

## ピエトロ、高級パスタ

### 麺とソース、セットで販売

ピエトロはパスタソース関連の売上高を2020年3月期に現状の2.5倍にあたる10億円に引き上げる。冷凍パスタとソースのセットを新たに販売。素材や麺にこだわり、1食当たり1000円前後の高級路線で、同業他社との差別化を狙う。

冷凍のパスタとソースのセット「シェフの休日」(864~1296円)をピエトロの通販サイトや、百貨店内のピエトロのショップなどで販売する。「濃厚うにクリーム」や「蟹(かに)と蟹みそのトマトソース」など4種類を用意した。麺の開発には約3年をかけ、具材は国産にこだわった。1食当たり1000円前後と会社の既存商品と比べても2倍以上と高額だ。

調理の手間が減らせるため、高齢者などから冷凍食品の需要が増えており、食品各社は開発、販売に力を入れている。

一日経MJ2018.1.10-

## 「銀だこ」酒場 中高年に的

たこ焼き店「築地銀だこ」を運営するホットランドは、炭火焼き料理を売りにした大衆居酒屋の出店を始める。焼き魚や焼き鳥、日本酒などの酒類を豊富にそろえ、立ち飲みが主体の「築地銀だこ ハイボール酒場」で取り込めていなかった中高年を呼び込む。

新型店は「銀だこ 大衆酒場」で、29日に東京・上野駅近くの路地裏に出店する。築地銀だこと同じ機械を使ってたこ焼きも販売するほか、同社としては初めて店内に炭火焼きの調理場を設置し、サバ(税別580円)やホッケ(同780円)など魚の干物を焼いて提供する。

「2000円で十分に楽しめる」(佐瀬守男社長)ように、つまみの料理は安価に設定する。

銀だこ大衆酒場はシニア層が長居できるようにテーブル席を用意するほか、カウンター席を多めにとって個人客でも来店しやすいようにした。

ハイボール酒場は2018年末までに都心部の駅前を中心に約70店舗にまで拡大する計画だ。

一日経MJ2018.1.17-



## フルーツパーラー積極出店

飲食店運営のカフェ・カンパニー(東京・渋谷)はフルーツパーラーを多店舗化する。都内の人気青果店が選んだ旬の果物を使ったパフェやフルーツサンドを提供する。2月に1号店を開き、3月までに3店舗まで増やす。フルーツパーラーは高級店が多いが、比較的安価で提供し、健康志向の若い女性に日常使いしてもらう。

店名は「フタバフルーツパーラー」。2月1日にJR川崎駅に隣接するアトレ川崎内に1号店を開業する。東京・中野の青果店「フタバフルーツ」を運営するフタバヤが監修し、同社が仕入れた果物を使用したメニューを提供する。

カフェ・カンパニーは2001年の設立。若者向けのおしゃれな内装を特徴としたカフェ「ワイアード・カフェ」など約60業態、102店を展開している。一日経MJ-

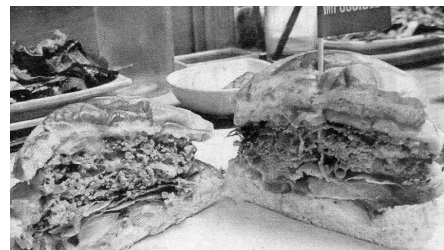
## 進化する食品イノベーション

### 「植物肉」日本お目見え

18年は日本で食品のイノベーション元年にもなりそうだ。米国でも実用化が始まった植物性素材を使った植物肉が日本でもお目見えする見通し。三井物産はエンドウ豆から採った植物性たんぱく質を使った肉を日本で販売する。まず、ハンバーガー用のパティとして、高級バーガーを手掛けるレストランなどに売り出す計画だ。植物肉は米食品ベンチャーのサベージ・リバーが開発。植物性たんぱく質を肉の分子構造に近づけることで風味や食感を再現した。

植物性素材を使った肉は16年から米国で広がり始めた。米食品ベンチャーのインポッシブル・フーズが手掛けた植物肉は、米スタンフォード大学敷地内のレストランで「インポッシブルバーガー」として販売している。

食品のイノベーションに向けた研究は18年からさらに加速していく。人工肉



の研究を進めるインテグリカルチャー(東京・文京)は、東京女子医科大と共同研究を結び、低コストで培養できる技術の早期確立を急ぐ。

日清食品も脱脂大豆を食肉風に加工した「ソイ・ミート」の開発を進めている。20年までに即席麺の具材などへの実用化にメドをつける考え。こうした技術が確立されれば、食肉の価格高騰を抑えることにもつながる。

一日経MJ-