

○ JFバイヤーズ商談会、住商フーズは新ブランド「にごまる高原ポーク」を提案

日本フードサービス協会（JF）が主催する「JFフードサービスバイヤーズ商談会」がこのほど東京都内で開かれ、1,651人が来場した（既報本紙16日付）。今回の出展者数は152社（160小間）に上り、本紙関係では、全農グループ、住商フーズ、スターゼン、ミートコンパニオンなどが出展した。

全農グループでは、JA全農ミートフーズ、全農チキンフーズなど直販会社6社が合同で出展した。全国各地の農畜産物をグループのJA全農営業開発部が横串を差した形で外食・中食に

PBやOEM、Wブランドの商品提案ができる強みをアピール。ブースでは、JAミート



フーズの大和デリカ工場（ローストビーフ・ポーク・チキン）、茨城工場（生ハンバーグ、未加熱総菜）、高崎ハム工場（ハム、ソーセージ）、愛知工場（ロールキャベツ、ピーマンの肉詰め）、鹿児島くみあいチキンフーズ（鶏肉加工品）、アサヒプロイラー（つくね串・肉団子・ローストチキン）など、グループ会社各工場の得意品目を紹介したほか、「黒毛和牛の直火焼きステーキワンプレートランチ」など国産農畜産物にこだわった外食向けメニューを紹介していた。

住商フーズはメキシコ産輸入チルドポークの新ブランド「にごまる高原ポーク」を紹介した。



同展示会で初披露という。同社によると、ブランド名の「にごまる」は農場がある

プエブラ州の高原地帯の標高（2,500m）から名付けたもの。年間通じて温暖な気候に恵まれているため豚の育ちが良く、サプライヤーのGCM社では繁殖から加工まで一貫生産体制を敷き、アニマルウェルフェアにも力を入れているという。工場はメキシコ最大の加工処理能力を

誇り、4/5ブレイクを採用し、優れたスクエアカットの技術も特長という。旨味がある半面、くさみがなく、アッサリした味わいが特長で、米国产やカナダ産との差別化を強調していく方針だ。同社では17年から輸入発売を行っているトルコ産鶏肉「とりこ鶏」も紹介していた。

スターゼンと大塚食品は、大豆ミート「ゼロミート」の業務用製品を紹介した。ハンバーグタイプからソーセージタイプ、ハムタイプ、ギョウザタイプなど豊富なラインアップを展示していた。



業務用ゼロミートは外食業界のほか給食産業からの導入が進んでおり、最近ではインバウンド需要の回復や2025年大阪・関西万

博を控えてホテル関係からの引合いも増えているという。ギョウザタイプも冷食メーカーや中華チェーンなどへ提案しているところだ。

ミートコンパニオンは「石垣牛」と植物肉

ミートコンパニオンは今回、「石垣牛」と、植物肉「NIKVEGE」（ニクベジ）を紹介した。同社は、「石垣牛流通協議会」に加盟する一方、

双日食料の関連会社で畜肉関連事業のマーケティング会社「ミートワン」の参画企業であり、そ



それぞれの協力関係を踏まえて出展したもの。石垣牛では、切り落とし、すき焼き用のほか「希少部位の焼肉セット」（=写真）を展示。「NIKVEGE」では業務用ハンバーグやパティ、そばろのほか、「タコライス」「キーマカレー」「麻婆豆腐」など市販用商品も紹介していた。食肉加熱商品ではトップシールの「炭火焼シリーズ」について、外食店舗でも使い勝手の良い使い切りサイズで、食品ロス対策にも貢献することをアピールしていた。