

日本の食材輸出拡大に向けた取組み

北京事務所

2013 年 12 月「和食 日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録され、日本食への関心は世界的に高まっています。中国でも、近年の経済発展によって、これまで日本食に馴染みのなかった層も、「安心・安全、健康」といったイメージの日本食を求めるようになってきており、寿司、天ぷらといった高級料理だけではなく、日本で有名なラーメンチェーン店が開店した際には、一時間待ちの行列ができるなど、日本食は非常に人気の高いものとなっています。

こういった中国での日本食の人気は、日本からの食材、日本酒等の輸出増加にもつながり、中国へ進出する大きなチャンスであると言えます。

中国でも日本料理は大人気！

日本貿易振興機構（JETRO）が 2013 年 3 月に行った「日本食品に対する消費者意識アンケート調査」によると、好きな外国料理は日本料理がトップ、好きな日本料理は「寿司」「すき焼き」「刺身」「ラーメン」が上位に並んでいます。

また、中国国内でよく利用されているグルメ情報サイト「大衆点評」で「日本」というカテゴリーを検索すると、北京では 1,269 軒、上海では 2,612 軒もの日本料理店が確認できます（2014 年 9 月現在）。

日本人駐在員に評判の高い、日本スタイルの居酒屋を見ても、客の多くが中国人で占められており、日本人経営者に聞いても、「以前は日本人が大半を占めていたが、ここ最近では、終業時間の早い中国人で 19 時には満席になることが多い」ということでした。

とある米系有名ホテル内にある日本料理店では、日本人と中国人では異なる価格設定を設けているようです。普通なら「日本人には高い値段を設定している」と考えるところですが、実は全く反対で、日本人には 10%のサービス料を要求せず、中国人のみに高い値段が設けられているのです。これは、高所得層の中国人は、日本人が通っているかどうかを、本格的日本料理か否か見極める材料としているところがあり、店側には中国人に愛される店でありたいが、日本人にも離れて欲しくないという事情があるようです。

海外にある日本料理店の弱点とは

先に述べたように、北京に数多くある日本料理店ですが、レベルが高い店だけではありません。5 つ星ホテル内の日本料理店ですら、似て非なる日本料理が提供されることもあります。フランチャイズ形式のお店では、開店当初は日本企業のフォローが

あるものの、日本企業の指導期間が過ぎると、途端に味が変わってしまい、評判を落してしまうということがよく聞かれます。

「日本料理が好き」という人が増えることは、日本の食材輸出の面からも日本の食文化理解の面からも、とても喜ばしいことで、日本人であれば日本食ファンを増やしたいと願うことでしょう。しかし、日本食とは認め難い日本食が普及することは、日本の食文化の本当の魅力を伝えることにはならないのではないかと危惧するところで

上海で日本料理人育成がスタート

そのような折、『上海に日本料理専門コース、職業訓練学校に』という報道がありました(注1)。上海の職業訓練校である中華職業学校の料理人養成学科に、日本料理専門コースが開設され、近く授業が開始されます。日本食レストラン海外普及推進機構(JRO)(注2)の協力により設けられるもので、中国の料理人養成学校では初めてのことで、日本料理店で働いている中国人の料理人を対象とした講習会なども検討されており、日本食への正しい理解が進むことが期待されます。

日本の食材輸出の土台作りに

日本人から見ると日本食と思えない日本料理店であっても、多くの中国人から支持を得ており、好まれている現実があります。日本から食材を輸入するような本格的な日本料理店の価格は高く、庶民には馴染みが薄い状況もあります。また、震災以降の輸入規制により、中国では未だ日本の10都県の食品について、全面輸入禁止となっています。

食材をただ売り込むだけではなく、日本食の正しい知識や技術の普及を通じて、日本の食材輸出の土台を作る、今できるこの努力が将来の日本の食材の輸出拡大につながることを願います。

(桑本所長補佐 島根県派遣)

注1：2014年9月9日付け The Daily NNA 中国総合版

注2：日本の食の魅力を世界に伝え、日本食レストランの信頼度を高め、日本食・食材の海外市場開拓に寄与するために設立された民間団体(NPO法人)