

○ FABEX2021 が開幕、ミート・コンパニオン、アマタケなどが出展 ニューノーマル時代に対応した簡便商品、最新技術など多数紹介

総菜デリカや弁当、中食、外食業態向け業務用専門展「FABEX2021」が21日、東京・江東区の東京ビッグサイトで開幕した。開催期間は21～23日までの3日間。24回目を迎える今展示会は、「ニューノーマル時代の食文化と戦略的ビジネスの創造、新たな価値観からの挑戦！」をテーマに480社・730小間が出展している。

食肉関連のうち、ミート・コンパニオンでは「TOKYO X」を使った「TOKYO X 漬け」(江戸甘味噌、塩麹漬け、赤味噌、黒味噌)、「TOKYO X ローストポーク」、イタリアの家庭料理の定番である肉団子をトマトソースとホワイトソースでアレンジした「TOKYO X ポルペッテ」(トマトソース、ホワイトソース)——などのほか、低温で時間をかけてじっくり加熱した「交雑牛 ローストビーフ」といった加熱加工品を多数紹介している＝写真。コロナ禍



でなかなか外食ができないなか、冷凍キットや味付け品などの需要が高まっており、家庭で良いものを食べたいというニーズを満たすとともに、これらの商品を通じて「TOKYO X」のさらなる認知度向上を図っていく。

アマタケでは、岩手で育てた「フランス赤鶏」を紹介。フランス赤鶏はフランスの育種会社 Hubbard 社から原種鶏を直輸入し、国産の白鶏を掛け合わせて生まれた品種で、フランスの赤ラベル種特有のうまみとコクの豊かさはそのままに、日本人の口に合うやわらかな食感が特徴。また、安全・安心にこだわり、抗生物質や合成抗菌剤を使わずに鶏を育てることで、“抗生物質オールフリー”を実現している。会場では、こうしたフランス赤鶏の特長を訴求するとともに、フラ

ンス赤鶏の「生肉チルドパック」や、生肉にひと手間を加えてバラバラに凍結させた「バラ凍結シリーズ」(チャック袋タイプ)、岩手の生産工場が生肉を新鮮な状態でパックした「一枚肉 産地フレッシュパック」などを並べている。サラダチキンでは、発売から20周年を記念し開発された「サラダチキン deli シリーズ」を紹介。サラダチキンにチーズをのせて野菜やソースをトッピングしたもので、「サラミアスパラ」「トマトオリーブ」「バジルマッシュルーム」「ヒヨコ豆スパイスカレー」の4種類をラインアップしている。この他、多様なフレーバーや「練り込み製法シリーズ」などを展開しており、現在、サラダチキンは全18アイテムに上っているという。

馬肉専門販売メーカーのNTCデリバでは、量販店向けに開発した「スライス馬刺し」を展示している。健康志向などから馬肉の需要が高まりつつあるなか、コロナ禍で外食が難しい環境にあることから、量販店での馬肉の取扱いは増加傾向にあるという。この「スライス馬刺し」は解凍して並べるだけと衛生的で、量販店などのバックヤードでスライスする手間が省ける商品として訴求している＝写真。



その他、ミートエポックでは、発酵熟成肉製造技術「エイジングシート」を紹介。明治大学との産学連携事業によって開発された、安全でかつ迅速な熟成から保存まで可能した日本初の新製造技術。「エイジングシート」を使うことで、①鮮度活用：酸化を防ぎ、劣化軽減。良質状態の日数を伸ばす②熟成活用：技術簡易化・時短化・安定化・歩留りUP——といった飲食店が抱える悩みを解決することができる。従来、業務用の販売を主としていたが、コロナ禍で家庭でも熟成肉や熟成魚を作りたいという要望が増えており、きょう(22日)からクラウドファンディングの「キャンプファイヤー」で一般消費者向け「発酵力 オイシート」として販売を開始している。