

# 第16回「アグリフードEXPO東京」のご案内 ～国産農林水産物・食品の商談会～

令和5年4月

公式HP



日本政策金融公庫

Version3.1

# 1 開催概要（第16回アグリフードEXPO東京）

アグリフードEXPOは、農林水産・食品事業者とバイヤーとの商談機会を提供する目的で平成18年から開催しています。今回は、**4年ぶりとなる東京での展示商談会に加え、ウェブサイト上でオンライン商談会を実施**し、出展者の皆さまの輸出へのチャレンジも含めた販路拡大を支援します。

	オンライン商談会（ウェブサイト上における開催）	展示商談会（東京での会場開催）
開催期間	○ 令和5年5月8日（月）～9月29日（金）	○ 令和5年8月23日（水）10：00～17：00 令和5年8月24日（木）10：00～16：00
場所	○ 公式ウェブサイト（ <a href="https://www.agrifood-expo.jp/">https://www.agrifood-expo.jp/</a> ）	○ 東京ビッグサイト（東4ホール）
募集期間	○ 令和5年2月17日（金）～5月24日（水）	
開催規模	○ オンライン商談会：400先程度 / 展示商談会：400小間程度 注1：展示商談会は、1先あたり最大2小間まで申込可能です。 注2：地方自治体等が複数の事業者を取りまとめて出展する場合、1小間内に出展できる出展者は2先までです。	
出展対象者	○ 国内の農林水産業者及び国産農林水産物を主原料とする食品を製造する食品企業 注1：出展者の決定にあたっては、日本政策金融公庫による審査があります。 注2：出展対象物は食用品に限定します（非食用品は出展対象外となります）。	
出展方式・出展料	【出展方式】 ①展示商談会、オンライン商談会ともに出展 ②オンライン商談会のみ出展	【出展料】 ①の場合：165,000円/先（税込） ②の場合：55,000円/先（税込）
事務局	エグジビションテクノロジーズ株式会社（03-5775-2855）	

# 1 開催概要（コンセプト）

アグリフードEXPOは、地域性豊かな国産農林水産物・食品の国内外への販路拡大を応援する商談会です

## 「国産」農林水産物・食品に特化した全国規模の展示商談会

- ・全国各地で国産ブランドを担い、魅力ある農林水産物づくりに取り組んでいる生産者や、地元産品を活用した多様なこだわり食品を製造する食品企業が一堂に集結します。
- ・出展者の皆さまからは「アグリフードEXPOは地域性の高い商品に注目してもらいやすい商談会」との声が寄せられています。「新しいものに出会いたい」バイヤーと地元食材を繋ぎます。

## 輸出拡大・チャレンジを支援

- ・展示会場内に「輸出特別フロア」を設置し、国内貿易商社や海外バイヤーとの商談機会を提供します。
- ・地域性豊かで海外からの評価も高い国産酒類について、展示会場内に設置する「グローバル酒類パビリオン」内に集約して出展いただき、来場バイヤーの皆さまに一堂に提案することで、注目度の向上を図ります。

## 商談スキル向上を支援

- ・展示会場内に「出展者向け相談コーナー」を設置し、輸出支援や物流等の専門家が出展者の皆さまの様々な課題に対するアドバイスや支援メニューのご紹介を行います。
- ・出展者の皆さまに対する事前セミナーをオンライン開催し、アフターコロナに対応した商談スキル向上を支援します。

## 2 展示商談会について

### 展示商談会

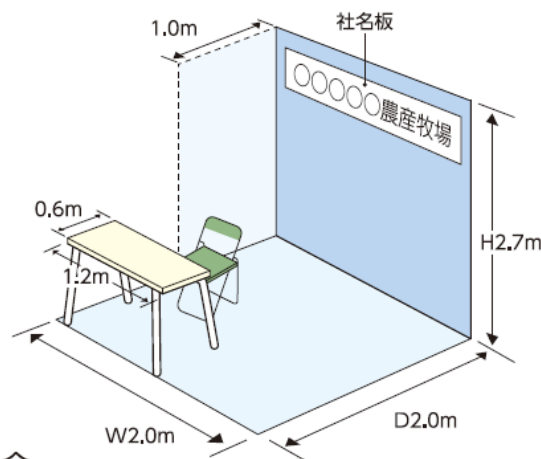
#### ● 展示ブース

1小間 (2.0m×2.0m)

**165,000円** (税込)

#### ● 料金に含まれる備品・サービス

- ・システム壁 (背面・側面1.0m)
- ・パイプ椅子 1脚
- ・社名板 (15文字まで)
- ・共有キッチン利用料金
- ・テーブル (1.2m×0.6m) 1台
- ・オンライン商談会参加費 (一社分)



過去の開催模様の動画もご覧ください



### 「出展者向け相談コーナー」の設置

展示会場内に「出展者向け相談コーナー」を設置し、**輸出支援や物流等の専門家が**出展者の皆さまの様々な課題に対する**アドバイス**や支援メニューのご紹介を行います。

<相談コーナー参加機関 (調整中) >

- ・農林水産省 (GFP)
- ・中小企業庁 (新規輸出1万者支援プログラム)
- ・日本貿易振興機構 (ジェトロ)
- ・日本貿易保険
- ・国内物流企業 (物流相談)
- ・国税庁 (日本産酒類輸出促進コンソーシアム)
- ・中小企業基盤整備機構
- ・日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)
- ・日本プロ農業総合支援機構 (J-PAO)

## 2 展示商談会について（輸出支援企画）

### 「グローバル酒類パビリオン」の設置

- ・地域性豊かで海外からの評価も高い**国産酒類**について、展示会場内に設置する「**グローバル酒類パビリオン**」内に**集約して出展**いただき、来場バイヤーの皆さまに一堂に提案することで、注目度の向上を図ります。
- ・**酒類貿易商社等との商談機会の提供**も予定しており、国内外両面の販路拡大を支援します。

### 「輸出特別フロア」の設置

- ・展示会場内に「輸出特別フロア」を設置します。
- ・**貿易商社等を招へいし、出展者の皆さまの輸出拡大・チャレンジにつながる商談機会の提供**や**海外市場セミナー等の情報提供**を予定しています。

#### <「輸出特別フロア」の詳細>

##### ○国内貿易商社との輸出商談会

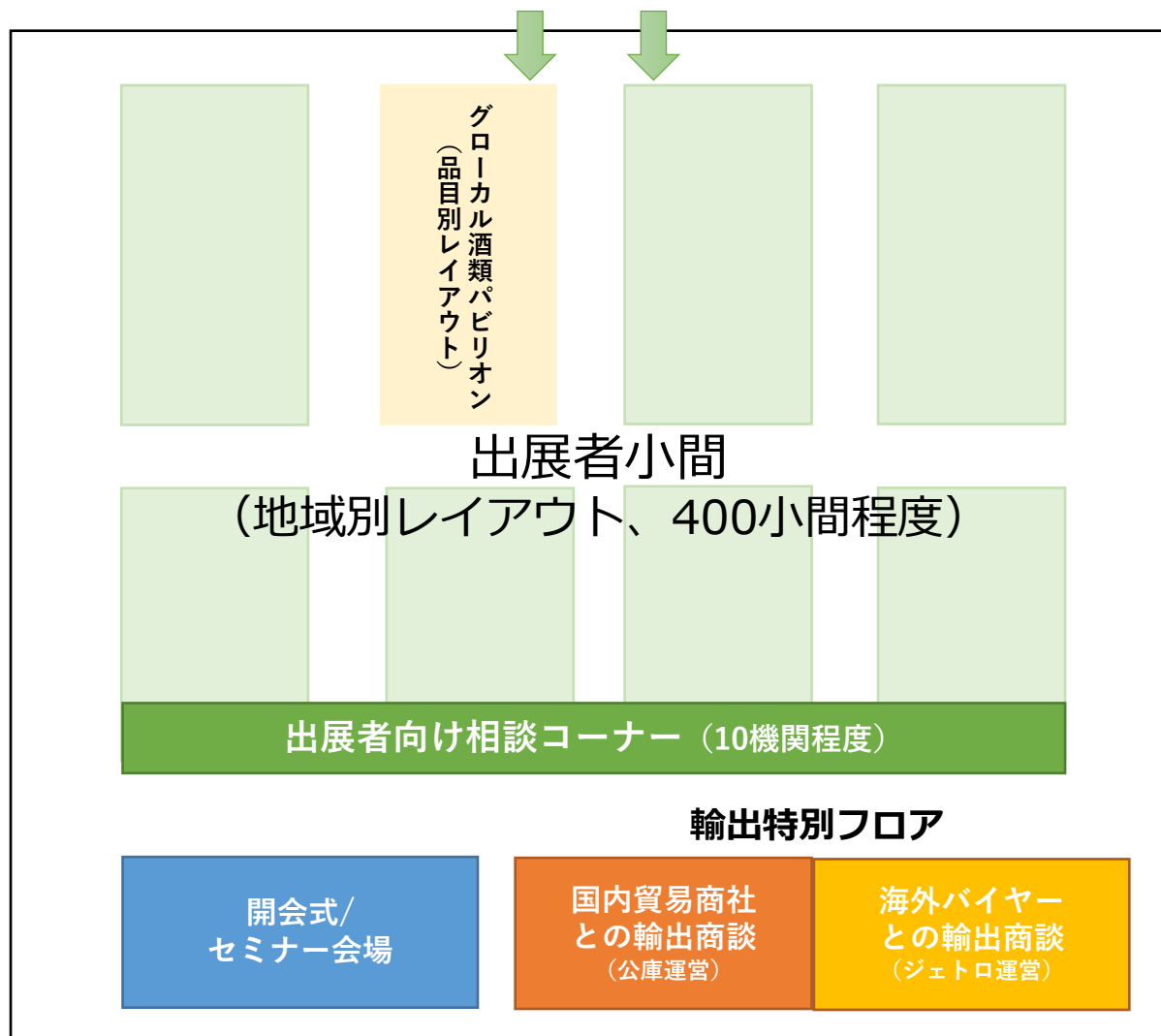
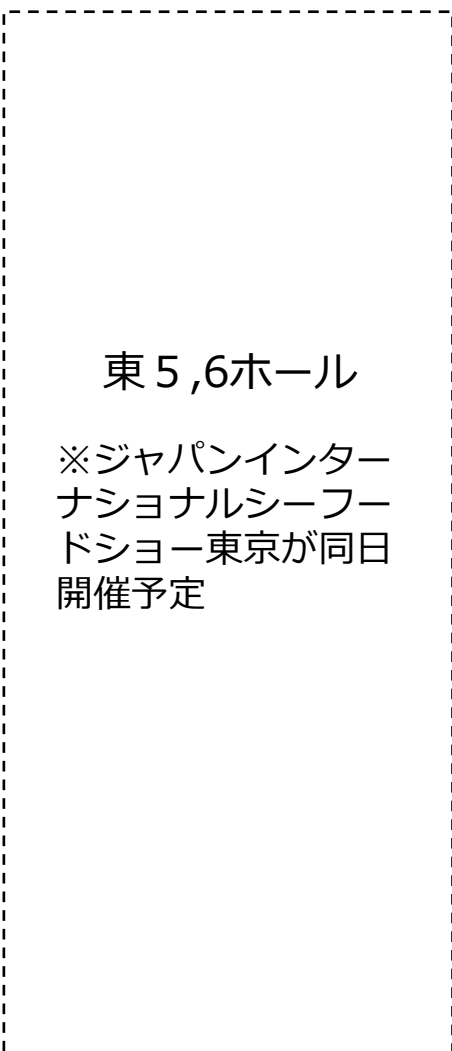
→**農林水産省、国税庁**と連携し、**国内貿易商社を10社程度招へいし**、マッチング商談会を開催予定。

##### ○海外バイヤーとの輸出商談会

→**ジェトロ（農林水産・食品部）**と連携し、アグリフードEXPO会場内でジェトロ運営の輸出商談会を開催予定（**海外バイヤーを20社程度招へい**）。

### 3 会場イメージ（東京ビッグサイト）

出入口（東4ホール）



# 4 オンライン商談会について

## ◆ オンライン商談会の流れ

### ① 商品情報等の登録

ご出展決定後に公式ウェブサイト経由でプロフィール、商品情報等を登録いただきます。

### ② 情報掲載

登録いただいた情報は、公式ウェブサイトにも順次公開されます。

### ③ バイヤーによる閲覧、商談リクエスト

バイヤーは公式ウェブサイトにて参加登録を行い、出展者の情報を閲覧します。また、出展者との商談リクエスト等も同サイト上にて行います。

### ④ 商談・対応

運営事務局が各段階で出展者の皆さまやバイヤーの皆さまのご要望をお伺いし、円滑な商談をサポートいたします。

## ◆ 掲載イメージ

The screenshot shows the website for the 16th Agri Food EXPO Tokyo. At the top, there are navigation buttons for 'バイヤーマイページ' (Buyer My Page) and '出展者専用ページ' (Exhibitor Only Page). Below these are links for '開催概要' (Event Overview), '出展者一覧' (Exhibitor List), and 'お問い合わせ' (Contact Us). The main content area features a profile for 'アグリ農産(株)' (Agri Noshon Co., Ltd.). The profile includes a header image of various vegetables, a greeting '野菜で日本を元気に!' (Let's revitalize Japan with vegetables!), and a message from the company: '私達が生産する野菜は無農薬栽培にこだわっております。そのまま食べていただくのが1番ですが、育成の過程でどうしても形が良くないものもございます。栄養は間違いないでございますので、加工品としてもお使いいただけます。ぜひ一度、こだわりの野菜たちをご賞味ください!' (We are committed to producing vegetables without pesticides. While eating them as they are is the best, we sometimes have vegetables that are not perfectly shaped during the growing process. The nutrition is correct, so they can also be used as processed products. Please try our carefully selected vegetables at least once!). Below the message is a section titled 'おすすめ製品' (Recommended Products) with three items: 'でっかいトマト' (Big Tomato) with an image of a large tomato, 'みずみずしいナス' (Moist Eggplant) with an image of an eggplant, and 'しゃきっとキュウリ' (Crispy Cucumber) with an image of cucumbers. Each item has a short description. At the bottom, there is a section for 'お問い合わせ' (Contact Us) with a 'ご相談' (Consultation) button.

# 5 出展前のご支援（事前セミナー）

## 商談スキル向上に向けた事前オンラインセミナー

- ・コロナ禍を経て商談環境についてもデジタル化が進展していることから、出展者の皆さまに対する事前セミナーを開催し、アフターコロナに対応した商談スキル向上を支援します。

### 【セミナー概要（予定）】

	セミナー①	セミナー②	セミナー③
日時	5月16日（火）午後	6月6日（火）午後	7月4日（火）午後
テーマ	バイヤーの目の付け所	バイヤーに訴求する商品の見せ方	商談の心構え
講師	増山 敬之 氏 （株式会社 福田屋百貨店 事業部 WEBインターネット事業 部長）	畔柳 徹 氏 （株式会社 オージーフーズ メディ ア販売企画部1部 部長）	井出 一夫 氏 （エグジビションテクノロジーズ 株式会社）
内容	バイヤーは商品のどこを見ているのか、何を魅力と感ずるのか、生産者にどのようなことを求めているのか	商品の特徴や魅力をわかりやすく伝えるノウハウ、商品写真の見せ方、バイヤーの興味を引くテクニックなど	アグリフードEXPOの特徴を踏まえ、商談会で成果を上げるための心構えやノウハウを説明



# 6 今後のスケジュール

	2023年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
オンライン 商談会のみ ご参加の場合	<p>2月17日～5月24日 出展お申込み 出展料のお支払い 商品情報等の登録</p>		<p>4月下旬以降 バイヤー募集</p>		<p>5月～7月（複数回） 出展者向け事前セミナー （オンライン）</p>		<p>5月8日～9月29日 <b>オンライン商談会</b></p>	
+			<p>4月10日 出展者 説明会 （オンライン）</p>	<p>出展準備</p>		<p>8月23,24日 展示 商談会 （東京）</p>		
展示商談会 にもご参加 の場合								

# 参考：農林水産物の流通をめぐる環境の変化

どのような商品がバイヤーのアンテナを刺激するのでしょうか？最近の情勢やアンケート結果を踏まえ、ポイントをまとめました。



## 『輸出のチャンス』

日本食の人気の高まりや、政府による輸出促進の政策により、**農林水産物の輸出は堅調に増加**しています。**2022年の国産農林水産物・食品の輸出実績は1.4兆円を突破**しました。



## 『認証取得が差別化につながる』

第15回アグリフードEXPO東京のアンケートによると、**グローバルGAPや有機JAS等の認証を取得**しているなど、特徴や生産工程が見える化された商品はバイヤーからの注目度が高いです。



## 『デジタル化への対応も必要』

コロナ禍で商談のオンライン化は一般的となっています。バイヤーのアンテナを刺激する商品の魅力を、**オンライン上で上手くPR**することが必要です。



## 『国産原材料の調達が増加』

輸入原材料の価格高騰や環境負荷低減などの理由から、**食品産業における国産原材料の調達増加**の動きがみられます。

## ○令和4年7月食品産業動向調査 (日本公庫調べ)

### －食品産業の輸出の取組みについて－

- ◆ 輸出に「既に取り組んでいる」、「今後取り組みたい」の回答割合は合わせて約5割。
- ◆ **コロナ禍やウクライナ情勢による影響で、物流網の混乱や物流コストの増加が見られるものの、輸出の意向は大きく後退せず、維持**されています。

### －食品産業における 原材料高騰等への対応について－

- ◆ 食品産業における原材料高騰の中、**国産農林水産物の今後の調達量は、「増加する」の回答割合が上昇**しました。製造業では25.0%となっています。
- ◆ 特に**飲食業において、前回調査からの上昇幅が8.0ポイント(11.8%→19.8%)と最も大きくな**っています。

# 参考：商談対応のポイント

参考：  
J-Net21 ホームページ (<https://j-net21.smrj.go.jp/special/tasuku/case25.html>)

## 商談前 (準備)

### Point! バイヤーが知りたい情報を整理

「FCP展示会・商談会シート」(※)などを活用して、バイヤーが知りたい情報を整理しましょう！正確な情報はもちろんのこと、写真や動画を上手に活用してバイヤーの目を引くことも重要です。取扱商品を一覧にまとめ、カタログを作っておくと便利です。

※出展者の「伝えたい情報」とバイヤーの「知りたい情報」をまとめ、効率的に商談を進めることを可能にした統一シートのこと →



## 商談

### Point! バイヤーとの対話の中でニーズを探る

バイヤーのニーズを把握したうえで、提案する商品を決めましょう。こちらが売りたい商品と、バイヤーが欲しい商品が一致しない場合、カタログをもとに他の商品を提案することも有効です。

## 商談後 (フォロー)

### Point! バイヤーからの宿題に素早く対応する

商談時にバイヤーと約束したこと(サンプル提供、見積り出し、資料送付など)は、速やかに対応してください。

また、取引が成立するまでのバイヤーとの連絡手段は、メールが一般的です。こまめなメールチェックも欠かせず実施しましょう。バイヤーからの返事が来ない場合は、自分から積極的に連絡してみることも重要です。

## 成約

### Check! バイヤーが知りたい情報とは

- ・商品の価格 : 上代(小売価格)、下代(卸売価格)  
※見積書は送料込みでの提示が一般的
- ・商品の特徴 : 類似商品との違いや優れている点
- ・生産状況 : 会社や地域の優位性や利点、商品の取引ロットや出荷可能時期
- ・会社情報 : 会社沿革、取引先(卸含む)

### Check! 時間配分にも気をつけましょう

商談時間に応じて、会社紹介、商品紹介、バイヤーからの質問など、大まかな時間配分を検討しましょう。オンライン商談では、商談時間が厳密に定められている場合もありますので、特に注意が必要です。

### Check! バイヤーとの要調整事項

- ・価格 → バイヤー希望の取引条件まで調整可能か？
- ・商品の量目 → 変更可能か？
- ・味・食感 → バイヤー希望の味・食感に改良が可能か？
- ・原材料 → 添加物を抜くなどの変更が可能か？
- ・商品生産量 → バイヤー希望の生産量に対応可能か？
- ・販促物 → 販促用のPOPなどを提案できるか？
- ・口座開設 → バイヤー指定の卸との口座開設が可能か？
- ・衛生管理 → バイヤー希望の衛生管理条件に対応可能か？
- ・賞味期限 → バイヤー希望の期限まで延ばせるか？
- ・パッケージ → バイヤーの要望に応じて変更可能か？

○ 商談から成約に至るまでは、数ヶ月単位に及ぶ場合もあり、**忍耐強さも必要です。**

○ **成約に至らなかった場合は、改善点を踏まえ、次の商談の準備を進めましょう。**

(どんなに良い商品でも、成約に至らないこともあります。その際は、気持ちを切り替えて次の商談に挑みましょう！)

# 参考：前回の商談成約事例（出展者アンケートより）

## （成約事例）

アルコール飲料 × カタログギフト業者	50万円／スポット
豚肉加工品 × 通販事業者	175万円／スポット
青果物（果物） × 外食事業者	300万円／スポット
青果物（野菜） × 国内青果卸	20万円／月
インスタントスープ × 輸出商社	10万円／年
青果物（きのこ類） × 中食事業者	50万円／年
製菓商品 × カタログギフト業者	400万円／年

### （参考）第14回アグリフードEXPO東京（2019年開催） 来場バイヤーの一例

卸売業	： 伊藤忠食品(株)、(株)神明、国分グループ本社(株)、スターゼン(株)、双日(株)、東京シティ青果(株)、(株)日本アクセス、三菱食品(株)等
小売業	： (株)イトーヨーカ堂、(株)紀ノ國屋、コストコホールセールジャパン(株)、(株)成城石井、(株)ドン・キホーテ、(株)三越伊勢丹、(株)ヤオコー等
食品製造業	： カゴメ(株)、(株)紀文食品、小岩井乳業(株)、(株)永谷園、日本製粉(株)、ハウス食品グループ本社(株)、プリマハム(株)等
外食業	： (株)大戸屋ホールディングス、(株)サイゼリヤ、(株)すかいらーくホールディングス、(株)吉野家ホールディングス、ワタミ(株)等
EC販売等	： オイシックス・ラ・大地(株)、(株)クックパッド、(株)ジャパネットたかた、(株)三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ、(株)47CLUB等

## 参考：前回出展者からの声（出展者アンケートより）

- アグリフードEXPOは地域性の高い、知名度をこれから上げたい商品にも注目してもらえやすい。
- オンライン面談のため、お互い事前の調査ができた。自分は畜産農家であり、事業所を離れることが難しいので、オンラインだとありがたい。
- コロナ禍においては、非接触型の商談会が安心。コロナ禍でも全国のバイヤーと商談でき、費用面でも日程面でもオンラインが参加しやすい。会場への往復の手間が省ける。出展準備がなく時間的予算的に効率も良く、データも残る。
- 対面による商談を実施できなくて残念であった。説明が必要な商材であり、異業種や新しい販路のバイヤーへ紹介をしたかったが、書面でのPRだけでは、既存取引のある業種のバイヤーにしか関心を持っていただけなかった。
- リアルの方が生産者の気持ちを伝えやすい。実際に商品を見ていただきながら商談を行いたい。オンラインでは伝えきれない。
- 会場とオンラインを併用することで効率よく商談できると考えます。



国産にこだわり  
農と食をつなぎます

# 第16回 アグリフード EXPO東京

国産農林水産物・食品の商談会

日時 2023年  
8月23日(水) ▶ 24日(木)  
10:00~17:00 10:00~16:00

会場 東京ビッグサイト  
東4ホール

オンライン商談会  
2023年  
5月8日(日) ▶ 9月29日(金)

### <主催>

日本政策金融公庫

### <後援>

農林水産省、財務省、国税庁、中小企業庁、全国知事会、全国市長会、全国町村会

### <協力>

(独)日本貿易振興機構、日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構、(独)中小企業基盤整備機構、(株)日本貿易保険、(公社)日本農業法人協会、(一社)日本養豚協会、(一社)日本養鶏協会、全国農業経営者協会、全国農業協同組合連合会、(一社)全国農業協同組合中央会、(一社)日本フードサービス協会、(一社)日本スーパーマーケット協会、日本チェーンストア協会、(一社)全国スーパーマーケット協会、日本ハム・ソーセージ工業協同組合、オール日本スーパーマーケット協会、農林中央金庫、(株)みずほ銀行、(株)三井住友銀行、(株)三菱UFJ銀行、野村アグリプランニング&アドバイザリー(株)、アグリビジネス投資育成(株)、(一社)全国消費者団体連絡会、日本生活協同組合連合会、NPO法人日本プロ農業総合支援機構、(株)日本農業新聞、(株)日本食糧新聞社、沖縄振興開発金融公庫

