



Muligheter for norske råvarer til sushi

I et FHF-finansiert prosjekt «Konsum av rå sjømat – storskala produksjon» har vi sett på mulighetene for norske bedrifter til å forsyne et voksende og spennende sushimarked med råvarer. Vi har gått i dybden i det norske sushimarkedet i tillegg til å undersøke Tyskland og Frankrike. Vi har intervjuet flere aktører i forskjellige segmenter og funnet mange nye og artige sushi-varianter.

Det viser seg nemlig at sushi ikke bare er en bit fisk på en pute av ris. Lokale tilpassninger gir et vell av varianter og kvaliteter. I Frankrike får du makiruller med gåselever og sør i Tyskland er det røkt og krydret fisk som gjelder. Vi ser også kulturelle forskjeller som bekrefter den stereotypiske tysker og franskmann. I Tyskland er pris og volum avgjørende. Tre store produsenter leverer brett pakket sushi til store deler av landet, og fokuset er på effektiv logistikk og lang holdbarhet på produktet. Ekstrem hygiene og orden er nøkkelord i produksjonen: fabrikken vi besøkte ble stengt ned hver annen time for rengjøring. Samtidig er det i Frankrike mye større kreativitet både

innenfor selve sushien og innenfor utvikling av konsepter. Bruk av rispapir i stedet for tradisjonelle sorte noriark gir grønne, rosa og oransje makiruller. Flere konsepter med fokus på høyere kvalitet gir også en smak og en spiseopplevelse som ligger nærmere den man får på restaurant. Det norske markedet virker litt umodent i sammenligning, selv om det også her rapporteres om eksplosiv vekst fra supermarkedene.

Franske konsepter:

Det er mange take-away kjeder i Frankrike, det vil si at du kan få levert maten på arbeidsplassen eller hjemme. Utenfor restaurantene står det et titalls mopeder

med bagasjebokser til å frakte sushi med. Videre ser vi kreative flotte menyer og restauranter med egne temaer, slik som du finner forskjellige kafeer i Norge. Bare i Paris sies det å være over 1400 sushirestauranter, og trenden sprer seg nå ut fra byene til landsbygda.

Shop-in-shop er et nytt konsept som egentlig kommer fra USA. Sushi Daily er en liten restaurant inne i Carrefour. Her lages sushien kontinuerlig på et 20 kvm kjøkken. De lager 100 forskjellige brett med basis i 40 forskjellige oppskrifter. Her finner du sushi med og uten rå fisk, kun med grønnsaker og sashimi. Målet er å lage sushi med restaurantkvalitet i butikk.

Hvorfor skal norske produsenter ønske å tilby råstoff til sushi?

Kvantum fisk som omsettes innenfor sushi-segmentet er sterkt undervurdert. Vi møter ofte kommentarer som; «*det er da så lite fisk pr bit at det kan da ikke telle*»? Ja det er kun 10 gram fisk pr bit, men et vanlig sushimåltid for en voksen består av 12-20 biter, og dermed 120-200 gram fisk. Til sammenligning spiser man gjerne 200 gram fiskekaker med fiskeinnhold på 60% (og da snakker vi om en fiskekake med høyt fiskeinnhold) og får i seg 120 gram fisk.

En av de små sushirestaurantkjedene vi snakket med i Paris kunne fortelle at han var så liten at han ikke fikk handle direkte med lakseoppdretteren. Ut fra hans ukentlige forbruk (på seks lokale restauranter, riktignok) kjøper han totalt ca 100 tonn laks i året. Dermed er det ikke små kvantum man snakker om, men betydelige muligheter om man øker utbudet av norske arter innen sushi. Laks var tradisjonelt ikke en art man brukte til sushi, og i Japan er

det angivelig helst ungene som spiser sushi av laks. I Europa er laks nå mer brukt enn tunfisk til sushi, og en god del av den økte norske lakseeksporten går antageligvis til nettopp sushi. I tillegg brukes kveite sporadisk rundt om i Europa. Men vi har da mange andre arter som også burde brukes til sushi. Hva med hyse, torsk, kongekrabbe, kråkeboller, ishavsrøye, haneskjell osv.?

Vi kan argumentere med at de forbrukerne som liker å teste nye ting allerede har prøvd sushi. Vår undersøkelse viser at noen av de største utfordringene sushimarkedet står overfor i dag for og fortsatt økt salge, er å skaffe nye forbrukere og å tilby nye spennende varianter. For en skeptiker er det antagelig lettere å teste ut en rå variant av en art han kjenner fra før, og ikke en asiatisk fisk med et navn man nesten ikke kan uttale. Dermed kan bruk av norsk fisk være med på å rekruttere nye sushispisere. En meny med «Snow-sushi» eller «Northern Lights sushi» kan videre være en spennende vri på en asiatisk trend og dekke

behovet for noe nytt og spennende hos de mer garvede forbrukerne. I Mehamn fikk vi servert sushi av hyse, torsk og blåkveite. Snøhvit fisk og ris på hvitt underlag, dette hadde vi hverken sett eller smakt før.

Råstoffet i Mehamn var fisket med line av utvalgte fiskere for produksjonen av sushitopping. Produsenten vil utnytte norske fortrinn som; nærheten til fangstfeltet og muligheten til å produsere av et ferskt høykvalitetsråstoff, nærhet til markedet, dokumentert kontroll av bærekraft og produksjon. Videre ønsker han å fortelle den unike historien rundt sine råvarer og håper å vinne innpass i flere segmenter både nasjonalt og internasjonalt.

Men å levere til sushimarkedet er krevende og byr på mange utfordringer. Hensyn til kvalitet og hygiene antar nye dimensjoner. Priskonkurransen mot ferdigkuttete og frosne biter fra Asia er meget hard. Men nye utfordringer i markedet og fortrinn hos den norske næringen gir muligheter for den som tør.