

『BEYOND FREE』で精進料理と コラボ テーブルマーク

テーブルマークは植物由来の原料で作った『BEYOND FREE』ブランドと、精進料理の新たな可能性を追求する「こまきしょくどう 精進料理 鎌倉不識庵」(千代田区神田練堀町)をコラボさせた企画を同店で展開した。

同ブランドを使った特別セットメニュー「おからこんにゃくカツ御膳 ビーガンタルタル」をランチは税込1320円、通常は1980円で24年12月3日から22日までの期間限定で提供。

主菜は同ブランドの「おからこんにゃくで作ったカツ」にプラントベースのタルタルソースをかけたメニューで、副菜の小鉢には同ブランドで現在開発中の“明太風ペースト”や“雲丹風ペースト”を使用した。

店主の藤井小牧氏は今回のコラボに



店頭に立つ店主の藤井氏

ついて、「当店は今までこのような食品を使ってこなかったもので、とても面白かった。当店の利用者は8割が海外からのお客様だが、アレルギーを持つ方も多く来店する。今回、『魚卵は食べられないが、これならば食べられる』というお客様もいた。BEYOND FREEには他にも様々な商品があるので、今後、



特別セットメニュー

業務用の商品が発売されれば積極的にチャレンジしてみたい」と述べた。

小学6年生が冷凍うどん等を使ったメニューを発表

テーブルマークは食育活動の一環として、「小学6年生が自分たちで作る“時短でおいしい!見た目や栄養バランスにもこだわった”メニュー発表会」を24年12月12日、板橋区立赤塚小学校で開催し、同校の6年生約100名が参加した。

この発表会に先立ち、同じ児童たちを対象に、同社の事業概要や商品の説明とともに、栄養バランスの良い食事のメリット、食の安全に関する授業を実施(10月3日)。その後、児童たちが授業で学んだことを参考にしながら、調理実習などを経て発表会に臨んだ。

発表会では4名1チームを構成し、全24チームがパソコンで自ら制作した資料を大型モニターに映し出しながら、献立のプレゼンを行った。

同社の冷凍うどんかパックご飯を使用したメニュー提案であることが条件で、同社社員4名が栄養バランス・見た目・おいしさ・時短の4つのポイントで評価し、1つのチームの発表が終わる度に意見をフィードバック。各チームともユニークな表現方法で、レシピを楽しく紹介していた。

児童たちからは「調理実習では普段決められたものを作るが、今回のように自分たちで考えて作るのは初めてだったので、とても楽しかった」「パックご飯を使えば短時間でチャーハンなどを作れることが分かり、良かった」「いろいろなメニューを作ることができて、すごく楽しかった」などの感想が寄せられた。

ピエトロ 24年度上期業績

冷食は25.5%増収で商品事業を牽引

ピエトロの24年度上期業績は、売上高が54億8400万円で前期比8.9%増収も、各利益は減益となった。

商品事業セグメントの売上高は、野菜高騰の影響からドレッシングが減収となったが、パスタ、冷凍食品、スープ

が伸長し7.8%の増収。ただし販促費が増加したことで、営業利益は9.6%減となった。冷食は25.5%増収。冷凍パスタが小売、ECの各チャネルで好調だった。

店舗事業セグメントでは既存店の好調維持に加え、新店の効果から10.9%の増収。不採算店舗の閉店も影響し、営業利益は43%の増益となった。

通期計画で冷食は27%の増収を目指す。レストランクオリティの高付加価値商品として、本格アルデンテの冷凍パスタを訴求。プレミアム冷食のポジ

ション確立に取り組んでいく。高橋泰行社長は「冷食は上期に引き続き、下期も成長を見込んでいる。冷凍食品専門店を含む小売店や、ECなどでの拡販に努めていく」と強調している。

中長期的な取り組みでは、海外事業とデリカ事業に注力する。海外事業では北米の子会社においてドレッシングの販売事業を行っており、今期は売上げの倍増を計画している。また、アジアへの輸出事業も伸びており、展開を加速させる。デリカ事業については、SM惣菜向け商品の強化を図る。この2つの事業を中長期的な成長の柱として育成する考えだ。

24年度上期連結業績と通期予想

(百万円、カッコ内増減率%)

	上期業績	通期予想
売上高	5,484(8.9)	11,000(8.9)
営業利益	97(△47.9)	230(5.3)
経常利益	94(△49.8)	215(6.5)
純利益	46(△37.3)	99(△9.8)