

出展者の声：和歌山県

どうすれば商品をPRできるかは、
お客さまの声の中にヒントがある展示会出展に関してのお立場と役割を
教えてください。

和歌山県の農林水産部の食品流通課に所属していて、県内の食品事業者の支援が主な業務ですが、その一環として、今回の『FOODEX JAPAN』への出展を統括させていただいております。

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？

和歌山県の地産品は関西ではある程度認知されていますが、首都圏では一部の商品しか知られていません。

和歌山といえば“梅”と“蜜柑”が有名ですが、ほかにもたくさんあるということをお伝えして、県の魅力をPRしたいと考えています。いまはどこの自治体も地域の特産品を売り込んでいるので、その中でどうやって付加価値を生み出していくのかも課題となっています。

和歌山県
農林水産部 農林水産政策局 食品流通課 販売促進班 主任
神浪 佐知子 氏

この展示会を知ったきっかけは？

和歌山県は今年で11回目、11年連続で『FOODEX JAPAN』に出展しています。初回の経緯についてくわしくは聞いておりませんが、当時はほかの自治体がまだ展示会にあまり積極的ではない時期で、自治体としては最も大きなブースを『FOODEX JAPAN』に出展しているのが和歌山県の売りのひとつでした。和歌山県としては、その頃から首都圏での情報発信・販路開拓に力を入れていきたいという思いがあったので『FOODEX JAPAN』にもそのような意気込みで出展を決めたのではないかと思います。

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？

地方創生が注目され、他の都道府県、自治体、いろいろな地域や団体からの出展が増え、会場も大きくなっていくなかで、和歌山県産品の良さをどう訴求すれば一番伝わるのか、どうやって和歌山県ブースに目を止めていただくか。

また、県のPRだけでなく、事業者を支援するのも私たちの任務です。1件でも多くの商談につながるように、オペレーションを常に改善していくことが、毎年の課題です。

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）

私どもとしては、どうすれば商品をPRできるかは、お客さまの声の中にヒントがあると考えております。

そこで、実際に出展された方々から情報をご提供いただき、バイヤーとのやり取りの中でどんな話があったか、どんな課題が見つかったかなどをお聞きして、次回の改善につなげています。

申込（を決定）する際の最後の決め手はなにでしたか？

事業者からは「出てよかった」「次も出たい」という声を毎年、たくさんいただいています。リクエストが多い、ニーズがあるというのが、継続出展の理由ですね。

自社だけの力で出展するのはやはり負担が大きく、和歌山のような中小の事業者が多いところでは難しいんです。事業者からのご要望がある限りは、和歌山県としてはこれを続けていきたいと考えています。

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？）

『FOODEX JAPAN』はバイヤーの国や業種が多種多様であるのが特徴的だと思います。地方の業者にとって、首都圏のバイヤーに営業をかけるのは容易ではありません。しかし、『FOODEX JAPAN』にはたくさんのバイヤーが来場されます。すでに取引のあるバイヤーにご挨拶もできますし、そこで新たな商品も紹介できる。また、まったく知らなかった新しい取引先にも知っていただける。事業者にとっては、販路の拡大と開拓、どちらも実現できるいい機会だと伺っています。県としては、継続出展される事業者目当てに来るバイヤーに、初出展の事業者を知っていただくこともできます。継続して出展する意義はそこにあると思います。