

県産牡蠣及び日本酒等のフランスでのトップセールスの結果について

1 要旨

G7広島サミットの開催により、世界各国から広島への注目が集まる中、広島を代表する特産品である牡蠣及び日本酒等について、フランスでの認知度向上及び輸出拡大に向けて、現地バイヤーやメディア等に対してトップセールスを行った。

2 日程

月日	内 容
10月14日(土)	○ワイン即売会「サロン・ド・ディジョン」における県産日本酒のトップセールス 〈会場〉ディジョン・エキシビジョン・センター（ディジョン市） 〈内容〉ワイン生産者等の現地関係者や来場者等に対するPR活動及び現地メディアへの取材対応
10月15日(日)	○県産牡蠣及び日本酒のトッププロモーション 〈会 場〉一つ星レストラン「フルール・ド・パヴェ」(パリ市) 〈参加者〉知事、輸入業者、現地メディア等 ○フランスを中心にEUに販路を持つ日本酒卸会社へのトップセールス
10月16日(月)	○航空会社等へのトップセールス
10月17日(火)	移動（帰国）

3 結果

(1) ワイン即売会「サロン・ド・ディジョン」における県産日本酒のトップセールス

県産日本酒の認知度向上及び消費拡大に向けて、ワイン生産者等の現地関係者や来場者等に対してPR活動を行った。地元の新聞社やラジオ等、4社のメディアから取材があり、翌日の朝刊で大きく掲載されるなど、広島の本酒の魅力発信に繋げることができた。



(2) 県産牡蠣及び日本酒のトッププロモーション

輸入業者や現地メディア等を招待し、県産牡蠣及び日本酒の輸出促進及び認知度向上に向けた広島県の食文化等の魅力発信を行った。

牡蠣と日本酒を使ったペアリング試食会では、参加者から非常に高い評価を得ることができ、これまでにない牡蠣の味わい方という新しい価値をフランスの方々へ伝えることができた。

〈参加者感想〉

- ・ 牡蠣を加熱して調理できることは意外な発見で、とても素晴らしかった。調理方法も含めてプロモーションをすればフランスでの可能性が広がる。
- ・ 白ワインが定番だと思っていたが、この概念を覆すほど、牡蠣と日本酒はとても素晴らしい組み合わせである。



(3) フランスを中心にEUに販路を持つ日本酒卸会社及び航空会社等へのトップセールス

県産日本酒を取り扱う現地の酒類卸会社と、フランスを中心にEUへの販路拡大も視野に入れた基本合意書を締結するなど、より強固な関係構築を図ることができた。

また、現地の大手航空会社や著名な雑誌社を訪問し、県産牡蠣や日本酒等の食の魅力発信や観光誘客に繋がる連携施策について協議を行い、好感触を得ることができた。



3 今後の取組

- ・ 世界屈指の美食の国であるフランスにおいて、広島県のブランドステートメントの一つである「おいしい広島」の価値が定着・浸透するよう、引き続き県産牡蠣及び日本酒のブランド化の取組を進める。
- ・ トップセールスにより構築できたフランスでのネットワークを生かして、県産牡蠣及び日本酒の販路拡大や2025年の大阪・関西万博を見据えたフランスからの誘客に繋げる。