

地場産品の販路拡大！ 世界の食品業界をリードする国際食品見本市「ANUGA」

ロンドン事務所

2013 年 10 月 5 日（土）から 9 日（水）までの 5 日間、ドイツ国ケルン市のケルンメッセにて世界最大の国際食品見本市「ANUGA 2013」が開催され、日本各地から多くの企業や団体が地場産品の販路を拡大するため出展していました。今回、こうした取組みを検討される自治体の参考となる情報の入手を目的に当事務所からも視察を行うと共に関係者の話を伺ってきましたので、その様子をお伝えします。

ANUGA（アヌーガ）の概要

アヌーガは隔年で開催される世界最大の国際食品見本市であり、今年は前回は上回る 98 개국 6,777 社が出展し、187 개국から約 15 万 5000 人が来場しました。アヌーガは、食料品を取り扱うバイヤー（企業の調達担当者）と売り手が効率的に出会える場として多くの来場者を集めています。

会場であるケルンメッセは、展示面積 284,000 m²（日本最大の展示会場である東京ビックサイトの約 3 倍）と世界でも有数の規模の展示場です。ケルンメッセは 11 のホールに分かれており、一部のホールは 3 階建てであるなど会場は広大ですが、ホール毎に「高級食材・食品」、「酒・飲料」、「チルド・生鮮食品」、「食肉」、「冷凍食品」、「乳製品」、「オーガニック食品」、「フードサービス」などの分野別に整理され、効率的に回ることができるように工夫されています。

英国、イタリア、ベルギーなどの欧州諸国だけでなく、カナダ、モロッコなど北米やアフリカ、そして中国、韓国、タイ、インドなど世界中の国々が各国パビリオンを設け、自国の商品を世界に売り込んでいました。

ジャパン・パビリオン

このようにアヌーガには世界から多様な食材などを求めて多くのバイヤーが来場することから、毎回、独立行政法人日本貿易振興機構デュッセルドルフ事務所（以下、「ジェトロ」とする。）はジャパン・パビリオンを設置しています。今回は、ジャパン・パビリオンは会場入口近くの「高級食材・食品」ホールに設置され、日本各地から 29 の企業や団体が参加し、日本茶、ゆ



ANUGA の会場（来場者は 15 万 5 千人）



ジャパン・パビリオン
（会場入口近くの好立地に設置）

ず、海草、みそ、わさび、日本酒などの地場産品を、試食を交えながら熱心に売り込んでいました。

ジェットロは日本国内でアヌーガへの出展の募集を行い、定数を上回る応募があったとのことです。アヌーガのような国際的に知名度の高い見本市などの出展料は決して安くありませんが、出展者の負担を軽減するため、ジェットロがその一部を支援しています。出展者は、このほかに登録費用、電気代などに加え、展示会場までの旅費や滞在費用を負担することになります。

商習慣の異なる海外への販路拡大には、経験豊富な専門家の支援が不可欠です。ジェットロでは、アヌーガの開催前から開催後数ヶ月間、欧州諸国への食品輸入に豊富な経験を持つ専門家をアドバイザーとして雇用し、出展者に対し販路拡大のための相談や商談の支援を行っておりました。

また、ジェットロは今回出展した店舗を紹介した写真入りのパンフレットを作成し、多くの来場者に配布しておりました。パンフレットには各店舗の主力商品の説明だけでなく、店舗のウェブサイトや連絡先も掲載されております。

食べ方の紹介

海外では日本食ブームと言われており、例えば、ロンドンではサンドイッチとともにパック入りの寿司が売られており、市内には多くの日本食レストランがあります。しかし、地元大手小売チェーンでは日本食材はその種類に限りがあり、家庭で和食を料理する機会はあまりないようです。

多くの人に、日本の食文化である和食を知ってもらうためには、料理方法や食べ方から紹介することが重要です。アヌーガのような見本市では、それらを紹介する絶好のチャンスです。今回のジャパン・パビリオンでは展示スペースの一部に料理のデモンストレーションができるスペースを設け、1日5回各回1時間で各出展企業の商品の料理方法の実演及び試食を行っていました。



和食の料理方法及び食べ方を紹介

地方自治体の支援；地場産品の挑戦

今回のアヌーガでは、徳島県が地場産品を取り扱う地元企業5社とともにジャパン・パビリオンの2ブースを使い、出展していました。徳島県は、独自に徳島県内で出展を希望する地元企業を募り、出展企業に対して出展料をジェットロの支援に上積みする形で補助を行い、また、煩雑になりがちな食品の輸出についても県が調整を行い、多くの地場産品を持ち込むことができたとのことです。

地方自治体が支援することにより、地元企業は出展しやすくなるだけでなく、複数の地場産品を同時に売り込むことが可能になります。気候や風土、歴史的な背景などその地域ならではの特色を持った地場産品は、大手小売チェーンが取り扱う他の画一的な商品と差別化す

ることができ、取引に結びつきやすくなると思います。徳島県では、れんこんやゆずになんだ商品、日本酒などを取り扱っていましたが、地元企業が単独で出展しそれぞれの地場産品を別々に売り込むのではなく、地方自治体がとりまとめ複数の地場産品を同時に売り込むことによって、地域の特性がより明確に伝わることを期待でき、多くの商品が出展する見本市であってもその存在感を示すことができていると感じました。



徳島県（地域全体を売り込む）

このように、地方自治体が地場産品の販路拡大を支援する際、アヌーガのようにジェットロが出展するイベントに参加するのが比較的簡単で効果的な方法であると実感しました。旅費や滞在費は出展者が負担するとしても、地方自治体は、出展する地元企業などに対し、出展料の一部補助、通訳や地場産品の輸出に関するアドバイザーの提供、輸出入に関する支援ができます。地方自治体として、比較的出展しやすい見本市などで効果的な PR や輸出入の注意点などのノウハウを取得でき、将来的には、各自治体の戦略に基づき重点地域をターゲットにしたイベントへ単独で出展し、地場産品を取り扱う企業の販路拡大を支援できると思います。

地場産品の可能性

当事務所のあるロンドンなどでは非日系の日本食レストランチェーンが普及していますが、そこで提供される和食は現地化し、本来の和食とは味が異なることがあり、現地の方に日本人の伝統的な食文化である和食について正しく認識されていないと感じることがあります。その一方、このことは現地の人々の好みを取り入れながら、和食が常に進化していることの証であるとも言えるでしょう。

ロンドンでは、高価で洗練された和食と安価で現地化された和食に二極化していますが、これからは、その中間である値段が手頃で本来の味に近い和食が求められるようになっていくと感じています。フランス料理、イタリア料理、中華料理と並ぶほど和食もその存在感が大きくなっており、和食を食べる機会が増えるにつれ消費者の求める料理の質は高くなってきています。

今後も、海外では非日系の日本食レストランチェーンが日本食ブームを主導しながら、それとともに和食は常に進化しながら普及していくと思います。そして、そこに日本の地場産品のビジネスチャンスが潜んでいると感じています。舌の肥えた消費者に答えていくには、食材としてオリジナリティがあり質の高い地場産品が求められていくと思います。

今回のアヌーガの開催は、2015 年 10 月 10 日から 14 日までです。アヌーガを実施しているケルンメッセなど大きな展示会場の運営会社は日本にも事務所を構えていますので、情報収集や申し込みなど出展準備は比較的容易です。地方自治体が、地場産品を取り扱う地元企業の海外展開を支援することは、地場産品の販路拡大だけでなく、地域の特色を世界に

示すことができ、地域の知名度も高まることが期待できます。地域の特色が詰まった地場産品の海外への販路拡大とともに地域全体を売り込むために、地元企業と連携して国際的な食品見本市に参加してみてもはいかがでしょうか。

(大庭所長補佐 静岡県派遣)

