

## 香港ビジネス新潮流 vol.4

日本のおコメを香港に広める  
おむすびが結ぶ農業の活路

日本の農業に活路があるとしたら、その重要な柱の一つが海外への輸出であることは周知の事実。コメのような穀物の対香港向け輸出は増加傾向にあるが、香港の一般家庭で食べられているのはタイ米などのインディカ米が主流だ。日本米が香港で定着するために必要な要素を、あるおむすび屋を通して探ってみた。 Compass 木邨千鶴 + 図



一番人気の鮭御結。サーモン好きの香港人が多いことから、まずは少しでも身近な素材でアピール

基本要素である米、海苔、塩は変えず、味付けと形を香港仕様にアレンジ

## 香港におむすび屋が登場

「息子が大学受験に受かったから、今日は日本米でお祝いよ」「友達の引越しのハウスウオーミング（新築祝い）には日本酒を持っていかしら」

香港の人たちの会話に、日本産品がこのような形で現れることが多くなった。とはいえ、現在の香港における日本米や日本産品への考え方はまだこのステージ。普段使いの段階には達していないともいえる。

香港に住む日本人の場合、日本と比較して高いお金を払ってでも、日本米を食べたいという人は多いだろう。しかし香港で

## 地域で変わる価格設定

小さな地域にさまざまな人種、格差が混在する香港。しかも教育、家庭環境など、それぞれが違った特徴をもち、住む地域、働く地域によって好みや相場が異なることもある。そのため「華御結」では、店全体のコンセプトとして、共通して使えるマーケティングと地域や顧客層など現場に即した戦略に取り組む2種類の方法で香港の外食産業にアプローチしている。

2か月に1回、アンケート調査の日本人は山を神格化して、その神の力を授かるために米を山型（神の形）に象って食べた、という説もあるようだ。つまり、長年の歴史を経て日本ではおむすびの形は三角形が主流となったが、その形が香港で好まれるとは限らない。「華御結」では新しい食文化の構築を目指し、まずは先人観の打破に努めている。そして今後は100店舗規模で出店し、将来は中国を見据えた計画を立てていると西田氏は言う。

## おむすびの地位向上へ

おむすびは香港のスーパードも売られているが、冷蔵棚の上に寿司と一緒に並んでいることが多い。しかもメインはお寿司、おむすびは必然的に端に追いやられる運命にある。そのため一

は、日本米はおいしいけれども毎日家庭で食べる習慣はない。昔から価格の安いタイ米が流通しているため、その相場でどうしても簡単には手が出ないのだ。そんななか、香港に「おむすび」で勝負をかける一つの会社がある。その会社とは百農社国際有限公司、店名は「華御結」(HANAMUSUBI)だ。昨年6月にクワイフォン(葵芳)に1号店が幕を開け、昨年末に湾仔フェリーターミナル近くの湾景中心に2店舗目をオープンさせた。

査を実施し、メニュー開発に役立つ。もともと鮭の人氣が高い香港では「鮭御結」が一番人氣の商品だが、それ以外に動きがよいものは、牛丼、小柱を使つた混ぜご飯、蛸わさなど。白いお米のおむすびと混ぜご飯のおむすびの売り上げは半々。このような一般的な趣味趣向については、一つの基準を見出している。

一方で価格設定については、葵芳地域ではランチは30ドル以内と決めている人たちも多いため、それに合わせた内容でメニューを作成。一方の湾仔にある湾景では、おむすびをセレクトできるランチセットの場合、味と値段に対する意見の厳しい女性客に合わせて53ドルという統一プライスを設定した。こうした努力により、同店ではセッ



香港への日本米の輸出量はゆるやかに上昇中。ジャポニカ米が香港で当たり前になる日はいつに

パーティーセットも色とりどりのおむすびで華やかに

トメニューが1日に300〜400、おむすびが500〜1000個出るようになった。

## 冷たいご飯と三角形

一般的に中国人・香港人は冷たい料理を好まない。冷たい料理は死者が食べるもので縁起が悪いという意味合いがあり、冷たいものは身体に悪いという考えや、またその衛生状態も鑑み、食品を加熱したほうが安心感につながるからだという。西田氏が香港に来てからこのビジネスの話をする、ほとん

どの人から「香港人は冷たいご飯を食べないから、難しいのでは？」と言われたそう。たしかにそれぞれの地域に残る慣習、趣味趣向を度外視して商品をもつてきても、成功はない。現地の好みに合うように形を変え、工夫をしないと新しい食文化は生まれない。

それ以外にも、おむすびの形がある。三角形と俵型。日本人に馴染みがあり、コンビニで多く並ぶのは三角形のおむすびだ。しかし、なぜ三角なのか？香港人は疑問に思うらしい。

雑学辞典を見ると「同じ量のご飯でも丸より三角形のほうが大きく見える」「三角形には平らな面が5つもあるので運搬の時に隙間なく詰めることができ」とある。一方、古事記に出てくる三柱の神に由来し、当時

手間かけて紹介に工夫をしなければ、香港在住の日本人が買うだけで、地元食文化にはなり得ない。「華御結」が香港各地に展開して「おむすび」の認知度が上がれば、スーパードのおむすびの売り上げにも良い影響が出てくるだろう。

食文化をつくる、これはおむすびに限ったことではない。日本に西洋料理が浸透し、現在では時に本場のシェフの舌を唸らせるレストランさえあるほど、日本人はアレンジが上手な国民であるといえる。また、各国料理には、それぞれ日本風アレンジも効いている。この経験を香港で展開するときにも使い、単に「おいしいよ」と呼びかけるだけでなく、香港の人の心を捉えるようなアプローチが増えていくことを期待したい。