



シルキーデリクリームコロquette (国産紅ずわいがに入り)

「格」が2位であるとの指摘から市場ニーズを分析。おいしさ(品質)志向と価格(値ごろ感)志向の両軸に対応する。

品質訴求商品として濃厚クリームが特徴のワンランク上のラインナップ「シルキーデリクリームコロquette」

ヤヨイサンフーズ春の新商品

基幹商品クリームコロquette強化

ヤヨイサンフーズは17日、春の新商品発表会を行い、新商品15品、リニューアル14品を紹介。主に1月から順次発売している。今春新商品は①基幹カテゴリの強化 ②給食市場に向けた商品拡充 ③拡大市場に向けた商品強化 ④人手不足に配慮した商品への取り組みを重点施策に開発した。



気仙沼産マグロのマスタードカツ100

基幹カテゴリでは、中食と外食向けにクリームコロquetteを強化した。物価高で生活防衛意識が高まるなか、2022年版惣菜白書では、惣菜購入時の選択基準で「おいしさ」が1位、「価格」が2位であるとの指摘から市場ニーズを分析。おいしさ(品質)志向と価格(値ごろ感)志向の両軸に対応する。

一方、値ごろ感や食べ応えに対応した中食向けの袋入りタイプも取りそろえ、「(袋)なめらかクリーミーコロquette(かに入り)」を新発売したほか、季節限定の「(袋)あざりと徳島県

「ケ」を提案。なめらかな口どけが自慢のベシヤメルソースに紅ずわいがにの旨みを溶け込ませた「国産紅ずわいがに入り」と、コーンの甘味が特徴の「北海道産コーン入り」をリニューアル。昨年から導入した味覚センサーを活用するなど「旨味」を向上させた。今春から新商品「駿河湾産桜海老入り」を加えて品ぞろえも充実した。いずれも牛乳は箱根の南にある生乳の鮮度が自慢の「丹那牛乳」を使用している。

産菜の花入りクリーミーコロquette R「(袋)完熟トマトのバターチキンカレーコロquette R」などはリニューアルした。

給食市場へは、産業給食向けにソース入り水産カツ類3品を提案。「気仙沼産マグロのマスタードカツ100」は、ピンナガ



木の葉しんじょう

物質・栄養面にも配慮し、小麦・卵・乳成分原材料を不使用、不足しがちな鉄・カルシウムを添加した。「海のおかず海老カツ(鉄・Ca)」と「同国産カツオカツ(鉄・Ca)」はリニューアル。「海老カツ」は、

「海老のタルタルソースカツ100」と「カジキマグロのステーキカツ90」も取りそろえた。旨味を閉じ込めた生製法が特徴。「木の葉しんじょう」は、すり身に人参、枝豆を加え木の



宮城県産いわし入りハンバーグ(鉄・Ca)

葉型に仕上げた、ふんわりとした食感が特徴。小鉢や弁当の彩りのひとつに好適。

学校給食向けは「宮城県産いわし入りハンバーグ(鉄・Ca)」を新発売。子どもも食べやすいよう国産野菜を加え、味噌などの調味料でさんまが焼き風の味付けに仕上げた。アレルギー

Silkydeli Cream Croquettes

たべる、しあわせ。クリームコロquette。

サクッとした歯ざわりの直後に、香ばしいパン粉の香りと素材の旨味を溶け込ませたベシヤメルソースが満ちてきます。ほのかに薫るパタールウのコクとミルク感もたまりません!





イトベジ 大豆ミートのハンバーグ

ムキエビの固形感と美味しさが楽しめる。すり身を使わずに作ったエビカツ。「国産カツオカツ」は、ほぐし身を醤油と生姜で軽く下味をつけ、ふっくらとした食感に仕上げた。

拡大市場に向けた商品強化では、プラントベースフード「イトベジ」の品質を向上。中食、産業給食向けに「大豆ミートのハンバーグ」を提案。肉の代わりに大豆ミートを使用し、肉のような粒感・食べ応えを再現した。人手不足に配慮した商品では、やわらか食「ソフリ」ブランドの簡便調理性を付与。魚ミース、肉ミースの商品群を従来の調理法「蒸す(蒸し器)」「蒸す(スチコン)」「煮る」に、「自然解凍」を追加し新提案する。

(M)

第23回JAPANドラッグストアショー、8月開催

JAPAN DRUG STORE SHOW 2023

新しい生活提案と実践、持続可能な社会の実現、課題と向き合うドラッグストア
～セルフメディケーションとともに歩むこれからの暮らし～

会場 東京ビッグサイト(東3・4・5・6ホール)

2023年 8月18日(金) 10:00-17:00
8月19日(土) 10:00-17:00
8月20日(日) 10:00-17:00

https://drugstoreshow.jp

日本チエーンドラッグストア協会は「第23回JAPANドラッグストアショー」を8月18～20日の3日間、東京ビッグサイト東展示場3～6ホールで開催する。協賛・オールジャパンドラッグ協会/ニッド・日本ドラッグチェーン会 後援・厚生労働省、経済産業省、環境省、東京都、江東区、日本薬剤師会、日本保険薬局協会、日本ヘルスケア協会、日本政府観光局(JNTO)、日本貿易振興機構(JETRO)、日本健康・栄養食品協会、日本果汁協会、ペットフード協会、他。

19～20日は一般公開を行うが、初日の18日は商談日とする。また、今回は一般来場者入場不可の「forビジネス」会場(100社300小間)を18～19日の2日間、3ホールで開催。BtoBのみを希望する出展者

に対応する。

通常会期会場では、特別企画ゾーンとして、女性特有のライフケアに関する商品・サービスを対象にした「フェムケアゾーン」を設置。「食と健康ゾーン」では「食と健康アワード2023」を実施(予定)し市場拡大を促進する。また、環境配慮型



食と健康ゾーン(第22回)



セルフチェックコーナー(第22回)

商品などに特化した「SDGsゾーン」も設置する。

通常開催は4年ぶり。2020年3月に「第20回」を感染症拡大防止の観点から直前中止、「第21回」はオンライン開催。22年8月にリアルとオンラインのハイブリッドで開催した「第22回」はリアル展400社1159小間、オンライン展178社が出展。そのうち、本紙関係の主な出展社は以下の通り(50音順)。アサヒ飲料/アサヒグループ食品/あじかん/味の素社/味の素AGF/石垣食品/石光商事/いなば食品/いなばペットフード/内堀醸造/雲海酒造/榮太樓本舗/大塚食品/大塚製薬/沖縄県酒造組合/おやつカンパニー/カゴメ/加藤産業/カバヤ食品/加茂鶴酒造/カルケット/カルビー

菊正宗酒造/霧島酒造/キリンビバレッジ/キリンホールディングス/クラシエフーズ/小岩井乳業/コソフエックス/三和酒類/ジ・オイ/ルミルズ/シャトー勝沼/スノーデン/たいまつ食品/高橋酒造/テンプルマーク/東海漬物/東洋水産/ドーバー洋酒貿易/ドギーマン/ハヤシ/ナカキ食品/西の譽銘醸/日清オイログループ/日本アクセス/日本水産/日本ペットフード/日本酒類販売/ネスレ日本/ネスレビュリナ/ペットケア/フジパン/ペットライン/ペティオ/ポッカサッポロフード&ビバレッジ/北関酒造/まさひろ酒造/明治/メロディアン/森永乳業/ヤマモリ/養命酒製造/ロート製薬。

また、来場者はリアル展4万6324(内ビジネス2万9045)名、オンライン展は1万5667(同7284)名。ビジネス目的では、Dg・sのほか大手食品卸・小売業も多数来場した。

神田の老舗蕎麦屋で新年会。いつもの肴、酒もいつものコース。ビール大びん、冷や酒、燗酒。隣の席の五月蠅いお子さまたちも帰ったし、安心して熱々の蕎麦搔を注文。天たねのつけ汁でも美味いんだよなア...

▼ふと店内を見ると、外人の家族連れが。どうやらイタリア人らしい。机上にはビールとお銚子が数本。娘らしき女性は頻繁にお猪口を舐めている。老夫婦?はビールをお酌し合う。しかも、みんな美味しそう...

▼席を立った時に覗くと、やはり蕎麦搔が。わさびかまぼこ、焼き鳥の塩、焼海苔も。かなり通な外国人、と思つたら...。どうやら常連らしい。店のスタッフさんたちとも仲良しの様子。こりやご無礼致しました

▼日本の食文化に外国人が馴染んでいるのは実に微笑ましい。その家族は箸遣いもヘタな日本人より綺麗だった。そしてお父さんが手を挙げた。「オカンサケクタサイイ!」。負けてはいられない。「こっちゃんも燗のおかわり!」



(K)