

東京ビッグサイトで食肉産業展が開催、国内外から120社が出展 個性あふれるブランド肉が出展、スライスやパック商品の展示も

食肉の見本市「第35回 2009食肉産業展」が、東京・江東区の東京ビッグサイトで開幕した(24日まで開催)。今回も国内外の食肉流通事業者や加工メーカー、加工機械メーカーなど120社が出展。各地のブランドだけでなく、安全・安心への取り組みや肉質・品質の違い、手間暇がかからないようアウトパックした商品などが提案されていた。

特に今年は、景気後退や消費者の節約志向の高まりの影響で牛肉の消費が落ち込む中で、牛肉の需要を回復させようと、各地の個性あふれるブランド牛肉の提案が目立った。このうち、JA全農ミートフーズは、松坂牛や博多和牛、ローズポーク、奥入瀬ガーリックポークなど、全国から牛肉26ブランド、豚肉13ブランドも



の銘柄肉を展示して、品種や飼料、飼養方法などそれぞれの特徴をアピールしていた(=写真⑤)。また、宮崎牛のサーロインステーキなど時間帯によって各銘柄肉の試食会開かれ、その都度大勢の列が並んでいた。

ミートコンパニオンは、JAおきなわと共同で「おきなわ和牛」出展した。05年に沖縄県のJAが統合した際に、沖縄県の和牛のブランドも統一、ブランドの確立を進めていたもので、神戸牛、松阪牛、近江牛などの素牛である但馬牛の血統を継承していることが特徴だ。生体を鹿児島から埼玉・和光市にあるグループ会社まで陸路で運び、と畜・加工する。関東では成城石井や東急ストアなどで販売されている。同社はそのほか、農場管理獣医師協会(FMVA)による第三者認証牛「FMVA認証牛」やTOKYO Xなども提案していた。

マルチ産商はリンゴ入り発酵飼料を与えた

「信州牛」や、同社オリジナルの調理加工品「マイルドビーフ」を出展。リンゴ入り飼料を与えて育てた信州牛は、良質の霜降り具合と白く、粘りのある脂肪のうまさ特徴。また、同社が登録流通事業者となっている、牛肉のおいしさを科学的に認定する「信州プレミアム牛肉」認証制度や、牛に与えたエサの情報まで開示される「信州あんしん農産物」の取り組みなども紹介していた。

スターゼンはローマイヤシリーズのほか、今回は量販店や外食の向けの春夏の販促商品として、焼き肉トレーパックや味付け肉、生肉、ローストビーフなど生食商品、スキンパック、冷凍商品などを展示。スキンパック商品により品質劣化の低減と販売ロスの削減につながることや、パックセンターで指定の切り方・量目で加工することで、店頭でのコストや時間をかけずに販売できるメリットを強調していた。

海外食肉関係では、米国食肉輸出連合会(USMEF)やMLA豪州食肉家畜生産者事業団、カナダ・アルバータ州政府などボード関係をはじめ、ティー・ディー・ケイフーズサプライ、ミキフーズサプライ、サイプレス・インターナショナル・トレーディング、シーボード・フーズ、デイリーズ、ワールドコマースなどが出展した。このうち、USMEFでは、ソーセージの食べ比べや(=写真⑥)、トッブブレード、バックリブなどを

使ったメニュー提案を展開していた。USMEFはでタイソン・フーズとファームランド・フーズ、SIGインターナショナル3社と共同で出展している。タイソンでは、原料肉関係では日本の業界関係者にIBPブランドを再認識させようと数十品目のアイテムを出品するほか、徐々に日本でも定着してきているプリクックドベーコンなど加工品も紹介していた。またSIGインターナショナルは、米国産純粋パークシャー種などを、ファームランド・フーズは、ゴールドラベルとんかつや粗挽きフランク、ソーセージ、豚ハラミなど十数アイテムを展示していた。

