

## 2009年 SUFFA

## 日本からは20社がコンテストに参加！！メダル受賞～トロフィーも！！

10月18日から20日まで3日間シュトゥットガルトで開催された食肉加工見本市。加工品のコ



ンテストも130社の参加があった。

そのうち20社は日本からの参加

その他には、スイス、オーストリア、ウルグアイなどからもエントリーがあった。

50点満点で200項目にも分かれる審査項目を5人1チームごとに分かれて、見た目、断面、味、香り、バランスなど細かくチェックしていき、



減点法にて成績が出される方式

**50点満点は金賞**

**49.9～45.0までは銀賞**

**44.9～40.0までは銅賞**

**0.1ポイントでも減点されると金メダルには届かない**

ソーセージ部門、加熱ハム・ベーコン部門、非加熱ハム・ベーコン部門など、カテゴリー別に規定以上の金メダルを獲得すると、それぞれにトロフィーも授与される

またすべてのカテゴリー合計のエントリー数に対する金メダ

ルの獲得数の比率が最高の人にはその年の最高勝利者として(Sieger)表彰されトロフィーが授与される

この Sieger はドイツ国内と国外とに分かれて2名授与され、今年の国外の勝利者(International Sieger)は、大阪の(株)夢一喜の竹下誠司さんが獲得されました 昨年度は東京都のケーニツヒ島崎智融さんが獲得され、2年続けて日本人が勝利者となった



## ANUGA

SUEFFA の前の週にケルンで開催された食品見本市では、生ハムしかもノンスモークタイプの商品を展示するブースが目立った 今や生ハムはちょっとしたブームとなっている

またサラミもヴァリエーションが豊富で、フレーバーでアレンジしたものが新しい商品として紹介されている

チョコレート味をはじめ、ビターオレンジ、サングリア、ナッツ、フルーツ味など注目されるアイテムであった

ベルギーのスモークタイプ生ハム製造会社の熟成段階別ピラミッド

## ファーストフードはここまで来た



これらは量産体制に入ったサンドイッチ ハンバーガーもある  
中にはサラミや生ハムが入ってガスパックされている  
これらはコンビニ商品ではなく、スーパー向け  
賞味期限が21日以上ある  
ドイツでは普通のスーパーの総菜コーナーでレンジで温める付け合  
わせ付きソーセージや具沢山のシチューなどのメニューが充実して  
いる

特にカレーウインナーのパックは爆発的に売れており、小腹がすいた時のために、冷蔵庫にこれらの総菜  
が欠かせないのは、個食化の現われ。

賞味期限が2週間~3週間と長いのが特徴で、サンドイッチもこうやってもう出来ていれらうれしい！！

## カレーウインナー ご飯付き???

ベルリンではカレーウインナーのミュージアムまで出来てしま  
ったドイツの国民的スナック  
最近ではトレーにライスを敷いて出すところも出てきた = カレ  
ーライスウインナーか???



ベルリンと相對して本家本元と名乗りを上げている  
ハンブルグでも名物として人だかりが絶えない場所  
がある

カレーウインナー + 飲み物 300ml で 3.9E (550 円)  
ジャンボウインナー + 飲み物 500ml で 6.9E (970 円)  
ジャンボは本当に大きく、1本 300g はありそう  
ケーゼグリラーは1本売りで 2.6E (370 円)





## ソーセージ自動カッター！！



これは焼きあがったソーセージをジョウゴのような入口に入れると下からカットされてケチャップも自動的に出てくる機械！！トレーを手に持って受けていればOK そのあと左のカレー粉ボトルを振りかけて完成 その手早いこと！！

ドイツでは手動式も製造されている

このようなスタンドではチューリンガーやクラカウアーなど様々なウインナーが自動的にぐるぐる転がしながら、ローストされて出されている



1 番人気のカレーウインナーは最近、思いっきりカレーをかけ、辛さもホットアップするのが流行している

## 肉屋の必見ポイント 来年 5 月にまたひとつオープン！！



シュトットガルトは見本市開催の都市でもあるが、近郊にドイツ食肉加工博物館

Das Deutsches Fleischermuseum in Böblingen (Boeblingen 市)がある

昔ながらの手作りソーセージの道具の展示や店の今昔、技術の発展、各地の組合の旗などが展示され、肉に携わる人なら興味深い場所である



今度はシュトットガルト市内 メルセデスベンツ博物館の前に 豚の博物館が来年 5 月にオープンする

もともとは屠殺場があるところで、その建物に併設して豚に関する資料や絵画など 37000 点を収集展示するだけでなく、出来たての焼きソーセージや豚の丸焼き、アイスバインなどが楽しめる 700 席のビアガーデン、レストラン、カフェもある



[www.schweinemuseum.de](http://www.schweinemuseum.de)

# ドイツ人の食卓 24 年の変遷

～ベーコンは半分に 焼きソーセージ、パテは 2 倍に

## EINKAUFSMENGEN PRIVATER HAUSHALTE AN FLEISCHWAREN UND WURST

Mengenanteil in Prozent

	1985	1990	1995	2000	2005	2007	2008
Brühwurst	22,5	24,7	22,3	23,3	23,1	23,8	24,2
Rohwurst	17,5	18,0	16,0	16,8	17,7	17,4	17,8
Kochwurst	11,8	10,4	11,1	10,5	9,2	9,2	9,2
Würstchen	11,3	12,4	13,2	13,8	13,1	13,1	13,3
Bratwurst	4,1	4,3	8,8	9,3	8,5	8,6	8,6
Schinken	12,6	12,9	12,3	13,4	16,5	16,6	16,4
Aufschnitt	8,2	8,4	7,8	5,2	3,5	3,2	3,0
Speck	4,2	4,1	3,8	3,0	3,1	3,0	2,4
Aspikwaren/Sülzen	3,1	3,0	2,9	2,9	3,0	3,0	3,0
Braten	1,1	1,0	0,9	0,9	0,7	0,6	0,7
Fleischpasteten/Rouladen	0,7	0,8	0,9	0,9	1,6	1,5	1,4

Quelle: DfV Geschäftsbericht 2008/2009

1985 年から 2008 年までの食肉加工品の購買量の統計が発表された

2008 年度では購買量 100% の割合のうち ソーセージ類が 24%、ハムが 16%、腸詰めが 13% を占めている

24 年前から比較しても、その 3 種類は大きく割合を変えていない

焼きソーセージ (Bratwurst) が 4.1 から 8.6、パテ類 (Fleischpasteten, Rouladen) が 0.7 から 1.4 へ倍増!

しかしベーコン (Speck) は 4.2 から 2.4 とほぼ半減、アウフシュニットは 8.2 から 3.0 と大きく減少した。

ただし Aufschnitt は Brühwurst のカテゴリーであるからその違いは不明である

全体のバランスは、それほど大きな変化とは言えないが、鶏肉や七面鳥などの加工品が増加しており、脂肪分摂取を控えていく傾向はこれからも続くと考えられる



2008 年度ドイツ人一人当たりの食肉摂取量は

豚肉 38.4 kg

鶏肉 11.2 kg

牛肉 8.6 kg

野生肉類 1.3 kg

ヤギ 0.7 kg

内臓肉 0.2 kg

合計 60.4 kg 165g/日



ただし七面鳥の需要の伸びが大きく 2007 年度は 38 万トンであった生産量が 2008 年には 40.5 万トンと増加している

新商品も続々登場! 上の製品は鶏胸肉を使ったパステテン アジア風味として周囲にカレーパウダーを

まぶしている

こちらは七面鳥だけを使用した製品

サラダオイルを使って脂肪分 8% が売り!

低脂肪志向は今後の傾向と言える

