

出展者の声：ユウキ食品株式会社

## スーパーマーケットの売り場を模した形式の棚割りで展示

### 展示会出展に関してのお立場と役割を教えてください。

弊社は『FOODEX JAPAN』では、スーパーマーケットの売り場を模した形式の棚割りで展示していますが、今回はそのブースの企画と設営を担当しました。また、当日の展示会にご来場いただいた皆様に対応できるように、スタッフの配置、シフトの編成も私が任されています。



ユウキ食品株式会社  
本社営業部 部長  
軽部 裕行 氏

### この展示会に出展することを決める前に業上でどんな課題を感じていましたか？

弊社は大手の競合他社がやらないような分野での商品開発をしてきました。しかし、ヒット商品が生まれるとすぐにマネをされてしまうので、そこから新たに新商品を開発していかないといけないという課題があります。

そこで新商品をPRする場として展示会を重視しています。また、弊社は10年ほど前から世界最大のスパイス事業者であるマコーミック社と業務提携を結び、日本国内での製造販売をしておりますので、ライセンス商品の認知度も高めていきたいと考えています。

### この展示会を知ったきっかけは？

弊社はもう30年来、『FOODEX JAPAN』の前身である国際食品展のことから出展を継続させていただいております。当時は晴海ふ頭にある東京国際見本市会場で開催されていましたが、会場が幕張メッセへと移ってからは、展示会の規模も大きくなったので、弊社としてもより大々的に取り組んでおります。

### 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？

本社の営業部の規模が小さいので、人員の確保が大変ですね。地方の支部からも応援をもらっていますが、3月は繁忙期と重なっているので、人手は不足気味です。

もちろん、ここにいる人数だけでは対応しきれないほど、お客さまからの引き合いがあるということですから、うれしい悲鳴ではあるのですが……。

## 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）

バイヤーの方から商品へのご感想、ご要望を伺ったり、商談をしたりということになると、社内のものが対応しなければなりません。展示している商品の説明やブースのご案内は、コンパニオンを依頼するなど、社外の方々にご協力をお願いしています。

## 申込（を決定）する際の最後の決め手はなにでしたか？

いまこの場所に並んでいるすべての商品を、各セールスが持って歩くということは現実的で無理があります。

こうした展示会でなければ、ひとつひとつの商品のご紹介はできませんし、実際にお客さまに体験していただき、ご意見やご感想をいただかなければ、改善点も見えてきません。

そういった意味では、現場での負担はありますが、それに見合う以上のメリットが確実にあるので出展を継続しています。

## 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？）

多いときは1日に100件以上のサンプル依頼をいただけます。お声がけいただいた方々には、展示会が終わった後にこちらからお伺いして、そこから商談にもつながっています。

また『FOODEX JAPAN』は、世界各国の企業が出展していますが、そこに来られる方々は海外の業者のでも役員の方も多く、ふだんの営業ではアプローチできないような方とも接触できます。