

「食」と「観光」の魅力を一体的に発信！ ～ シンガポールで山形県知事がトップセールス ～

11月20日（木）から26日（水）までの一週間、山形県はシンガポール・ジュロンイースト地区にある伊勢丹ジュロンイースト店で「フルーツフルやまがたフェア」を開催し、21日（金）には吉村美栄子知事がトップセールスを実施しましたので、その概要をお知らせします。

1 伊勢丹ジュロンイースト店の概要

伊勢丹ジュロンイースト店は昨年12月に開店しました。この地区はシンガポールが副都心地区として再開発を進めており、周辺では多くの企業誘致がなされているほか、総合病院の建設が進められています。また、MRTの2線が乗り入れ、バスターミナルを有するジュロンイースト駅に直結しており、特に週末には多くの買い物客でにぎわっています。

2 ステージイベントで注目度アップ

山形県知事がASEAN諸国でトップセールスを実施するのは初めてのことです。シンガポールにおける山形県の知名度は決して高いとはいえません。そのため、トップセールスの効果をより高められるよう、職場・学校帰りの来場が期待される18時に開始時間を設定しました。また、注目度を高めるため、MRT駅と商業施設を結ぶ通路にステージを設置しました。

山形県の強みは「樹氷」とさくらんぼをはじめとして一年中楽しむことができる「果物」です。また、山形県は東南アジアでも放送され人気を博したTVドラマ「おしん」の舞台でもあります。こうした山形県の魅力を凝縮したビデオを放映し、山形県の観光素材のPRを行いました。



来場者に山形県の魅力をアピール！



「樹氷」のボードをバックに知事とじゅっきーくんと一緒に記念撮影

さらには、ステージ脇に実物大の樹氷のボードを準備し、樹氷をモチーフにしたゆるキャラ「じゅっきーくん」との記念撮影会を実施しました。撮った写真はその場でプリントアウトしてプレゼントしたところ、大変好評でした。また、山形県は競技用けん玉の生産量が日本一であることから、けん玉の体験コーナーも設けて、多くの方に楽しんでもらいました。

3 旬の果物や「つや姫」を現地にPR

続いて、場所を地下2階にある伊勢丹スーパーマーケットに移動して、「フルーツフルやまがたフェア」のPRです。

フェアは「豊穡な」や「実りの多い」という意味の「フルーツフル」をメインテーマとしてします。山形県内の9事業者が参加して、旬の果物や日本でもトップブランド米の一つである「つや姫」、県産日本酒やワイン、みそ、フルーツジュース、そば・うどんなど、豊かな自然に育まれた安全・安心でおいしい食品を一堂に集めました。



吉村知事は、JA山形中央会の黒井副会長と、来場者に「つや姫」のおにぎりやりんご、カットフルーツを来場者に振る舞う舞う吉村知事ら・フランス、庄内柿の試食を振る舞い、商品のPRと販売促進に努めました。来場者の反応も上々で、今後の輸出促進・拡大に向けて確かな手ごたえを感じることができました。

吉村知事はその後、各出展者のブースを訪問し、販売されている商品を試食しながら、現地消費者の反応や販売に当たって工夫している点を聞くとともに、更なる売上向上につながるよう激励していました。

■ 今後の展開に向けて

観光面については、訪日旅行のリピーターが多いシンガポールでは東京・大阪・富士山などのゴールデンルートや北海道以外にも目的地の多様化が進んできています。東日本大震災以降、シンガポール人の客足が途絶えていた東北地方への旅行ですが、山形を目的地とした旅行商品が複数の旅行社より造成いただくなど、回復傾向にあることは間違いありません。数多い日本の中から目的地に選んでもらうためにも、知名度向上に向けた取り組みと、四季それぞれの魅力を継続してPRしていくことが重要となります。

県産品の輸出については、出展者の一人が「こんなに多種多彩の日本食品が販売されているとは思わなかった」と驚くほど、シンガポールでは日本の食材が流通しています。そうした数多くの中から、現地の消費者に選んでいただくためには、現地の嗜好に合わせた商品開発や競争力のある価格設定などが必須です。また、現地になじみの薄い商品は日本産の食材といえども、概して手に取ってもらいにくい傾向にありますので、試食や英語のレシピを用意するなどの事前準備が欠かせません。

今回のトップセールスで得た貴重な経験を踏まえ、今後の活動につなげていきたいと思っています。

(鈴木駐在員 山形県派遣)