

## サミット インベリ「ダン・ブラウン」 6月新商品 ～話題の“マリトッツォ”発売～

サミットのインスタベーカリー「ダン・ブラウン」では、2021年6月1日（火）から、6月の新商品として「甘酸っぱいレモンクリームが入ったマリトッツォ」と「フルーツたっぷりサンド（ゴールドキウイ）」を発売する。

マリトッツォはイタリア・ローマ発祥で、ブリオッシュ生地にたっぷりのクリームを挟んだスイーツ。同商品は、店内でしっとり、ふんわり焼き上げたブリオッシュに切込みを入れ、奥に甘酸っぱいイタリア産レモンクリームを、手前に北海道産の牛乳を使用した口どけの良いホイップクリームを挟み、飽きずにさっぱりと食べられるように

した。やわらかいホイップクリームとレモンクリームを30g近く挟み込むのは難しく、一つ一つ丁寧にゴムベラを使用し手作業で仕上げている。

「フルーツたっぷりサンド（ゴールドキウイ）」は、「ダン・ブラウン」で発売以来好評の「フルーツたっぷりサンド」シリーズ。青果売場で販売しているジューシーな甘さが特長の「サンゴールドキウイフルーツ」1/2個を使用した店内手作り商品。甘酸っぱいキウイフルーツと甘さ控えめのホイップクリームが相性抜群の一品である。新鮮な大玉のサンゴールドキウイを使用することで、きれいな黄色い断面とボリューム感のある仕上がりになっている。



商品名：甘酸っぱいレモンクリームが入ったマリトッツォ

販売価格：198円（税込213.84円）

発売日：2021年6月1日（火）

※権太坂スクエア店では、5月29日（土）から先行発売。

取扱店舗：ダン・ブラウン全80店舗



商品名：「フルーツたっぷりサンド（ゴールドキウイ）」

販売価格：358円（税込386.64円）

発売日：2021年6月1日（火）

取扱店舗：ダン・ブラウン75店舗

※ダン・ブラウン店舗のうち、江原町店、西永福店、代沢十字路店、下馬店、梅ヶ丘店での取扱いはありません。

# サミット 精肉「グリルキッチン」新商品3品

サミットは、店内精肉売場で販売している商品と同じ原料を、店内のグリドルやコンベクションオーブンを使用して調理する精肉総菜コーナー「グリルキッチン」から、新商品3品「とり肉と5種野菜のグリーンカレーグリル」「サルサで食べるスパイシーチキン」「3S 四元豚塩にんにくの黒胡椒炒め(温玉入)」を発売した。



商品名：とり肉と5種野菜のグリーンカレーグリル  
販売価格：198円 / 100g (税込価格 213.84円 / 100g)  
発売日：2021年5月29日(土)

特長：本場タイの工場生産しているココナッツミルクやフレッシュハーブ入りのグリーンカレーソースを使用し、本格的なエスニック味に仕上げた。食べやすいように一口大にカットした「若どりもも肉」と5種類の野菜(じゃがいも、パプリカ赤・黄、ズッキーニ、なす)をグリーンカレーソースと一緒に焼き上げた。



商品名：サルサで食べるスパイシーチキン  
販売価格：198円 / 100g (税込価格 213.84円 / 100g)  
発売日：2021年5月26日(水)

特長：サルサソースに合うように肉にレモン味の下味をつけ、酵素入りの調味オイルを絡めて焼き上げることで、やわらかな食感に仕上げた。サルサソースは、ピーマンやハラペーニョ、玉ねぎ等の固形野菜が入ったスパイシーな味わいで、ビールなどのおつまみとしても相性抜群。



商品名：3S 四元豚塩にんにくの黒胡椒炒め(温玉入)  
販売価格：168円 / 100g (税込価格 181.44円 / 100gあたり)  
発売日：2021年5月31日(月)

特長：生にんにくと黒胡椒がたっぷり入った「塩にんにくたれ」を使用。ガツンとくる黒胡椒の後引く辛さが白飯との相性抜群。温泉卵もトッピングしており、夏場のスタミナアップ商品として最適。

取扱店舗：サミットストア 111 店舗

※1：精肉売場またはグリルキッチンコーナーにて販売

※2：深沢不動前店、東府中店、富士見町店、笹塚店、桜店、弦巻通り店、神田スクエア店、戸田駅店を除く。  
また、取扱い店舗においても品揃えのない日もあります。

2

**契約企業以外の閲覧・利用、非契約者への譲渡を固く禁じております。  
不正利用は利用規約違反であり、著作権法に抵触する恐れがあります。**

# Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でポイントは弁当。弁当類は平たいで展開され、弁当の盛り付けに特力を入れていくという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見せるように、品目や色合いなども工夫されている。

米飯



「赤魚の粕漬弁当」  
「季節の彩りはっつき弁当」  
「季節の味覚お鍋」  
「豚肉アスパラチーズ弁当」  
「厚切り鮭弁当」

アツライ



「あゆの塩焼」  
「温惣菜」

「鮮度感」のある情報を...

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）は震災後1年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■3.11以降の変化  
東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について  
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。



■SMにとってのPB  
我々の販売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデiyリーや加工、セブンプレミアムセブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという節約志向にある。もう一方で、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・  
スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金  
年間サービス利用料：90,900円+税（税込 99,990円） ※こちらは小売業様価格となります。

■ご利用にあたって  
※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。  
※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows8.1 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 11、Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。  
※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

《 入 会 申 込 書 》  
株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛  
FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546  
携帯：090-2545-4724 E-mail: info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始）  
 『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ※左空欄にチェックを入れて下さい。

配信先担当者	企業名	〒	連絡先	TEL:
	住所 部署 役職 氏名		情報配信先	FAX:
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	E-mail:
				TEL:
				FAX: