

高級食パン、アジアに視線

関西の「高級食パン」専門店がアジア進出に動き始めた。専門店「寄本」を運営するドロキア・オラシタ（大阪市）は2019年春にも、「乃が美」（同）もそれぞれ出店を検討している。高級食パンは2斤で1000円近くと高価だが、国内客や訪日外国人にも好評だ。首都圏への出店もめどが立ち、今後は海外にも市場を広げてさらなる成長を目指す。高級食パン市場は13年に乃が美の創業や、セブン&アイ・ホールディングスが商品を投入してブームに火が付いた。もちもち感などが人気で、乃が美は5年で110店舗出店し、11月には東京都内で初出店した。寄本も19年5月半ばまでに現状の3店舗から東京など国内で20店舗まで増やす。

国内では参入企業も相次いでおり、首都圏では9月に参入した「銀座に志かわ」（東京・中央）が近く関西や中部地区への進出を決めている。「俺の生食パン」を手掛ける「俺のベーカリー&カフェ」や、高級食パンを使ったサンドイッチが人気の「セントルザ・ベーカリー」も攻勢に出ており、競争が激化つつある。

—日経MJ2018.12.7—



森永ブランド 「をかし」発信

森永製菓が直営店「TAICHIRO MORINAGA」の展開を加速している。JR東京駅に国内3か所目の常設店が10日オープン。明治時代、キャラメルやマシュマロなどの洋菓子を初めて日本に持ち込んだ創業者、森永太郎氏の名前を冠した「TAICHIRO MORINAGA」。そのコンセプトは「お菓子をこえる、『をかし』な体験」の提供だ。独自製法でカリカリした食感に仕上げたキャラメルチップで、チョコレートやクッキーを包んだ「キャラメルクリスピー」など、GRANSTA 限定商品を並べる。

キャラメルソースに卵を合わせた専用生地で、ふんわりした食感の「キャラメルバウム」など、これまでも「TAICHIRO MORINAGA」で取り扱ってきた人気商品も取り扱う。

もう一つの目玉となるのは、国内でも珍しいカカオを使った調味料。カカオ豆をローストし皮や胚芽を取り除いた「カカオニブ」と呼ばれる素材に、塩やコショウを加えたものになるようだ。高い栄養価に加え、肉料理とも魚料理ともマッチする。

—日経MJ2018.12.28—

..... 人気おにぎり



悪魔のおにぎり

ローソンは18年10月、おにぎり「悪魔のおにぎり」（110円）を発売した。ご飯を白だしで炊き上げ、天つゆや青のり、いか天入りの天かすを混ぜ合わせた。だしと天つゆのうま味を楽しめる商品で「名前通り悪魔的なおいしさ」などと発売後からSNS（交流サイト）などで話題を集めた。おにぎりの人気を受け、シリーズ商品を1月にも売り出す。天つゆやだしを使った風味を生かしたパンや麺を売る計画だ。おにぎりでも風味を高め、消費者を飽きさせずに定番化を目指す。規定を大幅に上回る売れ行きで原材料が不足し、11月上旬から1店当たりの発注数量に上限を設けていた。発注数量の上限を順次引き上げ、12月11日から発注制限を解除。19日現在で1300万個を売り上げている。

—日経MJ2018.12.26—

「古代種」小麦味わって

スペルト小麦

一般的な小麦の「古代種」とされるスペルト小麦の生産が日本で広がり始めた。栄養価の高さとナッツのような甘い香りが特徴で、小麦アレルギーも出にくいとされる。まだ収穫量は少なく国内流通量もごくわずかだが、消費者の新たな選択肢として存在感を徐々に高めている。スペルト小麦は、現在広く流通しているパン小麦の原種にあたる品種。一般的なパン小麦よりもミネラルや必須アミノ酸を多く含み、栄養価が高い。パンに特徴的な風味がでることで注目され、「ナッツのような甘い香りを持つスペルト小麦を少し入れるだけで、パンの風味が豊かになる」と小麦農家、広瀬さんは話す。

欧米やオーストラリアなどではアレルギーの発症リスクが低い小麦として認知されており、スペルト小麦普及の追い風になっている。ただ、多収・良質・安定を目指して品種改良が重ねられたパン小麦に比べると、収量は少ない。

—日経MJ2019.1.14—

