

○ SMTS2025、USMEFはプリズケット、ボストンパットのバーガーを提案

「スーパーマーケット・トレードショー2025」がこのほど、千葉市美浜区の幕張メッセで開かれた(既報13日付、18日付)。畜産および畜産加工品ではハム・ソーセージメーカーをはじめ、海外ボード関係、食肉卸売事業者、海外パッカーなどが多数出展した。

米国食肉輸出連合会(USMEF)は、アメリカンビーフ・ポークの各種販促提案を紹介した(写真)。このうち、アメリカンビーフは、プリズケットを使ったアメリカンBBQや、高付加価値の焼肉商材としてボンレスショートリブを提案した。加藤悟司ジャパンディレクターによると、プリズケットは米国内で人気のBBQアイテムのため、これまで日本に輸入されることはほとんどなかったという。会場では、試食としてバーベキューソースに漬け込んだプリズケットをスチームコンベクションオーブンで柔らかく仕上げたバーベキューグリルを提供した。加藤氏は、「米国产牛肉をめぐるマーケット状況が厳しいなか、ショートプレートだけでなく、プリズケットを育てていくことで、アメリカンビーフの新たな可能性を広げていきたい。ボンレスショートリブも近年は輸入量が少なかったが、品質の良い焼肉アイテムとして再提案していきたい」という。

アメリカンポークでは、アメリカンBBQとしてスペアリブ、バックリブ、プルドポークを提案したほか、試食でフォールスリーン(ロースかぶり)を使った煮豚、ボストンパットを使用したハンバーガー「BBB」を提供した。フォールスリーンは、CCロインとMMロインの生産段階で発生するロースのカタ側のかぶりの部分。

「生産することができるパッカーは限られるが、ベリーよりも安価に調達することができ

る。脂のおいしさも特長で、スーパーだけでなく外食事業者にも提案したい(加藤氏)。「BBB」は、昨年、USMEFコロンビアが現地ですて提案し、かなりの反響を呼んだメニューで、今回、日本で初披露となった。会場では、9mm



に挽いたパティで一口サイズのスライダー・バーガーを提供、来場客からも良い評価を得ていたという。「今回、新たなチャレンジとして『BBB』を紹介した。ポークバーガーというとチープな印象を取られてしまいがちだが、赤身と

脂のバランスが良いボストンパットを使うため、おいしさの面でも差別化することができる。外食のメニューだけでなく、スーパーのデリカとしても可能性があるメニュー」と加藤氏、「USMEFとしては、今後も新しいアイテムやメニューを提案することで、新たな付加価値や販売の機会を提供していきたい」とコメントしていた。

このほか、パッカーブースでは、ジョーンズデリーファームやN.P.B. Japan、Certified Angus Beefなど6社が出展した。このうち、ジョーンズデリーファームは「オールナチュラルポークソーセージ」「ドライエイジ チェリーウッドスモーク ベーコン」などを紹介、100%チルドポークを使用した原料のこだわりと、必要最低限の素材で調理・加工したシンプルなおいしさをアピールした。近年はインバウンドの増加を背景に朝食メニューに力を入れるホテルが増えており、チルドポークを原料にしたおいしさや添加物不使用、グルテンフリーの安心さなどから、同社の製品の引合いが増えているという。

カナダビーフ国際機構のブース(=写真)では、「クレイジーソルト」で味



付けしたミスジステーキの試食を行っており、多くの人が足を止め、カナダ産牛肉の味わい

を確かめていた。また、カナダのサプライヤー4社(カーギル、JBS、モンパック、アトランティック・ビーフ)の商品展示も行い、為替環境が厳しいなかで、価格訴求できるアイテムとしてロインテールなどを紹介した。

オンタリオ畜牛肥育家協会は、「オンタリオコーンフェッドビーフ」(OCFB)、「オンタリオ・ヘリテージ・アンガスビーフ」を紹介。

ハラル認証を取得する「オンタリオ・ヘリテージ・アンガスビーフ」では、ストリップロイン・リブアイロールのポーションパック(=写真)を並べており、最近ではインバウンド需要の高まりからホテル関係などを中



心に問い合わせが増えているという。また、2015年に対日輸出が始まったOCFBは、ことし10周年を迎えることから、今後、量販店などとタグを組んだプロモーションを展開していく方針だという。さらに、外食向けにOCFBを原料に使ったハンバーグなどを提案していきたい考えだ。

チリのアグロスーパーは、「四元豚」のバックリブやスペアリブ・セントルイスカット(=写真)、シングルベリーなどの各種アイテムと一次加工品、チキン関係ではBLのIQF製品、ひざ軟骨の真空パックなどを提案していた。



双日食料は「炭火焼牛カルビ」の弁当を提案、フリーデン、アマタケからは新商品も

双日食料は、ミート・コンパニオン福島工場内の高付加価値加熱加工ラインで手掛けた「炭火焼牛カルビ」やレンジ調理対応の「丼の具」シリーズ、業務用ミールキットなど紹介した。このうち、業務用焼成品の「炭火焼牛カルビ」では、弁当



やキンパなどの肉寿司メニューを提案、盛り付ける肉の量やたれの組み合わせによって、価格設定を含め多彩な商品化ができることを訴求した=写真。畜肉原料では、北米産チルドビーフ(ロインテール、ローズミートオフショートプレートなど)、ブラジル産ポーク(シートベリーなど)を、「フードテックワン」コーナーでは、テイスタブル社の「NIKUVEGE(ニクベジ)」など、参画企業が手掛ける各種プラントベースフードを紹介した。

フリーデンは、新商品として同社の「やまと豚」を使用した



無えんせきシリーズ「フリーデンナチュラル」を紹介した=写真④。15年から連続でITI(国際味覚審査機構)の「三ツ星」を受賞している「やまと豚」のおいしさを最大限に生かしたシリーズで、「ロースハム」「ベーコン」「ウインナー」

「黒胡椒ウインナー」「チョリソー」の5品をラインアップ、4月から発売を開始する予定。

アマタケは、オリジナルブランド「岩手で育てたフランス赤鶏」や「岩手で育てた絶品鴨」、サラダチキンをはじめ、新商品「朝のセレクト。」シリーズを紹介した=写真⑤。朝の忙しい時間に良質なたんぱく質を手軽にとれる商品として開発した。鶏コラーゲン入りで、リン酸塩不使用のヘルシーな味わいで、「ソーセージリンクス」「同レモン」「スーパーフードボール」「グリルドナゲット」の4品で展開していく。