

# 月島通信

2020（令和2）年7月期 ② <7/15～8/2現在> No.312

※リンク先は2020年7月時点のものです。すでにリンク切れの場合がありますので、その際はご了承ください。

☆ カテゴリー ☆ 見出し ☆ 特記情報 ☆ 参考サイト ☆

## 1 【 新商業施設・菓子 】

### ■東京駅に「東京ギフトパレット」オープン。33テナントが出店

8/5、彩り豊かなギフトが揃う「東京ギフトパレット」が東京駅八重洲北口に誕生。8/3に開業する「グランスタ東京」の1エリア。シュクレイによるチーズと果実のスイーツ「neko chef」、グレープストーンによるチーズイタリアンスイーツ専門店「MEISTER Cheese」、BAKEによるバターゴーフレット専門「SOLES GAUFRETTE」など新ブランドも多数登場。

<https://www.tokvoeki-1bangai.co.jp/tokvogiftpalette/>

<https://www.fashion-press.net/news/50679>

## 2 【 菓子 】

### ■グレープストーン、JR東京駅限定の新ポテトブランド“ポテボルダ”が誕生

8/3、(株)グレープストーンはJR東京駅グランスタ東京にグランドオープンする新ショップ「じゃがボルダ」にて、新ポテトブランド「ポテボルダ」を発売。アメリカンポテトの旨味とザクツと食感が特長。また同日、カルビープラスでは独自のこだわりと特別な製法を採用した進化系ポテトチップス「Calbee+×東京ばな奈 じゃがボルダ」を発売。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000230.000025606.html>

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000275.000025606.html>

## 3 【 CVS・菓子 】

### ■ピエール・エルメ×セブン-イレブンのスイーツ、マンゴーのクレームブリュレやエクレア

7/21、セブン-イレブンはパティシエピエール・エルメがセブン-イレブンのために考案したとおきのレシピを用いたスイーツ「ピエール・エルメ シグネチャー」を発売。カップケーキとエクレアの2種類を用意。どちらも甘酸っぱく濃厚なマンゴーを使用し、クレームブリュレやキャラメルクリームと合わせた商品。

<https://www.fashion-press.net/news/62846>

#### 4 【 パン 】

##### ■だし巻揚げサンド専門店「まいてあげる」大阪にオープン

7/20、高級食パン×だしソムリエがコラボした「だし巻揚げサンド専門店 まいてあげる」が誕生。高級食パン専門店「明日が楽しみすぎて」が開発した専用の食パンは、高級料亭で使用されるまぐろ節を練りこんだ和だしの香るパン。挟むのは北海道産の天日干し昆布とまぐろ節からとった一番出汁をきかせた、焼きたて・揚げたてのだし巻たまご。豊かな出汁のうまみを感じられる今までにないたまごサンド。

<https://from-food.com/21575/>

#### 5 【 CVS 】

##### ■ローソン、「大豆ミート」を使用したカツのバーガーなど4品発売

7/22、ローソンは健康意識の高まりや、環境への負荷軽減などの視点から注目されている「大豆ミート」を使用したカツのバーガーやメンチカツバーガー、おにぎり、から揚げ合計4品を発売。肉を一切使用せず、大豆を主原料にした大豆ミートで肉の食感や味わいを再現した商品。対象の商品には専用のロゴマークを使用。

[https://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1402201\\_2504.html](https://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1402201_2504.html)

#### 6 【 情報 】

##### ■家飲み需要の拡大で活発化するおつまみ商戦、各社が新商品を積極展開

新型コロナウイルスによる外出自粛の影響で家飲み需要が拡大し、それに伴いおつまみ商戦が活発化。調査によると自宅でお酒を飲む人のうちおつまみを食べる人は9割強。3-6月はアルコールとともに珍味、スナック菓子、チーズなどの小売り金額が増加、おつまみ需要の拡大がわかる。このような中、菓子・食品メーカー各社ではおつまみ用途の新商品開発や販促キャンペーンを積極的に展開している。

<https://www.ssnp.co.jp/news/snack/2020/07/2020-0728-1529-16.html>

#### 7 【 情報 】

##### ■プロテイン提案加速、前年19%増の成長市場 健康志向追い風に

プロテイン市場が好調。2019年の市場は前年比19.1%増。伸長の背景は、健康維持にタンパク質摂取が重要との認識の広がりや、さまざまなカテゴリーや形態で商品が発売されたこと。20年に入ると、コロナ禍による外出自粛に伴う運動不足と「コロナ太り」を実感する人が増加、さらに健康維持・増進のために食事や栄養バランスに気を使う人も増えプロテインへの注目はさらに高まっている。こうした中、各食品メーカーは「プロテイン」を生活に取り入れる提案を加速している。

<https://news.nissyoku.co.jp/news/aoyagi20200721081531651>