

食肉産業展併催セミナー好評

4日間で計8講演

国内外の最新情報提供

既報(3月16日付)のとおり、「第45回食肉産業展2021」が3月9日から12日までの4日間、「FOODEX JAPAN」との同時開催により千葉県の「幕張メッセ」で開催された。ことしのテーマは「肉と技 世界へ」で、食肉産業における技術の粋を集めた最新・最先端の機械・製品・情報が一堂に介した。開催期間中、「食肉情報セミナー」が4日間にわたって行われ、計8題の講演で国内外の情勢を知る絶好の機会となった。ここでは、既報(同)のスタートセン(㈱)輸入パーク部・小池公二部長と割烹小田島・小田島大祐氏による「EU産豚肉&日本食材パーフェクト・マッチセミナー」に続き、フレンチF&Bジャパン(㈱)・菅沼安尋ミートプロダクトマネジャーとマルディグラ・和知徹氏による「EU産牛肉&日本食材パーフェクト・マッチセミナー」、(㈱)ミート・コンパニオン・植村光一郎常務取締役の「和牛の輸出戦略」をレクチャーによる「カナダポークセミナー」カナダ品質を世界に」の講演要旨を紹介しよう。

和牛の輸出拡大戦略

世界各国で高評価を得る

日本畜産物輸出促進協会の植村光一郎理事(㈱)ミート・コンパニオン常務取締役は「和牛の輸出戦略」コロナ後もさらに広がる世界マーケット」と題し、おむね次のとおり講演した。農林水産省が掲げている2025年目標値は1600億円、計算すると、ロイヤルティだと24万頭分が必要になり、ロイヤルティ以外だと4万頭分が必要になる。21年11月現在の牛個体識別番号による黒毛和種の頭数は170万頭。ホ

ルス・タイム種に受精卵を移植することで和牛を増やすという取り組みを進めている。トリュフを単なるきのことしてみないように、和牛も牛肉を超越したものであるとして輸出に取り組んでいくべきだ。

が注目を集めていた。このため同年のニューヨーク開催で、和牛の霜降りのみた目について脂が多いとされることを懸念したが、実際には「芸術的で、とろける」と評価された。和牛は全世界、ど

こに行っても負けないと感じた。14年のベトナムレセプションでは、初めて林芳正農水大臣(当時)がトップセールスで参加するほど、日本政府も力を入れ始めた。また同年、EU輸出解禁直後の英国の高級百貨店ハロッズで、まだ店頭に並んでいないはずのWAGYUと書かれた精肉が販売されていたが、15年1月ごろに本物の和牛肉が置かれ始めた。

15年には、和牛の知識が高いベトナムで、43スベックの商品化を実践。アジアは価格志向が強く、ロース以外の部位をカットして使うことによって輸出量が伸びる。香港でもウチやミラジをスティーキにするなど、ロース以外の部位が活用されていた。また、韓国の韓牛が解禁され、和牛に近い価格で販売されていた。

過去のプロモーション活動について説明すると、13年のシンカポールでの初プロモーションのとき、登壇した私は大きく手をあげた。日本国内でも和牛の霜降りについて「脂を染み込ませたスポンジだ」という料理人もおり、ほとんど人が集まらなかったのを手あげてアピールしたのだ。

このときは、日本の和牛より豪州産WAGYU

16年にはシンカポールでも和牛が浸透しており、日本のホルスタイン種も絶賛された。16年にはミャンマーでスライスを広める活動をしたほか、アプアビ(UAE)ではムハンマド皇太子が来場し、評価された。

19年には、パリで星付きレストランシェフに各部位を紹介した。そのほか海外バイヤーを招いたイベントや、生産拡大を呼びかける生産者との交流、また獣医学術学会でも和牛のプロモーションへの協力を要請した。畜産系大学では和牛の将来性について説明したほか、直近の21年3月には、品質が高い石垣牛の販売拡大を推進。われわれは売るだけではなく、生産振興や、将来性についてもPRしている。



和牛の輸出戦略について講演する植村講師