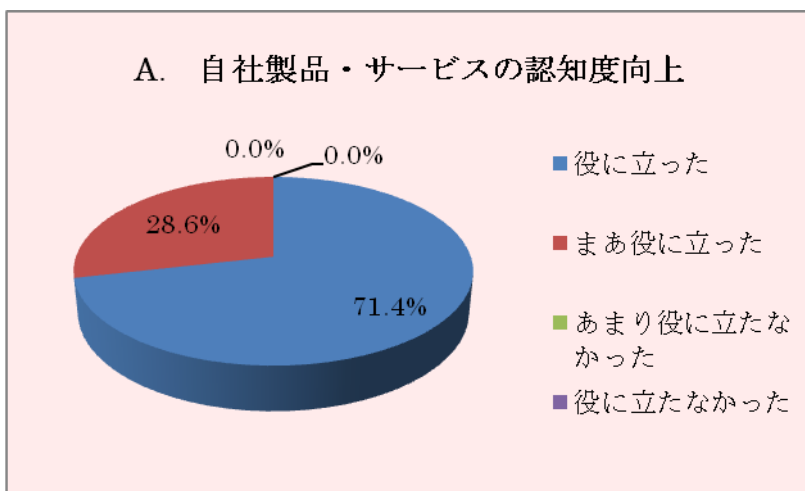
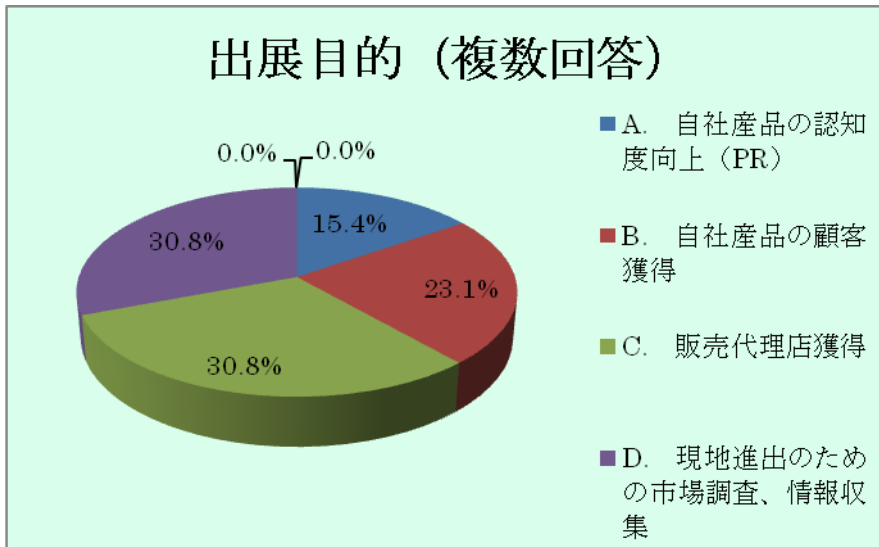
(回答者数 15社・団体)

【役に立った理由】

- ・昨年よりもディストリビューター網を整備した上での出展なので、アフターフォロー次第では成果がとれても期待できそうだから。
- ・弊社が出展した商品の中で、どれが一番米国市場で好まれるかが明らかになった。
- ・現地食品業界の関係者からいろいろな反応を聞くことができた。
- ・現地進出のための市場調査ができた。
- ・だいたいの適正価格が把握できた。
- ・これまでロサンゼルス市場において、日本食マーケット以外での広がりはなかったが、今回の出展を通じてOEM、PBなどの考えがなければ米系市場へ入り込むことが難しいと感じた。
- ・PRに役立った。
- ・米国でのニーズがはっきり分かってよかった。
- ・南カリフォルニアを含む地域は弊社にとって未開拓だったので、商品を理解してもらうのに役立った。
- ・ビジネスを広げる良いきっかけを作ることができた。
- ・米国のビジネスのシステムを知ることができた。
- ・米国に事務所を置いて新規開拓を行っていたが、今回の出展を通じて第3国の新規顧客の成約可能性が大きくなったから。
- ・米国新規問屋の発掘。

- ・初の海外出展だったが、いろいろな支援が役立った。
- ・新規顧客を増やす機会であった。

質問2 NPE2010 日本パビリオンへの出展目的に対する役立ち度

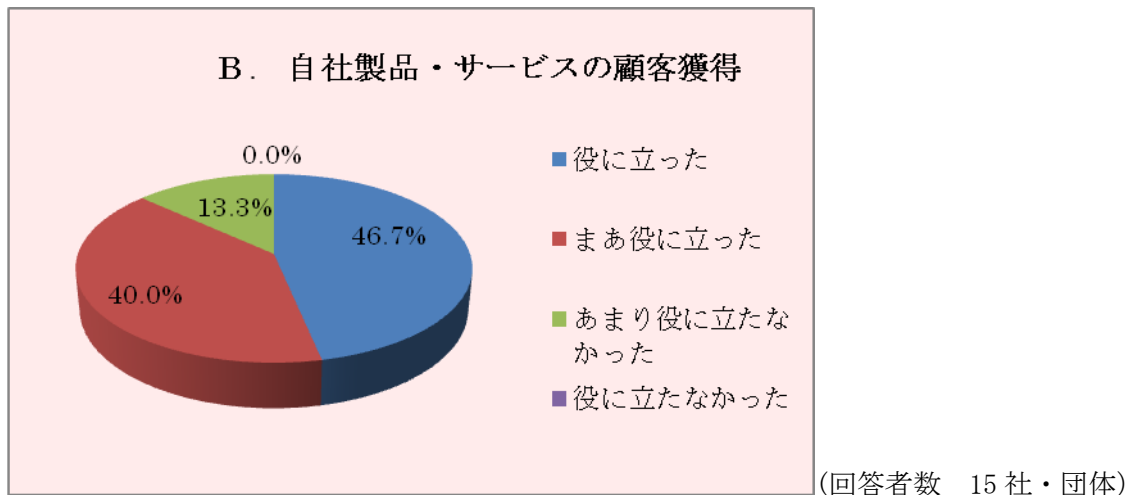


(回答者数 14社・団体)

【主な理由】

- ・地域製品のPRができた(認知度が全くなかった)
- ・多くのお客様にディストリビューターとマーケットの情報を提供できた。
- ・ブランドの確立に役立った。

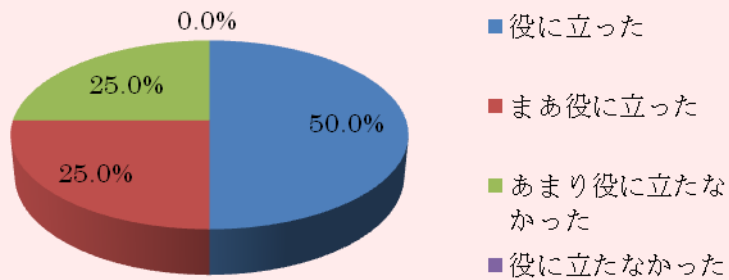
- ・多数の顧客と商談ができた。
- ・米国では弊社の出展物に対する認知度が高いと思っていたが、実際にはそうでもなかった。
- ・有機日本茶を探している顧客が多いことを知り、何が欠けているか分かった。
- ・少なからず良い宣伝になった。
- ・モニターなどを使用して効果的に販促できた。
- ・現状では認知度ゼロであったが、多くの人にPRできた。



【主な理由】

- ・具体的な商談とそのコネクションを獲得できた。
- ・実際に獲得したわけではないが、今後の方向性が見えた気がする。
- ・日本食店等の来客がほとんどなかった。
- ・見込み客は多く来場した。
- ・問い合わせがたくさんあった。今後の展開を考える必要あり。
- ・現時点での顧客獲得は難しく、今後のフォローアップが大切だと思う。

C. 販売代理店獲得

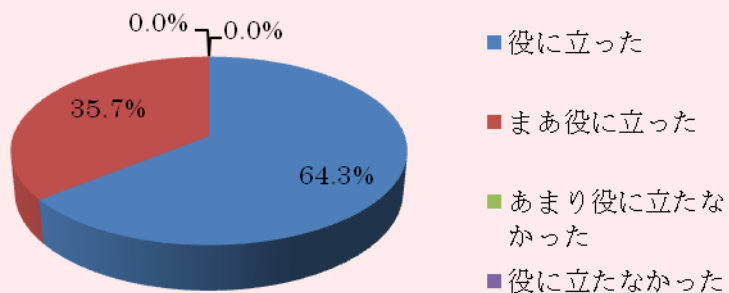


(回答者数 12 社・団体)

【主な理由】

- ・実際に獲得したわけではないが、今後の方向性が見えた気がする。
- ・OEM の話が複数あった。
- ・今後もコンタクトを続けることができる相手先を見つけた。
- ・輸出にあたっての詳細な課題が聞けた。
- ・大手問屋よりの引き合いを得た。

D. 現地進出のための市場調査、情報収集



(回答者数 15 社・団体)

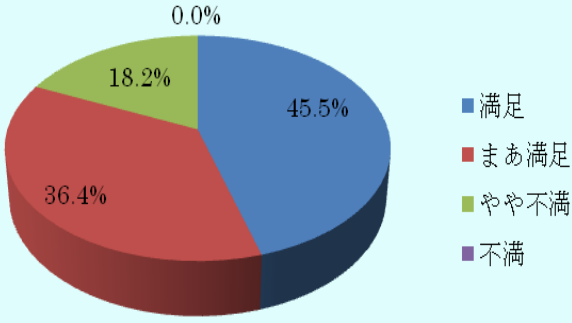
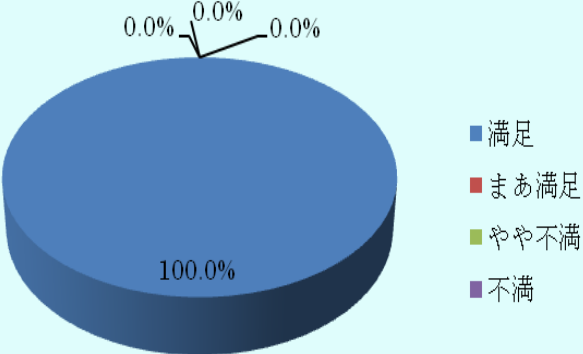
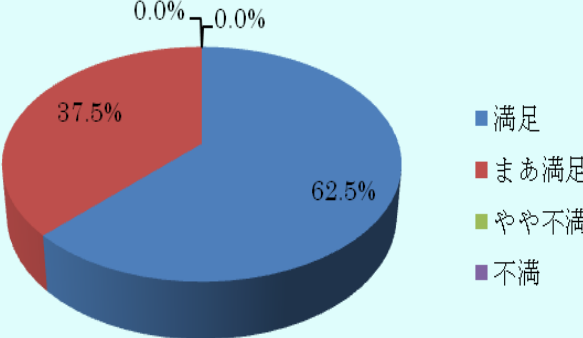
【主な理由】

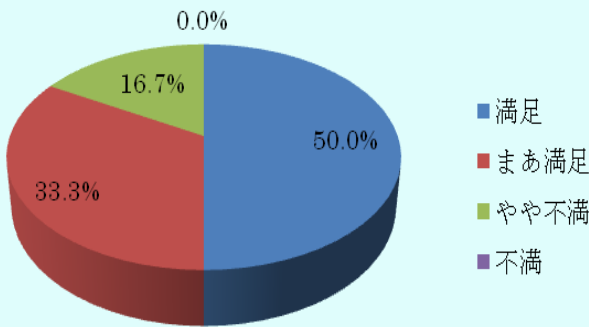
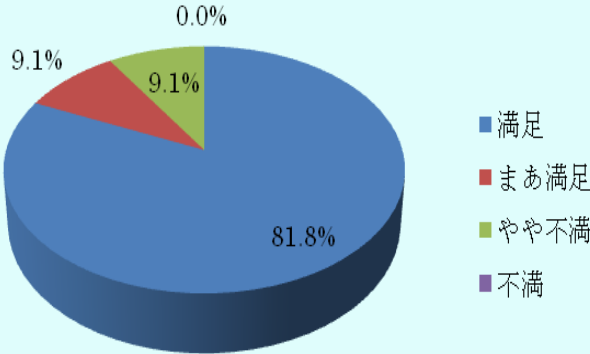
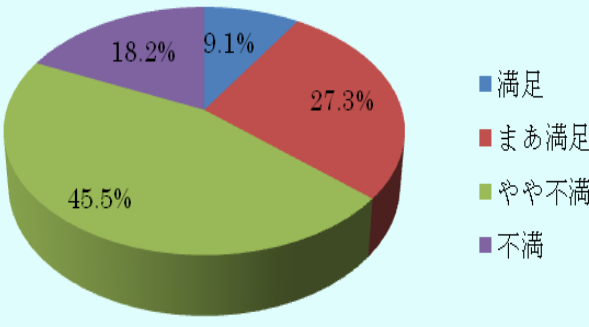
- ・日系インポーターと情報交換できたから。
- ・次年度以降の展開を考えることができたから。
- ・今後の進出に多いに役に立つ情報やニーズがつかめたから。
- ・米国市場が求めているパッケージ、用量などが理解できたような気がする。
- ・米系スーパーに入るためのシステムを知ることができた。

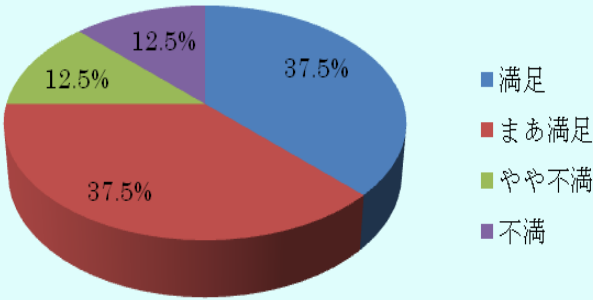
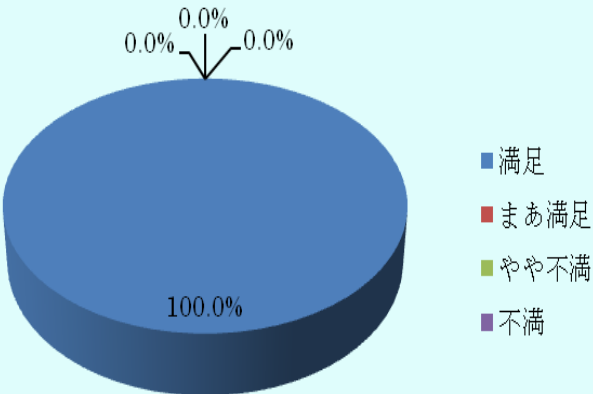
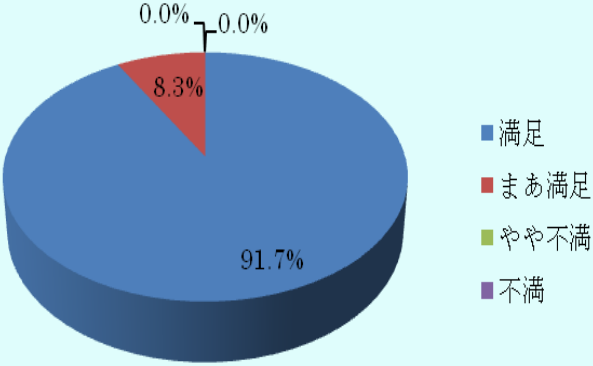
- ・複数の国、様々な人種のお客様に来場いただけた。
- ・業界の最前線を見ることができた。

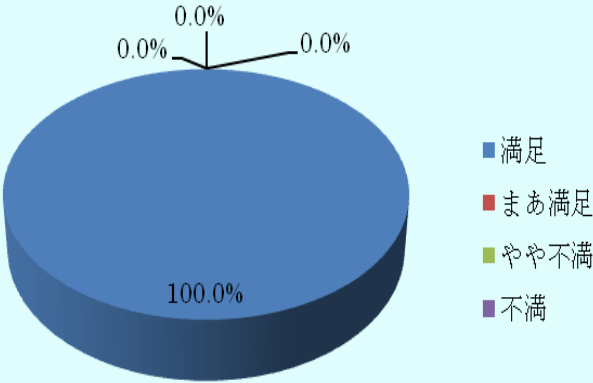
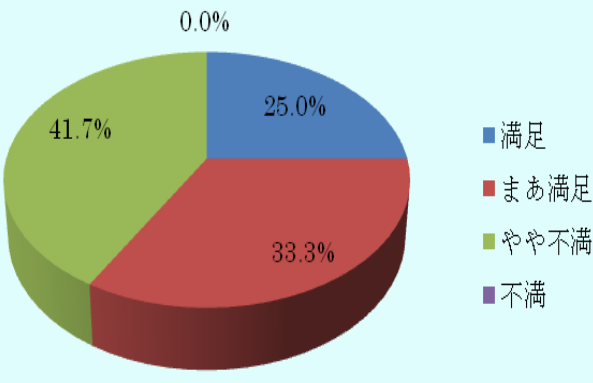
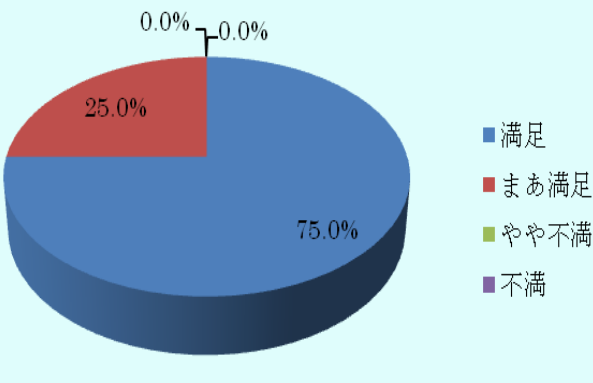
質問3 事務局サービスに対する満足度

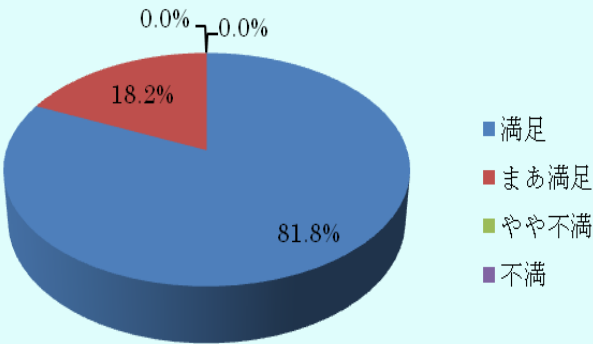
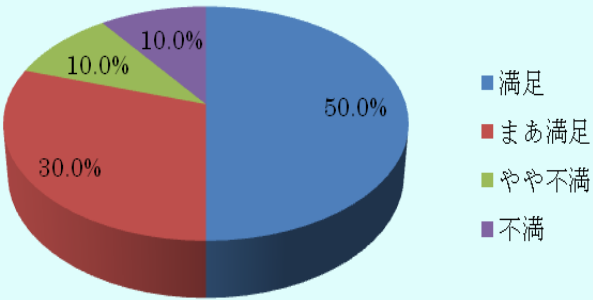
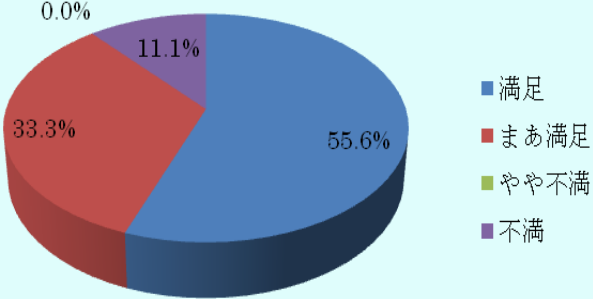
【評価】	【主な理由】										
<p>A. 出展者募集HPのわかりやすさ</p> <table border="1"> <caption>満足度データ (A)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>30.8%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>61.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>7.7%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	30.8%	まあ満足	61.5%	やや不満	7.7%	不満	0.0%	<p>(回答者数: 12社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前情報もあり、分かりやすかった。 ・内容が分かりにくい。 ・HPが認知されていない。
評価	割合										
満足	30.8%										
まあ満足	61.5%										
やや不満	7.7%										
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>83.3%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>16.7%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	83.3%	まあ満足	16.7%	やや不満	0.0%	不満	0.0%	<p>(回答者数: 12社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特殊な酒の取扱について十二分にフォローいただいた。 ・細かな面まで情報がもらえて助かった。 ・メールで質問すると翌日に返信が来た。 ・早いレスポンス。 ・対応が早く、親切だった。
評価	割合										
満足	83.3%										
まあ満足	16.7%										
やや不満	0.0%										
不満	0.0%										

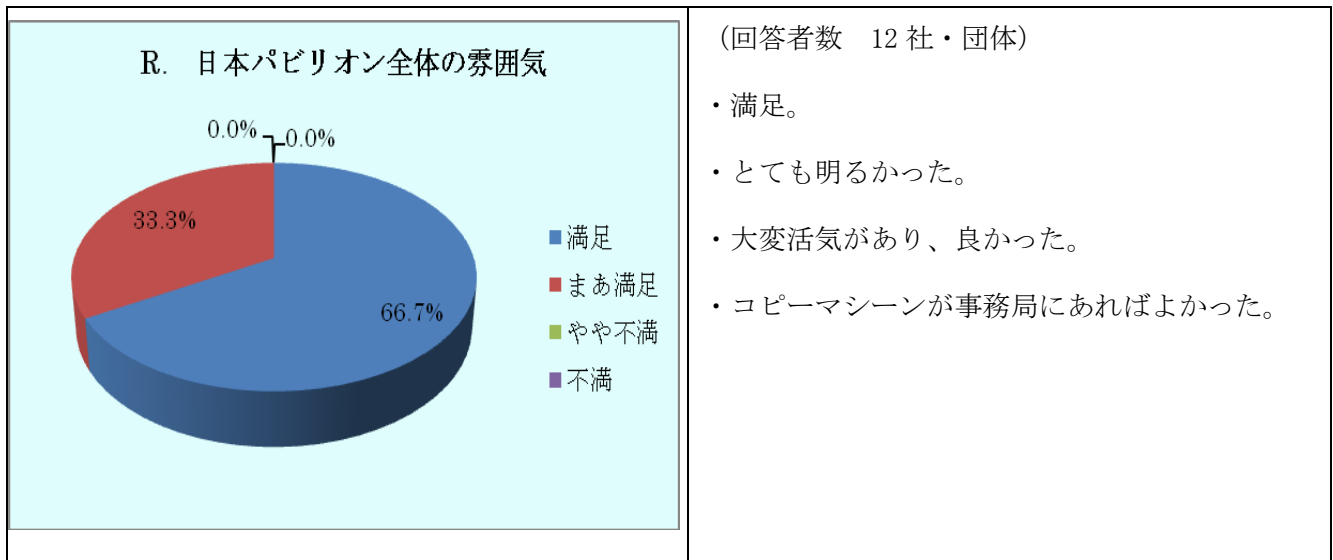
【評価】	【主な理由】								
<p data-bbox="284 241 678 275">C. 出展者説明会(10月20日)の内容</p>  <table border="1" data-bbox="667 414 786 593"> <tr><td>■ 満足</td><td>45.5%</td></tr> <tr><td>■ まあ満足</td><td>36.4%</td></tr> <tr><td>■ やや不満</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>■ 不満</td><td>0.0%</td></tr> </table>	■ 満足	45.5%	■ まあ満足	36.4%	■ やや不満	18.2%	■ 不満	0.0%	<p data-bbox="850 208 1161 241">(回答者数: 9社・団体)</p> <ul data-bbox="842 275 1457 555" style="list-style-type: none"> ・日程が1回ではなく、予備日というか2回程度に分けてほしい。 ・プリントが少し分かりにくい。 ・提出物の締め切り、内容等の情報もほしかった。 ・わかりやすかった。
■ 満足	45.5%								
■ まあ満足	36.4%								
■ やや不満	18.2%								
■ 不満	0.0%								
<p data-bbox="272 779 671 813">D. 個別面談(10月20日)について</p>  <table border="1" data-bbox="667 969 786 1149"> <tr><td>■ 満足</td><td>100.0%</td></tr> <tr><td>■ まあ満足</td><td>0.0%</td></tr> <tr><td>■ やや不満</td><td>0.0%</td></tr> <tr><td>■ 不満</td><td>0.0%</td></tr> </table>	■ 満足	100.0%	■ まあ満足	0.0%	■ やや不満	0.0%	■ 不満	0.0%	<p data-bbox="850 763 1169 797">(回答者数: 4社・団体)</p> <ul data-bbox="842 831 1273 864" style="list-style-type: none"> ・質問に丁寧に答えていただいた。
■ 満足	100.0%								
■ まあ満足	0.0%								
■ やや不満	0.0%								
■ 不満	0.0%								
<p data-bbox="228 1373 722 1451">E. 事前イベント(シェフによるレシピ作成、試食会)について</p>  <table border="1" data-bbox="667 1574 786 1753"> <tr><td>■ 満足</td><td>62.5%</td></tr> <tr><td>■ まあ満足</td><td>37.5%</td></tr> <tr><td>■ やや不満</td><td>0.0%</td></tr> <tr><td>■ 不満</td><td>0.0%</td></tr> </table>	■ 満足	62.5%	■ まあ満足	37.5%	■ やや不満	0.0%	■ 不満	0.0%	<p data-bbox="850 1350 1129 1384">(回答者数8社・団体)</p> <ul data-bbox="842 1417 1457 1809" style="list-style-type: none"> ・使用した個別食材のフィードバックはもう少し具体的なものがほしい。 ・イベントでの情報が多くあればよかったと思う。 ・評判が良かったと伺いました。 ・個別にアドバイスがあり良かったと思う。 ・提供した食材が好評でよかった。
■ 満足	62.5%								
■ まあ満足	37.5%								
■ やや不満	0.0%								
■ 不満	0.0%								

【評価】	【主な理由】										
<p>F. 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"> <caption>評価結果 (F)</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>33.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>16.7%</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	33.3%	やや不満	16.7%	不満	0.0%	<p>(回答者数 12 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨年より簡素化したが、周囲のブースより見栄えがいい。 ・スペースが広く、入りやすいデザインだった。 ・日本的で良かったと思う(複数) ・少しさみしい。
評価	割合										
満足	50.0%										
まあ満足	33.3%										
やや不満	16.7%										
不満	0.0%										
<p>G. 基礎小間ブースの広さ、装飾・備品など</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (G)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>81.8%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>9.1%</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	81.8%	まあ満足	9.1%	やや不満	9.1%	不満	0.0%	<p>(回答者数 11 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・十分満足している。 ・使いやすいブースだった。 ・問題なし。
評価	割合										
満足	81.8%										
まあ満足	9.1%										
やや不満	9.1%										
不満	0.0%										
<p>H. 追加備品の種類、価格について</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (H)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>27.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>45.5%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>18.2%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	9.1%	まあ満足	27.3%	やや不満	45.5%	不満	18.2%	<p>(回答者数 11 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高い(複数回答) ・ARAMARK の食材の質が悪かった。また価格も高すぎる。
評価	割合										
満足	9.1%										
まあ満足	27.3%										
やや不満	45.5%										
不満	18.2%										

【評価】	【主な理由】										
<p>I. 商談スペースの使いやすさ</p>  <table border="1"> <caption>商談スペースの使いやすさの評価</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>37.5%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>37.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>12.5%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>12.5%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	37.5%	まあ満足	37.5%	やや不満	12.5%	不満	12.5%	<p>(回答者数 8社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スペースがあまりなかったが仕方ない。 ・個別ブースの他に商談スペースがほしかった。
評価	割合										
満足	37.5%										
まあ満足	37.5%										
やや不満	12.5%										
不満	12.5%										
<p>J. 会期中の事務局スタッフの対応</p>  <table border="1"> <caption>会期中の事務局スタッフの対応の評価</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>100.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	100.0%	まあ満足	0.0%	やや不満	0.0%	不満	0.0%	<p>(回答者数 12社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・明るく親切に対応してもらった。(多数) ・余分な仕事に対しても即対応していただいて感謝している。
評価	割合										
満足	100.0%										
まあ満足	0.0%										
やや不満	0.0%										
不満	0.0%										
<p>K. コーディネータの対応・情報提供</p>  <table border="1"> <caption>コーディネータの対応・情報提供の評価</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>91.7%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>8.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	91.7%	まあ満足	8.3%	やや不満	0.0%	不満	0.0%	<p>(回答者数 12社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特殊な酒の取扱について十二分にフォローいただいた。 ・たくさんのお客さんを紹介していただいた。 ・大変親切で助かった。(複数回答) ・適切な対応で助かった。 ・事前連絡が参考になった。
評価	割合										
満足	91.7%										
まあ満足	8.3%										
やや不満	0.0%										
不満	0.0%										

【評価】	【主な理由】
<p>L. アシスタント・通訳のレベルや対応</p>  <p>0.0% 0.0% 0.0%</p> <p>100.0%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 満足 ■ まあ満足 ■ やや不満 ■ 不満 	<p>(回答者数 6社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通訳が大変がんばっていただいたおかげで、うまくいったと思う。 ・覚えが早く、何事にも対応できてすごい。
<p>M. 会場内での日本パビリオンの位置</p>  <p>0.0%</p> <p>25.0%</p> <p>41.7%</p> <p>33.3%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 満足 ■ まあ満足 ■ やや不満 ■ 不満 	<p>(回答者数 12社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若干奥だが1階で十分満足。 ・奥まっていた。もう少し中央、もしくは入り口近くが良いと思う。 ・入口から遠かった。 ・もう少し手前のほうが分かりやすいと感じた。
<p>N. 日本パビリオンでの貴社ブースの位置</p>  <p>0.0% 0.0%</p> <p>25.0%</p> <p>75.0%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 満足 ■ まあ満足 ■ やや不満 ■ 不満 	<p>(回答者数 12社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・良かった。 ・コーナーをもらったので両サイドで試供品の頒布ができた。 ・コーナーブースが理想だったが、ぜいたくは言えない。 ・間のブースで良かった。

【評価】	【主な理由】										
<p>O. 日本パピリオンパンフレットの内容</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (O)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>81.8%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>18.2%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	81.8%	まあ満足	18.2%	やや不満	0.0%	不満	0.0%	<p>(回答者数 11社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・必要十分で受け取りやすい大きさが良い。 ・もう少し多くの情報を提供できればよいと思う。 ・狭いスペースにもかかわらず上手に説明できている。 ・よいパンフレットだと思う。
評価	割合										
満足	81.8%										
まあ満足	18.2%										
やや不満	0.0%										
不満	0.0%										
<p>P. ターゲットバイヤーの訪問</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (P)</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>30.0%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>10.0%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>10.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	50.0%	まあ満足	30.0%	やや不満	10.0%	不満	10.0%	<p>(回答者数 10社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前リストがあったので、どうこうしなかったが、いくつか訪問があった。 ・レストラン関係者が少なかった。 ・アポイントを事前にいただくことはありがたい。
評価	割合										
満足	50.0%										
まあ満足	30.0%										
やや不満	10.0%										
不満	10.0%										
<p>Q. セキュリティーに関する対応</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (Q)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>55.6%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>33.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>11.1%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	55.6%	まあ満足	33.3%	やや不満	0.0%	不満	11.1%	<p>(回答者数 9社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に問題なし。 ・水が紛失した。
評価	割合										
満足	55.6%										
まあ満足	33.3%										
やや不満	0.0%										
不満	11.1%										



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

- ・ターゲットとする顧客に対して事前に個別に来場誘致を行なった。
- ・ジェトロ・ロサンゼルス・センターがコーディネーターと協力して作成したリストに掲載されているバイヤー全員に e-mail で商品紹介およびブース出展の案内を行なった。
- ・ディストリビューターへのコンタクトを行った。
- ・事前にジェトロ・ロサンゼルス・センターを訪問してブリーフィングを受けたことが役立った。
- ・現地販売代理店との事前/現地入りしてからのミーティングを行なって、出展に備えた。
- ・現地のお店にコンタクトした。
- ・ジェトロからは事前に様々な情報をいただき感謝。

◆会期内の取り組みについて

- ・ディストリビューションを変え、アフターフォロー体制を万全にしておく、コネクション先を交換しやすい。
- ・英語での成分表示/レシピの紹介を行なった。
- ・サンプリング、試食などを行った。
- ・主に既存客や代理店を紹介する。OEM等に対しては適時対応。
- ・とにかく商品を知ってもらうことが大切なので、サンプルを配った。
- ・自社商品をもっとわかりやすくするようブースを装飾する必要がある。

◆会期後の取り組みについて

- ・展示会出展の労力、資本の投下から少しずつ実のある個別営業にシフトしていく⇒単発のイベントでも、ターゲット層への少人数のイベントを付加的に行い具体的オーダーにつなげたい。

- ・ブース訪問客の中で顧客となりうる可能性のある人に e-mail、電話でフォロー
- ・ロサンゼルス在住の相手にはアポを取り個別訪問を考える
- ・テストキッチンをしてくれると話があった店舗へフォローする。
- ・レストランとコンタクトをとり、商品が無償で提供する代わりにテーブルに置き、客の反応を見てもらうように依頼。
- ・名刺交換・問い合わせのあったお客への e-mail 送付を早急に行い、現地代理店、関係者との打ち合わせを密にして成約に努めたい。
- ・名刺交換先のフォローを優先して行う。また、代理店日本窓口とミーティングをし、今回の成約につなげる。
- ・今回の来場者からの案内により、5月のロサンゼルスの展示会にも行く予定。

質問5 会期中の成果

◆本展示・商談会を機に予定されるビジネス展開

- ・West Coast/East Coast にも展開する予定。
- ・英語版ウェブサイトの立ち上げ。
- ・インポーター、ディストリビューター探し。
- ・OEM、PB としての展開。
- ・商量の増加。OEM の受託。
- ・米国系問屋へ新製品の取扱決定。
- ・米国系スーパーマーケットへの進出(ブローカー、ディストリビューターとのビジネス)

◆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)

- ・4~5 件の OEM。米系バイヤーからバルク販売に興味を示してもらった。
- ・個人経営の店舗から 300 ドル成約。
- ・日系輸入商社と成約。
- ・香辛料卸売業者との成約見込み。
- ・シカゴのスーパーマーケットと成約。年間で9万ドルの取り引きに発生する可能性が高い。

◆米国また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

- ・米国に拠点を設置して、対応できる状態にする。
- ・展示会などの機会を利用し、商品の認知度を高めることが重要。

- ・代理店探し。
- ・海外向けパッケージデザイン。
- ・パートナー探し。パートナーとの信頼関係構築。

◆**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（国、商談内容）**

- ・メキシコ
- ・インド
- ・韓国
- ・スイス

◆**米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**

- ・商流、物流の確保
- ・価格

◆**北米または北米地域での展示・商談会に出展する予定又は希望**

- ・International Restaurant and Foodservice Show of New York
- ・Natural Products Expo West / Natural Products Expo East
- ・Fancy Food Show
- ・World Tea EXPO
- ・シカゴ、ニューヨークへの出展
- ・その他機会があればぜひ参加したい。

◆**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か**

- ・商品の市場調査の場。また、バイヤー/ディストリビューターとのコンタクトを得られる。必須。
- ・米国市場の情報を知る上で大いに役立つ。
- ・販売代理店の獲得。代理店獲得後はその代理店の商量アップのための支援の場。
- ・商談の「きっかけ」を作る場
- ・日本食を広げる場であり、弊社の商品拡販の場。
- ・新しいパートナー探し。

◆オフィシャルフォワードの対応はどうだったか(利用者のみ)

- ・特に問題なし。
- ・よかった。
- ・さほど問題ではないが、連絡があいまい等、もう少し丁寧な対応をしてほしかった。
- ・やや不満。こちらからメールを送っても返信がないことが多かったし、後ほど連絡すると言って連絡がなかったこともあった。

◆事務局のサービスについて

- ・こちらの質問等に対して早く対応していただき、大変助かった。
- ・明るい対応に励まされた。
- ・良かった。大変お世話になった（多数回答）。
- ・いろいろと丁寧に、しかも迅速な対応に感謝する。今後も展示会等にはぜひ出展したいと思う。

VII. 記録写真

1. Anaheim Convention Center 会場外観



2. 来場者で賑わう日本パビリオン



3. 来場者で賑わう日本パビリオン



4. 秋田県



5. 市川商事株式会社



6. 有限会社 石橋屋



7. 株式会社沖縄海塩研究所



8. 株式会社きとうむら



9. 木村飲料株式会社



10. 桜井食品株式会社



11. 佐々木製茶株式会社



12. 株式会社下堂園

