



イベント参加者一同

和食が世界的なブームとなつてクールジャパンで国のバックアップもあり、多くの食にまつわるモノが海外進出を目論む中、先日、シドニーでその成功の鍵を見つけた。それは、進出する国の食文化に対応した変化をさせた上で訴求する、という事。

今回のシドニーへはオペラハウスで行われた料理の鉄人達による日豪食文化交流イベントで訪れた。イベントの数日前、鉄人達に同行し食材探しと食文化の傾向を調べる為に数店のスーパーマーケットを訪ねた。日本に由来する商品を探してみたところ醤油などの調味料などが種類も豊富に並べられていた。そんな中で注目したのは豆腐だった。なんと木綿や絹漉しに並んで「照り焼き」「燻製」など

日本では見慣れない豆腐がどの店でも取り扱われていた。現地の人に聞いたところ、和食としての食材というよりも健康志向の食材として認識され、パンに挟んで食べたりするらしく、現

## 『食のクールジャパン成功の鍵』

文 岸本公平 text by Kouhei Kishimoto

地の食文化と融合し日常食として浸透していた。

またイベント当日、鉄人の一人道場六三郎氏はまだオーストラリアでは知られていなかった「湯葉」を使った料理に挑戦した。道場氏は湯葉を伝える際に白味噌、クリームチーズ、ブルーチーズで作ったスープと合わせオーストラリアの人達が受け入れ易いように演出した。初めての味に接した現地の人たちは狙い通りその味を絶賛した。

日本国内から食にまつわるモノが海外進出に挑戦する時、勿論「本物の良さ」が伝わることは重要だと考える。しかし和食ブームに乗った一過性の流行では本来の目的の達成にはならない。敢えてその国その国の食文化などを研究分析し変化させたモノを伝える事で豆腐の様に日常食にもなり得るのではないだろうか。またそうなる事で本物の良さにも気付いてもらえるだろうと考える。

食にまつわるモノの海外進出。その際の入口を敢えて「変化させたモノ」で挑戦する事が成功の鍵の一つではないだろうか。



### Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役  
HANABIプロジェクトプロデューサー  
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。