

(5) セミナー事業

1) 実施方針と実施概要

①方針

平成25年度に策定した輸出戦略においては、一つの柱がファン作りとしている。このファン作りを行うために、セミナー（マスタークラス、小売・販売担当者、消費者）を展開する国の消費事情を考慮しながら実施するものである。

2) セミナー開催の実施結果

①モスクワ

i) マスタークラスセミナー

日時：2014年12月11日（木）

場所：レストラン“ラ・マーレ” スモレンスカヤ店

受講者：モスクワ市内レストラン関係者24名

ii) 小売・卸担当者セミナー

日時：2015年2月26日（木）

場所：高級スーパー“アズブカフクーサ” トレーニングセンター

受講者：小売・卸担当者22名

iii) 消費者セミナー

日時：①2014年12月8日（月）～2015年1月15日（木）

②2015年2月27日（火）～2月28日（水）

場所：高級スーパー“アズブカフクーサ”

来場者：一般消費者

②中国（上海）

i) マスタークラスセミナー

日時：2014年12月3日（水）～5日（金）

場所：合点寿司承知之助 南京西路店

受講者：上海市内日系飲食店関係者計53名

ii) 小売・卸担当者セミナー

日時：2014年12月4日（木）

場所：グランドメルキュール虹橋上海

受講者：小売・卸関係者23名

iii) 消費者セミナー

日時：2014年12月6日（土）～7日（日）

場所：上海市内の日系飲食店6店舗

来場者：一般消費者

③シンガポール

i) マスタークラスセミナー

日時：2014年10月29日（水）～30日（木）

場所：東京すしアカデミーシンガポール校

受講者：フグの取扱に興味を持つ料理人等25名

ii) 流通・卸担当者セミナー

日時：2015年1月23日（金）

場所：アマラホテル シンガポール

受講者：水産業関係者126名

iii) 消費者セミナー

日時：①2014年10月31日（金）～11月2日（日）

②2015年1月23日（金）～2月1日（日）

場所：明治屋シンガポール店

来場者：一般消費者

① i) モスクワマスタークラスセミナー

日時：2014 年 12 月 11 日（木）

場所：レストラン “ラ・マーレ” スモレンスカヤ店 3 階宴会場

来場者：モスクワ市内レストラン関係者、24 名

前年度は日本人の料理長を迎え、日本料理の講習に重点を置いたマスタークラスセミナーを行ったが、参加者はほぼ当地の安価な日本料理店のコックであり、ブリの輸出単価から考えても販売には結びつかなかった。現在ブリの出荷は富裕層向けレストランであるレストラン「ラ・マーレ」向けである。よって販売先である、同レストランを使ってイベントをし、系列店やその他高級店の需要を押えていくことが販売促進の当面の近道と考えた。また、フェアの内容も日本料理にはこだわらず、洋食メニューを取り入れていく事で現地消費者により受け入れやすくする方向とした。

式次第： 開始前に、日本の養殖魚についてのビデオを上映。

SASHIMI GRADE タグをつけたブリ



① 全海水挨拶

② ロシア日本国大使館 郡参事官挨拶



③ ラ・マーレ執行ディレクター Yusupov Azamat 氏あいさつ



④ マスタークラスセミナー

講師：Abdessattar Zitouni (チュニジア人シェフ) ーブリのタルタル
Domitry (ロシア人シェフ) ーブリの刺身
Flaviano Bizaratti (イタリア人シェフ) ーブリのカルパッチョ
Tom (タイ人シェフ) ーブリのグリル





セミナー終了後、参加者にアンケート記入を依頼。日本の養殖魚についての理解、今回の魚の鮮度、試食した料理の質についての感想をもとめた。15 名程が記入。殆どが好反応だった。

2. 外食店セミナー

レストラン「ラ・マーレ」モスクワ全4店舗にて、ブリを使ったおすすめメニューを12月一杯フェアとして行った。記述のマスタークラスセミナーと合わせて、ラ・マーレのレストラン関係者にメニュー開発を依頼。今回、4店舗の内、2店舗で試食を行った。他の2店舗については、12月中に現地補助員が調査に行っている。



左記のメニューを提供：

ー刺身（背）

ー刺身（腹）

ーブリステーキ

ーブリカマ

ーブリのタルタル、甘酢生姜添え

ーブリのカルパッチョ、アーティチョーク
と黒トリュフ添え

ーアーティチョークのクリームスープ、
ブリとトリュフ添え

ーブリの煮込み、トマト、オリーブと
ペストソース

ーブリフィレ蜂蜜ソース和え

ーブリのグリル、野菜と魚介ソース

ーブリのホイル蒸し、地中海野菜和え





ブリのカルパッチョ



ブリのタルタル



アーティチョークのスープ、ブリ添え



ブリのステーキ



←ブリのホイル蒸し



ブリの蜂蜜ソース



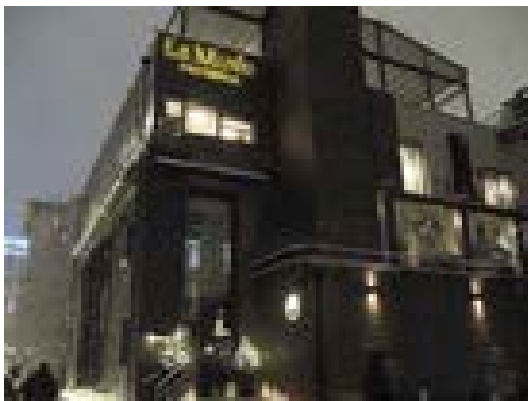
ブリカマ



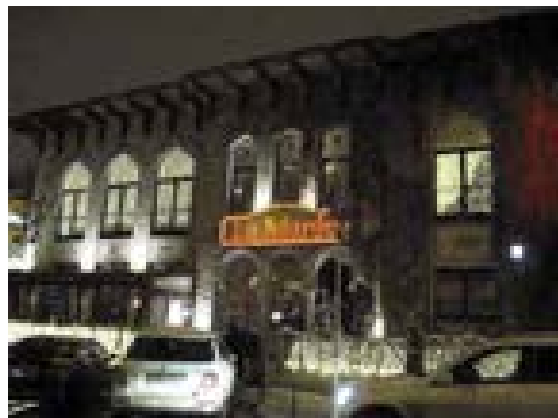
ブリの煮込み

日本人からすると鮮度のある魚を生食で提供しないのは勿体ない気がするが、兎も角現地の料理人にメニュー開発をさせて見る事を重視。料理については、中には料理としてかなり美味しいと思えるものもあった。結果としてまだまだ若干量ではあるが、今年からラ・マーレからの毎週の注文量が増えており、昨今のロシア経済の混乱と合わせて考えてみれば、このようなフェアは一定の効果はあったと考える。ただしマーケットに定着するレベルにするためには、最低でもこの何十倍もの期間と規模でキャンペーンをはっていかねば難しいと考える。

<ラ・マーレ各店舗外観>（一部帰国後、現地補助員による撮影）



スモレンスカヤ店

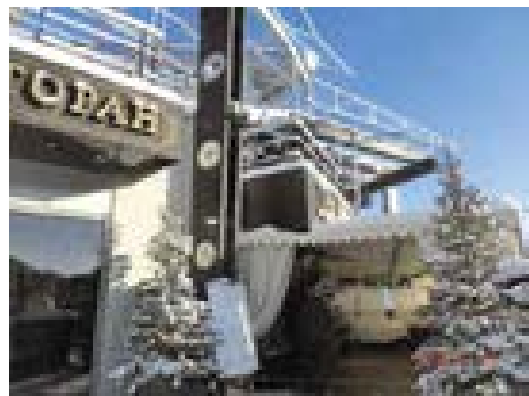


マーラヤ・グルジンスカヤ店

ペトロフカ店



ジューコフカ店



① ii) モスクワ小売店・卸担当者セミナー実施報告

実施日：2015 年 2 月 26 日（木）

実施場所：高級スーパー “アズブカ・フクーサ” トレーニングセンター

式次第：

- ・ 全国海水養魚協会 嶋野会長理事挨拶(代理：中平氏)

- ・ 在露日本大使館 郡参事官挨拶

- ・ セミナー

「魚食と健康の相関関係について」

講師：馬渕知子医師

「日本消費者庁生鮮物の機能性表示情報並びに日本の最新小売業状況」

講師：増田裕 氏

- ・ 質疑応答



全海水挨拶



郡参事官挨拶

「魚食と健康の相関関係について」講師：馬淵知子医師

魚食、特に寿司や刺身をはじめとした生食での魚類の摂取と健康の相関関係について馬淵医師より講演をいただいた。魚に特に多く含まれる EPA や DHA などの栄養素が健康に与える影響、またこれらの栄養素を失うことなく体に取り入れる事ができる生食の有益性について聴講者の関心が高かった。日常的に生で魚を摂取する人は少ないため、まずは加熱調理からでも魚を摂取する量を増やしていき、少しずつでも生の魚を食べる機会を増やしていく事が重要であることを伝えた。

またセミナー出席者には女性が多かったため、魚食は肌のハリの維持や、しわ、たるみ等の抑制にも効果がある事を馬淵医師から話してもらうと非常に反応がよかった。

健康という観点から魚食の重要性を説明する講演ではあったが、美容に関連付けた魚食のアピールという新たな視点が出てきた。



馬淵医師の講演

「日本消費者庁生鮮物の機能性表示情報並びに日本の最新小売業状況」講師：増田裕 氏

増田講師からは、日本の機能性表示と国内の最新の小売業の状況について講演いただいた。魚に含まれる n-3 系脂肪酸(オメガ 3)による心血管疾患リスク低減作用や血中中性脂肪低下作用を食品販売時に表示できるようになる事を紹介した。

日本の小売業の最新トレンドの一つとして水産物専門の小売業態やコンビニエンスストアでの魚類加工品の販売例等を紹介。魚加工品の販売が伸びている事を説明した。

他にも日本の回転すしや海鮮丼専門店、だし茶漬専門店を紹介した。

参加者が店頭販売員という事もあり、魚を専門に販売する小売形態が日本で展開されている事への関心が高かった。

最初は生食用に加工して販売し、鮮度の具合を判断しながら最終的に惣菜調理して販売する形をとる事で廃棄率を 0%にしている点を興味深く聞いていた。



増田氏の講演

セミナー出席者名簿

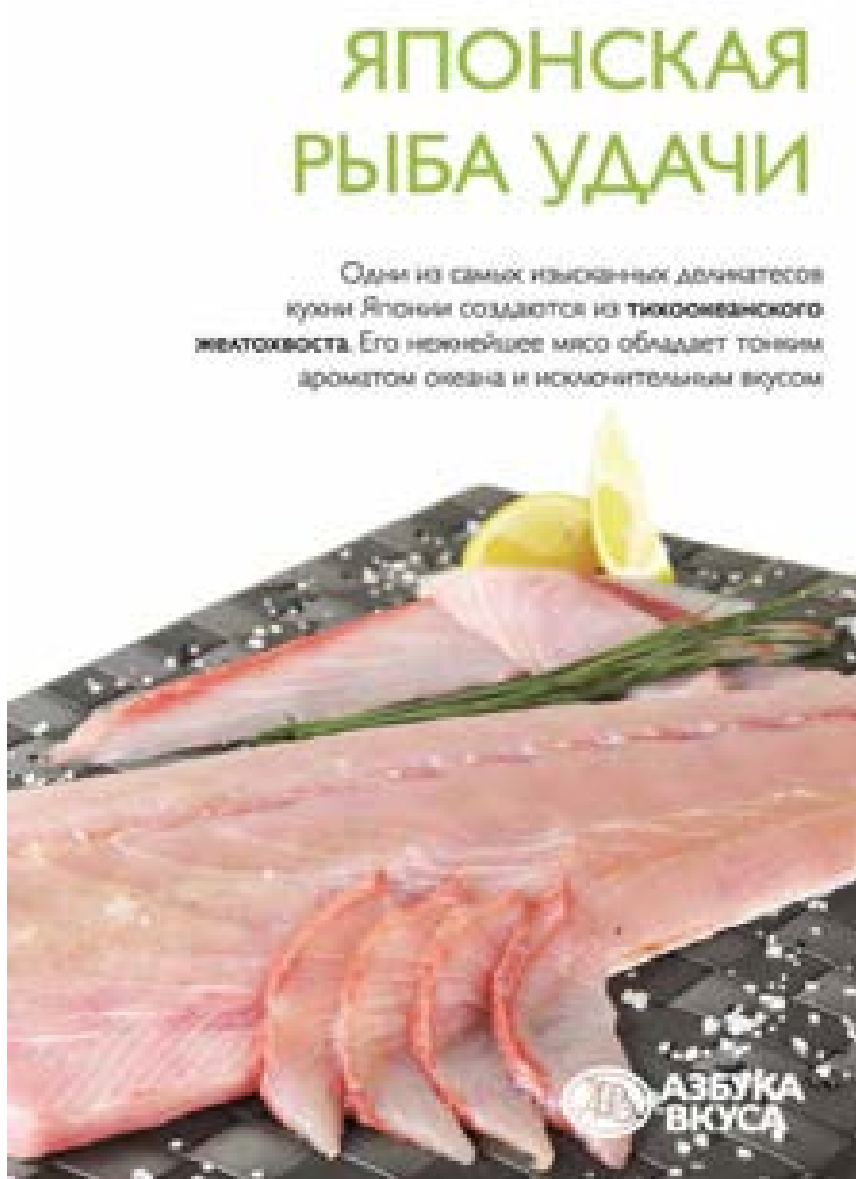
№	ФИО участника	должность	№	氏名	役職
1	Шамерина Н.Е.	продавец	1	Shamerina N.E.	販売員
2	Волков О.А.	продавец-эксперт	2	Volkov O.A.	専門販売員
3	Щербинина Н.И.	продавец-эксперт	3	Shcherbinina N.I	専門販売員
4	Байорок Ю.Н.	продавец	4	Bajorok Yu.N.	販売員
5	Кагадзева Ж.Н	продавец-эксперт	5	Kagadezheva Zh.N.	専門販売員
6	Белашова Т.Н.	продавец-наставник	6	Belashova T.N.	販売員指導員
7	Воронин А.И.	продавец-эксперт	7	Voronin A.I.	専門販売員
8	Гаджиева А.А.	продавец-эксперт	8	Gadzhieva A.A.	専門販売員
9	Приходько Н.А.	продавец-эксперт	9	Prikhod'ko N.A	専門販売員
10	Бугубаева Ж.А.	продавец-эксперт	10	Bugubaeva Zh.A.	専門販売員
11	Палван-Заде Г.Л.	продавец-эксперт	11	Palvan-Zade G.L.	専門販売員
12	Хулхачиева Е.А.	продавец	12	Khulkhachieva E.A.	販売員
13	Досов Б.Б.	продавец-стажер	13	Dosov B.B.	販売員(研修中)
14	Баширов Т.Р.	продавец	14	Bashirov T.R.	販売員
15	Воронова Л.	продавец	15	Voronova L.	販売員
16	Новрузов Э.М.	эксперт	16	Novruzov Eh.M.	専門販売員
17	Трондин А.С.	эксперт	17	Trondin A.S.	専門販売員
18	Бояршинова И.Н.	наставник-стажер	18	Boyarshinova I.N.	販売員指導員(研修中)
19	Бабаева Г.	продавец	19	Babaeva G.	販売員
20	Кубышева Г.	эксперт	20	Kubysheva G.	専門販売員
21	Абакаров Т.А.	эксперт	21	Abakarov T.A.	専門販売員
22	Дорогонсущева М.В.	эксперт	22	Dorogonsushcheva M.V	専門販売員

① iii) モスクワ消費者セミナー

場所：高級スーパー “アズブカ・フクーサ” 5 店舗

1. 12 月 8 日から 1 月 15 日迄スーパー “アズブカ・フクーサ” 5 店舗にて、ブリ販売現場に下記の様な POP 広告を掲載。“アズブカ・フクーサ” 広告部門担当による作成。

緑文字のキャッチフレーズは“幸運の日本の魚” - 「日本食の最も洗練された珍味の一つが太平洋産のイエローテール。そのまろやかな身は繊細な潮の香りと特に優れた味わいをもつ」という説明文が続く。



下記は実際に店舗で広告を掲載した様子の写真。モスクワ市内4店舗、モスクワ郊外1店



舗、計5店舗で行った。

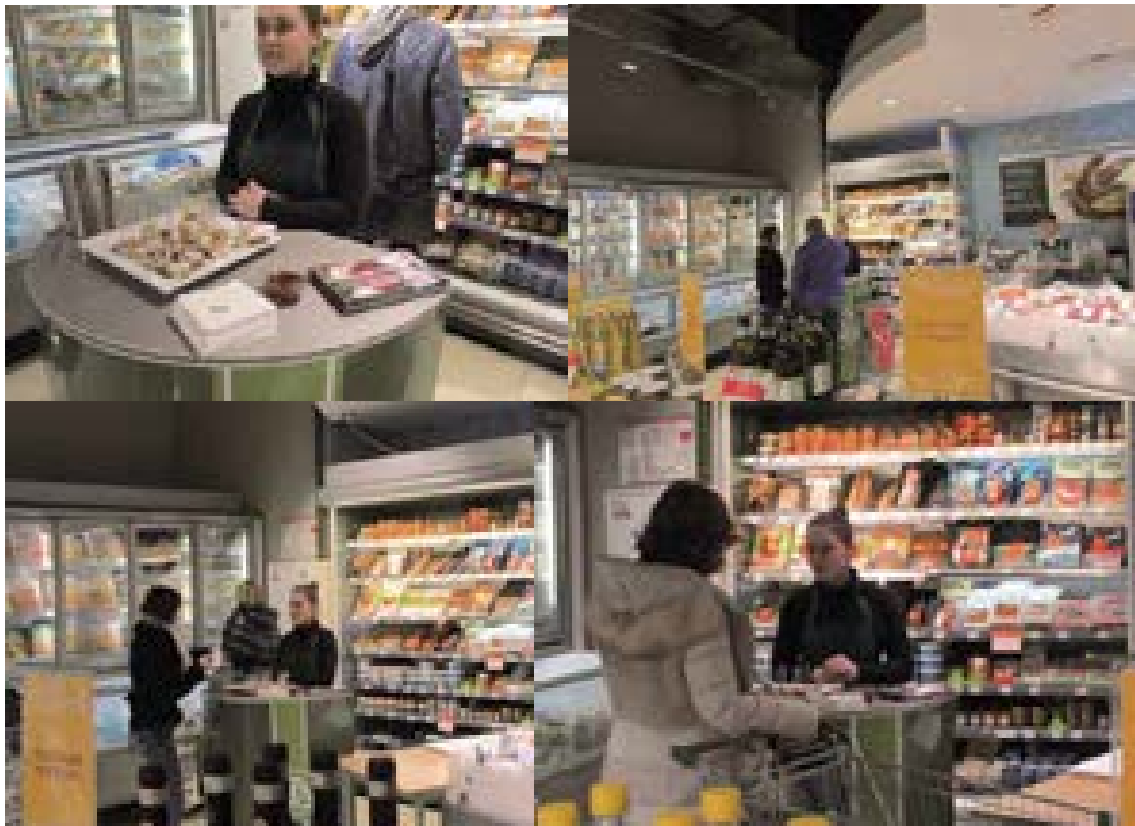


←アズブカ・フクーサの店舗では、写真のようにパッケージからフィレを出して氷を並べた陳列棚の上に乗せて販売しているため、SASHIMI GRADE シール対応ができない。

ルーブル暴落による大幅値上げとロス率の問題で、1月初旬に販売を一旦休止。2月から再開。

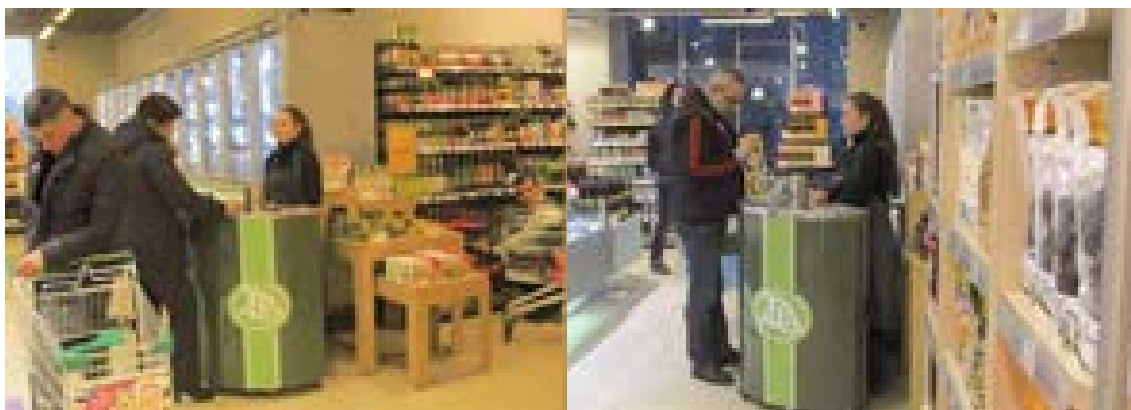
2. 2月27日と28日の両日、下記の写真の通り次の4店舗にて試食キャンペーンを行う。
試食はブリをソテーしたものに醤油ベースのソースを合えたもの。

① 《アズブカ・フクーサ》 ノーバヤ・リガ店（モスクワ郊外、富裕層居住地）

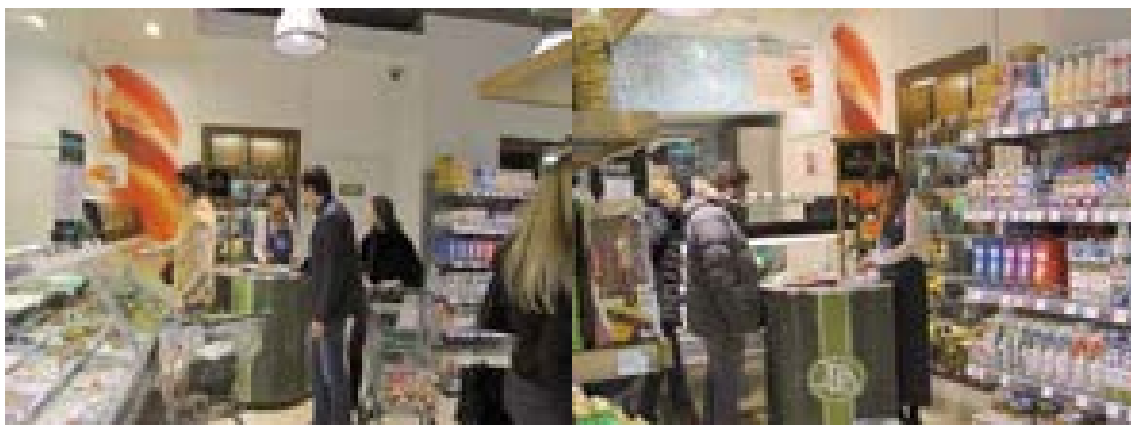


② 《アズブカ・フクーサ》 ジューコフ元帥大通り店（市内住宅街）





③ 《アズブカ・フクーサ》 クトゥーゾフ大通り店（市内中心部）



④ 《アズブカ・フクーサ》 オストロビチャーノバ通り店（市内住宅街）



2015/2/27(金)の 17-21 時、2015/2/28(土)の 15-19 時と来店が増えると予想される時間帯に実施した。店頭の売り子から試食を勧めたほか、照り焼きなどの調理法が載ったパンフレットを配布してもらった。いずれの店舗でも試食に立ち寄る人は多かった。パンフレットを受け取った人たちが次回以降の来店時にぶりを購入してくれるようになる事を期待したい。

ロシアでは日本の水産物は高品質と理解されているが漠然としたものであり、今回のような試食キャンペーンの実施とあわせて、調理方法やお酒との相性などの説明も行っていく事で、認知度を高めていく事が重要である。



※ブリフィレ(写真中央)

428 ルーブル≒837 円/100g

為替:51.1314 ルーブル/100 円

(ロシア中央銀行発表 2015/2/27 時レート)



各種魚類の陳列

(いずれもアズブカ・フクーサ ノーバヤ・リガ店にて)

まとめ：

2014 年末からのルーブル暴落の影響で、足元のロシア経済が落ち込みを見せていることから、単価が高くなる日本産の魚種が急激に輸出を伸ばすという事は考えにくいですが、健康への関心自体は普遍的なものであり、ロシアにおいても今後ますます高まっていくものと考えられる。

魚食の健康への効能や、栄養素の有効性と、それらを余すことなく摂取できる生食の重要性の 2 点をロシア人に対して強くアピールしていく事は、ロシアへの日本産水産物の輸出拡大のためには重要な要素である。

健康に関して言えば、ロシア人にとっては特に関心の高いテーマである。

平均寿命が日本と比較しても短く、また死因の多くが循環器系の病気であることから、そういった疾患の予防に効果のある栄養素を豊富に含む魚を食べる事の重要性を説く事は効果が大きいと言える。実際にセミナーの質疑応答でも摂取量や、実際に魚食の効果がでるまでの期間など具体的な質問があり、関心の高さが裏付けられた。

また、これらの栄養素を余す事なく摂取できる生食の普及については、日本食ブームと言われるロシアにおいても、残念ながらまだ一部の層にしか受け入れられていないのが現状である。そのため、日本の水産物が安全、安心、高品質であることをアピールしていく必要がある。加えて、セミナーでの女性参加者の反応を参考にすれば、女性にターゲットを絞り、美容関連の講演や調理方法の提案を行う事も有効と言えそうだ。

現状では魚を生で食べるという習慣が一般に浸透しているとまでは言い難いため、ほとんどの場合、生食の効能などを踏まえて提案しても、結局加熱調理をして食べようとする人が多い。アズブカ・フクーサのような高級スーパーでは生鮮品の品質管理には細心の注意が払われているが、日本のように生食前提の品質管理レベルまではまだ及んでいないと言える。顧客の中には凍結の有無や、いつ加工されたものかについて懸念を示す人もいようだ。顧客がすすんで生魚を食べようとするようになるには、品質管理が徹底された安全、安心な魚である事をアピールするとともに、味の良さ、健康への効能をさらに認知してもらえるように継続的な活動が必要である。

質疑応答詳細

- アレルギー症状の緩和には一日にどれぐらいの量の生魚を摂取すればよい？
→脂身の多く含まれる魚類であれば赤身、白身にかかわらず切身を2切れ(100g程度)の摂取によって、2・3か月で改善効果が出てくる。
- 具体的にはどんな魚種がよいのか？
→いわしや、さんま、サバなどの青魚や、脂身の多いブリやハマチ、マグロなら中トロといった部位の摂取が好ましい。
- 生で食べる際にはどういった調味料やソースを使用すればよい？
→基本的には調味料はどういったものを使っても構わない。特に日本以外では生食が日常的でない場合も多いので、生で食べる事にこだわるより煮たり焼いたりして自分たちの食習慣に近い形で魚自体の摂取量を増やすところから始めていき、少しずつ生食も食べる機会を増やしていったほしい。
- 生食に向かない魚はあるのか？
→漁獲する時期や、魚種によって寄生虫等を含んでいる場合がある。川魚等は一般的には生食には向かない場合が多い。日本の場合には、そういった時期、魚種を見分けるための知識、経験が豊富なため、判別が容易となっている。そのため、日本から輸出されるものは寄生虫等の危険性は低い。
- EPA,DHAの含有量は魚種によって違うのか？また過剰摂取による害はあるか？
→ほぼすべての魚にEPA,DHAは含まれている。一部質問と回答内容が重複するが、上掲したような油分の多い魚種にEPA,DHAは多く含まれる。過剰摂取による身体への影響というのはほとんどない。ただし油分が多いため、太りすぎには注意する必要がある。
- 馬淵医師自身はどういった魚をどういった調理方法で食べる事が多いか？
→日によって様々な魚を摂る事になっている。調理方法については寿司、刺身、サラダ、しゃぶしゃぶ等が多い。
- 日本の魚が安全で品質が高い事はよくわかったが、ロシアではあまり売られていない。今後供給が増えることはあるのか？
→現状でもブリをはじめ日本から輸出を行っているが、価格がどうしても高くなるため、その問題をクリアし供給を増やしていけるように今後も活動を続けていく。