

# 2010 USMEF アメリカン・ポーク トレードセミナー & テイスティングセッション



## 日米の関係者300人が参加 講演と試食で優位性を実証

米国食肉輸出連合会(USMEF)は4月6日、東京・港区のホテルオークラで「2010年USMEFアメリカン・ポーク トレードセミナー&テイスティングセッション」を開催しました。

米国より来日した専門家が最新の研究成果などを交えてアメリカン・ポークが世界の豚肉市場で支持される理由を解説するとともに、USMEFより「選ばれてNo.1 アメリカン・ポーク」をスローガンに日本市場で展開する今期のプロモーション計画が発表されました。



ダニタ・ロディグーバーUSMEF副会頭

日米の業界関係者300人が参集したセミナーの冒頭、USMEFのダニタ・ロディグーバー副会頭は「品質競争の厳しい日本市場で、アメリカン・ポークが輸入豚肉の中でNo.1シェアを獲得できたのは皆さんの協力があったこと。本日のセミナーは一方通行の情報提供ではなく、皆さんとのコミュニケーションを密にしてニーズを理解し、今後

も支持される高品質なポークの生産供給に繋げ、さらなる市場拡大を図りたい」とあいさつしました。講演では、日本市場で成長を続けるアメリカン・ポークの原動力が徹底した安全管理と弛みない品質向上への取り組みにあることをアイオワ州立大学のジョン・マブリー博士、アイオワ州養豚協会の

ジョン・ウェーバー会長、アイオワコーン生産者協会のティモシー・バラック会長がそれぞれの立場から解説しました。

毛見信秀(株)マオ・インターナショナル代表取締役によるカットティング・セミナーに続き、USMEFの山庄司岳道シニアマーケティングディレクターが2010年のプロモーション計画の説明と世界のポーク・マーケット・トレンドを解説しました。以下、その要旨を紹介してみます。



## 講演1 「アメリカン・ポーク:優れた品質と価値」

ジョン・マブリー博士 アイオワ州立大学アニマルサイエンス部教授



豚肉生産は世界的規模でとらえる産業である。世界の消費者が求めているものにも共通点がある。消費者は食事の満足感を求めて購入し、品質の高さや外観(見た目)の魅力、品質保持期間が長いものの、栄養価が高く、安全性の高いもの、さらに動物福祉も求めている。価格の値ごろ感も重要な要素である。USポークがそれらのすべての要求を満たすことを説明したい。

### 最高の品質価値を供給する世界のリーダー

まず、米国の生産工程は、最上級の品質、最高の価値を生産するように設計されており、また豚肉加工業者は最上級の品質、かつ最高の価値で加工し、新鮮な品質を維持して流通、供給することにおいて世界のリーダーである。

米国の豚肉生産では、品質を基本に、優れた遺伝学と高品質な飼料、そしてユニークなマーケティング・システムと安全性を保証する品質管理システムが構築されている。

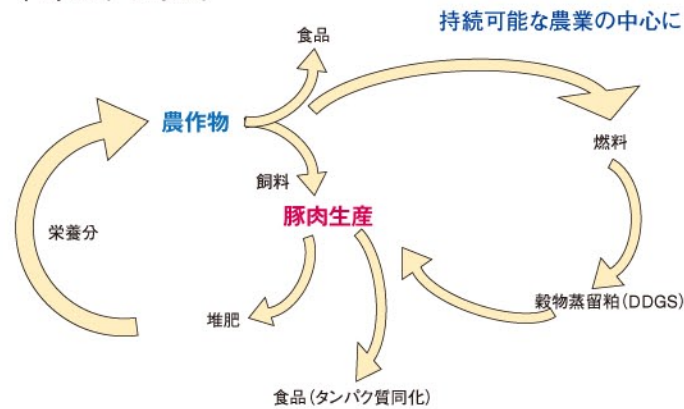
豚肉生産は遺伝的要素に大きく依存し、遺伝子レベルが品質の限界を決める。米国で最も重要な止め雄はデュロックだが、パークシャーの飼育頭数も世界一だ。なぜデュロックとパークシャーを飼育することが重要なのか。全米豚肉生産者協議会(NPPC)が行っている遺伝学的評価事業では、さま

品種や系統による差:  
NGEP(National Genetic Evaluation Program:  
全国遺伝評価計画)による父系評価の結果

父系	pH	肉色	ドリップロス(%)	筋間脂肪量
パークシャー	5.91	3.1	2.43	2.41
ダンブレード	5.75	3.0	3.34	2.33
デュロック	5.85	3.0	2.75	3.03
ニューシャム	5.82	2.7	2.99	2.25
ハンブシャー	5.70	2.8	3.56	2.57
ヨークシャー	5.84	2.9	2.85	2.30

ざまな遺伝子を生産面や肉質などから評価している。

パークシャーとデュロックの2品種は最適のpH、肉色、脂肪交雑をもつ。ヨークシャーはほとんどの評価項目が平均的で、脂肪交雑は平均以下。ランドレースはすべての評価項目で平均以下である。



遺伝子に加え、高品質の肉質のためにはとうもろこしと大豆を基本とした優れた飼料が不可欠である。アイオワ州はとうもろこし、大豆、豚肉とも生産量は全米で1位である。穀物と豚肉の生産が統合されたシステム、つまり穀物飼料の原料になる大豆、とうもろこしを生産し、その穀物を食べて豚が育つ。その豚の堆肥が次の世代の農作物の肥料に利用されるため、アイオワ州の豚肉生産は持続可能な農業の中心になっている。

### 風味と食感を重視するマーケティング

米国の豚肉のマーケティング・システムは世界のそれとは明らかに異なる。ヨーロッパやカナダでは赤身率が最も高く、脂肪の少ない肉に高値がつく。しかし米国では赤身と脂肪の比率が最適な豚が高値となる。その理由は赤身が増えすぎると食感が低下し、肉が堅いと感じられるためだ。米国では脂肪交雑と風味が高く、食感の優れた豚肉が好まれている。

また、米国では豚肉の品質を担保するため、養豚業者が実践する品質管理システムがある。全米豚肉委員会が作成したPQAプラス(豚肉品質保証プログラム)とTQA(輸送品

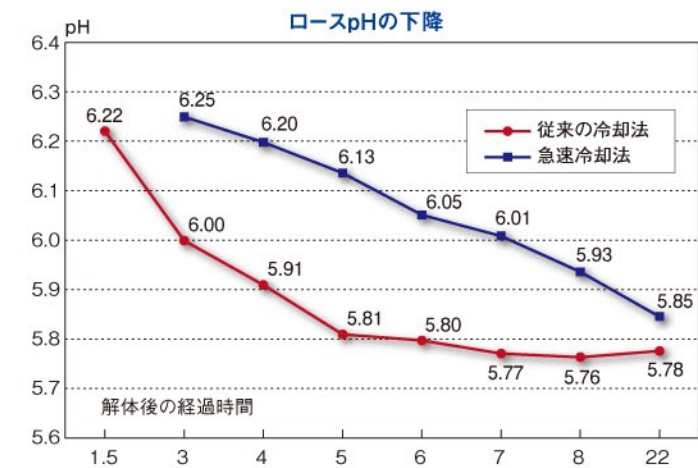
質保証)がそれだ。PQAプラスは食品安全と動物福祉の2つの要素から構成されている。いずれも独立した現場評価が行われ、中立の第三者が施設に立ち入り検査をし、実行性が監査される。生産者、輸送業者だけでなく、と畜に関わるパッカーなどすべての過程で適切な取扱いについて訓練を受けることが義務付けられている。

### pH値を最適化するガスと畜と急速冷却

と畜段階では、豚肉の肉色およびpHを最良にするため、低ストレスのCO<sub>2</sub>スタンピングが行われる。従来は電気スタンピングだったが、電気スタンピングではアドレナリンの大量放出を招き、筋肉が急激に収縮し肉質に良くないことが研究で分かり、CO<sub>2</sub>スタンピングに移行した。

CO<sub>2</sub>スタンピングはストレスが軽減され、結果としてpHの下降曲線が緩やかになる。枝肉への血斑を削減できるほか、挫傷による内出血の軽減、肉色の均一性に加え、ドリップロスが改善される。

さらに米国ではと畜後、急速冷却方式が採用され、肉色とpHの向上に役立っている。と畜後の枝肉は急速冷却室(-26℃~-40℃)で約90分、一気に冷却。結果的にpHが緩や



かに下降し、肉質に影響を与えずにドリップロスやクッキングロスを抑えることが可能になる。

さらに、パッカーでは品質保持のため真空パックが採用されている。空気を完全に抜くため、汚染増殖媒体が除去され、品質保持期間が延長される(8週から14週間)。真空パックされた豚肉は密封コンテナに入れられ、西海岸まで大型トラックで輸送、コンテナごと船積みされて日本まで海上輸送される。これにより短期間で高品質な商品を供給することができる。

## 講演2 「アイオワ州の養豚農家ととうもろこし農家」

ジョン・ウェーバー氏(アイオワ養豚協会会長)  
ティモシー・バーラック氏(アイオワコーン生産者協会会長)

アイオワ州の豚肉生産者8000人の代表として話できることを光栄に思う。当州は米国第1位の豚肉生産州で、1800万頭の肉豚を生産している。アイオワの豚肉生産者にとって日本市場は非常に重要であり、今後も高品質の豚肉を提供するために、あらゆる努力を続けていくことをお約束する。



アイオワ州養豚協会  
ジョン・ウェーバー会長

私はアイオワ中東部に IOWA PORK PRODUCERS ASSOCIATION 農場をもつ。約1千haの土地があり、とうもろこしと大豆を生産。3農場で約6000頭の豚を飼養している。10年は4000頭の豚を

出荷する予定だが、豚肉生産はあらゆる段階で厳しいプロトコルに沿って生産している。

肥育場には自動選別装置を導入しており、これにより豚の成長をモニターしている。豚は給餌場に入る際に電子体重計を通過しなければならず、ここで体重を自動測定。一方通行のゲートを通して豚舎に戻り、再びこの給餌場に戻ってくる。このサイクルを1日4~5回繰り返すが、これによって出荷に適正な重量に達したことを正確に把握することができる。





アイオワコーン生産者協会  
ティモシー・バーラック会長



www.iowacorn.org

私はアイオワ州北東部のフェイエット郡でコーンを生産している。技術の進化により、現在はGPS付きのトラクターで1haあたり約8万8000個の種子を植えている。ボタンを押すだけで、トラクターはスピードを自動調整しながらプランターが回転し、自動的に作付けができる。

米国の09年のとうもろこし生産は作付面積8630万エーカー、収穫量約129億ブッシェル。10年の予想は作付けが約8900～

9000万エーカー、収穫量は140億ブッシェルを超えて過去最高となる見通し。天候次第で収穫量は変動するが、現状の予想価格はブッシェルあたり3～3.75ドルレベルに低下すると見込まれている。

エタノールとその副産物であるDDGSの生産量は、今後は横ばいになってくる。その中でとうもろこしの生産は拡大し、10年以降も増えることが予想される。日本はとうもろこしの最大の輸入国であり、また豚肉の輸出市場としても非常に重要であり、今後も日本市場のニーズに応じていきたい。



### 講演3 「アメリカン・ポーク カuttingセミナー」

毛見信秀 (株)マオ・インターナショナル代表取締役



毛見講師は「低価格でないと売れない時代がもう1年くらいは続きそうだが、手間をかけ、きれいにさせる商品づくりをおろそかにしてはいけない。

1つの原料から色々な商品をつくるのが大切である」と指摘し、「CCロイン」「皮付きベリー」「CTバット」の3部位を原料に手切りとスライサーを用いて21アイテムの商品化を実演した。主な実演アイテムと商品化のワンポイントアドバイスは次のとおり。



**CCロイン**＝「ロースステーキ」(筋切りを3カ所に入れ、左右対称に盛り付ける)▷「ロースしゃぶしゃぶ(牡丹)」(リブ側をスライスし、牡丹の花のように盛り付ける)▷「ロースエスカロップ」(北海道・根室のご当地B級グルメ的なアイテム。生姜

焼き用のような薄切り肉にバターリングしてパン粉を付け、バターライスの上のせてデミグラス・ソースをかけて食べる)▷「ロースしゃぶしゃぶ(風車)」(サーロイン側をしゃぶしゃぶ用にスライスし、ロースの芯を抜けて少しカーブさせて盛り付け、風車のようにする。それぞれ1枚ずつの間が浮いているので変色が少ない)▷「ロースしゃぶしゃぶ(切り落とし)」(しゃぶしゃぶ用の主力として、これから夏場には冷しゃぶ用シールを貼付)▷「ロース重ねカツ」(ミルフィーユタイプで、盛り付けのポイントは

トレイを2度回して、脂肪が手前のものとその逆にしたものを交互に均等に盛り付ける)▷「ロース切り落とし・炒め用」(1.5ミリの切り落とし。タレかけをせずに小袋のタレを添付。プルコギ用のタレでテジブルコギ、上海万博絡みで中華炒めなどを提案。タレをかけるると鮮度落ちが早くなるので、早い時間帯はタレの添付で販売し、週ごとに提案のバージョンに変化をつける)。

**皮付きベリー**＝「皮付き豚カルビカレー用」(約1cmの幅で切り、カルビカレーを提案。ローリエの葉を添え、皮付きバラはコラーゲンたっぷりといった訴求シールを貼付する)▷「皮付きバラ焼き肉用」(皮を上にして切る、焼肉セットにも入れると変化がつく)▷「豚バラしゃぶしゃぶ(花)」(同・(4つ折)」(ベリーの真ん中に5ミリほどの切り込みを入れ2つに折る。ロースのしゃぶしゃぶと2色セットとして水菜で区切りをつける。色の違いをはっきりさせるにはロースではなくカタロースとのセットの方が良い。秋からのしゃぶしゃぶ提案に適している)。

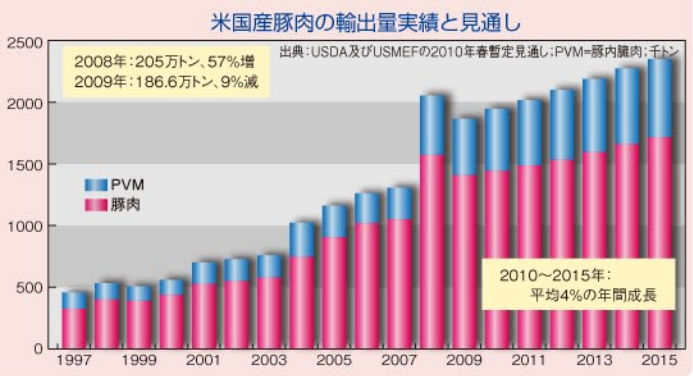
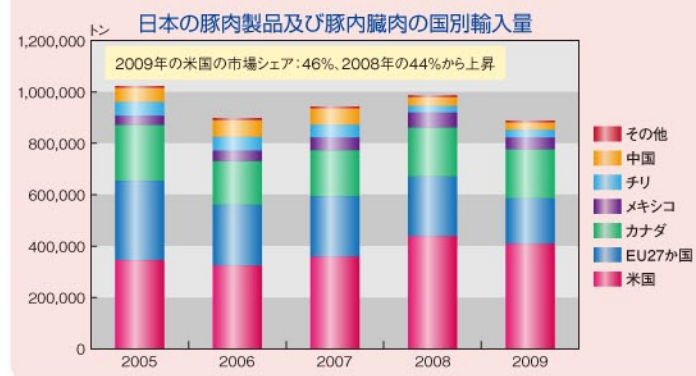
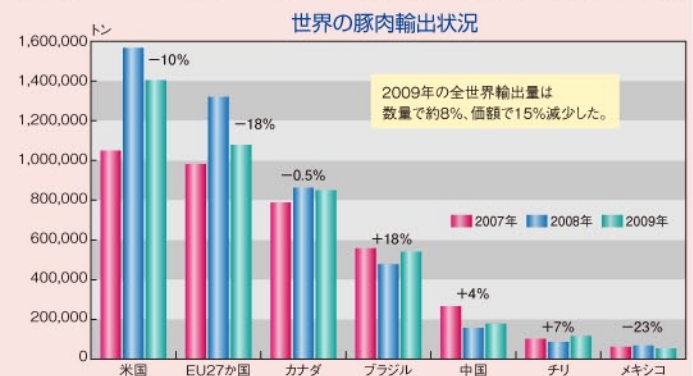
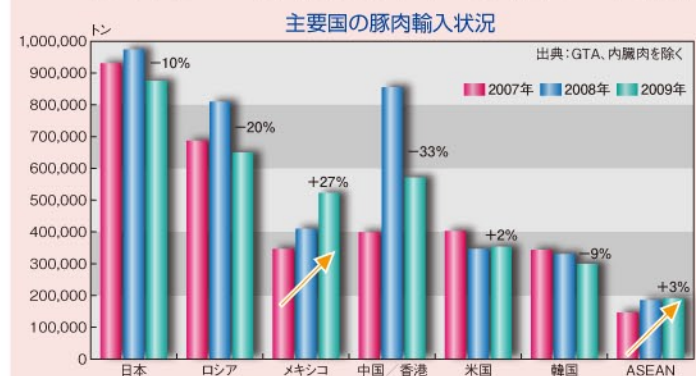
**CTバット**＝「カタロース焼肉セット」(裏面の血管を除去し、サイドの脂肪を除去して焼肉用にサク取りする)▷「カタロースステーキ(レモン味)」(カタロースのはね下の部分だけを用いたステーキ。ラップでモールドイングした方がよい。カラフルなレモン・トッピングをまぶす。トッピングは肉量の2%を基本に味付けする)。



## Pork Market Overview アメリカン・ポーク マーケットトレンド

世界的な経済後退で09年の世界の豚肉輸出は量ベースで前年比約8%減、金額は15%減となった。米国の輸出量も9%ほど減少したが、10年には再び増加に転じる公算が大きい。USMEFの見通しでは2015年まで年率4%の成長が見込まれている。米国の10年の豚肉

生産量は前年比2%減の1023万トンと予測され、生体豚価格(100ポンドあたり)は第1四半期が47～49ドル、第2四半期46～48ドル、第3四半期49～53ドル、第4四半期は43～47ドルの値動きが予想される。年間平均で46～49ドルと09年(41.24ドル)をかなり上回ると予想される。



## 講演 4 「2010年USMEFアメリカン・ポーク販促活動について」

山庄司岳道 USMEFシニアマーケティングディレクター

### 「選ばれてNo.1」スローガンに 業界と消費者に多彩なアプローチ

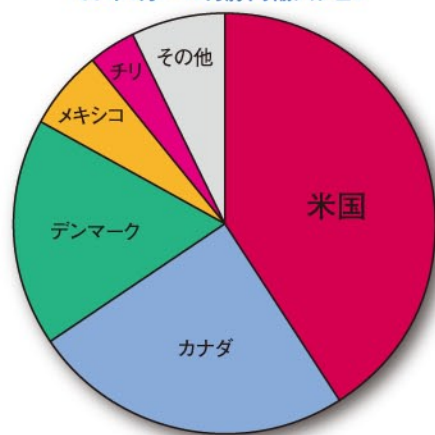


アメリカン・ポークの販促活動では「選ばれてNo.1」をスローガンに展開している。消費者には非常にわかりやすいスローガンであり、その選ばれる理由をさまざまな機会を通じて浸透させるアプローチをとっている。

業界関係者には利益性、おいしさ、あるいは加工のしやすさが選ばれる理由になっているが、消費者にとっては「おいしさ」「やわらかさ」「価格面の値ごろ感」「ヘルシーさ」を訴求していく。

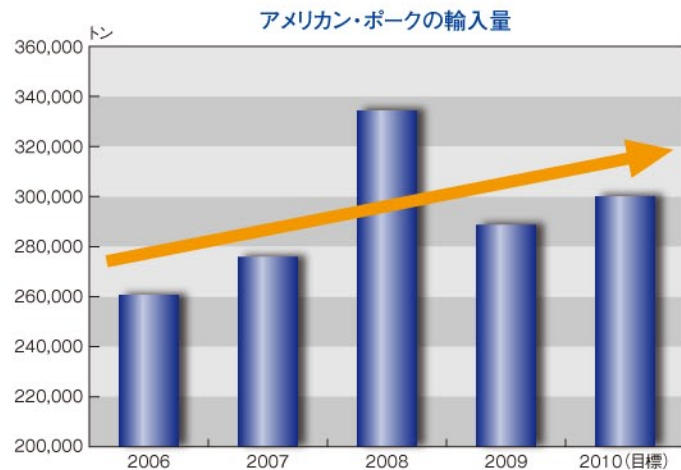
09年の日本の豚肉輸入実績でアメリカン・ポークのシェアはNo.1であり、5年連続で1位を堅持している。とくに、チルドポークは72.7%と圧倒的なシェアを占めている。ただ、国産を含めた豚肉全体ではチルドポークのシェアは9%（フローズン含めると17.8%）で、まだまだ伸びる余地がある。

09年1月～12月豚肉輸入シェア



09年の輸入量は28万8千トンであったが、10年は30万トンを目指してさまざまな活動を展開する。「選ばれてNo.1」のスローガンの下で

①各社とのコラボレーション・プロモーション②消費者やメディアへのアプローチ③情報の提供④高付加価値商品の提案⑤ブランド・ポークの紹介⑥カットリングなどの企業別セミナーの実施⑦試食マネキン研修などを行っていく。



### 販売各社とコラボ販促展開 高付加価値商品の提案強化

流通企業や外食企業とのコラボはそれぞれの企業のプロモーションと合わせて、交通広告などでフェアの告知を含めてアメリカン・ポークをPR。「選ばれてNo.1」のロゴを露出しながら消費者にアプローチし、各社のプロモーションをバックアップしている。実施時期などを各社と相談しながらマーケティング活動を行っていく。

消費者やメディアへのアプローチではメディアの方々にアメリカン・ポークのおいしさをよく理解してもらい、フードジャーナリストに実際にものをカットリングしてもらって食べてもらう。消費者にはクッキングスクールでメニューを伝え、理解してもらう。また夏場にはバーベキューイベントを通じて楽しみながらアメリカン・ポークのおいしさを理解してもらう活動を行う。さらには定期的な「コンシューマー・パネル」を実施し、消費者に企業とのタイアップ広告についての意見やどのようなメニューが求められているのかなどの意見を聞いている。その一環で、お弁当メニューの提案をとの要望があり、お弁当のメニューアイデアを冊子にし、配布している。

業界向けの情報提供では、「Traders BE-PO」という冊子

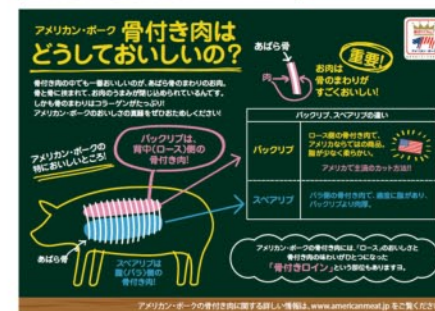
を発行。米国のマーケットトレンドや食肉企業、政府の発表などを掲載している。USMEFのウェブサイトでプリントアウトすることや、メールでの登録受信も可能になっているので、ぜひ、活用いただきたい。

### 「骨太なおいしさ」を提案訴求 ブランド・ポークのサポートも

商品提案では付加価値商品の提案を強化している。昨年はバックリブを提案し大きな反響を得た。昨年12月には月間で100トン以上の販売が報告されている。バックリブは日本では流通しない部位であり、一部の専門レストランで提供される程度で、馴染みの薄いメニューだった。しかし、流通各社が取り上げてくれたことで家庭でも広がりをみせている。



現在も良く売れており、今夏の需要期にはさらに積極的に販売していくとの意向をもっているスーパーもあるので、今年はバックリブ



とスペアリブ、骨付きロインの3つを、「骨太なおいしさ」との訴求コピーで提案していく。消費者に骨付きの肉はおいしいということを意欲的に訴求していきたい。

現在、販売されている企業以外から「どのような形で販売しているか」などと聞かれることも多いので、様々な資料をつくり、消費者にはどう料理したら良いのかということも発信している。

骨付き肉以外でも、先ほどのカットリングセミナーで紹介した「皮付きベリー」も日本では流通量が少ない商品なので、付加価値商品として提案していく。さらに、米国現地でスライス加工して輸入される「スライスベリー」や、昨年に輸入量が8万トンを超えるまでに拡大している「シーズンドポーク」(豚肉調整品)も展示会やセミナーなどを通じて提案を強化。とくにシーズンドポークは従来のソーセージ原料だけではなく、ハンバーク、

肉まんの具や冷凍食品などの原料としてさまざまに活用できることを提案していく。また、アメリカン・ポークの中でもこだわりなどを訴求していくためブランド化が進んでいるため、このブランド・ポークのサポートを強化していく。

試食マネキンの教育プログラムでは、09年に300人を教育し、今年も実施している。試食マネキンはセールスにとって非常に重要な役割を担う。売上アップだけでなく、消費者、お客さまに安全安心、メニュー提案、あるいは栄養価などの情報を伝達する「パワー・コミュニケーター」との位置付けで人材を育てている。あるスーパーで導入効果のデータをとってくれたが、事前教育を受けたマネキンと受けていないマネキンでは売上が5割近く異なっていた。事前教育によりモチベーションが上がるのはもちろん、どうやってお客さまを惹き付けて販売するか—などカリスマ・マネキンのノウハウがDVDに収録されている。アメリカン・ポークの知識とあわせてお客さまとのコミュニケーション力が高まり、売上アップに繋がることが実証されており、今年も継続的に取り組んでいく。

### 主なブランド・ポークのロゴ





## アメリカン・ポーク テイスティングセッション

### 提案メニュー、加工品試食 日米関係者の交流を深める



セミナー終了後に行われたテイスティングセッションでは、冒頭、アイオワ州のビル・ノージー農務長官(写真・左上)は「今回は山梨県との姉妹都市締結50周年事業に参加するために来日した。50年前に山梨県が台風で被災した際に、当州が豚やとうもろこしを支援輸送したことが長い友好関係の始まりであったが、当州は豚肉生産で全米1位であり、日本のポーク・ビジネス関係者のご協力に感謝する」とあいさつ。

また同州のブレット・ミルズ経済開発局長(同・左下)は「当州では17社の日本企業が事業を展開し、雇用にも貢献している。今後も互いの発展のため交流を深めたい」と述べ、全米豚

肉委員会のクリス・ノバックCEO(同・右上)の発声で乾杯、交流を深めました。

会場では、バックリブをはじめUSMEFの提案メニューやホテルオークラの考案メニューに加え、多彩なポーク加工品とアイオワ州のポーク製品が展示、試食に供され、参加者にアメリカン・ポークの商品力の幅広さとおいしさを実感していただきました(展示・試食商品は一覧表参照)。



### 『2010年 USMEF アメリカン・ポークトレードセミナー&テイスティングセッション』 アメリカン・ソーセージ/加工品 展示・試食商品一覧(企業名アルファベット順)

米国食肉輸出連合会 (USMEF)

ロゴ	ブランド名	商品名	企業名	ご担当者	電話	Email	規格	ケース入数	保存方法 (冷蔵/冷凍)
	Jones Daily Farm (ジョーンズデイリーファーム)	ゴールドブラウン	伊藤ハム株式会社	海外調達部 中島 達生	03-5723-6206	ksokuda@itoham.co.jp	170G/パック	12パック (8本/パック)	冷蔵
	Jimmy Dean (ジミーディー)	アメリカン 皮なしソーセージ	サラリーフード &ビベレッジ	足立 三朗	090-3200-1597	saburoadachijpn@aol.com	18.5G/本	約270本	冷凍
	Bryan (ブライアン)	ジャンボホットドッグ	サラリーフード &ビベレッジ	足立 三朗	090-3200-1597	saburoadachijpn@aol.com	113G/本	12パック (14本/パック)	冷凍
	Johnsonville (ジョンソンヴィル)	ペダーウィスチエダー	ジョンソンヴィル・ インターナショナル・ エルエルシー	藤森 政哉	03-5625-6350	mfujimori@johnsonville.co.jp	454G/パック	12パック (6本/パック)	冷凍 冷蔵
	Tyson Foods (タイソンフーズ)	生ソーセージ	インターナショナル・ インク・エイシア	新居 哲	03-3746-1801	tetsu.arai@tyson.com	約33G/本	2KG x 6パック	冷凍
	SPAM® (スパム)	スパム® 20%レスソルト	ホームフーズジャパン 株式会社	行田 ちづる	03-4360-5341	CYukita@Hormel.com	340G/缶	12缶	常温
	YONEKYU U.S.A. INC (ヨネキューユーエスエイ)	スーパーBOO ノンスモーク	米久株式会社	ハムソーセージ 商品ユニット 服部 剛弘	055-929-2862	t_hattori_6769@yonekyu.co.jp	約25G/本	2KG x 4/パック	冷凍
	YONEKYU U.S.A. INC (ヨネキューユーエスエイ)	スーパーBOO ピリカラ	米久株式会社	ハムソーセージ 商品ユニット 服部 剛弘	055-929-2862	t_hattori_6769@yonekyu.co.jp	約25G/本	2KG x 4/パック	冷凍
	YONEKYU U.S.A. INC (ヨネキューユーエスエイ)	ポーク皮なし あらびきウインナー	米久株式会社	ハムソーセージ 商品ユニット 服部 剛弘	055-929-2862	t_hattori_6769@yonekyu.co.jp	約25G/本	2KG x 12パック	冷凍

### 『2010年 USMEF アメリカン・ポークトレードセミナー&テイスティングセッション』 アイオワ州ポーク 展示・試食商品一覧(パッカー名アルファベット順)

米国食肉輸出連合会 (USMEF)

ロゴ	パッカー名	部位名(商品名)	工場名	所在地	問合先企業	ご担当者	電話	Email	特長
	International Inc. (アグリウエスト・インターナショナル・インク)	ブリックド ベーコンスライス	Shelby County Cookers	Harlan	株式会社 AWジャパン	森兼 智三	03-5209-2005	morikane@awjapan.jp	
	Cargill Meat Solutions (カーギルミートソリューションズ)	肩ロース	Wapello County	Ottumwa	株式会社 カーギルジャパン	石川 貴博	03-3217-0630	saburoadachijpn@aol.com	日本式カット 可能
	International (シグ・インターナショナル)	黒豚バラ角煮 (加工済み商品)	N/A	Boyden	インターナ 株式会社	佐藤 剛	03-5445-0771	Internob@aurora.ocn.ne.jp	黒豚
	Tyson International Service Center Inc. (タイソン・インターナショナル・ サービスセンター・インク)	ロイン 肩ローススタイル パック スライスベリ	Storm Lake Storm Lake Waterloo	Storm Lake Storm Lake Waterloo	タイソン・ インターナショナル・ サービスセンター・ インク・エイシア	細見 豊史	03-3746-1801	ksokuda@itoham.co.jp tetsu.arai@tyson.com	
	Blue Water Free Range Pork (ブルーウォーター・フリーレンジ・ポーク)	CC Loin	Dakota Pack	Estherville	CK International, Ltd.	May-May Ng	1-515-987-2883	ckintlmarketing@gmail.com	抗生物質フリー デュロック種 放牧種
	Eden Farms (エデンファーム)	French Back/Loin Chops/Single Rib Belly/Brisket Bones/Brisket Bones	Pine Ridge Farm	State Center	CK International, Ltd.	May-May Ng	1-515-987-2883	ckintlmarketing@gmail.com	黒豚
	Heritage Acres (ヘリテージ・エーカー)	MM Loin/ Single Rib Belly	Sioux-Preme	Sioux City	CK International, Ltd.	May-May Ng	1-515-987-2883	ckintlmarketing@gmail.com	デュロック種 抗生物質フリー
	Ridge Farms (パイン・リッジ・ファーム)	Single Rib Belly/ Pre-Figor 78% Lean 2 in Chops/Rib Strips/ Spareribs/Boneless Loin/Tenderloin/ Skinless Tongue/ Layer Pack Tongue	Pine Ridge Farm	Des Moines	CK International, Ltd.	May-May Ng	1-515-987-2883	ckintlmarketing@gmail.com	大貫 オープンギルト
	Prairie Grove Farms (プレーリー・グロブ・ファーム)	MM Loin/ CT Butt/ Single Rib Belly	Sioux-Preme	Sioux City	CK International, Ltd.	May-May Ng	1-515-987-2883	ckintlmarketing@gmail.com	抗生物質フリー

米国食肉輸出連合会 (USMEF)

〒107-0052 東京都港区赤坂1-6-19 KY溜池ビル5F TEL.03-3584-3911 FAX.03-3587-0078



<http://www.americanmeat.jp>

