

# ドレッシング道外展開

## 健康成分高めた新製品

オリーブオイル  
北海道  
道外  
インダ



機能性食品の研究開発を手がける北海道バイオインダストリー(札幌市)は機能性素材を使ったドレッシングの全国販売に乗り出す。食品卸大手の国分と専売契約を結んで全国のスーパーに並べ、発売2年目には年間70万

本の販売を目指す。道内の中小企業が連携して食材の付加価値を高め、道外で定番商品化する成功モデルとしたい考えだ。新製品は「北海道深み玉葱(ねぎ)ドレッシング」写真。タマネギのうまみや健康成分を通常

分の販売網を利用し、全国のスーパーの1割に当たる約2000店に置く。道外展開のために見直したのは製法やコスト。北見市などの農家から規格外のタマネギを低コストで調達し北空知食品(深川市)がベースト状

の15倍まで高める同社の特許技術、BRC製法を取り入れた。国

に加工。日本醤油工業(旭川市)が増設した専用ラインで最終製品化する。希望小売価格は150円(税別)

抜き」と「大量販売が可能とされる価格の上限以下に収めた」(北海道バイオインダストリーの村上季隆専務)。

同社は複数のタマネギドレッシングを手がけているが、主要な販路は道内に限られ、年間の販売数量は約12万本にとどまる。健康意識の高まりから「今後も新たな製品を投入する余地がある」(佐

渡宏樹社長)とみており、道外市場を主な収益源と立を目指す。