

「アメリカン・ビーフ・ソムリエプログラム」

September 12, 2005

米国産牛肉が輸入禁止措置となり1年半以上が経とうとしていますが、日米間での輸入解禁に向けた条件は徐々に整いつつあります。再開への期待が高まっているこの大切な時期に、米国食肉輸出連合会(USMEF)の主催でアメリカン・ビーフの安全性や魅力について理解を促すプログラムが行われました。



〒107-0052 東京都港区赤坂1-6-19 KY溜池ビル 5F
TEL 03-3584-3911
URL <http://americanmeat.jp/>

———アメリカン・ビーフの魅力をさまざまな角度から紹介———

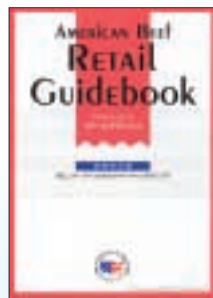
今回のプログラムは、1年半を超えた輸入禁止措置の影響から、輸入再開後にマーケットが物流状況の変化やアメリカン・ビーフに対する情報不足からの混乱を避けることを目的とし、多彩な講師陣でアメリカン・ビーフの安全性についてはもちろん、栄養面での特長、商材としての魅力などを幅広く捉え直した構成であった。

特別講師として講演を行ったソムリエの田崎真也氏の「ソムリエの仕事とは、自分の好きなものや知識を“押しつける”ことではなく、お客様に満足していただくために選びやすい方法で、良いものを判断できるようにアシストすること」であり、「複数の提案で選ぶ楽しさを与えることが大事。お客様にとってはそこから生まれる興味が、その次に繋がることになる」という話はそのまま食肉にも通じる心得であり、講演後の感想としても多くの共感が寄せられた。

USMEFの山庄司 岳道シニア・マーケティング・ディレクターが最後に「さまざまな角度からの情報を知っていただくことが大事」と述べたように、USMEFでは今後もこのようなセミナーでの情報提供も企画しており、消費者には分かりやすい説明で、安全であることを繰り返し伝えていく予定。また、今後は再開に向けて、業界全体への供給がソフトランディングできるよう

な環境作りを目指すとのこと。

今回のプログラムを受講した参加者からは「早く再開して欲しい。アメリカン・ビーフの良さをアピールしたい」「売りたいのはもちろんだが、何より自分が食べたい」「安心・安全を説明するヒントになった」「20ヶ月齢以下、A40についての情報が理解でき、今後に繋げやすくなった」などの声があり、それぞれの業界にとっては販売につながる有意義な時間となった。



- 商材としての販売のヒントが整理された「リテールガイドブック」
 - 販売テクニックが満載の「販売促進ガイドブック」
 - 消費者向けに分かりやすく表現された「アメリカン・ビーフQ&A」
- などが資料として配布されました。



プログラムには80名以上の人々が集まりました。受講者は終了後、アメリカン・ビーフ・ソムリエに認定され、認定証と本講座オリジナルのソムリエバッジが授与されました。



ソムリエの田崎真也氏は特別講演「アメリカン・ビーフとソムリエとしての心得」で、ワインとの楽しみ方も披露。

program 1

BSE発生から現在に至るまでの経緯



株式会社食肉通信社 代表取締役社長 高田 謙彦氏

BSE(牛海綿状脳症)とvCJD(変異型クロイツフェルト・ヤコブ病)の関連の可能性が1996年に発表されて以来、牛に与える肉骨粉規制、特定危険部位(SRM)の除去など対策が進んだことにより、BSEもvCJDの発症も減っていることが確認されています。この対策外の原因があるとするならば、どちらの発症も増えているはずであり、BSEのピークは終わり、リスクは減って来ていると思われます。全頭検査は日本では重要視されていますが、検査の位置づけというのは世界では安全性を確

保する手段ではなく、検査には限界もあります。2005年5月の内閣府食品安全委員会事務局の発表でも、全頭検査した場合と21ヶ月齢以上検査した場合、いずれにおいてもほぼ同様と推定されています。

輸入禁止措置は牛肉だけでなく、国内の食肉バランス全体に影響を及ぼしています。近付きつつある輸入再開後の準備にも繋がるので、BSEや特定危険部位(SRM)などをイメージだけで捉えず、正確な情報と知識を持つようにすべきでしょう。

program 2

米国牛肉産業の品質管理と生産状況

アメリカの特定危険部位(SRM)の除去に対しては、世界規準に沿って確実に除去を行っています。30ヶ月以上と未満では規定される特定危険部位(SRM)が異なるが、未満の牛であっても業界が自主的に全ての特定危険部位(SRM)を除去しています。質問が多いA40とは骨格の骨化の進行、成熟度で分類されるものです。AからEまでの成熟度が、00 100まで細分化されています。日本への輸出は20カ月齢以下がひとつの規準になっていますが、米国政府から日本政府に提出されたデータによれば、A40は最大で17ヶ月齢までの牛なので、20カ月齢以下のものしか日本には入らないことになります。小売業、外食業では「以前と異なる肉質のものにな

ってしまうのではないか?」という心配もあるかもしれませんが、これまでも日本へ輸出されていた牛の90%以上が20ヶ月齢未満であったので、過去と全く異なる肉質のものになってしまうわけではありません。

求められているトレーサビリティについても、アメリカでは牛だけではなく、豚、鶏、羊、馬などあらゆる家畜の個体識別を可能とするトレーサビリティ・システム、全米家畜認識システム(NAIS)の2009年完成を目指しており、今後飛躍的に進められていくと思います。

USEMEFでは輸入再開の準備として、安全性についてのアメリカの実情や取り組みなどを、必要で分かりやすい情報としてさまざまな形で伝えていく予定です。



USMEF 見澤光貴マーケティング・マネージャー

program 3

アメリカン・ビーフの栄養特性と食育の観点からの消費者アプローチ



赤堀料理学園 副校長・管理栄養士 赤堀博美氏

アメリカン・ビーフは柔らかくてジューシーでおいしいだけでなく、余分な脂肪分が少なく効率良く良質なタンパク質が摂れるので、日本人にとっても向いています。特に、子どもの成長期に食べさせてあげたい必須アミノ酸や、最近若い人でも不足を起す人が増えている亜鉛が多く含まれているのは見逃せません。亜鉛は味覚を正常に保つ働きもあり、注目の栄養素です。アメリカン・ビーフは和牛や国産牛と比べても低カロリーで脂質も少なく、鉄分を豊富に含んでおり、健康・ダイエット志向の現代人には魅力的な食材なのです。

消費者にとっては、安全性はもちろん重要ですが「今晚のおかずを決める」という直面して困っていることが解決できれば

良く、それが購入にも繋がります。食習慣を見直すためにも栄養バランスが良いことは大切なことですが、食育という観点からも、家族で食べることの楽しさや楽しさ、簡単に食べられる方法を多く紹介してください。



目的別にアメリカン・ビーフを使った「女性にやさしいメニュー」「子どもに食べさせたいメニュー」などを紹介。詳細はUSEMEFのホームページに。

program 4

市場特性・素材特性とアメリカン・ビーフの活用法

ここではアメリカン・ビーフの良かったところを思い出してみましょう。他の輸入牛肉と比べておいしかった、淡い肉色で見栄えが良かった、肉にしまりがあったので商品化の時にきれいに盛り付けられた、スペックが充実していて使いやすかったなどの利点が挙げられます。

今後輸入が再開されても、最初は供給が以前と同じようにいかないことがあるかもしれませんが、輸入禁止後、食肉を扱う人には売上で努力をした人がたくさんいます。小売業では牛肉を補うため、豚肉を考えて販売しました。外食産業も利益がとれず苦しかったと思います。

そのような状況の中で、今までの研究や努力が、再開後は牛肉で生きてくるでしょう。再開後すぐは各業界に最も必要な部位が使われるように分け合い軟着陸すべきだろうと思います。部位ごとの特長や、カット方法、調理方法など、工夫することでアメリカン・ビーフを強化商材として活かすことも可能です。

たとえば、小売の場合、サイコロでなく、ドミノステーキにすることでより柔らかくおいしいことを訴求できます。モモ系を中心にタキなどオードブルやおつまみにするなど、売上げを伸ばす方法はあるので、うまく活用して欲しいと思います。



株式会社マオ・インターナショナル 代表取締役 毛見信秀氏