

アメリカが日本に教えたくなかった極旨ポーク

バックリブ 日本上陸!



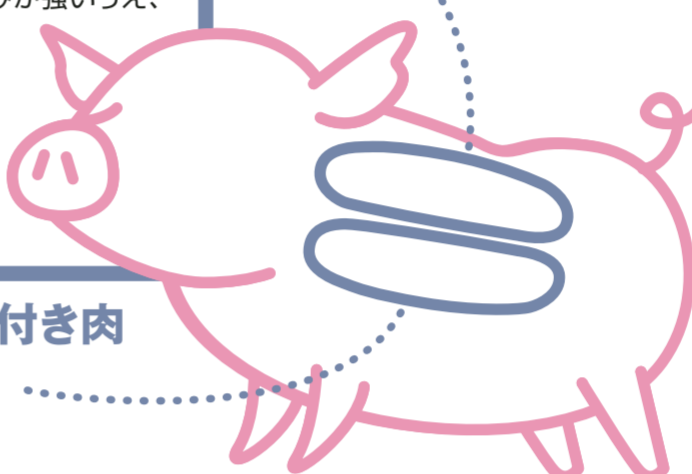
★豚肉輸入量4年連続No.1

この夏、話題の「バックリブ」が日本に上陸。大手スーパーなどの精肉売り場を中心に、アメリカン・ポークの商戦が勢いを増している。バックリブは、これまで日本で扱われなかった部位で話題性も抜群だ。顧客層の開拓と拡大に向け、販売促進もバラエティー豊か。小売店から熱い注目を集めている。



うまみが濃く軟らかい新部位 バックリブ

すでに日本でもおなじみのスペアリブは、豚の骨付き肉の腹側部分で、適度に脂があり肉厚。これに対しバックリブは、スペアリブと同じ豚の骨付き肉の背中側（ロース部分）。骨付き肉特有のうまみが強い。うま、腹側のスペアリブに比べ脂が少なく、軟らかいのが特徴だ。米国で人気のバーベキュー料理でも、特においしいとされるのがこれら骨付きポークリブ。肉本来のうまみを味わうには、骨を持って豪快にかぶりつくのが一番だ。



日本でもおなじみの骨付き肉 スペアリブ



バックリブとはどの部位かの説明に加え、炊き込みピラフとねぎ味噌グリルの2種類の料理法を記したレシピカード



売場での販促用POP。トレーバックシールも用意され、シールのQRコードから5種類のレシピを知ることできる

そうした中、この夏いよいよ本格的にアメリカン・ポークのバックリブの流通が日本でも始まった。米国食肉輸出連合会(USMEF)は、今回のバックリブ日本上陸に当たり、専用のレシピカードや店頭販促(POP)など販売促進ツールを用意。さまざまな取り組みを積極的に行っている。「アメリカン・ポークならではのおいしい部位なので、新しい人気商品として広めていきたい」(USMEFマーケティングマネージャーの加藤悟司氏)と、バックリブの認知向上・販売促進をサポートするスタッフも意気盛んだ。新しい部位であるバックリブをいかに食卓に浸透させるか。さまざまな工夫で売り場もますます活気づきそうだ。

米国人が大好きなバーベキュー料理に欠かせないのが、スペアリブやバックリブなど豚の骨付き肉。しかし、特に人気が高く味の良いバックリブは、これまでは米国内消費が中心で、あまり輸出されてこなかった。また、日本は米国と豚肉のカット方法が異なり、骨だけ外してロース肉やバラ肉で店頭並ぶ。そのため日本には従来、バックリブという部位自体が存在しなかった。

バックリブで売り場を活性化

ぐるなび アメリカン・ポーク バックリブ&スペアリブフェア 2009 開催中! 9月25日(金)まで

バックリブの期間限定フェア参加店を「ぐるなび」特設ページに掲載。本場のおいしさを専門店味わおう。

バックリブ日本上陸を記念して、東京・神奈川・千葉・埼玉の「ぐるなび」加盟店舗50店で、「アメリカン・ポーク バックリブ&スペアリブフェア2009」が開催されている(主催:米国食肉輸出連合会)。専門店のシェフらが腕を振るって調理したバックリブを味わう好機。ぜひ食べ比べてみたい。

<http://pr.gnavi.co.jp/promo/americanribs/>



これぞバックリブという豚肉の概念が変わる味「トニーローマ」
今年、日本で30周年を迎える骨付きポークリブの老舗レストラン「トニーローマ」。自慢の「ベイビー バックリブ」は「これが豚肉か」と驚く人も多く、深みがある絶妙な味わいだ。
TONY ROMA'S RIBS・SEAFOOD・STEAKS



香ばしい炭火焼きでリブのおいしさを濃厚に凝縮「豊和 表参道」
隠れ家風炭火ダイニング「豊和 表参道」で楽しめるのは、香ばしい炭火焼きバックリブ。塩コショウだけのシンプルなお味で、骨付き肉のうまみが味わえる。2種類のソースとも相性抜群。
豊和

イトーヨーカドー武蔵小金井店
焼き肉のタレ&味噌味のメニュー提案でバックリブ人気を盛り上げる
株式会社イトーヨーカ堂 精肉部精肉担当バイヤー 荒谷一徳氏

今春オープンしたイトーヨーカドー武蔵小金井店は小金井公園に近く、バーベキュー需要が高いエリア。バックリブという新しい部位に関しても、「旅行や海外生活を通してなじみがあり、ホールで買って家でグリルするお客様もいます」(バイヤーの荒谷一徳氏)という。「今回は初めての試みとして煮込みスタイルのメニュー提案を行いました。焼き肉のタレと味噌で味をつけ20分ほど煮ると、軟らかく骨外れの良い状態になります。味も和風でごはんにぴったり」と荒谷氏。良い香りにつられ、盛んに試食の手が伸びる。日本人好みの料理が需要喚起の鍵といえそうだ。




イトーヨーカドー武蔵小金井店 店舗中央にあるクッキング・サポートコーナー

AEON ジャスコ品川シーサイド店
人気のスペアリブとの併売スタイルで骨付き肉の存在感をアピール
イオン商品調達株式会社 生鮮統括部豚肉担当バイヤー 村上法久氏

今年6月からバックリブの実験販売を始めたイオングループでは、セールを通じて新部位の浸透を図っており、8月は約80店舗でバックリブを売り出した。「バーベキュー需要の高い北海道では、すでに非常に高い売れ行きを示しています。品川シーサイド店や東雲店など東京ベイサイドエリアでも、新しいものに敏感なお客から支持を集めています」(バイヤーの村上法久氏)。夏のバーベキュー人気をいかに冬場も維持するかが今後のテーマ。すでに定番となっているスペアリブと並べる併売スタイルで、骨付き肉の存在感をアピールしていく予定だ。




ジャスコ品川シーサイド店 ワゴン左側がバックリブ、右側がスペアリブ

暑さを吹き飛ばすアメリカン・ポーク商戦に注目



米国食肉輸出連合会 (USMEF) <http://www.americanmeat.jp>



広告

アメリカン・ポーク 検索