



**mipaaf**  
Ministero delle  
politiche agricole  
alimentari e forestali

CAMPAGNA FINANZIATA  
CON IL CONTRIBUTO  
DELL'UNIONE EUROPEA  
E DELLO STATO ITALIANO



## Press Release

2016年4月4日

# SalumiAmo DOP キャンペーンを実施 ～みんな大好き、サルーミしよう～

イタリア・サルーミ普及促進協会(会長:フランチェスコ ピッツァガッリ、本部:イタリア・ミラノ)は、欧州連合(EU)とイタリア政府の支援を受け、DOP(保護指定原産地表示)や IGP(保護指定地域表示)の認定を受けたサルーミ製品の価値やイタリアの優れたライフスタイルを伝えるために、日本における「SalumiAmo DOP キャンペーン」を実施いたします。

日本向けに輸出されるイタリアの食肉加工品の総額は、年間で3,420万ユーロ(およそ42億9,200万円)にのぼり、イタリアの食肉加工品の輸出先として、日本は極めて重要です。

「SalumiAmo DOP キャンペーン」は、イタリアの食肉加工品についてより広く知っていただくためのキャンペーンです。キャンペーンの開催期間は2年間で、予算総額は80万ユーロです。イタリア・サルーミ普及促進協会が主催し、欧州連合(EU)とイタリア政府が支援し、イタリア大使館貿易促進部もキャンペーンに協力しています。

キャンペーン期間中は、料理教室や調理の実演、レストラン内での試食、日本各地での販売所の設置、業界関係者による講演、著名雑誌へのパンフレットの添付、食肉加工品の情報をまとめた冊子の配布、報道機関向けのリリース、「ジャーナリスト・コンクール リポーター・テリク・グスト REPORTER DEL GUSTO(味のリポーター)」受賞者を対象とするイタリア視察旅行などさまざまな企画が予定されています。

「SalumiAmo DOP キャンペーン」の全活動は、日本の消費者に向けて、サルーミ製品に関する正確な情報を詳細に発信することを目的としています。希少性のある製品の由来や DOP や IGP の保護指定、生産地の特徴、製造技法、栄養価などについて日本の消費者に分かりやすく伝えます。キャンペーンを通じて、イタリアの伝統的な食品であるサルーミ製品が他にない特別な価値を持つことがお分かりいただけます。

また、イタリアの社会が食肉加工品をどう評価し、どのように利用しているのかについても、情報を発信していきます。「SalumiAmo」は、風味と香りと嗜好が織りなす、賑やかなキャンペーンであり、日本の消費者は、さまざまな宴席や日常の食卓でイタリア産の製品がどのように利用されているのか、事例を通じて体験することができます。またイタリアの食肉加工品の長い歴史や優れた栄養価についても多くを学ぶことができます。





**mipaaf**  
Ministero delle  
politiche agricole  
alimentari e forestali

CAMPAGNA FINANZIATA  
CON IL CONTRIBUTO  
DELL'UNIONE EUROPEA  
E DELLO STATO ITALIANO



「SalumiAmo キャンペーン」のイメージ画像は、「SalumiAmo」の考えを象徴的に表現しています。よく晴れた 1 日に、永遠の都市ローマのマルグッタ通り 51 番地（伝説の映画『ローマの休日』の舞台になった場所）で、食肉加工品への情熱を共有する友人たちがテーブルを囲んでいる。イタリアのライフスタイルを称揚するこのイメージは、「SalumiAmo」のコンセプトを目に見える形で伝えています。

「SalumiAmo」とは、「Salumi（食肉加工品。とりわけ豚肉加工食品を指す）」と「Amore（愛）」という 2 つの言葉から生まれた造語です。すなわち、「Salumi」と「Amore」の組み合わせは、食肉加工品への情熱を表現しています。食肉加工品の文化を共有し、それを広く普及していくことが、「SalumiAmo」の掲げる理念です。食肉加工品に対する愛情がイタリア人の心を結びつけています。それはまた、イタリア人の心の姿を映し出す鏡でもあります。

イタリア・サルミ普及促進協会が日本においてキャンペーンを実施するのは、今回で 3 度目となります。第 1 回は 2000 年から 2003 年までの期間、イタリア産食肉加工品が日本市場で開放された直後（1999 年 2 月頃）に実施されました。第 2 回は 2008 年から 2010 年までの期間、今回と同様に欧州連合（EU）とイタリア政府の後援のもとに実施されました。

「私たちは日本とのあいだに、友情と敬意を土台とする堅固な関係を築いてきました」とイタリア・サルミ普及促進協会会長のフランチェスコ・ピッツァガッツリは力を込めて語ります。「日本の消費者は食品の質に対して極めて敏感です。もちろん味は大切です。けれど日本人は、混じり気のない健康的な製品であることも重視しています。私たちの食肉加工品はそうした需要を満たしています」とも語っています。

さらに、ピッツァガッツリは「歴史的に見て、私たちの業界は自らが根を張っている伝統的な文化に細心の配慮を払ってきました。それは、数々の製品が DOP や IGP といった保護指定を受けていることから明らかです。けれど同時に、私たちはつねに改良のチャンスをうかがい、技術的な革新に挑んできました。そうすることで、品質や安全性を高め、今日のライフスタイルに適合する食品を生みだしているのです」と話します。

「私たちはこれまでに、塩分と脂肪分のカットに努め、保存料の使用量を劇的に減少させてきました。イタリアの生産者のこうした努力が、メイド・イン・イタリーの食品の偉大な伝統に、新しい付加価値をもたらしています」とピッツァガッツリは締めくくっています。

<この件に関するお問合せ先>

ウィタン アソシエイツ株式会社（広報代行） 担当：坂口

Tel: 03-5544-8481 Mail: [sakaguchi@witan.co.jp](mailto:sakaguchi@witan.co.jp)

