

13 県市政府が魅力をPR

前日の4日にはパレスホテル東京で出展関連の会見を日本・台湾の記者向けに開催した。

あいさつした台湾貿易センター黄志芳会長（写真中央右）は、「日本市場を

によると、23年の台湾から日本に輸出された主要農産物（冷凍首位産物、冷凍枝豆、パイナップル、花卉など）の輸出額は7億1000万ドルと大きな伸びをみ

せた。輸出相手国として第2位となる。一方で日本からの農産物輸入でも第4位を占めるなど、今後も日台両国の食品産業の連携はさらに発展していくと見られている。

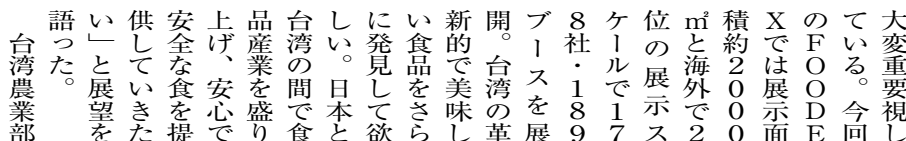
なお、台湾からは屏東県、嘉義県の県長、嘉義市の市長ら全土から13のトップが来日し（ほかに台東県、雲林県、花蓮県、彰化県、宜

蘭
園市、苗栗市、台南市）
苗栗、南投、桃



市政府のブースを出展。
さらには8の台湾食品
産業協会が現地業者を率
い出展、それぞれが台湾
食品の魅力をPRした。
パビリオンも東館、西
館の2会場に設け、「台
湾特産品コーナー」やシ
ルバーフード、オーガ
ニック食品、即席調理品
SDGs食品などにスポッ
トを当てた。

なお会見では、日台で活躍するタレントのビデオ・スーがゲスト出演。黄会長とグルメクイズ対決（※名古屋名物で台湾にはない「台湾ラーメン」のルールは？）答えは「担仔（タシツ）麵」をするなどのイベントも行われた。

 $\widehat{M}$ 

TQFAとJFSMの連携事業

台湾優良食品発展協会（TQFA）は、日本市場で成長している台湾食品などの近況や食品安全規格の日台相互承認の進ちよく状況をこのほど発表した（※FOOD EX JAPANでも同セミナー開催）。

A portrait of a middle-aged man with grey hair, smiling. He is wearing a dark suit jacket, a light blue shirt, and a patterned tie. The background is a blurred office setting with a blue wall.

食品ではTQF（トータ
ル・クオリティー・フード）

導入事例として、「キッ
コーマンは統一と合併企業

を設立し、商品ライン全24種類でTQF CLE AN 認証を取得している」ことが紹介された。また、台湾小売業大手のカルフル、ファミリーマート、セブンイレブン、ハイライフ、RT マートなどとも共同でTQF 認証の普及を促進している。

ハイパーマーケット1・15
S M 1・22兆円(同69%)、

「市場が成熟化している」「物流は整備されている」「ブランドの強化が進んでいること」「マーケットセグメンテーションブーム」「日本からの影響が大きく、日本食品も人気が高いこと」OK767店。

円)、長芋(17億円)など。食品では、菓子類(135

億円)、牛乳・乳製品(38億円)、日本酒(26・7億円)、緑茶(22億円)、米(8・7億円)、みそ(3・3億円)など。ほかに水産物のホタテが100億円を超えている。

続いて日本向けの台湾食品輸入について見る。

（一財）食品安全マネジメント協会（JFSM）とTQFAは22年11月末に「食品安全規格の相互承認パートナーシップ協定」を締結しており、台湾サイドから14社28サイトと相互承認が進んでいる。統一（パン、麺類、清涼飲料、肉製品ほか）、金蘭（醬油）、中央大貝山（ミネラルウォーター）、健翔（ミネラルウォーター）、光泉嘉義（乳飲料、茶飲料）、福壽（食



FOODEX

フローズンフードグランプリ表彰式

用油、穀物）、黒松（果汁、茶飲料、清涼飲料）、金車員山（酒類、茶飲料、ミネラルウォーター）など。
先に東京ビッグサイトで開かれた「FOODEX JAPAN 2024」で

は、台湾ブースで「日本向けの認証取得商品」、日本国内向けに JFSM と TQFA 共同出展ブースで前出のメーカー商品が紹介され、折からの「日本での台湾食・台湾食品人気」も手

伝い、大きな反響が得られた」としている。
チェン代表は、「日本市場でも台湾食品に注目が集まり、これからも伸びていくでしょう。同じように日本食品も台湾で成長を続け

（松丸浩二）

5～8日に東京ビッグサイトで開催された「FOODEX JAPAN 2024」では、注目ブースの1つとして国内最大級の規模で最新かつ先進的な冷凍技術や製品を展示する「F

ROZEN FROZEN」を設け、6日には「フローズンオブフューチャー」アワードの表彰式が開催された。

「ヘルス&ウェルネス」「ベジタリアン」「オーガニック」の7カテゴリーでそれぞれ金賞・銀賞・銅賞を表彰した。各部門のグランプリは次の通り。

いベイクドチーズケーキ2個入」（オールハーツ・カンパニー）。

表彰式後には、グランプリ受賞メーカー7社らが対談し、受賞商品の開発経緯やこだわりなどをそれぞれ語った。

席上、ニチレイフーズの清川吾朗執行役員コンシューマー商品担当家庭用事業部長（写真左から2番目）は「炒めキムチと追いつキムチを使用し、キムチにもこだわって内製化した。キムチの具材感を残すために炒める時間やタイミン

も、どのような商品かわからない」という声が多く寄せられており、今回「バターと3つの素材だけ」「バターと4つの素材だけ」というフレーズにより、特長であるシンプルな原材料を伝えるパッケージに刷新。さらに、バターとクリームチーズで引き立つおいしさを目指し、クリームチーズを見直した。各

「朝食」「おつまみ」「おやつ」など、幅広いシーンで活用できる。また、賞状やトロフィーも授けられ、表彰式は盛り上がりを見せた。

「ヘルス&ウェルネス」「ベジタリアン」「オーガニック」の7カテゴリーでそれぞれ金賞・銀賞・銅賞を表彰した。各部門のグランプリは次の通り。

「朝食」「おつまみ」「おやつ」など、幅広いシーンで活用できる。また、賞状やトロフィーも授けられ、表彰式は盛り上がりを見せた。

「ヘルス&ウェルネス」「ベジタリアン」「オーガニック」の7カテゴリーでそれぞれ金賞・銀賞・銅賞を表彰した。各部門のグランプリは次の通り。

「ヘルス&ウェルネス」「ベジタリアン」「オーガニック」の7カテゴリーでそれぞれ金賞・銀賞・銅賞を表彰した。各部門のグランプリは次の通り。

「ヘルス&ウェルネス」「ベジタリアン」「オーガニック」の7カテゴリーでそれぞれ金賞・銀賞・銅賞を表彰した。各部門のグランプリは次の通り。

明治「スプレッタブル」2品を刷新



明治は3月から順次全国で、刷新した「明治スプレッタブル」同発酵バター配合」を発売した。

「バターのコクのあおいし」と、パンなどにぬりやすい「やわらかさ・使いやすさ」が特長のスプレッタブル。明治スプレッタブルは、バターをメイムチーズ、塩の4つの素材、「発酵バター配合」は、バターをメイムに、なたね油、クリームチーズ、塩、隠し味の発酵乳の5つの素材で仕上げた。

2017年に発売した本商品は、消費者から「パッケージを見て



台湾区冷凍蔬果工業同業公会

5年ぶりにFOODEX出展

台湾の冷凍野菜生産者団体の台湾区冷凍蔬果工業同業公会は、5～8日に東京ビッグサイトで開催された「FOODEX JAPAN 2024」に5年ぶりに出展し、冷凍枝豆を中心に冷凍野菜や冷凍フルーツをPRした。

冷凍枝豆は、主力品種の高雄9号、黒豆、茶豆のほか、高雄11号（茶豆）を初披露。「高雄11号は生産量が安定していることや、味が濃い点などが好評」（台湾公会担当者）。また、冷凍パイナップルや冷凍スライスレモンも今回初めて試食紹介した。

（竹之内友香）