

## アジア発アジアの人の為の高品質チョコレートブランド 〈NAYUTA CHOCOLATASIA〉を三越伊勢丹がプロデュース

～10月20日（金）ISETAN The Japan Store Kuala Lumpur に初ショップ&カフェオープン～



三越伊勢丹がプロデュースするアジア発アジアの人の為の高品質チョコレートブランド  
〈NAYUTA CHOCOLATASIA（ナユタ チョコラタジア）〉のカフェ&ショップが10月に開店1周年を迎える  
クアラルンプール・マレーシアのISETAN The Japan Store Kuala Lumpurのグランドフロアに、  
10月20日（金）に世界初オープンします。

NAYUTA CHOCOLATASIA（以下、NAYUTA）は、高品質かつ産地・作り手の明確な主にアジアのカカオ豆を使用し、日本のショコラティエの技術で日本人を含むアジア人の嗜好に合わせて商品開発をしたチョコレートです。優れた機能と効率性、高い衛生基準を備えた日本水準の工房をマレーシアの工房に取り入れ、マレーシアで製造を行う、新しいコンセプトの高品質“bean to bar to bonbon chocolat（※）”ブランドです。三越伊勢丹の洋菓子バイヤーが、「アジアのカカオを使用したアジアの人の嗜好に合う、アジアの人にとって“本当においしい”、それも“手ごろな価格”のチョコレートブランドを開発したい」という熱い想いを込めてプロデュースしました。

ブランド名NAYUTAは、サンスクリット語では「無限（極めて大きな数量）」を意味し、日本語では数の単位（「那由他」）で、アジアの無限の可能性を表しています。CHOCOLATASIAはチョコレートとアジアを掛け合わせた造語です。

日本での展開は、2018年を予定しています。

※ bean to bar to bonbon chocolat：カカオ豆からタブレットチョコレート、更にはボンボンショコラ（粒チョコレート）までを一貫して製造されたチョコレート



### チーム NAYUTA CHOCOLATASIA

NAYUTAは、三越伊勢丹がプロデュースし、商品開発及び技術指導はパレドールのグランシェフ三枝俊介氏が、製造はマレーシアのNayuta Chocolatasia Sdn Bhdが、カカオ豆調達は立花商店が、そして環境及びパッケージデザインはクアラルンプール在住のデザイナーLisette Scheers（リセッタ シアーズ）氏が担当し、日本とマレーシアの協業でブランドをスタートします。

#### ●商品開発・技術指導：ショコラティエ 三枝俊介氏（パレドール）

パレドール（東京丸の内・青山・銀座・梅田等）グランシェフ。多くのチョコレート・菓子に関するキャリアを経て、現在は本格的なbean to bar工房を清里に構え、様々なカカオ豆を自在に操り、ボンボンショコラやチョコレート菓子に至るまで、ハイレベルで繊細なクリエイションを生み出しています。工房の環境づくりからショコラのレシピ開発・人材育成・製造に至るまで幅広く担当しました。

#### ●製造：Nayuta Chocolatasia Sdn Bhd

この度、マレーシアの老舗チョコレートメーカーが、新たに高品質bean to bar（カカオ豆からタブレットチョコレートを一貫して製造する）ショコラ工房を立ち上げ、日本技術を受け継ぎ高品質チョコレートを製造します。

#### ●デザイン：Lisette Scheers（L.Inc）（リセッタ シアーズ）

アジア及びヨーロッパのデザイン要素のミックスに長けたクアラルンプール在住のオランダ人デザイナー。自身のブランド〈nala designs〉はマレーシア国内のみならず、フランスのパリでも好評を博しています。

## ●カカオ豆調達：立花商店

世界中を渡り歩き、希少な豆から一般消費の豆までありとあらゆるカカオ豆を手掛けるカカオ専門商社。高品質なカカオが少ないアジアの産地の中でフィリピン、ベトナム、インドネシアにて丁寧にカカオ生産に取組む生産者を見つけ出し開発しました。

## ●プロデュース：三越伊勢丹

日本におけるチョコレートブームの一つのきっかけとなったサロン・デュ・ショコラを2003年に開催し続けて15年。その間に蓄積した高品質チョコレートのマーケティングや知見をNAYUTAのブランディングに生かし、コンセプトや事業計画を立案しました。

## ■ブランド設立の背景

### ●ASEANにおける高品質カカオの萌芽期

ASEAN諸国は赤道南北20度以内といわれるカカオベルトに位置しながらも、大規模なカカオ生産は行われていなかったが、近年様々な企業や団体が少量ながらも高品質なカカオ生産を開始しており、アジアにおける地産地消のチョコレート開発が実現可能な時期となりました。世界的な認知度の低いアジアのカカオやチョコレートブランドの可能性を周知させることで、国際的認知度の向上及びイメージアップに貢献します。

### ●ASEANにおける高品質チョコレートブランドの少なさ

経済発展目覚ましいASEANの都市において、高級レストラン等に比して高品質チョコレートブランドショップが非常に少なく、グルメン（食いしん坊）たちの潜在的な需要が大きい可能性があると感じていました。

### ●ヨーロッパではなく、アジアの人の嗜好に合わせたチョコレート開発

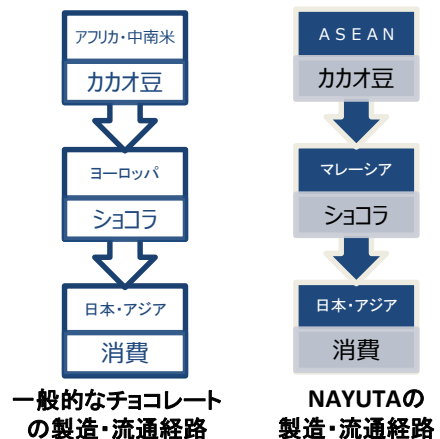
世界的なチョコレートブランドのチョコレートは、日本を含め、基本的に味わいのベースがヨーロッパ（特にフランス）の人の嗜好に合わせて開発されており、苦みや濃厚さ・複雑さといった特徴がトレンドになっています。一方で、日本人を含めたアジアの人が本来嗜好する“ミルキー”“キャラメル”“柔らかさ”等の要素を全面に出したブランドが少ないのが現状です。

### ●日本における“おやつ消費”が可能な高品質チョコレートブランドの少なさ

日本のチョコレート市場では、高品質チョコレートは価格が高い高級チョコレートがほとんどで、デイリーなおやつ感覚で楽しめる手ごろな価格の高品質チョコレートが少ないのが現状です。日本で販売されている、多くの高品質チョコレートのカカオはアフリカや中南米のカカオが主に使用されており、チョコレートにおけるフードマイルージが非常に大きくなってしまっています。NAYUTAは、カカオ豆の生産地近くで商品を製造、そして販売することで、手頃な価格帯のチョコレート開発を実現します。

### チョコレートにおけるフードマイルージ課題の克服に向けて

一般的には原材料の産地と中間商品の製造場所、最終商品の製造場所及び消費地が大きく離れた場所にあるチョコレートは、フードマイルージが非常に大きい商品です。NAYUTAは、カカオの栽培から消費までを同じアジア圏で完結させることでエネルギー消費を大きく抑えます。食品の本来あるべき姿である「地産地消」を目指します。



## NAYUTA 価値&特徴

bean to bar  
to bonbon  
chocolat

高品質  
手頃な価格帯

日本人を含む  
アジア人の嗜好に合う味  
「ミルキー」「キャラメル」  
「柔らかさ」

冷蔵後から出して、  
すぐ口にいらしても美味しい  
家庭で保管しやすい口溶け  
を実現

主にアジアの  
カカオ 豆を  
使用

フードマイレージ削減・  
アジアのカカオ及びチョコレートの  
国際的認知度向上&ブランド化

## NAYUTAのカカオ産地紹介（一部）

### 《マレーシア》

#### Raub Pahang KOH COCOA FARM

33年の歴史を持つ農園。2010年、2011年  
2回のCocoa of Excellence受賞



### 《フィリピン》

#### Davao · Plantacion de Sikwate cacao producers association

メキシコから古く運び込まれた希少なホワイトカカオの丁寧な接ぎ木作業によって  
苗木を増やしている団体によるカカオ



### 《ベトナム》

#### Ben Tre · Puratos Grand-Place Vietnam

ピュラトス社が発酵・乾燥技術に関する  
研究開発を行ってきたカカオ。  
International cacao award受賞



### 《インドネシア》

#### Bali · Kerta Semaya Samaniya Cooperative

UTZ認証及びEU・USDAオーガニック認証  
を取得したカカオ、農家レベルでの高い  
質を維持し、発酵管理指導を行う



## パッケージデザイン コンセプト

クアラルンプール在住のデザイナー、リセッタ シアーズ氏によるパッケージデザインは、様々な文化を取り込みオリジナルの文化に昇華させたプラナカン（※）の様に、シンプルなモチーフに色を加え、日本を含むアジアとヨーロッパの要素を織り交ぜた彩り豊かなデザインを実現。チョコレートがその味わいで、忙しく目まぐるしい日常に彩りを与えてくれるように、デザインにも彩りを表現しました。

※プラナカン：15世紀後半から東南アジアの各地域に移住してきた中華系移民。マレー半島と中国の文化を織り交ぜた独特の衣食住の文化を形成し現代まで引き継がれている。



## NAYUTA 商品

### ● タブレット（約16種類）

アジア4か国（マレーシア・フィリピン・ベトナム・インドネシア）のカカオ豆をメインに使用し、それぞれの強みが色濃く反映されたオリジナリティのあるタブレットチョコレート。70%ビター、60%ミルクに加えて、ミルクィな味わいを好む日本人を含むアジア人の嗜好を意識した40%ミルク+（プラス）を企画。プレーンの他、マンゴーやココナッツ、カシューナッツ等のオリエンタルなタブレットもラインナップ。



70%ビター  
各4種（4産地）  
各産地の特徴が  
分かりやすいカカオ  
分の高いタブレット



60%ミルク  
各4種（4産地）  
食べやすく、カカオの  
味も分かりやすい  
タブレット



40%ミルク+  
各4種（4産地）  
非常にミルクィで口  
溶けも良く、優しい  
味わいのタブレット

### ● ボンボンショコラ（約20種類）

パッションフルーツやパイナップル等のアジアを代表するトロピカルフルーツをふんだんに使用したエキゾチックな味や、抹茶・さくら・柚子といった日本フレーバーなど、ゆかりのある地域の味わいをわずか約8gのチョコレートで表現。冷蔵庫から出したばかりの冷たい状態でも、すぐに口の中で香りの広がる新しい手法によるチョコレート。



テロワール  
各産地別カカオ  
を使用した  
ガナッシュ



グローバル  
キャラメルなど  
世界的に人気の  
フレーバー



ASEAN  
マンゴー、パイナッ  
プル等のアジア  
素材のフレーバー



日本  
抹茶・さくら等の  
日本素材の  
フレーバー



マレーシア  
サラワク州の胡椒  
やパッションフルーツ  
等マレーシア  
素材のフレーバー

- ・ **カジュアルチョコレート（約7種類）**

アーモンドやカシューナッツにチョコレートをコーティングしたおやつ感覚のカジュアルなチョコレートや、セミドライのマンゴーやココナッツをチョコレートにディッピングしたフルーティーな菓子。

- ・ **カフェメニュー（約7種類）**

カカオを感じられる濃厚なチョコレートドリンクを始め、〈GINO〉のスペシャルティコーヒー等こだわったドリンクをラインナップ。

## 【NAYUTA CHOCOLATASIA 店舗DATA】

オープン日 2017年10月20日

正式名称 NAYUTA CHOCOLATASIA

運営会社 Nayuta Chocolatasia Sdn Bhd

場所 ISETAN The Japan Store Kuala Lumpur Ground Floor

営業時間 11:00～21:00

座席数 35席

facebook URL <https://www.facebook.com/nayuta-chocolatasia/>



※ショップイメージ

【報道関係 お問い合わせ】

株式会社三越伊勢丹ホールディングス 広報 TEL:03-6205-6003