

# Niigata Award News

(食の新潟国際賞財団通信)

2012/05/01 第12号

## Topics

- ・第2回食を考えるセミナー開催について
- ・特集:アメリカにおける日本の食
- ・FIAT PANIS ~全ての人々に食料を~
- ・食の新潟応援団会員名簿

## 第2回食を考えるセミナーが開催されます

- <日時> 平成24年 5月14日(月)  
13:30~15:00
- <会場> ホテルイタリア軒 サンマルコ  
新潟市中央区西堀通7番町
- <参加費> 無料
- <申し込み> 平成24年5月10日(木)までに、  
住所、氏名、ご所属、電話番号を  
EメールまたはFAXにて財団あて  
お申込み下さい。
- <講師> 味の素(株)執行役員 食品研究所  
商品開発センター長 野坂 千秋氏

(経歴) 1983年日本女子大学家政学部食物学  
科卒業。その後、味の素(株)入社。  
研究職として調味料や加工食品などの  
開発でシェフの技を再現する、「匠の  
技」の調理科学的な解析に基づく商品  
開発を実践。  
イタリアで半年間イタリア人シェフの技に  
ついて実体験に基づき研究。  
帰国後、「匠の技」の科学解析を論文  
にまとめ、農学博士号を取得。  
2002年「日本調理科学会奨励賞」受賞。  
2005年、上海味の素食品研究開発セ  
ンター社総経理。  
2010年、食品研究所 商品開発セン  
ター長。  
2011年6月、味の素(株)初の女性執行役  
員となり現在に至る。

食の新潟国際賞財団主催の「第2  
回食を考えるセミナー」が、5月14日  
ホテルイタリア軒で開催されます。

第2回セミナーは、「おいしさ、そして  
いのちへ」を掲げ、「うま味物質」の発  
見から端を発し、いまや最先端のアミノ  
サイエンスで食と健康、医薬にも貢献  
する世界に類のない企業グループに  
成長した「味の素株式会社」の企業  
精神や国際戦略、商品開発、につい  
てお聞きすることになりました。

2009年に創業100周年を迎えた  
味の素(株)は食品、アミノサイエンス、  
医薬、健康という3分野で世界22の  
国と地域で事業展開をし、21世紀の  
人類の課題である健康希求の充足と  
食資源の確保、地球環境の保全への  
対応に挑戦しています。



Niigata Award

発行: 公益財団法人  
食の新潟国際賞財団  
〒951-8131 新潟市中央区白山浦  
1丁目425-9 新潟市白山浦庁舎内  
URL: <http://www.niigata-award.jp>  
E-mail: [info@niigata-award.jp](mailto:info@niigata-award.jp)  
(季刊・年4回発行)

## アメリカにおける日本の食



### 新潟大学農学部 特任教授 山田博治

しかし、ここから私のアメリカ在住期間に、どんどん変化してくのを目や舌で味わうことになった。

まず最初に、アメリカの食の特徴がどのように変わっていったかであるが、①超がつくほど甘いケーキばかりだったのが、それ程甘くないケーキが出始めた。これは、イタリア系グローサリーストアの‘Valli’という店で発見した。ショートケーキで見た目が日本のケーキに似ていたので試しに買って見たら、これが甘さ程々で、これなら食べられると妻は大喜びであった。②アメリカのイタリアン料理は、塩気のきつい料理が多かった。また、メキシカン料理は辛く、中華に至っては、非常に味が濃い。それが、日本料理の認知からか、薄味でも美味しいことが分かってきたようだ。(本当に分かっているのかは少々疑問だが)

私の知人のアメリカ人は日本レストランに行くと、「Umami」とか「Dashi」とう日本語を使って、こういう味が健康にいいのだ。と私に言っていた。ちなみにその知人のお腹は私の何倍もあり、ハグするとお腹しか当たらないのである。③一人前が多く、私たち日本人は必ずと言っていいほど残してしまう。ところが、2008年頃、ポーションの少ない料理を出すレストランが出てきた。これは、原材料の高騰の影響もあったのだが、ちょっとしゃれた店で、客層の体系はスマートな人が多かった。これらの変化状況をまとめて言うと、「ようやく気付き始めた健康」と言ってもいいだろう。

私が日本の製菓会社時代、アメリカに赴任した2005年から2008年の約4年間の経験とアメリカの知人からの最近食情報を基に、アメリカでのグローサリーストアの動向及び日本食レストランの動向から、日本の食材・食品、特に新潟の食の可能性を探ってみた。

アメリカにおいて日本食ブームと言われて久しいが、私が赴任した2005年では、まず感じたことが、「本当に日本食ブームなのかな？」であった。というのは、私の住んでいたロックフォードという街は、人口約15万人のイリノイ州第3位(当時)の都市で、アメリカでは一般的な中西部の中都市である。このような都市でどのような形で日本食が普及しているのか大変興味があった。この街に当時日本レストランが2軒あり、その一軒は、日本人経営者で日本人メインシェフだったので、味が良くロックフォードの人気レストランになっていて、毎日店内がいっぱいになるほど繁盛していた。その地域では日本人は数えるほどしか住んでいなかったから、明らかにアメリカ人相手の商売であった。この点がシカゴ近郊の日本レストランとは違う客層である。このレストランだけ見たら確かに日本食ブームと言える。しかし、日本食以外のレストランで、中華を除くと醤油(ソイソース)が置いてある店は少なかった。ステーキ店で醤油を頼むと半分くらいの店を出してくれた程度であった。

また、日本酒は地元のスーパーで、ないことはないが、探すのに苦労した。寿司は、先ほどの日本レストランではもちろんあるが、スーパーでは、シカゴ近郊の日本のスーパーにしか置いておらず、地元のスーパーではなかった。そこで、私は、「日本で言われているほどまだアメリカ全土ではブームとなっていないのだな。」と思った。



次に、日本の食がアメリカ人の食生活に浸透しつつある現象を挙げてみる。①醤油やテリヤキソースがアメリカ人食生活に欠かせないものになった。これは、中西部でもソイソースをおいてあるレストランが増えてきたことから言える。(前述の様に2005年当時は少なかった)②日本酒が普及してきた。知り合ったアメリカ人の人たちは大変日本酒好きが多かった。しかし、売り場が少ないことと価格が高いことで、一般の人には容易には手に入りにくいのが、アメリカで生産している日本酒は、1.5ℓで\$ 4.99 (2011年11月時点は\$ 5.99)とかなり安く、味も純米酒ということもあってかけっこう美味い。もっと日本酒をアメリカ人に認知させれば、かなり期待ができる。③即席ラーメンが普及した。アメリカのカップヌードルは日本の物とはかなり違っていた。しかし、これも2008年には日清食品から、日本人も美味しいと認めるカップヌードルが出た。おそらくアメリカ人にも受けると思われる。④日本の調味料が一般レストランで多用されるようになり、日本的タッチを加えた料理が料理界のトレンドになった。私がよく行っていた日本レストランでは、サーモンやギンダラの味噌焼き(西京焼き)がアメリカ人に人気のメニューとなっていた。また、ワサビドレッシングが使われる様になった。⑤アメリカ人の生魚に対する抵抗が薄れてきた。これは、魚の表面を炙って生臭さを消し、中側のレアの部分を残した炙りツナ・ステーキが人気で、生魚を一工夫することで多く食べる様になってきた。⑥大豆製品(豆腐、豆乳、枝豆)がアメリカ人の食生活改善に貢献している。冷凍枝豆は地元のスーパーでも置いてあった。⑦日本語で呼ばれる野菜が増えた。例えば、NappaとかDaikonである。

さて、私のアメリカ時代はもう3年も前の話であるので、現在のアメリカの食の傾向はどうなのであるかと、現在アメリカ在住の日本人およびアメリカ人の知人から2011年11月と2012年2月に食関連情報を聞いてみた。情報源は、Aさん:シカゴ近郊在住のアメリカの銀行勤務、Bさん:シカゴ近郊在住の法律事務所勤務、Cさん:シカゴ在住の日系新聞の記者兼経営者、Dさん:ロックフォード在住の日本レストランのメインシェフ、Eさん:ビバリーヒルズ在住の美容師、Fさん:サンフランシスコ在住のツアーガイド、といった一般の生活者の目から見て感じた情報である。この人たちから頂いた食関連情報をまとめると、①健康志向から、二流スーパーまでがオーガニック野菜



を扱い始めた。②節約志向からレストランへ行く回数を減らし家庭での食事回数が増えた。そこで、冷凍食品が以前にも増してバラエティに富んできた。③エスニックの盛り上がりからフュージョンレストランが増えた。例えば韓国料理、タイ料理、メキシコ料理のフュージョンである。④寿司、天ぷら、醤油、日本酒から始まった第一次日本食ブームから、今は都会の方からであるが、ラーメン、お好み焼き、カレー(日本的)、パスタ(日本的)、ライスボール(牛丼)、といった、第二次日本食ブームが来ている。山頭火、カプリチョーザ、CoCo一番、吉野家等がアメリカに出るチャンスとして投資していることからもうかがえる。④日本食レストランの経営者が日本人からノンジャパニーズに替わってきている。特に韓国人の経営者が多くなった。日本人にとっては味もまずくなってきている。スーパーでも韓国系スーパーが日本系スーパーを追い抜いて、アメリカにおける韓国パワーが以前より強く感じられる。⑤食の大きな流れは、Healthy, Natural, Convenience, Clean であり、総合してLOHAS(健康と環境に配慮した持続可能なライフスタイル)である。注目すべきは2012年のFood Cultureの方向は、“Is Bigger Really Beautiful?” Small is beautiful”とも言われている。

そこで、このようなアメリカの食の傾向から、今後アメリカで期待できる日本の食と新潟の可能性を探ってみると、①日本酒:アメリカでの日本酒は、二つの大きな流れがあると思う。一つは、アメリカナイズされた“Fusion Sake”もう一つは日本酒本来の味の“Premium Japanese Sake”である。そこで、日本の酒処である新潟の日本酒はアメリカでどの方向で展開していくか? どういう戦略でアメリカへ進出していったらいいのか? 新潟ブランドをどのように浸透させていくか? は大きな課題である。日本酒の世界ではまだ韓国が手掛けていないので今がチャンスである。②ライスボール(テリヤキ丼)の

様な和食ファーストフード：ファーストフード大国のアメリカで、ハンバーガー、フライドチキン、サンドイッチ、ピザ、タコスやナチョス、スパゲッティ、中華とファーストフード店が揃っているが、日本の食べ物のファーストフードチェーン店はなかった。吉野家が先駆者として展開できるか注目している。

③焼きそば：日本のB級グルメで最も多い焼きそば、新潟のブラック焼きそば、ホワイト焼きそば、レッド焼きそば、最近では、グリーンとイエローも加わって「焼きそばゴレンジャー」とか言っている様だが、見た目も鮮やかにすれば、パフォーマンス好きなアメリカ人にとっては受けること間違いない。まずは、日本レストランの鉄板焼きコーナーでパフォーマンス的な手さばきで客に見せることから始めたらよい。

④お好み焼き：2006年に大阪でアメリカ人たちにお好み焼きを食べさせた。中にはこの「パンケーキは甘くないな！」と言っていた人もいたが、皆美味しいと言って食べていた。アメリカナイズしたお好み焼きを焼きそば同様日本レストランで見せながら食べさせると同時に、グローサリーストアのフローズンコーナーにピザ的感覚での商品として普及させる。

⑤味噌、醤油ベースの調味料：私がよく行っていた日本レストランのシェフが作る「みそ鱈」の味は鱈の西京焼きだが、アメリカ人も大好きな味に仕立てている。醤油は今でこそアメリカンレストランでもかなりおいてある店が増えたが、味噌味はまだこれからである。しかし、調理の仕方によってはアメリカ人でも十分受け入れられる可能性がある。味噌や醤油をベースにアメリカナイズした調味料を作り、レストラン向けの業務用調味料としたらよい。

⑥トンカツ：私のアメリカ在住期間中に、トンカツをアメリカ人に食べさせたら大変好評であった。



そのアメリカ人はその後その店の常連になった。アメリカの肉といえば牛肉、鶏肉、豚肉 なのだが、衣を付けて揚げるフライドチキンは一般的だが、トンカツはめずらしいようである。もっと認知させればアメリカでも必ず受ける。

⑦日本の果物(リンゴ、洋梨、イチゴ、桃、メロン等)：アメリカの果物は全般的に味が薄いというか味が無いといった方がよいかもしい。特に洋梨にいたっては、全然美味しくない。新潟の「ル・レクチュ」はアメリカの洋ナシよりはるかに美味しい。その他イチゴやメロンも甘みが少なく美味しくないのだが、料理の味が濃いからデザートとしてはいいのかもしれない。しかしデザートでもあんなに甘いケーキ類をよく食べるのだから、果物の味が薄くていいわけがない。問題は、果物だから輸出では時間がかかり、無理が生じる。やはり現地生産が望ましい。その時にうまくライセンスを取り交わして生産技術を売ることになると良い。

⑧米粉加工食品(Rice Bread, Rice Pudding, Rice Cookie, Rice Cracker等)：Rice=Healthy というイメージが定着しているので、コメ加工製品にとっては大チャンスである。米粉については、すでにアメリカで何社か製造しているが、微細米粉はまだない。というのは、必要がなかったからである。しかし、これからは、Rice Bread, Rice Pudding, Rice Cookie等を作るためには必要であるが、まずコメ加工品の良さを認識させることから始めなければならない。新潟の米粉メーカーに期待する。

その他にもまだあると思うが、アメリカは今経済情勢が厳しい状況である。しかし、それ故チャンスも多くある。新潟県内の食の関連産業にとっても多にチャンスはある。そこで、アメリカへ進出・展開するには、しっかりした戦略が必要である。ただ、ブームだからといって安易に出て行っても成功はしない。成功した先駆者にはそれなりのビジョン、戦略を持って開拓したのである。ただ、ゆっくり構えていても他国に先を越されてしまうから、多少不安であってもやりながら戦略を変えていくのも方法であろう。これからの時代は、県内、国内だけを見ていては成り立っていかない時代である。グローバルな視点で考えて活動していかないと勝ち残れない時代となっている。



# FIAT PANIS ~全ての人々に食料を~

## FAO日本事務所

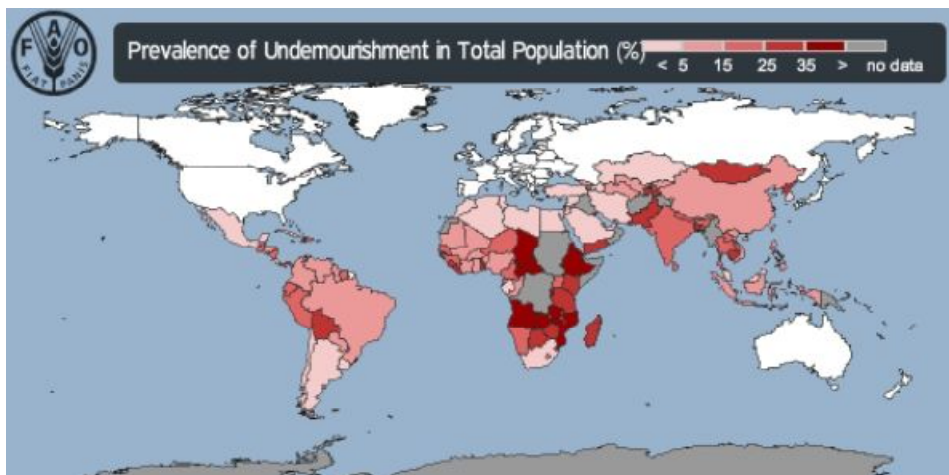


FAO国連食糧農業機関とは、1945年10月16日に設立した、世界の農林水産業の発展と農村開発に取り組む国連の専門機関です。

ローマに本部を置き、その地域事務所は5箇所、地域支所は11箇所、連絡事務所は5箇所ほか世界中に130カ国以上に所在し、開発途上国を中心に貧困と飢餓に苦しむ人々の栄養状態と生活水準を改善することにより全ての人たちが健康な生活を送ることを目指しています。1997年には、日本政府との連絡調整や国内での広報及び啓発活動を目的とし、横浜に連絡事務所が設立されました。



FAOは、「2015年までに貧困者数と飢餓人口を半減」という国連ミレニアム開発目標を達成するために、農業生産性の向上、栄養水準の向上、そして農村の生活条件の改善など、あらゆる角度から取り組んでいます。2012年1月1日に就任した新たな事務局長、ジョゼ・グラジアーノ・ダ・シルバは、この期限と自身の任期が重なることから、就任から3日後の記者会見で「世界の飢餓と栄養不足の完全なる撲滅が最優先課題だ」と述べました。



FAO のハンガーマップ 色が濃いほど国民総数に占める栄養不足人口が多い

飢えのない世界を実現するため、FAOは主に1. 情報の収集、分析および提供、2. 政策提言、3. 中立的討議の場の提供、4. 開発援助の四分野で活動しています。具体的には、世界の農林水産業に関するシンクタンクとしてFAOSTATを始めとするデータベースや各種出版物を提供するほか、「コーデックス(FAO/WHO国際食品規格)」や「責任ある漁業のための行動規範」など、加盟国が協調して取り組むべき分野において規格や



ガイドラインを整備します。また、世界食料安全保障委員会(CFS)を始めとする議論の場を提供し、加盟国や市民社会団体など多様な関係者の相互理解を深め、共通認識を醸成するサポートを行います。FAOに蓄積された情報や技術のノウハウは、援助国や開発銀行などの資金提供により展開される開発援助プロジェクトに活かされ、WFP(世界食糧計画)や他の機関とも積極的に協働します。

最近の新しい取り組みとして、世界の農文化的遺産システムを保護し支援するため、2002年に「世界重要農業遺産システム(GIAHS)」のイニシアティブを開始。2011年6月11日、北京で行われたGIAHS国際フォーラムでは、日本の天然記念物であるトキの野生復帰活動から生まれた「食」と「命」をはぐくむ生物多様性保全型農業システムが人と自然の共生を目指す新しい日本農業の姿だとして、新潟県佐渡地域の「トキと共生する佐渡の里山」及び石川県能登地域の「能登の里山里海」を世界重要農業遺産システム(GIAHS)に認定しました。



FAOはその目的を達成するため、国際機関や研究機関、市民社会団体や民間セクター等様々な団体との連携を促進しており、2003年には飢餓をなくすための国際的なフレームワークとしてAlliance Against Hunger and Malnutrition(AAHM)を設立しました。昨年立ち上げられた日本版AAHMであるゼロ・ハンガー・ネットワーク・ジャパンには、現在食の新潟国際賞財団を含む31の団体が加盟しています。

**国際連合食糧農業機関 (FAO) 日本事務所**

所在地： 〒220-0012 横浜市西区みなとみらい1-1-1

パシフィコ横浜 横浜国際協力センター5階

Tel: 045-222-1101 Fax: 045-222-1103

E-mail: [FAO-Japan-Info@fao.org](mailto:FAO-Japan-Info@fao.org)

Web Site: <http://www.fao.or.jp/>

**ゼロ・ハンガー・ネットワーク・ジャパン**

E-mail: [info@zerohunger-jp.org](mailto:info@zerohunger-jp.org)

Web Site: <http://zerohunger-jp.org/>



## 食の新潟応援団(賛助会) 会員名簿 (平成24年5月1日現在 順不同、敬称略)

特別会員		正会員		個人会員
亀田製菓(株)	(株)新宣	(株)第一印刷所	(株)鳥梅	浜田 晃司
		新潟縣信用組合	佐川急便(株)関東支社	
(株)ブルボン	新潟市農業協同組合	(株)タカヨシ	(株)山由製作所	藤島 安之
		(株)本間組	新潟万代島総合企画(株)	
亀田郷土地改良区	三井物産(株)新潟支店	石本酒造(株)	(株)キタック	井田 増夫
		(株)ミカサ	鍋林(株)	
新潟県農業協同組合中央会	(株)エイケイ	神山物産(株)	レンゴー(株)	児玉 伸
		(株)山忠	北越工業(株)	
学校法人新潟総合学園	三菱商事(株)新潟支店	シヨクザイ新潟(株)	丸榮製粉(株)	大越 斎
		丸七商事(株)	(株)鈴木コーヒー	
第四銀行	ホテル日航新潟	大東産業(株)	TeNYテレビ新潟	増村 文夫
		藤屋段ボール(株)	(株)栗田工務店	
一正蒲鉾(株)	NST	新潟工科大学産学交流会	(株)細山商店	鈴木 厚生
		(株)タケショー	三和薬品(株)	
佐藤食品工業(株)	(株)電通東日本新潟支社	日本たばこ産業(株)新潟支店	(株)藤井商店	有沢 栄一
		(株)新潟博報堂	セッツカートン(株)新潟工場	
(株)栗山米菓	(株)新潟クボタ	BSN新潟放送	ハセガワ化成工業(株)	高嶋 潔
		新潟陸運(株)	日本精機(株)	
(株)新潟日報社	亀田商工会議所	医療法人 愛仁会 亀田第一病院	東邦産業(株)	和田 充彦
		(株)新潟食品運輸	日精サービス(株)	
三幸製菓(株)	にいがた22の会	山崎醸造(株)	麒麟山酒造(株)	河内 直史
		月島食品工業(株)	新潟商工会議所	
		松田産業(株)	(株)雪国まいたけ	
		(株)フジテレビジョン	(株)加島屋	
		日本製粉(株)関東支店	(株)日本フードリンク	
		日本甜菜製糖(株)		

### 食の新潟応援団(賛助会)募集中！

食を通じて飢餓や貧困などに苦しむ世界の現状に目を向けると、日本にいる私たちにも食の危機が及びつつあり、世界の人々の命が一つにつながっていることがわかります。食と私たちの命を守る本財団の事業に賛同し応援してくださる皆様を募集しています。詳しくはホームページをご覧ください。

ホームページアドレス: <http://www.niigata-award.jp/jp/join/>