



Activity Report
on
ASEAN Showcase Malaysia 2013
at
ASEAN-Japan Hall



ASEAN-Japan Centre
(TRADE & INVESTMENT DIVISION)

I. Outline of the ASEAN Showcase Malaysia with Business Matching 2013

Based on the decision of the 32nd Annual Meeting of the Council of ASEAN-Japan Centre, ASEAN Showcase and Business Matching for Malaysia was endorsed as FY 2013 activity. This is a country program at ASEAN-Japan Hall to introduce high potential products and service from ASEAN to the Japanese market.

1. Duration : Sept.18 (Wed.) – Sept. 26 (Thu.), 2013 (Closed on Sunday)
9:30 a.m. ~ 5:30 p.m.
Business Matching : Sept. 24 (Tue.) to 26 (Thu.)
Sept. 24 (Tue.) 1:00 p.m. ~ 5:00 p.m.
Sept. 25 (Wed.) 10:00 a.m. ~ 5:00 p.m.
Sept. 26 (Thu.) 10:00 a.m. ~ 4:00 p.m.
Construction : Sept. 17 (Tue.)
Dismantling operation : Sept. 27 (Fri.)
2. Venue : ASEAN-Japan Hall
ASEAN-Japan Centre
1F Shin-Onarimon Building, 6-17-19, Shimbashi, Minato-ku
Tokyo 105-0004
3. Exhibitors : Total 10 Companies from Malaysia
4. Selection of Products :
An expert was dispatched to Malaysia in June, 2013.
Mr. Makoto Nakamura
President, Nikko International Ltd.
5. Number of Visitors : **2,246**
(10 operational days during Sept.17 to Sept. 27, 2013)
Average: about **224** people per day
6. Number of Business Matching : **199** (From Sept. 24 to 26, 2013)
7. Publicity :
 - a) Number of Direct Mail : 1,880 copies
1,580 DM were sent to buyers those who visited during Food & Beverage and Foodex in FY2012. 300 DM were sent by Matrade Tokyo Office for their customers.
 - b) E-mail Magazine : 40,000 mails
20,000 Email magazine sent to members 2 times on August 23, 2013 and September 11, 2013.
 - c) Press Release :
We sent press release to 100 media on September 10, 2013.
 - d) Number of Exhibitor's Directory distributed: 300 copies

e) Media Coverage :

- ① Jiji Press (September 19, 2013)
- ② Food Industry news' paper the frozen food daily of Shokuhin Sangyo Simbunsha Co., Ltd. (September 30, 2013)
<http://www.ssnp.co.jp/articles/show/1310010002194736>
- ③ Food voice /Web news (October 4, 2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=3ZJIC3JHQkY>

8. Seminar : Seminar by Mr. Makoto Nakamura, our expert, held as part of PR activities at ASEAN-Japan Hall on September 25, 2013.

II. Results of Business Matching (Sept.24-26, 2013)

1. General Information

a) Business Matching

- ① Date & time : Sept. 24 (Tue.) 1:00 p.m. ~ 5:00 p.m.
Sept. 25 (Wed.) 10:00 a.m. ~ 5:00 p.m.
Sept. 26 (Thu.) 10:00 a.m. ~ 4:00 p.m.

- ② Venue: ASEAN-Japan Hall of the Centre

- b) Number of Participating Companies : **10**
- c) Number of Mission Members : **17** (including 1 TPO official)
- d) Number of Visitors recorded by machine counter : **886** (Sept. 24~26, 2013)
- e) Number of Visitors of business matching : **97**
- f) Number of Business Meeting : **199**

2. Evaluation

It was the first time to hold Malaysian national fair in the ASEAN-Japan Centre. With the partnership and cooperation of MATRADE Tokyo office, we have promoted this fair to Japanese customers by e-mail magazine, direct mail and various press media. During the business matching that was held for 2.5 days from the afternoon of September 24 to 26, a total of 97 visitors came to the ASEAN Showcase Malaysia, and 199 business matching was made with Malaysian exhibitors. Among them 71% were businessmen from manufacture, wholesaler, retailer and mail-order companies. A thorough analysis of the visitors statistics confirm that the right targeted visitors (institutional buyers) were approached successfully through the various promotions of the showcase. Furthermore, 82% of the visiting buyers found the business matching to be useful.

With regard to the exhibitors, 100% were satisfied with the level of the business matching. The actual business matching were only 2 and half days, because the orientation meeting was held in the morning of September 24, 2013. Nevertheless, the estimated amount of sales reached 8.3 million US dollars. Among the showcased items, fresh pineapple was one of the products of growing interest among Japanese buyers. In addition, organic coffee, nata de coco and aloe products, groundnuts and cashew nuts were also shown to have received strong interest by Japanese buyers.

ASEAN Showcase-Malaysia
September 18 through 26, 2013 at ASEAN-Japan Hall



Orientation Meeting (September 24, 2013)



Mr. Songkane Luangmuninthone,
Director of Trade & Investment Division
ASEAN-Japan Centre (hereinafter referred to
as "TI Div., AJC")



Mr. Trieu Thanh Nam,
Assistant Director,
TI Div., AJC



M. Go Matsuura
Assistant Director
TI Div., AJC



Ms. Michiko Kamioka
Project Manager
TI Div., AJC



MATRADE Kuala Lumpur
Office, Mr. Syed Zahirulddin
Bin Syed Ali



MATRADE Tokyo Office,
Ms. Sonoko Yasue

Trade Seminar by Expert (September 25, 2013)



Nikko International Co., Ltd.
President
Mr. Makoto Nakamura



Business Matching (September 24 - 26, 2013)





Booth Display





- ① Cozzo Food Industries SDN BHD
- ② Erat Semarak (M) SDN BHD
- ③ Faiza Marketing SDN BHD
- ④ Fikrisz (M) SDN BHD
- ⑤ Khiazh Marketing SDN BHD
- ⑥ Pagoda Foods (M) SDN BHD
- ⑦ Shidawie SDN BHD
- ⑧ Snowberry (M) SDN BHD
- ⑨ Sydney Cake House SDN BHD
- ⑩ Thoyyib Pharma Industries (M) SDN BHD



His Excellency Datuk Shaharuddin Md. Som, Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of the Embassy of Malaysia, Tokyo (middle) with Mr. Kua Kiat Chye (left), Director of MATRADE Tokyo, and Mr. Yoshikuni Ohnishi (right), Secretary General of the ASEAN-Japan Centre



Interview by Food Voice




ASEAN Reporters from Indonesia, Lao PDR, Malaysia, and the Philippines



Cooking Assistants, Receptionist, and AJC staff members



Jiji Press (September.19, 2013)




【東京だより】 マレーシア食品展

◆日本でASEAN（東南アジア諸国連合）に関する情報を発信する拠点の一つに東京・御成門にある日本アセアンセンターがある。このホールでは、月に1回ぐらいのペースでいろんな催し物が開かれている。例えば、「ナタデココ」は1983年に同センターで開催されたフィリピンの食品フェアで初めて紹介されて、日本で大ブームになったことがある。

◆目下、開催されているのは、「マレーシア食品展」（9月18日～26日）だ。コーヒー、ケーキ、スナック、香辛料などマレーシアを代表する10社が出品している。個人的な話で恐縮だが、記者はマレーシアに行ったこともないし、日本でマレーシア料理を食べたこともない。予備知識がないまま、のぞいてみたところ、シドニー・ケーキ・ハウス社の「カレーパフ」というものを紹介された。これは、チキンや羊肉などをカレーで味付けしてパンの生地に取り込んで揚げたものだ。ロシアのピロシキみたいなものだという。地元では「カリパ」と略して呼ばれ、朝食やおやつとして食べる。

◆マレー料理には欠かせない香辛料会社「ファイザー・マーケティング」も出品していた。同国では有名な。チリパウダー、フィッシュカレーパウダーなど「いかにも」といった感じのスパイスで、このまま野菜煮込みに入れば、すぐマレーシア料理に変身しそうな感じだ。この他、ナタデココ入りのジュースや、マレー料理に欠かせない、香り付けのために使われるパンダンの葉を使ったフルーツケーキも出品されていた。試食品を口にしながら、「この中から何か一つでも、ブームになればいいなあ」という気持ちになってしまった。（高田）



マレーシア食品展



時事通信社

記事の複製・転載を禁じます

http://jijiweb.jiji.com/malaysia.html

JJI News Bulletin
MALAYSIA

4

Food Industry news' paper the frozen food daily

of Shokuhin Sangyo Simbunsha Co., Ltd. (September 30, 2013)

食品産業新聞社 あらゆる食品の生産・加工・流通・消費を結ぶ専門新聞社

[会社案内 | アクセス](#)

[購読・試読・書籍購入のお申し込みはこちら](#)

[検索](#)

[月刊誌](#)

[出版物](#)

総合TOP	新聞	日報	食品産業新聞	大豆油糧日報	米麦日報	畜産日報	酒類飲料日報	冷食日報	米と流通	糖業界	メニューアイデア	その他出版物
-------	----	----	--------	--------	------	------	--------	------	------	-----	----------	--------

HOME > 冷食日報 > トップニュース一覧 > 【日本への輸出回るマレーシアの冷凍メーカー②】シダウィー、健康に配慮した冷凍レイヤーケーキ (9/30)

冷食日報

トップニュース

【日本への輸出回るマレーシアの冷凍メーカー②】シダウィー、健康に配慮した冷凍レイヤーケーキ (9/30)

日本アセアンセンター主催の展示商談会「ASEANショールーム マレーシア」に出展したメーカーを紹介するシリーズ。今回は健康に配慮した冷凍ケーキを製造するシダウィー社、冷凍フルーツピューレなどを展開するスノーベリー社を紹介する。

マシダウィー（SHIDAWIE SDN BHD）は2010年設立の冷凍レイヤーケーキメーカー。社名が「幸福」を意味する。本社・工場はマレーシア南部のマラッカにあり、GMP認証、ハラル認証を取得している。輸出はシンガポール、中国に行っており、輸入業者を通じて販売。近々オーストラリア向けにも開始する予定だ。年商は15万米ドル。

主な生産品目は「冷凍レイヤーケーキ」、「蒸しフルーツケーキ」、「ビスケット・クッキー」で、健康への意識の高い層をターゲットに商品を開発している。一押しのレイヤーケーキは「バイン」「ドリアン」などの果物系を中心に、ハーブを使った女性に人気の「オリジナル」や「チョコレート」「モカ」など、幅広い客層向けに10数種類をラインナップする。「当社の一番ユニークな特徴は無着色。食材の自然な味と色合いを活かしている」と（Managing DirectorのRashidah bt Abd Rahman氏）と話すように、フルーツ系の商品では、生の果物をジャムに加工して生地に入れ込むことで、着色料は使用していないという。また、バターもバーム油を使用したコレステロールの低いものを使い、健康志向に対応している。

商品はチルド（保存料不使用で賞味期限1年）、冷凍（保存料不使用で賞味期限1年半）の2タイプ。箱入りで1個350gと内容量が多いため、今後は要量の多い小分け包装品にも対応し、「駅などで手軽に食べられる商品を販売していきたい」と（同）と話す。

[トップニュース一覧に戻る](#)

この人の出番

中国・泰安ほく食品董事長
趙 明徳氏

シダナル

vol
ココアの健康機能さらに深耕

8080は、読者の健康生活を応援するフリーペーパー。

広告掲載のお知らせ

World Foodians

飲食業界関係者（外食・中食・小売）に向けた
ドリンク・フード展示商談会

[冷食日報](#)

[トップニュース一覧](#)

[今日のニュース一覧](#)

Food voice /Web news (October 4, 2013)

