

消費者の選択に活かされる JAS 等級 ～ 食肉の美味しさを科学で解き明かす～

一般社団法人 食肉科学技術研究所 専務理事

猪口 由美 氏 にお話を伺いました。

(聞き手：JAS 協会専務理事 島崎 真人)

日本人が美味しいと感じる 味を探して



▲ 食肉科学技術研究所 猪口専務理事

島崎：今日は、お忙しいなかインタビューのために時間を割いていただきありがとうございます。

貴組織名の「食肉科学技術研究所」というお名前から、専門的で食肉へのこだわりの強い職場のイメージがあります。貴研究所ではどういった業務が行われているのか、ご紹介いただけますか？

猪口：当研究所は一般社団法人食肉加工協会の検査・研究部門が分離独立し、2004年3月1日に設立しました。食肉製品製造を事業とする者を正社員とし、これに関連する事業を行う者を賛助社員とする法人です。

JAS（日本農林規格）事業では、152工場のJAS定期調査、7,900件／年の格付のための検査、認証の技術的基準に基づく専門講習会を開催しています。

また、食品検査に関する事業、調査・研究に関する事業を行っています。ハムやソーセージメーカーだけではなく、原料肉の検査依頼があります。ここ数年は、食肉の美味しさに関する検査依頼が増えています。

島崎：どのような方が、依頼されるのですか？

猪口：生産者団体や商社からのご依頼があります。美味しさに定義はないので、肉色、テクスチャー、アミノ酸やイノシン酸の含有量など科学的な評価に加え、食肉の経験豊富なスタッフによる官能検査を行っています。

国産豚肉には国産豚肉のよいところがあり、外国産豚肉には外国産豚肉のよいところがあります。



▲ JAS 協会 島崎専務

島崎:日本人が美味しいと感じる味を探しているということですね。

猪口:このような検査依頼を受けるようになってもう 6、7 年が経ちます。米国やカナダには日本向けに輸出する食肉の仕様があります。日本人の好みに合ったものが分かれば、それを目指して生産してもらえるようになります。

島崎:食肉の美味しさに関する検査結果は公表されているのでしょうか？

猪口:今年、国産及び輸入豚肉の比較調査をする補助事業が始まりました。来年の 5 月頃に報告できる予定です。

島崎:一口に「国産」と言っても、ばらつきが大きいではありませんか？

猪口:三元豚や銘柄豚の調査を行います。これらは美味しいから消費者に支持され、購入してもらえます。その美味しさの秘密がどこにあるのかが分かれば、生産のヒントになると思います。

たくさんの項目検査から結果を導きたいと考えており、大学の有識者からの助言もいただ

いています。

島崎:官能検査はどのようなことをするのですか？

猪口:基本となる基本五味（甘味、塩味、酸味、苦味、うま味）の識別検査は当協会のスタッフは十分に基準を満たしており、肉に関して鍛えているのが特徴です。例えば、熟成ハムの官能検査では、鼻腔を閉じてよく咀嚼した後に鼻腔を開くと、味とは別の香りを強く感じます。ぜひ試してみてください。

食肉加工品は、 加熱殺菌と塩漬（えんせき）が重要

島崎:工場の担当者を対象として技術講習会が行われているようですが、ハム、ソーセージ、ベーコンを製造する場合に、難しかったり、特に注意が必要だったりする工程はありますか？

猪口:衛生面で、加熱殺菌工程が一つのポイントになります。ハム・ソーセージは厚生労働省の総合衛生管理製造過程の対象なので、慎重に対応しています。食肉ブロックからスライスにする過程で汚染されないようにすること、包装工程がポイントです。

また、産地や季節によって原料となる豚肉の品質が変わります。一定品質を保つ工夫として塩漬工程が重要になります。塩漬液、配合量、冷蔵温度は企業の知識と経験が活かされる所です。

島崎:「無塩漬」のハムは現在も販売されていますか？

猪口:「肉本来の味を味わいたい」という一

定のニーズがあるため、大手メーカーに限らず販売されています。以前は、無塩漬商品は肉の臭いがありましたが、今はそれほど感じないように思います。

今年は、塩漬と無塩漬の品質比較を行う予定で、その結果によっては無塩漬の規格があってもいいかと思っています。

島崎：新しいニーズがあるならば、ぜひ JAS の提案をして欲しいです。

「特級」「上級」「標準」 消費者の選択の指標となる等級

島崎：スーパーの食肉加工品の売り場に行くと、多種多様な製品があることに改めて驚かされます。醤油やソースの場合、スーパーの店頭には並ぶのはほとんど JAS 特級品ですが、ハムやソーセージの場合は、標準、上級、特級と各種等級の JAS 製品が並んでいることが印象的です。メーカーとして使い分けがあるのでしょうか？

猪口：ハムやソーセージはヨーロッパ発祥の食品ですが、日本人の繊細な味覚に対応して変化してきました。贈答用に「熟成」や「特級」が、日常には「上級」や「標準」が選ばれており、等級は消費者の選択の指標になっています。

しかしながら、消費者は意外と等級ではなく商品名を覚えて選択している様子もありますので、新しい富士山を描いた特色 JAS マークを製品の正面に出してもらえると、等級の認知が進むのではないかと期待しています。

島崎：等級ごとのおすすめの食べ方や料理ごとの商品選択のポイントなどがあれば教えてください。

猪口：美味しく食べるための調理法を知りたいという消費者が増えています。最近は包材にお勧めの調理方法などが紹介されている商品も多いので参考にしてください。熟成は風味を活かしてそのままソテーして食し、燻煙したもの（茶色いソーセージ）はポトフやおでんに利用するのがお勧めです。また鶏肉を使用したソーセージはあっさりしていて冷めても美味しいのでお弁当に適しています。



▲ 猪口専務理事

島崎：昨年度の食肉加工品の JAS 格付状況を見ると、全品目で対前年度比が増となっています。この要因は何でしょうか？

猪口：JAS 格付の 6 割が特級ウインナーです。美味しさが支持されて、消費者が店頭で選択しています。ハムやベーコン類は生産量は増えていますが、格付数量は減っています。

特級クラスがあることは、業界にとっていいことだと思います。公正競争規約の規定により、JAS 特級格付又は同等品だけが「特選」と表示することができます。

ベーコンに特級ができたのは割と新しい時期です。ベーコンに特級ができたことで、贈答用に「特級シリーズ」の商品ができました。品質の良いものが消費者に受け入れられるのが

いいと思いますし、良いものを提供することを大切にしています。

島崎：公正競争規約で「熟成」はどうなっていますか？

猪口：JAS 格付品又は同等品であれば、「熟成」表示が可能です。

また、ハンバーガーパティは安定的に格付されています。

JAS をどうアピールするのか 海外への輸出も視野に入れて

島崎：ハンバーガーには JAS マークが表示されないで、消費者は JAS 品のパティがハンバーガーに使用されていることをご存じないですね。そのことが残念です。

猪口：業務用で使用する JAS 品について、消費者に何とかアピールする方法がないかと考えます。また、品目横断的に、JAS 全体でアピール不足にどう対応すればよいか、輸出に向けて等級の英訳表示をどうするかなどを話し合える場があるといいと思います。

島崎：そうですね。貴研究所とメーカーが話し合って良い形ができると、他業界に良い影響を与えます。また、共通の話題を見つけて JAS 全体で話し合う場合にも、前向きな意見が出しあえるといいですね。

JAS 協会でも協力させていただきます。

島崎：昨年度の格付実績で、チルドミートボールの対前年度比 37%の増加となっていました。特別な理由がありますか？

猪口：ミートボールの格付量は年間 5.8 トン

と多くはありません。ミートボールやハンバーグはソースに特徴があり、ソースを工夫して努力した結果、受け入れられるようになってきました。ただ、ミートボールやハンバーグは惣菜との線引きが難しいのです。肉の含有量よりソースの味で選択されると、JAS は苦戦しています。

現在、タイの 1 工場だけが JAS 認証工場となっています。

島崎：タイで製造し、タイで販売されているのですか？

猪口：タイで JAS マークが認知されてきています。JAS マークは良いものを作っていることを分かりやすい形でアピールできます。現地の工場長さんとお話をしますと、第 3 者機関の調査がある JAS 制度そのものも評価されていると感じます。



▲ 猪口専務と島崎専務

島崎：コロナウイルス感染症に関連する影響はありましたか？

猪口：業務用は飲食店の閉店や学校給食の休止などによりマイナスの影響を受けた半面、市販品は、家庭内消費が増えてプラスの影響があ

りました。

一時、中国からの天然ケーシングの輸入が滞り心配をしましたが、現在は工場稼働率や物流が回復してきています。

島崎：食肉加工協会が発行する「食肉加工情報」を拝読して、ヨーロッパでは、何百種類にも及ぶ様々な食肉加工品が地域特産品であり、地域に根付いた畜産と食肉製品製造が大きな特徴であることが、日本との大きな違いであると知りました。

そういう意味では、統一的な品質基準を設けることで、品質の保証された製品を提供する JAS は日本の食肉加工品の特徴を表していると思います。

ヨーロッパと日本の製品ではどのような違いがありますか？

猪口：ヨーロッパでは、ハムと言ったらモモ肉で、日本ではロース肉です。モモ肉は味がしっかりしていて、ロース肉はあっさりしています。また、ヨーロッパでは骨付きや生ハムが主流です。

生ハムでいうと、作り方が違います。モモ肉で作るヨーロッパの生ハムは色が濃い目で水分活性は 0.90 未満であるのに対し、ロース肉で作る生ハムはピンク色で水分活性は 0.92 くらいです。

島崎：猪口さんはどちらがお好きですか？

猪口：どちらも美味しいです。ヨーロッパでは朝も昼もパン食で、ハムもそのまま食べます。日本ではサラダに入れるなど、何かと一緒にハムを使います。食べ方が異なりますし、それぞれに合う形のハムになっていると思います。

特定 JAS マークから 特色 JAS マークへ

島崎：熟成ハム類等に用いられているこれまでの特定 JAS マークが 2018 年 12 月 28 日付で、新たなデザイン（特色 JAS マーク）に改正されました。経過措置期間は 2022 年 3 月 31 日までとされています。既に新しい JAS マーク製品は登場しているのでしょうか？

猪口：食品表示基準の改正に合わせて改版したメーカーが多くあります。富士山に太陽を表した特色 JAS マークはメーカーに好評です。当研究所からは、JAS マークに「熟成」と表示してもらうようにお願いしています。

国産の良さを分かっていたなのに JAS は大事なことです。

島崎：ハムやソーセージは私たちの食卓に非常になじみ深い食品でありながら、その製造方法を知る消費者は多くないように思います。ハムは何の畜肉を原料としているのか、ソーセージのケーシングは何からできているのかなど、消費者が詳しく学べる場や、実際の製造工程を見学できるような工場はありますか？

猪口：大手メーカーでは工場見学や製造体験に熱心に取り組んでいます。

例えば日本ハム株式会社では、ホームページに「工場見学のご案内」が掲載されていて、地域の消費者との交流を積極的に行っています。

島崎：コロナウイルス感染症が落ち着いたら、ぜひ訪ねていただきたいですね。

今日は興味深いお話、食生活に役立つお話をたくさんお聞きすることができました。ありがとうございます。