

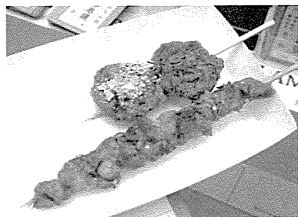
○ JF、新宿で「フードサービスパートナーズ商談会」を開催④
206企業・団体が出展、人手不足に対応した簡便商品や個食パックなどを提案

日本フードサービス協会（JF）は20日、東京都新宿区の新宿住友ビルで「フードサービスパートナーズ商談会」（旧フードサービスバイヤーズ商談会）を開いた。出展社数は前年から26社増えて206企業・団体が出展した。会場では、国内外の農畜水産物や食材・産品を中心に、厨房機器、衛生管理、環境・SDGs対応、容器・包装、物流、DX対応などの商品やサービスを手掛ける企業も参加。能登半島地震の復興支援ブースも展開され、石川県の食材・産品を取り扱う4社が出展し、ブースでは、復興支援の取組み事例を紹介する企業もあった。

畜産・食肉関係では、海外ボードとしてMLA豪州食肉家畜生産者事業団と米国食肉輸出連合会（USMEF）が出展した。企業・団体では、スターゼン、ミート・コンパニオン、住商フーズ、千興ファーム、大和食品工業、ニチレイフレッシュ、ホクビー、テンダープラスジャパンなどがブースを構え、新ブランドや新たなメニューの提案、店舗での作業効率など、人手不足に対応した簡便商品や少量パック商品など付加価値をアピールする企業が目立った。

MLAは、オーギービーフ

とラムを店舗で導入し易いよう、「豪州串本舗」と銘打ち、牛つくね串とラム串を提案した＝写真。牛つくね串は、外食店で一般的なステーキやハンバーグではなく、あえてチョップドスタイルで提供することで汎用性の高さを訴求。試食では、グラスフェッドとグレインフェッドそれぞれのバラ、外モモのミンチを使った牛つくね串を提供し、赤身肉のおいしさ、穀物肥育のジューシーさなど味わいの違いを紹介した。



ラム串は、豪州大使館商務部の協賛のもと、中国東北料理店「味坊」のラム串の試食を提供した。「日本ではラムといえば高級食材のイメージがあるが、昨今、注目されているラム串として提供することで、外食企業、消費者によりラムを身近に感じてもらいたい」（三橋一法シニアマネージャー）としている。

USMEFは、アメリカンビーフ、ポーク、ラムに関する各種ガイドブックを配布するとともに、外食向け提案アイテムとしてハンギングテンダーとポーク・タントリミングの試食を提供した。ポーク・タントリミングは、正肉に比べて安価に調達することができ、コストを抑えたいメニューに最適なアイテムで、



焼肉から串焼き、炒め物、揚げ物、煮込みなど幅広いメニューに活用することができる。試食では、タントリミングならではの程よい食感と噛むごとにコクのある風味を体験してもらっていた＝写真。

スターゼンは今回、価値訴求品として「那須の森 骨付きソーセージ」「旨激辛チョリソー」の2つのNB商品と、自社国産食肉ブランド「こだわりポーク」を使用した「肩ロース ローストポーク」を紹介した＝写真。ローストポークは、ローストビーフよりもリーズナブルで、かつメインディッシュに対応できるジューシーでしっとりとした仕上がりが特徴。ブースでは、サイコロ状にカットしてシャリアピンソースを添えてステーキとして提供することを提案していた。



ミート・コンパニオンは、高付加価値商品と

して、福島工場で製造したスライス済み加熱加工品のトップシール包装(ローストビーフ、ローストポーク、チャーシュー=写真)をはじめ、自社グループ工場および協力工場で手掛けたポーションやスライスなどの一次加工品、七面鳥(サイミート、ブレスト)のサイコロカット、「TOKYO X」「東京軍鶏」を使ったお茶漬けなどを紹介した。スライス済みトップシール



包装はスーパーとコンビニエンスストアを中心に導入が進んでおり、今後は外食向けにも提案を強化していきたい考え。「チャーシューはラーメン店などから原木での発注が多いが、スライス済みを使えば、開けてトッピングするだけで済む。作業効率性が高いため、今後はラーメンチェーン店などに提案していきたい」(福島孝義常務執行役員)としている。(つづく)