

月島通信

2021（令和3）年4月期 ① <3/31～4/16現在> No.328

※リンク先は2021年4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】

■本格バタースイーツ専門店「BUTTER STATE's」1号店が池袋にオープン

グレーストーンの新業態バタースイーツ専門店「BUTTER STATE's(バターステイツ)」が4/14に西武池袋本店、4/16に大丸東京店にオープン。シェフ3人の共作から生まれた本格バタースイーツを展開。代表作であるクッキー『バターステイツ』シリーズのひとつ『バターステイツブリュレ』は、開店90分で完売となった。同ブランドではバタークッキーのほか、多層仕立ての「スーパーレイヤード」シリーズ、ショートケーキやモンブランなどなじみ深いケーキながら、シェフの個性を表現した「スタンダード」シリーズを展開。

<https://www.butterstates.jp/>

2 【菓子】

■レトロなプリン専門店「プリンに恋して」が池袋に 喫茶店に着想

4/15、テイクアウトプリン専門店「プリンに恋して」が東京メトロ池袋駅直結の商業施設「エソラ池袋」にオープン。同店は「レトロな喫茶店で提供する、恋するほど美味しいプリン」をコンセプトに掲げ、工房一体型の店舗で毎日手作りするプリンの専門店。昔懐かしい喫茶店のプリンをイメージした「レトロプリン」や喫茶店のメロンソーダをモチーフにした2層構造の「メロンソーダプリン」など豊富な種類のプリンを用意。

<https://i-love-pudding.com/>

3 【パン・CVS】

■「ファミマ・ザ・メロンパン」・「ファミマ・ザ・カレーパン」発売2週間で販売食数400万食突破

ファミリーマートオリジナルパンブランド「FAMIMA BAKERY (ファミマ ベーカリー)」の新商品「ファミマ・ザ・メロンパン」と「ファミマ・ザ・カレーパン」の累計販売数が、3/23の販売開始から2週間で400万食を突破。同商品は、同社創立40周年に向けた取り組みの一環としてリニューアル。老若男女問わず愛される定番商品だからこそ、毎日食べたくなる美味しさを目指した。

https://www.family.co.jp/company/news_releases/2021/20210405_01.html

4 【パン】

■「自宅で食パン」広がる…続く高級ブーム、外出自粛など後押し

食パンの消費が増えている。従来の「高級食パン」ブームに加え、外出自粛の広がりや家庭向けの需要が高まり、20年の消費支出は前年と比べ4%ほど増加。東京・銀座の食パン専門店「銀座に志かわ」の20年2月～21年1月の売り上げは、前年と比べ12・3%伸びた。スーパー大手「イオンリテール」では、20年の売り上げが5%ほど増加。朝食に自宅で食べる機会が多い食パンは割安感があり、冷凍保存して焼いて食べられる。在宅時間が長くなり、手に取る人が増えたようだ。一方、外出先で食べられることが多かった総菜パンや菓子パンは落ち込んでおり、明暗が分かれている。

<https://www.vomiuri.co.jp/economy/20210410-OYT1T50138/>

5 【飲料】

■ローソン、冷凍・チルドの惣菜合計5品発売

4/6、ローソンが、自宅で作るには手間のかかる冷凍食品「ブロッコリーときのこのジェノベーゼ風」やチルド惣菜「とろける4種チーズの肉厚ハンバーグ」など合計5品を発売。コロナ禍により自宅で食事をする機会が増えたことから、ストックでき、好きな時に手軽に食べられる冷凍食品やチルド惣菜のニーズが高まっている。「自分では作らない手間のかかる料理が食べたい」、「本格的な料理を手軽に食卓に出したい」などの声から生まれた冷凍やチルドの惣菜を展開する。

https://www.lawson.co.jp/company/news/detail/1427885_2504.html

6 【FF】

■糖質20g以下／タンパク質30g以上の食事が自宅で食べられる！「resoot Home」

4/12、株式会社resootが、糖質20g以下／タンパク質30g以上のフード宅配サービス「resoot Home（リソートホーム）」を開始。ネットで注文後、冷凍で届き、電子レンジで温めるだけで食べることができる。内容量も300g以上とボリュームがあるため、老若男女問わず無理なく健康的に続けることができる。法人向けの簡単社食サービスが19年11月からスタートしていたが、テレワーク等による宅配フードの需要に合わせ、個人向けの同フード宅配サービスを開始した。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000077265.html>

7 【中食】

■サイゼリヤ、初の小型店で冷食を本格販売 「中食」開拓

4/8、サイゼリヤが小型店の1号店となる「サイゼリヤ地下鉄赤塚店」をオープン。コロナ禍で外食需要が低迷するなか、新たな店舗モデルで「中食」需要も取り込む。広さは同社の平均的な店舗面積の約4割。厨房設備を絞り、厨房と客席フロアは約1対3の割合で既存店と同様。店内でのメニュー数や価格も既存店と同様だが、専用の冷凍ショーケースを設け、サイゼリヤの人気メニュー「辛味チキン」など冷凍食品も販売。既存店の一部でも販売していたが、客から見える大型のショーケースは初めて。種類も多く取りそろえ、来店客はテイクアウトもできる。店内飲食と冷凍食品の販売の2つの収益を柱にした新たな店舗モデルにし、これまで展開できなかった狭小地にも今後出店していく。

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC06A170W1A400C2000000/>