

風 向 計

北米の食品展示会 バーコードが名刺代わり

北米最大規模の食品関連展示会「サマーファンシーフードショー」が6月下旬にニューヨークで開かれた。世界中の関係者が新商品の発掘や買い付けのために参加する場だ。1954年に始まって以来、今年は最大規模の世界55カ国・2670社以上が出展し、来場者は4万7000人以上と発表された。

今回初めて来た日本の20歳代女性は「活気やビジネスのテンポ、売りたい情熱が日本とはけた違い」「その場で値段交渉し商談がどんどん進む」と話す。少しの商機も無駄にしたいくない食欲さに刺激を受けた様子だ。SNSは普及したけれども、リ

中村 泰子

アルな展示会や見本市の価値は変わらない。

初日、専門家が選んだ注目商品が集められたブースをチェックすれば、世界の食トレンドが一目でわかるという。食事や酒がふるまわれるオープニングパーティーなどは娯楽性も高い。

展示会としての完成度も高く、ペーパーレス化やスピード重視で日本より効率の良いビジネスの仕組みがなりたっている。インターネット経由で企業名と個人情報を事前登録しておき、1人35ドルを支払ってメールで届くバーコードを受付でスキャンして入館証と交換する。会場では会



2次元コードでイベント用のアプリをダウンロードする

社名、名前、住所、業種が入った入館証を首からぶら下げる。

出展者は商談相手や、アプローチしたい相手を見つけて「スキャンさせて」と声をかけ、バーコードに読み取り機をかざす。スキャンさえしておけば相手のメールアドレスなど事前登録情報を入手でき、名刺交換

の手間が省ける仕組みだ。

イベント専用アプリの出来栄も優れている。アプリにはマップや出展社の詳細情報などのコンテンツがあり、広い会場を効率よく動くのに役立つ。海外出張の多い日本人の30代女性は、「海外の大規模な展示会はみなアプリを用意している。そのおかげで自分のまわったブースなど行動管理ができ、出張報告が楽になった」という。

語学力やコミュニケーション力などが重要なことはいつの時代も変わりはないが、進化する最先端の展示会をのぞいてみるのも良いだろう。

(ブームプランニング社長)