

# 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2月17日

公式HP



日本政策金融公庫

Version2.1

# 第16回アグリフードEXPO東京2023の開催概要

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）～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】詳細は次ページをご覧ください。 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）	

# 展示商談会の出展イメージ

## 展示商談会

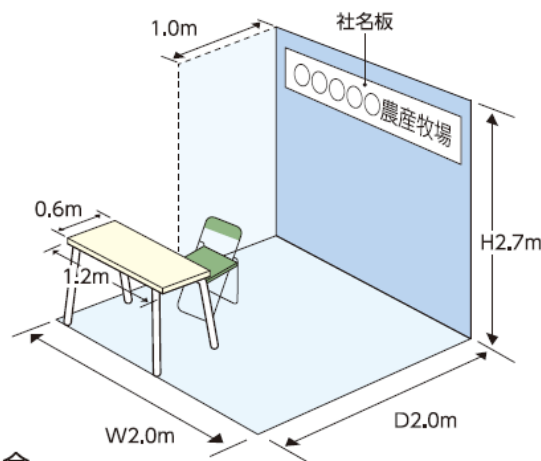
### ● 展示ブース

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



### ◆ 共同出展の場合の出展料金

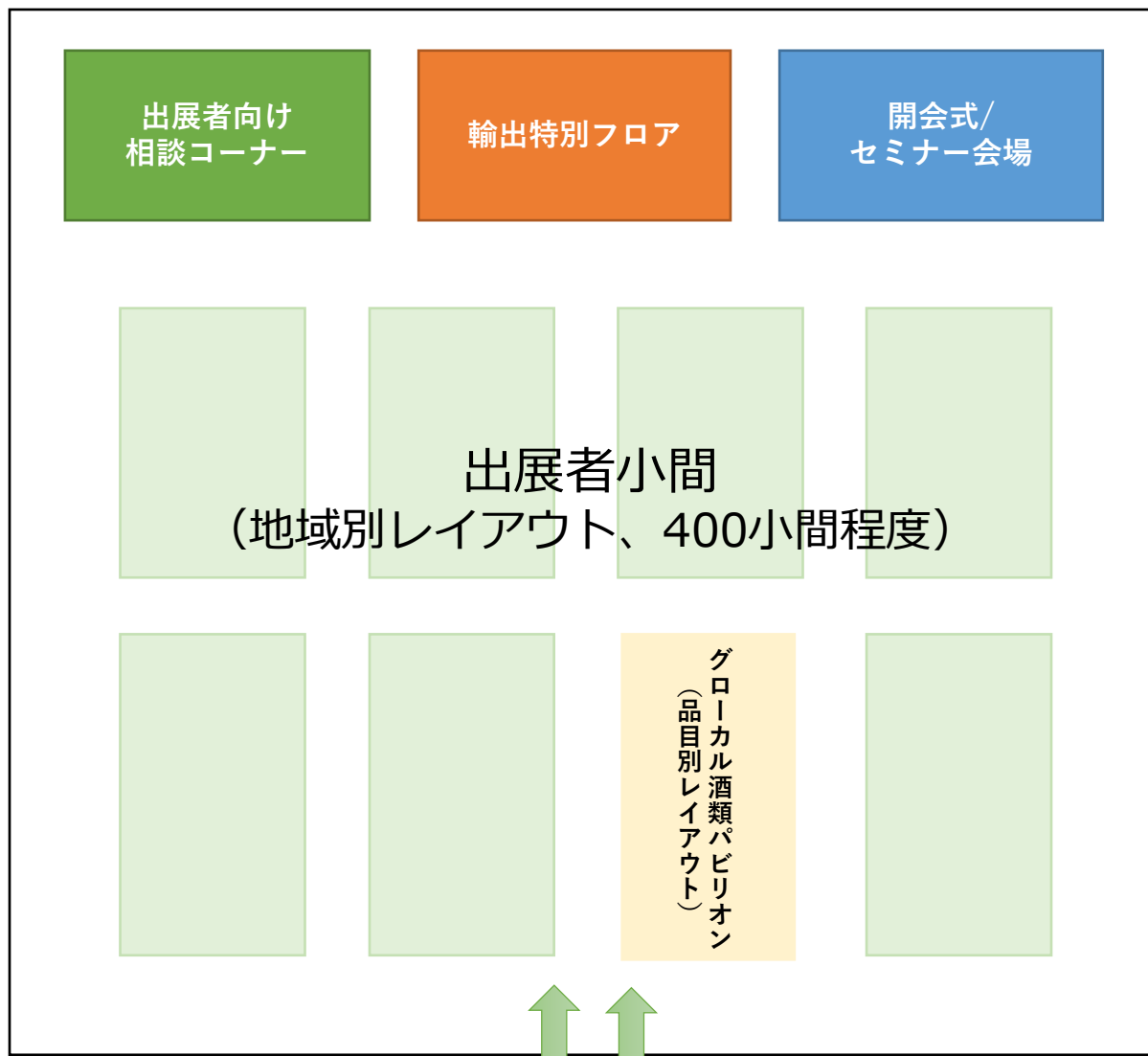
地方自治体等が複数の事業者を取りまとめて出展し、小間を共有する場合、出展料は以下のとおりです。

使用小間数×110,000円+出展者数×55,000円

(例) △△県が7先を取りまとめて出展し、4小間を使用する場合の出展料金  
4小間×110,000円+ 7先×55,000円=825,000円 (税込)

- ◆ 1先で2小間を使用する場合の出展料金：275,000円 (税込)  
(使用小間数(2小間)×110,000円+出展者数(1先)55,000円)

# 会場イメージ（東京ビッグサイト・東4ホール）



東5,6ホール

※ジャパンインター  
ナショナルシーフ  
ドショー東京が同日  
開催予定

# オンライン商談会の出展イメージ

## ◆ 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 a booth for 'アグリ農産 (株)' (Agri Noshon Co., Ltd.) on the '第16回 アグリフード EXPO東京' (16th Agri Food EXPO Tokyo) website. The booth header includes navigation links: '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 title 'アグリ農産 (株)' and a sub-header '野菜で日本を元気に!' (Revitalize Japan with vegetables!). Below this is a paragraph of text: '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 do have some 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!).

The 'おすすめ製品' (Recommended Products) section displays three items:

- でっかいトマト** (Big Tomato): A large, ripe tomato. Description: 'アグリ農産のトマトはこぶし大の大きさが売ります。丸ごとオリーブオイルで調理するにも存在価値があります。' (Our Agri Noshon tomatoes are sold for their size, about the size of a fist. They are also great for cooking with olive oil whole.)
- みずみずしいナス** (Moist Eggplant): A dark purple eggplant. Description: '夏野菜の代表のナスは、水分たっぷりで食欲がない暑い時期でも美味しくいただけます。漬漬けもおすすすめです。' (Eggplant, a representative summer vegetable, is moist and delicious even in hot weather when you don't have an appetite. Pickled eggplant is also recommended.)
- しゃきっとキュウリ** (Crisp Cucumber): Several cucumbers. Description: 'シャキシャキとした食感がたまらないキュウリは冷やしてそのままが1番。おつまみメニューにぴったりです。' (Cucumbers with a satisfying crunch are best served cold. They are perfect for appetizers.)

The 'お問い合わせ' (Contact Us) section has a 'ご相談' (Consultation) button.

# 第16回アグリフードEXPO東京2023の特長

## 「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。

## 「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。

## 「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。

# 第16回アグリフードEXPO東京2023の特長

## 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
テーマ	商談シートの作成	バイヤーの目の付け所	輸出準備のポイント
講師	販路支援の専門家	農産物・食品バイヤーなど	GFP、ジェットロなど
内容	訴求力のある商談シートの作成ポイント （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）	バイヤーは商品のどこを見ているのか、何を魅力と感じるのか、生産者に何を求めているのか （認証取得の意義や食品表示の対応も含めた説明）	輸出に意欲はあるが、何をしたらよいかわからない事業者に対し、輸出準備のポイントや、政府・関係機関による支援施策を説明

# 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</p> <p>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）</p> <p>事前セミナー</p>			
			<p>4月10日</p> <p>出展者 説明会 (オンライン)</p>	<p>5月8日～9月29日</p> <p>オンライン商談会</p>				
+ 展示商談会 にもご参加 の場合				<p>ご出展準備</p>			<p>8/23,24</p> <p>展示 商談会 (東京)</p>	



# 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）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。

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

