

海外展開のスヌメ

海外事情編

フランス市場の状況

国際センター
とっぴと
とっぴと

とっとり国際ビジネスセンターが海外展開支援の具体例などを伝えるこのコーナー。今年度は、内外の関連機関や海外バイヤーなど、海外と関わる人々に事例などを伺います。今回は、同センターの海外支援担当コーディネーターにインタビューしました。

―フランスでの日本製品などの状況はどうですか。

―ことし初めにフランスの百貨店を視察しましたが、そこで見かけた酒の9割はやはりワ

いですし、フランスの食文化に合わせた提案が求められるようです。

―日本酒以外の食品輸出について注意することはありますか。

3年前に始まった動物性由来を含む混合食品規制で輸入ハードルが上がっています。これにより、かつおエクスなどの出汁類、ゼラチン、ミルクなどの動物性原料は、EU認定施設で製造されたも

のを使う必要があります。中小企業のビジネスチャンスは。

―ビーガン向けなど、動物性由来原料を含まない商品にカスタマイズすることで規制を回避できること、EU向けに特化する中で、小回りの効きにくい大企業との差別化を図れることが強みになるのではないのでしょうか。

―インタビュを終えて

パリの人口は200万人足らずで限られた市場ではありますが、国際的には大きな情報発信力を持つ都市です。新潟、長野、沖縄などの中小食品

メーカーの事例も聞きました。当センターでは、海外展開に積極的に取り組む企業への情報調査も行っています。

詳しくは、当センター(☎30-3161)まで。



フランスの日系小売店(左)と現地百貨店(右)の陳列棚