

TOPICS ～in 海外～

発信日付 2018年12月4日

発信名 国際部

内容
照会先 TEL : 011-233-1198

ユジノサハリンスク駐在員事務所

★美味しいロシア★

ロシア料理と聞いたら、皆さんの頭に思い浮かぶのは何でしょうか？日本人はピロシキを良くご存知だと思いますが、ロシアに来てびっくりする人が多いです。“どこにもピロシキが売っていない！”日本のピロシキは油で揚げたもののイメージですが、ロシアのピロシキはオーブンで焼いて作られます。中には肉、キャベツ、ジャガイモ、卵とネギなどが入っています。果物のジャムが入ったピロシキもあります。



お祭りの伝統的な料理の1つはオリビエ・サラダです。お正月には慣習的にジャガイモ、ハム、卵、ニンジン、塩漬けのキュウリ、グリーンピースとマヨネーズを混ぜ合わせて美味しいオリビエ・サラダを作ります。味としては日本のポテトサラダに似ていると思います。



もう1つ注目すべきロシアの代表的な料理はボルシチです。ボルシチというスープは牛肉、キャベツ、ジャガイモ、タマネギ、ニンジン、そして主要な材料になっている赤ビーツから作られます。赤ビーツによりスープの色は赤く(トマトの赤ではありません！)、味は濃厚になります。サワークリームはロシア人にとっては絶対に必要です。日本人にとっては加えると味が変わって楽しめるようです。



ロシアにいらっしゃる際は、ぜひ美味しいロシア料理をお召し上がりください。

ラブシナ・マリア

北海道 ASEAN 事務所 (シンガポール)

★シンガポールで人気の日本食番付(筆者作)★

日本と同様、当地では世界各国の料理を味わえますが、「胃袋の国籍」は異なります。人口比率は、約560万人の大多数を中華系、続いてマレー系およびインド系が占めており、外国人労働者は30%余り、日本人は1%以下となっています。それぞれに「日常の食卓」は異なり、美味しさの基準も異なります。

今回は、そんな当地でも人気の日本食を、相撲の番付になぞらえてみました。人口に占める比率の高い中華系とマレー系の支持を得ることが鍵です。

横綱は「寿司」(1万円～)です。誰もが知る日本食の定番で、本物を知る人はお金を惜しみません。大関は「ラーメン」(1,000～1,500円)、この値段でも食べたいと思われる日本食の代表格です。「天井」(1,000～1,500円)はコスパとローカル化で関脇の地位に、「焼き芋」(300円)は手頃で手軽、元々ローカル好みの味で小結に昇進しています。

土俵は「値段を問わない本物志向」「手頃で本物志向」「手頃でローカル化」「手軽で元々ローカル好み」等に分かれ、どこで戦うのが重要です。

ホーカー(屋台)やフードコートの場合の価格帯は300～800円程度、ラーメンと天井の価格帯はギリギリです。道産食材では、横綱はまだ不在、大関候補は乳製品や海産品、人気はあるが高コストのため利益が薄いという課題を抱える前頭(例:農産物)が多い印象です。観光では頭1つ飛び出た人気の「北海道」ですが、小売店や飲食店の利益に貢献する等、克服すべき課題もまだ存在します。



(写真:人気店の「普通盛り」天井)

矢野 裕之

TOPICS ～in 海外～

発信日付

2018年12月4日

発信名

国際部

内容
照会先

TEL : 011-233-1198

日中経済協会 北京事務所 札幌経済交流室

★中国で定番化した3つの食品アイテム★

突然ですがクイズです。㈱ヤクルト・キューピー㈱・ハウス食品㈱の3社は、中国市場において成功を収めた3大日系食品会社として知られていますが、成功したある共通点があると言われてています。

3社の主力商品と言え、(株)ヤクルトの主力食品は何と言ってもヤクルト、キューピー(株)はマヨネーズ、ハウス食品(株)はカレーのルー。3社の共通点とは、そもそも中国市場に存在しない食品だということです。



(写真: カレーコーナーは日系企業強し! 中国系スーパーにて)

中国には5,000年の歴史があり、食においてもまた然りですが、ヤクルトやカレーはもちろん、マヨネーズもありませんでした(エビマヨは周富徳氏が考案した日本式中華料理です)。

中国市場に多くの日系食品会社が挑みましたが、大きなシェアを確保したのは、消費を創出出来た企業、所謂中国にないものをもってきた企業という見方があります。

中国のみならず海外展開を考える企業にとって、一つの指針になるのではないのでしょうか。

村田 雄亮