



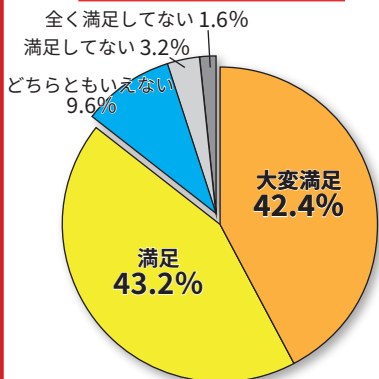
# 食品開発展 2023



## アンケート調査結果

### ◆◆ 出展社の満足度 ◆◆

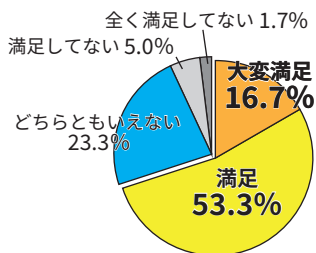
#### 総合的に2023について



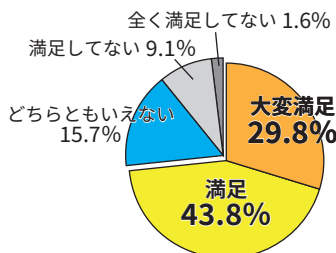
**85.6% が出展に  
大変満足 or 満足！**

※コロナ前よりも  
満足度アップ  
2019：77.3%

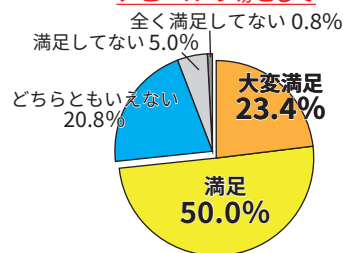
#### 商談の場として



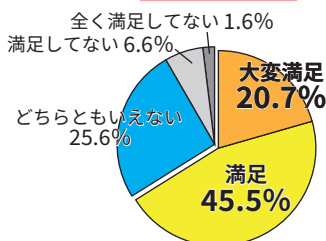
#### 新規顧客獲得の場として



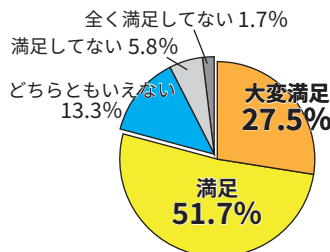
#### 既存顧客への アピールの場として



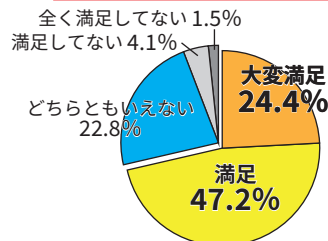
#### 新製品・新サービス 発表の場として



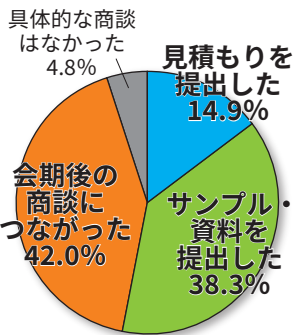
#### 販売促進／PRの場として



#### 製品・サービスに対する 来場者からの意見聴取の場として



### 会期中の商談状況



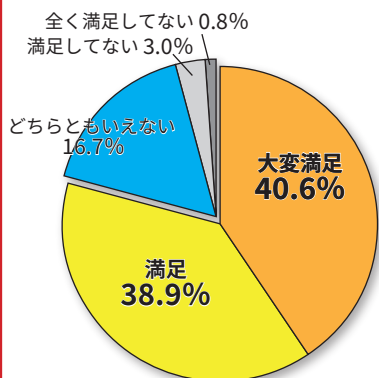
**95.2% が  
商談に発展！**

### 食品開発展に出展した成功例・感想など(抜粋)

- ・食品開発を目的とした展示会として、ターゲットを集客できていて、大手からも来場が多数あった。
- ・食品業界での認知度向上に、非常に有効だった。
- ・ターゲットとなる来場客比率が高く、製品PRや新規顧客獲得の場として効率が良かった。
- ・来場者のクオリティが高く、R&Dや研究関係の部門からの来場者が多かった。
- ・業界最大手メーカーや業界で評判のスタートアップ、流通バイヤーが多数来場され、試作サンプルを提供することができて、商談につながった。
- ・新しい製品や素材データの紹介を行い、新規での検討や相談希望など、今後の商談につながる話を多数獲得できた。
- ・来場客数も多く、海外からのお客様も多いのでグローバルな商談等ができる。
- ・集客力が高く、直接顧客と触れあえることが可能な場として貴重。
- ・展示方法や試食サンプルを例年から変えて「食品素材・添加物を売るメーカー」を強調したところ、多数のの新規ユーザーを獲得でき、ターゲットとしていた分野のコンタクトを獲得できた。

### ◆◆ 来場者の満足度 ◆◆

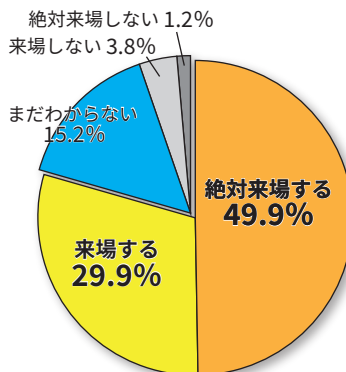
#### 総合的に2023について



**79.5% 以上が  
来場に  
大変満足 or 満足！**

※コロナ前よりも  
満足度アップ  
2019：72.8%

#### 次回2024への来場の可能性



**79.8% 以上が  
次回(2024)も  
来場予定**

※コロナ前よりも  
来場に意欲的  
2019：71.1%