

○ 四元豚を使った「彩りキッチン®<四元豚>」シリーズ2種を発売—日本ハム

日本ハムは8月20日から、「彩りキッチン®<四元豚> JAS標準 しっとりロースハム」(=写真)、「同 しっとりももハム」を新発売する。

発売以来、好評な「彩りキッチン」シリーズに、ブランド豚肉「四元豚シルキーポーク」を原料に使用した新商品(2種)を投入するもの。四元豚は4品種を掛け合わせ生産される豚で、桜色でやわらかく霜降りが入りやすい肉質を持つ。この四元豚の肉質を生かして、やわらかいハムに仕上げ、厚めのスライスにしたことで肉の食感も楽しめるのが特徴。ラインナップは「しっとりロースハム」と「しっとりももハム」の2種類で、使い切りやすい3枚入り(1パック当たり)を3パックのセットにしている。



これまで「森の薫りももハム」で四元豚を使っていたが、彩りキッチンシリーズにも投入した。従来の「彩りキッ

チン」シリーズはメイン購買層が30~40代だが、味わいと品質面でグレードアップした今回の商品は、プレミアム志向の50~60代を主なターゲットとして拡販していく。販売目標は年間4億円(税込/小売りベース)に設定している。内容量は38g×3P、希望小売価格は390円(税込)。

○ タイの日本産農水産物・食品輸出商談会に23社が出展、6社が牛肉PR—ジェトロ

ジェトロ主催の日本産農水産物・食品輸出商談会が1日、タイ・バンコク市内のホテルで開催された。昨年度に引続き開催された今展示会には日本から23社が参加。水産(8社)、果実(3社)、日本酒(6社)のほか、畜産関係では▽ホクレン農業協同組合連合会(北海道、北海道産ホルス去勢を展示)▽㈱にまいばしミート(岩手、黒毛和種を展示、以下同)▽㈱ミートコンパニオン(東京)▽㈱マルエー食品工業(大阪)▽エムケイ開発㈱(鳥取)▽㈱一富士本店(岡山)——の6事業者が和牛・日本産牛肉を出品した。

展示会では、商社をはじめ卸売業者、ホテル、百貨店、飲食店など66社のバイヤーなどが訪れるなど日本産食品への関心の高さがうかがえ、各出展企業は試食や現物を展示するなど熱心なアピールを行った。このうちミートコンパニオンでは、現地でスライスして商品化の具体例を紹介、ロースのステーキやすき焼き、しゃぶしゃぶ、切り落とし、モモでは厚切りステーキ、ダイスステーキ、網焼き、焼肉用などバラエティーに富んだ商品紹介がなされていた=写真。「今回、現地のバイヤーには、ロース以外の部位の紹介に特化して展示商品を選別し、モモやカタ系を使用しロースの1/2もしくは1/3サイズの商品提案をして富裕層以外にも購買層を広げたい」(植村



光一郎常務取締役)としている。なお、展示会前日の7月31日は食品コーディネーターによる現地ブリーフィ

ングや現地の輸入事業者と小売り事業者への企業訪問も行われた。

ジェトロによると、日本からの農水産物・食品輸出先(金額ベース)でタイは第6位(12年)で、日本食レストランがバンコク市内を中心に年々増加傾向にあり、日本食の認知度が高い海外市場として注目されているという。今回出展した植村氏によれば、タイでの日本人需要は、駐在員として約5万人で、観光客なども含めると10万人を超えており、またタイのGDPの1%が観光事業でマレーシア、中国、日本、欧米、ロシアからの観光客が年々増えているという。タイでの日本食レストランは、1,700店舗あり、1,128店舗が首都のバンコクに集中しており、和牛などタイの富裕層の食に対する本物志向は今後増えてくることが期待されているとしている。