日本ふるさと名産食品展
In バンコク

実施報告書

平成27年3月
一般財団法人自治体国際化協会

1. 事業概要

2014年11月14日（金）～24日（月）の11日間タイサイアムパラゴン店及びタプラ店にて、下記内容の通り、「日本ふるさと名産食品展inバンコク」を実施した。

◆◇概要◇◆

行　事	内　容
開催名称	日本ふるさと名産食品展
開催時期	2014年11月14日（金）～24日（月）
開催場所	Siam Paragon　1階 グル メマーケット （参考：HFM The Mall Tha phra　地下1階　ホームフレッシュマート）
主催	一般財団法人自治体国際化協会（クレア）
委託運営事業者	株式会社JTB西日本
協力物流業者	MRT FOODS（THAILAND）CO., LTD、神戸屋食品工業、PRAIRIE MARKETING LTD、UNION.P.CO,LTD、MEDIATO CO LTD、SCS TRADING. ※出展企業及び商品によって、輸入業者が異なる。
販売商品	地方自治体の名産食品
出展者数／自治体	8事業者 （8自治体：静岡、富山、愛知、奈良、和歌山、鳥取、広島、長崎）
出品アイテム数	43品目
プロモーション内容	・出展者による実演販売 ・出展者及びプロモーターによる試食・試飲宣伝販売 ・アンケート収集
事務局支援内容	事業運営全般 ・出展者説明会の実施 ・物流サポート（栄養成分表示免除申請・ラベル作成・ケースマーク作成など） ・通訳・プロモーター手配 ・販促ツール作成（商品提案書・POPの作成など） ・フェア運営 ・事前バイヤーアポイントメント ・出展者バイヤー訪問同行 ・売上報告・フィードバック ・アンケート実施
広報活動	・チラシ作成（JNTO主催観光PRイベントでの広告用） ・現地新聞での広告掲載、モールグループHPでの広告及びDM発送
売上総額	約553万円（1,452,284バーツ）

2. 実施会場:サイアムパラゴン店

◆◇概要◇◆

項目	内容
実施場所名	Siam Paragon（サイアム　パラゴン）
実施場所住所	Rama 1 Rd, Pathumwan 991 Bangkok 10330
実施場所	食品展開催フロア：Ground Floor グルメマーケット

Siam Paragonとは

サイアムパラゴンは、2005年にバンコクの中心地であるサヤームスクエア駅前に建設された東南アジア最大級のショッピングモールと言われている。店内にはデパートエリアの他、映画館、水族館があり、幅広い層の集客力がある。地下の食品売場は世界各国の食料品が並べられており、集客力のある日本直送の野菜、果物、鮮魚類は高級品として一番目立つ入口付近で販売されている。

また、日本料理店や日本の惣菜店も店舗周辺に出店しており、在留邦人やタイの富裕層を中心に人気がある。

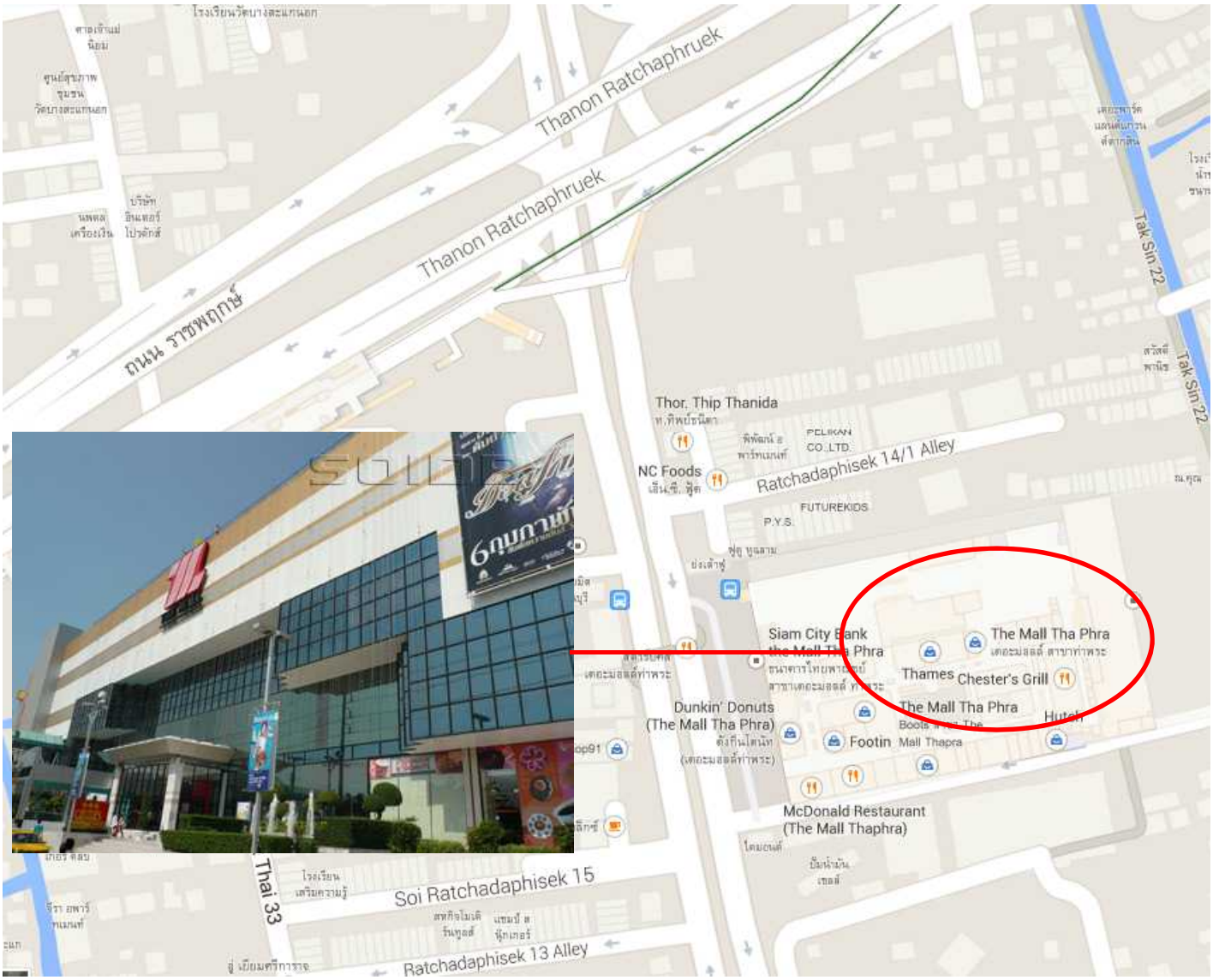
アクセス

サイアムパラゴンはBTSサイアム駅のすぐ目の前で、駅の出口から直結しているので、アクセスにもとても便利。
「セントラル・ワールド」、「サイアム・センター」、「サイアム・ディスカバリー」とたくさんのショッピングセンターと連なって建っており、道路を挟んで反対側にはタイ人の若者に人気の「サイアム・スクエア」もある。
このエリア一帯だけで一日中楽しむことができる。

2.（参考）：ザ・モール・タプラ 店

◆◇概要◇◆

項目	内容
実施場所名	HFM The Mall Tha phra
実施場所住所	99 Ratchadaphisek Road, Dao Khanong, Bangkok 10600
実施場所	食品展開催フロア：地下1階　ホームフレッシュマート



3. 出展者：出展者・商品一覧

NO	企業/団体名	都道府県	輸入業社名	商品名
1	愛知みなみ農業協同組合	愛知県	MRTタイランド	ミディトマト
				アイコトマト
				しらす入り青じそせんべい（80g）
				しらす入り青じそせんべい（40g）
2	株式会社　三幸産業	広島県	PRAIRIE MARKETING LTD	鰹ふりだし（176g）
				鰹ふりだし（70.4g）
				海藻サラダ
				海鮮汁磯のり
3	丸善製茶株式会社	静岡県	UNION P CO LTD	静岡茶　こころえ
				宇治のお抹茶
				宇治抹茶入り玄米茶
				寿し好みTB
				富士のやぶ北一番茶
				茶筅
4	株式会社 海津屋	富山県	神戸屋食品工業	氷見うどん細麺
5	農事組合法人　広岡農場	鳥取県	MRTタイランド	新興梨
				王秋梨
				王秋梨ギフトボックス
				獅子柚子濃茶ブラウニー箱
				獅子柚子濃茶ブラウニーバラ
				無花果濃茶ブラウニー箱
				無花果濃茶ブラウニーバラ
				干し柿濃茶ブラウニー箱
				干し柿濃茶ブラウニーバラ
			SCS TRADING	梨スパークリングワイン
				梨スパークリングワイン
				梨ワイン
6	株式会社ジャパン・ファームプロダクツ	奈良県	神戸屋食品工業	柿チップ
				奈良県産柿
				奈良県産柿
7	株式会社菓秀苑 森長	長崎県	MRTタイランド	カステラざんまい（参枚）（ハニー）
				カステラざんまい（参枚）（抹茶）
8	プラム食品株式会社	和歌山県	MRTタイランド	まるごと梅の実入り梅ゼリー
				完熟南高梅ゼリー
				のし梅
			MEDIATOR CO LTD	柚子梅酒
				本場紀州　熊野梅酒
				紀州南高梅　ゼリー梅酒
				紀州の梅酒　（実入り）
				紀州にごり梅酒　熊野かすみ
				本場紀州　梅酒
				紀州微炭酸梅酒　梅スカッシュ
				梅リキュール　星子

4. スケジュール

No	業務内容（予定）	期間
1	事前説明会	6月26日（大阪）、6月30日（東京）
2	FDA登録資料収集	7月15日
3	FDA申請	7月20日～10月 上旬間
4	物流の確定	7月20日～9月20日間
5	企業POP作成	9月 中旬
6	商品提案書作成	9月 中旬
7	広告内容調整・メディア確定	9月 下旬
8	プロモーター・通訳手配	10月 下旬
9	冷蔵・冷凍庫の手配	10月 下旬
10	装飾看板デザイン	10月 下旬
11	現地派遣出展者確定	10月 中旬
12	出展者最終案内	10月 中旬
13	消耗品（備品）確定	10月 中旬
14	商品・サンプル品輸送準備（商品ラベル作成など含む）	10月 中旬
15	販売価格の設定	10月 下旬
16	商品・サンプル・備品輸送	10月 下旬
17	広告・DM発信	フェア期間中
18	事務局現地派遣	11月12日～25日間
19	会場最終調整	11月13日
20	食品展開催	11月14日～24日間
21	アンケート実施	11月14日～28日間
22	出展者フォローアップ・報告書作成	11月15日～2月 末

5. 事業実施内容:出展者説明会の実施

2014年6月26日（木）及び30日（月）にフェア出展者を対象とした出展者説明会を実施した。説明会では、本フェアの概要や、特徴だけでなく、タイのマーケットについてや、フェアにおける留意事項など、アドバイサー及び、事務局より説明した。

◇◆概要◆◇

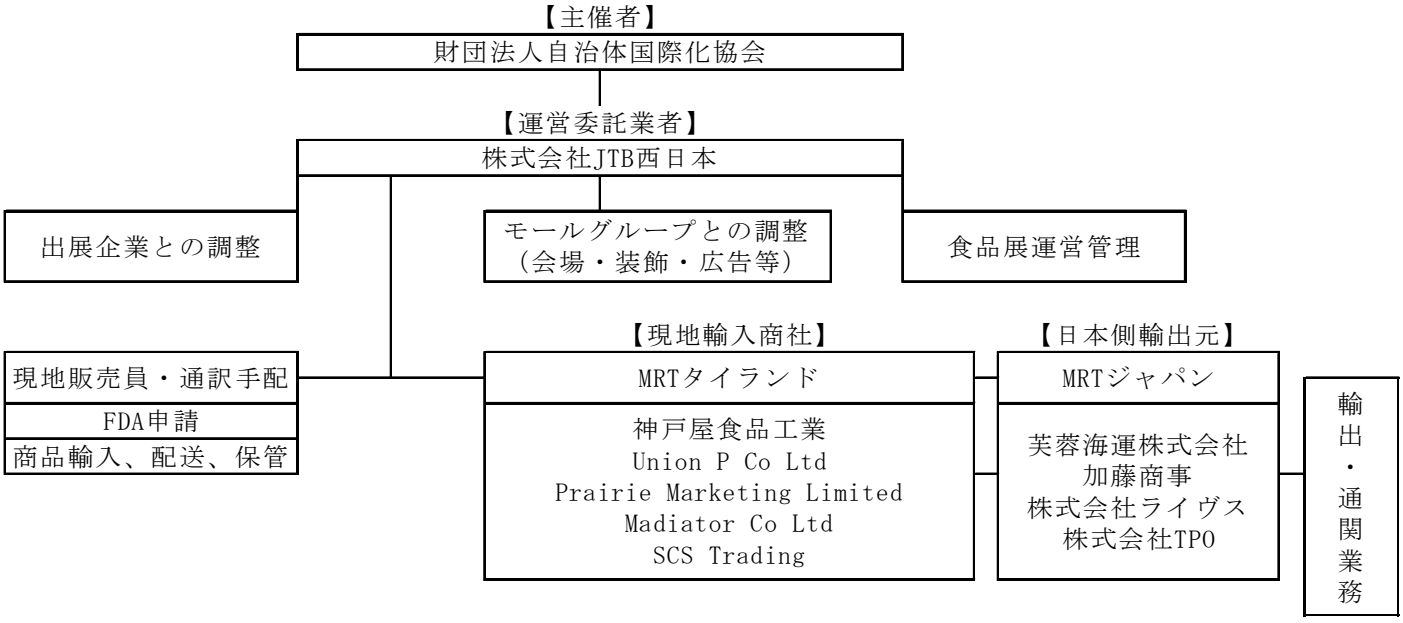
	項目	内容
大阪	日時	2014年6月26日（木）14：00～16：00
	場所	大阪府大阪市中央区南久宝寺町３丁目１番８号 本町クロスビル１２階　会議室
	参加者数	3社
東京	日時	2014年6月30日（月）14：00～16：00
	場所	一般財団法人自治体国際課協会　７階会議室 東京都千代田区麹町1丁目7　相互半蔵門ビル７階
	参加者数	5社

◇◆説明会内容◆◇

項目	内容
挨拶	クレアから本事業実施にあたっての挨拶
タイマーケット	タイマーケット、食品マーケット、タイ人の嗜好、生活スタイルなどについて
タイにおける輸出留意事項	輸入規制、ラベル表示などの義務について
フェア	フェアの概要、スケジュール、実施内容、物流などについて
輸出における留意事項	輸出にあたっての留意事項、FDA申請に必要書類・申請書取得の案内、その他手配などについて
その他留意事項	販売価格設定について、プロモーターについて、売上報告などについての留意事項
提出物	提出物の記入方法、提出方法、申請方法など
今後のスケジュール	今後の流れ、スケジュールについて
質疑応答	各自質疑応答

6. 輸出入手続き等準備事項

◆FDA申請・輸出手続き



【FDA申請に必要な書類】

1. 原産地証明書（英語）出展企業又は輸出業者が取得（今回、MRTジャパンで取得）
2. FDA商品登録フォーム （出展者の方で記入/JTBがサポート）
3. 所管の保健所が発行する食品製造業営業許可証（英文）（ISO22000またはHACCPの認証による代用も可能）※営業許可証には出展希望商品のカテゴリーが含まれていることが必要。
4. 成分表示表（英文）（出展者の方で作成/JTBがサポート）
5. 製造工程表（英文）（出展者の方で作成/JTBがサポート）
6. 宮城、福島、群馬、茨城、栃木、千葉、神奈川、静岡の8県は放射性物質の検査書
   （8県産の原料を使用している食品も対象になる）

【FDA申請手順】

① 現地輸入商社に対し、出展商品リスト、製造工程表、成分表示表の提出。
製造工程表と成分表示表については、原本に加え、英文の提出も必要のため、出展者に対し、英文の書き方等作成し、出展者をサポートした。
提出後、現地輸入商社より各商品の輸入の難易度や必要な添付書類の指示をいただいた。

② 添付書類の提出
出展者の方でそれぞれの出展商品のFDA登録に必要な添付書類を準備して、現地輸出業者が申請書及び添付資料を FDA に提出し、輸入申請を行った。

【FDA申請の結果】

- 株式会社三幸産業、丸善製茶株式会社及び株式会社海津屋の既存商品については、既にFDA登録済んでいたので、FDA登録の必要はなかった。
- 今回、FDA申請が必要なお酒類以外の新規商品については、7月中旬からFDA申請手続きをし、10月中旬に輸入許可を取得できた。
- お酒類については、7月下旬からFDA登録の手続きを開始し、11月7日までに輸入許可が取得できた。

6. 輸出入手続き等準備事項

【輸出入と販売価格】

- 一部の商品については、既に現地にある商品を物産展に使用した。

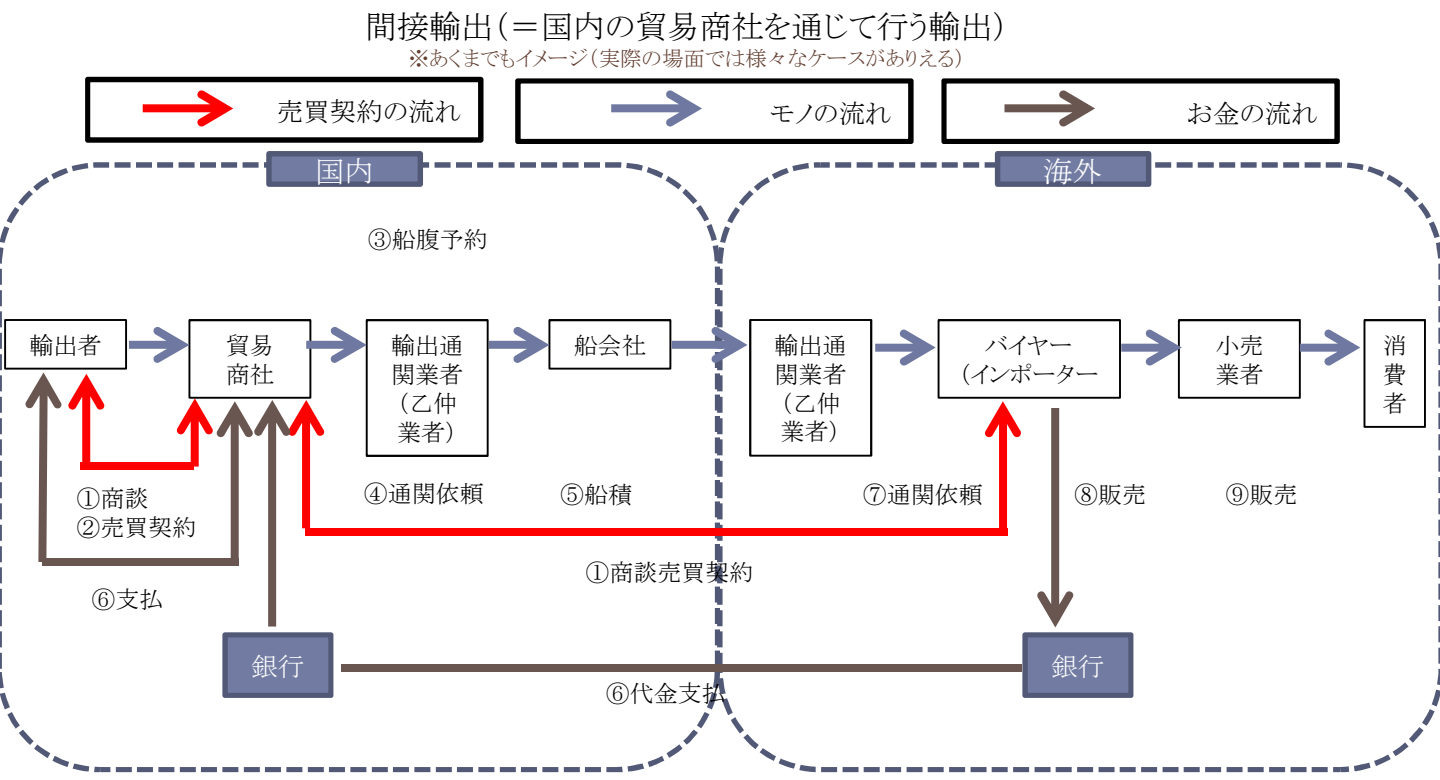
- 一部の生鮮品については、10月中旬神戸出航で、11月上旬バンコク神戸屋納品とした。
  ※柿については、18日に全てが売り切れたため、19日の日本発空輸便にて再発注。20日より販売。

- MRT取扱商品については、輸出詳細は以下の通り。
  納品日:2014年11月10日(月) 17:00必着
  納品先:日本通運株式会社/中部空港支店
  出港日:2014年11月12日(水)
  タイ(バンコク)着日:2014年11月12日(水)(同日、MRT倉庫に納品)

- 一部の酒類については、2014年11月12日(水)タイ着したが、通関手続きが長引いた
  ため、フェア初日には商品の陳列ができなかった。フェア開始2目からの陳列となった。

販売価格については、モールグループ取扱い手数料(売上の25%)、MRTタイランドの手数料(売上の10%)及びMRTジャパンの手数料(CIFの10%)を考えた上、各出展者の方で設定した。
青果物については、MRTタイランドの買取りのため、価格及び発注数量をMRTタイランドが設定した。
※柿を除く。(柿は、神戸屋取扱いのため)

【物流】



7. 食品展の開催概要

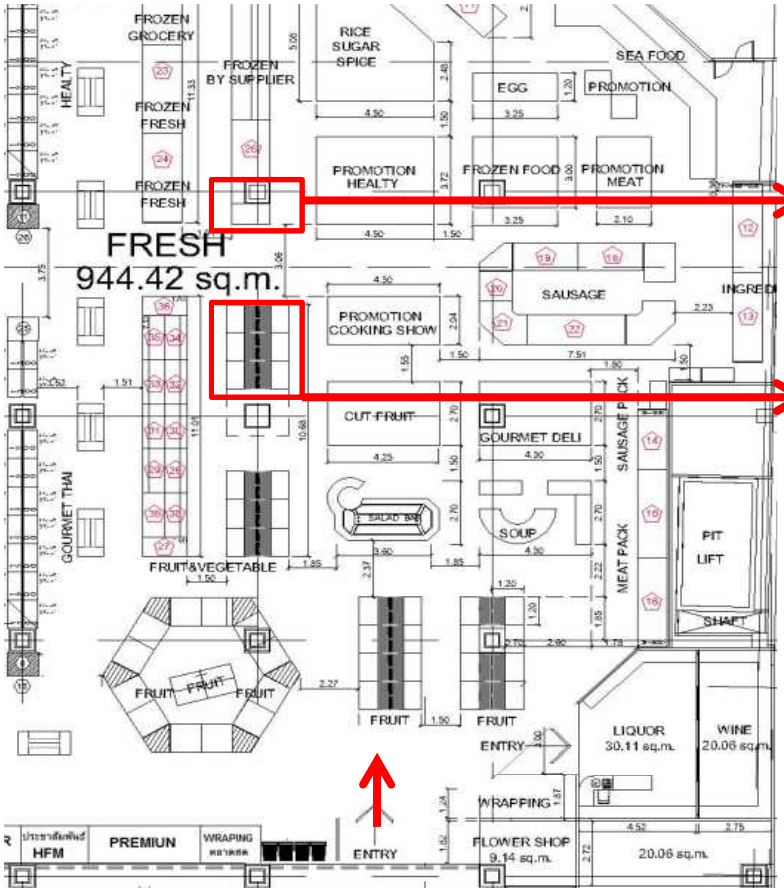
会期	2014年11月14日（金）～24日（月）
開催店舗	Siam Paragon　1階 グルメマーケット （参考：HFM The Mall Tha　phra　地下1階 ホームフレッシュマート）
現地輸入業者	MRT タイランド、神戸屋食品工業、PRAIRIE　MARKETING　LTD、UNION.P.CO,LTD.　MEDIATO CO LTD、SCS TRADING ※出展企業及び商品によって、輸入業者が異なる。
出展企業	8社
応募企業数	13社
出展商品数	43品目
販売総額	約5,533,964円（1,452,484バーツ）

【会場レイアウト】

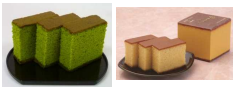
サイアムパラゴングルメマーケット　グラウンドフロア（11棚）

7. 食品展の開催概要

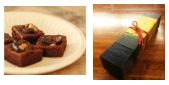
参考:HFM ザ・モール タプラ



株式会社菓秀苑 森長



広岡農場



丸善製茶株式会社

愛知みなみ　広岡農場

プラム食品

ジャパンファーム　海津屋

【運営体制】

食品展の現場運営は、次の体制で行った。

運営者	主な業務
クレア	全体統括、来場者対応、モール本社対応、販売支援
JTB西日本	販売支援、モールとの交渉、在庫管理、配送指示、販売員手配・管理、消耗品の手配等、入場パスの手配
現地輸入商社 (MRTタイランド、神戸屋食品工業、PRAIRIE MARKETING LTD、UNION P CO LTD、SCS TRADING、MEDIATOR CO LTD)	在庫管理、商品配送
出展企業スタッフ	販売、商品管理、販売員管理
出展企業雇用販売員(各社最低1名)	販売
クレア雇用通訳者(3名)及び販売員2名	通訳業務、販売

7. 食品展の開催概要

【会場準備】

- フェア開催前日の11月13日、サイアムパラゴン閉店後（10:30頃）に会場準備を行った。モールグループ側がブース設営、全体装飾、什器（棚や電源設備）の配置を行った。

- 現地輸入商社兼コーディネーターであるMRTタイランドが、全ての商品を他の輸入商社より集め、納品し、JTB西日本スタッフ及出展企業スタッフ（一部）とともに商品の陳列作業を行った。

- タプラ店については、フェア開催当日の午前中に商品納品及び陳列を行った。

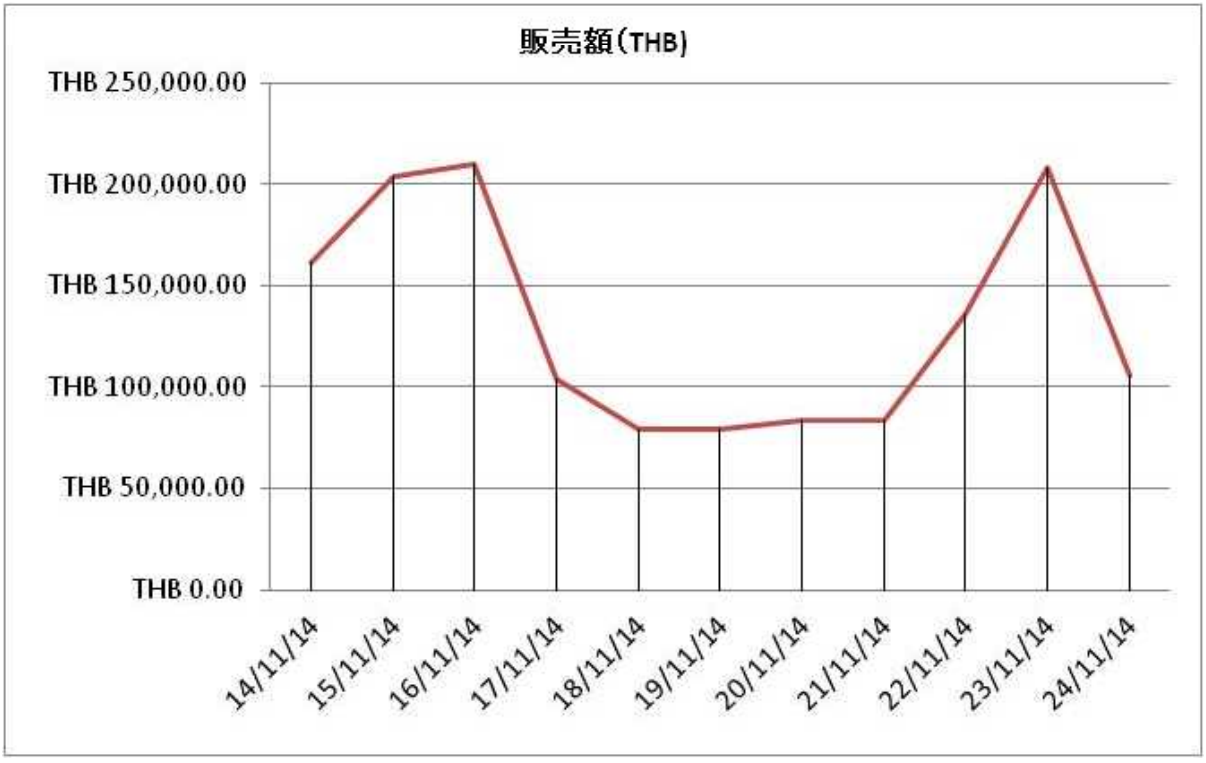
【会場準備の様子】

7. 食品展の開催概要

出展企業総売上　※為替レート:THB1＝3.81円(2014-11-24現在)

青　果	432,055タイバーツ	(1,646,129円)
加工品	882,517タイバーツ	(3,362,390円)
酒　類	137,912タイバーツ	(　525,445円)
合　計	1,452,484タイバーツ	(5,533,964円)

11日間の売上推移は以下の通り。



7. 食品展の開催概要

【日本ふるさと名産食品展実施様子】

サイアムパラゴン店

7. 食品展の開催概要

サイアムパラゴン店

7. 食品展の開催概要

参考:タプラ店

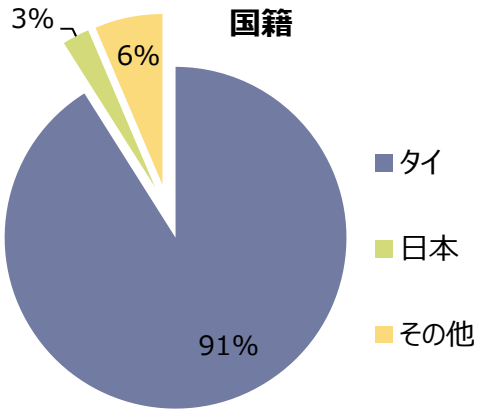
【商品POP】
消費者に各商品を理解して頂くために、タイ語での全商品の説明を記載した商品POPを配置した。

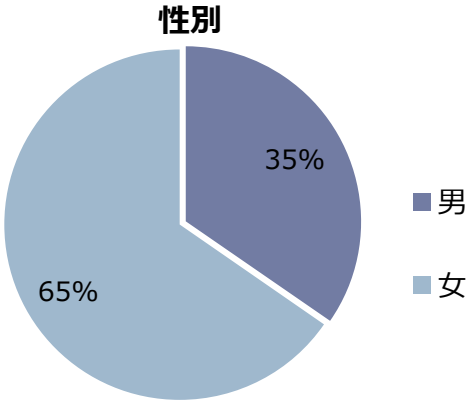
商品POPのイメージ

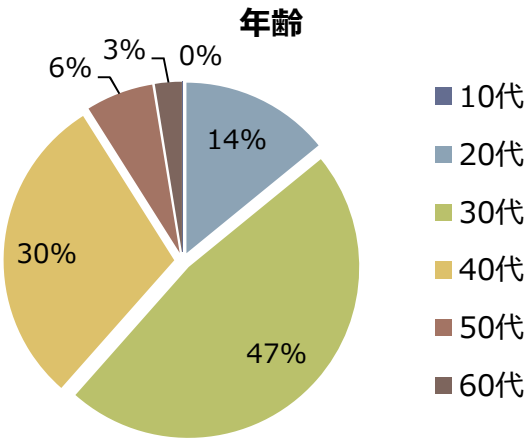
8. アンケート結果:消費者

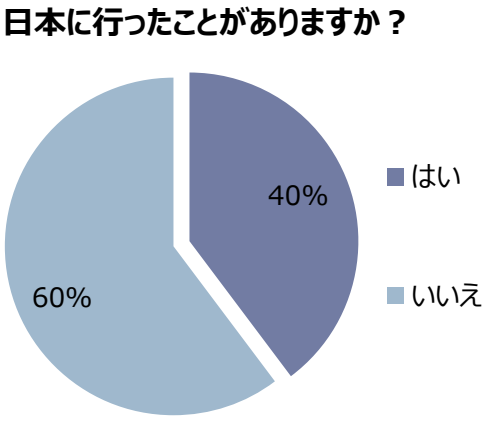
調査消費者数:71名

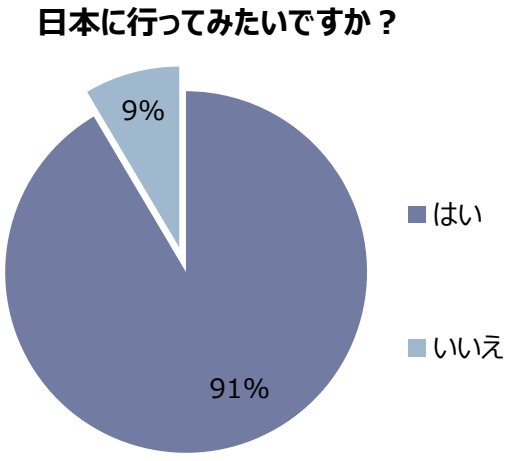
調査実施期間:2014年11月14日～24日間

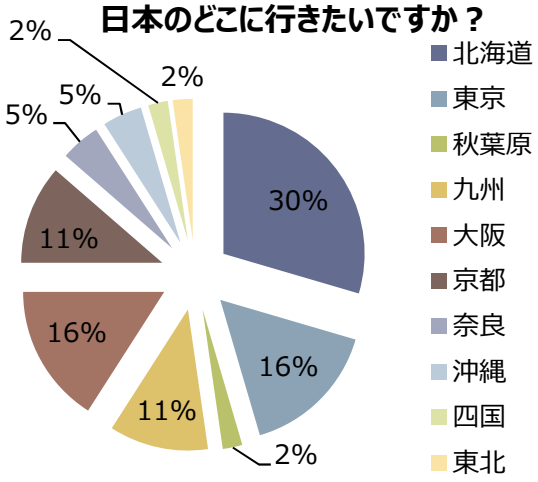






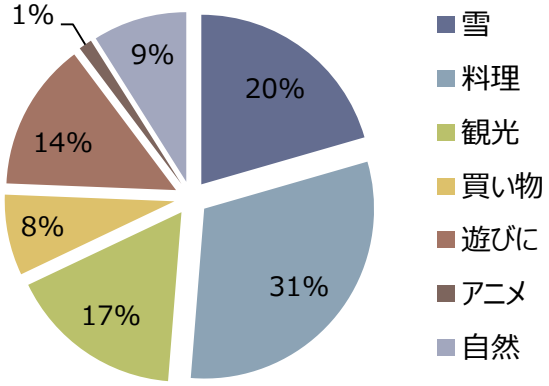




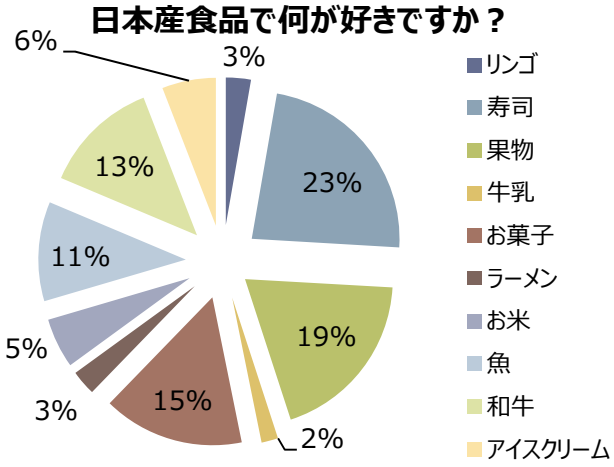


8. アンケート結果：消費者

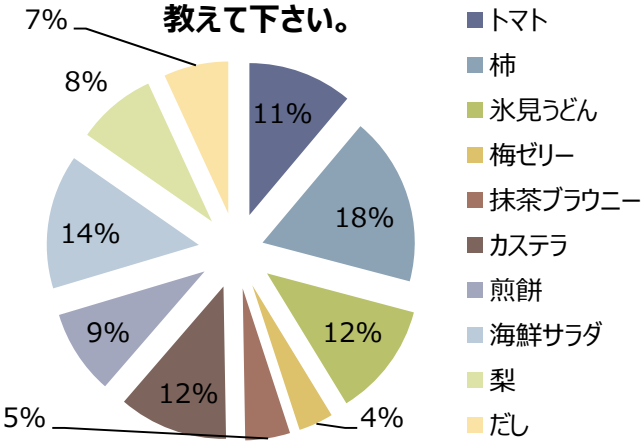
日本に行ってみたい理由は何ですか？



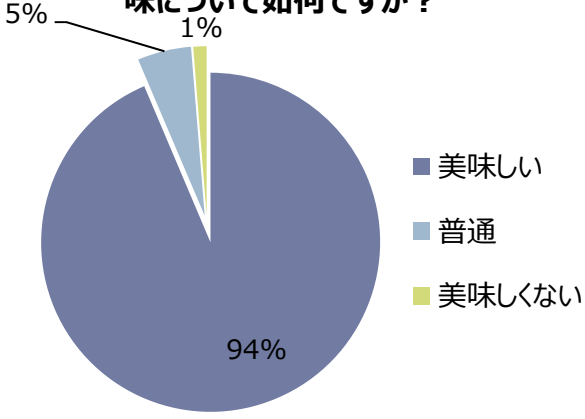
日本産食品で何が好きですか？



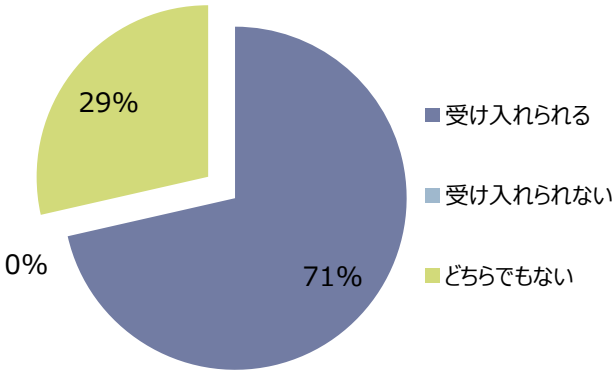
本日、購入された商品名を教えて下さい。



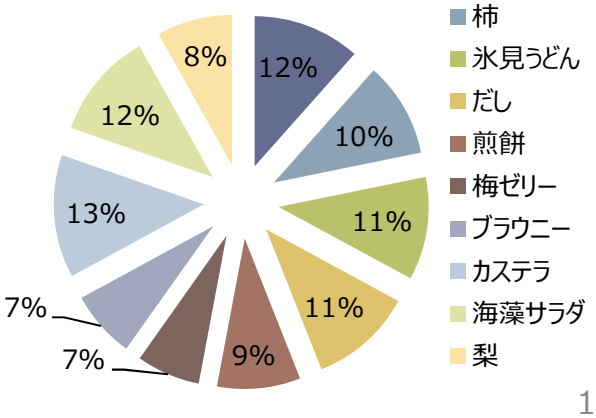
本日、試食・試飲された商品の味について如何ですか？



味は、タイの方に受け入れられると思いますか？

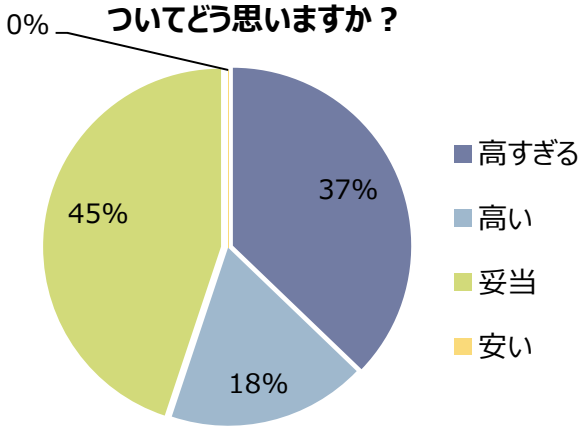


本日、試食・試飲された商品は何ですか？



8. アンケート結果：消費者

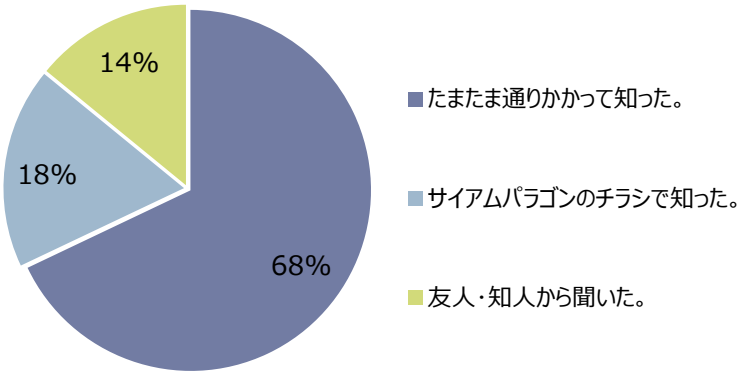
本日購入された商品の価格についてどう思いますか？



タイで受け入れられると思う価格を教えて下さい

商品名	価格
柿	1個/80-100バーツ
トマト	1パック/80-100バーツ
煎餅	1パック/150-200バーツ
梅ゼリー	1パック/250-300バーツ
ブラウニー	1箱/300-350バーツ
カステラ	1個/150-200バーツ
梨	1個/200-250バーツ

日本ふるさと名産食品展の開催をどのように知りましたか？



8. アンケート結果：出展者

【日本ふるさと名産食品展に対する出展者のご意見】

- 日本のどこから出品しているか、各ブースではなく、全体として地図におとした看板等があれば良かった。
- 難しいとは思うが、ブースの作りを商品の裏側に入ることが出来る構造に変えて欲しい。
- クレアスタッフ及びJTBスタッフに現場ではご尽力いただき、感謝しております。
- このような機会を与えていただき、メーカーにとってはとても良い経験となりました。
- 次回、同様のイベントがあれば、今回の経験を活かし、売り上げをさらに上げられるのではないかと思っています。
- 毎年参加させていただいているが、開催場所の選定が良く、大変ありがたい。
- 輸出することで、確実に販売価格が上がってしまうので、今回同様富裕層の集まる場所での開催を希望する。
- 販売価格を上げないためにも、どこかのマージンを減らす努力をお願いしたい。
- 売り場を見たときに、少しさびしい感じを受けました。
- 1つのイベントというより、日本食のコーナーが期間限定で出来ていているという感じを受けました。
- もっと多くの企業の参加が必要であると思いました。
- 自治体協会の人が、大勢現地入りされなくてもいいと思うし、そういう経費があれば我々業者の通訳費やマネキン費用に当ててほしいと思う。
- 当社出展エリア希望もあるのですが、ベトナム、インドネシア等で次回開催を希望します。
- もう少しブースが大きくても良かったように思います。
- タイの人々に日本のいいものを知ってもらういい企画だと思います。
- 準備段階でのフォローアップなどをもう少し丁寧にしていただけると助かります。

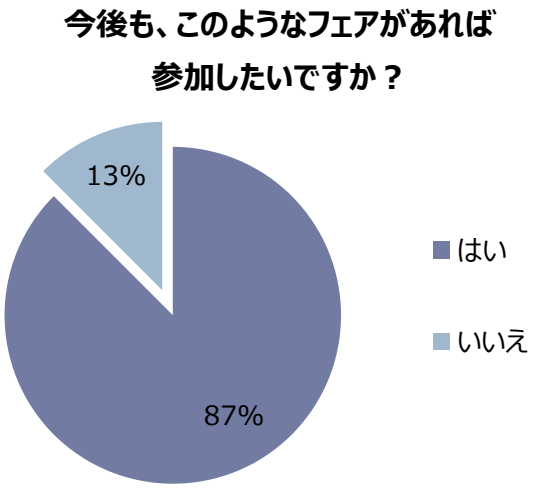
【今回出展して良かった点】

- バンコクでの商品の反応がわかった。
- タイでの発売を実現できた。
- タイのマーケットを体感でき、今後につながった。
- タイ語を習得できた。
- 収支ベースでプラスとなった。
- フェアにて指定された業者以外の取引先ディストリビューター紹介で納品できたのが良かった。
- 売場を離れて、現地市場調査や営業活動に時間を費やすことができた。
- 昨年と比べて、規制が弱冠甘かったので、助かった。
- パラゴンという場所でどのようなものが売れるかということは理解できました。
- 売り方も勉強になりました。
- 渡航することで現地の状況がよく分かるので、よい機会だった。
- ブースが狭く商品の見せ方が困難だし、PR用のポスターの掲示でも制約があり残念だった。
- 梅ゼリーの味覚と価格が現地に合うかどうか確認ができた点。
- タイの市場を見られたこと。
- タイの人々がどのような味、食感を求めているのか、リアルに知ることができました。

8. アンケート結果：出展者

【今回出展して悪かった点】

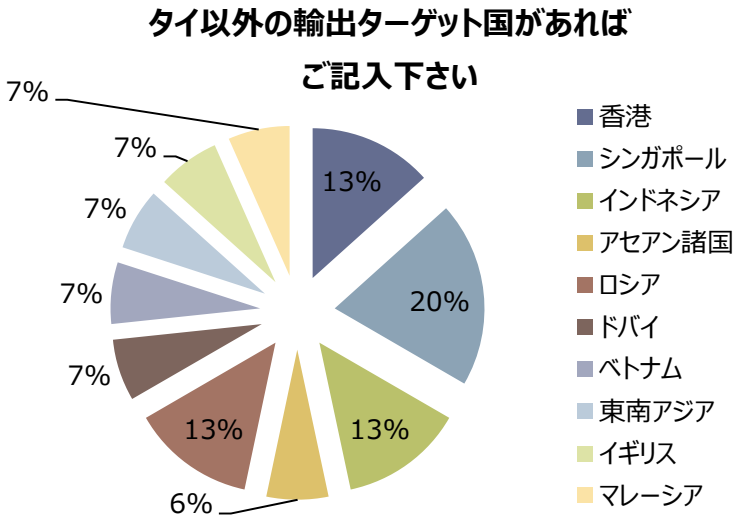
- 商談について、事前にもっと公表してほしい。（今回は行き当たりばったり的な感じがしました。日時等）
- 食品展が中心なのだが将来的な輸出を考えている企業が多いと思われるのでその点を考慮してほしい。
- 各ブースのスタッフや通訳（マネキン）などのスケジュール一覧のようなものがあると良かった。
- 時間帯によっては、お客さんよりスタッフが多くなり鬱陶しさを感じた。
- FDA の登録が直前となり、直前まで実施できるかどうかが不明瞭だった。
- 現地に行ってのち、ブースレイアウト等の予期せぬ変更があり、混乱した。
- 事前のマーケティングデータもなく、予測が立てにくかった。
- 出展企業が少なかったにもかかわらず一体感もなかったので、それを促す懇親会等があれば良かった。
- 販売員にあまり真剣味を感じなかった。
- 調理スペースが離れているので、お湯を持っての移動等が危ないと感じた。
- 残ったものの処理に少し困っております。
- 現地法律上仕方がないが、梅酒の試飲販売が出来なく、大々的に商品のアピールが出来なかった点。



【今後も、このようなフェアがあれば参加する・しないかについて、出展者のご意見】

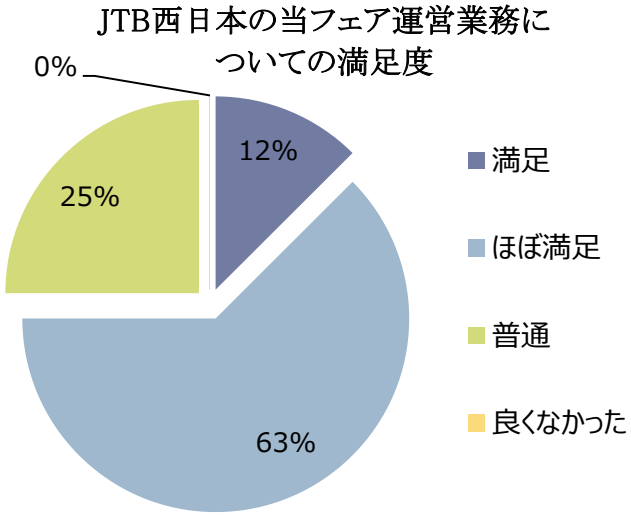
- 時期と内容によります。
- 今回の経験を活かし、出展する際には事前準備をきちんとした上で参加したいと考えております。
- お客様のニーズを掴む、また お客様に知っていただくためにも参加したいと思います。
- 会場レイアウト・装飾等については、モールグループとの交渉の際、業者側の目線で取り組んで頂けるとありがたい。
- 海外での展開は、地道にフェア等を繰り返し宣伝する必要があると思うので参加したい。
- 海外市場に入るには、試食が必須だと感じている。
- タイのマーケットに弊社の柿が受け入れられたので、これからも継続的に販売していきたい。
- 特に柿のドライフルーツはリピーターも多く、現地での販売はないのかと問い合わせも受けたので、そちらの方も検討していきたいと思います。

8. アンケート結果：出展者



【輸出に関して、他にどのような支援があれば良いとお考えですか？】

- 国内からの輸出業者の紹介、MRTなど実際の輸出に係わる業者を紹介（マッチングの機会など）していただいて、事前に相談できる体制を作って欲しい（商談の際の価格交渉ができないため）。
- 業者のリスクがもう少し低くなるような企画だと助かる。
- 現地でのフェアを5割、現地バイヤーとの商談機会を5割ぐらいの企画を設けて頂きたい。
- 催事販売を行える環境を作ってほしい。



日本ふるさと名産食品展出展に関する自由意見

出展者数が少なく、こじんまりした感じがあった。
ほぼ予定位の売り上げを立てることができました。
出展業者にとってはリスクが高い。
商品の市場性を見る事が出来たことが良かった。
タイの市場を見ることができました。
想定以上に多くの商品を発注頂き、感謝します。

8. アンケート結果：出展者

【JTBに対する出展者のご意見】

- 事前説明会を開催して頂いて、ありがたかった。
- 現地調達が困難な備品の備えや、安くコピーできるお店の情報を頂けるとありがたい。
- イベントの直前になっての連絡が多かったように感じます。もう少し余裕を持って連絡いただければ助かります。
- 事前の準備等がいつもぎりぎりの対応が多い。
- 出展にあたり柔軟な対応をして頂いた点がありがたかった。
- 指定のインポーター様を利用しなかったこともあるのかもしれませんが、事前の準備段階での展示会に関するインフォメーションが少なかった印象を受けました。

9. 広報活動

【広告媒体等を利用した宣伝・告知】

新聞告知（のべ12回）
モールグループホームページでの告知
モールグループ会員向けDM発信
店内告知

新聞告知　例

新聞名：	Bangkok Post
発信日：	2014年11月14日（金）
発行部数：	675,000

9. 広報活動

【Visit Japan FIT Travel Firでの宣伝・告知】

Fit Travel Fair概要

- 名 称：Visit Japan FIT Travel Fair 2014 （第6回 FIT旅行フェア）
- 主催：日本国・観光庁／日本政府観光局(JNTO)
- 日時：2014年11月14日（金）～16日（日）3日間 10:30～20:30
  ※初日17:00よりオープニングイベント開催
- 会 場：サイアムパラゴン内 Lifestyle Hall (2F)
- 日本側参加対象：地方自治体、宿泊施設、観光関連団体等 16団体
- タイ側参加対象：現地旅行会社、航空会社等 12団体
- フェア来場者数：約3.8万人（3日間の推計値）
- Visit Japan FIT Travel Fairでの宣伝・告知内容：会場でのちらし配布及びステージPRにて、「日本ふるさと名産食品展」の商品の一部を紹介し、試食などを活用した宣伝。

ステージPRスケジュール

日にち	時間	出展企業名	PR 内容
11 月 14 日（金）	15:00-15:30	広岡農場	自社商品 PR 及び試食宣伝。 じゃんけんによる来場者への商品プレゼント。
11 月 15 日（土）	11:30-11:45	愛知みなみ農業協同組合	
11 月 15 日（土）	11:45-12:00	プラム食品	
11 月 16 日（日）	15:00-15:15	株式会社菓秀苑 森長	
11 月 16 日（日）	15:45-16:00	株式会社ジャパン・ファームプロダクツ	

ステージPRの様子

広岡農場

9. 広報活動

愛知みなみ農業協同組合

プラム食品

株式会社菓秀苑 森長

9. 広報活動

株式会社ジャパン・ファームプロダクツ

配布用のちらし

10. その他

【タイにおける出展事業者の継続販売及び販路拡大のための活動のサポート】
現地流通業者との商談・面談のサポートし、3出展者がのべ12事業者と面談し、自社商品PRを行った

11. 総括

【売上】

今回の「日本ふるさと名産食品展」は、2015年11月14日（金）から24日（月）間、タイの首都バンコクに位置する大型百貨店「サイアムパラゴン」及び同系列百貨店「ザ・モールタプラ」にて開催した。日本からは、8都道府県を代表する8企業が出展し（43品目）、11日間で約533万円の売上を達成した。出展商品の中で、青果物が圧倒的に現地消費者に好評で、その中でも、奈良県の柿の売上がフェア全体売上の2割をしめていた。また、柿のドライフルーツは、リピーターが多く、フェア終了後どこで購入できるのか等の問い合わせもあった。フェア開始から7日目で、発注の柿が完売となり、最終末用に急遽空輸便での追加発注も行った。

加工食品については、長崎県のカステラ、静岡県のお茶及び広島県のだし等がタイの消費者に大好評であった。その他、加工食品についても、価格が高いと言いながら買い物かごに入れていく消費者も多く見受けられた。

酒類については、タイでは法律上お酒の試飲及び直接広告が禁止されているため、消費者へのアピールが非常に難しかった。しかし、梅酒に対するタイ消費者の人気度が非常に高く、11日間で約41万円の売上が達成できた。

各出展者や販売員による、毎日試食宣伝販売の結果が上記の売上に繋がったと言える。

【会場（モールグループ）及び今後の課題】

サイアムパラゴングルメマーケット内のフェア会場レイアウトについては、全出展者から不満の声が多かった。今回のブース作りは、消費者と商品の間に出展スタッフまたは販売員が入り、壁になってしまうため、出展スタッフ及び販売員が商品の裏側に配置出来るブース作りが今後の課題となった。会場装飾、サイアムパラゴンの時間外入管規定等については、全てパラゴン側から言われるままになっていたので、今後、同会場でフェア開催される際は、事前に何度もモールグループと協議し、出展企業が納得する最低限の会場作りが必須。