

○ セントラルフーズがプレゼン、TOKYO Xの加工品販売を強化へ

(株)セントラルフーズ(原田清社長)は5日、東京・品川区の本社で東京のブランド豚「TOKYO X」を使った食肉加工品の展示会を開催した。この展示会は、今春から同社が東京スカイツリータウン・ソラマチに出店した「von Heim(フォンハイム)」で販売するTOKYO Xの加工品の評価・認知度が上がってきており、今後、さらにシリーズを充実させてゆくために開いたもの。



位性を表現するためベーシックな加工手法が用いられており、肉本来の香りや風味が生かされている。今期から地

今回展示された商品は、来年度のサマーギフト向け商品で、ハムはロースハムを含む4アイテム、ソーセージはブルストを含む7アイテムのほか、ベーコン、アイスバイン、焼き豚、ハンバーグ、ローストポーク。また惣菜関係は、メンチカツ、ヒレ串カツ、3種のみそ漬けが展示された。製造方法には、ドイツ農業協会DHLで金賞を受賞した加工手法が用いられており、低温調理により高度な品質が保たれているという。またこの日の展示会にはTOKYO X-Associationの植村光一郎会長も特別招待された。展示された商品について植村会長は、「基本的にTOKYO Xの原料の優

産地消にこだわり小中学校で食育活動や、地域活性化のため東京へ来た人たちに美味しいTOKYO Xを食べていただく手段としてのハム加工品の充実は大いに貢献する」と期待感を示した。また、セントラルフーズ原田社長も「メインブランドの『ローゼンハイム』をはじめ、産直ギフトとしての『高座豚』などのラインアップを展開し、順調な伸びを示している。TOKYO Xのハム加工品も大いに期待していると」述べ、植村会長と握手を交わした(=写真㉔が原田社長、㉕が植村会長)。

○ 「じゅわり×川越達也 冬のスマイルキャンペーン」を5日から実施—伊藤ハム

伊藤ハムは5日、今春実施して好評だった「じゅわり 特級ポークウインナー」と、人気シェフ・川越達也氏とのタイアップキャンペーンの第2弾『じゅわり×川越達也 冬のスマイルキャンペーン』を開始した。締切は12月31日。



同キャンペーンは、「じゅわり 特級ポークウインナー」のバーコードを集めて応募すると、枚数に応じて川越達也氏監修の人気スイーツが当たる。バーコード2枚コースは、濃厚なチョコレートを使用したさまざまな食感が楽しめる「チョコレートケーキ」を200名に、バーコード1枚コースは、2つの味が楽

しめる「ティラミス(1本)&ロールケーキ(1本)」のセットを300名にプレゼンする。また、はずれた方の中から、Wチャンスとして500名に伊藤ハム商品詰め合わせが当たる。

対象商品は「じゅわり 特級ポークウインナー」(92g、92g×2、185g)。

○ 「モスカフェ」、15日・表参道に5店舗目をオープン—モスフード

モスフードサービス(本社・東京都品川区)がチェーン展開する「モスバーガー」のカフェタイプ店舗「モスカフェ表参道店」が15日、渋谷区にオープンする。東京メトロ銀座線表参道駅から徒歩1分の好立地。定番のハンバ

ーガー類に加え、オリジナルの「カフェごはん」、スイーツ類、アルコールを含めた豊富なドリンクを提供する。89席。月商1,200万円を目標にしている。「モスカフェ」が首都圏を中心に展開しており、今回で5店舗目。