

食で笑顔を！

～中国留学「食」を通して世界と熊本の懸け橋に～

トビタテ！留学 JAPAN 日本代表 第7期

熊本地域人材育成コース

2018年3月～2019年2月

中国山東省威海市 山東大学へ留学

名桜大学 4年次

吉原朋

留学目的

将来「食」を通して世界と熊本の懸け橋になることです。そして熊本の魅力を世界に発信し、自分が生まれ育った熊本に貢献することです。私が「食」に注目したきっかけは、「食」は国や文化に関係なく皆が共通して楽しむことができ、笑顔になれるものだと考えたためです。そのために世界三大料理の一つである中華料理に注目し、日本の隣国である中国へ留学したいと考えました。そして中国で使われる食材が熊本の食材に代替え可能か市場調査を通して考察することとしました。

熊本の農産物、食品・食材特に漬物、小麦粉、米粉が中国で利用され、販売されるようになれば、熊本産品の海外進出に役立ち、「食」を通じた異文化交流、国際交流の促進になると考えました。

そして熊本の企業が海外へ進出するきっかけを作り、提案したいと考えました。

留学活動

留学先である威海市で生活して分かったことは、どの飲食店であっても高い割合で前菜にピクルス、漬物、キムチが出されるということです。

また周辺には2つの大学があるため、大勢の現地学生、様々な国からの留学生、教師がいました。そのためイタリアン、韓国料理、日本料理、等々を扱う飲食店が多くありました。

そのような環境の中で、中国現地での日本食に対する興味・関心および熊本県産品の中国進出の可能性を確認するために、アンケート調査と市場調査を行いました。

アンケート調査のターゲットは女子大生とし、計53名にアンケートを取りました。女子大生をターゲットとした理由は、SNS等を利用し情報収集や発信もよく行っていると思ったためです。

市場調査は山東大学周辺にある、中華、韓国、イタリアン、日本食レストランを中心に行いました。調査の内容は、前菜の有無、客層、客数、一食当たりの価格、大学周辺の店舗数です。

アンケートの内容や集計結果、市場調査の結果等については次のとおりです。

アンケート調査結果

アンケート調査対象

調査対象： 女子大生（山東大学）

回答者数： 53名

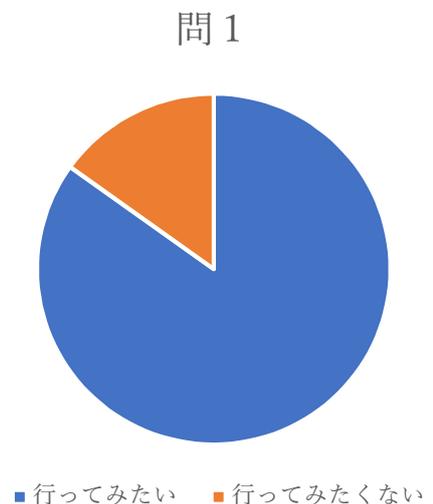
回答者国籍： 中国

アンケート調査項目

①	日本に行ってみたいか。
②	それはどの地域か。
③	食べてみたい日本食とその理由
④	好きな味付け。
⑤	飲食店を利用する際に重視すること。
⑥	漬物は好きか。何との組み合わせで食べることが多いか。
⑦	米粉麺は好きか。あるならその理由。

問1 日本に行ってみたいか

	人数
行ってみたい	45
行ってみたくない	8



問2 日本で行ってみたい地域はどこか（複数回答）

	人数
東京	30
北海道	12
沖縄	8
京都	7
大阪	6
奈良	5
その他	10

問2

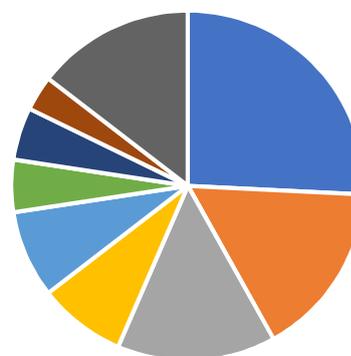


■ 東京 ■ 北海道 ■ 沖縄 ■ 京都 ■ 大阪 ■ 奈良 ■ その他

問3 食べてみたい日本食とその理由（複数回答）

	人数
寿司	16
刺身	10
ラーメン	9
たこ焼き	5
地方の特産品	5
神戸牛	3
天ぷら	3
和菓子	2
その他	9

問3



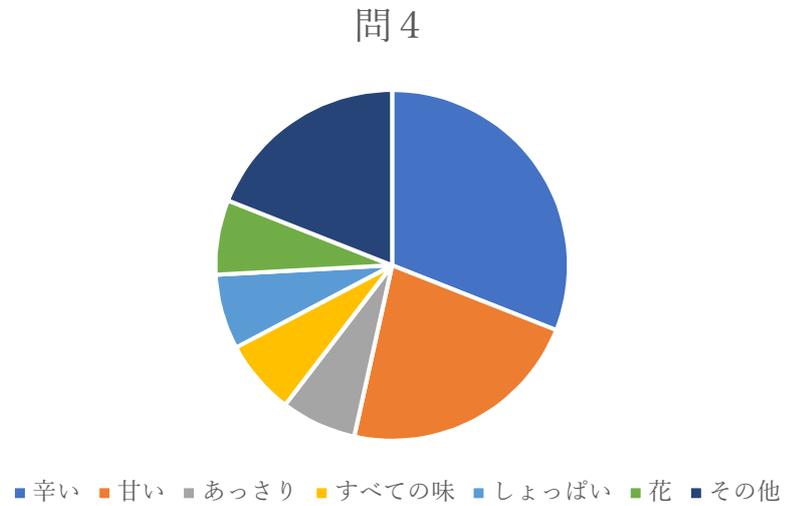
■ 寿司 ■ 刺身 ■ ラーメン
 ■ たこ焼き ■ 地方の特産品 ■ 神戸牛
 ■ 天ぷら ■ 和菓子 ■ その他

○理由

- 寿司： 本場のものが食べたい
- 刺身： 有名だから
- ラーメン： スープが好き、アニメでよくでるから、
麺の感触が好き
- 和菓子： 手が込んでいて繊細だから
- うどん： 本場のものが食べたい

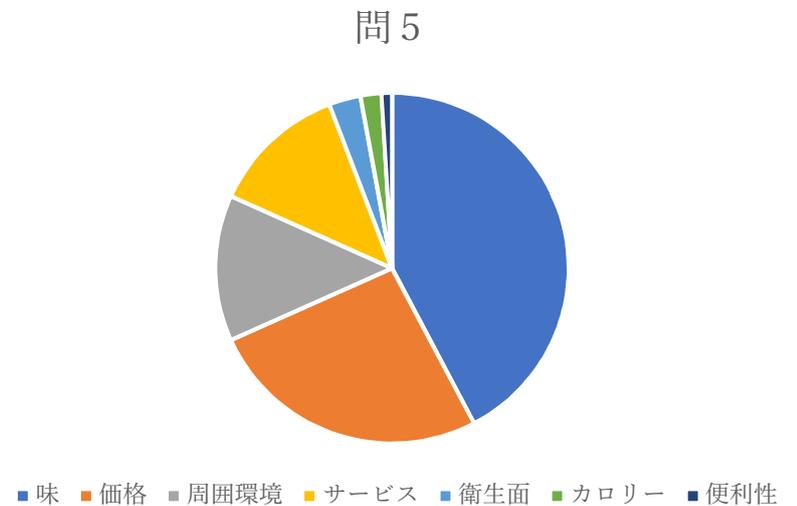
問4 好きな味付け（複数回答）

	人数
辛い	18
甘い	13
あっさり	4
すべての味	4
しょっぱい	4
花	4
その他	11



問5 飲食店を利用する際に重視すること（複数回答）

	人数
味	44
価格	27
周囲環境	14
サービス	13
衛生面	3
カロリー	2
便利性	1

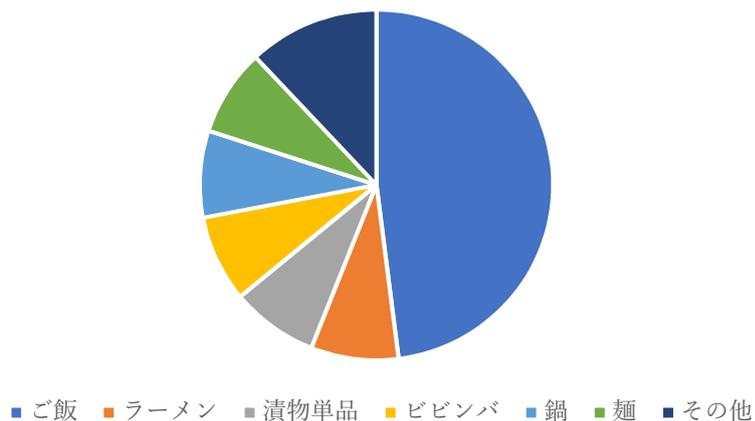


問 6 漬物は好きか、また何と組み合わせで食べることが多いか。

	人数
好き	13
嫌い	27
普通	7

組み合わせ	人数
ご飯	12
ラーメン	2
漬物単品	2
ビビンバ	2
鍋	2
麺	2
その他	3

問 6

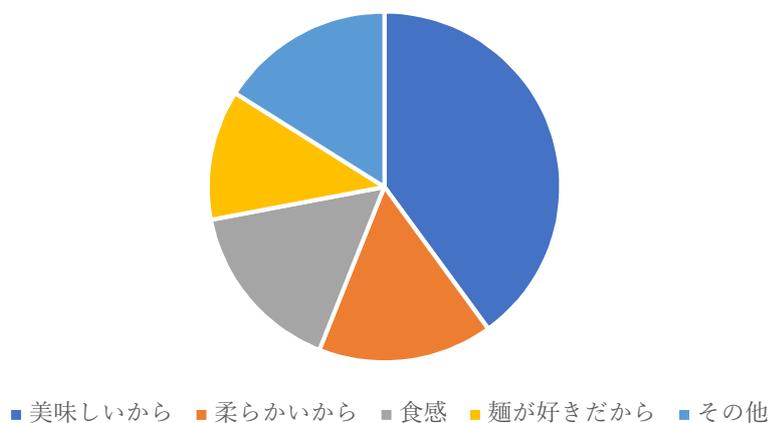


問 7 米粉麺は好きか。好きな場合はその理由

	人数
好き	33
嫌い	11
普通	9

好きな理由	人数
美味しいから	10
柔らかいから	4
食感	4
麺が好きだから	3
その他	4

問 7



市場調査結果

市場調査実施概要

調査場所： 山東大学周辺

調査期間： 2018年4月～2019年1月

調査時間帯： ランチタイム（12:00～13:00）

ディナータイム（18:00～22:00）

	前菜の有無	客層	客数	一食あたりの価格	大学周辺の店舗数
中華料理	有り	家族、若者	多い（特に夜）	約 500 円	多い
韓国料理	有り	若者、	少ない	約 400～700 円	多い
イタリアン	有り	学生中心	少ない	約 1500 円	少ない
日本食	有り	若者からお年寄り、家族子連れ	多い	約 800 円～2000 円	少ない（イタリアンより多い）

市場調査、アンケート調査からの考察

アンケート調査から分かったことは、日本に行ってみたい人は多く、食べたい日本食もあるということです。また、外食の際に味を重視する人が多いということも分かりました。

市場調査から分かったことは、日本食レストランは他の飲食店と比べると、一食当たりの価格が高いにも関わらず、他の国籍のレストランと比べると客層が広く、客数も多いということです。

以上の結果より、熊本県産品の安全安心、地元こだわった食材の強みを生かして味を重視した米粉麺料理や漬物の中国進出については、主に学生向けにビジネスチャンスがあることが分かりました。

困難に直面した点

事前の語学学習不足により、当初現地の方と会話することに苦労しました。自分の言葉で思いを伝えられるようになることを目的として、HSK検定や、大学の講義、また友人と中国語で話すことで、中国語で自分の意思を伝えられるようになりました。

気づき・学び

市場調査、アンケート調査を通して、学生向けには熊本県産品の米粉麺や漬物を進出させるビジネスチャンスがあることが分かりました。また中国では多くの学生がインターネット販売サイトを利用していることが実際に生活することで分かりました。学生の間ではアリババ系列のタオバオ（淘宝）のアプリケーションが最も使われていました。私も留学中タオバオをよく利用していたのですが企業側にすぐメッセージで問い合わせをすることができ、対応も早かったため日本よりも消費者のニーズに沿った工夫がされていることを感じました。取り扱いされている商品も食料品、日用品、家具・家電等と幅広く驚きました。

考察

県産品が中国進出するには、タオバオ等の現地アプリケーションへの参入が出来れば流通の幅が飛躍的に広がると考えます。しかし参入障壁として中国企業の仕組みが理解できていない、語学の壁等があると考えます。

そのため、将来熊本の企業が中国に進出するために中国企業の仕組みや言語等の壁を私が取り除くことで熊本に貢献することが出来ると考えます。そして「食」を通して熊本と世界の懸け橋になる第一歩になると考えます。

以降は、中国で出会った様々な麺料理、漬物、小麦を使った食品・料理、また日本料理です。麺の種類はとて多く米粉麺のラーメン等がありました。



前菜



麺料理



米粉



スーパーマーケットで
売られている漬物



米粉麺（右）と小麦粉から
できた焼き料理



米粉麺



日本料理のカツ丼



西安名物の小麦粉でできた
パンをちぎって入れるスープ。



珠海市（中国南部）名物朝ごはん。
↑から作られた。
（タピオカ粉を溶かしたような物）



市場で売られている麺や
餃子の皮。

トビタテ留学 JAPAN 関係者、支援していただいた方々へ

トビタテ留学 JAPAN 関係者、支援していただいた方々のおかげで私は中国へ留学をすることが出来ました。ありがとうございました。今回のプログラムで国内インターンシップを行うことができ、中国で市場調査をするという貴重な経験をすることが出来ました。留学前の目標の一つに「世界の人々と交流し、人脈を作る。偏見を持たない、視野を広く持った人材になる。」ということがありました。日本に帰国してから実際私はそのような人材に近づいていると感じています。この留学は私の人生を大きく変えるきっかけとなりました。そしてとても充実した留学をすることが出来ました。

このような機会を与えてくださり、トビタテ留学 JAPAN 関係者の方々、支援していただいた方々に重ねてお礼申し上げます。