

平成 2 1 年度

日本食・日本食材等海外発信委託事業

(うち日本食材等・日本食文化発信事業及び品目別等広報活動)

～料理学校(米国・ニューヨーク)に
おける日本食材等・日本食文化講座～

実施報告書

大臣官房国際部貿易関税チーム輸出促進室

(委託先: 日本コンベンションサービス株式会社)



平成 2 2 年 3 月

農林水産省

目 次

| | |
|------------------------|----|
| 1. はじめに | 2 |
| 2. 開催概要 | 3 |
| 3. 総評(成果と今後の課題) | 14 |
| 4. 参加者アンケート集計結果 | 16 |
| 5. 出品者アンケート集計結果 | 30 |
| 6. 参加者配付用アジェンダ | 36 |
| 7. その他資料 | 38 |
| ■料理デモンストレーションのレシピ、メニュー | |
| ■クリッピング 掲載・報道実績 | |

(全 51 ページ)

1. はじめに

本報告書は、平成 22 年 1 月 22 日から 25 日までの 4 日間、農林水産省が、米国・ニューヨーク市内の料理学校で開催した「日本の食」の魅力を伝える日本食材等・日本食文化講座(The Essence of Japanese Food -Discover authentic Japanese ingredients-)における情報発信・広報活動について取りまとめたものである。

開催地のニューヨークは、経済、文化、観光及びファッションのみならず、世界の「食」が集まっていることから、「食」を含めたこれらの中心的存在として、高い情報発信基地としての機能を有している。

このようなニューヨークには、数多くの料理学校が集まっており、米国に日本食・日本食材等の普及を図るためには、これらの料理学校を活用することが有効な手段である。

このため、ニューヨーク市内にある料理学校の講師、学生及びレストランのシェフ等に対して、日本食材等・日本食文化の総合的なPRを実施することにより、これらに関する理解を増進するとともに、将来的に彼らを通じて日本食材の活用や日本食の魅力をレストランの来店者に発信することにより、我が国農林水産物・食品の米国への輸出促進を図ることを目的として、本事業を実施した。

本報告書は、その実施内容をとりまとめたものであり、関係各位にとって参考となれば幸いである。

なお、本事業は、農林水産省が日本コンベンションサービス(株)に委託して実施した。

平成 22 年 3 月

2.開催概要

■実施概要

| | |
|------|--|
| 事業名 | 平成 21 年度日本食・日本食材等海外発信委託事業 (うち日本食材等・日本食文化発信事業及び品目別等広報活動) ～料理学校(米国・ニューヨーク)における日本食材等・日本食文化講座～ |
| 講座名 | The Essence of Japanese Food -Discover authentic Japanese ingredients- 日本食の魅力 ―日本食材の新たなる発見― |
| 主催 | 農林水産省(貿易関税チーム 輸出促進室) |
| 会期 | 平成 22 年 1 月 22 日(金) ～ 25 日(月) |
| 会場 | The International Culinary Center(ICC) 462 Broadway New York, NY 10013-2618 |
| 講師 | 石井 義典 氏(Morimoto Restaurant) 吉田 真太郎 氏(NPO法人うま味インフォメーションセンター) 山田 勲 氏(Upstairs at Bouley) Josh DeChellis 氏(La Fonda del Sol) 倉岡 伸欣 氏(NPO 法人日本食レストラン海外普及推進機構(JRO)ニューヨーク 支部長) David Bouley 氏(Bouley and Upstairs at Bouley) |
| 出展者数 | 10 社 |
| 参加者数 | 203 名(4 日間延べ) (1/22:34 名 1/23:38 名 1/24:60 名 1/25:71 名) |
| 参加対象 | 料理学校の学生、レストランのシェフ・スーシェフ、ケータリング会社・食品商社等 のバイヤーなど |
| 参加費 | 無料 |

本講座は、22 日と 23 日の前半 2 日間、若手シェフやシェフを志す料理学校の学生向けに日本の食文化や日本食材の魅力についての講義を、24 日と 25 日の後半 2 日間は、レストランの料理長や副料理長、仕入れ担当者向けに、デヴィッド・ブーレー氏やジョシュ・デケリス氏をはじめとした有名一流シェフによる、講義及びデモンストレーションを行っ

た。

また、和牛、ゆず、ながいも、日本酒等、日本からの出品者の食材を直接、プレゼンテーションする説明会や展示・商談会を実施した。本イベントを通じて、参加者に日本食材の真の魅力を伝えるとともに、日本料理以外の様々な料理への応用を訴求することにより、日本産農林水産物・食品の米国への総合的なPRを実施したところである。

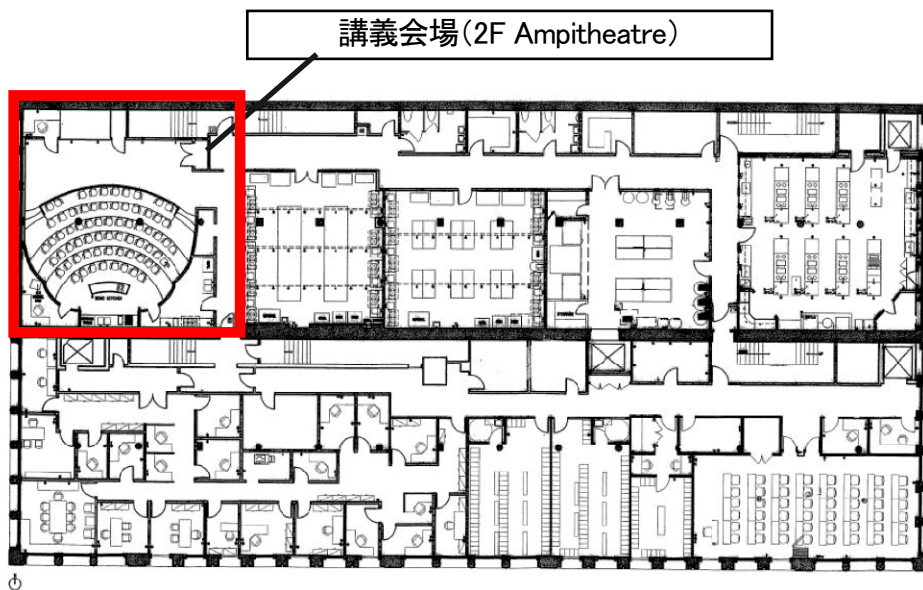
■会場図



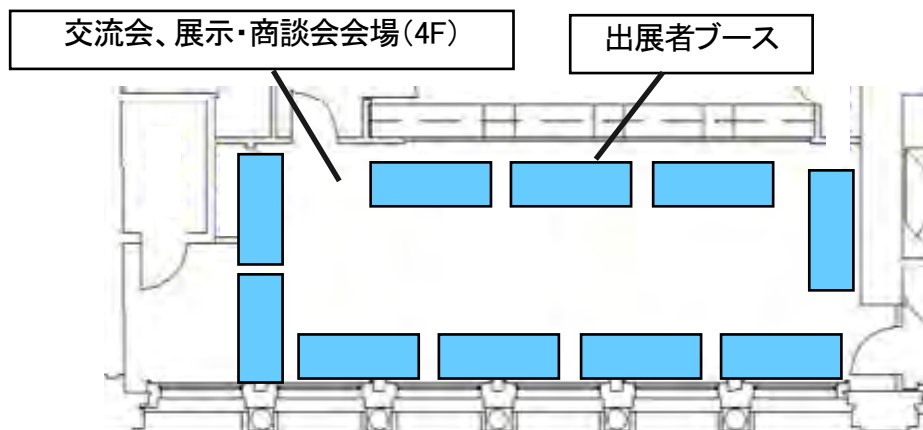
・The International Culinary Center 全景



・会場全景



①



■プログラム

| | 日程 | 時間 | 講師/プレゼンター | 内容 |
|------------------------|-------------|--|---|---|
| 若手シェフ、学生向け プログラム | 1/22 (金) | 11:00 ～ 12:00 13:00 ～ 15:00 | 石井 義典 氏 (Morimoto Restaurant) | 日本料理の基礎、背景情報に関する 講義 |
| | 1/23 (土) | 11:00 ～ 12:00 | 吉田 真太郎 氏 (Umami Information Center) | UMAMI: The Fifth Basic Taste & The Essence of Japanese Cuisine |
| | | 13:00 ～ 15:00 | 山田 勲 氏 (Upstairs at Bouley) | 一番出汁を使った日本料理の 実演と紹介 |
| トップシェフ、バイヤー向け プログラム | 1/24 (日) | 11:00 ～ 12:00 | 1. あづまフーズ株式会社 2. ギョルメ舎フーズ株式会社 3. 兵庫県手延素麺協同組合 4. 秋田県酒造協同組合 秋田 酒輸出促進協議会 | 出品物のプレゼンテーション |
| | | 12:30 ～ 14:30 | ジョシュ・デケリス氏 (La Fonda del Sol) | 調理デモンストレーション (素麺、ほたて、ながいも、あられ、山椒) |
| | | 14:30 ～ 16:00 | 出品者による展示・商談会 | |
| | 1/25 (月) | 11:00 ～ 12:00 | 1. クラウン貿易株式会社 2. 株式会社マルハニチロ水産 3. 全国農業協同組合連合会 | 出品物のプレゼンテーション |
| | | 13:00 ～ 13:45 | 倉岡 伸欣 氏 (JROニューヨーク支部長) | 調理デモンストレーション (そば、わさび) |
| | | 14:00 ～ 16:00 | デヴィッド・ブーレー氏 (Bouley and Upstairs at Bouley) | 調理デモンストレーション (和牛、ながいも、ほたて、ゆず酢) |
| | | 16:00 ～ 18:00 | 交流会、出品者による展示・商談会 | |

■講師紹介

| 氏名 | 所属 | プロフィール |
|-------------|-------------------------------|--|
| 石井 義典 氏 | Morimoto Restaurant | 辻調理師専門学校、京都「吉兆」を経て、国内外で多くの経験を積む。現在は、ニューヨークのMorimoto RestaurantでOmakase Chefとして活躍しており、本イベントの会場でもあるFrench Culinary Instituteにて調理実習のクラスを持つ等、講義経験も豊富に持つ。2008年にニューヨークのRising Star Chef Awardを受賞。 |
| 吉田 真太郎 氏 | Umami Information Center | Ajinomoto U.S.A., Inc.所属。NPO法人うま味インフォメーションセンターニューヨーク支局での、セミナー開催やイベントを通じて、うま味の普及に貢献している。 |
| 山田 勲 氏 | Upstairs at Bouley | 辻調理師専門学校卒業後、京都「吉兆」にて修行。2000年には、自身の和食店を創業。そこでのデヴィッド・ブーレー氏との出会いにより、ニューヨークへ渡米。2009年にはニューヨークのRising Star Chef Awardを受賞した。現在も日本で学んだ懐石のころをもって、日本食、日本食材の魅力をUpstairs at Bouleyにて存分に発揮している。 |
| ジョシュ・デケリス氏 | La Fonda del Sol | The Culinary Institute of America卒業後、ニュージャージー、サンフランシスコなどの有名レストランでキャリアを重ね、その後、海外で経験を積む。経営するレストランは、ニューヨークタイムズ紙等で高い評価を受けている。デヴィッド・ブーレー氏や日本料理アカデミーと共に講演を行うなど、日本食の普及についても積極的に活動中である。 |
| 倉岡 伸欣 氏 | JROニューヨーク支部長 | 本物の日本の味をアメリカに普及したことが認められ、2006年に、第1回日本食海外普及功労者表彰を受賞。2008年より、JROニューヨーク支部長を務める。2009年、長年にわたるアメリカでの日本食普及への貢献が認められ、旭日小綬章を受賞。 |
| デヴィッド・ブーレー氏 | Bouley and Upstairs at Bouley | 世界を代表するニューヨークのスターシェフで、日本食好きでも知られる。自身創業のレストラン「ブーレー」は、1990年代前半よりニューヨークタイムズ紙の最高評価4ツ星と、レストランガイド『ザガット』ニューヨーク版の最高評価を維持し続け、常にNYの料理シーンに驚きと話題を提供している。日本食については「家庭でも健康的な食生活を送るためにも日本食材は重宝されている。シェフだけではなく多くの消費者にも魅力的」と話し、日本食、日本食材の魅力のプロモーションに欠かせない存在である。 |

■ 出品者一覧

| 出品者 | 出品物 |
|---|------------------------|
| 秋田県酒造協同組合 秋田酒輸出促進協議会 (Akita Sake Promotion and Export Council (ASPEC)) | 清酒 |
| あづまフーズ株式会社 (Azuma Foods Co., Ltd.) | エンジェルティアーズ |
| | 真砂あられ |
| | ハタハター夜干し |
| クラウン貿易株式会社 (Crown Trading Co., Ltd.) | 岸田柚子酢 |
| | 梅乃宿 純米大吟醸 備前雄町 |
| | 梅乃宿 純米大吟醸 吟 |
| 有限会社 深見梅店 (Fukami Co., Ltd.) | フルーツ梅干 |
| ギョルメ舎フーズ株式会社 (Gyormesha foods Co., Ltd.) | そのまんまレンジでひもの さんま開き |
| | そのまんまレンジでステーキ 真ダイの西京焼き |
| | そのまんまレンジでひもの さんまみりん |
| 兵庫県手延素麺協同組合 (Hyogo Prefecture Tenobe Somen Cooperative) | 手延素麺揖保乃糸 |
| JCTO Japan, Inc. | かほり 純米吟醸 |
| | 剣 大吟醸 |
| | 千代むすび 特別純米 |
| | 鯉川にごり酒 |
| | ゆず想い 柚子酒 |
| 山本勝之助商店 (Kaneichi) | 山椒粉 |
| 株式会社 マルハニチロ水産 (Maruha Nichiro Seafoods, Inc.) | 北海道産ほたて貝柱 刺身用 |
| 全国農業協同組合連合会 (National Federation of Agricultural Cooperative Associations) | ながいも |
| | 和牛 |

注1: アルファベット順

注2: 出品物名は、出品者提出書類より転載



・秋田県酒造協同組合 秋田酒輸出促進協議会



・あづまフーズ株式会社



・クラウン貿易株式会社



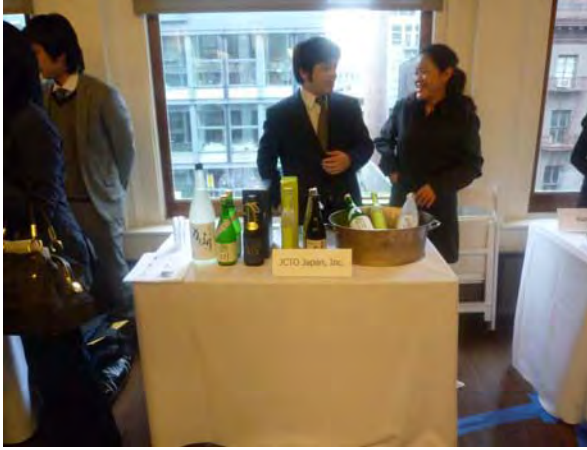
・有限会社深見梅店



・ギョルメ舎フーズ株式会社



・兵庫県手延素麺協同組合



・JCTO Japan, Inc.



・山本勝之助商店



・株式会社マルハニチロ水産



・全国農業協同組合連合会

■1/22(金)の様子

若手シェフや料理学校の学生向けに実施した22日は、Morimoto Restaurant の石井シェフにより、日本料理を理解するため、①日本の気候・地形、②おもてなしの心、③シンプルさ、④季節を重んじること、⑤新鮮さを保つこと、⑥もったいない精神の6つのテーマで、料理人の観点から見た日本料理の講義を行った。

石井シェフ自ら作成した配布資料を基に、映画「利休」冒頭部分や農林水産省制作の“GO CHI SO”といった映像資料を併用し、現地では貴重な日本食や日本食材の情報を効果的に伝えた。

<参加者の声>

- ・食文化入門として良い内容であった。
- ・シェフの情熱を感じた。
- ・取り上げていた話題が良かった。



・在ニューヨーク総領事館の水野秀信領事による開
会挨拶



・魚の捌き方を実演



・日本料理の魅力をビジュアルで説明



・ホワイトボードを活用し、日本の地理的特徴をレク
チャー

■1/23(土)の様子

前日に続き若手シェフ向けの講義を実施した2日目は、うま味インフォメーションセンターの吉田氏による「UMAMI: The Fifth Basic Taste & The Essence of Japanese Cuisine」と題した、うま味と出汁の重要性についての講義でスタートした。参加者からは出汁のとり方や昆布等の入手方法に関する質問が多く出され、ニューヨークにおいても、うま味が非常に注目を集めていることがわかった。

午後からは、Upstairs at Bouley の山田氏による一番出汁を使った日本料理の実演と紹介が行われ、完成した料理の周りを参加者が二重、三重に取り囲み、調理法やテクニックについて質問を投げかけていた。

<参加者の声>

- ・うま味を理解することによって良い勉強となった。
- ・プレゼンテーションが明快ですばらしかった。
- ・有益な情報が多くあった。



・吉田氏によるうま味のレクチャー



・トマトのうま味の試食



・山田シェフによる出汁の取り方の実演



・完成した日本料理を披露

■1/24(日)の様子

トップシェフやバイヤー向けに実施した後半の2日間は、出品者によるプレゼンテーションと出品者の食材を使ったシェフによるデモンストレーションを経て、展示・商談会を行った。

出品者のプレゼンテーションでは、具体的に食材をどこで入手できるのかといった質問が多く、目新しい食材や使用方法に対する参加者の関心の高さがうかがえた。

デモンストレーションではデケリスシェフが日本食材を活用し、「ウニそうめん」と「ホタテとながいのダンプリング」といったアメリカ人の口に合うようにアレンジし、参加者の満足度も100%となった。展示・商談会には多くの参加者が訪れ、ほとんどの参加者が全てのブースを回って試食や出品者からの説明を受けていた。

<参加者の声>

- ・素材の使い方が変わっていて個性的であった。
- ・試食がおいしく、すばらしかった。
- ・酒の比較試飲が役に立った。



・出品者によるプレゼンテーション



・出品者によるプレゼンテーション



・デケリスシェフによるデモンストレーション



・展示・商談会の様子

■1/25(月)の様子

最終日となったこの日は、前日と同様に出品者からのプレゼンテーションを実施した。

最終日ということもあり、昼食時にも日本食に触れてもらう機会を設けるため、事前に参加者に弁当の希望を確認したところ、11名から希望があったため、午後の部の講師である倉岡氏が経営する「レストラン日本」から特製幕の内弁当を提供した。その倉岡氏のデモンストレーションでは、そばの実演と生わさびの風味や味を体験する機会を設けた。特に本物のわさびを味わった参加者からは、「風味がすばらしい」、「どこで入手できるのか」といった声が上がった。

デヴィッド・ブーレー氏の講義では、「ホタテとながいもを使った蒸し団子」、「和牛のロースト」、「ながいものグリル」等の調理デモを行った。当日はあいにくの荒天により、午前中は参加者の入りが芳しくなかったものの、終了時には立ち見が出る盛況ぶりとなった。

<参加者の声>

- ・シェフの実演とテクニックがためになった。
- ・常に何かを学ぶことができるプログラムであった。



・出品者によるプレゼンテーション



・倉岡氏によるデモンストレーション



・ブーレーシェフによるデモンストレーション



・特製幕の内弁当

3.総評(成果と今後の課題)

■本イベントの成果

会期前半の2日間は、日本食文化の伝統、思想、食材の知識から、調理技術、衛生管理等まで日本食文化の根底に存在する基本的事項を正しく伝えることにより日本食文化の魅力をアピールすることで、参加者が自主的に日本食文化への興味や向学心を芽生えさせることを講座の狙いに据えた。

シェフ自身に用意していただいた資料やメニューを目の当たりにした参加者からは、「素晴らしいプレゼンテーションであった」、「普段馴染みのない情報に触れられた」といった声が上がった。今後、日本料理をさらに勉強したいと思うかという問いに対しても76%が「はい」と回答しており、ニューヨークにおける日本食への関心の高さが裏付けられた。

また、輸出につながる可能性のある食材を直接プロモートする場と設定した後半の2日間は、まず、出品者が食材のプレゼンテーションを行い、シェフがその食材を使って調理デモンストレーションを行った後、展示・商談会で参加者と出品者が直接コンタクトを取れるプログラムを組んだ。特に、シェフが日本料理ではなく、フレンチやイタリアンへアレンジした料理(ジャパニーズフュージョン)の試食を提供することで、参加者に日本食材の新たな活用法を提案しつつ、日本食材の持つポテンシャルをPRすることができた。

■今後の課題

参加者アンケートの結果によると、本イベント参加に対する満足度や、日本料理への関心は非常に高い。しかしながら、食材についての理解を深めるための効果的な方法として「料理学校の授業」という回答が多く、継続的な機会が重要であることがわかる。

出品物・出品者の募集については、要件として、①日本産であること、②外国産であるが、日本産原料の使用割合が90%以上であること、③米国において継続的な販売が期待できるものであること、④応募者の輸出に取り組む姿勢・戦略、その中での本事業の位置付けが適切であること、⑤応募者の生産・供給体制が十分であること、⑥応募者の商談・営業体制が整っていることといった要件の下、国内事業者へ広く公募を行ったが、出品者の体制等により、商談やプロモーションの場において環境が整わないといった事例も見られた。

事業者単独での出品の場合、現地での商談成立は難しく、食品商社やディストリビューターの存在が不可欠であることから、ディストリビューター等の同席を義務づけた商談会形式とする等、改善の余地があると思われる。

また、本事業は開催期間が4日間に及んだが、多忙なシェフの参加者からは1~2日での開催を望む声も聞かれた。実際に1~2日のみの参加者が多く、参加者を多く集めるためには開催期間を短めに設定することも有効であったと考えられる。

今回、参加者の登録は事前の予約制をとったが、多くのイベントで事前登録よりも当日会場にて登録することが多いアメリカの慣習に合わせ、当日受付制とすることで、さらに多くの参加者を集めることができた可能性も示唆される。

■業務スケジュール

| 日程 | 業務内容 |
|-----------|---------------------------------|
| 9月13日 | 委託契約締結 |
| 9月中旬 | 実施に向けた事前調査(～10月下旬) 会場手配 |
| 10月下旬 | イベント web ページ制作 |
| 11月16日 | 出品者公募開始(～12月4日) |
| 11月中旬 | 講師への出演交渉・契約 |
| 12月中旬 | 出品者マニュアルを送付 |
| 12月下旬 | プレスリリース及び参加者募集を開始 |
| 1月上旬 | 参加者向け配付資料作成 |
| 1月22日～25日 | The Essence of Japanese Food 開催 |
| 2月上旬 | 当日収録映像の編集、web 掲載(～3月中旬) |

■広報

会期1ヶ月前の12月にプレスリリースを実施し、プログラム確定後の1月5日よりwebでの参加登録を開始した。トップシェフについては、ニューヨーク市内のレストラン193店をリストアップし、招待状を送付。料理学校の学生は、会場のICC担当者を経由して募集を行った他、ニューヨーク近郊の料理学校、59施設に対し、案内状を送付した。

また、American Culinary Federation、National Restaurant Association、New York State Restaurant Associationの各協会を通じ、ニューヨーク近郊の業界関係者に対し、参加を呼びかけた。

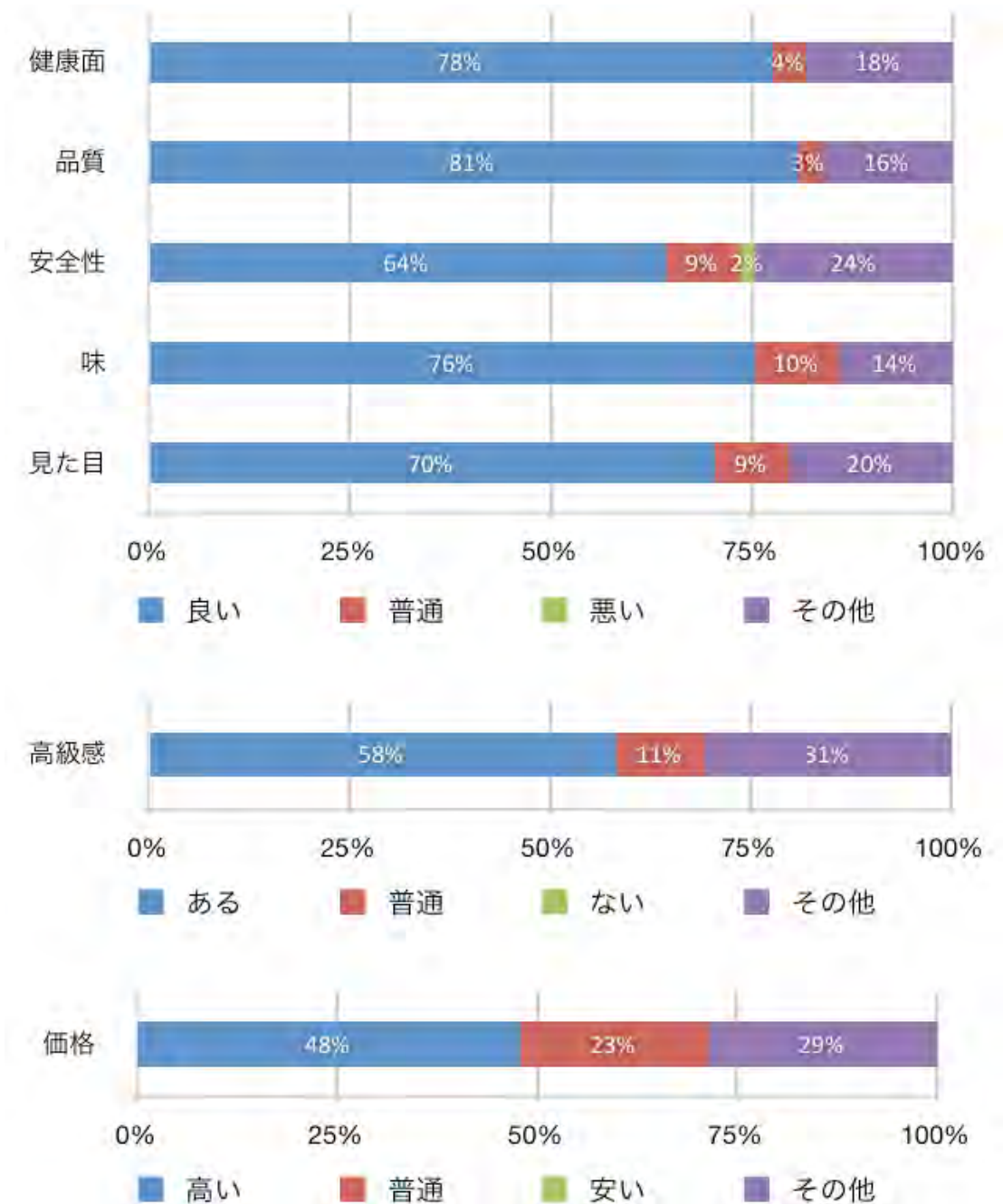
■会場選定

ICCは、マンハッタンの中心部に位置し、多忙なシェフ等、参加者にとってアクセスが良いことや、デヴィッド・ブーレーシェフを卒業生に持つなど、世界中のトップシェフとのネットワークを持つ調理師養成学校であることから会場として選定した。また、2007年に日本食に関するイベントを開催した実績も考慮した。

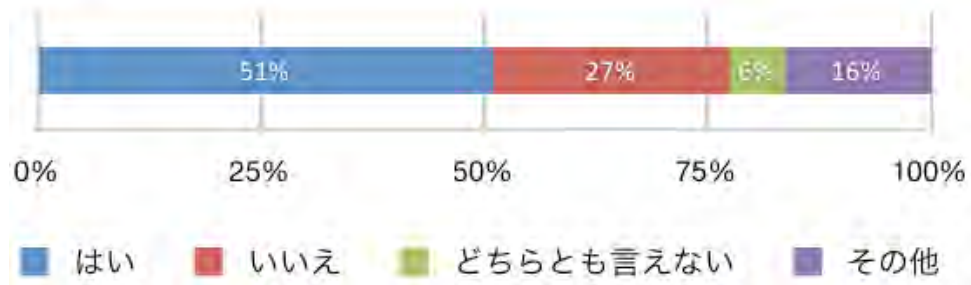
4.参加者アンケート集計結果

(1)日本食・日本食材について

① 日本食・食材のイメージをお聞かせください。



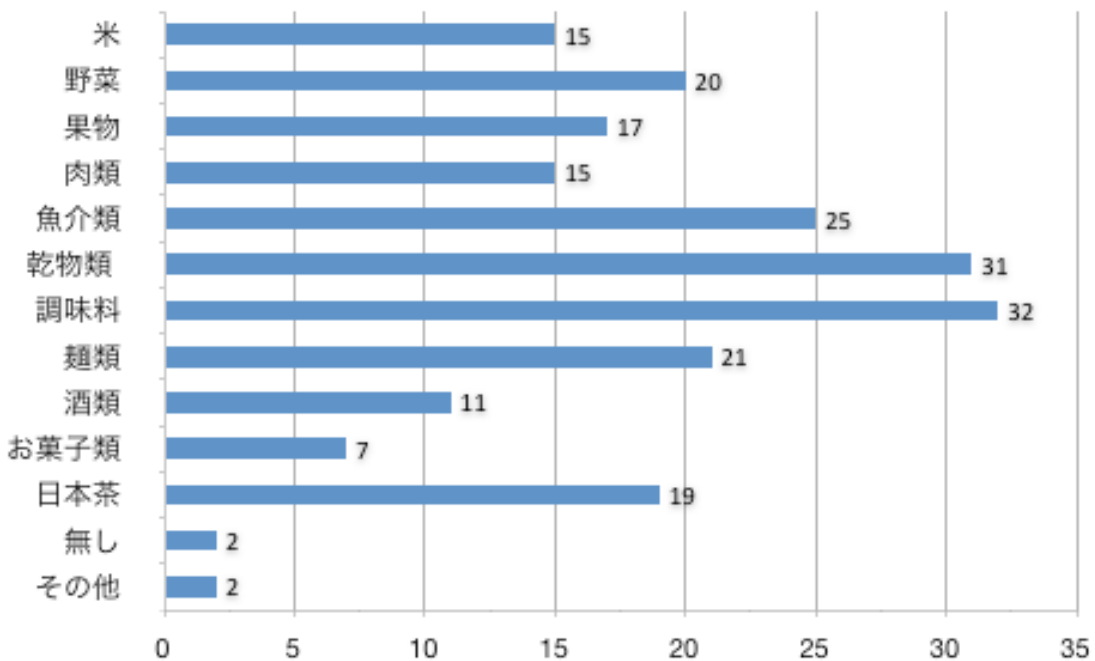
② 今回の講座を通じて日本食・食材へのイメージは変わりましたか？



③ 普段、日本食材をレストランで使用していますか？



④ 使用してみたい(興味のある)食材は何ですか？(複数回答可)



注)肉類(牛・豚・鶏)、乾物類(のり・わかめ・干しいたけ・かんぴょう等)、調味料(わさび・米酢・みりん・醤油・味噌・酒・七味・山椒等)、麺類(そば・うどん・そうめん)

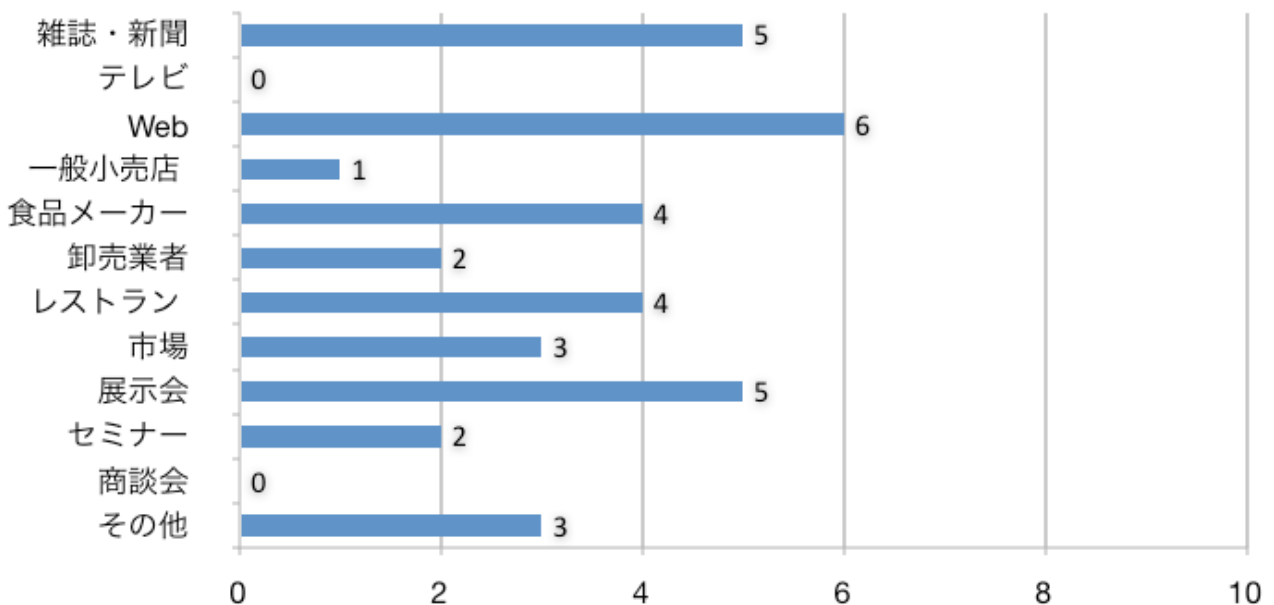
その他のコメント:季節の食材、ビール

⑤ これまでに、日本食材の入手について、困ったことはありますか？
【1/24、1/25のみアンケート実施】



→4分の1の参加者が日本食材の入手方法がわからない等の問題があることを指摘。米国における流通の仕組みや、日本食材が入手可能な場所等をより明確にプロモーションすることが重要と考えられる。

⑥ 普段、新しい食材に関する情報をどのように入手していますか？（複数回答可）
【1/24、1/25のみアンケート実施】



その他のコメント：他のシェフから、書物から

→展示会や雑誌、新聞といったメディアからの情報入手が多いが、web での情報入手が最多の回答となっており、高い情報発信力を持った web の存在が欠かせない。

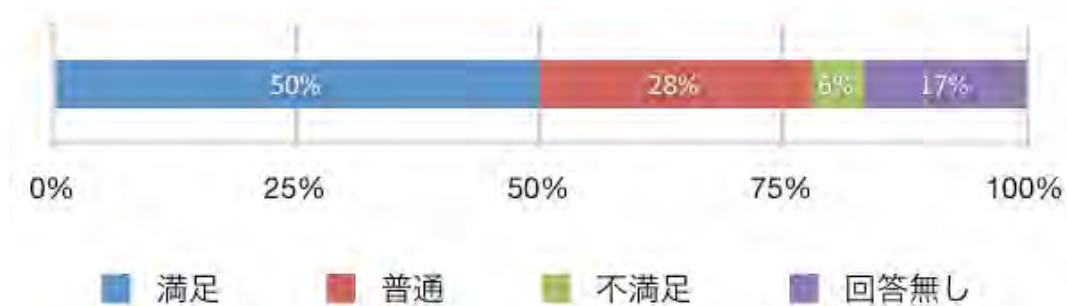
(2)レクチャーについて

A. 石井 義典氏の講義について(1/22)

① 講義はよく理解できましたか？



② 講義の内容は、満足できましたか？



理由：

■「満足」の理由

- ・見事なプレゼンテーションで、よくまとまっていた。石井シェフの話し方も上手かった。
- ・日本の食文化入門として良かった。
- ・石井シェフは良い話題を取り上げていた。

■「普通」と「不満足」の理由

- ・3時間のレクチャーには情報量が少なかった。
- ・レクチャーより実演が多い方が良かった。学問的でなく実用的であるべきだった。

③ 講義の中で興味を持った内容は何ですか？

- ・季節のメニューのスライド(理由:視覚的に興味深かったから)
- ・すべて興味深かった。
- ・漬物についてもっと知りたかった。
- ・映像が素晴らしかった。
- ・テクニック、下ごしらえ、風味、うま味。
- ・もっと素材について学びたいと思った。
- ・石井シェフは非常に知識が豊富。
- ・直接的に食と料理に関わるもので、情熱を感じた。

B. 吉田 真太郎氏の講義について(1/23)

①講義はよく理解できましたか？



② 講義の内容は、満足できましたか？



理由：

■「満足」の理由

- ・明快で興味深かった。
- ・うま味を理解するのに役立った。
- ・だしとその他の素材について大変勉強になった。

③ 講義の中で興味を持った内容は何ですか？

- ・調理、実演、試食。
- ・日本料理の歴史と重要性。
- ・うま味の科学と風味ある調理への応用。
- ・調理のシンプルさ。
- ・魚介類の頭。
- ・プレゼンテーションが明快で、素晴らしかった。
- ・食感と風味にとってもそそられた。とても素朴な印象であった。
- ・調理法、テクニック、使用されている素材を見ることができたこと。

C. 山田 勲氏の講義について(1/23)

① 講義はよく理解できましたか？



② 講義の内容は、満足できましたか？



理由：

■「満足」の理由

- ・とてもよく出来ていた。
- ・学ぶことが多かった。

③ 講義の中で興味を持った内容は何ですか？

- ・日本食の調理。
- ・だし。
- ・日本料理の歴史とシンボリズム。
- ・うま味を理解することによって良い勉強になった。
- ・焼き魚。
- ・調理テクニックとプレゼンテーション。
- ・おいしくて、見た目も良い。
- ・有益な情報がたくさんあった。

D. ジョシュ・デケリス氏の講義・デモンストレーションについて(1/24)

① 講義・デモンストレーションはよく理解できましたか？



② 講義・デモンストレーションの内容は、満足できましたか？



理由：

■「満足」の理由

- ・勉強になった。
- ・素晴らしかった。

③ 講義・デモンストレーションの中で興味を持った内容は何ですか？

- ・デケリスシェフが作った料理。
- ・ながいもの実演。
- ・製品 - エンジェルティアーズ、真砂あられ。
- ・素材の使い方が変わっていて個性的。
- ・シェフ。

④ 試食したメニューはいかがでしたか？

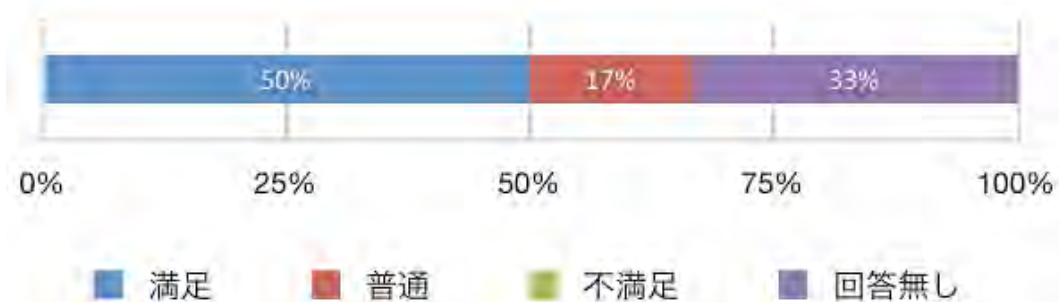
- ・おいしかった。
- ・素晴らしかった。
- ・独創的、創作的で興味深い。

E. 倉岡伸欣氏の講義・デモンストレーションについて(1/25)

① 講義・デモンストレーションはよく理解できましたか？



② 講義・デモンストレーションの内容は、満足できましたか？



理由:

■「満足」の理由

・とても満足した。

③ 講義・デモンストレーションの中で興味を持った内容は何ですか？

・すべて。

・常により良い食材を活用していること。

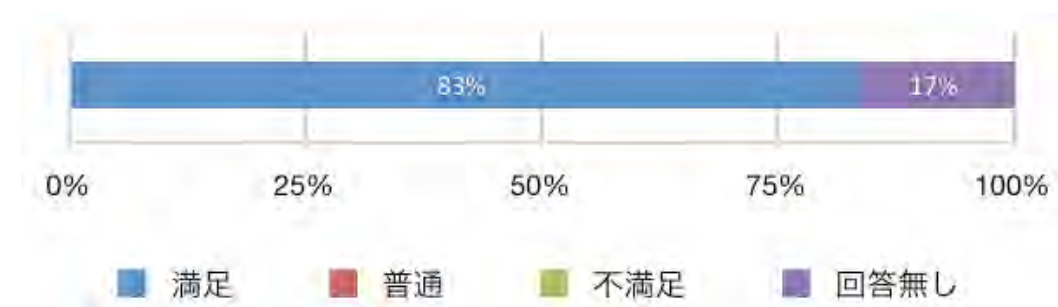
・伝統的、最先端なテクニックの知識の追及。

F. デヴィッド・ブーレー氏の講義・デモンストレーションについて(1/25)

① 講義・デモンストレーションはよく理解できましたか？



② 講義・デモンストレーションの内容は、満足できましたか？



理由:

■「満足」の理由

・ブーレーシェフは芸術家であり、科学者である。

・すべてが素晴らしかった。

③ 講義・デモンストレーションの中で興味を持った内容は何ですか？

・知識。

・実験。

・調理の実演とテクニックの情報。

・食材。

・すべて素晴らしかった。

④ 試食したメニューはいかがでしたか？

・おいしかった。

・素晴らしかった。

・クリエイティブであった。

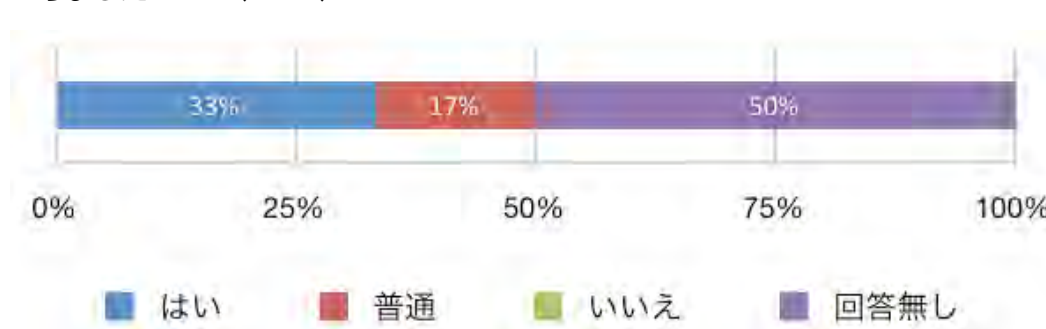
・興味深かった。

(3) 出品者による説明について

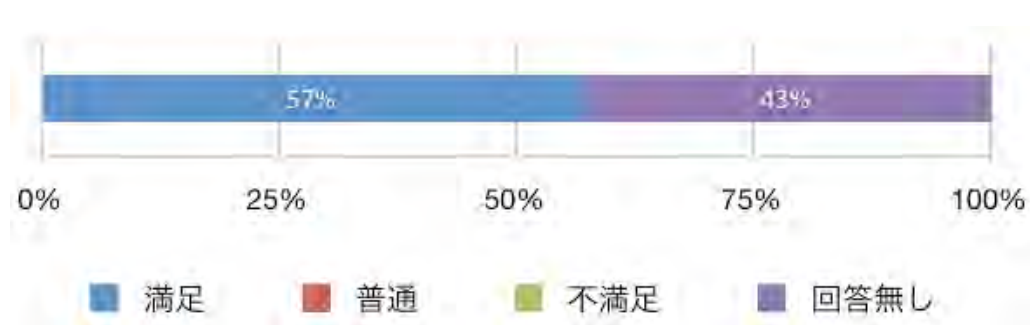
① 役に立ちましたか？ (1/24)



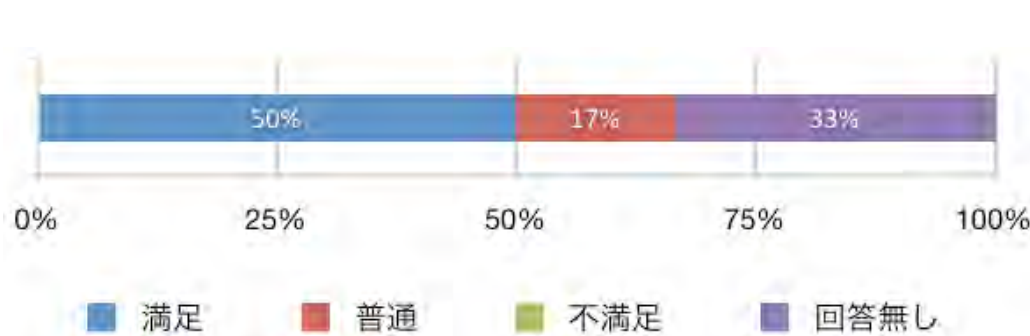
② 役に立ちましたか？ (1/25)



③ 出品者の対応はいかがでしたか？ (1/24)



④ 出品者の対応はいかがでしたか？ (1/25)



■ 1/24 出品物評価シート回答集計表

(単位:人)

| 出品者名 | 品名 | 評価 | | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|---------|--------------------------|---------------|
| | | 詳しい情報が 入手できた | 食材の使用方 法につき参考 になった | 自身のレストラ ンで使用を検討 したい | 今後購入したい | 出品者と直接 商談することが できた | 参考にならな かった |
| 秋田県酒造協同 組合 秋田酒輸出促進 協議会 | 清酒 | 12 | 3 | 4 | 1 | | |
| あづまフーズ株 式会社 | エンジェルティアーズ | 11 | 5 | 3 | 2 | 2 | |
| | 真砂あられ | 8 | 5 | 2 | 2 | | |
| | ハタハター夜干し | 2 | | | | | 1 |
| クラウン貿易株式 会社 | 岸田柚子酢 | 5 | 2 | 2 | 2 | | |
| | 梅乃宿 純米大吟醸 備前雄町 | 5 | 1 | | | | |
| | 梅乃宿 純米大吟醸 吟 | 5 | 1 | | | | |
| 有限会社 深見 梅店 | フルーツ梅干 | 3 | | | 1 | | |
| ギョルメ舎フーズ 株式会社 | そのまんまレンジでひ もの さんま開き | 3 | | | 1 | | |
| | そのまんまレンジでス テーキ 真ダイの西京 焼き | 3 | | | 1 | | |
| | そのまんまレンジでひ もの さんまみりん | 3 | | | 1 | | |
| 兵庫県手延素麺 協同組合 | 手延素麺揖保乃糸 | 8 | 5 | 2 | 2 | | |
| JCTO Japan, Inc. | かほり 純米吟醸 | 6 | | | 1 | | |
| | 剣 大吟醸 | 6 | | | 1 | | |
| | 千代むすび 特別純 米 | 6 | | | 1 | | |
| | 鯉川にごり酒 | 6 | | | 1 | | |
| | ゆず想い 柚子酒 | 6 | | | 1 | | |
| 山本勝之助商店 | 山椒粉 | 8 | 3 | 1 | 2 | | |
| 株式会社 マル ハニチロ水産 | 北海道産ほたて貝柱 刺身用 | 9 | 4 | 2 | 2 | 3 | |
| 全国農業協同組 合連合会 | ながいも | 6 | 6 | 3 | 4 | 5 | |
| | 和牛 | 3 | | | | | |

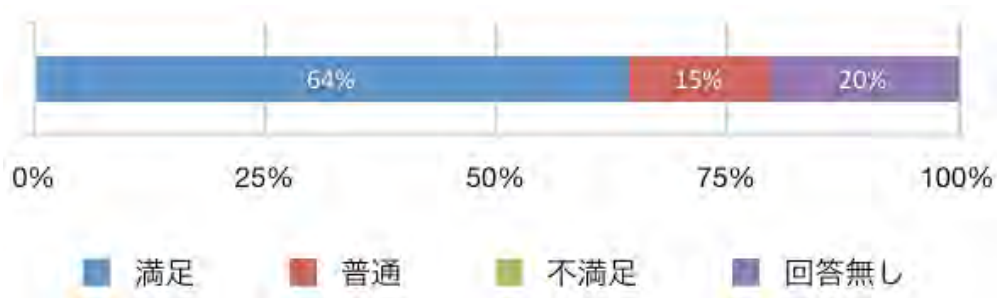
■ 1/25 出品物評価シート回答集計表

(単位:人)

| 出品者名 | 品名 | 評価 | | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|---------|--------------------------|---------------|
| | | 詳しい情報が 入手できた | 食材の使用方 法につき参考 になった | 自身のレストラ ンで使用を検討 したい | 今後購入したい | 出品者と直接 商談することが できた | 参考にならな かった |
| 秋田県酒造協同 組合 秋田酒輸出促進 協議会 | 清酒 | 12 | | | 2 | | |
| あづまフーズ株 式会社 | エンジェルティアーズ | 5 | 2 | | 1 | | |
| | 真砂あられ | 5 | | | | | |
| | ハタハター夜干し | | | | | | |
| クラウン貿易株 式会社 | 岸田柚子酢 | 9 | | | 1 | | |
| | 梅乃宿 純米大吟醸 備前雄町 | 6 | | | 1 | | |
| | 梅乃宿 純米大吟醸 吟 | 4 | | | | | |
| 有限会社 深見 梅店 | フルーツ梅干 | 6 | | | | | |
| ギョルメ舎フーズ 株式会社 | そのまんまレンジでひ もの さんま開き | 3 | | | | | |
| | そのまんまレンジでス テーキ 真ダイの西京 焼き | | | | | | |
| | そのまんまレンジでひ もの さんまみりん | | | | | | |
| 兵庫県手延素麵 協同組合 | 手延素麵揖保乃糸 | 6 | 2 | | 1 | 1 | |
| JCTO Japan, Inc. | かほり 純米吟醸 | | | | | | |
| | 剣 大吟醸 | 3 | | | | | |
| | 千代むすび 特別純 米 | | | | | | |
| | 鯉川にごり酒 | | | | | | |
| | ゆず想い 柚子酒 | 8 | 4 | 1 | 1 | 1 | |
| 山本勝之助商店 | 山椒粉 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | |
| 株式会社 マル ハニチロ水産 | 北海道産ほたて貝柱 刺身用 | 7 | | | | | |
| 全国農業協同組 合連合会 | ながいも | 7 | 3 | 1 | 2 | 1 | |
| | 和牛 | | | | 1 | | |

(4) 全体を通して

① 今回のイベントをどのように評価しますか？



理由：

■「満足」の理由

- ・準備もプレゼンテーションも素晴らしかった。
- ・素晴らしい。
- ・別の機会でも実施してほしい。
- ・とても役に立った。

■「不満」と「不満足」の理由

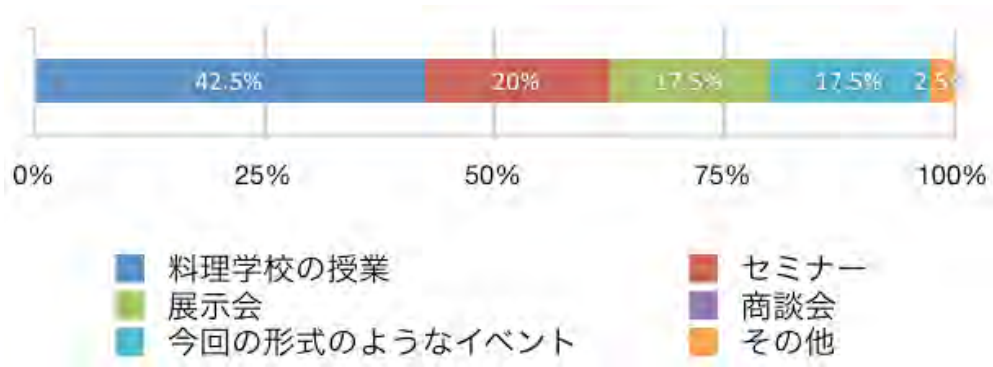
- ・馴染みのなかったプレゼンテーションがいくつかあった。
- ・実演が不十分。食について学ぶには、講義よりも実演の方が効果的である。
- ・たくさんの写真より実演があれば良かった。

② 今回のイベントで最も印象に残った、または役に立った講義は何ですか？

- ・懐石、季節料理
- ・もてなしの心とそれがどう料理に影響するか。
- ・「もったいない」についてのプレゼンテーションが美しかった。
- ・出来上がった料理を見ること。
- ・実演。
- ・だしの取り方。
- ・美しい盛りつけ方。
- ・うま味に関する情報。
- ・酒とシェフ(酒の比較試飲は役立った)。
- ・ブーレーシェフのデモ。

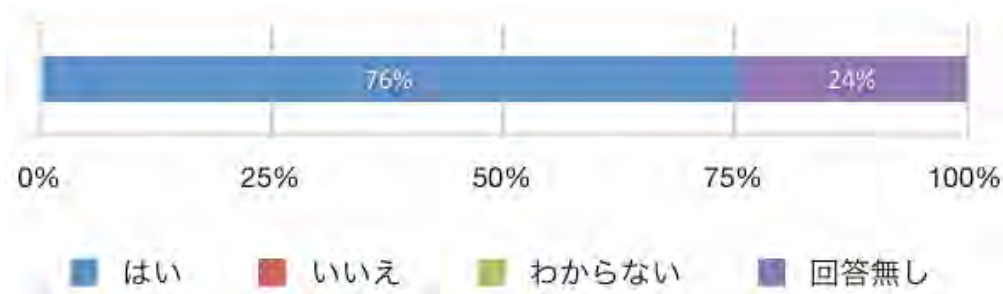
→デモンストレーション等の実演や試飲等、参加者が直接体験できるプログラムについて大きな印象を与えていることから、体験型のプロモーション事業は有効であると考えられる。

③ 皆さんにとって、食材についての理解を深めるためにはどんな方法が最も効果的だと思いますか？該当項目を選択してください。（複数回答可）



→地元の料理学校等に通うことは、継続的に理解を深めることに繋がるため、長期的な視野に立ったイベント開催を検討することも有効であると思われる。

④ 今後、日本料理をさらに勉強したいと思いますか？



方法：

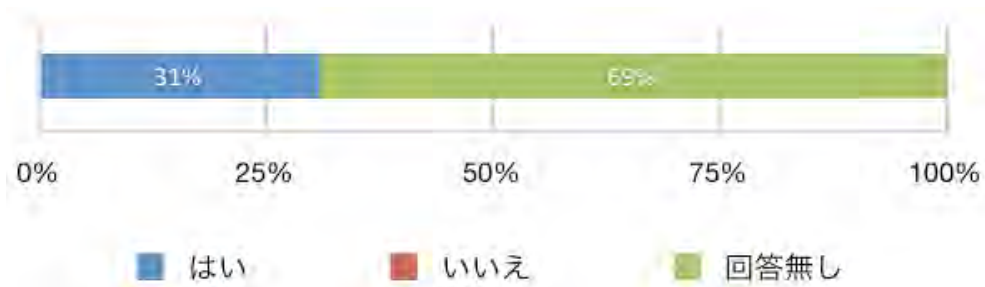
- ・授業、実演。
- ・実践型の料理教室。
- ・同様のイベント、試食会。
- ・料理教室、セミナー、基本の講義。
- ・料理の本を読む、実演を見に行く。

内容：

- ・テクニック、成分、素材。
- ・様々な下ごしらえの方法の実演。
- ・寿司・刺身の包丁さばき。
- ・日本食とアメリカンをどう融合させるかについて。
- ・包丁さばき。

→日本料理に対する向学心は高く、より実践的な方法を参加者が求めていることがわかる。

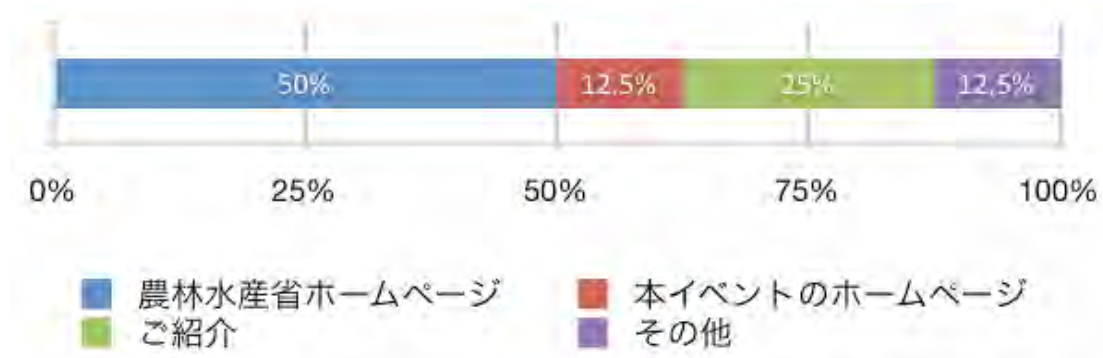
⑤ 食材の新しい入手経路が見つかりましたか？【1/24、1/25 のアンケート結果より】



→講師に対する質問でも食材の入手経路についての質問が多く飛び交い、米国における日本食材の入手難易度の高さが依然として課題であると言える。

5.出品者アンケート集計結果

質問 1:「The Essence of Japanese Food」の出品者募集をお知りになったきっかけは何ですか？



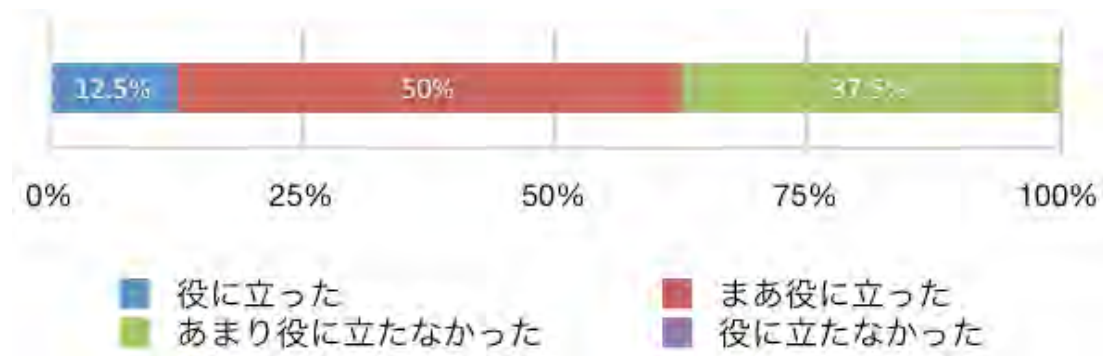
紹介元:

- ・取引先
- ・農林水産省

その他:

- ・FAX による告知

質問 2: 今回の日本食材等・日本食文化講座への出品は、お役に立つものでしたか？



理由:

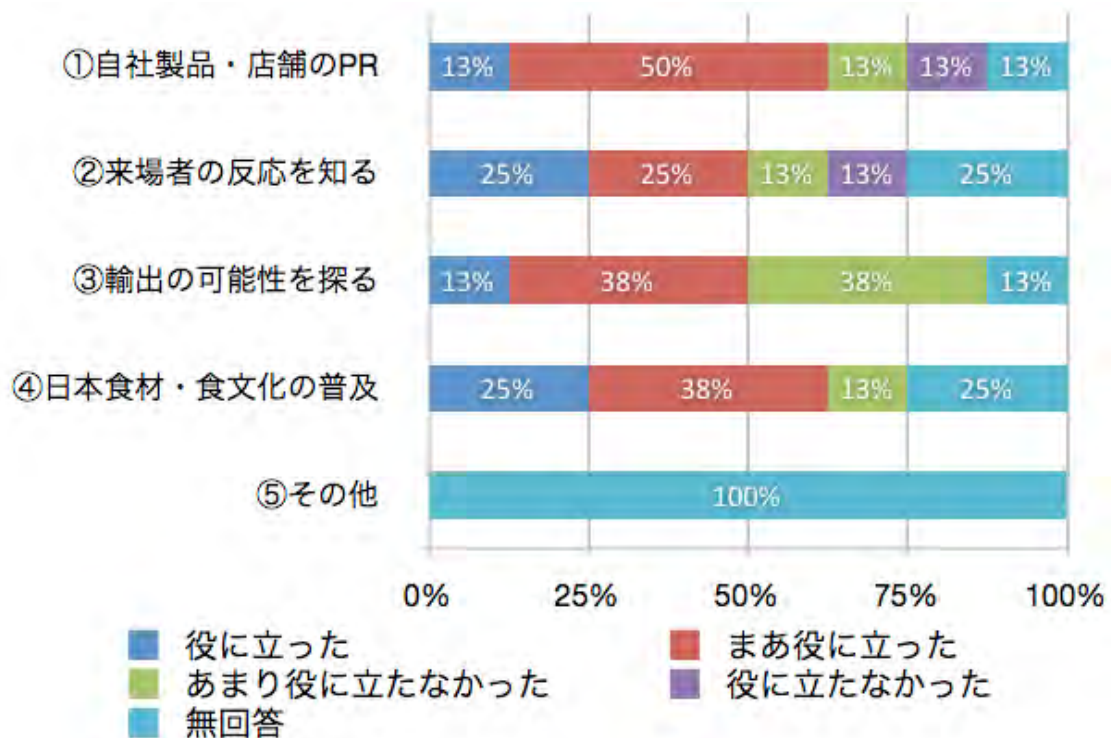
■「役に立った」と「まあ役に立った」の理由

- ・日本食レストラン以外の調理人に対する影響度が大きい。
- ・シェフ達の日本食材に対する関心の高さを知ることができたが、イベント自体が PR で終始したように思える。
- ・コンセプトが曖昧で出品者のプレゼン内容に温度差があった。
- ・初参加であったことから、現場状況を感じることができず、準備不足であった。

■「あまり役に立たなかった」と「役に立たなかった」の理由

- ・初日がアメリカンフットボールの試合に重なり、シェフがあまり来ていなかった。
- ・販売効果が見えにくい。

質問 3: 今回、出品いただいた目的は何ですか？該当する項目を選択(複数回答可)の上、それぞれの項目に対する「お役立ち度」を下記の中から選択の上、その理由をご記入ください。



理由:

①自社製品・店舗の PR

■「役に立った」と「まあ役に立った」の理由

- ・ 有名シェフの使用による影響度が大きい。
- ・ 来場者にシェフよりもプレスが多かった。
- ・ 実販売の即効性はあまりないかもしれないが、若手シェフへの PR にはなった。

■「あまり役に立たなかった」と「役に立たなかった」の理由

- ・ シェフのデモンストレーションでメーカー名が伏せられていた。
- ・ シェフがあまりいなかった。

②来場者の反応を知る

■「役に立った」と「まあ役に立った」の理由

- ・ 来場者が友好的で情報交換ができた。
- ・ 商品に対する調理人の評価、感触を直接収集できた。
- ・ 直接シェフに使用してもらった機会を頂いた。

■「あまり役に立たなかった」と「役に立たなかった」の理由

- ・ シェフがあまりいなかった。
- ・ 不参加のため。

③輸出の可能性を探る

■「役に立った」と「まあ役に立った」の理由

- ・ 既に輸出実績があるが拡大の可能性を確認できた。
- ・ シェフの関心は素材であり、事業としての関心度は希薄であった。
- ・ 冷凍食品であることから、数量の壁が高い。

■「あまり役に立たなかった」と「役に立たなかった」の理由

- ・ 会自体に商業的要素が乏しかった。
- ・ シェフがあまりいなかった。

④日本食材・食文化の普及

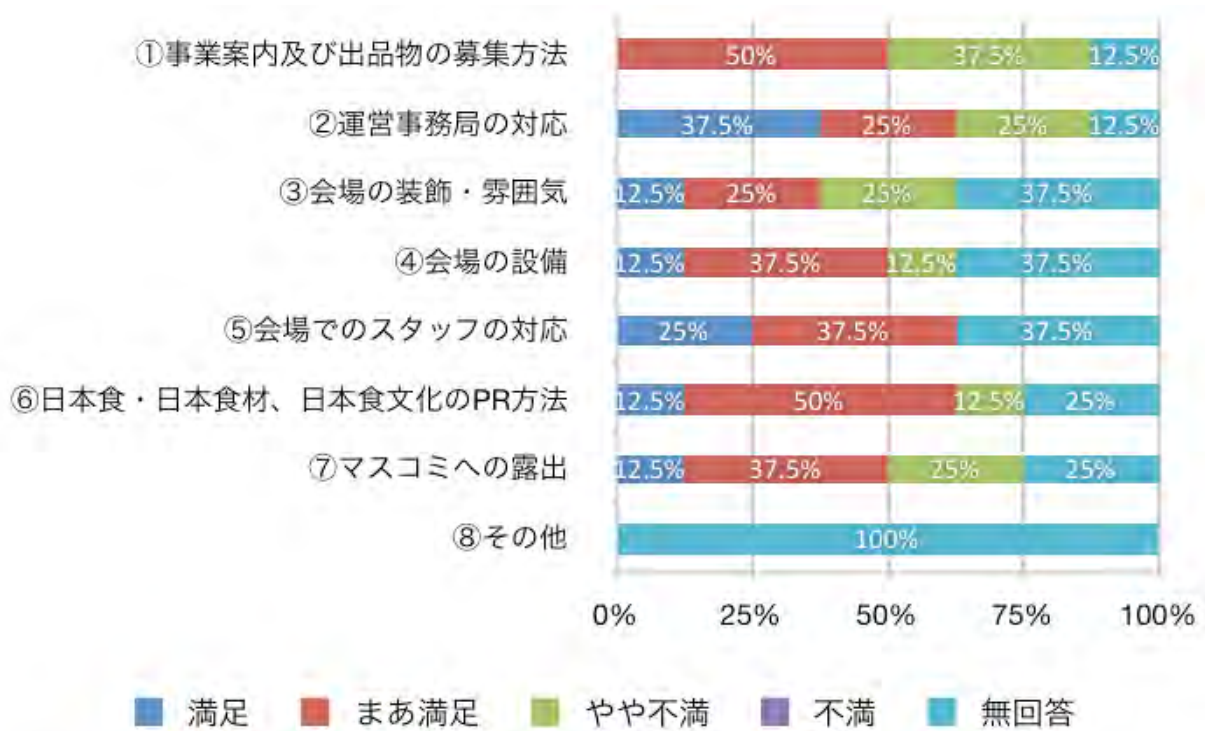
■「役に立った」と「まあ役に立った」の理由

- ・ 特に JA の宣伝が効果的だった。
- ・ 日本食レストラン以外の調理人に対する影響度が大きい。
- ・ シェフのみで、最終消費者の反応が見えない。

■「あまり役に立たなかった」と「役に立たなかった」の理由

- ・ シェフがあまりいなかった。

質問 4: 次に掲げる項目について、「満足度」を下記の中から選択の上、その理由をご記入ください。



理由:

①事業案内及び出品物の募集方法

■「満足」と「まあ満足」の理由

- ・ 事前のアドバイス等は参考になった。

■「やや不満」「不満」の理由

- ・ 案内要項の内容がもう少し簡潔であると良かった。
- ・ 案内の時期が遅かった。

②運営事務局の対応

■「満足」と「まあ満足」の理由

- ・ 質問等に対して非常に丁寧な対応であった。
- ・ 対応の改善ではなく、物理的な時間が不十分であり、満足のいく準備ができなかった。

■「やや不満」「不満」の理由

- ・ 期日が守られないことがあった。
- ・ 連絡が遅かった。

③会場の装飾・雰囲気

■「満足」と「まあ満足」の理由

- ・ 広すぎず、効率的だった。

■「やや不満」「不満」の理由

- ・狭くて混雑した。
- ・プレゼンの会場は良かったが、ブースの場所が狭くわかりにくかった。

④会場の設備

■「満足」と「まあ満足」の理由

- ・調理器具やプロジェクターなど充実していた。
- ・加熱調理設備には不備を感じた。

■「やや不満」「不満」の理由

- ・ブースの会場が狭く、わかりにくかった。

⑤会場でのスタッフの対応

■「満足」と「まあ満足」の理由

- ・とても親切で良かった。

⑥日本食・日本食材、日本食文化のPR方法

■「満足」と「まあ満足」の理由

- ・PRの観点から言えば、有名シェフの起用、料理によるプレゼン等、非常に良かった。改善する点としては、商談の持ち方。
- ・試食があり、料理方法が紹介されて良かったのではないかな。
- ・テーマはもっと小さく絞り込むべきであるように感じた。

■「やや不満」「不満」の理由

- ・コンセプトや展示物の調和をとり、展示物一つ一つにつながりがあれば良かった。

⑦マスコミへの露出

■「満足」と「まあ満足」の理由

- ・マスコミが多く来ていた。

■「やや不満」「不満」の理由

- ・現地でのPRや、取材結果の日本での露出度において不足を感じた。
- ・マスコミの有無以前にシェフの数が少なかった。

質問 5: 出品したことによる成果がございましたら、ご記入ください。

- ・講師の有名シェフに面談する事ができ、インポーターを紹介する事ができた。
- ・NYでトップ5に入ると言われているシェフのデモに採用されたことによって食材の使用の可能性が広まった。
- ・シェフの好みや傾向を垣間見ることができた。調理のイメージがしやすい商品であることが前提であると感じた。

質問 6: 今後に向けた希望・改善点等について

1. 今後、同様のイベントへの出品募集がある場合、出品を希望しますか、又は希望しませんか？



理由:

■「希望する」の理由

- ・次回は、フルーツ梅ぼしの新製品「フルーツ梅肉」を出品したい。
- ・チャンスがあれば出展したい。しかし、零細企業としては費用の面で難しいと感じる。

- ・ 今回の出品を通じて得た感覚を生かし、より完成度の高いプレゼンテーションを進めたい。
- ・ 講義及びテーマ内容により出品を検討する。
- ・ 今後は「寿司＝日本食」からの脱却を目指し、あらゆる食材を日本食以外の分野で使用できることを研究、実践する必要がある。

■「希望しない」の理由

- ・ 費用対効果があわず希望はしないと思う。来場者に現地メディアや、大手レストランのバイヤーなど、具体的に商機に繋がるメンバーの参加があるのならば是非希望したい。

■「その他」の理由

- ・ 商品の輸出が事業として見通しがたった際には、更なる浸透を目指し取り組む価値があるが、まずは輸出ルート、取扱い業者の開拓を優先したい。

2. 今回のイベントに対する改善点等お気づきのことがございましたら、ご記入ください。

- ・ 講師のシェフとの商談時間を一般の方とは別枠でキッチンと設けてほしい。
- ・ 展示スペースが狭く会場が混雑した。
- ・ 目的がPRに留まらず、事業化を前提とした取り組みに出来ればベスト。
- ・ 出品者に会の主旨を丁寧に説明した上で、プレゼン内容を、商品の背景(歴史的・文化的)20%、特性40%、利用方法40%、に指定するなど、来場者が理解しやすい構成にすると良いと思った。
- ・ プレゼンの会場は良かったが、商談のブースを設置する会場をもう少し工夫したほうが良いと感じた。狭すぎて商談にならない。
- ・ シェフが少なく、マスコミやプレスが多い印象があった。情報収集としては、フィードバックの絶対数が不十分であった。

3. 対米輸出について課題があると感じていることはございますか？

- ・ 契約締結や商標取得等、弁護士を必要とする様な課題が多く有ること。
- ・ 安定的供給体制の構築と継続的な販促イベントの実施。
- ・ 未だ、日本産の認知度が少なく、適正な市場評価を受けていない点。
- ・ ひとの健康を守るため、食の分野でも今後ますます規制が強化されるのは仕方がないと思う。現在、「畜肉」「水産」「卵」「乳製品」の 카테고리で特にその傾向が顕著であるが、これ以外でも添加物の使用などに関連するが、規制が科学的な根拠に基づいていることを明確に示し、規制対象の原材料の使用においては他国と協調し、決して独断的になって欲しくないと願う。法規制の立案、実施においてかなり独断的な内容が見られる。
- ・ やはり、日本食を浸透させることは難しいと感じた。食の文化が違う点を特に感じた。(加工食品について)白人系のお店にはなかなか入れそうも無いと感じた。
- ・ 輸出においては流通上の問題から、数量的に大きなボリュームを必要とするため、現実的に「商売」に結びつけることが難しい。
- ・ 当たり前のことだが、為替問題、FDAについて。

4. 今後の輸出に対する取り組みについて、予定していることがあれば教えてください。

- ・ インポーター等への教育。
- ・ 量販店の少量パック、レストラン向けの業務用、問屋向けの業務用、の3点にターゲットを定め、詳細な産地(例:北海道オホーツクなど)や、ブランド戦略で安全・安心を訴求し価格にて転化したい。
- ・ 世界的に定着したと思われる「寿司文化」のみならず、ほかの日本食を食材の紹介だけにとどまらずレシピなどの情報をもっと積極的に発信していくことができればと思う。
- ・ FOOD EX JAPAN などの展示会に出展して海外の販路を日本の商社を通じて行っていくようにしたい。
- ・ 輸出である以上はロットが多いため、購買リスクが少ない商材である必要がある。よって、現地シェフのイメージがしやすい商品群を開発し、販促活動を継続的にやりたい。

5. どのような輸出促進対策・支援があれば良いとお考えですか？

- ・ 販売促進策への各種支援。(継続的なPR・販促イベントの開催、海外展示会への出展に対する補助金、渡航費及び出品物の輸送費の援助)
- ・ 現状を見るため旅費の補助があれば嬉しい。
- ・ 現地の農水産物、各々の市場動向や相場などの情報が、日本の業界誌などで活発に報道されるほか、JICA(国際協力機構)の活動のように、需要と供給を繋ぐ支援があると良い。
- ・ 流通面を整備し、小ロットでの輸出対応が可能となれば、商品販促が簡易になる。

6. 農林水産省輸出促進室に期待することは何ですか？

- ・ 輸出商品を対象とした、個別所得保障制度の創設等。
- ・ 輸入に対する規制や障害の緩和。(特に EU など)
- ・ 輸入各国の法規制の最新情報の提供。
- ・ 一方的な法規制の実施に対する国家間の抗議などの対応。
- ・ 準備時間を長く設けて欲しい。
- ・ 日本の農林水産物のブランド構築化、醗酵食品の PR。

7. その他、ご意見等をご自由にご記入ください。

- ・ 食品の輸出において、日本国内の食品に関しては「賞味期限」表示を実施しているが、海外市場では最低でも6ヶ月程度の賞味期限残を要求されている。一方、他国からの輸入品のなかには、「賞味期限」ではなく「消費期限」を表示しており、現場での消費市場においてはおのずと競争力で不利がある。国内の関連法とのからみもあると思うが、日本国内でも「賞味期限」から「消費期限」に表示を切り替えればまだまだ食べることのできる食品の廃棄など消費の無駄を防ぐことができるのではないかと思う。
- ・ 会社の代表として経費をかけて参加する以上は、即商売に結びつくことを前提とした「費用対効果」を求めなければならないため、より具体的にターゲットやテーマを選定していただきたい。

7.その他資料

■ 料理デモンストレーションのレシピ、メニュー

・ジョシュ・デケリス氏のレシピ

Josh DeChellis
La Fonda del Sol

Uni Somen

Serves four small portions

| | |
|---------------------------------|---|
| 2 bundles somen | Salt to taste |
| 10 large tongues of pacific uni | 1 quarter of an onion sliced an eighth of an inch thick |
| 1 quart ichiban dashi | 8 ounces of yuzu juice |
| 2 ounces of tomato water | 4 stems of mitsuba |
| 1 tsp grated wasabi or to taste | 2 tsp arare arare |
| Tamari shoyu to taste | 1 sheet nori cut into julienne |
| Mirin to taste | |

Marinate the sliced onions in the yuzu juice with a pinch of salt for two hours.

In a blender puree the uni, tomato water, mirin, shoyu, wasabi and salt until smooth and thick enough to stick to the noodles.

Heat up dashi and cook the somen until just tender then cool by plunging in cold dashi, then shake dry Mix the noodles with uni sauce and place into small serving bowls. Top the noodles with arare arare, one yuzu pickled onion, nori julienne and mitsuba.

Dumplings of Scallop and Nagaimo

Serves four

| | |
|---------------------------------|----------------------|
| 150 grams raw hokkaido scallops | Salt to taste |
| 80 grams nagaimo pureed | Shiro shoyu to taste |
| 1 pinch Sansho powder | Lemon zest to taste |

In a chilled blender mix all until a smooth fluffy paste is formed. Chill in refrigerator.

| | |
|------------------------------|--------------------|
| 1 filet of prepared unagi | 1/2 cup sugar |
| 1 cup rice | 4 inches of ginger |
| 4 ounces oolong or black tea | |

Heat the rice in a bed of foil in a hot pan. Once hot add sugar, chopped ginger and tea. Place eel over the pan in a perforated pan then cover and turn off the heat. Let smoke for about ten minutes remove and reserve eel and all juices

| | |
|---|------------------------------|
| 1 quart kombu dashi | 1 smoked eel cut into pieces |
| 1 cup katsuo bushi | Tamari shoyu to taste |
| 1 japanese eggplant that has been blackened and cut into small pieces | Salt to taste |
| | Reduced mirin to taste |

Place the dashi, eel and eggplant into a pot and heat until just under a simmer and let sit until flavor has developed. Add katsuo bushi and bring back close to a simmer. Let stand then strain all through a cheesecloth. Season with salt, mirin and shoyu. Heat up some dashi and spoon out some dumplings and cook through. Place three dumplings each per bowl. Pour over hot unagi dashi and garnish with kinome and scallion.

JAPANESE INGREDIENTS

“ADAPTATION OF JAPANESE INGREDIENTS

INTO FRENCH DISHES”

BY CHEF DAVID BOULEY

MONDAY, JANUARY 25TH

2010

MENU

JAPANESE SEA SCALLOP, ALASKAN DUNGENESE CRAB & MOUNTAIN YAM DUMPLING
BLACK TRUFFLE DASHI SAUCE
SHISO FLOWER

HOUSE-MADE TOFU
YUZU GELÉE, PONZU GELÉE
JAPANESE SCALLOP MARINATED IN BLOOD ORANGE
GREEN APPLE CLOUD, KINOME LEAF

SLICED WAGYU BEEF MILLE-FEUILLE
FRESH WASABI AND TOASTED GARLIC CHIP

ROAST WAGYU BEEF
GRILLED NAGA-IMO, CARAMELIZED VIDALIA ONIONS
WITH RED WINE AND BONE MARROW

FCI (フジサンケイ・インターナショナル)
2010年1月27日放映



※掲載許可取得済

日本農業新聞
2010年1月24日掲載

本農業新聞 (第3報郵便物誌可)

NY料理関係者 うっとり



食材について説明する石井シェフと聞き入る参加者

日本食講座 手応え

和の心知り 味わい格別

米ニューヨーク市マンハッタン地区にある料理専門学校、ザ・インターナショナル・クリナリー・センターで22日から4日間の日程で、学生やレストランのシェフを対象とした日本食講座「ザ・エッセンス・オブ・ジャパニーズ・フード」が開かれている。農水省の輸出促進事業の一環。世界の食文化が集まるニューヨークの料理業界関係者に日本の食材を紹介し、積極的に活用してもらうことで、将来の輸出拡大につなげるのが狙いだ。
(ニューヨーク特約小野かおり)

農水省 茶や和牛 商談も

22日は日本の自然環境に始まり、旬の味覚やもてなしの心など日本食の文化的な背景や、農水産物の生産や流通といった基礎的な講義が行われた。学生やメディア関係者は約30人が参加した会場では日本の伝統食の美しさや、四季折々の食材の豊かさに感心する声が多く聞かれた。
同センター、フランス料理コース生徒のエイタン・ギンさんは「歴史や文化を踏まえた食材の解説は、とてもためになる。ファストフード文化の米国人にとっては驚くことばかり」と話す。レストラン関係者の間で日本食材は注目されているが、「組み合わせや味付けなど使い方が分からず苦労する」と言うのは、同生徒のベン・ムーアさん。試食で配られた日本産のフルーッとマトを口に、「程よい堅さの食感と、甘味が何ともいえない」と絶賛した。
この日講師を務めた市内のレストラン、MORIMOTOのシェフ石井義典氏によると、高級レストランのシェフや顧客層には日本野菜独特の風味を評価する人が多いと言いつつ、「ニューヨークで入手できる和食材の種類が、もっと豊富になれば」と希望を語った。

農水省 茶や和牛 商談も

講座は後半の2日間、講義、デモンストレーションのほか日本の出品者10団体による日本茶や梅干し、和牛などの食材紹介と商談会も行われる。

※掲載許可取得済

デイリーサン・ニューヨーク
2010年1月27日掲載

DAILY SUN
デイリーサン・ニューヨーク
Free Japanese Daily Newspaper
2010年 No.1787
1月27日(水)

共同通信 サンケイスポーツ
特別 OJPA
毎日読める、毎日無料

本CD/DVDが6割OFF! スタッフ直営! 送料も無料!
お祭り大盛りだくさん! 212-685-1410

ケータイの契約って むずかしそう...
212-685-1410



ミステリー サスペンス映画
俳優メル・ギブソン復讐

俳優メル・ギブソンが主演する映画「アバター」が、世界的な大ヒットを記録している。この映画は、2010年1月27日(水)に公開された。

TODAY'S PHOTO
俳優メル・ギブソン復讐

目次

- ハイチ大規模震災で被災者助 市長、特別救命部隊を表彰 3
- ハイチ 国際社会が10年の長期支援 6
- 芸能 共モ、ゴマ辛母、自腹か 13
- 生活経済 子宝願がんば“予防”する 17
- スポーツ 1500勝祭り大リーグ大不況!! 22

ヘッドライン
アバターが興行収入新記録 全世界で1670億円に

AVATAR

映画「アバター」(3Dアニメーション)の25日までの世界での興行収入が16億6000万ドル(約1600億円)以上に達し、同記録が「タイタニック」(1997年公開)の16億5000万ドル(約1500億円)を抜き、史上最高となる見込みになった。

昨年12月18日に全米で公開されると、世界中で

携帯電話 レンタル
\$0
1-800-30-8360

パソコン 販売修理
\$1000から
212-213-4

コンピューター相談室
212-308.9

呼び寄せ便
212.247.1

電話する際には「DAILY SUN」をみたとお伝え下さい。

新春フェア
\$399

農林水産省主催、食品関連業者中心に
一流シェフら日本の味覚紹介
「挑戦してみたい」の声も多数
インターナショナル・カリナリー・センター



校、インターナショナル・カリナリー・センターで開催された。期間中は連日、米国の食品関連事業者を中心に、多くの人々が講義を受講し、日本食の魅力に触れた。

イベントは2部構成で行われ、22、23日は若手シェフ向けの日本食文化講座、24、25日にはトップシェフ向けの食材講座

デビッド・ブレイ氏(中央による日本食材講座とデモンストレーションの様子)25日、マンハッタン区ソーホーのインターナショナル・カリナリー・センター (photo: Tome)

「挑戦してみたい」という声も多数上がった。同講座は、日本の農林水産物、食品の米国への輸出促進を図ることを目的として行われた。

※掲載許可取得済

週刊 NY 生活
2010年1月30日掲載



週刊NY生活 SHUKAN NEW YORK SEIKATSU

2010年(平成22年)1月30日(土)

日本食文化 NYで紹介

農林水産省の海外発信事業
日本の食材新たな発見



そばについて解説する倉岡氏(中央)



フーレー氏



福岡の食材を使った料理の試食をする招待客たち

農林水産省は日本食文化海外発信事業の一環として、1月22日から25日にかけて、ニューヨーク市イタナショナル・カリナリ・センターで「日本食の魅力」日本食の新たな発見」と題した講座を行った。最終日は、日本食レストラン「レストラン日本」の経営者倉岡伸哉社長と、フレンチレストラン「ブレイ」のオーナー、デビッド・フーレー氏が講演を交えながら講座を実施。料理学校の学生やレストラン・シェフなど関係者が出席した。倉岡氏は日本食レストラン事業の先駆者として、さまざまな日本食の普及に尽力してきた。それは132キロカロリーで、ビタミンB1、B2、Eなどが豊富で、低カロリーな健康食品。講演では同店メニューの「そばサラダ」を紹介した。続くフーレー氏の講演は「日本の食材をいかにフレンチ料理に合わせるか」との内容で、フーレー氏は「食材をバランスよく取り入れることが大切」と話した。

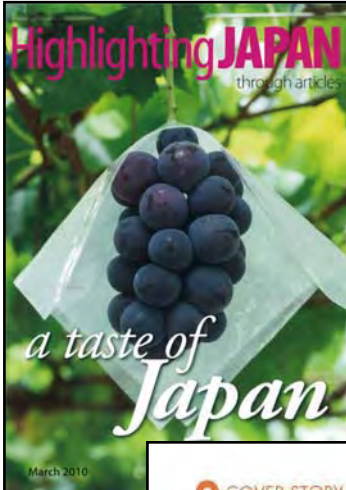
福岡商工会議所も

また同日夕、市内のシフトレストラン「B.L.T」で福岡商工会議所(河部浩幸会長)の主催による「福岡料理フェアin ニューヨーク」が行われ、シフト30人との関係者が招かれた。企画はニューヨークで博多トントンを経営し、福岡商工会議所の海外定番化支援アドバイザーを務めるヒミオオカジャ氏が発表。昨

年10月B.L.Tの副料理長リフレクション・イスマエル氏を福岡に招き、食品企業や生産者を紹介した。今回の会食では福岡の蔵元、喜多屋から純米大吟醸寒山水や純米酒喜多屋など4種類の酒が供されたほか、ゆずこしよや明太子など日系企業10社から12種類の食材を披露した。

福岡商工会議所の西岡潤史国際部長は「ニューヨークの目利きのシェフたちに福岡の食材を知ってもらおうのが狙い」と述べた。今後、福岡を中心に九州全県の食材売り込みも計画しているという。当日は来賓した九州大学大学院の坂口光一教授率いる感性融合デザインセンターの一行も参加し、食材PRの様子を視察した。

Highlighting JAPAN
2010年3月号掲載



COVER STORY

Bringing the Flavors of Japan to the World

The government of Japan is working together with the private sector to promote exports of fine food products to encourage more people around the world to enjoy Japan's delicious ingredients. Japan Echo reports on the various initiatives being undertaken around the world to promote Japanese food products and cuisine.

Sponsored by the Ministry of Agriculture, Forestry, and Fisheries, the Essence of Japanese Food event was held in the SoHo district of New York in January 2010 to promote Japanese ingredients among culinary professionals. Food critics and chefs from some of the city's most popular restaurants were on hand to give cooking demonstrations and lectures on the characteristics and appeal of Japanese cuisine.

Essence of Japanese Food in New York

"The first two days focused on introducing junior chefs to Japanese cuisine and the historical and climatic context that gave rise to it" says Takuya Kanzawa of Japan Convention Services, who organized the event. One of the topics covered was *umami*, a flavor characteristic of Japanese cuisine. Japanese cooking uses a unique method of making stock known as *dashi*, using dried kelp and bonito flakes. *Dashi* lends a distinctive *umami* flavor to all kinds of dishes and is also a very diverse ingredient. Even *dashi* made from the same ingredients can produce quite different flavors depending on how it is prepared and how it is used. Shintaro

Yoshida of the Umami Information Center in New York gave a lecture on what makes *umami* so important, using a wide range of scientific and nutritional data.

Umami is a taste whose discovery was made by a Japanese researcher. Reasoning that *konbu* kelp contained a substance that gives food its savory quality, Tokyo Imperial University Professor Kikunae Ikeda succeeded in extracting glutamate from *konbu* in 1908, naming this substance *umami*. A seasoning whose main component was glutamate was marketed the following year, and it is still widely used in over 100 countries around the world.

"The second half of the four-day event was given over to lectures on Japanese ingredients that were specifically designed for restaurant managers and executive chefs. Ten suppliers were chosen from among applicants to bring their produce over from Japan for use in demonstrations. Some of the ingredients on display included *sansho* [Japanese pepper], *somen* [thin wheat noodles], and *nagaimo* [mountain yam]. Celebrity chefs Josh DeChellis and David Bouley gave cooking demonstrations using these Japanese ingredients. One thing the event made abundantly clear is that Japanese ingredients are not just for Japanese

food: They can be used in French and Italian cooking as well.

"Chef Bouley's menu included a black truffle *dashi* sauce using Hokkaido scallops and *nagaimo* yams from Aomori, as well as grilled *wagyū* [Japanese beef] with *nagaimo* yams in a red-wine and onion sauce," Kanzawa notes that the event was a huge success with everyone who tasted the dishes.

Booths were set up in the exhibition space where visitors gathered after the demonstrations to ask questions about ingredients that had piqued their interest and to find out more about where the ingredients were available and how they might be used in different styles of cooking.

"Several companies looking to boost exports of food products also sent representatives," explains Kanzawa. "As well as providing information on ingredients, the event also helped to facilitate business negotiations, including discussion of such topics as ordering and pricing information."

Another reason for the event's success was the enthusiasm of all the people who gave lectures. Nobuyoshi Kuraoka, a Japanese immigrant who singlehandedly built up a successful Japanese restaurant in New York, said, "People talk about a boom in Japanese food, but a lot of the time it's not presented

properly. I've wanted to introduce people to the true essence of Japanese food for a long time, so an event like this one was an ideal opportunity for me." Josh DeChellis, who incorporates Italian and French as well as Japanese elements into his creations, urged other chefs to try using Japanese ingredients in their cooking.

"This event opened my eyes to the potential of Japanese ingredients," said one participant. "I'm particularly intrigued by *somen*. It's kind of like a healthy, Japanese pasta." Many people said the event had made them realize how versatile Japanese ingredients could be. "I'd always thought of things like spicy *sansho* seasoning as suitable only for Japanese food, but this event has made me realize that I can use these ingredients in my own dishes too," said one enthusiastic participant.

American Feast's Sustainable Food Blog
『Chef David Bouley Adapts Japanese Ingredients to French Dishes』
2010年1月26日掲載

HOME | SHOP FOR FINE FOODS | BOOKS | RECIPES | FOOD NEWS | PODCASTS | SHOPPING CART | CONTACT US |

American Feast's Sustainable Food Blog

Learn more about natural & organic foods, sustainable food, your health and our planet at the American Feast Blog

« At Heidi's Organic Raspberry Farm Sustainability Means Delicious! | Main | Exercise Does Wonders & You Can Make Progress Without Pain »

Chef David Bouley Adapts Japanese Ingredients to French Dishes



Mount Fuji (photo by Daniel T. Yara, courtesy of morgueFile.com)

Fierce winds had umbrellas snapping yesterday, but the stormy weather was worth braving to watch Chef David Bouley adapt Japanese ingredients into French dishes, as we savored his creations. The renowned chef said the international blend was, "The Western world and the Eastern world giving each other a hug."

The Essence of Japanese Food

Chef Bouley was appearing as part of the event, "The Essence of Japanese Food, Discover Authentic Japanese Ingredients" at the International Culinary Center on Broadway in Lower Manhattan. He became fascinated with the "simplicity and purity" of Japanese food some years ago, when seeking lighter dishes that would delight the palate while delivering a healthy nutritional profile. It's a commendable quest. The rate of heart disease among men living in Japan is less than half that of men living in the United States, much of the difference attributable to unhealthy eating and sedentary living.

The great chef marveled at the attention to purity in Japanese cuisine. He related a story about an event in Barcelona, Spain, where 500 gallons of water from Mount Fuji had been shipped so that Japanese chefs could cook with the water essential to producing the desired taste of the dishes they created.

Bouley's Latest Eatery Coming in July

It was a real delight to see a classically trained and much acclaimed chef excited about what he had learned from Japanese chefs in recent years, and he exhibited plenty of enthusiasm for continuing to expand his knowledge and technique. The next Bouley restaurant in New York will be an expression of his enthusiasm for the blending of culinary influences to produce something new and exciting. The chef reminded us that all cuisine is international, even "tempura was brought to Japan by Portuguese sailors." His newest eatery will be named Brushstroke, and will be opening on Manhattan's Hudson Street in July of 2010.

Such a restaurant would probably have been impossible less than a decade ago, when the highest quality Japanese ingredients were mostly unavailable to American kitchens. Kudzu from vines that can be 200 years old was incorporated into Chef Bouley's demonstration, along with fresh sea scallops of sashimi quality from Hokkaido, and Wagyu beef. A mousse fashioned from Japanese mountain yams illustrated the versatility of the ingredients when in creative hands.

Sustainable and Traceable

Health, safety and sustainability are major themes in Japanese food, and traceability is a major part of the equation. When purchased in a supermarket, Wagyu beef is numbered so that an online search will reveal its breed, birth date, and place of origin. Wild sea scallops harvested alive in the seas off Hokkaido and are similarly sustainable and traceable, two elements increasingly being adapted by American food producers who want to assure consumers that they are getting the highest quality food.

※掲載許可取得済

Finance Foodie『Cooking with Chef David Bouley[New York]』
2010年1月27日掲載

Wednesday, January 27, 2010

Cooking with Chef David Bouley [New York]

By Anne M. Raso

"The Essence Of Japanese Food/Adaptation Of Japanese Ingredients Into French Dishes" cooking demo by the legendary David Bouley at the International Culinary Center in Soho on January 25th was an eye-opener, even to the most seasoned NY chefs - and many were in the audience!

At the event, Bouley announced that his new eatery *Brushstroke*, would be replacing his legendary Viennese-with-a-twist-of-Modern-American place, *Danube* (at 30 Hudson Street), in early July. *Brushstroke* will focus on the naïve cuisine of Kyoto, known as *Kaiseki* cuisine, with the twist of French that Bouley brings to all his establishments. As all good NYC-based foodies know, Chef Bouley garnered worldwide acclaim over 25 years ago as a chef at *Le Cirque* and later owned Bouley in several incarnations including the original on Duane Street, *Bouley Bakery* and *Bouley Upstairs*. The guy cannot do any wrong in our eyes.



Bouley explained that this is the first time a Kaiseki restaurant is coming to New York because so few fresh ingredients were available here until very recently - and this cuisine demands that everything be fresh off the farm or out of the pond. Fish and cattle are slaughtered in different ways in Kyoto—fish fins are snapped by fisherman on the boat—but you'd probably not want to know that. In contrast, Wagyu beef comes from cows that are fed beer and massaged all day like kings. They live the life of an Ivy League frat boy with money until their dying day!



Chef Bouley did the class with the help of sous chef Isao Yamada, a chef at *Bouley Upstairs* who will be head of the kitchen at *Brushstroke*. Bouley refers to Mr. Yamada as "the machine" since he moves at lightning speed and incredible precision. (He recently won a New York rising Star Award—and no wonder—it is a real pleasure to see this "maestro of the mandolin" in action!)



Chef Bouley told us clever tales about his love of the Japanese Mountain yam (which is going to be a staple veggie at *Brushstroke*), and with Yamada, cooked two styles of Wagyu beef and two styles of scallops. He noted that he could not serve the roasted Wagyu in his new eatery because it tastes best three minutes out of the pan. Hmm—maybe we here at financefoodie.com can come hang out in the kitchen when *Brushstroke* opens!



Foodies, don't get jealous! Here are the four delectable dishes that made up the menu from my afternoon with Bouley and Yamada (I can still taste that luscious, heavily marbled sliced Wagyu beef rolled up with a warm garlic chip inside):

Japanese Sea Scallop, Alaskan Dungenese Crab & Mountain Yam Dumpling
Black Truffle Dashi Sauce
Shiso Flower
House-Made Tofu
Yuzu Gelee, Ponzu Gelee

Japanese Scallop Marinated in Blood Orange
Green Apple Cloud, Kinome Leaf
Sliced Wagyu Beef Mille-Feuille
Fresh Wasabi And Toasted Garlic Chip

Roasted Wagyu Beef
Grilled Naga-Imo, Caramelized Vidalia Onions
With Red Wine And Bone Marrow

(For info on future classes open to the cooking professionals and the general public, go to <http://www.internationalculinarycenter.com/>.)

[Photos by Anne M. Raso]

※掲載許可取得済

Fork in the road『David Bouley Pictures a July Opening for BrushStroke』
2010年1月28日掲載

The screenshot shows a web browser displaying a blog post on the Village Voice website. At the top, there are logos for 'the village VOICE Blogs' and 'teany 100% natural 100% nice'. Below the logos is a navigation bar with links for 'News', 'Music', 'Calendar', and 'Restaurants', along with a search box. A secondary navigation bar includes 'BLOGS', 'COLUMNS', 'BEST OF NYC', 'BARS + CLUBS', and 'ARCHIVES'. The main content area features a 'fork in the road' banner with icons of a coffee pot, a teapot, and a coffee cup. Below this is a 'TOP blog STORIES' section with three featured articles: 'Weekend Special Ramp-O-Ramal' by Robert Sietsema, 'Chatting With Bauhaus' Eddie Huang' by Rebecca Marx, and another article by Robert Sietsema. The main article is titled 'David Bouley Pictures a July Opening for BrushStroke' by Rebecca Marx, dated Thursday, Jan. 28 2010 @ 11:45AM. It includes a photo of David Bouley and a tweet count of 3. The article text discusses Bouley's legal issues and the opening of his restaurant BrushStroke in July. At the bottom of the article, there are social media sharing buttons for Facebook, StumbleUpon, and Digg, along with a 'Write Comment' section.

※掲載許可取得済

EATER.COM
2010年1月28日掲載

EATER NATIONAL | NY | LA | SF | PDX

RUMORMONGERING
Does Stephen Starr Want The Spotted Pig For Philly?


BEEFS
Billy's Antiques Not Psyched About New Neighbor McNally

WHERE TO EAT
Eater's 38 Top Restaurants
Pulino's Bar & Pizzeria
Hecho en Dumbo **NEW**
Pies 'n' Thighs **NEW**
Kenmare **NEW**
Faustina

EATER NY 1 new post | CURBED NY 3 new posts | RACKED NY 0 new posts | NATIONAL 2 new posts | JOBS 7 new posts

Thursday, January 28, 2010, by Amanda

DELAYWIRE David Bouley revealed at a cooking demo last night that his latest projection for Brushtrokes, his restaurant and cooking school in the former Danube and Secession space, is July 2010. The complex, which seems to be quite an undertaking, was originally going to open in a building on West Broadway in 2008. Bouley claims it will be New York's **first kaiseki restaurant**. [Forays of a Finance Foodie]



※掲載許可取得済

Grub Street (New York Magazine)
2010年1月28日掲載

NEW YORK NYMag.com Grubstreet.com NYC LA SF Chi Phi Bos

Grub Street NY home

GRUB STREET New York

DAILY FOOD NEWS FROM nymag.com MENUPAGES

Search GO TOP STORIES

- » Chefs Continue to Call Out 'Unreal,R...
- » First Look at Anita Lo's Annisa, Reopen...

GET THE ULTIMATE MOVIE NIGHT. CLICK A CH A SON

« Previous Post | Next Post »

Bouley: BrushStroke Will Open in Early July

1/28/10 at 09:45 AM

It's been a while since we heard about [BrushStroke](#), the Kaiseki restaurant David Bouley was originally going to open at 111 West Broadway before he decided to install it in the space that housed Danube and then Secession (you'll recall his landlord at 111 West Broadway [sued him for non-payment of rent](#)). But after attending a cooking demo with Bouley, Forays of a Finance Foodie discovers that the restaurant will open in early July. It's uncertain whether these dishes will make the menu, but for the record, Bouley prepared Japanese sea scallop, Alaskan Dungeness crab and mountain-yam dumpling; housemade tofu; yuzu gelée, ponzu gelée; and black-truffle dashi sauce.




Photo: Getty Images

[Cooking with Chef David Bouley](#) [Forays of a Finance Foodie]

※掲載許可取得済

HAUTE LIVING MAGAZINE
2010年1月28日掲載

Select Your City → National New York Los Angeles Miami San Francisco Las Vegas Dubai Chicago Dallas Phoenix All Cities

HAUTE LIVING MAGAZINE | EVENTS | HAUTE BLOG | HAUTE SECRETS | HAUTE 5 | ABOUT HAUTE

HAUTE SECRETS
The inside scoop from the VIPs on the best locales in town

Where does **JORGE PEREZ** power lunch?

CITY BLOGS



Up Close and Personal with David Bouley
Posted By Lourdes Reigosa on January 28th, 2010

Legendary Chef David Bouley gave foodies a taste of his world in his cooking demo, titled, "The Essence of Japanese Food/Adaptation of Japanese Ingredients into French Dishes." The cooking demo was held at the International Culinary Center in Soho on January 25, and proved to be a real eye-opener for even the most seasoned of chefs.

At the start of the demo, Bouley announced that his new eatery, Brushstroke, would be replacing his legendary Viennese, Modern-American mixed eatery, Danube (at 30 Hudson Street), in early July. The new resto will feature the naïve cuisine of Kyoto, known as Kaiseki cuisine, with the classic French twist that Bouley brings to all his establishments.

As any true New Yorker would say, Chef Bouley rose to worldwide fame over 25 years ago as a chef at Le Cirque and later owned Bouley in several incarnations, including the original on Duane Street, Bouley Bakery and Bouley Upstairs. In the eyes of foodie everywhere, Bouley can do no wrong.

This is the first time Kaiseki cuisine will be introduced to New York, and the reasoning for this being because so few fresh ingredients were available here until very recently. Bouley explained that this cuisine demands that everything be fresh off the farm or out of the pond.

The very treatment of raised animals in Kyoto is different. Fish and cattle are slaughtered in different ways in Kyoto, for example, fish fins are snapped by fisherman on the boat (though that's probably a classic case of T.M.I.). Fortunately, Cattle are treated much better. Wagyu beef comes from cows that are fed beer and massaged all day like kings. Basically put, they live the life of an Ivy League frat boy with money until their slaughtering day (which for us humans would be the equivalent of "graduation").

Chef Bouley was not alone, however. He had the help of sous chef Isao Yamada, a chef at Bouley Upstairs and soon-to-be head chef of Brushstroke. He is referred to by the legendary chef as "the machine" for his lightning-fast reflexes and impeccable precision. But this isn't all bark, as The Rising Star Award given to him serves as well-endowed backup for his bite. To see "the master of mandolin" in action is simply spectacular.

Chef Bouley went on to tell clever tales about his love of the Japanese Mountain yam (which is going to be a staple veggie at Brushstroke), and with Yamada, cooked two styles of Wagyu beef and two styles of scallops. He noted that he could not serve the roasted Wagyu in his new eatery because it tastes best three minutes out of the pan. If Kaiseki cuisine is truly this good, it certainly puts Kyoto at the top of the list of vacation spots.

[Source](#)

0 tweets [Share](#) [Tweet](#)

※掲載許可取得済

ZenKimchi Korean Food Journal
2010年2月6日掲載

Thoughts after The Essence of Japanese Food
Posted by *shinshine* 3 tweets

On January 24th and 25th, I attended *The Essence of Japanese Food - Discover Authentic Japanese Ingredients*, a culinary event sponsored by the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) of Japan. This free event ran for 4 days, first two days focused on introducing Japanese food culture and ingredients to culinary school students and junior chefs and the last two days on demo application of Japanese ingredients to restaurant chefs and food buyers.

I attended the last two days of the event based on my familiarity with the cuisine (on a relative scale). It was a small (maximum of 40 attendees by registration), but fairly well-organized, packed event that presenting companies and chefs put much effort to prepare. On both days, we started out with 10-minute introductory presentations from each company that brought 1 or 2 ingredients, including yuzu (유자; yu ja) liquor and sauce for cooking, sashimi-quality frozen sea scallops, wagyu (Japanese beef), nagaimo (마, ma), black garlic (흑마늘; heuk ma neul), somen (소면; so myeon), buckwheat noodles (머밀국수; me mil guk su), sake, gold flake balls, microwavable fish products over the two days. After the lunch break on our own, we came back for company demo introductions (somen and buckwheat noodles) and featured chef's cooking demonstrations (Josh DeChellis on the first day and David Bouley on the second day). Following the demo and tasting, we were led to a separate product exhibition room, where we could ask more specific questions and taste ingredient samples. The event ended with a happy hour of Japanese hors d'oeuvres and sake.

Here are some of my observations of the event.

- Most representatives from the Japanese companies made their presentation in Japanese, which helped them just be confident and showcase their ingredients. One interpreter was available throughout the two days I attended who was knowledgeable in the ingredients as well as culinary terms. There were also a couple of companies that brought in their own U.S. reps who were very much fluent in both languages and their products.
- Many of the introductory presentations addressed the issues that Americans are interested and care about. Buzz topics such as 'sustainability' and 'chemical-free' as well as strict standards in processing and inspection were discussed.
- Presentations were also focused on their long (sometimes too long) history of the ingredients and products, including artisanal human care and geological advantage (weather and environment) that distinguish their products as high quality.
- While the presenters glossed over some basic culinary details since the audience was professionals, basic yet culturally different details were covered, such as boiling somen which is different from pasta that requires the cooking water to be salted and cooking time to be longer, yet doneness is determined at 'al dente'.
- Informational brochures on Japanese food were available in the back of the presentation room, including 'Japanese Beef Products Guide Book,' 'Dashi Culture,' and 'Umami.'
- Flyers informing the products to be showcased at the International Restaurant & Foodservice Show of New York (February 28 - March 2, 2010), along with two special events "World of Koji - The Secret of Japanese Fermented Products" and "Umami in Kombu and Other Food Products" scheduled at the venue, were also available.
- These companies were ready to discuss distribution.
- The highlight of the two days was chef David Bouley's over 2-hour cooking demo of preparing a 4-course tasting menu. Throughout the demo, chef Bouley's knowledge and respect for the Japanese ingredients were flowing non-stop, which could only come from his long-standing personal interest in the cuisine, decades of relationships with Japanese chefs and countless trials of Japanese ingredients in his own cuisine "without compromising the integrity of Japanese or French cuisine."

Thoughts after the Event

Introduction of a country's cuisine is a multifaceted effort. I don't know how many direct deals the participating companies ended up getting from this event. My wild guess is on an individual company level, participating in this event wouldn't be cost-effective, which makes the role of the MAFF of Japan more important. Although the companies might not gain immediate monetary rewards, events like this serve as long-term efforts that raise awareness and appreciation of the Japanese ingredients and food culture among the current and future chefs who are particularly interested in new ingredients and ways to incorporate them into their own cuisines.

Although I have not been in the food industry for long, I have not seen any notice for Korean food trade shows or seminars for people in the food industry in New York area. I do not belong to any cool group that gets invitations to special events and that may be the reason I don't know much about Korean food events. I found out about this event, as I usually do for other culinary events, through my culinary school's weekly news email for alumni.

Street festivals and advertisements on publications are aimed at the general public, which is one aspect of the introduction/familiarization of a cuisine. We can debate all the possible ways to spell Korean food items. I don't know the specifics of what is planned at the government level or any company level and reasons to opt for certain routes. On a personal level, however, it is disappointing not to find any Korean companies when Joe McPherson and I combed through [the list of the exhibitors](#) (as of February 5th, 2010) at the International Restaurant & Foodservice Show of New York (February 28 - March 2, 2010).

As a cook who is seeking out opportunities to learn more about what's behind all the emphases on 'well-being,' high quality, natural Korean ingredients, I have not had a chance to learn in New York. I just hope to see more focused, long-term minded efforts that introduce and familiarize the Korean ingredients and food culture to targeted audiences, such as the food industry right here in New York.

Shinshine grew up in Seoul and has been living in the U.S. roughly the latter half+ of her life. She's been living in New York since 2005. Having switched careers from finance to food, she is now a full-time restaurant cook in New York City after culinary school in 2008. Recently she started her food diary, www.shinshine.com, which is about three things in life she enjoys the most - food, Korea and New York.

No TweetBacks yet. (Be the first to Tweet this post)

[If you appreciate ZenKimchi why not buy us a cup o' coffee?](#)

※掲載許可取得済