

アジア最大級の食品見本市 Food and Hotel Asia 2014

飲食及びホスピタリティ業界関係者を対象に2年に1度シンガポールで開催されるアジア最大級の国際食品見本市「Food and Hotel Asia(FHA) 2014」が、4月8日から4日間にわたりシンガポールで開催され、ジェットロが6年ぶりに設置した日本パビリオンにおいて43社・3団体が日本産食品をアピールしました。

1. FOOD AND HOTEL ASIA (FHA) 2014

19回目となる今回は、これまでで最多の63カ国・地域から3,214社・団体が出展し、また、4日間で100を超える国・地域から6万4千人以上の業界関係者が来場しました。会場では熱心なプロモーション活動や商談が行われました。

世界各国が特色のあるナショナルパビリオンを設置し食品・飲食企業の海外市場進出に熱心に取り組む姿が見うけられ、アセアン諸国市場に対する関心の高さを実感しました。

2. 日本パビリオンでは日本食の魅力を総合的に PR

ジェットロが設置した日本パビリオンは和のデザインで統一され、出展した43社・3団体が一体となって日本食の魅力をPRしました。短時間に多くのバイヤーと出展者が接触して、効率的な商談ができるようにパビリオン内は、調味料・加工食品、水産物、デザート、穀物・野菜の5つの部門に分けて展示されました。またパビリオン中央では日本人シェフによるデモンストレーションや試食会が行われ、大盛況でした。



日本パビリオン内での試食会に列をつくる来場者の様子

穀物・野菜部門では人工光を利用して栽培された葉物野菜が展示され、日本のハイテク農業が紹介されました。また各ブースには食器や伝統工芸品といった食文化も展示され、日本の豊富な魅力を伝えていました。

初めてブースを出展した宮崎県物産振興センターは、「インドネシア、マレーシア等の周辺国のバイヤーが多く、その場で商談を成立させるほど意欲的だった。これらの国では輸入規制や流通経路など契約に際してまだ課題があるものの、各国のニーズ把握や業界関係者との関係構築ができ、今回の出展は非常に有益だった。」とのことでした。また、北海道産水産品出展者は「高所得者層をターゲットとする高価格商品は、スリランカやモルディブなどの高級リゾート関係者からの引き合いが強い。日本食の健康・安心・安全といったイメージが世界で浸透していることを感じた。周辺国に対しても価格競争だけではなく、高品質な商品をPRしていくことでも販路拡大につながると感じた。」と話していました。

周辺国からの来場者が多く訪れるシンガポールでの出展は、出展者にとってアジア市場への販路開拓の足掛かりを作る良い機会となりました。



来場者で賑わう日本パビリオン

3. 日本食の東南アジアにおける可能性

シンガポールでは、関税の低さやアセアン諸国に向けたショーウィンドーとしての期待から、自治体によるプロモーションが積極的に展開されています。

シンガポールの飲食店 6,669 軒の内、日本食は約 900 軒と 1 割以上にも上り（2012 年時点：ジェットロ調べ）、日本食品の普及が進んでおり、他のアセアン諸国でも日本ブランドの価値は広がりつつあります。

日本食材の魅力の PR と同時に、売り込み先の文化や宗教に対応した原材料の表示や食べ方の説明など、出展者が見本市を通じて培ったノウハウを今後も生かしていくことが必要だと思われます。

4. FOOD AND HOTEL ASIA (FHA) 2014 の概要

会期	2014 年 4 月 8 日（火）～11 日（金）10:00～18:00 最終日は 10:00～16:00
開催場所	Singapore Expo Hall1-10
対象	ビジネス関係者
入場料	80 シンガポールドル（事前登録は無料）
出展者数	3,214 社・団体
来場者数	64,826 名
日本パビリオン	
出展者数	43 社・3 団体 （自治体・関連団体は、南あわじ市商工会・公益社団法人宮崎県物産貿易振興センター・札幌の物産と観光フェア実行委員会の 3 団体）

（宇佐所長補佐 宮崎県派遣）