

## 114 No. 12: シンガポール食の見本市 一周辺国への波及期待— (平成 29 年 11 月 28 日)

シンガポールの面積は約 7 1 9 平方キロ（日光市の約半分の大きさ）。人口は約 5 6 1 万人（兵庫県の人口とほぼ同じ）で、世界第 2 位の人口密度を誇る超過密都市である。

そのシンガポールで、10 月 26 日～28 日の 3 日間、東南アジア諸国連合（ASEAN）市場最大級の日本の食に特化した見本市「Food Japan 2017」が開催された。1 万 1 千人を超える多くのバイヤーらが「日本の食」を求めて来場し、会場は熱気に包まれた。

栃木県ブースでは、とちぎ農産物マーケティング協会が、とちぎ和牛と、ナシ「にっこり」の販路拡大に向け、商品説明や試食などを実施した。シンガポールでは日本風のカレーが人気であることから、とちぎ和牛の試食としてビーフカレーを提供した。現地輸入業者と連携して精力的な PR を行ったこともあり、長蛇の列が絶えないほどの人気だった。

また、にっこの評価も上々だった。

来場者は一目見て、その大きさにびっくりし、一口食べて、そのみずみずしさにまたびっくりしていた。

シンガポールで出回っている韓国産のナシに比べ、見た目も味も、にっこりの方がはるかに優れているとの評価なのだろう。幾度となく試食に訪れる方も少なくなく、ほとんどの方に値段を聞かれ、試食だけとわかると市中の取扱店を尋ねられた。

シンガポールは、東南アジアのショーウィンドウと呼ばれる。最新の情報、商品、多くの人が集まり、東南アジアのトレンドを発信する場として認知され、機能しているからだ。「シンガポールではやれば東南アジアで売れる」とよく言われるが、シンガポールで、とちぎ和牛やにっこのますますの販路開拓、拡大が図られれば、他の東南アジア諸国への波及効果が大きいと期待される。

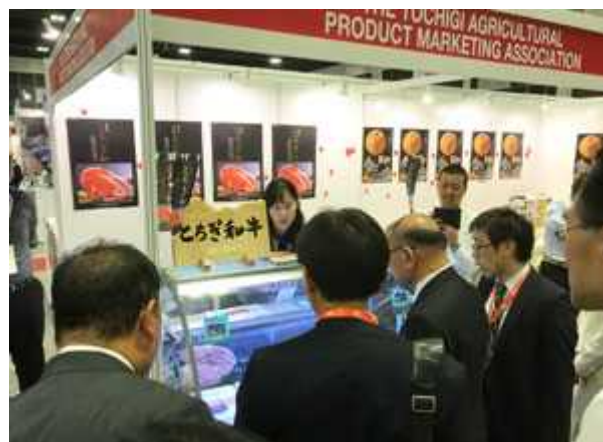
ところで、シンガポールではユズも大変な人気である。そこで、とちぎのユズの営業のため現地企業を訪問したところ、ユズだけではなく、かんぴょう、わさび、シイタケなどの本県産品を使ってみたいとのリクエストをいただいた。この会社は、味千ラーメンや秋光、家族亭などの飲食店を運営するフランチャイザーであり、つながれば将来的に大きな商流が期待される。

シンガポール、ひいては東南アジアへの輸出を検討されている事業者、生産者の方はぜひ、当事務所に連絡していただきたい。

毛塚 隆弘(けづか たかひろ)

栃木県香港事務所所長。

1993 年県庁入庁。産業政策課、国際課などを経て日本貿易振興機構（ジェトロ）に出向。2017 年 4 月から現職。栃木市出身。



【Food Japan 2017 の様子】