

平成 22 年度  
海外ビジネスネットワーク構築委託事業  
ジャパンパビリオン設置  
Asia Fruit Logistica 2010

実施報告書

平成 23 年 2 月  
株式会社近鉄エクスプレス販売  
(農林水産省委託事業)

## 目次

1.	はじめに	3
2.	展示会概要	4
3.	出展者一覧	4
4.	ジャパンパビリオンの状況	5
5.	会期中の実施イベント	5
6.	会期中の配布物	6
7.	メディアの取材	6
8.	来場者の反応	7
9.	デイリーアンケートの実施	7
10.	期間を含めた様子	8
11.	現地マーケット視察ツアー	10
12.	出展者アンケート（会期後）	11
13.	会期後のフォローアップ	18
14.	事務局総括	19

## はじめに

本報告書は、平成 22 年度海外ビジネスネットワーク構築事業によりジャパンパビリオンの設置、運営を行った香港における果実・野菜専門見本市「Asia Fruit Logistica 2010」への出展事業実施概要を取りまとめたものである。

農林水産省では、農林水産物・食品の輸出額を平成 29 年までに一兆円規模にするという政府目標の実現に向け、様々な輸出促進対策事業を実施している。海外ビジネスネットワーク構築事業(ジャパンパビリオン設置)は、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、こうした海外市場への日本産農林水産物・食品の輸出拡大を目的に、主な海外市場で開催される食品見本市にジャパンパビリオンを設置し、輸出意欲のある生産者、メーカー、商社及び関連団体等に対し展示・商談活動の場を提供すると共に、我が国生産者と海外バイヤー、消費者等とのビジネスネットワークの構築を支援するものである。

本事業においては、日本産農林水産物・食品の輸出額が最も多い香港市場の特性を考慮しながら、開催都市香港のみならず、中国本土、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア等の周辺諸国からの集客が可能な Asia Fruit Logistica 2010 において、ジャパンパビリオンを設置、出展 10 者への商談支援を行った。

香港における食材市場は、我が国同様に輸入の依存度が高く、輸入関税も低いことから数多くの国々が香港向けに食品の輸出を行っている。我が国の農林水産物・食品の輸出額も香港が最も多く、近年の経済発展に伴う所得水準の上昇や、日本文化の浸透なども後押しして順調な需要の伸びを見せている。一方で日本産農林水産物・食品が多く市場に出回っていることから、他国商品との価格競争のみならず国内同業者との競争や、商品選定の厳しさも窺えるマーケットである。

本報告書が、今後同地域への農林水産物・食品の輸出を検討する関係各位にとって参考となれば幸いである。

平成 23 年 2 月

## 1.展示会概要

展示会：	Asia Fruit Logistica 2010
会期：	2010年09月08日(水)～10日(金) 各日13:00～18:00
会場：	Hong Kong Convention and Exhibition Centre (香港コンベンション・エキシビションセンター) 住所： 1 Expo Drive, Wan Chai, Hong Kong, China TEL： +852-2582-8888 FAX： +852-2802-7284 URL： <a href="http://www.hkcec.com.hk/">http://www.hkcec.com.hk/</a>
主催：	Global Produce Events
出展者数：	30カ国 304社(前年比34%増)
来場者数：	60ヶ国 4,100人(前年比20%増)
出展品目：	果実、野菜、有機栽培農産物、カット・ケータリング果物/野菜、 ドライフルーツ、ナッツ、ハーブ、スパイス、その他食品、花卉
ウェブサイト：	URL： <a href="http://www.asiafruitlogistica.com">http://www.asiafruitlogistica.com</a>

## 2.出展者一覧

No.	出展社名	都道府県	出展品
1	IPM 西本株式会社	東京都	ハウスたねなし柿、あんぼ柿
2	株式会社ムラカミ	北海道	メロン、すいか、とうもろこし、 じゃがいも、トマト、アスパラガス、 かぼちゃ、タマネギ
3	株式会社ニューズ	愛媛県	温室みかん、みかんジュース
4	株式会社秀農業	愛知県	いちじく、ドライいちじく、 やさシフォン
5	株式会社カネトシ	兵庫県	ゆずぽん酢、ゆず果汁、希釈用ゆずドリ ンク、ゆずごしょう
6	株式会社サンクゼール	長野県	ジャム、ワイン、梅酒、シードル、パス タ
7	農林中央金庫	東京都	サツマイモ、焼き芋、饅頭、 ゆず、ゆず果汁、ユズマーマレード
8	天成貿易株式会社	千葉県	きゅうり
9	太平総研株式会社	佐賀県	なす、たまねぎ、きゅうり、レタス、 かぼちゃ
10	トキタ種苗株式会社	埼玉県	トマトベリー

### 3. ジャパンパビリオンの状況

展示会場の受付所に最も近い入口に位置し、来場者にとって非常に分かり易い場所であった。パビリオン自体も制限ぎりぎりの 4.5mの高さに設定したことから、他国パビリオンと比べインパクトのあるものとなった。

パビリオン内配置図▶



▼各ブースの様子



### 定例連絡会

事務局と出展者との情報共有を目的に、毎日 12 時 30 分より出展者全員を集めて連絡会を実施。事務局からの連絡事項、デイリーアンケートによる日本パビリオン来場者数と商談数、その他問題点や改善点を報告。

### 4. 会期中の実施イベント

希望出展者によるデモンストレーション及び弊社プレゼンテーションを共有ブースである J A P A N P L A Z Aにて実施。各社出展品の試食やレシピの紹介、生産方法などを来場者に紹介した。また、日本産フルーツに関する総合的なプレゼンテーションを行い日本産農産物に対する理解を深めてもらった。初日は商談やメディア取材が入るなど、ジャパンパビリオンへの予想以上の来場のため予定通りにイベントが始められないというハプニングもあった。2日目以降は、その時間帯での来場者が多く商談に繋がる可能性が高いことをふまえ、各出展ブースでのデモ実施に変更した。ジャパンパビリオン周辺にてイベントへの来場誘致を行ったが、来場者が全てプロのバイヤーであり、限られた時間の中でそれぞれ目的をもって動いていることから、この種のイベントには興味を持ちつつも、一定時間を拘束されることから BtoC の展示会との比較において、大勢の「観客」を誘致することは困難であった。入場者数が限定される真の意味でのプロの為の展示会において、このようなイベントを開催した場合の有効性については今後の対応を検討する必要があると考える。

デモ・プレゼン実施者	内容
ムラカミ	北海道産果実・野菜の紹介と試食
太平総研	自社紹介と出展野菜の試食
サンクゼール	自社ジャムを使った試食とレシピ紹介



▲太平総研プレゼンテーション風景

## 5.会期中の配布物

会期中、日本パビリオン来場者に対し日本産果実・野菜について紹介をしたパンフレット及び日本パビリオンの概要を載せたリーフレット（DM）の配布を行った。パンフレットは中国語（繁体字）版、英語版双方とも会期中に全て配布することができた。併せて用意した「おいしいバッグ」も人気があり、展示会場を歩くと、あちらこちらで見かけることができ、日本パビリオンの宣伝効果アップに繋がった。



## 6.メディアの取材

弊社現地法人を通じ、香港のメディア関連会社（新聞社、雑誌社など）に対し事前のプレスリリースを配信した。会期中に数社のメディアが来場し出展者へのインタビューや出展品の紹介などが行われ、テレビのニュース番組や新聞等で取り上げられた。中にはニュースで紹介された出展品（かぼちゃ）を見て、翌日展示会に来場し直接購入を希望してきたバイヤーもおり、メディアによるPR効果が非常に高いことを認識した。



▲テレビ局取材風景①



▲テレビ局取材風景②



▲テレビ局取材風景③



▲現地邦人向け情報誌



▲現地紙

## 7.来場者の反応

日本産品（出展品）に対する来場者の反応は全体的に非常に良かった。来場者にヒアリングをしたところ、どの商品（試食）についても「非常に美味しい」、「甘くて美味しい」、「素晴らしい」などの評価を得ることができた。一方で、「値段が高い」などの意見も一部の来場者から聞かれた。

ジャパンパビリオンについてもパビリオンの写真を撮る来場者が多く見受けられた。主催者からもジャパンパビリオンは他に比べて盛況であるというコメントがあった。

## 8.デイリーアンケートの実施

会期中、各出展ブースでの来場者数、商談件数、商談成約件数、成約品目、商談見込み件数、成約見込み品目、商談が多かった品目（反応の良かった商品）、気づいた点・問題点についてアンケートを実施した。結果は以下のとおり。

### ■各ブース来場数及び商談件数

出展者名	来場者数				商談件数			
	9/8	9/9	9/10	合計	9/8	9/9	9/10	合計
10 社合計	1586	1367	1140	4093	215	228	94	537

### ■各ブース商談成約件数及び商談見込み件数

出展者名	商談成約件数				商談成約見込み件数			
	9/8	9/9	9/10	合計	9/8	9/9	9/10	合計
10 社合計	2	6	4	12	22	28	11	61

## 9.期間中を含めた様子

### 9月6日(月) 会期前々日

午後12時より施工開始。6日夜までに施工の80%を完了。



### 9月7日(火) 会期前日

午前中：残り20%の施工作業（電源設備設置、パネル類設置、机・椅子・展示台等の搬入作業、等）を行い、特別な問題も無く当日夜には施工が完了した。



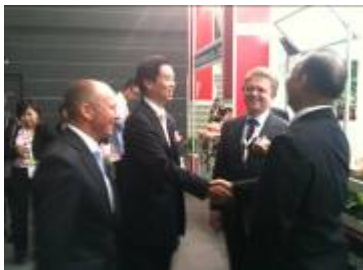
午後4時より JAPAN PLAZAにて参加出展者全員を集めてのオリエンテーションを実施。本見本市での目的の再確認、会期中のスケジュール、日本パビリオンでのルール、設備等の説明を行った。

オリエンテーション終了後、各出展ブースにて出展品搬入の確認や装飾作業を各自実施。



## 9月8日(水)～9月10日(金) AFL会期中

AFLオープニングセレモニー後のVIPデリゲーションにて日本パビリオンに立寄り。日本産果実・野菜の品質の高さをアピールし試食をしてもらった。



### ジャパンパビリオンへの来場風景・試食風景

会期中ジャパンパビリオンには数多くの来場者が訪れた。各出展者とも試食を提供しながら自社商品の売り込みをしている様子が窺えた。用意していなかったことに加え、出展品目が少なかった企業は来場数も他に比べ少ない様子であった。(デイリーアンケートでは出展品を複数にして、試食も出せる体制をとるべきとコメントを残している)。展示会でのブース装飾や出展品目数及び試食の提供が来場誘致には必須であることを改めて認識した。



商談風景

