

平成 22 年度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 (韓国 (Food Week 2010)))

実施報告書

Food Week 2010

2010 年 11 月 18 日～21 日 (韓国・ソウル)

平成 23 年 2 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 22 年度海外ビジネスネットワーク構築委託事業によりジャパンパビリオンを設置・運営した国際見本市「Food Week 2010（2010 年 11 月 18 日～21 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、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）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、開催国韓国を初めとして、アジア各国からバイヤーが来場する同国最大級の食品専門見本市である Food Week 2010 にジャパンパビリオンを設置し、日本産農林水産物・食品のアジア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ものである。

平成 23 年 2 月

****目 次****

はじめに

I	Food Week 2010 開催概要	1
II	ジャパンパビリオン参加概要	2
III	事前業務内容	8
IV	総 評	12
V	出品者アンケート結果	14
VI	記録写真	27
VII	参考資料	37
	1. 出品者募集案内資料	38
	2. ジャパンパビリオンの 広告	44
	3. 来場者アンケート	46
	4. 新聞等クリッピング	52

I. Food Week 2010 開催概要

1. 開催概要

- ・ 名称： Food Week 2010 (2010 ソウル国際食品産業展)
※Korea Food Expo 2010 にフェアインフェア方式で統合開催
- ・ 会期： 2010年11月18日(木)～21日(日) 10:00～17:00
※21日(日)のみ 10:00～16:00
- ・ 開催地： 韓国・ソウル特別市
- ・ 会場： COEX (ホール A～D)
<http://www.coex.co.kr/jpn/>
- ・ 主催者： COEX、韓国調理機械工業協同組合、月刊ホテル&レストラン、農水畜産新聞社、ザ・バイヤー、京郷新聞社、韓国ベンチャー農業大学、B2EXPO、at 農水産物流通公社、京畿農林振興財団
- ・ 展示面積： 36,000 m² (2009年実績： 20,378 m²)
- ・ 出品者数： 687社/1,723小間 (2009年実績： 593社/1,213小間)
- ・ 出展国数： 18カ国・地域
(韓国、日本、中国、米国、フランス、チュニジア、台湾、アルメニア、ASEAN10カ国)
- ・ 来場者数： 153,732人 (主催者発表、前回来場者数： 93,113人)
- ・ 開催頻度： 毎年

2. 事前の抽出課題：

日本から韓国への農林水産物輸出額は、すけとうだら、たい、さば等の魚介類、アルコール飲料などを中心に依然として高い水準で推移しており、韓国は 2009 年実績で輸出相手先の第 5 位となった。また、金額は大きくないが、味噌、しょうゆ、水産ねり製品の主要な輸出先でもある。近年ではうどん、とんかつ、おでんなど、一部の日本食が韓国人の一般的な食事として定着している他、日本式居酒屋とラーメン店、カレー、おにぎりなども人気上昇している。加えて、日本の外食産業の韓国進出も本格化しており、日本食品の更なる需要拡大が見込まれている。そのため、韓国国内の景気回復傾向とあいまって、今後とも韓国市場は日本産農林水産物・食品の販路拡大の余地が十分にあると考える。

一方で円高ウォン安傾向が続く為替動向、厳しい植物検疫条件、日系百貨店・スーパーの不在など、日本企業の市場参入に対する課題も散見されるが、より積極的な商談支援活動を行うことで日本食品の輸出は更に伸びる状況であることは間違いない。そのためにも、有望バイヤーの発掘と関係構築を継続していくことが重要となっている。

なお、韓国政府は本見本市を 2011 年の国庫支援対象の有望展示会に指定しており、海外バイヤー招聘などに支援金を充当するため、食品見本市としての更なる発展が期待されている。

3. 事業実施に当たっての工夫：

更なる日本食材の販路の創出・拡大を目指すためには、以下のような具体的なアプローチ方法が考えられ、本事業において実施した。

- ・ 韓国において開催される他の食品見本市を通じて新規有望バイヤーの発掘を行った。
- ・ バイヤーリストを更新し、全バイヤーに事前に出品者情報を提供して電話で直接勧誘することで、ジャパンパビリオンへの有力バイヤーの確実な誘致を図った。

- ・展示会主催者にジャパンパビリオンの広報とバイヤー誘致の協力を取り付けた。
- ・ジャパンパビリオンの立地を最も効果的な動線の位置に実現した。
- ・出品者説明会において韓国の食品市場セミナーを実施することにより、出品者によりの確な売込先と売込み方法を伝えた。
- ・出品者の会社案内や製品パンフレットなどの韓国語訳をサポートすることで、バイヤーへの的確な情報提供を目指した。
- ・バイヤーと出品者が落ちついた環境で商談に臨めるスペースの提供を目的に、バイヤーラウンジを設置。共用通訳を配置し、商談支援も実施した。
- ・ジェトロの海外コーディネーターを活用し、出品者への韓国市場・ビジネス展開に関するアドバイスや会期中のバイヤーとの橋渡しを行い、具体的な商機に繋がるようフォローした。
- ・食品輸出を担当する駐在員と食品調査を担当する韓国人職員による、出品準備段階から会期後のフォローに至るまで出品者に対する相談対応を実施した。
- ・スペース料の主催者からの割引、入札による施工費の節約により、バイヤー誘致やバイヤー向け情報の整備などに向けた広告費、派遣職員雇用費などを捻出した。

II. ジャパンパビリオン参加概要

1. 参加趣旨：

韓国は、日本の農林水産品の輸出相手国として第5位（2009年実績）の重要な輸出市場であり、150万人を越える日本への渡航者を背景に、日本式居酒屋やラーメン店がブームとなるなど、日本食・日本食品の需要が近年増加している。また、健康志向や安全志向からも日本食・日本食品への期待が高まっており、政府目標（平成29年までに輸出額1兆円水準を目指す）の下、重要な輸出市場となりつつある。

こうした中、韓国・ソウルで開催される同国最大規模の食品見本市 Food Week 2010 に「ジャパンパビリオン」を設置することにより、日本の農林水産物・食品の今後のさらなる販路創出・拡大に資することを目的としている。

2. 参加規模：「ジャパンパビリオン」504㎡、56小間(1小間：約9㎡)

(1) 出品者スペース 46小間

(2) 共用スペース 広報ブース(2小間)、バイヤーラウンジ(6小間)、共用キッチン(2小間)

3. 出品企業：46企業・団体

4. 出品物：日本酒、水産物・同加工品、日本茶、菓子、農産物・同加工品、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、回答のあった出品者46社・団体（回答率100%）のうち、46社・団体が「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46者中36者）

(2) 会期中の商談2,155件、成約63件、成約見込み225件、代理店申し込み85件。

(3) 会期中に成約または成約見込みに至った商品としては、水産加工品、日本酒、飲料等が挙げられる。

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。

- (4) 会期中の商談アレンジ件数は総計 1,260 件、1 出品者あたりの件数は 13 件から 42 件となり、1 出品者あたり 5 件の商談アレンジ目標を達成した。
- (5) ジェトロ・ソウル・センターから 11 月 16 日（火）、在ソウル日系報道各社に幹事社（共同通信）を通じてリリースしたほか、同センターより聯合通信、ニュースネットアジア（NNA）、KRN にも流した。その結果、以下のとおり報道された。

【テレビ】

11 月 19 日 23：25～ NHK Biz スポ 「中小企業 韓国で日本食品 PR」

11 月 23 日 05：50～ テレビ朝日 ANN ニュース 「韓国最大の食品見本市 日本の出展が過去最多」

【新聞等】

11 月 16 日 聯合通信 「ソウル国際食品産業展、日本から 46 社・団体が出展」

11 月 17 日 KRN 「18 日からフードエキスポ開催、過去最大規模に」

11 月 17 日 NNA 「国際食品展あす開幕、日本から 46 社が出展」

11 月 19 日 東京新聞 「ソウルで食品展開幕」

11 月 22 日 NNA 「『本場の日本の味』を PR ソウルの食品展示会に大挙出展」

（その他）

会期初日（18 日）の開会式後、劉正福・農林水産食品部長官等が会場を巡覧、ジャパンパビリオンを視察。

6. 課題：

- (1) 複数の出品者から「前半 2 日間はバイヤー中心の見本市と聞いていたが、2 日目は一般人が多く、商談が進まなかった」「土日は商談にならないので展示会は前半 2 日間で十分」との声があった。
- (2) 運営事業者として以下の情報を出品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や広報媒体の作成方法（翻訳サポートを含む）、見本市出品をきっかけとした成功事例等の情報を出品者説明会、メール配信、出品者向けウェブサイトなどを通して提供していくことが必要。特に初めて出品する出品者に対しては個別面談等を実施し、各社のニーズに合わせた情報提供を行うことで、準備・商談を円滑に行えるような支援体制をさらに整えていく必要がある。
- (3) バイヤー誘致については、出品者のニーズを事前に把握したうえで、ターゲットとなるバイヤーを積極的に誘致し、商談をアレンジする際にはミスマッチが起こらないようにする必要がある。

7. ジャパンパビリオン:

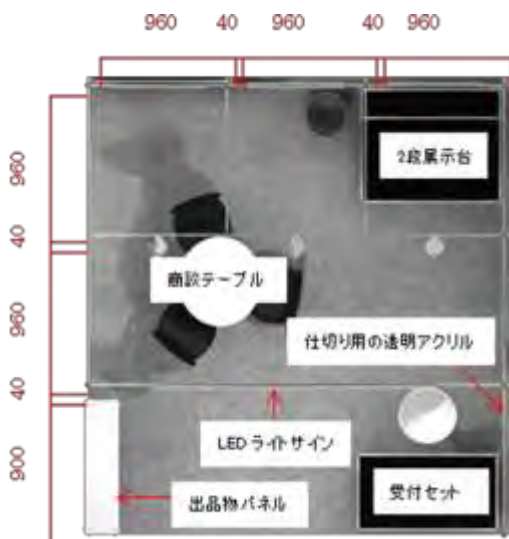
(1) スペース内訳

- ・ 出品者ブース 46 小間
 - ・ 共用ブース 10 小間
- ① 広報ブース 2 小間
 - ② 共用キッチン 2 小間
 - ③ バイヤーラウンジ 6 小間

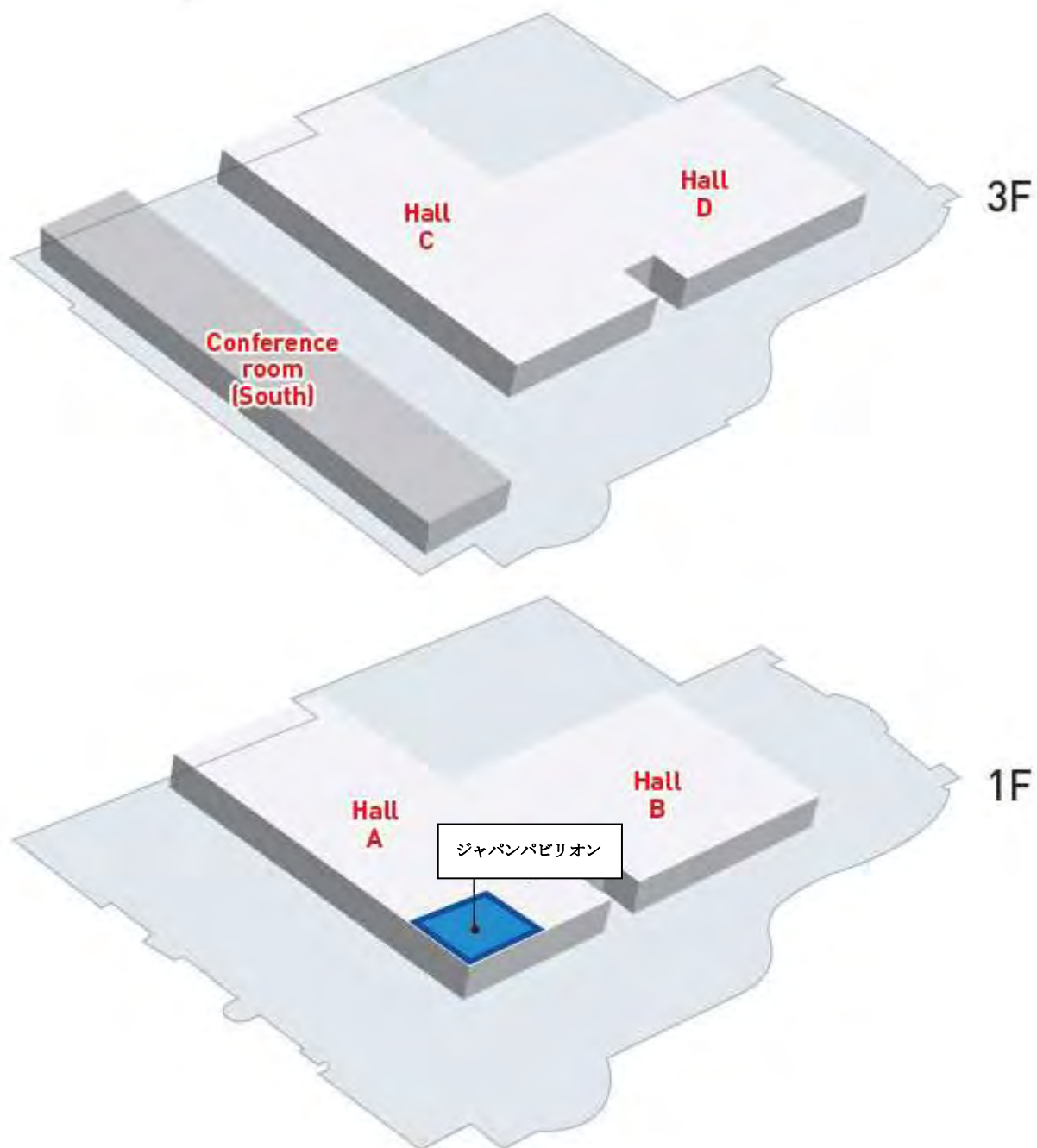


(2) 基礎小間ブース(1 小間 9 m²。ただし、柱の部分を含む。柱は幅 0.25m、奥行 0.90m)

- ①側/裏面の壁 (横 1m x 縦 2.4m の白のパネルとアルミニウム・フレーム)
- ②社名版 (LED ライト付き)
- ③照明 (100W のスポットライト 3 個、100V の埋め込み灯 3 個)
- ④電力 (最大 1KW 容量の 220V、単相 13amp コンセント)
- ⑤案内デスク及び商談テーブル
 - 商談セット : 丸テーブル+椅子 3 脚
 - 受付セット : カウンター (幅 100 cm 高さ 100cm 奥行き 50cm) +椅子 1 脚
 - 2 段展示台 (幅 100 cm 高さ 130cm 奥行き 50cm) 1 台
 - ゴミ箱
- ⑥出品者・出品物の情報を掲載したパネル (パンフレットと同一の内容)

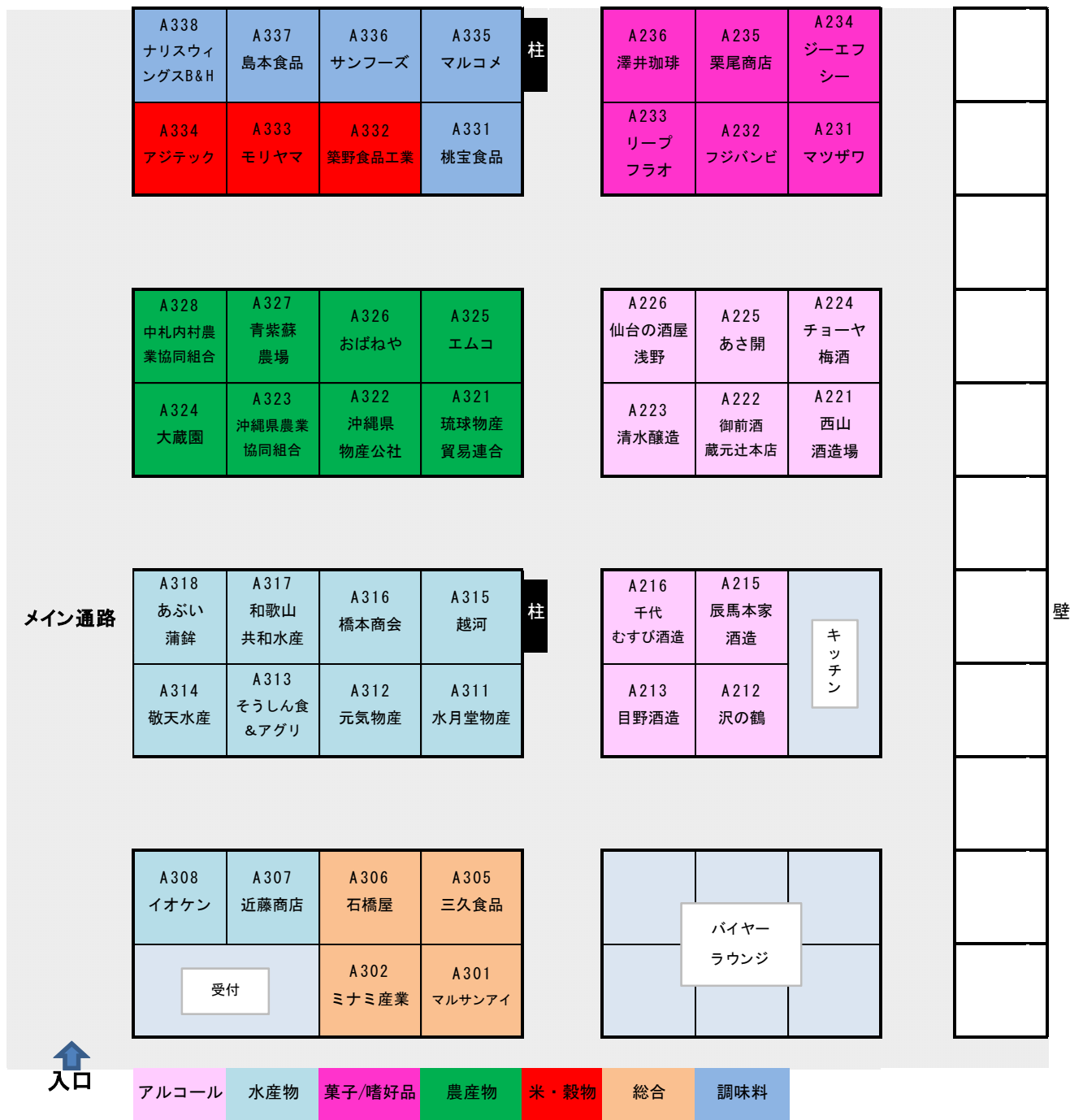


8. ジャパンパビリオン位置：
ジャパンパビリオンの出展会場はHall A



9. ブースレイアウト図：

Food Week 2010 JAPAN Pavilion Design Plan 配置図



10. ジャパンパビリオン出品者一覧：

(50音順、敬称略)

	出品企業・団体	地域	品目
1	青紫蘇農場株式会社	熊本	しそドリンク、しそドレッシング、しそ茶、しそ塩、しそ酢、しそ素麺、大葉
2	株式会社あさ開	岩手	日本酒、リキュール
3	株式会社アジテック	岩手	大豆蛋白を原料とする製品、発芽玄米製品
4	有限会社あぶい蒲鉾	鳥取	魚肉ねり製品
5	株式会社イオケン	鹿児島	鹿児島産養殖カンパチ、鹿児島産養殖クロマグロ、ブリ照り焼き(レンジアップ)、サバの漬タタキ、マダイのつけ茶漬け
6	有限会社石橋屋	福岡	こんにやく、こんにやく麺、コンニャク・パウダー、こんにやく関連商品
7	株式会社エムコ	鳥取	黒にんにくエキス、黒にんにくペースト、黒にんにくソルト、コラーゲン
8	有限会社大蔵園	静岡	日本茶(掛川産深蒸し煎茶、抹茶入り玄米茶、ティーバッグ関連商品)
9	沖縄県農業協同組合	沖縄	農産加工品、農産物
10	株式会社沖縄県物産公社	沖縄	沖縄産素材を使用した健康食品、農産物
11	株式会社おばねや	栃木	若採り里ごぼう、あっさり梅ごぼう、たまりらっきょう
12	有限会社栗尾商店	徳島	鳴門うず芋、大学芋のからめ蜜、和風スイートぼてと塩
13	有限会社敬天水産	鹿児島	カンパチ・ブリの薫製・薫製炙り、照り焼き、カマ
14	有限会社元気物産	宮城	三陸産乾燥イサダ、マグロコラーゲン
15	株式会社越河	鳥取	冷凍食品(甲羅グラタン、かにみそ、蟹しゅうまい、カニ爪フライ、等)
16	御前酒蔵元 株式会社辻本店	岡山	日本酒
17	有限会社近藤商店	岩手	焼魚(水産冷凍調理食品)
18	株式会社澤井珈琲	鳥取	ドリップバッグコーヒー、コーヒーメーカー、缶入りコーヒー豆
19	沢の鶴株式会社	兵庫	日本酒
20	株式会社三久食品	大阪	豆腐コロッケ、野菜シート、ぷるるんもろみ酢コラーゲン 等
21	サンフーズ株式会社	広島	ミツワお好みソース、ミツワ焼そばソース、ミツワ焼肉のたれ、広島風激辛口お好みソース
22	株式会社島本食品	福岡	明太子マヨネーズ
23	清水醸造株式会社	三重	日本酒
24	ジーエフシー株式会社	東京	和菓子(もち菓子・わらび餅)
25	水月堂物産株式会社	宮城	かきの佃煮、ほやの塩辛、ほやの乾物
26	仙台の酒屋浅野	宮城	日本酒・本格焼酎、リキュール、発泡酒
27	そうしん食&アグリ交流会	鹿児島	水産加工品、焼酎、黒酢、菓子等
28	辰馬本家酒造株式会社	兵庫	清酒「黒松白鹿」、「白鹿」
29	千代むすび酒造株式会社	鳥取	日本酒、焼酎、梅酒
30	チョーヤ梅酒株式会社	大阪	梅酒
31	築野食品工業株式会社 築野ライスファインケミカルズ 株式会社	和歌山	こめ油、IP6、INOSITOL

32	桃宝食品株式会社	石川	各種ドレッシング
33	中札内村農業協同組合	北海道	そのままえだ豆、そのまま黒えだ豆、すじなしいんげん、えだ豆加工品
34	株式会社ナリスウイングス B&H	大阪	減塩醤油風調味料、減塩調味料
35	株式会社西山酒造場	兵庫	清酒、梅酒、リキュール、焼酎
36	有限会社橋本商会	高知	高知県特産品、鰹加工製品(ダシパック・削り節・その他)、味噌、お菓子、柚子関連商品(ジュース・お茶など)
37	株式会社フジバンビ	熊本	黒糖ドーナツ棒、紅芋かりんとう
38	株式会社マツザワ	長野	菓子
39	マルコメ株式会社	東京	味噌
40	マルサンアイ株式会社	愛知	味噌、豆乳
41	ミナミ産業株式会社	三重	萬来豆乳、香味塩、大豆パウダー
42	目野酒造株式会社	福岡	清酒、本格焼酎、リキュール、どぶろく
43	株式会社モリヤマ	福岡	冷凍おにぎり、海苔うどん、海苔そうめん、海苔パスタ
44	株式会社リープフラオ	神奈川	トリプルハートサブレ、メレンゲハートサブレ
45	株式会社琉球物産貿易連合	沖縄	黒糖、うこん、健康飲料、泡盛等
46	和歌山共和水産株式会社	東京	水産加工物(寿司ネタなど)

Ⅲ. 事前業務内容

1. 業務スケジュール:

日 程	業 務 内 容
7月8日	出品者募集開始
7月30日	出品者募集締切
8月10日	出品者決定
8月26日	出品者説明会(福岡)開催
8月27日	出品者説明会(東京)開催
9月10日	パンフレット原稿提出締切
9月30日	ジェトロ手配アシスタント・通訳申込み締切 出品者バッジ申込み締切 翻訳サービス申込み締切
11月5日	追加備品申込み締切 渡航・輸送状況の連絡提出締切
11月18日～21日	Food Week 2010 開催

2. 主催者:

(現地主催者)

COEX

World Trade Center Samseong-dong, Gangnam-gu, Seoul 135-731, Korea

TEL:+82-2-6000-8132 FAX:+82-2-6000-1310

http://www.coex.co.kr

(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、ジェットロにおいて取りまとめは行わず、見本市主催者推薦業者3社を紹介し、日本側窓口担当者が出品者説明会で概要説明を行った。そのうえで、出品者が主催者の推薦業者又は独自のルートで契約・手続き等を行った。

(通関・輸送業者)

輸送会社	日本側窓口
KEMI-LEE TEL:+82-2-561-5269 FAX:+82-2-553-0731 URL : www.kemi-lee.co.kr/ ※Food Week 2010 オフィシャルフォワード	日本通運株式会社 TEL:03-5434-0262 FAX:03-5434-0265
(株)EXPO Logis TEL : +82-2-551-5800 FAX : +82-2-551-5200 URL : www.expologis.com	フェアフランス インターナショナル (株) TEL : 03-3808-0915 FAX : 03-3808-0916
大韓通運(株) TEL : +82-2-6919-6755 FAX : +82-2-717-2940 URL: www.korex.co.kr	大韓通運ジャパン(株) TEL:03-3500-5843 FAX:03-3500-5120

4. 展示装飾設計・施工:

展示装飾設計・施工の業務はソウル・センターが入札を実施、選定した(株)キョンドンデザインに再委託した。

(展示装飾設計・施工業者)

(株)キョンドンデザイン

ソウル市江北区牛耳洞 246 番地

TEL: +82-2-907-8896 FAX: +82-2-991-8896

5. 出品者説明会:

出品者数が多い(46企業・団体)ことから、出品者の便宜を図り、かつ出品に関わる連絡事項を周知するため、福岡と東京で二回開催した。

(福岡会場)

(1)日 時: 2010年8月26日(木) 13:30~16:00

(2)場 所: 福岡ビル 1ホール

(3)議事次第: 司会 ジェトロ 農林水産部農林水産事業課課長代理

小池 真貴子

13:30 Food Week 2010 概要について

COEX

チョウ・ミンジ

13:50 ジャパンパビリオン概要及び施工装飾・輸送に係る連絡事項

	ジェトロ 農林水産部農林水産事業課課長代理	小池 真貴子
14:50	名刺交換及び休憩	
15:00	日本食ブームが定着した韓国への輸出可能性について	
	ジェトロ ソウル・センター所員	下笠 哲太郎
15:45	質疑応答	
16:00	閉会	

(東京会場)

(1) 日時：2010年8月27日(金) 13:30～16:10

(2) 場所：ジェトロ東京本部 5A会議室

(3) 議事次第：	司会 ジェトロ 農林水産部農林水産事業課課長代理	小池 真貴子
13:30	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 課長補佐	南部 浩志
	ジェトロ 農林水産部農林水産事業課課長	三宅 晃
13:40	Food Week 2010 概要について	
	COEX	チョウ・ミンジ
14:00	ジャパンパビリオン概要及び施工装飾に係る連絡事項	
	ジェトロ 農林水産部農林水産事業課	大澤 淳
14:40	輸送に関する連絡事項	
	フェアランス・インターナショナル株式会社	田辺 聖英
15:00	名刺交換及び休憩	
15:10	日本食ブームが定着した韓国への輸出可能性について	
	ジェトロ ソウル・センター所員	下笠 哲太郎
15:55	質疑応答	
16:10	閉会	

(4) 配布資料：

- ・ Food Week 2010 概要説明(COEX 作成)
- ・ Food Week 2010 ジャパンパビリオン出品者説明会資料
- ・ 施工装飾等関係資料(追加備品・電気等申込書)
- ・ 輸送案内(フェアランス・インターナショナル、日本通運)
- ・ 日本食ブームが定着した韓国への輸出可能性について

(5) 事後連絡：

出品者説明会に欠席した出品者には、説明会配布資料および質疑応答内容の概要を追って送付した。

6. バイヤー誘致：

ジャパンパビリオンとして、バイヤー等来場者誘致のため、以下のとおり広報を行った。

(1) バイヤーリストに基づく誘致活動

ジェトロ・ソウル・センターがバイヤーリスト(155名)を作成。10月下旬より、ジャパンパビリオン出品者パンフレット(6000部作成)、展示会招待券、事前商談申込書、バイヤーラウンジ利

用案内を全バイヤー（155名）に対して送付。さらに会期一週間前に各社に個別に来場を呼びかける電話連絡を実施。

(2) 他イベントでの広報

10月21～23日に全州市にて開催された食品関連商談会において、来場者に出品者パンフレットを配布し、ジャパンパビリオンを広報した。

(3) ジェトロ・ウェブサイトでの広報

ジェトロ・ソウル・センターの韓国語ウェブサイト、出品者の概要（出品者パンフレットに掲載している内容）、バイヤーラウンジの利用案内、および事前商談申込書を掲載。また、主催者COEXが開設したFood Week 2010公式ウェブサイト上に、上記ジェトロ・ソウル・センターが開設したウェブページにリンクするバナーを設置した。

(4) 業界誌への広告掲載

韓国の主要食品関連業界誌に広告を掲載。

① 週刊貿易（韓国貿易協会発行の専門誌）

- ・ ジャパンパビリオンの広告を2010年10月25日から毎週月曜日に掲載（合計4回）
- ・ ジャパンパビリオンの紹介記事を11月15日に掲載

② 月刊酒類ジャーナル（酒類、レストラン関連業界誌）

- ・ ジャパンパビリオンの広告を2010年11月号に1回掲載（2ページ）
- ・ ジャパンパビリオンの紹介記事を12月号に掲載

7. 商談支援・バイヤーラウンジの運営：

(1) 翻訳サービス

希望者に対し、商品PR文、成分表示等の商談に必要な情報を韓国語に翻訳するサービスを実施。

(2) 海外コーディネーター

韓国在住の食品専門家である、ジェトロの海外コーディネーターが11月18日、19日に見本市会場に常駐し、出品者からの相談対応や商談支援を実施した。

(3) バイヤーラウンジの運営

商談支援、バイヤー誘致の拠点としてバイヤーラウンジを設置。ラウンジ内にはパーティションで区切った商談用スペース4箇所、パーティションのないスペースにテーブル3セットを配置。さらに商品サンプル陳列棚、パンフレットスタンドを設置することで、バイヤーがラウンジ内で全出品物を確認できるようにした。

事前商談を申し込んだバイヤー、当日飛び込みで来訪したバイヤーともに、下記のとおりラウンジ内で出品者との商談をアレンジ。ラウンジ内には共用通訳を4名常駐させ、商談支援を実施した。

- ・ 事前マッチング：10社・53件
- ・ 当日マッチング：50件
- ・ ラウンジ来訪者：532名 ※ジャパンパビリオンの説明を聞いた人、ラウンジの商品を閲覧した人、出品者のパンフレットを持ち帰った人で、商談者の人数を除く。

また、バイヤーをラウンジに誘致するために、現地の商慣習を考慮してノベルティ（ミニマッサージ機）200個を用意し、ジャパンパビリオン出品者と商談したバイヤーに対して配布した。

IV. 総評

1. 見本市全般:

- (1) 昨年、出品者から「バッジの色分けがされておらず、ターゲットバイヤーかどうか分からない」と、多数の指摘を受けたため、展示会主催者(COEX)にソウル・センターから改善申し入れを行った。結果、今年は業種別に6つに色分けされたバッジが用意された。しかし、一般来場者と見られる人がバイヤーのバッジを身につけている例が散見された。
- (2) 会期前半二日間はビジネスデーにも関わらず、二日目の19日は一般客と思われる来場者が多数来場していた。後半2日間は一般来場者が多数を占めたため、一部出品者から「会期が長い」との指摘を受けた。

2. ジャパンパビリオン:

- (1) 昨年と同様、パビリオンは展示会場1階 Hall Aの入り口に配置された。ただし、今年はKorea Food Expo 2010とのフェアインフェア形式で実施されたため、会期内の入場登録デスクが3階に設置され、飛び込みで来場するバイヤーのアクセスに若干難があった。
- (2) デザイン・レイアウトについて、出品者からは桜の模様が入っていてよかった、全体にすっきりとして統一感があった、豪華な感じ、と好意的な声が多かった。ブロックシステムの構造上、壁の厚みが15センチほど取られてしまうため、昨年の出品者からは「やや狭く感じる」との意見もあったが、コンセプト、デザイン共に好評だった。来場者からは、シンプルで綺麗と評価される一方で、日本の特徴にやや欠けるとの声もあった。
- (3) 出品者ブースの側面にジャパンパビリオンパンフレットのページ(韓国語)と、出品者所在地を記載した日本地図をフィルムで貼ったところ出品者から好評を博し、記念に持ち帰りたいという要望が多く寄せられ、撤去時に提供した。
- (4) 施工の完了が予定時刻よりも大幅に遅れた。前年の状況を考慮し(出品者には12時完了予定と連絡したところ、16時まで施工がずれ込み、一部出品者からクレームが出た)、13時までに施工を完了させるよう要請したが、今年も出品者ブースの施工完了が17時過ぎとなった。ブロックシステムの組み立てには人手を要するが、低予算のため作業員の配置にしわ寄せが及んだこと、全46出品者ブースの陳列台に盗難防止装置を設置したことが、時間がかかった原因と見られる。

3. 商談支援・バイヤーラウンジの運営:

- (1) 会期前に韓国バイヤーと出品者のアポイントを取ったものの、ほとんどのバイヤーが時間通りにラウンジに現れなかったため、バイヤーがラウンジに来た時点で事務局がブースまで出品者を呼びに走ることになり、担当者の負担が大きかった。
- (2) ラウンジ側面に透明な窓を設け、ブース番号が分かるように出品者の商品を並べたところ、バイヤーから非常に好評だった。陳列商品を見てブースに足を運ぶバイヤーもいた。
- (3) ラウンジには商談用のテーブルと椅子4脚を7セット用意したが、会期中終日満席で「足を運んだがなかなか使えなかった」との声があった。
- (4) バイヤーとのアポイントが入らない時間帯には、出品者用の商談スペースとして有効に活用できた。ドアなし、オープン形式の商談スペースは、一般来場者の休憩所として利用されることが多いため、クローズ形式のスペースを設けるのが良いと思われる。

4. その他:

- (1) 施工日(17日)のオリエンテーションでは、事務局スタッフの紹介に加え、出品者同士の交流を図る

目的で自己紹介を予定していた。しかし施工が大幅に遅れ、オリエンテーション開始時点でも工事が続いていたため、装飾と出品物搬入を考慮して早めに切り上げた。

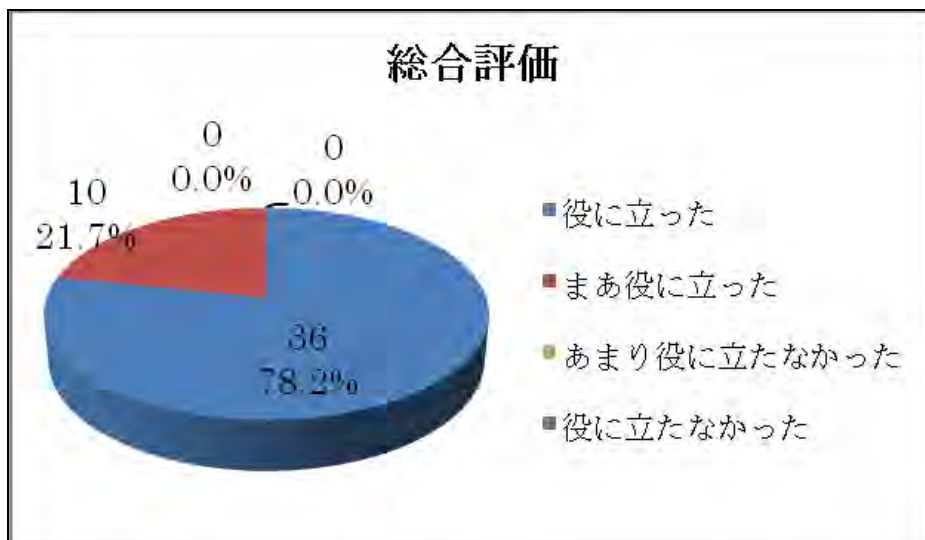
- (2) 指定輸送業者の日本側窓口 1 社に対して「対応が不親切、かつ遅い」「見積価格が違う」など 3 件のクレームがあった。貨物自体は問題なく搬入された。

V. 出品者アンケート結果

会期直後の出品者総合アンケート

(出品者数：46社・団体 有効アンケート数：46枚 回収率：100%)

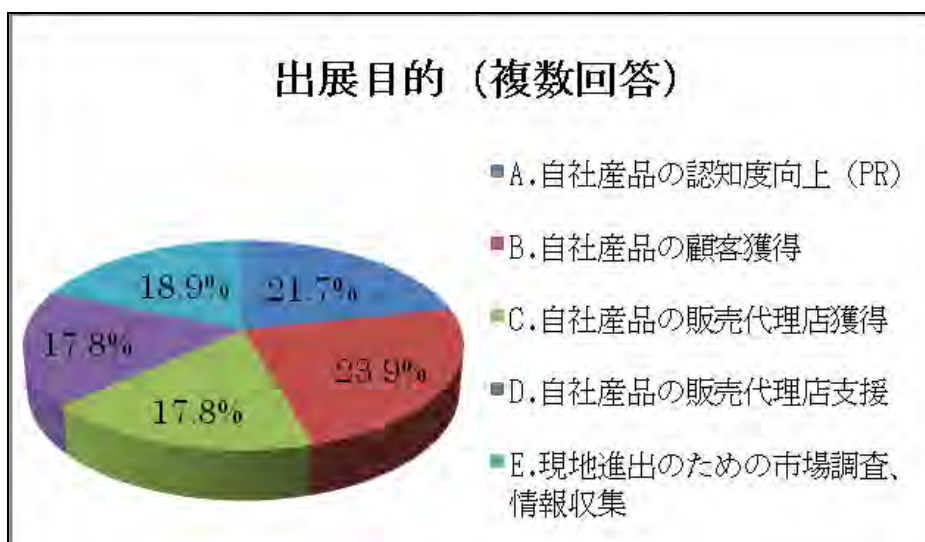
質問1 今回の事業並びに提供したサービスの役立ち度 (回答者数：46社・団体)

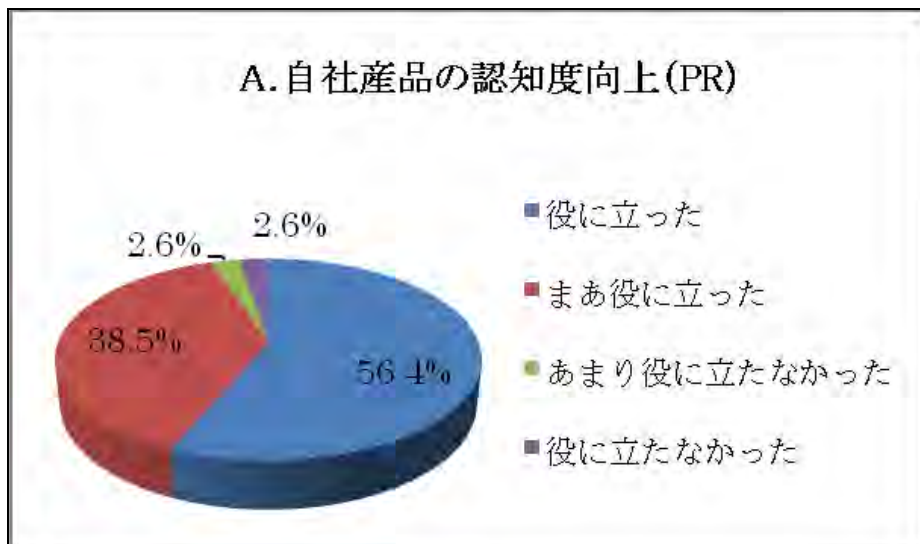


【役に立った理由】

- ・有望なバイヤーとの商談が複数でき、新規取引に繋がった。(複数回答)
- ・多くの来場者に商品PRができた。(複数回答)
- ・代理店の拡販に繋がった。(複数回答)
- ・韓国以外の国のバイヤーとの商談もできた。(複数回答)
- ・韓国の消費者の生の声を聞くことができた。(複数回答)
- ・韓国のマーケット事情や商習慣を理解できた。(複数回答)
- ・メールや電話のみのやり取りをしていたディストリビューターと直接商談ができた。
- ・代理店のモチベーションアップに繋がった。
- ・代理店候補が見つかった。
- ・海外在住の韓国人から、他の国への売り込みの申し出があった。

質問2-1 Food Week 2010 ジャパンパビリオンへの出展目的 (複数回答) (回答者数46社・団体)

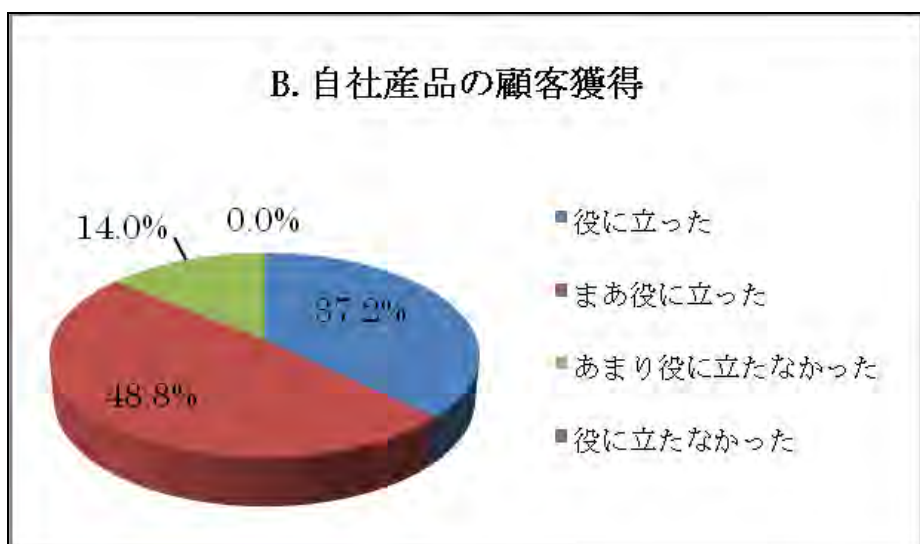




(回答者数 : 39 社・団体)

【主な理由】

- ・ 試飲をしてもらい商品案内をする機会があまりないので、消費者や顧客に味とパッケージを PR するよい機会だった。
- ・ 有望取引先のプロモーションに参加できた。
- ・ 初めて自社商品を試飲してもらい、次回アプローチする案件ができたから。
- ・ 4000 枚の試食を配布することで、消費者からの声をダイレクトに聞くことができた。
- ・ Food Week の開催期間のみで商品が認知されるとは思っていない。



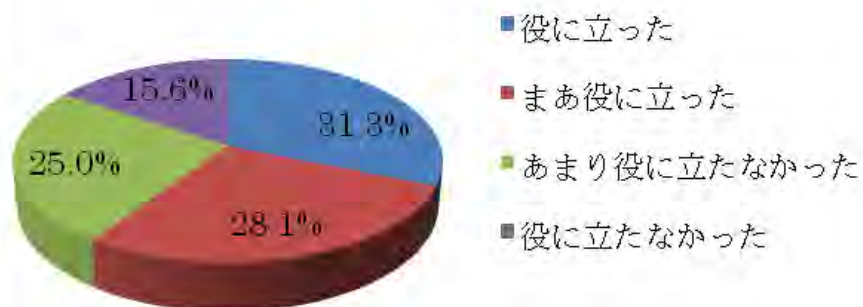
(回答者数 : 43 社・団体)

【主な理由】

- ・ 当日即決した商談はなかった。名刺交換できた顧客には、今後再度案内をする予定。
- ・ 新規取り扱いの飲食店の顧客を獲得できた。
- ・ 試飲した人たちから高い評価を得ることができた。
- ・ 10 社ほどの見込み客ができたため。価格の開きが大きく、すぐに成約に至らなかったのが減点要因。
- ・ 今後の問い合わせ内容による。
- ・ 見積りの提出を十何件か要望された。

- ・商談件数が多かった。
- ・現代百貨店でのテスト販売の実施予定。
- ・詳しい商談を何件かすることができた。
- ・取扱いをして頂きたい業者の来店がなかった。
- ・もう少しパビリオンの告知をしていただければよいのでは。

C. 自社製品の販売代理店獲得



(回答者数：32社・団体)

【主な理由】

- ・既存代理店があるため、目的にはしていなかった。
- ・大手スーパーマーケットより問い合わせがあった。
- ・価格の開きがあるため、すぐに獲得とはならなかったが、見込みが3社ほどできたことが成果。
- ・候補になる企業と折衝中。
- ・2~3店の候補があった。
- ・現在、確定はしていないが、可能性のある企業が数社見つかった。
- ・どこからも要望されなかった。

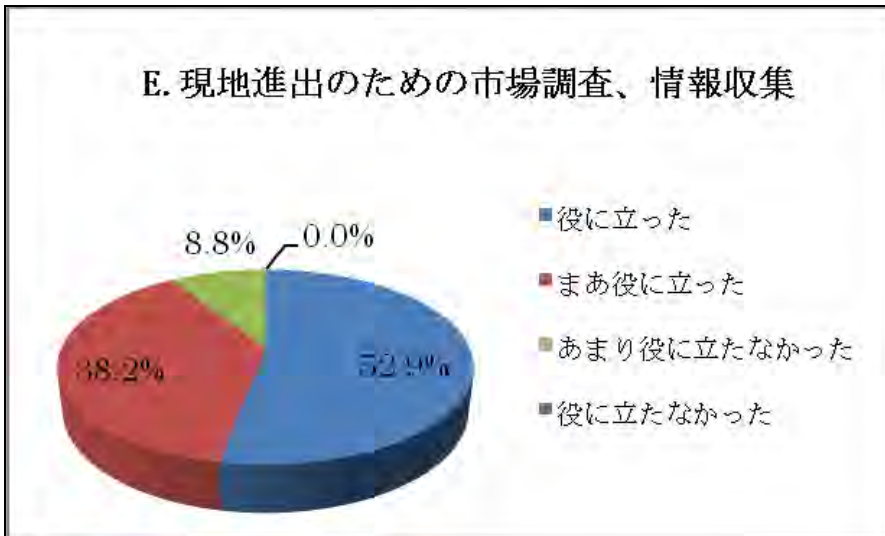
D. 自社製品の販売代理店支援



(回答者数：32社・団体)

【主な理由】

- ・代理店のモチベーションアップに繋がった。（複数回答）
- ・既存の取り引き先に対する更なる拡販に向けた商談ができた。
- ・代理店の得意先がブースを訪問してくれたことで効果的に支援できた。
- ・認知度が向上できたと思った。



（回答者数：34社・団体）

【主な理由】

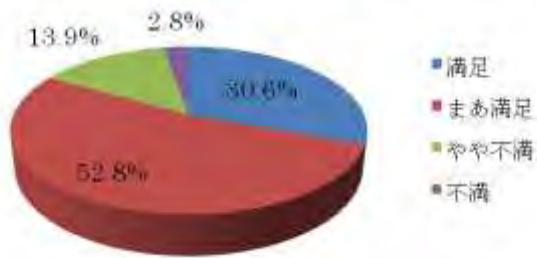
- ・商品に対する生の声を聞くことができた。韓国の方の嗜好を今後の提案商品へ生かしたいと思う。
- ・韓国の方の味の好みを知ることができた。
- ・情報収集ができ、今後の営業展開に活用できると思う。
- ・多くの消費者、バイヤー、JETRO関係者の方から生の声を聞くことができたのがよかった。
- ・韓国で味が受け入れられることが分かった。
- ・韓国の潜在需要を感じた。
- ・味覚の趣向は一致している事が分かった。今度は価格調査が必要である。

質問3 事務局サービスに対する満足度

【評価】	【主な理由】										
<p style="text-align: center;">A. 出展募集HPのデザインやわかりやすさ</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>46.5%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>51.2%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>2.3%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	46.5%	まあ満足	51.2%	やや不満	2.3%	不満	0.0%	<p>（回答者数：43社・団体）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大変分かりやすかった。 ・正直、そんなに気にしていなかった。 ・多少分かりにくい点もあった。
評価	割合										
満足	46.5%										
まあ満足	51.2%										
やや不満	2.3%										
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"> <tr><th>満足</th><td>71.3%</td></tr> <tr><th>まあ満足</th><td>22.7%</td></tr> <tr><th>やや不満</th><td>0.0%</td></tr> <tr><th>不満</th><td>0.0%</td></tr> </table>	満足	71.3%	まあ満足	22.7%	やや不満	0.0%	不満	0.0%	<p>(回答者数:44 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Food Week 通信が大変分かりやすかった。 ・Foodweek 通信が良かった。今までのバックナンバーは特に良かった。 ・迅速に対応してもらった。 ・全てにおいて分かりやすく、迅速に対応してもらった。 ・細やかな対応だった。 ・大変親切に対応してもらった。
満足	71.3%								
まあ満足	22.7%								
やや不満	0.0%								
不満	0.0%								
<p>C. 出展者説明会の内容</p> <table border="1"> <tr><th>満足</th><td>45.9%</td></tr> <tr><th>まあ満足</th><td>45.9%</td></tr> <tr><th>やや不満</th><td>8.1%</td></tr> <tr><th>不満</th><td>0.0%</td></tr> </table>	満足	45.9%	まあ満足	45.9%	やや不満	8.1%	不満	0.0%	<p>(回答者数:37 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デザインのみ他会社が担当するというのが少し分かり難かった。 ・事前に韓国情報も知ることができてよかった。 ・具体的な成功例などが紹介されれば良かったと思う。 ・2部は希望者のみでよかったのでは。 ・レンタル備品に関する詳細の情報がなかった
満足	45.9%								
まあ満足	45.9%								
やや不満	8.1%								
不満	0.0%								
<p>D. ジャパンパピリオンのコンセプト、デザイン及びレイアウト</p> <table border="1"> <tr><th>満足</th><td>62.2%</td></tr> <tr><th>まあ満足</th><td>28.9%</td></tr> <tr><th>やや不満</th><td>8.9%</td></tr> <tr><th>不満</th><td>0.0%</td></tr> </table>	満足	62.2%	まあ満足	28.9%	やや不満	8.9%	不満	0.0%	<p>(回答者数: 45 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・桜の模様が入っていてよかった。全体にすっきりとして統一感があった。 ・白を基調としたシンプルで清潔感のある一番すばらしいブースだと思った。 ・セミナー的なイベントがあれば良いと思う。 ・確かにすばらしいものではあるが、他国ブースと比べ、ここまでお金をかける必要があるのか疑問。 ・少しシンプルか？ ・もう少し多くのトラフィックが欲しかった。
満足	62.2%								
まあ満足	28.9%								
やや不満	8.9%								
不満	0.0%								
<p>【評価】</p>	<p>【主な理由】</p>								
<p>E. 基礎小間ブースの広さ、装飾・備品など</p> <table border="1"> <tr><th>満足</th><td>67.4%</td></tr> <tr><th>まあ満足</th><td>28.3%</td></tr> <tr><th>やや不満</th><td>4.3%</td></tr> <tr><th>不満</th><td>0.0%</td></tr> </table>	満足	67.4%	まあ満足	28.3%	やや不満	4.3%	不満	0.0%	<p>(回答者数: 46 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適切でした。 ・十分だと思った。出品者側として、もっと工夫したほうが良かったと反省点もある。 ・ライトアップされた商品説明が良かった。 ・使いやすかった。 ・横の壁も必要。 ・装飾はよかったが、ブースの広さ、備品は他の見本市と同じだった。
満足	67.4%								
まあ満足	28.3%								
やや不満	4.3%								
不満	0.0%								

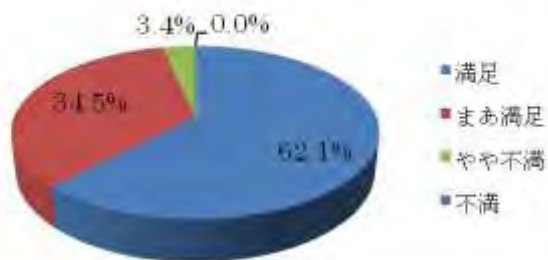
F. 追加備品の種類、価格について



(回答者数: 36 社・団体)

- ・欧米に比べると安価である。
- ・高くなかった。
- ・とてもすばやく対応してもらい、助かった。
- ・氷がコンビニよりもかなり割高だった。

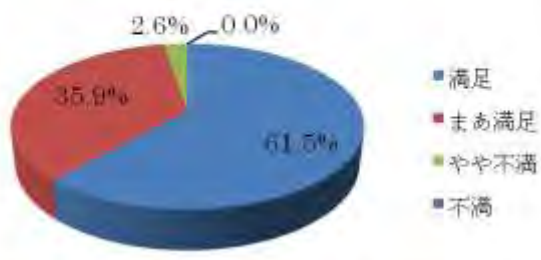
G. キッチンの使いやすさ



(回答者数: 29 社・団体)

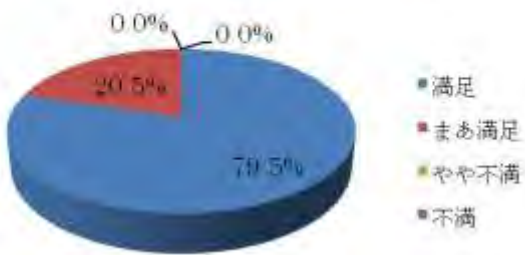
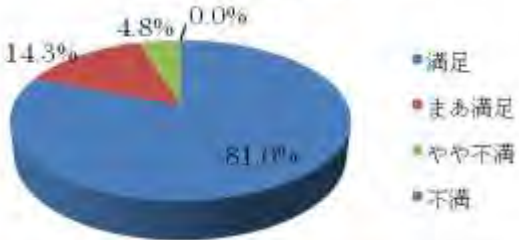
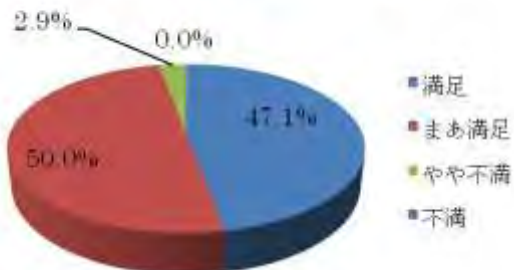
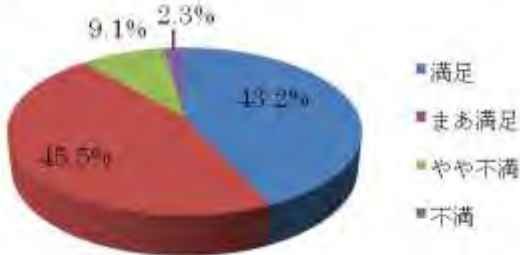
- ・広く整理されており、大変よかった。
- ・冷蔵、冷凍とスペースもよかった。
- ・混雑すると待つ必要があったが、問題なかった。
- ・冷凍庫、冷蔵庫があって便利だった。部屋になっているのもよかった。
- ・使用しなかった。

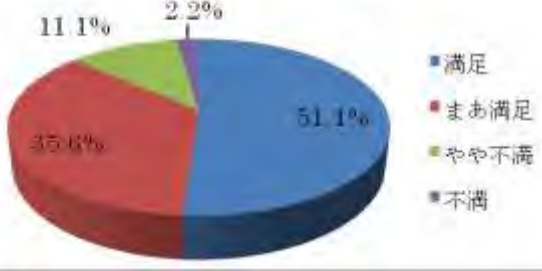
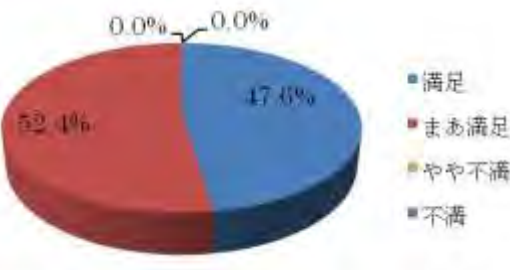
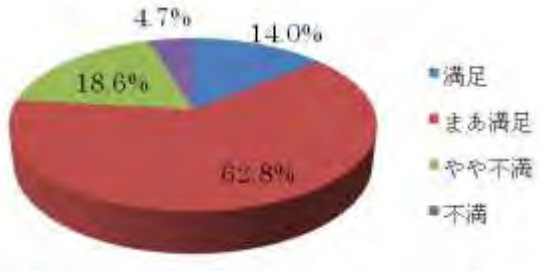
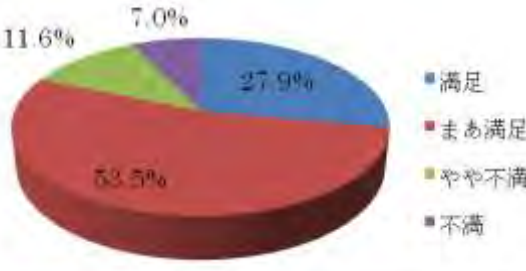
H. パイヤーラウンジの使いやすさ

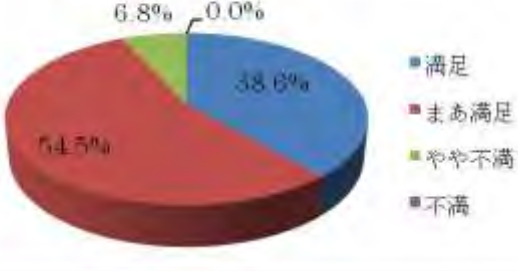


(回答者数: 39 社・団体)

- ・個室になっており、快適だった。
- ・静かに集中して商談できたのでよかった。
- ・商談コーナーも多く用意されていて、問題なかった。
- ・18日は合計7名ほどになったが、スムーズに使用できた。
- ・パソコン(インターネット)が使えればよかった。
- ・少し狭かった。

【評価】	【主な理由】										
<p>I. 会場での事務局スタッフの対応</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (I)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>79.5%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>20.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	79.5%	まあ満足	20.5%	やや不満	0.0%	不満	0.0%	<p>(回答者数: 44 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スタッフが事務局に待機していたり、巡回してくれたので、迅速にご対応してもらい、大変よかったです。 ・心細かったが、スタッフが温かくサポートしてくれたので、安心して商談ができた。 ・準備、対応も良かったと思う。 ・すぐに対応してもらえた。 ・コピー枚数に制限があった。
評価	割合										
満足	79.5%										
まあ満足	20.5%										
やや不満	0.0%										
不満	0.0%										
<p>J. アシスタントのレベルや対応 (ジェットロにアシスタントの紹介を希望された出展者のみ)</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (J)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>81.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>14.3%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>4.8%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	81.0%	まあ満足	14.3%	やや不満	4.8%	不満	0.0%	<p>(回答者数: 21 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アシスタントがよかった。次回もお願いしたい。 ・非常にいい人で、専門能力（貿易実務、食品知識、通訳能力）にも長け、よかったと思う。 ・予想以上の語学力で驚いた。 ・可もなく不可もなく。 ・優秀であった。 ・事前に詳細の情報がなかった。
評価	割合										
満足	81.0%										
まあ満足	14.3%										
やや不満	4.8%										
不満	0.0%										
<p>K. コーディネーターの対応</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (K)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>47.1%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>2.9%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	47.1%	まあ満足	50.0%	やや不満	2.9%	不満	0.0%	<p>(回答者数: 34 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・代理店との兼ね合いで注意すべき点をご教示いただいた。 ・市場についての詳しい情報をいろいろと教えてもらえた。 ・詳しく親切に対応してもらい助かった。 ・特にアドバイスをもらっていない。
評価	割合										
満足	47.1%										
まあ満足	50.0%										
やや不満	2.9%										
不満	0.0%										
<p>L. 会場内でのジャパンパビリオンの位置</p>  <table border="1"> <caption>評価結果 (L)</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>43.2%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>45.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>2.3%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	43.2%	まあ満足	45.5%	やや不満	9.1%	不満	2.3%	<p>(回答者数: 44 社・団体)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ベストだった。 ・バイヤー中心の日に、入り口から近いところだったので、やりやすかった。 ・2日間は入り口付近でバイヤーがよく来てくれた。 ・隣の調理用製品と位置が逆のほうが食品でまつまってよかったと思う。 ・もう少し多くのトラフィックが欲しかった。 ・後半2日、入口より遠くなった。
評価	割合										
満足	43.2%										
まあ満足	45.5%										
やや不満	9.1%										
不満	2.3%										

【評価】	【主な理由】										
<p data-bbox="287 257 646 324">M. ジャパンパビリオン内での貴社ブースの位置</p>  <table border="1" data-bbox="199 347 742 616"> <caption>評価: ジャパンパビリオン内での貴社ブースの位置</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>51.1%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>35.6%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>11.1%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>2.2%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	51.1%	まあ満足	35.6%	やや不満	11.1%	不満	2.2%	<p data-bbox="837 235 1149 264">(回答者数: 45 社・団体)</p> <ul data-bbox="829 280 1444 683" style="list-style-type: none"> ・とてもいい場所だった。 ・角地であり、かつメイン通路に接していたので、多くの客を呼び込むことができた。 ・正面がバイヤーラウンジ背面だった。可能であれば、どこのブースも正面が他ブースになるようにレイアウトすると見やすいと思う。 ・入り口には近いが、反対側にブースがないため、来場者が通過してしまう。 ・次回は角ブースをお願いしたい。
評価	割合										
満足	51.1%										
まあ満足	35.6%										
やや不満	11.1%										
不満	2.2%										
<p data-bbox="215 750 710 779">N. ジャパンパビリオン パンフレットの内容</p>  <table border="1" data-bbox="231 817 742 1086"> <caption>評価: ジャパンパビリオン パンフレットの内容</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>47.6%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>52.4%</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	47.6%	まあ満足	52.4%	やや不満	0.0%	不満	0.0%	<p data-bbox="837 712 1149 741">(回答者数: 42 社・団体)</p> <ul data-bbox="829 757 1444 929" style="list-style-type: none"> ・日本食品の海外、韓国への輸出量推移などがグラフで載っていたら尚よいと思う。 ・シンプルでよかった。 ・特に問題なし。
評価	割合										
満足	47.6%										
まあ満足	52.4%										
やや不満	0.0%										
不満	0.0%										
<p data-bbox="279 1176 646 1205">O. ターゲットバイヤーの訪問</p>  <table border="1" data-bbox="199 1243 742 1512"> <caption>評価: ターゲットバイヤーの訪問</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>14.0%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>62.8%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>18.6%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>4.7%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	14.0%	まあ満足	62.8%	やや不満	18.6%	不満	4.7%	<p data-bbox="837 1137 1149 1167">(回答者数: 43 社・団体)</p> <ul data-bbox="829 1182 1444 1541" style="list-style-type: none"> ・期待通りに訪問してくれた。 ・レストランオーナーの訪問を期待していたが、来場者は少なかった。 ・フーデックスの方がよい。 ・一般来場者が多かった。 ・デパート関係、食品専門デリバリー業者の訪問がなかった。 ・希望とするバイヤーの訪問が無かった。
評価	割合										
満足	14.0%										
まあ満足	62.8%										
やや不満	18.6%										
不満	4.7%										
<p data-bbox="271 1601 654 1630">P. セキュリティーに関する措置</p>  <table border="1" data-bbox="215 1668 742 1937"> <caption>評価: セキュリティーに関する措置</caption> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>27.9%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>53.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>11.6%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>7.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	27.9%	まあ満足	53.5%	やや不満	11.6%	不満	7.0%	<p data-bbox="837 1570 1149 1599">(回答者数: 43 社・団体)</p> <ul data-bbox="829 1615 1444 1883" style="list-style-type: none"> ・特に不安は感じなかった。 ・棚に鍵が付いていなかった。 ・開館時間外にブース内の展示商品がなくならないか、やや不安だった。立入禁止のビニールテープがあるとよいと思った。 ・18日、19日にも一般来場者がいた。
評価	割合										
満足	27.9%										
まあ満足	53.5%										
やや不満	11.6%										
不満	7.0%										

【評価】	【主な理由】										
<p data-bbox="252 280 687 315">Q. ジャパンパビリオン全体の雰囲気</p>  <table border="1" data-bbox="606 392 734 571"> <thead> <tr> <th>評価</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>満足</td> <td>38.6%</td> </tr> <tr> <td>まあ満足</td> <td>54.5%</td> </tr> <tr> <td>やや不満</td> <td>6.8%</td> </tr> <tr> <td>不満</td> <td>0.0%</td> </tr> </tbody> </table>	評価	割合	満足	38.6%	まあ満足	54.5%	やや不満	6.8%	不満	0.0%	<p data-bbox="837 235 1149 271">(回答者数: 44社・団体)</p> <ul data-bbox="837 280 1444 683" style="list-style-type: none"> ・全体にすっきりとまとまった印象で大変よかった。 ・とても素晴らしい。デザインも良い。 ・うまくブースを切っており、こういったときにありがちな殺伐とした雰囲気にならずよかった。 ・料理ショーが無く寂しかった。 ・もう少し日本らしい雰囲気があってもよかったのでは。
評価	割合										
満足	38.6%										
まあ満足	54.5%										
やや不満	6.8%										
不満	0.0%										

質問4 準備期間から会期中、会期後の取り組みについて

(準備期間中の取り組み)

- ・来場者にしっかりとPRできるよう、全て韓国語でポスター、パンフレットを作成した。また、既存顧客にも未取扱いの商品を見てもらうため、事前に招待状を配布した。商品サンプルは全て現地代理店の在庫から使用したため日本からの送り込みが少なく済んだ。
- ・現地代理店と協同行った。
- ・代理店サイドから昨年の写真など送ってもらい、ブースの設営について計画した。
- ・会期前のダイレクトメール、電話での対応をもっと積極的に行うべきだった。試食量は2倍以上持参するべきだった。
- ・事前に訪韓し、今回の展示会のアシスタント達と料理内容について打合せを行った。また、アシスタントを通じて消費者へサンプルを提供し、アンケートを取ったりもした。試食の量については韓国人アシスタントの判断にまかせた。
- ・バイヤーへの案内状が一部しか出せなかった(郵便物が思っていたより遅く届くため)。試食材料の一部が手に入らない。日本から持ち込む必要がある。
- ・試食の数をもっと送り込んでよかった。一枚ずつ渡せる商品であれば、6000枚分ぐらいがちょうど良かったかもしれない。パンフレットは200部持って行ったが、300~400部は必要だった。
- ・昨年度に調査、及び8月に事前商談会をした。

(会期中の取り組み)

- ・常にブースに韓国人の代理店スタッフ(営業)を配置し、バイヤーとの商談やお客様へ対応できるようにした。他の日本酒ブースと差別化するため、あえて、高級酒ではなくレギュラー商品のパックやビンを表示した。お燗でも提供できるよう、お燗用ヒーターを使用した。
- ・自社商品を試飲してもらい、他社にはない特徴、メリットをアピールして商談に持ち込む。韓国の日本酒マーケットの現状を把握する。夜、既存、新規の飲食店を訪問し、商談、次の展開の話などを進める。
- ・一般来場者のマナーの悪さが目を引いた。試飲方法を今一度考える必要が出た。
- ・エンドユーザーのメールアドレスを回収した。我々はインターネット(韓国語サイト)販売で韓国への出荷(EMS)をしており、今回得たメールアドレスへのDM配信や、関空/成田/羽田/中部/新潟など、空港で当社製品を販売している情報などを流し、新しい売上づくりのきっかけとしたい。

- ・バイヤーが多い時間帯に限りある試食を配布し、“人気ある商品だな”ということを演出。ジェトロ・ソウル・センター駐在員からのアドバイスで、コーヒーショップへの卸を想定し、小袋での商品展示をしたところその後2社からアプローチが入った。商談時においては、韓国では健食のコーナーが売場になるため、売場の写真（カテゴリー売場の）が有効だと思い、商談の前半に写真を見せるようにした。
- ・韓国語のパンフレットだけではなく、英語、中国語等の対応もすべきだった。商談時にはすぐに相手先の情報を取り入れられるようPCの設定等もすべきだった。
- ・会場設営の遅さがあって準備に時間がかかった。
- ・試食の量・商品の種類を調整した。
- ・試食について、なるべく現地の家庭料理のレシピに近い状況で実施したので、一般の人々にも認知してもらえたと思う。
- ・試食の内容は万全であった。調味料なので韓国人に一番馴染みのあるチヂミで試食をさせた。商談に関しても本当に興味のある会社は数回訪問してくれたので、彼らの本気度を感じることができた。

(会期後の取り組み)

- ・現地各得意先への案内を徹底するようにしたいと思う。
- ・もっと現地の情報をこまめに収集する（トレンドの変化、飲食店情報、他社の情報、価格など）。上記リサーチを踏まえ、差別化を図れる手法、拡販できる手法を取り入れる。
- ・取引先向けの情報提供手段の強化（販促品、ビジュアルなプレゼンテーション、酒蔵の季節で変化する状況など）。
- ・今ある資料の韓国語への翻訳、HPの韓国語対応、韓国で商品リパッケージの検討。
- ・お礼のメールなどは、どんなに遅くとも本日中に発送する。
- ・ぜひとも次回も参加したい。メールでのお礼と見積書の提示、代理店を通じての商談を進める。
- ・私は貿易への取り組みが初めだった。実際の実務面についても勉強の機会をいただきたい。見積りの立て方等。
- ・会期が「木・金・土・日」だったが「水・木・金・土」が望ましい。バイヤーとの商談を3日間ほしい。
- ・現地に代理店のある参加者は「土・日」で一般消費者にアピールできるが、初めての参加者は時間が余って仕方ない。
- ・なるべく忘れられる前に早急に連絡を取りたい。あとは食物検疫の関係を詳しく調べて対応したい。
- ・商品パンフレットが不足してしまったので、次回は十分に用意したい。
- ・来週（1週間後）に再度ソウル訪問予定。一週間以内に再アプローチを行う。
- ・会期4日間は長い。一般客の来場日は最後の1日で良いのではないかと思う。

質問5

◆本展示・商談会を機に予定されるビジネス展開

- ・小売への取組みを積極的に検討したい。
- ・得意先である飲食店でイベントを開催するなど計画している。
- ・冷凍商品の展開。
- ・コーヒーショップへの商品卸。韓国でリパッケージしての百貨店、SMでの展開。子供向け菓子としてOEM提供。
- ・和菓子ギフトの企画を提案していく。
- ・韓国での販売拡大（業務間ルート）、韓国現地法人設立等。
- ・1月に日本で開かれる商談会にて、韓国バイヤーと商談予定。

- ・現代百貨店でテスト販売。
- ・韓国での販売窓口となる会社が固まったので、商品紹介を加速させたい。
- ・今後チェーン展開されるレストランへのサンプル等の提出。代理店希望商社への対応。ギフトアイテムの要望への対応準備。

◆韓国またはアジアの他の地域でビジネスを展開する上で課題と感じられた点

- ・展示会でどのようにターゲットの顧客に会場してもらうか、後発メーカーの場合、何で差別化を図るか。
- ・価格の高さ（関税他）
- ・信頼できる現地代理店の獲得
- ・外国語の商品説明書が必要。
- ・言語。英語だけではカバーできないところがある。
- ・円高の問題。
- ・健食というカテゴリーが十分に成立していない。
- ・パッケージに対しての考え方。
- ・インポーター探しが難しい。オファーはあるが、貿易の経験等、見極めが必要。
- ・アジアのみならず、それぞれの国に独自の味覚があり、それらを理解する必要がある。
- ・為替（円高）、物流等（コンテナ1本にするだけの量がない）、関税。
- ・輸入禁止原料の確認。
- ・価格が厳しい割に国内売価が高くなり難しく感じる。その他アジア、台湾、シンガポールなど業務用で割と楽に販路が拡大できる。
- ・人脈が必要。
- ・メーカー（出展業者）の勉強不足（特に添加物に対する事前調査）が多すぎる。
- ・小売店向けの販路拡大
- ・賞味期限を延ばすこと。
- ・現地の家庭料理への使用頻度を上げるためのレシピの研究。韓国語への対応。
- ・価格及び現地スタッフ。

◆韓国以外のバイヤーとの商談があった場合、その概要（国、商談内容）

- ・シンガポール、ベトナムからの要望で日本酒を輸出したいという日本の食品会社と面談できた。
- ・台湾、香港。クリスマス・旧正月向けギフト菓子の引き合い。
- ・フィリピン、アメリカ、中国。
- ・米国、ドバイ。
- ・ドバイ（スーパー向け商材）。
- ・中国（鯉節）。
- ・オーストラリア、アラブ。
- ・ロシア貿易省駐在員（抗酸化剤の提案）。
- ・アメリカ（アメリカ在住の韓国人向けスーパーからの引き合い）。
- ・グアテマラ（商品の紹介とサンプルを渡した）。

◆韓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

- ・流通の整理（卸からの引き合いが多く、末端に行って競合してしまう）、中国などの税（関税、増値税）。
- ・ロット、決済方法。

- ・物流の組み立て（冷凍コンテナ）。
- ・賞味期間、原料、表示内容。
- ・言葉、各国の法律等、関税。
- ・輸入禁止原料の確認。
- ・ディストリビューターの発掘。
- ・通訳。
- ・市販用は韓国と同じく価格は厳しいと感じる。
- ・その国の原語による情報整理が不十分。市場情報不足。
- ・関税、物流、賞味期限。
- ・円高での価格面。

◆韓国・アジア又はそれ以外の国での展示・商談会に出展する予定又は希望

- ・FOOD TAIPEI（台湾）（複数回答）。
- ・Food Week（韓国）（複数回答）。
- ・Seoul Food & Hotel（韓国）（複数回答）。
- ・シンガポールの展示会に参加予定。
- ・12月マレーシアでの商談会。
- ・2011年 Oishii JAPAN（シンガポール）。
- ・シンガポール、ベトナム、台湾。
- ・フィリピン、インド、ベトナム、中国等。
- ・台湾、中国。
- ・台湾、シンガポール、香港。
- ・台湾に再度出展したい。新規ではタイ（バンコク）に魅力を感じる。
- ・1月にシンガポール・マレーシア商談会。
- ・12月マレーシアでの商談会。
- ・ロシア、ブラジル。
- ・米国、欧州。
- ・ロシア、イタリア、イギリス。

◆海外への販路を開拓する上での海外展示・商談会の役割

- ・一般の消費者、新規顧客へのPR、商品に対する意見収集、新規顧客の獲得、販路拡大。
- ・ブランド知名度の向上と新しい顧客、市場の開拓。
- ・新規マーケットのきっかけづくり。こういった展示会/商談会あつての「ビジネスチャンス」と思っている。
- ・a)各国での商品ニーズの発掘、b)ターゲットとなる顧客の発掘、c)数日とはいえ、腰を据えてその国にいるため、競合商品を調査できる。
- ・商品のマーケティング、バイヤー探し。
- ・市場調査の効率性がよい。短期間で多くのバイヤーと接触できる。独自で行動した場合、ここまでの成果は望めない。
- ・商品の試飲を通しての商品PRと代理店探し。
- ・自社商品だけではなく、日本の食文化、食生活等も世界へアピールできる企画だと思う。
- ・零細企業にとっては、非常に重要な役割を思う。

- ・味覚、価格の確認、市場性の有無の確認。
- ・とても重要だと思うが、課題も多い(経費、言葉、考え方の違い)。

◆オフィシャルフォワードの対応はどうだったか。また、サンプルの輸送等に問題なかったか。

- ・普通。
- ・費用が高い。下げられないのならば、必要なことなので補助をいただきたい。
- ・満足。
- ・非常に良かった。
- ・対応は少し問題もあったがよかった。サンプル品の搬送費用が高いと感じた。
- ・オフィシャルフォワードの対応(見積り、連絡メール)等に関してはあまりよい印象が感じられない。
- ・満足だが、現地の費用が高すぎる。
- ・対応が悪く、二度と利用したくないと感じた。
- ・利用していない。

◆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)

- ・(日本酒) レストラン、ホテルで13店ほど。
- ・(日本酒) A社1,200,000円、B社1,320,000円。
- ・(菓子) 成約済みはなし。成約見込み:A社1,000,000円/年(百貨店での販売)、B社1,000,000円/年(OEM)、C社1,000,000円/年(小売での販売)、D社1,000,000円/年(コーヒーショップでの販売)。
- ・(商品不明) 韓国の業務用商材販社×2社、ドバイのスーパー向け商材販社×1社。金額は未定。
- ・(菓子) 代理店経由で販売店に折衝中。決まり次第条件を詰める事となっている。1ヶ月以内くらい。
- ・(水産加工品) 20,000,000ウォン。
- ・(水産加工品) 500,000円。
- ・(水産加工品) 約1,000,000円(現代百貨店でテスト販売)。
- ・(深層水) 3,000,000円~6,000,000円、(ポン酢) 500,000円~1,000,000円、(蒟蒻類) 2,000,000円~8,000,000円、(黒糖) 100,000円~500,000円。
- ・(黒糖原料、ウコン製品等) 3社成約見込み。
- ・(調味料) 具体的な金額は分からないが、希望的な商談は5件ほど。

◆事務局のサービスについて

- ・11月16日の前日オリエンテーションの案内を早めにいただけるとありがたかった。提出物の締め切り等、全てにおいて細かく連絡していただき大変分かりやすかった。
- ・追加備品と通訳の支払い確認のメールが遅かった。
- ・できればカラーコピー機があったらよかった。
- ・きめ細かいサービスをありがとうございました。
- ・満足している。毎日とてもよく気をつけていただいた。
- ・非常に親切に対応していただき、何の問題も発生しなかった。

VI. 記録写真

1. 全体写真：

1. COEX 展示会場外観



2. 展示会開会式テープカット



3. VIP 巡覧



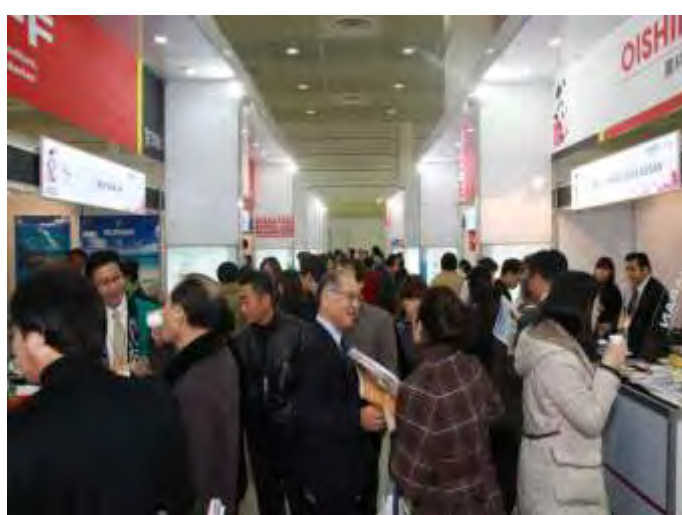
4. ジャパンパビリオン受付



5. バイヤーラウンジ



6. 来場者で賑わうジャパンパビリオン



2. 出品者ブース：

1. 沢の鶴株式会社



2. 目野酒造株式会社



3. 辰馬本家酒造株式会社



4. 千代むすび酒造株式会社



5. 株式会社西山酒造場



6. 御前酒蔵元株式会社本店



7. 清水醸造株式会社



8. チョーヤ梅酒株式会社



9. 株式会社あさ開



10. 仙台の酒屋浅野



11. 株式会社マツザワ



12. 株式会社フジバンビ



13. 株式会社リープフラオ



14. ジーエフシー株式会社



15. 有限会社栗尾商店



16. 株式会社澤井珈琲



17. マルサンアイ株式会社



18. ミナミ産業株式会社



19. 株式会社三久食品



20. 有限会社石橋屋



21. 有限会社近藤商店



22. 株式会社イオケン



23. 水月堂物産株式会社



24. 有限会社元気物産



25. そうしん食&アグリ交流会



26. 有限会社敬天水産



27. 株式会社越河



28. 有限会社橋本商会



29. 和歌山共和水産株式会社



30. 有限貨会社あぶい蒲鉾



31. 株式会社琉球物産貿易連合



32. 株式会社沖縄県物産公社



33. 沖縄県農業協同組合



34. 有限会社大蔵園



35. 株式会社エムコ



36. 株式会社おばねや



37. 青紫蘇農場株式会社



38. 中札内村農業協同組合



39. 桃宝食品株式会社



40. 築野食品工業株式会社



41. 株式会社モリヤマ



42. 株式会社アジテック



43. マルコメ株式会社



44. サンフーズ株式会社



45. 株式会社島本食品



46. 株式会社ナリスウイングス B&H



3. 他ブース：

1. 宮城県ブース



2. 新潟県ブース



3. 千葉ブランド・農水産物輸出促進協議会



4. ジェトロ広報ブース



5. ASEAN パビリオン



6. チュニジアブース



VII. 参 考 资 料

1. 出品者募集案内資料

平成 22 年度農林水産省委託事業 「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) Food Week 2010 出品案内書

1. ジャパンパビリオン設置の目的

韓国ソウルで開催される Food Week は、ソウル中心部の COEX にて、9 万人に上る来場者を迎える大型見本市です。

開催国である韓国は、健康志向や 150 万人を超える日本への渡航者を背景に、日本食・日本食品の市場が拡大しつつあり、常に日本の農林水産物・食品の輸出相手国の上位に位置づけられる重要な輸出市場です。重要性の高まる韓国で開催される Food Week 2010 に「ジャパンパビリオン」を設置することにより、今後のさらなる日本産農林水産物・食品の輸出促進・販路拡大を目指します。

2. 事業実施者

日本貿易振興機構(ジェトロ)は、農林水産省の委託を受け、本事業を実施します。

3. 見本市概要

- (1) 見本市名: Food Week 2010
- (2) 会期: 2010 年 11 月 18 日(木)～21 日(日) 4 日間 (開場時間 10:00～17:00。最終日は 16:00 迄)
※18、19 日はバイヤー等関係業者のみ対象、20、21 日は一般消費者にも公開。
- (3) 会場: 韓国 ソウル特別市江南区三成洞 COEX ホール A～D
- (4) 主催者: COEX、韓国調理機械工業協同組合、京郷新聞社、農水畜産新聞社/The Buyer、月刊ホテル&レストラン、B2 エクスポ、aT 農水産物流通公社、農林水産食品部
- (5) 展示小間面積: 20,378 m² (Food Week 2009 実績)
- (6) 出展者数: 593 社/1,213 小間 (Food Week 2009 実績)
- (7) 出展国数: 17 カ国 (Food Week 2009 実績)
- (8) 来場者数: 9 万 3,113 人 (Food Week 2009 実績)
- (9) ウェブサイト: <http://koreafoodfair.com/index.html?TPL=jap.tpl>

4. 募集要項

- (1) 参加規模: 「ジャパンパビリオン」 約 432 m²

出品者スペース 38 小間程度

原則 1 出品者 1 企業・団体につき 1 小間。但し、必ずしも小間割形式とは限りません。

他に、共用スペース(バイヤーズラウンジ、受付、通路等)を設ける予定です。

(2) 出品物の要件

韓国で販売可能な日本産農林水産物、日本産農林水産物を主原料とした加工食品・飲料

※1 制度上、日本から韓国へ輸出可能なものに限りです。例えば、牛肉、りんご、梨、ビワ、桃、きゅうり、すいか、唐辛子、ピーマンは韓国側の輸入禁止品目となっています。詳しくはジェトロ貿易・投資相談 Q&A (<http://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/qa/01/>) や、別添の「韓国に輸入できる果物と原産国・地域」をご参考ください。

※2 円滑な商談のためにも、卸値の設定(最小輸出ロット価格設定)、輸出ルートの設定等の準備及び出品物に韓国の表示規制に即した表示等を準備する必要があります。

- (3) 出品料: 無料

5. サービス内容

(1) ジェトロが提供するサービス

- ① 会場賃借料、ジャパンパビリオン設置・装飾
- ② ジャパンパビリオン共通設備等維持管理(一定量の電気、水道、警備等)
- ③ 集客のための広報
- ④ ジャパンパビリオンの総合受付(若干名)
- ⑤ 来場者向けジャパンパビリオンパンフレット作成
- ⑥ 情報提供(韓国の日本食市場や見本市の効果的な活用法についての情報を提供します)

- ⑦ コーディネーターによる貿易相談(韓国における日本食品市場の情報、食品に係る各種規制に関する情報、貿易実務に関する情報等)

(2) ジェトロが提供しないサービス

(1)に記載したサービス以外に係る経費は、出品者に負担頂きます。主要なものは次のとおりです。

- ① 輸送に要する経費
 - 輸出梱包及び見本市会場までの通関・輸送費
 - 見本市終了後、出品物の処理(還送・転送等)に係わる通関・輸送経費
 - 出品物に係わる輸入税、通関費用、その他公租公課、輸送保険料
- ② 展示装飾に要する経費
 - ジャパンパビリオン共通で各ブースに用意する備品以外に出品者が特別又は独自に必要とする設備・備品等の設置・借上、撤去等に要する経費
- ③ 社員等の派遣に要する経費(渡航費、宿泊費等)
- ④ 出品物及び自社ブースに持ち込む出品者所有物に係る本見本市会期中の盗難保険料 ※
- ⑤ その他、本見本市に係る出品者の都合により発生する個別経費

※1 出品者所有物の盗難について

見本市会場で生じた盗難については、ジェトロは一切責任を負いません。

高価な出品物、自社ブースに持ち込むパソコン、デジタルカメラ等の出品者所有物には会期中盗難保険を付保されることをお勧めします。

※2 通訳・アシスタントについて

ジェトロは、全ブース共用の通訳者数名を配置予定です。その他に、各ブース専属通訳又は専属アシスタントを配置される場合は、人材、または雇用関係手続を代理する通訳派遣会社等を紹介いたします。この場合、通訳・アシスタント雇用にかかる経費は出品者の自己負担となります。

6. 出品物の輸送方法

各種手続き等については輸送業者と直接行っていただきます。ジェトロより見本市のオフィシャルフォワードアーの日本代理店を、ご参考までに紹介します。同代理店に輸送・通関業務を委託する場合は必ず事前に見積を入手いただき、出品者の責任にて取引を行って下さい。既に輸送ルートをお持ちの場合は、当該輸送業者を利用いただいても構いませんが、出品物の輸送、通関等が確実に行われるよう、出品者の責任において手配をお願いいたします。

7. 会期後の出品物の扱い

出品物は韓国国内での販売はできません。会期終了後に出品物は自己責任にて廃棄、もしくは還送いただきます。(市場向けに輸出したものを展示した場合は除く)

8. 小間位置の決定

会場全体の基本構成、小間位置は出品内容によりジェトロにて決定させていただきます。出品者様のご希望に添えない場合がございますので、予めご了承ください。

9. 出品の条件(社員等の派遣)

会期の全日程を通じて出品者の方がブースにおいて商談・PRしていただくことが条件です。申込み後に会期の全日程のアテンドができないことが明らかになった場合には、ご出品をお断りすることもあります。

10. アンケート等へのご協力

出品者の皆様には、会期前後および会期中に行うアンケートなどにご協力いただきます。現地代理店などと共同で商談する場合も、出品者の実績として成果を記載してください。また、本事業のフォローアップ調査(聞き取り調査、アンケート調査等)に必ずご協力いただきます。今年度以降においても、農林水産省及びジェトロから調査依頼があった際にはご対応いただく必要があります。

11. 出品者の選定

出品者の構成は、農林水産省との協議の上決定します。決定には以下の項目を考慮して採点を実施し、同点の場合は申し込みの先着順を優先します。

- (1) 品目として輸出増が期待できるものか
- (2) 出品予定品の品質、価格、物流面での要件等が現地で受け入れられるものか
- (3) 出品により新しい海外市場の開拓が期待できる商品か
- (4) 日本産原料の使用割合
- (5) 応募者の輸出に取り組む姿勢・戦略、対象展示・商談会の位置付け
- (6) 応募者の生産・供給体制
- (7) 応募者の商談等への対応・フォローアップ体制
- (8) 法令遵守にかかる実績及び姿勢
- (9) 応募者の経営規模
- (10) 応募者の輸出入への関与度
- (11) 輸出のためのパートナー又は相当する事業者との連携度

また、募集小間数をオーバーしない場合でも、出品者としてふさわしくないと考えられる際には、参加をお断りすることがございます。

12. 応募方法

本出品案内書、および「海外見本市出品要綱」に記載の事項を、必ず確認・了解いただき、以下手順に従ってご応募下さい。

手順1.

以下書類・データをメールにて担当者までご提出ください。

- (1) 出品申込書・承諾書(社印・代表者印押印済のもの。PDF 版等、原本のコピー)
- (2) 出品物の写真データ (1 商品につき 1 枚まで。出品が決定した際には、ジャパンパビリオンのパンフレット用の写真として使用させていただくため、解像度の高い画像をご送付ください。ただし、ファイル容量が 4MB を超える場合には、画像を分割するなどしてお送りください。)

手順2.

以下の事前調査票(1)、(2)、(3)にご回答ください。

事前調査票(1): https://www.jetro.go.jp/form/fm/afb/foodweek2010_1

事前調査票(2): https://www.jetro.go.jp/form/fm/afb/foodweek2010_2

事前調査票(3): https://www.jetro.go.jp/form/fm/afb/foodweek2010_3

手順3.

手順1. のメール受信及び手順2. の入力完了を担当者が確認後、応募書類受付完了のご連絡をします。連絡は1営業日以内で行います。1営業日を過ぎても連絡がない場合は、お手数ですが担当者までお問合せください。

手順4.

手順3. の連絡後、以下書類を担当者までご郵送ください。

- (1) 出品申込書・承諾書(社印・代表者印押印済のもの、原本) 2部
- (2) 企業概要パンフレット 1部
- (3) 出品物パンフレット 1部 ※

※パンフレットが無い場合、事前調査票(3)に、出品物に関しできるだけ詳細にご記入ください。

手順5.

出品を承諾する場合、提出頂いた「出品申込書・承諾書」(2部)にジェトロ公印を押印し、うち1部を返送します。

応募締切: 2010年7月30日(金) 17:00 申込書類必着 (※手順4. までを完了させてください。)

13. 注意事項

- (1) 出品物の輸送方法や会場利用規則、出品に関する諸手続きについてご説明するために、出品者説明会をジェトロ東京本部にて開催する予定です。出品者説明会は、**8月下旬(23日の週)の開催で調整中**です。日程の確保をお願いいたします。
- (2) 本見本市出品申し込み後に出品をキャンセルされた場合には、農林水産省に通知され、今後同省が実施する事業の選定等において考慮されることとなります。

- (4)本見本市へ独自に出品される企業については、ジャパンパビリオンへの重複出品は認められません。
違反した場合は農林水産省に通知され、今後同省が実施する事業の選考等において考慮されることとなります。
- (5)本案内に記載されていない事項に関しては、別添「海外見本市出品要綱」に準拠します。
- (6)本案内および「海外見本市出品要綱」に定めのない事項に関しては、ジェトロがその対応を決定するものとし、政府の方針等により内容が変更される可能性がある旨、予めご了承下さい。
- (7)出品物は国内法令および韓国の法令に照らして適法に輸送して下さい。違反した場合は、今後農林水産省が実施する事業の選定等において考慮されることとなります。
- (8)提供頂いた個人情報は、事業実施のため、農林水産省・施工業者等の事業関係者に提供する場合がございます。また、本見本市の実施についてプレスリリースを行い、企業情報、出品物の情報が公開される場合がございます。予めご了承ください。

以上

◇お問い合わせ先◇

日本貿易振興機構（ジェトロ） 農林水産部 農林水産事業課

（担当：大澤、田原、小池）

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6階

TEL:03-3582-5546 FAX : 03-3582-7378 E-Mail : foodweek2010@jetro.go.jp

韓国に輸入できる果物と原産国・地域

植物検疫上、品目別に次の輸入許容地域を除いた世界全地域の全ての果物が輸入禁止である。

品目別輸入許容地域

柿 [米国]ハワイ州,テキサス州およびフロリダ州を除いた全地域
[日本]全地域
[ニュージーランド]全地域

ブドウ [米国]ハワイ州およびテキサス州を除いた全地域
[日本]全地域
[ニュージーランド]全地域

キーウイ (Actinidia chinensis, Actinidia deliciosa)
[米国]ハワイ州を除いた全地域
[日本]全地域
[ニュージーランド]全地域

キーウイ(Actinidia arguta) [ニュージーランド]全地域

グレープフルーツ [米国]ハワイ州,テキサス州およびフロリダ州を除いた全地域
[日本]九州と南西諸島を除いた全地域

ミカン/レモン [米国]ハワイ州,テキサス州およびフロリダ州を除いた全地域
[日本]九州と南西諸島を除いた全地域
[ニュージーランド]全地域

ライム [米国]ハワイ州,テキサス州およびフロリダ州を除いた全地域

ユズ [日本]九州と南西諸島を除いた全地域

甘柿/カボチャ [日本]全地域
[ニュージーランド]全地域

ドウリアン [タイ]全地域

さくらんぼ/トマト/イチゴ [日本]全地域

アボカド	[米国]ハワイ州,テキサス州およびフロリダ州を除いた全地域 [ニュージーランド]全地域
ザクロ	[イラン] Sistan および BaluchistanProvine を除いた全地域 [ウズベキスタン]全地域
月橘	[ネパール]全地域 [インドネシア]全地域
メロン	[米国]ハワイ州を除いた全地域 [日本]全地域 [ウズベキスタン]全地域 [ニュージーランド]全地域
マクワウリ	[日本]全地域 [ウズベキスタン]全地域



FOOD WEEK 2010
Japan Pavilion

일본 식품·주류업체
46개사 참가
역대 최대규모!

 일시 : 2010.11.18~21
장소 : COEX (Hall A : Booth No. A212 - A338)
주최 : **MAFF** 일본국 농림수산성
운영 : **JETRO** 일본무역진흥기구

문의처
JETRO 서울센터 최희락 과장대리, 이병호 차장
TEL : 02-739-8657 <http://www.jetro.go.jp/korea>



FOOD WEEK 2010

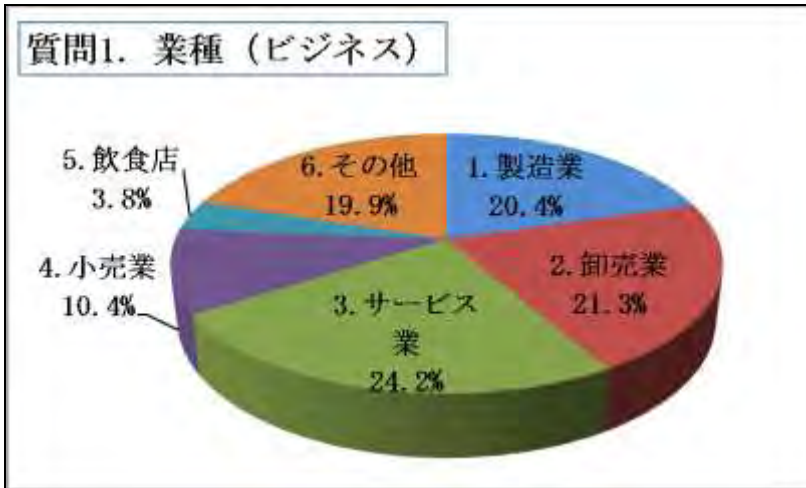
참가기업 및 단체리스트(경칭 생략, 50음순)

No.	출전기업 및 단체	지 역	품 목
1	마오시소농협(주)	구마모토	차조기음료, 차조기드레싱, 차조기차, 차조기소금, 전차조기식초, 청차조기소면·소바·우동, 차조기 사탕, 차조기(적차조기)매실장아찌
2	(주)아사비라키	이와테	사케 리큐어
3	(주)아지테크	이와테	대두단백관련제품, 발아면미제품
4	(유)아부미가마보코	돗토리	어묵, 가마보코제품
5	(주)이오켄	가고시마	가고시마산 양식생방어, 가고시마산 양식육다랑어, 전자렌지용 방어알갱구이, 고통어타타키, 참돔 오차즈케
6	(유)이시비시아	후쿠오카	곤약, 곤약면, 곤약분 등 곤약관련상품
7	(주)엔코	돗토리	흑마늘액기스, 흑마늘페이스트, 흑마늘소금, 물라곤
8	(유)오쿠라멘	후쿠오카	일본채(시즈오카 가케키와산 침종차), 녹차함유 린미차, 티백 관련 상품
9	오키나와현농업협동조합	오키나와	농산가공품, 농산물
10	(주)오키나와현농산공사	오키나와	오키나와산 소재를 사용한 건강식품, 농산물
11	(주)오비네아	도치기	우엉, 매실우엉, 검은깨우엉, 반건조무다시마절임, 락교 등
12	(유)쿠리오상점	도쿠시마	고구마과자(나루토무즈이모)
13	(유)게이현수산	가고시마	젓방어 및 방어어 훈제, 양념구이, 가마살
14	(유)엔카출신	미야기	미야가산 건조립새우, 참치올라겐
15	(주)고시카와	돗토리	냉동식품
16	고젠슈쿠라모토쓰지분회	오카야마	사케
17	(유)곤도상점	이와테	생선구이(수산냉동조리식품)
18	(주)사와이커피	돗토리	드립백커피, 커피메이커, 캔커피
19	사와노쓰루(주)	효고	사케
20	(주)산류식품	오사카	누룩식초올라겐 등
21	센무드(주)	히로시마	오코노미스스, 아키소바스스, 냉동오코노미야키, 불고기양념, 히로시마풍 오코노미야키 소스(매운맛)
22	(주)시미모토식품	후쿠오카	명란젓마요네즈
23	시미즈양조(주)	미에	사케
24	GFC(주)	도쿄	화과자(고시리역 등 떡종류)
25	스미게쓰도물산(주)	미야기	약한 굴, 명게젓, 건조명게
26	센다이노사카야 마사노	센다이	사케, 소주, 리큐어, 힐프주
27	소우선 소쿠&아그리 교류회	가고시마	소주, 흑식초, 과자, 샌드위치 관련 식자재, 김 관련 식자재
28	다쓰오미분가주조(주)	효고	사케(구로마츠하쿠시카, 하쿠시카 등)
29	치요무스비주조(주)	돗토리	사케, 소주, 맥실주
30	쇼에베슬(주)	모사카	대실주, 식품
31	쓰노식품공업(주) 쓰노라이프시스템인케미칼(주)	와카야마	미강유, IP6, 이노사발
32	토후식품(주)	이시카와	각종 드레싱, 가다랑어육수, 다시마육수, 불고기양념, 요세나베 육수, 참요나베 육수
33	나카시쓰나이타라농업협동조합	후카이도	꽃콩, 검은꽃콩, 줄기없는 강남콩, 꽃콩가공품
34	(주)나리스 워스 B&H	오사카	저염간장, 저염조미료
35	(주)나시아마주조장	효고	사케, 맥실주, 리큐어, 소주
36	(유)하시모토상회	고치	고치현 특산물, 가다랑어가공품(육수팩, 가쓰오부시 등), 된장, 과자, 유자관련상품(주스, 차 등)
37	(주)후지밤비	구마모토	흑설당도넛빵
38	(주)마쓰자와	나기노	농산가공품, 과자, 주스
39	마루코베(주)	도쿄	두유
40	마루산야(주)	아이치	된장, 두유
41	미나미산업(주)	미에	두유, 함미염, 대두파우더
42	메노주조(주)	후쿠오카	사케, 소주, 리큐어, 도부로쿠
43	(주)모리야마	후쿠오카	냉동삼각김밥, 아채절임, 기타 농산물
44	(주)리프후리오	가나가와	트리플하트사브레, 데링제히트사브레
45	(주)류큐물산부역연합	오키나와	흑설당, 우동, 건강음료, 아와모리 등
46	와키야마교와물산(주)	도쿄	수산가공품(스시재료 등)

3. 来場者アンケート

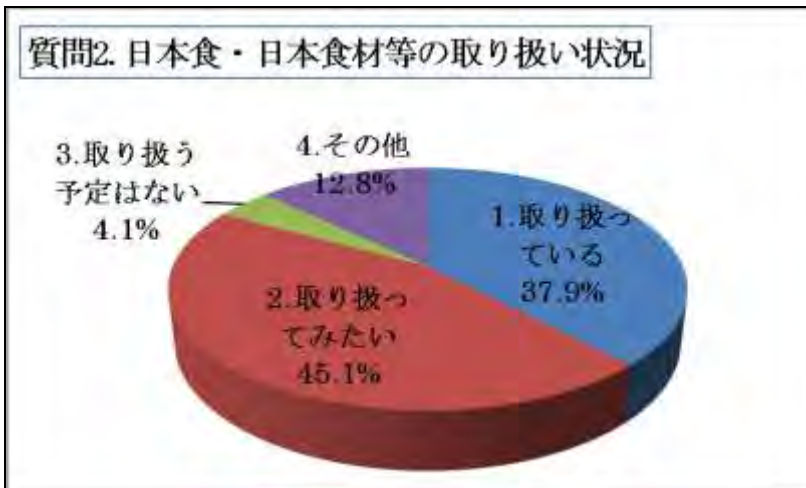
回答者数:195 名、有効回答数:195 枚(回収率 100%)

◆業種別割合(複数回答可:回答数 194 件)



製造業 43 件、卸売業 45 件、サービス業 51 件、小売業 22 件、飲食業 8 件
その他の回答:貿易業、流通等。

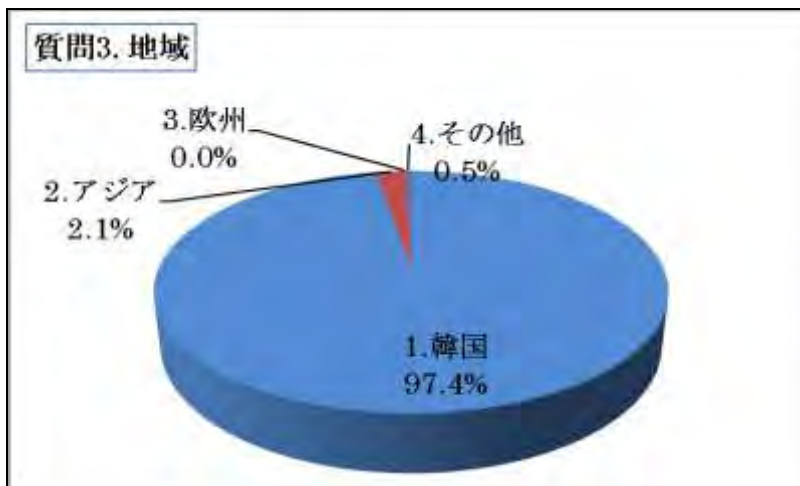
◆日本食・日本食材の取り扱い有無(回答数:192 件)



取り扱っている、または取り扱ってみたい主な理由

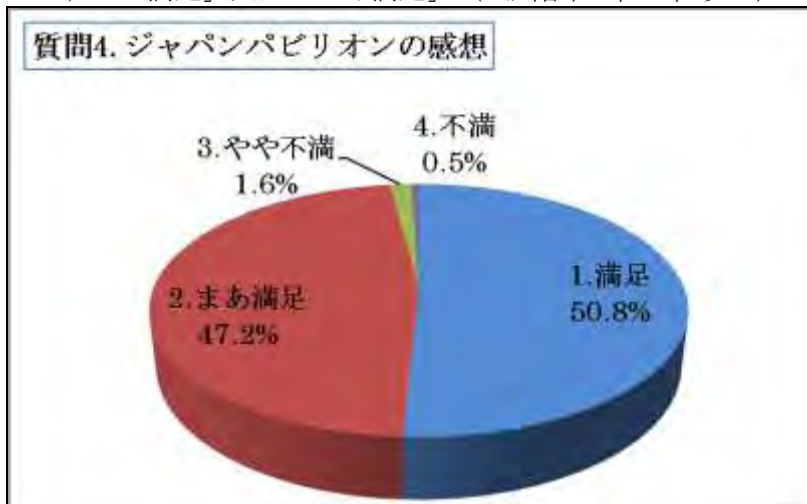
- ・アイテムの拡大計画がある。
- ・味がよく、新鮮な食品が多い。
- ・大手流通業者への納品を計画中。
- ・韓国で日本食品の人気が高まっている
- ・韓国にはない新しい商品探し。
- ・健康志向食品に関心が高い。
- ・日本の食材はレベルが高く、食材産業は展望が明るい。
- ・品質が良い、韓国人の食品に対する好みと類似。

◆地域別割合(回答数:194件)



◆ジャパンパビリオンの満足度(回答数:194件)

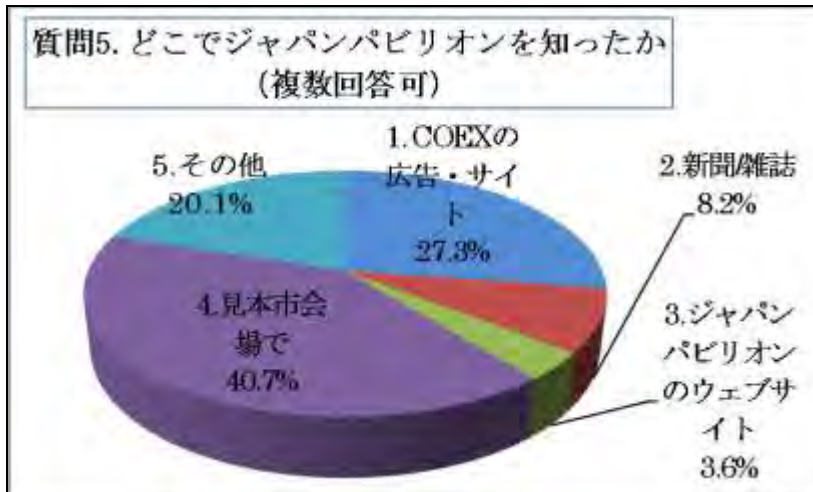
- ・98%が「満足」又は「まあ満足」(4段階中上位2位以上)と回答した。



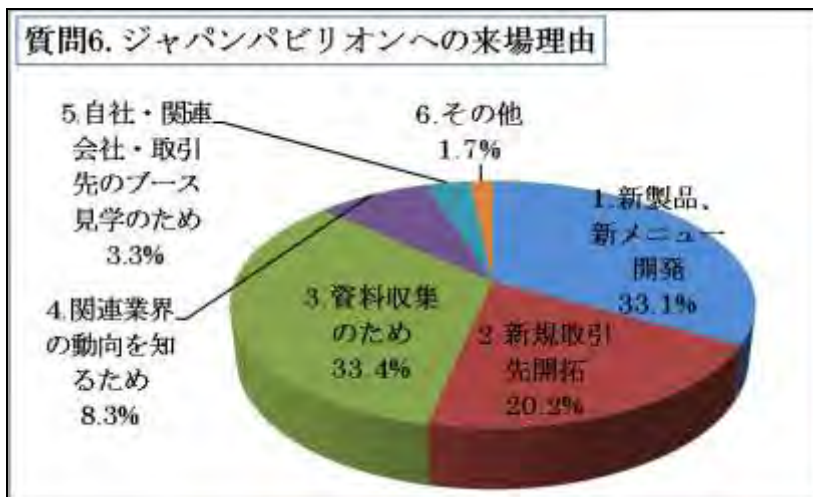
(回答理由)

- ・きれい。(複数回答)
- ・対応が親切。(複数回答)
- ・去年より出展企業が増え、製品の多様性に富んでいる。
- ・試食は多いが、製品案内が不足。
- ・出展の規模が小さい。(複数回答)
- ・出展物が少ない。多様性に乏しい。(複数回答)

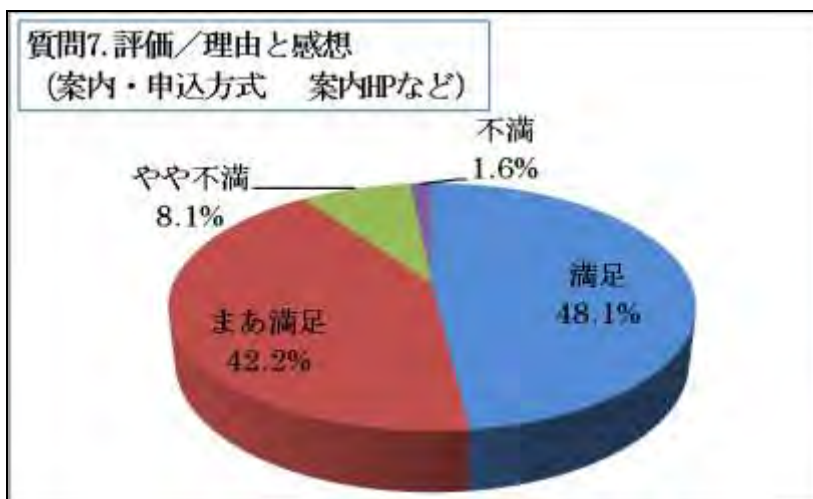
◆どこでジャパンパビリオンを知りましたか？(回答数:188件)



◆ジャパンパビリオンを訪問した理由についてお聞かせください。(複数回答可、回答数:193件)



◆案内・申込方式(案内HPなど)についてお聞かせください。(回答数:184件)

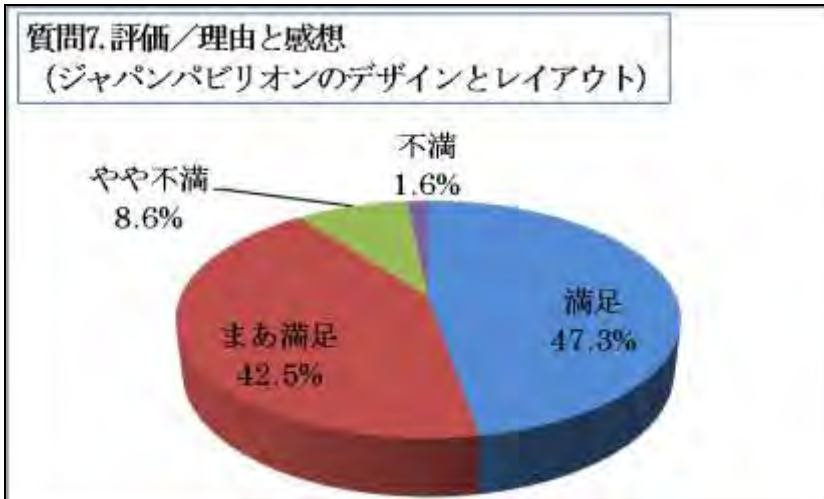


(回答理由)

- ・きれい。

- ・親切。
- ・商談時間のチェック及び連絡はありがたい。
- ・ブース配置が分かりにくい、案内不足。
- ・広告不足、積極的なPRが必要。（複数回答）

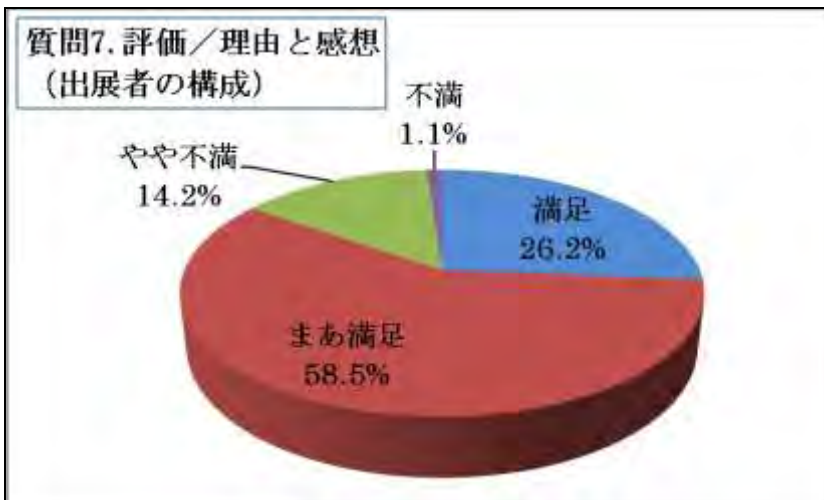
◆ジャパンパビリオンのデザイン・レイアウトについてお聞かせください。（回答数:186件）



(回答理由)

- ・きれい。（複数回答）
- ・日本スタイルでコンセプトとよく合っていると思う。
- ・地図があって便利だった。
- ・構成は良いが、多少狭い。
- ・商談スペースが狭い。
- ・導線が複雑。

◆出展者の構成についてお聞かせください。（回答数：183件）

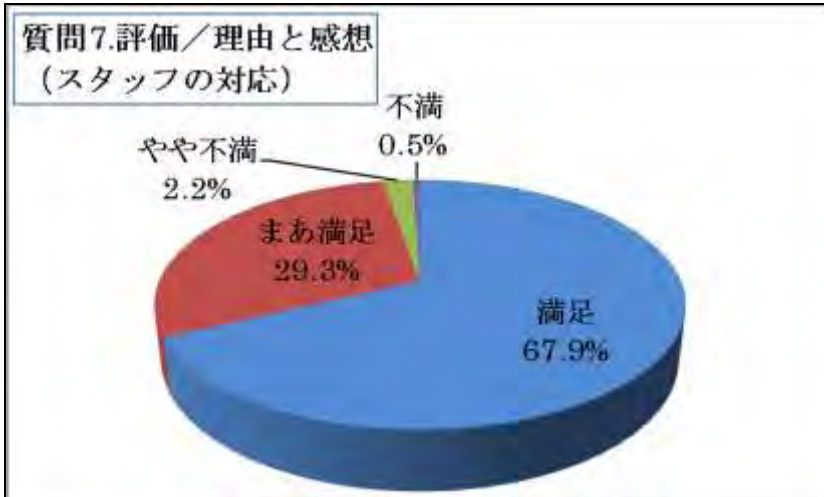


(回答理由)

- ・充実したラインアップ。
- ・多種多様なブース。

- ・類似の企業が多い。より多様な種類の商品を求める。（複数回答）
- ・加工品会社の出展が少ない。
- ・参加企業が少ない。多少専門性に欠ける。

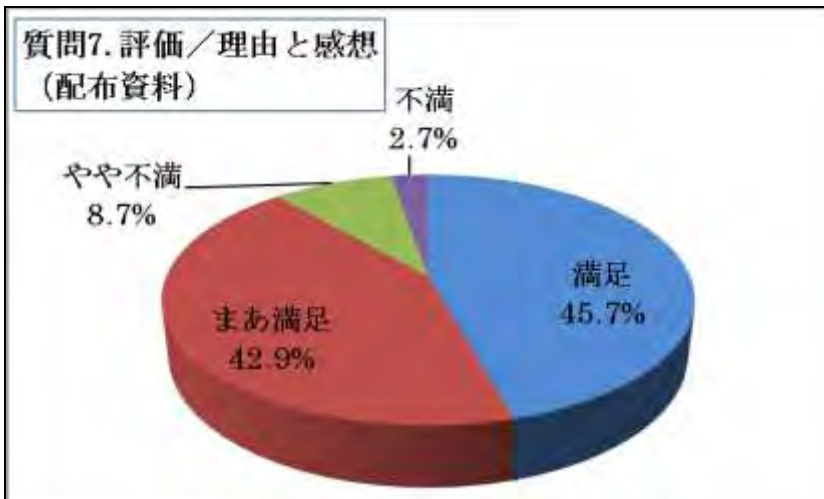
◆スタッフの対応についてお聞かせください。（回答数：184件）



(回答理由)

- ・親切。（複数回答）
- ・韓国語が上手で、参加目的が明確。
- ・親切だが、来場客に自分から声をかける態度が必要。

◆配布資料についてお聞かせください。（回答数：184件）



(回答理由)

- ・きれいで分かりやすかった。
- ・説明が良くまとまっている。
- ・企業広報以外に中身を充実させてほしい。
- ・種類が少なく、通訳が悪い。
- ・日本語の資料のみのブースは理解不能。

◆ 今回出展された日本食、日本食材について関心事項等ありましたらご記入下さい(自由記入)

- ・和菓子：種類が多く、高級なイメージ。味、デザインがよい。
- ・水産加工品：ラインアップ、梱包の充実さ。
- ・酒類：味がよい、独特。

◆ 日本食、日本食材についてどのようなイメージがありますか。(自由記入)

- ・味がよく、食品を大事にするイメージがある。
- ・安全性の高さ。
- ・韓国人の口にもよく合う。
- ・きれい。
- ・包装がよい。
- ・味はよいが、価格がやや高い。
- ・素材・商品に対するプライドの高さ。
- ・味の薄さ。
- ・味が甘い。
- ・関心は高いが、なかなか手に入らない。簡単に買えるようになればいいと思う。

3. 新聞等クリッピング

※岩手日報 2010年9月29日付

※この記事は岩手日報社の許諾を得て転載しています

韓国の食品国際展示会

本県3社出展へ

へ視
拓注
開ア
路ア
販ア

韓国ソウルで開催される総合的な食品の国際展示会「フード・ウィーク2010」（11月18～21日）に、本県から3社が出展する。健康志向で日本食ブームが高まっている韓国で購買力の高いバイヤーに売り込み、急成長するアジア市場での販路拡大を目指す。

フード・ウィークはソウル中心部にある東洋最大級のショッピングモールCOEX（コ

ーエックス）、韓国調理機械工業協同組合などの主催。2006年から毎年開催され、今回は約9万人の来場を見込む。日本勢のジャパンパビリオンは46社が出展。本県からはアジテック（北上市）が大豆タンパクを利用したハム、トンカツなど、近藤商店（釜石市）が焼き魚、あさ開（盛岡市）が日本酒を出品する。近藤商店の近藤和貴

さん（27）は「韓国は日本食への関心が高い。まず三陸・釜石の水産物をアピールしたい」と意気込む。

日本貿易振興機構（JETRO）盛岡貿易情報センターの島川博行係長は「韓国は健康志向、日本食ブームが高まり、日本からの輸出も増えている。これを機に県内食品関連企業の販路開拓につなげたい」と話す。

平成 22 年度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 (韓国 (Food Week 2010)))

発行 平成 23 年 2 月

委託先 日本貿易振興機構 (ジェトロ)

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6 階

農林水産部 農林水産事業課

TEL: 03-3582-5546 FAX: 03-3582-7378