

# 『月刊ニューステーブル』2017年8月号

～青空色のテーブルクロスの上に——新鮮なニュースを載せてお届けします～

## 増加傾向にある「共働き世帯」の食卓をサポート 作り置き料理を衛生的に新鮮保存

ライオン



画像出典：ライオン

ライオン（本社：東京都墨田区）の調理サポートブランド『リード』から、ジッパー付き食品保存バッグ『リード 冷凍も冷蔵も新鮮保存バッグ』が発売される。2017年9月13日（水）より。販売地域は全国。

同社では、労働政策研究・研修機構が明かした「専業主婦世帯と共働き世帯 1980年～2016年」を基にしたデータの「共働きの世帯数が1,100万世帯を超えて、なお増加傾向にある——」という点に着目。仕事と家庭の両立を目指すうえで、生活者の負担が増えているという考え方から、「作り置き料理」をさらに衛生的にバックアップするため、本商品のラインナップにいたった。

食材を「乾燥、冷凍やけ」などから防いでしっかりと守り、冷凍・冷蔵のどちらにも使える兼用タイプとなっている。

## 長野の大自然の中で楽しむ「野菜のテーマパーク」 農作業や収穫体験、旬の食材レストランなど——2年後完成予定

カゴメ



画像出典：カゴメ

カゴメ（本社：愛知県名古屋市）では、観光施設『カゴメ野菜生活ファーム富士見』の建設について発表した。長野県諏訪郡富士見町にある同社の「富士見工場」に隣接する場所がその建設予定地。

雄大な長野の自然をバックに、農作業や収穫体験、料理教室、工場見学などができて、また併設されるレストランでは旬の食材を使った料理を味わうことができるなど、まさに「野菜のテーマパーク」といえる。

1968年より富士見町で農産品加工事業を開始したカゴメでは、同地域において様々な行事や活動に参画しており、2016年5月には地域振興に関する協定も締結している。「富士見地域の自然、観光資源と連携する事により、同地域の魅力を向上させ、地域活性化に貢献します」と語る同社。2019年春の完成を予定している。

## 高齢者のための「たんぱく質」摂取の一助に 従来カップスープの約8倍のたんぱく質を含有

味の素



画像出典：味の素

味の素（本社：東京都中央区）では、同社の『クノール』ブランドから、新製品『たんぱく質がしっかり摂れるスープ2品種（コーンクリーム、ポタージュ）』を発売する。2017年8月21日（月）より。

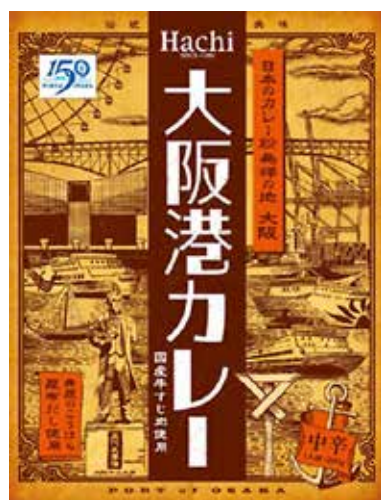
日本人の一日当たりのたんぱく質摂取推奨量（18歳以上）は、男性が60g、女性が50gとされているが、2015年の同社の調べでは「高齢者の5人にひとりには摂取が不足している」との結果が出ていたという。

たんぱく質を効果的に摂取できるお肉などのメニューを、加齢とともに敬遠しがちな高齢者も増えてくることから、より効率的で積極的な摂取が求められる。

同商品は、高齢者がおいしく、日々の健康維持に必要な栄養を摂取できるための新ラインナップとして登場。1食当たり、たんぱく質8g、ビタミンD13 $\mu$ g、カルシウム160mgが含まれていて、たとえば従来の『クノール カップスープ<コーンクリーム>』と比較すると、約8倍のたんぱく質が含まれているという。通常の食生活に加えて、より効率的にたんぱく質を摂るための一助となりそう。

## 元祖国産カレー粉製造会社で作ったメモリアルカレー 大阪港開港150年記念で往時の味がよみがえる

ハチ食品&大阪港開港150年記念事業推進委員会



写真出典：ハチ食品

1845年（弘化2年）に薬種問屋として創業し、1905年（明治38年）に、日本で初めてカレー粉を製造したというハチ食品（本社：大阪府大阪市）ではこのほど、大阪港開港150年を記念して、『大阪港カレー』の販売を開始した。

このプロジェクトは、同社と大阪港開港150年記念事業推進委員会（委員長：吉村 洋文・大阪市長）との協力によるもの。

同社は、当時大阪港より輸入された漢方薬をもとに、日本で初めてとなる国産カレー粉『蜂カレー』を製造・販売したが、今回発売された『大阪港カレー』は、当時の調合者・今村弥兵衛から伝承し、現代に合うように厳選した22種類のスパイスが調合され、芳醇な香りのカレー粉にリニューアルされた『蜂カレー粉』が使用されているという。

日本特有の食卓進化をとげてきたともいえる食品「カレー」だが、歴史的な味わいが楽しめるいい機会かもしれない。

## 多くの人の耳になじみ深い「おみそな～らハナマルキ♪」 サウンドロゴとして音商標に認可

ハナマルキ



画像出典：ハナマルキ

長年テレビCMなどで放映されている、誰もがいちどは耳にしたことがあるであろうあの名調子『♪おみそな～らハナマルキ♪』のサウンドロゴがこのほど、「音商標」として認可されたとハナマルキ（本社：長野県伊那市）が発表した。

平成26年5月に改正された商標法によって、こうした「サウンド」や「色彩のみ」の商標も登録が可能となっているが、同社では「今後のブランド戦略をいっそう強化していく」としている。

「おみそならハナマルキ」のサウンドロゴは、1966年のCMで初めて使用されて以来、それから51年の間使用され続けているという。

昨年には『かるしおシリーズ』のCMで、ロック調のメロディにアレンジされた「おみそならハナマルキ」の楽曲を、歌の上手な子役として活躍中の上垣ひなたさんが元気いっぱいに歌っているCMが放映された。

また、初のMusic PVも制作されて『ハナマルキの歌』がYouTube（ハナマルキ公式）などで視聴でき、WEBを中心に話題となっていた。

## 素材の味が楽しめる『カラフルスムージー』 砂糖不使用、食物繊維豊富な『ケールグリーン』など4種類登場 フレッシュネスバーガー



画像出典：フレッシュネス

フレッシュネス（本社：神奈川県横浜市）では、同社が展開するハンバーガーチェーン『フレッシュネスバーガー』で、「素材の味が楽しめる」というスムージーの販売を開始した。

カラフルなラインナップは「ストロベリーピンク」「マンゴーイエロー」「ピタヤ（ドラゴンフルーツ）パープル」「ケールグリーン」の4種類で、どれも砂糖は不使用とのこと。

同社では、2015年10月から「低糖質パンズ」を独自開発して全店に導入。また、小麦粉の一部を食物繊維に置き換えることで、味を損なわずに1個当たりの糖質を約半分にするなど、健康面への配慮に注力しており、今回の『カラフルスムージー』も、そうしたコンセプトを活かしたラインナップとなっているという。

「スムージーと低糖質パンズのハンバーガーで、ヘルシーなお食事はいかがでしょうか」と同社は呼びかけている。