

オールジャパンの畜産PR

香港フードショー

日本畜産物輸出推進協

日本畜産物輸出推進協議会は昨年12月24～28日、香港コンベンション・エグジビションセンターでオールジャパンの牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳・乳製品を一堂に集めたPR活動を行った。香港には日本畜産物すべてが輸出可能であり、平成26年12月に日本畜産物輸出推進協議会が発足してオールジャパン・オール畜産で輸出に取り組み体制ができていたことを合わせ、畜産物の輸出にあたりジャパンブランドとして取り組む初めての機会となった。

開催に先立ち、菱沼毅理事長が日本産畜産物の優秀さと安全性について説明。「日本から多くの関係者がきており、十分満足できる対応をさせていただきたい」とあいさつした。

今回は、10以上の国々への650社が出展し、消費者も含め120万人以上の入場者が訪れる、香港で行われる食品関係では最大級のイベント。

同協議会は日本食文化エリアへの出店し、主な参加者は牛肉（スターゼンインターナショナル、

ミートコンパニオン）、豚肉（サイキ、J A 全農、伊藤ハム、アーク、米本畜産、日本ハム、高源精麦、鶏肉（全農チキンフーズ、ジャパン・フード・サービス、深川養鶏農業協同組合、ニチレイ）など約50人の関係者が集結した。

ステーキプログラム「名厨教室」ではセミナーと実演が行われ、調理実演で立見も含めて各200人の観客から多くの喝采を受けたほか、試食提供も行われた。

牛肉はミートコンパニオンの植村光一郎常務取締役、スターゼンインタ

ナショナルの江口和夫氏、豚肉は江口氏、高源精麦の高橋誠役社長、鶏肉は深川養鶏農業協同組合の長尾英樹組合長がプレゼンを行った。

植村常務は「いままでさまざまな国で和牛の啓もう活動を行ってきたが、香港は日本的なスライス文化も定着している大きな需要に結びついていくことが確信できた」とした。



香港でオールジャパンの畜産物をアピール

その一方で、「ただし国産の韓牛サーロインズ競合も多い。今回市場調査も同時に行ったが、韓香港ポ（3150円）

と、日本最上級和牛肉の市場にターゲットを絞ったものも出てきている。今後はますますナショナルブランド政策が必須になってくる。和牛の統一マークの認知活動に一層注力していきたい」と感想を述べた。