



とよしん 海外貿易投資ニュース



第109号
発行日: 2020.6.15

こんなところに！？意外なところで使われている日本食材(英国)

菜食・高級市場を中心に現地化する英国の日本食材

日本食の普及とともに英国に浸透してきた日本食材は、今や日本食の文脈を離れ、スーパーマーケットや飲食店で思いもよらないかたちで活用され始めている。本稿では、英国で見つけた日本食材が使われている「非日本食」の食品や飲食店を紹介する。なお、飲食店については現在、新型コロナウイルス感染拡大を受けて、持ち帰りや宅配を除き、営業停止措置が取られており、政府は7月の措置緩和を目指している。

<英国における日本食材の広まり>

英国では、「wasabi」や「itsu」などのリーズナブルで気軽に入ることができる日本食チェーンが普及している。スーパーマーケットでもすしやカツカレーなどの持ち帰り食品が数多く販売されており、手軽に日本食を食べられる環境が整っている。例えば、英国の高級スーパーのウェイトローズでは、「Sushi daily」というフランチャイズが店内にすしカウンターを設けており、店内で作られた新鮮なすしを購入することができる。こうした日本食の浸透とともに「日本食材」も英国に広まってきた。英国スーパーマーケット大手のセインズベリーでは、自社ブランドのみそやみりんを販売している。また、Miso Tastyという現地企業は、日本産みそを原料に、インスタントみそ汁やみそラーメンなどの自社商品を展開している。その広がりに伴い、さまざまな商品や料理にも、日本の食材が利用されるようになりつつある。以下では、日本食以外の食品や日本食レストランを除く飲食店で活用されている事例を紹介する。

<こんな小売食品にも日本食材が>

食材1:みそ

「非日本食」に進出している日本食材の代表格として、みそが挙げられる。特にベジタリアン・ビーガン向けの食品で、肉類に代わるうまみ成分としてみそが利用されているケースが多い。

M&S: PLANT KITCHEN スパゲティー・ボロネーゼ



価格: 3.75ポンド(約488円、1ポンド=約130円)
「プラント・キッチン(PLANT KITCHEN)」は、高級スーパーMarks & Spencer(M&S)のビーガン向け自社ブランドだ。M&Sは自社ブランドの商品を中心に衣料品や雑貨、食品などを販売しており、特に食品の品質の高さには定評がある。この商品は白みそを加えることで、より深みがある濃厚な味わいを実現しているという。
(ジェトロ撮影)

食材2: たまりじょうゆ

しょうゆの中でも小麦を使わない「たまりじょうゆ」は、グルテンフリーというその特徴が「非日本食」への進出に一役買っている。

Clive s: ナッツ・ロースト



価格: 5.25ポンド
英国オーガニック食品メーカーのClive sが販売しているグルテンフリー、ビーガン向けのナッツを使ったケーキ。隠し味にたまりじょうゆが使われている。Clive sの商品は、ウェイトローズやオンラインスーパーマーケット「オカド」などで購入できる。

食材3: 豆腐・おから

みそと同様に、豆腐もベジタリアン・ビーガン向けの食材として市民権を得ている。現地製造のさまざまな豆腐ブランドがスーパーマーケットや自然食品店で販売されており、その多くがスモーク味やホットチリ味など、調理せずにそのまま食べられるよう、現地消費者向けに味付けている。さらに最近では、豆腐を原料として、より加工度の高い商品が登場している。例えば、英国の豆腐メーカーClearspotは、豆腐とおからを使ったグルテンフリーの冷凍バーガーを販売しており、オーガニックスーパーマーケット「Planet Organic」やビーガン向けオンラインショップなどで購入できる。

Clive s: Lentil & Kale タルト



価格: 3.49ポンド
上述のClive sのビーガン向けタルトには、原料におからを使っている。原材料の英語表記もそのまま「okara(soya)」だ。
(ジェトロ撮影)

食材4: カレー(原料にみりとみそ)

また、日本の食材として現地の人気を確立しているものにカレーがある。カレーを日本食材と呼ぶことには違和感があるかもしれないが、少なくとも英国では、日本式の「カツカレー」はれっきとした日本食と認識され、インドカレー、タイカレーに続く第3のカレーとして人気を博している。そのカツカレーも、英国ではベジタリアン・ビーガンの消費者を取り込む狙いから、独自の進化を遂げている。例えば、高級スーパーのウェイトローズでは、肉の代わりにサツマイモを使った「スイートポテト・カツカレー」(3.75ポンド)が販売されている。大手スーパー・アスダの「Plantivore Kicking カツカレー」(3ポンド)というビーガン向けカツカレーは、原料にみりとみそを使っている変わり種だ。

Waitroseのスイートポテト・カツカレー



(ジェトロ撮影)

(裏面に続く)

< 飲食店でも、思いがけない日本食材利用例 >

飲食店でも、日本食とは縁遠い思いがけないところで日本食材を目にすることがある。英国に56店舗を構えるパブチェーンのALL BAR ONEでは、ビーガン向けの商品としてみそソースを使ったサラダやリゾットを提供している。英国の健康志向のファストフードチェーンLEON(英国全体で61店舗)では、カレーやミートボールなどの商品に使われる米を、たまりじょうゆで味付けして提供している。

非日本食の高級レストランでも、日本食材を積極的に取り入れているところがある。Four Seasons Hotel London内にあるミシュラン2つ星のフレンチレストラン「La Dame de Pic London」のメニューには、しそのクリームを使ったヨークシャーパブ(シヨクヨウダイオウと呼ばれる野菜で、独特の香りや酸味があるため、ジャムやケーキに加工されることが多い)のデザートや、山椒を使ったパスタ、昆布の佃煮を使った鹿肉料理などが並び、モダンヨーロッパ料理を提供している「Social eating house」では、フォアグラの前菜に塩昆布、かつおだしを使っているほか、日本のナスやダイコン、カブも料理に取り入れている。

また、ミシュラン1つ星を獲得しているイギリス料理レストランの「The Five Fields」では、みそを使ったチョコレートやさんしょうとホワイトチョコレートを使ったデザートなど、日本食材を使ったメニューを数多く提供している。

さらに、South place hotelに構えるイギリス料理レストラン「ANGLER」でも、日本のカブやキノコに加え、しそやワサビ、だしなどが料理に使われている。そのほか、ロンドンに4店舗を持つベジタリアン・ビーガンレストラン「mildreds」は、バーガーに七味マヨネーズを使ったり、レモンみそのソースやふりかけを使った料理を提供したりしている。

サンドイッチ専門店の「Sons + Daughters」でも、みそを使ったサンドイッチや「みそミルク」というみそを使ったドリンクを提供している。チキンサンドイッチとタマゴサラダサンドイッチに、みそマヨネーズのかたちでみそが使われている。チキンサンドイッチには、英国で栽培されたワサビクレソンという変わったクレソンも使われている。



ALL BAR ONE(ジェトロ撮影)



LEONの店舗の様子(ジェトロ撮影)

< 今後、非日本食での利用がさらに進む可能性も >

英国では、日本食材がさまざまな料理の材料として取り入れられつつある。特に、健康志向やベジタリアン・ビーガン向けや、高級レストランや高級スーパーなどのハイグレード商品に使われる傾向がみられる。その背景には、英国人の間に「日本食材 = ヘルシーで付加価値のあるもの」という認識が根付きつつあることがある。もっとも、スーパーマーケットや気軽に入れるチェーンの飲食店で「非日本食」に用いられる日本食材は、現在のところ、みそやたまりじょうゆなど一部に限られてはいる。しかし英国では、菜食主義者や健康志向の勢いが年々増している。そうしてみると、今後、日本食材が日本食を離れて利用される機会が一層増えていくかもしれない。

(出所:ジェトロ 地域・分析レポート 2020年5月25日「こんなところに!?意外なところで使われている日本食材(英国)より抜粋」)

今年の広州交易会は出展料免除に、ライブコマースも導入(中国)

中国商務部は5月8日、6月15～24日にオンライン上で開かれる第127回中国輸出入商品交易会(広州交易会)(注)の出展料を免除すると発表した。開催期間中、広告を出すなどのオプションサービスを希望する場合を除き、出展企業の出展料を無料にする。また、越境電子商取引(EC)専門区に出展する越境ECプラットフォームに対しても費用を徴収しないとしている。

< ライブコマース方式を導入 >

広州交易会の実施機関である中国対外貿易センターは4月15日、IT大手のテンセントが第127回広州交易会のオンライン開催に向け、総合的な技術支援を行うと発表した。テンセントは自社が開発したウィーチャット(WeChat)、テンセントクラウド、テンセント会議(Tencent Meeting)、オンライン翻訳ソフトの「翻訳君」などを活用し、24時間利用できるバーチャルブースを設けることで、オンライン貿易プラットフォームを構築する(「深セン晩報」4月16日)。

今回の広州交易会ではライブ配信を通じて商品を紹介する「ライブコマース」も導入する。交易会の主催者は5月15日、出展企業向けにプラットフォーム機能や、展示商品の写真のアップロードやオンラインマッチングの手順などについてオンライン上で紹介する事前説明会を行った。主催者によると、出展申し込みについては2019年12月に既に受け付けを終了しているが、海外のバイヤーがオンライン展示会に参加する場合には、広州交易会のホームページ(<http://www.cantonfair.org.cn/cn/index.aspx>)で登録できる。

(注)広州交易会は、1957年から開催されている中国最大規模の国際見本市。2019年の展示面積は118万5,000平方メートルで、2万5,642社が出展し、210カ国から18万6,015人のバイヤーが来場した。

(出所:ジェトロ ビジネス短信 2020年5月25日「今年の広州交易会は出展料免除に、ライブコマースも導入(中国)」)



国際業務部

〒471-8601
愛知県豊田市元城町1-48

電話 0565-36-1381
FAX 0565-36-1213