

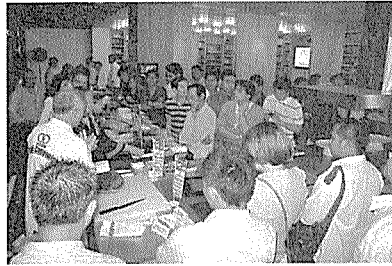
「調理食品支出金額・2月」1年4カ月ぶりに前年割れ、野菜も減

既報「総務省家計調査によると、2月の調理食品支出金額は7845円(前年同月比3.2%減)と23年10月以来の前年割れとなった。「主食的調理食品」は調理パン(同5.7%増)を除いた全品目が前年を下回ったことから支出金額は3541円(同0.9%減)。好調に推移していたコロツケなどの総菜類を含む「他の調理食品」の金額も4304円(同2.6%減)と23年11月以来、13カ月ぶりの前年割れとなった。シウマイとハンバーグは2ケタの伸び、サラダ(同6.3%増)は好調、コロツケは前年実績を維持したが、そのほかの品目は、うなぎ(同25.0%減)、総菜材料セット(同17.7%減)、ギョーザ(同9.7%減)を筆頭に前年を下回った。

	25年1月		2月	
	金額	前年同月比	金額	前年同月比
調理食品	8,433	103.4%	7,845	96.8%
主食的調理食品	3,567	99.1%	3,541	96.1%
弁当	1,049	97.7%	977	93.3%
すし(弁当)	981	97.7%	1,173	94.6%
おにぎり・その他	268	98.2%	241	96.8%
調理パン	320	99.1%	315	105.7%
他の主食的調理食品	950	102.9%	835	98.2%
他の調理食品	4,865	106.8%	4,304	97.4%
うなぎのかば焼き	82	100.0%	66	75.0%
サラダ	292	114.5%	269	106.3%
コロツケ	142	97.3%	152	100.0%
カンレツ	126	100.8%	117	98.3%
天ぷら・フライ	729	104.0%	676	97.1%
シウマイ	80	101.3%	85	116.4%
ギョーザ	182	105.8%	167	90.3%
焼き鳥	140	108.5%	121	96.0%
ハンバーグ	83	107.8%	82	115.5%
冷凍調理食品	483	104.3%	448	99.1%
惣菜材料セット	292	91.3%	275	82.3%
他の調理食品のその他	2,236	111.5%	1,845	98.6%

資料：総務省「家計調査報告(全国・全世帯1世帯あたり品目別)」

ミートコンパニオンがバンコクで和牛肉のプレゼン実施、大好評



(株)ミートコンパニオンはタイの首都バンコクで3月26日、タイに別法人を設立後最初のプロモーションとして同社取扱輸出和牛銘柄の「WAGYU SAMURAI」のプレゼンをグラントハイアットホテルで午前と午後行った。招待者はホテル、レストラン、百貨店、高級商材販売店等の関係者約100人。プレゼンは3部構成で1部は、個体識別番号を柱に子牛誕生と耳標の装着以降の肥育と場までの耳標から枝肉ラベルまでのトレーズ。管理番号がトレーパックで表記され、世界で最も優れたシステムとアピールした。さらにタイではなじみの薄い「すき焼き」を日本文化として紹介し、料理と部位の相性やロース以外の部位の可能性も説明。2部は、半丸セットの22部位を展示し、部位特性、肉質特性、部位別料理の相性を説明し、ロースに偏ることのない全部位のプロモーションを行った。3部は、モモとバラのCATティングで、ランプ、シタマ、友バラ、三角バラが、焼肉、ステーキとして試食に供され、和牛独特の柔らかさや香りを参加者は堪能した。「WAGYU SAMURAI」が他の日本銘柄和牛との違いでは「和牛の銘柄化は地域色を強く出しているが、銘柄は血統と、生産農家の技量熟練差で決まる。その技量熟練を極めた生産農家に「和牛侍」の称号を与え、その生産者が育てた厳選した和牛にのみ「WAGYU SAMURAI」の銘柄を与え、地域に縛られない優れた牛肉をMCの目利き技術と合わせ選別した最高の品質で安定した価格での供給が可能になる」(植村常務)と説明した。