

○ 国内牛 57 頭を展示即売、ハムソーは年末年始用新製品や売場提案も一福留ハム

福留ハムは21日、広島支社内で国内牛展示即売会とハム・ソーセージとデリカの年末商品商談会を開き、中国地区のスーパーや食肉専門店など120人を招待した。

国内牛の即売では、佐賀牛・出雲牛・広島産を中心に鹿児島や宮崎産・佐賀産など含め和牛など57頭(昨年60頭)を展示・販売した。展示では今回、従来の原木から、食べ方や調理提案を含め半調理品や惣菜などバックヤード商材を充実させた。牛肉ではUS産ではショートカットクロッドを使用した切り落としにより野菜炒めを、メルティークビーフでステーキ弁当を、豚肉では、カナダ産の三元豚「麦と大地の豚」を使用し、塩麴・西京味噌・金山寺味噌で漬けたステーキを提案、このほかクリスマス用にバックリブのバタフライカットやセントジョーポークのベリースライス(1kg)、カナダ産「麦のはぐくみ豚」豚ロースカブリなどを紹介した。

ハム・ソー(写真上)では、リニューアルしたロマンティック街道「ドイツ屋台の焼ソーセージ」(135g、298円)をはじめ、中挽きでオリーブオイルで仕上げた新製品「ポークウインナー」(132g、298円)や「ポークポロニアステーキ」、扇型の「まきまき上手なソーセージ(スライス)」、サラダ用に提案した「スモークタンズライス」などを紹介。年末



年始用商品として、「ビッグあらびきフランク」「フランクなが〜い」「ベッパーベーコン」など太物・1本モノや年明けの閑散期用に1kg入りでボリューム感のあるロースハム・ロースベーコンステーキなどを紹介。

デリ加工品(写真下)では、ソースが決めてのおいしいハンバーグシ

リーズにデミグラスソースの野菜入りハンバーグをはじめ、野菜やうどんと一緒に炒めるだけの「ホルモン焼きうどんの具」や「豚タン下使用豚細炒(トンスーシャ)キットなども披露した。メニュー提案では提携先の松阪ハムのテリーヌなどを加えてクリスマスオードブルを、受験生応援セール提案として、花ソーセージをはじめ、防府天満宮に奉納した専用商品を品揃えし、ホットメニューでの提案も行った。

○ 和牛経産牛の市場性を探る、ミートコンパニオン植村氏が講演—JA おきなわ

JAおきなわはこのほど、県内で畜産農家から100人を対象に、和牛更新牛(経産牛)の市場性に関する講演会を開いた。JAおきなわは現在、来年4月の稼働を目指し、南城市の(株)沖縄県食肉センター敷地内に部分肉加工処理施設の建設を進めている。現在、肥育牛のうち8割を県外へ出荷(生体・枝肉)しているが、施設稼働により部分肉での出荷が可能となる。このため、加工素材への活用など、和牛経産牛の市場可能性を模索することで、適正な繁殖牛の更新を促し、より良質な素牛生産と農家の所得向上につなげてゆくもの。

当日は(株)ミートコンパニオンの植村光一郎常務執行役が講師に招かれ、県のブランド「おきなわ和牛」の首都圏での販売状況や経産牛の活用方法について説明した。植村氏は、初

年度に出荷される更新牛は15産以上の高齢牛が予想されると指摘。ひき材としての活用が中心となるため、ハンバーグ素材として年間600万人に上る観光客への提供や地産池消や食育として学校給食での需要が期待できると強調した。会場からは、経産牛の再肥育のメリットや「高齢でも“はらみ牛”は1頭当たり15万円で取引されるが、更新牛はそれ以上での販売が期待できるか」などの質問が上がり、植村氏は「再肥育は飼料や管理費を含めると1カ月当たり2万円(1頭)かかり、肥育期間を考えるとその可能性は低い」「種付経費と飼料代、管理経費を除けばメリットが出ることが分かるはず、何より素牛の全体的なブランド向上に結び付き、素牛生産基地としての付加価値が図ることができる」と答えた。