

# アサヒ 新ジャンルを投入 独自技術で香り成分2倍

アサヒビールは、香りが持つ「くつろぎ」効果に焦点を当てた新ジャンル商品「アサヒ くつろぎ仕込み」(4VG)「写真」を9月14日に発売する。同社が開発した独自技術によりラックスした状態によく合うとされる香り成分(「4VG」)を通常品の2倍引き出した。後味はスッキリ

アサヒビールは、香りがしていないながら、さわやかなコクもある。従来の新ジャンルにはなかった香りを特徴とした商品で、「くつろぎ」や癒やしを求めることされる20〜30代の若者層の飲用を狙う。価格はオープンだが、通常の新ジャンルと同程度になる見込み。

4VG(よんべいビル・グアイアコル)は、ドイツ

の小麦ビールに特徴的ときれる甘いバナナに似た香りを持つ成分。ベルギー産「ール」ビュールテンホフ「イト」やウイスキー、ワイン、焼酎、日本酒にも含まれている。新商品では添加物を使わず、酵母に天然の素材を加えて発酵させることで通常よりも多く4VGを引き出した。この醸造技

東京都産業労働局と協同組合関東給食会は7月21日、平成22年東京都産地消費導入事業の一環として調理講習会を台東区保健所で開催し、同区内の小中学校や介護施設の栄養士をはじめ、生産者、流通業者など約50人が参加した。



植村 光一郎氏

同事業は18年9月に策定した東京都食育推進計画に基づき、農地の少ない都心の学校で都内産の農畜水産物の使用を推進しようとして、20年度から3ヵ年計画で実施しているもの。初年度は新宿、文京、荒川、中野の4区、21年度は墨田、品川、目黒の3区、今年度は中央、台東の2区を事業対象地区として選定。栄養士や生産者、流通業者などから成る協議会を地区ごとに設置し、産地消費調理講習



講師の説明に耳を傾ける参加者たち

## TOKYO Xの魅力訴え 東京都産地消費導入支援事業・ 栄養士対象に調理講習会開く

植村光一郎氏が、良質な肉豚として知名度が上がってきているTOKYO Xの特徴や魅力などについて講演した。

植村氏はTOKYO Xの4つの理念「Quality(安全・安心)・Biotic(本

来の生命の力を生かす)、Animal Welfare(動物福祉)、Quality(品種からの新しい品種)を挙げ、飼育環境を整え、飼料もホストハーベストフリーで非遺伝子組み換えのトウモロコシや大豆を採用し、健康な豚に育つよう配慮していることを説明した。

また、TOKYO Xの魅力について「脂肪が口の中であざと溶け、あっさりとした、さわやかなうまみがあり、中でも口中香といわれる鼻に抜ける甘い香りのおいしさを増幅させている」と話した。

続いて、野菜ソムリエの津留崎弘美氏を講師に調理実演が行われた。メニューは八丈島で取れた水産物を使った「いわし」ロケットや「メダラの春巻き」「トミコのミニ風ツテー」夏野菜ソースをはじめ「TOKYO X豚と夏野菜のパン」小松菜とコーンのサラダの5品。参加者は調理方法のポイントを講師に質問しながら出来上がった料理を味わい、都内の農畜水産物のおいしさを実感していた。(幸島ひとみ)

術については特許出願中。同社では、残業が減り在宅時間が増加したことで、「くつろぎ」を求めるニーズが増えていると分析。ビール類の飲まれる場面が「食事」に比べ、また少ない「くろく時間」向けの新ジャンルとして開発した。

を駆使し、香りだけをさわやかなコクやとした後味も付与する。ビール類離れが著しいライフスタイルに合わせた新価値が新たな生み出すか、注目ところだ。

(丸山)

赤シンの風味菜、「こそく湯」新登場  
日東食品

### 16日に2品投入

くらこん、「おさかなさん」

【関西】くらこんは冬新商品として「おさ