

出展者の声：独立行政法人 中小企業基盤整備機構

多くの企業がより効果的に PR できる場

展示会出展に関してのお立場と役割を教えてください。

中小企業基盤整備機構（以下「中小機構」）で、中小企業の販路開拓を支援する部署に所属しています。

今回の『FOODEX JAPAN』では『中小企業総合展 in FOODEX』と題し、展示会の中の展示会、いわゆる“フェア in フェア”という形で、中小機構の展示ゾーンに多くの中小企業からご出展をいただいております。

私は開催期間中の現場の運営と管理を担当しています。



独立行政法人 中小企業基盤整備機構
販路支援部 参事
松原 新吾 氏

この展示会に出展することを決める前に業務上でどんな課題を感じていましたか？

中小企業の販路拡大をサポートすることが私どものミッションですが、ひとくちに“中小企業”と括っても、会社が実際に直面している状況や抱えている課題は違います。

それぞれの会社によって規模やニーズが異なる中で、多くの企業がより効果的にPRできる場を探していました。

この展示会を知ったきっかけは？

もともと『中小企業総合展』は、食品に限らず、さまざまな業界・業種の企業や製品を総合的にご紹介させていただいていました。

それが4年前にプロジェクトをリニューアルする際、食品は食品に特化した展示会に出展する方針が決まり、『FOODEX JAPAN』が候補に挙がりました。

この展示会を知って出展申込をするまでに何か躊躇すること、障害となることはありましたか？

国の政策の一環として行っている事業ですから、出展したことで実際に効果が出る展示会なのか、他に適している支援方法はないのか、ということは問われます。

また、出展する企業の選定に関しても公平・公正でなければなりません。
ただ、国家の政策の一環として行なっている事業ですから、出展したことで実際に効果が出るということはもちろん大切ですし、出展する事業者の選定に関しても、公平・公正でなければなりません。

障害をどのように解消しましたか？（上記で問題があった場合のみ）

『FOODEX JAPAN』に参加したいという企業には、Webサイトで告知と募集を開始して、申請書をご提出いただき、バイヤーや専門家から構成される審査委員会が書類審査を行っております。ただ、応募者数が毎年定員を超えてしまうので、出展を希望されるすべての企業をお連れすることができません。本当はここにも出てもらいたかった、という会社はたくさんあります。

申込（を決定）する際の最後の決め手はなにでしたか？

規模の大きな展示会で、多様な層のバイヤーさんが来場されるというのが、『FOODEX JAPAN』を選んだ理由です。

国内の小売だけでなく、卸、ホテル、レストラン、フードサービス、そして海外からの出展者やバイヤーが多い。

先ほど申しあげましたように、出展されている会社さんによって展示会に求めるものが異なりますので、いろいろな方々が来られるというのがメリットです。

実際に出展してみてどうでしたか？

（なにが役にたっていますか？メリットは何でしたか？）

中小機構は中小企業の経営課題、承継問題、資金繰りなど多くの問題のご相談に応じている組織ですが、展示会への出展は“出口支援”として捉えています。

出展された企業さんが、商品の認知度を高めたり、より大きな市場に進出したり、新しい取引先や商品を見つけたり……といったことを期待しています。

ですので、出展された企業の方から実際に「新しい販路が開拓できた」とか「他社とのコラボレーションが実現した」というお話をお聞かせいただくことが一番うれしいですね。