

米国食肉輸出連合会(USMEF)では今回、原料による差別化を訴求するため、アメリカン・ビーフを使ったグルメバーガーを提案。カフェ・バル業態に焦点を当て、ステーキ肉を刻んでつくる「ぜいたくバーガー」のほか、アメリカン・ビーフのローストビーフを使った贅沢サンドイッチ、プルコギをカフェ風にお洒落にアレンジした「プルコギッシュ」、ボンドステーキなどSNS映えするメニューを提案した=写真④。アメリカン・ポークでは、昨秋からの新提案として「三ツ星アメリカン・ポーク」を紹介し、話題の低温調理による「カンタン極旨炙り塩豚」や、昨年から強化している「チーズデジタルビーフ」を提案していた。



ン先スライス4mm(仙台味噌漬け)」「牛タンジャーキー」など手間いらずの調理加工品を紹介した。

ミート・コンパニオンでは、エイジングシートを使った「発酵熟成肉」をはじめニュージーランド牧草牛、米国産「SRF極黒牛」「TOKYO X」など差別化につながるこだわり原料肉を提案、グループの加工拠点で手掛けたボイルド商品やスリット入りブリスケットスカート、氷温熟成ローストビーフなどの業務用加工品、「牛カルビ井の具」「牛すじ煮込み」「タレ漬け牛カルビ」など個包装加工品も提案していた=写真⑤。

このほか、メキシコのスカルネが、バハ・カリフォルニア州のメヒカリ工場で手掛けたチルドビーフや「マル腸」、牛ひき肉などを展示。コストコホールセール・ジャパンは米国産チルドビーフのチョイスグレード各種やカナダ産チルド



三元豚、豪州産チルド・ラムなどのブロック肉を品揃え、業務用食材の調達先として全国のコストコ倉庫店の利用を提案していた。

大石と横浜冷凍は今回初めて共同出展し、米国シグ・アイオワの純粋パークシャー種を氷温熟成した「氷温熟成黒豚」をはじめ、スペイン・ガリシア州産「栗豚」、イベリコ豚などこだわり素材を紹介していた。

(その他の出展は後載)

○ 焼肉ビジネスフェア2019が開催、人手不足対応商品、こだわり原料などを紹介  
MLAはビーフの食べ比べ、USMEFはグルメバーガー、低温調理メニューを紹介

焼肉業界および飲食業界向けの専門展示商談会「～ミートフードEXPO～焼肉ビジネスフェア2019in東京」が23日、東京・豊島区のサンシャインシティコンベンションセンターで開かれた(東京は24日まで開催)。東京会場と大阪会場(2月5～6日)の両会場で3万5,000人の来場を見込んでいる。とくに今年で11回目を迎える東京会場では213社・296小間が出展、食肉関係では人手不足の課題に対応した一次加工品やSNS映えするようなメニュー提案などがみられた。

今回の展示会のうち、海外ボード関係は、MLA豪州食肉家畜生産者事業団がサントリースピリッツ、サントリーワインインターナショナル、国内ロースター最大手のシンボとのコラボによる、恒例の「オーギービーフ・セルフ焼肉横丁」を展開した=写真。今年で3回目を迎える取組みで、様々な育て方があるオーギー・ビーフを楽しんでもらおうと、パスタチャーフェ



ッド(ストリップ)、長期穀物肥育(270日肥育、ランプ)、豪州産WAGYU(400日肥育、ミスジ)の3品を一人用無煙ロースターで焼いて、味わいの違いを楽しんでもらった。今回は初めて豪州産WAGYUが登場。海外市場で需要の強いロイン系ではなく、日本市場向けに供給可能なアイテムとしてミスジを提案していた。

(4面につづく)