

## ニューヨークでは給食にも植物性由来のプラントベースフード

ニューヨークデスク ジョッシュ・大西

### 1. プラントベースフードは食習慣の一つになりつつある?!

9月8、9日、ニューヨークで北米プラントベースワールドエキスポが開催された。参加人数は3700人で、232社が展示し、プラントベースフード関連では世界的にもトップを誇る規模である。植物性由来のプラントベースフードは米国ではすでに8割以上が消費したことがあると答えており、日常食になりつつある。特に、牛乳の代替品であるアーモンドや大豆を原料とするプラントベースミルク、ヨーグルト、アイスクリームなどはプラントベースを意識していない層にも取り入れられている。

日本でもミルク市場の18%はプラントベースになってきており、知らず知らずのうちにスターバックスでソイラテ(大豆ミルクを使用)を頼んでいるのではないだろうか。また、今回のエキスポの開会式の挨拶で、ニューヨーク市が毎週金曜日の給食はプラントベースにすると発表した。学校教育の現場にプラントベースフードが取り入れられることにより、この波はもはやトレンドではなく、食習慣の一つとして米国で受け入れられている証拠だと言える。

写真は日本のこんにやくをベースにした麺の商品・ミラクルヌードルである。健康食として全米で売られており、全米数千店舗で販売されている。日本のこんにやくが米国風に味付けがされ、パッケージも工夫されることで成功している。この例に見られるように、取り組み方次第では、日本でしか認知されていない食材が米国で成功する道がまだまだ多く残されていると言える。



▲こんにやくをベースにした麺「ミラクルヌードル」

### 2. 「WAGYU」和牛×フィラデルフィアのトップシェフ

11月14日、フィラデルフィアでジェットロ等が主催する和牛のイベントが開催された。当初120人限定のイベントだったが、200人以上が参加し大盛況に終わった。フィラデルフィアを代表する12人のトップシェフが和牛を使ったオリジナルメニューを披露した。

米国では「KOBE BEEF」という名称で既に、和牛とアンガス牛を掛け合わせた牛肉が販売されている。それと差別化する意味で「WAGYU」という名称により、15年ほどマーケティング



▲フィラデルフィアのシェフ達

販売がなされている。特に、ここ数年全米の主要都市で開催されてきた今回のような和牛プロモーションイベントの貢献もあり、レストランのメニューに和牛の表示を見る機会も増えてきた。

一方、プラントベースフードの流れとは逆行するため、ただ「美味しい」という理由だけで「牛肉」を推進していくのは難しくなっており、今後は何をプラスアルファにしていくかが、更なる普及の鍵を握るだろう。

### 3. 全米最大のアニメイベントに5万5千人がコスプレして参加

11月18日から20日にかけて、ニューヨーク「AnimeNYC」のイベントが開催された。さまざまなアニメのキャラクターにコスプレした参加者で賑わう、米国最大のアニメイベントで、参加人数は5万5千人にもなった。



▲人気漫画『SpyxFamily』のアーニャコスプレイヤーによる有名シーンの再現

今回最も人気が高かったのは、「進撃の巨人」の作者・諫山創が登壇したパネルだった。アニメを通して日本の食文化に触れる人も多く、会場ではカレー、唐揚げ、お弁当といった屋台が人気で行列が途切れることはなかった。弁当を販売していたBENTONの古川社長は「"Bento"という言葉が英単語として多くの人に認識されてきたことに感慨を感じる」とコメントしている。

アニメの普及に伴い、日本に好意を抱くファンが増える一方で、アニメの内容がそのまま「日本文化の現実」として伝わっていくリスクもあり、アニメ以外のチャンネルでも日本文化を包括的に発信していくことの重要性を再認識させられた。

ひょうご海外ビジネスセンターは、世界11カ所に海外展開現地相談窓口として「ひょうご国際ビジネスサポートデスク」を設置しています。本通信は、毎月1回、各デスクから寄せられる現地トピックスを順にお届けするものです。

【発行 公益財団法人ひょうご産業活性化センター ひょうご海外ビジネスセンター】