

平成 22 年度海外ビジネスネットワーク構築事業
(ジャパンパビリオン設置(パリ(SIAL2010)))
実施報告書

SIAL 2010
2010 年 10 月 17 日～21 日
(フランス・パリ)

平成 23 年 2 月

日本貿易振興機構(ジェトロ)
(農林水産省委託事業)

はじめに

本報告書は、平成 22 年度海外ビジネスネットワーク構築委託事業によりジャパンパビリオンを設置・運営した国際見本市「SIAL2010 (2010 年 10 月 17 日～21 日)」について取り纏めたものである。

農林水産省では、農林水産物等の輸出額を平成 29 年までに 1 兆円水準を目指すという政府の目標の実現に向け、各種の輸出促進対策事業を実施している。海外ビジネスネットワーク構築委託事業(海外展示・商談活動)は、日本産農林水産物・食品の海外への販路の創出・拡大を目的とし、輸出志向のある生産者等に対し海外における展示・商談活動の場を提供するものである。

本事業においては、開催国フランスを初めとする欧州連合地域だけでなく、世界各国からバイヤーが来場する世界最大級の食品専門見本市である SIAL2010 にジャパンパビリオンを設置し、欧州連合地域を中心とした世界各国への輸出に向けて、新規参入・市場拡大を目指す日本企業等に対し販路開拓のための場を提供した。

本報告書が関係各位にとって参考となれば幸いである。

なお、本事業は農林水産省が日本貿易振興機構(ジェトロ)に委託して実施した。

平成 23 年 2 月

目 次

I. SIAL 2010 開催概要.....	1
II. ジャパンパビリオン参加概要.....	3
III. 事前業務内容.....	9
IV. 商談支援活動.....	14
V. 広報・PR活動.....	15
VI. 料理デモンストレーション.....	17
VII. 総評.....	19
VIII. 出品者アンケート結果.....	21
IX. 来場者アンケート結果.....	30
X. 記録写真.....	34
XI. 参 考 資 料.....	42

I. SIAL 2010 開催概要

1. 開催概要

- ・ 名称: SIAL 2010(Salon International de l'Alimentation)
- ・ 開催頻度: 隔年(西暦偶数年に開催)
- ・ 会期: 2010年10月17日(日)~21日(木)5日間
- ・ 開催時間: 9:00~18:00(19日(火)は20:30まで、21日(木)は17:00まで開場)
- ・ 会場: フランス パリ・ノール・ヴィルパント見本市会場
- ・ Paris Nord Villepinte Zac de Paris Nord II CD40 93420 Villepinte FRANCE
TEL:+33(0)1-48-63-31-31
- ・ 主催者: COMEXPOSIUM 社
- ・ 展示面積: 106,123 m²
- ・ 出品者数: 5,700 者
- ・ 出品国数: 106 カ国・地域

主な参加国・地域: 欧州(フランス、イタリア、ベルギー、スイス、オランダ、ドイツ、ギリシャ、イギリス、ノルウェー、オーストリア、トルコ、クロアチア)、アジア(日本、中国、韓国、タイ、台湾、ベトナム、インド)、中東(エジプト、モロッコ)、北米(アメリカ)

来場者数: 136,500 人 (前回来場者数 147,860 人。約 8%減。)

海外からの来場者の割合: 62%が海外からの来場者。200 カ国以上。

主催者ウェブサイト: <http://www.sial.fr/ExposiumCms/do/admin/visu?reqCode=accueil>

2. 事前の抽出課題:

フランスでは、寿司ブームによる寿司レストランの増加傾向が継続している。この影響を受け、寿司関連食材に加え、味噌、茶、日本酒等、レストランで寿司と一緒に提供されてきた食材も輸出が好調である。輸入規制、安価な中国産農産物の台頭、輸送距離による制約等課題も多いが、人気が定着してきた日本食への関心を、具体的な食材使用方法の提供等で現在主流である外食産業から昼食・内食まで裾野を拡大できれば、更なる日本食材の輸出拡大が見込める。

3. 事業実施に当たっての工夫

更なる日本食材の販路創出・拡大を目指すためには、以下のような具体的なアプローチ方法が考えられ、本事業において実施した。

<事前準備>

フランスや近隣諸国のバイヤーへの事前案内送付により誘致を図り、ジャパンパビリオンへの集客に努めた。

<商談支援>

在仏のコーディネーターを活用し、会期までの出品者へのアドバイスや会期中のバイヤーとの橋渡しを行い、出品が実際の商談につながるよう支援した。

<料理デモンストレーションの実施>

フランス人及び日本人シェフによる料理デモンストレーションを実施し、来場者に試食してもらった。フランス料理における日本食材の取り入れ方や、日本料理における日本食材の使用方法及びレシピの応用性をバイヤーにアピールし、パビリオンへの集客効果を高めた。同時に出品者による料理デモンストレーションを実施し、出品者自身にも自社商品のPRを行う機会を持ってもらった。

Ⅱ. ジャパンパビリオン参加概要

1. 参加趣旨

フランスをはじめ欧州では、健康志向やエスニックフードへの関心の高まりを背景に、日本食・日本食品の市場が拡大しつつある。現在、我が国の農林水産物・食品の対EU輸出総額は 200 億円超となっており、政府目標(平成 29 年までに輸出額1兆円水準を目指す)の下、今後の販路拡大を目指す上で欧州は要の市場の一つになっている。こうした中、フランス・パリで開催される世界最大規模の食品見本市 SIAL2010 に「ジャパンパビリオン」を設置することにより、日本の農林水産物・食品の今後のさらなる販路創出・拡大に資することを目的としている。

2. 参加規模： 23 小間(約 250 m²)

(内訳:①出品者ブース 19 小間、キッチン 2 小間、事務局スペース 2 小間)

※加えてジェトロの独自予算で追加して 20 m²分のスペースを用意し、日本産農林水産物・食品全般について一体的に広報を行った。

3. 出品企業： 19 企業・団体(内訳:18 企業・1 団体)

4. 出品物： 日本米、清酒、日本茶、海苔、調味料(わさび、味噌、食酢、あまざけ等)等加工食品

※各出品者の出品物については、8 ページのジャパンパビリオン出品者一覧を参照。

5. 出品小間内容

(1)小間内訳

①出品者ブース 19 小間、②キッチン 2 小間、③事務局スペース 2 小間、④広報ブース 2 小間(ジェトロ独自予算)

(2)小間基礎備品

以下の物品を全ての出品者ブースに配備。その他、追加で設置したい備品がある場合は出品者各自が手配した。

- ・電源コンセント(230 V、500W)
- ・スポットライト 3 灯 (1 灯 50w)※小間内の照明
- ・社名版
- ・商談セット:丸テーブル(直径 85cm 高さ 75 cm)+椅子 3 脚
- ・カウンター(幅 100 cm 高さ 100cm 奥行 50cm) 中に収納棚、鍵付き扉付き。移動可能。
- ・ゴミ箱
- ・壁面に設置する棚板 3 枚:(幅 100cm 奥行 30cm) —背面の壁に取り付け。
- ・床: 黒のカーペット仕上げ。

6. 成果

- (1)開催後ジェトロが実施したアンケートで、回答のあった出品者 19 企業・団体(回答率 100%)が「役に立った」又は「まあ役に立った」(4 段階中上位 2 位以上が 100%)と回答。(うち最上位評価は 19 者中 18 者)
- (2)会期中の商談件数:1,636 件、成約:82 件、成約見込み:252 件、、代理店申込:64 件
- (3)会期中に成約に至った主な品目:醤油、ゆず関連商品、海苔
- (4)会期中の商談アレンジ件数は総計 138 件、1 出展者あたりの件数は 5 件から 9 件となり、1 出展者あたり 5 件の商談アレンジ目標を達成した。

7. 課題

- (1)見本市出品のノウハウを、出品者に提供していく必要がある。過去の見本市の情報や様子、効果的なディスプレイ方法、見本市出品をきっかけとした成功事例等を、出品者説明会やウェブサイトを通して提供し、初めて出品する企業でも円滑に準備・商談を行えるような支援体制をさらに整えていく必要がある。特に英語およびフランス語での広報資材やウェブ整備が商談開始時に肝要であるので、構築方法等を出品者と共に検討したい。

- (2)在仏食品コーディネーターを活用し、出品者への情報提供や相談対応などのサービスを提供した。今後は出品者に対し会期前にサービス内容等を体系立てて周知し、またコーディネーター、出品者、事務局がより連絡を密に取れる体制を完備し、更に利用促進したい。

8. 会場

(1)会場名

- ・ フランス パリ・ノール・ヴィルパント見本市会場

(Paris Nord Villepinte Zac de Paris Nord II CD40 93420 Villepinte FRANCE)

SIAL2010 の会場となるパリ・ノール・ヴィルパント見本市会場はパリ市外(北東 18 キロ)に位置する。会場へは、RERB 線の「Parc des Expositions」駅にて下車。駅から会場建物の入口までは徒歩で 5 分程度。

(2)会場へのアクセス及び所要時間

- ・ シャルルドゴール空港第 1 ターミナル駅より:RER 線 3 分
- ・ シャルルドゴール空港第 2 ターミナル駅より:RER 線 5 分
- ・ パリ市内・北駅(Gare du Nord)より:RER 線 20 分
- ・ その他主要駅よりシャトルバスが運行

(3)ジャパンパビリオン出品ホール

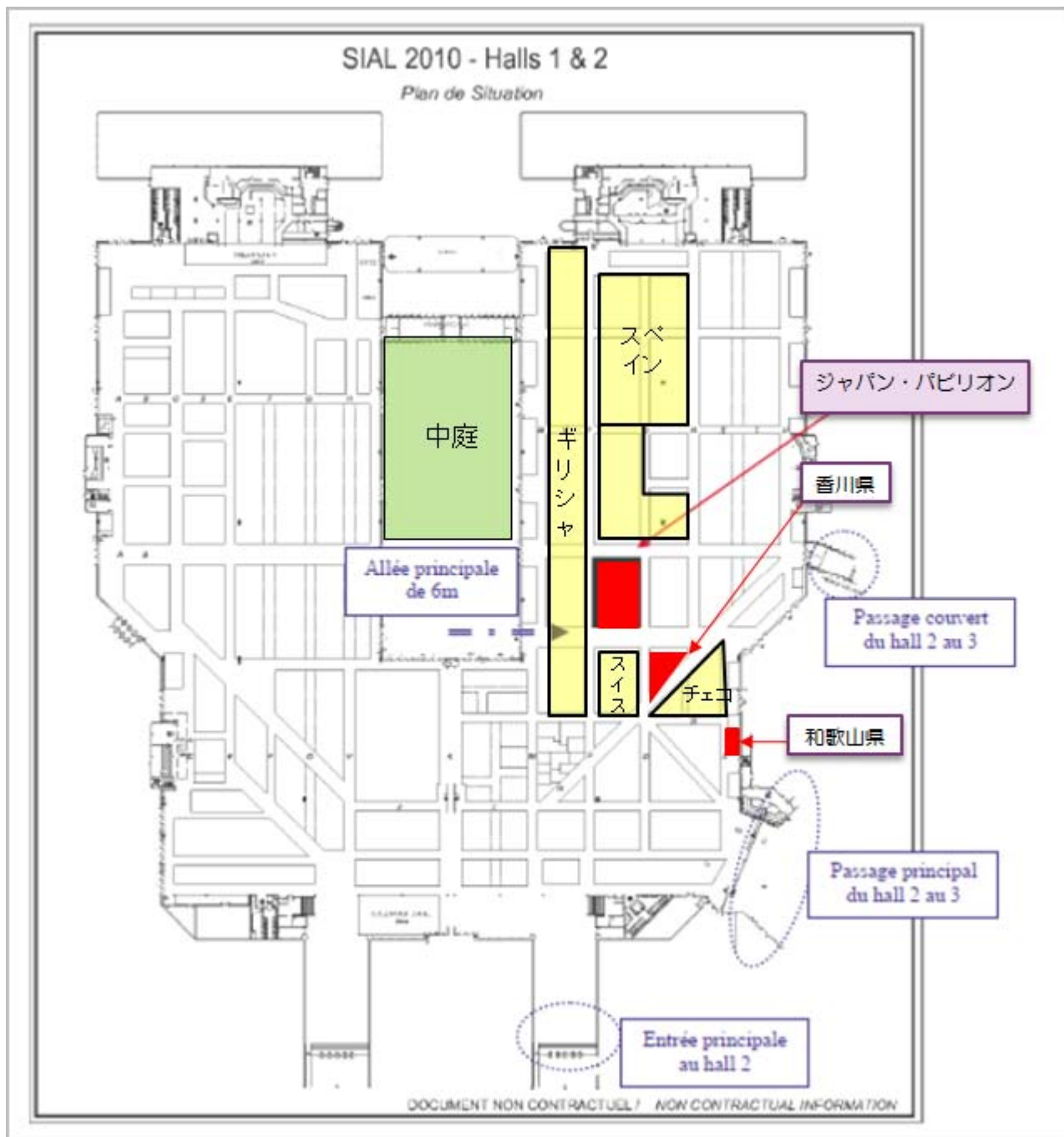
ホール 1 および 2 には、各国のナショナルパビリオンが集まる。ジャパンパビリオンはホール 2 に出品。

(下図の赤丸部分)



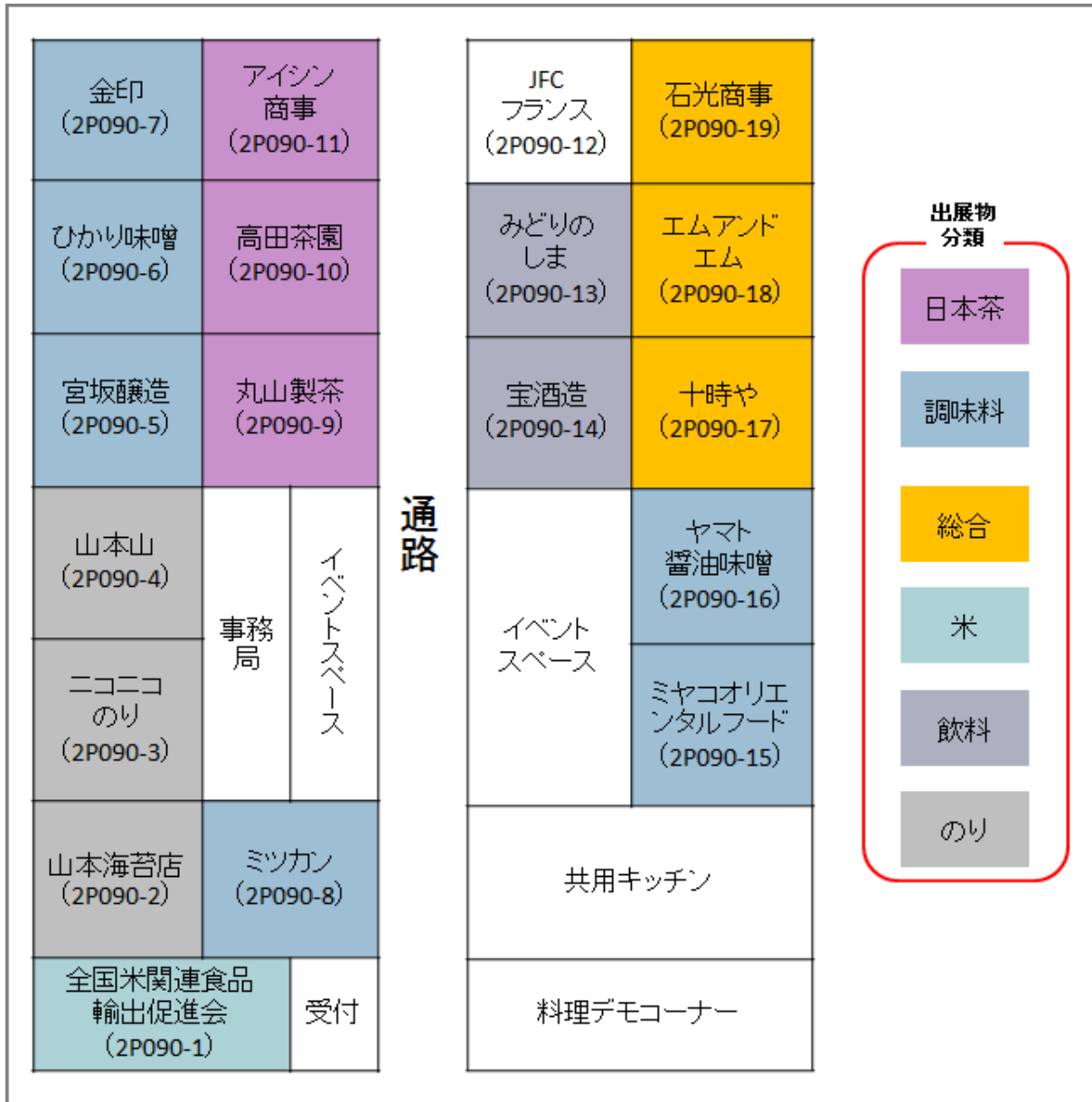
9. ジャパンパビリオン位置

縦に長いギリシャブース、スペイン・スイスブースと隣接した。また会場入口から向かって右手前に独自出品した香川県のブース、その奥に和歌山県ブースが構えられた。



10. ジャパンパビリオンブースレイアウト図

パビリオンのレイアウトは、来場者が目的とする商品を探しやすいよう、出品品目別にまとめた。なお小間割りについてはジェットロが決定した。



11. ジャパンパビリオン出品者一覧

(五十音順、敬称略)

No.	出展者名	企業形態	地域	品目
1	アイシン商事株式会社	貿易商社	大阪	日本茶
2	石光商事株式会社	卸	兵庫	米、米加工品、椎茸、焼酎、酒、ゆず加工品等
3	エムアンドエム	製造	秋田	米、米加工品、大豆加工品、日本酒、漬物
4	金印物産株式会社	製造	東京	わさび
5	JFCfrance	卸	フランス	米、醤油、みそ、酒、菓子等
6	十時や・オトドケ 有限会社	卸・小売	フランス	和洋菓子、飲料、酒、茶、和風だし、米
7	全国米関連食品輸出促進会		兵庫	米、無菌包装米
8	高田茶園茶濃香	製造	京都	日本茶
9	宝酒造株式会社	製造	京都	清酒、焼酎
10	ニコニコのり株式会社	製造	大阪	海苔
11	ひかり味噌株式会社	製造	長野	味噌、即席味噌汁
12	丸山製茶株式会社	製造	静岡	日本茶
13	株式会社 ミツカングループ本社	製造	愛知	食酢(穀物酢、米酢)、すし酢、ぼん酢、つゆ
14	Midorinoshima	卸・小売	フランス	日本酒・備長炭
15	ミヤコ・オリエンタル・フード	製造	米国	調味料(ゆず使用)、味噌
16	宮坂醸造株式会社	製造	東京	味噌、インスタント味噌汁、フリーズドライ製品
17	株式会社 ヤマト醤油味噌	製造/卸/小売販売	石川	甘酒、醤油、フリーズドライ製品、調味料(ごま、わさび、生姜を使用)
18	株式会社 山本山	製造/卸/小売	東京	茶、海苔
19	株式会社 山本海苔店	製造	東京	海苔

Ⅲ. 事前業務内容

全体の業務スケジュールは下表のとおり。

日程	業務内容
6月25日	出品者募集開始
7月16日	出品者募集締切
7月29日	出品者決定
8月6日	出品者説明会開催(於:ジェトロ東京本部)
8月13日	パンフレット原稿提出締切
8月20日	ジェトロ手配アシスタント・通訳申込締切
8月25日	追加備品申込締切(対出品企業)
10月上旬	ジャパンパビリオン パンフレット納品
10月17日～21日	SIAL 2010 開催

1. 出品者募集

6月25日～7月16日までの間、ジェトロウェブサイト上で出品者を募集した。出品希望者が提出した事前調査票等の資料を、委託元より示された選定基準に従い5名が出品者の評価・採点を実施した。応募総数46企業・団体のうち、19企業・団体を出品企業として採択した。

2. 出品者説明会

出品準備等に関する説明を行うとともに、パリ・センター所員及びジェトロ海外コーディネーターが、パリの日本食品市場に関しセミナーを実施した。その他、施工会社の Claritas Marketing Ltd がブース施工及び備品等の発注に関して説明した。また、主催者側オフィシャルフォワードの日本側窓口4社が各社輸送スケジュール等を案内した。

(1)概要

- ・ 日時: 2010年8月6日(金)13:30～16:10
- ・ 場所: 日本貿易振興機構(ジェトロ)東京本部 9BCD 会議室
- ・ 出席状況:11企業・団体(19企業・団体内)
※欠席した8社には、後日配布資料一式を郵送するとともに、個別に質問等に対応。

(2)配布資料

- ①出品者説明会資料
- ②施工装飾等関連資料
- ③輸送貨物についての案内(オフィシャルフォワード4社)
- ④フランス及び欧州における日本食品市場の動向について
- ⑤バイヤー・レストランリスト

※その他、参考資料として特許庁委託海外知財リスク注意喚起チラシを配布。

(3) 議事次第

時間	内容	発表者
13:30～13:40	開会の挨拶	
	農林水産省大臣官房国際部 貿易関税チーム輸出促進室長 土橋 信昭	
	日本貿易振興機構 農林水産部長 羽村 康弘	
13:40～14:20	ジャパンパビリオン及び施工装飾にかかる連絡事項	
	ジェトロ 農林水産部農林水産事業課 早川 真梨子	
	Claritas Marketing Ltd 蔵田 誠治	
14:20～15:00	輸送に関する連絡事項	
	アジリティ株式会社 見本市貨物部 阿部 恵里子	
	株式会社近鉄エクスプレス販売 イベント営業部 大竹 正文	
	西濃シエンカー株式会社 見本市部 高野 八千代	
	フェアランス・インターナショナル株式会社 アカウント・エグゼクティブ 田辺 聖英	
15:00～15:10	名刺交換及び休憩	
15:10～15:55	パリの日本食品市場及び SIAL2010 ジャパンパビリオン出品参加にかかる説明	
	ジェトロ・パリセンター 村山 牧衣子	
	ジェトロ・パリセンター 食品コーディネーター 岡部 純	
15:55～16:10	質疑応答・閉会	

(4) 個別面談

出品者説明会前日及び当日に、希望する出品者とジェトロ在パリ担当者面談をジェトロ東京本部で実施。見本市出品準備、現地情報等について出品者の相談に応じた。参加者は4企業・団体。

3. 輸送・通関

輸送・通関業務については、出品者が見本市主催者の指定業者又は独自のルートで契約・手続き等を行った。ジェトロは、出品者説明会にて主催者指定輸送代理店日本窓口の4社を出品者に紹介した。主催者指定輸送代理店及びその日本側窓口については以下のとおり。(順不同)

現地指定業者	日本側窓口
■AGILITY FAIRS &EVENTS Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte BP 66135 95976 Roissy CDG Cedex Tel : 33 01 48 63 33 81 Fax : 33 01 48 63 33 82	■ アジリティ株式会社 〒101-0032 東京都千代田区岩本町1-7-1瀬木ビル Tel: 03-5821-4617 Fax: 03-5821-4610
■BROUSSE EXPO Parc des Expositions-Paris-Nord Villepinte B.P. 63138 - 95976 Roissy CDG Cedex - Tel.: +33 (0)1 48 63 32 25 Fax: +33 (0)1 48 63 32 46	
■ CLAMAGERAN EXPOSITIONS B.P. 64137 - Parc des Expositions de Paris- Nord Villepinte 95976 Roissy CDG Cedex - France Tel.: +33 (0)1 48 63 33 34 Fax: +33 (0)1 48 63 32 38	■フェアフランス・インターナショナル株式会社 東京都中央区日本橋大伝馬町6-5 岩清日本橋ビル6階 TEL: 03-3808-0915 FAX: 03-3808-0916
	■株式会社近鉄エクスプレス販売(KWE) 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-6-1 担当者:イベント営業部 大竹 正文 Tel : 03-5443-9455 Fax : 03-5443-9457
■EXPO SERVICE INTERNATIONAL(ESI) ZA Valnor 32, rue Jacques Robert BP 830 Le Thillay 95508 Gonesse Cedex Tel : 33 01 39 92 87 88 Fax 33 01 39 88 98 27	■株式会社近鉄エクスプレス販売(KWE) 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-6-1 担当者:イベント営業部 大竹 正文 Tel : 03-5443-9455 Fax : 03-5443-9457
■ SCHENKER S.A Batiment M1 - B.P. 61080 Parc des Expositions de Villepinte - ZI - Paris-Nord II 93420 Villepinte - France Tel.: +33 (0)1 48 63 32 81 Fax: +33 (0)1 48 63 32 82	■西濃シエンカー株式会社 〒140-0002 東京都品川区東品川2丁目2番24号 天王洲セントラルタワー16F Tel: 03-5769-7380 Fax: 03-5769-7381

4. 展示・装飾・印刷

(1) ジャパンパビリオンのデザイン設計・施工

①体制：デザインの充実及びコスト削減の観点から、デザイン設計・施工は現地業者に再委託した。

②再委託先：Claritas Marketing Ltd.

16 Rosemont Road, London NW3 6NE, UK Tel : +44 (0)20 7794 1123 Fax : +44 (0)20 7794 11334

③ジャパンパビリオン施工の様子

施工イメージ図

(正面)



(出品者ブース)



実際のブース

(正面)



(出品者ブース)



(2)パンフレット等印刷物製作・印刷

①体制：デザインの充実及びコスト削減の観点から、パンフレット製作・印刷は現地業者に再委託した。

②再委託先：小泉彩子氏

パンフレットイメージ

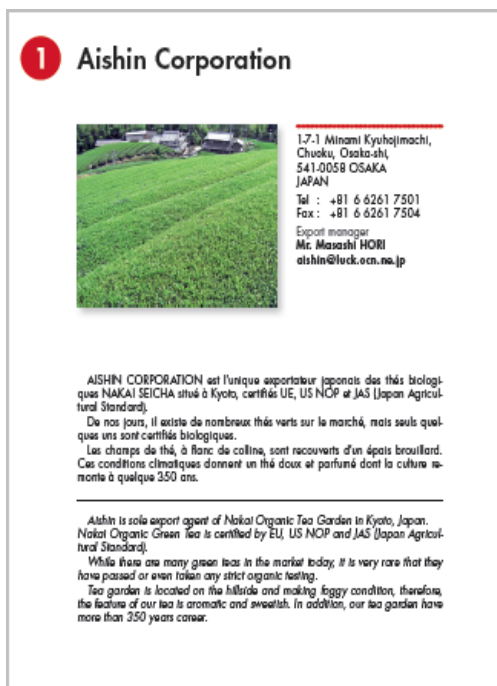
(表紙)



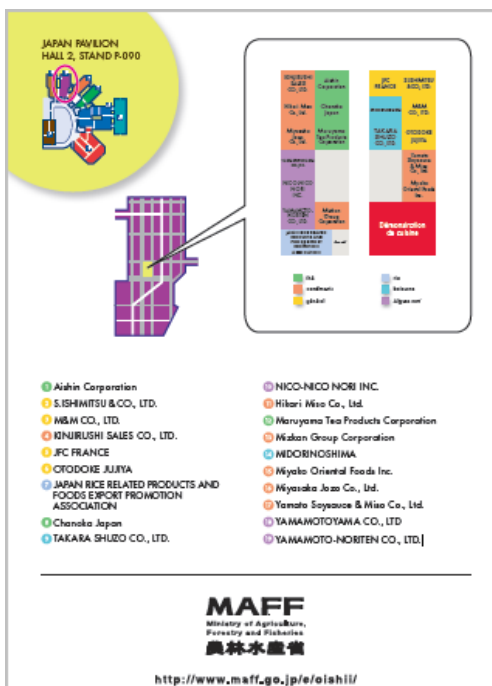
(目次)



(各出品者のページ)



(裏表紙)



IV. 商談支援活動

1. バイヤー情報の整備

前回 SIAL2008 で蓄積したフランスのバイヤー情報を更新し、出品者に提供した。

2010年8月から9月上旬にかけて在欧州ジェトロ事務所(英国、ドイツ、イタリア)の協力のもと、欧州の日本食品取り扱い業者リストを作成。SIAL2010 会期前に出品者に提示し、事前のアポイント取得等に活用して頂いた。

2. バイヤーリストに基づく誘致活動

詳細は次頁 V. 3. に記載のとおり。

3. 海外コーディネーターの設置

ジャパンパビリオンへのバイヤー誘致、出品者の商談支援に向けコーディネーターを1名配置した。

氏名：岡部 純(ジェトロ海外コーディネーター)

経歴：CGCジャパン欧州駐在所長。長年パリにて企業視察、コーディネート、商品企画、調査業務に従事し、フランスの食品流通の現場にも精通している。SIAL2008 においても商談コーディネートを担当。

<SIAL2010 開催にあたりコーディネーターが担当した業務>

①会期前のバイヤー誘致および出品者支援

- ・ 出品企業に対する商談事前アレンジ
- ・ 出品者の相談対応
- ・ 現地情報の定期的な提供

フランスを中心とする EU 市場への進出、販路拡大等に関するアドバイスを全3回にわたり送付した。(参考資料②～④を参照。)内容はプライスリスト等見本市の参加に必要な準備内容の紹介および市場情報の提供など。

- ・ バイヤーへの来場誘致活動

出品物の現物サンプルを出品者から回収し、事前にバイヤーを訪問。パビリオンへの誘致を呼びかけた。

②会期中の出品者支援

会期中は見本市会場に常駐し、出品者からの商談に関する相談に応じた。また、特定の日本食品を探す来場者を該当する出品者に紹介し、希望に応じて商談に同席した。

③イベント開催後のフォローアップ

見本市終了後も、契約履行期限(平成23年2月14日)まで出品者及びバイヤーからの要望に応じ、両者の商談等に関するサポートや販売条件・輸送等に関する相談を受け付けた。

V. 広報・PR活動

ジャパンパビリオンへの来場者誘致等のため、以下のとおり広報を行った。

1. ジャパンパビリオン出品者パンフレット製作・配布

出品者情報を記載した出品者パンフレット(フランス語・英語併記)を作成し、会期前および会期中に、ジャパンパビリオン広報ブースにてバイヤー等向けに 3,000 部配布した。

2. 現地業界専門誌 2 誌に SIAL2010 ジャパンパビリオンの広告を掲載した。日本食関係者・フランス食関係者向け 1 誌ずつを選択し、幅広く広告活動を展開した。(掲載内容は巻末参照)

(1) Wasabi

季刊誌(年 4 回発行)。購読者5万人程度。日本食の普及を目指し発行されたフランス人向け雑誌。日本食レストランや日本食材店に無料で配布されている。プロの食品関係者も多く購読している。1/2 ページを使用し秋号に広告を掲載した。

(2) Les Marchés(レ・マルシェ)

週刊誌。フランスの食品業界人・料理人が読む、フランス食を扱う雑誌。1/4 ページを使用し 10 月 7 日号に広告を掲載した。さらに、同誌のウェブページにも広告を掲載した。

3. バイヤーへの来場誘致

フランス国内バイヤー、レストラン及びプレス約 280 名に対し、案内状と出品者パンフレットを送付した。また、プレスには電話及び面会を通じてパビリオンの広報を実施した。フランスだけでなく、英国やドイツのバイヤーにも事前に案内した。

4. ジェトロウェブサイトへの情報掲載

バイヤー誘致及び広報を目的としてジェトロ・パリセンターのウェブサイトにて、英語・フランス語にて出品者情報(小間割り、出品物リスト、料理デモ内容)を掲載した。

JETRO Japan External Trade Organization **France** Worldwide Global Home

- JETRO Paris
- Qui sommes-nous ?
- JETRO dans la presse
- Nos coordonnées
- Bureaux de représentation
- Nos missions
 - Soutien à l'investissement
 - Séminaires
 - Salons et expositions
 - Le Test d'aptitude au japonais des affaires (Test BJT)
 - TTPP
 - Promotion de la cuisine japonaise
- Documentation
 - Le Japon à la page
 - Documents en ligne
 - Pour aller plus loin
 - Japon pratique

SIAL, SALON INTERNATIONAL DE L'AGROALIMENTAIRE, OCTOBRE 2010

August 24, 2010

SIAL 2010

The Global Food Marketplace

A l'occasion de la participation de Jetro au SIAL 2010, pour le compte du ministère de l'Agriculture, de la Forêt et des Pêches, un livret de recettes originales japonaises a été créé pour faire découvrir certains produits japonais encore peu connus en France.

[Recettes de cuisine japonaise](#)

Pour en savoir plus, cliquez sur le titre ci-dessus.

Contact: service agroalimentaire de JETRO, Madame Murayama, tel: 01 42 61 50 11, murayama@jetroparis.fr ou Madame Georges, tél: 01 42 61 59 79, bgeorges@jetroparis.fr

[Plus d'information sur le Sial](#)

[Allez sur le site du magazine spécialisé en agroalimentaire Les Marchés](#)

- Liste des entreprises au pavillon Japon (33 KB)
- list in english (33 KB)
- plan du pavillon Japon (62 KB)
- Lay out in english (59 KB)
- planning des démonstrations culinaires (100 KB)

VI. 料理デモンストレーション

SIAL2010に来場するバイヤー、ディストリビューター、輸入業者等を対象に、日本食に対する理解度の向上、日本産食品の具体的な利用方法の周知を目的として、料理デモンストレーションを実施した。ジャパンパビリオン内通路正面に設けたステージにて、フランス人・日本人料理人各1名が日本産食品を使用した多彩な料理を紹介した。また、希望する出品者も料理デモを実施した。実施にあたっては、ジェトロ担当者がフランス語で同時通訳のナレーションを実施し、自社製品を詳細にPRした。

デモンストレーションスケジュール(色付部分はフランス人・日本人シェフによるデモンストレーション)

※17日・18日の14時～15時は、当初出品者デモを予定していたが、都合によりキャンセルになったもの。

	10月17日	10月18日	10月19日	10月20日	10月21日
10:00		全国米関連 食品輸出促進会 日本米の紹介 (寿司)			
11:00	全国米関連 食品輸出促進会 日本米の紹介 (カレー)	フランス人シェフによる 料理デモ ①味噌パン・フォアグラの オードブル、海苔ソース ②玄米・めかぶ ③白身魚のリゾット ④抹茶のマカロン	日本人シェフによる 料理デモ 蕎麦のサラダ 甘酒寒天・抹茶ソース	日本人シェフによる 料理デモ 蕎麦のサラダ 甘酒寒天・抹茶ソース	金印物産㈱ わさびソース
12:00	フランス人シェフによる 料理デモ ①味噌パン・フォアグラの オードブル、海苔ソース ②玄米・めかぶ ③白身魚のリゾット ④抹茶のマカロン	ひかり味噌㈱ 豆乳味噌スープ	宝酒造㈱ 日本酒を使った家庭料理 鳥手羽先の煮物	十時や・オトドケ(有) お好み焼き	ヤマト醤油味噌㈱ 冷やし甘酒
13:00	高田茶園茶濃香 氷出し緑茶の実演	高田茶園茶濃香 氷出し緑茶の実演	宮坂醸造㈱ 味噌マヨネーズソース 魚の味噌ムニエル イチゴの味噌クリームがけ	宝酒造㈱ 焼酎を使った家庭料理 ぼたん鍋	
14:00			高田茶園茶濃香 氷出し緑茶の実演	ひかり味噌㈱ 豆乳味噌スープ	高田茶園茶濃香 氷出し緑茶の実演
15:00	フランス人シェフによる 料理デモ ①味噌パン・フォアグラの オードブル、海苔ソース ②帆立貝と玄米のゾルデー ③抹茶のマカロン	フランス人シェフによる 料理デモ ①味噌パン・フォアグラの オードブル、海苔ソース ②玄米・めかぶ ③白身魚のリゾット ④抹茶のマカロン	日本人シェフによる 料理デモ 巻き寿司、味噌汁	日本人シェフによる 料理デモ 巻き寿司、味噌汁	

<出品者デモ実施企業・団体(計8企業・団体)>

全国米関連食品輸出促進会、高田茶園茶濃香、ひかり味噌㈱、宝酒造㈱、宮坂醸造㈱、十時や・オトドケ(有)、金印物産㈱、ヤマト醤油味噌㈱

<料理デモンストレーション実施シェフの略歴>

①フランス人シェフ: JEAN-CHRISTOPHE RIZET 氏(写真左)

ブルゴーニュ地方の中心に位置する 3 つ星レストラン「Chez Lameloise」での 2 年間の修行の後、パリにある「La Truffière」にて 8 年間シェフを務める。伝統的なフランス料理と共に日本食品を取り入れた先進的な料理でも注目されている。

②日本人シェフ: 若尾ユキコ氏(写真右)

ベルギーで薬膳料理研究家大西京子氏に師事。2005 年以來、ISSE & Cie group のレシピ開発担当者を務める。同氏の作るケータリングメニュー及び「Bento」は見た目の美しさ、健康への感度の高さから大きな注目を集めている。運営する料理教室も好評。

(JEAN-CHRISTOPHE RIZET 氏)



(若尾ユキコ氏)



Ⅶ. 総評

<パビリオンの位置取り>

- ・ パビリオンの位置は、Hall2 の中央より入り口に近い所に位置し、受付および料理デモステージがメイン通路に面していた。ただし、隣のギリシャパビリオンが縦に長く、メイン通路を横切るような形で設置されていたため、人の流れがさえぎられた点は否めない。
- ・ 日本企業がまとまって位置していたので、日本食全般を求める来場者、日本食に詳しくない来場者にとっては利便性が高かった。ナショナルパビリオンであることの集客効果があった。

<施工・デザイン>

- ・ 現地スタッフの意見を参考にし、落ち着いた赤と栗色を基調とした優しく上品な和のイメージのデザインを採用した。出品者からは、シンプルで良いという意見が大半だったが、地味という意見もあったので、今後はデザインを維持しながら、遠くからの可視性も確保したい。
- ・ ブースは小間割り形式にしたが、ブース間を壁で完全には仕切らず、半分オープンにした。結果としてパビリオン全体に開放感が生まれ、また出品者同士の連携も容易であったため概ね好評であった。商談の妨げになるという声はあまり聞かれなかったため、今後も一体感のあるデザインを採用したい。
- ・ キッチンが狭いという声が多くあった。ステージを使用しての料理デモに加え、各出品者ブースでも試食提供を実施していたため、常に混雑していた。もう少し作業スペースを確保できると理想的だが、パビリオン全体の面積が限られている中で、出展者数の確保を優先すべきか、出展者数が少なくても使い勝手を優先すべきかは検討すべき課題であろう。
- ・ スペース上の制約から商談スペースは設けなかったが、各ブースに基礎備品としてテーブルと椅子を設置した。出品者はこれを有効活用し商談スペースが欲しいという希望は殆どなかった。

<ストの影響>

SIAL2010 来場者数は 136,500 人と、前年比で約 8%減少した(2008 年実績 147,860 人)。主な理由として、10 月 12 日以降フランス国内で年金制度改革に反対して、鉄道、パリ市内地下鉄、製油所、空港等で大規模なストライキが発生し、交通機関が混乱したことが挙げられる。前回に引き続き SIAL に出品した複数の企業からは「来場者数が 3 割ほど減った印象を受けた」とのコメントが寄せられた。一方で、「ジャパンパビリオンへの来場者は減ったが、本当に商談意欲のあるバイヤーのみが来場した」と、前向きにとらえる声もあった。

<円高の影響>

2001 年以降、為替レートは円安・ユーロ高傾向が続き、2008 年 7 月時には 1 ユーロ=170 円台を記録した。円安の流れに沿うように欧州への日本食輸出額も拡大し、日本からフランス向け日本産農林水産物の輸出は 2000 年の約 20 億円から 2007 年には約 41 億円に倍増した。要因の一つには、高品質ながら高価な日本産食材が、ユーロ高により現地業者に割安感を与え、価格面でも競争力を維持できたことが考えられる。

しかし、2008 年のリーマン・ショックに端を発する世界的な景気低迷以降、株価の急落と円高が記録的なスピードで進んだ影響を受け、日本産農林水産物・食品の世界全体への輸出額は 2009 年に 4,454 億円

と、前年比 12.3%減少した。そのような状況の下、フランス向け輸出については、引き続き日本食の市場が堅調であることから、日本からフランス向け農林水産物・食品の輸出は、前年の 39 億円から約 41 億円に回復した。ただし、2010 年の為替レートは 1 ユーロ=110 円台で推移している。

<商談>

会期を通じて、ゆず果汁、ゆず加工品の人気が高かった。また、ブームの続く寿司関連商品、米、日本茶、海苔、味噌など既にフランスに進出している製品についても安定した人気があった。

<料理デモについて>

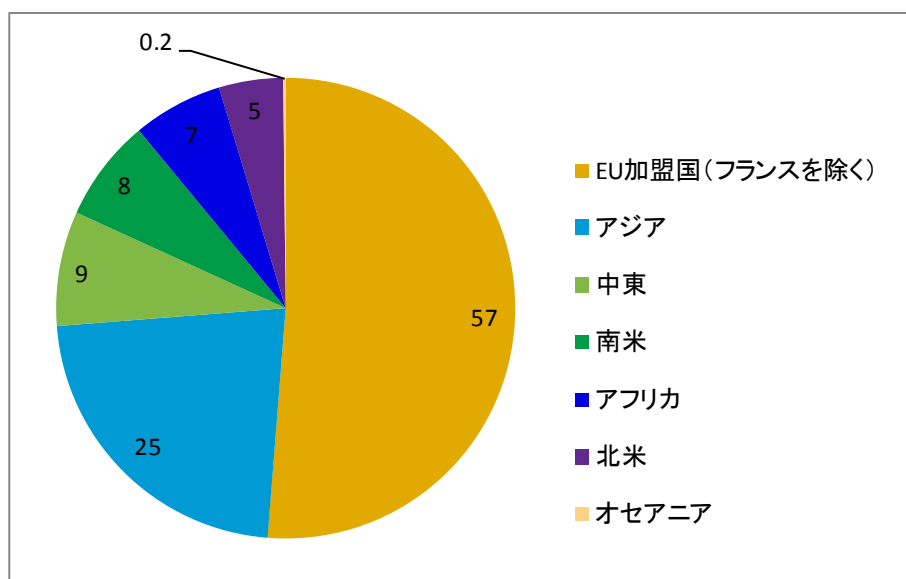
フランス人シェフ RIZET 氏(前半 2 日間)、日本人シェフ若尾氏(3 日目、4 日目)の料理デモを毎日 2 回実施した。Hall2 の出入り口近くの、開けた通路に面したステージであったため、料理デモを始めると多くの来場者が足を止め、メモを取ったり、数十分間のデモを最後まで熱心に見学する来場者もいた。特に、フランス人シェフによる料理デモ、出品者による巻き寿司・カレーの料理デモは人気が高かった。

一方で、デモ終了後ジャパンパビリオンの各ブースに立ち寄りず、素通りする来場者が多く集客が必ずしもジャパンパビリオンへの来場につながらなかった印象を受けた。来場者をどう各ブースに導くかが今後の課題である。デモで集まった人に個別に話しかけ興味のある食材を扱うブースに誘導する動線及びスタッフの確保、また、デモで扱った関連食材を扱うブース担当者が積極的に商品 PR とブース来場を呼びかけるなどの改善が必要と思われる。

<他国の様子>

今回、中国の出品者数が前回(SIAL2008)の 374 者から、540 者に大幅に増加し、SIAL2010 の出品国としては、フランス、イタリア、スペインに次ぐ第 4 位の規模となった。1 つのホールにまとまって出品せず分散して複数のホールにパビリオンを構えていたため、どのホールでも存在感があった。広いブース面積を確保する国の多くは、出品料は定率または定額による一部補助方式を採用していることが多い。

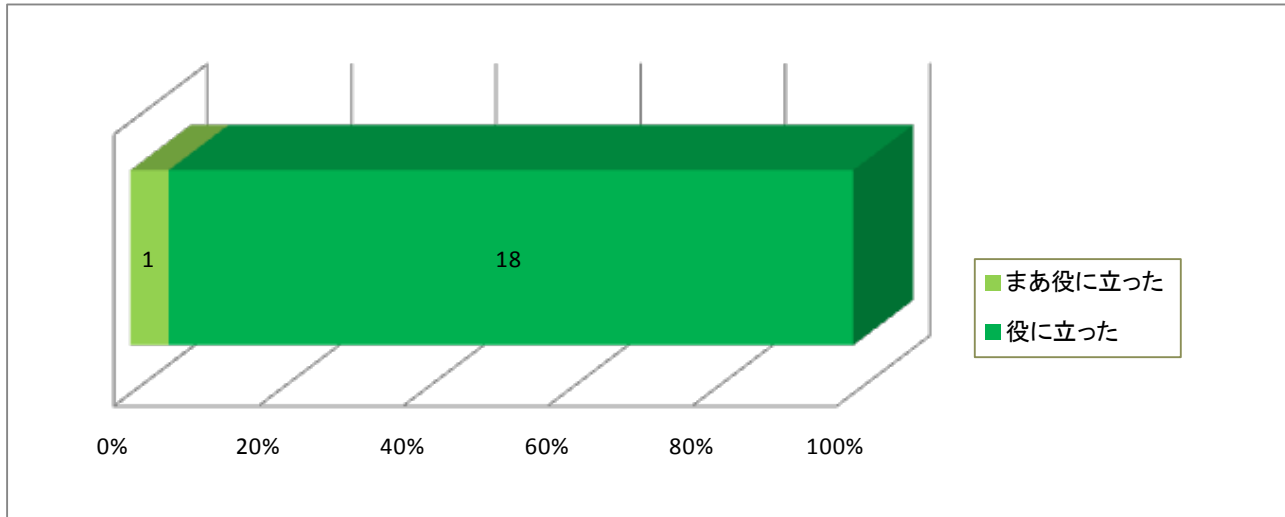
(参考:地域別にみた出品者の割合(%))



VIII. 出品者アンケート結果

会期直後、出品者 19 企業・団体が回答したアンケートを実施した。回答は以下のとおり。

■質問 1: 今回の事業ならびに提供したサービスの役立ち度(出品者有効回答数 19)

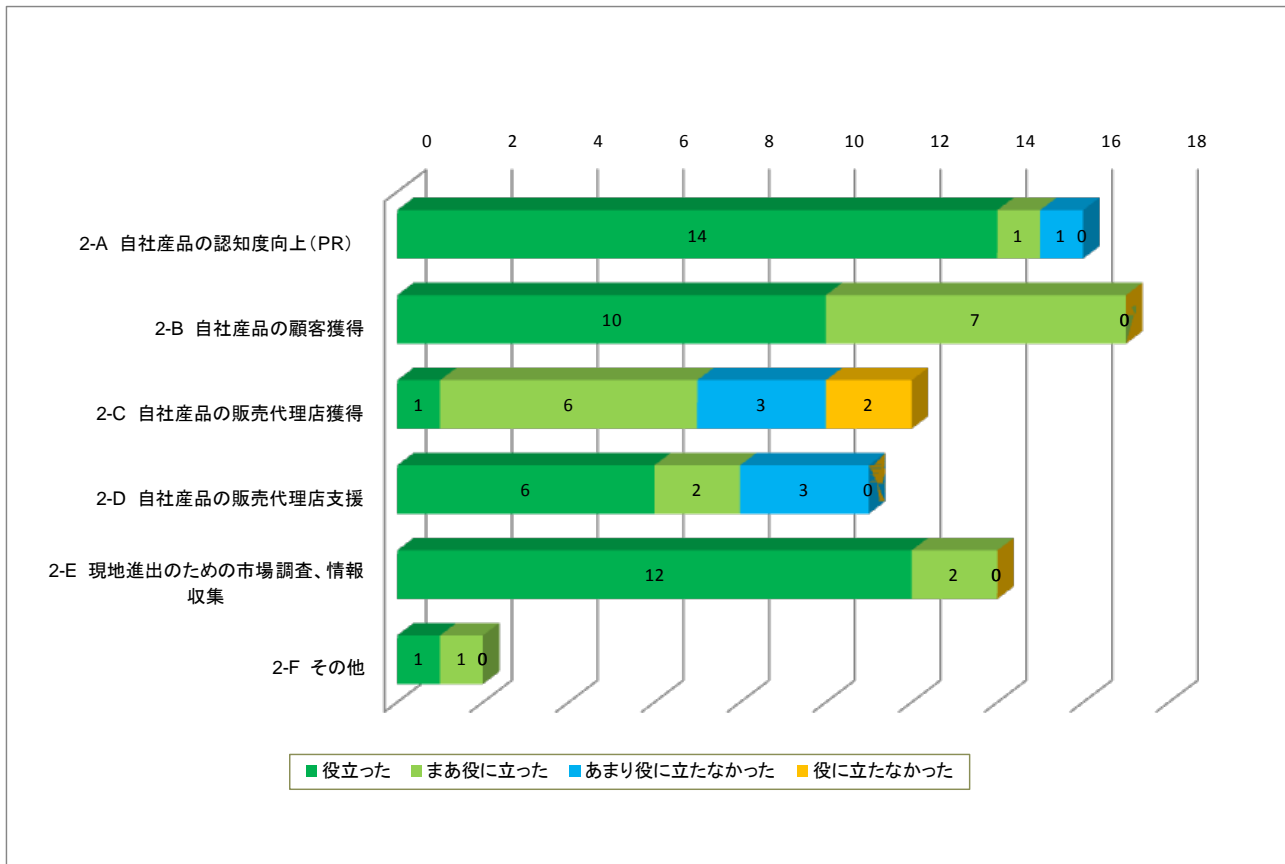


<出品者からのコメント>

- ・ 新規バイヤーとの出会いがあった。既存バイヤーには、新規商品の提案ができた。
- ・ 欧州のみならず、世界各国からの来場者へ向けてダイレクトに発信することで、それぞれ地域ごとの市場調査に役立った他、各国・地域の趣向等もヒアリングしながら有意義な商談の機会を得られた。また、既存の顧客との商談も実施でき、受注を含め今後の方向性を話し合うこともできた。
- ・ 新規顧客(日本食レストラン、グロッサリー)の開拓ができた。
- ・ 過去の見本市に比較して、具体的な商談につながるお客様が多かった。
- ・ 新しい商品の可能性が計れた。顧客獲得につながった。
- ・ 通常では商談に行けない国との商談が可能になり、販路開拓の機会となった。
- ・ 今後、欧州へのリテール商品の展開を計画しているので、いろいろな情報を得ることができた。既存顧客と接見することで、綿密な販売計画を相談することができた。
- ・ 関連業者間での情報交換ができた。
- ・ 今回のフランスの見本市は初めての参加で、フランスの取引先の方々に見本市での商品の評判をじかに見て頂き商品を十分に理解してもらえた。ヨーロッパ全域の食品関係者に自社商品を試食し、意見を聞かせてもらい、将来の商品開発に大変役に立つアイデアをもらった。フランスや英国の間屋から注文をいただき、ヨーロッパでの販売の糸口を掴む事ができた。
- ・ 新規の取引先、またその可能性の高い取引会社と会って将来について深く話すことができた。また、あまぎけの販売についても、販促の仕方や、やや狭いチャネルではあるが、可能性について話すことができた。

■質問 2: SIAL2010 参加目的とその効果

※2A～2F 各項目の回答母数は、各項目を目的として挙げた企業・団体数



<出品者からのコメント>

2-A: 自社製品の認知度向上 (PR)

- ・ 過去数回参加した欧州での見本市と比べ、市場の成熟度に合わせて有効に PR できた
- ・ ディストリビューターの仕入れ担当者の目に直接商品が触れることにより、認知度向上につながった
- ・ 日本食に興味を持った参加者が自社ブースに立ち寄ってくれた
- ・ 日本食ブームのため精米をはじめ各商品の関心が高く、絶好の PR の場となった
- ・ 試食を通じて商品、ブランド名を紹介できた
- ・ 継続的に出品していることで、プレゼンスの高まりを感じた

2-B: 自社製品の顧客獲得

- ・ 幅広いバイヤーと面会し、見込み顧客が多くあった
- ・ 現地インポーターを拡大できた
- ・ フランス・欧州各国のみならず、中東、米国、中南米からの来場者と商談の機会があった
- ・ 未開拓の国との商談ができた
- ・ 顧客獲得へ向けには見本市終了後のコンタクト・商談継続が必要と認識している
- ・ 試食が注文につながった
- ・ PB 商品としての販売に関心を持つ問屋を獲得

2-C: 自社製品の販売代理店獲得

- ・ 同じく販売代理店としてのディストリビューターの獲得に向け引き続き商談中
- ・ 既存の代理店とのすみ分けをしっかりと行い、各社に有益な方向を探る必要がある
- ・ すでに仏では専売卸店を獲得済だが、2次店の候補が出た
- ・ フランスの販売代理店より注文を得た

2-D: 自社製品の販売代理店支援

- ・ 既取引のある国からの来場者には既存の販売代理店を通じ積極的なアプローチができた
- ・ 既に契約のある販売先にもスタンドへ訪問を通じ新商品等の紹介ができた
- ・ パートナーのディストリビューターのPRができた
- ・ シェフやマーケットのバイヤーからの引き合いを代理店につないだ

2-E: 現地進出のための市場調査、情報収集

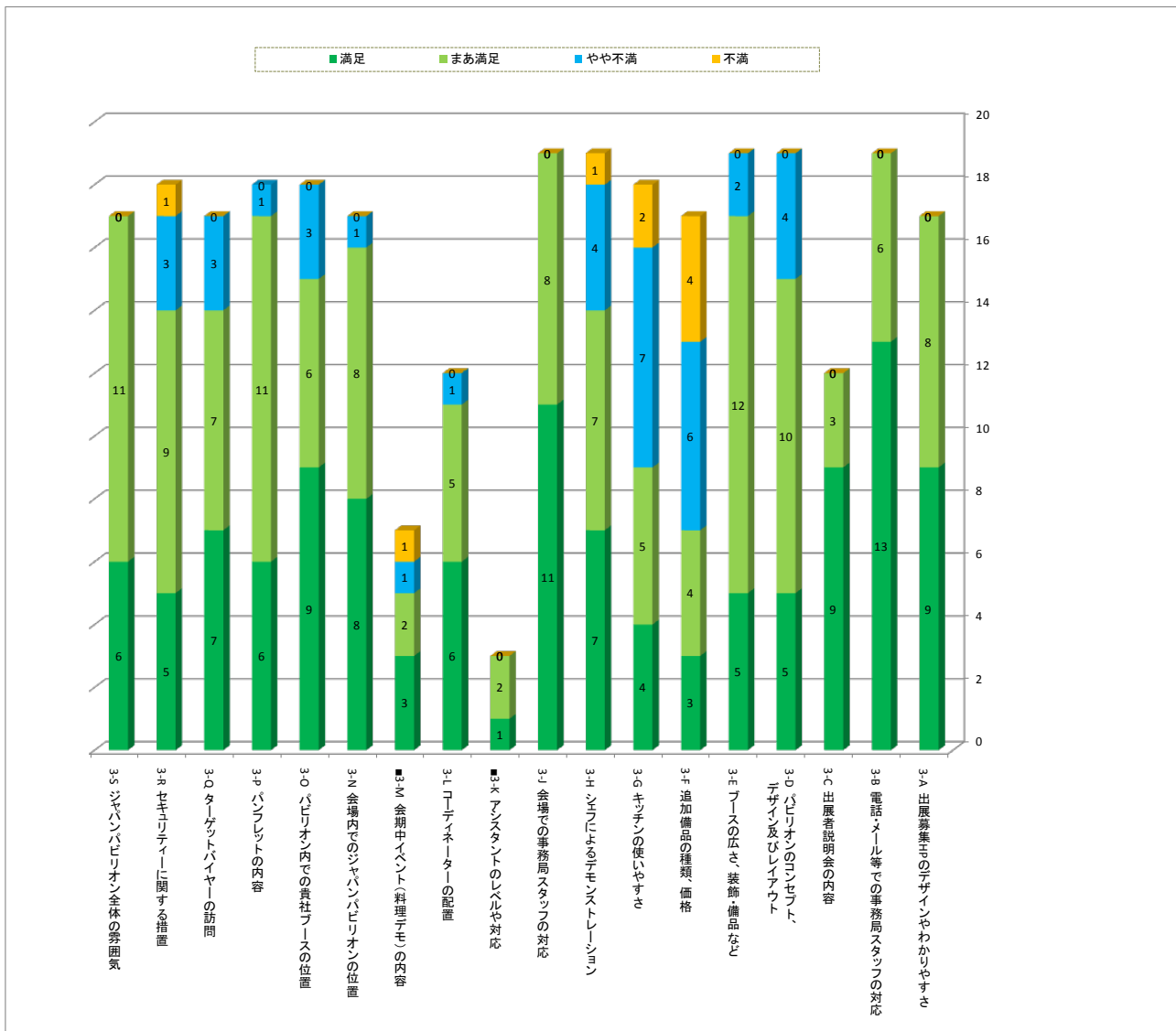
- ・ 数十カ国のバイヤーから直接日本食への意見を聞くことができ、参考になった
- ・ 商談相手よりその国の情報を収集できた
- ・ 他出品者との交流で情報を得ました
- ・ リテール商品の反応が聞けた
- ・ 現地消費者の反応がみられた
- ・ 旧共産圏の国々の情報収集に大変役立った
- ・

2-F: その他

- ・ 会期中に複数の顧客とのミーティングができた
- ・ 自社輸入品の販売、代理店の獲得
- ・ 詰めた商談ができて、非常に良かった
- ・ 既存顧客と面会できた

■質問 3:パビリオン運営について

アンケート結果は以下のとおり。(■の項目は、実施した出品者のみ回答)



<代表的なコメント>

3-A: 出展募集HPのデザインやわかりやすさ

- ・ シンプルで分かりやすかった
- ・ 現状のままで良い
- ・ 募集時期が定かでないので目安を教えてください

3-B: 電話・メール等での照会に対する事務局スタッフの対応

- ・ スタッフの方々には、その都度細かく対応してもらい、大変助かった
- ・ 担当分けが当初分かりづらかった
- ・ 不明点に対して丁寧に迅速に対応頂いた

3-C: 出品者説明会の内容

- ・ 十分だった
- ・ もう少し早い時期に開催してもらえると、余裕を持った準備ができる
- ・ 過去のデータをもう少し欲しい

3-D: ジャパンパビリオンのコンセプト、デザイン及びレイアウト

- ・ デザイン・レイアウトはシンプルかつ機能的でよかった
- ・ 日本をイメージした和の雰囲気よかった
- ・ ブースごとの仕切りがなく全体が一望できて良かった
- ・ まとまっているが、全体的には地味
- ・ 他国のパビリオンと比べ、やはり見劣りした。中国や韓国と混同している人がいたので、もっと日本をアピールできたら良い
- ・ 天井の、「JAPON」の垂れ幕がもっと目立つと良い

3-E: 基礎小間ブースの広さ、装飾・備品など

- ・ 広さは問題なし
- ・ もう少し広いと商談用スペースが作れる
- ・ 装飾がシンプルで自由に装飾できた
- ・ もう少し派手でも良かった
- ・ カウンターテーブルは試食等を行うためもっと大きな物が必要。そこで座ってお客様に対応できるよう高めの椅子があるとよい。備品予算を設定して頂き、各社の希望で備品を揃えてほしい

3-F: 追加備品の種類、価格について

- ・ 備品の価格(電気代)が高すぎる
- ・ やや高額なため、各社同様のブースに見える
- ・ 注文の品に不備があった

3-G: キッチンの使いやすさ

- ・ 作業用の少し広いスペース、水道が必要であった
- ・ 共同で使用するにはあまりにスペースが足りない
- ・ 必要な備品がほぼ全て用意されており、大変使いやすかった
- ・ 限られたスペースだったが使用に不自由しなかった
- ・ 洗い場は小さくてももう1つあるといい

3-H: シェフによるデモンストレーション

- ・ 非常に興味・関心を引くものでよかった
- ・ ショーとしては面白いが、もっと販売促進につながると良い
- ・ シェフが親しみやすく、料理も良かった
- ・ サンプルを使用してもらえて良かった

- ・ 提供メニューについて、事前にもっと情報があると良かった
- ・ 多くの商品を使用するため、製品の良さが消えてしまわないよう注意が必要

3-J:会場での事務局スタッフの対応

- ・ 親切、丁寧、臨機応変に対応してもらえた(多数)
- ・ 何一つ不便なかった
- ・ 至れり尽くせりで細かい所まで対応して頂いた
- ・ 連絡が行き届いていない事があった

3-K:ジェトロ紹介のアシスタントのレベルや対応

- ・ 大変良かった(アシスタント紹介を利用したのは1社のみ)

3-L:コーディネーターの配置

- ・ 仏市場をはじめ、食品業界に精通されているので、とても頼りになった
- ・ 困った時に助けてもらえ、良かった
- ・ 配置場所が分からなかった

3-M:会期中イベント(料理デモ)の内容(参加された出品者のみ)

- ・ 各回とも盛況でよかった
- ・ 呼び掛けが少なかった

3-N:会場内でのジャパンパビリオンの位置

- ・ 入口に比較的近く、分かりやすくて良かった
- ・ もっと入口近く、駅を降りてすぐのホールが良かった
- ・ ギリシャ、スペインブースの近くであったため集客力があつた
- ・ 来客が多かった印象

3-O:パビリオン内での貴社ブースの位置

- ・ 不満はない、どこでも良い(多数)
- ・ 人通りが多かった(多数)
- ・ 角コマで料理デモンストレーションができ、バイヤーの集客につながつた
- ・ 商社に挟まれて心配だったが人通りも比較的良く、十分にPRと商談ができた
- ・ 同じ食品は並ばない方がよかった
- ・ 外側がより人通りが多かったかと思うが仕方ない

3-P:パンフレットの内容

- ・ 見やすくよくまとまっていた
- ・ 分かりやすい内容だった
- ・ フランス語と英語の両方で説明されていて良かった

3-Q: ターゲットバイヤーの訪問

- ・ フランスだけでなく世界中からのバイヤーに会えた
- ・ 目当てのバイヤーに会えた
- ・ ターゲットバイヤーの方々には事前に訪問頂くようアポイントを入れており、いい商談ができた
- ・ 事前に連絡した方、インヴィテーションを配った方の来場あり
- ・ 事前にアポイントが取れなかったので来場したか不明
- ・ 色々な業種・国籍の方が興味を持ってブースに訪問してくれた
- ・ 招待状が届くのが遅かったので案内が十分に行き届かず残念だった

3-R: セキュリティーに関する措置

- ・ 特に問題なし、事故なし
- ・ カウンターテーブルに鍵があり、良かった(多数)
- ・ 一瞬ブースを離れたすきに、気に留めていなかった備品類を盗難された
- ・ 陳列棚にあった商品が複数盗難にあった。目に触れる状態で置いていたことを今後改めたい
- ・ セキュリティーが良くないのは仕方のないこと。対策にも限界があるので自己責任で

3-S: ジャパンパビリオン全体の雰囲気

- ・ 統一感がありよかった(多数)
- ・ 会期中は隣同士協力し、良い雰囲気のなかで一丸となって日本食の普及に力を入れられた
- ・ どのブースも日本食に自信をもって紹介されていて、売り込みの熱意が伝わるパビリオンだった
やや地味な印象
- ・ 全出品者で会期前に懇談できると良い

■質問 4: その他個別の取り組み等について

4-1 準備期間(バイヤーへの事前の売り込み、試飲・試食の量の判断、備品オーダー等)の取り組み

<バイヤーへの売り込み>

インヴィテーションの配布

- ・ 既存顧客への事前売り込み、サンプル配布
- ・ ジェトロ配布のバイヤーリスト先に商品の資料等を事前にメールで送り、来場勧誘
- ・ 脈のあるところはショーの前に会社を訪問
- ・ 主要取引先・新規商談先への見本市ブースへ招待。必要備品、商品サンプルなどの発送手配。試食に関しては、業者向けである為、ある程度量を限定して準備した。

<出品準備>

- ・ 各拠点からスタッフを配置
- ・ 持込む商品、ターゲットとする来場者の絞込み
- ・ 他の出品者の出品物等の把握(バッティング防止のため)
- ・ サンプル、広報資材等の準備
- ・ 自社製品を使用したレシピ集を用意