

**（件名）天津市で北海道物産展と料理フェアを同時開催**

本年2月、道経済部の主催により、上海市と天津市で、それぞれ小売店及び飲食店での道産品テスト販売を実施しました。今月のレポートでは、この内の天津市での実施状況について報告します。

**1. 北海道物産展（小売店でのテスト販売）**

今回の北海道物産展は、中国資本の高級ショッピングモールの地下1階スーパー入口付近の特設会場で実施しました。

会場：海信広場（地下1階スーパー入口特設会場）

期間：2月4日～2月10日（7日間）

販売商品：ラーメン、日本酒、スイーツ、米、調味料等 約100品目



店舗側との調整については、北国秀品（天津）国際貿易有限公司（コンチネンタル貿易の現地法人）に窓口となっていただきました。また、販売商品については、北国秀品が中国で取り扱う道産品を主力に据えたほか、日本酒に強みを持つニトリパブリックをはじめ、道産品を扱う複数の現地代理店に個別にお声掛けし、できるだけ多くの商品を天津に集めました。

チョコレートやクッキー、ラーメンや乾麺、フルーツワインなどの販売が比較的好調でした。

さらに、会場と道内メーカーをオンラインでつなぎ、試飲・試食してくれた方にインタビューを行い、消費者の率直な感想や評価を道内メーカーに直接届ける機会を作りました。

**2. 北海道料理フェア（飲食店でのテスト販売）**

飲食店での北海道料理フェアは、天津市内中心部の高級ホテルの中に入居する居酒屋で、北海道物産展と同時期に開催しました。

会場：吾自慢日本料理（天津ウエスティンホテル内）

期間：1月30日～2月12日（14日間）

提供メニュー：北海道産の米や水産品、納豆、コロツケ等を使用した料理、日本酒やフルーツワイン、梅酒等

今回の北海道料理フェア開催に当たっては、北海道側から供給が可能な道産食品を提案し、これに合わせて店舗側で海鮮丼や石狩鍋、キンキ塩焼き、日本酒3種飲み比べセットなどのメニューを開発いただきました。

中国人の店舗オーナーからは、今後も、北海道の食材と北海道料理レシピを提案して欲しいとの申し出をいただいたところです。引き続き連携を積極的に進めたいお店です。

**3. 現地代理店同士の協業について**

この度の天津での2つのイベントについては、天津を本拠地とする北国秀品を中心としつつ、道産食品を扱う複数の代理店にそれぞれ商品を供給いただいたことが、特色と考えております。

こうした代理店の協業の実現については、昨年10月に北京イトーヨーカドーにおいて実施した北海道フェアや、12月下旬に上海で実施した道産食品商談会などへの参画を通じて、代理店相互の協力関係がより強固になりつつあることも、一つのきっかけとなっております。特に物産展については、北海道単独での開催を実現するためには、顧客に来店を促すような魅力的な商品を多数提案することを求められることから、チーム北海道の総力を結集することが重要な鍵となります。

今後も、現地代理店や道内企業の連携協力をいただきながら、道産食品の魅力をPRしてまいります。

**（件名） 四川省成都市で道産品の魅力PRを実施**

中国内陸の四川省成都市で開催された日本食PRイベントで、道産品の試食販売を行いました。

名称：桜花美食節（サクラ フードフェスティバル）  
主催：JETRO 成都事務所  
日時：2月18日～19日 11:00～20:00  
会場：晶融匯広場（繁華街の屋外イベントスペース）

**1. 北海道ブースの出展**

成都市の人口は約2,100万人であり、約8,400万人の人口を擁する四川省の中心都市です。古くから「天府の国（豊かな土地）」と呼ばれ、また、食への消費の割合が高い都市としても知られています。麻婆豆腐や担々麺に代表される四川料理の本場として、また三国時代の「蜀」の都として認識されている方も多いことでしょう。

本イベントは、成都市の消費者に日本の食の魅力をPRすることを目的に、JETRO 成都事務所が主催し、成都に進出している日系飲食店や食材卸商、日本の自治体（北海道、広島県、徳島県、福岡県）などが計12ブースを出展しました。

当事務所では、現地代理商と連携し、道産インスタントラーメン、道産小麦粉を使用したパンケーキの調理試食を繰り返し実施し、多くの来場者から好評をいただきました。その他、チョコレート、クッキー、調味料などを展示販売すると共に、北海道観光のPRを行いました。



北海道ブース



ラーメン、パンケーキの試食販売を実施

**2. 消費者の反応等**

北海道ブースには、若者から年配まで、日本語が堪能な方が想像より多く立ち寄り、北海道観光について熱心に質問する姿も見られましたが、買物中に偶然立ち寄ったような人たちは北海道に全く反応を示さない場合も多く、繁華街の屋外でのイベントの難しさを差し引いても、成都市における北海道の認知度向上の余地はまだ大きいと感じました。

一方、会場周辺を中心繁華街「春熙路步行街」及び「太古里ショッピングモール」は、上海でもあまり見られないほどの、すれ違うのも困難なほどの賑わいを見せており、成都市の恐るべき消費パワーを感じました。



中心繁華街（春熙路步行街）の賑わい

**3. 現地の日本食品ネットワーク**

成都市では、JETRO 成都事務所が事務局となって、日系飲食業、小売業、食材の代理店、自治体事務所、JETRO などの関係者を構成員とする「成都日本食企業連合プラットフォーム」が昨年8月に立ち上がり、100人以上が参加するSNS（WeChat）のグループチャットなどを通じて、日々、活発な情報交換が行われています。グループチャットの中でメンバーから新たなビジネスチャンスが提示されることもあります。

こうした現地のネットワークも活用させていただきながら、天府・食の街成都でも、北海道の認知度向上、道産品の販路拡大を進めてまいります。