

## 一般調査報告書

### 世界最大規模の食料品見本市「SIAL」

パリ産業情報センターはこれまで、欧州における様々な見本市についてレポートをしていますが、今回は美食の国フランスならではの見本市について報告したいと思います。

Salon International de L'Alimentation（国際食料品見本市、以下「SIAL」と記載）は、パリで2年に1度開催される、世界中から食品ブランド、バイヤー、そして関連媒体の記者が参加する、世界最大級の食品見本市となっており、今年で50年目を迎えました。

世界中からあらゆる種類の食品が会場を埋め尽くすように展示されており、一方、食品業界の最新トレンドを入手することや、それらを購入するため、10月19日から23日までの5日間の開催期間中に15万人以上の関係者が訪れました。今回はこの見本市の様子や、日本関係者の取組についてを報告いたします。

#### <SIALの概要とグローバルネットワーク>

上の展示会場図を参照いただくとお分かりになると思いますが、パリの郊外ノール・ヴィルパント見本市会場の9つのパビリオンを全て使用した、出展社6500社、展示面積25万㎡を超える世界最大の食品関連見本市となっています。

そのうち5つのパビリオンが国際食料品部門となっており、全体の出展のうち、85%が全て国外103カ国からの出展者という国際色の豊かな見本市となっています。

食料品という分野ということもあり、出展者は西欧諸国だけに留まりません。特に、トルコや中国、ブラジル、モロッコ等からの出展がとて多く、この見本市がフランスで開催されているのではない錯覚に陥るほどの規模となっています。

また、今回の新規出展者として、アルメニアや英領ヴァージン諸島、ドミニカ、フィジー、エチオピア、ニジェール、トーゴ等、15カ国もの参加があり、参加国のバリエーションとしても世界最大の見本市であることを実感したところです。

また、残りの4つのパビリオンは食品分類毎にパビリオンが設置されています。お菓子



SIAL 見本市会場図



トルコパビリオン

や野菜・果物による分類の他、食料雑貨や冷凍食品等の分類となっていますが、特徴的と思ったのは、日用食料品のパビリオンの中でもチーズのブースがとても大きく、パビリオンの殆どが欧州各国のチーズで埋め尽くされていたのは圧巻でした。

### <日本ブースの状況>

日本貿易振興機構（JETRO）の出展支援事業による日本ブースには、過去最多の 34 ものブースがあり、大勢の人だかりができていました。

そのうち、自治体が関与しているものは京都（唐辛子、茶葉、ニンニク）、徳島（柚子果汁、柚子、蜜柑、酒）、福岡（茶葉、蒟蒻麺、柚子果汁、味噌、青汁、酒等）、大分（椎茸）、長崎（乾麺）の 5 団体の参加となっており、それぞれの地方特産品について、盛んに PR 活動を展開していたところでした。



日本ブースの様子

長崎県の担当者に話を伺ったのですが、「来場者の皆さんは素麺を初めて見る人なので、まずは日本での調理を紹介し、健康に良い等のメリットをアピールする。次に、フランスでの調理事例、例えば素麺サラダ等をいくつか説明することとしている。」とのことでした。やはり、日本食品をそのまま紹介するだけでなく、当地での調理方法等を紹介していくことが重要だと感じたところでした。

また、出展していた県内企業として、ワサビなどで有名な金印株式会社が出展されていました。金印は既にロンドン・フランクフルトやパリにもオフィスを設置しています。

担当者にお話を伺ったところ、近年の和食ブームにより、わさびはかなりの方々から認知されており、「Wasabi って何?」と聞かれることは無くなったとのことですが、和食である寿司や刺身以外の使用方法を周知させる必要があるとのことでした。

ブースには、世界中にレストランを展開する日本人シェフである松久信幸さんを起用したレシピ集等を作成し、ワサビや生姜を使用したライスピザやパスタを紹介しており、ワサビや生姜の家庭料理での普及に力を入れていました。

今回、日本ブースでの展示製品を見て感じたのは、食品の品揃え（レパートリー）が少しずつ増えているのではないかと感じました。以前は茶葉・日本酒・調味料（味噌・調味料）の程度だと思っていたのですが、今回は焼き肉・焼き鳥のたれや鍋料理用のつゆ、昆布製品、サラダ用の海藻等、展示品のバリエーションが増加しています。もちろん、日本食は健康的に良いものが多く、そのメリットを PR すべきとは思いますが、今回の出展品を見ると、「健康上のメリット」を超えた、奥の深い日本食品の PR となっていたと思いました。

### <「Japan Wagyu」の PR>

欧州連合（EU）は、BSE（牛海綿状脳症）や口蹄疫の発生を理由に禁止していた日本産牛肉の輸入を解禁し、食肉処理施設の整備などの整備を経ながら、ついに今年 6 月に、日本産牛肉の輸入が再開されたところでした。

今回の SIAL では、(社)中央畜産会を始めとする食肉関係者が「Japan Wagyu Beef」と出した合同ブースを設置し、和牛を PR していたのですが、こちらにもたくさんの来場者が訪れていました。

皆さんも御存知のとおり、欧州の肉はいわゆる「霜降り」というものはなく、脂の部分がとてもはっきり分かれています。来場者の方々が霜降りの日本産牛肉を試食すると「牛肉とは思えない柔らかさ」と言われます。

ブース担当者の方々にお話を伺ったのですが、当ブースに来られるバイヤーの方々のほか、見本市に見学に来場した調理学校の生徒さんまで、殆どの来場者は陳列された日本産牛肉を「調理せずにそのまま食べたい」と言われます。フランスの牛肉のメニューには「Steak tartare (タルタルステーキ)」という、「ユッケ」のようなものがあり、生肉を食べる習慣がありますが、生肉で食べる日本産牛肉にとっても驚いておられ、欧州進出にかなりの手ごたえを感じたとのことでした。

一方、日本産牛肉を焼いて食べた場合は「少し脂っぽい」との意見もあるとのこと、生肉や少し炙った場合、しゃぶしゃぶのような調理方法が良いのではないかとの意見があったそうです。

いずれにせよ、今回の和牛に関する出展に対して、相当のインパクトがあったとのことであり、今後はこの日本産牛肉を使用した数多くの調理方法が検討されると予想されます。また、バイヤーからの取引に関する相談は数多く寄せられたとのことであり、日本産牛肉がついに輸入解禁となり、今後は日本産牛肉が欧州の数多くのレストランにおいて使用されるものと思います。

SIAL は 2 年に一度パリで開催されていますが、実はこの見本市は世界中で開催されており、上海 (SIAL China)、マニラ (SIAL Asean)、アブダビ (SIAL Middle East)、サンパウロ (SIAL Brazil)、トロント (SIAL Canada) で同じように開催されています。複数開催のメリットとしては、世界中の出展者及びバイヤー情報を一括して入手することができ、見本市の出展者及び訪問者の募集が容易なだけでなく、ビジネスマッチングが広範囲に実施できることだと思います。そういった意味でも見本市ビジネスのグローバル展開はとても効果が高いものになることが予想されます。

また、この見本市に対しても多くの日本の企業が出展しており、世界のマーケットに参入すべく、果敢にチャレンジを繰り返しています。県内企業の方々におかれては、欧州進出の足掛かりとして、是非出展を検討していただければと思います。

パリ産業情報センターとしては、今後も県内企業の海外進出をサポートするとともに、欧州のビジネス環境を調査し、迅速かつタイムリーに情報発信してまいります。



「Japan Wagyu」ブースの様子