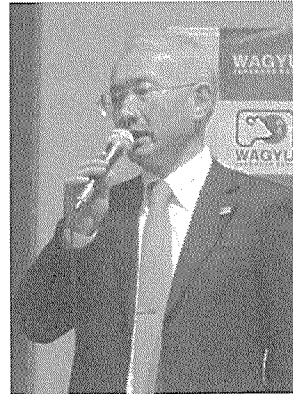


○ 和牛統一マークの本物の保証が浸透へ、WAGYUとの差別化を一植村 MC 常務
「牛肉輸出拡大のための活動報告会 2015」開催②—中央畜産会

中央畜産会が20日に開催した「今後の牛肉輸出拡大のための活動報告会 2015」では、これまでの牛肉輸出拡大へ向けたPR活動が報告された。ジャパンブランド確立検討委員でもあるミートコンパニオンの植村光一郎常務が「和牛統一マークの利用と今後について」と題して講演し、メリット、国内での啓蒙活動、(交雑を含めた外国産)WAGYUとの競合について説明した。植村常務は、「日本産のものは素晴らしいと無条件で思われていたが、情報発信を怠れば、この立場にWAGYUが並びかねない。また、ここからの住み分けのため統一マークを活用する必要がある」と述べ、重要性を強調した。中央畜産会からは、「中央畜産会が実施してきた牛肉輸出振興の取組について」「今年度における欧米を中心とした輸出プロモーション活動の取組について」の2つの講演で、セミナーでの試食会や講演の反響などが報告された。

植村常務は、ベトナムで行われた林芳正大臣によるトップセールスなどのPRを紹介し、「国を挙げて和牛のPRをしている。この中で、県単位のブランドの前に和牛統一マークを前面に出すことによって、県のブランド価値がより一層高まる」と説明。セミナーごとに和牛統一マークがあるものこそが本物の和牛だと毎回アピールしていることを説明、「和牛の強みとして法律で規定されている10桁の個体識別番号できちんとしたトレースができること、子牛の登記書で親子3代までさかのぼれる血統が保証された物だけに統一マークが貼ってあると説明し、和牛の素晴らしさを証明するものだ」と伝えている」と述べた。

さらに、世界各地での和牛統一マークについての具体的なPR内容を紹介した上で、「海外でもマークが貼ってあるものが本物という認識がほぼ浸透してきている。個別のブランディングではなく、ナショナルブランディングが根付いてきているので、日本の産地の方たちにも認識してほしい」と産地の理解を求めた。バンコクの大使館で行われた天皇誕生日セレモニーには、植村氏自身も埼玉県代表として出展し「和牛統一マークの旗を立て、



ピュアな和牛であるとアピールした上で、埼玉県産の彩さい牛をPRした」と、地域ブランドを先行させるのではなく、それを保証するマスターブランドとして和牛統一マークを利用した実例を紹介した。

日本国内では、日本獣医師学会や北海道肉牛研究大会での講演、第7回全日本大学対抗ミートジャッジング協議会での取組みを紹介した。北海道肉牛研究大会では、和牛統一マークが保証する事項と、きちんとクリアした物にマークが付されることを生産者にも説明、「日本産をアピールしなくても、北海道産というだけで戦えるとの意見もあったが、それだけでは難しいと伝えてきた」と語った。また、全日本大学対抗ミートジャッジング協議会では、「和牛統一マークがアピールするものが何かを学生たちに伝えてきた」という。

WAGYUの現状では、黒毛との交雑でも味はともかく、サシの入った見た目についてはほぼ遜色ないようなものが出てきていることや「K O B E」「AUSSIE JAPAN WAGYU BEEF」というような表記で販売されていると説明した。この現状の中では、県単位のアピールだけでは、WAGYUと同じ土俵での競争になると指摘。統一ブランドでの品質保証の重要性を重ねて強調している。同氏は「和牛統一マークが絶対必要だ」として「超高級品は日本のお家芸だ。日本産のものは、素晴らしいと無条件で評価されてきた。しかし、情報発信を怠れば、この立場にWAGYUが並びかねない。和牛をWAGYUと差別化し、ピラミッドの頂点に和牛を位置づけ、その中で各県単位のブランドの差別化をうたえばいい。現在は、WAGYUまですそ野が広がってしまっている。住み分けのために、和牛統一マークが貼られているものが本物だとのプロモーションを続けていきたい」と語った。(続く)