

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

Version3.0

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（ https://www.agrifood-expo.jp/ ）	○ 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）～4月28日（金）（予定）	
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

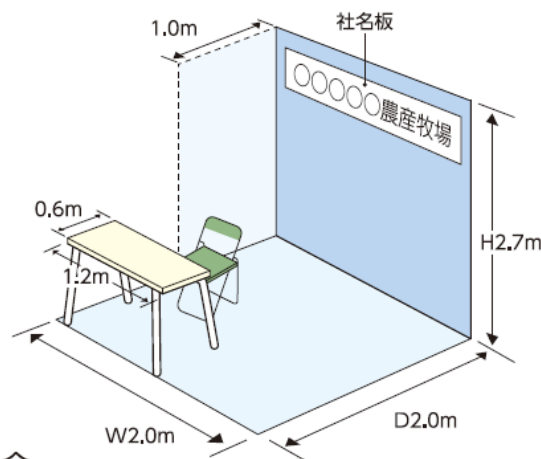
● 展示ブース

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

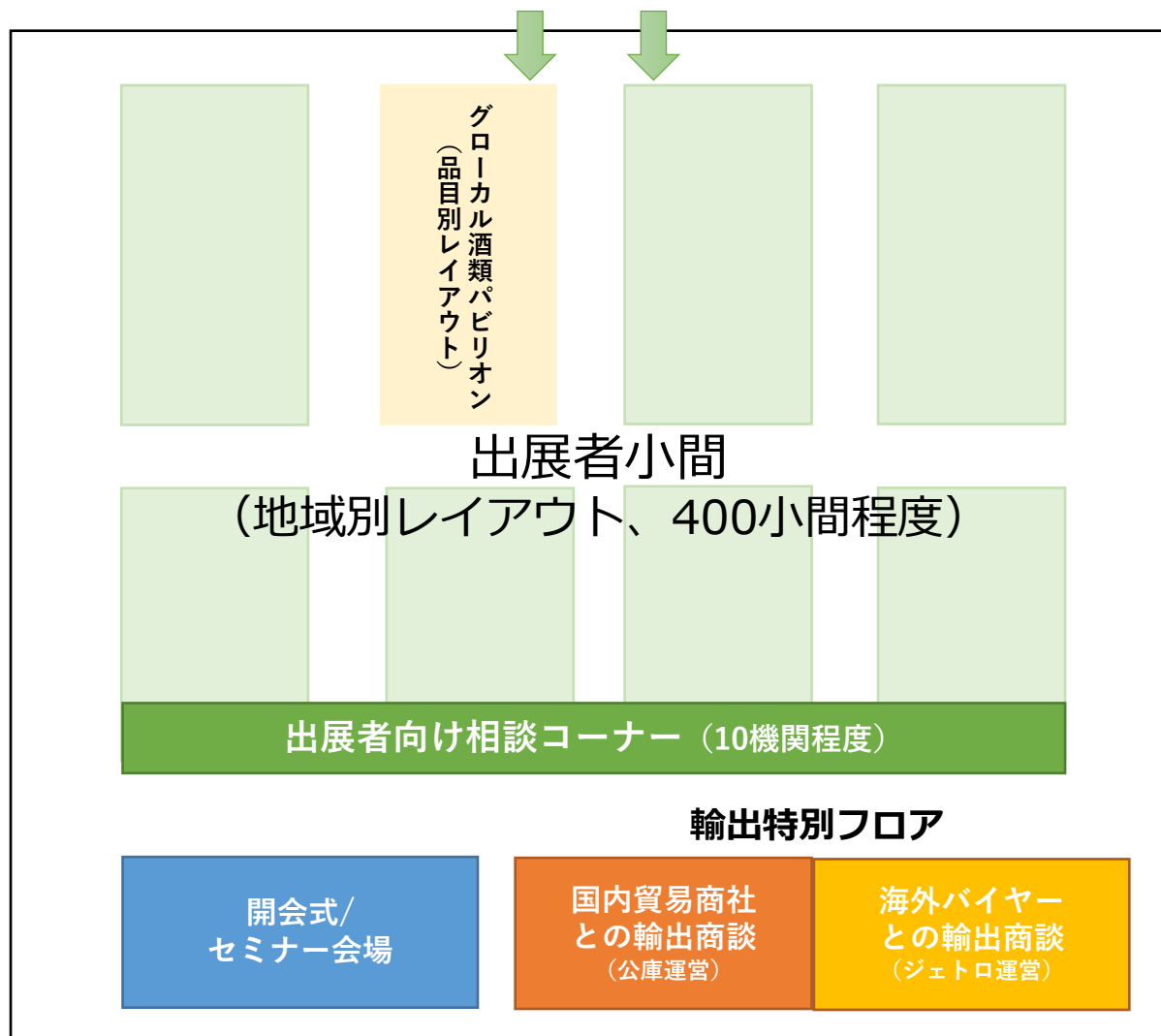
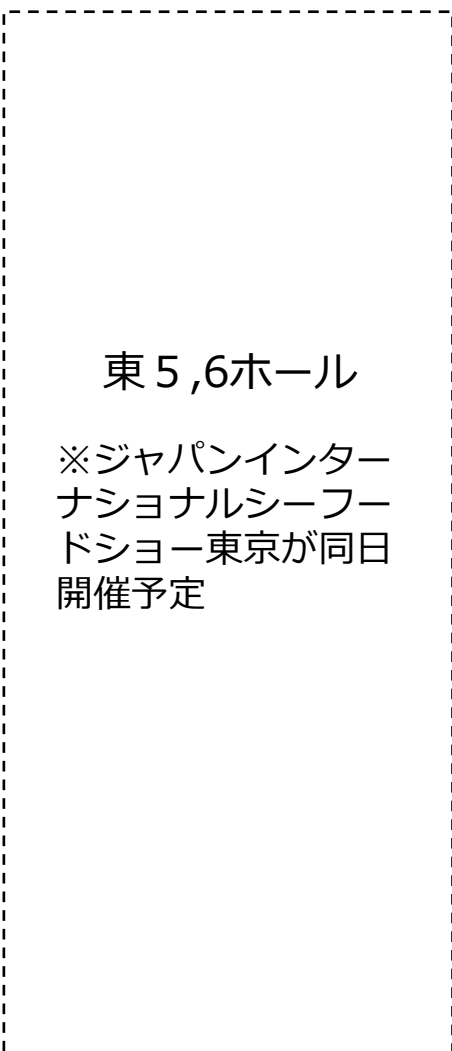
→**農林水産省、国税庁**と連携し、**国内貿易商社を10社程度招へい**し、マッチング商談会を開催予定。

○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）



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～4月28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>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>4月中旬以降 バイヤー募集</p>		
			<p>4月10日 出展者 説明会 （オンライン）</p>	<p>5月8日～9月29日 オンライン商談会</p>				
＋ 展示商談会 にもご参加 の場合				<p>出展準備</p>			<p>8月23,24日 展示 商談会 （東京）</p>	

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）前回アグリフード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。