

海外での石川県産品のプロモーションについて

ホーチミン高島屋での石川県産品プロモーションについて

ベトナム・ホーチミンで石川県食品協会員6社が、ホーチミンの中心にある高島屋内特設ブースで年明けから約4週間、石川県産品の販売プロモーションを行っています。

ベトナムの1月は「テト（旧正月、中国でいう春節）」の時期で、一番長いお休みということもあり、テト前は至る所でテトソングが流れ、街中活気があり皆の気分も高まります。また、日本でいう「お歳暮」もこの時期となるため、至る所でテト用のプレゼント商品が並ぶようになります。プレゼントは近年、見た目が煌びやかで可愛らしいものが好まれることから外国産のものを贈ることも多いと聞いています。

今回、高島屋特設ブース（店頭）での販売のほか、高島屋ECサイトでの販売や現地輸入事業者の協力を得てレストラン等バイヤーに対してのBtoB営業も行なっております。

今回サポートいただく現地輸入事業者はベトナムに進出して約10年となり、実績もさることながら、様々な苦労や成功を経験しているため、今回のプロモーションを通じてベトナムの嗜好やベトナム人に響く商品パッケージの見せ方、商品価格設定などのフィードバックいただくことで、次につながる、販路開拓のきっかけとなる取り組みを依頼しています。

そして、石川県食品協会ではベトナム・ホーチミンの他、イギリス、台湾でも石川県産品のプロモーションを行うこととしており、このプロモーションを通じて石川県のこだわりのある商品をより多くの方に知っていただき、石川県ファンを増やしてまいりたいと考えています。



ホーチミン高島屋特設ブースの様子

伝統的工芸品訪星プロモーションについて

石川県の伝統的工芸品を数多く販売しているシンガポールの HULS Gallery にて、加賀市の漆芸家であり木地師の田中瑛子さんの作品展が開催されました。漆芸家としては珍しく素地である木地の製作から一貫して自身で製作されています。木の杻目模様から作品のインスピレーションを得たり、木地から拘ることで過去にない形の漆器を作り出しています。それらは鳥や睡蓮といったように植物や生き物を意識したものが多くそれを冠したタイトルがついています。

一見繊細にみえる作品も山中の挽物技術の特徴でもある木取りのスタイルを駆使し強度や杻目の出方に拘って美しいだけでなく使用に耐えられるように考えられています。素材となる枡の木の特徴を活かし絶妙に漆を重ねることで伝統的な技法を踏襲しながらも独自の風合いを持つ作品を生み出されています。

また、高級レストランで実際に田中さんの作品を使用した特別ディナーが同時期に開催され、来場したシンガポリアンに料理と器の美しき融合を体験いただきました。



HULS ギャラリーでの作品展示の様子



田中さんの作品を使用したレストランディナーの様子

日本酒プロモーションイベントについて

シンガポールで、日本政府観光局（JNTO）、石川県、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO:日本産の農林水産物・食品のブランディングのためにオールジャパンでの消費者向けプロモーションを担う新たな組織として、2017年に日本貿易振興機構（JETRO）内に創設されたもの。）が共催して、日本政府観光局上級会員のシンガポリアンを対象にした石川県の日本酒テイastingセミナーを行いました。当日は、Singaporean Master Sake SommelierのJoshua Kalina氏が、石川県3つの酒蔵の日本酒を冷や酒や熱燗など、その特性に応じた飲み方で紹介し、参加者と共に会場で実際にテイastingを行い、特徴や味わいの説明を行ったほか、石川県からは観光情報のプレゼンを行いました。

これに加え、JFOODOからは昨年8月から新たにシンガポールへの輸入が認められたふぐのヒレを使用したヒレ酒を参加者に紹介・試飲いただき、ヒレ酒の美味しさや日本産ふぐの安全性をPRしました。

参加者からは「（普段熱燗を飲む機会が少ないが）日本酒を加熱すると香りや舌ざわりは変化しますか?」「日本酒を熱燗で飲むか、冷やして飲むか、どうやって判断したらよいのか?」など活発な質疑応答もあり、シンガポリアンにとって日本酒を学ぶ良い機会となりました。参加した上級会員の皆さんは特に日本に興味のある方たちばかりなので、周りの日本好きの方に広げていただく好循環を生み出したいと考えています。



石川県の日本酒のテイastingの様子