

JF フードサービスパートナーズ商談会 外食産業の課題解決に向けた商品を提案

一般社団法人日本フードサービス協会(久志本京子会長)は、外食産業と関連産業とのビジネスマッチングの機会として、毎年恒例の商談会「JF フードサービスパートナーズ商談会」を12日、東京都内で開催した。同商談会では、食材・食品や容器包装、サニタリー関連の商品提案に加えて、SDGs対応やDXの導入、人手不足対応といった外食産業を取り巻くさまざまな課題の解決に向けた新たな商品やサービスについて各社がプロモーションを行った。本紙関連では、MLA(ミート・アンド・ライブストック・オーストラリア)、米国食肉輸出連合会(USMEF)、スターゼン、ミート・コンパニオン、住商フーズ、JA全農ミートフーズ、全農チキンフーズなどが出展した。

このうち、MLAでは、ブース内で調理した、焼きたての牛串とラム串を提案。牛串は、穀物肥育と牧草肥育の牛肉のカルビプレートとトップサイドのひき材を、それぞれ小さめのハンバーグ状に成型し、串に刺して提供することで、味の違いを楽しんでもらえるようなブース展開を行っていた。このほか、中国東北料理店「味坊」のオーナー兼ラムバサダーも務める梁宝璋氏が店舗で提供するラム串も盛況だった。

MLA駐日代表のトラヴィス・ブラウン氏は「来場者からは、ポジティブな感想をいただき、非常に良い結果になっている。特に、ラム肉はいま消費者から注目されており、外食業界が興味を持ち始めている段階だと思うので、こういう機会を通じてラムの魅力を伝えていきたい。また、牛肉に関していうと、穀物肥育と牧草肥育の多様性のある2種類の牛肉を食べ比べできる良い機会を作ることができた。今年行った父の日のキャンペーンを来年も継続して取り組む予定なので、オーギービーフを食べるシーンを増やしていきたい」と語った。また、同団体の三橋一法フードサービス・シニアマネジャーは「昨今の情勢をみると、牛肉を含めさまざまな食材の価格が上がっており、新たな商材を探している外食関係者も多い。その中でわれわれができることを伝えていきたい。実際に食べてもらうことで、商品開発のヒントにつながればうれしい」と述べた。

ミート・コンパニオンでは、焼く、煮る、炭火焼き



を備えた自社の製造ライン、炭火焼カルビやローストビーフ、チャーシューなどの商品を紹介した他、OEM商品についても提案した。

スターゼン(上写真)は、マイナス温度帯のまま肉を凍らせずに熟成させた「水感熟成」の豚肉の試食を行った他、ソーセージやハンバーグなどの加工品も展示。

住商フーズ(下写真)は、昨年春に販売開始したブランド「ハーブ四元豚」を提案。「ハーブ四元豚」は、デュロック種を2回も掛け合わせに組み込むことで、日本で好まれやすい“サシの多い肉”を実現し、その豚にハーブのエッセンシャルオイルを添加した飼料を給餌することで、肉の強いうまみ、軟らかさを兼ね備えた商品。商談会では、しゃぶしゃぶとして試食も行われた。担当者は「肉のうまみはもちろん、甘みのある滑らかな甘みも特長で、リピーターも多い。大手量販店や外食関係者からも好評で、ロース、カタロース、バラ共に引き合いが強い」と話した。

JA全農ミートフーズ、全農チキンフーズでは、つくねや、から揚げといった食肉加工品をメニュー提案を含めて紹介した。