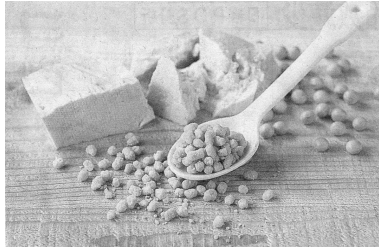


豆腐ミート、クセない家庭用



ニッポンは豆腐を加工して独自に開発した豆腐ミートを家庭向け商品に初めて採用した。大豆からではなく一度豆腐にしてから

作りにおいも既存の大豆ミートと比べてマイルドだという。健康志向の高まりもあり、日本でも高まる代替肉需要の取り込みを目指す。

ニッポンは3月1日、独自開発した豆腐ミート「ソイルプロ」を使った冷凍パスタ「豆腐から作ったお肉のボロネーゼ」を発売する。ナスやパプリカ、ブロッコリーをトッピングし、野菜のうまみを生かしたソースと豆腐のお肉の弾力感が特徴だ。味や臭いのクセが強くない、加熱の必要もないためサラダに混ぜることもでき、チャーハンや炊き込みご飯の米の一部をソイルプロに置き換えれば低糖質・高たんぱくなメニューにアレンジすることもできる。

2020年10月にグループ会社のオーケー食品工業（福岡県朝倉市）から業務用の「ソイルプロ そぼろタイプ」を発売し、年間売上高2億円を目指している。家庭用商品で使用するのは今回が初めてとなる。

—日経 MJ2021.2.26—

食べられるコップ販売

アサヒ、ナッツ味など4種

アサヒグループホールディングス傘下のアサヒビールは、菓子の原材料で作った食べられるコップ「もぐカップ」の販売を始めた。使い捨てプラスチックの削減に対する消費者の関心の高まりに対応した。自宅やアウトドアでの活用を想定しており、使い捨てコップのごみ削減につなげる。同社のネット通販サイトで販売する。

もぐカップは丸繁製菓（愛知県碧南市）と共同開発したもので、これまでは一部の飲食店で利用されてきた。

コップの主原料はじゃがいもでんぷんで、原材料を高温高圧で焼き固めた。冷たい飲み物のほかカレーやポタージュなどの料理の容器として使える。

常温の水で約1時間の使用できる耐久性を確認した。味はプレーン、えびせん、チョコ、ナッツの4種類を用意した。価格は容量100mlのMサイズが10個入りで1200円。

—日経 MJ2021.3.17—



大人のふりかけ ごちそう気分

米の消費量が減っているにもかかわらず、ふりかけの需要は伸びている。

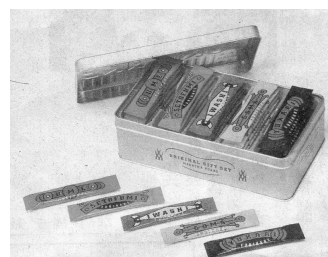
14年に始まった、全国のふりかけ商品がおいしさを競う大会「全国ふりかけグランプリ」にて2大会連続で金賞を受賞、殿堂入りしたのが澤田食品（神戸市）の「いか昆布」だ。イカと昆布を薄く切りつつ、独自技術でしっとり感を維持、磯の風味豊かに仕上げている。ふりかけは乾燥したものであるという概念を覆し「生ふりかけ」というジャンルを確立した。

海に囲まれた日本には、地魚を使ったご当地ふりかけも多く存在する。最高級魚、フグの卵巣をつかった禁断の味が、あら与（石川県白山市）の「ふぐかけ」（1瓶648円）だ。フグの卵巣には猛毒がある。石川県は2年以上、塩やぬかに漬け込むことで無毒化することに成功。そのぬか漬けた卵巣をフリーズドライにして細かく砕き、ワサビや梅、ユズ、カレーなど若者にも人気の

風味に味付けしたのが「ふぐかけ」だ。海の幸専門の通販サイト「浜チョコ」のバイヤーも「お酒にも合う大人のごちそう」と絶賛する。

庶民のふりかけを、スタイリッシュにしたのが業界大手、三島食品（広島市）の「オリジナルギフト FURIKAKE」（3456円）だ。同社の社長が得意先にお土産として配っていたものが、あまりに好評なため商品化した。自社農園で赤しそを栽培したり、不漁が続くア

オノリの原「すじあおり」の陸上養殖に挑戦したりと、生産の現場から日本の、ふりかけ文化を支えている。



—日経 MJ2021.2.22—