

アーモンドミルクの味にこだわった
「至福のアーモンドミルク」を味わえる
6月まで限定メニューが都内2店舗でスタート！

日本市場誕生から10年を超えたアーモンドミルク。コンビニやスーパーで手軽に手に入るようになった他、カフェでコーヒーや紅茶に合わせたり、料理やスイーツで使用されたりと、飲食店でもアーモンドミルクを目にする機会も増えました。身近になった一方、調査では「アーモンドミルクそのものの味が分からない」と答える人もいることが明らかになりました※。そこで、注目が高まるアーモンドミルクの美味しさを追及し、新メニューとして期間限定販売する店舗をご紹介します。

ぜひ「味」を楽しんで こだわりの「至福のアーモンドミルク」を期間限定で販売

Toshi Yoroizuka TOKYO



オリジナルアーモンドミルク&スイーツセット ¥1400 (税込)

(至福のアーモンドミルク・アールグレイシロップ・焼き菓子のセット)

1階イートイン限定メニュー

アーモンドの味を最大限生かした風味豊かなアーモンドミルクの味をじっくり味わってください。相性が良いアールグレイのシロップを加えると味わいの変化も楽しめます。ケーキにはアーモンドミルクを絞った後に残る「アーモンドバルプ」をふんだんに利用。アーモンドの食感を活かした生地にレモンを合わせ、トッピングに添えるチーズクリームが爽やかさを加えます。ほんのり温め、アーモンドの香りを立たせてご提供します。

【販売期間：2025年4月23日(水)～6月30日(月)】

大切にしているのは素材の味

Toshi Yoroizukaでは「畑からの菓子作り」を軸に、おいしい素材の持ち味を生かすように、無理に複雑にしたり捻りすぎたりしないという考えを大切にしながらメニューを開発しています。私自身も普段からアーモンドミルクを飲んでいますが、菓子作りにアーモンドは欠かせませんが、実はお店でアーモンドミルクを提供するのは初めてです。アーモンドミルクそのものの風味も、紅茶が加わった際の味の変化も楽しめるToshi Yoroizuka風「至福のアーモンドミルク」を作り上げました。



開発者：Toshi Yoroizuka オーナーシェフ 鎧塚 俊彦(よろいづか としひこ)さん

1965年生まれ。関西のホテルで修業後渡欧し8年修業、2004年東京恵比寿「Toshi Yoroizuka」開業。その後、六本木・東京ミッドタウン、杉並、小田原に店舗を展開。素材づくりを重視し、2010年にエクアドルに自社管理カカオ農園「ToshiYoroizukaCacaoFarmEcuador」、2011年には神奈川県小田原の石垣山山頂に農園とレストラン併設の「一夜城30イツカ・ファーム」、2016年に東京・京橋に旗艦店「ToshiYoroizukaTOKYO」オープン。農業に関する積極的な姿勢と、次代の菓子職人育成、日本の食文化の発展・推進をも目指し、日々より良き菓子づくりに奔走中。

店舗情報

住所：〒104-0031 東京都中央区京橋2-2-1 京橋エドグラン1F

(東京メトロ銀座線 京橋駅直結・東京メトロ有楽町線 銀座一丁目駅 徒歩5分/ 都営浅草線 宝町駅徒歩3分・JR 東京駅 徒歩5分)

営業時間：1階カフェ 11時～18時 (ラストオーダー17時)

定休日：火曜日(4月29日、5月6日は営業) 2階サロンは月曜定休

※アーモンドミルク単体で飲んだことがある人が77%を占めるも、「味が分からない」人が7.3%

アーモンドミルクの利用実態に関する調査では、単体で味わったことがある人が回答者の77%でした。ところが、アーモンドミルクのそのものの味について「香ばしい」と評価する人が半数近くいる一方で、「わからない」と答える人も7.3%いる結果となりました。身近な飲料になっているようで実はその味が深く理解されていない可能性が明らかになりました。

【調査概要】

調査タイトル：「アーモンドミルクの味に関する調査」

調査対象：アーモンドミルクの飲用経験がある20～40代男女600人/調査期間：2025年1月20日～21日

調査主体：アーモンドミルク研究会/調査機関：株式会社エクスクリエ/調査方法：インターネット調査

玄米フードサロン 玄点



本物の自家製アーモンドミルク ¥900 (税込)
アーモンドたっぷりヴィーガンクッキー ¥550 (税込)
自家製アーモンドバター入り ダブル小豆たい焼き
¥480 (税込)

アーモンドをしっかり浸水させ、えぐみを抑えつつ程よい風味と甘さがある味わいのアーモンドミルク。
アーモンドミルクを絞った後に残る「アーモンドパルプ」を使用したクッキーや、アーモンドペーストを使用した玄点で人気のたい焼きなど・・・アーモンドミルクを余すことなく材料に使った商品も楽しめます。
【販売期間：2025年4月9日(水)～6月30日(月)】

グルテンフリーの敷居を低くしたい

玄点は「食べて人にいい、環境にいい」をコンセプトに、グルテンフリーにこだわってメニューを開発しています。「グルテンフリー」と聞くとハードルが高いイメージがあるかもしれませんが、おいしさから入って健康へつながることを重視した「意識が高くないお店」を目指しています。えぐみが少なく程よい風味と甘さになるよう作り方を工夫した、玄点風「至福のアーモンドミルク」を開発しました。



玄点代表

棕本 加奈美 (むくもと かなみ) さん

20代半ばで小麦アレルギーと診断されたことをきっかけに食生活を改善。その過程でスーパーフードに出会い、食の重要性を再認識。JLESA認定健康食品マイスターの資格を取得。さらに多くの人にスーパーフードの魅力を伝えるため、玄米ブランドをゼロから立ち上げ、銀座での期間限定販売を経て、渋谷スクランブルスクエアにて「玄点」を開店。



メニュー開発・ナッツ料理研究家

音仲 紗良 (おとなか さら) さん

出版社出身のフードコーディネーター。2016年にナッツ専門店を立ち上げ、ナッツブームを牽引し、ナッツ料理研究家としてメディアに50媒体以上出演。その後も日本初の米粉パンミニーや米粉カヌレなどを扱うグルテンフリーブランド「マイパンミニーbyグルテンフリートーカー」を立ち上げる。株式会社ほかほかにて代表取締役として「食卓に、陽だまりを」をコンセプトに、食と健康を軸に活動の幅を広げている。

店舗情報

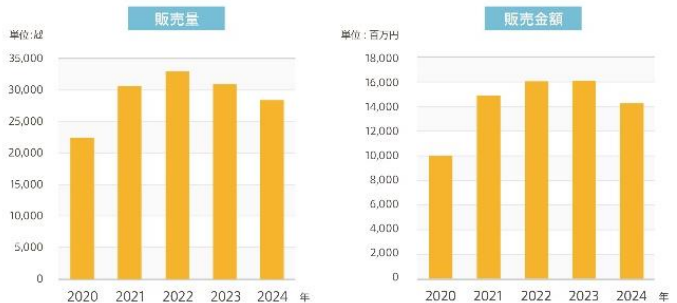
住所：東京都渋谷区渋谷2-24-12 渋谷スクランブルスクエア B2F
最寄り駅：JR渋谷駅東口徒歩0分
営業時間：10時～21時
定休日：なし

新たに国内メーカーが参入し、新商品も続々。盛り上がるアーモンドミルク市場

■日本上陸から12年。生活者に定着し、さらなる広がりを見せる

日本の小売市場にアーモンドミルクが登場したのは2013年のこと。アーモンドの本場・米国から「ブルーダイヤモンド アーモンドブリーズ」が上陸し、同時期に「グリコ アーモンド効果」が発売されました。メディアが牛乳、豆乳に次ぐ「第3のミルク」としてアーモンドミルクやライスミルクを大きく取り上げたことを契機に、市場は大きく拡大しました。

その後、アーモンドミルクは生活者の支持をうけて「植物性ミルク」として日本市場に定着。堅調に売上を伸ばしてきました。2024年は一時的にシステムトラブルに見舞われ出荷が停止し、アーモンドミルクの販売金額は前年をやや下回る結果となりました。しかし、新たに国内メーカーが参入したり、PB商品も含めて各社アーモンドミルク商品が続々と登場したりとアーモンドミルク市場は盛り上がりをみせています。



出典：アーモンドミルク研究会



アーモンドミルク研究会ではおすすめレシピも公開中！
<https://www.almondm-labo.jp/recipe/index.php>

