

これまでの取り組み実績（国内展示会）

開催の内容

- ①国内展示会への出展により、新しい海外バイヤーへの販路開拓
- ②商品種別にとられない広範囲の商品への反応を得ることができ、マーケティングとして有効的

日本の食品輸出EXPO・FOODEX JAPAN に 出展



これまでの取り組み実績（海外展示会）

開催の目的

- ①海外展示会への出展により、新しい海外バイヤーへの販路拡大
- ②業態にとらわれない広い範囲の商品への反応を得ることができ、マーケティングとして有効的
- ③既存バイヤーとの連携出展の場合、エンドユーザーへの直接商談が可能

マレーシア・タイ・ドバイの3か国で展開



マレーシア展示会



タイ 展示会



ドバイ展示会



タイ 展示会

これまでの取り組み実績（B to B商談会）

開催の目的

- ①新たな海外バイヤーへの販路拡大・関係構築
- ②海外バイヤーとの商談を通じた商品マーケティング及び、貿易知識の蓄積
- ③組合組織で実施する商談会による、複合的な組合であることの紹介

シンガポール・国内で複数バイヤーを招聘した商談会やレストランを訪問した商談会を実施



シンガポール商談会



国内商談会

これまでの取り組み実績（産地視察）

開催の目的

①産地訪問をすつことによって、製造現場・環境を知っていただき、より深い商談ができとなり、商流につながりやすい。

海外バイヤーを招聘し、産地視察を実施



これまでの取り組み実績（物産展）

開催の目的

- ①日本産食品の知名度向上及びPRを実施し、現地消費者の購買へつなげる
- ②海外経験の乏しい国内事業者へのファーストステップとしての海外イベント
- ③直接消費者と接することによる商品のマーケティング

タイ・マレーシア・シンガポール・台湾の4か国で展開・継続棚置き商品もあり。

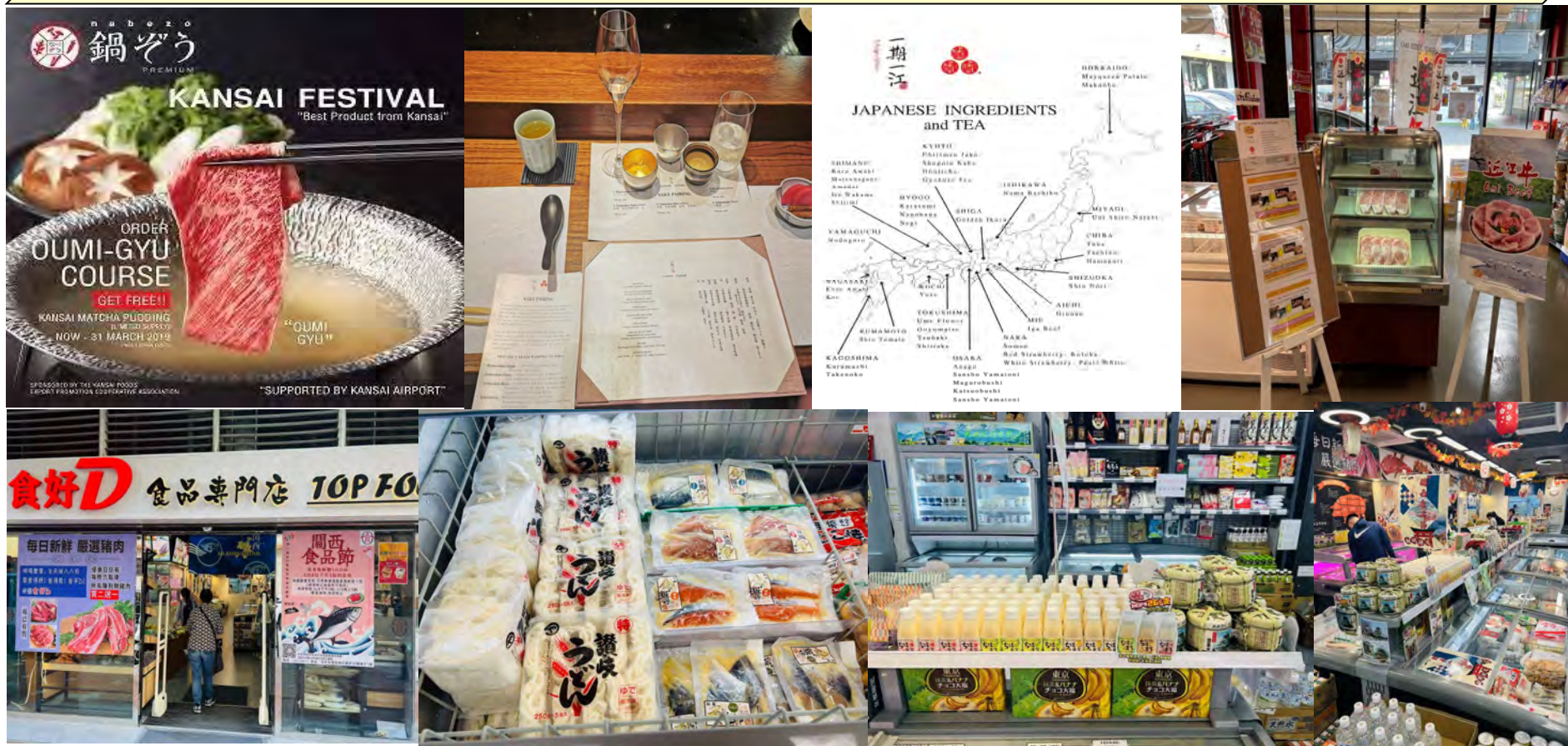


これまでの取り組み実績 (レストランフェア/スーパーマーケットフェア)

開催の目的

- ①各テーマを決めたレストランやスーパーマーケットでのフェアにより商材を絞った集中的なプロモーション
- ②海外バイヤーを巻き込んだ、エンドユーザーへの直接営業の機会
- ③食材だけでなく、「料理」としての提案で、新しい需要を生み出す効果あり

タイ・マレーシア・シンガポール・マカオの4か国でそれぞれ複数レストランやスーパーマーケットで展開



これまでの取り組み実績（Other、ブランド戦略）

開催の内容

- ①機内食商談会：航空会社の機内食への採用を実現することで商品のブランド価値を高める
- ②ブランディングセミナー：パッケージや市場動向などについてスクール形式で知識のレベルアップを図る
- ③物流セミナー：貿易を行うために必要な最低限の貿易・物流知識のレベルアップを実施し、品質向上を図る

JAL / SINGAPORE AIRLINESのビジネスクラスに採用される



JALに採用された魚フィレ



シンガポール航空に採用された京都牛



関西・食・輸出推進事業協同組合のStep Up Plan

本格輸出

段階を踏んだ国内事業者の本格輸出に向けた
総合的レベルアップのSTEP UP PLAN

商談会等を活用した本格的な進出
マーケティング・輸出ノウハウの共有

様々なイベントを活用したマーケティング
基礎的な知識等のレベルの底上げ

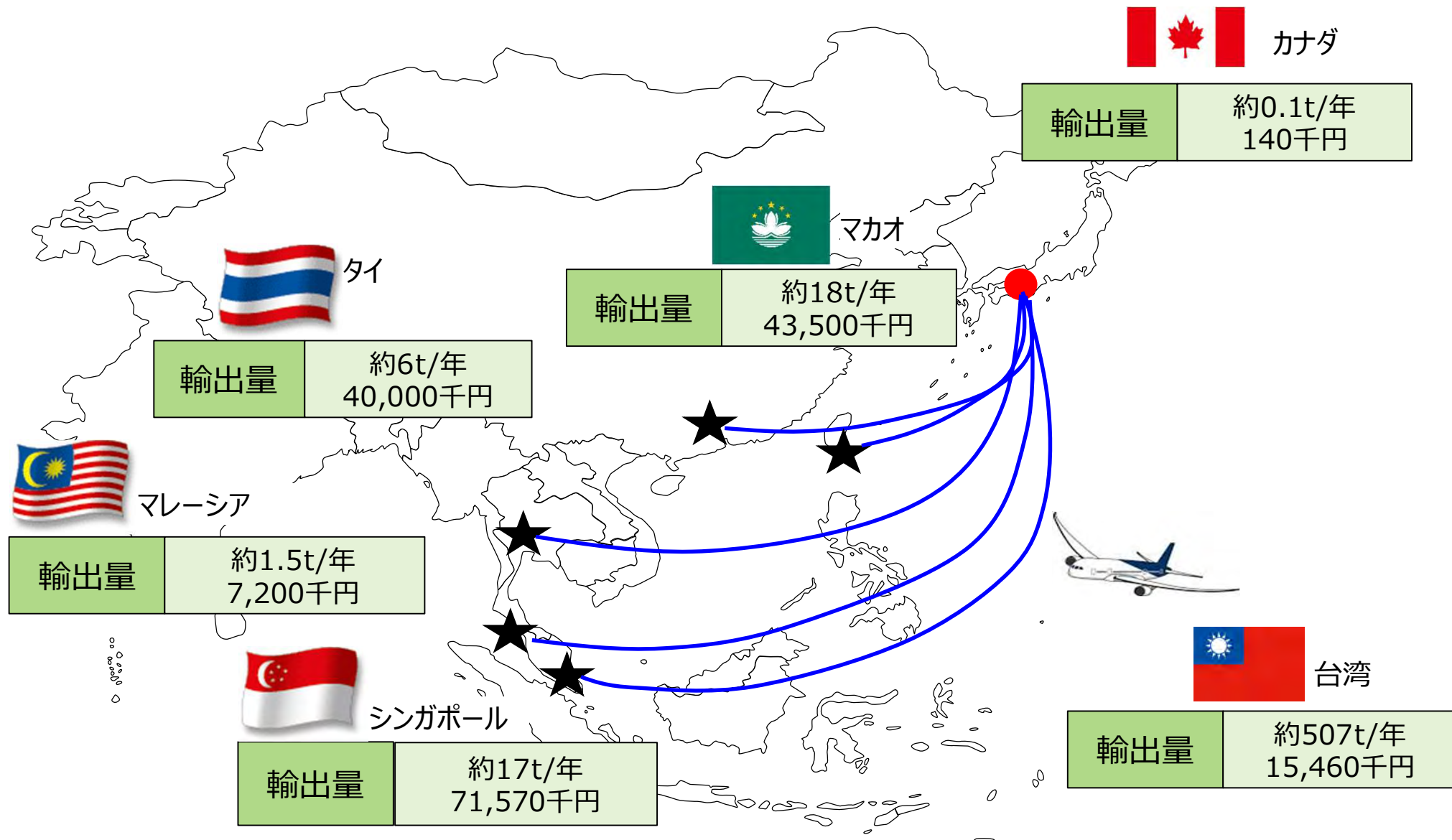
海外経験のない事業者も海外プロモーション等を通じて
海外進出への一歩を踏み出す

組合への入会・貿易/決済代行を利用し
リスク低く輸出に参加

現状の輸出の状況（2023.4-2024.3）

関西・食・輸出推進事業協同組合
年間輸出売上

約1.7億円



2024年度 実施事業（予定）

商談会・展示会

第8回 “日本の食品”輸出EXPO 出展	2024年 6月 出展
2024 KIX AIRCARGO MEETING	2024年 11月 実施予定
大阪商工会議所主催 “買いまっせ発掘市” 参加	2024年 11月 参加予定

海外プロモーション

日本の食材プロモーションと販売促進活動 マレーシア	2024年10月 実施
日本の食材プロモーションと販売促進活動 シンガポール	2025年予定
レストランプロモーション	日程未定
スーパーマーケットプロモーション	日程未定

関西・食・輸出推進事業協同組合

