

◎ 「第2回ワイン&グルメ ジャパン」を開催—ケルン・メッセ

ケルン・メッセは7～9日、「第2回ワイン&グルメ ジャパン」を東京ビッグサイトで開催し、昨年を約3,000人上回る約63,000人が来場した。出展者は、世界14カ国から69社。酒類関係は42社で、ほかにワイングラスなど酒類関係3社が出展した。会場でひとときわ目を引いたのが、ドイツブースとスペイン・ガリシア地方のブースだ。

ドイツは、「ドイツ・ビアパビリオン」と銘打ち、7つのブースにドイツのビール醸造所2社、月桂冠、昭和貿易、大榮産業ら日本のビール輸入商社5社と、ビールに合う輸入食材を紹介するリョーカ・ジャパンが出展。スミ・インターナショナルでは、シャンパン・イーストで発酵させたケラーヴァイツェンの「シャンビア」(500ml/840円)を紹介するなど、バラエティに富んだドイツビールをブラウマイスターの高

橋康典氏らが勧めた。

スペイン・ガリシア州経済開発公社は、D.O. リアス・バイシャスのワインを日本未輸入品含め37ブランド紹介。「アルバリーニョ品種はシーフードに良く合うので、日本食にも合わせやすい」と日本市場に積極的だ。

フランス・ラングドックのワイン生産者団体ヴァルドルビューとサッポロビールは共同で、リミテッド・リリースを含む「ミティーク」7アイテムを試飲に供した。

国産では、本坊酒造が「シャトーマルス」シリーズを、ジエフビエータープライズはロゼの日本酒「SAKE ROSE」を紹介。

また、隣国韓国からは、最近人気の高いマッコリをHUF S GTEP社が、また日本のぶどう品種を韓国に持ち込んで作った韓国産ワインをINJE GTEP社が出展した。

◎ 「ドイツ食品普及協会」を設立

ドイツ農産物振興会とドイツワイン基金駐日代表部がクローズして、約半年。このほど、元ドイツ農産物振興会の森本智子氏は、ドイツ食品全体の認知度を上げることを目的に、「ドイツ食品普及協会」を立ち上げた。

森本氏は「輸入商社、小売店、飲食店のネットワークを築き、ドイツ食品・食文化の日本での認知度とイメージの向上を目指し、消費者に対しても広く情報を提供できるしくみづくりを心掛けていきたい」という。

同協会では、毎月「ドイツ食品ニュースレタ

ー」を発行するほか、ドイツ食品をPRできるイベントを提案していくほか、外部主催のイベントや、輸入商社・小売店が独自で企画した、あるいは関与しているイベントの告知・参加者募集も手伝う。今回、「第2回ワイン&グルメ ジャパン」へ「ドイツ・ビアパビリオン」として出展(上記事)したのもそのひとつ。

ほかに、対日輸出を希望するドイツの商社やその商品、またドイツの展示会で発掘した新商品の紹介や仲介や、小売店やレストラン、消費者などへのアピールも行う。