

「日本産水産物オンライン産地・産品紹介セミナー」



事業名：「日本産水産物オンライン産地・産品紹介セミナー」

主催者：水産物・水産加工品輸出拡大協議会

受託者：エグジビション テクノロジーズ（株）

事業概要

- 事業名：「日本産水産物オンライン産地・産品紹介セミナー」
- 実施期間：2023年2月6日（月）～22日（水）
- 主催者：水産物・水産加工品輸出拡大協議会
- 受託者：エグジビションテクノロジーズ（株）（本活動の事務局）
- 受託業務：日本政府が掲げる2030年の国産水産物輸出目標額1.2兆円の達成に向け、輸出意向を有する日本の漁業者、養殖業者、水産加工業者、商社等と海外バイヤーとのオンライン商品説明会（セミナー）を開催し、オールジャパンで水産物の輸出拡大に取り組む機会とする。取り組み内容は、基礎サイト構築、バイヤーへの取引意向確認の事前ヒアリング、参加者（掲載者）の誘致、サイトへの参加者掲載、参加者の商品紹介、翻訳、管理運営、アンケート回収、報告書の作成、等とする。

※ 2019年度に開催し、約13億円／日の成約見込みを実現した「日本産水産物輸出商談会」に代わり、商品PRサイトをベースに、サポート体制を付加し、輸出拡大に資する商品PRに取り組む商品セミナーとする。

- 事業目的：海外バイヤーに日本各地の水産物・水産加工品を広く紹介するとともに、コロナ禍で情報収集、情報交換、宣伝活動及び商談が滞っている海外バイヤーや日本国内の関係事業者等に対し、ヒアリング、商品説明、商談仲介等のサポートを実施し、輸出拡大に貢献する。
- 事業内容：1) 輸入意欲が旺盛な国を選定し、現地の提携先と共に事前にバイヤーの意向を把握し、その情報を国内の関係事業者等に広く通知し、関心ある事業者等をサイトに掲載し、商品説明（セミナー）を実施する。
2) 掲載された事業者等の情報をバイヤーに通知し、商品紹介（セミナー）を実施、商品照会、商談を得るものとする。
3) 商品に関心をいただいた先には、商談の進行を電話、メール等でサポートし、商談成果へと結び付けるものとする。
- 成果：前年度比の約1.6倍となる144社（前年度は、91社）をサイトに掲載するとともに、中国、タイ、フランス、マレーシア、フィリピン他、合計68ヶ国のバイヤー約5,000社に案内し、934件の商品照会をいただき、7億5,000万円の成約見込みを得ることが出来た。

事業内容

1. サイト構築

1) 概 要

掲載項目：社名、会社概要、商品情報

掲 載 者：輸出意向を有する日本の漁業者、養殖業者、水産加工業者、商社、等
※ 過去の日本産水産物輸出商談会、オンライン商品説明会、海外の
輸出商談会の参加者、「シーフードショー」出展者で輸出意向を有する事業者、等

掲載方法：希望者、対象者から掲載情報を得て、事務局、ホームページ制作・運営会社で協力し、掲載した。
※ 事務局が、輸出意向者のデータを保有している事業者も有り、データ使用の許可を得て、掲載代行を実施した。
※ 掲載を依頼し許可を得た場合でも、対象者による写真の掲載等に時間を要する機会が多いことから、掲載作業を全て事務局、ホームページ制作・運営会社が代行した。

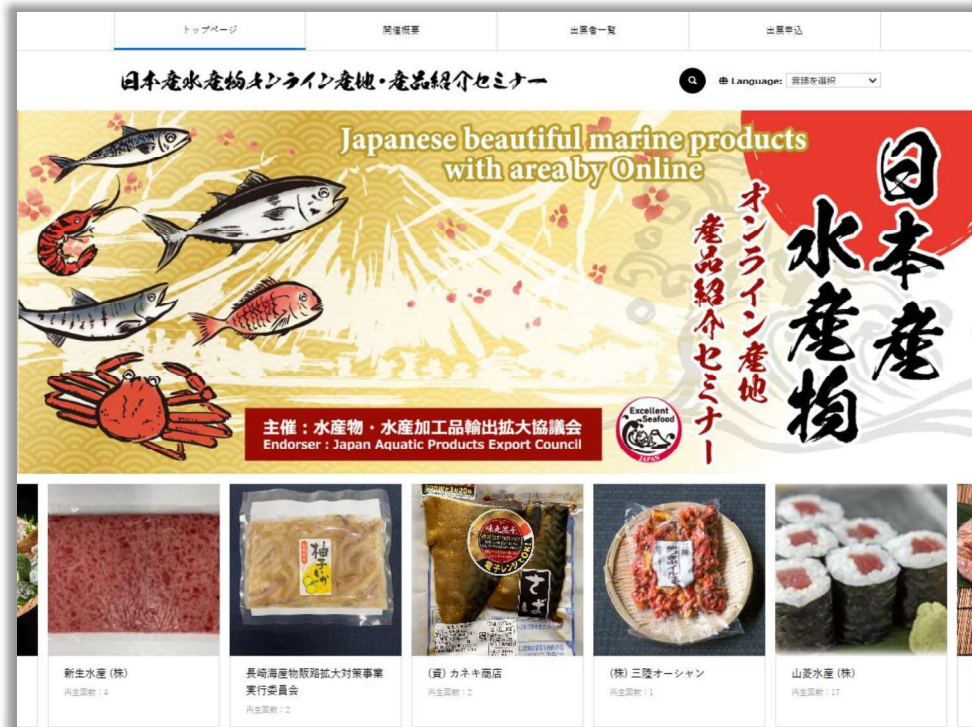
掲載先数：144社 ※ 昨年度は、91社

商談機能：商品の照会があっても、言語の問題等で対応不可な事業者が問い合わせへの対応を怠り、ミスコミュニケーションとならないよう、事務局が管理、把握出来るように様々な問い合わせを事務局での一元化のシステムとした。

通 訳：多くの国々を対象とし、言語が異なる先々にも対応すべく、マルチ翻訳機能をサイトに付し、様々な国からの問い合わせに対応可能な機能とした。

事業内容

- 1. サイト構築
- 2) サイトページの紹介
トップページ

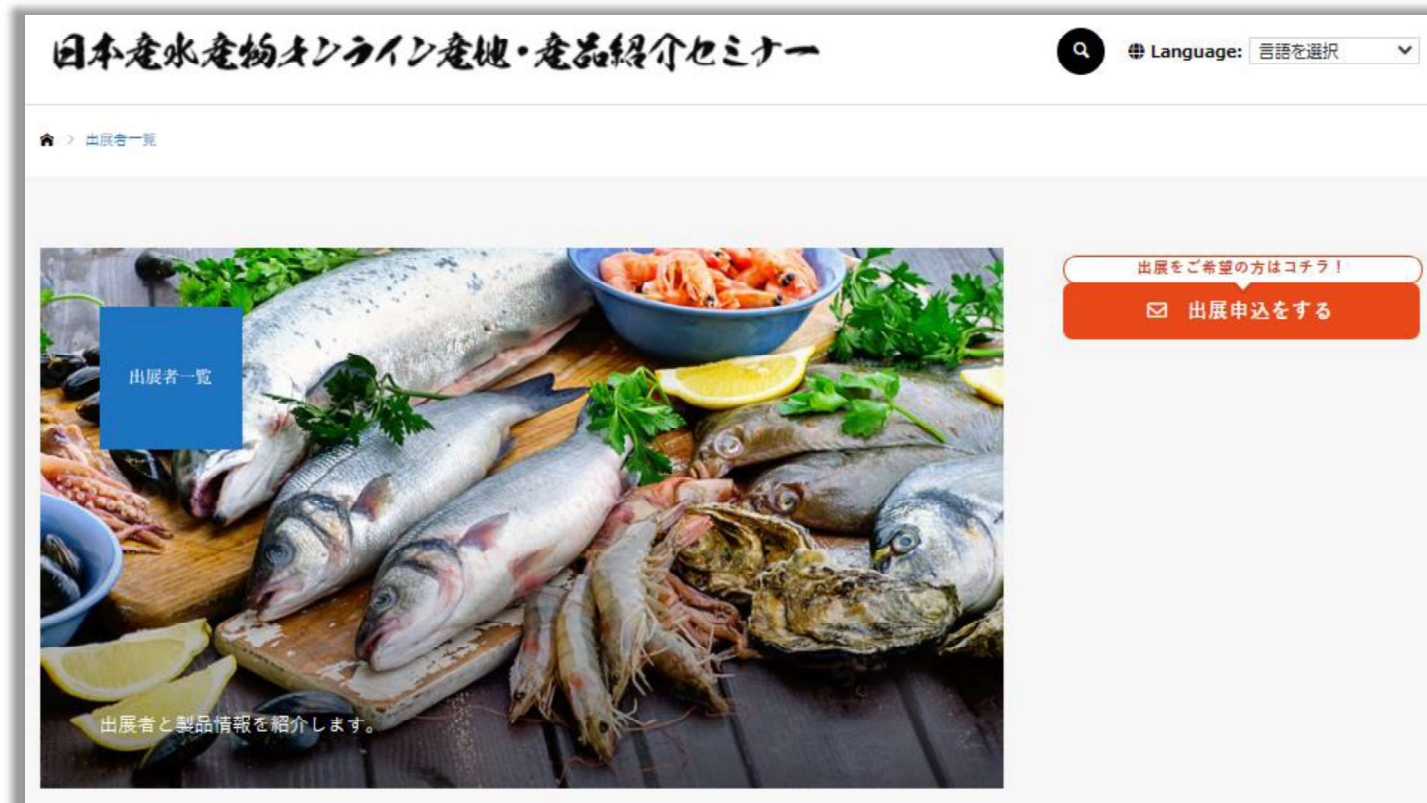


開催概要



事業内容

- 1. サイト構築
- 2) サイトページの紹介
出展者一覧（トップページ）



事業内容

- 1. サイト構築
- 2) サイトページの紹介
出展者一覧

(株) まちから



漬け井 若狭真鯛

[詳細を見る](#)

大分県漁業協同組合



かぼすヒラメ

大分県の豊かな海で育った「天然魚」「養殖魚」を取り換っております。ぜひ、ブースにお立ち寄りください。

[詳細を見る](#)

新生水産(株)



鮭たたき

厳選した原料を使用し丁寧に加工した商品を製造しております。また、鮭本来の旨味を生かしたネタトロが弊社のイチオシ商品です。

[詳細を見る](#)

出展者一覧（詳細ページ）

出展をご希望の方はコチラ！

[出展申込をする](#)

大分県漁業協同組合



JFおおいた

[ホームページを見る](#)

商品情報



かぼすヒラメ

大分特産のかぼすを餌に加えて育てたブランド魚です。かぼすの香気成分リモネンにより肝の臭みが消え、エンガワがたっぷりしているのが特徴です。

カテゴリ	鮮魚
原材料	平魚（ヒラメ）
保存方法	選別してください
取得認証	MEL（マリン・エコラベル・ジャパン）

[この出展者の商品に問い合わせる](#)

※一部紹介

事業内容

2. 商品PR運営

1) 事前ヒアリング

的確な商品・産地PRの機会とすべく、主要な対象国のバイヤーに対して、事前に日本産水産物への需要、要望等のヒアリングを実施した。

※ タイは125社、フィリピンは30社、マレーシアは20社に、アンケートを実施した。

※ フランスは、ランジス市場で対象バイヤーを訪問し、事前ヒアリングを実施した。

※ 中国は、春節休暇と重なったが、20社より事前ヒアリングを実施した。

2) ヒアリング内容の配信

ヒアリング結果（一部抜粋）を日本国内の約13,000の対象企業にメールで配信し、輸出、海外企業との取引に関心を有する事業者をサイトに追加掲載し、バイヤーにも通知した。

※ コミュニケーションに際し、言葉への不安を多数いただいたが、事務局が代行、サポートすることを伝えると、安心して掲載希望をいただいた。

※ コロナ禍で商品PRが停滞しており、如何なる機会でもサポートをいただくことはありがたいとの言葉をいただいた。

※ 実施期間が1か月のみであることに苦言を多数いただいた。輸出の商談は、通常3か月～半年を要するので、通年での取り組みを多数依頼された。

3) 主要国選定の背景

(1) 中国

① 2019年度の「日本産水産物輸出商談会」への参加を契機に、中国漁業協会内に国際貿易分科会として、輸出入の促進による交流発展に取り組む部署が設立された。中国漁業協会国際貿易分科会との関係構築は、水産物輸出拡大、日中間の水産物取引に於ける良好な関係構築に資するものと考えられる。

② 中国国民の生活レベルが向上しており、食への関心も高まっている。斯様な消費者に高品質な水産物を提供すべく、日本の水産物の取り扱いを日本流として「日式」と掲げる販売手法が中国国内で広がると共に、日本産水産物への関心が広がっている。

③ 観光、外食等の業態ではコロナ後の様々な需要を見越して、優れた食材を獲得しておきたいとの意向が強い。

事業内容

2. 商品PR運営

3) 主要国選定の背景

(2) フィリピン

- ① 2022年の日本食レストランの店舗数は、未だ約500店舗弱である。しかしながら、本格的な日本料理は、ヘルシーとして富裕層中心に人気があり、中間所得者層にはとんかつやとんこつラーメン・味噌ラーメンが人気である。
- ② 三越伊勢丹ホールディングスが、2022年11月、フィリピンのマニラ首都圏タギグ市に商業施設「Mitsukoshi BGC」をオープンした。日本の百貨店がフィリピンに出店するのは初めてである。生鮮食品、日本の食料品を扱う「MITSUKOSHI FRESH」、日本でも人気の洋菓子店「東京ミルクチーズ工場」、アジアや欧米でも展開するクッキー専門店「Ben's Cookies」など、計33ブランドが揃い、現地では大人気のスポットとなっている。
- ③ フィリピン初進出となる日系百貨店の進出により、フィリピン国内での日本食への注目度も上昇しており、今後、日本食店が爆発的に増加する可能性が高いと思われる。国民の90%以上がキリスト教徒で、ハラルのような食材の制限の影響が軽微な点も輸出先として魅力と言える。

(3) マレーシア

- ① 2022年の日本食レストランの店舗数は、約1,000店舗であり、今後も増加傾向にあるとされている。中華系の国民を中心に富裕層が増加してきており、他のアジア諸国と同様に「OMAKASE」スタイルも広がりつつある。
- ② 寿司の人気は高まっているが、マレーシアでは生で魚を食べる習慣が一切なく、生魚を嫌う傾向は未だ強いと感じられる。甘い味覚を好む傾向が強く、鰻やアナゴ等のような調理、味付けの水産商材は、人気商品となる可能性が高い。
- ③ マレーシアでハラル市場を経験することで、中近東等の他の輸出先として有望なハラル市場、国へも輸出が可能となる経験を積むことが出来る。富裕層が中心で国民の約2割を占める中華系、国民の約7割とされるイスラム系の国民を意識し、展開をしていくことが、輸出拡大のポイントと考えられる。

事業内容

2. 商品PR運営

3) 主要国選定の背景

(4) タイ

- ① コロナ下でありながら、2022年の日本食レストランの店舗数は、5,325店舗と前年（4,370店舗）から21.9%増加し、5,000店舗を突破し、アジア最大の日本食店舗数を有する国であることを維持し続けている。バンコク近郊、地方都市、観光地と全てのエリアで店舗数が増加している。
- ② 2022年の大きな特徴として、「OMAKASE（おまかせコース）」をテーマとする日本食店が続々とバンコクでオープンしており、既に50店舗以上にのぼる。5,000～12,000バーツ（約19,000～45,600円）の価格帯で腕利きの料理人にメニュー選択を任せ、目の前で料理の仕上げを見るというスタイルを楽しむ富裕層が増えている。
- ③ 以前は、タイ人の日本食店の利用スタイルはサーモンやマグロなどタイ人の好む食材だけを集中的に食べるものが一般的であったが、「OMAKASE」スタイルの浸透により、様々な日本の良質な水産物を売り込むチャンスが広がっていると考えられる。

(5) フランス

- ① パリでは、2024年に「パリオリンピック・パラリンピック」を控え、訪問客増加によるレストラン需要の増加が見込めるだけでなく、パリをハブにして欧州、及び世界中の人々に日本の水産物を理解いただける最大の機会と考えられる。開催に向けて、今から日本の水産物をより多く輸出できる体制を整え、日本の水産業にとって重要なビジネスチャンスとなる地と考えられる。
- ② 誇り高いシェフが多く、メニュー提案より、品質の提案が好まれる傾向にある。特に日本産水産物の重点品目（ホタテ・ブリ・マダイ）については、すでに現地市場で欧州やカナダ、オーストラリアから安価な魚が流通しているため、差別化を図るためには、鮮度管理等の日本の水産物の品質の高さを明確に訴求することが重要だと考えられる。
- ③ フランスの伝統ある食のスタイル（前菜、主餐、デザート）から、徐々にファスト化（ハンバーガースタイル、どんぶりスタイル、など）が進んでいる。環境配慮への志向も高く、斯様なトレンドの変化を意識、理解しながら的確に提案することが、フランス市場への参入のポイントと考えられる。

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(1)  中国

輸入希望水産物明細表	
企業名	輸入希望水産物
A社	冷凍ホタテ、養殖鯛
B社	昆布おつまみ、わかめスープ
C社	マグロフィレ、マグロフレーク
D社	鯛漬け、ゆず風味いか
E社	あわび、サーモン、明太子
F社	鯛漬け、ゆず風味いか
G社	鯛
H社	冷凍ホタテ、養殖鯛
I社	マグロ
J社	鯛、ホタテ貝柱、マグロ
K社	鯛、あわび
L社	マグロ、鱈、鯛
M社	マグロフィレ、マグロフレーク
N社	マグロフィレ、マグロフレーク
O社	マグロフィレ、マグロフレーク
P社	日本料理の半製品と既製品
Q社	ホタテ貝柱、養殖ブリ、鰻
R社	タコ、フグスライス、明太子
S社	干しナマコ
T社	和牛

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(2) フィリピン

店舗名・本部名	最近の店の集客状況、今後の見込み	今後、提供したい日本産水産物は何か？	現在提供している日本産水産物の名称	関心のある出展情報	業態
A社	フィリピン人の来客が増加傾向で、日本食を楽しんで頂いている。今後も継続していきたい。	大皿まぐろ、ふぐ、その他季節もの	牡蠣、ほっけ、いくら、うに、ぶり、真鯛、さんまなど		日本食レストラン
B社	主にフィリピン人の来客が増加しており、マニラ市内に2号店を開業する予定（内装中）	季節もの	まぐろ、いくら、うに、さば、しまあじなど	福岡魚市場株式会社 鮮魚セツトボックス	日本食レストラン
C社	集客はコロナ前の4分の1に留まっている。	価格が合えば何でもチャレンジしたい	牡蠣、ほっけ、いくら、ぶりなど	めばち輪鉄火ぶ、鯖たたき、味丸黒干し、レンチンさば、のどぐる粉末、金華サバダマ鱈、冷凍大トロ櫛、ほたるいか醤油漬け	日本食レストラン
D社	コロナ前と比較して約3分の2まで回復。ただし、コロナ前には期間であったケータリングの需要がまだまだ戻ってきていない。	ふぐ、生さんまなど	牡蠣、いくら、ほっけ、ぶり、うになど		日本食レストラン
E社	フィリピン人の来客はコロナ前の半分。観光客の滞在・利用はまだ少ない。今後は団体客取り込みに尽力したい。	季節もの	牡蠣、いくら、ぶり、しらす、しまあじなど	熊本県海水産物漁業協同組合 天草シマアジ	ホテル (日本食レストランあり)
F社	集客は伸び悩んでおり、今後の展開については、再考中。目玉商品を作りたい。	まぐろ、うに	ほっけ、さば、いくらなど	(株)イーストフロント北海道 ウニ(Sea Urchin)	日本食レストラン
G社	中国人観光客が集客メインであったが、まだ完全にコロナ前水準に戻っていない。メニューリニューアルなどを今のうちに準備しておきたい。	日本産うに、生さば、季節もの	いくら、ぶり、真鯛、まぐろ、しまあじなど	小浜市 小浜よっぱらいサバ	ホテル (日本食レストランあり)
H社	フィリピン人家族客がコロナ前水準に戻ってきている。今後はケータリングなども展開していきたい。	季節もの	まぐろ、うに、ぶり、真鯛、ふぐ、さばなど		日本食レストラン
I社	主要客層はフィリピン人で若い層が多く、少しずつ客入りが増えてきている。	季節もの	まぐろ、うに、ぶり、真鯛など		日本食レストラン
J社	日本人駐在客の接待利用が少しずつ増えてきているため、今後は新鮮なものをどんどん提供していきたい。現時点でコロナ前の約2分の1程度の客入り。	季節もの	うに、ぶり、真鯛など		ホテル (日本食レストランあり)
K社	フィリピンには格別な料亭スタイルを今後も継続し、日本人の接待利用などをもっと増やしていきたい。現在はランチ利用などが増えてきている。	季節もの	真鯛、ぶり、しまあじ、まぐろなど		日本食レストラン
L社	フィリピン人の集客層が少しずつ戻ってきている。料理員オマセメニューなどを今後はもっと展開していきたい。	価格が見合えば何でも	まぐろ、ぶり、かんばち、真鯛、しまあじ、いくら、うになど	(株)サン・ダイコー 赤バラ	日本食レストラン

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(2) フィリピン

店舗名・本部名	最近の店の集客状況、今後の見込み	今後、提供したい日本産水産物は何か？	現在提供している日本産水産物の名称	関心のある出展情報	業態
M社	刺身盛りなどはできるだけローカルのものを使用し、コストカットを行っている。単価も安い安定に切り替え、薄利多売でも経営を維持していきたいと考えている。	コストを抑えるため、日本産海産物にはあまり手が出ないが、機会があれば。	いくら、ほっけなど		日本食レストラン
N社	コロナ前と比較すると客入りはまだ半分程度。	特に思い当たらないが、何かあれば	水産物全般既に取り扱っている		日本食レストラン
O社	顧客はほとんどが中国人。刺身盛りが一番人気。	特になし	まぐろ、ぶり、いか、いくら、うになど	(株) 札幌協和 冷凍ホタテ	日本食レストラン
P社	フィリピン人と韓国人のお客様が多数来店くださるようになってきている。	まぐろ、うに	牡蠣、いくら、ほっけ、ぶりなど		日本食レストラン
Q社	フィリピン人の顧客が戻りつつある。	ふぐ	まぐろ、ぶり、かんばち、真鯛、しまあじ、うに、いくらなど	(株) イーストフロント北海道 ウニ(Sea Urchin)	日本食レストラン
R社	宿泊客よりもフィリピン人や外国人の来店が増加傾向。	季節もの	牡蠣、まぐろ、ぶり、うに、いくらなど		ホテル (日本食はbuffetにて提供)
S社	現地大手企業役員などが会食利用を増加している傾向。ただ、金件としては顧客は未だ伸び悩んでいる。	ふぐ、さんま、さばなど	牡蠣、いくら、ぶりなど	大興水産(株) 特大金華サバ(フィレ)	ホテル (日本食レストラン無し)
T社	日本食材を用いた新作メニューを考案予定。	安価なもの	ぶり、うに、まぐろなど		ホテル (日本食レストラン無し)
U社	コロナ前比で集客は約50~60%程度。ニーズに応じて団体客をもっと取り込めるようにしていきたい。	リーズナブルなもの。	ぶり、うに、まぐろ、いくらなど		ホテル(日本食レストランあり)
V社	集客はコロナ前から半減。観光客の戻りを今後期待している。	ふぐ、かつお、その他季節もの	ぶり、まぐろ、いくら、いか、カニ味噌など		日本食レストラン
W社	外国人客の来店が顕著。日本食材をうまく用いたメニューを考案して顧客満足度をもっと上げたい。	他のレストランでは使用していないようなレアもの。	ぶり、まぐろ、いくら、かに、真鯛、さわらなど	四万十うなぎ販売(株) 四万十鰯	イタリアンレストラン
X社	カジノ客が主な顧客のため、シンガポール・中国からの来客が多い。今後も日本食をどんどん提供していきたい。	季節もの。	まぐろ、ぶり、真鯛、しまあじ、うになど	(株) 札幌協和 冷凍ホタテ	ホテル (日本食レストランあり)

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(2)  フィリピン

店舗名・本部名	最近の店の集客状況、今後の見込み	今後、提供したい日本産水産物は何か？	現在提供している日本産水産物の名称	関心のある出展情報	業態
Y社	フィリピン人来客数が顕著に増加傾向。今後も本格日本食と創作日本食をしっかりと提供したい。	季節もの、レアもの。	まぐろ、うに、真鯛、しまあじ、ぶり、かんばちなど	赤坂水産(株)白寿真鯛0	日本食レストラン
Z社	リーズナブルな価格設定がフィリピン人にウケている。常に高麗になっているが、メニューの充実を考えている。	刺身食材	まぐろ、ぶりなど	サンライズファーム(株)日の出まぐろ	日本食レストラン
AB社	コロナ前の水準まで顧客は戻っていないため、苦しい時期ではあるが、料理長のオマカセメニューで新規顧客を開拓していきたい	レアもの	まぐろ、うに、ぶり、かんばち、しまあじ、真鯛、かになど	(株)冷水 冷凍ゆでがに/トゲズワイガニ	日本食レストラン
AC社	刺身などのメニューを今後もっと充実させたいと考えている。	刺身用食材	まぐろ、ぶり、いくら	垂水市漁業協同組合 かんばち	日本食レストラン
AD社	現地の方にウケる日本食レストランとして少しずつではあるが進捗してきている手ごたえはあるので、今後もっと高値してもらえそうなメニューを考案していきたい。ケータリングも検討中。	季節もの	まぐろ、うに、ぶり、真鯛、さんまなど		日本食レストラン
AE社	近隣に競合店が続々と出店し、集客が伸び悩んでいるが、日本人客は減少傾向だがフィリピン人固定客に支えられている。	季節もの(価格重視)	牡蠣、まぐろ、うに、真鯛、ぶり、かんばち、ふぐなど		日本食レストラン

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(3) マレーシア

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	サイト内商品に対する興味	Business type
A社	特になし	鯖、うに、ほたて、金目鯛、シマアジ、アジ、サバ、牡蠣、カンパチ、牡蠣、赤貝、カニ、イカ、エビ等（その他旬のもの）	なし	すし
B社	鰹、太刀魚、穴子	金目鯛、メバル、イサキ、鯖、カンパチ、鰹、ハマチ、ヒラメ、マグロ、ホタテ、平貝、赤貝	あり	和食
C社	特になし	鯖、うに、ほたて、金目鯛、カツオ、カレイ、ヒラメ、アジ、サバ、牡蠣、カンパチ、牡蠣、アワビ、赤貝、カニ、アオリイカ、	なし	すし
D社	特になし	鮭、ホッケ、うなぎ、マグロ、サバ、カンパチ、ワニ、イクラ、	なし	和食
E社	カツオ	マグロ、ワニ、牡蠣、ホタテ、カンパチ、アオリイカ、明太子、タコ、甘エビ、ホッケ開き、金華さば開き、サンマ、いくら	あり	居酒屋
F社	特になし	牡蠣、ホタテ、ブリ、ワニ、シマアジ、サバ、のどぐろ、アジ、キンメダイ、イクラ、タラバ	なし	すし
G社	特になし	マグロ、サワラ、キンキ、甘鯛、カワハギ、ブリ	あり	和食
H社	地域特産をうたえるもの	タイ、アジ、ホタテ、ワニ、イクラ	あり	和食
I社	特になし	マグロ、金目鯛、カツオ、アジ、ヒラメ、サバ、ワニ、イクラ、ホタテ、牡蠣、エンガワ	なし	すし
J社	うなぎ、カマス・アカムツの干物	殻付き牡蠣、剥き牡蠣、ホタテ玉冷、殻付きホタテ、干物	あり	海鮮焼き
K社	ふぐ	ワニ、マグロ、ブリ、アジ、タイ、ホタテ、アワビ、イクラ、ハモ、穴子、牡蠣、蟹	なし	すし
L社	特になし	マグロ、サバ、アジ、カンパチ、鮎、カツオ、シマアジ、ヒラメ、	あり	すし
M社	特になし	牡蠣、タラバ、マグロ、イクラ、ホタテ、イカ、ワニ、ハマチ、銀鱈、鱈	あり	和食

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(3)  マレーシア

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	サイト内商品に対する興味	Business type
N社	特になし	マグロ、カンパチ、ハマチ、ホタテ、鰯、タコ、甘海老	なし	和食
O社	特になし	マグロ、カニ類、カツオ、あん肝、アワビ、クエ、キンキ、甘鯛、ワニ、ハモ、カワハギ、サバ、牡蠣、赤貝	なし	居酒屋
P社	特になし	マグロ、ワニ、コハダ、カツオ、アカムツ、サバ、シマアジ、イクラ、イカ、タコ、ホタテ	なし	和食
Q社	特になし	マグロ、鰯、サワラ、ホタルイカ、カンパチ、ワニ、アワビ、アマエビ、桜えび、白子、しらす、毛蟹、ホタテ、イクラ、ホタル	なし	和食
R社	特になし	マグロ、鰯、ワニ、イクラ、エンガワ、アワビ、ホタテ、ハマチ、ヒラメ、カツオ	なし	和食
S社	特になし	マグロ、ホタテ、ワニ、イクラ、カンパチ、タイ、牡蠣、	なし	和食
T社	特になし	ハマチ、アジ、ホタテ	なし	和食

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(4)  タイ

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	Business type
A社	さんま、マダイ	ハマチ、冷凍	ビュッフェレストラン
B社	鰻	うに、マグロ	すし
C社	生うに、ほたて、まぐろ、しじみ	鰻、さば、サーモン	すし
D社	キンキ、牡蠣	鰻、マグロ、サーモン、さば	すし
E社	キンキ、ヒラメ、イカ	マグロ、ハマチ	すし
F社	トビウオ	鰻、まぐろ、とびうこ	すし
G社	うに、かじき、たこ、鰻	サーモン	ビュッフェレストラン
H社	キンメダイ、ヤガラ	マグロ、サーモン	日本食レストラン
I社	ハマチ、イクラ、ウニ	サーモン	日本食レストラン
J社	活うなぎ	キンキ、キンメダイ	日本食レストラン
K社	イカ、ブリ	鰻、ハマチ、マグロ、サーモン	日本食レストラン
L社	マグロ赤身、A級品	マグロ、鰻	日本食レストラン
M社	明太子、甘えび、牡蠣、いくら	鰻、マグロ、サーモン、サバ	ビュッフェレストラン
N社	鰻、ヒラメ	マグロ、サーモン	日本食レストラン
O社	本マグロ		ビュッフェレストラン
P社	伊勢海老	マグロ、ハマチ、サーモン	日本食レストラン
Q社	鰻	マグロ、サーモン	日本食レストラン
R社	マグロ	ホタテ、マグロ、サーモン	ビュッフェレストラン
S社		牡蠣、キンキ、さんま	日本食レストラン
T社		マグロ、ハマチ、サーモン	日本食レストラン
U社	ホーボー	マダイ、甘えび、ぶり、サーモン	日本食レストラン
V社	季節の鮮魚	マダイ、アナゴ、マグロ大トロ、イクラ	日本食レストラン
W社	キンキ	小鯛、マグロ、サーモン	日本食レストラン
X社	ノドグロ	マグロ、カツオ、サンマ、シマアジ、イクラ	日本食レストラン

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(4) タイ

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	Business type
Y社	ほたて、あんにょう、マグロホトリ、いわし	小鯛、マグロ、サーモン	日本食レストラン
Z社	サバ	マグロ、アワビ、キンメダイ、小鯛	日本食レストラン
AD社		マダイ、キンメダイ	日本食レストラン
AG社	キンキ	アナゴ、銀鱈、ホタテ、中トロ、サヨリ、カツオ	日本食レストラン
AD社	キンメダイ、ヤガラ	マグロ、サーモン	デリバリー業態
AE社	ブリ	北寄貝、サーモン、マグロ	日本食レストラン
AF社	ハマチ	サーモン、マグロ、タイ	ビュッフェレストラン
AG社	キンキ	サバ、マグロ、サーモン、鰯	日本食レストラン
AH社	季節の鮮魚	マグロ、サーモン	日本食レストラン
AI社	鰯	マグロ、サーモン、サバ	日本食レストラン
AJ社	ノドグロ、ヒラメ	大間マグロ、サンマ、キンメダイ	日本食レストラン
AK社	ヒラメ、とびっこ	マグロ、サーモン	日本食レストラン
AL社		マダイ、アジ	日本食レストラン
AM社	イワシ	牡蠣、キンキ、北海道産水産物	日本食レストラン
AN社	カツパチ	マグロ、サーモン、ハマチ、アジ	日本食レストラン
AO社	ヒラメ	マグロ、サーモン	日本食レストラン
AP社	サヨリ、セイコガニ	ホトリ、ボタシエビ、タラバガニ	日本食レストラン
AQ社	数の子	ウニ、ホタテ、鯛、ブリ	日本食レストラン
AR社	ノドグロ	マグロ、サーモン、ハマチ、ホーボー	日本食レストラン
AS社	ナマコ	アワビ、マグロ、サーモン	日本食レストラン
AT社	旬の鮮魚	マグロ、サーモン、カニ	日本食レストラン
AU社	旬の鮮魚	メカジキ、サンマ、あんにょう、キンメダイ	日本食レストラン
AV社	メカジキ	サバ、マグロ、サーモン、鰯	日本食レストラン
AW社	旬の鮮魚	マグロ、サーモン、キンキ	日本食レストラン
AX社	旬のサンマ	サーモン、サバ、マダイ	すし
AY社	甘えびなどの各種エビ	マグロ、ハマチ、サーモン	日本食レストラン

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(4) タイ

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	Business type
BA社	クロマグロ大トロ	サーモン、マグロ、旬の鮮魚	すし
BC社	ハマチ冷凍	サーモンスライス、鰻	すし
BD社	品質の良いサーモン	サーモン	すし
BE社		サーモン、マグロ	すし
BF社		サーモン、マグロ、サバ	すし
BG社	品質の良いサーモン	ハマチ、サーモン	すし
BH社	マダイ、シマアジ、小鯛	マグロ、サーモン、鰻	日本食レストラン
BI社	トビウオ、ヤガラ	マグロ、サーモン、マダイ	日本食レストラン
BJ社	鮎、ハマチ	大トロ、サーモン	日本食レストラン
BK社	小鯛、サンマ、シマアジ	サーモン、マグロ、サバ	日本食レストラン
BL社	ハマチ	サーモン、マグロ、サバ	すし
BM社	カツオ	サーモン、サバ、マダイ	すし
BN社	ハマチ	サーモン、マグロ、サバ	すし
BO社	マグロの様々な部位	様々な鮮魚を輸入	水産物卸
BP社	マグロ、サーモン	キンキ、鮎	水産物卸
BQ社	マダイ、ノドグロ	日本の水産物全般	水産物卸
BR社	ハマチ、アジ	マグロスライス、サバスライス、サーモンスラ	水産物卸
BS社	カツオ、ブリ	サバ、ヒラメ、タラ	水産物卸
BT社	小鯛、サンマ、シマアジ	クロマグロ、黒潮ブリ、ホタテ、タラバガニ	水産物卸
BU社	小鯛、サンマ	サーモン、マグロ	水産物卸
BV社	トビウオ、ヤガラ	マグロ、ホタルイカ、エンガワ、サバ	水産物卸
BW社	本マグロ	赤座エビ、タコ、タラ	水産物卸
BX社	カツオ、ブリ	マグロ佃、白魚冷凍	水産物卸
BY社	マグロ、ハマチ、サーモン	小鯛、サンマ、シマアジ	水産物卸
BZ社	本マグロ	サーモン、サバ、タコ	水産物卸
CA社	本マグロ	タラバガニ、毛ガニ、キンメダイ	水産物卸

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(4) タイ

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	Business type
CB社		アブラガニ	水産物卸
CD社	小鯛、サンマ	マグロスライス、タラ	水産物卸
CE社	サバ	タラ、サバ	水産物卸
CF社	カツオ、ブリ	サンマ、ししゃも、ヒラメ	水産物卸
CG社	メカジキ、マグロ	カツオ	水産物卸
CH社	シマアジ	サーモン、マグロ	水産物卸
CI社	旬の海老	サーモン、マグロ、クルマエビ	水産物卸
CJ社	マグロ	サーモン、マグロ、タラ	水産物卸
CK社	マグロ	タコ、ホタテMサイズ	水産物卸
CL社	サバ	ズワイガニ、ブリ、ハマチ	水産物卸
CM社	ブリ	マグロ、鰹、サンマ、ハマチ	水産物卸
CN社	ししゃも	サバ、マグロ	水産物卸
CO社	キンメダイ、ヤガラ	ハマチ、ししゃも、マグロ	水産物卸
CP社		サバ、サーモン	水産物卸
CQ社	ブリ、サンマ	マグロ、タコ	水産物卸
CR社	ブリ、カツオ	サーモン	水産物卸
CS社	ブリ、ハマチ	サーモン	水産物卸
CT社	マグロ	サーモン、サバ、鰹	水産物卸
CU社	ハマチ、マグロ、ししゃも	サーモン	水産物卸
CV社	ハマチ、サンマ、アジ	しまホッケ、サンマ、ブリ	水産物卸
CW社	ししゃも	サーモン	水産物卸
CX社	ハマチ、ししゃも、マグロ	サバ、サーモン	水産物卸
CY社	キンメダイ	マグロ、キンメダイ	水産物卸
CZ社	タコ、ハマチ、サンマ、アジ	鰹、サバ、マグロ、サーモン	水産物卸
DA社	ホタテ、アサリ、鰹	トビウオ	水産物卸

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(4) タイ

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	Business type
DC社	ししゃも	鰻、サーモン、サバ	すし
DE社	ハマチ、ししゃも、マグロ	サーモン	日本食レストラン
DF社		ウニ、タラバ、サンマ、ノドグロ	日本食レストラン
DG社	サバ	ししゃも、イカ	日本食レストラン
DH社	北寄貝、うなぎ	アジ、ハマチ、サーモン	すし
DI社	アジ、ハマチ	クロマグロ、北寄貝、ししゃも、鰻	すし
DJ社	ウニ、貝類	牡蠣、サーモン	日本食レストラン
DK社		メカジキ、サンマ、キンメダイ	日本食レストラン
DL社	鰻	ししゃも、サーモン、サバ	日本食レストラン
DM社	貝類	ホタテ、マグロ	日本食レストラン
DN社	ヒラメ、トドウオ	マグロ、貝類、サーモン、さんま	日本食レストラン
DO社	甘えび、ししゃも	鰻、サーモン、マグロ	日本食レストラン
DP社	タラバガニ	ウニ、貝類、マグロ	日本食レストラン
DQ社	ホタテ、牡蠣	甘えび、イカ、サーモン	日本食レストラン
DR社		サーモン	日本食レストラン
DS社	牡蠣、シマアジ、赤いか	マグロ、ウニ、アワビ、マダイ	日本食レストラン
DT社	コはだ、キンメダイ	ウニ、アカムツ、アジ	日本食レストラン
DU社	日本鰻	マグロ、サーモン、鰻	すし
DV社	ブリ、関アジ、鮎	サユリ、伊勢海老、岩ガキ、のれぞれ	日本食レストラン
DW社		貝類	日本食レストラン
DX社		サーモン、鰻、サバ、マグロ	buffet restaurant
DY社	ウニ	ウニ、イクラ、甘えび	japanese restaurant
DZ社	貝類全般	牡蠣、タコ、サーモン	japanese restaurant
EA社	スマ、鰯、サンマ	キンキ、マダイ、ハマチ	日本食レストラン
EB社	アワビ、ホタテ、タラバガニ	マグロ、ハマチ、鰻、ホタテ、蛤	水産物卸

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(4)  タイ

名称	新たに店で提供したい日本産水産物	現在使用している日本産水産物	Business type
EA社	スマ、鰯、サンマ	キンキ、マダイ、ハマチ	日本食レストラン
EB社	アワビ、ホタテ、タラバガニ	マグロ、ハマチ、鰹、ホタテ、蛤	水産物卸
EC社	タコ	マグロ、イカ、サバ	水産物卸
ED社	キンメダイ、ヤガラ	鰹、タコ、サーモン、サバ	日本食レストラン
EF社	サバ、マス	鰹、サバ	すし
EG社	ハマチ、サンマ、アジ	サーモン、鰹、イカ	すし
EH社	ブリ、カンオ	ハマチ、鰹、牡蠣	日本食レストラン
EI社	ホタテ、ウニ	サーモン、鰹、イカ、甘えび	日本食レストラン
EJ社	マダイ、シマアジ、小鯛	牡蠣、サバ、あさり、タコ	日本食レストラン
EK社	北海道産ホタテ、クロマグロ、アマダイ	キンメダイ、牡蠣、ホタルイカ	日本食レストラン
EL社	ホタテ、マグロ、カニ	鰹、タコ、マグロ、ウニ	日本食レストラン
EM社	キンキ、キンメダイ	マグロ、ハマチ、鰹	日本食レストラン
EN社	サバ	タコ、鰹、サーモン	日本食レストラン
EO社	甘えび	鰹、マグロ、サーモン	ビュッフェレストラン
EP社		鮎、毛ガニ、タラバガニ、あん肝、クロマグロ	日本食レストラン
EQ社	ホタテ	サーモン、鰹、タコ、サバ	すし
ER社	ホタテ、ウニ	鰹、サバ	すし
ES社	ホタテ	ウニ、マグロ	すし
ET社	タコ、アサリ	甘えび、ホタテ、ハマチ	日本食レストラン
EU社	あさり、カニ	イクラ、ウニ、毛ガニ	日本食レストラン

事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

(5) フランス

○ 早朝ランジス市場ヒアリング ※ 2023年 2月 10日 (金) ヒアリング

○ ヒアリング対象：仲買人

・ クリスマスが過ぎてかなり静かである。

・ 価格の高騰なのかレストランでも魚を注文する人が少なくなったのではないか？普通の魚屋さんが買いに来るのも少なくなったのはもう、家で魚をだんだん料理しなくなってきているからではないだろうか？活魚は別室で捌かれるが活き締めはしない。

○ フランスの寿司屋で人気のお魚

・ マグロ (Thon) : マグロはフランスの寿司屋で最も人気のある魚の一つで、赤身と中トロが特に好まれています。

・ サーモン (Saumon) : サーモンもフランスの寿司屋で人気が高い魚の一つです。生のサーモンや燻製サーモン、トロサーモンなど、さまざまな調理法で提供されます。この上位ふたつがほとんどをしめます。

・ ハマチ (Yellowtail) : ハマチ、ブリも使われます。ハマチの脂がのった部分が好まれ、にぎりや刺身、寿司ロールなどに使用されます。

・ いくら (œuf de saumon) : いくらには寿司以外のメニューでも一般的に使われるので馴染み深い商品です。またフランス人は、ブルターニュやノルマンディの生牡蠣をよく食べます。

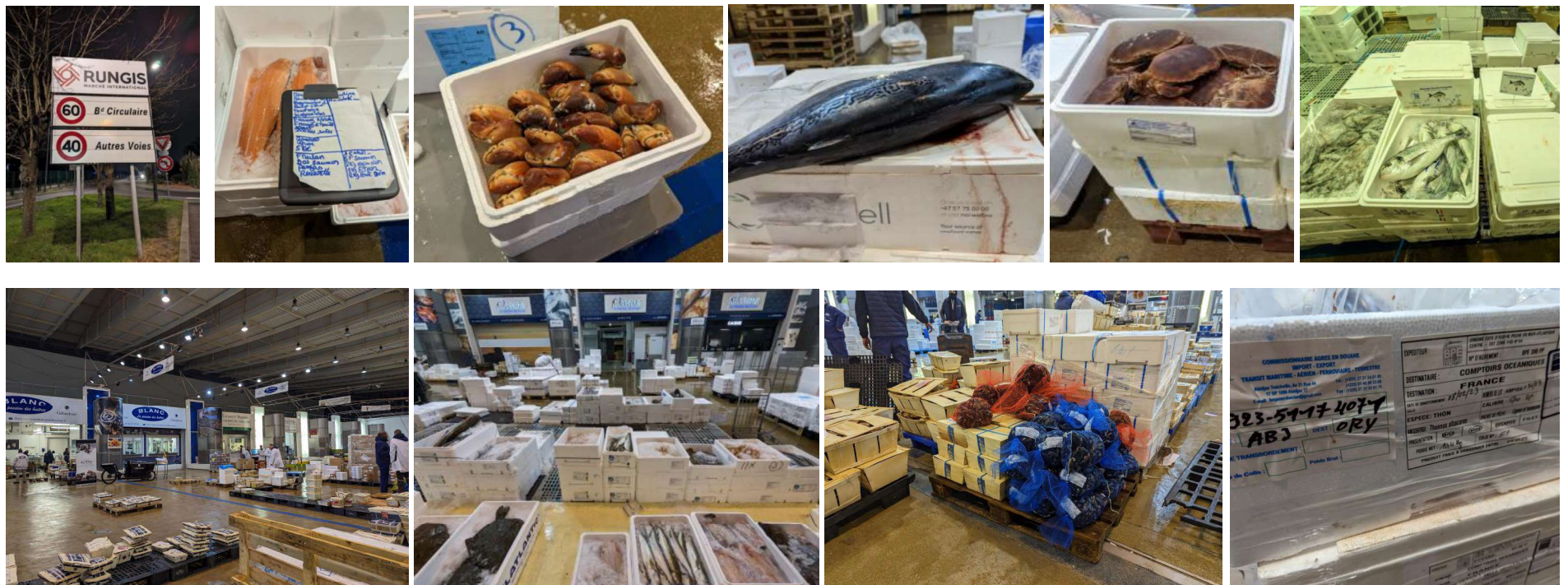
事業内容

2. 商品PR運営

4) 事前ヒアリング結果

- (5)  フランス

ランジス市場の様子



事業内容

2. 商品PR運営

5) 参加者誘致

- 過去の参加者、「シーフードショー」で海外輸出意向と伺っている先、全国の水産業者等の約13,000社に架電、メール等を通じて誘致を実施した。

参加者：144社 ※ 前年度91社、前年比約1.6倍

6) 現地での商品PR

(1) SNS発信の実施項目一覧

- ① 中国
Wechat、協会内のメール等を通じて、80事業者に商品宣伝を実施した。
- ② タイ
現地のSNSを通じて、現地のバイヤー146事業者に商品宣伝を実施した。
- ③ フィリピン
現地のSNSを通じて、現地のバイヤー30事業者に商品宣伝を実施した。
- ④ マレーシア
現地のSNSを通じて、現地のバイヤー88事業者に商品宣伝を実施した。
- ⑤ フランス
現地のSNSを通じて、現地のバイヤー200事業者に商品宣伝を実施した。

事業内容

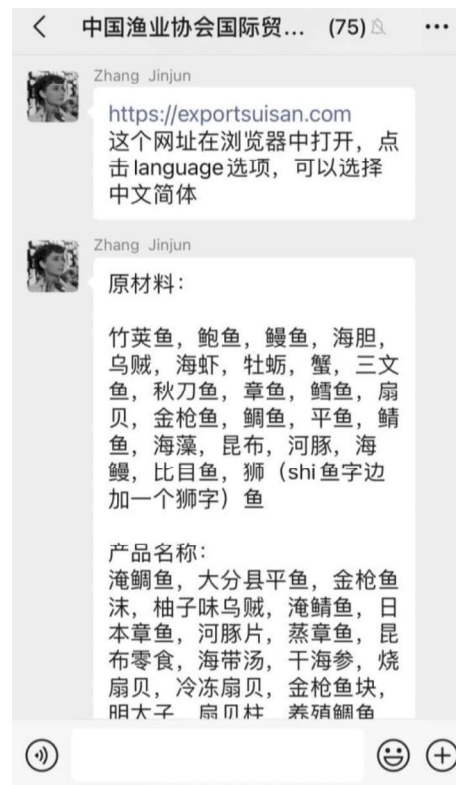
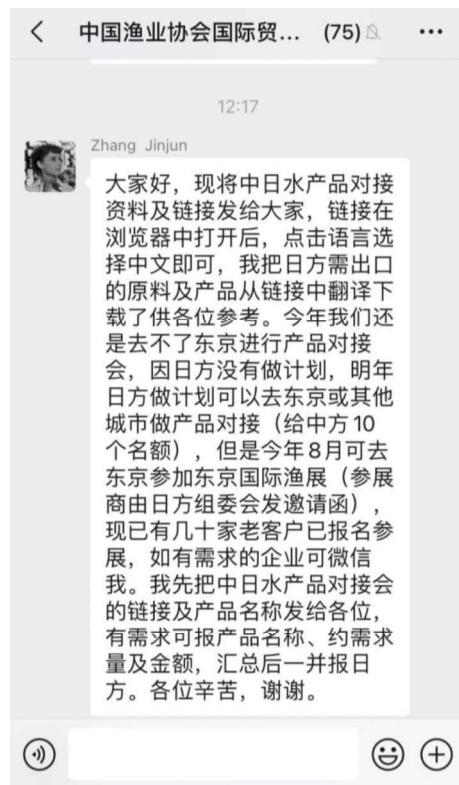
2. 商品PR運営

6) 現地での商品PR

(2) 各国に於けるSNS発信・メール案内の様子

① 中国

Wechat



事業内容

2. 商品PR運営

6) 現地での商品PR

(2) 各国に於けるSNS発信・メール案内の様子

② フィリピン

2023年1月30日(月)

大井山本商店
山本 様へ

「日本産水産物輸出オンライン産地・産品紹介セミナー」
フィリピンに於ける協力依頼について

1. 概要

主 題：水産物・水産加工品輸出拡大協議会
運 営：エグジビション テクノロジーズ(株)
期 間：2月6日(月)～22日(水)
※ 旧正月(1月22日～29日)後に実施
掲 載 者：約200名(見込み)※ 過去最高
重 点 国：中国、フィリピン、タイ、マレーシア、フランス、他
※ 対象国：全世界
委 託 先：中国漁業協会、大井山本商店、エレファント・ブランニング、ファン・ジャパン、
エトワールサービスSAS、他
商談金額：5億円 ※ 目標

2. 事業目的

日本政府が掲げる2030年の国産水産物輸出目標額1.2兆円の達成に向け、日本産水産物の輸出意向を有する日本各地の漁業者、養殖業者、水産加工業者、商社等と海外バイヤーとのオンライン商品説明会を開催し、オーストラリアで水産物の輸出拡大に取り組み機会とする。成果を創出すべく、主たる対象国を複数選定し、現地の提携先と共に、事前にバイヤーの意向を把握し、その情報を対象先に広く通知し、関心ある参加者をサイトに掲載し、商品説明を実施する。

事業内容は、サイト構築、バイヤーへの取引意向確認の事前ヒアリング、参加者の誘致、サイトへの参加者掲載、参加者の商品紹介、商談調整、アンケート回収、報告書の作成、等。
※ 2020年度に開催し、1日で約13億円の契約見込みを実現した「日本産水産物輸出商談会」に代わる商品PRサイトをベースに、サポート体制を付加し、輸出拡大に資する商品PRに取り組みものとする。

3. 業務依頼内容

1) 事前ヒアリング

的確な商品PRの機会とすべく、対象国(フィリピン)のバイヤーに、事前に日本産水産物への需要、要望等のヒアリングを実施し、事務局に返信する。

※ 現地の媒体への広告出稿(有料)など、何か特別なプロモーション希望があれば、提案ください。

2) 閲覧者、バイヤー誘致
SNS、メール等を通じて、現地のバイヤー約100名以上に産地・商品照会を実施する。

3) 商品PRから商談のサポート
出展企業、商品への問い合わせが寄せられた場合には、オンライン等を通じて、出展者との商談をサポートする。

4. 協力費
上記の協力費として、30万円(税別)を支払います。 以上

作成日：2023年1月27日(金)
作成者：エグジビションテクノロジーズ(株)

事業内容

2. 商品PR運営

6) 現地での商品PR

(2) 各国に於けるSNS発信・メール案内の様子



マレーシア

Dear Value customers

14th February 2023
FAN JAPAN (MALAYSIA) SDN BHD

Introduction of "Japanese beautiful Marine Products with area by Online"

Dear Sir/Madam,

We hope this letter finds you well. We would like to express our gratitude for your continued support and for the prosperity of your esteemed company.

We are pleased to introduce an online site that showcases various Japanese fishing, aquaculture, seafood processing companies, and trading companies that have an interest in exporting Japanese seafood products. The site features a wide range of products, which can be accessed through the following link: <https://exportsuisan.com/>.

If you are interested in any of the products featured on the site, please do not hesitate to contact us via email or telephone, and we will be happy to arrange business discussions.

Thank you for your attention and we look forward to hearing from you soon.

Sincerely,
Fan Japan Team



お取引先様各位

14th February 2023
FAN JAPAN (MALAYSIA) SDN BHD

「日本産水産物の産地および商品紹介」オンラインサイトのご案内

拝啓 貴社ますます貴社ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

この度、日本産水産物の輸出意向を有する日本各地の漁業者、養殖業者、水産加工業者、商社と取り扱い商品を掲載したオンラインサイトを構築いたしましたので、ご紹介させていただきます。

日本産水産物オンライン産地・産品紹介サイト：<https://exportsuisan.com/>

お忙しいところ恐縮ですが本サイトをアクセスいただき、ご興味のある商品などございましたら、下記のメールまたは電話番号までお問合せください。

弊社が商談等をアレンジさせていただきます。

よろしく願い申し上げます。

敬具

記



以上

事業内容

2. 商品PR運営

6) 現地での商品PR

(2) 各国に於けるSNS発信・メール案内の様子

④  タイ

2023年1月30日 (月)

エレファント・ブランニング
太高 様へ

「日本産水産物輸出オンライン現地・産品紹介セミナー」
タイに於ける協力依頼について

1. 概要
主 題：水産物・水産加工品輸出拡大協議会
場 所：エグジビション テクノロジーズ (株)
期 間：2月6日 (月)～22日 (水)
※ 旧正月 (1月22日～29日) 後に実施
掲載者：約200名 (見込み) ※ 過去最高
重点国：中国、フィリピン、タイ、マレーシア、フランス、他
※ 対象国：全世界
委託先：中国漁業協会、大井山本商店、エレファント・ブランニング、フアン・ジャパン、
エトワールサービス SAS、他
商談金額：5億円 ※ 目標

2. 事業目的
日本政府が掲げる2030年の国産水産物輸出目標額1.2兆円の達成に向け、日本産水産物の輸出意向を有する日本各地の漁業者、養殖業者、水産加工業者、商社等と海外バイヤーとのオンライン商品説明会を開催し、オールジャパンで水産物の輸出拡大に取り組み機会とする。成果を際出すべく、主たる対象国を複数選定し、現地の提携先と共に、事前にバイヤーの意向を把握し、その情報を対象先に広く通知し、関心ある参加者をサイトに掲載し、商品説明を実施する。
事業内容は、サイト構築、バイヤーへの取引意向確認の事前ヒアリング、参加者の誘致、サイトへの参加者掲載、参加者の商品紹介、商談調整、アンケート回収、報告書の作成、等。
※ 2020年度に開催し、1日で約13億円の成約見込みを実現した「日本産水産物輸出商談会」に代わる商品PRサイトをベースに、サポート体制を付加し、輸出拡大に資する商品PRに取り組みものとする。

3. 業務依頼内容
1) 事前ヒアリング
的確な商品PRの機会とすべく、対象国(タイ)のバイヤーに、事前に日本産水産物への需要、要望等のヒアリングを実施し、事務局に返信する。

※ 現地の媒体への広告出稿(有料)など、何か特別なプロモーション希望があれば、提案ください。

2) 閲覧者、バイヤー誘致
SNS、メール等を通じて、現地のバイヤー約100名以上に産地・商品紹介を実施する。

3) 商品PRから商談のサポート
出展企業、商品への紹介、問い合わせが寄せられた場合には、オンライン等を通じて、出展者との商談をサポートする。

4. 協力費
上記の協力費として、30万円(税別)を支払います。 以上

作成日：2023年1月27日(金)
作成者：エグジビションテクノロジーズ(株)

事業内容

2. 商品PR運営

6) 現地での商品PR

(2) 各国に於けるSNS発信・メール案内の様子

⑤



フランス

Communique*: Nos Clients /Rungis fish Market.

Le 14 fevrier 2023.

Etoile Service Paris.

Ritsuko KONAKA.

Madame, Monsieur.

Nous avons le plaisir de vous présenter un site en ligne qui met en valeur diverses entreprises japonaises de pêche, d'aquaculture et de transformation des produits de la mer.

Le site* qui présente une large gamme de produits japonais est*.

<https://exportsuisan.com/>.

N'hésitez pas à nous contacter par courrier électronique ou par téléphone, et nous nous ferons un plaisir d'organiser des discussions commerciales.

Nous vous remercions de votre attention et espérons avoir bientôt de vos nouvelles.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.



お取引先様各位.

2023/2/14.

ETOILE SERVICE.

「日本産水産物の産地および商品紹介」オンラインサイトのご案内.

拝啓貴社ますます貴社ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

この度、日本産水産物の輸出意向を有する日本各地の漁業者、養殖業者、水産加工業者、商社と取り扱い商品掲載のオンラインサイトを構築いたしましたので、ご紹介させていただきます。

日本産水産物オンライン産地・商品紹介サイト:<https://exportsuisan.com/>.

お忙しいところ恐縮ですが本サイトをアクセスいただき、ご興味のある商品などございましたら、下記のメールまたは電話番号までお問合せください。弊社がアレンジいたします。よろしくお願ひ申し上げます。

敬具.



事業統括

3. 事業総括

1) 結果

(1) 出展件数

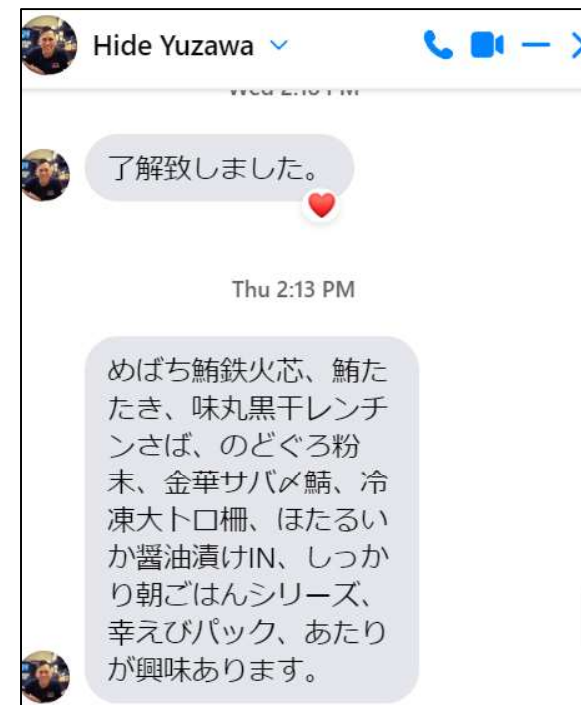
- 国内144社の産地・産品をサイトに掲載した。
※ 前年度91社

(2) PR件数

- 海外の約5000社のバイヤーにメール等でPRサイトを紹介した。
※ 重点国には、現地の代理店を通じて、架電も含めて商品紹介をした。

(3) 商品照会・商談件数

- 問い合わせ数：934件 ※ 前年度 182件
※ 成約見込み金額：7億5千万円



ICHIGO ICHIE JAPANESE RESTAURANT
オーナー 湯沢様 (タイ) の声

事業統括

3. 事業総括

2) 総括

今年度の「日本産水産物オンライン産地・産品紹介セミナー」に参加した日本の漁業・養殖業者、加工業者、商社数は、合計144社と昨年比1.6前年度は91社）となり、輸出商談意欲を有する事業者が、年々増加していることが感じられる結果となった。併せて、コロナ禍の影響で、商品PRや商談機会の少ない日本のサプライヤーの皆さまには、商品をPRする良い機会として高い評価をいただいた。

オンライン商品PRが、サプライヤー側からの一方的な発信とならず、双方による情報交換による商談に結び付くような機会とすべく、事前にバイヤーへヒアリングを実施した。（春節前の中国を除く）、バイヤーからの具体的な要望を多数いただき、コロナ禍の影響を未だ残す時期ながらも、日本産水産物への関心の高さを伺える結果となった。

中国は、細かな取引ではなく、大きな取引をしたいとして、「高品質な魚を大量に輸入したい」との要望が、中国漁業協会を通じて寄せられており期待が持てる。新たな対象国としたフィリピンでは、日系百貨店が日本フェアを毎月開催する意向があり、来比可能な会社とは、ぜひとも商談したいとの意向が寄せられた。タイでは、差別化可能な食材、高品質な食材への要望が強いにも関わらず、情報が少ないために商談ミスマッチが多く、解決には様々な情報発信、交換、セミナー、商談会の機会が必要と感じられた。マレーシアでも、購買意欲は高まっているが、取引商社からの情報のみで止まっている外食バイヤー等が多く、情報量が少ないことから、より多くの情報を求める声が寄せられた。フランスでは、高品質な理由を明確に説明すること、フランスの食生活やメニューに適した魚種の提案が求められていることを感じた。

結果として、合計934件（前回182件）の商品照会・商談を得て、約7億5千万円（前年度は5億円）の商談を見込める結果となった。商談金額も前年度を上回り、商品照会件数は、1.5倍となった。国内事業者の輸出意欲や海外バイヤーの要望に応えるためにも、複数回開催すること等により、恒常的な輸出拡大に寄与できるものと感じた。