

フランス「ディジョン国際ガストロノミー展」の実施結果について

1 要旨・目的

広島県を代表する県産品である「日本酒」と「牡蠣」の海外販路拡大及びブランド化を目指し、世界屈指の美食の国フランスで重要な食の発信拠点であるブルゴーニュ地域圏の首府ディジョン市で開催された「ディジョン国際ガストロノミー展（※）」に出展したので、結果を報告する。

※ 1921年から毎年1回開催される約16万人を集約する食と物産の展示会で、日本をテーマとする展示エリアができるのは今回が初

2 概要

(1) 実施内容

開催日 (広島県出展日)	令和6年10月31日(木)～11月11日(月) (令和6年10月31日(木)～11月3日(日))
主催	Dijon Bourgogne Events(ディジョン ブルゴーニュ イベント)
場所	Parc des Expositions et Congrès de Dijon (ディジョン エキシビジョンアンドコンGRESセンター)
出展品目	日本酒、牡蠣、お好み焼き、調味料等
内容	<p>日本酒</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 試飲に加え、広島県産日本酒アンバサダーによる日本酒のテイスティングノートを活用することにより、香味を的確にとらえた表現で味わいなどを分析し伝えることで深く理解を促した。 <p>牡蠣</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日本酒とのペアリングや、レストランのシェフによるステージイベント等において牡蠣料理の提供を通じたプロモーションを実施した。 <p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日本酒や牡蠣以外にも、広島県の食の魅力を幅広くPRすることを目的とし、今年6月に欧州初の営業拠点をフランス・パリに設けたオタフクソースと連携し、ブース内でお好み焼きの販売も行った。また、広島県産の各種調味料等の販売も実施した。

(2) 実施結果

- ・ 日本酒については、会場内での販売に加え、レストラン関係者等との商談を実施し、そのうち11月末時点で2件のレストランから日本酒の発注があった。
- ・ 牡蠣については、会場内での販売レストラン関係者等との商談においては、実際に牡蠣

を試食・調理していただき、味わいを高く評価いただいた。一方で、シェフ等の視点から、冷凍牡蠣の扱いやすさについてのフィードバックや、フランス産の牡蠣との差別化を明確にすることが今後の販売拡大の鍵であるという助言が得られた。

- ・フランス国内のメディア（7媒体）にも取り上げられた。
- ・参考：広島県ブースでの販売状況

日本酒 351 本、牡蠣 210 個、お好み焼き 972 枚、調味料等 246 個
（その他：他国からの発注 日本酒 1,800 本）

3 今後の取組

商談継続中の案件については、成約を目指すとともに、今回、得られた評価については、フィードバックを生かし、今後も販路拡大に取り組んでいく。

4 予算（単県）

15,000 千円（出展料、運営委託費）

5 事業目標

日本酒のフランスへの輸出本数 13,900 本

【当日の様子】

