



### 食品見本市 SIAL に日本の自治体が出展

(一財)自治体国際化協会パリ事務所 所長補佐 永井 貴子 (札幌市派遣)

2024年10月19日から23日まで、パリ・ノール・ヴェルヴァント展示会場にて欧州最大級の食品見本市「シアル・パリ (SIAL Paris)」が開催されました。

#### 欧州最大級の食品見本市 SIAL Paris

シアル・パリは、食品と飲料の世界最大のネットワークであるシアル・ネットワークが各地で開催する定期的な見本市の一つです。パリでは1964年から隔年で開催されており、今回は60周年の特別展となりました。公式発表によると、今回、127カ国から7,500社が出展し、40万点以上の製品が展示されました。来場者約28万5,000人のうち78.5%はフランス国外からの参加者で、出展者の40%は欧州外の企業と、まさに国際見本市と呼ぶに相応しいイベントとなりました。

今回日本は、農林水産省と日本貿易振興機構 (JETRO) の共催によりジャパンパビリオンを会場内に設置し、自治体や国内企業など計81団体が出展しました。



ジャパンパビリオンの様子

クレアパリ事務所は、宮城県、秋田県、石川県のブース支援を行いました。宮城県ブースでは海藻関連食品を出品し、特に八葉水産が出品した海藻ペーストに注目が集まりました。これは、三陸産のわかめやめかぶなどに

国産野菜を加えバジル風味のペーストに仕上げたもので、フランスで人気のゆず味があったことや、グルテンフリーでビーガン食品に対応しているなど、欧米の食文化に対する親和性が高いことから注目を集めたようです。

#### 食の多様性を発信するサイドイベント

10月21日には、農林水産省とジェトロが全国知事会と共催で、日本産食品が持つ地域性や多様性について発信するサイドイベントを開催し、村井嘉浩全国知事会会長 (宮城県知事)、古田肇農林水産物輸出拡大プロジェクトチームリーダー (岐阜県知事) および一見勝之三重県知事が参加しました。



乾杯の様子

サイドイベントには、宮城県、福井県、石川県、富山県、岐阜県、滋賀県、三重県、兵庫県、鳥取県、徳島県、高知県、佐賀県、宮崎県、鹿児島県の14自治体が出展し、食品の試食提供を行い、各地域の食の魅力をアピールしました。三重県による練り切りの製作実演 (夢菓子工房ことよ)、石川県によるカレーの試食 (ゴーゴーカレーグループ) など、各県が積極的に魅力をアピールしていました。なかでも、岐阜県の飛騨牛 (丸福商店) と富山県産の米を使用した飛騨牛握り寿司は非常に人気



あり、改めてフランスでの和牛への関心の高さを感じることができました。



飛騨牛握り寿司をPRする古田岐阜県知事

当事務所は、佐賀県ブースを支援し、日本酒と梅酒の試飲提供を行いました。日本酒は香りや味が甘いものが好まれ、梅酒も人気があった一方で、「甘さ控えめの梅酒も飲みたい」という意見もありました。佐賀県のブースでは、県自体に興味を持つ来場者や「日本酒を扱ったことがないが、レストランで扱いたいので価格表がほしい」と話す来場者もあり、実りあるプロモーションとなりました。



日本酒を説明する様子（佐賀県ブース）

## 大使公邸での観光プロモーション

シアル開催中の10月22日には、全国知事会と在仏日本大使館が日本政府観光局（JNTO）と連携し、在仏日本大使公邸にて、フランス現地旅行会社やメディアを対象とした観光レセプションを行いました。「日本ならではの観光と食」をテーマに、宮城県、岐阜県、三重県、富山県、石川県、福井県の6県が出展しました。

会場では、和菓子や日本酒、飛騨牛（岐阜県）、松阪牛（三重県）などの試食が行われたほか、観光パンフレットの配布や切込焼（宮城県）、九谷焼（石川県）、井波彫刻

（富山県）などの伝統工芸品が展示されました。石川県ブースでの日本酒の試飲では「どのような食事と合わせて飲めばよいのか」という質問もあり、今後の販売促進を図るにはフランスの食文化とのペアリングが重要であることを改めて感じました。

そのほか、会場では宮城県、富山県、石川県、福井県のPR動画の放映や、岐阜県によるPRスピーチ、三重県による伊賀の忍者ショーが行われました。特に忍者ショーは、目を引くアクションに加え、使用する忍具の説明があり、注目を集めていました。



三重県伊賀の忍者ショー

## オールジャパンだから際立つ地域性

ジャパンパビリオンの出展に伴い、多くの自治体が来仏した今回のシアル・パリは、地域独自の文化や環境から生まれた多様な日本食を世界にアピールする貴重な機会となりました。出展品もバラエティーに富んでおり、参加自治体が多いからこそ地域それぞれの特性が際立ち、日本が持つ食文化の奥深さを参加者に訴求できたのではないのでしょうか。特にサイドイベントには14もの自治体に参加し、その場で食の日本旅行をすることができる貴重な機会となりました。また、今後プロモーションをするにあたり、当事務所も、海外販路開拓に挑戦する企業を支援する行政側も、欧州市場の特徴やトレンドについてキャッチアップしていく必要があると感じました。気候風土や文化的背景からどのような食文化を築いてきたのか、食についてどのような価値観を持っているのか、引き続き理解を深めていきたいと思えます。そのためにも、継続的にプロモーション活動を実施し、試行錯誤を繰り返していく必要があると思えます。

今後も当事務所は、自治体の欧州でのプロモーション活動を支援していきたいと考えております。