



「タイフェス東京」に25万人超来場

「クリエイティブ・タイランド」

「第25回タイフェス東京」が5月10～11日に代々木公園イベント会場で開かれた。主催は大使館とTSP太陽、キョードー東京、オン・ザ・ライン、後援外務省。

今年のテーマは「クリエイティブ・タイランド」で、タイ料理、伝統文化とともに、タイ人アーティストのコンサートなど、エンターテインメントやファッション、文化、観光なども含め、様々な商品やサービスを通じて、タイの創造性や創意工夫を紹介、昨年と同様の25万人前後が来場した。

本紙関係では、ヤマモリが初めてレストランブリスに出演し、「グリーンカレー」ほかタイカレー、北部名物のカレーヌードル「カオソーイ」を販売

(写真右上)。別所では25周年を迎えたレトルト製品を販売。会場には三林憲忠会長、三林憲司副社長も来場していた。

木徳神糧は



ジャスミンライス「ゴールデンフェニックス」を販売。アルコールでは三陽物産(チャーリン)、アイコンユーロパブシンハー、LEO、

初めてとなるタイの国営放送「PBS」がブリス出店した。先に開かれたタイフェスのPRイベントで、ウィッ

池光エンタープライズ(チャーリン、メコン)などが出店した。タイ関連では、商務参事官事務所、農務担当官事務所、タイ国政府観光庁、さらにタイからはCreative Economy Agencyや、



本坊酒造は先月、「マルスワイン試飲会」を東天紅(東京・上野)で実施した。

本坊、マルスワイン試飲会



2000年に開設した自社農園「穂坂日之城農場」(山梨・韭崎市)で生産した製品をはじめ、シャトーマルス・シリーズから37品を披露(未発売・参考出品含む)。アイテムの多くが22年・23年VT。「特に23年の山梨は日照がよく、他にないくらい素晴らしい年だった」

らしい年だった(同社)。マスカット・ベリーAでは垣根仕立てや畑の違いが楽しめる多数のアイテムを出品。「MBAは樽でじっくり熟成させることで骨格が明確になり、ピノ・ノワールを思わせる味わいになる。造りの面白さを感じてほしい」。



「穂坂日之城」シリーズからは11品。「穂坂日之城シラー」「同メルロー」「同キャトル・ルージュ」

3月発売の新商品「甲州オレンジ・グリスパークリング2024」は、人気の定番「甲州オレンジ・グリス」と同じく、皮の旨みと香りを表現。渋みをマイルドにし、よりカジュアルに楽しめるよう設計した。

(9)



チユ・ウェチャーチーワ大使はあいさつで、「タイフェスティバル東京が東京と近郊に住む日本人や外国籍の

来場者から温かく受け入れられており、タイ人と日本人の関係強化と相互への好意を育む役割を果たし、成功しており、今回で25回目を迎えた」などと述べた。

なおタイ大使館では「5月はタイMonth」キャンペーンを開催中。「タイフェスティバル」は、5月は名古屋(17～18日)、大阪・福岡(24～25日)、6月は仙台(7

～8日)、10月佐賀(17～18日)でも開催される。「タイフェス」自体も大使館が主催するだけでなく、全国各地に拡大し官民の様々な団体によって開催されている。大使館も「タイの魅力発信し、両国の友情を育むことを目的に多くの方々が心を一つにして協力してくださっており、非常に嬉しく思っている」とコメントしている。

(松丸浩二)