

# 【SIAL PARIS 2024】出展レポート

2024年10月19日～23日

R-5追加78&追加79:株式会社イースト

株式会社イースト  
事業開発本部  
市吉秀一



# 出展概要

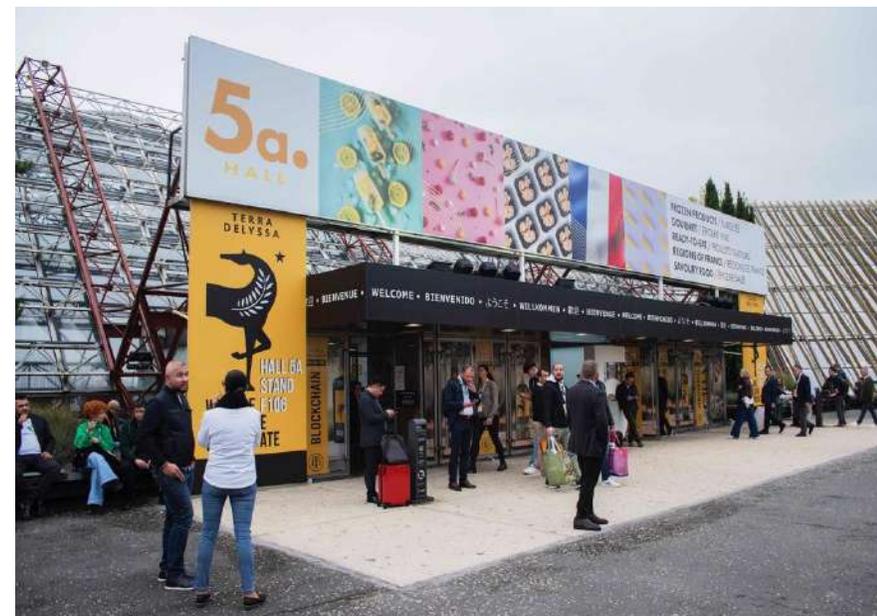
【SIAL PARIS 2024】

2024年10月19日~23日

食品・飲料総合国際見本市『シアル・パリ (SIAL Paris)』は2024年10月23日、60周年記念となる特別展の幕を閉じ、食品分野における世界最大級のイベントとなりました

出展数／世界127カ国から7,500社の出展企業

来場者／285,000人



シアル・パリ2024は前回比8%増の28万5千人が来場、パンデミック前の水準へ60周年記念展に最高記録を残す



食品・飲料総合国際見本市『シアル・パリ (SIAL Paris)』は2024年10月23日、60周年記念となる特別展の幕を閉じ、食品分野における世界最大級のイベントとしての地位をさらに固めたこととなりました。世界各地から集結した285,000人の専門家たちが、5日間にわたり、食の最新トレンドやイノベーションについて熱く議論を交わし、未来の「食」の課題に対する前向きな解決策を共に探求しました。

シアル・パリの強大な勢力を再確認、記録的な2024年展

仏コメクスポジウム社が主催する見本市シアル・パリは、世界最大の食品・飲料見本市ネットワークであるシアル・ネットワーク(SIAL Network)の一部です。今回のシアル・パリには、大型スーパーマーケット100軒分に相当する270,000m<sup>2</sup>以上の展示スペースに127カ国から7,500社の出展企業が集結しました。パリ・ノール見本市会場で開催されたシアル・パリ2024の来場者数は、過去最高の8%増を記録し、パンデミック前の水準に戻りました。この熱狂的な記録は、業界関係者が一堂に会し協議していく必要があるという差し迫った業界のニーズを反映しています。彼らによってシアル・パリは、契約を締結し新たなパートナーシップを築くための重要な特別な機会となっています。

シアル・パリのディレクター、オドレイ・アッシュワース(Audrey Ashworth)は以下のように述べています。「この2024年のシアル・パリは、特別なエネルギーに満ち溢れており、皆この特別な機会を楽しんでいました。この特別な雰囲気こそが、シアルを業界関係者必見のイベントにしていると云えます！今回展でシアルは、出展者数、来場者数ともに大幅な伸びを記録し、世界をリードする食品見本市としての地位を確固たるものとなりました。この5日間で私たちは皆、デジタル化が日々進む世の中においても、スタートアップ企業と大企業間の人と人との物理的な出会い、ビジネスにおけるコラボレーションが、非常に大切にすることに気づいたのです。」



# ブース来訪者数

• JETRO JAPAN内高知県ブース出展 (1/2社)

• 来訪者数: 約150社 (1日あたり30社程度)

• 出展目的: 新規顧客の獲得、商談の機会創出

• 商談目標件数 (実績) 150社 / (目標) 150社 (100%)

• 見込み客数 (実績) 10社 / (目標) 5社 (200%)

• 出展製品: ビオ生姜、ジンジャーシロップ、ジンジャーチョコレート、くず湯、ジンジャーパウダーなど



# 来訪者のプロフィール

## ・ 見込み商談者リスト:

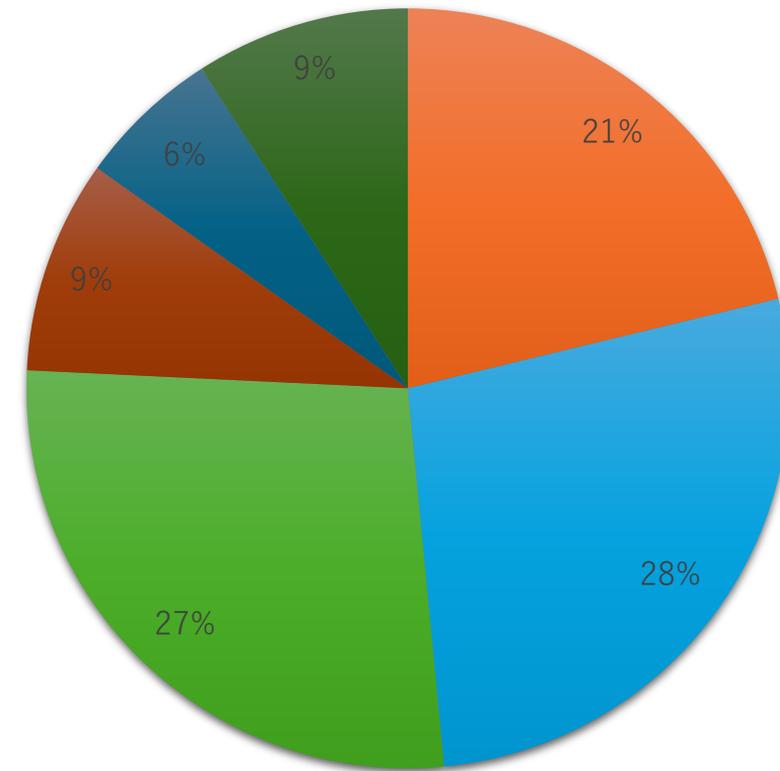
- ・ ニシキドオリ (仏: ジンジャーシロップ、ジンジャーチョコレート)
- ・ ウマミ (仏: ジンジャーシロップ、ジンジャーチョコレート)
- ・ 京子食品 (仏: ジンジャーシロップ、ジンジャーチョコレート、くず湯)
- ・ HAYAKU CAFÉ (仏: ジンジャーシロップ)
- ・ 弥生トレーディング (仏: 生姜、柑橘果汁)
- ・ その他の企業 (サウジアラビア、インドネシア、カナダなど)



# 商談内容と興味

- **商談内容:**各企業の興味製品
  - ジンジャーシロップ、チョコレート、果汁など
- 特に関心を持たれた製品の詳細
- **例:**インドネシアのFermanto Bev Foods: チョコに興味
- カナダの会社: ビオ生姜に興味

## 興味のある商品内訳



■ 生姜 ■ シロップ ■ チョコレート ■ くず湯 ■ パウダー ■ その他

# まとめと今後の展望

## [良かった点]

- 1.SIALを体感できたこと
- 2.EUでの商流を理解できた
- 3.包装資材や、商品表示（賞味期限）など輸出するまでにしなければならない課題をたくさん頂けたこと
- 4.出店者間やジェトロ現地スタッフの方より情報共有できた
- 5.高知の誇る2大特産品（柚子、生姜）を並んでPRできたこと（文旦についても興味持ってくださいました方多数）

## [悪かった点]

- 1.試食品の準備不足（シロップやチョコだけじゃなく、生姜の搾り汁や、おろし生姜など試食できればもっと良かった）
- 2.アクセスが非常に不便な場所だったので、他のホールに比べて来訪者が少なかった
- 3.もっとKOCHI色をブース全体で出しても良かったかも（ゆず王国さんと刈谷農園はそれぞれイメージ通りできていた）

## 出展の成果:

・新規顧客との接点

- 新規見込み客とのコンタクトは目標件数以上取れた
- 価格、荷姿、ロット、賞味期限、EU食品基準など整理して、新規見込み客先へ提示

・商談の進展状況

- パリの日本食材卸3大商社はじめ、複数から取扱い希望頂くことができ、青果と加工品を分けて輸出入事業者と契約目標

## 今後のアクションプラン

・フォローアップの計画

- 輸出商品仕上げ、輸出計画策定  
販売売上げ目標/3,000千円（5ヵ年）国内総売上の10%を海外輸出で売上

- フランスでの販路開拓代理店と契約締結（2025年度より）

・次回の出展に向けた改善点

- 商品アイテム個々のブラッシュアップ（賞味期限、パッケージなどEU規格）
- 新商品開発/ジンジャーショット（今回で新たな需要を聞き出すことができた）