



ミラノ万博が開幕しました！

(一財) 自治体国際化協会パリ事務所所長補佐 夏秋 健佑 (佐賀県派遣)

2015年5月1日から10月31日まで、イタリア・ミラノで国際博覧会(以下、ミラノ万博)が開催されています。110ヘクタールの広大な敷地に、日本を含む約140か国以上が出展し、約2,000万人の来場が予想されています。

本稿では、5月12日から5月16日の間に自治体の出展に先立ってミラノ万博日本館イベント広場へ出展された「本場の本物」ブランド推進委員会による出展の様子を紹介します。

テーマは「食」！

ミラノ万博は「地球に食料を、生命にエネルギーを」をテーマに食料をめぐる人類共通の課題と、その解決策や貢献策を模索し、その方向性を提示してい



ミラノ万博日本館外観

く「理念提唱型」の万博です。各参加国は各々その解決の方向を示すことが求められています。

その中で会場東側に位置する日本館は、「Harmonious Diversity – 共存する多様性 –」をテーマに、「日本食」や「日本食文化」に詰め込まれたさまざまな知恵や技が、人類共通の課題解決に貢献するとともに多様で持続可能な未来の共生社会を切り拓くという、メッセージを送っています。

日本館イベント広場では5月1日の裏千家による「茶の湯 – 日本文化のポータルサイト –」を皮切りに計49の自治体・団体による出展が予定されています。

5月12日から5月16日には「本場の本物」ブランド推進委員会によるイベントが開催され、会場を沸かせていました。

「本場の本物」とは、その土地土地において伝統的に培われた「本場」の製法で、地域特有の食材などの厳選原料を用いて「本場」の味をつくり続ける。そんな製造者の

「原料」と「製法」へのこだわりの証しなる地域食品ブランドの表示基準です。その表示基準を厳格な基準を基に審査し、認定されたものが「本場の本物」の商品として、ほかとの差別化を図っています。

現在46の認定品のうち、31の商品がパネル展示や試食を実施し、世界に向けてPRしていました。

イベント広場では、出展者自らが、商品の作業工程映像を流し、こだわりと安全を示すことや、来館者に体験してもらうなど、さまざまな工夫を凝らし、商品の説明を行っていました。

商品の展示・試食コーナーには行列が出来ており、来館者は商品パンフレットを手に取り、「おいしい」「これは何？」と通訳を介して質問していました。

万博来場者の大半は一般の消費者であるため、専門業者の反応を見ることはできませんでしたが、お祭りのような雰囲気も手伝って、海外の購買層の生の声を聞くことができ、また世界に向けて情報を発信できるのが、このイベントに出展する大きなメリットといえます。

以下では、「本場の本物」商品を試食された方の声をお伝えします。



参加者のおにぎり作り体験が好評を博した「相知高菜」



「本場の本物」商品を説明している様子

**日本の「食べ物」はおいしい！
ただ、写真だけではどのような食材なのか分からない。**

展示・試食コーナーは連日人気で、試食をされた方は

皆「おいしい!」と言います。しかし、試食をする前段において、商品の見た目では自分が食べることができるものか否かということが分からず「これは何で作られているの?」という質問が多くありました。

例えば、佐賀県の村岡総本舗が出展した「小城羊羹」は「チョコレート?」という質問が多く、同県漬物工業協同組合が出展した「相知高菜」は「海藻?」といった質問がありました。通訳の方を介し、丁寧に説明すると、「ああ〜!」と納得。食べてもらうと、「おいしい!」と反応が返ってきます。また、「相知高菜」は乳酸発酵させて仕上げているため、肌にもいいと伝ええると大変喜ばれていました。

このほか、生姜は馴染みがあるようで、「雲州平田の生姜糖」は試食してもらいやすい印象を受けました。



山椒の食べ方を説明している様子

馴染みのない食材は食べ方の提案を!

欧州においても日本の「みそ」は知られてきているようです。八丁味噌を提供なさっていた合資会社八丁味噌さんにお尋ねしたところ、「みそ」を知っている人には大変好評だったとの話を伺いました。

一方、欧州に馴染みのない山椒の場合、まず山椒のにおいを嗅いでもらい、そしてポテトチップスに山椒をかけて試食を行っていました。

山椒を初めて見たお客様は、まずにおいを確かめると、「これはレモン? ライム?」といった反応で、食べ方はどうするのかと多くの質問がなされ、通訳の方が魚やお肉のローストに、また、フレッシュチーズにまぶすとおいしいといった食べ方の提案をされていました。

次に、イタリアでの日本食について、ソムリエ、チーズテスター、ワインオフィシャルテスターの資格をもつ通訳の方にお話しを伺ったところ、ミラノでも日本食のブームが起きているとのこと。ミラノだけでも300件以上の日本食を提供しているお店があるが、ほとんどは日本人が提供している店ではないとのこと。ただ、イタリアのシェフも「ゆず」「醤油」「かつお節」「海苔」に大変興味を持っているとのことでした。

パンフレットは「伊」「仏」「英」語訳の用意を

日本館は大変好評で、1日に5,000人~6,000人の来館者数であるとスタッフの方から伺いました。また、ミラノ万博日本館における客層はイタリア人に次いでフランス人が多く来館されていました。来館されたお客様に対し商品の説明をし、パンフレットを手にとってもらうためには、相手方の言語に対応している必要があります。日本語のパンフレットでは、手に取ってもらえません。多くの方が日本に、そして日本の食に興味を持って足を運ばれています。是非、みなさんに良さを伝えるために、少なくとも英訳のパンフレットだけは準備する必要があります。



八丁味噌さんのパンフレット「伊」「仏」「英」語訳

最後に

日本館には、日本の商品、日本の文化を求めて、欧州はもとより世界中から人が集っています。日本の地方の魅力を伝える貴重な機会です。現地での自治体の活動について、クリアパリ事務所でもサポートさせていただきます。ぜひご相談ください。

【関連記事 CLAIR メールマガジン】

- ・ミラノ万博参加者のための現地交通ガイド
URL http://www.clair.or.jp/j/forum/c_mailmagazine/201505/3.pdf
- ・ミラノ万博会場内の状況をクリアパリ事務所がいち早くお伝えします
URL http://www.clair.or.jp/j/forum/c_mailmagazine/20150630/1.pdf

お問い合わせ先

(一財)自治体国際化協会パリ事務所

TEL: + 33 (0) 1 40 20 09 74

E-mail: contact@clairparis.org

URL: www.clairparis.org

※ミラノ万博における各自治体の取り組みは、自治体国際化フォーラム 11月号の ZOOM UP にて紹介する予定です。