

出展者の声：伊藤忠食品株式会社

## 一度出展してみないことには評価のしようがない

**展示会出展に関してのお立場と役割を教えてください。**

輸入ワインのチーム長をやっています。出展するかどうかは私の上司の部長が決定しました。私は現場指揮を任されています。



**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？**

イタリアで作られる白のスパークリングワインのプロセッコで数々の賞を受賞している

「MIONETTO」や、シャンパーニュ方式のスパークリングワインのフランチャコルタ「BERLUCCHI」を取り扱うことになりました。それに当たって、飲食業界向けに業務ルートを広げたいと考えています。これまでスーパーマーケット向けの展示会などでは展示も出していましたが、今回は業務用ルートの開拓が主目的であり、課題と言えます。

伊藤忠食品株式会社  
営業推進部 営業サポートチーム チーム長  
深川 泰匡 氏

**この展示会を知ったきっかけは？**

元々、当社は日本能率協会の会員ですので、Foodexについても存じ上げております。

**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？**

ブースを出してみないと費用対効果が見えないことです。輸入ワインでどれだけ集客できるのか、反応が得られるのか、商談に繋がるのか、まったく分かりません。

## 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）

MIONETTOもBERLUCCHIも、今年度から国内で販売する商品なので、何事もチャレンジするタイミングです。出展もチャレンジと考えると、出しやすいタイミングではありました。出展の費用対効果についても、気にはなりますが、見極めるためには一度出展してみないことには評価のしようがないと考えました。

## 申込（を決定）する際の最後の決め手はなにでしたか？

決定の経緯は詳しく覚えていませんが、私と部長の二人で話し合っただけで決めました。私と部長で特に意見が分かれて議論したわけではなく、先程申し上げた費用対効果の部分をお互い気にしていただけだったと思います。

## 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？）

業界関係者が足を止めてくれていてホッとしています。未だ展示会そのものが始まったばかりなので数がどこまで伸びるかは分かりません。ただ、客層は期待した通りなので今のところ順調な滑り出しと言えるんじゃないかなと考えています。