

東南アジア日本食事情レポート④ ～県産品（飛騨牛）を核とした地域プロモーション～

シンガポール事務所

岐阜県は、経済成長が続くアセアン諸国を中心に、岐阜の魅力を売り込むためインドネシア、シンガポール、タイ、台湾でトップセールスが行われました。その内、シンガポールでは、県産品の販路拡大と観光客誘致を併せた「飛騨牛海外推奨店認定式」が開催され、メディア・レストラン・輸入業関係者の方々が参加されました。シンガポール事務所では、当地における自治体の先進的な取組事例を紹介するため、この式典取材させていただきました。



【飛騨牛海外推奨店認定式の様子】



【県産品及び観光 PR の様子】

●式典に込めた思い

式典では古田岐阜県知事をはじめ、足立全農岐阜運営委員会会長、國島高山市長など地域一体となって県産品及び観光 PR が行われ、現地から竹内駐シンガポール共和国日本国特命全権大使から祝辞がありました。この中で古田知事から「本日は重要なステップとなると考えている。飛騨牛の素晴らしさは、言葉で説明するより食べていただいた方が明らかです。シンガポールの方々が海外旅行で注目する点は何かと言えば、『食べもの』ということでした。本日は、飛騨牛をはじめ岐阜の食材を食し、あらためて岐阜の良さを感じていただき、岐阜に行こうという気持ちになっていただければ幸いです。次回は岐阜でお会いしましょう。」とあいさつをされました。

式典に参加した飛騨牛輸入を支援するジョルジオ・フェラーリは、アジアだけでなく、欧州でも展開していけると良質な日本産牛肉の可能性を感じているとのことでした。

●県産品と観光 PR を一体化した地域プロモーション

今回でシンガポールでは 3 店舗目になり、着実に飛騨牛と岐阜（高山）の名は認識されるようになり、岐阜県への観光インバウンド事業も好調で、シンガポールからの来訪者は、この 5 年間で 2000 人台から 7000 人台となっています。

着実な結果が得られているのも、現地での人的ネットワークづくり、トップセールス等による実質的な展開、パブリシティへの取り組み、そしてフォローアップの中で、まず官が道筋を作り、最終的には民の B to B につなげるという具体的な戦略展開シナリオを十分に策定し、行政だけでなく観光、食、モノづくり等の民間事業者と共に行うという形をとっていることなどがあげられるとのことでした。

(則松所長補佐 北九州市派遣)

