

栃木の魅力を栃木のシェフが紹介

シンガポール事務所

10月27日～29日までの3日間、シンガポールにある「とちぎ和牛」取扱レストランにおいて、栃木の農畜産物を使ったフェアが行われました。26日はシンガポール国内のメディア関係者を招待し、キックオフイベントとしてプロモーション活動が行われましたので、その様子をご紹介します。

1. 和風ステーキレストランでの栃木フェア

26日に、和風ステーキレストラン「Fat Cow」において、栃木県産の農畜産物を使用したメニューを提供する栃木フェア前のプロモーション活動が実施されました。今回会場となった「Fat Cow」は、シンガポールベストレストラン2015及びレストランアワード2016等の数々の賞を獲得している落ち着いた雰囲気の名実共に人気のレストランです。



2. フェアの特徴

今回の栃木フェアには3つの特徴がありました。まず1つ目は、栃木の農畜産物の素材を知り尽くしたシェフを日本から招致し、メニューから盛り付けまでシェフが監修したこと。2つ目は、フェア期間中、実際にシェフがフェア会場のレストランで調理することで、栃木の素材の取扱い方等を直にシンガポールのシェフに指導したこと。3つ目は、レストランの広報担当者がシンガポール国内に影響力のあるメディア関係者を厳選し招待したことです。

とちぎ和牛を使った料理



メディア関係者は19名招待され、全員、和牛を中心にしたコースメニューを堪能しただけでなく、Food Japanに出展している栃木の酒造メーカー3社の協力の元、3種類の地酒を料理と共に楽しんだり、帰りには赤ちゃんの頭ほどもある栃木のなし「にっこり」をお土産にもらって、思わず「にっこり」したりしていました。

フェアの翌日には招待客の約7割がその様子をSNSに発信し感想を述べるなどの反応があり、全体的に好意的な評価を得ていました。

Food Japan でとちぎの魅力を PR

1. 栃木ブースで栃木の魅力を PR

10月27日～29日にかけて「Food Japan 2016」がサンテック国際展示場で開催されました。Food Japan の前身は、日本食の総合見本市である Oishii Japan であり、栃木県は2年前からブースを出展し、今年で3回目になります。

今年も、「とちぎ和牛」を中心になしの「にっこり」、シャインマスカットなどの農畜産物から、酒、乾麺、菓子などを含む7社の企業が参加しました。

2016年の3日間の「Food Japan 2016」の来場客数は11,525人であり、昨年の10,910人より更に増加しました。

2. 食は重要な観光資源

栃木ブースは毎年、会場入り口近くの良い場所を大きく確保しているためか、販売数も上々で、参加企業の方々は、イベント終了後も、商談会や情報交換を積極的に行っていました。また、企業の中には販売商品のPRを観光と併せて積極的に情報を発信していました。

栃木ブースの様子

ASEANのショーケースであるシンガポールで実施される日本の食に特化したFood Japanは、シンガポールのみならず、その背後にあるASEAN諸国に展開する確かな足がかりとなるはずです。

現在、東南アジアの各地域で人気を集める日本食ですが、まだまだ紹介しきれていない商品が数多くあります。食は観光の重要な要素の一つでもあるため、このようなイベントに積極的に参加する事で、海外販路を開拓していくとともに、食を通じた観光客誘致につながる有益な情報と人脈を得ることができます。



(堀江所長補佐 栃木県小山市派遣)