

平成21年度活きた輸出情報ネットワーク構築事業

農林水産物・食品

輸出オリエンテーションの会
【東海エリア】

追跡調査 1

アンケート結果

1 回目追跡等調査
輸出促進セミナー

「輸出オリエンテーションの会」開催時に、東海地域の輸出の課題等を直接参加者から聞くこと及び商談成立の可否を確認し、要因分析を行うことで、今後の輸出促進の取組に反映させることを目的として実施。

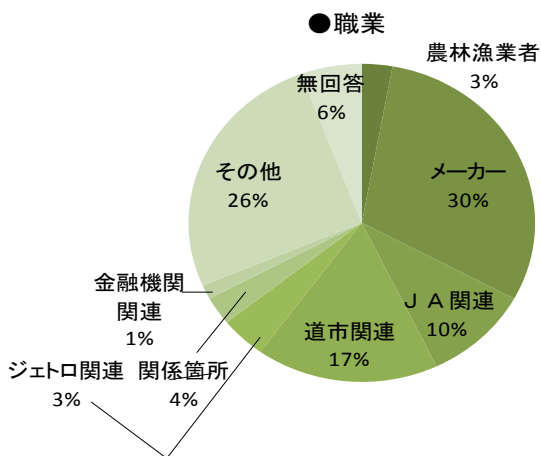
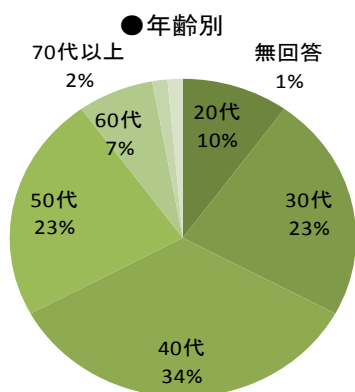
■アンケート集計

回収数 70件

①属性

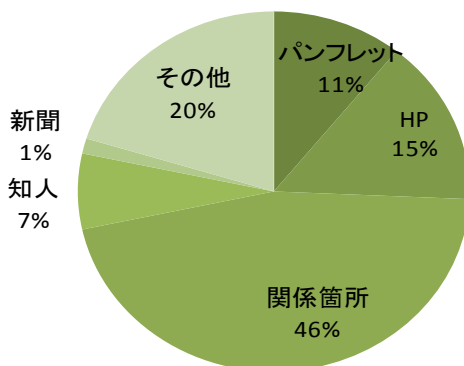
●性別

性別	男性	女性	無回答	合計
人数	62	6	2	70
比率	88.6%	8.6%	2.9%	100.0%



■「輸出オリエンテーションの会」認知媒体

新聞名
メールでの案内(3)
メルマガ(2)
Jcomからの情報(3)
三重県からの案内
会社
FAX
同僚
愛知県農林水産
県庁
ジェトロから案内

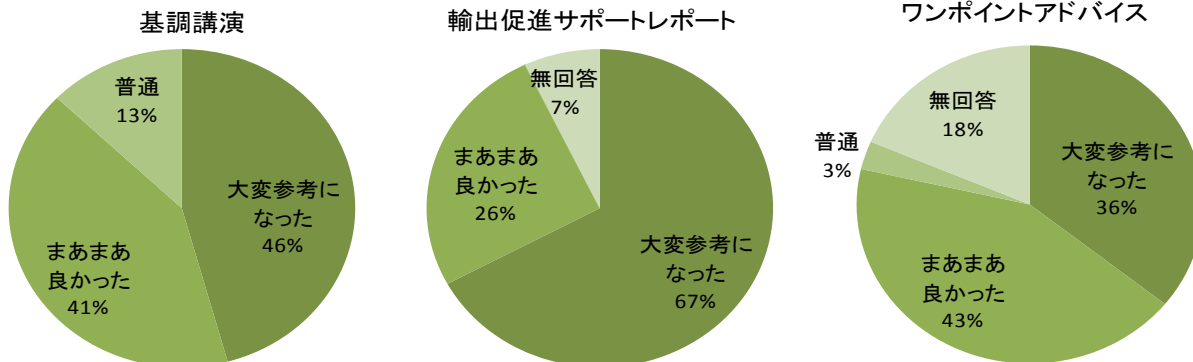


HP名
農政局(2)
農水省(2)
Jcom

農政局
東海(4)
栗原部長から
開催案内
三重県経由

1 回目追跡等調査
輸出促進セミナー

②輸出促進セミナーの評価



▼参考になった点や感想があればご記入ください。

■基調講演

- 一般論としてはポイントが整理され、わかりやすかった。
- 期待と現実の項目。差別化不足について考えさせられた。
- 冊子を読んでいるだけに感じた。
- 話が面白くない。
- 各国の輸入規制。ジェトロの活用。
- 輸入規制
- ブランドの登録
- マーケティングのポイント
- 将来の海外での事業展開を考えなければ、輸出だけでは成功は難しい点
- 現状がわかった＝競争激化
- 基本的な考え方
- 経営者自らが海外バイヤーや顧客を訪問すべきで、経営者としての輸出の意義を確立せよ。
- 今後の検討事項
- 価格競争力
- ブランドを守る。
- タイ、香港の事情がよくわかった。
- 高品質＝高価格ではだめということがわかった。
- 輸出②際しての重要な点
- 海外輸入規制／マーケティングの明確化
- 当地域の動向について
- 具体的でよかった。
- 価格の設定 競合品の2倍未満
- 海外からの生の声よかった(最新制度など)。
- 日本産品をめぐる現状と課題など
- 認定制度と工場認定
- 賞味期限が3か月必要ということ。
- 競合販売の点＝日本文化を売る
- 長すぎる。

1 回目追跡等調査
輸出促進セミナー

■輸出促進サポーターレポート

- 現実的な成功例、失敗例のお話があり、毎回大変参考になる。
- 外からの視点は、大切。参考になる。
- Wuさんは面白い。
- タイの現状。香港での価格構成とブランド。
- 現場の話が聞けた。
- 現地情報
- 物産展の重要性については参考になった(サンプル販売の重要性)。
- 価格の調整
- 各国ポートを聞きたいと思った。時間が少なすぎる。
- 実際に売ってみる。売らないとわからない。
- 海外レポートは最新の現地情報は参考になった。
- (香港レポート)ブランド登録 Made by Japan
- ブランド
- 時間の枠が少し少なかった。
- 現状と今後が有意義だった。
- ブランドの大切さ
- ブランド／知識対策の重要性について
- 海外の現地事情を知ることができ、役に立った。
- タイ、香港の実情が聞けて参考になった。
- 現地の情報が具体的に聞けたこと。
- 現在とこれからの様子がわかってよかった。
- 現地事情留意点
- ブランド登録
- 日本産品をめぐる現状と課題など
- ブランドを登録しなければ、中国がコピーし世界に売っていき、とてももったいないということ。
- 日本食ブームは食品輸出のチャンス。適正価格とブランドの重要性。
- 日本酒を取り扱うサポーターの一覧に三重が書いていないが、扱っていた。
- ウーさんのブランドに関して
- もっと時間を拡大してほしい。
- 国別に事情を実例を交えていただき、大変参考になった。

■ワンポイントアドバイス

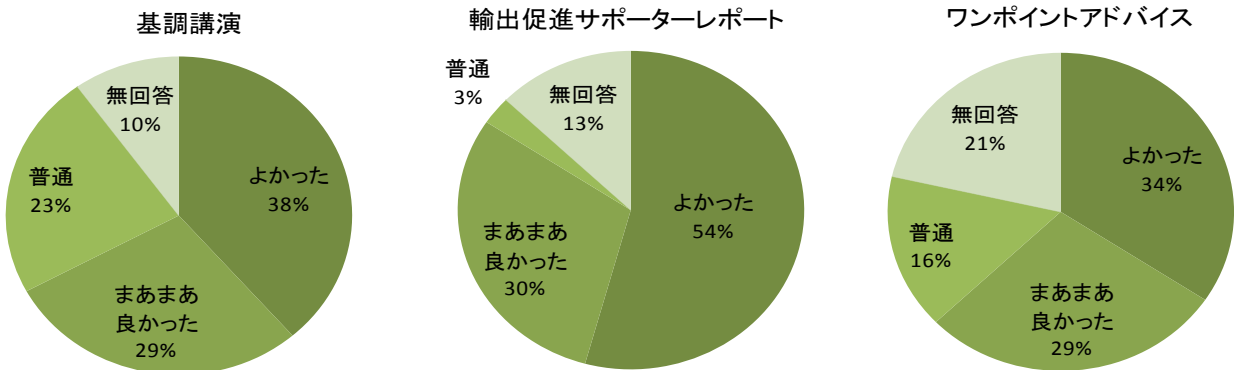
- 現状がワンポイントでもよくわかった。
- 皆、話が長い。
- 講演者はゆっくり話され、ポイントも押さえた話で、メモもとりやすかった。
- 現場の話が聞けた。
- 商品価格について
- ブランド登録は販売戦略には最も大切だから、登録管理の重要性にあると理解した。
- 香港レポートは大変良かった。
- 生の声が聞けた。
- 各サポーターの背景がわかると良かった。
- アイエムピーが参考になった。
- ブランド取得の重要性
- 検討しなければいけない点がわかった。
- 現地へ足を運ぶ。
- 日本産品をめぐる現状と課題など
- 内容表示、説明者は英語表示が必要。
- シンガポールがフリーポートであること。
- MADE IN JAPANだけでは売れない。
- 現実のお話が拝聴できた。
- もっと時間をとりたい。

1 回目追跡等調査
輸出促進セミナー

■セミナーについて改善点があればご記入ください。

- 基調講演があつてのセミナーかもしれないが、現地で商売をされている方（サポーターレポート）の話を1名にして、もっと時間をかけてほしい
- 長い。もう少しコンパクトにまとまると思う。
- 部屋が暑い。人が多い。空気が悪い。
- 基調講演が長すぎ、内容が一般的（悪くはないが、突っ込んだことを聞きに来ているので）サポーターの時間が短すぎた。
- ワンポイントアドバイスも良かったので長めに。
- レポートのプレゼン時間が短い。
- JETRO名古屋センターからの基調講演時間をとりすぎ。
- 現地レポートに多くの時間をとってほしい。
- 映像画面が小さいので大きくしてほしい。
- サポーターの時間が短すぎる。
- もう少し、時間が長くとれればと思った。
- サポーターレポートの時間が短すぎる。
- 海外での ブランド登録について詳細を知りたい（登録確認方法、登録方法など）
- セミナールームが暑い。
- もう少し長時間してほしい。
- 展示・商談会不参加の出席者とサポーターとの交流（名刺交換）

■講演者はいかがでしたか？



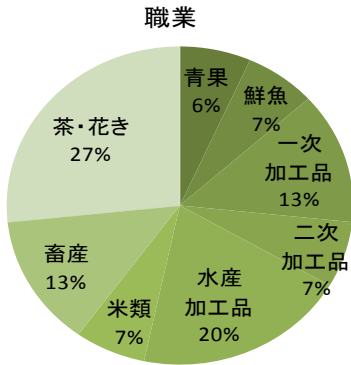
■今後、参加してみたいセミナーテーマおよび講演者がありましたらご記入ください。

- アジアネット田中さん
- EU市場へのアプローチについて
- 6次産業化における輸出
- 輸出に関するコストについて
- 輸出国の事情について。本日のタイ、香港事情は、もう少し長く聞きたかった。
- 鮮度保持技術
- お酒関係 輸出
- フランキー・ウー氏

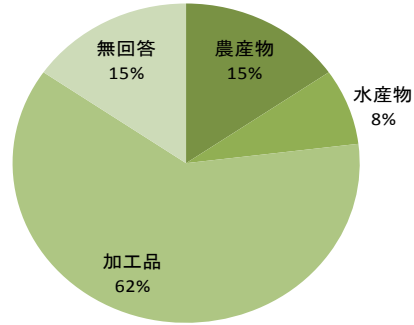
■アンケート集計 出品者

回収数 11件

①属性



■展示・商談会に出品された製品は何ですか？



■加工品

- ・日本茶(ティーバッグ、粉茶等各種)
- ・酒
- ・カレーフレーク、スパイス他
- ・煎茶、抹茶、玄米茶
- ・つくだ煮(さんま蒲焼、いわし甘煮、にしんう焼等)
- ・食酢、すし酢、飲む酢
- ・緑茶(ティーバッグ関連)煎茶
- ・茶、SEN、初摘

■農水産物品名

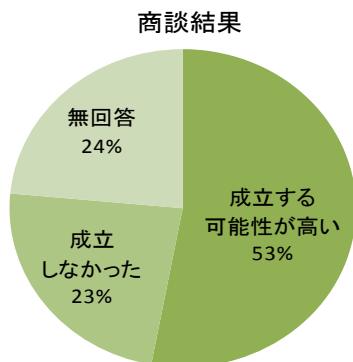
- ・牛肉
- ・加工品 お茶
- ・伊勢はんぺい、チーズ棒

■希望する輸出先

香港、アメリカ、中国
中国、韓国、アジア
ロシア
アジア
タイ、シンガポール、米国、ベトナム
アメリカ、中国(上海、広州、香港)、台湾、オーストラリア
アジア
米国、ロシア、ベトナム、中東
アメリカ、アジア

1回目追跡等調査
展示・商談会

②展示・商談会の評価・結果



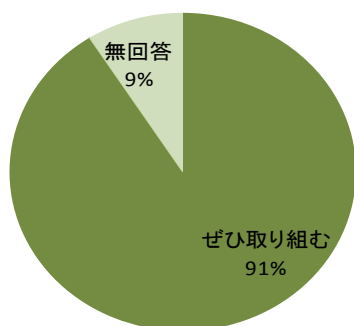
- 成立した品名
該当なし
- 成立する可能性が高い品名
 - ・100円シリーズ、ティーバッグ茶
 - ・水だし緑茶、ティーバッグ等
 - ・牛肉
 - ・お茶
 - ・煎茶
 - ・抹茶、抹茶加工品
 - ・水で出す煎茶パウダー
 - ・各種つくだ煮
 - ・食酢、飲む酢
 - ・緑茶ティーバッグ
 - ・緑茶関連
 - ・初摘

■ バイヤーから指摘された問題点・改善点がありましたらご記入ください。

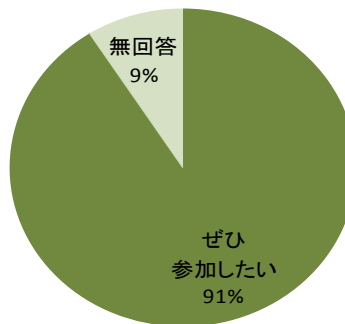
- 現地での試飲、商品説明の重要性
- 海外向けの味、調味料
- 今後サンプル。PB依頼
- 全体的な価格の高さが問題。抹茶は今後更に輸出が増えるだろう。
- つくだ煮はまだまだ認知されていないので、直接販売等、提案型のPRが必要。
- 欧米でHACCAPを必要とする為、改善
- 地域のよっては既存取引先とバッティングする

③課題点と今後の取り組みについて

■ 今後、輸出への取組を行いますか？



■ 今後、この商談会に参加したいと思いますか？



■ 商談会の改良点があればご記入ください。

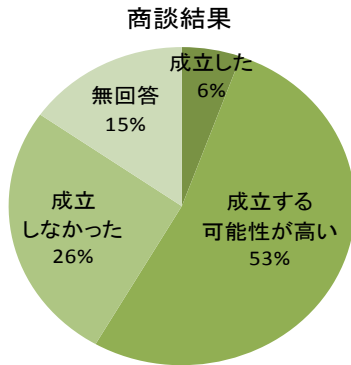
- 感覚的にあと10分必要。事前に商談すべき企業の情報交換を行い、1社に対し商談3社にして中身を濃くし、残りは名刺交等で事後商談の機会を与えてくれれば良いように思う。
- たいへん有意義だった。ありがとうございました。
- 商談希望サポーターとのマッチングが少なかった。

■ 農林水産行政について意見、課題、要望等をご記入ください。

- 日本産品の輸出拡大の機会をもっと増やしてほしい。
- 新年度も輸出促進事業を減らすことのないよう予算獲得をお願いします。
- 輸出事業は、外国取引からのハードルをこえる作業があり、継続的な商談が必要であり、これからも続けてほしい。

■アンケート集計 輸出促進サポーター

①展示・商談会の評価・結果



①成立した品名 ・ぎんなん

②成立する可能性が高い品名

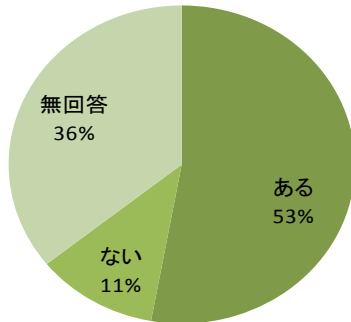
- ・サンショウ
- ・ぎんなん
- ・つくだ煮
- ・大豆麺
- ・くりきんとん
- ・さつま揚げ
- ・抹茶／緑茶パウダー
- ・和牛
- ・ぶどう山椒
- ・Long Life豆乳
- ・¥100の葉
- ・PB商品
- ・牛肉
- ・練り製品類
- ・お茶全般
- ・粉茶
- ・業務用のお酢・焼酎にわれる酢
- ・Zen SERIES TEABAG
- ・カレー
- ・萬来豆乳セット
- ・フルーツビネガー
- ・カレーフレーク
- ・大豆めん・スナック
- ・抹茶カフェ

③成立しなかった理由

- 香港に販売先が有り
- 輸出先の多くが畜肉(特に牛肉)が輸入を禁止しているため 価格が高すぎるため
- 輸送の問題をクリアする必要あり
- 山椒は少しむづかしい
- すでに代理店があり、困難
- 市場性なし

1 回目追跡等調査
展示商談会

■ 今後、輸出商品として期待できる商品がありましたか？



■ 今後、輸出商品として期待できる産品

サンショウ
にがり、ユズ塩 酢
粉茶
いちご
ぎんなん、こんにやく
さんま蒲焼
めん類
ひだ牛
PBおでんセット(冷凍)
抹茶／緑茶
肉
お茶、玄米茶
PB商品開発
栗きんとん、年末正月商材
ティーバッグ
つくだ煮
有機TeaBag
お茶
萬来豆乳セット
ティーバッグのお茶
フルーツビネガー
農産物 苺
青果商品
畜肉なしのカレーフレーク
和カフェシリーズ
酢全般
HACCP対応佃煮
大豆麺・大豆スナック

追跡調査 2 アンケート結果

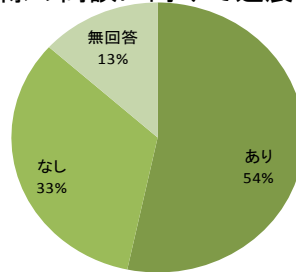
2 回目追跡等調査 出品者

「輸出オリエンテーションの会」開催2カ月後に、東海地域の輸出の課題や行政への要望を直接参加者から聞くこと及び、その後の商談成立の可否を確認し、要因分析を行うことで、今後の輸出促進の取組に反映させることを目的として実施。

2010年2月5日実施 回収数15件

■アンケート集計 出品者

1. 「輸出オリエンテーションの会」以降、実際の商談に向けて進展の有無



★商談成立の具体的内容

フランス、イタリア、オランダ、アメリカに向けて、2件の報告がありました。

【品目】

・お茶

★成約見込みまたは商談中の具体的な内容

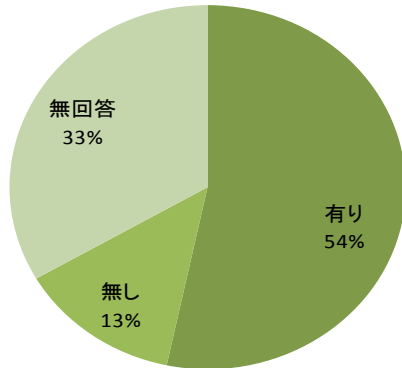
ベトナム、アメリカ、シンガポール、ロシアに向けて、7件の報告がありました。

【品目】

・お茶
・抹茶加工品
・食品加工用抹茶
・業務用茶

2 回目追跡等調査 出品者

2. 今後、輸出国の変更や加工品にするなど、改善（または改良）することで期待できる品目（商品）がありますか。

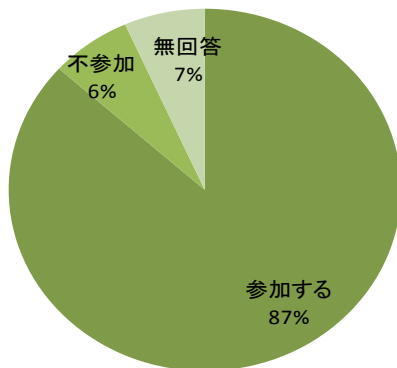


- あり
- ・茶
 - ・抹茶
 - ・豆腐・大豆製品
 - ・日本茶
 - ・抹茶
 - ・緑茶
 - ・次郎柿
 - ・酒加工

ある場合はどのようなもの（商品）か。

- ・茶
- ・抹茶及び抹茶加工品
- ・豆腐、大豆関連商品など
- ・緑茶のティーバッグ化
- ・珍味、駄菓子、つけもの

3. 次回同様の内容で開催され、商談会参加をお願いした場合、ご参加いただけますか。



参加する理由

- ・さらに各国への可能性を探したい
- ・コストパフォーマンスが良く、非常に有益だから
- ・新規販路開拓のため

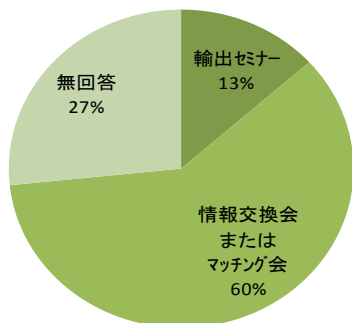
4-1東海地域（岐阜県、愛知県、三重県）の複数の事業者（生産者）と連携して輸出を行うとしたら、どのような業種と連携し品目を輸出PRされたいですか？また、具体的なPRのイメージを持たれている方は、内容もご記入ください。

連携したい業種	品目	内容
菓子	抹茶	菓子原料として抹茶を紹介
食品メーカー	常温、冷蔵、冷凍全般	
生産者	茶器類	
魚関連業者	業務用煎茶、玄米茶	
農業協同組合	岐阜の富有柿や長野の巨峰、リンゴなど	産地リレー、輸送の連携など
全て、特定に依存しない	木製品等	
伝統的な日本の雑貨、食器	抹茶、抹茶加工品	
加工業界	農産加工品	リンゴを含まない輸送ロットの構築など

2 回目追跡等調査 出品者

4-2.仮に輸出事業者の共同輸出マッチング会等を名古屋市内で開催した場合は参加されますか。

■ 輸出セミナーと輸出事業者の情報交換会またはマッチング会のどれに参加するか。



■ マッチングの場合の区分

- 1食文化の輸出 4
- 2共同輸出 5
- 3生産者の再編(農商工連携等)による輸出 0
- 4海外での生産品目の再編による輸出 0

※1食文化の輸出とは、日本を代表する「寿司」、「天ぷら」、「豆腐」、「くだもの」、「日本酒・焼酎」、「日本茶」、「和菓子」、「調味料(味噌、醤油、酢)」などと、それに付随する食器や料理法・作法などを併せた輸出の取組を指します。

※2共同輸出とは、地域の食品関係者や観光関連団体などと連携し、海外において地域フェア、地域商談会などの輸出の取組を指します。

※3生産品目の再編による輸出(農商工連携等)とは、国内において農林漁業者と商工業者等がお互いの強みを生かして売れる新商品・新サービスの開発、生産等の需要開拓した商品を輸出する取組を指します。

※4海外での生産品目の再編による輸出とは、商品(または原料)を輸出して、現地加工メーカーや料理人の技術と連携して、新しい商品として現地で食されたり、思わぬ発想から違った食材として活用されている輸出の取組を指します。

2回目追跡等調査 出品者

6.次回開催の際、改善点等のご意見

■「輸出オリエンテーションの会」セミナー・商談会・試食会について

- 1社あたりの商談時間を少し長くしてほしい(45分)
- 非常に輸出に意欲的な参加者が増えたと感じた。
- 商談会の1回当たりの時間をもう少し長く(20から30分)。
- 1社あたりの、面談時間をあと5分程度長くなるとよい。
- 非常に勉強となっている。
- 商談に臨むバイヤーがどのような品目を輸出したいと考えているか、具体的に事前に知りたい。
- 興味のないバイヤーと商談を組んで頂いても、時間の無駄になります。
- 大粒銀杏であり、料亭などで高い評価を受けている。試食により商談できるとよいと思われる。
- 商談後相手側と電話を入れても不在であって、後の連絡が取れないのはとても残念で、面談ではお世辞であっては困る。失点を明確に指摘して相手国とあうよう指導があってほしい。
- 商談時間を長くしてほしい。

■運営側（ジェイコム）に対して

- 2回目の参加だが、スムーズな進行に感謝している。
- このアンケートに時間的余裕がほしかった。パワーポイントはアンケート回答には使いにくいと思う。
- 今まで通りで問題なし。
- 機会をできるだけ増やしてほしい。
- 商談会だけではなく、商品の展示をしてもっとバイヤーにアピールする機会がほしい。
- 進捗状況を聞いてほしい。
- 親切に御支援いただき、ありがとうございます。

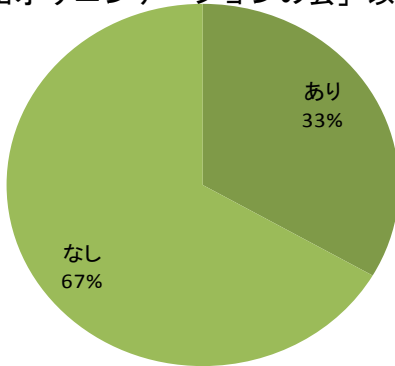
■農林水産行政について意見、課題、要望等をご記入ください。

- 日本製品の輸出拡大の機会をもっと増やしてほしい。
- 現地でのニーズを把握する機会が増えれば、商品開発のアイデアも売られ、商品も出来上がると感じる。
- 新年度も輸出促進事業を減らすことのないよう予算獲得をお願いします。
- 輸出事業は、外国取引からのハードルをこえる作業があり、継続的な商談が必要であり、これからも続けてほしい。
- 規制などをクリアする。

■ アンケート集計 輸出促進サポーター

回収数3件

1. 「輸出オリエンテーションの会」以降、実際の商談に向けて進展の有無



★ 商談成立の具体的内容

アメリカに向けて、マーケットリサーチ等2件の報告がありました。

【品目】

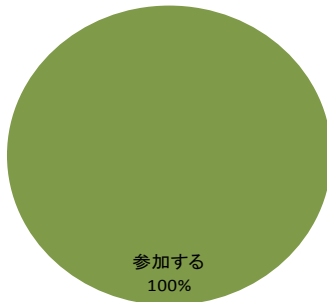
- ・粉茶
- ・山椒

★ 成約見込みまたは商談中の具体的な内容

該当なし

2回目追跡等調査
輸出促進サポーター

2. 次回開催の際、参加するか？



3. 次回開催の際、改善点等のご意見

■「輸出オリエンテーションの会」セミナー・商談会・試食会について

- 講演者のスピーチを①現地の状況②どんな商品／営業戦略が必要か③過去の失敗例・成功例などの内容を明確にして「商品をどう売り込むか」の課題にフォーカスする。
- 各産地での商談メーカー数はまあまああるが、各輸出国により条件や規定等有る事等を把握されて提案紹介いただいた方が営業紹介しやすいと思う。
- 輸出用のパッケージや商品表記も対応できるメーカーであれば、もっと話が早く、提案しやすい。
- 取引のある輸出国と一緒に外向いて頂き、動向営業される事で、現地を理解していただければ、営業や商品開発のヒントになると思う。
- 注意だが、加工食品によっては、相手国・相手側の輸入関税が高く使用できない商品もあり、相手国側で輸入禁止商品や許可証が必要な商品も存在する。(米・乳製品・肉等)
- 昨年は2会場しか参加していないため、他の様子はわからないが、参加されるメーカーの持ってくるものは高級品ばかり。
- 日本の価格としてもかなり高額なものばかりです。参加企業が中小企業に偏っているため、大きな商談につながらない。今後は幅広く企業を集めてほしい。
- アジアの富裕層をターゲットにしていると思われるが、日本のものを広げていくためには、庶民も手が出せる価格でないと広がらない。もっと買いやすい商品も紹介してほしい。

■運営側ジェイコムに対して

- セミナー後の商談会の際だが、バイヤーの席に参加社をまわすよりも、バイヤーにブースを与えサンプル品／display を準備させているうえで、バイヤーに順をもってまわらせる方式の方が、バイヤー側も明確に商品を理解できるし時間も有効に使えるのでは。
- 事前に各輸出国の事を少しでも把握理解させておいていただきたい。
- 紹介していただけるメーカー様等へ輸出条件の説明を中心に案内してほしい。(国によっては、輸入禁止商品や関税・許可証・賞味期限等の違いや記載)
- 各都道府県庁でも自社で海外へ各産地営業に向き市場調査等をして俊敏な対応をされる県もあるため、ジェイコムで国別説明会等をメーカーへして頂ければ、ありがたい。
- 海外へ同行営業されるメーカーは、直接海外市場を見られる為、海外への目線や対応が早くなる。
- 現在ベトナムに商品を売り込み中。ベトナムのバイヤーからもあれこれ依頼を受けている。そのため色々な商品を開拓したいと思っているので今年ももっと商談会に参加したいと思う。
- 事前にメーカー名と商品がわかっているとよいと思う。