食べるM&A　テーブルマークの冷凍パン　美味しさのヒミツ

インバウンド需要の増加で冷凍パンに注目が集まっています。今年5月、冷凍食品大手のテーブルマークが冷凍パンの生産能力を１割高めたと報じられました。ホテルの朝食などで手軽に提供できるうえに、外食店でも人手不足に対応できる商品としてニーズがあるようです。調理の手間を省くことができるだけでなく、廃棄を減らせるという点もメリットとのこと。

業務用冷凍パンの需要が高まる中、テーブルマークでは家庭用の冷凍パンも販売しています。

焼きたてを独自技術で急速冷凍したパンは、テレビや新聞などのメディアでも美味しいと話題に。実は、その美味しさの裏側には、テーブルマークという会社の成り立ちが深く関わっているのです。

テーブルマークは、2008年に冷凍うどんなどで知られる「加ト吉」と「日本たばこ産業（JT）」が事業統合して生まれ、2010年に現在の社名となりました。とはいえ、冷凍さぬきうどんなど、加ト吉時代からの主力商品は現在も「カトキチ」ブランドの名を冠しています。

一方のJTには、実はパンの製造や販売を手掛ける「サンジェルマン」がグループ傘下にいました。元々は東急グループだったサンジェルマンを2002年にJTが完全子会社化したのです。サンジェルマンが東急ストアや東急百貨店などに多いのは、その名残といえるでしょう。

こうして、加ト吉の冷凍加工技術とサンジェルマンの製パン技術が合体し、2008年に業務用冷凍パン「ディライトベーカーズ」、2011年に家庭用冷凍パン「ベーカーズセレクト」という商品が生まれることとなりました。焼きたてのパンを急速冷凍することで、食感を損なうことなく、美味しい冷凍パンが出来上がったのです。

【次のページ】「サンジェルマン」と「ベーカーズセレクト」を食べ比べ

そこで、冷凍パン「ベーカーズセレクト」の美味しさを検証すべく、本家であるサンジェルマンのパンと食べ比べてみました。

■クロワッサン編

写真上が冷凍パン「ベーカーズセレクト」

ご覧のとおり、冷凍の方は家庭で手軽に食べられるものということもあり、小ぶりなサイズ。一方のサンジェルマンは、存在感も表面のツヤもきっちりある分、美味しそうに見えます。

いざ、実食！

クロワッサンの一番の醍醐味といえば、サクサクの食感。冷凍パンには、ほとんど期待していなかったものの、口にするとサクサクという音が聞こえてきました。サンジェルマンの本家クロワッサンは、サクッという食感はもちろんのこと、豊かなバターの風味が口の中に広がります。そして、口当たりがフワッと軽いのも特徴です。

■メロンパン編

写真上が冷凍パン「ベーカーズセレクト」

続いて、子どもたちにも人気のメロンパン。クロワッサン同様、冷凍パンは一口でもいけそうなミニサイズです。食べてみるとクッキーのような感じで、おやつやティータイムのお供に良さそうです。

サンジェルマンのメロンパンは、外側はややカリッと、内側はふんわりした王道のメロンパン。やさしい甘みで、しつこくありません。

食べ比べてわかったこと、それは「どちらも美味しい！」ということです。クロワッサンもメロンパンも食感にこだわって冷凍パンを作っていることがうかがえました。そして、そのパン本来の食感を実現させたのが、優れた冷凍加工技術なのです。

冷凍パンは、忙しい朝や小腹が空いたときなど、簡単に調理できて、手軽に焼きたての味が楽しめる便利な商品です。

それぞれの会社が持つ技術力が掛け合わされ、新しい商品が生み出される。そして、その商品で私たちの生活が変わる。そんな視点でM&Aを見てみると、ちょっと楽しくなってきませんか？

文：M&A Online編集部