

カナダポークをサポートできるだろう」と説明。

一方、セミナーに先だつ記者会見で、ポメロー・プレジデントは「大規模なテクニカルセミナーは東京事務所開設以来初めてである」として、カナダポークの高い品質へのこだわり、品質と安全、2014年7月から始まるピッグトレースカナダ・プログラムへの生産者の参加義務化完全実施、世界で初めて披露するCPQSカナダポーク・クオリティー・スタンダード、5年間にわたる政府予算化などを説明した。

## 和牛プロモーション ジェットロと中畜がニューヨーク開催

ジェットロと中央畜産会は10月28日、米国・ニューヨークの404NYCセミナー会場と和牛のプロモーションを行った。このプロモーションは、最近海外で人気を博している日本酒と和牛とのペアリングで行われ、「日本酒・和牛プロ向け普及セミナーとネットワーキング」と銘打って実施された。

このプロモーション事業は輸出拡大および日本食・食文化発信緊急対策事業の一環として行われ、スターゼンミートプロセッサ、ミートコンパニオン、日本ハム、伊藤ハム、全農などを含む食肉事業者12の委員で構成。

会場には報道33%、レストラン19%、小売企業8%、輸入業・配送業5%などから800人が招

待客として詰めかけ、マスコミからも多くの注目を集めていた。

プロ向け普及セミナーでは、全農畜産総合対策部の山口瑠介氏がオリエンテーションを行い、ミートコンパニオンの植村光一郎常務取締役が和牛のサーロインステーキのCuttingデモンストレーション。セミナー聴講者にはA5等級のサーロインを展示試食に供し、脂肪について違和感をもたれることが懸念されたが、そのようなことはまったくなく、芸術的なマーブリング（脂肪交雑）で、食感はメルティ（とろける）で風味がありおいしいと好感を得ていた。

質問では「飼料」や「と畜前のストレス解消」「牛へのマッサージ効果」「生体重」などがあがっていた。セミナー後に米国内の和牛の実態調査の結果、米国産、チリ産、ニュージーランド産、カナダ産と、米国内でのグラスフェッドの和牛が存在し流通していることも判明した。

## 外 食

### 4カ月連続でプラス JF 8月の外食産業動向

日本フードサービス協会が9月25日に公表した外食産業市場動向調査によると、8月は全国的に月平均気温が高く、地方や地域によっては記録的猛暑、記録的豪雨、水不足、ゲリラ豪雨、

強風、竜巻と厳しく不安定な天候が目立ち、客足への影響が懸念されたが、昨年より土曜が1日多く、夏季休暇シーズンともあいまって、全体の客数はほぼ前年並みの99.9%となり、客単価は102.2%、売上高は102.0%と4カ月連続のプラスとなった。

業態別にみると、ファストフード業態の全体売上高は101.5%と前年を上回った。ただ、洋風は客単価が上がったものの、客数が下がり、売上高は99.1%と前年を割り込んだ。和風は、店によっては月後半の天候不順の影響を受けたが、全体では客数、売り上げともに5カ月連続して前年を上回り好調に推移している。

ファミリーレストラン業態は、すべての業種で4カ月連続して売上高が前年を上回り、全体売上高は104.0%と好調に推移している。月後半の天候不順で伸び悩んだところもあったが、高価格帯のフェアメニューや冷たいメニューなどの売れ行きが好調で、おおむね堅調に推移した。業種別の売上高は洋風が102.2%、和風106.0%、中華104.2%、焼き肉109.7%となった。

ディナーレストラン業態は、昨年11月からことし6月まで順調に伸びていた売り上げが少し減速気味で、8月は100.1%となった。猛暑や天候不順の中で消費意欲が一服したのか、客数は7月の97.2%に引き続き、8月も99.1%と前年を下回った。