

ドバイへのビジネスミッション報告 ～ 食品輸出の新たなモデルを創出 ～

平成29年12月19日

経済産業省北海道経済産業局

(本発表資料のお問い合わせ先)

経済産業省北海道経済産業局

産業部 農商工連携課

担当者：(丸山、佐々木)

電話：011-709-2311(内線2593, 2594)

E-mail：hokkaido-noshoko@meti.go.jp

1. 目的

(1) 食文化と一体となったブランディング・プロモーションを通じた食品輸出拡大

- UAEでは、「日本独自の食文化」かつ「美味しい」として、「ラーメン (Ramen)」が普及しつつあるが、調理法、食べ方、食材等にこだわった本物の日本のラーメンを提供する機会はなかった。
- そのため、北海道経済産業局では、12月7～9日、ドバイのレストランで食文化と一体となったブランディング・プロモーション「HOKKAIDO Ramen Fair」を初開催。会場では北海道の観光映像を放映し、食・観光資源を総合的に発信。

(2) ドバイのキーパーソンとの関係構築

- ドバイの政府関係機関等と面談し、食品輸出拡大や交流人口増加に向けた意見交換を行う。

2. ビジネスミッションの概要

現地滞在期間 : 平成29年12月6日 (水) ~8日 (金)

ミッション団長 : 北海道経済産業局長 児嶋 秀平

同行企業・団体 : 西山製麺(株) (めん類製造業)、和弘食品(株) (たれスープ製造業)、
麺's 菜ヶ蔵 (ラーメン店)、麺恋佐藤 (ラーメン店)、(一社)札幌物産協会 等

主催 : 経済産業省北海道経済産業局

3. 主な行程

○Hokkaido Ramen Fair開催 (主催 : 経済産業省北海道経済産業局)

場所 : ウォークヨー (ラーメン専門店)、アトリエM (カジュアルレストラン)

○現地輸入卸業者及びレストランとの食品輸出拡大に関する意見交換

○現地財閥グループ及び政府関係機関との食品輸出拡大・交流人口増加に関する意見交換

4. Hokkaido Ramen Fairをドバイで初開催

- 北海道経済産業局は12月7～9日に、ドバイのレストラン2店舗で、現地でブームになりつつあるラーメンを切り口に、食材・調理法・食べ方など食文化と一体となったブランディング・プロモーション「Hokkaido Ramen Fair」を初開催。
- 北海道からドバイに調理師を派遣。単なる食品のPRではなく、調理法や食べ方等も含めた食文化ごと輸出。北海道のラーメン調理師とドバイの調理師がコラボしてラーメンを提供。
- 開催店舗はインフルエンサーを通じてSNS等でイベント開催を発信。多くの来場者がSNSを見て会場に足を運んだ。会場で放映した北海道の観光映像も好評を得た。
- 期間中は1400食以上を提供。アラブ系、欧米系、アジア系など幅広い客層に受け入れられた。
- ビジネスミッションは、イベントに参加したドバイの複数の輸入卸業者と面談。ラーメンをはじめホタテなど道産食材の輸入ポテンシャルについて意見交換。

ウォーキョー



提供されたラーメン



児嶋局長(左)とオーナー(右)

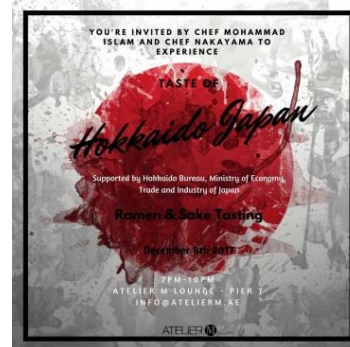


来店したUAE人家族



会場の様子

アトリエM



開催案内



提供されたラーメン



児嶋局長(左)とオーナー(右)



幅広い客層がラーメンを堪能



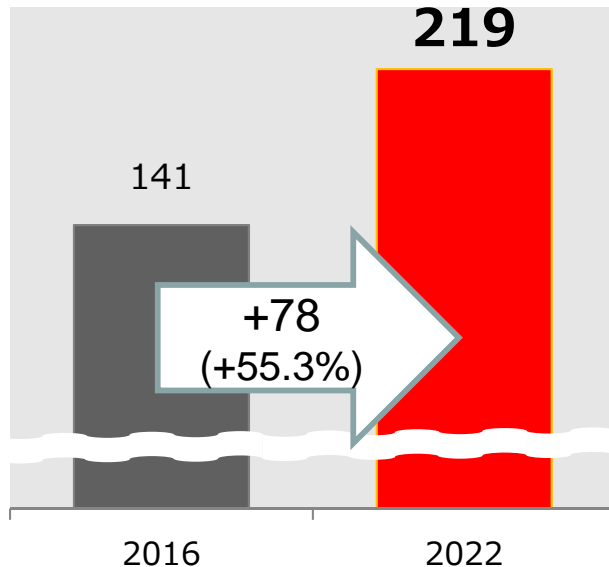
児嶋局長の主催者挨拶

開催案内

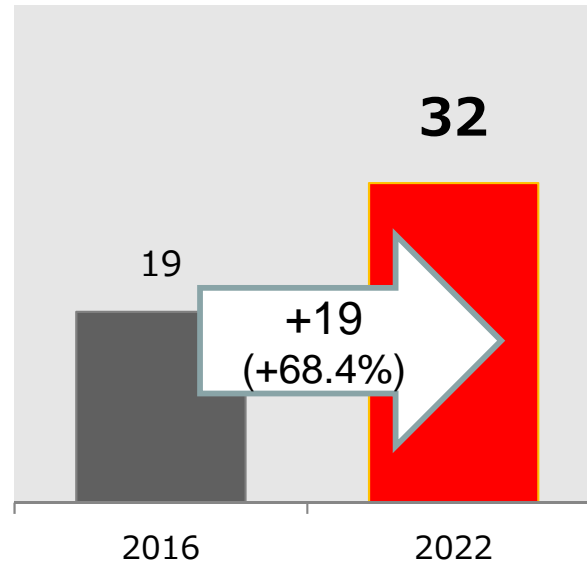
5. ドバイの財閥グループ及び政府関係機関との意見交換

- ビジネスミッションは、12月6日に現地財閥グループ（Sharaf HQ Investment）のファルハンCEO、7日にDubai Islamic Economy Development Centre（DIEDC）（※）のワドハ・プロジェクトマネージャーと会談。※ドバイを中心としたイスラム経済の発展を担う政府関係機関
- 児嶋局長から北海道経済の概略や、食品輸出とインバウンド獲得に向けた取組をプレゼン。
- ファルハン氏から「Chill Out」(※)を組み込んだ旅行商品企画の提案を受けたほか、食品産業や旅行産業の発展を担うDIEDCを紹介された。※昨年7月に当局が北海道の観光映像や雪ミクを導入したSharafグループ直営のアイスカフェ。
- ワドハ氏からイスラム経済のポテンシャルについて、2022年までに食品産業の市場規模は219兆円、旅行産業の市場規模は32兆円に拡大する見通しであり、DIEDCは世界のハラール認証の円滑化やムスリム旅行産業のビジネスマッチング等に取り組んでいる旨の説明を受けた。

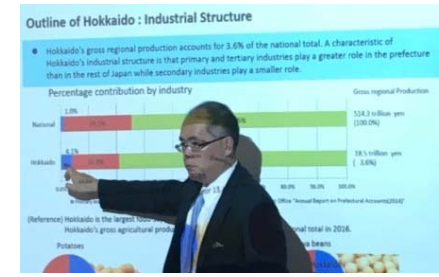
ハラール食品産業市場規模 (兆円)



ムスリム旅行産業市場規模 (兆円)



児嶋局長(左)とSharaf HQ Investment ファルハンCEO(右)の会談



児嶋局長のプレゼン



児嶋局長(右)とDIEDC ワドハ氏(左)の会談



DIEDC ワドハ氏(中央)とビジネスミッションメンバー

6. ビジネスミッションの成果

(1) 食文化と一体となったブランディング・プロモーションが奏功→食品輸出の新たなモデル

背景：政府は「未来投資戦略2017」（H29.6）の中で、食の輸出促進について、日本食文化と一体となったブランディング・プロモーションの実施を位置付け。

- 当局は、本年8月にドバイから北海道に「豊かな感性」・「創造力」・「調達決定権」を持った調理師を招聘。道内生産者と直接対話することで食文化・品質・価格等が伝わり、新たに道産食材の輸出が決まった。
- 今般のHokkaido Ramen Fairでは、北海道からドバイに調理師を派遣。単なる食品のPRではなく、調理法や食べ方等も含めた食文化ごと輸出。
- その結果、イベント開催レストランでは想定の1.4倍（1400食）のラーメンが提供。イベントの盛況を受け、道内貿易商社とドバイの輸入卸業者が新たに取引開始。
- アトリエMのオーナーは来年、日本食レストランをドバイで新たに開業し、道内貿易商社を通じて道産食材、日本製の厨房機器・調理器具・食器を輸入することを決定。

(2) ドバイのキーパーソンとの関係を新たに構築

- Hokkaido Ramen Fairに参加したドバイの複数の輸入卸業者と面談し、年間約5億円の道産食材の輸入実需があることを確認。
- ドバイ政府関係機関（DIEDC）と面談し、今後も大きな成長が見込まれるイスラム経済の市場獲得に向けて協力関係を強化することとした。

7. 今後の方針

(1) ドバイでの道産食材の需要掘り起こしと他地域展開

- Hokkaido Ramen Fairの成功要因は、以下の3点と分析。
 - ①「豊かな感性」・「創造力」・「調達決定権」を持つ現地の調理師との信頼関係構築
現地の調理師と面談を重ね、北海道の食文化や食材の魅力を直接インプット。
 - ②現地の調理師と道内生産者が道内生産現場で直接対話
現地の調理師を招聘し、貿易商社が立会いの下、調理師が必要としている食材の品質・価格等について、北海道の生産現場で調理師と道内生産者が直接対話。
 - ③情報発信力のあるプロモーションを実施
海外の発信力と集客力がある会場で食文化と一体となったブランディング・プロモーションを実施。
集客にあたっては、SNSのインフルエンサーから協力を得て情報発信。
- 当局では今般の成功要因を踏まえ、2兆円規模(※)の食品輸入市場を持つドバイで道産食材の需要を掘り起こし、道内企業に繋げ、2019年までに食品輸出1兆円という政府目標達成に貢献。
※出典：World Integrated Trade Solution
- 以上の取組を食品輸出の新たなモデル事例とし、他地域での展開を検討する。

(2) ドバイの政府関係機関等との協力関係を強化し、道内企業の取組をサポート

- ドバイの政府関係機関 (DIEDC)、財閥グループ、現地の調理師等と引き続き協力関係を強化。
- 道内企業が行うイスラム経済圏の食品産業及び旅行産業の市場獲得に向けた取組をサポート。