

2008年度 JETRO海外見本市事業

	見本市名	見本市の概要	開催地	業種	会期	出展規模	備考
1	Food&Hotel Asia 2008	<p>・アジア諸国では、健康志向の高まりにより、日本食に対する関心が高まりを見せており、日本産農林水産物・食品の更なる輸出促進が見込まれている。特にシンガポールは、東南アジア全域への情報発信基地としての役割を持っており、日本食品を最も積極的に受け入れている国の一つ。</p> <p>・本見本市は、食品・飲料およびホテル・レストラン・ケータリング機器を対象としたアジア最大級の見本市。国内はもとよりマレーシア、インドネシア、タイ、オーストラリアなどから専門性の高いバイヤーが多数来場する本見本市への出展は、シンガポールのみならず、広く東南アジア全域への日本産農林水産物・食品の販路拡大に有効。</p>	シンガポール	食品	2008.4.22-25	12小間	
2	国際アパレルマシショー(JIAM 2008 Singapore)	<p>・日本縫製機械工業会が主催する初の海外見本市。シンガポールで行われる本見本市は、急速にアパレル産業の集積が進んでいるベトナムから南アジアまで広域からバイヤーが来場。</p>	シンガポール	縫製関連機器 技術全般	2008.5.13-16	54小間	
3	BIO2008 International Annual Convention	<p>・世界最大のバイオイベントであり、事業効果の最大化が見込まれる。</p>	米国・サンディエゴ	バイオ	2008.6.17-20	17小間	
4	FOOD TAIPEI 2008	<p>・アジア諸国では、健康志向の高まりにより、日本食に対する関心が高まりを見せており、日本産農林水産物・食品の更なる輸出促進が見込まれている。特に台湾は、日本食品を最も積極的に受け入れている国の一つ。</p> <p>・同見本市は、台湾最大の食品見本市であり、又、アジア有数の国際食品見本市でもあることから、台湾のみならず、広く東南アジア全域への日本産農林水産物・食品の販路拡大に有効である。</p>	台湾・台北	食品	2008.6.18-21	71小間	
5	パリサロン展 トライノイ・オム	<p>・世界のファッショントレンド情報発信の中心的存在であるパリ・サロンに世界へ進出しようとする意欲のある日本のファッション・デザイナーを取りまとめて参加。</p> <p>・主催者、来場するバイヤーからも日本のクリエイションの評価は高く、商談にもつながるが、安定的な出品が重要な要素であり、継続した参加、支援が不可欠。</p>	フランス・パリ	アパレル・ファッション メンズ	2008.6.26-29	8小間	
6	MTA ベトナム(ハノイ)	<p>・ベトナムで最大の工作機械専門見本市。ベトナムをはじめアジア地域に進出を検討する企業及び進出著しい日系企業の来場者多数。</p>	ベトナム・ハノイ	工作機械全般	2008.7.9-12	20小間	
7	NYインターナショナルギフトフェア(夏)	<p>・世界最大級かつ北米最大の国際ギフトショー。世界中からバイヤーが来訪。商談直結型であり、各出品者とも最新のアイテムを揃えるトレンド発信型でもある。</p> <p>・本見本市は小間の確保が極めて困難であり、新規参入を目指す企業の小間の空き待ちが常態化。このため、出展を中断した場合、再びブースを確保するのは極めて困難となる。ジェトロがブースを確保することは、中小企業が、世界的見本市である本見本市に比較的簡便に参加できる唯一の突破口。</p>	米国・ニューヨーク	ギフト・高級消費財	2008.8.17-21	6小間	
8	Asia Fruit Logistica 2008	<p>・香港で開催される果実専門の見本市。日本産果実は、香港や東南アジア諸国で「贈答品」としての需要があり、又、富裕層の間で人気が高い。日本産果実は高価であるが、その品質の高さをアピールし、富裕層から中間所得層へと需要を広げることで、更なる販路拡大が期待される。</p>	中国・香港	食品	2008.9.10-12	16小間	農水省からの受託事業

2008年度 JETRO海外見本市事業

	見本市名	見本市の概要	開催地	業種	会期	出展規模	備考
9	100%デザイン・ロンドン	<p>・1995年から開催されている本見本市は、世界で最も注目される建築・インテリアデザイン分野の国際見本市の一つ。日本の強みであるデザイン力と技術力を最大限活用し、日本のデザイン産業の欧州における新規販路開拓、販売促進を目的として、本展示会に参加。</p> <p>・BtoBの色彩が強い本見本市は英国のみならず世界中からのバイヤーを集め、高い商談件数・成約件数を記録。また、本見本市への出品が一つのステータスにもなり、国内での販売強化につなげる出品者も多いのも特徴。</p>	英国・ロンドン	家具及びインテリア関連製品	2008.9.18-21	14小間	
10	パリサロン展 アトモスフェール	<p>・世界のファッショントレンド情報発信の中心的存在であるパリ・サロンに世界へ進出しようとする意欲のある日本のファッション・デザイナーを取りまとめて参加。</p> <p>・主催者、来場するバイヤーからも日本のクリエイションの評価は高く、商談にもつながるが、安定的な出品が重要な要素であり、継続した参加、支援が不可欠。</p>	フランス・パリ	アパレル・ファッションレディース	2008.10.3-6	5小間	
11	MIPCOM 2008	<p>・映像コンテンツを扱う見本市としては世界最大規模。日本の得意とするコンテンツの商談の場として高いコストにも関わらず毎年多くの応募者があり、リピーターも多く、本見本市への出品による効果の高さなどが出展選定材料になった。</p>	フランス・カンヌ	TV向け映像コンテンツ	2008.10.13-17	10小間	
12	SIAL 2008	<p>・欧州における日本食品・食材の普及は、その経済規模と比較して十分な水準とは言えないが、近年、日本食＝ヘルシーなイメージが高まっている。同見本市は、欧州最大の食品見本市の一つであり、継続的な出展を行うことで、欧州における販路開拓を行うことが可能になると思われる。</p>	フランス・パリ	食品	2008.10.19-23	26小間	農水省からの受託事業
13	FHC China 2008	<p>・中国への日本産農林水産物・食品の輸出額(含：香港)は、世界第1位であり、中国の経済発展に伴い、更なる輸出の増加が期待されている。上海については、中国最大の商都であり、同見本市に出展することは、上海への販路開拓のみならず、広く中国全土への日本産農林水産物・食品の普及に繋がる。</p>	中国・上海	食品	2008.12.4-6	32小間	農水省からの受託事業
14	パリサロン展 トライノイ・オム	<p>・世界のファッショントレンド情報発信の中心的存在であるパリ・サロンに世界へ進出しようとする意欲のある日本のファッション・デザイナーを取りまとめて参加。</p> <p>・主催者、来場するバイヤーからも日本のクリエイションの評価は高く、商談にもつながるが、安定的な出品が重要な要素であり、継続した参加、支援が不可欠。</p>	フランス・パリ	アパレル・ファッションメンズ	2009.1.22-25	6小間	
15	メゾン・エ・オブジェ2009	<p>・世界有数のインテリア見本市で世界に最新トレンドを発信して関連業界の注目を集めていると同時にBtoBの色彩が強く、これまで本見本市を契機に欧州市場に参入してきた中小企業は多い。</p>	フランス・パリ	インテリア、ギフト、テキスタイル、家具等	2009.1.23-27	41小間	
16	NYインターナショナルギフトフェア(冬)	<p>・世界最大級かつ北米最大の国際ギフトショー。世界中からバイヤーが来訪。商談直結型であり、各出品者とも最新のアイテムを揃えるトレンド発信型でもある。</p>	米国・ニューヨーク	ギフト・高級消費財	2009.1.24-29	13小間	
17	ジेटロ・ミラノ展(ミラノ・ウニカ)	<p>・ミラノ・ウニカは、パリのブルミエール・ビジョンと並び、世界の2大テキスタイル見本市。本展はミラノ・ウニカのサテライト・イベントとし、ウニカの来場者に日本のテキスタイル商品の展示紹介を実施。</p> <p>・現在は、EU諸国の出展しか認められていないが、将来的には日本のテキスタイルを出品できる枠をとるべく、ミラノ・ウニカ側に継続して働きかけている。</p>	イタリア・ミラノ	テキスタイル	2009.2.4-6	26小間	
18	MD&M WEST 2009	<p>・米国最大の医療機器展示会であり、事業効果の最大化が見込まれる。</p>	米国・アナハイム	バイオ	2009.2.10-12	1小間	

2008年度 JETRO海外見本市事業

	見本市名	見本市の概要	開催地	業種	会期	出展規模	備考
19	SIA【広報参加】	・パリで開催される国際農業見本市。同見本市には、毎年多くの市民が訪れることから、食に関心の高いパリ市民に日本食をPRする絶好の機会である。又、同時に、レストラン関係者をはじめ、多くのバイヤーも来訪することから、日本の食品・食材をBtoBベースで紹介することも可能である。	フランス・パリ	食品	2009.2.21-3.1	60㎡	農水省からの受託事業
20	Natural Products Expo 2009	・米国ロサンゼルス近郊(アナハイム)で開催される食品見本市。米国西海岸は、アジア系住民も多く、又、食に対する関心も非常に高い地域であり、日本食品・食材の更なる需要増が期待されている。日本産農林水産物・食品の米国向け輸出は、現在世界第2位となっている。	米国・アナハイム	食品	2009.3.6-8	20小間	農水省からの受託事業
21	パリサロン展 アトモスフェール	・世界のファッショントレンド情報発信の中心的存在であるパリ・サロンに世界へ進出しようとする意欲のある日本のファッション・デザイナーを取りまとめて参加。	フランス・パリ	アパレル・ファッション レディース	2009.3.6-9	3小間	
22	BIO Square 2009	・欧州最大のバイオイベントであり、事業効果の最大化が見込まれる。	フランス・リヨン	バイオ	2009.3.9-11	15㎡	

※2009年度出展支援対象はこれに限らない。