

## ヤオコー 「本格イタリアパンを展開」 ～世界チャンピオンエッツオ・マリアート氏監修～



左から、デリカ事業部ベーカリー担当バイヤー 川野星一氏、取締役  
デリカ事業部長 石塚孝則氏、エッツオ・マリナート氏、デリカ事業  
部インストアベーカリー担当部長 須永直樹氏



イタリアパン各種

ヤオコーは、同社店舗インストアベーカリー PINOにおいて、モンディアル・デュ・パンの世界チャンピオンである Ezio Marinato（エッツオ・マリナート）氏監修による新商品3品（チャバタ、ピザ、チャバタサンドイッチ）を9月23日（金）から川越南古谷店とららぽーと富士見店の2店舗で販売した。今後、順次拡大し、早期に10店舗にまで拡大する計画。

なお、イタリアパン導入による売上目標としては、導入店舗ベーカリー売上の3%を見込んでいる。

今回展開する新商品群は、チャバタをベースとしてアレンジしたパンで、表面はパリッと硬く、中はもちり柔らかいのが特徴で、日本人に好まれる食感である。たっぷりの水分と小麦で作るシンプルなパンで、日本のお米と同様、チャバタはイタリアの毎日の食卓に並び親しまれているパンである。

導入のきっかけは、同社が実施しているイタリア研修において、マリアート氏とマリアート氏が製造したパンに出会ったことだという。

今回のイタリアパン導入の目的や背景等について、同社取締役デリカ事業部長の石塚孝則氏とデリカ事業部インストアベーカリー担当部長の須永直樹氏に聞いた。

### ■イタリアパン導入の目的

石塚 イタリアパンの認知度・注目度は年々上昇しており、特に近年のヘルシー志向から、シンプルでバターを多く使用しないイタリアパンは様々な食材との相性が良く、毎日の食事に適したパンであるといえる。

もう一つの大きな目的として、“本物を知りたい” “本物をお客様に提供したい”という思いがある。食品スーパーのベーカリーはまだまだ力不足である。また、コンビニをはじめとする日配パンのレベルが高まってきている。そのような中、我々のインストアベーカリーの強みはどこで出すのか？競合が多い中で、他の店では絶対に買えない商品群を作っていない限り、お客様に満足して頂けないと考え（…続きは正規版にお申し込みの上、ご確認下さい）