

店舗の人気メニューを生協用に商品化

イトアンド「塩焼きそば」出足好調 新ブランド「太陽のトマト麺」販売開始

大阪王将餃子などを販売展開しているイトアンド(本社・大阪市中央区)は、生協に特化した商品化と販売提案を一段と強めている。今春には、店舗の人気メニュー「塩焼きそば」と「春巻」、中華レストランで人気の「水餃子(スープ付)」の提案をはじめ、7月からは、一般市場などで人気の「チキン南蛮」の販売提案を本格化する。また、外食業態の人気店「太陽のトマト麺」ブランドの新規商品の販売をスタートする。

春に提案した「塩焼きそば」(電子レンジ・ボイル対応)は、2食入り498円の売価だが、大阪王将ブランドや塩味調理のめずらしさや内食化による需要増大などを背景に採用の事業連合で予想を大幅に超える注文数となっている。コップきんきで1回の企画で約1万ピースの注文となっていることから今後、期待の商品としてさらに提案を強化していく。「水餃子(スープ付)」は、一度食べたら味のよさが分かる一品で、今後、秋・冬商品として提案していく。

「春巻」(油調用・8本入り)は、皮に国産小麦を使用し、具材には豚肉、キャベツなどを使用してチンジャオロース風味に仕上げたパリパリ感のある本格派。

「チキン南蛮」(電子レンジ対応)は、生協や一般市場で人気メニューとなっていることなどから、一味違う生協オリジナルとして商品化。一口サイズのチキン南蛮(300g)で、甘酢タレのほか別添のタルタルソース付。子どもにも好まれる味なので、家族全員で楽しめる。

本格提案に乗り出す「太陽のトマト麺」は、大阪王将「よつてこや」厨房などのチエーン店舗に続く人気業態。各種メディアでも取り上げられている人気店の看板商品の商品化したもので、麺には豆乳を使い、もっちりした麺に仕上げた。スープには、甘味の強いポルトガル産のトマトを使ってコクのあるトマトスープに仕上げた。7月から味わい深い商品化位置付けで提案していく。



出足好調な店舗の人気メニュー「塩焼きそば」①一般市場などで人気の「チキン南蛮」②本格提案に乗り出す「太陽のトマト麺」