

平成22年度農林水産物等輸出緊急対策事業

ジャパンパビリオン設置
(ロシア PROD EXPO 2011)

実施報告書

平成23年3月

株式会社JTBコミュニケーションズ

(農林水産省委託事業)

目次

	目次	P-1
	はじめに	P-2
1.	PROD EXPO 2011開催概要	P-3
2.	出展者一覧	P-4
3.	日本パビリオンの概要	P-5~6
4.	事業運営（事前準備段階）	P-7~10
5.	事業運営（現地活動概要）	P-11~14
6.	事業運営（デモンストレーション）	P-15
7.	事業運営（展示商談活動）	P-16~18
8.	出展者デイリーアンケート結果	P-19
9.	招聘バイヤーアンケート結果	P-20
10.	事業運営－制作物－	P-21~22
11.	事業運営－メディア実績－	P-23~25
12.	フォローアップ	P-26
13.	出展者総合アンケート結果	P-27~30
14.	総括	P-31~32

はじめに

本報告書は、平成22年度農林水産物等輸出促進緊急対策事業、ジャパンパビリオン設置(ロシア連邦(Prod Expo2011))への出展事業実施概要を取りまとめたものである。

少子高齢化や人口減少等を背景に日本産農林水産物・食品の国内需要が少なくなる見通しの中で、海外では高い経済成長率を続ける国々が見られる。こうした海外市場を日本産農林水産物等の有望市場と位置付け、輸出促進を国内農林水産業の発展に結びつけることが重要であり、また、輸出促進を図ることは市場拡大にもつながり、6次産業化の推進に資するものとなる。

しかしながら、最近の急激な円高は、我が国の輸出企業に大きな影響を及ぼしつつあり、日本産農林水産物等の輸出においても同様の影響が懸念されている。

このため、農林水産省では、当初の22年度予算の取組に加えて、ジャパンパビリオンを設置する海外の国際見本市への出店を追加し、輸出拡大に向けた取組の充実を図ることを目的として平成22年度農林水産物等輸出促進緊急対策事業を実施した。

本事業においては、日本食ブームが起こり、日本食レストランも多数存在するロシア連邦に注視し、当該国で開催される国際食品見本市最大級の規模であるProd Expo2011に於いて、ジャパンパビリオンを設置し、出展企業に対し海外販路拡大に向けた場を提供し、商談活動支援を行った。

本報告書が、関係各位にとって参考となれば幸いである。

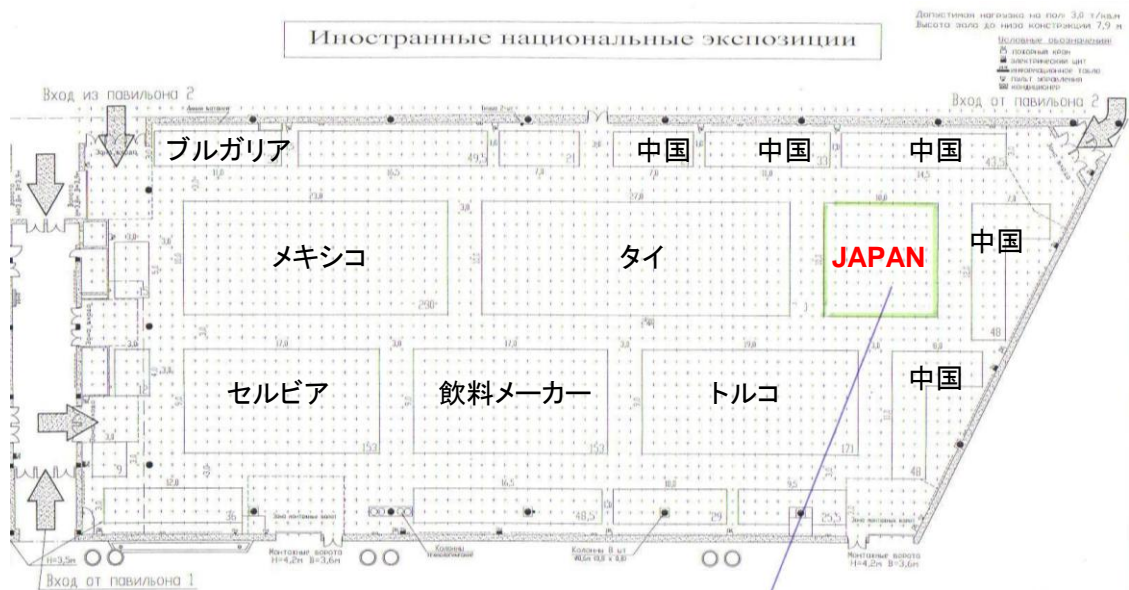
なお、本事業は、農林水産省が株式会社JTBコミュニケーションズに委託して実施致したものである。

平成23年3月

1. PROD EXPO 2011開催概要

日本パビリオンはエクスポセンターHALL-8のインターナショナルゾーンに設置し、運営した。

展示・商談会名	PROD EXPO 2011
会期	2011年2月7日（月）～11日（金） 5日間
会場	Expo Centre（モスクワ）
展示面積	44,163 m ²
主催者	Expo Centre
出展者数/実績	2,000社（ヨーロッパ・アジア・南北アメリカ・アフリカ・豪州）以上 55カ国
来場者数/実績	51,000名以上（90～95%が流通関係）
ホームページ	http://www.prod-expo.ru



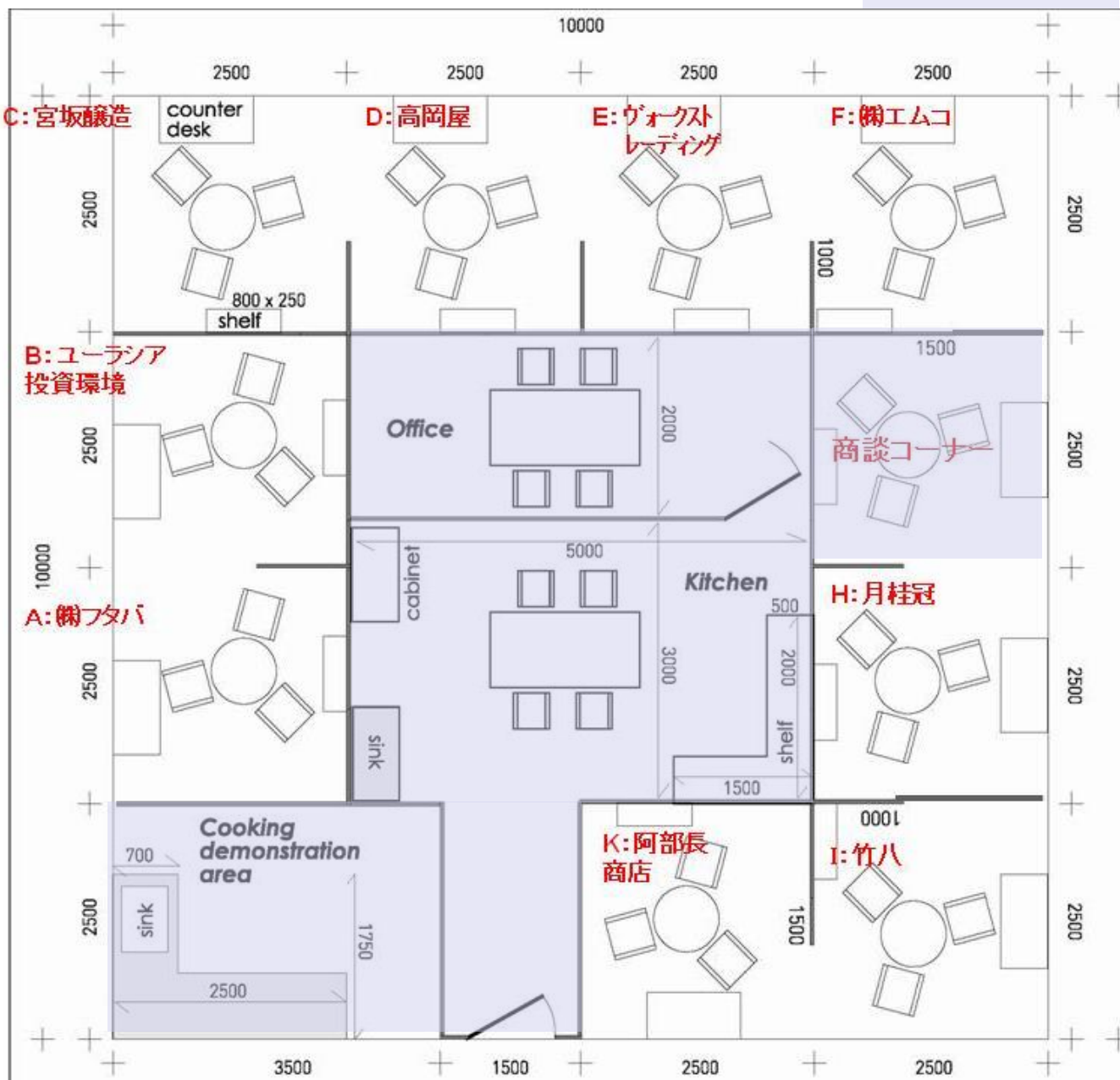
（オープニング直前の日本パビリオンの外観）

2. 出展者一覧

ブース NO	出展者名
(主な出展物)	品目
A	株式会社 フタバ (新潟)
(主な出展物)	和風出汁全般
B	ユーラシア投資環境株式会社 (新潟)
(主な出展物)	麺類・味噌・醤油・調味料
C	宮坂醸造株式会社 (東京)
(主な出展物)	生味噌・インスタント味噌汁
D	株式会社 高岡屋 (東京)
(主な出展物)	焼海苔・味付け海苔
E	株式会社 ヴォークストレーディング (東京)
(主な出展物)	米、加工米等
F	株式会社 エムコ (鳥取)
(主な出展物)	黒にんにく製品
H	月桂冠 株式会社 (京都)
(主な出展物)	日本酒・焼酎・リキュール
I	株式会社 竹八 (東京)
(主な出展物)	水産加工品
J	株式会社 阿部長商店 (宮城)
(主な出展物)	冷凍水産加工品

3. 日本パビリオンの概要

共有スペース



共有スペースは、デモ準備スペース・出展者の展示品ストックヤードおよび事務局として共有使用した。4方面全てが通路に面した出展者ブースとなった。A～Fのブースに加工食品の業者、K～Hのブースに水産品・酒類の業者を配した。



(施工完了時の日本パビリオンの外観)

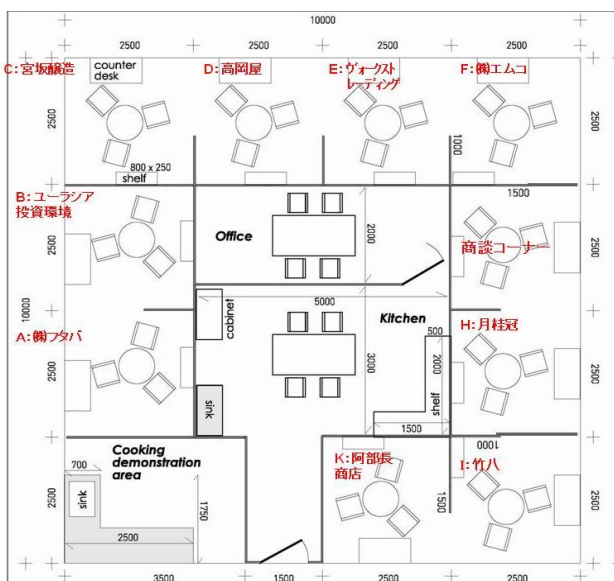
3. 日本パビリオンの概要



■ A方向より
開催期間中は来展者の
大半がこの方向より日本
パビリオンに来展した。



■ C方向より
一般顧客にも試食活動を
展開し入出の絶えない
ゾーンとなった。



■ B方向より
コーナーにデモスペース
を設置。デモンスト
レーションを実施し多
くの来展者で賑わった。



■ D方向より
商談コーナー・水産品・
酒の展示商談ゾーンとな
り、専門的な商談が多く
実施された。



4. 事業運営—事前準備段階—

出展者募集は、直接募集および公募の2面で幅広く募集を実施。その結果、13社の出展申込があった。選定基準に基づき採点し12社の出展を決定。

事業全体の流れ

日程	内容	備考
11月18日（木）～	出展者募集（直接募集）	弊社運営事業参加者
11月24日（水）	契約	
11月25日（木）～	出展者募集（公募）	弊社WEBおよび農林水産省
12月13日（月）	出展者締切	13社の応募
12月17日（金）	出展者選定	平成22年度基準にて
12月19日（日）～23日（木）	現地調整調査（第1回）	現地調査報告書にて
1月06日（木）	出展者説明会およびセミナー	11社が参加
1月22日～1月26日	現地調整調査（第2回）	現地調査報告書にて
1月21日（金）	各種手続き締切	運営事務局に提出
2月03日（木）	最終ご案内	MAILにて発信

オフィシャルサービス（渡航・宿泊および展示品／販促物輸送）の内、特に展示品輸送に於いて、水産品および原材料にアジア地区の回遊魚を使用したものに関してロシアへの輸出が日程的に困難となり1社が出展中止。又ロシアでの空港テロ（1月24日発生）における治安上の問題により1社の出展中止となった。10社（出展者一覧）の出展者に対し2月3日（木）最終案内をし、当日開催に臨んだ。

事業準備段階にて2回の現地出張を実施し、事前準備を行った。その結果は下記の報告書に取り纏めた。

現地調査報告書（ロシア小売店情報）

現地小売店舗情報を店舗グレード別に整理し所在地・地図を整備し、現地市場調査情報として作成した。

現地調査報告書（ロシア食品バイヤー情報）

マッチング商談会実施のために実施したバイヤー招聘の概要を取り纏めた。

4. 事業運営—事前準備段階—

1. 出展者募集

MAIL・電話等での関係者に直接出展を促す直接募集と、弊社ホームページによる公募で募集をした。

◆直接募集



平成22年度
ニッポン・食品フロンティア開拓委託事業
〔WASHOKU-Try Japan's Good Food〕事業



平成22年度
地域輸出実践者ネットワーク構築委託事業

弊社受託事業（WASHOKU TRY・オリエンテーションの会）参加者および過去2カ年でのロシア見本市運営受託で参加した企業および参加希望の企業に対しメールと事務局よりの電話で広く事業告知を行った。

◆公募

JTBコミュニケーションズのホームページにWEBを立上げ各関係先とリンクし広く告知した。

— タイトルをクリックすると、サイトへジャンプします —



平成22年度
ニッポン・食品フロンティア開拓委託事業
〔WASHOKU-Try Japan's Good Food〕事業



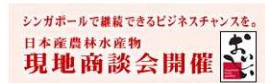
平成22年度
海外ビジネスネットワーク構築事業



平成22年度
農林水産物等輸出促進緊急対策事業のうち
ジャパンパビリオン設置



平成22年度
地域輸出実践者ネットワーク構築委託事業



平成22年度農山漁村6次産業化対策事業に係る
輸出総合支援事業のうちマッチング対策
シンガポール



平成21年度農林水産物等輸出ステップアップ
推進委託事業（日本産米の輸出促進）



近年の世界的な日本食ブームと健康志向により、ロシアでも日本食の人気は高く、モスクワ市内だけでも、日本食のメニューを提供するレストランは700店舗以上と言われています。この機を捉えて、ロシアのバイヤーとの展示商談会及び真の日本食の啓蒙活動を行うことは、ロシアにおいて販路の創出・拡大をする上で、絶好のチャンスと言えます。2011年2月7～11日の日程で開催される国際食品見本市「Prod Expo 2011」は、ロシア・東欧等のバイヤーをターゲットにした最大級の見本市です。農林水産物では、ロシアでの日本産農林水産物・食品の輸出促進・拡大を目的として「Prod Expo 2011」に日本パビリオンを設置し、出展者を募集いたします。我々の有カバイヤーと商談していただくまたとないチャンスとなりますので、当該地域への輸出意欲のある方々の出展をお待ちしております。

出展見本市概要

見本市名	PRODEXPO 2011 (プロドエキスポ 2011)
都市名	モスクワ (ロシア)
会場	EXPOCENTRE (エキスポセンター)
期間	2011年2月7日(月)～2月11日(金)
出展対象	食品全般
参加企業数見込み	2,000社
来場者見込み	6万人

募集要領 PDF

出展規定 PDF

出展申込

クリック

募集要領 PDF

出展規定 PDF

出展申込

お問い合わせ先

「PRODEXPO 2011」運営事務局 (株式会社JTBコミュニケーションズ ECI局内)
〒530-0001 大阪市北区梅田3-3-10 梅田ダイビル4階

担当: 和田広司・加藤智子

Tel: 06(6348)1390 (平日10:00～17:30) Fax: 06(6348)1507 E-mail: shodan-russia@jtbcom.co.jp

4. 事業運営—事前準備段階—

(出展に関する資料)

2. 出展者説明会

11社（1社欠席）で下記スケジュールで実施した。

◆日時 2011年1月6日（木）13:00～16:30

◆場所 農林水産省 第3会議室



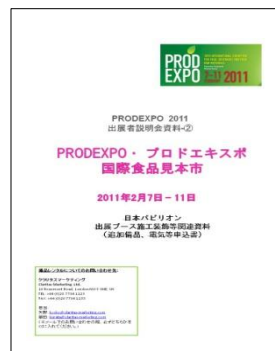
(施工に関する資料)

◆第1部 出展者説明会

13:00～13:10 主催者挨拶
農林水産省大臣官房国際部輸出促進室

13:10～13:15 受託事業者挨拶および担当者紹介
株式会社JTBコミュニケーションズ

13:15～13:45 出展に関する説明
株式会社JTBコミュニケーションズ



13:45～14:00 日本パビリオンの施工・装飾に関する説明
株式会社JTBコミュニケーションズ

(物流の説明資料)

14:00～14:20 渡航に関するご案内
株式会社JTB西日本 海外旅行西日本支店

14:20～14:50 質疑応答

14:50～15:00 名刺交換・休憩



◆第2部 市場セミナーおよび物流のご案内

15:00～15:30 ロシア市場セミナー
小林 創 氏

15:30～16:00 物流に関するご案内
株式会社JTBコミュニケーションズ



16:00～16:30 質疑応答および個別相談



(セミナーに関する資料)

4. 事業運営—事前準備段階—

3. 現地事前調査

下記2件を実施し出展者に情報を発信した。

◆ 現地小売店舗情報冊子 (A4・14ページ)
モスクワ市内の小売店の情報を取りまとめ、1月末に出展者へ情報提供した。出展者は見本市の外の市場視察・訪問営業の資料として活用した。



PRODEXPO 2011
(市場概要—参考資料)



株式会社JTBコミュニケーションズ
2011年1月26日

1. スーパーマーケット概要

【プレミアムセグメント】

①エディアール



242 Moscow Sadovaya-Kudrinskaya ulitsa, 7
: +7 (495) 254-8828, +7 (495) 788-8331
://www.hediard.ru



【モスクワ全体での位置関係】



②ガストロノームNo.1



住所: Moscow, the Red Square, 3 (赤の広場)
電話番号: +7 (495) 620-3010/15
M: +7 (495) 777-7565
HP: http://gum.ru/

ディアール」は世界に300を超える高級食品店を経営。ロシアで「エディアール」しているのはモスクワの有名なレストラン経営者アルカディーンヴィコフ氏。

バイヤー 商社プロフィールシート Buyer/Trading Company Profile Sheet

社名 Company Name	EAST WEST (MOSCOW)		
所在地住所 Company Address	国名 Country	RUSSIA	TEL (495) 232-21-21
	〒 Postal code	125315	
Company Address	Moscow, St.Usievicha, 242	FAX	(495) 913-87-26
		e-mail	foodservice@east.wj
会社概要 Company Background	1996年に創立。主にHills&Co部門と菓子メーカーへのインジェレント(成分)のサプライを行っている。供給先のレストランは「ブラネッタス」を運営する「Rcounter group」、大衆向けロシアレストランチェーン「ヨールキー・バールキー」や「Mu-Mu」、「Qnabi」、同じくウズベキスタンレストランチェーン「Kish Mish」等幅広い。		
主たる取り扱い品目 Principal Items Handled	肉、鶏肉、魚、エビ、海産物、魚介類、乳製品、チーズ、冷凍食品、スナック、アイスクリーム、デザート、缶詰食品、日本料理の材料		
商圏地域 Market Region	Moscow, St. Petersburg, Ekaterinburg, Krasnodar, Novosibirsk		
主たる流通ルート Main distribution sources	オーストラリア、ドイツ、ニュージーランド、フランス、イタリア、スイス、インドネシア。		
今後希望したい商品意向 Type of Products You Hope to Find	魚介類缶詰食品、ソース類、調味料、日本料理の材料		
決済条件 Terms of Settlement	N/A		
その他コメント Other Comments	話し先は、大衆向けチェーンが多いので、安価なものの売込みがセールポイント。		

◆バイヤー情報の提供
招聘バイヤーのプロフィール調査を実施し、帰国後出展者に配布し、フォローアップに活用中である。

5. 事業運営－現地活動概要－

期間中は下記のスケジュールに基づき
展示商談活動を展開した。

現地での活動内容(2月6日～2月11日)

日程	時間	業務内容
2月6日(日)	12:00～13:00	集合／バッジ受け渡し
	13:00～17:00	各ブースの装飾
	17:00	装飾終了
2月7日(月) (10:00～18:00)	9:30～9:40	集合
	9:40～10:00	朝礼
	10:00	開場
	12:00～12:30	プレス取材(12:00～12:30)
	12:30～13:00	公式デモンストレーション-朝食
	14:00～14:45	公式デモンストレーション-昼食
	15:15～16:00	公式デモンストレーション-夕食
	17:00	デイリーアンケート実施/回収
18:00	1日目終了	
2月8日(火) (10:00～18:00)	9:30～9:40	集合
	9:40～10:00	朝礼
	10:00	開場
	12:30～13:00	公式デモンストレーション-朝食
	14:00～14:45	公式デモンストレーション-昼食
	15:15～16:00	公式デモンストレーション-夕食
	17:00	デイリーアンケート実施/回収
18:00	2日目終了	
2月9日(水) (10:00～18:00)	9:30～9:40	集合
	9:40～10:00	朝礼
	10:00	開場
	12:30～13:00	公式デモンストレーション-朝食
	14:00～14:45	公式デモンストレーション-昼食
	15:15～16:00	公式デモンストレーション-夕食
	17:00	デイリーアンケート実施/回収
18:00	3日目終了	
2月10日(木) (10:00～18:00)	9:30～9:40	集合
	9:40～10:00	朝礼
	10:00	開場
	12:30～13:00	公式デモンストレーション-朝食
	14:00～14:45	公式デモンストレーション-昼食
	15:15～16:00	公式デモンストレーション-夕食
	17:00	デイリーアンケート実施/回収
18:00	4日目終了	
2月11日(金) (10:00～16:00)	9:30～9:40	集合
	9:40～10:00	朝礼
	10:00	開場
	11:00～17:00	展示・商談活動
	17:00	最終終了/デイリーアンケート実施/回収
17:00～20:00	撤去作業	

5. 事業運営－現地活動概要－

出展ブース状況（A～C）

A	株式会社 フタバ （新潟）
（主な出展品）	和風出汁全般

昨秋のPIR出展に引き続き2回目の出展。和風出汁市場のロシアでの浸透を目指し出展。

専属通訳と2名体制で対応。一般顧客が余りにも多く来展し、ターゲットの現地レストラン関係者との商談に支障をきたす時間帯が生じた程であった。



B	ユーラシア投資環境株式会社 （新潟）
（主な出展品）	麺類・味噌・醤油・調味料

現地代理店から派遣のロシア人女性スタッフと2名が常駐し対応。ロシアへの輸出実績もあり幅広い商談をされた。新潟県下の味噌・醤油・麺類の有力3業者の輸出窓口としての対応であった。又調味料の品揃えが豊富で多くのバイヤーが訪れ商談をした。



C	宮坂醸造株式会社 （東京）
（主な出展品）	生味噌・インスタント味噌汁

ブランドの「神州一味噌」は既にモスクワ市内有力店で展開中である。

ダイレクトな商流創設を目指し積極的な商談活動が展開された。併せてブースにて味噌文化普及のため、試食を常時実施し味噌の味が好評を博した。



5. 事業運営－現地活動概要－

出展ブース状況（D～F）

D	株式会社 高岡屋 （東京）
（主な出展品）	焼海苔・味付け海苔

グローバルに展開されており、ロシアへの海苔輸出のため、隣接のVOX（米を出品）と連携し、寿司・海苔巻で試食アピールおよび業者との積極商談を展開した。
中国・韓国産との競合対応等突っ込んだ商談がなされた。



E	株式会社 ヴォークストレーディング （東京）
（主な出展品）	米、加工米等

日本産の米の優位性および価格面での現状説明等、有力バイヤーと丁寧に商談を実施した。
その結果バイヤーからの信頼が生まれ、代理店設定等の初期の目標を達成した。



F	株式会社 エムコ （鳥取）
（主な出展品）	黒にんにく製品

黄色のおそろいのTシャツでロシアでの「黒にんにく」のPRのため、試食をメインに積極的な販促活動がなされた。「黒にんにく」のロシアでの販売に関して、確かな手ごたえをつかみ、今後の展開に自信を深めた模様である。



5. 事業運営－現地活動概要－

出展ブース状況（H～J）

H	月桂冠 株式会社（京都）
（主な出展品）	日本酒・焼酎・リキュール

事前準備として現地販売代理店を設定し、展示会に出展。現地販売代理店よりロシア人スタッフが常時派遣され、現地レストラン関係者をメインに商談を実施した。ロシアへの展開は本出展が本格的なスタートであったが、有力商談が多々あった模様である。



I	株式会社 竹八（東京）
（主な出展品）	水産加工品

出展品等の輸送等準備も万全な体制であったが、直前のトラブルで渡航が不可能になった。運営事務局が商談代行する形で運営をした。主力のイクラ・魚加工品のロシアでの需要は大きく、商談会では興味を示す業者が多々あり、情報を連絡した。



J	株式会社 阿部長商店（宮城）
（主な出展品）	冷凍水産加工品

日本からロシアへの物流体制・販売体制を整備した上での、展示商談会への出展であった。水産品・水産加工品のロシアへの輸出の先駆者として各種商談を積極的に展開。鮮魚では「さんま」に関心が高く、専門的な商談がなされた。



6. 事業運営ーデモンストレーションー

デモのメイン食材は出展者より提供。現地調達の食材を加え、プロの伴シェフ（在ロシア日本レストラン協会長）による朝食・昼食・晩酌の3つのシーンで日本食をアピールした。

デモンストレーションの内容

朝御飯

・全体コンセプト

～日本人の朝御飯～ 4コマ

■米飯

日本食材) 米15kg (ヴォークス・トレーディング)

■豚汁

日本食材) 出汁パック 10pc (フタバ)

味噌5kg (宮坂醸造)

現地食材) 大根5kg・玉ねぎ5kg・ジャガイモ5kg・人参5kg・鴨頭葱2kg・豚バラ肉3kg

■おかず

日本食材) 秋刀魚の甘露煮 4～5kg (阿部長商店)

現地食材) グループ 100g ミニアスパラ1kg

■おかず2

日本食材) スパイシータカナ 5kg (竹八)

■おかず3

日本食材) 味付け海苔 1kg (高岡屋)

昼御飯

・全体コンセプト

～早く、簡単に栄養価の高い和式昼御飯～ 4コマ

■五目素麺「温・冷」

日本食材) 素麺 15Pac (ユーラシア投資環境整備)

本返し5L、白つゆ0r 鰹つゆ10L (フタバ)

乾燥わかめ1kg (フタバ)

現地食材) きゅうり5kg パプリカ緑・赤 各2kg 卵40個 ハム3kg

晩酌

・全体コンセプト

～特別な日の晩酌～ 4コマ

■日本酒カクテル

日本食材) 日本酒4升 (月桂冠)

現地食材) 別途報告

■肴1

日本食材) 銀ダラ粕漬け 4～5kg (竹八)

現地食材) 別途報告

■肴2

日本食材) 戻り鰹たたき 5kg かぼす醤油2L (阿部長商店)

現地食材) 鴨頭葱 1kg 赤玉ねぎ2kg 生姜500g 白ごま300g程度

■肴3

日本食材) 黒にんにくペースト1kg (エムコ)

現地食材) 醤油2L・粉わさび1kg



初日12:30から在ロシア日本大使館の宮川公使をお迎えし、オープニングセレモニーを開催しデモをスタートした。毎回多くの来場者で賑わい、活気のあるパビリオンとなり周囲の注目を浴びた。



マッチング商談で招聘のバイヤーにデモで調理した料理を提供し、商談促進に役立った。



7. 事業運営－展示商談活動－

1. 出展者ブース一般商談



見本市の最大のメリットは多くの来展者に幅広い商談・アピールが出来る事。PROD EXPOでも連日1万人前後の人出があった。来展者とのブースでの一般商談は189回とアポイント型（招聘）商談の1.7倍となった「成立した」および「成約可能性有」商談は27件



2. 招聘バイヤーアテンド商談



事前調査で36社の現地バイヤーをリストアップし、パビリオン招聘を行った。内20社がパビリオンを訪れ商談を実施した。

滞在時間の短いバイヤーと半日かけてじっくり商談するバイヤーと2極化したため、滞在時間の短いバイヤーは出展者ブースへバイヤーが訪問し商談、滞在時間の長いバイヤーは出展者が商談コーナーへ出向き、商談を2タイプで実施した。



7. 事業運営－展示商談活動－

現地コーディネーターと連携し下記のバイヤーを日本パビリオンに招聘した。

	招聘社名	プロフィール
1	AOZORA	魚・海産物・米等日本料理の材料及び酒類 中級の日本食レストラン
2	MISATO	魚・海産物・米・味噌・海苔等日本料理の材料及び酒類 高級な日本食レストラン
3	BURO	ロシアレストラン協会。日本料理に限らず、モスクワでの飲食店の団体
4	1PEBIE	調味料を中心としたディストリビューターで、今回は和風出汁発掘で来展商談
5	SUSHI HOUSE	米・わさび・魚・海産物等寿司バー(ロシアでは数百軒が立地)に太いパイプを有する
6	GLOBAL HOUSE	世界中から質の高い食材輸入を展開、日本料理の材料も多く取り扱う
7	RES	モスクワでの中級レストランで材料の大半を日本から輸入
8	FROSTA	加工食品を専門に扱うディストリビューター(常温製品)
9	JAPRO	日本食専門スーパー、日ソ貿易が運営(グループ内の商社にて店舗以外の商流を有する)
10	EAST WEST(MOSCOW)	肉・鶏肉・魚・冷凍食品等を中心の輸入元、日本食品以外に世界の多くの食品を扱う
11	KONUS PLUS	大衆向け日本食レストラン向きに近年急拡大の商社、魚介類・肉・茶等が主力
12	FISH DAY	海産物からスタートし現在は様々な食品を扱う、中国・韓国からも輸入販売している
13	RUSCO CO.LTD	日本商社と連携し、近年日本食品の拡大を目指す、韓国とも深いネットワークを有する
14	AST	酒類を専門に扱う、ロシアで大手の商社、本見本市では各国の酒類の発掘に積極的
15	ITOCHU CORPORATION	近年食品扱いが拡大、特にボリュームゾーン市場に向け商品供給を拡大
16	YAPONSKIE DRAVA	多店舗展開の回転寿司チェーン店、日本料理の内、調味料・味噌・ソースを発掘希望
17	SEIJI(TOKYO FISH)	モスクワの日本食レストランの草分け的存在で本物の日本食材を発掘希望
18	EAST WEST(SAINT PETTER BURG)	日本料理に限らず、大衆向けレストランにもパイプを有する(サンクトペテルブルグ地区)
19	JFC	ホテル・カフェを中心の食品ディストリビューターで日本食品にも近年積極的
20	PLANET SHSHI	モスクワ中心の最大手寿司チェーンで流通はITOCHUが対応し商談

7. 事業運営－展示商談活動－

会期中、来展予定のバイヤーにスケジュールを確認し、商談計画表(商談ローテーション)を作成し、朝礼でその日の計画を毎日発表した。招聘バイヤーと生産者の出展物等を考慮し計画策定をした。

商談ローテーション

アテンド商談実施実績・計画書			フタバ	ユーシア	宮坂醸造	高岡屋	V O X	エムコ	月桂冠	阿部長	竹八
来展社名	TYPE	来展日									
AOZORA	中級日本食レストラン	2月7日	○	○	○	○	○	○	○	○	
MISATO					○			○	○	○	
BURO	ロシアレストラン協会				○	○			○	○	○
1 PELBE	インポーター(加工品)								○		
	計 4社	19	1	1	3	2	1	4	3	3	1
SUSHI HOUSE	インポーター(加工品)	2月8日	○	○	○	○	○	○		○	
GLOBAL FOOD	インポーター(総合)		○	○	○	○	○	○	○	○	
RES (一番星桜)	中級日本食レストラン					○	○	○		○	
FROSTA	インポーター(加工品)		○								
JAPRO	インポーター(総合)		○	○	○	○	○	○	○	○	
	計 5社	28	4	3	3	4	4	4	2	4	0
EAST WEST(MOSCOW)	インポーター(総合)	2月9日	○	○	○	○	○	○		○	
KOUS PLUS	インポーター(総合)				○	○	○				
FISH DAY	インポーター(総合)				○	○	○				○
RUSSKO CO.,LTD	インポーター(加工品)		○		○	○	○	○			
AST	インポーター(酒類)									○	
ITOCHU CORPORATION	総合商社					○	○	○	○		○
	計 6社	26	2	3	4	5	5	3	1	3	0
YAPONSKIE DRAVA	中級日本食レストラン	2月10日	○	○	○	○	○	○	○	○	
SEJI(TOKYO FISH)	高級日本食レストラン(インポーター)		○	○	○	○	○	○	○	○	
EAST WEST(SAINT PETERS BURG)	インポーター(総合)		○		○	○	○	○	○	○	○
JFC	ディストリビューター(ホテル・カフェ等)					○					○
	計 4社	26	3	2	3	4	3	3	3	3	2
PLANET SUSHI	最大手寿司チェーン	2月11日	○		○	○		○	○	○	○
	計 1社	7	1	0	1	1	0	1	1	1	1
	累計 20社	106	11	9	14	16	13	15	10	14	4

20社の招聘バイヤーと10社の出展者が106回の商談を実施した。「成立した」および「成約可能性有」の商談が63件(61%)の実績となった。

期間中に一般商談と招聘バイヤーアテンド商談の2つタイプの展示商談活動を実施した。より多くの商談機会と確実な商談機会の提供の為実施した。

8. 出展者デイリー（一般商談）アンケート結果

出展者には、会期中毎日アンケート(デイリーアンケート)を朝礼後に配布した。

夕方17:00に回収し、100%の回答結果を得た。

アンケート内容はその日の商談結果(ブースでの)を中心に調査し、下記の商談報告を得た。

商談成立の主なものは

食品加工品が11件 水産品・加工品が9件 合計20件のサンプル受注結果であった。

当日成約は全てサンプル受注あった。

		一般商談件数					
		2月7日	2月8日	2月9日	2月10日	2月11日	合計
		件	件	件	件	件	件
米・米加工品	成立した						0
	成立の可能性有	1	2	2			5
	成立しなかった	3	12	8	5	4	32
	合計	4	14	10	5	4	37
水産物・水産加工品	成立した						0
	成立の可能性有	5		4	5		14
	成立しなかった			6	8	3	17
	合計	5	0	10	13	3	31
加工食品	成立した	2	3	0			5
	成立の可能性有	2		0			2
	成立しなかった	28	27	15	10	1	81
	合計	32	30	15	10	1	88
アルコール飲料	成立した						0
	成立の可能性有			1			1
	成立しなかった		6	12	13	1	32
	合計	0	6	13	13	1	33
その他	成立した						0
	成立の可能性有						0
	成立しなかった						0
	合計	0	0	0	0	0	0
計	成立した	2	3	0	0	0	5
	成立の可能性有	8	2	7	5	0	22
	成立しなかった	31	45	41	36	9	162
	合計	41	50	48	41	9	189

バイヤーの関心があり、商談が多かった商品は、加工食品ではうどん・素麺・小売用の海苔等の製品の報告があった。水産品・水産加工品はさんま・生牡蠣のレトルト品(常温流通品)等の報告があった。その他の商品では黒にんにく製品の内グラッセが好評であった。アルコール製品の内甘酒・梅酒といった特徴のある製品にロシアでも関心が高かった。

9. 招聘バイヤー（アテンド商談）アンケート結果

招聘バイヤーは通訳アテンダーを出展者と商談ローテーションに基づいて商談をした。参加全てのバイヤーから商談結果の回答を得た。

招聘バイヤーの中には、寿司チェーンの大手「PLANET SUSHI」・輸入元として大手の「K OUPLUS」「EAST WEST」又日本よりロシアへの食品輸出で近年積極的に活動を続ける日本の大手商社が2日間に渡り来展し、出展者と時間をかけて商談を行った。

		招聘バイヤーアテンド商談件数					
		2月7日	2月8日	2月9日	2月10日	2月11日	合計
		件	件	件	件	件	件
米・米加工品	成立した		1				1
	成立の可能性有				2		2
	成立しなかった	1	3	5	1		10
	合計	1	4	5	3	0	13
水産物・水産加工品	成立した		1				1
	成立の可能性有	4	2		4	1	11
	成立しなかった	1	3	3	1	1	9
	合計	5	6	3	5	2	21
加工食品	成立した		3		2		5
	成立の可能性有	6	6	9	7	3	31
	成立しなかった	1	4	6	1		12
	合計	7	13	15	10	3	48
アルコール飲料	成立した				1		1
	成立の可能性有	1	1	1	1	1	5
	成立しなかった	2	1		1		4
	合計	3	2	1	3	1	10
その他	成立した	1					1
	成立の可能性有	2	1	1		1	5
	成立しなかった		3	2	3		8
	合計	3	4	3	3	1	14
計	成立した	1	5	0	3	0	9
	成立の可能性有	13	10	11	14	6	54
	成立しなかった	5	14	16	7	1	43
	合計	19	29	27	24	7	106

商品的にバイヤーの関心は水産品・水産加工品であった。ロシアでは水産品の需要は多い半面、供給が十分でなく、水産品・水産加工品の関心が高かった。サンプルを発注連絡した産品は、さんま加工品等レトルト（常温物流）の調理済み水産品であった。課題に価格をあげるバイヤーが多いが、今回の出展者は本場（東北・九州）の地元生産者の為、バイヤーからは今後に向け期待する意見が多々寄せられた。

他にサンプルはアルコール類・米加工品（レトルトパック品）・味噌和風汁（インスタント味噌汁含む）等調理済み製品への関心が高かった。

10. 事業運営—制作物—

リーフレット (A4サイズ・3つ折両面)

リーフレットを作成配布した。来展者に広く配布。又パビリオンへの来展促進のため、会場入り口で配布しパビリオン来展の促進にも活用。
出展者の連絡先・主力産品を掲載し、フォローアップのツールとしても活用中である。

C O N T A C T			
ABECHO SHOTEN CO.,LTD. ABECHO SHOTEN CO., LTD. Mr. Choshima TEL: +81-225-22-4998 FAX: +81-225-22-4999 E-mail: y_choshima@abecho.co.jp			
BLUE PACIFIC CO.,LTD. BLUO PACIFIC CO., LTD. Mr. Shimizu TEL: +81-47-528-4888 FAX: +81-47-528-4888 E-mail: info@bluepac.com			
EMILCO CO.,LTD. EMILCO CO.,LTD. Mr. Kimura TEL: +81-985-24-4944 FAX: +81-985-24-4953 E-mail: info@emilco.jp			
EURASIA INVESTMENT PROMOTION CO., LTD. EURASIA INVESTMENT PROMOTION CO., LTD. Mr. Ito TEL: +81-26-222-2451 FAX: +81-26-222-2625 E-mail: eip-af@nippon.com			
FUTABA CO.,LTD FUTABA CO.,LTD Mr. Ito TEL: +81-286-46-7272 FAX: +81-286-46-7185 E-mail: info@futaba.com.co.jp			
GEKKEIKAN SAKE COMPANY LTD GEKKEIKAN SAKE COMPANY LTD. Mr. Noda TEL: +81-78-629-2090 FAX: +81-78-629-6918 E-mail: yu_noda@gekkeikan.co.jp			
MIYASAKA JOZO CO., LTD. MIYASAKA JOZO CO., LTD. Mr. Matsumoto TEL: +81-9-2365-2123 FAX: +81-9-2367-1969 E-mail: m.matsumoto@miyasaki-jozo.com			
TAKAOKAYA CO., LTD. TAKAOKAYA CO., LTD. Mr. Yamamoto TEL: +81-3-3639-7868 FAX: +81-3-3639-7866 E-mail: info@takaokaya.com			
TAKENACHI CO.,LTD. TAKENACHI CO., LTD. Mr. Takahashi TEL: +81-4-2275-4908 FAX: +81-4-2275-4906 E-mail: info@takenachi.co.jp			
VOX TRADING CO.,LTD. VOXO TRADING CO., LTD. Mr. Yamamoto TEL: +81-3-2989-4864 FAX: +81-3-2989-2397 E-mail: info@vostrading.jp			

MAFF
Ministry of Agriculture,
Forestry and Fisheries
農林水産省



ЯПОНИЯ JAPAN

Welcome to JAPAN Pavillion!
Добро пожаловать в японский павильон!

Дорогие россияне!

Япония – это страна, отличающаяся четко выраженными сезонными годами, обильными зелеными гор, богатыми водными ресурсами, а также богатейшими в мире рыбными угодьями, окружающими наши острова. Все это создает благоприятные условия для производства самой разнообразной продукции сельского, лесного и водного хозяйства. Японские продукты питания – это отражение преимущественно здорового и активного национального характера, а также результат применения современных технологий, гарантирующих отличное качество, отличный вкус и высокую безопасность продукции.
В наши дни японская кухня, особенно суши, благодаря своей полезности для здоровья и совершенноному вкусу, пользуется огромной популярностью во всем мире. Это способствовало значительному повышению спроса на японские продукты питания, в том числе на уникальную даси и ферментированные продукты сальсадо, даси и рыбного хозяйства.
Министерство сельского, лесного и водного хозяйства Японии предоставляет японский павильон на выставке «Проэкспо 2011», предоставляя возможность жителям и гостям столицы познакомиться с производством, приправ, напитков, рисом, соевыми и другими отборными продуктами не всех уголков Японии.
Японский павильон готов принять у себя множество посетителей и помочь им попробовать на себе настоящие японские продукты питания. Мы надеемся, что подобная встреча с новым ресурсом позволит Вам полюбить японскую кухню и продукты питания.

Министерство сельского, лесного и рыбного хозяйства Японии, группа развития экспорта

Pavillion 4, Hall 3



List of Exhibitors Перечень экспонатов

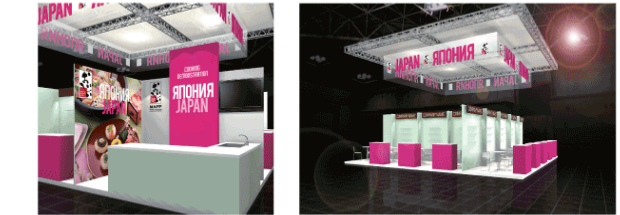
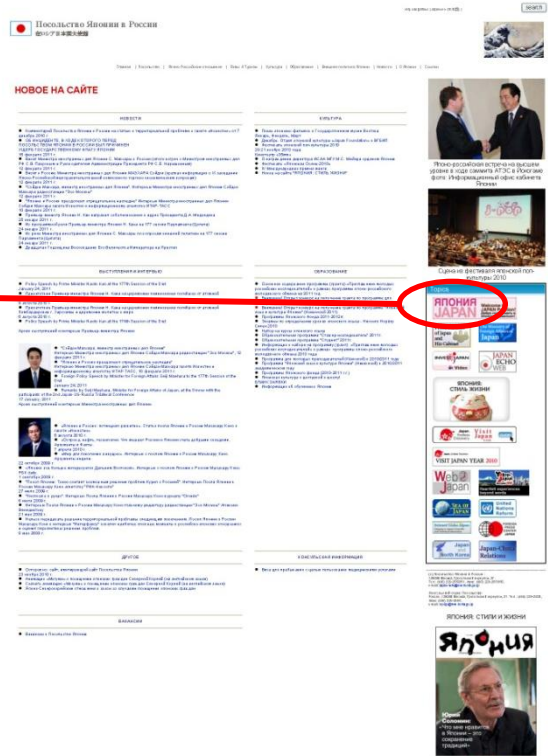
Name of company
Наименование компании



11. 事業運営—メディア実績—

現地WEB広報（大使館ホームページ）

在ロシア日本大使館の協力を得て、大使館ホームページにバナー告知を実施した。弊社ホームページにロシア語でパビリオン概要・位置の告知および出展者の主力産品を紹介し、パビリオンの来展を促進した。



List of Exhibitors Перечень экспонатов

Name of company Наименование компании		Name of company Наименование компании		Name of company Наименование компании		Name of company Наименование компании		Name of company Наименование компании	
ABENO SHOTEN CO., LTD. アベノ商会株式会社	TEL: +81-226-22-6666 FAX: +81-226-22-5090	BLUE PACIFIC CO., LTD. ブルーパシフィック株式会社	TEL: +81-97-529-6385 FAX: +81-97-529-6386	EMICO CO., LTD. エミコ株式会社	TEL: +81-859-24-8844 FAX: +81-859-24-8858	ISAHARA INVESTMENT PROMOTION CO., LTD. 伊原産業投資促進株式会社	TEL: +81-25-222-2451 FAX: +81-25-222-2625	FUTABA CO., LTD. フタバ株式会社	TEL: +81-256-45-7272 FAX: +81-256-45-7165
BEKKEN KAN SAKI COMPANY LTD. ベッケンカンサキ株式会社	TEL: +81-75-623-2050 FAX: +81-75-622-0312	MIYASAKA JOZO CO., LTD. 宮崎川 次郎株式会社	TEL: +81-3-3385-2123 FAX: +81-3-3387-1366	TAKAOKAYA CO., LTD. 高岡屋株式会社	TEL: +81-3-3839-7265 FAX: +81-3-3839-7299	TAKENACHI CO., LTD. 武内屋株式会社	TEL: +81-3-6278-8808 FAX: +81-3-6278-8909	VOX TRADING CO., LTD. ボックス株式会社	TEL: +81-3-3665-4652 FAX: +81-3-3665-6267

11. 事業運営—メディア実績—

主催者広報連携

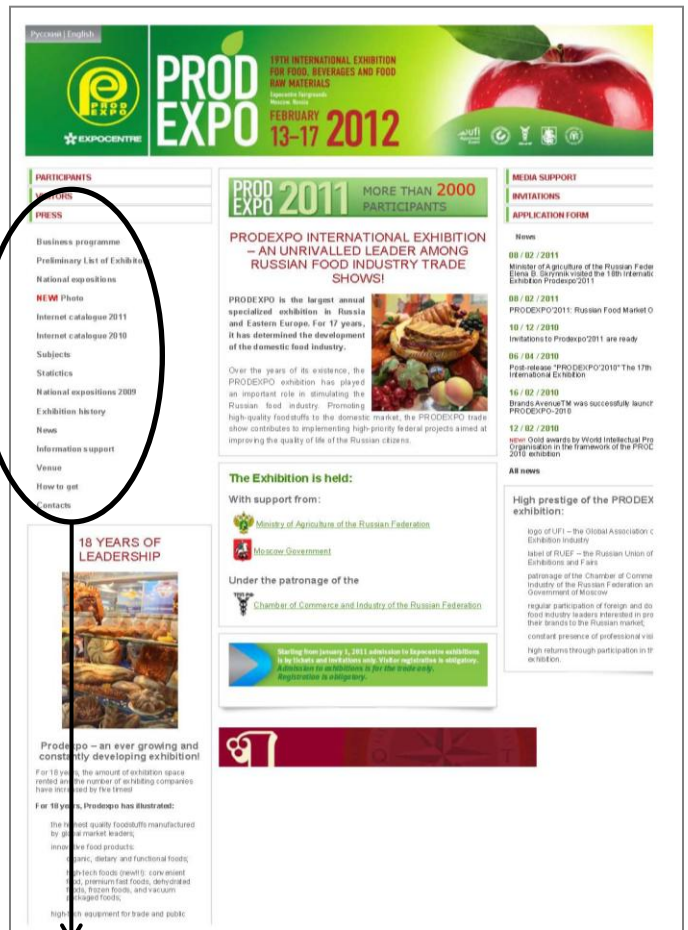
主催者と連携して現地広報を実施した。主催者ホームページには、出展者の告知・およびパビリオンの告知を記事の形で掲載した。

また、カタログ（総合カタログ・来展者ダイジェストカタログ）に出展者情報を登録し、出展者を紹介した。

日本からは日本パビリオン登録（12社）青森県ブース（5社）サントリーの計18社が日本よりの参加として紹介・掲載された。

Japan

AVECHO SHOTEN CO., LTD.....	33
BLUE PACIFIC CO., LTD.....	58
EMUCO CO., LTD.....	90
EURASIA INVESTMENT PROMOTION CO., LTD.....	89
FUTABA CO., LTD.....	203
GEKKEIKAN SAKE COMPANY, LTD.....	76
GOTO SHIMIZU.....	78
JTB COMMUNICATIONS, INC.....	235
KAMIKITA PRODUCE PROCESSING AGRICULTURAL COOPERATIVE.....	100
KANESA CO., LTD.....	102
KANESHO CO., LTD.....	102
MIKI CORPORATION.....	133
MIYASAKA JOZO CO., LTD.....	136
NAKAMURA JOZOMOTO CO., LTD.....	141
ROKKA SHUZO CO., LTD.....	169
SUNTORY.....	259
TAKAOKAYA CO., LTD.....	190
TAKENACHI CO., LTD.....	190
VOX TRADING CO., LTD.....	72



主催者ホームページ



主催者カタログ

- Business programme
- Preliminary List of Exhibitors
- National expositions
- NEW! Photo
- Internet catalogue 2011
- Internet catalogue 2010
- Subjects
- Statistics
- National expositions 2009
- Exhibition history
- News
- Information support
- Venue
- How to get
- Contacts

3つのインデックスから出展者ページへリンクし、出展者の情報取得を可能とした。

11. 事業運営ーメディア実績ー

プレスリリース

開催直前の、プレスカンファレンスで在ロシア日本大使館（仙台参事官）によるプレスリリースを実施。日本パビリオンへの関心が一気に高まった。



カンファレンスの様子



日本パビリオンのオープニングは多数の現地メディアが来展し取材した。



報道関係者各位
ニュースリリース

2011年1月20日

日本国農林水産省
在ロシア日本国大使館

PRODEXPO2011 日本パビリオン出展のお知らせ

**安心安全で、おいしい日本の食!!
日本の食品メーカー10社が“Expo Centre”
に集結します。**

各位様。
平素は在ロシア日本国大使館の活動に格別のご厚情、ご協力を賜り、ありがとうございます。

この度、日本国農林水産省では、モスクワ、“Expo Centre”で開催される“PRODEXPO2011”に、日本の食品メーカー10社を一堂に集めた“日本パビリオン”を出展いたします。
日本国農林水産省は、日本の優れた農林水産物の生産者や流通企業とのコラボレーションにより、ロシアの消費者の皆様にご愛される食品をご紹介しますと努めています。
この機会に、報道関係者の皆様に、安心安全で、おいしい日本の食品を是非ともご体験いただきたく、ご案内いたします。

尚、当日の取材等につきましては、日本パビリオンまでお越しいただき、オペレーション・スタッフにお声をかけられたらば、試食、ご説明、出展者のご紹介、取材資料のご提供など配慮させていただきますので、ご遠慮なくお申し出ください。

出展イベント PRODEXPO2011

出展期間 2011年2月7日～11日

会場 Expo Centre

Krasnopresnenskaya naberezhnaya, 14, Moscow

Tel.: +7 (499) 795 3799, 795 3946

Fax: +7 (495) 605 7210

E-mail: centr@expoctr.ru

ブース名 日本パビリオン



プレスリリース

	出展者名	主な出展物
1	株式会社フタバ	出汁全般
2	ユーラシア投資環境整備株式会社	ドライ食品・冷凍食品全般
3	宮飯醸造株式会社	生味噌・インスタント味噌汁
4	株式会社高岡屋	焼海苔・味付け海苔
5	株式会社ヴォークストレーディング	米、加工米等
6	株式会社エムコ	黒にんにく製品
7	株式会社ブルーパシフィック	ドレッシング・デザート
8	月桂冠株式会社	日本酒・焼酎・リキュール
9	株式会社竹八	水産加工品
10	株式会社阿部長商店	冷凍水産加工品

本件に関するお問い合わせ先

LLCオウエンス 山内秀人
4-3-53, ZAGOR ODNOE SHOSSE MOSCOW, RUSSIA 117152
TEL/FAX: +7(495) 954-8630

12. フォローアップ

商談結果を展示商談会終了後に招聘バイヤーアンケート結果及びプロフィールシート発送した。その後日に商談活動状況をヒアリングして下記の報告を受けた。

商談の状況	商談件数
	会期中
米・米加工品	50件
水産物・水産加工品	52
加工食品	136
アルコール飲料	43
その他	14
計	295

商談件数		
会期後～3月	内成約	内成約見込
20件	-	5
0	-	0
39	-	22
4	-	1
2	-	-
65	0	28

■米・米加工品出展者は、メール・電話で営業を継続中である。米加工品生産者と連携し、ロシアへのレトルト製品から輸出開始を目指し現地追加商談を計画中である。5社が販売窓口として有望であり商談を継続している。

■水産物・水産加工品出展者とは、連絡がつかない状況です。

■加工食品に於いて、調味料を中心に下記の商談が継続されている。

- ・和風出汁で商談が継続中である。レストランルートでの販売で展示期間中に商談した輸入元との交渉段階であるが、成約には至っていない。
- ・今迄実績を有する出展者は、味噌・醤油に加えタレ（蒲焼・焼き肉）が有望商品となる見込みがあり、成分等の最終確認を行っている
- ・ロシアでも人気の味噌・味噌加工食品は、展示商談会で既存のルートに加え新規のルートが開設見込で有益であったとの報告を受けた。既存先からの展示商談会後の発注はない。
- ・アルコール類ではロシアで販売代理店として決定した大手商社と連携した継続商談を行っている。代理店による現地寿司チェーン店等への売り込み段階で、定番化が決定すれば、大型商談の成約になる見込みであり有望である。

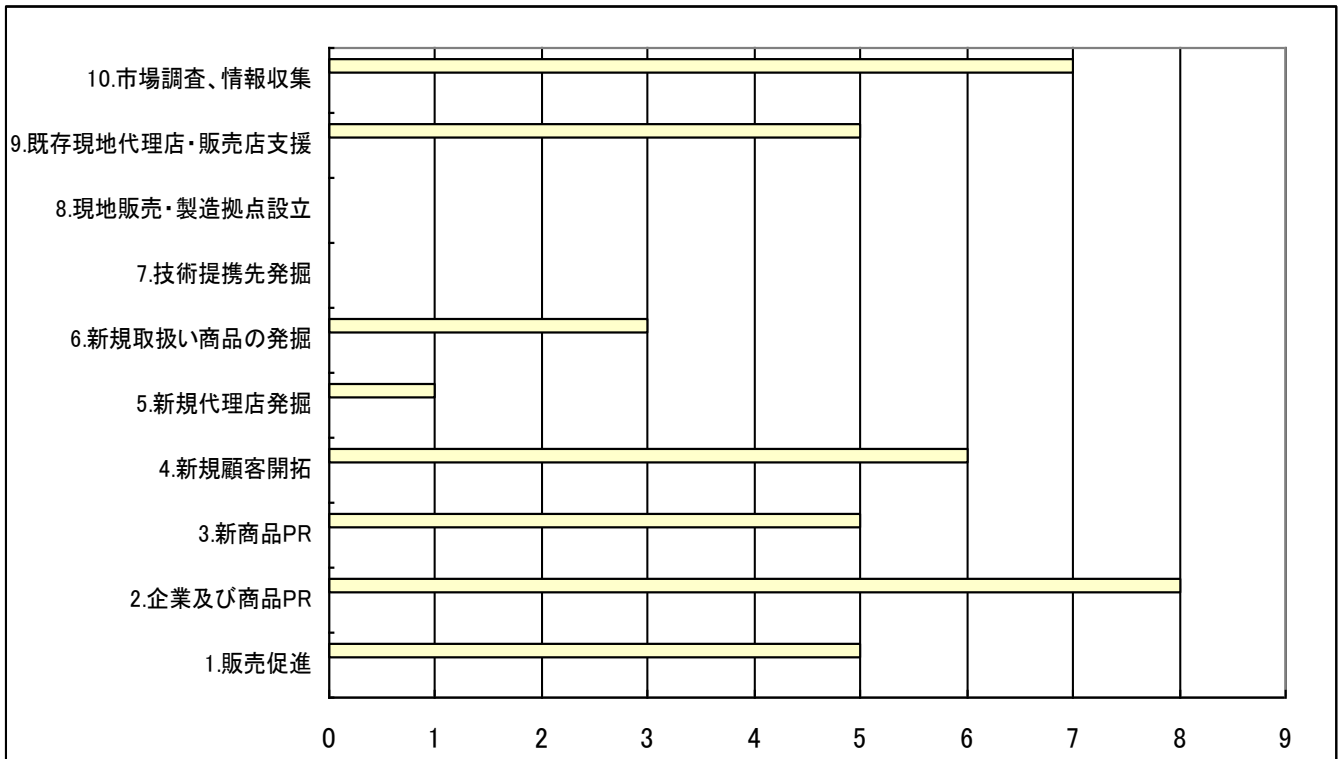
■その他の商品では、展示会後も黒にんにく製品の商談が続けられている。成約可能性あり商談をフォローしているが、成立に至っていない。

展示・商談会終了から約1ヶ月の時点でのフォローアップ調査であり、成約迄至っていないのが現状である。直近では、ロシア側より食の安全に関するデータ提示が求められ対応に苦慮している生産者が多かった。

13. 出展者総合アンケート結果

展示・商談会終了後に、出展者に対して総合アンケートを実施した。

①出展目的 (回答数/8社)



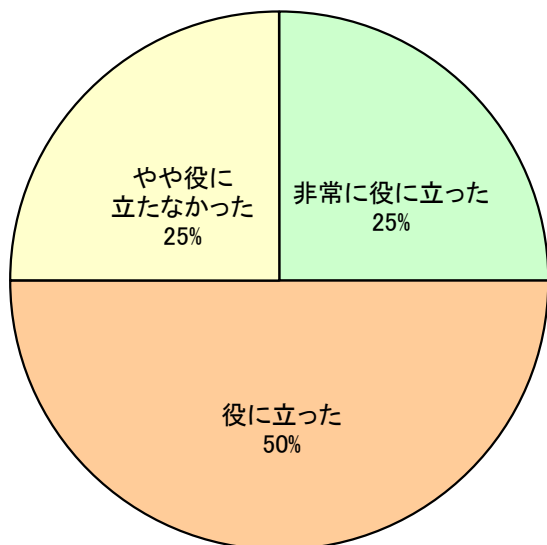
②出展目的に対する満足度 (回答数/8社・複数回答可)

目的に対しての満足が(満足+まあ満足)は3/4、不満足(やや不満足+不満足)が1/4の評価であった。

	満足	まあ満足	やや不満足	不満足	満足 やや満足 (%)	やや不満足 不満足 (%)
1.販売促進		3	2		60%	40%
2.企業及び商品PR	1	4	2	1	63%	37%
3.新商品PR	1	2	2	0	60%	40%
4.新規顧客開拓	1	2	2	1	50%	50%
5.新規代理店発掘		1			100%	0%
6.新規取扱い商品の発掘		3			100%	0%
7.技術提携先発掘					-	-
8.現地販売・製造拠点設立					-	-
9.既存現地代理店・販売店支援	2	2		1	80%	20%
10.市場調査、情報収集	3	4			100%	0%

13. 出展者総合アンケート結果

③全体的に見て、目的を達成するため今回の出展は役に立ったか(回答数/8社)



【主なコメント】

- ・市場規模が分かり潜在顧客を発掘できた
- ・ロシアへ進出する際のヒントがたくさん得られた
- ・スーパーやレストランでデモをした方が効果があった
- ・モスクワ出展2回目で日本食事情がより把握できた
- ・安価品主流であったが価格が倍以上となり製品の販売の難しさを痛感
- ・後手にまわった運営であった

④今回の出展にあたり、運営の項目についての重要度とそれに対する満足度(回答数8社)

	重要度				重要 やや重要 (%)	あまり重要 でない 重要でない (%)
	重要である	やや重要である	あまり重要でない	重要でない		
1.ビジネスターゲットがブースに立ち寄る	6	1	0	0	100.0%	0.0%
2.ビジネスに有効な人脈の構築ができる	8	1	0	0	100.0%	0.0%
3.商談、取引が成立する	4	3	1	0	87.5%	12.5%
4.必要な情報が入手できる	4	2	1	0	85.7%	14.3%
5.輸出先が通関手続きなどがスムーズである	2	3	2	0	71.4%	28.6%
6.日本パビリオンの配置条件が良い	3	3	2	0	75.0%	25.0%
7.レイアウト、装飾が適切である	2	1	3	1	42.9%	57.1%
8.統一コンセプトや集客効果の高いイベント	3	2	2	1	62.5%	37.5%
9.運営事務局がバイヤー発掘やプレスへのPR	8	0	0	0	100.0%	0.0%

■重要度

■満足度

	満足度				満足 やや満足 (%)	やや不満 不満 (%)
	満足	やや満足	やや不満	不満		
1.ビジネスターゲットがブースに立ち寄る	0	4	2	1	57.1%	42.9%
2.ビジネスに有効な人脈の構築ができる	1	5	2	0	75.0%	25.0%
3.商談、取引が成立する	0	7	0	1	87.5%	12.5%
4.必要な情報が入手できる	1	5	0	1	85.7%	14.3%
5.輸出先が通関手続きなどがスムーズである	0	3	1	3	42.9%	57.1%
6.日本パビリオンの配置条件が良い	1	2	1	4	37.5%	62.5%
7.レイアウト、装飾が適切である	2	3	2	0	71.4%	28.6%
8.統一コンセプトや集客効果の高いイベント	2	3	2	1	62.5%	37.5%
9.運営事務局がバイヤー発掘やプレスへのPR	1	4	2	1	62.5%	37.5%

13. 出展者総合アンケート結果

■重要度

⑤日本パビリオンについての重要度と満足度(回答数8社)

	重要である	やや重要である	あまり重要でない	重要でない	重要 やや重要 (%)	あまり重要 でない 重要でない (%)
1.全体的な雰囲気	3	4	0	1	87.5%	12.5%
2.日本パビリオンの位置	6	1	0	1	87.5%	12.5%
3.日本パビリオンのブースデザイン	1	6	0	1	87.5%	12.5%
4.各出展者ブース内のレイアウト	1	5	2	0	75.0%	25.0%
5.日本パビリオンの販促物 (リーフレット、おいしいロゴバック等)	4	3	1	0	87.5%	12.5%
6.集客イベント (試食交流会・クッキングデモ)の内容	3	4	0	0	100.0%	0.0%

【主なコメント】

- ・個々のブースが孤立し、見通せなかった
- ・バイヤー(招聘)の質の向上
- ・カタログパンフレットは大変有効
- ・貴重なデモがあるのに事前調査が行われていない
- ・来展ディストリビューターの情報の事前提示がなかった

■満足度

	満足	まあ満足	やや不満	不満	満足 やや満足 (%)	やや不満 不満 (%)
1.全体的な雰囲気	3	4	1	0	87.5%	12.5%
2.日本パビリオンの位置	1	2	1	4	37.5%	62.5%
3.日本パビリオンのブースデザイン	2	5	1	0	87.5%	12.5%
4.各出展者ブース内のレイアウト	1	7	0	0	100.0%	0.0%
5.日本パビリオンの販促物 (リーフレット、おいしいロゴバック等)	5	2	1	0	87.5%	12.5%
6.集客イベント (試食交流会・クッキングデモ)の内容	2	3	1	1	71.4%	28.6%

13. 出展者総合アンケート

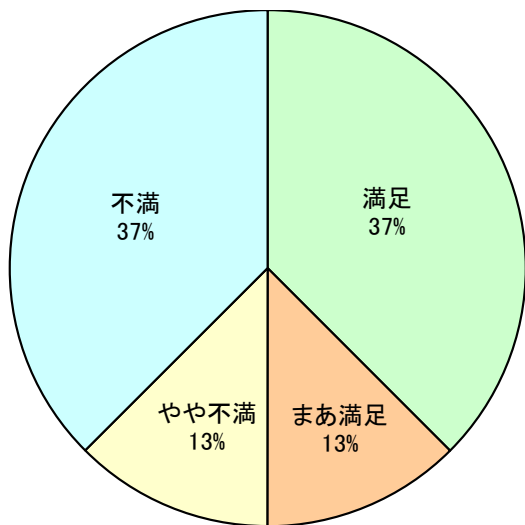
⑥運営事務局の対応(回答数8社)

	非常に満足	満足	やや不満	不満	満足 やや満足 (%)	やや不満 不満 (%)
1.出展募集HPのデザインや分かりやすさ	1	3	3	0	57.1%	42.9%
2.電話問い合わせ時の対応	0	3	1	3	42.9%	57.1%
3.出展者説明会の内容	1	2	1	2	42.9%	42.9%
4.会期中の運営事務局の対応	1	3	1	2	57.1%	42.9%

【主なコメント】

- ・市場規模が分かり潜在顧客を発掘できた
- ・ロシアへ進出する際のヒントが沢山得られた・スーパー/レストランでデモをした方が効果があった
- ・モスクワ出展2回目で日本食事情がより把握できた
- ・安価品主流で価格が倍以上となり製品の販売の難しさを痛感・後手にまわった運営であった
- ・レストラン・スーパー関係者が少なかった

⑦運営事務局への満足度(回答数8社)



運営事務局について、事前準備期に出展物輸送等での問題が発生した。これらアンケートでは運営事務局の対応に不満を感じる出展者と満足と評価する出展者が2分された。

⑧今後、このような国際食品見本市があれば参加するか(回答数8社)

はい	いいえ
8	0

【参加希望国・都市】

- ・北アメリカ ・中南米(ブラジル等)
- ・東南アジア
- ・東欧 ・ドイツ
- ・パリ ・ドバイ

14. 総括-1

◆ PROD EXPO 2011について

主催者への電話取材による2010年開催との比較は以下の通り

【出展者数】2010年 1,790社（57カ国）
2011年 2,000社（55カ国）

【来場者数】2010年 56,000人
2011年 51,000人 ※5,000人の減少（90%以上が流通業者）

- ・一日当たり平均1万人の来場であった。
- ・現地にて対応した感触によると90%が流通関係者となっているが、一般顧客のウェイトが少し高い印象をもった。
- ・ロシア最大の食品見本市で人出の絶えない見本市であった。直前に空港テロが発生し、大変厳しい警戒態勢が敷かれていた。

◆日本パビリオンについて

パビリオンは、10社参加を得て実施した。パビリオン設営は、搬入日の朝に完成しスムーズな設営が出来た。会期中展示棚1枚が落下するトラブルがあったが、即日補修対応した。一度停電が発生したが、短時間で復旧した。

日本パビリオンの（デザイン・レイアウト等）に関しての満足度はアンケートによると平均80%の出展者から満足（まあ満足を含む）の評価であった。ただパビリオン位置に関してはパビリオン位置が第3パビリオンの一番奥となった為不満足が満足を上回った。

運営面では、開催期間中毎日朝礼を実施し、その日の予定・連絡事項の連絡および問題点を抽出し速やかな対応に務めた。主な期間中に寄せられた問題点は出展品輸送に関する費用の問題、マッチング商談会でのバイヤー来展時間の明確化等であった。可能な限り回答、改善をした。出展目的に対する満足度および出展が役立ったかの評価は平均75%の出展者から役立ったとの回答を得た。

◆日本パビリオンの広報について

現地広報活動に於いては、在ロシア日本国大使館のご協力のもと、有意義な広報活動を展開する事ができた。在ロシア日本国大使館のホームページによる広報および現地メディアへの告知を充実することができた。

◆デモンストレーションについて

ロシアにおいては真の日本食・食文化のPRが、今後の日本の農水産物・食品輸出拡大に不可欠なため、在ロシア日本食レストラン協会の協力を得てデモンストレーションを実施。多くの来場者があり予想以上の反響であった。

パビリオンの位置はHALLの一番奥で決して立地は良くなかった。しかし、デモンストレーションの効果もあり、周辺と比べ来展者が絶えず、注目を集めるパビリオンとなった。

14. 総括－２

◆展示商談活動について

展示商談は、ロシアへの日本の農水産物・食品の輸出促進の為に重要な活動と考え運営した。見本市に来展する現地需要者との商談に加え、事前に招聘活動をした20社のバイヤーとの商談を実施した。

出展者ブースでの来展者との活発な商談（一般商談）に加え確実なマッチングで精度の高い商談機会を提供するため招聘バイヤーアテンド型商談を組み合わせて実施した。

2つのタイプの商談合計295回の商談に対して、90件の継続商談案件を得た。商談成約に向けフォローアップが重要であり、今後商談活動の継続支援を行っていく。

◆出展物輸送について

ロシアは食品輸入では困難が伴う国である。特に水産品・水産加工品の輸送に関しては特に大きな困難が伴う現状である。本事業での輸送計画は、ロシアでの空港テロ発生もあり途中にて変更を余儀なくされた。

出展品輸送は予定通り開催前日に会場搬入したが、その調整期間中の1月中旬以降、出展者各位に計画変更に伴いご迷惑をお掛けする結果となった。

今後の対応として、輸送出展品の情報を確実に把握し、余裕のある輸送スケジュールの立案・実施が必要と考える。又現地ロシアに進出している企業とのタイアップが重要と考える。

加えて、ロシアでの食品貿易環境改善の為、国どうしの交渉をお願いする所存である。

◆最後に

事前準備期間で、当初12社の出展決定から、出展品輸送の問題から水産品出展予定業者の出展辞退。また空港テロ発生に起因して食品出展業者の計2社の出展辞退があり、10社の出展となった。

展示商談会開催期間中は、出展者・関係者各位の協力で活発な活動を行う事ができた。

今後の国際見本市の参加希望アンケートでは全ての出展者から参加の回答を得た。現地での生の声に直接接する事は大変有効な機会と考える。

展示商談会の目的、商談成果のより多くの獲得を目指し、フォローアップを通じ出展者の商談活動の支援を継続する次第である。