

New York コラム

第 23-3 号

日本産玄米粉製パスタを食すニューヨーカー ～NY レストランショーでも好評～

【はじめに】

米国市場で食品販売を図る日本企業にとって、当地の見本市やイベントなどに参加することは、試食等を通じ、商品の魅力を直接伝える場というだけでなく、米国人の好みやライフスタイルの特徴など、ニーズを探る有用な機会でもある。本コラムでは、毎年3月に開催される大規模な食品関連見本市であるNY レストランショー¹に参加、その後、米国への輸出を開始した岐阜県の中小製麺メーカーを紹介したい。

【NY レストランショー】

NY レストランショーでは、日本食、日本製食品の魅力を広めるため、2007年以降、日系企業・団体合同で「ジャパン・パビリオン」を設置している。今年は、民間企業のほか、政府（ジェトロ）ゾーンや地方自治体ゾーンなど計70ブース、総勢約80社・団体が出展した。

今年のジャパン・パビリオンでは、これまで主流であった緑茶、日本酒などに加えて、最近ニューヨークでも目にする機会が多くなった「日本のB級グルメ」の影響から、ラーメン、うどん、お好み焼き用ソースなど、伝統的日本食以外の食材の出品も目立った。

また、Sushi(寿司)の浸透により水産加工物へのニーズも一段と拡がりを見せ、かつお刺身、カキの薫製、佃煮、アジのフィレなども出展された。

小林生麺（株）（本社：岐阜県岐阜市）は、農林水産省の海外ビジネスネットワーク構築事業に選定され、政府（ジェトロ）ブースから昨年に続き2度目の出展を果たした。同社は、生麺にこだわる製麺メーカーで、近年は小麦粉や卵などのアレルギー原料を使用しない、低カロリーの米粉による生麺作りに注力



小林生麺（株）ブースの様子



ジャパン・パビリオンの様子

¹2011年で18回目となるNY レストランショー（International Restaurant & Foodservice Show of New York）は、2月28日から3月1日の3日間、開催された。今年は8か国から550社・団体が出展した。世界各国から集まったレストラン、フードサービスなど食品業界関係の来場者数は、1万4千人を超えた。日本貿易振興機構（ジェトロ）の日本企業に対する支援概要は、以下の通り。<http://www.scbri.jp/PDFtoubounnews/toushiseminer/scb56h22seminer0227.pdf>

している。

同社は米国で、小麦粉などに含まれるグルテンを含まない「グルテンフリー食品²」への需要が高いことに着目した。同社代表取締役の小林氏は、「小麦のアレルギーに関心が高い米国には、人口の1%、3百万人の市場があり、日本以上に米粉麺の可能性を感じている。」と意欲を示した。実際、同社の狙い通り、多くの方が同社ブースを訪れていた。

【米国市場参入へ向けた同社の工夫】

同社は、昨年のNYレストランショーへの出展以降、実演販売や試食会などを通じて、米国人の好みや特徴などの把握や、研究に努めてきた。その結果、例えば、同社の玄米麺をより米国人に受け入れられやすいフィットチーネ風の幅広タイプの麺に改良した。商品パッケージも玄米パスタ (Brown Rice Pasta) と名付け、健康志向の米国人に受け入れやすい「玄米(Brown Rice)」という言葉を強調した。

また、パスタに合わせるソースも、当初は日本を意識して和風つゆを提案していたが、試食会でのやり取りを通じ米国人の好みについての理解を深め、現在は、バジルソースやアンチョビソースとの組合せを提案している。



小林生麺 (株) 玄米パスタのパッケージ



グルテンフリー食品専門店で販売開始。

写真中央は同店オーナーのリンさん

【ニューヨークの小売店での販売開始】

同社は、レストランショーへの出展以降、ニューヨークを中心にPR活動を続け、今年4月にオープンしたばかりグルテンフリー食品専門店「G-Free NYC」への納品に結びつけた。

自身がグルテンフリー食品を愛好している同店のオーナー、リンさんは、自ら試食をしたうえで、玄米パスタなど同社の3種類の商品の取扱いを決めた。来店客からの反応も上々で、「これまで食べたグルテンフリーのパスタの中で、一番美味しい³」との声もきかれるとのことである。

²「グルテンフリー」とは、グルテンを摂取しない（フリー）ことを意味する。グルテンは、小麦や大麦などに含まれる成分から生成されるたんぱく質の一種であり、アレルギー（免疫反応が、特定の抗原に対して過剰に起こること）の発生原因といわれている。

³グルテンは粘性があり、麺のコシを出す主成分であるため、グルテンフリーで麺の食感を維持するのは難しいといわれている。

【レストランメニューへの採用】

時期を同じくして、レストラン「Souen」グループの麺類専門店「Souen Noodle」で同社の玄米麺がメニューに採用された。グルテンフリーということに加え、玄米を使用していることが採用の決め手となったようだ。

「Souen」グループは、1971年創業、オーガニック素材や自然食療法であるマクロビオティック⁴に注力しており、ベジタリアンやヘルシー志向の高いニュー Yorker に長く親しまれている。こうした人々にとって玄米は、なじみがあり、同グループのレストランでも玄米のご飯は通常メニューとして提供されている。



玄米麺が使われている Souen Noodle のメニュー

【おわりに】

小林生麺（株）は、米国での見本市や実演販売への参加、試食会開催など、数多くのマーケティング活動を行い、米国市場の研究を重ね、商品の改良、パッケージの改善、ターゲットとする顧客層の絞込みなどの工夫をこらしてきた。こうした結果、健康食品やアレルギー除去食品へのニーズを上手く捉え、小売店での取扱いが開始され、レストランメニューに採用されるなど、成果が現れてきた。

本事例は、米国市場に参入する日本の中小企業にとって、顧客ニーズをつかんだうえで自社の強みを活かして商機を捉えた一例として参考となろう。

以上

執筆：信金中央金庫 ニューヨーク駐在員事務所（2011.8.19）

（本レポートは、情報提供のみを目的とした標記時点における当事務所の意見です。投資等に関する最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また当事務所が信頼できると考える情報源から得た各種データなどに基づいてこの資料は作成されていますが、その情報の正確性および完全性について当事務所が保証するものではありません。加えて、この資料に記載された当事務所の意見ならびに予測は、予告なしに変更することがありますのでご注意ください。）

信金中央金庫 ニューヨーク駐在員事務所 TEL（国番号1）-212-642-4700

⁴マクロビオティックとは、日本食を起源とする食生活法・食事療法の一つである。食材や調理方法のバランスを考え、動物性食品の摂取を減らし、主食は玄米や雑穀を、副食は野菜や漬物や乾物などを中心にする食事法である。歌手のマドンナが信奉し、専任日本人シェフを抱えていたことでも知られている。