

和牛の肉質特性、輸出拡大への取組紹介―食肉産業展セミナー②



「第44回食肉産業展2019」で開催された食肉情報セミナーでは、2日目の18日、独立行政法人家畜改良センターの入江正和理事長が「和牛の肉質特性と食味」、(株)ミート・コンパニオンの植村光一郎常務取締役が「和牛の輸出戦略〜ますます広がる世界マーケット」と題し講演を行った。

この中で入江氏(右写真)は、牛肉の品質評価の指標である脂肪交雑、肉色、脂肪色、締まり、キメ、脂肪質のそれぞれについて、科学的なデータや調査研究の結果などを交え解説した。とくに「いま脂肪交雑からの転換が図られている。脂肪交雑は和牛の特徴であり、飛躍的な遺伝や飼養管理の改良が行われ、世界最高の軟らかさ、香り、多汁性の牛肉ができた。一方、近交係数の増大で遺伝的多様性が失われ、異常肉の多発、また脂つこくたくさん食べられない、若者を中心とした赤肉嗜好、赤身部分の食味成分の減少などもあり、2010年には改良増殖目標で脂肪交雑は現状に据え置きとされた。肉のおいしさ評価に関する科学的知見の蓄積に努め、将来的に消費者の視点に立った評価の指標化に向けた検討を行うこととされ、いま注目されているのは脂肪の質」とし、脂肪質の重要性を強調。光学的測定法により脂肪の質と量を推定する装置なども紹介しながら、まとめとして「和牛は脂肪交雑の改良が進み、これ以上多くすることはいろいろな意味で将来好ましくない。脂肪の質は和牛肉の品質にとって重要であり、とくにオレイン酸はわが国では食味の一要因として、欧米では健康に良いとして注目されている。光学的測定法は迅速非破壊、安全、安価な実用的な方法であり、評価値は商品のPRだけでなく、生産の改善にも結びつく」と述べた。

植村氏(左写真)は「牛肉輸出は2019年度に250億円の目標が掲げられ、18年度に247億円ともう少しのところまできている。輸出向けはロースが中心で、国内価格の下押し効果もある。生産者は高い子牛を買って育てており、高級部位のロースを海外にもっていき、価格形成をしていくことも重要。価格を維持するためには輸出が欠かせなくなっている」としながら、2013年から18年までの海外で実施してきた和牛の輸出プロモーション活動について、地域・経時的に紹介。プロモーションを通じ自身が感じてきたことや、現地の実態などを説明した。活動当初、欧州では豪州産WAGYUが神戸のブランドで売られるなどしていたが、英国・ロンドンでは2014年の輸出解禁直後から毎年プロモーション活動を続け、17年には「回を重ねて6回行っているが、和牛が非常に人気となってきた。うれしかったのは、神戸ビーフの表記の看板がようやくできてきたこと。神戸ビーフとは何かも書いてあり、神戸牛が日本の兵庫で育てられたことが表記されるようになった。日本の和牛の認知度が徐々に高くなってきている」と述べた。