



ベトナム・ホーチミンのホテルで開催した和牛セミナーは満席となった



ベトナムのイオンタシムフーセラドンで実施した和牛PRイベントであいさつする林大臣

輸出解禁に伴うイベントを EUとベトナムで開催 —官民あげてのトップセールスで和牛の魅力を訴求—

今年2月にメキシコ、3月にフィリピン、4月にベトナム向けの牛肉輸出が解禁となり、さらに6月にはEU向けの輸出が可能となった。このようななか、中央畜産会は、農林水産省、(独)日本貿易振興機構(JETRO)、現地在外公館、食肉事業者や(独)農畜産業振興機構などの協力を得て、6月から7月にかけて、EUとベトナムでオール・ジャパンでの和牛プロモーションを展開した。

ベトナム・ロンドンでの和牛セミナー

「日本が生み出した最高の食材『和牛』」一一を共通テーマにJETROとの共催により、6月25日にベトナムのホテルで、6月30日にロンドンの在英国日本大使公邸で「和牛セミナーおよび試食会」を開催した。



▲ベトナムで和牛の3つの特徴を述べる林農林水産大臣

両会場ともに和牛セミナーと試食会の2部構成。第1部は、飼い方、牛肉の安全性と消費者の信頼確保にむけた各種取り組み、和牛統一マークによる商品識別、改良の歴史と肉質の特徴などを畜産経営者らが講演し、和牛の特徴を正しく解説することにより、本物の和牛の価値を確立することを目指した。また、最高級食材として和牛の良さを引き出す調理法や代表的な部位のカット方法を説明した。

第2部は、和牛肉を使用した各種料理を試食提供することを通じて、実際の「香り」と「味」の特徴を堪能してもらおうという企画。ベトナムには林芳正農林水産大臣が、英国には小里泰弘農林水産政務官がそれぞれ出席し、和牛の3つの特徴「血統登録」「トレーサビリティ」「枝肉格付制度」を訴求した。



▲「食べればおいしさが分かる」と強調した小里政務官



▲ベトナムで全国肉牛事業協同組合メンバーを紹介する山氏徹
組合理事長（写真左端がベトナムで講演した永谷武久理事）



▲ベトナムに参加した東京食肉市場卸商協同組合のメン
バー紹介を行う腰塚源一理事長

試食料理は日本産和牛の解禁を待ちわびていた現地のシェフが腕をふるった。ベトナムでは、ホテルニッコーの清水健司シェフがステーキ、しゃぶしゃぶ、時雨煮、生春巻き、菜の花巻、パスタ風稲庭うどん和牛のせ、炙り寿司の7品を、また全国肉牛事業協同組合のメンバーがステージ上ですき焼きを調理・提供した。

一方、英国では、高級レストランのUMU、Greenhouse、Morton's Club 3店のシェフと公邸料理人の4人がステーキ、たたき、ローストビーフ、カルパッチョ、カナッペなど計8品を提供した。また、両開催ともに、試食会途中にステージ上で(株)ミートコンパニー



▲セミナーの休憩時間や試食会の時間帯は来場者と出席した食肉事業者の間で活発な情報交換が行われた

オンの植村光一郎常務がブロック肉を持ち込んでのカッティング実演を行った。

出席者は、ベトナム開催が第1部約220人、第2部約260人、英国開催が約150人、約200人。両国とも多くの来場者でにぎわい、かつレストランや流通事業者が日本の食肉事業者と盛んに情報交換を行っていた。



▲ロンドンで講演し
た中林正悦氏



▲両国で講演した強
谷雅彦ALIC総括理事



▲両国で講演した矢
野秀雄京大名誉教授

▼日本から参加した食肉事業者の代表



▲和牛肉のカットを実演
した植村光一郎(株)ミート
コンパニオン常務



▲ロンドンでは4人のシェフが和牛
肉を使った料理を競宴した



▲ロンドンの試食会は公邸中庭で開催された



▲カタ・モモ・ロインの3部位を用いて20種類以上の商品づくりを行い提案した



▲林大臣も率先して現地消費者に試食提供した



▲試食した消費者に対してボードアンケートを実施



▲消費者向けPRを行ったイオンモールタンフーセラドン

和牛の普及・啓蒙活動

セミナー開催とあわせて現地で普及・啓蒙活動も企画。ベトナムでは、6月24日・25日にイオンモールタンフーセラドンのイベントコーナーで、消費者を対象にポスター掲示や展示・試食等を通じて、日本産和牛が解禁になったこと、安全と品質を担保する生産・流通のしくみ、品質のすばらしさをPRした。

EUでも現地の食肉関係者に対して日本産和牛の正しい知識の普及と和牛統一マークを用いたオール・ジャパンの取り組みを推進する必要があることから、7月4日と8日に、それぞれドイツ・デュッセルドルフとフランス・サンスでミニセミナーを開催した。

官民あげた情報発信で 日本産和牛の付加価値を共有

今回のプロモーション活動は、牛肉輸出が解禁となったベトナム、EUにおいて、日本の食肉事業各社が共同で参加し、オール・ジャパンで統一的な手法によりプロモーションを実施し、さらに農林水産省のトップも出席し、官民をあげて牛肉輸出に力を注ぐ姿を内外ともに情報発信することができた。実際に、ベトナムでは多くの事業者が和牛を求めて関係者の下に集い、英国では狙いとした高級レストランや高級食材卸売店に対して日本産和牛の付加価値を共有することができた。

一方で、特にEUにおいては、それぞれの国によって食文化の違い、取扱事業者の高級食材に対する導入の考え方や段階が異なることも明らかになった。今後は、統一的なPRを基本としつつ、よりきめ細かな対応の必要性もうかがえた。（砺波 謙吏・近田 康二）



▲EUでの普及・啓蒙活動で和牛統一マークを用いたオールジャパンの取り組みをアピールする中央畜産会の菱沼顧問



▲ミシュランガイドの星付きレストランを数多く顧客に抱える高級牛肉卸売事業者とのコラボレーションで開催したミニセミナー（フランス・サンス）



▲ドイツ国内の精肉や肉製品に関する輸入企業をとりまとめているドイツ畜産組合の会員を対象に実施したミニセミナー。20人以上が参集した（ドイツ・デュッセルドルフ）