

当社は2012年4月に国際課を立ち上げた。私は立ち上げ時から携わり、輸出についても左もわからない状態からスタートした。

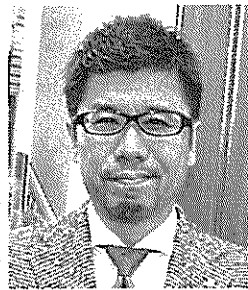
初年度に商社力を借りて台湾、韓国に輸出できた。しかし市場への定着は難しく、やがて

海外ニーズに適した和牛を厳選

「WAGYU SAMURAI」を通じた需要創出

ミート・コンパニオン代表取締役社長

阿部 昌史氏



いま日本の和牛は各産地で独自の地域ブランドを形成し、地域ごとの輸出体制を作り上げていく。そのため、海外市場では各産地でPRが繰り返され、外国産和牛との差別化が進み難いという矛盾が生じている状況にある。

そこで当社は海外の顧客のニーズに適した和牛を全国から厳選し、「WAGYU SAMURAI」をオールジャパンブランドとして提供することに取組んでいる。そのために、タイ・バンコクに現地法人を設けて輸出・販売体制を強化することも日本の伝

統的牛肉文化である薄切り牛肉を広め、和牛の美味しさを知らせてもらうため、和牛の創作料理を味わえる「Restaurant WAGYU SAMURAI」も運営している。

海外では牛肉を主にステーキとして提供する店が多く、脂肪

が多く高価な和牛はあまり量を食べられないという難点がある。そのため日本から技術者を派遣し、薄切り肉の提供方法を指導しつつ、高価な素材を少しずつでも美味しく食べられるように、日本のカット技術を生かした和牛の創作料理などステーキ以外のメニュー考案に取り組んでいる。

当社は、日本産和牛の素晴らしい品質や外国産との差別化、生産におけるこだわりなどをアピールする必要がありと考えている。その理念から生まれた「AGYU SAMURAI」を多くの国で認知・消費してもらおうことが最大の目標と考えている。

ど、価格を下げる努力がある。東アジアの輸出からスタートした。アジアでチーズの消費量は伸びているが、量的には少ない。消費国のアメリカ、インド、オセアニアにも提案したい。また、賞味期限を延ばす努力をしながら、輸出アイテムを増やしたい。

加物など国ごとに商品設計する必要があり。味については、受け入れられるかを探るため、年10カ国程度の見本市に出展している。商品を現地に根付かせるため、現地の嗜好を取り入れ、現地の味に近づけている。賞味期限も半年、1年と長い。

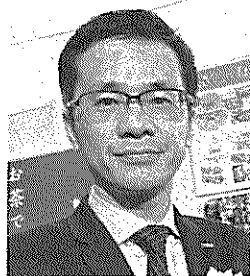
特別部門

日本の食卓に合う味づくり

クリームシチューメニューの創造と普及に貢献

ハウス食品事業戦略本部食品事業二部長

宮戸 洋之氏



今から50年以上前、学校給食の人気メニューだった白いシチューを、「家庭で手軽に作れるようにしたい」との想いから開発を始め、1966年に「ハウスクリームシチューミックス」「ハウスビーフシチューミックス」を発売した。

洋食メニューでありながら、日本の食卓に合うようにほんのりと相性を考慮した味づくりを行った。発売に合わせて、テレビCMや店頭での試食販売を大々的に展開し、シチューという新しいメニューを広く家庭に浸透させることができた。

特に、西洋料理にはない「クリームシチュー」はそのままでメニュー名となり、現在は食卓の定番メニューとして定着している。

今年で発売50周年を迎えるにあたり、「シチューのメニュー価値向上」への新しい取り組み

として「MOREシチューエディション・プロジェクト」を立ち上げた。同プロジェクトでは、生活者との共創により抽出されたシチューに関する課題を、例えば「家族みんなが喜ぶ一皿シチューレシピ」として、パッケージ裏面やウェブサイトで提案するなど、課題の解決へ向けて動き出している。

また、今年11月に発売した数量限定の「シチューミックスクリーム50周年記念製品（1皿分量）」には、裏面でシチューミックス誕生の歴史を紹介している。このように今後はさまざまな販促策を講じ、周年機運を盛り上げていく。

WAGYU SAMURAIが「食品産業技術功労賞」を受賞

PREMIUM BEEF

WAGYU SAMURAI



日本産の和牛は本物の証
WAGYU SAMURAIを
世界へお届けしています

日本の牛は四季のある豊かな自然に生まれ、「サシ」が入る貴重な品種として改良されました。そして、すきやきやししゃぶといった日本を代表する肉を薄くスライスして野菜と一緒に鍋で味わう食文化と融合し、単なる高級食材ではなく食の芸術品として世界から注目されています。

日本の和牛は、生産者が1頭1頭に名前を付け、手でミルクを与えて家族のように大切に育てられます。この生産者の魂である愛情とこだわりがおいしさの源であり、世界では類を見ない、食の芸術品といえます。和牛作りに全身全霊を尽くす生産者の姿はまさに、日本のサムライ。アイデアと精密さをそなえた日本各地の和牛農家を、私たちがこれまで構築してきたネットワークを生かして掘り起こします。その中から特に良質な黒毛和牛のみを厳選し、世界の皆様にご案内したいと考え立ち上げたのがこのWAGYU SAMURAIというプロジェクトなのです。

Meat-Companion International

Meat-Companion International Co.,LTD
3803 Qiss Building, Room No.A1-206, 2nd floor,
Rama 4 Road, Prakanong, Klongtoey,
Bangkok 10110, THAILAND
TEL: +66 (0) 2-339-3862
FAX: +66 (0) 2-339-3863

Head Office
Meat-Companion Co.,LTD
6-65-9, Fujimi-cho, Tachikawa-city
190-0013 Tokyo
TEL: +81 (0) 425-26-3451
FAX: +81 (0) 425-28-0457

URL: <http://www.meat-c.co.jp>

キャンディ
オヤツやおつ

スタンドバックタイプ

キャンディ
CANDY CHEESE
チーズ

プレーン

マリンフード株式会社
ホームページは U

検討できる。

レール詰め、包装前集積、粉（液体を含む）の箱詰めなど
冷凍食品の箱詰め、トースト、パン、菓子の下に多数活用されている。

ライン供給、袋入り食品

和牛の美味しさを知ってもらうため
バンコクにレストランも展開

海外輸出「WAGYU SAMURAI」による ブランド

新需要を創出

ミートコンパニオン

東京・立川市の食肉卸の輸出に積極的に取り組んできたもの。全国の生産者がミートコンパニオンは、グ

ループの対外輸出認定施設を通じて09年からマカオ、タイ、ベトナム、ミャンマー、フィリピンなどアジア市場を中心に日本産和牛の海外輸出ブランド「WAGYU SAMURAI」

の輸出に積極的に取り組んできたもの。全国の生産者が愛情とこだわりを持ち和牛作りで全身全霊を尽くす、その姿を日本の侍にたとえ名前に込められている。13年には、バンコクに現地法人を設立し、地元食肉事業者への輸入・販売だけでなく、日本から技術者を派遣して日本伝統のしゃぶし



の定着を図っている。東南アジアや中東のイスラム圏への販路拡大を目指す。認証も取得している。

「安心・安全・高品質」の特徴と共に、同社技術を活かした付加価値と美味しさを世界へ発信している。

やぶ、すき焼き向けの薄切が、海外市場における和牛のメニュー提案に取り組みされている。薄切り牛肉の

クリームシチューメニューの 創造と普及に貢献

ハウス食品

同社では、毎年約10カ国
の海外展示会に出展。展示
会での反応から現地に合わ
せた配合やパッケージに変
更する等、フレキシブルに
対応している。現地スー
パーでの試食販売や、チラ
シ・雑誌への掲載等のプロ
モーションを行い、市場へ

特別部門

1966年に「ハウスク
リームシチューミックス」
「ハウスヒーフシチューミ
ックス」を発売した。当時、
学校給食の人気メニューだ
った白いシチューを、家庭
で手軽に作れる粉末製品と
して再現できないかと考え
たのが開発の原点だ。

その後、1985年には
小麦粉を焙煎することでよ
りなめらかなコクのあるシ
チューに改良、同時に名称
を「ハウスシチューミク
ス」に変更した。95年には
新製法「新顆粒製法」（無
加水造粒製法）を採用し、
溶けやすさと調理のしやす
さがアップした。

ける商品であるよう開発、
改良に取り組み、日本の食
卓へ「笑顔」と「ぬくもり」
をお届けしたい」（ハウス
食品）



別の受賞商品・技術を紹介