

ピエトロが健康中食

農産物卸と「サラダパスタ」や温野菜



ドレッシングやパスタソースを製造するピエトロは、自社のドレッシングなどを生かしたサラダパスタや温野菜などの中食向け商品の取り扱いを始める。まず農産物加工卸のベジテック（川崎市）と組み、首都圏でテスト販売を始めた。テスト販売を始めたのは「八百屋さんで作ったサラダパスタ」シリーズ。パスタとともに平打ち麺状にカットしたニンジンを取り入れることで、ボリュームは維持しながら炭水化物を抑えた。ニンジン以外にも様々な野菜などを合わせ、野菜の種類に合ったドレッシングも組み込んでいる。健康志向とおいしさを両立させる商品に仕上げた。

秋冬には温野菜などを使った商品投入も検討しており、来春からの本格販売に備える。

ピエトロが中食向けを手がけるのは初めて。

—日経 MJ2018.8.18—

冷凍食品を新発売 **無印良品**

無印良品を展開する良品計画は 28 日から、冷凍食品を新たに販売する。白あえやおにぎり、ギョーザなどの 50 種類をまず国内 4 店で発売し、10 月上旬から無印良品のネットストアでも販売する。

商品は白あえやきんぴらごぼうなどの惣菜や、玄米や雑穀米を使った国産米おにぎり、ギョーザやシューマイ、ピーフストロガノフやサムゲタンなどの煮込み、ホットサンドやキッシュなどを取り扱う。主な価格帯は 350～490 円。食品メーカーとの競合が少ないラインナップとした。

国内で現在約 420 店展開する無印良品の店舗のうち、冷凍陳列棚を設置しやすいイオンモール堺北花田店や越谷レイクタウン店から販売を始める。

冷凍食品のほかにも食品を広げる。チルド菓子は 2019 年 2 月までに 100 店で扱う。乾物やだしを扱う店も今秋をめどに 20 店から大幅に増やす。

—日経 MJ2018.9.24—

焼きだてパンを100円で

スーパーのいなげや

首都圏を地盤とするスーパーのいなげやは 100 円パンの販売を本格化する。店内製造にこだわり、店内で食べることができるようにスペースも拡大。

税別 100 円で販売するパンの導入店では、通常店より 3 割ほど多い 60 種類のパンを店内製造で提供する。製造コストを抑えるために、100 円パンには専用の材料や製法を取り入れた。100 円パンには専用レシピを開発した自前のルーを活用する。自社調達の食材を使うことで原価を抑えた。トング用の食洗機を導入するなどして、従業員の作業負担も減らした。

現在、139 店舗中 24 店舗で 100 円パンを展開している。来店頻度の増加や売り上げ増が見込めることから、本格展開に乗り出すことを決めた。

100 円パンの拡大に合わせて、イートンスペースの拡大も進める。5 月に開いた練馬関町店（東京・練馬）ではベーカリーコーナーの脇に、同社最大規模となる約 50 席のイートインを設置。いれ立てのコーヒーや紅茶などを提供したところ、イートインを利用するケースが増えたという。

—日経 MJ2018.8.15—



「まちかど厨房」目立つ売り場に

—— 店内調理品を提供 ——

ローソンは 9 月から順次、弁当や惣菜を店内で調理して提供する「まちかど厨房」の売り場を刷新する。

省力化設備も新たに導入する。9 月以降の新店や改装店で、商品の陳列がしやすいスライド式の棚を広げる。これをパウチ惣菜や日配品を扱う 2 台の販売ケースでも新たにスライド式とする。これにより、従業員が商品を売り場に並べたり撤去したりする作業の効率を高める。

コンビニエンスストアでは既存店の客数が伸び悩む。人手不足も続き、客数の確保と店舗の省力化を同時に進めることが今後の成長には欠かせない。

ローソンでは店内調理の売り場を刷新することで、スーパーなどで惣菜を購入していた利用客を店舗に呼び込む。省力化につながる販売ケースの導入により、従業員の負担を軽減し店舗の競争力を引き上げる。

—日経 MJ2018.8.24—