

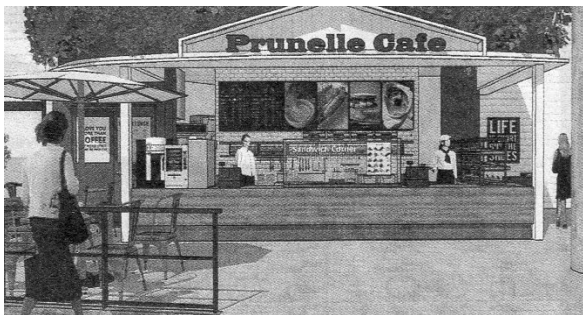
カフェ参入で顧客開拓

リョーユーパン

製パンのリョーユーパン（福岡県大野城市）はカフェ事業に参入する。小売り向け商品とは別ブランドで、高級志向の新しい顧客を開拓する。

アウトレット施設「マリノアシティ福岡」（福岡市）の大規模改装にあわせ、6月24日に「プルネールカフェ」を同施設のフードコート内に開店する。あんことバター、カツなど16種類の具材から選んでコッパンに挟む商品を主力に据える。パイやミニクロワッサンなど、店で焼くだけで出せる商品も提供する。

「プルネール」はリョーユーパンが展開するパン店のブランドで、現在5店を展開する。パンは「ブレッドハウス」など既存の主力店舗より質の高い材料を使い、価格は2、3割ほど割高。カフェで扱う商品も高級ブランドとして定着を図る。



リョーユーパンが開く「プルネールカフェ」

パン作りにAIロボ

福井のオーカワパン

パン製造で北陸最大規模のオーカワパン（福井県坂井市）は、人口知能（AI）を使って製造や人員配置の計画を最適化する。AIと連動したパンの自動成型ロボットも導入し、製造能力を2割引き上げる。

まずは、今夏をめどにAIの業務管理システムを稼働させる。事前に入力した作業員の能力や人数、パン製造の手順書に応じて日々の人員配置と製造計画を自動で組み上げる。AIの学習効果で徐々にムダのない計画が作成できる。

年内には5千万円を投じてパン生地分割やまるめ、発酵、成型を1台でこなす自動成型ロボットを導入する。AIシステムと連動しており、計画に基づいて自動でパンを製造。

製造時間の短縮化によって生地の過剰な発酵を抑えるため、食感がよりふっくらし、品質も安定するという。

麹ブーム追い風

夏に甘酒売る

食品メーカーや小売店が甘酒の新商品を相次ぎ投入する。寒い時期に体を温める飲み物という印象が強かったが、ここ数年の麹（こうじ）ブームで女性を中心に夏場の需要も伸びているためだ。酒造や地場の中小食品メーカーなど成長市場への新規参入も相次ぐ。健康や美容にいいというイメージを追い風に、夏の甘酒市場が一段と活性化しそうだ。

マルコメは5月中旬、ユズの果汁を加えた甘酒を発売する。7月上旬には豆乳を加えた商品も投入する予定だ。成城石井は4月中に新商品7品を投入する。14日に漬物専門店が作った甘酒「銀座若菜 糀だけで造った甘酒」を発売。18日からは乳酸菌を配合した「ちほまる」3品を売り出す。このほか、牛乳と混ぜて飲みやすくした「百白糀」2品などを投入する。

甘酒でシェア3割と首位の森永製菓は夏に向けた営業を強化する。ビタミン、アミノ酸が豊富で「飲む点滴」といわれる栄養価の高さを売りに夏バテ対策を訴え、居酒屋にも置いてもらう。

冬の飲み物のイメージが強い甘酒だが、最近の発酵食品ブームで冬に限らず売れるようになった。参入企業が増えたことも甘酒市場の活性化につながっている。

—日経MJ2017.4.17—

カフェインレスコーヒー

ローソン、1万2000店で

ローソンは9日、いれたてコーヒー「マチカフェ」の導入店舗約1万2000店でカフェインを97%カットしたカフェインレスのコーヒーを発売する。原料のコーヒー豆を水で処理して、カフェインを取り除く。健康や睡眠に気を遣う人や、1日何杯も飲む女性客らの需要を取り込む。

コロンビア産のアラビカ豆を100%使用する。水に生豆を浸し、カフェインを抽出した後に乾燥させて焙煎する。認知度を高めるため、9日に東京都世田谷区の東急田園都市線二子玉川駅でサンプリングを実施する。

通常販売しているいれたてコーヒーに比べて各50円高いが、女性を中心に需要があると判断した。

—日経MJ2017.5.1—

