

ミートコンパニオン

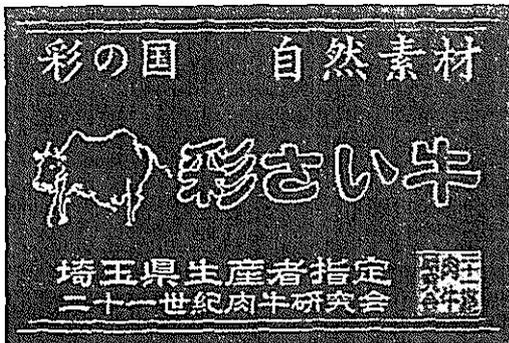
# 食肉のブランド化を推進

## 生協の採用に期待

食肉加工・卸のミートコンパニオン(本社・東京都立川市)は、価格重視の食肉市場、消費者趣向に対応するため、食肉のブランド化を推進。食肉の個性をアピールすることができるため、消費の促進と生産者を支援することができる。ブランド肉は、生協にも積極的に提案していく方針。

ブランド化政策は「おさされ、価格のみが購買基準になりかねない良質な肉を、それぞれに名称を付与し差別化を図ること、地消のビジネスモデルが構築できる。

現在、同社が販売している主なブランドは「彩さい牛」(埼玉)、「五穀牛」(群馬)、「東京黒毛和牛」(東京)、「都城和牛」(宮崎)、「特選和牛静岡そだち」(静岡)、「おきなわ和牛」(沖縄)など牛肉8銘柄と、「Mの国黒豚」(宮崎)、「天城黒豚」(静岡)、「狭山丘陵チェリーポーク」(埼玉)の豚肉3銘柄。「いずれも安心・安全で良質をうえ、その



F M V A 認定牛の「彩さい牛」と「五穀牛」のラベル

### 1マロ2品

#### 提案

マシユマロ最大手のエイワ(本社・東京都世田谷区)は、「ゆずマシユマロ」(80%)と「チョコねりマシユマロ」(同)の新商品「写真②品」ユマロで包んだ。

「チョコねりマシユマロ」はカカオマスと生クリームを練り込んだチョココート味に仕上げた。同社のマシユマロは長野県安曇野市の「穂高

工場」で、徹底した生産管理と最新設備で生産。信頼性に加え、味のバリエーション、国内生産による安定供給も評価され、長年マシユマロ市場

「明治乳業」カルシウム濃縮「明治北海道」

永続的な消費を目指すもの。販売は生産地周辺の大手スーパーや外食チェーン、量販店、コンビニエンスストア、レストランなど、「地元」を中心に展開することから、地産地消のビジネスモデルが構築できる。

「彩さい牛」は、消費者と生産者の「安心」をつなぐため、「農場管理獣医師協会(FMVA)」が獣医師の立場から牛肉の第三者認証を行った。「彩さい牛」は健康増進のため配合飼料の中に飼料用の炭を給与して飼育。「五穀牛」は、米・麦・粟・黍・豆を指定配合飼料に定量を配合して飼育し、個性的な肉質を生み出している。

「彩さい牛」は来年からセブーン・イレブン・ジャパンの弁当に採用される。FMVA牛は現在、次の出荷を待つ約4500頭にカルテ(管理記録)がつけられている。「東京黒毛和牛」は、ソムリエ・田崎真也氏の 레스토랑「T.T.T.」(東京港区)で採用され、東京ブランドの牛」として評判になるなど、ブランド化の効果が徐々に現れている。

価格、牛肉8銘柄平均

取り組みが評価され、均で100〜400円前後。米国産や蔡州産、ブランドのもの比べると割高だが、松坂牛や山形牛、前沢牛など高級品と比べると値ごろ感がある。「価格に見合った価値は十分にある。商品の価値をわかっていただければお取引先を通して、消費者の皆様に沢山食べていただきたい。そのことが後継者不足で苦しんでいる生産者支援にもつながる」とし、安全・安心にこだわりを持ち、地産地消に積極的に取り組んでいる生協との取引に大きな期待を寄せている。

「生協取引を期待」

新着 11月11日

### ヤマダフーズ

## 国産生姜入り「ぽっかぽか納豆極小粒」新発売

ヤマダフーズ(本社・秋田県仙北郡)はこのほど、「ぽっかぽか納豆極小粒ミニ3」の写真を加えて、国産生姜の小片を加えた。今後、対応したれに、糖蜜、黒砂糖

同商品は、生姜で食べると、甘口に仕上げた醤油ベースのたれに、国産生姜の小片を加えた。



ハチミツを加え、生姜の辛味をまろやかにし、女性好みの味に仕上げた。

内容量は、極小粒納豆40g×3個、生姜たれ6g。生姜は、血行を促進し身体を温め、冷え症を改善する効果があることが知られ、寒い季節に人気急上昇となっている。

天塩 「天塩のうがい塩」提案 風邪予防で商品化

新着 11月11日