

東南アジア日本食事情レポート⑤

～シンガポールで「日本美食週間」、日本食総合見本市「Oishii Japan」開催～

東南アジア（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム等）からの訪日旅行客は、近年増加傾向にあります。日本政府観光局（JNTO）シンガポール事務所によると、シンガポール人の訪日目的の第一位は「食」であるとのこと。シンガポールには現在 880 店以上の日本食レストランがあるとされています。シンガポールをはじめ東南アジア各国では、近年様々なスタイルの日本食レストランが増加しており、富裕層のみならず中間層にも日本食は親しまれています。

1. 2ヶ月にわたる日本食イベント「日本美食週間」

農林水産省は、10月3日（木）～11月30日（土）までの間、シンガポールにおいて「日本美食週間」を実施しました。「Oishii Japan2013」の後援、Oishii Japan2013での「MAFF（農林水産省）ブース」出展、日本ブランドショップ店内で開催するファッションと食のコラボレーションイベント「Oishii×JRunway」、商業施設における農林水産物、食品をテーマ別で紹介する料理デモンストラーション「日本美食祭典」等、日本食への理解と関心を深めるためのイベントを展開しました。10月3日（木）に開催されたオープニングセレモニーでは、現地のメディア、食品、流通業界関係者に対して「日本美食週間」の概要が紹介されました。長期間にわたり、日本の食材や食文化についてのPR活動を実施するイベントは、アジアでは初の試みであり、日本食が浸透したシンガポールにおいて「寿司、ラーメン」以外にも多様な日本食があることを認知してもらい、さらなる日本食需要を高めることをねらいとしています。

2. 今年で2回目となる「Oishii Japan」

日本食の総合見本市「Oishii Japan」が10月17日（木）～19日（土）の3日間の日程で昨年に引き続きシンガポールで開催されました。この見本市は、シンガポールを活用し、東南アジア市場の外食・レストラン、ホテル、食品メーカー、輸出入商社・卸、小売・流通バイヤーと、農林水産物、加工食品・飲料、食器・伝統工芸品、調理器具、食品機械をグローバル市場で展開する事業者との商談の場、マーケティングの場を提供しています。今年の「Oishii Japan」には、26都道府県から約230社・団体が出展しました。

■多くの自治体が参加

昨年に引き続き、今年も多くの自治体・物産協会等の団体が参加しており、東南アジアの中心といえるシンガポールに注目が集まっていることを表しています。当事務所にもOishii Japanのために来星した自治体関係者が多数訪問され、意見交換等を行いました。

十勝総合振興局は、北海道が圧倒的人気であるシンガポールにおいて「十勝」の知名度を上げるため、昨年の Oishii Japan 時から 2 年連続して食と観光を複合的に PR するイベント「十勝ナイト」を実施しています。地元の良質な乳製品、マッシュルームをはじめとする豊富な農産物の魅力を伝え、観光誘致につなげていきたいとのことです。

「多古米」が有名な千葉の多古町は、今年初めて Oishii Japan の千葉ブランド農水産物・食品輸出協議会（事務局：ジェトロ千葉）のブースに出展しました。これに合わせてシンガポール内の日本食レストランにおいて「多古米お披露目会」を開催、菅澤英毅町長が出席し、シンガポールへ多古米の輸出が開始したことを紹介しました。



多古米の PR



鹿児島県のブース



物産と合わせて観光パンフレットを設置した四国四県のブース

■目玉イベント～J ラーメン・コレクションと MAFF(農林水産省)パビリオン～

今年初の試みとして、Oishii Japan 会場内において「J ラーメン・コレクション」（主催：Oishii Japan 実行委員会・株式会社ジェイアール東日本企画）が開催されました。日本を代表するラーメンアーティスト 3 名が東南アジア市場に向けた新作ラーメンを来場者に提供しました。ジェイアール東日本企画は、シンガポールで非常に人気のラーメンを通じて日本の食文化の多様性を東南アジアに発信することを目的として今回のイベントを企画しましたが、今後は地方自治体等と連携し、地場産品、地域の中小企業の海外展開を支援していきたいとのことです。

Oishii Japan 会場内で J ラーメン・コレクションと並んで目立っていたのが、「MAFF パビリオン」でした。MAFF パビリオンでは、「新鮮」「旨み」「お酒」をテーマとした日本食レストランのシェフらによるデモンストレーションや、和牛、和菓子のデモンストレーション等が行われました。一般公開日の 19 日には、讃岐うどん作りのワークショップも行われました。昨年に引き続き、利き酒ができるバーも開設され、来場者で賑わっていました。



MAFF（農林水産省）パビリオンの様子

3. 日本食の多様性と東南アジアにおける可能性

今回の「Oishii Japan」は、昨年度あげられた、「バイヤーが取引を希望しても価格の提示がすぐにされず、取引に結びつかない。」という問題点を改善するため、事前に出展者と主催者で準備を進めていました。また、農林水産省の「日本美食週間」と連携し、2ヶ月間という長期間に渡り、様々な場所で、多様な対象に向けて日本食、日本文化を発信する試みは新しく非常に効果的だと思われまます。

「Oishii Japan」の会場内には、精肉、農産物、乳製品、茶、酒、麺類、菓子類、健康食品等多種多様な食品が展示され、改めて日本の食が選択肢豊富であることを実感しました。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。今回のような取り組みを継続し、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げていくことが大切だと感じました。

■概要

開催期間	2013年10月17日（木）～10月19日（土）
開催場所	サンテック国際会議展示場 Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre
名称	Oishii Japan 2013
主催/ 後援	Oishii Japan Executive Committee 在シンガポール日本国大使館、農林水産省、日本貿易振興機構、観光庁、 日本政府観光局、日本アセアンセンター、自治体国際化協会、Singapore Tourism Board
来場者数	5,782名（10月17/18日はビジネス関係者、19日は一般公開）

（新山所長補佐 東京都大田区派遣）