

## JFフードサービス商談会、外食向けに各出展者が精力的に提案

一般社団法人フードサービス協会は16日、外食産業と関連産業とのビジネスマッチングの場となる、毎年恒例のJFフードサービスバイヤーズ商談会を都内で開催した。

米国食肉輸出連合会(USMEF)は、アメリカンミートのガイドブックやメニュー提案の資料などを配布。ビーフでは、アイダホ州の郷土料理である「アイダホフィンガーステーク」、ポークでは近年日本でも人気が高まっている「ブルドポーク」、さらにプレミアムな食材として注目を集めているアメリカンラムなどを来場者に訴求した。山庄司岳道ジャパンディレクター(右写真)は「外食産業はアメリカンミートにとって非常に重要なマーケット。コロナで厳しい時期が続いているが、今後は「リベンジ消費」など、さまざまな業態で回復が期待される。また、ニューノーマルの中で今後も拡大が予想されるテイクアウト需要に向けて、新たなメニュー提案などを進めていきたい」と述べた。



M L A 豪州食肉家畜生産者事業団は、アウトドアやテイクアウトへの提案に注力。タスマニア産ビーフを使用した「グラスフェッドビーフバーガー」「ブルドグラスフェッドビーフバーガー」、さらに「オージールラムバーガー」を紹介した。中山剛伸フードサービスシニアマネージャー(中央写真左、右は三橋一法ビジネスディベロップメントマネージャー)は「オージールビーフは多くの外食チェーンのハンバーグやステーキに使用していたっており、今後もサポートを続けていく。また、アウトドアやBBQ(バーベキュー)など、コロナ禍の中でも堅調なカテゴリーへの提案も積極的に行っていきたい」とした。

カナダビーフ国際機構は、穀物肥育や品質保証システムなどカナダビーフの優位性を紹介。さらにJBSやモンパックスの製品を展示した。清富一郎駐日代表(左写真)は「トライチップなど、外食業態でもカナダビーフの取扱部位が拡大している。使いやすい、さまざまな部位を提案することで使用頻度を高めてもらいたい」と強調した。

そのほか、住商フーズはトルコ・ハスタブック社の鶏肉を紹介。世界3大料理の一つであるトルコ産「とりこ鶏 TURKISH JUICY」の提案を強化した。また、豚肉の新ブランドとして米国産「3ハーブポーク」を訴求。飼料に3種類のハーブを加え、さわやかな緑を基調としたロゴも好評だ。ミートコンパニオンは「TOKYO X」の味付け肉やローストポーク、さらにソーセージや肉まんなどの加工品や米国産「SRF極黒牛」などを訴求した。JA全農グループは各社の国産原料にこだわった商品を提案。JA全農ミートフーズの「ご当地味噌漬けシリーズ」や全農チキンフーズの「レバーワイン煮」などを展示した。