

## VI. 事業運営概要

### 1. 運営スケジュール

出展者募集	2012年8月20日(月)～9月28日(金)
出展者決定	2012年10月19日(金)
出展者説明会	2012年11月16日(金)
展示商談会	2013年3月10日(日)～3月12日(火)
広報活動	2013年11月～3月(詳細別頁参照)
商談活動	2012年11月～2012年3月(詳細別頁参照)

### 2. 運営体制

出展事務局	<b>弊社(共同ピーアール株式会社)</b> 下記業務の進行管理・連絡調整をはじめ、出展者対応等、事業全般の統括ならびに運営にあたった。
商談支援	<b>【再委託】 MSA Partners LLC</b>
広報支援	<b>【再委託】 MSA Partners LLC</b>
展示装飾	<b>【再委託】 Boston International Travel</b> <b>【再委託】 FREEMAN</b>
物流支援	<b>商船三井ロジスティクス株式会社</b>

## VI.事業運営概要

### 3. 出展者募集・選定

下記の募集内容に基づき、対象出展物の生産者、加工業者、輸出・輸入業者から出展希望を募り、募集期間内に9者の申込みがあった。本事業の協力企業と共に2012年10月2日(火)に審査を実施。①日本産農林水産物・加工品の輸出促進に資するものであるか、②出展構成がバランスのとれたものとなるか、③米国をはじめ世界各地において市場開拓・輸出拡大が見込まれる品目であるか、④市場開拓・輸出拡大のために具体的な考えを有しているか、⑤バイヤー等業者との商談をフォローする体制が整っているか、⑥新規参加企業と既に輸出している企業のバランスがとれたものとなるか等を選定基準とし、最終的に8者を決定した。

募 集 期 間	2012年8月20日(月)～9月28日(金)
審 査 実 施	2012年10月2日(火)
出 展 者 数	8者・団体 (小間形式)
募 集 内 容	日本産水産物、日本において最終加工された水産加工品及び日本産水産物を主原料とした水産加工品の生産者、加工業者、輸出・輸入業者等を対象に公募。但し、出展物に関しては米国において輸入・販売できるものに限る。
告 知 方 法	○農林水産省ホームページ ○農林水産物等輸出促進全国協議会への告知 ○専用ホームページ ○電話等による水産関連事業者へのコンタクト

### 4. 出展者説明会

出展者説明会には参加が決定している8者のうち4者が出席(株式会社あじかん、森松水産冷凍株式会社、クニヒロ株式会社、株式会社ヤマヨは委任状提出の上で欠席。後日、個別に運営概要の説明を実施)。説明会では、見本市およびジャパンパビリオンの概要説明と北米での日本食トレンドについて外部より講師を招き講演を行った。

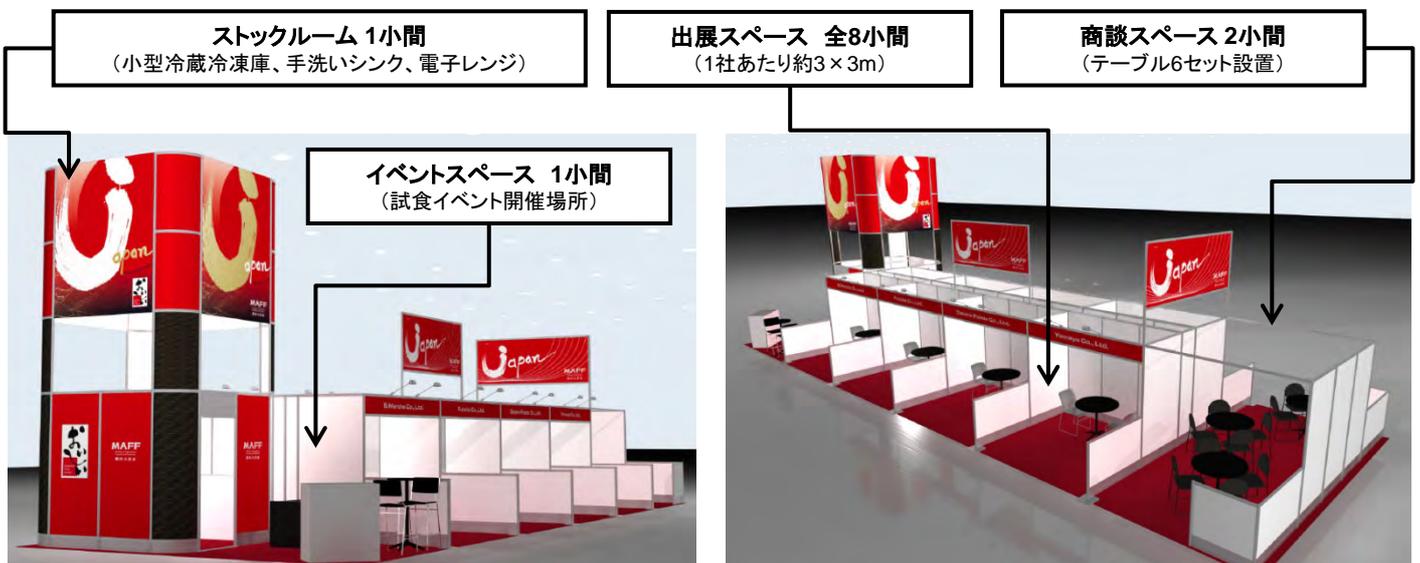
開催日時	2012年11月16日(金)	
場 所	共同ピーアール株式会社 4階 研修室	
出席者 (敬称略)	農 林 水 産 省 物流アドバイザー 講 演 者 事 業 運 営 者	食料産業局 輸出促進グループ 課長補佐 南部浩志 輸出調整係長 太田豊 商船三井ロジスティクス株式会社 輸入営業部 中野 徹 株式会社Office K2M 代表取締役 村上 由 共同ピーアール株式会社 第11業務局 執行役員 局長 亀田 勝彦/行政担当責任者 菅原豊/ 第11業務局 課長 村上雅之/篠原見弦/大橋健太郎/狩野美穂 Web・TV・国際局 国際業務部 主任 阪井達哉
	出 展 者	株式会社エス・マルシェ、大栄フーズ株式会社、大勝フーズ株式会社、株式会社フタバ
プログラム	13:00 13:30 13:35 13:40 13:45 13:50 14:10 14:20 14:30 14:40 15:20 15:30	開場 出展者説明会 開会 農林水産省代表挨拶 委託事業会社代表挨拶 出展者、プロジェクト関係者紹介 出展の概要について ブース施工・装飾について 輸送・物流について 質疑応答 講演:北米での日本食トレンド～日本のシーフードの可能性～ 質疑応答 出展者説明会 閉会

## VI. 事業運営概要

### 5. 展示装飾

出展社ブースはハーフパーテーションによる間仕切りで視認性を確保し、隣接ブースへバイヤーが流れやすいように配置した。本年度はブース位置がメイン通路に位置しており、どの位置からもジャパンパビリオンを視認できるようにタワー型のサインパネルを採用した。

共有スペース (商談エリア)	
2333-H あじかん	2333-D ヤマヨ
333-G クニヒロ	2333-C 大勝フーズ
2333-F 大栄フーズ	2333-B フタバ
2333-E 森松水産冷凍	2333-A エス・マルシェ
共有スペース (ストックルーム) (イベントエリア)	



## V.商談支援活動

### 1. 商談状況

下記の商談件数には、出展事務局で事前に商談をセッティングした132件(誘致企業数52社)が含まれる。

事前に出展者から商談に関する要望を募った上で商談誘致を行ったことや、事前に商談スケジュールを情報提供したこと、前回の商談誘致の際に寄せられた現地需要者の声を踏まえた準備の徹底を出展者に呼び掛けたことにより、見積提出等の商談活動(準備)の効率を向上させることができ、結果的に下記の成約状況に至ることができた。

結果として、出展者からも商談セッティングに対する評価が高く、出展者アンケートでも全社より「非常に満足」「満足」という評価を得ることができた。

(2013年3月24日時点)	件数	金額
商談件数	312件	
見積件数	161件	
成約状況	10件	10,200,000円
成約見込状況	62件	213,520,000円



### 2. 商談誘致活動に関して

誘致対象	前回の商談誘致先をはじめ、出展者からの商談要望を踏まえて、米国内の日本食材を取り扱う商社、卸、飲食店等を対象に、会期中の商談セッティングの為に誘致活動を実施。案内状の送付から電話やメール等による直接コンタクトを合わせると、 <b>総コンタクト数は5000件近くを数えた。</b>
商談件数	結果として、 <b>出展者8社に対して132件(現地需要者数約52者)を誘致</b> することに成功した。前回(IBSS2012)は出展者10社に対して、商談誘致件数が100件超だったことを加味すると、本年度は商談セッティング数においては、3割以上の成果につなげることが出来た。なお、会期中における出展者各社の商談活動とあわせると、 <b>全体で312件の商談件数を得た。</b> また、出展者から希望があったが、会期中に来場予定がない現地需要者については、電話による商談セッティングや、出展者の出張スケジュールに合わせて個別に商談セッティングの調整を行った。

### 3. 商談誘致活動の流れ

#### 2012年11月～12月

- ・現地需要者リストの作成
- ・招待状等のコンタクトツールの作成

#### 2013年1月～2月上旬

- ・約1000通の招待状を郵送(複数の担当者に送付しているため企業社数は約650社)
- ・出展者から要望のあった現地需要者及び関連企業を選定し、上記同様に招待状を送付(約100通)
- ・第1回の招待状送付及びコンタクト結果に基づき追加の招待状を送付(総コンタクト数4000～5000件)
- ・郵送と同時にメールにて案内を実施

#### 2013年1月下旬～会期直前

- ・東海岸及び西海岸の現地需要者に対して電話・メールにて誘致コンタクトを実施
- ・現地需要者からIBSS来場予定をヒアリングし、商談スケジュールを調整
- ・2月上旬及び2月末日時点の商談状況を出展者に情報提供

#### 2013年3月10日～12日(会期中)

- ・会期中の商談スケジュールの調整・管理
- ・会期中の商談マッチングに係る現場対応

## VI-1. 広報支援活動(共有スペースにおける試食実演の実施)

出展物への理解を深める広報支援策として、試食・実演イベントの企画・運営を行った。会期日程及び来場者が最も多く訪れる時間帯のバランスをみながら、出展者による試食デモンストレーション及びプレゼンテーションを実施。

事前に全出展者に希望を募り、8社中4社が実施した。実施希望者には、事前に試食イベント用の台本又は実施イメージを提出してもらい、出展事務局側で台本の翻訳や実施内容のアレンジを行った。会期中は、試食実演用の司会MCを起用し、各出展者の試食・実演の流れに沿って、司会・演出等を行った。

結果として、出展物への理解促進と同時に、常に盛況な雰囲気醸成することができた。メイン通路側での試食・実演は、ブースへの集客に効果的であり、通路を行きかう来場者の殆どがジャパンパビリオンに足を止め、出展ブースを回遊する動線を作ることができ、来場・商談の促進につながった。

<b>参加出展者(計4社)</b>	森松水産冷凍、エス・マルシェ、大栄フーズ、クニヒロ
-------------------	---------------------------

<実施スケジュール>	3/10(日)	3/11(月)	3/12(火)
11:00		大栄フーズ (中華いい蛸、とびっ子)	
11:30	森松水産冷凍 (ぶり握りすし)		エスマルシェ (ぶり照焼)
12:00		エスマルシェ (ぶり照焼)	
12:30	クニヒロ (カキフライ)		
13:00			
13:30	エスマルシェ (ぶり照焼)		
14:00		森松水産冷凍 (ぶり握りすし)	
14:30	大栄フーズ (中華いい蛸・中華サラダ)		
15:00			

### 【森松水産冷凍】



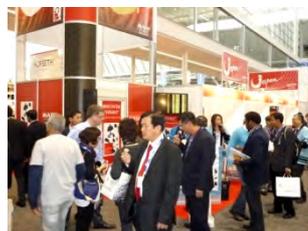
### 【クニヒロ】



### 【エスマルシェ】



### 【大栄フーズ】



## VI-2. 広報支援活動(パブリシティ活動)

### 1. 取材誘致・掲載状況

本事業において、現地需要者等をはじめとする多くの業界関係者にジャパンパビリオン及び出展者(物)情報を周知させるためのパブリシティ(記事化)活動を行った。IBSS主催者のオフィシャルメディアをはじめ、来場予定のメディアとの継続的なリレーションツールとして、通常メディアコンタクトに加え、ソーシャルメディア(Facebook及びTwitter)を活用し、会期中の取材誘致9件、掲載実績27件(2013年3月24日時点)につなげることができた。

スケジュール	2012年11月上旬～12月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・活動方針の決定</li> <li>・メディアリスト作成</li> <li>・プレスキット等の広報ツールの作成</li> </ul>
	2012年12月下旬 2013年1月から	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ソーシャルメディア(Facebook及びTwitter)の開設</li> <li>・過去に取材依頼や記事掲載のあったメディアへのコンタクト開始</li> <li>・ソーシャルメディアを通じたコンタクト開始</li> </ul>
	2013年2月25日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出展告知リリース配信/メディアコンタクト実施</li> </ul>
	2013年2月25日～会期直前	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会期中の来場誘致及び取材スケジュールの調整、問合せ対応</li> </ul>
	2013年3月10～12日 2013年3月10日から(会期後も継続)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会期中のメディア対応(取材調整、アテンド、取材誘致、問合せ等)</li> <li>・掲載フォロー活動</li> </ul>

#### ◆掲載実績

2013年3月時点で27件の掲載に至っている。

下記の他に今後の掲載予定として、EatingPlaces、Grocery Headquarters、Quick Frozen Foods International (2013年4月号)がある。

No	掲載日	国別	属性	内容	媒体名
1	8/28	日本	新聞	出展者募集	冷食タイムス
2	2/25	米国	WEB	出展告知	Yahoo!NEWS
3	2/25	米国	WEB	出展告知	Yahoo! FINANCE
4	2/25	米国	WEB	出展告知	One News Page
5	2/25	米国	WEB	出展告知	QLife Pro
6	2/25	米国	WEB	出展告知	Solid Waste & Recycling
7	2/25	米国	WEB	出展告知	EON
8	2/25	米国	WEB	出展告知	Fort Mill Times
9	2/26	米国	WEB	出展告知	Congo
10	2/26	米国	WEB	出展告知	Food & Beverage Asia
11	2/27	米国	WEB	出展告知	JAPAN TODAY
12	2/27	米国	WEB	出展告知	FisheryNation.com
13	2/27	米国	WEB	出展告知	The Japan Daily Press
14	2/27	米国	WEB	出展告知	PerishableNews.com
15	3/2	日本	WEB	取材(出展者)	みなと新聞
16	3/4	日米	WEB	出展告知	Minato-Tsukiji.com (みなと新聞)
17	3/6	日本	新聞	出展告知	みなと新聞
18	3/6	日本	WEB	出展告知	みなと新聞
19	3/9	日系誌	新聞	出展告知	NYジャピオン
20	3/9	日系誌	新聞	出展告知	Daily SUN New York
21	3/9	日系誌	新聞	出展告知	USウィークリー・ビズ
22	3/11	米国	WEB	取材(農水省)	Intrafish Media
23	3/11	米国	WEB	取材(出展者)	Intrafish Media
24	3/12	米国	WEB	取材(出展者)	The Passionate Foodie
25	3/18	米国	WEB	取材(出展者)	Seafood Source.com
26	3/18	日本	新聞	取材(農水省)	みなと新聞
27	3/18	日本	WEB	取材(農水省)	みなと新聞

#### ◆取材誘致

会期中は9媒体から取材依頼があり、適宜、メディア対応に当たった(下記参照)。

##### ➤Intrafish Media

世界最大の水産業ニュース配信サービス企業。7カ国にオフィスを持ち、配信サービスに加え、業界誌・紙6誌を毎月発行。

##### ➤Seafood Source

IBSS主催企業であるDiversified社が運営する水産業界関係者向けのビジネス情報サイトで、北米の大手水産専門誌『Seafood Business』と連動して、最新の水産業界の動向やマーケティング情報を発信・提供している。

##### ➤Grocery Headquarters

リテール及び卸向け食品業界専門月刊誌。

##### ➤Quick Frozen Foods International

流通、小売、外食産業に関するニュースを網羅している冷凍食品専門の業界誌。主に北米をはじめヨーロッパ、アジア、南アフリカなど幅広い業界動向を掲載。

##### ➤Boston Globe

ボストンにおいて最大の発行部数を誇る日刊新聞。

##### ➤Aberdeen Group

ボストンベースの業界大手コンサルティング会社。市場調査活動に加え、イベントも数多く主催。

##### ➤Eating Places

各国の料理を専門とした人気フードブロッガー。

##### ➤The Passionate Foodie

日本酒、フードをテーマに執筆するコラムニストのブログ。

##### ➤みなと新聞

「みなと新聞」(The Minato Daily)は、日本の水産業情報を扱う日刊水産専門紙(全国紙)。山口県下関市東大和町に本社を置くみなと山口合同新聞社が編集・発行している。「みなと新聞」の発行部数は現在58,000部。

## VI-2. 広報支援活動(パブリシティ活動)

### 2. ソーシャルメディアの活用に関して

出展物に関する関心を高め、商品の背景とユニークな調理法に関する情報を提供することを目的として、IBSSジャパンパビリオンのフェイスブック(以下、FB)及びツイッターを開設。米国を主体とするバイヤーやメディアをソーシャルメディアのターゲットユーザーとし、各出展物の紹介を中心に日本産水産物の魅力を訴求する情報発信を行った。

**Facebook: ([www.facebook.com/JapanSeafood](http://www.facebook.com/JapanSeafood))**

**Twitter: (@JapanSeafood)**

#### 【掲載コンテンツの一例】

各掲載内容は出展物のユニークな素材が米国消費者の味覚を満足させる旨の、興味深い内容に仕立てた。また、西洋料理では珍しい日本食材の背景説明も兼ねた情報発信も行った。日本では数多くの料理に使われている”だし”を例として挙げ、水産物がユニークな日本文化にどのような影響を与えて来たか、また、日本古来の漁法も紹介するなど、日本水産物の歴史にも焦点を当てた。掲載コンテンツはリンクによるものから健康関連記事、YouTube動画でのレシピ、高解析度の画像、”ぶり”と”かんぱち”で独自に作成したインフォグラフィック等がある。

#### 【連動対策(フォロワー等)】

特にツイッター用として、ハッシュタグを用いると共に他のアカウントとも直接コンタクトを行い、投稿内容への注目度を高め、オーディエンスの増加に努めると共に、ジャーナリストも対象として実施した。ジャパンパビリオンでは各掲載内容に「#IBSS13」のタグを付けたほか、食のトレンドなどでは「#sustainability」を付けて情報発信を行った。ツイッターにおいては、フォロワーの大半がジャーナリスト、ブロガー、メディア会社が運営するアカウントであった(以下がフォロワー例)。

- Michael Ramsingh (@MichaelRamsingh) of SeafoodNews.com
- SeafoodNews.com Twitter Account (@SeafoodcomNews)
- Cormac Burke (@Cormacburke) of Intrafish Media
- Richard Auffrey (@RichardPF) of the Passionate Foodie blog
- Liz Looker (@EatingPlaces) of the Eating Places blog

ソーシャルメディアを開設したことで、会期直前から会期中を通じてメディアにコンタクトすることができ、パビリオンへの招致及び出展者とのインタビューの実現に至った。ツイッターでは、ジャパンパビリオン全体の取材でPassionate Foodie誌のライターが、FBではボストンローカルのフードブロガーであるMarika Nakamuraの取材誘致につながった。

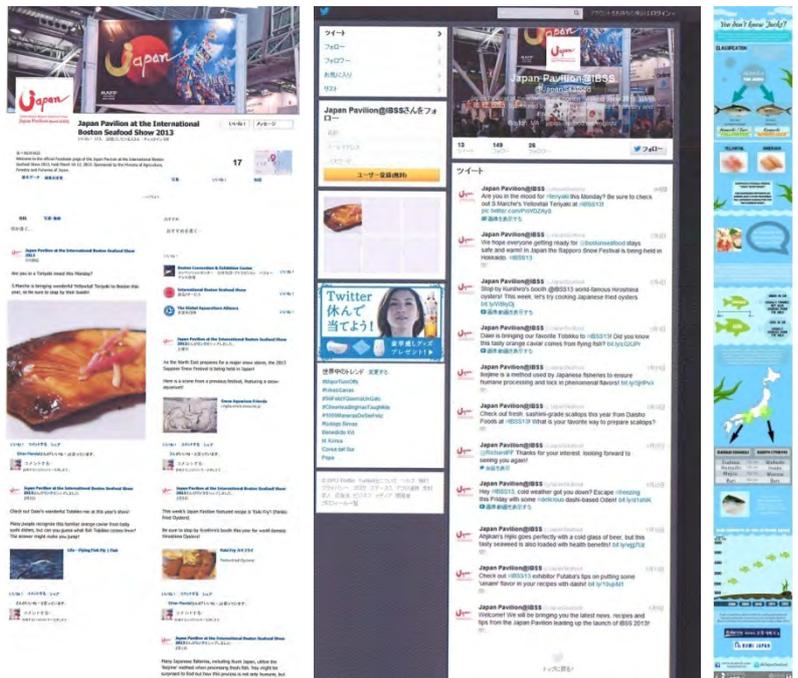
また会期中には、ツイッターに加えてビデオコンテンツ配信サービスのViddyも活用し、フォロワーにリアルタイムで情報を提供した。「ライブツイート」では出展者デモと試食を独自のオリジナルビデオコンテンツとして紹介すると共に、逐次ジャパンパビリオン関連のストーリーや活動との連動を図った。

#### 【投稿と掲載時期】

**FBでは合計27件、  
ツイッターでは35件の投稿を行った。**

大部分のコンテンツは米国の東部時間の午後6時(日本時間午前8時)にユーザーのニュースフィードに表示されるよう事前に設定しておき、米国と日本のユーザーを最大限獲得することを目指した。会期前は週2~4回の頻度で投稿を行った。オリジナルコンテンツ作成の際には、ツイッターのリツイート機能及びFBの「シェア」を活用し、ジャパンパビリオンのイベントの宣伝を行うと共に、会期前並びに会期中の記事掲載の獲得に努めた。

写真左: Facebook  
写真中: Twitter  
写真右: インフォグラフィック



## Ⅶ. 来場者アンケート実施報告

### 来場者アンケート 回答総数: 100名

ジャパンパビリオン出展者ブース両側に2名のコミュニケーションスタッフを配置し、来場者のブースへの誘引と共にアンケートを実施。回答者には寿司ボールペンを提供。

#### 総括

米国市場における日本産品は「高品質」「健康的」「おいしい」「安全」というイメージが定着しており、回答者の6割以上が既に日本食品の取扱いがあり、日本産品の需要の高さを示唆している。また、回答者の6割が「高品質なら高くても購入する」とあるとおり、高品質及び高級食材を求める現地需要者には高い評価を得ている。

#### 来場者属性

アンケート回答者属性では商社、卸売、小売が約6割、レストラン関係者が約2割で流通系の来場者が多い。これはIBSSが専門業者向けの展示会という特色によるものと見受けられる。

#### 納入先

日本食(23%)を含む飲食店が52%と半数を占める。その他、デパートやスーパーマーケット向けの惣菜の食材としても人気が高まっており、来場者アンケートでは11%に留まっているが、出展者からの商談概況をヒアリングした際、以前よりもスーパーマーケット向けの発注が増えているという声も寄せられている。

#### 選定のポイント

重要視するポイントとして「鮮度」「味」「価格」「安全性」のスコアが高く、「産地・ブランド」のスコアが低かった。しかし、日本食を購入する際の必要情報として「産地表示」のスコアが2割となっており、商談誘致したバイヤーや現地メディアには、日本を熟知している者も多く、産地ならではの特徴に質問が集まることもあった。こうしたことから、現地需要者に対して、ジャパブランドとして総括したブランディングだけでなく、個々の商材の「産地」訴求等のブランディングの充実が、今後のさらなる市場開拓の課題のひとつであると見受けられた。

#### 日本産品の取扱状況

6割強の現地需要者が既に取り扱っており、相当量の日本産品が流通している。一方で、甲殻類やすりみ加工品においては、中国をはじめとする他国の低価格商品との競争が激しいという出展者の声も寄せられており、アンケートでも価格を重視する現地需要者が約4割を占めた。さらに、近年、輸出高が好調である「ぶり・はまち」においても、これまで日本の養殖技術の高さで競合を引き離していたが、米国内でも養殖に取り組む生産者が増えており、今後、他国における養殖技術が進むにつれて、価格競争による出荷額の減少を懸念する出展者の声も寄せられている。

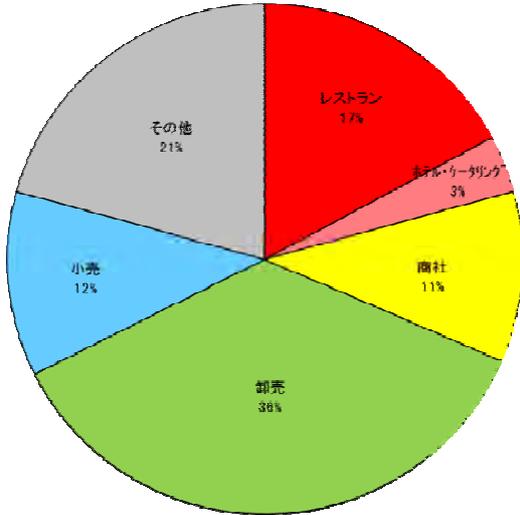
#### 日本産品に関する情報量および情報入手経路

日本産品に関する情報量は十分とする回答が52%を占めた。しかし、一方で不十分とする回答も40%を占めており、その多くが「食べ方・使い方(20%)」や「産地表示(18%)」など、個々の商材の優位性を示す情報を求めている。

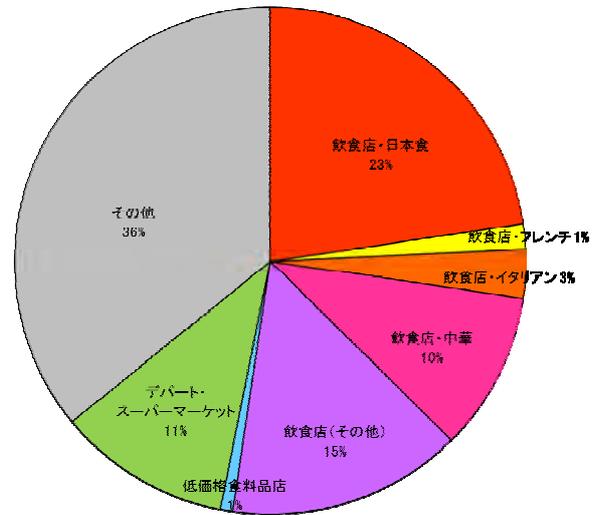
また、情報の入手経路としては、「商社・流通(35%)」がトップに挙げられ、次いで「インターネット(29%)」となった。インターネットを選択した現地需要者にヒアリングしたところ、取引先(商社・流通・レストラン)や新聞・雑誌から見聞した情報を掘り下げて情報収集する際にインターネットを利用するといった声が多く寄せられた。また、複数の現地需要者からは、「日本語のサイトは詳細な情報が載せられているのに、英語版になると簡略な商品情報しかないのが残念に思う」といった声も寄せられた。

## VII. 来場者アンケート実施報告

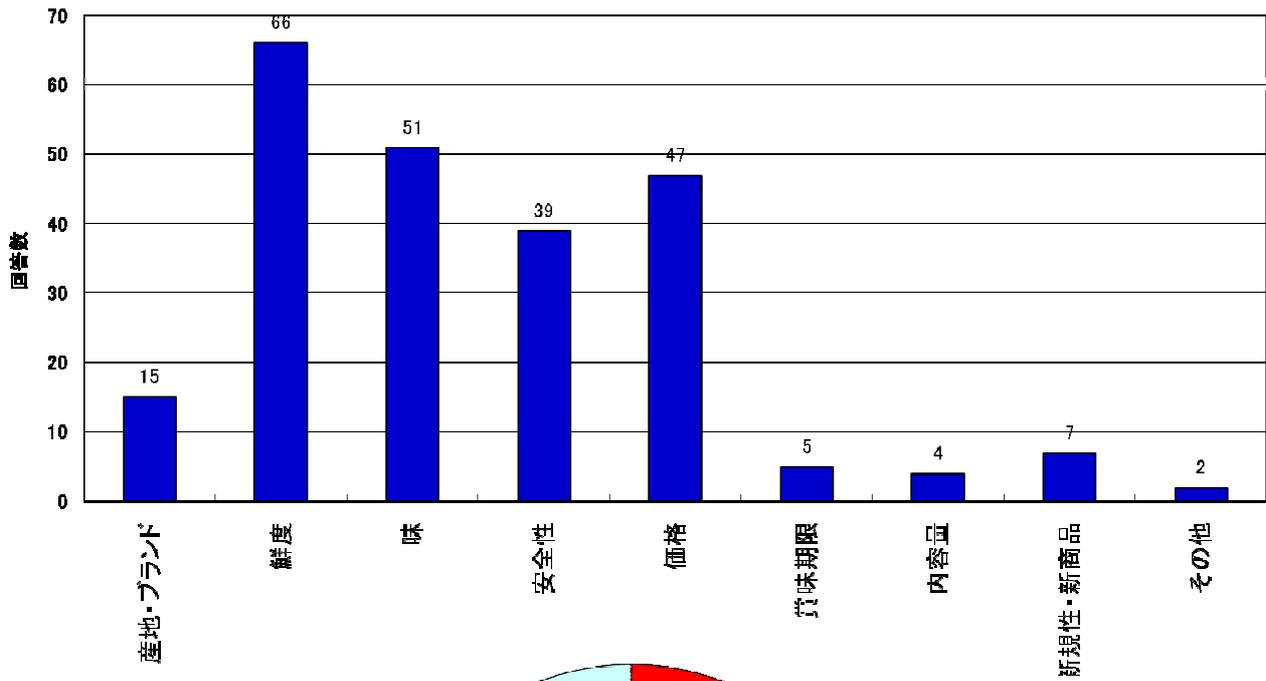
### Q. 回答者の属性(業種)



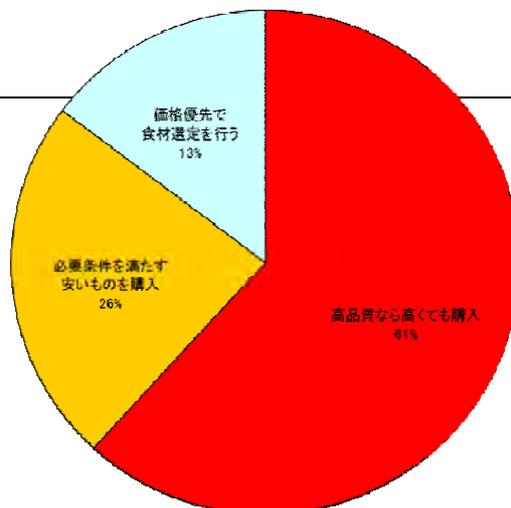
### Q. 主な納入先



### Q. 食品選定ポイント

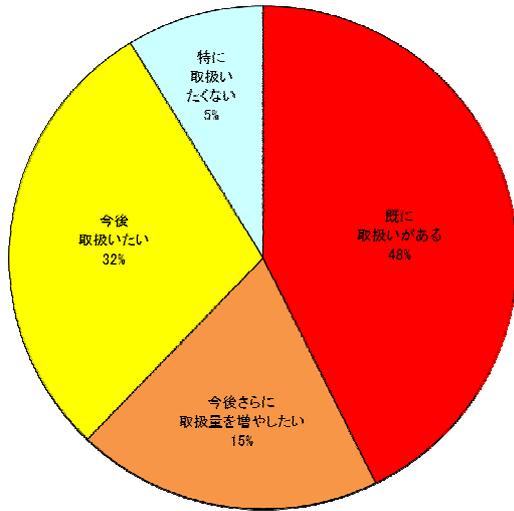


### Q. 価格評価のポイント



## VII. 来場者アンケート実施報告

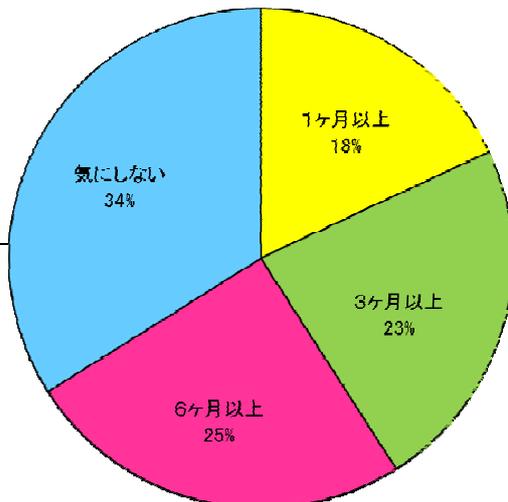
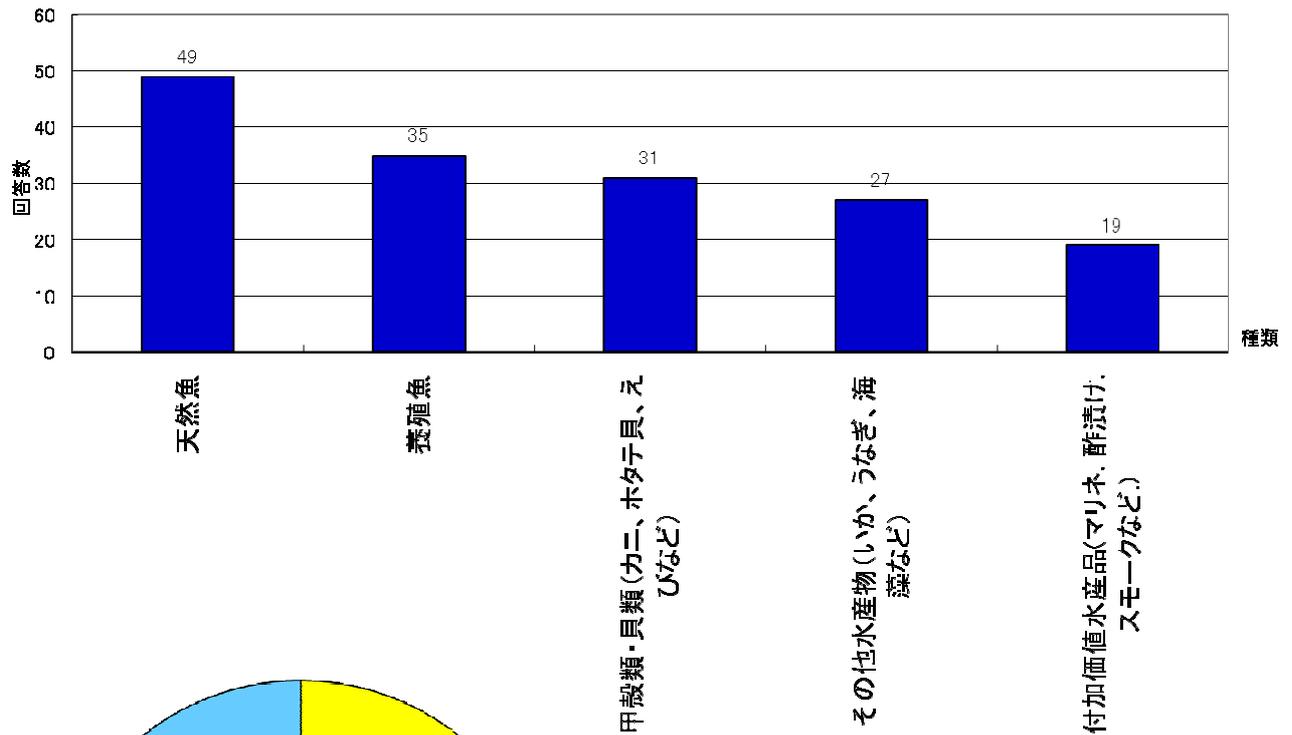
### Q. 日本食品の取り扱い状況



### Q. 日本食品のイメージ



### Q. 取り扱いたい日本食材



### Q. 取り扱いたい日本食材