

めざせ世界展開！海外販路開拓に取り組む日本の食材・食品 －東南アジア最大級の食品見本市「Food & Hotel Asia 2018」－

シンガポール事務所

4月24日（火）から27日（金）の4日間、東南アジア最大級の食品見本市「Food & Hotel Asia（FHA）2018」がシンガポールのEXPO及びSuntecで開催されました。

当事務所はこのFHA2018を視察したほか、出展した札幌市のブース運営支援を行いましたので、その概要を報告します。

1 FHA2018の概要

FHAは2年に1度シンガポールで開催されるBtoBの食品見本市で、世界中から飲食業や宿泊業などの関係者が集まり、商品のプロモーションや商談が行われます。

今回のFHA2018では、70を超える国・地域から4,000事業者が出展し、4日間の延べ来場者数は100の国・地域から78,000人に上りました。

また、会場内には日本貿易振興機構（JETRO）のジャパンパビリオンをはじめ、世界各国・地域が特色のあるナショナルパビリオンを設置し、事業者の世界展開に取り組んでいました。

2 「日本ブランド」を鮮明にしたPR：ジャパンパビリオン

JETROが設置したジャパンパビリオンには、25都道府県から61事業者が出展し、日本の農林水産物・食品などのPRを行っていました。

日本の各事業者が一体となってPRを行うことで、「日本ブランド」がより鮮明になったほか、出展している食材を用いた実演調理・試食会が行われ、会場は大きな賑わいを見せていました。

また、前回に引き続き、「ニューチャレンジャー枠」が設けられ、世界展開に新たに取り組む事業者が積極的にPRを行っていました。

3 観光と物産の相乗効果：札幌市ブース

ジャパンパビリオン内に札幌市（「札幌食と観光国際実行委員会」）が出展し、6事業者が海産物、海産物加工品、デザート類、米、酒といった北海道産の食材・食品のPRを行っていました。

シンガポールを中心とする東南アジア各国はもとより、台湾や香港、オーストラリア、インド、中東など幅広い国・地域のバイヤーがブースを訪れていました。また、バイヤーの中には、北海道旅行の際に食べた料理の印象をもとにブースを訪れる者もあり、「観光」と「物産」の相乗効果を再認識しました。

出展事業者にヒアリングを行ったところ、「商談額が想定を超えたことに加え、シンガポールやマレーシアといった東南アジアだけではなく、アメリカの事業者との商談の機会を

得た。成約に向けフォローアップに取り組んでいきたい」と出展の成果を話していました。

4 県内事業者の出展を積極的に支援：福島県・高知県ブース

今回のFHA2018では、ジャパンパビリオンとは別に、福島県と高知県が独自に県ブースを設置し、地域製品のPRを行っていました。

ブース設置の理由については、両県とも「できる限り多くの県内事業者に出展してほしいため、県独自にブースを設置することとした」とのことでした。

また、高知県ブースでは「文旦」や「直七」といった柑橘のPRを行っており、「ユズ」に続く、地域製品の新たな世界展開に取り組んでいました。

今回のFHAのような大規模な展示会は、開催地域だけではなく、世界中の業界関係者とネットワークを築くことができるとともに、世界中の情報を得ることができる貴重な機会と考えられます。

クレアシンガポール事務所では、今後も様々な展示会を視察し、最新の情報を提供していきます。

(中山所長補佐 札幌市派遣)



賑わいを見せるジャパンパビリオン



大人気の北海道産アイス