

平成 21 年 9 月 10 日
上海産業情報センター
駐在員 吉田真樹

上海の中華レストランで日本食材メニュー発表会

1、日本食材による新作メニュー発表会

8月20日、上海市内の高級中華料理レストラン「小南国」で、日本の食材を生かした中華料理の新作メニューの発表会が開催されました。

中国で日本の食材を提供する食品メーカー5社が集まり企画されたこの催しは、さんまやさばなどの魚介類や、みそなどの調味料や果汁など、日本では、おなじみとなった食材を中華料理に取り入れ、中国人の味覚に合った形で中国人の食卓に届け、中国での販路を拡大しようという試みです。5つの企業から提供された食品を使って12のメニューが考案されました。企画に参加した食材と食品メーカーは以下のとおりです。



新作メニュー試食会

会社名	都道府県	出品品目
(株)ディメール	青森県	さば燻製、貝柱燻製
(株)あいや	愛知県	抹茶
マルサンアイ(株)	愛知県	味噌
(株)フードゲート	東京都	果汁飲料
(株)阿倍長商店	宮城県	さんま

近年、日本の食品メーカーや外食産業は、あいついで中国の市場への進出を果たし、販売の拡大を進めています。主だったものだけを挙げても、カゴメが野菜ジュースの生産と販売を開始（2005年）、アサヒビールが牛乳や果物の生産を開始（2006年）、ヤクルトが上海で生産と販売を開始（2006年）、外食分野ではCoCo壺番屋（1997年）、吉野家（2002年）、サイゼリア（2003年）、等々、枚挙にいとまがありません。中国の食品市場を巡って日本の食品企業の奔走が続いています。

今回の催しは、こうした日本の食品メーカーの中国進出の動きが、中小の食品メーカーにまで広がっていることを表しています。

2. 素材・調味料メーカーの挑戦 ～日本料理ではなく中華で挑戦～

今回、催しが開かれた「小南国」は、上海料理などを中心に高級料理を提供する中華料理レストランで、上海を中心に中国全土で 24 店舗（この他、東京に 1 店舗）を展開しています。今回の催しは、この「小南国」のなかでも一日で約 3000 人の集客をほこり、席数約 1100 席を有する旗艦店舗でひらかれています。日本料理店ではなく本場中華料理の人気店で開催されたことに今回の企画の意図があります。

これまで、日本の食材の中でも素材や調味料については、海外での販路開拓には障害がありました。日本の素材や調味料は、日本料理に用いられてきたものです。海外でも食べてもらうためには、その食べ方も一緒に伝えながら、日本料理の一部として口に運んでもらわなければならないため、日本料理の枠を超えられなかったからです。したがって現在、中国で輸入、販売されている日本食品の多くは、いまだ現地在住の日本人向けや日本料理店向けの販売に限られており、大きな販路拡大を果たせていません。現地の食文化に浸透し、現地の料理の素材や調味料として使われなければ、新しい中国の味として認めてもらうことができません。今回の企画が中華料理店で開催されたことには、そうした意図があります。



あいやの杉田社長

愛知県からは 2 社の食品メーカーが参加しています。工夫を凝らして愛知の食材を用いた新メニューは果たして現地、上海の人に受け入れられるでしょうか。愛知の 2 社の食品を用いた新しい中華料理メニューの一部を紹介します。

㈱あいや（愛知県西尾市）～抹茶生産全国一位の西尾から中国へ～

抹茶は、宋の時代に流行した中国の古い茶の飲み方ですが、現在は烏龍茶や緑茶が主流となり中国では生産されなくなっています。㈱あいやはこの抹茶を中国に里帰りさせようと 16 年前から中国浙江省の茶園で抹茶の生産を開始しました。研究のすえ、ここ数年で良質な抹茶が収穫できるようになったそうです。現在は、中国でもアイスクリームや菓子などのフレーバーとして用いられるようになってきましたが、大半が緑茶を粉末にしたいわゆる“茶抹”の使用が圧倒的に多く、本当の抹茶の風味が楽しまれているケースは限定的ということです。今回の取り組みなどをきっかけにして、今後も販路拡大の努力を続け、現在、約 6 トンにとどまっている生産量を 5 年後には 100 トン～200 トンにまで拡大

したいということです。

【抹茶虫草涼糕】

冬虫夏草(漢方薬)を使った中華風抹茶ゼリー。中国の涼糕(もち米で作ったケーキ)の製法を用いて、抹茶とスタミナ回復に効果がある冬虫夏草(漢方薬)を三層に織り込んだデザートの一品。甘酸っぱいフルーツゼリーのような味わいと、ぷるんとした弾力のある食感が特徴です。



【野生明蝦球】

唐揚げになったえびは、いつもの黄金色のものではなく、わさびと抹茶が使われており、淡い緑色をしています。ソースにも抹茶が使われ、お茶を飲みながら海鮮料理を食べているような味わいがします。これまで見たことがない組み合わせですが、上品な仕上がりとなっています。



マルサンアイ(株) (愛知県岡崎市) ~愛知の味は味噌でもつ~

愛知といえば味噌。マルサンアイは、本場の八丁味噌をはじめとして白みそ、西京みそなどを中国で生産、一部輸入して販売しています。中国にも醬(ジャン)という味噌に似た調味料があり、中国料理にも合わせやすい調味料だと思われませんが、意外にも中国への進出の歴史は浅く、マルサンアイが味噌の販売を開始したのも2006年からということです。現在、日本では3万トンの生産、韓国で700トン販売しているのに比べて、中国ではまだ200トンほど販売されているにすぎませんが、中国では消費人口も多いため、味噌の味が浸透すれば一気に数千トンにまで拡大するだけの可能性があると思われ、担当者は見込んでいます。

【過橋官魚】

中華料理にある“過橋”（橋を渡るという意味）という伝統手法を用いた一品。ブリを橋に見立てて、生のぶりの上から沸騰したみそ仕立てのスープを上からかけると、半生になったブリが白くなり、スープの上に橋がかかります。味噌とブリは日本のものですが、芽菜や油条など中国の日常的な食材も使われており、中国と日本の間にまさに橋を架けるようなメニューになっています。



試食会の参加者の評価は上々で、中国の人からは、「人工調味料の味ではない健康的な味がする」、「言われないと日本の食材とはわからないほど（中国人にとっても）自然な味がする」などの声がありました。また日本の参加者からは、「日本の食材が使われていて一見、日本料理のように見えるが、味は中華風で新鮮な驚きがあった。」などの感想が寄せられました。

この催しは9月下旬までの1カ月続けられ、人気のあったメニューは定番化され中国全土の系列店舗に展開される見通しです。