



## ブランド・コンテンツ概要

# アグロイベリア 2021

イベリア・アグリフード展示会  
イノベーションと国際化

2021年3月



## はじめに

2021年9月29日からアランフェス市において、パンデミックの第三波で中止となった第1回アグリフード展示会「アグロイベリア2021」が開催されます。本イベントは、1年以上前にオンサイトイベントが中止となってからのアグリフード分野における最初のオンサイトフェアとなります。一部のオンラインの試みを除けばほぼ活動停止となったこの期間を通じ、本展示会の主催者はさまざまな提案の声に耳を傾け、出展者と来場者に幅広いサービスとビジネス機会をもたらすことを目的として、あらゆる経験に学びつつ、今後のトレンドに着目した革新的な見本市の開催を目指しました。本イベントでは従来のウェブサイトやスポット、デジタル広告の挿入にとどまらず、革新的なフォーマットを用いた特別なブランデッドコンテンツキャンペーンを行ってまいります。

## 目的:

1. 一般的なオーディエンスはもちろん新たな来場者や出展者を獲得し、本イベントについて認識を広めること。質の高いアプローチを通じ、多くの方を魅了しコミットメントを生み出すこと。
2. 読者への情報提供にとどまらずエンターテイメント性のあるコンテンツを目指し、さまざまなメディアや媒体に対応したダイナミックで統合的なコンテンツを作成すること。
3. "Exhibitor, you are our commitment"をモットーに「アグロイベリア 2021」を革新的な展示会と位置づけ、この分野をリードすること。

## ターゲット分野:

本展示会の主なターゲットは下の7つに分けられます。

1. 飲食関連をはじめ新型コロナウイルスの影響をもっとも受けた分野で、国内市場を主とするアグリフード企業、新規市場の開拓を検討する企業あるいは団体。
2. 新型コロナウイルスの影響をそれほど受けなかった分野、あるいはプラスになったが何らかの不安要素がみられた分野で、国内市場を主とするアグリフード企業。今回は大きな影響がなくても今後にも備える必要があると考える企業や団体。
3. 国内市場の強化や拡大に加え、国際市場への進出を考える企業。
4. 国内市場での存在感を高めたい輸入企業。
5. 国内での認知度を高めたい輸出企業。
6. 競争力向上のため、生産プロセスにイノベーションやリサーチを取り入れたい企業。
7. パンデミック後、市町村、県や州、国といったさまざまな行政とともに文化的・経済的なアイデンティティの強化をめざす企業・団体： 主な地元企業のグループ化、各地の食品や美食のテイスティング機会の創出、ポジティブな体験をもたらす観光商品の紹介を行えます。



中小企業は市場における実績と存在感があるものの、国内市場のさらなる強化や拡大、生産プロセスにおけるイノベーションとリサーチの実施、新たな海外市場の開拓（国際化）というニーズに直面しています。大規模なリサーチや国際部門の設置がむずかしい企業にとり、展示会への参加を通じて最新情報の入手、潜在顧客の発掘、顕在顧客との関係強化、競争市場の分析、異業種交流、潜在的何サプライヤー、代理店、ディストリビューターの特定や、潜在投資家とのコンタクトを行うことができます。

また、展示会では各地方行政機関に優れたパートナーを見出し、文化的で持続可能な旅行ツーリズムを通じ各地域のアイデンティティや経済の活性化を行うことができます。

#### アグロイベリア2021のキーメッセージ:

コミュニケーションの主な柱は:

- イベリア半島の中心にあるアランフエス市は、大都市や大型の見本市会場とは異なり、豊かな歴史、文化、自然環境に恵まれた環境にあります。
- アクセスがよく、マドリッドから公共交通機関や車で約1時間です。
- 参加企業のすべてが高い存在感を示すことのできる国際見本市です。
- ブースサイズは9㎡から48㎡まで、いずれも出展者と来場者を結ぶ開放的なつくり。
- 国際化、卸、物流、輸出、イノベーション、リサーチなどさまざまな分野から多くのゲストを迎える予定です。
- イベント開催前から主催者によるサポートを提供いたします。
- オンサイトイベントと並行してオンラインイベントを開催し、出展者はバーチャルブースを通じ世界各国のオンライン来場者と交流ができます。
- 一般消費者への直接販売を通じて「ユーザー体験」を促進することができます。

#### 1. 豊かな自然に囲まれた野外見本市

出展ブースのサイズは9、14、24、48㎡の4種類でいずれもオープンなつくり。9㎡と14㎡のブースはそれぞれ幅10mと20mのテントにおかれ、24㎡と48㎡のブースはそれぞれ16㎡と25㎡のテントにおかれます。残りの8㎡と23㎡の空間は試食やサンプリングに使われます。

すべてのブースが屋根付きで、Wifi、照明、テーブル、椅子3脚、棚、テーブル、カウンターが含まれています。さらに別途、カタログやケータリングサービスをご用意しています。



## 2. 展示会ゲスト

アグロイベリア2021は、出展者と来場者のために3つの主なセクターに注力します：国際化、購買・流通・物流、イノベーションとリサーチ。

**国際化.** 欧州各国、アジア各国、ラテンアメリカ各国の在スペイン・在ポルトガル外国商工会議所会長と連携し、協定を締結いたしました。各国会議所は自国エージェントとの協力に基づき、関連企業のために積極的に顧客開拓を行い、注文のフォローアップや取引関係の維持をサポートします。こうした各国会議所から30人以上のメンバーが参加予定。

**購買、流通、物流.** 主要なハイパーマーケットおよびスーパーマーケット（40社）、ホテル連盟、メルカマドリッド（ここから全国の市場による買い付けが行われます）、主な流通業者、物流業者から約60名が参加予定。

**イノベーションとリサーチ.** スペインには各行政機関が運営する90以上の公的研究機関があり、アグリフード分野で革新的な活動が行われていますが、生産性向上を必要とする企業にこのことはあまり知られていません。本展示会では、デジタルフェア部門を通じて各サブセクターの主なリサーチの報告や研究所のご紹介をいたします。また、主な研究所の関係者30人以上を招へい予定。

## 3. すべての出展者がプレゼンスを発揮できる展示会

アグロイベリア2021は、大規模な展示会では存在感を示しづらい中小企業に焦点をあわせています。新たな競争環境を前に、見本市を新商材や企業努力を伝えるショーケースとするだけでは十分とはいえません。最新テクノロジーとデジタルマーケティングを通じて通年でチャンスを提供することが重要だといえるでしょう。

アグロイベリア2021ではオンサイトとオンラインの両ブースを通じて世界各国の来場者を受入れ、デジタルマーケティングを導入し、消費コミュニティの拡大を促進します。また、一般公開が行われる2日半の間、オンサイトの試飲およびウェブを通じて参加者にアプローチを行い「ユーザーエクスペリエンス」の強化をはかれます。



#### 4. 出展者の目的達成のために主催者がさまざまなコンサルティングを提供

主催者は出展者に対し、販売増加、国内外の市場における存在感の強化、期待の多様化、そして最終的には企業力を高めるという目的のために積極的な支援をいたします。

開催前. 出展登録後のアンケートでターゲット分野をご記入いただきます（国内外の購買・流通センター、国際化、国内外の物流、保険、金融、技術コンサルタント、デジタル化、イノベーション、リサーチ）。データに基づき、他の出展者、来場者、招へい客の中から貴社のニーズにあった企業・団体とのマッチング支援をいたします。

開催中. 出展者の商材に潜在的関心をもつ来場者とのミーティングをご提案します。

開催後. 展示会で得たコンタクト先のフォローアップやアドバイスをいたします。

#### 5. 文化的アイデンティティと経済を強化する展示会

文化的アイデンティティとくに「美食遺産」（素材、調理法、生産における社会経済要素、流通システム、マーケティング、社会関連ネットワークを含む）は地域経済活性の大きなカギを握ります。

農業エリアにおける共同活動の強化では、アイデンティティをもった商品の開発が戦略的にも大切になります： 消費者はアイデンティティのある商材を求めており、生産者がさまざまな機関と連携して活動網を形成し、市場評価の高いアイデンティティを商材に付与して市場に伝える動きが広がっています。つまり地元生産者グループに対し、新たな市場戦略の活性化や協力を担う機関の発掘が求められているのです。

アグロイベリア2021では、こうした機関に対し関連企業用の単独ブースあるいは共同ブースを提供いたします。企業は文化的アイデンティティの強化、国内外の市場拡大、そして観光、文化、持続可能性のある空間を生み出し、訪問者にポジティブな体験をもたらすことができます。