

○ 外食ビジネスウィーク、ミートコンパニオンが「ボイルドミート」などを紹介 なんつねは外食店向けに自家製ハム・ソーセージづくりをサポート

「外食ビジネスウィーク 2017」が 29 日、東京・江東区の東京ビッグサイトで開かれた。31 日までの期間中、ラーメン産業展や居酒屋産業展なども共催され、全国から 572 社以上が出展、人材不足に対応した調理加工品や新たなメニューが提案された。畜産品関連の出展だけでも 47 社に上った。

ミートコンパニオンは P B 開発で培った技術を生かし、外食向けに短時間・簡単調理で本格肉メニューを展開できる新商品「ボイルドミート」をはじめ、「ビーフシチュー」「豚角煮」「豚ロースコンフィ」「加熱済み挽肉」「牛すじ煮込み」などの加熱加工品を提案した。調理時間の短縮や品質、商品のブレ幅が少ないといったメリットがあるという。また「TOKYO X」を使用したベーコン、ウインナーほか、「牛カルビ

丼の具」「豚生姜焼き丼の具」など個食パック、惣ニイチクが展開する「匠の会」シリーズ（トマトガーリックソースなど）、さらにインジェクション加工した「豚ロース西京味噌味」を出展した＝写真。この「豚ロース市況味噌味」は原料の表面だけでなく直接注入しているため、味の浸透が早く、焦げ付かなく簡単に調理できるという。このほか、「TOKYO X」に次ぐ新たなブランド豚として、北海道十勝のエルパソ牧場で放牧された「どろぶた」を紹介した。

アグロスーパー（アンデス・アジア）では、同社のブランド豚「アグロスーパー」とサーモン「スーパーサーモン」を展示。ポークでは、ベリーをはじめ、肩ロース、MMロース、スペアリブ、バックリブ、テンドーロイン、トントロなど幅広いラインアップによって外食事業者の様々なメニュー・食シーンに対応できる点を訴求。試食では、アグロスーパーのコンサルタントシェフを務めるリカルド・ゴンザレス氏による、厚切りにしたトントロのロー



ストやバックリブを提供していた。

熊本の千興ファームは、新商品としてフランス産馬肉「千桜」（加熱用）を紹介。食用馬の生産体制が確立され、馬肉文化もあるフランスの指定農場で、千興ファームのオリジナル飼料や肥育技術を投入して生産した。フランスの公的機関 B B C に認証されたオメガ 3 を含んでおり、旨みがありクセがなくさっぱりとした味わいが特長という。現地生産したボックスミートを国内加工しているが、今後は生体を輸入して自社牧場で肥育する考え。

タイ・ベタグロ社の日本代理店 Boston トレーディングはラーメン産業展に出展し、「角煮チャーシュー」「肩ロースチャーシュー」「トンポーロー」「骨付フランクフルト」などを紹介。世界トップレベルの生産規模と徹底した衛生管理を通じて、各外食事業者向けにカスタマイズされた豚肉・鶏肉加工品を製造できる強みを訴求していた。大阪・堺市の明和食品では、73 年の創業当初からこだわり続けてきた「牛肉 100% の無添加ハンバーグ」を紹介。化学調味料をはじめ着色料、保存料などを一切使用しない素材の鮮度と製法にこだわった逸品。これまで業務卸向け販売が中心だったが、最近は通販で個人客や無添加商品などこだわりを持つ量販店などからの引合いも増えているという。このほか畜産・食肉関係では、プレコフーズや泰平商事（豚肉）の石川、伊達物産、丸トポトリ食品などが出展した。

設備・サービス関係ではなんつねが出展、「薫煙機能付小型スチームコンベクションオープン」など食品機械メーカーのノウハウ・技術を生かした、外食店舗向け自社製ハム・ソーセージ作りのサポート・サービスを紹介。会場には同社がオープンした手づくりハム・ソーセージ店「ミート・デリ・

モ〜スト」とテストキッチンを再現。テストキッチンには、スタッフやミンチ機を使ってソーセージ作りのデモンストレーションが披露され、同社のサポートを通じて外食店舗でも手軽に自家製ハム・ソーセージが始められることを提案していた。