ングスタイル

提案

ンペーン

ャンペーン〝ハッピーモー
ャピン・ムックをアンバサ
ー「Sucre et S
テムを使った〝おしゃれ〟

ンロードも可）、または
応募は郵便はがきに、対象商品
のバーコード2枚を張

り、必要事項（郵便番号、住所、氏名（フリガナ）、電話番号、年齢、性別、コース名）を明記の上、所定の郵便料金の切手を張って応募。抽選で合計500人に当たる。

【賞品】〈Aコース〉ネスレ・ネスカフェドルチェグスト ドロップ（100人）〈Bコース〉T―fal・ブレンドフォース グラス（100人）〈Cコース〉ガチャピン・ムックり）」

オリジナルボトル（2個セット）（300人）

【対象商品】〈石窯工房〉「クロワッサンピッツァ ハム&チーズ」「クロックムッシュ」「ナーンドッグ」「包みピザ」〈Sucre et Sucre〉「リコッタチーズのパンケーキ（4枚入り）」「ベルギー風ワッフル（4枚入り）」〈チルドベーカリー〉「クロックムッシュ」「ナーンドッグ」「包みピザ」〈Sucre et Sucre〉「リコッタチーズのパンケーキ（4枚入り）」「ベルギー風ワッフル（4枚入り）」

年で懇親会開く

日本植物蛋白食品協が

植物性タンパクのもつ生理機能と生活習慣病予防など健康効果について一般消費者への理解を図り、需要拡大を進めることが必要で、こうした課題に向けて努力していく」とあいさつ。

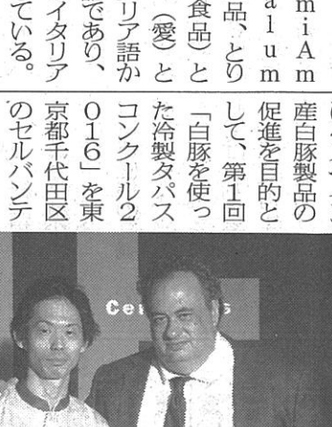
来賓祝辞として、丸山雅章・農林水産省大臣官房審議官が祝辞を述べたあと、長田伊知朗副会長の乾杯の発声で祝宴に入った。

植村会長を再選する

東京Xが通常総会開催

TOKYO X―Association（植村光一郎会長）は5月10日午後、東京都八王子市で平成28年度総会を開催し、提出全議案を原案どおり承認した。役員改選では林理事（同西友）の退任に伴う後任に、西友ローマテリアルソーシングディレクターの川原昭広氏を新任し、植村会長以下ほかの役員は再任された。総会後には記念講演、消費者・関係者交流会も開催した。

植村会長は「27年度は8273頭の取り扱いがあったが、28年度は8千頭を目ざす。PEDの影響で増えないが、それでも26年度の7428頭より若干増頭する。心配なのは7、8月の頭数で、


「消費者目線の販売に注力する」と植村会長

ことしもBBQ展開

MLAのキャンペーン

MLA豪州食肉家畜生産者事業団は、4月25日～8月末の3カ月間、夏のバーベキュー（BBQ）シーズンの需要喚起を狙い、暑い夏にオージー・ビーフの厚切りステーキを家族や友人と楽しんでもらうことを目的に「オージー・ビーフでレッツバービー！」キャンペーンをことしも開催する。

昨年のキャンペーンでは約8年ぶりにテレビCMを放映。CMをみた人を対象に大手調査会社に依頼して調査を行ったところ、インパクトやメッセージ性などの項目はいずれも高い数値となり、実際に買いたいかでは多くの企業の中でトップ1%に入るという結果を残した。

また、グラス、グレインフェッド両方含めたチルドビーフの昨年5～7月の対日輸出金額は全体で17・1%増、ひき肉などを除いたBBQカットでは約30%もの伸びを示した。

アンドリュー・コックス駐日代表は「昨年に続いてのバービーキャンペーンとなるが、ことしはこれまでで最大規模となる。ここ数年の赤身肉やBBQブームはオージー・ビーフにとって追い風になる」と分析。「オーストラリアではBBQは文化そのものであり〝バービー〟と呼ぶ。オーストラリア産のさまざまな部位を日本の消費者に召し上がっていただきたい」と話す。

キャンペーンではステーキも実は三つのポイントを押さえれば、誰でも簡単に失敗せず、ジューシーなステーキが焼けることを伝えるため、30秒で分かる「バービービデオ」と、タイマーが教えてくれるアプリ「バービービデオ」を用意。ストリップロイン、キューブロール、ランプ肉中旬にかけて、関東・関西地方で昨年同様にテレビCMを放送するなど、「父の日」および「バービーの日」（8月2日）を中心に、家族や友人が集まる機会が多い夏の時期に「レッツバービー！」を合言葉に、BBQシーンにオージー・ビーフのステーキを宣伝した。

業界向けには、さまざまな部位を使ったステーキアイテムをつくってもらうため、早分かり「カッティングビデオ」を用意。ストリップロイン、キューブロール、ラン

冷製タパスコン開

スペイン白豚

スペイン白豚生産加工者協会（インターポーク）は先ごろ、日本におけるスペイン産白豚製品の促進を目的として、第1回「白豚を使った冷製タパスコンクール2016」を東京都千代田区のセルバンテス文化センター東京で開催した。

同コンクールはホテルレストランの意欲あるシェフの参加を募り、白

「サルーミアモ」CP

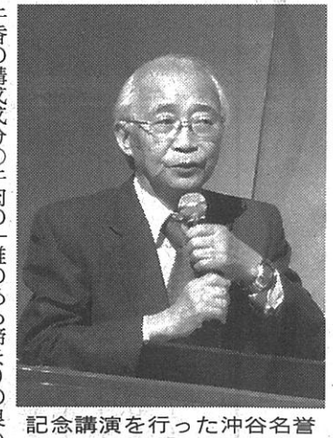
イタリアサルーミ協が

イタリア・サルーミ普及促進協会（フランチェスコ・ピッツァガッリ会長、本部＝ミラノ）は、EUとイタリア政府の支援を得て、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とイタリアの優れたライフスタイルを伝えるため、日本における「SalumiAmo DOP キャンペーン」を実施する。

「SalumiAmo」とは「SalumiAmi」（食肉加工品、とりわけ豚肉加工食品）と「Amore」（愛）という二つのイタリア語から生まれた造語であり、食肉加工品へのイタリアの情熱を表現している。

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。期間中は、日本の有名な料理教室で若手シェフを対象としたプログラムの開催や調理実演、提携レストランでの試食、日本各地で販売所の設置、食肉加工品の情報をまとめた冊子の配布などを実施する。

ピッツァガッリ会長は「私たちは日本との間


記念講演を行った沖谷名誉教授

牛香の構成成分⑤牛肉の熟成香の種類⑥牛肉熟成法の分類について解説した。

この中で熟成法分類では「1、乾式無換気短期熟成＝ある程度の脂肪交雑のある締まりの良い牛肉に適用」「2、乾式無換気長期熟成＝1の方法が採用可の牛肉に適用。生ハムの香りに似たみそ臭、ナッツ臭」「3、乾式換気短期熟成＝すべての牛肉に適用」「4、乾式換気長期熟成＝すべての牛肉に適用可能で、ドライエージングビーフはこの方法で熟成」「5、湿式熟成＝すべての牛肉に適用可。加熱時の香りは焙焼臭や湯煮臭」の五つの方法を紹介した。

また交流会では、1カ月熟成したバスク豚（キントア純血種）と東京Xのロースが試食に提供され、来場者の注目を集めた。

肉相場

農林水産省統計情報部発表

28	30	5.2	6	7
18	818	818	769	769
53	561	564	560	564
99	399	402	400	400
99	199	202	200	200
50	550	550	550	550
90	290	290	290	290
00	600	600	600	600
50	360	360	360	360
50	650	650	650	650
50	350	350	350	350
35	435	435	435	435
35	285	285	285	285