

首都圏ミートパッカー輸出推進協がフィリピンで和牛セミナー



首都圏ミートパッカー輸出推進協議会(阿部昌史代表理事)とミート・コンパニオン代表取締役)はこのほど、フィリピンの卸売業者やレストラン関係者などを対象に日本産和牛肉のカットや利活用方法などについて、現地セミナーを開催した。レストラン「Old Swiss Inn」のセミナーでは、ミート・コンパニオンの植村光一郎常務取締役が調理場でカッティングを実演。シェフたちに和牛のカタ、モモのカッティング方法および調理方法を説明し、その後はシェフたちが実際に調理。植村氏は、日本産和牛は28〜30カ月で長い肥育期間で出荷されるため味がよいこと、脂肪の中にオリーブオイルなどにも含まれるオレイン酸が50%入っており、健康的な脂であることなどを説明。シェフからは肉の軟らかさなどについて質問があがった。

続いて「NIKKIレストラン」でのセミナーでは、阿部代表理事がフィリピンにおける和牛流通の動向について「海外での和食ブームで日本産和牛も注目を集めており、諸外国への輸出量も2015年は2011年と比べ、2.5倍に増加している。日本政府は2020年までに日本産和牛の輸出量を約4千tに増やすことを目標に掲げているが、フィリピンにおいてもすでに輸入牛肉の市場が形成されており、さまざまな種類の輸入牛肉が国内で流通している。その中で日本産和牛と他国産和牛の区別をつけるために日本では和牛統一マークを制定し、消費者が本物の和牛を選ぶ際の目印としている」と述べた。さらに(有)上里ファームの植井敏夫代表取締役は「日本産和牛の歴史、飼育の特長、生産へのこだわりについて、子牛の価格高騰、飼料、個体識別番号などを踏まえて説明。また、植村氏が和牛のカッティング実演を行った上で、希望した参加者が実際にモモを牛刺し用にカッティング。その後、自分の切った牛肉の味を確かめるために試食を行った。

さらにマカティ市内のビジネスビル「GT Tower」内のフードコートでは、一般消費者向けに日本産和牛のローストビーフを試食として提供(写真)。昼食を買いに来た消費者に配布し、日本産和牛のブランド知名度向上を図った。同施設は日系企業も多く入り、さらにフィリピンで日本文化の認知度が向上していることから、多くの人が試食を手に取り、和牛を味わった。消費者からは「この肉はどこで買えるのか」などの質問も多くあり、フィリピン市場における日本産和牛の人気の高さがかがえた。

同協議会では今回のセミナーについて「今回はレストランのシェフや経営者および一般消費者とそれぞれの立場の人に対して活動を行ったが、経営者層だけでなく、一般消費者にも和牛を味わってもらい、消費者という立場からも和牛を広めてもらう取り組みがあった。日本産和牛の知名度をフィリピンで高めるといった目的に対してかなり効果があった」としている。