

## 1. はじめに

今月は、『センタク』好きの米国について取り上げたい。『センタク』といっても、洗濯ではなく、選択である。米国では、選択する（させられる）ことが、多くのケースで見られる。選択は、自由や民の権利を主張する米国人の国民性を理解するうえで欠かせないキーワードであるので、今回、選択をテーマにさせていただきます。

## 2. レストランのサラダドレッシング

米国で、普通のレストランに行き、米国初めての方が面食らうのは、サラダを注文すると実に多くのドレッシングの選択肢の中から、希望のものをチョイスするよう質問されることである。日本では、フレンチ、イタリアン、和風（醤油か胡麻）くらいであるが、代表的なドレッシングを以下に紹介する。フードチャンネルで、今年のベストドレッシングとしてウェブで紹介されているのは以下の通り。

- Ranch Dressing (ランチ)
- Caesar Dressing (シーザー)
- Buttermilk Dressing (バターミルク)
- Elderberry Vinaigrette (エルダベリー入りオイル酢)
- Bleu Cheese Dressing (ブルーチーズ)
- Balsamic Vinaigrettes (バルサミコ酢+オイル)
- Salsa (サルサ)
- Olive Oil (オリーブオイル)
- Thousand Island Dressing (サウザンドアイランド)
- Creamy Italian Dressing (クリーミーイタリアン)
- Oil-Base Italian Dressing (オイル&ビネガーイタリアン)
- Honey Mustard (ハニーマスタード)

店によって他にも（日本食レストランでは、おろし醤油、胡麻ドレッシング、生姜マヨ醤油ドレッシングなど）あり、フレンチドレッシングという名称は米国では通じないので注意されたい。

前記の中で、シーザーサラダのように、サラダを注文すれば自動的にドレッシングが決まるもの以外は、注文したときにドレッシングを聞かれるので、好きなドレッシングがあれば、あらかじめ決めておくことをお勧めする。早口で大量のドレッシングを言われて、米国人なら問題ないだろうが、慣れてない旅行者には聞き取ることが難しい。

## 3. 朝食時のパン (white or wheat?)

米国旅行中、ホテルなどの朝食レストランで、アメリカンブレックファストを注文すると、以下について細かく聞かれるので、準備していないと朝からとまどうことになる。

- ①パンの種類 (white or wheat)
- ②ジュースの種類 (Orange, Apple, Cranberry, Grape fruits 他)
- ③コーヒー・紅茶の種類 (デカフェのコーヒーあり)
- ④ポテトの有無 (hashed brown potato が多い)
- ⑤ハム、ベーコン、ソーセージ、他
- ⑥卵の焼き方の種類 (Sunny side up, Over easy,

Scrambled, hard/soft boiled egg. etc.)

この中で、日本であまり聞きなれないのが、パンについての“white or wheat?”である。これは、白い食パンか、全粒粉を使用したパンのどちらにするかを聞かれている。日本でも、最近、全粒粉（小麦の皮であるフスマ入り）のパンの販売も少しずつ増えてきてはいるものの、朝食時に給仕から聞かれるケースはまだまだ少ないと思うが、米国では、必ずと言っていいくらい聞かれる。全粒粉のパンを食べてみたいときは、そのとき、“Wheat”と答えればよく、慣れれば、香りも香ばしく、私は好きである。

## 4. “Everything is good.” “Good choice.”

初めて行くレストランで何を注文するか迷っているとき、給仕にお勧めはと聞きたくあるが、米国で、それを聞いたときによく返される言葉が、以下の言葉である

客：“What do you recommend?”

給仕：“Everything is good.”

メニューの品を一つ一つ丁寧に説明してくれるのだが、お勧めをなかなか言ってくれない給仕がいる。かなり高級な店でもそういうケースに遭遇することがある。単にサービスが悪い場合もあるが、人種が多く存在し、個人の嗜好を尊重する米国では、簡単に勧められないことで躊躇している場合が多く見受けられる。その場合は、聞き方を変えて、以下のように質問すると答えてくれることもある。

客：“What do you like in the menu?”

給仕：“A, B, and C.”

客：“I will take it.”

給仕：“Good choice.”

結局、何を選んででもこう言ってくれる。

## 5. おわりに

米国では、一般に選択肢が多いことが、よいサービスと考えられている節がある。これがいいといわれるのは、むしろ押し付けと感じ、よいサービスを受けたと感じない人が多いようだ。

粉体機器を米国で販売する際も、同様のことを考えておく必要がある。選択好きの米国人が買いたいと思ってもらえる機械であるかどうか一度自社の機械を点検されることをお勧めする。

- 日本人の感覚による機器メーカーの押し付けになってはないだろうか？
- 米国人が検討しうる、いくつかの選択肢を用意できているだろうか？
- 米国人が、自分たちでメンテし、改造できる仕様になっているだろうか？（ブラックボックス部分と顧客が触れるところを切り分けできているだろうか？）など。

米国人のこのような選択好き感覚を大事にすることも、米国でマーケティング・販売戦略を練るときに役に立つので、是非検討していただきたい。