

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。

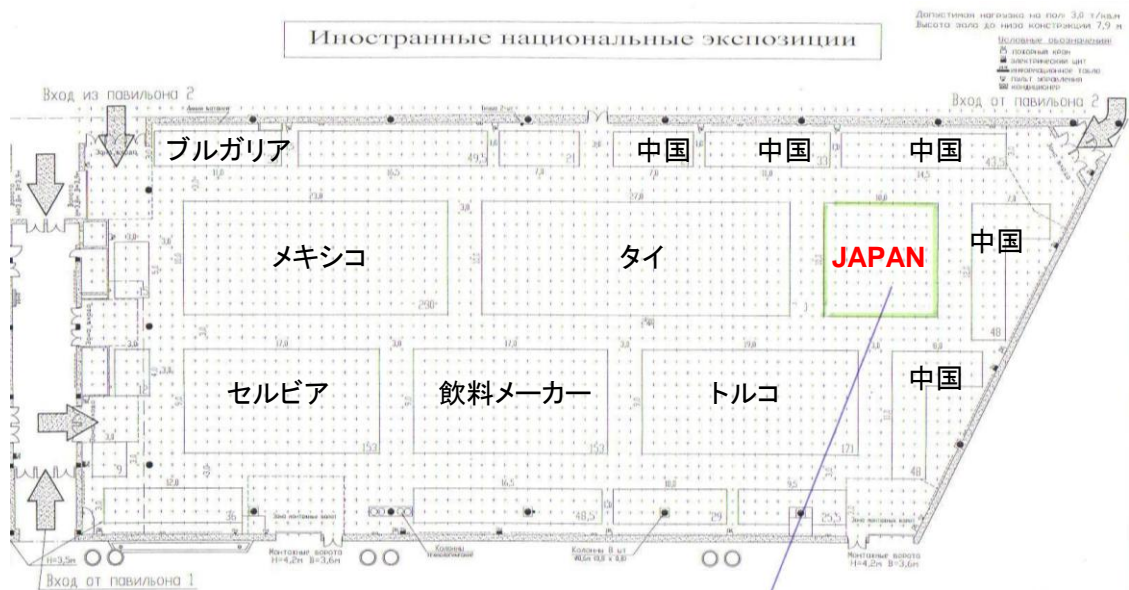
なお、本事業は、農林水産省が株式会社JTBコミュニケーションズに委託して実施致したものである。

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



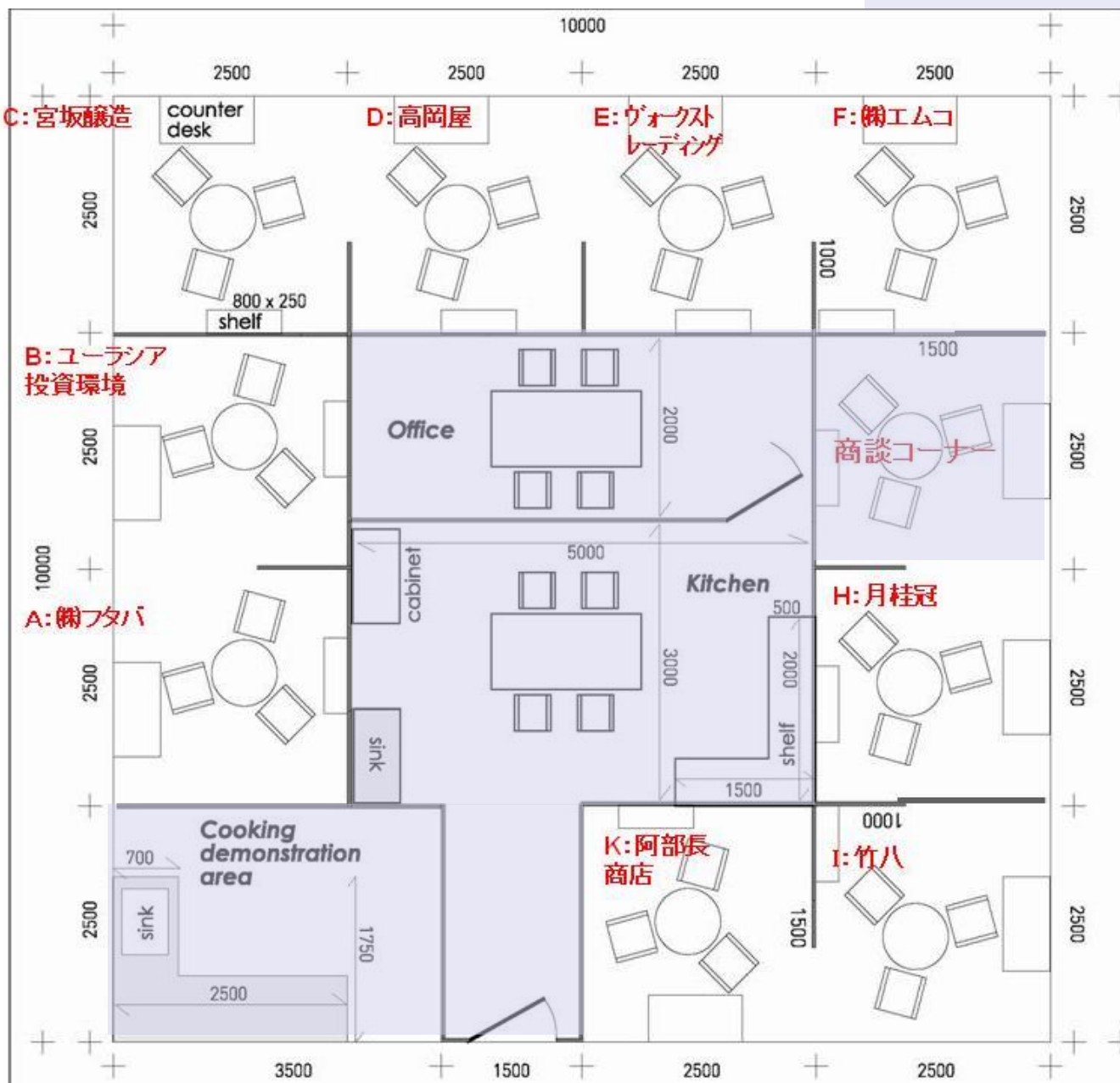
(オープニング直前の日本パビリオンの外観)

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)

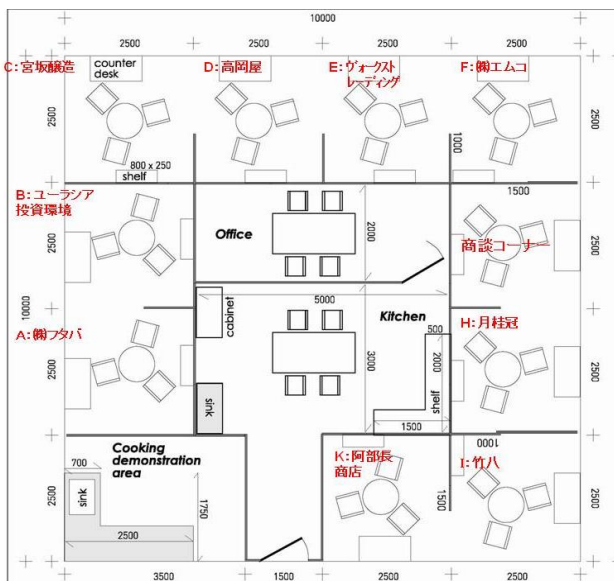
3. 日本パビリオンの概要



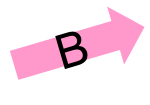
■ A方向より
開催期間中は来展者の
大半がこの方向より日本
パビリオンに来展した。



■ 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



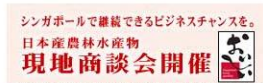
平成22年度
海外ビジネスネットワーク構築事業



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店舗以上と書われています。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新たな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



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



◆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

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

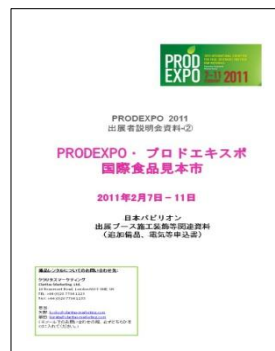
小林 創 氏

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

(施工に関する資料)



(物流の説明資料)



(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

1854
HEDIARD
PARIS



【モスクワ全体での位置関係】



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



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	
FAX (495) 913-87-26	Moscow, St.Usievicha, 24/2		
	e-mail		foodservice@eastw.com
会社概要 Company Background	1996年に創立。主にHills-Ca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「フランクスタシ」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方向 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。

