

三重県の台湾における食関連産業支援の取組

日本台湾交流協会高雄事務所 三谷 良樹
(三重県庁からの派遣)

1 三重県における食関連産業について

近年のアジア諸国等における経済発展に伴う富裕層の増加等により、日本産食品に対する需要がますます拡大している。三重県でもこのような機会をとらえ、県産の農林水産物・食品の輸出を拡大し、「儲かる農林水産業」につなげていくことが必要と考え、取組を進めてきた。

本県は、海の幸、山の幸に恵まれ、古くから朝廷に食を献上する「御食つ国（みけつくに）」として知られており、現在も松阪牛、伊賀牛などのブランド農畜産物、伊勢エビ、鮑といった水産物などの食材を目当てに多くの方が訪れる。また、豊富な食材に恵まれているだけでなく、最高の腕を持った料理人、日本を代表する企業や高い技術力を持ったオンリーワン企業を擁するなど、食に関わるさまざまなポテンシャルを有していることから、本県では、食関連産業を今後の成長が期待できる分野と位置付けている。

2 三重県と台湾とのつながり

本県は、高雄市、台中市、新北市と国際交流や観光交流に関する覚書を締結しているほか、台日産業連携推進オフィス（TJPO）とも産業連携に関する覚書を締結、また、県内の伊賀市、志摩市は、台東県と提携するなど多方面のネットワークを展開している。

また、台湾は、世界銀行が発表する「ビジネス環境ランキング」でも上位であることから、県内企業の進出先として適し、重要なマーケットと考えている。

3 取組内容

こうしたことから、本県食関連産業の台湾進出、

テストマーケティングや事業者とのB to Bの商談機会の創出などを行い、台湾の方の嗜好に合う県産品の販路拡大に取り組んでいる。

ただ、現時点では、新型コロナウイルス（以下、「コロナ」という。）の感染拡大の影響により軌道修正を余儀なくされている。コロナ対応の取組については後段で触れ、先に2019年に実施した取組内容を紹介する。

(1) Taipei International Food Show 2019 (Food Taipei 台北国際食品展)

日本から多数の企業・団体が出展した総合食品見本市である。本県からは日本酒、もちもちとした食感が特徴的な「もち小麦」を使用した商品、ゆずやわさびを使用したフレーバーオイルの事業者がジャパンパビリオン内にブースを構え、PRを行った。

会場では、来場者へのPRはもとより、三重県ブース訪問事業者を後日営業訪問するなど、積極的な営業活動を行った。結果的に成約には至らなかったものの、新たなネットワークの構築や今後の販路拡大につながるきっかけとなる重要な機会を得ることができた。

また、商談において、台湾バイヤーからドレッ



Taipei International Food Show 2019

シングを扱う事業者に対し、わさび風味がきついといった指摘や、台湾では薬膳的な感覚で使う人が多いため、「しょうが、ガーリックを混ぜてはどうか」といった台湾の食文化、嗜好を踏まえた、今後の新たな商品改善につながる効果的なフィードバックが得られた。

(2) 裕毛屋・三重県フェア

裕毛屋は、台中市に拠点を置く、豊富な日本の商品に強みを持つ高級スーパーである。三重県でもこれまでの取組を踏まえ、2019年3月には「三重県産農林水産物・食品等の地域資源の活用に関する協定」を締結し、三重県産食材の販売促進及び文化・観光情報の発信に取り組んでいる。

2019年度には、三重県フェアとして9月、2020年1月の2回実施した。いずれも、イベントとしての効果が最大限に発揮されることを見込み、春節、国慶節といった家庭での消費が伸びる時期にあわせて日程を設定したものである。

フェアには、水産加工品、洋菓子、和菓子、醤油などの調味料、はと麦などの健康茶、もち麦パスタ、椎茸加工品、糍飲料等、三重県の素材を生かした多くの商品が出品された。また、一部の事業者は2回のフェアとも出展したことからも、販売効果の高いイベントとして評価されている。

フェアでは、店内のレジ前及び青果・水産物売り場にブースを設置し、売り子と通訳を配置して試食を呼びかけるなど積極的なPRを行った。



裕毛屋・三重県フェア

また、商品の販売と同時に、三重県フェアを特徴づけるイベントとして店内で「手づくり和菓子教室」を開催した。募集開始後間もなく定員が埋まるほど人気を集め、多くの家族連れが参加して繊細な和菓子の世界を楽しんだ。

(消費者の反応)

今回の販売商品の中では、柑橘風味のチーズケーキの反応がとて良かった。4号のホールで千円程度と比較的手を出しやすい価格であったことと、柑橘系の爽やかな甘さが台湾の方の好みに合ったのか、試食の列が出来て飛ぶように売れていった。

このチーズケーキは以前より取り扱いがあり、すでに店内の冷凍ケースに陳列されていたものの、商品の存在自体が目立たなかったこと、実際食べてみなければ味の違いも特長もわからなかったことなど、消費者との出会いの場である試食が重要であると改めて実感した。

また、弾力性のある食感のもち小麦を使用したパスタも人気であった。台湾では、タピオカのよう弾力性のある食べ物を「QQ」と表現し、とても人気がある。風味は好みに合わせて調整すれば良いので、当地でも受け入れられやすいと思う。

そのほか、中国語での商品説明をPOPに添えてPRしていた五穀茶がよく売れた。機能性の食品については、試飲による風味だけでは商品の魅力が伝わらないので、中国語での説明を添えることは健康志向の強い人へのアピールとして非常に有効であった。

一方で、良い結果につながらなかったものもある。例えば、ある事業者が販売した牡蠣の時雨煮は、筆者にとっては大変美味しく、酒の肴として最適であると感じたものの、実際に試食提供したところ、台湾の方からは、塩辛くて食べられないと散々な評価だった。日本と台湾で嗜好がここまで違うのかと驚いた。

事業者には、今回の台湾現地で得られたこのよ

うな貴重な体験を、ぜひ次の商品開発に生かしてもらいたい。

台湾には、日系の百貨店、コンビニ、日本食レストランが多く、また、日本においてもタピオカミルクティーや小籠包等の台湾の食が人気であることから、食に関しては、日台間にギャップはないように考えていた。しかし、実際は想像以上に日台間の食文化や嗜好には違いがあり、日本のものなら何でもそのまま台湾に受け入れられるわけではないことを肌身で感じる事ができた。

以上の経験を通して、現地のことを良く調査し、商品の長を効果的に伝える方法を考えて準備していた事業者は、商談や試食の機会ですぐに成約、販売にならなくとも、次の展開につながる良い経験が得られたのではないかと印象を強く持った。人々の嗜好や食文化の違いに加え、言語も違うので、「日本」をそのまま持ち込むだけで受け入れられるわけではない。事業者には、今回の経験を生かして、今後の大きな成果につながることを切に願っている。

4 コロナ禍における今後の対応について

今年度はコロナの影響を大きく受け、当初の計画どおりの事業が実施できていない。このような状況の中、三重県では、この5月に新たな感染症対策「“命”と“経済”の両立をめざす『みえモデル』」を策定し、コロナ禍における優先的な事業を新たに位置づけ事業展開しているところであり、その中でも輸出に関しては次のような取組を行うこととしている。

(1) 裕毛屋での三重県物産展

今年度も開催する予定であるが、日本からの渡航が困難な状況が続くことが予想されるため、商品のみを送る形での実施を検討している。裕毛屋とは、事前にオンライン商談会などを実施し商品選定を行うとともに、店舗販売時のPR方法については昨年度以上に工夫して実施することとしている。

(2) 専門家による個別支援

コロナの影響を受けた輸出商流の回復及びこのような状況においても新たな販路が開拓できるよう、各国情勢に詳しい複数の専門家を相談窓口として配置し、県内事業者が有する課題や相談に対して親身になって対応し、具体的な助言などを行う、伴走型支援事業を実施している。

(3) コロナに対応した製造施設の整備等への支援

コロナ禍で家庭内消費の増大など変化する消費ニーズに的確に対応するための新たな製造ライン（例えば個包装ライン）の導入や、輸出先国からのニーズが高まっている HACCP 等の認証取得による製造工程の衛生管理の高度化を図ることができるよう、国の事業を活用して支援を行っている。

(4) その他

海外との往来ができない分、オンライン商談会等をはじめとしたリモート対応可能な支援メニューを充実させることで、新たな販路開拓をめざす事業者を支援している。

最後に、台湾では、コロナの影響が落ち着いており域内旅行が非常に盛んになるほど安定した状況である。また、台北松山空港での「出入境体験イベント」や同一空港を発着点とした台湾上空のフライトを楽しむような、疑似的な海外旅行の企画が人気を博していることから、渡航意欲は非常に高い。

台湾の方にとっての人気の渡航先である日本についても、日本に行けない分、疑似日本旅行の気分が味わえる物産に対するニーズもコロナ前より増していると考えられる。

このように往来ができない今こそ、県産品の販路拡大につなげられるような取組を県の担当課と協働して進め、台湾の方にもっと三重県のことを知ってもらえる機会を今後も創出していきたい。