

平成 2 0 年 度

日本食・日本食材等海外発信委託事業

(日本食材等・日本食文化発信事業及び品目別等広報活動)

FOODEX JAPAN 2009(第 34 回国際食品・飲料展)  
における日本食材等・日本食文化 P R イベント

実施報告書

大臣官房国際部貿易関税チーム輸出促進室



平成 2 1 年 3 月

農林水産省

## 目次

はじめに

I. FOODEX JAPAN2009 開催概要 .....	3
II. 輸出促進ブース「和のひろば」の概要.....	4
1. 趣旨 .....	4
2. 企画内容.....	5
III. 業務実行報告 .....	9
1. PRイベントの実施（特設ステージ、調理デモ他） .....	9
2. 日本食材の試食・試飲によるPR.....	18
3. 貿易相談等への対応.....	18
4. 海外出展者及び来場者に対する国内出展者の紹介.....	18
5. 日本食材等出品公募.....	19
(1) 公募方法.....	19
(2) 公募状況.....	20
(3) 公募結果、成果.....	20
6. 日本食材展示及び出品者の展開.....	36
7. 日本食材等・日本食文化の広報資材活用PR及び情報発信.....	38
8. 来場者の反応及びアンケート調査.....	39
9. 輸出促進対策の紹介及び情報提供.....	49
IV. 総評（課題と今後の提案） .....	50
今回の事業の反省点・印象を踏まえての次回FOODEX JAPANへの提案	
(1) 出品物及び食材の公募告知方法の検討	
(2) 出品物の効果的なPR方法	
(3) PRイベントの効果	
(4) 海外来場者のニーズの傾向	
(5) ブースの印象と運営面	

## はじめに

本報告書は、FOODEX JAPAN 2009（第34回国際食品・飲料展）の「和のひろば」において農林水産省輸出促進ブースを設置し、海外来場者を対象に日本食材等・日本食文化の総合的なPRを実施した結果を取りまとめたものである。

我が国農林水産物・食品の輸出額は、近年、増加傾向で推移してきたが、平成20年は4,312億円（対前年比0.6%減）であった。平成25年までに1兆円規模の輸出目標を掲げ、官民が連携して、輸出環境の整備や意欲ある農林漁業者等に対する支援などを行っている。

近年、世界的な日本食ブームのひろがり、アジア諸国等の経済発展に伴う富裕層の増加や人口増加により、海外には今後伸びていくと考えられる有望なマーケットが存在している。

このような状況の中で、日本産品に対するさらなる需要を喚起するためには、「我が国農林水産物・食品の総合的な輸出戦略」（平成19年5月25日農林水産物等輸出促進全国協議会了承）を踏まえ、日本食・日本食材等の海外への効果的な情報発信が必要となってくる。

本事業は、このような認識の下に、今般開催されたFOODEX JAPAN2009の「和のひろば」に農林水産省輸出促進ブースを設けて、海外の来場者に日本食材等・日本食文化の総合的なPRや情報発信を行い、日本産品に対する需要の喚起を図るために企画し、農林水産省が、凸版印刷株式会社に委託して実施された。

平成21年3月

委託先：凸版印刷株式会社

実施主体：大臣官房国際部 貿易関税チーム輸出促進室

## I. FOODEX JAPAN2009 開催概要

FOODEX JAPAN（国際食品・飲料展）は、世界の食品・飲料業界関係者が集うアジア・環太平洋地域最大級の食品・飲料専門展示会であり、1976年から毎年開催しており2009年で34回目を迎える。約2400社という圧倒的な出展規模がより多くの来場者を呼び、大きなビジネスチャンスが生まれる場である。毎年約90,000名を超える安定した来場実績が示すとおり、業界での知名度・信頼度ともに高い評価を得ている。

### 【FOODEX JAPAN2009 開催概要】

1. 名 称 : FOODEX JAPAN2009（第34回国際食品・飲料展）
2. 会 期 : 平成21年3月3日（火）～6日（金）【4日間】
3. 開催時間 : 10:00～17:00（3月6日～16:30）
4. 会 場 : 幕張メッセ 1～8ホール（千葉県千葉市美浜区中瀬2-1）
5. 主催者 : （社）日本能率協会、（社）日本ホテル協会、  
（社）国際観光旅館連盟、（社）日本観光旅館連盟、  
（社）国際観光日本レストラン協会、（社）国際観光施設協会
6. 展示面積 : 27,911 m<sup>2</sup>（国内:9,411 m<sup>2</sup>、海外:18,500 m<sup>2</sup>）
7. 出展者数 : 2,393社（国内:901社、海外:1,492社）
8. 来場者数 : 78,538人（前回 96,328人）
9. 出展国・地域 : 59カ国・地域
10. 出展対象 : 食品、飲料、食品・飲料団体、自治体、専門書籍 他
11. 来場対象 : 食品・飲料のバイヤー  
（外食・小売・中間流通・メーカー・ホテル・レジャー施設など）
12. 入場登録料 : 5,000円（税込）
13. 開催頻度 : 毎年（1976年～）
14. ウェブサイト : <http://www.jma.or.jp/foodex/>

## II. 輸出促進ブース「和のひろば」の概要

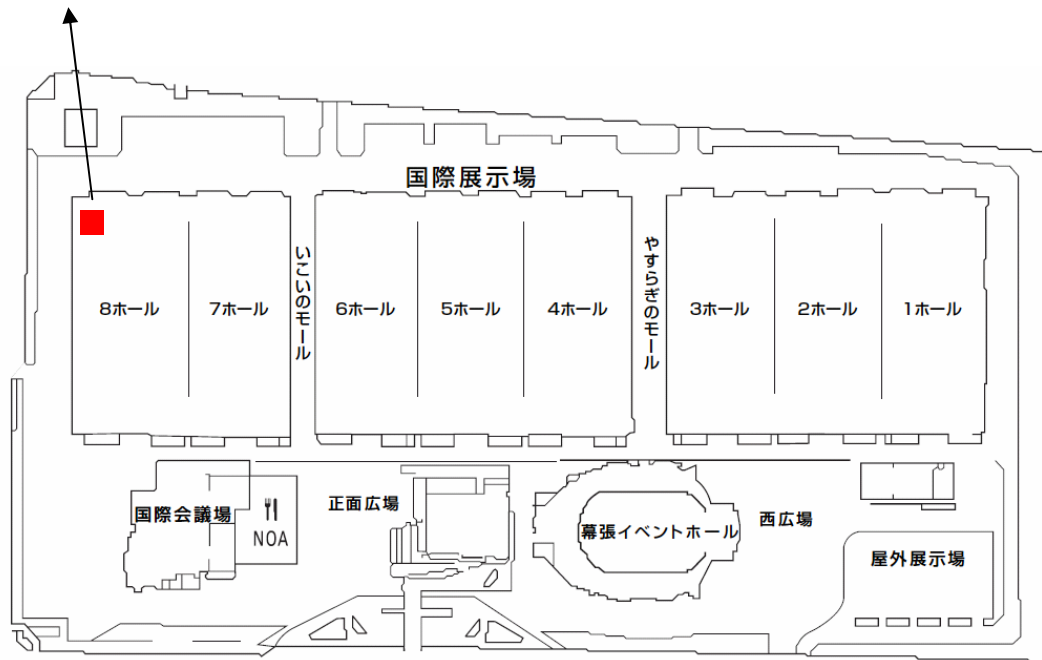
### 1. 趣旨

FOODEX JAPAN には、海外からも多数の出展者（前回：1,602社、65カ国・地域）と来場者（前回：8,586名）があるところであり、これらの者を対象に、日本の食と食文化を積極的に紹介し、食を通じた文化交流やグローバルな商取引の拡大を支援するため、特別企画として「和のひろば」を設置している。

このため、農林水産省では、この「和のひろば」において、日本食材等・日本食文化の総合的なPRを実施し、これらに関する理解の増進及び我が国農林水産物・食品の需要喚起により、海外への輸出促進を図ることとした。



【「和のひろば」総面積： 約 175 m<sup>2</sup>】



## 2. 企画内容

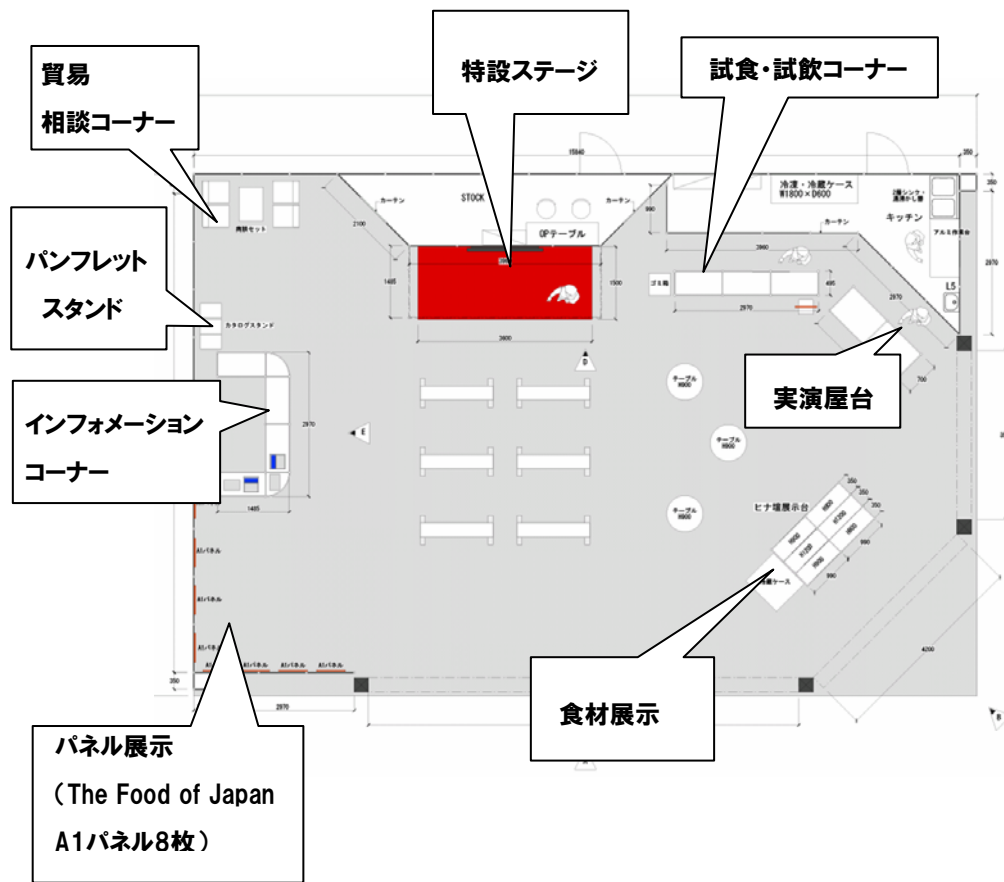
本事業における企画の重点項目は、

- ① 海外来場者を対象とした試食・試飲による日本食材・食文化の体験、PRの場
- ② 海外と国内の出展者・海外来場者の相互交流の場を実現
- ③ 日本食材等の輸出促進につながる相談・商談の場を提供  
の3点に重点を置き、下記の展開を図った。

### 「和のひろば」6つの展開ポイント

1. 「日本の味」、「日本のこころ」を伝える特設ステージプログラムの展開
2. 日本食材と食文化を体験する試食・試飲、実演屋台コーナーの展開
3. 日本食材等の輸出促進につながる貿易相談コーナーの展開
4. 日本食材と食文化への理解促進を図る食材展示コーナーとパネル展開
5. パソコン（インターネット）を活用した情報発信や情報提供
6. 海外向け広報資材（DVD・パンフレット）の有効活用

【「和のひろば」の配置】



【ブース外観】



【特設ステージ】



【試食・試飲コーナー】



【実演屋台】



【食材展示コーナー①】



【食材展示コーナー②】



【食材展示コーナー③】



【食材展示コーナー④】



【食材展示コーナー⑤】



【食材展示コーナー⑥】



【パネル展示】



【インフォメーションコーナー】



【貿易相談コーナー】



### Ⅲ. 業務実行報告

#### 1. PRイベントの実施（特設ステージ、調理デモ他）

日本食材等の良さを追求するための効果的、具体的なイベントとして、日ごとのテーマに沿ったプログラムを実施した。

## 「和のひろば」プログラム タイムスケジュール

### 3月3日

	特設ステージ	実演屋台
10:00	Delicious NIPPON ~Japanese Food Culture~	
30		
11:00	日本茶のおいしい淹れ方 講座	日本の調味料 さしすせそ講座
30	Delicious NIPPON ~Rice~	
12:00	日本食クイズ	
30	Delicious NIPPON Seafood: ~Yellowtail~	
13:00	Delicious NIPPON Vegetables: ~Japanese Yam~	
30		
14:00	世界から見る日本の 健康料理“精進料理”	
30	The Food of Japan	日本の調味料 さしすせそ講座
15:00	日本茶のおいしい淹れ方 講座	
30		
16:00	森と大地と太陽の恵み JAPANESE SEAFOOD EXPORTS	
30		
17:00		

### 3月4日

	特設ステージ	実演屋台
10:00	Delicious NIPPON ~Japanese Food Culture~	
30		
11:00	サステナブルな漁業	
30	Delicious NIPPON ~Rice~	正しい箸の 作法教室
12:00	日本食クイズ	
30	Delicious NIPPON Seafood: ~Yellowtail~	蒸したて団子実演
13:00	Delicious NIPPON Vegetables: ~Japanese Yam~	
30	The Food of Japan	
14:00	箸を通して 日本の食文化を語る	
30		
15:00	森と大地と太陽の恵み サステナブルな漁業	正しい箸の 作法教室
30	JAPANESE SEAFOOD EXPORTS	蒸したて団子実演
16:00	Japanese Vegetables And Fruit	
30	Delicious NIPPON ~Japanese Food Culture~	
17:00		

### 3月5日

	特設ステージ	実演屋台
10:00	Delicious NIPPON ~Japanese Food Culture~	
30	目利きポイントレッスン	
11:00	Delicious NIPPON ~Rice~	
30	English RAKUGO	
12:00	Delicious NIPPON Seafood: ~Yellowtail~	飾り切り実演
30	日本食クイズ	
13:00	Delicious NIPPON Vegetables: ~Japanese Yam~	
30	The Food of Japan	
14:00	English RAKUGO	
30	森と大地と太陽の恵み JAPANESE SEAFOOD EXPORTS	
15:00	目利きポイントレッスン	
30		
16:00	Japanese Vegetables And Fruit	飾り切り実演
30	Delicious NIPPON ~Japanese Food Culture~	
17:00		

### 3月6日

	特設ステージ	実演屋台
10:00	Delicious NIPPON ~Japanese Food Culture~	
30		
11:00	和牛のひみつ	
30	Delicious NIPPON ~Rice~	
12:00	Delicious NIPPON Seafood: ~Yellowtail~	そば打ち実演
30	日本食クイズ	
13:00	Delicious NIPPON Vegetables: ~Japanese Yam~	
30	The Food of Japan	
14:00	在日外国大使館夫人に聞く 海外“和食ブーム”の理由	
30		
15:00	森と大地と太陽の恵み 和牛のひみつ	そば打ち実演
30	JAPANESE SEAFOOD EXPORTS	
16:00	Japanese Vegetables And Fruit	

### 3月3日 テーマ：健康

#### 【日本茶のおいしい淹れ方講座】（特設ステージ）

日本茶インストラクター協会の協力による、日本茶のイロハ講座と日本茶のおいしい淹れ方講座を展開。講師は、木村初美氏。

日本茶の種類を紹介や、科学的な根拠を交えたおいしい淹れ方の説明の後、来場者に実際にお茶を入れて貰った。淹れたお茶はステージ上で試飲してもらい、一番煎じ、二番煎じの味わいの違いなども飲み比べ、ステージ上で試飲した来場者からも驚きのコメントをもらった。

来場者の反応は良く、この講座が非常に為になったというコメントももらい、日本茶への関心が高まった。



#### 【世界から見る日本の健康料理・精進料理】（特設ステージ）

懐石料理の基礎となった精進料理について、サンフランシスコ禅センターで10年以上務めたSOTO禅インターナショナル会長の細川正善氏が解説。

モニターに投影した資料で禅の世界や食事に対する姿勢などの説明を加えながら、精進料理を摂る際の所作を再現した。また、精進料理の試食を行った。

鈴（りん）を鳴らすなど、目をひく動作が多かったため、来場者を多く集めた。



### 【日本食クイズ】（特設ステージ）

日毎のテーマに沿った日本食に関するクイズを毎日実施。日本人にとっては常識的な問題から、法律などの難度の高い問題まで、一回につき 10 問程度の出題をし、海外来場者・日本人来場者に楽しみながら日本食の理解を深めた。参加者にはお守りストラップを配布。終了後に参加者から質問があるなど、関心を集めた。



### 【日本の調味料さしすせそ講座】（実演屋台）

日本調味料マイスター協会の協力による、日本調味料の発展と歴史を解説しながら、「さしすせそ」の特長をトークショー形式で展開。講師は、馬場香織氏。

日本特有の調味料である味噌と醤油を中心に、その特徴や効果、使用法などを説明した。

また、調味料の効果や味わいを知って貰うために、試食品配布を行った。調味料の展示品と連動させたプログラムであったため、調味料に対する関心は高く、興味を引くプレゼンテーションとなった。



### 3月4日 テーマ：安心・安全

#### 【サステナブルな漁業】（特設ステージ）

四方を海に囲まれた日本。日本食と切っても切り離せない水産物の今を専門家に聞く。八木信行特任准教授（東京大学大学院農学生命科学研究科）によるエコラベルや日本漁業の資源管理に関する講演を展開。

日本の市場の写真等を紹介しながら、資源を未来につなげるための漁業における取り組みを紹介した。

じっくりと腰を据えて聴講していく来場者が多く見受けられた。



#### 【箸を通して日本食文化を語る】（特設ステージ）

箸作りを通して日本の食文化や地球環境を語り、国際的な活動を続ける箸製造メーカー（株）兵左衛門の代表・浦谷兵剛氏のミニ講演。

モニターに資料を投影しながら、食べられる染料“漆”の話を含めた日本の箸の伝統や、折れたバットをリサイクルするなどエコロジーに対する取り組みを語った。

巨大箸を使った演出は、来場者の注目を集めた。



### 【箸の作法教室】（実演屋台）

国際箸文化研究所の協力による、国際食文化の中の箸の役割や、日本の箸の作法、食文化について展開。講師は、中道久次氏。

来場者に箸を配り、指導員が周ってコツを教える等、実際に来場者に箸を使用してもらっての作法教室となった。海外来場者は元より日本人来場者の関心も集め、箸の作法のあり方を再認識する様子が見られた。



### 【蒸したて団子実演】（実演屋台）

熊本名物「いきなり団子」をせいろで蒸し、試食品として配布した。実演者は有限会社コウヤマの香山勇一氏。

海外来場者、日本人来場者共に「おいしい」という声が数多く聞かれ、好評を得た。



### 3月5日 テーマ：旬

#### 【目利きポイントレッスン】（特設ステージ）

野菜ソムリエによる新鮮な食材、旬の食材、美味しさを見分けるポイントなどの講座を展開。講師は、鈴木和代氏。

実際に野菜を使ってその見分け方を伝授する他、野菜と果物を使った試食も行った。講座内容のためか、他のプログラムに比べて女性の聴講者が多く見られた。



#### 【English RAKUGO】（特設ステージ）

古典落語「時うどん（ときうどん）」を英語で展開。出演者は、ダイアン吉日氏。

「時うどん」は古典落語の演目。上方落語の一つで、江戸落語の「時そば」の原話になったとされるが、噺の内容はかなり異なっている。

#### 《時うどん・あらすじ》

腹を空かせた二人組の男。何か食べたいのだが、二人の持ち金を全て合わせても十五文しかない。そこで兄貴分の方が、それではうどんを食べようと言い出す。しかし、当時の大阪の屋台のうどんは昔から十六文と値段が決まっているため、持ち金の十五文では一文足りない計算となる。そう言って弟分の方が兄貴分に反論すると、そこは俺が何とかしてやるからと言って、結局支払いの段になって合間に時刻を尋ねることで、うまく一文誤魔化してしまう。これは面白いと思った弟分は次の日、同じことをやってやろうとするのだが…。

日本人にもわかり易い英語での身振り手振りを交えた高座は、海外来場者のみならず日本人来場者の関心を大いに引いた。

落語の後は、着物についてなどの日本文化や、豆腐などの日本食に関するトークショーを展開した。



#### 【飾り切り実演】（実演屋台）

日本食材（鯛、ツマに使う大根や人参、山葵（わさび）等）を紹介しながら飾り切りを実演。実演者は、銀座「阿波喰 百楽」の石田充義氏。

鯛の姿造りの皿に大根や人参などのツマを添えていく工程で、飾り切りの技術を披露していった。見た目にも華やかな様子は多くの来場者の関心をひき、盛況となった。



### 3月6日 テーマ：品質

#### 【和牛のひみつ】（特設ステージ）

肉用牛の改良を研究している大山憲二准教授（神戸大学大学院農学研究科）による講座を展開。

肉用牛の種類や、香りや味覚についての和牛の特徴を、科学的な根拠を交えながらモニターに資料を投影しつつ、説明した。

熱心に話を聴いている来場者が見受けられた。



#### 【在日外国大使館夫人たちに聞く海外“和食ブーム”の理由】（特設ステージ）

今世界中で和食がブーム。その人気の秘密は何か。在日アメリカ大使館に勤務する大使館夫人関係者4名を招き、インタビュー形式でトークショーを展開。コーディネーターに海外の食事情や料理に詳しいデイヴ森氏（English OK 株式会社・代表取締役）を起用。

大使館夫人達の好きな日本食、日常的に食べている日本食、和食が人気である理由など日本食のイメージ写真を投影しながらのユーモラスなトークショーを展開した。健康的で見た目のエレガントさがある日本食は海外でもとても人気があり、現状の和食ブームが伝わる内容であった。



【そば打ち実演】（実演屋台）

江戸流手打ち「鵜の会」の協力による、そば打ちの実演と試食を展開。実演者は、落合輝美氏。

北海道・帆加内産の蕎麦粉を使い、そばを一から打っていった。専用の道具による名人の技術の高いそば打ちは多くの来場者を集めた。また、併せて行ったそばの試食は好評を得た。



## 2. 日本食材の試食・試飲によるPR

日ごとのテーマやステージプログラムに沿った試食メニューをその場で味わって貰うことにより、日本の食文化、伝統調理法、食材の魅力を肌と味覚で感じて貰う事を狙い、実施した。

メニューは以下の通り。

日程	テーマ	試食(試飲)メニュー	内容
3月3日	健康	水出し玉露	「日本茶の美味しい淹れ方講座」と連動
		ほうじ茶	「日本茶の美味しい淹れ方講座」と連動
		手巻き寿司	「清田食品工業(株)」のすしでんぶを使用
		味噌ローストポーク	「日本の調味料さしすせそ講座」と連動
		サーモンのお寿司	「日本の調味料さしすせそ講座」と連動
		切り干し大根の煮物	「(株)高梨農園」の切り干し大根を使用
		割り干し大根	「(株)高梨農園」の割り干し大根を使用
3月4日	安心・安全	醸造酒	「(有)ハニー松本」のはちみつ醸造酒
		飴	「(有)ハニー松本」の高麗人参飴
		サバの味噌煮	「サステナブルな漁業」と連動
		鮭胡麻まぜご飯	「サステナブルな漁業」と連動
		茶	「(株)高森商店」の「煎茶」「玄米茶」
		米菓子	茶に合った試食品として用意
3月5日	旬	味噌汁	「みそ健康づくり委員会」の味噌を使用
		りんごと人参のスープ	「目利きポイントレッスン」と連動
		りんごとクレソンの味噌マヨサラダ	「目利きポイントレッスン」と連動
		みかん	
		いちご	
		魚めん	「(有)ボーモ阿尾」の魚めんを使用
3月6日	品質	お茶漬け	「宇治の露製茶(株)」の煎茶を使用
		日本酒	「(株)升本総本店」の日本酒
		牛肉の味噌漬け	「和牛のひみつ」と連動
		手打ちそば	「そば打ち実演」と連動

## 3. 貿易相談等への対応

貿易相談コーナーを設置し、具体的な説明・アドバイスが出来る者（JETRO 認定貿易アドバイザー 山田耕造氏、千葉ブランド農水産物・食品輸出協議会 新貝讓氏）の協力により、出展者及び来場者等からの購入先や輸出手続等についての様々な照会に対して、対応した。

また、日本食材についての専門的な照会には、フードコーディネーターの河原有里氏（日本フードコーディネーター協会認定）が対応した。

## 4. 海外出展者及び来場者に対する国内出展者の紹介

商談につなげるため、FOODEX JAPAN 主催者と連携の上、海外からの出展者や来場者等が興味を示した農林水産物・食品を取り扱う国内の出展者を紹介する目的で、食材展示コーナーでの出品者の紹介や、インフォメーションコーナーでの海外来場者からの照会、国内出展者への紹介などに対応した。

## 5. 日本食材等出品公募

海外への輸出に関心を有する者、実際に輸出に取り組んでいる者、既に海外に進出し日本からの輸出・販売に力を入れている企業等に案内を行った。特に、輸出を目指す者又はすでに輸出に取り組んでいる者からの出品協力を募った。

### (1) 公募方法

平成21年1月19日から2月10日の間に農林水産省及び凸版印刷のホームページ上で、ダウンロード可能な申し込みフォーマットにより、出品者を募った。

#### ◆公募項目 および 要件

以下①～⑤を提供できる者を公募する。(一つでも可)

##### ① 食材の出品

- ・ 日本産の農林水産物及び日本製の加工食品・飲料であること。
- ・ 出品物が高品質であること。
- ・ 輸出意欲の高い生産者・食品事業者等であること。

##### ② 試食・試飲コーナーによるPR

- ・ 食材を提供できる者。
- ・ 食材が①の「食材の出品」の要件を満たしていること。
- ・ 試食・試飲物を提供し、PRできる者を派遣できること。(派遣できない場合は相談可)

##### ③ 調理・実演コーナーでの実演(出品物を利用した調理デモンストレーション)

- ・ 食材が①の「食材の出品」の要件を満たしていること。
- ・ 食材を提供し、調理実演者を派遣できること。(派遣できない場合は相談可)

##### ④ 特設ステージでのプログラム参加(日本食材、日本食文化の精通者による説明、出品物をモニターなどを使ってステージで説明)

- ・ 食材を使用する場合、①の「食材の出品」の要件を満たしていること。
- ・ ステージ上で説明を行うことができる者を派遣できること。(派遣できない場合は相談可)

##### ⑤ 相談コーナー等での日本食材に関する相談やアドバイス

- ・ 海外来場者に対して日本の食及び食材の特徴を分かりやすく紹介できること。
- ・ 「輸入相談コーナー(海外向け)」の相談員として、海外の来場者を対象に、日本食材等の購入先等の相談やアドバイスをすることができること。
- ・ 「輸出相談コーナー(国内向け)」の相談員として、国内の来場者を対象に、日本食材等の輸出促進のサポートをすることができること。

## (2) 公募状況

10 企業 14 品目

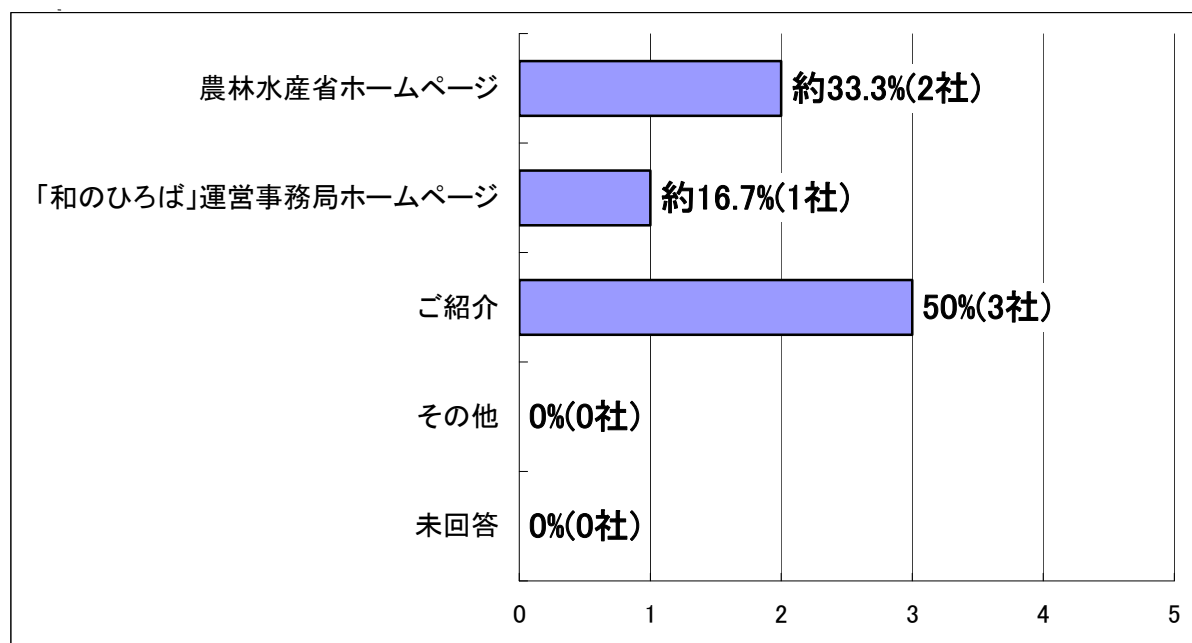
	出品物	企業名
①	煎茶・玄米茶	宇治の露製茶株式会社
②	日本酒	尾畑酒造株式会社
③	すしでんぶ	清田食品工業株式会社
④	さつまいも団子	有限会社コウヤマ
⑤	切り干し大根・割り干し大根	株式会社高梨農園
⑥	煎茶・玄米茶	株式会社高森商店
⑦	醤油	ニシキ醤油株式会社
⑧	飴・醸造酒	有限会社ハニー松本
⑨	魚めん	有限会社ゴーモ阿尾
⑩	日本酒	株式会社升本総本店

## (3) 公募結果、成果

輸出意欲の高い生産者・食品事業者等、10 企業の応募があり、出品を実施した。各企業で商品 P R を展開し、それぞれの成果を得た。

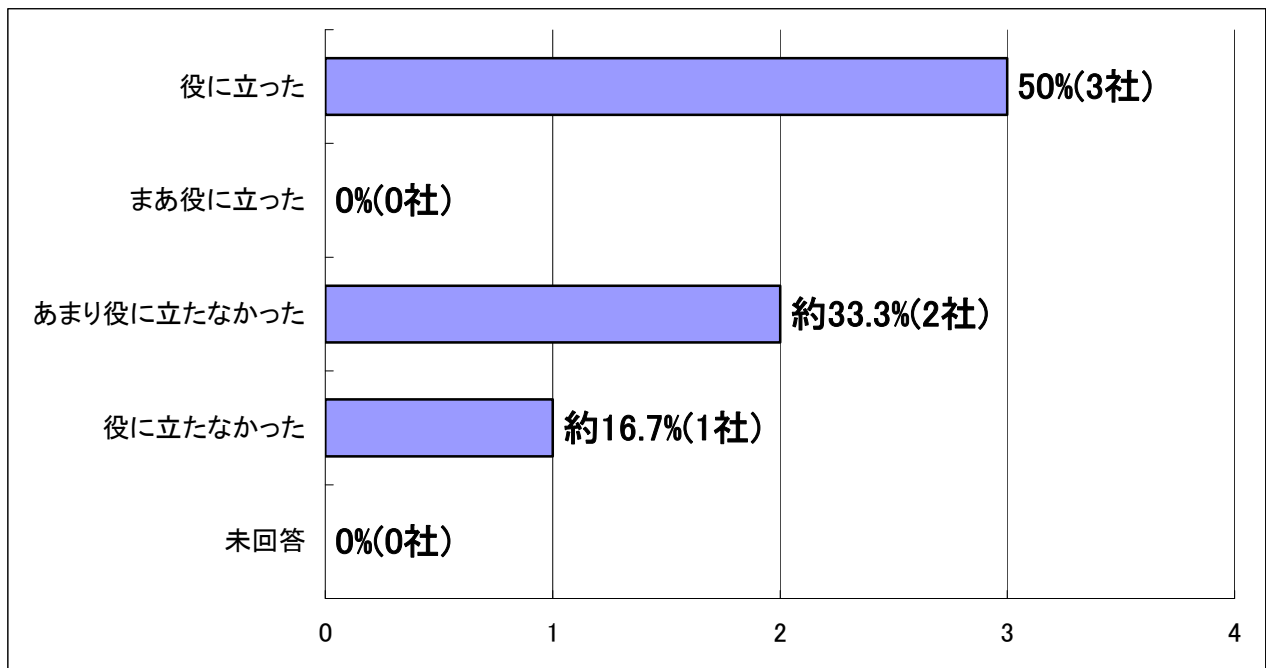
開催終了後、出品者に配布したアンケートの結果は以下の通り。

(質問 1) 「和のひろば」への出品募集をお知りになったきっかけは何ですか? (N=6)



「紹介」が一番多い結果となった。

(質問2) 今回の「和のひろば」への出品は、お役に立つものでしたか？ (N=6)



バラつきはあるが「役に立った」という意見が一番多い結果となった。

◆各意見

「役に立った」3社

- ・弊社商品サンプルを渡すことにより、商品の良し悪しに関係なく、海外の方たちに評価していただける機会ができた。
- ・マーケティングの上で非常に役に立った。
- ・有望な商談が出来る潜在取引先と出会えた。

「あまり役に立たなかった」2社

- ・商品のみ送付したこともあり、現場の様子がわからなかった。
- ・もう少し来場者とコミュニケーションを取れる仕組みが欲しかった。後日でも来場者アンケートの結果等の反応を知りたい。

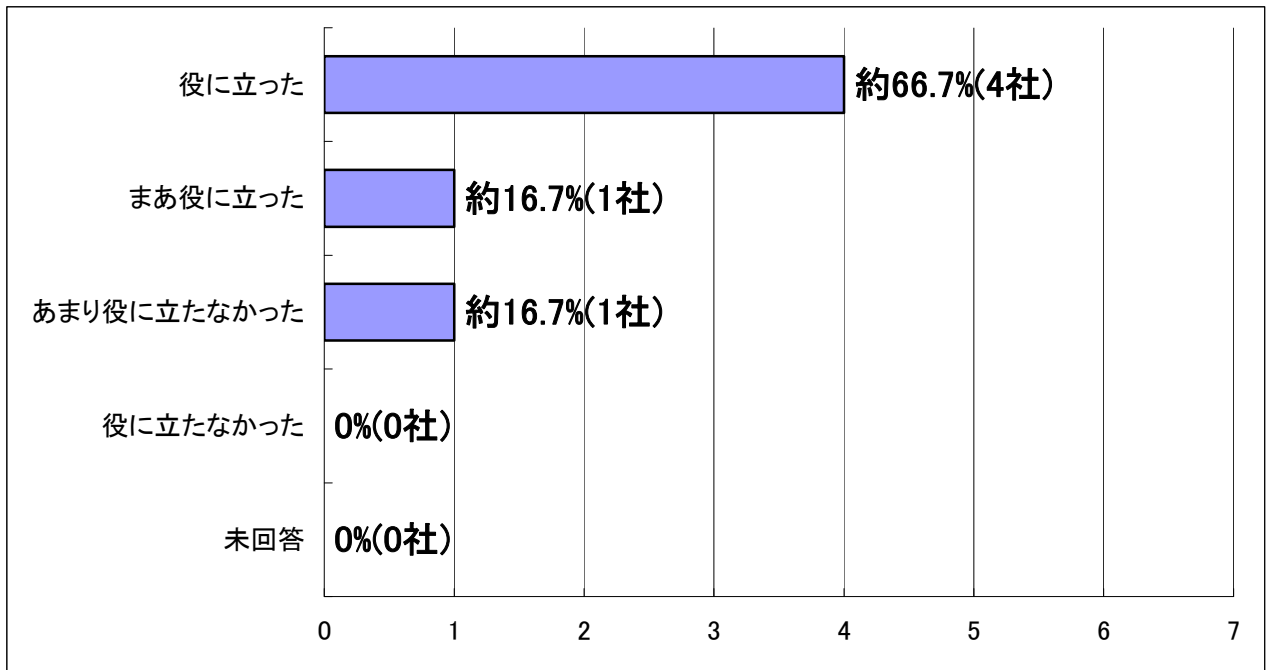
「役に立たなかった」1社

- ・和のひろばに協力したという感覚が強かった。

今回の出品者のご意見を今後の事業に生かしていくことが重要である。

(質問3) 出品の目的は何ですか? 該当する項目を選択(複数回答可)の上、それぞれの項目に対する「お役立ち度」を「役に立った」、「まあ役に立った」、「あまり役に立たなかった」、「役に立たなかった」の中から選択の上、その理由をご記入下さい。

① 自社商品・店舗のPR (N=6)



◆ 各意見

「役に立った」 4社

- ・ 醤油は弊社だけだった。
- ・ 問い合わせが増えてきた。
- ・ 自社製品を試飲、試食して頂けた。

「まあ役に立った」 1社

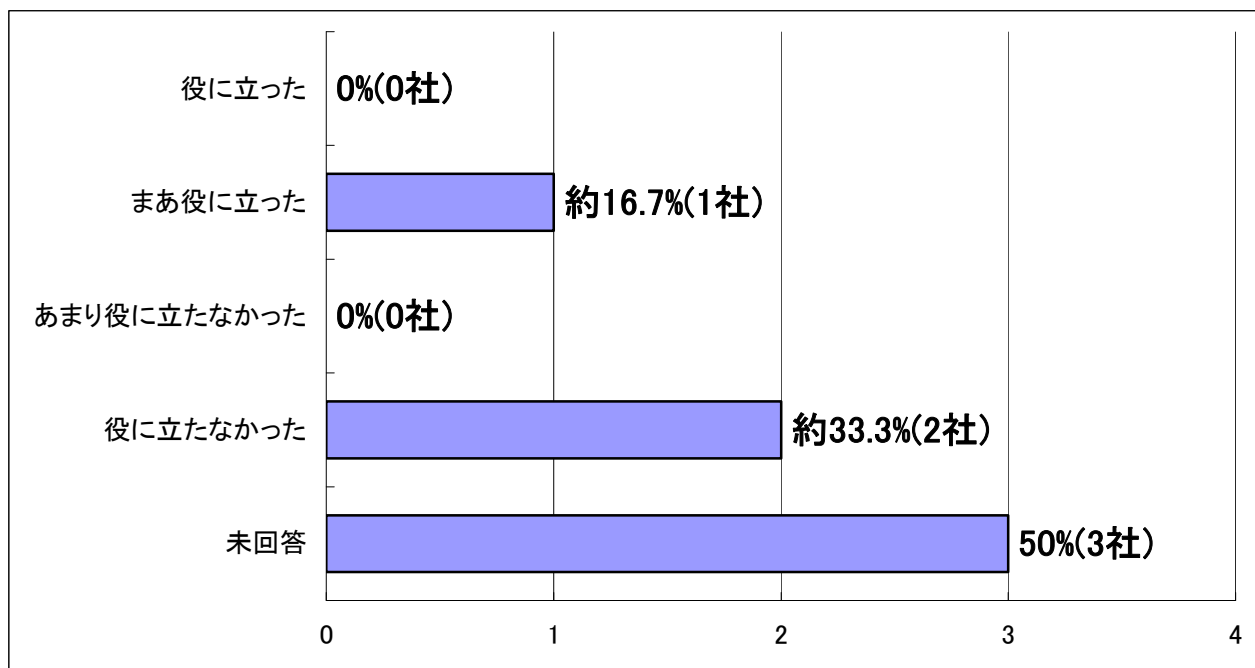
- ・ 不特定多数の方の目にふれることができた。

「あまり役に立たなかった」 1社

- ・ 反応がわからない。

PRに関しては、概ね「役に立った」という結果になった。

## ②来場者の反応を知る (N=6)



### ◆各意見

「まあ役に立った」 1社

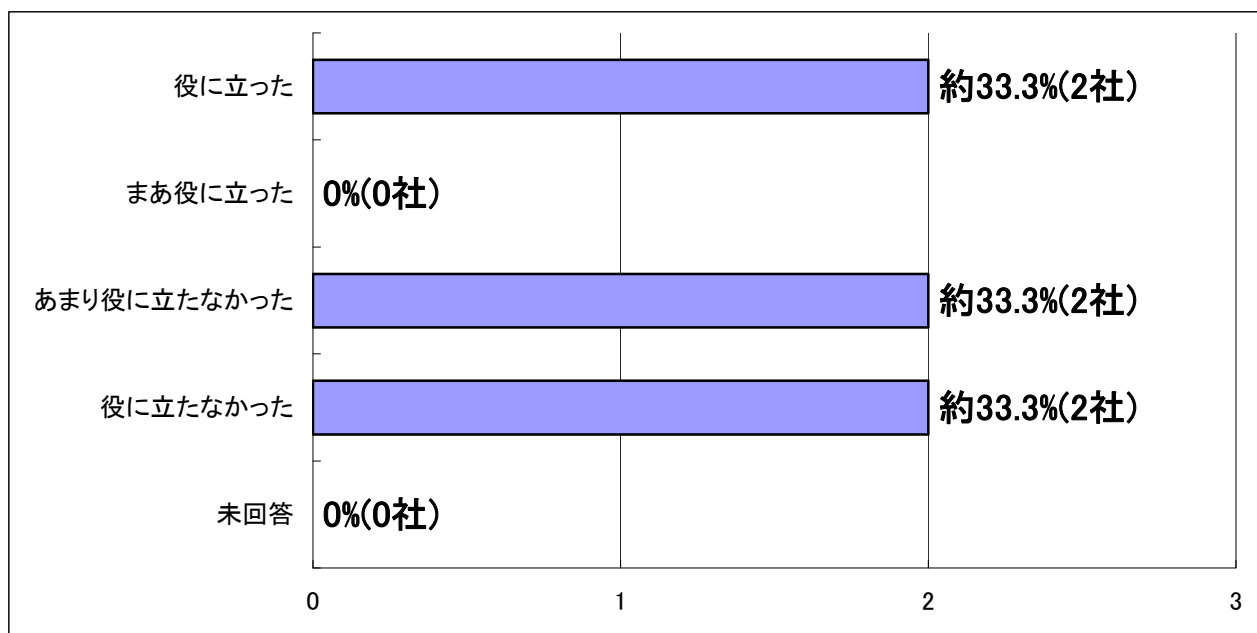
- ・ 実際問い合わせはなかった。

「役に立たなかった」 2社

- ・ 結果を聞いていないから。
- ・ 行かなかったからわからない。

来場者とのコミュニケーション方法に課題が残る結果となった。

### ③輸出の可能性を探る (N=6)



#### ◆各意見

##### 「役に立った」 2社

- ・海外の市場の広さを知った。
- ・海外からの好評を得られた。

##### 「あまり役に立たなかった」 2社

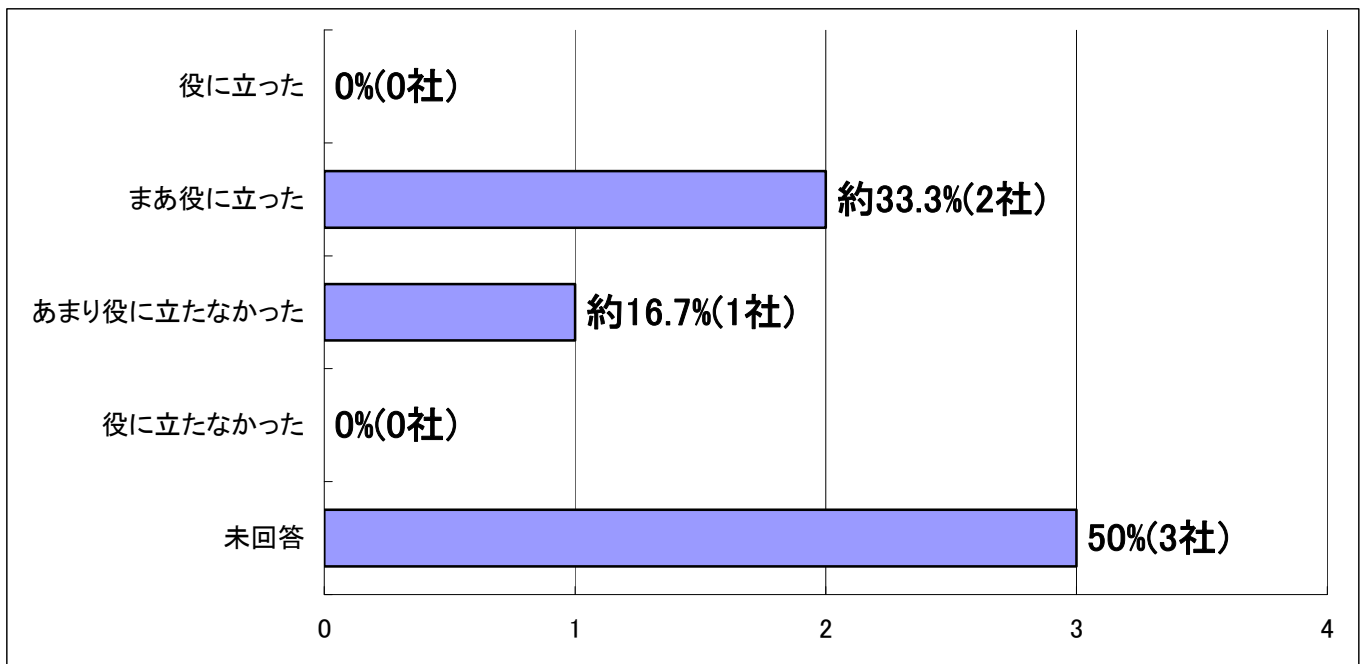
- ・今のところ何も反応がない。
- ・海外からの応答がないから。

##### 「役に立たなかった」 2社

- ・引き合いゼロ。

結果にバラつきが見られた。

④日本食材・食文化の普及 (N=6)



◆各意見

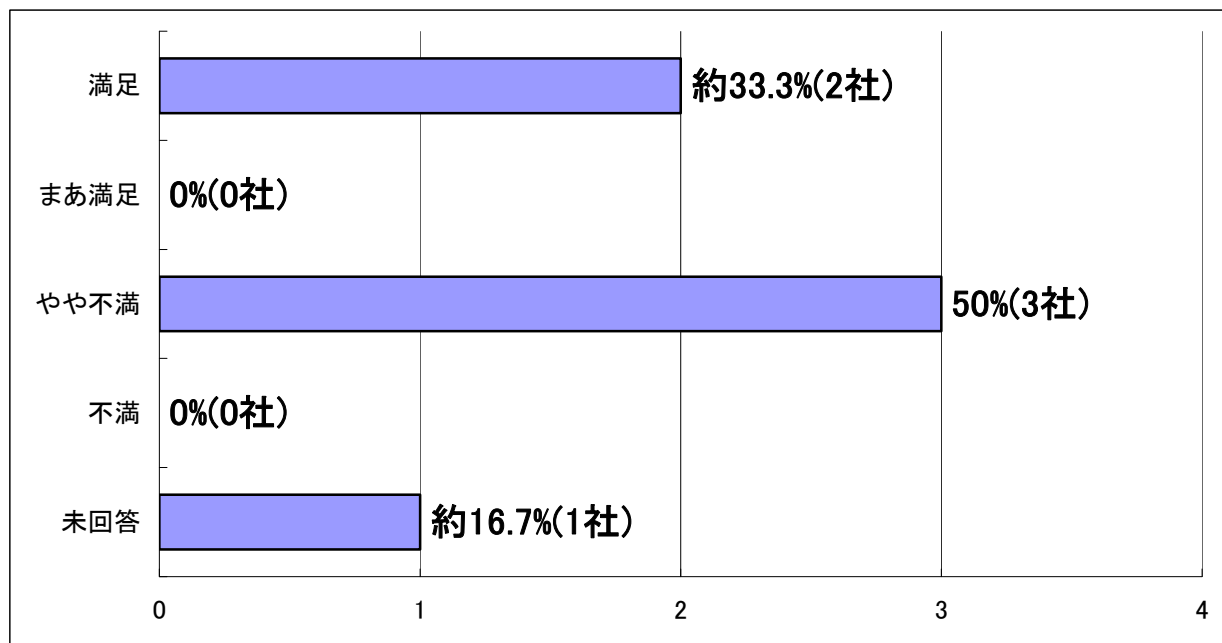
「まあ役に立った」 2社

- ・趣旨に賛同して出品したから。
- ・まだまだこれからだと思う。

「あまり役に立たなかった」 1社

(質問4) 次に掲げる各サービスの「満足度」について、「満足」、「まあ満足」、「やや不満」、「不満」の中から選択の上、その理由をご記入下さい。

①出品物の募集方法 (N=6)



◆各意見

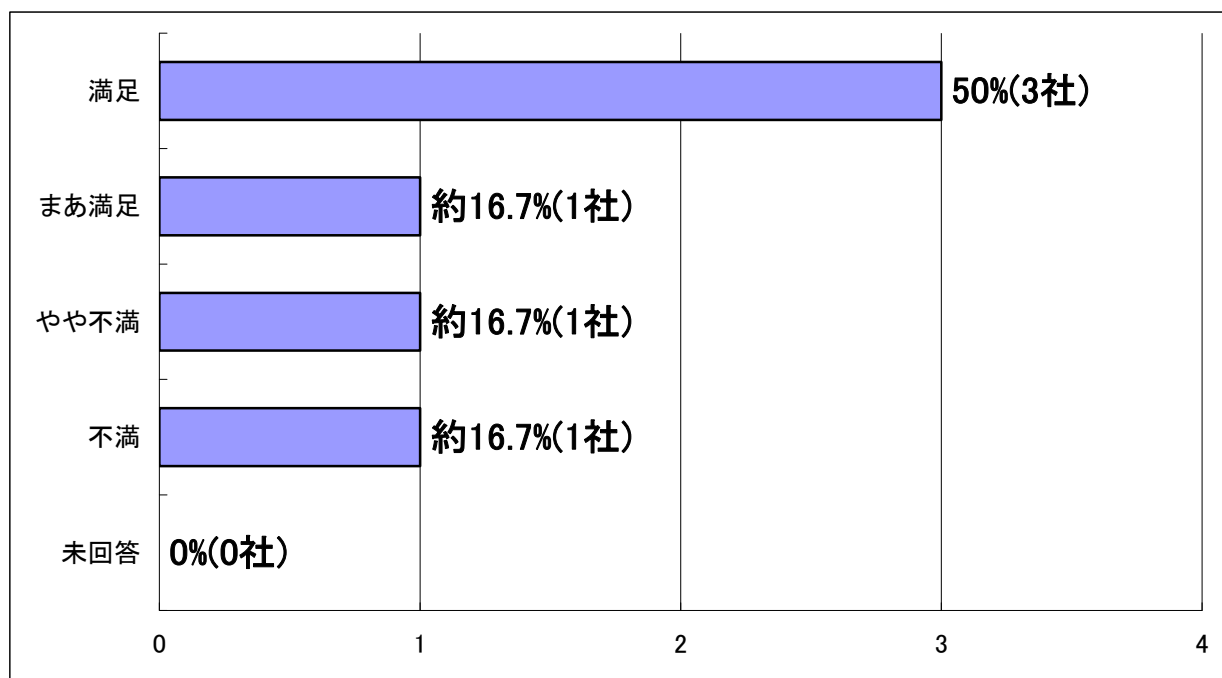
「満足」 2社

「やや不満」 3社

- ・ 〆切直前に知った。
- ・ 展示スペース等のイメージがなかった。

募集方法に課題の残る結果となった。

②運営事務局（凸版印刷、スタイルプラスブレイン）の対応（N=6）



◆各意見

「満足」 3社

- ・丁寧に対応していただいた。
- ・いろいろな質問に的確に答えて頂いた。荷物の送付もギリギリだったが、受け入れて下さった。

「まあ満足」 1社

- ・電話とメールのみの対応だったので問題点は沸かなかった。

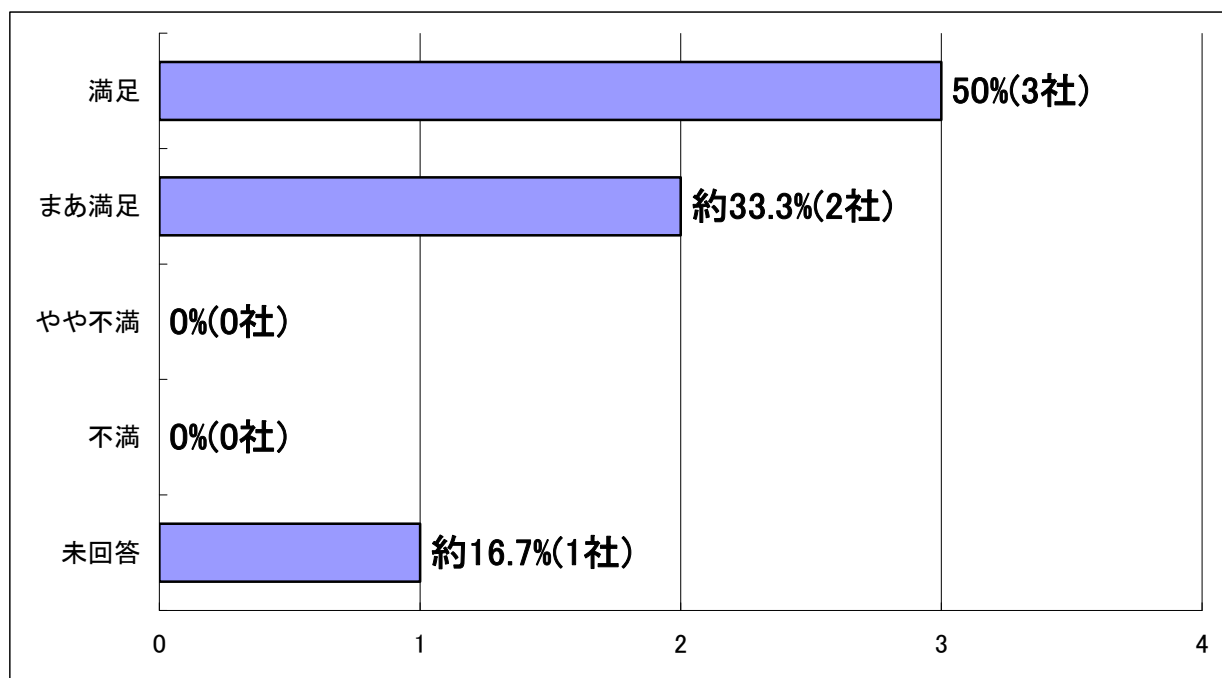
「やや不満」 1社

「不満」 1社

- ・連絡がついたのがぎりぎりだった為、当初は会場に行くつもりだったが、他の用務を入れてしまい行けなかった。商品の手配などについて、何をどのようにすれば良いか詳細がわからなかった。

「満足」、「まあ満足」が多くを占めたが、一方で「不満」の声も聞かれた。課題の残る結果となった。

③ 「和のひろば」の装飾・雰囲気 (N=6)



◆各意見

「満足」 3社

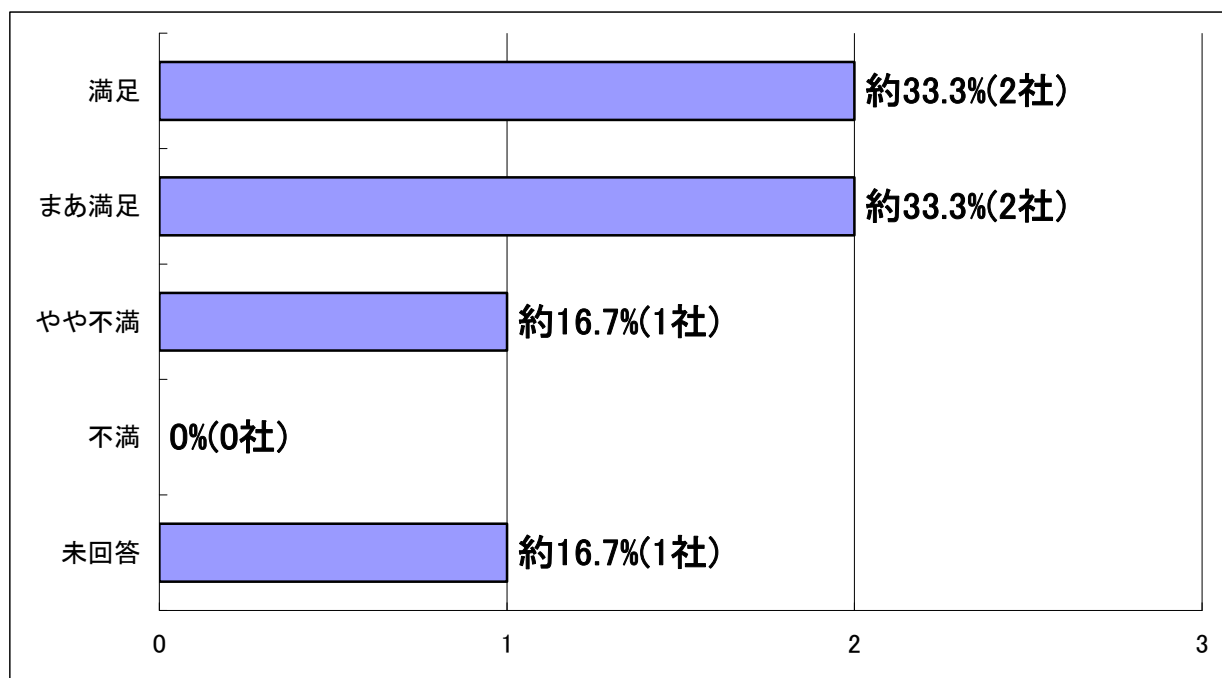
- ・ 雰囲気は明るくて良かった。

「まあ満足」 2社

- ・ 色合いはすっきりしていた。

「不満」の声が聞かれなかったのではほぼ好評を得た結果となったが、  
展示台の仕様については課題の残る結果となった。

④「和のひろば」の設備 (N=6)



◆各意見

「満足」 2社

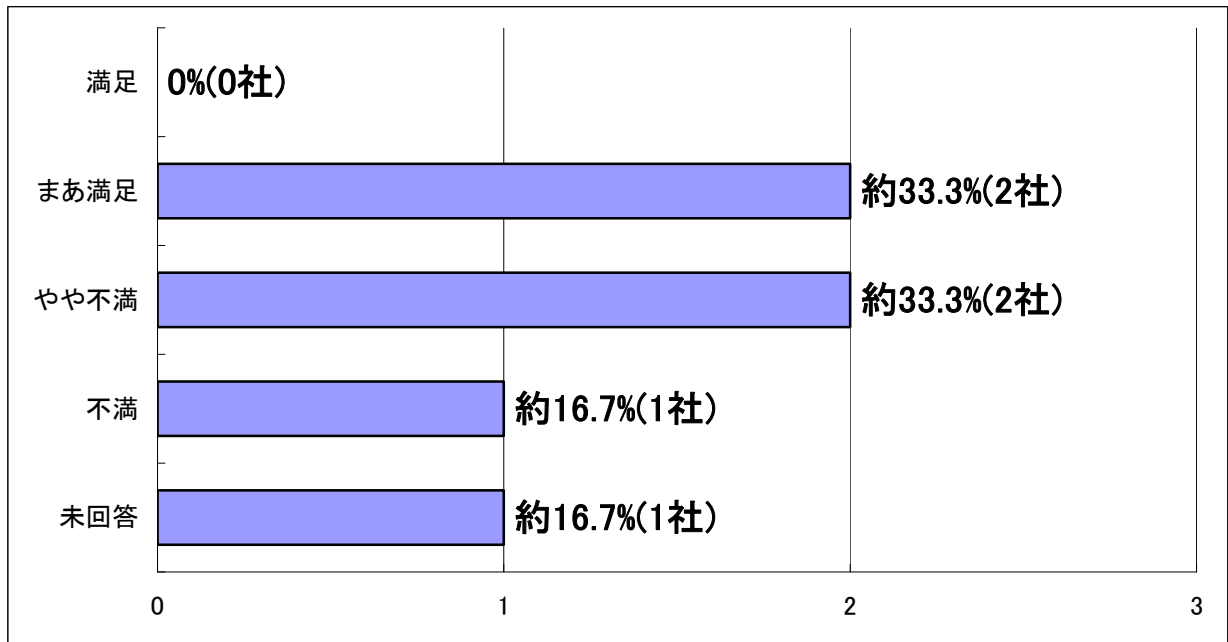
「まあ満足」 2社

- ・展示台、テーブルが小さかった。

「やや不満」 1社

「満足」、「まあ満足」の意見がほとんどであったが、  
「やや不満」の意見も見られた。

⑤ 「和のひろば」の位置 (N=6)



◆各意見

「まあ満足」 2社

「やや不満」 2社

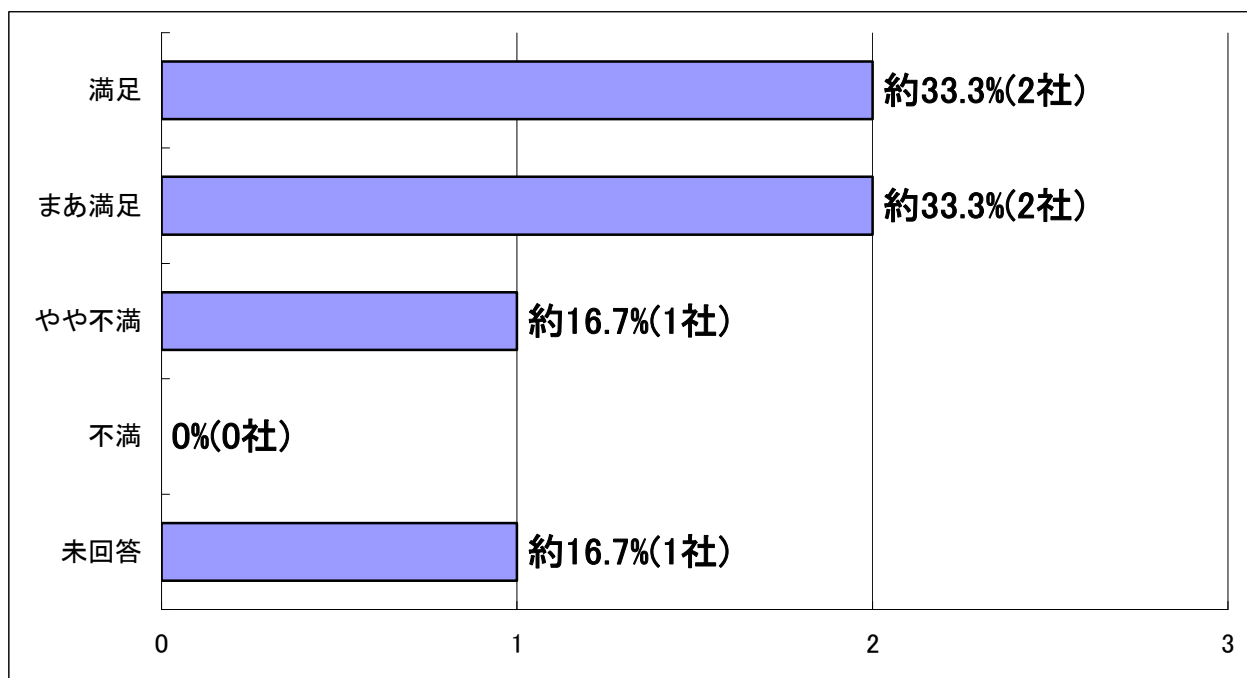
- ・日本の食文化紹介の趣旨なので、前面に出るのが好ましいと思う。

「不満」 1社

- ・8ホール奥で不便であった。

回答者の半分が不満を持つ結果となった。

⑥会場でのスタッフの対応 (N=6)



◆各意見

「満足」 2社

- ・よかった。

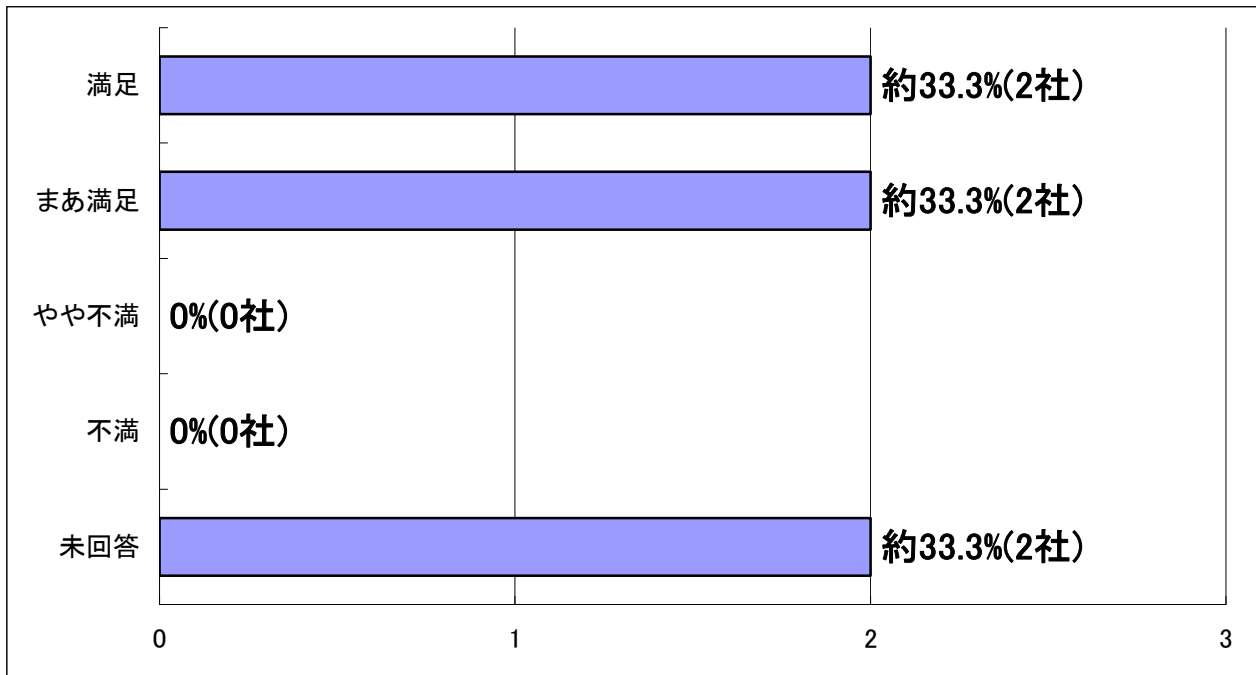
「まあ満足」 2社

- ・何事に対しても対応はよかった。
- ・アテンドの居ない展示品の説明が出来る人が常駐していればよかったのではないかと。

「やや不満」 1社

ほぼ満足を得ているが、「やや不満」の声もあった。

⑦日本食・日本食材、日本食文化のPR方法 (N=6)



◆各意見

「満足」 2社

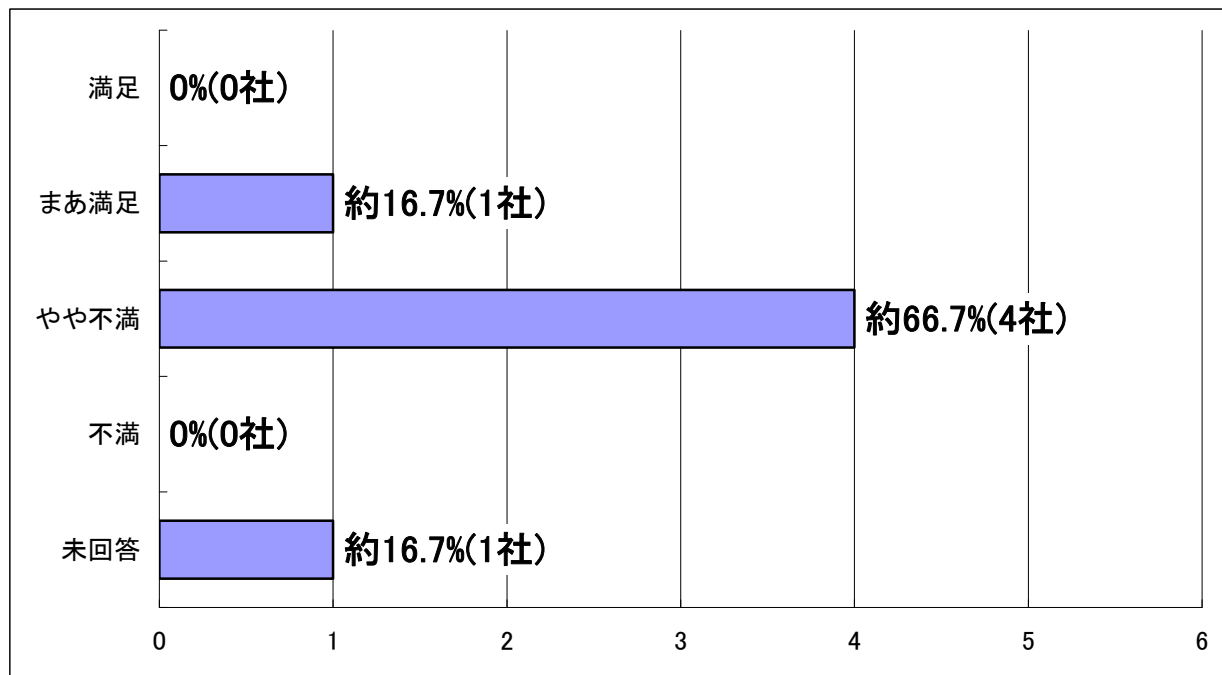
- ・非常によくPRできていたと思う。

「まあ満足」 2社

- ・ビデオも使った説明はわかりやすかった。

ほぼ満足という結果を得られた。

⑧マスコミへの露出 (N=6)



◆各意見

「まあ満足」 1社

- ・もう少しマスコミの注目度があるといいと思う。

「やや不満」 4社

- ・よくわからない。
- ・もっとPRしても良かったのでは？

(質問5) 出品による成果等について、ご記入願います。

**(1) 成果**

①問い合わせ件数 (総数)

60件 うち、輸出につながる成果：2件

②商談件数 (総数)

5件 うち、輸出につながる成果：2件

③成約見込件数・金額 (総数)

2件 うち、輸出につながる成果：0件

④成約件数・金額 (総数)

0件0円

⑤その他の成果 (総数)

0件

**(2) 今後、同様のPRイベントへの出品募集がある場合、出品を希望しますか、または希望しませんか？ (N=6)**

100%の出品者が「希望する」と答えている。

◆各意見

「希望する」6社

- ・出品の希望はあるが、早めの募集要項の連絡がもらえるとありがたい。
- ・希望するが、主催者と出展者の協議が必要だと思う。
- ・弊社の企画もまだまだこれから。農林水産省が、日本食材の輸出に協力していただける間は、是非参加したいと思う。
- ・弊社の商品は、海外市場においても通用するものと確信している。その中で、海外への流通経路開拓の為に、多くの人や地域の方々に知って頂きたい。
- ・有望な商談が出来る潜在ユーザーに出会えた。
- ・無料だったため。

**(3) 今回のPRイベントに対する改善点等お気づきのことがございましたら、ご記入下さい。**

- ・事務局サイドの運営。イベント開催後については、出品した企業に写真付きのレポートを頂けるとありがたい。
- ・出展場所が8ホール奥で分かりにくく、「和のひろば」に来ようと思っていた人でも見つけられなかったケースもある。
- ・外国の来場者がほとんどいなかった。外国の出展者のいるホールで展示したなら、少なくともそこにいる外国人にアピール出来たのではないだろうか？
- ・旅行会社やホテルとタイアップして、「日本に来た外国人をFOODEXに無料か格安で招待する」、「特に「和のひろば」に来れば景品が貰えるクーポンを渡す」など、集客を根本的に改善する方法を考えてみたら宜しいのではないだろうか？
- ・事前情報をもう少し詳しく知りたかった。全体の流れがつかめなかったので準備に戸惑った。また、キッチンなどの状態も狭く使い勝手が悪かったり、試食配布等も自由に出来るということ等、情報というものはほとんどなく、こまったし、残念な面もあった。

**(4) どのような輸出促進対策があればいいとお考えですか？**

- ・国内外でのイベントへ出展することは一つの方法と認識している。その上で、いかにダイレクトな商談の場を持てるかがカギだと思う。
- ・輸出相談窓口の設置。
- ・円高、不況時に海外からのバイヤーを多く望むのは難しいと思う。予算、費用対効果の問題はあるのだろうが、海外のショッピングモール、スーパー、卸業者とタイアップして、現地での試飲、試食など特定目的のイベントを行うのが、より効果的ではないだろうか？

**(5) 農林水産省輸出促進室に期待することは何ですか？**

- ・輸出については、関税、流通、現地でのPRをはじめ、多くの課題がある。個々の企業が努力をするのは当然であるが、中小の企業が単独では難しい課題について、支援してもらえるとありがたい。
- ・輸出ノウハウについての情報を求める。
- ・輸出の商談会をもっとやっていただけたらと思う。輸出促進のロゴマークを海外市場にアピールし、ロゴの付加価値を付けて行きたい。
- ・海外市場などの情報提供及び輸出に当たっての指導。ジェトロ等との連携。
- ・弊社のように、輸出の開始や拡大を真剣に考えている業者を今後とも支えて頂きたいと切にお願いしたい。

**(6) その他、ご意見等をご自由にご記入下さい。**

- ・場所の提供だけでもありがたいが、各国の流通の現状をふまえたアドバイスが欲しいと思っている。

**【事務局としての反省点】**

告知時期や事前調整が不十分であったことが出品者アンケート結果からも伺える。

主要品目の公募出品物が予想以上に少なく、日本食材の展示コーナーの展示内容がギリギリに確定した為、出品者との事前調整が十分に対応できなかった。

事前段階として、日本食材展示コーナーと公募出品展示コーナーを分けて展開するなど、当初の方針や計画を早めに固めるべきであった。その上で、出品者との綿密な事前打ち合わせが必要であった。

また、当日、会場に人材を派遣できなかった出品者の対応として、出品物の資料や特徴のポイントなど事前のコミュニケーションを密にするべきであった。

**6. 日本食材展示及び出品者の展開**

「米」、「茶」、「調味料」、「果実」、「野菜」、「肉」、「水産物」、「酒」、「麺類」、「加工品等」の10品目に沿った日本食材を展示した。

展示品は以下の通り。

品目名	食品名	産地	提供元
米	—	秋田	—
茶	煎茶 玄米茶	静岡 京都 奈良	(株)高森商店 宇治の露製茶(株)
調味料	砂糖 塩 酢 醤油 味噌	—	日本調味料マイスター協会
	味噌	新潟 宮城	みそ健康づくり委員会
	醤油	奈良	ニシキ醤油(株)
	麺つゆ	広島	—
	ドレッシング	徳島	徳島県東京事務所
果実	りんご	青森 長野 岩手	—
	みかん	長崎	—
	メロン	静岡	—
	すだち	徳島	徳島県東京事務所

野菜	わさび	静岡	—
	長いも	青森	—
	さつまいも	茨城 石川	—
	トマト	愛知 千葉 栃木 福島	—
肉	牛肉	群馬	—
	鶏肉	徳島	株式会社丸本
水産物	鯛 (たい)	兵庫	—
	鱒 (ます)	北海道	—
	帆立	宮城	—
	じゃこ	徳島	徳島県東京事務所
	わかめ	徳島	徳島県東京事務所
酒	日本酒	新潟 兵庫 徳島 北海道	尾畑酒造(株) (株)升本総本店 三芳菊酒造(株)
	醸造酒	福島	(有)ハニー松本
麺類	魚めん	静岡	(有)ボーモ阿尾
	手延べ麺	徳島	(株)八千代
	蕎麦	北海道	—
加工品 等	しいたけ	新潟	—
	すしでんぶ	熊本	清田食品工業(株)
	梅干	和歌山	(株)トノハタ
	飴	福島	(有)ハニー松本
	すだちジュース	徳島	—
	そば粉	北海道	—

※提供元「—」は、事務局で購入。

## 7. 日本食材等・日本食文化の広報資材活用PR及び情報発信

インフォメーションコーナーに日本食材等に関する様々な言語のパンフレット、DVDを設置し、配布した。

DVDは、インフォメーションコーナーに設置したパソコン端末で閲覧出来るほか、特設ステージのプログラムの合間に大型モニターで上映した。

### 【広報資材一覧】

CLASSIFICATION 区分	TITLE タイトル	PR MATERIAL 広報資材	LANGUAGE 言語									
			English	Chinese (Simplified)	Chinese (Traditional)	French	German	Spanish	Russian	Korean	Thai	Arabic
			英語	中国語 (簡体字)	中国語 (繁体字)	フランス語	ドイツ語	スペイン語	ロシア語	韓国語	タイ語	アラビア語
General Information 日本食全般	The Food of Japan	PAMPHLET	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		DVD	NTSC									
			PAL-A	PAL-A							PAL-A	
						PAL-B	PAL-B	PAL-B	PAL-B			PAL-B
	The Delight of Japanese Food	PAMPHLET	○		○	○						
	GO CHI SO(ご馳走)	DVD	NTSC PAL	PAL	NTSC PAL	PAL					NTSC	
RICE 米	Recipes to Enjoy Japanese Rice 「Japanese Meals」	PAMPHLET	○	○	○							
DRIED NOODLE 乾麺	Welcome to the gourmet world of Japanese noodles	PAMPHLET	○	○	○							
SOYBEAN PASTE みそ	MISO	PAMPHLET	○	○	○							
	Try Miso!	PAMPHLET	○									
SOY SAUCE しょうゆ	JAPANESE SOY SAUCE FACTS	PAMPHLET	○									
SHIITAKE MUSHROOM しいたけ	JAPANESE LOG-GROWN DRIED SHIITAKE MUSHROOMS (Why Japanese shiitake means delicious Shiitake)	PAMPHLET	○	○	○							
	The Fascination of Japanese log-grown Dried Shiitake mushroom (日本産原木乾しいたけの魅力)	DVD	NTSC PAL	NTSC PAL	NTSC PAL							
SEAFOOD 水産物	JAPANESE SEAFOOD EXPORTS (The Secret behind the Quality)	PAMPHLET	○	○	○	○				○		○
		DVD	NTSC PAL	NTSC PAL	NTSC PAL					NTSC PAL		

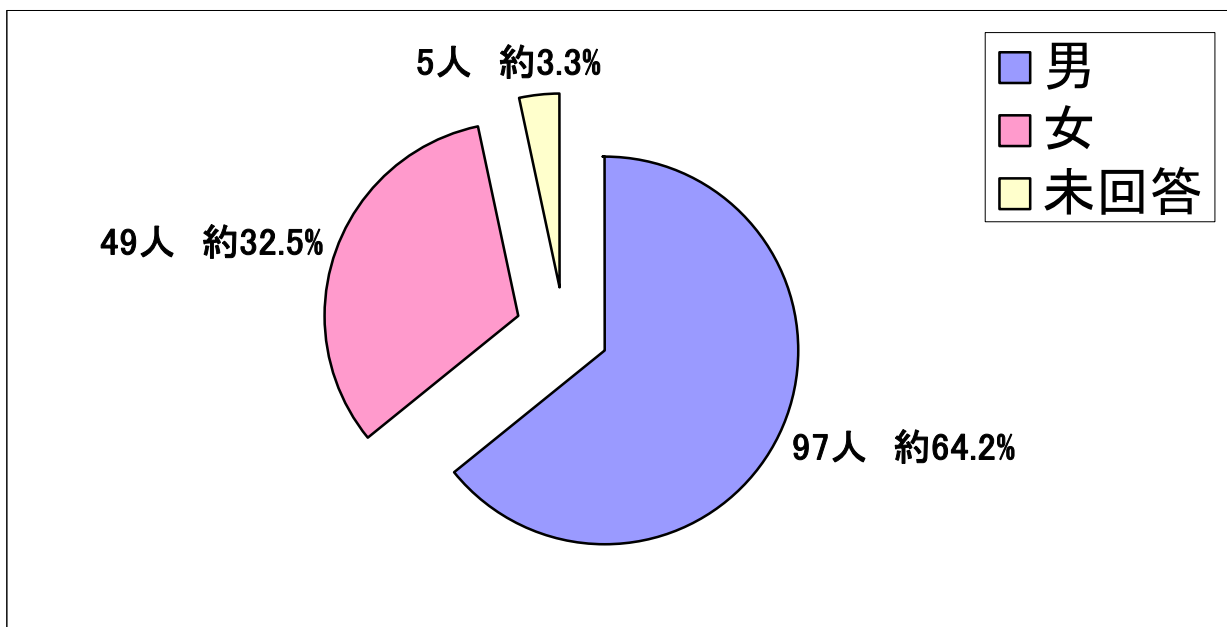
## 8. 来場者の反応及びアンケート調査

日本食材等・日本食文化への関心事項について調査・分析する狙いで、アンケート調査を実施した。

アンケートは英文、和文を用意した。

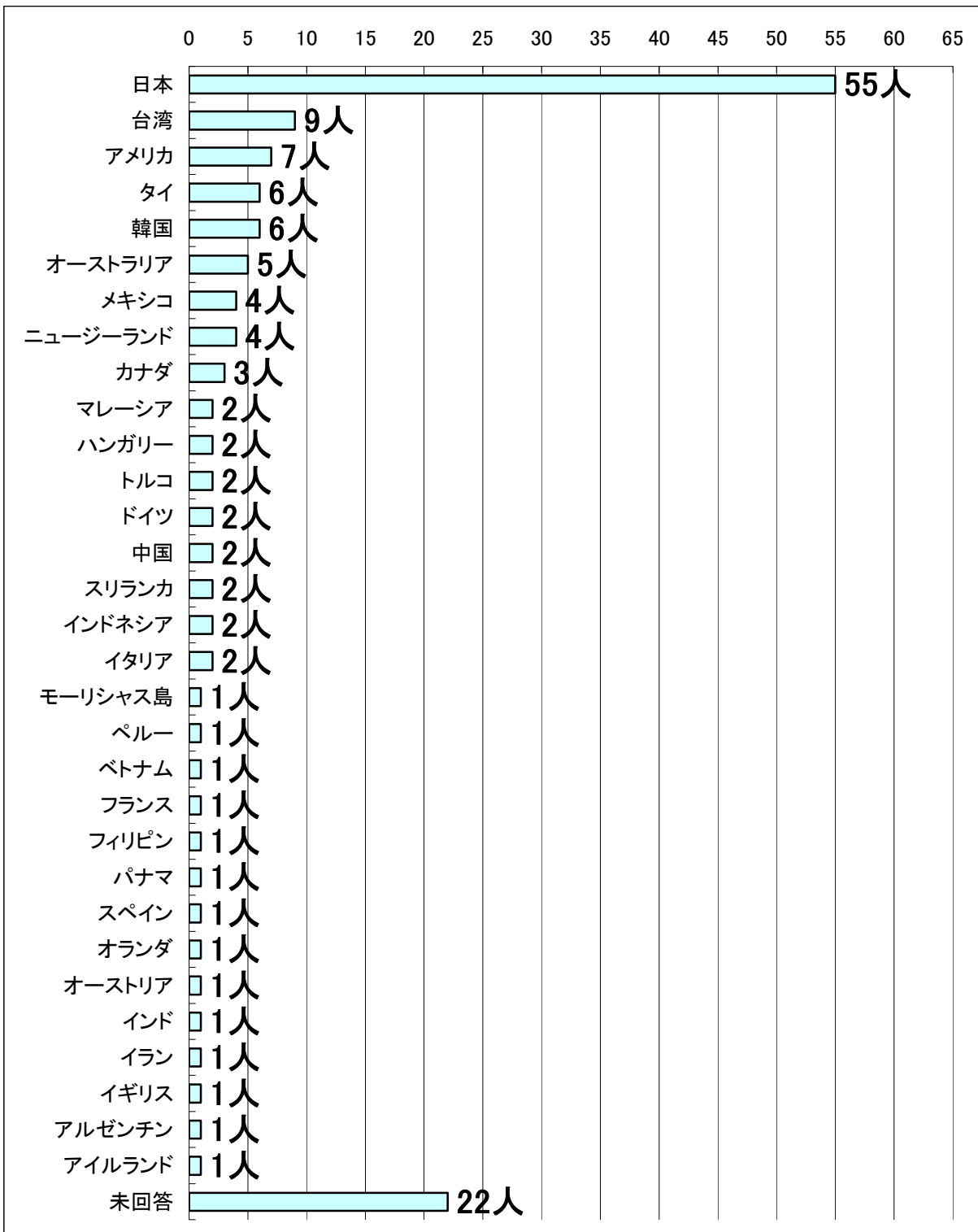
	和文	英文	計
3月3日	33	16	49
3月4日	18	29	47
3月5日	26	14	40
3月6日	0	15	15
合計	77	74	151

Q1. 性別をお聞きします。(N=151)



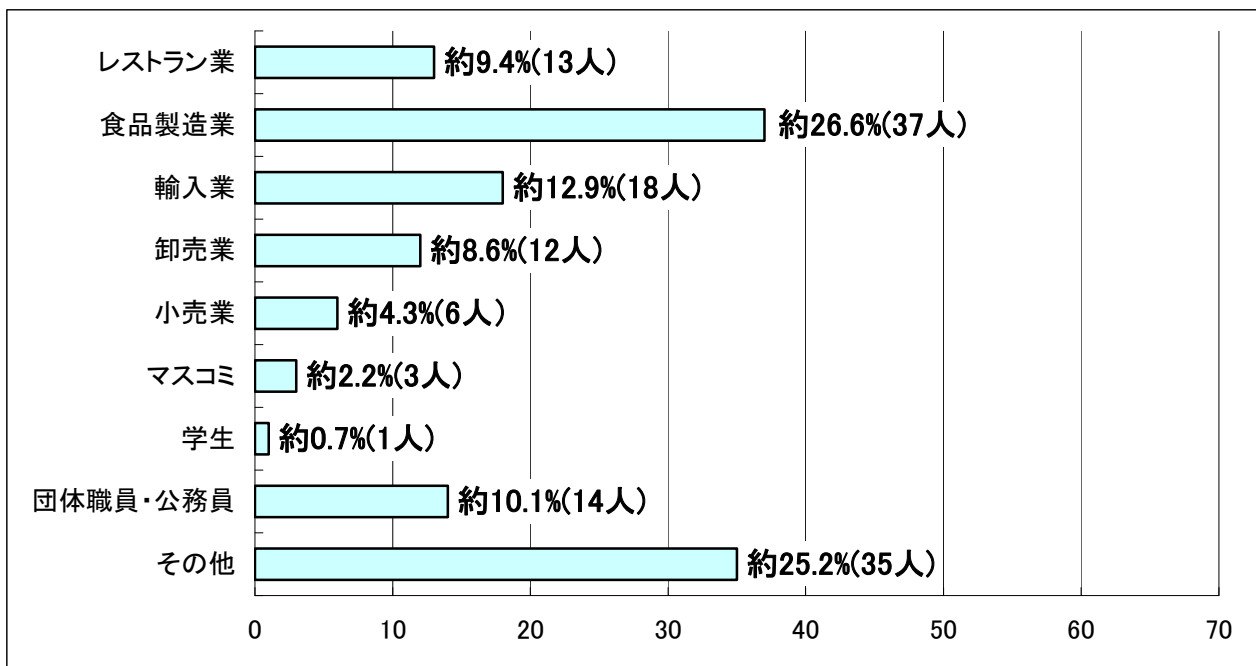
男性の来場者が圧倒的に多い事が伺える。

Q 2. どちらからお越しいただきましたか？ (N=151)



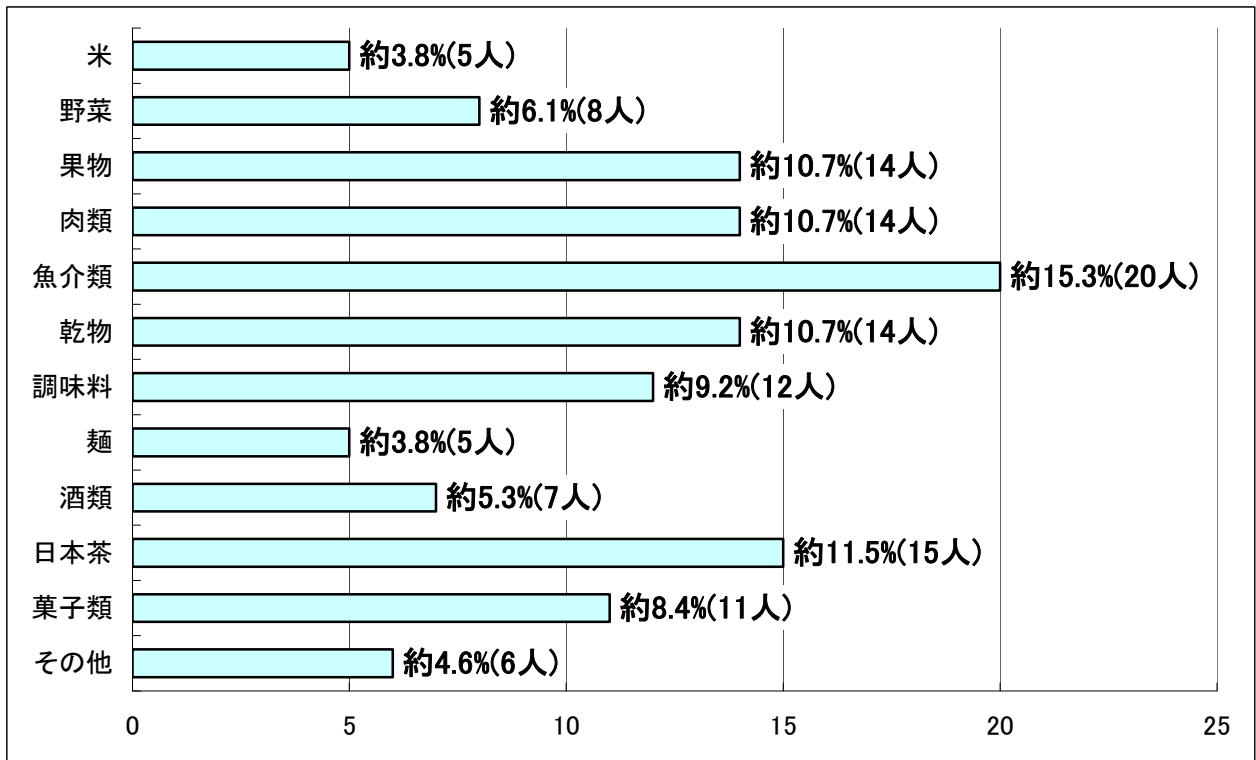
世界各国からの来場者があった結果となった。

Q 3. あなたの職業は以下のうち、どれにあたりますか？ (N=139)



食品製造業者の来場が多くを占めていることがわかる。

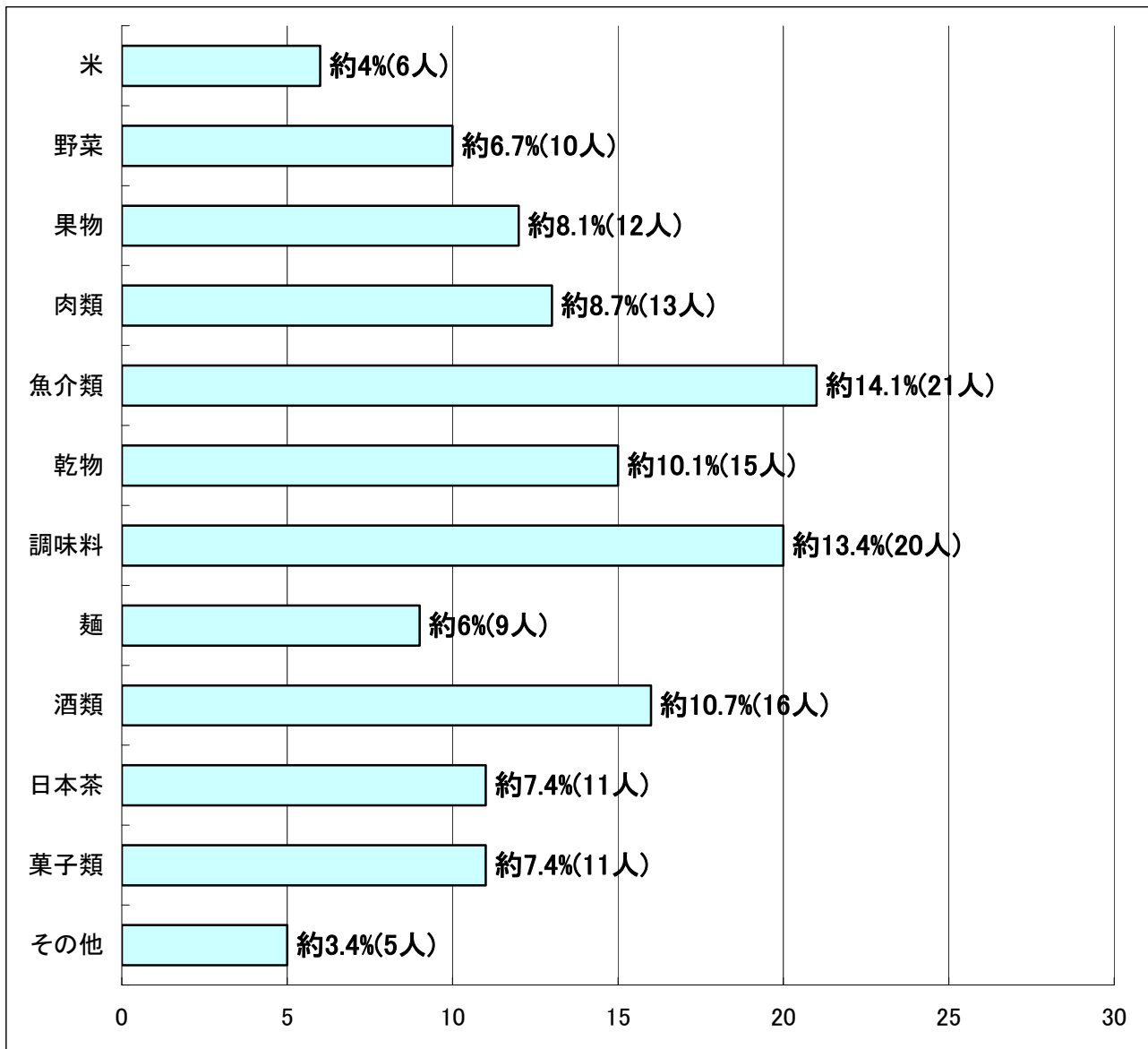
Q 4. あなたが現在すでに輸入している品目があれば以下から選んでください。 (N=131)



「魚介類」の実績が圧倒的に多い事がわかり、「米」や「麺類」は少ないという結果になった。

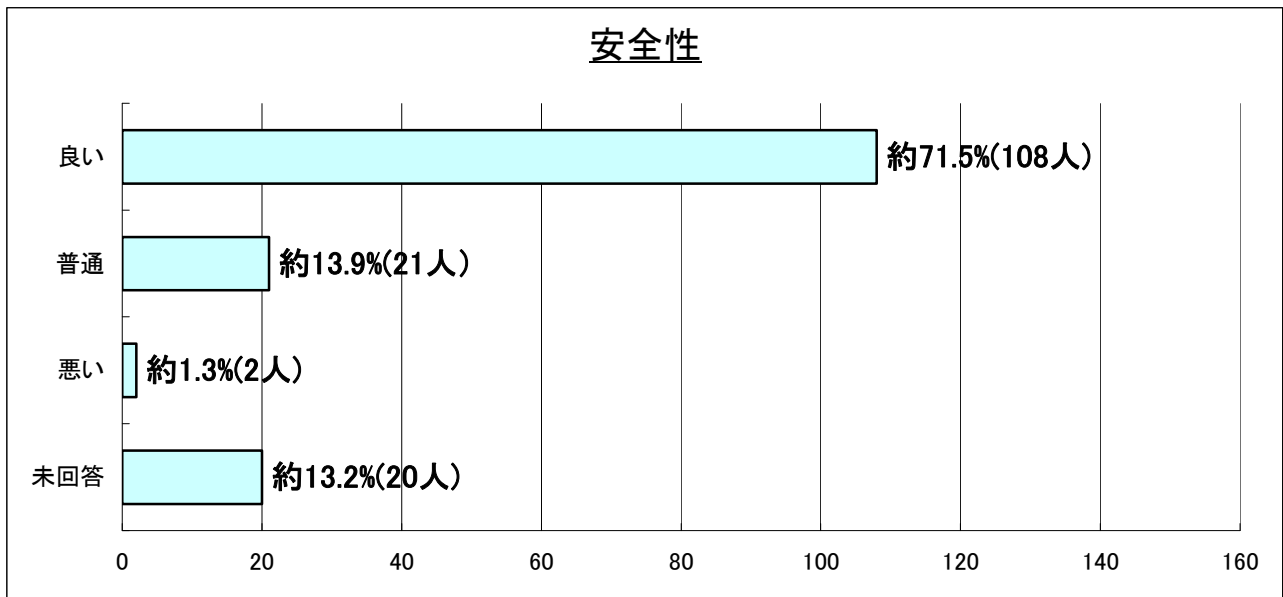
Q 5. あなたが今後輸入したいと思う品目があれば下記からお選びください。

(N=149)

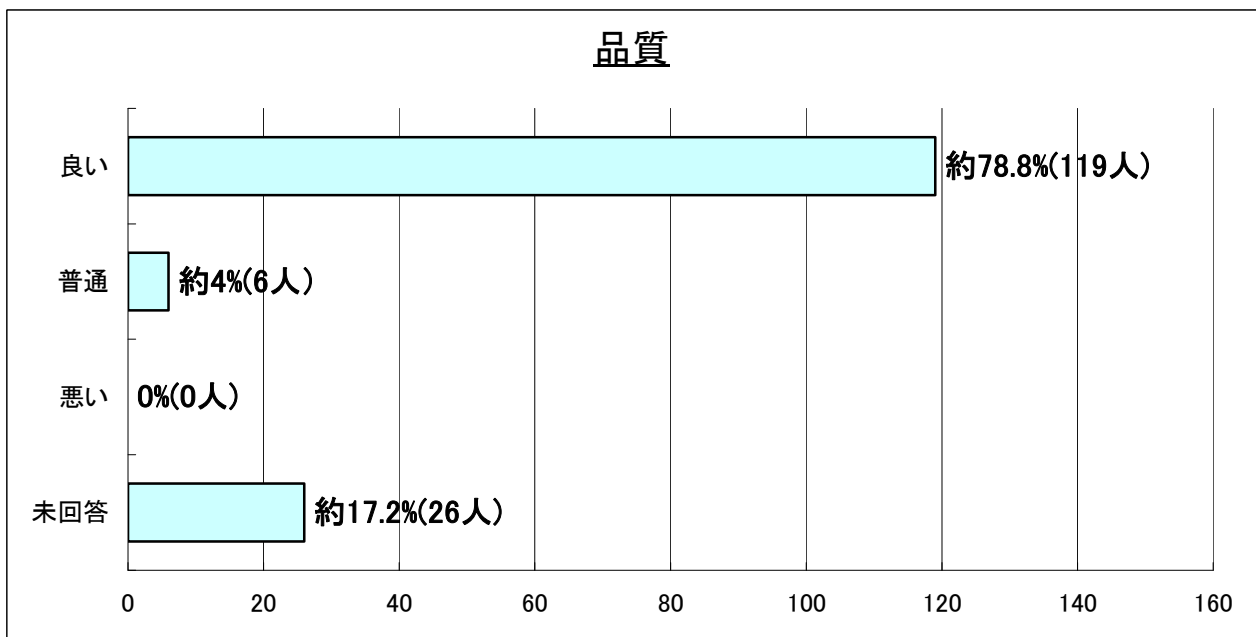


「魚介類」への関心の高さはここでも伺えるが、「調味料」や「酒類」への関心の高さも伺える結果となった。

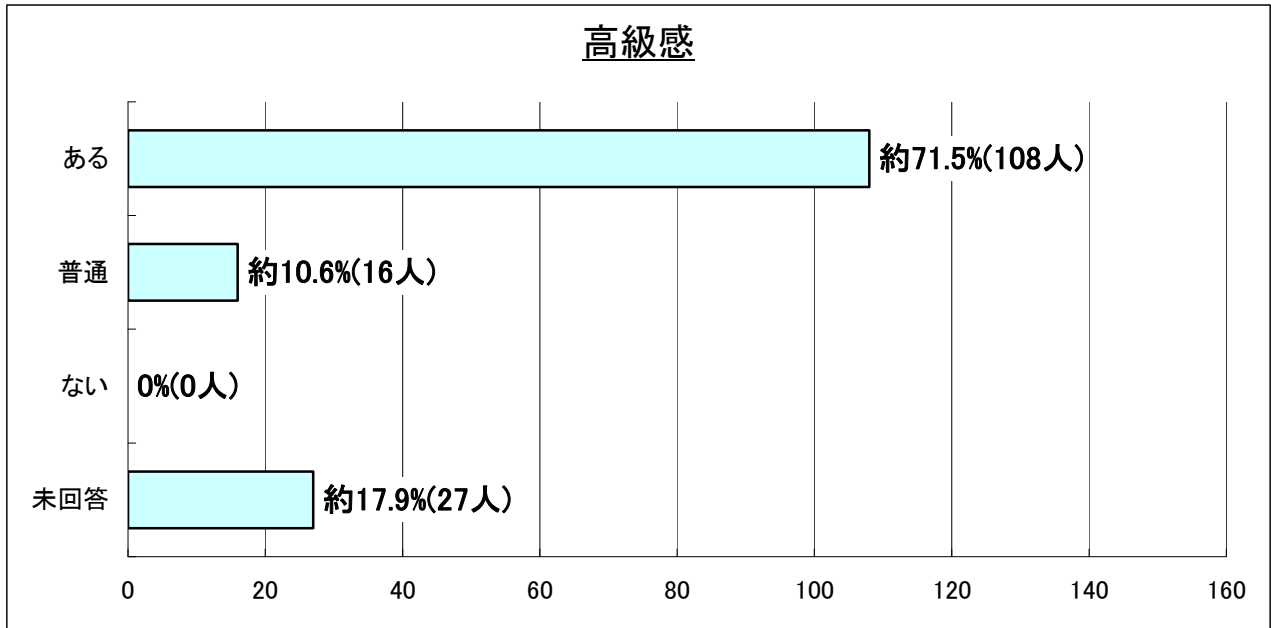
Q 6. 日本食・日本食材に対するイメージに当てはまるものを下記からお選びください。  
(N=151)



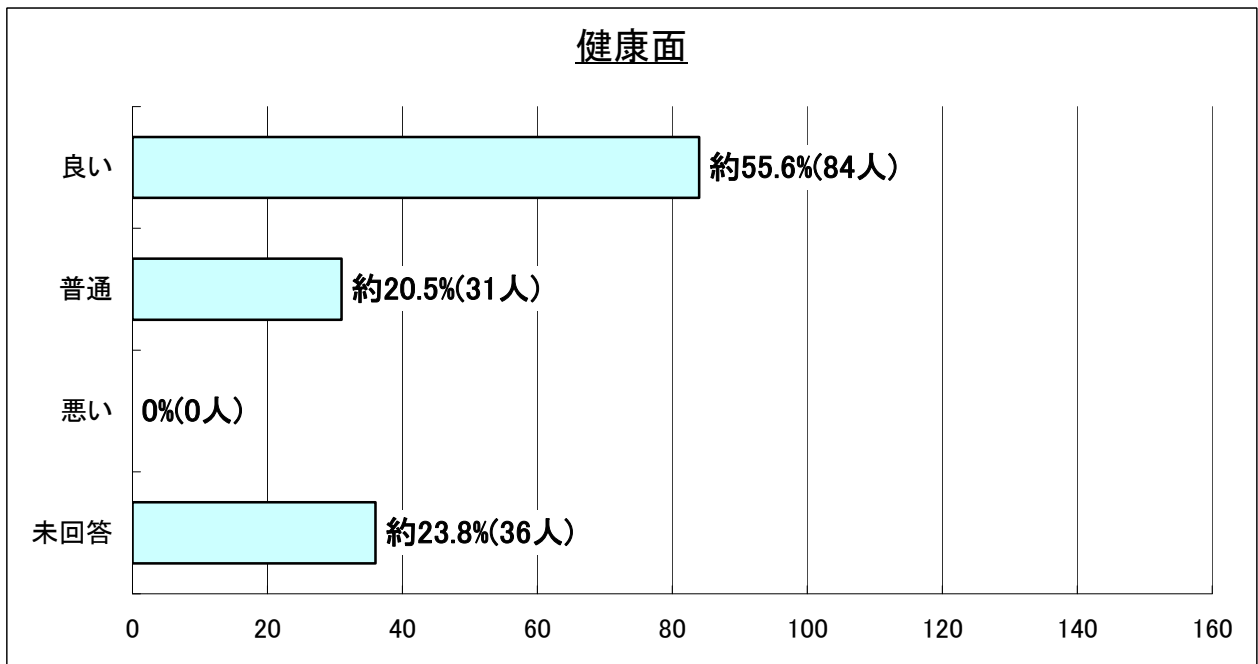
安全性については、7割強が「良い」と答えている。



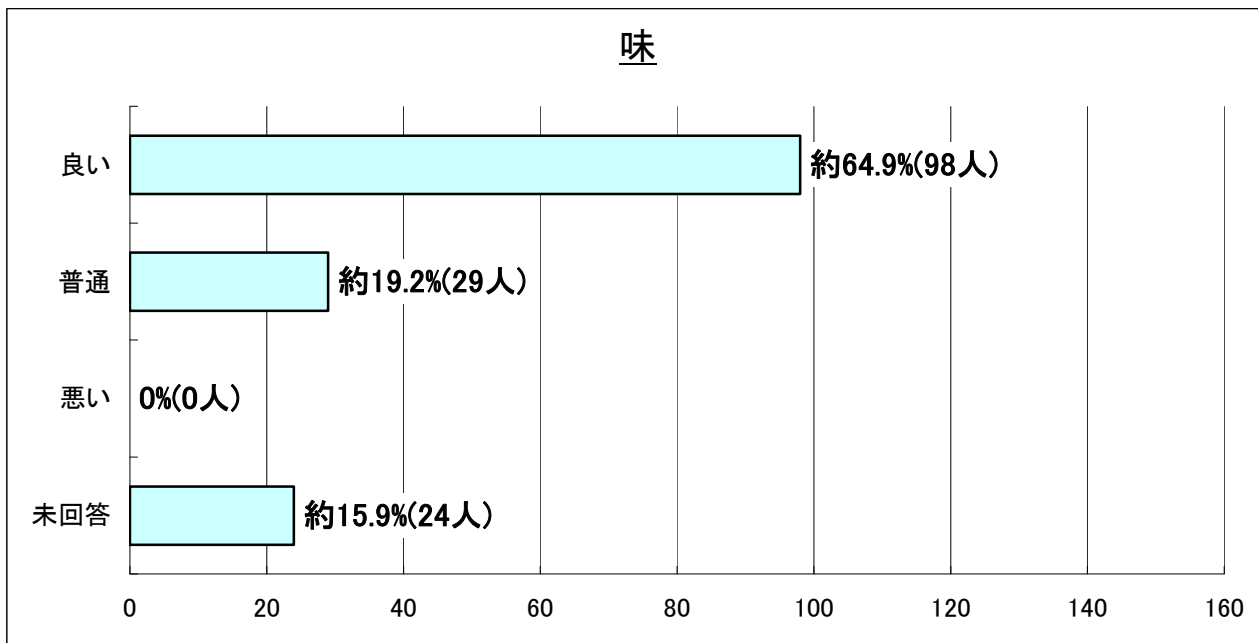
品質に関しては、8割近くが「良い」と答えており、  
「悪い」と回答した者は1人もいなかった。



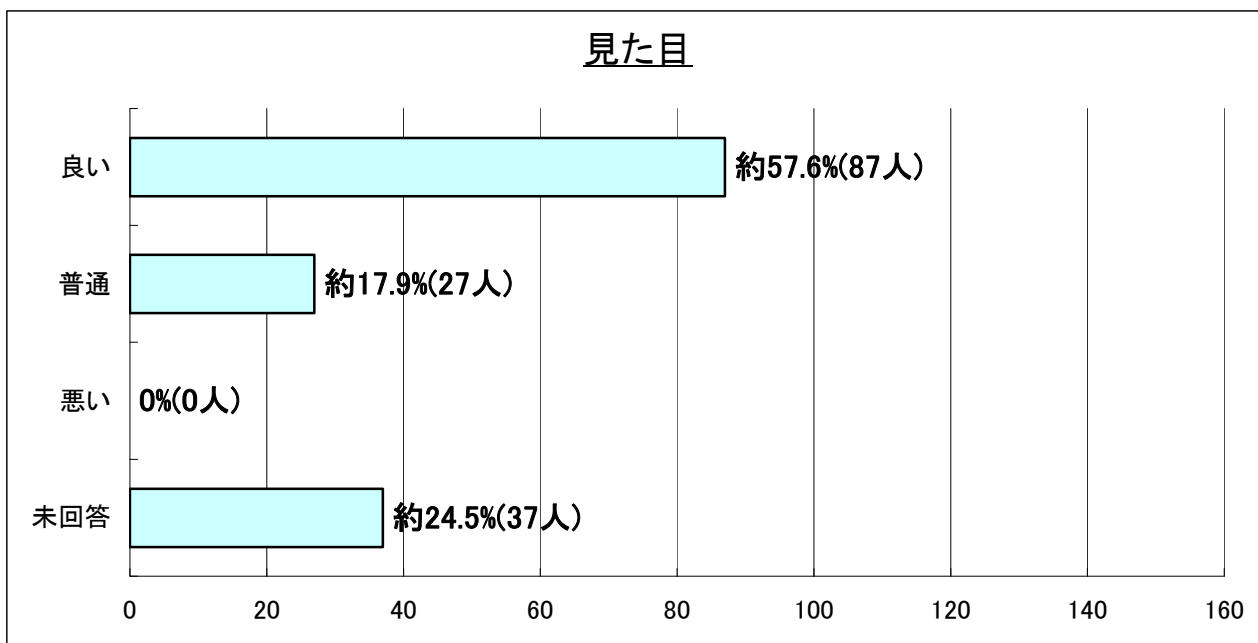
高級感に関しては、7割強が「ある」と答えており、「ない」と回答した者は1人もいなかった。



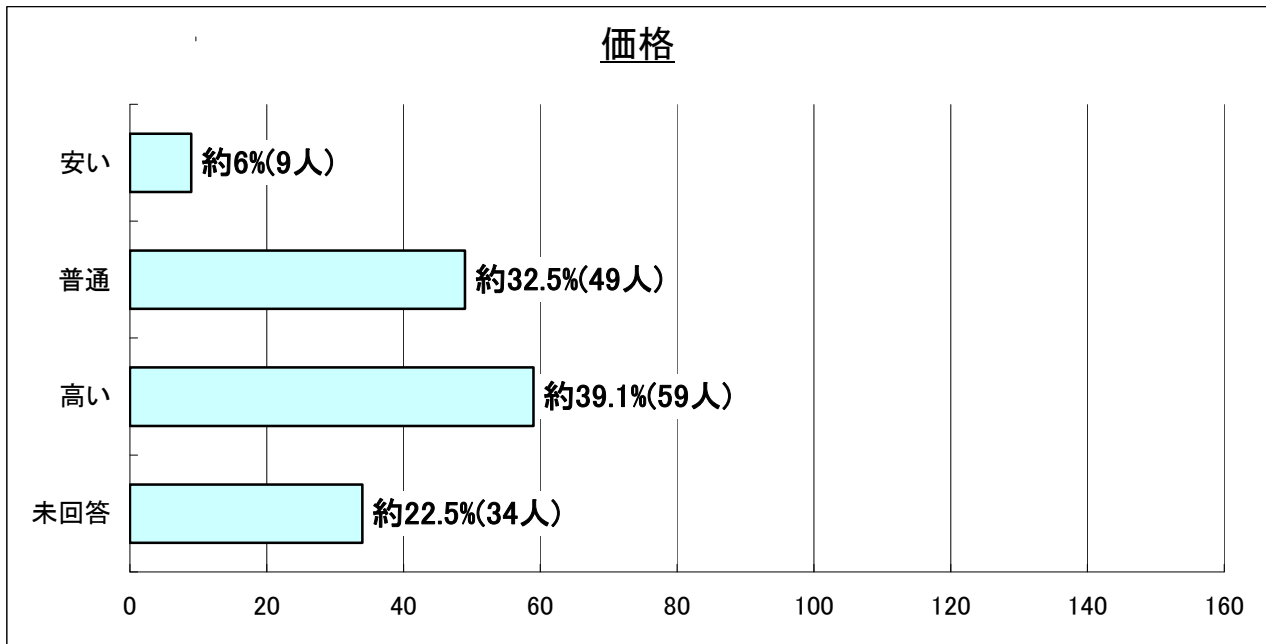
健康面に関しては、「悪い」と回答した者は0人ではあったが、「良い」との回答も半数程度にとどまった。



味に関しては、6割強が「良い」と答えており、「悪い」と回答した者は1人もいなかった。



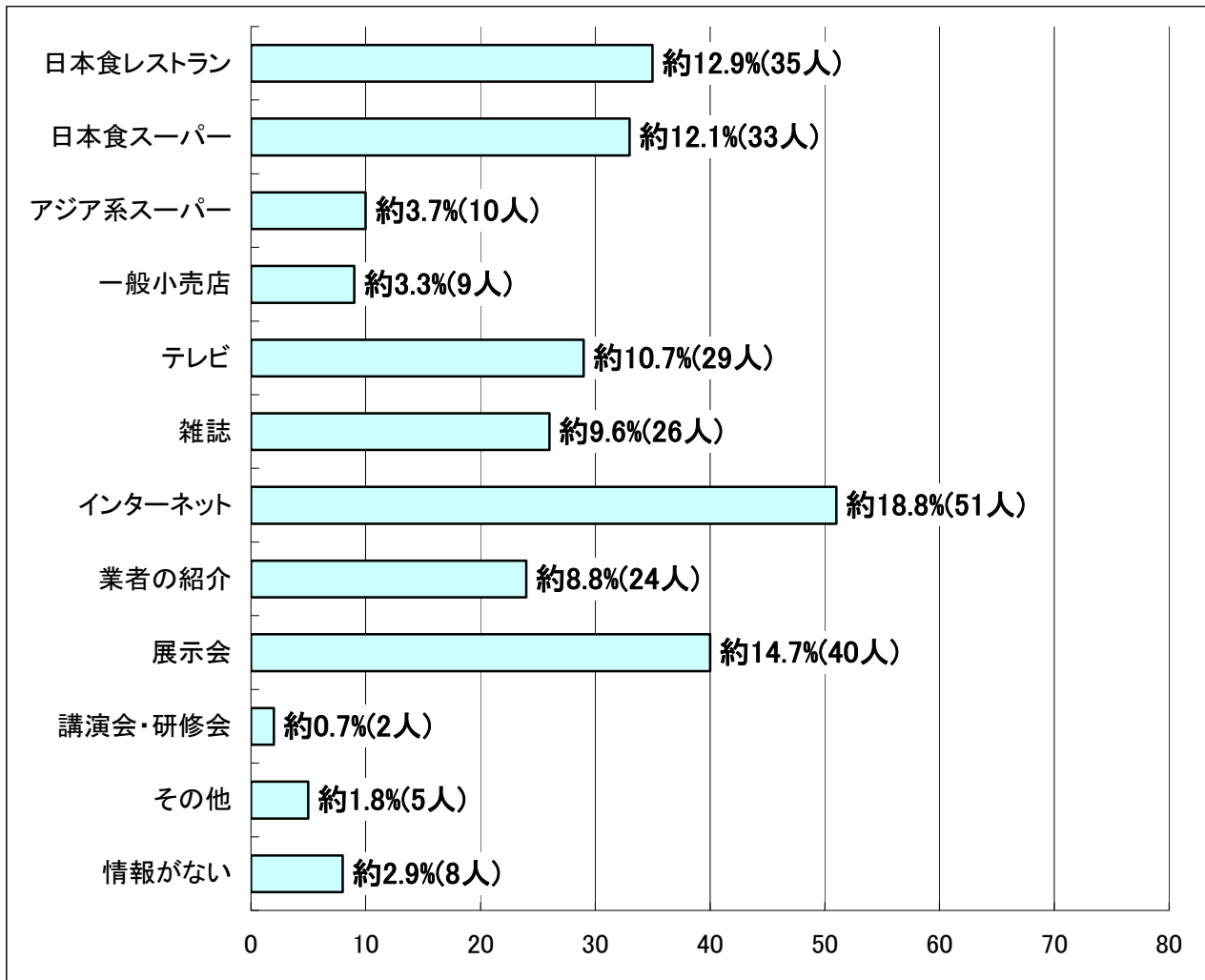
見た目に関しては、「悪い」と答えた者は0人ではあったが、「良い」との回答も6割に満たなかった。



価格に関しては、「高い」が一番多くを占めたものの、「普通」との差はさほどなかった。「安い」との回答は1割にも満たなかった。

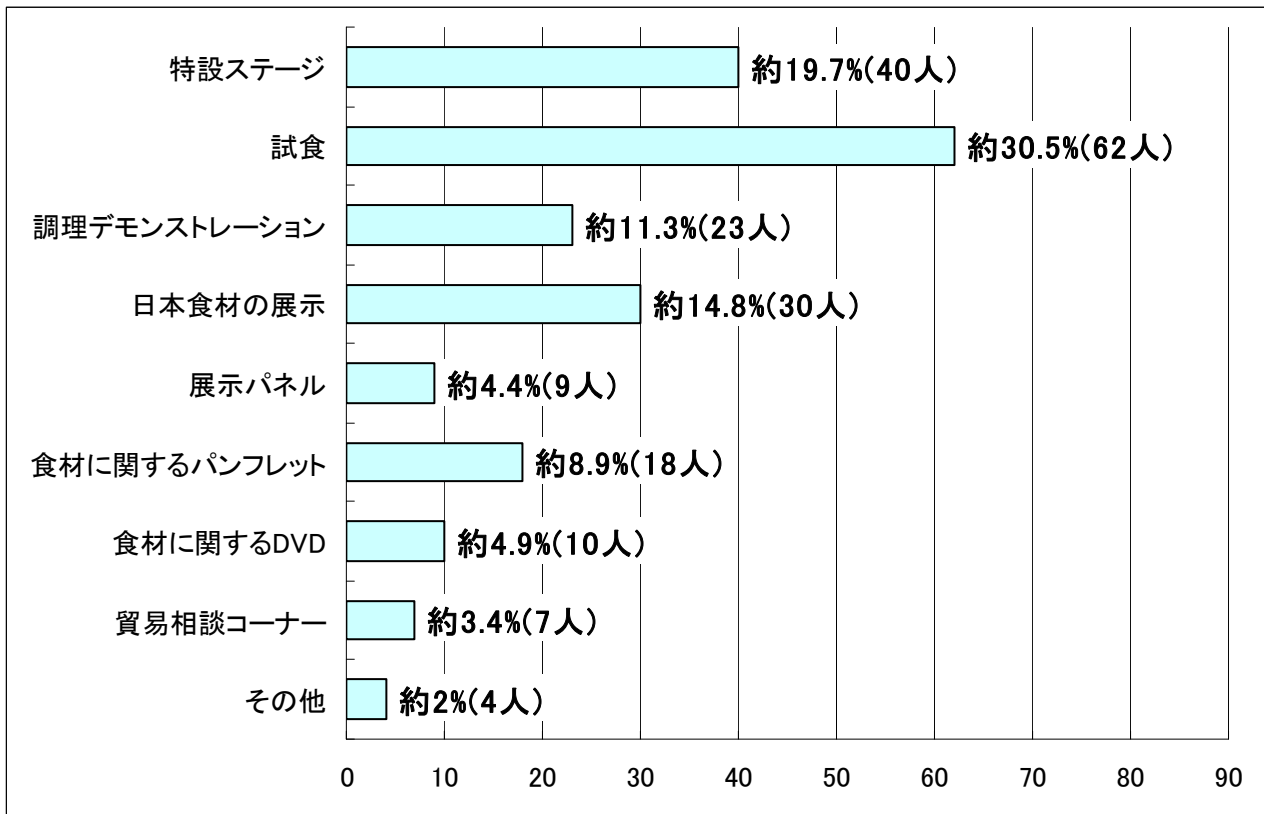
○日本食・日本食材に対しては、全体的に良いイメージを持っている結果となったが、「価格」に関しては課題の残る結果となった。

Q 7. 日本食・日本食材に関する情報は何かから得ていますか？ (N=272)



色々なところから情報を得ているのがわかるが、「インターネット」から情報を得ている割合が一番高い結果となった。

Q 8. 「和のひろば」で下記のうち、何に興味を持たれましたか？ (N=203)



「試食」への興味が一番高かったことが伺える。

Q 9. 日本の食品について何かご意見があればご自由にご記入ください。

- ・もっと米を輸出すべきである。
- ・低価格化（を希望する）。
- ・もっと安心が欲しい。
- ・見た目にこだわり過ぎず、規格外の商品をもっと流通させたほうが良い。
- ・日本茶の淹れ方を学べて大変ためになった。
- ・すばらしい催しだった。
- ・通訳者をもっと置くべきだ。
- ・親切なスタッフですばらしかった。

## 9. 輸出促進対策の紹介及び情報提供

政府が実施している輸出促進対策を紹介するとともに、来場者に対して迅速に情報提供できるよう、インフォメーションコーナーにパソコン端末を設置した。

また、「米」、「和牛」、「果実」、「水産物」、「野菜」、「茶」、「うまみ素材」の7品目に関し、それぞれ英語表記によるパネル（A1サイズ）を掲示した。

### 【配布ちらし】

集客のためのツールとして、ブース前で配るちらしを作成した。

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

# Plaza of Japanese Food

## 和のひろば

**OISHII**  
おいしい

In order to help all the guests attending the "Foodex 2009" event to understand more about authentic Japanese food culture and also about highquality Japanese cuisine and ingredients, special cooking demonstrations and cultural talks will be held in the corner of the "Plaza of Japanese Food". Please feel free to drop by anytime.

(第54回国際食品・飲料展)  
The 54th International Food and Beverage Exhibition  
**FOODEX JAPAN 2009**  
Date: March 3(tue)-6(fri), 2009  
10:00-17:00 (last day: 16:30)  
Venue: Makuhari Messe, Japan Hall 1-8 "wa no hiroba. 和のひろば"

#### IV. 総評（課題と今後の提案）

今回の事業の反省点・印象を踏まえての次回 FOOD EX JAPAN への提案を列挙する。

##### （１）出品物及び食材の公募告知方法の検討

出品者アンケートの結果からも伺えるように、早い時期からの告知や募集を望んでいる。輸出に意欲的な企業はこのような機会を欲しており、今後は効果的な告知、出品勧奨を推進する告知展開や手法の検討が必要である。

また、運営側と出品者との事前打ち合わせの機会がもっと必要であった。

##### （２）出品物の効果的なPR方法

出品物に関しては、各出品物のアピールポイントや特徴を説明したPOPを添えることにより、より多くの来場者に日本食材の魅力を理解してもらう工夫が必要である。

出品いただいた食材の最大の理解者は、出品者自身であることから、可能な限り会場に来てもらって出品者自らその魅力を紹介できるよう事前に調整する必要がある。

仮に出品者が来られない場合には、運営側は出品物のパンフレット等を活用してアピールできるよう予め準備しておく必要がある。

また、全ての出品物を写真付きで掲載した「出品物パンフレット」を作成して、セールスポイント、原材料及び連絡先等の情報に加えて、調理等が必要な食材や調味料等については、調理方法や使用方法についての解説を加えることで、より分かりやすく伝えることができると思われる。

##### （３）PRイベントの効果

来場者アンケート調査からも、日本食材を使った試食・試飲や特設ステージ、実演屋台コーナーに興味を持った方が多かった。「日本茶のおいしい淹れ方講座」、

「English RAKUGO」、「在日外国大使館夫人たちに聞く海外“和食ブーム”の理由」、

「飾り切り実演」など特設ステージや実演屋台の催しは好評を得ており、開催日毎にテーマを設定し、「食材展示コーナー」、「試食・試飲コーナー」、「実演屋台」及び「特設ステージ」での各実施内容が有機的に関連することにより、「和のひろば」全体で、効果的で有効なPRができた。

##### （４）海外来場者のニーズの傾向

アンケート調査から、今後輸入したいと思う品目は、調味料や日本酒等の酒類への関心が非常に高いことが伺えた。総合的な日本食材の輸出促進を進めていく中でも、今後の海外マーケットニーズとして重要な品目になってくるとと思われる。

## (5) ブースの印象と運営面

全体的に明るい印象は好評を得たが、展示台の形状や手狭さについて出品者からは不満の声も聞かれた。日本食全般を理解する展示コーナーと各社の商品PR展示コーナーを分けて展示するなど今後の検討事項である。

また、会場ホールの端の一番奥という立地から、来場者の足をブースに向けるために呼び込みなどの努力が必要となり、そのため、呼び込み人員が予想以上に必要となった。午前中のプログラムでは、同様の理由で来場者が比較的少なく、集客に苦勞する面もあった。

ステージイベントでは、海外来場者が予想よりも少なかったため、英語講演を急遽日本語と同時通訳講演にするなど、会期中の変更もあった。次回以降は海外からの来場者を獲得するための方法として、関連団体・組織などのホームページにリンクを貼る等幅広い告知方法を検討、特に日本食材に関心がある方に対して効果的なアプローチが必要だと思われる。

また、事前に主催者と協議し、海外来場者が比較的多いブース位置の確保が肝要となる。

出品者や実演者などキッチンを利用するケースが多く、調理機材使用の日々の事前調整や、展示コーナーでは出品だけの公募者の商品は十分に説明ができない場面もあり、出品者との密な事前準備や調整を十分に行うことが必要である。

平成 20 年度日本食・日本食材等海外発信委託事業  
(日本食材等・日本食文化発信事業及び品目別等広報活動)  
FOODEX JAPAN 2009(第 34 回国際食品・飲料展)  
における日本食材等・日本食文化PRイベント

平成 21 年 3 月

委 託 先：凸版印刷株式会社

実施主体：大臣官房国際部 貿易関税チーム輸出促進室