



フランス豚ミッションが、東京X農場視察と生産・販売で聴講

フランスの豚肉ミッションの一行13人が20日、東京都世田谷区内のTOYOX生産を手がける吉岡農場(吉岡幸彦代表)を視察するとともに、(株)ミートコンパニオン(東京Xアソセーション)の植村光一郎会長による、Xの開発の歴史と理念、ブランド化、販売の経過と現状、アニマルウェルフェアなどについて講義を聴講した。植村会長は「安全性や生命力学、動物福祉、品質という4つの理念に基づき、消費者に真の価値を理解してもらうために取り組んだ。東京という地理的に不利な場所での生産に取り組んだのは、消費者の側で消費者が欲しがれる物を生産・供給できるから。フランスと同じように消費者と生産者が一緒に考えることが出来るのは東京だ。この考えの実現には10年かかった」と述べた。これに対してフランス豚肉委員会のギョーム・ルエ会長が「農場で見たX豚は、フランスで絶滅危惧品種を救ったのと同じような取組みであり、生産頭数の増加もマーケティングの成果だ」と答礼。その後、造成目的や完成までの概要、消費者との接点と販売・マーケティングが紹介され、ミーティングでは「フランス豚との比較で卸・小売価格の設定」「生体から枝肉、部分肉までの歩留まり」「X豚の飼養シェアは」などの質問が多く聞かれた。

日本ドライエイジングビーフ普及協会がセミナーを開催

日本ドライエイジングビーフ普及協会(会長〓服部津貴子・学校法人服部学園服部栄養研究会会長)は18日、「ドライエイジングビーフ・セミナー」を東京・赤坂のテールスタジオ・タキトで開催した。肉牛生産者、食肉卸売業者、食肉小売業者から、焼き肉店やレストランのシェフ・経営者など幅広い50人が参加し、ドライエイジングビーフに対する関心の高さをうかがわせた。冒頭、事務局から服部会長はじめ協会関係者や出席者の紹介があり、次いでドライエイジングビーフに関して日本での研究の先駆的立場にある(株)の萬(静岡県富士宮市)の佐野佳治社長(同協会副会長)が概要を説明。「視察に訪れたニューヨークではレストラン、デリカテッセンと、ドライエイジングビーフを販売していなければ評価されない状況。日本でも現在は赤身肉に対する嗜好性が高くなってきている。こうした中でドライエイジングに対する関心も増しているが、やはり霜降りの肉とは扱い方・調理の仕方が異なり、本日はその点に重点をおいてみたい」と述べた。佐野社長のドライエイジングビーフの研究にも携わってきた眞貝友也シェフが調理法を説明。「ドライエイジングの魅力は何といっても香り」とし、その香りを生かすため表面を強火で色づけたのち弱火でゆっくり火を入れるなど、実際に調理を行いながら解説した。その後参加者は、さの萬のブランドである「萬幻豚」料理を前菜に、ドライエイジングビーフ食べ比べを行った。