

月島通信

2021（令和3）年1月期 ② <1/16～2/1現在> No.323

※リンク先は2021年1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 【菓子、パン】

■新ブランド「オブセ牛乳プレミアム」がデビュー 500個限定の「小布施ミルクショコラ」発売

2020年1月、オブセ牛乳が新たな価値を創造する新プロジェクト「MILK ROUTE（ミルクルート）」を発足。また、新ブランドとして「オブセ牛乳プレミアム」を立ち上げ、「小布施ミルクショコラ」を500個限定で販売。同商品は、生クリームの代わりにオブセ牛乳を使用した風味豊かなミルクチョコレート。チョコレートのまわりをコーティングすることで、外はパリッと中はしっとり仕上げ、オブセ牛乳のコクと深い味わいを最大限に活かしている。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000060098.html>

2 【CVS】

■ファミリーマート、まるでホットケーキのような中華まんを発売

1/26、ファミリーマートが森永製菓とコラボしたデザート中華まん「バター香るホットケーキまん」を発売。生地に発酵バターを使用し、ふんわりバターの香りと甘いケーキシロップが中から出てくるよう仕上げた、まるでホットケーキのような中華まん。数量限定。

<https://www.family.co.jp/goods/chukaman/0240222.html>

3 【パン】

■ヴィドフランス、テイクアウトWEB予約で「TAKE&GO」スタート

1/29、ヴィドフランスがパンのテイクアウトWEB予約をスタート。これまでの「オードブル」予約に加え、「パン」のセット商品・単品の予約をWEB上でゆっくり行うことができ、指定日時に指定店舗でスピーディーに受け取ることができる。パンのテイクアウトWEB予約は、通常価格よりお得な『TAKE&GO価格』として販売。

<https://viedefrancheshop.jp/>

4 【 パン・CVS 】

■ゴディバ 初のカレーパンがローソン限定で登場、隠し味・パン生地にチョコレート

2/2、ローソンが、高級チョコレートブランド「GODIVA(ゴディバ)」監修の「ビーフカレーパン」などパン・スイーツ4品を発売。「GODIVA × LAWSON BAKERY ビーフカレーパン」は、ゴディバ初となる“カレーパン”。カレーは牛ひき肉とビーフエキスで旨味を出し、隠し味にチョコレートを加えて、コク深くマイルドな味に仕上げた。パンは、ココアを入れたチョコレート生地を使用している。

https://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1424809_2504.html

5 【 調理 】

■染野屋、完全植物性ひき肉プラントベース・ミンチ発売

2/1、豆腐直販の老舗染野屋が、ダニスコジャパンと共同開発した日本初の完全植物性のひき肉「ソミートプラントベース・ミンチ」を発売。焼く・煮る・炒める・揚げると従来のひき肉と同様に調理できる。同社Webサイト、amazon.co.jp、同社移動販売車ネットワークなどで発売を開始。

<https://kyodonewsprwire.jp/release/202012249124>

6 【 調理 】

■日本水産、初の幼児食を今春投入 新市場の形成に期待

3/1、日本水産が、幼児食を冷凍食品で2品、首都圏限定で発売。離乳食を卒業した1歳半～3歳ごろの子どもが対象で、咀嚼のトレーニングができる硬さ、塩分を控えたやさしい味、子どもの興味を引く仕立てが特徴。離乳食の瓶詰やレトルト食品と一般食の間として、明確に位置付ける加工食品は市場になく、新カテゴリーによる市場形成が期待される。ラインナップは「ニコパク 星のたまごがでてくる!オムライス」「同 宝をさがそう!カレードリア」の2品。

https://www.nissui.co.jp/news/20210126_2.html

7 【 情報 】

■マルエツチラシに「テレワ食」、片手・手軽・低糖質がキーワード

スーパーマルエツは、1/26～28のチラシで、テレワーク向けの食品類を集めた「テレワ食」を展開。「簡単・お手軽・ヘルシー」と称し、ヤマザキ「ランチパック」、ニッスイの冷凍食品「大きな大きな焼きおにぎり」を紹介。また、おやつタイムをイメージしたコーナーには、糖質制限や低糖質を意識する人に向けた、サラヤ「ロカボスタイル低糖質スイートナッツ」、明治のチョコレート「オリゴスマート」などを紹介。緊急事態宣言下でテレワークをする人が増加。片手で食べやすいパンや、レンジで温めてすぐ食べられる冷凍おにぎり、運動不足になりがちな人に向けた低糖質菓子の紹介も、目下のニーズに応える提案といえる。今年は、こうした生活者目線に立った販促チラシ、そして「テレワーク商材」が活気を運びそう。

<https://www.ssnp.co.jp/news/distribution/2021/01/2021-0127-1631-16.html>