

日本食の深化 抹茶・梅酒

バンコクデスク 金澤 厚

はじめに

タイ全土には5,300店舗を超える日本食レストランがあるとされています。特に2022年には店舗数が前年比約22%増と大きく伸長しています。タイの人たちの間では日本食が一般化している状況です。

そうしたなか、単に日本食というだけでは新鮮味に欠けると感じるタイ人も増えているのか、よりユニークな日本食文化やその文化に関する体験が求められているようです。そして、人気を集めているのが「抹茶」と「梅酒」です。

若者に人気の抹茶体験カフェ

抹茶メニューに特化したカフェをショッピングモールで見かけることが多くなりました。2022年における日本からタイへの緑茶(抹茶含む)輸出量は前年比37%増で、タイ国内での抹茶消費量が増加しているものと思われます。



実際、Instagramを“matcha”で検索すると抹茶メニューを中心に扱う店舗チェーンが数多く見つかります。

ある抹茶カフェチェーンは住宅地を中心に店舗展開していますが、このチェーンの特徴は注文を受けてから1杯ごとに抹茶の粉を茶こしでふるいにかけ、茶筌でお茶をたてて提供することです。20代前半の若者が客層の中心のようで、休日の午後には途絶えることなくお客を集めていました。若者の興味を引いているのは「茶筌でお茶をたてる」様子



左：茶筌を使うカフェ店員。右：様々なフレーバーの本格派抹茶ドリンク。下：抹茶カフェチェーンの店舗 (筆者撮影)

です。20代前半の若者が客層の中心のようで、休日の午後には途絶えることなくお客を集めていました。若者の興味を引いているのは「茶筌でお茶をたてる」様子

で、しばしば写真やビデオに収められ、SNSに投稿されます。タイでの抹茶体験は貴重な機会、その投稿や視聴を通じて優越感を覚えるのでしょう。

こうした風潮は、「コト消費」と言われ、商品やサービスの

購入を決める際に体験・経験の価値が重視されることを反映したものです。SNSの普及がコト消費の流れに拍車をかけています。

女性に人気の梅酒

抹茶と共に人気を集めているのが梅酒です。梅酒は特に若い女性に人気があるようで、その理由は、フルーティーで甘く飲みやすいことです。

タイでは、宗教的な背景等から飲酒を避ける向きもあり、一般的な女性は飲酒を躊躇する国柄です。そうしたなか、お酒が強くない女性でも楽しめる梅酒が受け入れられているようです。

バンコク市内の日本ブランド専門店には梅酒が数多く並べられています。



数多くの梅酒が並ぶ売り場 (筆者撮影)

また、バンコク市内では梅酒専門バーが何軒か営業しています。ある梅酒専門バーの店内は、日本の居酒屋というよりもシックなバーといった雰囲気、梅酒ロックなどが高級感のあるグラスで提供されていました。提供される梅酒は手ごろなものから高級感を打ち出した希少なまで幅広くそろえられています。



高級感のあるグラスで提供される梅酒 (筆者撮影)

グラスは平均約240パーツ、ボトルは2,000パーツ前後で提供されるようで、数種類の梅酒を一度に楽しめるテイastingセットなどがリーズナブルで人気です。顧客の中心は30代半ばの女性とのことで、週末には予約で席が埋まるとのことでした。

カウンターではマスターがソムリエよろしく梅酒の製造方法、味、香りなどに

ついてお客に説明していました。日本人としては梅酒がこういう飲まれ方をしていることに驚くとともに、大きな可能性を感じました。

※1パーツ≒4.1円(2023.9末)

おわりに

我々日本人には見慣れたことでも、その背景には日本の長い歴史、文化的に洗練されてきた習慣・作法などがあり、外国人から見ると興味を惹かれるということです。抹茶、梅酒に限らず、まだまだ埋もれているものが日本にはたくさんあるのかもしれない。

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。