

# 外食控え傾向から

## 「家飲み」推奨のブースも登場

### アユ、ウナギ、ニジマスなど 多彩な出展に

(社)日本セルフサービス協会は8～10日、東京お台場の東京ビッグサイトで第四回となる「スーパーマーケットトレードショー」を開催した。

消費背景の厳しさから一般消費者が外出するケースが極端に減り、家で飲む「家飲み」が増える中で、そうした世相を反映したブースといえよう。

島根県では高津川漁協を管理に努める同漁協の取り

温熟成特選醤油「二品」を出展。三月から一本五〇〇円で販売することを明らかにすると共に、訪問者にブースで試飲してもらい、その品質の高さをアピールしていた。

ウナギ関係では静岡県浜松市の大手川魚問屋の(株)海老仙はタスマニア産天然ウナギをブースで展示、ウナギエキスを豊富に含んだ「うなぎドリンク・鰻(マン)パワー」



展示会ではスーパーマーケットでの売り場作りに書かせない什器や包装関係機器の展示に加え、売り場作りに書かせない様々な食材の展示が行われ、新たな食材を求めるバイヤーで大いに賑わう。



スーパー・量販店等の流通を始め、多くの業界関係者が訪れる。今年も8万1747名が来場するなど、盛況だった。



のアピールを積極的に行った。

ニジマス関係では富士養鱒漁協が大型ニジマスの「富士トラウト」を前面に押し出していた。中でもハラミを使った新商品「鱒とろ煮」の試食を



組みについても触れる中で、「高津川アユ」のおいしさをアピールしていた。

特に、各県が地域のコーナーとして大々的に設けており、地元の特産品が目白押しとなっている。醤油メーカー等の出店も比較的多い中で、ユズボン酢等の商品が比較的目的立った。



また、大手醤油メーカーの宝醤油(株)は新商品の「低

# 第44回「スーパーマーケットトレードショー」

日本セルフサービス協会 8～10日東京ビッグサイト