



2015年7月3日

報道関係各位

インターナショナル・オリーブ・カウンシル

インターナショナル・オリーブ・カウンシル(IOC)、
日本市場向けに啓発キャンペーン「Believe in Olive Oil(オリーブオイルのちから)」を開始

記者発表会にはスペシャルゲストで石田純一氏、相田翔子氏が登場、
オリーブオイルテイスティングとオリーブオイル料理を満喫

オリーブに関する国際機関であるインターナショナル・オリーブ・カウンシル(International Olive Council/以下IOC、本部:スペイン、マドリード)は、日本のオリーブオイル市場に貢献するための啓発キャンペーン、「Believe in Olive Oil(オリーブオイルのちから)」(<http://believe-oliveoil.jp/>)を2015年7月から2016年12月末まで展開します。具体的には、キャンペーンウェブサイトを開設し、積極的にオリーブオイルに関する情報を提供するほか、業界関係者向けのワークショップやレシピコンテスト、トレードショーへの出展等を通じてオリーブオイルのちからを訴求していきます。

●石田純一氏と相田翔子氏、オリーブオイルテイスティングを体験

日本料理つきぢ田村三代目主人、田村隆氏考案のオリーブオイル料理に舌鼓

キャンペーン開始にあたり、7月2日(木)、都内で記者発表会およびレセプションを実施。IOC本部からエグゼクティブ・ディレクターのジャン＝ルイ・バルジョルが来日して挨拶したほか、スペシャルゲストとして健康志向で料理好きな俳優の石田純一氏と、歌手で女優の相田翔子氏を招き、オリーブオイルの魅力を伝えました。

また、『オリーブオイル・ハンドブック』や『「地中海式和食」のすすめ』などの著書がありオリーブオイルに詳しい医師、松生クリニック院長の松生恒夫氏にオリーブオイルの健康効果について語っていただいたほか、一般社団法人日本オリーブオイルテイスター協会代表理事の長友姫世氏がオリーブオイルのテイスティングをナビゲートし、タイプの違うエクストラバージン・オリーブオイルと劣化したオリーブオイルなどを参加者に体験していただきました。さらに、日本料理つきぢ田村の三代目主人、田村隆氏が、オリーブオイルを使ったオリジナルレシピ2品を考案し、作り方のデモンストレーションを行いました。



左から、石田純一氏、IOC エグゼクティブ・ディレクター ジャン＝ルイ・バルジョル、相田翔子氏



●アンケート調査の結果、情報提供が最重要課題に

オリーブオイルを食べる理由のトップは「健康のため」。一方で、「本当に健康によいかわからない」という声も「Believe in Olive Oil(オリーブオイルのちから)」キャンペーン事務局が実施した「料理を比較的好くする人」を対象にしたアンケート調査(インターネット調査、2015年6月24日~30日、有効回答数2,231件)によると、オリーブオイルの認知率は97.7%で、うち約8割にあたる77.8%が「オリーブオイル(またはオリーブオイルを使った料理)をよく食べる、時々食べる」と回答しており、オリーブオイルは一過性のブームではなく家庭に定着していることがわかります。

オリーブオイルをよく食べると回答した人の主な理由は、「健康のため」(64.4%)が最も多かった一方で、オリーブオイルについての不満点3番目に「本当に健康によいかわからない」(17.3%)があがっており、健康効果について、具体的に理解されていないことがわかりました。

また、「オリーブオイルをあまり食べない、食べたことがない」と回答した人の理由としては、「使い方がよくわからない」(44.3%)、「価格が高い」(30.5%)、「和食中心の食事をしているから」(24.9%)となっており、オリーブオイルに関するより詳しい情報提供と、家庭料理への応用の中でも和食レシピの提供が、大切であることがわかりました。

オリーブオイルを食べる人、食べない人に共通して、気になることとしてあげられたのが、「価格」です。近年の円安等の影響で、オリーブオイルの価格は高騰していることが関係しているといえます。そのほか、「エクストラバージン・オリーブオイルと、そうでないオリーブオイルの違いがわからない」「どのように選べばよいかわからない」といった回答も目立ちました。

従って、価格以外では、健康効果に対する正しい知識や和食レシピの提供、用途や好みに合ったオリーブオイルの選び方などの情報提供が重要なポイントだといえます。

●オリーブオイル市場は伸び代十分。IOCの日本向けキャンペーンに業界も期待

日本におけるオリーブオイル市場は年々拡大しています。全世界で第7番目の輸入国で、その市場規模は500億円を超えるといわれています。アンケート調査結果からも、まだまだ伸び代のあることが分かり、業界からも今回のキャンペーンへの期待が寄せられています。このように市場が巨大化する一方、日本にはJAS規格は存在するものの、「エクストラバージン」といった品質グレードの遵守法規は存在しないのが現状です。IOCでは、「まず、業界の方々からオリーブオイルに関する正しい知識と理解を身につけていただき、オリーブオイルが食文化として日本市場に根付くよう貢献したい」と、語っています。

■国際オリーブ・オイル・カウンシル(International Olive Council/IOC)について

IOCは、スペイン・マドリードに本部をおく、オリーブオイルとテーブルオリーブの国際協定を管理する政府間機構です。1959年に、オリーブ栽培と生産の保護と開発のため、国際連合によって、国際オリーブオイル協会(International Olive Oil Council/IOOC)として設立。その後、2006年に国際オリーブ・オイル・カウンシル(IOC)に改名されました。IOCは、オリーブ業界における唯一の世界的な機関として、加盟国と協議をしながら、オリーブ業界発展のための政策作りを行っています。また、持続可能なオリーブ栽培の発展にも貢献しています。