

## ○ 第46回食品産業技術功労賞、日本ハム、プリマハム、ミート・コンパニオン受賞

食品産業新聞社が主催する第46回食品産業技術功労賞の表彰式が、受賞32社の代表及び審査委員ら約180人が参加して11月9日、東京・上野精養軒で行われた。表彰式では、弊社牧田邦雄社長が受賞各社代表に表彰盾を授与、村上秀徳選考委員長（食品産業センター理事長）が講評を兼ねあいさつした。受賞者を代表してプリマハムの松井鉄也社長が謝辞（詳細は後掲）を述べた。引続き記念祝賀パーティーが行われ、来賓の農林水産省食料産業局審議官の丸山雅章氏が祝辞を述べ、日東ベストの大沼一彦社長が乾杯の発声をし、歓談が行われた。会場内には受賞商品などのディスプレイや試食も行われた。

今回は6部門の32件が受賞、部門別内訳は商品・技術部門14件、資材・機器・システム部門4件、マーケティング部門8件、国際部門4件、地方発部門1件、特別賞1件だった。

本紙関係では、マーケティング部門で、日本ハム素材を生かした色々な美味しさ「無塩せきウインナー アンティエ」、プリマハム”フタピタ機能“を追加した「サラダにちょうどいいね」、シュガーレディ本社ブランド肉「シュガーミート」の無駄のない販売システム、国際部門でミート・コンパニオン輸出ブランド「WAGYU SAMURAI」を通じた需要創出——が受賞した。

今回から順次紹介していく。

## ○ 日本ハム素材を活かした色々な美味しさ「無塩せきウインナー アンティエ」

「アンティエ」は、本場ヨーロッパで人気の焼きソーセージ「ブラートヴルスト」の美味しさを、日本でも伝えたい想いから開発した。1994年にヨーロッパ生タイプウインナーとして発売した。発色剤を使わずに仕上げた無塩せきウインナーで肉の旨みとハーブ&スパイスの豊かな香りが味わえる。

現在は後味がすっきりしたレモンとパセリの風味でさわやかに仕上げた「レモン&パセリ」、ピリツとしたおいしさが特徴の「ブラックペッパー」、すっきりと食べやすい味わい「10種のハーブ」をラインアップしている。8月から「オレンジ&バジル」を投入。肉の旨みを引き立てるさわやかなオレンジ風味でさ



ぱりと食べやすい特徴がある。複数フレーバーの展開で、メインユーザーである50～60歳代だけでなく、流行に敏感な30～40歳代の若年層など幅広い年齢層の取り込みを目指す。

ブランドサイトでは「アンティエ」の由来、おいしさの秘密、食シーンの提案などを紹介している。

### 素材を生かす「無塩せき」製法

日本ハム執行役員ハム・ソーセージ事業部長 大社修司氏

本場ドイツの焼きソーセージを目指して1994年に「アンティエ」を発売しました。原料であるお肉の美味しさとハーブやスパイスの香りが楽しめる発色剤不使用の「無塩せき」製法で仕上げています。開発時は細菌抑制をしながら短時間でお肉の旨味を引出す点や、スモークの薫りをつけずにおいしさを表現することに苦労しました。ハーブとスパイスはドイツなど世界各地から取り寄せた100種類以上のスパイスから選び抜いたこだわりの組み合わせで配合して



います。

ブランド名の「アンティエ」は、フランスで食材を丸ごと使って素材の味を活かすメニューの名前に「アンティエ」という単語が使われることや、お肉本来の旨味を楽しんでもらいたいという思い、言葉の優しくやわらかな響きなどから名付けました。発売当初は「レモン&パセリ」「マイルドスパイス」の2品を展開。現在は「レモン&パセリ」「ブラックペッパー」「10種のハーブ」「オレンジ&バジル」の4品をラインアップ