

JFOODO、ドバイで初の富裕層向け水産物プロモーション
日本とドバイのミシュラン獲得シェフが日本産水産物の魅力伝えるディナー共催

2026年1月26日
日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)

JFOODO、ドバイで初の富裕層向け水産物プロモーション
日本とドバイのミシュラン獲得シェフが日本産水産物の魅力伝えるディナー共催



日本食品海外プロモーションセンター（以下、JFOODO）はこのたび、日本産水産物が持つ品質の高さ、ヘルシーさ、サステナビリティに着目し、ドバイの富裕層をターゲットにした日本産水産物のプロモーションを開始しました。JFOODOとして中東地域で同種のプロモーションを実施するのは、初の試みです。

本プロモーションでは、日本政府が定める輸出重点品目のうち、日本産水産物の4魚種（ぶり、ホタテ、たい、牡蠣）を対象とし、特別イベントの開催をはじめ、SNSやレストランを通じた情報発信等、複数施策を組み合わせたコミュニケーションを展開しています。富裕層に対してコミュニケーションをすることで、日本産水産物の認知とイメージを高め、日本産

水産物のブランド強化を目指します。また富裕層市場を起点に、水産物を含む日本産品の輸出拡大を狙っていきます。

対象とする4魚種の2024年の全世界向け輸出額は、ぶりが414億円、ホタテ貝・ホタテ貝加工品が872億円、たいが69億円、牡蠣・牡蠣加工品が62億円で、いずれも近年輸出拡大が期待される品目です。また、2024年の日本からアラブ首長国連邦向け輸出額は、輸出先で世界19位の101億円で、うち水産物は21億円となっています。

JFOODOがドバイを狙う背景

アラブ首長国連邦（以下、UAE）の人口は2024年時点で約1,100万人と推計されており、増加傾向にあります。また、自国民が総人口の約1割にとどまり、大多数を外国人が占める多民族国家である点も特徴です。

こうしたUAEの中でも観光の中心地であるドバイでは、過去10年間で富裕層が78%増加しており、2024年には1億ドル以上の資産を持つ富裕層が居住する都市として世界15位にランクインするなど、富裕層の集積地として国際的な存在感を高めています。UAEの富裕層は健康増進への関心が高い層が多く、特に保有資産10億ドル以上の富裕層においては心身を健康な状態に整えるマインドフルネスへの関心も高い傾向が見られます。さらに、保有資産が高くなるほど購買時にサステナブルを意識する人の割合が高まることが確認されています。

近年は、良質なたんぱく質源として水産物の需要が拡大しており、日本貿易振興機構（ジェトロ）がシェフをはじめとした業界関係者向けに需要創造を強化している日本産水産物を中心に、JFOODOが消費者に対しても日本産が高品質であり、ヘルシーかつサステナブルなイメージを蓄積していくことで、日本産水産物のブランド強化および消費拡大を図ります。

一夜限りの“日本産水産物12品”プレミアムディナーイベントを開催

本プロモーションの一環として、1月23日、ドバイのミシュラン一つ星レストラン「Orfali Bros（オーフアリ・ブラザーズ）」にて特別イベントを開催しました。1月は中東最大級の食品総合見本市「Gulfood」が開催されるなど、食を取り巻く注目度が高まる時期であり、現地の関心が集まるタイミングでの実施を図りました。

当日は、ドバイを代表する Orfali Bros のシェフ モハマド・オーフアリ氏と、日本を代表する La Cime（ラ・シーム）のシェフ 高田裕介氏の、ともにミシュランの星獲得歴を持つ両シェフが共演。ぶり、ホタテ、たい、牡蠣を中心とした日本産水産物の魅力を最大限に引き出す料理を創作し、全12品からなる特別コースをゲストに提供しました。

本イベントは、シリア生まれでアラブ料理を専門とするオーフアリ氏と、フランス料理を軸に独自の表現で料理を演出する日本人シェフの高田氏という、異なるバックグラウンドを持つ二人のシェフがそれぞれの技と感性を持ち寄り、一つのコースを創り上げる「4

Hands Dinner」の形式で実施しました。ゲストは、同じ食材に対しても全く異なる料理を味わうことで、日本産水産物の多様な魅力が感じられる構成のもと、高品質な素材を味わう特別な体験を楽しみました。会場は、海の中を思わせる幻想的な装飾で彩られ、ゲストが日本産水産物の魅力をより深く感じられる空間を演出しました。

ディナーでは、料理の提供に合わせてそれぞれのシェフ自らが各テーブルを回り、使用した食材や一皿ごとのこだわりを丁寧に解説しました。

オーファリ氏は、訪日時に出会った日本産食材の体験や魅力について語り、最高品質の食材を日本から仕入れ、その魅力を料理にとり入れていることを紹介しました。高田氏は「ゆずのように、日本でもドバイでも共通して受け入れられるフレーバーをうまく組み合わせるなどの工夫で、現地の消費者の口に合う味わいを意識しつつ、日本産水産物の素材の良さが際立つようにメニューを考えた。」とコメント。

コースでは、出汁や発酵、熟成といった日本の食文化や調理方法を意識したメニューが提供され、ウニや毛ガニ等の4つの魚種以外の日本産水産物をはじめ、柚子やいちご、トマトなどの日本産青果物も使用されました。ゲストからは、「洗練された味わいと体験だった」等、日本産水産物への満足の声が多く聞かれました。

両者は互いの感性を尊重し合いながら息の合ったコースを創り上げ、日本産水産物の香り、食感、そして余韻まで楽しめる、唯一無二のコラボレーションとなりました。

【イベント概要】

- イベント名称 : Taste the Luxury of the ocean.
Chef Orfali×Chef from Japan. JAPANESE SEAFOOD
- 主催 : The Japan Food Product Overseas Promotion Center
- 開催日時 : 2026年1月23日（金）
 - [一部] 午後6時～9時
 - [二部] 午後9時半～11時半
- 会場 : Orfali Bros (DUBAI, WASL 51 MALL)
- 目的 : 日本産水産物の喫食機会を提供し、日本産水産物への興味関心と理解を深める
- 内容 : 日本産水産物（ぶり、ホタテ、たい、牡蠣）を中心とした全12品のコース料理を展開。
- メニュー :
 - [モハマド・オーファリ氏]
 - クレームキャラメル：毛ガニ、ウニ、オニオン・タマリ ※タマリ=たまり醤油
 - 牡蠣：ナムジム、クリスピーエシャロット、ガーリック
 - ぶり：ガルム、オリーブオイル、レモン、麹クリーム、青唐辛子
 - ホタテ：ナス、クルミ、ホタテ出汁
 - たい：キャラメリゼしたエシャロット、ハルーブソース、スプリングオニオン

OB デザート：タルト・タタン ※OB=Orfali Bros

[高田裕介氏]

牡蠣のコンフィ：ナスタチウムの葉、松の実とアンチョビのクリーム、鰹節

ぶりのプロシュート：ぬか床、フェタチーズ、ココナッツ、すだち

ヒラメと茄子の春巻き：ケッパー、椎茸ペースト、ローストしたワカメ、柿のソース

ホタテ：昆布出汁、青りんご、唐辛子、スジノリのジャム、セロリ

※スジノリ=青のり

たいのグリル：シトラス、大根と玉ねぎのソース、ケラジ、ゼスト

※ケラジ=柑橘 ※ゼスト=シトラスとケラジの皮

デザート：昆布出汁のわらび餅



4つの魚種をあしらった水墨画の装飾



提供された 4 つの魚種を使用したメニュー：左から牡蠣、ぶり、ホタテ、たい



シェフによる料理の提供

<シェフプロフィール>

モハマド・オーフアリ (Mohamad Orfali)



モハマド・オーフアリはシリア出身のシェフで、ドバイに拠点を置く「ORFALI BROS bistro & academy」の共同オーナー。彼はアレッポ料理および現代的なアラブ料理を専門とし、調理や盛り付けにテクノロジーや新しい技術を取り入れる「モダン・クッキング」の動きにおいて、アラブ世界を代表する提唱者として知られている。また、中東で初となるアラビア語のガストロノミー料理番組をホストした人物としても評価されている。

高田 裕介 (Yusuke Takada)



高田裕介は1977年に奄美大島で生まれ、1991年に辻学園調理・製菓専門学校を卒業後、2007年にフランスへ渡って研鑽を積んだ。2010年に大阪で「La Cime (ラ・シーム)」を開業し、2012年にミシュラン1つ星を獲得。2016年以降は10年連続でミシュラン2つ星を維持している。さらに、ロンドンのウィリアム・リード・ビジネス・メディアが主催する「Asia's 50 Best Restaurants」では、2020年に10位、2021年に8位、2022年に6位、2023年に8位、2024年に9位、2025年に8位にランクインし、2020年には「Chef's Choice Award」も受賞している。

その他のプロモーション施策について

【レストランと連携したプロモーション】

- 実施期間：2026年1月24日～順次開催
- 目的：日本産水産物を取り扱う場所を可視化し消費者の喫食を促す
- 内容：ドバイで日本産水産物を取り扱うレストランの店内に「JAPANESE SEAFOOD」ロゴを掲出し、日本産水産物の取り扱いを示します。本事業の情報発信に触れ、日本産水産物に興味を持った消費者が、実際に食べてみたいと思った際に訪れるお店として、これらのレストランを公式Instagramで紹介します。

※連携先レストラン一覧は別紙

JAPANESE SEAFOOD

海外に向けて、日本産水産物のブランド価値を示す

JFOODO 公式プロモーションロゴ



連携先レストランに設置される、ロゴを示すアクリルスタンド

【公式 Instagram】

JFOODO は、富裕層をターゲットに、本年度新たに開設した公式 SNS にて、日本産水産物や日本産食品の特長や魅力、イベントの様子等を発信しています。

公式 Instagram : <https://www.instagram.com/luxuryfoodjapan/>

日本食品海外プロモーションセンターの組織概要

名称：日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

The Japan Food Product Overseas Promotion Center

所在地：〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 7F

日本貿易振興機構（ジェトロ）

連絡先：TEL : 03-3582-8344

公式サイト：<https://www.jetro.go.jp/jfoodo>

代表者：センター長 小林栄三

設立：2017 年 4 月 1 日（独立行政法人日本貿易振興機構に附置する農林水産物・食品の輸出プロモーション実施の専門機関）

概要：「日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）」は、2017 年 4 月 1 日付で設立された、日本産農林水産物・食品のブランディングのためにオールジャパンでの消費者向けプロモーションを担う組織です。日本の農林水産物・食品の更なる輸出拡大のためには、海外での更なる需要創出が必要です。JFOODO は、海外消費者向けのプロモーション強化を通じて需要を喚起し、日本の農林水産物・輸出拡大に貢献してまいります。