

## ○ FABEX2015 が開幕、惣菜デリカ、外・中食業界の開拓めざす企業が出展

惣菜デリカや弁当、中食、外食業態向け業務用専門展「FABEX2015」が15日、東京・江東区の東京ビッグサイトで開幕した。会場には国内外から560社が出展、別会場では食肉産業展やワイン&グルメジャパン、麺産業展も同時開催され、17日までの3日間で7万5千人以上の来場を見込んでいる。畜産・食肉関係では、ELT、AWジャパン、NTC・デリバ、テンドープラスジャパン、南薩食鳥、マルイチ産商、ミート・コンパニオンなどが出展、国内および海外加工によるOEMも含めた肉惣菜商品やこだわりの原料を使用した商品開発などをアピールしていた。

ELTでは、タイの協力工場を手掛けたチキン惣菜やブラジル産若鶏ももから揚げ、ポークソーセージ、ハンガリー産豚バラスライス、またネット販売や空港の土産品として甘辛のチキンを凍らせ冷凍庫から出して温めず



にそのまま食べることができる「雪鶏(プラチナチキン)」も展示した。なかでもチキン惣菜は、

今回、生焼鳥用のもも串肉やピリ辛チキンウイング、オイスターミート、チキンステーキマリネード、唐揚げ用どぶ漬けなど加熱・未加熱の加工品を多数展示(=写真)、「国内加工では人手不足の問題だけでなく、今後はハラル対応商品のニーズも強まることが予想される。その点、タイで加工することで製造コストの面や、日本と距離が近い地理的優位性など多くのメリットがある。小売・外食を問わず惣菜関係の需要は増えており、今後は、顧客とのメニュー開発を通じて店舗側で最低限の味付け調整をするだけで提供可能な形まで取り組んで行ければ」(平澤亮営業部長)と期待感を示している。

今回で3年目の出展となるテンドープラスジャパンは、ホテル・レストランなど外食業界を中心に全国規模での販売チャンネルを持っており、自社ブランド「テンドープラス」「ヴ

ィクトリアンファーム」(豪州産)のスタークヴィールやラム商品に加えて、豪州産では「ビーフシティ・ブラック」「AMH」「ジンバ」ブランドを、米国産では「スイフトブラックアンガス」を展示、さらにニュージーランド産プレミアム牧草牛「リザーブ」とプレミアムホグゲットの「シレア」ブランドも紹介した。特に「シレア」は原生ハーブなどを啄みじつくり高山で飼養されたメリノ種で、この春から本格的に販売する。いずれのブランドも品質へのこだわりを求めるホテル・レストランなどに勧めてゆく方針で、「外食について消費者は単に安い物ではなく、ハレの日の食事として良い物・美味しい物を食べたいというニーズが強い。我々は食べて美味しい商品を提供してゆくという理念を持っており、差別化につながりかつ使い勝手の良い製品を販売してゆきたい」(小高広志社長)としている。

このほか、マルイチ産商(フードサービス事業部)は、畜産や水産物、デリー・冷食などの広範なサプライチェーンを持つ「メーカー型卸売業」の優位性を発揮し、信州味噌に漬けた「味噌仕立てロースカツ」や「旨味豚レバー」「山賊揚げ」「真鯛フライ」「さば善光寺味噌焼き」などオリジナル商品を紹介。ミート・コンパニオンは、国内に5カ所の加工製造拠点を持つ優位性を生かし、沖縄産黒毛和牛とあぐーのハンバーグなど原料のこだわりを訴求した商品から、牛カルビ丼や豚肉そばの具材、豚スペアリブとごぼうの煮込み、煮しめなどの業務用・簡便商材まで多様なニーズに対応できる能力をアピールしていた。

南薩食鳥は展示会場の一角に設けられた「ハラルマーケットフェア」に出展。同社は4年前から国内向けハラル商品の開発・販売



に力を入れている。今回は、ハラル認証のムネ肉やチキンソーセージ、ビーフ&チキンウインナー、チキンスープなどに加え(=写真)、他の食品メーカーとコラボによる「ハラルチキンカレー」「ハラル鶏ラーメン」などの加工品(日常食用・観光土産用)を紹介した。