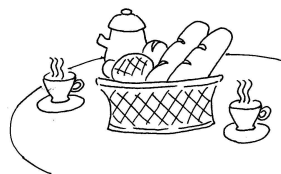


コッペパン量産へ新工場

福井県発祥のコッペパン専門店「コッペ亭」を運営する保安企画（岐阜県羽島市）は、2020 年中に同市の本社横にコッペパン工場を新設する。

コッペ亭は卵焼きを揚げた「タマゴカツ」などの惣菜系、あんこやカスタードといったおやつ系など品ぞろえが約 50 種類と豊富で、価格も 180～590 円（税別）と選択の幅が広いのが特徴だ。パン生地の小麦などは無添加素材を使い、幅広い年齢層が食べやすいようもちりとした食感にこだわる。具材もパンも福井市内の本店内で手作りし、調理後は冷凍するなどして各店舗に配送。各店内で具材を挟んで温めて提供する。新工場ではフル稼働時にパンだけで 1 時間に 5 千個以上焼けるようにする計画だ。パンの生産能力増強に合わせて、福井の具材部門の生産能力も段階的に引き上げる計画だ。

一日経MJ2019.7.19-



ベーカリー人気あやかりたい

高級食パン スーパーも

何もつけなくてもおいしい「高級食パン」が食品スーパーにも登場している。高級食パンは 2 斤で 1 千円ちかい値段で、ジャムなどをつけなくても耳まで食べられるのが特徴。乃が美（大阪市）や俺の（東京・中央）の「俺の Bakery & Café」など専門店が増えており、お土産需要を取り込んで人気になっている。

東急ストアは主力商品の「ホテルブレッド」（1 斤、270 円）より 6 割ほど高い「生食ブレッド」（同 432 円）の取り扱いをはじめた。通常品では使わない生クリームやハチミツを生地に配合し「やさしい甘さとしっとりとした食感が特徴」（同社）という。開発を担当した福島俊之バイヤーは「専門店で 1 千円程度の食パンが人気になったことで、食パンに価値を感じる人が増えている」と指摘する。

ライフも通常の「ホテルブレッド」（1 斤 257 円）より 5 割高い高級食パン「煌（きらめき）」（同 386 円）の取り扱いを広げている。カナダ産の高級小麦の中心部分だけを使用したほか、北海道産の牛乳を使った練乳を混ぜて「コクと甘みを引き立てた」という。

サミットも高級食パンの販売を検討している。現在開発を行っており、今夏にも店頭での発売を計画している。ドラッグストアなどと価格競争が激しくなるなか、価格以外の魅力で客を呼び込める商品に力を入れるスーパーが今後増えそうだ。

一日経MJ2019.6.5-

新しい豆の食べ方続々

ディップ・粉末・プリン

発酵あずき、粉末エンドウ豆、大豆プリン……。豆を原料にした新たな食品が続々登場している。「畑の肉」とも呼ばれる大豆など植物性たんぱくへの関心の高まりや健康志向が後押ししているようだ。

豆類はたんぱく質や炭水化物、ビタミン類、食物繊維が多く、日本では古くから食べられてきた伝統的な食品のひとつ。和菓子、煮豆、豆腐や納豆など様々に加工され、日本人の生活に根付いている。新たな形の 하나가、パンなどに塗って食べるディップ（クリーム状ソース）。豆類や芋などを生産するエイネットファーム十勝（北海道清水市）が 3 月、「発酵あずき」として発売した。食感や見た目はあんこに似ている。砂糖は入れてないが豆独特の甘みがあり調味料にも使える。

エンドウ豆の粉末も登場した。人材サービスのピースタイル（東京・新宿）が食品事業で手掛ける「ビープロテイン」（エンドウ豆由来プロテイン）だ。欧米では大豆たんぱくと同じように利用され注目されているという。

2017 年 5 月から外食店やパン店向けに販売をはじめ、2 年目の販売量は 1 年目の 2 倍に拡大したという。

豆由来の食品として代表的な豆乳にも新たな食べ方が登場した。「大豆のプリン」だ。豆腐製造大手さとの雪食品（徳島県鳴門市）が 3 月、全国発売した。従来の豆乳プリンと異なるのは、ゼラチンを使わず豆腐と同じようににがりで固めてある点。当初、主な購買層として 30～40 代の働く女性を想定していたが「50 代以上の男性の購入も目立つ。シニア層に向けて大豆たんぱくの新たなとり方として広めたい」と同社の担当者は話している。

一日経MJ2019.8.5-

■イタリア発パン スタバが専門店

米スターバックスは 24 日、イタリアのベーカリー「プリンチ」1 号店（東京・渋谷）を開く。プリンチのパンは 2 月に開業した「スターバックス リザーブ ロースタリー」（東京・目黒）でも販売しているが、単独で店舗を構えるのは国内初。パンやピザ、ラザニア、サラダなども提供する。都内を中心に多店舗展開を検討する。

店内は一般的な日本のパン専門店のようにセルフサービスではなく、カウンター越しに「コメッサ」と呼ばれる販売員が接客する。営業時間は午前 8 時から午後 10 時。席数は 14 席で、店舗面積は約 135 平方メートル。

今後は 1 号店の立ち上がりを見て、首都圏での複数店舗の展開を検討する。

一日経MJ2019.7.26-

