



# 明治「北海道十勝カマンブルー」披露

## 十勝チーズ研究センター初の新商品

【帯広】明治は19日、明治なほどファクトリー十勝および十勝チーズ研究センター(北海道河西郡芽室町)で、「明治北海道十勝カマンブルー」を披露した。

同社は2022年4月、約7・6億円を投じ「十勝チーズ研究センター」を十勝工場建屋内に新設。東京都八王子市の明治イノベーションセンターで行ってきた研究開発のうち、ナチュラルチーズの研究開発機能の一部を移管した。

ナチュラルチーズの商品開発は手作りから始まり、段階的なスケールアップを経て量産化の方法を確立し、最終的に工場における製造に至る。研究機能を生産工場内に設置することで開発と生産の距離を縮め、商品化スピードの向上を図ってきた。

今回披露された「北海道十勝カマンブルー」は、同研究センター設立後、初の十勝ブランド商品。北海道産生乳を使用し、乳製品の

消費拡大と持続可能な酪農経営に貢献する。

まろやかな十勝カマンブルーと、ほどよくうまみを感じるマイルドな味わいのブルーチーズが合わさった今までにない贅沢な味わいが特長で、カマンベールの喫食頻度が高いユーザーや食事やお酒を楽しむ40、60代向けに提案する。

グローバルフードソリューション事業本部フローズン・食品事業部の海

### 海老澤「No.1で在り続けるために進化を」

老澤道成チーズG長(写真右)は、「白カビチーズ市場は近年大きく成長してお

場No.1で推移している。一方、22年度のブルーチーズ市場は18億円と、市場規模は小さいものの徐々に伸

長。購入率で見ると、チーズ計が76%、白カビチーズが13%に対し、ブルーチーズは2%に過ぎず、間口が狭く拡大の余地は大きいとみられる。今回、明治が目指したの



は、十勝カマンブルーらしいまろやかさと、ほどよい旨味を感じるブルーチーズが共演する。ブルーチーズ初心者にも愛してもらえるチーズ。品質の安定や数十種類から理想の青カビの選定、白カビと青カビのバランスなどの課題と向き合い、4年をかけて渾身の自信作ができたと自負している」と説明。

発売の目的について「新市場への挑戦」と「明治北海道十勝」ブランドの顧客価値向上」と強調。「白カビチーズの市場No.1ブランドとして、進化を続けていく。そのために新市場創造に挑戦するとともに、生活者に感謝と感動・選べる楽しさを提供し、「明治北海道十勝」ブランドファンの拡大を図る」と語った。

また、研究本部商品開発研究所の川端史郎十勝チーズ研究センター長(同左)は、「新商品は研究センターのパイロットプラントで試作し、品質評価を繰り返して実施。決定した最終スペックは、97名の外部モニター調査でも高評価を得るなど



また、研究本部商品開発研究所の川端史郎十勝チーズ研究センター長(同左)は、「新商品は研究センターのパイロットプラントで試作し、品質評価を繰り返して実施。決定した最終スペックは、97名の外部モニター調査でも高評価を得るなど

### いなば 愛されて 33年



理想の風味バランスを徹底的に追及した。さらに約1年の工場ラインテストを経て、製造条件の確立に至った」と経緯を説明。「チーズ通からブルーチーズ初心者まで、幅広い消費者に満足していただけたらと思う」と強調した。

夏はゴルフに欠かせないのが水分補給。喉が渇いてからでは遅いので、スタウト前にミネラルウォーターで身体を潤しておくのが基本。ゴルフ場に着く前から少しずつ、身体に浸み込ませるのがコツだという



日までの期間限定で、アタラシイものや体験の応援購入サービスmake(マクアケ)で展開。製造できる数量に限られるため、今後はECチャネルでの販売を目指している。(館山カ)

▼ラウンド前半にはビタミンCが入ったスポーツドリンクを時間をかけて飲む。後半はスタントードなスポーツドリンクを、やはりこまめに飲み切る。ここまでの水分摂取量は合計で約1・5リットルとなる

▼ラウンド後にも水分補給が必要で、風呂上がりには爽快感を感じる炭酸水が良いとされている。いわば4種類の清涼飲料計2リットルで熱中症を防ごうというもの。どこの協会の差金とも思えるアドバイス

▼だが、ひと昔前とはレベルが違う最近の炎暑。利尿作用のある飲み物はなるべく避けて、熱中症を防ぎたい。個人的には最低でも1本、昔ながらの煮出した丸粒麦茶をかませたい。移動後の19番で、元気に麦酒を楽しむために。