

平成 23 年度海外販路開拓支援事業

実施報告書

日本ふるさと名産食品展・商談会（香港）

2012 年 2 月 1 日～7 日（食品展）

2012 年 2 月 8 日（商談会）



平成 24 年 3 月

財団法人自治体国際化協会

交流支援部経済交流課

はじめに

近年、自治体では、成長を続けるアジアを中心に海外への進出を行おうとする地元企業の支援に力を入れ始めるところが増えている。先進的な自治体では、海外で物産展の開催や海外事務所による販路開拓の支援などの取組みを行っている。一方でこうした取組みは大変な労力を要するとともに単独の自治体での取組みではその効果も限定的となるケースもある。このため、自治体国際化協会では、多くの自治体が手軽に参加できる場の提供を行うこととし、海外販路開拓支援事業として地場の食品のテストマーケティングと販路開拓のための物産展を開催することとした。

初年度である平成 22 年度は、上海の久光百貨店で「日本ふるさと名産食品展」を開催し、好評を得たが、平成 23 年度は、東日本大震災、東京電力福島第一原子力発電所事故に起因する中国の日本食品輸出規制の影響が長期化し、食品展開催までに商品輸入が間に合わない恐れや販路開拓の効果が限定的となる恐れがあったことから、開催場所を変更し、香港で開催することとした。

香港は、日本食品の輸出先として最上位の市場であり、多くの日本食品が浸透しているため、地方自治体が販路開拓支援に取り組む地方の特色ある商品も受け入れる素地があり、また、中国進出の足がかりにもなる地域である。さらに香港では、東日本大震災後の輸入規制についても、中国本土とは異なり、一部の県の一部の食品は輸入規制があるものの、ほとんどの日本の食品の輸入に大きな影響は出ていない。こうしたことから、震災後の日本の地域製品の PR の場として最適であると判断し、平成 23 年度の開催場所を香港とし、「そごう百貨店 Causeway Bay 店」の食品売場で 2 月に「日本ふるさと名産食品展」を開催した。また、香港貿易発展局の協力を得て物産展後に取引業者を集めて商談会を開催することとした。

全国の 15 自治体から 23 の企業に参加いただき、全国から特色のある商品を集めた結果、最終日には、ほとんどの商品が売り切れるなど売り上げも大変好調であり、商談会を含め、継続しての取引を求める声上がるなど、大変大きな成果をあげることができた。

本報告書は、平成 23 年度「日本ふるさと名産食品展」、「香港商談会」について取りまとめたものである。当協会は、自治体の共同組織であるため、自治体が物産展・商談会を開催する際に参考としていただけるよう開催までの業務内容、課題等についても記載した。本報告書が関係各位にとって参考となれば幸いである。

平成 24 年 3 月

財団法人自治体国際化協会  
交流支援部経済交流課

## 目次

はじめに

1. 日本ふるさと名産食品展開催概要	1
2. 香港商談会開催概要	1
3. 出展者一覧	1
4. 開催までの業務スケジュール	2
5. 出展企業と商品の選定	3
6. 食品展	4
7. 商談会	7
8. 食品展・商談会についての特記事項	7
9. まとめ～今後の課題～	13
10. 記録写真	15

### 【資料】

出展者アンケート結果

### 1. 日本ふるさと名産食品展開催概要

- (1) 会期 平成 24 年 2 月 1 日 (水) ~2 月 7 日 (火) 10:00~22:00
- (2) 場所 香港特別行政区「香港そごうコーズウェイベイ店」地下 2 階食料品売り場
- (3) 主催 財団法人自治体国際化協会
- (4) 参加自治体及び出展企業数 15 自治体・23 社
- (5) 運営委託会社 株式会社リンクスコーポレーション
- (6) 出展商品アイテム数 : 119 アイテム
- (7) 販売総額 1,003,3 万円(100.3 万香港ドル)
- (8) 販売個数 16,459 個

### 2. 香港商談会開催概要

- (1) 会期 平成 24 年 2 月 8 日 (水) 14:00~18:00
- (2) 場所 香港日本人倶楽部
- (3) 主催 財団法人自治体国際化協会
- (4) 協力 香港貿易発展局
- (5) 参加企業数 2 社
- (6) 参加バイヤー数 6 社
- (7) 面談コマ数 9 コマ

### 3. 出展者一覧

	企業名	商品	自治体
1	株式会社アルク	稲庭うどん・ハーブパスタ・乾燥なまこ等	秋田県
2	株式会社社関	茎わかめ・甘夏・ゆず等	栃木県
3	弓削多醤油株式会社	有機醤油・にんにく醤油等	埼玉県
4	株式会社天高く	富山ブラック醤油ラーメン等	富山県
5	(株)海津屋	氷見うどん・めんつゆ	富山県
6	株式会社オオノタ	信州サーモン・おつまみ辣油	長野県
7	信州下伊那くだもの直販株式会社	南水梨・サンふじ・市田柿	長野県
8	有限会レイク・ルイーズ	白川郷ベーめん・米粉等	岐阜県
9	有限会社ひるがのラファノス	にんじんジュース・りんじんジュース等	岐阜県
10	有限会社馥郁農園	桃ジュース・桃ジャム・玉ねぎドレッシング等	岐阜県
11	株式会社田丸屋本店	わさび漬・わさびドレッシング・	静岡県

		わさびふりかけ等	
12	株式会社本目浅吉商店	緑茶・玄米茶等	静岡県
13	豊川市農政企画協議会	いちご	愛知県
14	美富久酒造株式会社	日本酒	滋賀県
15	舞妓の茶本舗	緑茶・玉露	京都府
16	丹山酒造有限公司	日本酒	京都府
17	小倉屋株式会社	ごま菓子昆布・とろろ昆布等	大阪府
18	株式会社トノハタ	梅干し	和歌山県
19	中田食品(株)	梅酒	和歌山県
20	小南農園	みかん・みかんゼリー等	和歌山県
21	JA 宮崎経済連	かんしょ・かぼちゃ・さといも等	宮崎県
22	大醬株式会社	ぼん酢・うどんつゆ・しょうが醬油等	堺市
23	ニシモト食品株式会社	ドレッシング、柚子こしょう等	福岡市

#### 4. 開催までの業務スケジュール

日程	業務内容
2011年6月～8月	輸入規制に関する調査 契約締結
2011年9月7日～9日	上海事前調査出張
2011年9月19日～21日	香港事前調査出張
2011年9月～10月	開催場所検討 募集要領作成
2011年10月11日	出展者募集開始 ( (財)自治体国際化協会支部宛メール・ホームページ上で告知)
2011年10月12日～11月30日	出展者・商品選定
2011年11月10日～12日	香港事前調査出張 (百貨店との打ち合わせ・日本食品市場調査)
2011年11月14日～22日 【出展者】	出展商品英文ラベル作成
2011年11月22日～12月1日 【委託会社】	出展商品詳細リスト作成 英文ラベルチェック及び修正
2011年11月30日	出展者最終決定

2011年12月2日 【委託会社】	商品リスト修正・輸送代理店に英文ラベルと商品サンプル送付
2011年12月7日～15日 【輸送代理店】	免除番号申請
2011年12月7日	商談会出展者募集開始
2011年12月～2012年1月 【委託会社・出展者・輸送代理店】	出展商品数確定 販売価格確定 現地販売スタッフ手配 百貨店と協議（配置案・販売価格・装飾等）
2011年12月22日	商談会出展者募集締め切り
2012年12月～2012年1月	商談会会場・通訳手配
2012年1月6日 【委託会社・出展者】	常温品（海上輸送）指定港着（神戸港）
2012年1月13日 【委託会社・出展者】	冷凍品指定港着（川崎港）
2012年1月17日 【委託会社・出展者】	冷蔵品指定港着（川崎港）
2012年1月16日～20日 【委託会社】	栄養素表記免除番号を出展者に送付
2012年1月18日～30日	英文ラベル印刷
2012年1月27日	野菜類指定港着
2012年1月30日	いちご及び信州サーモン一部指定空港着（羽田）
2012年1月31日	いちご指定空港着 商品搬入・会場設営
2012年2月1日～7日	日本ふるさと名産食品展開催
2012年2月8日	商談会開催

## 5. 出展企業と商品の選定

自治体を通じて出展企業を募集したところ、17自治体31社(126アイテム)から応募があった。食品展開催中、社員を派遣する意向があるかどうか、過去の食品展における販売実績、百貨店の意向（香港で好まれそうな商品を優先）等を選定基準とし、最終的には15自治体23社を選定した。香港には日本食品が浸透しているため、既存のものと差別化できる商品構成となるよう配慮した。

海外販路開拓に意欲的な企業が多く、19社が社員を香港に派遣した。海外における食品展は初めてという企業も多かった。会場では、通訳を介して香港の販売スタッフに自社の商品の特徴を懸命に伝える姿が多く見られ、香港において自社の商品をPRし、消費者の反

応を確かめたいという熱意が伝わってきた。商品の販売状況に応じて、価格を変更したり、試食方法を工夫したりとテストマーケティングの場として、また企業同士の情報交換、連携を深める場としても活用いただけたようである。

## 6. 食品展

### ●時間帯・客層の特徴

平日は香港そごうの開店時刻の午前 10 時から正午過ぎまでは、客が少なめで通路に余裕があった。午後になると次第に客数が増え、午後 4 時頃から 7 時過ぎ頃までは人が通るのが難しくなるほどの混雑であった。閉店時刻の午後 10 時頃まで客足が途絶えることはほとんどなかった。特に金曜日の夕方から午後 9 時までは大変多くの客が来場した。土曜日は正午位から午後 10 時まで金曜日同様多数の客が継続的に来場した。日曜日は土曜日に比べると客数がやや少なかった。

前年度の上海久光百貨と比べると香港そごうは夕方から夜にかけての客数が桁違いに多く、また平日と休日の差が少ないことが特徴である。

午前中に訪れるのは、地元の高齢の女性、子供連れの女性、観光客とみられる人々が多かった。商品を気に入って大量購入する客もあった。昼時は、ラーメンのイートインコーナーが満席となっていることが多かった。夕方以降は、仕事帰りと思われるカップルや若い女性の姿が目立つようになり、各店舗で試食しながら購入していく様子がみられた。

上海久光百貨では試食や地下鉄から他の売場への通り抜けのために来場する客が多く、客数の多さが即購入に結びつくとは限らないが、香港そごうでは試食した感触が良ければ購入に結びつくケースが多く、試食と販売の効率が良いと感じた。また試食して気に入って購入し、自宅で食べて家族に気に入られた方のリピート買いもあった。

### ●日本のフルーツ・野菜は大人気

日本の果物、野菜は大変人気であった。試食提供を始めると、あっという間に人だかりができた。目玉商品として通常よりも価格を安めに設定して販売したいちごは、初日で完売となった。いちごは輸入個数が少なかったため試食せずに販売したが、問題なく売れた。輸送途中でわずかに傷んだいちごを試食してもらったが、甘いことがわかるとまとめ買いする客も少なくなかった。りんご、梨、かんしょなどの試食は大変人気で、次々に購入されていた。

市田柿は 89HK\$ の高額商品にも関わらず、ほとんど試食もせず完売した。

かんしょやかぼちゃなど幾つもの商品を目の前に並べて、よりよいものを選ぼうとする姿が印象的であった。

フルーツ、野菜の加工品（ジャム、ジュース）等も、ジュース 180ml 300 円、500ml 1480 円など通常よりも高額であったにも関わらずほぼ完売となった。切干大根は、試食を始める前は、日本人と思われる客に購入されていたのみであったが、水で戻しドレッシング

をかけて試食提供すると香港人の客も購入していた。食べ方を提案することで、購入につながるということがわかった。

### ●日本の麺類

稲庭うどん、氷見うどん、白川郷べーめん、ハーブパスタ、ブラックラーメンなど多様な麺類が複数の企業から出展された。各企業とも試食提供をしていたため、会場内の全ての麺の味比べをして気に入った麺を購入していく客が多く見られた。出展企業によると「もちもちしている」、「こしがある」などの特色がある麺を好む傾向があるとのことだった。百貨店の担当者によると、香港では鍋が人気のため、麺類は近年人気があるとのこと、香港そごうの近くにある日本食品を多く取り扱うスーパーでも、日本の鍋コーナーが設置されており、鍋のだし、麺類等が陳列されていた。ラーメンのイートインコーナーでも昼食、夕食時には 8 席が満席となっており、香港における日本の麺人気を感じた。ラーメンの出展企業も「予想以上にリピーターが多い」と他国との差を感じていた。製麺業者にとって香港は魅力的な市場なのではないか。

### ●日本の食材

今回の食品展には、わさび、茎わかめ、昆布、信州サーモンなど、日本独特の食材も多く出展されたが、香港の消費者は躊躇することなく試食し、気に入れば購入して行く。酸味の強い商品は敬遠されるなど、日本人とは違った味の嗜好があることは複数の出展企業が指摘していたが、日本食品は香港の消費者にとってなじみ深いものになっていると感じられた。酸っぱい味の昆布、梅干しなどは予想された通り、若干苦戦していたが、昨年上海の「日本ふるさと名産食品展」に出展した企業の担当者からは、香港のほうが上海よりも酸っぱさを受け入れる客の割合が多いという話があった。

調味料(醤油・めんつゆ等)は、主食品ではないため、やや苦戦するのではないかと予想していたが、途中から好調な販売となり、全商品在庫がなくなった。試食に工夫を凝らしたのが成功要因の一つである。

酒類(日本酒・梅酒)はかなり高額商品が出展され心配したが、結果的に高額商品も在庫がなくなった。むしろ高額商品の方が最後には販売しやすかったように思われた。純米吟醸酒の販売が好調であり、贈答品ではなく家庭消費での購入者が多かったと思われる。アルコール低めの甘酸っぱいお酒は、女性客に人気があるとのことであった。また、特色ある製法で作られた酒は、その製法を販売スタッフから客に説明することで売上を伸ばしたとのことである。その裏には、出展企業から販売スタッフに対する熱心な製法の説明があった。出展企業から販売スタッフに直接説明することで、販売スタッフも客に商品の良さを伝えやすくなったのではないかと思われる。

日本茶も高額商品が好調であった。香港では高品質商品への関心が高いと実感した。日本よりも早いスピードで高額商品が売れていくことについて、出展企業が大変驚いていた

のが印象的であった。

### ●販売価格は重要

自由貿易政策を取っている香港では、輸入品に関税が課せられないため、商品の価格を安く設定することができる。このため、昨年度の上海「日本ふるさと名産食品展」と比較すると安めに商品価格を設定することができた。また、香港では質が高いと定評のある日本食の普及・定着が進んでいるため、香港の消費者は多少高めであっても日本食品を購入するように見受けられた。例えば、果物は一つ 400 円前後で販売していたが、試食して甘いことがわかると幾つも購入していく人が多かった。

しかし、500 円前後で販売していたみかんゼリーは、若干苦戦していた。香港の販売スタッフによると、香港では 500 円くらいあれば、飲食店で朝食、昼食が食べられる、そのためゼリーが 500 円というのはとても高く感じるとのことだった。商品によっては、このような価値観の違いが影響するのかもしれない。この商品は、日本では高級スーパーで販売されている人気の商品であるが、日本で評価される「こだわり」が通じなかったともいえる。販売価格は概ね日本の小売価格の 1.5 倍を目安に設定したが、香港での市場開拓ではやはり 1.5 倍以内が目標になると思われる。

### ●販売方法の工夫

過去に食品展に出展した経験がある企業は、クロス、金の紙などディスプレイ素材を持ち込み、魅力的に陳列した。一日目に販売がふるわなかった企業がディスプレイを二日目に変更したところ、販売が伸びたこともあった。

ある出展企業の方から、香港の販売スタッフの気持ちをどう盛り上げるかが企業側の手腕の見せどころだという話を伺った。その方は、朝から販売スタッフに積極的に声をかけ体調を気遣い、商品が売れると販売スタッフと二人で喜んでいて、食品展の売上は現地の販売スタッフの質によるところが大きいと聞いたことがあるが、販売スタッフにその企業の商品を売りたいと思わせる裏には、企業側の努力があることを知った。実際、日本人スタッフが積極的に声を出し、香港の販売スタッフの気持ちを盛り上げることで、売り場が活気のあるものとなっていた。物産展を実施する場合、自治体担当者として直接販売に加わることは難しくても、このようなかたちで売場の活性化に貢献できるのだと感じた。

主催者としては、出展企業の担当者と香港人の販売スタッフのコミュニケーションの支援を行った。中国語、英語ができる職員を配置し、出展企業の担当者が販売スタッフに商品説明ができるよう配慮した。販売スタッフに十分な商品知識を持ってもらうことで、効果的な販売につながったのではないかとと思われる。

その他、百貨店の担当者に聞いたところによると、香港の消費者はパフォーマンスを好むので、実演販売なども大変効果的だとのことであった。商品の見せ方、販売スタッフ、会場の雰囲気は売上を左右する重要な要素であると再認識した。

## 7. 商談会

### ●開催目的

「日本ふるさと名産食品展」開催後、出展企業の香港、中国市場開拓をさらに支援するために企画した。

### ●参加企業

商談会開催にあたっては、香港貿易発展局の有料フードビジネス用ビジネスマッチングサービスを利用し、参加企業のニーズにあった香港企業を招聘した。マッチングサービス費用は参加企業負担とした。当初 3 社の参加を予定していたが、緊急に帰国する必要が生じキャンセルした企業があったため、最終的には 2 社が参加した。

### ●会場・通訳手配

商談会の会場は香港そごうから徒歩 3 分ほどの「香港日本人倶楽部」とした。香港そごうから近く便利なロケーションであったため、出展企業からも好評であった。通訳は、香港貿易発展局から紹介を受けた通訳手配会社に手配を依頼した。

### ●商談会運営

香港貿易発展局の職員 2 名、当協会職員 3 名が運営にあたった。商談相手となる香港の企業は香港貿易発展局のビジネスマッチングによってすでに決まっていたため、商談スケジュールに従って香港の企業が出展企業のブースに来訪するという形式であった。香港貿易発展局の職員は主に香港企業の誘導、案内等を行い、当協会の職員は出展企業の対応を行った。

### ●商談会から取引へ

今回の商談会に出展した企業からは、数件の商談が成立したとの報告をいただいている。香港貿易発展局のフードミッション用ビジネスマッチングは、出展企業の要望にあわせて香港企業を探すサービスである。出展企業の情報は事前に商談相手となる香港企業に通知されているため、香港企業は商談会に来る際、出展企業のある特定の商品に興味を持ってくるケースが多い。このため、商談会では実際に試食をしてもらった上で、具体的な話につながることも多いとのことであった。

## 8. 食品展・商談会についての特記事項

### ●輸出入業務

香港そごうからサプライヤー（納入業者）を紹介され、商流を担当することになった。輸出入費用（日本からの輸出費用・海上輸送費用・香港での輸入費用）は売上消化仕入

れ（販売額の 10%）と言う独特の方法を採っているため、サプライヤーのリスクが高く、業務の優先順位が低くなりがちで、主催者・運営委託会社・参加企業が期待する対応に不充足が発生した。

実際の輸出入業務は、サプライヤーから更に常温品・冷凍品・冷蔵品・空輸ごとに業者に委託された。香港での販売実績がない商品は、香港そごうから紹介されたサプライヤーに委託、香港での販売実績がある商品は、既に代理店契約しているサプライヤーが担当した。コンテナの空き状況に応じて搬入日が設定されたため、搬入依頼から搬入日までが短期間となり、年末の繁忙期と重なったこともあり出展者にとって大きな負担となった。また出展商品の栄養成分表示の免除申請番号の取得についても輸出間際まで状況が伝わって来ず、参加企業からの問い合わせが続出した。

ラーメンのイートインコーナーで使用する予定の材料が通関せず、急遽香港で材料を調達する必要が生じた。通関できなかつた理由は明らかではないが、サプライヤーによって通関検査期間や免除番号申請期間に差が出ることもあるようだ。

香港には多数のサプライヤーが存在するので、業務を依頼する前に慎重に吟味する必要があると思われる。またサプライヤーから「今回は物量が多く 1 社では負担が重い」との指摘を受けており、規模によっては、2～3 社のサプライヤーへの分散委託を検討する必要があると思われる。

### ※栄養素表記免除番号の申請

香港は輸入商品に対し、英文或いは中国語による商品ラベル表記が義務づけられており、商品ラベルの中に商品に含まれている栄養素を表記しなければならない。栄養素は 8 種類であるが、日本の検査機関の分析費用が高額なため、通常免除申請を行う。日本食品の安全性への信頼度が高いため、通常殆どの商品に対し、免除番号が発行される。発行までの期間は通常は 1 ヶ月～2 ヶ月を要する。

問題は輸入代理店の姿勢、業務の優先順位が高くないため、申請が遅れがちになることが多い。今回も免除番号が発行されたのは輸出直前であった。

#### 【英文ラベル作成参考資料】

日本語	英語	記入例
商品名	Name	
原材料名	Ingredients	
卵	Egg	
砂糖	Sugar	
小麦粉	Wheat flour	
植物油	Vegetable oil	
乳化剤	Emulsifier	

調味料 防腐剤	Flavouring Preservative	
内容量	Net Weight	Og
保存方法	Storage Method	Keep cool and dark place (高温にならない場所) Room Temperature(常温) Frozen (冷凍) Cold Storage(冷蔵)
製造者	Manufactured by	LINKS CORPORATION CO.,LTD 1-2-3 Sakae-machi Kawasaki City,Kanagawa pref, Japan
賞味期限	Best Before Date	(Y/M/D)See package (包装紙参照) After defrost Odays (解凍後O日)
輸入者	Distributed by	NIPPON FOODS CO.,LTD Unit1110-1112,11/F,Eight Commercial Tower,No.8 Sun Yip Street,Chai Wan H.K. Tel:28988126 FAX:28979553
賞味期限	Best Before Date	(Y/M/D)See package (包装紙参照) (D/M/Y)30/6/2012 After defrost Odays (解凍後O日)
製造国	Country of origin	Product of Japan

栄養成分	Nutrition Information Per 100g	100gにつき
熱量	Energy	O kcal
タンパク質	Protein	Og
総脂肪	Total fat	Og
飽和脂肪酸	Saturated fat	Og
トランス脂肪酸	Trans fat	Og
炭水化物	Carbohydrates	Og
糖分	Sugar	Og
ナトリウム	Sodium	Og

作成方法例

WHEAT CRACKER
Ingredients:
Bonito, Salt, Sake, Mirin, Sugar, Honey, Corn syrup, Spice, Vinegar, Amino acetic acid, Wheat flour (Processed food with gluten.)
Net Weight:200g
Storage Method:Keep cool and dark place
Manufactured by:
LINKS CORPORATION CO.,LTD 1-2-3 Sakae-machi Kawasaki City,Kanagawa pref,Japan
Distributed by:
NIPPON FOODS CO.,LTD Unit1110-1112,11/F,Eight Commercial Tower,No.8,Sun Yip Street,Chai Wan H.K. Tel:28988126 FAX:28979553
Best Before Date: (Y/M/D)See package
Product of Japan

【免除申請番号記載例】

Shutou Tokkuri - bottle (Ajitsuke )	
INGREDIENTS:	
Bonito, Salt, Sake, Mirin, Sugar, Honey, Corn syrup, Spice, Vinegar, Amino acetic acid, Wheat flour (Processed food with gluten.)	
NET WEIGHT:150g	
store in a cool place avoiding direct	
MANUFACTURED BY : FUKUTATSU CO.,LTD 1-6-4, Shioyazaki - machi Kochi City ,Kochi pref. .Japan	
DISTRIBUTED BY : NIPPON FOOD CO.,LTD Unit 1110-1112,Eight Commercial Tower, No.8 Sun Yip Street,Chai Wan,HK Tel:28988126 Fax:28979553	
Best Before(dd-mm-yy) 此日期前最佳(日·月·年)	<b>13/5/2011</b>
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>此乃豁免營養標籤產品 Nutrition Labelling Exempted 豁免編號 Exemption No. <b>SVE-N-**-*****</b></p> </div>

## ●会場内の企業配置

今回は目標額、参加企業数 23 社・団体であることが評価され、通常のスペースに加えて通常は他の催事を実施しているスペースを提供された。香港そごうの催事担当者と野菜売場担当者の協議の結果、野菜は催事スペースとは別の野菜売場で販売することとなり、2箇所に分けて販売することになった。

香港そごうの催事担当者と協議を繰り返し、最終的に次の配置が決定した。最後まで合意に至ることができなかったのが、イートインのスペースについてである。香港そごうはスペースが必要になるイートインの導入に積極的ではなく、イートインよりは物販で販売額を伸ばす意識が強い。しかし日本ふるさと名産食品展は企業の市場開拓支援が目的であるため、出展者の意向に添うよう香港そごうと交渉を進めた。結果として、8 席確保したが、それでもまだ十分ではなかった。イートインに関しては今後事前交渉を十分に行うことが必要だと思われる。

以下の企業配置図のとおり、野菜を出品した JA 宮崎経済連を除く 22 企業・団体の配置を行った。



配置に関しては以下の点を配慮した。

- 商品が競合する企業（麺類を販売する企業 3 社、日本茶を販売する企業 2 社、日本酒を販売する企業 2 社、醤油を販売する企業 2 社）が隣接しないように配慮すると同時に、集客に差がつかない場所に配置する。
- イートインを実施する天高くの客動線と隣接企業が干渉しないように配慮する。
- 試食で使用する熱機器が 1 箇所に集中しないように配慮する。
- 果物を集合させ、売場に変化をつける。

### ● 広報

食品展開催 1 ヶ月ほど前に、ジェトロ香港から香港のバイヤー、在香港自治体事務所、報道機関等に告知いただいた。香港そごうからも、メールで香港そごうの顧客（そごうカード会員）宛に食品展の告知を行った。香港貿易発展局へも、広報に関する協力を依頼した。

ジェトロ香港からの告知を受け、「時事速報香港版 2012 年 1 月 20 日付」に、掲載された。また、2 月 2 日に「The Daily NNA 香港&華南版」の取材を受け、その内容が翌日掲載された。

### ● 装飾・パンフレット印刷

会場内装飾（ワゴン周囲のカバー、天井から下げる札など）・店舗内設置パンフレットは香港そごうに依頼した（作成費用はクリア負担）。香港そごう地下二階の食品売場（フレッシュマーケット）内には、富士山と桜をモチーフにしたポスターが壁と天井に掲示され春らしい華やかな雰囲気であった。パンフレットは、香港そごう正面受付とフレッシュマーケット内に設置されていた。

店舗内に設置されたパンフレット



天井からつり下げられた案内表示



レジ後ろにも案内表示が掲示された



店名・商品名・県名が記載された看板



冷蔵ケースの周囲にも、富士山と桜をモチーフにしたシートが貼られた。



## 9. まとめ～今後の課題～

今回の食品展は、高品質の出展商品、全国からの商品が揃ったことによる充実した商品構成、出展企業各社の営業努力、香港そごうの集客力等により、香港そごうにおいて開催された日本関係の物産展の中では最高水準の売上を達成することができた。ほぼ全ての出展者の商品の在庫がなくなり、商品の廃棄処分が不要であったことは特記すべきことである。また、食品展・商談会終了後、複数の商談が成立したとの報告もいただいている。ある出展企業は、事前に香港企業とコンタクトを取っており、商品の品質は認識してもらっていたが、今回の食品展で最終日を待たずに完売したことが実績と評価され、商談が成立したとのことであった。食品展開催中に、百貨店内の日本食店から引き合いがあった例や、来年度の取引を要望された例もあった。今回の食品展については、百貨店からの評価も高く、次回の開催を要望されている。

一方、反省点として商談会の開催案内が遅くなったことが挙げられる。商談会の開催を決定したのが出展企業選定後であったため、結果的に商談会の参加企業が少なくなった。香港市場における日本食品の需要の大きさや香港貿易発展局のビジネスマッチングサービスの有効性からみて、次回開催する際には、食品展と商談会をセットで案内する必要があると思われる。

10. 記録写真

会場となった香港そごう



会場設営の様子



午前中の会場風景



夕方以降は多くの客でにぎわった





いちごは一日で完売



試食・試飲は大切



二つ購入したら一つプレゼント→お得感が人気





昼食・夕食時ににぎわうイートインコーナー



熱心に商品の説明を聞くお客様



京都府から出展した企業は、平成 23 年度輸出  
倍増サポート事業を利用した。



最終日、商品がほとんどなくなった会場内



【商談会の様子】

