

# 「日本ふるさと名産食品展 in バンコク」を開催しました！ ～オールジャパンで地域産品の海外販路拡大を狙え～

シンガポール事務所  
経済交流課

一般財団法人自治体国際化協会は、2014年11月14日から24日にかけて、東南アジアの中でも日本食品のマーケットとして有望なタイの首都バンコクにおいて、自治体の海外販路開拓支援事業「日本ふるさと名産食品展」を開催しました。

## 1 開催の背景

タイでは、近年の日本食ブームもあり、日本産農林水産物・食品が注目を集めています。平成25年のタイへの農林水産物・食品の輸出額は344億円と前年より約30%増加して東南アジア最大の規模となり、日本産食品に関する商談会や展示会などのプロモーションも活発に行われています。

先進的な自治体では、独自の物産展開催や、自治体の海外事務所による販路開拓を行っているものの、こうした取り組みは大変な労力を要するとともに、単独自治体での取り組みでは効果が限定的となるケースもあります。

このような背景を受け、多くの自治体が地域産品のテストマーケティングと販路開拓のために手軽に参加できる場として、昨年引き続き同展を開催しました。

## 2 会場について

昨年同様、バンコク中心部にある高級百貨店サイアム・パラゴンをメイン会場としました。ここはBTS（高架鉄道）のサイアム駅と直結する大変便利な場所で、多くの地元客、観光客が訪れ、富裕層の来店が多いことも特徴です。食品展は食料品売場であるグルメマーケットで開催しました。同じフロアにはフードコートや飲食店もあり、連日、多くの来店客で賑わっています。

また、今年はサイアム・パラゴンを運営するモール・グループの郊外型店舗ザ・モール・タプラの食料品売場ホームフレッシュマートでも一部商品の販売を行いました。



サイアム・パラゴン

## 3 食品展の様子

柿は昨年でも売れ行きが良かったことから、今年はタイ人の好む固い柿のみ倍の量を用意しましたが、1人で20個も購入する客がいるなど飛ぶように売れ、急遽追加で空輸する

ほどでした。また、タイ人の好みに合わせて肉厚にした柿チップも完売しました。

一方、大葉を使った煎餅は固すぎない歯ごたえが受けたようで、柿とは逆の傾向も見られ興味深い結果となりました。

日本茶はタイでは健康に良いと認識されていることもあってか、一番高いものから売れていきました。また、米好きのタイ人には玄米茶も売れていました。

カステラは甘すぎるという声もありましたが、試食で牛乳と良く合うことをアピールしたり、チーズを載せた食べ方やフライパンで焼く食べ方を紹介するなど、様々な食べ方が提案されました。同様に、だしやうどんについても試食を重視したプロモーションが行われました。

酒類については、法律で販売時間の制限があることや店頭での試飲ができないことから、試飲で行列のできる香港や台湾などとは違い、商品の良さを言葉で説明することに腐心していました。

梨は苦戦しましたが、離れて暮らす親へのプレゼント用にと高価な箱入り6個セットを試食せずに行っていく客もいました。日本の食品に対する安心感は非常に高いようです。



賑わいを見せた食品展会場



熱心に商品の説明を聞く買い物客

#### 4 観光庁・JNTO 主催 観光フェアとの連携

今年も、会場のサイアム・パラゴンでは食品展前半の11月14日（金）～16日（日）に観光庁・日本政府観光局（JNTO）が主催する「Visit Japan FIT Travel Fair 2014 Winter」が開催されました。FIT フェアの期間中は、会場ステージで食品展出展企業5社が商品のPRイベントを行い、訪日旅行を検討しているタイ人が多く集まる場で地域製品のPRをすることで、観光と物産を組み合わせることで総合的に地域の魅力をアピールしました。

各企業からは産地や出展商品の紹介が行われた後、風呂敷を使った和風包装のデモンストレーションや体験、じゃんけん大会が行われ、盛り上がりを見せました。あわせて商品の試食品も提供され、試食をするために多くの来場者がステージに詰めかけていました。



プレゼントをかけて盛り上がったじゃんけん大会



試食には毎回長い行列ができた

## 5 おわりに

今回の食品展は、募集時期にタイでクーデターが発生したこともあり、出展企業は昨年の半数ほどの8社にとどまりましたが、1企業あたりの売上金額は昨年の約2倍となりました。一方、郊外店のザ・モール・タブラでは販売に苦戦するなど、開催準備や会場運営も含めて改善すべき点も多くありました。

今年で2回目となった「日本ふるさと名産食品展」について、サイアム・パラゴンを運営するモール・グループからは、自治体の共同組織であるクレアの強みを生かして日本の地域産品を集めることができると高い評価を得ており、来年度の開催についても強く要望されています。

私たちクレアは、同展をさらに充実したものとするだけでなく、これからも様々なかたちで自治体の海外販路開拓を積極的に支援していきたいと考えています。

### ■「日本ふるさと名産食品展 in バンコク」概要

開催期間	2014年11月14日（金）～11月24日（月）の11日間
開催場所	タイ・バンコク都 サイアム・パラゴン Gourmet Market ザ・モール・タブラ Home Fresh Mart
主催	一般財団法人自治体国際化協会（本部経済交流課、シンガポール事務所）
対象者	一般消費者
出展者	8事業者（8地方自治体）
出展内容	<p>■農水産物 トマト・梨・柿</p> <p>■加工品 菓子類（せんべい・ブラウニー・柿チップ・カステラ・ゼリー・のし梅） 鰹ふりだし、海藻サラダ、海鮮汁、うどん</p>

	日本茶、茶用道具 酒類（梨ワイン、梅酒） ■その他 茶用道具 全 39 品目
販売総額	138 万 1,485 バーツ（約 554 万円）

（与那嶺所長補佐 沖縄県派遣）



# 農業産出額日本一！田原市の農産物をバンコクへ！！

愛知県田原市活動支援を実施しました。

シンガポール事務所

2014年11月14日（金）～24日（月）、自治体国際化協会（以下：CLAIR）主催の「日本ふるさと名産食品展 in バンコク」にJA 愛知みなみ（愛知県田原市）が地元産品の販路開拓のため出展を行いました。

## 1 フェアの様子、来場者の声

日本ふるさと名産食品展 in バンコクは今回が2回目となるCLAIR主催の物産展です。JA 愛知みなみは昨年引き続き2度目の出展になりました。今回出展したのは地元産トマト（ミディトマト、アイコトマト）と大葉を使った煎餅でした。味を知ってもらうため来場者に対しては積極的に声をかけて試食をしてもらいその結果気に入った方は購入されました。現地のものとの味の違いが理解してもらうためには積極的な試食が有効です。

また今回販売を行った煎餅は固すぎない歯ごたえが受けたようで、予想以上の販売に繋がりました。固い食感が苦手な方がタイには多いようです。



JA 愛知みなみ出展商品



販売の様子

## 2 観光フェアでのPR

今回の物産展の会場となったサイアムパラゴンでは物産展と同時に日本政府観光庁（JNTO）主催のFIT 旅行フェアが開催されました。そこでFIT フェア会場にて産品と産地情報のPRを行いました。試食では多くの方が並び、整理券が配られました。



トマトのPRを行う田原市職員



トマトの試食に並ぶタイ人

### 3 所感

昨今、都道府県や政令市では単独での物産展や観光フェア、商談会を海外で行うケースが非常に増えています。しかし田原市のような小さな市町ではたとえ光る地元産品を持っていたとしても予算や規模の上から単独でのイベント開催を行う事は難しいと言えます。一般財団法人自治体国際化協会はオールジャパンという旗印のもと、日本全土の産品を一同に介したイベントができる数少ない組織と言えます。日本中に点在する光る産品をお持ちの自治体は是非クリアの物産展を利用してはいかがでしょうか？

### 4 愛知県田原市とは

愛知県田原市は、愛知県南端、渥美半島に位置し、人口約6万5千、市域は約190K㎡の市です。当市は市町村別農業産出額日本一（724億円）を誇り、農業の種別は、露地栽培や施設園芸、畜産と多様です。露地栽培では主に、キャベツ、ブロッコリー、レタス、スイカ、スイートコーン、露地メロンなどが、また施設園芸では、トマト、メロン、キク、カーネーション、バラ、洋花、鉢物などが栽培されています。畜産も、乳用牛、肉用牛、豚、採卵鶏、ブロイラー、うずらと多様です。

（下村所長補佐 愛知県田原市派遣）

