チ

居酒屋大手
食店の本格
肉などのメニ
てを売り物
会社員など
を5年以内
縮小傾向の

常温のまま
させる心配
目を基調
とした。
ほかボッ
女性など
も対応で
た。
秋に東京
き、メニ
運営の分

析・検証を続けてきた。本格出店に乗り出す。収益化できるとみて、今春には渋谷駅周辺に出すほか、都心部のオフィス街や学生街に年間20店ペースで出店する。

日本フードサービス協会によると、2012年の居酒屋の全店売上高は0・5%減と会社員の節約志向などから4年連続で前年割れ。業界では居酒屋以外の事業強化を急ぐ動きが相次ぐ。

チムニーの12年12月期単独決算は2桁の増収増益と好調。10年にMBO（経営陣による買収）に伴って上場廃止となったが、昨年12月に東証2部に再上場を果たした。居酒屋以外に業種を広げ、成長力を保つ。

長持ちパン 品数半減へ

コモ、生産ライン効率運用

数年かけて生産効率の悪い商品を減らす

【名古屋】中堅パンメーカーのコモは賞味期限が長い「ロングライフパン」の商品数を現在の約60から半減する。生産効率の悪い商品などを数年をかけて徐々に減らす。商品数を減らすのは初めて。本社工場（愛知県小牧市）の生産ラインを効率的に運用し、収益力の向上を目指す。

月間売上高が500万円を下回る商品を中生産をやめる。まず末までに「ココアメパン」など7商品をる。この間に投入す商品は4種類にとど3商品が純減する。

削減による売り上は総菜系など新たな口のロングライフパカバーする。

コモは全商品を本社場で生産する。限られ生産能力を最大限引きすために、ジャムやクームを詰めて焼き上げような手間のかかるパも削減を検討する。

コモはプライベートランド（PB）を含め約60商品を持ち、「商数が増えるにつれて生効率が下がっていた」（下克己社長）。数年後商品数を約30に半減し売上原価率を現在の6162%から50%台へと引下げる考えだ。

ペットボトル入りを復活

産量は減少傾向。さらに原発事故後に基準値を超える放射性物質が検出され、打撃を受けた。伊藤園は3年前に狭山茶の飲料を販売したことがあり、県が製品化を持ちかけたという。

伊藤園は当初販売分は3年前のパッケージを踏襲するが、埼玉県をPRするデザインへの変更も検討する。1964年に創業した同社は埼玉県川口市の食品問屋が前身。「地元の茶のPRや生産回復につなげたい」と話している。

（さいたま）

機内食バーガー 来月から第3弾

モス、日本航空と開発

モスフードサービスは3月1日、日本航空と共同開発したハンバーガー「AIRモスバーガー テリヤキたまご」を機内食として提供を始める。人気商品のテリヤキバーガーをアレンジし、テリヤキソースと合う卵を具材に使う。モスの提供する機内食は好評で今回が第3弾。

成田発でニューヨークやロンドンなどに向かう8路線のエコノミークラスなどで5月31日まで提供する。具材には刻んだゆで卵をマヨネーズであえたものを加えた。

モスは「AIRシリーズ」として2011年6月にテリヤキバーガー、12年6月にライスバーガーを機内食としてこれまでに提供した。

約10
食店を手
ンドダイ
業態を集
も5分の
態までい
これまで
100店
態戦略を
有望業態
化を進め
トを
り出す。
同
業以

ち上げ
営業推
り出店
は店内
ドール
ど競合
型化で
で飲

食街を含めテナントの入れ替え需要が高まっていることに対応する。

郊外路面店の出店も余々に増やす。大型幹線道路沿いではなく、より生活に密着した生活道路沿い

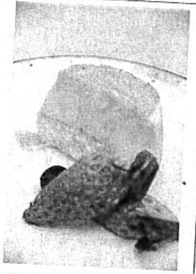
飲食店は
て来
上げ
サン
品サ
など
範囲
いし
新潟
う従
ど提
客効
など
が求
て
手の
説明

（東
プレ
をエ
市場
に買
横
から
沿い
ある

「伊勢しょうゆ」入りプリン

伊勢醤油本舗

3層構造で異なる味わい



伊勢神宮にも奉納される独特のたまりしょうゆ「伊勢しょうゆ」を製造する伊勢醤油本舗（三重県伊勢市）は、隠し味などにこのしょうゆを使ったプリン「伊勢醤油三重音（みかさね）プリン」＝写真＝を発売した。

カップ入りで三重県産卵のメレンゲ、伊勢しょうゆ入りのカスタードとカラメルソースの3層になっており、異なる味わいが楽しめる。

旅行企画のインターナショナルトラベルオフィス（ITO、三重県桑名市）がプロデュースし、三重県四日市市のフレンチレストラン「ワイズ・ロティー」も商品化に協力した。1個450円だが、今夏までは380円で販売する。

伊勢醤油本舗が伊勢神宮の参道商店街「おかげ横丁」で営業する店舗などで販売する。伊勢神宮には年間250万人の参拝客が訪れ外国人も多いため、新たな洋風のご当地スイーツとして定着を目指す。

四国特産品使い ポテトチップス

カルビーが2種、限定で

【高松】カルビーは18、四国4県の特産品をった初めての四国限定ポテトチップスを発売た。愛媛のミカンと香の塩を組み合わせた爽かな「ポン酢風味」、島の青のりと高知のシウガを使った和風の醤油（しょうゆ）仕立の2種類で内容量は各[illegible]グラム。オープンだが、[illegible]0円前後の店頭価格を想定する。

国のスーパーで約5万[illegible]000袋ずつを限定販売する。パッケージも四国の自然をイメージし海の青や山の緑などの色合いとした。

同社は2011年から九州限定でめんたいこ味を再現したポテトチップスを販売。地域に根ざした製品の開発・販売を進めている。