JF全漁連によるシンガポールの日本食レストラン

研究員　亀岡鉱平

1　世界的な魚介類消費の増加と日本食ブーム

我が国の魚介類消費量は、2003年度において一人当たり64.3kg/年であったが、13年度には48.8kg/年となっており（粗食料ベース）、10年間でおよそ25%減少した。他方で、世界的には魚介類消費は拡大基調にあり、世界の一人当たり魚介類消費量は、1999年における15.7kg/年から2009年には18.5kg/年に増大した（以上農林水産省「食料需給表」およびFAO STAT「Food Balance Sheet」に基づく水産庁の算定）。また、健康志向を背景とした世界的な日本食ブームのなかで、世界の日本食レストラン数は06年の約24,000店から、13年には約55,000店へと急増している（農林水産省（2013）「日本食・食文化の海外普及について」）。

このような魚介類の国内消費減、それとは対照的な世界的消費増、そして日本食ブームといった事情を背景に、JF全漁連は輸出促進事業に注力しており、そのためのアンテナショップとして、15年１月にシンガポールに日本食レストラン「JF神田わだつみ」（以下「当店」）をオープンさせた（写真１）。

写真１　JF神田わだつみ正面玄関

2　本物志向・品質重視

当店は、JF全漁連初の海外店である。魚料理を中心に提供し、鮮度、扱う魚種の多様さや珍しさをセールスポイントにしている。シンガポール国内には実に多くの日本食レストランが存在しているが、日本産の素材を用いて、和食の様式や本来的あり方を的確に伝えているレストランは決して多くない。例えば寿司のネタはノルウェー産のアトランティックサーモンに偏重しており、寿司の見た目も伝統的な日本の寿司とは異なるものが提供されている。当店は、シンガポールにおける数少ない本物志向の魚料理専門日本食レストランとして、独自性を発揮している。

当店で提供される料理は、寿司、刺身、天ぷら等多岐にわたる。なかでも生食用に提供される魚介類に関しては、鮮度の維持が最も重要な課題となる。当店で提供される生鮮魚介類は、築地市場を経由し成田空港から空輸されシンガポールに到着する。その後シンガポール食品獣医庁（AVA）による検疫、シンガポール国内の配送を経て店頭で提供される。物流の所要時間としては、日本国内の料理店で提供される場合にプラス一日を要するイメージである。JF全漁連は、高コストではあるものの信頼できる運送会社を利用することでトラブルやロスの懸念の小さい物流を実現し、シンガポール向け輸出として実現可能な最高水準の鮮度維持を達成している。こうした鮮度・品質を重視したJF全漁連の選択は、The Business TimesやThe Straits Timesといったシンガポール現地有力紙における当店の高評価につながっている。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

3　各県・地域の特産品フェア

当店では、２週間程度の県・地域別フェアをこれまで連続して企画し、フェア期間中は各県・地域の特産品を用いた懐石料理を提供している。この企画の背景には、シンガポール人に日本産魚介類の多様性をPRしつつ、彼らの感度を確かめることで今後の販売戦略につなげていく意図がある。これまでのフェアで取り上げられた地域と魚介類(一部)を列挙すると、愛媛(タイ、ブリ)、宮崎(カツオ、カンパチ)、兵庫(ホタルイカ、タイ)、長崎(アオリイカ、トビウオ)、三陸(ウニ、エゾイシカゲガイ、ギンザケ、ホヤ)となっている(写真２)。今後も千葉、静岡、青森、九州、北陸等の地域が順次フェアで取り上げられる予定となっている。全国組織であるJF全漁連が、単協や県漁連では取り組み難い海外事業を担うことで、日本からの輸出拡大に貢献するとともに、JFグループ全体としての輸出に対する問題意識の向上が期待される。

4　シンガポール人の食の好みにいかに対応するか

現地で当店を取材した際に、店長から現地シンガポール人の食の好みとそれへの対応について料理人ならではの興味深い話を聞くことができた。

まず、食材や調理に関して、シンガポール人は、甘いもの、脂こいもの、柔らかいものを好み、すっぱいもの、塩辛いものを嫌う傾向があるという。このため当店では、しょうゆはテーブルには常置せず、日本で使用するしょうゆに加え、シンガポール人用の甘めのものも別に用意し、顧客に合わせて提供し分けている。

一般的にシンガポールでは、淡泊な魚種は生食用としては好まれない傾向にあるが(そのためフグの輸出は成功しないと言われている)、

写真２　三陸産のウニ等を用いた海鮮丼

歯ごたえのある明石の天然タイは好評だったという。また、ホヤは思いのほか好評で、癖のある味の魚介類は好まれる傾向があるかもしれないとのことであった。

次に料理の提供方法に関しては、中華系住民の多いシンガポールでは一度にすべての料理をテーブルに並べるよう求められることがあるため、一品ずつ提供する懐石料理としての基本は守りつつ、料理を提供するスピードを早められるよう工夫している。日本人客との対比で言うと、日本人客の関心はもっぱら鮮度にあるのに対して、現地人客は鮮度だけでなくサービスに対する要望が強いとのことである。このため、店側もホールスタッフ(現地採用)の接客の質を重視し、料理を提供する際に必ず料理の概要や産地を説明するようにしている。

5　鮮魚の販売事業も視野に

以上のように、JF全漁連は積極的に輸出促進事業に取り組んでおり、将来的にはアジア全域を対象とした鮮魚の販売事業への拡大も視野に入れている。JF全漁連による取組みが、良質な魚介類を漁獲している生産者の思いに応え、日本産魚介類の販路拡大につながることが期待される。

(かめおか　こうへい)