

出展者の声：株式会社山福

毎年、出すか止めるか葛藤しています

展示会出展に関してのお立場と役割を教えてください。

ブース全体の方向性及び責任者です。

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？

当社は“和食”の素材をはじめ、各国のさまざまな料理の素材を取り扱う企業で、おせちなどの企画開発、製造、物流、品質管理まで幅広く業務にしています。

以前までの当社は黒子的な存在として、あまり社名を押し出すことはしない企業でした。10年以上前になりますが、ビジネスをさらに発展させていくためにはどうすればいいかを研究しました。

研究する中で輸出および通販のビジネスに将来性を感じ、そのビジネスチャンスに当社を載せていくには『山福』という社名をもっと表に出していくことが課題だという結論に至りました。そして自社のブランド力を上げていくことをテーマに13年前に初めて出展しました。



株式会社山福
常務取締役 宮崎支社 支社長
柏木 直樹 氏

この展示会を知ったきっかけは？

この展示会自体は30年前くらいから知っていましたし、来場者としても訪問していました。

『FOODEX JAPAN』は食品・飲料の展示会として世界で3本の指に入っており、アジア最大という規模感と、来場者の質という部分で注目していました。

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？

出展は惰性では決めていません。毎年、出すか止めるか葛藤しています。

食品市場的な部分は大変気になりますが、ブースの設営に1000万円以上の費用が必要になり、その費用対効果が得られているかという面では、出展に対するメリットが本当にあるのか毎回検討しています。

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）

『山福』のブランド力を上げていくという方針は変わりません。当然、そのための展示会への出展は必要と考えていおり、ほかの展示会もいくつか出展しました。

しかし『FOODEX JAPAN』のような出展者および、来場者の質は、ほかではなかなか期待できないと考え、『FOODEX JAPAN』に出展しています。

申込（を決定）する際の最後の決め手はなにでしたか？

来場者の質の良さです。バイヤーとの営業の場ということもありますが『山福』という会社は企画から製造まで一貫して自社で管理している会社なので、他業種に対してコラボレーションなどの提案もできます。

すでに13年もの間の出展の中でノウハウや実績を積んだことが大きかったと思います。

『FOODEX JAPAN』で名刺交換することができた企業と今後、さまざまな取り組みができるのではないかという期待が決め手になりました。

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？）

営業的に有効だと思っているので、開催場所の問題や出展メリットと費用の問題に葛藤しつつも、日本能率協会の営業のサポート力などに魅力もあって、13年間出展しています。

また、毎年入社してくる10名以上の新入社員や、協力会社の士気を上げ、コミュニケーションする場としても非常に有効と感じています